

23日部分镇街雨量“破百”，风力超8级 广东强对流天气预计明日起减弱

羊城晚报讯 记者梁悻韬、通讯员梁巧倩、屈凤秋报道：4月23日凌晨起，移入广东的强雷雨云团为广东多地带来强降雨伴强对流天气，多地在当天发布暴雨、雷雨大风、冰雹等预警信号。广东省气象部门23日预计，广东的风雨天气明日起明显减弱。在风雨天气减弱前，公众需注意防御风雨及伴随而来的降温影响。

16个镇街雨量超100毫米

根据广东省气象台统计，23日8时至16时，广东有16个镇街录得超过100毫米的大暴雨，有71个镇街录得50毫米~100毫米的暴雨，有365个镇街录得25毫米~50毫米的大雨，各市雨量最大的镇街包括惠州博罗县横河镇177.8毫米、河源紫金县好义镇122毫米、广州增城区正果镇117毫米。此外，全省风速超过10.8米/秒的站点占全省总站数的22.5%，有1个气象站录得超过20.8米/秒的9级风，有7个气象站录得17.2米/秒~20.8米/秒的8级风，风力较大的站点包括

汕尾海丰县黄羌镇(20.9米/秒)。

户外活动仍需防范风险

广东省气象局23日提醒，24日广东中南部仍有强对流和强降水天气，户外活动和高空作业注意防御局地雷电、雷雨大风等引发的树木、厂房工棚、临时构筑物、户外广告牌倒塌等风险。各地需注意防范强降水可能诱发的山洪及泥石流、山体滑坡、崩塌等地质灾害，并注意防范城乡积涝、农田渍涝等风险。雨雾天气能见度差，道路湿滑，各地需注意交通安全。农事作业应注意避开雷雨时段，广东中北部市县需做好烟叶、茶树、果树等作物的防风防风措施。受降水叠加冷空气影响，广东各地气温有所下降，公众需注意添衣保暖。

广州下周或再迎雨天

广东省气象台23日预计，24日广东中南部市县仍有大雨到暴雨局部大



4月23日，广州市民在风雨天气中撑伞出行 羊城晚报记者 梁悻韬 摄

暴雨降水，部分市县伴有8级局部10级左右的雷雨大风、冰雹等强对流天气；受弱冷空气和降水共同影响，各地最高气温下降到22~25℃之间，体感清凉。预计25日至26日，广东降水明显减弱，大部市县降雨转多云，早晚有轻雾或雾，气温回升。

广州市气象台23日预计，24日受切变线维持影响，广州仍有中雷雨，其中南部地区有大到暴雨。预计25日起，广州降水减弱。按现有气象资料展望，4月28日至5月2日，受低涡切变和高空波动影响，广州降水又趋活跃，将有一次持续性强降水过程。

茂名化州耀明糖厂一句承诺温暖万千蔗农—— 收购果蔗，来者不拒

文/图 羊城晚报记者 全良波

“不能让蔗农一年的辛苦打水漂！”茂名化州耀明糖厂掷地有声的承诺，像一股暖流，驱散了萦绕在万千蔗农心头的阴霾。4月23日，记者走访耀明糖厂时，茂名市耀明企业集团有限公司董事长陈耀表示，耀明糖厂与蔗农共渡难关，将对蔗农的果蔗来者不拒，预计将收购果蔗超10万吨。

23日当天，记者奔赴现场看到，耀明糖厂门外的道路上，满载着果蔗的大货车排起了数公里的长龙，司机们表示，他们有的来自广西玉林，有的来自广东惠州，有的来自广东增城，覆盖全国主产区。

厂区内，机器轰鸣声不绝于耳，工人们顶着燥热，分工明确、有条不紊地忙着卸蔗、检测、压榨，清甜的蔗汁香

气弥漫在厂区的每一个角落，一派繁忙却有序的景象。

记者了解到，果蔗与传统糖蔗有着明显区别——果蔗含糖量更低、水分更足、纤维更细，用来榨糖不仅效率低，还面临诸多技术难题。而且果蔗的市场价格远高于糖蔗，对糖厂而言，收购果蔗榨糖无疑是一笔“亏本买卖”。也正因为如此，行业内几乎没有糖厂愿意收购果蔗用于榨糖。蔗农们看着地里成熟的果蔗卖不出去，一年的辛劳眼看就要付诸东流，心急如焚。

