



商铺取暖设备

昆明刚冷3天 “暖冬经济”就热了

电加热衣、电加热披肩、暖身毯成上班族、通勤族御寒新选择

都市时报全媒体记者 李锐

从周一开始，昆明气温持续走低，最低气温跌破5℃，凛冽寒意让取暖需求集中释放。记者19日走访新螺蛳湾国际商贸城发现，线下门店从羽绒服、保暖内衣等御寒衣物，到电暖桌、“小太阳”等取暖设备销量大增；线上平台中，电加热衣、加热披肩等新型保暖“黑科技”产品全面热销。

电暖桌成家庭新需求

在新螺蛳湾国际商贸城的服装区，羽绒服、毛衣、保暖内衣专柜前客流不断，市民纷纷驻足挑选合身的御寒衣物。“今年降温来得急，特意来给全家添几件厚衣服，优选防风保暖的款式，孩子上学穿也放心。”正在选购羽绒服的市民张女士说道，她手里已经拎了3件包装好的衣物，还在对比不同材质的保暖内衣。

取暖设备专区更是热闹，“小太阳”、油汀取暖器等传统产品陈列整齐，而电暖桌专柜前也有不少市民咨询、下单。雄辉电器店主彭女士告诉记者：“降温后销量直线上升，尤其是电暖桌，是近期的热销产品。”据介绍，电暖桌兼具多重实用功能，天热时可当普通茶几使用，天冷时插上电，桌下自带取暖功能，桌面还能煮火锅、温茶，适配家庭日常多种场景。其价格为1000多元到5000

多元，可满足不同消费需求。“螺蛳湾正在发放消费券，核销金额已经有几万元，极大地带动了销量。”彭女士说。

正在体验电暖桌的市民李先生当场下单：“家里老人孩子都怕冷，这个桌子能取暖还能当餐桌，五档调温很方便，智能锁屏功能也很适合有小孩的家庭。”他表示，消费券补贴后能省200多元，性价比很高。

此次取暖装备热销，离不开消费券的精准撬动。记者从新螺蛳湾国际商贸城管理方获悉，针对家居家电、服装服饰等品类发放的消费券，有效激发了市民消费热情，不少商户表示核销情况良好，客流和销售额均有明显提升。

线上“黑科技”产品受追捧

线下门店销售火爆，线上取暖“黑科技”产品同样销量暴涨。电加热衣、电加热披肩、暖身毯等产品成为上班族、通勤族的御寒新选择。

记者了解到，电加热衣通过在衬内植入发热片，搭配充电宝供电实现局部发热，发热片主要分为碳基膜（含碳纤维膜、石墨烯膜）和金属膜、金属发热丝三类。碳基膜材质加热速度快，金属材质发热量更稳定，但抗弯折性较差，揉搓弯折可能导致损坏。产品款式涵盖马甲、夹克、贴身保暖内衣等，

宣称支持40—70℃多档温控，部分可水洗，适配户外通勤、办公室久坐等场景。

“我每天骑电单车通勤，普通羽绒服抵挡不住寒风，这款加热马甲太实用了。”市民张女士展示着刚收到的电加热衣，她表示，马甲背部、胸部都有发热区域，三档调温可按需调节，插上充电宝就能用。“中档温度刚好，续航能达4小时，再也不用冻得缩手缩脚了”。

不过，电加热衣在实用之余也暗藏风险。据央视新闻报道，目前市面上产品质量参差不齐，部分低价产品缺乏加热电器类质量检测报告，内部线路布设混乱，实际发热效果与宣传差距较大——宣称3秒速热、最高65℃的产品，实际最高温度可能仅40℃左右。虽其采用5伏低压供电，无漏电伤人风险，但潮湿环境下使用易引发故障，需及时断电；清洗时需按说明书操作，机洗需用轻柔模式，水温不超过30℃，且不可烘干、熨烫。

※提示

使用电加热产品需牢记安全

业内人士建议，市民选购取暖产品时，线下应优先选择正规门店，查看产品质检报告和安全认证；线上购买电加热衣等产品时，需确认是否符合现行国家标准，搭配的充电宝需具备CCC认证。

使用“小太阳”等取暖器时，需远离窗帘、沙发等可燃物，背面离墙至少20厘米，切勿覆盖衣物；使用电暖桌时要保持室内通风，避免长时间高档位工作，可搭配加湿器缓解空气干燥。

※新闻延展

电子艾灸吸引年轻人

冬季是传统的滋补养生时节，2025年冬季的滋补养生领域，多品类丰富发展，并且覆盖全年龄段人群，而不同人群的细分养生需求也愈发明显。

在淘系平台上，相关商品冬季销量、销售额易现峰值。品类方面，传统滋补与现代科技养生产品齐增长：阿胶膏方作为传统滋补代表，仍是中老年群体首选；电子艾灸产品通过科技赋能传统养生，吸引了不少年轻人。同时，方便快捷的品类受到青睐，冲饮品、鲜食饮品等满足了人们“即食即补”的需求；一些具有细分特色的滋补品也有明显增长，如驼奶及驼奶粉、石斛等。

不同年龄段人群的养生偏好呈现出分层特征。电商数据分析机构炼丹炉的调研显示，18—23岁的人群更偏爱即食药膳零食、速溶养生茶；24—30岁的人群中，男性对养生产品的关注和选择成为新的增长点，女性则更倾向于阿胶膏方等与“养生女孩”相关的产品；31—40岁的人群常负责家庭中的滋补品选择与准备，他们更看重产品背后的科学依据，对智能养生设备的偏好度较高；41—50岁的人群倾向于选择参类、冬虫夏草等传统滋补品，在做选择时，中医的推荐会产生较大影响；51岁以上的人群则更关注慢性病管理，适合该年龄段在健康器械方面的消费每年都在增长。

养生理念方面，中式养生的关注度持续提升，轻养生概念也迎来了爆发式发展。从社媒传播指数能看出，养生人群对原料、功效的关注度高于全行业平均水平。在原料方面，红枣、枸杞、茯苓、桑葚等中式传统成分的相关产品热度最高；在功效方面，补气血、养胃、助眠、润喉等契合中式养生逻辑的需求，尤为受到关注。

据北京青年报



市民采购冬衣

本版图片 都市时报全媒体记者 李锐