

经济深一度

从智能家电走进千家万户,到体验一场沉浸式的冰雪之旅,再到为情绪价值买单——如今,内蒙古的消费市场正呈现出商品提质、服务升级、场景创新的多元图景,居民多元化、精细化需求正在充分释放。

内蒙古消费市场观察： 体验升级与情感需求双轮驱动 多元业态点燃 消费热情

□本报记者 耿欣 高慧

2025年,内蒙古居民收入稳步增长,服务业和消费市场平稳运行,经济发展内生动力逐步增强。2025年,内蒙古全体居民人均可支配收入41921元,比上年增长4.6%;服务业增加值比上年增长4.0%,其中,批发和零售业增加值比上年增长4.9%,住宿和餐饮业增加值比上年增长2.9%;社会消费品零售总额5375.5亿元,比上年增长4.3%。

基于市场稳中向好势头,2026年,内蒙古各地进一步提升政策效能,将促消费和惠民生深度绑定,在品质升级、体验优化、情感共鸣的三重驱动下,让市场活力持续释放、后劲愈发充足。

品质升级： 从“能用”到“好用”需求迸发， 商品消费持续扩容

如今,宠物已是许多家庭不可或缺的“情感家人”。“它经济”正加速成为消费主流。《2026年中国宠物行业白皮书(消费报告)》显示,2025年,我国城镇犬猫宠物数量突破1.26亿只,宠物消费市场规模达到3126亿元,较上年增长4.1%。

2月1日,记者走进呼和浩特市凯德广场的一家宠物商店,各类宠物用品琳琅满目,从高端狗粮到智能设备、时尚服饰一应俱全,吸引众多市民带着“毛孩子”进店选购,在收银台,有不少家庭一次性购入多种商品。

“得益于‘宠物友好’的商场环境,我们能带着它一起进店挑选合适的用品,对于养宠人来说特别方便。”市民韩佳琪正抱着自家的比熊犬选购新款宠物冬装,她告诉记者,家里每月在宠物上的花销在500元左右。

“消费者对于精细化、高品质的商品需求越来越突出,我们也不断丰富品类,比如店里上架了自动喂食器、智能饮水机、宠物推车等,满足大家多元化的消费需求。”宠物商店工作人员龚先生说,随着商场对宠物包容度的提升,门店客流量也随之增长,店内的高端功能粮、节日主题服饰等成为热销品类。

从基础口粮到高端定制,从智能设备到时尚单品,品质化与个性化的宠物消费正被不断解锁。与此同时,智能家电、数码产品消费也借着政策东风持续走热,新的一年,内蒙古再次推出覆盖智能家电、数码产品、家居好物等领域的消费补贴活动,让市民需求从“能用”转向“好用”,为内蒙古消费市场带来活力。

“早就想换台智能洗衣机,赶上这次消费补贴活动,原价近3000元的机型,叠加15%的政府补贴后再结合店铺折扣,花费不到1500元就买到了。”鄂尔多斯市高女士兴奋地向记者展示着刚入手的智能洗衣机,表示洗衣机等智能家电为家人做家务节省了不少时间和精力,补贴政策让智能生活触手可及。

数码产品同样迎来消费热潮。得知小米、华为、苹果等热门品牌参与消费补贴活动后,不少消费者早早便开始在云闪付等平台领取优惠券。“每天早上8:30准时守候,终于领到了优惠券,结合店铺优惠,一直想换的这款华为手机比平时省了不少钱。”在乌兰察布市读书的大学生王宇说,消费补贴活动让他提前实现了“换机自由”。

2026年1月1日起,内蒙古家电以旧换新、数码和智能产品购新补贴政策精准发力,个人消费者购买冰箱、洗衣机、电视、空调、电脑、热水器等6类家电中1级能效或水效标准的产品,补贴销售价格的15%,购买手机、平板、智能手表、智能眼镜等4类产品,补贴产品销售价格的15%。更便利的是,消费者通过云闪付App完成核验后,领券消费可直接核

销,无需等待,让政策红利真正转化为市民手中的优惠、商家销售额的增长,让消费活力得到进一步释放。

体验至上： 悦己经济、冰雪经济亮点纷呈， 服务消费不断升温

春节渐近,内蒙古美容美发机构迎来全年的消费旺季,不仅深受女性喜爱的美发、美甲、美睫等传统项目预订火爆,男性美容项目也成为新的消费增长点。

“新年我想做一个有‘马元素’的美甲,特意选择了小马造型的贴片,祝自己‘马到成功’。”乌海市市民阿荣女士说,为了以最佳状态迎接春节,她提前预约了常去的美容店,决定一次性体验美甲、美睫2项服务。

