

中央軍委慰問駐京部隊老幹部迎新春文藝演出 習近平向全軍老同志祝賀新春

香港文匯報訊 據新華社報道，中央軍委慰問駐京部隊老幹部迎新春文藝演出6日下午在中國劇院舉行。中共中央總書記、國家主席、中央軍委主席習近平觀看演出，向在座的軍隊老同志，向全軍離退休老幹部，致以節日問候和新春祝福。

春節將至，首都北京年味漸濃、一派祥和，中國劇院洋溢着喜慶節日氛圍。為建立、保衛、建設新中國，為國防和軍隊建設作出突出貢獻的駐京部隊老幹部歡聚一堂，共迎新春。

旗幟領航 團結奮鬥向前方

下午4時許，習近平來到老同志中間，全場響起熱烈掌聲。習近平同大家親切交流、互致問候，關切詢問他們的身體和生活情況，共同回顧過去一年黨、國家和軍隊事業走過的不平凡歷程、取得的重大成就。老同志們一致表示，要更加緊密地團結在以習近平同志為核心的黨中央周圍，堅持以習近平新時代中國特色社會主義思想為指導，深入貫徹習近平強軍思想，深刻領悟「兩個確立」的決定性意義，堅決做到「兩個維護」，貫徹軍委主席負責制，弘揚光榮傳統、永葆政治本色，堅定信念、勇毅前行，為如期實現建軍一百年奮鬥目標、高質量推進國防和軍隊現代化作貢獻。

「旗幟領航，團結奮鬥向前方！熔爐淬火，越鍛造越堅強！」

混聲合唱《永遠的榮光》以鏗鏘旋律拉開演出序幕。演出貫穿整訓鍛造煥新風、攻堅衝刺向百年的鮮明主題，突出展現政治建軍新風貌、現代化建設新進展、備戰打仗新成效，抒發全軍官兵堅定維護核心、堅決聽從指揮的共同心聲。器樂與合唱《鋼多氣更盛》、表演唱《戰爭就在下一秒》聚焦部隊練兵備戰火熱實踐，生動反映官兵枕戈待旦、敢打必勝的責任擔當。情景演唱《七律·長征》熱情謳歌紅軍將士戰勝一切艱難險阻、打敗一切強敵對手的英雄氣概，激發弘揚偉大長征精神、走好新時代長征路的壯志豪情。《手拿槍心向黨》、《師長有床綠軍被》、《戰友之歌》等經典老歌聯唱，頌揚我黨我軍優良傳統，展現紅色基因代代相傳。民族歌舞《同心共韻》禮讚邊防官兵與各族群眾合力強邊固防、創造幸福生活，表達對黨的深情、對祖國的熱愛。短劇《紅星的召喚》以青年官兵與紅軍戰士的跨時空對話，體現牢記初心使命、鞏固純潔光榮的血脈傳承。表演唱《溫暖》充分體現統帥心繫基層、關愛官兵的深厚情懷，彰顯全軍官兵堅定看齊追隨、矢志奮鬥強軍的如磐信念。「我們走進一片新的天地，我們跟隨着你走向勝利」，混聲合唱《在黨的旗幟下前進》鮮明表達人民軍隊開創強軍事業新局面、完成好黨和人民賦予的各項任務的決心意志。整場演出新風撲面、昂揚向上，呈現出軍隊文藝服務強軍、服務基層、服務官兵的蓬勃氣象。



●2月6日下午，中央軍委慰問駐京部隊老幹部迎新春文藝演出在中國劇院舉行。中共中央總書記、國家主席、中央軍委主席習近平觀看演出。

張升民一同觀看。

觀看演出的還有軍委機關各部門、軍隊駐京有關單位領導和部隊官兵代表。

「廣貨行天下」活動在穗舉行 食品企年營收近9000億

粵年貨熱銷全球 香港成出海首站



●7日，「廣貨行天下」春季行動食品專場促銷活動在廣州舉行。清遠雞等特色農產品春節前需求大增三成。



●有廣東企業帶來鵝肝冰淇淋產品供市民試食體驗。



●廣東老字號蓮香樓今年亦推出了盆菜等年菜產品。

廣東去年特色產品出海(部分)

外貿總規模	2025年廣東貨物貿易進出口總值達9.49萬億元
品牌出海	自主品牌產品出口增長34%，佔出口總值近20%，較2024年提升2.4個百分點
農產品	2025年前三季度廣東農產品進出口額突破2,632.4億元，「粵味」遠銷全球214個國家和地區 特色農產品案例：茂名荔枝出口量5,202噸、貨值8,062萬元，同比分別增長96.8%與35.6%
機電產品	出口額達4.15萬億元，同比增長7.3%
無人機	出口增長40.9%
3D打印機	出口增長37.1%
工業機器人	出口增長33.9%
鋰電池	出口增長30.6%
電動汽車	出口增長21.3%

