

# 粵「新春第一會」首提製造業服務業協同

## 11領域發力 構建「製造+服務」深度融合新型產業體系

24日是內地新春假期後首個工作日，廣東連續四年以「新春第一會」錨定全年發展航向。今年，廣東省高質量發展大會首次聚焦「製造業與服務業協同發展」，並發布《廣東省製造業與服務業協同發展白皮書》（下稱「白皮書」）。廣東省委書記黃坤明在講話中指出，製造業與服務業雙向奔赴，關乎廣東高質量發展大局、現代化建設全局，要以製造業之強牽引服務業之優，以服務業之優增進製造業之強，在「製造強省」與「服務高地」相互成就中打開產業發展新天地。

根據白皮書，廣東將從11個領域構建「製造+服務」深度融合的新型產業體系。其中在科技服務方面，白皮書強調加快推进粵港澳大灣區國家技術創新中心和概念驗證、行業共性技術平台建設，持續深化粵港澳科創協同。

大公報記者 盧靜怡、李紫妍廣州報道

### 持續深化粵港澳科創協同

作為製造業大省，廣東擁有全部31個製造業大類，規上工業企業營業收入規模連續保持全國第一。在服務業領域，廣東同樣穩居「第一梯隊」。如今，廣東要加快打造更具國際競爭力的現代化產業體系，就必須進一步提升製造業與服務業的協同發展水平。

### 廣東十年目標：GDP較2020年翻番

黃坤明指出，廣東有1.29億常住人口，粵港澳大灣區是新發展格局的戰略支點，更要扛起責任、主動作為，在兩業協同中實現產業發展提質增效，成就一個供需平衡、造福於人的現代化產業體系。他在講話中還擘畫了未來十年發展藍圖，提出屆時廣東力爭經濟總量相比2022年實現倍增、達25.8萬億元左右；人均地區生產總值相比2020年翻一番，達到中等發達國家水平，南粵大地人才薈萃、企業雲集、市場繁榮、產業興旺，世界級的大灣區、發展最好的灣區成為現實。

記者梳理白皮書發現，廣東將從11個領域構建「製造+服務」深度融合的新型產業體系。其中在科技服務方面，白皮書強調強化技術經理人隊伍建設，完善成果轉化「最後一公里」；加快推進粵港澳大灣區國家技術創新中心和概念驗證、行業共性技術平台建設，集中力量突破關鍵核心技术與前沿、顛覆性技術，持續深化粵港澳科創協同。此外，《白皮書》還圍繞設計服務、軟件信息、質量與品牌、節能環保、商貿、人力資源、金融、數據與生活性服務方面，支持製造業升級。

### 「AI+製造」讓生產線會「思考」

廣東省發改委主任、省大灣區辦主任龔旗志在24日下午的發布會上解讀稱，「我們推動製造業服務化，包括引導原材料企業從「賣產品」，轉向賣「產品+技術服務包」。龔旗志表示，廣東會通過「場景」打造一批看得見、摸得着的標桿。在數智賦能上，廣東將實施「人工智能+製造」，培育工業垂直大模型，建設智能工廠和數字園區，讓生產線會「思考」。

記者看到，在大會現場設置展示區，具身智能機器人已成「製造業+服務業」協同創新「活招牌」，不僅可以現場煮咖啡，還早已落地工業場景和服務場景「打工」。通用智能機器人公司智平方現場展示了最新一代的AlphaBot（愛寶）服務機器人，其創始人兼CEO郭彥東介紹，該系列機器人搭載的全棧自研大模型，大大降低了機器人的學習成本。公司去年和一家汽車行業企業簽訂了1000台的訂單，在工業場景獲得大規模落地。

「我們就是『製造業+服務業』的生動例子！」健康科技企業、精智未來（廣州）智能科技有限公司創始人兼CEO王俊奇說，他們在大會現場帶來可移動芯片化色譜儀，設備搭載了自研芯片，結合AI分析，可提供無創的疾病篩查和輔助診斷服務。「我們就是醫療和芯片硬件製造業企業，與醫療服務行業結合，為大灣區的醫療帶來了更低成本更高科技的治療方案。」



