

新宝堂新会柑双水南坦种植基地迎来柑果丰收采摘季。

金秋时节，新会柑迎来丰收采摘旺季。全国地市媒体融媒传播与产业创新发展交流暨“百家党媒社长总编江门行”活动走进新会，深度探索侨乡特色产业高质量发展的生动实践。

新会陈皮炮制技艺是国家级非物质文化遗产，承载着岭南千年匠心底蕴。该技艺国家级非遗代表性传承人、江门市新会区新宝堂陈皮有限公司（以下简称“新宝堂”）董事长陈柏忠，深耕陈皮产业多年，坚守百年匠心初心，坚持以文化筑基、以科技赋能、以创新驱动，走出了一条传统老字号守正创新、转型升级、提质增效的特色发展之路。

守本源方能固根基，善创新方可谋长远。多年来，新宝堂搭建完善溯源体系，坚守新会陈皮道地品质，依托产业金融激活产业价值，夯实岭南地理标志产业发展根基；深化产学研融合，创新“陈皮+”多元发展模式，不断拓展消费新场景、培育产业新业态，让古老非遗技艺适应现代市场、焕发时代新生。

一守一创、固本拓新。新宝堂的发展实践，为全国县域特色农业转型升级、非遗产业化、传统老字号活化振兴，提供了可复制、可推广的江门经验与实践样本。（文/图 简家琳）

树立标杆

道地溯源铸根基 非遗守正启新程

——新宝堂以匠心重构新会陈皮产业价值体系

立冬将至，西江、潭江两江汇流的新会沃土之上，万亩柑园硕果缀枝，一年一度的新会柑采收工作全面铺开。在新宝堂新会柑双水种植基地，暖阳漫过连片柑林，翻皮竹匾层层铺开，江风裹挟着浓郁柑香，勾勒出侨乡最鲜活的丰收图景。

新会柑是新会陈皮的原材料。新会陈皮是国家级非物质文化遗产新会陈皮炮制技艺载体、岭南道地药材标杆，更是江门新会最具辨识度的城市文化IP。2006年，新会柑、新会陈皮同步入选国家地理标志保护产品名录，成为国内稀缺的“双地标”物产，法定产区严格限定于新会区11个镇街。

“唯有守住道地本源、建立可信标准，才能让老技艺代代相传，让老产业焕发新生机。”陈柏忠深耕产业数十载，始终以传承人的文化自觉，带领企业以守本源、立标准、活资产、兴文脉的四维发展路径，推动新会陈皮从乡土特产迭代为标准化时间资产，为推动地方特色产业高质量发展树立标杆。

文/图 简家琳



新宝堂陈皮仓储流通中心具备标准化仓储管理体系与智能全产业链服务系统，为入仓的新会陈皮提供专业保障。

守本源：水土即密码

一方水土育一方珍材。新会陈皮的核心竞争力，根植于不可复制的自然禀赋与绵延千年的历史积淀。

新会地处西江、潭江、海水“三水融通”的独特水文地带，叠加圭峰山、古兜山、牛牯岭“三山环抱”地貌，形成干湿交替、冷热更迭的孕育环境，造就新会陈皮油室饱满、香气醇厚、药用价值突出的道地特质。历经千年发展，新会陈皮稳居“广东十大广药”之首、“广东三宝”核心，享有“一两陈皮一两金，百年陈皮胜黄金”的美誉，新会获评“中国陈皮之都”。2025年，新会区新会柑种植面积达9833.33公顷（14.75万亩），全产业链总产值突破283亿元，带动超10万人增收。

深厚的自然禀赋与人文底蕴，为新宝堂非遗传承、产业革新筑牢根基。新宝堂创立于1908年，是一家有118年历史、具有深厚品牌文化底蕴的“中华老字号”企业，四代人深耕新会陈皮。第四代传人陈柏忠，2025年3月被认定为第六批国家级非物质文化遗产“新会陈皮炮制技艺”代表性传承人。在他看来，道地性，是新会陈皮的核心竞争力，更是非遗技艺的立身之本。

