

从“大唐贡果”到“世界名荔”： 服务型制造视野下“广货行天下”的茂名路径

——关于茂名荔枝打造百亿级特色产业集群的思考

梁方婵

引言

“天下荔枝看广东，广东荔枝看茂名”。作为全球最大的连片荔枝生产基地，茂名拥有约142万亩荔枝林，全球每5颗荔枝便有1颗产自这里。2025年，茂名荔枝鲜果产量超62万吨，销售收入超91亿元，全产业链产值一举突破120亿元大关，均创历史新高。这一组数据标志着这颗小小的“大唐贡果”，已然成为撬动百亿元级县域经济的“致富果”。

在2026年广东省高质量发展大会上，“制造业与服务业协同发展”成为核心议题。茂名荔枝的“出圈”与“出海”，正是对这一趋势的生动诠释。它打破了传统农业“第一产业”的思维定式，以工业思维重塑生产环节，以服务业思维重构流通与消费场景，探索出一条“制造+服务”深度融合的特色产业现代化之路。本文将深入剖析茂名荔枝如何借助“广货行天下”的东风，实现从“土特产”到“大产业”的跨越式发展。

一、根基重塑：以“工业思维”破解“自然禀赋”的路径依赖

长期以来，农产品面临的瓶颈在于标准化程度低、抗风险能力弱。茂名荔枝产业突围的第一步，在于用“工业思维”改造传统的种植业，将不可控的自然生产转化为相对可控的标准化流程。

(一)打造种业“芯片”，掌握产业话语权

茂名深知，现代农业的竞争核心是品种的竞争。依托国家荔枝种质资源圃的建设，全球700多种荔枝品种在此“安家落户”。这不仅是一个种质资源的“基因库”，更是产业竞争的“弹药库”。通过优化早中晚熟品种结构，茂名将原本集中在20多天的上市期延长了近3个月，有效规避了集中上市的价格风险。从三月红到仙进奉，品

种的有序更替确保了整个产季的市场热度不减。

(二)推行“标准化”生产，筑牢品质基石

没有标准化，就没有品牌化。茂名先后制定了《茂名荔枝标准果园管理技术规范》等21项地方及行业标准，推动种植、管理、采摘全链条标准化。通过建设“五化”智慧果园示范基地，引入AI病虫害预警系统，实现“一树一档”数字化管理。这种精细化管理让茂名荔枝从源头上具备了符合国际市场准入标准的“硬核”品质，为后续的加工和流通打下了坚实基础。

二、破解瓶颈：以“服务型基础设施”打通“最初一公里”

农产品行路难，难在“最先一公里”的保鲜。荔枝“一日色变，二日香变，三日味变”的特性，曾是制约其远行的“千年魔咒”。茂名以服务型基础设施的建设为抓手，成功破解了这一难题。

(一)“田头小站”重构供应链

茂名系统布局了300多个“田头智慧小站”。这些看似不起眼的小站，实则是集预冷、分拣、包装、仓储于一体的微型“服务节点”。荔枝采摘后，在最短时间内进入预冷环节，迅速去除“田间热”，使保鲜期延长2-3天，真正实现了24小时从“枝头”到“舌头”的鲜达全国。同时，4个区域冷链物流中心的建成，构建起了覆盖全市的冷链网络，物流各环节在荔枝全产业链价值中的占比达17.5%。

(二)“冻眼”技术实现错峰销售

如果冷链物流解决了“近忧”，那么“冻眼”技术则化解了“远虑”。茂名研发出的可“错峰”长达18个月的荔枝技术，实现了“一日色变”到“四季常鲜”的跨越。这一技术的突破，使荔枝不再是“六月限定”的时令果，而成为全年可

