

“618”电商节乐器销售火爆 智能乐器需求激增

□ 本报记者 王薛滢

抖音电商乐器销量同比增长38%，摇滚三大件(吉他、贝司、架子鼓)热销，其中，吉他最受欢迎、贝司销量同比翻倍；京东超市智能乐器品类成交额同比增长120%，智能乐器融合伴奏吉他开售2小时突破百万元；什么值得买平台乐器配件销售额突破百万元大关，同比去年保持稳健增长，乐器相关商品整体销量同比提升高达46%……

近年来，乐器市场正经历着显著的变革，其中智能乐器的兴起和电商节的推动作用尤为突出，刚刚过去的“618”，各大电商平台的乐器销售数据显著增长，不仅反映了用户对乐器产品的整体需求上升，也揭示了市场对不同种类乐器的需求正在经历动态变化。

智能乐器整体需求上升

随着人工智能和物联网技术的发展，智能乐器能够提供更加精准和个性化的演奏体验，能够更好地满足消费者的需求，成为消费者的新宠。

具体来看，京东超市“618”期间，智能乐器的销售增长速度已超越传统乐器，表现出强劲的市场潜力，其中多款智能乐器产品，如LiberLiveC1无弦吉他、唐农(DONNER)HUSH-1 Pro 轻音吉他、音乐密码智能键盘、aeroband空气架子鼓、德洛伊北京珠江钢琴卷琴M6 Pro Max立式智能静音款等均受到消费者的热烈追捧。值得一提的是，enya恩雅NEXG SE青春版自动挡吉他和Nata-

sha 娜塔莎NBSG全竹智能静音吉他和智能乐器，凭借其出色的用户体验，赢得了100%的好评率。

在什么值得买平台上，弦乐器和打击乐器的交易额分别实现了34.78%和28.53%的同比增长。智能乐器的销售同样火爆，电吉他、电贝斯、电架子鼓等品类尤其受到消费者青睐，如LiberLive C1融合伴奏吉他和罗兰电架子鼓在今年“618”热度极高，新兴趋势品类呈现出强劲的增长势头。

对此，什么值得买平台玩模游戏行业负责人程龙杰分析表示，相比键盘乐器等传统乐器类目，智能乐器的受欢迎程度显著提升，这得益于它们易于上手的特性和能够提供给用户释放压力的新途径。这些乐器的智能化设计，不仅降低了学习门槛，使得更多初学者能够快速体验演奏的乐趣，同时也为专业音乐人士提供了创新的音乐创作工具。

需求变化推动乐器行业全面升级

事实上，近年来，随着《乐队的夏天》等音乐综艺的热播，摇滚乐受到越来越多人的喜爱，从而带动了电吉他、电贝司和架子鼓等摇滚乐器的需求增长。同时，动漫《孤独摇滚》在青少年中的流行也进一步激发了他们对摇滚乐器的兴趣。

据中国乐器协会相关工作人员介绍，电声乐器和民族乐器已成为新的文化消费热点，尤其电声乐器深受年轻人喜爱。与此同时，随着传统乐器钢琴品类内部结构的调整，电子键盘乐器与其

他乐器品类的平稳发展展现出更好的市场态势。数据显示，从2019年至2022年，民族乐器的市场份额有所增加，而西方乐器的份额略有下降，电子乐器的份额则呈现上升趋势。

庞大的电子乐器市场成为智能乐器生根发芽的温床。借助新技术的加持，智能乐器外观时尚、操作简便，无弦吉他帮助音乐新手速成，即使是零基础的学习者也能在短时间内弹唱自如；佩戴腕带感应技术的空气架子鼓消除了传统鼓的噪音问题，让练习变得更加自在。

资深人工智能专家郭涛指出，智能乐器需求的激增对乐器行业产生了深远影响。这一趋势推动了乐器制造商向技术创新和产品升级的方向转型，许多传统乐器品牌纷纷投入研发智能乐器及相关配件，以提升自身竞争力。此外，智能乐器需求的增长也促进了供应链的优化和生产效率的提升，以满足日益增长的市场需求。同时，智能乐器的普及还带动了相关教育和培训服务的发展，如在线音乐课程和互动教学应用等，为整个乐器行业注入了新的活力。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜表示，未来，随着技术的不断进步和消费者需求的不断变化，智能乐器市场还有很大的发展空间。预计在不久的将来，智能乐器将在乐器行业中占据越来越重要的地位。同时，传统乐器行业也将通过引入智能化技术来提升自己的竞争力，实现可持续发展。

电商节有望成为乐器销售重要渠道

《2023—2028年乐器行业竞争格局及“十四五”企业投资战略研究报告》显示，目前全球传统乐器市场约220亿美元，但全球约有10亿音乐爱好者，而乐器拥有者仅约5000万人，乐器拥有率不到5%，乐器市场潜力巨大。

