

# 找不到对象还影响经济？大数据说单身族

据媒体报道，目前国内单身成年人的数量已相当于俄罗斯和英国人口的总和。日益庞大的单身群体除了构成社会层面引人关注的问题，也在经济层面形成了巨大的消费潜力，吸引了广大商家的目光。那么，单身大军是怎样形成的？随之而来的所谓单身经济又是怎么回事呢？

## “单身潮”为何又来了

统计数据显示，目前我国单身人口约2亿，约2000万的青年(20-39岁)过着独居的生活。为此有舆论认为，新一轮的“单身潮”正在到来。

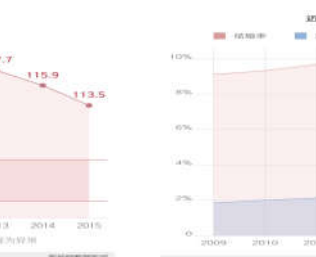
那么，是什么原因让单身人口越来越多呢？首要问题就是受仍然存在的“重男轻女”观念所影响导致的男女比例严重失调。国家统计局发布的数据显示，“80后”非婚人口男女比例为136比100，“70后”非婚人口男女比例高达206比100，在人口性别比的严重失衡下，不少男性被迫成为“光棍”。

同时，女性受教育年限的增加也在影响婚龄。随着社会经济的发展，

近年来，女性接受高等教育的人数越来越多，国家统计局数据显示，2000年只有0.88%的女性进入大学本科学历，2015年这一比例达到5.76%，涨幅6倍。

一方面，高学历的女性倾向于选择同等学历或比自己学历高的配偶，另一方面，随着物质经济水平的提高，女性对男方经济收入方面的要求也“水涨船高”，这也让很多高学历、高收入的女性成为“剩女”。

此外，随着现代婚姻观念的转变、诱惑的增多，近年的离婚率也在持续上升，“70后”和“80后”成为离婚的高发人群，婚姻持续的时间也已变短，这让单身人口的数量有所上升。



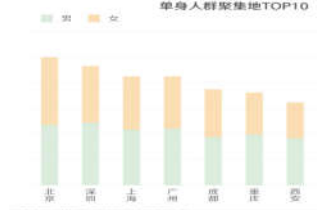
## “剩男剩女”想些啥

城镇化发展和生活节奏的不断加快，让国人的结婚年龄也越来越推迟。无论“单身狗”还是“单身贵族”，单身已不再只是一种生活状态，而正在年轻人当中成为一种生活态度。

单身还不够优秀，女性则更倾向于认为“还没有遇到足够优秀的”。另据相关统计数据，一线城市仍是单身人群的聚集地，“脱单”的需求远大于二、三线城市。

但是，单身时的“自由自在、无拘无束”或许并不像嘴上说得那样潇洒惬意。实际上，调查显示，仅有约3%的受访者表示享受单身生活，而约45%的人倍感孤独，且这一现象在男性中更为突出。而关于单身的主要原因，大部分男性认为是由于“自身条

件还不够优秀”，女性则更倾向于认为“还没有遇到足够优秀的”。另据相关统计数据，一线城市仍是单身人群的聚集地，“脱单”的需求远大于二、三线城市。



## “单身经济”惹争议

由于没有较多的家庭责任，单身人群自然而然地更倾向于关注自我，提高自身的生活质量，通常更倾向于把钱花在自己身上。而随着人们对单身生活的观念转变，单身生活的内容也变得日益丰富，一个人吃、一个人玩……向各个领域渗透的所谓“单身经济”，也让各类企业嗅到了商机。

