

城市烟火气 冬日别样暖

——我市消费市场活力足

文/本报记者 韦云馨

冬日的长治,从热气腾腾的特色美食到琳琅满目的商品市集,从人头攒动的商圈综合体到焕新升级的便民消费场景,处处升腾着浓浓的烟火气,涌动着强劲的“消费暖流”,消费市场呈现出供需两旺、繁荣向好的生动场景。

商场里的“节前消费”与“精明账”

周末的万达广场,节日氛围已悄然拉满,激发市民消费的热情。黄金珠宝柜台前,咨询、试戴的顾客络绎不绝,成为商场里热闹的区域之一。“元旦前后历来是婚恋旺季,不少年轻人选择在这个节点订婚、结婚,直接带动了首饰销量上涨。”万达广场一层周大生珠宝店店长介绍,店里推出的“岁末聚惠”活动,涵盖折扣、满减等,让客流量和销售额较平日大幅提升。

化妆品区域同样人气高涨,年轻女性三三两两围在柜台前试妆。一支寓意“新年焕新”的口红、一套包装精致的护肤品礼盒,成为她们犒劳自己的热门选择。

“年底聚会多,既要扮靓自己,也得给辛苦一年的自己一个仪式感。”正在挑选粉底液的“90后”白领小陈笑着说。与此同时,兼具时尚感与实用性的冬装也迎来消费高峰,羽绒服、羊毛大衣等单品被摆在显眼位置,成为家庭采购的重点,为新年穿搭增添精致感。

热潮之下,消费者的“精明算盘”打得愈发响亮。在服装区,市民张女士拿着一件羽绒服仔细比对吊牌信息,同时熟练地打开手机,切换到线上官方旗舰店查询价格。“店里打折后899元,线上领券后829元,差价快100元了。”她坦言,如果差价不大,更愿意在实体店购买,“能试穿、

能即时拿到手,体验感更好”,但如果价差明显,会果断选择线上下单。

张女士的消费选择,正是当下长治消费者的普遍心态。敏锐捕捉到这一变化的实体店商家,纷纷拿出应对之策:多家品牌门店挂出“线上线下同价”“扫码领券再减”等招牌,从价格和服务方面双重发力。“单纯靠信息不对称赚钱的时代早就过去了。”一位资深零售业负责人直言,“如今的线下门店必须把体验做到极致,比如服装区提供免费改衣、化妆品区提供免费化妆教程、珠宝区提供清洗保养服务,再加上有竞争力的价格,才能留住顾客。”

理性主导下的“情绪共鸣”与“本土认同”

纵观元旦前夕的长治消费市场,“理性”无疑是最核心的关键词。购物前比价成为常态,线上线下多渠道对比、查看产品评价、计算优惠力度,成为许多人的消费习惯;决策周期明显拉长,不再盲目跟风,更注重产品的性价比、实用性和售后服务。

但理性之下,情感消费的“暗流”同样汹涌。“仪式感消费”成为节日市场的亮点,一顿温馨的跨年大餐、一束装点家居的鲜花、一场与亲友的聚会、一份精心挑选的礼物,这些能带来即时情感满足的“小确幸”消费,并未因整体理性而降温。在市区一家鲜花店,向日葵、玫瑰、洋桔梗等寓意美好的鲜花销量大增,老板介绍:“很多人买花是为了给家里添点节日气氛,或者送给亲友表达祝福,元旦前的订单量比平时多了不少。”

另一个值得关注的趋势是“本土认同”的持续强化。在潞州区多家特产店,老陈醋、沁州黄小米、襄子老粗布等产品备受青睐,既有市民买来自用,也有不少人作为伴手礼送给外地亲友。“给外地的朋友带点家乡特产,既实用又有特色,还能让他们了解长治的文化。”正在挑选党参礼盒的市民赵先生说,支持家乡品牌的同时,也能传递对家乡的热爱。这种对本土文化的自信与认同,正逐渐转化为实实在在的消費力,为本地特色产业发展注入新动能。

如今,市民消费已不再是简单的“买与卖”,而是融合了精打细算的生活智慧、追求美好的情感诉求,以及对家乡风物的深切认同。这股“消费暖流”虽不汹涌澎湃,却真实持久,“潜流”之下,孕育着城市经济高质量发展的新动能,为新一年的发展奠定坚实基础。

