

政府搭台、商家唱戏，四场大型促消费活动密集举行

# 停车要排队、吃饭要等位……

2022年11月30日，广州打响了“全面放开，精准防控”的“第一枪”。经历一个月的因时因势优化疫情防控措施，第一批“阳康”出动，叠加岁末年初的消费旺季，广州各大商圈人流量、销售额实现双升。

元旦前夕，广州陆续推出了“广州时尚消费节”“广州国际购物节”“广州国际美食节”“全国网上年货节广州专场”等大型促消费活动，政府搭台，商家唱戏，为市民回归线下消费按下“快进键”。

刚过去的跨年夜，各大商场新年主题美陈光彩夺目，餐饮店霓虹灯点亮城市夜色，电影院健身房卡拉OK厅等场所全面开放，久违了的车龙、排队、等位、爆单等热闹景象重现，广州新年烟火气正逐步恢复，并越烧越旺。

■采写：新快报记者 陆妍思  
■图片：新快报记者 毕志毅



■1月1日，元旦假期第二天，广州市内各大商场人流有了明显回升。

## ●广州时尚消费节 连接BC两端聚焦时尚新消费

2022年12月23日-27日，为期5天的2022广州国际时尚产业大会暨2022广州时尚消费节在体育中心南广场举行。本届时尚产业大会是广州落实“新十条”、全面开启复工复产后的首场大型时尚活动，也是开展“粤造粤强 粤贸全球”广货促消费联合行动的重要一环。

本次大会首次举办时尚消费节，溪木源、卡姿兰、迪卡侬、埃安、珠江啤酒等近百家国内外时尚优秀品牌参加，整体面积超过1万平方米，以潮品快闪、新品首发、快闪集市、艺术特展等多种形式，打造“可观赏、可体验、可消费”三位一体的时尚新场景。

总部位于广州天河区的溪木源是线上起家的护肤品牌，在现场搭建了逾160平方米的“自然森林”，向公众呈现“传递自然疗愈力”的品牌理念。溪木

源相关负责人介绍，此次是品牌升级后的首次全新亮相，收到了很好的宣传效果，正紧锣密鼓布局线下门店，对未来的消费市场信心满满。

“广州正在加快推进国际消费中心城市城市建设，极具消费品产地优势。同时广州立足自身发展特色，规划符合城市侧重点的消费发展路径。”迪卡侬相关负责人表示，大会开幕期间，迪卡侬积极参与“羊城欢乐购 冬至合家欢”专场活动，激发了大众消费热情。

广州市市场商会秘书长李英表示，首次举办时尚消费节，目的是在疫情防控新形势下，通过更开放的平台链接B、C两端，为青年时尚消费群体打造全城潮品发布平台、时尚种草空间和消费平台，着力聚焦时尚新消费经济，为广州时尚产业赋能推新。

## ●广州国际购物节 全城联动抢抓节前迎春消费节点

12月28日晚，2022广州国际购物节在主会场天河路商圈盛大启动，将持续至2023年1月27日，联动全市各大商圈开展促消费活动，抢抓节前迎春消费节点。

天河区围绕“国潮文化、天河时尚、创意艺术、奇幻文旅”四大主题，联手全区29个大型商贸载体，超300万平方米商场推出超100场消费体验活动，并特设元宇宙展示互动体验区域，以数字科技打造全新购物体验。本届购物节还上线首个全景式消费地图——“天河路商圈数字地图”，囊括商圈消费打卡点及特色活动，让消费者“一图在手，随心畅游”。

记者走访天河路商圈发现，各大商场纷纷掷重金推出大型美陈装置，将跨年氛围“拉满”：正佳广场携手联合“2021十大年度国家IP”“唐宫夜宴”，于四楼中庭打造一座大唐不夜城；广州太古汇构建横跨游戏、电影、音乐及美食等多个领域的岁末游乐园；合利天德广场中庭展示“九紫天德树”，每晚降落雪花；PO PARK东方宝

泰举行卓大王福奇水果系列全国线下首展；天汇广场联合国际知名IP史努比打造跨年动感嘉年华……

为进一步激发消费潜力，购物节期间全市将持续开展“羊城欢乐购”政府消费券、家电“以旧换新”活动，各区均有丰富多彩的促消费活动，如荔湾区开展“荔湾跨年欢乐购”主题展销活动，组织区内优质企业在花地生活馆集中展示，永庆坊将举办新春醒狮表演、换装巡游、游戏游园等活动；海珠区开展2023“海珠之约·百企暖冬”消费节，组织线上线下超过10大平台让利，超过100家企业参与，联动金融机构提供服务支持；花都区采取“一点启动多点开花”及“1+9”的形式，举办九大促消费活动；南沙区策划新一轮“冬季南沙欢乐购”消费券发放活动，预计发放消费券340万元。

“此时举办国际购物节，正当其时、恰逢其势。”广州市人民政府正局级干部黄光烈表示，在各方努力下，今年的国际购物节将进一步发挥城市流量牵引作用，为全市消费复苏积蓄新动能，为国际消费中心城市增添新动力。

## ●全国网上年货节广州专场 线上线下营造火热消费氛围

2022年12月30日，“2023全国网上年货节”全国统一启动仪式在广州海心沙亚运公园启动，广州专场的最大特色是举办了一系列新潮有趣线下促销活动。当日至2023年1月2日，海心沙主会场同步举办车尾箱集市、品牌企业展以及跨境电商进口商品展等吸引眼球、趣味性十足的主题活动，营造线上线下联动的火热消费氛围。

记者现场看到，车尾箱集市主打休闲风，集合大量特色食品、文创产品等产品，不少摊位还搭配抖音、快手、视频号主流平台进行直播。品牌商家集市则吸引包括皇上皇、风行牛奶、鹰金钱、王老吉、茵曼、唯品会、珂拉琪等众多本土老字号品牌、知名品牌以及新锐品牌商家参与。跨境电商进

口商品展汇聚全球各地近百种的品质好物，为线上引流促进跨境电商零售进口。

广东省常委、副省长王曦表示，广东社会消费品零售总额连续39年居全国首位，近三年均突破4万亿元大关，占全国十分之一强。特别是今年面对多重超预期因素冲击，先后出台促消费9条和16条，省市两级发放消费券超20亿元，有力激发广东消费市场潜力。记者了解到，1月-11月，广州市社会消费品零售总额9496.86亿元，同比增长1.9%，其中实物商品网上零售额同比增长12.4%，增速是全国（6.4%）的近2倍，成为拉动消费升级的重要引擎。

## ●广州国际美食节 上万餐企参与 积蓄复苏新动能

2022年12月30日晚，2022广州国际美食节在主会场番禺万博四海城正式启动。今年的美食节通过线上线下融合，吸引上万家餐饮企业参与，叠加政府、金融机构、电商平台和商协会各方力量投入超1亿元促销资源，将美食节延伸到全城。

银联方面，消费者每日可在云闪付APP广州国际美食节专区领取“刷卡享优惠”优惠券；饿了么每天派出大额券、品牌券；美团搜索“广州美食节”，可随机领取天降红

包，还可享受优质高折扣菜品。

黄光烈表示，举办美食节是广州市政府对餐饮行业发展的坚定支持，也是岁末年初消费旺季激发餐饮消费的发令枪，希望坚定市民群众的消费信心，为全市餐饮及关联消费复苏积蓄新动能，为国际消费中心城市增添新动力。

红餐网联合创始人、红餐品牌研究院院长樊宁认为，随着防疫措施不断优化，预计餐饮业会在3月份迎来客流显著复苏，并在之后逐步恢复到疫情前2019年水平。

