

消费“三张新面孔”

自有品牌站上“C位”

株洲日报全媒体记者/任远

走进沃尔玛株洲神农万达广场店,烘焙、生鲜、零食区域内,“沃集鲜”系列商品整齐陈列,吐司、鲜奶、果汁等品类覆盖大众一日三餐。在盒马鲜生株洲中鸿荣时代广场店,“盒马 MAX”“日日鲜”系列占据核心货架,冷藏榴莲千层等自有品牌爆款摆在入口显眼位置。步步高天元购物广场店,“BL”品牌果汁、零食稳居门店核心展区。商超自有品牌持续扩容,正悄然改写零售货架的竞争格局,以往常见的传统品牌产品,陈列位置逐步边缘化。

超市货架的“主角换位”

8月下旬,记者走访城区多家商超发现,自有品牌已成为门店引流、稳销的核心主力。沃尔玛门店核心展区集中布局“沃集鲜”全品类产品,市民张女士正在选购自有品牌鲜奶:“配料干净、品质稳定,价格比同类品牌低两三角,复购率很高。”

各大社交平台上,消费者消费习惯已然转变,“优先选购自有品牌”“同等品质优选高性价比产品”成为主流消费心态,质价比取代单纯品牌溢价,成为大众消费决策的重要因素。

本土商超巨头持续加码自有品牌战略,产品矩阵不断完善。沃尔玛将“沃集鲜”定位核心自有品牌,SKU从数十款扩容至近千款,覆盖三餐、轻食、宵夜等多元场景。今年7月,该品牌联动多家百年老字号推出“药食同源”系列,百余款新品将陆续上市。盒马构建“日日鲜”“盒马工坊”“盒马 MAX”多层次产品体系,公开数据显示,其自有品牌销售占比已达35%。步步高BL品牌已推出数百款单品,自制酱板鸭、手工桃酥等产品成为全城热销爆款。

重构零售利润逻辑

“商超自有品牌崛起,绝非简单贴牌铺货,而是零售业战略逻辑的根本性变革。”商贸观察人士、零售行业分析师杨淑华表示,自有品牌从补充品类成长为核心主力,背

后是行业利润结构、竞争模式、主体身份的三重迭代。

她分析,首先是利润结构重构。传统品牌商品利润大量沉淀在生产、营销、渠道环节,自有品牌省去品牌推广、多级分销成本,既能以亲民售价让利消费者,也能为零售企业留存稳定毛利空间。其次是差异化竞争突围。直面终端消费者的零售企业,能够精准捕捉市场空白与细分需求,精准填补传统品牌难以覆盖的消费场景。最后是行业身份转型,零售商从被动的商品渠道方,转变为主动洞察需求、定义产品、把控品质的创新主体。

“深耕自有品牌,是零售企业抢占行业下半场竞争优势的核心入场券。”杨淑华说。

行业下半场拼什么?

“自有品牌的终极竞争,不在于低价走量,而在于读懂消费者真实需求,以高品质、高适配的产品回应市场。”在杨淑华看来,未来自有品牌竞争集中在四大维度:供应链柔性共创,实现研发、生产、销售全链路协同;数据驱动精准选品,填补大品牌市场盲区、创新消费场景;迭代式产品思维,保持月度上新、动态淘汰的更新节奏;构建从渠道信任到品质信任的完整品牌闭环。

政策端持续释放利好。2026年7月,商务部等9部门联合印发《关于加快零售业创新发展的意见》,明确鼓励零售主体发展自有品牌,强化采购质量管控与源头溯源,推行质量自我承诺制度,为行业规范化、品质化发展提供政策支撑。

行业数据印证发展大势。《2026中国自有品牌发展报告》显示,当前国内商超自有品牌渗透率约8%,但超四成消费者愿意主动选购,预计未来五年行业渗透率将提升至20%—30%。

“此前行业处于试水培育阶段,2025至2026年已进入精耕细作的分水岭。”杨淑华表示,随着行业玩家全员入局,自有品牌竞争不再是“有没有”的增量比拼,而是“做得好不好、精不精”的质量较量。

