

羊晚 快评

以暖冬汇暖流  
广东力争打好  
消费升级  
“立体战役”

□戚耀琪

从2025年11月延续至2026年3月，“粤享暖冬 乐游广东”消费季活动如同一幅精心绘制的长卷，在南粤大地徐徐展开。这是广东在新时代消费变革的十字路口，打响的一场以“时”促“实”、以“流”促“留”、以“品”促“牌”的立体化消费升级战役。

从“消费时点”到  
“消费时段”的升维

传统的促消费往往聚焦于单个节假日，而“粤享暖冬”策略的高明之处，在于敏锐地捕捉到今冬明春三大核心事件——第十五届全运会、迎APEC峰会、新春佳节——所形成的独特“时间窗口”，并将其串联成一个长达5个月的、富有节奏感的“消费时段”。

全运会带来体育消费的澎湃热潮，迎APEC峰会赋予国际化消费的广阔视野，寒假与春节则承载着家庭与情感消费的深厚底蕴。这四大活动的次第展开，如同交响乐的四个乐章，旨在掀起一波接一波的消费“浪涌”。这种设计，避免了消费动力的断档与枯竭，通过持续制造热点，将短暂的“人气”转化为持久的“商气”，将事件带来的“流量”沉淀为经济发展的“增量”。这正是从战术性促销向战略性运营的关键转变，体现了政府对消费市场运行规律更为深刻的理解与驾驭。

从“过境驿站”到  
“目的地体验”的深化

广东作为人口大省、经济大省和交通枢纽，从不缺乏人流。但挑战在于，如何让往来的旅客慢下来、住下来、消费起来，从“路过”变为“体验”，这是长期的课题。“粤享暖冬”方案精准地回应了如何让国人“心向往之”的课题。

方案的核心逻辑是“场景营造”与“体验增值”。无论是为全运游客定制的“赛事+文旅”套餐，还是为国际宾客打造的入境游精品线路和便捷退税服务；无论是为寒假学子设计的沉浸式研学项目，还是为春节归家者准备的岭南年俗盛宴，其本质都是在提供一种无法被简单复制的、深度的、情境化的体验价值。

通过“跟着赛事去旅行”、“粤夜粤美”夜间消费，“非遗大师工作坊”等具体举措，广东正努力将自己从一个高效的“过境驿站”，升级为一个值得专程前往、深度探索的“消费目的地”。这种转变，是实现消费扩容提质的根本路径。

从“分散资源”到  
“集成IP”的赋能

促消费，树品牌难。“粤享暖冬”活动的另一大亮点，在于其将短期活动与长期品牌建设进行了有机融合。这种结合，甚至应该成为机制而长期贯彻推行。

“游、食、购、乐赏、健身”五大品牌的提出，是广东核心消费资源的系统性梳理与集成。五大“地图”的发布，如同为消费者绘制了一套清晰的“消费藏宝图”，将分散在全国的珍珠串成一条条璀璨的项链。

特别是“食在广州”与“粤味21”IP的打造，将粤菜博大精深的饮食文化转化为可感知、可体验、可传播的品牌符号。“购在广州”与“粤手礼”的推出，则是对“广东制造”从工业品向消费品、礼品转型的有力助推，让“广货”以更亲切、更具文化内涵的方式走进千家万户。这种品牌化运作，使得本次消费季的效益得以超越5个月的活动周期，为广东的文旅和消费产业积累下宝贵的无形资产。

“粤享暖冬 乐游广东”是一次雄心勃勃的实践。这场“立体战役”的成果，最终将体现在每一位游客满意的笑容里，体现在市井街巷升腾的烟火气中，体现在广东消费能级与品牌形象的全面提升上。我们期待，这个“暖冬”，能真正为广东的经济社会发展汇入一股强劲而持久的“暖流”。

“粤享暖冬 乐游广东”消费季启动，聚焦“四大活动”“五大品牌”“六大政策”与“四个同步”

# 多措并举，5个月消费优惠惊喜连连

11月3日，“粤享暖冬 乐游广东”新闻发布会召开。同日，省政府官网发布《“粤享暖冬 乐游广东”消费季活动总体方案》。

方案提出，“粤享暖冬 乐游广东”消费季活动于2025年11月1日启动，延续到2026年3月底。消费季期间，广东将围绕全运会、迎APEC峰会、元旦和春节等重要消费时间节点，集中推出一系列惠民政策和特色活动，进一步释放消费潜力，稳定经济增长。

