

羊城晚报讯 记者丘锐妮,通讯员梁德锦、冯森报道:4月15日,梅州综保区管委会在深圳市举行招商引资项目签约仪式,与香港新科技发展有限公司、惠福电子有限公司、深圳市东哲资产管理有限公司签订移动通信设备保税维修、出口贸易项目框架协议,项目计划总投资5亿元,年进出口值达35亿元。这是梅州综保区一期封关运行以来签约的年进出口值最大的合作项目,为接下来积极拓展保税研发、保税加工业务奠定基础。

今年以来,为促进梅州综保区高水平开放、高质量发展,梅州综保区管委会围绕保税加工、保税物流、国际贸易、现代服务等四大主导产业,积极争取政策优惠和业态创新,制定《梅州综保区内企业开展维修业务监管方案》,大力引进高技术、高附加值、符合环保要求的企业来梅州综保区开展保税维修业务。

此次签约投资建设的移动通信设备保税维修、出口贸易项目,计划总投资5亿元,项目达产后,年出口贸易

移动通信设备30万部,检测维修产能达到20万部,年进出口值可达35亿元。该项目是移动通信设备产品生产加工、销售服务产业链条的进一步补充和延伸,落地后将成为梅州综保区首个规模以上保税维修项目,将有力加快梅州综保区构建布局合理、产业多元、创新发展的保税新业态,也将为梅州打造电子信息产业集聚地提升竞争力和吸引力,全力助推梅州苏区融湾先行区建设和全市经济高质量发展。

“2023东亚文化之都·中国梅州活动年”开幕活动举行 文化为媒 彰显客都梅州风采

文图 丘锐妮 赖嘉华

4月13日至15日,“2023东亚文化之都·中国梅州活动年”开幕式系列活动在梅州举行。梅州作为中日韩三国2023年“东亚文化之都”4个城市中率先举办活动年开幕式的城市,在活动安排、节目设计、礼仪接待、宣传造势等方面精心准备,向世界奉上一场具有梅州特色、广东水准、中国风范、东亚气质的文化盛宴。

以文会友 促进东亚文化交流

“2023东亚文化之都·中国梅州活动年”开幕式活动于13日晚拉开序幕。开幕式系列活动为期三天,有“东亚文都·相约梅州”开幕式文艺演出、“东亚文化之都友谊林”植树活动、梅州文化旅游考察活动、《相约梅州》MV发布等环节,邀请来自日本静冈县、韩国全州市的嘉宾,日韩驻穗领事机构以及在粤日韩企业代表参加。

在“东亚文都·相约梅州”开幕式文艺演出中,客家山歌、广东汉剧、潮剧唱段、粤剧表演、杂技滚环等十几个精彩节目轮番上演,不少具有浓郁客家特色的节目赢得现场观众阵阵掌声。

据悉,“东亚文化之都”是深化中日韩文化领域务实合作的重要品牌活动,评选启动于2013年,每年中日韩三国各评选出1-2个城市当选“东亚文化之都”。在2021年12月的终审活动中,梅州以优异成绩顺利通过终审,成为目前广东省第一个和唯一一个通过终审的城市,成功当选2023年“东亚文化之都”。

全力以赴 展示客家文化魅力

据了解,“2023东亚文化之都·中国梅州活动年”开幕活动,是对外展示梅州城市形象的重要窗口,向国际展示梅州客家文化魅力的重要平台。

接下来,梅州将全力以赴高水平办好“2023东亚文化之都·中国梅州活动年”系列活动,以“世界客都·长寿梅州”为主线,围绕客家文化、长寿文化、非遗传承、体育赛事、节庆旅游等五大领域,策划“世界客都·温情梅州”“长寿梅州·常来长寿”“汉风客韵·匠心梅州”“好客天下·活力梅州”“山水雅韵·相约梅州”等五大主题系列、百余场独具梅州特色的文化交流活动。

与此同时,梅州将加强与国内“东亚文化之都”14个城市的交流学习互鉴,积极参与中西文化和旅游年活动,主动融入文化和旅游部2023年重点工作“茶和天下·雅集”计划、“文化丝路”计划等,让“世界客都”更加开放包容,蜚声海外。

