

深化农文旅体融合发展 让广货行天下更有力量

——“广货行天下·社科一席谈”

广货行天下 · 理论纵横

让碧道成为两业协同发展的“黄金纽带” 推动广货走出产地、走向全球

□蒋述卓

编者按：

在今年全国两会上，潮汕美食、揭阳古城美景等岭南文旅名片备受关注，化橘红、华强北“AI八骏”等广货IP亮相会场，掀起一波广货热、广东文旅热，引发社科界积极关注与深入思考。日前，广东省社会科学界联合会与羊城晚报报业集团聚焦农文旅体融合主题，联合主办第二场“广货行天下·社科一席谈”活动，助力“广货行天下”提质增效，为广东文旅添彩赋能。

广东省优秀社会科学家蒋述卓、知名潮学专家林伦伦、教育部长江学者特聘教授孙九霞以及广州大学教授张河清、林友霖等，围绕碧道赋能产业融合、美食故事跨越山海传播、非遗广货“破圈”出海、业态创新提质增效、民俗体育赋能广货等主题展开深入探讨。广东省社科联党组书记、专职副主席李宜航表示，全省社科界接下来要聚焦两业协同和农文旅体融合发展，从拓宽两业协同市场生态、创新两业协同发展模式、激活新质生产力发展活力、塑造两业协同品牌形象等四方面重点发力，让社科智慧转化为助推广货行稳致远、广东文旅蓬勃发展的实际成效，为“广货行天下”行动贡献更多社科力量。

与会专家发言视角新颖、论述精辟，既有扎实调研支撑，又有前沿理论思考。本版特撷取观点精粹，以飨读者。

当前，广东大力推动制造业与服务

筑廊道经济之基 串起两业协同发展新脉络

广东拥有近万公里的漫长碧道和正在成型的最美旅游公路网，它们不仅是生态文明建设的样板，也蕴藏着驱动区域经济高质量发展的巨大潜能。

将碧道由休闲线路升级为复合型经济空间载体，能让线性轴线串联沿线节点，成为资源流动的通道，打造廊道经济。廊道经济的本质，是将碧道串联起的资源转化为经济发展动能，依托路网节点的辐射效应与流量吸附能力，打

破区域壁垒，实现要素的深度耦合与功能互补。在空间组织上，构建“以点为核、以轴为带、以网为面”格局：碧道是“轴”，串联沿线特色小镇、古村落、产业园区等“点”，辐射形成覆盖乡村与城镇的“面”，通过叠加生态景观、休闲设施、文化等多维价值的提升，让碧道成为两业协同发展与“广货行天下”的新动能。

深耕廊道经济，关键要跳出“单一休闲”的固化思维，赋予碧道产业融合的复合功能。一方面，可打造“产业园区+后花园”式的复合型碧道。例如，在佛山顺德、惠州博罗、广州增城、东莞麻涌、江门新会等制造业集聚区周边的碧道建设中，植入商务休闲、企业会客、产品展示功能。另一方面，可依托碧道串联起沿线的工业遗址和老旧厂房，将其改造为设计工作室、工业博物馆或创客空间。如此一来，可以为制造业搭建直面消费者的窗口，实现制造业与文旅产业融合发展。

碧道是绿色景观展示廊道，同时又是生态经济廊道，可以整合沿线的生态

要素、基础设施、城市与乡村意象等多个层次的资源要素，构建“山—水—城—乡”之间的复合型经济廊道。例如，广州琶洲碧道便是标杆，依托滨水资源实现转型，将传统码头转型为会展经济、数字经济、创意产业与青年夜间消费的延伸载体，成功升级为集聚高端现代服务业与商业的新空间，盘活碧道全维度价值。

融农文旅体之势 让广东制造走进新场景

农文旅体融合发展，可以催生多元化消费场景，助力制造业从“卖产品”向“卖体验”转型升级。因此，可以鼓励制造业企业与农业、文旅业机构联动。家电企业可结合旅游民宿的需求，开发适合民宿场景的小型智能家电；服装企业可与地方文化IP结合，开发具有岭南元素的户外休闲服装。

例如，依托惠州环南昆山—罗浮山引领区最美旅游公路，打造运动康养目的地、“户外运动+装备研发”高地，划定专属测试体验区，为户外装备企业搭建新品发布、用户体验的平台，让自然风景区成为制造业创新推广的美丽场景。借助马拉松、骑行等体育赛事，撬动体育装备消费，构建“赛事引流—装备销售—品牌提升”的良性循环；联动森林温泉、中医康复资源，深化体育康养产业融合发展；引导沿线镇村深耕赛事配套服务与特色农产品加工，推动乡村居民转型为旅游从业者；搭建游客集散中心与农产品展销平台，将土特产转化为特色商品，实现城乡要素互通、产业互促。

