

消费牵引产业链 田野连接大市场

——江门零售端促进乡村特色产业种植观察

今年9月初,商务部等4部门办公厅印发通知,公布了第二批32个全国零售业创新提升试点城市名单,江门榜上有名,与东莞一同成为广东省仅有的2个入选城市,仅次于首批入选的广州、深圳。

相关分析指出,江门入选,形成了区别于省内其他城市的差异化竞争力,除了区位优势彰显、侨乡资源独特和近年在商圈改造、首店经济等方面颇有建树,还得益于江门大力打造消费IP,在产业制造与场景消费双向赋能方面呈现出新的气象。

在当前“百千万工程”如火如荼开展的背景下,零售业的创新提升,会对乡村发展带来

哪些影响?近日,记者聚焦江门茶饮、咖啡、香品领域进行了深入走访,了解零售端活力与农特产品种植之间的互动情况。

记者发现,新中式茶饮品牌从这里出发走向全国,香水柠檬的种植版图随之扩张;“侨都咖啡”的本土种植曾是“一片空白”,如今已突破千亩,正在补齐最薄弱的一环;作为传统祭祀用品的新会小冈香,正面临着向生活方式消费品转型的考验,作为香品原材料的沉香,则在市场带动下不断扩大种植规模。一杯茶、一杯咖啡、一缕香……3条产业链上,“产业+消费”融合探索步伐不止,消费端的品牌势能已然渗透到田间地头。

文/图 江门日报记者 凌雪敏 张茂盛

A

B

C

茶饮产业方兴未艾 清甜果香漫溢五邑山野

在台山市端芬镇寻皇村,成片的香水柠檬树覆盖田间地头。这个藏在大隆洞水库深处的小山村,10年前村集体年收入仅10余万元,2025年已攀升至71万元。转折点出现在2021年,茶饮消费井喷,柠檬茶成为各大新茶饮品牌的流量密码。

“那时候茶饮店像疯了一样扩张,不少产区的鲜果紧缺,我们的香水柠檬刚好补上缺口,头部的茶饮品牌便找到了我们。”寻皇村委会副主任廖昌武的这句话,道出了消费端“倒逼”一产的底层逻辑。目前,村里100多户人家几乎都种上了香水柠檬,种植面积达700多亩。

记者了解到,刚过去的7月、8月,寻皇村香水柠檬最高卖到28元/公斤,而淡季拿货不过4—8元/公斤。价格的剧烈波动,则折射出消费端对一产的强力牵引。

寻皇村只是台山乃至江门香水柠檬产业的一个缩影。相关报道显示,截至2025年底,江门全域香水柠檬种植2.85万亩、产量5.1万吨,是国内新式茶饮产业重要的香水柠檬原料基地,其中在台山、恩平等地,柠檬种植版图扩张十分迅速。

这些卖遍全国的香水柠檬,自然首先流入江门本地茶饮消费端。在被称为“新中式茶饮发源地”的江门,现制茶饮领域有喜茶、烧柠等品牌,全国布局超3000家门店,年均研发新品超1000款,它们就对本地柠檬种植产业提出了海量需求。“茶饮市场稳定的消费需求,可以传导至上游农户,让农户敢于投入种植。”江门市商业协会茶饮专业委员会主席、江门市潮嘉食品有限公司总经理蒋雄辉说,“企业向下游给出收购标准,对果型、个头、农残、品质作出明确要求,倒逼种植标准与产品质量升级。”

从种植一颗香水柠檬到融入一个百亿级产业集群,江门茶饮产业形成了涵盖原材料供应链、产品研发培训、品牌孵化发展的完整产业链。蒋雄辉介绍,潮嘉食品上游对接台山、开平、恩平等地的种植基地,企业也自有香水柠檬种植基地,“江门本地香水柠檬种植品质优于周边城市,在行业内认可度高”;中游完成原料加工;下游既供给线下茶饮门店,也开发糖浆、原液、茶包等新零售产品,覆盖家庭、办公饮用场景,供应国内大量茶饮品牌以及线上新零售渠道。其运营模式,很好地反映了江门茶饮产业的现状。

在蒋雄辉看来,江门茶饮既要深挖地域特色,依托新会陈皮、小青柑、香水柠檬、咖啡等特色原料打造代表性产品,同时结合文旅、文创,实现融合发展;也要向外拓展市场,推动江门特色茶饮产品走向全国,乃至海外市场。“越来越多华侨在海外开设茶饮店,回来江门考察采购本土特色原料。”他补充道。

江门茶饮的产业逻辑,为其他品类提供了一个参照样本:消费端有确定性,一产才有安全感。

“侨都咖啡”名声渐响 本土深耕“种”出精品咖啡

“侨都咖啡”的消费端与加工端早已声名在外——全市拥有近2000家咖啡店,每万人咖啡店数达5.64家,位列全国前五;2025年烘焙咖啡豆产量超1万吨,约占全国10%,出口货值占全国22%。在全国地级市中,这样的消费与加工体量堪称亮眼。但种植端长期以来是“一块空白”的状态。

