

开栏语

入冬之后,天气渐冷,冬日消费热度不减,产品更新,消费场景更新,消费市场释放出更多活力。

本报从今日起推出《冬日新消费》栏目,聚焦衣食住行等领域的新变化,报道冬日消费市场新玩法、新业态。

火锅“玩”出新花样

随着气温逐渐降低,热气腾腾的火锅成为餐桌上不可或缺的佳品。如今的火锅市场呈现出一系列新趋势,不断满足着消费者日益多样化的需求。

火锅“变小”

12月10日中午,在胡家庙一家小火锅店内,赵端阳沉浸于小火锅套餐的美味之中。热气腾腾的锅底,新鲜的荤素食材,搭配开胃小水果,构成了他的午餐。

在这家火锅店记者看到,店内提供一人一锅服务,菜品置于回转台上循环滚动,包括精选肉类、蔬菜、水果与甜品等。饮料自取,料碗种类齐全,还有现炸小吃供应。“与朋友聚餐吃火锅人均至少百元,小火锅则性价比超高。”赵端阳称,他此次用餐使用团购券后花费39元。

记者走访多家火锅店发现,传统的围炉而坐、共享一锅的火锅模式正逐渐被更加个性化、多样化的新方式所取代。不少火锅店推出单人小火锅,既保留了火锅的温热与欢聚氛围,又满足了现代人对于私密空间和个性化口味的需求。

据《2024年中国火锅产业大数据研究报告》显示,截至2024年上

半年,全国火锅门店规模已达59万家,门店体量再次回稳。在市场竞争逐渐白热化的当下,火锅品牌围绕“变小”展开了一系列别出心裁的尝试,传统火锅除了“一人食”的固有模式外,还玩出了诸多新花样。

比如,消费者无需“到店”也能实现火锅消费——只需在手机上下单,就能在家中享受到热气腾腾的火锅。据相关数据显示,火锅外卖市场规模在过去几年中呈现出迅猛增长的态势,部分知名火锅品牌的外卖销售额占比已超过20%。

菜品搭配组合创新

最近,从事文案编辑工作的加慧中午叫外卖时,经常选择火锅菜。与传统火锅相比,火锅菜在形式和内容上都有了显著的创新。它不再局限于多人围坐、共享一锅的就餐模式,而是主打单人份的精致菜品组合。

这些组合通常包含了荤素搭配,既有肉类,如滑牛肉、巴沙鱼片等,满足了上班族对蛋白质的需求;也有各类蔬菜,为食客提供维生素和膳食纤维。

记者点开某知名火锅品牌推出的“下饭火锅菜”外卖页面看到,

该菜品提供了多种荤素综合搭配的套餐选择,价格在30元-40元之间。消费者可以根据自己的口味偏好单点食材,同时,丰富多样的干碟、蘸料、调味酱也一应俱全,能够满足不同消费者的个性化口味需求。

其他品牌火锅也不甘示弱。有的注重地方特色食材的运用,将当地特色美食融入火锅菜中,让消费者在品尝火锅的同时,也能领略到地方风味;有的则在调味上进行创新,研发出独特的酱料配方,为火锅菜增添别样风味。

火锅菜的兴起,打破了传统火锅消费主要集中在晚餐和聚餐场景的局限,将火锅的消费时段延伸到了工作日的午餐时间,为火锅行业开辟了新的市场空间。

“配角”逆袭成主角

记者在点评网站输入“火锅”进行搜索时,发现一众火锅店中,最吸引人眼球的往往并非传统意义上的火锅本身,而是那些曾经被视作“配角”的美食,诸如糍粑、冰粉、卤味等。

在西安的大街小巷,火锅店内竞争焦点似乎悄然发生了转移。走进一家风格各异的火锅店,菜单上琳琅满目的“配角”小吃常常成



为顾客们难以抗拒的诱惑。

在位于翠华路的一家火锅店内记者看到,中午就餐时有一多半客人都点了糍粑。“外皮裹了一层糖粉,一口咬下去,既能吃到糯米的软糯,又能吃到糖粉的香甜,我们几乎每次来都会点。”食客王一潘告诉记者。

