

圭峰会城进入“龙舟时间” 龙舟文化激荡乡村振兴新力量

鼓声劈浪，龙舟竞渡。端午将至，圭峰会城河道上再度热闹起来。东甲村和西甲村的“飞龙”蓄势待发，天马村的龙舟手们挥汗如雨，泗丫村“游龙”整装待发——圭峰会城进入“龙舟时间”。这项延续数百年的民俗活动，正从单纯的文体竞赛，蜕变为驱动乡村全面振兴的强劲引擎。今年端午期间，圭峰会城将举办多场龙舟文化活动，预计吸引观众超过5万人次，并将有效带动周边餐饮、住宿、农产品销售等消费增长。

文/图 江门日报记者 钟珍玲



▲每年端午，天马凤艇与龙舟同河竞渡，展现不一样的力与美。

▲东甲龙舟文化节是村里一年一度的文化盛事，村里人人参与，热闹非常。

一村一绝技 多彩龙舟文化织就乡土记忆

在圭峰会城，龙舟并非千篇一律，每个村落都守护着独特的龙舟传统，形成了“一村一品”的文化景观。东甲村的“龙舟之乡”美誉由来已久。村里现存最老的龙舟已有上百年历史，船身斑驳，却每年端午仍要下水。“我们东甲龙舟讲究的是‘快’字诀，船身修长，划手配合必须精确到毫秒。”东甲村龙舟队队长梁伯介绍，东甲龙舟在历年区级比赛中斩获冠军超过十次。每年五月初一，是东甲飞龙开锣的好日子，村里男女老少齐上阵，共同办好这场文化盛事。今年，在金佑堂、天冲堂、星汇堂三大传统堂口的号召下，超百人报名参赛，划丁年龄跨度从18岁到65岁。天马村则独树一帜，传承着罕见的“凤艇”文化。与传统的龙舟不同，凤艇船头雕刻凤凰，划手全部由女性组成，这在珠三角地区都属凤毛麟角。“女人也能撑起半边天，凤艇就是最好的证明。”天马村凤艇队长陈姐说，队伍成立十多年，队员从最初的1支队伍扩充到现在的6支队伍，超百人，年龄最大的队员63岁，依然能完整划完全程。今年端午，凤艇将与龙舟同河竞渡，展现别样的力与美。最令人称奇的当属泗丫村的“游

早龙”。因城市道路建设河流改道，无法承载传统龙舟，泗丫村民把原本的传统龙舟活动改为在陆地上“划”龙舟。这种特殊的划龙方式可谓独树一帜，贺龙队的队员们扛着龙头、龙尾，在村巷中列队行进，锣鼓喧天，其热闹程度丝毫不亚于水上赛事。贺龙队还会走进附近学校、幼儿园，为孩子们带来别开生面的端午文化课。“这是我们泗丫人的精神图腾，我们以行动守护龙舟传统文化。”泗丫村贺龙队队长朱柏胜表示，每年农历五月初一至初五，“游早龙”队伍穿街过巷，家家户户出门迎接。

龙舟作纽带 乡情在桨声鼓点中凝聚

圭峰会城的龙舟文化远不止于赛事，更是一条联结乡情、凝聚人心的精神纽带。距离端午还有一周左右时间，各村龙舟队的训练已进入冲刺阶段。傍晚七点，东甲村河道上灯火通明，鼓声铿锵，龙舟划开水面，队员们的号子声在暮色中传得很远。“白天大家各忙各的，有在工厂上班的，有做生意的，还有在外地工作的。但只要龙舟鼓一响，所有人都放下手头的事赶回来。”东甲村村委工作人员梁荣就告诉记者。据悉，东甲村的龙舟训练一个多

月前就已开始了，村里专门成立了龙舟协会，制定了包含体能训练和水上实操两部分的训练方案，并动员村民积极参与，做好后勤保障工作。据龙舟协会工作人员介绍，东甲村龙舟队成员中，外出务工人员约占四成，他们每到训练季就主动调整工作时间，每周雷打不动回村参加两次训练。“有个在广州工作的小伙子，每周五晚上开车回来，练完周日再赶回去，这份坚持让人动容。”龙舟队老师傅梁伯笑着说。