供应的工业原料和休闲食品。它打通了鲜果销售与深加工之间的时间壁垒，为荔枝原浆、荔枝饮料等深加工产品提供了稳定的原料供给，极大地延伸了产业链。

三、模式创新：从“论斤卖”到“论粒卖”的价值跃升

“广货行天下”不仅要行得远，更要行得值。茂名在销售端的变革，是一场关于“价值定价权”的争夺。通过创新营销模式与拓展数字渠道，茂名荔枝的价值链得到了前所未有的提升。

(一)“荔枝定制”重塑供需关系

茂名创新推出的“荔枝定制”模式，打破了传统的“大路货”交易逻辑。通过“基地定制、整树定制、论粒定制”，消费者购买的不仅是荔枝本身，更是果树全生命周期的“参与感”和“确定性”。结合区块链溯源技术，每棵古树配备专属文化手账，“一树一码一故事”让产品溢价成为现实。2025年，全市荔枝定制量超53万单。在橙子荔荔园，定制模式使古荔枝均价提升至普通品种的5到10倍，树龄超600年的“千手观音”古树采摘权在慈善拍卖中更是以139万元成交。这种“优品优价”的机制，反哺了古树保护，形成了“保护—溢价—增收”的良性闭环。

(二)“即时零售”拥抱消费新场景

面对消费习惯的深刻变迁，茂名敏锐捕捉到“即时零售”的风口。茂名市农业农村局组织专题培训，引导企业拥抱美团闪购等平台，利用“半小时达”的即时配送网络，挖掘“居家聚会”、“夜宵解馋”、“异地出行”等全新消费场景。当茂名荔枝不再局限于水果店和传统商超，而是出现在社区超市、民宿冰箱甚至是游客的露营桌上时，其触达的消费群体呈几何级数增长。这种“货找人”的精准匹配，让茂名荔枝抢占了

即时零售这一万亿级市场的新赛道。

(三)“微短剧+电商”开辟流量新洼地

茂名还开创性地将数字视听与农产品营销结合，抓住微短剧这一“低成本、高传播”的新风口。通过打造全国首个“三水”微短剧基地，深挖荔枝背后的历史文化和乡村故事，构建“流量种草+直播下单”的销售闭环。观众因剧情对荔乡产生情感链接，进而通过直播间下单转化。这种“以短带长、以文促商”的模式，为荔枝销售注入了强大的文化动能。

四、品牌赋能：区域公用品牌成就“世界名荔”

品牌的本质是信任的背书。在“广货”体系中，品牌是整合资源、开拓市场的核心利器。茂名荔枝的崛起，离不开“茂名荔枝”这一区域公用品牌的系统化构建。

(一)从“有产品无品牌”到“母子品牌”协同

2018年以前，茂名荔枝虽多，却多以“妃子笑”、“桂味”等品种名示人，缺乏统一的区域背书，常常被外地荔枝“贴牌”销售。2020年，“茂名荔枝”区域公用品牌LOGO正式发布，开启了品牌化元年。通过注册国家地理标志证明商标，出台《商标使用管理办法》，茂名构建起“公用品牌+企业品牌”的母子品牌矩阵。85家授权企业在700万件包装上统一使用“茂名荔枝”标识，形成抱团闯市场的合力。2024年，产自根子古荔园的荔枝被授权为茂名市“信”字公用品牌，成为消费者“舌尖上的信任之选”。

(二)文化IP赋能品牌溢价

茂名荔枝拥有2000多年的种植历史，是名副其实的“活化石”。茂名深入挖掘这一文化富矿，联合《长安的荔枝》

电视剧及电影创作团队，借势IP营销，让茂名荔枝“火爆出圈”。同时，精心打造“520我爱荔”文旅IP，将荔枝与甜蜜、爱情等情感价值绑定，使茂名荔枝超越了单纯的农产品范畴，成为一种情感消费品。

