



江门春秋国际旅行社

63-33333 33-22222 88-33668

广东省AAAAA级旅行社

全省仅9家 江门首家



广东地区诚邀门店加盟

加盟热线 陈生: 139-0258-0966



从侨乡『土货』到全球『香饽饽』

新会陈皮成为年货新宠

广货行天下·爆款江门造

“江货”年味迁徙图



新会陈皮村“吴村长”旗舰店举办新会陈皮年货节。



在新会陈皮村旗舰店，负责人任霞正在查看新会陈皮礼盒情况。

根植新会 三水融通间的千年匠心密码

新会陈皮的传奇，始于独特的地理禀赋。

新会，三山环抱，咸淡交融，三水在此汇聚融通，宛如大自然精心雕琢的摇篮。历经千年驯化培育的新会柑，在这方神奇的土地上汲取天地精华，与数百年的技艺传承相互交融，共同孕育出了誉满天下的新会陈皮。

自古以来，以新会陈皮为代表的广东陈皮，其道地性便逐渐得到医家的认可。时光流转至明清，新会陈皮更是荣登宫廷御用药材之列，广泛用于皇家药房的各类方剂之中。据《清宫医案研究》记载，清军用药对陈皮皮要求极为严苛，非新会陈皮不可。清代名医叶天士在诸多药方中，也特意强调需使用“新会皮”。清乾隆《广州府志》中更是明确记载“橘皮入药以广东皮为贵，出新会者最良”，足见新会陈皮在当时的尊崇地位。

2006年，新会陈皮与新会柑双双入选国家地理标志保护产品，成功跻身广东十大

广药之列，稳坐“广东三宝”之首的宝座。它怀揣着“一两陈皮一两金，百年陈皮胜黄金”的美誉，成为岭南大地鲜明的文化符号。此后，荣誉接踵而至，2011年，新会被授予“中国陈皮之乡”称号。

新会陈皮的独特品质，离不开精湛的炮制工艺。其炮制历史源远流长，明清时期，新会民间便已形成明确的陈化炮制方式。历经岁月沉淀，如今已形成一套包含“采摘、剪果、洗果、开皮、反皮、晒制、陈化、翻晒”等多道工序的完整技艺。每一道工序都凝聚着新会人的智慧与心血，以及对传统工艺的坚守，也潜移默化地塑造了新会人精益求精的工匠精神特质。2021年，中药炮制技艺（新会陈皮炮制技艺）成功列入国家级非物质文化遗产名录，这是对新会陈皮炮制工艺的高度认可。

在市场的浪潮中，新会陈皮展现出强大且旺盛的品牌活力，在中国地理标志农产品（中药材）区域公用品牌声誉TOP100榜单

上不断跃升，2024年更是荣获全国第一。然而，谁能想到，如今风靡全国的养生珍品，20世纪在新会本地却只是“不值钱的寻常物”。

任霞回忆道：“20世纪90年代我刚嫁过来时，陈皮根本不算值钱的东西！”那时的新会人，并未将陈皮视为珍宝，自家晒的陈皮，要么送给亲戚朋友，要么挂在灶台烟熏防霉，富余的便用来引火做菜。

彼时，新会陈皮走出岭南更是困难重重。江门市新会陈皮村市场股份有限公司董事长吴国荣回忆，10多年前，新会陈皮仅在珠三角及港澳地区小有名气，外省人大多对其闻所未闻。他们早年带着陈皮赴北方茶城推广，遭遇的却是“人家根本不知道是什么，直接被赶走”的尴尬境地。

