



# 疫情之下,“宅经济”走红

专家有话

## “宅经济”火爆是机遇也是挑战

□本报记者 高倩

疫情当下,区域零售商、到家服务等一些新业态火爆。为何会出现这种现象?“宅经济”是疫情下的昙花一现,还是将来也有增长空间?3月6日,记者带着问题采访了经济学专家。

安阳师范学院经济学院副院长、副教授、经济学博士喻莎莎认为,随着互联网信息技术的发展,“宅”已经成为一部分人的生活方式。“宅经济”则是网络经济的衍生和扩张,意味着“宅”在家里亦可以实现工作、生活、娱乐等活动,是一种新兴的时尚模式。以往在高温、严寒等特定时期,“宅经济”会比较受消费者推崇,需求量会较平常增大。而疫情发生后,相当一部分人只能宅在家中,这给“宅经济”带来了机遇。

“从数据上来看,这段时间‘宅经济’增长迅速,生鲜市场的线上销售额翻了近20倍,淘宝每天开新店,钉钉、金山WPS等办公软

件下载量暴增……我们学校也新开设了近300门线上课程。”喻莎莎告诉记者,虽然线上服务存在供应链效率不足、信息处理不完善、产品质量有瑕疵、办公协同感不佳等问题,但其体验优势也相当明显,更符合“90后”与“00后”这些

信息时代消费者的需求。疫情过后,“宅经济”会有怎样的变化呢?喻莎莎认为,心理学上有一个“21天效应”,是说连续21天不间断做一件事会形成新的习惯。相信1个多月的居家封闭后,很多人的生活方式、消费理念会发生一些改变。或许疫情过后,人们对于买菜靠配送、看病线上问诊、上课看直播等“宅经济”形式的依赖会有所减少,但肯定多少还会保留一些消费惯性。

“对我市而言,线上线下服务的配套设施虽然还很不完善,市场需求量也相对较小,但‘宅经济’的需求肯定会随着社会发展而增长。”喻莎莎认为,“宅经济”能够节约社会资源,提高生产、消费等环节的效率,促进经济更好增长,我们需要在政策上进一步扶持电商行业、生鲜行业、餐饮行业等,让城市的线上服务类型更丰富,并加快线上线下的融合速率,在服务细节、配送服务、售后体验等方面进一步完善,相信将来“宅经济”在我市会发展更加迅速,为城市经济增长助力。

网友声音

## 抓住时机走得更远

□本报记者 邓娟

疫情发生以来,全民宅家战“疫”产生了许多新消费模式,让“宅经济”逆势火热起来,成为当前经济发展中的一抹亮色。网友对这一现象有哪些看法?又有哪些建议和意见?一起跟记者来听听。网友“向阳花开”宅在家的这段时间,生活完全依靠互联网,买菜线上下单,孩子学习靠网络课程。她告诉记者:“宅经济”让我们生活更方便,在家不出门就能解决所有问题,可以把买菜、接送孩子的时间节省出来干别的事儿。”

网友“天高云淡”说:“新消费模式给商家带来了商机,尤其是线下实体店,应该抓住机会,进一步完善产品类型和服务,不断积累经验,探索出适合自己发展的道路,为以后的经营作出有益尝试。”

网友“likey”说:“目前,我省已出台了11条措施,诸如转变服务方式、拓宽电商消费渠道、打击利用疫情哄抬物价等,这些举措推

动企业复工复产,促进了消费,相关部门要落实好相关措施,激发地方消费热点,推动‘宅经济’发展。”也有网友提出了自己的担忧。网友“大利”说:“有媒体报道,多名学生用手机上网课时被骗。此外,因为看不见实物,有的消费者在线上买果蔬时碰见了以次充好的现象,还有些网购商品的售后服务也存在问题。部分消费者可能因为嫌麻烦不和商家计较,但这些问题肯定会对‘宅经济’的发展有影响。”

采访中,多数网友对“宅经济”的发展是看好的。他们认为,特殊情况下的消费需求催生了新的消费方式和生活方式,这种转变为企

## “线上+线下”零售商忙配送

□本报记者 邓娟

3月7日,网友“快乐的雪花”在手机上订购了一箱水果,第二天就送到了家门口。她说:“手机上下单购物方便、快捷,还省事。”

