

司徒美堂 在民族危亡之际，美洲侨界领袖毁家纾难、组织募捐支援祖国抗战

永远要爱国，有国才有家

万里同心路

烽火家国情

策划：林洁 黄丽娜 董柳
统筹：丰西西 周巍 李煊坤
文/羊城晚报记者 高焱 通讯员 何飞彪 李伟苗
图/羊城晚报记者 周巍

从广东开平远渡重洋，到成为美洲侨界领袖，司徒美堂曾说，华侨与祖国，是一个血肉相连、休戚与共的关系。

在民族危亡之际，年过花甲的司徒美堂在大洋彼岸奔走呼号、倾尽家财，组织募捐、支援抗战，并输送粤侨青年近1000人回国参战。“永远要爱国，有国才有家。”这句话，是他一生的信念。

一生爱国 要让祖国强大

1880年，12岁的司徒美堂远渡重洋到美国打工。司徒美堂一生爱国的起始，源自于想要让祖国强大起来的信念。他在《旅居美国七十年》中写到：侨胞身处异域，如无母孤儿，祖国不能保护，受人凌辱，非如此不足以言生存自卫。

17岁时，司徒美堂加入洪门致公堂，逐渐在华侨中树立了威信，并于1894年成立安良堂，打出“锄强扶弱，除暴安良”的旗号，以维护华侨和归侨侨眷的正当合法权益为己任。

1931年，九一八事变爆发，司徒美堂对祖国的命运无限担忧，迅速发动华侨捐款，支持中国抗战。

1932年1月28日，日本侵略者突袭上海，驻守上海的第十九路军奋起抗击，一八淞沪抗战爆发。纽约华侨社会空前团结，抗日救国的氛围日益高涨。司徒美堂在美国组织成立纽约华侨抗日救国会，发动华侨募捐救国。此后，纽约唐人街的同胞竞相捐款捐物，支援淞沪抗战，还有华侨青年要求回国参加抗战。

1932年3月，司徒美堂在美东华侨航空救国大会上通报了致公堂的决议，立即组织华侨救国义勇团回国参战；洪门致公堂捐飞机两架；继续募捐筹办航空学校。此后，司徒美堂还与华侨代表来到上海，把捐款捐物送到十九路军手上，代表美洲华侨向淞沪抗战阵亡将士敬献花圈。

支援抗战 拄拐奔走美洲

在广州华侨博物馆展出的“万里同心——海外华侨与中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争纪念特展”中，有一张1942年的银行汇款单照片，这是司徒美堂和郭琼之为支持中国抗战而汇。汇款单背面“作救济难民用”六字力透纸背，道出了司徒美堂和美洲华侨一心支援抗战的拳拳爱国心。

1937年七七事变爆发，司徒美堂等旅美爱国侨领联合纽约地区54个侨团，成立纽约全体华侨抗日救国筹饷总会。此时的司徒美堂已年近古稀，为了抗战筹款，他每天从上午工作到深夜，风雨无阻。

1941年，国民政府邀请身在美国的司徒美堂参加国民参政会。然而，司

纽约全体华侨抗日救国筹饷总会



“万里同心”特展介绍了司徒美堂等爱国侨领的事迹

司徒美堂途经香港时，太平洋战争爆发，香港沦陷。日军威逼利诱，企图让司徒美堂出任“香港地方治安维持委员会”会长，司徒美堂断然拒绝。后来，在广东人民抗日游击队员的帮助下，司徒美堂化装偷渡回到内地。也正是在此行中，他对中国共产党有了进一步的了解。

回到美国后，司徒美堂辞去所有职务，专职负责筹饷总会的工作。他拄着拐杖，往来奔走于美国、加拿大、古巴、巴西、秘鲁等国宣传抗日，号召募捐，将个人安危置之度外。

司徒美堂曾回忆，当时募捐的名目有如下各种：翻捐（每人每月捐15美元）、飞机捐、散捐、餐馆的自由捐、公债票等。抗战期间，纽约每个华侨平均捐了670美元到1000美元，司徒美堂“毁家纾难”，几乎献出了自己所有的财物。至抗战胜利，纽约全体华侨抗日救国筹饷总会共募集了330多万美元的抗日款项。一笔笔款项凝结了海外华侨华人最朴素的爱国情。“永远要爱国，有国才有家。”司徒美堂的孙女司徒月桂曾说，爷爷的这句话，自己终生难忘。

