

从“岭南珍果”到“文明使者”:广货荔枝的世界对话之路

——基于舞剧《天工开物》的传播借鉴

崔玉莹

广货荔枝作为承载千年岭南文化的“土特产”,在全球化浪潮中不仅是美食符号,更是文明对话的载体。

一、荔枝:从“舌尖上的美味”到“文明的对话”

(一)广货荔枝的文化价值与传播困境

广货荔枝是岭南文化的重要象征。在全球化时代,广货荔枝的传播主要局限于美食领域,文化价值尚未得到充分挖掘和传播。不少消费者对广货荔枝的认知仍局限于“甜、新鲜”的味觉体验;广货荔枝出口主要集中在东南亚、欧美等华人市场,未实现从“产品走出去”到“文化走出去”的跨越;传播方式欠多元,难以吸引年轻群体和国际受众。

(二)舞剧《天工开物》传播的核心要点

舞剧《天工开物》作为近年中国舞剧的现象级作品,实现了中华文化的现代表达和全球传播,其成功经验对广货荔枝产业的文化传播具有重要的借鉴意义:

- 1.文化现代展示。通过现代科技手段展现中国古代科技智慧和人文精神,赋予传统文化新的时代内涵。
- 2.传播全球的能力。舞剧《天工开物》不仅在国内巡演火爆,还登陆美国纽约联合国总部、悉尼歌剧院、希腊雅典圣剧剧场等国际舞台,让世界各国观众感受到中华文化的魅力。
- 3.传播渠道的多元。舞剧《天工开物》与全国70多家演艺机构、剧院签订巡演意向书,利用新媒体平台进行传播,形成了多元化的传播渠道。

二、舞剧《天工开物》的成功密码:文化传播的创新实践

(一)机制创新:构建“投入-创作-演出-传播”一体化模式

舞剧《天工开物》建立了一套以演出为中心环节、社会效益和经济效益双效统一的全新产品机制,为文化传播提供了强大的支持。

(二)题材创新:聚焦时代主题,挖掘文化内涵

舞剧《天工开物》紧扣文化强国战略,精准呼应“科技创新”与“文化自信”的时代强音,特别是精神内涵的升华,展现了宋应星“敢为不同”的创新精神和“一心为民”的济世情怀,既升华至对科学探索精神、人与自然和谐共生的哲学思考,又上升到和合共生的人类命运共同体意识,赋予传统文化新的时代内涵。对于广货荔枝,这种“科技+文化”的展现方式同样适用。广货荔枝可以借鉴这种情感化叙事方式,让消费者感受到其人文温度和精神力量。

(三)表达创新:传统美学与现代语汇的融合

舞剧《天工开物》实现了传统美学与现代语汇的融合,使作品具备了打动人的思想力量和艺术感染力;舞美设计整体风格震撼,原始声音素材巧妙运用,采用电影导演思维进行舞台叙事,对人物的心理内核挖掘细腻等等。

三、广货荔枝的文化精神挖掘

广货荔枝承载着千年岭南文化的基因,蕴含着丰富的精神内涵:

(一)开拓进取的创新精神

在乡村振兴的赛道上,广货荔枝

的开拓进取精神,正是岭南文化“务实进取、敢闯敢试”基因在新时代的生动演绎。当下,广货荔枝产业正以创新驱动转型:依托数字农业技术,实现种植、采摘、销售全链条智能化;融合文旅业态,让荔枝园变身乡村网红打卡地。

(二)包容开放的文化胸怀

在乡村振兴的时代浪潮中,广货荔枝的包容开放文化胸怀,正是岭南文化“海纳百川、敢为人先”精神的鲜活注脚。从古代海上丝绸之路的“荔枝商船”,到如今中欧班列上的“冷链荔枝”,这份跨越山海的开放基因,早已融入广货荔枝产业的血脉。当前,广货荔枝产业正以包容姿态拥抱世界:与东南亚国家共享种植技术,引进海外优良品种等。

(三)和谐共生的生态智慧

广货荔枝的种植体现了岭南人与自然和谐共生的哲学智慧。岭南地区的荔枝种植形成了一套适应本地自然环境的种植技术和生态模式,推广绿色防控技术减少农药使用,构建荔枝林生态循环系统。这种生态智慧对于当今世界的可持续发展具有重要的借鉴意义。

