共享湾区“潮”生活

——首届粤港澳大湾区购物节侧记

本报记者 喻 剑

9月2日，首届“粤港澳大湾区购物节”启动。这是迄今为止，大湾区商家参与数量最多、规模最大的一次线上活动，堪称一场“国潮尖货”网购嘉年华。

粤港澳大湾区汇聚了众多优秀中国企业、民族品牌，不少领先全球的“中国制造”引领着生活消费趋势。品香港月饼、尝澳门茶点、爱广州美妆、追深圳数码、用佛山家电……在电商平台上，大湾区品牌就是高品质“潮货”的代名词，购物节期间商家竞相呈现琳琅好物，成为三地共建消费枢纽、共享优质生活、共创美丽湾区的缩影。

物美价廉又便捷

短短几日，澳门女生李卉茵在淘宝大湾区购物节专区下单数千元商品。“购物节优惠活动多、促销力度大，我主要购买三类商品——衣服、电器、日化用品，最划算的是小家电。”李卉茵说。

“大湾区有这么多好物和优秀品牌，我感到特别自豪。”李卉茵感到，购物节的举办增强了她对大湾区的认同感和归属感。“澳门市场不大、制造业不够发达，如果在澳门做线上购物节，能卖的商品不多，也不上规模。这次大湾区购物节‘握指成拳’，联动了大湾区‘9+2’座城市，让我一次看遍这些城市的特色产品，光是这一点就足够吸引人！”

李卉茵平时就有在内地电商平台购物的习惯。“在澳门使用内地电商平台购物，用集运拼邮的方式，价格便宜，商品抵达珠海后的第二天就能派送到澳门家中，现在已有不少内地商家开始提供包邮服务了。”李卉茵介绍，不少内地电商平台可以直接使用澳门本地银行卡付款，“我身边越来越多的朋友成为内地电商平台的‘粉丝’”。

自称“重度网购患者”的香港青年郭骏杰每周网购多达四五次，“小到碗、水杯等生活用品，大到吸尘器等家具家电，大部分都在内地电商平台下单”。他认为此次大湾区购物节商品有特色、品牌上档次、服务有保障，“对于内地商家来说，平台帮助他们把品牌推荐给港澳消费者，打开港澳市场；对于港澳商家来说，平台帮助他们突破时间和空间限制，拓宽销路”。

转型升级新机遇

据统计，粤港澳大湾区在淘宝上的日均订单达3000万单，这意味着每秒钟就有约350个新订单产生。此次购物节推动优质产品双向流通，不仅是促进新消费、创造新供给、引领新需求的一次网购“狂欢”，更是利用数字经济促进大湾区的商家和产业带进一步转型升级的新机遇。

在大湾区，广深企业进入港澳“打前站”进而开拓“一带一路”市场，港澳企业在内地城市开设生产制造基地、借内地大市场升级壮大的例子比比皆是。“市场的容量、跨度和层次，制度的差异、多样和互补，让大湾区企业发展空间大、闯劲足。”中山大学区域开放与合作研究院院长、中山大学粤港澳发展研究院教授毛艳华说。

对于广州市香雪亚洲饮料有限公司来说，大湾区购物节的举办，就像是让企业产品再度走向国际市场的一次“练兵”。上世纪60年代，香雪亚洲饮料前身亚洲汽水厂开发的沙示汽水、苹果汽水等产品曾一度热销，成为一代人心中“老广味道”的代表。香雪亚洲饮料有限公司市场总监戴江潇说，借助购物节，他们一边推出创新产品，签约网络红人直播带货，推动线下文创互动和联名营销，一边寻找境外电商战略合作，通过多渠道营销布局让产品再度“走出去”。

借势发力新赛道

“有幸参与大湾区购物节，这个节日不仅仅是销售卖货这么简单，更可以凸显我们中国香港品牌的品质。”香港皇玥集团创始人、董事长严运波从创业之初就致力于中式甜点的研发和推广，“我们要利用香港这一国际化平台和内地电商平台的影响力，将中国传统美食文化展现给世界。”严运波告诉经济日报记者，皇玥集团确立了线上线下全渠道销售模式，目前在内地市场反响热烈。“下一步，我们将借势发力，在视频、直播赛道上加大投入力度。”

“大湾区购物节刚好和我们的销售旺季叠加，人气爆棚，平台日均访客量涨了三成。”澳门永辉食品品牌经理龙小芳介绍，工艺发源和品牌创始于澳门的永辉，从1999年起就在中山市设立基地进入内地市场，近几年永辉的电商销售迎来质的飞跃，去年销售额达到4000多万元。“我们一直在加大对内地市场的投入，非常看好大湾区购物节，希望能办成常态，更看好大湾区的融合发展。”

大湾区购物节期间，淘宝美妆主播、香港青年羊大咩每天都在深圳做多场直播带货，单场最高观看量达8万人次。羊大咩对大湾区购物节的举办赞不绝口：“买到了湾区好货，享受了优质服务，也聚拢了人心。”

