

边城记

走出内蒙古自治区满洲里西郊国际机场大厅，寒冷像一个不期而遇的老友，给每个初来乍到的人来了一个结实实的“熊抱”。呵出的一口浓浓雾气，成为与这个东北边城的初遇。

机场门前，巨大的猛犸象雕塑向天空高举长鼻，开阔的广场在皑皑白雪中，仿佛抹去了时间的痕迹。广场前，我招手拦了一辆出租车，司机大姐系着一条鲜红的围巾，火一样地把我迎上了车。

“老妹儿，冷吧，进车就热乎啦。”大姐的招呼声和车里的暖意将我团团围住。来到冰天雪地的满洲里，严寒与热烈，这巨大的反差感，比任何地方、任何时候都要强烈。

口岸

从西郊国际机场，到满洲里国门景区，乘车只需10余分钟。

坐在车里，看着窗外的茫茫雪地、身后的机场大厅、不远处的铁路、眼前笔直的马路……这个公路、铁路、航空三位一体国际口岸的城市轮廓，在我的眼前缓缓铺开。

全国最大陆路口岸，中俄贸易最大的通商口岸，欧亚第一大陆桥的战略节点——满洲里承担着中俄贸易65%以上的陆路运输任务，被誉为“东亚之窗”。

当我站在国门前，这些宏观的描述变成种种具象，涌入我的视野：辽阔的平原，雄伟的中国国门，不远处印着俄语的俄罗斯国门，时不时从国门下穿过的满载集装箱的中欧班列……这座2008年修建的第五代国门，如今既是中欧班列出入境的重要通道，也是满洲里旅游的特色景点。

寒风如刀，生生地刮在脸上。在这里，更能感受到，岁月的风霜是如何雕刻满洲里这座有着鲜红底色的边城锁钥——

国门一侧，百余年间、四代国门的模型在风雪中伫立：从最初的一根木杆、一座木屋，到新中国成立初期的钢结构国门，再到如今总长约105米、高约44米的巍峨国门。蜕变的背后，是满洲里作为国家边境交通枢纽城市的百年发展史。

满洲里原名“霍尔津布拉克”，在蒙古语中意为“旺盛的泉水”。清代属黑龙江将军呼伦贝尔副都统衙门管辖。

1901年，中东铁路西部线建成后在这里建立火车站。因为这是从俄国进入中国东北地区（当时惯称“满洲”）的首站，俄语将这里称作“满洲里亚”，满洲里因此得名。

革命战争时期，满洲里是中国共产党与共产国际联络的红色通道。1928年，71名中共六大代表从满洲里出境，抵达莫斯科参会。

中华人民共和国成立后，满洲里作为中国主要外贸通道，为全国经济建设提供有力支持。1992年，满洲里被批准为中国首批沿边开放城市。2012年，满洲里被列为首批国家重点开发开放试验区。

如今，往来不息的中欧班列从满洲里出入境，成为连接起中国与“一带一路”共建国家的大动脉。在满洲里站货运车间集装箱堆场，印着全球各大物流公司标识的集装箱整齐码放，龙门吊将集装箱缓缓吊起、稳稳放下。中国发往欧洲多国的汽车、电子配件、大型机械，俄罗斯运往中国各地的板材、化肥、粮食，填满去程和返程的集装箱。

根据最新统计，2023年全年，满洲里铁路口岸通行中欧班列5001列，首次突破5000列大关；班列通行量、货物运量连续10年增长。自2013年满洲里口岸开行首列中欧班列至今，累计运行2.3万余列，占全国开行总量的1/3左右。目前，经满洲里出入境的中欧班列线路达57条，往来欧洲10余个国家。

“最高气温41.0℃，最低气温-44.9℃，跨越80℃的‘警色’。”在国门旁满洲里出入境边防检查站的墙上，标

# 冰火满洲里

本报记者 高乔



▲ 列车穿过满洲里口岸的中国国门。 本报记者 高乔摄

► 夜幕中，满洲里市中心的高楼亮起灯光。 本报记者 高乔摄



◀ 满洲里“城中雪原”主题冰雪园。 李明摄

语醒目。切身感受这句话的含义，我只用了几秒：当我脱掉手套、举起手机拍照，列车“自觉”入镜，我裸露在空气中的双手立马冻僵。

哪怕风雪严寒，依然繁忙如常。这就是满洲里口岸。

## 来往

距离国门不远，满洲里森富国际物流园果蔬仓储库的平地上，一辆辆货运汽车停在仓库门前，等待搬运工人用各色水果将它的“肚子”填满。走进果蔬仓储库，在阵阵果香中，我遇到了“迎来送往”的金凯泰果蔬国际贸易公司经理韩安聪。

