

来广州,过最“广式”的中秋国庆

逛灯会、听演唱会、看民俗表演……2000多场文旅活动邀你入席

羊城晚报讯 记者罗仕报道:9月21日,广州市政府新闻办召开2026年广州市中秋国庆专题新闻发布会。记者从会上获悉,为喜迎中秋、国庆“双节”,广州精心筹备、联动推出2000多场文旅活动,涵盖城市地标焕新、大型演出、民俗节庆、乡村休闲等,向市民游客发出热情邀约。

广州市文化广电旅游局副局长柯显东介绍,“双节”期间,广州一批重量级城市地标将开业焕新。其中,广州白鹅潭万象城将于9月30日正式亮相,项目集结超300家品牌,大批广州首店入驻;聚龙湾太古里一期于9月28日启幕,呈现百年古榕、仓储建筑交织的街区景观;位于广东省奥林匹克体育中心南侧的广州音乐公园,假期期间将携《极SHOW》音乐节精彩来袭。

大型演出方面,“双节”期间广州将举办5000人以上大型演出13场

(次)。2026广州超级草莓音乐节将连续3天在南沙音乐秀场震撼开唱;汪苏泷《明日世界》巡回演唱会于10月2日至4日登陆广州,连开三场;声幻奇境巅峰之夜超级音乐盛典、汉斯·季默传奇音乐会等接连上演,经典旋律不断。

中秋、国庆“双节”期间,广州还将呈现最地道的节日味道和广府风情。拥有70年传承的广州文化公园中秋灯会将持续亮灯13天,打造中秋仪式感标杆;白云区均禾舞火龙、花都区炭步烧禾楼、番禺区沙湾追月等百年民俗在各区轮番上演;中秋前夜,湾区非遗烟火夜市将落户动感小西关;黄埔区长洲岛《海丝赋》沉浸式餐秀全新演绎海丝文化,让美食与剧情一路相随。

若想感受更松弛、慢节奏的旅行体验,市民游客还可走进从化、增城等区的山水田园。从化大野牧乡国际牧场9月28日焕新开园,涵盖精致民宿、农场资



在广州文化公园举行的中秋灯会(资料图)

源及风物特产,深耕牧场美学,迈入3.0版“生活方式牧场”;增城森林海三期持续迭代,山、水、园、宿一体,让家庭客群

“住进风景里”;花都七溪地推出“世间仙境·芳香疗愈季”,游客可穿行溪谷林间,辨识芳香本草,体验古法制香。

广州地铁部分线路延迟1小时收车

中秋、国庆假期部分时段

中秋、国庆“双节”将至,广州地铁预计,节前一天线网客流超千万人次。“双节”假期前和假期内部分时段,广州地铁部分线路将延迟1小时收车。同时,广州地铁将通过增加列车上线,强化大客流疏导、提升服务硬件等措施,保障市民安全、有序出行。

据预测,中秋节前一天(9月24日)线网客流或超1100万人次,中秋假期期间(9月25日至27日)日均客流预计超800万人次。

9月25日至27日,广州地铁将参照不低于日常周六运力安排进行配置。9月25日至27日,每日13时20分起至运营结束,十四号线快车调整为普通车运行;9月27日14时-21时

30分期间,十四号线加开“嘉禾望岗至太平”短线车,方便沿线师生返校。

9月25日和9月27日,一、二、三(含三北)、五、七、八号线及十二号线(浔峰岗-广州体育馆)共7条线延长运营服务1小时。9月25日,二号线嘉禾望岗往广州南站方向提前30分钟开始运营服务。

9月30日,线网受通勤、节前出游等客流叠加影响,将迎来节前客流峰值,预计当日客流量超1190万人次;整个国庆7天假期,线网日均客流量预计约850万人次。

9月30日,二、三、七、八、九号线晚高峰增投14列车;同时12时至运营结束,十四号线快车调整为普通车运

行,进一步挖掘线路运输潜能。假期期间,线网按不低于周末运力标准组织行车,并根据假期不同阶段客流出行规律进行调整。10月1日7时50分起至运营结束,10月2日至7日每日13时20分起至运营结束,十四号线快车将调整为普通车运行。

为方便乘客出行,多条线路灵活调整运营服务时间。9月30日、10月1日,一、二、三(含三北)、五、七、八号线、十二号线(浔峰岗-广州体育馆)以及二十二号线延长运营1小时。10月1日,二号线嘉禾望岗往广州南站方向提前30分钟开始运营服务,方便赶乘早班高铁的乘客出行。

