

单身群体日益庞大 商家掘金“单身经济”



我主良缘五年多的时间里共举办大型“精品妈妈相亲团”、“主题单身派对活动”、“婚恋课堂”等特色相亲活动1280场。资料图片

□半岛全媒体记者 文鸿飞

一年一度的双11“光棍节”就在下个周六了,单身人士这一庞大的群体,无疑又成焦点。根据民政部数据,中国内地的“未婚”人口到2015年底已达到2亿。另据咨询公司欧睿汇编的政府统计数据,2012年以来,中国成年独居人口增长了16%,达到7700万;到2021年,该数字将上升到9200万,单身群体的数量正以惊人的速度持续增长。单身群体的壮大,催生了“单身经济”的出现及快速发展。“光棍节”到来之际,一起来看看单身人士日常有哪些消费习惯和偏好?单身人士带动、刺激了哪些消费领域的发展?商家想要掘金“单身经济”该如何努力?

单身自白:

能网购的都网购 不吃工作餐就叫外卖

自白人:春满香城(网名),公司白领

春满香城到今年已有近十年的独居生活,她住在自己的公寓里,日常吃穿用度全靠她一人采购。采购的时候,因为一个人吃、穿、用,如果有小包装的话,她肯定首选小包装。采购渠道方面,她表示一方面因为工作比较忙,另一方面觉得一个人逛超市或商场,太无聊且有“昭告”单身的嫌疑,所以大部分都是网购。“能网购的基本都网购。”她补充道。至于一日三餐,春满香城表示,工作日基本上都在单位吃工作餐,周末的话外出就在外面解决,宅在家的话基本上就订外卖了。“开火做饭的时候极少,自己做饭自己吃,麻烦又冷清。”她说。

八小时之外,单身的春满香城过得确实较同龄已婚女性文艺又乐活。她告诉记者,周末无事可做的会约闺蜜去看电影、喝下午茶或者咖啡馆里喝咖啡聊天。有更大的空闲时间,比如休年假或放国庆节等这种长假时,她除了回家陪父母外,还会选择去旅游。“一般一年出去旅游两三次。”她说。同时,因为无家庭负担,可自由支配收入多,她用于自我美容、保健和提升等方面的钱比较多。“美容化妆品和服饰,是除了旅游之外的第二大花销。最近开始的艾灸按摩等健康理疗,花费也不少。”她说。

市场调查:

家电、餐饮、婚恋等 多个领域受益“单身经济”

相较于已婚人士,单身人士通常拥有更多的可支配收入,也更倾向于关注自我并把钱花在自己身上,从而催生了“单身经济”的兴起和蓬勃发展。日本社

会学家三浦展在《超独居时代的潜商机》中指出,一个人的消费行为将主宰未来经济。我主良缘青岛分公司首席婚恋咨询师吕薇也表示,单身群体刺激了餐饮、婚恋等多个领域的消费。“单身群体的日益庞大,促进了餐饮业、旅游、健身、美容等服务业的发展。而部分经济条件好的单身女士独自购房购车需求加大,从而拉动了房产和汽车行业的发展。大龄剩女剩男因面临职业及婚姻压力加大,又促使了婚恋心理咨询及恋爱教育培训等领域的出现和发展。”她说。

需求即意味着市场和商机,敢为人先的商家们已早早行动。家电方面,无印良品、美的电器、大宇电子、帝恩采等国际国内巨头纷纷推出针对单身生活量身定制产品,比如一人洗碗机、一人洗衣机、一人冰箱、较少分量的小型电饭煲、烤箱和水壶等;餐饮领域,1998年开张的“呷哺呷哺”,在开业之初就把经营方向定位在“传统火锅+吧台”的单人就餐形式上,推出单人小火锅,俘获了一群热爱火锅却苦于无人陪伴的顾客的心。外卖更是因为“单身经济”的推动实现了快速发展。统计数字显示,去年一年,外卖业销售额就增长了44%。外卖平台饿了么的发言人表示,该企业今年上半年的销售额增长了127%。“因为很少有人愿意为自己一个人做饭。”据FT中文网数据显示,美团外卖65%的订单都来自单身客户。

