

主打性价比,电商平台、实体店铺销量陡增 这款大衣成大学生冬日“新时尚”

昨日,在郑州轻工业大学的校园内,4名男大学生身穿“军大衣”行走格外显眼,形成了一道亮丽的风景线。

在小红书平台,记者搜索“军大衣”词条发现,已有超2万篇笔记,2900多件商品在售。

据悉,“军大衣”又叫“劳保大衣”。

不难发现,昔日的“土味”劳保大衣,凭借着价格低、用料足,如今在互联网时代再度风靡,成为年轻人冬日保暖、新奇体验的“新时尚”。

正观新闻·郑州晚报记者

叶霖/文

见习记者 王梦瑶/图



郑州大学生身穿劳保大衣行走在校内

实际保暖效果和上千元羽绒服差别不大

“在网络上看到有人发布了穿劳保大衣上课的视频,出于好玩的心理号召室友一起购买,但在之后被劳保大衣的保暖效果所吸引。”郑州轻工业大学一名穿着劳保大衣的男生表示,一件百元的劳保大衣,比起上千元的羽绒服,保暖效果并不差,不少同学看到他穿,纷纷表示好奇想体验一把,还找他咨询购物渠道和网店链接。

记者在郑州街头走访时发现,不仅穿着劳保大衣的年轻人明显增多,同时,售卖劳保大衣的店铺也“火”了起来。

劳保大衣更具性价比

日前,“国产羽绒服卖到7000元”登上热搜。数据显示,2015年到2020年,中国的羽绒服均价已经从438元升到656元,大型防寒服的价格突破1000元。其中,2000元以上的占比接近70%。

在动辄数千元的羽绒服、防寒服面前,劳保大衣能够成为“黑马”,用一句年轻人的评价来总结尤为贴切:“不是羽绒服买不起,而是劳保大衣更具性价比。”

劳保大衣成为今冬一道亮丽的风景线,成为现象级的营销话题。

“单劳保大衣这一项,营业额就比往年翻了两倍。”在郑州某劳保用品店,老板闫女士表示,从11月份以来,劳保大衣销售量增加不少,每天都有年轻人前来购买,并有不少人电话咨询劳保大衣售卖价格、发货渠道等情况。

在淘宝平台,“时尚劳保大衣”位列热搜榜第二,本周增速达22%,热度达720万,相关宝贝数量超过3000件。记者随机打开多个购物应用发现,多家网店劳保大衣的销量均超万件,价格在40元到100元。

对此,有业内人士认为,劳保大衣火了其实是时尚的循环,代表了人们集体潜意识中的一种怀旧情结,同时也是一种文化认同。

然而,充满年代感的劳保大衣能否持续创造销售神话,面对变幻莫测的市场行情以及难以捉摸的消费习惯,这很难说。但背后或释放了新一代消费者的诉求,也积极地向品牌方喊话,关注Z世代的消费需求和特点,提供个性化的产品和服务,才有可能引领未来的消费风向。



瞭望塔

爆火背后 不只是“买不起羽绒服”

话题“国产羽绒服卖到7000元”刚上热搜没几天,一批身着劳保大衣、花棉袄的大学生就紧跟着走进公众视野。

常年存在的劳保大衣如今突然爆火,很难不让人跟不断涨价的羽绒服联系在一起。

作为冬季必备单品的羽绒服,如今动辄上千元。而且不只是国外品牌,现在众多国产品牌也都走起高端化路线,这让原本可以“无忧购”的消费者逐渐“望而却步”。

在此情境下,00后身穿劳保大衣出来“整顿羽绒服市场”,也就很自然地走进了人们的心里。此时无声胜有声,民众对于羽绒服涨价的不满,以及囊中羞涩的自嘲,都在对这批“勇敢”大学生的围观中得以消解。

然而,劳保大衣背后的积极因素也同样值得关注。很多人对劳保大衣有共识:“很扛冻、贼暖和”,但样式单一,又有点重。年轻人选择劳保大衣,看重的不是花里胡哨的样式,而是它的功能性、实用性和便利性。这与时尚潮流的特质可谓背道而驰,但随之展露的,却是当代大学生自身的特质。讲求性价比的务实,不盲目追求高价位的理性消费观,以及“我不尴尬”的心态。这些难道不是难能可贵,值得肯定的?与此同时,正如近日“广

西老表”的再次爆火,劳保大衣作为国产老物件的另一实力“担当”,再次获得年轻人的青睐,或许也并非偶然。他们穿的不仅是温暖,也是情怀,更是自信,如此,不也正应了潮流的本质?因此,劳保大衣走红不能只“怪”羽绒服涨价。

话说回来,国产羽绒服涨价、走高端路线,本身有错吗?我看未必。且不说这是不同企业在各自经营策略下的自主选择,仅就其产业发展对于“中国制造”走向世界的意义来看,我们至少没必要泼冷水。

据统计,仅2022年,中国羽绒服进口量为517.6万件,出口量为7831.2万件,出口量约为进口量的15倍。可见国产羽绒服是受到国内外消费者认可的,其开设高端线也正是为了能被更多国外消费者“看见”。当然了,对于这条路目前众多国产品牌也还处于探索阶段,企业同时也面临着相应的风险。至于探索结果,市场自有检验。

总而言之,丰俭由人,各取所需,是适合我们多数人的消费观。不论衣着高端还是平价,只要足够防寒保暖、自我感觉舒适,就可以穿出自己的风采。如此,劳保大衣当然也可以有春天。

正观新闻·郑州晚报评论员 周也琪

11月份制造业采购 经理指数为49.4%

新华社电 国家统计局服务业调查中心、中国物流与采购联合会11月30日发布数据,11月份,制造业采购经理指数(PMI)为49.4%,比上月下降0.1个百分点,制造业景气水平略有回落。

国家统计局服务业调查中心高级统计师赵庆河分析,11月份,受部分制造业行业进入传统淡季,以及市场需求不足等因素影响,制造业PMI略低于上月0.1个百分点。

从企业规模看,大型企业PMI为50.5%,比上月下降0.2个百分点;中型企业PMI为48.8%,比上月上升0.1个百分点;小型企业PMI为47.8%,比上月下降0.1个百分点。

从分类指数看,在构成制造业PMI的5个分类指数中,生产指数和供应商配送时间指数高于临界点,新订单指数、原材料库存指数和从业人员指数低于临界点。

我国可再生能源 发电装机占比近半

新华社电 国家能源局11月30日发布数据显示,截至10月底我国可再生能源发电总装机突破14亿千瓦,达到14.04亿千瓦,同比增长20.8%,约占全国发电总装机的49.9%。

其中,水电装机4.2亿千瓦、风电装机4.04亿千瓦、光伏发电装机5.36亿千瓦、生物质发电装机0.44亿千瓦。预计年底全国可再生能源发电装机将突破14.5亿千瓦,风电光伏发电装机将突破10亿千瓦。

今年1至10月,全国可再生能源发电量达到2.33万亿千瓦时,占全国总发电量的31.8%。其中,水电9805亿千瓦时、风电6968亿千瓦时、光伏4898亿千瓦时、生物质1640亿千瓦时。预计全年全国可再生能源发电量将达到3万亿千瓦时,约占全社会用电量的1/3。