

劍客

社團需要的不只是熱鬧



想到寫到

旅菲華僑工商聯總會成立二十週年暨第八屆理監事會就職典禮，近日在商總大禮堂舉行。二十年對一個社團而言，不算漫長，卻足以經歷時代更迭、人事變遷，也足以驗證一個組織存在的價值究竟是停留於形式，還是能真正形成力量。

值得注意的是，這次活動中，一個細節比慶典本身更具啟發意義：這次地點選擇在商總而不是以往的大酒店或海鮮酒樓，單是飲食費已經節省不少。中國駐菲大使井泉也注意到了這一點，他在講話中提及華僑工商聯以簡約方式舉辦慶典，並將節省下來的資源投入公益與教育事業。看似一句尋常讚揚，實則點出了當前菲華社團發展的一項重要課題：社團究竟是為了「辦活動」而存在，還是為了「辦事情」而存在？

多年來，菲華社區的社團文化十分繁盛。各類週年慶典、聯歡聚會、就職典禮接連不斷，燈火輝煌、嘉賓雲集、席開數十桌甚至上百桌，熱鬧非凡。這種模式在過去有其時代背景——它是聯繫鄉情、凝聚族群、擴大人脈的重要方式。然而，當新世代成長於不同環境、價值觀開始轉變，華社也必須思考：這種傳統模式是否仍足以支撐未來？

從旅菲華僑工商聯總會的宣誓詞和會訓中，不難看出其所強調的方向。「履行人會宗旨，遵紀守法，堅持務實」、「循法守禮，相融相親，以誠興業，聚力致遠」，這些字句並非華麗口號，而是對社團本質的一種回歸。

「遵紀守法」放在今日尤其具有現實意義。近年來，菲律賓社會對華人、華商

乃至整個華社的關注與討論增加，部分個別事件也容易讓外界將少數人的問題擴大至整體族群。越是在這樣的環境下，華社越需要建立健康形象，以文明經商、守法經營來樹立社會信任。這不僅關係商業發展，更關乎華人社群的長遠生存空間。

而「互助互愛、建立和諧華社」，則折射出另一層現實。菲華社會曾依靠血緣、地緣和鄉誼形成緊密網絡，但新生代華人身份認同日趨多元，傳統凝聚方式逐漸減弱。如果社團仍停留在熟人社交與形式聚會層面，便難以吸引年輕一代參與。年輕人關心的是教育、創業、職業發展、社會公益，以及自身能否在組織中找到價值與使命感。

因此，井泉大使提出的「從辦活動走向辦事業，從重形式走向重價值，從眾人氣走向聚力量」，其實不只是對一個團體的期待，更像是一道面向整個菲華社會的命題。

因為真正強大的社團，不在於週年慶有多少桌酒席，不在於舞台有多少鮮花和掌聲，而在於多年以後，人們是否還記得它曾興辦多少學校、幫助多少學子、扶持多少弱勢群體、推動多少中菲交流合作。

熱鬧是一時的，價值卻能沉澱成歷史。二十週年是一個節點，也是一個新的起點。當前菲華社會正面臨新時代、新挑戰與新需求。如何讓有限資源發揮最大價值，如何讓社團成為連結新生代與社會責任的平台，如何把「勤儉辦僑社」從一句口號化為一種文化，或許比任何一場盛大慶典都更值得深思。

畢竟，一個社團真正的紀念，不在於它走過多少年，而在於它為未來留下什麼。

王強

海絲牽兩地，端陽續僑緣



絲路溯源

粽葉凝萬里鄉愁，絲弦續跨洋僑緣。2026年丙午端陽，6月19日（農曆丙午年五月初五）18時至21時，「海絲之聲·獅城泉韻」中新音樂交流暨金航五十週年慶典於泉州市豐澤區延年山莊5號樓三樓國際廳隆重舉行。金航匯集半世紀海內外夥伴齊聚海絲源頭，這場節慶盛會並非單純企業紀念活動，而是一套兼具文化傳承、經貿雙循環、青年根脈培育的民間文明互鑒範本，充分體現僑企連接祖地與海外的雙重時代價值。

端午是全球華人共有的精神符號，更是海外青年完成文化認同與祖地連結的柔性載體。長期維繫祖籍地連結，可打通古今歷史智慧、傳統審美與跨文化價值觀的雙向溝通；僑社與僑企一向向家鄉文旅、產業反哺賦能，一面依托本土文化底蘊拓展國際人脈與市場，驅動人才、資訊、資源雙向流轉，讓華人群體在旅居地與故土同步保有長遠競爭力，亦是金航深耕南洋僑務五十年的根本初心。

