

牢记殷殷嘱托  
在推进中国式现代化建设中走在前列 乡村振兴

# 广东荔枝采摘接力赛传出“首棒”

湛江徐闻迈陈启动首届荔枝文化节,搭平台、广交友、富果农

“日啖荔枝三百颗”,主会场红色大门上写着这句古诗,让人垂涎欲滴。5月13日,湛江市徐闻县迈陈镇北街村荔枝文化广场锣鼓喧天,人山人海,旁边的村道上,运货车、私家车、大巴车络绎不绝。以“千年古韵·美荔徐闻”为主题的“2023徐闻迈陈荔枝‘12221’营销活动启动暨徐闻迈陈首届荔枝文化节活动”(以下简称迈陈荔枝文化节)在这里拉开了帷幕,同时秉承荔枝先熟优势,这次活动也拉开了广东省荔枝采摘接力赛的“第一棒”。

■采写:新快报记者 曾贵真  
通讯员 林耀 郑派虹 薛刚  
■摄影:新快报记者 林里



■多位嘉宾一起参加启动仪式。



■在迈陈镇北街村,果农现场售卖荔枝。

## 以点带面推动 特色优势农业产业高质量发展

徐闻是全省荔枝最早熟产区,徐闻荔枝上市意味着广东荔枝季开始。作为广东荔枝营销“第一棒”,迈陈镇北街村、龙潭村万亩果园枝头的荔枝已陆续实现“开门红”。

今年,徐闻县政府、迈陈镇政府和广州对口帮扶单位集聚资源优势,围绕荔枝产业、市场、科技、文化、旅游“五张牌”做文章,用好“12221”密码,进一步挖掘徐闻迈陈镇“北街荔枝”市场价值,举办了迈陈荔枝文化节。

广州市派驻湛江市驻镇帮镇扶村指挥部总指挥顾伟星对活动进行了充分肯定,他表示,此次广州市对口帮扶迈陈镇举办荔枝节活动,充分挖掘迈陈镇“一镇一业”“一村一品”荔枝特色产业、滨海生态和千年古盐田的资源优势,以点带面推动特色优势农业产业高质量发展,是湛江乡村振兴的一次生动实践。

迈陈镇党委书记黎文光表示,2020年以迈陈镇荔枝为代表的徐闻荔枝已被列入全国名特优新农产品名录,迈陈抓住荔枝这一优势产业,推动荔枝产业走规模化、品牌化、集约化道路,形成了集产业、文化、旅游为一体的开发模式。迈陈已搭建起招商引资整体开放平台,将通过举办荔枝营销活动,以“荔”为媒,广交朋友,让果园丰收,果农“钱袋子”鼓起。

广州市南沙区对口支援办代表、南沙区东涌镇人大副主席杨焕武表示,这次活动为迈陈镇乡村振兴打开了“一镇一业”“一村一品”精品意识的“小切口”,进一步擦亮了“北街荔枝”这块徐闻荔枝金字招牌。对口帮扶单位将充分发挥大湾区创新优势,务实加快推进南沙、徐闻深度合作,实现优势互补、共同发展。



■迈陈镇北街村的荔枝园里,部分白糖罂荔枝已熟红于枝头,可以采摘了。



■挂在树上鲜嫩欲滴的荔枝引来游客驻足与拍照。

## 首颗“树王”荔枝拍出8万元 荔枝卖出好价钱

活动现场还举办了荔枝产业乡村振兴帮扶车间挂牌仪式、产销对接签约仪式、现场订发货仪式、荔枝摄影大赛、现场直播带货等。在拍卖环节,东涌镇经济开发总公司以8万元拍得2023年第一颗“树王”荔枝。

