

城事

“1+10+N”全城联动 消费盛宴乐到年底



■9月23日晚,2026 广州国际购物节在ICC环贸天地户外广场启幕。

9月23日晚,2026广州国际购物节在广州ICC环贸天地户外广场开幕。本届购物节以“购全球 最广州”为主题,从9月23日持续至12月31日,采取“1+10+N”全城联动模式,串联主题活动、特色亮点、促销优惠等,开启一场面向全球、全城联动、全民共享的消费盛宴。

今年是广州国际购物节连续举办的第15年,也是广州培育建设国际消费中心城市5周年。2025年,广州全市社会消费品零售总额达1.1万亿元,成为全国第三个“消费+外贸”双万亿城市。

■采写:新快报记者 陈洁 通讯员 天宣 ■图片:新快报记者 邓迪

■9月23日晚,以“购全球 最广州”为主题的2026广州国际购物节在广州ICC环贸天地户外广场盛大启幕。



“数字”成关键词 “明日产品”轮番亮相

本届购物节,“数字”成为贯穿全程的关键词。

开幕式上,AI短片《2030的一天》描绘出未来生活图景;数字科技企业带来的AI硬件、AI吉他等创新产品精彩纷呈,展现数字消费新势力。现场同步设置四大市集,从“卖商品”到“卖场景”“卖体验”。在数字赋能消费专区,具身智能机器人、智能家电等“明日产品”轮番亮相,呈现人工智能与消费深度融合的新趋势。金融赋能消费专区以金融活水激发消费潜力。多元消费场景专区将购物、旅居、经营、陪伴浓缩于一

体,让消费者一站式体验生活的万千可能。国际美食专区打造“广州首个国际特调节”,让环球酒饮、特调与各国风味同台亮相。

天河商圈、商场代表共同启动天河区数字消费生态共建联合行动,落地云逛街、智能导购、无感支付、千人千面个性化优惠等数字化服务,推动商业数字化转型,实现数智惠民、科技悦购。天河路智慧商圈小程序购物节专属优惠同步上线,集中推出各大载体的折扣好礼,让智慧消费更便捷、品质生活更实惠。

“一区一主题”全城联动营造消费氛围

购物节期间,广州各区“一区一主题”,营造浓厚的全城消费氛围。

作为主会场,天河区在购物节期间将举办超150场活动,涵盖首发热点、创意集市、音乐派对、主题艺术展、线上促销等,让市民游客感受国际消费中心城市的魅力。

越秀区打造文商旅体健融合消费场景;海珠区统筹广交会商旅、滨江地标、潮流青年、国际退税等多元场景;荔湾区推出西关文化市集、潮流运动市集、主题新品首发等活动;

白云区打造全城联动时尚消费盛会;黄埔区构建“商文旅体”同频共振消费生态;花都区打造集国际消费、运动激情、文化体验于一体的综合性盛会;番禺区依托广东时装周,打造产业升级与商圈消费融合标杆盛会;南沙区统筹“节庆消费热”与“邮轮、游艇消费新业态”,打造融合消费新地标;从化区构建“购物+赛事+微度假”全时段消费新场景;增城区突出“年轻化、生态型、产业融合”标签,让消费者感受增城独特的消费氛围与魅力。

对接广交会 入境消费服务再升级

第140届广交会将于10月15日开幕,广州将再次迎来四海客商。本届购物节与广交会同频共振,发布两条入境消费主题线路,串联广府美食、潮流商业、前沿科技与城市文化,向世界展示广州“不止于购物”的多元消费生态。

据介绍,为了让海外游客畅购无忧,广州市超1800家离境退税商店整装待发,近1.6万家重点商户支持境外银行卡刷卡,境外客商凭参会证件即可在全市超4600家门店享受

消费立减优惠。

与此同时,“Nihao China”应用整合外卡支付、扫码通行、多语翻译、即时退税等服务功能,为境外来华人士提供覆盖支付、出行、生活、文旅等场景的一站式数字服务。从落地到离境,从支付到退税,一条覆盖全流程的便利化服务链条已成形。

通过数智支付、入境消费、全域优惠等协同发力,广州正加快构建“引客入穗、留客消费”的闭环,努力打造国际旅客来华消费的“首选站”。

交易额突破16.4亿元,第38届广东时装周广州圆满闭幕

番禺与全省联动 时尚嘉年华持续至节后

新快报讯 记者王娟报道 9月23日晚,2026广东时装周-秋季(第38届)闭幕式在广州番禺万博时尚广场举行,为期9天的时尚盛会圆满收官。200余个国内外品牌、超1000家企业相聚番禺,20余场新品发布、50余场多元活动密集展开,秀场遍布万博时尚广场、香江1号、盈发大厦、万达广场等多个会场,海内外各大主流媒体、达人账号争相报道时装周盛况,带动线下专业观众超5.13万人次,官方直播平台曝光超8932万人次,交易额突破16.4亿元。

