



广货行天下

广东何以汇天下

——解码从“世界工厂”到“全球市场”的广东实践

一湾春水欢，岭南烟火暖。马年春节之际，广州天河区市人头攒动，醒狮献瑞，小鹏汇天飞行汽车惊艳亮相，引得市民纷纷驻足“打卡”；深圳山姆会员店门口大排长龙，一件件全球好物被装进消费者的年货推车；汕头老街英歌舞鼓点雄浑，刚劲有力，火爆全球……这一幕幕热气腾腾的场景，不仅是南粤大地浓浓的年味，更是广东作为中国第一经济大省市场热度最直观的晴雨表。

升腾的消费热度之下，奔涌的是市场活力，积蓄的是发展动力。广东拥有1.5亿实时在粤人口，每6个广东人中就有一个是“老板”，是全国最大的消费市场之一。从春运高铁的“分钟级发车”到美食大档档里三层外三层的排队等

位，从“拖鞋吃鲍鱼”的藏富于民到超80万家工业企业衍生的生产性消费，广东正以其庞大的市场规模与开放胸襟，成为全球优质产品和服务的“超级买手”。广东以强大消费力形成引力磁场，汇聚天下优品；以丰富应用场景筑就创新舞台，吸引前沿技术落地深耕。从“卖全球”的“世界工厂”到“买全球”的“全球市场”，读懂广东消费，便能看清中国内需的强劲底气。

市面、人面、账面、基本面，面面折射消费强劲

在“国际消费中心城市”广州番禺

的花市上，一家名为“呢个福时髦”的摊位格外吸睛——这家店并不售卖传统的“福”字，而是将“疯狂动物城”“小马宝莉”等年轻人喜欢的潮流IP融入产品中。随着不停的“叮叮”声，付款已经通过扫码汇流到账。美团及大众点评数据显示，截至2月9日，广东地区春节期间年夜饭预订订单同比增长193%，线上线下共同勾勒出春节消费图景。

在广州天环广场，瑞士品牌跑鞋店近期客流量翻倍，销售额在全国门店中领先；在佛山的居然之家，不少市民前来选购家电……从传统街巷的烟火气到熙熙攘攘的购物中心，从中国好物到进口商品，多元化的消费场景共同织就了广东市面的繁荣景象。

人潮奔涌尽显活力。港珠澳大桥珠海公路口岸出境大厅人潮涌动，各类旅行社齐聚，方言交织暖意浓，“港车北上”“澳车北上”与“粤车南下”相向而行，让粤港澳三地“串门过年”成常态。“百万英才汇南粤”行动吸纳超110万名高校毕业生在粤就业创业。奔流不息的人来人往汇成一个令人惊叹的数据：今年元旦假期的前一天，广州地铁线网总客流量达1409.3万人次，创下全国地铁单日客流新高；春运期间，广州高铁密集如地铁的分钟级发车频次引起许多网民惊呼：2025年全省机场总客流量超1.8亿人次，持续位居全国前列。（下转A3）

请到广东过大年

春节假期首日，全省文旅市场迎来名副其实的“开门红” 142万人次畅游广东景区

羊城晚报讯 记者刘星彤、通讯员粤文旅宣报道：15日，农历腊月廿八，春节长假正式开启。据广东省文化和旅游厅初步测算，假期首日，全省文旅市场迎来名副其实的“开门红”：当天全省4A级及以上景区接待游客142.0万人次，纳入监测的14段古驿道沿线重点区域接待游客47.2万人次、13家红色旅游经典景区接待游客21.5万人次、100个乡村旅游点和历史古村落接待游客31.7万人次、80个重点公共文化机构接待市民游客20.6万人次。在“请到广东过大年”品牌的强力带动下，一系列惠民组合拳与高品质文旅供给，让“火辣辣”的岭南年味扑面而来。

州花园酒店大堂内热闹非凡，来自杭州的曹女士和她的16人大家庭“组团”办理入住。“今年春节，举家同游的高端定制团成为市场主流。”广之旅董事长、总裁郭琛介绍。

岭南年味香飘四方

今年春节，惠民举措成为引客的“敲门砖”，深厚的岭南文化底蕴则堪称留客的“压舱石”。在广东省非物质文化遗产馆，孩子们在传承人的指导下体验非遗技艺，笑语欢声不断；省立中山图书馆里，读者们在书香中寻福纳吉，感受别样年味。

惠民礼包点燃热情

走进广州北京路步行街，花团锦簇的“花城花街”与广绣、木雕、醒狮等非遗展演相映成趣，浓郁的广府年味吸引着如织游人。这成为广东精心策划的“请到广东过大年”系列活动全面铺开的缩影。