五、产业融合：“接二连三”构建百亿产业生态

茂名荔枝产值超120亿元的背后，是“五棵树一条鱼一桌菜”全产业链产值达600亿元的宏大布局。这种规模的实现，得益于“接二连三”的产业深度融合。

(一)“接二”：加工转化率的大幅提升

茂名以工业思维发展农业，大力发展食品加工业。目前，全市已集聚荔枝加工企业500余家，年加工鲜果能力突破5万吨。除了传统的荔枝干、荔枝罐头，茂名企业还与餐饮、食品行业跨界合作，开发出荔枝冰淇淋、荔枝饮品、荔枝月饼、化橘红啤酒等200多种深加工产品。这些加工产品不仅消化了鲜果销售压力，更极大地提升了产业附加值，使荔枝产业从单纯的种植业向食品工业延伸。

(二)“连三”：农文旅商的深度融合

茂名将荔枝产业园变成景区，将果园变成公园。通过串联中国荔枝博物馆、包茂高速柏桥服务区、园园荔荔园等资源，打造“甜美果海”精品旅游线路。每年超500万人次的游客前来打卡，带动了周边农家乐、民宿的火爆。贡园接待游客超18万人次，带动周边民宿均价上涨20%，农家乐收入增长40%。这种“卖果+卖景+卖文化”的复合模式，让乡亲们不仅赚了“卖果钱”，还挣了“旅游钱”。

(三)生产性服务业的强力支撑

制造业与服务业协同发展的关键

在于生产性服务业的支撑。茂名精准推出“荔枝贷”“荔枝e贷”等近50个金融信贷产品，累计提供贷款超30亿元；成立农业银行“荔枝支行”，推出政策性保险近20亿元。这些金融服务如同“活水”，精准滴灌产业链的各个环节，为产业升级提供了坚实的资金保障。

六、行销天下：从区域特产到全球共享

在“广货行天下”的宏大叙事中，国际市场是不可或缺的一环。茂名依托RCEP广东高州荔枝龙眼国际采购中心和“国字号”特色水果扶贫评议基地，积极破解国际贸易技术壁垒。2025年，从茂名海关出口的荔枝达8183吨，不仅重返日本市场，更远销北美、东南亚等20多个国家和地区。从“大唐贡果”到“世界名荔”，茂名荔枝的全球化之旅，正是中国优质农产品在国际市场上提升话语权、扩大影响力的生动写照。

结语

茂名荔枝的“出圈”之路，绝非简单的增产增收，而是一场深刻的产业变革。它证明了在“制造业与服务业协同发展”的时代语境下，传统农业同样可以嫁接工业化的逻辑与服务业的思维，成为“广货”体系中独具特色的重要一极。

茂名的经验在于：以工业思维筑牢根基，以服务网络打通脉络，以数字营销重塑价值，以文化品牌提升溢价，以产业融合拓展边界。这颗小红果所蕴含的“百亿密码”，为广东乃至全国的特色农产品如何突破地域限制、实现“行销天下”，提供了一份兼具理论深度与实践厚度的“茂名方案”。未来，随着“百千万工程”的纵深推进，茂名荔枝的香甜，必将飘得更远、传得更广。

(作者单位：广东茂名幼儿师范专科学校)

“广货行天下”背景下茂名“土特产”发展的核心优势、实践突破和范式贡献

吴伟钦

2023年4月，习近平总书记来到茂名高州根子镇柏桥村，对乡亲们发展荔枝特色产业推动乡村振兴表示肯定：发展荔枝种植有特色有优势，是促进共同富裕、推动乡村振兴的有效措施，农村特色产业前景广阔。近年来，总书记到地方考察格外关心当地“土特产”发展。对于“土特产”，总书记有过寓意深刻的解读：“土”讲的是基于一方水土，开发一方资源；“特”讲的是突出地域特点，体现当地风情；“产”讲的是真正建成产业、形成集群。一方水土孕育一方特色，一方特色成就一方产业。茂名拥有全球最大荔枝生产基地、最大罗非鱼养殖基地。进入新时代后，茂名紧紧围绕“五棵树一条鱼一桌菜”大力发展“土特产”，让荔枝、三华李、沉香、罗非鱼、竹编等特色茂名广货遍布全球20多个国家和地区，是名副其实的农业大市。