在此背景下，电商节对乐器销售起到了重要的推动作用。程龙杰指出，电商节的促销活动能有效激发消费者对乐器的购买欲望，尤其是对于那些基于个人兴趣和爱好的选择。此外，电商节期间的价格优惠也促进了销售转化，无论是传统乐器还是智能乐器。智能乐器和其他高端乐器作为礼品的需求也在电商节期间得到增长，进一步推动了销售。不仅如此，电商节还为乐器品牌提供了提升知名度和与消费者建立更紧密联系的机会。展望未来，随着消费者对音乐教育和娱乐需求的增加，以及智能乐器技术的不断进步，电商节在乐器销售中的地位将更加不可或缺。

郭涛认为，类似“618”这样的电商活动对乐器销售具有显著推动作用。其不仅提高了消费者的购买意愿，还扩大了品牌的曝光度和影响力。未来，随着电商平台技术的进步和消费习惯的改变，电商节有望成为乐器销售的重要渠道。同时，结合新兴的电商模式如直播带货和个性化推荐，乐器行业的线上销售策略将更加多元化和精细化。

宠物智能用品热销 追求更高质量的“人宠互娱”体验

□ 本报记者 张钰格

伴随城市人群养宠观念的转变，宠物消费不仅仅局限在传统的宠物食品，更有大量精细化养宠、智能化养宠的需求释放。近期，“618”迎来收官，多家电商平台发布了“618”期间宠物用品的销售数据。据了解，今年“618”大促起始时间恰逢端午节假期出行前的准备期，家用宠物电器如宠物自动喂食器、自动猫砂盆、智能鱼缸等产品凭借智能化和便携性的特点，赢得了消费者的广泛青睐，呈现出显著的增长趋势。

京东超市宠物业务正式披露的数据显示，5月20日20时至6月18日24时，宠物智能用品销售金额同比增长超

169%，其中智能鱼缸销售金额同比增长超265%。淘天集团发布的数据显示，在宠物用品类目中，宠物智能烘干箱成交额同比增长超120%，宠物智能除味器/空气净化器同比增长超330%，智能猫砂盆同比增长超140%，宠物智能喂食器同比增长超230%。

随着宠物市场的蓬勃发展和宠物在家庭地位的不断提升，宠物家电智能化展现出广阔的发展前景。人们对宠物用品的需求已经不仅仅局限于基本的饮食和日常用品，而是追求更高质量的“人宠互娱”体验。某烘干箱品牌工作人员向记者介绍说，近年来宠家庭的数量增加，宠物烘干箱不仅受到宠物店的欢迎，家用小号的烘干箱也成为个人买家的选择。“我们的烘干箱在运作时

可以随时开关舱门，保证了宠物在烘干时紧张的情绪能够得到及时安抚，也能缓解消费者对宠物在封闭空间内可能产生不安情绪的担心。”购买过宠物烘干箱的周先生表示，“购买烘干箱的初衷是每天遛狗后，给狗擦完嘴、脚和肚子毛后可以给狗进去烘干。前几日第一次在家给狗洗了澡，没想到不仅烘干得很快，还可以打开侧面的‘撸猫窗’安抚宠物情绪，小狗在烘干箱里面活动自如，我看它还挺舒服的，应该早点入手。”

此前，有业内人士指出“宠物行业具有购买者与使用者分离的特点”，事实上，不仅是宠物烘干箱考虑到了宠主双方的使用体验，许多品牌从只服务“宠物”转向了服务“人和宠物”。谈

及宠物智能用品的服务对象，什么值的买平台宠物行业负责人高扬认为，与其说宠物行业具有购买者与使用者分离的特点，不如说是宠物品牌服务理念深化和拓展。从本质上来说，宠物品牌的服务对象并没有发生根本转变，自始至终都以养宠人的需求为核心，不断深化对这部分人群需求的理解，并以此为基础提供更加全面和细致的服务。业内人士指出，随着宠物市场的不断发展，消费者对宠物产品的需求也在不断变化。他们不仅关注宠物的生存需求，还追求宠物的幸福感和生活品质。由于宠物陪伴属性的凸显，许多品牌通过贴心的设计提升消费者的体验和好感度，从而推动相关产品销量增长。

从电商大促看消费新趋势

《报告》显示，消费者更加追求性价比更高的商品，平台及时跟进。京东等平台上线比价页面、抖音推行电商改价系统、拼多多采用“自动限价”功能，各大平台在价格策略上通过价格竞争赢得用户。例如男装、女装、男装、女鞋在活动期间的平均价格分别下降了18.4%、9.6%、9.5%、2.8%。

