

冷空气吹热“暖经济”

冬日消费热力十足

□本报记者 龚励

临近岁末,我市气温持续走低,消费市场却涌动着阵阵“暖意”。

“12月中旬以来,店里几乎每晚都满桌,有时还要排队等候。”新北区一家火锅店老板感叹,天气越冷生意越旺。

大众点评数据显示,入冬以来,我市火锅类餐饮消费需求升温,“牛羊肉火锅”“羊汤”搜索量环比大幅增长。

事实上,感受到这股“暖意”的不仅是餐饮业。连日来,记者走访消费市场发现,御寒用品、取暖家电销量一路飙升,温泉、汗蒸等暖消费场景更迎来客流高峰。

火锅类消费全面开花

“中桌前面还有19桌,预计要等1小时。”12月23日晚7时,记者来到新北万达附近一家火锅店,工作人员正在帮前来就餐的顾客打印排队小票。该工作人员介绍,最近常州气温下降,店里客流较前两个月明显攀升,“工作日晚间6时,店里基本就会坐满,周末饭点来大概要排百余号。”

随着天气转冷,不少火锅店抢抓“冷”机遇,专门推出冬季特色菜品。比如,太湖路一家火锅店推出的冬日养胃玉米汁,成为该店爆款。“要抓住消费者的胃,创新很重要,天气冷,大家更爱喝热饮,就要顺应消费者的需求推出应季产品。”火锅店负责人表示。

记者注意到,今年冬天一批颇具地域特色的火锅店备受消费者青睐。大众点评数据显示,常州地区的重庆火锅、潮汕牛肉火锅、四川火锅团购订单环比增长超50%,增幅位居火锅品类前列。

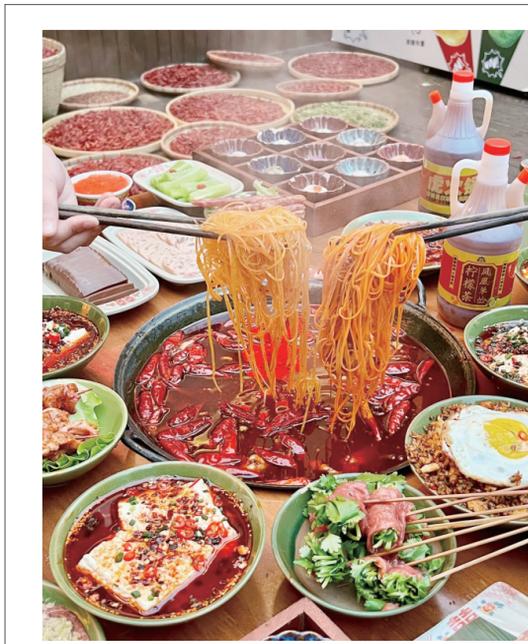
记者还在我市多家连锁便利店看到,一排排饮品货架已从制冷模式调成制热模式,里面的热饮涵盖奶茶、咖啡、豆奶等多个品类。

新型取暖家电成“新宠”

随着冷空气来袭,取暖电器成为应季消费刚需,受到消费者追捧。12月22日晚,记者在京东电器北大街店看到,各式取暖家电被摆在卖场显眼位置。“家里的电热毯用了两年,听说今年流行水暖毯,特地来看看。”市民王丽说。

“暖消费的季节性很强,最近我市降温明显,为应对取暖产品销售旺季,商场提前备货,为消费者准备了种类齐全的‘暖’产品。”京东电器北大街店相关负责人介绍,今冬消费市场,新型取暖家电成为年轻消费者新宠,如小太阳、踢脚线取暖器等。

传统取暖家电销售也有不俗表现。以空调为例,过去销售旺季主要集中在暑期,今年在家电以旧换新政



策助力下,销售尤其看好。“12月以来,我们的空调类产品销售额同比增长超2倍。”该负责人介绍。

此外,安装地暖成为常州人过冬新选择。“入冬以来,消费者对地暖安装需求急速攀升,平均一天要装4户。”我市一家地暖安装公司经理告诉记者,预约安装地暖的档期已排到元旦以后。

御寒服饰站上“风口”

这段时间,羽绒服、大衣、毛衣等御寒服饰站上销售“风口”。

“御寒服饰的销量受天气变化影响很大。最近降温,羽绒服品类销量较过去两周明显增长。”优衣库常州正方店工作人员告诉记者,部分热门款式,如轻薄保暖的羽绒内胆甚至断码断货。

