

百千万工程·茂名观察

培育六种新业态 打造乡村振兴 “微动力源”

张学强 姜桂义

近年来,“回不去的家乡”成了热议话题,“故乡容不下肉身”关键是因为农村缺乏产业支撑,乡村振兴首要的是产业振兴。而粤西农村既难以复制大湾区的大工业,亦无法复制东北黑土地的大农业。为此,茂名以“一四五”工作法为纲,探索因地制宜挖掘乡村传统要素资源,激活一片沙滩、一个月饼、一双皮鞋等资源的“致富潜能”,大力发展适应新时代新需求的土特产、微工厂、农文旅、墟经济、夜经济和庭院经济等六种新产业新业态,把万千“微动力源”汇聚成乡村振兴的澎湃动力,这契合了党的二十届三中全会提出培育乡村新产业新业态的要求。在省2023年“百千万工程”考核评价中,茂名市成为全省获评优秀的6个地级市之一。

一、认真做好“土特产”文章,夯实富民产业基础。近年来,茂名聚焦荔枝产业,以科技赋能传统荔枝产业,通过延链补链,加快发展荔枝特色产业和特色文化旅游,打造一二三产业融合发展的荔枝产业链,带动荔枝“土特产”成为“大产业”,2023年茂名荔枝全产业链产值超120亿元。从荔枝产业出发,茂名结合自身资源禀赋优势,打好产业、市场、科技、文化“四张牌”,全产业链打造“五棵树一条鱼一桌菜”土特产,推动其从“卖原料”转向“卖产品、卖品牌、卖服务”,培育一批超百亿级现代农业产业集群。

二、做实乡村“微工厂”,吸引乡贤回乡投资。将乡村“微工厂”建设作为壮大村集体经济、吸纳群众就业增收的重要抓手,以闲置的土地、楼房、养殖场、旧校园等作为突破口,盘活出租闲置资源,采取村企联建、乡村合伙人培育等方式,引导鼓励有经济实力、有投资意愿、有乡土情结的乡贤回乡办厂,依托头部企业的资源、技术、信息、市场等优势,承接产业链供给订单需求,借势发力打造村级代加工点,切实把农村闲置资产变成增收“活资源”,带动群众“足不出村”实现挣钱、种田、顾家“三不误”。如电白区建成1000多家“微工厂”,年产值达30多亿元;茂南区现有“微工厂”86家,带动数万人在“家门口”就业;化州培育引入乡村微工厂478家,带动就业7000多人。

三、强化“农文旅”融合,实现跨界多元发展。茂名拓展“婚庆+文旅”模式,连续4年举办集体婚礼,并在要镜垌冢墟、高州柏桥荔园等多个4A级景区内设立婚姻登记处,擦亮“大唐荔乡”“‘520我爱荔’旅游季”的名片。近年来,茂名发挥全地形地貌优势,建设北部山区、中部田园、南部滨海旅游带,打造城市游、乡村游、海边游、山里游“四游联动”以及“四季皆可游、昼夜都精

彩”旅游产品体系,打造了滨海度假游板块、美丽乡村风情游板块、冼夫人文化游板块、潘茂名康养游板块、山地体育休闲游板块等特色文化旅游板块,趁势推出“荔枝+”、“橘红+”、“体育+”、“趁墟+”“摄影+”等彰显“文化味+烟火气”以及具有鲜明茂名辨识度的农文旅融合产品。

四、做强农村“墟经济”,推动城乡区域协调发展。各地依托本土资源,分别打造1个独具特色的“墟”。茂南区打造油城文化的油城墟,电白区打造以沉香为主题的沉香墟,水东湾新城打造渔村风情的冢墟,高新区打造“茂名版大唐不夜城”庙街墟,信宜市打造以“窦州文化、信义文化”为特色的窦州墟,高州市打造彰显“高凉冼太好心文化”的高凉墟,化州市打造临空经济区生活圈的杨梅墟。以墟为桥梁推动城市资源下沉乡村,乡村资源上行城市,整合农村文化资源,不断为乡村振兴注入新能量。比如信宜窦州墟文旅场景与消费形态相融合,人气越来越旺,版本大唐不夜城焕新活力。仅仅今年中秋国庆假期,33万游客涌入这个占地1.1万平方米的城市夜间经济体,占了信宜接待游客近半。

