2026年11月12日 星期四 责编/王渝 美编/李思思 南国都市报

开放·迸发——高标准建设海南自贸港进行时⑩



2月18日，乐东佛罗镇响地村蜜瓜种植基地，地头已包装好的蜜瓜准备运往岛外市场。 海报集团全媒体记者 王程龙 摄

走读市县

一个县城的冬季蜜瓜产量约占全国八成

如今向海外市场寻找增量

乐东蜜瓜的跨国生意经

“先稳住越南、马来西亚市场，今年进新加坡市场，我们继续在东盟开拓。”10月27日，在乐东黎族自治县佛罗镇丹村蜜瓜生产基地，海南则丰实业有限公司总经理乔晗手持记号笔，在办公室的世界地图上圈出一个个目标市场。“前不久，县里带我们到新加坡对接当地水果贸易商。我们要主动寻找客户，希望鲜果能从新加坡中转到更多国家。”

乔晗急着为蜜瓜寻找更远的市场，有着现实考量。乐东蜜瓜年累计种植面积约22.5万亩、年产量约56.25万吨、年产值约26亿元，冬季蜜瓜产量约占全国市场的八成份额。面对庞大的产量，乐东需要寻找新的市场增量。更直接的动力来自价格。据当地企业测算，符合出口要求的优质果品，售价通常比内销高出15%至30%。

但海外订单带来的，不只是更高的售价，还有一套更高的门槛。对乐东而言，真正的考题不只是让一批蜜瓜走出去，还要让更多蜜瓜稳定走出去，让“乐东蜜瓜”这个品牌在海外留下来。

□海报集团全媒体记者 刘操
乐东黎族自治县融媒体中心记者 王炳鑫



10月21日，乐东佛罗镇瓜农在地头查看蜜瓜生长情况。 海报集团全媒体记者 袁琛

订单来了，瓜怎么种？

“冬季蜜瓜看海南，海南蜜瓜看乐东。”10月末，佛罗镇连片的蜜瓜种植基地绿意绵延，标准化大棚整齐排布，一个个蜜瓜悬在藤蔓之间。

自1996年引种以来，乐东依托充足的光热资源和海沙土壤，逐步形成规模化种植，蜜瓜也成为当地农业最具辨识度的名片。每年10月至次年5月，乐东蜜瓜反季节上市，主要销往长沙、郑州、广州、嘉兴等地的大型农产品集散市场，也进入百果园、山姆、钱大妈等连锁商超。

不仅是国内，蜜瓜上市期海外市场也有需求。“一些国家气候不允许种植，一些国家种植技术有限，优质蜜瓜全靠进口。”乔晗说，价格优势也推动部分种植大户尝试“内销+出口”。

但长期以来，乐东蜜瓜品种选育、种植标准、果品规格以国内市场需求为主，难以适配多元化的国际消费偏好。为跨越标准化鸿沟，乐东政企农多方合力，推动蜜瓜产业实现从“拼产量规模”到“拼国际品质”的转型。

在海南都知果农业科技有限公司种植基地，植保负责人臧威通过智能管理系统查看作物长势，再据此安排灌溉、施肥和病虫害防治。“可供出口的优质瓜，离不开合适的品种、健康的果苗、严格的品控和科学的种植养护。”他说。

“品质，是乐东蜜瓜闯世界的底气。”在都知果公司总经理刘加明看来，国外市场是蓝海，企业唯有加大科技投入，持续提升蜜瓜品质，才能经得起国外市场的严格检验。

种苗是第一关。刘加明介绍，企业从全球筛选种源，自主培育“都知蜜”系列蜜瓜品种20多个，再根据不同市场对果形、口感和上市时间的要求选择品种。

如何实现绿色种植？臧威指着瓜田及肥料讲解：“底肥以微生物肥或有机肥为主，坚持‘一藤一瓜’，水肥配比、光照温度、病虫害防控都要精准把握。”

选种、种植把住了源头关，智能分选则是出海前一道严苛的“安检门”。在分选厂，工人先对果品进行初选，智能设备继续检测糖度、果形和色泽；符合要求的蜜瓜，再送往出口包装厂，按照不同国家或地区的检疫和包装要求分类处理。“经过严格筛选的蜜瓜，既符合国际市场要求，也能缩短通关时长。”刘加明介绍。

