广货行天下·爆款江门造

侨脉连天下 广货走四方

面对构建新发展格局的战略要求，“广货行天下”必须借势而为，扬帆远航。这里的“势”，是数字经济蓬勃发展之势，是共建“一带一路”走深走实的态势，更是制造业与服务业协同融合、衍生转化的产业发展趋势。江门可以借“改革之势”，重塑贸易形态；借“法治之势”，拓展合作空间；借“侨力之势”，编织全球网络，推动更多优质广货乘风破浪、远销四海。

“坚持内需主导，建设强大国内市场”是2026年经济工作的重点任务。“广货行天下”春季行动，由政府搭台、平台助力、企业参与，依托产业优势和市场规模，畅通广东优质产品和服务的产销对接路径，进一步拓宽了供需匹配渠道，是落实中央经济工作会议部署的重要举措。据统计，2025年广东全省外贸进出口总额达9.49万亿元，外贸规模连续40年领跑全国。广货以其强劲的竞争力在全球市场成为“中国制造”的典范。江门作为中国著名侨乡，530多万江门籍港澳台同胞和海外侨胞遍布全球145个国家和地区，是广货出海的天然桥梁。借“广货行天下”东风，“江门制造”进一步向“江门智造”“江门创造”跃升，江门优品和侨都美食也成为广货走向世界的亮丽名片。

千年商脉续繁华

从唐宋“广州通海夷道”的千帆竞发，到明清“一口通商”的万商云集，广东始终是中国对外开放的“前沿窗口”，广货作为联通中外的经济符号，是这个“前沿窗口”最耀眼的“展品”。唐宋时期，广东陶瓷、丝绸沿着海上丝绸之路，乘风破浪远销南洋；明清以来，广彩、广绣、新会陈皮跟随侨胞的脚步，走出国门、走向世界。“开放包容、务实创新、品质至上”的基因，如同涓涓细流，深深融入岭南商贸的血脉之中，“广货行天下”的千年商贸底蕴，为“江门制造”乘“广货行天下”东风出海，注入了源源不断的历史滋养。

“侨脉连天下，广货走四方”精准勾勒出江门与广货出海的深厚渊源。530多万江门籍港澳台同胞和海外侨胞，如同散落世界各地的蒲公英，织就起一张覆盖全球、联通内外的侨脉网络，成为广货出海最天然的桥梁。历史上，江门人依托这份独特优势，将陈皮、凉果、传统五金等本土特产纳入广货体系，借着侨胞的脚步，远销海外，形成了“侨胞走到哪里，广货就卖到哪里”的独特商贸格局。

近代以来，江门侨胞以诚信为舵、品质为帆，在惊涛骇浪中开辟航路，成为“广货出海”最早的拓荒者之一，奠定了粤商“利从义生”的精神底色。

“江门制造”则以百年坚守生动诠释了“借侨势、做广货”的深刻真谛。李锦记深耕侨乡风味，将一碗传统酱料视作传世珍宝，经过代代匠心打磨，终成享誉全球的广货名片。进入新时代，数百万江门籍侨胞将资金、技术、渠道与人才的独特优势，化作连接国内国际双循环的关键纽带，持续为广货出海牵线搭桥。他们不仅是商品的搬运工，更是文化的传播者与标准的制定者，续写着“侨脉连天下、广货走四方”的时代传奇。

在数字化、智能化奔涌的时代浪潮中重提“千年商脉”，绝非单纯的历史回眸，而是立足新发展阶段让古老商道焕发新机的必由之路。传统商贸与现代科技深度融合，能够赋予广货新的时代内涵，让商脉通达天下、续写繁华篇章。

初心如磐志不移

当前，世界百年未有之大变局加速演进，全球产业链供应链加速重构。广东坚持制造业当家，推动产业基础高级化、产业链现代化，使广货在全球价值链中的地位显著提升。无论国际风云如何变幻，广东发展实体经济的决心从未动摇，推动高质量发展的信念始终坚如磐石。“广货行天下”春季行动，致力于构建一个集品牌展示、渠道对接、技术服务、文化交流于一体的综合性生态平台，以制度型开放倒逼深层次改革，是广东主动识变、应变、求变的生动实践，更是坚守实业报国、服务国家战略的初心宣言。