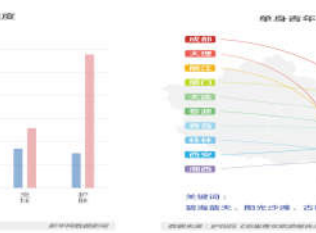
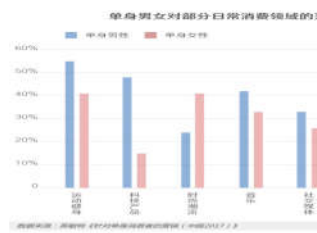
从单纯的“光棍节”到电商推出的“双十一”，就是对单身经济近年来发展的最直观见证之一。日韩等国的一些商家专门为单身人群推出更小的电饭煲、烤箱和水壶等产品；食品外卖行业也受益于单身经济，数据显示，去年我国外卖行业销售额增长44%，有外卖商家表示，65%的订单来自未婚的顾客，其中快餐最受单身顾客青睐，“单身人

群是我们最重要的顾客”。

研究显示，国内超半数的单身男女最爱旅行，与已婚人士相比，单身人士更喜欢观光并体验旅游目的地文化，或许也只有单身状态下才能真正来一场“说走就走”的旅行吧。

如今的单身人士拥有更强的购买力和消费意愿，以旅游为例，单身青年的旅游人均消费比有家庭的青年要高约14%，但即便如此，也有专家指出，“单身经济”未必一定能转化成积极的经济贡献——由于单身人群面临的责任小于已婚同龄人，所以很容易形成一种闲散的人生态度，进而带来缺乏工作动力等负面影响。

以日本为例，日本的高离婚率对经济已经产生负面影响。越来越多的年轻



人希望通过不婚来逃避家庭责任，其中有些人认为只需要养活自己，所以没有为家庭创造更多财富的较大压力。

同时调查显示，单身人士常常面临

着需要为自己规划未来的压力，这令他们倾向于不愿购买高价值的物品，而是选择投资于保险和金融产品；与之相对的，年轻的父母们则可能会花大价钱去

购买婴儿护理等方面的产品，且更愿意在自己的另一半身上花费重金，从而推动了国内消费。

当然，也有专家强调，已婚人士和单身人士只是处于不同的生活阶段才具有不同的侧重点，但作为消费者，他们在本质上都是一样的。

## 哪些企业逃不脱手捧保温杯的“中年危机”？

最近，手捧保温杯成为进入“中年危机”的标志。

“中年危机”在心理学上被解释为“男人四十综合症”，意指一种特定的年龄现象，即在30-50岁或40-65岁之间，青春已不复，迟暮在眼前，人生有可能经历事业、健康、家庭婚姻等各种关卡和危机。“中年”两个字后面，不一定有“危机”，更多是对当前发展现状的焦虑。其实，不只是人会面对中年危机，一些我们所熟知的，已经在华发展多年的企业有时也无法幸免。

然而，娃哈哈哈哈也在快速变化的市场中遭遇瓶颈，在经历了2012年业绩首次下滑尴尬后，2015年受网络谣言打击、营养快线等大单品老化、缺少明星新品接棒等问题困扰，遭遇营收下滑。

娃哈哈业绩的下滑主要是品牌和产品老化，这对饮料市场来说是致命伤。此外，缺少明星单品是娃哈哈的一大病源。

目前娃哈哈进入了深入调整期，娃哈哈集团董事长宗庆后承认实体经济正在遭遇寒冬，也承认娃哈哈遇到一些困难，但是前景十分乐观。

大陆，曾经以“老坛酸菜面”称霸中国方便面行业。然而2017最新半年报数据显示，统一今年上半年营收为108.861亿元，同比下降7.1%，净利润则下滑26.5%至5.696亿元。

除方便面业务外，饮品部分统一业绩较为惨淡，上半年营收为65.98亿元，同比下降11.4%。

进入中国第25年，统一正在全面收缩其在大陆的资产。2016年5月，统一宣布以12.91亿元人民币出售其所拥有的今麦郎饮品47.83%股份，交易完成后，统一不再持有今麦郎饮品集团的任何权益。同年11月，统一集团与广东健力宝集团签署股权转让合同，以人民币9.5亿元将其持有“佛山三水健力宝贸易”100%股权出售于健力宝集团。而就在7月31日，统一与星巴克联合宣布，统一方面将以约13亿美元现金出售与星巴克在中国华东市场合资企业（上海统一-星巴克咖啡有限公司）的50%股份。