四、广货荔枝的世界对话路径:基于舞剧《天工开物》的传播借鉴

挖掘广货荔枝的文化精神内涵,是其实现文化出海,成为文明对话载体的核心基础。结合舞剧《天工开物》的传播创新实践,可以从以下四个层面构建广货荔枝的世界对话路径,即构建“文化赋能-科技突破-渠道创新-全球传播”四维品牌化战略,推动广货荔枝从“消费符号”向“文明使

者”转型:

(一)文化赋能:挖掘广货荔枝文化内涵

1.历史文化。深入挖掘广货荔枝的历史文化内涵,打造“皇家贡品”“岭南珍果”等文化IP。如联动高州贡园“大唐荔乡”IP,深挖千年贡荔枝的皇室文化底蕴;激活增城挂绿“一颗荔枝一套房”的传奇IP,打造高端荔枝消费场景;以地域特色为核心,构建“一荔一故事”的文化矩阵。

2.民俗文化。传承和弘扬岭南地区的荔枝民俗文化,打造具有地域特色的文化活动。举办“广货荔枝文化节”,开展荔枝采摘、荔枝美食制作、民俗表演等活动,吸引游客参与,增强广货荔枝文化的传播力和影响力。

3.情感价值。构建荔枝与“甜蜜、浪漫、团圆”相关的情感联结,将广货荔枝打造成“爱情果”“团圆果”等情感符号,赋予广货荔枝新的情感内涵,增强消费者对广货荔枝的认同感和忠诚度。

(二)科技突破:提升产品品质与传播能力

1.品种改良与品质提升。加大对广货荔枝品种培育的研发投入,培育出优质、高产、耐贮运的广货荔枝新品种;推广标准化种植技术,提升荔枝的品质和产量。

2.保鲜技术与冷链物流。开发一系列保鲜技术,将广货荔枝的保鲜期从几天延长至几个月,实现广货荔枝的全年供应,如广东省农科院联合从化华隆果菜保鲜公司,攻克超低温冻保鲜技术。加强与冷链物流企业的合作,建立完善的冷链物流体系

广货行天下:茂名融入新发展格局的实践路径与战略思考

陈荣光

一、“广货行天下”战略的时代背景与理论内涵

(一)战略提出的宏观背景

2025年12月召开的中央经济工作会议将“坚持内需主导,建设强大国内市场”确定为2026年经济工作的首要任务。广东作为改革开放的排头兵,先行地、试验区,顺势启动“广货行天下”春季行动,依托商贸与制造优势,通过政企协同提升广货知晓度与影响力。这一战略既是党中央扩大内需部署的积极响应,更是广东稳增长、促消费的务实之举,为产业升级赋能。

“广货行天下”并非简单的商品促销活动,而是一次标志性的“立体化突围”。它打破了传统区域推广“条块分割、单点发力”的局限,以立体思维整合产业、区域、文化、平台等多元资源,巧妙地将政府的组织力、产业的创新力、平台的辐射力、媒体的传播力拧成一股绳。在短期提振消费、激活市场的同时,长远地服务于广东制造的品牌重塑、产业升级以及国家发展战略。

(二)“广货”内涵的历史演进

从“珠三角、广东粮、岭南衣、粤家电”的“老广货”,到“无人机、新能源汽车、5G手机”等“新广货”,广货的内涵已发生质的飞跃。与此同时,传统优势产品持续焕新。例如,服装、家具等行业设计赋能,迎来了品牌重塑;广东荔枝、新会陈皮等土特产经标准化加工,成为远销全球的“广货名片”。

在数字经济时代,“广货”的内涵正从有形的工业品,加速向无形的文化产品、数字服务和生活方式体验扩容。数字服务和生活方式体验扩容。文化、体育、娱乐产业作为集科技、文化、体育、娱乐于一体的综合体,成为“数字广货”的重要载体。这种转变反映出广东产业竞争格局的演变:从传统制造业向高科技、高附加值产业的结构性调整。

