

“广货行天下”春季行动珠宝首饰汕尾专场昨在广州启幕 30多家汕尾珠宝企业携精品亮相

中山优品今日进澳门

以六大展区作全面推介

羊城晚报记者 张德钢

羊城晚报讯 记者廖梦君、实习生纪婕报道：13日，“广货行天下”春季行动珠宝首饰汕尾专场在广州启幕，30多家汕尾珠宝企业携精品亮相，让这座“中国彩宝之都”“中国首饰之都”的粤东城市，再次向世界展现其珠宝产业的硬核实力。

从20世纪80年代的小作坊，到如今全球彩宝核心供应地，汕尾珠宝历经40余载深耕，走出了一条从制造到创造、从产业集群到全球品牌的高质量发展之路。

汕尾珠宝的根基，深植于可塘、梅陇双镇的特色发展格局。可塘镇作为全球水晶加工“心脏地带”，承载着全球70%以上的水晶加工量，2000余

家企业形成从原石到成品的全链条布局；梅陇镇则以金银首饰加工见长，130余个系列的产品年加工量超5000吨，成为国际品牌重要合作基地。如今，汕尾珠宝产业集聚超2.1万家市场主体、9.2万名从业者，年加工5万吨彩色宝石、9000吨金银合金首饰，产值近350亿元，产品远销近200个国家和地区，稳居全球彩宝加工“隐形冠军”之位。

“政府禁止深挖矿，守住了不可再生资源，也让我们能把南红事业做一辈子。”海丰县可塘镇亨祥宝石厂刘玉婷的一席话，道出了汕尾珠宝产业可持续发展的密码。从源头管控到平台搭建，汕尾以政策为帆，为产业护航；

入选广东省首批“跨境电商+产业带”试点后，当地构建起“政策+平台+数字+物流+品牌+人才”全链条支撑体系，不仅为企业提供展示交流平台，更推动产业向数字化、全球化转型。可塘抖音基地、青年创业园淘宝基地的建成，让当地超一半珠宝通过直播电商走向市场，2025年全市金银珠宝网络零售额同比激增151.5%，跨境电商交易额稳步增长。

匠心，是汕尾珠宝最鲜明的底色。恒利宝石厂施先生展示着手工编织的水晶饰品，“每一块原石都是独一无二的，铜丝要手工一根根织上去，一件精品往往需要一个月打磨”。在汕尾，从水晶雕琢到金银锻造，手工技艺

代代传承，“人养玉三年，玉养人一生”的理念融入每一件作品。这份匠心，让汕尾珠宝既有几十元的亲民单品，也有万元级的收藏臻品，更让淡水珍珠出口意大利、南红成为国潮新宠，赢得市场与口碑的双重认可。

如今的汕尾珠宝，正加速从“世界工厂”向“全球品牌”跨越。借助“广货行天下”平台，汕尾以“线下展销+线上直播”模式拓宽渠道，通过厂家直销、假一赔百、现场检测三大举措，让消费者放心购。更重要的是，当地正推动产业链向原创设计、品牌运营延伸，依托省级试点政策，深化与头部电商平台合作，让“汕尾彩宝”成为大湾区制造业向全球价值链高端迈进的亮眼名片。

从今天起，“广货行天下·中山百货进澳门——岐濠同春·优品共享”活动在澳门塔石广场举行。这是中山继成功举办中山百货进上海、进深圳之后，贯彻落实广东省“广货行天下”春季行动的又一次具体实践。作为“广货行天下”全省首场境外活动，此次活动将通过搭建澳门与中山两地产业联动、消费互通、文化相融的桥梁，借助澳门区域优势开拓葡语系国家市场和资源，全面拓宽中山优品线上线下销售渠道，帮助企业拓市场、树品牌。

推动两地商业和文化深度交融

记者从主办方获悉，此次活动定于14日10时在澳门塔石广场启动，共筑岐濠双江同春，追溯两地文脉商脉渊源，重点推介中山优品，全面宣传中山商贸文旅品牌，加强两地交流互通。

