

记者帮热线
(020)87776887、18928858567

沿江栈道缺损 女童踩空坠江

幸被女童爸爸及时救起,当地镇街表示已启动排查修复

羊城晚报记者 王隽杰 实习生 刘潇昀

近日,读者范女士向记者报料称,7月23日晚,她和丈夫带着女儿在广州番禺星河湾酒店对面的沿江栈道散步时,因栈道存在破损,女儿失足坠江。好在丈夫及时掰开了两块塑木板,跳下江中救起了女儿。

记者实地采访了解到,数公里的沿江栈道分属南村镇与大石街道管辖。南村镇政府就此事回复称,当晚系临时防护措施移位导致意外发生,目前该栈道(南村段)破损已全面修复。大石街道办表示,预计本周内完成对该栈道(大石段)的排查检测,下一步依据检测报告做好栈道修复工作。

惊魂一刻： 木板缺失无警示致坠江

实地走访： 栈道有多处凸起、缺损

7月27日,记者前往事发沿江栈道实地走访发现,在南村镇一侧的沿江栈道,不少入口处已放置围挡。但部分入口的围挡被破坏,有市民在栈道上钓鱼。

女童坠江的地方已重新铺设好塑木板。记者沿着栈道向东步行了数百米,看到不少塑木板存在边角缺损等情况,还有一部分塑木板凸起,容易绊倒行人,但并未观察到塑木板直接缺失的情况。

数公里长的沿江栈道除了一部分位于南村镇外,还有一部分位于大石街道。这一侧的栈道同样存在部分凸起、边角缺损的情况。行至100米左右时,记者发现一块塑木板已经完全松动,可以直接掀开,木板下方就是江水。

当地回应： 将强化排查修复工作



事发现场 受访者提供

番禺区南村镇政府就此事回复称,事发栈道由广州宏富房地产有限公司建设,2013年移交南村镇管辖。由于长期临江、风吹日晒,木栈道构件容易出现自然老化破损。7月13日排查发现破损后,已摆放雪糕筒作临时警示,但事发当晚临时防护措施发生移位,未能持续发挥警示作用,导致意外发生。

事发后,已委托第三方机构维修更换破损地板,增设加固安全警示标识,并将所有破损点位纳入维修计划,目前已全面修复。下一步将加密巡查频次,强化隐患排查,守护市民通行安全。

针对群众反映的栈道破损问题,番禺区大石街道办回复称,正对该栈道(大石段)开展排查检测,计划本周内完成。下一步将依据检测报告,进一步做好栈道修复工作。

程福波代表国务院国资委对广东各级党委政府和有关部门,长期以来给予国资央企的关心支持表示衷心感谢。他表示,近年来,国资央企坚决贯彻落实习近平总书记重要指示精神,胸怀“国之大者”,积极投身粤港澳大湾区建设,与广东合作项目不断增加,合作空间不断拓展,在重大基础设施互联互通、战略性新兴产业发展等方面,一批标志性重大项目、创新成果、产业链配套企业先后落地、集聚成长,共同服务支撑国家战略和发展大局。立足合作新起点,国务院国资委将进一步坚持以习近平总书记重要指示精神为统领,加强组织领导、健全工作机制,鼓励支持中央企业以更开放的姿态、更务实的举措,落实国家战略,抢抓发展机遇,在服务国家战略中增强竞争优势,助力国际一流湾区和世界级城市群建设;坚持聚焦主业实业,以制定实施“十五五”规划为抓手,结合广东实际,培育发展战略性新兴产业和未来产业,助力广东加快建设现代化产业体系;

加深度、加连接、加转化,以媒体力量打响土特产、农文旅两大品牌

广东“媒体+” 破圈赋能“百千万工程”

羊城晚报记者 许悦 丰西西 卢佳川

近日启动的“广货行天下”秋季行动正如如火如荼推进中,全省主流媒体铆足干劲,进一步打响广东土特产、农文旅两个大品牌,不断掀起“媒体+”赋能“百千万工程”工作的新高潮。

今年荔枝季,广东荔枝甜蜜经济活力十足,以“媒体+”赋能为引擎,依托强大的“12221”市场体系支撑,稳稳守住鲜果供应市场,捂住了果农的“钱袋子”。

同样在今年火爆出圈的还有化橘红。从去年全国两会开始,在羊城晚报报业集团(羊城晚报社)的推动、见证下,茂名化州市培林橘红种植专业合作社社长廖志略连续两年带着化橘红苗参会,让这颗“南方人参”从粤西山村走向全国、走向世界。

从农产品到工业产品,从田头到商超,从直播到微短剧,近一年来,广东创新实施“媒体+”赋能“百千万工程”农产品市场体系建设行动,以媒体力量打通农产品产销链路、激活农文旅融合动能,为全省推进“百千万工程”开辟全新宣传赋能路径。



