

后衣食住行时代

健康消费蓄势“无用之用”

为升级出行,我们消费汽车;为升级住所,我们消费楼房……当衣食住行已不再是问题,如何提高生命质量便成为“问题”。

“随着消费习惯和消费观念的升级,民众对于健康的认知已不仅停留在生存层面,而在向着提高生命质量的方向迈进。”鉴于移动医疗正成为市场焦点和创业“风口”,近日,春水堂创始人蔺德刚在接受采访时表示,健康消费的升级正蓄势待发,向着基本需求以外的“无用之用”拓展。

青年报 王霞

两性健康成细分市场宠儿

移动医疗正成为创业和资本的双重“宠儿”。

来自资本方面的最新统计显示,2015年到2016年2月,国内医疗行业的投资并购发生了300多笔。

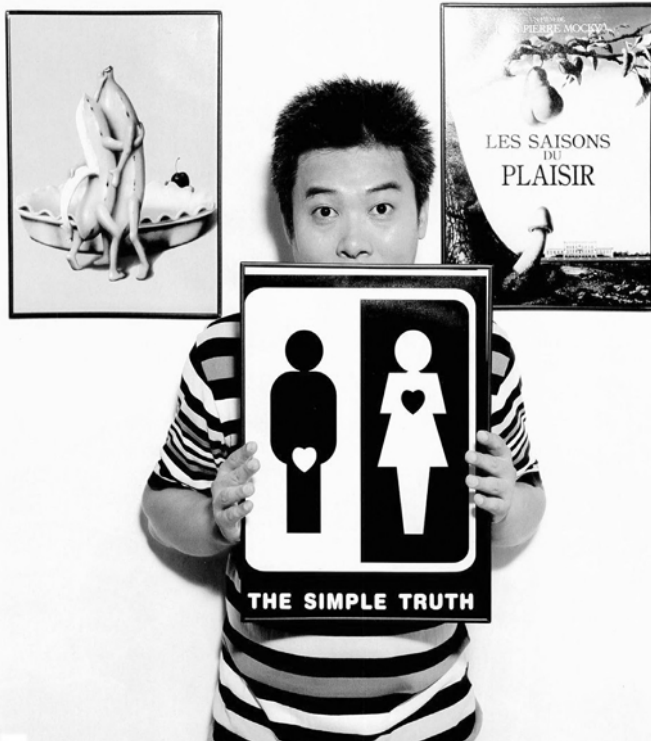
与医疗健康相关的垂直细分市场也开始兴起,比如两性健康。

“近几年,医药健康领域针对性健康的医疗、药品、医疗器械等方面都有了明显进步,市面上针对性健康的药品也不断丰富,并普遍获得不错的市场反应。”基于电商平台提供两性健康服务解决方案的春水堂创始人蔺德刚近日在接受采访时,对于两性健康领域的市场前景“非常乐观”。

目前,成人健康用品市场正在经历“第二个节点”,第一个节点大致在2008年,“80后”开始成年;第二个节点始于2012年,一部分“90后”开始进入市场,更加开放和坦荡的性健康代际观念变化,“令成人健康用品市场高速增长一直持续至今”。

作为较早涉足该领域的成人健康用品B2C电商平台,自2014年开始,春水堂便尝试调整,从原本单纯的垂直电商平台,拓展到试水做产品研发,2015年便具备了超过30人的智能硬件研发团队,开始向自有品牌+电商平台的方向转变。同年,成立旗下酒店公司,主要面向高端情侣约会市场,进一步延伸了其生态圈。

“目前,我们正着力资助研发提供生殖健康和两性健康服务的职能硬件,其中包括致力于女性产后盆底恢复的iba11与促进男性前列腺健康的Ihole,这两款产品正在申请医疗器械资质,希望未来进入医疗市场,”被业内昵称“春叔”的蔺德刚表示。



“无用之用”乃消费高层次

如今,两性健康市场发展至今,已大大超越了“通过成人用品替代伴侣”的阶段,是向着生理上的性健康、行为上的性快乐、形象上的性感和良好的亲密关系等方向多维迈进。

其中,对于两性亲密关系的建立尤为重要。

“目前,国内对于两性关系的教育虽然有了一定进步,但相对欧美发达国家仍旧相对滞后,最简单的一个例子,在国内,当很多人在感情和婚姻等两性关系维护中发生问题时,更多是找知心好友倾诉和寻求解决方法,而非婚姻问题咨询师、心理咨询师等专业人士和机构。”蔺德刚表示。

然而,亲密关系在构建以两性关系为基础的社会关系过程

中,是“重要的人生资产”,一位社会观察人士在接受采访时亦认为,由于两性亲密关系变化,如分手、离婚等,不仅会影响个人生命质量,还会引发财产分割、子女心理健康等一系列潜在社会问题。

该观察人士认为,一方面,近几年离婚率的增加某种程度上标志着个体自主性的提升,另一方面也说明,“高速变化的社会环境对人们亲密关系的处理能力提出更高要求”,而这正是市场前景所在,亦是社会意义所在。

