

卡通彩绘、游园花海 能提升株洲的网红气质吗？

株洲晚报融媒体记者/伍靖雯



▲变电箱画上了彩绘，成了街头靓丽风景。 记者伍靖雯摄

网红株洲 大家谈

一座服役26年的老桥，为何吸引年轻人前来打卡？街头的通信箱、变电箱，如何成为美丽的风景？

这些疑问的背后有个显见的事实，即便是如今走在株洲街头，随处可见的卡通彩绘、游园花海等巧思设计，为居民们送上越来越多的惊喜。从城市管理角度出发，这些举措，能够帮助株洲提升网红气质吗？

走适合自己的“出圈”之路

位于株洲火车站附近的金沙人行天桥，最近人气特别旺。这座已建成26年的老桥，因为一次翻新，成了新晋的网红打卡地，吸引不少年轻人前往拍摄照片或视频。

乍一看，金沙人行天桥的突然翻红有些不可思议。毕竟在任何一座城市，人们对各种人行天桥早已司空见惯。不过仔细打量就会发现，这座老桥的走红有其内在逻辑。

毕竟，这座人行天桥就不乏网红气质：从高空俯瞰，其造型像古钱币，极强的视觉冲击力足以打破人们对天桥的刻板印象。站在桥上还能饱览新建的株洲火车站风光，远眺湘江风光带美景；从实用角度来说，这座天桥串联了周边的钟鼓岭步行街、平和堂等地标，兼具实用与观赏价值的天桥，走红只需要一个契机。机缘缘自今年7月，市城管局组织对这座天桥实施全面提质更新，让天桥重现“本色”。

人人参与，共同为城市“打call”

城市的核心是人，城市品牌塑造的关键也是如何获得更多人的关注与认可。

相信很多人都一样，去一座网红城市旅游，会关注城市大街小巷是否洁净，城市管理是否和谐有序，这些都是游客最能直观感受的内容，也决定着大家对一座城市长久的“印象分”。比如，辽宁大连就一直因为街道干净整洁，获得了“最干净的海滨城市”“世界宜居城市”等赞誉，吸引不少游客前往。

由此推之，优美舒适的生活环境、干净整洁的城市面貌，就能成为一座城市的特色品牌。

不过，要达到这一点，靠政府部门单方面发力是远远不够的，需要培育带动更多居民形成网红意识，共同参与维护城市形象。

与以往不同的是，这次，该局还策划拍摄了一系列照片和短视频对外发布，试图用传播手段让人们重新认识到这座天桥的美。

“城市要‘出圈’，首先就要不断挖掘展示亮点，让更多的人知道我们。”对此，市城管局有关负责人认为，城市管理本就是株洲的一张靓丽的城市名片，具备先天的网红基因，要做的是善于并坚持挖掘“爆点”、对外传播。

另一方面，从城市管理的角度来说，助力打造网红城市，实际上也是不断提高城市精细化管理水平，提升居民生活幸福指数的过程。目前市的做法，便是不断挖掘城市的可塑性，比如在街头或居民区的通信箱、墙壁上增加彩绘，在湘江风光带打造花海景观带，还有一个“微公园”“微亮化”场景的落地，让株洲留得住人、能吸引人，逐步摸索走出适合自己的“出圈”之路。

近期，我市也尝试开展了一些探索。比如，通过公开征集的方式吸引专业人士、院校学生等群体，一起为株洲的城市角落设计“微景观”，将他们的作品在城市街角的公共设施、空白墙壁上展示，提升城市形象的同时，也增进他们对城市的认同感，通过他们辐射更多居民一起为株洲“打call”。

用网红思维推进城市管理工作，不仅是对外，还可以对内培育城管队伍的网红队员。就拿此前占据多个平台热搜榜的南京市溧水区的城管小姐姐来说，她利用无人喊话的片段也带动溧水区成为全国关注的“网红区”。

换言之，城市管理工作正在呼唤更有活力、有温度的手段，这一过程，也有望成为株洲提升网红城市竞争力的支点。

株洲体育代表团 省运会金牌破50

本报讯(株洲晚报融媒体记者/温琳)9月14日晚，在省运会青少年组游泳比赛第一个比赛日，我市11岁游泳小将宋泯臻在男子U11组200米个人混合泳项目上力拔头筹，夺得株洲游泳队在省运会上首金，这也是株洲体育代表团在本届省运会的第50金。

自省运会开赛以来，株洲体育代表团的运动健儿们在各个体育项目比赛上，不畏强敌，英勇拼搏。自8月20日，羽毛球运动员叶舟洋为株洲夺得省运会首金后，其他运动项目的金牌纷至沓来，有些体育项目甚至打破纪录，创造历史。

