

上半年，株洲三大消费领域最火

株洲日报全媒体记者/刘芳

近日，株洲经济半年报数据出炉，上半年，全市社会消费品零售总额650.3亿元，同比增长5.2%，21类限额以上单位商品行业大类中有15类实现增长，增长面达71.4%。

上半年哪个消费市场最火？株洲人究竟在买什么呢？

数据显示，限额以上单位新能源汽车类、体育娱乐用品类、家具类商品零售额分别增长47.4%、31.3%、18.4%。

就消费而言，大家的“买买买”既是经济发展的动力，也是经济发展的结果，因此，消费被作为观察一个地区经济的晴雨表。本期经济观察，记者走访我市新能源汽车、体育类用品、家具类商品市场，探寻数据背后的增长密码。

新能源汽车“跑”起来

体验试驾、询问价格、对比性能……近日，汽博园内的一家新能源汽车4S店内，展车边围着不少顾客，休息区数名销售顾问正忙着跟顾客沟通。

今年以来，株洲市不断繁荣活跃汽车消费市场，推动汽车消费提质升级，成为拉动消费增长的重要引擎。

政策红包带动销量上涨

在神农城内的某新能源汽车展厅，其炫酷的外观吸引了不少市民咨询。

该店体验顾问刘女士介绍，公司推出了置换补贴政策，旧车不限品牌、不限车况、不限公里数；单车最高补贴5000元，覆盖旗下全系车型。这段时间，咨询和试驾的顾客明显增多。

近年来，我省持续推动新能源汽车产业发展，出台不少政策举措，在新能源汽车生产端和消费端同步发力。

“随着各地消费品以旧换新具体政策相继出台，对拉动汽车尤其是新能源汽车消费的促进作用将进一步增强。”市汽车协会秘书长杨卫表示，截至6月17日，株洲已发放以旧换新、惠购湘车政策补贴400多万元。

作为大宗消费之一，汽车消费是消费增长与消费升级的基本盘。在绿色发展理念指引下，银行瞄准汽车金融为突破口，发力新能源汽车金融。

降低新能源汽车贷款首付比例、通过佣金返还等形式补贴汽车经销商……记者了解到，株洲金融机构加码布局新能源汽车市场，结合新能源汽车消费，开展绿色低碳主题的汽车金融服务，并配合新能源汽车下乡的趋势，以绿色金融和乡村振兴为主题，推出覆盖城乡、适合农村居民、新市民特点的汽车金融服务，充分释放了汽车消费潜能。

在汽车销售端，“0首付”“低首付”“低利率”“分期补贴”等也成为4S店汽车销售人员力推的购车方案，降低市民购车资金压力。

购车补贴、以旧换新补贴、加大消费金融支持力度……今年以来，汽车市场频频迎政策“红包”，不断出台的消费鼓励政策带动汽车市场加速升温。中国汽车流通协会乘用车市场信息联席分会发布的数据显示，今年上半年，新能源车市场零售411.1万辆，同比增长33.1%。

株洲市新能源汽车市场也活力满满。前两个月新能源汽车零售额增长40.7%，并呈逐月增长态势。市汽车协会统计数据显示，今年上半年，全市共销售了8000多辆新能源汽车。

新能源汽车销量接近半壁江山

“相对油车来说，新能源汽车市场销售情况更好。”比亚迪汽车海洋店销售员罗女士介绍，店内卖的最好的是宋PLUS，尤其是今年年初降价后，成为不少家庭购车的选择。

从株洲上半年的新能源汽车销售情况来看，比亚迪新能源汽车销量遥遥领先，销售的热门车型包括秦、宋、海豹、元等，此外还有理想、问界等品牌的新能源汽车也比较受欢迎。杨卫介绍，“30万元以内的新能源汽车更受株洲市场青睐。”

随着绿色消费理念的深入人心，以及新能源车自身品质和驾驶体验感的不断提质升级，新能源汽车销售保持较为强劲势头。

记者了解到，今年以来，株洲市新能源汽车渗透率不断提升，到今年6月达到了48%。

新能源汽车渗透率是指新能源汽车在整体汽车市场中的占比，48%意味着新能源汽车的销量已经接近了传统的燃油车。

杨卫介绍，随着电池技术的突破，新能源汽车的续航里程得到显著提升。此外，充电桩配套设施的不断完善，使得消费者不再有“里程焦虑”，自动驾驶、智能网联等技术的融合，也让新能源汽车在驾驶体验上超越燃油车。这些因素成为新能源汽车市场不断增长的重要原因。