为保证陈皮的道地性，新宝堂在新会区布局自有生态种植基地，并联合当地300多户农户组建新会柑种植合作社。双水南坦种植基地是科技部立项的“广陈皮生态种植示范基地与产地加工技术示范基地”，严格执行无公害农产品、绿色食品标准种植，不动土栽培防草布系统、水肥一体化、微喷灌自动化、无人机追肥等现代化管护体系有序运转。

10月下旬，基地第一批二红柑下了树。柑农老陈左手托果，右手持刀，刀尖顺着果蒂划下去，两刀，三瓣，皮肉分离，只见他手中那片皮的油室均匀密集，香气清新自然，果皮厚度均匀，“陈化后，这就是一片标准道地的‘靓皮’。”

立公信：一码定真

“产地真不真，年份真不真，工艺真不真？”新会陈皮产业的乱象，解决核心在于一个“真”字。长期以来，行业停留在“经验交易”模式，品质判断依靠从业者经验，普通消费者难以辨别真伪。

面对产业发展痛点，陈柏忠的破题方式带着鲜明的非遗代表性传承人底色：从种植端到产业链全环节，把“道地”落到可核验的标准上。

作为国家级非遗传承单位，新宝堂恪守“采摘、开皮、翻皮、晒皮、陈化”五大步骤，坚守“天然生晒，自然陈化”的古法技艺，原汁原味地传承非遗炮制精髓。

在仓储溯源环节，企业建成10万平方米标准化陈皮仓储流通中心，严格执行“离顶、离地、离墙”的传统陈化标准，适配新会本土气候节律优化仓储环境。同时搭建区块链溯源体系，每一批陈皮入库、出库、翻晒都有数据记录，实现“一皮一证、全程留痕”。消费者扫码即可核验产区、采收时序、炮制工艺与仓储年份，彻底破解真伪难辨、年份虚标难题，把匠人经验变成看得见、查得到的数字信用。

2025年，新会区开展新会陈皮公共监管仓库创建，新宝堂陈皮仓储有限公司获认定为首批“新会陈皮公共监管仓单位”。这块牌子的分量在于，它把新宝堂的仓库从“企业自己的仓”变成了“行业公共的基础设施”。农户、中小商户的陈皮可入仓托管，由具备非遗传承资质、标准化能力的团队把控品质，打破“凭经验辨优劣”的困局。仓储数据接入溯源体系，存进去的是“货”，拿出来的是带有可信品质背书的“资产”。

“以往农户与小企业面临的储存难、鉴定难、融资难，在这里可以通过专业仓储、品质评估和配套信用金融服务得到缓解。”陈柏忠说。国家级传承人的专业判断叠加公共监管仓标准化能力，共同支撑陈皮从“土特产”迈向“可信资产”。

活资产：仓单破冰

新会陈皮是典型的陈化型资产：年份越长，价值越高，资金占用也越重。一个柑农或小商户囤了几十万元的皮，资产趴在仓库里，现金流却周转不开。传统金融机构不敢碰，症结不在陈皮不值钱，而在“没法确权、没法估值、没法处置”。

新宝堂参与搭建的，正是打通这三个“没法”的基础设施。

依托新宝堂陈皮仓储流通中心，陈皮仓储衍生出交易、检测、认证、投融资、物流等全流程服务，目标是把“经验交易”转为“标准交易”。2025年12月，首个中药材全国性可流转数字仓单——新会柑皮/陈皮数字仓单正式上市发布，交易标的严格遵循《地理标志产品新会陈皮》标准。同期，新宝堂参与共建陈皮原料药交易平台，依托种植溯源体系与道地药材监管仓，整合交易、溯源、质检、金融等全链条服务。2026年3月，广州市典当行业协会、广东省金服股权托管中心专程到访新宝堂，探索农产品质押融资新模式，标志着陈皮特色金融开始从试点探索迈向规模化、常态化发展。

