

居家防疫带火“宅经济”，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？



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，巨大的需求推动下，线上生鲜平台迎来暴涨。28岁的张永明是叮咚买菜上海的一名送菜员，以前他一天最多也就送100单，但近一个月来，他已经送了4000多单。

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。

“疫情期间，平安好医生App累计访问人次达11.1亿，新注册用户量增长10倍，新增用户日均问诊量是平时的9倍。”平安好医生董事长兼CEO王涛说。

——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。

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。一兆韦德、威尔士等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。

需求刺激、行业自救催生“宅经济”

这些“宅经济”业态并非什么新鲜事物，业内人士认为，疫情期间“宅经济”的快速增长，一类受益于巨大的市场需求，比如生鲜电商、在线医疗，还有一些属于相关行业的自救叠加需求，比如在线教育、直播健身等。

此前，围绕生鲜电商的话题多是烧钱、亏损甚至倒闭，此次疫情让生鲜电商脱颖而出，巨大的需求刺激销售暴涨。一些平台数据显示，不仅销售额大涨，客单价也有了显著上涨。叮咚买菜数据显示，近期每日新增用户4万多人，客单价增加约70%。

火爆行情下，买菜成了“抢菜”，多个平台需要预约配送名额，有的甚至需要在零点预约。不少用户吐槽，“买菜要拼手速，犹豫一下就约不上了，即使约上了，也不一定能按时收到。”

同样被需求刺激暴涨的还有在线问诊。对疾病的担忧，去医院的风险，疫情带来的多重焦虑让很多人选择了新的途径——网上问诊。易观数据显示，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。

而在线教育、直播健身的火爆，却并非完全是由需求刺激的。疫情期间，线下培训班全部停课，借由延迟开学，多家教育培训机构以“停课不停学”的名义迅速推出了免费课程。有业内人士告诉记者，其实这也属于行业自救。“线下停课令很多培训机构承受巨大损失，学员流失是其需要面对的最大危机。在线教育一直以来获客成本较高，此次的免费课让各机构都得到了海量用户。”

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。

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。但此次疫情促使数字技术进入大规模应用阶段，也进一步培育了线上消费习惯，相关行业需要进一步提供更为优质的服务，将疫情期间的流量变现，才能实现可持续发展。

“疫情客观上倒逼了电子商务发展，但疫情过去都会正常化，生鲜到家等业态未来会继续做大，但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。

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。除了原来的会员之外，收获的流量有多少能变现？“疫情让人们更重视健康，长期来看，公众对健身的需求呈上升趋势。”

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，受制于严格的社区进出管理制度和避险心理，不少人转为线上购买，但由于供应链等瓶颈，电商平台缺货、增加运费、延时配送等问题让用户实际体验并不好。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

亚太国家确诊病例继续攀升

3日至4日，多个亚太国家报告新冠肺炎确诊病例数继续攀升。

●日本 截至4日晚上，国内新冠肺炎确诊病例达315例（含武汉包机回国14人）。此外，“钻石公主”号邮轮乘客船员共确诊706人。

●印度 自3月2日以来，国内新增25例新冠肺炎确诊病例，其中包括16名正在印度旅游的意大利游客以及陪同他们的1名印度司机。截至目前，印度新冠肺炎确诊病例累计达28例。

●马来西亚 4日增新冠肺炎确诊病例14例，创单日新增病例最高纪录。目前马来西亚累计确诊病例增至50例。

●新西兰 卫生部4日宣布，该国确诊第二例新冠肺炎病例，这名30多岁的新西兰女性与丈夫在

家中自我隔离，尚未住院。

●澳大利亚 截至4日早上，累计确诊病例增至41例，其中21例治愈，1例死亡。新增病例中有1例是经第三国返澳的中国留学生，目前正在布里斯班当地医院隔离治疗，情况稳定。

●越南 1月23日报告首例新冠肺炎确诊病例，目前16个确诊病例均已出院，全国还有77个疑似病例。

据新华社

韩国确诊病例超过5600 新增庆山市为传染病特别管理地区

韩国政府5日宣布，考虑庆尚北道新冠肺炎最近新增病例主要集中在庆山市，决定将该市列为传染病特别管理地区。截至当地时间5日0时，韩国累计新冠肺炎确诊病例增至5766例。

韩国中央事故处理本部副本部长金刚立在5日举行的发布会上表示，当天国务总理丁世均在大邱主持召开会议，会议决定增加庆尚北道庆山市为传染病特别管理地区。

金刚立说，3月3日庆尚北道新增病例中，73%出现在临近大邱市的庆山市。由于庆山市与大邱市市民处于同一生活圈，目前庆山市内已出现二代感染和小规模聚集性感染，有必要在社区感染进一步扩散前集中采取措施遏制疫情向其他地区蔓延。

庆山市位于庆尚北道南

部，人口约26万，其西面、南面分别与大邱市和庆尚北道清道郡接壤。

由于出现大规模聚集性感染事件，大邱市和庆尚北道的新冠肺炎确诊病例数约占韩国病例总数的90%。大邱市和庆尚北道清道郡于2月21日被韩国政府指定为传染病特别管理地区。

另据韩国疾病管理本部5日发布的最新统计数据，当地时间4日0时至5日0时，韩国新增438例新冠肺炎病例，新增死亡3例，新增治愈47例，累计确诊病例增至5766例。

据新华社