新年伊始，广东于佛山潭洲国际会展中心举办“广货行天下”春季启动仪式。“广货行天下”不仅是广东对外开放的经济命题，更是区域特色产业从“产品输出”向“价值输出”转型的时代实践。其深层逻辑在于将区域资源禀赋转化为市场竞争力，“土特产”正是这一逻辑的鲜活载体。从荔枝的“一日色变”到“百味鲜”技术突破，从罗非鱼的“普通鲜鱼”到“餐桌佳肴”产业升级，再从沉香的“小众香料”到“山林瑰宝”的文化品牌跃升，茂名正掌握着践行“广货行天下”的核心密码：立足资源禀赋和产业特色，瞄准市场需求，贯通国内国际市场系统布局。以此特色为根、创新为翼、协同为脉的发展体系，为区域“土特产”践行“广货行天下”提供了兼具实操与理论价值样板。

一、“广货行天下”背景下茂名“土特产”发展的核心优势

茂名“土特产”能跻身庞大的特色“广货”体系，是建立在“先天优势”、“产业集群”和“技术积累”三重基础之上的，形成了独有核心优势。

1.自然与人文的双重赋能

自然赋能方面，茂名整体地处北回归线以南，亚热带季风气候带来的充足光照与丰沛降水。此外，地形多为丘陵与平原，北部多为山地、中部鉴江为冲积平原、南部滨海台地与滩涂并存。山地赤红壤富磷富矿物质，适合果树、南药生长；平原冲积土肥沃，宜种水稻、蔬菜；滨海咸淡水交汇区，是罗非鱼等水产的优质养殖区；白垩纪丘陵特别适配沉香种植。此优越的自然条件造就了全球最适宜荔枝、龙眼、化橘红、沉香等“土特产”生长的自然环境，使其成为“中国荔枝之乡”“中国沉香之乡”“中国罗非鱼之都”的天然承载地。

人文赋能方面，超两千年的荔枝种植历史、近1700年化橘红种植历史和1500余年的沉香文化积淀，赋予茂

名“土特产”独特的人文价值。荔枝承载着吉祥红火寓意，更是作为贡礼，见证了中外往来与文化交融；沉香作为宫廷贡品融入文人四雅，成为陶冶情操的文化雅物，其承载的丝路记忆与东方雅韵，为沉香产业发展赋予了厚重的文化内涵；化橘红作为化州独有的道地珍品，承载着千年中医药文化精髓，是岭南中医药文化与地方人文哲思的鲜明代表。此外，茂名拥有“好人心”为内核，通过传承工匠精神，可有力赋能“土特产”高品质生产。全球每五颗荔枝就有一颗来自茂名，142万亩荔枝种植面积、超63万吨年产量构建起绝对规模优势；15万亩沉香种植面积占据全国70%以上市场份额；作为全国最大罗非鱼产地，茂名的水产品产量连续多年居广东省之首。其产量规模为“广货”出海提供了源源不断的优质供给。

2.产业集群的系统构建

茂名并未止步于“资源依赖型”发展，而是通过全产业链布局，将分散的“土特产”资源整合为集群竞争力。

生产方面，建成3个国家级现代农业产业园、18个省级现代农业产业园[1]，形成涵盖种苗培育、标准化种植、生态养殖的基础体系。仅高州，截止2024年底，登记在册的144家市级以上农业龙头企业与1630家农民专业合作社构建起“龙头引领+农户参与”的协同模式[2]，实现“小农户”与“大市场”的有效衔接。

