



# “广货”何以行天下？

## ——解码从“中国制造”向“中国创造”转型的广东样本

潮起珠江千帆竞，满载岭南好风光。

在全球新一轮科技革命和产业变革下，依托几十年不断积累的工业家底和对市场、技术敏锐的捕获力，广货实现了从“制造”到“创造”、从“跟随潮流”到“引领潮流”的迭代。新能源汽车、工业机器人、无人机、文化产品等一批新“广货”，顺着AI算力高速公路、电商平台，走向千家万户。

当前，全球产业链加速重构。推动“广货”行天下，是服务国家战略、顺应时代之变、驱动广东高质量发展的主动出击。“广货”能行、先行、畅行背后，蕴藏着中国经济发展韧性、潜力与活力的关键密码。

### 能行之基：产业厚积薄发铸就“广货”硬实力

走进“中国灯饰之都”广东省中山市古镇镇，沿街商铺琳琅满目。一家灯饰企业的负责人向记者展示：“从设计图纸到成品出厂，所有配件在5公里范围内都能配齐。”在深圳华强北，创客们很快就能“攒”出一台智能硬件原型机。

这种“一小时产业圈”的效率传奇，是广东数十年锻造的产业生态系统的极致体现。目前，广东拥有全部31个制造业大类，新一代电子信息、轻工纺织、材料、石化、农业与食品、家电、软件与信息服务业、汽车、新能源等9个万亿级产业集群蔚然成势，华为、格力等“参天大树”和无数“专精特新”中小企业各美其美。

“广货”的内涵随着时代的变迁而丰富。改革开放之初，“广东粮”等产品以快速的市场响应满足国民经济需要；20世纪90年代，广东融入全球产业链分工，虽以“三来一补”为主，但在国内市场已呈领先势头；新世纪以来，在引入外资过程中培育出的本土领军者，打造了一系列自主品牌企业。

进入新时代，高技术制造业突飞猛进，为“广货”赋予了“高技术、高质量、快迭代”的新形象。

数据显示，全国每生产2台彩电、3台空调，就有1台“广东造”；全球每卖出3部手机就有1部来自广东；全球70%的消费级无人机、18%的集成电路以及全国40%的工业机器人也都产自广东。

从“的确良”衬衫到载人无人机，“广货”无处不在。这背后是“世界工厂”数十年积淀形成的、无与伦比的产业集群生态在协同作战。广东新宝电器股份有限公司总裁王伟说：“客户提的要求，我们生产得出来；客户没提的要求，我们会‘创造’产品引导需求。”从订单执行者到解决方案提供者，“广货”制造商的角色正在深刻转变。

### 先行之力：“硬核科技”+“人文美学”协同定义新“广货”

2026年初，搭载全栈自研核心技术的深圳众擎科技T800人形机器人，在国际消费电子展上流畅完成360度旋空转身、回旋五连踢等高难度武术动作，展现了中国智造定义未来人机交互场景的雄心。

大疆从深圳一间仓库起步，攻克了飞行控制系统、云台增稳技术、影像处理算法等一系列核心技术壁垒，不仅输出产品，更输出了全新的航拍影像标准。

从满足市场需求，到以科技创新迭代引领新需求，“广货”正从全球产业链的“跟随者”，向关键领域的“并跑者”乃至“定义者”坚定迈进。

世界知识产权组织2025年9月发布的报告显示，“深圳——香港——广州”创新集群首次跃居全球百强创新集群榜首。低空经济、商业航天、人工智能、基因技术等未来产业在广东已完成前瞻性布局。

广东省工业和信息化厅党组书记、厅长曾泽洋介绍，“广货”的创新已超越了外观与功能的范畴，深入到底层技术、基础材料、核心算法的“硬骨头”当中。

“广货”不仅是物质的载体，更是文化、生活方式和价值的载体。

2025年12月，游戏《鸣潮》斩获

The Game Awards(TGA)2025“玩家之声”奖项。其出品方库洛游戏CEO李松伦介绍，“游戏将岭南元素与中国传统文化巧妙融合，让玩家在体验游戏核心玩法的同时，也能感受到中国文化的独特魅力。”