活动以“广货行天下·中山百货进澳门——岐濠同春·优品共享”为主题，搭建魅力中山、智造中山、文旅中山、康养中山、美味中山和名城中山六大展区，涵盖家电、家居、消费电子、服装、日化、食品、文旅等重点类别，集中展现中山城市形象及科技创新、生产制造、美好生活、宜游宜乐、非遗传承等方面的最新成果。

同时，为丰富活动形式，增进文化交流，现场将组织系列文旅特色活动。书法互动环节将邀请中山本地书法家现场创作，围绕孙中山先生“天下为公”“博爱”等名言即席挥毫，作品将现场赠予观众。非遗展演环节将组织南粤醒狮、国标龙等特色非遗项目表演，并配以《七子之歌》《步步高》《平湖秋月》等经典曲目的民乐演奏。

作为两地共同的文化瑰宝，中山长洲醉龙舞团队与来自澳门的醉龙舞团队将在活动期间同台献艺，进行精彩的交流展演。

此外，现场还将呈现葡萄牙土风舞等特色节目。通过动静结合、传统与交流并重的多元展演形式，立体呈现中山传统文化的深厚底蕴与独特魅力，并凸显与澳门及葡语国家的文化共鸣，营造热烈喜庆、引人入胜的文化氛围。

六大展区全方位呈现中山优品

此次活动将组织企业通过直播方式开展“广货行天下”营销活动，共同营造中山优品线上促销的浓厚氛围。线下中山优品活动分六大展区，通过全面推介助力中山广货走出去。

其中，魅力中山展区以“岐濠同春”为主题，全面展示澳门与中山两地同根同源的历史渊源、中山与澳门合作的阶段性成果，以及两地在创新、产业、文化、民生等领域所取得的实际成效。

智造中山展区将以“优品共享”为主题，全面展示中山制造业企业的发展水平和智能制造实力，组织机器人、无人机、健康医药、智能家电、美居生活等先进制造业和优势传统产业的名优企业开展现场推介、现场销售、现场直播带货。

文旅中山展区将重点推介孙中山故里旅游区、孙文西路文化旅游步行街、湾区绿谷五桂山、中山温泉等核心景区，以及中山品牌酒店、特色民宿、十大美食等旅游资源，并特别推出多条“澳门—中山主题旅游线路”。同时，组织涵盖旅游景区、酒店民宿、非遗文创等多个类别的中山重点文旅企业到场，开展推介与优惠展销。通过“资源展示、线路发布、企业直销、非遗展演”相结合的方式，为澳门市民及游客提供直观、便捷的中山旅游消费指引，吸引客源前往中山观光体验。

康养中山展区将引入中医诊疗体验，推广“康养+文旅”线路，与澳门中医药产业园联动展示地道药材。

美味中山展区分两大板块，其中，通过中山香农展示山本土特色农产品和食品，宣传推广“中山香农”品牌，并进行现场销售、现场制作、试吃互动等环节。美食集市将宣传推广中山特色美食、特色咖啡茶饮等，发动知名酒楼、非遗美食现场制作展示，邀请市民品尝。

在名城中山展区，各镇街将分别展示推介本镇街的投资环境、产业优势、人居环境、特色文化、乡村振兴亮点等内容，展现“一镇一特色”的发展格局。

“全球每2颗彩宝，就有1颗来自汕尾”

“彩宝之都”汕尾全方位展示“超级工厂”产业底蕴

“世界彩宝，汕尾制造；世界首饰，溯源汕尾。”汕尾市副市长、海丰县委书记郭文炯在发言中以这16个字定义汕尾的产业坐标。

13日上午，“广货行天下”春季行动珠宝首饰汕尾专场活动在广州正式拉开帷幕。活动现场，郭文炯佩戴一枚造型别致的胸针成为焦点。据他介绍，这枚胸针产自汕尾，灵感源自汕尾全新文旅IP。汕尾的水晶加工量占全球70%以上，金银首饰加工量占全国50%以上，是名副其实的“世界首饰之都”。