單位：人民幣

整理：香港文匯報記者 盧靜怡

Q彈的潮汕牛肉丸、香脆焦黃的蛋卷、色澤金黃的手撕雞……馬年春節將至，廣東年味食品不僅在內地熱銷，更借助香港這一「出海首站」加速走向全球。7日，由廣東省工業和信息化廳、廣東省農業農村廳主辦的「廣貨行天下」春季行動食品專場促銷活動在廣州舉行。多家食品企業向香港文匯報記者表示，香港市場已成為粵貨走向海外的重要跳板，帶動產品打入東南亞、北美及澳洲等地，粵式年味正從灣區出發，走向全球餐桌。廣東省工信廳當天公布數據顯示，廣東去年規上食品營業收入將近9,000億元（人民幣，下同），省內擁有2,700餘家規上食品企業，已形成飼料、糧油加工、飲料三大千億級食品子集群，食品產業鏈出海優勢明顯。

●文/圖：香港文匯報記者 盧靜怡 廣州報道

潮汕牛丸入港超市 冀銷泰國

走進「廣貨行天下」春季行動食品專場現場，可以看到不同特色美食的展位一字排開，攤位前不約而同豎起自拍桿與補光燈，主播們對着鏡頭賣力講解，整個活動現場猶如熱鬧的年貨直播市集。在汕頭潮庭食品股份有限公司展位，非遺傳承人現場手工捶打牛肉丸，吸引不少市民圍觀拍照。該公司品牌經理陳曉暉告訴香港文匯報記者，公司約兩年前開始布局香港市場，目前已全面進入當地大型連鎖超市體系。「港人在惠康等主要超市基本都可以買到我們的產品。」她笑言，香港一直是企業走向海外市場的第一站，他們企業曾代表汕頭牛肉丸首次批量出口香港，後來就更與泰國相關機構簽署一億元的牛肉丸貿易合作意向協議。「我們平時通過參與香港《潮州節》等推廣活動，潮汕牛肉丸逐漸為當地消費者熟悉，也在海外華

人群體中打響知名度。」

高鐵西九龍站可以直達潮汕的站點越來越多，港人春節北上旅遊與美食消費亦日趨頻繁。陳曉暉透露，公司在汕頭設有自營牛肉火鍋店，就有不少來自港澳的旅客專程到店體驗。「很多香港旅客會順道選購牛肉丸作為手信，我們會為他們配備冰袋及保溫包裝，方便攜帶。我們已經加緊生產迎接春節假期。」

AI分揀監測 皮蛋熱銷北美

從傳統醃製到AI分揀，一枚枚皮蛋也在加速「出海」。旭日蛋品有限公司電商總監林濤告訴香港文匯報記者，該品牌已有逾30年歷史，早期以港澳市場為主要出口地。「香港是我們走向國際市場的第一站。在香港市場打好口碑，對我們走向更大海外市場很有幫助。」他表示，目前主要出口美國、加拿大、澳大利亞及新西蘭，其中美國為重點拓展市場。

「過去皮蛋在海外常被視為『黑暗料

理』，但近年TikTok等平台不少美食博主自發挑戰試吃，反而帶動越來越多人去嘗試。」林濤說，他們先進入當地Costco渠道，再通過華人消費者帶動體驗，讓更多當地消費者嘗試。不少美國消費者在Costco購買後拍片分享，形成自然傳播效應。僅2月初一周，公司已有約10個貨櫃皮蛋出口美國，訂單持續增長。他介紹，生產上公司亦引入AI檢測系統取代傳統人工用電筒「照蛋」篩選出不同比例的好蛋，減少人為誤差，整體檢測效率提升約兩到三成，目前年加工蛋品產能已接近5億枚。

清遠雞等特色農產需求大增三成

春節臨近，清遠雞等特色農產品需求大增。天農食品電商部銷售經理潘健進告訴香港文匯報記者，公司主打年貨市場的冰鮮雞及手撕雞訂單節前出現階梯式增長。「我們還特別推出禮盒裝組合，方便消費者送禮或團年飯使用。」在供港方面，潘健進介紹，目前公司仍以生鮮清遠雞為主，由香港方面每日派車到內地工廠提貨，經深圳口岸通關後直送香港門店銷售。「我們凌晨完成屠宰包裝，當日中午裝車，下午即可抵港，實現『即日鮮』。春節期間供港訂單較平日增加約兩到三成。」

「今年訂單明顯增加，節前工廠都會很忙碌。」廣東佳佳美生物科技有限公司品牌經理李詠詩告訴香港文匯報記者，公司有生產供港的新春糕點，目前生產企業車間正全力運轉，預計將忙至除夕前。「我們還計劃拓展海外市場，初步以東南亞為首選目標區域。東南亞華人市場對廣式糕點接受度高，未來希望逐步增加出口布局。」

