

广货行天下

逛北京路买中山好物
上游船打卡香山商韵

文/图 羊城晚报记者 张德钢 通讯员 钟轩

5月10日下午,“广货行天下·中山百货进广州”活动在广州北京路步行街启动,现场同步开展中山文旅、招商、引才全方位推介。作为“广货行天下”的重要组成部分,“中山百货进N城”系列活动已先后走进上海、深圳、澳门、北京、济南及马来西亚吉隆坡等地,达成多项购销合作。此次首次登陆省城广州,既展示百年香山商贸文脉,也依托广州世界级消费中心平台,进一步拓宽“中山制造”“中山百货”市场渠道,放大中山商贸品牌影响力。

中山与广州地缘相近、文脉相通,商贸人文渊源深厚。本次活动创新打造“百年商脉”主题水上接驳航线,串联北京路主会场与中山大学分会场,实现“陆上逛展—水上巡游—跨场联动”全新体验。游船以中山城市形象为核心视觉,布设非遗好物、香山商韵布置及打卡装置,实现展销场景延伸。活动展销区沿北京路中段至南段

铺展,每日午后至夜间,108家企业展示超千款产品,覆盖智能家电、消费电子、灯饰照明、健康医药、服装日化、特色食品、文旅住房等品类,构建美食品鉴、消费购物、休闲旅游一站式体验场景。

作为活动的核心亮点之一,“智造中山”展区共有来自中山的61家智能制造企业携超400款产品组团亮相,黄圃、小榄、古镇、沙溪四大制造业重镇首次在广州站以产业集群形式组团参展。从智能康养到尖端照明,一批“中山黑科技”在展区即时圈粉。物语云智能科技带来的“中医机器人”方阵成为全场焦点——智能艾灸机器人、筋膜机器人、拔罐机器人及面舌诊仪集体亮相,大批市民排队体验“科技+中医”的融合魅力。

在北京路中段至南段,“美味中山”展区是整条街上烟火气最浓、人气最旺的地方。三溪酒楼下品牌“郑猛记”现场制作生炸石岐乳鸽;小榄菊花特色餐厅“糖芯菊”则带来菊花捞起(菊花刺身)与菊花茶;“五一”假期火爆出圈的港口排骨饭,也被请到了活动现场,不少闻讯而来的广州市民排队半小时只为尝一口这道“网红美食”的地道风味……

活动现场还派发千张“食在中山”餐饮消费券,覆盖中山各大粤菜老字号与特色餐饮门店。不少市民在试吃后现场扫码领券,准备趁着周末专程去中山“寻味”。

值得一提的是,5月10日下午,“百万英才汇南粤”2026年中山市“百校千企万岗”招聘活动(中山大学专场)在中山大学广州校区南校园同步举办。两场活动人来货往、互为呼应,推动中山与广州在产业、人才、文化等领域深度对接。



展销现场人流如织

百万英才汇南粤

“百万英才汇南粤”教育人才专题招聘、大湾区生态环境绿色低碳专场供需见面会同日举行

一天两万余个优质岗位送进校园

羊城晚报记者 孙唯 薛仁政 许敏 实习生 胡乐 叶颖琪

一天两场重磅专题招聘会!毕业季临近,“百万英才汇南粤”引才连出大招。5月10日,“百万英才汇南粤”2026年教育人才专题招聘活动在华南师范大学大学城校区举行,2026年大湾区生态环境绿色低碳专场供需见面会同日在广东环境保护工程职业学院佛山校区举办。

AI、VR齐上阵
教育专场“未来范”满满

5月10日,围绕“粤聚英才、粤见未来”主题,“百万英才汇南粤”2026年教育人才专题招聘活动在华南师范大学大学城校区举行。活动吸引了中山大学、华南理工大学、华南师范大学等高校,广东实验中学、广州市第六中学等知名中小学校,以及涉教育行业的企业等250多家优质单位携超万个岗位参会。阳江市教育局、云浮市教育局、潮州市教育局、汕头潮阳区教育局现场直聘,华南师范大学为匹配本场招聘会安排笔试、面试场地,显著提升人岗匹配效率与毕业生求职体验。活动现场人气高涨,省内外众多求职者到场求职择业,预约学生人数达1.1万人。

