



热点

非遗贺新春 广货添年味

2026非遗年货购物月在花城启幕

1月26日,2026年“非遗贺新春·寻味中国年”主题推广暨非遗年货购物月在广州启动。非遗年货购物月将持续至3月3日,联动全国17个省(区、市)非遗资源,通过线下市集、线上直播等多元形式,让非遗融入年俗,推动“非遗热”转化为广货发展动能。

■采写:新快报记者 金瑜 李佳文
■摄影:新快报记者 夏世焱 观显锋



■汇聚南北风味的美食摊前挤满了食客。

精彩活动一站式体验非遗年味

为期三天的“非遗赶潮集”是本次活动的重头戏,结合广东国家级非遗代表性项目行花街,设置寻味中国年、华衣焕新颜、国风潮好物三大展区,来自15个省(区市)及香港、澳门的130余个非遗代表性项目、60余名非遗代表性传承人进行现场展销,涵盖南北美食、非遗服饰、国潮文创等,让市民一站式体验非遗年味。

同步在线上开展的“云端送福礼”活动中,抖音、快手等平台搭建专属直播间,开展6-8小时专场直播,邀请非遗传承人在线讲述匠心故事。非遗年货购物月将持续至3月3日,各地将推出一批适宜春节期间购买消费的非遗好物、旅游线路和体验服务,推动非遗成为创新消费场景、激发消费活力的新热点新动能。

本次活动以非遗为纽带,推动传统文化与现代消费深度融合。在消费方面,活动创新“文化赋能+消费补贴”的惠民模式,发放非遗主题文旅消费券,定向覆盖非遗文创、非遗美食、非遗研学等核心场景,叠加商家优惠精准引流。

10条广东非遗年俗旅游线路出炉

活动中,文旅融合再升级,首度发布的广东非遗年俗旅游线路,包括“醒狮贺岁·广府寻味游”“疍家渔火·深汕滨海拾趣之旅”“英歌闹春·潮汕文化体验行”“客潮双韵·梅揭双城文化行”等10条,串联全省优质非遗资源与文旅地标、自然景观、民俗村落,打造“一程一主题、一线一特

色”的沉浸式体验。广州美食地图也同步面市。

美食板块成为核心亮点,“寻味中国年”展区汇聚67个非遗美食项目,“腊味飘香”板块精选18个南北经典腊味项目,“粤味最花城”板块汇聚广府、潮汕、客家三种岭南风味,十五运会吉祥物“大湾区鸡”前来助阵,游客还可亲手体验广式点心、沙湾姜埋奶等制作技艺。港澳地区7个非遗项目同步参展,包括港式奶茶、土生葡人美食等,生动诠释“湾区一家亲”的人文内涵。

“这是我们广府贺年经典食品‘笑口枣’,香喷喷,寓意新的一年开心常驻,快来尝尝吧。”一个售卖广式盆菜、贺年食品的摊位前,店主米高热情地向来往游客介绍。在通草画摊位,非遗传承人展示了通草画《马上来财》,吸引了很多游客驻足欣赏。

广州市文化广电旅游局也首度发布“广货行天下 年味最广州”十大活动。广州11区延续“一区一花市”传统,结合新春灯会、广府庙会营造浓厚氛围,从化、增城推出超百场龙狮巡游等特色活动。联动推出广州非遗美食图册,搭配从化食养非遗宴、市文化馆非遗康养活动。围绕马年首发百款非遗新品融入“广州礼物”文创品牌,并联动腾讯、淘宝搭建销售渠道。



■活动结合行花街,设置三大展区,让市民一站式体验非遗年味。

粤灯耀新春

“广货行天下”春季行动灯饰专场促销活动在中山举行

新快报讯 记者李红云 通讯员薛雅静报道 1月26日,“广货行天下”春季行动灯饰专场促销活动在“中国灯都”中山古镇星光联盟全球品牌灯饰中心举行。

活动现场发布了政府专项赋能计划,更汇集了众多本土龙头企业,通过沉浸式产品展示,生动演绎广东灯饰从“制造”到“智造”的跨越,精准匹配家庭升级、城市更新、夜间经济等多元需求。