香港文匯報訊 據新華社報道，2月6日，中共中央政治局委員、國務院副總理何立峰向英國48家集團2026「破冰者」新春晚宴致賀電。

何立峰指出，不久前，習近平主席和斯塔默首相就中英發展長期穩定的全面戰略夥伴關係達成重要共識，為兩國關係與合作開拓新局面。希望中英各界人士繼續傳承弘揚「破冰精神」，加強貿易投資、綠色轉型、金融服務、科技創新等領域合作，把中英合作「大有可為」的潛力轉化成「大有作為」的實績，為推動中英關係行穩致遠作出新的更大貢獻。

據了解，2026「破冰者」新春晚宴當地時間6日在英國倫敦舉行，由英國48家集團、英國中國商會和英中貿易協會聯合舉辦。

1953年，以傑克·佩里先生為代表的英國企業家突破重重阻礙、打破西方對華貿易堅冰，開啟新中國和英國之間最早的貿易對話，他們被譽為第一代「破冰者」。如今，英國48家集團現任主席也叫傑克·佩里，他笑稱自己是「小小佩里」。「小小佩里」這樣解讀一家三代人傳承的「破冰精神」：「我們的『破冰』之路始終在迭代；1.0時代，中國需要貿易夥伴，我們成為先行者；2.0時代，父親那代人通過合資企業深耕民生領域合作；到了我這一代，科技合作成為3.0時代的核心。倫敦出口公司旗下機器人公司已與多家中國企業達成分銷合作，希望與中國企業攜手將頂尖技術推向全球。」

春意盎然 共創機遇

現場一位企業界代表說：「（英國）首相（斯塔默）訪華後，我們明顯感覺到，客戶在投資規劃上更關注英中合作動向，也會主動諮詢相關行業看法，整體氛圍可以說是『春意盎然』。」隨同斯塔默訪華的英國奧克特珀斯能源公司創始人兼首席執行官格雷格·傑克遜說，「此次訪華就是要尋找貿易機遇，把中國高性價比的產品與服務帶回英國，助力英國經濟增長。同時，英中雙方有着值得相互借鑒的經驗。」

在保護主義抬頭、地緣政治衝突嚴重衝擊世界經濟和企業發展的當下，中英繼續弘揚「破冰精神」，拉緊合作紐帶，不僅是兩國應對風險、共促發展的理性選擇，也是中英作為負責任大國攜手推動解決全球問題的應有擔當。

多地官員化身「最強帶貨官」

特稿

臨近農曆新年，廣東最近掀起一股別開生面的「帶貨潮」。廣東各個地市多位主政者正以不同的方式，為家鄉好物「站台」打Call。有市委書記走進頭部直播間與網紅主播同框，有市長在發布會上端出陳皮咖啡、荔枝冰淇淋，也有官員登上央視舞台講述地方產業故事。一個多月以來，中山、江門、汕尾、潮州、清遠等多地黨政負責人相繼為本土好物「站台」，既推產品，亦推城市，率先搶佔春節假期文旅消費潮的先機。

中山市委書記郭文海近日現身東方甄選直播間，與內地知名企業家俞敏洪同場互動，向全國觀眾推介中山的人文與產業，吸引不少網友留言「想去中山走一趟」。江門市委副書記、市長吳曉暉則以「僑都好物推薦官」身份，在一場常規的發布會上端出創意十足的「陳皮咖啡」。她介紹，江門現有約1,900家咖啡店，人均咖啡店數量位居全國前列，並擁有咖啡博物館及完整產業鏈布局，從咖啡豆採購到粵港澳咖啡師資格互認，逐步形成城市特色消費名片。

登央視舞台 推城市形象

還有不少地市聯合電視台策劃節目。東莞聯合央視策劃的《東莞造好物美學奇妙遊》節目中，東莞市委常委、常務副市長曾堅朋向觀眾介紹東莞「可遊、可玩、可學、可購」的工業美學圖景。而汕尾市委書記、市人大常委会主任遼峰探班央視《三餐四季》節目拍攝團隊，並親自為汕尾城市形象代言。遼峰表示，汕尾作為寶藏級濱海旅遊城市，擁有得天獨厚的海洋環境與豐饒物產，形成了「天下海鮮、汕尾領『鮮』」的品質特色，他誠邀全國群眾來汕尾旅遊消費、投資興業。

7日舉行的「廣貨行天下」春季行動食品專場上，佛山三水、潮州潮安等地官員亦走上展台親身推介特色食品，以實際行動為企業拓市場、搶訂單。中國食品工業協會顧問張俊修說，憑借过硬的產品品質和獨特的文化印記，是廣東食品出海的核心倚賴。隨著「廣貨」持續走向全國乃至海外，開春的推介帶貨活動體現了廣東拚經濟、拓市場的努力。