

乘风破浪 融汇湾区 工商银行广州分行“跨境+科创” 双擎驱动赋能湾区高质量发展



图/新华社

跨境金融：架设粤港澳融通之桥

2026年3月11日,“智融湾区·链达全球”——工商银行南沙金融论坛暨全面金融解决方案发布会成功举办。会上,工商银行广州分行正式发布“工银南沙通”全面金融解决方案,创新设立“跨境金融中心”,以本外币一体化金融服务体系为依托,为企业全球化发展搭建起一座高效、畅通的金融桥梁。

数据是最有力的注脚。截至2026年三季度,工商银行广州分行累计办理FT账户业务近500亿元,实现存、贷、汇、兑、业务全覆盖;跨境人民币创新业务持续突破,已有多家企业纳入跨境人民币结算优质企业名单。

实践中,创新的力量清晰可见。在服务大湾区企业“走出去”方面,香港某

海上工程运输企业作为重点航运集团“走出去”企业,在海外项目拓展中面临跨境担保与资金结算的双重需求。工商银行广州分行充分发挥FT账户优势,为其量身定制综合授信方案,成功办理跨境保函近7000万美元、跨境结算超3亿美元,直接支持其大型海洋工程设备采购及国际项目投标。这一案例成为粤港澳大湾区海洋产业跨境金融服务的标杆实践,为同类业务提供了可复制、可推广的“工行方案”。

在助力国际资源“引进来”方面,工商银行广州分行积极服务外资主体落地南沙,抢抓外贸新业务发展机遇。2026年3月,该行成功助力某国际头部电商平台落户南沙。从项目初期介入开始,工商银行广州分行主动

靠前服务,为企业提供工商注册流程指引、开办材料梳理、商事政策解读等全流程服务,高效配合企业完成落地筹备工作。针对该平台跨境资金高效融通与便利化结算的综合需求,该行快速响应,量身定制综合金融服务,依托“南沙金融30条”政策红利,为其办理人民币资本金直接入账业务,免于开立资本金专户,实现外商投资企业跨境资金高效划转与使用,打通了资本金高效入境的“快车道”,为企业扎根南沙、快速展业备足“粮草”。该平台依托南沙区位优势开展贸易,将有效带动上下游产业链业务集聚,助力南沙打造跨境电商产业高地。一个“立足湾区、协同港澳、面向世界”的跨境金融开放高地,正在南沙加速成型。

科技金融：点燃新质生产力“智创引擎”

科技创新是南沙最鲜明的底色。依托雄厚的汽车产业根基,南沙正加速向智能网联与新能源汽车赛道转型,重点发展芯片、生物医药等产业;围绕海工装备与航运物流、海洋电子信息、海上风电等领域,打造海洋科技创新引领带;围绕港科大周边,积极孵化未来产业和颠覆性产业。

然而,科创企业普遍面临“轻资产、高技术、高投入”的融资瓶颈。工商银行广州分行精准破题,创新突破传统抵押担保限制,构建起多层次的科技金融产品体系。“科创e贷”面向高新技术企业、专精特新企业推出纯信用融资产品,提供最高1000万元、最长3年的信用贷款;“科学家创业e贷”则针对科研人才创业融资需求,额度最高可达1000万元。效果如何?数字说话。截至2026

年三季度,工商银行广州分行充分发挥集团协同优势,着力加大对科技企业的金融赋能,累计服务区内汽车制造、航空航天、生物医药、半导体和集成电路等各类科技企业近800家,融资客户超过240户,提供各类融资近50亿元。

一个案例折射出“工行速度”。例如,在日常走访中,工商银行广州分行了解到区内某国家级高新技术企业、广东省专精特新企业存在融资需求——该公司在光子晶体超材料等领域拥有150多件国内外专利,技术实力突出。工商银行广州分行迅速对接,优化审批流程,一周时间即完成1000万元“科创e贷”的审批与投放。“额度匹配精准、还款方式灵活,完全贴合我们的经营节奏”——这句来自企业的真实评价,正是金融赋能实体最生动的注脚。

