

“这就是我们茂南人自己的故事会”

茂南打造特色文化宣讲阵地,百姓宣讲活动暨“油城故事会”宣讲品牌启动仪式昨举行

■茂名日报社全媒体记者 莫离羽
实习生 朱洛娴 刘思崎

本报讯 为创新理论宣传宣讲方式,更好培育理论政策宣讲队伍,打造具有茂南特色的文化宣讲阵地,推出“油城故事会”宣讲品牌,助力“百千万工程”,7月27日,茂南区百姓宣讲活动暨“油城故事会”宣讲品牌启动仪式在乾村举行。

当晚七点半,夜幕初临,夏风习习,活动在华灯初上的乾村拉开序幕。茂南区委常委、宣传部长、区文广旅局局长黄蓉上台致辞,表示茂南区创立“油城故事会”宣讲品牌,就是要以“油城”为根脉,以“故事”为桥梁,搭建展现茂南风采的立体窗口,培育“宣讲轻骑兵”的实践舞台,深挖本土精神富矿,汲取身边榜样力量,让理论宣讲“宣”出茂南特色、“讲”到群众心坎、

“聚”成发展合力。

当晚的宣讲环节分为三个篇章,每一篇章均是茂南高质量发展的生动侧写。宣讲员阮明月、陈怡宏在基层治理篇为大家带来精彩分享,他们的真实案例让大家看到了基层工作者的艰辛与努力,也充分展现了基层治理的“茂南智慧”。宣讲员吴小燕、朱丽叶、柯舒华则在服务群众篇深情讲述,他们的故事如同一股股暖流浸润心田,每一次耐心的解答、每一次伸出的援手、每一次真诚的关怀,都是心系群众、为民服务的生动实践。而宣讲员梁祖富、廖启颖用质朴的语言,在乡村振兴篇中描绘出茂南乡村的蝶变与希望,展现了别样的乡村新风貌和新作为。从基层治理到服务群众,再到乡村振兴,每一个故事都是茂南发展的温馨注脚。

宣讲环节穿插播放了文明茂南宣讲视频《福居荔枝》、文明茂南童谣MV《荔枝妹》《好心杞》。现场观众认真聆听、观看,不时响起热烈的掌声。有不少家长带着孩子前来,小朋友们被一个个生动故事吸引,在幼小的心灵种下一颗颗关于责任、热爱、文明的种子。

“接地气,听得懂!”观众张女士听得津津有味,她表示:“这些故事讲的都是我们身边人、身边事,这就是我们茂南人自己的故事会,讲出了我们的精气神!”

“三个篇章的故事串起来,就像看了一部茂南发展的微电影。听完感觉心里热乎乎的,对茂南的未来更有信心了。”观众陈先生沉浸在宣讲员们生动讲述的故事中,在现场从头听到尾,意犹未尽。

茂南区百姓宣讲活动暨



茂名日报社全媒体记者 梁天 摄

“油城故事会”宣讲品牌是由茂南区新时代文明实践中心指导,茂南区委宣传部、区文广旅体局主办,茂名日报社承办,以创新理论宣讲为使命,以文化

传承为纽带,旨在更好培育理论政策宣讲队伍,激发该区干部群众干事创业热情,营造积极向上的社会氛围,为茂南高质量发展注入思想动能。

中医药高州龙眼跨界融合,发力“药食同源”赛道

2025 广东高州龙眼品鉴会暨产销对接大会启幕



■文/图 茂名日报社全媒体记者 梁彩轻 实习生 黄意凌 周珊兆

本报讯 为深入学习贯彻习近平总书记视察广东、视察茂名重要讲话重要指示精神,落实省委“1310”具体部署,7月27日,2025广东高州龙眼品鉴会暨产销对接大会在沙田镇启幕(如右图)。高州以“储良龙眼出高州 高州龙眼甲天下”为主题,将33万亩果园的芬芳、32万吨丰收的期许,都装进了这场盛会里。

现场直击
沉浸式体验高州龙眼甜蜜

展销会现场,高州市农业农村局介绍了高州龙眼基本情况。高州龙眼产业基础雄厚,以“种植最早、品质最优、产量最高、产业最强”闻名。今年龙眼预计总产量32万吨,其中储良龙眼产量预计超22万吨,石硌龙眼产量预计超6万吨。

