

于光影中见八闽瑰宝

——福建2024“一县一品”影像嘉年华活动侧记

□本报记者 戴敏 见习记者 徐士媛

龙腾闹元宵、光影映八闽。23日晚,福建2024“一县一品”影像嘉年华活动在永定土楼兴楼举办。通过创意影像展播、现场分享互动等方式,推介县域品牌,展现福建形象。

土楼内,彩灯斑斓、锣鼓声声、龙狮齐舞……当晚,一项项装饰、一个个民俗,洋溢着浓浓春节气氛,引来众多嘉宾游客驻足观看,拍照打卡。

活动由四个篇章构成,分别是“山海交响”“匠心独运”“人文荟萃”“福通五洲”。精选能够代表全省、影响全国、辐射世界的县域品牌代表——厦门鼓浪屿、德化白瓷、莆田妈祖文化和永定土楼的分享人立足本地特色优势,通过讲述、表演、互动等多种方式,分享县域品牌打造、推广、破壁“出圈”的成功经验和心得体会。

“自然、音乐、建筑是鼓浪屿的标志,中西结合是鼓浪屿最大特色。”一曲《鼓浪屿之波》,配合着宣传片中鼓浪屿的一个个地标、一个个故事,将鼓浪屿深沉的岁月娓娓道来。

“音乐配上短片,展现出一种温柔美丽的鼓浪屿,对我很有吸引力,让我有了一定要去鼓浪屿看看的冲动。”来自广东的游客王新宇心情激动。

博物馆中,一个白瓷幻化成灵动的白色小天使来到人间,探索着艺术的奥秘;德化白瓷火爆全网的作品《纸》,引得观众阵阵惊呼。妈祖信俗是世界首个信俗类非遗,台胞林陈国豪通过文创宣传妈祖故事。

一个拟人化的短片,两件代表性的白瓷作品,将现场气氛推向高潮,大家感叹:“以为是纸,原来是瓷,太有意思了。”

观众林新感触颇深地说:“将白瓷拟人化,这种形式有新意,让我们对德化的非遗有了更深刻的认识和体验,而妈祖文化世界闻名,这离不开当地讲好妈祖故事的努力。”

终章《有土楼的地方就有家》,一位外籍女婿与妻子携家人回永定土楼探亲,共同体验客家春节的热闹与温情。新奇的人物视角下看土楼,这样的故事

牢牢吸引了现场观众。

“片中土楼人家‘和平’‘和睦’‘和谐’‘和美’的生活,将中国文化内涵体现得淋漓尽致,这也是传递给世界的最好的中国声音,方圆相倚、围合成家,永定土楼千姿百态,每个土楼的故事都要说给世界听。”主创江巍表示。

今年是厦门大学俄罗斯留学生安妮来到中国后度过的第一个春节,影像嘉年华活动让她大开眼界。“看花灯、猜灯谜,不止于此,福建元宵还能这么闹。走进环坑里,看一场‘一县一品’影像嘉年华,传统与现代的巧妙结合,透着一股浓浓的吉祥喜庆味儿。”安妮说。

文化是城市的灵魂,是一个地方内涵、品质、特色的重要标志。擦亮文化标识,打响特色品牌,是提升县域文化辨识度、传播力和竞争力的有效手段。

福建形象的塑造,中华文化的魅

力,来自一个个具体鲜活的故事,需要汇聚更多闪亮的文化标识。

八闽山川,传承千年文脉;影像如画,探寻县域瑰宝。“一县一品”福建影像创意大赛,是深入贯彻习近平文化思想,传承习近平同志在福建工作期间关于文化建设的重要理念和重大实践的具体行动,是深化拓展“三争”行动、推进宣传思想工作“创新工程”,推动文化赋能的重要抓手。

“一县一品”县域品牌传播工程,将通过品牌塑造规划、品牌故事创作、品牌形象传播“三步走”,激发县域创新创造活力,推动每一个县(市、区)写出新故事、拥有新名片、接洽新机遇、获得新发展,推动各县(市、区)更好展示县域形象、提升在全国乃至国际的影响力。

活动结束后,大家纷纷表示,将因地制宜,充分挖掘、整合、利用各县域的特色品牌资源,拓展传播渠道,以丰富创新形式讲好多姿多彩的家乡故事。



春日盛会

25日,福州市鼓楼区三坊七巷,一场春日雅道集,汇聚来自全国各地的30多个商业艺术品牌,展示多种特色品类文创产物,为市民游客打造东方美学的春日盛会。

近年来,鼓楼区积极推动文旅融合、发展壮大文旅经济,积极优化营商环境,精准落实旅行社业税收优惠政策,助力文化旅游产业高质量发展。图为参加雅道集的游客络绎不绝。

谢贵明 摄影报道

新建村有新样

□本报记者 萧镇平 通讯员 林锦涛



乡村行·看振兴

时值周末,新建村的半岭古村落又迎来许多城里来的游客。

新建村地处平和县国强乡西北部,漳州第一高峰大芹山脚下。由于地处偏远山区,产业单一、信息不灵、人才短缺,该村的经济曾经较落后。然而,短短几年时间,在返乡乡贤的带领下,通过发展一村多业、一村多品新业态,新建村有了新模样。曾经的省级扶贫开发重点村,如今变成省级乡村治理示范村、省级金牌旅游村和省级乡村振兴示范点示范村。