文化为媒 助推梅州高质量发展

“东亚文化之都”在文化领域里,是含金量很高的国际品牌。许多拥有深厚文化底蕴的城市意识到,擦亮这个“金字招牌”能更好地展示城市形象,促进城市文化建设,扩大国际知名度,实现以文惠民、以文兴业。

素有“文物由来第一流”美誉的梅州是全球最有代表性的客家聚居地之一,被誉为“世界客都”,是国家历史文化名城,获授



现场精彩的文艺演出

国家级文化生态保护区,也是著名的“文化之乡”“华侨之乡”“足球之乡”。

当“东亚文化之都”是梅州走向世界、树立城市文化品牌、打造文化强市的重要契机。“当选‘东亚文化之都’,赋予了梅州文化建设和对外交流合作新的时代语境。”文化和旅游部国际交流与合作局副局长石泽毅表示,期待梅州以特色文化和生动的文化实践,努力讲好中国故事,传播好新时代中国声音,并携手国内成都市、日本静冈县、韩国全州市

共同搭建三国更加紧密的人文交流网络,为促进东亚文化繁荣和世界文明多样性发挥更大作用。

美美与共 打开合作交流新局面

据统计,现有700多万客家籍华人华侨分布在世界80多个国家和地区,不断促进梅州与东亚、东南亚乃至世界的紧密文化交流,联合国教科文组织为此还专门在梅州设立中国唯一的移民纪念馆。

目前,梅州与全球70多个城市开展文化旅游等交流合作,在海内外设立了1个世界客家(梅州)文化旅游推广中心总部,25个推广中心,辐射范围包括国内以及东亚、东南亚、欧洲等广大地区,形成涵盖客家同胞聚居地、主要客源地和航线航班抵达地的客家文化和旅游宣传推广网络。

眼下,梅州正以客家文化为媒,打通梅州与亚洲文明对话的通道,大力推动广东文化和旅游强省建设。立足全球视野、秉承开放心态,精心推出“百场主题交

流活动”,精心组织“千人+参与国际交流”,精心打造“十大文化交流精品项目”,探索东亚文化交流、旅游事业繁荣发展新路径是梅州“东亚文化之都活动年”的具体举措。

接下来,梅州将深挖客家文化内涵,拓宽交流合作渠道,共同讲好中日韩文化交流合作新故事,进一步擦亮“东亚文化之都”品牌,并在相互尊重、平等相待的基础上,坚持开放包容、互学互鉴,携手中日韩各界友人,为东亚文化高质量发展贡献力量。



从云雾缭绕的凤凰茶园,到古色古香的太平路牌坊街,潮州街头巷尾的万千小店,既传承着本地文化,又成为透视消费潮流的重要窗口。临近“五一”小长假,羊城晚报记者近日在潮州走访获悉,相较以往的大型连锁店“打主力”,不少古城小店已“摩拳擦掌”,准备在继春节火爆之后,再将潮州旅游业推上新高度。

据互联网平台美团提供的相关数据显示,今年以来,潮州旅游业的相关订单量同比增长96%。仅2月份,该平台在潮州新开的小店数,同比增加将近50%。可以说,越来越多的潮州本地特色小店,正通过线上线下联动经营,成为激活消费、提振当地经济的“一池春水”。

游客来到潮州,找一间“小茶馆”,一头钻进“工夫茶”的慢生活里,正成为一种新潮流。

潮州

“新业态”“老传统”齐头并进

小店经济“搅动”消费“一池春水”

文/羊城晚报记者 陈锴跃 赵映光 图/受访者供图

A “传统工夫茶”搭上数字化快车

“宁可三日无肉,不可一日无茶”,工夫茶是潮州人独特的饮茶习俗,游客来到潮州,找一间小茶馆,一头钻进慢生活里,正成为一种新潮流。

“且将新火试新茶,诗酒趁年华。”在牌坊街石碑巷,一间潮州“四点半”民居里,潮州古城青竹茶舍的主理人谢育红正忙着用自家凤凰山茶园新出炉的单丛新茶,给客人冲上一杯。

生于单丛工夫茶世家,祖祖辈辈以茶为生,谢育红对潮州工夫茶怀着特殊的使命感,“我觉得发扬茶文化是一份责任,接手青竹茶舍也是出于这个原因。”她

告诉记者,只要有空,自己都会向到店顾客示范和讲解工夫茶相关知识。

“最近游客多,大部分是通过大众点评等线上平台找到我们,来之前一般会打电话预约,并购买团购券。”谢育红介绍,店里最近生意好,高峰期一天接待了70多位客人,客流量是去年的七八倍。