在羊城晚报的推动、见证下,廖志略连续两年带着化橘红苗参加全国两会 羊城晚报记者 梁喻 摄

“媒体+”在全省范围落地生根

2025年6月19日,广东省委农办、省委宣传部联合印发全国首份省级“媒体+”赋能乡村振兴文件——《“媒体+”赋能“百千万工程”农产品市场体系建设行动方案(2025—2027年)》(以下简称《“媒体+”行动方案》)。此后不到半年,湛江成为首个出台实施方案的地级以上市,乐昌成为首个出台方案的县(市/区)。2026年1月,“媒体+”

“广货行天下”首次写入省政府工作报告。从省级顶层设计到市县落地生根,“媒体+”的制度框架快速成型。

但“媒体+”并不是简单的“+”市场“+”文化“+”产业,而是以媒体的公信力、内容生产力和媒介连接力为支点,主动嵌入产业发展、公共服务和基层治理等场景,把信息传播力转化为资源整合、品牌塑造、供需对接和价值创

造的系统能力。

方案落地实施一年来,全省各级各有关部门、主流媒体同向发力、持续深耕,加深度、加连接、加转化,全方位推介粤字号特色农产品,聚力擦亮广东农业特色品牌,宣传声势持续升温、品牌声量节节攀升、产销成效硕果频出,持续掀起“媒体+”赋能城乡区域协调发展的热潮。

典型案例

“媒体+”如何“+”?

羊城晚报 激活化橘红百亿密码

如何把媒体的传播力转化为资源的组织力,把内容的感染力转化为品牌的价值力,把流量的爆发力转化为产业的持久力?羊城晚报探索“媒体+”赋能农文旅融合,着力打造新IP、新产品、新服务,落地了一批可复制、可推广的标杆项目。

化橘红的顶流之路,与羊城晚报有着千丝万缕的缘分。

“化橘红能从一个‘土特产’变成百亿产业、走进千家万户,离不开媒体的赋能。”廖志略多次把这句话挂在嘴边。他一次又一次感谢的,是始终关注化橘红发展的羊城晚报,“真正让化橘红引发全国关注的,正是羊城晚报的报道。”据廖志略介绍,化橘红全产业链产值从2019年的35亿元跃升至2025年的126亿元,带动35万乡亲就业增收。

2025年全国两会前夕,羊城晚报记者提前深入化州田间地头,与廖志略深度交流后,建议他带上一株化橘红树苗赴京。两会期间,羊城晚报独家短视频《全国人大代表廖志略:他带着化橘红树苗来全国两会啦》全网播放量超2000万,让化橘红第一次从粤西山野走进全国公众视野。

今年全国两会前夕,羊城晚报记者再次在田间地头找到廖志略,这次的报道有了更国际化的视角——邀请厄瓜多尔留学生贺沛霖(David)一同参观化橘红古树贡园,与廖志略共同种下一棵化橘红“国际树”。这场跨文化的对话,为产业发展带来了新的思路。

最动人的瞬间发生在2026年3月7日下午,广东代表团小组会议现场,外交部副部长华春莹品尝了廖志略带来的化橘红深加工润喉糖后,连连称赞:“吃完一粒糖,立即很舒服。”羊城晚报记者敏锐捕捉这一幕,首发视频报道,传播量超过1200万,新华社、人民日报、央视新闻等央媒及地方媒体纷纷转发。化橘红再次迎来“高光时刻”。

为了助力广货行天下,羊城晚报还打造了《广货日历》IP,每天推荐一款广东特色好物,重点赋能化橘红等优质农产品“出圈”,目前已推荐广货超120个。

与此同时,羊城晚报与茂名日报、茂名电视台等成立“茂宣合创研究所”,深度助力茂名鸡蛋、罗非鱼、沉香等产业发展,以品牌建设助推本土特色农产品拓展海外市场。帮扶清远佛冈县,协助引进阳光鸡养殖项目,总投资6000万元,初期已带动销售额200万元。成立新农人AI数字营销服务中心及助农直播间,打造了多个特色产业标杆。

(丰西西 许悦 卢佳川)

加深度:生产和宣传胜利会师

过去农业部门管生产,宣传部门管传播,中间始终缺少一座桥。现在以“媒体+”为纽带,两支队伍在“百千万工程”的战场上胜利会师。

珠海市斗门区以“媒体+”赋能白蕉海鲈产业高质量发展、韶关乐昌市以“媒体+12221”推动乐昌黄金奈李产业发展、梅州兴宁市以“媒体+”赋能兴宁鸽产业高质量发展、阳江阳西县以“媒体+”筑牢水产品市场核心竞争力、湛江徐闻县以“媒体+”唤醒百年菠萝产业、汕头市潮南区雷岭镇以荔为媒建强农产品市场体系、湛江遂溪县乌塘镇巧用AI赋能荔枝营销、茂名高州市泗水镇滩底

