

一口气吃2斤肉串、买50支口红 “报复性消费”来了？



市民走进购物中心消费 新华社图

近日,随着复工复产的推进,一些“奇怪”的现象出现,有人一次下单77杯奶茶,有人一口气吃2斤肉串,有人点了一本菜单的外卖,有人一口气买了50支口红……报复性消费真的来了?

不是网上买买买,就是在家憋大招

2月末,杭州一家商场“小试牛刀”,恢复营业以后,5小时以内营业额达到1100多万元。有分析指出,这是报复性消费来了。

无独有偶,银泰提供的数据也显示,“三八女神节”有顾客一口气买了50支口红,更有顾客在MAC专柜预定了128支口红给家里的“女神”惊喜,当天还有顾客单笔消费最高接近4万元。

线上消费也在上升,京东提供的

数据显示,从全国40个主要城市3月上旬的数据来看,消费已在进一步回升,比如手机类环比2月上旬增长58%,装修服务增长195%,办公用品总体增长30%,家用电器增长37%。

3月10日,江苏省消保委发布的调查称,超四成居民消费欲望急需释放,他们不是不停地在网上买买买(13.1%);就是憋着等疫情结束,大买特买一波(28.4%),而疫情结束后,预计近九成居民会出现补偿性

消费。

不过现在大肆吃喝玩乐还是有一定风险的,尤其是涉及吃的。有网友称,实在忍不住,叫了火锅外卖,吃完后发现小卡片显示操作员体温38.5摄氏度,但愿是写错了。据了解,目前不少外卖都会标注饭菜操作员当日体温。

还有网友称:“你看看我这个,叫了KFC外卖,显示操作员当天体温34.8摄氏度,瞬间感觉鸡腿不香了。”

多方式酝酿报复性消费

不只是出现一些报复性消费苗头,有消息显示,后续可能还有一大波报复性消费。有网友称,必须得报复,疫情结束后,吃一天水煮鱼,看一天电影,逛一天商场。

还有网友已经在小本本上备注了:三次火锅,两次烤肉,洗头、桑拿、按摩等等。

近日,国家发改委等23个部门联合印发的《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见

见》提出,加快完善促进消费体制机制,进一步改善消费环境。

地方上,南京最近将向市民发放3.18亿元消费券,涉及餐饮、体育、图书、乡村旅游等多方面。据不完全统计,除了南京,济南、宁波都跟进了消费券刺激消费。江西则试行周末2.5天弹性作息提振文旅消费。

企业层面,京东18日宣布,联合多品牌发布15亿元消费券。盒马称,补偿性消费逐渐升温,3月20日

至22日,盒马在上海发起“重新过年”行动倡议,针对居民新年常吃的中高端食材,通过让利,让市民补偿新年错过的美味。

“从2月最后一周开始,盒马订单稳步上升,疫情严重时被遗忘的海鲜、进口水果等商品的销售比例也逐渐恢复到正常水平。3月2日恢复免运费以来,盒马订单增长25%以上。”盒马上海分公司总经理常于冰表示。

报复性消费离我们还有多远?

不过说了这么多,报复性消费啥时候来呢?很多人都在等疫情结束。有网友称,疫情结束后就来,肯定得报复,大吃一顿是少不了的。江苏消保委报告显示,45.7%的受访对象计划疫情后约饭。

还有网友称,“我也想报复性消费,钱包不允许呀,我现在只想报复性挣钱。”“有钱的随时报复,没钱的等着被报复。”

也有“逻辑控”网友称:有些行业注定无法报复性消费,谁现在没

事出境游?谁3月份理2次发?谁一天吃5顿饭?

中南财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林认为:“若想真正依靠消费拉动经济,除了消费券这类短期刺激手段,还需要提高居民的可支配收入。只有真正做到藏富于民,居民才敢放开消费,经济才能充满活力。”

兴业证券18日发布研报指出,3月份,由于社会活动并未完全解禁,受消费情绪以及海外疫

情暴发影响,估计3月份社会消费品零售总额仍为同比下滑。但其中食品增速仍会保持高位,化妆品增速显著改善,而服装、金银珠宝、家具、家电等品类的复苏仍需时间。

中国银河证券19日发布的分析报告称,短期消费反弹需要更直接的现金类刺激,中长期消费刺激需要更具体的落实,产生效果较慢,建筑、服务业等恢复才能使得基层劳动者恢复收入。

“节外生枝”的消费

不过有意思的是,消费这花不开那花开,就好比疫情期间理发店不开门,可线上电推子都卖疯了;不能外出吃早点,在家炸油条、做凉皮、油泼面,一个月下来,材料费不比外面吃饭花得少,这都是消费。

尤其是疫情下,除菌与护理消费持续上升。电商平台蜜芽提供数据显示,3月份,蜜芽“超级工厂”的销量排名前五的产品全部被75度酒精免洗喷雾、75度酒精免洗洗手液等抗疫产品占据,而这个排名在去年12月份还是打底裤、保暖内衣、抽纸、洗洁精等。

不少网友还在分期消费。分期乐商城提供的数据显示,3月前2周,除菌洗碗机、除菌加湿器、空气净化器、护颈仪、净水器等相比1月同期增长超过75%。纸巾、洗手液、消毒液、手套等日常消毒防护用品增长超过120%。

去不了健身房,怎么办?上述数据显示,智能健身收腹仪、智能跑步机、体感健身跳舞毯等适于宅家锻炼的智能运动健身产品增长达到60%。此外,像居家生活娱乐方面,视音频/读书会员订单数增长70%,而集合多种健身游戏的任天堂Switch游戏机,订单数也提高了100%。

京东19日称,2月至今自营瑜伽垫成交额同比增长近6倍。1月至2月哑铃成交额同比增长60%,拉力器成交额同比增长109%,跳绳成交额同比增长56%,划船机成交额同比增长134%。

随着复工复产推进,新的消费点又来了。天猫提供的3月1日至9日的数据显示,复工后很多员工有了带饭需求,电热饭盒销售同比增长211%;避免公共交通人流拥挤,大家都买起了电动轻便摩托车,销售额同比增长57495%;电动车防风镜上涨1568%;儿童座椅棚上涨1490%。

疫情之下,口罩成了必需品,只露出眉眼的“口罩妆”流行起来。银泰百货的消费数据显示,“口罩妆”带火了眼妆商品,销量上涨两倍多,多款眼影盘卖断货。精华、眼部护理、卸妆、洁面、喷雾类商品的销量也直线性暴增。

有网友忍不住吐槽,挣钱能力只有一种,花钱有千百种,挣了钱就得花,不消费是不可能的。

据大象新闻、中国新闻网