

白天睡觉晚上逛，广深夜间消费位列全国前五

夏日经济催生年轻人

花式慢游



年轻人在民宿庭院里烧烤聚餐

荷包里的新消费

文/羊城晚报记者 沈钊图/受访者提供

暑期“承上启下”，是观察居民消费活力的重要窗口。炎炎夏日，各种商超人头攒动，火车飞机一票难求。高温之下，这届年轻人正逐渐抛弃“特种兵式”旅游，回归慢游并注重旅行体验，开启“白天宅晚上逛”模式，也催生了“夜经济”的爆发，促进堂食餐饮、休闲娱乐等业态在晚间迎来全天订单最高峰。记者近日从相关平台获悉，广州、深圳在全国夜间消费最高五大城市中占据两席。

广深居民夜间消费热情高

这个暑假，被社交热梗“台北路的尽头是解放大道”吸引的大学生小张，来到了武汉游玩。而高温天气让她选择了“昼伏夜出”错峰出游，“白天，我们就在酒店待着，一般17点后出门，去街头漫步拍照，感受武汉的夜生活。”小张表示。受高温影响，“白天宅晚上逛”成了不少年轻人的游玩方式。相关数据显示，暑期以来，“夜游”“夜市”搜索量较去年同期增长约80%，攻略笔记同比增长160%。以堂食餐饮、休闲娱乐等为代表的生活服务品类在“晚七点”迎来全天订单最高峰，夜间消费最高的前五大城市为上海、北京、成都、深圳、广州。不少消费者还通过“夜骑”感

受城市魅力。在全国城市中，广州骑行量明显增长，彰显“不夜城”特色，骑行量较暑期前提升20%，从19点一直持续到凌晨2点，热度不减，北京路、珠江新城、动物园是夜骑的热门区域。值得一提的是，夜间骑行的用户中，“90后”占比已超五成。此外，美团数据显示，暑期以来，平台上提供“夜宵”主题团购的餐饮门店数同比增长60%，相关订单量增长超300%。越来越多类似Livehouse、精酿吧、小酒馆等主打沉浸体验、潮流玩法的多元化酒吧业态，正在点燃城市新“夜”态，激活夜间消费新活力。近一周，美团上Livehouse的夜间订单量同比增长超80%。

慢游带火 citywalk 体验城市味道

“吹吹海风，吃吃海鲜，玩玩冲浪，慢慢玩嘛！”到广东惠州游玩的大学生罗茜被海滨风光吸引，在民宿平台上订了周月租延长出行，“民宿就像家一样，还能做饭洗衣服，我打算再待上半个月。”像罗茜这样回归慢游的游客并不在少数，而能避暑冲浪、晒日光浴的海滨城市，则成了绝佳选择。相关平台数据显示，暑期以来，平台上的海滨浴场、冲浪的笔记攻略分别同比上涨320%和110%，包括青岛、大连、威海、惠州、三亚、秦皇岛等在内的海滨城市的民宿订单量也上涨显著。与此同时，主打深度体验的民宿周租的需求火爆。这个夏天，慢游让游客们有更多时间探寻当地城市风貌，各地的citywalk热度持续上涨。

在上海梧桐区买杯咖啡散步，在武汉台北路寻找尽头的“解放大道”……而在广州，从长寿路地铁站出来，沿着多宝路、宝源路散步，在西关大屋里的独立咖啡店偷闲，夜晚去隔壁酒吧小酌听歌；或是在荔枝湾公园听一台粤曲后，顺着骑楼走到永庆坊，刚好吃一碗“陈添记鱼皮”；也可以骑车穿过中山八路，来到烟火气十足的西华路，打卡一份老字号“文记河粉”……慢游在荔湾区、老广文化在眼前展开，在舌尖蔓延。美团、大众点评数据显示，今年7月，平台上的citywalk搜索量环比上月增长150%，笔记攻略增长了105%，上海、北京、重庆、青岛、广州、深圳、成都、南京、武汉、杭州等地的citywalk热度最高。

年轻人爱“住着玩”