本次活动由广东省工业和信息化厅与汕尾市人民政府联合主办，以“广货行天下·汕尾有好物”为主题，通过深度产业推介、沉浸式展销及矩阵式电商直播，全方位展示汕尾珠宝的产业底蕴。现场展出的优质产品均经过严格质量检验，以极具竞争力的成本价销售，吸引了大量客商与游客驻足。广东省工业和信息化厅党组成员陈强也在现场带头消费，并对汕尾珠宝的性价比表示肯定。

汕尾珠宝，颜值与性价比兼具

在蕾恩珠宝展位，主理人林采霞正忙着向客商展示融合了东方美学的非遗工艺首饰。这批主打高性价比的作品，巧妙地将《山海经》、戏曲等中国传统文化元素植入头盔、胸针与吊坠的设计之中，既有艺术收藏价值，又兼顾日常佩戴需求。林采霞表示，通过现场的大力度优惠，希望让更多人感受到传统工艺与现代设计碰撞出的独特魅力。

来自广东真隕石珠宝有限公司的展品则以原料陨石的稀缺性吸引了众多目光。海丰县珠宝首饰协会常务副会长、珠屿文旅珠宝创始人林建安介绍，这些陨石横跨全球，来之不易，依托可塘、梅陇精湛的切磨加工工艺，转化为具有文化属性的珠宝产品。本次活动以批发价直面大众，希望揭开陨石珠宝的神秘面纱，向全球市场推广陨石文化。

华缘缘珠宝有限公司展示的首饰以非洲翠为原料。非洲翠是一种天然石英质玉，外观类似翡翠，但价格仅有翡翠的百分之一。据介绍，该类产品的颜色鲜艳、价格亲民而受到消费者青睐，并入驻了周大生、老凤祥等知名品牌渠道。

陆丰荣辉宝石厂有限公司则带来了备受年轻人青睐的晶石链。公司负责人表示，这批产品采用925银镶嵌天然水晶，其中主打的紫水晶系列寓意“招财、事业进取”，精准契合了消费者对审美与心理寄托的双重追求。

连接全球珠宝市场的“超级工厂”

“全球每2颗彩宝，就有1颗来自汕尾”，这背后是汕尾可塘与梅陇两大产业集群的强力支撑。作为“彩宝之都”，可塘年加工彩色宝石达5万吨，品类涵盖120多种；而“首饰之都”梅陇则凭借精湛的金银首饰工艺，产品远销全球50多个国家和地区。汕尾，已然成为了连接全球珠宝市场的“超级工厂”。

近年来，汕尾市将珠宝首饰这一传统产业作为激活县域、镇域经济的重要引擎。通过推动产业向原创设计、品牌运营及IP孵化两端延伸，汕尾已累计培

育自主品牌400多个，成功实现了向“微笑曲线”两端的跨越。数字化转型更是为产业插上了腾飞的翅膀。2025年，全市珠宝首饰网络零售额达到96亿元，同比增长151.5%；跨境电商交易额达31.1亿元。随着汕尾成功入选广东省首批“跨境电商+产业带”试点，一套极具地方特色的产业融合模式正加速成形。

展望未来，汕尾市工信局提出了明确的“硬指标”：到2027年，全市将培育500家跨境电商市场主体及8家以上行业龙头企业，推动品牌化出口占比提升50%，以实打实的举措确保产业实现跨越式高质量发展。

作为兼具制造、文化与时尚属性的特色优势产业，广东珠宝在全国占据举足轻重的地位。2025年，全省规模以上工艺美术产业营业收入达4189亿元，规模约占全国四分之一，连续21年蝉联全国第一。2025年广东珠宝首饰出口额达543亿元，占据全国六成份额，集聚了周大福、周大生、百泰、谢瑞麟等一批具备全球竞争力的知名品牌。本次“广货行天下”汕尾专场活动



