

“海峽和平女神”何以融化兩岸堅冰？



11月22日，參加“瓣香牽兩岸·徒步循初心”媽祖文化周活動的近百位閩臺青年，背負媽祖像從福建泉州出發，徒步前往莆田湄洲島。吳冠標攝



歷時5天4夜，徒步超200公裏，閩臺青年于11月26日抵達湄洲島。程黎婷攝

11月29日，在國臺辦舉行的例行新聞發布會上，針對記者提問的臺灣有關團體、宮廟邀請福建湄洲媽祖廟媽祖金身等入島巡安的申請未獲當局批准一事，國臺辦發言人陳斌華表示，此激起了臺灣廣大信眾的強烈不滿。民進黨當局如此肆意妄為，既無理又無禮，在臺灣很不得人心。這件事也再次表明，祇有兩岸關係重回和平發展的正軌軌道，去除兩岸交流的人為障礙，兩岸同胞才能真正實現自由、順暢、正常的交流往來。

媽祖文化承載着兩岸普遍的價值追求，在探索兩岸融合發展新路中，格外引人矚目。

“媽祖文化，傳承千年，根植于湄洲，是兩岸同胞精神深處永遠揮之不去的原鄉記憶，是聯結海峽兩岸同胞的重要情感紐帶。”臺灣中華民族發展基金會董事長、海峽交流基金會原董事長林中森近日在福建省

莆田市湄洲島如是表示。11月18日至19日，第八屆世界媽祖文化論壇暨第二十五屆中國·莆田湄洲媽祖文化旅游節在“媽祖故里”湄洲島舉行，一嶼如眉的湄洲島喜迎八方來客，來自世界五大洲31個國家和地區的嘉賓通過線上、線下方式參與，可謂“賓朋滿座，談笑無窮”。

“集體創作”第37個“封號”響徹兩岸

媽祖，這位從湄洲島走出去的偉大女性，正在以“海峽和平女神”的歷史角色，以“立德、行善、大愛”的媽祖精神為核心，融化兩岸堅冰。

那麼，“海峽和平女神”封號因何而來？

這還得從1985年莆田市舉辦紀念媽祖誕辰1025周年大會說起。這是當地第一次大規模紀念媽祖的活動，而且相較以往單純的民間活動上升到有官方色彩的盛事，吸引了兩岸

同胞10萬人參加。

《福建日報》在報道媽祖時，頗費周章。現定居澳大利亞的張玉鐘當時是該報記者，負責採訪這一活動。他說：“中國大陸的報紙還從未報道過這種活動。如何掌握報道的角度和提法，成了難題。”經過反復琢磨，記者們認為把媽祖定位為“海峽和平女神”最為恰當。“我們採訪了多位從臺灣來的信眾，他們不約而同說到對媽祖信仰，就寄托着求平安、求和平的心願。因此，這樣的提法應該是兩岸同胞都會公認的。”張玉鐘如是回憶道。

“海峽和平女神”稱號一經推出，在兩岸引起巨大反響。

自宋代至清代，媽祖獲朝廷36個“封號”，“海峽和平女神”被稱為兩岸“集體創作”的第37個“封號”，由此響徹兩岸，成為兩岸媽祖信眾的心靈寄托。

自1987年起，每年都有成千上萬同胞跨越臺灣海峽，來湄洲媽祖廟謁祖進香。他們時常護駕分靈媽祖像回來，與祖廟媽祖金身一起供奉，意為“團圓”，在祖廟前的天後廣場，臺胞與當地民眾共同參與祭典，拜祭媽祖。

媽祖文化為華僑華人搭建精神家園

在巴西聖保羅的南美洲閩南同鄉聯誼總會辦公地點樓上，一座占地面積達400平方米的媽祖神龕正在裝修當中，即將完工。南美洲閩南同鄉聯誼總會副會長許陽分享這一消息時，難掩心中喜悅之情。

