

## 惠州文脉

新闻为眼·文化为脉

&lt;第24期&gt;

2020年6月19日  
农历闰四月廿八羊城晚报报业集团 中共惠州市委宣传部  
联合出品

## 【文脉导览】

听粤剧、唱粤剧、谈粤剧  
粤剧“私伙局”  
在惠州遍地开花

详见A14版

社学师儒影响下的乡邦士风：

明代惠州士人  
澹泊名利尊师重教

详见A15版

《西湖》副刊  
本期推出散文专辑

详见A16版



报料请扫二维码

设计统筹 杜卉

直播带货+文化加持  
“东坡荔”擦亮

5月30日清晨7时，一艘载有20吨惠州荔枝的远洋货轮从深圳蛇口起航，驶往新加坡。这实现了近几十年来惠州荔枝自主出口“零的突破”。今年，惠州荔枝大丰收，预计产量超过7万吨，光出口订单就达到1650吨。目前，惠州荔枝正陆续销往北美、亚洲等地，走出国门、行销世界的大幕正式拉开。

销量、销路在新冠疫情下逆势上扬，这归功于千年文化品牌的重新擦亮。“海山仙人降罗襦，红纱中单白玉肤。”900多年前，苏东坡在惠州对荔枝如此盛赞。更不用说那句著名的“日啖荔枝三百颗，不辞长作岭南人”，这一席赞美，岭南的荔枝都沾了光。

然而，在过去的数十年里，由于种种原因，惠州荔枝一直藏在深闺人未识，知名度甚至不如东莞的莞荔和增城的挂绿。基于此，6月中下旬，惠州先后举行两场东坡荔枝文化节，正式推出文化荔枝品牌——东坡荔，并力促传统媒体、新媒体矩阵合力，开发“直播带货”等热门营销模式。

文化加持、直播带货，这是惠州荔枝重新擦亮招牌、在全省众多知名荔枝品牌中突围的关键一招。

千年“东坡荔”，未来可期！



在果农的带领下，游客们体验摘荔枝

## 【实地走访】开门红之后需再提升品牌价值

每年夏至前后，惠州都会有两道特别景观：一是火红的荔枝挂满枝头的自然景观，另一是全国经销商上门采购荔枝的盛景。今年，惠州荔枝又迎来丰收“大年”：全市今年荔枝挂果面积36.65万亩，预计产量超过7万吨，又实现了近几十年以来惠州荔枝自主出口零的突破。截至目前，惠州共收到荔枝出口订单1650吨。

物流与保鲜技术一直都是荔枝销售的关键，今年惠州在这两个方面都实现了突破。以惠阳区镇隆镇为例，该镇10个合作社“抱团取暖”，今年突破了物流包装等问题，同时还启动了冷链技术，能做到“味未变至客手”。镇隆荔枝协会会长吴添乐介绍：“前天上海南顾客定了荔枝，我们早上5点多采摘完，7点的

飞机，11点多就到顾客手上了，绝对新鲜。”

其他县区的荔枝销售也频传好消息。惠东县果农周伟南介绍，依托惠东的滨海旅游，惠东荔枝还未上市就接到深圳团体预约实地摘果的电话；博罗县龙华镇柳村种植荔枝4000亩，今年总产量约1200吨。柳村山前荔枝合作社社长刘荣辉说：“全村妃子笑已卖了七八成，电商平台每天出货1.5万斤。”

不得不说，今年惠州荔枝行业迎来了开门红，销路变宽了许多，这相当程度上归功于全省2020年广东荔枝“12221”市场的营销工作。广东省农业农村厅厅长顾幸伟指出，荔枝是“粤字号”农业品牌的重要代表，广东重视荔枝产业的发展，借助多元化营销模式，融合荔枝品牌文化，讲好广