假期返程高峰期间,10月5日至

7日,一、三(含三北)、五、八号线、十二号线(浔峰岗-广州体育馆)以及二十二号线延长运营1小时;二、七号线延长运营2小时,次日0时30分至1时30分期间仅开行大站快车,列车沿途站点实行“只下不上”。其中,二号线大站快车停靠广州南站、南浦、洛溪、昌岗、公园前、广州火车站、三元里、江夏、嘉禾望岗;七号线大站快车停靠广州南站、汉溪长隆、员岗、大学城南、大沙东、姬堂。10月7日14时-21时30分期间,十四号线加开“嘉禾望岗至太平”短线车。

羊城晚报记者 严艺文
通讯员 何淑勤 高旭 颜希

首席评论

□王石川

湾区升明月 这是一场关于“家”的文化共鸣

“明月清风浣江阔,人间银河爱相逢”。9月20日晚,“湾区升明月”2026大湾区电影音乐晚会在中国澳门启幕。齐豫、庾澄庆、田震等百余位重磅电影人、音乐人相聚一堂,相约而来。这场汇聚了华语乐坛顶尖力量的视听盛宴,备受瞩目,广受好评。

一说到澳门,很多人会想到这样一句话:“只要路子对、政策好、身段灵、人心齐,桌子上也可以唱大戏。”这台晚会,堪称一桌唱响濠江之畔的大戏,节目丰盈,情意饱满,每一首歌曲都直抵人心,每一个表演都写满美好。

比如,齐豫在演唱《欢颜》之后,齐秦登台,在演唱《外面的世界》之前,姐弟俩深情相拥,这一拥满是温情。再比如,《酒干倘卖无》原唱林淑容本应与刘惜君合唱,但因身体不适无法登台,最终由刘惜君独唱,林淑容虽未表

达了遗憾之情,却也约定来年再唱。化遗憾为期望,同样让观众动容不已。

整台晚会共分四大篇章,紧扣“家”这一概念,环环相扣,融为一体。从第一篇章“潮·赤子筑家”,到第二篇章“湾·游子爱家”,再到第三篇章“归·浪子盼家”,最终升华至第四篇章“愿·我们一家”。架构之精,设计之妙,足见匠心。

在中国人的文化意象里,“家”是最富意味的字眼之一。这台晚会着眼于湾区,心中念的却是中华大家庭。正因如此,当来自中国台湾的胡德夫唱起《少年中国》时,“古老的中国不要乡愁/乡愁是给没有家的人/少年的中国也不要乡愁/乡愁是给不回家的人”,一句句歌词抵达人心,令人无法不为之动容。

同时,在中国人的文化意象里,

“月”也是最富有诗意的符号之一。你看,《诗·陈风·月出》写道:“月出皎兮”“月出皓兮”“月出照兮”,从“皎”到“皓”再到“照”,月光逐渐铺展,思念层层生发。值得一提的是,晚会现场还谈到了余光中的名诗《乡愁》,更添一份跨越时空的文化共鸣。特别是短片《回家之路》的播出,一个个充满乡思的细节,更是让人热泪盈眶。

一年一度的中秋节将至。“湾区升明月”传递的情感不言自明,简单来说,可归纳为两种寄托:一是月满喜相逢,二是同心共奋斗。

先说月满喜相逢。无论来自海峡两岸暨港澳同胞,还是远在海外的游子,今夜在澳门相聚,如同中秋月圆,家和万事兴。歌声架起桥梁,让久别的亲情在此刻重逢,让不同的心跳在此刻同频。再说同心共奋斗。晚会不仅是一

场怀旧,更是一次出征。从“赤子筑家”到“我们一家”,展现的是中华儿女携手并肩、共创未来的决心。在新时代的浪潮中,大家心往一处想,劲往一处使,共同为家国的繁荣而努力。

“湾区升明月”大湾区电影音乐晚会已成功举办五届,一年年与全球华人相约。在光影与歌声中,每一个中国人,都会在旋律里听见乡音,都会在月色里享受团圆。而同时,每一个中国人,都会感受到那份血浓于水的深情,都会在心底默默许下团圆的愿望。

“海上生明月,天涯共此时。”八方赴约,同心相望,明月所照,皆是家国;歌声所至,皆是团圆。愿湾区潮涌,岁岁明月升;愿中华儿女,年年共此时。让这轮明月照亮回家的路,让这曲欢歌见证复兴的梦。

(作者是北京知名时事评论员)

热点快评

□伍里川

9月20日, #把配料表中的白砂糖还给我们#冲上热搜。

有博主发帖称:现在喝瓶饮料跟做阅读理解似的。你以为不写白砂糖就健康了?翻过来一看,果葡糖浆、结晶果糖、麦芽糖浆,名字一个比一个花哨,本质全是添加糖,升糖一点不比白砂糖慢。还有的标着“0蔗糖”,转头就给你如果葡糖浆,专门欺负老百姓分不清。

笔者因身体和习性原因,对白砂糖非常敏感,对博主所言,也很有同感。“把配料表中的白砂糖还给我们”,不是说大家对白砂糖有多欢迎,而是希望厂家别变着法子让配料表中的白砂糖隐身。