首先给人带来惊喜的是男子三人篮球项目，作为本届省运会新设项目，株洲三人篮球队力克强敌长沙，夺得省运会该项目的历史首金。株洲跳水队则在省运会尽显强大实力，以9金9银11铜的优异成绩，创造了省运会跳水项目历史最好成绩。株洲网球队在该项目第一个奖牌日就强势拿下3金，刷新了株洲在省运会网球队的最佳成绩，这个记录仍在刷新中。在皮划艇项目，炎陵妹子谭艺两天赛七场，在体力严重透支的情况下，为株洲搏下3金。

9月14日，株洲体育代表团再添两金，除了宋泯臻在游泳项目夺金外，14岁的彭晶也在举重项目为株洲夺得女子55公斤级冠军。

截至9月14日，株洲体育代表团在本届省运会上共获得50金58银76铜。其中，青少年组项目斩获45金53银71铜的优异成绩，成年组项目则夺得5金5银5铜。

目前，岳阳市运会还在继续，今天将有举重、乒乓球、游泳、赛艇、田径、水球、排舞、羽毛球、网球等多个项目的赛事，株洲体育代表团在这些项目上均有望夺金。



▲11岁游泳小将宋泯臻夺得株洲体育代表团第50金。 记者/温琳 摄

影讯 美达影城(9月15日)

9月店庆月会员购票享19.9元观影

哥，你好	13:15 15:30 17:45 20:00 22:15
13:05 14:05 15:10 16:10 17:15	18:15 19:20 20:20 21:25 22:25
18:15 19:20 20:20 21:25 22:25	12:50 15:20 17:45 20:10 22:35
妈妈！	14:15 16:20 18:25 19:30
20:30 21:35 22:35	12:40 14:50 17:00 19:10 21:20
20:30 21:35 22:35	芦淞区钟鼓岭七星潮流购物公园五楼(株洲书城对面)
追光	09:05 09:45 10:30 11:10
11:50 12:30	订票热线:28106878
独行月球	

开奖 (开奖日期:2022年9月14日)

福彩	体彩
3D 第2022247期	超级大乐透 第2022106期
中奖号码:3 3 8	中奖号码:16 17 21 28 32
七乐彩 第2022106期	04 07
中奖号码:5 10 14 16 21	排列3 第2022247期
24 26 17	中奖号码:4 4 6
	排列5 第2022247期
	中奖号码:4 4 6 8 7



骑行热带火“单车经济” 中高端车“一车难求”

株洲晚报融媒体记者/刘芳

张安在高中时一定没想到，当年觉得骑着800元捷安特特别牛的她，如今拥有一辆价值3万元的自行车。

90后张安是一名新晋骑行爱好者，从去年开始加入了骑行大军，不到一年时间，她的坐骑从千元升级到了上万元。

近日，记者走访发现，随着骑行运动的持续升温，“引爆”了自行车销售市场，不少自行车品牌的万元自行车出一台抢一台，甚至出现“一车难求”的情况。



▲整装待发的骑行爱好者们。受访者供图

骑行的魅力:运动+社交

9月11日，在天元区万峰湖，一群戴着头盔，身穿骑行服的骑行爱好者，脚下蹬着多种款式的自行车快速向前行驶。如今，这样的骑行活动，在株洲越来越常见。

“从2015年建群至今，群成员有近百人，每天夜骑人数在20人左右。”株洲某骑行群发起人介绍，群里有各个年龄层的骑行爱好者，最大年龄的有70多岁，在天气允许的情况下，骑友们每天都会组织在市区夜骑，周末组织小长途骑行。

2012年，易伟仁为了运动健身，加入骑行群。“当时花了3000多元买了一辆捷安特318，专为骑318国道进藏设计的一款自行车，只有17斤重。”回忆起自己的第一辆车，55岁的资深车友易伟仁颇有感慨，这辆自行车陪他骑了两万多公里，最近的一次是到南岳，往返有260多公里。

后来，因为有“掉队”的感觉，易伟仁下定决心换车。“别人一说加速，一使劲就冲出去了，我加速就是比别人慢。没有一辆好车，意味着在同

样的技术和做功条件下，速度会更慢。于是，2017年，他开始研究起轮组、车架，再结合自己资深骑手的经验，花了1万多元升级了坐骑。

对骑友来说，通勤和休闲运动是骑行的主要目的。同时，骑行也有一定的社交属性。“我刚买车的时候是一个人骑，后来加入骑行俱乐部，大家一起骑车就有趣多了，解锁了很多新路线。”骑行爱好者李哲有两辆车，夜骑竞速时骑公路车，周边游时骑山地车，最多一天骑行100多公里。