借数字物流之力 让“广货行天下”更通畅

流量变“留量”，优势变胜势，离不

开数字赋能与物流支撑。广东拥有数字经济先发优势，可通过碧道网络将服务精准延伸至产业末梢。可以整合碧道沿线制造业、农业、文旅体产业资源，建设“云上碧道”公共服务平台，并且与头部购物平台等做好对接，让游客在碧道上休闲游览时，不仅能看到风景，还能通过线上平台预约参观周边工厂、购买沿线特色工业制品。

要充分挖掘碧道积累的客源流量、消费偏好、运动轨迹等数据资源，形成特色数据资产，反向指导沿线制造企业的产品研发与精准营销。要依托碧道串联的产业节点、消费场景等，构建线上线下融合、产销对接顺畅的广货流通网络，让广货走出产地、行销全国、走向全球。

【作者系广东省优秀社会科学家，广东省文史研究馆文史研究院副院长，暨南大学原党委书记、教授】

讲好潮菜文化故事，让广货借味飘香世界

□林伦伦

潮菜驰誉全国，以鲜为本、精工细作，是广东美食文旅的核心名片，更带动特色农业与食品加工产业提质增效。讲好潮菜故事，做强潮菜IP，既是传承岭南饮食文化的关键举措，更是推动广货走向世界的重要抓手。

潮菜产业规模大、出海潜力足

潮菜凭借独特风味魅力，已成为潮汕旅游的核心吸引力，更是当地农业经济的重要增长点，两大标志性品类产业规模亮眼。潮汕牛肉火锅风靡全国，2025年全产业链产值突破500亿元，其旺盛的深夜堂食需求，曾推动广东乡村夜宵订单量跃居全国第一。潮汕卤鹅的“百千万工程”全面实施以来，汕头将狮头鹅这一传统特色产业作为乡村产业振兴的核心抓手，在三年间系统谋划、强力推进，创建了狮头鹅国家级现代农业产业园，推动全产业链持续完善，实现跨越式发展。2025年，汕头狮头鹅全产业链产值已突破100亿元。若算上潮汕三市的整体规模，狮头鹅全产业

链产值就更大，成为带动地方经济发展的重要力量。

深挖文化底蕴，助力潮菜出海

潮菜底蕴深厚，藏着丰富的文化美谈，这正是其作为舌尖上的广货“破圈”出海、畅行天下的核心底气。

潮菜最鲜明的特点，是善于烹饪海鲜、追求原汁原味，这根植于潮汕的海洋文化，诸多名菜背后都藏着动人的历史与民俗故事。潮汕地处滨海，海岸线长，潮汕人依海而生、靠海吃海，品种丰富多样的海鲜，是潮汕滨海居民最原始的食材。南澳岛上的考古发现，在新石器时代早期，土著居民就已经掌握打磨细小石器的技艺，用以刮、掘牡蛎等贝类水产。新石器时代中晚期的贝壳遗址，更是留下了堆积成丘的贝类海产品外壳，成为潮汕先民食海鲜

的考古见证。

唐代韩愈在《初南食贻元十八协律》中，记录了他初次食用蚶、蚝等奇特海产品时的新奇感受，并记载了当时已形成的烹饪技法与佐料使用：“调以咸与酸，笔以椒与橙。”在潮汕方言中，血蚶壳被称为“蚶壳钱”，保留了上古以贝为币的古老称谓。吃鱼，是年年有余；吃蚶，是年年有钱，承载着潮汕人朴素美好的生活祈愿。

讲好潮菜故事，才能让潮菜真正香飘世界。要多维度发力，推动潮菜在全球拓展市场。一是借力文化交流平台，在国际潮团联谊年会、潮州文化节等重大活动中，开展潮菜技艺展示、美食品鉴推介与文化交流，全面提升潮菜的文化品位与国际知名度。二是深化潮菜文化研究，系统梳理饮食历史、技艺传承与人文内涵，制作多语种宣传资料与标准菜谱，让潮菜文化有据可依、可感可学。三是活用新媒体传播手段，将厚重文化转化为短视频、纪录片等年轻化表达形式，面向海外精准推送，让海外食客在品尝美味的同时，读懂潮菜背后的历史积淀与人文温度。

【作者系潮学国际研究会执行会长、广东技术师范大学二级教授】

创造“可迁徙场景”，让非遗广货融入全球生活

□孙九霞

广东是非遗大省，也是对外贸易大省。咏春、茶艺、英歌舞等非遗借侨胞联动世界，融入全球生活，让广货具备天然的国际传播潜力。当前，“广货行天下”行动已进入高质量品牌化与文化传播的新阶段。在景观社会与体验消费时代，打造非遗广货的“可迁徙场景”，对讲好广货故事、传递岭南文化、实现广货国际化发展具有现实意义。

