

时差就是“经济差”

——世界杯背后的株洲消费观察

编者按

2026美加墨世界杯激战正酣。与往届赛事不同,本届赛事直播时段多集中在北京时间凌晨、清晨,特殊时差彻底重塑市民观赛与消费节奏。

一边是传统夜宵黄金档遇冷,凌晨至清晨外卖订单逆势走高;商超营销从线下集中陈列转向线上分时段精准投放;观赛硬件、冰饮、速食迎来销售热潮,大屏电视、冰吧、观赛数码成为消费新品类。另一边,远隔重洋的足球热度并未局限于线上消费屏幕,株洲本土“厂BA”“湘BA”“湘女超”轮番开赛,全年连贯的群众赛事矩阵持续点燃全民健身氛围。

消费场景、消费时段、消费逻辑同步发生变化。世界杯衍生经济的价值,不只体现在啤酒、夜宵的短期销量增长,更考验一座城市捕捉消费变化、快速适配市场需求的响应能力。

本期《经济观察》,我们从四大维度展开深度观察:商超如何调整货品陈列与分时段促销策略;餐饮外卖怎样承接晨昏两档差异化观赛需求;本土群众赛事如何承接世界杯外溢体育热度;全民健身热潮如何从短期跟风,沉淀为市民常态化生活习惯。

1:00

商超货架悄悄“倒时差”

株洲日报全媒体记者/任远

“往年看球基本都是深夜搭配夜宵,如今球赛大多在凌晨、清早开打,就连点外卖、逛超市的时间都跟着调整。”7月14日一早,市民张先生拎着满满一袋观赛零食走出沃尔玛超市,向记者道出切身感受。

张先生的体验并非个例,2026美加墨世界杯开赛已超半月,时差重构大众消费习惯,株洲各大商超快速调整经营策略,适配全天候消费新需求。

商超促销更灵活

记者走访沃尔玛超市看到,食品核心区专门设置世界杯啤酒专区,百威等品牌印有大力神杯元素的瓶装啤酒整齐陈列,专区旁配套摆放薯片、花生、卤味等佐酒零食,一站式配齐观赛组合。沃尔玛一名理货员介绍:“啤酒与零食捆绑陈列后,整体销量比往年同期更好。”

不同于沃尔玛侧重线下场景布置,盒马鲜生将运营重心放在线上分时段促销。平台推出“单笔实付满1元返还夜宵券”活动,消费者通过盒马App或线下门店购买实物商品,满1元即可领取一张“满49元减10元”夜宵优惠券。7月1日至31日,每日19点后进入线上超级夜市专区,还能抢购“满20元减5元”啤酒专属券。

不过线上夜间促销并未带来预期内的销量爆发。盒马相关负责人透露,平台啤酒整体销售额与往届世界杯基本持平,未出现大幅上涨。“销量增幅有限,核心原因是本届赛事集中在早间,清晨时段选购啤酒的消费者占比很低。”针对时段变化,盒马加大低度数啤酒、无醇啤酒、气泡水、咖啡液、功能饮料等轻负担饮品备货量,适配清晨观赛人群需求。

观赛“新搭子”成增长极

观赛时段的重构,不仅调整商超促销节奏与商品结构,更催生全新全天候消费场景。京东秒送全域数据显示,世界杯期间冰啤酒销量同比上涨98%、冰淇淋同比增长59%、冰茶饮同比提升64%;其中早间赛事带动的“咖啡+早餐”组合表现亮眼,咖啡、早餐类商品销量同比涨幅均超50%。消费需求不再扎堆单一夜间时段,均匀分散在全天各个节点。

观赛硬件更新迭代趋势同样突出。世界杯开

2:00

凌晨四点,外卖骑手多了

株洲日报全媒体记者/王娜

屏幕上,2026美加墨世界杯激战正酣;屏幕外,各类品牌联名、主题促销活动在株洲全城铺开。

暑期消费红利叠加赛事带动效应,夜间经济持续释放活力,本地消费整体活跃度、业态丰富度稳步提升。啤酒、小龙虾、烤串依旧是夜宵主流品类,而本届赛事独特的时差,正在重塑株洲市民消费节奏与商家经营模式。

外卖接棒深夜主场

本届世界杯赛事直播多集中在北京时间午夜至次日清晨,主营堂食的传统夜宵门店经营承压。天元区夜宵店主李晨坦言:“往年火爆的深夜堂食黄金时段不复存在。”

世界杯开赛前期,他专门打造世界杯观赛专区,安装投影大屏、张贴球队海报,针对不同球迷群体推出单人精酿不限时畅饮套餐,搭配刮刮卡抽奖提升顾客粘性。但球迷到店消费意愿明显下降,仅依靠堂食营收难以维持门店运转。

线下堂食客流下滑的同时,居家观赛需求带动深夜外卖快速升温。球迷刘先生为观看球星凌晨1点的首场比赛,提前下单烤串与饮品:“外卖能准时送到家,一个人看球也有完整仪式感。”

