

# 发展月饼产业要有创新思路

特约评论员 蔡湛

茂名日报日前报道,市委书记庄悦群调研我市月饼生产销售情况,强调立足当下、谋划长远,顺应消费趋势,坚持守正创新,推动月饼零食化、点心化、品牌化、绿色化发展,开拓多元营销渠道,持续擦亮“中国月饼名城”金字招牌,推动茂名月饼特色产业行稳致远。

需求,又延伸月饼产业链,开拓更多消费场景和广阔市场。尤其要洞察和关注不同群体的消费新趋势,开发低糖、低油、营养、健康等产品,赋予月饼更多文化内涵和情感价值,让月饼更具卖点,真正以质量赢口碑,以创新拓市场。我市多家品牌月饼企业在减糖、减油、口味、造型等方面推陈出新,新品种大受市场青睐,既适应市民中秋节日需要,又为日常点心食品供应提供了更多选择。一家品牌企业推出的“流心系列”小月饼,一改传统口味,以奶黄、抹茶、咖啡等原料植入月饼,切开后馅料宛若流沙般缓缓流出,味道清新、口感丰富、造型精致,契合了年轻消费群体的爱好,成为人们抢购的网红产品。还有企业利用本土荔枝、龙眼等优质资源,开发了冰皮荔枝月等产品,让消费者大开眼界。可见,善于创新,让月饼的品种更丰富,与消费者的需求更贴近,对拓展市场扩大销量延展销售期寓意不凡。作为一

种时令性较强的食品,如何推动月饼零食化、点心化,延长销售期,延伸产业链,应当成为产业创新的探索之一。既让人们吃出浓浓的家乡味,又有耳目一新的新鲜感,将更多月饼元素融入食品制作,让消费者有更丰富选择,市场的“大饼”才会越做越大。

文化是月饼产业的灵魂,是月饼营销的核心。“中国月饼看广东,广东月饼看粤西”,茂名月饼长盛不衰的背后,有着源远流长的文脉和乡情萦绕的传说。小小一块月饼,寄托着人们对家乡的眷恋和对美好生活的向往。月饼的文化味道,是月饼名城金字招牌的厚实底色。要像卖荔枝一样卖好茂名月饼,关键在于学习借鉴茂名荔枝文化营销的成功经验。茂名荔枝今年营销上了新台阶,全产业链产值超百亿元,成为闻名遐迩的富民兴乡特色产业,原因之一得益于荔枝文化广为传播绽放异彩。从荔枝文化形象大使选拔赛成功打造我市对

外宣传亮丽名片,到全国多位知名作家诗人到古荔园采风留下动人诗篇;从数十万游客畅游“美荔天地”服务区感受千年荔枝文化魅力,到《长安的荔枝》等影视作品在全国热演,引发一波波“荔枝热”。荔枝文化的孕育和传播,将特产资源和文化底蕴融为一体,有效提升了茂名特色产业的知名度和美誉度。这种以动人的故事、鲜活的载体传播茂名文化的做法,应当植入月饼营销当中。最近举行的茂名非遗半小时第十三场展演以月饼文化为主题,悦耳的歌声、灵动的舞蹈、精彩的舞台剧,蕴含着茂名月饼文化内涵,唤起观众对月饼制作工艺和传统文化的追忆,就是传播月饼文化的可喜实践。让茂名月饼拓开市场走向全国,必须插上文化传播这个翅膀,以多姿多彩的文化活动提升品牌文化价值和市场渗透度。

“媒体+产业”,媒企合作搭建营销新平台,是拓展月饼产业影响力的一条高效路

径。在媒体高度发达的时代,一个重视文化传播、拥有驰名品牌的企业才能做得大走得远。如果固守等客上门的传统思维,就会在市场大潮中被无情淘汰。茂名日报社发挥粤桂琼报业联盟跨区域联通优势,邀请联盟成员前来茂名考察品牌月饼企业,探索媒企融合和合作模式,就是宣传协作、资源互通赋能月饼产业的范例。我市月饼品牌企业还主动与主流媒体和文化单位联手,挖掘历史文化脉络,开展丰富多彩的文化活动,讲好茂名月饼故事,走出一条产业与媒体互利共赢的发展路径。市场竞争在眼光,媒企合作既彰显了企业家的长远目光,又收获了提升形象扩大市场的成果,是对文化传播激发品牌活力的有力佐证。在“百千万工程”走深走实的当下,这场媒体与特色产业的“双向奔赴”,是本土文化挖掘与推广的生动实践,应当引导与鼓励更多月饼生产企业创新营销,在媒企合作平台上展示更大作为。

## ● 热点评说

# “墟BA”为乡村振兴注入新活力

吴征远(高州)

据茂名日报报道,8月8日,我国第17个“全民健身日”之际,2025年茂名市“墟BA”男子篮球联赛暨全民健身日活动在高州柏桥服务区火热启幕。活动以“喜迎省运会助力‘百千万’”为主题,以“体育+文化+产业”的融合模式,为乡村振兴注入新动能。

赛后还将举办主题文艺晚会,让观众在欣赏精彩赛事的同时,感受我市的发展成果。

笔者有幸参加了活动的开幕式。下午6点多的时候,柏桥服务区已经是人山人海,停车位爆满。赛场内的对决固然牵动人心,赛场外的活动同样精彩。赛场周边设置中医药健康夜市、“百千万工程”成果展销区,近百种土特产现场展销展示,各地游客闻讯而至,免费享受品尝小吃、名中医把脉开方、耳穴理疗、艾灸刮痧等服务。根据计划,赛事地点不断转换,奖品紧扣“美丽乡村”主题,鼓励各地乡村特色产品登场亮相,这样唤起了举办地点的浓浓乡情,既为家乡“土味”代言,更激活乡村振兴,赋能了产业建设。

