

中国互联网消费生态大数据报告出炉——

网上消费有哪些新风向?

日前,第一财经商业数据中心(CBNDData)发布中国互联网消费生态大数据报告,从消费者、业态、品牌、营销四大维度出发,描绘出互联网消费生态的新格局。2021年,有哪些消费新风向值得我们关注?

健康需求空前高涨

新冠肺炎疫情给全民上了一堂提升健康卫生意识的公开课,也促使人们的消费理念加快转变,健康消费需求空前高涨。

“酒精、消毒湿巾、洗手液、空气净化器……防疫期间,家里添置了许多与健康有关的物件。”家住北京的王女士告诉记者,虽然花了不少钱,但也算为自己和家人的健康投资了。

民以食为天。追求饮食健康成为越来越多人的一种生活态度,“加减法”饮食观走进大众视野,低脂、少糖、高营养的产品更受市场青睐。养生不再是老年人的专属,据调查,“90后”“95后”在滋补保健品市场上的消费增速最为亮眼,偏好燕窝、阿胶和茶饮类。

走俏的不止健康类产品,还有健康类服务。以线上问诊为例,约18%的网民使用过网上挂号和问诊服务。伴随各大平台送药到家服务的开通,全链条的健康医疗服务逐步打通。防疫期间,人们对健康风险的关注意识增加,健康险在年轻人群、下沉市场和蓝领群体中加速普及。

与此同时,长时间的“宅”生活拉近了人与家的距离,基于“居家”而形成的消费习惯和需求增多。比如,借助VR技术,线上看房买房的习惯加快养成;科技感、品质化成空间升级方向,智慧门、智能看护灯、电动窗帘等产品构成更多元的家居场景;宠物消费以线上整体增速的1.5倍蓬勃发展等。

“宅经济”持续升温

受疫情影响,一方面,餐饮、影院、旅游等线下商业遭受较大冲击;另一方面,线上经济实现逆势上扬。

在线教育快速普及。在线教育用户规模呈爆发式增长,“知识充电”兴起,大众的求知欲大幅提升。调查显示,“80后”偏好心理咨询培训和职业发展类课程,“95后”则偏好设计、动画以及IT类。

远程办公成为刚需。“云办公”很大程度上改变了人们的生活习惯和工作方式,以钉钉、腾讯会议为代表的在线办公平台在疫情防控和复工复产中发挥了重要作用,满足了绝大多数单位的办公需求。

线上买菜订单激增。各式买菜攻略广为流传,各大生鲜平台蔬菜、肉禽蛋等销量明显上升。旺盛的买菜需求带火了社区团购。数据显示,社区团购用户约有1/4是防疫期间新增用户,预计2021年社区团购市场规模将超1200亿元。

在线文娱有力补充。“云旅游”“云展览”“云蹦迪”“云演唱会”等新模式开辟消费新场景,弥补了人们无法参与线下活动的缺憾。在云端,有3D全景、AR、VR等技术助力,消费者不仅可以学知识,还能获得更好的互动体验。

“随着新一代信息技术的应用和普及,线上消费的新业态新模式不断涌



徐骏作(新华社发)

现。”中国贸促会研究院副院长赵萍表示,以视频直播为代表的新业态创造了商品和服务线上消费的新增长点,助推线上消费实现高速增长。

直播带货可完成瞬时转化,成为消费市场一大亮点。据天眼查统计,2020年新增直播相关企业超过2.8万家,是2019年新增数量的5倍。

新国货迅速崛起

回顾2020年“双11”,天猫发布的一个数字值得关注,开售首日有357个新品牌成交额登上细分品类榜首,国货品牌崛起的迹象愈发明晰。

数据显示,消费者对中国品牌的关注度在10年间从38%提升到70%。对此,业内人士认为,疫情进一步培养了人们对本土品牌的认知与需求,内循环的政策导向、生产资源的倾斜也为国货崛起提供了新机遇。

谈及互联网时代的国货消费,还有个重要因素不容忽视,那就是当下的消费主力——“90后”等年轻人群体。新一

代的年轻消费者,有着自己独特的品位和鉴赏力,注重品质与体验,不盲目迷信大牌。

在消费内容同质化增多的今天,新颖有趣的内容更容易吸引年轻人的目光。据统计,2020年消费者在各品类搜索“高颜值”的渗透率是2019年同期的2.76倍。善于讲品牌故事,或通过颜值带来的感官刺激,愈加成为新国货出奇制胜的法则。

在消费过程中,年轻一代喜欢创意和互动。一个瞄准需求不断推出新品且与年轻人始终玩在一起的品牌,往往会被接力“种草”“安利”,快速成为爆款。

新品牌圈粉,并不代表高枕无忧。研究表明,在同一品类消费时,年轻消费者更愿意多尝试不同的品牌,而不是对单个品牌多次复购。

专家表示,新国货要跟上年轻消费者,跟上这个时代的消费市场变革。通过对消费诉求的洞察细分,用高品质、高性价比的产品来赢得消费者的青睐,提升品牌自身的核心竞争力。

(据《人民日报海外版》)