在各网购平台上,御寒服饰销售数据也颇为亮眼。拼多多数据显示,11月

以来,羽绒服、保暖内衣、秋衣秋裤等品类搜索量同比增长150%;在寒冷地区,防寒服、雪地靴等品类销售额同比增长80%。

过去,不少年轻人认为秋裤不够时尚而烦恼,今年也找到了秋裤“优替”。京东调研显示,31.9%的消费者正在将各种护膝、“堆堆袜”当作秋裤的“优替”。京东“双11”期间,保暖护膝成交额同比增长79%，“堆堆袜”销量同比增长51%。

“今年冬天‘堆堆袜’的批发量较去年同期增长了两倍,羊毛‘堆堆袜’销售特别好。”在路桥市场做批发生意的徐女士介绍说,保暖单品每年都在推陈出新,今年出圈的“堆堆袜”比秋裤单价还便宜,每双价格在3元至12元不等。

泡温泉成户外休闲首选

天气转冷,泡温泉成为常州人户外休闲首选。美团数据显示,入冬以来,“溧阳温泉”搜索量大幅上涨,“温泉私汤”“天然温泉”“小院温泉”成热搜关键词。

为满足不同游客的需求,各温泉企业不断创新升级,在传统室内温泉泡池之外,增设了许多特色露天温泉池,如花瓣浴、牛奶浴、中药浴等,让游客在享受温泉的同时,体验到不同的养生文化。此外,温泉度假区周边还配套餐饮、住宿、娱乐等设施,形成完整产业链,为游客提供“一站式”休闲度假服务。

“上周末,一家三口去溧阳泡温泉,发现现在温泉玩法特别多。”家住钟楼区的吴军告诉记者,景区内有无边泳池、冲浪区、精油池,泡累了还能去汗蒸房放松一下,人均消费不到200元。

热心市民捐赠74年前珍贵电话簿

常州电信博物馆再添“宝藏”



本报讯(龚励 吴波) 12月20日,热心市民吴玉彦向常州电信博物馆捐赠了一份颇具历史价值的藏品——《邮电部常州电信局市内电话用户变动表(第一期)》,这是迄今常州电信博物馆馆藏最早的常州市区电话号码簿。

吴玉彦今年78岁,曾在纺织行业工作,后从文化系统退休,一直对常州文化产业和地方历史研究有着浓厚兴趣。这本发于1950年9月10日的电话簿,记载着1950年8月之前我市电话用户的信息,是研究解放前后常州通信历史、政府机关、银行、商家名称及地址变迁的重要实物资料,对于深入了解常州城市发展脉络具有重要历史价值。吴玉彦告诉记者,他收藏这本电话簿已有三十多年,不久前参观常州电信博物馆时,被博物馆的丰富展品和内涵打动,遂决定捐赠,希望它能在博物馆中发挥更大作用,让更多人了解常州的历史文化。

常州电信博物馆作为常州地区电信行业综合性博物馆,是全面展示常州电信行业发展历史的重要窗口,也是传播电信科技科普知识的文化场所和企业文化教育的基地。博物馆拥有藏品1000余件,在电信行业博物馆

中展品数量较多,种类较为齐全。

捐赠仪式上,常州电信党委书记、总经理黄亚君为吴玉彦颁发收藏证书并向其表示感谢。黄亚君表示,常州电信博物馆的发展离不开社会各界的支持与帮助,此次吴玉彦老先生的捐赠,不仅丰富了博物馆的馆藏,更体现了社会大众对保护和传承地方历史文化的责任感。未来,常州电信将进一步加大宣传力度,加强与民间收藏者的互动交流,让更多散落在社会上的电信文物得到妥善保护和充分利用,更好展示电信人的“集体记忆”和常州人的“文化乡愁”。同时,他也期望社会各界能继续关注和支持常州电信博物馆的建设与发展,共同为传承与弘扬常州的历史文化贡献力量。

据了解,常州电信博物馆全年免费向公众开放,2024年观展人数已超3万人次。博物馆充分挖掘自身资源优势,运用VR、AR、5G、千兆光网等先进技术,打造多个互动项目,如“30年铸就电信好宽带”“30年电信手机发展历程”“时空电话亭”等,颇受市民喜爱。此外,常州电信还组建近百人的博物馆讲解员团队,为预约参观的客户提供免费讲解服务,以实际行动践行“人民邮电为人民”的初心使命。