西甲村龙舟队的队员们也开启晚间集训，全力备战接下来的省、市级传统龙舟赛事。不少街坊闻声而来，驻足观看龙舟集训，不时为队员们的精彩表现加油打气，气氛热烈。这种自发的热情，背后是龙舟承载的深厚情感。对于许多村民来说，龙舟就是家乡的代名词。天马村乡亲陈文杰在外地做生意，每年端午都要带着孩子回村看龙舟、吃龙舟饭。“我小时候就坐在父亲肩头看龙舟，现在我带孩子来看，这是代代相传的记忆。”

桨划经济浪 龙舟赛事 撬动乡村产业新增长

龙舟文化正在从“文化资源”转化

为“经济动能”，成为圭峰会城推动“百千万工程”落地的生动实践。

文旅融合发展是最直接的变现路径。去年端午期间，圭峰会城龙舟活动吸引游客近4万人次，带动周边消费约600万元。今年，这一数字有望进一步攀升。

今年，东甲村龙舟文化节将如约而至。在龙舟竞渡河道旁，村委会计划举办龙舟文化市集，鼓励村民和商户承接摊位，宣传本土特色文化的同时，增加收入。“东甲村有两张靓丽名片，一个是龙舟文化，还有一个就是陈皮文化。借助龙舟文化节平台，我们积极和本地商户联系，展销东甲陈皮相关产品以及文创产品。”梁荣就表示。

而在天马村，由于村内“一河两岸”及相关水利工程正在施工，临水防护设施尚未完善，今年竞技性龙舟比赛暂停举办，改为龙舟凤艇表演、巡河祈福及乡情联谊活动。但乡亲们热情不减，一呼百应，有钱出钱有力出力，助力民俗传承。“天马龙舟文化活动已成为一个重要的宣传和交流平台。我们以文会友、以文惠民、以文促旅，将龙舟文化和地方特色陈皮文化相结合，成功带动餐饮、文旅、文创等产业发展。”天马村村委副主任陈裕仓笑道。

让人欣喜的是，经过多年发展，各村龙舟文化也与新业态纷纷“联姻”，

衍生出更多可能。天马村计划将龙舟观赏与乡村民宿打包推出“端午龙舟体验套餐”，包含住宿、龙舟文化讲解及村民家宴等内容。东甲村则重点开发“龙舟研学营”，面向中小学生开放，让孩子们可以亲手触摸百年老龙舟，学习划桨技巧，了解龙舟制作工艺。

更长远的影响在于乡村知名度的提升和外部资源的引入。乘“百千万工程”实施东风，东甲村因龙舟文化的持续传播吸引了社会力量加入，龙舟公园、龙舟文化展示馆等项目提上日程。天马村的凤艇故事被媒体报道后，有高校主动联系，希望开展民俗文化调研合作。

与此同时，龙舟文化也带动了乡村人居环境的改善。为迎接端午游客，各村加快推进河道清淤、沿岸绿化、停车场建设等工程。“丰富多彩的龙舟文化活动倒逼我们提升环境质量，最终受益的是生活在这里的村民。”圭峰会城相关负责人表示，龙舟经济已经形成一个正循环——文化传承带来游客关注，游客消费反哺乡村建设，更好的环境又吸引更多人的到来。

端午的鼓声即将敲响。在圭峰会城，龙舟划过的不只是水面，更是一个个村庄奔向振兴的赛道。桨落水花起，敲响人心齐，这条由传统文化铺就的乡村振兴之路，正越走越宽。

15支龙舟队 相约大泽

省级龙舟赛6月16日开赛

江门日报讯（记者/冯瑶君 通讯员/大泽宣）备受瞩目的广东省第八届传统龙舟争霸赛，将于6月16日在大泽镇牛勒河开赛。为了保障赛事公平公正地进行，近日举行赛事抽签仪式，15支来自江门市、内外的龙舟队伍确定初赛分组，届时各路劲旅将同台竞渡，一较高下。

据悉，本次赛事采用特色“多程折返赛”赛制，赛道单程约300米。队伍每完成一个来回（驳水），需在终点摘牌确认；行至折返点时，龙舟无需掉头，全体绕身转身反向竞渡，十分考验队伍的爆发力与协作能力。