从2022年试点“墟BA”到2025年覆盖全域,茂名通过赛事盘活乡村资源:累计培育“篮球+农产品”示范镇12个,打造高凉美食市集品牌,推动“双百”工程人员参与赛事运营,帮助超2000户农户增收。可以说,“墟BA”早已不只是一场比赛。它是体育赋能乡村振兴的生动实践,是以赛事为桥,为茂名乡村注入新的活力。

## 今日笔谈

# 解决三个问题 助力全民健身

王如晓(市区)

2025年8月8日是我国第17个“全民健身日”,按照新修订的《体育法》规定,从2009年起,“全民健身日”的所在周为体育宣传周。在这个大力倡导全民运动的特殊日子里,广大市民朋友不妨动起来,让青春与健康同行。

近些年来,我们欣喜地看到,在全市各地,在各个体育活动场馆,在各大公园、广场里,甚至在小区或马路边的空地上,随处可见缤纷多彩的健身活动吸引着广大群众尤其是体育运动爱好者的参与,让一个个矫健的身姿成为一道道亮丽的风景线。

体育强国中国强。回顾新中国成立以来的,尤其是改革开放以来的40年,振兴体育、全民健身已上升为国家战略。从绘就体育强国的建设蓝图,再到扎实推进全民健身的公共服务体系建设,我国的体育强国、全民健身事业正进一步一个脚印坚持走来。奥运会、冬运会、亚运会、大运会等大型运动会的举办,村BA、市长杯、校长杯、广场舞、网红健身操等群众体育运动风靡全国,更是提升了全社会对于体育、对于健身的热情。

然而,要使人入爱体育,个个想健身,让体育锻炼、全民健身永不落幕,永远充满勃勃生机,就必须解决三个问题。即“想不想运动”、“能不能运动”及“会不会运动”这三个问题。

首先,要解决好“想不想运动”的问

题。就是通过政府的引导,让体育运动、全民健身成为越来越多群众的自觉选择。据有关部门统计,当前我国经常参加体育锻炼人数比例为40%左右,和发达国家相比,差距还比较大。究其原因,就是大部分人手机依赖、电脑依赖、电视依赖严重,部分人包括青少年、老年人一有空就沉迷网络,刷视频、玩游戏或者打麻将、打拖拉机、打牌,有的人不分昼夜追电视连续剧等等。出现的种种新问题,对群众身心健康和全民健身事业发展带来了新的挑战。对于青少年、干部、职工、农民工及村民等不同群体,各级政府、学校、社区、村委会要积极开展各具特色的体育竞赛活动,夯实广泛参与全民健身运动的群众基础,培养全民健身兴趣,培育终身体育锻炼的运动员。同时,要培育好群众身边的体育组织,壮大体育市场,充分激发群众参与体育比赛、参与全民健身的积极性和主动性。近来,我市油城墟等举办“墟BA”篮球赛,各镇“村BA”篮球赛、各村(居)委广场舞比赛,各地各单位也纷纷开展体育竞赛及全民健身活动,成为我市建市以来最为热闹兴盛的时候,值得点赞和发扬。

其次,要解决“能不能运动”的问题。各级政府及有关部门应加大对体育事业的经费投入,推动体育竞赛场所、全民健身场所的建设,逐步做到从“有没有”到

“够不够”“好不好”的转变。有力支撑广大群众的健身运动需求。政府需要结合当前实际,结合我市承办2026年省运会的实际需要,从扩容量和拓增量方面下功夫,打造群众身边的体育生态圈,拓展全民健身新空间,完善户外设施配套设施,推进健身场地全面开放共享等,不断创新健身新方式,满足广大群众的新需求。我们不难发现,体育活动场所建设已从城市延伸到乡村,全民健身已在城乡每个角落蓬勃开展。

再次,要解决“会不会运动”的问题。政府及有关部门,尤其是宣传媒体,要大力宣传全民健身知识和作用。开展全民健身线上运动会等线上线下群众体育活动,完善发放《全民健身指南》,完善全民健身公共服务标准体系,要对不同年龄段、不同健康状态、不同健身阶段、不同地区的群众对于健身运动的不同要求,进行有目的、有针对性的指引,让全市人民学会科学健身,科学进行体育锻炼,强身健体,愉悦身心。

体育强国全民健身运动的普及程度,是一个国家或一个地区现代化程度的重要标志之一。有效提升人民身体素质和健康水平不是一时之事,必须科学引领、坚持不懈、久久为功才能让体育健身和运动休闲成为市民普通的生活方式。

让我们一起为我市2026年承办省运会加油,为全民健身、全民体育锻炼加油。

全国中小学生安全教育日

家校社同发力 守护中小学生安全

# 珍爱生命 谨防溺水

公安部治安管理局 教育部基础教育司

全国中小学生安全教育日

家校社同发力 守护中小学生安全

# 智慧救援保平安

公安部治安管理局 教育部基础教育司

全国中小学生安全教育日

家校社同发力 守护中小学生安全

# 不私自下水游泳

公安部治安管理局 教育部基础教育司