

1957年10月1日创刊

“达濠鱼丸”获好地标年度十大推荐品牌

是广东省134个参展产品中唯一入选者

羊城晚报讯 记者赵映光、通讯员濠宣报道：继去年3月份荣获国家地理标志保护产品后，“达濠鱼丸”于本月1日又荣获2019金芒果好地标TOP榜年度十大推荐品牌，成为广东省唯一获此殊荣的品牌。记者从汕头市濠江区市场监管局（知识产权局）获悉，由国家知识产权局指导的第二届金芒果地理标志产品国际博览会日前在湖南长沙开幕，由该区选送的地理标志保护产品“达濠鱼丸”经过激烈角逐后，以优异的

品质、独特的风味、良好的口碑，从全国23个省市区283个参展地理标志产品中脱颖而出，再获殊荣。

国家地理标志保护产品拥有产品的地域性、独特性，也称“原产地保护产品”，对其他经济资源具有聚集、带动和拓展效应。金芒果地理标志产品国际博览会是由国家知识产权局指导，国家首次以地理标志为主题的全国性专业展会。

本届博览会中，我省共有国家地理标志保护产品134个参展。

据悉，汕头濠江区共有40多家鱼丸加工企业，200多家销售门店。在省局、市局的支持下，近年来，濠江区市场监管部门把“达濠鱼丸”品牌保护作为促进产业升级、提高区域影响力的重要工作来抓，着力打造濠江特色城区名片，促进区域经济发展。去年3月，“达濠鱼丸”获批成为地理标志保护产品，这是濠江区首个国家地理标志，也是全汕头市现有5个地理标志中唯一加工食品类的地标。



粤东新闻

2019年11月 7 星期四 < 己亥年十月十一 >

A9

汕头南澳成广东“蓝色海湾”整治项目样本

中国“蓝色海湾行动助力海洋生态文明建设”现场技术交流会在汕头举行，南澳项目成全国典型案例

文/图 羊城晚报记者 赵映光
通讯员 钟君敏 罗辉

深秋时节，粤东地区的暑气已日渐消退，汕头南澳岛也迎来了中年的旅游淡季。尽管如此，别样的秋日海岛风情，依然吸引着众多游客前往旅游参观，尤其是位于金澳湾的新地标海丝文化广场，每逢周末更是游人如织。

与往年不同的是，如今除了外来游客，岛内居民也喜欢到这个新增的休闲广场“打卡”——经过两年多的“蓝色海湾”整治，原来杂草丛生、建筑废土堆积如山的海岸线，如今不仅修复起了一条观光栈道、一座观景亭，开辟了市民广场和海丝文化广场，就连岸边的礁石也得到了有效保护，加上有层次的立体绿化，整个海湾被绘成了一幅人与自然和谐共生的美丽画卷。

谈起金澳湾的变化，当地居民章先生略显骄傲地告诉记者：“全靠‘修复’二字。”原来，章先生口中的“修复”，指的是2017年下半年开始的“蓝色海湾”整治项目，该项目拟总投资超3亿元对金澳湾、赤石湾、烟墩湾、竹栖肚湾及龙门湾五个海湾进行综合整治、水生态修复和海洋环境监测，涵盖300多项分项工程。

2018年，汕头南澳蓝色海湾整治行动项目入选国家博物馆庆祝改革开放40年图片展；今年10月，项目入选广东省首届国土空间生态修复十大范例；国家自然资源部也将该项目作为先进典型案例在全国推广。而在日前举行的中国“蓝色海湾行动助力海洋生态文明建设”现场技术交流会上，项目整治的经验做法和成效再次得到了国内专家学者的一致好评。

将生态转化为发展动能

意识到，应抓紧改善海湾环境质量，提升海岸、海域和海岛生态环境功能，复现“天蓝水碧海湾美，沙白林绿岛礁奇”的天然风光。

2016年，国家海洋局启动“蓝色海湾整治行动”项目，协同国家有关部委和地方政府，开始大力进行海洋生态整治修复工作，以海湾为重点，拓展至海湾毗邻海域和其他受损区域，旨在改善近岸海域环境质量，恢复和提升生态功能，整治修复海湾、滨海湿地等重要生态环境的受损区。广东汕头、山东日照、福建平潭等成为全国首批试点城市。