广东省委常委、省人民政府副省长张国智提到，本次消费季将聚焦“四大活动”“五大品牌”“六大政策”与“四个同步”。集中推出跟着全运游广东、迎峰会游广东、寒假游学到广东、请到广东过大年四大活动，打造“游在广东”“食在广州”“购在广州”“乐赏广东”“健身广东”五大品牌，实施六大优惠政策，沉浸式全景式体验“看全运、迎峰会、游广东、品美食、赏美景、购优品”。

## 四波消费热潮

记者在会上了解到，聚焦全运会、

消费季活动的优惠力度究竟有多大？

## 新增35亿元财政资金 最高消费补贴达5000元

“粤享暖冬 乐游广东”消费季活动，优惠力度究竟有多大？

据省财政厅副厅长胡建斌介绍，省财政专项新增安排35亿元，资金采用激励性方式分配，地市投入促消费力度越大、效果越好，省级支持力度也越大。“目前首批资金已下达各市。通过省市联动形成合力，共同加力实施促消费活动，让消费者有实实在在的获得感。”胡建斌说。

广东还将加大对消费者的直接优惠。通过发放“食在广州”餐饮消费券、“请到广东过大年”文旅消费券、“广东优品购”消费券，个人消费者领券后可立减抵扣餐饮、文旅、优品购消费。

据省商务厅厅长张劲松补充介绍，省商务厅将侧重推出两项消费券。一是发放“广东优品消费券”，围绕“18456”优品体系，即对个人消费者购买新能源乘用车或符合国六排放标准燃油乘用车新车、8类家电产品、4类地市特色优品、5类电子产品和6类体育用品，给予一次性补贴。其中，无人机以及跑步机、椭圆仪、划船机、运动自行车、滑雪板、轮滑板等产品，首次纳入财政补贴范围。

羊城晚报记者 杭莹

“请到广东过大年”

## 广东发放超2000万元文旅消费券

11月3日，“粤享暖冬 乐游广东”新闻发布会召开。本次消费季活动于2025年11月延续到2026年3月底，围绕在粤消费推出多项优惠政策。

广东作为全国最大的旅游客源地和目的地，今年前三季度接待入境游客超7000万人次，旅游外汇收入超1600亿元，分别同比增长32%、27%。其中，广东入境游国家前十中有9个是APEC成员，2026年APEC峰会在深圳举办的消息落地，更将吸引海内外游客前来。

省文化和旅游厅副厅长赵红在会上提到，此次APEC峰会落地深圳，是广东撬动入境旅游市场、激活全域旅游消费的重大机遇。

为做好广东入境游服务，省文旅厅将加大24小时过境免签、30天入境免签等政策宣传力度，用足用好广东关于加快入境旅游高质量发展23条举措，推进航旅深度融合，丰富入境游产品供给，完善入境旅游综合服务，加强融合宣传和精准营销，让更多游客享受到广东的政策红利。

另一方面，聚焦“游客体验”优化服务细节，在全运会、迎APEC峰会等重大活动期间，鼓励全省A级旅游景区、旅游住宿设施推出景区、住宿等优惠套餐及延迟退房等礼遇。同时，策划推出“深度体验线路”及一程多站旅游产品，

迎APEC峰会、寒假、春节四大重点，消费季将打造四大标杆活动，形成“次展开、波浪叠加”的促消费活动矩阵。

“跟着全运游广东”活动，掀起第一波热潮。借力全运会盛大开幕，推出23条“全运+”城市主题旅游线路和系列“赛事+景区”等组合套餐，打造沉浸式观赛体验，让运动激情与旅游休闲完美融合。

“迎峰会游广东”活动，掀起第二波热潮。承接2026年APEC峰会落地深圳的高度，面向全球发布入境游指南，推出10条精品线路，打造60个高品质夜间消费场景，让湾区活力持续绽放。

“寒假游学到广东”活动，掀起第三波热潮。聚焦亲子和研学市场，推出红色研学、岭南文脉、科创湾区等主题游学产品，让青少年在行走中收获知识、感受广东魅力。

“请到广东过大年”活动，掀起第四波热潮。围绕广东春节民俗，推出七大特色活动矩阵，开展“四季村晚”“广东村歌”“粤剧春班”等百场文艺展演，让四海宾朋沉浸式体验最地道的岭南年味。

