

十堰街头年味浓 干果炒货正热销

市民青睐“新风味”与“老传统”

春节临近,年味渐浓。连日来,记者走访十堰城区多家超市、炒货店及农贸市场发现,作为年货的“常青树”,干果炒货已进入销售旺季。与往年相比,今年市民的选购清单上多了一些网红新口味,而传统的购买习惯和消费理念也在悄然发生变化。

■文、图/记者 王琪



如今,人们购买炒货不仅仅用来招待客人,更为了满足日常“悦己”需求。

1 从年货刚需到日常“悦己”:新口味引领消费新风尚

在朝阳路一家大型连锁超市,炒货专区人头攒动。除了经典的原味瓜子、花生,藤椒味西瓜子和椒盐南瓜子都被摆放在最显眼的位置,不时有市民品尝购买。“这个藤椒味的味道很特别,麻麻的,吃着很上瘾,家里孩子都喜欢。”正在采购年货的市民李女士说。超市销售人员介绍,今年这类创新口味的炒货特别受欢迎,尤其吸引年轻顾

客,是拉动整体销量增长的重要“新品”。

这种现象背后,是干果炒货从单纯的“年节刚需品”向“高频日常消费品”转型的缩影。当前消费者购买坚果炒货的三大主要原因,排在首位的便是日常休闲零食,其次才是健康补充和节日礼品。这意味着,市民购买炒货不再仅仅为了招待客人、囤积年货,更多是为了满

足日常“悦己”需求。

在茅箭区深圳街附近的集市,炒货品种更丰富,价格也更亲民,普遍在每斤15至20元之间。摊主王老板告诉记者:“现在的顾客喜欢尝鲜,像藤椒、奶油、山核桃味这些新花样,卖得一点不比传统的差。”这种消费趋势促使生产商和零售商加速产品迭代,用更短周期的“热卖新品”来持续吸引消费者。

2 健康与实惠并重:市民对价格波动更趋理性

虽然新口味受到追捧,但健康和实惠依然是绝大多数市民选购时的核心考量。

在万达广场附近的大型超市,一位正在挑选原味瓜子的市民陈先生表示:“还是觉得原味的更健康,添加剂少,家里老人孩子吃着放心。”超市工作人员介绍,在消费者经常购买的口味中,焦糖、奶油等经典风味仍最受青睐;与此同时,从健康角度考虑,选择原味产品的消费者比例也相当高。

面对市场上炒货价格差异明显的情况,市民的消费选择也呈现出分层、理性的特点。在大型商超,品牌炒货单价较高,如紫衣腰果49.8元/斤,散装巴旦木26.9元/斤。而在农贸市场和传统炒货店,价格则更具竞争力,许多市民会“货比三家”。一位在集市采购的刘阿姨说:“过年消耗量大,同样的瓜子,集市上每斤能便宜好几块钱,品质也不差,更划算。”

不同渠道炒货价格的差异巨

大,反映了行业从街边摊向连锁化、商场化“精致零食”业态的升级。店面装修、服务体验的升级,以及原材料、运营成本的上涨,都将影响终端价格。

不过,多项调研显示,消费者对此表现出一定的包容度,多数人每月在坚果炒货上的支出集中在20至100元区间,呈现“小额高频”的特点。市民并非单纯抗拒涨价,而是愿意为确定的品质、便捷的场景和更好的体验支付溢价。

3 市场扩容与温情不变:炒货承载了春节温暖记忆

尽管消费习惯在变,市场在扩容,但干果炒货作为春节“气氛组”核心成员的地位从未动摇。在十堰城区东岳路一家老字号炒货店前,等待新鲜糖炒栗子出锅的顾客排起了长队。店主表示,进入腊月后,该店多款炒货销量明显攀升,尤其是周末,一些热门单品半天就能售罄。中国食品工业协会数据显示,坚果炒货在消费者新春礼盒购买选择中位居榜首,其“礼物”属性在年关时节被极大增强。

这份热闹的背后,是深厚的情

感与文化需求。对许多十堰市民而言,家里茶几上摆满各色炒货,空气中弥漫着坚果的香气,是春节家庭团聚、闲话家常的标配场景。无论是尝试新奇口味的年轻人,还是钟爱传统原味的长辈,一家人围坐分享的过程,其情感价值远高于食物本身。同时,独立包装、设计精美的炒货礼盒,也成为走亲访友时表达心意的重要载体。

年关炒货的热销,是一场市场创新与情感传统的双向奔赴。市民用购买行为投票,既乐于拥抱

藤椒味西瓜子带来的味蕾新刺激,也执着于原味瓜子里的健康与安心;既享受商场购物的便捷与品质,也留恋集市里的实惠与烟火气。在变化的市场中,不变的是炒货所承载的关于团圆、分享和年味的温暖记忆。



私厨上门 成年夜饭新潮流

■据《工人日报》

春节临近,年夜饭餐饮消费市场正迎来新变化,越来越多的人选择在春节期间将私厨请进家门,提升团聚体验。

“在饭店吃年夜饭总觉得少了点年味。请私厨上门,既能享受专业水准的菜肴,又能在家里温馨团聚。”家住北京市朝阳区的王先生的话道出了一些消费者的心声。

“年夜饭全部交给私厨,一家人吃得舒心,吃完直接围坐看春晚,谁也不用动身收拾。”来自湖南株洲的杨女士同样深有体会。

今年春节,尽管私厨人工费普遍上涨2—3倍,价格在1500—2000元不等,但仍“一厨难求”。“春节单量非常多,每天接到十几、二十几个电话咨询。”北京上门私厨服务提供商闫师傅告诉记者,从1月开始,春节档期的预约就陆续爆满,“尤其是除夕到正月初六这一周,团队8个厨师每天的档期都排得满满当当”。

从消费模式看,私厨服务呈现出灵活多元的特征。目前,市场上主要提供包工包料和按人工计费两种服务模式。套餐价格从人均200元、全套2000元起步,直至万元不等。服务场景覆盖年夜饭围炉、亲友聚餐等,精准对接不同层级的个性化、精细化消费需求。

中国社科院财经战略研究院执行研究员赵京桥认为,私厨上门是消费升级与节日需求融合的体现,折射出个性化餐饮消费崛起、家庭用餐场景价值凸显、服务型消费需求持续增长等趋势。

然而,私厨行业尚处发展初期,面临服务缺乏标准规范等问题。展望未来,赵京桥认为,推动行业规范化发展需政府监管、行业自律、平台约束等多方发力。

债权转让通知

十堰金地建筑工程有限公司:

湖北丰丰建设有限公司与茅箭区聚磊信息服务部(个体工商户)已于2026年1月8日签订债权转让协议,将该公司基于十堰市张湾区人民法院(2025)鄂0303民初2451号民事判决书及十堰市中级人民法院(2025)鄂03民终2459号民事判决书项下确认的全部债权依法转让给茅箭区聚磊信息服务部,请你自接到本通知书之日起向茅箭区聚磊信息服务部履行全部义务。

特此通知。

湖北丰丰建设有限公司
2026年2月13日