几年前,退休的赖文达放弃省城的安乐生活回到新建村,任村党支部书记。

“2018年我回村时,发现溪水很脏,不仅没鱼,还散发着臭味。”赖文达

说。于是,刚上任,他就发挥党员模范带头作用,包户到人、责任到人,详细梳理辖区内水流,对河道进行修整,防止污水等直接流入水体,从源头防止污染扩散等。

污水改造、沟渠清淤、管网建设、垃圾入桶……一系列美化环境、净化河道的工作在全村铺开了。

溪水变清了;原先垃圾遍地的河道种上了花草树木;暗夜公园、桃花岛、大戏台、小游园、篮球场、农家书屋等陆续建成。

“这里的花很美,来,拍一张!”如今的新建村,每天都迎来踏青赏花的游客,行走在山涧边的栈道上,水清岸绿、

鱼翔浅底。

家园变美了,如何更好地发展?在赖文达的带领下,新建村巧借“高山、生态、绿色”的优势,发展休闲观光农业,提高产业附加值;巧借文化造势,将“古村落”、林下经济、茶园观光等具有文化底蕴的景点“串点成线”,形成集修身养性、休闲健身、观光旅游于一体的绿道景观长廊。

一直以来,当地村民的主要收入靠种蜜柚。由于海拔较高,蜜柚成熟较慢,价格不好。经过调查研究,赖文达发现这里山高雾多、雨量充沛,适宜发展茶产业。经过论证,决定调整产业结构,倡导村民“退果还茶”,再由村里兴建凤仙茶叶厂,鼓励返乡乡贤承包。

46岁的村民潘武荣年少时就外出到广东创业,后在潮汕经营茶叶20多年。此次回乡承包了这个茶厂。“这里适合种植潮汕单枞茶,于是我便带回茶

苗,引导乡亲们订单式种植,并提供技术支持,茶叶全部由茶厂收购加工。”潘武荣说。

产业结构调整,新建村已“退柚还林”500亩,“退柚还茶”1000亩。目前,凤仙茶叶厂已通过SC认证,配套2000多亩的茶园将打造成大芹山最大的单枞茶生产基地。

与茶厂同步建成的还有一座占地2000多平方米的竹业加工厂。

“新建村拥有数千亩的毛竹资源,长期以来,村民偶尔挖挖冬笋,自产自销,没产生经济效益。此次通过垦复,使得毛竹林达4000多亩,建成竹业加工厂,引进金竹竹业公司,将一根根竹子变成了新型竹质材料,把资源变成资产。”赖文达说。

茶业和竹业是赖文达上任后推动产业发展的一个缩影。几年来,新建村采取“党员+农户”的形式,发展一村多业、一村多品新业态,实现林、果、茶、药、竹、蜂一体化发展,不断拓宽村集体收入和群众增收渠道。

“乡村要发展,领头羊很重要!”平和县国强乡党委书记林志伟说,新建村的蜕变,正是返乡乡贤进行乡村治理的有益尝试。

新与旧的碰撞,打造国货“潮品”

中央经济工作会议指出,要积极培育文娱旅游、体育赛事、国货“潮品”等新的消费增长点。国货“潮品”等字眼,在我省、漳州市政府工作报告中,成为热词。

一年多的不停探索,让茶王谷茶业有限公司总经理蔡克修对柚香奇兰破圈的路径有了更清晰的认知。不走寻常路,他决定进军新式茶饮这个细分市场,做国货“潮品”,既有传统文化的基因,又融合时下潮流,迎合消费主力军“90后”“00后”年轻群体的个性需求。

依托彭溪村的千亩茶旅一体基地,茶王谷公司于去年9月在县旅游集散中心成立第一家奶茶工厂旗舰店,围绕柚

香奇兰特制招牌奶茶,从茶旅融合向国货“潮品”延伸。

“这是您点的柚香奇兰茶——‘吾心光明’,茶名取自王阳明‘龙场悟道’典故。”在平和旅游集散中心里的“茶王谷奶茶旗舰店”,几名来旅游的大学生被这些新颖的奶茶包装吸引。

这就是蔡克修打造的新场景。按照他的想法,针对年轻人的社交属性,旗舰店的打造更注重氛围感和体验感。纯茶可以到小木屋冲泡,可以到水井旁冷萃,可以在帐篷下围炉煮茶,可“果茶”可“茶咖”,而且配套开设了茶文化馆、文创园、供应链、观光工厂、新式茶饮品牌等项目,积极拥抱消费新潮流、新场景。

