创头条

人口数据里的创投新机遇：

母婴、宠物、银发经济受关注

宏观层面的社会变化隐藏在人口数据的背后，缓慢而深刻地影响着一级市场的创业与投资活动。

4月10日，市民在中部（郑州）宠物水族博览会上拍摄宠物猫。4月9日至11日，2021中部（郑州）宠物水族博览会在郑州国际会展中心举行，来自全国各地的300余家宠物行业品牌参展。展会上的各种宠物、宠物食品、宠物用品、宠物电商、宠物医疗以及宠物大赛等，吸引了众多市民前来观展、消费。 新华社记者 张浩然/摄

■ 于浩

劳动年龄人口和育龄妇女规模下降，老龄化程度加深，总和生育率下降……这些议题随着第七次全国人口普查数据发布开始备受社会关注。其中，劳动年龄人口规模、总和生育率等因素影响着人口红利是否将持续；人口素质的变化体现着我国义务教育与高等教育的发展现状，也决定着高新技术产业发展的人才基础；人口老龄化程度则影响着家庭养老负担与基础公共服务供给的变化。

这些宏观层面的社会变化隐藏在人口数据的背后，缓慢而深刻地影响着一级市场的创业与投资活动。多位投资人表示，一些大趋势在数据公开之前已经被普遍看到。

的确，如人口老龄化、二孩生育率提升、人口成本上升等可以预见的趋势已非新鲜议题，与之相对应的银发经济、母婴经济、机器换人等也早已成为诸多机构重点关注的方向。

一方面，本次人口数据进一步佐证了这些大趋势的发展方向，增强了投资人的投资信心；另一方面，背后隐含的政策导向与消费习惯的变化也在为一些细分赛道带来新变量。

“精养”模式比重将上升

人口结构与人口特征的变化意味着消费主体与消费习惯将发生变化，而这一变化最终会对新消费赛道产生影响。这一逻辑显而易见。

在阿米巴资本创始管理合伙人王东晖看来，总和生育率的下降意味着在育儿方面“精养”模式的比重将会上升。在“精养”模式与社会发展共同作用之下，教育的个性化、消费的个性化趋势会越来越明显。

聚焦至母婴消费品市场，尽管育龄妇女规模与总和生育率有所下降，但由于人口基数大以及“精养”模式的增多，使得这一赛道仍然具备可观的发展前景。祥峰投资执行合伙人徐颖表示，母婴依然是其重点关注对象，只是关注点会有所差异。

“我们会更看重多频次、长期的消费品市场，对于耐用品属性的一些母婴产品的侧重稍微低一些。”在徐颖看来，二孩生育率的上升意味着有很大比例的新生儿可以沿用一孩的耐用品，相较于多频次的产品，耐用品的市场需求涨幅会相对较小。

另外，第七次人口普查数据显示，平均每个家庭户的人口为2.62人，比2010年的3.10人减少0.48人。家庭规模进一步缩小意味着单身人群的数量正在增大。徐颖认为这背后隐藏着一个巨大的情感补充的消费需求，这也是她选择关注宠物赛道的一个原因。

她表示，从数据上看，消费者在宠物保健品上的花费也在升高，“很多人选择用宠物来填充情感需求，无论是消费金额还是养护精细度都在提高。”

银发经济逐渐发力

人口数据中另一个值得关注的点就是老龄化。数据显示，我国60岁以上的老年人口占比为18.7%，65岁占比为13.5%。以14.178亿人这一总数计算，60岁以上老年人口已超2.65亿人。

近年来，围绕银发经济这一话题展开的讨论不在少数。一方面，50岁及以上中老年人群体往往具备一定经济自主性；另一方面，家庭规模的缩小也意味着空巢家庭数量增多，这一群体的精神需求亟待满足。

华映资本创始管理合伙人季薇曾将“初老族”这一群体的需求作为其重点关注方向。她认为在老年人服务方面，中国品牌、平台和渠道与美国、日本相比仍有差距。现在对于老年人的服务和设施，很难跟上他们的需求。