家电、餐饮领域之外,单身群体对于旅游业的助推作用也是极明显的。据相关研究显示,国内超半数的单身男女最爱旅行,与已婚人士相比,单身人士更喜欢观光并体验旅游目的地的文化。携程网发布的《2016独自旅行报告》显示,中国独自旅行人数占总体旅游人数的比例从2014年的8.3%上升到2016年的15%,其中女性占六成,而年龄多分布在19岁至30岁之间。

相较之下,单身群体对婚恋市场的催生和刺激更为明显。据吕薇介绍,成立于2007年的我主良缘,目前已在北京、山东、江苏、上海、广州、深圳、香港等12个省市设立28家分支机构。青岛分

公司自2012年3月成立以来,每年会员增长率以40%速度递增。五年多的时间里共举办大型“精品妈妈相亲团”、“主题单身派对活动”、“婚恋课堂”等特色相亲活动1280场,覆盖人群近30万人次。无独有偶,成立于2005年,于2013年10月进驻青岛的百合网,近年其业务发展也呈突飞猛进之势。据百合网市场副总裁转伊容介绍,目前百合网线下门店数量已超70余家,注册用户已经突破1亿,并且每年以稳定的数量持续增长。今年9月份刚刚完成与世纪佳缘的合并重组后,双方加起来注册用户数量突破2.7亿。

商家观点:

“单身经济”全产业链 已开始逐步打造

随着单身族群的日益壮大,有专家预言,“单身化”将逐步成为消费升级的演进方向,影响未来经济的发展和变革。具体到婚恋产业,单身人群不仅对婚恋行业的发展和成熟起到了强大的助推作用,还让相关行业的市场和商机得以挖掘。据介绍,早在2015年,百合网就对其经营方向和未来规划进行了战略升级,从单一垂直的婚恋交友网站转向打造“婚恋生态圈”,变“一生一次”的单一婚恋交友业务为“一生一世”的婚恋全产业链服务,涵盖了婚恋、婚礼、情感、金融、地产等。而随着婚恋全产业链的全面铺开,婚礼业务和情感业务开始逐渐产生收入,虽然规模还不太大,却取得了较快的增长速度。其中,婚礼业务收入较去年同期增长1832.59万元;情感咨询业务收入较去年同期增加572.42万元。而在未来,转伊容表示,将继续通过围绕打造婚恋生态圈的新型战略,在婚礼、情感咨询等新兴业务领域迅速跑马圈地,加速婚恋全产业链的打造。

已从单身群体的婚恋问题获益的我主良缘也开始了新业务的拓展。“经过数年的潜心研究和资源整合,2017年

3月,我主良缘分别在深圳和广州成立了魅力他说形象管理公司及爱情青蛙婚恋情感咨询公司。”吕薇说,“今年4月份,我们又推出了‘强婚恋’服务。所谓‘强婚恋’服务,就是集合形象打造、情感指导、高端婚介三重专业服务保障,通过形象管理师、情感指导师、精准匹配师,形成‘三对一服务’,让单身人士从外在到内心都得到了本质的改变提升,大大提高了成功率!”

此外,具体到商超,它们在招商、业态布局、营销宣传时,虽然之前鲜有侧重针对单身群体的,但已有商家表示,在将来会有这方面的动作。“在做活动宣传时,我们力争多做一些能引起单身人士参与热情和情感共鸣的活动。”海信广场企划部相关负责人告诉记者。

专家建议:

掘金“单身经济” 商家要做足“功课”

单身人群还将持续增长,“单身经济”也将持续发力,商家们该如何努力才能掘金?青岛市委党校管理教研部主任、教授刘文俭告诉记者,商家们想要掘金“单身经济”,首先要对单身群体的特质和需求进行充分了解。“单身人士也分很多种,有打工的,有创业的,有产业工人,有公司白领。要对他们的个性、需求有充分的了解,并对个性和需求的变化趋势也有充分的了解。”那么,现在的单身人群究竟有着怎样的不一样呢?英国市场咨询公司英敏特最新报告《针对单身消费者的营销——中国2017》显示,六成的单身消费者最感兴趣的领域是电影、电视剧,其次是旅行和运动健身。”另外,很重要的一点是,新一代单身群体被认为不仅比上一代人更富有,也更愿意花钱,且更倾向于关注自我并把钱花在自己身上。为此,有专家建议商家们可以开发更多有关“提升形象气质”和“愉悦感官”的市场活动。