

外国节日中的“中国制造密码”

汕头澄海玩具海外订单火爆

文/图 羊城晚报记者 蚁璐雅 通讯员 澄宣

时间迈进6月，汕头澄海这座“中国玩具礼品之都”进入“战斗模式”。作为全球约三分之一塑料玩具产品的源头产地，澄海玩具企业们正开足马力生产，应对圣诞节和“黑五”购物节等海外节庆的火热订单。

正午的烈日下，集装箱卡车排成蜿蜒长龙，司机们频繁查看手机等待装载发往港口的出口货柜；电脑前的跟单员们同时打开多个客户的对话窗口，迅速敲击出报价速达大洋彼岸；为了追产能，有些车间开始实行“三班倒”制度；企业展厅内，声控机器狗、AI互动积木等多个热销产品都贴上“已预订”的红色标签……

近日，羊城晚报记者走访澄海玩具企业，在一线感受澄海玩具贸易枢纽的外贸脉动，解密外国节日中不可替代的“中国制造密码”。

A 外贸持续火爆，去年玩具出口额超百亿

“春节后就开始有客户询价，五六月开始进入一年之中最忙的时候，采购、下单、运输……忙碌正常要持续到九月底。”面对生产旺季，汕头市成记玩具贸易有限公司总经理曾为娜显得既兴奋又淡定，员工们的办公节奏也显得有条不紊，近几年，他们已经对第三季度的火爆订单习以为常。

今年3月，澄海玩具创意产业带入选全省首批“跨境电商+产业基地”试点，无疑为这个全球玩具供应链的核心枢纽再添新动能。

澄海作为国内玩具产业配套最完善、规模最大、市场占有率最高的生产和贸易基地，拥有全国超50%、全球约三分之一的塑料玩具产品产能，受众儿童约占全世界60%，产品远销全球140多个国家和地区。2024年，澄海全口径玩具创意产业产值超500亿元，玩具（含新业态）出口额达1024亿元。“世界玩具看中国，中国玩具看澄海”名不虚传。

“我的父辈们从1987年开始接触玩具行业，一开始的外贸生意只有俄罗斯、乌克兰等

几个国家的客户。如今，我们的客户群体已覆盖欧美、南美、中东、东南亚等多个地区，目前公司出口的国家和地区已超120个。”正如曾为娜介绍的，成记作为澄海玩具企业中的普通一员，其发展恰似澄海外贸玩具企业们的一个缩影和缩影——内销、外贸、展会、电商……在岁月的更迭中，乘着时代的红利，澄海人凭借敢闯敢拼的精神追上了每一个外贸发展的风口，迈上了一条外贸大道。



澄海玩具在广交会上吸引了海内外采购商的关注
受访者供图



琳琅满目的澄海玩具

B 开拓全球市场，鸡蛋不能放在同个篮子里

今年4月的关税战，对澄海一些玩具企业造成了一定的影响，但许多企业因及时调整了发展战略及客户群体，顺利渡过这次考验，成记就是其中之一。

“之前我们美国客户占比很高，但鸡蛋不能放在同一个篮子里，这几年，我们通过参加广交会、香港玩具展等国际展会，进军阿里巴巴国际站等线上平台，拓展了很多国家的新客户。”曾为娜表示，“正是这个转变，大大降低了关税战对我们影响，因为，我们还有很多市场可以选择。”

广交会后，曾为娜邀请了多

批外国采购商来澄海“玩一玩”，面对面释放企业产品魅力。“最近有英国、卡塔尔、非洲、黎巴嫩的采购商陆续来访，有的采购商是首次来，对澄海产品啧啧称奇，有的采购商则是常客，了解澄海玩具的实力，所以他们想看到的是澄海最新最特别的产品，比如热销榜上的AI类、益智类的玩具产品。”那些穿梭于样品间的外籍采购商身影，正在搭建出一条澄海玩具外贸的新桥梁。

玩具产品的更新日新月异，澄海玩具的竞争优势不仅在于全产业链配套带来的价格优势，更在于创新和品质。

自主研发智能系统打造“黑灯工厂”实现仓储自动化、生产自动化；模架行业首条及唯一拥有多条可生产整套定制模架的FMS柔性自动生产线，做到了从原材料到成品全程数字化、智能化自动运行……当下，澄海正在加快智能化转型、数字化升级，实施数字化改造企业累计完成175家，积木、魔方领域已基本实现智能化制造。此外，“澄海玩具”集体商标完成国内和国际注册，全区玩具品牌拥有量、玩具企业获专利授权量、玩具企业获IP授权量均列全国首位。