## “五大品牌”显匠心

围绕吃住行游购娱等要素，广东将打造“游在广州”“食在广州”“购在广州”“乐赏广州”“健身广州”五大品牌，推动品牌起步成形、深入人心。

打响“购在广州”品牌。发布“购物地图”，推出45款老字号“粤手礼”，打造“乐购小镇”，让消费者便捷选购全球好物和广东优品。

打响“食在广州”品牌。发布“美食地图”，推出首批30个特色美食集聚区、30条寻味线路，擦亮“粤味21”品牌IP，打造“品一道菜、记一座城”的美食记忆。

打响“游在广州”品牌。发布“观光地图”，展示城市、乡村、滨海、森林、温泉等特色旅游资源，推出滨海海岛游、自在休闲游、岭南山水游、红色文化游、南粤历史游等主题线路，让游客畅游山海、体验岭南风情。

打响“乐赏广州”品牌。发布“休闲地图”，推出千场精品文艺演出和千场高品质文博展览，优化入境游客购票服

务，打造“白天观景、夜晚赏艺”的全天候休闲体验。

打响“健身广州”品牌。发布“健身地图”，支持推动“一城一品”赛事活动，实施“全运惠全民”计划，推动全运会场馆惠民开放，引领“为一场赛，奔赴一座城”的体育消费新风尚。

## “六大政策”享优惠

聚焦消费者最关切的领域，广东面向海内外消费者推出一系列诚意满满、干货满满的优惠政策。

发放餐饮消费券。向来粤在粤群众发放餐饮优惠券，为海内外消费者提供地标美食展示、主题套餐和专属优惠。

优惠住酒店。鼓励星级饭店、乡村酒店和旅游民宿向参加全运会人员及来粤游客推出专属优惠，全运会相关人员凭有效证件享受入住折扣、延迟退房等礼遇。

便捷优惠行。全运会期间开行串联枢纽、商圈与景区的文旅客运线路，参赛人员免费乘坐城市公共交通。

优惠进景区。消费季活动期间面向公众推出折扣优惠，其中全运会注册

人员以及赛事注册记者等，凭有效凭证享受省内国有A级旅游景区首道门票免费，以及国有文博场馆免预约礼遇。

广东优品购。对购买汽车、家电、电子、体育用品及地方特色产品的消费者给予补贴。

发票大抽奖。在全省参与零售、住宿、餐饮、交通等消费开票即可抽奖，惊喜连连。

本次消费季期间，广东坚持省市联动、政企协同，以“四个同步”机制共同打造高品质消费盛会。

省市同步策划实施，形成方案矩阵，全省“一盘棋”统筹推进。

省市同步宣传营销，实施国际传播策略，系统构建全球传播矩阵，共同讲好“广东故事”。

省市同步推出便利化措施，完善多元支付服务保障，支持重点场所外币兑换，及时响应游客咨询诉求，保护消费者权益，全力营造暖心消费环境。

省市同步推动消费创新，集中推介一批消费新业态、新模式、新场景，给予引导资金支持，激发消费新动能。

羊城晚报记者 杭莹



广州长隆度假区积极响应首道门票免费政策（资料图）

广东省公布“优惠住酒店”和“优惠进景区”政策

## 超200家酒店入住享优惠、超300家景区免首道门票

羊城晚报讯 记者黎存根、通讯员粤文旅宣报道：11月3日，广东省正式启动“粤享暖冬 乐游广东”消费季活动。广东省文化和旅游厅公布“优惠住酒店”和“优惠进景区”政策，发布了“百家优惠旅游住宿企业名录”“百家优质服务旅游住宿企业名录”，同时超300家景区向全运会参赛人员免首道门票。

此外，“百家优质服务旅游住宿企业名录”显示，全省已有142家旅游住宿企业提供延时退房服务或其他增值服务，比如广东胜利宾馆为参赛人员、观赛游客提供入住升级房型、享赠送早餐、免费首轮迷你吧（三选一）增值服务；白云宾馆在全运会期间举办非遗技艺展示及体验、脱口秀表演，让游客在观赛之余深入体验广府文化。

## “优惠住酒店”政策出炉

据了解，广东省将推出“优惠住酒店”政策措施，向来粤游客及本省居民发放总额不少于2000万元的文旅消

费券。根据“百家优惠旅游住宿企业名录”，提供住宿优惠的酒店（含乡村酒店、民宿）目前已达210家。其中包括中国大酒店、东方宾馆、白云宾馆等五星级酒店；也包括知名民宿如珠海花筑·隐庐民宿等。

