

分享经济:

发展中不断规范

出门“滴滴”、“ofo”、“摩拜”,衣食住行,在今年都能用分享经济解决。这个词在今年还首次写入政府工作报告,成为了年度热词。

今年,分享经济处于“分分合合”的状态之中。在分时租赁领域,途家合并了蚂蚁短租及携程,去哪儿的公寓民宿业务,与小猪短租、住百家形成三足鼎立之势。短租鼻祖Airbnb也悄然开启在中国的业务。而在共享出行领域,滴滴合并了Uber中国,成为网约车领域的绝对龙头。最大规模的分享则发生在互联网金融领域。有数据显示,P2P网络借贷占据中国分享经济市场总量的91%。

分享经济并不限于个人与个人之间,它更大的空间在于B2B,也就是企业对企业。目前,在线服务众包模式得到社会认同。例如,云服务平台可对数千家企业的设备,分享给有需求的企业使用,而使用设备、办公空间的企业不需要再花精力寻找资源。

今年,分享经济也在发展中不断得以规范。交通运输部等七部委联合颁布了《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》,被视为网约车大考。(本报记者 余颖整理)



12月26日,在北京翠微大厦购物中心,顾客在挑选应季服装。元旦临近,北京各大商场、购物中心应季服装等商品一路走俏。 本报记者 李树贵摄

移动支付:

精准营销成为可能

今年的支付宝口碑“双12”中,线下商家成为主力,1.1亿人参与“双12”线下消费,其中“85后”年轻人占68%。数据显示,2014年“双12”,接入支付宝并参与“双12”的商家还只有2万家,今年参与的商家已经变成了100万家。

让消费者与商家充满热情的正是移动支付:就连购买一瓶饮料或者两把韭菜,人们也习惯了用手机扫码支付,今年也因此成为了货真价实的“无现金元年”。今年年底,连一向专注于建立独立生态系统的星巴克也宣布加入了微信支付。来自央行的数据显示,今年第三季度,移动支付业务66.29亿笔,金额35.33万亿元,同比分别增长45.97%和94.45%,依然保持着高速增长。

对于消费者来说,移动支付的意义在于便利,对于商家来说不仅限于此。借助移动支付,线下商家可以搭建出互联网化的会员体系,消费者行为和消费数据也变得有迹可循,这让精准营销成为可能。数据挖掘也开始影响包括选址、产品研发等方面,以移动支付为入口,线下借助互联网进入依靠数据决策阶段,实现商业运营升级。(本报记者 陈静整理)

在线教育:

教师成为“网红”

今年3月,一则“在线教师小时收入过万,超过网红”的消息在网络流传,将在线教育带到了聚光灯下。

对学生来说,跟线下动辄上万元的课程费用相比,在线学习课程价格便宜得多,效果如何也有使用者的评论进行参考,而且不受地域限制,在三四线城市也能和一线城市的孩子一样享受名师授课。对老师来说,同样一堂课,能实现1个教师对成千上万学生的同步授课,积少成多,收入十分可观。

由于有助于缓解当前优质教育资源缺乏的现状,在线教育迅速做大。《2016在线教育趋势报告》指出,2015年中小学在线教育有1.8亿学生用户、3.6亿家长用户、1060万教师用户,中小学教育从业企业约为2000家。在总体营收规模上,中小学在线教育市场规模约为420亿元。预计到2017年,在线教育市场规模有望突破2000亿元。

目前,在线教育主要集中在K12阶段,高质量的课程资源市场潜力巨大。网络的普及和直播、VR等技术的成熟,让在线课程的互动性和参与性更强,拍照搜题产品逐渐向在线一对一答疑方式演变,直接影响到线下一对一市场。(本报记者 余颖整理)

10 回眸2016

消费升级提速 品质消费升温

本报记者 王晋

2016年已接近尾声。驻足回首,一年来,随着消费结构的不断升级,多样化的消费形式融入了人们的生活之中,消费者的消费行为也渐趋理性。国家统计局数据显示,今年前三季度最终消费支出对经济增长的贡献率高达71%,同比提高13.3个百分点,比同期资本形成总额贡献率高出约34个百分点。消费需求成为促进经济稳定增长的“火车头”,它不仅惠及中国,而且惠及世界。