打造“可迁徙场景” 推动非遗广货出海

非遗广货品类齐全、底蕴深厚，具备融入全球生活的坚实基础。

以广式凉茶、新会陈皮等为代表的饮食类非遗，既承载岭南养生智慧，又适配日常消费需求。伴随非遗商品化和产业化浪潮，非遗广货正从静态遗产向活态文化资本转型。新会陈皮便是典型，其产业链完整，年总产值从2021年的145亿元跃升至2024年的261亿元，连续三年居中国区域农业产业品牌影响力指数榜首，产品远销海内外。

如今，非遗广货的消费场景已从原产地、景区，渗透至都市生活圈、数

字平台与国际市场，彰显出强劲的文化生命力与市场竞争力。面对全球消费者，对文化体验与价值认同的新需求，非遗广货亟需从“卖产品”转向“卖文化”，打造高度情景化、个性化和活化的“可迁徙场景”。

多维构建场景体系 让非遗广货扎根全球生活

打造非遗广货的“可迁徙场景”，需从内容挖掘、场景搭建、价值转化多维度发力，构建系统化、可落地的实施体系，让非遗广货真正融入全球生活。

挖掘可迁徙内容和叙事要素，夯实文化场景的物质基础。深挖非遗广货技艺与文化的核心基因，结合全球不同地区消费习惯、饮食口味等进行创造性转化、创新性发展，让广货守住岭南文化韵味的同时，适配当地需求。饮食类非遗广货可按不同区域习惯与标准进行风味优化、规格创新，同步对接国际认证体系，还可通过现场制作展演吸引消费者参与，令其“学会一道粤菜”。

深化可迁徙体验和技术创新，构建具备场所黏性的空间载体。推动非

遗广货由“产品出海”迈向“场景出海”，关键在于打造可复制、可落地、可持续的场景化输出体系。可统筹实施“非遗广货场景化工程”专项计划，打造轻量化、模块化、创新性的场景方案，实现跨区域落地；依托海外商贸网络，打造集文化展示、产品销售与互动体验于一体的复合型场域；加快构建非遗广货品牌矩阵，增强岭南非遗在国内外市场的整体辨识度；构建线上线下一体化的场景传播体系，为非遗类“广货行天下”筑牢渠道基础。

构建文化认同与价值转化体系，实现“广货行天下”的意义升级。打造“可迁徙场景”的最终目标，不仅是促进非遗广货在全球流动，更是要传播岭南文化和大湾区精神。应从制度层面推进岭南文化的国际化表达：一方面，搭建高能级国际传播平台体系，推动岭南非遗进入全球主流审美与公共议题场域，增强国际认知度与专业认可度；另一方面，创立岭南非遗文化价值表达与评价体系，提升文化公共性和消费力。

【作者系教育部长江学者特聘教授、中山大学大湾区人文共同体重点实验室执行主任】

融制造兴服务强业态，推动广货效能跃升

□张河清

农文旅体融合发展，可串联起产业根基、文脉底蕴与民生福祉，勾勒出城乡共生的美好图景，也蕴藏着县域经济提质增效的无限可能。本文立足广东“百千万工程”实践，阐释两业协同发展赋能农文旅体业态升级、广货效能跃升的内在机理。

广东农文旅体融合发展的基础与成效

在先进制造业和现代服务业深度融合发展的产业转型背景下，全球产业正从产品主导向“产品+服务”主导转型。

随着“百千万工程”的深入实施，广东乡村的价值被重新发现，越来越多的消费者走进乡村，文旅产业加速与农、林、商、体等深度融合，成为县域发展的支柱产业、民生产业、幸福产业。以“百千万工程”为抓手，广东已遴选19个地区试点整县推进农文旅融合发展，现已取得多重成效：政策体系日趋完善，形成“试点先行+全域推进+数字赋能+要素保障”框架；惠州、江门等试点形成可复制模式，盘活了闲置资源；乡村民宿、

田园综合体等多元业态蓬勃发展，跨界融合模式不断涌现；联农带农效应凸显，如英德红茶产业带动15.5万人就业。

以制造为基、服务为魂，赋能农文旅体融合发展，成为广东破解城乡区域发展不平衡、激活县域经济新动能的关键。

从四个维度推动打造农文旅体融合示范样板

立足“融制造、兴服务、强业态、建机制”四维路径，结合广东各区域资源禀赋与产业特色，打造差异化、高质量的农文旅体融合示范样板，为广货效能跃升提供坚实基础。

一是融制造，以制造硬实力筑牢产业根基。推动农产品精深加工升级，建设县域深加工中心，培育融合型制造龙头企业；强化文创与装备制造赋能，推动智能装备在乡村场景的应用；发展服务型制造新业态，活化工业遗产打造复合型场景；构建标准化供应链体系，建立地方标准与行业规范，搭建统一供应

