

学习贯彻党的二十届四中全会精神

增强必胜信心 赢得战略主动

——论学习贯彻党的二十届四中全会精神

首席评论

□李妹妍

历史的车轮滚滚向前,时代的号角催人奋进。党的二十届四中全会审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》,明确了“十五五”时期经济社会发展的指导方针和主要目标,擘画了未来五年的发展蓝图,是乘势而上、接续推进中国式现代化的又一次总动员、总部署。

站新的历史起点上,距离基本实现现代化目标只有10年时间,距离全面建成社会主义现代化强国目标也只有20多年时间。抓住这个时间窗口,当有时不我待的紧迫感和使命感,增强

必胜信心,赢得战略主动。

增强必胜信心,源于过往的辉煌成就。全会在回顾“十四五”时期我国发展历程时,用了八个字“极不寻常、极不平凡”。过去五年,中国经受住世纪疫情严重冲击,有效应对一系列重大风险挑战,经济实力、科技实力、综合国力跃上新台阶,中国式现代化迈出新的重要步伐,第二个百年奋斗目标新征程实现良好开局。再往前看,从“一五”到“十四五”,一以贯之的主题是把我国建设成为社会主义现代化国家,尽管遭遇过各种意想不到的困难和挫折,我们的意志和决心始终没有动摇。风雨无阻的坚实步伐,深刻表明“我们的现代化既是最难的,也是最伟大的”。

赢得战略主动,需要准确把握时代脉搏。“十五五”时期是基本实现社会主

义现代化夯实基础、全面发力的关键时期,在基本实现社会主义现代化进程中具有承前启后的重要地位。全会准确把握这一历史方位,深入分析我国发展环境面临的深刻复杂变化,对未来五年发展作出顶层设计和战略擘画。从高质量发展取得显著成效到科技自立自强水平大幅提高,从进一步全面深化改革取得新突破到社会文明程度明显提升,从人民生活品质不断提高到美丽中国建设取得新的重大进展……主要目标清晰明确,任务举措求真务实。抓住这个重要时间窗口,巩固拓展优势、破除瓶颈制约、补强短板弱项,我们就能在激烈国际竞争中赢得战略主动,为如期基本实现社会主义现代化奠定更加坚实的基础。

中国式现代化,是伟大而艰巨的恢弘事业。世界之变、时代之变、历史之

变正以前所未有的方式展开,今天的中国发展与世界大局也正前所未有地相互交织激荡在一起。全会明确了“六个坚持”重要原则,包括坚持党的全面领导、坚持人民至上、坚持高质量发展、坚持全面深化改革、坚持有效市场和有为政府相结合、坚持统筹发展和安全,为“十五五”时期经济社会发展清晰指明了方向。

学习好贯彻好党的二十届四中全会精神,是当前和今后一个时期全党全国的重大政治任务。站在新的历史起点上,让我们更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围,把思想和行动统一到党中央决策部署上来,勠力同心、真抓实干,为基本实现社会主义现代化而共同奋斗,不断开创以中国式现代化全面推进强国建设、民族复兴伟业新局面!

热点快评

□孔德淇

10月25日下午,歌手郑智化在微博发文,称深圳机场对残疾人的态度没人性,升降车离机门地板25厘米,他的轮椅推不进飞机,腿也跨不进机舱门,操作升降车的司机完全不愿把升降板提高,冷眼看着他连滚带爬进飞机。当晚,深圳机场迅速致歉,承诺增加保障人员、试点启用登机连接装置。

无障碍环境建设法明确规定,国家采取措施推进无障碍环境建设,为残疾人、老年人自主安全地通行道路、出入建筑物以及使用其附属设施、搭乘公共交通运输工具,获取、使用和交流信息,获得社会服务等提供便利。深圳机场

配备了升降车等无障碍硬件,却在服务环节出现“断点”。操作司机不愿多费一分力调整升降板,冷眼旁观旅客陷入窘境。这种“硬件到位、软件缺位”的现象,本质上是服务意识的淡薄,是对特殊群体权利的忽视。

在现实生活中,类似的“25厘米落差”并不鲜见:无障碍通道被杂物堆积、盲道被机动车侵占、公共场馆缺少适配的服务设施、窗口单位工作人员缺乏主动帮扶意识……这些看似微小的疏忽,如同隐形的门槛,将特殊群体挡在便捷生活之外。公共服务的核心是“人”,无障碍服务更是城市文明的试金石。优质的公共服务,不该让任何人因身体不便而被

