



新消费时代开启，消费升级显活力

2018新消费趋势洞察报告

2018/12/11

TalkingData



1

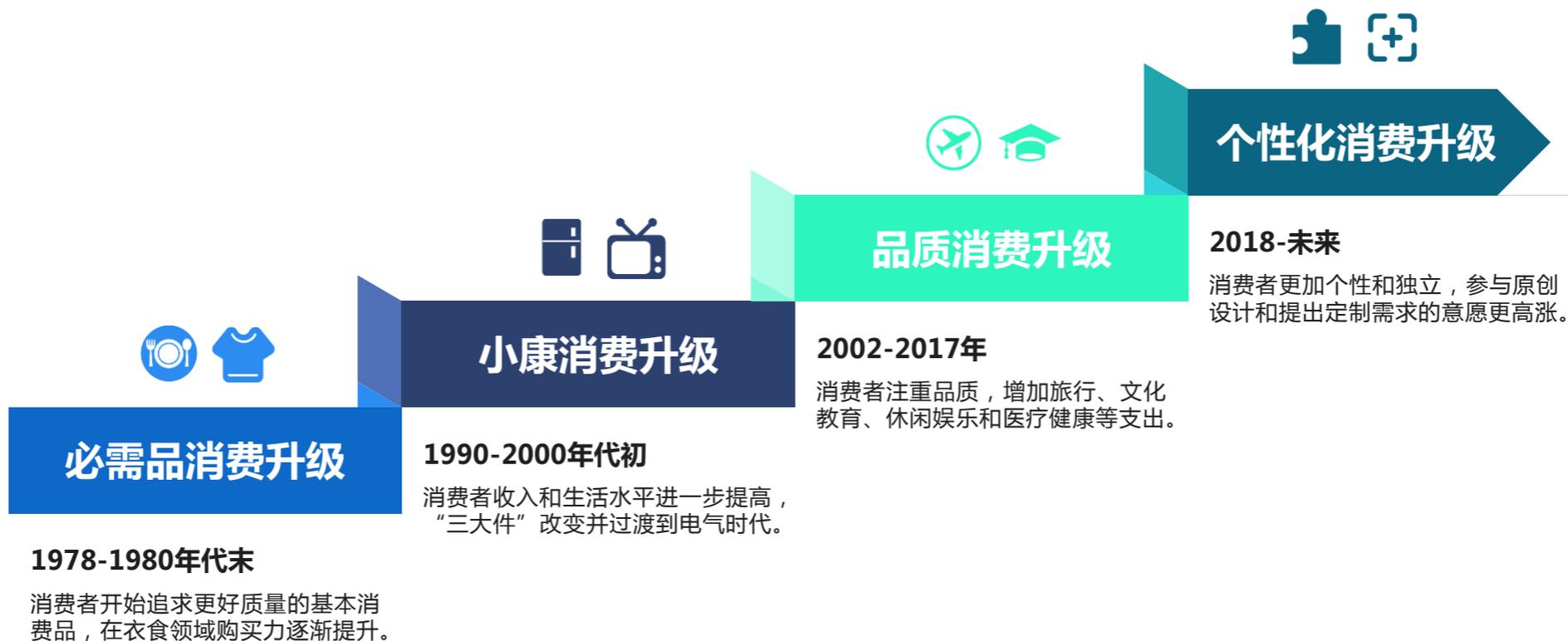
新消费在国内兴起



居民消费持续升级，个性化、定制化成为新时代消费趋势

从改革开放基本国策确定和实行以来，我国开始全面深化改革，不断释放发展动力，经济社会发生了翻天覆地的变化，居民消费结构得以不断改善、升级，以消费者为核心，满足其美好生活需求的个性化升级的新消费时代正在来临。

