

闻香识彭城

从网红香氛到非遗香包，徐州把香气做成消费新风潮

本报记者 吴云 通讯员 徐鼓宣

这个小长假，徐州处处涌动着消费热潮，中心商圈人声鼎沸、烟火氤氲。漫步其间，除了美食的鲜香与咖啡的醇厚，一抹抹独特香气悄然弥漫——越来越多市民游客停下脚步，为心仪的气味买单。日常洗护用品按香型精细分类，命名别致的香调成为新卖点，香味不再是附加品，已然成为可消费、可体验、可共情的独立商品。

这股悄然兴起的“寻香热”背后，是“嗅觉经济”这一新兴赛道在徐州加速崛起，成为拉动消费升级、丰富民生体验的新亮点。



在之植苏北首店，消费者体验不同香型。
本报记者 吴国乐 摄

“寻香”而来，“疗愈”而归 首店出圈激活消费新动能

位于鼓楼区苏宁广场一楼的之植苏北首店，今年2月正式开门迎客，一开业便交出亮眼成绩单：首日销售额突破10万元，用一缕清香点燃了消费市场的热情。

“很多顾客都是循着香味走进店里的，接触后才发现，除了基础的清洁洗护功能，‘疗愈感’才是最大的惊喜。”之植店店长张小双介绍，清香能舒缓身心、慰藉情绪，让奔波的人们在氤氲香气中找到片刻安宁。“我们店客单价在300元至800元之间，首月销售额远超预期，如今越来越多人愿意为这份‘情绪疗愈’买单。清明假期，不少外地游客也循着香气而来，成为我们的新顾客。”

情绪消费，重在“悦己” 品质升级抢占消费新赛道

同样扎根中心商圈的RE调香室，店内人头攒动，不少顾客正细细挑选心仪香型，在鼻尖流转中寻找专属情绪共鸣。

“当下，消费者对线下情绪价值的需求越来越高。我们以故事为载体，为每一款香气打造专属氛围感，通过细腻的语言描述，顾客身临其境感受香气带来的情绪触动，很多人愿意为这份独特的情绪价值买单。”RE调香室店长华箏介绍。

醉芍药香薰、浮生若木香氛、京剧系列香水……近年来，RE调香室持续推陈出新，产品矩阵不断丰富。尽管客单价在300元至500元之间，却拥有稳定的忠实客群，销售额始终保持稳步增长。

一缕清香，贯通古今 非遗赋能涵养消费新底蕴

如果说高端香氛首店的入驻，是徐州“嗅觉经济”的时尚表达，那么作为非物质文化遗产的徐州香包，则是流淌在城市血脉中的文化根脉，让古老香气在新时代焕发新生。

春假叠加清明小长假期间，文庙街区举办的“潮玩非遗，乐享春假”主题活动吸引大批游客。香包等非遗产品走进中心商圈、走进大众生活，让千年文脉在烟火气中焕发新活力。如今的徐州香包，在传承传统技艺的基础上，结合现代需求创新升级，采用中药材配制，新增安神、提神、防鼻炎、暖宫等实用功效，推出檀香、薰衣草等贴合年轻人喜好的香型，不断拓宽应用场景，让传统非遗与现代生活完美相融。

商品迭代的背后，是消费观念的深刻变革。如今的年轻消费者，正从“在意别人怎么看”转向“关注自己怎么感受”，这种从“悦人”到“悦己”的转变，正是驱动“嗅

据悉，该店最受青睐的香型当属檀香、玫瑰香与兰花香，其中木质调檀香受众最广，檀香调身体乳更是常年稳居“单品王”宝座；玫瑰与兰花香型则精准契合女性消费者的喜好，成为不少人的“心头好”。

嗅觉，是具有情感穿透力的感官，能在潜移默化中触动人心。“走进店里，满室清香扑面而来，内心的浮躁瞬间消散，渐渐平静下来。”顾客刘女士已是兰花香型的忠实粉丝，她坦言，线下选香就像“开盲盒”，每一次尝试都有新惊喜，这种沉浸式的疗愈体验，是线上购物难以替代的。

香氛领域曾一度陷入“功效卖点+价格战”的同质化困境，如今随着“悦己”消费时代的到来，单纯的价格比拼已难以为继。从打造专属嗅觉标识、深耕产品研发，到强化品牌辨识度、提升客户黏性与认同感，实现全方位系统性升级，已成为每一位香氛从业者的必修课。

情绪消费的核心，在于“悦己”。越来越多消费者愿意为独特香气买单，用一缕清香定格专属记忆、彰显个人审美：“我特别喜欢‘隐世灯火’这款，喷上后安神舒缓，心情瞬间变得愉悦。”“包装精致典雅，用完后瓶内仍有余香，既赏心悦目，又能抚慰人心。”

“嗅觉经济”蓬勃发展的核心动力。高端香氛首店的引入，精准契合了年轻人的情绪价值需求；商文旅体的深度融合，为“嗅觉消费”搭建了丰富场景，让清香有了文化依托、有了情感温度。

当历史的古韵与现代的香韵在中心商圈交织，当非遗的厚重与潮品的鲜活碰撞融合，徐州这座古城，正借着“嗅觉经济”的东风，解锁消费新可能，绘就更具烟火气、更有文化味的发展新图景。

出售的香包
文庙街区里

从一朵花读懂一座城的美

本报讯（记者 李薇薇 张雷 通讯员 孙娜 李丹阳）

春风送暖花竞开，最美人间四月天。4月4日，贾汪区龙吟湖畔，桃花缀岸、柳丝拂风，金黄的油菜花铺就满地锦绣，花海如浪，香气袭人，“春满贾汪·花漾泉城”2026贾汪春季赏花研学暨第十七届桃花踏春季在这里如约而至。

上午10时不到，龙吟湖景区入口已是热闹非凡，桃花节美陈装饰与绿意盎然的春日场景相映成趣，浪漫气息扑面而来。游客们携家人、伴好友，或穿着汉服，或带着相机，脸上洋溢着期待的笑容，有序入园，共赴这场春天的“约会”。

“每年桃花节我都来贾汪，今年感觉特别不一样。”来自徐州市区的王女士带着女儿在入口处与桃花仙子互动，“你看这美陈装饰，还有汉服小姐姐，氛围感直接拉满，拍出来的照片肯定好看。”

“春天是美好的季节，这里的花开得那么美，还有琳琅满目的农副产品，满满的乡愁，真是不虚此行。”来自徐州的游客刘女士发出这样的感慨。

自2009年举办首届桃花踏春季活动以来，从一纸赏花地图，到如今约2.4万亩桃园、160万棵桃树的壮阔胜景，贾汪桃花节已经走过十几个年头，早已成为众多徐州市民与春天的约定。

从黑色煤城到绿色花城，从资源枯竭到生态振兴，此时的贾汪，正以桃花为媒，深耕细作“旅游旺区”，纵深推进农文旅融合发展助推乡村振兴促进共同富裕行动，将满园春色汇聚成了全域旅游的澎湃动能，把生态优势转化为发展优势。这朵桃花，不仅绽放春天的美丽，更点燃贾汪高质量全面转型发展的新引擎。



游客在桃园合影。本报记者 刘冰 摄