

“广货行天下”中的茂名力量②

一条鱼的逆袭传奇 ——茂名罗非鱼如何变成“广货名片”

特约评论员 姜桂义

在中国人的传统观念里,“水居洲渚,各有攸宜”,不同的水域环境适合不同的水生生物生存。然而,在广东茂名却发生了一件颇为神奇的事情。茂名让一条原本源自遥远非洲的罗非鱼,成功地在这片土地上扎根生长。这条罗非鱼不仅适应了茂名的环境,还从这里游向了全球各地的餐桌,生动地演绎了“广货行天下”的又一则精彩故事,在水产领域书写了属于自己的传奇篇章。

第一,立足本土,构建从“一粒种”到“一条鱼”的全链条掌控。茂名罗非鱼产业的发展并非一蹴而

就,它始于上世纪60年代的一次引种尝试。在那个时候,人们或许并没有想到,这个小小的引种举动会在日后发展成一个庞大且完整的产业。经过几十年的不懈努力和精心培育,如今的茂名罗非鱼产业已经形成了一个完整的产业链闭环。就拿茂南区来说,这里年产优质鱼苗超16亿尾,为整个产业的发展提供了坚实的基础。在成鱼养殖环节,养殖户们采用科学的养殖方法,确保鱼的健康生长。加工环节则实现了高效衔接,能够迅速将新鲜捕捞的鱼进行处理。而且,通过“吊水”等独特的品质提升工艺,有效地去

除了罗非鱼身上的泥腥味。在此基础上,还开发出了火锅鱼片、鱼丸等高附加值产品,能够很好地适应国内外多元市场的需求。这条罗非鱼的成长史,实际上就是茂名立足本地资源禀赋,“把一条鱼吃干榨净”的产业精细化发展的生动写照,每一个环节都体现着茂名对罗非鱼产业的用心经营。

第二,精准定位,打通“国内国际双循环”的市场路径。茂名罗非鱼产业采取了“两条腿走路”的策略,这一策略为其市场拓展起到了关键作用。在国际市场方面,茂名罗非鱼凭借安全、优质的品质,成功

地打开了欧美、非洲等70多个国家和地区的市場大门,成为联合国粮农组织推荐的“人类六大主要食用鱼类之一”,在国际水产市场上占据了一席之地。而在国内市场,茂名罗非鱼则巧妙地避开了本地鲜活市场的激烈竞争,将目标瞄准了内陆缺水地区。通过精心的市场布局 and 物流配送体系的建设,其产品最远可配送至黑龙江伊春等地,深受当地消费者欢迎。这种基于市场差异化的精准策略,让罗非鱼在国内国际两个市场均收获了亮眼的销售业绩,真正实现了“墙内开花墙内外都香”的良好局面。

第三,品牌赋能,完成从“农产品”到“文化符号”的价值跃升。茂名罗非鱼借助“媒体+产业+文化”的多维赋能,以“广东年鱼”的崭新形象亮相北京王府井等核心商圈。这一举措让原本作为“外来客”的罗非鱼,成功蝶变为代表安全、优质、可追溯的“广货”名片。它已不再是单纯的食材,更成为寓意吉祥、连接中外味蕾的文化符号。特别是通过融入“年鱼经济”,罗非鱼被赋予了承载节日祝福的情感价值。在春节等重要节日期间,罗非鱼承载着人们对美好生活的向往和祝福,进一步提升了品牌内涵

与市场竞争力,让消费者在品尝美食的同时,也能感受到其中蕴含的文化韵味。

茂名罗非鱼的产业逆袭之路具有重要启示意义。它表明,“广货行天下”的实现,不仅需要产品具备过硬品质,更需要清晰合理的产业布局、灵活精准的市场策略以及深入人心的品牌故事。这条罗非鱼的游弋之路,生动展现了“广货”从单纯“走出去”到真正“走进”消费者心中的实践路径。它为其他广货的发展提供了宝贵的经验,也让我们看到了广货在全球市场上的巨大潜力和广阔前景。

议堂

打好“橘”“寿”牌 下好“三步棋” 蹚出化州特色康养产业发展路

黎贵(化州)

