# 羊城晚报

羊晚新闻客户端　欢迎订阅羊城晚报

中共广东省委主管、主办　羊城晚报社出版
1957年10月1日创刊

26℃ 12℃　2026年11月　丙午年十月初四　12　星期四


解码 广东经济生态

广东实现职业技工教育与产业发展精准对接同频共振

## 技能之“长”撬动智造之“强”

羊城晚报记者　郭子扬　周聪

广东职业教育规模居全国前列，拥有7所职业本科大学，数量全国最多，学历贯通与能力复合加快成势；技工教育同样底盘扎实，43所技师学院覆盖21个地市，世赛累计斩获48金领跑全国，技能直通与标准输出特色突出。如今，全省596所职业学校（含技工院校）共有超300万在校生，规模全国居首。

规模底盘之上，职业院校与技工院校共同面对一道命题：如何实现技能人才与制造大省的双向奔赴？答案，写在三条并行的路径里——校企深度融合让就业前移，赛事标准转化让人才输出有据，院校根系下扎让专业与产业同频。

### 岗位标准写进课堂

提起深圳信息职业技术大学（以下简称“深信大”）的学生，深圳汇川技术有限公司用人部门给出的反馈高度一致：“上手速度快、专业功底实、工程素养高、岗位稳定性强。”

深信大与汇川技术打造的“汇信班”，把企业真实项目和生产标准前置到课堂——课程直接对接产品体系，实训围绕工程项目展开，学习节奏快、要求高。“感觉不像在上课，更像在企业培训。”这是该校中德机器人学院学生张鑫进入“汇信班”后最直观的感受。

由于在校期间已经过定制化培养，相比普通院校毕业生入职后3至6个月的适应周期，深信大学生往往1至2个月即可独立上岗、承担项目任务。目前，超254名深信大学子在汇川及其生态企业中稳定在岗，且全部集中在工业自动化系统调试、工业机器人应用与运维、智能制造设备技术支持、工控软件编程与方案开发四大智能制造核心岗位序列。

在广州城建职业学院，校企合作深度也不断拓展。中国邮政速递物流11183客服中心以“校中厂”方式将全国EMS话务业务搬进校园。2025年，该校69名人力资源管理专业学生在“双十一”高峰累计受理电话36188通、服务3.6万余名客户。企业评价学生“召之即来、来之能战”，随后主动将合作从单一实训升级为共建课程、共建基地、联合培养的长期战略关系。

广东省城市技师学院则把“微专业”做成了学生入企上岗的直通车，与宁德时代、星维科技、灵漫快学深度合作，引入企业真实商业项目融入日常教学，优秀学员直接获得企业就业推荐与创业孵化支持。今年5月双选会上，该校“微专业”助力88名学生直接入企上岗。

类似案例比比皆是。在广东，校园和市场之间的“精准对接”正成为常态，构建起招生—培养—就业—评价全链条闭环。

### 世赛精度走向市场

一枚世赛奖牌，可以转化为什么？对于毕业于深圳技师学院的郭志鹏而言，答案是4家门店、年营收超千万元。

2018年，郭志鹏参加第45届世界技能大赛珠宝加工项目，斩获全国第二的佳绩，次年获评“全国技术能手”称号。2021年，他与多位珠宝加工项目“国手”在全国最大的黄金珠宝集散地深圳水贝联合创办“巨匠金工坊”，把世赛0.1毫米级精度逻辑用于黄金损耗控制——行业内的黄金加工损耗率普遍在2‰到3‰，他们压到0.8‰以内。由此，“世赛标准”成为实实在在的市场竞争力。

自2011年中国首次参加世界技能大赛以来，广东累计斩获48金16银15铜和28个优胜奖，金牌数和奖牌总数均稳居全国首位。而细数这些奖项，可以清晰发现“产业需要什么，竞赛就主攻什么”的规律，如先进制造类赛项对应广东高端装备、半导体、智能装备产业的紧缺人才需求，创意类赛项贴合粤港澳大湾区时尚制造产业，等等。正因如此，从赛场走出的众多技能人才，活跃在世界500强企业、国家重点企业以及制造业一线岗位。（下转A3）

