

新消费
激活新动能

这个“五一”

广州消费又萌又国际

广州多个商场不约而同都在卖萌

“即买即退”
领跑国际消费

连日来,不少境外采购商在广交会下完订单,又到广州商场里“买买买”。特别是4月27日,六部门下调离境退税起退点,境外旅客同日同店购买退税物品金额达到200元人民币,且符合其他相关规定的,即可申请办理离境退税。

广州太古汇是华南首家实现商户店内“即买即退”的商场,相关负责人告诉记者,近期到商场购物的外国友人的确明显多了。目前太古汇有25家品牌商户参与“即买即退”线上一站式服务,入境旅客在太古汇参与商户购买了商品后,直接在门店内使用个人手机上传相关信息与凭证,即可一站式完成退税流程,退税金最快5分钟直达账户,实现了“购物即享退税”的无缝衔接,极大地提升了离境购物退税便捷度。

记者了解到,2016年落地离境退税、2023年开展离境退税“即买即退”便利措施试点以来,广州离境退税商店不断拓品扩围,349家商店可以“离境退税”,广百、友谊等10家商店实现第一批“即买即退”试点。

其他商场也做好了各种配套服务“抢夺”海外客商。如天环就把免费直通车开到了广州花园酒店、白天鹅宾馆、朗豪酒店、康莱德酒店,住客凭房卡等入住信息就能坐免费车直达天环,精准对接各国高端客户。

文/图 羊城晚报记者 孙绮曼 通讯员 穗商务宣

近日,记者从广州市商务局获悉,广州市发布了《广州市促进商圈高质量发展意见》(以下简称《意见》),为加快培育建设国际消费中心城市、提升广州消费能级与全球影响力提供明确指引。

《意见》提出,到2035年,广州将构建“5+2+4+22”重点商圈体系,形成布局均衡、功能完善、辐射力强的世界级、都会级、区域级三级商圈网络。

值得注意的是,《意见》还提出,到2025年年底,全市商圈基础设施与智慧化水平全面升级,万象城、太古里首开区、天河城改造焕新、K11等一批项目建成营业,未来三年全市商业面积预计将增长超100万平方米。

羊城晚报记者 许悦

随着一系列免签政策红利不断释放,“中国游”持续升温。再加上广交会一开,广州街头瞬间变成“小型联合国”,来自中东的土豪、拉美的采购商、印度的电子产品经销商,除了在广交会上交易,还把广州当成了购物天堂。恰逢五一长假,广州消费能否接住这波消费力?对此各大商场表示,早就准备好了!



天环天台西区打造的“Inspiration Garden 灵感花园”受访者供图

商场抢客
争相卖萌

除了准备好了迎接各国友人,“五一”小长假向来也是城中商家的必争消费旺季。有意思的是,今年广州多个商场不约而同都在卖萌。

天环推出了“Pups & Cups 情定萌宠咖啡馆”,打造咖啡香气萦绕的人宠互动新场景,特别是天台西区打造的“Inspiration Garden 灵感花园”,将公园式商业“卷”出了新高度。“五一”宅在广州的市民,可以带上毛孩子到南广场的萌宠乐园尽情撒欢。与此同时,商场内多家运动、餐饮新店也在“五一”集体亮相,包括时尚品牌ANINE BING广州首店、户外运动品牌The North Face最新形象店、潮流运动品牌Vans全球最新概念店,以及多家精品餐饮首店,已经在小红书等社交媒体上吸引了不少年轻人的讨论。

广州天河城则是推出“城市植草计划”全国首展,围绕“让草温暖在生长,让爱不再流浪”的理念,以巨型毛草Nanci、丰富互动体验和线下义卖市集为亮点,通过趣味潮流的形式,呼吁大众关注城市流浪动物,传递爱与温暖。

广州天河领展广场推出豚豚森友会第二季,“奇幻漂流记”活动有宠物市集、宠物运动会、免费猫狗饭派送等多个玩法,还联动动物关爱中心举办主题宠物公益活动,欢迎大家带着毛孩子一起参加流浪动物领养、宠物爱心义卖摊位等活动。

羊城晚报记者 沈钊

“五一”假期作为传统出行旺季,今年再度凭借多元形态释放消费活力:从“精打细算”的顺风车到“跨越山海”的携宠远行,从“为一场演出奔赴一城”的狂热到“景点+车站”的场景共舞,折射出假日经济的升级与分化。大湾区既是热门的顺风车出发地,更是热门的演唱会目的地。在这里,年轻人一边用顺风车“省到底”,一边为音乐节“豪掷千金”,在“精省主义”与“体验至上”的平衡中,书写假日新图景。

年轻人主打“该省、该花花”

“五一”的出行高峰,从4月30日下午就开始了。滴滴出行预测,节前最后一天(4月30日)打车晚高峰将提前至15时,持续至21时,其中17时至19时打车需求最旺,预计打车需求相比平时上涨约55%。同比去年节前,杭州、南京、重庆将成为当天滴滴快车预约涨幅前三的城市。除一线及新一线城市机场、火车站外,大理站、厦门高崎国际机场、海口美兰国际机场将成今年“五一”热门场站。