在配料表上不标注白砂糖或只标注花里胡哨的名称,为的是避免“白砂糖”的字眼过于扎眼,“冒犯”到敏感型

消费者。这是消费市场中的“迎合主义”——《2024-2025年中国无糖饮料行业研究及消费者洞察报告》显示,45.5%的消费者在购买无糖饮料时注重其健康、减脂效果,这个数据意味着“厌糖”人士背后是庞大的市场。但相关企业骨子里却透着一种蔫坏:有一不说一,通过误导和蒙骗消费者,好让那些明明糖分爆表的食物畅销起来。

这种做法,损害了消费者的知情权。消费者根据配料表选择商品,是一种消费习惯,具有必要性。理性消费者会让适合自己的商品“上车”,放弃不适合自己的商品。但若厂商在配料表上做手脚,和消费者不说实话,消费者的知情权也就无从保障。消费者在不明所知的情况下,选择了存在对

身体不友好成分的食品,不仅消费体验变差,更可能造成身心伤害。一些青少年因此罹患糖尿病,就是明证。

令人愤懑的是,普通消费者在面对这种局面时,往往缺乏博弈力量。事实上,一些消费者虽予以维权,但遭遇时间长、成本高、维权难的困境。厂商的自觉是靠不住的,针对行业乱象,监管部门当发力干预、遏制:既要通过约谈等方式引导企业纠正不当做法、规范标注食品配料表,也要对肆意违法违规行为进行惩治,倒逼厂商爱惜羽毛。

延伸而论,既然配料表可以“变魔术”,某些厂商肆意添加其他形形色色的成分却密不示人,也具有很大可能性。事实上,近年来,在食品配料中胡乱添加成分,并不鲜见。央视频曾报

道,一种名叫“蜡瓶糖”的糖果,三款都检出了有害物质“多环芳烃”。近日,北京日报也发文提醒:某些食品“配料表干净”,真相却是热量、糖分、脂肪超标。

因此,纠治“配料表不老实”问题,不只是让企业依法依规标注配料表,也不只是强化对于配料表的审核,而是要通过举一反三、深挖根源性问题,把食品安全治理体系存在的漏洞给补上,防止形成更大隐患。

小小的配料表,牵连着食品安全大计。从长远看,让配料表回归真实只是一个“小目标”,以最严格的监管、最严厉的处罚、最严肃的问责,进一步加强食品安全工作,确保人民群众“舌尖上的安全”,才是根本追求。

(作者是资深媒体评论员)

首批“广州早茶传统店”名单发布

广州塔晖粤轩中餐厅、中国大酒店·四季中国、新兴家喻酒家等40家餐厅上榜

羊城晚报讯 记者严艺文、吴珊,实习生江雷,通讯员穗市监报道:月近中秋,味道广州。9月21日,广州早茶传统店发布会在广州市文化馆举行,现场发布第一批“广州早茶传统店(门店)”“广州早茶传统店(总部)”名单。广州塔晖粤轩中餐厅、中国大酒店·四季中国、新兴家喻酒家等40家餐厅摘得“广州早茶传统店(门店)”称号,广州酒家、陶陶居、点都德荣膺“广州早茶传统店(总部)”。

记者在发布现场了解到,评价指引评分标准总分1000分,包括社会责任及品牌价值、广州早茶传统店专项要求、食品安全管理体系、市场反馈及消费者综合评价四部分指标。

“评价权重最大的是市场反馈及消费者综合评价”,达600分,涵盖网

络平台顾客评价数据和12345热线投诉数据,特别是注重“早茶传统店专项要求”和“食品安全管理体系”等多项指标,力求让评价结果更加贴近社会反馈,更加符合消费者的真实心声。“广州市场监督管理局长餐饮食品安全监督管理处处长、一级调研员李红兵表示。

据介绍,该评价体系把“好不好”的判断权最大程度交给消费者,如总部评价采取“门店+总部”双层把关机制;总部旗下在广州区域内的所有门店,任何一家不达标,总部整体评价即不合格。这一“一票否决”的设计,旨在倒逼连锁企业总部把管理责任落实到每一家门店。

李红兵说:“有了‘广州早茶传统店’,人们来喝早茶有了更多选择,可以让广州早茶走得更远。”

天河区生物医药健康产业基地(一期)封顶

羊城晚报讯 记者徐炜伦报道:9月21日,广州市天河区生物医药健康产业基地(一期)项目主体结构封顶,全面转入装饰装修与机电安装多专业交叉施工阶段。

据介绍,该项目总投资约6亿元,坐落于天河区东北部核心板块,总建筑面积约8.27万平方米,地上13层、地下2层,建筑高度60米。

项目紧邻在建的中山大学肿瘤医学科学中心,围绕“研发创新+企业办公+商业配套+康复医疗”多元化功能定位,践行“全链条赋能、全周期服务”理念,重点为中山大学肿瘤医学科学中心提供高端配套支持。依托全球顶尖医疗与科研资源的辐射作用,项目将通过精准招商,吸引一批优质生物医药与健康产业企业集聚发展,构筑天河“医教