一幅锦绣，引发全球时尚圈的惊叹；一场英歌舞，吸引了海内外游客前往潮汕带动文旅消费；一场“扒龙舟”，让龙舟赛事在全球劈波斩浪……

科技赋能、制造美学、文化融合正在深刻改变着“广货”的未来。岭南文化的开放包容、务实创新，深深烙印在广式美食、岭南服饰、工艺美术、智能家居、潮玩文创等产品之中，成为新时代“广货”提升附加值的法宝。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为：“当世界通过‘广货’了解中国文化时，他们看到的不仅是一个经济大省的创造力，还是一张张动态的、立体的、富有生命力的‘中国名片’，更是一个文明古国在当代世界的创新表达。”

### 畅行之策：积极参与国内国际双循环

在广州市海珠区，创业者郑治霖每天通过希音(SHEIN)平台将设计的时尚皮带卖给全球的消费者。依托平台反馈，郑治霖调整生产计划和品类的速度从半年缩短到几周左右。

这是众多中小微企业依托强大供应链和数字平台精准定产定销、“直达”全球消费市场的缩影。

中山大学区域开放与合作研究院院长毛艳华认为，数字技术正以前所未有的方式重塑着“广货”的发展生态，为全球贸易注入新的“流量”。

在构建新发展格局的时代背景下，推动“广货”行天下，意味着还要向内深耕，将广东强大的制造能力与国内庞大且日益升级的消费市场更紧密地连接起来。

五年前的各类外贸展会上，佛山卡蛙科技股份有限公司总经理李文杰携带公司生产的晾衣架烘干机，一门心思

拓展海外市场。但近两年，该公司改进生产的可烘干多件衣服的便携烘干机在国内市场反而迎来爆单。“国内消费需求升级，使得市场的增长点越来越多。外贸企业转内销也更有底气。”

“广货”向国内拓展市场的故事，正在从“供给什么就卖什么”向“市场需要什么，潜在渴望什么，就创造什么”转变。

在广州酒家集团利口福食品有限公司生产车间，运用自主研发的低糖低盐配方与保鲜技术的粤式糕点正通过自动化生产线完成包装。这些产品正好满足了当代人既想过嘴瘾又想要健康的需求。在即将到来的春节，这些糕点成为线上线下的爆款食品。

目前，“广货行天下”已从企业自发行升级为全省战略。政府通过系统性的“搭台”和“引流”，为经营主体创造最有利的环境。

2026年初，广东启动“广货行天下”春季行动；商务部门统筹“广交会”等国家级展会平台，为“广货”搭建面向全球的“黄金展台”；工信部则聚焦新能源汽车、消费电子等优势产业，组织系列精准推广；农业部门推动“粤字号”农产品品牌化、标准化，借助电商渠道出村进城。

广东省省情调查研究中心副主任刘光金说，推动“广货行天下”将倒逼企业进一步提升产品质量、加强技术创新、优化设计美学、塑造品牌价值、畅享营销渠道，加快“广东制造”向“广东智造”的跃升，从“制造产品”向“制造美学”的转变。

广东省委相关负责人表示，推动“广货行天下”，将广东的产业优势转化为市场优势，积极参与国内国际双循环，在国家发展大局中展示广东担当、作出广东贡献。

新华社记者 陈凯星 王军伟 孟盈如



# 一个资源型山乡的绿色转型之路

寒冬腊月，在贵州久安古茶树茶业有限公司的车间内，茶叶生产线快速运转。“去年刚投产的抹茶生产线，每小时可处理400公斤鲜叶，产品出口到多个国家及地区。”公司相关负责人说。

久安古茶树茶业有限公司的快速发展，正是贵州省贵阳市花溪区久安乡从“黑色经济”成功转向“绿色经济”的生动缩影。

花溪区久安乡，一个曾经以煤炭闻名的小乡镇，鼎盛时期有400多家煤矿，几乎每平方公里就有10家，生态一度恶化。然而，久安也有着另一面，不仅山川秀丽、气候宜人，还拥有大量的灌木型古茶树种群，享有“中国高原古茶树之乡”的美誉。

