



第三十三届哈哈会今日举行

广东带来超200平方米主题馆

文/羊城晚报记者 孙绮曼

近日,记者从广东省商务厅获悉,第八届中国—俄罗斯博览会于5月16日—21日在哈尔滨国际会展中心举办,同期举办第三十三届哈尔滨国际经济贸易洽谈会。

为扎实开展“粤贸全国”工作,进一步激发消费潜能,促进广东企业拓展国内国际市场,广东省组织广货精品在哈尔滨国际会展中心B厅亮相,不断为企业拓展新空间。

据了解,广东省以“粤贸全国粤品粤舰”为主题,搭建225平方米富有岭南特色的广东主题馆。汇聚展示广汽埃安、格力电器、智航无人机、酷爱智能科技、深圳积安、佛山蒙娜丽莎、皇上皇、茂名鹰金钱海宝等近40家知名品牌和中华老字号企业,参展展品涵盖智能制造、老字号广货、品质家居、创新家电等领域,持续擦亮广货精品的金字招牌。

值得注意的是,5月17日下午,广东省商务厅、黑龙江省商务厅将在哈尔滨香格里拉大酒店举办“粤贸全国”广东—黑龙江经贸合作交流会,展示两省的营商和投资环境优势,共商投资广东、深化合作等议题。



广东老字号烘焙糕点 羊城晚报资料图

江经贸合作交流,展示两省的营商和投资环境优势,共商投资广东、深化合作等议题。

## 为澳门消费注入新活力 数字经济助力粤澳合作再谱新篇章

文/图 羊城晚报记者 孙绮曼



2024“澳门品牌馆大众点评 VIP Day 嘉年华”举行启动仪式

5月14日,2024“澳门品牌馆大众点评 VIP Day 嘉年华”在广州越秀区举行启动仪式。据悉,在第一季活动中,商户实现了订单量环比增长134%,商户门店收藏量增加了33万,有效助力广大澳门企业抢抓大湾区商机。

“澳门特区政府致力推动‘1+4’经济适度多元发展策略,其中包括进一步优化电商发展环境,利用数字化营销工具拓展业务。澳门经济及科技发展局支持澳门的商会、协会举办电子商贸的活动,以促进澳门的企业,特别是中小企业善用电商在线营销的模式,提升企业的竞争力。”澳门经济及科技发展局对外贸易及经济合作厅厅长林凯健表示,这次活动利用内地知名电商平台进行推广销售,有望助力澳门中小企业用好电商的渠道,拓展内地市场的商机。

澳门工商联会会长、澳门广州社团总会会长何敬麟表示,澳门工商联会一直以来通过举办系列活动对外联内拓,致力于促进特区政府及工商界信息交流,协助中小企业抓住商机。在第一季的“澳门品牌馆引流活动”中,商户实现了订单量环比增长134%,商户门店收藏量增加了33万,效果显著。今年,将继续

通过活动宣传澳门特色美食及服务,通过优惠折扣、“话题挑战赛”“VIP Day嘉年华”“旅游路线打卡”等多项活动展现澳门魅力,吸引内地旅客来澳游玩,为澳门消费复苏注入新活力。

“广州、澳门作为粤港澳大湾区4个核心城市中的两个,历来交流紧密。今天的启动仪式,进一步全方位介绍澳门产品及服务,促进粤港澳大湾区建设的主题,在更多领域、更多方面架起穗澳沟通和服务的桥梁。”广州市工商联(总商会)副主席余剑春表示,双方将继续依托粤港澳商会协作中心,协同粤港澳工商界发挥作用,针对不同行业、不同领域交流需求,深化产业协作交流、产业链上的协同对接,助推粤港澳两地商协会间资源共享、机遇共享,促进合作项目落地落细,助力粤澳产业合作走深走实。

