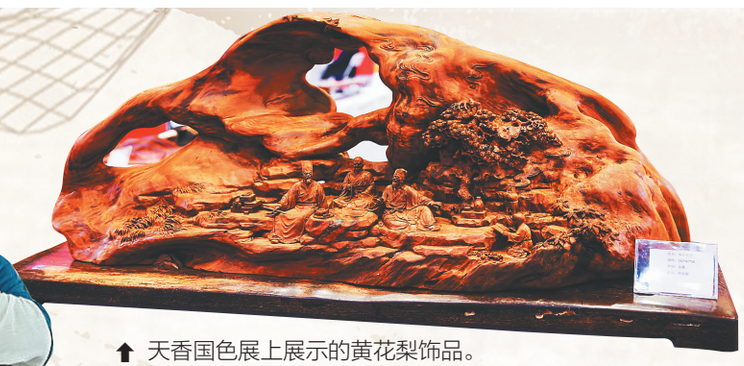
2026年11月22日 星期日
值班主任：张苏民 主编：吴维杨 美编：张昕 检校：李彪 邝才热
海南日报



“苏东坡”在开幕式现场。 天香国色展组委会供图



天香国色展上展示的黄花梨饰品。 天香国色展组委会供图

# 以香木为媒 览古今中外

## ——第三届天香国色展首日侧记

■ 海南日报全媒体记者 陈明艳

一鼓送海、二鼓迎客、三鼓入境，通潮阁缓缓“开阁”。

几声鼓响撞破晨雾，“苏东坡”与“苏过”的身影从人群中走出，一句“父亲，到了”，把现场众人的思绪拉回千年前渡海抵琼的那天。

11月21日9时，海南国际会展中心登录大厅，天香国色·第三届沉香黄花梨国际交易会（以下简称天香国色展）开馆仪式暨“一梦三年”东坡雅韵情景剧展演开始。

嘉宾和中东客商穿过门楼，随着人潮，缓缓步入五十米东坡文化长廊。一场情景剧替代了传统的开馆仪式。

这是观众参加过的“最不像开馆仪式的开场”。但恰恰是这种“不像”，透露了这场展会的某种自觉：不想只做一个交易场所，想成为一个文化现场——展会连接的不仅是“古今”，还有“中外”。

从2024年开始，夏莱便和天香国色展有个“约”。今天，他也没有缺席。

夏莱来自也门，在中国留学10年，先在安徽，后到海南。在他眼里，中国的香文化和中东的香文化有很大的不同，中东人熏香是日常，喜欢浓烈，中国人熏香则偏向雅趣，偏爱清雅，但两边对香的讲究指向同一个方向：日子要过得有品质。这一次，他又回到中东，把沉香客商请来了。

中东客商远道而来，图的是家乡日常熏香的那份讲究。3名沙特阿拉伯的客商马尔祖克·阿尔沙马里、阿卜杜拉和拉菲在天香国色展现场，对别具一格的“开场仪式”竖起大拇指：“我们喜欢沉香，现场的仪式很有趣，我们希望能有所收获。”

在1号馆木韵堂，阿曼布赛娜·阿尔阿姆里女士和同伴向记者展示她发布在社交平台上的产品图片。她们经营一个名为“alammreyah”的沉香品牌，主打高端精品的沉香片、精油、线香等产品。她们停在青洲香馆的展位前，拿起一小瓶沉香闻了闻，不时交流：“这是我们第一次来到海南，如果品质和价格都合适，我们打算买走50公斤沉香。”

本届天香国色展，东南亚沉香产业联盟、马来西亚沉香养生协会、菲律宾世界天然沉香生产商协会、印尼沉香木种植户和企业家联盟协会、老挝沉香协会、新加坡沉香协会、泰国沉香协会、柬埔寨沉香协会等行业协会集体赴约，这背后的判断是——中国市场的沉香消费在扩容，而海南自贸港是进入这个市场最便利的窗口之一。

“中外”在展馆里看得见，“古今”则藏在动线里。五十米东坡长廊上，五组情景展演串起苏东坡在海南的岁月。集章用的《渡海文牒》把四个馆串成一条线，偶遇饰演东坡的演员对出“日啖荔枝三百颗”就能盖一枚章。篆香体验区前排着队，工作人员教观众打香篆。

14时，1号馆斗香大赛开赛。让人喜闻乐见、吸引观众驻足的斗香大赛，则藏着沉香产业发展的底层逻辑：无论是中东客商还是国内买家、藏家，最终都要回到“香好不好”这个标准上。文化可以搭台，但台上出现的，是经得起闻的东西。

一个细分品类的展会，办到第三届，还能如何“往上走”？

据统计，本届展会展览面积扩大至5万平方米，吸引近千家展商、约3000名采购商参展参会，其中超300名中东地区企业家和贸易商到场，共谋沉香、降真香、黄花梨产业发展新机。

