

羊城晚报

快评

□杨帅

白云机场T3航站楼启用 世界级航空枢纽构建加速

10月30日,广州白云国际机场T3航站楼和第五跑道正式投运,标志着白云国际机场进入“五条跑道+三座航站楼”运行时代。这不仅是机场枢纽能级的再跃升,更为区域经济发展和打造大湾区世界级机场群再添新引擎。

机场枢纽的能级提升,进一步增强了全球竞争力。白云机场T3航站楼和第五跑道的正式投运,使其成为中国民航首个拥有五条商用跑道的机场。数据显示,2024年,白云机场全年旅客吞吐量达7636.9万人次,位居全国第二、全球第十二;货邮吞吐量238.2万吨,位居全国第二、全球第九。随着T3航站楼和第五跑道的投运,白云机场近期可满足年旅客吞吐量1.2亿人次、货邮吞吐量380万吨的

使用需求,终端容量可承载1.4亿人次旅客、600万吨货邮,客货吞吐规模将在全球处于领先地位。机场能级的大幅跃升,将有效支撑白云机场打造成世界级航空枢纽,提升全球竞争力和影响力。

空铁路网的衔接联运,进一步加快了资源要素的流通。10月30日当天,广州东环城际铁路白云机场东站开通运营,其站点即对应白云机场3号航站楼。据了解,新建成的T3综合交通中心是集航空、公路、铁路(城轨)于一体的多方式联运的交通综合体。根据相关规划,白云机场将引入6条高铁、5条城际、2条地铁、2条高速,实现白云机场20分钟可达广州火车站或广州白云站、31分钟到达广州南站。

白云机场的空中网络可以实现4小时航程覆盖东南亚、12小时通达全球,通过“机场+高铁”“机场+高速”的衔接联运,将进一步提升粤港澳大湾区“内联外通”的交通效能,增强广州作为国际航空枢纽的资源配置能力和全球连通性,吸引国内外更多的人流、物流、资金流和信息流汇聚广州,助力广州和粤港澳大湾区深度参与全球产业链供应链。

白云机场T3航站楼的投用,也将进一步提升旅客出行体验、促进区域经济发展。T3航站楼内设置了陆侧全景航空观景平台,旅客可以边喝咖啡边欣赏飞机起降。同时,航站楼内的智能系统也大幅提升了通关效率,轨道交通出港旅客可同层值机、交运

行李,高效实现空铁联运,为旅客提供更加便捷、舒适的出行体验。随着机场功能和规模的扩大,以机场为核心的空港经济生态圈还将有望吸引跨境电商、航空物流、高端制造等空港偏好型产业的集聚,促进广州和粤港澳大湾区的经济发展。

白云机场T3航站楼的建成,不仅是广州打造世界级航空枢纽的里程碑,更是粤港澳大湾区竞逐全球航空舞台迈出的关键步伐。未来,随着辐射全球的世界级机场群加快建设完善,“买全球、卖全球、飞全球”的现实将越来越多地照进大湾区居民的现实生活,不仅将为广东推进中国式现代化提供强有力的支撑,也将更好地服务于广东的高水平对外开放和新发展格局。

热点

快评

□陈广江

职场“军令状”不能成“霸王条款”

一纸《物业费收缴确认书》,让物业经理的月收入从1万余元骤降至2000元出头。让员工签订“未完成100%收缴率则按最低工资标准发放工资”的“责任状”,究竟是企业绩效管理的合理手段,还是违反劳动合同的单方降薪?

日前,《工人日报》记者从江苏省江阴市人民法院获悉了这起案例。法院认为,公司此举是转移自身管理责任,其设定的业绩考核机制存在明显不当,此类约定应认定为无效,物业公司应按照正常工资标准支付工资差额。

企业追求效益天经地义,员工业绩考核也是管理的重要手段。但任何管理手段都必须在法律框架内运行,不能逾越合理与公平的底线,异化为变相降薪、裁员的工具。否则,哪怕白纸黑字签了名,也可能被认定为无效。法院的

上述判决无疑给一些“别有用心”的用人单位敲响了警钟。

本案中,物业公司要求员工在发薪前的深夜签署责任书,不仅程序上有失公允,内容上也严重不合理。物业费收缴受公司服务质量、业主配合度等多重因素影响,绝非一名经理单方面能决定,100%的收缴率几乎是无法完成的指标。发薪前夜签署这样的责任书,更像是物业公司精心设下的陷阱。

这类“军令状”在职场并不少见。一些用人单位以“业绩责任书”“对赌协议”等名义要求劳动者签署工作任务目标文件,并设置业绩不达标接受罚款、降薪甚至自动离职等措施。法律并不禁止企业设定绩效目标,也不反对通过协议明确考核标准。但关键在于,目标