位于开平天露山麓的森澜咖啡庄园,用5年时间证明这片土地可以种出精品咖啡——

2019年赴云南引种,2020年种下第一株苗,2025年10月实现丰产。如今庄园种植咖啡树达2万株,覆盖约300亩,培育了瑰夏、SL28、SL25等6个优质品种。2026年,庄园的瑰夏咖啡豆在第四届中国侨都(江门)咖啡文化节冲煮大赛中助力选手获得季军,打破了广东仅能小面积试种、无法规模化量产精品咖啡的行业困局。

“庄园目前虽只有几吨咖啡干果,但杯测质量大大超过预期。”森澜咖啡庄园负责人彭水旺介绍,“尤其是与有着几百年种植历史产区的世界知名咖啡豆同台竞技还获得了奖项,这让我们备受鼓舞。”尽管森澜咖啡庄园的豆子在万国咖啡项目、侨都咖啡节等活动平台获得了不俗的曝光度,彭水旺还是清醒地看到,庄园产量、豆子品质尚未十分稳定,作为新面孔与本地烘焙商甚至门店开展合作,还是需要从一个从知晓到信任的过程。

“你不做,怎么知道行不行呢?一定没问题的。”江门市商业协会咖啡专业委员会主席、诚品咖啡品牌创始人汤锦卿对江门种植咖啡豆的前景信心很足,“我们尝试过把江门的豆子与云南、海南的精品咖啡放在一起杯测,业界评价很高。”在她看来,未来咖啡市场发展前景广阔,咖啡豆从来不缺市场。行业数据显示,国内咖啡年需求30余万吨,产量仅约10万吨,存在巨大供给缺口。汤锦卿认为,市场既需要高端精品豆,也需要高性价比商业豆。仅局限在小范围进行精品种植,江门产区只能维持在“小众圈层”,难以释放商业经济价值,需要提升整体产量。

“要打出名堂,应该以瑰夏等精品豆打响产区名片,借助赛事、推介活动和现有品牌宣传,同时也要以商业豆补齐产量。”汤锦卿介绍,“侨都咖啡”品牌在全国不少大城市已经拥有较高知名度,具备依托现有品牌、赛事活动联动推广本土咖啡豆的条件。江门曾开设专场推介会推广本地咖啡,接下来也希望在条件允许时选用江门咖啡豆作为华侨华人冲煮大赛指定用豆,进一步扩大江门产区在从业者和消费者中的知名度。

政策正在激发咖啡豆种植潜力。2026年5月,江门印发《江门市促进“侨都咖啡”产业高质量发展行动方案(2026—2028年)》,提出构建“1+2+5”咖啡产业体系——一个天露山精品咖啡种植产业带、两大产业平台和五个县域特色咖啡产业基地。新会区供销社截至2026年5月底已完成咖啡种植200亩、1.3万株,主推卡蒂姆这一品种,探索“林下套种”,并搭建“供销社+示范基地+农户”利益联结机制,制定鲜果分级收购标准。恩平全域种植224亩,布局4个镇,台龙农场育苗10万棵,计划年底达500亩。目前,全市咖啡树已超9万株,种植面积突破千亩。

从消费端、加工端的声音在外,到种植端的零的突破,“侨都咖啡”的香气正从杯口向田间延伸,推动着一场“逆向补链”。“这为江门咖啡烘焙、零售等从业者打开了新的发展空间。”汤锦卿说。

“情绪经济”市场火爆 香品与沉香产业齐头并进

区别于江门茶饮和侨都咖啡“消费端快步前行,种植端努力追赶”的叙事,江门香品与沉香之间的“两端故事”,在“情绪经济”市场火爆的当下,多了些齐头并进的味道。

新会小冈香有着近700年的产业积淀,集聚超1850家上下游企业,年产值达33亿元,产品远销140多个国家和地区。“有华人的地方就有小冈香”,这句话彰显了其产业实力与行业地位。

近年来,伴随消费升级,大众愈发看重情绪疗愈、康养养生,这不仅牵引着江门香业发展,也同步推动了沉香等香品原材料的本地种植、加工产业扩面提质。

9月上旬,记者走进新会区的多家芳香企业展厅,发现除了香品之外,沉香沐浴露、安神香皂、康养贴剂、天然精油、沉香茶、文创手串等新品琳琅满目,更适配当代人轻养生、情绪减压的消费需求。

“新冠疫情后,大众健康养护意识大幅提升,沉香定心安神、养护神经的功效备受认可。”新会区村香沉创始人邓延青表示,当下沉香消费早已跳出传统祭祀、收藏场景,闻香品茶、居家香薰、康养理疗正成为日常消费主流,企业也更多参与到健康时尚、情绪疗愈赛道。

不少企业融合古法蒸馏、超临界减压萃取技术,精准提炼沉香活性精油,同时创新调查工艺,优化香韵体验。”新会区双水镇人大原主席、四级调研员黎伟南补充道,小冈香的省级非遗制香工艺成熟、外贸渠道广阔,如今基于市场需求,不少企业纷纷摒弃同质化低端赛道,深耕高附加值领域,对原材料沉香的品质要求也水涨船高。