中外香商为何齐聚海南自贸港？背后源于产业发展的需求——沉香黄花梨这类高价值品类正卡在一个关键节点上，国内产区有产品、有技术，但缺出海渠道；中东有需求、有渠道，但对“中国沉香”的认知还停留在模糊层面。天香国色展要做的，是立足海南自贸港，把这两头接上。

中东客商组团赴约、东南亚国家行业协会组团到场、全国主要产区悉数参展、产业出海沙龙聊的是渠道对接——这些动作指向同一个方向：天香国色展，正在从“展销”转向“通道”。

（本报海口11月21日讯）



天香国色展上，一套黄花梨架子床受观众关注。 原图拍摄：邱肖帅 AI绘图：张昕

“澄迈香·香世界”沉香产业高质量发展论坛

# 以香为媒，推动贸易规范走向国际

**本报海口11月21日讯**（海南日报全媒体记者陈明艳）11月21日，“澄迈香·香世界”沉香产业高质量发展论坛在海南国际会展中心举行。论坛联动琼粤桂闽四地沉香产区、科研院校、行业协会与企业，围绕良种选育、标准建设、精深加工、国际市场拓展等议题展开研讨。

目前，全省沉香种植面积超15万亩，审（认）定沉香良种15个、新品种13个；发布沉香地方标准11项、团体标准16项、企业标准100余项；通过推广良种良法和人工结香技术，将传统白木香7–8年结香周期缩短至3–4年，高效繁育技术使成活率达90%；全省沉香出口量从2024年30公斤到2025年200余公斤，再到今年目前已批准1800公斤，市场增长势头迅猛；澄迈、琼中、屯昌等地产业集聚效应逐步显现，“海南沉香”地理标志公共品牌影响力持续提升。

与会嘉宾提出，海南沉香产业仍处于转型升级、爬坡过坎的关键阶段，种质资源利用不精、核心技术有瓶颈、标准检测体系不完善、高附加值产品占比低、国际化品牌不强等短板依然突出。

如何破局？论坛上，良种选育、科学种植与科学采香成为被聚焦的话题。海南白木香产业联盟委员会主任万雪松表示将聚焦本土优良品种选育推广，联合科研机构完善种植前端鉴定与溯源体系，守住海南沉香独有的香气品质。

产品要做强，标准和品牌不能缺位。针对当前沉香市场品质混杂、标准不一、溯源缺失等问题，论坛形成共识：需完善分类分级标准与检测认证体系，强化市场监管，推动区域公共品牌建设，维护沉香地理标志公信力。

练好内功，还要向外看。国际化路径同样是论坛热议方向。北京西南香文化传播有限公司总裁臧曦认为，沉香在世界范围内拥有广泛的应用历史及庞大的用户市场，中国庞大的沉香产业链条正在为这场浪潮提供商业上的支撑。与会者认为，海南沉香需以自贸港为窗口，深化琼粤桂闽跨区域协同，串联国内产区资源，对接全球客商，联动中东、东南亚市场，以香为媒，推动贸易规范走向国际。

海南日报全媒体记者从会上获悉，海南已锚定2030年全产业链产值超50亿元的目标，从种质保护、良种选育、科技赋能、标准引领、品牌带动、开放融合等方面协同攻坚。



11月21日，海外贸易商看香识木、品鉴比价。 海南日报全媒体记者 邱肖帅 摄



天香国色展上展示的黄花梨家具。 天香国色展组委会供图

天香国色·第三届电商大会

# 沉香文玩怎么“玩流量”？

■ 海南日报全媒体记者 陈明艳

11月21日，天香国色·第三届电商大会在海南国际会展中心举行。大会现场，“天香国色文化推广大使”“天香国色雅物推荐官”两项颁奖仪式先后举行，舒香门第沉香、沉香女儿珍藏阁、玲儿沉香世家、寻香问道、今喜原创设计、吾闻沉香等品牌和个人获颁荣誉。大会在“怎么把货卖出去”的老话题上，把讨论往前推了一步：当直播电商从高速增长转入精耕细作，沉香文玩这个品类靠什么留住消费者、做出真增量？

一个值得关注的背景是，2025年直播电商行业竞争的重心正在转移——从拼流量、拼投流，转向拼品质、拼信任、拼内容。对沉香文玩这类非标品而言，这个转向既是挑战，更是机会。海南三宝集团董事长、抖音电商珠宝文玩海南运营中心负责人高波在分享中坦言，直播电商的成本结构在变化，投流、退货、同行竞争都在挤压利润空间，但他更强调另一面：“流量能带来第一单，但带不来第二单，复购靠的是真东西。”在他看来，行业正在回归本质，谁把品质做明白、把客户留下来，谁就能在新一轮竞争中站稳。

