

习近平向苏里南当选总统西蒙斯致贺电

新华社电 7月11日，国家主席习近平致电西蒙斯，祝贺她当选苏里南共和国总统。
习近平指出，苏里南是中国在加

勒比地区的战略合作伙伴。建交49年来，在双方共同努力下，中苏关系健康稳定发展，各领域务实合作成果丰硕，在多边事务中保持密切协调。我

高度重视中苏关系发展，愿同西蒙斯当选总统一道努力，深化互利友好合作，推动两国战略合作伙伴关系得到更大发展，更好造福两国人民。

2025年7月
乙巳年六月二十

14 星期一

34℃
26℃

广东拟用3年时间开创“媒体+”助力乡村全面振兴新局面

列出八大重点任务，推动实现促消费、促外贸、促文旅、促农民增收、促媒体转型五大目标

廉话“荔枝之变”

羊城晚报评论员 林如敏

“世间珍果更无加，玉雪肌肤罩绛纱。一种天然好滋味，可怜生处是天涯。”明代文人丘浚这首《咏荔枝》虽然只有短短四句，却浓缩了荔枝佳果在中国历史中的文化分量。

把珍果拟人化是诗人写作一种常用的修辞手段，而“可怜生处是天涯”，盖因丘浚是海南人，所谓天涯之涯海之角，可怜在此处大抵是可爱、珍贵之意。类似于“可怜九月初三夜，露似珍珠月似弓”。

作为岭南佳果，荔枝以其营养丰富、口感细腻、甘甜多汁而备受人们的喜爱。摘贬岭南的苏东坡对荔枝之情有独钟，人皆知。著名学者彭玉平在相关讲座中称，荔枝和苏东坡之间有一种深邃而有趣的链接，这是第一等的果配第一等的人。荔枝作为一种水果，“世间珍果更无加”；苏东坡作为文学巨擘，“上可陪玉皇大帝，下可陪卑田院乞儿”，我们认为这种链接是生动而恰当的。在这一人与果的链接中，荔枝绝不仅仅是作为一种物的存在，更是一个文化符号，一种精神象征。

作为文化符号、精神象征，荔枝还有另一层深刻的意蕴。唐代诗人白居易在《荔枝图序》中写道：“若离本枝，一日而色

变，二日而香变，三日而味变，四五日外，色香味尽去矣。”这话通俗易懂，荔枝一旦离开本枝，很快就会色香味尽失。抚今追昔，我们不得不说，这一有关“荔枝之变”的告诫是如此形象而清晰：天下之难持者莫如本心，固守初心、防微杜渐，方能不被物惑、不以情移。

荔枝必须“不离本枝”才能保持新鲜，权力也必须“不离根本”才能保持纯洁。这段对荔枝保鲜期的精准描述，道出了一个深刻的廉政哲理：权力如同荔枝，一旦脱离其根本，便会腐坏变质。这个根本，于荔枝是生长的枝条，于权力则是服务的民众。廉洁以政、服务人民，坚守共产党员的初心使命，让权力永远扎根于人民这片沃土，这样的启示是《荔枝图序》对今人一种丰厚的馈赠。

一日色变，二日香变，三日味变，这也提醒广大党员干部，防腐拒变，必须抓早抓小，防微杜渐，在权力“变味”初期就及时干预，小问题才不会变成大问题、小管涌才不会沦为塌方，才不会导致“四五日外，色香味尽去”的严重后果。

红裙玉质的荔枝佳果，历来是文人骚客诗书画印中的常见题材，其不断叠加的丰富的文化意象穿越千年，成为连接古今的情感载体。草木有本心，倘若我们能从《荔枝图序》中真正汲取到廉洁抗腐的力量，那也算是和它完成了圆满的互文。



湛江海洋牧场，金鲳鱼被打捞上岸（资料图）

“媒体+文化”：为了一条鱼奔赴一座城

酒好也要勤吆喝。“媒体+文化”可以汇聚更多新型文化业态，深挖岭南文化富矿，广泛运用国潮、动漫、短剧、游戏等手段，讲好广东农业产业故事、农业品牌故事、农业人故事。

近年来，广东媒体参与打造四会兰花“父爱如兰”IP，助推乐昌黄金李李高调“出海”，还有遂溪仙品荔、“惠来五宝”等市场与品牌创建，以层出不穷的营销创新，共同讲好现代“土特产”故事。

