



“懒人经济”姹紫嫣红

□本报记者 於徐阳 文/摄

“懒人”一词悄然出现于身边。一次性纸内裤、一次性袜子早已在超市货架上有着一席之地。方便面、速冻饺子、披萨、油条、飞饼等,都是最为常见的快速食品,还有一撕盒盖就能自动加热的盖浇饭,再“懒”一些,就直接打个电话喊外卖,现成的食物送到嘴边。出门要“打的”,不用再站在路边等车,各类叫车软件直接把车子喊到眼前。

随着这个群体的不断扩大,“懒人用品”、“懒人食品”开始出现在市场上,越来越多的商家也开始瞄上“懒人群体”,从“懒”字着手,在“懒人”身上挖出了“金子”,“懒人经济”有了如火如荼之势。有业内人士表示,想让“懒人经济”真正火爆,最重要的还是要抓住消费者的心理,大大增强服务的实用性能,以满足“懒人们”懒到底的要求。

智能生活下的不动手

智能晾衣架已不再只是数码遥控控制、一按实现轻松晾衣的单体化智能,而是运用上了空调发热原理,采用风暖和横流风机,便集消毒、烘干加热于一体,让许多市民不再害怕眼下这个阴雨连绵的冬季;窝在沙发里,对着电视机喊一声“中央新闻”,电视频道即可调至你所需的;牛奶、面点、火腿统统放进一台早餐机器,短短几分钟,一份美味新鲜的营养早餐就可摆上餐桌;不用动手擦皮鞋,只是连脚踏鞋伸进一台全自动擦鞋机里,鞋就立即变得锃亮……科技的改变,让“懒人”不再是一个贬义词,换言之,科技也在培养越来越多的“懒人”。

“种花过程中的浇水问题一直是养花人的烦恼,特别是很多“懒人”,时常忘记浇水,有了这个不用怕花枯死。”让黄岩诚信塑料厂厂长胡国法得意的就是花盆的加装装置——水位指示计,“配有水位计的自动蓄水功能花盆在2007年前从国外引进,再经改造投入市场,一进入市场就广受好评。”

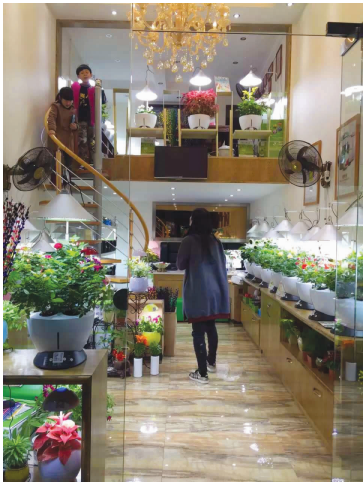
记者看到,花盆底部设置多个水孔的隔板,隔板和盆体底面之间形成储水腔,与储水腔连通的还有一个水位指示计,一头插进储水腔,一头露在泥土外边。浇水时水滴顺泥土向下渗透至储水腔,水位指示计里的浮标根据水位会自动上浮以观察浇水量。平时储水腔里的水逐渐被上面的植物所吸收,当发现浮

标下降到最低水位时,就可再进行浇水。这样,可以随时掌握浇水时机。

“懒人化”操作的成功,让诚信塑料厂每年交出了3000多万元销售额成绩单。

智能化的养花技术随着科技的发展越发精细,由“宅耕技术”发明的全自动植物生长机路桥专家店于5月1日落户在银座街188号,小小的智能花盆实现了不种花却能赏花的乐趣。

走进店内,朵朵娇嫩的小花与葱翠



的绿叶映入眼帘,到店的客户对着花盆上的几大功能按钮煞是好奇:“种花也可以这样?不用浇水施肥,不用人来照看?”

疑问之后,店主王晓丹上前解答:“种苗种上盆后,在按键中选择相应的植物品类,再选择‘茎叶期’按钮,花盆里的营养素就可以源源不断地提供给花。待到植物长出花苞后,再选择‘花果期’按钮,盆内又会提供不同的营养素。整个种花过程中,只要看看植物长势,按按按钮即可。”

从初开店时的无人问津,到现在的客户带客户,王晓丹把这种称之为智能生活下的力量。

吃货们的“手指点点”

简单舒适的生活是人类永恒不变的追求。人类在漫长的生产活动中,不断去创造各种工具和服务来满足这个追求,这不仅是“懒人经济”形成的原动力,也是整个人类经济活动的原动力。互联



网时代的到来,让人类的生活方式发生了前所未有的改变,生存的舒适度大幅提升,“懒人”从来没有这么幸福过,“O2O模式”又将互联网这一工具的利用发展到了一个全新阶段。

开张于今年上半年的“贪吃宝贝”微信端专职做“懒人生意”,为“懒人”们配送各类火锅食材,虽没有开门店,但仅凭着微信这个窗口,每天接到的订餐量就有50来单,特别是随着眼下天气的渐冷,订餐的客人也愈发多了,客人遍布椒江、黄岩、路桥及温岭等地。

由于火锅的特殊性,外卖火锅并不是一件容易的事。记者看到,每一份火锅食材都用专业的打包盒封好,更值得注意的是,外卖箱里还装有吃火锅能用的所有东西,锅、炉子、一次性桌布、几套餐具、调味品、火锅底料等。“一个电话就把火锅送到家,锅碗瓢盆一应俱全,

“吃货”们只需开火、下菜,就能在家吃火锅。”“贪吃宝贝”相关负责人余海灵在想,“懒人”们除了求一步到位与足不出户之外,更会要求食材的高品质,因此,像“贪吃宝贝”提供的羊肉就是从内蒙古现杀后快递而来的。