品尝完火辣滚烫的火锅后,一碗冰凉爽口的冰粉无疑是解辣的绝佳选择。长安区樱花一路一家火锅店的老板告诉记者,除了传统的红糖冰粉,店内还创新地加入了各种新鲜水果、坚果碎、椰果粒等配料,让冰粉的口感更加丰富多样。

卤味在西安火锅市场的崛起也不容小觑。在科技二路的一家火锅店内,鸭脖、鸭翅、鸡爪等卤味小吃被摆放在火锅店的显眼位置。顾客在等待火锅汤底煮沸的间隙,来点卤味小吃解馋。“我们就是冲着他家卤味来的。”专门来消费的食客李绍泽指着桌上的辣卤拼盘推介,“一个人就点鸡爪或者猪蹄,人多的话68元点个拼盘,都能吃到。”

本报记者 石喻涵 实习生 袁汝玉

冬日新消费

“交通安全微课堂”走进幼儿园

本报讯(记者 李佳)12月9日,西安公安交警新城大队民警来到辖区幼儿园,为小朋友们送来了“交通安全微课堂”。60名小朋友一起沉浸式体验关于文明交通安全出行的专业课。

为增强孩子们的交通安全意识,交警以孩子们易学易懂的方式,为小朋友们铺设了城市道路车道线、斑马线场景,指导小朋友们在过马路的过程中如何正确看信号灯、走人行横道。

课堂上,民警靳蕾针对幼儿园小朋友年龄段特点,通过“现场讲解+实景体验”相结合的方式,用通俗易懂的语言向孩子们讲解了“如何安全过马路”“如何看懂信号灯”“乘坐车辆时应注意的事项”以及交通安全避险知识,并现场进行互动问答,强化孩子们对交通安全知识的记忆与理解。

户外体验环节,交警新城大队华清路中队副中队长贺冠雄带领小朋友们认识汽车盲区,了解车辆周围哪些位置属于危险区域,朗诵“盲区避险”口诀,学会知险避险。学习“车让人守规”文明交通实践行动中车、行人、非机动车规范出行习惯。让小朋友们懂得行人、驾驶员都要自觉遵守交通规则、守法出行,让交通更有序,让城市更文明。

垃圾分类宣传“遇到”趣味游戏

本报讯(记者 成东丽)12月9日上午,西安市碑林区柏树林街道和南社区联合碑林区垃圾分类宣传引导工作队,在省政协家属院内开展了垃圾分类趣味科普宣传活动。

现场设置的游戏简单易上手、趣味性强,无论是老人还是儿童,都能参与。活动现场,还通过“垃圾分类飞行棋”“垃圾分类沙包定投”“滚滚乐”等趣味游戏,向居民们普及垃圾分类知识,让居民养成珍惜资源、节约能源的生活习惯,成为垃圾分类的宣传者、践行者、受益者,共同打造文明绿色的小区环境。活动通过“科普+游戏”的方式让大家进一步认识到垃圾分类的重要意义,寓教于乐的宣传形式吸引了众多居民参加。

陕西省首期求职能力实训营举办

本报讯(记者 白圩珑)记者12月10日了解到,日前,由陕西省人才交流服务中心与西安市人力资源和社会保障局主办的“陕西省首期求职能力实训营”在莲湖区汉城北路社区拉开帷幕。

活动现场,实训营的讲师围绕课程体系、自我探索、就业动机、职业价值观等方面,采用“互动式教学、沉浸式体验、情景式模拟”的授课形式,为学员们营造了“自助、互助、他助”的学习环境,帮助大家深入认识自我、挖掘自己的职业潜能。

据了解,本次求职能力实训营为期6天,邀请9位全省各级公共就业服务机构工作人员、985高校老师及安徽省求职能力实训讲师,组成多元化、高水平的师资队伍,为学员们提供专业、全面的求职指导与实训体验,助力青年群体在未来的职业道路上扬帆起航,梦想成真。