多平台显示的数据,也印证着消费的变化:美团平台内,株洲多家餐饮商户上线世界杯专属套餐,某龙虾门店定价75元的观赛套餐累计售出500余份。京东秒送开赛首周数据显示,餐饮夜宵订单环比上涨超70%、同比增幅达107%;凌晨2时至4时夜宵订单环比提升10%—20%。

女性观赛消费群体参与度显著提升。美团内

赛

以

来,

100

英寸以

上 商用

巨 幕 电 视

成为门店热

门款,家用投

影机销量同比翻

倍,冷柜、冰吧销量

同比增长132%。苏宁

易购数据显示,85英寸以

上144Hz高刷电视、4K激光

投影仪搭配全景声回音壁的成

套订单,环比涨幅超120%。两类大屏

数据并不冲突:100英寸以上产品多面向

门店、市集商用场景,85英寸电视主打家庭居

家观赛需求。

足球周边商品销量大幅走高。京东6·18监

测数据显示,赛事预热期近一个月,足球球衣成交额同比增长60倍,“世界杯球衣”搜索量上涨

5.5倍,多款国家队球衣出现断码、售罄情况。AI、AR观赛眼镜作为新兴数码产品,市场关注度持续提升,逐步从小众尝鲜向大众消费延伸。

业内人士分析,时差带来的消费结构重构,对商超行业而言机遇与挑战并存。过去商家可集中资源发力深夜单一消费窗口,现阶段必须打造全天候场景适配能力。本届世界杯半决赛、决赛赛程仍集中在美洲本土时区,北京时间依旧以凌晨场次为主,不会出现大量晚间直播赛事,商家仍需持续深耕清晨、凌晨差异化供给,挖掘非传统时段消费潜力。

购统计,观赛高峰女性下单用户占比达51%,较上届世界杯提高2.6个百分点,女性下单人数首次超过男性。

清晨消费势而起

赛事时差打乱传统夜宵消费窗口,同时培育出新的消费增长点。以往凌晨4时至6时是外卖订单低谷期,如今订单规模明显攀升。

京东外卖监测数据显示,世界杯期间凌晨4时至5时早餐订单较赛前上涨约60%,5时至6时订单涨幅接近50%。豆浆、油条等传统中式早点涨幅平缓,汉堡、养生汤粥、水饺成为订单增速最快的品类。一名外卖骑手告诉记者,近期清晨配送单量直接翻倍,大量订单备注“看球饥饿,麻烦尽快送达”。

线下商户同步抢抓清晨新增商机,城区多家早茶门店更新店内装饰、增设观赛显示屏,推出限时折扣、到店赠礼等营销活动,将米粉、炒饭等本地特色餐食纳入世界杯主题套餐。线上消费数据显示,市民选购清晨餐食时,更偏爱便捷西式快餐与暖胃汤粥,本地特色餐食线上渗透率仍有较大提升空间。

凌晨四点,早餐店主张姐已经开工忙碌。“世界杯开赛之后,清晨外卖订单增加不少,很多顾客备注多放辣椒,说熬夜看球需要提神。”如今她每天额外准备两锅粥、三屉包子,以应对激增的线上订单。以张姐为代表的早餐经营户,是赛事催生“清晨经济”最直接的受益者。

从深夜夜宵延伸至清晨早餐,世界杯持续拉长球迷群体外卖消费时长。对商户来说,凌晨4时至6时不再是一日经营的空白时段;对球迷而言,清晨下单汉堡、热粥,成为本届世界杯独有的全新消费仪式。

体育中心成为市民晚间休闲娱乐打卡地。
记者/谢嘉 摄



盒马鲜生推出夜宵随心配活动。
记者/任远 摄



3:00

世界杯很远,株洲的赛场很近

株洲日报全媒体记者/刘芳

7月14日,湖南足球青训基地内,株洲女足在终场前完成绝杀,以2比1击败郴州队,三战全胜积9分,提前两轮锁定首届“湘女超”冠军;次日,球队再度以2比0战胜永州队,斩获四连胜,稳稳拿下赛事总冠军。

这个夏天,万里之外的美加墨世界杯火热开赛,但株洲市民不必熬夜倒时差,家门口的群众赛事同样氛围热烈。从“湘BA”篮球赛、“湘女超”足球赛,到正在进行的“厂BA”,再到即将开赛的“湘超”足球联赛,这座工业城市依靠全年连贯的本土赛事矩阵,持续掀起全民体育热潮。

赛事矩阵贯穿四季

株洲本土体育热度,始于群众篮球赛事。今年3月,首届“湘BA”在全省开赛,赛事覆盖14个市州,历时三个月开展106场主客场对决,是湖南省规格最高、覆盖范围最广的民间篮球联赛。6月26日晚,市体育中心涌入近万名观众,身着红色应援服见证株洲队87比80战胜长沙队,拿下首届“湘BA”总冠军。

