

# 大战略上勇担当 —广东在更高起点上吹响“奋进号角”



中国经济时报、证券时报、中国证券报、上海证券报

这个春天，行走在岭南大地，总会被一种昂扬向上的蓬勃力量触动。

在环珠江口100公里的“黄金内湾”里，车水马龙的景象显示着一个国际一流湾区正拔节生长；在“世界工厂”的交通枢纽上，中欧班列带来共建“一带一路”的新发展信息；从南海之滨到昆仑山脉的千里跨越中，广东发挥辐射带动力拓展经济发展纵深空间……

“大块头有大担当”。经济总量突破14万亿元的广东，正奋勇向前，在国家大战略上积极担当。

● 经济参考报记者 王璐 吴涛

## 共建一流湾区，在高质量发展上打头阵

黄茅海跨海通道、深中通道、港珠澳大桥、南沙大桥……从“黄金内湾”高空俯瞰，每一条跨江跨海通道上都是车水马龙的繁忙景象。

一个活力蓬勃的世界一流湾区正拔节生长。2024年，粤港澳大湾区经济总量已达14.8万亿元。站在新起点上，向融而进、向新而行、向强而立，广东正加快发展新质生产力，在发挥高质量发展动力源作用上打头阵。

新能源产业成为广东第9个万亿元级产业集群，这则不久前公布的消息显示，广东产业体系再添“猛将”。

“今年广东谋划进一步优化产业结构，在自动驾驶、低空经济、生物制造、量子科技等方面重点布局，尤其是大力支持人工智能和具身机器人产业发展。”广东省工信厅相关负责人说。

今年1至2月，广东新能源汽车、工业机器人、民用无人机产量分别增长50.9%、31.1%、92.7%，新动能、新产品保持良好增势。

在新技术、新产业和新模式不断涌现中，广

东产业不断迭代升级，推动了生产力的质态跃迁。“广东经济发展史，就是一部产业不断向上跃迁的奋进史。”珠海市委书记陈勇说，珠海正着力统筹好新动能和旧动能的关系，有力推进传统产业向新向绿。

在河套深圳园区，仅为3.02平方公里的土地上已集聚超200个高端科研项目和1.5万名科研人员。2023年落户园区的港华能源研究院去年已完成氢气传感器技术研究，授权给深圳一家国家级专精特新“小巨人”企业生产制造，今年将有四项自主研发产品推向市场。

港华能源研究院科研管理中心主任张腾飞表示，得益于粤港澳三地携手和要素跨境流动壁垒有序破除，研究院与境内外多家高校和科研机构、优秀企业建立了密切的产学研合作关系，技术研发和成果转化速度大大提升。

科技创新和产业创新，是发展新质生产力的基本路径。广东在粤港澳大湾区建设中着眼于现代化产业体系建设，大力推动科技产业互促双强。一方面，聚力打造战略科技力量，构建世界一流的重大科技基础设施集群和具有湾区特色的实验室体系；另一方面，推动政产学研用深度融合，打造一批概念验证中心和中试平台，推动更多科技成果转化落地。

### 探索合作新路径，融入“一带一路”做示范

长长的汽笛声中，满载家电、服装鞋靴、日用百货等“广东制造”的中欧班列从广铁集团广州国际港站缓缓驶出。

广铁集团负责人表示，粤港澳大湾区累计开行中欧班列已超过4000列，覆盖50多个国家和地区，成为连接广东和全球的重要贸易通道。

截至目前，广东已开通国际集装箱班轮航线超470条，海运网络通达全球120多个国家和地区的300多个港口。国际航空近十年来累计旅客吞吐量超10亿人次、货邮吞吐量超3000万吨，枢纽能级不断提升。

千百年前，穿越大漠戈壁的驼队和大洋大海的宝船，让古丝绸之路名垂青史。如今，作为古代海上丝绸之路的起点，广东正深度参与高质量共建“一带一路”，融入国家发展大局。

走出去，粤企掀起“出海潮”。在总投资超过3.9亿美元的尼日利亚广东经济贸易合作区，入园企业已达140家，旺康陶瓷、博达工业、攀达钢铁等企业已发展成西非乃至整个非洲的龙头企业。

投资方广东新南方集团执行总裁邓愚说：

“在新一轮民营企业出海热潮中，搭建海外平



2024年12月11日，黄茅海跨海通道正式通车后，车辆行驶在黄茅海大桥上（无人机照片）。

记者 刘大伟 摄

台、产业链链主企业团结上下游企业共同出海，不断完善产业链配置布局已成为共识。”

