

全力“拼经济” 力求“节节高”

做大经济总量、招商引资和优化营商环境这三场硬仗，是江门赢得未来的总体战、协同战、攻坚战和大决战，每一场都要打好。一要攻克效益难关。今后发展要强化效益即利润的导向，只有利润率提升上去，招商引资才能有效开展，企业才能做强做优。二要统筹存量与增量。每个企业都是一个增长点，要尽力鼓励增资扩产扶助企业做大做强，加大招商引资力度，招大引强补链强链。三要抓好工业内销。要研究国内市场需求，积极引进长三角地区内销能力强，尤其在南方市场占有率较高的企业落户我市。四要抓好消费驱动。要发挥我市农业大市、强市优势，大力发展“土特产大种植+工业深加工+网络运营”的模式，培育新的产业增长点。

市委十四届十次全会暨市委经济工作会议把“拼经济”作为工作主旋律，强调要踔厉奋发、苦干实干，重塑发展新优势、再创新辉煌，勇当广东高质量发展新的方面军，为全省乃至全国发展大局作出新的更大贡献。今年市政府工作报告也强调要“拼经济”，明确提出要坚持实体经济为本、制造业当家，加快打造以先进制造业为骨干、具有江门特色的现代化产业体系。这一系列的部署体现了江门的担当和时代使命，对我市未来发展意义十分重大。我们要以更大格局、更宽视野谋划发展、打造产业、布局项目，力求“节节高”，奋力谱写江门“十五五”发展新篇章。

以经济建设为中心，重振江门雄风

江门不能忘记曾经的辉煌。上世纪80年代，江门经济总量在全省排名前列，上世纪80年代末经济总量仍占全省的6.3%，是广东名副其实的方面军。其后在外循环带动下，广东经济出现珠江两岸东强西弱、东快西慢、全省沿海崛起的局面。我市地处东西，向海发展起步较迟，因而经济总量增幅低于全省。最近几十年，江门很多方面都做得很好，但经济发展受此影响短板突出。当今，内外因素显著变化，挑战与机遇并存。党的二十届四中全会再次提出以经济建设为中心，市委全会把经济工作放在重中之重，提出从广东“永争第一”的标高追求中坚决扛起江门责任担当，砥砺走在前列的雄心，鼓足全面发力的干劲，加快迈入经济大市行列，与兄弟城市共同支撑广东走在前、作示范、挑大梁。这是江门之希望、人民之福音、时代之强音。我们要尽机遇之利、竭改革之谋、聚发展之力，再创辉煌！

到2035年人均国内生产总值达到中等发达国家水平，是我国发展的总体目标要求。2024年全国人均国内生产总值1.4万美元，广东1.56万美元，江门1.2万美元。按2024年数据计算要达到中等发达国家的人均水平下限2万美元，11年间人均国内生产总值名义增速，全国年均3.3%、广东2.3%就可轻易达到，但江门需要4.75%左右的增速，这意味着我们在发展经济上要比全国更努力，且需付出比全省更大的努力。距离2035年只剩两个五年，“十五五”既要补过去之短，又要为“十六五”留余地，是负担最重、最关键的五年，再不拼经济不行，这是我们应有的历史担当，我们要凝聚共识并为之团结奋斗。

坚决打赢三大硬仗，力求“节节高”

市委、市政府对做大经济总量、招商引资和优化营商环境这三场硬仗进行了全面部署。经济总量是目的，招商引资是抓手，营商环境是保障。这三场硬仗是江门赢得未来的总体战、协同战、攻坚战和大决战，每一场都要打好，但打法上需因地制宜。

一要攻克效益难关。政府关心增加值重于产值，因为增加值是GDP。企业关心利润重于增加值，因为这是他们的最终所得。实际上，政府也要和企业一样把利润放在至高地位，这同样是高质量发展对高效益的要求——在统计上，1元利润即等于1元GDP。利润是投资者的兴奋剂、经营者的奖励，更是经济发展的助推剂。我市工业企业因在区域分工中多处于两头受挤的中间环节，中小企业规模效益偏低，导致利润率长期只有全省的一半到三

分之二。今后发展要强化效益即利润的导向，只有利润率提升上去，招商引资才能有效开展，企业才能做强做优。对此，我们要进一步为企业减费让利，优化布局，强化集聚以追求规模效益。在载体建设上，宁愿选择政府开发成本高但企业发展成本低的模式，也不走捷径搞开发成本低却发展成本高的模式，要积极营造费用低、成本低的营商环境。在招商引资方面，要做好效益核算，坚持优先引进效益好的企业和项目，确保引进的企业能够盈利，并尽可能为企业提升效益提供帮助，这样项目才愿意进来，企业才愿意扎根发展。

