

江苏省拿出真金白银,为市场主体雪中送炭——

# 暖了宅经济 火了云消费

本报记者 蒋波



南京小厨娘餐饮公司湖南路店员工正在打包外卖餐食。  
泱波摄(中经视觉)



市民在江苏南京江宁区一家超市购买大米。  
新华社记者 季春鹏摄

## 宅经济是座“金矿”

依托数字经济的迅猛发展,作为一种新消费模式,“宅经济”被加速“催熟”。

如何足不出户就能满足各种生活所需,是消费痛点,更是消费潜力。“宅经济”所涉及的网购团购、云视听云健身、智慧医疗智能服务,核心都是数字化。互联网及信息技术的普及打破了时空壁垒,让宅在家的人们也能满足日常生活和娱乐所需。因此,消费者无论是自愿还是被动选择宅生活,“宅经济”的背后逻辑却是不宅——身宅心不宅才是“宅经济”的真谛。换句话说,“宅经济”从来不是封闭的,它是以技术为基础的更加开放融合的消费。

互联网时代的“宅经济”,让个性化品质消费得到爆发式增长。特别是当它与实体经济融合发展,与传统商业模式相互渗透,在消费品市场上就出现了大量更注重体验和细节的爆款商品。手机支架、记忆床垫、瑜伽垫、速冻饺子等不同品类的商品通过数字技术直接或间接的支撑,让“宅”变得更舒服更有效。其中,吃的方式最能体现宅文化。预制菜是最近两年居家消费的明星商品之一,有数据显示,2021年我国预制菜市场规模已超3000亿元,年复合增长在20%左右,消费者对绿色、健康、美味的食品需求让预制菜具有广阔的市场前景。

不过,需要提醒的是,“宅经济”虽然看起来风光正好,新产品、新品牌、新技术、新模式如雨后春笋般不断出现,消费者也对其充满期待,但对涌入各自赛道的企业来说,问题也显而易见,不论是传统产业还是新兴领域,同一类型的企业要么品牌定位大同小异,要么产品缺乏核心竞争力。目前,“宅经济”尚处于初级发展阶段,当有朝一日企业吃完了这一波消费潜力释放的红利,就很有可能因同质化程度越来越高而陷入利润微薄的困境。

企业该怎样尽早跨越跑道上的障碍?今年年初,国务院发布《“十四五”数字经济发展规划》,其中对加快培育新业态新模式、提升社会服务数字化普惠水平、创新发展“云生活”服务等方面都提出了明确要求,为数字化消费的发展指明了方向。深耕定制个性化、智慧共享、在线服务等消费方式,才有机会在数字消费时代掌握一定竞争优势和主动权。

“宅经济”是一座真正的金矿,可深入挖掘。疫情总会过去,但“宅经济”不会消失。在数字经济的驱动下,新业态新模式正不断拓展企业生产链、供应链等新空间,持续拉近并满足消费者的使用需求和心理需求,“宅经济”终将成为消费者日常生活的重要组成部分。

乌鲁木齐市水磨沟区石人子沟景区,游客在坡上放风筝。

本报记者 耿丹丹摄



本版编辑 郭静原 美编 高妍

当前,全国疫情多点散发,一些城市的运转按下了“慢行键”或“暂停键”,餐饮、健身等服务行业受疫情冲击明显。越来越多商户积极开辟新渠道,拥抱线上线下“双主场”,面向海量客源提供多元服务。

受疫情影响,不少线下门店面临客流减少或暂停营业等挑战。在江苏南京、苏州等地,为了把疫情影响降至最低,许多商场、餐厅、健身馆等企业和商家积极开辟新渠道、探索新模式、发展新业务,在“自救”中争取转型和突围,也推动消费者的生活方式随之改变。

### 美食进小区

4月7日早上7点多,在南京经开区工作的市民杨志早起锻炼后,在回家的路上顺道把一天的餐食都准备好了。“受疫情影响,这段时间一直居家办公,单位食堂吃不了,自己一个人又不想做饭,买了两样半成品炒菜,中午简单加工一下就能吃。”杨志说,由于疫情防控,他几乎不去餐馆堂食,但也不用为解决吃饭问题发愁。“一些南京老字号餐饮企业纷纷推出了成品菜、预制

菜以及各类主食外卖活动,沿街售卖。有的老字号餐馆甚至把外卖摊摆到了我们家门口,足不出户就能品尝盐水鸭、金陵大肉包等地方特色菜肴,方便实惠又美味。”

