

# 迪士尼“大小孩俱乐部”主题活动登陆广州天河城

文/羊城晚报记者 孙琦曼 实习生 郑泳丹

迪士尼经典角色惊喜亮相，100周年主题快闪店上线，多重促销优惠可享……近日，一场充满童年回忆的迪士尼“大小孩俱乐部”主题活动在广州天河城开启。据悉，此次活动于7月28日开展，将持续至9月24日，为市民带来为期两个多月的奇妙体验。

记者在活动现场看到，整个购物中心布置精美，被装饰成一个梦幻般的迪士尼乐园。广州天河城外北广场，Disney 100 logo 立体装置星光熠熠。行至南门圆米，米奇与米妮雕塑正与大家热情挥手，经典的表情与动作，在舞台上散发着无限魅力。高达3.5米的米奇巨大雕塑亮相中庭，奥菲斯、美人鱼、巴斯光年、钢铁侠经典角色雕塑闪耀助阵。钢铁侠雕塑点位旁边还有漫画机互动装置，吸引不少市民游客前来打卡，共庆迪士尼100周年。

此外，广州天河城还开启了迪士尼100周年主题快闪店，让市民不用长途跋涉，即可选购迪士尼爆款商品。快闪店中商品种类繁多琳琅满目，除了平时的盲盒扭蛋、毛绒公仔、挂件、水杯，还有备受瞩目的100周年限量限定手办。据悉，广州天河城在8月16日至8月20日期间还将开展丰富的促销活动，全城庆祝生日，低至3折。游客可通过“天河城+”线上小程序(广州天河城门店)购买周年团购代金券，享受购物优惠；还可以参与线下活动并分享笔记，获得迪士尼限定周边。



西坡度假民宿前的“篝火晚会”  
古风儿童摄影照

## 暑期亲子消费亮点多 汉服、古风“扮靓”潮娃

文/羊城晚报记者 沈钊 图/受访者提供

“亲子音乐会”开进景区、古风家庭摄影流行……炎炎夏日，暑期亲子消费热度十足。记者近日从美团、大众点评获悉，7月以来，“亲子游”关键词搜索量同比增长430%，“亲子游”攻略笔记数量增长270%；北京、上海、长沙、深圳、广州搜索热度排名全国前五。为更好地满足消费者需求，旅游行业参与者也正合力提供“又好又省”的生活服务产品，共同提振夏日经济。

从江浙沪的水上乐园到特色酒店，文旅主体“融合”创新，为亲子客群带来多元的消费体验。夜幕降临，南京玛雅海滩水公园“加勒比海滩”内响起小朋友们的合唱，在光影变幻的炫酷舞台上，乐队与游客热情互动，主唱不时将话筒递给台下的小观众。

重庆玛雅海滩水公园升级亲子亲水区域，推出“冷知识魔术秀”等数十项亲子水上项目。在福州永泰欧乐堡水上乐园，“大球水上互动”等体育类项目受到亲子家庭欢迎。“世茂云上厦门”观光厅不定期举办云端“烛光音乐会”，为游客带来烛光与音乐交汇的沉浸式体验。

美团数据显示，暑期以来，平台上亲子酒店的预订量较2019年增长150%。田园种植、果蔬采摘、山野徒步……酒店融合“住+玩”的消费场景，进一步激活亲子消费潜力。线上线下齐发力，共同激活暑期经济。

## 生产销售不合格短裤 迪卡侬被罚没89万元

文/羊城晚报记者 汪海晏

记者从上海市市场监督管理局官网获悉，近日，迪卡侬(上海)企业管理有限公司因生产销售不合格产品，被上海市市场监督管理局罚款79万余元、没收违法所得10万余元。行政处罚信息显示，2021年10月28日，上海市市场监督管理局接举报反映迪卡侬(上海)企业管理有限公司销售的服装存在质量问题。经检验，款号为8665845的机织服饰、款号为8668341的轻薄外衣“纤维含量”项目不合格，属于标识标注不规范，已责令整改；款号为8578119的短裤“绳带要求”项目不合格，该款短裤共销售15126件，货值金额79万余元，该公司获知该产品抽检不合格后，立即发出召回通知进行召回，共召回40件，该公司违法所得为10万余元。