五、深挖“夜经济”潜力,激发居民消费活力。近年来,茂名深挖“夜经济”潜力,创新活动模式,组织各乡镇举办美食节,打造美食街,举行形式多样的晚间活动,从食、游、购、娱、体、展、演等多个方面持续释放夜间经济活力。比如,今年以来,化州市因地制宜谋划产业项目,以东方红和蒲山村示范先行,打造集“生态、农旅、休闲”为一体的乡村夜经济运营新模式,2个村吸引了餐饮美食、休闲娱乐等50多个流动商家进驻,不仅让村集体收入增加超万元,同时也带动了村民群众就业增收,实现了集体与个人“双丰收”。

六、积极发展“庭院经济”,增加家庭经营性收入。近年来,高州市泗水镇大联滩底村借助柏桥荔园建设的东风,依托本地资源优势,精心规划美丽庭院,并积极鼓励村民投身于庭院经济的发展,每天人流量都较大,高峰时人流量达到了将近5000人,成功地将“人气”转化为了实实在在的“收益”。茂名依托农文旅项目向乡村导入人流、物流、信息流和资金流,同步发展高质量庭院经济,鼓励和引导农民利用闲置土地和空间,因地制宜发展小种植、小养殖、小田园、小加工、小商贸等,多措并举增加家庭经营性收入。目前,我市累计建设“美丽庭院”17000多户,60户家庭获评省“美丽庭院”,2个行政村获评省“美丽庭院”示范村。

(作者单位:茂名市社科联)

提升“样板墟”复游率 让“墟经济”出圈出彩

梁泽升

在实施“百千万工程”过程中,茂名市正在以“乡村振兴示范样板墟”为典型引领,推动农文旅商“点上开花”带动“全面出彩”。目前,已形成油城墟、窦州墟、高凉墟、杨梅墟、冢墟、沙垌沉香墟、庙街墟“七大墟”各具特色、竞相发展格局。国庆假期期间,茂名文旅市场态势火热,“假日经济”活力十足,共接待游客243.66万人次,同比增长15.43%;旅游收入16.98亿元,同比增长14.78%,其中,“七大墟”功不可没,成为出圈出彩、引流热地。

纵观“七大墟”,具有几大共性特点:一是距离近,适合市民周边游、短途游、微度假。比如,油城墟、庙街墟距离市区半小时车程,沉香墟、冢墟也就1小时车程,窦州墟就处在信宜市中心。二是市井味浓,商业业态以奶茶店、小吃街、甜品、咖啡、土特产等为主,亲民的性价比适合大众消费需求。三是“刚需”环节正逐步完善,涵盖“吃住行游购娱”全链条。四是文旅融合,具有各自主题文化。比如,油城墟彰显“油城文化”,冢墟彰显“渔商文化”,高凉墟彰显“高凉冼太好心文化”,窦州墟彰显“窦州文化”,庙街墟彰显“潘茂名文化”。

当前,“样板墟”的建设已经取得阶段性成果,却也面临着新的“成长烦恼”,能够持续爆火的终究还是少数,日常“样板墟”客流较少,存在复游率低的问题,究其原因有几个方面:一是商业同质化问题,“短平快”的网红小吃业态单一雷同。二是体验感不足,旅游产品和场景单一,配套服务设施改造提升跟不上,衍生产品缺乏创意和个性,游客难免审美疲劳。三是尽管“样板墟”在一定程度上传播和展示了茂名特色文化魅力,但缺乏文化与商业融合的深度与广度。四是“七大墟”的文旅资源挖掘、整合和创意联动能力不足。

如何保持持久热度,吸引复游,关键要结合“样板墟”实际,找准着力点,发挥优势,努力提升文旅竞争力:

一、以“趁墟文化”驱动,加强墟墟之间的联动性、整体性

每到岭南传统文化之“墟日”,附近的群众就会自发地集中到墟市所在地,形成一个临时的交易市场,这是作为“样板墟”的自带流量“密码”。因此要充分发挥好传统“墟日”的市场经济效益,培育消费新业态。一是科学制定“墟日”。加强顶层设计,结合各自当地传统习俗,错开设置各个墟的开墟时间,让各墟轮流热闹,让喜欢“赶墟”的人有个延续性。二是丰富趁墟形式。搭建特色趁墟区域,创新模式针对不同人群设置如后备箱集市地、

亲子跳蚤市场、二手交易市场等等,聚集人气,提升市民群众的参与度,搞活“墟日”文化经济。三是缔造“趁墟”情怀。精心举办“趁墟”系列活动,比如“民艺墟专场”,让茂名南海皮鞋、石鼓渔网、合江丝绸、怀乡竹编、长坡制衣等本土特色民间技艺亮相展示,引导民间艺人在“墟日”开展手工艺表演和叫卖,增强群众对“趁墟文化”的认同度。