“4月8日，我到增城调研时，看到大片大片的果蔗没有人收购，蔗农们唉声叹气，我心里也像被针扎一样难受。”陈耀说，回到厂后，他立刻组织技术人员研究用榨糖蔗的机器加工果蔗，技术难题都被一一攻克。随后，他决定收购南沙、增城等地的滞销果蔗，初步预计收购量达4万吨。

“耀明糖厂收购果蔗”的消息迅速传遍省内外。广东各地的蔗农来了，广西、福建的蔗农也不远千里，驱车上百公里甚至上千公里，将自家的果蔗运往化州，只为能找到销路。

“我们24小时不停工，全力榨糖，但前来送蔗的车辆实在太多，只能请大家多些耐心排队。”陈耀说，不管来了多少果蔗，糖厂都会来者不拒，一直收购到榨完最后一根，尽最大努力减少蔗农的经济损失。

更暖心的是，除了照顾蔗农，糖厂也在温暖赶路人。考虑到货车司机们长时间等候的不便，糖厂特意免费为他们提供饮用水和一日三餐，用一个贴心的小细节，缓解大家的焦虑，让漫长等待多了一份温情。

据统计，截至目前，耀明糖厂已累计收购加工果蔗2.4万吨，预计最终收购量将超过10万吨。



满载果蔗的大货车在厂外大排长龙

多部门联合开展应急通信保障实战化拉动演练

羊城晚报讯 记者郭思琦、通讯员唐颖、汪琪报道：“龙舟水”将至，广东即将进入防汛关键时期。为树立“防大汛、抢大险、救大灾”的底线思维，近日，广东消防救援机动总队广州支队联合广州市消防救援支队、省防灾减灾中心、通信、电力等应急力量，抢抓汛前关键窗口期，开展应急通信保障实战化拉动演练，以实战标准锤炼通信尖兵，筑牢应急救援“通信生命线”。

此次演练聚焦汛期最易出现的“三断”(断路、断网、断电)极端场景，模拟强降雨引发山洪暴发、道路严重损毁、公网全面瘫痪、电力彻底中断的“孤岛”困境，全面检验应急通信队伍快速响应、持续作战、跨部门联动的核心能力。

“已到目标区域，可以实施机降！”在演练现场，直升机悬停于“孤岛”上空，一支携带通信装备的通信小队通

过机降快速抵达地面，随即开展设备架设与信号调试。无人机操作人员精准操控无人机全方位、多角度快速采集现场影像，实时生成全景漫游图与灾前灾后二维对比图，清晰标注险情点位、道路损毁范围、被困人员位置，为指挥部研判灾情、部署救援力量提供资料。另外，通信无人机搭载自组网中继设备升空充当“空中基站”，突破山体遮挡、地形复杂等通信盲区，实现

半径5公里以上语音、图像无缝传输，让“孤岛”不再孤立。

“信号已恢复，图像清晰回传！”“供电保障到位，装备运行正常！”演练中，多部门高效联动、密切配合，保持信息互通、力量互援、保障互补，让跨部门应急响应机制在实战中得到全面检验、不断完善，为汛期突发险情处置构建起“上下联动、左右协同、高效畅通”的应急通信保障体系。

以练筑防，畅通讯情“通信生命线”

粤BA、粤超强大“吸金力”背后 是对人心的深度连接

首席评论

景瑾瑾

2026年的南粤大地，正被两股体育热潮点燃。4月22日，粤超赞助商签约仪式举行，多家知名企业携手加盟，共同助力广东足球事业发展。而已开赛月余的粤BA，同样展现出强劲的“吸金力”，招商成果丰硕。这两大赛事之所以备受企业青睐、获得企业争相支持，源于赛事对人心的紧密连接。

翻开两大赛事的赞助商名录，阵容堪称亮眼。深圳冠旭电子、淘宝网购、广汽昊铂埃安、阿仕利塔、喜乐谷、

正佳广场、康师傅、健力宝、王老吉等纷纷助力粤超；李宁、东阳光、立白、易方达基金、中国建设银行、中国电信、溪水源、正佳集团等共同赋能粤BA。值得关注的是，赞助商中既有本土优质科技类、制造业龙头企业，也有中小微企业，形成了大小企业协同发力、百花齐放的可喜局面。