2007年，久安乡开始探索产业绿色转型，至2011年400多家煤矿被全部关停。随后，久安乡引进贵州贵茶(集团)有限公司，瞄准山区生态和古茶树资源，深挖文化富矿，走“茶文旅”一体化发展之路。

目前，久安乡的茶园面积超过2万亩

亩，直接带动全乡3700多人参与到茶产业发展中来，间接带动茶文旅就业4000余人。

产业转型，能源也需要转型。过去，这里制茶主要依赖煤炭，不仅温度难以精准掌握，而且还存在一定污染。

近年来，南方电网贵阳花溪供电局对久安乡的电网进行升级改造，新增了大容量替代项目。有了稳定的电源，制茶过程中可以精确调控杀青、揉捻、干燥等环节的温度，减少了人为经验依赖，炒出的茶品质更佳。于是，久安乡的制茶户纷纷采用电炒茶。

如今，全乡大小88户制茶户已全部升级为电炒茶。

黑色变绿色，矿工变茶农，煤山变茶山……随着产业的转型，久安乡的煤山变绿了，空气、水质也变好了。不仅如此，久安乡的农村常住居民人均可支配收入是采煤时期3倍多，成功实现从“黑水煤山”到“绿水青山”的蜕变。

新华社记者 施钱贵

# 让更多农村娃“上好学”

## ——宁夏优化基础教育布局缩小城乡教育差距

刚刚结束一学期学习的三年级学生闵一帆觉得自己收获满满：在新学校的信息科技课上，他学会了用搜索引擎查找资料；在社团活动的口才班上，他锻炼了表达能力，还交到了4个好朋友。“虽然我有时候还是会想念以前的学校，但新学校更好。”他说。

闵一帆家住宁夏回族自治区银川市贺兰县立岗镇立岗村，原本在立岗小学就读，如今在贺兰县第十小学学习。

随着村民大量进城务工，越来越多农村孩子也进城读书，导致立岗小学的生源逐年减少，到2025年春季学期，这所小学仅有40多名学生。

据自治区教育厅基础教育处负责人涂焕应介绍，全区还有一些学校也存在同样的问题，生源减少不仅导致学校教师无法配备，办学质量也受到影响，家长都期盼孩子能接受公平优质的教育。

为更好满足老百姓“上好学”的愿望，2025年4月，宁夏出台《关于全区基础教育优化布局的指导意见》，坚持“规模适度、相对集中”的原则，“一县一案”“一校一策”推动农村学校向区域中心或县城集中，同时保留地形复杂、交通不便、家长就近上学意愿强烈的乡村学校。

贺兰县教育体育局经过摸底调研，优化调整了中小幼儿园11所，将580名学学生统筹安排到距离相对较近的县城学校或者生源相对集中的乡村学校。

“我们一方面通过财政支持为这些学生中有需求者提供免费上下学接送服务，总共优化了23条交通线路，新增校车18辆；另一方面继续落实农村学生校园餐餐补政策，确保不因布局调整造成学生失学辍学、增加家长负担。”贺

兰县教育体育局副局长朱雪艳说。

贺兰县第十小学2021年成立，现有学生1560人，其中114名学生来自被优化调整的立岗小学和兰光小学。他们早晚由校车接送，中午由老师统一组织就餐和休息。

校长马金凤说，经过多方引导，这些孩子已经适应城市学校的环境和教学，更自信了。“学校开设了23个兴趣社团，每学期都是线上抢课。刚开始农村来的娃娃不敢报，也不会报，老师就带着他们一个一个看，了解具体学什么，现在很多娃娃都参与进去了。”她说。

据自治区教育厅介绍，截至2025年底，全区共优化调整中小幼儿园688所，完成规划任务的54%；妥善安置学生1.6万名；统筹安置教师2242名。

同时，宁夏积极推进区域资源调配，打破市县、校际壁垒，支持学位富足县向毗邻县共享普通高中学位809个，义务教育学位141个。固原市教育体育局教育科科长王倩说，各地学龄人口增长存在区域性差异，以固原市为例，原州区作为市辖区人口持续增长，而隆德县这几年学龄人口减少较多。跨区域统筹调配基础教育学位资源促进了资源共享，也能一定程度上避免“今日建、明日闲”。

