微圈周刊
（9–16版）

“懒人经济”兴起 今年国人为偷懒花费160亿元

人越“懒”社会进步越快？

“枯藤老树昏鸦，空调WiFi西瓜，懒人同款沙发，夕阳西下，我就往上一趴。”近年来，因为“懒需求”驱动，新型平台、偷懒神器也层出不穷，更因此产生了许多“新兴人类”：平躺生物、弯腰障碍患者、家务指挥专家……

近日，淘宝发布的《懒人消费数据》显示，2018年中国人为偷懒花费160亿元，较去年增长70%，其中95后懒需求增长最快，增幅82%。

根据《懒人消费数据》中的“懒人消费热力图”显示，沿海地区的懒人消费明显更高，除湖北以外，中原地区没有进入懒人消费的前十名。广东人最“懒惰”，东北和西北地区的懒人消费相对较低。而从年龄组来看，广东80后和90后人群在懒人排行榜上名列前二。

国人消费向发展和享受型倾斜

走在下班回家的路上，虽然路过了菜市场，但由于拎着菜回家太沉，北京的徐女士熟练地打开手机上某生鲜运送平台，选择配送的时间刚好与到家时间相同。上了地铁以后，打开有声书平台，一边听着早已下载好的流行小说，一边查验淘宝上刚刚购买的最新款“懒人拖布”何时到货。预估吃饭时间后，又点开了另一款预约上门按摩放松的服务……

近年来，O2O（即Online To Offline，线上到线下，是指将线下的商务机会与互联网结合）引领的“懒人经济”正在使徐女士的消费状态成为越来越多“懒人们”的常态，不费力又可以提高时间利用效率，因为“懒需求”驱动，新型平台、偷懒神器也层出不穷，更因此产生了许多“新兴人类”：平躺生物、弯腰障碍患者、家务指挥专家……

上个月，苏宁金融研究院联合国家金融与发展实验室、PP财经发布了《2018中国居民消费升级指数报告》。报告显示，我国居民消费升级综合指数加速攀升，从2013年的0.341上升至2018年的0.376，消费向发展和享受型倾斜，“懒人经济”时代已经到来。

人越“懒”，社会进步越快？

想边吃小龙虾边玩手机？刚刚做了美甲，担心虾壳太坚硬会伤害手指？不久前，上海黄浦区一家餐厅推出的“代客剥虾”服务引来网友“围观”，基于部分顾客的需求，这家餐厅专门聘用了两名美女“剥虾员”，代替客人剥虾。既能满足“又馋又懒”的客人吃虾需求，又能体验私人化的服务，不论是噱头还是方便顾客，增添工作岗位，又实现了饭店创收。所谓的“懒人需求”，的确在不知不觉间创造出了互利双赢的创新模式。

而随着今冬气温一再下降，在金融咨询机构工作的郭小姐告诉记者，集体订餐已经成为了公司同事们的一致选择。“外面太冷了，出去吃个饭就要冻透了。留在办公室里吃外卖还可以节约时间，提早完成工作任务，很方便。”不可忽视的是，当都市白领纷纷戏称“懒病需要靠快递小哥来救”的时候，年轻人的“娇气病”却成就了快递小哥们“堪比白领”的收入。而相较于结伴社交的午餐时间，留在工位上提高了工作效率的结果，也获得了不少公司领导的青睐。

事实上，近年来，由于“懒人经济”兴起，除了红利效应最为明显的餐饮业以外，衣柜整理师、家宴厨师、上门理疗师……各种新兴职业层出不穷，而与此对应的是，智能家居产品、奇思妙想与方便实用的小设计也借助于网络平台大卖特卖。

“发明了世界上第一台电脑的约翰·阿塔那索夫曾经说过：我太懒了，不喜欢运算，所以就发明了电脑。”郭小姐表示，在当下的社会里，所谓懒人，很有可能是学有所长、收入颇丰的勤奋型“懒人”，由于需要把精力集中在职场及专业上，他们更偏向于高效利用闲暇时间，提高休闲时间的效率和功能性。他们所谓懒的需求，反而会解放常态化的时间及精力消耗，促进社会分工，驱动新的经济增长模式。

而颇能验证张小姐观点的是，艾瑞、易观等市场研究机构也纷纷预测，2018年中国本地生活服务O2O市场规模有望突破6000亿元。不可否认，掘金“懒人经济”，以O2O市场为代表的新兴经济模式实实在在地带动了消费升级的巨大变革。

想“偷懒”也不是容易的事

“网上中医推拿，资质谁能保证？退一步讲，我怎么知道上门的技师是什么人？又如何能够保障进门服务的安全性呢？”虽然闺蜜一直推荐上门按摩的服务，但陈女士却一直顾虑重重，而她的担心也并非少数。

事实上，目前的“懒人服务”中，用户体验和信息泄露常常成为短板，而上门服务的安全性、代人办事的专业性也频频引发消费者的顾虑。以个人信息的泄露问题为例，据《2017年中国网络安全问题用户调查报告》显示，85.8%的网民担心个人信息泄露的问题。更有数据显示，4.8亿网购用户中，过半网购过程中遭遇个人信息泄露，其中84%因信息泄露受到骚扰、金钱损失等不良影响，一年因个人信息泄露等遭受的经济损失高达915亿元。而由于O2O用户上门服务的特殊性，则更易受到个人信息泄露的困扰。

对此，北京邮电大学互联网治理与法律研究中心副主任崔聪聪曾表示，平台和商家在收集信息时过度积极，同时却往往疏于保护，导致信息收集没有任何加密存储，完全在“裸奔”。而如果想要实现更为全面的安全监管，平台整合则在所难免，最终的问题仍指向于“偷懒经济”未来的运营模式将走向何方。

“懒人经济如果想要‘深入民间’，就必须以服务、技术竞争取代价格竞争，发挥‘互联网+’的数据优势，提高供需之间的匹配度。”有业内人士指出，仅以餐饮、快消、丽人、休闲娱乐等几大主流领域计算，整体线下市场的交易规模在11万亿元左右。但是，目前实现互联网化的还不足10%。不可忽视的是，中国整体线下服务市场仍前景广阔，O2O服务有巨大可开拓的空间。

而“懒人经济”的未来方向能否以“拼消费体验”为用户带来更多满足感，仍值得各界期待。

（新华）

名词解释

●**“平躺生物”**，指的是借助懒人神器实现躺着也能有丰富多彩生活的人群。数据显示，淘宝懒人居家用品消费较去年增长了28%，他们以95后为主，主要分布在黑龙江、浙江和福建。

●**“弯腰障碍患者”**，这个人群视弯腰为大敌，运用懒人神器避免弯腰系鞋带，弯腰拧拖把等动作。他们以70后为主，这类消费主要集中在北京和安徽。

●**“家务指挥专家”**，指的是擅长于指挥扫地机器人、自动擦窗机、袜子洗护机等高科技电子产品帮助解决家务问题的人群。懒人神器的消费者以80后为主，主要集中在上海。

●**“不做饭斯基”**，指的是通过各种方法减少饭菜准备时间的懒人群体，能不做饭坚决不做。淘宝数据显示，懒人炒菜机、懒人面包机等懒人厨房电器年消费增长了81%，自热火锅、懒人烧烤等懒人食品的消费更是增长了150%。懒人餐饮产品的消费代表地区为广东、四川和陕西。