

国货当自强：“野性消费”过后的思考

2021年07月29日 14:49 来源：羊城晚报



这几天，以鸿星尔克为首的国潮运动品牌火了！

据京东发布报告显示，7月22日、23日两天国潮运动品牌的整体销售额同比增长超过280%。其中，跑步鞋、篮球鞋、运动裤、T恤等成为销量最高的品类，鸿星尔克、安踏、361度、匹克等国潮运动品牌销售暴涨，位居销售规模前列。国潮品牌鸿星尔克23日当日销售额同比增长超52倍。

为何近日国货运动品牌销售额增长如此之快？7月21日，国货品牌鸿星尔克捐款5000万元物资支援河南，因低调捐款被网友“心疼”。随后，大批网友冲进鸿星尔克直播间“扫货”。网友们开始纷纷喊话“要野性消费”，将鸿星尔克送上热搜，由此掀开以鸿星尔克为首的国货品牌销售热潮。而“野性消费”之后，留下的更多是关于“国货当自强”的思考。

鸿星尔克线上、线下门店被抢购一空

在21日鸿星尔克捐款5000万元物资支援河南后，大批网友冲进鸿星尔克淘宝直播间。平时“场观”数千人的店铺直播间，瞬间冲进了200多万人，销售额也超1022万元，远超今年“6·18”当天直播销售额的96.6万元。

网友们在这里驻足、下单，为鸿星尔克点赞。产品上架一款就被抢空一款，网友们纷纷点赞留言，并呼吁“上最贵的”！在连续直播长达53个小时后，到24日下午5时08分左右，抖音号“鸿星尔克品牌官方旗舰店”单场直播的预估销售额突破1亿元！直播间主播一直劝大家不要刷礼物，一定要理性消费，然而，网友们却“不买账”：“我们就是要野性消费。”

对此，鸿星尔克集团总裁吴荣照表示：“希望大家能够把目光放到我们的灾情现场，更多地关注我们的一线救灾人员，因为他们值得我们更多的掌声。”

支撑品牌爆红的背后是产品

“我用国货我光荣”等类似留言频频出现并获得高数量的点赞，无不在说明消费者对国货的信心在逐渐增强。事实上，国潮不仅仅只是品牌名，它以品牌为

载体，深入其内里，更是时下不能被忽略的文化现象，印刻着以年轻人为代表的消费群体的精神状态。

有专家认为，当越来越多耳熟能详的品牌因为变潮了焕发出全新生命力、当一些新兴品牌因为走潮流路线一炮而红、当年轻消费者们开始为抢国货新品熬夜排队、因为使用国货而感到自豪……这背后既体现了国货的实力与魅力，也反映着文化回归和民族自信。

虽然表面上看，鸿星尔克此次神话般的一夜翻红是偶然事件，毕竟销量的激增并非始于产品，天时地利人和缺一不可，但支撑品牌爆红的背后依旧是过硬的产品。“这个热度能不能够持久热下去呢？”暨南大学经济学院教授梅林海认为，国产品牌应该利用好这次热度，将国货做大做强。通过互联网打造网红爆款出圈不难。“但一个品牌能走多远关键还是看内功，要兼顾颜值、品质和价格。”梅林海说。此次“野性消费”中，也有不少网友建议鸿星尔克应该在设计上多下功夫。国货当自强，不少网友期待国货品牌能推出更多过硬的产品，让国潮一直热下去。

guócháo	zhùzú	hūyù
单词：国潮	驻足	呼吁
mǎizhàng	huànfā	mèilì
买账	焕发	魅力
yìyèfānhóng	nèigōng	jiāngù
一夜翻红	内功	兼顾

讨论：1. 请谈谈为何近日国货运动品牌销售额增长如此之快？

2. 请谈谈“国货”如何“当自强”？

源新闻：<http://www.chinanews.com/sh/2021/07-29/9531431.shtml>

音声 URL：<http://ttn.co.jp/sound/text/2400n881.m4a>