是否合理、程序是否民主、惩罚是否合法。

现实中,不少“军令状”恰恰在这三方面都存在缺陷。目标设定脱离实际,成为“不可能完成的任务”;签订过程缺乏平等协商,常常是“要么签,要么走”;惩罚措施直接与基本劳动权益挂钩,甚至触碰“自动离职”的红线。这已超出了正常绩效管理的范畴,演变为披着合法外衣的“霸王条款”。

这种以惩罚为导向的“军令状”,也暴露了一些企业在管理上的懒惰和短视。绩效考核的初衷是激励,不是恐吓;是共赢,不是单赢。制定目标要实事求是、跳一跳够得着。调整薪酬要协商一致、依法依规。涉及员工切身利益的制度,必须经过民主程序,做到公开透明。

对劳动者而言,面对不合理的责任协议,要学会说不。签字前多问几个为什么,保留好相关证据。即便已经签了字,只要内容显失公平,依然可以寻求法律救济。劳动者的合法权益,不会因为一纸不公的协议而消失。

对企业来说,与其费尽心机设计各种“军令状”,不如把精力放在改善管理、优化激励、提升员工获得感上。健康持久的劳动关系,从来不是靠一纸“军令状”来维系的。公平合理、互相尊重的合作,才是企业和员工共赢的基础。

说到底,企业可以搞绩效,但不能搞霸权;可以定目标,但不能设陷阱。那些试图以“军令状”之名行“霸王条款”之实的企业,最终只会付出更高的信誉成本和法律代价。

羊城晚报创刊68周年特别策划

智创新篇 勇毅同行 A13

2025年10月31日 / 星期五 / 责编 李卉 / 美编 黄绮文 / 校对 刘媛元

13万套空调背后的 反向定制新范式

文/沈钊 图/受访者提供

“截至目前,京东上的空调销售总量已经超越了去年全年。”近日,京东格力品牌产销负责人对记者表示,格力与京东联合定制的产品“AI节能王子Pro”空调,自去年12月上市以来,已经售出了13万套。这背后实际上是家电巨头与电商平台从简单供销到深度共融的变革之旅,其中又藏着怎样的故事?

数据赋能:从消费者洞察到爆款产品的转化之路

传统上,格力在消费者心中建立的是“好空调格力造”的认知,但如今已升级为“好电器格力造”的品牌定位。如何让消费者接受这个转变,成为双方合作的重要课题。

“我们现在做消费者画像时发现,用户年龄层从十几岁到六七十岁都有。”京东格力品牌产销负责人表示:“通过数据分析,我们能精准识别格力在哪些用户群体中存在缺失。”这种数据能力成为京东助力格力突破发展瓶颈的利器。

“酒香也怕巷子深。”京东格力品牌产销负责人引用这句古语,点出了当下家电市场的现实挑战。

记者了解到,京东凭借其全平台用户画像分析能力,为格力提供了精准的市场洞察。这些数据不仅涵盖格力既有用户,更包括全品牌、全品类的消费者行为分析,为产品研发提供了前所未有的支持。

“AI节能王子Pro”正是这种合作的结晶。该产品基于京东平台反馈的用户需求,创新性地将融合了三大卖点:AI动态节能技术,比传统空调节省约

13.6%的耗电量;舒适送风系统,实现“风不吹人”的体验;以及宽温域运行能力,在-35℃到60℃的环境下仍能稳定工作。

格力电器电商负责人对此深有感触:“京东为我们提供了新思路,新的人群画像,以及来自消费者最真切体验。”这种深度合作,使得格力能够快速响应市场需求,推出更贴合消费者期待的产品。

也正是基于这样的方式,京东与格力的合作范围正从空调扩展到全品类。据悉,双方已将格力的冰箱、洗衣机和空调打包成一个整体的管理范畴,借助京东平台资源,助力格力实现从空调专家到全品类家电品牌的转型。

渠道融合:线上线下无缝体验创造新价值

“用户既可以在线下门店选购,也可以在线上触达,我们正在努力打破这两者的界限。”京东格力品牌产销负责人描绘着全渠道融合的愿景。

今年,京东与格力成立了合资公司,专注于开发下沉市场。同时,通过京东MALL和城市旗舰店等线下业态,消费者可以亲身体验格力的全品类产品。

更具创新性的是,京东正尝试推进线上线下产品一体化运营。“我们想整合线上线下的产品,统一聊一个产品,线上线下都卖。”京东格力品牌产销负责人透露,目前正以格力为试点推进这一模式。

这意味着,消费者在京东线下门店可能看不到所有格力产品出样,但可以通过门店的线上系统订购,由京东物流配送到家。这种模式既拓展了展示空间,又保证了购买便利性。

而大单包销成为双方风险共担、利



格力在珠海的智能工厂

益共享的又一创新模式。裴海虹介绍,在生活电器领域,格力与京东已达成多款产品的包销合作。夏季的“织风者”风扇销售12万套,冬季的取暖器也有十几万套的包销计划。

“我们双方都投入了大量资源,也都承担着风险。”京东格力品牌产销负责人坦言:“包销模式的核心是承诺——我们承诺采购数量,格力承诺提供有竞争力的价格和资源支持。”

