

广州清明祭扫今日起可预约

羊城晚报讯 记者高焓报导：清明将至，今年广州清明祭扫继续实施预约措施。4月4日至20日期间，市民前往广州市各殡仪馆、墓园、骨灰楼（堂）等殡葬服务场所进行现场祭扫可提前线上预约，预约平台于3月28日上午10时上线。

预约系统开放时间为每天7时至22时，4月20日17时后关闭。市民可提前7日通过“广州民政”微信公众号的“办事大厅”或“穗好办”微信公众号的“办事服务”，选择“清明祭扫预约”进入预约平台进行预约，每日开放4个时段（8:00-10:00、10:30-12:30、13:00-15:00、15:30-17:30），每个订单最多预约6人，祭扫当天

凭个人身份证原件和预约码核验入场。铭恩园（原市火葬场）实行常态化预约，非上述时间前往祭扫的市民，请关注“银河园”微信公众号预约办理。

针对特殊群体，各场所均设置了现场预约绿色通道，不方便使用智能设备且无法通过他人预约的老年人等特殊群体可携带有效身份证件现场预约，并按照工作人员指引有序入场。

为切实做好2025年清明祭扫高峰期的安全保障工作，提升全市殡葬服务机构的应急处突能力，3月27日下午，广州市在荔湾区西塱德安楼举行清明安全应急演练。

广东省消委会：家政服务应考虑专业性 购买新车谨防消费陷阱

马灿 粤宣

近日，羊城晚报记者从广东省消委会获悉，在省市场监管局指导下大力支持下，2024年省消委会积极履职，主动作为，强化消费维权，成效突出。

家政承诺“水分”多，服务专业性待提升

佛山消费者梁小姐通过母婴群了解到某家政公司口碑尚佳，遂委托某家政公司聘用一位“高级育婴师”照顾自己一月龄的宝宝，服务期限三个月，中介费1500元，对方承诺不满意免费更换。

然而，育婴师上门服务了几天，梁小姐觉得其抱孩子的手不妥，且不知如何打开奶粉罐，细

经消委会介入，家政公司未能提供育婴师相关资质证明，且合同涉嫌不公平格式条款，最终双方就退款事项协商一致。

专业性、规范性需求不断攀升。本案中，消费者基于口碑信任委托家政公司，以期得到高质量专业服务，然而对方不仅提供不符合资质人员，进行虚假承诺，且未针对合同中的重点条款进行提示，辜负消费者的信任，违背了基本的商业道德准则，严重扰乱了家政服务市场的正常秩序。

点评

依据《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》的规定，消费者在接受服务时，有权利获得与约定相符的服务质量及真实准确的服务信息。当前，大众对家政服务市场

新车秒变“瑕疵车”，明理释法助维权

佛山周先生在某汽车销售服务有限公司斥资74万元购置新车，并委托店铺办理了上牌手续。遗憾的是，新车尚未正式交付到周先生手中，商家便通知其后视镜摄像头存在故障。

鉴于此，周先生认为商家出售了质量不达标的商品，遂提出延长新车质保期限的要求。然而，商家

回应称，汽车存在瑕疵为低概率事件，属厂家出厂问题，与经销商无关，拒绝了周先生的请求。

周先生遂向佛山市消委会投诉。消委会接诉后，积极向商家及汽车“三包”相关规定，经反复沟通协商，最终商家同意赠送汽车保养、汽车镀膜服务和部分礼品作为补偿。

本案中，汽车销售公司在车辆交付前便发现了故障，构成了瑕疵交付。然而，该公公司非但没有正视问题、主动担责，反而企图以厂家出厂问题为借口推卸责任，实属不当。

调解人员的及时介入，通过明理释法，厘清了责任界限，既有效地化解了个案矛盾，又进一步增强了商家的规范经营意识和法律素养，有力保障了消费者合法权益。

点评

根据《家用汽车产品修理更换退货责任规定》，销售者需向消费者交付质量合格的汽车，并依法承担“三包”责任。这意味着，无论故障是由厂家还是其他经营者造成的，销售者都应首先承担对消费者的责任，而后可自行向相应的责任方追偿。

