



# 宅经济洞察报告：宅经济从消费向学习、工作延伸，租赁、招聘也不例外，未来怎么办？

---

QuestMobile 研究院

2020年7月14日

宅经济伴随着互联网发展而出现，是一种基于发达的互联网和现代化物流所形成的新型经济形势，不仅是一种消费与娱乐方式，也是学习、工作、生产方式

## 定义

- 宅经济原本是一种消费方式，随着产业发展、短期疫情刺激，也形成一种工作方式，本质上仍是利用互联网促使成本降低，提升消费和生产效率，让人更愿意宅家

### ➤ 吃喝玩乐

买生鲜、学做菜、叫外卖  
看短视频、追剧、玩手游

### ➤ 运动健康

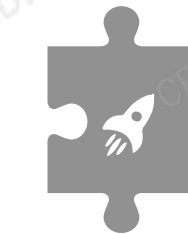
在线挂号、问诊、买药  
运动健身课程线上化

### ➤ 生活服务

电子政务、在线缴费  
足不出户选好租户



消  
费  
方  
式



生  
产  
方  
式

### ➤ 带货

宅家买买买  
全民观看直播

### ➤ 教育

学校停课，学生远程上课  
线上教育进程加速

### ➤ 办公

线上办公、视频面试  
助力企业复工

宅经济正处临界爆发点，供需匹配，潜力待发，随短期疫情刺激，宅经济获得加速催化



## 供需匹配，蓄势待发

## 短期疫情刺激

需求端

由御宅族延伸的宅文化逐步盛行  
除网购、外卖外，还在直播、短视频等领域形成需求

形成多元化多领域市场



提供更好的服务和体验

宅经济  
走进日常生活

疫情迫使全国人民宅家  
与宅相关的活动、文化迅速兴起  
催化相关商业模式  
在线教育、远程办公迅速火热

商业模式  
加速成熟

供给端

互联网企业技术不断积累  
物流体系持续完善  
商业模式逐步创新

# 01

---

宅经济随互联网兴起而发展，受疫情短期刺激加速演变

# 1、疫情加剧宅经济深层次演变，与个人需求满足紧密结合，在不同的需求层级，移动互联网均助力运作效率的提升，进一步改变用户行为变迁

## 宅经济的演变过程与个人需求的满足具有一致性



## 2、受疫情影响，人们宅家通过电商购物、生鲜采买、外卖上门等形式实现最基层的生理需求

### 2.1、线上购物已整体恢复到疫情前水平，疫情对消费影响深远，更多人愿意通过比价获得性价比

生理需求 安全需求 娱乐需求 自我实现

#### 移动购物APP行业 月活跃用户规模

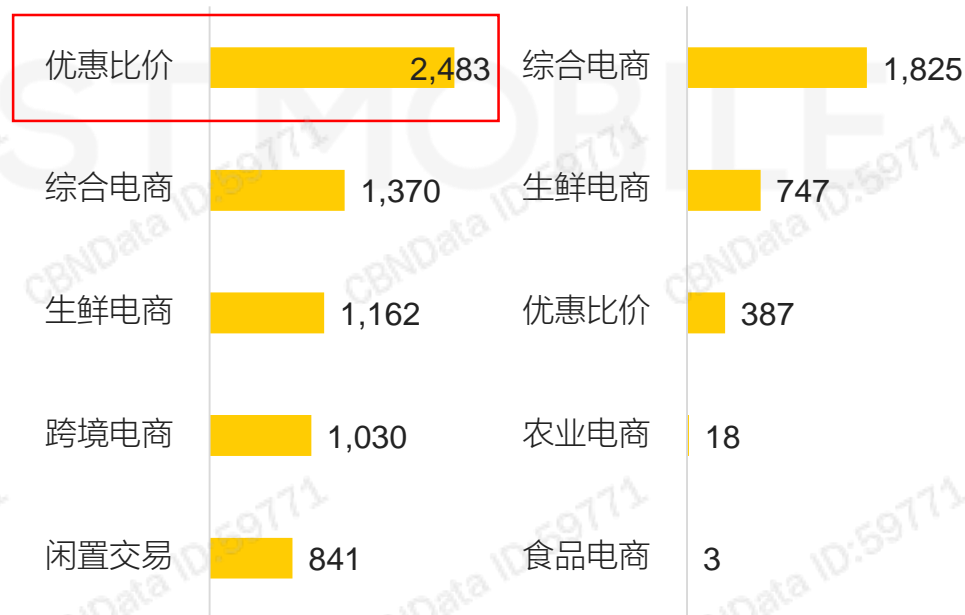
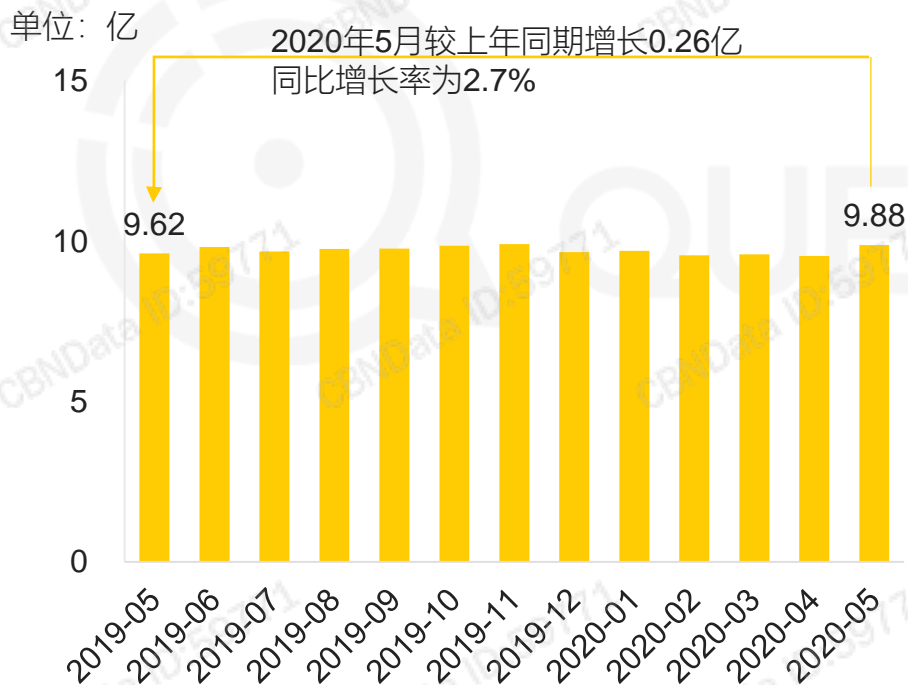
#### 2020年5月 移动购物细分行业 月活跃用户规模

较2019年5月 增量

较2019年12月 增量

单位：万 TOP5 行业

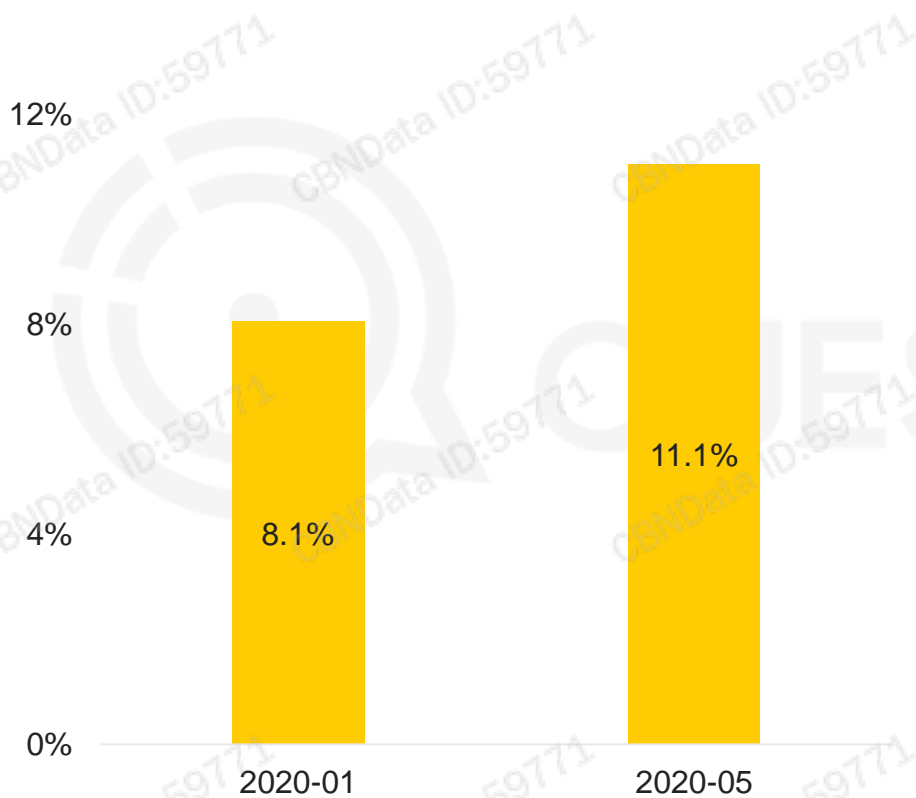
单位：万 TOP5 行业



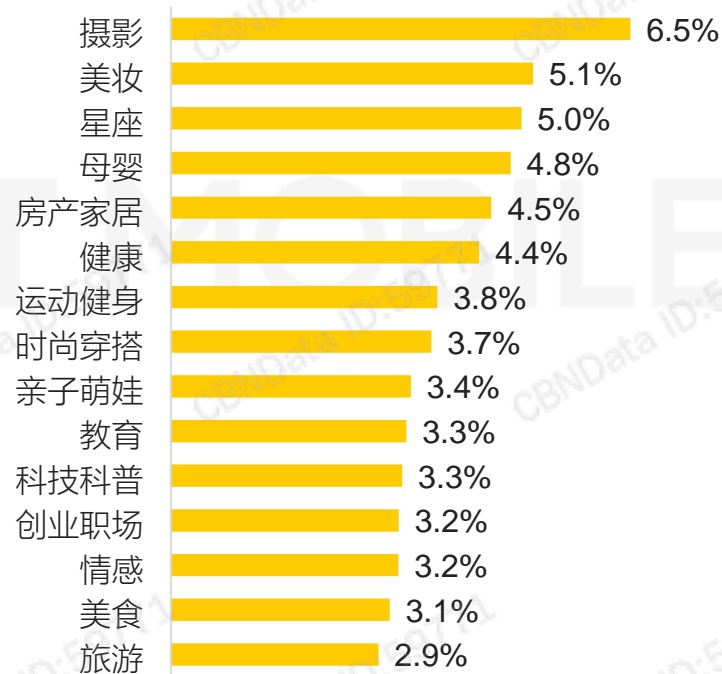
## 2.2、宅经济为红人带货提供用户基础，今年以来，KOL带货能力提升明显，其中美妆、母婴、家居等垂类KOL带货力提升更为显著



