

唤醒端午新文化

文/图 羊城晚报记者 梁译韬

龙舟胜景从江河“移师”线上

这个端午不扒龙舟，“雕龙大师”依然很忙

端午假期 广州持续夜查酒驾

羊城晚报讯 24日，广州市举行第141场疫情防控复工复产新闻发布会，介绍端午节假期疫情防控和安全生产工作情况。会上，广州市公安局二级巡视员蔡巍介绍，25日至27日，市、区两级公安“疫情数据分析专班”保持24小时运作，街道、卫健、民警“三人小组”继续开展网格化精准管控工作。“每天将安排近2000名警力加强医疗机构和隔离点的值守，切实降低疫情风险。”

蔡巍表示，端午假期群众外出游玩、走亲访友等需求旺盛，道路交通安全保障压力较大。广州交警部门将依托智慧交通指挥系统对全市宏观交通运行情况进行直观把握，并梳理出全市16个高速公路交通拥堵点，强化重点路段交通整治，提高高速公路交通保障水平。同时，交警部门将持续开展“夜查”行动，重点查处酒驾、毒驾、疲劳驾驶等10类严重违法行为。

各类休闲旅游活动亮点纷呈，惠民举措叠加推出。广州市文广旅局副局长柯显东介绍，端午节期间，广州组织市内各景区景点、酒店、度假村、公共文化场馆，以端午民俗、非遗、亲子、文化等为主题，线上线下相结合，举办1000余项精彩的节庆活动。长隆、融创乐园、正佳、白天鹅宾馆等推出各类门票、套票优惠。

(付怡 梁朝豪 柳卓楠)

端午买买买大数据显示：广东粽子消费居全国首位

羊城晚报讯 今年的端午节来得比往年稍晚一些，粽子消费有哪些趋势？哪种粽子“更胜一筹”？近日，京东大数据研究院发布《端午消费趋势报告》显示，粽子搜索量环比增长9.3倍，豆沙粽、肉粽、巧克力粽的搜索量环比增长分别达12.9倍、9.7倍和6.6倍。

总体来看，26-35岁中青年消费者是粽子购买主力，消费占比达52%，其中更偏爱购买口味是“蛋黄粽”。16-25岁年轻群体相对偏爱更具新鲜感的“冰粽”和“手工凉粽”，36-45岁消费者偏爱购买“枣粽”，46岁及以上消费者偏爱购买“肉粽”。

广东地区的粽子消费排名占全国首位。粽子搜索热度最高的关键词是肉粽、蛋黄粽、豆沙粽，搜索量环比增幅分别达35倍、21倍和11倍。

不同地区消费者也呈现出了不同的口味偏好特色。从各口味粽子的全国消费占比情况来看，最爱吃“豆沙粽”的消费者来自黑龙江，最爱吃“枣粽”的是辽宁人，最爱“肉粽”的是福建消费者，最爱“蛋黄粽”的是广东消费者，“手工凉粽”消费者则多来自海南。

(林曦)

专家说

特殊时期创新方式让公众仍能睇龙舟

“龙舟文化的传承传播，在广州有二元差异。”广府文化学者饶原说，居住在自然村发展出来的社区的广州市民，不少长期和龙舟打交道；其他市民则多通过龙舟竞渡、“龙船景”等活动领略龙舟文化，对他们而言，今年的端午节可能略有失落。

“虽然龙舟竞渡、‘龙船景’等活动今年难以进行，但龙舟文化传承者们，努力尝试着用创新手法展示龙舟文化。”饶原说，端午期间广州不少地方仍会进行龙舟和相关产品的展示；龙舟文化传承者们也通过网络直播这种新潮方式，宣传龙舟文化。虽然江河河涌看不到龙舟，但龙舟仍然出现在其他平台。饶原认为，这些做法在疫情防控背景下，可最大限度让龙舟文化得以向公众展示。

(梁译韬)

3 在直播间及商场公园展示龙舟

“龙舟文化的发展，离不开创新。”张伟潮表示。他在龙舟产品制作上屡屡创新，包括使用更多电动精细化工具雕刻龙舟龙尾、用制图软件向客户呈现龙头龙尾效果等。在他看来：“时代在发展，传统工艺不能一成不变。”

