

1189万人次涌入天河路、网上零售额超115亿元……

广州春节消费爆发式增长

俗语说，“过了元宵节，才算过完年”。回首刚过去的2023年春节，南粤大地百业复苏，处处生机勃勃。

大年初七，兔年首个工作日，广东召开高质量发展大会，描绘“再造一个新广东”的奋进蓝图。会场外，城市的“烟火气”正在升腾。作为千年商都、社零万亿之城、国际消费中心城市，广州年货物资供需两旺，促销活动丰富多彩，商圈餐馆人潮涌动，消费市场呈现爆发式增长。

广州市商务局统计数据显示，在刚收官的第十一届广州国际购物节，超100场系列消费活动轮番登场，仅春节7天共计1189.1万人次涌入天河路商圈主会场；北京路、上下九等将迎春花市氛围延伸至元宵，人流量创下近年高峰；广百、友谊两大本土百货长假销售额破2亿元，同比实现双位数增长；全市住宿餐饮营业额超40亿元，同比大涨31%，已超2019年同期水平；线上消费增长持续强韧，春节期间广州网上零售额超115亿元，同比增长7.4%……春节一个个亮眼数据为消费市场高质量发展赢得“开门红”。

■统筹：新快报记者 陆妍思

■采写：新快报记者 陆妍思 郑志辉 ■图片：新快报记者 毕志辉

1 商圈主题活动丰富 春节花市人流爆棚 1189万人次涌入天河路

“元宵佳节最适合来看灯了！”刚过去的周末正值立春、元宵，黄女士特意带着一家老幼来到天河路正佳广场的“大唐千灯会”观赏花灯。

“正佳大唐千灯会”是正佳广场联合“2021十大年度国家IP”《唐宫夜宴》打造的集文化体验、沉浸娱乐于一体的主题活动，从1月14日至2月28日，横跨两个月，集合了祈福灯会、国潮市集、汉服游园、唐朝点妆、名画复刻、唐潮游戏、国风表演等多重元素。

新快报记者了解到，自春节以来，全市各大商圈推出各种兔年主题造景、年货展销活动，处处呈现喜庆祥和的岭南年味。刚结束的为期一个月的第十一届广州国际购物节，天河主会场超100场系列消费活动轮番登场，如天河城推出了“未来观园·元宇宙新春游园”主题展；万菱汇举办炸毛LION-BIT全国首展；天环广场推出元旦市集+新春市集，还有小鹏汽车新车首展等……

逛迎春花市是广州市民在春节期间重要的民俗活动。今年春节，时隔三年的传统花市正式回归，迎来巨大人流。数据显示，越秀、天河、荔湾、白云四大花市，客流高峰日都在除夕前一天，共计吸引88万游客，其中以越秀花市最为热门，共接待游客43万人次。

“中国第一条步行街”上下九步行街

28年来首次举办迎春花市，其间推出的广府名优品品鉴展销节将花市年味延伸至2月5日元宵节，广百股份、岭南穗粮、致美斋、妇儿公司等一众老字号、知名品牌悉数亮相，广东省工艺美术研究所的网红兔爷IP更以传统+时尚+体验的新颖商展模式，为现场增添了兔年春节的喜庆氛围。

夜经济同样为春节消费增添更多活力。假期期间，各商圈纷纷推出精彩纷呈的兔年灯光展、主题光影秀等沉浸式夜游项目，助推夜间消费热度不断攀升。美团数据显示，春节假期，全国夜间消费规模占比达49%，较去年同期上涨13个百分点。其中广州“夜间游玩”搜索热度最高。

据广州市商务局统计数据，7天假期，北京路步行街累计客流340万人次，同比增长36.7%，实现营业额3.45亿元，同比增长19.4%；天河路商圈人流量高达1189.1万人次，日均流量环比元旦假期上升21%。