今年以来,高州成立龙眼产

业高质量发展工作专班,及时制定《2025年高州市龙眼产销行动方案》,在品质把控、优化采购服务、拓宽销售市场、强化产销对接、深化品牌建设等方面着力,明确33条措施,打好“产业、市场、科技、文化”四张牌。

现场签约环节气氛热烈,各方签下多项合作协议。活动现场还发布2025高州龙眼高质量发展十大措施,推出种植标准、果品分类分级规范、桂圆肉标准、统一包装标识及采购手册,公布“高州龙眼优质果园名单”并为优质加工企业颁发,为“高州龙眼网络推广达人”授牌,发布高州龙眼农文旅打卡路线等。

网红赋能
高州龙眼销量量齐升

“3、2、1,开播!”随着一声清脆的指令,活动现场瞬间进入热闹的直播状态。邀请百名网红参与构建全媒体传播矩阵,是拓宽农产品销售渠道、提升区域品牌影响力的创新手段,旨在借助其贴近群众的传播优势,以实地探访、现场直播、深度专访等形式,全方位展现高州龙眼从种植到加工的全产业链发展成果,让“高州龙眼”品牌形象更立体鲜活。

高州在龙眼产业宣传上打出组合拳。前期依托储良龙眼母树资源,结合柏桥服务区开放热点,策划“龙眼采摘体验游”“龙眼文化嘉年华”等农文旅活动;近期转向市场拓展,组织销售小分队深入重点销区洽谈推介,赴大湾区开展品牌展销,投放广告并举办20场品鉴活动。7月17日,高州召开“媒体+”赋能“百千万工程”座谈会,为龙眼营销造势,借媒体影响力扩大品牌知名度。

跨界破圈
高州龙眼解锁药食同源

为深入挖掘龙眼在中医药领域的应用潜力,活动特别邀请了中医药专家、农业科研人员、健康产业代表齐聚一堂,开展专题研讨。各方从专业角度出发,共同探讨龙眼的药用价值开发、相关产品研发等议题,为龙眼产业拓展更多元的发展空间。

研讨中,专家们围绕“龙眼的药食同源特性”“桂圆在传统方剂中的应用”“现代中医药技术赋能龙眼深加工”等话题展开深入交流,提出开发龙眼养生膏、药膳食材、中药茶饮等创新产品的思路。

北京营养师协会、副理事长兼秘书长刘兰介绍,烘干后的“桂圆”,更是传统中药材里备受认可的“滋补良品”,不仅能补气血,还具有安神益智等功效,在养生保健领域有着重要地位。

当地企业也展示了基于中医药理论研发的龙眼深加工样品,让在场嘉宾看到了从“卖鲜果”到“卖健康”的产业升级空间。这种跨界融合不仅延伸了



北京营养师协会、副理事长兼秘书长刘兰介绍,烘干后的“桂圆”,更是传统中药材里备受认可的“滋补良品”,不仅能补气血,还具有安神益智等功效,在养生保健领域有着重要地位。

当地企业也展示了基于中医药理论研发的龙眼深加工样品,让在场嘉宾看到了从“卖鲜果”到“卖健康”的产业升级空间。这种跨界融合不仅延伸了

产品的思路。北京营养师协会、副理事长兼秘书长刘兰介绍,烘干后的“桂圆”,更是传统中药材里备受认可的“滋补良品”,不仅能补气血,还具有安神益智等功效,在养生保健领域有着重要地位。

当地企业也展示了基于中医药理论研发的龙眼深加工样品,让在场嘉宾看到了从“卖鲜果”到“卖健康”的产业升级空间。这种跨界融合不仅延伸了



■茂名日报社全媒体记者 陈美任 林小萍

本报讯 夏日的茂南乡村,篮球的跃动与省运会的期待撞了个满怀。7月27日晚,2025“罗非鱼杯”茂南区第三届“村BA”男子篮球赛第二轮赛事在羊角山和、公馆镇两大赛场同步开赛。这场以“喜迎省运会,助力‘百千万’”为主题的篮球赛,既以热血对抗点燃全民迎省运的热情,更以篮球为纽带,串联起乡村振兴与振兴活力,成为茂南推进“百千万工程”的生动注脚。

