

“单身经济” 助长消费市场新潜力

数据显示,全国单身人群超过2亿,“一人食火锅”、小容量家电等走俏



一个人吃饭、一个人逛街、一个人居住、一个人旅行……一个面向单身、独居人群的巨大消费市场正在快速成长。你是否发现,“一人食火锅”在悄然流行、200毫升装的小瓶红酒热销、洗衣机电冰箱之类的日常家电推出了更多“单身版”……消费生活中的这些日常细节,不动声色地折射着“单身经济”的影响。

国金消费研究中心日前发布的《单身经济崛起,消费新势力抬头》研究报告称,全国单身人群已达2.2亿人。记者通过调查发现,单身群体呈现出“高消费、低储蓄”的特点,并且十分注重生活品质,在消费升级中酝酿着巨大的消费潜力,亦潜藏着“月光消费”等负面影响。

外卖“一人食”越来越流行

国金消费研究中心的这份研究报告显示,根据中国民政部数据,2017年,全国单身人群已达2.2亿人(这里说的单身人口,指的是成年适婚人口,并不包括未成年人),占到总人口15%左右。今年27岁的杭州姑娘小苏,就是15%里的那一个。

刚刚过去的春节,来自爸妈的催婚压力,让小苏的新年过得有点郁闷。不过很快,重返工作岗位的她用外卖平台的美食让自己快乐起来。

工作日的晚餐,小苏通常会点一份40多元的轻食沙拉;周末不想出门买菜,又找不到“饭搭子”时,她会叫一人份的麻辣小火锅。

根据国金消费研究中心调查数据显示,大部分单身人群只是偶尔做饭,与之相比,已婚人群做饭频率相对较高,通常一周三次以上。另据美团点评公布的2018外卖数据,一年里,20—30岁人群贡献了65%的订单量,外卖一人食消费成为主流。

规模超2亿,单身带火“一人量”商品

《单身经济崛起,消费新势力抬头》专题分析报告对出生于1985—1995年的2000名未婚人士做了细致研究。研究发现,单身群体的消费主要有四大方向:花钱买方便、花钱为了悦己、花钱买寄托和花钱买未来。

这其中,单身一族花钱为了悦己的消费倾向极大地促进了迷你小家电的增长。记者登录几大电商平台,发现“一人量”的商品物美价廉,颇受追捧。如,京东一款长虹的迷你电饭煲只要95元,累计销量13万+;苏宁易购一款一次仅能煮2至4个鸡蛋的小熊煮蛋器售49元,累计销量8700多件;天猫销售的美的10升的迷你小烤箱仅115元,但月销量超

过1万件。进入2019年,一大批食品类品牌也纷纷推出一人份包装的冻干银耳羹、蔬菜速食汤,而粮油调味品也顺势推出一人食用的小包装。

小型洗碗机、迷你小冰箱、单人烧烤架、单人小火锅……近年来,各类“迷你神器”几乎涵盖了日常生活的各个方面。据天猫发布最新数据报告显示,迷你微波炉和迷你洗衣机的购买人数增长最快,2018年分别增长970%和630%;迷你语音智能音箱表现最为突出,销售增长量为16000%。但这并非个例,苏宁易购的销售数据也出现了类似的迹象,2018年9月至10月,该平台迷你火锅销量较去年同期增长1605%。

可创造无限商机,也要警惕负面效应

“一人食”“一人量”商品的畅销,让越来越多的企业嗅到了商机。家电企业更是瞄准“单身经济”大力推出为单身人群量身定做的专属新品,如海尔440mm小尺寸JOY小型冰箱,大字2.5Kg容量壁挂式mini洗衣机,S-cubism公司的3cm超薄型扫地机器人等都是近两年来自知家电企业推出的新品。

业内人士预计,主打“单人份”的业态给单身人群创造了更多的买单入口,功能越来越细分的“单身伴侣产业”不断迭代出新的产品,正式进入消费升级周期拐点。面对逐渐增长的单身经济,有人欢欣鼓舞,亦有人忧心忡忡。“当今的单身人士拥有更强的购买力和更强的消费

意愿,这也为很多行业带来了商机,但未必都能够转化成积极的经济贡献。”湖南大学经济学教授李斌认为,要警惕“单身经济”带来的负面效应。

国金消费研究中心的单身经济专题分析报告显示,在一线、新一线和二线城市,基本上40%左右的单身青年“月光”,而四线、五线城市该比例更高达76%。业内人士指出,当下部分年轻人“月光消费”,甚至“超前消费”的现象比较严重,类似情况若蔓延开来,将给个人、家庭和社会带来风险,既增加年轻人自身和家庭的债务负担,也可能带来今后的社会养老风险。

据新华网

“网红”甲醛检测仪 其实不靠谱

仅上海市监管部门公布的风险监测结果就显示:全部不合格,误差极高



近年来,消费者越来越重视居住环境的安全舒适,尤其是装修后家里的空气质量。一些商家看到了其中的商机,推出了价格便宜,携带方便的甲醛检测仪,在网上销量不错,但这些检测仪的检测结果是否准确呢?