### 全网KOL 平均带货转化率



### 2020年5月较2020年1月 全网各类型KOL 平均带货转化率增长 TOP15



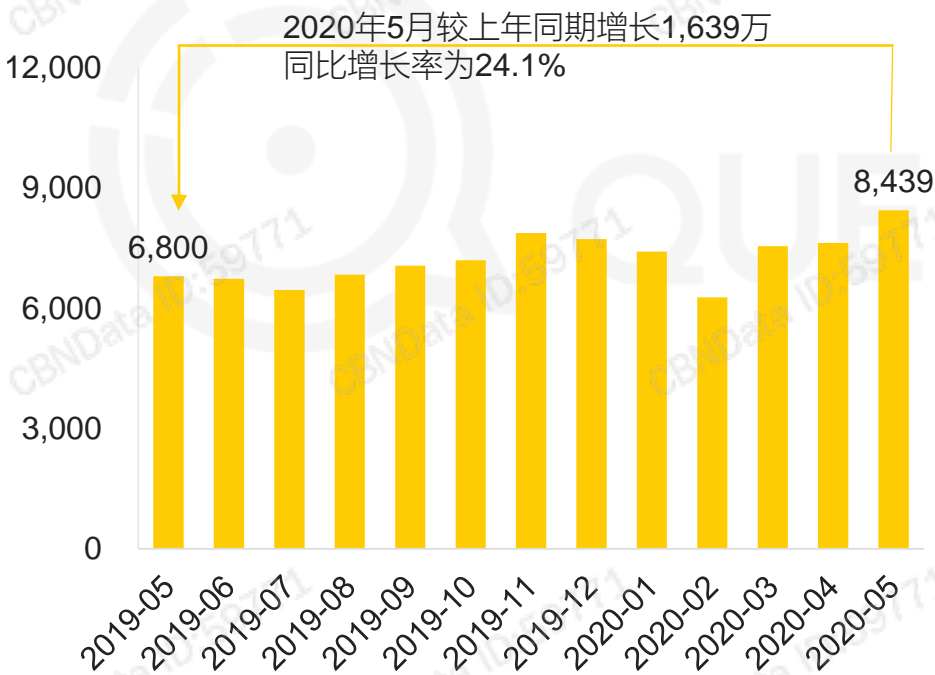
注：带货转化率：在统计周期内，指定KOL平台的目标KOL受众在浏览观看KOL内容期间跳转电商购物平台的比例的平均值

## 2.3、居民宅家网购，也刺激着快递需求旺盛，配套物流为宅经济提供基础保障



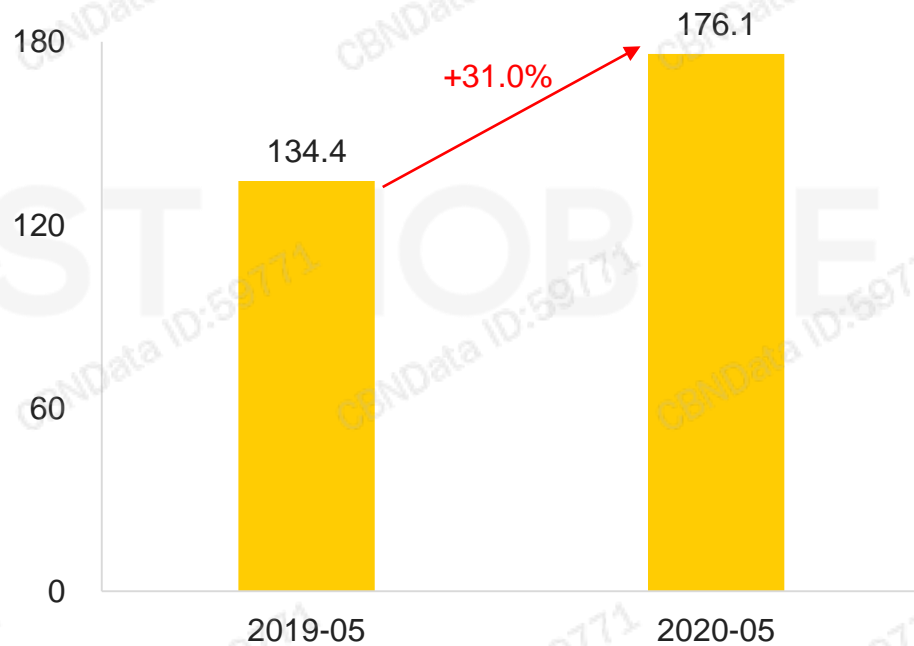
### 快递物流APP行业 月活跃用户规模

单位：万



### 快递物流APP行业 月人均使用次数

单位：次

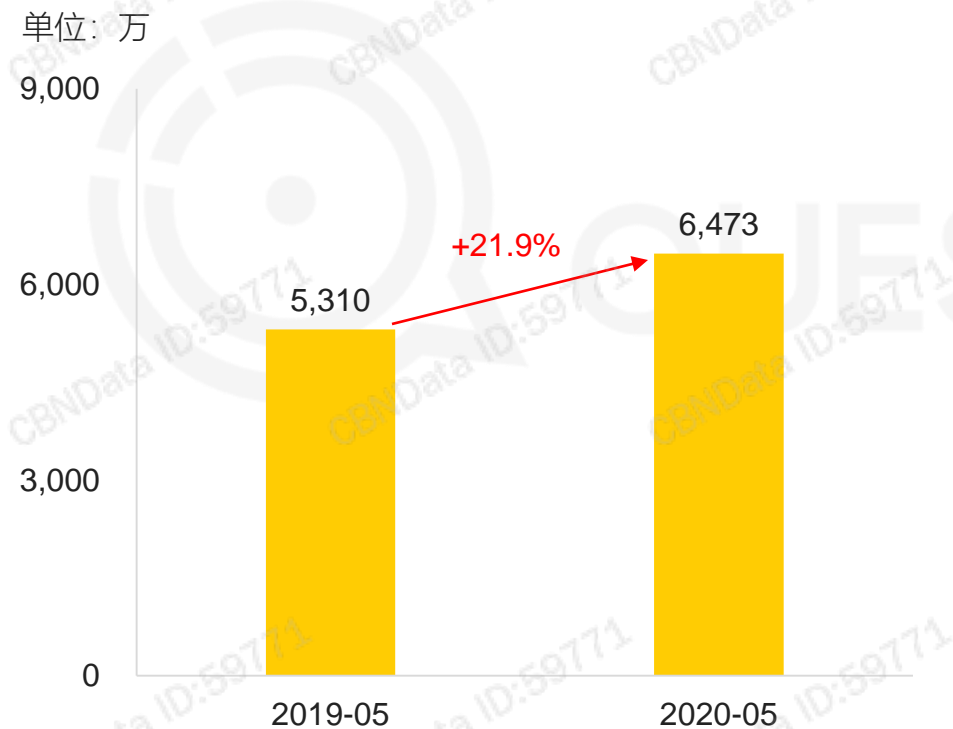




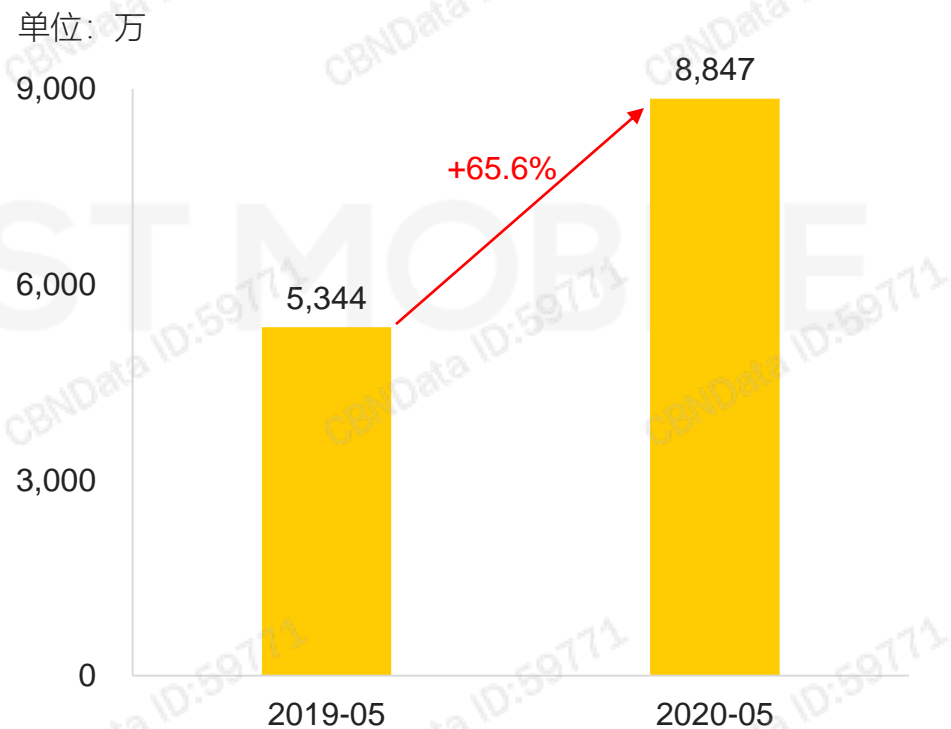
## 2.4、民以食为天，生鲜电商大受青睐；通过社交亲友推荐，小程序成宅家在线逛菜场新宠，相比APP行业，用户规模与同比增速均更高



