

消费升级 全屋定制成主流

家居消费是居民消费的重要领域，也是消费升级的重要体现。中国建筑装饰协会发布的《2026年中国家居消费趋势报告》显示，全屋定制、智能家居、环保建材等成为消费新趋势，消费者对家居品质的要求不断提升。

在红星美凯龙商场里，各大家居品牌纷纷推出秋季促销活动。该商场负责人介绍，8月份以来，客流量有所增长，定制衣柜、橱柜、门窗等品类订单量明显增长。现在消费者更注重整体效果和个性化需求，全屋定制业务占比非常高。

在红星美凯龙一楼的一家家居定制门店里，设计师王先生正在为顾客讲解方案。“以前顾客来店里，主要是看单品，现在更关注整体搭配和空间利用。”王先生说，他上个月接了一个将近200平的大平层项目，从设计到施工全程跟进，客户对效果很满意。

14日中午，在徐州招商花园城内的一家定制家居店内，店内人员正忙着提交客户需求报表。“客户下了订单，我这边需要及时跟厂家沟通对接，将客户需求及时传达。”该店工作人员说，大半年时间以来，全屋定制的需求量比较大，极少有消费者会选择购买一些小型家居用品。

智能家居 引领消费新场景

智能家居也成为消费新热点。在小米之家万科淮海新天地店，智能门锁、智能照明、智能安防等产品专区人流不断。市民孙娜正在选购智能门锁：“出门不用带钥匙，还能远程查看门锁状态，特别方便。”

有数据显示，年轻消费者占比超过70%。“年轻人喜欢简约、实用的风格，对智能家居接受度高。”该店店员介绍，今年以来智能家居产品销量大幅提升，其中智能门锁、扫地机器人最受欢迎。随着物联网技术的发展，智能家居产品越来越丰富，价格也越来越亲民，正在走进寻常百姓家。

值得关注的是，家居消费年轻化趋势明显。90后、00后消费者逐渐成为家居消费主力军，他们更注重设计感、智能化和环保性能。

家居消费线上线下融合加速。多家家居企业加大直播带货力度，通过线上引流、线下体验的方式拓展销售。欧派家居徐州区域负责人介绍，线上渠道销售额占比已提升至25%左右。

在升辉装饰城，多个商家也推出了中秋节节日促销活动，涵盖设计、施工、材料、家具等。“随着‘金九银十’装修旺季到来，定制衣柜、橱柜、门窗等品类订单量和去年相比明显增长。”升辉市场相关工作人员说。

徐州市装饰装修行业协会工作人员介绍，随着居民生活水平提高和消费观念转变，家居消费正从“功能性消费”向“品质化消费”升级；从消费势头来看，我市家居卖场和品牌企业及时推出了促消费活动，满足消费者多样化需求，推动家居消费市场持续升级。预计“金九银十”期间，我市家居市场将保持平稳增长态势。



AI制图

爱美不分年龄性别 颜值消费走入寻常生活

本报记者 耿耘

假睫毛胶水销量同比增长9.6倍，穿戴甲/美甲贴销量同比增长80%，素颜霜持续走红……数据显示，今夏，美妆护肤品市场细分品类快速增长，折射出大众对美的追求正愈发精细。

记者走访我市消费市场了解到，情况确如数据所示，小商品里藏着大消费，“面子”上的这笔账，无论男女，越算越精细，也越花越明白。

爱美不再是女性“专利”

“一个月至少去一次美甲店，两个月嫁接一次睫毛，有时候还得去美容院做个脸。”鼓楼区的杜女士掰着手指给记者算账。她说，放在前几年，这还算“精致小姐姐”的标配，如今早已“飞入寻常百姓家”。

杜女士说，今年七月和八月，她连续两个月在美甲店分别遇到了40多岁和20多岁的男士做手部护理和美甲。这让她惊讶之余也引发思考，对美的需求，早已不只是女性的专属。

苏宁广场内一美甲店负责人说，开业3年多时间，店内的会员将近千人，其中男性会员20人以上。“男性到店来

一次，都是做全套的手部、脚部护肤，年轻一些的男士还会做上美甲、修眉，特别精致。”