这种标准也从企业向产地延伸。乐东以“佛罗蜜瓜”区域公用品牌为牵引，培育“都蜜”“耀珑”“都知果”“青帝”等企业品牌。乐东县农业农村局副局长羊生才介绍，这些产地品牌不仅帮助采购商识别产地和企业，也推动了出口水果从“无名”向“有名”转变、向“高端”升级。

门槛高了，企业怎么闯？

10月16日，佛罗镇都知果公司基地内，60吨“都知果5号”蜜瓜完成分选、包装，装上冷链货车发往广西凭祥，出关后进入越南水果市场。

“我们公司的蜜瓜出口已经成为常态，每天都有冷链车来运瓜，有时两三车，有时四五车。”刘加明说。国外客户看重的不只是价格，还包括品质、数量、到货时间等方面的确定性，“我们蜜瓜年产销量超过10万吨，稳定的货源使企业有能力承接批量订单。”

在蜜瓜“扬帆出海”的里程碑事件中，则丰公司是典型代表。2024年下半年，佛罗镇选择则丰公司开展出口试点。企业准备材料、改造包装场地，并经过商务、海关等部门申报、审核、实地查看和公示，直到2025年4月才完成出境水果果园和包装厂注册登记。去年12月，该公司合计24吨蜜瓜，经过3天时间的运输，成功出口越南，完成佛罗镇本地种植企业组织的首单蜜瓜出口。

“蜜瓜已成为国外消费者餐桌上的‘新宠’。”则丰公司董事长陈泽锋介绍，截至今年上半年，公司累计出口已达20批次总计200吨的蜜瓜，市场反响持续向好，今年11月，新一轮的出口周期即将启动。

10月中旬，一批约旦客商来到则丰公司的种植基地。陈泽锋介绍，双方交流的重点不是企业能生产多少蜜瓜，而是当地消费者偏好什么样的果形和口感、进口蜜瓜执行哪些标准。“从‘我生产什么，市场买什么’，转向‘市场需要什么，我生产什么’，产品才更有竞争力。”他说。

“我们研发的‘富乐1号’是海外客商青睐的品种。”陈泽锋介绍，该品种蜜瓜果形椭圆、果皮黄色、网纹密布，果肉浅绿、爽脆清甜，“色香味”俱全的果品受到东南亚国家消费者“追捧”。

“富乐1号”的出海底气，还源自则丰公司的硬实力——“订单式种植+以销定产”模式，保证果源及时新鲜；精准控温保鲜技术，全程守住果实的新鲜度和口感；全链条可溯源体系，为每颗蜜瓜贴上专属“身份证”，让海外消费者买得放心、吃得安心。

一笔笔海外订单成交，让更多乐东蜜瓜种植企业看到了出海的新路。“出口资质证书要提前办理，包装必须改为国际化标准，冷库配套也不能少。”佛罗镇求雨村党支部书记范治词感慨，以前都是贸易商在田间地头就把瓜收走了，果农都不知道果品的去向，则丰公司的出口尝试，让当地种植户更直观地了解蜜瓜出口所需的流程和条件，让更多人勇于试水国际市场。

求雨村是乐东蜜瓜种植重点村，连片的蜜瓜大棚沿着海岸铺展。“今年蜜瓜长势特别好，市场行情不错！”站在瓜棚中，被称作“佛罗蜜瓜大王”的种植大户王斌喜上眉梢。去年，他通过一家广东外贸公司，向俄罗斯销售蜜瓜10万斤。今年蜜瓜刚上市，他的海外订单又来了。

“乐东蜜瓜形成品牌，国外客商就来收购了，鲜果出海赢得好口碑，订单自然更多，良性循环也就形成了。”王斌说。

从过去在国外市场鲜为人知，到如今进入全球市场，乐东蜜瓜已出口越南、马来西亚、新加坡、泰国、阿联酋、俄罗斯、加拿大等国家和地区，实现从“国内知名”到“全球共享”的跨越。

航路远了，市场怎么拓？

乐东蜜瓜走出国门，只是出海的第一步。对产地企业而言，如何更直接地接触海外客户、了解消费偏好和市场变化，仍是一门新课。

过去一年，则丰公司总经理乔晗对两次市场变化印象深刻：一次是泰国提高果品进口要求，一次是越南临时调整相关标准。不同国家的检疫、农残和包装要求各不相同，相关政策也可能动态变化。一项标准调整，便可能影响一批果品能否如期进入市场。

