



“开栏语

# 解码八闽消费“闹热” 探寻内需提振之道

华灯初上,福州三坊七巷与烟台山街区人潮涌动;凌晨三点,泉州西街的石板路上仍氤氲着牛肉羹的香气;子夜时分,厦门沙坡尾的创意市集依旧人声鼎沸。这些满满烟火气的场景,恰似一幅流动的“清明上河图”,徐徐展开八闽内需提振的生动画卷。

消费是经济增长的“压舱石”,更是民生改善的“晴雨表”。党的二十大报告提出,“着力扩大内需,增

强消费对经济发展的基础性作用”;2025年政府工作报告将“实施提振消费专项行动”列为重点任务;中办国办印发的《提振消费专项行动方案》部署30条举措,释放出“精准滴灌”消费市场的强烈信号。

我省也积极响应国家战略,出台《关于进一步促进消费扩内需若干措施》,以政策“组合拳”精准发力,为消费市场注入强劲动力。今年,福建省政府工

作报告提出,2025年社会消费品零售总额增长5.5%左右。这一目标的设定,不仅彰显福建推动消费市场持续繁荣的坚定决心,更展现出福建在消费创新实践中的十足底气。

作为改革开放的前沿阵地,福建既有民营经济活跃的基因,又有数字经济、海洋经济等新动能的加持,在消费领域展开了全方位的创新:平价惠民的暖心补贴,让百姓“钱袋

子”更有温度;引领潮流的首店经济,成为消费新地标;线下商圈的智慧蝶变,打造便捷消费新场景;文旅消费的深度体验创新,挖掘消费新活力。一系列的探索和创新让传统消费市场重焕生机,激活了消费市场的一池春水。

从“晋江经验”到“数字福建”,从民营经济重镇到生态文明先行区,福建的每一次创新都与国家战略同频

共振。如今,八闽大地上的消费“闹热”,不仅是消费数据的跃升,更是经济结构优化、发展动能转换的缩影。

激活消费引擎,既要在供给端“出新”,以优质产品和服务满足多元需求,更要在政策端“用心”,以制度保障增强消费信心,还要在场景端“破圈”,以创新模式引领消费潮流。推动消费繁荣,既要守护好地域特色的“根”,更要拥抱数字时代的“变”,还要

有各显神通的“招”。

即日起,本报推出“在福建,很闹热”系列报道,记者将深入探访福建各地的消费新地标、企业新实践、政策新亮点。期待通过对这组“闽式闹热消费”的报道,不仅展现福建消费市场的生机与活力,更能为全国提振消费、扩大内需提供可复制、可推广的“福建经验”,让八闽大地的“消费热力”,成为中国经济行稳致远的生动注脚。

## 平价小火锅 “涮”出大市场

众多福州餐饮品牌加入平价火锅“赛道”,让“海鲜+火锅+市集”成为可复制的模式,海都记者探寻小火锅的成功之道

■海都记者 吴雪薇 见习记者 蔡怡晴 文/图

凌晨一点,位于福州五四路的恒力城,还亮着一串串霓虹。街道两旁的餐馆大多已熄灯打烊,海鲜火锅店内却依旧人声鼎沸,穿着围裙的店员边吆喝边帮客人装盘,咕嘟咕嘟的小火锅飘出混着海味和香料的热气。

从“朱富贵”、“川悦”到“寄海”……越来越多福州餐饮品牌加入平价海鲜火锅“赛道”,以百元“吃海鲜”的高性价比,俘获了从上班族到学生、从熟客到游客的胃和心。福州“火锅市集”为何如此“闹热”?平价海鲜火锅为何在福州这么有市场?近日,海都记者走访榕城,探寻小火锅“涮”出大市场背后的商业密码。

### 很福州很松弛 火锅食堂太“火”了

每逢晚餐高峰与节庆假日,朱富贵门店前总会排起长队。朱富贵恒力城店负责人说,门店最高接待量曾达单日一千五百桌。店门前乌泱泱的全是排位的食客。

作为平价海鲜火锅的代表品牌,朱富贵打造类似“社区食堂+夜市”的混合业态。店内不设包厢,大通间、铁架桌椅与市集式自选区让人一目了然。正是这种接地气的“排档感”,让不少人对它产生了归属感。

六十多岁的黄阿姨是朱富贵恒力城店的“老粉”,

但凡有外地朋友来,她都会在这里待客。与她相对而坐的老夫妻来自南京,但大半时间旅居澳大利亚。“无论在南京还是澳洲,都找不到这样新鲜而便宜的海鲜。”老先生说,“我在墨尔本时就久闻朱富贵的声名。”