“这说明电商之间的竞争也在加快转变。这种非常集中的电商节日活动，充分促进了电商之间的相互竞争。”国务院发展研究中心市场经济研究所原所长、二级研究员王微分析，每家平台都高度重视“618”，在活动期间的投入了非常多的资源和促销政策，并不断创新和调整。

李鸣涛认为，在理性消费时代，面向未来发展，突出“低价”优势的电商大促，不能仅仅成为消费力的一次集中释放，更应该成为产品创新的集中

展示与可持续发展理念的生动实践。电商平台在提升产品竞争力和服务体验基础上，更应该深挖电商高效供应链支撑下形成的价格成本优势，提升平台自身的渠道效率和运营服务水平，引入AI等新技术，打造电商服务新场景，构建良性竞争生态。

《报告》显示，“以旧换新”成为年中大促关键词，通信器材、家用电器、家具等均成为以旧换新的重要品类，市场呈现出全面焕新的消费趋势，净水器、电磁炉、冷风扇、热水器等销售额快速增长。

姚景源表示，居民更新家电，一方面是出于安全性考虑，使用一定时间的家电应当更新；另一方面是使用更绿色、更智能产品的需求。面对新技术、新产品、新功能，老家电在功能上和环保标准上都有些落后。家电以旧换新既能保证消费者对安全性、可靠性和使用更智能、绿色新产品的需求，还能推动社会节能减排、绿色发展。

(经济日报)

□ 本报记者 刘元 文/摄

各大电商平台的年中大促已经落下帷幕。随着全民健身意识不断增强和暑期出游季即将到来，体育用品消费持续走热，呈现多品类百花齐放、销量持续走高的趋势。

体育消费多品类百花齐放

“与往年购物节大包小包地买衣服、化妆品不同，今年我买了一辆室内健身动感单车，还有瑜伽垫、弹力带等小件健身装备。”家住北京市石景山区的晁女士告诉记者，附近的健身房都不太合适，上班也比较忙，索性把健身器材搬回家里，平时一边看剧一边骑车，休闲锻炼两不误。

透过各大电商平台的数据也可以看出，体育用品消费迎来强劲增长，市场前景乐观。

在京东平台，电动滑板成交额同比增长600%，麦瑞克绝影one动感单车、李宁雷霆80羽毛球拍等商品增长超400%。抖音数据显示，“618”期间，登山杖、渔具、户外服饰销量同比增长150%、70%和127%。在什么值得买站内GMV百万级以上品类中，增长最快的品类之一是户外鞋袜，同比增长高达81.09%。

什么值得买平台运动行业负责人宫晓非表示，与往年相比，消费者和热销产品的关键词可以概括为多元化、专业化、时尚化以及体验化，“今年消费者更加倾向于体验新鲜和多样化的运动方式，对装备的专业性和个性化有更高的要求。其中，徒步、越野跑和瑜伽运动的受欢迎程度显著提升，带动了冲锋衣、软壳、徒步鞋、越野跑鞋和瑜伽服等专业装备的销量增长，显示出消费者对特定运动装备的需求增加。”

宫晓非强调，消费者不仅在寻找满足基本运动需求的装备，更在寻求能够提供高质量运动体验和个性化表达的产品。这种转变促使品牌和制造商不断创新，以适应消费者对高品质和个性化运动生活方式的追求。

多位业内人士认为，在我国居民收入和生活水平提高、健康意识不断增强、年轻人群成为消费主力等因素影响下，人们对运动休闲的消费需求日益增长。当前体育消费市场新机遇不断涌现，如何把握市场机遇，利用前沿科技研发出更多适合大众需求的健身产品，已经成为每个体育用品行业从业者的必修课。

优化体育消费环境

中国体育用品业联合会发布的《2023年中国体育用品行业发展趋势报告》指出，目前我国已成为全球最大的消费市场之一。如今，除了体育用品本身，各大电商平台正在摸索与专业组织或业内专家合作以提供更好消费环境的道路。

什么值得买平台策划推出了“兴趣日—运动硬核值选日”特别活动，为运动爱好者提供精选的装备推荐。“我们召集了站内众多运动领域的专家，结合自身的专业知识和实践经验，为用户推荐一系列实用且高性能的运动装备。通过突出产品性能，并采用榜单种草的形式，成功激发了消费者的购买热情。”宫晓非介绍。

今年5月，中国体育用品业联合会与京东世纪贸易有限公司签署战略合作。在签约仪式上，京东零售大时尚事业部体育健身业务部总经理刘林表示，京东将以此次签约为契机，在推动行业规范、健康、高质量发展的同时，充分助力健身器材品牌商家稳定增长，并帮助消费者建立购买信心。