据悉,近年来,粤澳合作成果丰硕。生物岛实验室联合澳门科技大学等单位开发出基于影像学的AI辅助诊断系统,获国务院批示在全国推广使用。由何敬麟发起建立的澳门青年人创新部落自设立以来,共引进粤港澳大湾区优质项目近300个,其中澳门项目超60个,成为黄埔与澳门合作的标杆、示范品牌项目。

## 垂钓产品相关伤害多发！ 广东发布提醒

文/图 羊城晚报记者 詹淑真 通讯员 粤市监

广东省市场监管局发布“垂钓”提醒：

一是做好必要的防护准备。要带好必需的食品饮料和常用药物如创可贴、驱蚊水等,穿戴必要的防护衣物如太阳帽、长袖长裤、防护眼镜、防滑鞋等。雷雨、大风或高温天气不适合垂钓活动,夜晚视线不好应加倍注意安全。

二是选好安全的垂钓位置。要在相关管理部门允许的区域垂钓,注意观察周边环境,选择安全防滑的钓位,禁止在高压电线附近垂钓,远离陡崖、深水或急流区。

三是选用合适的钓竿。玻璃纤维竿坚韧耐用但相对重一点,断裂后容易造成玻璃纤维刺伤,碳纤维竿重量轻、硬度高、弹性好,但容易导电,雷雨天和低压裸露电线下绝不能使用。

四是小心鱼钩伤人。备用鱼钩等用品收纳在钩箱里,不要随意摆放或乱丢,抛钩、起竿时要注意避让身边游人,以免鱼钩刺伤或鱼竿刮伤,取钩时要小心谨慎,避免钩尖划伤。如果不慎被鱼钩

刺伤,应立即进行消毒处理,并视情况就医。

五是监护好小孩安全。如果有小孩参加钓鱼,最好选择有专门设立的儿童垂钓区,使用适合小孩年龄和体型的钓具。在垂钓过程中家长应该始终保持监督,确保小孩不会离开安全区域,同时及时提供帮助和指导。

如果消费者在家庭、学校、体育场所、休闲娱乐场所、公共场所等使用或消费各类产品,因产品质量问题或产品缺陷导致人身伤害,可以扫描下方二维码填报产品伤害报告。



码填报产品伤害报告 消费者可扫描下方二维码

# 母亲节消费新热点： 年轻人带妈妈共追潮流

文/羊城晚报记者 沈钊

“想准备有纪念意义的母亲节礼物,最后决定带她去拍一套汉服写真。”最终,赵萌在美团上选定了一家主打“新中式”的摄影写真馆。以汉服为代表的新中式时尚,正从年轻人的小众文化走入街头,拥有一套汉服写真,也成了年轻人的“社交标志”。“希望让妈妈活得更年轻,也更理解年轻人。”赵萌表示。

来自京东的数据显示,从最近几年的消费趋势看,母亲节礼物逐渐年轻化,过去大家常送泡脚桶、丝巾、运动鞋等带有中老年人风格的物品,如今,像项链、燕窝、服饰等具有美丽、健康、年轻意义的礼物被更多人选择。

带妈妈「休闲体验式」过节

“本来以为‘五一’假期过完,客流就会减少许多,没想到这周末预订来拍写真的人还是挺多的”,洛阳的一家汉服写真馆摄影师对记者说,“后来问了老板才知道,原来这周日是母亲节,今年好多小孩子都打算带自己的妈妈拍一套母亲节写真,留作纪念。”

美团数据显示,年轻人钟爱的各类套餐在母亲节前迎来了预订高峰。今年母亲节前一周,“母亲节摄影”“母亲节写真”相关关键词搜索量分别同比增长191%和162%,“母亲节按摩”关键词搜索量同比增长136%。

“我们年轻人都喜欢没事儿按摩放松一下,妈妈觉得贵没有体验过,这次准备带她去享受享受”,谈起母亲节的安排,家住北京朝阳区的张启笑着说,“已经订好了周日的时光了。”

