一场突如其来的疫情，打破了原本正常的生活。疫情发生后，和三五好友小聚吃顿火锅、逛街喝杯咖啡，亲朋好友间串门聊天等再正常不过的生活场景，成了求而不得的人间烟火气。

随着国内疫情的好转，不少网友表示，疫情过后，将报复性消费一波，补偿近两月对胃的“亏空”，然后再报复性存钱。那么，昆明市民怎么看呢？连日来，晚报记者走访了金鹰广场、南亚风情第壹城、爱琴海购物公园等大型商超发现，报复性消费并不明显，火锅、烧烤、奶茶、咖啡等领域堂食恢复情况较好，服装、化妆品、珠宝等消费人气也在逐步恢复中。

手机卖场顾客不多

卖场仍须扫码进出

餐饮店人气回升最快

报复性消费？市民：更想报复性挣钱

堂食 火锅烧烤奶茶等门庭若市

商场 服装珠宝等逐步恢复人气

话题讨论

疫情当下 理性消费or报复性消费？

所谓“报复性消费”是指在某个特殊时期或场合限制了人们的消费需求，一旦开禁之后放开欲望进行疯狂消费的行为。疫情期间，一些行业和企业经营遇到困难，个人收入受到影响，无法保持此前的消费水准。同时，并不具备足够生活经验的年轻人，突然意识到了生活需要一定的经济基础，需要具备抗风险的能力。

因此，在面对疫情后是否会报复性消费的问题时，不少人给出了否定的答案。例如，近日新快报在微博发起的一项1799人参与的调查中，选择“会，有钱任性憋太久了”选项的只有123人，只占不足7%，选择“不会”和“想，但首先得有报复性收入”的人共计1412人，占78%，其余则为“和平常一样”。在其他媒体平台，包括电商报、C科技等作出的相关调查中，选择“不会”的人数均为选择“会”的6倍左右。

连日来，记者询问多名长期居住昆明的具有独立消费能力的80后、90后，只有少数受访者表示会报复性消费。

报复性消费 体重报复性增长 可能还会继续

90后昆明市民郑女士告诉记者，前几天刚买了5条裙子、3件衣服、1顶帽子，在吃方面，火锅、龙虾、烧烤夜宵必须要有。

“我已经开始报复性地买花、吃喝，体重也报复性地增长了。”80后的美容院医生章女士说，疫情过后的报复性消费可能还会增重。

90后的市民敖先生也表示，疫情解除后将和朋友们聚餐、唱歌、吃烧烤，目前已经给女朋友送了鲜花、化妆品等礼物，算是补偿性消费。

“我一次性买了3盒面膜、3支口红，还买了兰蔻的粉水和眼霜，还有一堆生活用品，怎么着也花费了3000多块钱吧。”一名90后女性消费者告诉记者，感觉自己这样并不算报复性消费，因为自己宅惯了，出门通常一次性将生活必需品买全。

理性消费 报复性存钱会活得更有底气

“我觉得作为一名普通的老师来说，即使在上班的状态下，我也不敢报复性消费，毕竟我那点工资还真让我没底气这样做。”昆明一名90后小学老师告诉记者，报复性存钱会活得更有底气。

当记者问及做房产中介的90后王先生时，他自嘲道，年前没剩一分钱，年后不挣一分钱，没有资格报复性消费，只求消费者能对我进行报复性下单。

文字工作者夏先生也表示，自己现在想的都是怎么报复性赚钱、攒钱，第一次明白“家有余粮，心里不慌”的深层含义，现在要还车贷、房贷，以后将要更加节约，量入为出地消费。

烟火气回升之吃

饮品 堂食开放后 销量直线上升

记者来到金鹰广场发现，星巴克、奈雪的茶两家店里外都坐满了消费者。

“此前，我们的昆明门店业绩仅恢复23%左右；自3月13日恢复堂食业务后，呈现直线上升趋势，半月后，业绩已恢复近50%。受疫情影响，我们着重发展线上业务，占比达83%。”奈雪的茶（金鹰店）相关负责人陈女士告诉记者，复工后饮品销量较1月有明显的增长，多为社区及写字楼团订。

饮品销量明显增长

陈女士表示，出现这种情况的原因，首先是由于天气热，冷饮产品自然而然销量好；其次，受疫情影响，也不排除今别的顾客报复性消费。

“我点了霸气芝士芒果、霸气西柚、宝藏茶和3个软欧包。”当日，奈雪门店几名90后消费者告诉记者，她们已经等了10多分钟，但当时微信仍显示还需要等25笔订单。一位消费者表示，自从恢复堂食以来，几乎得空就会和闺蜜在外消费，毕竟被“关”了太久。

