

广州商业新年迅速回暖 “终于忙碌起来了！”

前兔似锦

相关报告看好2023年市场复苏，各大商圈摩拳擦掌等待新春人潮

文/图 羊城晚报记者 孙绮曼 实习生 卢佳圳

“根本没有想到复苏得这么快，远超我们想象！”1月15日，广州友谊商店正佳店的店员李红望着电梯口上上下下摩肩接踵的人流，向记者感慨道。

连日来，消费复苏的气息铺满了广州大地，对新年的期盼凝聚在了各大商圈的新春活动里，挂在了来往市民愉悦的笑容上——仿佛在宣告着，走过了长长暗巷，面对新的一年，大家都充满了希望与期盼。广州友谊商店相关负责人向记者表示，预计即将到来的春节假期将是一个“开门红”，“终于忙碌起来了！”。

“2023年，广州将有五个项目，共32万平方米的优质商业面积落成，其中珠江新城及北京路都将有小体量项目落成，而大悦城也将开出在广州的首个项目，优质零售物业市场将持续复苏。”世邦魏理仕中国区战略顾问部商业咨询负责人钟廉军向记者表示。



天环广场醒狮瑞兔造型祥和喜庆，展现岭南文化特色

去年四季度成开业旺季 落成逾九成新增优质商业面积

公开数据显示，广州2022年1-11月社会品零售总额同比增长1.9%，消费增长以基本生活类消费品、药品、网购以及网络订餐为主。受到疫情影响，大众消费意愿有所降低，线下零售门店客流量下滑，销售额减少，加之成本上升，利润率也有所下滑，连锁品牌零售商纷纷缩减线下门店规模，关闭经营不善的门店。

仲量联行发布《2022年广州房地产市场回顾与展望》(以下简称“世邦魏理仕报告”)显示，11月底广州市发布优化疫情防控管理措施，之后尽管迎来了一波感染高峰，但随着年底接近达峰，零售市场终于开始显现复苏迹象。

世邦魏理仕报告显示，2022全年广州共录得5个购物中心，共33.3万平方米的新增供应，较2021年增加了4.8%，全部都位于非核心商圈，分布在白云、越秀、天河和黄埔区。

作为传统的开业旺季，去年第四季度出现了供应高峰，2022年超过九成的新增优质商业面积都落成于该季



商城户外美陈奇幻无穷，吸引市民打卡拍照

“广州首店”钟爱天河路商圈 各大商业空间换上“新年皮肤”

世邦魏理仕报告显示，在过去一年中，时尚服饰、特色餐饮、轻食软饮、配饰及珠宝、新能源汽车和运动娱乐体验业态全年录得的新开店铺数量分别位列前六位，占全部成交的67%。

其中，天河路在各商圈中录得最多国内外知名时尚服饰品牌的广州首店，包括三宅一生、巴黎世家、Marni Market 和 ARKET等。

仲量联行报告同样分析，只有天河路商圈得益于优越的地理位置和稳定的中高端客群，持续吸引品牌入驻，成为各品牌“广州首店”首选之地，租金依然保持稳定；其他区域租金则呈现下行趋势。受到整体零售租赁需求疲软的影响，空置店铺难以迅速去化。

近日，记者在天河路商圈走访时发现，各大商业空间都精心装扮换上

了“新年皮肤”，各式兔年主题美陈纷纷出街，别具一格的设计吸引众多市民打卡合影，扑面而来的热闹场面昭示着滚烫人气的回归。

在广州天环广场中庭，记者看到，象征吉祥如意的巨大“橘子”陈设与萌趣可爱的兔子形象相呼应，构成一幅星际乐园的欢乐图景。此外，位于广场中央的醒狮瑞兔造型则更偏向传统，美陈与高楼组合勾勒出一条美丽的天际线。

“很新奇，有一种‘跨次元’的感觉。”市民陈女士告诉记者，兔年是她女儿的本命年，商场中的瑞兔造型不仅人在购物时心情愉悦，也深得自己女儿喜欢，“拍了好多照片发朋友圈！”

无独有偶，在距离不远的



地下街“兔”型花灯流光溢彩

时尚天河，偌大的兔子造型也伫立在地下商场入口处，火红的灯笼更是增添了节日喜庆。

“除了布置精致美观，我们还推出最高50元微信立减金，让欢庆新春气氛更浓！”时尚天河相关负责人告诉记者，即日起至12月31日，时尚天河响应政府促进消费的号召，携手中国银行共同推出“消费津贴大派送”活动，进一步助力春节促消费扩容升级。