2017年6月，随着承建方中国交建的旗帜在南澳岛上冉冉升起，中交广航局汕头南澳项目团队开始在这面旗帜下谱写“蓝色海湾”整治的美丽篇章，瞄准“水清、岸绿、滩净、湾美、岛丽”海洋生态文明建设目标，打造南澳岛冲击5A景区的旅游经济发展新引擎。

随着整治项目的不断推进，南澳岛上的市民群众也欣喜地发现，他们所熟悉的沙滩正在重新回到宁静美丽的模样，海水又变得清澈起来了，而在沙滩的联结下，新筑的亲水平台正在吸引着越来越多的游客，原来偏僻的小渔村也正在日益热闹起来，随着环境的日益好转，当地村民的钱袋子也由此鼓了起来。

实践也证明，汕头南澳岛良好的整治成果也正在转变为当地巨大的发展效益和生态旅游优势。据了解，今年“十一”期间，汕头南澳生态旅游区进岛游客人数达45.89万人次，同比去年增长8.1%。而去年“十一”期间的接待游客数就已位列广东省“热门海岛景区”第一名。

2015年，南澳大桥正式建成通车，南澳岛这才正式告别了“孤悬海外”的漫长历史。由于长年远离大陆，加上人口较少、发展滞后等因素，南澳岛的海湾受损情况相对而言，好于一般的大陆海湾，但随着日益便捷的交通，大量游客随之涌入，南澳岛在传统的捕捞和养殖产业之外找到一条新的经济发展路径，这便是利用较好的生态环境资源打造全域旅游环境，丰富旅游资源供给。

于是，如何在保护治理中进行开发利用，把将生态环境资源转化为可持续的经济发展动能，成为了南澳岛需要进行探索的重要课题。

据南澳县自然资源局的相关负责人介绍，随着经济的发展，城市化进程的加快，南澳岛海岸线生态环境曾面临诸多问题，如违章建筑、非法挖沙偷沙、倾倒垃圾、建筑废土，以及入海的溪流和养殖生产污染等问题。南澳县方面也

明建设目标，打造南澳岛冲击5A景区的旅游经济发展新引擎。

随着整治项目的不断推进，南澳岛上的市民群众也欣喜地发现，他们所熟悉的沙滩正在重新回到宁静美丽的模样，海水又变得清澈起来了，而在沙滩的联结下，新筑的亲水平台正在吸引着越来越多的游客，原来偏僻的小渔村也正在日益热闹起来，随着环境的日益好转，当地村民的钱袋子也由此鼓了起来。

实践也证明，汕头南澳岛良好的整治成果也正在转变为当地巨大的发展效益和生态旅游优势。据了解，今年“十一”期间，汕头南澳生态旅游区进岛游客人数达45.89万人次，同比去年增长8.1%。而去年“十一”期间的接待游客数就已位列广东省“热门海岛景区”第一名。

2017年6月，随着承建方中国交建的旗帜在南澳岛上冉冉升起，中交广航局汕头南澳项目团队开始在这面旗帜下谱写“蓝色海湾”整治的美丽篇章，瞄准“水清、岸绿、滩净、湾美、岛丽”海洋生态文明建设目标，打造南澳岛冲击5A景区的旅游经济发展新引擎。

随着整治项目的不断推进，南澳岛上的市民群众也欣喜地发现，他们所熟悉的沙滩正在重新回到宁静美丽的模样，海水又变得清澈起来了，而在沙滩的联结下，新筑的亲水平台正在吸引着越来越多的游客，原来偏僻的小渔村也正在日益热闹起来，随着环境的日益好转，当地村民的钱袋子也由此鼓了起来。

