

冬日“暖经济”翻出新花样

在气温持续走低的冬日里，“暖经济”成为一股消费热潮。去东北玩想穿得暖和，可以选择在当地租赁羽绒服；想吃热乎乎的火锅，可以逛逛“涮肉美食节”；朋友聚会要温暖也要欢乐，泡温泉、做汗蒸成了不少年轻人的心头好……冬季消费形式推陈出新，激发出别样活力。



2025年12月28日，游客在黑龙江哈尔滨开往亚布力的旅游列车上观看原勇表演。



2025年12月21日，游客在新疆乌鲁木齐白云国际滑雪场雪地吃火锅。



在辽宁沈阳，游客体验冰雪温泉。

新华社记者 李 钢摄

穿得暖和，租得实惠

“本来还在纠结，买件什么样的羽绒服去东北合适。没想到，在网上发现有租羽绒服这种新服务，真是太方便了。”元旦假期期间，张嘉和她的家人从广东省广州市来到黑龙江省哈尔滨市旅游，体验冰雪乐趣。出发前，张嘉查了很多攻略，“在东北要穿多厚的衣服”是她最关心的问题之一。

“广东和东北温差太大了，特别怕孩子冻着。但一家四口人，要是把厚毛衣、长款羽绒服、羽绒裤、棉鞋等都买全了，加起来最少也得大几千元，这些平时在广东穿不上，实在不划算。”张嘉觉得有些犹豫，就在社交媒体上发帖咨询网友建议。很快有人留言告诉她，在哈尔滨有很多可以租赁羽绒服的店，十分方便，能完美满足张嘉的需求。

“我上网一搜，还真不错。大人小孩的羽绒服都有，可以选择送到机场或者酒店。不仅能省下一

笔钱，我们也不用带大行李箱过去了。”张嘉开心地跟记者说。

随着近几年冰雪旅游火爆，哈尔滨不断提升文旅服务水平，本地商家也通过服务升级抓住商机。

“‘尔滨’火了以后，我作为哈尔滨本地人，希望家乡能给各地游客留下好印象，所以我们想给游客提供更加精细化的、能满足他们需求的服务。”在哈尔滨做羽绒服租赁生意的曹老板告诉记者，2024年冬季，他瞅准了这一新兴服务形式，最初购进了几百件各类尺码、款式的羽绒服、羽绒裤提供租赁。“我们在各个旅行平台、社交平台、短视频平台都开设了账号进行推广，头一年生意就挺不错，后来就一直接着干了。”

曹老板介绍，羽绒服租赁的价格为每日几十元到百元不等，客人一般通过线上平台下单，约定好需要衣服的时间，商家送货到客人手

中。“我们在哈尔滨最著名的旅游景区中央大街上开了店面，对羽绒服进行收纳、配送、清洗。除了在哈尔滨市内免费送取外，如果游客去辽宁、吉林等地旅游，我们也提供免费邮寄服务。如果客人租的时间长，我们还会赠送围巾、手套、鞋垫等小件御寒产品。”

“虽然这是一个季节性很强的生意，在冬天大概有3个多月的火爆期，但我这两年干得还是挺来劲。”曹老板说，“我把游客都当朋友。有时客人把衣服蹭脏了、刮破个小口子，店里也不会扣押金。大家喜欢哈尔滨，我跟着自豪；能为家乡旅游助力，我也很开心。”他还计划着，后续再多进些品类的羽绒服，并把送衣服和接送机服务打包。“这样外地游客出机场、下火车之后不用排队打车了，穿上羽绒服，直接坐我们的车就可以走，多方便！”

吃得热乎，玩得有趣

提起与冬日最相配的美食，热气腾腾的火锅是不少人心目中的首选。

而今在线上，火锅团购券、火锅食材销售火爆。

美团、大众点评数据显示，入冬以来，火锅、烧烤等餐饮“暖消费”需求升温，火锅店餐饮堂食线上交易额位居全品类第一，持续占据餐饮消费热点。美团“火锅季”开启以来，平台上的相关主题团购订单量较2024年同期增长超330%。口味方面，相较往年冬季，现在滋补养生、云贵山野风味火锅更受欢迎，黑山羊火锅、菌菇火锅、火锅鸡线上交易额同比增长均超70%。

抖音电商发布的《2025火锅开吃节数据报告》显示，2025年11月25日至12月2日，平台火锅相关消费持续升温，火锅食材、底料等商品整体支付GMV（商品交易总额）同比增长33%，累计订单量达到7024万单。毛肚、川粉、羊肉卷等食材的成交额均大幅上涨。还有超过91万名创作者参与了火锅开吃节带货，通过短视频和直播的方式分享家乡火锅特色吃法，并