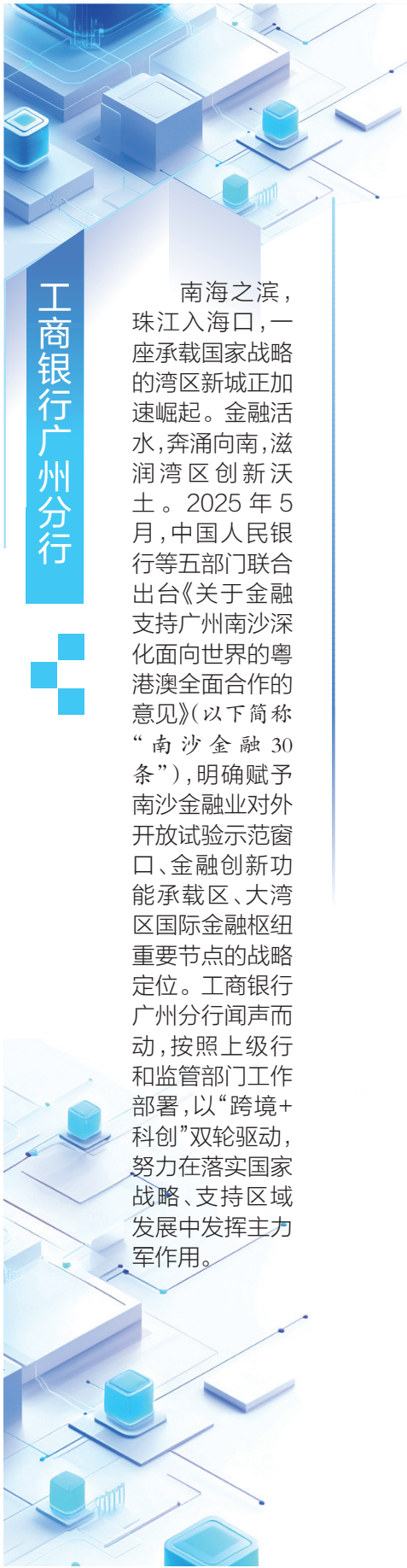
展望未来：共绘湾区新篇章

面向“十五五”,南沙锚定打造“中国式现代化样板区”总目标,全面实施海港、空港、数港、金融港、人才港“五港联动”发展战略。2026年是《南沙方案》第二阶段纵深推进之年,更是粤港澳大湾区建设的攻坚突破之年。站在新的历史节点,工商银行广州分行将继续深化“跨境+科创”双轮驱动战略。在跨境金融领域,依托“南沙金融30条”政策红利,深化FT账户场景应用,优化跨境贸易结算、跨境投融资、汇率避险服务;在科技金融方面,聚焦南沙科学城、第三代半导体、生物医药、算力数字经济等战略性新兴产业,

搭建全周期科创融资体系,让金融“活水”精准灌溉实体经济。

从“制造”到“智造”,从“引进来”到“走出去”,从自贸区“先行先试”到粤港澳全面合作示范区——工商银行广州分行正以国有银行的责任担当,将政策机遇转化为生动的金融实践,在助力南沙建设成为我国金融业对外开放试验示范窗口的进程中,持续注入强劲的“工行动能”。

南海潮涌,湾区日新。金融与实体经济的深度融合,正在这片热土上书写着高质量发展的精彩答卷。
文/刘锡恩



工商银行广州分行

首店首发火热、全球客商爆买 广东如何将人气变消费力？

广州白鹅潭万象城,茶颜悦色门店前排起长队,不少消费者专程赶来尝鲜;正佳广场内,参加广交会的外国采购商在多家门店挑选商品……广东消费市场正呈现出新的活力。第140届广交会汇聚全球客商,APCC会议带来国际交流合作新机遇,这日益频繁的国际经贸往来与人员交流,正为广东将客流转化为消费增量创造更多机会。

首店首发扎堆落地 广东商圈掀消费新热潮

一杯奶茶,能让消费者等待多久?在广州白鹅潭万象城,答案一度超过5小时。今年国庆假期,广州白鹅潭万象城正式开门迎客,成为广州商业市场的一大热点。商场汇聚近500家品牌,其中首店、旗舰店、定制店占比超六成,包括99家广东首店、139家荔湾首店。商场开业首日及国庆假期累计客流超过170万人次,茶颜悦色广州首店用餐等候时长最高超过5小时,陶陶居6.0迭代模型全国首店单日排号突破5465桌。

不远处,聚龙湾太古里一期也迎来超过80家高能级品牌入驻,其中四成商户为华南或广州首店。从首店集中亮相到新商圈加速崛起,广州商业市场正不断丰富品牌供给、创新消费场景,吸引更多消费者前来体验。