C 打造跨境电商生态圈，系中国制造的坚韧缩影

尽管当前订单火爆，澄海玩具仍面临长期挑战。国际贸易摩擦的不确定性、东南亚低成本竞争以及高端人才的紧缺，都在倒逼产业转型升级。

“是危机也是商机，我们澄海玩具人都是不服输、能刻苦的，面对危机我们能做的就是积极修炼内功，开拓全新市场。”曾为娜的答案，反映了澄海玩具企业的积极态度。

目前，澄海玩具生产经营企业约6万家，从业人员约30万人，可以说，整个澄海区就是一座大型的动漫玩具城。依托澄海玩具创意产业带，汕头也着力推动区域经济高质量发展，探索“跨境电商+智造+科教+IP”发展新模式，通过产业集群、数字赋能、品牌出海，促进跨境电商与玩具创意产业集群深度融合。

座大型的动漫玩具城。依托澄海玩具创意产业带，汕头也着力推动区域经济高质量发展，探索“跨境电商+智造+科教+IP”发展新模式，通过产业集群、数字赋能、品牌出海，促进跨境电商与玩具创意产业集群深度融合。

根据《汕头市澄海区跨境电商赋能玩具创意产业带助力“百千万工程”三年行动计划》，到2027年，澄海区将初步形成产业集聚区、龙头企业、平台、海外仓联动发展的跨境电商生态圈，构建“专业镇街专注生产制造、贸

易核心区域（中心城区）聚焦贸易营销、跨境电商赋能品牌出海”的发展新格局，为“百千万工程”发展注入新动能，实现强区兴镇富村的新态势。

暮色降临，不少澄海玩具的车间依然灯火通明，工人们在流水线上贴好“Made in China”的标签，这些承载着中国智慧的玩具，将跨越重洋，成为欧美家庭圣诞树下的惊喜。而汕头澄海也在贸易摩擦中全力寻找“危”与“机”的平衡，成为中国制造在全球化浪潮中抗压成长的坚韧缩影。

文化中国行

2025阳江阳春高流河墟系列活动启动

“穿梭古今”感受千年古墟魅力

羊城晚报讯 记者戴灵敏、通讯员杨辉南摄影报道：近日，“千年古墟·文脉传承”2025阳江阳春高流河墟系列活动在阳春市合水镇高流河畔启动，一系列精彩的活动，带领游客“穿梭古今”，感受千年古墟的魅力。

手持竹制品的古代美女、流淌着高流河墟文化韵味的特色歌曲……今年的高流河墟系列活动通过古今时空交织、现代与传统碰撞等形式，开展主题方阵巡游、粤剧专场表演、高流河墟文化主题舞台剧、高流河墟文艺晚会等丰富多彩的演出，为八方游客呈上一场精彩的文化盛宴，也让千年古墟焕发出新的魅力。

今年特意为高流河墟研发了新竹器。”一大早来到高流河墟摆摊的黄文建笑意盈盈地向记者介绍起他的新发明：几十年老竹子做成的“煮饭神器”，在家轻松制作竹筒饭；清凉透气的竹枕头，美观又实用；还有用竹子打造的一条条小



现场竹木制品样式琳琅满目，令人眼花缭乱



大型舞台剧在高流河水上舞台上上演

时评 A4

2025年6月3日/星期二/理论评论部主编/责编 张齐 / 美编 李金宝 / 校对 黄文波

E-mail:wbsp@ycwb.com

□张进华

破除“内卷式”竞争 推动智能网联新能源汽车产业 平稳健康发展

“十四五”以来，在党中央国务院的坚强领导和统筹部署下，我国智能网联新能源汽车产业坚持以科技创新引领和推动产业创新，取得了举世瞩目的发展成绩，产销规模连续10年位居世界第一，关键核心技术全球领先，构建了上下游贯通、产学研协同、跨领域融合的产业链生态，已成为培育塑造新质生产力的典范。

但也要看到，随着智能网联新能源汽车蓬勃发展，产业市场竞争日趋激烈，部分头部企业为加速抢占电动汽车、智能化蓝海市场，不时发起大幅度的降价活动，引发同行纷纷跟进，导致以“价格战”为主要形式的“内卷式”恶性竞争愈演愈烈。