记者采访还了解到，宁夏财政统筹基础教育优化布局资金27.06亿元，支持各地新建、改扩建校舍37.51万平方米，重点加强学龄人口流入地区和布局调整接收学校的学位、床位、餐位保障。

未来，宁夏将坚持扩优提质，通过加强协作帮扶、创新教研服务、数字赋能等措施，进一步促进乡村学校内涵发展，缩小城乡教育差距，让更多农村娃从“有学上”到“上好学”。

新华社记者 艾福梅

# 一颗草莓背后的产业就业协同

安徽长丰，正值草莓收获季。

长丰县堂志家庭农场60亩草莓地里，一颗颗红透了的果实掩映在绿叶中，散发出阵阵甜香。农场总经理阮程程带着10多名村民，忙着采摘鲜果，完成当日销售订单。

“订单一个接一个，忙到脚不沾地！”阮程程说，为了满足订单需求，她不仅吸纳附近村民就近就业，还指导周边果农种植草莓，并以高于市场价的价格收购，带动数十名农户增收，在推动草莓种植标准化、品质化升级中，实现年销售额超300万元。

6公里开外的一处草莓分拣中心，年过六旬的长丰县李杨村农民李玉莲戴着手套、眼疾手快，和同伴们一起将不同大小、不同品质的草莓分类码放。

“从家骑车过来10分钟，忙一天能挣100多块钱。过段时间还得草莓育苗，一年不闲着。”李玉莲说，家门口就能找到工作，家里收入不光靠种田了。

据悉，长丰县设施草莓面积21万亩，年产量36万吨，草莓产业从业人员18万人，36万农民受益。

在果之道长丰草莓电商综合服务中心里，一箱箱草莓被搬上厢式货车，准备发往全国各地。今年1月，这里日均揽收草莓快递包裹2800件，同比增长12%。

“长丰草莓种植面积大，从业人员多，发展家庭电商潜力很大。”安徽果之道供应链管理有限公司负责人陈海滨说，对于不熟悉智能设备操作的农户，年轻人可帮忙线上录入物流信息，农户带着草莓到村级揽收点发货即可。这样的协作模式已服务农户超6400人，农产品出村更便捷，吸引越来越多青年返乡创业。

长丰县草莓协会会长侯纯旺介绍，长丰县还推出草莓蛋糕、草莓酒等深加工产品，每年草莓精深

加工产值2.5亿元。同时，发展草莓休闲旅游业，年接待游客400万人次，年营业收入达5亿元。目前长丰草莓全产业链总产值超117.6亿元，就业带动能力不断增强。

一颗草莓，从采摘、分拣到物流、加工、农文旅结合，无不体现产业发展与就业促进的协调联动。

不止长丰。江淮大地上，产业和就业协同的生动图景在多地铺展：

在亳州市药膳学校，不少倾心从事药膳制作师这一新职业的人慕名而来，学校与20余家药膳企业建立稳定输送机制。目前亳州药膳企业达120多家，从业人员5000余人，产值近10亿元。

在合肥科大硅谷，上下楼就是上下游，从强化金融支撑、发布超1400项场景机会，到打造青年社区、构建8分钟创业生态圈，创新链产业链资金链人才链在这里深度融合。目前累计引育科技型企业超2800家，汇聚创新创业人才近8万名……

创业是就业之源，也为产业发展注入活力。

目前，安徽建成青年创业园43家、农民工返乡创业园166家，培育省级创新创业孵化载体约1500个，在孵创业项目3.1万个，带动就业47万人。全省劳务品牌年创造经济效益2780多亿元。

安徽省人社厅有关负责人表示，安徽将加快构建就业友好型发展方式，全力促进高质量充分就业。同时，不断提升技能人才培育水平，推动人力资源有效开发利用，为促进高质量发展提供人力资源支撑。