当前,以首店、首秀、首展等为主要场景的首发经济,正成为多地消费市场的重要抓手。类似的变化,正在广东多个城市上演。2026年上半年,深圳共引进品质首店186家,其中B级及以上高能级品牌占比达40.8%,华南及全国首店占比接近四成,首发活动累计举办282场,二季度环比增长41%。

与此同时,首店经济的热度也在向珠三角其他城市延伸。今年9月28日,佛山万象天地正式开业,近400个入驻品牌中,超过50%为佛山首店。国庆7

天,商场累计引客超140万人次。

这一变化,离不开政策层面的持续推动。今年,广东省商务厅等六部门印发《关于促进首发经济高质量发展的若干措施》,围绕打造“粤首发”活动品牌、招引国内外高能级首店等十个方面提出具体举措,为全省首发经济发展明确方向。

值得关注的是,广东根据不同地区的产业基础与消费市场特点,提出差异化布局方向。其中,广州、深圳重点招引国际顶级品牌与国内一线品牌,珠三角其他地市聚焦细分领域领军品牌,粤东粤西粤北地区则着力引进区域旗舰店和特色产业首店。

入境消费持续升温 “即买即退”便利退税

首店首发为广东消费市场带来新鲜感,不断增长的国际客流,则为消费市场带来了更多潜在顾客。

在广州天河路商圈,正佳广场、天环广场、太古汇等商业综合体集聚了大量国内外品牌。随着第140届广交会举行,来自世界各地的采购商走进广州商圈,体验中国消费市场的新变化。

近年来,“中国游”(China Travel)持续升温,过境免签等便利化政策不断完善,越来越多外国游客选择来到中国旅游、购物和消费。离境退税政策持续优化,广东正加快织密境外旅客购物退税服务网络。国家税务总局广东省税务局数据显示,2026年上半年,广东地区(不含深圳,下同)境外旅客购物离境退税商店已达到2013家;目前广东地区可办理离境退税的口岸共有7个。

如今,在广东多个重要商圈、景区,标有“Tax Free”字样的退税商店日益增多,广州天河路、北京路等核心商圈设立了集中退点。广东还推动离境退税“即买即退”跨区域互认,让境外旅客能更加灵活地安排购物和离境行程。深圳则在探索更加便利的跨境支付

与退税方式。2026年,深圳机场落地全国首笔Visa卡“拍卡即退”业务。符合条件的旅客在支持该业务的商铺购物时,可以通过银行卡近场支付同步办理相关退税申请,实现更便捷的退税体验。

消费引流走向产业赋能 “粤首发”培育新动能

当前,广东首发经济进入从数量扩张向质量深耕切换的关键窗口期。广州、深圳双核引领,珠三角梯度联动,一批高能级首店、首发活动与首发空间载体密集落地,“粤首发”正从单一的商业引流工具,演进为牵引消费升级与产业创新的系统性生态。

广东发展首发经济还有一个独特优势:雄厚的制造业基础和完善的产业链供应链体系。“粤十条”明确提出,支持智能IT设备、人工智能+等产业集群内的龙头企业广东推出新技术、新产品,培育“广东智能+首发”品牌名片。这意味着,首发经济的内涵正在进一步拓展:从单纯依靠外部品牌引流,逐步转向本土制造与消费市场的双向赋能。

以广州为例,目前全市拥有508家专业市场,培育形成5个千亿元级、12个百亿元级市场集群。丰富的产业基础为本土品牌研发新品、推出首发产品、拓展消费渠道创造了条件。

当然,热度之下亦有冷思考。部分首店仍面临“网红短命”的隐忧,高能级资源高度集中于广深两城的格局也有待珠三角其他城市承接能力的进一步提升来平衡。首发经济的长期价值,终究不取决于开业首日排了多长的队,而取决于首店能否沉淀为复购、首发能否转化为持续的产业增量。

从首店首发到入境消费,广东不仅要吸引更多品牌和客商,也要让消费热度持续下去,让更多广东品牌走向全国、全球。

羊城晚报记者 詹淑真 孙锦曼

独家专访广州白鹅潭万象城总经理陈嘉昭： 广州首座万象城如何从开门红到长红？



白鹅潭万象城夜景

受访者供图

9月30日,广州白鹅潭万象城开业。作为广州首座万象城,其国庆假期客流表现备受关注。近日,羊城晚报记者独家专访广州白鹅潭万象城总经理陈嘉昭。他透露,国庆假期项目客流量领先全市商圈,“完全符合并超出我们的预期”。火热的万象城,正在回答一个问题:广州商业创新,如何不再复制“盒子”,而是真正读懂城市与人的新需求?

