



晉江經濟報微信公眾號



晉江新聞網微信公眾號

2023年2月8日 星期三
農曆癸卯年 正月十八

JINJIANG ECONOMY NEWS

晉江經濟報

E-mail:jjb419@yahoo.cn

菲律賓版

第3508期

晉江新聞網

www.ijjnews.com

從“閩南紅”到“中國紅”
——揭秘梧林緣何頻上央視

本報記者 許春 周雨蓮



元宵佳節，梧林燒塔仔活動成為央視報道的一大亮點。

本報記者 尤澤男 攝

元宵佳節，梧林再登中國中央電視臺（以下簡稱“央視”），萬眾矚目，火遍全中國。

正月十五當晚，在中國各地歡慶元宵佳節的熱鬧時刻，央視新聞頻道用近4分鐘的報道，聚焦晉江梧林在閩南民俗中紅紅火火鬧元宵的盛況，可謂對梧林青睞有加。

萬家燈火時節，央視的“曝光”，讓火出圈的梧林再增熱度。當晚，僅晉江經濟報官方微信視頻號轉發的該報道短視頻，點擊量就破“10萬+”。

事實上，這已不是梧林首次亮相央視。去年端午節，梧林開展的閩南端午特色民俗活動就已“火”上央視。

如果說，去年端午節首登央視是梧林經過多年保護開發後，成功打造文旅新地標、網紅打卡地的例證。那麼，今年元宵節期間的央視再亮相，則側面印證了梧林已成為閩南文化符號的重要展示窗口。

立足梧林 放眼閩南
做優在地民俗

燒塔仔、弄龍、南音、花燈非遺技藝……關注央視報道的讀者不難發現，端午、元宵期間，帶動梧林“出圈”的，都是極具閩南地方特色的傳統民俗活動。這些活動不僅營造了喜慶、熱鬧的節日氛圍，吸引八方來客，也把梧林打造成閩南民俗的“集大成者”。

每逢節慶賞福焰、接吉焰，備受市民、遊客喜愛的燒塔仔，源于元代，原本是閩南中秋節才開展的民俗活動。如今，春節、元宵、中秋等重要傳統節日，梧林8米高的磚塔都會燃起熊熊火焰，吸引人山人海，被賦予了紅紅火火的新寓意，成為梧林拉動文旅發展的“重頭戲”之一。

通過央視對梧林的報道，全

國觀眾還能看到閩南的攻炮樓、電音三太子巡遊、高甲戲等精彩民俗活動。

“晉江保留着非常傳統的閩南民俗活動，特別在傳統節日時，到梧林就能感受到‘十里不同風’的閩南習俗，現場氛圍紅紅火火、十分熱鬧。”中央電視臺記者黃珊坦言，這也是央視元宵直播聚焦梧林的重要原因之一，希望向全國觀眾呈現極具活力、魅力和吸引力的節日盛會。

“民族的就是世界的。”事實上，多年來，梧林一直致力於打造體驗式閩南僑文化度假目的地。這一定位，讓梧林不僅能夠專注于挖掘、保護梧林本社區的特色僑文化，也能以更為廣闊的視野傳承和弘揚整個閩南地區的優秀傳統文化。

經過對僑文化、家國情的挖掘，梧林不僅打造了被確定為世界記憶項目福建學術中心實踐基地的僑批館，還入選中國華僑國際文化交流基地。因為對閩南優秀傳統文化的廣泛吸收和精彩綻放，僑村閩南年等系列活動已成為梧林成功“解鎖”的流量密碼之一。

據悉，今年春節，梧林接待游客量超過15萬人次，實現旅游總收入超320萬元人民幣。

文化為心 產業為骨
古村迸發活力

梧林景區的火熱，也帶動了商戶經營的火爆。

“春節期間，游客量猛增，央視的直播更吸引了很多外地游客前來游玩，為我們提高了曝光度，拉動了營業額的增長。”梧林商戶南洋咖啡店老板蔡燦藝笑着說，作為一名土生土長的梧林人，這樣的盛況讓他對未來發展信心十足。

2020年春節，外出打拼多年的“80後”蔡燦藝回到老家梧林。

彼時，他印象中破舊荒蕪的老家早已變了模樣。“當時讓我非常震驚，這裏已經變成了特色、繁榮的旅游景區。”蔡燦藝說，看着家鄉的變化，他決定回鄉投資創業。

考慮到僑文化是梧林傳統村落的特色，蔡燦藝花了幾個月時間專門去學習南洋咖啡的制作技藝。隨後，他在梧林一棟經過保護修繕的番仔樓內，開起了一家特色的南洋咖啡鋪，成功融入梧林打造的三大主題之一的“意南洋”動線中。

如今，每當遇到外來游客，蔡燦藝都會化身“講解員”，熱情地介紹梧林的歷史和故事，成為積極推介梧林、宣傳梧林的一員。今年春節，看好梧林的發展，他還新投資了一家港式特色餐飲，豐富了梧林的業態。