改革开放以来的消费升级历程



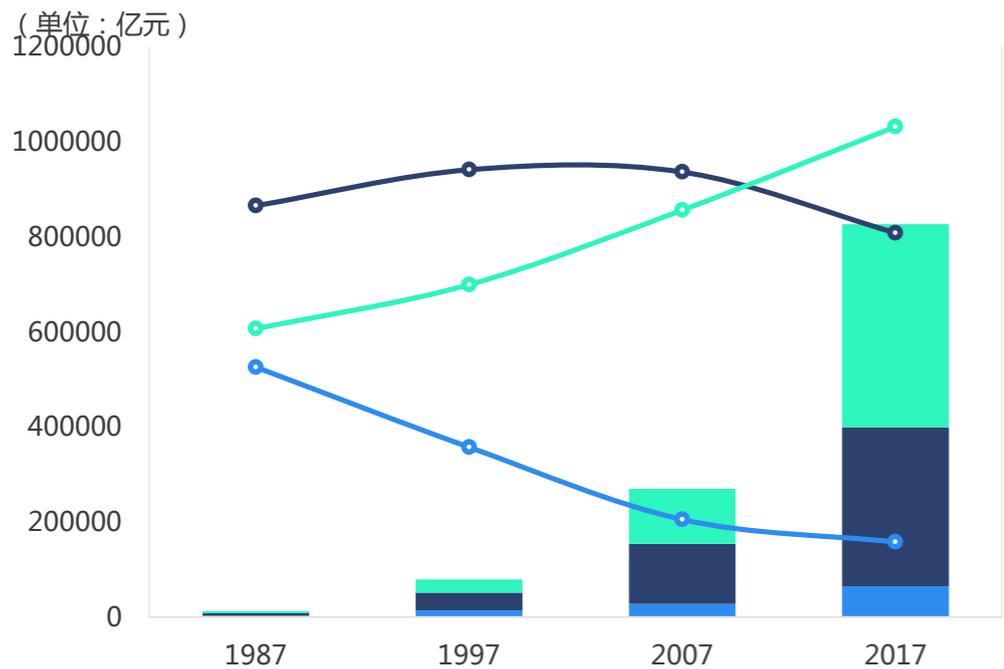
数据来源：根据公开资料整理

第三产业和社会消费不断增强，良好宏观环境助力新消费

中国经济发展处于健康稳定态势，第三产业继续对经济增长发挥主导作用；同时，中国社会消费品零售总额保持平稳较快增长，国民消费活力吸引各行各业拓展商机，更加丰富、多元的消费选择顺应民意，迎合消费升级社会趋势。

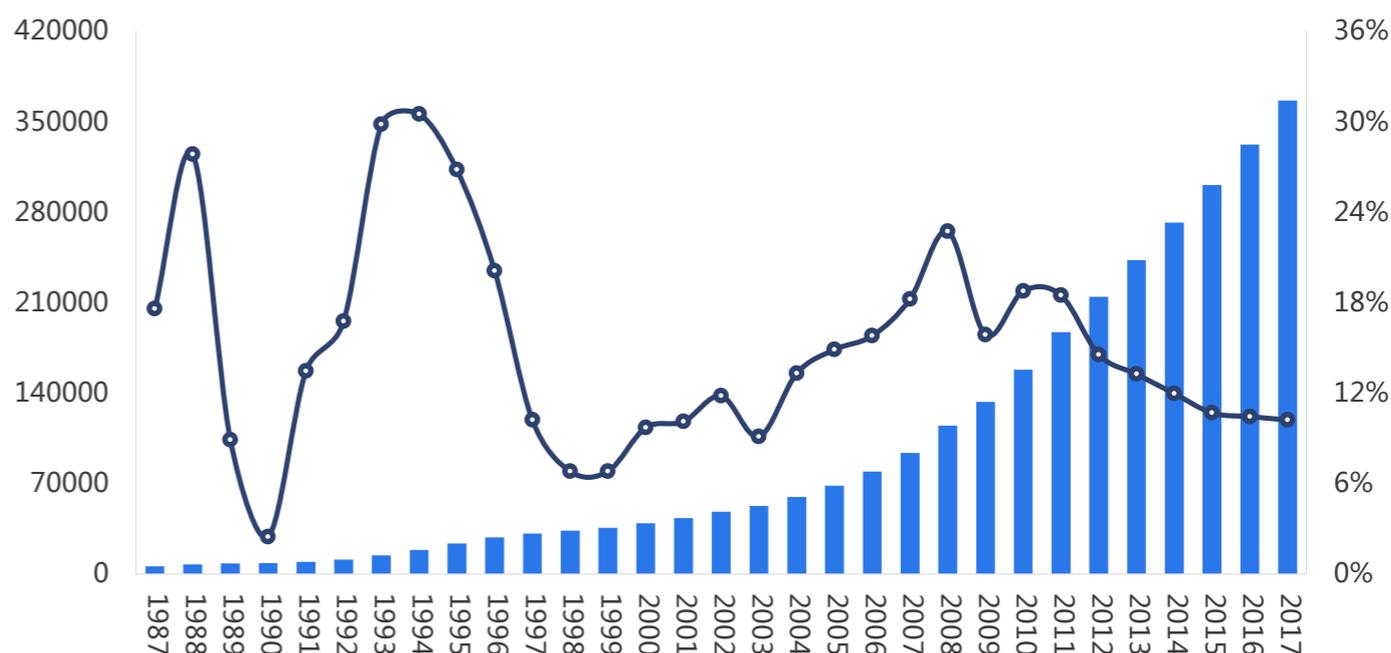
中国各产业增加值及其比重变化

■ 第一产业增加值 ■ 第二产业增加值 ■ 第三产业增加值
○ 第一产业占GDP比重 ○ 第二产业占GDP比重 ○ 第三产业占GDP比重



中国社会消费品零售总额及其增速

■ 社会消费品零售总额 (亿元) ○ 增速 (%)