这份初心，体现在对“品质”的执着追求上。“广货行天下”的号角吹响，“江门制造”也加快了转型升级的步伐，积极打造广货出海“品质样板”，助力广东高质量发展。“十五五”时期，广东要培育千亿元级、百亿元级现代农业与先进制造业集群，“江门制造”成为集群建设浪潮中的“生力军”。江门将继续聚焦摩托车、小家电、陈皮深加工、装备制造等特色产业，以科技创新为引擎、以工艺升级为抓手，全力推动“江门制造”向“江门智造”“江门创造”华丽跃升。越来越多的侨乡企业加大研发投入，攻克关键核心技术，将新质生产力转化为实实在在的市场竞争力。无论是轨道交通装备出海，还是智能卫浴全球化布局，抑或是新能源电池海外建厂，都彰显出江门企业不甘平庸、勇立潮头的志气。

这份初心，也体现在对“乡情”的深切眷恋上。广大侨胞是广东发展的独特机遇和宝贵资源，侨脉优势与广东连续40年领跑全国的外贸规模同频共振。政府搭台，就是要将这份浓浓的乡情转化为合作的亲情、发展的友情。“广货行天下”不仅在推销优质产品，更是在传递中国故事、广东声音。坚守品质、精益求精的“匠心精神”，敢闯敢试、勇于突破的“创新精神”，开放包容、联通内外的“侨乡精神”，惠民利民、共生共富的“民生精神”都是广货承载的文化内涵与时代精神。这些既是广东精神、岭南文化的生动注脚，也是侨乡儿女精神风貌的真实写照，更是海外侨胞心系家乡、助力广货出海的家国情怀。全世界通过广货感知着中国发展的温度与力度，这种情感纽带，是任何商业合同都无法替代的坚实基石，也是我们在复杂国际环境中保持战略定力的重要支撑。530多万江门籍港澳台同胞和海外侨胞始终是广货走向世界的坚定支持者和传播者。

借势扬帆万里行

2026年，全省高质量发展大会聚焦主题是“制造业与服务业协同发展”。“十五五”开局之年，广东要以制造业之强牵引服务业之优，以服务业之优增进制造业之强，在“制造强省”与“服务高地”相互成就中打开产业发展的新天地。面对构建新发展格局的战略要求，“广货行天下”必须借势而为，扬帆远航。这里的“势”，是数字经济蓬勃发展之势，是共建“一带一路”走深走实的态势，更是制造业与服务业协同融合、衍生转化的产业发展趋势。

要借“改革之势”，重塑贸易形态。深入贯彻落实党的二十届三中全会关于“进一步全面深化改革”的要求，依托跨境电商、直播带货、大数据精准营销等新业态，打破时间空间的局限性，让广货能够更加直接、高效地触达全球消费者。江门应加快数字化转型，建设“云上广货”平台，利用区块链技术溯源保真，提升品牌公信力，让“指尖上的贸易”成为广货出海的新引擎。同时，探索建立与国际高标准经贸规则相衔接的制度体系，在数据跨境流动、知识产权保护等领域先行先试。

要借“法治之势”，拓展合作空间。紧扣党的二十届四中全会关于“完善涉外法治体系”的部署，为广货出海提供坚实的法律护航。充分利用自贸试验区、综合保税区等开放平台，推动规则、规制、管理、标准等制度型开放。江门要发挥其作为华侨华人文化交流合作重要平台的作用，探索“侨梦苑”等载体与“广货行天下”的深度融合，建立健全涉侨法律服务机制，为侨资侨企回国投资兴业、带动广货出海提供全生命周期服务，让企业在法治轨道上行稳致远。

要借“侨力之势”，编织全球网络。遍布全球的百万侨胞，是广货行稳致远的“护航员”和“联络员”。江门要建立健全常态化联络机制，引导侨胞从单纯的“带货人”向“合伙人”转变，在海外仓建设、售后服务、品牌推广等方面发挥更大作用。鼓励侨二代、侨三代利用其住在国的语言优势和文化认同，成长为“广货推介官”，使广货真正融入当地社会，实现从“走出去”到“走进去”的跨越。

潮平两岸阔，风正一帆悬。2026广东高质量发展再启新程，以“广货行天下”为契机，赓续千年商脉，坚守报国初心，汇聚磅礴侨力，推动更多优质广货乘风破浪、远销四海。让“侨脉连天下，广货走四方”为谱写中国式现代化的广东篇章贡献更大力量。

