

“广货”何以行天下？

潮起珠江千帆竞，满载岭南好风物。

在全球新一轮科技革命和产业变革下，依托几十年不断积累的工业家底和对市场、技术敏锐的捕获力，广货实现了从“制造”到“创造”、从“跟随潮流”到“引领潮流”的迭代。新能源汽车、工业机器人、无人机、文化产品等一批新“广货”，顺着AI算力高速公路、电商平台，走向千家万户。

当前，全球产业链加速重构。推动“广货”行天下，是服务国家战略、顺应时代之变、驱动广东高质量发展的主动出击。“广货”能行、先行、畅行背后，蕴藏着中国经济发展韧性、潜力与活力的关键密码。

能行之基：产业厚积薄发 铸就“广货”硬实力

走进“中国灯饰之都”广东省中山市古镇镇，沿街商铺琳琅满目。一家灯饰企业的负责人向记者展示：“从设计图纸到成品出厂，所有配件在5公里范围内都能配齐。”在深圳华强北，创客们很快就能“攒”出一台智能硬件原型机。

这种“一小时产业圈”的效率传奇，是广东数十年锻造的产业生态系统的极致体现。目前，广东拥有全部31个制造业大类，新一代电子信息、轻工纺织、材料、石化、农业与食品、家电、软件与信息服务、汽车、新能源等9个万亿级产业集群蔚然成势，华为、格力等“参天大树”和无数“专精特新”中小企业各美其美。

“广货”的内涵随着时代的变迁而丰富。

改革开放之初，“广东粮”等产品以快速的市场响应满足国民经济需要；20世纪90年代，广东融入全球产业链分工，虽以“三来一补”为主，但在国内市场已呈领先势头；新世纪以来，在引入外资过程中培育出的本土领军者，打造了一系列自主品牌企业。

进入新时代，高技术制造业突飞猛进，为“广货”赋予了“高技术、高质量、快迭代”的新形象。

数据显示，全国每生产2台彩电、3台空调，就有1台“广东造”；全球每卖出3部手机就有1部来自广东；全球70%的消费级无人机、18%的集成电路以及全国40%的工业机器人也都产自广东。

从“的确良”衬衫到载人无人机，“广货”无处不在。这背后是“世界工厂”数十年积淀形成的、无与伦比的产业集群生态在协同作战。

广东新宝电器股份有限公司总裁王伟说：“客户提的要求，我们生产得出来；客户没提的要求，我们会‘创造’产品引导需求。”从订单执行者到解决方案提供者，“广货”制造商的角色正在深刻转变。

先行之力：“硬核科技”+“人文美学”协同定义新“广货”

2026年初，搭载全栈自研核心技术的深圳众擎科技T800人形机器人，在国际消费电子展上流畅完成360度旋空转身、回旋五连踢等高难度武术动作，展现了中国智造定义未来人机交互场景的雄心。

大疆从深圳一间仓库起步，攻克了飞行控制系统、云台增稳技术、影像处理算法等一系列核心技术壁垒，不仅输出产品，更输出了全新的航拍影像标准。



2025年4月29日在珠海格力电子元器件有限公司拍摄的新能源汽车碳化硅充电模块、驱动电机控制器。 新华社记者 邓华 摄



2025年6月26日，工作人员在联合飞机集团深圳基地植保无人机仓库内巡视。 新华社记者 邓华 摄



2025年3月25日在广东佛山市美的库卡智能制造科技园拍摄的工业机器人产线车间。 新华社记者 邓华 摄

从满足市场需求，到以科技创新迭代引领新需求，“广货”正从全球产业链的“跟随者”，向关键领域的“并跑者”乃至“定义者”坚定迈进。

世界知识产权组织2025年9月发布的报告显示，“深圳-香港-广州”创新集群首次跃居全球百强创新集群榜首。低空经济、商业航天、人工智能、基因技术等未来产业在广东已完成前瞻性布局。