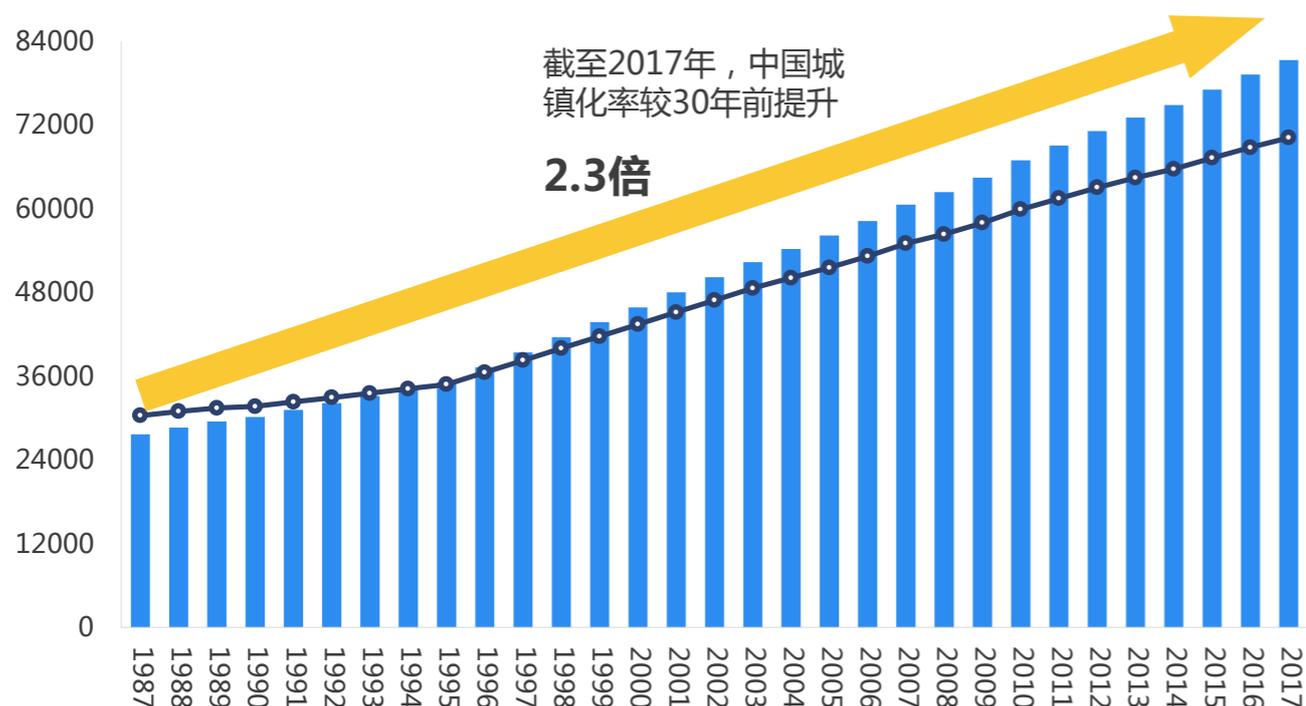
数据来源：国家统计局

城镇化发展和城镇居民收入提升，奠定了新消费发展基础

中国在近30年大力发展城镇化，充分调动与发挥人在城镇化中的积极性、主动性和创造性，促使城镇化率提升2.3倍，城镇居民人均可支配收入增长39.7倍，走出了一条具有中国特色的新型城镇化道路，既增加了城镇居民消费信心，也催生了消费领域的全面升级。

