

为什么这里的企业“越聚越旺”？

从“空间邻居”到“生态战友”，羊城创意产业园里藏着两业协同密码

两业协同

羊城晚报记者 詹淑真



羊城创意产业园坐落于金融城北，地理位置优越 羊城晚报资料图

一座产业园，映照一场产业变革。从“上下楼即上下游”到“产业园即产业链”，从企业物理集聚到产业生态共生，羊城创意产业园正把制造业与服务业协同发展的时代命题，转化为看得见、摸得着、可感知的园区实践。

走进今天的羊城创意产业园，一幅新的产业图景正在展开：制造企业需要算法、内容、金融等服务能力加持，生产性服务企业也越来越多地依托制造场景、硬件产品和产业链需求实现价值跃迁。制造业与服务业不再只是相邻而居，而是在同一片产业土壤中相互扎根、彼此赋能。

一座楼宇，何以长出一条产业链？

珠江之畔，广州国际金融城北，一座新的产业地标正在加速成形。

不久前，岭南数字创意大厦正式亮灯。这座被称为“竖起来的羊城创意产业园”的大厦，按照规划将于今年10月投入运营，重点布局人工智能、云计算、大数据、游戏电竞、动漫潮玩、微短剧、互联网音乐、创意设计八大核心产业，致力打造“上下楼即上下游，产业园即产业链”的垂直产业社区。

这不仅是一座楼宇的拔节生长，也是一种产业组织方式的迭代更新。

在传统产业空间中，企业往往只是物理相邻、业务分散；而在新的产业空间里，楼宇不再只是办公场所，更是产业链、创新链、资金链、人才链交汇的平台。

围绕企业成长需求，岭南数字创意大厦正着力构建覆盖全周期的产业服

务体系。目前，中国工商银行、中国农业银行等已确定入驻，米棵AI、映宇宙集团、GotoAI中国技术社区、9377游戏、美心集团等重点企业达成入驻共识，产业“雨林效应”初显。

一场融合，何以激活产业新动能？

如果说岭南数字创意大厦展示的是产业空间的“向上生长”，那么羊城创意产业园内不断发生的跨界协同，则展现出两业融合的“向深而行”。

歌曲《嘉禾望岗》一度刷屏网络。其共同创作者、编曲及制作人吴欢接受采访时表示：“广州是我的福地”，并把发展的下一站放在羊城创意产业园。吴欢透露，相关部门主动与团队沟通需求，并帮助寻找更适合发展的空间，“从政府到园区，已经给予了力所能及的最大支持”。

这正是数字经济时代产业融合的一个生动切面。内容、IP、技术等，正在成为产业竞争的重要变量。羊城创意产业园不只是提供空间，也让不同类型的资源在园区内高效流动、快速耦合，让创意转化为产品，让流量沉淀为品牌，让服务嵌入产业链条。

当前，由羊城晚报报业集团与广东省游戏产业协会联合发起的大湾区“游戏+”共创计划已正式启动，腾讯、网易、三七互娱、益世界、库洛、诗悦、贪玩等近20家广东头部游戏企业参与首批共创。目前，园区已集聚超过200家优质数字文化企业，在羊城创意产业园，两业融合的“双向奔赴”，正转化为产业升级的现实动能。

一片沃土，何以照见发展新图景？

羊城创意产业园并非简单“给资源”，而是在搭建一种可持续的协同机

制：龙头企业带动中小企业，技术平台支撑内容团队，服务机构链接制造企业，产业活动激发合作机会，公共服务降低创新成本。制造业与服务业由此从“物理集聚”走向“化学反应”。

羊城创意产业园的实践说明，推动两业协同，关键在于让产业链真正“活”起来。让创新资源更容易流动，让服务能力更容易嵌入制造环节，让市场需求更快反馈到产业端，融合发展才能从政策语言变成企业体感，从发展要求变成增长动力。

2025年羊城创意产业园总产值近500亿元，形成了年轻化、数字化、创新化的产业生态。依托这一平台，羊城晚报报业集团也在以“媒体+”不断拓宽发展边界，推动自身从新闻传播者向综合服务者、生态构建者跃升。

