

一平方米里的“增值发展”

□ 李洪兴

当热乎的建议、发展的期盼，摆在规划决策的案头，化作掷地有声的行动，那一刻，中国式现代化有更温暖的质地，中国式民主更具坚实的根基

一平方米，有多大？可以平铺16张A4纸，略大于1台55英寸电视机的屏幕，大约能摆下3张中学生标准课桌……

这方寸之地，犹如观察发展的“显微镜”。不妨看“两个一平方米”的故事。

上海，部分老旧里弄，“拎马桶”曾是几代人的生活记忆。狭小空间，如厕难、环境差，成为生活“心头刺”。以“绣花功夫”装马桶、优布局、加配套，一平方米里做出大文章。

北京，全国“好房子”设计大赛成果展出。有方案聚焦70平方米住宅，设计出4个开间，可根据需求改造为工作室、休闲区。讲究精细化，兼顾集成性，注重适配度，“让每一平方米都物有所值”。

旧房改造的“一平方米尊严”，是民生

痛点的精准破解，也是人民城市的刻度标尺。改的是生活设施，暖的是百姓心田，彰显了以人民为中心的发展思想。

好房子的“一平方米价值”，是生活品质的迭代升级，也是美好生活的计量单位。促的是环境友好，增的是生活格调，展现了投资于人的理念。

一个解决“有没有”，一个跃向“好不好”，共同指向以人为本。坚持人民至上，设计理念、规划方向也在“转身”——既划用地红线又划生活半径，既算容积率又测步行舒适度，既重建设效率又重使用品质。

面积虽小，能容民生大计；规划精细，可筑发展宏图。从一平方米出发，可以探寻未来5年的发展纵深。

小空间连着大战略。从“有房住”到“住好房”，从“做优增量”到“盘活存量”，规划与行动中蕴含着鲜明的实践逻辑。比如，老旧小区改造如何与适老化结合？好房子设计怎样预留成长弹性？近年来，浙江推动创建未来社区，构建邻里、教育、健康、服务等场景，探索建设能够创造归属感、舒适感和未来感的新型

城市功能单元。

规划先行，空间再造，从来不只是宏大叙事，更是在方寸之间的体贴；也不只是图纸上的线条，更是对未来的许诺。

如何让许诺真正落地？如何让规划切实付诸实践？“十五五”开局之年，无论是制定规划还是部署实施，都需要有正确的政绩观。”这是方向性指引，也是方法论启示。

当一平方米成为决策起点，发展就自然规避了“拍脑袋”；当“物有所值”成为验收标尺，投资就规避了“形象工程”；当“幸福刻度”成为考核维度，政绩就告别了“纸面化”……坚持从实际出发、按规律办事，避免急功近利、盲目蛮干，无论大工程还是小项目，就能真正造福于民、赢得认可。

一平方米，是物理空间，也是价值坐标。一平方米之外，恰是千万种值得被认真对待的生活，以及由美好生活托举起的“增值发展”。

越是向新向优，越要呵护人间美好的温度。现代化不只是钢铁森林的高度，更是推窗见绿的呼吸感；高质量发展

既有经济曲线的攀升，更有无障碍坡道的延伸。新一年，启新程，前方有科技高峰，也有民生期盼；有持续壮大的产业集群，也有等待更新的老旧小区；有现代都市的潮流风采，也有城乡交融的古朴风韵……“发展的人”一直向前，只要围绕“人”展开、由“人”驱动、为“人”服务，机遇就在，潜能就在。

从一平方米说开去，规划生活空间，拓展治理空间，营建发展空间，都要把蓝图的“大写意”化作实干的“工笔画”，进而赋能、托举，成就一个个“大写的人”。这是致广大与尽精微的融合，也是投资于物与投资于人的结合，更诠释了“现代化的本质是人的现代化”。