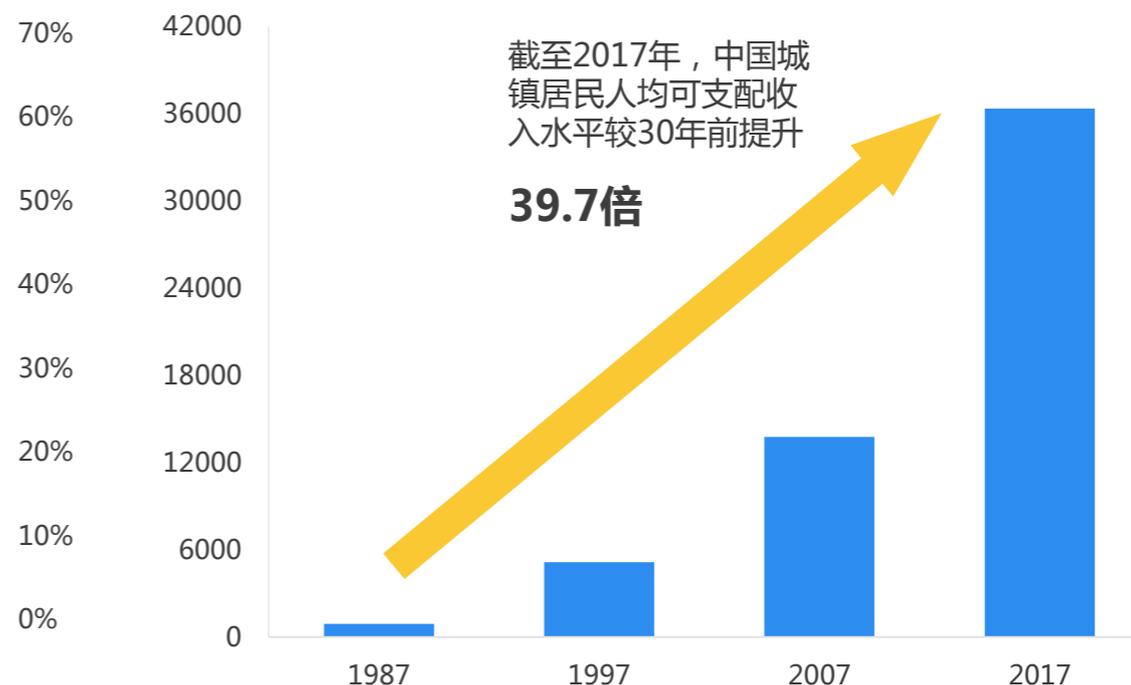
中国城镇人口及其比重

■ 城镇人口 (万人) ● 城镇化率 (%)



中国城镇居民人均可支配收入

■ 城镇居民人均可支配收入

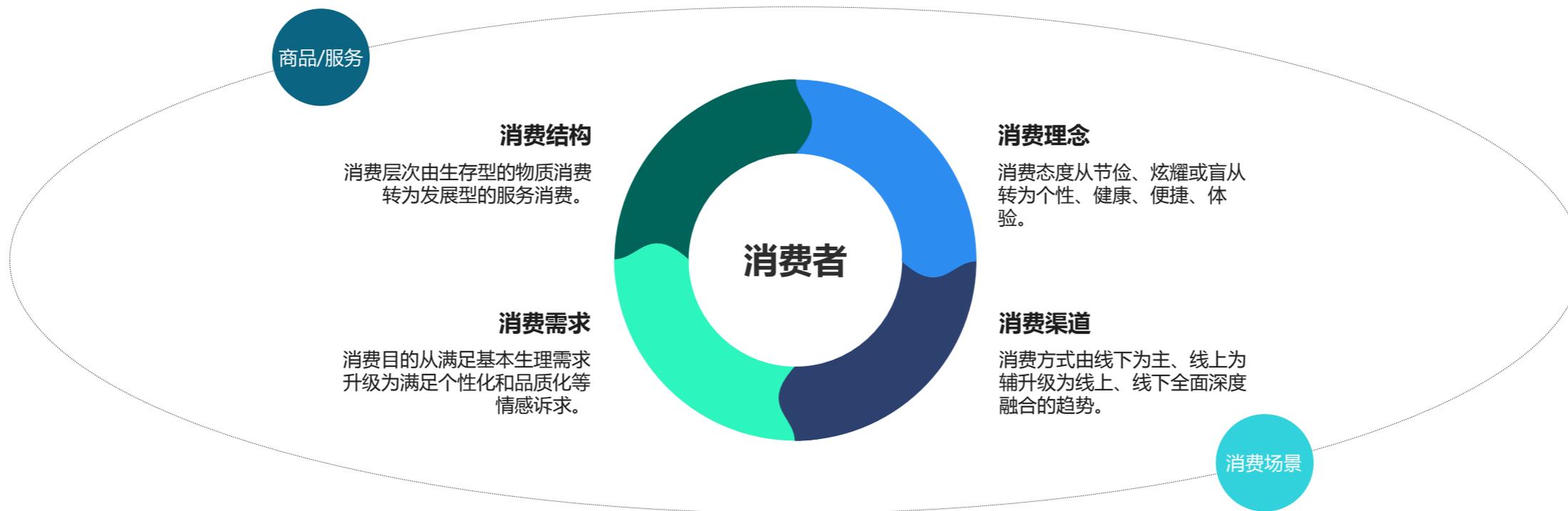


数据来源：国家统计局；注：城镇化率指城镇人口占全国总人口的比例，是衡量经济发展程度的重要标志。

新消费以人为本，重构消费者与商品/服务和消费场景关系

新消费是一个持续发展演变的过程，在以消费者为核心的基础上，不断满足其需求，利用时代新技术或新模式重构“人货场”的关系，进而带动商品创造和服务升级，最终实现对消费结构、消费需求、消费理念和消费渠道的深刻变革。