求职服务区创新打造多维互动带岗平台,现场特别设置带岗直播间,各地市教育局工作人员联合教学名师、基层就业典型代表宣传推介人才引进政策、岗位需求,提供岗位解析、职业发展路径分析,通过真实案例分享和在线互动,生动展示优质用人单位招

聘需求和发展前景。赋能专区构建专业指导与科技赋能的立体化服务体系,涵盖简历优化、职业规划、升学深造、基层就业等一对一咨询服务。该专区创新引入“AI+求职”,通过专业化工具与方法精准破解求职困惑,实现跨部门联动的一站式解答,为求职者提供全流程解决方案,还引入“VR+面试”打造沉浸式求职体验。

活动现场设置学科特色、快闪文化、未来教育等展示区域。语文、数学、科学教育、特殊教育等16个学科现场展示前沿教学成果、创新教具、课程设计案例等,全方位呈现新时代师范教育的新理念、新实践。学生现场表演岭南传统舞蹈、龙狮、汉服展演、武术等,彰显岭南特色教育实践与文化传播。在未来教育展区可佩戴具身智能硬件体验“听动协同”,感受科技与教育的深度融合。

对口岗位精准匹配
环境专业“不愁找工作”

5月10日,“百万英才汇南粤”2026年大湾区生态环境绿色低碳专场供需见面会在广东环境保护工程职业学院佛山校区举办。超过330家用人单位摆起摊位开展现场招聘,不少企业的招聘摊位前都有学生排起长队。

除现场招聘企业外,还有51家用人单位线上开展招聘,线上线下招聘岗位共计10116个,平均薪酬4500元,岗位涵盖环境治理、环境监测、节能技



大湾区生态环境绿色低碳专场供需见面会现场 羊城晚报记者 梁喻 摄

术、新能源、环保装备制造等多个领域。参会学生近4000人,来自暨南大学、华南师范大学、深圳大学、广东环境保护工程职业学院等十余所高校。

广东环境保护工程职业学院院长文震用了三个“高”来概括今年现场招聘的特点——高契合度,参会企业跟环境工程、节能与安全、先进制造等特色专业高度匹配;高质量岗位,来了很多行业龙头和专精特新企业;高水平服务,现场有政策咨询区,还专门开了“直播带岗”专区,线上线下联动。他介绍:“按照历年情况,我们有50%到60%的学生通过这次招聘会就能确定心仪的岗位、确定工作。”

招聘企业欧陆检测技术有限公司的朱女士向记者介绍,这次的现

场招聘他们主要招实验室技术员和文职岗:“我们有化学实验室、纺织实验室、物理实验室,来的学生大部分是检测检验和食品专业,跟我们岗位非常匹配。”

“很多人排队。一个小时,我才排了两家。”见面会现场,广东环境保护工程职业学院环境工程技术的黄颖然向记者介绍,她最看重的就是岗位与自己的专业是否足够匹配,目前面试的两家企业在环保领域都是“响当当”的。对网上流传的“环境专业工作不好找”的说法,广东环境保护工程职业学院环境工程技术的黄韵怡不以为然,她认为:“国家对生态越来越重视,环保行业前景我认为未来只会更好。”

首席评论

中国经济第一大省,凭什么有这么多网红城市?

□张健

刚刚过去的“五一”假期,广东交出了一份沉甸甸的文旅答卷:全省接待游客4706.9万人次,实现旅游收入297.7亿元;4A级及以上景区接待游客1624.7万人次,同比增长1.7%。广州、深圳双双入选入境游热门城市前五,全省入境游同比大增39%。广东更以超1.49亿元的票房成绩,成为全国唯一“五一”档票房破亿省份,占比近20%。

这份成绩单并非横空出世。就在假期前夕,新京智库发布《2026新京报网红城市潜力榜》,广东8座城市挺进全国30强,总数居全国各省份之首:汕头第2,东莞第3,佛山第4,中山第5,珠海第6,惠州第12,湛江第24,茂名第28。从第2到第6位,广东五城连号,气势如虹。公认网红气质浓厚的江苏有6城上榜——南通第7、淮安第11、盐城第15、泰州第16、连云港第18、镇江第26。数量与整体位次,广东均更胜一筹。另外,广州在长红城市榜单排第6,深圳排第5,广东在文旅赛道上的存在感,已从少数尖子生扩展为城市群的集体起跑。

榜单在前,数据在后,一个疑问随之浮现:中国经济第一大省,凭什么有这么多网红城市?