谈及新能源汽车消费未来趋势，业内人士表示乐观：随着新能源汽车的市场保有率不断提升，规模效应将加速显现，新能源汽车消费市场空间扩大将进入一个新阶段。

体育经济“火火火”

“夏日的浪漫，从一场酣畅淋漓的骑行开始！”一辆自行车，三五好友，在道路上自由穿梭，运动健身的同时，还能领略城市的自然风光。如今，骑行已经成为很多人热衷的休闲娱乐方式。

在生活中，从运动软件每日“打卡”，到健身达人收获“点赞”，越来越多的人加入运动行列，“体育经济”也成为消费新亮点。

“骑行热”带火自行车消费市场

在骑行热潮的带动下，自行车市场迎来了火爆的行情。无论是传统的实体店还是线上的电商平台，自行车的销量都在不断增长。

在天元区滨江北路一家品牌自行车销售门店，负责人张伟正忙着为顾客安装调试选好的自行车，货架和展台上摆着多款不同类型的自行车。这些自行车或炫酷或亮丽，各具特色，价格从千元到万元不等。

“近年来，自行车市场尤其是公路车市场比较火爆，我们从年初开到现在，销售额持续增长。”从事自行车品牌代理10多年，张伟从一个门店扩张到3个门店，品牌也逐渐丰富。他告诉记者，店内最受欢迎的品牌是美利达和喜德盛，仅美利达自行车每月可售出100辆左右。

如今，随着骑行文化的普及，越来越多的市民开始热爱骑行而购车，他们对车辆的性能、外观和舒适度有着更高的要求。

“消费者更偏向于选择碳纤维材质的公路车。从价格段来看，4000元至8000元的车型是销售最火爆的。”张伟坦言，“其实‘骑行热’已经火了一段时间，不少消费者前两年入门，随着骑行技术的提升，已经进入升级装备的阶段，万元及以上价格段的自行车成为部分骑行进阶的选择。”

除了车，骑行服、护目镜等骑行装备也成了“重头戏”。为了满足消费者的需求，张伟的门店还提供丰富的产品选择：“骑行者们越来越注重骑行体验，对骑行服、头盔等装备也有较高要求。”

在线上电商平台，自行车的销售也非常火爆。打开某购物软件搜索“自行车”，各种类型、各种颜色的自行车跃然而出，大多数自行车的月销量都在数千辆以上。

“我的自行车就是在网上购买的，网上选择多，价格公开透明，还可以查看其他消费者的评价，非常省心。”不久前，骑行爱好者谭先生在网上下单了一款自行车，几天时间就收到了货，而且，商家还提供了安装服务，为他省去了很多麻烦。

“骑行热”不仅是骑行爱好者对于健康生活的追求，也彰显出人们对大自然的向往和绿色低碳生活的推崇，是时代进步的典型标志。

体育活动带火体育经济

7月28日，“厂BA”决赛，也意味着2024株洲“厂BA”画下圆满的句号。据不完全统计，自“厂BA”开赛以来，拉动消费超过1.5亿元。

运动赛事、体育活动的热潮，往往也会带动全民体育热潮，从而进一步带动体育经济。

今年，我市举办了马拉松赛事、“厂BA”等体育赛事，让赛事“流量”变成消费“增量”，激发了有潜能的消费。

国家体育总局近期发布数据显示，2012年以来，我国体育产业增加值年均增速15.4%。体育消费作为居民生活服务消费的重要组成部分，成为消费新的增长点。预计到2025年，我国经常参加体育锻炼人数比例将达到38.5%，运动群体不断壮大，行业发展步入快车道，消费需求与产品供给形成良性互动，潜力不断释放。

在体育热潮下，一些企业也迎来一波业绩。株百的运动服饰品牌迎来增长季，上半年体育用品类销售额增速达6.7%。记者了解到，从株百儿童运动品牌来看，头部品牌斐乐儿童小幅上升，耐克儿童、特步儿童均大幅增加。

