

【头条评论】

中国产业转移的三大格局与未来挑战

周家兵

近15年来,我国实体企业产业转移呈现三大格局,简述如下。

第一是向省内周边地市迁移。最明显的案例是深圳制造业企业向广东省内的地市转移,如东莞、中山、佛山、江门等地。据不完全统计,截至目前,深圳近七成制造企业整体迁移至广东省内周边地市。这种省内迁移特征与区域经济协同发展密切相关,通过产业链延伸和资源整合实现产业升级。其中,电子信息行业(如电气、机械、通信设备制造等)成为主要外迁领域。

第二是朝国内其他省份(相对于企业总部所在地而言)转移。我国通过“放管服”政策,改革优化营商环境,10多年间,逐渐取消下放行政许可事项超1000项,降低企业经营成本。同时,提倡的“双循环”新发展格局,推动产业要素流动,促进

区域分工合作。部分行业呈现“高端留省内、低端环节外移”的分化趋势。相应地,中西部地区承接东部产业转移的项目数量和投资额显著增长,河南、四川等地形成电子信息、新材料产业集群。国内转移实现从“成本驱动”到“集群协同”的梯度升级。政策与市场驱动双加持,让东部沿海(珠三角、长三角)劳动密集型与资源依赖型产业,加速向中西部迁移,形成“成渝电子信息集群”“武汉长沙光电子走廊”“郑州智能终端基地”等核心承接区。基本形成了“传统制造业加速内迁,核心产业稳健转移,全国空间格局重构”的大布局。当然,需要说明的是,深圳的一些企业也向广东省外转移了产能。

也有两大因素驱动国内的产业转移。一是成本因素:首先,东部工业用地成本高,如深圳是中西部地区的2—3倍;其次,人力成本差距在30%—40%左右;最后,企业所得税优惠政策方面,中西部地

区有15%的优惠政策。二是产业层次跃升——转移不再是低端产能外迁,而是产业链垂直分工的区域优化。东部聚焦研发设计与高端制造(如深圳、上海侧重芯片研发),中西部承担中试生产与零部件配套(如西安半导体封装测试),形成“东部提质、中部承接、西部升级”的格局。

第三是海外布局。近15年,中国企业出海,可划分为三个阶段:2010—2017年,劳动密集型先行(纺织业、手工业为主),主要去向是东盟,如中国纺织机械进口增速连续5年超20%;2018—2023年,装备制造出海加速(中美贸易摩擦加剧所逼),机械、电力设备行业资本品出口增速一到两成;2024年至今,产能全球化布局,以汽车、蓄电池等为代表,海外建厂增速达30%左右。总而言之,中国企业出海实现了从“劳动密集型”到“装备制造引领”的阶段跨越,与此同时,对外投资重心从拉美、欧美转向东盟、泰国、越南成为核心

承接地。

中资企业海外转移,目前初步形成全球地位巩固、质量效益提升、总量持续领跑的格局。同时,创新驱动转型和国内外联动,形成“国内循环为主体、国际循环为补充”的生态。国内产业链韧性增强,通过中欧班列降低了物流成本。

对中国企业而言,无论向国内转移还是出海,都面临一些挑战。未来挑战主要体现在三个方面:一是创新转化不足,也就是基础研究到产业应用的“最后一公里”尚未打通;二是人才供应失衡,如西安半导体人才缺口5万人;三是地缘冲突与关税壁垒加剧供应链不确定性。

经过多年的风雨历练,在产业转移布局的过程中,中国企业把握机遇的能力和应对挑战的能力都在提升。相信在政府的坚强领导下,加上企业家精神的日益焕发,中国企业一定会在国内、国际两个市场中不断优化产业布局,创造更美好的未来。

【美食经济】

食在广州的前世今生

周松芳

毋庸置疑,迄今为止,“食在广州”仍是岭南文化最靓丽的名片之一,但“食在广州”的历史,却一直模糊不清,因为从学术上讲,饮食文化研究,向为小道,是传统文史之学的“大人君子”所不屑为的,处于学科歧视链的下端,岭南饮食文化便长期以来没有得到认真而深入的研究。但是,在生活史和区域史研究方兴未艾的今天,谈谈这个话题,无论从哪个方面说,都是很有意思很有意义的。