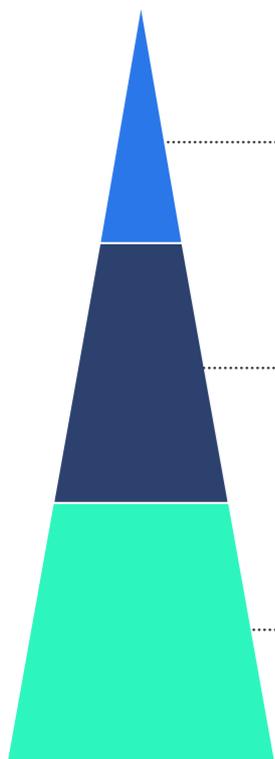
新消费以人为本的四个核心



数据来源：根据公开资料整理

居民消费需求层次呈升级趋势，整体朝向发展和享受型

消费者消费需求层次



享受型消费

为满足更高层次的精神需求而进行的消费，例如旅游、奢侈品、文艺演出、电影等。

发展型消费

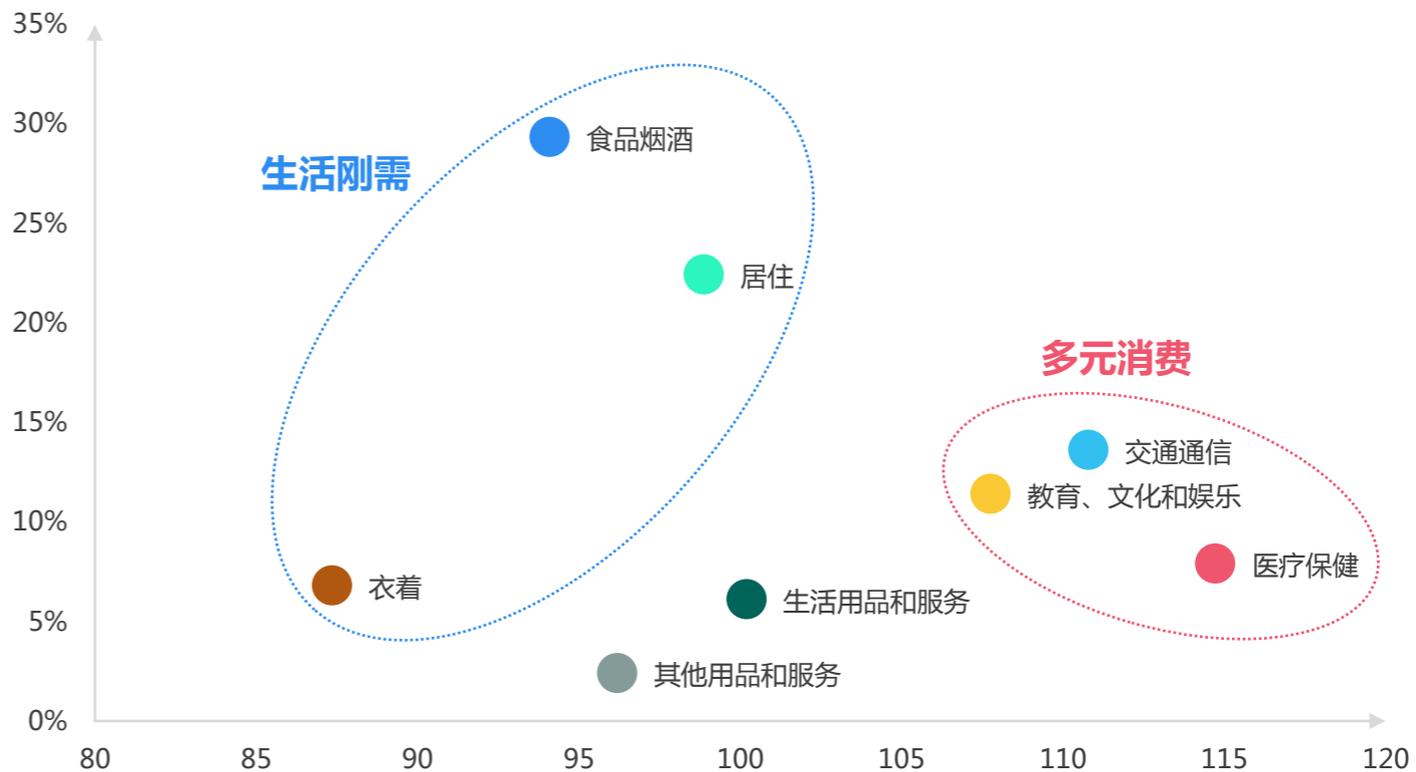
为提高自身素质和技能水平而进行的发展型消费，例如接受医疗健康、教育培训等。

生存型消费

为满足消费者基本的生存和生理需求的消费，例如食品、服装、鞋帽、住房等。