在南京市鼓楼区港龙园小区门口,记者与正在销售面点的南京小厨娘新城市广场店负责人程贤春攀谈起来。“我们售卖的有馒头、花卷、各类包子和一些特色点心,好吃不贵,一个小时能卖出去几十盒。”程贤春坦言,餐饮服务行业受疫情影响很大,一方面为了缓解企业经营压力,另一方面也考虑到拓展消费渠道、增加客源的需要,小厨娘南京30多家连锁店都开展了“美食进小区”活动,三分之一的员工走出店铺,把成品菜和半成品菜送到消费者身边,很受居民欢迎。

无独有偶,苏宁钟山国际高尔夫酒店是南京一家主打高端餐品的餐厅,为积极应对疫情冲击,餐厅推出了披萨、日料等特色菜品外卖系列,以星级主厨料理为特色,有针对性地满足南京白领等高收入人群居家的多样化生活需求。

“通过菜品创新,我们推出280元10寸波龙披萨,520元黑木日料双人三文鱼套餐等多个品种。通过营销创新,打造微信小程序点对点服务消费者,高端菜品销售实现大幅增长。”苏宁钟山国际高尔夫酒店总经理刘雯说。

面对疫情反复,南京餐饮等服务行业把布局小型化、近场化的“点对点”销售模式作为降低疫情影响的方式之一,瞄准“宅经济”,在特色服务上下功夫来拓展消费渠道。例如,作为对盒马鲜生门店补充的盒马邻里平台,近日推出“送货上门”服务,配送过程中以保温袋+冰袋的形式,确保菜品

品质。

“餐饮等服务行业在‘自救’上动足脑筋,打通‘最后一公里’送上消费者想要的产品和服务,既满足了消费者基本的消费需求,还延伸到高性价比、高差异化等更深层次的个性化需求上。”酷爱在盒马鲜生平台购物的南京市民刘曦这样评价。

### 健身在云上

春暖花开之际,本应回暖的健身行业今年却因疫情反复而显得异常冷清。江苏苏州的48家银吉姆健身线下门店暂停营业已有一段时间,约20万会员无法正常接受训练,为此,银吉姆开始转战线上,把健身房搬到屏幕上。

“扫码打开抖音,就可以跟着专业教练上健身课,瑜伽、热舞等课程也都能体验到,燃脂塑形效果比去健身房更有效。”苏州市吴江区市民王辉是一名运动达人,如今因为疫情去不了健身房,通过银吉姆健身推出的“乐宅运动 银战疫情”居家健身直播,找到了新的健身阵地。

“我们联合苏州市市民健身中心以统一上大课和团体小班课相结合的形式,每天在午休时段和晚间开设网络直播课程,同时开启健身套餐直播带货模式。”银吉姆健身全国营销总监张涛介绍,通过线上教学,可以增加与消费者互动的机会,提升服务体验,为宅家“云健身”带来乐趣,另外也能给企业经营增加一定的现金流。

遭遇疫情寒冬的还有家电零售业,随着人们网络在线的时间进一步延长,也让商家们看到线上线下融合发展的“春天”。

为了应对疫情影响,南京的苏宁易购

新疆乌鲁木齐大力推进全域旅游,吸引更多游客前来消费——

## 天山深处乐春光

本报记者 耿丹丹

明媚4月,和风送暖。每逢周末,新疆乌鲁木齐市水磨沟区石人子沟景区总会热闹起来。

进山的自驾车辆随着蜿蜒的道路形成一条“长龙”,道路两旁的山坡上,五颜六色的风筝在空中“起舞”。空旷的山脚下,散布着几家农家乐,烤肉的香味扑鼻而来。三三两两的游客或在山坡上漫步,或扎起帐篷享受惬意时光。

“周末特意和朋友一起开车过来放风筝,吃农家饭。”乌鲁木齐市杨谊成告诉记者,享受山林美景对上班族来说,是最好的放松。

位于东天山脚下的石人子沟景区距离乌鲁木齐市约20多公里。近年来,景区经过发展,山路沿线拓宽了柏油马路,设置了两个观景台和停车场,周边村民也借着好风光吃起了“旅游饭”。

每年4月起,石人子沟村一队村民张红泉靠着在景区出租马匹,月收入超过4000元。“刚过去的清明节小长假,3天就赚了6000元。”张红泉说。

骆驼奶、散养土鸡、新鲜羊羊肉……来到石人子沟,接地气的“农家乐”受到众多乌鲁木齐市民的青睐。在离鸟巢观景台不远的石人子沟村一队农家乐聚集区,赛尔吉餐厅老板马歌正忙着修整庭院。“旅游旺季就要来了,我们计划在院子里开辟出停

车位,打造一个烧烤区,还要设置一些娱乐设施,吸引更多客人进来就餐。”马歌说。

马歌告诉记者,如今,越来越多市民喜欢田园风光,看中商机的她去年11月和朋友合伙在石人子沟办起了农家乐,店里的特色是大盘美食和土火锅,可以同时容纳150多人就餐,“五一”的就餐位已全部订完,之后我们还计划开民宿,方便游客住宿。”

