



珠江“卧龙地”见证城市发展变迁 端午前百年古龙舟焕新彩

文/图 羊城晚报记者 王丹阳
通讯员 安琪 郭洋洋 高松 吕传龙

端午节在即,羊城进入“龙舟季”,各村社起龙船、组队排练,龙舟游弋、锣鼓喧天,形成了极具岭南风情的“龙船景”。近日,一条在黄埔珠江村龙船坞沉睡了112年的老龙舟重现天地,成为广州城市发展历史和深厚民俗文化底蕴的鲜活印证。“要不是中交四航局珠江村项目部的助力,我们村的这条百年古龙舟很难再现往日的风采啦。”家住珠江村的陈阿公感叹。

广州黄埔珠江村城市更新项目位于新规划的广州海丝城核心区域,地处广州第二中央商务区国际科技展贸区,是中交第四航务工程局有限公司(以下简称“中交四航局”)承建的首个核心区域城市更新项目。该项目位于珠江前后航道交汇处,施工范围内有一条珠江支流河涌蜿蜒贯穿其中,一座见证珠江村600多年发展与变迁的龙船坞就藏在河涌里面。由于城市更新规划设计,旧河涌面临改造升级,河涌内的龙船坞也需要迁移,一条沉睡了112年的古龙舟也就此浮出水面。

广州黄埔一带的龙船,通常长约30米,绕手人数不一。端午前要将龙船从水下起出,经过祭祀以后,安上龙头、龙尾,再准备竞渡。按照传统习俗每年金花诞节,珠江村村民相约一起将龙船坞埋放的龙舟浮出水面,俗称“起龙”,以此来表达对历史传统的敬意和热爱。

在龙船坞内留存的这艘112年的古龙舟,因为历史久远,村民担心在“起龙”过程中会出现散架等情况如何让这艘沉睡已久的“老龙”再现往年风采,

成为珠江村村民们普遍关心的问题。

“下沙社区志详细记载了古龙舟的历史,可追溯到112年前。作为负责任央企,一定要想尽办法给这条古龙舟安个新家,保护好、传承好珠江村的民俗文化。”河涌改造推进会上,项目总承包部党支部书记郭洋洋说。在业主珠景公司的统筹协调下,项目部联合珠江村各宗民代表多次开会研究,邀请专业的龙船厂技术人员前来龙船坞,帮助古龙舟进行“起龙”仪式,并迁移至船厂进行维修保养,待新龙船坞建成时,再将重新焕发精神的古龙舟迎接回来。

时间来到4月13日,“起龙”仪式正式开始。“临时电源、抽水设备、喷枪等设备要准备充分,全力配合龙舟迁移工作,确保龙舟完好,陈放安全。”看着正在做迁移准备工作的村民,项目书记郭洋洋与工程部同事再三嘱咐道。经过紧锣密鼓的筹备,当天上午龙舟各舱积水和淤泥清理完毕,下午在清理完龙船船底的泥浆后,经过龙头开光、请龙头、起龙、洗龙、点睛等仪式,这艘在水底“沉睡”过百年的古龙舟终于重现天日。

“能这么顺利地迁移龙舟,还给古龙舟找了个舒适‘卧龙地’,真是太感谢。”珠江村的宗亲父老代表对项目团队表达真挚感谢。

这几天,赛龙舟活动正在火热进行。“感受龙舟文化,体会龙舟精神,将传统民俗不断传承下去,这就是城市更新的意义啦!”下班时驻足观看的工程部副部长裴长武在自己的微信朋友圈里这样写道。



珠江村村民进行“洗龙”仪式

洁柔面子纯水湿巾： 纯净更安心，净肤更亲肤

文/孙绮曼 图/品牌提供

皮肤清洁作为日常护理的重要一环,对于每个人的健康与舒适都至关重要。中顺洁柔旗下产品“洁柔面子纯水湿巾”因其独特的绵柔水润质地和无酒精等刺激特性,备受市场瞩目。这款产品不仅满足了广大消费者对高品质清洁用品的需求,更以其出色的使用体验赢得了市场的广泛认可。

在安全性方面,“洁柔面子纯水湿巾”严格遵循婴儿级标准,确保每一片湿巾都不含酒精、香精、增白剂等刺激性成分,真正做到“7项0添加”。这种高标准的安全保障,使得湿巾在呵护娇嫩肌肤的同时,也为敏感肌肤提供了全方位的呵护。

在制作工艺上,“洁柔面子纯水湿巾”采用先进的EDI纯水8道净化工艺,确保每一滴水都纯净无瑕,符合中国药典

的标准。这种纯水工艺不仅让湿巾的湿润力加倍,更让皮肤在擦拭后保持水润状态,远离紧绷感。

为了方便携带和保持卫生,“洁柔面子纯水湿巾”采用7、10、30、80片不同的包装设计。无论是在户外旅行、日常办公还是家庭使用,都能轻松满足清洁需求,让消费者随时随地都能享受到清爽洁净的舒适体验。