带动相关农产品销售。

抖音电商相关负责人介绍，此次活动相关话题在站内累计阅读量超过5.6亿次，短视频与直播内容的持续产出，从“看火锅、学火锅”延伸到“买火锅”。

在线上，火锅店也展开各类促销吸引消费者。

“入冬以来，门店整体客流呈上升趋势。”据海底捞相关负责人介绍，眼下，火锅类产品销量呈现季节性增长，进入销售旺季。“从消费趋势来看，家庭客群与年轻客群占比均有提升，围坐共餐、社交聚餐成为冬季高频场景。”

为带动消费者进店，海底捞推出了双料真香锅底等新产品，推出夹取“好运宝石赢奖励”等趣味活动。为了让跨年聚餐的消费者更有“仪式感”，全国多家海底捞火锅门店在跨年夜统一响起新年倒计时提示、播放新年音乐，门店员工还化身“氛围组”给到店消费者送上祝福。

围绕火锅举办的文旅活动同样广受欢迎。

前不久，在北京市昌平区，一

场热气腾腾的“涮肉美食节”激活了区域冬季消费活力，也让食客们大饱口福。活动现场汇聚了阳坊涮肉、巴图鲁盟羊肉、海底捞、呷哺呷哺等近30家品牌机构，共同打造“涮肉+文创+农产品”多元融合的消费场景，让市民游客一站式品尝美食、体验文化、感受昌平风情。

再看北京市怀柔区怀北国际滑雪场，怀柔火锅消费月“冰雪遇见火锅”主题活动日前启动。活动以“冰雪+火锅”沉浸式消费场景为核心，为市民解锁“滑雪+美食”的冬日新玩法。为丰富游客体验，主办方策划了一系列互动环节，设置主题火锅品鉴区、安排雪道舞龙等特色文化演出，并联动多家火锅品牌推出集章打卡抽奖活动。游客可参与趣味闯关，集齐印章即可兑换火锅食材等好礼。

带着孩子前来游玩的游客周若晗说：“滑雪时觉得冷，一看热腾腾的火锅，浑身都暖和，心里更是暖意十足。”来自北京市朝阳区的游客董晓蕾觉得：“在冰天雪地里能吃上又香又辣的火锅，体验独特，感觉很棒！”

泡得舒坦，聚得开心

近年来，还有一类休闲娱乐形式成为人们冬季消费的热选，那就是温泉洗浴。

根据抖音生活服务发布的《洗浴消费报告》，自天气转冷以来，洗浴、汗蒸和泡汤等关键词的搜索量明显上涨。数据显示，2025年11月1日至12月10日，抖音平台洗浴泡汤相关内容数同比涨43%，分享量同比涨52%。平台相关团购订单量同比增长超38%，销售额同比涨50%。

《洗浴消费报告》显示，全国各地洗浴消费意愿普遍上扬。郑州、西安、北京、上海、杭州等地是洗浴下单最多的城市。消费者偏好呈现出“北搓澡、南汤泉”特点。在北方，辽宁沈阳的洗浴相关团购订单同比涨62%；河北石家庄洗浴相关订单量同比涨97%。在南方，广东

惠州的泡汤温泉相关订单量同比涨101%；重庆的洗浴温泉相关订单同比涨115%。

在重庆市北碚区，进入冬季以来，各大温泉景区客流同比显著增长。近年来，为满足多样化消费需求，北碚区内多家温泉景区推出特色产品与主题活动，将单一泡浴体验延伸为“休闲+娱乐+社交”的复合型消费场景。创新推出冬季养生温泉、夏季亲子温泉、研学温泉等特色产品，满足不同群体消费需求。“作为一项兼具养生功效与休闲属性的活动，泡温泉已成为很多市民和游客的冬季消费首选。”统景温泉景区温泉中心副总经理曹地荣介绍，“我们景区在升级后吸引力大幅提升，游客量比往年同期增长了近2倍。”

业内专家指出，如今，冬季文

旅消费最显著的特点是从单一的“看风景”向多元的“沉浸式体验”和“情绪价值”转变。温泉洗浴为人们提供了一个适合冬季社交的温暖空间。

“洗浴消费的场景越来越多元化，正成为用户聚会的新选择。”抖音生活服务相关负责人介绍，当前，朋友聚会、家庭休闲、个人放松、公司团建等场景在洗浴中心越来越普遍。“洗浴+餐饮”“洗浴+住宿”“洗浴+电竞”等“洗浴+”团购组合越来越多样。据统计，年轻人已成为洗浴消费主力军，其中90后消费者占比最高，00后的消费增速最快。为满足更多消费者的需求，抖音平台启动了“洗浴季”活动，联合2万余家洗浴相关商家共同助力冬日“暖经济”。

据《人民日报》