

60多年历久弥新，广交会为何依然如此被需要？

新华社记者 陈凯星 车晓蕙 吴涛

人、从、众……这里不是长假期间哪个网红景点，而是正在举办的第136届广交会。

如果你想了解中国经济的潜力，那就来逛一次广交会吧。

客如云来

秋日的“花城”广州，满城的勒杜鹃开得正艳，热烈迎接来自世界各地、各种肤色、说着各种语言的外国客商。

在广州的街边、大小酒店里，随处可见旁边放着各色行李的外国人，有椅子就拿来杯咖啡，没椅子就单腿倚靠在桌边，也一样可以热烈地谈谈生意。

广交会对服务国际贸易、促进内外联通、推动经济发展有独特作用，也是广东进一步全面深化改革、扩大高水平对外开放，更好运用两个市场、两种资源，推动经济向上、结构向优的重要助力。

今年前三季度，广东进出口规模再创新高，同比增长11.1%，高出全国平均水平5.8个百分点，对外贸增长的贡献率超过四成。

为满足客商出行需求，南方航空公司在广交会举办的半个多月期间，将出入广州的航班增加至1.5万班次，其中国际航班有3000多班次。

人聚财兴旺。15万预注册境外采购商，超过3万家线下参展企业……算一算单位面积人流量、外商洽谈量，广交会的人气之旺，令人难忘。

“good”“money”“deal”，这是在广交会展馆中，耳边听到最多的一些词。展位真的很抢手、客户真的很多、业务真的很忙、

成交真的很实，正如广州这座千年商都一直生生不息的价值观——务实。

进场排队、洽谈排队、吃饭排队……身处广交会展馆人头攒动的洪流中，淹没在各种忙碌热烈的交易洽谈声中，最能让人深切体会中国企业的努力、中国经济的潜力。

火一把已经很难，广交会一火60多年，委实不易。

变与不变

展品在变，客商在变，广交会作为中国外贸“晴雨表”“风向标”的地位从没有变。中外客商每年两次如期而至，做生意、会老友，在这里共寻新的商机。

来的人更多了。据统计，广交会一期超过13万境外采购商实际到会，比上届又增长了4.6%。

来的人不一样了。走在展馆中，明显的感受是客商的来源更多元了。以前广交会最多的是东南亚、欧美客商，而本届广交会一期，来自共建“一带一路”国家的采购商超9万人，占比达69.7%。

更大的变化是不断迭代出新的中国商品。采购商们说：“每次来广交会，总能看到新产品、新技术、新花样。”中国制造，通过不断提质升级，源源不断地吸引着八方来客，也吹拂着八面来风。

“老广交”们都知道，进广交会你得穿一双好走路的鞋子。因为展陈规模世界第一的广交会有太多的路要走，有太多的商品要看，还有你会不舍离去。

而更重要的是，广交会总能给人带来惊喜。一名首次参加广交会的尼日利亚客

商相中了一家贵州企业展台上的新能源老爷车，掏出6000美元“重金”将其当场买走，留下了“You need to come to Canton Fair, everything is in Canton Fair”(广交会值得你来，这里应有尽有)的赞叹。

说是老爷车，只是造型像老爷车，实际上是个新东西。同一展区里广汽集团的MPV、理想SUV和比亚迪轿车等新能源汽车，显示出中国一批锐意创新的车企正引领着全球汽车工业技术变革潮流。

在更多广交会熟客眼里，还有更多新奇的东西。3D陶瓷打印、AI下棋机器人、能让鲜花20多天不干瘪的新款冰箱……在产品的背后，人们看到了中国人民对美好生活的不断追求，看到中国人民新生活方式向世界的传递。

“发现需求、满足愿望，这就是我们企业不懈的创新动力。”这次广交会上带来特色复合材料不锈钢等新产品的广东凌丰集团股份有限公司董事长叶逾说。

盛宴笙箫

不仅中国人和外国人在这里做生意，外国人和外国人也在哪里做生意。

一位逛了20多年展的“老广交”说，曾经的广交会以农产品、纺织品为主，出口国外为国家换取外汇。如今的广交会将优质的中国制造销往全球，也为全球商品提供世界级的市场和舞台。

本届广交会的进口展区面积达到3万平方米，吸引来自49个国家和地区的730家企业参展，产品也从最初的土特产变得更丰富。

日语、德语、泰语……

日本瓷器、德国厨具、泰国锁具……步入进口展区，仿佛走进了“万国会”。

连续6届参展的西班牙白色家电制造商Fagor自从与广交会结缘后，几乎每届都会如期而至。因为在这里不仅可以将产品卖进中国市场，还可以直接跟世界各国的客商交易，销往全球。

背靠广东这个重要的“世界工厂”，是广交会具有巨大吸引力的又一重要原因。看完广交会，还可以继续到遍布珠三角的生产车间去实地考察，感受中国制造业的转型升级。

作为海上丝绸之路的主要起点之一，广州这块土地广交天下、融汇八方古已如此，而今更盛。

第136届广交会有线上线下数万家企业参展，展出商品数以百万计。广交会展60多年岁月而魅力不减，背后的底气是“中国制造”的强大竞争力，是中国经济持续向前的生动见证。