中顺洁柔作为46年的国货品牌,始终坚持以用户为中心,从研发、生产、销售到服务,全方位满足消费者的需求。旗下的“洁柔面子纯水湿巾”,不仅丰富了公司的产品线,更是对消费者需求的深度理解和积极回应。未来,中顺洁柔将继续秉承“国民美好生活的陪伴者”的愿景,不断创新和进步,为消费者提供更多优质、便捷的产品和服务。



洁柔面子纯水湿巾

荷包里的 新消费

要吃更要玩

看端午『气氛组』如何

▲ 今年粽子在口味上有不少新花样

► 国潮风的香包受到欢迎

花式整活

粽子飘香,在口味上有不少新花样

文/羊城晚报记者 许悦 沈钊
图/受访者提供

仲夏时节,最重要的传统节日就是端午节了。最近一周,广州各地龙舟竞发、艾香四溢、香囊热销,端午的“气氛组”都已经就位。多年前更多作为“粽子节”刷存在感的端午节,近年来从“吃”延伸到“玩”,深度牵手传统文化,以各种新花样“出圈”,各种节日限定的端午仪式感、国潮新玩意带动了一波端午消费热潮,唤醒了大家对传统节日的期待。



广州酒家最亲民的粽子价格仅9.9元
图/羊城晚报记者 许悦

香包热销,国潮带动新消费

早在一个月前,各式各样的粽子就已经登上了超市货架,在口味上有不少新花样。有的在馅料上做文章,推出麻薯玉米、黑芝麻核桃等新口味,有的打出健康牌,黑松露、猴头菌这些高品质食材今年也加入了粽子江湖。恰逢端午假期遇上高考,不少粽子品牌还推出高考必胜粽等商品,寓意“一举高中”,吸引消费者选购。

记者在山姆超市看到,山姆端午主打一个中西交融,以最受欢迎的一款高汤黑松露火腿粽为例,是将欧洲黑松露与传统云腿巧妙结合在一起。据山姆相关负责人介绍,为了让食材融合得恰到好处,采购团队几乎品尝遍了市面上所有的黑松露酱,并对原料的产地、采摘季节等都做了细致的考量。最终选择的原料来自阿尔卑斯山脉,这个产区的黑松露风味适中,与粽子里的其他食材相得益彰。不仅如此,山姆还严格规定采摘月份,早一点或晚一点,黑松露的香气都无法完全绽放。另一款好意头的“节节高粽礼盒”,还专门放在5日超市App的首页荐品,“莘莘学子一顶高粽”的销售文案让家长很是受用。

记者近日在走访广州盒马

生鲜时发现,与往年相比,今年粽子商家的风格更加务实,均价较去年降低了三成左右,大批价格在100元以下的粽子礼盒赢得了消费者的青睐。口味方面,传统的蛋黄粽、五花肉粽等持续畅销,灵感来源于区域特色美食的卤肉粽、青稞粽也取得了不错的销量。盒马保利时光里店销售人员对羊城晚报记者表示,店里的粽子分冷鲜和热食两种,最近每天线上能卖出热食粽子超过百颗。

市民采购过程中,产品组合成为关注重点。盒马采购张丽敏在接受羊城晚报记者采访时表示,今年消费者购买粽子时候,关注点不再是礼盒的包装有多精美,而是产品的组合是否丰富。从全国的情况看,去掉礼盒包装,诸老大、五芳斋等品牌的真空包装粽子,同比销量倍增,这反映出粽子的消费场景正逐渐从礼赠消费演化为悦己消费。

那么,消费者究竟喜欢什么口味的粽子呢?张丽敏表示,盒马的消费者的口味取向延续了“南咸北甜”的差异,并愈发回归传统,不仅蛋黄粽、洗沙粽、五花肉粽等持续畅销,今年经典白米粽的销量也增长了一倍。

在华润、永旺等超市,市场

活动、社区端午活动等就推出了各种各样的香包DIY活动。

除了传统香包,今年一款艾草门挂意外走红。说起端午节,人们首先想到的是吃粽子、赛龙舟、佩香包等风俗,其实端午悬艾也是一个重要的传统习俗。与中秋节是晚上过节不同,端午节是早节,过端午就是从大清早门上悬艾开始的,“悬艾人、戴艾虎”以避邪,驱毒气。

瞄准这个传统习俗,今年一款艾草门挂挂上热搜,“主角”艾草搭配上黄金球、菖蒲叶等花材,再点缀香包、葫芦、铃铛等配饰,有的做成花束,有的做成花环,现代感和装饰感十足,摇身一变成了新中式门挂,几十元甚至上百元的售价,靠颜值征服了年轻