本次活動由新加坡金航國際集團主辦，泉南文創、知行研學、泉上印跡閩僑文化館等泉州本土文旅機構聯合研討。以音樂作為無國界溝通媒介，深挖海絲千年包容交融底蘊，藉傳統節慶凝聚跨國僑心，搭建平等開放的民間對話平台，暢通中新文旅資源雙向流通渠道，為海外華裔新生代鋪設穩定尋根路徑，推動兩國民間友好與文明互鑒持續深化。

金航事業始於1976年。林璋利女士早年從票務與旅遊服務起步，1985年接手相關旅遊業務，並以「金航」之名開拓發展。企業從小型跨境探親服務團隊起步，逐步建構跨境商貿、國際研學、文藝展演、文化公益四大業務體系；1990年中新建交後，金航開始籌劃學生交流；1991年，首支新加坡學生訪華團成行。此後，金航成為新加坡教育部首批指定承辦學生浸濡專案的旅行社之一；1994年打造當地標桿華人文化IP「春城洋溢華夏情」；2011年，金航推出「翰墨傳情」藝術展，將中新書畫交流與公益慈善相結合，以藝術傳承中華文脈、凝聚僑社向心力。

集團設文旅、文教專屬分支，長期承接國內多省東南亞商務對接與文化出海工作。總裁莊委霖兼任一帶一路新加坡聯絡處、陝西商務廳駐新總代表，統籌政府、僑社、產業三方資源聯動。五十年間，金航由單一旅遊商轉為跨國僑務樞紐，年均承接兩萬餘名中新青少年雙向研學，彌合新生代與祖地文化聯繫相對不足的弱點。慶典座談中，林璋利、莊委霖與海外客商、泉州文旅從業者共商長效跨境文旅布局，擘畫兩地文化共榮長遠藍圖。

與會者聚焦海外華裔新生代文化聯繫相對不足這一核心時代議題：青年成長於多元海外環境，對閩南宗族、僑遷史、海絲文明缺乏系統認知。莊委霖提出解決思路：建立常態化祖地連結機制，實現歷史

智慧、傳統審美、民族價值觀雙向傳遞；僑團僑企同步推動家鄉建設與海外市場開拓，透過資源互通實現兩地共生發展，同時化解青年文化認同缺失、僑鄉發展動能不足雙重困境。

泉州是古代海上絲綢之路的重要起點，也是「宋元中國的世界海洋商貿中心」世界遺產地。近代以來，眾多閩南先民遠赴新加坡落地生根，端午祭祖懷鄉禮俗隨移民傳入南洋，成為聯繫祖地與海外僑社恆久精神紐帶。兩地資源互補、各司其職：泉州擁有豐富的僑鄉非遺資源、宗族禮制與節慶史料，為文化原生源頭；金航深耕南洋半世紀，熟稔多元僑社生態與青年傳播邏輯，承擔文化國際輸出窗口職能，三方長效合作機制確立如下：

整理泉州族譜、僑村遺跡與海絲故事，開發標準化青年尋根線路，常態舉辦古厝探訪、宗祠禮祭、世遺溯源實踐；整合南音、端午非遺、僑鄉文學本土IP，藉金航海外渠道進行年輕化、國際化二次傳播；

聯動泉州與新加坡文旅市場，落地跨境民俗專案，實現客源互通、資源共享、文明雙向賦能。

當晚文藝展演融合閩南絲竹與南洋曲韻，樂曲訴說先民跨海開拓、心繫故土的家國情懷，直觀呈現海絲兼容並蓄的文明特質。與會僑界、文旅、文史人士圍繞新生代鄉情培育、研學標準化、海絲文化國際表達交換意見，約定常態舉辦節慶聯誼、青年互訪，持續拓深中新民間人文對話。

這場端陽盛會打通泉州原生僑鄉資源與新加坡國際僑商平台，搭建可持續、可複製的華裔尋根服務生態。對內以端午家國情懷為核心，標準化推進青年尋根課程，引導新生代溯源宗族根脈、樹立完整文化認同，完成文明代際傳承；對外依托共通海絲歷史記憶，推動兩地文旅產品雙向輸出，達成資源互補、產業共贏。柔性民間交流是鞏固中新友好的穩固根基，以僑為橋、以文化聚力，方能延續千年海絲互通共榮的文明脈絡。

泉州文旅機構不局限於一次性活動，著眼建立長期、穩定、常態化的合作機制，以傳統節慶作長效溝通紐帶，設立穩定海外青年尋根陣地。古時海絲溝通萬國商貿，今日僑脈凝聚兩地同心，以民俗傳文脈、以青年承未來、以交流促相知。

