

你不可不知的「宅」商機



Daphne
陳柏如

在金融海嘯的洗禮下，賺錢愈來愈不容易，但卻有一股新經濟勢力逆勢崛起，商機無限、生意搶搶滾！更令人難以置信的是，不用出門風吹日曬雨淋，不需要實體店面，只要坐在家裡，訂單與收入就能源源不絕而來，你說有多棒！這就是所謂的「宅經濟」。

經濟不景氣，讓許多宅男宅女都減少外出消費，選擇窩在家裡看電視購物頻道、DVD、玩線上遊戲練功、看漫畫、逛網路拍賣平台血拼或賣東西賺外快，因此讓相關產業在經濟蕭條中逆勢成長，這些靠不出門的消費者所成就的產業以及引發的商機，被稱為「宅經濟」、「宅商機」。拜宅經濟所賜，網路購物、電視購物，成了不景氣中的賺錢新商機與新通路。據統計指出，台灣上網人數已達1,500萬人，網路族平均每星期上網20小時以上者佔36%，預料在「宅經濟」帶動下，未來宅男宅女上網的時間將更久，消費金額將更大，這股新商機不可忽視。

打著「什麼都有、什麼都賣、什麼都不奇怪！」宣傳口號的Yahoo! 奇摩拍賣網，平均每3秒就有人成交拍賣商品，其中自行車相關的拍賣商品達18,000多項；PChome 露天拍賣也是人氣搶搶滾，網上刊登要銷售的自行車相關產品件數更高達32,700件！根據資策會MIC的統計預估，去年台灣網拍（C2C）市場規模高達1,145億元，成長幅度達47.9%，遠超過B2C的28.1%。而近年來最夯的線上

遊戲市場，一年也有超過100億的商機，資策會針對台灣線上遊戲玩家進行的調查顯示，2008年線上遊戲玩家每月平均消費金額約為300元，將近70%的玩家每週固定玩1至2款線上遊戲，平均接觸線上遊戲的資歷為4.8年，每次進行線上遊戲的平均時間為2小時。

除了網路商機，每年商機高達五百億元的電視購物頻道市場，消費力更不容小覷！目前東森有5個購物頻道、富邦momo有3個、ViVa有1個，東森去年創下300億營收，momo購物台去年突破100億元大關，今年挑戰120億元！透過電視購物頻道的包裝與推銷，對電視機前的消費者能造成有一定的吸引力與購買慾，加上提供七天滿意鑑賞期、包退包換的服務，對產品銷售有一定的利基，業者在佈局內銷通路時，不妨納入考量。

購物、消費、玩線上遊戲你可以宅在家，快又有效率；但說到休閒旅遊，可就一定要走向戶外，才能擁抱美景！五、六月一向是業界的淡季，很多業者都會安排公司旅遊，為了身體力行、培養對單車的熱情，愈來愈多企業紛紛舉行單車騎乘活動、環島與相關旅遊，讓主管跟員工深刻體驗騎單車的樂趣。事實上，台灣有很棒的觀光資源，前陣子我們公司旅遊，安排到七股乘膠筏遊潟湖、鮮烤牡蠣，到美濃吃客家菜，到墾丁騎單車、賞關山日落，大家都玩得不亦樂乎！走過那麼多國家，我深深覺得，騎單車賞美景不一定要到國外，光我們腳下這片土地就有太多好玩有趣且美麗的地方，等大家去挖掘！

用心愛台灣，就從騎單車，腳踏實地開始！

