

财眼

长假不远游 广州商场花样活动玩不够

连续5天的“五一”长假即将到来，受疫情影响很多家庭都取消了外出旅行，留穗消费成为了假期最受市民欢迎的节目。新快报记者了解到，广州不少商场都在长假前夕推出了励志有爱的活动及体验，同时放出了给力的促销折扣，以刺激本土消费加速回暖。

■新快报记者 陆妍思



■韩国人气卡通天团Kakao Friends的“艺术博物馆 Art Museum”展览在广州太古汇上演中国首秀。

呈上互动艺术展为生活加油

广州太古汇携手韩国人气卡通天团Kakao Friends推出“艺术博物馆Art Museum”展览中国首秀，将逗趣与艺术完美结合，为羊城粉丝带来“罗马雕塑名人堂”“世界名画Cosplay”“粉色电镀Apeach雕塑”等一系列制作精美、充满创意的卡通塑像和艺术装置，期望顾客在与卡通人物的互动中，以愉悦的心情迎接未来。5月1日至5日，Kakao Friends一众卡通人物将莅临商场欢乐巡游，与粉丝“Chill偶遇”。

2020年5月至6月中旬，凯德广场·云尚与SeeekLab合作，推出“Light Your Mood”多彩心情科技互动艺术展广州首展。互动艺术展主要通过约100颗表情发光球呈现，消费者可在互动空间中找到任意Pad互动点，对着Pad拍照记录瞬时状态，Pad将据此测出消费者瞬间心情分数。不同的分数，将触发表情发光球呈现不同色彩，以此传递心情。

“五一”假期，搭载着爱与创意的灵感专列将抵达广州K11，开启首个艺术电车市集。5月1日至5月20日，丹麦设计品牌DESIGN LETTERS、本土买手商店The Poem、国内领先青年媒体品牌WhatYouNeed等潮牌的惊喜好货将亮相艺术电车市集，让你重拾对生活的热情。此外，去年引起打卡热潮的荷兰艺术家约瑟夫·克里班斯基的华南首次个展“伊甸园之梦”也将延期至6月1日，满足因疫情错过展览的观众的期待。首层的活·现艺术展览内容也融入抗疫元素，用艺术为爱打气，用各种语言为世界加油。

折扣团购满减抢券花式优惠吸客

刺激消费是当下的热词，广州各大商场“五一”假期除了直接打折促销外，还推出团购、抢券、满减等花式优惠吸客。

广州太古汇4月30日至5月10日推出满额有礼活动，外会员还可以积分优惠兑换服装品牌电子券，畅享满减优惠。

凯德乐峰广场餐饮全场恢复堂食，18家餐饮店推出“10元均一”爆款菜式，会员于指定商户储值可获餐饮代金券大礼包；凯德广场·云尚在指定商户进行充值消费，可获赠福利套餐。

正佳广场启动“May力佳期Fun肆抢”活动，豪掷5000万元补贴回馈顾客。消费者可在正佳广场会员小程序、大众点评、美团购买代金券。正佳广场海洋馆、博物馆、雨林馆三馆重开，“五一”期间门票限时五折，为市民奉上文旅大餐，更有叠加万豪酒店自助晚餐的套票供选择。

天环广场“五一”推出重磅餐饮优惠，5月1日-5日期间，进入支付宝口碑页面“天环广场”微官网，即可51元团100元餐饮券。

广百股份旗下17间门店5月1日至5月5日将推出“爱·购致勤劳的你”主题活动，大部分商品5-7折，部分特惠商品3.5-5折，化妆品低至8折，运动休闲限时第二件1折，全场电器8.5-9.5折，折后满800减100，超商品低至5折。

流通成本大增 休闲零食巨头一季度增收不增利

新快报讯 记者陆妍思报道 疫情期间“云敲钟”上市的武汉休闲食品巨头良品铺子，4月28日交出了A股首份成绩单。财报显示，公司2019年营收77.15亿元，同比增长20.97%；归母净利润3.4亿元，同比大增42.68%。2020年一季报显示，公司业绩在疫情期间呈现逆势增长，实现营业收入19.09亿元，同比增长4.16%，但扣非净利润下滑4.14%。今年增收不增利的情况同样出现在另一休闲零食巨头三只松鼠身上，据其发布的2020年第一季度业绩预告，归母净利润为1.78亿元-2.1亿元，同比大降15.76%至28.60%，营收则同比出现增长。

外卖销售同比增长118%

良品铺子董秘徐然表示，今年第一季度在疫情的情况下营收仍能逆势上升，主要依赖于全渠道运营的商

业模式。疫情之下，公司进行商业模式创新，充分发挥全渠道优势，在线下门店受到影响的情况下，一方面加大线上渠道的销售，网售实现收入同比增长25%，销售占比由2019年一季度的45%增加至55%；另一方面积极推行了外卖、拼团、社区团购等“门店+”业务，外卖销售占比从去年同期的6.55%上升至14.32%，增长了118%。