“食在广州”的历史并没有多悠久,虽然人们习惯上溯到南越国时期,因为南越王墓出土了大量饮食器具及食物残余,就像湖南因为马王堆出土了大量饮食文物而把湘菜的形成上溯到西汉一样,其实这样的上溯没有多少意义——王廷的烹饪器具,你民间有吗?王室的饮食,民间能共享百分之几?

坊间为了说明“食在广州”的咸水史(在粤语口头语里,“咸水”指“了不起”“很厉害”的意思),上溯最远的是南越王食,征引最多的则是屈大均的名言:“计天下所有之食货,东粤几尽有之;东粤之所有食货,天下未必尽有之也。”只可惜大家都会错了意——这“食货”,绝非“食材”,更非“吃货”,而《史记·货殖列传》已表明“货殖”或“食货”是一个经济学的概念,即经济或商业行为。民国时期有一家老牌经济学杂志,后来在台北还有延续,就叫《食货》。其实在《广东新语》中,它也并非见于“食语”而在“事语”的“贫语”条,“食货”指各种奇珍异宝已很分明。

广州一口通商后,社会日渐富裕,饮食消费力日渐增强,但是饮食美誉度除饮食本身外,还靠政治、经济和文化的支撑,这就是为什么晚清以前,很难发现对广东饮食的赞美之辞。据记者赵壹在《粤风》1935年第6期发表的珠江回忆录·饮食琐忆》,至迟在咸丰同治年代,广州饮食的话语权已经操持于姑苏人之手,当时的酒楼,如果“不入姑苏酒楼同行公会”,是不能显示地位的,而姑苏酒楼在广州得有多大势力,才可能建立“同行公会”!这背后的原因是,在传统的农商社会里,餐饮市场规模有限,宦官政客对市场具有左右的力量,而异地为官,姑苏江南之人广州官场的主导力量。

所以,到了新时期,广州厨界的老行尊冯明泉还说,清末民初,以接待当时的宦官政客,上门包办筵席为主要业务赫赫有名的八大“大肴馆”——聚馨、冠珍、品荣升、南阳堂、玉馨春、元升、八珍、新瑞,都是属“姑苏馆”组织的。而老行尊冯汉先生进一步说,到二十世纪二三十年代“食在广州”的全盛时期,全市仍有100多家大肴馆,可见“姑苏馆”的影响力及其流风余韵。另据陈培先生的研究,早期赫赫有名的贵联升、南阳堂、一品升等,都是外江官厨主持。这些,都充分反映了外来饮食文化对“食在广州”形成的作用和意义。

但是,长期以来,因为史料无人发掘,几乎没有人知道,饮食娱乐远比陆上繁华的广州水上浮城,才是真正地道的“食在广州”的起源。如道光年间何仁镜在其《浣水吟·城西泛春词》自注中说:“珠江花月之盛,至嘉庆末年极矣。酒楼之敞,有宽至六十筵者。”这是陆上姑苏酒楼同行公会掌控的门面窄小的包办馆所望望项背的,在清代以来的广州酒楼发展史上,珠江水上饮宴是第一个高峰。这种高峰的形成,当然不是一朝一夕的事。究其渊源,当属广州城内格局狭小,商业空间一向布局城郊,元明主要在韶关(南郊),清代一口通商之后,在西部近水设立十三行夷馆,商业交易中心逐渐西移。但西关水陆交错,开发不易,围绕对外贸易形成的商业及饮食娱乐业,便因着清初禁海大量迁移聚集珠江江面的疍民群体形成的服务能力,而向水上发展,一座备受时人瞩目尤其是外夷商人关注的水上浮城便渐次成型,始可出现“可设六十筵”江上盛景。