“‘国潮’是中国传统元素与现代相结合的有形产品,实则与中国文化

元宵节后我省迎来返程客流高峰

本报讯(记者 张颖 通讯员 陆逸 王子微)记者从中国铁路南昌局集团有限公司获悉,25日南铁迎来元宵节后返程客流高峰,学生流与务工流叠加,长、短途客流持续增长。南铁当日共计发送旅客113.3万人次,比2019年增长25.9%,其中福建省发送旅客51.2万人次。

为满足旅客出行需求,南铁增开旅客列车115列,其中动车组列车96列,开往江浙沪、广深等热门方向21

列,并通过动车组重联运行、开行夜间高铁和普通列车加挂车厢等方式提升铁路运力。

为助力学生、务工人员顺利出行,南铁主动增开南昌、福州、厦门等学生、务工群体密集地区往返旅客列车,并在多个车站开设购票专窗,方便学生、务工群体快速办理车票业务。厦门北站、三明北站与厦门大学、集美大学、三明学院等院校加强联系,开行“点对点”直达接驳专车。



25日,游客在福州闽侯县鸿尾乡鸿尾村的油菜花海中游玩。连日来,鸿尾村的油菜花竞相开放,吸引游人前来观赏。王旺旺 摄

为价值内核,背后是青年群体新的情感诉求、价值归属和社群认同,离不开传统文化的深度挖掘和开发。”蔡克修说,新与旧的碰撞,正是“国潮”的魅力所在。

平和是王阳明置县的,因而当地群众尊其为“县父”。在这里打造国货“潮品”,带着“县父”王阳明的心学与闽学、闽南文化相融合的印迹,成为茶农的首选,如阳明系列茶礼盒、吾心光明、知行合一、天地人和、圣人之道等4款包装,既“国潮”又新颖。同时,诸如开漳圣王陈元光将军煮茶、地理学家徐霞客大峰品茗、雾峰林家赴台植茶以及林语堂“捧着一把茶壶”,都成为柚香奇兰的独特文化标识。

这种传统文化的新表达方式,圈粉无数。近年来,借共建“一带一路”东风,茶王谷已将柚香奇兰这个国货“潮品”推广到共建国家,与俄罗斯、菲律宾、泰

国等国家交流互鉴。今年已接到柚香系列订单约25吨,金额300万元,“国”与“潮”有机结合成为年货首选,让传统文化漂洋出海。

不久前,柚香奇兰茶亮相第30届中国国际广告节大国好品质国货节,成为展会一大亮点,获评大国好货“一县一品”特色产品。

这是柚香奇兰首次以“柚茶融合,国潮新品”的身份高调亮相。眼下,与全球最大的咖啡连锁企业星巴克已洽谈好200吨柚香奇兰订单,5月拟推出柚香系列新品;农夫山泉也有意向合作共推茶饮……

“柚香奇兰是两大传统产业之外新辟的赛道。以文化赋能,我们用万亩柚园研制出柚香红茶、柚香绿茶、柚香岩茶、柚香乌龙茶等‘柚香+’系列产品,打造国货‘潮品’,成为助推平和乡村振兴的新引擎。”黄永健说。

(上接第一版)

柚香奇兰的出现,让果农多了一个选择,不卖果,只卖花。

崎岭乡彭溪村位于高海拔地区,柚农曾六民拥有2000多棵蜜柚树,近10年盈亏持平。“一年到头辛苦施肥施药,1斤柚子收购价却只有几毛钱,还不够采摘工钱。”说起收成,他一肚子苦水,但又舍不得蜜柚树。

去年春天,曾金源回村游说曾六民等乡亲:“花期不要喷药,大家只管收些柚花,会有人收购。”

曾六民与妻子每日提着编织袋到柚园采花,再拿到村头的收购点售卖。一个多月的柚花期,夫妻二人共疏花5000多公斤,纯收入6万多元。

“柚花也能卖好价!”尝到甜头的曾六民,今年准备多采花,甚至想试试部分果树只采花,不结果。

当地专家测算过,如果光卖花,化

肥用量只需原来的一两成。柚花市场的兴起,让蜜柚种植实现了生态转型,同时又让柚农实现增收,有了多重收入保障。目前县里正准备找一个效益较低的高海拔果园做示范园,逐步推广。

“引导部分高海拔和花山溪饮用水源上游重点区域的果农由收果转为收花。减少化肥、农药的使用,助力花山溪生态修复治理。”卢和金说。

对于低海拔、蜜柚收成较好的柚园,平和农艺师队伍上门推广“轻剪轻肥”技术,让果农锦上添花。柚园生态种植转型路更顺利。好消息纷至沓来,2月6日,“柚子花”通过第二次食品安全地方标准评审,《福建省食品安全地方标准(柚子花)》有望于近期出台公布。这意味着,从今年起,企业可以放心使用柚花作为原材料,根据市场需求研发柚花相关产品。