引进来，全球企业汇聚大湾区。第137届广交会将于4月15日开幕，预计有4.3万家企业线上线下参展。据了解，第136届广交会有来自49个国家和地区的730家企业参加进口展，其中“一带一路”共建国家企业占比65.5%。

数据证明了合作共赢的新成效。2024年，广东高质量建设的8个境外经贸合作区累计实现产值181亿美元，广东对“一带一路”共建国家进出口增长9.4%，占广东进出口总值的38%。

从实施“粤贸全球”7大专项计划，到加大项目招引力度、今年前两个月实际使用外资增长5.9%，再到鼓励海外主权基金来大湾区当“伯乐”，广东正努力探索更多合作空间和路径，更好地服务于构建新发展格局。

### “朋友圈”持续扩围，共拓经济纵深空间

在努力发展自身的同时，加强区域合作、省际合作，积极参与构建国内统一大市场，共同拓

展中国经济纵深空间，也是广东“经济大省挑大梁”的应有之义。

——看区域间，创新合作增强高质量发展动力。

加快湛海高铁、先进制造业合作产业园等项目建设，加速琼州海峡港航一体化进程，建设琼州海峡一体化高质量发展示范区……南海之滨，粤港澳大湾区与海南自由贸易港彼此呼应、联动发展。

沿海岸线一路向北，粤港澳大湾区、上海、北京三个国际科技创新中心以及张江、合肥、怀柔等综合性国家科学中心，群星闪耀，携手深化科技创新和产业创新合作，协力推动新能源汽车、集成电路等产业起势腾飞。

——看省际，互利共赢拓展经济发展新空间。

当下，湾区和老区正在赴一场“春天之约”。

3月30日至4月3日，“2025年江西-粤港澳大湾区经贸活动周”在广州、深圳、香港、澳门等地举办。这是江西首次在四地联动举办经贸活动，也是江西今年首场重大招商经贸活动。双方将分类别、分领域开展产业、贸易、金融、科技等

专题对接。

近年来，广东聚焦重大国家战略落地落实，健全省际合作常态化推进机制。目前已跟海南、黑龙江、江西等14个省份签署16个合作框架协议，持续推动区域合作、省际合作拓展范围、扩大规模、提升层次，增强了广东作为经济发展优势区的辐射带动力，也拓展了经济发展新空间。

——看对口帮扶，东西互济助力发展致富。

3月下旬，横贯新疆和西藏的昆仑山冰雪刚刚开始消融，南海之滨的广东木棉花早已在天空燃烧怒放。跨越千里山海，共同发展致富的故事在持续上演。

在新疆，广东省年度安排产业援疆资金8.5亿元，粤企在疆新增计划投资348.88亿元，实现稳定就业超过2万人。在西藏，30多年来广东省累计派出近千名援藏干部人才，投入资金130多亿元，助力林芝生产总值由1995年的2.9亿元增长到2024年的267.78亿元。

在当前复杂严峻的国际国内形势下，挑大梁并不容易，但广东的建设者们知道：因其不易，更需毅；因其不易，更彰不凡；因其不易，更显担当。

## 快手2025磁力大会： AI重塑商业生态，开启“生成新商业”时代



当生成式AI的浪潮席卷全球，内容平台与商业生态的边界正在被重新定义。近日，快手2025磁力大会在长沙召开，以“生成新商业”为主题，向行业展示了由AI驱动的商业变革。从内容创作到电商经营，从本地生活到品牌营销，快手正以技术为支点撬动商业生态的全面升级，为品牌、商家与用户创造持续增长的价值增量。

### 商业生态的自我革新：AI重塑经营链路

在短视频平台竞争白热化的今天，快手率先提出通过生成式AI让广告内容本身成为用户喜爱的消费对象、同时提升平台内品牌商家的经营效率。依托自研的多模态大模型矩阵（快意语言、可图图像、可灵视频），快手的AIGC能力已覆盖从素材生成到内容分发的全链路。2024年Q4，AIGC短视频素材与虚拟数字人直播的日均消耗突破3000万，成为行业效率革新的缩影。

女娲数字人直播的突破尤为亮眼。通过增强情感表达与实时互动技术，数字人不仅能回答直播间用户的复杂问题，还能根据用户行为动态调整话术，将转化率提升至真人主播的80%以上。更令人瞩目的