大家都在爱汾酒

#大家都爱汾酒 14.1亿次播放 汾酒官方旗舰店 已收藏

品牌任务 任务已结束 当前最高收益 ¥ 2974.27 年轻人如何玩转汾酒？秀出你的创意喝法或使用指定贴纸，带#大家都爱汾酒话题参与，就有机会... 展开

年轻人来吧，一起玩转汾酒

作品 精选视频

汾酒特训营

立即参与

清明假期最后一天 广州地铁部分线路将延迟收车

羊城晚报讯 记者严艺文、通讯员周其庆报导：清明小长假即将到来，根据往年数据，受节日出行影响，预计节前一天（4月3日）线网客流将达1110万人次，清明节当天（4月4日）客流约902万人次。为更好地满足市民乘客出行需求，广州地铁将在假期最后一天延长部分线路运营时间1小时。

据记者了解，节前一天，受市民出行影响，预计晚高峰提前且持续时间较长，为应对大客流，广州地铁将增加上线列车及备用列车。一、二、三（含三北）、四、五、六、七、八、十四号线和广佛线晚高峰起峰时间将提前至13:00，十四号线12:00

至21:30时段的快车将转为普通车开行。晚高峰期间，三、七、九、十三及二十号线将增加共计8列上线。此外，全线网将安排30余列备用车，根据现场运营线路实际客流情况，灵活加开备用列车，提升线网运力水平和客流疏散能力。

假期期间，广州地铁在日常周六日运力安排的基础上，将在线网增加8至20列上线，保障乘客出行顺畅。为方便市民乘客节假日出行，广州地铁将在假期最后一天（4月6日）延长一、二、三（含三北）、五、七及八号线运营服务时间1小时，以保障乘客返程期间夜间出行。

清明节期间，预计邻近交通枢纽（广州南站、广州东站、广州火车站、石潭等）、墓园（燕塘、天河客运站、永泰等）、商业区（北京路、公园前等）、景区（云台花园、动物园、广州塔、大塘等）的站点及大客流换乘站（体育西路、珠江新城、嘉禾望岗、车陂南等）客流将有一定幅度的增长，届时车站将视情况采取客流管控措施，请市民提前做好出行规划、错峰出行。如遇车站客流管控，请听从广播告示及工作人员指引，有序进站乘车。

广州地铁提醒，考虑到市民祭扫需要，同时确保乘客的出行安全，用于拜祭的香纸烛宝可少量包装好后携带进站。



康鹭改造再加速 海珠康鹭第一期改造地块全面开拆

羊城晚报讯 记者马思泳、通讯员海宣摄影报道：“启动，开拆！”3月27日，随着一声指令，广州海珠康鹭改造项目7个地块同步启动拆卸。

康鹭片区9个第一期改造地块，F37、F57两个首建地块已于2024年上半年完成清租拆卸，并率先开工。本次拆卸的7个地块涉及原恒业丰针车城、康盛纺织城等7个大型批发市场，这些批发市场占地面积广、租金价值高、占据规划路位多、对片区交通和消防安全影响较大，建筑面积达35万平方米。

2024年下半年，海珠区用6个月完成上述7个地块清租，实现了第一期9个地块村集体物业共1547户租户全部顺利清租。

据悉，康鹭片区第一期9个改造地块完成拆卸后，逸景路沿线改造地块可实现全段连片贯通，提供13公顷整体连通的土地，实现从零散化、碎片化改造到成片化、连片化开发，有助于改造规模效应形成。

