



广东深化12345改革

以“即接即办”为核心进行系统性重塑

羊城晚报记者 沈钊

近日,广东省全面启动深化12345热线平台“即接即办”改革,以一条热线为支点,系统推动政务服务流程再造与治理模式创新。这场改革,是广东践行以人民为中心发展思想、响应“民有所呼、我有所应”的实质性举措,标志着全省政务服务正从“被动应答”向“主动治理”进行深刻转型。

全省一盘棋
推动服务模式根本性转变

广东的12345热线改革并非简单的服务提速,而是一场以“即接即办”为核心的政务服务系统性重塑。今年,省政府办公厅出台1号文件,全面深化12345热线平台“即接即办”改革,用一条热线撬动政务服务流程再造变革,通过整合优化受理渠道、强化诉求精准分办、提升热线智能化水平、压实承办责任等方式,把群众的急难愁盼与企业的关切诉求统一纳入高效响应和闭环解决体系,在夯实为民服务“软环境”的同时,持续提升广东营商环境“硬实力”,为广东高质量发展与现代化建设筑牢民生根基。

智能化驱动,让响应“更快一步”。面对海量且多元的民生诉求,传统模式难以以为继。广东将数字化、智能化作为驱动“即接即办”直通快响应的“强引擎”。

闭环化管理,让办理“更实一层”。改革着力破解过去“接得住”但“办不实”、部门推诿扯皮的痛点。全省全面实行“首接负责制”与清单化管理,厘清职责边界,确保事事有“负责人”。

一体化思维,让治理“更优一程”。改革强调“热线撬动”,其深意在于以热线汇聚的民生数据,反哺科学决策与源头治理。广东加强对诉求数据的深度挖掘与智能分析,精准识别民生痛点、政策堵点和风险隐患。

地市齐争先
百花齐放彰显改革活力

在广东省顶层设计的框架下,广东各地市结合自身实际,大胆探索、积极创新,形成了百花齐放、各具特色的改革实践,共同擦亮12345热线的“粤”品牌。

广州作为超大城市,依托成熟热线体系,着力打造一体化服务平台与协同化解决机制。其横向覆盖全市百余家企业承办单位、纵向贯通五级服务网络的体系,确保了诉求的高效流转。尤为亮眼的是,在全国首推互联网“长者版”服务,并荣获全国“人民满意的公务员集体”称号,体现了超大城市的温度与治理精度。

羊晚快评 □李妹妍

省政府办公厅“1号文件”聚焦“即接即办”,
释放哪些信号?

广东省政府办公厅年度“1号文件”聚焦一条热线,这个举动本身传递的信号非同一般。近日,广东全面启动深化12345热线平台“即接即办”改革,不仅仅是对热线接听速度的技术升级,更是一场以“小切口”推动治理体系现代化的大变革。

乍一看,深化12345热线平台“即接即办”改革,追求的是一个“快”字。群众通过热线电话反映问题,最朴素的期待就是响应快、解决快。这直指当前政务服务中常见的堵点:诉求日益多元、问题交叉复杂,涉及多领域、多部门、多层次,耗时长。此次改革,正是要以一条热线撬动政务服务流程再造,强力疏通这些堵点。它通过整合热线电话、扫码反映、网上受理等多渠道入口,让群众“找得到人”;通过实行“首接负责制”和打通数据共享通道,让问题“找得对门”;通过建立“街镇吹哨、部门报到”工作体系,让复杂事项“聚得起力”。这套组合拳,将“民有所呼”到“我有所为”的路径缩短,让效率的提升可感可知。

然而,若将“即接即办”简单等同于“快办”,便低估了这场改革的深意。“办得快”是第一步,“办得好”才是落脚点。为此,广东构建起全流程闭环管理:从受理、派单、办理到答复、督办、回

深圳则以“民意速办”改革为先锋,率先探索从“接诉即办”向“未诉先办”的模式跃升。作为全省改革的先行者,深圳将民生诉求改革作为“书记项目”强力推动,通过主动发现、提前介入,努力让服务跑在问题前面,为全省提供了“主动治理”的宝贵经验。