(三)战略的核心要义

“广货行天下”的核心要义应当不仅指商品的跨区域流通,更应推动整个广东产业生态的升级与协同。借助这一平台,可以更有效地发现产业链的堵点、难点,引导政策资源和市场资源向“补链强链”环节倾斜,夯实广东制造业的产业链供应链根基。同时,强化与国际设计机构、标准组织、零售巨头的合作,将“广货行天下”活动与广交会、跨境电商博览会等国际性平台更深度绑定,使其成为全球采购商认识广东产业、对接广东企业的新窗口。

值得注意的是,“广货行天下”还具有区域协调发展的深层意义。它不仅推动广东产品走向全国,更通过搭建平台、畅通渠道,带动协作地区产品共同融入大市场、共享发展机遇。2026年2月,“广货行天下”走进广东省财政厅,举办“粤桂协作”消费帮扶专场活动,标志着该战略正从市场领域拓展至机关团体、社区,为东西部协作消费帮扶注入新的机制活力。

二、茂名实施“广货行天下”战略的现实基础

(一)经济发展概况与产业特色

茂名市位于广东省西南部,是粤西地区的重要中心城市。2024年,茂名市经济发展呈现强劲势头,进出口总值达171.6亿元,同比增长26%,进出口增速在广东省排名第一。其中,出口57.2亿元,增长16.9%;进口114.4亿元,增长31.2%。这一成绩充分说明茂名市外贸发展具有巨大潜力和良好基础。

茂名市正着力构建“3336”现代化产业体系,即做大做强绿色化工、新材料、新能源三大千亿级产业,培育壮大现代农业、生物医药、现代服务业三大五百亿级产业,改造提升石油化工、建筑业、农业三大传统产业,前瞻布局数字经济、海洋经济、文旅康养、现代物流、电子信息、高端装备制造六大新兴产业。这一产业体系为“广货行天下”提供了坚实的产业支撑。

(二)石化产业的支柱地位

茂名因油而兴,石化产业是茂名的立市之本。茂名石化炼油能力超2000万吨/年,2024年石化产业产值超2000亿元,化工新材料占比提升至30%。2024年,茂名市进口原油56.1亿元,增长30.2%;进口液化丙烷、丁烷21.8亿元,增长27.8%。这些数据表明,石化产业不仅是茂名外贸的“压舱石”,更是参与国际分工的重要载体。

茂名海关通过指导企业用好进出口危险品检验模式改革政策,试行“即靠即查、查完准推”模式等组合措施,集成推进大宗商品“直装直提”“自动取样”“先放后检”“批次检验”等创新监管模式,大幅提升通关效能,持续优化口岸营商环境,有效服务石油化工、绿色化工、临港产业等加速发展。这些举措为石化产品“行天下”提供了制度保障。

(三)特色农业的资源禀赋

茂名被誉为“全国水果第一市”,荔枝、龙眼种植面积超200万亩,“茂名荔枝”品牌价值超120亿元。2024年,茂名市水产品出口28.4亿元,增长44.8%,其中罗非鱼出口24.4亿元,增长65.9%;监管茂名荔枝出口7105.4万元,增长11.1%,深加工产品出口量激增378.9%,创历史新高。

茂名海关积极助力地方擦亮“中国罗非鱼之都”的招牌,深入聚焦破解养殖场备案难题,推动茂名市出口水产品原料养殖场备案数量不断增加,牵头建立茂名罗非鱼公共检测服务中心,“全链条”服务支持水产品产业发展。同时,充分发挥广东(茂名)特色水果技术性贸易措施研究评议基地作用,加大境外贸易措施收集、研究及通报力度,指导企业积极应对国外技术性贸易壁垒,助力特色水果开拓海外市场。

“五棵树一条鱼一菓菜”(荔枝、龙眼、沉香、化橘红、三华李、罗非鱼、高凉菜)是茂名特色农业的集中体现,也是“广货行天下”的重要载体。2024年,茂名新增荔枝出口备案企业15家,新增出口国家和地区两个,出

口荔枝鲜果8183吨,同比增长163%,远销美国、加拿大、新加坡、澳大利亚、白俄罗斯、阿联酋等19个国家和地区。

(四)港口物流的区位优势

茂名拥有得天独厚的港口资源。2024年,经博贺新港区进出口的商品货值达到116.3亿元,同比增长73.2%,博贺新港区成为茂名市进出口业务增长的新引擎。茂名正加快推进港口岸吉达港区和博贺新港区扩大开放验收,申报化州保税物流中心(B型)。

