



## 广货行天下·广货侨声

列席省政协十三届四次会议的海外侨胞、新西兰粤商会副会长夏阳接受羊城晚报专访：

# 让广货带着文化温度扎根全球



夏阳

### 广货出海：是责任更是动力

羊城晚报：此次大会，您围绕“广货行天下”“广东年货出海”重点分享了哪些内容？大家在交流中最关注哪些议题？

夏阳：聚焦“广东年货出海”的品类布局与成效，介绍了腊味、预制年菜等爆款广货的海外销量实绩与市场口碑。我们借中新博览会的平台优势，让广货在新西兰的知名度、影响力持续攀升，市场渗透力不断加深；同时联动广东省农业农村厅推进粤菜出海，在南航等多方助力下，成功实现广东预制菜首航新西兰、澳大利亚。

羊城晚报：为何选择深耕广货？

夏阳：“让广货带着文化温度扎根海外，让侨力成为中外经贸纽带”，在会上听到的这句话既点出了广货出海的核心内核，也为我们指明了前行方向。我内心满是感动，更倍感责任在肩。选择深耕广货出海，一方面源于深厚的情感羁绊，众多海外粤商对广货有着刻在骨子里的热爱；另一方面是广东坚实的硬实力支撑。作为中国经济第一大省与外贸出口大省，广东产业链完备、供给充足，产品创新力强劲且契合国际化标准，既是海外粤商的事业航向，也是稳健的盈利路径。

### 侨力赋能：3000多万名粤商力撑

羊城晚报：您目前重点推动哪些

文/羊城晚报记者 周聪  
图/羊城晚报记者 周巍

品类的广货出海？

夏阳：核心聚焦三大品类：一是腊味、广式糕点等传统手信，二是适配海外消费场景的预制年菜，三是岭南佳果深加工产品。选择这些品类，核心是兼顾“品质过硬、文化鲜明、适配性强”三大特质——既能精准慰藉海外华人的思乡之情，又能以独特岭南风味打动本地消费者。我们除重点布局澳新、南太各国、辐射东南亚部分地区外，在“一带一路”共建国家和RCEP成员国也基本实现全覆盖。我们发动了全球50多个国家的粤商会，这些商会均已陆续在广东开展采购业务。新西兰腊味礼盒的推广案例颇具代表性，这款礼盒销量同比增长40%，既成为当地华人必备的春节年货，也凭借独特风味走进本地家庭，成为海外受众了解广式年味的重要窗口。

羊城晚报：作为海外侨胞，您推动广货出海的独特优势是什么？

夏阳：广货是刻在记忆里的家乡味道，我们自身的偏爱便能带动消费；其次，海外有3000多万名粤商，若每人带动5人消费（含所在国当地民众），潜力极为广阔。

羊城晚报：在“广货行天下”中，你认为“媒体+”如何发挥作用？

夏阳：广东提出的“媒体+”理念，使我豁然开朗。它是推动产业高质量发展的“硬核力量”，既能充当影响力“放大器”，将广货背后的匠心故事、岭南文化讲给全世界听；也能成为发展“助推器”，为企业降本增效、赋能提速。当前跨境电商、直播电商增速迅猛，但中小企业面临流量成本高企、资

源向头部集中的困境，生存压力较大。而“媒体+”能精准赋能这些相对弱势的企业，以权威传播引流拓渠，破解发展难题，这份价值是单一平台难以企及的。

### “十五五”展望：建平台、做强品牌

羊城晚报：结合广东“十五五”规划，您认为“广货行天下”有哪些升级规划？

夏阳：我们计划从市场、产品、模式三个维度推进升级。重点拓展RCEP成员国和南太新兴市场，巩固“一带一路”共建国家市场布局，构建覆盖全球的智能渠道矩阵，打破区域市场局限；产品端，深耕食品农产品赛道，依托大湾区产业集群优势，推动“科技+广货”深度融合，比如用先进冷链技术保障岭南佳果出海，计划将智能厨具等科技型产品与传统年货组合推广；模式端，深化“AI+直播撮合”模式，打造广货出海数字展厅，实现“观看即洽谈、直播即成交”的高效转化。

羊城晚报：针对“十五五”期间广货出海发展，您有哪些具体意见建议？

夏阳：建议主要聚焦三个方面：一是完善跨境物流补贴政策，精准降低中小企业物流成本，缓解资金压力；二是搭建省级广货出海合规服务平台，提供标准化合规指导与咨询服务，帮助企业规避海外市场风险；三是推动广货标准与国际互