张居正



熊召政 著

最早提出“一条鞭”改革设想的,是嘉靖九年的内阁大学士桂萼。他构想“以一切差徭,不分有无役占,随田征收”。第二年,屯田御史付汉臣正式疏陈:“顷行‘一条鞭’法,十甲丁粮总于一里,各里丁粮总于一县,各州县总于府,各府总于布政司,通将一省丁粮,均派一省徭役。”嘉靖皇帝当时准旨先行在南直隶的宁国、应天、苏州等府,湖广长沙府、山西平阳、太原二府以及广东琼州府的感恩县等地先行试点。兹后经半个世纪,“一条鞭”法的推行时断时续。赞同者称为善政,反对者称为“农蠹”。

不遗余力地推行者,在嘉靖及隆庆两朝有苏州知府海瑞,应天府尹宋仪望,浙江巡抚庞尚鹏以及江西巡抚潘季驯等封疆大吏,最后这些人几乎全都因为坚持一条鞭法而被参劾革职。反对者多半都是当道政要,远的不用说,就说万历改元后的首任左都御史葛守礼,就是一个坚持不懈的反对者。他认为施行“一条鞭”法是“工匠及富商大贾,皆以无田免役,而农夫独受其困”。隆庆二年,葛守礼在担任户部尚书期间,曾给皇上写了一道奏章,要求在全国停止施行“一条鞭”法,竟得到了隆庆皇帝的批准。此后,“一条鞭”法不行于天下州县达数十年之久。

早在嘉靖年间,张居正就是“一条鞭”法的热心提倡者,宋仪望、庞尚鹏、潘季驯等人,也都是他的政友。海瑞于隆庆二年任南直隶巡抚都御史,因行使“一条鞭”法引起了官绅的惶恐和刻骨仇恨,以至被言官戴凤翔等人攻击为“沽名乱政”而被迫致仕。当时张居正已是内阁次揆。即使在这样显赫的位子上,他也无法为海瑞辩诬,只是在海瑞免官回到老家之后,他去信表示歉意,言道:“三尺法不行于吴久矣,公骤而矫以绳墨,宜其不能堪也。讹言沸腾,听者

惶惑。仆谬忝钧轴,得与参庙堂之末议,而不能为朝廷奖奉法之臣,摧浮淫之议,有深愧焉。”从这封信中可以看出,张居正当时的愤懑和无奈。他出掌内阁之后,便有心重新推行“一条鞭”法。但他总结前朝教训,深知若不先行丈量土地清查田亩,“一条鞭”法的推行的确存在葛守礼所指出的增加小户农家负担的问题。所以,在万历四年,当朝中的当道大臣再也没有掣肘人物,他决定重新启用宋仪望与庞尚鹏两人,在反对“一条鞭”法最为剧烈的应天府与福建省两地再行推广,积累经验。

到了万历九年初,一俟清丈田亩宣告结束,他便立即请旨在全国推行“一条鞭”法。从此,这一争论了半个世纪的赋税改革,因张居正的铁腕手段终成为万历王朝的正式制度。在中国已经实行了两千年的实物田赋,也从此永久地退出了历史舞台。

在经历了裁汰冗官,整顿吏治,整顿驿递,子粒田征税等一系列改革之后,再加上清丈田亩和“一条鞭”法的实施,万历新政已大见成效,而张居正的声望亦因此达到了巅峰。从朝廷到民间,从江南到漠北,只要一提到张居正的名字,人们莫不肃然起敬。纵然是

村夫野老,也都知道当今圣上万历皇帝对他的师相张居正是言听计从,百依百顺。自大明开国以来,没有哪一位首辅,能够像张居正这样真正握有重整社稷扭转乾坤的摄政大权。皇上给予他的荣誉和地位,使他达到了人臣之极。比如说,他的二儿子嗣修与三儿子懋修,参加万历九年的秋闱大典,两人均中进士。廷试中,皇上亲自拿笔圈点,将懋修擢拔为状元,嗣修为探花。一家两魁,这是千百年来科举中未曾发生过的事,仕林舆论一时哗然,然皇上钦定,谁也改变不了这个事实。紧接着秋闱大典之后,便是例行的京察。张居正以九年考满功绩卓著,又被皇上晋为太师,上柱国。两个勋职均是一个人臣所能得到的最高褒奖。特别是上柱国,在张居正之前的明朝首辅中,有三个人获得过这种荣誉,但都是在死后得到,唯独张居正生前受封。因此有位阿谀奉承的官员写了一副对联,做成金字送到他的府上,联曰:“上相太师,一德辅三朝,功光日月;状元榜眼,二难登两弟,学冠天人。”张居正得到这副对联很是高兴,将它挂在客厅里,以便前来拜谒的人观看。