双场联动燃情夏夜
篮球架起乡镇连心桥

当晚的比赛从开场便火药味十足。在羊角山和赛场,新坡镇与高山镇的对决全程胶着,比分一度紧咬,关键时刻,新坡镇球员一记三分球引爆全场拉开差距,最终以84:68锁定胜局。赛场周围,村民自发携带折叠椅“占领”最佳观赛位,祖孙三代围坐呐喊,加油助威声彻夜不息。第二场镇盛镇对决战阁镇则呈现另一种节奏:镇盛镇开场先声夺人,凭借稳健配合保持领先,下半场镇盛镇率先得分发起反击,却始终未能突破对手防线,最终61:76憾负。场边观众围坐啃着烤串呐喊,赛场旁的小吃摊飘出阵阵香气,构成独特的“夜经济”风景线。

公馆镇赛场同样硝烟弥漫。首场公馆镇与袂花镇的较量中,下半场袂花镇凭借快攻反击将分差缩小,但公馆镇球员顶住压力,以一记底线突破后的空心入网终结悬念,最终97:64

省运激情涌乡土 篮球热动百千万

茂南“村BA”第二晚双赛场燃情联动 返乡青年绘就振兴图景

获胜。赛场边,村民与观众组成的助威团成为独特风景。现场观赛的村民表示:“咱镇里的球队打到家门口,肯定要支持!球员们拼劲十足,不服输!”而鳌头镇对阵金塘镇堪称“硬核对抗”,鳌头镇开场便内外线联动建立领先,金塘镇通过拼抢紧咬比分,双方攻防碰撞火花四溅。终场哨响,金塘镇以83:74赢得胜利,欢呼声浪直冲云霄。现场观众张女士感慨:“没想到‘村BA’这么热闹,大家喊得嗓子都哑了,这种乡土赛事比看职业比赛还亲切!”

返乡青年以球为媒
扎根乡土当起振兴合伙人

在茂南“村BA”的阵容里,27岁的袂花镇球员杨琪文带着返乡创业的经历,让这场比赛多了份乡村振兴的温度。这位曾在城市打拼的青年,去年春天回到家乡,带着电商团队入驻荔枝林、龙眼园,把家乡的果子通过直播送到全国各地。

“以前村口的球场是坑坑洼洼的黄土地,下雨就泥泞难行,现在改成了塑胶场地,晚上还有路灯,年轻人打球、老人跳广场舞,热闹得很。”杨琪文话里满是对乡村变化的感慨。

随着“百千万工程”推进,茂南各镇村基础设施大幅改善,这些变化让像杨琪文这样的年轻人看到机遇。“镇里帮我解决仓库问题,阿姨们主动来打包荔枝,这种热乎劲儿在其他地方找不到。”他说,“现在通过直播,家乡的荔枝卖到了全国各地。”乡亲们腰鼓鼓了,打球的热情也更高了。

在球场上,杨琪文与儿时玩



金塘队与鳌头队在赛场展开角逐。

伴组成的球队一直默契十足。“小时候在土场打球摔得满身泥,而现在是为家乡而战。”这种乡土情怀,正是茂南“村BA”最



友谊第一。

动人的底色。赛场上,省运会的激情与乡村发展的脉动相互激荡;球员们的拼搏身影呼应着省运精神,



观众为球队加油。

乡镇间的赛事联动则为“百千万工程”注入体育动能,让全民健身与乡村振兴在夏夜的球场上交相辉映。

图片由茂名日报社全媒体记者 李颜东岑稳 提供

◀上接01版

茂名龙眼的产业热潮,身处市场前线企业最有发言权。活动中,来自茂名的企业代表广东丹唇食品科技有限公司代表率先上台,以切实体验讲述企业前沿的实践智慧;无独有偶,作为采购商代表的江苏南大耐雀生物技术有限公司代表则以外地企业视角,分享基于价值链共振的深度协作感受。共享鲜果,时效优先,顺丰速运企业代表以鲜果物流的角度,述说茂名龙眼新鲜直达消费者手中背后的深度投入。农业的良性循环离不开金融这把“抗风伞”,中国太平洋财产保险股份有限公司代表以多年农业领域深耕经验,解析“从田间到餐桌的风险防火墙”。