回望2016年,中国消费正成为一支引人注目的力量。

这一年,新的消费热点层出不穷,移动互联网等新技术的出现又为消费热“添了一把火”。我们发现,消费升级步伐加快,品质消费渐成热点。

为健康花钱: 体育消费蓬勃生长

健身队伍正在不断壮大。健步走、游泳、瑜伽、跑步、羽毛球、网球、滑雪等都有“粉丝”,有的人每天坚持走2万步以上,“占领你的封面”成了不少人的小欢乐。

与健身潮相伴的,是体育消费的上升。健身变得越专业,不少人购置全套的运动衣、运动鞋、跑步鞋、网球鞋、篮球鞋等功能越来越细分,运动品牌服装持续火爆。

互联网+健康类产品正在走俏,可穿戴智能健康管理设备成为不少人的新宠。跑步计步手环、智能手环等在网上市热销,不少老人也戴上了智能手环或手表。他们说,这是孩子送的礼物,可以实时记录自己一天的运动情况、卡路里消耗、心率变化以及睡眠状况等健康数据。通过分享数据,孩子可以实时对父母进行健康管理。新型智能血压仪可以在测量者测完血压后,将血压数据自动上传至手机APP。通过分享数据,家人都能看到测量者的血压变化。同时,测量结果会通过语音播报“说”给测量者听。

忙碌的“上班族”选择到健身俱乐部接受专业教练的指导。英睿健康连锁机构联合创始人江莉感受到健身业井喷式增长,“十几年前,健身业刚进入中国市场时,很多人还不太认同。最近3至5年,健身业发展呈井喷之势,我们每年的销售额保持两位数的增速,感受不到太多经济下行的压力”。2015年6月,他



近日,吉林省吉林市龙潭区乌拉街满族镇韩屯村瓜尔佳满族大院,来自城市的游客在满族农家院内包饺子。以感受乡土气息、拥抱亲近大自然、品味农家菜为目的的休闲农业与乡村旅游越来越受到人们的追捧,乡村旅游成为消费热点。 本报记者 高兴贵摄

们开发了“微健身网络私教”,搭建开放平台,集合专业教练到平台上,免费为消费者提供服务。据调查,一般经过一到两周的网络私教指导后,15%的人会选择成为健身俱乐部会员,或购买私教服务。

今年11月28日,国务院办公厅印发《关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的意见》,力推旅游、文体、养老等与百姓息息相关的“幸福产业”。以体育消费为例,仅航空运动、水上运动、山地户外等消费的市场规模,有望在2020年达到9000亿元左右。未来,体育消费的蛋糕还会越做越大。

为休闲花钱: 旅游消费市场巨大

随着生活水平提高,旅游成为不少人的度假选择,与过去“走走看看拍照购物”不同,如今的旅游休闲更具品位,人们希望获得深度体验。

今年是中国共产党建党95周年,也是红军长征胜利80周年,“学党史、缅先烈”红色景区游成为热点,“十一”长假期间,浙江嘉兴、江西于都、四川泸定等地游客数量比平日增长近1倍,贵州遵义红色景区游客人数和收入同比均增长30%以上。商务部监测数据显示,10月1日至7日,全国零售和餐饮企业实现销售额约1.2万亿元,比去年同期增长10.7%。商务部有关人士指出,今年“十一”黄金周,全国消费市场保持平稳较快增长,绿色、共享、简约的消费理念深入人心,线上线下加快融合创新,个性化、多样化、定制化消费渐成趋势,人们越来越追求吃出健康、穿出时尚、用出品质、玩出品位。

让世界瞩目的是,中国已成为全球规模最大的客源市场,连续4年成为世

界第一大出境旅游消费国,对全球旅游收入贡献平均超过13%。庞大的市场、快速的增长、可观的红利,令世界渴望分享中国出境游的红利。

国家旅游局发布的《中国旅游发展报告2016》统计显示:进入21世纪以来,中国公民出境游呈现井喷式增长。2014年,中国内地公民出境旅游人数突破1亿人次,达到了1.09亿人次,2015年上升为1.2亿人次,比1992年的298.87万人次增长了40倍。从2009年以来,出境游保持年均两位数增长态势,年均增长14.74%。从目前的基数和增长率来看,中国出境游未来5年将达到7亿人次的规模。同时,游客心态成熟带来了旅行方式转变,“拍照购物”模式正在改观,不少中国游客开始把时间和精力放在历史文化景点上。同时,中国观光客出境游的目的也越来越多样化,深度体验、慢旅游的休闲方式让人真正享受假期。

