

44家大型商超春节实现营业额逾6亿元

黄金饰品、衣帽服装等最受市民青睐

□记者 张五阳 文/图

本报讯 这个春节假期，温暖的商场成为不少市民闲逛、品吃、购物、遛娃的好去处。为了吸引客户，各大商场也使出浑身解数，不仅将商场内外装扮得年味十足，还推出了打折促销、买赠抽奖等一系列活动，为商场拉来了不少人气。据我市多家商场相关人士介绍，今年春节期间，人流量和销售额实现了双提升。

“我们是正月初一带娃去的商场，人挨人、人挤人，很是热闹。”1月28日，家住市区中骏世界城附近的张先生谈起商场里人山人海的情景很是感慨。

据张先生介绍，1月22日（正月初一）上午11点左右，他们来到中骏世界城，打算带孩子玩“小象交通小镇”。到地方一看，孩子们几乎挤满了整个游乐场，海洋球、蹦蹦床等游乐设施内，孩子们玩得满头大汗，家长们在区域外挤得满头大汗。

据了解，春节期间，我市各大商场内的游乐区域几乎都是爆满，大玩家、天空之城、密室逃脱、VR、电影院等娱乐区域都排起了长龙。

中骏世界城棱镜密室逃脱的陈店长介绍，过年期间，前来游玩的顾客络绎不绝，平均每天都有近百人次前来体验，多数是年轻人，也有一些家长带着孩子来玩。该密室逃脱一共有4个主题，每个主题玩下来



正月初一，万达广场人流如潮

平均40分钟左右，正月初一从开门至打烊，接待近二百人次。

孩子们玩得开心，家长们也逛得开心。各个商场都装扮得年味十足，大红喜庆的灯笼挂在各处，一些商场还开设了年货集市、非遗文化展等，让市民充分感受过年的乐趣。

春节期间，各个商场的餐饮区都出现了爆满的情况。

1月25日11点，在市区中骏世界城餐饮楼层，尽管还没到饭点，但是几乎各家餐饮店

门前都有不少市民在排队等待。

正坐在火锅店门前小板凳上排队的市民李女士说，正月初一，从中午12点等到下午2点还没吃上饭，这次她跟闺蜜早早就来预约，提前占个位置。

1月25日，在平顶山万达广场内的一家品牌奶茶店门前，顾客排起了长长的队伍，3名工作人员忙得团团转。一位李姓工作人员介绍，正月初一当天卖了近300杯各类奶

茶，之后两天也都销售200杯左右，“顾客太多了，我们累到话都不想说，胳膊都抬不起来。”该工作人员表示。

据了解，1月22日至26日，中骏世界城商场人流同比增长45%。正月初一当天人流达到顶峰，接待约8万人次。万达广场春节期间平均每天接待超过7万人次，正月初一当天达到8.2万人次。丹尼斯双店（开源店、华府店）、双丰双店（商城、中心店）人气同样火爆，比去年同期人流增幅达35%以

上。商场客流的火爆带动了商品销售增长，不少市民也开启了“买买买”模式。

“好多服装品牌都打折了，今年说啥也得给自己买身新衣服。”1月26日下午，在平顶山万达广场内，跟闺蜜一起逛街的市民陈女士说。

“外面太冷了，商场里暖和。现在商场里吃喝玩乐都不缺，我老公给我买了一条金项链，我也送老公一套西装。”在市区中骏世界城逛商场的朱女士说。

据我市多家商场统计数据 displays，这个春节假期，中骏世界城餐饮、零售、娱乐体验等销售同比提升58%；万达广场的餐饮、零售、娱乐体验等销售同比增长近60%；丹尼斯双店（开源店、华府店）、双丰双店（商城、中心店）各类商品销售同比增长40%左右。在商品类目中，黄金饰品、衣帽服装等最受市民青睐。

市商务部门有关人士介绍，商务部门在节日期间积极开展“年味鹰城 乐购新春”促消费系列活动，发放“爱心消费券”4800余万元，指导万达广场、丹尼斯等商超把握春节热点，举办一系列促销活动，丰富消费场景，营造喜庆氛围，带动商超客流提升，实现商品购销两旺。这个春节假期，全市44家大型商超的客流量约600万人次，实现营业额逾6亿元。