在决定投资中老年人群社交平台红松学堂前，蓝驰创投投资总监俞耿亮也曾对老年人群做过调研，结果显示这一群体确实缺少优质的闲暇时间管理方案。而红松学堂正是一家为中老年人提供服务的社交平台，一方对接电视台等内容生产方，一方对接有内容需求的老年人群体。

像红松学堂此类针对中老年人群体的创业项目正在获得越来越多机构的关注。以广场舞场景切入的糖豆广场舞就曾获得IDG资本、腾讯投资、祥峰投资等多家知名机构投资。老年人生活服务自媒体退休俱乐部4月也刚刚完成新一轮股权融资。

值得关注的是，针对中老年人的新消费品牌并不常见。针对这一点，徐颖认为这与中老年人信息获取的方式与消费偏好相关。

她将所谓银发经济的所指群体分为两类：一类为接触新媒介形式较少、信息获取渠道较传统的老年人群体，新消费品牌的信息很难触达这一类消费者；另一类则是Z世代的父母辈，此类消费者获取信息的渠道与年轻人十分相近，不存在明显差异点，这使得针对老年人群体的新品牌很难以固有打法跳脱出来。

教育行业或将迎来新变量

“数据本身没有什么，数据背后的政策导向才是关键。”在被问及如何看待新人口数据时，创东方投资管理合伙人肖珂回答道。

他表示，大趋势都是“七普”之前业内普遍看到的，虽然人口数量上超预期、老龄化问题和出生率问题引起社会公众广泛的关注和讨论，但并没有改变投资人对大趋势的判断。“从数据来看，控制人口数量提高人口质量是未来趋势，优生优育方面，包括辅助生殖有大机会；机器人包括人工智能的大规模使用是趋势，高科技行业等高薪就业机会会增加。”

其次，他认为，教育去盈利化是人口数据背后的重要政策导向。在他看来，教育涉及社会阶层的代际传递，必须保证公平。在此基础上，所有义务教育阶段的项目都会受到影响。

王东晖同样认为教育会是值得关注的赛道。他在采访中提及，个性化会成为未来教育的核心，原先“大锅饭”式的教育将会发生变化，向更全面的素质教育发展。

除义务教育阶段之外，徐颖还指出，大学阶段的自我提升需求也会是值得关注的方向。中国人口受教育程度普遍提高的前提下，就业的竞争将会加剧，这使得大学生等求职阶段的年轻人学习更多技能、充实自身的需求越来越明显。

但这一赛道内，对招聘、公务员考试等集中性需求已经有了头部公司，而其他细分需求又存在着市场体量不足的问题，因此徐颖认为这一赛道仍有待观察。

投资理财

金价涨声再起 投资仍需谨慎

■ 新华社记者 陈云富 程思琪

持续数月的“跌跌不休”后，金市近期再次吸引投资者目光。过去一个多月，国际金价持续上涨，25日纽约市场黄金期货盘中一度突破每盎司1900美元大关。5月份以来国际金市累计上涨7%，有望创下今年以来的单月最大涨幅。投资者关注的是，在经济持续复苏、通胀预期升温的背景下，黄金是否值得投资？

消费、投资热情回升

随着国际金价的上涨，国内金市投资、消费再次升温。记者在上海老凤祥银楼了解到，5月份以来，上海老凤祥每日黄金首饰零售价一路攀升，从5月1日每克足金481元上涨至5月24日的每克509元，涨幅近6%。

金价上涨也带动了线下金店的黄金销量。上海老凤祥银楼旗舰店总经理曹国生介绍，相比2019年同期，2021年5月以来上海老凤祥银楼旗舰店的销量增长了15%。

“5月一直是黄金销售旺季。”曹国生说，尤其是“五一”假期、上海“五五购物节”以及“520”等特殊日子，加之节日购买黄金优惠力度大等因素，共同带动了线下黄金消费的升温。此外黄金涨价让不少消费者看好黄金行情，对黄金销量也起到一定的促进作用。

