



# 邵阳晚报



云邵阳  
移动新闻客户端

Email: syrbbjb@163.com 邵阳新闻在线: www.shaoyangnews.net

记者 刘陪陪

每逢周五晚,在邵阳站候车大厅,总会聚集着一批准备前往长沙购物、游玩的邵阳人。他们外出的理由往往很简单:“想喝一杯茶颜悦色。”“准备去国金中心拍照打卡。”“去山姆会员店逛逛。”……作为近几年爆火的“网红城市”,省会长沙正吸引着越来越多的邵阳人。

哪怕是短短两天的周末,也有人愿意跑去长沙购物、去武汉打卡。是邵阳的消费吸引力不够,还是大家对高品质消费的需求正在疯狂增长?连日来,记者走近一批爱外出消费的邵阳人,走访邵阳市区多个大型商场,与市商务局等部门对话,了解邵阳人的消费喜好与实力,探究提升消费品质、让更多人在邵阳消费的可循之道。

## 消费业态多样,本地人偏爱跨市游

连着好几个周末,市民朱女士都与几位好友相约,一起去长沙市购物。“我是闲不住的人,邵阳本地的休闲娱乐项目比较少,商家服务也不那么完善。”朱女士说,周末在长沙吃得开心、玩得尽兴,最让人难以忘怀的,莫过于那场郁可唯的演唱会,听完感觉身心愉快,生活压力释放了不少。

为领略“黄鹤一去不复返,白云千载空悠悠”的诗意,欣赏长江两岸的景色,3月中旬,在邵阳学院附属第一医院工作的王浩趁着休息日,和爱人开启了武汉的旅行。“这一趟旅程还挺充实的,看了美丽的风景,吃了地道的热干面,也感受了专属于武汉的人文风情。”王浩说,下次有机会还要再去武汉,看看武汉大学的樱花。

记者采访发现,愿意周末出市、出省消费的市民还真不少。在他们看来,相较于邵阳本地,外地尤其是省会城市的游玩业态更为丰富,各具特色的风土人情、琳琅满目的特色商品,还有更胜一筹的购物体验,都极具吸引力。与此同时,四通八达的交通网络也让大家的出行变得更为方便快捷。

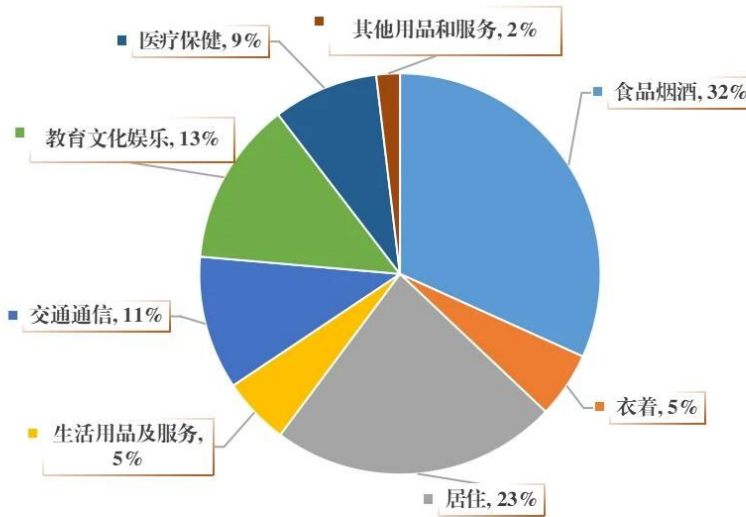
在这些人群中,有不少人是冲着网红品牌去的。他们有的为了吃上山姆会员店的瑞士卷、茶颜悦色等特意去一趟长沙,有的为了第一时间买到当季新品去外地发售最早的店铺购物……往往一个品牌就能吸引大批群体。这些旺盛的消费需求,甚至催生了一批代购人士。

“包含代购费,买满128元就可以送货上门,我觉得还是挺划算的。”市民李女士表示,自己经常在一个名为“长沙美食代购群”的微信群里下单。尽管需要为此支付一定的代购费用,但在她看来,只要能够买到心仪的商品就是超值的。

也有人倾向于去外地购买大宗商品。作为一名“购物达人”,70后张凯就是其中一位。“去年准备换车的时候我观望了很久,最终是去长沙购买的。”张凯说,自己在大宗消费上会更加理性些,也更注重性价比和后续配套服务,当时选择在长沙购车,一方面是因为当地优惠政策更划算,另一方面是车商赠送的服务和赠品更多。

## 邵阳如何催开消费“繁花”?

2023年居民人均消费支出及构成



## 品牌入驻不断,邵阳人乐意“买买买”

进入3月,茶颜悦色邵阳店的进展情况备受关注。此前,邵阳日报视频号、抖音等平台发布过一则《茶颜悦色将在邵阳开店》的新闻视频,短短一天时间,该视频在各平台总浏览量逾200万+,火爆程度可见一斑。