东莞立足“双万”城市特点,奋力打造“12345·莞民声”品牌。其核心创新在于建设全市统一的政务服务知识库,破解了政策解答多头、标准不一的顽疾,实现“解答即办事”。同时,通过“一把手”领办、联席会议、“每周一题”等硬核机制,压实承办责任,推动工单平均办理时长缩短至4.5天,让“您有烦心事,请拨12345”深入人心。

惠州的“惠民速办”体系,聚焦解决“转办不畅、办得不实”的难题。通过整合一个人口、建设一个平台、编制一套清单、构建一套制度的“四个一”主线,强化跨部门协同与领导督办。其成功协调优化直升机航线以解决噪音扰民的案例,充分展现了改革在攻坚复杂民生难题上的决心与能力。

其他地市也亮点纷呈:韶关建立“三个一”机制,实现企业涉税诉求4.5小时极速办结,赋能营商环境优化;阳江创新“N+12345”模式,将热线延伸至营商、政务、法治等多场景,构建“云网格”“云窗口”;肇庆以“数智赋能”驱动升级,并依托城市“智慧大脑”实现趋

势预警,推动主动治理。

征程再出发
让民生热线连通幸福广东

改革的终极目标是守住民心、温暖民心。广东深化12345改革,不仅是技术的升级、流程的再造,更是治理理念的深刻革新,致力于将这条热线打造成有温度、可信赖的“暖心线”。

记者了解到,广东将创新推动热线服务主动走出话务大厅,深入开展进社区、进园区、进企业的“三进”活动。通过面对面宣讲政策、现场受理诉求、即时协调问题,将服务的触角延伸至基层末梢。

深化12345热线“即接即办”改革,是广东践行以人民为中心发展思想的生动写照,也是推进政府治理体系和治理能力现代化的重要切口。

改革的施工图已绘就,结合工作部署,各地各部门已明确时间表、路线图、责任人,1月底前全面启动改革,3月底前各项工作将取得明显成效。改革未有穷期,服务永无止境。站在新的起点,广东将继续打磨这条“民生热线”,以改革破解堵点难点,以机制提升办理质效,以服务传递为民温度,让南粤大地的民生底色在一次次“呼有所应”中愈发鲜亮。

羊晚快评 □李妹妍

省政府办公厅“1号文件”聚焦“即接即办”,
释放哪些信号?

坊、评价,环环相扣,并且引入了“好差评”评价与常态化核查机制。这将压紧压实各地各部门主体责任,让“办就办好”成为铁律,以制度刚性倒逼承办部门不能仅仅满足于程序上的“已回复”,更要实现问题的“真解决”。

更深一层看,“即接即办”意在推动治理“向前进”。通过对海量民生诉求数据的深度挖掘和智能分析,相关部门可以主动发现哪些问题是高频的、共性的,从而推动服务模式从“解决一件事”向“办好一类事”转变。比如,从集中反映的老旧小区加装电梯难,可以催生出系统性解决方案;从企业频繁反映的审批堵点,可以触发流程的主动优化。这种“未诉先办”的智慧,标志着服务模式正从“等群众上门”的被动应答转向“想在前头、做在实处”的主动治理,充分彰显了治理的前瞻性与人文温度。

民生无小事,枝叶总关情。这份“1号文件”的分量,远不止于首页的编号。目前,各地各部门已明确时间表、路线图、责任人,释放的信号愈发清晰:广东将以更大的决心,推动政府职能从管理向服务深度转型,将制度优势转化为治理效能,让“民呼我为”“办就办好”成为南粤大地上的新常态。改革大幕已启,成效值得期许。

广货行天下

“广货行天下”服装专场明天启幕

作为“中国服装产业第一省”的广东,其服装产业正迎来新的发展契机

羊城晚报记者 孙晶 扶贝贝

2025年,全球服饰行业市场规模攀升至1.84万亿美元,服饰消费呈现稳健增长态势,而作为“中国服装产业第一省”的广东,其服装产业在经历阶段性调整的同时,正迎来新的发展契机。

1月31日,“广货行天下”春季行动服装促销专场将盛大启幕,广州流花商圈等核心服饰集散地同步开启大幅让利活动,为产业注入强劲市场活力。

产业带集群:
以规模韧性扛周期压力

作为广东服装产业最核心的优势载体,三大服装产业带构建的全产业链体系,不仅是过往40余年产业崛起的关键,更是当前应对市场波动、承接“广货行天下”活动订单需求的核心支撑。