位于爱琴海的星巴克店员说，堂食开放以来，咖啡销量明显增长，客流量几乎恢复到正常水平，有时会出现消费者等位的情况，也有大部分客户通过线上订购咖啡。

餐馆 中餐店销量一般 火锅店人气回升

那堂食开放以来，中餐店、火锅店的销量如何？

昆明消费者林女士告诉记者，自己是一个名副其实的“吃货”，堂食开放以来，她已经吃遍了米线、饺子、炒菜、烧烤、火锅、日料，喝了啤酒、咖啡和奶茶，可以说已经横扫了各路美食。

“来堂食的客人没恢复到以往的30%，周末最好的时候恢复到50%。据我了解，我认识的中餐店基本都还没恢复到以往正常水平，更不存在报复性消费。”外婆味道运营总监夏文馨表示，目前外婆味道还处于亏损状态。开放堂食以后，线上订单有所下降。

位于凤凰御景的一家重庆鲜毛肚火锅店相关负责人表示，火锅店目前还没有营业，不过已经有不少老顾客打电话询问，将很快营业。但自己的酒吧已经正常营业，现在客流量跟以往相比，已经恢复至正常水平，只是消费者的消费比例有所下降，没出现报复性消费的情况。

“目前跟往年同期相比，几乎已经恢复到正常水平了，客流量总体跟以往相比，还是略少一点，消费高峰期也会出现等位的情况。”美蛙鱼头火锅（南亚店）工作人员表示，自堂食开放以来，到店里消费的年轻人比较多，由于是大众消费，跟中高端消费相比，生意还算略好，不过报复性消费并不明显。

此外，记者还走访了大渝火锅（爱琴海店）、黑森林酒吧（南亚店）、亚太美食城等地发现，目前火锅、酒吧、烧烤已经热闹了起来，而中餐消费者相对少些。

烟火气回升之买

服饰 知名品牌服装销量日渐好转

随后，记者又前往部分商场发现，服装店、珠宝店、化妆品店（单一品牌）里很少有客人，逛商场的顾客也相对较少。

位于南亚的VERO MODA服装店的店员告诉记者，现在春夏装大量上市，很多消费者都需要更新服装，虽然目前销量有些低迷，但也有不少消费者一次性买好几件，属于正常消费。“也有很大一部分客户走进门店，只是看看、试试就走了。”该店员说，总体看来，销量跟以往相比还是差一些，不过正在慢慢好转。

“我们家的衣服属于大众消费，很多消费者只穿一个季节就要更新，目前看来销量几乎恢复正常了，春装销量走势还不错的。”HM服装店店员表示，现在逛街的人群越来越多，买衣服的年轻人也在增多，但没有出现一个消费者买很多件衣服的情况，算不上报复性消费。

记者走访发现，像VERO MODA、HM、GAP、ZARA等知名品牌服装销量正日渐好转，但一些小众的服装店生意仍然较为冷清。

化妆品店 综合性门店销量恢复正常

近日，记者作为消费者前往妍丽化妆品店（南亚店）买一款护肤品，却被店员告知已经售罄，需要在网上下单或者提前预订。记者发现，目前妍丽门店里的产品种类及货架上的数量确实少了一些。店员表示，由于前段时间物流不畅通，很多产品都卖断货了，现在正在补货，目前已经有上百个客户预订的订单，只能等产品到货再到店里取。

过了几日，当记者再去店里询问时发现，店里的一个角落堆满了几十件打包好的产品。店员告知，产品刚到货一天，目前已卖掉很大一部分，打包好的产品都在等待客户上门取件。此外，由于妍丽客户比较稳定，复工以来，日常护肤品系列产品销量基本正常，彩妆系列销量有所下跌。

记者还走访了屈臣氏（南亚店），店里选购的市民三三两两。有店员告诉记者，目前店里人流量几乎恢复到正常水平，周末和晚上顾客会比较多，不过总体销量略微下降。

一家位于云纺商业区的泰国化妆品专卖店负责人告诉记者，自3月初复工以来，情况并没有想象的那么糟糕，门店的日销量均能达到1000多元，基本都是老客户购买，但未出现报复性消费的情况。

业内人士表示，在疫情影响下，由于客源比较广，像妍丽、屈臣氏这样综合了很多品牌的化妆品店复工以来，在销量上影响相对小些，但单一品牌的化妆品店客户单一，对其销量影响较大。总体看来，目前化妆品行业出现大面积报复性消费的可能性不大，不排除部分人群。

