

致敬劳动者 特别报道之五

# 逆境开拓守初心 先锋筑梦启新程

## ——桂林漓佳金属有限责任公司营销中心外销组荣获2026年全国工人先锋号称号

□记者陈娟 文/摄

车间里，光亮的铜合金管整齐码放，等待被运往世界各地；办公区，电脑屏幕上跳动着多国外语订单，电话铃声、键盘敲击声交织。日前，桂林漓佳金属有限责任公司营销中心外销组荣获2026年全国工人先锋号荣誉称号。这支自1998年组建的队伍，成员们扎根外贸一线，在国际市场的风浪中逆势突围，用实干与担当书写着桂林出品、中国制造的出海传奇，也诠释着新时代产业工人的使命与荣光。

“这份荣誉，是我们整个团队并肩作战的结果，更是对我们坚守产业报国、深耕国际市场的肯定。”公司营销中心总经理梁建华眼中满是自豪。作为我国铜加工行业的先驱与标杆，桂林漓佳公司自1976年创立以来，先后实现国内首根黄铜盘管自主研制、高压石油泵管国产化首创，五十年来深耕铜合金管材领域，跻身“中国铜管材十强企业”行列。而外销组，正是这家企业走向世界的“桥头堡”——2017年斩获广西壮族自治区工人先锋号后，他们再攀高峰，用更亮眼的成绩，站上了全国产业工人的最高荣誉殿堂。

### 从“产品出海”到“品牌领航” 擦亮中国制造名片

4月下旬的桂林漓佳公司生产车间，外销组成员正与技术人员一同核对外销一批发往欧洲的高端铜管材。“这批产品要通过英国劳氏船级社的认证，每一个细节都不能马虎。”外销组组长谭英拿着检测报告，指尖划过管材表面，“我们的产品能走进欧美主流市场，靠的就是这份精益求精的劲头。”

“过去，我们是‘卖产品’；现在，我们要‘树品牌’。”谈及团队的发展，谭英深有感触。外销组立足国内国际双循环新发展格局，摒弃简单逐利的短视思维，以全球视野布局市场，推动“漓佳(LIJIA)”品牌从中国走向世界。

品牌出海，认证先行。船舶制造、海洋工程等领域，对铜管材的质量要求近乎苛刻，全球顶级相关认证是进入这些市场的“敲门砖”。经过多年持续努力，公司已攻克美国、英国、法国、挪威等全球顶级权威的相关产品认证壁垒，“漓佳”商标也在全球20多个重点国家和地区完成注册，构建起完善的品牌法律保护网。“现在，我们的产品在欧洲市场一提‘LIJIA’，客户都知道是高品质的中国铜管材。”目



▲桂林漓佳金属有限责任公司营销中心外销组合影。

前，“漓佳”产品已与众多国际知名企业建立长期合作关系，成为中国制造高品质、高可靠性的代表之一。

近年来，面对国际贸易环境的不确定性，外销组主动求变，推动市场结构战略性调整。“以前我们内销比例大概是2:8，过度依赖海外市场，风险太大。”梁建华介绍，团队经过周密研判，果断调整策略，如今已实现国内外市场并重发展，内销比例大幅提升。在国际市场，他们重点开拓中东、东南亚、“一带一路”沿线潜力市场，推动传统代理商向“战略合作伙伴”转型；在国内市场，聚焦船舶制造、国防军工等国家重点领域，成功切入高端供应链。“这种双循环布局，让我们在全球贸易风浪中站稳了脚跟。”

### 全力破局提质效 在风浪中“逆风飞翔”

近年来，复杂多变的国际经贸形势给外销工作带来了不小挑战，但外销组没有退缩，反而将压力转化为转型升级的动力，在逆境中开辟新赛道。

“客户的需求，就是我们的方向。”外销组业务员覃慧负责欧洲市场，为了拿下下一个高端订单，她连续一周每天深夜与客户开越洋会议，耐心解答产品技术细节、物流方案等问题。“有一次，客户对产品的耐腐蚀性能有疑虑，我们立刻寄送样品，全程跟踪检测过程，最终用实力赢得了信任。”

