

智助两业协同向优向新 聚力擦亮“广东服务”品牌

——“广货行天下·社科一席谈”

广货行天下 · 理论纵横

编者按

习近平总书记就服务业发展作出重要指示指出,党的十八大以来,我国服务业规模稳步扩大,质效持续提升,在支撑产业升级、满足民生需要、带动就业扩容等方面发挥了重要作用。

服务业是广东发展的“强劲引擎”。推动制造业与服务业协同共生、

深度融合,是广东构建现代化产业体系、加快发展新质生产力的关键路径。

21日,广东省社会科学界联合会和羊城晚报报业集团联合主办第四场“广货行天下·社科一席谈”,深入学习领会习近平总书记关于服务业发展重要指示精神,聚焦广东两业协同发展。张振刚、胡震、蔡卫

星、李兵、谢宝剑、李军等专家学者围绕数智赋能、两业协同路径、金融供给服务、广货“质量跃迁”、广货场景创新、粤港澳文旅服务业联动等开展专题研讨。省社科联党组书记、专职副主席李宜航表示,促进服务业扩能提质,是战略任务,也是现实紧迫课题,社科界的智力支持必

须全程在场、全时在线,在聚力、赋能、破题中彰显服务中心大局的使命担当。要紧扣“需求牵引、决策咨询、科技赋能、开放合作”四条主线精准发力、务实推进,以“社科之思”回应“实践之问”,智助两业协同向优向新,聚力擦亮“广东服务”金字招牌。本版特辑取座谈观点精粹,以飨读者。

打造数智赋能广货行天下新范式

□张振刚

广东推进生产性服务业的产业化、高端化,核心是提升其数智化、标准化、融合化、国际化水平,关键是加强与人工智能大模型的深度融合,推动广东向“全球智造服务商”转型。当前,广东数智化转型面临“数据安全不出厂”与“数据训练需流动”的结构性矛盾,数智化复合型人才短缺、中小企业转型难、海外本地化服务能力不足、标准互认不畅等挑战。

数智赋能广货行天下,需要以六路协同构筑广货出海新生态。一是平台共建,打造数智基础设施即服务(IaaS)新模式。例如,广州数字科技集团与天河CBD共建数智赋能中心,旗下广电运通为32个国家提供“端到端”金融数智化解决方案,形成强大服务生态圈与竞争优势。二是技术融合,构建产业平台即服务(PaaS)智造新体系。例如,广州赛意信息与华为合作推动AI技术,在20个行业全链路落地,依托“谷神·善谋GPT”制造业行业大模型服务3200多家国内外企业,大幅提升生产效率和成本。三是场景驱动,探索垂直大模型集群赋能和软件即服务(SaaS)新路径。例如,东莞新一代人工智能产业

技术研究院联合当地企业组建创新联合体,构建“数据不出厂、模型可共享”的联合创新机制,助力模具企业实现研发与生产效率大幅提升,有效撬动海外高端市场。四是标准输出,引领全球灯塔工厂建设新范式。例如,美的集团与麦肯锡等机构合作,将智能制造标准向海外推广,其泰国灯塔工厂带动691家本地供应商共同升级。五是服务延伸,开创高端装备运维即服务新赛道。例如,广州白云电气深化服务型智造转型,将具身智能和AI诊断系统嵌入电力设备全生命周期管理,实现运维服务从“被动响应”到“智能化主动预防”升级,相关产品和服务已在多国地铁项目中应用。六是多式联运,建设“端到端”物流网络新业态。例如,深圳中集世联达整合海空铁陆运输与海外仓、关务、金融等服务,构建“端到端”全球数智物流平台,在欧美实现本地化配送。

面向未来,需多策并举构建广货出海新动能。一是构建数据跨境“安全合规通道”,推广边缘计算、隐私计算等技术,建设“合规即服务”(CaaS)平台,推进大湾区数据跨境试点认证,破解合规