仓单之所以能被金融机构接受，不是因为一张纸印得漂亮，而是因为纸背后完整的核验链条：产区合规、工艺道地、仓储规范、品质可复检。在这条链上，陈柏忠的身份有着特殊分量。金融信任依托仓单，仓单依托标准，标准依托制定、执行标准的人。2026年，陈柏忠荣膺2025中国非遗年度提名新闻人物，新宝堂入选广东省“十五五”公共文化服务主体名单。这份文化公信力，最终转化为惠及全行业的公共信用。

陈柏忠对陈皮金融化始终保持匠人的警觉。他不希望陈皮沦为炒作标的，在他看来，金融工具的价值，是让踏实做皮的从业者不必因现金流紧张贱卖优质陈皮。“非遗代表性传承人守的是品质底线，金融工具守的是产业流动性底线。两条底线叠加，陈皮才能从‘堆在仓里的货’，变成‘跑得动的资产’。”

从守住一方水土的道地初心，到数字赋能重建行业公信，再到金融活水激活存量资产，新宝堂以非遗传承的责任担当，持续擦亮新会陈皮金字招牌，让侨乡匠心文脉在高质量发展浪潮中生生不息、历久弥新。

跨界生长

老字号如何长出“新枝丫”？

新宝堂“陈皮+”的产学研创新图谱

走进广东新宝堂的展厅，一瓶清润的陈皮水与一罐20年陈皮并排放着。前者在2025年全国两会上受到代表委员关注，后者历经岁月贮藏，果皮上泛着一层薄薄白霜。两样东西默默说明一件事：同一颗柑，可以走两条完全不同的时间线——柑皮交给阳光和岁月，走“陈香”的路；柑肉和柑皮活性成分交给发酵罐和实验室，走“出新”的路。

百年非遗，贵在守正，更在出新。扎根侨乡江门逾百年、历经四代匠心传承的新宝堂，早已跳出“单一晒皮、传统售卖”的老路，以“陈皮+”多元业态破题：以科技破壁激活潜能，以跨界融合拓宽赛道，覆盖全年龄段消费场景。老字号如何长出“新枝桠”？新宝堂的实践，提供了一个观察样本。

文/图 简家琳



新宝堂通过柑肉综合利用，形成完整的“柑肉—酵素—终端消费品”绿色产业链。

科创解题 全果利用破瓶颈

传统新会陈皮制作只取果皮，占柑果重量近八成的柑肉长期被当作废弃物处理。随着产业规模扩大，“取皮弃肉”的问题愈发突出：果肉、果汁、果渣利用不足，既浪费资源，也压着环保的账。

“新会陈皮产业要想打破农产品附加值的天花板，不能只用好一片皮。”陈柏忠逐渐明确方向，依托生物科技寻找破局路径。2016年，广东新宝堂生物科技有限公司成立，聚焦新会柑果肉综合利用研发，融合生物技术与中医药技术，将果肉搭配陈皮、药食同源原料生物发酵，开发陈皮酵素等高附加值产品，推动柑肉“变废为宝”。

如今，新宝堂陈皮酵素整体技术经广东省南方食品医药行业评估中心评估，已达到国内领先水平；新会柑综合利用项目获2022年度广东省科技进步奖一等奖；陈皮酵素项目于2025年入选首批“生物制造赋能食品产业应用场景焕新典型案例”。这项成果的价值，远不止新增一款产品：它把新会陈皮价值核算方式，从“果皮的年份溢价”拓展为“整颗柑综合利用率”，产业成本结构也从“处理废料”转向“资源化获取原料”。

“我们与国内10多所高校、3家三甲医院建立产学研合作，针对陈皮酵素开展多项临床应用研究。”陈柏忠说，企业坚持文化为根、科技为翼，搭建高水平产学研创新平台，为传统非遗产业化注入新质生产力，让新会陈皮从“药食同源”向生物医药、大健康领域延伸。