春节酒类销量激增

□记者 张五阳

本报讯 今年春节，亲朋好友聚餐增多，酒店餐饮消费增长，酒类作为不可或缺的“催化剂”，销量也随之激增。

春节酒类消费旺

“俺们除夕晚上和正月初二聚餐，就消耗了3箱（18瓶）白酒。马上还要请客户、朋友吃饭，估计还得买3箱才够。”1月28日上午，家住市区体育路南段的陈先生在一家烟酒店内告诉记者，他正盘算着再购买几箱白酒。

陈先生说，前两年因大环境影响，跟家人、朋友一共也没聚几次，去年一年也没喝几箱酒。今年春节期间，他自己一家就消耗了3箱白酒，用他自己的话说：“大聚三五，小聚天天有。”

市民张先生过年回老家漯河市，专门带回去了6箱白酒，除夕至正月初五已经全部消耗完了。“老人家太热情了，感觉好几年没这么喝过了。”张先生说。

年夜饭一直以来就是春节团聚的“重头戏”，市区几家大饭店的年夜饭预订火爆。餐饮消费增长直接刺激了酒类消费，润泽园神马店仅除夕当晚，各类酒瓶子就清理了70多个。据市区一家大型酒店的白经理介绍，从1月21日至27日，单间几乎天天爆满。

1月28日，在市区光明路中段经营一家烟酒店的徐先生忙得不可开交。刚送完货的他匆匆地回到店里，又拎着两箱白酒放在车上准备送货。徐先生介绍，最近店里每天都卖出十多箱白酒，其中潭酒、汉酱等品牌销售最好。

距徐先生的店不远，另一家烟酒店的老板李先生很着急，他库存的白酒已经全部售罄。“厂家春节不发货，我这儿又卖完了，实在

市酒业协会执行会长李亚伟认为，白酒消费复苏可从今年央视春节晚会上窥见一斑，洋河股份、五粮液、古井贡酒、舍得酒业、劲酒5个品牌以不同方式“登

没办法，我就找同行先借点酒卖。各类品牌酒加起来，平均每天保持7箱至10箱的销量。1月1日至28日不到一个月时间，比2022年半年卖得都多。”李先生说。

“虽然忙，但是很有动力。”1月28日，仰韶酒业销售公司平顶山湛河区经理赵先生介绍，从1月1日开始，销量就开始激增。到了春节，销售额更是出现了大幅增长。

市新诚信商贸有限公司

酒类经销商很忙

有关人士介绍，从1月1日至27日，该公司总体销售额比去年同期增长约30%，其中高端酱香酒品牌与浓香酒品牌销量增幅最大。

酒类消费复苏最明显的是电商渠道，多个电商平台的酒类产品销量暴增。唯品会平台数据显示，今年年货节期间，啤酒销量同比增长5倍以上，白酒、果酒销量分别同比增长144%、177%；天猫、京东的白酒销

量同比提升了178%，其中400元以上的中、高端白酒品牌比较受欢迎。酒类销售平台1919数据显示，今年年货节期间，白酒销量同比上涨了36.01%，其中20岁至40岁的消费者为主要购买人群，占比达54.21%。

酒类销量增长，为确保供应，仰韶、赊店、宝丰、杜康等酒类品牌生产企业也在春节期间加班加点生产、包装、运输，确保消费市场货源充足。

白酒销量还会持续提升

场”，预示着2023年酒类行业会呈现欣欣向荣的销售前景。

李亚伟说，经过最近几年的白酒“销售寒冬”，随着今年餐饮行业复苏，将推动

酒类行业的复苏。伴随着好友聚会、亲人团聚、商务宴请等酒类消费场景的增多，未来一两个月，白酒销量还会持续提升。

“适当饮酒，切勿过量。”李亚伟认为，这个春节酒类销售火爆的背后，报复性消费起了很大作用，但饮酒过量伤身，消费者还需量力而行。