蔡燦藝依托特色文化在梧林的成功創業，是梧林傳統村落以文化為心、產業為骨帶動商家共同發展、激活古村活力的一個縮影。

梧林，現有132棟閩南紅磚大厝、哥特式建築、羅馬式洋樓、番仔樓等建築，梧林也憑借此優勢入選中國傳統村落。2017年3月，晉江市委、市政府正式啟動梧林傳統村落保護發展項目，對梧林傳統村落進行固態保護、活態傳承、業態提升。

“我們從環境、建築與空間、文化這三個維度，對梧林的保護開發進行系統性的規劃，既尊重地方特色、村落的遺產價值，又在繼承中進行適當的創新。”北京清華同衡規劃設計研究院副院長、住建部科技委歷史文化保護傳承專委會委員霍曉衡說，希望梧林傳統村落的保護開發也能為閩南地區傳統村落的復興，提供一種可借鑒的模式。

在黃珊看來，央視直播之所以聚焦梧林，也是希望通過梧林呈現泉州古城煥發出的新活力，

讓大家感受到古城新貌。在端午節直播梧林時，央視的鏡頭還特別聚焦了梧林傳統村落的保護與開發，展現了梧林見人、見物、見生活的固態保護和活態傳承。

以文塑旅 以旅彰文
聚僑力引僑資

梧林的文化與活力，還吸引了不少明星“大咖”前來。

1月29日，演員趙麗穎到梧林取景拍攝的消息，一度引爆網絡。梧林特色場景、掌中木偶、蟬埔女頭飾等引起廣泛關注和熱議。在媒體助力下，梧林也順勢推出打卡趙麗穎“同款”的互動產品，帶動話題持續升溫。

“無論是舉辦主題活動、對接央視拍攝，還是及時將網絡熱點轉化為市場流量，梧林青普公司都十分專業、迅速。”新塘街道黨工委書記、梧林保護發展項目副主任莊曉芳介紹，正是有一支策劃、運營、營銷能力強的市場化、專業化隊伍，梧林才能實現各類資源的有效整合和傳播效果的最大化。

在梧林青普公司副總經理洪綿綿看來，梧林有亮點、媒體來助推、流量來加持，也是梧林火爆出圈的關鍵點之一。今年春節，在各大媒體助力下，《梧林》歌曲MV刷屏網絡，將梧林宣傳推向又一個高潮就是例證。

以文塑旅、以旅彰文。下一步，梧林將加快二期項目建設，同時，緊扣閩南僑文化定位，不斷豐富完善業態，打造更多特色專屬品牌，聚僑力、引僑資，帶動文體旅融合發展和高端人才集聚，全力助推晉江經濟、社會、文化高質量發展。



上市！春日迎豐收

東石“中國芯”胡蘿卜搭上電商走向全國

本報訊（記者 許春）新春開年，被稱為“中國芯”的“禧紅202”胡蘿卜迎來了豐收。6日，位于晉江東石鎮的梓源農場，一批剛剛從土裏拔出來的胡蘿卜搭上電商平臺，將銷往全國。

田間，十多名工人正忙碌採收，一根根色澤鮮亮的橙紅色胡蘿卜整齊地排列在田壟上等待裝載。有別于往年東石胡蘿卜在地頭按畝定價銷售的模式，這批胡蘿卜將稱重出售，1噸可售2500元到2800元人民

幣，一畝平均產量可超6噸。

“按畝定價銷售比較簡單省事，可以進行大宗交易，但價格波動比較大，農戶在議價時比較被動。走電商平臺，定價權在我們手上，產品附加值更高。”福禧種子公司總經理彭雪娟介紹，在電商平臺，“禧紅202”胡蘿卜的售價在每公斤10元人民幣以上，但如何開拓線上市場則是農戶們的薄弱項。

去年春季，看好自主研發的“禧紅202”胡蘿卜的發展潛

力，梓源農場、福禧種子公司聯合第三方福州良農良品農業科技公司開始“試水”電商平臺。甜度高、出汁率高的“禧紅202”胡蘿卜一經上市就收獲了市場的良好反響。去年秋季，“禧紅202”胡蘿卜的種植面積在晉江首次突破1000畝，開啟了規模化種植之路。

“有了去年的鋪墊，今年，我們又開辟了新的方式——社區團購。目前，日均銷量可達2噸，後期預計可達到4噸。”福州良農良品農業科技公司負責

人黃松鷹說，作為優質農產品，“禧紅202”胡蘿卜很受北上廣深等一線城市消費者的歡迎。

雖然日均銷量有限，但在彭雪娟看來，這既是晉江胡蘿卜打破傳統銷售模式的必要嘗試，也是鑄定未來發展的必由之路。

在皮囊書屋等地，東石鎮也積極推廣“禧紅202”胡蘿卜汁，希望在本埠開辟更多展示這款“中國芯”胡蘿卜的窗口，打響東石鎮作為中國農業產業強鎮的知名度、美譽度。



“禧紅202”胡蘿卜喜獲豐收。 本報記者 陳巧玲 攝