2025年，全球贸易增长乏力，外销组却交出了一份“逆风飞翔”的亮眼答卷：新开拓国际客户超过90家，出口销售收入实现增长，目前非美市场出口占比超过60%。“这不是偶然，而是我们‘一国一策’‘一客一策’精准营销的结果。”谭英解释，团队深入研究不同国家的产业政策、客户需求，量身定制营销方案，同时优化供应链管理，降低运营成本。

针对国际海运物流成本高企的痛点，外销组主动出击，凭借集中采购优势与航运公司谈判，动态优化运输路线和包装方式。“我们将多个小订单整合为大订单集中出货，优化包装尺寸减少运输空间，全年海运运费支出同比下降一成左右。”谭英表示，更重要的是，团队推动企业从“挣加工费”向“创造价值”转型，将国际客户的高端需求精准反馈给研发部门，牵引产品向高性能、定制化升级。

“2025年，我们高端产品的平均加工费提升显著，其中一款用于精密仪器的铜管材，加工费实现大幅提高。”谭英说，这不仅改善了企业盈利水平，更巩固了桂林漓佳公司在行业内的技术领先优势，让“中国智造”在国际市场上更有话语权。

### 以产业之力护航核心制造 守护产业链自主可控

“作为产业工人，我们不仅要做好

经营业务，更要扛起守护产业链稳定畅通的责任。”谭英的话，道出了外销组全体成员的心声。他们始终将企业发展与行业长远发展需求紧密结合，在推动产品升级替代、参与全球市场竞争中主动作为。

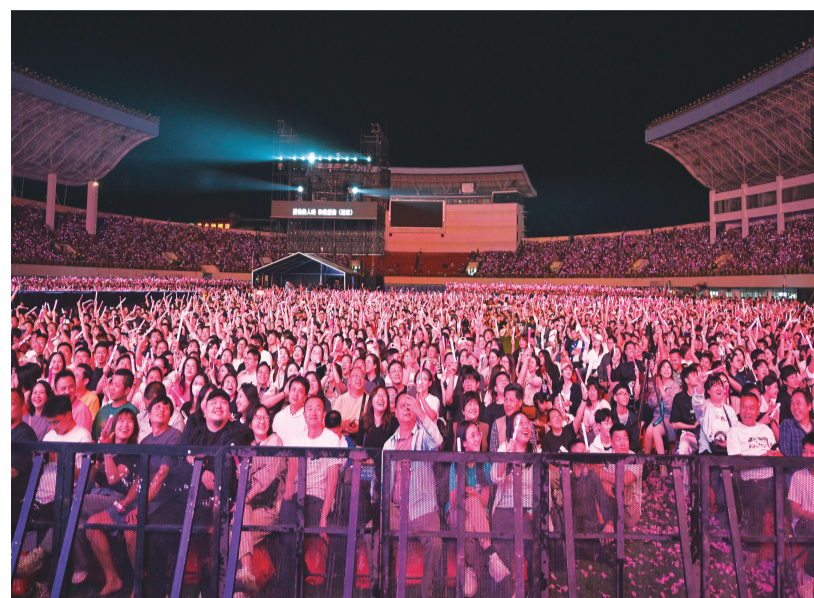
在国际商务谈判中，外销组始终坚守底线、据理力争，全力维护国家和企业利益。“有一次，国外客户提出让我们额外承担成本开支，这不符合行业通行合作规则，也会增加企业负担。”谭英回忆，他们反复研究行业合作规则，耐心与客户沟通，最终成功通过价格机制，将这部分成本转由外方承担，每年为企业挽回可观利润。

更令人动容的是，外销组立足行业发展需求，协同研发、生产部门，攻坚高端铜合金管材国产化替代难题。为了攻克技术难关，团队成员经常深入科研院所、终端用户单位，收集需求、反馈意见，推动“产学研用”深度融合。如今，在他们的推动下，一系列高性能、高精度铜合金管材实现规模化生产，成功应用于国家多项重点工程和装备，打破了海外技术壁垒与产品垄断，有效降低了相关领域对进口材料的依赖。

获得全国工人先锋号殊荣，外销组团队深知，这既是肯定，更是新的起点。“我们将继续以匠心守初心、以奋斗启新程，在全球市场中书写更多中国制造的精彩篇章，为产业强国建设贡献自己的力量。”梁建华说。