互联网购物在疫情中爆发出新生机,以购买蔬菜、水果、生鲜等为主的“线下门店+微信群”购物模式唱起主角。为了防疫安全,以前习惯前往线下超市和菜市场采购果蔬生鲜的消费者,转而成为电商平台的新用户,加上习惯日常从电商平台购物的年轻人,全民掀起网上“抢菜”热潮。

“90后”网友“天飞鸟”是一名网购达人,疫

情期间,她更是“坐享其成”。她的微信上有多个购物群,需要在群内接龙,线上下单、线下配送。她告诉记者:“我们家一日三餐基本上都是通过微信群购物,前一天用手机在相关电商平台下单,第二天在约定时间等配送员电话,货到后在小区门口取。”

无接触配送符合疫情期间的安全需求,这套流程已成为多数人的生活习惯。“线下门店+微信群”成为“宅经济”的典型模式之一,不仅方便了客户,对线下门店来说也是一个扩大销售范围、实现赢利的绝佳时机。富泉街上的水果店春节期间都在营业,虽然店面没开,但可以通过微信群购物,经营范围从单一销售水果

扩大到海鲜、熟食等,每个微信群的“粉丝”都有近500人。网友“艾丽策划”本在婚庆公司上班,受疫情影响,公司一直未能营业,于是她就开始经营快餐外卖。她告诉记者:“虽然每天很忙,但生意很好。因为我们的价格和平时店里的价格一样,还能送货到家,所以很受消费者欢迎。”

采访中,很多网友对“线下门店+微信群”的模式表示赞许。他们认为,这种新型消费模式不完全等同于网购,因为商家都有实体店,而且多数是市区内的,买卖双方相互了解,所以成交率比较高。同时,新型消费模式也给商家指明了方向,企业若想长远发展,必须盯住用户的需求,提升用户体验。

## 组团购物 丰富居民“菜篮子”

□本报记者 高倩

这两天,文峰区头二三道街街道办事处渠口街社区主任张洁忙得不可开交。除了手头的本职工作外,她还要帮辖区居民联系购买蔬菜,丰富辖区居民的“菜篮子”,减少居民出门采购带来的聚集接触风险。

在渠口街社区,从2月15日居民组团购买胡萝卜开始,这样的团购已进行了6次,每次有五六十户居民参加,每隔几天,社区办公室就会堆满各种物资。为了让居民在疫情防控期间能吃到便宜菜,张洁多方联系,从田间地头找到了很多质优价廉的新鲜蔬菜货源,让居民分期、分批到社区领取。“之前社区组织居民创建过微信群,社区工作人员隔三差五就会在群里与居民讨论团购生活必需品的事情,然后按照大家的需求集体购买。”张洁告诉记者,主要是团购蔬菜,这样做给辖区居民提供了便利,很受大家欢迎。

疫情期间,组团购物在很多社区和社交圈

子,成为人们补充生活物资的重要方式。网友“无言”从4年前开始通过社交圈做团购。她告诉记者,这段时间,圈里的网友多是买蔬菜、水果,以及米线、面包等快餐食品。整体来说,生意较往常好了不少。除传统的团购方式外,最近有一些商户开始与她合作,希望利用她积累的线上资源推广自家的产品。“特殊时期,商户们都不容易,能帮一把是一把。”她坦言,当然也要看合作方的产品质量、配送服务等能否达到要求的标准。如果出现问题,她会及时和合作方沟通,按照当初的承诺赔偿。

网友“琦”告诉记者,她平常工作很忙,家里的水果蔬菜、衣帽鞋袜,甚至化妆品、小家电等都是线上团购的。疫情期间更是如此,由于很多实体店还没有营业,线上团购成了她购物的主要渠道。“在线团购很方便,可以无接触送货,不用自己操心,价格也还算优惠。”网友“琦”评价说。