羊城创意产业园正在书写“制造牵引服务跃迁、服务赋能制造进阶”的两业融合新样本，也为广东高质量发展打开更加广阔的产业想象空间。

实现两项关键振荡参数的高精度测量 江门中微子实验首个物理成果 登上《Nature》封面

羊城晚报讯 记者获悉，6月10日，江门中微子实验(JUNO)首个物理成果“精确测定中微子的两个振荡参数 θ_{12} 和 Δm_{21}^2 ”以封面文章形式在国际学术期刊《Nature》正式刊出。通过对2025年8月26日至11月2日共59天有效数据的分析，完成两项关键振荡参数的高精度测量，相较于过去数十年多项实验的综合结果，精度提高了1.6倍。JUNO至今已平稳运行9个月。随着数据量的累积，大量新成果将自今年夏天起陆续发布，逐步揭开中微子的新奥秘。

中微子被称为“幽灵粒子”，是宇宙中最难以捕捉的粒子之一。《Nature》配发观点文章，评价“江门中微子实验首个结果的分析让人信服。这标志着中微子振荡精确测量时代的到来，并有望为这些神秘基本粒子的特性提供新的见解”。审稿人评价道：“本成果验证了江门中微子实验性能与分析方法的可靠性，对三代中微子振荡框

架检验、全局振荡数据拟合，以及未来中微子质量顺序测定具有直接意义。”

JUNO探测器位于江门开平市金鸡镇地下700米，于2025年8月正式运行。作为国际上首个建成的新一代超大规模、超精度的中微子实验装置，江门中微子实验是一个重大国际合作项目，成员包括来自17个国家和地区、75个科研机构的700多名研究人员。

值得一提的是，JUNO的探测器性能文章已于今年4月以封面文章形式在《中国物理C》正式刊出。因发现太阳中微子振荡获2015年诺贝尔物理学奖的麦克唐纳教授对此文章评价道：“江门中微子实验装置已全面投入运行，即将向着宏大的科学目标稳步推进；测定中微子质量顺序、精确测量中微子振荡参数、探测各类天体与自然源中微子，并寻找超越基本粒子标准模型的新物理现象。”

(陈卓赫 刘悦湘)

新版《新华字典》增补“无人机”等新词新例

新华社电 记者从商务印书馆获悉，2026“典读新华”全国读书行动暨《新华字典》(第13版)校园阅读交流会6月11日在山东曲阜举行。会上介绍了《新华字典》(第13版)编纂和修订情况。新版《新华字典》在收词、释义和举例等方面体现出比较鲜明的时代性，适量增补新词、新义、新例，并对已有的释义和配例进行优化。如字头“位”下增补新词“站位”，并增加配例“提高站位”；在“机”下增补“无人机”，在“人类”下增补“人类命运共同体”等。

据介绍，此次修订根据社会发展、语言实际和读者查考需求，补充了部分实用性的内容。该版本增补《通用规范汉字表》之外的字头(包括繁体字和异体字)30多个，还根据最新资料，更新完善了字典后面的附录。此外，随着《新华字典》(第13版)纸质书出版，“新华字典”App、微信小程序同步更新。

《新华字典》是新中国第一部现代汉语规范字典，也是迄今为止最具影响力的小型汉语字典。至今已修订至第13版，累计发行量逾7亿册。

优化营商环境，广东进阶拼什么？

营商观察

李妹妍

今年3月，总投资约87亿欧元的巴斯夫(广东)一体化基地项目(以下简称“巴斯夫项目”)宣布全面启用。从2018年7月与广东省政府签订谅解备忘录至今，短短7年多时间，巴斯夫亲历了外商投资落地的“广东速度”，也用真金白银为广东营商环境投下了“信任票”。

信任从何而来？不妨先看一组数据：截至目前，广东连续4年获评全国营商环境最佳口碑省；全省经营主体总量突破2000万户，企业超920万户，均居全国第一；2025年，全省新设外资企业3.6万家、增长38.7%，实际利用外资1126.6亿元、增长11.3%。在全球产业链加速重构、跨国投资更趋审慎的当下，广东这张“逆势上扬”的成绩单，引

人深思。很多人把原因归结为“审批快了”。这当然没错。在广东，891项省级涉企审批备案事项办理时间全部实现全国最优，企业开办“一网通办、一天办结”已成标配。但如果只看到这些，那就低估了这场变革的真正分量。如今的广东，优化营商环境已不再局限于单点的“做减法”，而是转向系统性的“拼生态、拼规则”。这种逻辑的重构，在实践中愈发清晰。

一是向“市场化”要生命力。单点流程优化固然重要，但系统性市场生态构建才是长久之基。以巴斯夫项目为例，依托巴斯夫这一链主企业，50多家规上石化企业相继落户湛江，形成了年产值超1200亿元的全链条石化产业生态。这正是广东“链长制”精准落子的缩影。从广州开发区的新型显示产业链，到深圳光明科学城的合成生物产业链，广东以“链长制”为抓手，省市联动编制重点产业