2017年 全国居民人均消费支出构成及其变化趋势（对比2013年）

2017年全国居民人均消费支出构成（%）

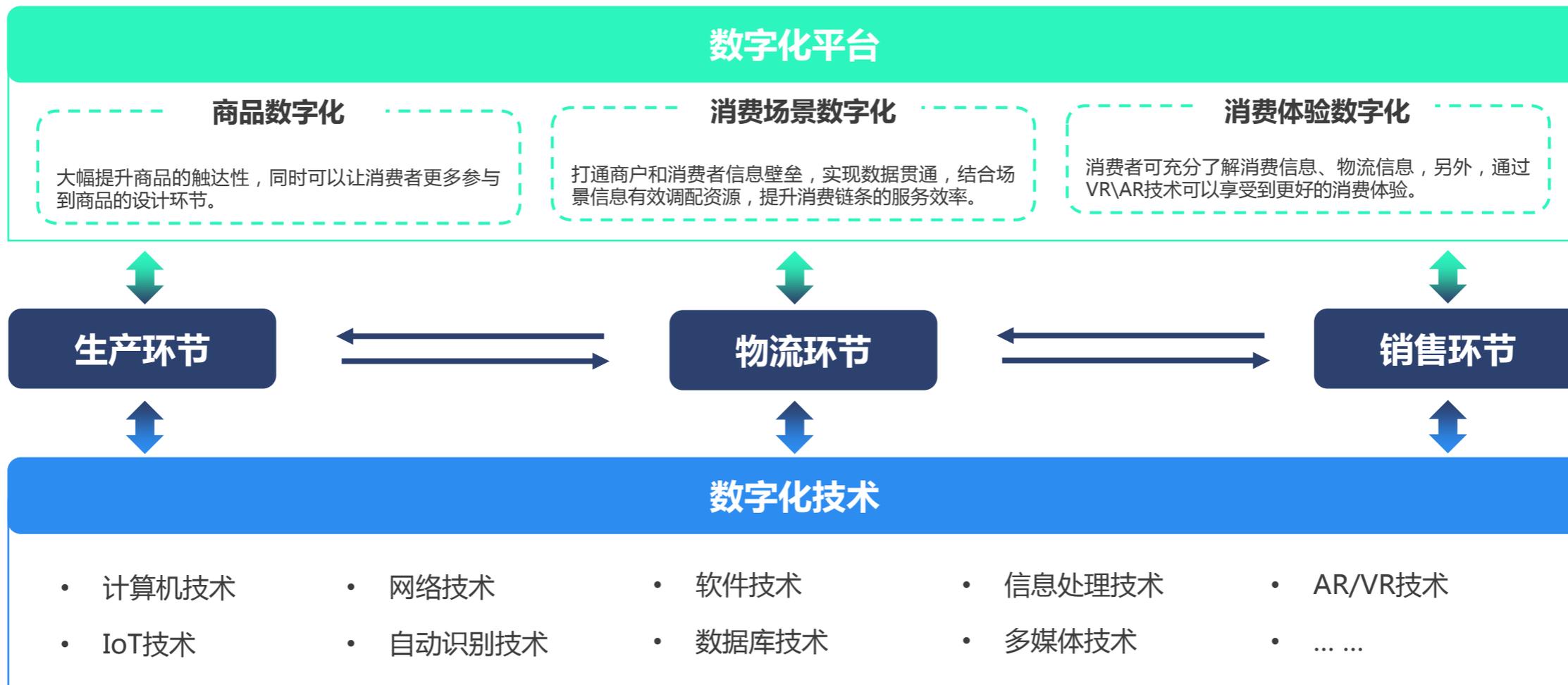


2017年对比2013年 全国居民人均消费支出构成变化指数

数据来源：国家统计局

数字化技术在更多场景加速应用，为新消费链条提质增效

数字化技术加速落地，并广泛应用于生产、物流、售卖、展示等社会消费品产业链各个环节，打通各环节的信息流通，增加各个环节的协同效应，提升整个消费链条的效率和消费者的消费体验。



