

福清鄉情
專版
福建僑報 合編
國際日報



國際華文媒體點贊漳州行：

用鏡頭筆觸記錄無數個難忘瞬間

11月20日，為期7天的2021“行走中國·海外華文媒體漳州行”參訪活動結束。期間，包括印尼《國際日報》在內的國際華文媒體代表把鏡頭和筆觸對準“富美新漳州”，記錄下無數個難忘瞬間，全面展現工業蓬勃發展、鄉村全面振興、生態綠色文明的精彩畫卷，深入報道漳州之美。

華文媒體代表一路走一路拍一路問，並通過各自新媒體平臺即時向海內外播發現場圖片、新聞故事。



“以前來過漳州旅遊，祇對南靖土樓有印象，通過這次的深入參訪，對漳州有了更深刻的印象，尤其是‘綠水青山就是金山銀山’在漳州大地上得以完美演繹！”美國《北美新僑網》社長張必和在他的朋友圈寫下此行感受。

張必和感慨道：“無論走到哪裏，都能感受到對生態的尊重、對自然的呵護，‘雲裏童話、七彩漳州’真不為過。”

漳州是著名僑鄉、臺胞主要祖籍地、閩南文化發祥地。日本《樂樂中國電視臺》的總編輯歐陽樂耕重點關注工業發展和兩岸經濟合作。他站在古雷石化煉化一體化的觀景平臺上，想到了王碩的小說，在報道中寫道：“王碩有一篇小說叫做《一半是海水一半是火焰》，套在

古雷石化項目上也有另外一層意義。從海的角度講，這是海峽兩岸合力為之的石化項目；火的角度，就是如今我們看到的熱火朝天的建設生產場面，產生的經濟效益。”

在海拔千米的大芹山上參訪臺商吳鬆柏投資10億元引進設備生產威士忌的酒廠時，吳鬆柏對海外華文媒體人說了一句“常回家看看”，瞬間引起了許多海外華僑的共鳴。在《意大利僑網》總編輯王衛平看來，其實這也是海外游子們共同的心聲，海外僑胞與臺灣同胞一樣，同為炎黃子孫，祖國是他們堅強後盾，祖國也需要他們共同建設，從而更好地走向全面復興。

漳州是歷史上“海上絲綢之路”重要節點城市。哈薩克斯坦《今日絲路》記者古麗米娜表示，這次過來重點是圍繞“海絲”貿易，並將更多筆墨放在“一帶一路”上，推出了諸多關於漳州海洋經濟和對外貿易的報道。

除了聚焦工業發展、海絲文化、兩岸融合發展外，海外華文媒體代表還體驗“竹竿舞”、客串“直播帶貨”、即興“歌伴



華文媒體參訪臺商投資在海拔千米大芹山上的威士忌酒廠。

舞”等豐富多彩的內容，與當地村民互動，不少華文媒體甚至催生了助力鄉村振興的新想法、新做法，並表示將做些力所能及之事。

澳大利亞華夏集團傳媒董事長項翔等華文媒體代表在雲霄縣著名的枇杷產地和和平鄉松樹村與當地“枇杷姐姐”做了直播，為地標產品“吆喝”帶貨。

松樹村屬革命老區村，土壤富饒，生態環境優越，是優質的枇杷生產基地。近年來，該村堅持產業帶動，因地制宜，立足枇杷產業的發展優勢和碧水青山的天然景觀資源，做大做強枇杷觀光旅遊產業。“我們的團隊希望從引智或者招商這個角度來幫助這個村，把鄉村地標性的名優產品介紹到世界去。”項翔說。

(張全川 文/圖)

雙魚島啓動全島開發 計劃投資280億元

近日，中國·雙魚島開發啓動暨項目奠基儀式在漳州雙魚島上舉行。

雙魚島作為國務院批准的首例經營性用海項目，未來幾年計劃投資280億元，建設集旅遊度假、康養運動、高端社區為一體的生態型島嶼，致力打造國際高端休閒度假目的地。

2017年，雙魚島獲得原國家海洋局頒發的海域類不動產證書，成為中國首例經營性用海項目。2021年初，總部設於香港的招商局集團正式批復《雙魚島開發策劃方案》，并由招商局蛇口工業區控股股份有限公司主導開發。