未来，康鹭片区第一期改造地块

预计建成约85万平方米住宅、产业空间及道路等公建配套。其中，包括23.9万平方米、2100多套复建住宅以及36.1万平方米产业空间，将建成叠景路（中段）、规划纵一路（中段）等一批市政道路，破解第二期改造地块道路弯曲狭窄困局，为密集建筑群疏解提供交通动脉，释放住宅安置和产业腾挪的关键空间，形成可持续改造模式。

第一期地块改造后，建筑密度将

由58%降至43%；交通路网密度从现状8.18（千米/平方米）增至14.83（千米/平方米）；新增一批优质公共服务设施，医疗设施、福利设施及绿地均实现“零”的突破，其中新增社区卫生服务站2处、护理站2处，医疗设施面积增至0.1万平方米；新增嵌入式社区养老服务机构4处、托儿所1处，福利设施面积增至0.4万平方米；新增绿地面积3.74万平方米。

天河区吉山村更新规划通过

将建设三大公园、布局四条地铁线路

羊城晚报讯 记者董鹏程、通讯员穗规资宣报道：近日，《天河区吉山村城市更新单元详细规划》通过第四届广州市规划委员会地区规划专业委员会第二十五次会议审议，标志着吉山村城中村改造进入“快车道”。规划提出建设三大公园、布局四条地铁线路，引入电竞文创产业，复建传统街区，改造后的吉山村将从一个单纯的“居住片区”提升为“产城融合”综合片区。

本次规划总用地面积170.61公顷，总建筑面积288.73万平方米，毛容积率1.69，规划人口5.9万人。规划以建设“精品吉山”为目标，提出“广深走廊科创节点、智谷山水宜居社区、珠吉历史文脉走廊”三大功能定位。

作为天河智谷的重要组成部分，吉山村片区已经被纳入天河区电竞产业未来综合发展带，本次规划拟引入IAC（电竞文创）产业导向科创文旅功能，产业占比30%以上。

在交通方面，更新单元内涉及轨道交通线有4条，分别为19号线、23号线、29号线和37号线。同时，布局新增3座立交、新增12条支路、调整12条道路，确保片区对外交通集散能力较控规调整前不降低。

在生态建设方面，规划提出建设三大公园，对天河区儿童公园进行现状提升，规划生态公园和吉山铁路公园；对四条河涌进行整治，包括深涌左支涌、风水涌、吉山涌、大岭涌，结合沿线地块功能，营造滨水公共空间、全时段活力带。

在公建配套方面，本次改造将配置市辖区统筹级、街道级、居委级三级

公服市政设施共114处，公服总建设量19.40万平方米，公服占居住总量的11%，规划1处36班小学、1处42班小学、1处48班完全中学、1处54班九年制学校，并新增一处社区卫生服务中心。

此外，吉山村也是历史悠久的岭南传统村落。规划提出以传统村落核心为中心，塑造山街水巷。祠堂、书院、古树、古井等全部原址保留，结合周边散布的几十处环境要素，与公共空间相结合，提供休憩场所及传统节日庆活动空间。复原吉山旧村鱼骨状街道肌理，复建吉山上街传统街区，打造岭南特色商业水街。同时构建多元业态混合街区，保留城中村印记，植入创意工作室、特色民宿、电竞训练馆等，打造多元混合的网红打卡地。

（上接A1）

新能源新材料是惠州的优势主导产业之一，拥有一批龙头企业。黄坤明先后来到惠州亿纬锂能股份有限公司、惠州新材料产业园以及落户园区的惠州博科环保新材料有限公司，现场观摩自动化流水线和化工生产装置，察看主营主销产品，询问了解原材料供应、产能规模、产品性能和市场布局等情况。他希望企业始终绷紧安全生产这根弦，强化生产装置的安全管理，抓好试产项目管控，切实提升本质安全水平，同时发挥好长期深耕形成的积淀和优势，持续在新品研发、品质提升、工艺改良、技术改进上下功夫，把制胜市场的“独门绝技”磨练得更加高超，驱动企业更好更快发展；要求省直有关部门和惠州把绿色石化与新能源新材料产业更好融合起来，瞄准补齐产业链条精准招商，增强上下游配套能力，进一步扩大产业集聚效应。