餐桌上的“节日经济”与“品质升级”



市民在太行西街金威超市选购水果。

元旦临近,承载着社交与团圆功能的“餐桌经济”迅速升温。在博源超市和金威超市,生鲜区的热度远超平日。但与春节前大量采购米面油肉的“年货”模式不同,此

阶段的消费更偏向“精致化、即时性”,高品质食材成为主角。

进口车厘子、精品牛排、鲜活海鲜等“硬菜”被摆放在显眼位置,标价虽不低,但仍挡不住市民的购买热情。

“元旦假期不长,不用大量囤货,但一家人总要在家好好吃几顿美食。”正在采购的市民刘先生购物车里,既有本地的沁州黄小米,也有准备在跨年夜烹饪的海鲜。“买

点好的,给生活加点料,也算有仪式感。”

火锅食材区则呈现出“供销两旺”的景象。火锅底料、现切牛羊肉、手工丸滑、各类涮菜等商品被整齐码放,销量明显上升。“天冷加上放假,在家吃火锅既热闹又暖和,还能根据家人口味搭配食材。”一家火锅食材专卖店老板一边补货一边说,“最近几天的日销售额比平时翻了一倍都不止,特别是番茄、菌汤等清汤底料和高品质牛羊肉,卖得最好。”

餐桌消费的变化,生动体现了市民消费的品质升级,消费者不再满足于吃饱,更追求吃好,愿意为新鲜度、口感、营养价值买单,从基础性消费向享受型、品质型消费过渡的趋势越来越明显。



万达广场选购商品的市民络绎不绝。

休闲娱乐的“暖需求”与家电市场的“活力分化”

与日常消费市场热烈氛围相呼应的是,我市各类室内休闲娱乐场所正涌动着炽热的“暖需求”,成为市民放松身心、享受闲暇的首选之地。

市区多家影院未到假期便已人气爆棚,《疯狂动物城2》《阿凡达》等影片备受青睐,黄金时段场次早早显示“满座”。不少市民表示,用一场精彩的电影开启新年,是极具仪式感的选择。市区内的茶馆、咖啡馆和阅读空间同样座无虚席,大家或与好友畅谈欢笑,或沉浸在书籍的世界里,在惬意时光中感受生活的美好。

家电市场则呈现出明显的“活力分化”态势,创新产品与实用好物齐受热捧。在一家大型家电卖

场,空气加湿器等提升生活舒适度的产品专柜前人头攒动,不少市民正在咨询产品性能和优惠活动。“趁着节前促销换个新的,让居家环境更舒适。”市民王女士说。同时,扫地机器人、洗地机、高端厨电等“解放双手”的智能产品也备受追捧,成为年轻家庭的采购重点。“年底犒劳自己,买个扫拖一体机器人能省不少家务时间,而且元旦期间的折扣力度很大,还送耗材礼包,特别划算。”一位正在下单的顾客笑着表示。

与之形成对比的是,电视、冰箱、洗衣机等传统“三大件”的销售相对平稳。“大家电市场已进入成熟发展阶段,消费者购买时愈发理性,更看重产品的科技创新、节能效果和售后服务。”一位家电卖场负责人介绍。



电影院热门时段座无虚席。

记者手记

走在长治街头,目光所及皆是生动的生活图景:商场里,人们拎着刚选好的新衣笑眼弯弯;超市中,装满食材的购物车推着满心期待;鲜花店前,一束束玫瑰百合正传递着新年的希望……细碎却鲜活的瞬间,拼凑出这座城市最真实的消费温度。

消费者带着理性的考量,却从未丢掉对美好生活的向往;商家们用心打磨产品与服务,在竞争中寻找与消费者的情感共鸣。这份双向奔赴,让消费成为连接人与生活、人与城市的纽带。

元旦的脚步越来越近,长治的“消费暖流”仍在持续涌动。它不仅是城市经济活力的见证,更藏着这座城市的底气与希望——当每个人都在为更好的生活努力,当每一份消费都承载着对美好生活的追求,这座城市便会始终充满向上的力量,在新的一年里绽放更多光彩。

本版图片由韦云馨 郭赞 摄