习近平总书记强调:“人民健康是社会文明进步的基础,是民族昌盛和国家富强的重要标志,也是广大人民群众的共同追求。”康养产业是人民健康的有益补充,是“国之大者”,地位举足轻重。

化州是“中国化橘红之乡”“长寿之乡”,拥有得天独厚的自然资源和深厚的文化底蕴。“南国人参”“宫廷贡品”“中国气候好产品”化橘红以其独特价值享誉全球,备受欢迎,“长寿之乡”则彰显了化州在康养产业蕴藏的强大发展潜力。

如何才能优化整合“中国化橘红之乡”“长寿之乡”品牌,蹚出一条独具化州特色的康养产业发展之路呢?我以为先要下好“三步棋”。

精准谋划,下好“先手棋”。

凡事预则立,不预则废。化州康养产业同样如是。近年,化州市委、市政府将化橘红定位为“千亿”产业来科学谋划,大力推动,出台了诸多利好政策,通过努力,也取得显著成效。目前,化橘红种植面积14万亩,产业链产值已达126亿元。随着化橘红药食同源以及华润、香雪、深融等一些大型药企落户化州,化橘红产业链将会进一步拉长,拉大,产值会进一步加速提升。这个时候,如果将化橘红文化、长寿文化主动融入康养产业一同谋划,一同推动,相信会有事半功倍之效。

打造精品,下好“品牌棋”。“精品”是品牌棋局中最具竞争力的“棋子”,是品牌价值的直接载体。想让“化橘红+康养”产业出众出彩,必须立足“中国化橘红之乡”“长寿之乡”名片,围绕“养眼

“养心”“养肺”“养生”四大主题,以“春赏花、夏摘果、秋甄藏、冬养生”四季颐养为纽带,常态化举办群众喜闻乐见的养生系列活动,培育化橘红康养产业新业态。要在化橘红相当集中、交通便捷的乡镇建设种植观光、健康调理、文化体验于一体的化橘红研学精品基地,吸引老年人参与采摘、度假等,促进化橘红产业“养旅”深度融合。

示范带动,下好“落实棋”。一分部署,九分落实。把握好康养产业的主动权,不仅要有前瞻思维、战略眼光,更需要实实在在建好一批示范点,以点带面,逐一落实。针对老年人慢性病管理需求,鼓励企业研发化橘红药膳、化橘红保健品等,同时推出个性化健康方案,为老年人健康保驾护航。在养老机构中开

设化橘红健康咨询点,引入化橘红中医养生技术,提供一站式服务,满足老年人从预防到治疗的全周期需求。积极开展化橘红文化、长寿文化进校园、进社区、进企业、进村庄活动,普及化橘红健康知识、长寿知识,培养年轻一代对传统养生的认同感。打造“中国化橘红之乡”“长寿之乡”统一品牌,提升化州康养产业的知名度和竞争力。全方位宣传化橘红康养旅游优势,邀请名人代言,努力营造“想长寿,来化州”“想长寿,品橘红”的浓厚氛围,增强化州康养产业市场吸引力。

打好“橘”(中国化橘红之乡)“寿”(长寿之乡)两张牌,是推动化州康养产业高质量发展的关键路径,组织实施得好,化州可望成为全国康养旅游示范区。

沈夫人文化史话·第十三章

请下神坛还本色(4)

吴兆奇

(接上期)

神灵崇拜不仅在民间流行,连皇帝、官吏也要借助沈夫人显灵来保佑江山社稷和管治安宁。例如南宋绍兴年间,在贵州任过科考官的海南籍人羊都给宋高宗上奏折,说中原和江南在金兵的侵扰下,民不聊生,唯有海南地处海隅,没有战争,陆上人民大量南迁渡海,生活安定,这都是拜沈夫人的神恩所赐,请求宋高宗赐号“显应夫人”,敕封儋州中和镇沈夫人庙为“宁济庙”。宋高宗高兴极了,当即钦准,并亲自题写了庙额,颁布了诰文:

“儋耳在海南之中,民黎杂居。厥田下下,弥寇攘之患,格丰登之祥,惟神之功,宜朕之忱。顾未加翟菲,阙敦甚焉。其改为小君,易二百年之称号,尚凭灵贶,弥广灵贶。”