是，AI生成的短剧、小说、小游戏等内容型商品正在成为平台新的增长引擎——2024年短剧商业化消耗同比增长300%，单日峰值突破3000万，小游戏日消耗峰值达1200万。当“内容即广告”成为现实，创作者的想象力正转化为商家的增长动力。

在电商领域，快手推动内容电商与传统货架电商的融合。2024年，平台月动销商家数同比增长25%，中小商家GMV同比增长156%，电商月活跃买家数达到1.43亿。这些数字背后，是快手对全域经营能力的深度挖掘。

全站推广产品4.0版本的推出，标志着电商广告进入智能决策时代。升级后的系统通过独立调价Agent引擎，将广告与



### 线上营销服务

**206亿元**

2024年Q4线上营销业务收入  
连续9个季度实现双位数同比增幅

### 智能营销解决方案大幅提升营销效果

UAX的消耗占外循环总消耗的比例超55%  
商家使用个性化推广产品或智能营销产品  
进行营销推广的总消耗占内循环总消耗的55%

### AIGC能力大幅提高客户营销素材生产效率

2024年Q4AIGC营销素材日均消耗超3000万元

### 外循环内容消费行业增长迅猛

短视频、小游戏、小说等行业表现突出  
商业化矩阵内容消耗同比增长超300%

### 磁力引擎向下一代AI智能商业引擎进化

磁力开剑、女娲数字人、数字员工UAX自动投放等多元AI工具，拉动品牌生意提质增效

自然流量的撬动比提升至60%以上，使品牌客户渗透率增长超过17个百分点。与此同时，泛货架场的爆发式增长（GMV同比增长61.3%）证明了商家对“轻成本、高撬动”经营方式的渴望。商品卡推广工具的日均投放商品数同比增长189%，成为商家抢占新增量的利器。

值得关注的是，DeepSeek大模型的长链路推理能力正在重塑人货匹配逻辑。过去，零糖酸奶的广告可能仅关联同类商品，而现在，模型能够精准推演出消费者对健康生活方式的追求，从而匹配健身器材、营养课程等跨品类商品。这种从“相关推荐”到“意图预测”的跃迁，正在为商家打开增量市场的全新入口。

### 品牌营销的破圈实验：AIGC驱动的情感共振

从品牌营销领域来看，快手正在用AIGC技术打破传统传播的天花板。蛇年春节期间，vivo与可口可乐合作推出的《原来照片还能这么玩》贺岁短片，通过图生视频技术将影像产品力与用户情感深度绑定。最终，项目在快手站内视频播放量达10.2亿，AI大片播放量超5900万，用户自发创作作品数突破50万。

这种“技术+内容”的双轮驱动，让品牌营销从单向传播进化为用户共创。未来，快手计划将AIGC能力开放给更多品牌，通过生成式技术实现从产品种草到用户裂变的全链路覆盖。当每个用户都能成为品牌的创作者，营销的边界将被彻底重构。

所有这些变革的背后，是快手对AI技术的

深度重构。第四代智能调价系统通过思维链技术实现了战略级推理能力，在冷启成功率、分时成本稳定性及跑量效率上表现卓越。全自动投放（UAX）能力的客户渗透率接近60%，投放冷启成功率提升25%。

更重要的是，AI正在重塑投放的全链路体验。从投前选品的智能推荐，到投中实时分析的动态调整，再到投后复盘的策略优化，AI成为商家的“数字合伙人”。数据显示，快手基于大模型推理上线了全自动投放（UAX）能力，过去一年，UAX的客户渗透率已接近60%、投放冷启成功率提升了25%，UAX在短剧、小说等内容消费行业的渗透率高达96%。

站在2025年的起点，快手的野心远不止

于此。快手将通过AIGC技术进一步降低素材成本（目标节省数十亿级），电商经营将通过智能基建优化商品分类与流量分发，本地生活将通过多模态理解提升服务匹配效率。快手高级副总裁、电商事业部负责人王剑伟在大会上表示：“快手希望用AI的新方法，攻克品牌、商家经营过程中遇到的老问题，为大家带来切实的帮助和价值。”

当AI从概念走向实践，从“降本增效”的初级需求迈向“价值创造”的新阶段，快手正在用技术重新定义商业的想象力。这场“生成新商业”的变革，不仅是平台的进化，更是整个行业的新生。

-CIS-