

一条生产线造出三款“国际灯”

中山照明企业依靠智能生产,多点开花布局全球市场

本报记者 柯颂 通讯员 区燕婷

7月13日,盛夏的中山横栏镇暑气蒸腾,广东鸿烁照明科技有限公司(以下简称“鸿烁”)的生产车间里,机器运转的嗡鸣与风扇灯叶片转动的轻响交织成曲。一条生产线上,三款面板灯正完成最后的“梳妆”:左侧磨砂黑款刚贴上北美FCC认证标识,准备启程跨越大西洋;中间白色基础款的供电模块正调试至220V东南亚标准,即将奔赴曼谷夜市;右侧防尘防潮款的密封圈完成封装,目的地是乌兹别克斯坦塔什干的戈壁市集。

董事长蒋信华抚摸着一款银灰色风扇灯,笑着补充,“就这‘会跳舞的艺术品’,如今每月能创下五六百万美元的销量。今年以来保持了20%以上的增长。”这条生产线的“一灯多面”,恰是这家中山本土企业用全球布局破解市场风浪的鲜活注脚。

■ 织就抗风险的全球防护网

在鸿烁的全球销售版图上,这样的“灯影”早已遍布几大洲。乌兹别克斯坦塔什干的仓储中心里,数百个本地店铺的货架上,鸿烁自有品牌的筒灯与手工地毯、陶瓷器皿比邻而居,成为市集里的“中国元素”;泰国曼谷的清晨,印着品牌LOGO的货车穿梭在唐人街与本地市场,为300余家终端门市补货,卸货时叮当作响的硬币声里,藏着“送货上门、现款结算”的利落;北美亚马逊仓库的扫描器



鸿烁的生产车间。

本报记者 文波 摄

持续嗡鸣,符合环保标准的筒灯正排队等待飞向纽约、洛杉矶的消费者,每单物流信息都标注着“FCC认证”“低碳材质”。

这张覆盖中亚、东南亚、北美、欧洲的“分布式网络”,是鸿烁抵御市场波动的“金刚罩”。“2021年刚闯北美时,关税政策一有风吹草动,我就盯着海关数据睡不着。”蒋信华坦言,那时才深刻意识到单一市场的脆弱,“现在好了,哪怕某块市场遇挫,其他板块的增长能立刻补位。”数据最有说服力:2024年,仅泰国市场便贡献了4000万元营收,企业近年销售额年均增长超20%,在全球市场的风浪中稳稳踩住了增长节奏。

■ 既要懂产品本质,更要摸透市场“脾气”

鸿烁的增长密码,藏在“研发预判+本地化渗透”的双引擎里。车间一角的研发室,工程师们正围着一款新风系统样机

拆解测试——这是团队每年投入销售额近20%经费孵化的新赛道,首单已敲开美国市场大门。“风扇灯的爆火不是撞大运。”蒋信华指着测试报告里的叶片弧度数据,2023年6月组建的新团队反复打磨,“东南亚偏爱极简线条,北美痴迷金属质感,光是叶片弧度就改了七版才定稿。”

市场端的“精耕细作”更见真章。跳出传统“大B分销”的层层加价模式,鸿烁在泰国直接对接终端门市,省去中间环节;在中亚,为非自有品牌店铺定制差异化贴牌,让同款筒灯既能印着本地品牌,也能挂着鸿烁LOGO;在北美,把东南亚走量的基础款升级环保材质、加装FCC认证,价格翻三倍仍供不应求。“就像卖水,中亚要大瓶装解渴,北美要小瓶便携,本质都是水,但得懂当地人的喝法。”蒋信华的比喻里,藏着制造企业的生存智慧。

从2014年专注户外照明,到如今商

照、风扇灯、智能灯具多线开花,鸿烁的蝶变是中山照明行业开拓精神的缩影。蒋信华总说“不安于现状”:政府批下新土地,他立刻加码产能;察觉工程渠道利润波动,果断转向消费端;嗅到单一市场风险,马不停蹄织就全球网络。这份敏锐源自“蹲点式调研”——2021年闯北美时,他带着团队蹲守亚马逊仓库,记下“环保认证比价格更重要”的铁律;深耕东南亚时,发现“改个供电参数就能打开一片天”的市场逻辑。

如今,中山照明企业正在全球舞台书写更多精彩:有的深耕“一带一路”沿线,把路灯架到中亚的街头;有的主攻欧美细分市场,用智能控制抢占高端;有的像鸿烁一样多点布局,让一盏灯在不同大陆焕发不同光彩。正如蒋信华所说:“制造型企业的底气,就是既能把产品做到极致,又能跟着市场节奏跳舞。”