早在2023年,依托深厚厂矿企业文化,株洲“厂BA”篮球锦标赛正式创办,2025年该赛事入选国家体育总局首批群众“三大球”精品赛事案例。株洲湘BA夺冠队伍半数以上球员来自历年“厂BA”赛场,队员包含厂矿职工、学校教师,平日坚守工作岗位,业余时间组队训练磨合。

篮球赛事热度尚未消退,足球赛事接力点燃市民热情。“湘女超”顺利收官,株洲女足以不败战绩登

顶;2026“厂BA”4.0版本同步火热开打,参赛队伍由12支扩容至14支,34场比赛横跨七周。赛场配套打造神农山市集,同步推出泼水节、电音派对、国风走秀等多元休闲活动。紧随其后,湖南本土顶级足球联赛“湘超”也将拉开战幕。当前,株洲搭建起覆盖篮球、足球两大球类、贯穿全年四季的群众赛事体系。市民无需紧盯远隔重洋的世界杯,在家门口就能见证属于本土球队的荣光时刻。

赛事经济量质齐升

赛事流量最终转化为实打实的消费增量。首届“湘BA”举办期间,株洲在各大商圈、特色夜市打造30余个线下第二观赛点,线下累计观赛人次突破160万;联动40家A级景区、67家餐饮门店推出球迷专属优惠;神农山市集引入商户100余家,发放30万元工会消费券,直接带动线下消费150万元,消费券撬动比例约1:5。经初步测算,系列赛事联动交通、餐饮、住宿等业态,带动全市相关消费约8.5亿元。

拉长时间维度,本土赛事长期带动效应更为可观。2025赛季“厂BA”共举办48场比赛,累计吸引540万余人次到场观赛,拉动城市综合消费超1.6亿元。待本届“湘超”正式开赛,全市文旅、商贸业态将同步配套推出观赛优惠,后续将形成全新消费增量。

远在海外的世界杯需要隔着屏幕、跨越时差才能参与,而株洲市民走出家门,就能在体育中心、夜市市集、社区大屏之下感受鲜活赛事氛围。完整连贯的本土赛事矩阵证明:体育消费增长的核心,不在于远方赛场,而在于城市身边常态化的群众体育场景。

“狼腾杯”株洲市青少年足球周末联赛现场。
受访者 供图



在株洲体育中心,“厂BA”与世界杯观赛结合带动消费热潮。
记者/王娜 摄

4:00

一场世界杯 踢热一座城的运动习惯

株洲日报全媒体记者/谢嘉

2026美加墨世界杯开赛以来,观赛热潮为株洲民生带来全新变化。区别于往届集中于夜宵、零食的短期消费,本届赛事带动的体育热情,正从线上屏幕延伸至线下运动场景。

球场人流量持续走高、青少年体育培训热度攀升、文体消费稳步扩容,国际足球赛事为株洲全民健身注入长效发展动能。

青少年培训逆势走热

记者近期走访天元、荷塘两区社区体育公园、口袋运动场、校园开放球场看到,世界杯带动城市户外体育场景明显增多。往年盛夏高温天气下,市民夜间外出运动意愿普遍偏低;今年受全球足球氛围熏陶,每晚6时至10时,城区各类公共球场持续满场。孩童组队踢球、青少年开展对抗训练、成年球友约球比拼,不少家长专程带孩子到场感受足球氛围。

城区一处公共运动场管理员介绍:“今年球场热闹程度明显提升,工作日基本满场,周末打球需要排队轮换。没有大规模宣传推广,全是市民自发前来运动,公共健身场地利用率大幅提高。”多名受访家长表示,以往晚间居家追剧、刷手机是主流休闲方式,借本次世界杯契机,更多家庭主动走出家门开展亲子运动。市民夜间生活从单一娱乐消费,逐步转向亲子陪伴、户外锻炼的高质量生活模式。

赛事催生的运动风潮,在暑期青少年消费市场表现突出。往年暑期体育培训以游泳、综合体能项目为主,足球属于小众品类;受世界杯带动,今年青少年足球学习需求大幅上涨,成为暑期文体消费新热点。

荷塘区一家体育培训机构负责人介绍,足球体验课咨询、报名量环比上涨四成,大量家长看完完赛后主动提出学习足球,城区多家机构顺势增设暑期足球小班,降低一体化公共健身网络基本成型。截至2025年,天元区等中心城区建成完整“15分钟健身圈”,农村行政村体育设施实现全覆盖,完善硬件配套为群众运动热潮提供基础载体。

与此同时,株洲成熟的本土体育IP持续释放势能。此前举办的“湘超”预热赛事、多届“厂BA”,已经培育扎实民间体育基础,“湘超”热身赛场均观赛人次突破四万。世界杯带来的外部足球热度,叠加本土赛事长期积累的群众基础,双向合力充分释放市民运动热情,推动全民健身从阶段性跟风,转变为市民日常自觉。

短期赛事红利逐步沉淀为城市稳定的体育消费基础,持续为株洲全民健身事业提供长效动力。