记者看到,店内7个美甲位早已座无虚席,操作台面上美甲工具、装饰贴片整齐排列,美甲师亚楠正小心翼翼地为顾客打磨指甲,不时停下与顾客沟通款式细节。亚楠介绍,自1月中旬起,美发、美甲、美睫等项目预订量激增,门店通过延长营业时间、增加排班等方式保障服务供给。

值得关注的是,男性美容需求持续攀升。在呼和浩特市中山路的一家美容连锁机构,28岁的罗先生特意从外地赶来做文眉项目。机构负责人介绍,随着形象管理理念普及,来做文眉、皮肤护理等项目的男性消费者逐年增多,“00后”“90后”“80后”的青年男性正成为消费主力。

冬季的呼伦贝尔,冰雪经济同样热度满满。走在这里,仿佛置身童话里的冰雪世界,在第二十一届中国·内蒙古自治区冰雪那达慕现场,来自俄罗斯、蒙古国及全国各地的游客齐聚冰河之畔,共享冰雪盛宴。

冰雕打卡区、旅拍区、美食市集、牧户体验区等互动区域,为游客带来“吃住行游购娱”全链条体验。“一来到这里我就被冰雕群吸引了,不仅体验了雪地龙舟、滑雪圈等活动,还品尝了不少特色美食,心情特别激动!”来自广州的游客韦女士难掩兴奋。

这个冰雪季,内蒙古统筹全区冰雪资源,推出5项自治区级重点活动、11项盟市级重点活动、143项各地特色活动,以及48项文旅体融合赛事,并配套45条冬季旅游主题线路,还设置了充足的取暖场所与设施,以贴心的服务全方位保障游客“安心游、舒心玩”。

“2026年,我们将进一步多措并举扩大服务消费,实施服务消费提质惠民行动,扩大优质服务供给,推动家政、汽车后市场、入境消费等重点领域发展,进一步释放服务消费潜力。”自治区商务厅相关负责人表示。

情感共鸣： 亲子手工、喜剧演出互动共创， 新场景链接情绪价值

在商品与服务消费稳步升级的同时,以情感链接与情绪共鸣为核心的消费新场景在内蒙古持续涌现,成为丰富消费生态的重要力量。

随着亲子陪伴需求升级,与孩子共同制作趣味十足的“拼豆”手工,正成为家庭消费的新



场景。“‘拼豆’手工不仅能和孩子一起动手设计,还能激发她的想象力和创造力,陪伴感完全不同。”孩子正在读小学二年级的包头市市民徐先生说。交流间,只见孩子把排列好的彩色塑料豆子熨烫定型,一个小猫形象的钥匙扣便制作完成,家长立刻给予鼓励和赞美,互动过程十分温馨。

从手工体验店到文创市集,家长陪伴孩子体验“指尖上的创意”场面愈发常见,这类兼具陪伴与教育属性的消费场景,为亲子互动增添更多乐趣。据记者观察,手工体验店的DIY“拼豆”套餐价格保持在15元至120元之间,从单人到多人,从限时到不限时,成为不少亲子客群节假日外出休闲的选择。

“一场轻松愉悦的喜剧表演,让生活中的压力都烟消云散了。”刚走出呼和浩特市大观园剧场的“95后”创业者张雪,手里举着烧麦喜剧脱口秀日常精品秀的门票拍照打卡,脸上满是轻松。

随着情感消费场景快速拓展,更多消费群体正从“功能满足”转向具有“情绪共鸣”的消费模式,内蒙古喜剧市场也日渐火热。随着牛马喜剧入驻维多利万悦城,大盛魁相声茶馆扎根大盛魁文创园,“逛街+用餐+看演出”的一站式体验,让消费更具便利性社交属性。

走访中记者了解到,目前内蒙古喜剧演出品类丰富,主题包括职场、亲情、自我成长等,让不同群体都能找到情感共鸣。而门票价格通常在30元至200元之间。元旦假期,呼和浩特市大观园剧场、邻里荟桔梗剧场、大盛魁相声茶馆等地同步上演喜剧表演,部分场次门票开售半小时便已售罄。

“此前,已经有多位实力派演员相继登台亮相,受到市场的欢迎。接下来的春节档,我们还将继续邀请人气组合与知名演员齐聚剧场,以高密度、强阵容的演出矩阵,让喜剧这一文化形式,成为内蒙古消费市场的新选择。”烧麦喜剧负责人高女士说。