受新冠肺炎疫情影响，羊大咩多数时间在深圳工作，无法经常和在香港的家人团聚。随着湾区融合发展的加快，她和爱人正考虑举家迁往深圳，“来内地工作生活，会有更大的发展空间，自然就有了更美好的生活”。

图① 首届大湾区购物节叠加中秋节销售旺季，月饼商家生意火爆。

本报记者 喻 剑摄

图②③ 首届大湾区购物节上，国货科技产品成为港澳居民购买最多的商品之一。

本报记者 喻 剑摄

图④ 首届大湾区购物节举办期间，粤港澳三地超过29.8万个知名品牌，超100个产业带商家带来1300多万件好物集中展示销售。

曾 谙摄

香江观察

火热 浓浓

首届“粤港澳大湾区购物节”9月2日开幕，各大电商平台踊跃参与，品牌商品琳琅满目，折扣优惠丰富多样，物流服务快捷便利，让消费者足不出户享受满满获得感。

此次购物节的组织别具匠心。9月2日开幕，92件“湾区好物”亮相，还有谐音“92”的“就爱大湾区”主题，寓意粤港澳大湾区“9+2”城市群携手前行，融合共赢。粤港澳大湾区是我国开放程度最高、经济活力最强的区域之一，这里既是制造业的高地，也是引领消费潮流之地。购物节并不鲜见，但大湾区购物节的举办是首次以一个节日的名义，将粤港澳三地的优质商品置于一个购物场景中。消费者在享受购物便利的同时，可以品味大湾区11个城市的不同特色，感受大湾区城市群整体的繁荣和活力。

受疫情影响，香港、澳门的零售业进入低迷期，许多商铺面临巨大的经营压力。大湾区购物节的举办可谓恰逢其时，对接大湾区内地城市的旺盛消费需求，港澳商品就有了源源不断的活水。港澳的美食美妆、中药膏剂、珠宝钟表类产品在内地口碑很好，也契合了内地消费升级的浪潮。香港和澳门是国际化城市，内地产品能否走向世界，港澳市场是重要的一站。近年来，大湾区内地城市的数码产品、智能家电、家纺服装等产品备受港澳市民青睐，积累了“走出去”的市场经验。

火热的购物节背后是发达的制造业体系，活力十足的营销新模式，完备便利的物流配套。购物节上亮相29.8万个品牌，1300多万件商品，覆盖了100多个产业。由于许多平台在深圳和港澳设置了前置仓，600多万种商品直供港澳，消费者不必选择转运商，便可以直接享受满额包邮的次日达、隔日达服务。内地城市的直播、短视频等营销新模式也为港澳卖家提供了借鉴。以香港为例，电子商务仅占零售总额4%左右，对接内地平台经济空间广阔。

大湾区购物节不止是物质的享受，还有文化的体验。共同的广府文化、岭南文化基因，让大湾区消费者对很多老字号商品产生强烈的情感共鸣。广州酒家的月饼、香港的马百良牛黄丸、澳门的永辉蛋卷，一家家老字号品牌商品成为购物节上的热卖品。

粤港澳大湾区不同于国内其他城市群，也不同于世界上其他湾区，涉及一个国家、两种制度、三个关税区、三种货币，粤港澳之间的商品流通需要三地在商事规则、通关便利方面做出更多机制化的创新。购物节的举办涉及商务、海关、税务、邮政、网信、市场监管等多个部门的沟通协调，这种保障购物节顺利开展的协同机制将为三地有机融合积累有益经验。

就爱大湾区，三地一家亲。大湾区购物节为粤港澳三地带来了满满的获得感，浓浓的家国情，也让人们看到了三地融合发展的光明前景。

刘亮

本版编辑 曾诗阳 美 编 王子萱

现在是融入国家发展大局最好时机

——访香港中华出入口商会会长林龙安

本报记者 许跃芝 刘 亮

香港中华出入口商会是一家爱国爱港的商业社团，成立以来一直支持内地经济建设，在进出口贸易、产业投资等方面作出了重要贡献。

随着香港国安法的实施和选举制度的完善，香港进入良法善治新时代，“一带一路”建设和粤港澳大湾区建设为香港融入国家发展大局提供了历史机遇，香港中华出入口商会迎来了大有可为的发展时期。就香港进出口贸易形势、促进香港企业融入国家发展大局等话题，记者专访了香港中华出入口商会会长林龙安。

助力落实“爱国者治港”

