

万象城、SKP、太古里扎堆来广州

巨头纷纷押注,千年商都高端商业实力再圈粉

“广州之货,天下未必有;而天下之货,广州尽有之。”

千年商都广州培育国际消费中心城市再出新招。10月25日,广州市印发《关于鼓励发展首店首发经济的若干措施》,提出广州将开启首店、首发的“绿色通道”。10月28日,广州市又印发《天河区现代商贸业“十四五”发展规划(征求意见稿)》(以下简称《规划》),强调要增强高端和国际消费供给。

就在不久前,华润集团、北京华联、太古地产三大商业巨头也透露将加快万象城、SKP、太古里三大地标性商业综合体在广州落户。三大顶级商贸载体不约而同宣布落子一城,放眼整个中国商贸圈都不多见。

随着国际消费中心城市建设的日益加速,高端商业载体、国际品牌加速向广州集聚,千年商都显示出更强大的“磁力”。

政策力推千年商都商业再上台阶

“国际化程度是衡量国际消费中心城市建设的指标之一,因此从宏观层面亦提倡引入国际性消费品牌。广州各区陆续出台商业扶持政策,可以更好地吸引社会资本投入,促进居民消费,也更有利于高端商业的落地。同时借由国际消费中心城市名号与广州城市知名度提升,吸引具有高消费力的远端游客到访广州,也将反向推动顶级商贸载体的集聚与建设。”张宸豪进一步补充道。

记者了解到,培育国际消费中心城市,推动千年商都商业再上台阶的一系列政策正在路上,近期有几个相关举

羊城晚报记者 孙德昌 赵薇华 实习生 吕凌薇

1 广州将再增三大顶级商贸体

广州高端商业再圈粉,万象城、SKP、太古里都将加快在广州落户,显然,三大地标性商业综合体的落地,意味着广州作为中国老牌一线城市的商业价值再度提升。尤其在受到疫情冲击、国内高端消费回流的大背景下,邻近港澳、处于大湾区核心地位的广州将成为中国高端消费的“新突破口”,而新建成的顶级商圈,无疑将是各大高端消费门店的最佳载体。

千年商都广州为何有如此强大的“磁力”?顶级商贸载体的进驻与国际消费中心城市的建设如何相辅相成?第一太平戴维斯广州商业及零售服务部负责人、董事张宸豪接受羊城晚报记者专访时表示,广州作为大湾区的中心城市之一,亦是华

南唯一入选培育建设的国际消费中心城市,经济发展前景及零售商业实力受到双重认可。

张宸豪分析称,对比其他一线城市,广州是奢侈品牌进驻率最低、高端商业载体最少的市场。伴随主力消费者的迭代、外来人口持续流入,主流消费观念产生变化,对高端消费需求大幅攀升,消费缺口拉大。但实际上,相对于京沪深这几个一线城市,广州更擅长TO C(面向消费者)而非TO B(面向企业)。相较于能通过快速引进企业达成的经济发展,面向消费者的购物中心发展更需要历史、氛围、人文环境的沉淀,有着“千年商都”之称的广州,在这一点上相较于其他一线城市有着明显优势。

体验中心、服务中心等,围绕国际一二线品牌、海外小众高端品牌、国内潮牌和知名品牌等,构建品牌汇集、品质高端、品位独特的优质商品供给体系。

此外,《规划》还强调,主动承接香港国际一线品牌外溢,吸引顶级奢侈品牌和国际一线品牌落地,打造华南高端消费地标,推动高端消费回流。

根据《规划》,依托珠江新城商圈丽思卡尔顿、四季、瑰丽等和天河路商圈文华东方等存量高端酒店,广州将大力推动英迪格酒店华南首店落地运营,积极在金融城片区引进国内外高端酒店品牌,进一步推动高端酒店集聚发展。



千年商都广州高端商业竞争将更加激烈 图/视觉中国

3 高端商业赛道竞争将更加激烈

那么,当前广州高端商业版图格局如何?张宸豪表示,目前定位于重奢购物中心的太古汇在广州高端商贸圈中一枝独秀,但K11、天环等中高端购物中心通过pop-up store(快闪店)等形式试水奢侈品市场及广州首进的国际品牌,档次逐步上调,竞争力强劲。