▲顧客在深圳市南山區的INNO100全球創新旗艦店體驗智能眼鏡。新華社



▲作為製造業大省，廣東未來將進一步提升製造業與服務業的協同發展水平。圖為廣汽埃安智能生態工廠車間內機械臂在工作。



▲在數智賦能上，廣東將實施「人工智能+製造」。圖為觀眾在2025深圳國際智慧養老產業博覽會現場了解智能機器人。新華社

### 「製造業+服務業」部分措施

#### 科技服務+製造業

加強技術經理人隊伍建設；推進粵港澳大灣區國家技術創新中心建設；聚焦關鍵核心技术與前沿、顛覆性技術攻關，強化粵港澳科創合作。

#### 設計服務+製造業

建立完善行業設計數據庫、推動AI在設計領域應用；引導研發設計企業與製造企業開展嵌入式合作，提供需求分析、創新試驗、原型開發等服務。

#### 軟件信息服務+製造業

加大對人工智能、AI智能體、基礎軟件、工業軟件及開源軟件的支持；支持「鏈主」企業應用新一代信息技術，打通產業鏈供應鏈，構建工業互聯網平台生態，帶動上下游數字化升級。

#### 質量品牌服務+製造業

鼓勵發展覆蓋製造業全過程的專業化檢驗檢測與認證服務；拓展「灣區標準」「灣區認證」應用場景。

#### 商貿服務+製造業

支持批發商利用跨境電商、海外倉、展示中心等模式，將廣東製造直接送達全球消費者。

#### 生活性服務業+製造業

推進「文旅+製造業」深度融合；支持構建基於鴻蒙系統的自主可控醫療裝備創新生態；推動體育用品製造與體育服務場景深度適配。

### 企業建「智慧供應鏈」 加速出海拓市場

馬不停蹄

馬年開工首日，廣東聚焦「製造業和服務業」協同創新，召開新春第一會，在粵企業代表共商發展大計。為推動人工智能時代「服務業與製造業」協同創新，華為公司董事長梁華提出三點建議：一是持續夯實數字基礎設施底座；二是打造開放開源的培養生態，加速釋放人工智能產業價值；三是共建鴻蒙生態系統，打通產業鏈底層，帶來更多技術創新機遇。

廣州希音國際進出口有限公司（SHEIN）自2014年落戶廣州以來保持高速增長，2025年平台出口額超千億元。希音創始人許仰天表示，展望未來，SHEIN作為鏈主企業的擔當將更加堅定。未來三年希音將深度參與「跨境電商+產業帶」試點，讓更多中小工廠享受跨境電商紅利，並投入超100億元建設智慧供應鏈總部，共同打造世界級時尚產業集群。

當天下午，大會圍繞產業融合舉行行政分會會議。在特朗普政府新一輪關稅施壓背景下，數字經濟與貿易新業態話題備受關注。扎根東莞發展的外貿企業尚睿科技現場展示了功能加熱服裝等科技產品。其產品開發經理黃季發介紹，歐美市場佔海外市場近六成，不過公司很早就在美國本土布局倉儲，同時通過技術升級提高產品附加值，以減緩關稅政策衝擊。



▶民衆在第九屆深圳國際跨境電商貿易博覽會展位參觀。中新社

### 港企：發揮服務業優勢 粵港合作機遇更大

經驗豐富

今年「新春第一會」廣東明確提出將着力推動製造業與服務業協同發展，為以現代服務業為優勢的香港帶來更廣闊的合作空間。香港新華集團董事、粵港澳大灣區企業家聯盟副主席蔡展思表示，與往年側重「製造業當家」有所不同，今年大會將服務業擺在更加突出的位置，釋放出廣東加快優化產業結構的重要信號。「服務業恰恰是香港幾十年來積澱的傳統優勢。」他指出，香港在金融、會計、法律及跨境專業服務等領域積累了成熟經驗，廣東此次進一步強調製造業與服務業協同合作，將讓粵港兩地合作更加緊密。