记者从广州、上海、北京等多地酒店、民宿从业者处获悉，高温环境下，住客在室内的停留时间显著变长，“住着玩”正取代“特种兵旅游”成为了年轻人的主流玩法。而住玩一体的新型住宿一出现，就成了暑期慢游的热门选择。“很多客人订民宿就是为了来体验乡村的慢生活，白天睡到自然醒，傍晚凉爽一些，就去湖边散步。”苏州西山岛何必在烟酒店主理人表示，为了让房客在民宿内拥有更好的体验，她不仅增加了私家泳池、家庭影院、游戏机、卡拉OK等丰富设施，还会组织房客进行杨梅扎染、庭院烧烤等活动。除了酒店民宿，洗浴中心也成了避暑“黑马”。泡汤洗浴、影院足道、美发美甲、漂流冲浪……年轻人纷纷“泡”在洗浴中心，体验一站式的吃喝玩乐乐。“晚上飞

机8点到，直接去了一家洗浴中心，能吃饭，能洗澡，还有影院。”南京游客刘女士表示，她和朋友在沈阳玩了四天，去了两次洗浴中心，“啥都有，东北澡堂子果然名不虚传。”数据显示，暑期以来，洗浴中心的线上消费规模较2019年增长150%，20-35岁的消费者占比近七成，沈阳、北京、哈尔滨、上海、天津等城市的洗浴搜索热度最高。业内人士指出，慢游一方面得益于酒店民宿、洗浴中心等场所所具有的地域属性，能够为消费者提供丰富多元的体验项目；另一方面，随着citywalk等新趋势的出现，深度游、舒适游、文化游成为了当代年轻人的游玩新方向，这将催生新的消费模式，带动文旅、住宿、餐饮、休闲、交通等各类消费业态提质升级。

文/羊城晚报记者 许张超 孙绮曼 图/受访者提供

活动

醒狮你来画

创意绘非遗

主办单位：羊城晚报社
 作品征集：2023年8月—10月初
 征集对象：幼儿组、青少年组、大众组
 征集范围：不限
 内容要求：结合岭南醒狮主题，创新表现形式
 投稿要求：投稿者注明醒狮姓名、年龄、联系方式（电话/微信）以及50字以内作品创作介绍。幼儿组及青少年组选手可注明学校名称（机构）和指导老师。
 投稿邮箱：huihua@ycwb.com

醒狮绘画比赛海报

画出你心中的“醒狮”

作为非遗项目之一，岭南醒狮精气神十足，因其丰富的寓意和象征，在粤港澳大湾区乃至海外华人中备受欢迎。如今，在青少年心中，醒狮的技艺、表现形式甚至文化延伸都有了与时俱进的发展。由羊城晚报社主办的《文化筑湾区 创意绘非遗——一代宗狮》绘画活动邀请您画出心中的最具创意的醒狮，打造属于青年人的新国潮形象。

获奖选手及获奖指导教师（学校）可获得精美证书及奖品。更有机会与非遗大师面对面开展研学活动，体验非遗魅力。

一、活动时间
 1、作品征集：2023年8月10日—2023年10月初
 2、作品评选：2023年10月
 3、活动颁奖：2023年12月初

二、征稿对象
 幼儿组、中小学组、大众组

三、征稿范围
 绘画种类：画种不限
 绘画内容：A4及以上尺寸，单页、绘本等形式不限
 内容要求：积极、健康、向上，体现醒狮创新主题及故事。

四、参赛须知
 1. 参赛作品必须为作者原创，并未参与其他赛事评选，凡涉及名誉权、肖像权、著作权等法律责任均由作者自行承担。
 2. 每人限送1幅作品参赛，以电子版形式投送到报名平台（邮箱：huihua@ycwb.com）。
 3. 参赛作品版权归赛事组委会所有；凡投稿的参赛者，应视为已确认并遵守本征稿启事的各项要求。
 4. 作品须注明详细的作者姓名、年龄、联系方式（电话号码）及50字以内作品创作介绍。幼儿组、小学组及中学组选手可注明学校名称及班级、指导老师。
 5. 由活动组委会组织专家团队对作品进行评审，并公布名次。

2023中国消费活力城市榜发布，广州位列第三！羊城消费活力从何而来？

来正佳广场饱览海洋极地世界，去东山口打卡潮流消费，在livehouse嗨翻一首追梦之曲，到珠江琶醍一览夜广州的妩媚……这个暑期档，广州消费市场再次刷屏，一座延续千年商脉的商业之城，让全球消费者流连忘返。近日，2023福布斯中国发布中国消费活力城市排行榜，广州位列中国大陆城市第三，紧随北京、上海，较去年排名上升一位。