活动现场人头攒动，市民选购热情高涨



蕾恩珠宝产品系根据中国的剧种结合珠宝制作而成

的成功举办，是广东珠宝产业持续向品牌化、高端化迈进的生动缩影，也让“汕尾制造”从幕后走向台前。未来，汕尾将继续深耕产业链高端环节，通过数字化转型与跨境电商双轮驱动，在这场跨越山海的产业长跑中，向世界展示中国首饰之美的底蕴与力量，镌刻下属于世界彩宝之都的时代印记。

文/羊城晚报记者 扶贝贝 孙晶
图/羊城晚报记者 刘畅

“广货行天下·粤牧优品”活动今日起在华农举行 樱花下赶一场粤牧风味集市

羊城晚报记者 许悦

当华南农业大学的春日花海遇上岭南畜牧的万千风味，当百年学府的书香文脉撞上广货行天下的时代潮声，14日-15日，“广货行天下·粤牧优品”文明集市促消费活动将在华南农业大学举行。

“五个一”模式把集市开成春天的诗

这场盛会由广东省文明办、省农业农村厅联合指导，南方报业传媒集团、华南农业大学、省农业科学院主办，紧扣“促消费、树品牌、拓市场”核心主旨，创新打造“一场文明集市、一个展示平台、一次供销对接会、一次直播电商营销会、一次全产业链合作对接会”的“五个一”活动模式，聚力推动广东畜牧产业擦亮“粤牧优品”金字招牌，助力广货卖全国、卖全球。

届时，来自全省21个地市、168家优质畜牧企业将同台亮相，生猪、家禽、牛羊、乳品、蛋品、预制菜全品类集结，从田间到餐桌，从牧场到舌尖，一站式呈现广东畜牧业的硬核实力。

你可以品尝到：享誉中外的潮汕牛肉火锅、狮头鹅，每一口都是传承；皮脆肉嫩的清远鸡、湛江鸡，一口“沦陷”；肉质紧实的陆丰黑猪、蕉岭黑猪，生态养殖，原汁原味；骨细肉嫩的兴宁鸡，滋补养生，老少皆宜……

还有全鸡宴、全牛宴、全鸽宴、全猪宴轮番上阵，手打牛肉丸Q弹弹汁，预制菜新品鲜香诱人，宠物食品、畜牧文创、科技周边一应俱全。从餐桌美味到生活好物，从传统风味到现代智造，粤牧优品用品质说话，用匠心出圈。

每一款产品，都藏着广东农民的坚守；每一口滋味，都连着乡村振兴的希望。

据介绍，市民游客参与集章打卡、社交平台互动传播等活动，有机会获得种类多样的粤牧好礼，合计约1.2万份。现场还将设置潮汕手打牛肉丸制作展示区，让市民游客近距离感受传统美食制作技艺。在非遗体验区，市民游客可参与非遗糖画、棉花糖、冰糖葫芦制作体验，以及创意脸谱彩绘等活动，体验非遗手作的乐趣。

科研+流量助力广货闯世界

作为国家“双一流”高校，华南农业大学自带科研光环。本次活动，高校专家、省农科院专家、行业大咖齐聚，组成“科普天团”，现场解读养殖标准、品鉴品质优劣、传播科学知识，用专业为粤牧优品背书。

AI赋能、数字驱动，成为本次盛会的鲜明底色：智能环控、无人喂养、人形机器人互动亮相，展现现代畜牧的科技范；百名网红主播矩阵开播，千万级流量加持，线上线下同步引爆。开放麦PK、星光大道、打卡集章，好玩又好逛，年轻态、沉浸式；京东、美团等头部电商平台，首衡、新发东等知名农产品批发市场，以及广州酒家等餐饮龙头企业组成专业采购团，现场对接，畅通销路。

