

逐梦蓝天向未来

——国产大飞机C919点燃发展“新引擎”

新华社记者 周圆 王聿昊 贾远琨

求索半世纪、奋斗十余载，中国人的“大飞机梦”在新时代终成现实——我国首次按照国际通行适航标准自行研制、具有自主知识产权的喷气式干线客机C919完成研发、制造、取证、投运。

“大飞机事业一定要办好！”习近平总书记强调，一以贯之、善始善终、久久为功，在关键核心技术攻关上取得更大突破，加快规模化和系列化发展，扎实推进制造强国建设。

万里长空，国产大飞机C919正乘风起飞，奋力绘就高质量发展新航程。

永不言弃，终圆“大飞机梦”

刚刚过去的国庆假期，10架C919飞机融入繁忙航线网络，穿梭于北京、上海、成都、西安等热门城市。

由C919执飞的上海至西安航班上，C919型号副总设计师赵克良虽已多次搭乘，进入客舱后仍难掩激动，“经过那么多困难、曲折，几代人的大飞机梦想，终于在我们这代人手中实现了！”

大型客机研制，被誉为“现代制造业的一颗明珠”。上世纪七八十年代，承载着国人最初“大飞机梦”的运10，曾七上青藏高原纵览山河，最后由于种种原因而停飞。

屡经挫折，整装再出发。2007年大型飞机项目立项，2008年中国商飞公司成立，国产大型客机研制

进入新阶段。

从立项到投运，C919凝聚着无数航空人的坚守。

研制团队与时间赛跑，实行“611”和“724”的工作模式，即1周工作6天，每天11个小时；在攻关关键期，1周工作7天，每天24小时。“制造能力、人才和技术储备都有了很好的基础，各方面也全力支持。我们只有一个目标就是把大飞机造好。”赵克良说。

C919项目技术难度之大、组织协调之复杂、验证项目之多，超乎想象。立项至今，全国20多个省份、1000多家企事业单位、30多万人参与了大飞机研制，推动大飞机事业实现一个个历史性突破。

2015年11月完成总装下线；2017年5月成功首飞；2022年9月获颁型号合格证；2022年12月全球首架交付；2023年5月完成首次商业飞行……

自主创新，驱动产业转型升级

走进C919总装厂房，一架架C919飞机正在组装。机身大部件、驾驶舱客舱设备、起落架……数百万个零部件整合后汇集于此。

“C919设计制造几乎覆盖所有工业门类，能够代表中国制造的新高度。”赵克良介绍，根据实际情况制定切实目标，C919坚持中国设计、系统集成、全球招标，形成了自

主研制、国际合作、国际标准的技术路线。

聚焦自主研制，加强关键技术攻关——

电传飞行控制律，好比飞机的“大脑”。“这是一个全新领域，一切都从零开始。”中国商飞上飞院飞机架构集成工程技术所副所长欧阳一方回忆，缺少参考资料，他们就一次次仿真计算，不停试验验证。奋战10年，终于让国产飞机拥有了“中国大脑”。

通过C919的设计研制，我国攻克了100多项重大技术难关，带动新技术、新材料、新工艺群体性突破，推进了流体力学、固体力学、计算数学等领域的发展。

从产品到平台，带动产业链转型升级——

上海临港，大飞机产业园已初具规模，形成了集设计、制造、试飞、配套于一体的民用航空产业布局，吸引着全球供应商来此落户。

国产大飞机正成为产业发展“新引擎”。目前，C919飞机全球订单超千架。有机构预测，C919有望为产业链企业带来万亿元量级的市场规模，并带动产业链供应链再上新台阶。

飞向未来，迈入运营新阶段

9月19日中午，印有“C919”字样的南航CZ3539航班从广州白云机场腾空而起，飞向上海虹桥机场。

旅客陈先生特地来体验南航C919首航，宽敞的座椅、充裕的充电接口、较小的噪音都让他印象深刻，“很舒服，也很自豪，以后出行多了一种选择。”

