

新需求打开新空间

——疫情下的新消费观察(下)

本报记者 拜喆喆 王雨红 张源 苗丽娜

像李子柒一样“带月荷锄归”?“云”健身实现“赘肉咔咔掉”?和朋友在线连麦,看谁能成为“K歌之王”?如果拥有一段完全属于自己的时间,你会做些什么?

随着疫情防控常态化,“阳台经济”、宅家健身、“云”上社交等消费新模式蓬勃涌现,曾经的想象已变成了一个消费新场景。“消费”这个商业社会的恒久命题,在疫情的“催化”下,进入了新蓝海。在“买什么”“怎么买”上发生的改变,为传统市场破茧重生、求新谋变创造了机会与条件,也为市场回暖、消费升级注入强大动力。

中国市场“海阔鱼大”,疫情阻挡不了消费者对美好生活的向往。“买买买”中,现代社会的一个特征也愈发凸显——人们开始更加关注自我。“我需要什么”成为新消费缘起,也为嗅觉敏锐的浙企打开新机遇。

催生市场新变化

疫情下,人们和家庭的联系增多,也从自我需求出发,重新定义生活必需品。

疫情期间,很多人选择了在阳台种菜。有网友笑称,中国人刻在骨子里的种菜基因“醒”了。根据淘宝《2022阳台种菜报告》数据,淘宝天猫平台各类蔬菜种子购买人数连续三年增幅超100%,越来越多的人喜欢自己种菜。

今年4月,杭州80后市民吴女士,在小区封闭期间在业主群里和邻居置换到了花盆、菜种,如今,她种下的茄子和生菜收获在即。比吴女士更早购买水培蔬菜材料的邻居,则在疫情期间实现了全家人的“蔬菜自由”,“晒餐桌”也成了他朋友圈每天的必备项目。“现在,生活已经恢复正常,但我还会在阳台上种些果蔬。阳台小菜园帮助我放松了心情,也陶冶了情操。”吴女士说。

种在阳台上的蔬菜,催生着“阳台经济”。随着人们对现代化种植服务需求的增加,配套装备随之热卖,例如能为阳台节省不少空间的多功能种植盆、种植架。杭州画语科技有限公司就专门针对年轻人推出了智能种菜机、组合式阳台种植箱,消费者可以像搭积木一样给每款果蔬“安排座位”。

这种“都市农夫”般的生活方式,也正因为消费市场带来细微又不可忽略的变化。注重生活仪式感的“阳台菜园”主人,在把菜端上餐桌的过程中,也越来越重视厨房体验,这让一系列高科技厨具成为新宠,比如集节能环保和美观智能于一体的蒸烤独立集成灶。

数据显示,2021年集成灶市场零售量304万台,同比增长28%;零售额256亿元,同比增长41%。绍兴企业亿田智能就是该领域冉冉升起的新星,据介绍,近3年线下每卖出10台蒸烤独立集成灶中,就有7台来自亿田。

当然,除了吃饱,菜品的口感和做菜效率同样重要。浙企抓住了“懒人”味蕾,推出各类预制菜。浙江百珍堂生物科技有限公司一季度产值同比增长超20%,销量最好的是新推出的预制菜产品。“预制菜只用微波加热十分钟就能吃,很受年轻人欢迎。”百珍堂总经理戴晨旭说。

在各种方便食品中,预制菜如何“杀出重围”?百珍堂使用工业化提取棒,一次可以生产几十吨菜品。机器根据设置好的程序智能化生产,全程无人操作,降低成本的同时保证了食品安全。公司研发的碱性工艺和HPV超高压杀菌技术,则能让预制菜中肉制品的口感更贴近消费者期待。

和预制菜一样成功从B端向C端“跨界”的,还有从前大多商用的冷柜。根据苏宁易购数据,今年截至4月10日,高端冰箱、冷柜销量增长同比超过70%。

小体积、大容量的冷柜最受欢迎。一季度,杭州华日家电有限公司的冷柜销量业绩翻了一番。华日电营销总经理盛军介绍,最热销的是容量108L的小型冷柜,大小接近一台洗衣机,却可供三口之家存放两周的食物,价格不到千元。