记者：香港选举制度完善后的第一届选委会选举正在进行，香港中华出入口商会在助力香港国安法实施和落实“爱国者治港”方面有哪些作为？

林龙安：香港中华出入口商会一直以来是爱国爱港的功能组别团体，凝聚了大批与进出口贸易相关的工商界人士，支持特区政府依法施政，反映业界意见。香港国安法实施一年多以来，香港由乱到治，社会秩序重回正轨，工商各界可以集中精力发展经济，改善民生。香港中华出入口商会已经举办或协办多场国家安全宣讲会，通过“摆街站”等方式进行宣传，让会员和市民大众了解香港国安法出台的重要性和必要性。香港新一届选委会选举正在进行中，商会一如既往地支持特区政府依法施政，配合特区政府做好选举工作，推动有担当的业界精英参选，让他们在不同岗位上发挥关键的功能角色，为全面贯彻落实“爱国者治港”，推动香港走向良政善治迈出重要一步。

内地出口带动香港贸易反弹

记者：今年以来，香港的商品进出口情况持续好转，您认为主要原因是什么？

林龙安：与2020年同期比较，2021年上半年香港的商品整体出口货量及进口货量分别上升26.2%及23.3%。我认为，香港进出口增长度高的主要原因有两个：内地经济复苏强劲和2020年基数低。去年一季度香港经济受到疫情影响，罕见地出现-9.1%的创纪录低增速，因此今年一季度同比增速看起来偏高。此外，内地成功控制疫情，经济快速恢复，制造能力强劲，供给能力远高于国外，产生了明显的替代效应。内地的出口增长，令经过香港的转口货物大增，从而带动香港贸易领域快速反弹。环球经济复苏在短期内会继续支持香港货物出口，但增幅或较2021年上半年的强劲表现放缓。

引导香港青年扎根大湾区

记者：助力破解香港深层次民生经济矛盾，香港中华出入口商会有哪些作为？

林龙安：香港面临一系列亟待破解的深层次民生经济问题，其中包括青年向上流动问题。我们一直在努力推动解决相关问题。

作为全国人大代表，我的第一份建议就是《让香港专才融入粤港澳大湾区，寻找发展新机遇》，希望国家充分利用香港地理位置、国际影响力和人才优势，加快粤港澳大湾区建设。香港拥有多所一流学府，为不同专业行业培育大批人才。毕业生可以为大湾区内地城市建设提供助力，同时为自身寻找就业出路。今年全国两会期间，我就“加强对香港青年学生爱国主义教育”提交了建议，建议发挥民间组织力量，搭建更多青少年交流平台，发挥商会、社团和内地民间组织的紧密联系优势，推动青少年到内地交流，了解内地经济、科技、民生等方面的迅速发展，为青少年到内地发展做好准备。

香港青年融入国家发展大局是大趋势，我希望能够推动更多香港青年到内地就业创业。去年12月，“港澳青年创新创业基地”和“深港青年创新创业基地联合孵化空间”在我个人的企业总部所在地——深圳禹洲广场揭牌成立，为广大有意在内地创业就业的港澳青年提供了一个实现梦想的舞台，我们还组织专家团队为初创团队提供支持。现在，“港澳青年创新创业基地”已经和多个团体对接，集团亦已经做好迎接初创团队进驻的准备。

对接“十四五”时不我待

记者：在促进香港对接“十四五”规划，深化粤港澳大湾区合作方面，商会对会员有哪些引导和支持措施？

林龙安：“十四五”规划纲要中有港澳专章，国家明确在多个重要范畴继续大力支持香港发展。我相信在中央的支持下，香港在全力融入粤港澳大湾区、发挥优势服务国家整体发展的同时，也将进一步推动自身产业升级。我们要抓住这一历史性机遇，现在是融入国家发展大局的最好时机。

商会每年都组织会员到内地考察交流，发掘商机。这两年受疫情影响，我们减少了组团到内地交流考察，但开办了在线论坛和宣讲会，让会员们能够第一时间接收内地的最新政策和市场信息，了解行业在新形势下的机遇，为企业发展做好规划。商会亦和大湾区内地城市加紧对接，与广交会签订合作协议，建立更紧密的商务关系网络。我们致力于提供一站式服务，为商会企业融入大湾区提供便利，深化线上线下合作，为进出口业界寻求更多机遇。

“十四五”期间，国家加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，香港的重要任务之一是实现与“双循环”的对接。香港一直以来都是航运中心、贸易中心，进出口贸易是香港经济的主要支柱，占全港GDP的五分之一，从业人员约有50万人。香港中华出入口商会将进一步强化贸易体系建设，在服务性贸易、转口贸易方面支持会员企业，挖掘传统供应链和终端链的优势，促进香港在智能城市和数字经济方面加快发展。

商会还致力于促进会员与世界各地的经贸往来，通过举办经济论坛、研讨会及发布调查报告、专题研究报告，协助业界了解政策及营商环境，做好营商参谋。在推动国际大循环方面，商会通过长期以来和其他国家建立的商务关系，组织会员企业到外国交流学习，拜访当地商会和政府部门、考察工厂，了解投资环境和市场。

在“十四五”规划推进过程中，商会将继续为进出口贸易业界提供优良平台，希望协助更多大湾区企业走出去，拓展海外业务。