此外，“百家优质服务旅游住宿企业名录”，同时超300家景区向全运会参赛人员免首道门票，百家AAAAA级以上景区面向观赛游客推出多样化优惠。广东省文化和旅游厅表示，诚挚邀请各地运动员与游客在这个冬天走进广东，共赴一场“看全运、游广东”的难忘旅程。

## 景区推出多层次礼遇

作为核心举措之一，全省推出“优

惠进景区”政策，在十五运会和残特奥会期间，为参赛人员与观赛游客提供多样化游览福利，推动体育赛事与文旅消费深度融合。

其中，全省超过260家国有A级旅游景区将对全运会参赛人员，实行首道门票免费政策。景区覆盖全省21个地市，涵盖广州白云山、深圳华侨城、韶关丹霞山、肇庆星湖、江门开平碉楼等代表性景区。

除国有景区外，省内近40家高人气的旅游景区及省级以上旅游度假区也积极响应，广州长隆野生动物世界、阳江海陵岛大角湾景区、古龙峡旅游区等为参赛人员提供同等的首道门票免费礼遇。

同时，全省超过100家AAAA级以上旅游景区和省级以上旅游度假区同步推出门票折扣、联票套餐及特色体验活动。

## 广东赛事时刻表来了

羊城晚报讯 记者杭莹报道：11月3日，“粤享暖冬 乐游广东”新闻发布会召开。会上，省体育局局长崔剑提到，省体育局推出“跟着全运游广东”活动，打造“健身广东”品牌，推动“赛、展、节、游”融合，将赛事流量变成消费热度。

值得关注的是，期间还将推出“全运冠军公园”全运第二现场活动。崔剑提醒，居民可以关注11月15日和20日在省人民体育场举办的两场活动，一批知名运动员将现场分享体育故事。“同时，我们鼓励各赛区在有关部门的指导下，在重点商圈、文旅集聚区及城市地标利用公共大屏播放全运

赛事。”他说，春节前，将陆续举办“省港杯”足球赛、中国杯帆船赛等多项大赛，各赛区将全运会赛事与全民健身、节庆活动有机联动，做到“周周有活动、月月有赛事”。

十五运会期间，省体育局将联合文旅部门推出“全运+”城市旅游线路，提供“赛事+交通+酒店+景区”全流程服务。紧抓参赛观赛者在粤“食、住、行、游、购、娱”全过程，嵌入旅游、购物推荐和优惠策略，推动文旅深度融合。

广州、深圳等赛区已开展凭全运会票证减免景点门票、公交车票等优惠活动。有条件的地区还将推出体育消费券、消费满减、积分兑换等举措，在场馆周边布局全运消费集聚区，鼓励适当延长夜间营业时间，优化交通、城管等服务保障。

为加强智慧赋能消费体验，广东推动开设“全运消费指南”，推送赛事信息、消费优惠与交通指引。

11月8日-10日，第二十六届广东国际体育用品博览会暨第二十二届粤港澳国际体育用品博览会将在广州体育馆开幕。另外，坐落在素有“岭南体育文化活化石”之称的广东省人民体育场的广东体育博物馆今天将正式开馆，依托自唐代“阅武堂”延续至今的体育文脉，打造粤港澳体育文史宝库，将成为省级体育文化地标。

从“分散资源”到  
“集成IP”的赋能

促消费，树品牌难。“粤享暖冬”活动的另一大亮点，在于其将短期活动与长期品牌建设进行了有机融合。这种结合，甚至应该成为机制而长期贯彻推行。

“游、食、购、乐赏、健身”五大品牌的提出，是广东核心消费资源的系统性梳理与集成。五大“地图”的发布，如同为消费者绘制了一套清晰的“消费藏宝图”，将分散在全国的珍珠串成一条条璀璨的项链。

特别是“食在广州”与“粤味21”IP的打造，将粤菜博大精深的饮食文化转化为可感知、可体验、可传播的品牌符号。“购在广州”与“粤手礼”的推出，则是对“广东制造”从工业品向消费品、礼品转型的有力助推，让“广货”以更亲切、更具文化内涵的方式走进千家万户。这种品牌化运作，使得本次消费季的效益得以超越5个月的活动周期，为广东的文旅和消费产业积累下宝贵的无形资产。

“粤享暖冬 乐游广东”是一次雄心勃勃的实践。这场“立体战役”的成果，最终将体现在每一位游客满意的笑容里，体现在市井街巷升腾的烟火气中，体现在广东消费能级与品牌形象的全面提升上。我们期待，这个“暖冬”，能真正为广东的经济社会发展汇入一股强劲而持久的“暖流”。