尽管近年来外部压力和内部竞争不断加大,但广东凭借全国领先的产业集群,早已筑牢抗风险根基。数据显示,2024年广东省共有纺织服装规模以上企业4240家,其中服装企业约2535家,占全国18.34%,位居全国第一。从全球视野看,服装产业的竞争已是供应链与供应链之间的竞争。

第一。从全球视野看,服装产业的竞争已是供应链与供应链之间的竞争。

广东服装产业带的规模效应与协同能力,成为产业穿越周期的底气所在。

在广东,服装产业集群已经形成了从纺纱、织布、印染到成衣制作的完整产业链条。

全省共有29个纺织服装产业集群,专业市场数量位居全国第一。

这种产业布局,使得广东服装产业能够快速调整资源配置,有效应对“广货行天下”活动带来的订单需求变化。

跨境电商转型:
打通出海新通道

面对全球经济复苏乏力、外需疲

软的外部环境,广东服装产业凭借其全国领先的跨境电商布局,正打通出海新通道,有效抵消传统外需疲软带来的负面影响。

跨境电商为广东服装产业提供了绕过传统贸易壁垒、直接触达海外消费者的可能。广东服装企业借助跨境电商平台,逐步从代工贴牌向品牌出海转型,从价格竞争向价值竞争升级。

“广货行天下”春季行动不仅着眼于国内市场,也通过跨境电商渠道为海外消费者提供更具性价比的广东服装产品。这种线上线下结合、国内外国际联动的促销模式,有望在更大范围内激发消费潜力。

跨境电商转型也推动了广东服装产业在数字技术、物流配送、品牌营销等领域的全面提升。广东服装企业正在利用数字技术分析海外消费趋势,实现产能提升约40%,关键工序实现无人化操作,有效提升了对市场变化的响应能力。

在消费升级的背景下,广东服装产业更加注重品牌建设和文化内涵的提升。从简单的产品销售向生活方式传递转变,增强了产品的附加值和市场竞争力。依托53所服装院校和约15万名设计师构成的人才基础,广东在原创设计、时尚表达和品牌塑造方面持续积累优势,为产业向价值链中高端迈进提供支撑。

消费导向创新:
驱动供给侧升级

广东服装产业正在从生产导向向消费导向转变,通过产品创新能力迎接服饰消费稳健增长态势。

“广货行天下”春季活动服装促销专场不仅是为了激活终端消费、对冲短期压力,更承载着巩固产业链

地位、推动“广东制造”向“广东智造”升级、重构产业竞争新优势的深层意义。

消费导向的创新变革体现在广东服装产业对市场需求的快速响应上。

广东服装企业通过数字化转型,建立柔性供应链,能够快速响应市场需求变化,实现小批量、多品种的快速生产。以中山市沙溪镇为例,一批智能制造企业通过全流程数字化改造,实现产能提升约40%,关键工序实现无人化操作,有效提升了对市场变化的响应能力。

在消费升级的背景下,广东服装产业更加注重品牌建设和文化内涵的提升。从简单的产品销售向生活方式传递转变,增强了产品的附加值和市场竞争力。依托53所服装院校和约15万名设计师构成的人才基础,广东在原创设计、时尚表达和品牌塑造方面持续积累优势,为产业向价值链中高端迈进提供支撑。

结构优化动力:
政策东风+自身优势

作为承载着全国18%规模以上服装企业的产业沃土,广东服装产业之所以能借助政策东风与自身优势突破瓶颈,实现更上层楼,关键在于结构优化的深层动力。

“广货行天下”政策是广东服装

产业优化结构的重要推手。该政策不仅通过促销活动刺激短期消费,更重要的是引导产业向高质量发展方向转变。

结构优化体现在广东服装产业的区域布局、产品结构和企业组织结构的全面调整上。广东正在推动服装产业从分散布局向集群发展转变,从低端产品向中高端产品升级,从传统企业组织向现代企业制度转型。