招商局集團總經理胡建華在致辭中表示，1992年12月，為踐行對臺“三通”，招商局在福建省政府和交通運輸部的支持下，聯合多家股東來到廈門灣南岸，成片開發漳州開發區，建設國家級經濟技術開發區；經過29年的艱苦創業、精耕細作，把昔日偏遠荒蕪的小漁村逐步打造成初具規模的宜業宜居濱海新城，成為福建省和漳州市創新發展的重要平臺。

胡建華透露，目前，雙魚島進入二級開發實質建設階段。作為招商局在福建省的又一重大戰略項目，地位舉足輕重，項目建成運營後將帶動漳州文旅等相關產業發展。

漳州市市長王進足表示，漳州市委、市政府將一如既往支持漳州開發區，提供全方位、高質量的“媽

媽式”服務，全力以赴支持推動雙魚島項目早日建成。他希望招商局集團發揮央企優勢，加大投資力度，繼續支持漳州開發區高標準、高質量、高效率推進項目建設，把雙魚島建設成百年精品工程，打造成漳州的“會客廳”、城市的“新名片”。

作為合作企業代表、騰訊副總裁馬斌在致辭中透露，騰訊在視頻、音樂、遊戲、電競、體育賽事、動漫等領域都有涉足，形成了自己特有的IP，與雙魚島的文化、娛樂、數字化產業方向高度契合。未來，雙方將圍繞雙魚島主題樂園、騰訊IP線下實景化及數字郵輪等特色項目開啟多領域、全方位合作。

活動現場，雙魚島第一座建築藝術作品——規劃展示中心項目啓動。規劃展示中心是雙魚島第一個開工的项目，由國際建築大師宋照清操刀設計，占地面積1.5萬平方米，建築面積8000平方米，總投資3億元，項目計劃明年6月建成。

今年以來，國內外已有多家文旅、教育、體育行業領頭企業前來雙魚島洽談、考察並達成合作意向。下一步，雙魚島將緊緊圍繞主題娛樂街區、水上娛樂度假綜合體、游艇賽運動中心三大核心引擎產品以及度假酒店、頭養基地、海島民政局等多個特色亮點產品，搭配高端生活居住配套，形成全島“浪漫+”產品體系。(許小燕)

漳州認定非文物類土樓1044處

漳州市自然資源局組織開展“非世遺”土樓普查工作，委托第三方專業團隊採取文史資料調查、衛星影像采集、走訪、實地調研等方式，對全市城範圍內的土樓建築開展甄別排查。

經省市兩輪專家評審，認定漳州市共1044處“非世遺”土樓(非文物類)。其中，按照地區分類，詔安縣379處，南

靖縣311處，平和縣256處，雲霄縣48處，華安縣30處，龍海區7處，長泰區2處，漳浦縣1處，常山開發區5處，高新開發區5處。按照建成年代分類，明代23處，清代390處，清末民國163處，民國147處，1949年-1979年306處，1980年以後15處。按照土樓類別分類，圓樓483處、方樓537處、其他24處。按照價

值分類，推薦文物建築9處、歷史建築164處、傳統風貌建築344處、已公布歷史建築35處、其他492處。

此外，漳州市自然資源局經向市文物部門了解，目前初步排查出文物類“非世遺”土樓為424處，并已上報省文物局待評審，預計全市共有1468處“非世遺”土樓。(李妙珠)

漳州全力推進 食品產業轉型升級



工人在福建一家食品公司生產車間檢查意大利麵醬料包裝。



工人在漳州一家烘焙休閒食品企業蛋糕包裝車間。

漳州自2011年獲評“中國食品名城”以來，食品產業規模迅速壯大。近年來，為了適應市場轉型需求，漳州市引領企業向生產自動化、智能化轉型升級，壯大行業龍頭企業，充分發揮龍頭帶動示範作用，涌現出一批重視品牌打造、創新品牌營銷、提升產品附加值的新型食品企業。

據了解，今年1至8月份，全市規模以上食品企業近600家，約占全市規模工業企業數的四分之一，產值超千億元。(林善傳 圖/文)

漁家妹成網紅主播 更食人間烟火

漁家妹子林萬華從漳州雲霄小漁村走來，借勢“短視頻+直播”的流量，讓家鄉農副產品既“吸睛”又好變現。

每天下午4時，雲霄縣陳岱鎮竹港村返鄉青年林萬華的直播在自家活鴨攤位前準點開播。這位“95後”漁村農活能手，將農村集市宰鴨賣鴨的日常生意搬到線上，憑借人間烟火氣滿滿的直播風格斬獲眾多粉絲，成為直播達人“白菜GG”。