珠江琶醍夜消费

打造“产业+消费+服务”特色消费体系

怎样才能名副其实的国际消费中心城市？商务部对国际消费中心城市的考评体系含有5个一级指标，包括国际知名度、城市繁荣度、商业活跃度、到达便利度和政策引领度。2021年，广州与四个直辖市并列，率先开展国际消费中心城市培育建设；2022年，广州社会消费品零售总额达10298.15亿元，增速位列五大国际消费中心城市第一。记者从广州市商务局获悉，2021年以来，广州锚定“国际”方向、“消费”功能、“中心”定位，结合自身战略定位、商圈发展基础、独有文化底蕴，提出打造“产业+消费+服务”特色消费体系，努力提升城市消费辐射力和竞争力。产业如何做？如今，广州已形成6个产值超千亿元的先进制造业集群、6个增加值超千亿元的服务行业，并大力孵化“国潮新品”。其中，美妆日化产业规模超千亿，全球家居定制前5企业中广州独占3席。在此基础上，广州正在积极培育本地产业集群，进一步丰富提

升“新货”品牌，在全球续演“广货卖天下”的传奇。今年2月，首部《广州国老字号白皮书》正式发布，广州市属国企83家老字号平均自然年龄106岁，2022年老字号企业营业收入达到646.4亿元、资产总额达到706.9亿元。“老字号”也在讲述新故事，广州酒家、陶陶居、皇上皇、陈李济等众多老字号品牌，纷纷转型升级，加快新品推出频次。流量怎么引？今年1月，备受瞩目的华润置地万象系商业正式落子；2月，番禺区汉溪大道北侧地块控制性详细规划正式审议通过，将打造集文旅、演艺、购物、餐饮、娱乐、交往等功能于一体的新一代消费体验中心；3月，广州建筑集团发布消息称，广州塔南广场总进度完成65%，预计2024年上半年正式开业……消费载体连连“上新”，广州正集聚更多商业资源。记者从广州市商务局了解到，广州正依托枢纽城市流量优势，发展“交通+会展+商业体+消费”模

式，从上下九、北京路，到中华广场、环市东，再到天河路，新旧商圈格局正加速更迭，“5+2+4+N”总体商圈布局已从“四梁八柱”遍地而起向纵深推进演变。服务怎么搞？作为全国唯一率先开展国际消费中心城市培育和服务业扩大开放综合试点的副省级城市，广州着力提升供给的创新性、丰富性、适配性，推动消费从吃、穿、用等实物消费，加快向医疗、康养、文娱、旅游、体育等服务型消费渗透，北京路获批全国示范步行街，广州塔、长隆旅游度假区、正佳广场入选国家夜间文化和旅游消费集聚区。

例如，7月12日晚启动的“羊城夜市”夜间消费节全城联动，超600场活动点燃暑期消费热情，商家在餐饮、衣物、家电等领域推出多项优惠活动。天河路商会会长谢萌表示，这个暑期以来，天河路商圈客流量已超5286万人次，正佳广场文旅区呈现人头攒动、日日爆满的消费场面，广州的消费市场活力度更是处于满格状态。

城市和消费者“双向奔赴”

购买力的增速“狂飙”，或许要归功于广州作为交通枢纽的独特禀赋。今年前7个月，白云机场恢复、加密或新开国际及地区客运航线超100条，仅7月当月白云机场接送旅客604.71万人次，这是自2020年以来白云机场单月客流量首次突破600万人次。广州的铁路枢纽和轨道体系也展示了世界级承载力。今年7月，广州南站到发约1993.9万人次，日均约64.3万人次，同比增长72.5%；广州地铁客流量28860.3万人次，同比增长4674.3万人次，增幅19.3%。海内外客商云集的各种会展，既是千年商都的一张名片招牌，更是强大购买力的直接来源。2023年上半年，全市重点场馆举办经贸类展览140场，接待参观人数达超过766万人次，同比