二要统筹存量与增量。从全国来看，规模以上工业企业2014年有22.3万家，户均营业收入4.9亿元；2024年增至51.2万家，户均营业收入降至2.7亿元。企业数量为10年前的2.3倍，户均营业收入下降了45%。2023年底全国实有市场主体1.84亿户，其中企业5874万户，分别为2014年的2.7倍和3.2倍，而2023年GDP总量仅为2014年的1.96倍。这种主体数量远高于经济总量增长的情况，是当前内卷的主因。我市2024年规模以上工业企业数量3837家，中山5191家，珠海1933家，三市企业户均增加值分别为3581万元、2924万元和8528万元。这些指标反映出我市多年来坚持工业立市招商引资成绩出色，但另一方面也存在大项目不多、企业成长性较弱的问题。每个企业都是一个增长点，要尽力鼓励增资扩产扶助企业做大做强，加大招商引资力度招大引强补链强链。

三要抓好工业内销。2018年以来，外部局势动荡，出口波动较大。广东省及我市经济对外依存度分别高达60%以上和40%以上，均远高于全国平均水平，这也是这些年来广东和我市经济增速波动大且低于全国增速的重要原因。2024年，我市工业增长主要依赖于出口，内销贡献甚小，但潜力巨大，是工业增长“节节高”的根本依托。在构建双循环新格局中，我们要重内销，要抓进口替代生产，要研究国内市场需求，要依靠创新提高工业品智能化、绿色化和轻型化水平，扬科创之长避内销物流成本之高。在招商引资上，积极引进长三角地区内销能力强，尤其在南方市场占有率较高的企业落户我市。

四要抓好消费驱动。去年12月召开的中央经济工作会议将“坚持内需主导，建设强大国内市场”列为中国经济今年经济工作重点任务的首位。1月份两场国务院常务会议也聚焦扩内需，包括部署实施财政金融协同促内需一揽子政策，以及研究加快培育服务消费新增长点等促消费举措。工业大市场在外地，服务业大市场在本地。要发挥我市农业大市、强市优势，大力发展“土特产大种植+工业深加工+网络运营”的模式，培育新的产业增长点。利用“百千万工程”成果，打造农文旅融合大园区，以“资源整合+项目规划+内外招商+总体开发+联合经营”模式，培育消费增长点。积极关注消费政策动向尤其是服务消费增长结构，有针对性地招商引资，建设消费场景，改善消费环境。

我们要按照市委全会要求，树立“创造价值，创造财富”的追求导向，重实干实效，落实好各项工作部署，打好三大硬仗，江门发展定将渐入佳境。

(赵前斌，市统计局二级调研员)

深挖“红色拳种”蔡李佛拳时代价值 系统打造江门文化新名片



重新审视和定义蔡李佛拳，系统打造一张融合历史、侨乡、体育与产业的城市新名片，对提升江门文化影响力、驱动高质量发展具有紧迫的现实意义和深远的战略价值。江门要系统性重构“红色拳种”的历史叙事与价值认同，打破蔡李佛拳品牌跃升的首要瓶颈，夯实其“红色”属性的学术支撑和统一叙事；要打造“可感知、可参与、可传承”的立体品牌矩阵，将学术成果转化为大众尤其是青少年喜闻乐见、乐于参与的文化产品与体验场景；要以“武术+”产业融合实现蔡李佛拳的可持续赋能，将其融入现代经济体系，把文化优势转化为发展优势；要构建全域、全媒、全球化的传播新格局，实现声量与口碑的双重突破。

载体构建

打造“可感知、可参与、可传承”的立体品牌矩阵

将学术成果转化为大众尤其是青少年喜闻乐见的文化产品与体验场景，是品牌落地的关键。

一要深化“红色武医”校园传承体系。超越“体育课”范畴，研发“武德-武技-武医”三维融合的地方校本课程体系。编写《蔡李佛拳红色武德读本》(小学版)与《蔡李佛拳与近代中国》(中学版)教材。遴选代表性学校作为首批“红色拳术传承示范校”，将习练与考评纳入学生综合素质评价。同时，结合江门“中医药文化”底蕴，开发“武术康复”“传统功法养生”等特色校本课程，形成独具江门特色的“侨武医”融合教育品牌。

二要打造“红色功夫侨村”沉浸式体验示范区。以入选省“百千万工程”典型村的新会茶梅村为核心进行场景革命。如运用AR互动装置，在洪圣始祖祠、蔡李佛文化陈列馆、出神入化巷、陈享故居等地，虚拟重现“秘密集训”“传递情报”等历史情景；开发“红色功夫使命”实景剧本游，让游客化身革命志士完成任务；设计涵盖基础拳法学习、抗日大刀套路体验、侨乡药膳制作的“研学套餐”。目标是将其从静态参观点，升级为集历史教育、武术体验、乡村休闲于一体的“网红打卡地”和研学旅行目的地。