以经典营销案例“广东年鱼”为例，2022年中国农民丰收节主会场活动在珠海斗门举办，活动结束后，当地政府和广东省农业农村厅顺势打造丰收经济，发动媒体力量讲好斗门白蕉海鲈鱼的故事，使其在当年国庆节一炮而红，“到斗门吃海鲈鱼”成了假期珠海旅游新风尚，不少游客为了一条鱼奔赴一座城。

把握节庆经济的蓬勃生机，广东顺势首提“年鱼经济”的概念，2022年底召开首届中国年鱼博览会，抢抓经济、提振信心的广东速度一再“出圈”。此后，在中秋、国庆、春节、中国农民丰收节等节庆消费热点，广东进一步做大“广东年鱼”“广东年菜”等IP，让广东成为“节庆经济”高地。

今年荔枝季，遂溪仙品荔枝就靠各种营销花式“出圈”，跑好广东荔枝第一棒。广东遂溪县乌塘镇党委书记洪文泽成为小红书上第一位“荔枝书记”，在他的带动下，全村300多名荔农用小红书跟网友互动，带动销量的同时，吸引了众多游客前往采摘打卡。新屋村里还办起了小红书电商“宝藏主理人计划”遂溪乌塘特训班，160名“新农人”在家门口学习“种草”技能。（下转A2）

87年前日军轰炸广州未公开相册从德国归藏中大

详见A3

广州楼市半年报：一二手楼市皆价降量升

详见A4

充电宝巨震余波未了，19万人排队等退款 罗马仕上演小黄车式排队退款场景

详见A5

中国美院博导刘智海为2025山海计划20强导演授课——

作品是导演意志最直观的体现

详见A7

腾讯广州总部大楼竣工

羊城晚报讯 记者梁泽韬摄影报道：记者7月13日获悉，广州市海珠区住房和城乡建设局在官网发布消息称，位于海珠区琶洲人工智能与数字经济试验区的腾讯广州总部大楼，已在近日顺利通过竣工联合验收开启运营。

公开资料显示，腾讯广州总部大楼总建筑面积17.4万平方米，建筑高度207米。该建筑采用“垂直城市”理念，设置4道单边悬挑平台，创下国内超高层直挑结构首例。该建筑包含智慧办公、公共艺术空间及市民开放区域，为腾讯在粤港澳大湾区的重要战略布局。该建筑顺利通过竣工联合验收开启运营，为海珠区琶洲人工智能与数字经济试验区建设再添一座里程碑。

记者获悉，海珠区琶洲人工智能与数字经济试验区今年内还有新项目“上新”：在腾讯广州总部大楼下方的珠江边，目前正在推进琶洲西区（人工智能与数字经济试验区）滨江立体人行交通

工程，该项目计划今年12月31日完工。



腾讯广州总部大楼

责编/袁婧 美编/刘翔 校对/姚毅



百名网红千名主播“菠萝的海”活动现场（资料图）

“媒体+”：五大目标和八大重点任务

围绕“农业增效益、农村增活力、农民增收收入”，“媒体+”三年行动方案提出，积极发展“媒体+”新业态，融合政府、市场、社会等各方力量，统筹好有效市场和有为政府的关系，构建传统媒体和新媒体协同创新机制，围绕实施“百千万工程”，用三年时间推动实现促消费、促外贸、促文旅、促农民

增收、促媒体转型五大目标，开创“媒体+”助力乡村全面振兴新局面。

“媒体+”三年行动方案列出了八大重点任务：强化“媒体+市场”系统联动，打造融湾出海的桥头堡；加强“媒体+文化”价值共创，开展创意传播营销；推动“媒体+生活”交融共生，让乡村成为向往的美好

