

迷你KTV、抓娃娃机

# 碎片化消费模式成下一个“风口”

2017中国经济年报显示,去年我国居民人均消费支出18322元,比上年增长7.1%。休闲娱乐消费方面,居民体育健身、休闲娱乐需求增加带动相关商品和服务快速增长。随着消费升级的逐步推进,与消费直接相关的通信、文化体育娱乐和教育等领域的投资增长较快,服务性消费支出增长较快。

相对以往人们的消费理念和方式,2017年里碎片化消费模式表现得异常突出,甚至被业内人士视为下一个“风口”。

曾几何时,舞厅、歌厅、录像厅等,是国人休闲娱乐仅有的几项选择。大家聚在一起唱歌、唱歌、跳舞,释放自己。如今,随着休闲娱乐选择的增多,录像厅早已消失不见,舞厅、歌厅也逐渐被综合性娱乐场所替代。

迷你歌咏亭:3个月回本,6个月稳赚?

2017年下半年,在不少商场

和电影院里,出现了很多占地两三平方米的独立透明玻璃房,内部装备点歌的电子屏幕和话筒,甚至还有灯光效果,装修成迷你KTV的样子。一时间,人们在吃饭排队的间隙和等待电影开场前的空闲时间里,多了一种打发时间的选择。在这里,人们可以用半小时就完成传统唱片行业用一年才能完成的事儿:录歌,并且可以分享到自己的朋友圈里。就是这样一个个集合了唱歌、听歌、录歌、线上分享传播等功能的迷你歌咏亭(迷你KTV的官方名称),成为不少年轻人追捧的“网红产品”。

在夹娃娃机之后,迷你歌咏亭这种自动娱乐设备,搭上共享、碎片化时间、资本追逐下流量的快车,迅速蔓延,并从一二线城市向三四线城市转移。不少厂家和投资人对相关领域颇为看好,市场甚至疯传“3个月回本,6个月稳赚”。

据广州迷你歌咏亭制造商乐迪负责人易林介绍,他们的产品不到2万元一台,已推广至全国各

个城市,分布在商场、电影院、大学城等人流量大的地点。“有的两三个月就可以回本了,情况差的要五六个月,这个得看客流情况,不同地段也有差异。”

迷你歌咏亭因其可快速复制、需求相对普遍、依靠线下人流、盈利回本预期明晰等项目特征,吸引了资本的目光。据公开资料显示,包括友唱M-Bar、Wow屋、聆哒等品牌兴起的背后,均有资本推动。2017年上半年,仅在迷你歌咏亭领域就发生6起融资事件。

中商产业研究院发布的《2017年中国迷你KTV市场前景研究报告》数据显示,预计2022年线下迷你KTV市场规模将达到20万台左右,市场规模将达到310亿元左右,未来市场规模潜力巨大。

随着市场飞速发展,迷你歌咏亭行业竞争也日趋激烈。2017年4月10日,聆哒mini K以外观设计专利侵权为由,将友唱M-Bar等3家企业告上法庭,索赔1.6亿元。

艾媒咨询分析师认为,目前市

场上的迷你歌咏亭模式极易被复制,产品同质化现象严重,用户难以形成持续黏性。同时,参与者进入市场门槛低,缺乏核心竞争力,难以形成竞争壁垒。

业内人士认为,和共享单车一样,迷你歌咏亭行业在经历了这波较快发展时期后,也将迎来洗牌阶段。企业只有加强自身核心竞争力,提高产品技术水平,打造优质产品体验,才有机会在行业洗牌中存活下来。

## 餐饮、娱乐抢占购物中心

公开资料显示,在购物中心的购物、餐饮、娱乐这三大业态中,传统招商法则里的分布黄金比例是52:18:30,但该比例目前已被重置,传统占比最大的购物业态比例降低,餐饮和娱乐业态比例则在加大,三者比例正在逐渐趋于平衡。