横栏花木一场“花时”转型正悄然发生 种泥选得好 花有“百日红”

本报记者 柯颂 文波

7月16日正午,阳光泼洒在“中国花木之乡”横栏镇林婷园林的大棚里,400多个品种的三角梅正借着暑气舒展枝叶,紫红、粉白、橙黄的花朵缀满藤蔓,像打翻了的调色盘;不远处的中邦园林基地,四季海棠的大叶托着层叠花瓣,五星花的五角星形花朵在风里轻轻颤动……

这片被热浪包裹的花木基地,看似是盛夏寻常景致,实则藏着花农们应对市场变化的巧思——从品种选育到花泥革新,从短期时令花到长效花境植物,一场静悄悄的转型正在姹紫嫣红中悄然发生。

■ 开得“合时宜”,更要开得“够长久”

“你看这三角梅,别看现在棚里多是幼苗,等九月底一到,准能齐刷刷开花,赶

上国庆、中秋的装扮旺季。”林婷生态科技农业园的陈加成在三角梅大棚里,指尖拂过一株正抽芽的“紫霞”品种,“深中通道开通后,深圳对三角梅的需求涨了不少,我们400多个品种里,光适配城市绿化的柱形、球形造型苗就有几十种,还能人工控花期。”

在横栏,三角梅的“时间管理”只是品种迭代的一个缩影。中邦园林基地,董事长陈文军捧着一盆四季海棠介绍:“普通海棠开花也就两三个月,这品种能开七八个月,叶子比巴掌还大,树冠能铺展半米宽。”他脚下的“光辉岁月”向日葵更特别——不结籽却能多年生,四季开花不断。

从“应时开花”到“长效观赏”,品种选择的转向藏着市场逻辑:房地产降温后,花农们敏锐捕捉到工程需求的变化——城市绿化、节庆会展更青睐“性价比高、生命周期长”的植物。数据印证这一趋势:林婷园林今年上半年业绩虽与去年持平,但多年生三角梅订单占比提升至20%;中邦园林的花境植物销量较三年前增长50%,远超传统时令花的增速。

“来,试试拎这盆五星花。”陈文军从

花架上取下一盆粉白相间的五星花。“这是进口泥炭土混椰糠调的‘营养土’,比普通园土轻一半,运输成本降了三成。”他捏开一点泥土,颗粒分明的基质里还能看到细碎的椰丝,“普通泥土种的花,根须缠成一团,回家养两月就焉;这土透气保水,根能往外扎,活半年以上很轻松。”

花泥的升级,是横栏花农“提质增效”的关键一步。林婷园林用进口泥炭土培育的三角梅种苗,单价从4元涨到10元,仍供不应求;中邦园林的“光辉岁月”向日葵,靠新西兰泥炭土加缓释肥的组合,花期延长至4个月,“虽然土的成本涨了,但成活率从60%提高到90%,客户愿意为‘活更久’买单。”陈文军算过一笔账:用传统园土种10万盆花,损耗率近三成;换用改良基质后,损耗降了一半,净利润反而多了15%。

■ 从“单打独斗”到“协同作战”

“要是客户要货量突然涨了,我们一个电话,周边十几个同行能凑齐货。”陈文军说这话时,身后的大棚外正停着辆货车,工人正往车上装三角梅,“我们在横栏

做了20多年,市花卉协会、园林协会里都是熟人,吴有根会长常组织我们交流政策、拼单发货,去年沙特的一个订单,就是三家联手才接下来的。”

这种“抱团”模式,让横栏花木产业在市场波动中更具韧性。数据显示,横栏镇现有花木企业和种植户超2000家,通过协会整合资源后,形成了从种苗培育、种植到销售、物流的完整产业链。今年上半年,尽管内地部分地区工程延期,横栏花木仍通过外销弥补缺口——出口香港、澳门的时令花同比增长12%,发往韩国、中东的三角梅种苗增加近三成。

面对未来,花农们已有新规划:林婷园林计划年底新增土地扩大三角梅桩景培育;中邦园林则打算深耕花境植物设计,“不光卖花,还要帮客户做搭配方案,让一盆花的价值再翻番。”

在横栏镇,这些盛放的时令花不只是风景,更是花农们顺应市场、主动求变的见证——从“跟着行情种”到“领着需求长”,从“卖产品”到“卖价值”,这片花木基地正用每一朵花的绽放,书写着传统农业转型的生动答卷。