如今，新会陈皮已华丽转身，开启了从新会走向全国，乃至全球的“品质迁徙”之旅，成为岁月沉淀的年货珍品，在新时代的浪潮中焕发出新的生机与活力。

破圈之路 从岭南街巷到全球餐桌

2月3日，新会陈皮村“吴村长”新会陈皮旗舰店的年货销售区热闹非凡，新会陈皮、陈皮花生、凉果琳琅满目，新开发的陈皮精油、护肤品也备受关注。

在江门市新会区合益生态农业有限公司工厂内，工人忙着赶制陈皮茶制品、打包发货，春节前订单量较此前增加10%。

传统广商铺里，新会陈皮礼盒成为送礼热门，供不应求。

……如今新会陈皮正跨越山海，成为全国消费者追捧的年货佳品，更香飘海外，跻身全球特色农产品热门赛道。

2011年，政府举办第一届新会陈皮文化节，正式启动产业扶持。

时代的浪潮，为新会陈皮“出圈”按下加速键。2016年—2021年，新会陈皮产业迎来快速发展期，热度一路攀升，实现了从区域特产向全国知名产品的华丽转变。

政府持续发力，通过举办各类活动不断扩大产业影响力。在吴国荣看来，此时“新会就是陈皮，新会陈皮就是新会的”文化底蕴逐步被挖掘，新会陈皮的影响力逐渐扩大。

与此同时，企业也主动“走出去”。深耕行业30余年的任霞，2014年创立“新会霞姐”品牌，并创立了新会霞姐陈皮有限公司。如今，在她的直播间里灯光璀璨，货架上摆满各类陈皮产品。她一边冲泡新会陈皮茶，一边与网友互动，分享辨别陈皮真假的经验。20世纪90年代，她骑单车卖鲜果，如今通过直播带货，一天销售额高达千万元，直营与合作店遍布全国。“以前北方人很少知道陈皮，现在不一样了，北京、黑龙江、山东等地的订单最多，尤其是春节前，陈皮礼盒最受欢迎。”任霞告诉记者。

江门市新会区合益生态农业有限公司总经理钟汝雄同样极具魄力与远见。2015年，他创立“柑柑好”品牌，反其道而行之，带着柑普茶闯北京。第一次参展，他打开玻璃罐让客户闻香体验，醇厚的香气吸引了众多客户下单。如今，“柑柑好”全国销售网点达30多个，山东、河南、陕西、河北等北方省份成了核心市场。“北方人喜欢花茶、白茶，而新会陈皮能和各种茶叶搭配，适配性强。”钟汝雄拿出一款年轻化包装的陈皮茶，“我们

针对20—30岁的年轻消费者设计了包装，融入新会元素和传统文化，现在很多年轻人过年送礼，会主动选这款产品，说既有品质又有颜值。”

新会陈皮产品的“出圈”，也离不开平台的搭建。新会陈皮村的崛起，为新会陈皮全国“出圈”写下关键一笔。2013年成立后，它定位为“一二三产融合的产业服务平台，链接种植、生产、销售端，进驻商家超280家，年均接待量超150万人次，成为全国消费者和客商的首选之地，还以文旅融合拓宽传播路径。

陈皮村的产业布局不止于国内，还以标准破壁叩开国际大门。“吴村长”品牌通过美国FDA认证，2023年在美国洛杉矶核心商圈设首家旗舰店，融入西方市场。2022年启动的二期产业中心，构建“学、研、产、城”创新体系，为企业出海提供全链条支撑。

数据见证新会陈皮全球化突破。2025年1月—10月，新会海关辖区企业出口新会陈皮及制品货值达289.9万元，同比增长89.45%。

未来可期 新会陈皮产业迈向新征程

在多元创新的时代浪潮下，新会陈皮这一年货珍品正焕发出全新的生机与活力，其未来发展前景广阔，充满无限可能。

众多从业者正积极布局，开拓新领域。任霞表示，未来将重点布局三大方向，开发陈皮口服液、陈皮面膜等健康美容产品，满足消费者对健康与美的追求；在东南亚设立仓储中心，将陈皮纳入“一带一路”健康食品，拓展国际市场；建立陈皮溯源系统，让消费者扫码即可查看种植、陈化全过程，保障产品品质与透明度。

钟汝雄聚焦茶饮赛道，将传统文化融入

包装，增加趣味性，满足年轻人送礼看重健康和颜值的需求，同时以深圳+新会的双中心协同运作，借助深圳的人才与信息优势，推动品牌发展。

吴国荣表示，未来将发力大健康领域，开发的陈皮精油、护肤品、香氛等陈皮衍生品受到消费者的喜爱。他表示：“我们希望更好地开发陈皮衍生品，让陈皮不只是年货，更是全年能用的健康好物。未来要深耕大健康领域，拓展更多养生保健产品。”

