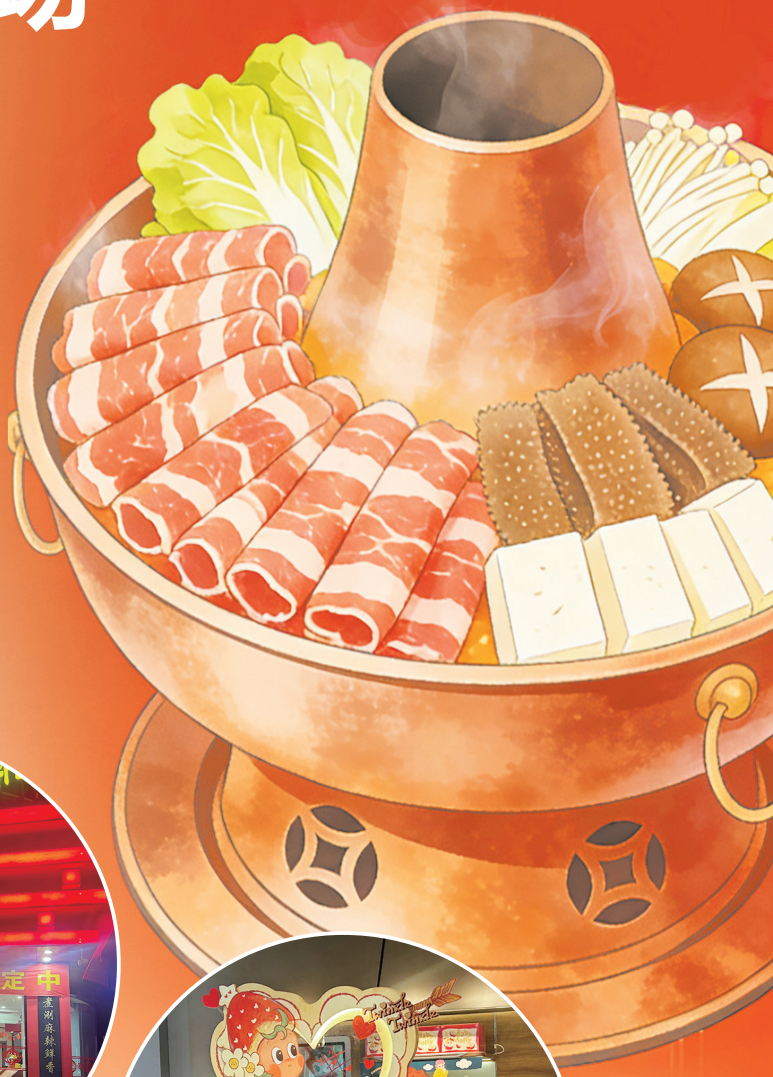


太原春节消费市场

“年味”拉满

腊月并州，年味渐浓。随着马年春节临近，太原消费市场迎来“开门红”，吃、玩、乐、购等领域亮点纷呈。火锅年夜饭异军突起打破传统宴席格局，商业体沉浸式场景与年俗活动交织成趣，年货清单上悦己消费站上一席之地彰显新内涵，一幅“年味足、消费旺、体验新”的新春消费图景在并州大地徐徐展开。



■“火锅局”异军突起

年夜饭市场历来被视为餐饮业的重要风向标，春节假期更是被众多餐饮商家寄予厚望的黄金时段。连日来，记者走访太原餐饮市场发现，今年的年夜饭预订开启时间更早、席位抢订提前“满档”，尤其老字号餐饮企业备受青睐，更是出现了一桌难求的情况。除此之外，“新春火锅局”也逐渐成为许多消费者的新年聚餐选择。太原城区多家火锅餐厅热度攀升，年夜饭预订火爆。

“往年年夜饭总去酒店吃固定套餐，今年全家一致决定吃火锅，热闹又自在。”1月28日，市民王鑫委托朋友好不容易在学府街华宇百花谷一家连锁火锅店预订了大年初一中午的一张8人位餐桌。“以前老吃酒店的年夜饭套餐，今年想着和家里人变变样儿。”王鑫介绍说，这家火锅店在太原有好多家连锁店，但即便如此，想要预订到合适的餐位也很难。预订电话打了不少，除夕、大年初一、大年初二的包间都比较紧张。“过年涮火锅也挺有意思。吃得热火朝天，聊得也热火朝天，火锅涮品还能确保非预制。”

“初一、初二的大桌早就被订出去了。”在双塔西街的一家火锅老店，负责人向记者介绍，如今的年夜饭市场呈现出“预订早、品类新”的特点，火锅凭借灵活搭配、老少皆宜的优势异军突起，正成为不少家庭的新选择。“相比其他品类，火锅或许并不是常规年夜饭、家庭聚餐的首选，但现在越来越多人愿意选择在春节期间来一顿火锅局，家庭聚餐选择火锅的热度显著上升。”