春节前，为激发文旅消费潜能，全省面向来粤游客及本省居民发放2000万元文旅消费券；省文旅厅创新推出“票根经济”专项优惠活动，游客凭机票、高铁票、跨省大巴票、大型演唱会门票等凭证，可在全省380多家住宿企业及200多个旅游景区享受专属折扣，真正实现“一张票根游遍广东”。同时，“乐游广东”文旅地图2.0版正式上线，为游客新春出游提供了更智能便捷的数字化指引。惠民政策的精准发力，直接点燃了市场的消费热情。假期首日的广

合碰撞出精彩的火花。广州北京路“花城花街”系列活动15日预计接待游客53.7万人次；在广州正佳极地海洋世界，首届海洋大庙会引发汹涌人潮。

从城市到乡村，从白天到夜晚，岭南文化盛宴无处不在。深圳市“欢乐海岸超级新年”系列活动融合国风雅韵，佛山市“西樵山新春嘉年华”围绕岭南传统年味打造互动体验，惠州市“骏马迎春·水东好市”让游客在骑楼古巷中感受传统年味，潮州市“非遗桥市”集中展示潮绣、木雕等非遗技艺。

长达9天的假期，催生了游客“避寒+年味”的双重需求，广东成为国内游客南下过年的首选地之一。除了广佛都市圈，深圳、珠海、阳江海陵岛、湛江、潮汕等地也凭借岭南非遗、美食探鲜、温泉康养、精品广货等关键词，成为外省游客来粤过年的热门选择。



出品人：任天阳
总统筹：林海利
策划：孙璇
统筹：董柳

《呼伦贝尔大草原》

智造优品达塞北 新牧歌里扬粤韵

内蒙古日益成为广货北上西出、参与全球贸易的关键枢纽

草原新声：生活生产因广货而变

苏德毕力格的家族牧场，坐落于新巴尔虎右旗达苏苏木，已在这片草原上经营了半个世纪。10年前，19岁的他看着父亲肩扛两桶50斤的水往家里送，将水倒进饮水机后，父亲捂着腰缓缓直起身子。“那一瞬间我就懂得了，我长大了，家里的活儿我也得担当，得让父母多休息，草原的累活、重活还得是咱年轻人承担起来。”苏德毕力格说。

改变从广东肇庆的军旅生涯开始。在那里，苏德毕力格第一次见识到广东无人机在消防灭火中的应用。“当时我就想过，这个东西是真好啊，如果拿到内蒙古，用无人机飞上天，那牛羊马在哪里吃草喝水，有没有走丢、有没有跟邻居家的羊合群，不就一目了然了？”那时，他深切感受到广货的实力，开始琢磨着如何把广货搬到内蒙古，让家里的生活品质、生产效率提上来。

退伍回乡后，苏德毕力格带回了一批广货，包括一台美的冰箱。在他看来，这款冰箱质量好、声音小，用起来很方便。“我们是游牧民族，到季节了得转草场，这款冰箱方便携带，搬家很方便。”他笑着说，“家人看到这款冰箱后格外喜欢，称赞外观可爱、设计大气。”很快，亲戚、嘎查里的牧民纷纷上门询问购买渠道，不少人跟着买了同款冰箱。

如今，在苏德毕力格的家族牧场里，“广东制造”已融入每个生活细节：用了6年依然风力充足的格力牌电风扇，让夏季剪羊毛归来后满身大汗的他能享受清凉；操作简单的美的电饭煲，让不识汉字的羊倌儿也能轻松做出香喷喷的米饭；高效的热水壶，取代了需要长时间加热的铁壶，不仅让牧民可以随时喝上热水，冬天还能节省煤和羊粪……

广货带给草原牧民的，不只是一众好物，还有生活方式和生产观念的改变。苏德毕力格说，现在他通过互联网记录并展示牧场的真实生活，让大家真正了解“草原溜达羊”；将广东军旅生涯学到的纪律性融入牧场管理，对牛羊群实行“军事化管理”；坚持让羊吃天然牧草、不喂饲料，立志将优质的西旗羊肉带给更多人。

“与父辈相比，我们最大的不同体现在经营理念和未来规划上。”苏德毕力格说，父亲秉持传统游牧思维，以线下交易为主；而他更注重互联网思维，



牧民苏德毕力格在内蒙古新巴尔虎右旗超市购买广东家电

计划进军电商、直播带货，打造自主品牌，同时学习无人机操控技术，让牧场管理更高效。“广货让我们从传统牧民转变为更现代化的牧民。”

这种转变背后，有着两代牧民对广货品质的共同认可。苏德毕力格说，如今全家人都有一个同样的感受：广货不仅价格公道、质量扎实，而且使用起来十分便捷，让人备感放心。在他看来，广货最核心的优势，正是这份“品质可靠”。它像一块坚实的基石，托起了牧场上点点滴滴的新变化。