开幕当天,现场设置了多个美食摊位,除新鲜荔枝外,还推出了腌粉、甜玉米、柠檬汁、椰汁、生蚝等具有迈陈特色的美食,引来游客不断驻足、购买。

新快报记者走访了解到,迈陈镇的荔枝以白糖罂、无核荔枝、妃子笑等品种为主,北街村的荔枝园里,部分白糖罂荔枝已熟红于枝头,可以直接采摘。北街村一位种了约60亩荔枝的果农告诉新快报记者,因为早熟的优势,这里的荔枝在开花时就已经有人预订了,现在是集中上市期,每天有几十辆货车进出运送荔枝。今年因为雨季等原因,产量有点偏低,但是价钱比往年好。“相信一亩能赚一万多元。”他开心地说。

据了解,活动于5月13日上午开幕后连续举办3天,游客还可到荔枝园现摘现买或者当场邮寄鲜果。

## 天下

新科技点亮中国品牌博览会

# 创新+跨界 “老字号”纷纷转型“新网红”

## 抢抓新赛道: 吹响产业升级号角

20世纪80年代,上海品牌凤凰自行车就已进军国际市场。如今,凤凰通过嫁接新能源技术向中高端市场持续攀升,希望能弯道超车。在中国品牌博览会现场,凤凰带来了四辆供应欧美不同市场的锂电助力自行车。

上海凤凰企业(集团)股份有限公司品牌运营部总监甘霖介绍,锂电助力自行车是当下的一个风口,它在传统自行车的基础上增加了电机、传感器、控制器等,以“人力+电力”的混合动力模式运行。

记者了解到,在两轮骑行领域,电动化已成为一个趋势,凤凰是这一领域的首批入局者,其推出的锂电助力自行车已在海外多国上市销售。

## 拥抱新科技: 适应消费新需求

在中国品牌博览会现场,“老字号”拥抱新科技无处不在。比如,为适应时代需求,餐

饮老字号纷纷推出预制菜,通过辅助工具的创新,提升质量、延展品牌生命力。

在拥有17个“中华老字号”品牌的豫园股份的展台一隅,穿着防尘实验服的工作人员正在操作食品品质构分析仪,这是豫园布局预制菜新赛道的研发“利器”。豫园文化饮食科创中心研究员聂蔚在现场展示了一块肉如何通过质构分析仪来分析其酥烂、脆度、弹性等特质,保障预制菜产品的口感与质量。

同样是预制菜领域,“中华老字号”广州酒家与格兰仕合作打造的“无人零售+智能烹饪解决方案”,展示了“一键填饱肚子”的打开方式。

在广东展区,记者看到粤菜师傅现场给大家“烹饪”美食,只要在微波炉前扫一扫外包装上的条形码,微波炉就会自动识别出菜品、分量,并智能匹配最佳烹饪时间与火力,几分钟后一份正宗的广式点心就能食用了。

同时,为贴合数字时代的便捷需求,预制菜微波炉还可实现远程控制,满足中央厨房、

便利店、机场、高铁站等不同场景下的智能烹饪需求。

## 引领新消费: 跨界打造“新网红”

随着年轻消费群体的崛起,企业开启跨界共创新姿势,“老字号”纷纷转型为“新网红”。

上海华谊集团旗下的“老字号”品牌回力亮相中国品牌博览会,除了带来消费者熟悉的经典WB-1低帮篮球鞋和565型篮球鞋以外,还带来了众多新款联名鞋。“不服老”的回力更是打造了“数字资产”,实现“老字号”的逆生长。

据介绍,2022年,回力首发数字资产“回力DESIGN元年”,是上海数据交易所数字资产板块成立以来发布的首个数字资产,通过数字资产可兑换购买限量球鞋的权益。受到消费者热捧后,回力又推出了国内首款AR数字资产“哎啊兔”并在上海数据交易所完成登记,通过AR技术进一步提升数字资产的可玩性和消费者的体验感。

据新华社电《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》提出,“打造中国品牌,培育和发展中华老字号和特色传统文化品牌”。在5月10日至14日举行的2023年中国品牌博览会现场,凤凰锂电助力自行车、豫园预制食品品质构分析仪、回力数字资产球鞋……众多“老字号”齐聚一堂,向世界展现中国品牌的创新力、跨界力和想象力。