从目前各自的策略来看,广州太古汇采用“持续深化深奢定位”“重视首店策略”等发展方针,不断优化高端品牌矩阵和多元化业态,以高端品牌首店形成品牌集聚影响,同时利用沉浸式戏剧等形式积极探索公共空间空间的建构与重塑。由此,广州太古汇在2021年成功实现零售销售额增长33.4%,

成为太古集团旗下增幅最高的项目。

而相对于太古汇的“首店”策略,天环商圈的发展策略则偏向于“潮奢”方向。据统计,天环Parc Central去年进驻了30多家品牌门店,完善了各类细分业态的丰富度,同时利用开放式空间优势,积极与其会员进行互动,稳固了消费人群“基本盘”。

K11依托其所在的珠江新城核心商圈,在保持调性与品味的同时,积极发展特色消费体验店,如具有美学体验的锚记迷宫、梵高艺术主题餐厅、独立艺术展示间等,并通过新媒体宣发计划吸引众多市民前往打卡,有效提升了商圈的客流量与曝光量。

不过值得注意的是,国内也不乏高端商圈前期发展势头强劲但后期疲软的案例。张宸豪分析表示,虽然线下门店仍然是奢侈品牌树立品牌形象、吸引新增客群的重要方式,但为了适应国内市场趋势及迎合新一代中国消费者,奢侈品牌也应着力布局线上营销渠道,纷纷进驻小红书、抖音等平台。

可以预见,随着新的顶级商业巨头的加入,未来广州高端商业商贸领域竞争将更趋激烈,但同时也将催生出更多的消费趋势与流行文化,以及相关工作岗位。普通市民也将看到一个更多选择、更多元、更便捷、更国际化、更高端的广州。

休闲游戏引来巨额红利 技术生态助推更强创造力

10月27日,“羊了个羊”背后公司现清仓式分红”这一话题登上了微博热搜,顿时引发了一波热议。此前,小游戏《羊了个羊》爆火后,其研发公司背后的股东吉比特也进入了不少投资者的视线。日前,根据吉比特披露的三季度财报及分红方案,公司准备将前三季度净利润的99.45%派发给股东,拟派发现金红利10.06亿元。

吉比特,代理发行了数不胜数的小游戏,还先后入股了9家游戏公司。在“广撒网”之下,这些公司一旦有爆款游戏推出,吉比特也会从中受益。无论是今年爆火的《羊了个羊》,还是此前它运营的《摩尔庄园》《奥比岛:梦想国度》等,都为其拓展了用户圈层。

这种看起来就是传统的那种消消乐游戏,其实很高明,因为背后的设计能很好地把握住玩家随时拿得起、不用学、玩得不放手心理。如果细究《羊了个羊》怎么赚钱,它的收入主要来自广告,广告之所以能够实现反复大量的播放,得益于游戏的独特设计。它只有两关。第一关为简单的教学关卡,第二关被玩家称作“通关率不到0.1%”。玩家越想挑战成功,因而需要频繁花30秒看完广告才能复活,极大地提升了游戏内广告的播放量,广告的点击频率和次数,跟游戏开发者的收入直接挂钩。

更重要的是,这类超休闲游戏是基于腾讯的小程序成长起来的,类似于一个实时加载的网页,人们不需要单独下载一个APP。用户之间的分享和转发会非常方便,这样对于新应用的裂变就会产生非常巨大的作用。游戏可以直接挂在小程序上,至于盈利,就靠广告点击来完成,这样游戏开发和进入市场的速度就会快得多。开发者还可以很容易根据玩家的偏好来选择加载广告的位置。

面对泛泛的人群,却有精准的设计,精准的回报,作为一个有超过12亿用户的微信平台,人群规模就在那里。广告主都生长在这个平台上,同时也为游戏公司提供了足够的回报。“广告主-游戏-平台-用户”的生态之下,要滋养出一批互惠互利企业也是很容易的。正因为链条缩短了,游戏开发更高效了,回报更直接了,以前动辄要巨量投入研发的游戏公司,如今可谓如鱼得水。

