

習近平等黨和國家領導人分別看望老同志

香港文匯報訊 據新華社報道，春節前夕，中共中央總書記、國家主席、中央軍委主席習近平等黨和國家領導人分別看望或委託有關方面負責同志看望了胡錦濤、朱鎔基、李瑞環、溫家寶、賈慶林、張德江、俞正聲、栗戰書、汪洋、宋平、李嵐清、曾慶紅、吳官正、李長春、羅幹、賀國強、劉雲山、王岐山、張高麗和田紀雲、遲浩田、王樂泉、王兆國、回良玉、劉淇、吳儀、曹剛川、曾培炎、王剛、劉延東、李源潮、馬凱、孫春蘭、李建國、范長龍、孟建柱、郭金龍、王晨、劉鶴、楊潔篪、楊曉渡、陳全國、郭聲琨、王漢斌、何勇、杜青

林、趙洪祝、尤權、李鐵映、許嘉璐、蔣正華、顧秀蓮、盛華仁、路甬祥、華建敏、陳至立、司馬義、鐵力瓦爾地、蔣樹聲、王勝俊、陳昌智、嚴雋琪、張平、向巴平措、張寶文、曹建明、張春賢、吉炳軒、艾力更·依明巴海、萬鄂湘、陳竺、白瑪赤林、唐家璇、戴秉國、常萬全、趙克志、韓杼濱、賈春旺、宋健、胡啟立、王忠禹、李貴鮮、郝建秀、徐匡迪、張懷西、李蒙、廖暉、白立忱、陳奎元、阿不來提·阿不都熱西提、李兆焯、黃孟復、張梅穎、張榕明、錢進錄、孫家正、李金華、鄭萬通、鄧樸方、厲無畏、陳宗興、王志珍、

韓啟德、林文漪、羅富和、李海峰、陳元、周小川、王家瑞、齊續春、馬培華、劉曉峰、王欽敏、張慶黎、劉奇葆、董建華、萬鋼、盧展工、王正偉、馬飈、陳曉光、楊傳堂、李斌、汪永清、辜勝阻、劉新成等老同志，向他們致以誠摯的節日問候，衷心祝願他們新春愉快、健康長壽。

老同志們對此表示感謝，對習近平總書記作為黨中央的核心、全黨的核心衷心擁護，高度評價黨和國家過去一年各項事業取得的顯著成就。大家一致認為，「十四五」收官之年，以習近平同志為核心的黨中央團結帶領全黨全軍

全國各族人民迎難而上、奮力拼搏，順利完成經濟社會發展主要目標任務，中國式現代化邁出新的堅實步伐。老同志們希望全黨全軍全國各族人民更加緊密地團結在以習近平同志為核心的黨中央周圍，堅持以習近平新時代中國特色社會主義思想為指導，全面貫徹落實黨的二十大和二十屆歷次全會精神，深刻領悟「兩個確立」的決定性意義，增強「四個意識」、堅定「四個自信」、做到「兩個維護」，以歷史主動精神克難關、戰風險、迎挑戰，努力實現「十五五」良好開局，不斷開創以中國式現代化全面推進強國建設、民族復興偉業新局面。

海內外遊客爭訂 廣府年夜飯爆單

家庭聚餐為主力 煙花匯演合消費



●2月12日，外國友人在2026廣州水上花市開市現場學習製作油角。

香港文匯報訊（記者 李紫妍 廣州報道）臨近春節，廣州年夜飯預訂市場持續升溫，「一桌難求」成為今年新春餐飲消費的關鍵詞。香港文匯報記者走訪多家知名餐廳發現，熱門時段的包廂基本售罄，部分餐廳甚至提前兩個多月便已接滿訂單。當地家庭聚餐需求穩居主力，而隨着廣東省「請到廣東過大年」的邀約傳遍四方，不少外地及外國遊客也加入「搶訂大軍」，將廣式年夜飯列入春節行程，顯示出廣州作為美食之都的廣泛吸引力。與此同時，重磅回歸的白鵝潭煙花匯演進一步催熱周邊酒店與餐飲預訂，與年夜飯市場形成聯動效應，折射出市民對團圓儀式感的重視，也彰顯廣州餐飲消費的蓬勃活力。



●廣東勝利賓館內活動氣氛熱烈。
香港文匯報廣州傳真

看煙花 品美食 學非遺 「年夜」消費場景全面升級

香港文匯報訊（記者 李紫妍 廣州報道）不僅是「吃」，如今的「年夜」消費場景已經全面升級。從寒假親子遊拉開序幕，到大年初一白鵝潭煙花匯演引爆高潮，廣州春節檔的消費熱度正從餐桌蔓延至住宿、文旅、體驗等多個領域，形成「團圓飯+」的聯動效應。