他說，今年2月，南美洲閩南同鄉聯誼總會會長楊志芳一行多人曾赴湄洲島參與湄洲媽祖分靈南美洲閩南同鄉聯誼總會儀式。分靈媽祖將於明年3月前後恭請至巴西聖保羅。

目前，南美洲閩南同鄉聯誼總會正在洽談一塊地將來用作媽祖宮廟建設。在許陽看來，媽祖宮廟的建成不僅會成為在巴西的華僑華人的精神寄托，也是向當地人傳播和推廣媽祖文化的載體。

正如許陽所言，隨着華僑華人走向世界，在各地扎根、傳播，媽祖文化也隨之走向世界，媽祖宮廟抑或天後宮作為媽祖信仰的外在表現形式，成為在全球華僑華人心目中一個比較特殊的認同符號。

同時，在世界各地的媽祖宮廟抑或天後宮也影響着當地建築、祭祀等方面的發展，為遠離故地的華僑華人們搭建起精神家園。

中國社會科學院古代史研究所研究員孫曉認為，媽祖誕生於中國，媽祖文化遠行於世界，擁有如此廣大深遠的全球影響力，是因為媽祖踐行了“立德、行善、大愛”的精神。媽祖文化歷久彌新的原因不僅僅在於人避災祈禱的功利心理的驅使，更在於人們不斷尋找安臥於“母親”懷抱中的心靈慰藉。

隨着媽祖文化的影響力持續加大，2009年，包含媽祖祭典在內的“媽祖信俗”被聯合國教科文組織列入人類非物質文化遺產代表作名錄，成為中國首個信俗類世界遺產。

傳承媽祖精神 傳遞和平願景

今年9月發布的《中共中央 國務院關於支持福建探索海峽兩岸融合發展新路 建設兩岸融合發展展示範區的意見》指出，“發揮媽祖等民間信仰精神紐帶作用，開展形式多樣的民間信俗交流活動”“支持閩臺媽祖宮廟聯合開展人類非物質文化遺產代表作名錄項目‘媽祖信俗’保護行動，共享保護成果”等，這些舉措引起廣泛討論與關注。

對於專家、學者來說，新時代背景下，如何推動媽祖文化的創造性轉化和創新性發展，如何講好媽祖故事，是他們正在研究的議題。

中國傳媒大學校長張樹庭指出，媽祖文化是中華優秀傳統文化的重要組成部分，歷經千年的傳播與傳承，對東亞海洋文化、共建“海上絲綢之路”國家和地區的人文交流產生了重要而深遠的影響。

他認為，新時代如何推動媽祖文化的創造性轉化和創新性發展，在複雜多變的國際形勢下積極促進文明交流互鑒，需要以兩個共同體理論為指導，深入挖掘媽祖文化的時代價值；以貼近青年人的視角，主動做好媽祖文化的代際傳承；以多維創新的策略，有效提升媽祖文化的傳播力影響力。

北京大學國際關係學院教授翟崑則以產品思維，研究了媽祖文化如何在“走出去”的過程中，為推動構建人類命運共同體注入深厚持久的文化力量。他認為，要充分開發媽祖文化的時代價值，使之成為全球華人、全球海洋文化的知識產品。

中共莆田市委書記付朝陽在第八屆世界媽祖文化論壇致辭中說：“傳承媽祖精神、傳播媽祖文化是我們共同的責任和使命。”莆田將秉持大德正義的價值取向，向世界傳遞和美願景；秉持大善共贏的發展理念，向世界傳遞合作願景；秉持大愛包容的開放胸懷，向世界傳遞和平願景。

中新社記者 葉秋雲

湄洲日報全媒體記者 許晨聰 黃凌燕

卓晉萍 林俊禹

媽祖文化

媽祖，原名林默，宋太祖建隆元年（960年）農曆三月廿三出生，宋太宗雍熙四年（987年）農曆九月初九因救助漁民不幸遇難。此後，當地人對其事迹創作加工并口耳相傳，最終塑造出“海上女神”媽祖的形象，產生了一系列媽祖信俗，逐步發展為內涵與外延豐富的“媽祖文化”。