据了解，赛事对参赛选手、船只均有明确要求：每艘龙舟参赛选手含鼓手、舵手、队长在内，人数需控制在55至80人；参赛选手须为年满16周岁的男性，身体健康，且能独立着装无协助游泳200米以上。参赛龙舟由各队伍自备，要求为坤甸木打造的传统龙舟，船身总长（不含龙头、龙尾）不超过40米，并配齐龙头、龙尾与鼓架。

本届赛事共集结15支龙舟劲旅，其中江门本地队伍11支、外地队伍4支。初赛划分为5个小组，每组3支队伍，最终初赛计时成绩前六名队伍晋级决赛。

新会再添 职业新星

11岁少年余承锋
签约深圳新世纪青年队



余承锋是新会区三江镇良德冲人，成功签约CBA深圳新世纪俱乐部青年队。

江门日报讯（文/图 记者/简家琳 通讯员/陈彩凤 尚升体育）近日，江门市青少年篮球集训队训练基地（尚升体育训练队）正式签约CBA深圳新世纪俱乐部青年队，踏上职业篮球新征程。这是继黄日泉签约CBA山西汾酒俱乐部青年队后，从新会走出的又一位CBA青年队球员。

余承锋是新会区三江镇良德冲人。儿时的他偶然接触篮球，最初只是课余消遣，后凭借热爱开启了系统训练之路。2023年7月，年仅11岁的他加入尚升体育青训，接受规范化专业训练，正式踏上篮球求学的正轨。

余承锋并非天赋拔尖的球员，但他在日复一日的训练中始终严于律己，每天提前到场，反复练习折返跑、防守滑步、定点投篮等基础项目。常规训练结束后，大部分队员陆续离场，余承锋却经常主动留下加练，针对性弥补个人技术短板。训练低谷期，他曾因频繁失误而陷入自我怀疑，但在教练一对一指导和定制化训练计划的帮助下，逐步克服短板，褪去浮躁。

成长之路从无坦途。从区级赛、大湾区邀请赛到跨省拉练，各类各级赛事成为余承锋磨炼自身的重要舞台。他从球队替补一步步站稳首发位置，在一次次比赛中不断积累经验、沉淀心态。输球后复盘反思，赢球后总结经验，他在实战中提升体能、技术与大局观，逐渐成为队内主力球员，斩获多项赛事奖项，并顺利获得职业俱乐部梯队试训资格。

历经层层选拔考核，如今，这名来自三江镇良德冲的少年如愿签约CBA深圳新世纪青年队，正式迈入职业篮球的大门。

“签约不是终点，而是新的起点。”回首成长路，余承锋坦言，青训基地的专业指导、队友陪伴以及日夜不断的训练灯光，是他逐梦路上最珍贵的财富。怀揣初心与韧劲的余承锋，将带着在基层赛场积攒的经验继续前行，在职业篮球的赛道上追逐更远的梦想，为江门本土青少年篮球发展增添亮眼色彩。

小镇来了“大牌客”

头部连锁品牌为何加速“挤”进新会乡镇？

今年五月，新会区大泽镇联佳商业广场与江门金拱门食品有限公司（以下简称“麦当劳”）正式签约，麦当劳宣告落户大泽。

这已是今年以来，麦当劳在新会乡镇的第四次落户。此前，崖门镇首家麦当劳得来速餐厅于元旦开业；4月1日，江门首家高校校园麦当劳在广东南方职业学院睦洲校区开业；4月10日，麦当劳签约进驻司前镇缤纷广场。

与麦当劳同样看好新会乡镇的，还有珠海零售巨头鹏泰超市。在司前镇缤纷广场，鹏泰百货以整租租赁的方式长期入驻。

头部连锁品牌为何密集“下乡”？答案，藏在“百千万工程”的深入推进与“八镇联动”战略的落地成效中。

文/江门日报记者 黄胜

品牌“用脚投票”： 新会乡镇吸引力何在？

长期以来，麦当劳、星巴克等国际连锁品牌的选址策略，被视为区域商业活力和消费能力的“风向标”。如今，这一“风向标”正密集指向新会乡镇。

麦当劳在大泽镇的落户，并非孤立事件。近年来，大泽镇持续深耕城镇建设，瑞幸、古茗、蜜雪冰城等知名连锁餐饮品牌已相继集聚。

而司前镇的布局更具代表性。缤纷广场总建筑面积约18万平方米，规划大型商场、公寓、酒店等，预计2026年7月投入运营。一层规划引进麦当劳、NIKE、名创优品，二层引入鹏泰超市和电竞娱乐，三层规划高端酒楼——这个曾经的“五金不锈钢专业镇”，正在经历从“生产空间”到“生活空间”的深刻转变。