骑行有多火？根据马蜂窝数据，今年五一假期，四川、云南、海南、天津、西藏等地的骑行数据均飙升超50%。其中，云南抚仙湖环湖骑行热度增长100%，海南万宁骑行热度同比增长68%。

推波助澜的还有社交媒体。截至8月31日，小红书平台与“骑行”相关的笔记高达129万篇，和“公路车”相关的笔记达7万余篇，相关商品超5万件。

“一车难求”:万元自行车要等一年

随着骑行群体的日益壮大，自行车市场也出现了“一车难求”的景象。

近日，记者走访株洲多家自行车品牌门店，了解到多款车型都处于断货状态。部分门店自行车销售同比增长了50%左右，其中以4000元左右的入门款和15000元左右的中高端自行车最畅销。

在捷安特河西体育中心店，记者看到货架上有很多位置空缺，多款车型售罄。“2021年全年销售额增长了100%，今年5月就完成了以往一年的销售量。”该店店长马德利告诉记者，“而且一些热门车型供不应求，预订也不知道什么时候能有货。有几个老顾客3月份交了订金，有的还是交了几万元全款，现在都还没拿到车。”

记者在浏览各大品牌的官方店铺时发现，很多车型都不在在售，询问客服后也被告知无法确定到货时间。同时在评论区，很多消费者表示线上购物缺乏体验感，收货后还要在车店付费装车，不如直接在门店购买方便，售后也更好。

骑行爱好者王晴告诉记者，从四月份开始想购入一辆某品牌平把公路车，但是官方网站和线下门店都没有货，最后她只能选择一款有现货的山地车。

过去，骑友李哲购买的车架通过门店全国范围的换货，一周左右就到手。但他发现自5月开始，缺货的情况愈演愈烈，身边越来越多车友即使有钱也买不到车。

“在疫情的影响下，自行车配件产量下降，整车无法满足市场需求。”马德利告诉记者，无论是耳熟能详的传统自行车品牌美利达、捷安特，还是走高端路线的闪电(SPECIALIZED)、崔克(TREK)，都出现了无货可卖的情况。

记者采访发现，一些售价高达数万元的车架，缺货却成了如今的常态。“疫情以来中高端车型缺货早已不是新鲜事，比如一些碳纤维材质的车，售价在万元以上等中高端车基本都要等，有的要排队等一年。”马德利说。

骑行装备一步到位 有的超过五位数字

据美骑网数据显示，目前自行车运动的主要群体为18岁至40岁青壮年人群，占比达到69.89%，坚持每周高频次骑行用户已达到70.12%，直接带动了相关装备的升级。

在捷安特河西体育中心店，工作人员正在进行装车工作。马德利介绍，“线下专卖店，除了零售，还有安装、调试、售后等服务，可为骑行者更换更合适的自行车零件来改装升级，全面提升自行车的性能和表现。”

“对于骑行爱好者来说，买车只是第一步，还有头盔、服饰、码表、踏频器、水壶架、骑行眼镜等装备都要安排上。”马德利介绍，很多进店的骑友在购车时都更倾向于“一步到位”，这些周边产品既能提升骑行的安全性，也能让骑行更舒适。

张安告诉记者，她购入了一辆30000余元的山地车，在装备的花费上已经超过5000元，其中头盔400元、码表399元、两套骑行服1200元，专业骑行锁鞋2500元，还有总价值上千元的其他配件。

有着多年骑行经验的易伟仁说：“可能是因为疫情以及油价上涨吧，最近车队里骑车的人的确是越来越多了。开销方面的话，有些人对于装备的要求比较高，花销可能会超过五位数。不过我们这样要求一般的，每年也会花个一千来块钱在车上。”

据京东618数据统计，京东运动的户外装备整体预售订单额同比增长71%。包括自行车、公路车在内的骑行品类是销售情况最好的品类之一，整个骑行品类预售订单额同比增长240%。

骑行作为一种健康、低碳的出行方式，成为了年轻人的社交新方式，这样的骑行热也带动了自行车及周边产品的销售，让株洲骑行市场“热”了起来。



扎根本土 不忘初心 心系民生 服务社会

盛康·国际颐养苑 29年专注养老托残 班车接送实地考察

地址: 株洲市芦淞区枫溪街道曲尺村盛康国际颐养苑 联系电话: 28838888