从“酒香也怕巷子深”到“天下谁人不识君”，“高校智慧+媒体力量+数字流量”搭建起一座桥梁，让好产品走出广东、卖向全国、销往全球。

羊城快评

13日，“广货行天下”春季行动珠宝首饰汕尾专场促销活动在广州启幕。1200平方米的展区内，汇集了汕尾可塘、梅陇精锐厂家，涵盖了金银、彩宝到非遗文创的全品类珠宝产品。这场以“广货行天下·汕尾有好物”为主题的盛会，不仅是汕尾彩宝产业实力的集中展示，更是广东珠宝产业从“制造”向“智造”“品牌”升级的鲜活注脚，为岭南工艺美术走向全国、链接全球搭建起全新桥梁。

广东的黄金珠宝工艺美术产业，历来在全国都有着较强的影响力。相关数据显示，2025年广东省规模以上工艺美术产业营收突破4000亿元大关，连续21年坐稳全国头把交椅，珠宝首饰出口占全国六成，深圳、广州、汕尾形成的产业三角撑起了中国珠宝产业的半壁江山。广货珠宝能出圈出彩，在市场上广

受好评，这绝非偶然，其背后是产业集群、数字赋能与品牌升级三重力量共同驱动的结果。

产业集群为广东珠宝发展筑牢根基。从深圳的全产业链布局到广州的国际加工实力，再到汕尾的彩宝细分优势，广东珠宝产业以集群之力，构筑起全国乃至全球的产业高地。深圳作为全国珠宝首饰制造、交易与设计中心，2025年黄金珠宝产业规模以上工业总产值达3315.51亿元，设计专利占全国65%，成为广东珠宝产业的“龙头引擎”；广州番禺凭借国际一流的加工工艺占据全球珠宝首饰三成加工市场，“番禺工”“番禺切工”成为品质标杆；汕尾则深耕彩宝细分赛道，从40多年前的老作坊成长为“中国彩宝之都”，水晶加工量占全球70%，梅陇、可塘两镇成为广东珠宝出口的新

增长极。这种产业链的优势互补、协同发力，为广货珠宝的发展筑牢产业底气。

数字化转型为广东珠宝产业增添新动能。如今，数字化已成为广东珠宝产业的标配。深圳3D打印、CNC精雕技术普及率达40%，肇庆四会开创“互联网+拍卖+直播”模式，汕尾则通过大力发展直播电商和跨境电商，将数字赋能发挥到极致，形成“线上+线下+出口”的营销闭环。数字化转型不仅让广货珠宝打通国内销售渠道，更实现了与全球市场的高效链接，让“粤造”珠宝借数字东风卖向全球。

品牌升级助力广东珠宝产业行稳致远。从“贴牌出口”到“品牌出海”是广东珠宝转型升级的核心方向。当前，广东正系统塑造“岭南工美”区域公共品牌，通过统一宣传、联合参展提升辨识度，而

广货珠宝何以能出圈出彩？

□ 杨帅

汕尾珠宝首饰专场则成为品牌升级的重要实践。同时，广东正构建线上线下融合的全球销售网络，线下在大湾区及国内重点城市设立“工艺美术生活馆”，在共建“一带一路”国家设立海外展示中心，线上依托“广货行天下”平台举办专场活动，鼓励企业在国际平台设立品牌店铺。只有产出一批批融合本土文化的自主品牌，广东才能实现从产品输出到品牌输出的跨越。

风起南粤，领潮向前。“广货行天下”汕尾珠宝首饰专场的启幕，既是对广货珠宝成就的一次集中展示，更是一次全新的出发。相信在未来，依托产业升级的韧性、数字创新的活力、品牌赋能的强劲，“粤造”珠宝必将以更耀眼的光芒走向全国和全球，为中国工艺美术的高质量发展交出更具分量的广东答卷。