认，依托中国食品土畜进出口商会强化行业背书，提升广货在海外市场的认可度。

### 责任担当：侨商要带“责任”回家

羊城晚报：列席本次省政协会议后，您计划如何联动更多海外侨胞参与“广货行天下”？

夏阳：首先会把本次会议会议精神精准传递给海外侨商群体，凝聚侨界共识，牵头组建侨商赋能联盟，整合各地侨界资源形成合力。

本次省政协邀请海外侨胞列席会议，为我们搭建了联系全球粤商的桥梁，新老朋友借此机会交流合作、互加联络方式，大家都深受感动。我们把这份信任、荣耀与责任传递下去，不辱使命为广东经济高质量发展贡献力量。

同时，常态化搭建“侨商+粤企”对接会，推动侨商资源与省内产业资源深度融合，让更多侨胞融入广货出海产业链，构建上下联动、内外协同的发展格局。

回乡投资早已是所有海外华侨的共同愿望，大家都坚信中国未来必将引领全球发展。对此，我们已进行了具体规划，重点是建设广货出海数字化服务中心，整合合规指导、智能撮合、冷链配套等“一站式”服务功能；同时，在海外布局广货展销中心，为广货提供固定的展示、交易平台，实现“国内赋能+海外落地”双向发力，助力广货在海外扎根生长。

## 我的“十五五”小目标

开栏语：

2026年是“十五五”开局之年。站在新的起点上，广东的代表委员都有什么“小目标”？他们对未来5年有哪些期许？即日起，羊城晚报推出《我的“十五五”小目标》融媒体栏目，听代表委员讲述他们的奋斗故事、奋进目标。

省人大代表、梅州兴宁市源清种植专业合作社负责人张雪莲：

## 回农村，让客家豆制品走向全国

文/羊城晚报记者 张璐瑶  
图/羊城晚报记者 曾育文 梁喻

张雪莲的“叛逆期”，从30岁开始。2014年，她放弃在大城市的稳定工作，选择回到老家梅州兴宁农村，成为一名返乡创业的“新农人”。

今年广东两会，广东省人大代表、梅州兴宁市源清种植专业合作社负责人张雪莲带来两份关乎农业发展、农民增收的建议。回村12年，面向“十五五”，她给自己定下了一个“小目标”：让客家豆制品走向全国，带动更多农户就业，帮助村集体增收。



张雪莲

鸽子、大米、土猪等特色优质农产品走进大城市的销售平台。

4年前，她又转型开始做豆制品加工，把客家地区家家会做的豆制品做成方便携带食用的休闲小零食，帮助本地特色非遗食品从农户家中走向更广阔的市场。

从一个人到一群人，她通过自己的努力，已辐射带动了超过1000个农户的就业，帮村集体增收超过100万元。

### 计划带动更多农民增收

12年过去了，当年那个回乡种地的大学生，已成长为带领村民增收致富的“新农人”、省人大代表。张雪莲告诉记者，这次参加两会，自己带来两个建议：一个是建议通过加大种粮补贴力度等举措，有效减少农村撂荒地；一个是建议做大乡村的非遗产业，让老百姓能在家门口就业，帮助农民增收。

还有不到一个月，张雪莲的第二个豆制品加工厂即将完工。她告诉记者，这个新建的工厂，预计每年可为村集体增收15万元。村里种了一辈子田、从没拿过工资的阿姨有了工作，在家门口的豆干厂里，他们可以做着熟悉且擅长的工作。很多70后、80后在她的吸引带动下也回到了家乡。

“衡量一个人的价值，不是单纯看拥有多少财富，还要看社会价值。”面向“十五五”，张雪莲也给自己定下了“小目标”：升级改造客家豆制品，充分展现客家非遗豆制品鲜、嫩的特色；再投资一个客家豆制品产业园，让客家豆制品走向全国，带动更多农民就业，帮助村集体增收。

## 我为广货代言

## 乡村“广货”组团上两会

羊城晚报讯 记者卢佳圳、鄢敏、周巍摄影报道：1月25日，来自各地的乡村特色产品亮相广东两会现场，多位省人大代表为“广货”代言。特色土特产成果展位，既有舌尖美味，也有繁花绿植，还有非遗手工艺品、传统老字号、潮流新国货等品类，超300款产品全方位展现了广东“百千万工程”的丰硕成果与蓬勃活力。

“大家闻一下这个菇，味道很香！”省人大代表贺爱兰热情地推介韶关的井水菌菇，这是由企业、高校与村集体三方合力培育的成果。她告诉记者，在“百千万工程”牵引下，

高校给予技术支持，企业提供前端菌棒与后端收购保障，形成一种良性循环的农业合作模式：“村集体的收入翻倍，当地形成了新的产业，还带动了4个村参与。”

省人大代表周晓云捧着一盆鲜艳的广花粉蝶红掌，向记者讲述自己的奋斗故事。长期扎根在“百千万工程”一线的她笑着说：“农民富了，农村美了，产业兴了，大家的生活水平提高了。”作为一个企业科研育种者，周晓云表示，接下来将培育更多适宜的种子种苗，让摆放美、悦人心的花卉新品种走进千家万户，助力广东花卉走向