今年5月，部分车企再次大幅度调低新能源汽车产品价格，引发行业对新一轮“价格战”的恐慌情绪。

“价格战”的持续升温，客观上催生了车企以牺牲质量为代价实现“以价换量”的潜在风险。

党中央、国务院高度重视“内卷式”竞争问题。习近平总书记强调，要深化要素市场化配置改革，主动破除地方保护、市场竞争和“内卷式”竞争。中央政治局会议、中央经济工作会议对整治“内卷式”竞争提出明确要求，今年的政府工作报告也对整治“内卷式”竞争作出工作安排。作为国民经济战略性、支柱性产业，汽车产业要坚决落实党中央、国务院相关决策部署，坚持以法治为引领开展智能网联新能源汽车“内卷”专项整治工作，加强行业企业自律，社会监督，加强行政、司法监管的协同配合。同时，要引导行业企业以更高站位、更大格局看待电动化、

落实中央八项规定精神，花千万建豪华公厕当休矣

首席评论

□孔德淇

每个厕所110—140平方米不等，配有中央空调、自动喷香机、WiFi、音箱等设备……乍一看这些配置，还以为是哪个星级酒店的卫生间配置，但这样的景象却出现在一个刚脱贫的县城里。（5月31日 人民日报）

日前，吉林省纪委监委公开通报4起形式主义、官僚主义典型问题。其中，省农业农村厅原厅长、白城市通榆县委书记李德明，被曝2020年在通榆这个刚摘掉深度贫困县帽子的县城里，斥资上千万元，搞了10个公厕，内部装修相当豪华。

2018年国家就明确要求公厕

热点快评

□熊丙奇

距离2025年高考没几天了，高考相关的话题陆续登上热搜。前段时间，在网络上因为天价耳环引起热议的黄杨钿甜也参加了今年的艺考。目前，黄杨钿甜已拿到北京电影学院、中央戏剧学院、中国传媒大学的合格证。

据报道，黄杨钿甜的艺考成绩分别为：中央戏剧学院表演专业全国第二(95分)、北京电影学院第六(87.62分)、中国传媒大学第33名(74.34分)。这无疑是可称得上优异的艺考成绩。

但由于其曝出的“天价耳环”事件以及因此事件其曾当过公务员的父亲被调查，有网友提出，其取得如此优异的艺考成绩，是不是存在权势运作、破坏招考公平的问题。

网友的质疑是可以理解的。在笔者看来，组织艺考者的艺术院校，不妨对此作出公开回应，这一方面可以回应网友的关切，另一方面也可进一步加强艺考校考的透明度，树立艺考校考的公信力。

2021年发布的《教育部关于进一步加强和改进普通高等学校艺术类专业招生工作的指导意见》提出，各省（区、市）要积极创造条件逐步扩大艺术类专业省级统考范围，到2024年基本实现艺术类专业省级统考全覆盖。原则上，高校艺术类招生均应对省级统考成绩提出明确要求。艺考考生招生规定也明确，“可组织艺术类专业校考的高校，必须在省统考合格基础上组织校考”，因此，黄杨钿甜能参加艺考校考，前提是通

黄杨钿甜拿到多所名校艺考合格证 相关高校不妨作出正面回应

过了艺考省统考。

从2024年起，我国各省份，都按教育部的要求，减少艺考校考，大力推进艺术专业分类考试，不断提升省统考水平和质量，少数组需要组织校考的学校，必须要求考生先通过省统考。进行这一改革调整的主要目的，是为了提高艺考专业质量，防止艺术院校组织的校考质量参差不齐以及出现弄虚作假问题。

同时，艺考省统考可以扩大考生选择艺术院校、专业的权利，艺考生无须到各艺术院校赶考参加校考，以省统考成绩为依据录取。

由于其曝出的“天价耳环”事件以及因此事件其曾当过公务员的父亲被调查，有网友提出，其取得如此优异的艺考成绩，是不是存在权势运作、破坏招考公平的问题。

网友的质疑是可以理解的。在笔者看来，组织艺考者的艺术院校，不妨对此作出公开回应，这一方面可以回应网友的关切，另一方面也可进一步加强艺考校考的透明度，树立艺考校考的公信力。

回到黄杨钿甜身上，如果没有“天价耳环”事件，她的艺考专业考成绩列中央

个人政绩的“提款机”，公共资源成为权力表演的“舞台”，受损的不仅是群众利益，更是公职公信力。

通榆县摘下贫困帽不过数年，巩固脱贫成果、防止返贫致贫仍是重中之重。千万资金若用于产业扶贫和基础设施，或许能让更多农户走上致富路，打通乡村发展的“最后一公里”。但如今，这些钱变成了公厕里的高档瓷砖、智能设备，变成了数据报表里的“特色项目”，却唯独没变成百姓手中的实惠。这种“打肿脸充胖子”的做法，不仅浪费了有限资源，更寒了基层群众的心。