### 生鲜电商APP行业 月活跃用户规模



### 生鲜电商微信小程序行业 月活跃用户规模



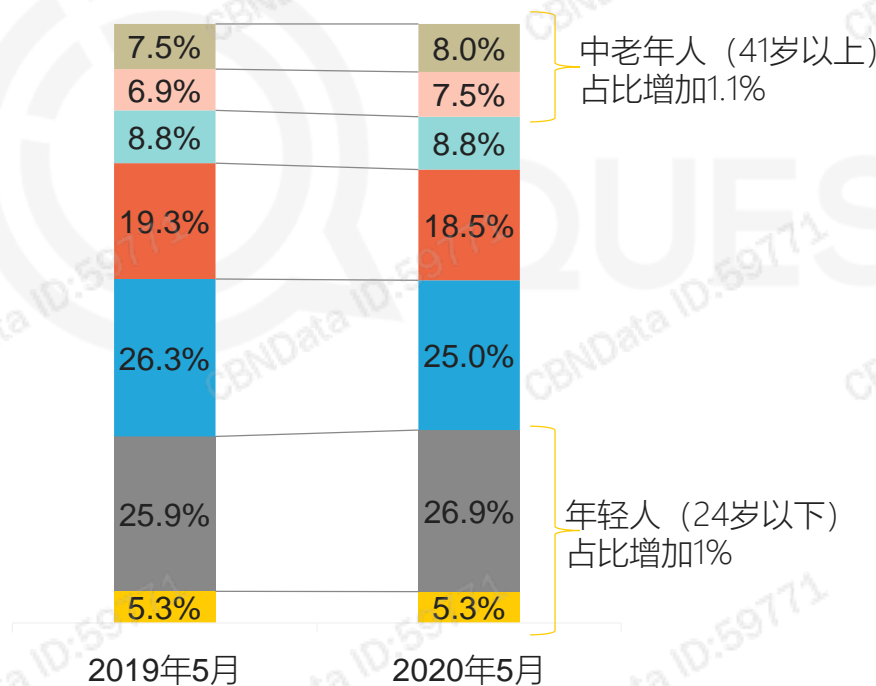
注：生鲜电商在微信小程序中，行业的月活跃用户规模基于TOP20 生鲜电商类小程序MAU加总去重获得

Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2020年5月

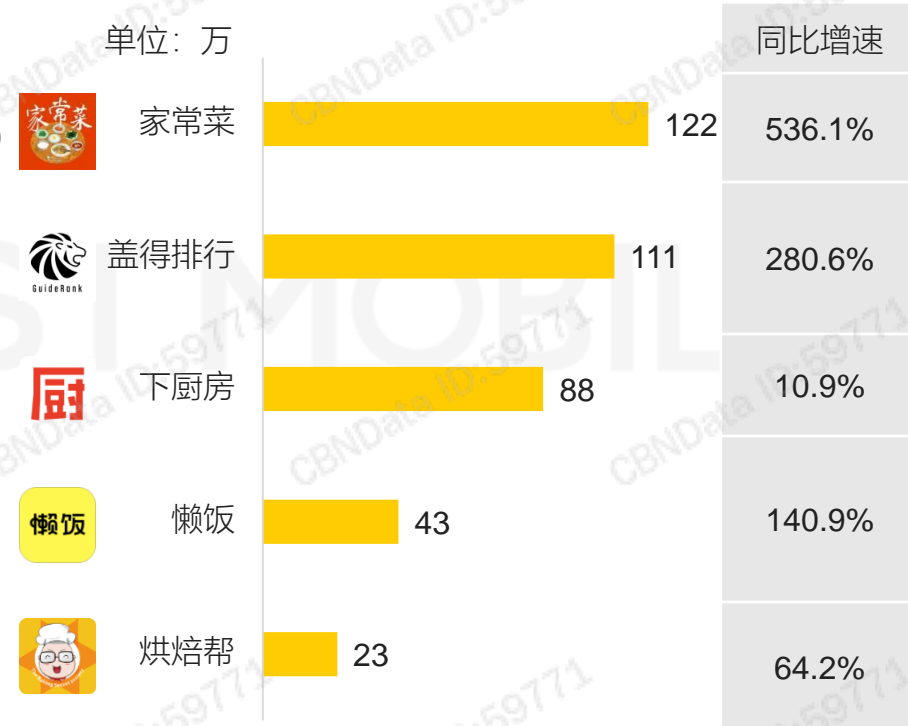
## 2.5、居家工作生活期间，无法外出就餐+空闲时间增加，自制餐食成为更多人的选择，年轻人有样学样，中老年人尝试新菜肴，推动美食菜谱类APP获得增长