今日 看点

## 纪念孙中山先生诞辰160周年 百余件珍贵文物亮相广州

详见A4

## 说着外语迎外宾 一名深圳骑手的世界“朋友圈”

## 18岁的“双11” 从一夜狂欢变成40天的日常

详见A3

街谈 巷议　□林如敏

## 100元打赏， 催生了将心比心的格局

11月10日，发生在广东江门的一件小事被多家媒体报道：一网约车司机接到起步单，到上车点后乘客还在打包，需要等候，乘客察觉到司机有情绪，直接打赏了100元现金。司机表示平时等乘客极少有人打赏，面对递过来的100元，“瞬间觉得自己格局太小了”。

这则新闻挺有意思，双方的表现都值得玩味。乘客这边，察觉到司机因为久等而不耐烦，没有装作看不见，也没有用一句“不好意思”就搪塞过去，而是温言解释，同时用100元现金表达了歉意。

司机的反应也很真实。“瞬间觉得自己格局太小了”这句话，说明他当时心里的确有情绪、有怨气，而乘客的举动让他既意外又有点惭愧。一个人先释放了善意，另一个人接住了，还生出了自省。

网约车司机与乘客之间的矛盾，大多是从“等”开始的。乘客觉得司机等几分钟是天经地义，司机却在盘算这几分钟里流失的接单机会。这样的利益结构，司机有情绪是常态，乘客“理所当然”也是常态。在一些类似场景里，要么是双方憋着气完成一趟沉默的行程，要么是一句口角换来互相差评。而江门这个故事，却有了一个温暖的走向。

乘客的可贵之处，在于他“察觉”。愿意停下来体察对方的处境，承认自己耽误了别人的时间，并用实际行动表达歉意，这是一种相对稀缺的能力。己所不欲，勿施于人，在习惯以自我为中心的服务消费里，这称得上难得。

司机“觉得自己格局太小”，是一句真诚的自我反省。他没有把这100元当作理所当然的补偿，而是被善意打动，进而照见了自己的“小”。事实上，这一自省使他的格局并没有他自己认为的那么“小”。善意催生了自省，正是这个故事的动人之处。它证明人与人之间的温情是可以相互唤醒的。

如果非要挑一点刺的话，我们会说，“遇到好乘客”“遇到好司机”毕竟需要运气，不足以支撑一个理想的常态化生态。平台在等候规则、乘客在守时意识上做得更到位，才是消弭情绪的根本之道。但在规则臻于完美之前，这样的互相体谅，多一点总是好的。人与人之间那一份朴素的将心比心，始终是化解摩擦最好的润滑剂。

广货行天下 行天下看广货

26家门店覆盖核心城市热门商圈，产品从博主“种草”到年轻人争相选购

## 20岁的大疆圈粉韩国消费者

文/羊城晚报特派首尔记者　杭　莹
图/羊城晚报特派首尔记者　蔡嘉鸿



韩国消费者在位于江南区的大疆旗舰店体验产品

初冬首尔，江南大路人流如织。大疆（DJI）旗舰店里，一名韩国年轻人正举着手持云台相机Osmo Pocket 4试拍；不远处，店员正向一对情侣演示产品。门店店长弘佑泽告诉羊城晚报记者，这样的体验场景，每天都在店里上演。

11月9日起，羊城晚报“广货行天下·行天下看广货”2.0版大型跨国深调研走进韩国。记者在首尔街头看到，弘大的街巷口，不时有博主举着巴掌大的云台相机边走边拍；汉江边的步道上，年轻人把无人机升上天空，镜头扫过城市与晚霞。这几年，韩国短视频自媒体发展迅猛，举着大疆设备拍摄的身影随处可见。

这家于今年5月20日开业的大疆韩国旗舰店落地江南区，近半年来客流与销售额均保持不错水平。这并非大疆首次落子韩国。早在2016年，这个来自广东深圳的品牌就在首尔开出了其全球第二家零售门店，成为最早进入韩国市场的中国智能硬件品牌之一。十年来，其已在韩国布局26家门店，覆盖首尔热门商圈以及釜山、大邱、大田等其他核心城市，使“深圳造”手持影像产品和无人机走进了韩国消费者的日常。

### 26家韩国门店的“触达网络”

这家开业半年的旗舰店也是一家融合概念店，一层陈列大疆无人机与手持影像产品，二层则是瑞典相机品牌哈苏的专属空间。据悉，2017年初，大疆对哈苏实现控股收购。目前，哈苏为大疆旗下独立运营品牌，双方在无人机相机、门店体验等方面深度整合。弘佑泽介绍，门店可提供售前、售中、售后全流程服务，“客流、销售额均处于不错的水平”。