对于产业发展，吴国荣强调了标准化的重要性，“无标准即无未来，虽然企业已经行

动，但全行业的加工、收储、定价标准至今未完善，这让假冒伪劣的投机分子有机可乘，扰乱了市场秩序，损害了产业声誉。如果能结合大数据和地理标志保护，完善标准化体系，这些问题就能有效解决。”他还希望政府聚焦战略定位，支持陈皮产业中心建设，做大陈皮文化节，“陈皮文化节是产业推广的重要创新载体，希望政府更加重视，推动文化与商业深度融合，助力乡村振兴与‘百千万工程’。”

时代浪潮奔涌，新会陈皮站上风口。依托大健康赛道，新会陈皮正稳健前行。

七台河研学团走进侨乡 来20℃的江门 感受不一样的温暖与魅力

“江门很好玩，我们下次还想要来这里研学。”2月2日，11名10—14岁的黑龙江七台河“冠军宝宝”结束为期6天5夜的江门研学游。其间，他们走访了梁启超故居、开平碉楼与村落、赤坎华侨古镇、小鸟天堂等侨乡特色景点。在这次研学游中，七台河学子深入了解江门的魅力，搭建起两地文化交流合作的桥梁，推动南北文化深度交融。

文/图 江门日报记者 李银换



七台河“冠军宝宝”参观梁启超故居，并合影留念。



以冰雪淬炼坚韧 在粤海侨乡启航

在“行走的课堂”中收获成长

“少年智则国智，少年富则国富，少年强则国强……”1月30日，七台河研学团在梁启超故居举行。11名七台河“冠军宝宝”齐声朗诵《少年中国说》，尽显青春朝气。

研学之旅的首站，“冠军宝宝”来到梁启超故居。在参观展馆时，在讲解员的讲解下，他们详细了解梁启超先生“一门三院士，九子皆才俊”的家庭教育故事，深切体会到他融贯中西的治学理念和心怀家国的赤子之情。

在“行走的课堂”中收获成长。在参观展馆时，在讲解员的讲解下，他们详细了解梁启超先生“一门三院士，九子皆才俊”的家庭教育故事，深切体会到他融贯中西的治学理念和心怀家国的赤子之情。

在参观展馆时，在讲解员的讲解下，他们详细了解梁启超先生“一门三院士，九子皆才俊”的家庭教育故事，深切体会到他融贯中西的治学理念和心怀家国的赤子之情。

此次研学活动不仅是一次观光之旅，更是一场深度文化之旅。除了上述景点，

双向奔赴的南北情谊

此次研学活动，更是江门市与七台河市“江河相拥、双向奔赴”的生动体现，承载着两地深厚的南北情谊与文化交融的期许。

情系江河，筑梦成长。江门市与七台河市渊源深厚、联系紧密。自2017年两市建立对口合作关系以来，在领导互访、干部交流、政务服务改革、科技创新、产业经贸、文旅农业、园区共建等多个领域广泛对接、深度合作，取得了实实在在的成效。

南北互动，情谊绵长。2024年1月，“江门小醒狮”远赴东北，走进七台河市，领略冬日的冰雪风光，感受这座奥运冠军之城的独特魅力；同年12月29日晚，14位来自七台河市的“冠军宝宝”跨越4000公里，奔赴江门与“江门小醒狮”相聚，开启“江门三点三精彩之旅”。

为推动两地文旅深度融合，江门市与七台河市搭建起“南北研学资源共享平台”，签订了旅

游框架合作协议。目前，七台河市已与江门文旅投公司达成研学产品联创计划，依托南北资源互补优势，进一步擦亮“南来北往、江河四季游”特色品牌，有力推动了两市文旅产业协同发展。

江门市文化广电旅游体育局相关负责人表示，期待通过这次研学活动，让同学们收获知识、开阔眼界，更能在心中播下友谊的种子。同学们能成为两地文化交流的小使者，把七台河的侨乡故事分享给家乡的伙伴们，让南北情谊代代相传。

如今，七台河“冠军宝宝”的“江门三点三精彩之旅”仍在继续，江门侨乡的惊喜还有很多。在此，江门也向东北的家人们发出热情邀约：冬天，来20℃的江门，感受不一样的温暖与魅力，开启一场难忘的“江门三点三精彩之旅”，赴一场江河相拥的南北之约。