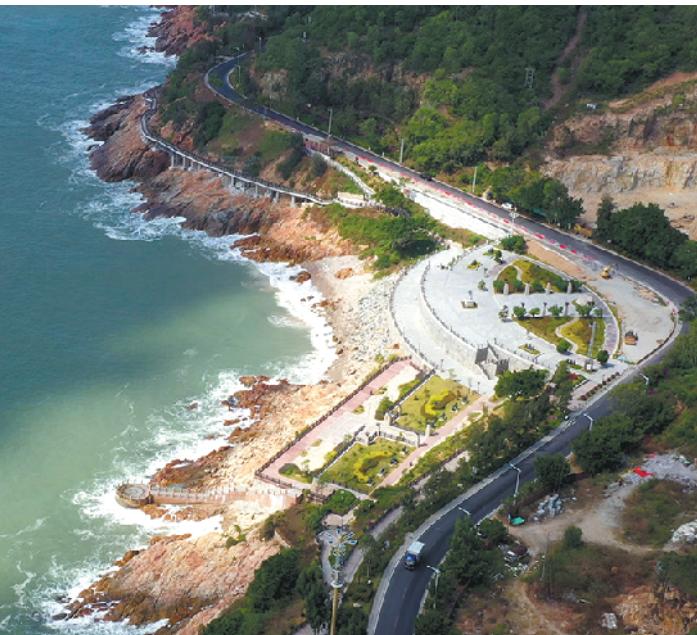
实践也证明，汕头南澳岛良好的整治成果也正在转变为当地巨大的发展效益和生态旅游优势。据了解，今年“十一”期间，汕头南澳生态旅游区进岛游客人数达45.89万人次，同比去年增长8.1%。而去年“十一”期间的接待游客数就已位列广东省“热门海岛景区”第一名。

2015年，南澳大桥正式建成通车，南澳岛这才正式告别了“孤悬海外”的漫长历史。

由于长年远离大陆，加上人口较少、发展滞后等因素，南澳岛的海湾受损情况相对而言，好于一般的大陆海湾，但随着日益便捷的交通，大量游客随之涌入，南澳岛在传统的捕捞和养殖产业之外找到一条新的经济发展路径，这便是利用较好的生态环境资源打造全域旅游环境，丰富旅游资源供给。

于是，如何在保护治理中进行开发利用，把将生态环境资源转化为可持续的经济发展动能，成为了南澳岛需要进行探索的重要课题。

据南澳县自然资源局的相关负责人介绍，随着经济的发展，城市化进程的加快，南澳岛海岸线生态环境曾面临诸多问题，如违章建筑、非法挖沙偷沙、倾倒垃圾、建筑废土，以及入海的溪流和养殖生产污染等问题。南澳县方面也



整治后，整个海湾被绘成了一幅人与自然和谐共生的美丽画卷

做法：打造海湾生态景观带

“五个湾区的建设各有侧重，施工难度各不相同，其中最难的部分是金澳湾岸礁上架立式栈道项目，在完全悬空的礁石上施工，既要保护礁石，又要建设成为安全稳固又和谐的栈道，这就比较考究施工的技术了。”据汕头南澳蓝色海湾项目经理韩东升介绍，南澳岛蓝色海湾整治行动很多设计项目看似容易，但由于项目的地理位置，受地形和风浪的影响，要考虑诸多因素，所以在设计上非常谨慎，结构的安全稳定永远放在首位。

据介绍，如何将岸线整治与环岛旅游有机结合，实现生态修复与原生态植被的融合，一直是项目团队思考的核心问题。通过多次邀请知名专家开展研讨会并学习业内先进的治理经验，项目团队最终确立了“立足保护、生态融合”的整治修复理念。而结合蓝天碧海、金沙白浪、青山赤石等“南澳六色”，打造粤、闽、台地区最具海岛特色的人居栖息地及旅游目的地则是项目的设计理念。

“比如说海岸景观绿化，我们用的树种都是像马尾松这样的海岛物种和本土植物，它们非常适合海岛生态环境，经得起暴雨、大风、大雨等极端天气的侵袭，很容易存活。我们还会根据地形地貌的差异，合理搭配不同层次的乔灌木及地被植物，让各个湾区看上去更美。”项目总工程师王帅介绍。

考虑到南澳岛以沙质土为主，并不适合一般植物生长，今年1月份，项目团队开始对五个湾区进行了大面积的防风林建设。“我们反复试验比较了接近100种植物

品类，发现植木麻黄、台湾相思、林投、刺桐、剑麻、厚藤这六类植物，不仅抗风，而且耐盐碱，适宜在南澳岛这种沙质土里生长。”为了让这些植物更好地生长，项目团队还利用半米厚的种植土对场地土壤进行改良，截至目前，竹柄肚湾防风林建设及赤石湾绿化工程已施工完毕，海岛绿化区域与防护林带植物相辅相成，一条蜿蜒曲折的生态林带，正在为两个湾区防潮御浪。