## 东荔枝故事。

惠州荔枝的故事怎么讲？这是一个大问题。“惠州目前有两个荔枝国家地理文化标识，镇隆荔枝和罗浮山荔枝，这在全国荔枝产区中极为少见，可惜的是，它们在全国范围内知名度不是很高。”广东园艺协会荔枝龙眼分会会长、华南农业大学园艺学院教授王泽槐说，目前惠州荔枝在品牌竞争以及市场知名度上，远不如东莞的莞荔和增城的挂绿。

怎么办？王泽槐以东莞为例说，莞荔很早就注意品牌打造，全市的荔枝生产商抱团发展，统一标准，统一通过“莞荔”品牌打出影响力。王泽槐认为：“这值得惠州借鉴，建议惠州讲好惠州荔枝故事，在保证高品质的同时，真正赋予荔枝文化内涵，提高其品牌价值。”



之任惠州》诗一首：“雨残江驿藤花落，风定蛮村荔子香。”从后一句可知，惠州蛮村荔枝在清代名气很大。



浮山下四时春，卢橘杨梅次第新。

东坡荔吸引了来自世界各地的经销商到此考察、采购。山东青岛杰联食品有限公司的孙瑞雪在美国、加拿大等地已经有不少固定的客户群体，她表示，惠州荔枝品质不错，这次了解了东坡与惠州荔枝的关系，“仅此一家，感觉意义非凡”。

来自上海的经销商廖飞也是第一次到惠州镇隆，初尝感觉“甜如蜜”。他表示，荔枝与杨梅一样，经销过程中最考验的就是“快”“鲜”两字。他经常走访全国各地的水果产地，印象中，浙江仙居杨梅拥有最为成熟的物流联盟，“顺丰速运”是杨梅销售中的一环，惠州荔枝可参考这一模式。

记者了解到，目前镇隆镇也已开始尝试快递联盟模式。

东坡的文化加持，能否扩散到更广的区域？有学者表示，苏轼“罗

面均有严格的筛选指标，可满足高端市场与消费者的需求。”

东坡荔吸引了来自世界各地的经销商到此考察、采购。山东青岛杰联食品有限公司的孙瑞雪在美国、加拿大等地已经有不少固定的客户群体，她表示，惠州荔枝品质不错，这次了解了东坡与惠州荔枝的关系，“仅此一家，感觉意义非凡”。

来自上海的经销商廖飞也是第一次到惠州镇隆，初尝感觉“甜如蜜”。他表示，荔枝与杨梅一样，经销过程中最考验的就是“快”“鲜”两字。他经常走访全国各地的水果产地，印象中，浙江仙居杨梅拥有最为成熟的物流联盟，“顺丰速运”是杨梅销售中的一环，惠州荔枝可参考这一模式。

记者了解到，目前镇隆镇也已

开始尝试快递联盟模式。

东坡的文化加持，能否扩散到

更广的区域？有学者表示，苏轼“罗

13日，广东省首批粤港澳大湾区文化遗产游径公布，其中孙中山文化遗产游径和古驿道文化遗产游径均经过惠州。惠州飞鹅岭东征遗址、中山公园等景点上榜。

13日，惠州市2020年“文化和自然遗产日”非遗宣传展示系列活动启动，采取线上线下直播带货形式传承非遗。

15日，惠州（镇隆）首届东坡荔枝文化节举行，惠州销往北美市场的首批60吨荔枝在开幕式上正式启运。

国家首批国家森林康养基地名单近日公布，惠东县安墩镇水美森林康养基地入选。

惠州荔枝  
金招牌

(吴大海)

## 【展望未来】借苏轼大名打响文化荔枝品牌

想要吸引凤凰来，不仅要栽梧桐树，还得大声吆喝。6月中下旬，一周之内，惠州举办了两场东坡荔枝文化节：15日，惠州（镇隆）首届东坡荔枝文化节开幕，会上重点推介了高端荔枝品种“东坡荔”，从镇隆两大荔枝品种——桂味、糯米糍中优中选优，统一品牌销售，冠以东坡之名，力推“文化味+美味”；19日揭幕的惠州市首届东坡荔枝文化节，则发挥传统媒体和新媒体的矩阵合力，通过“直播带货”等热门营销模式，帮助农户打开荔枝销路。

