

O 听潮

碎片化消费新模式走俏
“等待经济”成城市消费发展新空间

记者 孙佳丽

迷你KTV、抓娃娃机、幸运盒子、共享按摩椅、VR体验馆……这些占地面积小、轻便灵活、无人值守的设备，开始成为市民等人、候车、等待电影放映、逛街休息等一个个碎片化“等待时间”中打发时间的新选择。相关数据显示，光是抓娃娃机，目前每年市面上都会增加20万到30万台，至今我国的抓娃娃机数量已经超过了130万台。

碎片化需求的满足，本质上就是让消费者在短时间内获得一种便捷的愉悦感，让等待的时间从“焦灼”的状态，变成一种“舒缓”的状态。“等待经济”正慢慢成为宁波城市生活消费发展的新空间。

小心被“等待经济”乘“虚”而入

展旭是一位都市白领，自从有一次被客户放了鸽子，机缘巧合进了一家迷你KTV发泄一下情绪后，酷爱唱歌的他，很快就变成了迷你KTV的忠实粉丝，每次等待女朋友，或者陪女朋友逛街无聊了，他都会去附近的迷你KTV唱几首。“设备的音响效果很不错，拉上窗帘私密性也非常好，曲库里歌很多，唱完之后在微信公众号上找到录音并进行分享，半个小时大概也就40元。”展旭说。

记者发现，在节假日或者周末时间，迷你KTV往往能不间断地迎来一拨又一拨的消费者，大学生晓欣则常常在和闺蜜一起等待电影开场的时候，去迷你KTV唱几首歌。“不想逛街也不想干坐着刷手机，我就会来唱几首，不过在比较火爆的电影开场前，想来唱还得来得早。”晓欣说。

同样是等待电影开场，市民王先生则会选择在共享按摩椅上坐个十分钟。“年纪大了唱不动了，但是这个共享按摩椅很不错，恰好可以在逛街后休息一下，休息好了再去看电影。”王先生说。不远处，王先生的妻子和孩子正在一台抓娃娃机前看一对小情侣抓娃娃，当一只“小猪佩奇”被抓出来的时候，王先生的女儿一阵欢呼。

“妈妈，你也帮我抓一个好不好？”王先生的妻子无奈地点了点头，掏出手机扫一扫抓娃娃机上的二维码，尝试着抓出一只娃娃，可惜爪子一松，娃娃随之掉了下来。

既没有选择唱K，也没有选择躺在共享按摩椅上，市民刘小姐坐在电影院内的椅子上，玩手机打发时间，她向记者展示着她刚刚用扭蛋App扭到的“吾皇万睡”系列猫咪摆件。“76元扭一



路过抓娃娃机，不少市民会停下来看一看、玩一玩。（孙佳丽 摄）

次，每一个都很可爱，还有机会扭到隐藏款，扭到重复的或者不喜欢的，可以直接在App上以八折价格卖掉，剩下的几天后就可以快递到我手中。”刘小姐告诉记者，她已经在这个App上花了几千元。

共享充电宝的受众则要广得多。记者在天一广场附近随机采访了10位市民，发现他们中的一半都有使用过共享充电宝。“现在出门，我都不担心手机没电的问题，去任何一家餐厅，哪怕是很小的一家饮品店都会有共享充电宝。”一位在餐厅门口排队的市民说。

商家争抢“等待经济”新商机

或长或短的碎片化等待时间，看似没什么用处，商家却能从中挖掘出可观的消费潜力。

昨日，记者来到东部银泰城，发现仅这一家商场内的碎片化消费设备就有七八种，包括抓娃娃机、扭蛋机、幸运盒子机、鲜橙榨汁机、共享充电宝、共享按摩椅等。

幸运盒子机、扭蛋机设置在商场电梯口旁比较显眼的位置，而且与休息区相邻，往往能吸引不少消费者尤其是年轻人和儿童前来消费，而抓娃娃机、共享按摩椅、迷你KTV则大多放置在电影院门口，供等待电影开场的消费者打发时间。共享充电宝更是成为餐饮店的标配，不管是甜点店、饮品店还是餐厅，在店内前

台位置大多设置了共享充电宝。

在地铁站、汽车站、火车站，记者还发现了不少自助贩卖机，为等候的乘客提供食品、饮料。“有时候遇上上下班高峰期，渴了刚好买点东西，等车就不那么着急了。”一位正在自助贩卖机上掏出一瓶矿泉水的市民说。

章先生在东鼓道开了一家VR体验馆，三台机器，30平方米的小店面，10多个体验项目，每天会有20到30位客人，假期的时候则会更多一点。消费者选择最多的是“5元体验”，两到三分钟就能体验一把模拟过山车或者模拟自由落体。“去年10月，我曾在宁波大学附近开过一个VR体验馆，后来由于寒假学生较少，就把体验馆挪到了人流更大的东鼓道，目前基本能把租金赚回来，来体验的大多是年轻人和小孩。”章先生说，平时只需要他自己一个人就能管理得过来，运营成本相对比较低。