广州强力推进“互联网+明厨亮灶”建设

“‘互联网+明厨亮灶’是实现行业自律的高效手段和载体。”活动现场，广州市市场监管局副局长吴少斌表示。

在经验交流环节中，阿里本地生活有限公司公共事务华南副总监李彩萍表示，公司积极配合政府监管部门抓好平台餐饮商户食品安全风险管控，创新提出“数字食安新服务”理念，形成“小蓝心”服务标准体系，标准涵盖市场准入、原材料采买、餐品制作、物流配送、售后服务等交易链条全过程。

据悉，新年伊始，在广州市市场监管局的指导下，“饿了么”已在广州正式启动“小蓝心”项目，包括西贝、

海底捞、麦当劳、肯德基等20多个品牌逾1000家门店，已入围饿了么“小蓝心”商户。

活动现场，与会嘉宾还给万民城广场“互联网+明厨亮灶”示范单位发放牌匾。据介绍，年以来，广州市番禺区市场监管局联手商业广场、网络运营商、外卖平台等各方企业，探索餐饮服务单位“互联网+智慧监管”新模式，以万民城(番禺店)为试点，作为“互联网+明厨亮灶”示范广场进行建设。目前，商场内经营的25家餐饮服务单位全部安装“互联网+明厨亮灶”系统，已基本达到建设要求，让“后厨”成为可视、可感、可知的“阳光厨房”“透明厨房”。

这些年货火了

做年夜饭的广州商家增四成，年宵花销量、年货取送订单量均涨约300%

文/羊城晚报记者 沈钊

春节临近，带旺了线上消费。18日，羊城晚报记者从多个外卖平台获悉，今年广州年夜饭市场线上线下“两旺”，提供年夜饭菜品的商家数量比去年增加四成。

此外，社区团购、即时零售等业态订单中也年味渐浓。



科研产品走出实验室，广州红掌加入盒马年花热销大军 图/受访者提供

外卖年夜饭成新风潮

除夕未到，年夜饭先火。

美团外卖数据显示，在外卖平台上“年夜饭”搜索量相比去年农历同期增长了24.1%。除了除夕当晚的年夜饭预订订单量增幅明显之外，部分以年夜饭命名的各式菜品销量也是持续攀升。例如，一款名为“酱爆肘子饭+豆干套餐年夜饭”的销量同比去年增长了233%。早在1月7日，就有与

年夜饭相关的外卖订单。

与此同时，越来越多的商家也开始觉察到外卖消费新趋势。数据显示，今年提供年夜饭菜品的商家数量比去年农历同期增长了四成。“预计今年春节线上线下年夜饭都会迎来一个销售高峰。”中国大酒店中餐营运经理宁玉光表示，目前餐厅不断探索外卖销售产品。

广州全力保障春节期间市场秩序和安全

让群众过年吃得放心、买得顺心、玩得开心

羊城晚报记者许张超，通讯员穗市监报道：新春佳节将至，广州市市场监管部门如何维护市场秩序和保障市场安全？1月18日，记者从广州市市场监管局获悉，广州已强化重点品种、重点区域、重点场所的巡查监管，加强安全隐患排查治理，让市民朋友和来穗游客“食得放心，买得顺心，玩得开心”。

强化食品安全监管，让消费者“食得放心”。据广州市市场监管局副局长杜力介绍，广州市市场监管部门持续开展食品安全“守底线、查隐患、保安全”专项行动，部署加强春节期间车站码头等重点区域餐饮单位的食品安全风险隐患排查，加强农贸市场等重点单位的监督检查；1月以来，检查应节食品生产经营企业5.5万余家次。

在批发市场、食用农产品集中交易市场等重点单位，对应节类消费量大、高风险品种开展专项抽检。今年

以来，已完成食品安全抽样检验7658批次，发现不合格(问题)产品95批次，合格率98.76%；同时，在农贸市场开展食用农产品快检检测，累计快检肉、菜、鱼、蛋等食用农产品11.27万批次，下架销毁不合格产品4400公斤。

同时，强化市场价格监管，让消费者“买得放心”。聚焦重要民生商品、防疫用品各个流通环节，广州深入开展春节及春运期间价格监督专项检查，要求各经营者及相关单位在节日期间，自觉维护肉、禽、蛋、菜、油等生活必需品及应节商品、疫情防控医疗用品、药品价格秩序；严禁任何经营者趁节日间哄抬物价，或捏造、散布涨价信息。