除打车外,近年来节假日的出行方式中,绿色低碳的顺风出行愈发风靡,订单量连年增长。记者从哈啰顺风车获悉,根据平台已接到的预约出行量来推算,今年“五一”假期哈啰顺风车出行需求将达6000万单,创下平台同期历史新高,而全行业的需求量有望突破1亿单。

出行、出游、消费……年轻人主打一个“该省省、该花花”,坐顺风车能省钱,但精致生活的追求决不妥协。近期,部分高铁线路开通“宠物托运”服务,受到

市场广泛关注。宠物出行有望成为市场新增长点。哈啰方面数据显示,这个“五一”假期,将有12万只“毛孩子”,陪着主人顺风车出行。截至4月29日,平台收到的里程最长的携宠出行订单,从大兴安岭到乌鲁木齐,出行距离达到3927公里。

值得一提的是,顺风车出行的高峰与打车不同。嘀嗒出行发布《2025年“五一”假期顺风车热门景点预测》显示,出发高峰日将出现假期第一天即5月1日,4月30日和5月2日为两个出发次高峰。

乐意为一场演唱会
奔赴一座城

假期出游,游客们都喜欢去什么地方?从嘀嗒顺风车订单量的排名前20的城市来看,珠三角占据了6席,东莞、广州、深圳、佛山、惠州、肇庆等城市顺风车订单量最多。此外,长三角城市在前20名城市中占4席,京津冀和环渤海占4席,山东占3席。这也与顺风车下单增幅排名前十的景点相呼应,嘀嗒数据显示,“五一”顺风车下单增幅排名前十的景点中,八成位于一线/新一线城市的2小时交通圈内,且其中有一半景点下单增幅预计较平日增长500%以上,最高达超700%。

当然,“五一”出行人士们也未必是奔着景点去的,近日,美团旅行发布的《2025年五一观演旅游洞察报告》(以下简称“报告”)显示,“五一”期间全国5000人以上大型营业性演出预计将达到6000万单,创下平台同期历史新高,而全行业的需求量有望突破1亿单。

出行、出游、消费……年轻人主打一个“该省省、该花花”,坐顺风车能省钱,但精致生活的追求决不妥协。近期,部分高铁线路开通“宠物托运”服务,受到

五一假期
哪些城市人气更旺?



图/受访者提供

倍,形成“3小时演出撬动72小时消费”的联动效应。

越来越多年轻人愿意为一场演唱会奔赴一座城。据报告,“95后”年轻用户在美团搜索音乐节相关产品同比提高107%。音乐节等展演经济带热酒店、景点门票“提前订”,其中提前8天以上预订酒店、景点门票的游客同比增加11%。而粤港澳大湾区向来是热门的演唱会目的地,本次发布的报告中,广州、香港、澳门等地火热程度位居前列。此外,新加坡、日本、马来西亚、韩国和泰国等地为热门出国演唱会目的地。

2025年年底,
广州万象城、太古里首开区建成营业!

广州发布商圈高质量发展意见,打造国际消费中心城市新标杆

建设广州北站-白云机场免税购物枢纽

《意见》提出,广州将通过优化商业空间供给、推动业态创新融合、打造特色消费场景、提升商圈环境品质、优化商圈交通组织、创新商圈管理模式等多方面措施,推动商圈高质量发展。

科学规划用地,释放空间新活力。依托“5+2+4+22”重点商圈格局,积极开展跨部门用地规划协调,为重大项目预留连片商业用地。鼓励公共绿地、文化场馆等设施适度兼容商业功能,打造“博物馆+咖啡厅”“体育馆+主题市集”等跨界场景,通过城市更新连片改造商圈周边空间,破解老城区商业用地碎片化难题。

融合“羊城消费新八景”,打造多元消费新场景,结合“羊城消费新八景”城市消费IP,打造贯穿全年的八类开放场景,鼓励商圈引入电竞、低空游览、冰雪经济等新兴业态,推动老字号焕发新升级,建设宠物友好商场、非标商业场景等特色消费空间。支持国际品牌设立旗舰店、举办全球新品首发



活动,支持广州塔等地标商圈建立首发展空间,培育“国潮”时尚引领地。

结合广州作为粤港澳大湾区核心引擎的区位优势,《意见》提出建设南沙国际邮轮母港商圈、广州北站-白云机场免税购物枢纽等特色项目。支持在重点商圈规划建设市内免税店。支持多语种导视系统与外卡支付便利化,优化支付环境,提升国际化服务水平。推动跨境消费与商旅文体深度融合。

根据《意见》,到2025年年底,全市商圈基础设施与智慧化水平全面提升,万象城、太古里首开区、天河城改造焕新、K11等一批项目建成营业,未来三年全市商业面积预计将增长超100万平方米。到2035年,广州将建成辐射全国、链接全球的世界级消费目的地。

未来三年商业面积将增超100万平方米

《意见》提出,广州将通过优化商业空间供给、推动业态创新融合、打造特色消费场景、提升商圈环境品质、优化商圈交通组织、创新商圈管理模式等多方面措施,推动商圈高质量发展。

