

多品牌自行车价格下降

消费者更看重实用性和性价比

近日，自行车降价的话题在各大社交平台持续升温，引发广泛关注。网络上流传的各种降价信息是营销噱头还是市场现状？不同品牌的降幅如何？消费者对此又作何反应？带着这些疑问，记者走进城区多家自行车门店一探究竟。



商家在整理自行车

市场分化明显 部分车型降幅大

走进一家自行车专卖店，记者看到店内客流不多。最近我在关注自行车降价的消息，今天特意来实体店看一下。正在选车的市民张昊告诉记者。

我们品牌坚持不降价，特别是一些畅销的车型仍然供不应求，需要提前预订。店主徐剑表明不参与价格战，现在消费者越来越理性，更看重产品的长期价值。在他看来，品质和服务是保持品

牌竞争力的关键因素。

与之形成对比的是，另一家自行车店采取了降价策略。我们店里很多车型进行了价格调整，现在是入手的好时机。店主吕军跃指着展区介绍，这款公路车从11800元降到了9998元，降幅接近20%；还有这款入门级车型，从5000元降到了3000元左右；儿童车也有200元至300元的降幅。

自行车降价后，尽管单车利润有所减少，但更亲民的价格容易被消费者接受，这无疑有利于骑行运动的发展。

正在选购自行车的市民李女士更看重实用性和售后服务。她告诉记者：最近发现不少车型降价了，原本预算3000元，现在能买到之前看中的5000元级别的车，性价比提高了很多。

商家各显神通 沉着应对瓶颈期

经过几年高峰期，然后又有几年瓶颈期，这是市场的规律。在华丰东路经营车行20多年的店主罗汉深有感触。

罗汉告诉记者，前几年，骑行运动十分火爆，自行车供不应求，但今年销量有所下降，特别是高端公路车。

为了应对市场变化，罗汉创新推出了骑行减价活动：顾客购买17800元的高端车，骑行300公里可减免4800元。

既能督促自己运动，又能省钱。正在试骑的市民王品晨对这种促销方式表现了浓厚兴趣，我觉得这个创意很好，可以让自己真正运动起来，而不是买来后闲置。

从一车难求到理性比价，当前自行车市场正在经历结构性调整。现在市场回归理性，不同商家根据自身库存和市场定位采取差异化策略：有的通过坚持价格体系维护品牌价值，有的通过降

价促销来激活市场，还有的通过创新营销方式吸引消费者。

从消费者层面来看，购车需求正从跟风消费逐渐向理性消费转变。越来越多消费者不再盲目追求高端车型，而是更注重产品的实用性、性价比和售后服务。这种变化倒逼车企和经销商进行转型升级，从单纯追求销量转向提升产品品质和服务体验。

融媒记者 李涵英

数码产品和运动装备热销

学生购买比例约占七成

随着开学临近，我市数码产品和运动装备迎来销售高峰。连日来，城区各大商场和专卖店，学生和家长的的身影明显增多，数码产品和运动装备的销量呈现明显上升趋势。

记者走进位于步行街的一家数码产品店，不少家长带着孩子在选购手机、笔记本电脑。准大学生王华艺在父母的陪伴下，正在挑选笔记本电脑。王华艺告诉记者，自己是一名设计专业的学生，电脑是必备的学习工具。

近期学生顾客明显增多，7000元至9000元价位的笔记本电脑很受欢迎。该数码产品店导购员王平介绍，近段时间售出的笔记本电脑，学生购买比例约占七成。此外，平板电脑、智能手机、耳机等数码产品的销量也有所增长。

记者在古山镇经纬路数码卖场看到，不少孩子在家人的陪伴下选购电子产品。销售员徐敏介绍：近期学习机、平板电脑的销量明显上升，很多家长选择在开学前为孩子更新学习设备。正在为孩子选购学习机的陈女士



学生在挑选数码产品

说：孩子上初中了，需要更好的学习工具。虽然集镇的选择没有城区多，但基本需求能满足，而且价格更实惠。

与此同时，运动用品也迎来销售热潮。在南龙商厦运动品牌专区，新款运动鞋、运动服被陈列在显眼位置，吸引了不少市民试穿选购。该店店长何亦然介绍：开学前夕，很多家长会为孩子添置

新的运动装备。我们针对开学季推出了特定优惠活动，满足学生群体的需求。

记者走访发现，多数学生和家长的消费态度。我会提前做好预算，根据实际需要选择产品。陈女士说，不会为了追求品牌购买超出预算的产品。

融媒记者 胡跨

毛芋提前上市

顾客田头直采

本报讯（融媒记者 曹润鑫 程卓一）永康舜芋是国家地理标志农产品，因皮薄、肉白、粉糯等特点，深受大家喜欢。近日，新鲜的毛芋陆续上市了。

在前仓镇荆州村，村民斜长根一边接听订购电话，一边忙着挖毛芋。斜长根介绍，这段时间，他和妻子每天要挖300多公斤毛芋，从早忙到晚。前段时间雨水太多，今年毛芋上市时间比去年晚了一点，但品质还可以。斜长根说。

斜长根是村里的种芋大户，种芋已有40多年。今年，他种了8亩毛芋。斜长根介绍，种毛芋整体难度不大，关键是水肥管理和防治病虫害。

通过地膜覆盖栽培技术，斜长根将毛芋种植时间提前到农历十月，这样毛芋可以提前上市，抢占市场先机。现在差不多挖掉一亩了，毛芋收购价每公斤三四元，一亩可以卖8000元。斜长根说。

作为永康舜芋主产区，荆州村已有几十年种芋历史。荆州村村委会副主任李敏介绍，通过几十年的发展，永康舜芋从最早的充饥物成为了国字号农产品。

目前，全村300多户人家家家户户都种毛芋，总面积超过800亩，亩产2500公斤，品种也从过去的白芋逐渐优化为现在的红花芋。因品质优良，永康舜芋还被中国极地研究中心列入极地科考物资名单，成功登上了雪龙号。

随着名声越来越大，不少顾客直接前往荆州村的田间地头采购。我每年都会买很多毛芋，这次预订了150公斤。这里的毛芋不管红烧还是煲汤，又糯又好吃。市民叶丽说。

为进一步延伸永康舜芋产业链，提升农产品附加值，今年7月，前仓镇17个村共同投资的共富项目舜芋仓储加工中心正式动工。舜芋仓储加工中心建好以后，不仅可以延长销售时间，还可以对毛芋进行深加工，提高农产品效益，促进农户增收。李敏说。

暑期档电影

内容供给多元

丰富市民观影选择

本报讯（融媒记者 李涵英）今年暑期档电影市场呈现出多元化类型，满足观众不同需求。8月27日，记者走访永康影院和溪心影城，了解市民观影情况。

19时，永康影院内陆续有市民前来观影。市民华芝告诉记者：我今天带儿子过来看《东极岛》。它是根据真实故事改编的，很好看。

永康影院工作人员告诉记者，自《南京照相馆》上映后，市场逐渐回暖，观众数量明显增加。《浪浪山小妖怪》《长安的荔枝》《捕风追影》等影片也受到了观众的喜爱。

随后记者来到溪心影城，这里晚间场次观众络绎不绝。刚看完电影的市民梅航瑞告诉记者：我看了《罗小黑》，感觉挺好看的。

最新数据显示，今年暑期档总票房已突破112亿元，其中国产影片占比达78%。多元化的内容供给和精准的排片策略，为市民提供了丰富的观影选择。