近年来，惠州发挥区位优势积极引进一批龙头项目，为未来发展积蓄后劲。润泽（惠州）国际信息港项目定位建设粤港澳大湾区超大规模智算集群，黄坤明走进中控室和已建成的数据中心，察看机架设备，了解算力规模、服务场景等，勉励企业抓好项目交付投产，紧密对接湾区智算需求，努力提供绿色安全、稳定可靠的算力服务，更好满足人工智能和机器人等技术研发和应用拓展需求，高效赋能千行百业。在埃克森美孚惠州乙烯项目建设现场，黄坤明察看工程进度，询问二期计划推进情况，希望企业经营者抓住大湾区广阔市场机遇，扎根惠州安心发展，毫不放松抓好先期装置安全运行，尽快实现一期项目整体投产达产，前瞻做好二期项目准备工作。要求省市合力做好服务，创造良好条件确保项目高效顺利推进。

调研期间，黄坤明主持召开座谈会，研究做好新形势下惠州各项工作。惠州市党政主要负责同志汇报工作情况，并提出需省支持协调的事项；省直有关部门现场回应并作工作安排，与会同志结合岗位和工作实际提出富有建设性的意见建议。黄坤明与大家一道深入探讨，共同谋划如何推动惠州更好实现高质量、跨越式发展。他充分肯定惠州近年来各项工作取得好成绩、各项事业呈现好态势。他指出，惠州在全省的地位重要、作用突出，要不折不扣贯彻落实好习近平总书记、党中央决策部署，按照省委、省政府工作安排，锚定万亿元级城市目标，坚持一张蓝图绘到底、只争朝夕加油干，加快打造广东高质量发展新增长极。要坚持实体经济为本、制造业当家，加快建设现代化产业体系，坚持延链壮群和精耕深挖两手抓，做大做强石化和电子信息两大支柱产业；紧紧围绕科技“育新”，强化周边“引新”，深化服务“助新”，协同深莞打造珠江口东岸人工智能和机器人产业基地，不断开辟产业链新赛道；坚定向海洋要资源、要空间、要潜力，持续拓展蓝色发展空间，努力打造更具核心竞争力的制造强市。要扎实推进“百县千镇万村高质量发展工程”，着眼做强县域经济，坚持分类指导，建强产业园区，走好集约集聚发展道路，打造更多省内省内强区强县；高标准高水平建设环南昆山—罗浮山引领区，突出内涵突出品质，更好带动全域提升县镇村建设水平；深化“百千万工程”集成式改革，进一步激活要素、激活体制、激活力量，推动形成城乡融合、区域协调发展新格局。要按照特大城市的远景目标，打造高品品质现代化城市，以做强中心城区为主抓手，不断提升城市综合服务能力，深入推进行市治理现代化，着力打造山水之城、人文之城，全方位提升城市功能品质。要纵深推进全面从严治党，巩固深化党史学习教育成果，认真开展深入贯彻党中央八项规定精神学习教育，扎实推进基层党组织建设，锻造忠诚干净担当的领导班子和干部队伍，深入开展反腐败斗争，持续营造良好政治生态，以高质量党建引领保障惠州高质量发展。

省领导冯忠华参加调研。

（徐林 路晓晖 岳宗）

2025年3月28日/星期五/经济新闻部主编/责编 周寿光 / 美编 湛晓茸 / 校对 彭继业 | 专题 A12

“汾”享美好，花式出圈：

汾酒凭“神仙喝法”圈粉年轻人！

以是年轻人的热爱。解锁N种神仙喝法，汾酒圈粉年轻消费者。

2023年春节期间，一场“大家都爱汾酒”抖音挑战赛在全网掀起了“汾酒热”。2024年，“#我们都爱汾酒”抖音挑战赛再次掀起“汾”享热潮。2025年，“#大家都爱汾酒”抖音挑战赛如约而至。