社会资本的积极涌入，是对两大赛事市场价值的高度认可，更彰显了赛事触动大众情感、汇聚人心的强大魅力。

粤BA、粤超作为联动全省的“大众体育盛宴”，没有谁不可及的专业门槛，

没有高高在上的距离感。赛事鼓励各行各业、土生土长的“草根英雄”代表所在城市出战，这意味着，工人、外实员、教师、白领等群体中的篮球与足球高手，都有机会站上赛场，成为家乡的“代言人”。与此同时，8.8元、18.8元的惠民票价，打破了观赛门槛，让体育观赛从“小众消费”变为触手可及的“大众日常”。坐上观众席的，不仅有热血球迷，还有携家带口的邻里街坊。这种“人人皆可参与”的设置，让赛事超越了单纯的竞技比拼，升华为承载地方荣誉感与集体归属感的“情感磁场”。

如果说全民参与为赛事筑牢了情

感根基，那么创新的“票根经济”与跨界融合模式，则打通了“情感流量”向“消费增量”的转化路径，实现对人心的二次连接。一张小小的粤BA、粤超观赛票根，可以变身“文旅通行证”“消费福利卡”，观众凭票根可在全省多地享受餐饮、住宿、购物、景区门票等专属优惠。这种打通文旅商体融合脉络的模式，既能让赛事价值得到最大化释放，也能让大众在观赛之外收获更多乐趣与实惠。

粤BA激战正酣，粤超将于4月25日正式启幕。可以预见，两大赛事IP的含金量，还将持续提升。

□毕朔

今日论衡之财经观察

广州一季度GDP增长6% 经济回升的底气藏在细节里

4月23日，广州市统计局公布一季度经济运行情况。全市地区生产总值达7988.88亿元，同比增长6%，增速比去年全年提升2个百分点。

拆开这份成绩单，多个亮点值得细品。

三大支柱产业中，汽车作为广州工业压舱石，5.5%的增速意味着广州已迈过产业调整期最吃劲的关口，开始进入新旧动能交替发力的上升通道。更值得细品的是电子产品制造业11%的增幅，在人工智能、智能制造的浪潮中，广州的电子产业链正在从“跟跑”转向“并跑”。

“两新”政策的优化是工业提速的另一条主线。电气机械和器材制造业增长17.2%，高技术制造业增加值增长11.5%，其中医药制造业增加值增长17.5%。政策红利向实体经济传导的效率在提升，企业更新设备、升级产线的意愿在增强。工业用电量同步增长7.2%，机器转起来了，信心就回来了。

服务业的故事同样精彩。规模以上服务业营业收入增长10.6%，互联网游戏增长31.1%、软件开发增长14.2%，广州在数字内容产业的竞争力持续放大。科学研究和技术服务业增长27.3%，知识密集型服务业的支撑作用持续凸显。

演艺经济的活跃是一个容易被忽视的细节。一季度，广州文化艺术业营业收入增长39.3%，文体娱乐活动与经纪代理服务增长22.7%。一场场演唱会、一次次艺术展览，带动的不只是门票收入，还有交通、住宿、餐饮的联动消费。广州作为千年商都，文化消费的爆发力正在显现，消费结构向体验型转变的轨迹清晰可见。

消费端的回暖为经济回升提供了坚实底座。社会消费品零售总额增长6.6%，以旧换新、广东优品购等补贴政策

带动了汽车家电数码市场，家用电器和音像器材零售额增长36.6%，汽车零售额增长31.9%。政策撬动消费的杠杆效应显著，而随着市场信心逐步修复、消费场景持续拓展，内生动力正稳步积蓄，将为消费增长注入持久动能。

投资结构的变化透露出广州产业布局的深层调整。固定资产投资增长9.8%，技改投资增长24.5%。技改投资增速远超工业投资整体增速，可以看出企业不是在简单扩产能，而是在通过技术改造提质增效。信息软件技术服务、计算机电子通信设备制造业投资均保持40%以上的高增长态势。资金流向哪里，未来的产业竞争力就在哪里。广州正在把资金投入数字经济和高技术制造，新旧动能的转换有了真金白银的投入。

回升向好的态势中，广州正以主动作为破解发展课题。动能转换进入攻坚期，企业在市场需求拓展、成本管控等方面的探索持续深化；外部环境的复杂多变，倒逼广州进一步强化内需市场的韧性，同时推动产业结构向高附加值领域升级。消费回暖的政策效应，为培育内生增长动力赢得了宝贵时间，市场活力的自我循环正在加速形成。