这则诰文在《琼台志》上有记载。大意是说儋耳是海南岛中的一个区域,汉族黎族杂居,土地贫瘠,而且充满贼寇祸患。然而现在却出现一派丰收吉祥景象,这都是沈夫人神灵的功力,使皇帝我的忧心能够放宽。但是还未有给沈庙加封,这不是缺少了她应得的东西吗?她在海南等于一个小国之君,现在把她的庙宇改换个称号,让其凭借朝廷的恩泽,将灵福广为传播。

这种事在高州也有一例,清朝同治元年(1862年),陈金缸的起义军进攻高州,炮火连天,大败清军。忽然天气骤变,“时北风烈烈,忽转南风”,清军转败为胜。官府便大肆宣扬,当时的广东巡抚郭嵩焘立即将翰林院修撰林召棠写的折子奏请朝廷,说“近岁高凉六邑,烽火千山,维夫人屢显神威,大彰奇迹,每值险危之际,默邀援救之灵,遂使我军……师行必克,凯奏频闻”等等,皇帝于是赐了“慈佑”两字,人们造匾挂于旧城沈太庙。

对沈夫人的神灵崇拜,阐述较为系统的是《洗太真经》,可说是神灵崇拜的代表作。它在序中写明是清光绪二年正月初八日,沈夫人显灵“降经于茂邑南盛功善堂,以化愚蒙”。南盛是高州、化州的交界地,因此,“真经”就在这一带流传,并扩大高州旧城沈庙等地。它的主体部分是“慈佑圣母现身真经”,共394句2364字。其中思路清晰,文辞精炼,声韵铿锵,内容

浩繁,不失为一本有水平、有影响的经文。很明显,这是由一位具有一定古文化知识的民间文人所作,它的目的是借天帝、神仙的力量来加强沈夫人神灵的冥威,又借沈夫人的威望来宣扬封建道德。“真经”用沈夫人现身自述的方式,全面叙述身世和功绩之后,托言自己原是玉帝南天别院的一名宫女,受玉帝加封为“南天圣母太妃后元君”,奉命下凡来到岭南替天行道,纠察凡尘。

对上维护天庭秩序,对下管理阴曹地府,对中监察人间善恶,诛奸戮贼,庇民荡邪,扶善佑正。凡人间婚姻、功名、商务、疾病、争讼、行路、捕猎、仕途、隐逸、生死、轮回等等所有事情,都在她的掌握之中,天上的玉帝、玉母、天妃、宫主、真君等神圣地用这本“真经”普度众生,劝诫世人,奉行儒家忠、孝、仁、义、礼、智、信、诚、廉、耻等教义,行善积德,以图好报。这本“真经”除了上述主体部分之外,还有完整的配套,如晋朝本土传奇道士潘茂名大仙的序,以及要求人们印送、传诵经文保身消灾的嘱咐。

还有一系列的程式,如“告文式”“诵经款式”,“净坛咒”“净心咒”“净口咒”“净身咒”“燃烛咒”“燃香咒”“土地咒”“开经赞”“收经赞”等,这些烦琐的配套,构成了一个诵经膜拜的过程。从经文的总体来看,“真经”是经过比较长时间的不断构思、撰作、凑合组装起来的,然后加以刻印流传的。这本《洗太真经》借沈夫人的光辉形象来宣扬儒家道德和迷信,结果削弱了它的积极意义,在沈夫人崇拜中,给纯洁的英雄崇拜和祖先崇拜蒙上了一层迷信的面纱,给人民群众崇拜沈夫人的社会心理上上了一道神秘的阴影。

《洗太真经》之外,还有一本流行的《洗太新经》,全称是《下凡降七岁儿童创作七字经文新歌高州山歌歌颂洗太夫人艰苦事迹》。这本“新歌”思路杂乱,文辞拙劣,是一本以宣扬迷信为主而又掺杂着一点政治口号的大杂烩。总之,沈夫人神灵崇拜的种种表现,都是社会文化心理所导致的行为,既有精华,也有糟粕,应加以正确的引导。(未完待续)