这种水上饮食娱乐,因为关联风月,本地人当然不太乐于鼓吹,因此,从文献可考的角度,“食在广州”才最早见于孙中山与日本友人与宫崎寅藏等笔谈:“宫崎:‘扰乱省城……借名招勇,每人每日,十块洋元[钱]。乡愚贪利,应募纷纷。’……孙:‘食在广州,着在苏州。建都,仆常持一都四京之说:武汉(都)。西京(重庆),东京(江宁)。广州(南京),顺天(北京)。’”

其实真正唱响“食在广州”的,并不是主要在广州,而是在上海。上海才是真正兼容并蓄的大市场,才是各大菜系比拼的大舞台,粤菜在这个舞台上奋发创新,最后借助传媒中心的鼓吹而打响“食在广州”的名号。这背后也是政治、经济和文化的综合因素在起作用。早期粤菜在上海只能以消夜馆和粥店的形式存在,所以,对“食在广州”兴盛影响巨大的江太史江孔殷,他的父亲是上海富商,人称江百孔,他投资了上海租界第一家大酒楼新新楼,却是南京菜馆而非粤菜馆。直到辛亥革命后,粤人形象焕然一新,粤菜馆才纷纷开出来。北伐之后,地位更上层楼,粤菜馆遂有网红之势,如范烟桥《徽州馆与广东馆》说:“起初是徽州馆最占势力,到了民国十六年,国民革命军北伐,忽地广东馆突为上海人所喜,或者因为那时广东人在上海骤然增加数量,上海人又是一窝蜂的,见广东人都到广东馆去了,便学时髦也舍此就彼。”发展到民国末期,“上海的外侨最晓得‘新雅’,他们认为‘新雅’的粤菜是国菜,而不知道本帮菜才是地道的上海馆”(舒澹《吃的废话》)。

事实上,“八大菜系”的形成有一个共性:几乎都是在走出各自乡邦之后,因着跨区域、跨市场融合发展,特别是上海这一最重要的跨区域市场的竞合,调适众口,才获得认可,赢得名声,成为享誉全国的一大菜系,奠定影响迨于今日的格局,并在今日更发达的经济、更广阔的市场上,各舞长袖。未来,相信“食在广州”的品牌将得到进一步的擦亮。

【发展之道】

以骑手保障为镜 看企业社会责任进阶之道

陈霞昌

近日,美团宣布在全国范围上线骑手社保补贴,并首次将骑手的家属也纳入保障,覆盖大病关怀、子女教育基金等项目,这一举措为全国数百万外卖骑手提供了更扎实的保障。在新就业形态成为重要趋势的当下,平台企业正在探索如何更好地履行社会责任,让发展成果真正惠及每一位参与者。

平台企业的社会责任,首先有对“人”的尊重,尤其要守护好产业链中最基础的劳动者权益。外卖骑手、网约车司机、电商主播等灵活就业者,是平台生态的“毛细血管”,却曾长期面临社保缺失、职业保障不足的困境。美团此次推出的养老保险补贴,打破了“只有全职骑手才能享受保障”的壁垒,无论是长期跑单的核心骑手,还是兼职的灵活从业者,都能自主选择参保地。这种“更灵活、更包容”的设计,恰恰满足了灵活就业群体的核心诉求。更值得关注的是,其“每单必保”的职业伤害保障,覆盖全行业骑手的大病关怀,不再将保障局限于“自家平台”,而是以开放姿态惠及整个行业劳动者——这正是社会责任的应有之义:不只是对自家员工负责,更要着眼于行业生态的共荣,让劳动者不再因“灵活就业”的身份被排除在保障体系之外。

平台企业的社会责任,还需要“倾听”与“创新”双轮驱动,让保障真正贴合劳动者的真实需求。此次美团社保补贴提前两个月落地,背后是对上万条骑手建议的吸收采纳;从高温严寒专项补贴,到“骑手之家”“驿站”提供的休憩服务,再到即将

