

百千万工程·茂名观察

打造“媒体+”新引擎 赋能“百千万工程”

特约评论员 吴松

近日,河北省涞水县调研组跨越2400公里奔赴高州调研,做了两件大事:一是加强媒体战略合作,二是共建“南北短剧合作村”。高州、涞水两地围绕“农产品互通”“短剧IP开发”“文旅融合”三大领域,开展“三农微短剧产业赋能乡村振兴”“电商创新发展”等深度合作,探索打造“媒体+”新引擎,赋能乡村全面振兴新路径。这一务实举措,无疑为南北县域经济协作与文化交流抹上了浓墨重彩的一笔,也为茂名打造“媒体+”新引擎,赋能“百千万工程”,开创“媒体+”南北联动、资源共享的茂名新实践提供了可借鉴可推广的典型范例。

高州与涞水的“千里之约”,打造“媒体+”新模式新引擎,并不是地理空间、时空界限的跨越,而是发展理念的碰撞与融合,是“媒体+”赋能乡村全面振兴的生动实践和精彩演绎,为茂名高位推进“百千万工程”提供了无限可能。事实上,在推进乡村全面振兴工作中,茂名主流媒体始终充分发挥主流媒体资源优势,创新“媒体+

模式,以实施“媒体+”行动助力“百千万工程”为重要抓手,运用数字技术和智能技术重塑乡村产业格局,撬动特色农业、文化创意与电商经济深度融合,促进茂名农产品市场体系建设,为加快现代乡村产业体系建设鼓与呼,增辉添彩,而且取得了丰硕成果,成绩亮眼,可圈可点。譬如,茂名主流媒体打破传统宣传边界,从幕后走到台前,以“内容+服务+交易”为核心,打造“媒体+”新引擎,赋能“百千万工程”。茂名日报社与高州、电白等地联合举办“2025茂名荔枝文化节”,市广播电视台则依托“龙眼直播”“茂名广视”矩阵,两个主流媒体“线下展销+线上直播”双轮驱动,共销售荔枝突破1100万元。市广播电视台研发推出“贵妃荔枝雪糕”等文创产品,采用“媒体+文创+渠道”模式,把文创产品销售网络从茂名本地扩展到深圳、武汉、西安、北京、哈尔滨等城市。茂名日报社活用特色农产品销售一条街和“好心优品”电商平台,主打海龙阁、嘉慕轩、粮丰园等茂名月饼

品牌,唱响“好心文化”,讲好茂名特色农产品故事。高州市凭借准底村“千年荔园”“美丽庭院”等独特禀赋,顺势而为,顺势而为,打造乡村全面振兴新赛道,建设复古唐朝拍摄点、高凉禧俗广场等特色应用场景,创新“微短剧+三农”模式,构建“内容引流—产业增值—文旅融合”乡村振兴新路径。准底村作为茂名、高州两级精心打造的“三农”微短剧第一村,吸引50多家制作机构150多个剧组进驻,推出100余部“三农”微短剧作品,其中以“青年返乡创业”为主线的高州首部本土原创“三农”微短剧《荔乡新梦》,全网播放量突破百万。准底村以“媒体+”赋能“百千万工程”,以“微短剧”撬动“大制作”,辐射带动经济创收500多万元,为县域探索“媒体+”赋能乡村振兴提供了成功典范。实践证明,主流媒体并不是旁观者,而是乡村全面振兴的实践者、推动者。可见,打造“媒体+”新引擎,赋能“百千万工程”,成为主流媒体推动乡村全面振兴的务实创新路径,这是由主流媒体

自身特点和优势所决定的,也是文化振兴的必由之路。

今年7月份,广东省委农办、省委宣传部联合印发《“媒体+”赋能“百千万工程”农产品市场体系建设三年行动方案》。该方案创新性地将主流媒体系统性变革和乡村振兴有机结合起来,探索“媒体+”赋能“百千万工程”新路径,推动媒体变革与乡村振兴双向奔赴。显而易见,广东重新定义了新时代主流媒体的角色,并且扮演了资源整合者、品牌推动者、公共议题塑造者、乡村振兴参与者的多重角色。主流媒体不仅仅是向数字化或智能化转型,而是通过探索“新闻+政务+品牌+公共议题”新模式,重塑自身社会功能和公共价值。就农业农村来说,主流媒体成为产业链、价值链、价值链的重要一环,就媒体而言,农业农村的广阔场景则成为变革发展的试验田和大市场。其实,主流媒体多重角色的重塑,多年前就已上演。2018年,徐闻菠萝遭遇低价滞销困境,全省多家主流媒体合力打造了“菠萝的海”“菠萝姐