镇隆镇镇长陈吉介绍，“东坡荔”是优中选优的荔枝品种，不在多而在精，“我们的广告语就是‘镇隆荔枝醉东坡’。”镇隆荔枝协会会长吴添乐介绍，为保证东坡荔枝的高品质，镇隆在品质控制方面采用产业链模式，通过营养调控的方式打造高品质荔枝，“荔枝品质、个头、口感、包装等方面

面均有严格的筛选指标，可满足高端市场与消费者的需求。”

东坡荔吸引了来自世界各地的经销商到此考察、采购。山东青岛杰联食品有限公司的孙瑞雪在美国、加拿大等地已经有不少固定的客户群体，她表示，惠州荔枝品质不错，这次了解了东坡与惠州荔枝的关系，“仅此一家，感觉意义非凡”。

来自上海的经销商廖飞也是第一次到惠州镇隆，初尝感觉“甜如蜜”。他表示，荔枝与杨梅一样，经销过程中最考验的就是“快”“鲜”两字。他经常走访全国各地的水果产地，印象中，浙江仙居杨梅拥有最为成熟的物流联盟，“顺丰速运”是杨梅销售中的一环，惠州荔枝可参考这一模式。

记者了解到，目前镇隆镇也已

开始尝试快递联盟模式。

东坡的文化加持，能否扩散到

更广的区域？有学者表示，苏轼“罗

## 【文脉一周】

12日，省文旅厅公布第二批广东省全域旅游示范区名单，惠州大亚湾区荣登榜单。

13日，广东省首批粤港澳大湾区文化遗产游径公布，其中孙中山文化遗产游径和古驿道文化遗产游径均经过惠州。惠州飞鹅岭东征遗址、中山公园等景点上榜。

13日，惠州市2020年“文化和自然遗产日”非遗宣传展示系列活动启动，采取线上线下直播带货形式传承非遗。

15日，惠州（镇隆）首届东坡荔枝文化节举行，惠州销往北美市场的首批60吨荔枝在开幕式上正式启运。

国家首批国家森林康养基地名单近日公布，惠东县安墩镇水美森林康养基地入选。

件成就了东坡荔的优良品质。该镇山林面积占全镇总面积60%，种有1.4万亩荔枝，日照和温度上都有相当优势，且土壤中含有多种适宜荔枝生长的矿物质，使其色美味甜，品质好，档次高，享誉各地。观镇隆荔枝之如丹霞般美妙；赏其果肉，晶莹如美玉，品相格外诱人。脱壳后不溢汁、入口亦无渣，肉厚且核小，甜而不腻，深得消费者喜好，备受各地客青睐。

如何让东坡荔这张“名片”与东坡文化更好地契合？笔者以为，可以与市东坡协会联动举办活动，注入更多的东坡文化元素，吸引更多本土东坡文化专家、学者关注东坡荔，挖掘东坡与岭南荔枝的故事、趣闻，写出一批东坡与惠州荔枝的诗词佳句；还可吸引本土书画、摄影家实地采风，创作生动有趣、独具特色的东坡荔枝形象，并有选择地引入商品销售环节和外包装，让东坡荔成为岭南荔枝的总代言。

同时，惠州还可让东坡文化巧妙地联系红色旅游、客家文化等资源，吸引游客走进乡村，让观众们在饱尝荔枝美味的同时，观赏乡村独特的人文景观、良好的生态环境、享受久违的田园风光；感受绿色发展及科技成果，发现新农村的巨变；了解苏东坡与惠州荔枝的不解之缘，弘扬东坡文化等，由此带动农民的就业和增收致富。

