



■古城墙。



■驻河源市龙川县佗城镇工作队合影。



■工作队在南门码头走访时开会。

驻河源市龙川县佗城镇工作队：

开启“既要又要还要”模式 助力古镇唱响新歌

将南门码头打造成网红打卡点、争取资金购置观光车，助力佗城景区创建国家4A景区；建设乡村振兴文化研究院，打造佗城社区文化中心；挖掘佗城饮食文化、开发特色产品，打响佗城品牌；举办龙川自媒体沙龙，充分利用新媒体推广佗城文化……

驻镇帮扶工作开展以来，驻河源市龙川县佗城镇工作队在龙川县委、驻县工作组和佗城镇党委的领导下以及帮扶单位的大力支持下，围绕五大振兴，充分结合佗城历史文化古城的优势，开启“既要硬的（产业），又要软的（文化），还要可持续的”帮扶模式，助推千年古镇焕发新生力量。驻佗城镇工作队队长黄卫泉告诉新快报记者，作为从深圳来的帮扶工作队，除了为当地老百姓做一些实事，他觉得更重要的是，留下一些可持续的发展理念。



■工作队致力于将南门码头打造成网红打卡点，助力佗城景区创建国家4A景区。

智力帮扶绘蓝图

为振兴工作明方向

驻河源市龙川县佗城镇工作队（下称“工作队”）由深圳市机关事务管理局牵头，深圳市气象局、深圳市深粮控股股份有限公司（下称“深粮控股”）、中国人寿财险河源中心支公司、中国农业银行河源市分行龙川县支行等单位联合组成。

佗城镇既是南越王赵佗的兴王发迹之地，又是秦代中原文化南下与百越文化交流的结合地，素有“秦朝古镇，汉唐名城”的美称，具有丰富的历史文化和红色革命资源，拥有越王井、龙川学宫、龙川考棚、南门码头等一批珍贵的历史遗址。然而，由于种种原因，与国内一些古镇相比，佗城多少显得有些籍籍无名。如何擦亮“佗城”名号，让千年小镇再现昔日辉煌？驻佗城镇工作队“软的硬的活的”一起抓。

工作队队长黄卫泉认为，开展驻镇帮扶工作，要开展前瞻性思考、进行系统性谋划、坚持实事求是。在深圳对口帮扶单位的大力支持下，工作队邀请深圳市城市规划设计研究院、广东省科技特派员团队、华润数科等单位专家多次来佗城深度调研，围绕五大振兴提出对策和建议，并与深圳市城市规划设计研究院开展党建共建公益帮扶，深度参与佗城乡村振兴调研报告和镇域规划，报告分别荣获全省百份优秀乡村振兴调研报告和百份优秀镇域乡村振兴一等奖、二等级。

这两份发展蓝图实际上是一场智力帮扶，不仅为佗城乡村振兴工作开展指明了方向，也凝聚起推动佗城乡村振兴的多方合力。



■龙川考棚。

硬件帮扶惠民生 为佗城文旅补短板

炎炎夏日，来到佗城镇南门码头，妈祖古庙前的参天大榕树洒下一片阴凉，顺着修旧如旧的古城墙望去，一江碧绿送来阵阵清风。“晚上很多老百姓来这里乘凉散步，节假日时游客也特别多。”黄卫泉站在古城墙边说。

去年，为助力佗城景区申报国家4A景区，工作队在公共基础设施等硬件提升上不遗余力。在驻县工作组的大力支持下，工作队利用帮扶资金，将老旧的南门码头打造一新，不仅成为市民休闲的好去处，还

成为网红打卡点；申请资金22万余元亮化宝龙大桥，既保障了群众夜间出行安全，又美化了佗城夜景；积极争取资金20万元，为景区购置3台电动观光车，进一步提高游客体验感和满意度。

龙川学宫是佗城景区的主要景点之一，中午时分，广场上停放着旅游大巴，左侧的大棚回廊里，来自东莞的游人正在遮阳休息，“第一次见到保存这么完好的学宫，很惊喜。”游客王女士说。

提升硬件的同时，工作队也注

重文化内涵的注入。南门码头旁有座设计别致的二层小楼，工作队正在谋划将佗城镇乡村振兴研究院落地在此。黄卫泉告诉新快报记者，打造后，这里不仅可以用于乡村振兴等各种交流，还将成为佗城社区文化中心，将开展各种文化活动，丰富当地群众的精神文化生活。“我们来帮扶，既要为当地群众办实事，直接提升他们的获得感，也要把深圳先进的思想观念带进来，这里将成为一个很有效的平台。”黄卫泉说。

产业帮扶转观念 擦亮佗城千年招牌

如何打响“佗城”名气，让更多人认识佗城，了解佗城，来到佗城？工作队发现，佗城丰富的饮食文化、众多的特色美食是很好的切入口。邀请专家共同深入调研后，工作队意识到，当地产业存在市场地域固化、品牌建设散化、质量建设弱化三个突出问题，而根源就在于市场观念不足。

针对这些问题，工作队积极联系引入深圳社会资本，于2022年8月成立深河农产品（河源）有限公司（简称“深河公司”）用作帮扶平台，充分发挥深粮控股在粮油加工、质检、市场营销和品牌建设方面的资源优势，以“帮扶单位+社会投资+地方产业”的模式，用市场化机制开展产业共建，为推广佗城美食打下坚实基础。深河公司充分发挥资源整合优势，梳理出龙川（佗城）优质农产品目录，打造18亩电商平台，以多渠道多形式将龙川（佗城）的优质农产品推向以深圳为主的湾区市

场。设立半年来，消费帮扶就破百万，目前，“圳品工程”“电商共建”“品牌共建”等各项赋能帮扶工作正全面铺开，全部落地后将形成集群效应，发挥市场带生产，发挥“三产带一产”的良性循环作用。同时，在项目推进过程中，为当地带来了先进的思想观念，植入了市场化思维。

今年端午节，工作队将传统美食和文化相结合，推出一款消费帮扶产品端午大礼包。礼包将佗城特色的客家粽子和特产东江花生“组合”发售，并设计颇具中国风的手袋型礼盒，短短几天就卖出几万份，实现消费帮扶20万元。

“这是一次试水，反响很好。”黄卫泉告诉新快报记者，针对佗城特色美食，工作队正谋划进行标准管控和品质提升，并邀请专家打造品牌、设计包装，将融入佗城历史文化元素，打造佗城原创品牌，提升产品附加值。“这些美食产品在推动产业发展的同时，也将成为佗城宣传的

窗口。”

不仅如此，工作队还积极谋划品牌活动，并紧跟新媒体时代，多渠道多角度向外界宣传佗城。早前，继佗城自媒体春季沙龙后，夏季沙龙如期举行，沙龙通过搭建平台，邀请深圳和龙川当地的自媒体人、媒体人和产业界开展对话，促进交流。此次夏季沙龙，工作队还特别从山东邀请来自腾讯的自媒体专家，为龙川的自媒体人和农业产业人授课。“通过对话，更多人可以来到佗城，了解佗城，通过对话，交流思想，并促成产业合作。”黄卫泉强调，品牌沙龙活动立足佗城，辐射龙川，“只有开展更广泛的交流、对话和合作，才能创造更多发展机会。”

工作队还告诉新快报记者，计划今年国庆节前在深圳一些机关食堂举办佗城美食文化展，将集中展销佗城乃至龙川的特色美食，直接面向深圳群众宣传佗城和龙川。