数据来源：公开资料整理

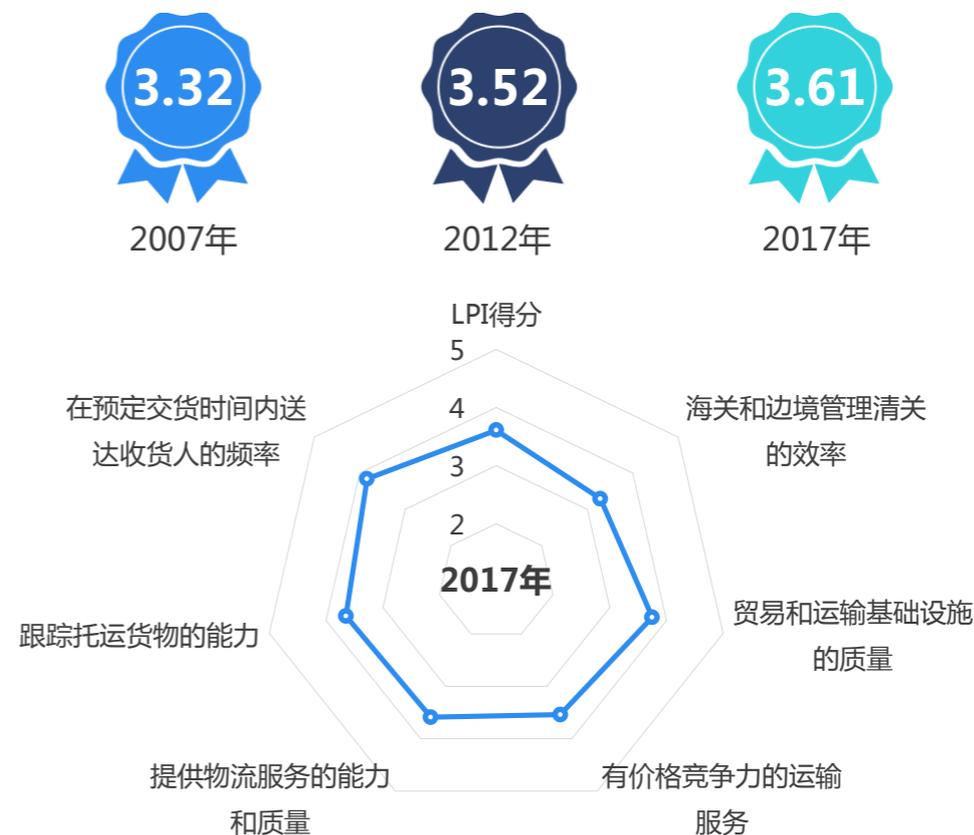
数字化技术提升物流运作效率，激发市场生产与消费活力

2017年我国社会物流总额和物流绩效指数总体呈现稳定增长有升发展态势，由于受到自动化数据采集、自动化物流设备、智能调度、定位技术等数字化技术的持续引入，我国物流行业从资源调配、线路优化和信息同步等方面获得提升，更好衔接了生产与消费环节。

2007-2017年 中国社会物流总额及增速



中国物流绩效指数 (LPI得分)