记者在黑猫投诉平台上，关于迪卡侬中国的投诉也多达680条，投诉内容涉及虚假发货、产品质量问题、退换货、客服态度恶劣等等。公开资料显示，迪卡侬创立于1976年，是一家专注大众运动市场，集运动产品设计、研发、生产、品牌、物流及零售于一体的全产业链集团。1994年迪卡侬进入广州，开设生产办公室；1998年在上海莘庄生产基地开设第一家工厂直销店；2003年亚洲总部迁至上海，并开设大中华区第一家迪卡侬概念店；截至2017年，其在中国近100个城市拥有267家概念商场。

记者就此致电迪卡侬(上海)企业管理有限公司，截至发稿，电话未能接通。记者梳理发现，这并非迪卡侬第一次被处罚。2020年至今，迪卡侬(上海)企业管理有限公司有多项违法记录，涉及生产者、销售者在产品中掺杂、掺假，以假充真，以次充好，或者以不合格产品冒充合格产品；发布违法广告；违反明码标价规定的其他行为等，累计处罚金额超过200万元。



广州城市夜景

## 仍是外资投资中国首先考虑的城市之一

# 广州有着铆足劲的活力

## CBRE 严思慧：

高质量发展 一个都不能少

外眼点“经”

在夏日经济的加持之下，广州处处活力涌动。正如严思慧18年前来到这里时感受到的一样：“活力、开放、包容，是广州的底色。”

在CBRE世邦魏理仕广州分公司任职18年，如今作为董事总经理的严思慧对于广州的信心，既有来自多年来与城市发展脉搏共振的底气，也有来自冷静分析过后对于市场的肯定。

根据CBRE发布的《2023年第二季度及上半年广州房地产市场回顾与展望》，广州写字楼市场业主以租金优惠刺激需求，总体成交量有提升。优质零售物业市场租金的松动及人流的持续回暖，带动租赁市场成交，其中餐饮、零售和服务类业态表现亮眼。

“对于广州市场，我们眼下也许面临着很多的挑战与不确定性，但是广州人是有韧性的，我们希望在未来五年、十年，建设一个新广州，而2023年是这个进程的起始年。”严思慧说。

### 1 上半年广州消费市场加速恢复

今年以来，在广州街头巷尾，“人太多了！”是市民们常常发出的感慨。

广州地铁方面数据显示，受通勤客流、暑运出游客流叠加影响，截至目前，暑期工作日日均客流量超980万人次，其中7月7日、10日的客流量已超1000万人次，广州塔、嘉禾望岗站、广州火车站等站点客流增长明显。

人流复苏带来消费反弹。严思慧深深感受到，今年以来，广州展现出了铆足劲的活力。

一组组数据印证了严思慧的感受。2023年开年至今，广州接连出台提振经济一揽子政策举措，全力推动经济稳步恢复。广州市统计局数据显示，2023年上半年广州市GDP为14130.69亿元，同比增长4.7%。

其中，上半年全市社会消费品零售

总额5577.83亿元，同比增长8.7%，增速比一季度提高3.2个百分点，消费市场加快恢复趋势明显。

“我相信，这种消费反弹，为全年的消费复苏定下了基调，同时为后续消费持续复苏创造了条件。”严思慧表示。

“不可否认，疫情在过去几年对消费的影响是真实存在的，但今年消费有明显的复苏，而可选消费、耐用商品的复苏还需要一个持续、渐进的过程。”严思慧说，当前国内外宏观环境复杂，产业链在重塑，广州商业复苏的最大不确定性是回暖幅度、反弹幅度能有多大，但消费逐步恢复活力这一点是毫无疑问的。

“随着中国经济和就业市场的不断改善，我仍然对广州消费市场的未来发展充满信心。”严思慧说。

### 2 广州有实力承载多个顶级商圈

日前，《广州市重点商业功能区发展规划(2020—2035年)》(以下简称《规划》)正式印发。《规划》指出，当前广州商圈存在布局单核独大、运营模式优质开发运营不足、商业模式业态场景创新乏力等问题。比如，天河路—珠江新城商圈在体量、品牌和业态类型等方面首位度高，其他商圈的吸引力、客流量、优质商业载体有待进一步提升。

“广州作为人口接近两千万的特大城市，经济总量位列国内前列的一线城市，足以承载多个核心商圈甚至多个奢侈品商圈。”严思慧谈到，相比北京、上海、深圳甚至成都，知名商业开发商在广州的项目屈指可数，因此他们都持续地关注着广州优质商业的发展机会。

