

长沙高温催热“清凉经济”

有门店风扇销量暴涨300%,厨房空调成新宠

连日来,长沙持续被晴热高温天气笼罩。7月12日,长沙市气象台继续发布高温橙色预警。炎炎夏日之下,“清凉经济”全面升温,从解暑物资到降温家电,各类消暑商品迎来热销潮。

7月12日下午,记者走访发现,不少杂货店已将小风扇摆至店门口最显眼的位置,涵盖手持式、头戴式等多种款式,价格层次丰富。

在名创优品荟聚门店,不时有消费者驻足挑选,还有外卖骑手前来取走线上订单配送的风扇产品。一名店员向记者介绍:“99.9元那款手持小风扇出风风量最大,同时也是店里卖得最好的一款。”

在不远处的京东MALL门店,立式柜机、壁挂式空调、新风空调等多种机型整齐陈列,从亲民刚需款到高端智能款一应俱全。销售人员在店内来回奔走,忙着为顾客提供专业选购建议。

长沙京东MALL副店长谭扬告诉记者,当前空调消费以换新需求为主导,“6·18”以来,门店空调销量较去年同期增长70%。其中推出的999元一级能效空调,受到不少租房业主的青睐。此外,小家电类风扇销量同比增长达300%。他还观察到,如今消费者购买空调已不满足于单纯制冷,对节能、新风、除菌以及智能化功能愈加重视。

部分细分品类也呈现出强劲增长,如专为厨房设计的空调品类。“针对厨房高油盐环境,这类产品具备防腐蚀、易清洁等特性,主要受众为‘90后’‘95



手持小风扇销售火爆。组图/记者李轩子

后’等年轻做饭群体。”谭扬补充道。

值得一提的是,带制冰功能的家电正成为消费新热点。谭扬表示,自带制冰机的冰箱需求激增,消费者尤其偏爱快速制冰的机型。冰箱的热销也受益于国补政策,过去仅在万元级产品中出现的制冰功能,现已下探至5000元价位段,有力推动了冰箱销量的结构性增长。

在长沙通程电器大托旗舰店,记者同样看到空调、风扇等消暑“利器”销售火爆,前来咨询购买的市民络绎不绝。

通程电器副总经理欧海军介绍,通程电器空调6月环比增长40%,冰箱冰柜增长32%,风扇增长超过180%。其中绿色智能产品增长尤为明显,如海信智能新风空调、容声大冰象冰箱等产品,增幅超过200%。

除家电卖场外,商超同样是市民采购解暑物资的重要阵地。盒马数据显示,今年上架了不少降温类新品,比如冰感降温湿巾、冰凉眼贴、清凉贴等,环比销售均超过300%的增长。

潇湘晨报·晨视频记者李轩子



市民在选购空调。

今年A股最大IPO来了

存储巨头长鑫科技周四可申购
将是科创板历史上第二大IPO

根据目前的发行安排,周四(7月16日)可申购科创板新股长鑫科技。

长鑫科技本次拟初始公开发行66.88亿股,占发行后总股本约10%(超额配售选择权行使前)。若全额行使15%的超额配售选择权,发行总股数将增至约76.91亿股。

长鑫科技本次发行采用战略配售、网下发行与网上发行相结合的方式。其中,初始战略配售数量为33.44亿股,占初始发行数量的50%;网下初始发行数量为26.75亿股;网上初始发行数量为6.69亿股。

此次长鑫科技拟募资295亿元,是今年以来A股最大IPO项目,也是科创板历史上第二大IPO,仅次于中芯国际的532亿元。

长鑫科技网上发行申购上限为167.2万股,顶格申购需配沪市市值1672万元。Wind数据显示,长鑫科技是今年以来发行股票数量最多的新股,同时也是科创板历史上发行股票数量最多的新股。这意味着,长鑫科技的中签率预计较高。

