

中国宠物用品企业“智绿双驱”闯蓝海 看“它经济”如何海外“争宠”

文/图 羊城晚报记者 潘亮

5月4日，第139届中国进出口商品交易会（广交会）第三期正在广州举行。聚焦“美好生活”主题，宠物用品展区汇聚广东博宇、浙江泰普森、杭州天元宠物、江苏中恒等优质企业，集中呈现中国宠物用品领域的智能化、品牌化与环保化成果。

智能技术赋能“情感经济”

《2026年中国宠物行业白皮书》显示，2025年我国城镇宠物消费市场已达3126亿元，预计2028年将达4050亿元。与此同时，城镇犬猫数量增长放缓，单只宠物消费持续提升，展现出“数量减速、消费加速”的鲜明特征。面对全球宠物经济结构性变化，中国企业正以技术创新与绿色理念为双引擎，驶向出海新蓝海。

在本届广交会宠物用品展区，智能化产品成为每家企业的“门面担当”。杭州天元宠物用品股份有限公司的展位前人头攒动，智能猫砂盆吸引了大批来自欧洲、美国、日本等地的采购商咨询。据该公司外贸负责人翁倩介绍，这款智能猫砂盆已更新两代，可通过手机远程操控，市场反响一直很好。

记者了解到，天元宠物早在2008年就组建了宠物行业研发团队，目前在中国、美国、柬埔寨、越南均建有工厂，拥有从设计研发到生产制造的全流程服务能力，能满足客户的一站式采购需求。

江苏中恒宠物用品股份有限公司同样聚焦智能化赛道优化产品。该公司展位负责人孙卉向记者展示了一款智能喂食器。“在手机App上就能远程查看宠物状态，了解宠物每天吃了多少。”孙卉表示，该公司的产品从外观到功能均拥有专利，由设计团队与客户共同研发，“这是我们的核心优势”。

天津市依依卫生用品股份有限公司则推出内置PH试液的健康监测尿垫，可根据尿液酸碱性变色监测宠物病情，将宠物日常消耗品升级为健康管理入口。

浙江泰普森实业集团有限公司从“携宠出行”的场景切入，依托35年户外装备制造积淀，开发出轻量化宠物笼、可折叠宠物床、透明版宠物推车等产品。该公司营销负责人骆阳阳认为，宠物经济本质上是“情感经济”，智能化和品牌化是未来趋势，产品将更加细分化。

产业体系筑牢出海底气

随着全球消费者环保意识增强，“绿色养宠”成为中国宠物用品企业开拓海外市场的新利器。



境外采购商在广东博宇集团展位咨询宠物用品

在本届广交会上，江苏正浩宠物用品有限公司展位负责人史志博现场展示了一款智能除臭混合砂。该产品凭借天然活性炭与生物酶技术，能瞬间吸附刺鼻异味。“这是为‘绿色养宠’人士定制的，两家欧洲企业已签下订单，金额超20万美元。”史志博介绍，中国宠物用品产业在全球市场占比高，对单一市场的依赖度逐年递减，“未来产品将更注重实用性和创新性”。

当前，环保与多功能融合是宠物用品的发展趋势。广东博宇集团有限公司展出的一款上为书架、下置猫砂盆的一体化“猫屋”，因实现“人宠两用”受到青睐。“我们的优势在于外观设计和内部结构，针对懒人经济解决问题，产品全部申请专利。”该公司负责人余佩霖说。

中国完整的产业体系是吸引境外

采购商下单的底气。“中国有超强的制造能力。”首次参加广交会的美国采购商塔玛拉·德金森说，“以前进口要通过本地门店，周期长、成本高，这次直接来找中国供应商，采购需求都能得到满足。”

波兰采购商金嘉第五次参加广交会，已与中国相关宠物企业建立合作。他表示，合作的中国企业不断提升技术，销售额每年增长，质量和售后都保持在较高水平。

天使投资人、资深人工智能专家郭涛认为，中国宠物用品出海已进入一个以技术创新为引擎、以情感价值为纽带、以绿色环保为准则、以品牌整合为护城河的全新发展阶段。企业正从幕后走向台前，通过广交会这一窗口，向世界展示其定义全球“它经济”未来走向的底气 and 实力。

全国五一劳动奖章获得者李军： 以针线为笔， 让“广州皮具”成为世界语言

这些年来参加广交会，李军看到行业标准的制定和提升让不少企业受益，让他倍感欣慰。“就拿手提包袋上的缝线来说，以前缝线的出品标准完全依靠技术人员日积月累形成的感觉，不仅难以和客户沟通技术标准，也对产线技术人员培养造成了困难。但如今，一本教材、一份手册便统一了一切，也让我们的产品出海更有说服力。”李军说。