广东省工业和信息化厅党组书记、厅长曾进泽介绍，“广货”的创新已超越了外观与功能的范畴，深入到底层技术、基础材料、核心算法的“硬骨头”当中。

“广货”不仅是物质的载体，更是文化、生活方式和价值的载体。

2025年12月，游戏《鸣潮》斩获The Game Awards(TGA)2025“玩家之声”奖项。其出品方库洛游戏CEO李松伦介绍，“游戏将岭南元素等中国传统文化巧妙融合，让全球玩家在体验游戏核心玩法的同时，也能感受到中国文化的独特魅力。”

一幅潮绣，引发全球时尚圈的惊叹；一场英歌舞，吸引了海内外游客前往潮汕带动文旅消费；一场“扒龙舟”，让龙舟赛事在全球劈波斩浪……

科技赋能、制造美学、文化融合正在深刻改变着“广货”的未来。岭南文

化的开放包容、务实创新，深深烙印在广式美食、岭南服饰、工艺美术、智能家电、潮玩文创等产品之中，成为新时代“广货”提升附加值的法宝。

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为：“当世界通过‘广货’了解中国文化时，他们看到的不仅是一个经济大省的创造力，还是一张张动态的、立体的、富有生命力的‘中国名片’，更是一个文明古国在当代世界的创新表达。”

畅行之策：积极参与国内国际双循环

在广州市海珠区，创业者郑治霖每天通过希音(SHEIN)平台将设计的时尚皮带卖给全球的消费者。依托平台反馈，郑治霖调整生产计划和品类的时间从半年缩短到4周左右。

这是众多中小微企业依托强大供应链和数字平台精准定产定销、“直达”全球消费市场的缩影。

中山大学区域开放与合作研究院院长毛艳华认为，数字技术正以前所未有的方式重塑着“广货”的发展生态，为全球贸易注入新的“流量”。

在构建新发展格局的时代背景下，推动“广货”行天下，意味着还要向内深耕，将广东强大的制造能力与国内庞大且日益升级的消费市场更紧密地连接起来。

五年前的各类外贸展会上，佛山卡蛙科技股份有限公司总经理林文杰携带公司生产的晾衣架烘干机，一门心思拓展海外市场。但近两年，该公司改进生产的可烘干多件衣服的便携烘干机在国内市场反而迎来爆单。“国内消费需求的升级，使得市场的增长点越来越多。外贸企业转内销也更有底气。”

“广货”向内拓展市场的故事，正在从“供给什么就卖什么”向“市场需要什么、潜在渴望什么，就创造什么”转变。

在广州酒家集团利口福食品有限公司生产车间，运用自主研发的低糖低盐配方与保鲜技术的粤式糕点正通过自动化生产线完成包装。这些产品正好满足了当代人既想过嘴瘾又想要健康的需求。在即将到来的春节，这些糕点成为线上线下的爆款食品。

目前，“广货行天下”已从企业自发行升级为全省战略。政府通过系统性的“搭台”和“引流”，为经营主体创造最有利的环境。

2026年初，广东启动“广货行天下”春季行动；商务部门统筹“广交会”等国家级展会平台，为“广货”搭建面向全球的“黄金展台”；工信部门则聚焦新能源汽车、消费电子等优势产业，组织系列精准推广；农业部门推动“粤字号”农产品品牌化、标准化，借助电商渠道出村进城。

广东省省情调查研究中心副主任刘光金说，推动“广货行天下”将倒逼企业进一步提升产品质量、加强技术创新、优化设计美学、塑造品牌价值、畅享营销渠道，加快“广东制造”向“广东智造”的跃升，从“制造产品”向“制造美学”的转变。

广东省委相关负责人表示，推动“广货行天下”，将广东的产业优势转化为市场胜势，积极参与国内国际双循环，在国家发展大局中展示广东担当、作出广东贡献。

新华社广州2月1日电
记者陈凯星、王军伟、孟盈如