



文/图 羊城晚报记者 许悦

县域里的中国式现代化

·广东县域产业地图

区域品牌的IP觉醒：

重庆荣昌卤鹅爆火 江门马冈鹅申请出战

“鹅界顶流”霸占广东烧鹅70%市场

广东烧鹅背后的低调“大佬”

按照之前网上流传的南北风味之辨：北方人爱吃羊和鹅，南方人更爱吃鸡和鹅。而在南方人的吃鹅版图里，“广东四大名鹅”早就安排得明明白白——江门马冈鹅、潮汕狮头鹅、清远乌鬃鹅、阳江黄鬃鹅。作为广东四大名鹅之首，目前广东70%以上的烧鹅首选材料就是江门马冈鹅。

相比潮汕狮头鹅靠美食担当脱颖而出，江门马冈鹅多年

来却像极了广东烧鹅背后的低调“大佬”，与它所在的“鹅城”江门有着一脉相承的低调气质，明明有着最鲜明浓郁的五邑文化、华侨文化，却活成了珠三角城市群里的低调小城。

如今，江门这座丰富文化交融的城市正在被发掘，江门马冈鹅也开启了区域品牌的IP觉醒，特别是在广东“百千万工程”的推动下迈上了高质量发展新台阶。

什么样的食材才能驯服广东胃？

能够驯服广东胃的食材都不简单。马冈鹅起源于开平市马冈镇，是国家地理标志农产品、全国名特优新农产品，被列为江门市六大特色优势农业产业。近年来，马冈镇被评为全国“一村一品”示范镇（肉鹅）、广东省“一村一品一镇一业”专业镇。

羊城晚报记者从马冈镇了解到，为了养好这只鹅，当地近年来大力培育马冈鹅产业重点

企业和养殖场，现有马冈鹅养殖场300家，马冈镇马冈鹅种鹅饲养总量30万羽，2024年产鹅苗750万对，出栏肉鹅500万羽。其中马冈镇联合村建设的现代化养殖场主打绿色清洁，大棚建设了BIPV屋顶，利用屋顶太阳能发电，底下养殖禽畜，实现太阳能农光互补，将光伏发电技术和养殖大棚建筑本身完美地结合。



当地近年来大力培育马冈鹅产业

羊城晚报记者 沈钊 杭莹

新消费 激活新动能

“请4休11”的“五一”假期，让全国文旅市场迎来近三年的最强复苏，消费活力全面释放。近日，美团、抖音、支付宝等平台发布的消费数据显示，全国文旅订单量、餐饮消费、跨境交易等多项指标创下新高。其中，广东省凭借独特的区位优势、丰富的消费场景和活跃的夜间经济，成为全国文旅市场的“顶流”——入境消费额全国第一、吃喝玩乐服务消费规模领跑全国各省，彰显出大湾区强大的消费吸引力。

大湾区文旅消费如何领跑全国

跨境游领跑 县域游出圈 味蕾游翻倍

A/“县域游”“味蕾游”激活县域经济

今年以来，县域经济兴起，小城游成为旅游市场的新热点。相比拥堵的热门城市，“诗画江南”浙江桐庐县、“长诗圣地”安徽怀宁县、“皖北江南”安徽凤台县、“上梅古镇、崖光故里”湖南新化县均成为人们寻找“松弛感”的热门之选。

这些小众县域客流量较小，花几百元住高星酒店成为现实。在美团上，今年“五一”假期，县域高星酒店预订量同比增长超80%。广东河源、甘肃陇南、湖南张家界领衔全国十大“满房”目的地。此外，充满历史人文风情的西部地区正在“冒头”进入更多游客的视野。

而在抖音上，小城里的风土人情与烟火气备受消费者青睐。数据显示，5月1日至4日，安徽铜陵住宿餐饮抖音团购订单量同比增长达491%，江西宜春、安徽宣城订单量增长均超3倍，江西上饶、内蒙古通辽、海南陵水的住宿餐饮团购量也分别同比增长了170%、169%和147%。此外，湖南邵阳、黑龙江牡丹江、山西吕梁、浙江舟山、山东日照、湖北潜江、甘肃天水也实现了翻倍增长。

值得一提的是，“为吃赴一座城”的理念深入人心，在这个“五一”假期，年轻人大主导的“味蕾游”进一步激活地方经济。在美团上，由异地游客贡献的餐饮堂食线上交易额较2023年激增189%，江苏的昆山、金湖，浙江的义乌、安吉以及云南大理异地

其中，盘锦黑风关古镇、无



5月1日，英歌舞在广州正佳广场为市民游客演出 新华社发

B/非遗爆单，夜游领跑“新中式” “夜经济”激活文化消费新场景



在佛山市禅城区南风古灶旅游休闲街区，游客在观看醒狮表演 新华社发

锡惠山古镇抖音团购订单暴增，同比大涨865%和674%。长沙铜官窑古镇、石家庄龙泉古镇、北京古北水镇、贵州乌江寨也分别增长了351%、254%，145%和139%。