发往后贝加尔湖的胡萝卜，运到赤塔的陕西苹果……韩安聪在果蔬仓储库门口指导着来往工人，将各色果蔬打包、搬运、清点、封箱。

“天气越冷，生意越是红火。”韩安聪说。

每年的11月至次年1月，是中国果蔬对俄出口旺季。尤其是菠萝、柠檬、柑橘、芒果、猕猴桃等热带、亚热带水果，备受俄罗斯消费者喜爱。来自全国各地的水果、蔬菜在这里集散，源源不断地经货运汽车发往俄罗斯各地的超市和农贸市场，送上当地民众的餐桌。

“公司每个月发出100多辆货车，近的到赤塔，远的到莫斯科，生意做熟了，客户线上下单，我们随时安排发货，老方便了。”韩安聪操着一口东北话。

北邻俄罗斯，西连蒙古国，中国、俄罗斯、蒙古国的经贸“神经”在这里交汇，编织出一张纤细又广阔的网络，赋予满洲里得天独厚的经贸条件。果蔬仓库的一车苹果，特产超市的一袋糖果，百货商场的一批衣物，都能在满洲里实现“跨国旅行”。

对于满洲里口岸国际大酒店“口岸商行”超市老板李刚来说，中国、蒙古国、俄罗斯游客的喜好就是他的商机。在10平方米左右的超市里，中心位置整齐摆放着

最热销的货品，各式各样的套娃文创、水果糖、望远镜挤满货架。酒水各种价位都有，糖果可以免费试吃，各种商品零售或批发都行。

周末的傍晚到深夜是店里最忙的时候，李刚热情地用蒙古语招呼顾客进店看看，也非常乐意见缝插针地和我聊聊。

“中国游客爱买套娃，蒙古国游客爱买酒和糖果，俄罗斯游客来了也爱去套娃广场玩……我们夏天给中国游客提供包车游服务，冬天经营超市，主要面向蒙古国和俄罗斯游客，一年到头忙得停不下来。”对于满洲里的中外游客，李刚有着不同的待客之道。

2023年前10月，满洲里共接待国内外游客703.5万人次，同比2019年增长2.58%。2023年10月，满洲里口岸全面恢复中俄互免团体旅游签证业务。在满洲里街头，遇到俄罗斯和蒙古国的游客是件寻常事，即便隆冬时节也不例外。

2023年12月23日，“悦享冰雪三国·寻梦梦幻边城”中国·满洲里第二十一届中国国际冰雪节开幕。“城中雪原”主题冰雪园、直播大会、摄影展、冰球赛、足球赛、冰上项目测试赛、中俄美食展示……这项自1999年以来举办多次的冰雪狂欢创新不断，吸引着来自中国其他地方以及俄罗斯、蒙古国等国的游客。

在满洲里，冰天雪地中自有热络来往。

## 近邻

“满洲里的夜景老漂亮了，真让人稀罕。”下午4时，这座近北纬50°的边城天色渐渐暗下来。站在满洲里市中心的街头，我想起出租车司机大姐的热情推荐。

满洲里的夜，是我从当地人那里问来的满洲里特色。酒店、饭店、超市、特产商店、花店……二道街上，各色店铺都有俄语或蒙古语的招牌，街道上用俄语、蒙古语播放的广告此起彼伏。

来到一家特产商店，我还没进门，就见两个男人讲着不同的语言，“拉扯”着一个行李箱。说蒙古语的男人在拽着箱子刚到马路上，操东北话的男人又把他“扯”回屋内。

跟着他们进店，我才发现，说东北话的是店主，讲蒙古语的是游客。游客正在为买行李箱砍价——拎着行李箱嚷嚷着汉语数字，店主按着计算器，时不时讲出两个蒙古语词汇，一人拉着行李箱要走、一人拽住行李箱不放，手脚并用，同行的蒙古国游客也帮着砍价，小店里一时喧闹起来。