瓶颈。二是深化“抱团出海”与生态赋能,支持龙头企业海外建设广货全球服务中心,提供一站式服务,推广制造协同模式,引导搭建合作平台,建立收益分成、风险分担机制,形成出海集群效应。三是加快复合型数智人才培养,推动“AI+制造+贸易”跨学科建设,实施“数字工匠”出海培育工程。四是打造针对中小企业的成本、周期和技术门槛“轻量化”的普惠型数智转型工具箱,推广先用后付、效果付费等创新模式,对服务平台和应用企业给予补贴和奖励。五是积极参与国际标准制定与互认,支持广东企业参与国际标准化组织,推动“一带一路”框架下的标准互认,形成“中国技术+本地适配”的合作模式。

广东正以人工智能与生产性服务业深度融合,向“全球智造服务商”跃迁,重构“广货”出海的价值链逻辑,为“中国制造”走向“中国服务”提供可复制的粤港澳大湾区样板,为我国参与全球产业数智化竞争注入广东力量。

(作者系华南理工大学工商管理学院二级教授,广东省“十五五”发展规划专家委员会委员)

两业协同铸优势,广货扬帆向新高

□胡震 李梓墨

近年来,广东立足产业基础与资源禀赋,推动服务业与制造业多维度深度协同发展,推动广货行天下,形成一批具有标志性、创新性的实践案例,彰显出强大的产业融合活力。

立足新征程,广东要深入贯彻落实习近平总书记就服务业发展作出的重要指示精神,紧扣服务业高质量发展主题,以破解现实问题为导向,以“广货行天下”为抓手,坚持制造筑基、服务赋能、融合创新、开放提升,推动两业协同从浅层配套向深度融合、从局部联动向全链条耦合转变,打造全国两业协同发展新高地。

强化数字引领,构建全链条产业融合新生态。以数字技术为纽带,打通制造与服务的数据壁垒,推动数字服务业与先进制造业全方位融合。搭建省级产业融合数字服务平台,整合消费、生产、流通、服务全链条数据,实现需求精准对接、产能高效调配;大力发展工业互联网,推动数字化服务向中小制造企业下沉,降低企业转型成本,推广柔性制

造、反向定制等新模式;培育数字服务龙头企业,带动产业带整体数字化升级,让数字服务成为两业协同的核心引擎,全面提升产业运行效率与市场响应能力。

聚焦高端延伸,提升现代服务业支撑能级。紧盯制造业转型升级需求,推动生产性服务业向专业化、高端化、精细化发展。大力发展研发设计、检验检测、标准认证、品牌运营、供应链管理、高端服务业,培育一批具有核心竞争力的专业服务龙头;支持制造业剥离低质服务板块,成立专业化服务机构,带动全产业链服务升级;完善现代物流、会展经济、商贸服务体系,打造高效畅通的现代流通网络,为广货行销全球提供坚实服务支撑,实现服务业与制造业高度适配、同步升级。

深化创新驱动,健全产业协同要素保障体系。聚焦人才、技术、数据等关键要素,破除体制机制障碍,构建适配两业协同的要素保障体系。深化产教融合、校企合作,培育一批复合型产业融合人才,完善人才引进、培养、激励机

制;健全数据要素流通、共享、交易机制,释放数据要素价值,推动数据资源转化为产业发展动能;优化产业协同政策,加大对两业融合项目、平台、企业的扶持力度,推动珠三角高端服务与粤东粤西粤北制造产能精准对接,形成全省一体化协同发展格局。

坚持开放共赢,拓展全球产业协同发展空间。依托粤港澳大湾区平台,扩大服务业高水平对外开放,引进国际高端服务资源、先进技术与管理经验,推动与广东制造深度融合;大力发展服务贸易,推动广货产品出海与服务出海同步发力,提升全球供应链服务、跨境金融、国际法律等服务保障能力;积极对接国际高标准经贸规则,推动广货标准、服务标准与国际接轨,提升“广东制造+广东服务”全球竞争力;持续做强“广货行天下”品牌,构建全球营销服务网络,让广货在全球市场行得更稳、走得更远。

(作者系中共广东省委党校经济学教研部主任、教授、博士;中共广东省委党校研究生)