以旗舰店为代表，品牌跨国渠道网络早已铺开。弘佑泽告诉记者，大疆在韩国共设有26家门店，分布在明洞、江南等首尔热门商圈，以及釜山、大邱、大田等核心城市，“客户能够很容易地接触到我们在全国的门店”。

“这次打算买一台无人机。我平时喜欢和朋友去露营或者旅行，想尝试航拍。来门店可以随时咨询店员，比较方便。”正在店内挑选无人机的首尔市民仕宗告诉记者，门店于他是“随时能去”的存在。这也正是大疆渠道策略在韩国的落地写照。

### 短视频创作者的“新宠神器”

谈及韩国消费者的选购偏好，弘佑泽给出的答案很明确：“整体使用便利性和产品格调，是客户最在意的。”

这一点，在消费者安相镇身上得到了印证。他是Osmo Pocket 3的老用户，对这款产品拍出来的影像画质评价很高，“是手机没办法比拟的”。今年4月，大疆发布新一代Osmo Pocket 4后，他的期待值拉满。

数据也佐证了这份口碑：2026年二季度，大疆在全球手持智能影像设备市场的份额约为73%。

事实上，韩国消费者对大疆的品牌认知经历了一个明显的爬坡过程。弘佑泽回忆，早年企业产品在韩整体知名度并不高，受众范围较窄。转折发生在近几年间。随着韩国短视频创作者数量持续增长，手持拍摄设备需求水涨船高，不少博主、知名演员日常使用大疆设备拍摄内容，产出的优质视频大幅提升了品牌曝光度。“消费者更多是看到博主拍出来的视频之后，认识到这个品牌。”弘佑泽说。

### 一个品牌见一片“智造森林”

如果说门店展示和博主“种草”使品牌打开了知名度，那么产品本身则完成了更深一层的认知塑造。

仕宗的经历颇具代表性。他告诉记者，自己常去江河、水库和溪谷，有时全家一起出游拍摄。“用普通相机拍不到的角度，（无人机）升高之后拍出来的画面非常美，这一点让我特别满意。”他还提到，大疆无人机拍摄的画质很好，远处的东西也能看清，“给人一种新的视角、新的体验”。

更令记者印象深刻的是，仕宗和安相镇都清楚地知道，这一品牌来自广东深圳，“在韩国已经很有名”。不止如此，安相镇还一口气说出了比亚迪、喜茶、顺丰、腾讯、华为等一连串来自广东的品牌名。

第三方数据显示，2006年在深圳创立的大疆，如今占据全球消费级无人机市场逾七成份额，业务遍及100多个国家和地区。而在其身后，是一整片广东制造的“品牌森林”，从比亚迪的新能源车到喜茶的新茶饮，从顺丰的物流网络到腾讯的数字服务，越来越多“广货”正在韩国市场形成集群认知。

新闻 管家

俄美乌三方会谈结束

## 俄乌就大规模换俘达成一致

为期两天的俄罗斯、美国和乌克兰三方会谈11日在阿联酋首都阿布扎比结束。乌克兰谈判代表团成员、对外情报局局长乌梅罗夫当日表示，会谈主要成果是就大规模交换被俘人员达成协议，目前各方正在敲定具体细节并推进落实。三方还讨论了实现和平及乌克兰战后重建问题，“重大分歧依然存在”。

俄罗斯武装力量总参谋部信息管理局第一副局长亚历山大·佐林11日接受媒体采访时表示，俄乌可能在未来两至三周内各自向对方移交超过1000名被俘人员，这将是双方规模最大的换俘行动之一。

分析人士认为，虽然各方就大规模交换被俘人员达成协议，但围绕结束冲突、领土争议、乌克兰安全保障、战后重建及欧洲参与谈判等问题，仍未能取得实质性进展。

（据新华社）


责编/陆德洁　美编/丘淑斐　校对/刘媛元

报料热线:18928858567、(020)87776887　订报电话:(020)87133333　发行客服:18925108933　金羊网:www.ycwb.com

国内统一连续出版物号:CN 44-0006 邮发代号:45—6 新编第17075号/全国发行8版