买卖终于落定，店主送走游客，冲我感叹：“蒙古国人真能侃啊。”他说，和蒙古国游客做生意，这样的情况常有，“这在满洲里不稀奇”。

而在二道街中心位置的满洲里口岸国际大酒店，即便到了晚上10时，依然灯火通明、人群拥挤。每周五晚上，会有数以千计的蒙古国游客从蒙古国首都乌兰巴托乘大巴来到这里，度过一个周末。

酒店大堂，蒙古国游客其木格和妻子苏毕力格身穿精美的蒙古族传统服饰，在熙攘的人群中特别亮眼。趁着他们办理入住的间隙，我拉着会蒙古语的当地人做翻译，和其木格聊起来。

42岁的其木格在乌兰巴托经营一家汽车修理店，曾经在中国与蒙古国接壤的甘其毛都口岸工作，还去过内蒙古二连浩特。满洲里是其木格到过的第三个中国城市，和之前来中国工作不同，他这次来是“纯玩”。

我很好奇他为什么要来满洲里。“身边的朋友好多来过满洲里，都说好玩。大儿子今年21岁啦，我们也想着来这边看看，能不能送孩子来上学……”他说。跨越语言障碍，其木格特别健谈，临时充当翻译的满洲里小伙，也忍不住和他聊几句。

在边城的人来人往里，地域的临近化作情感的亲近。送孩子读书、带老人看病、到“对面”逛逛街……当我试图从外国人口中了解满洲里的吸引力，他们的回答总是出乎意料地朴实亲和。

走出酒店，夜已深了。街边的高楼亮起暖色灯光，俄式建筑特有的尖屋顶在夜色中勾勒出温柔的曲线，纷纷扬扬的雪花给城市盖上一层薄被。

当满洲里走进梦乡，熟悉的人人会知道，寒冬深处，这座东北边城已将她独有的热情和温暖，悄悄安放。

# 在户外运动中感受和谐之美

吴雪聪

登山、徒步、露营、溯溪、滑雪、马拉松……如今，户外运动成了不少人休闲放松的重要选择，且种类越来越丰富。数据显示，2022年中国户外用品行业市场规模超1900亿元；截至2023年一季度末，相关企业达20.4万家，盈利能力持续增强。

户外运动产业为何这么火？表面上看，随着“泛户外”概念的兴起，原来少数人的极限探险变为一种新型生活方式，户外运动日趋轻量化、大众化，不断“破圈”。更深层来看，户外产业是一种体验经济，它的火热背后，是消费者对三种“和谐”体验的需要。

首先是人与自然的和谐。百万年前，人类就在大自然中生活，天为盖、地为席、花草为友；现代社会，人们虽然栖身于钢筋水泥的“丛林”，但崇尚自然仍是本能。从这个意义上讲，人们重返户外，其实是另一种“回家”。在户外，可以在天然氧吧中吐故纳新，小到一花一木、大至浩瀚星辰，都可以感受其中的生息奥秘，“诗与远方”有了更为生动具体的展现。

其次是人与人的和谐。今天，户外运动已经不只是一种运动，更是时下年轻人流行的交际方式之一。三两知己于湖面上泛舟，一家三口在山野间共游，一群伙伴在篝火边欢笑……在种种社交场景中，个人不再是一个孤单的个体，在自然空间里，人们共筑了一个温馨的情感空间，在互动中感受着不断涌动的情感。

最后是人与自身的和谐。户外是纯天然的“良药”：文学家来自清漫步在夜晚的荷塘月色中，感受到了一种超然物外的自由；“户外达人”海明威则酷爱在河畔露营垂钓，于休闲中感受到一种充盈的专注感。可见，在大自然里，人们常常能感受到灵魂的自主与身心的自由。这正应了那句话，“江山风月，本无常主，闲者便是主人”。

不过，户外运动带来的和谐体验中，偶尔也夹杂着不和谐的杂音。有些是不文明行为：部分游客乱丢垃圾、践踏草坪，破坏了自然环境。有些则是行业问题：少数徒步团缺乏资质、管理混乱，部分商品价格虚高、质量欠佳等。基于这些乱象，不少人也给“户外热”泼了盆冷水：如果不能走上正轨，“户外热”会不会只是一阵风，来去皆匆匆？

