

2023年7月26日
星期三
责任编辑:刘小波
美术编辑:王玺
校对:马晴春

记者手记

迎“热”而上
点“燃”夏日

气象经济学中著名的“一度效应”认为,每当气温发生一度的变化,商品的销量就会发生巨大的改变。骄阳似火,是大热“掘金”商机,更是消费转型良机。

文化和旅游部数据中心调查数据显示,今年第三季度传统高温城市的整体出游意愿达到94.6%,受访者中38.4%的居民计划出游2次,35.1%的居民计划出游3次。数据也证明,高温天气将不再是“绊脚石”,而是激活消费市场的“新引擎”。

更好地发展“夏日经济”,需要迎“热”而上,不断创新和拓展夏季消费产品和服务,同时提供完善的基础设施,加强相关产业链建设;还应拓宽产品线,丰富消暑活动、创新经营模式、差异化营销等方式,点“燃”夏日,释放夏日消费新活力。

季,一直是“饮品江湖”的兵家必争之时间节点。今年夏天,咖啡赛道竞争愈演愈烈。

打开小程序,领取咖啡优惠券,再到公司楼下的瑞幸咖啡店“薅一杯羊毛”。最近几个月,在黄河北路某写字楼上班的白领小方差不多每周都能喝上9.9元咖啡。

而另外一个咖啡品牌——库迪咖啡,以8.8元喝咖啡的优惠活动高调入局平价咖啡市场。“又能开心薅羊毛了!”不少消费者表示。

品牌咖啡在疯狂“内卷”之际,株洲出现一些“错位经营”的本土品牌。他们选择弯道超车,做连锁品牌难以做到的事。

今年6月,株洲本土咖啡品牌鲜果咖啡第二家店在河西开业,与隔壁的瑞幸咖啡、鲜之醇、星巴克等品牌抢占“冰镇”市场。

走进这家不到10平方米的咖啡馆,咖啡师正忙着制作果咖,10米高的墙壁内摆满了带logo的纸袋,精致的休闲舒适感,吸引了不少网红、博主前来拍照打卡。

“鲜果咖啡,顾名思义,即新鲜水果+咖啡。”2022年,从英国留学归来的高超意识到,随着咖啡市场的成熟,咖啡消费不仅日趋生活化,更体现在咖啡口味的创新上。于是,他和咖友冯波创新研发,成立了这家以鲜果咖啡快消为主的“多花”品牌,比如推出的招牌榴莲拿铁,入口先是醇厚的咖啡味道,回味则是榴莲的甜味。

“大众咖啡的优势在风味稳定,但差异点难突出。中小型品牌能更灵活做变化,卷不起9.9的拿铁,可以做十几块的果咖,成本没有上涨太多,也给顾客‘多花几块钱,就能得到更有趣的饮品’的消费体验。”高超表示。

在包装上,高超也将自己对株洲的热爱表现得淋漓尽致。“大写的G,不仅代表了鲜果的‘果’,也体现了株洲高铁的元素。”高超介绍,在咖啡杯的杯套上用简笔画,画上了炎帝像、高铁、陶瓷、

“热经济”催生新商机

株洲日报全媒体记者/刘芳 任远

鲜果咖啡工作人员正在赶制咖啡。
株洲日报全媒体记者/刘芳 摄

这个夏天注定不平凡。据央视网报道,2023年可能是地球有记录以来最炎热的一年。

天气越热,冷饮行业越火爆;气温越高,夜市人气越旺;阳光越烈,避暑的游客越欢……高温热浪烤得人心焦,却也点燃“热经济”,引爆夏日消费热潮。

随着消费升级,今年夏日里,人们的消费趋势有哪些新变化,“热经济”又催生了哪些新商机?



神农烟火巷和神农市集
人头攒动。
株洲日报
全媒体记者/
任远 摄

钟鼓岭夜市热闹非凡。
株洲日报全媒体记者/任远 摄

大汉悦中心
夜市一角。
株洲日报全
媒体记者/任远 摄

游客在卧龙村
体验漂流,感受清
凉与刺激。
株洲日报全
媒体记者/刘芳 摄

1. 夜市: 众多活动点燃城市烟火气

入夜,市体育中心里灯光璀璨,往来的市民络绎不绝。在神农烟火巷和神农市集,商贩们在统一规划的摊位内出摊,美食烹制时散发的香味充斥其间。

等到“厂BA”篮球锦标赛散场,观赛的市民从场内出来,夜市的繁忙迎来高潮:醴陵炒粉的摊位前排起了长龙;手打柠檬茶的摊位前,饮品制作者用棒槌飞速地捶打杯中的柠檬;烤肉摊上,商贩熟练地翻着手中的串串烤肉……

“生意好的时候,一个晚上可以卖100多个烧饼,收入有800多元哩。”在一家梅干菜扣肉饼的铺位里,摊主小李用钳子从炙热的烤桶里夹出烧饼,递到母亲手中,由其熟练地将饼装袋、打包,再整齐地摆好。