白鵝潭煙花匯演無疑是廣州春節檔的頭號大戲，早早帶火了周邊的文旅消費。廣東勝利賓館坐擁一線江景，面向煙花燃放區域的客房歷來搶手。賓館總經理閻瑛表示，今年春節客房預訂啟動較往年略早，預訂熱度超過去年同期水平。廣州白鵝潭福朋喜來登酒店的「煙花房」同樣熱銷，酒店市場銷售總監閻禎透露，客源既有本地家庭，也有不少外地遊客。

「從各地陸續放寒假開始，我們賓館的住房預訂就隨之快速攀升，整個春節假期的預訂率已接近九成並有望持續升高。」廣州白天鵝賓館總經理林鎮海介紹，圍繞煙花匯演等重磅活動，賓館策劃了「煙花盛景」系列套餐，讓客人在私密窗景前，邊賞璀璨煙火，邊品團圓佳餚。

非遺民俗融入服務場景

文化體驗正成為春節消費的新增長極。外地遊客奔赴一桌廣式年夜飯，本身就是深度體驗嶺南文化的一種形式。而更多商家主動將非遺、民俗融入服務場景。白天鵝賓館換上「新春裝」，將炫彩煙花融入「故鄉水」景觀，與嶺南園林亭台、年花相映成趣，成為廣大來客必合影的打卡點；更聯合多位非遺傳承手工老師，開設宋錦、苗銀、剪紙、金漆木雕和燒箔畫等非遺手工課，讓出遊的親子家庭在一針一線、一刀一刻中感受中華傳統文化的魅力。

從一席難求到一房難求，從味蕾滿足到文化共鳴，廣州年夜飯的升級，折射出春節消費從單一場景向多元融合的跨越。這不僅是市場熱度的體現，更是廣府年味以更鮮活方式走進人心的註腳。



●2月9日，「情暖勞動者 穗歲平安年」2026年廣州新春團年飯慰問活動在位於廣州市的海心沙亞運公園舉行。

套餐、3款10至12人套餐，定價1,000至3,000餘元，取名「大展宏圖」「闔家團圓」等，意頭十足。

廣州酒家則針對消費客群「年輕化、多元化」特點，在六人、十人主流套餐外新增2至4人精緻套餐，適配年輕情侶與小型家庭，價格從888元至5,888元不等。其部分門店還推出現點現做的外帶套餐，主打鮮製盆菜，為偏愛宅家過年的年輕群體和家庭提供豐富選擇，讓「宅家年夜飯」同樣有滋有味。

一席難求的年夜飯顯示出市場對廣東年味的嚮往，一桌團圓飯從本地市民的習俗成為外來遊客「文化體驗」的一部分，這份文化熱度正轉化為歲末消費市場的強勁動能。透過熱氣升騰的盆菜與座無虛席的廳堂，「年味」正從抽象的文化符號轉化為實實在在的消費場景與經濟活力。

為在除夕夜與家人吃上一頓團圓飯，不少市民提前數月便開始「蹲守」預訂。

預訂高峰提前 熱度明顯提升

市民趙女士表示，一家12人的年夜飯習慣在外解決。「兩個月前就訂好了包廂，不早點根本搶不到。」趙女士說。廣州酒家自去年12月底開啟年夜飯預約，較往年有所提前，目前僅第二輪剩餘少量席位。相關負責人表示，今年顧客預訂周期明顯提前，預訂速度顯著加快。

主打客家菜的一家餐廳店長告訴香港文匯報記者，除夕晚餐分兩輪，從下午四點半開始，「兩輪全滿，想訂位至少提前一個月，今年元旦前後就開始接到預訂了。」銀燈食府行政經理宋國珍介紹，不少客人在冬至宴後便着手預訂新春家宴，目前包廂已全部訂滿，大廳席位開放一周內即告罄，熱度較去年明顯提升。

春節期間，廣東省推出「請到廣東過大年」系列文旅活動，在以美食聞名的廣州，「年夜飯」自然成為海內外遊客爭相體驗的項目。社交媒體上，眾多網友晒出廣州春節行程，求推薦「本地人認證的年夜飯」與「必吃經典粵菜」，熱度愈發高漲。