加工方面，推动土特产从“初级产品”向“高附加值制品”跨越：荔枝加工从传统干制或罐头向冻干锁鲜、HPP冷榨、益生菌发酵升级，同时向烘焙馅料、饮品、功能性原料、美妆等高附加值领域延伸，如白兰地、冻干产品、果醋等30余种品类；化橘红开发出传统药材药品、饮品酒类、休闲食品、医用保健日化等200多种产品；罗非鱼加工延伸出冷冻初加工产品、调理预制食品、罐头与即食食品、调味品与鲜味原料、功能与健康食品等等，产品附加值普遍提升3至5倍。

流通方面，茂名形成了“产地快集、全国快达、全球快销”的高效流通体系：一是冷链物流体系完善，建成田头智慧小站、国家级冷链物流基地，预冷、保鲜、仓储技术领先；二是集散枢纽地位突出，拥有华南大型农产品交易中心，是荔枝等特色农产品全国集散、定价中心，对接全国大型批发市场；三是电商直播渠道成熟，线上销售、直播带货规模大；四是品牌与溯源保障流通，区域公用品牌集群成型，全链条溯源体系完善；五是海关绿色通道高效，罗非鱼、荔

枝等出口规模大、覆盖广，跨境电商与海外仓助力农产品全球流通。

这种“种植—加工—流通”全链条贯通的产业集群，让茂名“土特产”具备了“批量生产、稳定供应、品质可控”的市场硬实力。

3.科技创新的技术积累

茂名立足荔枝、龙眼、化橘红、沉香、三华李等特色优势农产品，持续强化科技赋能，逐步构建起采收保鲜、智能初加工、精深加工、副产物综合利用于一体的农产品加工技术体系，为特色农产品高质量发展提供了坚实支撑。

采收保鲜与冷链技术方面，茂名以田头智慧小站为载体，全面推广预冷、清洗、分选、冷链一体化装备，有效延长鲜果货架期。其中荔枝超低温冻眼锁鲜技术实现突破性应用，突破鲜果保鲜难题，保障全年稳定加工供应，大幅提升鲜果商品率与市场竞争力。

智能初加工技术升级方面，龙眼加工形成智能烘干、自动化去核去皮、连续化生产等核心技术实现了节能降耗与品质提升，荔枝、三华李引入AI智能分选设备实现了标准化分级包装，化橘红建立规范化清洗、切割、烘干等饮片加工工艺以推动初加工向高效化、标准化转型。

精深加工技术方面，依托特色农产品资源，开发出荔枝特色产品(原浆、果酒、冷冻果肉)、化橘红特色产品(饮片、膏剂、含片)、沉香特色产品(精油、香品)、三华李特色产品(果脯、果酱)等系列产品，实现从初级农产品向休闲食品、健康饮品转型升级。

副产物高效利用技术方面，针对荔枝果皮、果核、果渣等副产物，攻克花青苷、皂苷、果胶等功能成分提取技术，同步开发酵素、有机肥、饲料等产品，推动全果利用、变废为宝，形成绿色低碳的加工模式。

与科研机构合作研发方面，茂名深化产学研合作，联合高校与科研院所搭建技术研发平台，形成一批专利技术与加工技术，推动加工技术成果转化应用。整体技术水平持续提升，有力推动特色农产品加工产业规模化、品牌化、高端化发展。

二、“广货行天下”背景下茂名“土特产”发展的实践突破

面对以往“土特产”“保鲜难、标准多、品牌弱”等生产发展瓶颈，茂名以现代产业构建、制度创新、塑造品牌等方面为切入点进行了一定程度上的探索，取得了一定成效，为“广货行天下”提供可借鉴实践路径。

1.持续提升产业链现代化水平

茂名“土特产”发展积极向初加工智能高效化、精深加工高值化、全组分循环利用、过程数字化、质量全程化、产业融合化转型。通过技术突破，延伸产业链、

提升价值链、保障供应链、重塑生态链。

第一，坚持政策引领与集群布局相结合。通过出台农业农村现代化、食品产业集群发展等系列规划，明确产业链升级路径。依托国家级、省级现代农业产业园，打造荔枝产业、化橘红、三华李等专业化加工集群、布局加工项目，完善产业配套，推动特色农产品向规模化、集聚化发展，筑牢产业链现代化的基础框架。