面对与多家家电品牌同时合作的局面,京东展现出开放的竞争观。“合理竞争能够促进行业正向发展。”京东格力品牌产销负责人表示,每个品牌都有其独特优势,京东致力于基于各品牌特长匹配对应的消费群体。

从数据驱动的产品创新,到线上线下的渠道融合,京东与格力的合作正在重塑家电行业的竞争格局。这场深度合作不仅带来了销量增长,更探索出了制造业与电商平台深度融合的新路径,为行业的创新发展提供了可借鉴的范本:数据驱动、渠道融合、风险共担的新型合作伙伴关系,正悄然改变行业的竞争格局。

羊城晚报创刊68周年特别策划

智创新篇 勇毅同行 A13

2025年10月31日 / 星期五 / 责编 李卉 / 美编 刘翔 / 校对 刘媛元

民生银行广州分行: 践行绿色金融大文章 助力城市特色产业发展

文/民生银行广州分行

在粤港澳大湾区这片充满活力与创新的土地上,绿色金融正成为推动城市特色产业发展的重要力量。民生银行广州分行始终坚持以绿色金融践行社会责任,通过创新金融产品和服务,支持传统行业转型升级,助力城市绿色发展。

绿色金融:时代的呼唤

随着全球气候变化和环境问题日益严峻,绿色金融逐渐成为国际共识。绿色金融不仅是金融机构的社会责任,更是推动经济可持续发展选择的必然选择。在粤港澳大湾区高速发展的进程中,绿色金融

助力佛山市陶瓷行业:绿色转型的典范

佛山市是全国乃至全球重要的陶瓷生产基地,拥有悠久的陶瓷文化和深厚的技术积淀。然而,随着环保政策的趋紧和市场需求的不断变化,佛山陶瓷行业自2024年以来面临产能过剩、市场竞争加剧等多重挑战。原材料和燃料成本虽有所下降,但低价竞争导致企业经济效益下滑。同时,陶瓷行业被正式纳入广东省碳交易管理,迫使企业加大投入进行节能降碳和智能化技术升级改造。面对这一系列困境,佛山地区陶瓷企业的绿色转型亟需资金支持。

2025年上半年,民生银行广州分行主动伸出援手,为当地多家陶瓷企业提供绿色金融支持,

的实践尤为重要。作为国内领先的商业银行,民生银行广州分行积极响应国家绿色金融政策,将绿色金融理念融入业务发展,通过创新金融工具和服务模式,支持企业在低碳转型道路上行稳致远。

助力企业实现绿色转型。MN是一家专注于建筑陶瓷研发、生产和销售的高新技术企业,拥有多年的发展历史和深厚的技术积淀,四大生产基地均获评国家级“绿色工厂”。HW陶瓷和HH陶瓷也是佛山市建筑陶瓷行业的龙头企业,同样面临环保政策趋紧和市场需求下降的挑战。为支持这些企业的绿色经营发展,民生银行广州分行为三家企业提供了合计近2亿元的信贷支持,满足了企业在清洁能源利用、绿色供应链管理、降低采购成本等方面的需求,并给予绿色贷款优惠,有效降低了企业的融资成本,实现银企双赢。

创新服务: 绿色金融的实践

为了更好地服务陶瓷企业的绿色转型,民生银行广州分行不断创新金融产品和服务模式。针对企业的具体需求,分行通过绿色金融工作小组全程跟踪指导服务,确保绿色信贷资金的高效合规使用。同时,分行还为企业提供了一系列全方位的线上金融服务,包括财富管理、线上融资、智能账簿等,满足企业低碳经营的需求。

民生银行广州分行在绿色金融领域的积极行动,不仅有力支持了MN等头部陶瓷企业的绿色发展,也为其他中小型陶瓷企业的低碳转型提供了宝贵的经验和借鉴。未来,分行将继续支持佛山陶瓷行业对环境友好的融资需求,全方位支持城市特色产业绿色转型。

未来展望: 共创绿色明天

在绿色金融的道路上,民生银行广州分行将继续发挥先锋作用,不断探索和创新,为更多企业提供优质的绿色金融服务。未来,分行将加大对清洁能源、节能减排、绿色建筑等领域的支持力度,推动绿色金融与实体经济的深度融合,助力粤港澳大湾区的可持续发展。

同时,民生银行广州分行还将积极探索碳金融创新业务,携手市场供给方、需求方、交易平台、专业机构等各方共建低碳生态圈,充分发挥要素市场的作用,共同活跃市场、匹配资源,提升CCER碳市场的影响力,为建设美丽中国、实现碳达峰碳中和目标贡献更大的力量。