金融活水润泽服务业发展,助力广货高质高效行天下

□蔡卫星

生产性服务业贯穿研发、营销、售后全产业链,是推动实体经济升级的战略产业。广东拥有全部31个制造业大类与多个万亿级产业集群,服务业规模全国领先,生产性服务业占据绝对主导地位。从微笑曲线来看,价值链两端是研发型和营销型生产性服务业,前者关乎广货高质行天下,后者保障广货高效行天下。针对两类生产性服务业的不同特征,有效强化金融供给就成为必然选择。

第一,要强化科技金融“三支箭”,推动研发型生产性服务业发展,助力广货高质行天下。研发设计、检验检测、知识产权、工业软件等研发型生产性服务业,位于“微笑曲线”前端,决定着产品70%以上附加值,是提升广货品质的战略支点。一是提升银行信贷“主力箭”规模效能,破解研发型生产性服务业“轻资产”融资难题。银行需构建以知识产权、研发能力、技术前景为核心的信用评估体系,推动三方面转型:首先,坚持专业事情由专业人士做的理念,引导设立科技支行;其次,加强科技信贷产品和服

务创新,推广以投贷联动模式等行之有效的经验;最后,加强政策支持,对开展知识产权质押、研发贷等业务的银行给予风险补偿,推动银行向“科技企业全生命周期服务商”转型。二是发挥政府资本“穿云箭”引导效能,打造耐心资本“压舱石”。政府资本一方面适度壮大引导基金规模,构建“1+N”梯次天使投资体系,探索“母子基金”+直投等模式,重点倾斜种子期、天使期早期项目;另一方面提高风险容忍度,落实尽职免责机制,让政府资本成为“耐心资本”。三是用足资本市场“穿杨箭”精准效能,激发社会资本“新引擎”。有效精准赋能科技成果转化,重点是推动以下两项工作:一方面用足用好现有政策,以注册制改革为契机,支持有条件的研发型生产性服务企业上市;一方面畅通“募投管退”循环,发挥广深平台优势,为风投机构提供多元化退出通道。

第二,要优化数字金融双支柱,推动营销型生产性服务业发展,助力广货高效行天下。数字营销、电商运营、跨境结

算、供应链金融、智慧物流等营销型生产性服务业,需以数字化支付清算体系与数字化融资服务体系为支撑。一是强化数字化支付清算体系,打通资金流“任督二脉”。加快构建覆盖B2B与B2C全场景的数字化支付生态,支持支付机构与境外本地支付网络互联互通。如广东可依托大湾区试点数字人民币跨境贸易应用,实现支付即结算,压缩资金在途时间。二是完善数字化融资服务体系,有效破解“流动性困局”。依托交易数据、物流数据、支付数据等新型信用资产,将风控模型从“看报表”升级为“看数据流”。鼓励金融机构与电商平台、MCN机构、跨境物流企业合作,开发“场景贷”产品,将资金精准滴灌到最需要周转的营销节点。

以科技金融赋能研发型生产性服务业从而不断提升广货品质,以数字金融赋能营销型生产性服务业从而不断提高广货送达效率,广东制造必将行稳致远,通达天下。

(作者系广东财经大学南岭学者特聘教授、金融学院院长)

广货行天下:从“规模扩张”到“质量跃迁”的十年进阶

□李兵

2015—2025年,广东外贸经历了一场从“规模扩张”到“质量跃迁”的深刻变革。

从“单极依赖”到“多元均衡”。中国香港作为广东最大的出口市场,占比从2015年的31.90%降至2025年的19.77%,但转口高附加值产品占比大幅提升。美国市场占比有所下降,但高端机电产品、自主品牌占比显著提升。欧盟市场占比有所上升,新能源汽车、光伏、储能等绿色产品成为新增长点。三大传统市场合计占比从61.49%降至49.38%,市场过度集中的风险得到有效化解。

与此同时,新兴市场成为核心增量来源。广东对东盟出口额从占比9.00%上升至15.36%。对“一带一路”共建国家出口额达1.45万亿元人民币,占比提升至24.04%。