二、以“创新供给”带动,增强群众对在地文化的体验感、获得感

当前,群众对精神文化生活更加看重,文旅消费在结构上呈现个性化、多样化趋势,外地游客也更希望深入当地生活、品味当地文化。这种深度的文化体验对于维持游客的兴趣和推广可持续旅游至关重要。一是增强“文化味”。结合浓郁的地方特色,打造差异化、个性化文旅产品。如,打造“连台好戏”献上文化盛宴,精心制作“样板墟”各自主题文化特色的舞台剧(如结合冼夫人文化、潘茂名文化、渔商文化、“跳花棚”国家级非遗项目等),定期在各个墟进行巡回演出;打造互动类文化活动,如冢墟可以利用冼夫人电视剧拍摄基地举办“剧本杀”,让走进基地的群众能够扮演角色,参与剧情,充分满足消费者的精神需求和文化体验。另外,要打造精而独特的“文创商品”,而非千篇一律的义乌小商品。二是增强“趣味”。聚焦游客味觉、听觉、视觉、嗅觉、触觉这“五感”体验,打造和设计“样板墟”的特色元素,让“样板墟”成为更有吸引力的“宝藏目的地”。如引入陶瓷、剪纸、漆纸、制茶等特色店,让游客亲手尝试,增加游玩乐趣;利用数字孪生、虚拟现实、裸眼3D等技术,让博物馆、数字街区、电影院、亲子乐园等旅游产品“动起来”,提供沉浸式体验;举办村K、汉服秀、相亲活动、音乐节等,满足游客互动参与的观演需求。又如场景氛围上,精心编排夜间灯光秀,打造视觉盛宴。三是增强“鲜味”。如今“吃新鲜的”“吃原产地的”,已成为群众到旅游景区的“味”动力。群众更希望通过美食,感受当地的历史文化和民俗风情,了解美食背后的食材来源、制作工艺、传承故事以及与之相关的节日庆典、生活习惯等,进而丰富自己的旅游体验。因此,各个墟更应以“本地客群做口碑,外地客群做流量”的思维,引入传统老字号、百年老店等符合地域特色的优质“吃店”,打造墟内特色美食品牌。当各个墟的独特美食品牌成熟之后,可以制定样板墟“美食地图”,形成全市的墟美食文化,刺激大众去“寻味”。

三、以“协同发力”拉动,提升“样

板墟”IP的美誉度、知名度

目前,“样板墟”项目建设主要是“政府引导、市场运作、群众参与”为核心的运营模式,要想“样板墟”从“走红”到“长红”,还是要构建政府、社会、市场多元主体之间的协同机制,共同发力、提质升级。一是做强“内核”。持续完善基础设施建设,逐步提高“样板墟”的文旅承载力、接待力。强化游客思维,积极回应市场变化和游客需求,做好“吃住行游购娱”全链条全周期配套服务。二是做长“链条”。聚焦“文旅+”,加大招商引资,对墟内的品牌及业态进行持续动态的优化调整,推动新技术、新场景、新模式,打造文旅商融合发展的多元应用场景和消费业态,不断延伸文旅产业链条,在创新中形成竞争优势。三是做好“口碑”。充分利用小红书、抖音、龙眼直播等网络新媒体平台,做好推广宣传,如推出文旅微短剧和电子书,推出创新营销活动,提升“样板墟”网络曝光率和用户黏性。同时,要整合各类主播资源和各类网络媒体机构,邀请优质主播进行直播带货、景区推荐、文化解说等活动,利用达人效应讲好茂名“样板墟”故事。

四、以“资源融合”联动,推动“样板墟”文旅差异化、品质化发展

文旅产业发展需要创新、差异化互补,而不是一味地模仿、同质化内卷。在“样板墟”打造热潮中,要坚持全市“一盘棋”,树立和合共生理念,推动墟墟特色、各美其美。一是促共商。要高位推动,建立“样板墟”相关部门、企业、商家等定期研判会商机制,着力破解项目建设中遇到的困难和问题,形成科学谋划、共推发展合力,加快“样板墟”文旅创新发展、可持续发展。二是促共建。把各墟与周边其他文旅资源结合,打造更多“小而精”旅游线路,以精品线路辐射带动、串珠成链。比如,重点设置“亲子研学”线路,让“陪伴经济”点亮“样板墟”文旅市场消费新引擎。引导各界力量参与“样板墟”文旅发展,特别是要汇聚商协会力量,让更多“有情怀”“想干事”的新乡贤发挥积极作用。在各个墟树立起“人人都是导游和服务员的理念”,营造市民群众共参与、齐支持的和谐氛围。三是促共享。充分发挥大数据科学预测、智能分析优势,整合交通、自然资源、生态环境、商务、应急管理、市场监管、人社、统计等部门数据资源,推进“样板墟”涉旅数据互通共享,为政府科学管理决策提供参考依据、为企业提供智力支撑,以数字赋能持续提升文旅品质。