中国体育用品业联合会露营产业专业委员会副理事长张一夫告诉记者，电商平台具备连接广大消费者的渠道，专业组织通过技术检测可以为产品品质提供基础的背书，二者合作可以更好地连接技术端与消费端。对于行业来说，有一定技术沉淀的品牌会得到更多消费者认可，同时促进中小品牌产品品质提升，减少了劣币驱逐良币现象的发生，最终通过标准化服务，为我国体育运动爱好者创造出一个安全、优质、有保障的消费环境，更好地保护消费者权益。

此外，自今年4月以来，京东运动已开始为健身器材品类上支持以旧换新，鼓励消费者更换新装备，为每一位健身爱好者提供更专业、安全的产品。今年“618”，京东平台体育健身以旧换新服务品类成交额环比增长800%。

有业内专家认为，体育用品业顺应体育用品消费个性化、多样化、智能化、数字化的发展趋势，高度关注不同年龄段群体消费理念变化趋势，用好社交媒体、电商平台等数字终端，紧密关注消费者需求新变化、新热点。



图为消费者正在试用健身器材。

江苏盐城大丰公安服务企业出实招

今年3月份“春群”行动以来，江苏省盐城市大丰区公安局组织全局403名民警对辖区702家定报企业进行走访，宣讲涉企违法犯罪防范要领，了解企业生产经营状况，听取企业家对公安工作的建议。行动开展以来，全区公安机关累计走访近2000次，收集建议、线索26条。

在对大丰农商银行的走访中，民警了解到该公司当前存在涉及不良贷款诉讼时间长、抵押物贬值的难题，希望公安机关能够提供帮助。大丰区公安局认真组织民警进行专题调研，论证介入可能性，决定

成立驻金融系统前哨工作站，并于4月26日挂牌成立。

前哨工作站成立以来，全区各大商业银行电子显示屏全天滚动播放防范非法集资、电信诈骗宣传标语42条，形成全社会抵制金融风险的浓厚氛围，通过柜面成功劝阻4起电信诈骗，避免群众损失90余万元；促成2家小微企业顺利办理经营贷400万元，缓解了企业资金难题；约谈贷款人、担保人29人，促成签订还款计划12份，初步达到“警企互利，合作共赢”的目标。

(朱永进)

近日，“秘议花小钱吃大餐·大食堂”(以下简称“大食堂”)首店在浙江省宁波市正式开业。该店是以中式快餐为核心，致力于服务基层社区群众、公司职员、旅游人员等人群的中式快餐连锁企业。

随着人民生活水平的不断提高，餐饮业也在不断发生着变化。“大食堂”是在传统中餐店的基础上加以改进而成的一种新式餐饮模式，相比传统中餐店来说，中式“大食堂”更加具有优势。中式快餐“大食堂”菜品丰富，食材新鲜安全，环境干净优雅，可以让大家在享用美味食物的同时吃得安心、放心。

“大食堂”深知，一顿美食不仅仅是味蕾上的享受，更是一种对生活品质的追求。因此，“大食堂”不仅仅关注于食

新式中餐“大食堂”打造餐饮新模式

材的新鲜与优质，更致力于为顾客打造舒适、健康的用餐环境。为此，“大食堂”引进了先进设备制造负氧离子，让消费者在用餐的同时，呼吸富含负氧离子的空气。

“民以食为天”，食品安全一直是消费领域关注的重点。随着经济的快速发展，人们的生活水平不断提高，从以前的“吃饱”到“吃好”，再到现在的“吃出健康”，消费者对食品安全质量提出了更高要求。“大食堂”在食品原材料采购、加工等各个环节严格把关。“大食堂”董事长邱奕表示：“我们的食材都是经过严格筛选的，用的是五常大米，和五常市智享水

稻种植专业合作社签订了大米供销合同，蔬菜、肉类、豆制品等都是定点采购，调味料都是采购的知名品牌，保证食品安全和质量。”

邱奕表示，质量、安全和美味是企业始终追求的方向，对此“大食堂”有着一系列措施，通过严密把控，为消费者提供安全、优质的餐饮环境。严格的监管不仅体现了企业的社会责任，更展现了品牌对消费者权益的尊重和保障。

随着时代的进步和社会的不断变迁，外出用餐已融入人们日常生活的寻常场景。“大食堂”能够让消费者以

较低的成本享受到丰盛的餐饮。开业现场，来自附近工厂的乔女士和苏女士表示，“大食堂”物美价廉，菜品味道很好，以后会经常来消费。

辰智大数据发布的《2024中国餐饮大数据白皮书》显示，截至2023年底，中国人均餐饮消费为39.1元，相较于2022年人均消费仅17元有较大幅度提升，中式快餐市场潜力巨大。据了解，“大食堂”未来也将不断扩大市场，以宁波西部为核心，逐步向全杭州地区乃至更广阔的区域延伸，惠及更多消费者。

(王儒 王雨竹)