

“宅经济”撑起消费半边天

有这样一个段子:80后,开始懒宅;90后,非常懒宅;00后,“懒宅”以为常。

近两年,“宅经济”这个词高频率出现在我们生活中,一部手机,就能满足人们吃喝玩乐、衣食住行的全方位需求。

2020年疫情特殊时期下,居家办公、线上O2O“腾空出世”;在线教育、泛娱乐产业“高歌猛进”;生鲜配送、在线医疗“风生水起”。

大多数人“宅”在家里,给餐饮、旅游等行业造成一定冲击,与此同时,生鲜配送、在线教育、远程办公、在线医疗等新型“宅经济”而逆势而上;网络购物、线上办公、餐饮外卖、网络游戏等“宅经济”一触即发。在线音乐、视频、网络游戏等大幅增长;就连曾经一度要被“灭亡”的生鲜电商,也获得新生,估值飙升。

一场以“宅经济”为代表的消费革命风生水起,成为去年战疫中的一抹亮色,也成为了一种备受关注的商业新业态。

其实“宅经济”由来已久。

最早起源于“懒人经济”,是随着网络兴起的一个新概念,主要指居家生活和居家消费。随后频繁运用在商务会议工作中。

2009年,金融危机后,在中国台湾有很多失业、找不到工作的人,通过网络寻找一些兼职,从而催热“宅经济”。

随后在日本,特定群体的消费内容和模式不仅定义了一种居家消费文化,也直接推动了动漫、电子游戏及衍生产业的发展。

2020年的疫情大暴发,许多企业选择线上办公。上半年在延迟复工背景下,一周内有超过两亿职场人开启在家办公模式。尽管很多厂商对于激增的远程办公需求早有准备,但还是

没能顶住用户爆发式增长带来的压力,很多远程办公应用都出现了卡顿或崩溃的问题,多款应用不得不临时进行限流、扩容。

百度数据显示,“远程办公”搜索指数上升超5倍,不少办公软件也迎来了高峰,“钉钉”的搜索指数上涨4倍。“企业微信”上涨7倍。远程办公的火爆迅速传递到资本市场,视频通讯公司Zoom 2020年第一季度累计涨幅超过30%。搜索指数上涨5倍。如今企业微信、钉钉、飞书成为最主流在线办公App。

种种数据都告诉我们,“宅经济”火了,它们进入高光时刻。

除了线上办公,定表“抢”菜和外卖平台成为疫情下人们温饱的生活保障。生鲜电商从未有过集聚着全国人民的目光。人们准备休息的时分,正是生鲜电商前置仓灯火通明的前奏。上千吨食材录入仓库,黄瓜、西蓝花等一个个小图标被点亮。

生鲜超市的生意火爆,也短时间出现严重人手不足的情况。

为此,不少电商平台联手餐饮企业,共享员工。最开始,盒马就宣布联合云海肴、青年餐厅,合作解决现阶段餐饮行业待岗人员的收入问题,缓解餐饮企业成本压力和商超生活消费行业人员不足的挑战。

之后,永辉、苏宁、沃尔玛、绿地G-Super、美团买菜、叮咚买菜等多家零售企业也向餐饮企业发出邀请,全国上百家餐企加入“员工共享”计划进行自救。

去年7月,每日优鲜更是宣布完成新一轮4.95亿美元融资,该笔融资也是生鲜到家行业目前的最大规模融资。该轮融资将投入到公司智慧连锁技术和产地供应链能力的打造中。事实上,在疫情影响下,生鲜到家业务进入快速成长阶段,成为消费者



制图 曹磊

66

2020年疫情特殊时期下,居家办公、线上O2O“腾空出世”;在线教育、泛娱乐产业“高歌猛进”;生鲜配送、在线医疗“风生水起”。大多数人“宅”在家里,给餐饮、旅游等行业造成一定冲击,与此同时,网络购物、餐饮外卖、网络游戏等“宅经济”却逆势而上,生鲜配送、在线教育、远程办公、在线医疗等新型“宅经济”一触即发。

99

的主要购买渠道。经过一轮洗牌的新鲜市场已从群雄割据的发展初期迈入新阶段。

外卖也成了大型餐饮企业的一根救命稻草。中国电商委主任苏军告诉新金融记者,受疫情宅经济的影响,消费者回家吃饭的需求和习惯猛增。如今“宅家群众”更愿意选择外卖配送而非堂食,“无接触配送服务”、食材可追踪、操作员定时体温检测、厨房卫生消毒让消费者可安心食用。一时间网上外卖烧烤、螺蛳粉、奶茶成最热门消费产品。网络迅速拉动中小商家经济复苏,“码上经济”一片繁荣。

如今“宅经济”撑起了互联网消费的半边天。2020年中国游戏市场重回两位数增长。

新金融记者调查发现,从销量排名前五的电商中可以看出,近八成的买家都提到“宅家”“特殊时期”“居家健身”等关键词。

任天堂一向小众的体感游戏《健身环大冒险》在去年不到1个月的时间,身价从700元翻番增长至1799元。Switch和其平台发售的卡带游戏销售量在疫情期间迎来了惊人的提升。同样是受宅在家中只能选择玩游戏的玩家们带动,传统家用游戏主机中PS4的销量也有了一定的增长。

中国游戏产业研究院发布的报告显示,2020年国内游戏市场实际销售收入达2786.87亿元,同比增长20.71%;游戏用户规模达6.65亿人,同比增长3.7%;自研游戏国内市场实际销售收入为2401.92亿元,同比增长26.74%。进口游戏版本号同比减少47.6%。

其中王者荣耀、和平精英、三国志、梦幻西游等成为2020年最吸金游戏。

有数据显示,“宅经济”2021年消费者规模有望突破4亿。

撰文/刘姝乐