研产”深度融合的生态园区,打造服务湾区、辐射亚洲的生物医药与健康产业创新载体。

该项目由天河投资集团投资开发,中建四局、中国能建葛洲坝三公司承建。天河投资集团创新“国企联村”土地开发模式,将村集体留用地建设纳入城市更新与产业升级发展大局,同时为项目引入天河区村集体资金,推动集体资金从被动沉淀转向主动增值,实现国有企业与村集体优势互补、利益共享,打造“国资+集体”合作样板。

接下来,天河投资集团将锚定2027年下半年竣工交付目标全速冲刺,同步前瞻布局招商运营,加速优质生物医药与健康产业集聚落地,推动这座产业地标从“封顶”迈向“成势”。

今日论衡之财经观象

□朱昌俊

“绵羊绒”竟一根羊绒都没有 提示反内卷的方向

提到羊绒,大家的第一印象就是高端、昂贵。但最近不少消费者在购买羊绒衫时发现,市场上突然多出了不少标着“绵羊绒”的产品。央视新闻调查发现,有商家透露,他们宣称的“绵羊绒”,甚至连一根羊毛都没有,完全是纯化纤产品,起这个名字是为了打开销路。不少业内经营者将绵羊毛,甚至化纤原料,统统冠以“绵羊绒”的名义对外销售。这种乱象在部分电商平台同样屡见不鲜。

事实上,部分“绵羊绒”产品宣称“100%羊绒”,实际“一根羊绒”也没有的现象,此前就被媒体曝光过。究其原因,其实非常简单,即利益作祟。据专家介绍,目前山羊原绒经过分梳后市场价格在每公斤600元至800元之间,而分梳后的绵羊毛,市场价格仅每公斤40元至60元,两者的原料价差高达10倍以上,更遑论有些可能还是更便宜的化纤原料。如此大的利益诱惑之下,自然会让更多商家选择“以次充好,以假乱真”。

更要注意的是,这种偷梁换柱,还不只是个别企业的唯利是图这么简单。据报道,明明只是羊毛却对外宣称“羊毛绒”的做法一度还有着团体标准的背书。此前,这个概念被写入一份《绵羊绒交易技术规范》的团体标准中。显然,这种标准源头的偏差,让一些商家的虚假营销有了看似合规的借口,由此误导性自然更强,行业破坏力也更大。所幸,目前国家市场监督管理总局已依法下发责令改正通知书,要求立即废止该团体标准,向整个行业释放出正本清源的明确信号。

但是,这种混淆视听的误导惯性,还是不容低估,仅靠标准的厘清可能远远不够。一如这些年引发关注的“0添加”“0糖”等“心机商标”所示,即便监管明确叫停,但在一定时期内,依

然未能绝迹。而诸如“羊毛”“羊绒”等的区别,很多时候消费者可能也处于一种模糊的认知状态。这意味着,既要在源头厘清行业标准,也要加强全过程的常态化监管,对刻意混淆概念、虚假宣传的营销行为采取高压态势。同时,还要通过持续开展消费科普,打破信息壁垒,最大程度压缩一些商标和营销行为滥竽充数、误导消费者的空间。

进一步看,这一现象还远不仅仅是伤害消费者权益,更是在破坏毛绒产业的发展环境。要知道,科学清晰的产品标准和明确的品类划分,是商品定价和市场竞争的重要依据和基础。而当羊绒、羊毛乃至化纤等不同成本、不同品质的面料都被混为一谈,市场的价值评判体系便难免趋于紊乱。在这样的环境中,不仅消费者无所适从,行业竞争也可能出现“劣币驱逐良币”效应,诱导更多的企业和商家把精力放在赠概念、打擦边球和拼价格战上,而真正创新研发、专注品质提升的企业反而可能无法得到应有的回报与激励。一定程度上说,这也正是催生市场“内卷”的一个重要原因。

所以,完善科学统一的行业标准,并严格落实监管执法,有效遏制虚假营销之风,不仅是守护消费者权益的应有之义,也是引导市场良性竞争、真正激活产业创新活力的内在要求。在很大程度上说,部分“绵羊绒”产品竟一根羊绒都没有,这一典型现象也是对于当前市场“反内卷”方向的一种提示,那就是不能只满足于表面上的整治低价竞争和同质化竞争,更要回归市场本源,依据市场规律厘清竞争规则,统一价值标准,为市场竞争建立更合理、完善的标准参照。

(作者是资深媒体评论员)