经典曲目轮番登场 文旅套票同步推出

## 一场演唱会“唱热” 桂林假日文旅市场



▲音遇时光·桂林超级LIVE演唱会吸引了许多市民和游客前来观看。 记者滕嘉 摄

本报讯（记者唐健扬）5月4日晚，音遇时光·桂林超级LIVE演唱会在桂林市体育中心体育场激情开唱。孔子鸣、张含韵、金沙、BY2、王心凌等人气艺人接连登场，《在桂林见一面》《酸酸甜甜就是我》《星月神话》《爱丫爱丫》《睫毛弯弯》等经典曲目轮番唱响，引发全场大合唱，也唤醒了一代人的青春记忆。

夜幕下的体育场灯光璀璨，荧光棒随节奏挥舞，欢呼声此起彼伏。观众席中，不少歌迷从外地专程赶来。“特意从长沙赶来，一边看演唱会，一边打卡桂林山水，很值！”歌迷黄女士说。随着艺人与观众频频互动，现场气氛持续升温，欢呼声与歌声交织，成为这个假期最热闹的夜晚之一。

与热烈氛围相呼应的是精心打造的舞台呈现。主舞台与两侧副屏联动，配合歌曲节奏变换画面，实现“一曲一景”的沉浸式效果；延伸至观众席的舞台设计，也让艺人与观众的距离进一步拉近，为观众带来了舒适完整的观演体验。

一场演唱会，不仅点燃了现场氛

围，也为桂林假日文旅市场再添一把“火”。恰逢“五一”假期，演出吸引了大批外地歌迷来桂，带动酒店预订、景区游览等需求明显增长。不少游客在社交媒体上分享演出盛况之余，还打卡了象鼻山、两江四湖等景区，感受山水之美，实现了为一场演出赴一座城的浪漫奔赴。

为提升观演体验、保障活动顺利进行，桂林市公安局、城管等部门提前部署，通过优化交通组织、发布出行提示、调配共享电动车等方式缓解客流压力；周边游泳馆也对开放时间进行动态调整，保障市民游客出行顺畅、有序观演。

围绕演唱会带来的客流契机，桂林旅游投资集团、桂林旅游股份有限公司作为此次演唱会总冠名，同步推出文旅套票产品，将演唱会门票与芦笛岩、伏波山、冠岩、七星等景区资源整合，推出购票即享景区免费畅游、入住桂林酒店专属折扣等组合服务，满足游客多元需求。

当音乐与山水相互映衬，桂林正不断拓展文旅消费新场景，让这个“五一”假期人气更旺、消费更热，文旅活力加速释放。

## “桂林米粉，就该到桂林吃啊” 知名女歌手张含韵 点赞桂林米粉

本报讯（记者韦莎妮娜）5月5日凌晨，知名歌手张含韵在结束桂林音遇时光演唱会后，在个人社交媒体上晒出了多张在桂林的美食图片并配文“桂林米粉，就该到桂林吃啊”，引来无数人点赞。

张含韵对于许多“80后”“90后”来说并不陌生。2004年，湖南卫视选秀节目第一届《超级女声》引发了现象级的收视率。甜美可爱的张含韵凭借一首《酸酸甜甜就是我》为广大观众所熟悉并喜爱。

张含韵每到到一个地方都很喜欢吃当地的美食。此次来到桂林，久负盛名的桂林米粉成了张含韵美食清单上的必选项目。在品尝过后，张含韵对桂林米粉赞不绝口，也有了不一样的认识：“桂林米粉并没有放很多酸笋，反而是鲜美清透的汤底。不信你来吃吃看。爱了，桂林！”

当舞台上的明星和美食界的“明星”桂林米粉“梦幻联动”，收获了一大批流量。网友们纷纷涌入张含韵社交平台上留言，有推荐个人觉得好吃的桂林米粉店的，有热心告诉张含韵桂林米粉先吃粉再加汤的，还有的外地网友被“种草”，要慕名前来吃桂林米粉。一碗米粉，成了推介桂林最鲜活、最美味的名片。

