

话费充值随机立减  
满50元最高可减20元

快去充话费

广告

新快报

## 财眼·消费

2019年12月4日 星期三 责编:杨升华 美编:黄小原 校对:任倩妮 23

2019广州国际美食节人财两旺收官

## 10天迎客百万 消费总额破亿

11月22日至12月1日,历时10天的2019年广州国际美食节圆满收官,共吸引来自法、德、挪、意等10多个国家和地区的参展企业超过2000家,累计接待游客105万人次,消费总额达1.223亿元,其中雄峰城主会场接待70.13万人次、消费额1.079亿元。

相比往年,本届美食节除规模扩大外,还融合了粤港澳大湾区文化元素、全城联动“多逛一次食街”、延长结束时间点亮夜经济、推出“送门票”“美食游”擦亮“旅游+美食”品牌、设立扶贫成果展示区助力乡村振兴等亮点。

■新快报记者 陆妍思 通讯员 穗商务宣

## 融合大湾区文化 助力夜间经济

本届美食节番禺区雄峰城主会场规模从去年的6.5万平方米扩大到7万平方米,共设置展位288个,并形成“商家+美食街区”格局。

美食节充分融合粤港澳大湾区文化元素,以“粤菜师傅+美食”“粤菜师傅+节庆”模式,开展大湾区“粤菜师傅”技艺交流,邀请香港、澳门及珠三角粤菜大师在美食节中心舞台开展技艺交流,展示大湾区美食文化,打造粤港澳大湾区美食联盟,同时举行“粤港澳大湾区美食产业论坛”,除就“共建大湾区城市美食产业”主题展开讨论外,逾300名行业大咖还共同见证共建“世界美食之都”启动仪式。

为扩大美食节期间夜间消费规模,活动每天结束时间由20时延长至22时。为方便游客、市民夜间出行,地铁接驳线共发540班次,总转运旅客21144人次;停车场至地铁站接驳线共发221班次,总共转运1663人次;发送旅游线路165班次,游客984人次。十天接驳专线共计发送旅客23791人次。

为让市民“多逛一次食街”,本届美食节以全城联动的方式举办,除番禺区主会场外,各区均举办了丰富多彩的乐享购物美食系列活动,有效提升了“食在广州”的知名度和美誉度。同时擦亮“旅游+美食”品牌,部分旅游景区举办“万张门票免费送”活动,广泛开展“广州美食游”“国家全域旅游示范区·一番禺一日游”线路,吸引更多市民“赏美景、叹美食”。



## 助力扶贫 展示受援地区农产品

在广州商务局指导下,汇吃、饕鲜生鲜供应链、风行乳业、四联货栈等多家农村电商会员企业,将因地理偏远市场营销滞后等原因而少人问津的农产品,搬到了广州国际美食节,形成线下品鉴体验、线上推广宣传有机统一,形成让受援地区优质农产品入羊城、进万家、上餐桌的良好局面。

现场还设立五华帮扶成果展示区,集中展示番禺对口帮扶五华35个省定贫困村扶贫成果,包括茶叶、大米、水果等农特产品,以及最具五华传统客家美食酿豆腐、盐焗鸡、狗肉、牛肉丸、猪肉丸、横陂小炒等,累计销售额达60万元。

同时举办“番禺十大特色农产品”颁奖仪式、庆丰收文艺表演,开展番禺特色农产品展销,设置大幅照片墙,充分展现番禺区实施乡村振兴战略、农业产业发展和成功创建国家农产品质量安全县取得的丰硕成果。



## 强化后勤服务 快检车开到会场

美食节得以圆满落幕,后勤服务保障至关重要。

主会场提供停车位2150个,累计停放车辆59278辆次,同时抽调58名食品安全执法人员、1辆食品快速检测车进驻美食节,协调设立美食节主会场食品快检室,每天联动第三方检测机构工作人员,对参展商制售的食品开展全覆盖快速检测,全力排查安全隐患,确保群众吃得放心安心。