值得一提的是，“五一”假期期间，各地超百场的音乐节、演唱会，让不少游客随“音”而动，带旺了多地的文旅市场，“跟着演出去旅行”成为新玩法。

美团旅行数据显示，今年“五一”，音乐节、演唱会周边吃住玩套餐订单量同比增长180%。

丰富的“夜游”活动延长了游客停留时间，据美团数据，“五一”假期，“夜游”搜索量同比增

长50%，珠江夜游、钱塘江夜游、长江夜游、锦江夜游、秦淮河夜游为热门搜索词，广州、武汉、杭州、南京、上海热度最高。

或许是凭借着“珠江夜游”

“长隆旅游度假区”这样的火遍全国的景点，广州成为“五一”十大热门旅游目的地之一，旅游景点类消费较上年假期增长71.6%。

伴随旅游需求的释放，广州地区吃住游玩等一揽子消费也得到相应的提升，美团旅行数据显示，除了相对刚性的住宿消费支出外，游客在广州的餐饮美食、旅游景点和休闲娱乐等方面的每日人均消费支出约120元。

C/“跨境游”双向繁荣 广东入境消费额领跑全国

在本地消费火热的同时，跨境双向流动为文旅市场带来了消费增长空间。Alipay+跨境服务发布的最新数据显示：今年“五一”，入境游客用家乡钱包游中国，广东、上海、浙江依然是热门目的地的TOP3。其中，广东的“五一”期间入境消费额全国排名第一，同比去年增长1倍多。

受“港人北上”“港车北上”“澳车北上”等消费趋势影响，广东盒马鲜生、名创优品、泡泡玛特、深圳通等购物和出行场所的跨境消费较高。与此同时，看牙

洗牙、医疗美容、中石化加油等生活服务也排名靠前。花一天到广深深采买，顺便洗牙、看牙，离开时再去中石化加个油，已经成为不少港澳市民“五一”享受大湾区“一小时生活圈”的常态。

值得一提的是，港澳与广东的跨境游可谓是“双向奔赴”。从交易额看，国人“五一”出境“买买买”的国家和地区来看，中国香港、日本、中国澳门、韩国、泰国、马来西亚等位列前茅。从客单价看，当前中国游客消费最高的还是在瑞士，此外，出游韩国的中国

游客单价平均也超过了100美元，在支付宝上组团买打折优惠的医美套餐，成为不少中国爱美女性的长假新选择。

从出境游消费频次看，最高的还属交通出行，“五一”期间中国游客在支付宝上的境外交通出行消费笔数，同比增长了53%。

尤其在港澳地区，内地游客用支付宝乘公交、坐地铁成常态；而在欧洲用支付宝买火车票，在日本用支付宝骑共享单车，也是不少“背包客”的新选择。

“五一”消费热度前十城 广东占四城

羊城晚报记者 王丹阳

“五一”假期，是拉动内需、激活消费潜力的重要节点。今年第二季度，广东“文旅+”跨业态联动的场景大量涌现，充分点燃假日消费活力。

微信公布的数据显示，今年“五一”，全国消费热度Top 10城市，广东就有四城。出行依然是假期热点，机票、火车票、酒店、公共交通出行等消费均有明显增长，高铁购票交易金额4月同比上涨超10%。

假期期间，餐饮行业交易笔数同比增长达到了12%，本土餐饮品牌成为热门餐饮消费选择。

消费火

餐饮消费、高铁出行增长显著

数据报告显示，“五一”假期微信支付商业支付交易笔数同比增长超10%，广州、北京、上海成全国消费热度前三位，成都、重庆、深圳分列第四至第六位，东莞、苏州、杭州、佛山同样跻身消费热度前十。在全国消费热度Top 10城市中，广东就有四城。

美团旅行数据显示，今年“五一”假期，广东省吃喝玩乐服务消费规模领跑全国各省，同比增速达到54%，文旅消费较去年同期增长94%。同时，广州成为今年“五一”十大热门

旅游目的地之一，旅游景点类消费较上年假期增长71.6%。

出行依然是假期热点，机票、火车票、酒店、公共交通出行等消费均有明显增长，高铁购票交易金额4月同比上涨超10%。

“五一”期间，微信小店消费金额同比增长62%，假期给亲朋好友送个礼物也成为过节新风尚，微信小店送礼物的类目中，饰品（手链、脚链）类订单数环比增长超160%，装饰摆件、奶类/乳制品订单数环比同样增长明显。

“双向开花”

港人北上、外国人来华继续“火”

假期出入境旅游“双向开花”。数据报告显示，今年内地居民境外微信支付交易笔数同比增长37%。中国港澳、日韩、东南亚地区增速较快，成为热门出境游目的地。

从做优土特产到做全产业链，马冈鹅目前还在发力农文旅。游开平碉楼、品尝地道的马冈鹅美食，已成为侨乡特有的旅游方式。对于目前茂名“三农”微短剧的品牌叙事模式，江门市相关负责人也表示出强烈的兴趣，希望放大江门马冈鹅的IP，让未来有更多的游客，为了只一只鹅，奔赴一座城。

