

里水鳗鱼“游”向全球餐桌

大峰水产跻身南海区出口注册水产养殖场行列

近日,随着广州海关一纸《出境特定动植物及其产品和其他检疫物生产、加工、存放单位注册登记证书》的颁发,位于里水贤鲁岛的广东大峰水产集团有限公司(大峰美丽渔场)(以下简称大峰美丽渔场)正式跻身南海区出口注册水产养殖场行列,成为南海第二具备鲜活水产品出口资质的企业。这一突破不仅标志着里水鳗鱼将“游”向全球餐桌,更彰显了里水高水平农业在国际化道路上的坚实步伐。



■广东大峰水产集团有限公司(大峰美丽渔场)投放鳗鱼苗。

开拓海外市场

推动优质农产品走向世界

大峰水产的出口突破,是里水镇高水平农业发展的一个缩影。这个位于珠三角的农业强镇,近年来以“科技赋能、生态优先、品牌引领”为战略,推动传统农业向现代化、国际化高水平农业转型。

当前,里水拥有7.65万亩农用地,占全镇总面积的1/3,以“三花一鱼”闻名全国。“三花”包括年产销900多万枝的百合花,种植面积超3000亩的三角梅,以及产销占全国30%、年产值超12亿元的蝴蝶兰。“一鱼”指年销售量达500万尾的观赏鱼。

目前,里水聚焦“种业+”,灏岚等企业探索出一批蓝莓新品种,“三花一鱼”正慢慢提升为“三花三鱼一稻一果”,成为里水响当当的高水平农业名片。此外,里水深耕特色品牌,形成花卉研发+产销、水产养殖+加工、蔬果粮食生产+加工+采摘等一二三产融合发展态势。

作为华南地区最大的蝴蝶兰生产销售中心,里水蝴蝶兰早在2024

年已经广州海关所属佛山海关驻南海办事处检疫合格出口至越南,这是里水本地栽培的蝴蝶兰首次出口海外市场,实现“零”的突破。

此外,广东智昊农业科技有限公司种植的蓝莓也实现了出口香港。基地负责人陈嘉浩介绍,为进一步推动基地蓝莓开拓海外市场,提高本地蓝莓产品的知名度和竞争力,智昊基地申请并成功获得了“出境新鲜水果果园注册登记”证书,有资质将蓝莓销往海外市场,接下来还计划销往越南等国家。

从蝴蝶兰、蓝莓香飘海外,到大峰水产的鳗鱼“游”出国门,里水农业正以“高标准、强品牌、可持续”的实践,书写乡村振兴的国际化篇章,让世界爱上“里水味道”。随着RCEP(《区域全面经济伙伴关系协定》)红利持续释放,未来,这个“三生融合”示范镇将进一步打通东盟、日韩等新兴市场,推动更多优质农产品走向世界,绘就农业高质量发展的壮丽画卷。



■大峰美丽渔场。

文/图 佛山市新闻传媒中心记者 陈志健

二十年深耕

全产业链铸就出口硬实力

作为广东省农业龙头企业,大峰水产的出口资质源于其二十余年来对鳗鱼养殖领域的专注与创新。企业目前已实现鳗鱼种苗培育、生态养殖、精深加工和销售出口一体化,构建了“从塘头到餐桌”的全产业链闭环。位于里水镇贤僚村的千亩渔场项目,是企业生态养殖的重要基地。“我们的核心竞争力在于‘全链条标准化’和‘生态优先’理念。从鱼苗到成品,每个环节都严格对标国际标准,这是

通过海关审核的关键。”渔场负责人卢杰森说。

在养殖环节,大峰水产的“科技基因”尤为突出。企业斥资对鱼塘进行标准化改造,引入自动化投喂系统、智能水质监测设备,实时调控水温、溶氧量等关键指标。卢杰森举例说:“鳗鱼对水质敏感,水温波动超过2℃就会影响生长。我们的系统能精准控制环境,确保鳗鱼始终处于最佳状态。”此外,渔场独创的“三池两坝”尾水处理系统,

通过沉淀池、过滤坝和生态净化池层层净化,使养殖尾水达到排放标准,有效减少养殖尾水对周边环境的影响。

“出口鳗鱼不仅要‘活得好’,还要‘长得美’。”卢杰森说,企业有着“分档秘籍”,在养殖后期,技术人员会对鳗鱼进行严格分级,按体型和重量划分为1-5“P”等级,每档相差约60克,“‘P值’越高,代表鳗鱼体型越匀称、肉质越紧实。这类产品主要供应日本、欧盟等高端市场。”

他透露,大峰美丽渔场将在5月中旬投放一批新鳗鱼苗,企业全年计划投苗450万尾,预计年产量达1500吨,产值突破2亿元。

为确保出口品质,大峰水产还建立了全程可追溯体系。“每批鳗鱼的投苗时间、养殖环境、检验报告等信息均可一键查询,客户扫二维码就能看到‘身份档案’。”卢杰森说,这种透明化管理不仅赢得了国际买家的信任,也为企业赢得长期订单打下基础。

全球布局+拓展市场 应对多变贸易形势

南海床垫企业宜奥科技坚持国内国外市场“两条腿”走路,实现稳中求进

“信心比一切都重要,我们有底气有信心应对挑战。”谈到如何应对市场变化,佛山市宜奥科技实业有限公司副总裁谭俊目光坚定,信心满满。

在采访中,谭俊指着数据进一步解释道:“美国本土的人工成本及部分材料采购成本比我们高不少。就拿原材料来说,国内供应链成熟度高,规模化生产优势明显。即便市场变化,我们产品的综合成本依旧具有竞争力。”