这样的技术平台就像一个生产力加速器,会培养出无数有创造力的群体参与到研发之中。它类似于抖音的剪辑应用,能让无数专业视频人士弹指间就能拥有自己的水平,一下子就在业余人士身上实现。门槛被降低,创造力涌现,效率被加速,商业被实现,这或许就是技术改变生活的一种美好状态了。

东莞体彩携手美宜佳 共谱公益篇章

羊城晚报记者 胡彦 通讯员 李琪 插图 采采

在东莞,不少美宜佳便利门店都有显眼的“中国体彩”灯牌。如今,市民群众走进美宜佳便利店购买中国体育彩票,已是一种普遍的现象,也成为了部分购彩者的习惯。

跨界兼营开启双赢利民模式

美宜佳便利店内张贴着中国体育彩票相关材料,整齐叠放着即开票顶呱刮。“这种模式好,非常方便。而且买彩票还能跟老板聊聊天,唠唠家常。”已购买体育彩票十余年的购彩者廖先生笑道。

这家位于东莞市南城亨美社区的美宜佳便利店,每天都吸引着周边不少顾客到此采购消费。店员梁子娟介绍说:“会有购彩者专程到此购买体彩,顺带

买些生活用品;来采购生活用品的顾客顺带买体彩的情况也并不少见。”她表示,广东体彩兼营的模式带动了便利店的人流,火了人气,收入也自然提高了。

在周边的工业园区,到便利店店里投上几注彩票,已成为上班族工作之余消遣娱乐的一项活动。“这位顾客每次来都买两张顶呱刮,碰碰手气。”在水濠山工业园区经营着一家美宜佳便利店的店长郑文君表示,每当傍晚将至,附近的上班族都会陆续过来买彩票,三两人一起结伴聊天,经常出现排队购票的情况;有时伙计们还会在周边围坐,一边吃夜宵,一边刮顶呱刮。

自从拓展社会兼营实体店以来,东莞体彩借助美宜佳便利店贴近市民、人流量大的特点,将体育彩票的销售下沉至地铁站边、工业园区内、大街小巷中,

提高了体育彩票的知名度,极大地满足了市民便捷购买体彩的心愿,同时也一改传统体育彩票专营店模式高成本的状况。

公益体彩 责任为先

“建设负责任、可信赖、高质量发展的国家公益彩票”这一发展目标,从微观层面看,体现在体彩实体店与全体从业人员时刻践行的工作准则当中。“虽然我们也是兼营方,但禁止向未成年人销售彩票及兑奖,干预非理性顾客、预防购彩沉迷,帮扶救治问题购彩者等注意事项,都是我们日常需要严守关注的,这样才能带动行业持续健康发展。”美宜佳店长郑文君说道。

东莞市彩洋科技有限公司负责人介绍,为保障美宜佳便利店体彩兼营代销方的专业性,近



年来,公司持续定期对美宜佳相关从业人员进行实操、宣讲培训,要求代销者经营须合法合规,切实推动责任彩票工作落实落细,坚守广东体彩责任为先、公益公信的理念。

从宏观层面看,彰显在“来

之于民,用之于民”的各项全民健身健身实事之中。“我今天买了10注大乐透,共花费20元,即使没中奖也没关系,也能贡献7.20元公益金。”上班族李小姐购买体彩已有两年,她认为这也是参与公益的一种方式。

深圳、湛江民间棋王出炉 体彩公益助力象棋文化普及

好者参与比赛。经历了三个多月的海选赛以及高手云集的区域选拔赛后,共有16名棋手脱颖而出进入深圳赛区的总决赛。

总决赛执行中国象棋协会审定的《象棋竞赛规则》(2020版),双方基本用时15分钟包干制,超时判负。参赛选手两两对坐,捉对厮杀。虽然口罩遮住了他们的大部分面容,但选手们驰骋弈场的风采仍然显露无遗——有棋手快子行军,纵横捭阖步步紧逼;有棋手眉头紧蹙,托腮提子举棋不定;有棋手如老僧入定,棋随心动流水行云。棋手之间不需言语,因为棋子即是文

