

居家防疫带火“宅经济” 在线行业前景如何

买菜靠配送、看病靠在线问诊、上课靠网络直播、健身也远程……疫情影响下,大家自觉“宅在家”,带火了一批“宅经济”业态。“宅经济”是疫情影响下的昙花一现,还是有更大增长空间?



A 火爆的“宅经济”

虽然宅在家,生活依然要继续,由此催生了新的消费需求。近期,不少互联网应用平台业务规模大增,下载量、用户使用时长和用户活跃度等数据都明显提升。

——生鲜配送。蔬菜食品是刚需。数据显示,大多数生鲜平台的订单都爆发性增长。京东到家的粮油副食商品、肉品销售额同比去年春节增长7倍,每日优鲜交易额同比去年春节增长约4倍,苏宁到家业务规模同比增长4倍……

——在线医疗。2月以来,卫健委多次发文指出,充分发挥互联网医院、互联网诊疗的独特优势,鼓励在线开展部分常见病和慢性病的复诊和药品配送服务。

易观数据显示,疫情以来,30余家互联网医疗平台或企业针对疫情开展线上义诊及健康防护科普,跨地域调动医生超10万名。春节以来,互联网医疗在线问诊领域独立App日活最高峰接近700万人。

——在线教育。学校延迟开学,学生全民开启在线学习模式。多家在线教育培训机构及线下培训机构纷纷推出在线免费课程,有数据显示,近期教育行业App日均用户规模达到1.27亿人。

B 疫情过后“宅经济”前景如何?

疫情过后,这些行业的火爆还会持续吗?业内人士认为,随着生活、工作逐步恢复调整,一些“宅经济”业态难免会有所降温。

“疫情客观上倒逼了电子商务发展,但疫情过去都会正常化,一些业态可能就没之前那么火爆了。比如在线教育,作为一种辅助技术是很好的补充,但替代不了面对面、因材施教的线下教学。”商务部研究院研究员梅新育说。

相比线下教育,在线教育虽然有时空上的优势,但劣势也比较明显,个性化、互动性差,对学生的自主学习能力要求高,绝大多数家长依然会选择线下培训。“如果在线教育无法提供更好的学习体验,火爆很难持续。”一些接受采访的业内人士表示。

“医疗本身的特殊性,导致有大约40%的诊疗需要线下进行,反过来

在家上课直接拉动了相关电子产品销售。据苏宁易购数据显示,近期学习所需的电脑、平板、打印机等销量快速增长,其中打印机增长同比超200%。

——直播健身。疫情期间,健身房闭店,不少健身机构将业务从线下移到了线上,通过直播带领会员在家健身。不少健身房都纷纷开启线上直播教学课程,在线健身平台Keep运动直播累计参与人数超过5000万,超级猩猩的抖音平台高峰时期19万人在线观看,乐刻在快手平台的专题播放页面播放量超千万。

直播健身直接带动了一些运动器材的热销。网红主播李佳琦在直播卖瑜伽垫时,从说开始到1.5万个瑜伽垫售罄,只用了30几秒。

上海财经大学高等研究院院长田国强认为,疫情打乱了众多以线下经营为主的企业的阵脚,迎合“宅”需求,线下企业主动加速了线上化。

疫情还扩大了“宅经济”受众人群。互联网评论家丁道师表示,原本“90后”“00后”是在宅文化中成长起来的,他们是“宅经济”主体,而这次疫情让更多年龄层也成为用户。

有60%的诊疗是可以线上实现的,只不过在线问诊还不够完善。”大家医联创始人孙宏涛对记者表示,此次疫情后,在线问诊将会有很大的改观。

对于健身行业来说,“云健身”是特殊时期健身房维系用户的权宜之计。疫情过后,多数的健身还是会回归线下。有从业者认为,无论哪种形式,优质的服务才能吸引客户。

多位业内人士表示,现在谈扭转生鲜电商行业局势还为时尚早。疫情期间,不少人转为线上购买。疫情过后,需求会自然回落。虽然培养了一些用户的消费习惯,但最终能留下多少还是未知数。

“‘宅经济’本质上是互联网经济,这种服务经济形态适应了新崛起的年轻一代消费人群的消费习惯,即使疫情结束之后,‘宅经济’会冷下来不少,但整体仍会持续发展。”田国强说。

据新华社

复工复产步伐加快 出口恢复势头呈现

3月7日,海关总署发布最新统计数据,今年前两个月我国外贸进出口4.12万亿元,下降9.6%。

“尽管我国外贸受新冠肺炎疫情和春节假期延长等因素叠加影响,进出口数据有所下降,但从2月份情况看,进出口值在逐旬提升,企业申报报关单量逐旬递增,进出境货运量也在增长。近期全国外贸出口出现恢复势头。”海关总署统计分析司司长李魁文指出。