在牌坊街的另一头,从服装行业退休的苏美君,也将自家祖屋收拾出来,开了一家名叫“夏野”的茶馆。“对于本地人来说,工夫茶的文化和技术都像刻在骨子里。”苏美君表示,这份“退休新事业”中最有成就感的环节,是让更多年轻人接触到潮州茶文化。

“今年以来,游客估计多了四成,年轻人占大头。”苏美君算了算,由于年轻群体更习惯通过线上平台找店和看攻略,店里顾客一半是通过线上平台找到夏野茶馆。此外,线上的团购套餐也招来好生意。苏美君介绍,自己今年六十多岁,是个“线上化经营”的初学者,“最开始是我女儿帮忙上了团购套餐,后来平台的业务员也提供了很多实操建议,例如‘门店信息’‘标题设置’等细节。现在超过一半的顾客

是被性价比高的套餐吸引来店体验。”

搭载“潮州旅游热”快车,线上“数字化运营”东风,古城小茶馆正成为“工夫茶文化”的载体和窗口。美团、大众点评等线上平台,带动潮州小茶馆持续升温,“茶叶+文化+体验”的方式将进一步刺激本地消费,促进潮州经济发展。

大众点评数据显示,近30天内,潮州“茶”相关关键词搜索量同比增长超304%,其中茶馆、茶室搜索量增长超150%,相关笔记、评价同比增长近140%,35岁以下年轻群体占比近80%。

B “古城新潮味”带动潮州小店生意红火

油柑美式、单丛蛋糕、橄榄油柑茶……潮州古城,本地的年轻人不断将传统文化与消费新趋势结合,跑出小店发展“新通路”,独立咖啡馆、新式茶饮店等新业态正在潮州遍地开花。

踢桃咖啡便是其中的典型。“如果说工夫茶是慢生活的代表,咖啡则成为当地年轻人必不可缺的‘功能性饮品’。”观察到本地市场对于咖啡的差异化需求后,90后冰冰开了这家“在地化”独立咖啡馆,一开就是十年。

坐落于古城居民区的隐秘小巷,踢桃咖啡拥有俯瞰整个古

城的屋顶。“当时特意租了老民居,希望顾客可以体验到在老房子屋顶边喝咖啡边看落日的感觉,沉浸式体验古城慢生活。”冰冰介绍。除了选址,踢桃咖啡在菜单上也进行本地化的尝试。“我们的目标是基于古城文化做独立的咖啡品牌。”冰冰告诉记者,踢桃结合本地文化,推出了油柑美式、黄皮美式、单丛蛋糕等一系列创意餐品,“这样一来,人们就能拥有一份关于咖啡的潮州古城味觉记忆。”

“最近几个月,小店日订单量高峰可以到200单,不少游客是被平台上一一些攻略笔记种草来

的。”冰冰提到,因为店铺不在街面,线上平台的“引流”功能帮了大忙。“踢桃从开业以来就是当地大众点评咖啡热门榜第一,游客们跟着榜单推荐,优先选我们家来体验。”

踢桃咖啡不是个例。在竹木门城楼附近,将油柑橄榄等当地特色食品,与茶饮结合的潮人叔叔茶店,同样感受到了线上平台的“魔力”。

“大部分游客看到店铺线上页面经营得好,还有团购优惠,就

更愿意来,最近高峰期营业额能有2万元。”潮人叔叔的老板提到,自己非常看重“线上门店”经营,“我们会推荐消费者通过团购买单,目的是把店铺经营数据留在线上,未来吸引更多新客过来,形成正向循环。”

潮州的青竹茶舍、夏野茶馆、踢桃咖啡、潮人叔叔,受本地旅游热的带动,通过线上线下联动经营,画出消费提振的上扬曲线,成为拉动本地经济发展的“毛细血管”。

湾区新闻部主编/责编 朱光宇/美编 关彩玉/校对 黎松青