(作者单位:茂名市委党校)

茂南罗非鱼如何加快“融珠入湾”

邹玉芳

一、茂南罗非鱼产业现状

罗非鱼具有生长快、产量高、食性杂、疾病少、繁殖力强等特点,其肉质鲜美,蛋白质含量高,富含人体所需的8种氨基酸,有“21世纪之鱼”“白肉三文鱼”的美称。2002年,茂名市实施“一条鱼”发展战略,在高州、化州的南部和茂南的西部共23个镇街建设罗非鱼“金三角”出口基地计划。茂南区是茂名市的市辖区,是茂名市政治、经济、文化中心,农业土地资源较少,有水产养殖面积5.08万亩,其中罗非鱼养殖面积4.47万亩,是茂名罗非鱼“金三角”产业基地的核心和广东省罗非鱼养殖主产区,其罗非鱼种苗产量占全市产量的60%以上,年产优质罗非鱼种苗超9亿尾。已建成罗非鱼省级现代农业产业园、公馆镇(罗非鱼)入选首批国家农业农村部农业产业强镇,已建成罗非鱼省级现代农业产业园。拥有国家级罗非鱼良种场1家、省级1家,良种率达93%,是全国质量最好的罗非鱼种苗生产基地;罗非鱼标准化养殖示范场13个,企业269家,区级以上龙头企业30家,为广东乃至全国规模最大、质量最优的罗非鱼良种生产基地,培育的“茂南脆罗非”新品种,是全省“百县百品”优秀特色农产品。罗非鱼除销往国内各地,更出口欧美及非洲等国家和地区,在国内外享有很高的声誉;建成了罗非鱼公共检测服务中心。发展了酸菜鱼、水煮鱼、麻辣鱼、烤鱼、腌制罗非鱼、鱼丸、鱼饼、鱼干、海鲜大餐等预制菜产品,年产值达2.3196亿元。

二、罗非鱼产业发展存在的问题

内销市场不足。国内很多人认为罗非鱼是臭水沟里生长的鱼,泥腥味重,不喜欢吃。即使茂名本土人也多不愿意用罗非鱼款待客人,机关饭堂、酒楼饭市的菜谱上也少见罗非鱼。自己都不爱吃,市场又如何能打开?

对外出口贸易受限。受新冠病毒疫情、中美贸易摩擦等影响,2020年初至2022年底这段时间,茂南罗非鱼对外出口贸易销售受到很大限制,出口订单被延迟或取消,客户流失情况严重,加工出口量和出口金额大幅减少,一些资本不雄厚的企业纷纷退市。

产业链发展不完善。据深加工企业反映,养殖罗非鱼普遍存在产能不够、专业技术缺乏、欠缺管理团队、仓储设施不完善、流动资金不足、投资效益差、建设用地指标少、审批难等问题。此外,养殖高品质的罗非鱼如吊水脆肉罗非鱼养殖周期长,养殖成本高,普通养殖户难以支撑。

新产品研发存在瓶颈。现有的罗非鱼产品已无法满足日益增长的市场需求,同时在脆化饲料配方研发、罗非鱼深加工产品技术开发等方面有不足,推动罗非鱼产业全环节升级、全链条增值受阻。

公用品牌影响力不够。茂南区虽已打造“茂南脆罗非”区域公用品牌,但至今没有“茂南罗非鱼”地理标志,无法凸显其来源于特定地域的独特品质和特征,无法提升罗非鱼品质和市场竞争力。

预制菜精深加工不强。茂南区现有罗非鱼预制菜生产企业7家,但罗非鱼加

工过程中产生的下脚料未能充分利用;罗非鱼预制菜产业链涉及养殖、加工、销售等多个环节,目前产业链融合程度不够高,导致各环节之间的衔接不够紧密,影响了预制菜的整体质量和效益;罗非鱼预制菜品牌知名度和市场占有率相对较低,缺乏具有影响力的品牌,市场推广力度也不够大,限制了预制菜市场的拓展。