山海縱有相隔，文脈從未斷絕，萬里僑眾共守佳節同心。

未來泉州與新加坡合作主體將逐項落地全部共識，持續迭代海外華裔新生代文化認同與尋根全流程服務，讓海外華裔青年尋根有路、溯源有依、懷鄉有情；推動閩南僑鄉文化走向南洋，亦讓百年南洋僑史反哺泉州本土發展。以多元包容的民間對話拉近中新山海情誼，守護並傳承海絲自古開放互通的精神內涵，令跨越山海、代代相承的華人僑脈親情生生不息、綿延久遠。

陳淳淳

粽艾飄香，龍舟競渡



原鄉走腳

端午節吃粽子，掛艾草，賽龍舟已然成為中華民族的核心習俗，這些跨越南北的端午習俗，成為流淌千年的民族文化符號，一物一俗，皆有淵源，端午節的每一種風物習俗，都承載著中華民族厚重的歷史記憶和家國情懷。門前掛艾草菖蒲，是最經典的節氣符號，仲夏五月濕氣重，瘴氣盛，先民取艾草菖蒲掛於門楣，可淨濁氣、驅趕蚊蟲。在我的家鄉，還要在端午節的正午，在房間裡放一個紅泥小爐，在小爐裡放一些木炭點燃，然後再包一包蒼朮和蟬蛻撒在炭火上熏，關閉門窗，青煙裊裊升起，緩緩散開，漫過房間的每一處角落，強熱的氣味熏殺全室的病菌毒蟲，靜待煙煙漫漫散去，再打開窗門迎進清風。這一爐煙火，絕不是迷信，而是家鄉因地制宜的民間防疫智慧，家鄉地處沿海，地氣潮濕，夏天多霉毒蟲，蒼朮、蟬蛻主要是為了淨化室內的空氣消毒和驅蚊避穢，以及順應節氣祛濕防病，是古代「芳香辟穢」的衛生智慧和民間信仰的結合。這一縷煙火，有了鄉土獨有的溫度，是家鄉端午專屬的民俗印記。

聽說社區有組織包粽子活動，我興致勃勃地前往。只見一張長桌分別放著各種包粽子的食料、粽葉和線，圍著許多人，有老年人、中年人、青年人和少年兒童，看他們有的很嫺熟地把一個個粽子包得嚴實美觀，指尖行雲流水，折、填、壓、纏、系，一氣成粽，個個大小均勻，菱角方正；有的像我一樣是初次來學包粽子的，本想著包粽子是簡單的手工作，上手之後，才知道那真是個技術活。

要包好一個成型完好的粽子，不漏米、不散餡，口感緊實的粽子，那可不是新手隨手能包起來的，方寸粽葉之間的折疊，粽線的纏繞，是技法、是分寸、是耐心，一折一裹皆是功夫，一纏一繞儘是技術，終於明白，包粽子這門手藝，無法速成，得靠日復一日拿捏力道、把控分寸，那是一套獨屬於端午節的手藝功底。包粽子從古時家中代

代的教習，到民間非遺的守護，方寸粽葉纏繞的不只是糯米餡料，是千年端午的文脈，也是代代相傳的匠人手藝，是中國人刻在煙火裡的精神傳承。

端午節期間，市場的粽子看起來外表幾乎相似，但餡料可大有乾坤，最簡單的是白糯米粽子，有甜粽子，有鹹粽子，最家常的是古早味的豬肉粽子，有菌菇粽子，還有鮑魚粽子，海參粽子等等，粽子的形態有大中小，粽子的價格，從幾元到幾十元再到上百元的不等價。世人端午吃粽子，品的是糯米餡香，是順應端午習俗，卻不知，這一個小小粽子的方寸美味之間，裹著端午的清風，載著鄉土的生計，串起從山野到市井，連接市場商賈，以民俗為根，供需為本，把指尖上的煙火，變成了最通俗的市場經濟。

家鄉端午節最熱烈的民俗文化盛典，是第二十屆閩台對渡文化節暨海上潑水節。清代乾隆年間，蚶江與台灣鹿港令官方對渡，開啟了兩百多年舟楫互通，民俗相融的歲月。這場依托國家非遺的端午習俗，以龍舟競渡，民俗文藝踩街，海上潑水為核心的民俗盛會，活化了非遺民俗文脈，盤活了濱海文旅資源。百年兩岸通商底蘊，賦予端午節厚重的歷史文化內涵，遊客既能欣賞濱海古渡風光，也能讀懂兩岸舟楫互通共生的過往，歷史賦能文旅，文旅承載歷史。每屆端午節舉行的閩台對渡文化節，遊客海量湧入古渡，直接帶動濱海文旅業態的消費流量。