广东出口从“面向少数高端市场”转向“覆盖全球多层次市场”,从“依赖转口贸易”转向“直接触达终端消费者”,为外贸可持续发展奠定了坚实基础。

从“低端代工”到“高端智造”。2025年广东出口,机电产品成为绝对主力。更重要的是,机电产品的内涵发生质变,

高附加值的智能手机、新能源汽车、光伏组件、工业机器人成为出口主力。纺织品实现提质增效,高档服装面料、家用纺织品、产业用纺织品成为主力。这一系列变化表明,广东出口产品正在从“成本优势”转向“技术优势”,从“价格竞争”转向“价值竞争”。

从“大进大出”到“内生驱动”。过去十年,广东推动贸易方式从传统加工贸易向一般贸易、新业态并重的格局转变,内生动力全面增强。

2015年一般贸易出口占比42.9%,2025年达64.2%,与此同时,来料加工贸易和进料加工贸易占比则大幅下降。这标志着广东外贸从“代工贴牌”转向“自主品牌”,从“被动接单”转向“主动营销”。跨境电商海外仓出口691亿元,增长9.8倍;市场采购贸易出口398.7亿元,连续十年位居全国第一。这种贸易模式的革新,不仅优化了外贸结构,更重要的是培育了内生增长动力。

粤港澳大湾区建设为广东外贸提供了独特的制度优势和空间载体。过去十年,湾区内部协同不断深化,外贸发展的整体效能显著提升。

产业链协同度大幅提升。2025年大湾区产业链、创新链、金融链深度融合,世界知识产权组织发布的《2025年全球创新指数(GII)》将“深圳-香港-广州”科技集群列为全球第一。电子信息、生物医药、高端装备等世界级产业集群加速成型。这种协同不仅降低了交易成本,更提升了整体创新能力和市场响应速度。

粤港澳大湾区在“一国两制”框架下,依托横琴、前海、南沙、河套四大重大合作平台,以制度创新为核心,差异化探索要素跨境流动的最优解,资金、人才、技术、数据等创新要素在湾区内部高效配置,为外贸高质量发展提供了制度保障。

十年磨一剑,广东外贸从6431.72亿美元到8433.9亿美元的跨越,见证了“广货行天下”的辉煌成就。面向未来,广东需要以RCEP实施为契机深化亚太市场合作,以“一带一路”建设为抓手拓展新兴市场,以粤港澳大湾区建设为引领强化产业协同,持续推动外贸提质增效、创新发展。

(作者系中山大学岭南学院教授,国家发展研究院副院长)

以场景创新,开辟广货市场新空间

□谢宝剑

从“珠江水、广东粮、岭南农、粤家电”,到新能源汽车、工业机器人、无人机等,广货始终是中国制造业与消费市场的重要标杆。如今,在消费升级与产业转型的双重驱动下,场景创新作为连接产品与需求的核心纽带,正打破广货市场的传统边界,重构消费体验、激活产业动能,为“广货行天下”开辟出全新增长空间。

场景创新是破解广货发展瓶颈的核心抓手。场景创新的本质,是将产品嵌入具体生活与产业情境,实现从“卖产品”到“卖体验、卖价值”的转型,这正是破解当前广货发展瓶颈的关键抓手。

场景创新能够以市场需求为核心牵引,通过重构产品供给逻辑、激活消费体验价值,让产品从“被动等待选择”变为“主动创造需求”,有效破解产业同质化与附加值偏低的问题。例如,围绕智慧生活、国潮消费、健康家居、文旅融合等多元场景打造一体化解决方案,可倒逼企业加强技术集成与原创设计;同时依托场景体验深度融入岭南文化与广货特色,可以强化广货品牌辨识度

与消费者黏性。此外,场景创新还能推动传统专业市场向沉浸式展销、数字化交易、柔性供应链服务等新型流通场景升级。

场景创新本质上是对传统供需关系的结构性重构。场景创新通过对“人-货-场”三大核心要素的精准拆解与深度融合,实现三者之间的最优匹配,进而达到降低市场交易成本、激活消费者潜在需求、创造产业增量价值的多重目标。