文化盛宴与互动热潮:多元形式展现茂名龙眼魅力

当龙眼的甜蜜与多元文化碰撞,活动现场掀起阵阵热潮。一场别开生面的“茂名佳果舞台秀”率先激活文化氛围——众多企业开发的龙眼系列产品,在身着大气旗袍的礼仪人员展示下逐一亮相。十余分钟的产品秀中,龙眼鲜果、桂圆肉、桂圆蜜等“茂名甜蜜”依次登场,包装精美、形态各异,既展现了龙眼从鲜果到深加工的无限可能,也彰显了产业发展的澎湃活力。来自茂名黄金产区的优质龙眼及其衍生产品,以时尚诱人的姿态,在金陵舞台上演精彩。

当千年墨韵遇见岭南佳果,一场“形”与“色”的文化盛宴随之而来。在“墨舞龙眼 香约金陵”主题书法联动环节,南京本地国家一级美术师张光仙以笔墨为媒,先以笔走龙蛇之势题写活动主题“茂名龙眼 甜约南京”,引来现场掌声雷动;墨韵未干,他又挥毫勾勒出一幅鲜活的龙眼鲜果图,将茂名龙眼的清甜融入金陵书画的雅致,让南北文化在笔墨间交融。

猜盲盒,赢龙眼!这一将“苏超”热潮与茂名“甜蜜龙眼”巧妙结合的互动环节,成为活动的活力源泉。现场准备了13个神秘盲盒,每个盒中都藏着一支江苏省城市足球联赛(苏超)参赛球队的名称。在穿插于各环节的两轮竞猜中,参会者纷纷选择盲盒、喊出心中的球队名称,猜中的幸运儿抱得优品龙眼喜笑颜开而归。在欢声笑语中,大家既感受到了“苏超”的激情,也加深了对茂名龙眼风味的记忆。

大咖助阵,精彩再升级。来自南岭咖啡的知名主理人、网络达人刘仲贤携创意新品龙眼咖啡神秘亮相。这位深受粉丝喜爱的时尚青年不仅分享了龙眼的科学养生知识,还深度解读了活动首发的“龙眼咖啡特饮”背后的药食同源理念——将岭南佳果的清甜与咖啡的醇厚融合,既是对传统食材的创新演绎,也为龙眼的多元应用打开了新思路。

从产品秀的视觉盛宴到书法联动的文化交融,从盲盒互动的趣味横生到大咖分享的创意灵感,这场推介会以“声”“色”兼具的多元形式,让参会者全方位感受茂名龙眼的魅力与活力。

品牌升级:从“优质产品”到“知名品牌”的关键一跃

2024年茂名龙眼区域公用品牌LOGO正式发布,迈出了龙眼从“优质产品”向“知名品牌”转型的关键一步。在本次专场推介活动上,推出了“茂名龙眼”区域品牌新形象和“中华养生派,健康自然来”“传播口号,从包装设计、宣传口号、传播图形方面对“茂名龙眼”区域品牌进行重新定义。活动中,以当下热门的AI技术结合品牌宣传推广,以人工智能智能展现“岭南甜”的独特韵味,为品牌传播注入科技活力。

同时,长期深耕农业品牌建设的资深专家、浙江永续农业品牌研究院副院长周叶润受邀出席,为与会者解析茂名龙眼区域公用品牌的内涵建构、价值维度与演进路径,为品牌未来发展提供专业指引。设计以果实形态与茂名地域特色为核心,将龙眼和“茂”字作为基础元素,既突出龙眼的饱满形态,又彰显地域文化底蕴,整体设计紧扣“茂名龙眼”的品牌理念,辨识度极高,为进一步拓展品牌影响力筑牢了形象基础。

创新赋能与产销对接:为产业发展注入新动能

更令人欣喜的是,活动促成了多对产销对接企业签署战略合作协议,以实际合作拓展茂名龙眼开辟华东市场的新渠道,让“茂名甜蜜”通过更畅通的链路走进华东千家万户。

此次茂名龙眼南京专场推介活动,既是一次品牌形象的集中展示,又是茂名落实“百千万工程”、推动特色产业高质量发展的生动实践。通过多元文化融合、创新传播形式与务实产销对接,茂名龙眼不但进一步打开了华东市场,而且在“从田间到餐桌”“从产品到品牌”的转型路上迈出了坚实一步。未来,随着品牌影响力的持续提升,茂名龙眼将以更强劲的姿态走向全国,为乡村振兴注入甜蜜动能,让“土特产”真正成为富民兴村的“大产业”。



官方微信



官方新浪微博

茂名网: www.mm111.net