■“医美热”实力出圈

春节将至，很多人都想“美美过新年”，“美丽消费”也迎来一波小高峰，尤其是轻医美项目更是成为不少女性群体的消费热点，不少门店客流激增、订单爆满，成为春节市场一道亮丽的风景线。在新晋祠路一家合规医美机构，等候区座无虚席，咨询顾问忙着引导接待。“平时经常晚睡，整个人状态看起来不佳，所以想在春节前做个注射类的医美项目，让皮肤状态好一点。”一位预约了医美项目的用户如是说。

“从早忙到晚，订单排得满满当当。”该店负责人介绍，以往春节前会烫头发、做美甲美睫，这是“传统三件套”，现在生活水平提高了，很多女性会选择做轻医美，比如光电抗衰和注射类项目，组成新的“春节变美套餐”。“节前爱美人士的需求大多集中在抗衰、除皱、肌肤状态急救这三大类上，最近每天从早到晚都在接待客人，有时医生忙得连喝水的时间都没有。”

为迎接春节消费旺季，满足不同顾客的个性化需求，太原不少医美机构门店都备足了各类耗材，同时特意延长营业时间，并推出“线上预约”等服务，以满足顾客的“美丽需求”。“辛苦忙碌一整年，趁着春节犒劳一下自己，做个轻医美项目，既有新年的仪式感，也是对自己的一份关爱。”刚做了医美的刘女士坦言，这两年春节前，她都会做些医美项目，精致的妆容不仅能让自己心情愉悦，还能以饱满的热情开启新的一年。



太原年夜饭预订“火锅局”热度攀升。



临近春节，悦己消费进入“年货清单”，各类潮玩热销。

■“商业体”年味升级

逛商场购物、聚餐、看电影……临近春节，太原各大商圈商业综合体人气十足，电影院、餐饮店、娱乐场所迎来消费热潮，各种优惠促销、贺岁主题，通过丰富多元的活动场景，有效拉动了市场消费，为新春佳节增添了喜庆氛围。从“马上启程的互动矩阵”到“马上来财的市集打卡”，从影院里的阖家贺岁档到马主题的场景造型，消费新场景、新业态、新玩法层出不穷，展现出年节经济的蓬勃活力与创新脉动。

年味新图景，消费新活力。从“商品消费”向“服务消费”“体验消费”延伸，消费者不仅购买实物，更注重文化内涵、情感价值和精神满足。“逛商场不仅能买年货，还能集印章迎‘财’‘福’，年味太足了！”2月1日，在柳巷商圈一大型购物中心，消费者陈莉带着家人消费一定金

■“年货单”悦己致新

春节临近，太原各大商圈被红灯笼、“福”字等装点得年味十足。人潮涌动中，今年一股“悦己”风潮正在悄然蔓延。传统美食、春联福字不再是唯一选择，便捷式的智能家电、有利健康的养生产品、治愈情绪的潮玩好物等“非传统”年货持续走俏。太原市民将“爱你老己”的消费观融入了年货采购清单里，用个性十足的“新”年货，勾勒出新春消费的别样图景。

“我打算买款性能好、颜值高的智能腕表，作为年货奖励一下自己。”在解放路万达广场内的一家品牌数码店里，家住北大街的常先生仔细对比了一番，选定了一款心仪的智能腕表作为“取悦自己”的新春礼物。该卖场店员介绍，在消费需求日益多元的当下，不少年轻消费者正以全新视角重

构年货清单，让新年仪式感兼具创意与实用。在长风街一大型购物中心的文创潮玩店，马年主题挂件、毛绒质感玩偶等商品琳琅满目，新颖有趣的各类潮玩，不仅营造出浓浓的新年氛围，也成为Z世代消费群体的“心头好”。该店一负责人介绍，Z世代的年货消费更关注自我情绪价值、犒赏自己、追求仪式感和即时快乐。这也清晰勾勒出春节消费市场从满足物质需求向创造情感体验转型的现状。

同样，太原长风一亲贤商圈的一家大型商业体也精心打造了“马年限定”互动矩阵，将年俗仪式感拉满：大年初一，舞龙舞狮开年红，同步重播2026年春晚经典片段；大年初三，萌趣小马巡游，同行好运加成；大年初五，财神集体巡游，合影接财，氛围拉满……“过年一定要来转转，这是‘马年专属福气’，肯定特别有参与感。”商场内，市民小李正忙着和朋友在主题打卡点拍照。“春节商场的氛围特别好，各种庆祝活动很热闹，装饰也很有年味。”

市民对于悦己年货的青睐，折射出消费观念的悄然转变。人们在浓浓的烟火年味里，用心取悦自己，携着满心温暖与十足底气，奔赴马年新春，勾勒出这座城市温暖鲜活的新春图景。

记者 梁丹 文/摄