新兴娱乐项目背后,是正在悄然崛起的碎片化消费市场。近年来,个性化场景和碎片化市场需求

让传统消费模式受到了极大挑

战,批量式供给、排量式消费的时代已经过去。与此同时,变现消费者碎片化需求的自助消费模式悄然兴起,在消费升级时代下,为线下消费提供了更多可能。

利用零碎的时间挖掘出来的消费项目,不只迷你歌咏亭和传统的抓娃娃机,市场上从碎片化时间里挖掘出来的“新经济”产品随处可见。共享按摩椅、自助果汁机、VR游戏体验等碎片化消费项目遍布商场、电影院、餐馆等地,在消化消费者的碎片化时间之余,也让其购物体验更加多元化。

有业内人士认为,消费场景碎片化的本质,是让消费变得随时随地,从营造消费场景、激发消费欲望到完成支付,整个消费流程变得更加无缝便捷。“碎片化消费可以说是消费市场的进一步分层,这种新兴的商业模式是否有前景,不单看它现在有多受欢迎,赚多少钱,而是看它是否能细化市场,符合消费者对于碎片化消费的需求。”某商场市场部经理说。

贾璇

## 柯桥城镇三口之家年文娱消费上万元

日前,2017年绍兴市柯桥区城乡居民收支调查报告新鲜出炉,该区城乡居民人均可支配收入为51672元,首次突破5万元大关,同比增长8.2%。

调查报告中,最令人关注的是城乡居民收入比进一步缩小。数据显示,去年柯桥区城镇常住居民人均可支配收入58762元,农村常住居民人均可支配收入34316元,城乡居民收入比由上年的1.73:1缩小为1.71:1。“农村居民收入水平保持较快增速,城乡居民收入比进一步缩小。”相关人员分析认为。

据悉,人均可支配收入主要由工资性收入、经营净收入、财产净收入与转移净收入等四项组成。其中,工资性收入仍是对柯桥区居民收入增长贡献率最大的一部分,城镇和农村居民工资性收入贡献率分别为54.0%和58.4%。同时,得益于“最多跑一次”改革,大众创业、万众创新等,民营经济的富民活力得到充分发挥,城乡居民增收空间和渠道得到进一步拓宽,全年人均经营净收入14970元,增长7.3%;房地产市场回暖带动出

钟伟 冯娣

租房屋租金收入上涨,互联网理财模式如余额宝、银行定期等也对居民财产净收入有一定带动作用,去年居民人均财产净收入4369元,增长11.1%;各项惠民政策的落地,社会保障水平的提高,以及各类离退休人员退休金、城乡居民基本养老保险金标准的持续提高,使得转移净收入继续保持较快增长,去年城乡居民人均转移净收入为3998元,增长10.1%。

柯桥市民不仅勤劳会赚钱,而且消费热情颇高。去年全区居民人均消费支出27611元,同比增长7.1%,其中城镇居民人均消费支出30775元,农村居民人均消费支出19865元。

随着居民消费观念的转变

以及文化创意产业的不断发展,旅游健身、电影话剧等享受型消费潜力逐步得到释放,成为城乡居民新的消费领域。去年,柯桥人均教育文化娱乐服务消费支出达2986元,其中城镇居民人均教育文化娱乐服务消费支出为3408元,也就是说,一个城镇的三口之家,每年的文娱消费已经突破万元。

在此次整治行动中,吴兴区市场监管局统一部署,组织全区监管力量,采取线上与线下同步检查;并对订餐量排在前列的入网餐饮单位和学校周边的入网餐饮单位开展监督抽检,结合特点,抽检火锅底料、禽肉、调理肉制品、冰制品等12个品种、42批次,相关检测结果均将在食品安全网上进行公示,并将在食品安全隐患的入网餐饮单

位名单抄送给第三方交易平台,

督促平台下架相关餐饮单位。

与此同时,该局还约谈了存在问题较多的第三方交易平台,要求第三方交易平台加强日常管理,严格审查入网餐饮单位资料和现场核对工作,确保入网餐饮单位符合要求,提高餐饮安全规范意识和水平。

此外,笔者了解到,国家食品药品监督管理总局发布的《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》(以下简称《办法》)已于2018年