近期，立案查处哄抬药品、抗原检测试剂、N95口罩等价格案件58宗，并公开发典型案例进行警示。同时，还督促指导企业完善消费争议解决机制，畅通投诉举报渠道，妥善处理消费者的合理诉求。

此外，加强安全隐患排查，让消费者“玩得开心”。在特种设备安全监管方面，广州以城镇燃气、压力容器和大型游乐设施为重点开展隐患排查，组织全市70多家景区、游乐场所举办安全教育讲座。今年以来，已累计检查特种设备相关企业545家，督促隐患整改64宗。广州还深入开展电气产品综合治理，检查电线电缆等电气产品生产、销售企业148家，立案查处违法案件17宗。

春节期间，广州市市场监管局已建立应急信息接报、食品药品安全、特种设备安全、产品质量安全、市场价格稳定等8个突发事件应急处置小组，节假日期间24小时备勤；各区市场监管局成立应急分队，每日开展节日巡查，及时查办各类违法违规行为，查办投诉举报线索。

娇俏艳丽的蝴蝶兰点缀着中国结流苏，年桔的枝头上挂满了果实，银柳、富贵籽、福娃组成的福桶造型各异、红火热闹……记者1月18日从社区团购平台淘菜菜获悉，年货节期间，平台上的年宵花销量环比大涨约300%。根据淘菜菜年货节期间年宵花销售情况，全国年花十城也已火热出

炉，分别是广州、东莞、长沙、武汉、合肥、无锡、佛山、西安、成都、郑州。

通过跑腿取送年货的订单也成倍增长。美团跑腿的数据显示，春节前夕，通过跑腿取送年货的订单环比前一周增长288%，年货礼包、干果粮油、茶叶水果等均是消费者取送较多的年货类型。值得

留意的是，用跑腿服务给家人下的订单增长超过三成，通过跑腿取送鲜花、服饰的订单环比分别增长了37%和27%。

这周，家住广州的程女士在线上选购好所需要的银柳和腊梅后，下单叫来了跑腿小哥帮忙取送到家。郭女士说：“过年少不了买些年花，但节前这几天要上班，市场也关门得早。”位于北京的跑腿骑手张岩最近接到不少类似的订单。张岩说：“快过年了，感觉最近送的东西都喜庆了。”值得一提的是，从订单增长幅度来看，广州、深圳、海口、东莞、昆明、沈阳等城市成为通过跑腿送年货增幅最多的前五大城市，其中广州的订单增长幅度全国最大。

高管侃新年

劲牌有限公司副总裁李晖：

寻找消费中健康诉求的增长点

羊城晚报记者 程行欢

定时间，消费信心的提振也需要一段时间。

消费场景上，各类宴席场次会增长，尤其是春节期间，县级市场和乡镇市场的恢复强度会更大些。虽然堂食已经恢复，但家庭消费习惯已经养成，这一领域依然逐步增长。在消费购物的渠道上，会延续现有的方式，不会出现大的转变。

健康成为增长诉求点

羊城晚报：新的一年中国市场会有哪些增长点和新特点？

李晖：2023年，随着疫情管控放开，短期内民众对健康产品和服务的需求会激增，这种来自于人民群众对美好健康生活的追求，也是带动中国经济复苏的强大动力。劲牌公司作为专业化的健康产品企业，以人类健康事业作为企业安身立命之本，所有的产品都具有健康内涵，这让健康成为消费者追求美好生活的底气。

羊城晚报：酒类消费竞争激烈，劲酒如何做好差异化市场？

李晖：基于对民众健康需求的研判，中国劲酒“免疫调节抗疲劳”的保健功效、毛铺酒“减少酒精性肝损伤”的健康价值等内容都能与消费者产生共鸣，成为劲牌类产品在竞争中的好而不同点和新的增长点。

今年劲牌迎来70周年发展新阶段，在官宣发布会上，我们推出了新的企业品牌战略定位“创新草本科技创造健康生活”，公布了“我与劲牌的故事”全球征集方案，诚邀消费者朋友们讲述与劲牌结缘、难忘的美好故事，并将围绕“劲牌七十载 健康向未来”主题，以“传承养生智慧——复兴中医经典——创新健康科技——焕新品牌认知”为主线，结合我们的消费者、行业、政媒、合作商、员工等开展针对性的品牌活动。