链平台提升农文旅体产品品质与品牌公信力。

二是兴服务，以服务软实力提升体验价值。构建全链条专业服务体系，引入专业机构提供一站式托管运营；加快数字化服务赋能，发展直播电商、云旅游等数字服务；持续提升乡村交通、住宿、停车等基础设施服务水平，健全冷链物流、金融保险、人才培养等支撑体系，破解产业发展“后顾之忧”。

三是强业态，以融合创新打造高能级服务场景。打造五大融合业态，实现各领域深度融合，即田园工业体验业态、文旅旅居业态、户外运动业态、生态康养业态、智慧乡村业态。

四是建机制，以系统保障实现产业效能跃升。强化跨部门协同机制，统筹形成“一盘棋”推进格局；完善要素保障机制，优化用地供给，加大财政投入，培育复合型人才；健全利益联结机制，推广“企业+村集体+农户+商业平台”模式；构建效能评估机制，推动发展从规模扩张向质量提升转变。

【作者系教育部旅游管理教指委委员、广州大学管理学院(旅游学院)教授】

以体育强活力，以文化铸灵魂，以科技赋动能，以融合提效益。醒狮、龙舟、英歌舞等岭南民俗体育，既是岭南文化根脉的重要元素，也是赋能广货出海的天然载体，可借助国际赛事举办、文艺巡演、现代科技赋能等多元路径，带动文创产品、运动装备等广货扬帆出海。

岭南民俗体育赋能广货出海的逻辑机理

广东与世界各地的商贸往来，历来与岭南文化传播、体育交流共生共荣。近3000万粤籍侨胞遍布全球160多个国家和地区，构筑起联通中外、传播文化的天然纽带。百年前，精武体育、咏春拳等远渡重洋，醒狮、英歌舞等非遗民俗体育随侨胞落地海外，成为凝聚乡情、赓续文脉的重要标识。当前，岭南民俗体育正以鲜活形态走向世界，为广货出海积淀深厚底蕴、拓宽国际路径。

在“广货行天下”过程中，岭南民俗体育可以赋予广货独特精神内涵，

广货则可以成为岭南民俗体育的有形载体，二者深度融合，可以让广货成为传播岭南精神、讲好中国故事的“流动名片”。当承载着醒狮、龙舟、英歌舞等民俗体育元素的广货远销海外，广货便超越商品属性，成为承载文化记忆、彰显中国魅力的标志性符号。

民俗体育驱动“广货行天下”的实践路径

随着文化传播形式的不断创新，民俗体育正以更具吸引力的方式“破圈”，为广货出海注入新活力。近年来，以醒狮、龙舟、咏春拳、英歌舞等为主题的沉浸式民俗体育表演广受欢迎，直接带动武术装备、运动服饰、体育文创等广货热销海外。

科技赋能让传统民俗体育焕发新生。例如，2026年央视春晚机器人演绎高难度武术，惊艳全球。传统文化与现代科技融合，既坚守文化根脉，又以创新表达增强吸引力，为文化与广货融合、广货出海注入强劲动能。

体育赛事为广货行销全球搭建了

重要平台。广东通过举办醒狮、龙舟、武术等国际赛事，搭建中外民俗体育文化交流与经贸合作重要平台。英歌舞队伍在远赴欧洲参演、广东醒狮舞进联合国，助力广东民俗体育、岭南文化“出圈”，与广货品牌出海同频共振、协同增效。

推动民俗体育、岭南文化与广货品牌协同发展，既要坚守文化根脉，深挖醒狮、龙舟、咏春拳、英歌舞等历史故事，塑造民俗体育广货的独特辨识度；也要坚持创新驱动，推动传统元素与现代设计、科技智造、国际赛事有机融合，精准适配全球市场。如此，才能让海外消费者在欣赏民俗体育广货、感受岭南风情的过程中，读懂岭南、感知中国。

站在新的历史起点，广东以“广货行天下”为契机，深耕农文旅体融合发展，可以推动产地景区、产品变礼品、赛事变商机，让广货品牌在文化、体育与科技加持下不断提升，让岭南风采、中国故事随广货传播全球。

【作者系广东省非物质文化遗产专家委员会委员、广州大学体育学院教授】