与此同时，张伟潮十分尊重传统：他会询问客户来自哪条村，是否有历史龙头造型资料，以便按传统制作龙头；如因各种原因需要设计一个新龙头，他也会仔细了解该村传统，制作符合其文化传统的龙头。在尊重传统和技艺创新中，工作室每年制作的50-70个龙头，可以实现“个个不重样”。

创新不止于制作技艺，也在于传播方式。今年端午期间，张伟潮即通过直播方式，向网友讲解龙头龙尾雕刻技艺。

“没有创新，今年端午节龙舟就没有展示平台。”张伟潮说，今年虽然难觅江河“龙船景”，但他和徒弟们会带着各类龙舟产品，出现在广州各大公园和商场的龙舟展示活动上。端午当天，已有三场龙舟展示活动邀请张伟潮参加，这些活动也均会通过各大网络平台“直播”。

2 广州有完整的龙舟制作产业链

作为土生土长的黄埔区下沙人，“80后”张伟潮自幼受到村内龙舟文化熏陶，又向身为木匠的父亲学习了传统木工制作手艺。10岁时，他已制作出一艘颇为精良的龙舟模型。2009年，张伟潮辞掉了职校导师工作，创业制作龙舟相关产品。2019年，张伟潮的形象登上了黄浦区宣传片《黄埔之约》。今年3月，他和徒弟们承担的“龙舟龙头、龙尾制作技艺”，入选黄埔区非物质文化遗产代表性项目。

“广州有着全国最完整的龙舟制作产业链。”张伟潮说，番禺区上墩有众多传统龙舟作坊；海珠区大塘有制作龙舟鼓的作坊；龙舟上的锣鼓是一种广绣产品，也是广州传统工艺。有需求的客户来广州转一圈，可以找到所有和龙舟有关的产品。

1 龙舟制作并未因疫情淡了生意

20日中午，广州市黄埔区下沙社区世贤张公祠旁的“潮汇龙船创意”工作室里，一派繁忙景象——多名学徒在师傅指导下起制龙舟模型；多个已做好的龙舟龙头、锣鼓等产品，等待客户来取；有顾客慕名到坊，听完专业讲解和看到成品后，当场决定下单……

“工作室(生意)没有受到疫情影响。”“潮汇龙船创意”工作室负责人、黄埔区“雕龙大师”张伟潮告诉记者，端午节叠加各村社对传统文化的重视，使广州地区的龙舟制造和相关产品一年四季均有生意。当年下水的不少新龙舟，往往在前一年已下订制造；龙头、龙尾等产品也需同步下订制作。今年端午节前，张伟潮和徒弟们已为多条新龙舟制作龙头和龙尾。近期工作室的业务，主要是制作各类龙舟模型。他表示，预计到今年下半年，又会有不少村社开始筹建新龙舟。

“下一个可以公开龙舟竞渡的日子，一定热闹。”张伟潮说。



张伟潮和他制作的龙舟

今年端午，省市县均不组织龙舟赛事，广州多个村社暂停“龙船景”。传统的龙舟产品制造产业，会否受到冲击？近日，羊城晚报记者采访黄埔区“雕龙大师”发现，在传统和创新两大需求背景下，龙舟制作工作室端午节前“常规忙”，端午节期间“创新忙”。在“各种忙”中，传统龙舟文化借助创新传播方式，从江河“移师”线上等平台展示。

10万人“云端”共赏龙舟音乐会

羊城晚报讯 “车鼓好，车鼓美，又有龙舟又有戏。”24日下午，广州市天河区西华幼儿园的孩子们身穿广东传统的大红舞狮服装，在车鼓村家祠和酷狗龙舟音乐会直播间唱响了百年童谣《车鼓美》。

这场主题为“龙腾古粤·一水同舟”的线上音乐会由华南理

工大学、广州市天河区民间文艺家协会、广东音乐曲艺团、酷狗直播共同举办，通过“直播+龙舟文化”形式演绎和呈现广州龙舟音乐艺术的魅力，讲述传统文化背后的故事。据统计，直播观看人数超10万人。