“企业首先要保证鲜果品质，还要随时准备应对变化。”乔晗说，则丰公司为此配备外贸人员，持续跟踪目标市场的政策和标准，并制定应急预案。

目前，乐东不少蜜瓜通过外贸公司间接出口。贸易商负责寻找客户、办理手续和组织运输，降低了企业进入海外市场的门槛；与此同时，产地企业与最终采购商之间仍隔着中间环节，对销售渠道、价格变化和终端需求的了解相对有限。

按照乔晗的规划，企业今年要争取获得境外水果批发商的直采订单。“我们直面国际市场，填补产地与海外零售终端之间的信息差，降低中间差价成本，为今后出海积累经验。”

在物流通关环节，则丰公司也在不断摸索最优路径。“蜜瓜要快采快销，如果从洋浦港通关，可以进一步降低物流成本，希望海南本地未来的货运船次可以增多。”乔晗说。

“蜜瓜销售到国外只是第一步，我们要把更多高品质的鲜果送到更多的国家。”刘加明则表示，团队正在培养外贸人才，谋划在泰国、越南建立蜜瓜海外仓，实现国内集中供货、海外就近分拨，降低物流损耗、拓宽辐射市场。

羊生才介绍，乐东县不断帮助拓宽蜜瓜出口渠道，组织企业参加品牌出海推介会，对接境外客商资源，推动意向订单转化为实际成交。同时，协同帮助企业办理出境果园、包装厂备案等出口资质，安排专人跟踪服务报关、报检、退税等环节，让企业轻装上阵拓展国际市场。

以新质生产力挖掘蜜瓜价值，开发更多高附加值的出海新产品也在乐东变为现实。“我们已经成功将璀璨明珠、金脆蜜二号等优质乐东蜜瓜种子出口到缅甸、老挝、越南等东南亚国家，受到海外农业市场的欢迎。”海南富友现代种业产业园相关负责人昌黎介绍。

在千家镇，乐东双齐实业有限公司千家农产品深加工厂车间内，果香漫溢。生产线高速运转，一颗颗蜜瓜经过深加工，变成了营养鲜美的果浆和冻干制品，身价倍增。“深加工让蜜瓜身价倍增，为果农增收、产业增效提供了有力支撑。”企业负责人杨礼招表示。

办公室里，乔晗刚刚圈出的几个国家仍留在地图上。从地图上的一个圆圈，到一张稳定的直采订单，中间还隔着标准、渠道、物流和一次次市场磨合。让蜜瓜走出去只是开始，乐东还要让海外客户记住：这颗瓜来自乐东。

（南国都市报11月11日讯）

解码园区

广东海南先进制造业合作产业园打造琼粤企业出海先行区，促进两地人才、技术等资源流动

一条跨区域产业链的“琼粤解法”

□海报集团全媒体记者 郭萃

11月6日下午，位于海口国家高新区广东海南先进制造业合作产业园的海南芬森医疗器械有限公司里，洁净车间灯光明亮，配液、灌装、包装、入库各道工序依次运转，一箱箱医美敷料下线装箱。距离不远的新建医美生产基地，厂房已实现封顶。

“仪器设备大部分来自广东大湾区，配液、灌装、包装、入库及成品出库都在海南完成。”海南芬森医疗器械有限公司营销总监助理王丽聪说，这套“湾区研发+海南智造”的模式，让研发贴着市场、制造贴着政策。

不远处的农夫山泉海口基地，灌装、封盖、贴标一气呵成，瓶身上“海口生产”四个字格外醒目。2025年5月开工，2026年3月31日首批产品下线——不到一年，这个总投资7亿元的项目就跑完了从打桩到出瓶的全过程，项目一期竣工后年产饮料62.42万吨。

从一瓶水到一片敷贴，折射出跨省产业链协同发展的共同逻辑。由海口国家高新区与广州高新区共建的广东海南先进制造业合作产业园于2024年1月揭牌，短短2年多的时间，产业园已形成“2+2”产业骨架，即生物医药及医疗器械、新一代电子信息两大支柱，高端装备制造、高端食品加工及美妆大健康两大特色。截至目前，园区累计引进企业1069家、落地项目65个。