村以“媒体+”构建现代农产品市场体系……

方案落地实施一年来,成效如何?艾媒咨询CEO兼首席分析师张毅在接受记者采访时表示,广东在全国范围内率先破题,实施“媒体+”行动,推动广东农产品实现了从“卷价格”到“拼品质”的结构性转变。

从艾媒大数据监测来看,过去一年广东农产品全网相关信息同比增幅超过30.1%,抖音、微博等主流社交平台核心话题总阅读量累计突破139亿次。“农产品、农业、农村的传播声量取得了非常好的成长,增长幅度达到

了两位数以上。”

传播声量的大幅提升,直接带动了农产品价格体系的良性回归。张毅分析,过去大家在竞争价格时非常无奈,而现在借助媒体主流声音,农产品获得了很好的传播机会,价格得以提升。

“媒体+”赋能还催生出新业态与新机遇。张毅认为,“媒体+”为农业农村新业态开辟了极好的机会,过去农业农村在整个生产链中的附加值不高,而通过这次行动,更多的资本、游客和关注度聚焦农村,形成了文旅融合、乡村研学、田园露营、农事体验等新生态。

加连接:为农产品装上“品牌加速器”

“媒体+”加深度是深入洞察产业链条、发展痛点、消费市场。加连接则是把政府、企业、农户连接起来,把人、货、平台连接起来,把各级媒体连接起来。

聚焦畜禽、水产、岭南蔬果、茶叶等九大特色产业,抖音集团发力“粤字号”品牌打造,东莞藏茶线上交易额同比增长345%,潮州单丛茶交易额增长106%、产业热度提升141%,湛江金鲳鱼交易额同比增长214%。持续

3年助力广东荔枝产业发展以来,2025年抖音电商助销广东荔枝超4亿元,同比增长976%;茂名荔枝线上销量同比增长21倍,带动当地文旅游费27亿元,吸引游客超1500万人次,实现“一颗荔枝带火一座城”。

京东零售线上生鲜业务部商务拓展总经理邱俊也对一年来广东特色农产品品牌升级深有感触。

以清远“跑步鸡”项目为例,京东生鲜在清远落地跑步鸡认证基地,发

布《京东清远鸡企业标准》,覆盖选种、养殖、加工到履约全链路。此外,项目承包清远当地十几片山头,通过“政府+京东+国企/龙头企业+合作社+农户”五方联动模式,实现源头定养、全程溯源。

“我们希望通过媒体全程监督,政企联合定标、全域媒体塑牌,真正让广东优质农产品实现‘标准化打底、媒体化造势、品牌化增值、全渠道畅销。’”邱俊说。

加转化:仙品荔实现“全网破亿”

“媒体+”加转化,是把传播带来的关注度变成品牌认知、消费行为、游客流量和农民收入。

在湛江遂溪县乌塘镇,荔枝的故事十分精彩。“之前宣传很被动,没人知道我们的荔枝这么好吃。”乌塘镇党委书记洪文泽坦言。

转机始于“媒体+”行动的全面铺开。去年,乌塘挂牌全省首个“小红书村”,推动果农从“种荔人”向“卖荔人”转变。洪文泽带头打造“仙品荔枝书记”IP,一线出镜代言,全镇300余名本土种草达人组建全民种草官队

伍,构建起“书记引领+全民种草+达人矩阵”的全域传播体系。2025年培育数字新农人300余名,全网话题流量破亿。

今年,乌塘全面升级“小红书村2.0+AI”模式,推出“2天集中培训+45天线上陪伴”培育路径。AI技术覆盖种植管护、市场研判、客源对接、宣传销售全链条,300余名荔农完成从传统果农到数字创客的转型。

营销创新同步发力。乌塘镇创新推行果树认种、提前预售的订单模式,依托新屋村2500多亩核心种植

区打造“果树整树认种定制平台”,建立“一棵一码”全程溯源体系。截至今年开采当天,认种果树达8956棵,认种金额超1700万元,预售量占总产量40%,真正实现“果未熟、钱先收”。认种模式还带动了农文旅融合发展,彩虹步道、荔枝广场、采摘园等特色景观串珠成链,推动荔枝产业从“卖鲜果”向“卖品牌、卖故事、卖体验”升级。

“今年荔枝价格特别好,全镇荔枝产业产值达到3.33亿元,比去年增收2000万元。”洪文泽说。