热点评说

打造信宜李花节金字招牌

吴征远(高州)

忽如一夜春风来,千树万树李花开。2月1日到2月23日,信宜市举办浪漫的2026李花旅游文化节。这场持续23天的节庆活动,以花为媒,串联产业、文化与民生,让“中国李乡”的美誉深入人心,探索出一条县域经济高质量发展的特色路径。

作为“全国三华李生产龙头市”,信宜没有止步于单一果业种植,而是将35万亩李园转化为核心旅游资源,通过节庆活动激活“美丽经济”。这种“以节兴产、以产富民”的思路,既让果农从单纯的种植者转变为集体经济的受益者,实现了“产区变景区、民房变民宿”的蝶变,更让“银妃”三华李的品牌价值从枝头延伸到文旅全链条,为乡村振兴注入持久动能。李花节活动的特点鲜明,富

有创意。活动以“春日来信,与李相约”为核心,融合“恋粽”开幕式、花船音乐会、汉服快闪等多元形式,既满足年轻群体的浪漫追求,又兼顾春节期间的家庭出游需求;空间覆盖与线路优化并重,以双合村为主会场,辐射多镇多区域,推出四条差异化赏花线路,让游客各得其所;文化赋能与产业联动深度融合,邀请美院学生、摄影家、民谣歌手共创春之叙事,将李花美景转化为文化作品,同时通过“助农兴集市”等形式,让三华李及特色农产品直达游客手中,实现文旅消费与农业增收的双向奔赴;抓住李花“迎春花”的特点,活动将节庆周期科学延伸,跨越“踏春”“迎春”两个阶段,衔接情人节与春节假期,最大化释放节庆经济效应。

具体措施可作如下考虑。一要因地制宜选址布局。依托四条赏花线路,在钱排双合村、白石三华李度假区、虎跳峡等核心区域,利用闲置空地或乡村边角地改造房车营地,配套水电桩、智能卫浴等基础设施,解决自驾游客“停靠难、补给难”的痛点。二要打造“营地+”融合业态,将房车基地

与李花采摘、民俗体验、农产品展销相结合,推出“房车观花+农事体验”类型套餐,同时借鉴“遇见李”停车区的成功经验,融入爱情主题元素,增设休闲露台、户外剧场等空间。三要完善服务保障体系,建立24小时游客响应机制,提供免费网络、特色餐饮预订等服务,联动周边村镇推出“营地+民宿”“营地+农家乐”联动模式,让游客从“路过”变为“停留”,从“观光”转为“深度体验”。

相关部门可以考虑将房车营地建设纳入“百千万工程”整体规划,与“中国李乡·山水双合”等景点形成文旅矩阵,同时注重构建高标准服务体系,铸就品质口碑,打造游客的卓越体验,让李花节的影响力突破节庆周期,成为信宜常年迎客的“金字招牌”。

分类广告小投入大回报 广告热线:2963992 2963993

遗失声明 高州市平山镇泮水坑里根村吴宗信遗失《高州市农村集体经济合作(股份经济合作)组织成员及股权证》,证号:N1440981MF52844060-0024,现声明作废。

遗失声明 高州市谢岗镇白石坡村木久塘经济合作社廖均盛遗失《高州市农村集体经济合作(股份经济合作)组织成员及股权证》,证号:N1440981MF3085876K-0023,现声明作废。

遗失声明 杨顺帆同志遗失广东众和化塑股份公司(原广东众和化塑有限公司)《股权证书》(原名《出资证明书》)一份,编号为:34622,现声明作废。

遗失声明 化州市中垌镇白石村民委员会遗失基层群众性自治组织特别法人统一社会信用代码证书,统一社会信用代码:54440982052483788E,发证日期:2021年01月27日,现声明作废。

遗失声明 高州市潭头镇石溪村民委员会遗失《基层群众性自治组织特别法人统一社会信用代码证书》,统一社会信用代码:54440981728767319Q,现声明作废。

遗失声明 茂名市茂南区官渡街中区社区居民委员会遗失开户许可证,核准号:J5920001997001,开户银行:中国工商银行茂名市江东支行,现声明作废。