歲歲龍舟競渡，凝聚團結同心之力，彰顯奮勇拚搏之志，這份融於民俗，刻於民族的力量，始終鼓舞世人攜手並肩，破浪前行。海上龍舟奮楫爭流，岸上民俗踩街展演，鑼鼓喧嘩聲聲悠揚，舞龍舞獅靈動昂揚，非遺南音溫潤婉轉，民俗舞獅雅俗相融。讓古老的區域性民俗文藝在大眾視野下發揚光大，讓分流兩岸的同源民俗文化再度融合，完整留住閩台海洋文化和通商民俗文脈，讓傳統文化活態傳承，讓千年的端午文化不再局限於水上競技，而是聚攏一城煙火，凝聚一方人心，水陸同歡。

2026年6月19日

春秋雨

你對養生保健品瞭解多少？



特稿

近些年，在移動互聯網廣泛普及應用環境下，以養生保健為名衍生的產品和線上線下講座，在網絡和多國多地地區持續升溫，成為很多人寄希望起到祛除疾病、身心健康的一種生活方式。那麼，商家生產銷售的養生保健品都是合格產品嗎？熱衷使用保健品的公眾對所用產品真的瞭解嗎？應該講並非人們想像的那麼樂觀。

首先，許多人對養生保健和疾病治療缺乏科學認知。按照醫學專家學者所言，養生保健與疾病治療並非同一概念，養生保健品不能替代藥品，對某些疾病起的主要作用是「改善」，沒有治癒作用。而社會上出現的很多以養生保健為名舉辦的講座和視頻，將所推銷的養生保健品吹噓為「醫治百病」產品，實際上屬於「安慰劑」，使用者認可的所謂「作用明顯」，不過是心理作用而已。比如，某些品牌理療產品、「祖傳秘方」制劑，對中老年人骨質增生、免疫力低下、糖尿病、高血壓、心臟早搏、前列腺肥大，以及心腦血管、肝腎臟等疾病，完全起不到治療作用。再以維生素為例。有些人認為，服用維生素A能美容美顏，服用維生素D可預防骨質疏松。而專家表示，只要日常飲食規律，膳食均衡，所需維生素無需額外補充。反之，如果隨意、過量服用某種營養素，則會給身體帶來傷害，會增加腎臟、肝臟負擔，造成代謝紊亂等不良後果。

那麼，有些人何以對所謂「專家」的一家之言深信不疑，購買使用某些養生保健品呢？一是珍惜生命，對健康安全有高度期

許，希望自己是一個身心健康的人；二是心理障礙形成的健康焦慮，致使人對保健品產生嚴重心理依賴；三是在商家濃情蜜語「話術」作用下，對某些養生保健品篤信不疑。換言之，每個人身體出現異常，都會產生情緒波動、健康焦慮，形成不同程度的心理障礙，會考慮選擇某種方式緩解、治療。選擇養生保健品進行調理，不是絕對錯誤。問題是有的人（老年人居多）盲目聽信網絡平台、線下講座「專家」給出的結論，盲從購買使用一些「貼標」產品。具體使用的產品是否對症，廠家資質真偽和產品配方是什麼、有無副作用等，卻一無所知。最終結果是花費（準確地說是被詐騙）大筆資金，只換來「感覺良好」和自我安慰。如，十幾年前美國紐約州檢察長主持的一項市場上流行保健品GNC、沃爾瑪等品牌成分調查，檢測結果是這些廠商生產的人參、銀杏、聖約翰草（貫葉連翹）、紫錐菊、鋸葉棕等保健品，均不含所標識有效成分，全部為輔料製成，主要成分是大米、小麥等。

正確的養生保健有助於身心健康，緩解某些疾病，而做到科學對症，必須到正規商家選購相關產品。比如，科學使用運動健身器具，根據病情施以中醫針灸、拔罐、艾草熏蒸，服用菊花、枸杞、棗、綠豆、蜂蜜飲品，在醫生專家指導下使用護膚、減肥產品等。用專家的講，對有些疾病而言，服用安慰劑的病人，在心理暗示作用下，部分症狀會表現出好轉或治癒。但只有服用真藥、新藥的病人，好轉比例才明顯高於服用安慰劑者。總之，要科學、理性看待養生保健，尤其不能輕信那些「包治百病」養生保健品。

菲律濱商報
CHINESE COMMERCIAL NEWS
 于以同傳媒有限公司出版
 Published every morning by
YUYITUNG COMMUNICATIONS, INC.
 創社社長：于以同烈士
 社長兼總編輯：于慶文
 營業部：227 Dasmariñas St., Binondo, Manila
 電話：79606382 · 8241 1756
 傳真：8241 1588
 電郵地址：siongpo@gmail.com
 電子網頁：www.shangbao.com.ph

請掃碼關注微公眾號

Android 客戶端下載

member:UPMG GROUP