“我希望朱富贵能成为居民的食堂。”朱富贵创始人朱祥康介绍,目前门店平均客单价控制在百元左右,菜品种类却超过百种,包括活虾、鲍鱼、章鱼等鲜货,也不乏鱼饼、鱼丸这类火锅小食。

“那位阿姨最爱螃蟹,

那位大叔经常中午来吃。”对于来就餐的“熟面孔”,朱富贵的店员们基本心里有数。不仅如此,店员们也成了氛围营造者。“新上的小金螺,看一下喽!”她们用亲昵的吆喝营造起火锅店的“市集感”。

比起传统餐厅的“服务流程”,“火锅市集”的熟人与松弛感,让就餐更像是邻里间的小聚。“一个人来吃火锅也不奇怪”,一位常客说,这是一种“自由而被照顾”的就餐体验,“没人管你吃什么,隔壁桌还可能和你干杯”。

### 更实惠更宠粉 平价火锅“卷”起来

平价自取火锅不是新鲜概念,但福州用“海鲜+火锅+市集”的方式开辟了一条餐饮新赛道,也摸索出了一套可复制的成功模式。在这套模式中,供应链的效率、服务的烟火气和参与感的设计,缺一不可。

朱富贵的做法是在源头打通关键节点:采购团队凌晨直接对接水产批发商,当天进货,当日售完。仓山的“中央厨房”负责统一分拣、清洗和配送,不仅提高了食材周转效率,也压缩了中间环节的成本。黑虎虾、竹蛭、鲍鱼等原本

在高端餐厅才能大批量供应的品类,如今能以“十几元一盘”的价格出现在市井火锅店中,这背后正是对采购机制与分发模式的重构。

“川悦老杨海鲜”的创始人杨燕原本就是做海鲜供应出身。如今她和家人组成六人小团队,福州的4家“川悦”门店,以及上海的3家“虎究海”门店的水产,都由他们亲手把关,每日在马尾市场亲自挑选食材。“贝类的鲜活有区别,一颗一颗挑才放心。”她说。

在“更新鲜”“更实惠”

的赛道里“卷”起来,“朱富贵”与“川悦”们将福州美食“卷”出新亮点。这些福州平价火锅品牌在营销上也找到了更贴近年轻人的宠粉方式。朱富贵曾在明星演唱会后出动大巴车接粉丝“吃夜宵”,有不少本地导游主动推荐游客来尝鲜;川悦引入生腌、铁板烧等“看得见的加工”区域,顾客将自选海鲜交由加工档口制作,店员会像邻家小哥小妹一样,熟络地介绍食材与菜式,即时的互动感强化了“边吃边逛”的市集氛围。



朱富贵店内,众多食客在用餐



“川悦老杨海鲜”内,海量海鲜供食客挑选



杨燕向食客介绍菜品

### 专家:“社交舒适锅”打造消费新动力

“烟火气”体验的背后,也少不了政府对消费的拉动,还有商圈推动多元业态的助力。据福州市商务局统计,2025年春季,福州市积极筹办“八闽美食嘉年华”等餐饮促销展会活动,通过银联云闪付平台发放147万元餐饮消费券,截至2025年3月14日已核销近70万元,拉动餐饮消费约700万元。

为了引入有烟火气的新业态,不少商业综合体也主动降低租金,提供免租期或补贴。“我们的大面积火锅店也给商场带来更多的客流,实际上是互利共赢。”杨燕说,平价海鲜火锅品牌是吸引客流的“招财猫”,各大商圈都乐

见他们的入驻。

在许多业内人士看来,平价海鲜市集火锅的火爆,更像是一场关于“人情味”的回归——让人们在热腾腾的锅边感受到社交的舒适和饮食的自由,从明档自选、价格透明,一个人也能吃的“社交舒适锅”,恰好切中当下人们追求“性价比+烟火气”的心理。

阳光学院经济管理学院数字商务专业副教授李建清也指出,福州平价海鲜火锅之所以能逆势走红,得益于本地海产资源丰富、水产供应链成熟、消费者对食材“新鲜感”有着天然的敏锐度与偏好。从“前店后仓”的产业整合,到低门槛、高参与的夜市

场景,这类品牌不仅重构了消费体验,也激活了以水产、调味、物流等为支撑的本地供应链条。

这类“实惠型消费热”正在福州本地生活圈形成连锁效应:拉动餐饮与服务业扩张,带动相关岗位增加,同时也提高了城市夜经济的活跃度与烟火气。而平价消费带来的“聚人效应”,不仅满足了大众多元化的生活需求,也为下沉市场提供了可持续的增长模型。“这说明,接地气的消费方式,也能为城市带来真金白银的人气。”李建清说,如何持续打造这样的消费场景与商业生态,正是摆在每一个城市面前的新命题。