

花10799元买的自行车,刚过半个月就便宜了1800元

# “破风”未果先“破防”,济南自行车市场降温

文/片 管悦 济南报道

## 从“一车难求”到降价促销 有品牌热门款式降幅40%

5月6日上午,记者来到济南市历下区一家美利达专卖店,工作人员正忙着组装新车。门店内,斯特拉93、95两款车型单价分别从3298元、4298元降至1998元、2598元,降幅约为40%。

“从4月初起,部分车型调整价格,销量同比增长30%。”该门店负责人陈女士表示,这两款公路车是品牌热门产品,颇受入门新手喜欢,“之前部分颜色和型号供不应求,下单后需要等待一个月左右才能提车”。

在喜德盛自行车专卖店内,不少车型也已降价。“此前AD300、350等车型参与国补活动,相当于九折购车。”其门店负责人邢先生介绍,线下门店车辆单价优惠力度从二三百元到三千元不等,优惠幅度较大的是从原价16980元降至13980元的AD7Ri版。

迪卡侬也加入了“降价大军”,覆盖低中高端多款车型,折扣区间为7.5折—9.4折。入门级RC1000单价从1799.9元降至1499.9元,RC520单价从4599.9元降至3999.9元。高端品牌



“2月份花10799元买了辆自行车,半个月便宜了1800元。”近日,济南市民李女士称,自己购买的瑞豹自行车刚骑了20公里,还没开始“破风”就先“破防”了。5月6日,记者走访济南多家自行车专卖店发现,美利达、迪卡侬、喜德盛等多个品牌均迎来不同程度降价。

►济南市历下区一家自行车店门口,有消费者正在选购自行车。



码老款车型,全国数量不多,济南市场上没有。据其介绍,该门店降价车型只有两款,降幅最大的为MADONESL5八代,单价从24800元降至21800元。

## 自行车热潮逐渐退去 市场也将回归常态

“当时加价到4798元买的斯特拉95,不到两年,降价接近一半。”骑行爱好者小张表示,新车比二手车还便宜,感觉自己“亏大了”。

记者在社交平台搜索发现,有类似遭遇的消费者不在少数。“刚买不到三天,官方就降价1000元。”有网友分享自己购买捷安特contendar3的经历。

提及降价原因,济南喜德盛自行车专卖店负责人邢先生分析,当前正处于自行车消费旺季,不少品牌通过降价促销活动来吸引客流,特别是针对入门级和中低端市场。“厂家通过价格政策刺激销量是常规经营手段,并非行业性的‘降价潮’。”

而在业内人士杨女士看来,

自2022年开始,户外运动需求激增,从而带动自行车销售,尤其是入门级公路自行车一度供不应求,有品牌热门车型的订车排队时间甚至长达半年。在此趋势之下,各大厂家纷纷加大产能,新兴品牌也蜂拥而至。

“现如今,消费者娱乐方式多元化,露营、徒步等户外活动不断增温并引发新的消费热潮。自行车消费热潮逐渐退去,相比2023年销量下降超四成。”杨女士介绍,消费者购买心态回归理性,不再盲目入局,开始讲究产品性价比。

杨女士认为,为迎合消费市场情况,吸引新顾客和解决产能过剩问题,多家车企对部分老款车型和入门级公路车进行降价处理,以期带动销售。

这一点,在行业数据中也能窥见一二。根据媒体报道,截至2024年第二季度,自行车行业巨头禧玛诺、捷安特、美利达的库存过剩水平分别为20%、40%和45%。

此外,部分自行车套件原材料价格降低,车辆生产成本随之减少,也在一定程度上推动了整车价格下探。

走访中,多家自行车经销商表示,本轮库存车消耗完后,新款价格将趋于稳定,消费人群以学生和年轻群体为主,回归市场正常状态。

# 带着“毛孩子”旅行渐渐多起来 “带宠旅游”为景区带来新机遇

张宇宁 报道

当下,家庭宠物越来越多,带动宠物用品、宠物医疗等相关产业快速发展、扩张。许多人期望带上“毛孩子”一起出游。与此同时,不少景区开始向宠物开放大门,“与宠同行”的旅程愈发丰富多彩,“带宠旅游”成为旅游新趋势。这一现象也为广大景区带来了新的机遇。

## 进景区、上高铁、逛商场 “毛孩子”的旅途愈发丰富

此前,山东文旅·济南灵岩寺景区发布公告,5月6日起“人猫搭子”可共同游园。届时,“一只猫可带一人”免景区门票入场,还可以现场体验古人“聘猫”的仪式。灵岩寺的这波操作瞬间得到了许多猫主人的热情反馈,网友表示:“建议全国推广!”“超有爱的景区!”“我有二十只猫能去二十次吗?”