从做优土特产到做全产业链，马冈鹅目前还在发力农文旅。游开平碉楼、品尝地道的马冈鹅美食，已成为侨乡特有的旅游方式。对于目前茂名“三农”微短剧的品牌叙事模式，江门市相关负责人也表示出强烈的兴趣，希望放大江门马冈鹅的IP，让未来有更多的游客，为了只一只鹅，奔赴一座城。

公交等均跻身内地居民在港澳微信支付交易前十名。

同时，港人北上、外国人来华同样火热。微信支付外卡数据显示，今年“五一”前三天，境外用户在境内消费笔数、金额同比都增长了近2倍。

WeChat港币钱包数据显示，港人北上到内地消费笔数、金额同比去年假期均实现翻倍，新茶饮、新潮玩消费持续火热。香港用户使用WeChat港币钱包便捷地预订跨境高铁票、内地城市酒店和景区门票。

除了北上广深和大湾区城市，天津、杭州、成都、武汉、厦门、重庆、长沙等地也成为港人北上度假的热门城市。黑龙江齐齐哈尔、内蒙古呼伦贝尔等城市迎来北上港客。“五一”当天，深圳、长沙、重庆、成都乘车码交易金额环比翻倍。

消费新 观察

智能车企再曝断网 消费幻觉害处有多大

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

消费噩梦又来了。媒体报道，5月4日，哪吒汽车再次被曝出App断网的问题，多位哪吒车主在社交媒体发布消息，称遇到了哪吒汽车App断网、App控车无法使用等问题。还有车主反映，尽管可以打开App，但汽车定位无法更新，或者无法查看充电提示和续航里程等信息。截至目前，哪吒汽车官方微博依然停留在4月份，尚未正式公开回应上述问题。

购买汽车这种大件消费品，本来应该和购房一样，消费者至少要用严苛理性的排除法。一是因为它关乎生命安全，生命不能重来。二是因为它只会贬值不会升值，真实用途必须明确才好。然而，新能源车却创造出一种彪悍的消费主义幻觉，那就是“天大地大，享受当下”。汽车必须像服装饰品一样，时尚化是卖点，也必须像手机平板一样，智能化是重点。这对于撬动年轻消费市场尤其是女性感性购买，起到了根本的作用。

正因为新能源车的认知门槛、思考门槛和使用门槛被迅速降低，以至于卖车竟然和卖手机都能放在一家店里。一旦感性占了上风，也就带来了智能化汽车的红利。买小米汽车就是因为喜欢小米，买特斯拉是因为美华，消费信仰导致深度幻觉，几乎让所有的车企老板都朝着打造人设、模仿豪车、极尽取悦消费者感性体验与认知而去。

于是可以看到，诸如高合、极氪、哪吒，其轿跑般设计的时尚度与乘坐的豪华感，不只是惊艳，甚至还抛弃了保时捷、宝马、奔驰一条街。然而，这些极氪车型是为取悦投资者和消费者而来的，恰恰都是已死或濒死的存在。极度的迷人设计背

后，却可能是狂妄的烧钱营销理念。一旦销量不成规模，资金链断裂，直接服务断网，只能找机械钥匙才能打开车门。

那么，消费者才是该得到什么教训？比如买车先上上投诉网，看看车圈吐槽，看看中保研碰撞测试。不要只是看一辆车多惊艳，而是要看企业有多大局面。一个企业销量长期低于1000辆，又或者高管频频离职，那就意味着企业可能已经病入膏肓。正如一个美人已经出现糟糕的体检报告，还以为能拯救一切吗？何况智能电动车是严重依赖企业持续服务的。购车本质是“选择一家能长期存活的公司”，只是“看上去美”是不够的。

企业才是生产力的真正来源，一家企业若是有长期造车基础或者有扎实技术积淀的，产品即使不美也少有低级错误。反之，若完全靠挖对手人才、设计抄袭和供应商支撑的，其内核是堪忧。所谓平替无非是“山寨”，而“山寨”的本质是逆向开发再超越，基因本身就有病。可惜消费者倾向于不相信，主动刹车的真相不知道，只能知道刹车智能无所不能。电池管理的真实水平不知道，却去想象续航2000公里的快乐人生。这样一来，那些急于超车的企业，一定会把重心都放在扭曲和营造消费者幻觉上。

消费者的乐观预期本身是刺激消费的一部分，它存在于不同行业里面。可能是家电业，也可能是健身、美容等会员服务上。再加上以为小众才是个性，不雷同才是有眼光，更会助长消费者幻觉的形成。一旦在非理性购买的道路上肆意挥洒，直到企业倒闭，才发现自己洒的不过是无辜的眼泪和生气的口水。