### 美食菜谱APP行业 年龄分布

■ 18岁以下 ■ 19-24岁 ■ 25-30岁 ■ 31-35岁  
■ 36-40岁 ■ 41-45岁 ■ 46岁以上

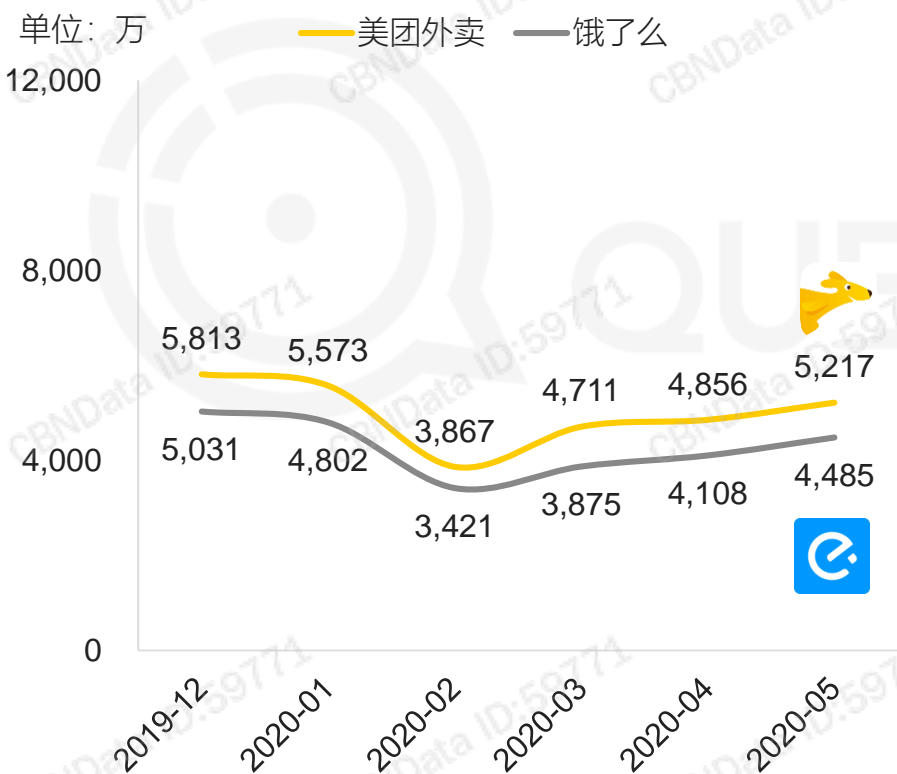


### 2020年5月较2019年5月 美食菜谱行业 月活跃用户规模增量 TOP5 APP

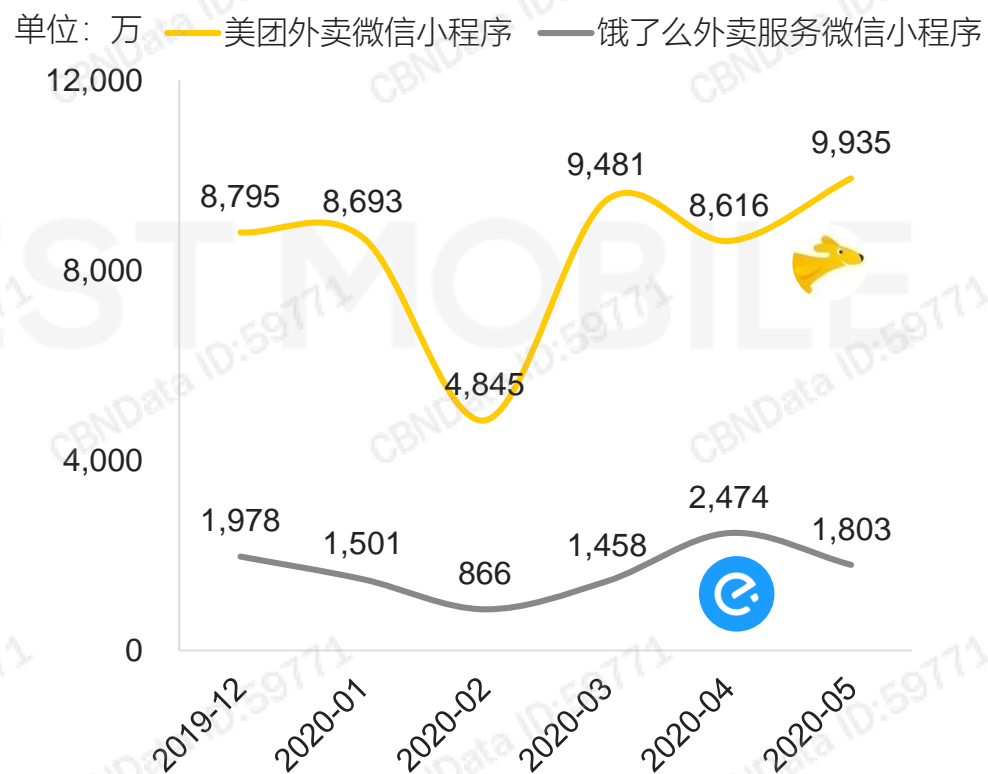


## 2.6、随着逐步复工复产，广大00后、90后们也逐渐回到外卖的怀抱，相关典型APP基本恢复疫情前状况

### 外卖服务行业 典型APP 月活跃用户规模



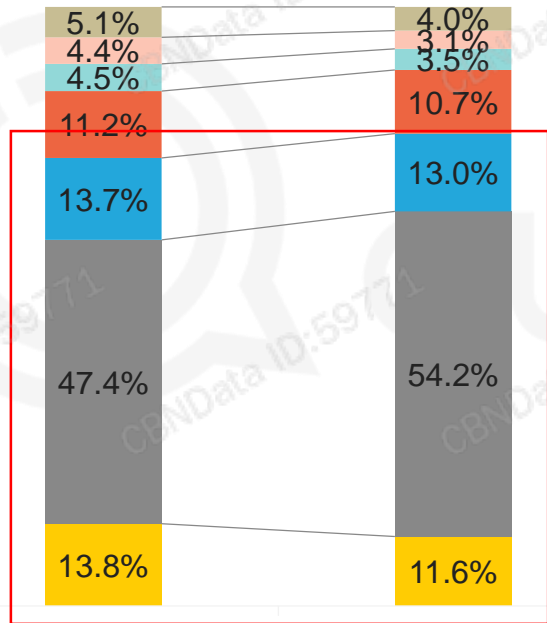
### 外卖服务行业 典型微信小程序 月活跃用户规模



### 2020年5月 外卖服务典型APP

#### 年龄分布

- 18岁以下
- 19-24岁
- 25-30岁
- 31-35岁
- 36-40岁
- 41-45岁
- 46岁以上



美团外卖

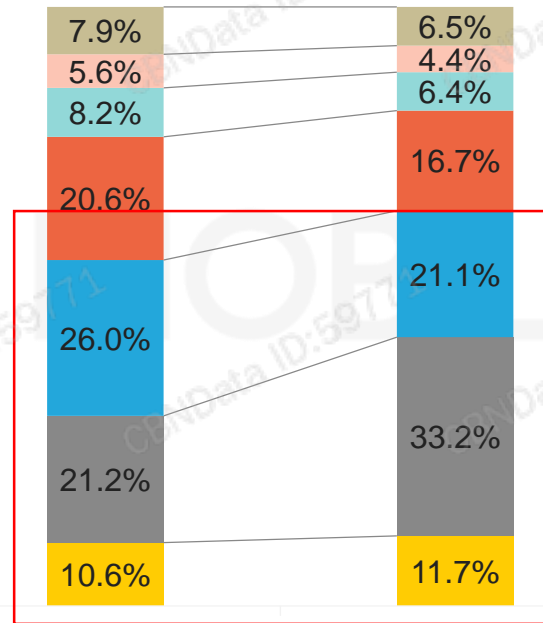
饿了么



### 2020年5月 外卖服务典型微信小程序

#### 年龄分布

- 18岁以下
- 19-24岁
- 25-30岁
- 31-35岁
- 36-40岁
- 41-45岁
- 46岁以上



美团外卖  
微信小程序

饿了么  
外卖服务  
微信小程序

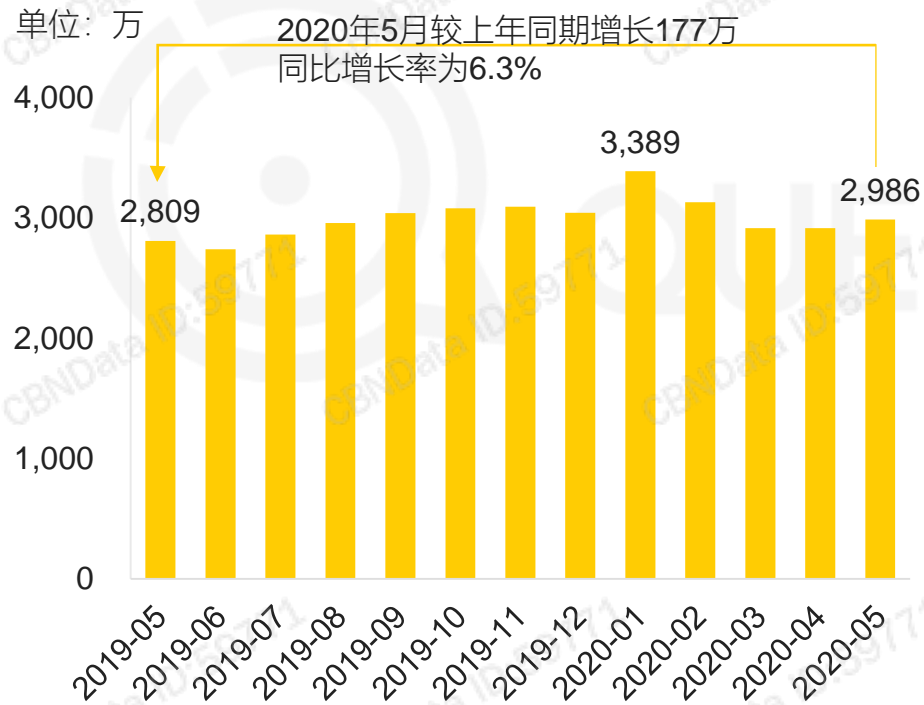


### 3、医疗、健康等业务通过互联网在提升效率的同时规避不必要的线下接触，满足用户对安全的需求

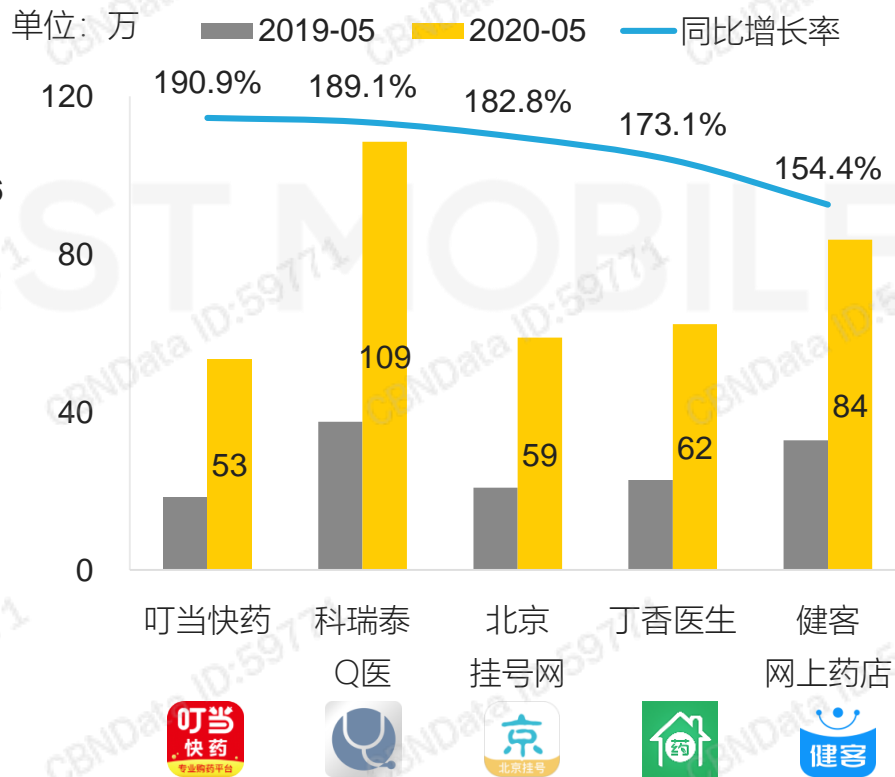
#### 3.1、线上诊疗、线上挂号、自助买药，既可避免出门，又缓解线下医疗资源压力