试点的“亲子假”“秋收假”,每一项福利的推出,都源于对骑手工作场景、生活需求的洞察和响应。这种“从骑手中来,到骑手中去”的思路,摆脱了企业单方面“施舍式”的福利模式,转而构建起“需求导向”的保障体系。更具创新性的是,智能头盔的研发试点——将防摔警报、疲劳预警等功能融入装备,既解决了骑手配送中的安全痛点,也让“科技向善”有了具体落点。由此看来,平台企业的社会责任不应是僵化的“标配动作”,而应借助自身的数据优势、技术能力,精准捕捉劳动者的隐性需求,用创新手段将保障从“基础层”推向“进阶层”,让福利真正“用在刀刃上”。

平台企业的社会责任,更应具备“长期主义”视野,推动保障体系从“应急补缺”走向“系统共建”。美团构建的“基础保障+进阶保障+生活福利”模式,并非孤立的政策拼凑,而是一套覆盖骑手工作、生活、发展的全周期保障网络:基础保障守住“底线”,解决社保、工伤等核心问题;进阶保障关注“发展”,通过职业转型教育基金助力骑手能力提升;生活福利温暖“人心”,从体检、餐饮补贴到家庭旅游基金,让保障延伸至骑手家庭。这种系统性思维,正是平台社会责任的高阶形态——不仅要解决当下的痛点,更要为劳动者的长远发展铺路。同时,平台企业还应主动联动政府、社会力量,形成保障合力。此次美团社保补贴的全国落地,离不开各地有关部门的指导帮助,这也证明,只有打通“企业发力、政府引导、社会协同”的渠道,才能让灵活就业业者的保障真正实现“全国覆盖、可持续运转”。

在数字经济时代,平台企业的规模越



公募基准新规对症下药 优化行业生态

诗曰

挂羊头却卖狗肉,风格漂移让人忧。
基金产品爱变脸,定位宣传多忽悠。
对症下药定新规,监管层面终出手。
行业生态望改善,共赴愿景有奔头。

赵乃育/漫画 孙勇/诗

大、影响力越广,社会责任的分量就越重。他们不仅是商业模式的创新者,更应是社会价值的创造者。美团骑手保障体系的探索,为行业提供了一个重要范本:社会责任不是企业的“负担”,而是驱动企业长远发展的“引擎”——当骑手们不再为社保担忧、不再为安全焦虑、能够兼顾工作与家庭,他们的归属感与幸福感将转化为平台服务的质量与效率,最终实现“劳动者受益、企业发展、社会和谐”的多

赢局面。

未来,期待更多平台企业能以基础参与者保障为起点,将社会责任融入企业战略的每一个环节:用更开放的态度覆盖更多劳动者,用更精准的创新回应真实需求,用更系统的思维构建长效机制。唯有如此,才能让新就业形态真正成为“稳就业”的蓄水池,让每一位为美好生活奔波的劳动者,都能感受到来自平台、来自社会的温度与力量。

【典故趣谈】

诸葛亮造木牛流马与公司技术创新

徐叔衡

科技是第一生产力。经过几十年市场竞争的洗礼,企业都深深体会到,坚持技术创新、重视科技引领、推进技术进步,才能使生产经营立于不败之地,使公司保持旺盛的生机活力,把公司做大做强。如何做好技术创新,坚持科技引领,是一门大学问,在这里,研究一下诸葛亮打造木牛流马的故事,或许会有一些启示。

深谋远虑,未雨绸缪。打仗就是打后勤。诸葛亮北伐,六出祁山,誓竭力尽心,剿灭汉贼,恢复中原,引蜀兵三十四万,分五路而进,令李恢先运粮草于斜谷道口伺候。魏主曹睿手诏司马懿大都督,坚壁固守。这样相持日久,蜀兵粮草接济困难,长史杨仪前来告苦,“即今粮米皆在剑阁,人夫牛马,搬运不便,如之奈何?”听到此话,诸葛亮却笑了,“吾已运谋多时也。前者所积木料,并西川收买下的大木,教人制造木牛流马,搬运粮米,甚是便利。牛

马皆不水食,可以昼夜转运不绝也。”且已付诸实施,“吾已令人依法制造”。正是先人一步,棋高一着!