苛求细节，不负匠人初心

钻研技术，成为行业先锋

时间拨回2000年。彼时，20岁出头的李军刚踏入知名港资皮具企业——东莞理工手袋厂。和许多初来乍到的学徒一样，他对这个行当“一窍不通”。“技术方面没有捷径，唯有踏踏实实去做。”李军说，学徒期间，他像钉子一样钉在师傅身后，经常向师傅请教。

经过短短3年时间，李军不仅从研发部门的新人成长为全能的制版技术人员，还因此受到赏识被破格提拔，最终迅速成长为高级技师。

2010年，李军通过人才引进加入广州奥比亚，如今已晋升为该公司的技术总监。其间，李军带队与公司的IE工程部、生产部联合攻关，形成了《奥比亚皮具制造生产工艺标准》。这套标准集工艺标准分解、工时计量、工资自动结算于一体，让一线工人对“今天干什么活、挣多少钱”一目了然，也让管理层能实时捕捉生产线上的瓶颈。正因这套标准，广州奥比亚跻身国家手袋工艺标准5家起草单位之一，让“广州皮具”在行业里真正拥有了标准话语权。

李军对细节的要求也近乎苛刻，始终以“匠人”的标准严格要求自己与团队——手袋上的每一个五金件、每一道油边、每一条缝线的张力和间距，都必须精确到位。“匠人的标准，就是对自己手里的活儿永远不满意。”李军说。

正是这种“永远不满意”，让广州奥比亚的品质在全球市场上赢得了尊重。2022年底，该公司承接了上级部门为全球驻外使节制作新年国礼的专项任务。从研发打样到规模量产，李军全程盯守在车间一线，严把每一道质量关口。最终，这批承载着中国工匠精神的“国礼包”高品质、准时交付，让世界看到了“中国质造”的硬核实力。

如今，广州奥比亚在中东等海外地区已经成为享有盛誉的知名品牌，尤其是在技术方面拥有强劲的竞争力。每届广交会，不少海外客商专程前来咨询产品，甚至直接到工厂洽谈合作。

现在，李军依然在通过各种渠道不断学习。“我们要向年轻的同事学，也向国外的同行学，还要向AI学。”李军表示，希望能够继续助力广州皮具涌现出更多知名的世界品牌。

我在广东 戴奖章

文/侯梦菲 图/受访者提供

全国五一劳动奖状获得单位深圳海吉星：

守好深港“菜篮子”，护好万家“烟火气”



深圳海吉星蔬菜配送区

夜幕降临，整座城市的节奏慢了下来，但在深圳市海吉星国际农产品物流管理有限公司（下称深圳海吉星），大家却加快脚步，更加忙碌。

凌晨，这里已是车流如织。宁夏冷链运来的菜心、山东直供的番茄、海南采摘的西瓜，在这里迅速完成交接，奔向深港两地数千家超市、菜市场和社区门店。

这里是深圳最大的“菜篮子”——日均蔬菜交易6000吨，满足深港约70%的供应；这里是供港蔬菜的核心枢纽——日均开具蔬菜供货证明1500吨，占深圳供港总量近95%；这里也是国企服务乡村振兴的前沿阵地——“十四五”期间推动帮扶产品产销对接近万种，累计意向签约170亿元。今年“五一”前夕，深圳海吉星荣获全国五一劳动奖状。

一座市场的双城担当

“五一”小长假，农产品市场迎来采购高峰。作为深圳市最大的一级农产品批发市场、省重点农业龙头企业，深圳海吉星以充足的货源、稳定的价格，全力守护万家烟火。

深圳海吉星市场年交易规模达340万吨、年交易额达320亿元，是深港两地重要的“菜篮子”，民生保供稳价的“压舱石”。

平稳运行的背后，是日复一日的坚守。“我们的市场运行也面临着很大的压力。”深圳市海吉星国际农产品物流管理有限公司党委副书记赵岳峰表示，

这层压力首先来自于安全，既要守好食品安全，也要保障园区自身的消防、交通等安全。

更大的考验来自极端天气。去年超强台风“桦加沙”逼近珠三角，如何保障让深港市民吃得好？按照以往经验，一旦台风登陆，口岸通行将受阻，蔬菜很难在短时间内运抵香港。深圳海吉星接到预警后，立即启动应急预案：调动全国40多万亩自建及共建基地加大采收，市场商户的上百万亩合作基地同步响应，土豆、洋葱、冬瓜、南瓜等耐储品类迅速调运到市场。那几天的蔬菜来货量从平时的6000吨飙升至8000多吨，检测量翻倍，物流调度也到了极限。