加大专人巡回保洁力度,每天上午8时至晚上12时安排近340名保洁人员分两班对会场进行不间断巡回保洁,做到现场垃圾及时处理清运,美食节期间共清理垃圾193吨。全力做好现场安保工作,日均投入450人次警力、550人次保安员,快速处置人员走失求助15宗,无发生群体性事件,确保美食节平安有序。

凸显“文化零售”发展潜力  
**广州K11开业一年  
客流突破2200万**

**新快报讯 记者陆妍思报道**近日,广州K11迎来了开业首个周年庆典暨“PINK UP粉星漫游季”开幕仪式。郎朗妻子、知名钢琴女神吉娜·爱丽丝现身助阵,并现场弹奏由法国先锋艺术团队Scale为本次活动定制的音乐灯光艺术装置《命韵》,以琴声控制粉色灯光律动。最后,广州市标志性建筑“东塔”亮灯变粉,宣告为期四个月的“粉星漫游季”系列活动正式拉开序幕,开启艺术文化、玩乐、粉红时尚的三重探索之旅。

作为本次“粉星漫游季”探索艺术文化之旅的重磅活动,荷兰先锋艺术家约瑟夫·克里斯基亚首展“伊甸园之梦”将于12月12日开幕,展览汇集其20件大型绘画和雕塑艺术作品,其中包括代表作、曾在2017年威尼斯双年展平行展及阿姆斯特丹博物馆广场展出过的作品《梦想家的自画像》。而艺术家约瑟夫·克里斯基的代表作《梦想家的自画像》也将首度亮相广州。

截至目前,广州K11整体开业率近100%,其中超一半商户为广州首店。开业至今,总客流已突破2200万。在广州举办核心活动艺术展览期间,客流更较平日上涨超过50%,尽显“文化零售”的巨大发展潜力。

## 再造轻资产管理输出项目

**天河城将在番禺打造情景式主题购物中心**

于2020年11月开业。

目前,卜蜂莲花已确定进驻,将开出面积达到1.7万m<sup>2</sup>的现代智慧型生活超市,另一主力店是中影集团旗下中影星美国际影城,将以约4500m<sup>2</sup>的面积打造广州地区旗舰店。此外,麦当劳、肯德基、必胜客、星巴克、屈臣氏等多个品牌商户均已表达入驻意向。

为助力广州夜经济,根据规划,项目在后期运营中将开设深夜营业专区、24小时便利店和“深夜食堂”等特色美食街区,并将通过楼宇亮化、中心广场及南北广场灯光景观营造夜间购物休闲环境,成为番禺夜间消费聚集地,打造24小时不落幕的不夜城。

轻资产是近年来商业地产大热的关键词,而管理输出成为快速扩张购物中心网络的重要模式。天河城集团仅在今年,

就分别拿下南海天河城、桂城天河城、天河里·福云汇三大项目进行运营管理。

为何管理输出的模式受到青睐?统计数据显示,2019年上半年全国新开业的商业项目数量达194个,新增商业建筑面积1451.45万平方米。一边是已开业购物中心频频升级改造,另一边是新购物中心蜂拥开业,开业量连年攀升。

业内专家认为,中国购物中心的发展已从开发时代进入运营和资产管理时代,虽然项目数量多,但回报率和资产增值的空间有待提高,同时专业人才也相当缺乏。在这样的情况下,一些物业需要引入外援来降低运营风险,而一些在商业物业运营上取得不错成绩的发展商则找到了新的发展空间,广东天河城物业管理有限公司显然具备这种品牌输出管理优势。

据了解,“天河里·福云汇”项目位于广州市番禺区市广路,与祈福新村相邻,距广州南站6公里,与长隆旅游度假区2.5公里。项目总占地面积97亩,首期开发面积达11万m<sup>2</sup>,将打造番禺首个情景式主题欢乐购物中心,集合餐饮、购物、休闲、娱乐、教育和公寓酒店等多种业态,以五大功能分区,设计亮点包括先进的双首层设计,逾3000m<sup>2</sup>中庭广场及变幻的景观连廊等。该项目拟