今年母亲节,带妈妈“休闲体

验式”过节成为年轻人的新选择,数据显示,拍写真、看电影、按摩捏脚等休闲放松项目的预订量也同比增长,不少商家也顺势上线了“母亲节套餐”。

汉服写真、按摩养生,这些原本被认为是年轻人的休闲方式,在母亲节也成为了很多年轻人向母亲表达关爱的一种形式。“比起送鲜花,不如让妈妈感觉到轻松愉快,更重要的是,把年轻人的潮流也送给她,我的妈妈一点儿都不老。”张启说。

在本地消费上,近年来代际融合趋势正在加速。美团研究院相关人士表示,“一边是年轻人开始钻研过去中老年人喜爱的养生、吃斋、抄经等活动,另一边则是汉服写真等也成为中老年群体的时尚消费”。

上述洛阳商家表示,去年开始已经有不少中老年顾客预定汉服写真,到了今年变得更多,店铺专

除了在节日陪伴母亲,带其体验新鲜事物外,选择送礼物的消费者也不在少数。

从近几年的消费趋势来看,母亲节礼物逐渐年轻化,过去大家常送泡脚桶、丝巾、运动鞋等带有中老年人风格的物品,现如今像项链、燕窝、服饰等具有美丽、健康、年轻意义的礼物被更多人选择。

能够美容养颜、增强体质、健康管理的相关产品,成为母亲节送礼热门选择。来自京东的数据显示,传统滋补品中,鲜炖燕窝、党参成交额同比增长均超40%;营养保健品中,复合矿物质、鱼油、虾青素成交额同比增长均超40%;健康服务中,健康体检服务项目增长亮眼。

来自社交媒体上一项关于母亲节送妈妈什么礼物的调研显示,“首饰,珠光宝气才能生活如意”成为消费者选择最多的选项,诸如项链、手链这些设计感强、工艺精美

的饰品,能够很好地提升妈妈们的外在气质。母亲节前两周,翡翠项链、翡翠手链成交额同比实现翻倍增长,和田玉手镯、和田玉项链、黄金套链成交额同比增长均超70%,珍珠裸珠、珍珠项链、翡翠手镯等商品的成交额同比也有明显增长。同时,也有消费者在穿搭上为妈妈精心准备礼物,定制女装、奢侈品包包、真丝上装、女装套装成交额同比增长均超50%。

实际上,母亲节消费热度还没过,商家“520”“618”促销活动已跃跃欲试。近日,多个主要电商平台纷纷开启“618”活动招商,并发布了今年的促销策略。业内人士表示,在各类节日和促销活动的带动下,消费市场活力、潜力将进一步释放。

## 服装市场刮起“国潮风”

宋锦马甲搭配牛仔褲,衬衫配上马面裙,立领、云肩等元素“走”进日常着装……这个春夏,“新中式”服装持续走俏,成为国内消费市场的新现象。是什么造就了国风服饰的“流量密码”?“国潮”如何变热潮?记者走进一线市场、采访产业各方。

热 “新中式”服装火“出圈”

手工盘扣开衫、香云纱连衣裙……“90后”白领王女士的淘宝购物车里,加购了不少“新中式”服装。她说,去年至今,自己迷上了国风穿搭,几乎集齐了每一类当红潮品。“逛街出游都会选择‘新中式’来搭配,既时尚也有趣。”

今年以来,“新中式”延续了火热的流行态势。行走在大街小巷,不时见到人们穿着各类国风服饰。在抖音、小红书等平台,“新中式”持续成为热门话题。快手电商数据显示,今年一季度,“新中式”风格商品订单量同比增长700%。汉服品类商品订单量同比增长近300%。

“我们订单排到半年后,营收年复合增长率超100%。”马面裙制作技艺非遗传承人、“生活在左”品牌创始人林栖告诉记者,自己从2016年起进行马面裙制作和推广,当时一年销售仅十几件。短短几年,企业马面裙