小李告诉记者,他今年夏天来神农烟火巷摆摊,有时忙不过来,母亲也会来帮忙,家里孩子读书正是用钱的时候,这些收入补贴了家用,让他们轻松不少。

看“厂BA”赛事火热,逛“工业印记”体验城市变迁,品味株洲特色美食,“厂BA”为株洲热经济再添靓丽一笔。据了解,神农烟火巷摊位达到75家,神农市集吸引商户223家,成为一处集美食、演出、游玩于一体的繁华夜市。

在不远处的大汉悦中心,热经济也颇为活跃。

该中心相关负责人介绍,7、8月是人流量高峰期,为了吸引更多消费者前往,他们推出众多深受年轻人喜爱的活动,如慢摇音乐、图书文创、特调饮品销售等。

“日落声起,音乐心动,让市民在大汉悦中心感受浪漫的气息。”上述负责人表示,他们还整合商业中心资源,推出了适合带娃人群的“39元抢夏日畅玩卡”活动以及“打卡味蕾多巴胺”等活动,让消费者在这里有吃有玩有趣味,为热经济再添一把火。

同样沉浸在夏日繁华里的还有钟鼓岭步行街。夜幕消散了白天的酷暑,给街市带来丝丝凉意。

商贩老袁从湘潭进了一批莲蓬,

新鲜的莲蓬还带着荷叶的清香,吸引一众顾客驻足。“城里人喜欢这些鲜货,很快便卖完了。”

卖小商品的李女士进了一批“夏日专供”:各式帽子、电扇、墨镜,颇受消费者欢迎。“卖得最好的是一种带电扇的帽子,36元一个,一批很快就卖光了。”她一边结账,一边向记者分享起自己的生意经,“进入暑假,学生们都放假了,来逛夜市的人也愈发多起来,忙的时候一晚上能进账千把块钱。”

夜市是平民生活文化的重要代表之一。“以热经济为契机,以各类活动刺激消费活力,进一步搞活夜间经济,拉动大消费,助推夜间商业发展,更有利于增添城市活力,激发消费潜力,拉动消费复苏。”市商务局相关负责人表示,不过,夜市发展也应从实际情况出发,不能千篇一律、千城一面,要挖掘消费潜能,提升消费动能,由以往单一业态的消费模式,逐渐向产业多元化、场景融合式等新模式转变。

2. 家电: 特色制冷产品销售火爆

“老板,有挂式空调吗?”市民王女士家的空调要“退休”了,她想换一台新机器。

走进林百家电区,各式空调琳琅满目。变频空调、普通变频空调、健康无风空调……营业员逐一给她做介绍。

“我们现在有活动,20元至高可抵1000元家电抵金券,林百会员享受6倍积分,购买部分机型可以享受满额送林百卡,使用“湘惠”电子消费券可翻倍兑换膨胀券,邻市郊区免费送货。”营业员热情地说道。

手机遥控开关、空调智能化开启、健康无风设置……作为夏日“续命”的必备,空调的功能日趋智能化、信息化、健康化。各类促销让利活动也吸引进店选购空调、冷风机等消暑家电的市民络绎不绝。

自5月下旬以来,空调市场开始呈现供需两旺的局面。相关数据显示,5月29日至6月18日,美的空调家用品类销售额同比增长9.4%;6月18日,美的中央空调全渠道销售占比50%,零售同比增长70%。格力618战报显示,5月31日20点至6月18日24点,格力空调零售额同比增长30%,销量同比增长34%。

根据苏宁易购报告,5月26日至6月18日期间,空调、中央空调销售分别同比增长43%、95%。

为畅销。奥维云网报告显示,今年618期间,消费者在空调选购上更加注重性价比,从线上挂机市场来看,2600元至3200元价格段产品份额提升明显,2000元以下刚需产品份额也有所提升。

高温天气也带动电风扇销量增长。据奥维云盘统计,今年5月电风扇线下销量同比增长54.5%,销售额同比增长42.39%;线上销量和销售额则分别同比增长65.42%和47.81%。

除此之外,冷柜、冰箱、循环扇等制冷家电销量也不断走高,苏宁易购零售云6月数据报告显示,新飞冷柜销量同比提升258%,海尔对开门冰箱销量同比提升215%,卡萨帝多门冰箱销量同比提升109%。此外,冰吧、冰淇淋机等新趋势制冷家电越来越受到消费者的欢迎,三菱冰吧销量同比提升411%,荣事达冰淇淋机销量同比提升100%。

从冰吧和冰淇淋机受追捧中,不难看出人们对制冷家电的需求已不再满足于基本的制冷保鲜,随着“生活方式”的改变,消费者对提升生活品质的制冷小家电需求日益提升。“懂生活”的人,越来越多了。

而从相关报道来看,今夏的酷热恐怕还要持续一段时间。专家表示,极端高温是气候变化和厄尔尼诺气候模式的结果,预计在接下来的一个半月里将会出现更加炎热的天气。

3. 避暑: 「上山下水」寻清凉

“无溯溪不夏天,初夏的凉爽溯溪占一半!”去年夏天去过醴陵市某网红溪谷后,市民袁婷便被那边的原生态风景深深吸引。7月22日,她又和朋友第二次前往该处溯溪。

出发前,袁婷认真做了功课,添置了溯溪鞋、户外桌椅等装备。“溯溪的时候,因为河底的石头一般比较滑,溯溪鞋可以防滑,鞋头盖还可以一定程度防止碎石进入鞋里,既轻便又安全,还比较适合日常穿搭。”