石人子沟片区蝴蝶谷社区书记王毅强介绍,为了给游客提供更好的出行体验,2021年起,景区对基础设施进行了大规模改造提升,包括水电改建、道路拓宽以及停车场扩建。今年小长假期间,进入景区的车辆达到日均1.5万辆,“目前,辖区范围内共有170多家农家乐,我们将对农家乐进行品质提升,引导他们发展‘一店一特色’,同时还将投资建设水墨天山徒步步道,吸引更多游客前来游玩消费”。

另一边,春日里的乌鲁木齐市乌鲁木齐县南山景区,除了农家乐,还能逛景区、滑雪、住民宿、采摘果蔬……游客可玩、可看、可体验的项目越来越多。

在乌鲁木齐县水西沟镇东湾村,一座座温室大棚内红艳艳的草莓长势喜人,不少游客在大棚内享受采摘乐趣。“孩子喜欢吃草莓,所以周末带她来这里采摘。”乌鲁木齐市民张雨说,4岁的女儿在这里可以看到长在田地里的原生态草莓,还能摘到最新鲜的草莓吃,既学习了知

识,也体验了劳动,很有意义。

天山大峡谷景区连片的云杉林则吸引了更多市民前来徒步踏青。“这么好的春色,在徒步道上走走,拍拍风景,挺好。”乌鲁木齐市市民刘元是一位摄影爱好者,他告诉记者,春天万物复苏,他经常到南山走走看看,“既享受又解压”。

近年来,乌鲁木齐县以“旅游+”的思路,在基础设施设施、旅游环境营造、旅游产品及服务供给等方面持续加大力度,一大批文旅融合新景点、新业态、新模式、新线路、新产品接连涌现,游客游览方式也从走马观花的一日游,变成了两日甚至多日的深度体验游。

位于乌鲁木齐县板房沟的南山·静石台民宿,春日里也迎来了客流高峰。“周末基本都是满房的状态,尤其是以家庭为单位

的客人非常多。”民宿店长王婷介绍,静石台作为周边体量最大的一家民宿,可以同时接待50位客人入住。不仅如此,民宿的公共空间还有茶台、会议室、绘画室、儿童游戏区、篮球场等,能够满足前来住宿游客的多元需求。

据悉,今年,乌鲁木齐县将持续围绕“旅游+”,逐步完善全域旅游格局,进一步推动农业、生态、康养等旅游产业集聚发展,提升游客便利度、舒适度、体验满意度和品牌认同度,加快推进全域旅游、全民旅游、旅游富民进程。

### 帮扶在实处

金陵饭店作为一家开业39年的老字号饭店,已经成为南京消费者心目中的标杆之一。今年3月底,金陵饭店首次打造的自有线上购物节开幕,吸引了众多消费者“围观”。

谈起金陵饭店线上购物节,南京市民李志斌连连叫好,“准备在疫情缓解的时候邀请老战友们游览南京,正愁着订房订餐的事,金陵饭店推出特价客房、餐饮等活动,一站式齐活了”。李志斌说,金陵饭店是南京餐饮文化的代表之一,这次一口气推出了客房、餐饮、健身、洗衣、外卖、休闲等8个类别168件产品,完全满足了消费者多样化的需求。

金陵饭店市场推广部负责人周海告诉记者,在疫情反复、防疫政策管控等多重因素影响下,老字号品牌必须在市场模式的创新与变革中寻找突破。“购物节只是一个平台,更重要的是抓住细分市场,强化自身亮点,调整产品策略,契合客户心理需求并构建立体化、多元化营销体系。”周海介绍,线上购物节启幕首日便创造销售额破20万元的良好业绩,截至4月13日,线上购物节8个类别总销售额接近100万元。

为进一步有效对冲疫情影响,帮助酒店、餐饮等服务行业渡过难关,恢复发展,连日来,江苏省各部门纷纷出台纾困举措,在惠企政策、金融支持、信心提振等多方面拿出“真金白银”,为市场主体“雪中送炭”。

日前,江苏省商务厅出台了《关于进一步帮助商务领域市场主体纾困解难的若干措施》,一口气推出16条纾困扶持措施。其中,推进餐饮行业数字化转型成为重点扶持措施之一,通过降费、补贴等多种方式降低相关餐饮企业经营成本,并提供经营诊断、餐品设计、推广营销等专业性服务开展帮扶,强化中小餐饮商户数字化运营能力,拉动线上餐饮消费快速增长。

对于广大餐饮商户而言,如何拥抱线上线下“双主场”,着力突破线下餐馆面积所限,面向海量线上客源提供服务,已成为餐饮行业发展的大势所趋。