（王璇，五邑大学副教授）

侨都赋能 优品进阶

——“江门优品”助力“广货行天下”的实践逻辑

江门要以高质量发展驱动广货价值跨越，还需以系统性举措激活“江门优品”潜能，具体可通过四大工程构建多品类、高品质、强辐射的品牌发展体系，助力广货实现价值跃升。一是实施产业基础再造工程，筑牢“江门优品”供给信用。二是实施品牌价值深耕工程，锻造“江门优品”文化内核。三是实施渠道效能提级工程，重塑“江门优品”流通版图。四是实施侨力资源活化工程，拓展“江门优品”开放边界。

“广货行天下”是广东锚定高质量发展、塑造“美好生活、广东制造”品牌形象的重大战略。江门作为粤港澳大湾区重要节点城市和中国著名侨乡，兼具珠江西岸先进制造业基地与大湾区核心农产品保供区双重定位，既是广货的重要策源地与生产地，更是“广货行天下”的关键承载地与辐射枢纽。江门应借力“广货行天下”，以新会陈皮等农产品品牌成功实践为范本，将品牌培育模式向优势工业品等领域延伸，实现从特色农产品到先进制造业、从日用快消到高端装备的多品类优质供给，为广东建设制造强省、贸易强省提供独具特色的“广货行天下”侨乡方案。

时代方位：“广货行天下”视域下“江门优品”的战略定位

“广货行天下”写入2026年广东省政府工作报告，是统领全省产业升级、市场拓展、品牌塑造的重要工程，核心是将广东产业禀赋转化为全球市场价值捕获能力。广货既是地理标签，更是中国制造演进史的文化符号。在此背景下，“江门优品”先以农产品品牌建设夯基蓄能，再整合工业等产业优势形成标准化产品矩阵，成为广货体系中辨识度显著的侨乡支脉。

“江门优品”的战略价值源于地理、侨乡、产业三重禀赋的叠加效应：地理禀赋上，江门地处大湾区辐射粤西、联动大西南、对接东盟的黄金通道，为优品提供双向市场接入优势；侨乡禀赋上，530多万港澳台同胞和海外侨胞构成覆盖全球140多个国家和地区的跨国网络，大幅降低“江门优品”出海的信息与信任成本；产业禀赋上，江门涵盖31个制造业大类中的28个，以农产品品牌打造经验为标尺，萃取优质农工产品实现多品类优势转化。三重逻辑交汇，赋予“江门优品”三大战略定位：筑牢广货品质根基，以扎实产能为广货供给提供信任背书；链接广货内外循环，以侨乡网络成为广货出海枢纽；试验广货品牌创新，探索从农产品到多品类的区域公共品牌与企业品牌协同演进的本土范式。

禀赋激活：“江门优品”赋能“广货行天下”的深层机理

江门制造业的核心竞争力，在于全链条制造能力的系统集成，“江门优品”正是这一能力的产品化表达。新会陈皮三产融合的标杆效应、摩托车产业的供给韧性、恩平演艺装备的高端制造优势，无不彰显江门制造的硬实力；产业根基更将制造规模弹性升华为“江门优品”的供给信用，而农产品品牌培育中形成的标准制定、溯源管理、文化赋能经验，成为优品向多品类拓展的核心支撑，这正是“江门优品”赋能“广货行天下”的根本依托。

530多万江门籍港澳台同胞和海外侨胞构成的跨国社会网络，是优品出海的稀缺资源。侨商以自身信誉化解海外品牌陌生感，推动“江门优品”直入海外市场，还能反向指导产品规格、包装、叙事等适应性改良。其深层逻辑是文化认同——“江门优品”承载五邑乡愁，“乡愁经济学”让农产品率先在海外华人圈破圈，这套成熟的传播路径可以向多品类复制，辐射当地主流市场，形成品牌传播的侨乡特色。

“江门优品”向多品类拓展的关键，并非简单套用农产品品牌经验，而是依据工业品技术密度高、渠道专业性强等特点，在品牌叙事、标准设定、海外认证等环节进行适应性再造，并通过各类平台推动“江门优品”实现从“产地证明”到“品质证明”、从“农产品区域名片”到“广货多品类代表”的认知升级。