的年销量已达到近10万件。“市场发生很大变化。”她说,现在,品牌的客户不仅包括拥有较高消费能力的人群,更涵盖大量年轻人。

承载厚重历史文化的宋锦,同样成为“新中式”服装的“顶流”。苏州上久楷丝绸科技文化有限公司生产车间,一匹匹图案精美的宋锦面料陆续下线。企业董事长吴建华介绍,市场需求激增,企业保持满负荷生产状态,织机扩展到百余台。预计今年8月,一天产能达到3000米左右。

“国风服饰的‘出圈’与传统文化的火热紧密相关。消费者不仅为服饰买单,更认可其所承载的美学意义和文化价值,这是文化自信的直观表现。”中国服装协会专职副会长杨晓东认为,国风服装俨然成为行业的新赛道。“要抓住机遇让国风服饰更好走进市场和生活。”

稳 守住内核让“国潮”持续成热潮

大。企业在每块面料边上都织上品牌符号,以抵制仿冒等行为,还将研究高科技防伪手段,推动标准制定以及宋锦鉴定中心的筹备成立。

“企业投入大量的精力研究产品和技术,一经粗制滥造,大量的劣质产品出现,就破坏了正常的商业秩序,也不利于树立文化的正确认知。”林栖建议出

新 跨界融合解锁“流量密码”

“新中式”服装火爆背后,有产业的新变迁。新设计,传统与现代有机融合——

今天,从历史中走来的马面裙有着更多元的呈现:从长裙到八分裙、六分裙,长度的变化适应更多的场合;从厚实的毛织到轻薄的棉麻、真丝,质地的改良符合不同季节穿着场景的需求;图案、剪裁、色彩……正因融入越来越多的时尚元素,马面裙有了更好的可塑性。

从旗袍到汉服,几乎每一件“爆款”的背后,都是对传统的重新演绎。“我们投入很多时间和金钱,收集了七八百种宋锦传统纹样,研究织造工艺,在此基础上进行创新,让其更符合现代人审美。”吴建华说。

“‘新中式’服装是在传统与时尚间找平衡,在持续打磨、创新中,让中国风更有国际范。”服装品牌衡韵服饰董事长钱孟元认为。

台政策推动标杆性品牌建设,同时健全相关规范,树立品质向上的价值导向。

钱孟元认为,企业自身要有定力,要稳扎稳打,深入挖掘传统文化内涵,提升面料、色彩、工艺、结构等多种研发设计能力,从供给侧提供更多好的产品。

不久前,工业和信息化部、商务部联合组织开展2024“三品”



汉服受到年轻人欢迎 羊城晚报资料图

新科技,不断契合新需求——

面料的革新提升了“新中式”的穿着体验。吴建华告诉记者,在通过电子提花机实现宋锦织造工艺现代化的同时,企业还进行了弹力宋锦等研发,提升面料的抗皱性、显色度和舒适度,让其更适应现代穿着。

数字化的应用推动供给与需求有机衔接。通过大数据分析提升开发“爆款”的效率;时装发布采取“虚拟+现实”的模式;加快工业互联网应用,让柔性制造普及及……一系列实践正在业界展开。

值得关注的是,不少企业加大与供应链伙伴的共研共创。从海宁许村到苏州盛泽,一些产业集群借助制造优势打造新IP,推动服装与文旅的融合。

“‘新中式’很多‘玩法’和传统的服装产业并不相同。”业内人士认为,国风服饰将在跨界中拓展更多可能性。

全国行活动,鼓励地方、行业协会、电商平台等协同赋能,支持线上线下销售平台对接重点生产企业,优先推送优质国潮品牌。

“我们在几年前成立了国风服饰专委会,下一步还将对设计者加以专业引导,对产业集群加大扶持,从文化、产品、市场多角度联动,推动产业高质量发展。”杨晓东说。

(新华社)