生理需求 **安全需求** 娱乐需求 自我实现

#### 医疗服务APP行业 月活跃用户规模



#### 医疗服务APP行业 月活跃用户规模 同比增长率 TOP5 APP (MAU≥50万)

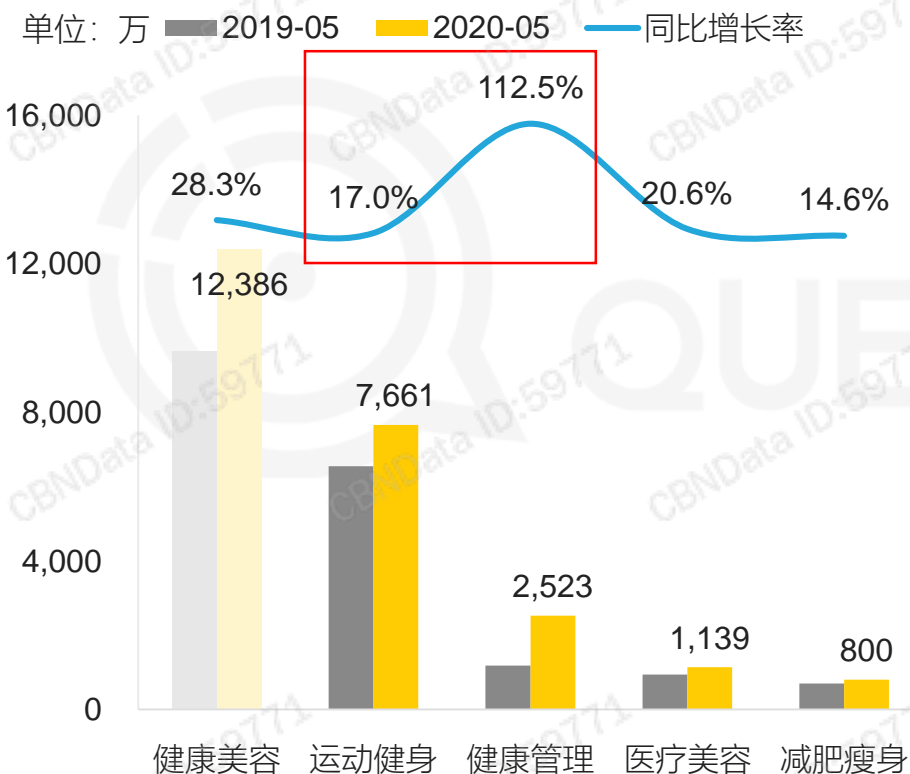


### 3.2、用户参考线上运动课程，把客厅变健身房，宅家运动增强抵抗力，管理健康抗病毒，推动行业整体进入亿级行业俱乐部



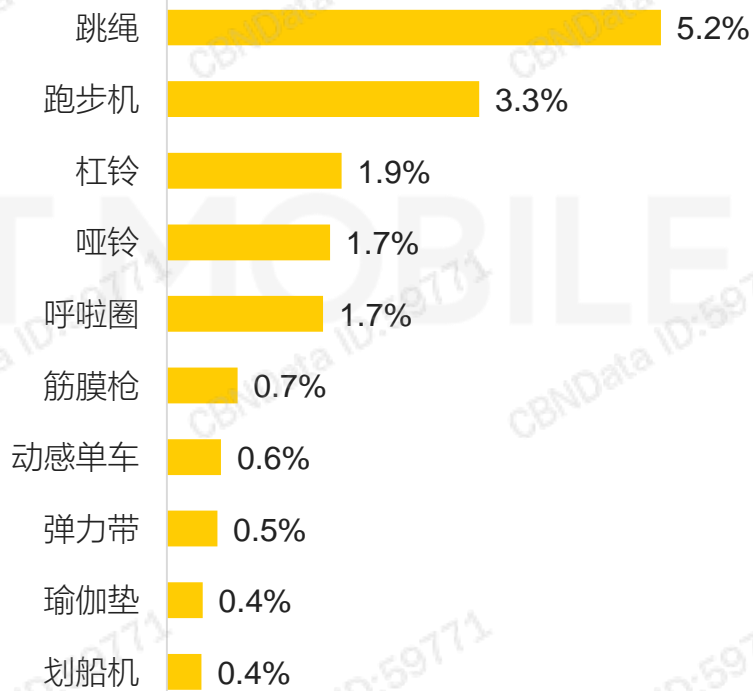
#### 健康美容行业及其典型细分APP行业

#### 月活跃用户规模



#### 2020年5月 运动器械重点类目

#### 用户关注度

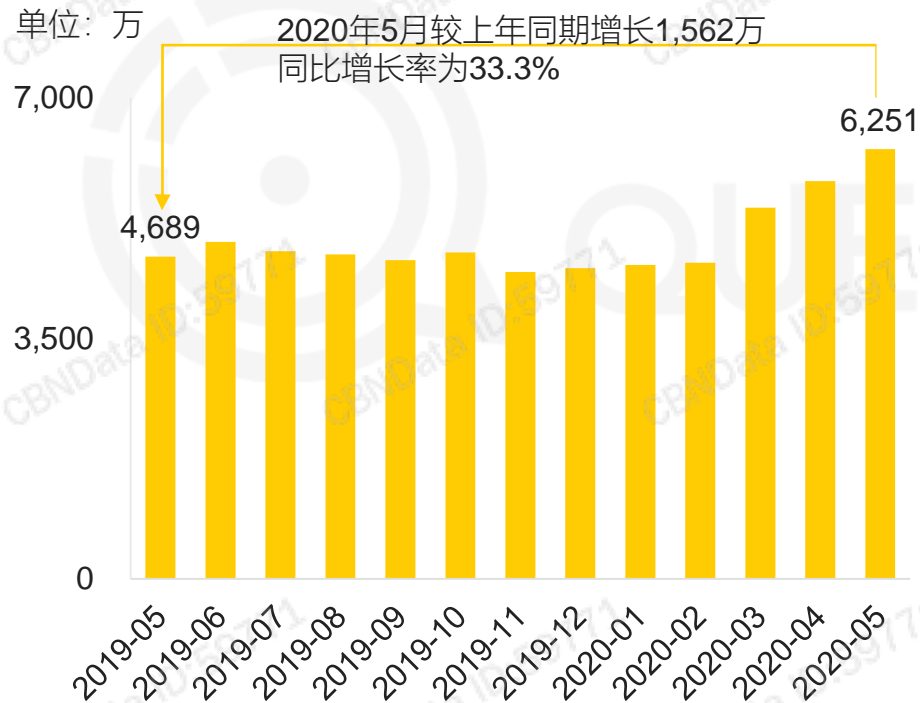


注：运动器械类目关注度：指用户对相关类目关键词的新闻浏览量占比

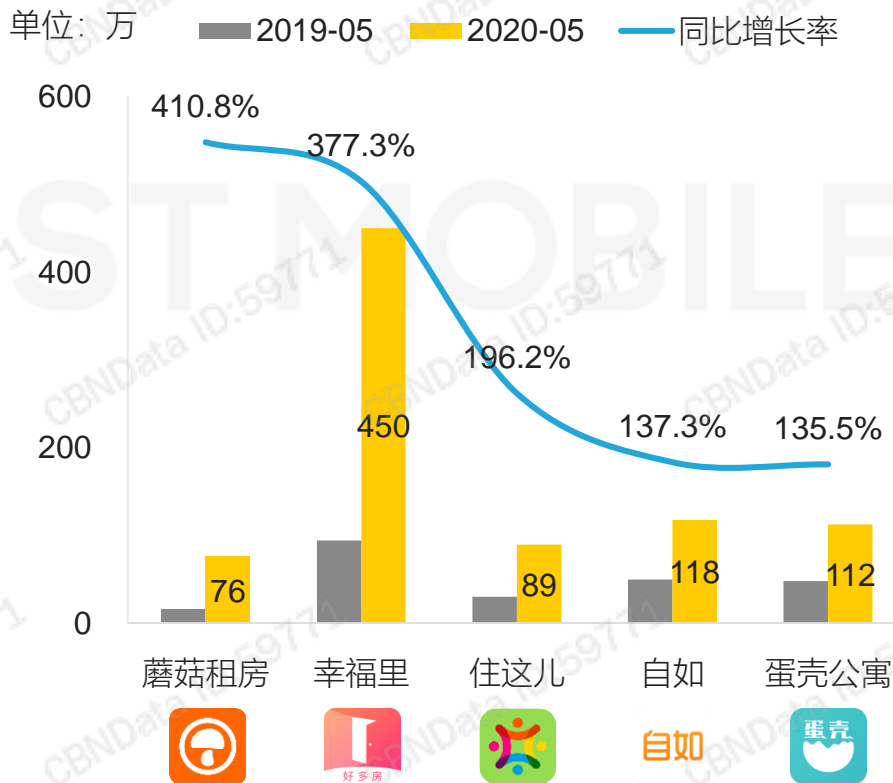
Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2020年5月

### 3.3、疫情催动租客心态变化，合租室友间堪比“过命的交情”，租客转向更有秩序、管理更规范的租期服务商

#### 房屋租赁APP行业 月活跃用户规模

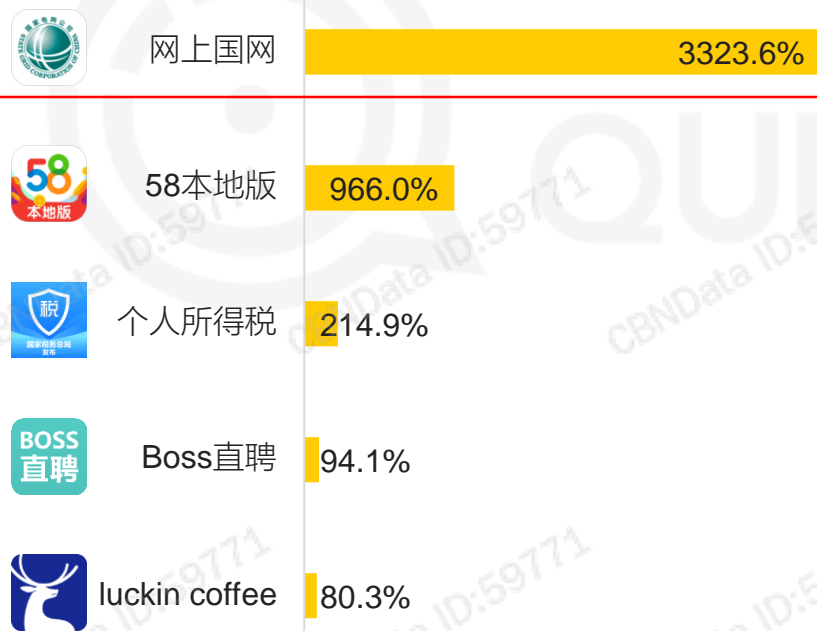


#### 房屋租赁APP行业 月活跃用户规模 同比增长率 TOP5 APP (MAU≥50万)

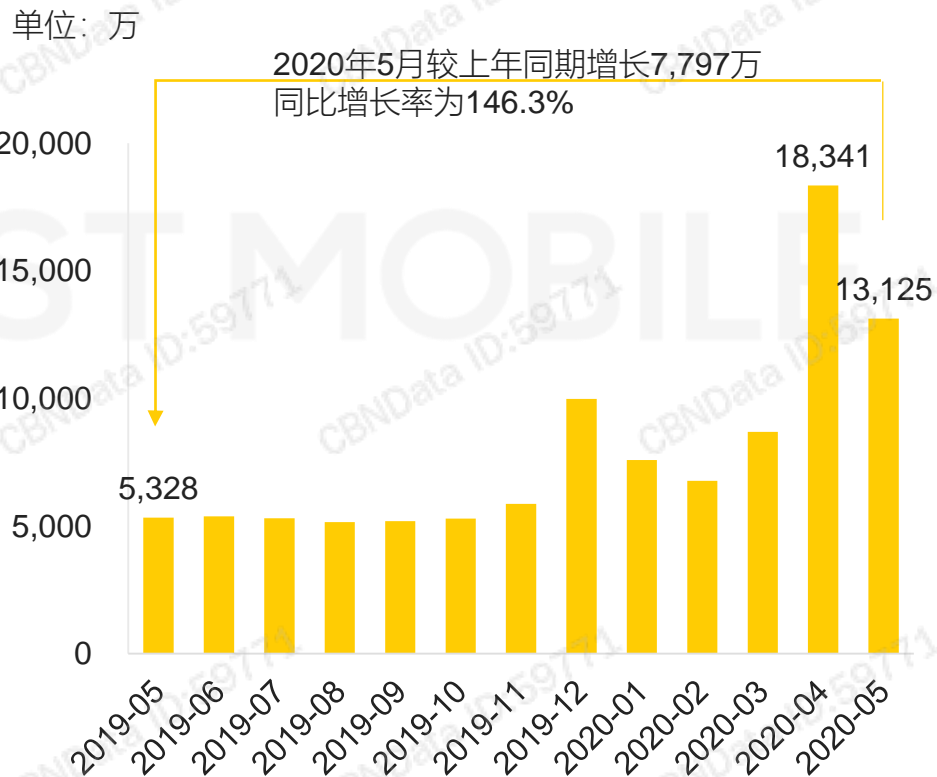


### 3.4、居民宅家直接拉高生活用电，一系列电子政府类APP正发挥便民利民作用，让用户足不出户解决生活琐事，行业用户规模破亿

2020年5月 生活服务APP行业  
月活跃用户规模 同比增长率 TOP5 APP  
(MAU≥500万)