“万里长征只走完了第一步，光是种树还不够。”韩东升告诉记者，该项目中的赤石湾有着绵长的海岸线，曾被誉为南澳岛最美的日落风景线。然而，由于居民的生活污水与大量养殖污水直接排入海里，以无机氮、磷酸盐为主的污染物遍布近岸海域，导致这片蓝海曾一度变成了“赤潮”。

对此，项目团队在对赤石湾进行垃圾废物清理的基础上，通过景观砂、自卸卡车运输、推土机摊平的方式进行沙滩人工补砂及沙滩修复，并采用明渠治理方案，在多条入海溪流上修建钢筋混凝土护岸，以浆砌石护底、跌水、将弯曲的沙滩溪流改道，辅以人工置石美化。同时还建设了地埋式一体化污水处理设施，采用膜生物处理工艺，对村庄污水进行处理，从根本上解决了居民生活用水排放对海水的污染。

“我们是旅游者中的建设者，建设者中的欣赏者。看着原来大片建筑与生活垃圾堆放地变成了现在游客‘打卡’自拍的必经之地，我们是打实的感到自豪。”广航局设研院副总经理杨文雄喜不自胜地告诉记者，南澳蓝色海湾项目成为了广东“蓝色海湾”整治项目的样本，接下来项目还将瞄准海洋生态文明建设目标，打造南澳岛冲击5A景区的旅游经济发展新引擎。

“陶屋”正是通过轻资产运营，充分发掘渠道整合能力，与当地生产商合作，并且开发线下体验门店，与新零售项目同步，积极探索着传统产业的转型升级。自今年5月份上线以来，“陶屋”很快上升至天猫马桶品类TOP1、智能马桶品类TOP10，如今日销稳定在30万元左右，根据店铺后台的数据显示，智能马桶购买者大多来源于三四线城市，其中东北地区销量最高。

黄焕森告诉记者，从实体生产商制造商转型线上，“陶屋”正是通过轻资产运营，充分发掘渠道整合能力，与当地生产商合作，并且开发线下体验门店，与新零售项目同步，积极探索着传统产业的转型升级。自今年5月份上线以来，“陶屋”很快上升至天猫马桶品类TOP1、智能马桶品类TOP10，如今日销稳定在30万元左右，根据店铺后台的数据显示，智能马桶购买者大多来源于三四线城市，其中东北地区销量最高。

在接受记者采访期间，黄焕森的手机每隔十几分钟就会有电话进来，谈的几乎都与备战双



整治后的赤石湾，“十里银湾”魅力正在逐渐凸显

潮州智能马桶企业备战“双十一” 传统产业借助新零售迎华丽转身

会负责人介绍，目前潮州拥有800多家卫浴企业，年产量占据全国40%的市场份额，其中智能马桶已成为产业的领头羊，每年的总产量超过100万台，产值达到24亿元，在行业中具有举足轻重的位置。

提及智能马桶，相信很多人会想到2014年财经作家吴晓波那篇引发社会热议的文章《去日本买只马桶盖》。事实上，由美国人在20世纪60年代发明的智能马桶，在90年代末就开始进入中国了，其产业带主要坐落在台州、佛山与潮州。但截至2016年，国内的智能马桶市场保有量为500万台至600万台，市场普及率仅约1%，北上广深等大中型城市普及率也大约只有10%，与日本的78%、韩国的55%相比，市场空间巨大。

“未来几年，国内智能马桶产业或许将迎来一个指数级的增长。”潮州市陶屋科技有限公司董事长黄焕森在接受记者采访时表示，去年3月份市场研究机构Ouestale发布的全球智能

马桶盖销售市场趋势详细评估报告也显示，全球智能马桶销售额每年将增长20%—45%，而这与中国市场增长的拉动有相当大的关系。

据电商平台天猫的统计数据显示，今年“6·18”期间，该平台整体智能马桶的销量同比增长超过了60%，而且随着下沉市场的崛起，智能马桶在二三线城市也爆发出了惊人的潜力，有超50%的智能马桶销往三线以下城市。