国庆客流“超出预期”

羊城晚报:白鹅潭万象城国庆假期客流处于什么水平?是否符合预期?

陈嘉昭:国庆假期,我们的客流量领先于全市商圈。这个成绩完全符合甚至超出了我们的预期。广佛消费者的新需求一直没有被充分释放和满足,大家期待的是一个可全时段游玩、有多元体验的新商业空间。如今看到这么多人愿

意来到这里,证明项目踩中的正是广佛消费者对这种新生活方式的期待。

羊城晚报:项目提出“一城·一坊·一公园”,把百年培英书院旧址的鹅潭坊文保街区纳入其中。文保街区对万象城是“加分项”还是“运营负担”?

陈嘉昭:在白鹅潭,它是绝对的“加分项”,甚至可以说是整个项目的点睛之笔。项目南侧的鹅潭坊文保街区,原来是培英书院花地校区旧址,再早可追溯到晚清诗人张维屏的“听松园”。为了完整保留112年历史、重达4600吨的些华伦士楼,我们做了整体抬升、平移旋转及原貌修缮,还对原培英书院的应答室、办公楼、图书馆进行原样复建。

当下商业供给丰富,消费者对千篇一律的“盒子”已经审美疲劳。老建筑自带时间的厚度和情感的温度,这种在地文化的情感连接千金难买。

百年书院助力“首店经济”

羊城晚报:近500家品牌店中,首店、旗舰店、定制店占比超60%。招商团队是“为拿奖励而招首店”,还是有一套筛选标准?

陈嘉昭:政策奖励是广州对商业发展的激励与厚爱,但我们绝不“唯奖励论”。

针对首店筛选,我们最看重两个“是否”:第一,是否具备长效运营潜力。品牌得在这里做活动、做首发,和空间场景发生“化学反应”。第二,是否具备共创意愿与能力。品牌必须拿出独特的空间和共创概念。在首店之外,我们也在引导广州人熟悉的老品牌焕新,比如广州酒家、陶陶居、UR在这里呈现的就是不同于以往的创新店型。

我们要求品牌进一步结合空间形态和景观优势做针对性设计。比如北立面L4-L7层望江退台,让顾客用餐时能欣赏三江交汇的壮阔。我们还结合特色

空间引入首展,如在华伦士楼中联合打造中国当代非遗与手工艺大展。

在天河路外提供新体验

羊城晚报:荔湾是广州的老城区,白鹅潭曾是“老工业+老码头”区域。在这里,万象城如何避免成为“孤岛式高端商业”?

陈嘉昭:我们希望依托沿江步道、珠江游船等立体交通及各类联动,将一潭三岸的文商旅资源串联成珠。具体动作上,我们与白天鹅宾馆在宣传方面深度合作,推出宾馆住客与商场会员专属礼遇;与广州公交集团在8月联动打造“游船河”活动。开业后,“黄沙-白鹅潭”水巴航线客流密度也大幅提升。

羊城晚报:广州高端消费长期集中在天河路。要真正分流天河路消费力,白鹅潭最需要补齐的短板是什么?

陈嘉昭:广州的城市能级和消费潜力足够大,完全撑得起多中心商业格局。我们并不觉得白鹅潭万象城是在“分流”天河路,而是给广州市民提供“另一个选择”:天河是快节奏、强商务属性的都市繁华;白鹅潭提供的是滨水的、松弛的、更具人文气息的新生活方式。最需要补齐的“短板”是花时间深耕、培育独属于这的“滨水生活方式”。

羊城晚报:放到大湾区看,白鹅潭万象城如何定位自己?未来一年的目标会是什么?

陈嘉昭:白鹅潭是广州规划建设的大五世界级商圈之一。广佛同城的跨城消费、广交会带来的外籍客商、微度假趋势下的湾区高品质客群,都为广州及白鹅潭带来庞大客流基础。

未来一年,我们的目标很务实:把广州白鹅潭万象城打造成一个“懂广州人”的商业体与城市公共空间,让来自白鹅潭逛江岸、看展览、买东西、享美食,成为广佛市民的生活日常。

羊城晚报记者 孙锦曼