基层改革 见实效

陆河服装产业书写基层改革见实效答卷

一针一线织就富民路

羊城晚报记者 李晓雨 通讯员 朱仕航

在广东汕尾陆河县，缝纫机的“哒哒”声正奏响基层改革的奋进曲。这场以服装产业为核心的变革，不仅破解了县域发展困局，更让万千群众的“致富梦”落地生根，成为“基层改革见实效”的生动注脚。

破局突围：服装产业点燃“星星之火”

陆河县“八山一水一分田”的地貌，曾让“发展”二字步履维艰——经济总量小、人均耕地少、居民收入低，“外出务工难顾家，留守在家没收入”的困境，成了不少家庭的烦心事。如何找到一条贴合县情的出路？陆河把目光聚焦到了服装产业上。

从产业适配性来看，服装产业“就业门槛低、投产周期短、时间灵活度高”的特点，恰好能匹配本地返乡劳动力、农村留守妇女的就业需求，实现“生产”与“人力”的精准对接。更关键的是，依托省产业有序转移政策与珠三角服装产能外溢的“双重东风”，加上本地外出务工人员积累的丰富经验与商脉，陆河的服装产业有了“起步快跑”的底气。

河田镇高砂村的实践，更是为这场改革点燃了“星星之火”。2021年，村党支部书记孔维振抓住珠三角产业转移机遇，成功引进首家服装加工厂，用一部缝纫机改变家庭命运，100部缝纫机激活村集体经济”的成果，让村民看到了希望。此后，“家家户户脚踏缝纫机”的场景从高砂村扩展至陆河各乡镇，曾经的“零星尝试”逐渐发展为燎原之势。

多维发力：创新模式激活“一池春水”

陆河县从共识凝聚、要素保障、模式创新到政策支持，打出了一套“组合拳”，让服装产业发展的“春水”持续涌动。

在共识凝聚上，陆河通过现场会、“周三夜访”、村民会议等多种形式，走村入户讲政策、谈前景，把“发展服装产业能致富”的理念植入人心。要素

保障方面，全县盘活近700处闲置农房、66个闲置场地，构建“一区多园”产业格局；同时开展46期服装技能培训，发放超5000份培训证书，为产业发展培育了大批“熟练技工”。

更具突破性的是管理模式的创新。陆河探索出“1个中心工厂+N个卫星工厂+X个农户”的“高砂模式”——中心工厂负责接单、品控，卫星工厂和农户承接生产环节，实现“大厂带小厂、小厂连万家”，让产业从“分散作战”转向“集群发展”。政策与金融支持同样给力：出台15条专项措施，涵盖规模奖励、成本减免；搭建政银企平台，推出“服装贷”，推动农商行“整企授信”2亿元，为52家企业解决2152万元融资难题，彻底打通了产业发展的“资金堵点”。

而在营商环境优化上，陆河更是拿出真招实策：建立县领导走访机制，及时解决企业难题；推行柔性执法与“全代办”服务，将工程建设审批环节从24个精简至6个，实现“拿地即开工”，让企业安心经营、放手发展。

硕果满枝：小服装织就民生大工程

3年耕耘，陆河服装产业改革结出了沉甸甸的“果实”。

如今，陆河县引育中小微工厂超1300家，其中服装类超800家；新增跨境电商近30家，依托拼多多、希音、速卖通等平台，日均出口T恤超30万件，“陆河制造”的标签正走向全国、迈向世界。数据更具说服力：2024年全县村集体总收入4134万元，同比增长21%；2022年以来，新增就业岗位超1.4万个，居民可支配收入年均增速达5.7%——曾经的“小服装产业”，如今已真正锻造成为惠及万千家庭的“民生大工程”。

从“一针一线”的零星探索，到“千家万户”的产业集群，陆河县以服装产业为笔，在基层改革的画卷上写下了“实效”二字。这条路，不仅为陆河闯出了发展新路径，更为其他地区推进基层改革、实现乡村振兴，提供了可复制、可推广的宝贵经验。

共绘同心圆 粤疆谱新篇

羊城晚报记者 杭莹

智能建设催快南疆物流步伐 投资戈壁筑起现代超级工厂

伴随着智能化分拣设备的运作声，一批批等待运送的包裹经过设备智能识别，被分在不同区域。25岁的米尔艾合麦提是喀什新广智慧物流港内的一名顺丰小哥。他的工作之一组织人员，将分拣好的包裹整齐摆放到一旁。“以前是人工分拣，现在不用了。”他说，园区智能化的设备让工作变得更高效、轻松。