除了家用冷柜,疫情下,实现了无接触式售卖的高科技商用冷柜也销售火热。今年一季度,浙江星星冷链集成股份有限公司无人智能售货柜、免接触智能冷柜销量明显上升。星星冷链能够抓住机遇,和公司提前布局数字化转型密不可分。2017年起,星星冷链就启动了无人智造项目的研发,陆续搭建了智慧农贸、快发到客等冷链服务平台。“所以等到前置仓、社区便利店、预制菜这些新零售模式兴起的时候,我们智能化的冷链设备已经做好准备,顺利承接了这些新需求。”公司副董事长杨文勇说。



百珍堂预制菜车间
企业供图



阳台菜园喜获丰收,
小朋友体验采摘的快乐。



左图:用户正在使用乐歌智能升降桌。
右图:小朋友跟着刘畊宏跳舞。

创造消费新场景

疫情之下,销售渠道、交通出行停滞停顿。一些消费场景被“推”到了消费者眼前,让他们意识到“原来我还需要这个”。新的消费场景,带来了新的消费机遇。线上消费、宅家健身、短途旅行持续升温,这些新场景也为众多企业打开了通往“新世界”的大门。

宅家如何逛街?直播电商把商城“搬”到手机屏幕,沉浸式购物从此打开。

通过消费券补贴、促销、直播带货和多渠道宣传,直播电商为消费者营造沉浸式的购物环境,重新打开了消费需求。不久前,浙江省商务厅组织“双品网购节暨非洲好物网销节”浙江专场活动,线上线下累计销售额超过2800亿元。活动期间,在非洲国家和金砖国家商品活动专场,卢旺达咖啡走进淘宝直播间,5分钟就卖出2.5个月的销量;杭州的抖音直播和淘宝直播活动观看人数突破10万人次,直播销售额超过200万元。在绍兴,今年累计开展农特优产品直播100余场,实现直播电商交易额655.5万元。4月初,快手电商联合多位优质主播,帮助杭州四季青商家带货,月成交额突破百万元,订单超万单。

直播电商在带动消费的同时,更为一些产业转型升级按下“快捷键”。在海宁皮革城,直播正走向各个商家的业务“中心”。以皮革品牌亨帝诗为例,线下门店已全部关闭,全力转型线上,每日直播销售额上千万元。

单个企业的探索,已向整个产业链蔓延。放眼全省,衢州市柯城区启动“村播计划”,成立“乡村振兴村播学院”,通过零门槛、零学费的方式培育农民主播;海宁成立电商供货直播中心,为商家提供电商供货、配套摄影场景、主播培训等一站式供应链平台服务……

疫情下,新的消费场景来到消费者眼前,需求随之被唤醒。Keep发布的《2021Keep大数据盘点》年度运动报告显示,2021年线上健身市场规模达3697亿元,同比增长17.5%。今年4月,教练刘畊宏通过网络直播跳绳健身操,点燃了大家宅家健身的热情,单场直播吸粉超500万。

“云健身”的火爆,在健身器材销量上可见一斑。直播中,刘畊宏反复强调“要垫上瑜伽垫,注意安全”,大家显然听进去了。4月24日晚,主营瑜伽垫的宁波派度天猫旗舰店里涌入了几十万的访客,店铺当天的订单数更飙升至平常的2倍以上。记者发现,目前淘宝平台上,部分瑜伽垫月销量已超过10万件。

“宅经济”下,新的需求和商机有时真的超出预期。去年10月,B站UP主“老师好我叫何同学”发布了一条视频,提及了浙江企业乐歌的升降桌产品。在居家办公的大背景下,这次联动让原本主攻海外的乐歌升降桌产品成功“破圈”,打入国内消费市场。

在今年“6·18”首批促销活动期间,乐歌智能升降桌全网销售量同比增长184%,乐歌全网活动第一个小时的销售额就超过了去年全天,京东自营旗舰店更是在开售3分钟内就完成了去年6月1日全天的销售额。



