

3月8日是一年一度女性的节日。女性在消费购物中释放的强大能量不可小觑。根据埃森哲2021年的数据显示,中国有近4亿年龄在20岁至60岁的女性消费者,其每年掌控着高达10万亿人民币的消费支出。

这一天,株洲满城“她经济”。记者走访调查发现,女性们的消费形象已不再是“买买买”那么简单,而是变得更加多元化。“她经济”持续升温的背后,也折射出了一种“她自信”“她力量”。

“她经济”

沉浸式消费备受女性追捧

“不管你是孩他妈,还是软妹子、女汉子,只要你有一颗爱自己如初恋般的心,那么你就是女神。”“三八节”期间,在“买买买”方面,各大商场纷纷使出大招来取悦一众“女神”。

记者走访发现,商场不仅推出给力的折扣,购物满额减等常规促销,还纷纷打出“体验”牌,在增值服务上下功夫。

早在三月初,株洲百货大楼就组织了以“她”为主题的营销活动。在3月8日当天,商场携手IRENE LUFT服装品牌,在商场内举行了一场时装模特秀,商场就是展示T台,模特穿上最新的春夏款,为客户提供精准推荐,还有时尚助理为消费者打造专属穿搭,提升消费者体验感。当天,仅该品牌就实现了100万元的业绩。

“现在,女性在服饰消费上更加注重表达自我,展现自己的特有风格。”该品牌相关负责人介绍,颇具代入感和互动性的沉浸式消费体验备受女性追捧。

宣称一周至少逛两次商场的周女士告诉记者:“传统购物相对刻板无趣,沉浸式购物则将购物和体验彻底融为一体,既让消费者增加对商品本身美的欣赏与认知,同时也能提升消费体验。”

同样,天虹也清楚地意识到,在“买买买”方面,女性消费撑起的不止半边天,而是绝对的主力军。

“商场定位以女性家庭消费为主,女性消费业态超过一半。”株洲天虹百货有限公司营销部经理阳艳琳说,在三八活动期间,除了大力度折扣,还开展了口红DIY等体验活动,商场客流同比增长20%-30%,销售额同比增长40%。

悦己消费催热“她经济”

株洲晚报融媒体记者/刘芳 实习生/杨羊逸



▲在株洲百货大楼,IRENE LUFT服装品牌举行模特时装秀。受访者供图



“她自信”更愿意花钱买一份好心情

“花老爸的钱是公主,花男人的钱是女神,花自己的钱是女王。”在事业单位工作的李珍笑着说,“三八节和小姐妹一起逛街购物,花自己的钱给自己买一份礼物。”

李珍说,以前是女为悦己者容,现在是悦人不如悦己。打开她的消费清单,除了买买买,还有看展、看剧、旅行等消费,“这些都是为了让自己更开心,生活更丰富,这些经历让我变得更自信。”

“三八节”前夕,京东消费及产业发展研究院发布《2022年女性消费趋势报告》显示,2021年女性悦己消费占比显著提升,悦己消费金额占比达到54%,成交金额同比增长近三成。

而不同于以往单纯的“吃、穿、妆”,女性在“悦己”消费方面的追求也变得越来越多元化,如常见于男性领域的运动健身、科技智能等,如今也迎来了更多的女性消费者。

“我请的私人教练,价格在200元到300元一次,同时还办了一张5000元的年卡,一年加起来花费一万元左右。”80后白领张小雅一开始只为了减肥,但长久的运动习惯保持下来,即使达

到了自己想要的体重,也想为了有个健康的身体而一直锻炼。为此,她还家里安装了一套空中瑜伽的装备。

京东数据显示,2021年,女性对于体育服务、游泳等购买商品件数同比增长明显,其中,体育服务的购买商品件数同比增长8.4倍;2021年,力量型运动器材在女性用户中的销售商品件数同比增长65%。

如今,“买买买”早已不再是“节日专属”,不少女性更愿意花钱买一份好心情。

口红不仅仅是出门社交的需要,即使独处,“精致小仙女”李珍也愿意挑选出自己喜欢的色号,细细涂上,心情也会更舒畅,仿佛一整天都战斗力满满。

张小雅说,“当有能力爱自己,让自己变得越来越好,才会有力量去爱家人。”

“悦己消费不是买得更多,或买得更贵,而是更贴近真实的自我。”一位业内人士分析说,女性在悦己消费的过程中逐渐从寻找自我转换成展现自我。

有分析指出,无论是在消费中呈现出的新形象,还是和自我、和家庭的新连接,都是女性在消费中意识独立的表现。真正的“女性独立”应该是不受外界洪流影响,随时随地都有自我更新的勇气。