1月1日正式施行。《办法》对网络订餐有了更多新规定,其中还特别强调入网餐饮服务提供者应当具有实体经营门店,并依法取得食品经营许可证。新规还要求,送餐人员应当核对配送食品,保证配送过程食品不受污染;违反规定的,相关监管部门将要求送餐人员单位责令改正,给予警告;拒不改正的,责令停产停业,并处1万元以上5万元以下罚款;情节严重的,吊销许可证。

孙建新 吴市轩

## 吴兴开展“清网行动”规范网络订餐



位名单抄送给第三方交易平台,

督促平台下架相关餐饮单位。

与此同时,该局还约谈了存在问题较多的第三方交易平台,要求第三方交易平台加强日常管理,严格审查入网餐饮单位资料和现场核对工作,确保入网餐饮单位符合要求,提高餐饮安全规范意识和水平。

此外,笔者了解到,国家食品药品监督管理总局发布的《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》(以下简称《办法》)已于2018年

## 怀旧饮料热销引黄牛高价倒卖

# 69元一箱的桃汁被炒到150元

广告语也称:“要不要来一口92年的‘摩奇’。”

笔者注意到,在该平台上,共

有两款摩奇桃汁供消费者选择,

一种是250ml×4软包装摩奇桃

汁饮料,售价12.9元,还有一种是

250ml×24盒的整箱包装,售价69元。

“每日优鲜”相关负责人告

诉笔者,摩奇饮料刚在平台上架

就被网友抢购一空。

据悉,摩奇桃汁在上世纪90

年代销售火爆,由于采取软包装

方便学生春游、秋游携带,在饮料

市场占有一定份额,与北冰洋汽

水、义利面包一起成为许多“80

后”的经典回忆。“摩奇”不仅代

表了童年的味道,还在娱乐设施匮乏的时代给孩子们创造了不少游

戏项目。有网友表示,喝完“摩

奇”后的正确操作是,把四角儿打

开吹满气再踩爆。

老品牌饮料复活引抢购

近日,在电商平台“每日优鲜”上,一款名为“摩奇”的饮料,被不少北京市民贴上了怀旧标签。“生于1984年,兴于1992年,于2018年1月复活”,就连商家的

但也有网友在网上评论称,虽然商家打起了怀旧的概念,但在饮用后感觉和儿时的记忆不太一样,对这款新上市的复古饮料感到失望。

### 网上有黄牛一箱卖150元

笔者看到,整箱24盒装的摩奇桃汁已经售罄,消费者只能通过预售的方式购买,发货时间在3月10日左右。目前消费者只能买到售价12.9元的4盒装摩奇桃汁,并且每人每天限购一份。

“摩奇”回归后引发的抢购,

让黄牛看到了商机。有黄牛在网

上做起了加价倒卖的生意。笔者

在一家二手交易平台发现,有

不少黄牛都在高价转卖摩奇桃汁。

在该平台上,一盒240毫升的摩奇桃汁售价在5元到10元不等,而24盒一箱原价69元的产

品,被黄牛加价到80元、110元,甚至最贵的150元一箱。

随后,笔者以买家身份咨询一名黄牛,这名黄牛表示,自己在“每日优鲜”的平台上一次性买了30箱“摩奇”,昨天刚挂到二手平台就被抢购,现在已经没有整箱的售卖,只剩下零散的22盒。“这也不是谁都能抢着的吧,我也没有强买强卖,总有任性不差钱的。”

另一名黄牛则表示,自己店

里的摩奇桃汁5元一盒,北京五环

内可以用闪送的形式送货。这位

卖家称“没有起拍数量,但是买少

了闪送不划算”。

商家称购买应通过正规渠道

二商摩奇相关负责人说,摩

奇桃汁2月5日正式在“每日优

鲜”平台开卖,目前仅在“每日优

鲜”这一个平台售卖。

据介绍,摩奇桃汁是委托牵手果汁厂生产的,每台机器单日生产18万盒。针对有网友质疑“摩奇”采取饥饿营销的方式进行炒作,相关负责人表示,由于目前这款饮料销售火爆,厂家已经在加急生产。“包材厂家本来已经放假了,是我们请求包材厂家将员工请回来继续生产,由此产生的加班费也由我们承担。”二商摩奇负责人表示。