一是需求激活逻辑。场景创新是以消费者的真实生活场景为核心导向,将各类广货产品与居家生活、文旅出行、社交聚会、办公通勤等多元场景深度绑定,从而唤醒消费者的潜在消费意愿。二是价值增值逻辑。当广货产品融入特色场景中时,便能借助场景所蕴含的文化底蕴、体验氛围与情感共鸣,形成区别于同类产品的差异化竞争优势,实现价值增值。三是生态协同逻辑。场景创新本身具有鲜明的跨界融合特性,其核心价值在于能够有效打破不同产业之间的壁垒,推动广货制造业

与文旅、零售、数字、物流等相关产业的深度融合、协同发展,构建起“广货+”的多元产业生态体系,实现产业资源的优化配置与高效利用。

场景创新是赋能广货市场升级的实践路径。在实践中,场景创新正从消费、产业、跨境、文化四大维度,为广货开辟全新的市场空间。

消费场景的创新,让广货企业打破传统售卖模式,打造沉浸式、个性化的消费体验。产业场景的创新,推动广货从“单一制造”向“产业解决方案”转型,提升产业核心竞争力。跨境场景的创新,为广货突破国际市场边界提供了新路径,面对不同国家和地区的文化差异、消费习惯差异,广货企业不再是简单地将产品出口,而是注重本地化场景适配。文化场景的创新,让广货承载起岭南文化的内涵,实现“产品功能”与“文化价值”的双重提升。

(作者系暨南大学经济学院教授、南方高等金融研究院副院长,省政府参事室特约研究员)

深化粤港澳文旅服务业联动,推进服务业高质量发展

□李军

粤港澳地缘相近、文化同根、交往密切、经济实力雄厚,为粤港澳大湾区文旅服务业协同发展奠定了坚实基础,三地联动发展已从蓝图变为现实并取得初步成效。在市场与基建方面,大湾区内部文旅消费市场的一体化格局初步显现,“程多站”跨境旅游产品日益成熟,“粤港澳大湾区”整体旅游品牌国际知名度持续提升。港珠澳大桥、广深港高速铁路建成通车,形成“一小时生活圈”,为人员、物资、信息的快速流动提供了坚实支撑。在产业协作方面,三地合作已向产业链、价值链深度整合,在影视娱乐、创意设计、演艺演出、会展服务、数字内容生产等领域深度合作、优势互补,催生出更具竞争力的文旅产品与服务模式。在政策机制方面,在《粤港澳大湾区发展规划纲要》引领下,三地建立多层次协作机制,在联合旅游推

发、公共服务衔接等方面持续加强合作,为产业协同扫除障碍。

当前,粤港澳文旅服务业的协同发展迎来黄金机遇期,深化粤港澳文旅服务业联动,要在规则联通、产业链接、品牌联创三方面发力。一是推动“规则联通”,深化体制机制创新。争取在合作平台先行先试,支持横琴、前海、南沙开展执业资格认定、企业资质互认、行业标准对接,探索建立“湾区文旅服务标准”体系。建立并完善三地文旅、市场监管、交通、公安等部门高效协同监管机制,营造安全、有序、诚信的市场环境。探索数据跨境安全流动管理,为精准营销、客流管理、安全预警等提供支撑。二是推动“产业链接”,构建协同共生生态。编制产业协同发展指引,明确三地差异化定位,形成“香港接单+澳门特色+广东服务与制造”的协同链条。共建文旅产业创新联盟,合作开发

具有湾区特色的数字文旅产品、智慧旅游解决方案和沉浸式体验项目。打造“粤港澳文旅投资联合体”,共同设立文旅产业投资基金,支持跨区域跨领域重大文旅项目落地。三是推动“品牌联创”,提升整体竞争力。深挖岭南文化、海丝文化、华侨文化、近现代革命与改革开放文化资源,共同打造湾区文旅精品线路,形成具有中国特色的文旅IP集群。实施一体化全球营销,整合三地旅游推广资源,以“粤港澳大湾区”品牌开展宣传推介,举办全球性文旅盛会、节庆活动。擦亮“广货行天下”名片,将高品质的文旅服务融入“广货”内涵,支持湾区文旅企业抱团出海,实现从“卖产品”到“卖服务”“卖体验”“卖标准”的升级,让大湾区文旅服务走向世界。

(作者系华南师范大学旅游管理学院教授)