“她力量”

“顾家”“悦己”两不误

向来“热爱家务”的60后张阿姨,近段时间在朋友圈晒出了自己新买的一系列智能电器,包括洗碗机、扫地机器人等。这些智能家电让她解放双手,有更多时间享受生活。

张阿姨年轻时就有一个“钢琴梦”,曾花高价给女儿买了一台钢琴,趁着女儿学弹钢琴的机会,也边看边学。退休后,她花了3万元,终于有了一台属于自己的钢琴。每天上午,她都会坐在钢琴前,弹一曲《水边的阿狄丽娜》,仿佛又回到青春时代。

同样,恒温水壶、智能看护灯、电动吸鼻器等“黑科技”产品,让刚成为母亲的李哲省了不少心。

记者采访发现,家庭消费依然是女性消费的重要组成部分,而且随着越来越多的女性用智能家电解放双手,用智能母婴用品养娃,家庭生活中的“她”也可以更高质量地实现“悦己”。

这一点,从“她”对家用电器的选择便可见一斑。

“现在的家用电器基本上都实现了物联网、智能化,极大地解放了用户的双手。”株洲百货大楼家电部经理张建敏介绍,比如现在的扫地机器人不仅能扫,还能拖地、收集垃圾,虽然一台洗地机的价格要5000多元,销售却成倍增长。株百销售数据显示,洗碗机销售同比增长26%。

京东发布数据也显示,2021年女性用户对于家用洗地机、擦地、擦窗机器人,洗碗机的购买商品件数同比分别增长了440%、104%和69%;同时,女性消费者对于婴儿调奶器、智能看护灯、电动吸鼻器的购买商品件数同比分别增长了274%、143%和64%。

有分析指出,无论是在消费中呈现出的新形象,还是和自我、和家庭的新连接,都是女性在消费中意识独立的表现。真正的“女性独立”应该是不受外界洪流影响,随时随地都有自我更新的勇气。

新鲜血液不断涌入,2018年前后,建设街道对这两条小巷进行了脱胎换骨的“美颜”,路面换成了簇新的柏油路,下水道全面整修,楼栋的外立面刷成了浅黄色。小巷的整体颜值上了个台阶。社区也顺势将小巷打造成青年创业就业示范街,在办理营业执照、健康证等方面,提供政策咨询服务,还帮创业的年轻人对接低息启动金。

“希望这里成为一条有味道的老街,能让株洲人了解历史,让远游的株洲人找回曾经的记忆。”这是大多数创业者的共同想法。

株百后面的网红小巷 有颜有料有态度

策划/蒋胜金 执行/株洲晚报融媒体记者 旷昆红 实习生/张佩瑶



开栏语

如今,越来越多的城市致力于打造独特的“网红”标签,以赋予经济发展新动能。2021年底,多家权威媒体联合发布当年“网红城市”百强榜,株洲跻身其中,是湖南除了长沙外唯一入选的城市。网红产品、网红人物、网红地标……株洲网红元素到底有哪些?因何走红?有哪些可供借鉴的经验?今起,本报推出“网红株洲”系列报道,尝试对上述问题作出回答。

从株百中心店拐进旁边的文艺路,一直延伸到老武装部路,花店、咖啡馆、小店、小酒馆……小巷安静地出圈,逐渐成为株洲年轻人打卡发圈荐店的网红路。

历史 曾经风光无限 后来逐渐沉寂

早在半个世纪前,文艺路和老武装部路就曾风光无限。现在千金影城所在位置,就是早年全市最大的电影院所在,电影院职工的宿舍区在影院后面,傍晚时分,高昂的花鼓戏声、悠扬的二胡声、高亮的歌声不时从文艺路人家的窗户飘出来,文艺路因此得名。

老武装部路,这是武装部搬迁前所在地。当年株洲应征入伍的青年,从武装部院子集合,戴着大红花,出发前往全国各地部队,气势可谓壮观。武装部搬走后,院子的门禁在2000年取消,老武装部路和文艺路因此连接起来,形成U字型路网结构。

今年80多岁的冯磐石,在这个街区住了50多年了,从每一天的日升日落中,见证了这两条小巷的变化。低矮的房子,房龄最大的可追溯到1975年,一栋紧挨着一栋,外墙灰扑扑的,路面破损,下水道堵塞、楼顶漏水……尽管如此,小巷还是凭借得天独厚的地理位置吸引众多商户,精品女装店曾开过不少。