多年来,宜奥科技与全球供应商建立了深度合作关系,这些合作伙伴能够根据需求迅速调整生产规模,在保证供应的同时有效控制成本。正是源于对全球生产的前瞻布局,以及国内国外市场“两条腿”走路,宜奥科技在市场变化下,拥有了稳稳的战略定力。



■宜奥科技展厅。

实现全球生产布局 从容应对挑战

2018年,美国第一批长达1102项的加征关税商品清单中,床垫赫然在列。

“从2018年美国贸易政策发生变化时,我们就已做出预判,并着手进行全球生产布局。”谭俊透露,为规避贸易风险,宜奥科技迅速在东盟、北美等地区布局生产基地。

2018年,宜奥集团与国外客户合作在东南亚设厂;2020年,在美国开设工厂;2021年,于加拿大落子建厂。“海外设厂”战略的实施,与全球贸易形

势的变化紧密相关。

经历三十多年的代加工(OEM)后,宜奥集团于2018年开启跨境电商板块,迈出自主品牌建设的第一步。

“在海外建厂,从选址、拿地,到招聘工人、培训上岗,每一步都困难重重,但这是分散贸易风险、贴近区域市场需求的关键之举。”谭俊介绍道。如今,宜奥科技提前规划的全球工厂网络成效显著。在后续市场波动中,这些海外工厂如同坚固堡垒,为企业稳定市场份额提供有力支撑。

把握双循环与国补机遇 大力拓展国内市场

从市场占比来看,宜奥科技当前国内业务贡献20%营收,外贸仍为主战场,其中美国市场占集团总营收约30%。面对国际市场的不确定性,宜奥科技将积极把握双循环与国补机遇,大力拓展国内市场。

4月22日,宜奥科技以“未来可持续 生活新可能”为主题,举办品牌战略升级暨新品发布会,同时揭开其建设的宜骏工业园的神秘面纱。记者了解到,作为南海区九江镇最大的“工改工”项目,宜骏工业园计划于2025年9月底前完成二期8.4万平方米建筑物的拆除。工业园建成后,将吸引众多知名企业入驻,预计提供数千个就业岗位。

发布会上,宜奥科技不仅推出了新的品牌战略、搭载创新技术的“和”系列新品,还公布了全国招商政策,从多个维度重新定义绿色家居新生态。在谭俊看来,国内床垫消费市场潜力巨大。随着中国消费者健康睡眠及换新意识提升,国内床垫使用年限缩短,将带动更换需求增长。

统计数据显示,中国每年床垫销售数量约7000万张,且近年来增长迅速。但与发达国家相比,国内床垫行业仍有较大发展空间:我国床垫渗透率约60%,而发达国家已达85%;我国床垫更换频率低,49.8%的中国受访者正在使用超过5年的床垫,反

观美国,70%的家庭平均三年更换一次床垫,约20%的使用者认为床垫使用周期最好不超过三年。

2024年,各地推进家居国补政策,床垫因更换便利、较其他家具品类更易激发增量需求,渗透率有望进一步提升。

“依托40余年的制造经验沉淀,我们不断加大技术研发投入。这次推出的新品在材料环保性、产品智能化方面都有重大突破,我们就是要强化国内消费者对本土品牌的认同。”谭俊表示。从品牌定位、产品研发,到商业模式创新,宜奥科技正加速推动国货品牌升级,坚定地朝着从“制造”向“智造+品牌”转型迈进。

定制化+智能化 为消费者提供专属解决方案

创立于1983年的宜奥科技,专注床垫研发与生产42年,产品远销欧、美、澳、加等83个国家和地区,服务全球超5000万家庭,连续多年蝉联中国寝具行业“出口冠军”。

宜奥科技通过广泛调研发现,随着睡眠经济加速发展,消费者健康意识不断提升,改善睡眠质量的需求日益增长。市面上标配的睡眠床垫,难以满足孕妇、腰脊有伤者等特殊人群的身体需求;从儿童到长者,一张大众睡感的床垫也无法适配所有人;男女身高体重不同,对床垫支撑力度的需求也存在差异。

为此,宜奥科技将“定制化”与“智能化”相结合。面对市场变化与消费者需求,推出YS定制测试系统,专注个性化设计,针对儿童、老年人、孕妇等特定人群,以及不同使用场景,提供定制化床垫解决方案。该系统由宜奥科技自主实验室、国内专业睡眠机构、美国知名高校共同研发测试,能根据人体胖瘦4个指标、8个身体部分自然曲度的差异,匹配专属定制床垫。

如今,随着人工智能、大数据等技术深入应用,软体家居市场竞争愈发激烈,个性化睡眠解决方案已成为行业新趋势。以环保真空发泡海绵专利技术为核心,宜奥科技业务广泛,涵盖全球范围软床、床垫、枕头、舒压配件、床品等环保寝具产品的生产与销售。公司不仅引进进口生产设备,还自主研发核心原料,实现降本增效,成为全球寝具领域“优价优品”理念的坚定践行者。

“数字化与智能化改造是我们降本增效、提升竞争力的核心引擎。”谭俊在带领记者参观智能化工厂时介绍道。车间内,机器有序运转,工人有条不紊地操作着控制台。“通过智能化升级,我们的劳动力成本显著降低,生产效率提升了30%以上。一条生产线,过去需要几十人,如今少数工人就能轻松管理。”谭俊说。与此同时,企业的跨境电商业务蓬勃发展,旗下已拥有十余个自主品牌,形成“国内外市场协同发力”的多元化格局。

文/佛山市新闻传媒中心记者 罗曼 李年智
图/佛山市新闻传媒中心记者 韩贝特