“我们刚开始做智能按摩椅，瞄准的就是让人们可以在等车、等飞机、等待电影开场时，几分钟到几十分钟的等待时间，碎片化时间背后的商机是无限的。”浙江九点健康科技有限公司董事长林盛增说。

位于宁波国家高新区的九点健康是一家集智能按摩椅研发、生产、运营于一体的高新技术企业，还在国内率先提出了“共享健康”的理念，建立起“线上+线下”的共享新零售模式。九点健康在宁波就布置了1000多台共享

按摩椅，涵盖了汽车站、商场、洗浴中心、游乐园。“目前，我们已在国内北京、上海、杭州等300多座城市，2.8万个场所进行布局，覆盖了80%主流城市，累计提供服务1亿次，拥有700万粉丝、50万会员和4000万庞大的用户群体。”林盛增说。

“等待经济”不能只当“快钱”赚

“等待消费”看似是消费者在等待之余的顺手之举，实际上是消费升级的具体体现，为线下消费情景提供了更多可能。所谓“等待经济”，其实就是精明的商家利用人们等待间隙的碎片化时间，开发出适合碎片化消费的产品及服务，满足人们的需求。利用碎片化时间已经成为开发新项目的社会常态，个性化场景和碎片化市场需求，让传统消费模式尤其是批量化供给、排量化消费正慢慢成为“过去式”。

“事实上，消费者的零碎时间一直存在，但推动‘等待经济’兴起并壮大的最重要原因，是移动支付普及的普及。扫一扫共享按摩椅上的二维码，就可以直接躺着休息，扫一扫抓娃娃机上的二维码，连游戏币都不需要专门兑换，就能直接在手机App上抓娃娃或者扭蛋了，这都是移动支付带来的福利。”业内专家告诉记者，同时，年轻群体消费能力的提升也让能满足碎片化时间需

求、更有消费升级体验的商业模式很快走俏。

不过，今年以来，不少“网红”娱乐设备却也面临着无人问津的命运。“买了几次幸运盒子就知道，里面的东西根本不值三十元，也就不想再买了。”“迷你KTV的耳机这么多人戴过，我总感觉不是很卫生，所以去过一次就不想再去了。”“上次曾经看到鲜橙榨汁机卫生条件不合格的新闻，也就再也不买了。”“我都抓了几百元的娃娃了，可是一只都没抓到过，爪子设置得太松了些。”……

专家表示，“等待经济”对于商家来说，既是机遇也是挑战。“等待经济”代表了消费升级趋势下，商业营销和消费者需求的一种精准对接，谁能更加精准地满足消费者个性、多元、高体验度的消费需求，谁就抢占了先机。然而这些设备的技术含量并不高，在风口的“推波助澜”下，这个行业无论在进入、复制、推广还是退出方面都十分容易，这也让很多商家忽视了产品质量与服务品质。

“不能把‘等待经济’当‘快钱’来赚。这些娱乐设备要在短短几分钟内赢得消费者的青睐很容易，但要留住这些消费者，仍旧需要商家付出很大的努力来提升产品质量、服务质量和消费体验。如果只是单纯追求形式，而忽视了服务本身，最终只能沦为‘一次性消费’。”
专家说。

宁波旅展
全新“上线”

前天，“甬派”文旅消费服务平台与宁波旅游集散公共服务平台携手推出联动促销活动，市民和游客在8月30日至9月1日期间，前往2019宁波国际旅游展现场领取甬派文旅消费券，就可享受相关优惠。

据介绍，2019宁波国际旅游展深化文旅融合，主打本土IP。新设“海丝古港、微笑宁波”文旅融合主题馆，展示及销售宁波特色文旅线路、非遗产品、本土文创产品、特色美食等。届时，市民可近距离感受天一阁古籍修复技艺、鱼拓画、金银彩绣、慈溪上林湖越窑青瓷制作等非遗技艺的魅力。

展会期间，将有来自日本、俄罗斯、巴西、塞尔维亚、希腊等30个国家的53家旅游机构参展。新设“一带一路”国际展区(国际旅游馆)，5家外国驻华机构和6家欧洲旅游联盟成员单位集体亮相，展示异域风情。

在品牌推广方面，本届展会新设智能旅游展区，在宁波主题馆设置5G网络WIFI体验区，推出网络程序下的“文化旅游”展示。展会现场还将开展“相约旅展，为爱出发”2019宁波青年交友、亲子活动等。

(张正伟)

象山海鲜搭上
生鲜电商“顺风车”

随着生鲜电商与社区电商的崛起，鲜活、冰鲜海产品的销量成大幅上升趋势。象山是我国东南沿海的渔业重镇之一，2018年渔业产值高达61.41亿元，如何让搭上生鲜电商的“顺风车”？8月21日，2019阿里巴巴·象山海洋渔业振兴交流峰会召开，共同探讨象山渔业的产业发展道路。

