

降温商品走俏、避暑游热度攀升、夜间消费焕发新活力……入暑以来,无锡气温不断走高,一路飙升的高温天气点燃了防暑消费的“降温经济”。在无锡的市井巷陌间,炎炎夏日里热销的降温神器、加冰甜品、烟火气满满的夜市、一刀下去西瓜的爆裂声……都在展示着锡城的夏日风情。连日来,记者走访了无锡热门商业街和多家综合体、商场、电器卖场、餐饮店,感受到无锡“降温经济”的活力。

高温带火夏日消费 “降温经济”持续升温

进化

“防晒神器”年年出新

“从门店4月底开业以来,至今已经做出50多万元的业绩,其中防晒用品占销售总额的90%以上。”江南大悦城波司登高级时尚顾问孙天玲介绍,从5月份开始,防晒产品就迎来第一波销售热潮。“从学龄前的小朋友到70多岁的老人,各个年龄段的客人都有。”

京东数据显示,6月12日至6月25日,江苏省防晒用品购买量环比增长73%,名列全国第六。防晒用品销售额激增的背后,反映着消费者更精细化的生活需求。

需求的旺盛推动商家更新产品线,“防晒神器”也在年年进化。随着防晒产品逐渐变成刚需,消费者的要求已经从单一的防晒口罩、冰袖、太阳帽等局部防晒产品升级到一体化设计。不少商家看到这一消费卖点,推出“三合一”防晒用品——“脸基尼”。在江南大悦城一家店铺,“脸基尼”被放置在显眼处,不时有顾客前来试戴。销售顾问汪婷婷介绍,“脸基尼”作为今年门店的热卖款,将防晒帽、防晒护颈和面部防晒三个部位的防晒进行“三合一”一体化设计,整个头部只露出一双眼睛。“这款产品的防护性够高,遮盖面积够大,高度迎合了顾客的需求。”

在“颜值经济”盛行的当下,美妆和护肤一直是热门赛道,“吸金力”满满。“防晒霜是每年夏天的热卖款,青少年和婴幼儿的防晒霜四五月份就进入销售上升期。”锡东八佰伴屈臣氏导购员介绍,“防晒不再是女性消费者的专属标签,消费人群不断扩大,儿童防晒霜和男士防晒霜的销量都比上年卖得更好。”

挂脖电扇也是今年的网红产品,有网友表示自己每天烧饭时都会挂在脖子上消暑。记者在苏宁易购体验了一下,样子就像耳机一样,挂在脖子上可以调节角度和风量,感觉不错。

潜力

“夏日经济”滚烫

随着高温天到来,降温家电也开始走俏。

“7月以来,空调、冰箱、空气机、风扇等清凉家电持续走俏。苏宁易购数据显示,7月首周全渠道空调销量同比增长10%。消费者不再满足于制冷这个单纯功效,而是更加关注空调的新风、除菌、净化等健康功能。”苏宁易购相关负责人表示,主打除菌功能的品质空调销售同比增长300%。

高温不仅拉动空调旺销,冷柜、冰箱、风扇等家电销量也持续走高。冰箱销售同比分别增长10%,500L以上冰箱销售同比提升20%。

暑期档很热闹,大家都知道,但2023暑期档能这么热闹,出乎意料。捧着冰饮、享受空调、观看大银幕,窝在影院里“避暑”成了许多人的选择。截至7月17日晚8时,2023暑期档票房已经突破90亿元,逼近2022暑期档总票房。目前,2023暑期档票房前三名影片分别是《消失的她》《八角笼中》《长安三万里》。无锡大世界影城中山店市场主管李珺告诉记者,今年暑期档定档近百部影片,各种类型都有,大家都能找到合适自己的影片。除了上述三部电影外,《碟中谍7》《超能一家人》《封神第一部》《热烈》也都可圈可点。暑期以来,

工作日黄金场次上座率达到80%以上,周末黄金场次上座率达95%以上,票房的上升也带动了可乐、爆米花等观影消费走高。

三阳百盛相关负责人告诉记者,6月开业的百盛福利巷美食集市,云集饮品、餐饮总计14家,随着气温的攀升,柠檬茶饮、椰汁饮料等销售非常火爆,开业1个多月,抖音线上销售总计已超10万杯。