民生工程不是政绩秀场的道具，而是检验初心的标尺，脱贫地区的发展容不得半点虚幻，破除“形象工程”

是当务之急、重中之重。

地方主官手中的权力，是党和人民赋予的“责任田”，不是个人风光的“自留地”。要强化“一把手”的责任意识，让为官一任、造福一方成为自觉追求。对那些热衷搞“形象工程”“政绩工程”的干部，要坚决问责，让铁规发力、禁令生威。

考核指挥棒指向哪里，干部精力就会投向哪里。要完善干部考核评价体系，加大民生指标权重，减少“绩优”考核，增加“潜绩”考察，让埋头苦干、真抓实干的干部有舞台，让急功近利、哗众取宠的干部没市场。

民生工作的重心，永远在“民”字上。决策前多听听百姓呼声，建设时多问问百姓需求，竣工后多看

看百姓脸色。只有把群众满意作为最高标准，才能让民生工程真正成为“民心工程”。

说到底，衡量一个地方的发展温度，检验一名干部的政绩成色，不是看表面工程有多光鲜，而是看老百姓的生活有多踏实，群众的获得感有多真切。莫让“官帽”压弯民生脊梁，莫让“形象”透支百姓信任。这才是新时代为政者应有的清醒与担当。

在履职尽责、服务经济社会发展方面不担当、不作为，或乱作为，都会严重影响高质量发展，都是违反中央八项规定精神的表现。当前，全党正积极开展深入贯彻中央八项规定精神学习教育，花千万建豪华公厕之类的乱作为当休矣。

M 街谈巷议

童年的消逝以及“雷公”的守护

“深圳天气”为庆祝六一儿童节，发布了一份《关于6月1日不许下雨的通知》，其文曰：“为保障深圳广大家长陪同孩子出行游玩的便利，现要求6月1日深圳全市范围内不许下雨，遇极端特殊情况，可在局部地区，零星下点短时阵雨，最高温度控制在31℃，请雷公电母及深圳区内各龙王知悉并落实执行。”

落款为天庭儿童关爱办深圳办事处天气统筹部。

文中所提及的，都是深圳6月1日真实的天气情况，只是使用了幽默、创新的话语方式，“要求不许下雨”这种前所未见的表达令人莞尔。又因为其主旨在于深圳是“一座儿童友好城市，一座能听得见孩子声音的城市”而让人倍感温暖。这份煞有介事的“通知”——这是我第一次在意义上使用“煞有介事”这个词——碰上了相关热搜榜。

毫无疑问，温暖引发了共情，情怀带来了感动。人世间最浪漫的事，莫过于看到年轻父母，带着小朋友在阳光下的草坪上追逐嬉戏。

这个话题，不由让人想起尼尔·波兹曼《童年的消逝》一书。该书阐述了一个论题，那就是随着媒介的变迁，成人与儿童的世界正在消失，呼吁人们重视电子

媒介对儿童成长的影响。《童年的消逝》初版于1982年，但其中所提及的论题依然极具现实意义。在社交媒体高度发达的今天，一切信息都能够在此人与儿童之间共享，这让许多人忧心忡忡。尽管充满争议，但已经有一些国家颁布了未成年人禁用社交媒体的法令。正如波兹曼在1994年的再版序言里所写的，“那时所发生的一切，现在仍然在发生。只是有过之而无不及。”直到今天依然如此。

许多媒体在儿童节制作了精美的海报、隽永的文字，给大小朋友送上了温情的祝福。但实际上，作为成年人，我们知道，逝去的永不再来，容颜沧桑，心境已老。我们在时代的洪流中裹挟而去，除了生活的重负，似乎还陷在数字文化的迷雾中无力自拔。刚看过一个数据，当下全球以每秒380万条推文、72万小时短视频的速度制造信息泡沫。著名导演詹姆斯·卡梅隆说：“环顾四周，多少人低头弯腰看着手里的机器。机器已经赢了，只不过不是《终结者》里想象的方式。”

我们希望我们的孩子奔跑、阅读、好奇、思考。这不仅需要“雷公”在儿童节的守护，更需要日复一日的浸润与引导。