第二，科技赋能是产业链升级的核心动力。茂名深耕种业创新，建成全球最大的国家荔枝种质资源圃，选育优质新品种，拉长鲜果供应周期。同时大力推广智慧农业，运用物联网、卫星遥感、AI诊断等技术建设智慧果园，布局田头智慧小站，实现种植管护精准化、数字化，以科技革新提升生产端效率与品质。

第三，构建金融服务、人才培养等配套措施，为产业现代化提供保障。金融方面，推出荔枝贷、橘红贷、气象指数保险等特色金融产品与服务，破解农业经营主体融资难、融资贵、风险高问题。人才方面，实施新型职业农民培育工程，开展种植技术、电商运营等专题培训，培育一批数字新农人与产业人才。

经过一系列系统化、全链条的升级举措，茂名特色农产品产业链现代化水平显著提升，“土特产”发展规模持续扩大、效益稳步增长、带动能力不断增强，成为推动农民增收、农村繁荣的重要支柱产业。

2.以制度创新优化产品市场环境

茂名以制度创新为核心抓手，围绕组织模式、数字赋能、市场监管、政策保障等关键环节系统发力，优化茂名特色农产品流通环境，构建起高效、畅通、安全、低成本的现代农产品流通体系。一是建立跨部门统筹协调机制。通过统筹农业、商务、交通、市场监管、海关等部门资源，针对荔枝、三华李等时令生鲜实行“一季一策”流通保障机制，强化上市高峰期调度与应急处置，破解多头管理、协同不足等问题。二是针对不同市场需求，构建差异化的标准体系。对白沉香制定3项地方标准、7项团体标准及30项企业标准，与中国中检达成合作将检测标准纳入“国家队”体系。荔枝产业出台10项市地方标准，逐步对接欧盟等国际规范。罗非鱼公共检测服务中心实现养殖水、排泄物、产品等全环节检验检测，助力企业应对欧美严苛的食品安全标准。三是构建数字化流通制度。通过搭建三级农产品流通大数据平台，实现产量、价格、物流、溯源信息全程监测与共享，推行“溯源码+产地合格证”联动准入机制，推动批发市场、商超、电商平台标准化对接。

四是优化外贸流通便利化制度。

茂名海关开辟鲜荔枝农产品“绿色通道”

推行“5+2预约查验+优先出证”“提前申报+抵港直装”等模式，将属地查验时长缩短20%，实现9.6分钟快速通关。通过简化通关流程，以制度刚性保障物流体系持续优化，推进跨境冷链专线与多式联运衔接，助力罗非鱼、荔枝等特色产品拓展国际市场。

3.塑造文化符号，提升市场认可度

茂名以“五棵树一条鱼一桌菜”特色农产品体系为核心，通过历史挖掘、IP塑造、法治建设等方式，将土特产转化为具有辨识度、传播力与影响力的地域文化符号，走出了一条农产品品牌化与地域文化赋能的特色之路。

第一，茂名立足农业发展的深厚历史底蕴，为文化符号筑牢根基。通过将荔枝依托千年贡品文化并使其成为活态文化遗产，将化橘红千年道地药材史与非遗传基因确立为康养文化标识，让三华李、龙眼、沉香、罗非鱼等产品以独特的水土条件与传承积淀形成不可复制的地域文化底色。

第二，茂名推动农产品IP化转型，赋予文化符号鲜活生命力。以“520·我爱荔”打造荔枝情感IP，将鲜果转化为浪漫吉祥的文化载体；以“中国李乡”塑造三华李文旅IP，让李花与鲜果成为乡村振兴的文化名片；积极挖掘“好山好水好风光”并将其融入产品品质，构建起值得信赖的品牌符号。