“对于实物投资而言，逆向思维很重要。”上海金融白领季小姐告诉记者，购买金条和投机层面的操作不同，去年8月份以来金价持续下跌后，国际金价在低位徘徊已有较长的时间，随着金价再次上涨，市场的相对低点逐渐确定，因此她在5月初果断出手购买投资金条，完成了每年购买投资金条的“既定任务”。

世界黄金协会此前的分析认为，5月份的中国黄金消费预计仍将高于往年平均水平，一方面是疫情的有效防控，推动了经济持续改善，另一方面主要城市为鼓励消费纷纷出台了刺激措施。

政策预期差成关键，投资勿入误区

金价的快速上涨，让黄金这一古老的投资方式再次受到投资者的关注。业内专家认为，面对市场的不确定性，黄金依然具有其独特的价值。但目前参与黄金投资，要避免“追涨杀跌”。

“对黄金的投资实际上更适合作为投资组合里的一种资产。”资深黄金专家蒋舒认为，欧美一些家族基金的投资方式值得国内投资者借鉴，即每年将一定比例的资产投资于黄金，在整个资产组合中，利用黄金相对股市、商品等其他资产常常不会同向波动的优点，稳定整个组合的表现。

另外，随着通胀预期持续升温，投资者也要谨防因为通胀而长期持有黄金。“通胀并不必然推动金价上涨，准确地说，只有恶性通胀才会带来金价的大幅上涨。”世界黄金协会中国区董事总经理王立新认为，从历史经验看，通胀升温初期往往金价会有所上涨，但真正进入通胀期后，由于央行的货币政策常常也会做出调整，金价的表现并不十分理想。

市场前瞻

提高数字化技能，转变数字化思维，职场人正为应对数字化转型做努力

数字化转型：从“可选项”变“必选项”

■ 中国妇女报全媒体记者 李雪婷

近两年，“数字化”逐渐取代“信息化”，成为产业经济中的实践和大众热议的话题。《2020年我国企业数字化转型进程报告》研究发现，我国企业数字化转型对经济产出的贡献份额逐年增长，2020年我国企业数字化转型对企业增加值的贡献份额为13.31%，较2018年上升了2.23个百分点；未来十年内，预计企业数字化转型带来的GDP增量将达13.88万亿元。

中国妇女报全媒体记者在智联招聘近日发布的一份《2021人力资本管理趋势报告》中看到，35.6%企业已经进行了数字化转型，这一比例比去年提高8个百分点，其中大企业数字化程度更高。同时数字化也促进企业效益提升，42.8%数字化企业跻身行业中上游。

同时，职场人正在紧紧跟随数字化转型的浪潮，调查同时显示，为了适应企业数字化转型并提升自身抗风险能力，46.1%的职场人学习相关知识、提高数字化技能，也在同步转变数字化思维，以保持对新技术及其带来变革的包容。

企业数字化进程加速

当下，数字化转型已从部分头部企业的“可选项”，转变为更广泛行业与企业共同的“必选项”。智联招聘2020年8月调研数据显示，27.4%职场人所在企业通过数字化管理的方式提升工作效率。今年4月的调研发现，渗透率进一步扩张至35.6%。其中，在营销/运营/人力/财务/等某个或多个领域实现数字化转型的占比为26.5%。

在数字化转型进程中，人工智能、机器人等高阶数字化工具扮演重要角色。具体来看，29.7%职场人表示，日常工作中有使用到AI机器人等技术，其中，4.4%经常使用，1.9%大规模使用。

从不同规模企业看，万人以上大型企业与规模在500～9999人的中型企业领先数字化转型，已有转型动作的占比分别为62.4%、50.6%，与小型企业（20–499人）、微型企业（20人以内）拉开明显差距。

中大型企业的资产与业务规模更大、组织架构复杂，并可能涉及多个区域和产业，伴随着海量数据积累，中大型企业对构建多端输出能力、提升管理与协同效率等方面具有较为迫切的需求。此外，更为充沛的资金支持与市场试水机会，也成为其推进数字化转型的天然优势。