嘉兴心理抗疫平台工作人员接听咨询电话。
嘉兴市卫健委供图



海宁一皮革商家正在直播带货。
共享联盟海宁站供图

拥抱社交新体验

长时间的居家状态下,人们有了越来越多与自己相处的时间,也拥有了向内探索的机会。当人们开始在意内心的声音,心理咨询的需求也被激活。百度知道大数据显示,疫情期间,心理健康问题互动量超过6.5亿,心理咨询问答需求飙升88%。

部分行业观察者认为,经历此次疫情,线上心理咨询或将迎来发展的拐点。杭州一家做AI心理健康交互的公司创始人告诉记者,疫情发生后其公司旗下的AI心理咨询APP流量暴涨150%。

透过数据看前景。艾瑞咨询不久前发布的《2021年国民运动健康洞察报告》显示,心理健康获得C位关注,人们对自身心理健康的关注度从疫情前的48.8%提升到了60.6%,远高于睡眠、饮食、血糖等其他健康问题的关注度。同时,各年龄段的平均咨询单价都呈上升趋势,从每次200多元上涨至500元上下。

市场关注下,心理行业开始了创新和探索。2020年,嘉兴与浙江大学共同打造了公益互动心理服务平台——嘉兴心理抗疫平台,启动心理顾问精英团队培养项目。一年多来,已培养各行各业心理顾问600多名。

向内探索的同时,宅在家里的人们也开始向外寻找认同和归属感。

线上平台,以健身会友“云社交”。比如疫情期间,某短视频平台涌现许多在家做平板支撑的视频,一些原本素不相识的网友还因此成为好友,互相鼓励。

萱萱是宁波一家健身工作室的负责人,因为疫情,不少学员无法出门上课,因此她开设了线上直播健身课程。萱萱介绍,这样的新模式下,学员之间的互动明显上升,课堂热闹了起来。

云计算、大数据、人工智能等技术,带来了消费结构升级,在满足功能性的刚性需求后,消费者尤其是年轻群体,出现更多关乎自我实现的和社交归属感的需求。

这让不少传统行业选择冲向“云端”。娱乐行业转战线上求生存,线上演唱会、线上K歌等活动陆续上演。杭州90后姑娘王欣就是线上K歌迷,“疫情期间我买了无线麦克风,在手机APP上唱歌,还可以和朋友连麦、和网友合唱。”对于王欣这样的音乐爱好者来说,线上K歌既满足了娱乐需求,又帮助她找到“同好”,找到归属感。

面向未来,随着供需两端良性互动,加上市场主体积极挖掘,新消费市场正快速拉动市场回暖。

深一度

让数字服务生活

浙江省商务厅副厅长 张钱江

为顺应数字技术创新和疫后生活性服务业加速数字化转型升级趋势,浙江省在全国率先提出实施数字生活新服务行动,以打造数字生活服务强省和具有国际水准的新型消费中心为目标,开展数字商贸建设三年行动,培育数字消费新场景,认定数字生活新服务先行市、样板县、特色小镇标杆,实施“美好生活浙播季”专项行动等重点工作。

数字生活新服务已成为当前经济复苏回暖的新亮点、新动力。“宅经济”与“云生活”等新消费模式积极拓展,无接触式购物、配送、在线消费等新业态快速发展,杭州武林路、文三路等元宇宙概念的数字生活街区相继启动。

2021年,全省实现网络零售25230.3亿元,同比增长11.6%,全年我省共组织3500多场线上线下促消费活动,累计拉动消费2300多亿元,其中发放数字消费券近15亿元。围绕数商兴农促进共同富裕,全省农村电商工作连续三年获国务院督查激励,累计获批国家电子商务进农村综合示范县34个。2022年2月中国财政科学研究院发布报告显示,自2019年以来,浙江省数字生活新服务指数累计增长60.1%,位列全国第一;总指数146.4,仅次于上海150.3,位列全国第二;杭州市总指数位列全国设区市(直辖市除外)首位。

以新服务引领新消费,数字生活新服务显著提升了我省老百姓生活消费的获得感和满足感。国家统计局与中央电视台联合主办的《中国经济生活大调查》显示,2021中国最具幸福感城市评比中,杭州、宁波、温州、台州等多个城市入围。



扫一扫 看视频