“龙抬头”Tony老师好忙

借“龙抬头”的吉时给孩子理发，又叫“剃喜头” 视觉中国供图

羊城晚报记者 沈钊

2月21日（农历二月初二）迎来“龙抬头”理发的传统习俗，这也带来了全年理发消费小高峰，各地理发店率先迎来消费“春天”。据美团数据，截至2月20日，“理发”相关搜索量同比去年上涨102%，“龙抬头”主题团购销量环比上周增长118%。其中，上海、北京、广州环比增速位列前三名。多位商家称，消费高峰从周末便已开启，将持续一周时间。

消费者积压了一个春节的理发需求，借着“龙抬头”的好彩头迎来集中释放。“龙抬头当天的生意会十分火爆，整体客流会比平日里多20%左右，晚上的高峰时段需要等位。”芭曲品牌电商平台运营负责人梁嘉俊几天前告诉记者。

据梁嘉俊介绍，消费者在年后主要有三类美发需求，一类是将年前设计的浮夸造型变回日常，另一类是换个全新发型迎接新的一年，还有一类是修剪发型，让精气神更足。其中，大多男性消费者会把节后的第一次理发选择在“龙抬头”当天，男性消费者比例较平时可提升一成左右。

“这是手艺人最忙碌的一天，客户一个接一个。”发型师苏然表示，为了迎接“龙抬头”的生意旺季，他提前半个月就开始准备，龙抬头当天预约的客户至少有15人，工作量是平时的2倍左右，要比平时晚1小时下班。

来自深圳的蓝调男士理发馆创始人刘鹏，同样感受到了忙碌带来的暖意。以往，农历大年初一到二月初二是理发业的淡季。但今年开年后生意回暖显著，像蓝调这类主做男士理发的门店，周末可以接待50–60位客户，高峰时候还需要等位。

实际上，“龙抬头”带来的不仅是顾客盈门，还有美发行业抬起的“精神头”。梁嘉俊说：“我们对2023年充满了期待，去年年底火速开了新门店，今年计划在全国开设更多分店。”记者了解到，芭曲发型还在广州面向年轻人推出了No Choice潮流美发门店。消费者走进理发店，无论选择什么项目，都可以免费享受咖啡自由的快乐。

2023年，像芭曲发型这样打算“大干一场”的美发商家不在少数。在蓝调男士理发店，刘鹏计划在2023年实现100%线上化经营，线下的手艺人可以更加专注服务和体验。刘鹏操盘了本次龙抬头和美团的合作，此前他预估今年4家门店在“龙抬头”期间的生意，将比活动前上涨20%以上。

多位美发商家表示，年前美发市场的热烈反馈给了他们更充足的信心。年后开工以来，消费需求快速回暖。数据显示，早在1月底，美容美发美甲等各类变美服务的搜索量已达到春节前的109%。

百年商厦广州南方大厦入选“第七批中国20世纪建筑遗产”项目

广州最早摩天大楼因时而变

南方大厦20世纪20年代的老照片 受访者供图

如今的南方大厦 受访者供图

羊城晚报讯 记者许悦报道：南方大厦是广州最早的地标性建筑之一，于1922年建成，是广州最早的摩天大楼，也是广州第一座钢筋混凝土结构的高层楼房，见证了广州千年商都这最近100年的变迁。近日，文化城市建设中的文化遗产保护与传承研讨会暨第七批中国20世纪建筑遗产项目推介公布活动在广东茂名举行，公布了100个“第七批中国20世纪建筑遗产”项目，广州南方大厦入选。

广州南方大厦位于沿江西路49号，始建于1918年（前身是大新公司，称“城外大新”），这座百年商厦曾是广州最著名的商业中心，是珠江边的标志性建筑之一，具有重要的建筑历史、艺术价值。1922年落成时，是当时中国第一高楼；1983年，位列全国十大百货商店之首，被誉为“南国商业的鲜花”；1992年，成为首批股份制改造的试点单位，走在改革开放最前列。

南方大厦承载了很多老广州人的记忆，饮食娱乐、悠闲购物，现已实现“华丽转身”。2005年，南方大厦国际电子数码城开业，成为全球通讯器材集散地；2019年，岭南商旅集团旗下广百展贸收回南方大厦新旧楼物业经营管理权。自此，广百展贸紧抓产业转型升级发展新机遇，聚力优化营商环境、优化商户质量、优化产业布局，从传统专业批发市场不断蜕变成具有生态化集聚、品牌化引领效应的国际电子数码主题商城；2022年，南方大厦成功申报1039市场采购贸易试点专业市场，成为广州电子数码商圈首个试点市场。