活动推出四大创新举措,引爆全国消费热潮。特色场景打造文化消费新地标。活动选址古镇星光联盟全球品牌灯饰中心,巧妙融合“灯光+消费+体验+文化”四维理念,实现订单就地转化与文化价值输出双效合一。

线上线下全域联动创销售纪录。首创“1+N”全国促销矩阵:场内精选欧普、木林森等20家龙头设精品展台并实时直播,80家企业同步开启店铺直播,集中展示多场景智能照明方案;场外联动北京万隆汇洋、山东临沂灯具城等六省外广东灯具直销基地,形成南北呼应、城乡覆盖的消费网络。

平台媒体双轮驱动扩声量。多个平台现场发布流量扶持与专项促销政策,通过专区运营、精准推送助力品牌破圈。10余家主流媒体全程跟踪报道,以融媒体传播矩阵放大“广东制造”与“岭南灯火”的品牌声量。

全维保障护航产业升级。建立“活动-安全-服务”一体化保障体系,全流程精细化管控为活动高效运行筑牢基石。



■十五运会吉祥物“大湾区鸡”萌趣助阵。

全国“老字号嘉年华”暨大湾区年味消费季启动

“粤手礼”“国潮”新品齐亮相

1月26日,全国“老字号嘉年华”暨大湾区年味消费季启动仪式在广州市荔湾区陈家祠广场举行。启动仪式现场,广东省商务厅正式发布了第二批“粤手礼”,重磅推介了一批老字号“国潮”新品。作为全国老字号嘉年华重点活动、广东“广货行天下”春季行动的重要组成部分,大湾区年味消费季活动将持续至1月28日。

■新快报记者 陆妍思 通讯员 穗商务宣



■位于陈家祠广场和1906科技园的老字号主题市集吸引大批市民前来扫货。

据了解,2026年全国“老字号嘉年华”以“国货潮品 焕彩换新”为主题,活动将采取“1+4”形式,以启动仪式为起点,围绕“老字号创意市集”“老字号全民共赏”“老字号名品博览”“老字号匠心出海”四大主题,组织各地举办35场形式多样、内容丰富的特色活动,扩大优质商品和服务供给,打造多元化、融合化消费场景。围绕即将到来的马年春节,将集中推出8场全国性主题活动,打造“一站式”购物平台和“打卡地”消费场景。

记者在位于陈家祠广场和1906科技园的老字号主题市集看到,这里汇集了广州及大湾区其他城市特色老字号产品,王老吉国际罐、珠江啤酒茶啤新品、双鱼十五运会纪念球等一众广州老字号潮品齐齐亮相,非遗体验、国潮演出、消费福利轮番上阵。为市民打造一场集文化传承、消费惠民、品牌赋能于一体的年度消费盛宴,有效带旺节前市场氛围,持续释放消费潜力。

统计显示,广州拥有35个中华老字号、82个广东老字号、150个广州老字号,涵盖食品、餐饮、医药、住

宿、文化娱乐、工业制造等行业,构成了岭南商业文化的鲜活版图。

广州老字号积极拓展市场版图,既深耕本土消费市场,又加快“出海”步伐。

近年来,广州老字号以“抱团出海”模式拓宽国际化路径。王老吉以WALOVI英文品牌标识深耕全球市场,产品覆盖超100个国家和地区,连续五年蝉联全球植物饮料销量第一;珠江钢琴远销百国,国际市场占有率达41.89%,销量连续24年全球第一,2025年新增留声机、电子琴等品类,进一步丰富出口产品结构;广州工控通过承办“一带一路”产业合作论坛,推动广重汽轮机、广州电缆等品牌出海,其中广重产品出口额同比增长246%。在第138届广交会上,广州轻工集团旗下8家企业推出1300余件创新产品,不断彰显“广货”全球吸引力。

广州市商务局有关负责人表示,当前广州正积极开展“广货行天下”春季行动,打造“羊城消费新八景”之“行花街”主题消费场景,希望通过老字号嘉年华等各种促消费活动,丰富节前消费新业态新模式新场景,进一步激活春节消费市场。