链招商目录，让产业要素高效集聚、资源精准匹配。系统性市场生态构建，就是要打破要素壁垒，让每一家企业都能精准找到自己的“生态位”，成为休戚与共的“生长共同体”。

二是向“法治化”要确定性。法治是最好的营商环境，核心在于“稳预期”。近年来，从中央到广东陆续出台一系列法律法规，为各类经营主体依法依规干事创业创造了良好条件。今年2月，《广东省2026年优化法治化一流营商环境工作方案》正式公布，突出强化新赛道新领域制度供给、规范涉企行政执法、加强产权司法保护等内容，将试点“无事不扰”清单，加强“粤执法”平台建设应用等，不断实现监管效能最大化、对企业干扰最小化。这向外界释放一个强烈信号：在这里，规则是透明的，预期是稳定的，企业尽可安心经营、放手投资。

三是向“国际化”要生力军。地处对外开放前沿，广东的营商环境改革始终立足国内国际双循环，以制度型开放激活发展动能。从保障100%可再生能源电力供给到“口岸+目的地”联合监管、跨区查验实现设备“直装直提”，从为海外技术人员及家属入境提供便利到主动对接国际高标准经贸规则，广东以制度型开放为锚，让外资不仅能够“引进来”，更能够“融进去”“长起来”。这种与全球大市场同频共振的能力，正是广东营商环境的硬核竞争力。

一流的营商环境，是吸引力、竞争力，更是生产力、驱动力。营商环境“优”无止境，但方向非常清晰：唯有在市场化、法治化、国际化上深耕细作，方能让每一个经营主体向下扎根、向上生长。广东正在做的，正是培植这样一方更公平、更高效、更可预期的沃土，以环境之“优”，谋发展之“进”。

今日论衡之世相评弹

周琼

从“钉内”到“钉外”，我们关注的是什么？

近日，一篇7.5万字的离职员工的工作复盘，将钉钉，也将阿里，推到了舆论的风口浪尖。

从产品经理滕雅辛发布《置身钉内》，到钉钉前副总裁马锐拉撰写《置身钉外》回应，再到阿里巴巴合伙人委员会公开发文定调“这不是阿里文化该有的样子”，短短几天内，一场原本属于企业内部的项目发展争议，演变成了一次关于AI时代企业文化的大讨论。

事件起源于一位离职产品经理对于一个前东家AI项目的失败复盘。但实际上，人们关注的早已不是“ONE”项目为何从300万日活走向收缩，也不是Agent路线之争究竟谁对谁错，而是另一个问题：当AI竞赛进入白热化阶段，企业是否正在以创新之名透支人的价值？

《置身钉内》之所以引发如此广泛的共鸣，很大程度上并非因为它记录了一个产品从生到死的周期，而是因为它呈现出许多互联网从业者熟悉的工作状态——不断提前的Deadline、持续升级的考核压力、快速变化的战略方向，以及在庞大组织机器中的无力感。

更值得注意的是，文章并没有把矛头指向技术本身。无论是作者的复盘，还是马锐拉的回信，反复提及的关键词都不是算法、模型或者产品能力，而是个人感受。

这恰恰揭示了当前科技行业面临的一个现实困境——AI革命正在以前所未有的速度推进，但组织管理模式却未能同步完成升级。过去十多年，中国互联网行业形成了一套围绕增长展开的管理逻辑。市场窗口稍纵即逝，企业依靠高强度投入、高密度迭代和高压执行抢占市场先机。在移动互联网时代，这套打法曾经创造过许多成功案例。

但AI时代正在改变这一切。移动互联网竞争更多是规模竞争，而AI竞争本质上是创造力竞争。当机器越来越

擅长执行标准化任务时，人类最大的价值恰恰来自创造、思考、判断和想象。一个优秀的AI产品，不是靠无限延长工时就能堆出来的，更不是靠不断加压就能催生出来的。

创新需要激情，但激情无法通过任务和命令获得。如果组织管理仍然停留在任务驱动和结果导向的旧逻辑中，那么企业越是强调创新，员工反而越容易陷入机械执行。最终的结果，可能是战略目标越来越大，而企业活力却越来越匮乏。