上海市市场监管部门近期公布了对网红产品“甲醛检测仪”的风险监测结果,显示:无一批“甲醛检测仪”产品示值误差符合技术要求,无一批次“甲醛检测仪”在设定的检测环境条件下的重复性符合要求。

这次风险监测选择在京东商城和天猫两个电商平台购买样品,通过搜索关键词“家用甲醛检测仪”,将售价低于1000元的仪器按销量进行排序,购买销量靠前的仪器作为本次风险监测的样品。总计购买了41批次样品,近20个品牌,生产厂家涉及北京、上海、广州、深圳等地。

风险监测 甲醛检测仪不靠谱

这次风险监测核心的检测项目有两个,分别是甲醛浓度的示值误差和甲醛浓度示值重复性。

示值误差是指甲醛检测仪显示数值与事先设定的舱内甲醛浓度数值之间的误差,一般可以用来判断仪器测得准不准;而示值重复性则用来说明仪器在短时间内对数值复现能力。也就是说一台甲醛检测仪的示值误差越小,测量重复性越好的产品就越准。

记者注意到,在实验舱内,这次风险监测抽取的不同样品,在同一甲醛浓度的环境下,显示的数值并不一样。其中一台检测仪显示甲醛浓度为0,而另一台显示的甲醛浓度是每立方米0.043毫克,但实际上,此时试验舱内甲醛浓度是

每立方米0.12毫克。

上海市计测院材质中心工程师唐巍指出,其中有些仪器,干脆在6个环境下都是没有读数,读数都为0,还有部分仪器反而低浓度的读数比高浓度时的高,它和常规的状态是成一个反向的关系。

也就是说,部分甲醛检测仪显示的甲醛浓度数值连参考价值都没有,与真实的浓度情况可能完全相反。根据风险监测方案,甲醛检测仪的示值误差只要小于15%就被视为满足要求,但是最终的检测数据显示,没有一台甲醛检测仪在6个环境条件下,示值误差和重复性都能满足要求。

单一集成传感器 检测难言精准

记者了解到,这次风险监测涉及到的甲醛检测仪基本属于同一类型的产品。

上海市计测院材质中心工程师钟义林表示,可以清楚地看到这两款传感器是完全一样的,它们只不过是外观上不一样,但得到的结果很难体现真实的结果值,因为它这种单纯的集成传感器,受到外界的影响是非常大的。

目前专业的甲醛检测仪分析方式一般为泵吸式,而网络上销售的一千元左右,甚至价格更低的甲醛检测仪基本都采取了扩散式采样方式。工作原理不同,

也使得专业的甲醛检测仪价格远高于电商平台销售的产品。

要保证检测结果准确,另外一个非常重要的环节就是对仪器定期的校准和量值溯源。

上海市计测院材质中心副主任丁臻敏表示,每年要定期进行量值溯源的一个活动,开展这个工作的成本,往往要高于本次风险监测购买到的样品的售价,它很难做到每年去做这种量值溯源的活动。

可见,没有进行定期校准和量值溯源的甲醛检测仪,检测准确性很难保证。

故意篡改检测报告 涉嫌虚假宣传

另外,记者在调查中发现,有一款产品在电商平台网页上显示有权威检测机构出具的报告,强调自家产品示值准确,而出具报告的机构正是上海市计量测试技术研究院。随后,记者向有关工作人员进行了求证。

上海市计测院材质中心工程师顾玲告诉记者,按网页上面数值显示看来,它的指标是合格的,但实际根据报告的备份情况显示它的数值是不合格的。专家称商家这样故意伪造或变造检

测报告核心数据的行为,已经涉嫌虚假宣传,而这样经过篡改的报告,消费者很难判断真假。目前,此次风险监测反映出来的问题已经引起了监管部门的重视。

上海市市场监管局计量处负责人田义龙表示,下一步会将向社会发布一些相应的风险监测结果,向消费者提出预警信息,同时督促生产企业,不断优化产品设计,加强质量控制,完善产品标准。

据央视新闻