严格保密,严防泄露。技术创新必须严守秘密,尤其是军事方面,以免让竞争对手知悉。造木牛流马时,诸葛亮特别注意选址,踏勘地理时,见一谷口,其形如葫芦之状,内中可容千余人;两山又合一谷,可容四五百人;背后两山环抱,心中大喜,这真是一处保守秘密的好地方。回到帐中,马上唤裨将杜睿、胡忠二人,附耳授以密计。令唤随军匠作一千余人,入葫芦谷中,制造木牛流马;又令马岱领五百兵守谷口,嘱咐“匠作人等,不许放出;外人不许放入”。强调“捉司马懿之计,只在此举。切不可走漏消息”。而且每天都亲自到现场检查,使保密工作落实到位。

精细设计,亲自监督。众将听说要造木牛流马,闻所未闻,不知是何奇物,纷纷打听。诸葛亮即将造木牛流马之法,尺寸方圓,长短阔狭,开写明白,给大家观看,

只见纸上对木牛的曲、头、腹、脚、颈、背、舌、肋、齿、角、鞅等,都描绘得一清二楚。对其功能也进行了阐述,牛仰双辕,人行六尺,牛行四步。每牛载十人所食一月之粮,人不大劳,牛不饮食。对制造流马的方法,则把各个部分的构造、尺寸、要求,做了更加详尽的介绍,众将拜伏于地,钦佩不已,“丞相真神人也!”过了数日,木牛流马皆造完备,宛然如活者一般;上山下岭,各尽其便。众军见了,无不欣喜。诸葛亮还特意进行实战演练,令右将军高翔引一千兵驾着木牛流马,自剑阁直抵祁山大寨,往来搬运粮草,供给蜀兵之用。

巧设机关,暗藏绝招。司马懿得知蜀兵用木牛流马转运粮草,人不大劳,牛马不食,大惊,认为蜀兵用此法,必为久远之计,不思退矣。为了破解这一难题,他想了一个法子,命张虎、乐琳各引五百军,从斜谷小路抄出;待蜀兵驱过木牛流马,抢三五匹便回。见到抢回的木牛流马,司马懿大喜,便令工匠百余人,当面拆开,吩咐

依其尺寸长短厚薄之法,一样制造木牛流马,不消半月,造成二千余只,与孔明所造者一般法则,亦能奔走。此举早在诸葛亮的预料之中,“不出吾之算也”。他早就防备了这一手,“那时我又有计策”。他在木牛流马的舌头上暗设了机关,吩咐王平,星夜偷过北原,见到魏兵运粮木牛流马,将护粮之人尽皆杀散,却驱木牛而回,径奔过北原来。魏兵必来追赶,汝便将木牛流马口内舌头扭转,牛马就不能行动,汝等竟弃之而走。背后魏兵赶到,牵拽不动,扛抬不去。吾再有兵到,汝却回身再将牛马扭过来,长驱大行。又让一些兵士扮作六丁六甲神兵,作种种怪异之状,魏人见之,疑为神鬼,不敢来追赶。

“胸藏万汇凭吞吐,笔有千钧任翕张。”公司集聚人才,广揽信息,紧盯市场,统筹规划,深谋远虑,制造一代,研制一代,储备一代,构思一代,使技术创新如不竭的源头活水,让公司始终保持着旺盛的生机活力。

本版专栏文章仅代表作者个人观点

国银金融租赁股份有限公司关于召开2025年第二次临时股东大会的公告

股份代码:1606.HK

股份简称:国银金租

本公司将于2025年11月17日(星期一)上午10时在中国广东省深圳市福田区福中三路2003号国银金融中心大厦会议室举行2025年第二次临时股东大会,以现场记名投票方式表决下列决议案:

1. 审议及批准对全资附属公司国银航空金融租赁有限公司增资

国银金融租赁股份有限公司
2025年11月4日