济南融创乐园自今年4月20日起,全面开放游客携宠入园。游客不仅可以带“毛孩子”游玩皇家转马、竞速飞行等游乐设备,乐园内还设置了专属萌宠游乐区、宠物友好撒欢区等游玩场所,并举办萌宠运动会等活动。不仅如此,乐园内的木先生宠物乐园内还设有宠物寄养酒店,为带宠游客提供多样化的服务。

此外,山东还有许多景区面向

宠物开放,如淄博红叶柿岩,烟台蓬莱阁,青岛的金沙滩等景区,宠物只需满足一定条件(通常是体型小、佩戴牵引绳等),即可入园。

除了“带宠旅行”可选目的地越来越多,旅途也愈发通畅、安全。今年4月,铁路部门在京沪高铁部分车次正式上线“宠物托运”功能,旅客只需提前预约,即可和爱宠一起乘坐高铁。

“带宠旅行”途中想“买买买”怎么办?实际上,宠物友好型商场也越来越多。以潍坊新开业不久的新辰天地为例,商场不仅允许宠物进入,还提供了宠物推车、牵引绳、纸尿裤等宠物用品的租借服务,为爱宠人士提供便利。

## 带上宠物去旅行 猫狗的主人看法不同

家住济南的小乔家中有一只“边牧”,对于“带宠出游”,她充满期待。“在我看来,妙妙(狗狗的名字)是我的家人,希望和它分享旅行的快乐。”小刘家中有两只猫,养猫史已经超过十年。谈及“带猫出游”,小刘表示不会把猫带出去:“因为我的猫没出过门,我怕带过去跑丢了,或者产生应激反应。”

记者观察到,猫、狗主人的不同态度主要源自对自家宠物安全的考虑。倘若旅途中有足够的安全保障,大部分人还是愿意带自家“毛孩子”一起出游。

## 专家: “带宠旅游” 是趋势更是机遇

中国旅游协会文化旅游专业委员会副会长孙小荣表示,宠物友好型景区越来越多,体现着一种人文主义关怀,表明了社会“亲生命性”的发展趋势。

与此同时,“宠物友好”为景区可以带来明显的增量。“曾经,带着宠物出游有很多限制,这使得很多家庭宁可在家陪伴宠物,也不愿意外出旅游。”孙小荣说,“景区、酒店等场所的‘宠物友好’建设,解决了宠物的接待问题,让有宠物家庭的出游更为便利。”

“而且养宠物的家庭整体的消费能力也是比较高的,这部分家庭可以为景区乃至旅游业带来增量。”孙小荣表示,“围绕宠物,景区可以延展相应的业态和服务,能够提高收入。”

同时,孙小荣认为,所有景区都有建设“宠物友好”的条件,关键在于如何管理。“比如说划定一个专供宠物游玩的区域,与其他游客区分开;酒店专门留出可以带宠物入住的房间,不要混用。”

“总的来说,建设宠物友好型景区是一个趋势,对景区而言是一个机遇。是否抓住这个机遇,以及如何把握这个机会,还需要景区充分权衡。”孙小荣表示。

5月11日是“世界防治肥胖日”,防治肥胖事关健康,运动是健康减肥的重要途径。

## 健身热潮 激发健康消费

在山东济南,24小时健身房、室内攀岩等各类健身场所不断涌现,“减重经济”也跟着一路升温。

济南某健身中心场馆负责人介绍,这两年随着人们对健康和减肥越来越重视,馆里每天的入场量不断增加,现在馆里每天有400多人的入场量。随着健身房的人气高涨,不少健身房开始延长营业时间,推出24小时营业服务。晚上十点多,这家24小时健身房内,仍有不少人在健身。

据统计,目前济南市共有各类健身房相关企业1.42万家,不少商家通过升级服务,来吸引消费者,“减重”“健身”正逐渐成为拉动消费增长的新引擎。

## 运动场馆人气旺 发放补贴促消费

在浙江宁波,运动场馆的火爆人气同样让“减重经济”持续升温。

来到宁波市全民健身指导中心羽毛球馆,记者看到,8块羽毛球场地全部满员。同样,宁波市体育发展中心的乒乓球馆和

网球场,场地也是“一位难求”。为了让更多人动起来,今年“五一”,宁波市体育局发放了体育消费券。这些补贴,实实在在降低了市民的健身成本。消费券的惠民效果显著。“五一”假期,超千名宁波市民在市全民健身中心使用消费券,累计节省金额达1.7万多元;宁波市体育发展中心发放的6.5万元免费畅动券,也让更多人轻松走进场馆,享受运动的快乐。

## 『减重经济』正在打开更多新场景

政府发券 企业爆单

## 体重管理消费热 带火健身用品

随着大家对“减重”需求不断升级,在浙江义乌,一场围绕“体重管理”的消费热潮正应需而起,从爆款瑜伽服到热门健身用品,“减重经济”正从运动场景向全产业链延伸。

在义乌某服饰公司直播间,早上七点半,主播就在直播间热情介绍公司最新款的瑜伽服。别小看这四人的直播团队,每场直播下来,观看人数超10万人次,营业额超20万元。而在去年,他们的直播效果还不太乐观。销量变大的主要原因,就是消费者对体重管理的愈发重视。

销售的火爆直接影响到工厂端,在义乌的这家瑜伽服生产企业,工人们忙得热火朝天。公司负责人介绍,眼下,他们正赶制一批2万件的订单发往杭州,希望月底能快速出货,尽快赶制下批订单。 据央视新闻