最终，在台风登陆前一天，深圳海

吉星顺利将相当于平日2至3天的供货量提前送达香港，菜价保持平稳。这样的应急能力，并非一日之功。依托深农集团全国市场网络布局，深圳海吉星已建立起“全国保供一张网”应急响应机制，一旦出现供应紧张，可从惠州、柳州、长沙等地紧急调拨蔬菜，单日驰援能力达5000吨。

保障市民舌尖上的安全

在深港融合发展的版图上，深圳海吉星正在构建一个供港农产品智慧监管与服务的新生态。

去年3月，公司全面启动供港蔬菜供货证明开具工作，实现从申请、审核

统一操作、统一管理，为供港农产品闭环监管提供信息化支撑，持续提升深港市民饮食安全保障水平，推动深港融合发展走深走实。

此外，深圳海吉星持续开展食品安全立体化管控，实现农产品全链条追溯，有效杜绝和防范不合格产品上市流通，极大降低食品安全风险隐患。在深农集团带领下，共同打造福市集“三轮认证”体系，从田间到餐桌层层把关，严选优质产品，全方位筑牢食品安全防线，守护深港市民舌尖上的安全。

消费帮扶不只是卖货

在很多人印象中，消费帮扶就是把滞销的农产品卖出去。但深圳海吉星的做法，正在刷新这个认知。

去年，潮州市湘桥区意溪镇的杨桃种植户代表来到深圳海吉星，希望帮他们的杨桃打开销路。这个镇年产量杨桃约1000吨，规模不小。深圳海吉星邀请了几家做杨桃批发生意的商户一起交流对接。

结果出乎种植户的意料——商户们看完样品后直言：农户种植的杨桃个头虽大，但果面有斑点、果型也不够规整，未必是市场真正想要的。

于是，深圳海吉星团队更换帮扶思路：他们帮种植户联系农业技术专家，指导改良种植；对接行业内做杨桃分选、包装的资源；还把自己做自有品牌“深农甄选”积累的包装设计理念和经验，分享给种植户。

“从产销对接，向产品塑造、品牌营销升级。”赵岳峰总结道，“如今的帮扶，是帮农户们真正卖出更好的价格。”

这样的帮扶思路，已经结出果实。“十四五”期间，深圳海吉星常态化开展各类消费帮扶活动，推动帮扶产品产销对接近万种，累计意向签约170亿元，助力深圳对口帮扶地区农产品走出深山，

进入大湾区、卖向全国，推动消费帮扶中心向市场化、可持续发展转型。

2021年，深圳海吉星荣获“广东省消费扶贫突出贡献单位”集体称号等荣誉，并助力深农集团荣获“全国脱贫攻坚先进集体”称号，以实际行动促进农民增收致富、壮大乡村特色产业，为筑牢乡村振兴产业根基、推动城乡融合发展作出积极贡献。

全力打造智慧园区

从2011年正式启用运营，到2026年荣获全国五一劳动奖状，深圳海吉星走过了15年。这15年里，深圳海吉星的市场年交易额从起步时的数十亿元增长到约320亿元，经销商从最初的一批开拓者发展到如今的超3000家，品类覆盖蔬菜、水果、冻品、干货、副食品、茶叶、肉禽等七大交易板块。

未来，怎么让深港市民的“菜篮子”更丰富、更实惠？深圳海吉星将从“丰富品类、提升品质、降低成本”三个方面发力。丰富品类方面，深圳海吉星的专业团队将面向全球、全国精选优质产品，同时将补齐现有品类短板，如增加小众蛋品等产品，让采购商能够实现一站式采购；提升品质方面，将向“合格关、品质关、风味关”三轮标准转变，全方位推动产品质量提档升级；降低成本方面，将大力引进源头直供产品，联合批发商减少流通环节、压缩流通成本，并将节约下来的成本让利给市民和消费者。

下一步，深圳海吉星将顺应数字化发展趋势，聚焦城市治理与农批产业升级需求，全力打造智慧园区，稳步推进深农集团海吉星3.0战略，加快数字化转型升级步伐。未来，深圳海吉星将聚焦农产品全产业链的标准化、数字化、品牌化发展，全力构建农产品产业发展新格局，助力深港打造具全球竞争力的农产品流通枢纽。