随着广湛高铁于2025年12月正式开通运营,粤西地区全面融入粤港澳大湾区“两小时经济生活圈”。这条设计时速350公里、正线全长约401公里的交通大动脉,始于广州,途经佛山、肇庆、云浮、阳江、茂名等市,终至湛江,将粤西与珠三角核心区的时空距离压缩至2小时以内。这不仅极大地促进了粤西地区与大湾区的经济交流与合作,还为物流等产业发展带来前所未有的机遇。

此外,“深湛组合港”模式于2023年4月正式启动,湛江港作为首个粤港澳大湾区外港口,成功跻身“大湾区组合港”扩圈范畴。在这一模式下,依托区块链、物联网等技术优化,蛇口港和湛江港共享港区代码,出口货物由此前的“两地两次报关”变为“一地一次报关”,极大增强了湛江港联动内陆、沟通海外的区域枢纽作用和辐射功能。

三、茂名市推进“广货行天下”的实践路径

(一)构建“双循环”新发展格局的茂名样本

外循环:深耕国际市场,拓展外贸“朋友圈”

2024年,茂名外贸“朋友圈”持续扩大,与全球150多个国家(地区)有贸易往来。对前五大家贸易伙伴进出口均快速增长,其中美国是第一大贸易伙伴,对其进出口50.2亿元,增长60.4%;对加拿大进出口29.6亿元,增长217%;对东盟、阿曼、墨西哥分别进出口11.7亿元、10.4亿元、9.6亿元,分别增长18.5%、94.8%、76.2%。

茂名持续放大展会平台效应,组织企业积极参加广交会、“粤贸全国”等境内外展会,在巩固欧洲、东南亚传统市场的同时,全力开拓中东、拉美等新兴市场。2025年4月,第137届广交会启幕,54家茂名外贸企业参展。高州、电白先后举办优秀外贸产业集群展示活动,“高州手袋”“电白电器”等区域品牌进一步叫响国际市场。

在迪拜海湾食品展上,茂名品牌“鱼家香”罐头成为明星产品。鹰金钱海香外贸负责人表示,产品从鹰金东从2024年下半年开始加速,出口订单大幅增长,仅出口以色列的鱼罐头半年就超20个货柜,货值百余万美元。这些实践表明,茂名特色产品在国际市场具有较强竞争力。

内循环:融入湾区市场,畅通国内大循环

“大湾区交通末梢”变为“大湾区动脉枢纽之一”。茂名应抓住这一历史机遇,主动对接大湾区消费市场,将优质的“茂字号”产品输送到湾区核心城市。

2024年,茂名连续两年举办“网上年货节”,广东(茂名)荔枝电商消费节,各区(县级市)、各电商平台开展“十万电商卖荔枝”全民电商营销大擂台等超30场线上线下主题活动。这些活动不仅激活了本地消费,更重要的是通过电商平台将茂名产品推向全国市场。

(二)打造“茂字号”品牌矩阵

农产品品牌:从“土特产”到“全招牌”

茂名应继续深化“五棵树一条鱼一菓菜”产业提升行动,推动特色农产品从初级产品向精深加工转变,从区域品牌向国际品牌跃升。2024年茂名荔枝深加工产品出口量激增378.9%,说明产业链延伸具有巨大潜力。

在产品塑造方面,茂名应充分利用“中国罗非鱼之都”“全国水果第一市”等金字招牌,加强地理标志产品保护,提升产品附加值。同时,依托广东(茂名)特色水果技术性贸易措施研究评议基地,建立应对国际贸易壁垒的快速反应机制,保护“茂字号”产品在国际市场的合法权益。

工业品牌:从“茂名制造”到“茂名智造”

石化产业是茂名的传统优势,但面临转型升级的压力。茂名应抓住绿色化工、化工新材料的发展方向,推动石化产业向价值链高端延伸。同时,积极培育新能源、新材料等战略性新兴产业,打造新的工业品牌。