务实，是把蓝图落在一平方米上；担当，是让蓝图经得起一平方米的检验。当热乎的建议、发展的期盼，摆在规划决策的案头，化作掷地有声的行动，那一刻，中国式现代化有更温暖的质地，中国式民主更具坚实的根基。

一平方米的叙事，不宏大，却很中国。

来源：《人民日报》（2026年03月13日 第08版）

变压器为何热销海外

□ 丁怡婷

看似不起眼的变压器，如今成了海外市场“香饽饽”。海关总署数据显示：2025年变压器出口总值超646亿元，同比增长近36%；出口单台变压器均价达20.5万元，同比上涨约1/3。许多变压器企业在手订单充足，部分面向数据中心的订单已排到2027年。

变压器为何热销海外？从直接原因看，全球市场的旺盛需求，为变压器产业送来东风：欧美等发达国家电网设施进入更新换代周期；新兴市场国家用电量增加、清洁能源发电比例提高，电网投资布局步伐加快；海外数据中心等算力基础设施加快建设。多重需求叠加拉动变压器出口增长。

再深思考一层，风口之下，多国企业同台竞技，为何中国能脱颖而出，稳居全球第一大变压器生产国？不妨从3个关键词来观察。从中，不仅能读懂热销的原因，更能读懂“中国造”从容闯世界的深层

逻辑。

一是“快速”，这源于产业链的环环相扣。

产品的竞争力，既在于产品本身，更在于背后的产业链条。从铜材、铝材等原材料，到铁芯、分接开关等零部件，中国已建成全球最完备的变压器生产体系，产能约占全球60%。正是上下游的紧密咬合、产业链的自主可控，让中国企业能快速响应市场需求变化，交货周期比欧美厂商的18个月至2年短得多。

完整产业体系带来的产品竞争力，并非变压器产业独有。比如，从精密减速器、高性能伺服系统到智能控制器，机器人配套产业体系日益完善，“全长三角造”机器人更是实现核心部件100%本土化、成本降低40%，2025年中国工业机器人出口首次超过进口。

产业竞争不能单打独斗。立足规模和配套优势，打造安全高效的供应链供应

链，是企业国际市场“弄潮”的底气所在，也是中国制造业立潮头的坚实根基。

二是“适配”，这来自对市场需求的精准捕捉和满足。

创新，既体现在技术升级上，也体现在产品对市场需求的动态适配中。瞄准欧美市场环保需求，研制植物油变压器；适配数据中心应用需求，研制占地小、效率高的固态变压器……市场需要什么就突破什么，通过定制生产、做专做精，中国变压器产业在解决客户痛点中快速成长。

有外商感慨，中国商人“鼻子太灵”，“哪里有市场机会，哪里很快就能看到他们的身影”。小家电中，顶部能热茶、四面能取暖的多面取暖器走俏日韩市场；大机械里，增加沙漠胎、火星灭火器等配置的起重机受到中东市场欢迎。它们都印证一个道理：跟着市场走、围着需求转，能为中国制造开拓更广阔的市场空间。

三是“可靠”，这得益于国内市场的场

景赋能。

场景是重要且稀缺的创新资源。国内电网升级改造、算力基础设施建设等，为变压器企业攻克技术难题提供了“练兵场”。“十四五”时期，国家电网建成投运“八交八直”特高压工程，助力中国在特高压、智能变压器等领域掌握技术话语权。

城市治理、物流运输等多元场景，支撑低空经济产业振翅高飞；高海拔、“沙戈荒”、低风速等复杂环境，倒逼风电企业研发定制解决方案……中国超大规模市场和丰富应用场景，让中国制造在走出去之前，在“家门口”就能充分验证可靠性和实用性。

回看变压器热销海外，面对外部环境急剧变化的不确定性，正是产业根基、创新动力、场景优势，给中国企业参与国际竞争以充足底气。这也启示我们，无论风口如何变化，只要练好内功，不断壮大自身实力，推动产业向新向优发展，就能始终立于不败之地。

来源：《人民日报》

（2026年03月13日 第08版）