夜幕下,手工体验店的温馨、喜剧剧场的欢笑,与智能家电的便捷、冰雪旅游的热闹交相辉映,勾勒出内蒙古消费市场的蓬勃图景——内蒙古的消费生态正朝着更细分、更注重体验与情感连接的方向演进。这些不断涌现的新业态、新场景,不仅点亮了百姓生活,也为区域经济注入了绵绵不绝的活力。

(部分图片由受访者提供)



滑雪爱好者在呼和浩特市马鬃山滑雪场滑雪畅玩。本报记者 王晓博 摄



喜剧演出结束后,演员和观众进行互动。



宠物商店内,工作人员正在整理货物。本报记者 耿欣 摄



手工拼豆小猫钥匙扣。本报记者 康丽娜 摄



选购数码产品。本报记者 耿欣 摄

体验派

万物皆可“盲”,从“确定的所需”到“有性价比的未知体验” 盲盒消费:未知的惊喜在转角

□文/图 本报记者 阿妮尔

1月22日晚,华灯初上,记者走进呼和浩特市摩尔城泡泡玛特潮玩店,只见面积不大的店铺内人头攒动,众多消费者正兴致勃勃地选购各式盲盒产品。

其中有位小姑娘精心挑选了“疯狂动物城联名系列手办”盲盒后迫不及待地拆开包装盒,当手办露出真容时,她惊喜地叫出声:“是羊市长!”她双手捧着抽中的手办,眼中闪烁着兴奋的光芒,左看看,右看看,爱不释手。

小朋友告诉记者,近期观看了电影《疯狂动物城2》,深深被电影中的精彩故事和可爱角色所吸引,在喜欢电影的同时也渴望拥有这些角色手办,满足自己的收藏愿望。

当天在泡泡玛特潮玩店里,还有一位年轻女士购买了搪胶毛绒钥匙圈盲盒。她和朋友在店里拆开盲盒后,开心地手舞足蹈。当记者问到是否抽到隐藏款时,对方表示了肯定。随后她又选了同一款盲盒,高兴地前往前台结账。在短短的几分钟内,门店便迎来了二十几位年轻的顾客。他们穿梭于货架之间,目光专注地挑选着盲盒。有趣的是,几乎每位消费者都默契地摇动盒子,侧耳倾听盒子内的声响。这一动作背后,是通过感知内部玩偶的重量、形状和配件声音,来提升抽中心仪款式的概率。也是消费者对未知惊喜的巧妙探索,让每一次开箱都充满期待与乐趣。

据记者观察,泡泡玛特潮玩店的茉莉、迪莫和骷髅熊猫等核心IP的常规系列盲盒,单盒售价多为59元至79元。主题系列、联



商场内泡泡玛特潮玩店顾客盈门。

名款等的价格区间在199元至699元。

盲盒,是在相同的盒子中放置不同的商品,消费者事先不知盒子里装的是哪一款,但有一定概率能够抽到自己心仪的商品。记者在呼和浩特市探访几家商场时发现,潮玩店里各种各样的盲盒琳琅满目,有手办、挂件、徽章等,产品种类丰富。

在呼和浩特市万达广场三福店,记者看到货架上整齐摆放着19.9元的盲袋。记者购买一个盲袋,体验了一下拆盲袋的快乐。当记者小心翼翼地拆开袋子,里面装有陶瓷杯、发带和香薰三样小商品,按商品包装上的标价计算,累计价格近百元。盲袋价格亲民,同时也增加了消费者的购买趣味。当下正值商家清仓季,通过这样的形式既满足了顾客惊喜的愿望,也将产品打包进行了促销。

万物皆可“盲”,从“确定的所需”到“有性价比的未知体验”,盲盒经济带来消费逻辑的转变。但是,在采访中也有一些消费者对盲盒中的商品质量是否达标、信息标注是否全面等问题表示了担忧。

中国消费者协会发布消费提示,盲盒销售即便存在款式等方面的保密性,也不能隐瞒关键信息,产品产地、成分、生产日期、保质期、安全警示、价格以及“三包”服务等和质量、服务相关的内容,必须如实全面告知消费者,不能做虚假、夸大或引人误解的宣传;盲盒内物品的价值、出现概率、分布方式等关键信息也要公开透明,保障消费者的知情权和选择权。



记者花费19.9元购买的盲袋商品。

畅玩呼和浩特市新城区敕勒川冰雪乐园。本报记者 孟和朝鲁 摄

游客在包头赛汗冰雪大世界游玩。本报记者 孟和朝鲁 摄