接下来，南方大厦将继续以岭南文化底蕴和差异化体验赋能西堤国际地标性商圈，多措并举推动荔湾区沿江西片区业态融合，助力新兴商旅文体产业高质量发展。

另据介绍，中国20世纪建筑遗产项目推介公布工作由中国文物学会、中国建筑学会提供学术指导，入选项目涉及纪念建筑、会堂建筑、教科文体建筑、住宅与住区、医疗建筑、办公建筑、宾馆建筑、交通建筑、商业建筑、工业建筑等十几种门类，时间跨度百余年。自2016年首次公布项目名录以来，已累计公布七批“中国20世纪建筑遗产”697项。

2023亚洲自助售货及智慧零售博览交易会即将举行

抢订单、抢资源、抢商机，广州抢滩智慧零售赛道

羊城晚报记者 孙绮曼

2月21日，第十一届APVA高峰论坛暨2023亚洲自助售货及智慧零售博览交易会新闻发布会在广州召开。羊城晚报记者从会上了解到2023亚洲自助售货及智慧零售博览交易会将于5月15–17日在广州举行。

据广东鸿威国际会展集团有限公司项目负责人孔祥飞介绍，2023亚洲自助售货及智慧零售博览交易会规划面积80000平方米，预计将吸引超过700家展商参展，专业观众将达80000人次。本届展会旨在链接全球资源，深化产业全域，全面展示自助售货机、智慧零售、支付系统及自助售货科技等领域产品，贯通上下游产业链。

近年来，非接触式零售愈发受到消费者的追捧，中国自动售货机销售点的渗透率快速提升。公开数据显示，2021年中国自动售货机销售点渗透率达7.6%，较2016年的2.3%增长了5.3%，预计2026年中国自动售货机销售点渗透率将达到19.5%。

亚太自助售货行业联合会长于恩泽表示，随着数字经济时代的到来，社会大众对智能化社交设备的需求与日俱增，“互联网+零售”的自助售货行业也迎来了新的变革。从资本和行业竞争角度来看，传统零售行业转型迫切。而自助售货行业具有技术含量高、销售方式新、市场潜力大等优点，并与电子购物等新型消费方式相通，迎合了当下全球的数字化、智能化、便捷化的消费新潮。

“当前，国内自动售货及智慧零售行业正处在一个特殊的发展时期。消费升级和消费普及推动国内居民消费水平和消费规模长期持续增长，‘90后’‘00后’新生代崛起，逐渐成为消费市场的主力，促使互联网技术引发的渠道变革不断深化。”中国国际投资促进会常务理事、广东省游艇行业协会会长、广东鸿威国际会展集团有限公司董事长王照云表示，数字技术的快速发展，推动着全球商业交易迈入云时代，“云交易”“云支付”等新模式迅速铺开，以“互联网+零售”为代表的无接触自助售货行业进入了智能化高速发展时代。

在政策环境、资本加持、技术创新、消费升级的多重驱动下，企业数字化升级和智慧零售应用还将不断深入，自动售货机行业也将会进入全产业供应链时代。他强调，亚洲自助售货及智慧零售博览交易会在帮助企业抢订单、抢资源、抢商机的同时，将构建自循环的元宇宙供应链平台，为全球自动售货及智慧零售行业供需双方提供信息互联、商贸共赢的综合性商贸合作平台。

零售娱乐休闲新地标 11天空成大湾区全新旅游热点

11 天空效果图

伴随着穗港双城辐射能力的增强，两地的消费者愈发期待获得更多样的娱乐选择和生活方式一体化。而随着“你好，香港！”大型全球宣传活动的启动，包括向全球游客派发50万张免费机票以及“香港有礼”游客消费优惠券等举措，广州居民赴港热情持续高涨。

近日，在广深港高铁香港段复通之后，粤港两地重回“1小时生活圈”。在中国香港旅游、航空及零售市场蓄势待发之际，11 SKIES（11天空）综合性发展项目作为中国香港规模空前的大型零售娱乐商业新地标，以它独特的优势成为广州游客最期待到访的旅游目的地之一，并对中国香港作为国际金融、旅游及专业服务中心有着重要作用。

集零售娱乐休闲、医疗健康及金融服务于一身，成广州居民必选之站

作为大型一站式零售娱乐商业新地标，11天空毗邻中国香港国际机场及港珠澳大桥，是航天城内重点发展项目，由新世界发展旗下K11负责运营，总楼面面积达约35.3万平方米。