瀚海通途：北上粤品链接广阔市场

如果说广货融入牧区是“润物细无声”的，那么在内蒙古的城市消费市场，这种交融则显得更为热烈而直观。并且，这一过程正凭借内蒙古独特的区位优势，链接起更为广阔的天地。

在呼和浩特万象城的华为智能生活馆，科技的温度驱散了北疆的严寒。从事影视拍摄的管先生是“华为全家桶”用户，他最看重的是设备在极端环境下的可靠性：“户外拍摄常去无人区，卫星通讯功能关键时刻能救命，严寒、高温下电池从没掉过链子。”

在不远处的广汽埃安体验中心，马店长正向顾客演示远程召唤功能——50米内的车辆在收到指令后自动驶向门口。“我全家人先后买了多台埃安，身边朋友看我用得好好，也跟着买。消费者李先生最认可的是其产品质量，广汽的故障率很低，能做到‘一年车三代’，品控这块特别好。”

而在最富生活气息的厨房里，一场“风味迁徙”悄然发生。海天味业针

对内蒙古的消费特点，优化配方与包装。在赤峰，这些“本地化”酱料已走上百姓餐桌，成为连接南北的味觉纽带。

对于品质的认同，也从日常消费延伸至产业变革。大疆无人机在库布齐沙漠新能源基地的实践，将苏德毕力格“一目了然”的理想变为现实：无人机巡检效率较人工提升10-20倍，全国超1000座新能源电站因此受益。

更为深刻的是，内蒙古自身正从地理腹地跃升为开放前沿。它横跨东北、华北、西北，不仅是共建“一带一路”和中蒙俄经济走廊的重要节点，更是西部陆海新通道的重要门户、横跨亚欧大陆经贸动脉的核心节点。这一“桥头堡”能级的跃升，为广货乃至更多中国产品提供了辐射欧亚的跳板。正如广汽埃安旗下合创汽车所规划的，其产品正借道内蒙古，瞄准进入蒙古国及中亚的市场。内蒙古不再只是广货北上的终点站，更日益成为其北上西出、参与全球贸易的关键枢纽。

从牧场到城市，从生活到生产，广货在内蒙古的深耕已超越商品本身，成为品质生活与产业升级的代名词之一。消费者赵先生的话颇具代表性：“科技这块，确实还得看广东的品牌。”他刚为新房购置了全套美的COLMO家电，“这钱花得值，体验完全不一样。”

这种“不一样”，正是广货北上的核心价值——它带来的远不止一方产品，更是一种可靠、适配、创新的品质信仰，并通过内蒙古这座不断崛起的桥梁，将“中国制造”的价值，传递向更辽阔的远方。

相关报道见A3

广州黄沙水产中心迎来搬迁升级后的首个春节旺季 年味里的“鲜”力量 擎起“广货行天下”

详见A3

街谈巷议

李丽

春运不再“难”

在很多人的记忆中，春运曾是春节最“煎熬”的时刻。人山人海，大包小包。人们在寒风中排长队，进站要挤，换乘要跑。那时，“回家”两个字背后，是对体力与耐心的双重考验。

但如今的春运，悄然变了模样。据央视新闻报道，自2026年春运启动以来，广州南站日均客流已超53万人次，比3年前多了14%。可奇怪的是，站内外并没有变得拥挤不堪，旅客的平均停留时间反而缩短了17%。

人更多了，体验却更轻松了。报道指出，这背后，是铁路系统的精细化运营与技术升级。仍以广州南站为例，其安全生产指挥中心208块屏幕实时跳动，人流、车流、安检、调度……所有信息一目了然。工作人员在春运前一个半月反复推演，硬是把列车接发间隔从58秒压缩到了56秒。别看只是2秒之差，每天车站却能因此多发48趟列车，多运送3万多人。加上优化后的进出站流线、智能引导系统和刷脸通行闸机，旅客能几乎“无感”地完成整个流程。

进站快、换乘顺、出站稳。除了表

现优异的广州南站，全国多个繁忙车站都出现了类似趋势。从“人找路”到“路等人”，从“被动应对”到“主动预测”，铁路服务正变得越来越“懂你”。

当然，便利不止于效率。今年春节前，“轻装行”服务覆盖广东多个车站的消息也让人眼前一亮。这项服务在经过数年试点后，于今年春节全面铺开。出门前手机一点，行李有人上门取；到站后不用搬，快递直接送回家。对带娃家庭、返乡务工人员或拎着年货礼盒的旅客而言，这番省下的不只是力气，更是心力。

一年到头，人们最盼的就是团圆。而团圆的前提，是顺利回家。曾经的春运，是“抢票难、挤车难、扛包难”；如今的春运，则是“随到随走、轻松换乘、行李无忧”。这种转变，看似细微，实则深远。它折射出的是基础设施的完善、服务理念的提升，更是整个社会运行效率的提升。

春运不再“难”，不是因为人少了，而是因为道路更通畅、车站更智能、服务也更暖心。这份轻松和舒心，是时代发展给普通人的温柔馈赠。

责编：林圳 陆德洁 美编：肖莎 校对：姚毅