针对网上有人高价倒卖“摩奇”一事,这位负责人表示这绝不会是厂家行为。虽然刚恢复销售,商品被造假可能性较小,但这位负责人还是提醒消费者,为保险起见,还是要选取正规渠道购买,厂家目前也在加大力度保障供应,满足消费者对老品牌的需求。

张月朦 李佳

## 常山公路:快速清理国道大幅“油画”

近日,正在春运值班的常山县公路管理局城北公路管理站站长陈少华接到局政监控指挥中心96266热线电话,320国道朱家渡大桥路段出现机油洒漏。

陈少华和同事三人立即从205国道城北公路站赶到了320国道朱家渡大桥,在距离大桥100米通往城区的主要干道上,看到了滴漏在路面近30米长、面积40多平方米的超大幅“油画”,路上一中年男子靠在电瓶车边,看样子是刚摔倒爬起来的。险情就是命令,他们一下车马上拉开警戒线,摆放警示牌,扛防滑木屑……全身心地投入到

徐莹 汪城

## 衢州公路:新春慰问伤残军人

在新春佳节之际,衢州市公路管理局工作人员与武警衢州市支队官兵一同看望慰问伤残军人梁秀良,为他送去节日用品和新年祝福。夏小琴 摄

## 浙江查处首例跨境电商刷单案

包裹单号为:SYBAB47371703,SYBAB41379411,经专案组多方查询,通过进一步网络关联,确认包裹从义乌市QS公司发出,执法人员对该公司经营场所进行检查。

经查,当事人义乌市QS公司是一家经营跨境电商交易的公司,该公司在速卖通、Wish等跨境电商平台上共开设了499家网店,并使用ERP(企业资源计划系统的简称)系统管理上述网店。

2017年1月,当事人提升Wish平台上网店的信誉和销量排行,提高产品销量,采用将其他交易平台上的真实客户信息导出,雇佣专人利用导出的真实客户信息在Wish网站上虚假注册,虚假下单,使用跨境电商发送包裹的方式进行虚构交易。

2017年1月份至案发时止,当事人采用上述方式,共虚假注册了3999个Wish的买家账号,虚构交易共计27092单,仅2017年8月份一个月就采用上述方式虚构交易3121单,客户名为麦基汉的美国消费者一个月就收到空包裹29个。

新闻中提到的含扎头绳的

据中国新闻网

## 专家揭秘: 海淘中的 那些假货“猫腻”

日前中国消费者协会公布了《2017年“双11”网络购物价格、质量、售后服务调查体验报告》,发现多家海淘电商平台涉嫌售假。2月8日记者采访相关专家,对海淘商品假冒多的情况进行分析。专家认为,海淘业务量增长快、监管跟不上是假货猖獗的一个重要原因。

《2017年(上)中国电子商务用户体验与投诉监测报告》统计数据显示,2017年上半年,中国电子商务投诉与维权公共服务平台接到的用户关于跨境电商的单货现象比较介意,认为这有害于其品牌调性和各个地区的价格平衡。因此,可能存在部分品牌的国内代理和渠道,不认可海淘进来的商品为正品的现象。当然,也不排除部分电商平台对于海外货源渠道把控不力,从中混入了假冒产品的可能性。

曹磊还表示,包括大牌化妆品、奢侈品在内的一些品类,其国内外的品牌授权体系差异比较大,有些品牌对于国内外不同渠道的单货现象比较介意,认为这有害于其品牌调性和各个地区的价格平衡。这就对电商平台的渠道和供应链提出了更高的要求。”

曹磊还表示,包括大牌化妆品、奢侈品在内的一些品类,其国内外的品牌授权体系差异比较大,有些品牌对于国内外不同渠道的单货现象比较介意,认为这有害于其品牌调性和各个地区的价格