限公司经销的两款特殊医学用途婴儿配方食品的乳蛋白深度水解配方中，因为质检出值低于产品包装标签明示值而登上了国家食药监总局的黑名单。

7月25日，上海市食药监局公布，上海雀巢产品服务有限公司被浦东新区市场监督管理局立案调查，相关批次产品被召回下架。

7月31日，国家质检总局发布的《2017年6月准予准入的食品化妆品信息》显示，雀巢及其下属品牌克宁共有6批次、10.82吨来自台湾地区的进口奶粉被拒绝入境，原因是“超范围使用营养强化剂维生素B2、B6、B12”。

虽然雀巢在声明中称，雀巢公司对此非常重视，已立即通知经销商和零售店停止销售并召回该批次产品。同时，雀巢公司会积极配合监管部门的相关工作。但是，在婴幼儿奶粉配方注册尚未全部完成，各个企业都非常谨慎之际，雀巢可谓不断掉链子。

到925万台，市场份额达到23.4%，较第一季度增长8.5%。排在第二名的联想，第二季度出货量805万台，市场份额20.1%，较第一季度仅增长0.3%。

PC及平板电脑业务一直是联想集团的最重要收入来源，占整体收入的约70%。据联想财报显示，受到零件短缺和成本上涨，至6月底的二季度，其个人及平板电脑合计销量同比下降7%至1450万部，市场则同比下降3%，收入同比持平，为70.05亿美元。盈利则同比下降21%至2.91亿美元。

另外，被称为“老大难”的联想移动业务也同样棘手。如今它似乎正将希望放在摩托罗拉品牌在全球的发展，联想的摩托罗拉依然面临重重困难，板块收入占整体的17%。据财报，本季度移动业务的收入同比上升2%至17.46亿美元，除税前经营溢利率同比上升2.2个百分点，但若剔除衍生与并购有关的非现金费用，税前经营仍亏损1.29亿美元。

### 娃哈哈：品牌、产品老化

杭州娃哈哈集团有限公司创建于1987年，宗庆后从代销汽水和冰棒开始白手起家，30年来搭建了一个庞大的食品饮料集团。

### 统一企业：老坛酸菜面不好卖了？

合资食品企业统一1992年进入中

### 雀巢：食品安全风险

作为全球食品巨头和最早进入中国的跨国企业之一，2017年是雀巢进入中国的第30个年头。过去30年，雀巢稳健发展与大肆扩张，但在经过高速增长之后，快消品巨头在中国的日子普遍不太好过。雀巢遭遇的却是食品安全风波。

### 联想：再次陷入亏损

作为老品牌，联想这段时间的发展颇为不顺。在8月18日发布的第一财季报告显示，联想营收100.12亿美元，与去年同期持平；集团亏损7200万美元；毛利率为13.6%，同比减少1.7个百分点。而这已经是联想从2015财年以来“第二次陷入亏损”。

### SOHO中国：转型正在奏效？

1995年成立SOHO中国曾经在早两年也经历了一场“中年危机”。2015年中国房地产整体遇冷，在传统行业逐渐没落的过程中，潘石屹意识到了危机并开始了及时转型，选择从重资产模式想轻资产模式转变。



### SOHO中国：转型正在奏效？

SOHO中国选择用SOHO 3Q项目把社会上、城市里面闲置的、利用率不

### 企业的中年危机该如何自救？

职场中人常说一句话：逃离“舒适区”，杜绝“安乐死”。放在企业经营，这句话同样适用。丰厚稳定的收入来源、高素质的人才队伍、健康稳定的业务形态等等在给企业带来安全感的同时，也在不断削弱企业创造更大可能的机会。只有提前放下对以往成绩的执着，着眼未来，敢于清零，重新找准赢利点开始才能浴火重生。当然，破茧成蝶需要痛苦的蜕变，但逃出了“舒适区”，迈出持续成功的一步才能突破自己。

### SOHO中国：转型正在奏效？

SOHO中国选择用SOHO 3Q项目把社会上、城市里面闲置的、利用率不