这也是为什么阿里合伙人委员会此次表态格外引人关注。很多企业遇到类似的事件，大多选择将争议降温、淡化处理的时候，阿里却公开指出相关管理方式“不是阿里文化该有的样子”，并强调“相互尊重、视人为人、有情有义”是企业不能丢掉的底色。这样的表态，实际上是在回答一个问题，即究竟应该建立怎样的企业文化。

过去几年，随着大模型浪潮席卷全球，硅谷和国内科技企业都在不断强调速度。新模型不断发布，新产品不断上线，新赛道不断出现，所有人都在担心被淘汰，被别人淘汰，被AI淘汰，所有企业都在担心错过下一次技术革命。然而，速度只是竞争手段。如果为了追求速度而牺牲人的尊严、透支人的热情，那么最终被消耗掉的恰恰是创新最需要的东西。

历史上几乎所有伟大的科技公司，都曾经历过高速扩张阶段。但真正能够穿越周期的企业，靠的不只是技术领先，更是能够持续吸引人才、激发人才、留住人才的组织能力。技术会迭代，战略会调整，但人与企业之间的信任关系，才是一家企业最难建立、也最容易失去的资产。

从这个意义上说，《置身钉内》的价值或许不在于复盘一个项目的成败，而在于它为整个行业敲响了一次警钟。

热点快评

易之

明星跨界开演唱会引争议，不妨相信市场的力量

近期，某知名主持人官宣全国巡回演唱会陷入舆论风波。支持者有之，主要是其本人的粉丝乐见偶像跨界；同时也有网友表示，她并不是专业歌手，开巡回演唱会是不是降低了专业歌手的门槛？

应当说，一位主持人跨界开演唱会，本身也属于“法无禁止即可为”的事。但为何事件还是引发不小的争议？这恐怕和人们对跨界的理解有关。类似的舆情并非第一次出现，比如去年还有相声演员开演唱会，同样让舆论吵翻。这种争议的背后，或许源于人们对专业性的期待。

在很多人看来，演唱会本质上是一种专业表演，是歌手多年磨砺的集中呈现。台上的表演，背后是长期积累、声乐训练与舞台经验的呈现。这也是文化消费的常态——没有哪场演出能让所有人满意，也未见得哪种

出同样价格的票，专业门槛仿佛被瞬间打破，在情感上让人觉得“不公平”。这种心理，与其说是对跨界者的苛求，不如说是对专业本身的一种朴素的尊重。

而这甚至针对的也不是歌手，而是反感一种“赢者通吃”的流量思维——因为有人气，便可以跨入任何领域、占据任何舞台，仿佛流量本身就是通行证。在这种逻辑下，专业积累的价值被稀释，人们更担忧的是一个流量可以置换一切的道理。

不过，跨界开演唱会本身并不是禁止项。对于一场演唱会来说，有无感的观众，可能也有支持者，有人觉得不值一听，也有人愿意掏票钱去现场感受一番，本就是各有所爱的事。这也是文化消费的常态——没有哪场演出能让所有人满意，也未见得哪种

喜好天然比另一种更高级。仔细想想，演唱会也不是一个只向小圈子封闭的领域。今天的市场容量足够大，专业歌手有专业歌手的受众，跨界明星有跨界明星的粉丝，彼此并不必然构成竞争。

至于人们对“不专业”“圈钱”之类的担心，倒也不妨相信市场的力量。一个演唱会如果质量不高、糊弄了事，观众自然会“用脚投票”。市场本身就是最直接的裁判。而这其实比感情的好恶更可靠，因为市场不依赖于任何人的立场，只认结果。它不会因为谁的名气大就网开一面，也不会因为谁的粉丝多就虚报成绩。舞台上的表现，观众心里自有一杆秤。

而且市场已经在发挥作用了。有数据显示，2025年，我国大型演唱会

票房超295亿元，其中专业歌手贡献了大型演唱会票房的近九成，练习生/偶像选秀体系艺人和跨界艺人的演唱会票房分别增长了5.8%和2.3%。这本身就说明，观众们各有所好、各美其美，市场结构也自有其逻辑。一个繁荣的演艺市场，本来应该是多元包容的。

当然，跨界的明星艺人也要读懂社会的情绪。市场的包容并不等于观众的无限耐心。流量可以带来第一张票，却带不来第二次口碑。真正愿意跨界的人，不妨把这份争议当作一种提醒：舞台不是名气的延伸，而是需要用实力证明自己的地方。专业的训练、认真的准备都是必不可少的。无论如何跨界，尊重舞台、尊重观众都是第一位的。

(作者系知名时事评论员)