姐”多个徐闻菠萝品牌,为徐闻菠萝打开了全球销售大市场。如今看来,无论是徐闻菠萝的破圈,或是湛江金鲳鱼、茂名荔枝等“粤字号”农产品公用品牌的塑造,或是现代农业产业集群的发展,都是借助媒体的力量不断扩大销售半径和版图。这就是主流媒体的力量所在、魅力所在、意义所在。如何推动省《方案》落地见效,这是摆在省、市、县、镇、村各级主流媒体的一道必答题。省《方案》提出,广东将围绕“农业增效、农村增活力、农民增收”增创“媒体+”新优势,赋能乡村全面振兴,以“媒体+”新模式打通市场、文化、生活、产业、品牌、科技、智库等领域,实现“促消费、促外贸、促文旅、促农民增收、促媒体转型”的目标。打造“媒体+”新引擎,本质上就是探索主流媒体赋能乡村振兴的创新模式,将主流媒体系统性变革与“百千万工程”有机结合起来,赋予新时代主流媒体的新动能新使命。以“媒体+”赋能农产品市场体系建设,不但有利于提升乡村振兴效能,而且有利于促进媒体

加速转型升级,进一步推动主流媒体从传统信息传播者转型为乡村价值的“全链赋能者”。

茂名作为农业大市和经济后发地区,市委、市政府审时度势,以前瞻眼光和超前思维迅速作出响应,出台了《茂名市“媒体+”赋能“百千万工程”农产品市场体系建设行动方案(2025-2027年)》。全市各级主流媒体积极主动探索推行“媒体+”纵横联动新机制,构建“横向资源整合”“纵向层级贯通”“跨领域协同创新”“南北协作联动”等新路径,形成“政府引导、媒体赋能、多方协同”的乡村振兴赋能体系,发挥主流媒体策划、传播、数据、市场信息、宣讲政策、教育培训、发动群众等资源优势,打造“媒体+市场”“媒体+文化”“媒体+生活”“媒体+产业”“媒体+品牌”“媒体+科技”“媒体+智库”等融合发展新模式新业态,用心讲好“好心茂名”故事,用情传播“好心茂名”声音,用力推动主流媒体与乡村振兴实现双向奔赴、同频共振,为“百千万工程”贡献茂名媒体新力量。

今日笔谈

以“小切口”撬动乡村“大变化”

邹玉芳(茂南)

2021年秋,笔者初到茂南区农业农村局工作之际,下乡调研的场景至今历历在目:不少村落中,老屋在台风暴雨侵袭后瓦片零落,断壁残垣间杂草丛生;生活垃圾随意堆弃于沟渠边,生活污水在房前屋后肆意流淌;禽畜散养,臭气弥漫;旱厕蚊蝇成群,嗡嗡不绝;村中“三线”(电话线、网线、电线)交错杂乱……

而上月,笔者随同事到镇盛镇联塘村督导人居环境整治工作,深切感受到乡村发生的显著变化。昔日泥路已铺设混凝土路面,部分村道甚至铺上了沥青“彩虹路”。破败老屋经过“三清三拆三整治”后,或拆除、或修缮、或重建,新建楼房整齐有序,许多农户院落中点缀着盆景,房前屋后种上了花卉或果树。正值龙眼、黄皮成熟时节,枝头硕果累累。

行走间,热情的村民李叔邀请我们到家中歇息。我注意到,他家已安装了卫生厕所,配备了热水器和洗衣机。李叔感慨地说:“以前村里到处是烂屋,经过‘三清三拆三整治’,不仅清

除了安全隐患,更为乡村发展腾出了宝贵空间。不少在外务工的村民挣了钱回来规范建房,你看这一排排新房的主人,大多在深圳、广州、东莞打拼。”他指着邻居的楼房补充道:“那院里有亭子、小水车、盆景,比城里人的住宅还要漂亮。”

自“百千万工程”实施以来,茂南区聚焦“生活舒适、生产便捷、生态优美”的目标,统筹推进人居环境整治。一方面,深化环境整治提质增效,健全垃圾清运体系,全区农村生活垃圾实现“日产日清”,1000多个自然村完成生活污水治理;农村村内道路整体硬化率超过90%,卫生厕所普及率接近100%,环境基本实现根本性改善。另一方面,积极推进美丽乡村建设,全区累计134个行政村达到美丽宜居村标准,达标率82.6%,连续三年位居全市第一。在此基础上,重点打造典型村样板,力求实现“点上出彩、线上成景”。