A 短期波动不改长期向好趋势

“新冠肺炎疫情短期内对外贸进出口造成一定冲击,但我国外贸发展韧性强,企业的适应力和市场开拓能力也很强。”海关总署有关司局负责人指出,疫情对进出口的影响是暂时和阶段性的,外贸发展长期向好的趋势没有改变。

从具体数据看,今年前两个月出口2.04万亿元,下降15.9%;进口2.08万亿元,下降2.4%。从货运量来看,1—2月海关监管进出境货运量7亿吨,同比增长2.8%,其中出口1.9亿吨,下降3.7%,进口5.1亿吨,增长5.5%。

B 与“一带一路”沿线国家进出口首超三成

在总体下降的情况下,前两个月我国外贸进出口仍然表现出积极因素。与“一带一路”沿线国家经贸合作的深化拓展了我国外贸发展的空间,对稳定我国外贸基本盘起到重要支撑作用。

海关统计显示,今年前两个月,对欧盟、美国和日本等传统贸易伙伴进出口下降。对东盟进出口5941.1亿元,增长2%,东盟已成为我国第一大贸易伙伴。我国与“一带一路”沿线国家合计进出口1.3万

“我国经济贸易具有较强的韧性和惯性,外加大宗商品装船期和企业进口节奏的原因,前两个月进口仅有小幅下降,疫情对进口的影响尚不明显。”海关总署有关司局负责人表示。

前两个月,大宗商品和重点民生消费品进口较快增长:铁矿砂、原油、煤和天然气等大宗商品进口量分别增加1.5%、5.2%、33.1%和2.8%。同期农产品进口值增长6.8%,其中大豆进口量增加14.2%,猪肉进口量增加1.6倍,有力保障了春节前后市场供应和重点民生商品价格的稳定。

亿元,同比增长1.8%,高出我国外贸增速11.4个百分点,占31.7%,比重首超三成。

据海关总署对2552家外贸样本企业调查情况,目前,80.6%的企业已经复工。民营企业在外贸进出口中相对更具活力。前两个月民营企业进出口1.7万亿元(同比下降6.6%),占进出口总值的41.9%,同比提升1.3个百分点。民营企业进出口占比提升,反映了国内营商环境的持续优化,是我国外贸内生动力和发展活力的重要表现。

C 复工复产步伐加快,市场信心稳步恢复

2月份外贸进出口值逐旬提升、企业申报报关单量逐旬递增……海关数据监测印证着中国外贸的坚韧和强大应变力。随着疫情防控取得积极成效,以及各项政策措施逐步落实,外贸企业复工复产步伐加快,市场信心也在稳步恢复。

“每年一季度受春节因素影响,进出口都会出现一定波动,今年加上疫情因素,进出口出现波动在所难免。但影响是暂时和阶段性的,中国外贸韧性强,竞争力强,外贸发展长期向好的趋势没有改变。”商务部外贸司司长李兴乾指出。

新冠肺炎疫情发生以来,中国与世界各国的贸易往来遭遇现实困难,保订单、保市场、保履约是外贸出口商面临的重大挑战。疫情影响是系统性的,需要政府、生产企业及采购商等供需各方共同应对。

在企业发挥自身优势的同时,中国政府面向全社会实施大规模降费降税政策,压减企业综合成本,帮助外贸企业渡过难关。据李兴乾介绍,加大稳外贸政策支持力度,将进一步突出四个政策着力点:一是金融支

持,扩大外贸信贷投放,满足贸易融资需求,支持有市场、有订单的企业有效履约,通过优先保障外贸资金链来畅通产业链、供应链;二是保险支持,进一步扩大出口信用保险短期险覆盖面,促进费率合理下降,有效服务外贸发展大局;三是财税支持,进一步完善出口退税政策,切实降低企业成本,减轻企业负担;四是推动贸易畅通,加强与贸易伙伴的沟通协调,推动世贸组织成员国间加强合作,解除不必要贸易限制措施,营造良好的国际贸易环境,共同维护全球供应链的稳定健康发展。

据新华社

商务楼招租

地址:衡阳市雁峰区蒸湘南路与衡常路口交会处时通商城
招商面积:800m²/层 共12层(分租、层租、整租均可)水、电、气、中央空调整栋覆盖
招商范围:银行 保险 会所 商务办公 咖啡馆 足浴 酒店 KTV 等
招商热线:15874785588(梁)
15973385666(陈)