今年3月，一家来自广州市天河区的企业——广州拉普拉斯投资控股有限公司（以下简称“广州拉普拉斯公司”）在喀什建起南疆首个5G智慧物流港。自此，喀什居民“网购等一周”的状态被重新书写：物流时效由原先7-10天压缩至1-3天，最快实现“当日达”。

实现新疆物流“当日达”

记者了解到，喀什新广智慧物流港项目总投资为6.3亿元，共3期。项目一期“智能分拣中心”于今年3月交付京东物流运营，随后顺利引进顺丰速运、中国邮政。项目二期定位为“跨境电商产业园”，项目三期定位为“智能云仓”。

据喀什新广智慧物流港副总经理周继浩称，这一项目的落地，主要是被喀什独特优势和优质营商环境所吸引。“我们来考察时发现当地电商的快递运输时长基本上在7-10天，甚至更久。但事实上，喀什近年来包裹快递量年增长70%以上，只是缺乏大型现代物流中心。这里就是红海中的一片蓝海。”

喀什京东物流自营仓运营投入使用，智能化分拣设备让喀什的物流运转效率大幅提升，时效压缩到1-3

天，喀什市、疏勒县、疏附县、阿图什市甚至实现“当日达”，其他县市实现“次日达”。

“我们想做的不仅是南疆的物流集散地，更想成为中亚、南亚的一个集散中心。”周继浩说道。

目前，紧挨着物流港园区的一大片区域已经完成土地平整，这里是项目二期、三期所在地，其中二期本月初已动工，预计明年5月投入运营。

如果说喀什新广智慧物流港是让喀什的物流快速更加便利、促进了线上商贸的繁荣，那么广州数据交易所（喀什）服务基地（以下简称“喀什基地”）带动的则是喀什的数字市场。

喀什拥有丰富的天空信息数据资源以及文化旅游、现代农业等诸多特色产业数据，具备建成高能级、国际化数据要素流通枢纽的天然优势。喀什市将数据交易所作为招商引资的重点任务，依托广东援疆资金，以奖补政策形式鼓励数据交易。截至2024年底，已有4笔数据交易的数据供方企业获得政府的交易补贴。

据了解，数据交易所最重要的是将喀什乃至全疆地区的数字资源基于产业场景孵化成数据产品及数据服务，依托广州数据交易所生态体系让新疆乃至全国需方市场进行有效供需对接，提升喀什市各产业的数据产品加工能力和服务能力。

喀什基地经理高翔表示：“喀什基地为新疆的数据交易所提供了安全可信的服务平台，相当于打造了数据交易的‘淘宝’与‘京东’。”

建在沙漠的“超级工厂”

夜幕降临，东莞以西5000公里外，塔克拉玛干沙漠边缘的图木舒克市达坂山工业园区依旧灯火通明。一座座现代化厂房的车间内机器轰鸣，工人们在流水线前有序作业。

谁能想到，5年前这里还是人迹罕至的沙漠。这样的巨变，被新疆苏锦纺织有限公司负责人下海龙看在眼里。两年前，他带着7.8亿元投资来到这里，启动30万吨锭锭纺项

暨南大学教育部人文社科重点研究基地（华侨华人研究院）主任、教授张振江：

浩瀚太平洋 难阻家国情深

近日，羊城晚报专访暨南大学教育部人文社科重点研究基地（华侨华人研究院）主任、教授、广东华侨华人研究会会长张振江。

羊城晚报：司徒美堂为支持祖国抗战做了哪些工作？

张振江：从九一八事变之后，司徒美堂就通过洪门致公堂开始组织海外华侨华人援助中国抗战。洪门致公堂在美洲多地都有分支，借助洪门致公堂，司徒美堂可以非常高效地动员美国、美洲乃至全球华侨华人共同为抗战出力。同时，司徒美堂和洪门致公堂不断进行抗战宣传，并向世界强调中国是最早举起反法西斯大旗的国家，且付出了巨大牺牲。