蔡展思續稱，企業「走出去」不僅依靠產品優勢，還涉及當地法律制度、商業文化及合規環境。「不少企業過去深耕內地市場，對海外規則理解不足，在實際操作中容易遇到挑戰。」蔡展思認為，香港在與歐美及東南亞市場長期合作中積累的豐富經驗，可協助內地企業規避風險、縮短適應周期。

香港企業、建滔集團有限公司執行董事張家成發表視頻發言時表示，集團會積極推動工業系統化、智能化、語音智能化，着重製造技術和服務質量，推動生產流程和產品質量先行。「我們今年會重點布局生產高端電子基礎材料，面對AI驅動的產業變革，加快轉型升級和營銷布局。」

## 春節假期5.96億人次國內遊 總花費逾8000億創新高

【大公報訊】記者江鑫燭報道：交通運輸部數據顯示，今年內地春節假期全社會跨區域人員流動量累計超28億人次，再創歷史新高。

另據文化和旅游部數據中心測算，2026年春節假期9天，全國國內出遊5.96億人次，較2025年春節假期8天增加0.95億人次；國內出遊總花費8034.83億元（人民幣，下同），較2025年春節假期8天增加1264.81億元，假日遊客人數和花費均創歷史新高。另外，國家電影局數據顯示，2026年春節檔（2.15-2.23）總票房達57.52億元，觀影人次1.2億。

### 9天假期 日均3.11億人次出行

9天春節假期，內地民眾返鄉探親、外出旅遊等出行意願強烈。交通運輸部數據顯示，春節假期，全社會跨區域人員流動量累計超28億人次，日均3.11億人次，同比增長8.2%，出行規模創歷史新高。此

外，各方式運輸量均大幅增長。鐵路、公路、水路日均客運量同比增幅均超過10%，民航日均客運量同比增幅達7.3%。

文旅部介紹，2026年全國春節文化和旅遊消費月活動火熱開展，各地集中發放消費券、專項補貼等，推動文旅市場購銷兩旺。各地累計推出約3萬場次文旅消費活動，發放消費券等補貼超3.6億元，並配套實施門票減免、票根聯動、跨區域優惠等惠民政策，形成疊加效應。

非遺活動亮點紛呈，「非遺賀新春·尋味中國年」主題活動好戲連台。科技賦能場景創新，冰雪旅遊釋放「熱效應」，鄉村旅遊紅紅火火，多地借熱播劇推出主題遊線與特展，催生文旅遊學新熱點。

另外，中國旅遊研究院的位置大數據監測表明，春節假期9天，入境遊客428.1萬人次，其中入境外國遊客89.8萬人次，出境遊客483.2萬人次。越來越

多的外國人從更遠的遠方來到中國，全方位體驗一個傳統與現代交融的中國。



▲2月20日，在山東省棗莊市台兒莊古城舉辦的新春大廟會上，遊客與舞獅互動。新華社

### 數看內地新春消費

- 全社會跨區域人員流動量累計超28億人次，出行規模創歷史新高
- 全國國內出遊5.96億人次，國內出遊總花費8034.83億元，均創歷史新高
- 全國重點零售和餐飲企業日均銷售額較去年春節假期增長5.7%
- 商務部重點監測餐飲企業銷售額較去年春節假期增長5.2%
- 重點平台租車出行訂單量較去年春節假期增長51%
- 春節檔電影總票房57.52億元，2026年年度電影總票房突破83億元
- 冰雪遊消費較去年春節假期增長12.1%
- 避寒遊消費較去年春節假期增長29.8%
- 入境遊產品訂單量較去年春節假期增長18.4%

大公報記者江鑫燭整理