产品破圈 多元业态拓新局

非遗活态传承的核心，是融入生活、适配时代。

“最好的传承，就是让年轻人看得见、摸得着、用得上、喜欢上。”立足非遗活态传承内核，陈柏忠布局“陈皮+”产品创新，打破品类、场景、人群边界，构建年轻化、多元化、场景化的产品矩阵。

继陈皮酵素之后，“陈皮+”产品线迅速铺开：陈皮酸奶、陈皮咖啡、陈皮水、陈皮花生、陈皮酱酒、陈皮养生膏方……2026年，又新增陈皮养生水和100% NFC鲜榨混合果汁等轻量化产品。这套创新逻辑并不复杂：用不同产品匹配不同消费场景、不同人群，让陈皮从“需要煲煮的药材”变成“日常随手可得的消费品”。

面向年轻群体，企业创新研发陈皮咖啡、陈皮酸奶、陈皮气泡水、新式陈皮凉果等轻消费产品，保留陈皮本味，以年轻化、轻量化的载体，瞄准年轻消费者的“第一口陈皮”，用大众熟悉的品类降低尝新门槛，实现非遗的柔性传播。“00后”消费者伟文坦言，新宝堂的新式陈皮产品打破了他对传统陈皮的刻板印象，让他愿意主动了解非遗。

面向大健康赛道，依托制药生产资质与医疗机构科研合作，企业开发中药饮片、膏方、丸剂、养生酵素等标准化康养产品，将传统药食同源经验转化为规范化产业体系，延伸产业链、提升价值链。

新宝堂的跨界创新，并非盲目跟风的流量叠加，而是以陈皮非遗为核心的精准延伸。2026年第十届中华老字号博览会上，几位外国客商喝完NFC鲜榨新会柑汁后连连称赞，现场工作人员反复提起这一幕：“这杯果汁不需要解释‘陈化三年’的工艺，却同样把新会柑的风味带了出去。”



新宝堂陈皮文创IP“长毛毛”形象萌趣，承载着传播新会陈皮文化的使命。

场景跨界 搭建文化新入口

在产品层面做加法之外，陈柏忠还在不断铺设“跨界”场景。

今年4月，广东省城市足球超级联赛开赛，新宝堂作为粤超江门赛区独家总冠名赞助商，把陈皮文化带到万人绿茵场。陈柏忠说：“借助赛事影响力，让更多人走进江门、爱上陈皮。”同期，由新宝堂出品的短剧《陈皮密码——回到民国和太爷做兄弟》在新会杀青。“这是新宝堂传播新会陈皮文化的新尝试。”陈柏忠表示。

10月9日，新宝堂陈皮文创IP“长毛毛”正式发布。陈柏忠在发布会上把它称作品牌的“新同事”：“它有点萌，也有点潮；它将用年轻人的语言，讲好新会陈皮的故事。”按照规划，“长毛毛”IP配套上线表情包和系列文创，轻量化赛道做Q版公仔、迷你挂件，高端赛道做国风保温杯、非遗茶礼套装。

足球赛事、短剧、文创IP，背后是统一的传播逻辑：重心不是直接卖陈皮，而是在不同的注意力场域里为陈皮文化铺设“入口”。

重资产端的跨界布局同步推进。总投资超3亿元的新宝堂陈皮国家级非遗文旅体验基地已完成备案，规划研学中心、文化展厅、陈皮酒店、陈皮餐厅等业态，融合工业旅游、研学旅游、健康休闲游。2025年，新宝堂获评新会陈皮行业首批研发加工类新会柑（陈皮）庄园，常态化开放非遗技艺展示、亲手体验项目。从一片陈皮到一座庄园，“陈皮+”的边界，从消费品延伸到沉浸式空间体验。

百年老字号，老根发新芽。新宝堂在守正创新中激活非遗生命力、释放产业新动能，让一片小小陈皮承载侨乡底蕴、迸发时代活力，书写高质量发展的崭新答卷。