从公布的数据，年龄结构来看，46岁及以上人群消费占比达14.6%，抗老、紧致、淡斑需求持续释放——“熟龄经济”成为品牌必须深耕的优质赛道。从性别结构看，男性护肤需求相当“专一”，洁面是绝对刚需，消费占比高达57.7%，乳液、面霜次之。但另一组数据同样值得关注，男性防晒消费占比仅3.2%。换言之，多数男性消费者愿意花时间把脸洗干净，对紫外线这一“隐形杀手”的认知仍有待提升。

县域消费也融入广泛人群

追求美，不再是特定群体的专属。数据显示，四线城市及县域农村地区拿下美妆护肤消费40%以上的销量，男性消费者占比超三成；注重仪容仪表成为一种生活态度，爱美由此融入更广泛人群的日常。这组数据意味着，邳州、新沂、沛县、睢宁的消费者与市区居民一样爱美；也意味着徐州男性

消费者，开始往脸上“投资”了。

“去外地消费路途太远，来回路费也是一笔花销。”宿迁市民王先生表示，对于徐州县区、周边宿迁、淮北等地市民来说，随着首店经济持续升温、区域中心城市消费辐射力不断增强，县域消费者与男性群体，正成为美妆市场的新主力。

消费决策趋向理性

爱美不等于盲目消费。恰恰相反——如今消费者选购化妆品，认准三个标准：成分好不好？够不够安全？有没有效果？

以洁面产品为例，此前产品形态花样百出，慕斯、啫喱、洁面粉等层出不穷，但行业标准一度跟不上产品迭代速度，不少新型洁面产品处于监管空

白地带。据了解，自今年9月1日起，由国家市场监督管理总局、国家标准化委员会联合发布的国家推荐性标准GB/T 29680—2026《洗面奶（膏、液、慕斯、啫喱、粉）》正式实施。新规基本覆盖当前市面上所有洁面品类，针对不同产品制定专属检测标准，从原料品质到风险成分均从严规范。

“悦己”消费为城市添动能

这股“美丽旋风”，徐州并非孤例。国家统计局数据显示，今年1至7月，全国限额以上单位化妆品类商品零售额同比增长6.3%，7月单月增长6.8%，明显跑赢同期社零总额1.2%的整体增速。徐州消费基本盘同样稳中有进——今年1至4月，全市社会消费品零售总额预计完成1580亿元，同比增长4%，增速稳居全省前列。

消费供给的持续升级，为“美丽经济”提供了坚实支撑。“十四五”以来，徐州累计招引落地各类首店805家，年均引进161家。2022年到2024年，全市分别引进首店137家、161家、266家，数

量逐年攀升。

“这几年，徐州文旅影响力越来越大，来专柜的外地客人明显多了。目前我们专柜的外地顾客消费占比已经达到了63%。”苏宁广场内一品牌专柜负责人介绍，不少周边城市消费者正是冲着徐州独有的首店资源专程前来。来徐州旅游、打卡首店，已成为不少游客的行程选择。

“为悦己者容”的年代早已翻篇。如今的梳妆打扮，这份对自我的关爱，正推动美妆行业向更安全、更有效、更透明的方向前行，为我市区域消费中心城市添上一笔亮眼的“美丽动能”。

家装告别东拼西凑 全屋定制打造美丽之家

本报记者 耿耘

“装修房子最头疼的就是选家具，跑了好几家店都没找到满意的。”9月10日下午，在红星美凯龙店内，市民赵女士正在与设计师沟通全屋定制方案。赵女士和男友刚买了婚房，计划明年结婚，想提前把装修方案定下来。

“设计师根据我们的户型和生活习惯出了3D效果图，整体风格统一，比单买家具省心多了。”赵女士说，她对比过单品购买和全屋定制两种方式，发现全屋定制不仅能充分利用空间，还能保证风格统一，虽然价格稍高，但性价比更高。

赵女士的选择反映了徐州家居消费的新趋势。随着“金九银十”传统消费旺季来临，我市家居市场提前升温，全屋定制、智能家居成为消费热点。记者走访发现，今年秋季家居消费呈现出个性化、智能化、一站式服务等新特点。