不过,到2012年左右,随着电商的冲击,这两条小巷逐渐沉寂,昔日的商铺沦为仓库、杂物间。

契机 互联网时代,这里满足年轻人对创业的一切想象

互联网打破了时间和空间的限制,带来了无数的可能性,文艺路和老武装部路也迎来了转机。

年轻人创业,不缺的是想法和热情,最缺的就是资金。这两条小巷满足了年轻人对于创业的一切想象:紧邻市中心核心商圈,铺面大小适中且租金相对便宜。根据芦淞区建设街道何家坳社区的粗略统计,现在两条小巷有30多家店,店主多为年轻人。

年轻的创业者为这两条小巷带来了新的气象,也吸引了越来越多的年轻人来此消费、打卡发圈。



▲年轻人在小店就餐。记者/旷昆红 实习生/张佩瑶 摄

表象 “眼球效应”下的颜值经济

红格纹餐布、木纹色餐桌、桌上摆放鲜花和各种有趣的摆件……打开一款生活类App,23岁的小张立马就“种草”了小巷的鹿岛餐厅。她坦言,自己是被餐厅的高颜值吸引了。

极简的装修风格,无不透出一种干净的纯粹。垂吊的灯盏、整齐排列的杯架、木色系的装潢配以个性化的小插画,小巷中的店铺气质趋同,却在细节上各具特色。

最先给小巷带来文艺气息的是小麦咖啡。店主王璜喜欢

安静的聊天场所,但10年前,株洲鲜有理想空间。“朋友相聚,除了吃饭、打麻将和唱歌以外,其实还可以有另一种方式。”就这样,小麦咖啡悄然在小巷开业。店里摆放着王璜从四处收集来的瓶子和工艺品。

年轻人结伴街拍的场景,吸引了前来找门面创业的小林。去年,小林把一间杂物间改造成了一间玻璃花房。这间颜值高、颇有意境的花房成为年轻人又一个打卡点。

内在 “有趣的灵魂”满足年轻人的社交需求

高颜值仅是第一步,“有趣的灵魂”才是小巷走红、出圈的更深层次原因。正如王璜所言,社交需求成了年轻人消费的一大特征。

10年间,王璜在咖啡领域越钻越深,去年他甚至获得了2019年CTI手冲比赛全国亚军。王璜喜欢和客人聊咖啡文化,也会参与大家感兴趣的话题,还会举办咖啡杯测分享会,学习和分享和咖啡有关的知识。

鹿岛餐厅,老板乐乐1989年出生,海归。在他看来,好吃是对一家餐厅的基础要求,不经意间让客人有在家的舒适和放松,

朋友之间能自在地边吃边聊,则是乐乐努力在做的。

2020年初,设计工作室——猫鱼杂货铺在文艺路开张。作为一位天马行空的设计师,主理人总是时不时给街区带来一点“惊喜”。居委会也足够宽容,某栋楼前或者某家店招牌上突然出现的一小块或者一大片的涂鸦,反而让街区更有个性和张力,吸引了很多年轻人驻足街拍。

小林的巷野花店,和年轻人的黏性也很强,不仅卖花,还为年轻人开展插花、赏花等有意思的社群活动。

经验 相关部门顺势而为,为网红巷“添花”“送碳”

社区也在思考小巷的更新问题。何家坳社区党支部书记毛丽芳介绍,文艺路和老武装部路为老旧小区的城市更新探索了一条行之有效的途径。对于其他小街小巷,社区将围绕“聚焦、裂变、创新、升级、品牌”的思路,立足市中心核心商圈,挖掘附近响巷和百纺路的历史文化内涵,和文艺路、老武装部路形成整体,对中心广场热闹的商业圈形成补充。

“大商场提供快时尚,我们可以主打文艺慢生活,同时形成创业带动就业的新形态。”毛丽芳说。



▲个性涂鸦让街区独具特色。记者/旷昆红 实习生/张佩瑶 摄



▲文艺范的花店成为街角一景。记者/旷昆红 实习生/张佩瑶 摄

网友说

@爱吃又怕胖:不得不说,株百后面的小巷子是块宝地,里面实在是太多小店让我惊喜啦!

@dorothywong:株洲的“小麦”,在上一年偶然间被惊艳过一次。老板也是一位很能聊的人,从业多年,大家有机会,一定要去。

@肖咏洁吃不胖:鹿岛是一家很有氛围感的小店。建议大家来早一点,因为进门第一个位置我觉得最漂亮,适合和朋友家人一起坐下来聊聊天拍拍照,真的很出片,度过一个美好的下午完全没问题。

招租

株洲汽车影院,位于株洲市群丰镇悠移山庄,占地面积3000多平方米,有近70个车位。拥有国内一流放映设备,配套设施齐全并已加入潇湘院线,现正常营业。因公司发展需要,将此影院对外出租,有意者请面谈。  
联系人:刘经理 13973335778