在数字化转型方面,茂名应借鉴广东服装产业的经验,通过建立柔性供应链,实现小批量、多品种的快速生产,提升对市场需求的响应能力。对于钓鱼竿、基本有机化学品等出口增长较快的产品(2024年分别增长44.6%、83.8%),应加大研发投入,提升技术含量和品牌影响力。

(三)创新营销模式与渠道建设

数字赋能:发展跨境电商与直播经济

在数字经济时代,“广货行天下”必须借助数字技术实现营销模式的创新。茂名应大力发展跨境电商,支持本地企业利用亚马逊、阿里巴巴国际站等平台拓展海外市场。同时,培育本土直播电商人才,通过抖音、快手等平台推广“茂字号”产品。

2024年,茂名海关支持茂名广港码头建成使用保税仓库,这为发展跨境电商提供了基础设施支撑。下一步,应积极申报化州保税物流中心(B型),完善跨境电商产业链。

平台赋能:用好广交会等大型展会

广交会是“广货行天下”的重要平台。茂名应组织更多企业参展,并借鉴高州、电白的经验,在广交会上举办优势产业集群展示活动,打造区域品牌。同时,积极参加“粤贸全球”系列展会,拓展“一带一路”沿线国家

系,确保广货荔枝在运输过程中的新鲜度和品质,顺丰、京东物流以冷链网络支撑,让广货荔枝33小时直达新疆,出口全球20余国。

3.数字化传播与智能化营销。利用现代科技手段,如大数据、人工智能、虚拟现实等,创新广货荔枝文化的传播方式和渠道,让更多的人了解和喜爱荔枝文化。

(三)渠道创新:构建多元化传播与销售网络

1.传统渠道升级。深耕国内市场,拓展国内销售渠道,提升广货荔枝的市场覆盖率。加强与传统媒体的合作,传播广货荔枝文化和品牌。加强与旅行社、酒店等合作。

2.新兴渠道拓展。拓展电商平台、直播带货、社区团购等新兴销售渠道,实现线上线下融合发展,提升品牌的知名度和影响力。

3.国际渠道建设。加强国际合作,加强与海外农业企业、科研机构合作;加强与海外经销商、海外华人社群的合作,建立完善的国际销售网络,推动广货荔枝远销全球各地;参与国际果蔬展、农产品交易会等活动,拓展国际市场。

(四)全球传播:讲好广货荔枝故事,传播中国文化

1.故事化传播。讲好广货荔枝的“历史故事、文化故事、科技故事、情感故事”,让广货荔枝成为中国文化的传播载体。讲好广货荔枝与历史名人的故事;讲好广货荔枝产业的科技创新故事;讲好广货荔枝与爱情、团圆的故事……据高州农业农村局数据显示,2025年,《长安的荔枝》电视

剧、电影的热播,引发“贵妃同款荔枝”消费热潮,高州贡园荔枝销售额同比增长300%就是很好的成功实践。

2.跨文化传播。尊重不同国家和地区的文化差异,采用跨文化传播的策略,将广货荔枝文化与当地文化相结合,实现文化的融合与传播。拓展欧美市场,将广货荔枝与西方的浪漫文化相结合,打造“爱情果”的形象;扩大东南亚市场,将广货荔枝与当地的节庆文化相结合;培育中东、非洲等新兴市场。同时,针对不同国家的贸易标准,完善荔枝出口的品质检测体系;结合当地文化习俗优化产品包装与宣传话术,降低跨文化传播的壁垒。

3.品牌化传播。构建“广货荔枝”全球品牌,参考“佳沛”“奇异果、云南咖啡”“齐鲁粮油”品牌模式,构建“广货荔枝”公共品牌,体现广东荔枝的“甜蜜、新鲜、高品质”特点,统一品种、包装、文化传播标准,全球注册提升品牌辨识度和美誉度;加强与国际品牌的合作,提升广货荔枝的国际影响力;开展丰富多彩营销活动,提升品牌的知名度和影响力;品牌故事塑造,赋予品牌深厚的文化内涵和情感价值,增强消费者对品牌的认同感和忠诚度。

在粤港澳大湾区文化融合的浪潮中,广货荔枝正以“一带一路”为纽带,成为中华文化与世界交流互鉴的甜蜜使者,我们在文化互鉴中消解隔阂,在文明交融中凝聚共识,为构建人类命运共同体注入温润而持久的岭南文化活力。