第三，构建法治与标准体系为文化符号保驾护航。茂名出台古荔枝文化、化橘红保护专项法规，以立法守护文化根脉。通过强化品牌保护与地理标志保护、全链条溯源、电商直播、定制营销等方式，提升茂名特色农产品知名度与市场竞争力，拓宽销售渠道。

总的来说，从土特产到文化符号，农文旅深度融合让文化符号可感知、可体验，果园变景区、节庆成品牌、采摘变文旅，实现了从售卖产品到售卖文化与体验的升级，实现了农产品价值与地域文化的双向奔赴。这既提升了特色农产品的品牌溢价与市场竞争力，也让地域文化借助产业载体得以传承与传播，为乡村振兴与农业品牌建设提供了可借鉴的实践样本。

三、茂名“土特产”发展对“广货行天下”的范式贡献

茂名“土特产”践行“广货行天下”的实践，不仅取得了显著的经济成效，更蕴含着深刻的理论内涵，丰富了“广货行天下”的战略内涵，为区域特色产业提供了宝贵的理论范式。

1.把握“资源—产业—市场”核心价值转化范式

茂名“土特产”发展实践证明，“广货行天下”的核心要义在于将地区资源禀赋优势转化为市场优势。其本质是通过全产业链培育，将自然与文化资源

转化为产业竞争力，再通过技术、制度、品牌创新将产业竞争力转化为品牌价值。这一范式包含三个关键环节：一是资源识别与聚焦。茂名立足“五棵树一条鱼一桌菜”核心产业，避免同质化竞争，形成差异化优势；二是产业集群化培育。通过“生产—加工—流通”全链条布局，将分散资源整合为集群优势，降低成本、提升效率；三是市场精准对接。针对不同市场的需求差异，实施差异化的产品、标准、品牌策略，实现“一区一策”精准把握不同市场需求。这种“资源—产业—市场”的价值转化范式，为特色农业资源丰富的城市践行“广货行天下”提供了清晰的理论逻辑。

2.确立“特色化、协同化、国际化”发展逻辑

茂名“土特产”发展实践为“广货行天下”提供了三大启示。其一，特色是立身之本。“土特产”的核心竞争力源于其独特的地域属性。只有深耕本地资源禀赋，挖掘文化内涵，才能在全球市场中形成不可替代的优势。茂名荔枝、沉香等产品的成功，正是源于对地域特色的坚守与放大。其二，协同是发展之要。“广货行天下”并非单一主体的孤立行为，而是政府、企业、科研机构、农户等多主体协同的协同模式。只有形成强大的发展合力。这一过程，政府提供政策支持与基础设施，企业主导产品研发与市场拓展，科研机构提供技术支撑，农户保障原料供给。其三，国际化是提质增效之路。“广货行天下”的终极目标是融入全球产业链、价值链。只有通过标准对接、品牌国际化、渠道全球化，才能实现从“产品出口”到“价值输出”的跃升。只有主动拥抱国际市场，才能不断提升产业能级与品牌价值。

3.注重从“货行天下”到“品牌立天下”的价值升华

面向未来，“广货行天下”需在现有基础上实现更高层次的突破，从“货通天下”向“品牌立天下”跃升。一是注重地域特色产业能级再提升。通过培育地区特色产业，逐步推动其产业向百亿级规模迈进，深化“特色产业+”的融合发展模式，构建“世界香都”“中国荔乡”等产业IP；二是强化标准话语权，推动地方标准上升为行业标准乃至国际标准，掌握产业发展主动权；三是扩大品牌影响力。通过国际会展、文化交流、跨界合作等方式，让地区土特产成为代表中国特色产业与文化自信的全球名片；四是市场布局再优化，依托“一带一路”倡议与RCEP红利，在核心市场布局海外仓与区域分销中心，实现“本地配送、快速响应”，提升全球市场渗透率。(作者单位：广东茂名农林科技职业学院)