游客因“水”而来,附近的民宿、餐饮也都赚得盆满钵满。

看“中官庄”的“美景”,付蓉在外打拼多年后回到家乡,在这里投资打造了一个集中度假、餐饮、住宿于一体的网红景区——悠然·纳悦谷。“从目前正在试营业的餐饮板块来看,一到周末人气爆棚,平均每个周末要接待近千名游客用餐。”付蓉告诉记者,周末的游客都是从长沙、湘潭、浏阳、萍乡等地慕名而来。

酷暑来临,与水有关的旅游项目持续走热。

周末,株洲城区气温逼近40℃,而茶陵县火田镇卧龙村卧龙沟水质清澈、凉爽宜人,刚漂流完上岸的盛誉全家直呼凉快过瘾。

“从江西萍乡出发,开车2个小时左右,就能感受击浪花、闹激流、过险滩的清凉与刺激,值得!”避暑,是盛誉一家此次周末游的主要目的。

两天的行程里,他们还体验了采摘,到客家民俗文化展示馆感受客家农耕文化,到卧龙新四军留守处打卡红色旅游点,在第二天离开

之前,还在供销社购买了竹子工艺品和野生古茶,全家对这次周末出游非常满意,并约定下次再来。

随着夕阳缓缓落入山中,卧龙山庄里又迎来了一天生意的高峰。“最近周末,住在这里的大部分都是自驾的家庭,他们白天去漂流或者体验当地民俗风情,晚上住一晚,第二天再走。”该山庄负责人说,游客都希望炎炎夏日找个凉快的地方,山庄靠近漂流的地方,因此房间预定爆满。

由于周末游客太多,卧龙村党总支书记陈强这几天不得不“加班”,维持现场秩序,发放救生衣,做安全员。陈强介绍,自7月3日漂流项目启动以来,已接待了上万名游客,不仅有来自长株潭的游客,还吸引了衡阳、江西的游客前来打卡。

入夏以来,湖南高温天气持续,也让避暑出游市场日渐升温。相比以前躲在空调房里吃西瓜喝冷饮,今年更多人选择周末出门寻清凉。记者统计发现,与山水有关的露营、漂流、户外、自驾等避暑主题路线预订火爆,湖南“避暑经济”增长明显。

根据中国旅游研究院日前发布的《全国避暑旅游城市发展报告》,全国“养生+避暑”新型业态迅速兴起,康养避暑旅游市场进一步繁荣。

相关专家表示,人们对夏日清凉消暑的消费需求增加,为相关产业带来商机和发展空间,还带动了旅游、餐饮、住宿、游玩装备等相关行业发展,各地应根据实际情况出发,做好相关规划,突出特色,为经济增长注入新的活力。

4. 茶饮: 「错位经营」

今年夏天,咖啡赛道竞争愈演愈烈。

打开小程序,领取咖啡优惠券,再到公司楼下的瑞幸咖啡店“薅一杯羊毛”。最近几个月,在黄河北路某写字楼上班的白领小方差不多每周都能喝上9.9元咖啡。

而另外一个咖啡品牌——库迪咖啡,以8.8元喝咖啡的优惠活动高调入局平价咖啡市场。“又能开心薅羊毛了!”不少消费者表示。

品牌咖啡在疯狂“内卷”之际,株洲出现一些“错位经营”的本土品牌。他们选择弯道超车,做连锁品牌难以做到的事。

今年6月,株洲本土咖啡品牌鲜果咖啡第二家店在河西开业,与隔壁的瑞幸咖啡、鲜之醇、星巴克等品牌抢占“冰镇”市场。

走进这家不到10平方米的咖啡馆,咖啡师正忙着制作果咖,10米高的墙壁内摆满了带logo的纸袋,精致的休闲舒适感,吸引了不少网红、博主前来拍照打卡。

“鲜果咖啡,顾名思义,即新鲜水果+咖啡。”2022年,从英国留学归来的高超意识到,随着咖啡市场的成熟,咖啡消费不仅日趋生活化,更体现在咖啡口味的创新上。于是,他和咖友冯波创新研发,成立了这家以鲜果咖啡快消为主的“多花”品牌,比如推出的招牌榴莲拿铁,入口先是醇厚的咖啡味道,回味则是榴莲的甜味。

“大众咖啡的优势在风味稳定,但差异点难突出。中小型品牌能更灵活做变化,卷不起9.9的拿铁,可以做十几块的果咖,成本没有上涨太多,也给顾客‘多花几块钱,就能得到更有趣的饮品’的消费体验。”高超表示。

在包装上,高超也将自己对株洲的热爱表现得淋漓尽致。“大写的G,不仅代表了鲜果的‘果’,也体现了株洲高铁的元素。”高超介绍,在咖啡杯的杯套上用简笔画,画上了炎帝像、高铁、陶瓷、