电子政务APP行业 月活跃用户规模



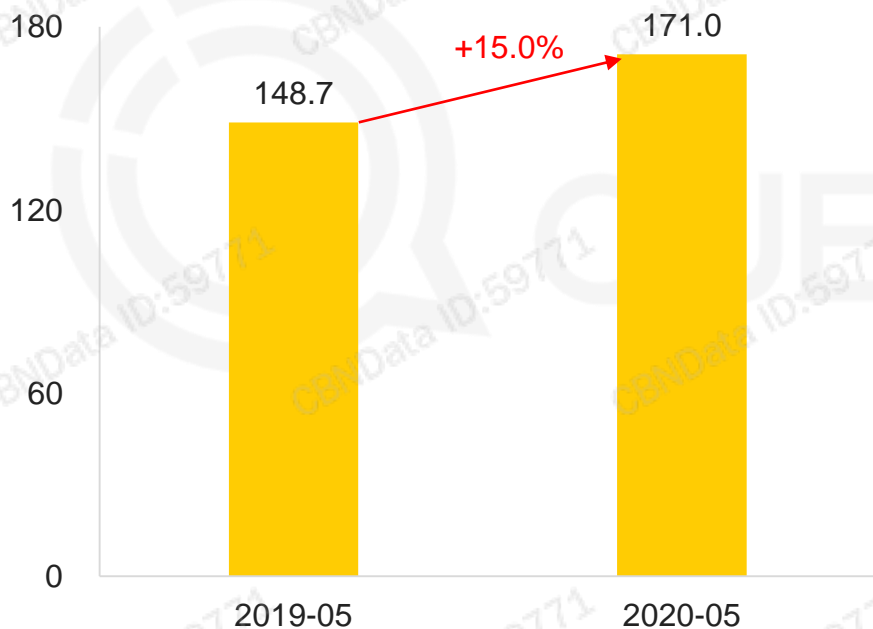


## 4、疫情催生多元娱乐需求，线上娱乐热度不减，用户平均每天花在娱乐上已超过两个半小时，其中主要在短视频和游戏方面平均耗时最久

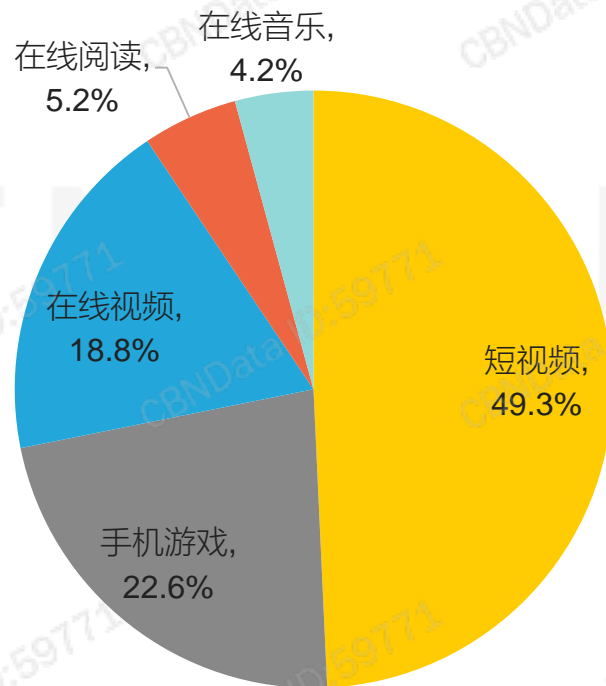
生理需求 安全需求 **娱乐需求** 自我实现

### 泛娱乐APP行业 月人均单日使用时长

单位：分钟



### 2020年5月 泛娱乐细分行业 时长分布



注：本页泛娱乐行业，包含手机游戏、短视频、在线视频、在线阅读、在线音乐等五大行业；  
人均单日使用时长：在统计周期(月)内，平均每个人每天使用该类App的时长

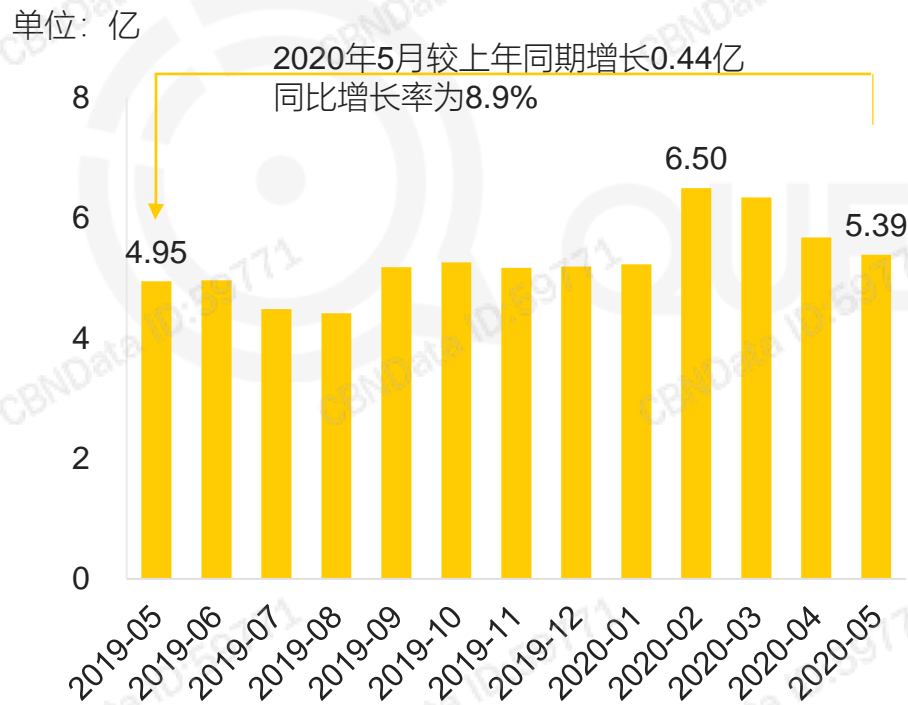
Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2020年5月

5、受尊重和自我实现需求影响，用户担心自身工作和孩子学习受影响，远程教育和线上办公不断常态化，宅家也能学习与生产

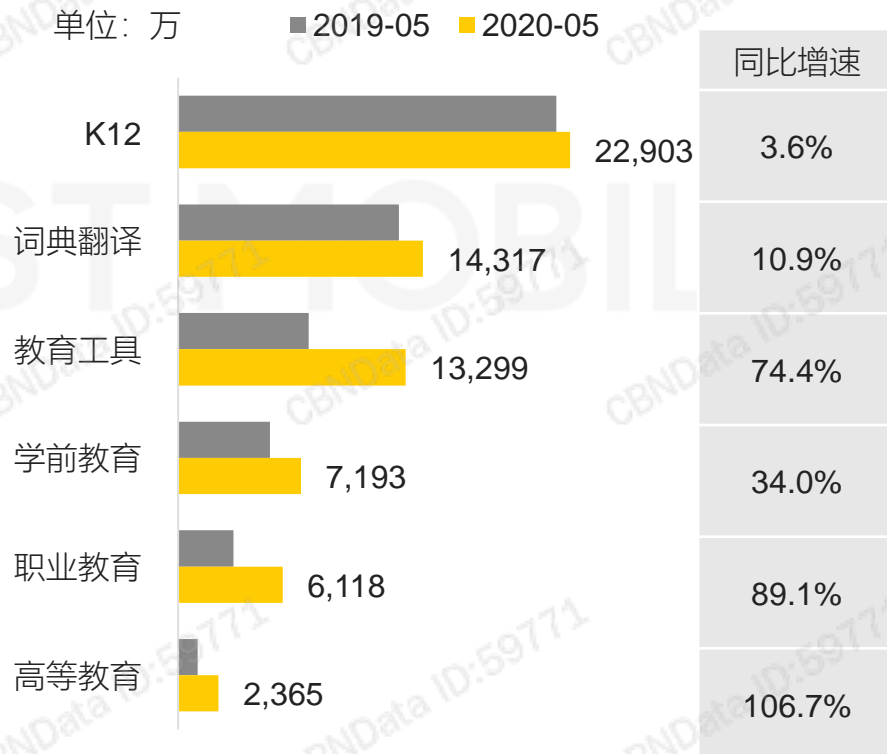
5.1、各地各阶段学校因疫情推迟开学，线下培训机构暂时关闭，远程教学突破时空限制，助力新学期网络授课，加速在线教育行业渗透