從新手主播到百萬粉絲級本土網紅，林萬華僅用了一年時間。去年，不少行業受疫情影響，生意變淡。在外從事服裝銷售的林萬華經過多方權衡後，毅然選擇回家另謀出路。彼時，雲霄縣網紅經濟蓬勃興起，一批新青年、新農人得益於政策紅利，紛紛轉投直播帶貨行列，為家鄉農副產品“代言”。年輕的林萬華敏銳抓住新風口，萌生了電商創業的想法，並與同村返鄉青年吳偉鑫等人一拍即合，合作注冊漳州小頭腦文化傳媒有限公司，開始在小視頻中尋求

大發展。

對於首次試水電商直播的林萬華團隊來說，精準打造個人IP是關鍵一步。這群年輕創業者堅信，“造”出來的人設靠不住，唯有扎根漁村鄉土文化，堅持內容為王，“短視頻+直播”才有藍海。

“我是土生土長的農村娃，家裏幾輩人經營的活鴨宰殺生意是我最熟悉的生活場景。萌生創作短視頻的想法後，我就從身邊人和事入手，把閩南的民俗風情搬到網上，希望能讓快節奏生活的現代都市人刷到視頻時放下焦慮，感受別樣的輕鬆美好。”在開通“白菜GG”抖音號後，林萬華將手機鏡頭聚焦漁村日常生活，將自家生禽實攤位、村口“古早味”理髮店、農村客運候車點、漁村的古厝老屋作為她的拍攝取景地。一則則短短十幾秒的視頻裏，瘦瘦高高的林萬華能動靜兼修，操持農



林萬華正在直播

活時動快麻利，走街訪古時嫺靜大方。土味版“李子柒”形象呼之欲出，真實和鄉愁一度成為“白菜GG”的作品標籤。

前不久，林萬華和奶奶一起出鏡合作的“閩南古法淨面”短視頻躡躡紅網絡，點贊量近200萬人次。這更加堅定了林萬華團隊走本土化創作路線的決心。“短視頻創作有了穩定粉絲群後，我們開始向直播領域邁進，

并探索總結一套自己的直播模式。主播形象塑造上不僅要美，還要有反差、要令人稱奇，直播內容則要有笑點、淚點，最重要的是每天準時開播不間斷，這樣才能形成粉絲粘度。”回憶直播初期，林萬華打開了話匣子。那段時間，林萬華白天市場宰鴨切鴨，對着寥寥數人的直播間一講就是好幾個小時；吳偉鑫等團隊剪輯人員晚上通宵熬夜制作短視頻，累了

就在小辦公室打地鋪。周而復始的辛苦創業日子，換來的是直播間人氣逐漸高漲，短短個把月，“白菜GG”直播間單場最高觀看總人次超170萬。

然而，引流吸粉僅是萬裏長徵第一步。這個年輕的創業團隊不滿足做“浮萍”式的網紅，一頭扎進廣袤的鄉村土地，一頭伸向流量洶湧的互聯網，為流量變現而奔忙起來。“在家鄉的電商創業扶持政策

下，我們先後解決了場地、招工、物流等一系列難題，開始着手籌備農副產品選品工作。當時，團隊跑遍了陳岱沿海很多地方，都是到原產地考察後才精選出要“代言”的家鄉最優質產品。直播帶貨的目的不單單是團隊創收，更重要的是打響雲霄拳頭產品金字招牌，在選品質量上我們一點也不敢馬虎。”林萬華說。有了前期奠定的粉絲基礎和優質產品加持，林萬華團隊首場帶貨直播一炮打響，僅海帶苗單品就熱銷1000多單，創下了當時抖音產品熱榜第一名的好成績。

初嘗電商創業甜頭的林萬華開始有了自己的新計劃。她帶領自己的團隊進駐陳岱電商創業中心，以此為平臺分享短視頻平臺運營技巧和經驗，吸納更多農村青年加入創業團隊抱團發展，帶動更多鄉親增收致富奔小康。林萬華堅信，在不遠的將來，除了竹港村外，陳岱鎮各村還將走出更多的“白菜GG”，一同推動濱海小鎮鄉村振興。(郭揚 文/圖)