这次飞行也标志着中国三大航空公司国航、东航、南航的C919均投入商业运营，C919规模化运营迈入新阶段。

“好飞机是造出来的，也是飞出来的。”中国商飞客舱公司副总经理胡永青介绍，为保障C919飞机顺利引进和后续顺畅运营，中国商飞与航空公司紧密合作，全力推进飞机选型、生产监造、人员培训、运行支持等工作。

如今，C919投入市场运营的效率在提升，各民航单位对其保障能力持续增强。截至目前，C919飞机已经交付10架，开通8条航线、通航6座城市，累计安全飞行超1万小时，安全载客近60万人次。

南航C919首航的同一天，千里之外的西藏拉萨贡嘎机场，一架C919飞机平稳降落。“这是C919飞机首次飞抵拉萨，我们在这里开展了多项研发试飞，为后续满足高原航线运行需求和高原型研发奠定了基础。”C919飞机总工程师严子焜说。

首次飞出国门，亮相新加坡航展；完成首次跨境商业包机；完成首次加注可持续航空燃料的商业飞行……C919飞机正不断拓展“飞行边界”，开拓全新市场。

(新华社北京10月16日电)

传统产业OUT了？看看聚集50多家上市公司的福建晋江！

新华社记者 郑良 鹿梦霞

“传统产业是夕阳产业”“发展新质生产力就是要搞新产业、选新赛道”……在一些人对传统产业产生误解与动摇的时候，福建晋江以“硬核”实力反驳了这类观点。

今年以来，在国内外市场复苏乏力、经济下行压力大的背景下，晋江逆势而上，上半年GDP增速为8.3%，居全国十强县之首。尤为值得关注的是，几个支柱产业——纺织、鞋服、食品、建材等传统产业规模以上工业增加值增长率先达9.5%。

这个地处东南沿海的县城，聚集了52家上市公司，其中多数从事传统产业，形成了总市值接近5000亿元的“晋江板块”。

从拼规模到拼质量，从注重砸钱搞营销到坚定维护品牌、投入科技创新，晋江“翻身记”折射了传统产业现代化转型中普遍面临的艰难与坚守、反思与升华。

发展质量在压力下逆势上扬

10月，在晋江市池店镇，占地面积206亩、投资额14亿元的安踏晋江智慧产业园工程正在加紧建设。“7月开工后就进入了忙碌期。”工程项目部负责人说，产业园集合了十几条智慧生产线，多个创新研发基础设施，包括全球运动科学实验室、全球科研创新中心和专业运动鞋生产研发中心等。

上半年，安踏体育用品有限公司实现营收337.4亿元，同比增长13.8%，创历史最佳中期业绩。从2022年起，安踏超越耐克、阿迪达斯等国际品牌，持续占据国内运动鞋服市场领先地位。

在晋江，安踏并非孤例，创新在全市传统产业正蔚然成风。

“晋江规上企业研发投入连续5年增长超20%，超250家企业联合高校院所在此设立研发机构，国家高新技术企业数量年均增速超50%，目前已有855家。晋江拥有省级以上专精特新企业133家，有52家上市企业，绝大多数来自传统产业，创新成为高质量发展最大增量。”晋江市市长王明元说。

在采访中，多家企业负责人表达了相似的观点：“传统产业并非夕阳行业，科技赋能推动高端化、智能化、绿色化转型，广阔的市场被打开，让企业焕发新的生机。”