在广州的商业发展中，城区的土地供应是一大难题。对此，严思慧指出，随着广州城市更新的提速、轨道交通建设的加速，一方面城区优质点位涌现出拓展机会，如在新住宅项目集中供应、广佛交界的荔湾片区，区域性核心商业项目的辐射范围可覆盖广佛两地；另一方面，交通网络不断拓展，TOD建设如火如荼，居住人口持续攀升，也会带来新的区域性商圈涌现的机会。

为助力广州建设服务湾区、辐射全国、世界知名的重点商圈，《规划》明确，广州将衔接国土空间规划公共中心体

系，匹配国际消费中心城市建设目标，构建世界级、都会级和区域级三级商圈体系，打造“5+2+4+22”的重点商圈格局，其中包括5个世界级地标商圈、2个具有世界影响力的岭南特色商圈、4个枢纽型国际商圈、22个都市特色商圈。其中的2个具有世界影响力的岭南特色商圈指的是北京路—海珠广场商圈以及大西关(上下九—永庆坊)商圈。

在严思慧看来，从上海的发展经验来看，结合当前广州打造国际消费中心城市的发展目标，广州应该在提升运营商和品牌的多样化后，对已有老商圈和项目进行升级。大力发展本地商业文化特色，发掘及推广本地零售和餐饮品牌。并在打造差异化广州商业的同时，探索发展便利特色的社区商业。

与此同时，严思慧也强调，从全国发展趋势来看，“非标准”商业将成为未来发展热点，广州商业迭代更新也应抓住这一风口。在城市资源方面，广州拥有与城市紧密结合的水系，围绕“水”主题可发展水岸商业、公园商业和户外商业等，进一步丰富商业载体的特色化和多元化；在人文资源方面，则可紧抓广州的“潮流IP”“美食IP”等，借力城市更新和老商圈升级，推出一批具备示范性的“岭南潮×烟火气”结合的Young城特色街区。

### 3 带领更多外资企业走进广州

作为全球性的商业地产专业服务机构，CBRE世邦魏理仕已经扎根广州27年，以跨国企业扎根羊城大地为视角，感受着改革开放前沿阵地的脉搏。

不久后，严思慧和同事们也将搬到新的办公室里。严思慧向记者介绍着办公室设计的巧思，从落地玻璃窗向外看，是波光粼粼的珠江水和川流不息的车流。而向内看，则是以“榕树”为设计灵感的工作空间，穿插着代表“包容”的圆形弧线。

“如今，广州的商务活动活跃度正在不断提升，我们收到不少政府机构、国内知名发展商的委托，为他们在全球招商引资。同时，我们也忙于为广州的产城发展、旧城改造、商业物业提升竞争力出谋划策。”从办公室内远眺着广州地标“小蛮腰”，严思慧说，“适应改变，响应改变是我们的本能，引领变革是我们的使命，如今的CBRE不仅在中国市场商业地产服务上硕果累累，还继续发挥着桥梁作用，带着更多的优秀企业走进广州。”

严思慧谈到，近年来，中国越来越强调实体经济、科技创新，以及住宅市场向租售并举转型，国内外不少投资人对新经济地产投资关注度不断提高，比如生命科学园区、长租公寓等等。内地与香港恢复正常通关后，广州与香港的商务往来更加密切。今年2月以来，CBRE已经协助粤港澳大湾区多家政府机构部门到香港与有实力的企业交流，洽谈落户粤港澳大湾区的合作，并协助举办招商引资大会等活动。

经历过2003年非典、2008年金融危机等事件后，如今再看市场的变化，严思慧始终认为对未来发展要有信心与信念。

在严思慧看来，历经多年发展，广州具有雄厚的产业创新基础，也是国内人口活力最强的城市之一，宜居宜商，生活配套设施，教育医疗资源具有优势。在粤港澳大湾区的发展框架下，广州仍是外资投资中国首先考虑的区域和城市之一。

“行业变革总伴随波动，但乐观者更能以积极开放的心态去应对、引领未来，每一位地产人都应该保持韧性、穿越周期，对未来充满信心。”她说。

文/图 羊城晚报记者 杭莹

# 中国国际数码互动娱乐展览会20年 游戏产业正全力拥抱AI、加速出海

近日，中国国际数码互动娱乐展览会(以下简称“ChinaJoy”)开幕式主论坛中国国际数字娱乐产业大会(CDEC)在上海召开，拉开了今年ChinaJoy的大幕。从单一的游戏展会到成为当今全球数字娱乐领域极具权威性、专业性、国际性的产业功能服务平台，作为游戏行业的年度盛会，20岁的ChinaJoy已经到了一个里程碑式的阶段，此次展会较两年前也有了些许变化。