本届挑战赛延续以往全民皆可参与形式，围绕汾酒品牌元素，拍摄与汾酒相关视频，加入“大家都爱汾酒”话题，即可获得平台相应奖励。本届“#大家都爱汾酒”抖音挑战赛，以“神仙喝法”为创意核心，引导年轻群体解锁、发掘汾酒的更多神仙喝法，以更具时代感的“打开方式”，完成汾酒文化的价值表达、情感表达、时代表达。

活动期间，千万粉丝大V@嘉之派、@腊月小九、@调酒师红斌，以及知名博主@Hi派大堂、@调酒师—扬扬、@饮咩咩、@杜先生和陈小姐等百万级大V都加入了这场由“中国酒魂”山西汾酒与千万网友全民共创的内卷热潮。据悉，活动上线10天，累计关注度突破14.1亿次，掀起了全国网友互动的热潮。

谁说白酒只能传统？年轻人的脑洞绝了！这届网友把汾酒玩出了新高度：全民

共创的热潮下，涌现出汾酒的多种“神仙喝法”：话梅+汾酒45ml+菠萝汁；汾酒+蜜桃汁；葡萄+汾酒+气泡水，轻盈口感，混合双香。更有汾酒+可乐的新奇搭配，伴随着柠檬片的加入，醇香与甜美在舌尖碰撞……花样频出的创意特调，在国内最大的短视频社交平台上，使得汾酒正在成为更多年轻一代的“热爱”。

创新、跨界、多元、包容：当下，一个更加年轻态具有生命活力的汾酒，也正通过抖音挑战赛，跃然于眼前，屡屡带给行业惊喜。把流量变成留量，汾酒书写年轻化新范式。

当下，市场消费主力的变更，使得年轻化从酒业“附加题”变为“必答题”。如何获得青年一代的肯定与认同？在这条路上，汾酒已给出了行业样本路径。连续三年，汾酒通过抖音挑战赛与年轻人们双向奔赴。

2023年、2024年、2025年，连续三届“准时”上线的“#大家都爱汾酒”抖音挑战赛，通过活动与年轻人玩在一起，精准触达年轻消费者。屡创新高的破亿播放量，让年轻一代消费者领略到了汾酒的潮流与多元性。连续三年的清香狂欢，不仅让汾酒冲上热搜，更让汾酒年轻化战略实

现从流量到留量的质变。年轻化战略的溢出效应正在改写汾酒基本面：2024年汾酒，前三季度实现营收313.58亿元，同比增长17.25%；实现净利润113.50亿元，同比增长20.34%。聚焦到细分层面，汾酒已成为年轻消费者心目中的白酒价值标杆；2024年线上销售中，25-35岁消费者占比达47%；青花30复兴版在年轻白领群体复购率同比增长82%……这是汾酒的年轻化战略的大胆尝试和长期投入的开花结果。在2024汾酒全球经销商大会上，汾酒集团提出从2025年开始，“汾酒年轻化”要探索1.0版本，这是汾酒的未来所在，意义重大。而在汾酒锐意创新，积极张开双臂、拥抱年轻消费者之时，也有大量“自来水”年轻粉丝主动走向汾酒、爱上汾酒：2024年中秋期间，小红书等社交媒体平台被“桂花汾酒”刷屏，大批年轻人自发开启汾酒创新挑战，这是汾酒的意外之喜，却也在情理之中：汾酒，这个拥有6000多年酿酒历史的传统品牌，品牌形象既传统也年轻，早已成为年轻一代的“热爱”。可以预见的是，将年轻化视为未来所在的汾酒，将发掘出更多新玩法、更多新喝法，将创造白酒年轻化新范式。