广东服装产业的结构优化还体现在绿色发展理念的践行上。面对全球对可持续时尚的日益关注,广东服装企业正加大环保材料、清洁生产和循环利用技术的研发应用,提升产业的可持续发展能力。广东推动纺织印染环节入园发展,已培育3个纺织印染行业的省级特色产业园区。推动10家企业入选国家印染行业规范公告名单,1家企业入选粘胶纤维企业规范公告名单。

随着“广货行天下”春季行动的启动,广东服装产业正站在新一轮发展的起点。产业带的集群韧性、跨境电商的转型活力、消费导向的创新变革与结构优化的深层动力,共同构成了广东服装产业在调整中突围、于变革中领航的四大支柱。

放眼未来,广东服装产业有望凭借其完整的产业链条、创新的发展理念和灵活的市场策略,在全球服饰消费规模达1.84万亿美元的大市场中占据更重要的位置。

广货行天下·科创百例看广货

文/羊城晚报记者 符畅 冷霜

图/受访者提供

小马智行:

以自动驾驶硬科技 锻造“广货智造”新名片

日前,小马智行宣布,截至2025年年底,其Robotaxi(自动驾驶出租车)运营车队规模已突破1159辆,超额完成年度“千辆级”战略目标。这家从广州南沙驶出的企业,正以硬核科技与规模化运营能力,为“广货行天下”注入智能驾驶的新内涵。

作为国内首个在北上广深全面落地无人驾驶出行服务的企业,小马智行不仅凭借自研的“世界模型”与“虚拟司机”构建技术壁垒,更通过车规级量产、成本优化与全球布局,展现了广东科技从创新到智造的完整实力。

关键的是,其中的智能体可与车辆进行高拟真动态交互,从而构建出极度真实与复杂的训练环境。此外,模型内嵌了能全面评估驾驶安全性、舒适性与效率的精准标准,这正是其能攻克不同城市路况差异、实现大规模技术适配的核心所在。

从实验室到街头
成本革命推动量产落地

顶尖技术必须搭载于稳定、可靠且经济的硬件载体,才能走向大规模服务,小马智行第七代Robotaxi系统体现了“安全为先”与“商业可行”的平衡。

小马智行相关负责人介绍,该套件采用100%车规级零部件,历经电磁兼容(EMC)、高低温、耐久性等严苛测试,设计寿命达60万公里,从源头保障了行驶安全与运营稳定性。

智能制造层面也完成了一场“成本革命”,通过正向研发、平台化设计及与头部供应商的深度整合,第七代系统自动驾驶套件BOM成本较上一代大幅下降70%,其中车载计算单元成本降幅达80%,激光雷达成本降低68%。这种“降本、提质、量产”的良性循环,使得车队规模快速扩大至千台级别,并预计在2026年超过3000台。

该负责人表示,系统平台化设计还支持多车型适配,能实现研发资源共享,实现规模效应降低采购成本,提升制造效率。



小马智行Robotaxi运营车队规模已突破1159辆

从南沙到全球
“广货智造”驶向世界

小马智行的崛起,深深植根于广州这片勇于“先试先行”的创新热土。作为全国汽车制造与消费的重镇,广州为智能网联汽车产业提供了得天独厚的产业链配套。

早在2018年,广州南沙区就率先发布智能网联汽车道路测试指导意见,后又在全国率先开展自动驾驶示范运营,这种敢为人先的政策环境,为小马智行提供了宝贵的早期发展空间。全国首支城区全场景无人驾驶车队在此上路,国内首个自动驾驶出行平台PonyPilot同步诞生。

如今,小马智行与广汽埃安共同研发的第七代Robotaxi已在广州街头实现单车盈利,成为部分市民的日常出行选择。这标志着自动驾驶技术从技术演示迈入了可持续的商业化运营阶段,是“广货”从传统制造升级为“智能产品+高端服务”的生动实践。

依托在广州形成的技术、制造与商业化闭环能力,小马智行正加速“广货出海”的步伐。其无人驾驶技术和运营经验已在中东、欧洲、韩国、新加坡等多个国家和地区展开布局。通过将国内已验证的“技术-产品-运营”一体化模式推向全球,小马智行不仅推出先进产品,更致力于为全球产业培养专业人才,旨在成为自动驾驶领域“广货行天下”的新典范。