(作者单位:茂名职业技术学院)

剧、电影的热播,引发“贵妃同款荔枝”消费热潮,高州贡园荔枝销售额同比增长300%就是很好的成功实践。

2.跨文化传播。尊重不同国家和地区的文化差异,采用跨文化传播的策略,将广货荔枝文化与当地文化相结合,实现文化的融合与传播。拓展欧美市场,将广货荔枝与西方的浪漫文化相结合,打造“爱情果”的形象;扩大东南亚市场,将广货荔枝与当地的节庆文化相结合;培育中东、非洲等新兴市场。同时,针对不同国家的贸易标准,完善荔枝出口的品质检测体系;结合当地文化习俗优化产品包装与宣传话术,降低跨文化传播的壁垒。

3.品牌化传播。构建“广货荔枝”全球品牌,参考“佳沛”“奇异果、云南咖啡”“齐鲁粮油”品牌模式,构建“广货荔枝”公共品牌,体现广东荔枝的“甜蜜、新鲜、高品质”特点,统一品种、包装、文化传播标准,全球注册提升品牌辨识度和美誉度;加强与国际品牌的合作,提升广货荔枝的国际影响力;开展丰富多彩营销活动,提升品牌的知名度和影响力;品牌故事塑造,赋予品牌深厚的文化内涵和情感价值,增强消费者对品牌的认同感和忠诚度。

在粤港澳大湾区文化融合的浪潮中,广货荔枝正以“一带一路”为纽带,成为中华文化与世界交流互鉴的甜蜜使者,我们在文化互鉴中消解隔阂,在文明交融中凝聚共识,为构建人类命运共同体注入温润而持久的岭南文化活力。

(作者单位:茂名职业技术学院)

水平的对外开放。

(三)处理好“政府引导”与“市场主导”的关系

“广货行天下”需要政府和市场主体协同发力。政府应加强顶层设计,完善基础设施,优化营商环境,搭建公共服务平台;企业应发挥主体作用,根据市场需求调整产品结构,创新营销模式,提升品牌竞争力。

在实践中,茂名市政府通过举办电商消费节、组织企业参展等方式,为企业拓展市场创造条件;企业则通过技术创新、品牌建设,提升产品竞争力。这种“政府搭台、企业唱戏”的模式,既发挥了政府的引导作用,又尊重了市场规律,值得继续坚持和完善。

(四)处理好“经济效益”与“社会效益”的关系

“广货行天下”不仅要追求经济效益,还要注重社会效益,特别是要发挥消费帮扶、促进乡村振兴的作用。茂名是农业大市,农村地区广阔,农民增收任务繁重。通过“广货行天下”,将荔枝、龙眼、罗非鱼等特色农产品销往全国、全世界,可以有效增加农民收入,促进乡村振兴。

2024年,在高州市根子镇元垌村,电商带头人林常珍通过网络销售荔枝,每天销售8000斤,带动地头收购价每斤提高2元多。这说明“广货行天下”确实能够带动农民增收。下一步,应进一步完善联农带农机制,让更多农民分享产业发展红利。

五、结语

“广货行天下”是广东省构建新发展格局、推动高质量发展的重要战略举措。茂名市作为粤西地区的重要节点城市,拥有石化产业基础雄厚、特色农业资源丰富、港口区位优势明显等独特条件,具备推进“广货行天下”的良好基础。

2024年,茂名市进出口增速排名全省第一,荔枝、罗非鱼等特色产品出口大幅增长,博贺新港区成为外贸增长新引擎,这些成绩充分证明茂名市推进“广货行天下”取得了积极成效。展望未来,随着广湛高铁的全面通车、博贺新港区的扩大开放、“深湛组合港”模式的深化,茂名市将迎来更大的发展机遇。

茂名市应继续深化“3336”现代化产业体系建设,以“五棵树一条鱼一菓菜”等特色产品为载体,通过数字赋能、品牌塑造、渠道创新、制度优化等手段,推动“茂字号”产品走向全国、走向世界。同时,要处理好“老广货”与“新广货”、“走出去”与“引进来”、“政府与市场、经济效益与社会效益”的关系,实现高质量发展。

(作者单位:广东茂名幼儿师范专科学校)