今年4月，神舟十八号载人飞船成功发射，来自晋江的得兴集团自主研发的航天服拉链登上太空。从2016年神舟十一号开始，得兴拉链已伴随中国宇航员8次遨游天际。

坚守主业，危中求机

当前经济下行周期仍在持续，发展动能新旧转换，国际分工和利益格局深刻调整，不少企业家坦言，今后一段时期面临的压力会更大。晋江如何保持竞争优势？

传承“晋江经验”，坚守主业、保持“咬住实体不放松”的定力，是晋江发展之基。

“企业不投机、不摇摆。这些年，我们有很多机会拓展利润增长模式，比如体育赛事、体育小镇、体育地产，包括金融投资，但安踏管理层恪守‘单聚焦’战略，从未改变。”安踏集团副总裁李玲说，无论企业规模再大，企业始终将生产好一件衣服、一双鞋作为主业。

在企业中寻机、蓄势待发、逆周期投资，是记者在晋江采访的深刻印象。

在晋江经济开发区英林园区、五里园区，吊塔林立，工程车穿梭，一排排厂房拔地而起，增资扩产的企业中，既有从事纺织鞋服、机械制造等传统产业的，也有从事半导体新材料、封装测试、生物医药等高新技术产业的。

近3年来，福建华清电子材料科技有限公司每年产能增长40%，营收逐年翻倍，先后被认定为专精特新“小巨人”企业、制造业单项冠军企业等。2017年以来，这家企业先后突破氮化铝陶瓷基板、高性能陶瓷粉体的“卡脖子”技术，成为国内光伏储能、LED封装、电动汽车、电力等行业多家头部企业的关键材料供应商。同时，公司还在不断丰富产业链，应用场景不断扩大，订单持续增长。

“突破核心技术实现盈利之前，

公司亏损了15年，但是我们始终坚持不忘‘做好材料’的初心，坚持自主研发，最终赢得转机。”公司董事长施纯锡告诉记者。

——政府坚持长期主义，求真务实。

近年来，面对一波波房地产投资热潮，晋江党委和政府不盲目跟风，坚持不懈强实业。以2023年为例，晋江房地产业增加值占地区生产总值比重3.6%、三产比重8.9%，而其第二产业占GDP比重达58.5%。

稳预期、强信心，激发民营经济更大活力。今年前8个月，晋江全社会固定资产投资增长9.4%，民间投资增长16.6%。

2023年7月《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》发布，“不断创新发展”“晋江经验”写入中央文件；今年10月10日，《中华人民共和国民营经济促进法（草案征求意见稿）》公布，坚持“两个毫不动摇”、平等对待、权益保护等写入法律草案。

采访中，多位企业家表示，这些信号给民营企业吃下定心丸，不论顺境逆境，都能放下包袱，敢于打拼。

晋江党委和政府优化营商环境上下功夫，努力呵护、激发企业家精神。基层公务员的定位是：始终坚持当好企业的引路人、推手、服务员，做到“不叫不到、随叫随到、服务周到、说到做到”，赢得企业家认可。

爱拼敢赢，开疆拓土

面积仅有649平方公里，常住人口超250万，位于长三角和珠三角之间的洼地，既无丰厚的自然资源禀赋，也没有大型国企和特殊政策“加持”，但却创造了综合经济实力连续30年居福建省县域首位、县域经济基本竞争力连续6年居全国第4位的辉煌。

“做企业的人永远要有危机感，不创新就出局”，晋江多家运动鞋服企业负责人不约而同谈到这一点。在他们看来，一双运动鞋，从丝线、面料、鞋底，到设计、成型，有100多道工序，每个环节都有广阔创新空间。

共识源于惨痛教训。2010年前后，国产运动鞋服行业遭遇巨大危机，长期靠营销驱动，疯狂投入广告，导致产品同质化严重、产能过剩、库存高企，最终只能大打价格战，一大批企业资金链断裂，纷纷倒下。

图存求变。安踏、特步、361°等晋江运动鞋服企业敏锐捕捉国内消费升级动向，从面料、设计、工艺、流程管理等方面持续创新，让“舒适”“科技”“时尚”等元素，成为运动鞋“新国货”标签。契合了国人多元化消费需求，重塑竞争优势，赢得了市场认可。