李叔乐呵呵地说:“以前村里到处是烂屋,草长得比人高,蚊虫蚊蝇多。

人居环境整治以来,村里修建了小公园,还安装了健身器材,村民健身有了好去处。”李叔老婆还给我们算了笔“生态账”:以前用旱厕,儿媳春节也不愿意回家过年。如今改造成冲水式卫生厕所,污水接入管网,全区农村生活污水治理率已超85%。污水治理后,昔日污浊的小溪重现清澈。每到周末,儿媳就带着孩子们从城里回乡下,说村里空气清新、凉快。孩子们喜欢到小溪里钓鱼捉虾。村民家里的禽畜用铁丝网围起来养,及时清理粪便,孩子们可在院中尽情玩耍。

从李叔家出来,行走于村子里,曾经如蜘蛛网般遍布的“三线”(电力线、通信网络线、广播电视线)已得到彻底整治。“以前线路乱搭乱拉,时时担心哪天漏电起火,整治后齐齐整整,看着舒服多了。”村民梁姨说。

行走于村中,村子里定点设置了分类垃圾桶。“以前垃圾随手扔,经过广泛宣传教育,村民家中的垃圾现在分类投放,村中还雇请了保洁员保

洁,村道干净又整洁。”村干部小李说,他指着村边一片生机勃勃的秧地告诉我们:“现在政府有补贴,随着耕地保护力度不断加大,很多种植大户还将‘小田’变‘大田’,机械化收种,现在农户种粮的积极性大增。”

“百千万工程”三年的实践充分证明,这一战略性举措是推动区域协调发展、促进农村共同富裕的关键一招。它精准聚焦区、镇、村的发展短板,通过资源下沉、产业导入和机制创新,有效激发了县域经济的内生动力,重塑了城镇联动的枢纽功能,绘就了美丽乡村的崭新画卷。

三年来,城乡面貌显著改善,基层治理能力持续增强,民生福祉得到实实在在的提升,为破解发展不平衡不充分问题提供了鲜活的实践范例和清晰的路径指引,其深远意义和巨大价值正随着工程的深入推进而愈发彰显。

可以预见,随着“百千万工程”的深入推进,茂南乃至茂名的乡村必将迎来更加美好的明天。

热点评说

锻造过硬本领 彰显担当本色

肖杰仁

前一段时间,笔者家乡信宜市贵子镇中和村突发暴雨,在这场暴雨中,村干部刘名芳切实把群众利益放在心上,以过人的本领和党员干部的担当精神,与镇村干部一起及时转移村民,让全村群众脱离了山体滑坡险境。刘名芳被授予“茂名市优秀共产党员”光荣称号。

这件事令人称颂的事情虽然过去了一段时间,但刘名芳和他的同事们用实际行动诠释了责任与担当精神,成为党员干部学习的榜样。由此,我想到党员干部一定要有过硬的本领和敢于担当精神,才负得起党和人民的寄托,把本职工作做好。

刘名芳在平凡的岗位上的不平凡表现,充分诠释了共产党员的“本领”,从来不是纸上谈兵,而是解决实际问题的硬功夫。在日常工作中,刘名芳始终把提升服务群众的能力放在首位,在市、县、镇各类防汛培训班里学习防汛救灾知识,刻苦钻研应急处置流程,学习笔记记得密密麻麻,应急处置流程熟记于心。从刘名芳在洪水中守护村民生命安全,到无数党员干部在一条条战线的冲锋在前,都生动彰显了新时代共产党员,把理想信念时时处处体现为行动力量的政治品格,在群众需要时挺身而出,不负人民重托。

这份责任担当与使命本领,在党员干部的日常工作中常常会发生。如《茂名

晚报》8月22日刊发《男子突发心脏病晕倒街头 民警“对口”施救与死神赛跑》的消息,报道了化州市公安局东山派出所民警张文豪和辅警岑卓晃在东山街道遇到因心脏病晕倒的男子时,凭借强烈的责任担当和过硬的急救技能,终于成功将男子从死亡线上拉了回来。这样热心为民的事迹,与刘名芳将群众利益摆在首位一样值得传扬。在当前基层首善等急难险重任务的防治工作中,同样需要弘扬刘名芳这种对群众高度负责的担当精神。基层首善难通过蚊虫传播,防控的关键在于切断传播链,而做好防水防虫是基础中的基础。这需要党员干部自己勇担当、树标杆、作表率。只有明白为何“要清理积水”“如何科学防蚊”,卫生防疫真本领才能转化为落地见效,防疫安全才能进到群众心里面,防治措施才能层层落实到位。

从抢险救灾到卫生防疫,再到日常工作岗位,变的是工作场景,不变的是共产党员的初心使命与过硬本领。刘名芳的事迹告诉我们,担当是责任的根基,本领是担当的底气,使命是行动的指引。在新时代的新征程上,每一名共产党员都应不断锤炼本领、践行使命,在关键时刻冲得上去,在危难关头豁得出去,以过硬本领彰显担当本色,在群众需要的地方站出来、顶得上,用实实在在的实际行动,书写对党和人民的忠诚。