岭南年味也吸引了众多外地游客。据显示，广州市累计接待436万外地游客共迎新春，受欢迎度再攀高峰。在广州热门游览地花城广场，最大日客流量达20万；广州白云山、广州长隆度假区也成为人们出行游玩的热选；从增幅上看，广州标志性建筑广州塔的客流量较节前增幅最大，达201%。



■2023年春节期间，广州市各大商场举行多种活动，各大商场旺丁又旺财。

2 高端消费品类走俏 “井喷式”增长 有豪客狂扫40万元生肖金币

“终于可以摘下口罩聚会了，当然要美美地化个妆！”大年初四，广州市民沈女士开心地在友谊商店选购美妆和护肤品。

置办年货是过春节的“保留节目”。针对春节消费节点，广州本土零售巨头岭南商旅集团旗下广百股份、广州友谊举办“福兔迎春贺新岁”“兔气扬眉向新春”等特色促销活动，人流销售实现“井喷式”增长，到店人流超35万人次，销售突破2亿元，同比实现双位数增长。

据岭南商旅公布数据，在众多品类中，服装、化妆品、黄金首饰、滋补年货最受欢迎。

“穿新衣焕新颜”的春节消费习惯逐渐回归，广百推出新年红大展红“兔”甄选时尚服饰系列，兔年生肖的红色毛衣、儿童拜年服饰、红色内衣的精美礼盒等拉动服装销售突破5000万元，北京路店春节期间服饰类别销售明显上涨，其中运动服、女装及鞋类销售同比分别上升83%、33%、66%，女装珂尼蒂思品牌更售出一件价值7万元水貂大衣、日销突破30万元，歌蒂思售出多件貂毛大衣、日销突破10万元；运动品牌FILA与李宁在春节长假期间销售同比分别上升160%和190%。广州友谊各款时尚服饰走俏，精品大牌服饰同比上升65%，女士服饰尤为突出，大年初一众多专柜销售翻番。

元宵佳节是中国情人节，黄金珠宝迎来“热销季”，周生生、周大福、金至尊等品牌推出一系列兔年生肖挂坠、串珠、福牌、龙凤手镯、足金项链等单品大受消费者欢迎。受金价自去年11月以来一路走高刺激，这个春节投资金条销售抢眼，广百百货达成多宗大单销售，带动品类整体销售大幅上

涨七成。春节正值生肖金币等黄金收藏品推出，近日北京路店一位顾客大手笔购买超过40万元的收藏金币。为满足投资黄金买卖需求，该店夹层珠宝商场新设黄金收兑服务，业务十分火爆。

广东省黄金协会副会长兼首席黄金分析师朱志刚接受新快报记者采访时表示，预计黄金消费会从以前想买就买的“粗放型”消费，变为更加理智的“精打细算型”消费。小件的黄金商品更受顾客欢迎。“这对黄金市场来说是个利好消息，因为黄金类小商品销售流转将进一步加快，有助首饰类的连带销售延伸得到更大提升。”

今年春节走俏的高端消费不只黄金，奢侈品牌销售也迎来强烈反弹。新快报记者走访发现，广州太古汇的爱马仕、香奈儿、路易威登等门店在春节假期几乎每天均需排队进店，有店员对新快报记者表示，今年春节客流量恢复至去年国庆水平，销售额甚至更高一筹，不少消费者在社交平台晒出用“年终奖”买包的开箱视频。

近日，LVMH集团公布2022年度财报数据显示，期内销售收入达792亿欧元，营业利润达211亿欧元，皆增长23%，业绩创下历史业绩新高。LVMH集团董事长兼首席执行官Bernard Arnault表示，2023年中国疫情防控政策的优化调整为LVMH带来了强劲开局，他对中国市场充满信心和乐观。

据要客研究院预测，2023年中国境内奢侈品消费将恢复正向增长，增速在两位数左右。要客研究院院长、奢侈品专家周婷认为，未来中国奢侈品消费者会越来越多地在境内免税店、线上零售以及线下体验式空间进行消费，奢侈品品牌更需关注本地消费体验。



■天河路商圈举办的元宵活动，吸引了不少顾客来游玩。