思辨进路：“江门优品”潜能释放的核心挑战

“江门优品”赋能“广货行天下”有其明显的优势，但优势发挥仍面临结构性制约，潜能释放尚需突破三大瓶颈。

其一，产业规模与品牌势能失衡。“江门优品”目前更多是扮演“广货生产者”的角色，全国性消费认知品牌集中于新会陈皮等少数品类。

其二，侨乡网络“广覆盖、浅合作”的结构性短板需进一步突破。侨资源是江门独特的渠道资源，但当前侨商与产业端对接还未完全形成制度化、常态化的产贸融合机制。

其三，区域品牌与企业品牌博弈。公共品牌助力中小企业快速建立市场信任的同时，易对企业自主品牌形成挤出效应，部分企业若满足于“搭便车”而不愿在品牌建设上持续投入，易陷入“公共品牌强、企业品牌弱”的结构性失衡。这是区域公共品牌培育中普遍面临的激励悖论，考验着政策设计的精细化程度。应对这些挑战，江门需跳出线性思维，坚持辩证施策。

实践路径：以四大工程助力广货实现价值跃升

立足侨乡禀赋、紧扣产业实际、聚焦瓶颈突破，江门要以高质量发展驱动广货价值跨越，还需以系统性举措激活“江门优品”潜能，具体可以通过四大工程构建多品类、高品质、强辐射的品牌发展体系，助力广货实现价值跃升。

一是实施产业基础再造工程，筑牢“江门优品”供给信用。聚焦食品、摩托车、演艺装备、新能源装备等核心产业，实施“链主”企业培育计划，并支持“链主”企业开放供应链平台，带动中小企业数字化、绿色化转型，将产业集群优势转化为标准制定权与定价话语权。依托江门双碳实验室等平台，开展共性技术攻关，以技术溢价注入持续升级动能。

二是实施品牌价值深耕工程，锻造“江门优品”文化内核。推动“江门优品”从区域品牌向城市品牌升级，联动文旅、侨务、外宣等资源，以农产品品牌海外认知度带动工业品类曝光，让“江门优品”成为世界认知侨都、感知广货的岭南文化载体。构建品牌价值评估与激励体系，探索授权使用与动态退出机制，发布“‘江门优品’品牌价值榜”，对自主品牌建设成效突出的工业品类企业予以金融和政策激励。

三是实施渠道效能提级工程，重塑“江门优品”流通版图。江门要进一步织密国内统一大市场网络，深化与头部商超、社区电商、高速公路服务区运营商合作，设立“‘江门优品’专区专柜”，实现农工品类同步展销；参与“广货行天下”系列活动，推动多品类优品深耕国内、扬帆出海。构建侨商协同出海服务体系，支持海外侨团侨企建设展示体验中心、海外仓，将农产品与侨商合作的成熟模式复制升级，探索“前置仓+直播+即时配送”模式覆盖多品类；建立侨商采购信息共享平台，实现供需精准匹配。依托“侨都咖啡”打造“咖啡+优品”等跨界消费场景，发展工业旅游、农业旅游、非遗研学，将“产地”转化为“买地”，实现多品类优品体验式营销。

四是实施侨力资源活化工程，拓展“江门优品”开放边界。探索推广农产品领域“侨商预购+保底收购+收益分成”契约模式，构建新型侨商合作机制，增强多品类合作稳定性；设立侨商产业引导基金，支持侨资以股权投资、技术合作、品牌联名等方式参与多品类优品研发设计、品牌运营等高附加值环节。依托华侨华人国际商事调解中心等平台，为多品类企业应对海外贸易纠纷、商标抢注等风险提供专业支援，建立海外知识产权信息预警平台，护航多品类优品出海。

“广货行天下”是新时代广东从制造大省迈向制造强省、贸易强省的战略航标，“江门优品”在“广货行天下”过程中有着独特的使命和优势。其独特之处，在于以农产品品牌建设为起点，系统集成并协同释放产业硬实力、网络软实力、品牌巧实力、通道实效力，将农产品品牌培育经验拓展至多品类，成为广货体系中兼具制造基因、侨乡血脉、文化底蕴与开放基因的特色支脉。江门当将这一优势转化为使命担当——把“江门优品”从区域好物锻造为多品类全国品牌、进而走向世界，以优品为载体、以侨乡为纽带，将多品类品牌建设的侨乡经验融入广东制造走向全国、广东品牌闪耀全球的壮阔征程。