招股书显示,长鑫科技是我国规模最大、技术最先进、布局最全的动态随机存取存储器(DRAM)研发设计制造一体化企业。自2016年成立以来,公司始终专注于DRAM产品的研发、设计、生产及销售。

根据Omdia的数据,按产能、出货量和销售额统计,长鑫科技已成为中国第一、全球第四的DRAM厂商。按2025年第四季度DRAM销售额统计,长鑫科技的全球市场份额已增至7.67%,核心产品及工艺技术已达到国际先进水平。

长鑫科技董事长朱一明是兆易创新创始人和董事长,兆易创新也持有长鑫科技部分股权。值得注意的是,朱一明承诺了超长股份锁定,在长鑫科技上市后的第一个十年,不转让所持股份,上市满十年后的第二个十年里,每年最多减持上一年末剩余锁定股份总数的20%。

业绩方面,2023年、2024年、2025年,长鑫科技的营业收入分别为90.87亿元、241.78亿元、617.99亿元,净利润分别为-163.40亿元、-71.45亿元、18.75亿元。

受益于存储超级周期,长鑫科技业绩爆发。公司披露的业绩预告显示,2026年上半年预计实现营业收入1100亿元至1200亿元,同比增长612.53%至677.31%;预计实现净利润500亿元至570亿元,同比增长2244.03%至2544.19%。

(中国证券报)

年轻人把新能源车当手机换

平均车龄仅1.8年,核心诉求是升级智能配置和用车体验

近日,中国汽车工业协会与和君咨询联合发布的《2025中国汽车后市场年度发展报告》显示,传统燃油车平均车龄高达8.2年,超六成车辆服役超过7年;而新能源车平均车龄仅1.8年——比很多人的换手机周期都短。虽然这其中有大量新车拉低了平均车龄,但新能源车主换车更勤快是不争的事实。另一项数据也印证了这一点:新能源车主流换车周期仅3—5年,燃油车则稳定在6—8年。

新能源车主为什么换车这么勤快?

两种车型完全不同的迭代逻辑是核心原因。燃油车时代,核心竞争力是发动

机、变速箱和底盘这三大件,技术成熟,5—8年才能完成一次有意义的换代。而新能源车本质上是“大号电子产品”——电池、电机、电控以及芯片和车机系统成为核心部件,迭代速度天然更快。

据《每日经济新闻》报道,国内新车开发周期已压缩至18—24个月,较传统燃油车时代的60个月大幅缩短。2025年全年超过230款新车上市,而据不完全统计,2026年仅3月份国内就举办了近80场新车发布会。发布会热度转瞬即逝,竞品接连上新分流声量,车型热度和销量同步快速下滑。“提车不到3个月就变老款”“以前三年磨一剑,现在一

年磨三剑”……社交媒体上,车主们的吐槽随处可见。

迭代过快最直接的代价,就是保值率持续下滑。中国汽车流通协会数据显示,新能源车三年保值率仅43.35%,而燃油车三年保值率普遍在50%以上,中大型轿车和SUV甚至能维持在55%以上。电池衰减也是保值率下滑的重要原因,车辆使用3—5年后,电池容量可能衰减8%—15%,使用5年以上则衰减超20%,大幅加重用户续航焦虑。

据《中国新闻周刊》和央视新闻等媒体报道,有博主探店发现,6年以上车龄的新能源车,二手车商普遍不愿收,使用7—8年的新能源车只能卖新车价的两成左右。8年或12万公里,就是新能源车的“斩杀线”。一位车主的车开了4年,只因芯片算力跟不上就被车商评价为“已经很老了”。加上电池更换成本动辄数万元甚至十几万元,许多车主认为,与其继续持有贬值资产,不如趁早置换新车。

此外,35岁以下年轻用户是购买新能源车的绝对主力,他们更偏爱智能科技体验。懂车帝数据显示,43%的新能源车主在换车时,核心诉求是升级智能配置和用车体验,这进一步加快了新能源车置换节奏。

(21世纪经济报)



长沙市民购买新能源汽车。图/长沙商务