科学规划用地,释放空间新活力。依托“5+2+4+22”重点商圈格局,积极开展跨部门用地规划协调,为重大项目预留连片商业用地。鼓励公共绿地、文化场馆等设施适度兼容商业功能,打造“博物馆+咖啡厅”“体育馆+主题市集”等跨界场景,通过城市更新连片改造商圈周边空间,破解老城区商业用地碎片化难题。

融合“羊城消费新八景”,打造多元消费新场景,结合“羊城消费新八景”城市消费IP,打造贯穿全年的八类开放场景,鼓励商圈引入电竞、低空游览、冰雪经济等新兴业态,推动老字号焕发新升级,建设宠物友好商场、非标商业场景等特色消费空间。支持国际品牌设立旗舰店、举办全球新品首发

《意见》提出,广州将通过优化商业空间供给、推动业态创新融合、打造特色消费场景、提升商圈环境品质、优化商圈交通组织、创新商圈管理模式等多方面措施,推动商圈高质量发展。

科学规划用地,释放空间新活力。依托“5+2+4+22”重点商圈格局,积极开展跨部门用地规划协调,为重大项目预留连片商业用地。鼓励公共绿地、文化场馆等设施适度兼容商业功能,打造“博物馆+咖啡厅”“体育馆+主题市集”等跨界场景,通过城市更新连片改造商圈周边空间,破解老城区商业用地碎片化难题。

融合“羊城消费新八景”,打造多元消费新场景,结合“羊城消费新八景”城市消费IP,打造贯穿全年的八类开放场景,鼓励商圈引入电竞、低空游览、冰雪经济等新兴业态,推动老字号焕发新升级,建设宠物友好商场、非标商业场景等特色消费空间。支持国际品牌设立旗舰店、举办全球新品首发

专题 A6

羊城晚报

2025年5月2日/星期五/经济新闻部主编
责编 李卉 / 美编 陈炜 / 校对 黎松青水井坊2024年营收突破50亿元
以消费者为核心驱动长期价值增长

4月29日,水井坊发布2024年年报及2025年一季报。报告显示,2024年公司全年实现营业收入52.17亿元,同比增长5.32%;净利润13.41亿元,同比增长5.69%。到了2025年一季度,这种稳健增长态势依旧延续,营业收入达9.59亿元,同比增长2.74%;净利润1.9亿元,同比增长2.15%。在白酒行业结构性调整与外部环境复杂多变的大背景下,水井坊凭借深化“以消费者为导向”的战略布局,展现出强劲的经营韧性,为自身长期发展注入了可持续动能。而这一成绩的取得,离不开其在业绩增长、渠道布局、品牌营销等多方面的创新与努力。



动销驱动业绩增长,全渠道网络高效协同

当前,白酒行业正经历从“供给驱动”向“需求引领”的深度转型,水井坊敏锐地抓住这一趋势,以终端动销为核心抓手,推动业绩健康增长。

在动销策略稳步推进的同时,水井坊持续完善终端网络布局。

2024年,公司新签约门店超1.5万家,覆盖全国重点城市及新兴消费市场,进一步夯实终端网络密度。通过分级管理赋能经销商,提供定制化培训与资源支持,提升终端服务能力。例如,在华东、华南等高潜力市场增设体验店,强化消费者互动与品牌渗透。

除了传统渠道的精耕细作,水井

坊在电商领域也成绩斐然。电商业务成为增长亮点,京东、天猫、抖音三大平台销售额同比增长超30%。水井坊通过直播带货、会员专属权益等玩法,吸引年轻消费群体。此外,公司与美团闪购、京东秒送等平台合作推出“水井坊品牌馆”,新增超50座城市“30分钟达”服务,覆盖即时零售场景需求,推动线上线下一体化运营效率提升。正是这种全渠道网络的高效协同,为水井坊的业绩增长提供了坚实支撑。

周转率,确保渠道健康度,形成“动销驱动增长”的良性循环。

在动销策略稳步推进的同时,水井

坊持续完善终端网络布局。2024年,公司新签约门店超1.5万家,覆盖全国重点城市及新兴消费市场,进一步夯实终端网络密度。通过分级管理赋能经销商,提供定制化培训与资源支持,提升终端服务能力。例如,在华东、华南等高潜力市场增设体验店,强化消费者互动与品牌渗透。

除了传统渠道的精耕细作,水井

坊在电商领域也成绩斐然。电商业务成为增长亮点,京东、天猫、抖音三大平台销售额同比增长超30%。水井坊通过直播带货、会员专属权益等玩法,吸引年轻消费群体。此外,公司与美团闪购、京东秒送等平台合作推出“水井坊品牌馆”,新增超50座城市“30分钟达”服务,覆盖即时零售场景需求,推动线上线下一体化运营效率提升。正是这种全渠道网络的高效协同,为水井坊的业绩增长提供了坚实支撑。

周转率,确保渠道健康度,形成“动销驱动增长”的良性循环。