全世界。

省人大代表赵小红现场推介了一款健康养生的小麦胚芽燕麦片。这一“广州老字号”品牌以胚芽为核心，延伸生产了100多款产品，通过消费帮扶平台拓宽了销路。“大家纷纷推荐给身边的家人、朋友，我们受到了更多的关注，更有动力投入生产。”

此外，现场还有不少“宝藏”土特产：玫瑰柑腊肠、直径约1米的观赏灵芝、荔枝风味挂耳咖啡……琳琅满目的“宝藏广货”好看又好用，农特产品乡土味浓，生动展现了“百千万工程”的丰硕成果。



周晓云为“广货”农产品代言

## 两会观察

### 聚焦文化产业 破解转型痛点

这份名为《关于加快推动粤港澳大湾区文化企业数字化转型的提案》的优秀提案，源于对湾区文化产业发展的深刻洞察。

该提案指出，2023年广东规模以上文化及相关产业营收达2.25万亿元，连续20年领跑全国，1.08万家规模以上文化企业占据全国七分之一份额。数字音乐、动漫、游戏等细分领域更是优势凸显，游戏产业营收占全国超八成，动漫产值稳占全国三分之一。

然而，繁荣背后，转型痛点同样突出。提案直指三大短板：企业数字化程度参差不齐，中小企业“小而散”难以形成协同效应；前沿技术转化适配不足，复合型人才短缺制约转型质量；部分企业转型动力不足，中小企业资金压力大、难以承担转型成本。

针对这些问题，提案从政策支持、企业引导、园区集聚、人才培养四个维度提

## 一件优秀提案背后的广东实践

出系统性建议，特别强调要以羊城创意产业园等优质园区为基础，打造数字内容特色产业集群，为媒体深度参与产业转型建言献策。

### 媒体躬身实践 园区蝶变新生

在广州国际金融城的核心地带，岭南数字创意大厦的玻璃幕墙折射着粤港澳大湾区的创新活力。

这座即将落成的文化新地标，与周边保留着工业遗迹的旧厂房相映成趣，共同构成了羊城创意产业园“竖起来发展、聚起来创新”的独特图景。

作为提案的积极响应者和实践先行者，羊城晚报报业集团以“媒体+园区”的创新模式，让昔日杂草丛生的广州化学纤维厂旧址，蜕变为年产值约400亿元的国家文化产业示范基地。

在空间改造上，羊城晚报以“绣花功夫”保留工业记忆，超过三分之一园区面积用于公共绿地建设，旧厂房、老设备被改造为兼具历史感与现代感的办公空

间，吸引了酷狗音乐、荔枝、星嘉游戏等200多家文化新业态企业入驻，9家上市公司在此壮大，上万名平均年龄26岁的青年创客在此逐梦。荔枝集团从入驻时的初创企业成长为“中国在线音频第一股”，星嘉游戏员工规模从200人增至近800人，企业的成长轨迹正是园区数字化转型的生动注脚。

在产业赋能上，羊城晚报充分发挥媒体资源整合与品牌传播优势，将自身文化软实力延伸到园区运营的方方面面。园区东区以羊城晚报为核心，数字出版产业蓬勃发展；西区聚焦文化创意、移动互联、人工智能三大前沿产业，天闻角川、无忧传媒等企业扎堆集聚。这种精准的产业布局，让企业间的跨界协作成为常态。

### 提案落地见效 湾区协同共进

如今的羊城创意产业园，正成为提案落地的“试验田”。岭南数字创意大厦的崛起，承载着“再造一个羊城创意产

园”的新使命，将打造成为岭南文化大数据中心、数字创意产业集聚地。这一实践与提案中“发挥数字文创园区集聚效应”的建议高度契合。

在人才培养方面，园区企业与高校共建实训基地，结合提案中“校企协同育人”的建议，为数字文化产业输送专业人才。针对提案关注的人才虹吸问题，园区依托产业集聚优势，在人才招聘、技术交流等方面形成合力，让中小企业也能共享人才资源。与此同时，羊城晚报通过媒体传播优势，持续讲述园区数字化转型故事，让更多企业看到转型带来的实实在在收益，有效激发了行业转型动力。

从提案中的精准建言到园区里的生动实践，羊城创意产业园的蝶变之路，彰显了优秀提案与媒体实践的良性互动。

正如暨南大学文化产业研究院副院长郑焕钊所言，园区与文化产业的“双向奔赴”，离不开媒体的桥梁纽带作用。随着《“数字湾区”建设三年行动方案》等政策的深入实施，粤港澳大湾区将涌现更多像羊城创意产业园这样的数字化转型标杆。



羊城创意产业园内草木葱茏 羊城晚报记者 梁喻 摄