“当大众的健康消费不再只以‘有用’为标准,而逐渐加入更多关于精神愉悦和提高生命质量的‘无用之用’,这意味着,我们作为个体的独立人格和个人价值正在凸显。”“春叔”在接受采访时感慨道。

■ 资讯

戴森携手阿里巴巴
展示首款互联技术

青年报 姜卓 近日,为了庆祝戴森首个天猫超级品牌日,戴森携其最新颠覆性技术,走进杭州阿里巴巴园区。超过20000名阿里员工在阿里巴巴园区内体验Dyson Pure Cool+Link空气净化风扇,这是戴森为中国带来的其首款互联技术产品。

为配合戴森天猫超级品牌日活动,戴森中国总经理陶敏之宣布戴森的三项重大客户增值服务,增强客户体验,提高天猫旗舰店的商品配送速度,并在天猫超级品牌日当天针对指定产品,举行“花呗12期免息先试后买”活动。

帮5买试水跨境业务O2O

本报讯 王霞 为实现线上销售、线下体验的O2O模式,5月22日,线上服务平台帮5买继全面转型全球跨境电商业务之后,正式成立首家线下品牌体验馆。体验馆共4层,1、4楼为韩国咖啡品牌TOM N TOMS Coffee,2、3楼分别为韩国馆和日本馆,用户可现场体验来自韩国和日本的产品。据悉,帮5买于1年前酝酿跨境电商业务,于今年初完成业务全面转型。目前

主营全球跨境电商业务,旗下核心产品包括针对消费者端帮5买和针对企业端的帮5采,前者上线半年内便进入App Store购物类榜单Top100。作为电商圈内少有的韩籍“老板”,帮5买创始人兼CEO尹汝杰表示,未来,将继续借助起在韩国本土的深厚资源以及对日本市场的深度触达,深耕细分领域的海淘市场,实现日韩本土直采,为用户提供正品低价的海外购物体验。

乐视手机周年销量破千万

本报讯 王霞 近日,乐视方面透露,截至目前,乐视超级手机总销量超过1000万,创新晋品牌“销量最快破1000万”纪录。乐视控股高级副总裁、乐视移动总裁冯幸表示,生态手机理念已成为新的风口,乐视希望成为下一个风口的“造风者”,引领手机行业向智能时代向生态时代迈进。自去年5月19日正式销售后,去年底,乐视超级手机实现销量400万,今年初增加到500万。

4个月后,随着第二代产品的上市,其总销量迅速突破千

万。“独特的生态力、强大的品牌力、创新的渠道力和革命性的产品力是超级手机背后的4种力量,依靠颠覆式的创新,乐视在创新的同时又对产业规律保持敬畏,既学习传统产业的精华,亦不取互联网思维的糟粕,回归本源,才能找准正确的道路。”冯幸表示。

在面对外界对其销量的质疑时,冯幸回应道,“我们的确提出过负利的理念,但负利不等于低价,生态也不只是内容,乐视手机拒绝低价标签,也拒绝对生态的狭隘理解。”

360手机N4推千元新标杆

青年报 姜卓 近日,360手机N4来沪召开品鉴会。据悉,360手机N4于5月9日正式发布以来,凭借“粗暴配置+细腻设计”,引发行业与消费者关注,成为2016年“千元新标杆”。另外,360手机N4还同期亮相CES Asia上海消费电子展,备受瞩目。

据了解,360手机在进入2016年后频繁发力,先是3月21号发布的f4,被誉为“安卓小苹果”,其舒适圆润的握感和良好的系统体验,让这款新机一上市就好评不断;360手机N4

的发布,成为众多消费者的第一部十核4GB千元机。N4搭载了联发科Helio X20十核处理器、4GB RAM+32GB ROM的运存/内存组合,并配备涡轮闪充与指纹智键功能。系统方面,360手机N4搭载了“安全”“轻快”“省电”的360 OS操作系统,拥有内存优化技术与APP冷藏室功能,能够提供额外70%以上的空闲内存,保证长时间使用畅快。业内人士表示,360手机N4的到来将打破当前千元机市场格局,为千元机市场注入崭新活力。

“90后”择业 求新求快求挑战

本报讯 王霞 近日,由O2O招聘平台香草招聘联合北京人力资源服务行业协会、上海人才服务行业协会共同发布《90后基层白领就业报告》显示,目前,“90后”已成为当前社会就业结构中基层白领主力,与70、80后相比,“90后”小白领在择业过程

中呈现出‘求新求快求挑战’的特点,长期从事同一岗位的意愿较低。”

报告显示,目前,90后小白领的平均月收入为3918元,上海地区的平均月薪为5980元,居全国之首;超6成希望进入销售、行政、客服等岗位。

“销售岗位尽管比较累,但收入也相对较高,因此受到90后小白领的追捧,”人瑞集团CEO张建国在接受采访时表示,鉴于“90后”对求职速度和结果要求较高,香草招聘正尝试以效果为导向的O2O求职平台,帮助小白领“快速立足”。