羊城晚报：司徒美堂在海外打拼的经历，如何塑造了他的家国情怀？

张振江：司徒美堂的家国情怀，既源于内在情感，也来自外部环境影响。对父母、家乡和民族的热爱是一种自发的天然情感。日本对中国的侵略更让他以及更多海外华侨华人意识到——有国才有家，只有海内外的中华儿女团结一心，才能战胜法西斯，实现中华民族自立自强。他深切希望看到一个团结、发展和强大的中国，正因如此，他在耄耋之年毅然回到祖国，参加新中国建设。

银信连山海 印尼中华志

全链出海+合资运营 广东车企出海 在印尼有了新解法

羊城晚报记者 曾潇 蒋铮 温泽广

“哇！这些新能源汽车都很漂亮！”近日，在印度尼西亚雅加达的一处高档商场内，广汽集团举行了一场新车型的营销活动，当地媒体和消费者围着现场的展车连连赞叹。

近年来，印尼大力发展新能源汽车行业，吸引了广东车企的目光，其中包括广汽集团。目前，广汽集团已经在当地上市4款车型，针对不同购车需求进行了较为完整的布局。同时，广汽印尼智慧工厂已投产，已有两款车型在当地生产、组装。

广汽印尼合资公司首席运营官覃帮术表示，未来所有在印尼市场发售的车型，都将在本地进行生产或者组装，“我们出海的模式是全产业链出海，将在印尼打造新能源产业生态。”

打造区域新能源产业中心

印尼作为东盟第一大经济体和全球第四大人口大国，正积极将自己打造为区域新能源产业中心。印尼政府计划到2030年实现200万电动汽车保有量，并配套推动充电设施建设，目标建成5万个充电站。这一雄心得益于印尼的自然资源优势，印尼拥有丰富的镍、锡、钴、铜、铝土等金属资源，其中，镍、钴等是生产电动汽车动力电池必需的原材料。

2024年，印尼电动汽车销量同比激增150%，约为4.3万辆，且中国品牌占据主导地位。目前，印尼市场电动汽车渗透率约为5%，这意味着留给中国新能源车企的发展空间巨大。

覃帮术说：“印尼政府对新能源产业的支持非常积极，我们也非常看好这个机会窗口。2023年年底，我们开始做市场调研，2024年开始布局。今年6月份广汽印尼智慧工厂正式竣工，未来所有在印尼售卖的车型，基本上都会在印尼本地组装。”

该工厂目前的年产能约为2万辆，未来可以扩充到5万辆。初入印尼的广汽已经为当地创造约3000个工作岗位，随着业务不断扩张，将会提供更多就业机会。同时，广汽先进的制造水平也将极大促进本地产业能力提升。覃帮术说：“我们会组织大量印尼本地员工去中国接受培训。”

在产品上，广汽也在针对印尼市场做更多的优化。覃帮术介绍，印尼对七座车的需求更大，中国市场常用的五座或者六座车型，引入印尼市场需要进行转换，广汽已经在规划中。

广汽树“出海”新范式

除了整车的组装，广汽出海还尽可能地整个生产链条带到印度尼西亚。覃帮术说：“根据印尼相关法规，本地化率目前要求是40%，将来会逐步提高到60%。我们广汽出海是主机厂带着零部件供应商、电池、能源、商贸等板块全产业链出海，整体构建电动汽车的生态。”

这意味着，广汽在印尼市场的发展，将朝着成本更优、效率更高的发展方向迈进，同时有望实现以印尼市场为支点，辐射更广阔的东盟、亚太市场。

在运营层面，广汽也有自己的独立思考。根据自身企业基因，广汽选择在印尼本地寻找合作伙伴，强强联手开拓新市场。广汽印尼合资公司首席执行官安德里（Andry Cin）向记者介绍说：“广汽与Indomobil集团成立合资公司以此进入印尼市场。在印尼，Indomobil拥有近50年的汽车行业经验，具备完善的生产设施和覆盖全印尼的服务网络，这是我们选择其作为战略合作伙伴的重要原因。”

通过合资模式，双方能够优势互补，快速打开局面。覃帮术介绍：“目前合资公司中的中方员工数量不多，我们更倾向于用本地人来管理本地人。”走在雅加达街头，随处可见来自中国的汽车品牌，这既印证了印尼市场的巨大潜力，也揭示了日益激烈的竞争环境。广汽凭借“全产业链出海”与“合资运营”的模式，不仅实现了本地化生产与销售，更为印尼新能源汽车生态的可持续发展注入了创新动力，这或许为中国车企出海提供了一个新解法。