编者按

走进商超,沃尔玛“沃集鲜”、盒马“日日鲜”“盒马 MAX”、步步高“BL”等自有品牌占据核心货架,覆盖大众一日三餐、日常刚需。

放眼文旅市场,山西大同“佛小伴”文创销量突破280万件,IP文创完成从旅游纪念品到现象级消费产品的跨越。立足株洲,本土工业文化IP加速破圈,新型体验式商圈持续升温,传统实体商业告别单纯卖货模式,体验、社交、情绪价值成为消费新增长点。

自有品牌抢占货架C位、工业和文化遗产孵化热门文创IP、商圈场景加速迭代,三个看似独立的消费现象,共同勾勒出当下消费正向体验感、陪伴感和稀缺性转型趋势,重塑株洲和各大城市商业形态与城市活力。

本期《经济观察》,我们聚焦株洲零售、文创、商圈三个领域,记录这场正在发生的消费之变。



▲沃尔玛株洲神农万达广场店内,市民正在选购沃集鲜的产品。
记者/任远 摄

▲山西的“佛小伴”已经成为现象级城市IP。
记者/王娜 摄

▲如今,商场悄然变身“会客厅”,让消费者体验感更足。受访者 供图

城市故事里的“新IP”

株洲日报全媒体记者/王娜

这个暑期,贴合城市形象的文创IP成为游客打卡的“标配”。

从山西大同的佛小伴到故宫的脊兽冰箱贴,从敦煌的飞天书签到苏州园林的窗花丝巾,各具特色的文创设计注入了当地特有的文化基因。在株洲,随着“醴小粉”“醴小匠”等工业文创产品陆续亮相,新的消费场景、业态和模式正在生长。

从“佛小伴”看文创热度

如果这个暑假你去了山西,一定会被一款名为“佛小伴”的玩偶吸引。

这款IP提炼于云冈石窟造像“向善、宁静、包容”的精神内核,设计团队以当代审美进行转化,产品涵盖毛绒玩偶、冰箱贴、书签等系列,被网友称为“山西人的Labubu”。截至目前,“佛小伴”系列产品销量突破280万件,全国落地15家线下门店,成为现象级城市文创IP。

株洲的IP探索

丰富的工业遗产资源,是株洲区别于国内多数文旅城市的独特禀赋。近年来,株洲立足炎帝文化、工业文化、瓷文化三大核心底蕴,持续探索本

土文创IP孵化路径。

“炎帝爷爷”是株洲成熟度较高的城市文化IP之一。通过漫画化、年轻化改造,该IP衍生出手办、潮玩盲盒、神农福包等系列产品。2025年,炎帝文化亮相日本大阪世博会,炎帝盲盒、香包等文创产品广受海外游客青睐。湘超株洲赛区创新推出“炎帝TIFO+株洲侠”系列,将传统文化符号与体育赛事场景深度融合,拓宽IP传播边界。

新晋工业文创IP“株洲小匠”凭借萌趣形象迅速出圈。该IP由兰州交通大学学生尉泽鸣设计,深度萃取株洲轨道交通、风电装备等工业元素,将受电弓、钢轨、风电叶片等硬核工业符号,转化为订书机、恒温杯垫、暖手宝等生活化文创产品,核心形象源自中车品牌标识,目前已有26件原创作品获得企业落地合作邀约。

探索IP长红路径

如何让株洲的文创IP持续走红?佛小伴等成熟IP的打法或许能提供

一些借鉴。

佛小伴团队在设计之初就考虑了互动性,在玩偶手掌中藏入磁铁,轻轻一碰便合上。后期团队围绕“陪伴”这一核心,陆续推出330多款产品,覆盖毛绒玩偶、盲盒、环保包、车载挂件等多个品类。贴合消费需求的快速更新同样是关键。三星堆每年更新三成以上的产品,让受众常买常新。

对株洲而言,这座城市的独特元素如何变成年轻人愿意带在身边的物件?在今年株洲“两会”上,政协委员刘娅娟建议,运用AI、XR等数字技术深度挖掘工业文化内涵,建立长株潭工业文化基因数字资源库,通过开放版权、鼓励共创,让年轻人用这些元素设计潮玩、表情包。清水塘片区正在推进工业主题光影秀等数字项目。