创办于2002年、连续举办38届的广东时装周,在“十五五”开局之际,再次印证了广东从“服装大省”迈向“时尚强省”的坚实步伐。

首发首秀结硕果 原创品牌加速成长

创意发布与商贸洽谈同场交汇,秀场落幕即是对接开场——一批新品在此首发,一批合作在此达成,一批品牌在此成长。

本届时装周闭幕大秀由女装品牌 ANOTHER ONE 安那迪与荣耀 Magic9 联手呈现,以“灵感无界”为主题,将科技产品的工业设计语言与服装的廓形、材质、光影表达并置在同一舞台上;时装周战略合作伙伴、闭幕式冠名合作方番禺信投进行时尚产业项目推介,为产业发展再添一把火;紧随其后的“番禺秀”,自许、萧娘、诺曼琦、墨

话 MOHUA 等成长于番禺的时尚品牌联袂登台,亮出番禺快时尚的原创底牌;国际知名品牌 ASHWORTH 则承袭美式自由基因,以高尔夫风格,诠释轻松优雅的运动美学着装。

根据《广东省服装行业高质量发展行动计划(2026—2028年)》关于“强化高层次人才支撑能力,持续培育发布广东十佳服装设计师”的部署,闭幕式现

场发布第26届广东十佳服装设计师名单。以发布育品牌、以秀场育人才,越来越多广东服装企业正从代工制造,走向原创设计与品牌引领。

非遗“穿得出、带得走” “即秀即卖”直通市场

让传统工艺走出博物馆、走上街头,是本届时装周最具辨识度的成果。作为串联起“技艺—设计—市场”的核心纽带,广东时装周将被称为瑶族“活文字”的乳源瑶绣完整地搬上大众舞台,不仅带来主题发布与瑶乡好物展,更推动古朴图腾与现代剪裁碰撞,衍生出手提包、首饰、香囊等生活化产品,让非遗真正“穿得出、带得走”。

在时装周推动下,广东省服装服饰行业协会与东西巷共建“岭南非遗服饰沉浸式体验基地”,构建“技艺传承、原创设计、价值转化、乡村振兴、文旅消费”五位一体融合创新体系,让非遗从秀场的几分钟沉淀为产业可消化的长期资产。产教融合结出新果,学生原创作品登台走秀,为时尚产业输送新鲜设计力量。

秀场热、市场更热。本届时装周持续放大“即秀即卖”效应,不仅把会场铺成了多点矩阵,将秀场热度最大化利用,核心主会场更通过持续优化营商环境和产业服务,推动参展品牌从“走秀”走向“落户”。

这种转化并非只发生在活动期间。时装周闭幕之际,恰逢中秋国庆假

期将至,番禺与全省联动的时尚嘉年华活动将一直持续至节后,实现“一展带多城、一秀旺一片”,为广州建设国际消费中心城市注入时尚动能。

对接会办在秀场边 内外双通道越走越宽

把对接会办在秀场边,是广东时装周提升参展参会企业经贸交流的关键一招。通过一场场活动,让品牌、工厂、平台与渠道在同一时空里握手,产业链协同从松散合作走向深度咬合。需求与产能被摆在同一个会场,原本需要几个月才能建立的信任,被压缩到一个下午。

这种协同不只发生在会场里。向外看,开幕大秀上,双“金顶奖”设计师武学伟、武学凯联合海宁中纺带来 WUD 吾与吾国风发布,实现粤浙产业跨区域联动;随着希音9月初登陆港交所,广东成熟的“小单快反”柔性供应链——最快30分钟匹配资源、48小时出货——再度成为焦点,广东时装周用一场“广货行天下——广东纺织服装及鞋类行业联盟与拼多多对接活动”接住这波流量,开辟广货服装出海的新通路。标准建设同步夯实产业底座,《乳源瑶族刺绣技术规范》《无缝压胶服装》团体标准技术研讨会破解行业共性难题。从产品出海到品牌出海、能力出海,广东服装的内外双通道越走越宽。



■第38届广东时装周闭幕大秀上的本土女装品牌秀。
新快报记者 毕志毅/摄