分别增长2.3倍、8.6倍。其中，4月中旬开始的广交会，共吸引3.5万家境内外采购商登记参展，累计进馆人次超过283万人次，在穗消费超过200亿元。据悉，近两年来，广州市直相关部门和各区政府出台贸易、产业、招商、旅游、教育、人才等细化措施，配套政策约150项，成为培育建设国际消费中心城市的重要抓手和支撑。今年“五一”前夕，广州还发布了《广州市促进消费提振升级若干措施》，提出12个领域38条措施，涵盖商圈打造、品牌引进、汽车以旧换新、住宿餐饮、电商赋能等消费各个领域。从“千年商都”到国际消费中心城市，是广州在商贸领域的“二次创业”。当下的广州，正以高质量供给、最优质的服务，引领和创造需求，全方位激发市场潜力，为广州城市活力注入不竭动力。

独家专访

《雄狮少年》导演孙海鹏：醒狮充满烟火气和奋斗精神气

文/图 羊城晚报记者 刘佳宁 实习生 郑泳丹



《雄狮少年》导演孙海鹏

近日，由孙海鹏执导、张苗担任监制、制片人国产原创动画电影《雄狮少年2》发布首张概念海报及30秒概念预告片。概念海报中，醒狮占据了主画面，主角阿娟、阿猫和阿狗在东方明珠塔前摆出组合，那么，这次《雄狮少年》小队将会创作出怎样的新传奇？

日前，孙海鹏携《雄狮少年》电影艺术设定集《雄狮少年》出席分享签售会时接受羊城晚报记者独家专访。在分享《雄狮少年》创作故事外，孙海鹏还透露，《雄狮少年2》中阿娟的生活环境条件将有所改善，场景也不局限在广东地区，而且电影中会增加部分新角色。但电影依然保持原来的基调，从现实主义出发讲好普通人的故事，希望大家带来更多惊喜。

孙海鹏表示，我们现在先集中精力做正片，目前正在中期制作，主要处于动画制作阶段，团队成员都在加班加点往前赶进度，力争在2024年暑期上映。可能后续会挑出比较精彩的片段去剪预告片，希望电影早点和大家见面。

从舞狮文化到民俗风情，电影《雄狮少年》展现的是一种集合体式的岭南文化，让观众产生了沉浸式的

体验。在传统非遗传承中，如何更好结合青少年群体认知方式开展创新？对于岭南非遗传承，孙海鹏告诉记者，大部分创作团队生长生活在广东，创作的电影自然而然流露出广东文化的特质。像醒狮不仅仅代表岭南武风的传承，还有广东人生活的烟火气和奋斗的精神气。孙海鹏强调：“我们能做的事情就是，用这些传统文化元素去做一些好看的故事。电影更多是起到一个引子的作用。只有故事好看了，才能够让大家尤其是青少年对非遗文化感兴趣，那他们才会去更深入地了解。”

传统非遗文化经过创新演绎后不仅出圈出彩，还实实在在对青年受众产生了积极影响。《雄狮少年》中热血沸腾的醒狮比赛感染了大学生小意，她与记者分享了自己的经历：“《雄狮少年》真的改变了我。当年看完电影，我激情澎湃，还专门观看了几场醒狮比赛，现场观看后深受感动，很希望能醒狮文化保护做点什么。因此，我报名参加了广东省非物质文化遗产文化志愿者，并一直做到现在。如何更深入地了解非遗文化，我像阿娟一样立下志愿，报名了中山大学文化类的研究生，最后成功‘上

岸’！可以说，阿娟的精神鼓励让我相信努力就是奇迹的人场券，真的非常感谢《雄狮少年》！”同时，羊城晚报社推出《文化筑湾区 创意绘非遗——一代宗狮》主题策划，其中，面向青少年群体发起醒狮主题创意绘画活动。孙海鹏导演亲自为活动打call。谈及醒狮主题绘画的创意与技巧，孙海鹏认为广东醒狮种类多样，背后代表的意义也不同。因为电影时间有限，所以呈现的醒狮类型有限。如果想要创作出特别的醒狮，小朋友们可以多多观察，多去现场体验采风。



正佳广场人流如织

万商云集、近悦远来，成就了广州的商业魅力。在广州，伴随着“产业+流量+服务”提升供给，天河海北的消费者群体创造出新动能。广州市统计局数据显示，今年上半年，广州社会消费品零售总额5577.8亿元，同比增长8.7%，一季度再加速3.2个百分点，消费市场加快恢复趋势明显。