边缘化,更不能让“达标”成为服务的终点。随着硬件设施逐步完善,服务理念

值得肯定的是,深圳机场在事件发生后快速响应,郑智化也以包容态度呼吁推动服务优化,让这起事件没有陷入对立僵局,成为改进工作的契机。但道歉只是起点,整改更需落地见效。补齐25厘米的落差,既要靠技术改进,通过优化登机连接装置等硬件升级,从根本上消除物理障碍;更要

靠管理赋能,建立健全无障碍服务规范,加强对工作人员的培训与监督,让主动帮扶成为职业自觉;还要靠理念升华,将坚持以人民为中心的发展思想融入每一个服务细节,让特殊群体感受到被尊重、被重视。

郑智化的遭遇不仅为深圳机场敲响了警钟,更给全国公共服务行业提了醒,无障碍建设不能只停留在表面,而要深入肌理;服务优化不能只满足于合格,而要追求卓越。

愿这25厘米的落差,成为人文关怀扎根公共空间的“催化剂”,推动更多城市以此为鉴,举一反三,把无障碍服务做细做实,把人文关怀融入日常。

以“郑智化登机遭遇”为鉴,把无障碍服务做细做实

广交世界 互利天下 聚焦第138届广交会

广交会采购商组团赴莞“寻宝”,深入莞企一线探寻转型密码

“制造美学”加持 东莞制造“圈粉”全球

“量体裁衣”“无中生有” 广交会吹起外贸新风向

中国制造正从“订单响应者”向“需求创造者”跃迁

羊城晚报记者 沈钊

“这个佛像工艺品的发髻要高一些,这是泰国市场的特点。”10月26日,在第138届广交会福建威鹏实业(以下简称“威鹏”)的展位前,工作人员正细致地为客商讲解产品细节。几步之外的深圳鸿绪锦科技(以下简称“鸿绪锦”)展台上,一款能够对话的“情绪陪伴机器人”引来不少采购商好奇围观。一边是依循全球订单灵活调整的传统工艺,一边是基于客户灵感孕育的前沿发明——两家企业的不同样貌,共同勾勒出中国外贸正在发生的深刻变化。

在威鹏的展位里,造型各异的树脂喷泉工艺品吸引着海外采购商的目光。这些产品与国内常见的茶台流水造型迥然不同。“我们主攻海外市场,必须紧跟采购商的审美偏好。”该公司工作人员向记者介绍,“欧洲客户青睐动物造型,美国和日本市场则偏爱自然庭院风格。”

而近几年,广交会迎来了很多东南亚和南亚的客商。工作人员表示,象神喷泉等便是专为印度市场设计的产品。

作为从上世纪90年代末就开始参加广交会的“老广交”,威鹏的发展历程堪称一部借助广交会洞察并响应全球需求的“进化史”。据工作人员回忆,企业最初从台湾地区引进了树脂喷泉技术,早期产品主要面向日本市场,以竹材等自然元素打造日式庭院风格。随着广交会上欧美采购商增多,他们又陆续开发出动物造型、现代家居等系列产品。近年来,他们敏锐捕捉到新兴市场的崛起,“例如,印度客商采购量明显增多,我们就针对性开发了象神等当地特色

的系列产品,如今已成为热销品类之一。”

相隔不远,鸿绪锦的展位则呈现出另一番“未来”图景。工作人员正向采购商展示他们最新研发的“情绪陪伴机器人”。这家公司最初以擦窗机器人闻名,而这次带来的新产品,实现了一次从“功能”到“情感”的跨越。

“这个转变的灵感,其实也来自广交会。”鸿绪锦公司总经理高彬告诉记者,“有海外客户和我们交流时提出,机器人能不能不只干活,还能在情感上和人互动?”这个想法点燃了他们的研发热情。如今,这款能对话、能提供情绪价值的机器人,虽然还在测试阶段,却已在展会上获得外商关注。一位印度客户仅凭介绍视频,就在现场支付定金,预订了500台。

高彬表示,接下来计划通过广交会寻找全球合作伙伴共同测试完善产品,目标在2026年将成熟产品推向市场。

一边是威鹏根据全球订单“量体裁衣”,展现了“中国制造”强大的市场适应力;另一边是鸿绪锦基于客户灵感“无中生有”,展现了“中国智造”的创新潜能。中国外贸企业正从敏锐的“市场响应者”,逐步转向更具主动性的“需求创造者”。而广交会,始终是这一进程中的重要推动力。它已超越传统“订单集市”的功能,演进为一个集信息交汇、灵感碰撞与创新试炼于一体的高端平台。在这里,企业不仅收获当下的订单,更窥见未来的方向。中国外贸的竞争力,正在从价格与效率,迈向基于创新与洞察的价值新阶段。

全球采购商来莞“寻宝”

