

# 使用场景多元 种类五花八门 冬季取暖用品持续热销

连日来,随着冷空气交替来袭,永城的寒意日渐浓厚,防寒保暖成为市民关心的话题。在暖经济的持续升温下,从线下实体店到线上电商平台,各类冬季取暖用品迎来热销。

11月27日,记者来到万达广场,浓厚的冬日氛围扑面而来。不少好物集合店不约而同地将保暖配饰作为主推产品,围巾、帽子、手套等配饰组成的保暖三件套被陈列在入口处的展示架上,毛茸茸的材质搭配多样的配色,吸引不少市民驻足挑选。

一家好物集合店的导购员陈女士介绍,相比基础款,设计感较强的保暖配饰更受青睐,尤其是可爱的卡通款式格外受年轻女性欢迎。

暖宝宝、热水袋等贴身取暖类产品被摆放在多家好物集合店的醒目位置,价格从个位数到几十元不等。记者注意到,现在的贴身取暖类产品更加精细化,细分到了身体的各个部位。针对手部保暖,有热水袋、掰掰乐、暖手蛋和穿戴式暖手贴;针对脖子保暖,有蒸汽暖颈贴;针对足部保暖,有发热鞋垫、暖足贴等。此外,部分产品融入了生姜、艾草、益母草等天然草本成分,也有一些产品与知名卡通IP联名,充分满足了消费者对局部保暖的个性化需求。

各类取暖设备也迎来了销售旺季。暖风机、小太阳、油汀在城区一家家电卖场,记者看到各式取暖设备被摆放在黄金位置,款式多样、功能齐全,销售人员正忙着向顾客介绍产品性能。该家电卖场销售人员徐女士介绍,取暖设备是季节性产品,其销售热度和天气息息相关。11月以来,取暖设备的销量一路走高。接下来气温持续降低,取暖设备的销量还将迎来新一轮高峰。

值得一提的是,随着生活品质的日益提高,消费者对取暖设备的需求更加多元,从单纯御寒向追求舒适转



货架上摆放着各式暖宝宝

变,使用场景也不再局限于客厅或房间,而是延伸到了生活的各个角落。

在各大社交平台,许多网友纷纷晒出自己的过冬取暖神器,有铺在桌面上的暖桌垫、摆放在桌子底下的暖脚宝、放在椅子上的加热坐垫、可围炉煮茶的围炉取暖器。这些产品形态各异,精准切中了不同场景下的细分取暖需求。

早在上一周,新永康人刘冬眉就已经在办公室里用上了暖身毯,她告诉记者:我老家在东北,虽然冬天很冷,但是室内有暖气,体感还是很舒适的。南方就不一样了,现在办公室里还没开空调,我早上上班那会脚发僵,在大腿上盖个暖身毯就暖和多了,脚也不僵了。

万达广场一家好物集合店的导购员李女士向记者透露,聚焦上班族的办公室取暖需求,店里特意上架了几款暖桌垫和桌面取暖器,销量不错,购买群体大多是年轻消费者。

相比线下实体店,线上电商平台上售卖的取暖设备种类更丰富多元。记者浏览电商平台发现,暖桌垫、桌面取暖器和暖脚宝这类放在办

公场所使用的产品较为畅销。这些产品主打小体积、低功耗、易操作,价格从几十元至100多元不等,是不少上班族的取暖选择。

记者随机点开一款暖脚宝的产品链接,在产品详情页,商家介绍该款产品运用了石墨烯技术,全包裹取暖,可多档调节温度和调节定时关机时间,温控范围在30至70,还搭载了智能断电设计。使用方便,操作比较简单,确实很暖和,升温速度很快。在产品评价页面,不少消费者给予了好评。

不过,尽管形形色色的取暖用品为冬日生活增添了暖意,但其中的安全隐患也不得不防。每到冬天,因取暖用品引发的火灾、烫伤等安全事故屡见不鲜。在享受这份温暖时,消费者一定要增强安全意识,在使用暖宝宝、热水袋等贴身取暖类产品时,应谨防低温烫伤,在选购取暖设备时,应选择正规渠道和具有安全认证的产品,而且使用过程中应严格遵守操作规范,避免设备长时间通电待机,人离开时及时关闭电源、拔掉插头。

融媒记者 张曼欣

# 暖食经济 升温 火锅甜食带来十足烟火气

本报讯(融媒记者 曹润鑫 程卓一)随着气温逐步走低,市民的饮食选择悄然转向各类热腾腾的美食,火锅、砂锅、热奶茶、糖炒板栗等纷纷走俏,我市暖食经济持续升温,成为秋冬消费市场的一抹亮色。

近日,每到饭点,巴黎商街人流涌动,火锅店、羊骨头砂锅店等餐馆座无虚席。京满昌老北京铜火锅店内,在铜火锅炭火升腾的热气中,鲜嫩的牛羊肉在清汤中翻滚,食客们围坐一桌边涮边聊,暖意融融。冬天就想吃点暖和的,老北京铜火锅涮羊肉很有特色,肉质鲜嫩,越吃越暖。市民鲍雨晴说。