其实，对于一个行业来说，“野蛮生长”阶段免不了有乱象出现。但增长红利期过后，行业能否扛过低端淘汰、提质换挡的阵痛，才是从“网红”转向“长红”的关键。未来，中国户外产业还需从高速发展迈向高质量发展。

2023年10月，国家发展改革委、体育总局等5部门印发《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案（2023—2025年）》，提出要坚持生态优先、绿色发展的原则，引导道路、水电、排污等设施向露营地延伸，提升户外运动服务供给质量。产业发展也有了新的进步，许多国产户外企业已从代工、贴牌转向自有品牌经营，不断推出“户外+”新玩法。户外运动与研学、旅游、康养、影视、节庆会展等相结合，产业链条进一步延长。

根据预测，2025年，中国户外产业总规模有望达3万亿元。户外就像一座桥梁，一面连着“绿水青山”，一面连着“金山银山”。随着中国生态环境进一步改善，中国户外产业的蛋糕将越做越大，更好地满足人们对美好生活的向往和需求。

## 民生新事

【事件】

# 劳务品牌助增收

本报大理电（杨文明、臧满）“巍山乡厨”近年来品牌价值不断提升，据统计，云南省大理白族自治州巍山彝族回族自治县内餐饮、小吃行业从业人数6506人，年营业收入4.44亿元；巍山人在县外从事餐饮业从业人员3620人，年营业收入6.61亿元。一个劳务品牌，解决就业超万人，年营业收入超11亿元。

近年来，大理州持续打造劳务品牌，通过充分挖掘利用州内各地非遗传承、特色产业、就业规模和培训优势等资源，培育了一批叫得响、增收快的劳务品牌，并将其转化为就业创业名片、地方产业名片和城市发展名片。其中，包括以剑川县“中国木雕之乡”、鹤庆县“千年银都”的优势产业为基础，打造的

“剑川木雕工匠”“鹤庆银匠”2个劳务品牌，与“巍山乡厨”在全国百强劳务品牌展中脱颖而出。同时结合奶牛牧场、宾川水果、洱源火腿、洱源梅果等特色产品，培育了“大理云上牧工”“宾果新农人”“云龙诺邓火腿巧匠”“洱源梅果人”等具有产业优势和劳务规模的初创品牌，实现劳务品牌12县（市）全覆盖，呈现出各具特色的劳务品牌发展格局。目前，大理州18个劳务品牌直接从业人员达30.12万人，间接带动就业60.84万人，从业人员务工收入95.6亿元，劳务品牌经济规模达335.66亿元。

【短评】

# 就业成品牌 品牌带就业

杨文明

脱贫群众持续增收，一看产业，二看就业。随着不少地区种植结构趋于稳定，优势产业相对固定，促就业成为带动群众增收的重要手段。近年来，经过各地区各部门积极培育，全国不少地方涌现出一批富有地域特色、行业特征和技能特点的劳务品牌，在促就业、惠民生、促发展方面发挥重要作用。

发展产业要因地制宜，促就业同样要因地制宜。一些地方部分脱贫群众年纪偏大、不识字，

普通话讲不太好，很难通过短期培训掌握高技能岗位要求，但厨师、建筑工等能就近就业的职业同样可以让群众增收。在云南怒江，部分易地搬迁群众通过技能培训，开起了农家乐、当上了建筑工，日子越过越红火。

有的地方具备优势产业基础，当地群众本就有一技之长，有针对性开展相关培训，有助于群众掌握更高水平的就业技能，提高其在就业市场的竞争力。在云南大理，结合特色产业，当

地精心培育“巍山乡厨”“剑川木雕工匠”“鹤庆银匠”等劳务品牌，因地制宜开展就业培训，提升了不同县域整体劳动力的技能水平，起到事半功倍的成效，是促进就业产业高质量发展有益探索。

当下，劳务经济发展已进入品牌经营时代。如何进一步打造劳务品牌，值得各方认真探索。建设劳务品牌是一项系统工程、长期工程，必须从注重量的积累转向质的提升。这需要围绕增加品牌数量、提高品牌质量、发挥品牌效益，持续建立健全促进机制和支持体系，推进劳务品牌标准化建设，不断提高劳务品牌技能含量，让劳务品牌知名度、认可度和美誉度得到持续提升。

## 社会 杂谈