画里话外

「拍照刺客」

图/文 刘志永 童戈

近日,西安大唐不夜城上演现实版“刺客列传”。网友带孩子游玩,遇“黑金面具人”热情合影,孩子笑容未收,对方收款码已亮——25元“快门费”,猝不及防。“拍照刺客”套路如出一辙:扮特色、凑上前、快门落、掏二维码,或硬要钱,一气呵成。温柔陷阱,宰客于无形。(新闻来源:华声在线)

“拍照刺客”是随着消费文化兴起的一种不正常现象,多地景区都曾出现过类似的合影陷阱。他们大多利用孩童天真、游客松弛和信息差,把“惊喜”变“惊吓”。这种行为侵犯了消费者的知情权、公平交易权,是一种价格欺诈违法行为。它不仅损害游客权益,更抹黑城市形象。而整治“拍照刺客”,需游客擦亮眼、景区动真格、监管亮利剑,才能营造公平、透明和互信的健康商业环境。



“茂名月饼”宣传口号征集启事

茂名月饼产业历史悠久、文化底蕴深厚,最早可追溯至唐代的化州拖罗饼。历经千年传承发展,茂名已形成完整的月饼产业链,主要产品包括拖罗饼、五仁、豆沙、莲蓉等。目前,全市拥有超过250家月饼生产企业,年产值突破40亿元。2018年,茂名被授予“中国月饼名城”称号。近年来,茂名市委、市政府高度重视月饼产业发展,持续推进月饼“四化”(零食化、点心化、品牌化、绿色化)发展战略,探索更广阔的市场空间。

为讲好茂名月饼故事,向全国各地推广“中国月饼名城”的美誉,现面向社会征集“茂名月饼”宣传推广口号。

一、征集时间
即日起至2025年9月21日止(作品投稿时间以电子邮箱收到日期为准)。

二、征集范围
全球范围的组织和个人均可参加。

三、名称要求
(一)体现“茂名月饼”传统特色元素、茂名特点、

时代特征、匠心精神,展现“中国月饼名城”茂名的新内涵。

(二)响亮有力,易记上口,富于情感色彩,能够打动人心,便于传播、便于普及。

(三)设计方案仅需提交电子版,提供创意理念文字说明(300字以内)。

四、投稿方式
1.本次征集采取线上投稿方式,可扫描二维码填报作品相关信息,或者直接发送邮件 word 文档至大赛邮箱:mmbfabu@126.com,文档内请注明作者姓名、所属地区、联系电话。为方便统计,请选择以上任一方式投稿,不要多投。每人最多可投3个名称。

2.联系人:柯记,联系方式:13702868852。

五、评选方式
1.根据征集要求,组织评审团进行评审,采取评审团初选、网络评选、评审团终审、媒体公示、结果公布

的方式进行。

2.初评,组织专家从征集作品中,遴选出30个人围作品。(遴选数量可根据作品水平增减)

3.网络评选,30个人围作品通过网络展示,并接受网络投票,该项得分占总成绩的30%。

4.终审,按“专家评审占比70%+”网络评选占比30%”两项得分累计得出最终结果。在主流媒体和网站对评选结果进行公示,接受社会监督,公示无异议后正式公布结果。

六、奖项设置
一等奖1名,奖金3000元+知名品牌月饼一盒;
二等奖2名,奖金各1000元+知名品牌月饼一盒;
三等奖10名,奖金各100元+知名品牌月饼一盒;
优秀奖50名,知名品牌月饼一盒。

1.根据参赛作品情况,主办方有权决定对相应奖项不予评定或减少奖项名额。2.所有奖金均为税前金额,奖金个人所得税由获奖者承担。

七、参赛须知

1.作品符合国家法律、法规和社会公序良俗要求。必须是作者原创,除参加本次征集活动外,未曾以任何形式公开发表,避免与已经注册并使用的现有名称雷同。

2.作品须符合《中华人民共和国著作权法》的相关要求。不得侵犯任何第三方的著作权、商标权或其他知识产权及专有权利,也不得以任何方式侵犯任何第三方的任何其他权利;如有侵权行为发生,主办方有权收回所颁奖项和奖金,侵权行为产生的一切法律责任,由投稿者自行承担。

3.获奖作品所有权、修改权、使用权、知识产权归主办方所有,主办方有权向行政主管部门申请商标注册,获奖单位或个人不得自行使用或转让第三方。

4.入围作品中如有名称相同的作品,以收到时间为准,先投稿者作品。

5.凡投稿作者,视为已确认并遵守本征口号启事的各项约定。

6.本次活动最终解释权归主办方。