该火锅店负责人程洁介绍,进入秋冬季,火锅店正式迎来消费旺季,周末时常出现排队等位的情况,工作日也能实现两三次翻台。我们用的是炭火铜火锅,保温性好还有氛围感,食材是选自呼伦贝尔的牛羊肉,吃起来带有自然奶香味。程洁介绍,尽管今年牛羊肉采购价格较去年同期有所上涨,但门店坚持维持原价,同时在线上平台推出优惠套餐,近期套餐销量实现显著增长。为应对激增的客流,门店还在门口增设外摆餐桌,满足市民用餐需求。

除了火锅这类正餐,暖意十足的甜食也十分走俏。在巴黎商街的一家炒货店,刚出锅的糖炒板栗被摆放在门口显眼位置,散发着香甜气息,吸引不少市民驻足购买。店主田先生告诉记者,现在是板栗的最佳食用阶段,吃起来香甜软糯。吃板栗季节性很强,秋冬季节最受欢迎。现在每天能卖出50公斤到100多公斤,销量和往年基本持平。他说。

此外,热奶茶、烤红薯等暖食也持续热销,成为市民逛街的热门选择。从热气腾腾的火锅到香甜软糯的板栗,各类暖食不仅温暖了市民的味蕾,更激活了秋冬消费市场。

# 马年未至 周边先火 萌马好物提前上新

本报讯(融媒记者 王佳涵)距离马年春节尚有80余天,我市提前刮起了马元素消费风,从寓意吉祥的毛绒玩具到精致吸睛的黄金挂饰,各类马年周边陆续上新,成了市民提前囤货的热门之选,早早烘托出年味氛围。

在城区多家饰品店、文创小店内,马年主题周边已占据显眼的陈列位置。马上有钱、毛绒小马玩偶圆滚滚的造型憨态可掬,绒面材质触感柔软,头顶元宝装饰呼应吉祥寓意;马上发财、钥匙扣设计精巧,搭配红色小马造型,兼具实用性与装饰性,成为年轻群体青睐的随身好物。正在挑选毛绒玩偶的市民李女士笑着说:我是属马的,逛街看到这小马玩偶就挪不开步了,造型可爱还贴合本命年,买来讨个好彩头。

这类周边不仅颜值高,还带着讨喜的好寓意,小马造型可爱,上架以来销量一直不错。步行街某饰品店店员一边整理货架一边介绍,部分热门款式已出现补货需求,接下来还会上新更多款式。

金器市场同样热闹,各大品牌纷纷推出马年黄金挂饰系列,涵盖多元风格满足不同需求。复古风挂饰采用传统篆刻工艺,小马鬃毛、四肢细节刻画细腻,搭配祥云、如意等经典纹样,尽显中式韵味,深受老年人喜爱;卡通款则主打萌趣设计,Q版小马睁着圆眼睛,搭配亮面、磨砂双重工艺,成为亲子送礼、年轻人自戴的热门选择;还有简约轻奢款以极简线条勾勒小马轮廓,镶嵌细小钻石点缀,适配日常穿搭场景。

每年生肖挂饰都是热门,今年提前上新后,每天都有顾客到店咨询,复古款和卡通款特别受欢迎,不少人想早点入手讨个“龙马精神”的吉利。某金店导购介绍,目前部分款式已接受预售订单,备货量根据市场需求进行动态调整。

# 固体杨枝甘露掀起尝鲜热 单日最多卖出200份

本报讯(融媒记者 李涵英)近日,一款名为固体杨枝甘露的甜品在社交平台上走红,成为不少消费者追捧的网红单品。我市多家餐饮店与烘焙店迅速跟进,纷纷推出同类产品,抢占这一波流量红利。

与传统液体饮品不同,固体杨枝甘露以芒果为基底,上层覆盖干噶酸奶或奶酪椰浆混合制成的奶皮,再撒上西柚果肉、西米、爆爆珠等配料,部分产品还会点缀青提、蓝莓或奥利

奥。其造型新颖,口感层次丰富,成为吸引消费者的重要卖点。

11月27日上午,记者来到城区一家主营酸奶冷萃的店铺,货架上整齐摆放着打包好的甜品盒,店主阳阳正在打包固体杨枝甘露外卖订单。她告诉记者,自己通过小红书、抖音等平台关注到这一爆款产品后,第一时间上架了同款产品,定价为26元一份。我们是本地外卖平台上较早推出这款产品的店铺之一,销量最高

时一天能卖200份。阳阳说。

在另一家以面包、蛋糕为主打的烘焙店,店里推出的固体杨枝甘露单价为22元。在多个平台频繁刷到相关推送后,我们认为这个品类会有市场,决定跟进。该店店主应凯介绍,目前该产品销售以外卖为主,高峰期一天可售出30份。

目前,我市市面上的固体杨枝甘露价格区间较大,从10元至35元不等。随着越来越多商家入局,部分店铺在产品造型或配料上进行了差异化调整,以期吸引更多消费者。

业内人士分析,此类网红食品的迅速走红,一方面得益于其制作门槛不高、易于复制,另一方面契合了年轻群体追求新奇体验与社交分享的心理。然而,网红单品从爆红走向长红,核心在于产品品质与消费需求的持续契合。

专家提醒,固体杨枝甘露以芒果和西柚为主料,与酸奶或奶油混合,性质偏凉,脾胃虚寒者,常见表现为手脚冰凉、易腹泻,不宜多食,消化功能较弱的儿童与老年人应适量食用。



固体杨枝甘露