10月23日,东莞“制造美学”之旅活动首日,10余位广交会采购商走进瑞丰源、海新智能、葛天那、博力威等企业进行采购对接。其中包括阿根廷头部餐厨连锁品牌、巴西新能源汽车连锁企业等重要客商。

来自巴西的采购商Red Dull表示,清洁能源正深刻影响全球产业发展。通过实地探访博力威,他看到了多项创新技术产品,并找到了具备充沛产能的新能源汽车零部件工厂,对进一步合作表达了浓厚兴趣。

在海新智能的展厅里,来自加拿大的采购商Sal对东莞“制造美学”大加赞赏。他表示,不同于多数厨房制造商仍沿用传统材料制作橱柜,这家企业另辟蹊径,用铝材打造柜门,堪称完美范例。

在全球贸易格局深度调整的今天,东莞企业正凭借“制造美学”赢得越来越多的关注。正如采购商所言,打动他们的不仅是东莞制造的品质,更是品质背后所承载的美学理念。

羊城晚报记者 李洪宝 通讯员 莞宣

第138届广交会正如火如荼地开展。本届广交会上,东莞首次以“制造美学之城”的城市产业新形象组团亮相,吸引全球客商瞩目,让东莞制造成功“圈粉”全球。

在广交会举办的窗口期,10月23日至25日,东莞组织开展了为期3天的“制造美学”之旅。活动邀请广交会采购商、主流媒体、财经大V和探厂博主走进海新智能、葛天那、唯美陶瓷、微石科技、拓斯达等一批“制造美学”代表企业,深入东莞制造一线,开展采购对接与采风活动,探寻“制造美学”背后的东莞密码。

东莞葛天那鞋袋制造有限公司是一家专注于鞋和服装专业设计的欧洲独资企业。活动现场,企业销售总监黄柏棋介绍,前来对接的采购商更关注产品在多种应用场景下的系列化设计,这对企业的整体设计能力和工艺美术水平提出了更高要求。“当一个客户被产品外观吸引,他会进一步看到局部细节,例如鞋子的车缝、注塑、冷粘等工艺。这些都要我们在审美上不断精进,尤其是在工艺细节上。”

探寻企业转型美学密码

10月24日,采风团走进得利时空引力城、唯美陶瓷、哈一代、微石文化科技、拓斯达等东莞制造品牌企业的展厅和车间。通过一线走访,解码东莞企业如何将设计之美、工艺之美、生产之美、产品之美、人文之美与理念之美贯穿于制造全流程,从而找准转型升级的新方向。

2025年的建陶行业正经历深度变革,主流品牌纷纷通过差异化创新破局。马可波罗控股旗下高端品牌唯美陶瓷率先出击,在产品上形成了“生活”



由广交会采购商等组成的采风团参观拓斯达 通讯员供图

“设计”“大师”三大体系架构。凭借在美学上的坚持,马可波罗成为中国建筑陶瓷走向世界的名片,并于10月22日在深交所正式挂牌上市。

国民略创始人、华南城市研究会副会长凯风表示,唯美陶瓷的转型发展是东莞从代工制造走向高端制造、智能制造的缩影。“最初它只是生产陶瓷产品,如今融入了更多美学元素和文化创意元素,这是传统企业从代工制造者转向产业链主导者的必经之路。”凯风认为,从城市发展维度看,东莞这几年的产业转型路径,为国内许多传统工业城市提供了可复制的探索样本。

在微石科技展厅,采风团被这家潮玩企业通过国风与金属材料融合、成功“圈粉”全球的故事深深吸引。微石科技的自主品牌“拼酷”以非遗元素为创意核心,开发出2000余款原创IP,走出了一条“文化创意+科技创新”双轮驱动的发

展路径。在微石科技总经理熊毛看来,一件潮玩产品若能达到工艺品甚至艺术品级的审美高度,就足以震撼人心。

拓斯达是一家东莞工业机器人领域的上市企业。9月12日,拓斯达面向全球发布了首款轮式人形机器人——“小拓”,这也是首台在注塑行业落地应用的人形机器人。企业品牌市场部相关负责人表示,机器人产品要实现持续进步,离不开科技美学的加持。“外观上要漂亮、先锋,还需要拥有全能产品力,这都是‘制造美学’的一种升维体现”。

在广交会持续吸引全球客商汇聚广东,体验中国更智能、更绿色、更美的新产品时,东莞正以“制造美学”理念,助力东莞制造向高端价值链攀升。东莞商务局相关负责人表示,广交会的成果是起点,东莞将继续通过平台联动,让“制造美学”持续获得全球市场认可,为全年外贸增长再添动力。

(作者是资深媒体评论员)