人们脑海中的广东,是GDP连续三十多年领跑全国的经济巨无霸,是广深双子星的超级城市叙事,是珠三角昼夜不息的制造业流水线。而网红城市,似乎对应着另一副面孔——成都的巴适,长沙的烟火,重庆的魔幻,西安的古今同框。经济大省与网红城市,在一些认知框架里,属于两套互不搭界的评价体系。广东用一份榜单和一组假期数据作出了回答:它们从来都是一回事。

底色:
文旅重镇的真实分量

长期以来,一个事实被“经济大省”

的标签所遮蔽——广东是中国真正的热门旅游目的地。

广州长期稳居全国旅游收入前三,深圳的入境过夜游客数量连年领跑。此次“五一”假期,广州接待游客1261万人次、文旅消费128亿元,深圳接待游客733.36万人次、旅游收入56.29亿元,广深两大枢纽的文旅体量,放在全国任一省份都是压舱石级别的存在。

外界长期对广东文旅存在认知偏差,原因有二。其一,广深的旅游功能被“一线城市”光环覆盖,行程单上的“出差”“参会”“考察”,似乎与旅游无关。其二,广东务实的城市性格决定了其文旅推广方式——把景区修好,把酒店建好,把交通理顺,然后等待市场自己来发现。

此次榜单的聚光灯打向了广深之外的腹地。汕头第2,东莞第3,佛山第4,中山第5,珠海第6——五城连号,宣告广东文旅正在从双核驱动走向多极崛起。

底座:
经济体量支撑的承接能力

分析网红城市,常见的切入角度是文化、营销、传播。这些维度自有其价值,但一个更基础的前提条件容易被忽略:一座城市要持续红下去,首先需要足够多的酒店房间、足够密的高铁班次、足够丰富的餐饮供给、足够专业的大型活动组织能力。每一项都需要经年累月的经济积累。

榜单报告点出了一个关键结论:珠三角城市群的网红化路径与长三角截然不同。长三角依赖区域协同、城市群联盟作战,珠三角则走出了一条“产业集群带动文旅消费”的独特模式。东莞、佛山等传统制造业强市的

文旅崛起,本质上是制造业升级之后产生的消费能级溢出。

当一座城市聚集了全球产业链上的高端人才、商务客流和年轻产业工人,餐饮、住宿、休闲、社交等需求便会催生强大的城市服务能力。东莞能够拿出112平方公里的土地高规格规划潮玩文旅片区、引入全球顶尖设计团队,底气来自其占据全球近四分之一动漫衍生品产能、国内85%以上潮玩产能的产业底座。这种全产业链优势,让东莞不仅能生产潮玩产品,更能打造潮玩主题乐园、举办国际潮玩博览会、孵化本土原创IP,将制造业优势直接转化为文旅吸引力。

佛山能够将“功夫”与“美食”两张牌同步打响,依托的同样是制造业时代沉淀下来的深厚家底。制造业带来的精细化生产能力,让佛山能够将抽象的功夫文化转化为可体验、可消费的产品。而作为“世界美食之都”,佛山顺德拥有全国最密集的高端餐饮集群和最完善的食材供应链体系,能够同时接待数十万游客而不降低服务品质。

此次“五一”假期,东莞接待游客384.55万人次,收入22.81亿元,同比增长7.6%和9.4%;惠州接待游客302.9万人次,收入22.5亿元;珠海接待游客235.59万人次,收入15.1亿元,同比增长7%和7.2%。数据印证了一条规律:产业底座决定消费高度。

路径:
八座城市的差异化突围

细看上榜的八座城市,每一座都经营出了自己的路线。

汕头排在全省第一、全国第二,打出“美食+高铁+影视”的组合拳。潮汕牛肉火锅、生腌已是跨越数百公里

的旅行原动力。广汕高铁开通后,汕头融入大湾区“1小时生活圈”,成为珠三角年轻人的周末目的地。潮汕方言电影《给阿嬷的情书》票房突破亿元,口碑票房双丰收,汕头当地随即推出“跟着阿嬷游汕头”主题线路和“票根经济”优惠,将银流转化为城市打卡热。“五一”期间,“票根经济”效应持续释放,电影IP与文旅消费形成闭环。