新华社记者 张晓洁 赵全正



2月3日，市民在河南省开封市鼓楼区年货市场选购春节物品。

# 让小城“踢”出大流量

## ——透视新疆“兵超”的破圈密码

“去年招商时屡屡碰壁，今年50席广告位一抢而空，企业追着投入200万元要冠名！”新疆准噶尔文化旅游有限公司党委副书记解文超指着“冰火杯”赞助名单，言语间满是感慨。

寒冬时节，新疆生产建设兵团第六师五家渠市，全民健身中心内人声鼎沸，2026新疆“兵超”“冰火杯”足球邀请赛激战正酣。青格达湖国家级旅游度假区的雪地上，青少年雪地足球赛热闹开踢。双赛联动，让这座兵团城市的冬日暖意融融、活力四射。

从去年赛事筹备的“零赞助”“零经验”困境，到如今赞助商主动上门、品牌活动接续不断，新疆和兵团全民足球超级联赛(简称：新疆“兵超”)这一源自草根的足球IP，用一年时间完成逆袭，解锁了小城以文化破圈、激活经济发展的新密码。

故事的起点，是一座烂尾七年的体育场馆。“当时看到‘村超’火爆全

国，我们就想，能不能盘活闲置资源，打造属于五家渠的全民赛事？”第六师五家渠市文化体育广电和旅游局局长侯宝寅回忆，借鉴“村超”成功经验，当地确定了“政府搭台、企业运营、全民参与”的思路，投入2500万元将烂尾场馆改造为可容纳万人的全民健身中心，采取免门槛参赛，配套免费观赛停车、跨越免费专线等举措，让赛事更好扎根群众。

作为赛事牵头单位负责人，侯宝寅全程参与了筹备工作。“我们始终坚持以人民为中心，不搞形象工程，让群众成为赛事的参与者和受益者。”侯宝寅说，从赛事规则制定到文化元素融入，从后勤保障到宣传推广，每一个环节都充分征求群众意见，便民服务点全覆盖，赛后互动活动丰富多样，让大家在赛事中找到归属感。

61岁的退休职工王文斌至今难忘去年夏天首届比赛的盛况：“刺激！在

五家渠这么多年，第一次看到大家山呼海啸为比赛加油助威，感觉热血沸腾。”2600余名球员参与，6岁小将与60岁老者同场竞技，父子上阵、兄弟同队的温情场景并不少见。

60.6万人次现场观赛、1.3亿次网络直播观看量……“兵超”的火爆超出预期，更让赞助商看到蕴藏其中的巨大潜力。“去年赛事期间，本地特色农产品销量增长20%以上，酒店入住率提升30%，旅游花费增长31.9%。”兵团第六师五家渠市党委常委程健说，如今“兵超”赞助合作从“无人问津”变成了“一位难求”。

“兵超”成功的重要原因，是与五家渠市经济社会发展互为支撑。“第六师五家渠市党委书记、政委靖大伟表示，“兵超”成为文旅产业的核心抓手，城市又通过推动产业转型升级、完善基础设施，打造北疆游客集散中心，为文旅融合发展筑牢根基。如

今，五家渠市已实现人口净流入和个体工商户持续增加。

流量之上，还有“留量”沉淀。侯宝寅介绍，青格达湖景区成功创建为兵团首个国家级旅游度假区与“兵超”热度形成呼应引发势头，景区取消门票和停车费后引入网红沙滩、蹦极等业态，2025年“五一”单日接待游客7万人次，营收增长三倍；14类“兵超”相关商标注册完成，“兵团团”“兵超”等文创IP相继推出，文体旅融合发展有了可持续的品牌支撑。

冬日的“冰火杯”赛事，正是“兵超”IP长效运营的延伸。“我们创新推出‘室内成年赛+室外雪地青少年赛’模式，既打破了冬季运动的场景限制，又丰富了文旅产品供给，推动‘四季赛事’向‘全年IP’升级。”程健说。

“兵超”以足球为纽带，不仅是一场热血赛事，也成为撬动城市转型、凝聚民族团结、驱动经济发展的重要载体。兵团第六师五家渠市将持续深耕“兵超+”业态，谋划“兵超+冰雪”“兵超+探险”等新体验，让这座兵团城市在高质量发展的道路上书写更加精彩的篇章。

新华社记者 何军 初杭