生理需求 安全需求 娱乐需求 **自我实现**

教育学习APP行业 月活跃用户规模

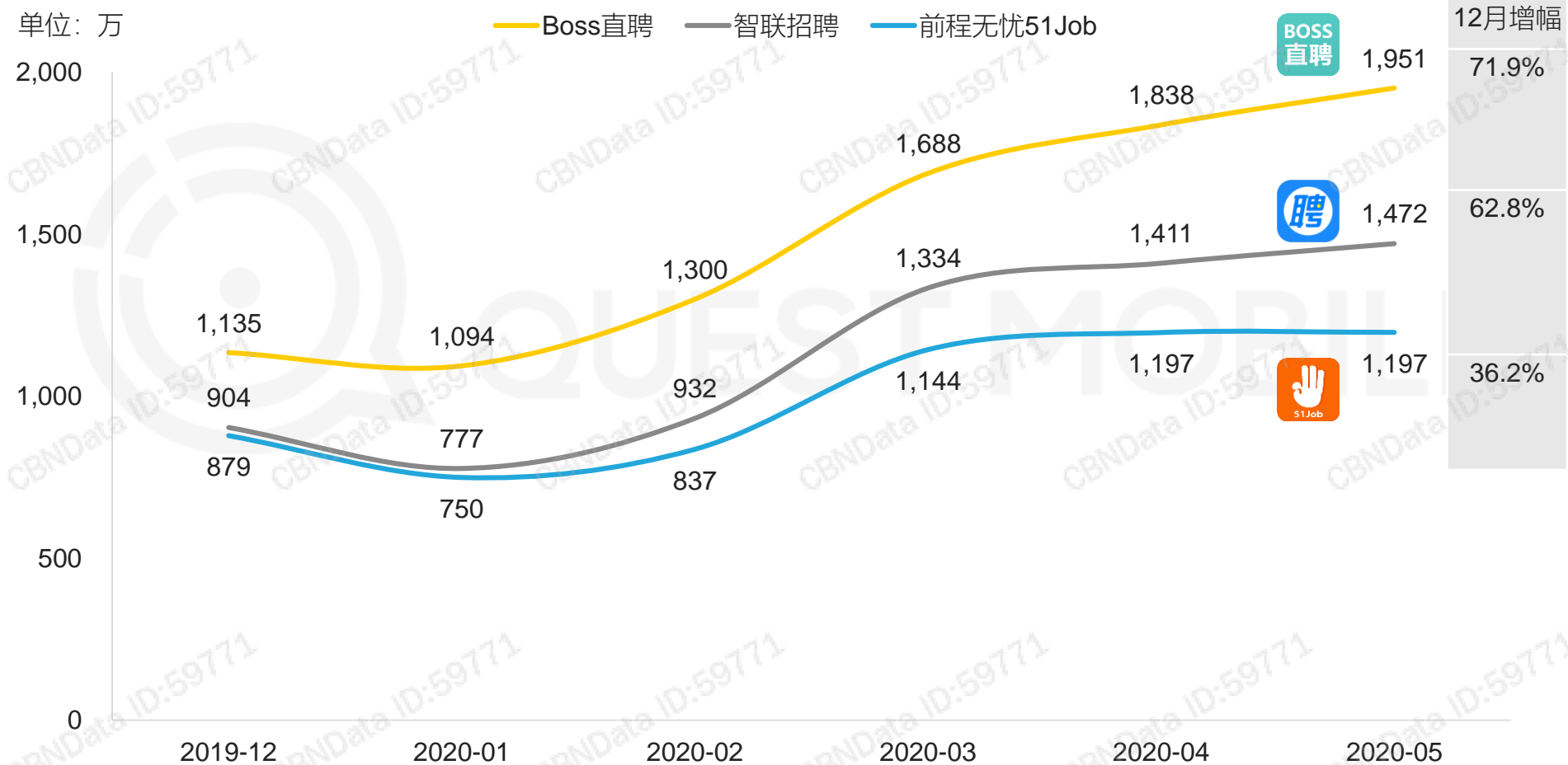


教育学习典型细分APP行业 月活跃用户规模



## 5.2、疫情期间出现的企业延迟复工，甚至停产现象，让职场人希望通过调换工作带来更稳定和更具安全感的生活，推动招聘行业典型APP用户规模快速回升

### 求职招聘行业 TOP3 APP 月活跃用户规模

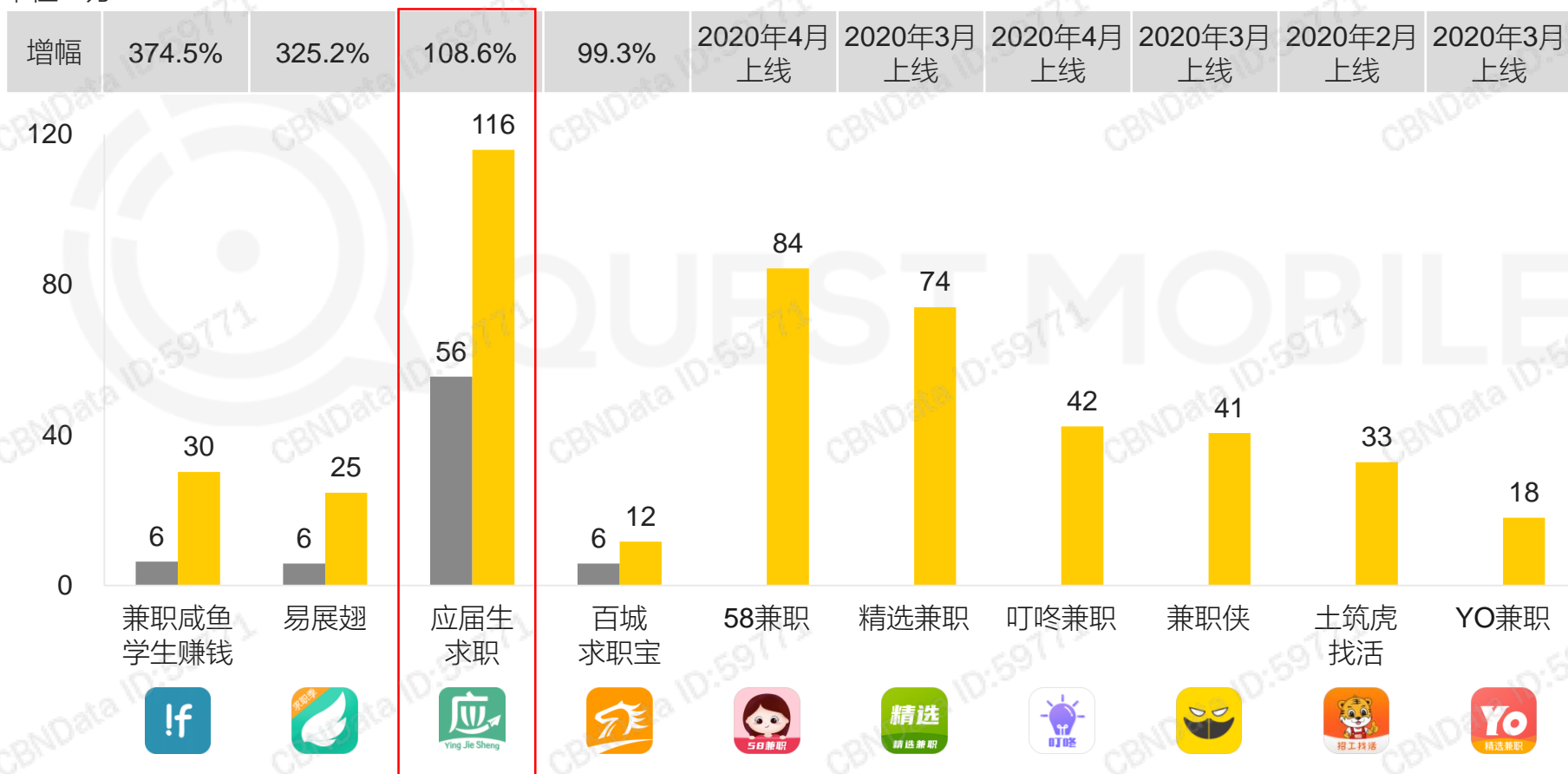


### 5.3、疫情激化下，大学毕业生正迎来最难就业季，顺利毕业和成功就业压力交织，也让兼职创收类应用转热

求职招聘APP行业 月活跃用户规模 2020年5月较2019年12月增幅 TOP10 APP  
(10万≤MAU≤500万)

单位：万

■ 2019-12 ■ 2020-05

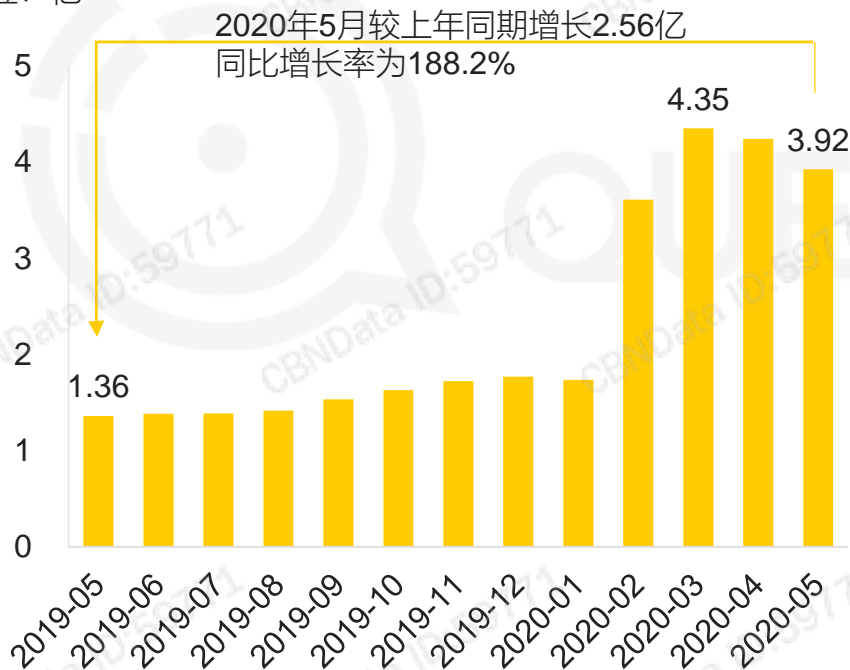


5.4、为提升协同办公与生产效率，相比去年，又有超过2.5亿用户加入云办公，拉动行业大增近2倍，居移动互联网各细分行业增速首位；其中，年轻和下沉群体贡献一半以上的增长

效率办公APP行业 月活跃用户规模

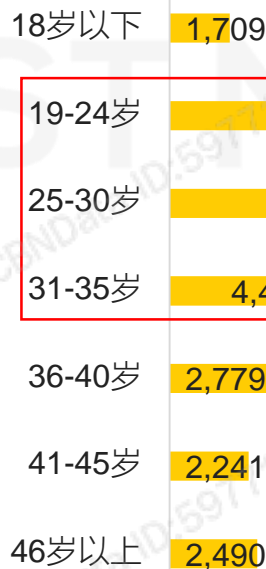
2020年5月 效率办公APP行业 月活跃用户规模

单位：亿



单位：万

各年龄段  
同比增量



各城市等级  
同比增量

单位：万 同比增量



注：同比增量指，活跃用户规模 2020年5月较2019年5月相比较的增量

Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2020年5月

# 02

---

## 宅经济未来趋势与机会

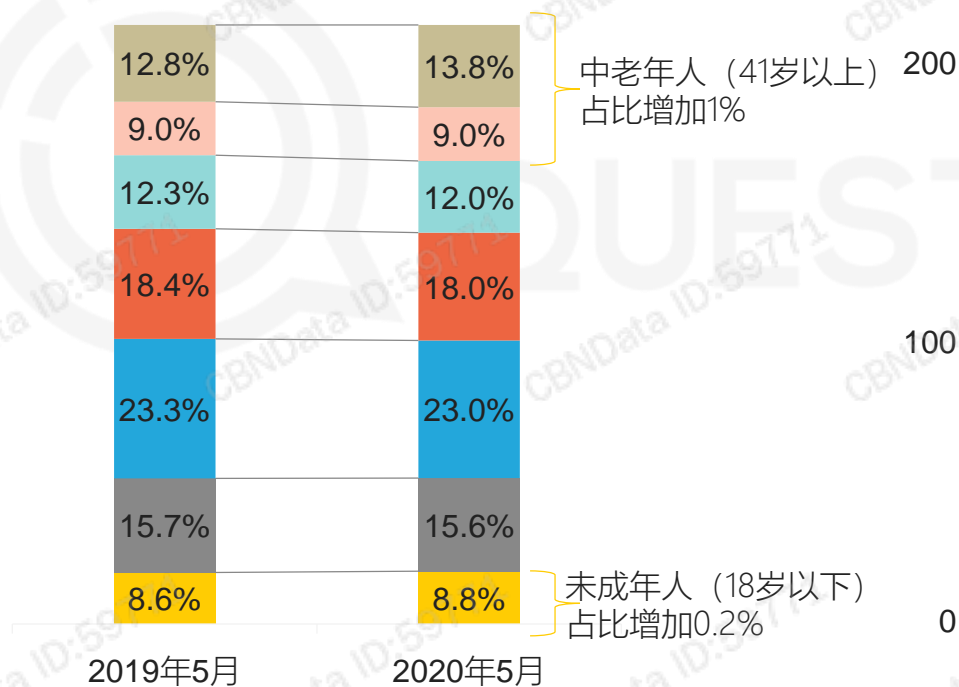
# 1、用户上，移动互联网用户加速向两端延伸，未成年、中老年群体的上网时长将继续延伸，形成新机遇