搪瓷盆蛋糕爆红 搪瓷盆“一盆难求”

近日,搪瓷盆蛋糕在社交媒体上爆红,搪瓷盆更是“一盆难求”。昨日记者在西安采访多家售卖“搪瓷盆蛋糕”的店铺,均表示“没有装蛋糕的搪瓷盆”。有专家表示,网红蛋糕拉动搪瓷盆的销量,其实是一个正常现象,但带来的持续影响也会非常短暂。

搪瓷盆“一盆难求”

12月10日,西安雁塔区一家“MISS BLUE生日蛋糕”的主理人向记者表示:“我们今天刚到的盆,价格涨了两三倍,还是一盆难求。”他还透露,不到一个月时间,他们家的搪瓷盆蛋糕已经卖出了百余个。

“从11月初开始,朋友们在社交平台上纷纷晒出搪瓷盆蛋糕,蛋糕放在搪瓷盆里,上面铺着草莓,看起来既美味又有创意。”家住西安北郊的殷女士说道。当天,她也跟风在网上订购了一个搪瓷盆蛋糕,随后在社交媒体上发布后,很多朋友都问她在哪买的?

从事线上糕点生意的刘梅对记者说,今年11月初,她在第一次看到朋友圈有人晒搪瓷盆蛋糕时,敏锐地捕捉到了商机。她立即让爱人找熟人,在山东临沂厂家订购了4寸和6寸的搪瓷盆,每个盆的价格是4元和5元,一共购买了1000多个搪瓷盆。

刘梅表示,他们的4寸和6寸搪瓷盆草莓蛋糕售价在70元至120元之间,价格主要根据线上平台的不同有所差异。她说,制作搪瓷盆蛋糕其实很简单,就是在搪瓷

盆内铺上一层蛋糕坯,再加上一层草莓奶油,接着再铺一层蛋糕坯,再加奶油和草莓酱,最后放上新鲜草莓点缀。以复古的搪瓷盆为容器,搭配鲜奶油与草莓的独特设计,吸引了大量消费者。然而,随着需求激增,最初购进的搪瓷盆已经所剩无几。准备再次订购时,刘梅发现,不仅价格翻了两到三倍,最重要的是,搪瓷盆已经“一盆难求”。

“买的不是蛋糕,是那份念想”

记者在网购平台上搜索发现,14厘米的搪瓷杯单价在13元到17元之间。一家店铺的客服告诉记者,搪瓷盆最近的确涨价了,厂家涨价,他们也只能跟着涨价。客服还表示,最近由于搪瓷盆草莓蛋糕的火爆,搪瓷盆的销量大增,直径16到22厘米的搪瓷盆几乎断货。

在手机团购APP上搜索“搪瓷盆蛋糕”,可以看到超过百条相关团购信息。目前,4到7寸的草莓蛋糕售价从60元到200元不等。有些蛋糕店开始使用搪瓷杯装草莓蛋糕,一杯售价约30元。搪瓷盆蛋糕的销量在蛋糕销售排名中遥遥领先。



记者调查了解到,目前西安市市场上普通品种的草莓价格约30元,而加上搪瓷盆的草莓蛋糕售价达上百元。有网友表示,购买搪瓷盆草莓蛋糕的重点不只是蛋糕本身,而是搪瓷盆带来的“情怀”。“我们买的不是蛋糕,而是帮助我们追寻记忆中的那份念想。”

陕西省社科院经济所副研究员顾菁认为,搪瓷盆的爆红是一次典型的网红经济现象。一个普

通的蛋糕,搭配上复古的容器,再加上社交平台的助推,迅速成为年轻人争相追捧的打卡对象。搪瓷盆蛋糕之所以能火爆全网,符合了年轻人“情感共鸣”和“视觉冲击”的需求。然而,网红经济的特点就是“来也匆匆,去也匆匆”,因此它带来的影响也可能非常短暂。商家应当把握好时机,不建议盲目囤货。

文/图 本报记者 朱娜娜