中粮人瑞：打造市民健康饮食首选品牌



本报讯(龚励)“人情·人瑞·人文”中粮人瑞18周年庆典12月23日在我市举行。活动现场人潮涌动、气氛热烈,中粮全系产品精彩亮相,吸引众多消费者前来选购体验,一同见证中粮人瑞数十年来在常州的蓬勃发展。

中粮人瑞是常州人瑞生物科技有限公司携手中粮营养健康研究院构建的西部消费帮扶品牌,依托中粮集团全产业链优势,在大健康产业不断深耕细作,业务涵盖健康食品、营养保健品等多个范畴,致力于为消费者提供高品质、多元化的健康产品与服务。

活动现场,中粮集团旗下各类明星产品琳琅满目。福临门食用油凭借优质原料与精湛工艺,为家庭餐桌增添香味;长城葡萄酒精选葡萄匠心酿造,醇厚口感赢得消费者青睐;中粮塔原红花籽油以红花籽为原料,经多道工序精制,富含亚油酸等营养成分,有“血管清道夫”美誉;中宏蜂胶历史悠久,含600多种活性成分,具有抗氧化、增强免疫力等多重功效;中茶茶叶集各类茗品,传承茶文化,风味独特品质佳;悦活峨眉山天然矿泉水是富氧弱碱性水,含有丰富矿物质,对人体有抗氧化、代谢修复作用……多款产品尽显中粮品牌实力与品质坚守。

人瑞优选会员超市作为中粮全产业链产品供应平台,实行会员制模式,自进入常州市场以来,通过创新的经营模式与不懈努力,收获了良好的市场反响与众多忠实会员。在现场参加活动的人瑞优选会员李女士表示:“中粮品牌安全可靠,人瑞优选产品丰富,超市经常推出社区团购活动,价格实惠、配送及时,为日常生活提供了很大便利。”

常州人瑞优选总经理刘江锋表示:“18年来,中粮人瑞始终坚守品质初心,通过积极探索本地化运营策略,成功让中粮产品深入市民生活。未来,我们将进一步拓展业务版图,加强与本地供应商的合作,丰富产品种类,提升服务质量,打造更多个性化消费场景,满足市民日益多样化的需求,让中粮人瑞成为常州消费者健康饮食的首选品牌。”

飞龙吾悦广场填补区域大型商业空白

□本报记者 周静

“人太多了,非常热闹,周边终于有个可逛的好地方了。”

“负一楼的小吃特别多,楼上的餐饮品牌也很好,环境比预想的还要好。”

12月20日,备受瞩目的常州第六座吾悦广场——常州飞龙吾悦广场开业,现场人头攒动、摩肩接踵,非常热闹。飞龙吾悦广场的开业为新北区飞龙板块带来了一站式全新商业生活体验空间,填补了该板块商业空白,让越来越多周边居民对美好生活的向往变成触手可及的现实。

据悉,从2012年至2024年,新城商业步入5.0时代,常州飞龙吾悦广场贯彻“聚势向新”的品牌主张,秉承吾悦广场一贯的高品质、高品位理念,商业建筑面积10万平方米,地上5层、地下2层,地下停车位1300余个。商场引进众多国际国内知名品牌,如盒马鲜生、宠胖胖、星影剧院、星聚会、鹿岛(会员)店、三福、芝小官、骆驼户外、天空之城、环游星空、大众书局等,囊括餐饮、服饰、儿童、生活方式等全业态重磅品牌252家。



作为新城控股布局常州的第六座吾悦广场,飞龙吾悦的开业是新城在商业领域发展的又一里程碑。商场营销负责人表示,飞龙吾悦笃行“品质空间、与人欢喜、专业匠心、绿色智能、双向奔赴”五边形经营理念,深耕主业、雕琢细节。在空间设计方面,巧借“国风江南”神韵,筑起“城市阳台”“城市礼盒”“悦

来市集”等特色场景,将传统文化瑰宝与现代时尚潮流精妙融合;在细节布局方面,关注人民群众对美好生活的多元化需求,打造个性化服务亮点,于细微处彰显人文关怀;在合作共赢方面,秉持“让品牌方盈利,让委托方成功”的理念,链接供应商、商户、消费者协同发



力,持续优化消费体验。飞龙吾悦打造吾悦全国首家“宠物友好商场”,构建更多全新消费空间场景,为消费者带来全新的购物体验和生活方式,为常州商业的发展注入崭新活力。“宠物友好商场的打造顺应了时代需求,既蕴含商业智慧,也展现社会对多元需求的尊重。”