## 移动互联网 年龄分布

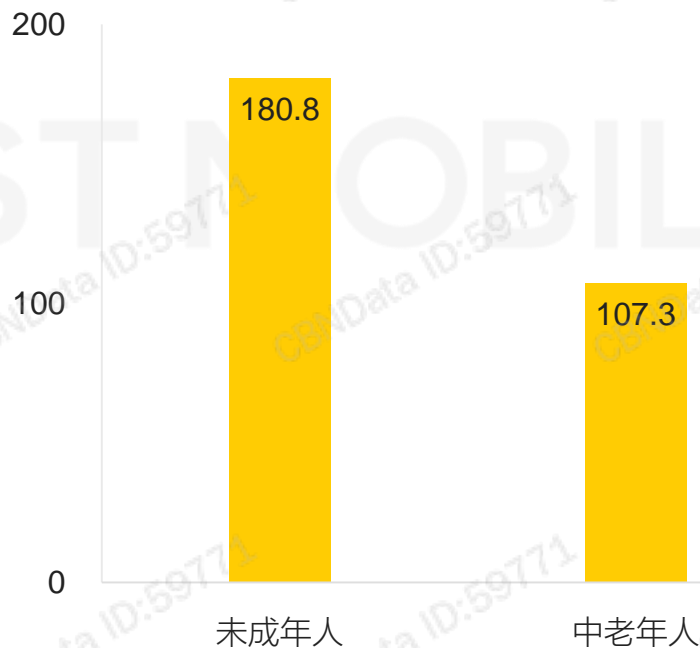
18岁以下 19-24岁 25-30岁  
31-35岁 36-40岁 41-45岁  
46岁以上

单位：小时



## 未成年与中老年

## 移动互联网 月人均使用时长



2、技术上：云服务+AI+5G是未来技术升级的固定搭配和发展主线，为宅家服务提供融创驱动力



## 云服务+AI+5G 打造未来全新模式



云服务



- 解决海量流量突发并行



AI



- 提供智能化的高效处理能力



5G



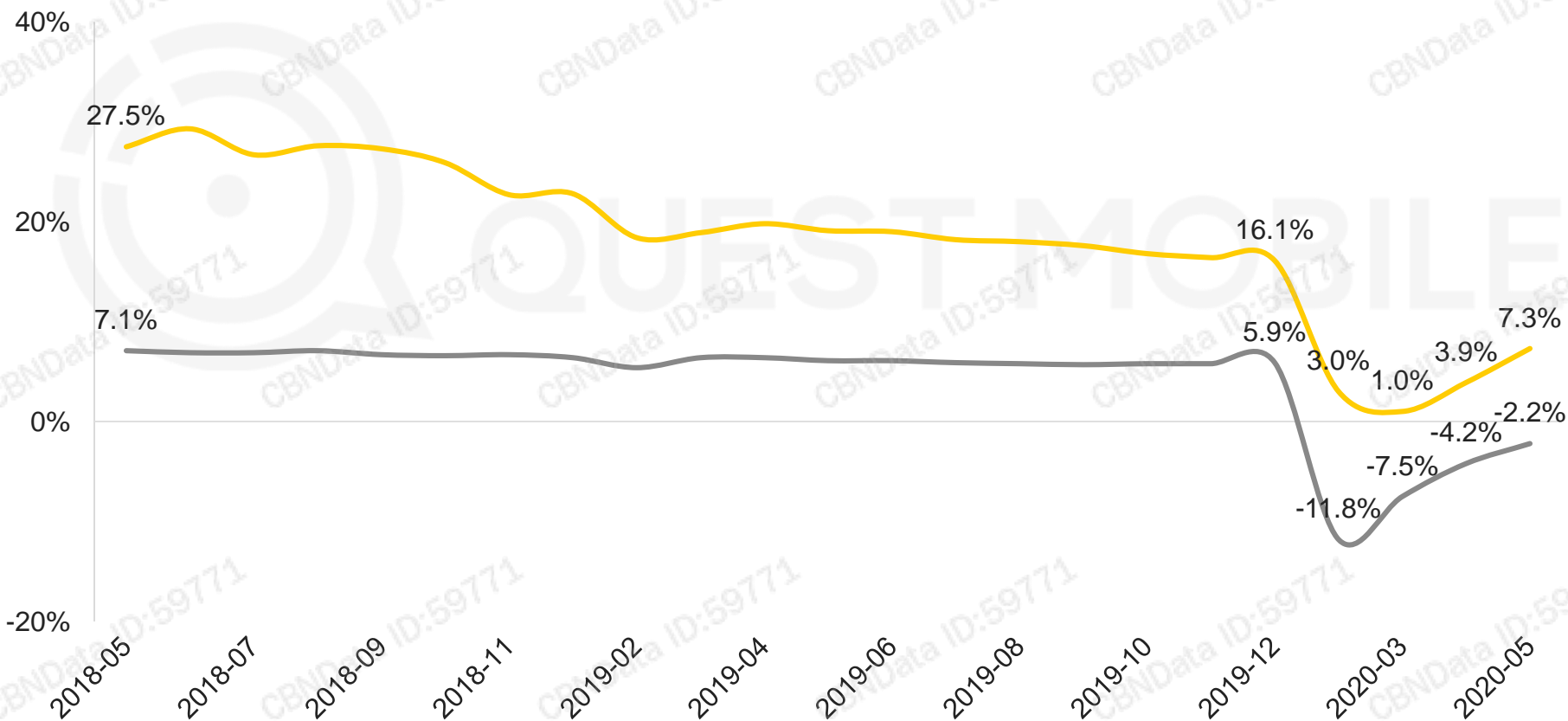
- 承载高速传输和低时延



3、服务上，宅家离不开物流体系，同时也在反哺物流发展，无接触配送在疫情不断催化和改善下，或成未来主流履约形式之一

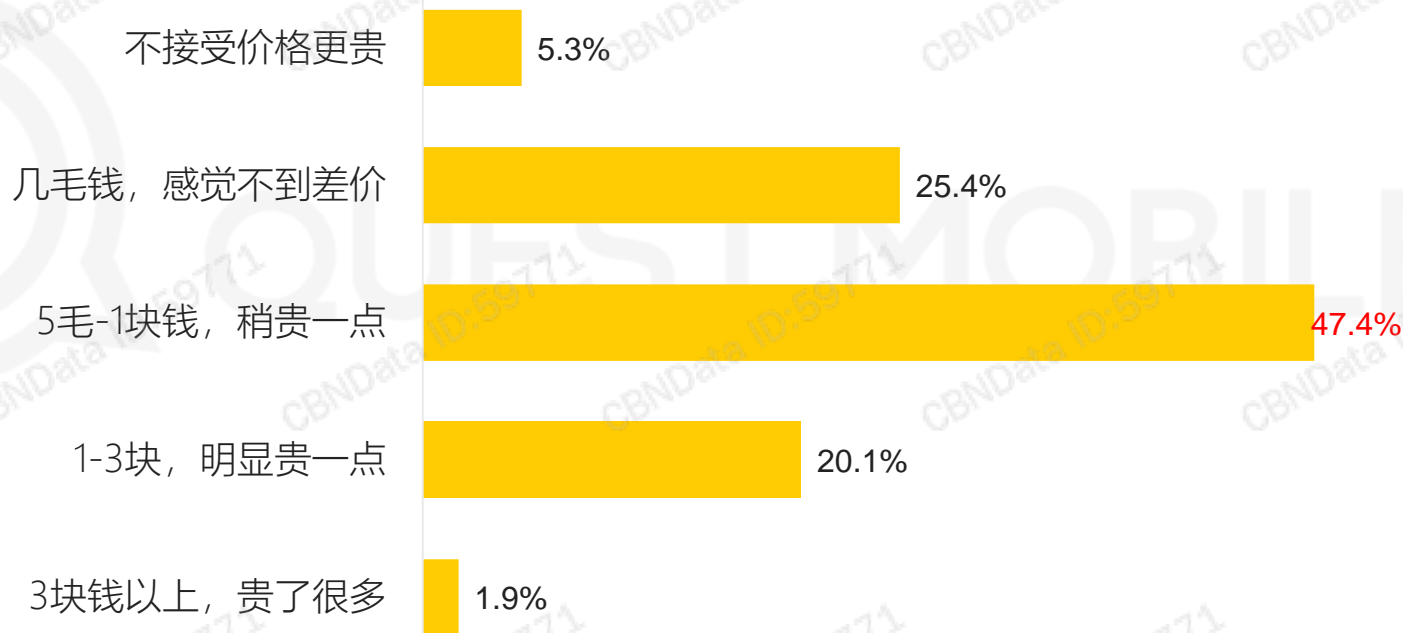
### 物流行业市场规模同比增长率

— 社会物流总额：单位与居民物品累计同比      — 社会物流总额：合计累计同比



#### 4、消费上，意识形态改变，提升变现潜力；为获取便利性体验，用户愿为社区消费、到家服务支付额外的溢价费用

##### 相比商场超市的价格，对社区店、到家服务商品的溢价接受能力



注：调研问题为：为获得便利性，针对社区消费、到家服务的商品，相比正常价格，能接受多高的单价溢价？

# 法律免责声明



1. 本研究报告（以下简称“本报告”）由QuestMobile（以下简称“本公司”）制作及发布。
2. 本报告所涉及的数据来源于QuestMobile自有数据库、行业公开、市场公开、公司授权，以及QuestMobile Echo快调研平台等，均采用合法的技术手段、深度访问、抽样调查等方式获取；本公司力求但不保证该信息的完全准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是完全准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的研究报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的研究报告之外，绝大多数研究报告是在本公司认为适当的时候不定期地发布。
3. 本报告所涉及的独立研究数据、研究方法、研究模型、研究结论及衍生服务产品拥有全部知识产权，任何人不得侵害和擅自使用，违者必究。
4. 本报告主要以微信公众号形式分发或电子版形式交付，间或也会辅以印刷品形式交付或分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面协议授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容。不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。
5. 经本公司事先书面协议授权刊载或转发的，被授权机构承担相关刊载或者转发责任。不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。
6. 本报告的分享或发布现场，未经本公司事先书面协议授权，参会人员不得以任何形式进行录音、录像或拍照，更不允许参会人员以任何形式在其他场合或社交媒体（包括客户内部以及外部）进行转发、交流或评论本次分享内容。
7. 如因以上行为（不限于3、4、5、6）产生的误解、责任或诉讼由传播人和所在企业自行承担，本公司不承担任何责任。
8. 本次分享内容最终解释权归本公司所有。



全力以赴

All-in

协同精进

Teamwork &  
Fast-forward

创新探索

Innovation

结果导向

Result-oriented

# QUESTMOBILE

第一时间观察行业趋势报告

▶▶ 扫码关注 每周更新