字,行棋即是对话。经过五轮激烈角逐,黄向晖最终力压群雄将“深圳棋王”桂冠收入囊中,简嘉康获得亚军,杨涛获得季军。他们三人分别获得5000元、3000元、1000元的奖金,并将代表深圳市参加广东省决赛。棋手们在现场比赛后,还收到了市体彩中心赠送的充电宝、雨伞等纪念礼品,并手持体彩吉祥物“乐小星”合影留念了美好的瞬间。

历时3个月,湛江市14名棋手经过海选赛的激战,挺进2022年中国体育彩票全国象棋民间棋王电视争霸赛湛江赛区决赛。决赛采用积分编排制,经过30场对弈,来自霞山区的选手邓家荣夺得冠军,赤坎区选手吴捷儿和霞山区选手李文强则分获亚军、季军,三人将代表湛江市参加全省决赛。

从竞技体育到大众体育,从激烈的赛场到普通市民生活周边,在丰富广大群众的体育文化生活、普及中国传统文化上,中国体育彩票一直坚守公益初心,践行责任不息。棋王争霸赛不但普及了中国传统象棋文化,也让广大象棋爱好者走进体彩,近距离了解体育彩票和体彩公益金为社会民生所作出的公益贡献。(文/图 胡彦 粤体彩)

买大乐透送7星彩活动开启

广东省体彩中心将开展买大乐透送7星彩活动,活动时间为2022年11月2日00:00:00起,至2022年11月26日23:59:59结束。活动赠票资金为50万元,如果赠票资金提前使用完毕,则活动在资金用完当天23:59:59结束。活动时间内,购彩者购买超级大乐透彩票,单张彩票票面金额为20元及以上者,即可获得一张2元机选的7星彩赠票,多期票不参与活动。如果地市中心同时开展同类



买大乐透送7星彩活动参与实体店明细,扫码就知道

活动,则地市活动优先,两项活动不叠加。本次活动仅限部分实体店参与,请购彩者注意,参与活动的实体店详细名单可扫描二维码查看附件。(胡彦 粤体彩)

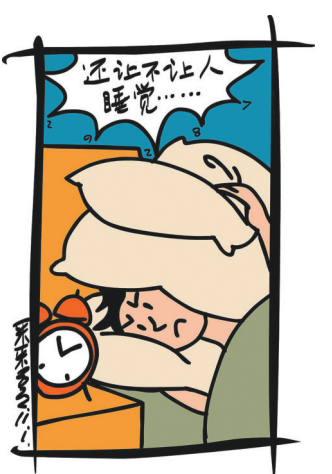
装修(上) 插图:采采

小方好不容易休了两天带薪假,本来准备睡个自然醒补补觉,可早上七点一过,楼上就传来很大的机器切割地面的声音,这声音时断时续,让本来神经衰弱的小方苦不堪言。

还让不让人睡觉了?噪音让小方很郁闷。楼上什么情况?这不是在扰民吗?这么个老旧小区,住的都是老住户,是谁没事干还会把钱花在房屋翻新上呢?一连串的疑问使得小方睡意全无,决定上楼一探究竟。

三楼的房门虚掩着,小方推开门,见两个工人正用切割机忙活着,屋内尘土飞扬。“房主呢?这是在干嘛,楼下待不了人啊。”小方毫不客气并明知故问地说道。

其中一个年长些的工人,停下手中的活回道:“这屋换了主人,要重装地板,先要把地面刨了。”“可这声音太闹心啦,要不你俩谁到下面体验一下?”小方



没好气地说。“我们也是受雇于人,听人家安排的。好在就弄一天完事,你就先忍忍吧。”还是那老的在说,年纪轻的压根就没停下手下的活。

小方像拳头打到棉花上一样。既然改变不了环境,那就逃离环境。小方想到了门口的福利彩票站,那里是小方没事时常光顾的地方,事出无奈,他只能去那里暂避一时。(朱廷嵩)

大号热出 连号淡出 ——析体彩玩法走势

大乐透:前区:大号热出,大小比关注3:2防4:1。和值上升,关注100—120之间。偶数强势,关注奇偶比2:3防1:4。012路关注1:2:2。连号淡出,关注散号。后区首防双小、双偶组合,次防

双大、双奇组合。
7星彩:150—325—108—107—569—240+03、05、07。
排列3:精选号码三注:212、469、653。
排列5:精选号码三注:10392、42621、53207。(加纯)