直播间里，来自广东音乐曲艺团的表演者们倾情演奏了广

东音乐名曲《赛龙舟》和《娱乐升平》。其中，《赛龙舟》描绘的就是端午节时龙舟竞渡、百舸争流的场景，《娱乐升平》则表达了百姓对美好生活的赞美。

车鼓村有着300多年“扒龙舟”历史，全村共有12个龙舟会和54艘传统龙舟，数量居全广州自然村之最。直播间里，来自车

鼓龙形国术会的师傅和“扒仔”展示了在“扒龙舟”活动中最传统的龙舟鼓点和龙形拳；龙形拳区级非遗传承人郝海华师傅展示“抱拳礼”，并讲解这一动作背后“五湖四海皆兄弟”的武学胸襟以及“谦虚礼让包容”的处事理念。

本次端午龙舟音乐会也是“古粤寻迹”村落文化系列直播

的首播活动。“古粤寻迹”系列直播是华南理工大学主持的2019年度国家文化与旅游科技工程项目——“广东省传统村落数字化保护与传播应用示范”打造的数字保护与传播应用示范”打造的呈现形式，推陈出新，传承、传播和传扬传统村落文化，助力乡村文化振兴。



音乐会直播间

为了庄平的承诺

决战决胜脱贫攻坚 一线报告

文/图 羊城晚报记者 王丹阳

清远清新区蒲兴村 红心火龙果带来红火新生活

6月夏至过后，每逢周末，清远市清新区太平镇蒲兴村里，“采摘乐”“农家乐”游客络绎不绝。村里160亩火龙果地里，连片种植的果树已结出第一批特大水晶红心火龙果，每隔15天结一次果，一直持续至12月。通过淘宝、抖音等平台拓宽销路，蒲兴村的火龙果和火龙果面膜正销往全国各地……产业“造血”，这个省定贫困村阔步走在脱贫致富的大道上。截至今年5月，贫困户55户共117人已分两批全部脱贫。



蒲兴村红心火龙果

因地制宜 发展种植业

四年前，广东省交通集团下属联合电服公司定点帮扶蒲兴村，通过“公司+基地+村联社+贫困户”模式，盘活各种资源，以市场化运作推动种植业发展。

“三年前，这里还有很多荒地。”驻村第一书记兼扶贫工作队长陈志雄2017年初来到蒲兴村。他告诉记者，当时，工作队走访发现，村里有荒置土地，也有富余劳动力，未能全面脱贫的原因在于本地种植业产出值低，闲置农地租不出去，农户积极性也不高。

如何选择适宜的产业并长期发展？工作队调研发现，该村土壤适宜高附加值农作物种植。太平镇和附近村镇都有小规模种植火龙果的历史，但受制于种苗技术、资金等原因，未能大规

产业“造血” 托起振兴梦

三年过去，如今，村里已基本没有闲置荒地了。蒲兴村达到“摘帽”退出标准，贫困户100%脱贫。

短中长期扶贫产业项目托起了脱贫致富梦。5年项

目(百香果、花卉)+10年项目(香樟投资)+15年项目(特大型水晶红心火龙果种植)，合计投资达420多万元，每年带来务工收入35万元以上、租金收入32万元以上，构建起扶贫长效机制。

帮扶不止于此。广东省交通集团党委、联合电服党委书记、董事长陈木钦说，落实脱贫攻坚和乡村振兴举措，联合电服将进一步夯实蒲兴村脱贫的产业基础，以一、二、三产业融合发展，提高原本单一的种植业抗风险能力，以产业“造血”为支撑促进可持续发展。

目前，蒲兴村拟进一步扩展火龙果种植基地，同时发展火龙果食品加工产业及原生态火龙果化妆品。同时，逐步发展农旅结合三产项目，推进火龙果乐园等农旅结合项目建设，以“前店后厂+特色体验”实现综合发展。

●截至今年5月，蒲兴村的贫困户55户117人已全部分两批退出贫困户，蒲兴村申请退出相对贫困村。

●截至2019年年底，村集体收入达12万元，全村农户家庭人均可支配收入约18120元。其中，贫困户家庭人均可支配收入平均达14022元，远超过省脱贫线标准8266元。

●截至今年5月，蒲兴村已形成“5年短期项目+10年中期项目+15年长期项目”等4个产业项目，合计投资达420多万元，带来务工收入35万元以上，租金收入32万元以上。