美丽可口的东坡荔，已经漂洋过海，香飘万里。愿东坡文化精髓随那一枚枚仙果，传扬四海、誉满八荒。

## 进贡荔枝保鲜方法流传千年

羊城晚报记者 吴大海

“雨残江驿藤花落，风定蛮村荔子香。”今年惠州荔枝又丰产，到处荔子飘香。其实，唐宋时期的惠州人就已体验到这样的丰收喜悦了。唐代刘恂在《岭表录异》中记录了诗人殷尧藩在循州（惠州古称）作的《偶题》一诗：“越女收龙眼，蛮儿拾象牙；长安千里，走马送谁家。”唐代惠州盛产龙眼（别名“荔枝奴”）、荔枝和野象，居民收获后会走马送往长安出售。

荔枝早在西汉时期就被定为宫廷贡品，但由于进贡途中“奔腾险阻，死者继路”，至东汉和帝时废止。国内出产荔枝的地方除岭南外，还有福建、四川等，原来多是野生，至南北朝，广东已出现人工种植，品种得到改良。至唐宋，惠州已成岭南荔枝主产地之一，怀枝是其中的优良品种。

荔枝早于西汉时期就被定为宫廷贡品，但由于进贡途中“奔腾险阻，死者继路”，至东汉和帝时废止。国内出产荔枝的地方除岭南外，还有福建、四川等，原来多是野生，至南北朝，广东已出现人工种植，品种得到改良。至唐宋，惠州已成岭南荔枝主产地之一，怀枝是其中的优良品种。

荔枝早于西汉时期就被定为宫廷贡品，但由于进贡途中“奔腾险阻，死者继路”，至东汉和帝时废止。国内出产荔枝的地方除岭南外，还有福建、四川等，原来多是野生，至南北朝，广东已出现人工种植，品种得到改良。至唐宋，惠州已成岭南荔枝主产地之一，怀枝是其中的优良品种。

据《惠州志·艺文卷》统计，苏东坡寓惠的两年七个月间，共创作各类文艺作品587首（篇、幅），包括诗词205首、各类文章129篇。据不完全统计，其中吟咏或提及荔枝的作品有10多首（篇）。尤其是苏东坡在《食荔枝》中写下的那句千古流传的名句“日啖荔枝三百颗，不辞长作岭南人”，成为惠州荔枝最早的广告词。

惠州市首届东坡荔枝文化节抓住了东坡文化这个关键词，以镇隆荔枝为龙头，经济搭台，文化唱戏。东坡荔将成为惠州又一张新的文化名片，也将成为惠州扶贫助农、造福百姓的知名商品品牌。镇隆荔枝种植业已有上千年的历史，村中老树已看不出年轮。该镇在上世纪80年代开始大规模引进桂味、糯米糍等优良品种。经过近40年的选育培养，至今种植面积有4.3万多亩，且90%以上为优良品种。在镇隆的广大农村，家家户户都种有荔枝，形成了该镇独有的特色，也奠定了惠州荔枝之乡的美名。

镇隆独特的气候和地理条件成就了东坡荔的优良品质。该镇山林面积占全镇总面积60%，种有1.4万亩荔枝，日照和温度上都有相当优势，且土壤中含有多种适宜荔枝生长的矿物质，使其色美味甜，品质好，档次高，享誉各地。观镇隆荔枝之如丹霞般美妙；赏其果肉，晶莹如美玉，品相格外诱人。脱壳后不溢汁、入口亦无渣，肉厚且核小，甜而不腻，深得消费者喜好，备受各地客青睐。

如何让东坡荔这张“名片”与东坡文化更好地契合？笔者以为，可以与市东坡协会联动举办活动，注入更多的东坡文化元素，吸引更多本土东坡文化专家、学者关注东坡荔，挖掘东坡与岭南荔枝的故事、趣闻，写出一批东坡与惠州荔枝的诗词佳句；还可吸引本土书画、摄影家实地采风，创作生动有趣、独具特色的东坡荔枝形象，并有选择地引入商品销售环节和外包装，让东坡荔成为岭南荔枝的总代言。

(吴大海)