（詹雨鑫，江门职业技术学院副教授）

江门当以国家地理标志产品赋能“广货行天下”

江门作为粤港澳大湾区重要节点城市、中国侨都和制造业重镇，应充分发挥侨乡资源、特色产业与国家地理标志产品多的优势，主动担当作为，为“广货行天下”提供侨乡实践。江门可依托全省最大规模大型产业集聚区、大湾区唯一承接产业有序转移主平台，推动蓬江健康食品产业等县域特色产业与国家地理标志产品深度绑定，打造“一县一主业、一业一地标（国家地理标志产品）”格局，让县域特色产品成为广货细分领域的“拳头产品”。同时，深化政企协同，构建“政府引导、企业主导、市场运作、社会参与”机制：政府要强化政策扶持、平台搭建、服务保障，为国家地理标志产品参与“广货行天下”铺路搭桥；企业要发挥主体作用，深耕研发、提升产品品质，以国家地理标志产品赋能广货升级。

“广货行天下”是省委、省政府立足新发展格局、推动产业升级与品牌强省建设的重要部署。江门作为粤港澳大湾区重要节点城市、中国侨都和制造业重镇，应充分发挥侨乡资源、特色产业与国家地理标志产品多的优势，主动担当作为，为“广货行天下”提供侨乡实践。面向未来，江门将持续锚定战略目标，以国家地理标志产品为核心支点，深化侨乡特色与广货品牌融合，全力打造“广货行天下”侨乡示范样板，以实干实绩为广东产品、广东品牌走向全国、迈向全球贡献江门力量。

明晰国家地理标志产品赋能广货的核心定位

“江门优品”，尤其是江门的国家地理标志产品，是广货品质的“金字招牌”，更是江门赋能“广货行天下”的核心抓手。省委、省政府高度重视“广货行天下”，强调“做强做优区域特色产业，让更多广东好货走向全国、走向世界”，要求各地立足资源禀赋培育特色标杆，推动广货品质升级与市场拓展。作为粤港澳大湾区制造业高质量发展主战场、中国侨都，江门已培育了16个国家地理标志产品、17家“广东老字号”，坐拥781家省级专精特新中小企业、27家国家级专精特新“小巨人”企业和5家国家级重点“小巨人”企业。国家地理标志产品与优势产业深度绑定的基础扎实，理应扛起“以国家地理标志产品赋能广货”的责任担当，切实把国家地理标志产品的独特优势，转化为广货市场竞争优势。

改革开放40多年来，广货以优品质、好口碑、强创新成为中国品牌名片，而新会陈皮、台山鳗鱼、鹤山红茶等产于江门的国家地理标志产品，正是以区域特色、生态禀赋、工艺传承为广货品质背书的关键载体。2025年，江门地区生产总值稳步攀升，新会陈皮全产业链产值突破283亿元，带动逾8万人就业，形成深加工、文旅融合的多元产品体系，印证了国家地理标志产品的产业带动力。江门推动国家地理标志产品赋能广货行天下，既是落实省委、省政府部署的具体行动，也是“制造业当家”与侨乡资源转化的双赢路径，更是江门在全省战略中彰显特色价值的必然选择。

构建国家地理标志产品赋能广货的合力路径

江门以国家地理标志产品赋能“广货行天下”并非单一领域的“独角戏”，而是需统筹政策、产业、侨资源的系统性工程，必须构建多维度协同合力路径。立足大湾区建设全局，江门要将国家地理标志产品发展全面融入全省“广货行天下”布局，主动对接省相关部门政策、资金、平台支持，实现“江门优品”标准与全省广货标准体系衔接、“江门优品”市场与全省广货市场联动。同时，江门可依托全省最大规模大型产业集聚区、大湾区唯一承接产业有序转移主平台，推动蓬江健康食品产业等县域特色产业与国家地理标志产品深度绑定，打造“一县一主业、一业一地标（国家地理标志产品）”格局，让县域特色产品成为广货细分领域的“拳头产品”。深化政企协同，构建“政府引导、企业主导、市场运作、社会参与”机制：政府要强化政策扶持、平台搭建、服务保障，为国家地理标志产品参与“广货行天下”铺路搭桥；企业要发挥主体作用，深耕研发、提升产品品质，以国家地理标志产品赋能广货升级。激活侨乡优势，推动“侨”与“货”深度融合，依托530多万江门籍港澳台同胞和海外侨胞串联起来的全球网络，为“江门优品”，尤其是国家地理标志产品出海搭建“桥梁纽带”，形成“政策+产业+侨资源”三维协同赋能合力。