珠宝首饰 销量较往年同期降40%左右

记者走访位于南亚的中国黄金、周六福、百爵珠宝发现，跟饮品店、服装店相比，珠宝店略显冷清。

中国黄金店员告诉记者，目前的销量跟往年同期相比大概降了40%左右，整个珠宝行业的情况都不太乐观。受疫情影响，很多上半年想结婚的情侣不得不将婚礼延迟到下半年，珠宝销量自然有所下跌，预计下半年市场会回暖些，销量会有所提升。

“今年以来，全球黑天鹅事件暴发，黄金避险能力有所提升，黄金是硬通货，是少数保持正收益的资产，货币属性很强，在风险来临时买入黄金作为资产配置是比较好的。今年至今，黄金价格上涨约6%，在全球股市、油价暴跌的情况下，已经是全球表现较好的资产了。”中国黄金投资分析师阿富告诉记者，黄金的价格无论是上涨还是下跌，都可以投资，预计今年投资人群可能会有所增加。

记者眼 熟悉的顺城回来了 商户的信心增加了

“好久没有来逛逛，感觉顺城都不一样了，之前就很喜欢顺城商圈的氛围，现在更觉得美好。”小赵和朋友约好来顺城走走，喝喝喜茶，“没想到人挺多的，看着大家来来往往，心情都好了许多。”记者来到顺城发现，之前围在商场外面的围栏已经撤走，市民可以自由进出，但进入王府井或其他店铺时，扫码等程序依旧存在，但顺城已然热闹起来。

进入王府井还是需要测体温，记者看到门口的市民正有序排队扫码进入，“习惯了，现在去到哪里都不用提醒，自觉扫码量体温，这样自己安心，别人也放心。”梁女士带着孩子来买被子，她说天气突然热起来，“女儿晚上热得睡不着，来买床夏凉被。”护肤美妆专柜也逐渐忙碌起来，挑选、试用、结账……“这几天还可以，有些客户是之前约好过来的，大部分是直接过来专柜试产品。”小周做了几年的护肤品生意，但今年差点没坚持下去，“不能营业啊，一开始就是用微信、电话联系顾客，加会员群，直到成交了几单后才慢慢恢复了信心。”而现在，顾客量渐渐恢复，小周也慢慢回到了从前的上班模式。

“听朋友说这儿真的很不错，才一直等着，结果排队一个半小时才吃上。后来发现真的不错，很有云南少数民族的环境特色，值得推荐。”王女士表示在家待了太久，在外堂食的第一餐就选了木兰肆·云南菜，“第一顿肯定要好好吃的，挺满意。”此外，清明小长假期间，小刘和朋友去吃了禾牛社东京禾牛火锅，他说，“这是恢复堂食后第一次来，进店扫码、量体温、用免洗洗手液，客人就餐期间店员也在消毒，吃得很放心，就是排队时间长了点。”

来到恒隆美食广场，记者发现各家小吃、饮品店基本都营业了，但很少有人在这里吃东西，一家小吃店老板告诉记者，“周末顾客挺多，工作日人很少，大多数时候都在做外卖单子，可能对于堂食还是不太放心。”记者看到饿了么一位送餐小哥正拿着餐食往外走，他说最近可能是因为大部分小区都能进了，“外卖单子增了不少。”

本报记者 李赛 孙江茳 摄影报道

分析认为 理性经济人 将谨慎安排支出

疫情期间，人们的价值观念也出现了新的变化。不少年轻人在这次疫情的影响下，开始重新思考自己的理财观和消费观。

国家统计局近日发布的数据印证了人们消费行为的变化。3月16日，国家统计局发布了今年1-2月中国经济主要数据。规模及以上工业增加值同比下降13.5%，全国服务业生产指数同比下降13.0%，社会消费品零售总额同比下降20.5%，而CPI同比增长5.3%。

1-2月主要经济指标出现了下跌，其实并不意外。面对来势汹汹的疫情，中国各地迅速采取了行之有效的管控措施，使得大多数行业处于暂时性停摆状态。在重大疫情面前，能够保障14亿人基本生活，守住这样的成绩，已是难能可贵。

分析认为，不排除少数经济能力较强的群体，会在疫情解禁后进行报复性消费。但整体而言，报复性消费狂潮的可能性几乎没有。最关键的原因是，作为理性的经济人，大多数人会谨慎安排自己的消费支出，选择为未来多存储资金，而不是报复性消费。

据北京青年报