“什么时候开业?”“终于不用每次从长沙带了!”“以后在邵阳也能喝到茶颜啦!”……评论区炸开了锅,网友们热情如火,纷纷留言表示期待不已。

茶颜悦色的入驻,无疑将给邵阳消费带来一波新热潮。邵阳友阿国际广场招商负责人透露,商场此前一直在和茶颜悦色总部对接,积极将其引入邵阳。当前,店铺选址、进场装修等工作都有序推进,力争实现早日营业。“茶颜悦色开业后,能给商场带来更多的人流量,也能进一步满足邵阳消费者的消费需求。”

近年来,越来越多的品牌选择在邵阳开设门店,这是邵阳经济快速发展和消费市场不断扩大的有力见证。这些门店的销售业绩,更彰显了邵阳消费者的购买力。

3月14日,记者来到位于邵阳大汉悦中心的网红点心品牌——墨菜点心局,虽是工作日,天还下着小雨,还是有接二连三的顾客进店消费,部分产品更是早早售罄。“墨菜点心局从开业到现在,平均月销30万元,月客单量在1.3万单左右。”邵阳大汉悦

中心运营部相关负责人介绍。

该负责人表示,在众多入驻邵阳的品牌中,盛香亭转转热卤和7-11便利店的表現也十分亮眼。盛香亭转转热卤自开业以来,仅4个月,其平均月销售额就达到了60万元,月客单量达到15000单左右。作为一家全球知名的连锁便利店品牌,开业一年时间,7-11便利店在邵阳的平均月销售额达到了40万元,月客单量更是超过了3万单。

知名品牌的进驻,对于消费者来说,意味着拥有更多选择,可以享受更高质量的消费;对于商场来说,不仅能增强竞争力,打造独特的购物体验,还能带来人气,带动其他商户的销售。邵阳大汉悦中心运营部相关负责人表示,目前他们正在和好几个有影响力的品牌接洽。

以上几家知名品牌的消费情况,只是邵阳人消费支出的一小部分。另外几组数据,则更全面地呈现了邵阳人的消费实力与喜好——

国家统计局邵阳调查队相关数据显示,2023年度邵阳市全体居民人均可支配收入26265元,比上年增长6.4%,人均消费支出19966元,比上年增长5.9%,排前三的分别为食品烟酒、居住、教育文化娱乐三大类。市商务局数据显示,2023年度邵阳市社会消费品零售总额1498.32亿元,同比增长6.4%。

## 留住人口促经济 让消费“繁花似锦”

大型商业综合体从无到有,知名品牌入驻数量不断增加,消费业态日益丰富,不可否认的是,邵阳近些年的消费环境在不断优化。但消费者需求的不断变化,周边城市尤其是省会城市散发出的消费魅力,无疑都是邵阳提升当下消费水平、挖掘消费潜力的重要挑战。如何才能点燃邵阳消费市场激情,让消费进一步“旺起来”?

“希望能有更多品牌入驻,商场的可逛性也要再提升,要是邵阳也能有各种关于城市IP的限定产品就好了!”对邵阳消费环境升级,在事业单位工作的李诗诗道出了内心的期许。

“我之前在长沙买的鞋子,穿了两个月之后才看到邵阳这边的店铺上新,但价格甚至比我买的这双鞋子还要贵。”市民颜女士说,希望邵阳的消费环境能够加快与省会城市接轨的步伐。

“品牌入驻是满足消费需求多样性的第一步,商场的经营管理也至关重要。”邵阳友阿国际广场相关负责人说,商场进行宣传和营销是提升吸引力的重要方式,要在各时间节点推出符合当下热点的企划,同时在网上进行宣传,这种方式面向的群体不仅是消费者,商家也能看到商场的潜力,由此进行招商时也能掌握更多主动权。

邵阳大汉悦中心相关负责人表示,促进消费升级,还得靠本地经济发展,“大环境好起来了,有消费规模支撑,招商自然能吸引更多‘大牌’入驻,‘大牌’能吸引更多人流,这就形成了良性循环。”

“人口是消费中心建设的基本因素,本地人口决定着消费中心基本消费规模。促进消费中心的消费场景升级、引进更大的商业综合体,一切都要以‘有人’为基础。”邵阳市商务局消费促进科科长欧阳国江坦言,邵阳目前人口外流问题比较突出。

欧阳国江认为,新消费时代,新需求、新特点层出不穷,留住人口的方式除了提高居民的生活质量、创造更多的就业机会,让居民能够在本地找到稳定的工作外,还要注重文化、旅游、商业的融合发展,实现多业态融合发展。“留住人口和发展经济相辅相成,只有这二者实现‘同频共振’,才能为消费市场的持续繁荣提供坚实支撑。”

“邵阳还要打造城市IP,IP打造是当下备受消费者青睐的营销方式之一。”欧阳国江表示,邵阳不仅拥有悠久的历史,更有着丰富的民俗风情和独特的自然景观,这些都是打造城市IP、推出IP形象的宝贵资源。宝庆古城的传统建筑、传统工艺,本地民俗文化和特色风情,以这些元素为参照,打造出一个具有邵阳特色的城市IP形象,不仅可以作为邵阳的城市名片,吸引更多的游客和投资者来到邵阳,促进城市的经济文化发展,还将为邵阳的文化传承、旅游开发、经济发展等方面带来更加广阔的发展空间。