三、如何加快茂南罗非鱼产业发展

茂南罗非鱼产业要发展壮大,应结合当前“百县千镇万村高质量发展工程”,推动产业转型升级,从罗非鱼质量、品牌、国家地理标志申报、引进龙头企业等方面来谋划。

拓展国内销售渠道。相较变幻莫测的国际市场,国内市场更加稳定且潜力巨大。罗非鱼被誉为“白色三文鱼”,具有高蛋白、低脂肪的特点,政府部门要带头将罗非鱼作为接待菜之一进行推广,同时要将罗非鱼及深加工产品作为机关饭堂、学校的主推菜;还可以通过抖音、美团等平台直播带货,从而打造茂南罗非鱼品牌。

借助对口帮扶力量。应充分发挥禅茂对口帮扶工作队资源优势,将禅茂两地的服务主体、生产主体、流通主体和消费市场更紧密地结合起来,为茂南罗非鱼“融珠入湾”开辟一条新通道,提升茂南罗非鱼市场竞争力和可持续发展能力,助力产业提质增效、农民增收致富;依托禅城国企和帮扶资源,建设罗非鱼产业大数据平台,以整合产业链各环节的数据资源,实现从种苗培育、养殖管理、产品加工到市场销售的全链条监控和数据分析,提

升罗非鱼产业的整体竞争力和可持续发展能力。

加强优良品种培育。依托科研单位强强联合,加强罗非鱼优良品种培育力度,培育生长速度快、雄性比例高、抗寒抗病能力强、经济效益好的罗非鱼良种;要持续开展标准化池塘改造、工厂化循环水养殖等项目,健全茂南罗非鱼产业体系、生产体系、经营体系和管理体系,通过创建绿色循环发展试点项目提高产业竞争力,带动产业发展,提高养殖污染治理水平,规范养殖用料用药管理,推广养殖口感好、价格高的高端罗非鱼,提升质量,做优一价,促进绿色健康养殖和产品品质提升。

加快申报茂南罗非鱼农产品地理标志。积极引导符合条件的生产企业申请使用地理标志专用标志,加大农产品品牌尤其是地理标志品牌推广力度,提升农产品地理标志品牌效应,加快地标产品“走出去”,进一步推进地理标志赋能产业发展;积极组织“茂南罗非鱼”等产品参加省组织的农产品宣传活动,如“放心消费粤行动”“手信节”“年货节”等活动,提升茂南罗非鱼地域知名度和美誉度。

积极申报国家级现代农业产业园。随着社会的进步和生活水平的提高,人们对食品安全的关注度越来越高,现代农业产业园通过标准化和质量追溯体系,能够为消费者提供安全、优质的农产品。同时,现代农业产业园采用绿色养殖技术,减少饲料、药物的使用,养殖、加工出标准化、规范化的绿色产品,让消费者吃上放

心食品。可在现有省级罗非鱼现代农业产业园的基础上,积极申报国家级现代农业产业园,从而有效提升茂南罗非鱼品牌知名度,带动全区乃至全市罗非鱼产业做大做强。

扩大罗非鱼精深加工规模。以茂南罗非鱼优势特色产业集群项目建设为基础,推动当地农业龙头企业广东京塘农业科技有限公司进一步扩大罗非鱼精深加工规模,提高精深加工和高效利用产品比重,加强冷链物流建设,建设具有先进水平的罗非鱼加工集聚区。

大力研发罗非鱼预制菜。酒楼、饭堂的厨师喜欢简单好用毛利高的食材,要加大罗非鱼预制菜如水煮鱼、烤鱼、盐渍鱼片、纸包鱼、面包鱼等精深加工技术的研发力度,引进和消化国际先进技术,提高加工效率和产品质量;加强对罗非鱼下脚料的综合利用研究,开发高附加值产品,提高资源利用率;加强产业链整合,建立健全罗非鱼预制菜产业链整合机制,加强各环节之间的协作和配合,提高产业链的整体效益,推动罗非鱼预制菜产业链向高端化、智能化、绿色化方向发展,提升产业链的整体竞争力。

完善罗非鱼产业协会。积极发挥罗非鱼产业协会作用,整合资源,培育龙头企业,创新新型经营主体培育政策,培育一批创新活跃的经营主体,激发各类主体的发展活力和内生动力,形成龙头企业引领、合作社跟进、农民广泛参与的发展格局,引领罗非鱼产业做大做强。

(作者单位:茂南区农业农村局)