云集逾八百间店铺，打造大湾区顶级休闲体。11天空的零售餐饮部分占地24.7万平方米，将云集超过800间店铺，从高街时尚到顶级奢侈品牌一应俱全，涵盖120多种餐饮概念店，数目为中国香港之最。游客可于出发前、落地后在11天空享受最新、顶级的零售娱乐服务。

引入八大世界级娱乐设施，打造中国香港全龄段最大室内娱乐空间。11天空将设有中国香港最大室内娱乐空间，包括八大首度亮相的世界级娱乐设施，其中不少是首次进驻大湾区。楼面面积逾5.3万平方米，以学习、探索、冒险、沉浸式体验为主题，可全天候开放给不同年龄客群。

其中4项娱乐设施预计将于2023年底至2024年初陆续登场：国内首个KidZania趣志家儿童职业体验乐园，将为小朋友及整个家庭带来无尽欢乐；韩国大型艺术博物馆ARTE MUSEUM首度落户大湾区，为游客带来沉浸式艺术体验，享受多重感官刺激带来的愉悦感；中国香港首间飞行影院“飞越天际”，让游客仿佛飞翔在中国香港上空，欣赏东方之珠的古今风貌；以及全球首个以柏灵顿熊为主题的室内亲子娱乐体验“柏灵顿历险乐园”，让家喻户晓的童话书角色陪伴游客度过亲子时光。

全新多元化商业中心，打造一站式专业服务生态圈。三座甲级办公大楼11天空K11 ATELIER已于2022年7月正式落成，总楼面面积约5.3万平方米，致力于打造一站式专业服务中心。三座大楼分别吸引金融及财富管理、医疗健康行业租户，以及着眼于大湾区市场的企业。超过30家来自不同专业服务领域的企业在此设立据点，以满足游客追求更专业、优质的服务与舒适的消费环境需求，助力提升大湾区市民的整体生活水平。

构建旅游生态圈 重新定义大屿山旅游体验

搭乘飞机之前或中转期间，往往要等待数小时，新奇好玩的配套娱乐项目则将大大提升游客出行体验。

11天空毗邻大屿山多个著名景点，包括中国香港迪士尼乐园度假区、演出热门场馆亚洲国际博览馆、大澳渔村、天坛大佛等。11天空设有中国香港最大的室内娱乐空间，将以学习、探索、冒险、沉浸式体验为主题，可全天候开放给不同年龄客群。它将补足大屿山“零售商铺少”“餐饮选择少”“缺乏专业服务”“室内娱乐体验选择少”等短板，助力大屿山成为游客到访中国香港时的休闲娱乐及商业旅游首选目的地——免受市区交通奔波，在大屿山享受一站式购物、美食、娱乐和专业服务。

中国香港首间飞行影院“飞越天际”

KidZania趣志家儿童职业体验乐园

韩国大型艺术博物馆ARTE MUSEUM

凭借“双门户”地理优势，创造区域经济协同效应

毗邻中国香港国际机场及港珠澳大桥的11天空，坐享“双口岸”优势，既是中国香港国际机场航天城重要组成部分，也是面向世界及大湾区的“双门户”。

作为集零售、娱乐、休闲、医疗健康及金融服务于一身的地区枢纽，11天空为游客提供世界级配套服务，强化中国香港国际机场作为国际航空枢纽的重要地位与功能，为大湾区世界级机场群建设赋能的同时，助力中国香港国际机场从“城市机场”迈向“机场城市”现代化度假区。按照规划，11天空将与航天城其他部分，如机场城市湾畔的多个休闲设施及酒店发展项目，以及亚洲国际博览馆一、二期产生协同效应，共同推动“机场城市”概念落地。

经由中国香港过境的内地游客，可免签注入境中国香港7天，通过人行天桥即可抵达11天空。便捷的交通和一站式购物、零售及娱乐全新体验，预计也将吸引众多来往中国香港国际机场与邻近深圳机场、珠海机场及广州机场的转机游客前往体验。

11天空落成后，将成为贯通航运和港铁网络，以及汽车和跨境陆路运输的强大区域交通枢纽。项目将由多条天桥连接，可直达中国香港国际机场、机场快线、港珠澳大桥口岸、亚洲国际博览馆，以及附近的多家酒店等。

11天空凭借其战略性地理优势，以及优良配套设施，为大湾区居民构建起新的旅游生态圈，也为中国香港经济带来新活力。随着11天空的落成和逐步开放，作为一座崭新的地标，它将成为游客前往中国香港的打卡胜地。作为人们认知中国香港的新起点，其有望以引领娱乐消费新风潮的绝对实力，和力争向上的姿态在广州居民的出游计划中占据重要席位。

（文/孙绮曼 图/受访者提供）