对话第一书记

内在致富动力 也需产业支撑

羊城晚报：驻村扶贫如何“主攻”产业？

陈志雄：产业是扶贫的“牛鼻子”，激发贫困户内在致富动力，也需要靠产业支撑带动。要真正把产业“扶”起来并不容易。若是小规模种植，那算不上产业。若是大规模种植，一般农户无法应对大规模种植后的销售问题，种植技术也可能跟不上市场需求，产品不一定能卖得好。这些都是需要解决的问题。

羊城晚报：为何选择在今年加大帮扶力度，增加资金投入？

陈志雄：扶贫工作队希望通过厂房、场地等基础性项目投资，帮扶壮大村集体经济。增强产业帮扶的抗风险能力，实现产业提升和巩固发展。举措包括改造升级村现有旧厂房为扶贫产业楼等，目前项目已完成前期工作，预计5个月内完成建设。

穗黔同心 扶贫攻坚

文/羊城晚报特派贵州记者 李钢 图/羊城晚报特派贵州记者 邓勃

优质穗企订单式培训 助贵州学子高质量就业

今年7月，第一批通过校企合作、订单式培训的毕节“广州港”班学子，将正式成为广州港集团的员工。羊城晚报记者在贵州采访时了解到，在东西部扶贫协作中，广州非常重视智力扶贫，一批优质企业通过与贵州当地职业院校开展合作，帮助毕节市、黔南州的学子们走出山区、融入高端现代化产业中。

贵州学子赴穗就业，助力全家脱贫

“非常期待能够到广州这样的大城市去工作。”17岁的毕节职业技术学院18级港口机械操作与维护专业学生刘宇对羊城晚报记者说。下月，他就将前往广州港，开始为期一年的实习。而他的一些师兄们，即将在广州港完成一年实习，如愿“转正”。

面对未来，刘宇充满了期待。他告诉记者，自己的父母和哥哥都在贵阳打工，收入并不高，每月工资加起来约6000元。而他在实习期间，除了包吃包住外，还能得到1500元以上的实习工资。

“如果我好好干，将来我的月收入可能会有七八千元。哥哥很羡慕我有这样的机会。我希望能够靠自己的能力，帮助全家人脱贫致富。”刘宇笑着说。

“广州港”班落地毕节，开展订单式培训

在刘宇笑容的背后，是东西部扶贫协作背景下，一批穗企在毕节市、黔南州开展的校企合作、订单式职业培训模式。

广州港集团扶贫办主任、工会副主席许浩告诉记者，一直以来都是广东扶贫工作的一个品牌，这是阻断贫困代际传递的有效手段。2016年东西部扶贫协作工作启动后，广州港集团就探索如何将智力扶贫移植到东西部协作上来，且在毕节职业技术学院首创“广州港”班，于2017年开始

正式开班。他表示，广州港需要很多骨干人才、一线员工，而贵州有很好的生源，培训采取“2+1”模式，学生们在校接受两年培训，第三年到广州港实习。培训中，广州港提供课程和教材，不定期派出老师进行指导，帮助学生更好地融入广州港体系中。学生实习结束后，在举行毕业典礼的同时举行就业仪式。

“学生到了广州就业，还可以让学校融入粤港澳大湾区建设中去。”池涌说。

18级“广州港”班班主任王义欣慰地表示，当地孩子基本上都是留守儿童，父母长期不在身边，入学一开始学生的自律性不强，通过慢慢地引导和交流，通过以就业为导向的技能培训，学生们有了很大改变，对自己未来的生活也有了较明确的规划，对自己即将在广州开始的新生活充满了向往和期待。

据了解，广州积极引导广州港、广汽集团、广建、广州无线、广州地铁和雪松等优质企业和广州市技师学院与毕节、黔南职业技术学院建立新型校企、校校合作关系，共开办订单班37个，招收学生1361名，其中建档立卡贫困户家庭学生占49.8%。这种专班模式能让贫困学子通过校企订单实现高质量就业，收入水平比在当地提升很多，进而大力带动脱贫攻坚，实现“培养一个人，脱贫一家人”。

据了解，广州积极引导广州港、广汽集团、广建、广州无线、广州地铁和雪松等优质企业和广州市技师学院与毕节、黔南职业技术学院建立新型校企、校校合作关系，共开办订单班37个，招收学生1361名，其中建档立卡贫困户家庭学生769名，按照精准招生、精准培养、精准就业的扶贫模式，提供了从入学、资助到就业的“一条龙帮扶”。



毕节职业技术学院订单班教学

数说成效