中国音像与数字出版协会第一副理事长、中国音数协游戏工委主任委员张毅君发布报告称，当前中国游戏产业承压后反弹，市场收入呈现明显上升趋势，2023年上半年中国游戏市场实际销售收入1442.63亿元，环比增长22.16%。同时，用户规模也达到历史高点6.68亿元，同比增长0.35%。

羊城晚报记者梳理发现2023年，游戏、电竞等行业迎来回暖期，最大变化则在于游戏正全力拥抱AI和出海的洪流。

## AI+游戏，解锁应用新场景

术应用层面，腾讯、网易等头部游戏公司都已有所斩获，并集中在ChinaJoy上亮相。2017年起，腾讯旗下《王者荣耀》就与AI Lab团队开启了一系列技术应用尝试，在不断深化多智能体博弈研究的同时，腾讯也逐步开放自身的技术与资源积累。网易伏羲、网易互娱 AI Lab等多个研究院和实验室研发的多项人工智能技术，也给自身带来了革新。

目前，在网易的语音生成、原画生成、视频剪辑、模型生成等多个关键环节中，人工智能能让工作效率提升90%。这也验证了三七互娱总经理、37手游总裁徐志高的发言，“现阶段AI的最大作用是提升工作效率，并给予玩家更优质的游戏体验，而

随着AI技术的进一步成熟和使用，将让游戏的形态更多元、也更沉浸。”

这次，三七互娱也带来了虚拟人“葱妹”的AI全息互动体验，通过实时采集玩家的身体状态、脸部表情和动作，实时生成虚拟数字形象，让玩家在虚拟空间中以数字孪生形象与“葱妹”合照。

当Z世代逐渐成为游戏、电竞等领域的主流玩家，ChinaJoy更加贴合年轻人的步伐与气息。这次，潮流网购社区得到来到展会现场，展示了自己的AR试鞋、AR试妆等“黑科技”手段，AR、3D、人工智能等前沿科技也正在逐步应用到消费场景中。

## 出海，掀起游戏大浪潮

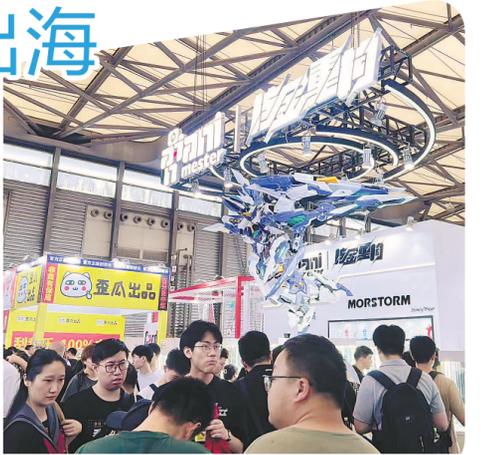
今年ChinaJoy期间，“出海”是绝对关键词。超过一半的场外活动或论坛都以“出海”或“全球化”为主题，广告平台、大数据公司等牵头的活动数量占了大头。

在展会的BTOB(综合商务洽谈区)区域，随处可见游戏本地化、游戏翻译、全球充值、发行、出海服务等字眼。据官方介绍，BTOB参展企业接近300家，展区面积近2万平方米，其中外资企业近百家，占比35%。

羊城晚报记者对话了多位来自游戏行业的企业负责人。他们纷纷表示，出海正在成为近年来中国游戏的洪流出口。数



▲参展产品吸引不少年轻人目光  
▶展会现场人头攒动



近日，ChinaJoy 2023 AIGC(生成式人工智能)大会举行。这是ChinaJoy首次设立AIGC大会，聚焦内容生产新范式，从技术、产业、资本等多角度诠释AI浪潮下内容行业的范式转变。

中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长敖然表示，游戏是人工智能技术最重要的应用领域之一，在提高生产效率、降低开发成本、提升游戏体验等方面，人工智能有重大的价值潜力。“随着人才投入和技术进步，游戏产业的知识、技术和经济效益将会溢出，牵引高技术企业快速发展。”敖然说。

在本届ChinaJoy，游戏和科技已经牢牢捆绑在一起。AI技