但市场中的中小企业在借助第三方数字化工具、软件、平台进行有益探索。作为我国经济构成中的重要主体，小微企业在未来有更强的数字化转型势能。

数字化技术与工具能够有效赋能组织管理、业务运转、企业经营等诸多方面，对企业的经济效益有明显利好。智联招聘调研发现，尚未有数字化转型意识的企业中，经营水平位于行业中上游的仅有两成。

人才在数字化浪潮中乘风增值

企业的数字化转型对人才职业发展有积极促进作用。使用数字技术公司的职场人中，46.3%表示在本单位职业竞争力很高，34.6%则表示在整体就业市场中具有竞争优势，相对未使用数字技术公司的白领更高。此外，在数字化转型的企业中，员工也更倾向表示对当下工作和职业发展状况表示满意，体现为留岗意愿更强。

随着人口老龄化的趋势和产业的快速升级发展，当下的就业市场已经告别了传统的“学习–就业–退休”的三段式职场，转为终身学习的新职场生态。当企业与时俱进、持续进行数字化自我更迭时，有更大可能促进其员工接触更多新技术与新趋势，员工与企业是共生前进的态势，这更会让职场人感受到自身竞争力与职业满足感的提升。

值得一提的是，不同性质工作与技术的关系完全不同，重复性强的劳动力被取代的风险更高，而对个人思维与创造能力应用更多的工作将借助AI实现更大价值。从数据来看，常规性/重复性体力工作者的工作内容已被AI等技术代替的比例最高，达到19.8%，其次是常规性/重复性脑力工作（16.3%）；常规且重复性强的工作从业者由于AI等技术而产生了换工作想法的占比也相对更高。

从事于非常规、非重复性类工作，即灵活性与创造性更强工作的职场人，对AI等技术所带来的失业问题则多持否定态度，超过三分之一表示技术对目前工作没有影响。

同时，职场人也为应对数字化转型做出了自身的努力。智联招聘调研数据显示，为了适应企业数字化转型并提升自身抗风险能力，46.1%的职场人学习相关知识、提高数字化技能，还有45.1%积极了解掌握数字技术发展趋势，40.6%则阅读相关书籍，致力转变数字化思维，保持对新技术及其带来变革的包容（24.7%）排在其后。

注意数字化的负面作用

值得注意的是，数字化技术的普及也带来了一些负面作用的问题。职场人对数字技术的积极影响表示高度认可，认为“远程办公有利于工作和生活平衡”与“节约了面对面沟通成本”占比均在六成左右。

另一方面，生产工具与社交、娱乐工具大面积重叠，让工作、生活失去分界，本该提升效率的数字化工具反而会有可能束缚自身。27.5%的职场人认为，数字技术模糊了工作生活边界，延长工时；网络数据安全风险、缺乏工作氛围、增加压力也成为较为显著的负面影响。

业界快报

无人配送车合规上路 首次在京实现

这是在北京市高级别自动驾驶示范区展示的无人配送车（5月25日摄）。 新华社发

■ 新华社记者 郭宇靖 李爱生

5月25日，在第八届国际智能网联汽车技术年会上，北京市经济和信息化局联合北京经济技术开发区管委会为首批无人配送车企业颁发了无人配送车车辆编码，首次给予无人配送车相应路权。

京东、美团、新石器成为国内首批获得无人配送车车辆编码，并准许在示范区公开道路上路的3家企业，实现无人配送车“持证上岗”。示范区以北京经济技术开发区全域为核心，面积约60平方公里。

今年4月，北京市依托高级别自动驾驶示范区设立了国内首个智能网联汽车政策先行区，在先行区范围内参照国内外经验，开展针对新产品、新技术、新模式的创新性监管措施，无人配送车管理实施细则正是在这样的背景下出台。

根据政策先行区管理政策，无人配送车参照非机动车管理，以车辆编码为核心进行针对性测试验证，对通过测试的新产品给予相应路权，保障无人配送车上路政策的实现。

政策还规范了上路车辆标准，包括无人配送车尺寸、载重、速度、动力技术和检测指标等，还将无人配送车纳入先行区自动驾驶监管平台监管，实现平台统一化管理，并首次规范了无人车的保险类型、出险范围和保额等要求。