链条之变

不是“搬厂房”而是“接链条”

广东海南先进制造业合作产业园深度联动大湾区新质生产力集聚优势与自贸港制度型开放政策优势，实现从“地方输血”到“区域造血”的升级，构筑功能齐全、链条完善、充满活力的现代化产业生态圈，打造琼粤企业出海先行区，推动“广东总部+海南进出口”“广东市场+海南产品”等合作模式落地，促进两地企业、人才、资本、技术、产品等要素资源畅通流动。

“合作产业园不是把广东的厂房整体搬到海南，而是价值链功能重构。”海口国家高新区相关负责人说，广东侧输出总部、研发、品牌与渠道，海南侧提供自贸港政策、空间承载与出海通道，真正落地的是“总部—制造—出海”的分工。

海南思纶生物科技有限公司是这条分工线的一个注脚。“我们构建起‘广东采购原料、海南加工生产、全国市场销售’的完整产业链条，既实现了原料价值的最大化，也让产品品质得到提升。”该公司总经理李雪涛说，原料供应商是合作多年的大湾区企业，海南这边则按医疗器械GMP标准组织生产。

“一方面是政策，依托零关税、‘双15%’税收优惠、加工增值免关税等政策为企业降低成本；另一方面是产业配套，得益于园区医疗器械产业集聚优势、药械审评核查靠前服务体系，正好适配医美器械GMP合规生产。”在王丽聪看来，几项优势叠加，上下游配套资源也跟着聚拢过来。

机制之合

“湾区基因”激发“自贸港活力”

跨省共建，最难的是要素流动，任何一环卡住，“协同”就会成为“各自为战”，如何确保跨省共建机制顺畅？

在广东，园区揭牌设立广州中创、东莞清大、佛山力合3家双向孵化器，在广州、深圳设琼粤工作站，两地共同设立10亿元琼粤产业投资基金；在海南，海广合作发展有限公司负责合作产业园开发建设，两地干部已互派2批次挂职，人才“双聘制”正推进。

思纶生物是最早尝到甜头的企业之一。“借助双向孵化平台，我们很快对接上广东的原料供应商和科研资源，还通过粤琼人才一体化机制引进了大湾区的技术骨干。”李雪涛说。

服务也在跨省延伸，广州市黄埔区“十分周到”生物医药审评审批服务模式被引入海口，两地建立起药械注册辅导对接机制，提供注册审评沟通指导、技术预审等前置服务。

政策方面，“零关税”清单从1900个税目扩容至约6600个，生物医药、食品加工企业的核心生产物料基本“应享尽享”。

“好政策+好服务”为落地企业带来了快速生长的条件。对于农夫山泉（海口）火山饮料有限公司而言，进口设备“零关税”节约建设成本，帮助工厂提升智能化水平；加工增值免关税、企业所得税优惠又降低运营成本，省下的钱可以更多投入研发。

通道之开

从“湾区市场”到“自贸产品”

作为园区首批落地企业，深圳开立医疗把全球售后业务放到了海口。2025年底，其海口子公司拿到海南自贸港首个医疗器械保税维修项目批复，这也是封关后“禁限清单”内首个“两头在外”医疗器械项目。

待修的内窥镜在保税监管下进入海口，检测、维修后复运出境。“海外进口—海南维修—全球交付”，一条新路径就此跑通。

“广东总部+海南出海基地”“湾区市场+自贸产品”，这些模式正被一单单业务写实。芬森医疗则把海南基地定位为“面向国内、辐射东盟的智造枢纽”。“制度型开放带来的是确定性，让我们敢于做长期重资产投入。”王丽聪说，企业的逻辑正从短期套利转向长期主义，“芬森还计划延链补链，牵引配套企业集聚。”

粤琼“相向而行”，摸索出可复制的方法：“省级+两市+结对区+专班+专业公司”多级协同，规划共编、项目共引、平台共建、企业共育，建设创新飞地、制造飞地、孵化飞地。

海口国家高新区相关负责人表示，下一步，园区将持续深化粤琼双向孵化机制，推动更多广东优质项目向海南集聚、海南特色产品借大湾区走向更广阔市场；同时围绕生命健康、数智制造等领域打造一批粤琼协同示范标杆，推动两地企业从各自发展走向协同共赢。

（南国都市报11月11日讯）