“目前物流成本高、售后理赔不及时、中转损耗高、运输货损高、时效不稳定以及‘最后一公里’不上门，是目前生鲜电商产业链的痛点。”丹鸟市场规划研究院的张桂明说，揽收、中转、运输、配送环节优“鲜”保障是象山企业做好生鲜电商的关键。

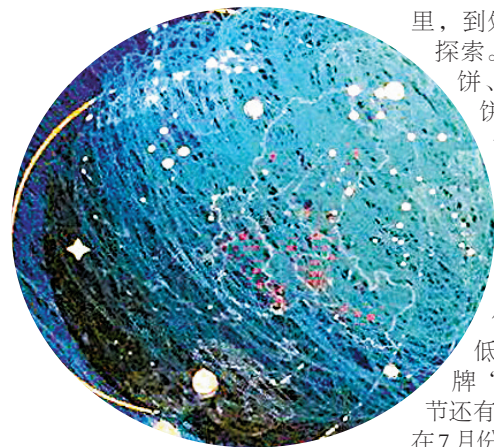
“我们将整合社会各界资源，建立适应互联网、新零售的象山海鲜产品社会化服务体系，打造象山海鲜公共分拣仓储体系，拓展象山海鲜上行渠道，促进象山渔业产业发展。”象山县供销社社联合社主任张尔一。

据了解，今年的中国开渔节将于9月16日举行，捕捞上来的海鲜产品会在以淘宝、天猫为主的主流电商平台大量铺货销售，同时通过开拓农产品生鲜垂直类电商平台渠道、加强异业合作等方式扩大象山海鲜的销售半径。

(孙佳丽 施哲远)

O 观市

新潮 VS 传统，中秋吃什么月饼？



记者 孙佳丽

中秋吃什么月饼？

打开支付宝，选择扫一扫的AR模式，扫一扫上面的星球，月饼盒会徐徐打开，宇航员从里面飞出来，飞进宇宙。宇宙星空

里，到处都是月饼等待着发现和探索。阿玛瑞纳樱桃巧克力月饼、核桃栗子巧克力丝绒月饼、XO酱鲜肉……每点到一个，就像马里奥点到金币那样充满了叮叮咚咚的喜悦。

作为餐饮行业中的时节性产品，月饼销售往往只有2到3个月的销售时间。同时月饼成本低、利润率高，这让不少品牌“垂涎三尺”。尽管离中秋节还有20多天，但月饼大战早已在7月份开始就“一触即发”。

月饼大战，
市民大多青睐传统

近日，记者走访了一些大型超市和甜品店发现，在品种方面，传统产品、传统口味依然是今年这场月饼大战的主力军，包

括传统的莲蓉、五仁、豆沙、枣泥、百果等。

“目前卖得比较好的依旧是传统口味，包括芝麻馅、五仁馅、蛋黄馅这些传统口味，苏式和广式依旧是卖得最好的。”在华润万家宁波天一店，工作人员正在为一位消费者称重，他告诉记者，虽然还未到中秋佳节，但是不少消费者已经开始选购月饼，今年月饼的价格基本与去年持平，多以散称为主。

在一家绿姿西饼的门店里，工作人员介绍，此次绿姿推出的月饼多是传统口味，以苏式和广式为主，价格在88元至289元不等，其中，100元至200元的价格品种最多，购买的人也是最多的。“此次我们将经典月饼全线升级，比如这款蛋黄月饼，精选御品白莲蓉，甄选特制咸蛋黄，清甜咸鲜，莹润剔透。”首旅南苑集团相关负责人说。

“食品行业属于民生行业，相对来说总体运行平稳，但也正经受着经济下行带来的影响。”中国轻工业联合会兼职副会长、中国焙烤食品糖制品工业协会执行理事长朱念琳曾表示，月饼作为节令性的产品，目前已经基本回归了传统食品和文化载体的自然属性。

创新研发，
按需定制更懂消费者

不过，月饼能以其独具一格的特点在中华食苑中占有一席之地，凭借的可不只是对传统技艺的坚守。针对传统月饼品种单一、工艺落后、口味偏甜等被诟病的主要因素，不少品牌开始拼馅料、拼包装、拼工艺、拼营销。

开头提到的充满“黑科技”的月饼就来自一家宁波企业。宁

波东港喜来登酒店市场营销总监虞春杭自豪地说，除了这款月饼以外，今年东港喜来登还推出了一款“和风炭烧”月饼。

与东港喜来登不同，欧文此次推出的“流心之月”则是采用了非常简易的包装，不过，包装简易不代表着包装不精美。“我很喜欢这款以蓝色为主色调、含有不少中秋元素的月饼礼盒，很有设计感，送给别人也不会显得浮夸。”市民陈先生边说边购买了两盒“吟月”。

“我们拼的是馅料。南苑月饼原料经过15道生产工序，从面料科学配比、精细加工到月饼完美成型，经过40米长的隧道炉烘焙和全自动化冷却、理料、高标准洁净包装流程，确保月饼的食品安全。”首旅南苑集团相关负责人说，今年南苑月饼还正式入驻了唯品会，目前已经实现了互联网平台全渠道覆盖。