让厚重的工业历史变得可触可感,让“制造名城”的标签转化为可消费、可传播的IP产品,考验的是设计能力、对消费趋势的洞察力,以及长期深耕的耐心。

内全额缴清,逾期未缴部分,根据相关规定,征收违约金。(四)该宗地按红线外“五通”,红线内未平整进行交地。(五)为加强对入园产业项目的开发利用管理,竞得人在签订《成交确认书》后,应与湖南醴陵经济开发区管理委员会签订《入园协议》或《招商引资合同》,取得园区准入许可,未及按时要求签订《入园协议》或《招商引资合同》,所造成的一切后果由竞得人自行承担。

三、本次国有土地使用权挂牌出让按照价高者得原则确定竞得人。

四、本次挂牌出让的详细资料和要求,见挂牌出让文件。申请人可于2026年09月04日08时00分至2026年09月23日17时00分到湖南省(株洲市)国有资产资源交易平台(https://szjy.zzzjy.cn:29091/portal/index)获取挂牌出让文件。

五、申请人可于2026年09月24

日08时00分至2026年10月08日17时00分到湖南省(株洲市)国有资产资源交易平台(https://szjy.zzzjy.cn:29091/portal/index)提交申请。交纳竞买保证金的截止时间为2026年10月08日17时00分。申请人按规定交纳竞买保证金,具备申请条件的,系统将在2026年10月08日17时00分前确认其参与竞买。

六、本次国有土地使用权挂牌活动在湖南省(株洲市)国有资产资源交易平台进行。各地块挂牌时间分别为:LL2026-16:2026年09月24日08时00分至2026年10月10日09时30分;

七、其他需要公告的事项:

无

八、如果在参加本次网上挂牌出让活动的过程中遇到疑难问题,请及时联系,联系电话如下:
(一)省自然资源厅举报电话:

0731-89991216

(二)网上挂牌出让业务咨询电话:0731-28681382(株洲市公共资源交易中心资源交易科)

(三)系统使用服务咨询电话:4007777016

(四)醴陵市自然资源局咨询电话:0731-23220268(自然资源所有者权益股)

(五)CA线下现场办理地址和线上办理网址:

1.线下现场办理地址:株洲市公共资源交易中心(株洲市天元区牛家牌路)一楼大厅。

2.线上办理网址:https://casign.hnsgzy.com:7080/ca-hunanplatform/operation/assistant-CA?type=2

醴陵市自然资源局
株洲市公共资源交易中心
2026年09月04日

醴陵市自然资源局国有土地使用权挂牌出让公告

醴陵市国土公告[2026]012号

经醴陵市人民政府批准,醴陵市自然资源局决定以挂牌出让方式出让1(幅)地块的国有土地使用权。现将有关事项公告如下:

一、出让地块的基本情况和规划指标要求:

宗地编号:	LL2026-16	交易编号:	醴陵市国土(2026)012号
宗地总面积:	66798.69平方米	宗地坐落:	东富镇莲旗村
主要用途年限:	30年	容积率:	容积率≥1.0
绿地率(%):	绿地率≤15%	建筑限高(米):	建筑密度≥35%
主要用途:	建筑高度≤24米		
二类工业用地			
土地用途明细	用途名称	面积(平方米)	土地级别
	二类工业用地	66798.69	三等建制镇二级
投资强度:	投资强度≥224万元/亩	保证金:	1963.88万元
起始价:	1963.88万元	加价幅度:	估价报告备案号: 4313926BA0051 20万元

二、中华人民共和国境内外的法人、自然人和其他组织均可申请参加。申请人可以单独申请,也可以联合申请。但住宅用地(包括兼容住宅用地的其他地块)不接受个人参与竞买,也不得以竞买后成立公司进行开发建设为

由接受个人参与竞买。申请人应具备的其他条件:

LL2026-16:(一)本项目实施“标准地”出让,固定资产投入强度≥224万元/亩,地均收入≥280万元/亩,地均税收≥17万元/亩。须按醴陵市自然资

源局出具的《醴陵市2026年第十六批次建设用地D地块用地性质认定蓝线图及规划条件》实施。(二)竞得者应在成交确认书签订之日起15个工作日内签订出让合同。(三)土地成交价款由竞得者在出让合同签订之日起180日