目前，全世界49個國家和地區，共有上萬座從福建莆田湄洲媽祖廟分靈的媽祖廟，有3億多人信仰媽祖。在臺灣，媽祖宮廟則達3000多座，信眾占臺灣總人口的三分之二，媽祖信仰在臺灣尤為興盛。民間都將“媽祖故里”湄洲島視為“娘家”或“心靈原鄉”。從莆田文甲碼頭前往湄洲島，遠處可見湄洲媽祖廟山上那標誌性的媽祖石雕像。隔海相望，在臺灣雲林縣北港朝天宮，立着一尊一同制作、一模一樣的媽祖石雕像。

雲度汽車升級生產綫，以智能化、自動化賦能新能源整車制造，批量出口歐洲

——“雲兔”智造出國門

前不久，150輛“雲兔”從雲度新能源汽車有限公司裝運發車，首發歐洲市場。這是我市新能源整車首次批量出口歐洲，展示中國智造風采。

雲度是國內較早一批獲得國家發改委和工信部關於造車準入“雙資質”的新能源車企，也是目前全省唯一的新能源整車企業。近年來，雲度持續加大研發力度，用科技賦能產品升級，鍛造競爭新優勢。今年2月，雲度正式加入均瑤集團“吉祥大出行”戰略，從硬件、軟件和服務三個維度，提供更好的一體化服務體驗，品牌也由“雲度汽車”更名為“吉祥雲度”，企業發展進入新階段。

11月26日，記者在位於涵江區的雲度汽車生產基地看到，機器人成為智能制造的“主角”。衝壓車間內，7軸機器人正“搖頭晃腦”，配合高速壓力機，實現自動鋼板拆堆、自動清洗塗油、自動視覺對中等，全程自動化生產。在焊裝車間內，技術人員加緊調試智能化設備，以適應新車型的生產需求。

去年以來，雲度新增投資超28億元，用於生產綫改造及產品研發。雲度汽車福建特區綜合管理部總監李偉貴介紹，通過對衝壓、焊接、塗裝和總裝四大工藝中已有的生產綫進行適應性改造，改造完成後，年產能可從目前的6.5萬臺提升至10萬臺。“升級後

的生產綫按照德系的標準來建立，整個機器的水平可以將誤差控制在1毫米以內，再匹配數據化的管理系統，使質量檢測和在綫監控都能達到最好的狀態，讓產品的質量能夠更上一層樓”。

站在新的起跑綫上，雲度聚焦電動化、智能化、信息化、低碳化和高品質技術領域，與國內外頂級供應商合作，並在上海設立了研發中心，研發人員來自國際知名整車及新能源汽車領域專家，產品均按照全球最嚴苛的標準進行開發，提高核心競爭力，產品得到海外市場認可。目前在售車型“雲兔”已出口西班牙、法國、土耳其等歐洲國家。

雲度汽車福建特區副總經理卓妹妹說，“雲兔”產品定位為“6萬級高性能續航王”，擁有17項智能化配置，可以在車內K歌、放電影等，並提供320千米、415千米兩種續航版本。還可享受“全閩樂購”補貼、莆田區域內高速通行免費、吉祥大出行會員權益等多種專項優惠政策。

緊跟市場需求，雲度正研發新車型，工程樣車目前已下綫，全新的智能生產綫啓動，預計明年正式量產上市。新車配備了無人駕駛的硬件設備，公司將在莆田選擇合適的路段進行測試。在湄洲島選擇試驗路段，作為無人駕駛的用戶體驗路段。



圖為雲度智能化車間。全媒體記者 林羅曉攝

雲度還加強銷售渠道建設，已在全國發展經銷商150家，並繼續拓展，計劃覆蓋各地級市。在深耕國內市場的同時，雲度放眼全球，尤其是在共建“一帶一路”倡議的引領下，積極拓展海外市場。

“後續還會有300輛‘雲兔’發往土耳其。明年預計每月有100—200輛出口。”卓妹妹表示，雲度還將持續發力，力爭保持每年

1—2款的新車發布，不斷完善產品矩陣，增加車型，逐步覆蓋多級汽車市場，具備增程、純電兩種動力形式，進一步提高科技創新能力，做大做強民族品牌汽車，滿足全球市場用戶個人代步、家用出行、商務出行等不同需求。（全媒體記者 蔡蕊）

（福建僑報供稿）