对于利润下降，良品铺子副总裁赵刚认为，主要是疫情期间销售费用有所上涨。“仅是物流租车一项，费用就是平常的两三倍，这些成本企业都得扛下来。”他说，其实在疫情期间，消费者对食品的需求是呈爆发式上涨的，有企业营收不增长主要是解决不了供货及流通的问题，解决不了就会断档，而总部即使是位于疫情震中的武汉市，良品铺子在整个一季度也没有断档。

上市以来股价涨幅超5倍

针对疫情对今年业绩的影响程度，徐然表示，由于应对较早，公司效率效能恢复较快，疫情对全年经营的不利影响基本已经消化。良品铺子有稳健的财务数据，高端战略奏效利润增幅可观，存货周转天数也处于行业第一水平，应收账款周转率也显著高于行业内大部分竞争对手，意味着公司在现金流充足。

另一市值百亿元的休闲零食行业头部企业三只松鼠，2019年营收达101.73亿元，同比增长45.3%，但营收上的增长或是通过让利来实现的，三只松鼠2019年归母净利润同比下降21.43%至2.39亿元。

4月28日，良品铺子涨停，昨日再涨3.75%，收报67.72元/股，市值271亿元。其股价上市3个月以来翻了5.69倍；三只松鼠昨日跌1.89%，收报81.55元/股，市值327亿元，上市10个月股价翻了5.55倍。

价值100元优质广货

9.9元寄到家

广州轻工万份暖心礼盒5月3日开抢

新快报讯 记者陆妍思 通讯员吴雪芳 报道 4月29日早上，广州轻工集团推出的“广货撑你”暖心小礼盒在淘宝、天猫APP上架，价值百元的优质广货以9.9元超低价开售，引爆市民的抢购热情，1万份礼盒不到3小时迅速售罄。为满足更多消费者需求，广州轻工集团当天决定加推1万份礼盒，5月3日至31日，每天不少于300份，晚上8时开抢。

广州轻工相关负责人介绍，此次暖心小礼盒的产品都是经过精挑细选的，除了均是生活必需品外，也是广州轻工集团旗下各大品牌适应消费升级趋势下研发的全新产品，如使用更方便的浪奇洗衣凝珠，适合一人食不浪费更健康的鹰金钱罐头，红棉单独小包装的纯正黑糖，555牌碱性电池，还有疫情期间适合家庭健身使用的双鱼运动跳绳等。

广州轻工集团负责人表示，上述礼盒产品总值约100元，这次以象征性9.9元的价格发售，目的正如此次活动的关键词——“撑你”“暖心”一样，在疫情期间返利惠民，与广大市民共克时艰。

“都是从小用到大的广货啊，识货的你赶紧来买啊！”“这也太划算了！秒它！”“暖心小礼盒，暖心大企业，点赞~”广州轻工集团的暖心小礼盒当天也刷爆广州市民的朋友圈。市民们表示，暖心小礼盒都是广州人从小用到大的知名广货品牌，品质信得过，且每一个商品都非常实用。9.9元的价格等于只付运费白送，在非常时期体现了广州老字号企业的社会责任，身为广州人也觉得很自豪，以后一定要多撑广货，不仅要多买，还要多发声为广货宣传。

广电运通子公司获投巨资 有望服务“新基建”

新快报讯 记者涂波报道 4月28日，广电运通宣布子公司广州平云小匠科技有限公司(以下称“平云小匠”)获广金基金和纳斯特投资注资3000万元，共持有平云小匠10.7143%股权，公司注册资本由3000万元增至3360万元。平云小匠增资项目将以“B2B2C智能设备服务平台”为核心，深挖“新基建”等万亿元级市场机遇。

广电运通自2017年12月提出人工智能转型升级战略，聚焦金融、交通、安全、便民四大领域，以“智能终端+大数据”的路径实现价值闭环，构筑万物互联的AIoT生态。广电运通表示，本次增资扩股后，平云小匠将新增大量外部资金扩张业务，强有力地开展“互联网+服务”线上平台建设，以及人工智能、大数据等方面的研究和推广。资本的引入，也有助于平云小匠进一步优化信息化系统平台，持续降低运营及工程师管理成本。

2019年，广电运通实现营业收入64.96亿元，创下历史新高，同比增长19.00%；实现利润总额10.34亿元，同比增长14.92%。2019年研发投入高达7.23亿元，占营收的11.13%，同比增加59.49%。

市场方面，4月以来，广电运通受资金追捧，股价涨幅逾40%。4月28日，报收12.48元，总市值达300亿元。