因此，许多潮州陶瓷企业纷纷将智能马桶视为卫浴产业这片红海中仅存的蓝色地带，目前有80%的企业都在智能马桶领域布局。与此同时，电商平台天猫在2018年发现，智能马桶在二三线城市的卫浴市场上存在产品供给、渠道和服务都不足的情况，市场上产品以进口高单价为主，这并不能满足下沉市场和入门级市场的需求。

于是，天猫便积极帮助潮州卫浴产业带的制造商向电商转型，通过天猫新零售的系统和蚂蚁金服等金融力量，采用大数据

分析等途径了解捕获市场和消费者的需求，降低企业运营成本，反推产品的设计端和生产端，从而打造出符合市场需求的爆款级产品，让智能马桶在满足一二线城市高消费人群需求的同时，也实现了向下沉市场及入门级市场的突破和延伸。截至目前，天猫已与潮州卫浴产业带上的百余家企业达成合作。

黄焕森告诉记者，从实体生产商制造商转型线上，“陶屋”正是通过轻资产运营，充分发掘渠道整合能力，与当地生产商合作，并且开发线下体验门店，与新零售项目同步，积极探索着传统产业的转型升级。自今年5月份上线以来，“陶屋”很快上升至天猫马桶品类TOP1、智能马桶品类TOP10，如今日销稳定在30万元左右，根据店铺后台的数据显示，智能马桶购买者大多来源于三四线城市，其中东北地区销量最高。

在接受记者采访期间，黄焕森的手机每隔十几分钟就会有电话进来，谈的几乎都与备战双



潮州陶瓷企业全力备战“双十一”

十一有关。而在他公司里，“备战六个月，只为双十一”“就怕失单，不怕失恋”“血战双11，电脑不关机”等标语随处可见，十几名实行三班倒的运营小伙伴的电脑里不断传来旺旺的“叮咚”声，年度网络购物盛会来临时的紧张感充斥其中。



近日在南澳县举行的2019广东省青少年帆船、帆板冠军赛

黄焕森的员工正在紧张备战“双十一”

羊城晚报记者赵映光、通讯员杨达摄影报道：随着一年一度的“双十一”网络购物盛会日益临近，中国最大陶瓷产地之一的潮州市里，许多涉及电商的企业正在进入“全力备战双十一”，运营客服三班倒，总经理亲自督战”的最后冲刺准备阶段。

目前，羊城晚报记者到潮州市走访时了解到，当地陶瓷卫浴

产业带中的80%的企业都在智能马桶领域布局，并且瞄准下沉市场，通过轻资产化电商运营、工厂直接发货、设立线下体验店等多措并举，让曾经价格“高高在上”的智能马桶以“亲民”的价格进入中国三四线城市家庭。

潮州是中国瓷都，其陶瓷产业已形成较为完整的产业体系。

据潮州市建筑卫生陶瓷行业协会

134个参展产品中唯一入选者

品质、独特的风味、良好的口碑，从全国

23个省市区283个参展地理标志产品中脱颖而出，再获殊荣。

国家地理标志保护产品拥有产品的

地域性、独特性，也称“原产地保护产品”，对其他经济资源具有聚集、带动和拓展效

应。金芒果地理标志产品国际博览会是由国家知识产权局指导，国家首次以地理标志

为主题的全国性专业展会。

本届博览会中，我省共有国家地理

标志保护产品134个参展。

品质、独特的风味、良好的口碑，从全国

23个省市区283个参展地理标志产品中脱颖而出，再获殊荣。

国家地理标志保护产品拥有产品的

地域性、独特性，也称“原产地保护产品”，对其他经济资源具有聚集、带动和拓展效

应。金芒果地理标志产品国际博览会是由国家知识产权局指导，国家首次以地理标志

为主题的全国性专业展会。

本届博览会中，我省共有国家地理

标志保护产品134个参展。

品质、独特的风味、良好的口碑，从全国

23个省市区283个参展地理标志产品中脱颖而出，再获殊荣。

国家地理标志保护产品拥有产品的

地域性、独特性，也称“原产地保护产品”，对其他经济资源具有聚集、带动和拓展效

应。金芒果地理标志产品国际博览会是由国家知识产权局指导，国家首次以地理标志

为主题的全国性专业展会。

<