“社会的进步就是让一切都变得越来越简单,越来越方便,换句话说,就是在培养越来越多的“懒人”。”余海灵正是看中了台州地区“懒人经济”这片广阔“蓝海”,才一心一意地把这门生意坚持下去。

“懒人经济”也让余海灵盟发了开“加盟店”的想法,除了路桥这个大本营外,欲在椒江、黄岩、温岭等地开辟就近配送点,来降低配送成本。

从以前的电话订餐,到现在的微信配送,“懒人经济”在吃这一方面从不落后,做到了服务到家。



物业服务O2O全面挺进

三件冬衣要送洗,周末需一名钟点工来打扫厨房,客厅空调要加冷却液……这些安排在市民钱晶菁看来,自己虽是一位新入职的家庭主妇,但有了这贴心的社区服务公众微信平台,万事皆有人来帮。很快,关于家里的事,钱晶菁通过微信平台下单后,一下子全搞定了,就等着有人来上门取货、上门打扫。

“几乎每周都有事,都要找这些人来帮我。”钱晶菁算是这个服务平台的大客户,“据我了解,像我这样的客户,在小区里也不在少数,特别是习惯了这个‘帮手’的存在后,就有了依赖度,也就是所谓的平台拥护度,要解决大大小小的事第一个想到的就是这个平台。”

随着房地产市场的发展,小区化住宅模式愈发成熟。在这过程中催生起了物业服务。一些互联网公司借势“互联网+”,把更多的社区服务功能

送到了家中,给予居民最大的便利,打通社区商业的“最后一公里”。

记者注意到,在我区不少住宅小区的电梯里,都张贴着一张“社区服务”的“小广告”,只要扫一扫二维码,家政、洗衣、生鲜配送、社区电商等与生活息息相关的活,都可包干。“在一些高档的小区,除了生鲜、食材半成品的配送外,还提供厨师上门服务,主要针对一些想在家做饭但又有困难的业主,比如厨艺不佳的,或者是没有时间做饭的。”钱晶菁就特别想尝试一下这样的模式,但据她了解,在我区尚未有这样的上门服务。

有业内人士表示,真正的是定制化、个性化的服务,而不是简单的线上线下互联,这才能够体现出这个模式的价值。以后,上门按摩、美容、理发、医疗等这类专享式的重体验服务模式,都会逐一地开辟起来。



皮毛一体外套走俏 拉动今冬营业额

本报讯(记者 蔡 聪)“今年你不买皮毛一体的衣服,那就跟不上主流了。”12月24日上午,记者在走访中国日用品商城、富仕广场等市场时发现,皮毛一体的服装今年很畅销。一些商店老板表示,年末了,有不少消费者都来询问有没有款式新颖的皮毛一体外套,即便价格动辄上千元,但仍是许多女性消费者今年购物清单中名列前茅的一款服装。

采访中,在商城卖服装的罗女士告诉记者,今年因为气候冷暖反复,类似皮草等保暖服装的生意不如往年,如果没有皮毛一体外套引领潮流,估计今冬的营业额相比去年要下降不少。“现在去海宁皮革城进货还有一日游直通车,往年来回200多元的车费,今年也只要36元。因为车费便宜,本打算入皮货外套的我也心动了。”罗女士表示,自己进货回来的第二

天,皮毛一体的外套就卖掉了一半,由此可见今年的流行度。

不仅女装流行皮毛一体类的服装,男装也流行。在东方华联购物广场中的某品牌店,张先生看中了一件类似小羊羔材质的外套,原预算2000元以内可以买下,谁知一问才发现衣服是皮毛一体的,价位在打完折的情况下还高达3200多元。对此,一些销售皮毛一体的店铺老板表示,三四千元的售价并不奇怪,因为流行,所以许多消费者还是愿意花这个钱的。

在走访后,记者又打开淘宝等购物网站一探究竟,发现网上皮毛一体外套除了销量不错外,价格也比实体店便宜不少。记者查询了一下张先生想购买的同款服装,发现竟然比实体店便宜了将近1000元;而另一些无品牌的工厂款,其价格则与实体店里相差无几。

“穿上”圣诞装 蛇果单价抵一斤

本报讯(记者 王恩兴)昨天是平安夜,记者走访了我区的几家超市和水果店发现,平常按斤卖的苹果、蛇果等圣诞热品,经过组合和简单包装后成了寓意平安的“平安果”,不仅论个卖,价格也“水涨船高”。

在一家超市的显眼位置,记者看到,堆放着一堆印有“平安快乐”的蛇果,这些印了字的蛇果每个标价为18元,而隔壁的散称普通蛇果标价则为每斤16.8元。“这些印了字的蛇果在快成熟时,用黑色纸剪出字形贴在需要的地方遮光,成熟后再将纸撕下,就形成了图案。”超市工作人员告诉记者,普通的蛇果也可以散称,然后单独购买包装盒,一个包装盒价格是3元。

除了蛇果,一些放在礼盒里的苹果也十分受欢迎。在另一家水果店,商家专门设立了一个圣诞节的柜台,上面摆放着各式各样包装的苹果,有的用纸盒子包装,有的用爱心形状的小盒子装着,搭配巧克力、玩具熊等。围着这些苹果,3个年轻人正在细心地挑选着。“赶个潮流图热闹,买来送朋友寓意也不错。”市民张女士说。

“由于苹果的种类和包装不同,‘平安果’的价格也从几十元到上百元不等。”水果店店主介绍说,“除了苹果、蛇果,我们店里还有橙子,寓意心想事成。这几天销量还不错,买‘平安果’的大多为年轻人,刚才一个小伙子一次就买了3个。”