除了张含韵，被桂林米粉“征服”味蕾的名人还有许多。前段时间，桂林首届米粉超级联赛更是将让许多人“粉”上了桂林，因一碗粉赴一座城。桂林米粉产业链条也愈发规范完整，目前全市桂林米粉门店有9000余家，桂林米粉年产值更是达到了120亿元之多。每天50万碗的销量，生动且直接地印证了桂林米粉是无数人舌尖上的“甲天下”，也是无数人心尖上的“意难忘”。

## 文明旅游让桂林山水更美丽

本报讯（记者李思静）“五一”假期期间，桂林各景区人头攒动，游人如织的景象再现漓江之畔。在这如诗如画的风光之中，每一名来桂游客的文明举止，构成了这座城市不可或缺、有温度的文明底色。

为了引导和保障文明旅游，我市有关部门及各景区提前部署，多措并举。线上通过官方平台发布文明旅游倡议与指南；线下则在正阳步行街、阳朔西街等游客聚集处增设文明引导岗，组织志愿者提供咨询与引导服务，及时劝阻各类不文明行为。在火车站、热门景区出入口等人流密集处，一块块LED屏幕不间断地滚动

播放着文明提示，持续营造文明旅游的氛围。

与此同时，我市在提升服务体验上下足功夫。旅游警察带给游客满满安全感，青年志愿者驻守在车站、码头等关键点位，为有需要的群体提供帮助，营造舒适、暖心的旅游环境。文明旅游，是个人素养的折射，也是城市气质的窗口。市民和游客多一份自律，城市便多一份和谐。人们多走几步路、多弯一次腰，将果皮、纸屑扔进垃圾箱，这些看似细微的行动，都将汇成桂林青山绿水间最动人的风景。

## 全州南一村： 128名外嫁女“五一”假期返乡 叙乡情更促振兴

# 128名外嫁女“五一”假期返乡 叙乡情更促振兴

本报讯（记者李志波 通讯员邓琳 高慧勤）5月2日，全州县才湾镇南一村锣鼓喧天，首届“五一共叙乡情 巾帼携手建新功”外嫁女回娘家活动热闹举行。128名外嫁女从各地归来，与父老乡亲共叙桑梓情谊，共话乡村振兴。

当天上午，返乡外嫁女身着盛装，手持“南一姑娘回家团圆”“心系家乡情系南一”等温情标语牌，沿着整洁的村道缓缓前行。乡亲们夹道欢迎，掌声不断。久违的笑容与熟悉的乡音，回荡在村落里，处处是团聚的暖意。这场集文艺联欢、畅叙乡情、共促振兴于一体的特别活动，为“五一”假期增添了浓浓的温情底色。

“走在回村的路上，既熟悉又惊喜。”外嫁女王梦玲感慨道，“这几年家乡变化翻天覆地，发展越来越好，我们心里满是自豪。”

近年来，南一村在乡村建设、产业发展、乡风文明等领域持续发力，村容村貌焕然一新，发展活力不断增强。外嫁女们实地感受家乡变化后，纷纷表示要以此次团聚为契机，当好家乡发展的“宣传员”与“联络员”，为南一村产业发展牵线搭桥。外嫁女王玉说：“我们要把孝敬老人、睦邻友好、团结奋进的精神传承下去，一起把南一村建设得更幸福。”

文艺汇演环节暖意融融。外嫁女们



▲精彩纷呈的文艺演出。 邓琳 摄

自编自导自演，用舞蹈礼赞生活，用歌声赞美家乡，展现出新时代女性自信昂扬的风采。掌声、欢呼声此起彼伏，汇成一片热情的海洋。这场跨越年龄与地域的重逢，既是对血脉亲情的深情守望，也传递了文明乡风，让每一位外嫁

女重拾乡愁记忆，找到心灵归处。

此次活动不仅搭建了重温乡情、共叙情谊的平台，传承了孝老爱亲的传统美德，更为南一村推进产业升级、深化移风易俗、涵养文明乡风注入了新动力。“下一步，我们将持续开展形式多

样的文化惠民活动，进一步凝聚乡情、汇聚合力，全力把南一村打造成为乡村振兴的典范村。”南一村党总支书记、村委会主任王军荣如是说。