传统香品市场的火热、创新产品赛道的拓宽,正在唤醒江门沉香种植端的发展自觉,以扭转过往“重加工、轻种植”的产业短板。目前,新会正在制定芳香产业高质量发展有关规划,这份讨论稿里明确提到,要“夯实种植基础,保障原料供给”,并提出“依托新会适宜的自然资源条件,有序推进沉香、檀香等名贵香料扩面种植”“加强与科研院所合作,建立香料种质资源保护中心与优质种苗繁育基地”“推广科学种植与结香技术”等具体计划。

记者了解到,目前新会沉香业界不少投资者已经在罗坑、三江、崖门等地开展沉香种植。“我们在三江镇也种植了100多亩。”邓延青说。

在台山、鹤山等地,沉香特色产业正蓬勃发展。其中,台山市深井镇是五邑地区沉香发展较早、覆盖面更广的地方,该镇依托深厚的森林基础,从2012年以来就开始推动奇楠沉香规模化、产业化、专业化种植,目前,全镇沉香种植面积约540公顷,种植户(含企业、个人)近40户,产供销发展形势喜人。

而在鹤山,沉香的规模化种植也已进行了6年,目前开始进入收获期。2018年,深耕园艺行业多年的梁冰珊看准全球沉香市场供不应求的发展机遇,落地鹤山市宅梧镇布局沉香规模化种植,创办鹤山市一盞沉香科技有限公司。记者日前在其种植基地看到,智能化育苗大棚里雾化喷淋、自动遮阳设备全程运转,精准调控棚内温光湿度,实现苗木标准化培育。“当下江门沉香产业还在起步阶段,我们坚持以基地扩面、品质升级为核心,用规模化种植夯实原料基础,以品质塑造行业口碑,为品牌化发展铺路。”她介绍,目前,鹤山市沉香协会覆盖的种植面积超1.2万亩,其中一盞沉香的6000多亩种植基地累计育苗突破155万株,年产值超2亿元,今年预计收成沉香植株5万株。

值得关注的是,文旅消费、技能消费的新需求,进一步打通了产销联动壁垒。随着沉香康养、香道体验成为新兴文旅赛道,越来越多城市消费者专程前往沉香基地观光,体验沉浸式疗愈。“消费者实地体验后,对沉香的认可度有望大幅提升,带动香品等终端产品销量增长。”梁冰珊表示,文旅体验赋能产品销售,产品热销又促进基地扩面提质,形成良性循环。

他山之石

云南咖啡以赛事打响名堂 宜兴紫砂助手艺人立品牌

云南咖啡的发展路径值得江门细看。2015年,中国咖啡联盟以“云南咖啡杯中冲煮大赛”为平台推广云南咖啡,赛事让从业者深入产区了解豆性、建立信任。历经多年培育,云南咖啡沿着商业豆路线发展,并跨越至精品级市场。这表明,产区认知的建立需要长期投入,赛事推广是行之有效的抓手。

宜兴紫砂则提供了另一条路径。抖音发布的紫砂产业电商报告显示,紫砂陶瓷商家数量超过5700家,全年销售额接近70亿元,其中紫砂壶销售额约56亿元,占总销售额的80%。一批2000年后入行、具备一定技艺基础和独立创作能力的中青年手艺人,他们通过打造个人IP、参与民间展览、构建粉丝群体的方式来推广产品。宜兴则在数字化层面推广“一壶一码一证”区块链技术,为1000多位手艺人作品确权,助力他们树立品牌、开拓市场。小冈香可以借鉴宜兴紫砂经验,支持一批愿意做品牌、做内容的中青年香人,以此培育由中青年从业者以及支持其产品、品牌的消费者共同支撑的细分市场。

记者手记

让田间地头接稳 消费市场的“橄榄枝”

在江门街头走一圈,台山香水柠檬的清香,新会小青柑的甘润,开平天露山咖啡的果酸,还有小冈香隐约的烟缕,展现了这座城市独特的“消费表情”。江门正式入选零售业创新提升试点城市,这不只是一块商贸招牌,更是一次让种植端随消费端同步向更高水平跃迁的契机。

零售创新,早已不是把货物摆上货架那么简单,情绪价值正在成为潮流消费的新“硬通货”。江门消费端的热度并不缺,难的是把市场的热度转变为田间地头的确定性,零售业创新提升试点城市的意义,正在于此。江门可以先行先试,把消费端的情绪价值、潮流场景,转化为种植端的订单、标准和品牌。让消费者为“产品背后的故事”买单,让种植者因稳定增收而安心。香水柠檬做到了,咖啡豆没有理由做不到,沉香也有机会做到。

零售创新,最终实现的是更好地连接人与土地、城市与味道、潮流与乡土。当三产跑在前面,一产稳稳接住消费市场额的“橄榄枝”,江门的香水柠檬、咖啡豆、沉香以及更多农特产品,才可能真正从“种得好”走向“卖得好”。



经过多年努力,森澜咖啡庄园已经能产出多款咖啡豆。图为庄园种植的咖啡果。



沉香已经在五邑地区多地实现规模化种植。图为位于鹤山市宅梧镇的沉香种植基地。



台山市端芬镇寻皇村100多户人家几乎都种上了香水柠檬。