熱門商圈和景區的老字號酒樓與特色餐廳人氣更甚。北京路步行街的陶陶居工作人員透露，去年10月便有顧客預訂年夜飯，目前兩輪全部滿座。「除了附近的本地老顧客，今年還接到不少外地甚至外國遊客的諮詢預訂。」為照顧當天到店客人，門店也會視離席空枱情況，現場開放排隊拿號。

法國人Martin在中國生活多年，今年他的父母要到廣東來和他一起過年。為此，他給父母安排上了一整套「廣東年味」，準備好新年利是，冬瓜湯、蛋卷等經典廣式年貨，再訂上一桌地道的粵式年夜飯。他表示，這個新年一定要讓父母深深感受「中國年」和「中國文化」。

廣州酒家相關負責人介紹，進入2月以來，已有不少拖着行李箱的遊客到店消費，他們更偏好地道粵菜、盆菜及意頭菜，尤其看重廣府年味與儀式感，線上平台也陸續收到外地遊客的年夜飯預訂訂單。

馬年新菜應景 小家庭成增長主力

為契合新春氛圍，不少餐廳都推出馬年新菜單，並順應4至6人小家庭聚餐增多的趨勢，增設相應包間及套餐。

泮溪酒家推出「駿馬迎春」系列餐飲產品，覆蓋年夜飯、早茶等多品類。高級顧問黎天焯介紹，其中「一馬當先」團圓套餐精準匹配小家庭需求，菜品如以龍蝦搭配馬蹄肉片餅烹製而成的「龍馬精神」、用傳統食材製作廣府特色糕點的「馬上高升」等，每道菜都藏着「好意頭」。黎天焯表示，在酒家新增20間包間中，近半數為6至8人房型，提升小家庭就餐體驗。

僑美食家則推出5檔馬年年夜飯套餐，從398元（人民幣，下同）4人餐到6,888元20人餐，豐儉由人。品牌主管陳先生介紹，菜品將「龍馬精神」「馬到成功」等吉祥寓意融入研發與擺盤，既有發財蠔鼓豬手、乳鴿、叉燒等招牌粵菜，也兼顧清淡菜式與健康潮流。銀燈食府推出3款6人

「總書記同款」年貨 京隆福寺熱賣

特稿

春節臨近，年味漸濃。13日，香港文匯報記者走進重煥新顏的北京東城隆福寺街區，只見這裏人流湧動、熱鬧非凡。各家商鋪均客流不息，戶外的新春大集更吸引了大量遊客駐足。

不久前，總書記考察期間到過的稻香村、吉甯坊等，更是排起長龍，遊客紛紛購買「總書記同款」年貨。北京市民詹大爺對記者說，「自己排了一個多小時的隊伍，終於進到店裏面，目標就是總書記同款的糕點，每種來上六套，送給親戚朋友。」北京東城五年級小學生趙同學拿着20元現金，踩着滑板車，在豐年灌腸店鋪前耐心地排隊等候。

據了解，隆福寺新春市集以「福」文化為核心

主線，設置2個演出空間和53個攤位，聯動57個品牌打造多元消費場景，全方位覆蓋市民新春採購、體驗、遊玩等多樣需求。同時，隆福寺街區內的商戶同步發力，推出系列新春主題活動，與市集形成深度聯動效應。

紅星二鍋頭請來了「機器人調酒師」，精準、新鮮、有趣的製酒過程，吸引了大量消費者駐足。工作人員告訴記者，「這些天，每天都有千元左右的銷量，很多年輕人都喜歡目睹機器人調酒的過程。我們這個創意也算是順應人工智能發展的潮流。」

如今的隆福寺街區，不僅是美食大集，也是潮玩匯聚，更有中國書店、榮寶齋「坐鎮其間」，

帶來滿滿的文化味道，並與一街之隔的中國美術最高殿堂——中國美術館遙相呼應，從而讓這裏真正成為一個文旅金名片。

依據節假日設定街區

行走在隆福寺新春大集上，人們可以看到30餘家老字號扎堆亮相，21個老字號和非遺攤位搭配8個老字號美食攤位，再加上隆福寺街區內的北京稻香村、同仁堂等老字號創新門店，形成了極具京味特色的老字號矩陣。

記者還了解到，目前隆福寺街區的設計是依據春節假日的氛圍而設定。未來，街區還將根據不同的時令和安排，隨時動態調整街區的布展和活



●北京隆福寺街區年味十足。

香港文匯報記者張寶峰 攝動，以更好地順應消費者的新需求和市場上的各種新變化。

●香港文匯報記者 孫志、張寶峰 北京報道