《抖音电商2024年体育消费趋势报告》显示，过去一年，体育类消费在抖音电商获得显著成长。体育类商品成交额同比增长82%，其中运动服饰成为最畅销的体育类商品。今年618数据显示，抖音电商户外运动热度不减，运动鞋、登山杖、户外服饰销量均同比增长超120%，其中品牌运动户外服饰鞋履涨势突出，销售额发近350%。

家具市场向好

随着房地产市场回暖，以及装修季来临，今年上半年，我市家具市场迎来向好，限额以上单位家具类商品零售额增长18.4%。

市场逐步回暖

恰逢周末，荷塘区的夏慧娟和老公到万博珑——喜盈门选购家居。今年上半年，夏慧娟在河西某楼盘购买的房子交房，眼看硬装已接近尾声，她便开始选购家具、家电等软装产品。

今年来，通过市委、市政府的有效调控，株洲市房地产市场实现平稳发展。这也为株洲家居建材市场带来了信心。

以经营家具商品为主的海蓝商贸上半年零售额增长20%以上，平均每个月的销售超千万元。“这份成绩来之不易，主要有几个方面的原因。”其相关负责人介绍，一方面得益于房地产市场的回暖，要装修、买家具的需求多了，另一方面是上半年是装修高峰期，一般需要装修的家庭都会选择上半年动工。

上述负责人称，还有一个原因是公司的主观能动性，抓住上述这两个时期，借助假期、618等开展大型促销活动，为商场引流，创造消费场景，刺激了消费。

同样，在株洲本土市场扎根24年的万博珑——喜盈门家具建材市场也积极应对，保证“月月有活动”。

“当下，很多装修业主将新房装修的流程交给了装饰公司，导致到专业市场购买建材和家具的业主越来越少，流量客户越来越少。”万博珑商业广场总经理杨佩坦言，针对这些市场变化，万博珑根据国家“以旧换新”政策，结合企业实际，策划开展了家居类“以旧换新”活动，由企业给顾客补贴10%的优惠政策，抓住“局部翻新”的这部分顾客。数据统计，仅“以旧换新”政策就带动了万博珑家居类商品20%的销量。

升级型需求日益凸显

《2024年中国家居市场消费洞察》显示，得益于存量房需求的释放及智能家居品类的创新推动，泛家居展现出强劲的市场增长弹性；预计2027年，全渠道销售额将超过5.3万亿元。

但对大部分家居企业而言，或许“前途是光明的，道路是曲折的”。

“面对竞争激烈、不断变化的市场，只有不断创新产品以及营销思维，打造更多新兴的消费应用场景，提高曝光率，挖掘市场发展的新契机和增长点，才能提高市场竞争力，抢占市场份额。”万博珑商业广场总经理杨佩表示，今年初，万博珑在创新传统媒体宣传之外，还成立了新媒体团队，加强新媒体宣传力度，提高万博珑、甚至是商户品牌的认知度。不仅如此，万博珑新媒体团队还帮助入驻的品牌，开展新媒体宣传培训，主动迎接挑战。

“从建材家居消费需求侧来看，目前35岁以下消费者对环保健康、科技智能等升级型需求日益凸显，‘智能美观’也是当前‘以旧换新’的重要消费动机。”商业观察员李哲分析，在当前数字经济的大背景下，新的消费方向和应用场景应运而生，智能家居作为新兴的消费应用场景，正成为市场发展的新契机和增长点。

中国建材流通协会分析，今年上半年家居行业呈现出存量房再装修市场份额增大、销售渠道多元化发展、消费者对环保智能等升级型需求日益凸显的诸多特点，行业整体孕育着巨大的机遇。展望下半年，家居行业将呈现回暖与波动并存、消费升级与个性化需求突出、技术创新与数字化转型加速、环保与健康趋势明显的特点。企业需要密切关注市场动态和政策变化，积极调整战略和产品结构以应对市场挑战和机遇。



市民选购自行车。刘芳 摄



市民正在咨询新能源汽车。刘芳 摄



市民在某市场选购家具。刘芳 摄



骑行装备也成了市场的“重头戏”。刘芳 摄

04
株洲日报
经济观察

2024年7月30日
星期二
责任编辑：刘小波
美术编辑：王玺
校对：马晴春



购物清单
BUY LIST