记者留意到,多家商场内茶饮门店制茶繁忙,店内顾客三三两两围坐一桌,手捧冰饮闲叙。面对高温天气,也有不少市民选择线上下单、足不出户享受清凉。

天气炎热,水上运动成为市民消暑一大选择,水上运动装备等有关产品迎来热销。记者在迪卡侬看到,各式泳衣泳帽、防晒服、遮阳帽、太阳镜等商品,样式繁多,还有桨板、帆船等多种装备,吸引众多市民试戴、试用。

“每年暑假,我和丈夫都会休年假,带着儿子去各地游玩。对于大人来说,旅游是繁忙工作的调剂和放松。作为孩子来说,游历祖国的大好河山,去看一看这个大千世界,是一门无法替代的成长课。”正在大东方百货选购防晒产品的刘女士的观点很有代表性。

主角

“夜生活”火热开启

一座城市的“味道”,往往藏在夜晚的烟火气中。不断升温的天气让人们更乐于在傍晚出门休闲纳凉,不少市民的“夜生活模式”火热开启。

随着夜幕降临,位于阳春巷的“酿造现场”现酿啤酒馆也渐渐热闹了起来,大家畅饮着一杯杯直接从发酵罐打出来的新鲜啤酒,好不热闹。酒馆负责人端起一杯啤酒笑着说,前几年刚开业时,精酿啤酒在无锡属于刚刚“崭露头角”的小众酒饮。经过几年发展,消费者对精酿啤酒的了解更多了,市场也打开了。虽然是酒,但它和现磨咖啡的消费更像些。大家会更追求产品本身的品质、口感。进入夏季以来,酒馆的人气一路走高。

刚到晚饭点,无锡各大商场、综合体已有顾客开始排队等候。“天气太热,在厨房做饭跟‘蒸桑拿’一样,还是出来吃比较舒服。”正在苏宁广场7楼等位的市民韩女士搂着儿子说。苏宁广场南京大牌档店长时义玲对生意很是满意。时义玲表示,入夏以来,客流增长明显,花雕冰醉龙虾、白苦瓜蜜柚芦荟苓苓膏等夏令菜品尤其受欢迎。南京大牌档旁边的二八烤串人声鼎沸,主管刘鑫忙着招呼客人,在忙碌间隙,刘鑫告诉记者,今年他们的生意一直很好,前段时间淄博烧烤热也带动了他们的生意,眼下淄博烧烤刚降温,但夏日消费又升温了,他们针对夏日推出的烤山水蜜桃、杨梅冰汤圆等几乎每桌必点。

夏夜的南长街,游人们悠然地脚踏着弹石路,品尝着烤串、冷饮、水果捞等各色美食,在清名桥上吹着风,看桥下游船来来往往。“平均每天能卖出上百杯,忙得手都停不下来。”南长街一家奶茶店的店主对记者说。

灯火繁华处,湖滨夜未央。入夜后,湖滨商业街人潮涌动,灯火璀璨、美食飘香。伴随阵阵清风,在喷泉周围,孩子们享受着夏日里的清凉,喧闹声此起彼伏。

湖滨假日物业服务有限公司副书记季辰洁介绍:“商业街围绕‘月月有活动、季季有特色、全年有人气’的目标,推出了龙虾啤酒节、夏夜电音节等丰富多彩的活动。‘夜生活’给街区带来了人气,给商家带来了效益。6月到7月线上线下总营业额达3亿元,其中夜间消费达2.1亿元。”

无锡市委党校经济学教研室副主任、副教授王海梅表示,季节是影响消费的重要因素之一,夏日具有气温高、昼长夜短、工农业产出丰富等诸多特点,且中高考结束、中小学陆续放假,因此是旅行观光、餐饮购物、体育文化等消费内容的旺季。无锡要不断提高夏日经济的供给能力和服务品质,通过创新来激活夏日消费。

(晚报记者 孙晔 陈婧怡/文、摄)