## 预约理发 服务真贴心

□本报记者 高倩

3月7日下午,工匠有约理发店的理发师黄世伟带着理发工具来到北关区豆腐营街道办事处东风西社区为居民义务理发。一把剪刀、一把推子、一把梳子、一个围布,他就在社区广场的空地上开工了。“头发剪短了,轻松了,整个人也精神,谢谢黄师傅!”一位社区居民向黄世伟竖起大拇指。“疫情期间,我为大家义务理发,帮助大家快乐自己,也为社会出点力……”黄世伟笑着说。

28岁的黄世伟是内黄人,假期结束后回到了市区。3月初,他主动与社区、医院联系,为社区工作人员、民警、医护人员义务

理发。3月5日,他和15名爱心理发师在爱心家志愿者的牵线下,在雷锋广场为孤寡老人、环卫工人、快递小哥等群体免费理发。短短几天,黄世伟已为100多位群众义务理发。尽管每天都比较辛苦,但是黄世伟认为这是一件快乐的事情,能为奋战在一线的工作人员减轻“发丝”烦恼,很有意义。

“下午5时,后营社区专场,有需要理发的朋友可以提前预约。”3月6日,在文峰区一家理发店工作的理发师阿鹏一大早便在微信朋友圈发了一条信息。最近一段时间,他每天都会在网上推送自己的理发位置,通过网络与顾客进行业务联系。“我是在朋友圈看到信息,预约后专程来理发的。”网友“佳”告诉记者,理发师

很细心,专门带着消毒液、矿泉水,还为顾客准备了口罩,预约理发没有人聚集,价钱与往常一样,服务很贴心。

阿鹏告诉记者,之前他们也推出过上门理发服务,主要是针对老人和孩子的。这段时间常有顾客询问店铺能否开门?希望他能提供上门服务,所以便开始在网上接单了。特殊时期,推出上门理发服务主要是考虑到顾客的实际需求,赚钱倒是其次,能为大家做点事儿感觉很开心。

网友“晴天”表示,疫情之下,上门理发服务为理发行业提供了新的服务模式,也为群众提供了很多便利。

## 线上资源多“充电”学习忙

□本报记者 高倩

这场疫情,“网课”走进了人们的生活,一些线下培训机构推出了丰富多彩的线上课程。跟记者一起去看看大家是如何在线“充电”的。

网友“佳佳”是健身房的健身教练,为了不打乱会员的健身计划,便在网上开起了抖音直播课。“每天半小时,燃烧卡路里”“在家就能做的3个健身动作”等在线课程备受网友追捧。“在线上邀请学员们一起运动,不仅锻炼了身体,还聚集了人气,一举两得。”网友“佳佳”笑着说。网友“瑞娟”是一名瑜伽爱好者,她在

一个平台开通了直播,将自己瑜伽锻炼的视频发到了网上,还收到平台的打赏。网友“小花”是一家儿童绘画培训机构的老师,她最近的任务就是在微信朋友圈进行推广。她说:“特殊时期,我们还推出了针对成人的花艺课和厨艺课,很受大家欢迎。”

记者在网上一搜索发现,线上课程的内容丰富,无论是想学习专业知识,还是想听小说、学茶艺打发时间,都可以找到相应的付费产品。有些学习网站除开设专业科目培训外,还有书法、舞蹈、乐器、绘画等课外兴趣班,每一门课程都有相应的试听视频,注册会员后可随时进行远程上课。

网友“冉”的女儿今年上小学二年级,这段时间她关注了一些网站推出的线上兴趣班,感觉不错就给孩子报了名。“除完成学校的课程安排外,孩子在线学习培养了兴趣,充实了假期生活。”网友“冉”说。网友“丽丽”是个上班族,她一边在家工作,一边利用空闲时间在网

上“充电”。她说:“我购买的是英语阅读线上课程,主要想提升自己的业务能力。”网友“韩”表示,随着越来越多的知识付费平台上线,消费者学习内容会越来越丰富,希望线上学习能成为一种习惯,而不是疫情之下的权宜之计,同时,也希望这些平台能够打造出更多优质产品,让更多人成为网络时代的终身学习者。

