

家居、运动火爆，追求高性价比场景…… 上半年宁波人“买买买” 涌现哪些风向标

记者 严瑾 通讯员 秦超群

核心提示

“两分钟之内，甚至最快的30秒之内，全部抢空了！”7月23日上午10点，宁波鄞州印象城市场负责人Ada准时迎接商场的年中庆典。令她意想不到的，就在刷新一下微信的片刻功夫，所有的折扣优惠券，竟被粉丝们瞬间“秒光”。

这份抢购的热情背后，是上半年宁波消费逐渐回暖的趋向。今年1-6月，宁波市实现社会消费品零售总额1808.5亿元，虽然因疫情同比下降了5.7%，但降幅比一季度收窄了8.1个百分点，并在二季度“转负为正”。

非常时期，宁波人的“买买买”呈现了哪些新特征？传说中的报复性消费究竟是否存在？带着这些疑问，我们把目光投向了线上与线下的消费场景……

01

线上购物，家居运动成“爆款”

“今年，我们的内销和外销都非常火爆，由我们做ODM代工的一款跑步机，在淘宝天猫搜索时能排到2-3位。”提及公司研发的健身用品，宁波新贵族运动用品有限公司的外销经理毛佳伟不禁竖起大拇指。

原来，公司主要面向欧美市场做代工，今年突如其来的疫情，令海外消费者居家锻炼的需求放大，也“带火”了公司的外销业务，在海曙海关的服务保障下实现销售额翻倍。而公司同比增长50%的内销板块，更是证明这一道理在国内同样适用。

“虽然防疫形势好转，但国内消费者对健康的要求仍在提高，而跑步健身就是最直观的方式。特别是宁波所在的江浙沪一带，是网购健身器材的主力军。”毛佳伟分析道。

宁波市统计局公布的消费数据证实了这一点。今年上半年，全市基本生活用品和升级类商品销售较快增长，其中体育娱乐用品的零售额同比增幅高达86.2%，而全市限上贸易单位通过公共网络实现的商品零售额增长了27.0%，可见宅家网购文体用品的规模不在少数。

有趣的是，此类安放在居家场景的商品，数字化的程度与日俱增。一方面，兴许是学生们上网课的缘故，计算机及配套产品类的零售额同比增长了62.9%之多；另一方面，不论是健身器材还是小家电，都在向智能化的方向靠拢——

“我们在迎合日益变化的市场需求调整设计。比如，我们最火的一款跑步机可全折叠、易收纳，能避免体积过大占用空间。不仅如此，我们还为它添加了蓝牙功能，可以直接播放音乐和有声小说，还能把数据实时上传到健身类APP。”毛佳伟注意到，有网友在“买家秀”给出反馈，表示这些功能让原本枯燥的跑步变得更有趣味，这也给他们带来莫大的鼓舞。

作为一家帮助传统家电企业接入物联网的技术服务商，宁波小匠物联网科技有限公司总经理米雪龙有着相似的看法。他认为，疫情在某种意义上加速了国内物联网家电的普及。而另有数据显示，2020年中国智能家居市场规模将超过1210亿元。其中“新一线”与二线城市的分布比例达到44.2%，说明宁波消费者在这一领域仍有购买潜力。

“特别是无需接触就可以控制的智能家电，既符合人们对安全健康的追求，还能以更强的可控性、可玩性，从由人控制家电，到由家电自动匹配人的需求转变。而消费者的需求，最终会成为公司B端客户的需求。”米雪龙说。

践行宁波“四知”精神
引领高质量发展

型反转
二季度宁波经济增长
由负转正