一季度“开门红”为广州全年经济发展筑牢了根基。接下来的关键，在于锚定三大方向持续发力：推动消费从政策引导向需求自主释放转变，让居民消费意愿转化为长期稳定的增长引擎；引导投资从规模扩张向结构优化升级，聚焦高技术、高附加值领域培育新的增长点；加快产业从传统支柱支撑向多元集群发展跨越，在巩固优势产业的同时，推动新兴产业成链成群。广州正以6%的增速为起点，在巩固回升态势中不断提升发展质量，向着更高水平的经济增长稳步迈进。

(作者系知名财经评论员)

热点快评

陈广江

招商变招“伤” “内卷式”招商当休矣

招商引资一直以来是地方政府发展经济的关键抓手，对推动我国经济高速增长发挥了重要作用。随着各地招商比拼之势愈演愈烈，过去一段时间，个别地方用各种违规“小政策”“土政策”凿出一个个“政策洼地”，不但加重了地方财政负担，也加剧了不公平竞争，割裂了全国统一大市场，给产业健康发展埋下隐忧。

4月21日，央视《焦点访谈》披露了江西宜春、广西南宁等地的有关案例，就把这种“内卷式”招商的伤疤揭得清清楚楚。拼优惠、拼血本换来的不是地方发展，反而是财政包袱和市场割裂，这笔账值得好好算算。

所谓“内卷式”招商，说白了就是不管自身条件，一味靠特殊政策去抢

项目。报道提到，宜春没有造车基础，区位优势不占优，却为了引进哪吃汽车，由地方平台公司出资近20亿元收购股权，花3亿元代建厂房，还提供十年租金减免。南宁同样如此，通过基金投入、国金融资，硬是砸下24亿元。

事实上，这种做法早已踩了红线，国家明确要求不得违法给予特定经营者优惠政策。可一些地方“上有政策，下有对策”，土地优惠不让搞，就变通为代建厂房，直接补贴不允许，就包装成基金投资。抽层协议、隐性补贴层出不穷，招商引资变成了政策血拼。

这种“倒贴式”招商的恶果，最先砸在地方财政头上。很多政府部门的投入来自融资、借贷甚至财政兜底，项目一旦失败，钱打了水漂，留下的只有债务和空厂房。合众新能源三年累计净亏损183亿元，平均每卖一辆车亏损超8万元，最终走向破产重整；2024年起，哪吃汽车三地生产线停产。倒

闭的新能源车企背后，都不难看到地方国资的身影。盲目输血不仅没能培育出产业，反而拖垮了财政，触碰了财经纪律红线。

更要命的是，这种做法扭曲了市场机制。企业习惯了政府背书，就不对投资行为真正负责。市场在资源配置中的决定性作用被削弱，资本、技术等要素无法自由流动，反而被行政力量捆住手脚。各地一哄而上搞新能源汽车，重复建设、同质化严重，最后只能打价格战，行业陷入恶性循环。这种恶性竞争割裂了全国统一大市场，阻碍了优胜劣汰，真正有竞争力的企业也难以脱颖而出。

问题的根源，在于一些地方的角色定位出了偏差。发展经济心切可以理解，但招商引资不能违背经济规律。强行把不具备条件的项目“拉郎配”，资源错配之下，结局往往是多方皆输。企业家受损，政府背上债务，投

资者血本无归，产业健康发展也受到拖累。

好在这种乱象已经引起高度重视。随着《公平竞争审查条例》的实施，规范招商引资的力度不断加大。国家正在建立地方财政补贴负面清单管理机制，明确禁止和激励的清单，引导地方从拼优惠、拼政策转向拼环境、拼服务。这才是正道。一个地方真正吸引企业的，不该是短期的政策洼地，而是公平透明的营商环境、高效的政务服务、完善的产业链配套。这些才是企业愿意扎根、产业能够壮大的根本。

说到底，招商引资的根本目的，是服务产业结构升级和高质量发展，而不是制造政策洼地进行恶性竞争。只有摒弃“内卷式”招商的老路，真正用市场的方式、法治的方式去吸引和培育企业，地方经济才能走得更稳、走得更远。