之地；促进“媒体+文化”深度融合，注入发展新动能；加速“媒体+品牌”转化增效，助推“土特产”破圈出彩；深化“媒体+科技”协同创新，搭建“三农”文化数据平台；推动“媒体+智库”效能聚合，打造农业品牌的“最强大脑”，抢占“媒体+”战略高地，引领主流媒体系统性变革。

“媒体+市场”：徐闻有菠萝还有“菠萝的海”

服务乡村全面振兴战略，是时代赋予媒体的重要使命。

近年来，广东持续开展“喊全球吃广东农产品”“广东预制菜香飘全球”“广东年鱼 年年有余”等系列活动，打造有国际影响力的“粤品”，建设出口“粤军”，拓展海外“粤市”，促进广东优质农产品“买全球”“卖全球”，这些工作中都能见到广东主流媒体的身影。

徐闻“菠萝的海”就是“媒体+市场”系统联动的发源地，也是广东农产品“12221”市场营销体系建设的策源地。

2020年初疫情期间，正迎来采收季的徐闻菠萝滞销。响应广东省委提出的保障“菜篮子”产品生产供应稳定，羊城晚报联合广东省农业农村厅，发动并深度对接淘宝、京东、拼多多、苏宁易购、

美团、今日头条、抖音、西瓜视频八大互联网平台，开创性地由政府、主流媒体、电商平台联合起来，组建成立羊城晚报战疫助农“218”数字矩阵，合力助农。首场活动，羊城晚报又先后为龙门柑、遂溪红薯、潮州柑、茂名荔枝带货，助农纾困，助力“粤字号”优质农产品走向全国。

在带货的同时，媒体以文化赋能讲好“菠萝的海”的故事，让徐闻菠萝这片波澜壮阔的特色农业旅游景观成为了全国闻名的旅游目的地。

得知“媒体+”三年行动方案正式出台，徐闻县委书记罗红霞高兴地告诉记者，徐闻就是“媒体+农产品营销”的最大受益者。2018年，徐闻菠萝成本价仅0.55元/斤，田头收购价0.25元/斤，烂在地头没人摘。广东省农业农村厅工作组驻点徐闻，工作组中重要的组成人员就有一批媒体人。“媒体对徐闻菠萝历史文化进行挖掘，对营养价值进行梳理推广，组织种植菠萝的果农进行卖菠萝培训。最难能可贵的是，在疫情最严峻的2020年2月，羊城晚报与拼多多在徐闻菠萝地里的‘中国田头第一播’，帮助徐闻菠萝走出困境。”

罗红霞说：“‘媒体+’三年行动方案方案的出台，让‘媒体+’的传播、文化、品牌赋能制度化、常态化、平台化，意义重大，一定能成就更多驰名中外的‘菠萝的海’。”

当媒体成为乡村振兴的“合伙人”

媒体成为乡村振兴的理想“合伙人”。徐闻“菠萝的海”的逆袭，正是这种角色转变的缩影：媒体联合政府、电商平台组建数字矩阵，挖掘徐闻菠萝的历史文化，培训果农成为带货主播，最终让“菠萝的海”从农业景观转化为文旅地标。

“媒体+”的本质，是通过媒体的深度参与，为农产品注入“软实力”。珠海“年鱼经济”捕捞“有文化的鱼”，将斗门白蕉海鲈鱼点化为承载“年年有余”文化情感的高附加值商品；遂溪仙品荔枝营销花式“出圈”，“小红书村”让荔农变身“种草达人”，把果园变成网红采摘打卡地……媒体用

镜头语言重构乡土价值，让“土特产”有了时尚表达。这些“无形价值”正是破解农产品同质化竞争、实现溢价增收的关键。

更深远意义在于，“媒体+”正构建乡村振兴的生态闭环。从开办小红书电商特训班到重点培育特色乡村IP，从村播激发乡村体育热情到农文旅融合打造沉浸式场景，媒体串联起政府、市场、社会各方资源，形成立体化赋能网络。在这个网络中，“媒体+市场”打造融湾出海的桥头堡，“媒体+生活”让乡村成为向往的美好之地，“媒体+文化”注入发展新动能，“媒体+品牌”助



增城仙进奉荔枝（资料图）