鉴定师工作中

二奢电商火热背后： 看着容易门道很多

文/羊城晚报记者 刘佳宁 胡彦
图/受访者提供

售的风口,成为最早吃到这一波红利的企业。相比以实体店销售二奢的模式,直播带货使得地理距离与货量的掣肘被打破。“广深这边很多老板可能就几个门店,老板自己贡献了百分之八九十的业务量,然后员工们做一些辅助性的事情,但是我们就要以一种平台化的思维去实现规模化,从定价体系、服务体系,直播运营过程的标准服务流程,这些东西都要去为规模化去设计。”罗耀秋谈及二奢直播电商企业与传统门店企业的区别时如此说。

此外,一般一个实体店内的名包名表等二奢货量在200件左右。而对于二奢直播企业来说,按照100个主播/天/场,平均一场10000个观众算,那就是100万人次。这对商品流转起到很大的推动。而在主播与货架的背后,数万件商品在不同渠道的流转、货品的管理、商品的鉴定养护甚至通过大数据为直播间主播提供精准用户匹配等环节,实现千人千面的精准运营。罗耀秋介绍,例如二奢商品

真伪鉴定中,除了通用鉴定点外,还有以人工鉴定为主的个性化鉴定点,如今,一些通用鉴定点可通过AI技术辅助鉴定,极大提供了效率。

二奢直播兴起带动 大批商家发展

二奢直播的兴起带动了一大批产业商家的发展,但这个“看着容易实际门道很多”的行业除了要通过数字化赋能外,行业壁垒其实并不低。罗耀秋说,第一是资金壁垒,二奢不像日用品,周转率不高,库存对资金的需求量很大。第二是商品鉴定服务的专业性。第三是流量、服务与内容运营等全栈能力的竞争。

那么,随着二奢直播电商兴起,消费者的消费行为又有哪些变化?罗耀秋称,对于只有轻奢预算的用户,如今也能买到更多更好的选择,而且也为奢侈品流转提供了便利。罗耀秋提供的数据显示,高复购用户大约每两

个月就会换购一次,这样行业的发展,加大了奢侈品的普及,加快了商品的流转,对于一些奢侈品重度用户来说,以往许多商品可能长年摆放甚至丢弃,如今可以通流流转销售减少浪费。

至于近年来,此前一些涨价凶猛的腕表也在遭遇过山车式价格跳水,高端腕表投资前景如何?罗耀秋介绍,去年高端贵价腕表行情波动明显,有些产品偏离正常行情不适合交易。投资者此前购买时价格过高缺乏流通价值,如果长期持有又会占用较大资金,多种因素叠加导致高端腕表市场价格持续下滑。罗耀秋表示,他个人不建议普通消费者把腕表作为投资属性的配置,因为高端腕表交易成本较高的。“但是我们觉得腕表行情还是会有一些缓慢的回升过程,例如有一些是停产的因素带来稀缺性,有一些可能是因为大家的消费预期提升了,但目前看,至少这轮行情的波动,让大家对这款高端腕表的投资属性的预期回归了平常心。”

名表销售成大湾区 二奢市场热门品类

为何近年来二奢企业发展在广州、深圳、上海等城市风生水起?名表销售会成为大湾区二奢市场的热门品类?在罗耀秋看来,一是北上广富裕群体比较多,他们以前购买的名表经典且具有韵味,具有较高流通性。第二,广深毗邻港澳地区,得国际贸易之便利,特别是在名表与国际紧密接轨,为二奢产业发展提供了先天条件。

在罗耀秋看来,相比北京上海,广深的奢侈品用户市场庞大,但广深用户更为务实,而且相比北京上海成都的网红打卡二奢店,在深圳,贸易型店铺更为普遍。但随着商业模式的不发展,广深也逐渐出现强调线下体验感的实体店。

2017年,妃鱼以淘宝电商销售为主,2019年,通过内容电商切入兴趣电商赛道,凭借直播销



在深圳罗湖区Halo广场的一家二奢(二手奢侈品的简称)门店里,店内虽然没有顾客,但店员忙碌地在柔光灯和直播设备前讲解着手上的名表。一款可能售价数万元甚至几十万元的名表就通过网络的方式卖了出去。

在过往,奢侈品销售往往讲求为顾客带来尊贵的体验感。随着直播行业的兴起,二奢行业也在发生变化,特别是在粤港澳大湾区内,踩上风口的二奢商家迅速发展。以销售二奢直播电商为主业的妃鱼的深圳公司同样就在Halo广场,在这附近还聚集了大量同业公司。罗耀秋是妃鱼深圳分公司负责人,他还有个粉丝更为熟知的名字叫作妃鱼罗校长。