推动国家地理标志产品优势转化为“广货行天下”的实效

落实省委、省政府“品质提升、渠道拓展、品牌塑造”要求，江门聚焦五大核心举措，推动国家地理标志产品优势转化为“广货行天下”的实效。一是以标准筑基强品质，借鉴鹤山打造“鹤山优品”的“四统一”（统一品牌标识、统一生产标准、统一质量检测、统一包装设计）管理机制，推动新会陈皮等国家地理标志产品建立高于国标的地方标准，3项标准纳入大湾区协同目录，并搭建起区块链质量追溯平台。目前江门国家地理标志产品专用标志使用企业644家、用标量超4133万个，两项指标均居全省第一，为广货品质筑牢支撑。二是以品牌赋能增产值，在全省率先打造“江门优品”市县镇三级行政区品牌矩阵，以“江门优品”品牌建设为核心，优化包装与视觉设计，融入侨乡文化元素，提升品牌影响力与美誉度，为侨乡特色产品发展奠定坚实基础。2025年，新增国家地理标志产品13个、全省第1，陈皮、大米、鳗鱼、马冈鹅、茶叶、禽蛋六大特色优势农业全产业链产值889亿元、增长10.6%；“江门优品”品牌产品累计销售额5亿元，农特产品供销两旺。同步开发“侨乡IP+地标产品”系列，以文化赋能增强市场竞争力。三是以渠道拓面扩市场，国际端依托珠西物流中心和澳门服务站，带动新会陈皮、台山蚝、台山大米、鹤山红茶、马冈肉鹅等江门地标产品出海，巩固拓展外贸外资。2025年，江门外贸进出口总额1978亿元、同比增长3.2%，规模居全国第37位；新会陈皮出口货值同比大幅增长，台山蚝、鹤山红茶等地理标志产品通过澳门服务站、珠西物流通道直达葡语国家及共建“一带一路”国家市场，服务外商水平与侨乡地标产品国际影响力同步提升。四是以产业强基固支撑，加快产业链创新链融合发展，2025年新增75家省级创新型中小企业、2家省级企业技术中心，新认定陈皮、智能机器人、海工装备3家产业技术创新联盟。农业领域复制新会陈皮全链条模式，推动台山鳗鱼、鹤山红茶深加工，新会陈皮深加工产品占比达68%；工业领域培育摩托车、新能源电池产业链配套企业400家以上，以优质企业集群夯实赋能基础。五是以侨为桥促出海，深化“侨都赋能”工程，借助世界江门青年大会搭建全球采购渠道，激活侨力打通市场壁垒，将侨优势转化为发展胜势，让“江门优品”稳步走向全球。2025年举办多场“侨企对接会”，组织20余家本地企业与海外侨团、侨商云端洽谈，侨乡系列优质商品目前已覆盖农产品、五金制品、新能源等多个领域，形成“侨乡带地标、地标促广货”的良性循环。

夯实国家地理标志产品赋能广货的长效路径

省委、省政府强调，要深化改革创新，完善政策支持体系，为广货行天下提供有力保障。这与党的二十届四中全会关于深化改革、优化发展环境的部署一脉相承。江门当以制度创新为抓手，构建全方位保障体系，确保实践路径走深走实。

第一，要设立国家地理标志产品发展专项基金，重点扶持品牌培育、技术创新、渠道建设，落实税收优惠、融资贴息等政策，降低企业参与成本，激发市场主体活力。

第二，要完善国家地理标志产品相关知识产权的保护机制，严厉打击侵权假冒行为，维护“江门国家地理标志产品”品牌信誉。

第三，要建立市县联动、部门协作的工作专班，定期破解堵点难点，加强省内外交流合作，学习国家地理标志产品培育、广货推广先进经验，形成上下贯通、左右协同的工作格局。

第四，要建立出口风险预警机制，指导企业应对国际贸易壁垒，规避市场风险；同时，加强产业规划引导，避免同质化竞争，推动新会健康食品、江海智能家电等省级外贸转型升级基地提质增效，让江门成为全省以“国家地理标志产品赋能广货”的区域协调发展支点，为“广货行天下”提供持续稳定支撑。

（王文杰，市委党校教授）