在超4000亿元规模的纺织鞋服产业，晋江构建了从原材料研发、智能制造到立体供应链的全产业生态，梭织化纤面料、经编工艺质量全球领先，多家纺织企业成为国际鞋服品牌重要供应商，通过自主创新，有了较强的议价能力甚至引领下游产品创新。

除了在生产端发力创新，近年来，晋江企业纷纷在消费端开疆拓土。

今年上半年，晋江进出口增长18.57%，出口增长23.93%。与此前以代工贴牌、出口欧美市场为主不同，更多企业以自主品牌出海，布局全球市场，东南亚、南美、中东、中亚、非洲等新兴市场成为新增长点。

在全国第二大国际陆港——晋江陆地港，记者看到，一排排集装箱满载鞋材、塑料颗粒、纱线、网布、配件、机械设备等，即将通过海运、空运等运送到菲律宾、越南、柬埔寨等国家。

“以前出口的产品以成品鞋服等为主，如今更多是原辅料、半成品、机械设备出口，东南亚等地区大量的鞋服生产制造商需要中国的上游产业配套。”福建陆地港集团总经理李子兴说。

从改革开放初期以乡镇企业起步发展壮大至今，晋江已拥有7000多亿元规模的工业底盘，有纺织、鞋服两个超千亿元，食品、建材、医疗健康、智能装备4个超300亿元产业集群，各领域涌现出一批行业龙头企业。

“经过数十年发展，晋江传统产业拥有研发创新、品牌品质、产业集群、资金等诸多优势，布局全球市场，参与新一轮国际分工，抢占价值链中高端正当其时。”晋江经济开发区党组书记、管委会主任许国鑫说。

(新华社福州10月17日电)

全力推进

记者在近日举行的沈阳“高效办成一件事”场景上线发布会上了解到，沈阳全力推进“高效办成一件事”改革，通过搭建政务服务“数字高速公路”，由沈阳市营商局牵头，联通教育、房产、公安、卫健等多个部门，推行跨部门集成式服务，将原来需要跑多个部门办理的多个事项整合成“一件事”，实行“一张表单、一套材料、综合受理、一次办结”的集成服务模式。

(新华社发)



广交会上的这些“首次”传递哪些信号？

新华社记者 詹奕嘉 丁乐

4000多家企业首次参展、首次设立储能专区、首次推出虚拟数字人……作为中国外贸的“晴雨表”和“风向标”，正在举行的第136届广交会持续上“新”。

这些“首次”传递什么信号？记者近日在广交会展馆探寻答案。

4000多家企业首次参展，创造外贸新增量

首次参加广交会的广州三晶电气股份有限公司，带来20多款产品，提供定制化工业自动化产品与解决方案，新品率达三分之一。

“细分市场机会不小，空间够大，我们特别看好中东、非洲等新兴市场。”该公司工业自动化事业部总经理陈秋蒙说，“希望用好广交会平台，精准对接需求，进一步打开发展空间。”

第136届广交会线下参展企业超3万家，新参展企业近4600家，既有跨境电商、海外仓等新业态，还有跨境电商、海外仓等新业态。

首次参展的京东物流迎来不少客商咨询。京东物流品牌传播部高级经理陈宝健介绍，公司在全球有近100个保税仓、直邮仓和海外仓，总面积近100万平方米，希望借广交会的平台助力中国品牌更好出海，为全球客户提供一体化供应链解决方案及定制化服务。

这些“新鲜血液”既代表中国制造的新力量，又是中国外贸的生力军。

“我们面向省内特色优势产业，把展位重点投向制造业企业，支持

有订单潜力的新锐企业参展，特别是高新技术、专精特新、单项冠军等先进制造和科创产业企业。”广东交易团负责人表示，此次交易团新参展企业超过400家。

广交会的“新面孔”还有青睐中国市场的海外企业。

开设跨境电商讲堂、“一对一”顾问提供选品和物流方案……美国电商企业亚马逊为首次参展做好了准备。

“广交会聚集优秀的外贸厂商和品牌商，他们出海意愿强，我们提供出口服务，刚好契合彼此的需求。”亚马逊中国副总裁邱胜说，“我们希望和更多卖家、服务商协同创新，探寻更新的业务模式，寻找更好的创新产品，满足不同市场的新需求。”