三要建设国家级非遗国际交流中心。以茶梅村为原点，联动周边相关历史遗迹与村落，依托提升市侨联正在推动的“侨乡蔡李佛文化交流中心”和“国际文化交流中心”项目功能，将其建设成为集全球蔡李佛史料档案中心、数字化传承平台、国际武术教练员培训基地、红色文化交流沙龙于一体的地标性场馆，使江门成为全球蔡李佛弟子寻根祭祖、海外侨胞文化认同的核心圣地。

动能转换

以“武术+”产业融合实现可持续赋能

文化的生命力在于创造性转化和创新性发展，必须将其融入现代经济体系，形成可持续的经济发展模式，将文化优势转化为发展优势。

一是融合“武术+文旅”：设计“重走红色功夫路”精品旅游线路，串联茶梅村和江门本土蔡李佛资源点、江门革命活动点。优化合并狮王邀请赛、策划举办年度“中国(江门)红色武术文化节”，并与“佛山武林大会”等广佛品牌活动联动，形成湾区武术赛事活动格局。鼓励发展主题民宿(“功夫客栈”)，开发夜游、灯光秀等体验项目。

二是开发“武术+文创”IP：成立专项文创基金，支持设计机构提取红色元素(如红旗、五角星与拳套的结合)、经典招式(如抗日大刀、“四象拳”“风雷箭”)进行产品转化。重点孵化《蔡李佛·红色风云》系列漫画、动画短片，探索将蔡李佛拳作为独立门派或武功体系植入国产武侠游戏，吸引年轻群体。

三是融合“武术+大健康”：依托江门温泉资源与中医药基础，打造“功夫康养”基地，提供传统功法教学、中医理疗、药膳调理一体化服务；提供由传承人指导的传统养生功法在线课程。结合武术原理的推拿理疗，以及根据蔡李佛拳师传统食补理念开发的“功夫药膳”，满足大湾区高端康养市场需求。

四是融合“武术+影视”：积极筹划《红色拳种——蔡李佛拳》大型纪录片或系列短片，可考虑邀请江海林担任编剧；鉴于演员王宝强曾主演电影《蔡李佛拳》，并有一定武术功底，可探讨邀请其参与新影视项目制作或担任公益推广人的可能性。关键在于作品品质与“红色历史”主线，艺术化呈现其精神内核。

传播破圈

构建全域、全媒、全球化的传播新格局

在注意力经济时代，必须创新传播策略，实现声量与口碑的双重突破。

一要实施“数字赋能”青年引领计划。在抖音、B站等平台发起“#我打蔡李佛拳#”挑战赛，由年轻传承人示范蕴含红色故事的招式；打造“蔡李佛拳虚拟代言人”，进行常态化直播教学与数字科普；与头部国风、历史知识类主播合作，制作深度专题节目，解析其历史密码。

二要主动融入大湾区，寻求协同倍增效应。摒弃“单打独斗”思维，积极对接广佛。建议与佛山(咏春)、广州(洪拳)共同发起“粤港澳大湾区武术文化联盟”，联合制定“湾区功夫之旅”线路，实行客源互送、门票联动。利用“2026请到广东过大年”主会场设在佛山的契机，争取将蔡李佛拳专题活动纳入其分会场序列，借助省级大平台流量宣传蔡李佛拳。

三要服务国家战略，拓展国际“朋友圈”。2026年是陈享诞辰220周年，可以邀请央视等主流媒体承办“全球蔡李佛拳大会”并做成年度宣传文化品牌活动，打造海内外蔡李佛拳各分支门派弟子“以武会友”的国际平台。同时，还可以将蔡李佛拳纳入本地“侨务文化交流”重点项目，组织传承人赴东南亚、北美等华侨聚居地进行“文化寻根巡演”。此外，还要紧紧抓住“APEC中国年”和2026年达喀尔青奥会武术成为正式项目的机遇，提前策划，争取选派蔡李佛拳代表传承人参加APEC展演活动，并随国家文化展示团出征。

将蔡李佛拳从一项非物质文化遗产，升维打造成江门闪亮的城市文化金名片，是一项需要高层的战略定力、专业的实施路径和持续的资源投入的工程。建议江门成立高规格的“蔡李佛拳文化品牌建设领导小组”，设立跨部门联席会议机制，并研究出台行动纲要，在资金、土地、人才政策上给予配套支持。唯有以高度的历史自觉和文化担当，才能让这一承载着民族记忆与革命精神的“红色拳种”，在新时代焕发更加璀璨的光芒，为江门的高质量发展注入强大文化动力，为文化强国建设贡献地方智慧与样本。(张军)

讲文明 树新风 公益广告

中国精神 中国形象 中国文化 中国表达

少年强 中国强



少年强 中国强
把书包放在路边，
把责任扛在双肩。
民族复兴少年梦圆，
国脉因你强劲刚健，