



顾客试穿羽绒服。

气温骤降
激活羽绒服「暖经济」

10月中旬以来，全国多地遭遇“断崖式降温”，不少消费者从“T恤短裤”直接切换到“羽绒服模式”，冷空气令羽绒服销售这个“看天吃饭”的产业迎来了“小阳春”。虽然距离“双11”购物节还有近半个月时间，但我市羽绒服商家已提前进入“双11”大促备战状态。

羽绒服销售迎来“小阳春”

昨天中午，记者来到市中心一家购物广场一层的羽绒服专卖店。此时，店内顾客三五成群，正在选款试穿，火爆程度不亚于节假日购物高峰。店内显眼位置摆放着优惠广告牌，7折、8折货品折扣区更是吸引了不少市民驻足选购。一名导购员一边整理货架一边介绍：“厚款羽绒服日均销量比上周涨了3倍，一款带防风帽

的中长款羽绒服已经补了两次货，现在只剩最后5件了。”

在另一家服装门店，羽绒服与秋装同列C位。工作人员介绍：“原本计划10月末备货的厚款羽绒服，提前两周就摆出来了。还有一些女款时装类羽绒服，现在已经卖断货了。”服装店门口堆放着未拆封的包裹，店员边拆包边说：“这几包都是羽绒服，收拾好了就上架。”

记者采访中了解到，面对突如其来的降温，羽绒服商家早有准备，充足备货。骤降的气温与即将到来的购物节形成叠加效应，让今年的羽绒服市场提前开启“火爆模式”。目前，各家羽绒服销售门店的羽绒服涵盖轻薄款、加厚款、中长款、冲锋衣款等多个品类，可满足不同消费者的保暖需求。

保价“双11”
成促销关键词

连日来，记者查询发现，线上平台的羽绒服销售热度更为惊人。某品牌羽绒服旗舰店数据显示，近一周已有5款羽绒服付款人数超万人，“全场3折起”“满399减150”的优惠活动，让多款产品到手价直降数百元。抖音直播间里，主播拿着样品不停展示：“这款两面穿中长款，现在下单保价到‘双11’，北方的朋友直接拍，今天发走、后天就能穿。”评论区“催发货”“领优惠券”的留言刷屏，后台订单提示音此起彼伏。

记者注意到，“保价承诺”成为商家吸引消费者的关键举措。市中心一家服装集合店内，一款新品羽绒服标签价从899元调至799元，店员特意提醒顾客：“现在买和‘双11’一个价，提早下手还能避免缺码断号。”此外，还有商家明确标注：“保价‘双11’，差价必退”。

面对持续升温的市场，羽绒服商家在保障供应的同时严把质量关。一些导购员在销售时提醒消费者：“选羽绒服要看水洗标上的绒子含量和充绒量，好的羽绒蓬松恢复快，不会轻易钻毛。”并承诺，在售产品均符合新国标要求，杜绝“垃圾绒”等问题产品进店。同时，为追求时尚与质感的人群提供极具性价比和设计感的好产品。

本报记者 崔薇薇 文/摄

天冷了 糖葫芦销售热了

“来两串山楂的！”昨日，在一家糖葫芦摊位前，市民王先生一边挑选，一边麻利扫码付款。时下，骤降的气温让糖葫芦成了街头“爆款”零食，不少摊位前排起长队，日均销量较降温前翻了数倍，这种传统小吃再次迎来销售旺季。

昨天中午，市中心一家商场内，销售人员正忙着给糖葫芦裹糖衣，熬糖的焦香格外诱人。“这两天买糖葫芦的人明显多了，现在一天能卖150串以上。”记者看到，竹签串着山楂、草莓、山药豆等多种口味，其中裹着糯米纸的经典山楂款最受欢迎。

记者采访中发现，除传统口味外，芝士夹心、黑糯米馅等创新款成为年轻消费者新宠。“天冷就想吃点酸甜的，这个芝士味的咬着还能拉丝。”正在挑选的



糖葫芦摊位围满顾客。

市民李女士说，她一次买了4串，准备分给家人。

寒风中，咬下一颗裹着脆糖衣的糖葫芦，酸甜的果肉混着丝丝凉意，成了不少人御寒解馋的选择。正如消费者所说：“天一冷，就到了吃糖葫芦的日子，这一口酸甜，暖身又开胃。”

本报记者 崔薇薇 文/摄

油邮合作 发行邮票



主题邮票。

近日，中国石油天然气股份有限公司辽宁营口销售分公司携手中国邮政营

与，实现“文创引流 油品增收”的双向突破。

口市分公司，发行《绿色发展 奉献能源》主题邮票，开启油邮异业合作新范式。

此次合作，成功找准“文创+经营”新增增长点。作为中国石油加油站内首款文创类非油商品，邮票上市后迅速引发关注，车主与集邮爱好者纷纷驻足咨询，分公司同步推出“加油满额赠邮票”活动，有效吸引客户参

油品增收”的双向
通讯员 翁兴宇

以人为本营造和谐

以法为准彰显公正