广东、广州历来有重商友商的传统风气。“高楼百尺迤岩城，披拂雄风襟袂清……楼前箫鼓声相和，戢戢归樯排几桅。”南宋洪适所描写的海山楼，宋代“羊城八景”之一的“海山晓霁”来源地，就是有名的市舶宴举办地。所谓市舶宴，也就是来广州商贸的外国船舶出发前，广州市舶司都要为其设宴饯行。

如今，虽然远去了市舶宴的鼓乐笙箫，却有一场更加繁华互利共赢的商业盛宴全球盛会，这就是广交会。热情招待八方来客四海宾朋，满怀信心地助力中国制造业及全球、行稳致远。

户外运动产业，人才从哪来？

新华社记者 林德韧 岳冉冉 高萌

随着户外运动产业的蓬勃发展，户外运动、体育旅游等领域产生了大量的人才需求。在2024中国户外运动产业大会上，与会嘉宾就“国际户外休闲与人才教育”话题进行了深入探讨，以期为行业人才培养摸索出一条可行路径。

根据大会发布的《中国户外运动产业发展报告(2023-2024)》，2024年上半年与户外运动相关的订单人次比2023年上半年增长59.78%。2024年1-9月，新增注册户外相关企业达4.2万余家，比2023年同期增长近50%。根据不完全统计，2023年国内体育领域共发生49起投融资，融资总额超81.97亿元人民币，从数量来看，户外运动是最受投资者关注的五大领域之一。

户外运动产业的发展前景被广泛看好。北京体育大学体育休闲与旅游学院副院长蒋依依表示，通过近年来的蓬勃发展，我国的户外运动产业体系正在不断丰富，已经形成了以户外场地、用品、赛事等为核心的多个层次，并带动了餐饮、住宿、食品、

交通、医疗、保险、地产等相关产业。

蒋依依介绍，目前户外运动人才培养主要通过课程教学、协会认证和技能培训等渠道。“从市场规模来看，在管理、运营、投资、队伍组织、运动指导、运动康复等方面，整个户外运动参与的前端、中端和后端，需要的人才非常多样，需求量也非常大。这个行业现在覆盖面很大、带动能力很强，所以还需要企业来进行用品的设计、制造、研发、销售、品牌打造等等。”蒋依依说。

高校是户外运动产业人才培养的主阵地之一。浙江大学国家体育产业研究基地主任周丽君认为，目前国内对于户外教育的研究尚处于起步阶段，在管理体系建设、家校联动、综合能力培养等方面还存在着短板。她建议，应当加大政策支持力度，完善青少年户外教育保障；调动各主体积极性，打造全方位户外教育体系；加强户外运动与教育融合，提高户外教育人员综合能力；坚持因地制宜，科学开发户

外教育资源。

中国探险协会主席韩勃介绍，目前中国大量的休闲度假区都是以静态的观景为主，在观赏自然美景的同时，探索自然体验自然的需求日趋强烈。自发组织的徒步、登山等与自然环境对话、探索类活动发展迅速。随着市场规模不断扩大，参与人数不断增加，对各类专业人才的需求也会相应增加。“这些年，我们高校也都在逐渐改革，更多把产、学、研、用结合起来，在这些方面，中国探险协会愿意发挥一定的作用。”韩勃说。

蒋依依认为，中国幅员辽阔，拥有多样化的自然环境，有利于开展丰富多彩的户外运动。对于未来行业需要什么样的人，她表示：“我们现在也在着力培养产学研一体化的人才，既了解产业，也有理论的基础，同时还有一定的科研能力。另外，我们也需要既懂户外也懂文化、懂自然，同时也懂经营管理的复合型人才，这也是市场上最缺乏的。我们和其他一些

高校鼓励学生在校学习期间拿一些资格证，同时组织大家走出去，去农村、去户外，去实践，在户外运动的过程中进一步提升自己的实践能力，把理论知识运用起来，同时去学管理。”

在户外运动产业人才培养方面，一些欧美国家有相对成熟的经验，很多方面有借鉴价值。

英国驻华贸易副使节施睿耀表示：“英国的户外运动教育有着悠久的历史。英国许多学校都将户外学习纳入课程，认识到体验式学习在学术和个人技能培养中的价值。我们开发了各种项目，鼓励人们，尤其是年轻人，体验自然、增强体能、培养领导力。随着户外运动产业在全球范围内持续增长，体育教育、探险旅游、安全救援和设备创新等领域对于训练有素的专业人士的需求也在不断增加。英国拥有系统的人才培养体系，拥有一些世界领先的户外运动教育机构，英国和中国在户外人才教育等方面有很大的合作空间。”



掌上安顺



悦读帮



顺风耳