



中秋佳节临近，我市消费市场持续升温，呈现出“商品供应足、促销氛围浓、文旅带消费、监管有保障”的良好态势，节日消费潜力稳步释放，市民与游客的消费需求得到充分满足。

记者走访沃尔玛、永辉等大型商超发现，货物供应十分充足，生活必需品与节令商品品类丰富。果蔬、肉禽、粮油等民生商品新鲜充足、价格稳定，货架上各类月饼整齐陈列，本土混糖月

饼、稻香村、双合成等特色品类的知名品牌月饼尤为热销，不同口味可满足多样化消费需求。部分商超通过“买一送一”“组合特惠”等促销活动，进一步激发消费热情。

消费模式上，线上线下融合成为亮点。商超开通线上平台，消费者可领券下单并享受送货上门服务；本土月饼店还联合快递企业提供现场寄递服务。

此外，我市市场监管局、市商务局、市文旅局等部门全力护航，为餐饮住宿行业上“紧箍咒”：所有商品和服务必须明确标价，价格标识需真实准确、醒目清晰；杜绝价格欺诈、串通涨价、价外加价等不正当价格行为，不得设定最低消费、强制捆绑消费等不公平交易条件；同时畅通投诉渠道，与商家共同营造安全、诚信、放心的消费环境。

本报记者 杨星仪

混糖月饼 游子心中“乡愁符号”

中秋临近，我市的传统老式混糖月饼迎来销售旺季。在新式月饼层出不穷的市场中，龙膳、马兵等多家食品企业依然凭借地道“老味道”带动混糖月饼热销，成为游子心中的“乡愁符号”。

远在大连的付女士，每到中秋，最期待的就是老家亲戚寄来的混糖月饼，一口月饼里满是家乡的味道和儿时的回忆。“他乡的你，是否总想起家乡炉边那口酥软香甜的混糖饼？古法手作，胡

麻油香渗进每一层，咬下去满是家的温度……”龙膳食品今年中秋的宣传词颇为煽情，千里寄乡愁的主题让人忍不住想为自己或远方的亲人下一单。

家住柳港园的王老太太，每年中秋都会为苏州亲戚寄月饼，一盒月饼20个共80元，加上35元的顺丰快递费，一份牵挂与思念便能快速送到对方手中。“虽然现在天天都能吃上月饼，但是中秋节的月饼寓意不同，寄送也方便，商店门口

就有快递点。”9月24日，刚寄出月饼的王老太太连连称赞现场寄递服务。

9月26日，记者走访龙膳食品魏都大道店、马兵月饼向阳里店发现，购买月饼的顾客络绎不绝，其中不少人是为外地亲友寄送，还有外地游客加入购买行列。一位排队的女士表示，自己从天津来旅游，刷小红书看到大同混糖月饼，正好住得近，便专程赶来购买。

本报记者 吴华

文创礼品 凸显文化情绪价值

近年来，随着我市文旅市场的发展，文创产品成为年轻人的“新宠”，中秋文创礼盒也逐渐成为流行礼品之一。文创消费不仅是对物品本身的购买，更能为消费者带来文化与情绪价值。

“展油擢水”小院推出“平城秋月，瑞兽呈祥”大同文创月饼礼盒，盒内共8块月饼，图案分别对应华严寺的鸱吻、九龙壁的龙、口含“金榜题名”卷轴的文庙醒狮、大同“凤凰之城”的凤凰，

另有4块瓦当月饼，蕴含“长乐安然”“吉祥”等美好祝福。“这套月饼，除了食物本身的价值，大家更看重其中的文化价值。”“展油擢水”负责人晓扬介绍，购买礼盒的消费者以25至35岁的年轻群体为主，“尤其送给外地朋友，既能让对方尝到大同本地味道，又能通过月饼了解大同的文化内涵”。

另一家售卖中秋限定伴手礼的品牌“三生晋礼（大同礼物）”，其产品也深受年轻消费群体青睐。据主理人薄

天厚介绍，伴手礼价格多在100至200元，外包装以手提包、行李包等实用型产品为主，包内装有佛小伴、大同文创冰箱贴等本地特色产品，以及品牌原创文创和陈皮月饼，顾客可根据预算和需求调整产品组合。“我们团队是从南方回来创业的，希望在宣传大同特色文化的同时，融入陈皮这类优质南方产品——既能让大同居民尝鲜，也更容易被南方客户接受。”薄天厚说。

本报记者 杨星仪

中秋礼盒 主打多元实用健康

今年中秋节，礼盒消费呈现“健康化、节约化”特点，消费者不再只注重“颜值”，而是将实用、健康作为首要考虑因素。

茶叶作为养生产品，近年来愈发受消费者青睐。种香园茶业负责人潘耀鹏告诉记者，今年新推出的茶叶礼盒中，200至400元的礼盒最受欢迎，自留或送人性价比都很高。“现在

大家特别注重养生，所以陈皮礼盒销量不错。”潘耀鹏指着货架上的

新会陈皮说。
9月至10月是吃大闸蟹的黄金时节。蟹都汇负责人介绍，店里每天都会引进当天空运的新鲜大闸蟹，多数顾客会选择8至12只蟹装成一个礼盒，价值2000至3000元不等；也有顾客选择包含带鱼、鳕鱼、北极虾等海产品的套餐礼盒，方便送给不喜欢吃蟹的亲友。该负责人补充，店里的驼奶粉也很受欢迎，“大家现在更注重健康养生，相比以往追求‘好看’，如今更看重营养。”

本报记者 杨星仪

此外，半成品仍是市民青睐的产品之一。魏都国际、凤临阁味庄、云冈美高等商家纷纷推出几百至上千元的半成品礼盒，也支持自选产品打包；凯鸽三部的半成品则完全由顾客自选，可根据需求确定产品种类和数量。正在选购的市民刘女士说：“我们家人都不爱吃海鲜，以前买的套装里，海鲜最后常会被浪费，特别可惜，现在能自选，就不用担心这个问题了。”

双节叠加 餐饮住宿一起升温

今年中秋节在10月6日，恰逢国庆假期，我市迎来消费与旅游热潮，饭店宾馆预订火爆，传统节庆消费与探亲、旅游客流形成叠加效应，市场活力持续释放。

记者走访了解到，住宿市场率先升温，古城内及周边成预订热点。据平台数据显示，花园大酒店等古城内酒店房源紧张，部分民宿低价房仅剩1间；古城外云冈建国宾馆、魏都国际酒店、国宾大酒店等高端酒店凭城景客房和配套服务跻身预订热门。国宾大酒店负责人称，双节期间房间预订率高，临近假期客源仍在增加。君屿酒店古城火车站店因位置优、性价比高，成回乡探亲群体优选，多以家庭为单位入住，京津冀蒙游客占比高。

省外游客与回乡亲友汇聚，推高餐饮、零售消费热度。传统餐饮消费火热，多家饭店推出本地风味的团圆宴，包间早早被预订。据国宾相关负责人介绍，中秋当天中午预订火爆，多为家庭聚会。

本报记者 杨星仪