首次设立储能专区，带来绿色新动能

共享型氢能自行车、微型制氢一体机、低压固态储氢装置……永安行科技股份有限公司展位摆满了各式氢能产品。

“绿色清洁能源深受海外消费者青睐，我们希望让大家近距离感受氢能科技给生活带来的便捷，进一步了解市场上丰富的氢能应用场景。”该公司相关负责人说，企业的氢能共享自行车项目已在国内多个城市推广，氢能产品远销欧洲、美洲和东南亚地区。

绿色化是国际贸易发展的重要趋势之一。广交会积极顺应这一趋势，丰富绿色能源展览题材，首次在

新能源专区增加氢能新题材，新设储能产品专区，共吸引新能源参展企业110多家。

据商务部部门展前调研，本届广交会参展企业中55.9%的企业在绿色低碳领域拥有外观、实用、发明等专利，各类企业现场展示绿色低碳产品将超过104万件。

在深圳市华思旭科技有限公司的展位，寿命可达5年以上的重卡启停锂电池吸引了不少采购商的目光。

华思旭销售经理陈润秋介绍，企业2013年第一次参展时靠两款锂电产品接到外商订单到“第一桶金”，今年多款新能源产品受到新老客户欢迎，预计出口额可达12亿元，比去年增长近一倍。

国内外对清洁能源和节能环保的重视度不断提升，中国企业敏锐感知新趋势，推陈出新，满足需求。

广东高而美制冷设备有限公司相关负责人杜伟说：“公司主推空气能热泵，朝节能、环保、高效、智能等方向创新研发，不仅在传统的供暖、空调、生活热水等领域有丰富应用，还开始扩展到储能等领域。”

虚拟人首次亮相，数智化产品成为新亮点

“大家好，我是广交会数字人小惠……”在广交会对外宣传短视频中，虚拟数字人首次亮相，化身一位数字女主播播报论坛信息、活动资讯等内容。按“她”的介绍指引，展客双方可用手机访问线上平台，实现线上线下统一认证、一键查找商品、规划采购行程等。

“试着用了一下这个App，可以进行中英文翻译、扫码交换名片、添加洽谈笔记，让我们线下参展又多了一个得力助手。”来自湖北黄石的一位参展商说。

“双线融合”、大力提升线上平台效能是近年来广交会致力改革的方向。本届广交会上平台共优化18项功能，全新推出广交会App。目前已有约4.8万家企业上传展品约375万件，企业数和展品数分别比上届增长60%和50%，均创历史新高。

国际贸易不断加快的数字化进程，不仅体现在“数字广交”这一办展模式上，更体现在参展企业的诸多智能产品及其背后的数字化制造上。

商务部中国国际贸易中心主任储士家介绍，本届广交会现场展示数字化智能产品39万件，较上届增长300%。一批人形机器人、智能设备、无人驾驶产品等首次亮相。

打招呼、握手、比心，甚至跳舞、打太极……深圳市优必选科技股份有限公司的人形机器人吸睛无数。公司相关负责人介绍，历经十多年研发，公司开发了“上得厅堂下得厨房”的家庭清洁机器人、“大力士”工厂搬运机器人等应用在不同场景的各类产品，目前出口到美国、加拿大、意大利、法国等50多个国家和地区。

商务部国际贸易经济合作研究院研究员周密认为，透过广交会，可以看到先进制造不仅强化产品的“高质量”，还展现出流程的“智能、高效和绿色低碳”，更能感知到中国贸易新动能加速释放。

(新华社广州10月17日电)