品牌“用脚投票”的背后，是对区

域发展潜力最直观的肯定。

“八镇联动”： 产业聚人，商业留人

是什么让新会乡镇具备了承接国际品牌的底气？是江门市以产业聚人，以配套留人的“八镇联动”战略。

2024年以来，江门市深入推进“八镇联动”，将新会大泽、司前、台山大江、水步、开平水口、月山、鹤山共和、址山这八个工业重镇“串珠成链”，打造城镇区域一体化发展新样本。

产业聚人，形成“强磁场”。司前镇依托中创新航、隆基绿能等链主企业，开展八镇联合招商，推动五金不锈钢与新能源、新材料、智能装备制造等新兴产业链跨链融合发展。2024年，司前镇成功迈进全国千强镇。产业的壮大直接带动了人口导入，为商业繁荣提供了消费支撑。

配套留人，织就“服务网”。“八镇

联动”不仅关注产业协同，更聚焦公共服务共建共享。司前镇初步建立与八镇医疗系统的双向转诊联动机制，凤山湖门诊部已投用；新会一中附属凤山湖中学学位扩至2800个。教育、医疗等配套的完善，让产业工人从“流动”变为“定居”。

县域商业提质： 从“乡镇集市” 到“小城市”的跨越

商业品牌的“下沉”，是县域商业提质最直观的“温度计”。

目前，新会区正以“小城市”标准规划建设中心镇，推动城镇功能品质与产业能级双提升。三年来，新会区累计推进219个城建项目，69个美丽圩镇项目。商业布局呈现“多点支撑、全域联动”态势。

以司前镇为例。从传统的五金不锈钢专业镇，到如今布局商业综合

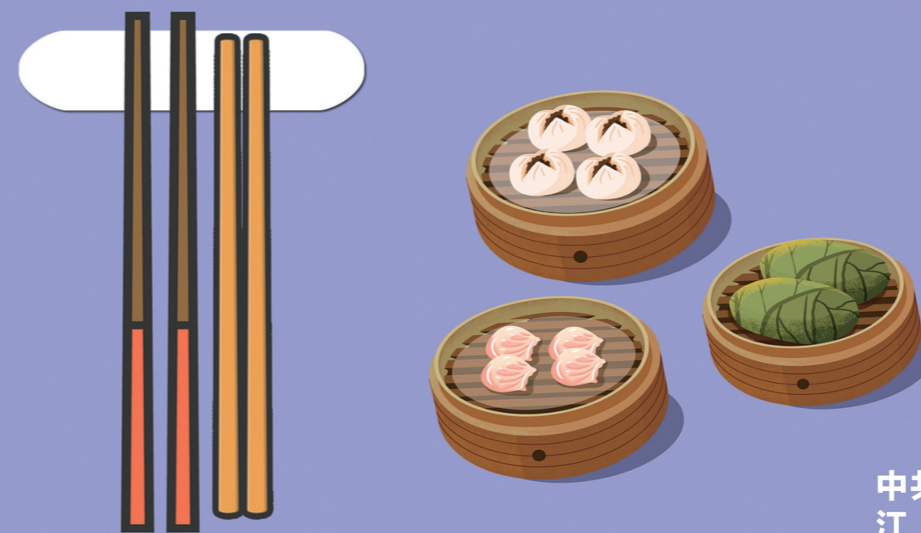
文明健康 有你有我

放心夹菜 共享美味

A WORRY-FREE DINING EXPERIENCE TO ENJOY FINE FOODS

请为健康加一双公筷

STAYING HEALTHY BY USING A PAIR OF SERVING CHOPSTICKS



中共江门市委宣传部
江门市文明办