年轻化是另一条被反复讨论的线索。据介绍，沉香的消费人群正在变化，90后、00后订单持续增长，消费场景从收藏向日常佩戴、生活美学延伸。这个变化对商家提出的要求是：不能再用老一套的收藏叙事去对话新消费者。海口市电子商务协会会长张铁冰提醒，内容生产的方式正在发生变化，“你希望消费者看到什么，就要先把内容做成消费者愿意看的样子”。对沉香商家而言，研究平台逻辑、用年轻人看得懂的方式讲沉香故事，正在成为必修课。

跨境被视为新的增量方向。沉香在东南亚、中东有天然的市场基础，海南自贸港的开放政策又提供了通道优势。大会上，商家代表“沙特媳妇辣辣”结合自身实践分享了沉香跨境产业共生的可能性，也让更多从业者看到：跨境不是简单地把货卖出去，产业共生、标准对接、文化理解，缺一不可，但这条路值得走。

从信任重建到内容革新，从平台精细化到跨境探索，这场大会勾勒出的行业图景是清晰的：沉香文玩电商的下一程，拼的不是谁更会投流，而是谁更懂沉香、更懂消费者、更愿意把基本功做扎实。在海南自贸港建设背景下，沉香文玩电商正迎来从“卖货”到“做品牌”的关键一跃，守正溯源、内容赋能、开放合作，海南沉香有条件在新赛道上走得更稳、更远。

（本报海口11月21日讯）

嘉宾观点

海南省工艺美术协会会长王明珍：

# 守正创新，让海南黄花梨产业行稳致远

**本报海口11月21日讯**（海南日报全媒体记者周晓梦）“海南黄花梨既是生态瑰宝，也是海南代表性的工艺美术名片和非遗符号，其凭借独特纹理与审美价值承载千年匠心美学。”11月21日，在天香国色·黄花梨产业论坛上，海南省工艺美术协会会长王明珍提到，近年来海南黄花梨产业已从零星创作走向规范化经营，工艺水平、文化价值与市场影响力持续提升，成为海南工艺美术高质量发展的核心亮点。

在肯定成绩的同时，王明珍也直言行业仍存在技艺传承人青黄不接、原创设计创新不足、产品同质化较为严重、文化挖掘深度不够、行业标准与市场秩序亟待完善等短板。

如何让海南黄花梨绽放更大光芒？王明珍认为，要做好深耕传统保护，系统梳理海南黄花梨的传统脉络，以历史为线索做好非遗数据的挖掘、整理与传承，守住千年匠心根基；要激励创新升级，推动传统工艺与现代审美、当代设计及伦理消费深度融合，摒弃老旧样式，打造兼具古韵风骨与时代气息的海南精品。

同时，要严守行业规范，加强行业自律建设，引导诚信经营，净化市场环境，维护并擦亮海南黄花梨的金字招牌；并要做强品牌传播，讲好海南黄花梨文化故事，扶持青年匠人与传统品牌，持续提升海南特色工艺美术的传播影响力。

王明珍表示，海南省工艺美术协会将以此次论坛为契机，凝聚各方力量，推动海南黄花梨产业在守正中创新、在规范中提升，实现更高质量的发展。

中国工艺美术大师吴孔德：

# 贴近生活，使千年木雕手艺焕发新的生命力

**本报海口11月21日讯**（海南日报全媒体记者周晓梦）“真正的传承不应只停留在柜子里供人观看，而应走进生活，被现代人喜爱并延续下去。”11月21日，在天香国色·黄花梨产业论坛上，中国工艺美术大师吴孔德分享了他的传承心得，“非遗一定要活在当下”。

围绕这一理念，吴孔德提到了“双向并行守匠心，非遗黄花梨走进当代生活”的想法，提出力求让作品既有高度、又有温度。一方面，他主张要用好料、守底板，延续传统气势、传统家具经典风格，专注打造高端仿古家具，并创作瓶罐、香器等传统器物，意在传承底蕴与艺术高度，展现海南黄花梨最正统的工艺审美与收藏价值，确保传统手艺立得住、传得下。

另一方面，要贴近大众生活。针对过去黄花梨“曲高和寡、离生活很远”的印象，吴孔德专门利用新料走文创化、实用化、生活化的创新路线，跳出传统摆件与家具的局限，把非遗工艺融入现代人的生活场景，开发出车载用品、木地板、艺术方向盘、手机支架、手机壳等年轻化、日常化的文创产品，让非遗不再只是展厅里的展品。

“好看的皮囊千篇一律，有趣的灵魂万里挑一”。吴孔德认为，木材花纹之美、手艺的沉淀与器物带来的情绪治愈，共同构成独一无二的价值。当代消费不仅关注物质，更关注审美、心境与文化共鸣。在他看来，高端老料产品承载中式雅韵、收藏价值与文化尊严，大众新料文创则让普通人也能触摸传统、感受工艺的温度。

展望未来，吴孔德提到，将继续坚持“高端树品牌、大众拓市场”的双向策略，实现新旧共生，让黄花梨非遗走出柜台、走进生活、融入时代，使千年木雕手艺焕发新的生命力。