中山是深中通道的红利最生动的注脚。通车后中山到深圳车程压缩至30分钟以内,通车首年总车流量超过3155万车次,日均8.64万车次。“五一”假期,中山接待游客162.31万人次,旅游收入9.65亿元,同比分别增长2.37%和9.41%,收入增速显著高于人次增速,客单价提升趋势明显。一座桥改变一座城市的文旅格局,这是广东基建投资对文旅的间接赋能。

珠海推出如横琴、澳门海上游等跨境产品创新,吸引力从陆地向海洋延伸。惠州依托罗浮山和巽寮湾承接深圳外溢的休闲需求,“五一”期间接待游客302.9万人次。湛江因《隐秘的角落》全网走红后本次上升7位,茂名飙升16位,粤西板块正成为广东文旅版图的新势力。

东莞、佛山的文旅崛起路径,前文已详述。值得一提的是,就在“五一”假期前夕,佛山“莫氏鸡煲”凭借地道的广府风味和浓郁的市井烟火气火爆全网,成为又一个现象级的美食文旅IP,再次印证了广东美食的强大号召力。

八座城市,八条路线,背后是同一套底层逻辑。

打法:
三张牌的体系化运用

观察广东城市近年来的文旅实

践,可以提炼出三张牌的体系化运用。

第一张,影视+文旅。从《狂飙》让江门老城成为全国打卡地,到《隐秘的角落》带火湛江赤坎老街,再到《给阿嬷的情书》深度绑定汕头等地,广东各地已建立起“对接剧组、规划取景地营销、延伸旅游产品”的完整链路。“五一”期间,江门接待游客300.6万人次,收入19.76亿元,同比分别增长16.2%和16.9%,增速领跑全省,印证了影视IP的长尾效应。这套打法的核心在于,将流量做成产业链。

第二张,赛事+文旅。江苏凭借“苏超”让一批城市集体跃升,提供了直接参照。广东省内的粤超、粤BA及密集的演唱会排期,正在成为拉动年轻客群的核心引擎。中山“五一”假期借粤超和演唱会带动全域消费增长超9%,孙文西路步行街单日客流近20万人次。这种爆发力,需要扎实的场馆配套、交通组织和商业服务能力作为支撑。

第三张,美食+文旅。潮汕的生腌、顺德的鱼生、湛江的海鲜、东莞的烧鹅腊粉——广东是全国唯一一个几乎所有城市都可以凭食物成为旅行目的地的省份。此次“五一”,江门、东莞、惠州等城市人均花费均表现突出,美食的拉动力超过许多传统景区。美食背后是供应链、物产和手工艺传承,难以通过短期营销复制。

三张牌共享同一逻辑:市场力量与公共服务的高度协同。这种协同能力,来自广东几十年市场经济发育所沉淀的基底。

溢出:
厚度积累的水到渠成

回到最初的问题:中国经济第一

大省,凭什么有这么网红城市?

答案指向一个基本判断。网红城市的本质,是城市发展到一定阶段后的自然溢出。它首先考验的是综合服务能力、产业支撑能力和治理协同能力,其次才是创意与传播。广东能够一二次推出8座上榜城市,源于数十年的经济积累已将城市的接待能力、服务品质、交通网络、产业配套推至临界点。当这些基础设施遇见恰当的传播契机——一部剧、一场赛事、一道菜——引爆便在瞬间完成。

此次“五一”假期,全省入境游同比增长39%,广州、深圳均入选入境游热门城市前五,广东以超1.49亿元票房成为全国唯一“五一”档破亿省份,占比近20%,全省100个乡村旅游点接待游客192.3万人次。从入境游的国际化吸引力,到文化消费的市场统治力,再到乡村游的纵深渗透力,“五一”数据与潜力榜单互为注脚,共同指向一个结论:广东的文旅实力,是全域的、多层次的、经得起检验的。

再看榜单上的八座城,共同线索清晰可见:每一座都在长期的经济爬坡中完成了基础设施的深厚积淀,每一座都拥有特色鲜明的产业底色,每一座都在恰当的时机找到了自己的叙事方式。珠三角靠产业集群溢出,粤东靠高铁红利和美食基因,粤西靠滨海资源和影视热度——板块各异,路径不同,但都扎根于同一个事实:经济基础决定了一座城市承接流量的能力。

这正是广东式网红城市的核心逻辑。研究如何让城市更有厚度,“红”便成为厚度积累到一定程度之后的水到渠成。这或许也是这份榜单最值得认真对待的地方。