为环保花钱: 绿色消费方兴未艾

这一年,环保话题的热度不断上升。为了更环保,更多消费者愿意支出更多。

记者连续多年跟踪报道绿色可持续消费宣传周活动,这一活动自2013年发起,集零售行业之力,推广绿色可持续消费,同时将这种理念传递给生产厂家,引领绿色生产。今年,由中国连锁经营协会、世界自然基金会及中国零售可持续发展圆桌举办的第4届绿色可持续消费宣传周活动规模比第一届扩容,从最初的80多家实体店参与,到有近900家实体店参与,扩大了10多倍,涉及超市、服装、百货、家电及家居建材专卖店等多个业态,同时还有京东等

电商企业加入,遍及北京、上海、广州、深圳、杭州、广州、苏州等全国90多个城市。

山东泉林纸业有限责任公司产品推介部部长田锋认为,绿色消费正在蓬勃兴起。泉林纸业是家老企业,历经30多年的成长,已成为纸业的龙头企业。通过技术创新,他们攻克了草浆造纸的世界环保难题,形成了完整产业链,使用秸秆黑液处理系统,将黑液转化为有机肥料。“我们生产的本色纸采用不漂白工艺及原生纸浆制造,不添加任何化学助剂和对人体有害物质,消除了二恶英残留。今年1月,本色系列产品荣获‘中国原生态产品认证’,虽然价格高于漂白纸,但一直供不应求。今年‘双11’,泉林本色纸销售额达到3800万元,热销爆款几乎一抢而空。”

今年3月,发改委、商务部等10部委制定的《关于促进绿色消费的指导意见》正式发布,给绿色消费吹来春风。随着消费者环保意识的提升和产业转型的进展,绿色消费的潜力还将继续释放。

今年,服务消费、信息消费领域不断扩容。早上用手机叫“滴滴专车”、“神州专车”出行,中午在“百度外卖”、“饿了么”等平台叫外卖,朋友圈里经常有微商朋友推荐产品,流量不够更换手机话费套餐……这些场景,已成为“消费中国”的生动展现。

中国已进入一个消费需求持续增长、消费结构加快升级、消费拉动经济增长作用明显增强的重要阶段。居民消费的特点已经从模仿型排浪式的基本消费逐步转变为个性化、多样化的高品质消费。随着中国增加高品质产品和服务供给所需的政策、物质和技术等条件逐步具备,以及中等收入群体的不断扩大,中国有望迎来消费大潮,消费这驾马车还会持续发力。



①近日,一名研二学生骑摩拜单车行走在上海街头。 赖鑫琳摄(新华社发)

②在今年的支付宝口碑“双12”期间,1.1亿人使用移动支付参与线下消费。今年成为名副其实的“无现金元年”。 本报记者 陈静摄

③近日,北京怀柔区怀北国际滑雪场市民在体验滑雪乐趣。进入冬季以来,休闲消费市场刮起一股冬奥风,滑雪、滑冰等运动受追捧。

本报记者 高兴贵摄



③

瑜伽+游泳:

体育消费之缩影

伴随着我国体育产业的发展,瑜伽作为健身的细分领域,受到越来越多消费者认可,已成为当下健康生活方式的代名词。有数据显示,目前有1.2亿以上网民关注瑜伽等相关信息,“瑜伽”“瑜伽馆”等关键词的网上搜索率达到了19.7%,并呈上升趋势。

统计数据显示,全国现有约5万家健身房,几乎每一家都开设了瑜伽课程。不少“互联网+瑜伽”的创业公司也应运而生,并获得了资本认可,迅速发展。在线瑜伽教学平台,wake瑜伽创始人兼CEO熊明俊在接受记者采访时表示,wake瑜伽从2015年12月9日上线以来,注册用户规模已经超过100万,目前仍以每天8000名左右的新增用户量继续上升。

除了瑜伽,游泳消费今年也颇受青睐。21世纪经济研究院、21世纪经济报系与京东联合发布的《2016中国体育消费生态报告》显示,从2015年开始,体育消费回暖势头初显,占GDP比重增至0.40%。其中,游泳用品消费额指数从2013年到2015年也增长了3倍。(本报记者 吉蕾蕾整理)