数据来源：中国社会物流总额及增速数据来自国家发改委；中国物流绩效指数 (LPI) 数据来自世界银行。

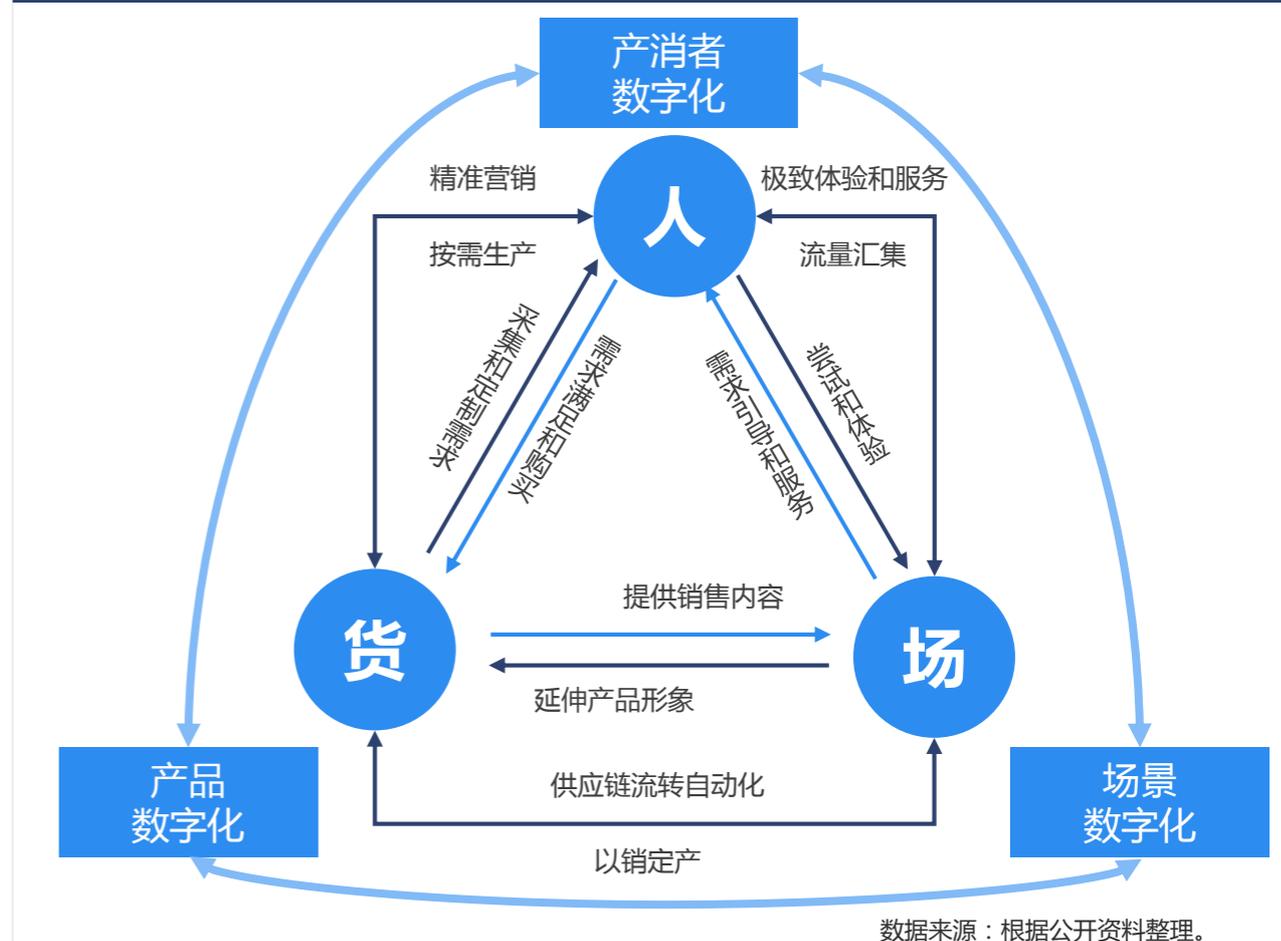
技术进步和数据融合推动零售新探索，创造消费新型模式

以盒马鲜生、小象鲜生等生鲜超市为代表的新零售模式愈演愈烈，数字化技术正在融入零售各个环节，产销者、产品、场景三者的关系正在发生深刻变化，而交易、交互等数据的融合则在推动零售产业链的数字化探索。

零售模式新探索



数据重构人、货、场关系



数据来源：根据公开资料整理。

互联网重塑消费产业链条，改变生产者和消费者传统习惯

随着互联网特别是移动互联网的深入发展，传统消费产业链条及其关系正在被改造和重塑，商家与消费者的时空距离在缩短，线上与线下的边界更加模糊。截至2017年全国网上零售额占社会消费品零售总额的比重接近20%，人们传统的生产和消费习惯不断改变。

互联网重塑消费链



重新梳理上下游产业的关系，提升整体效率。

提供新的营销和销售渠道组合。

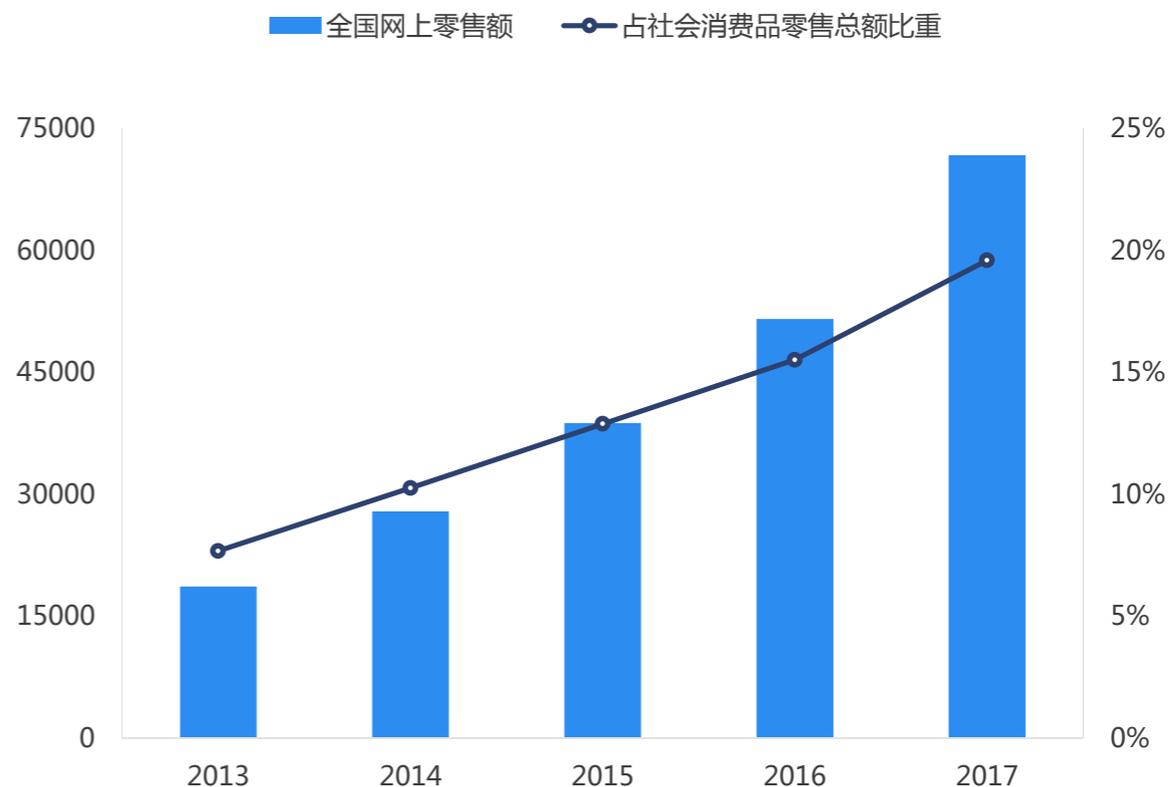
为各种新型商业模式提供信息基础（共享经济等）。

增加新的消费信息来源，减小消费信息不对称的问题。

丰富消费者的消费选择。

降低用户的消费成本，从而刺激消费者的消费行为。

2013-2017年 全国全年网上零售额及其占比

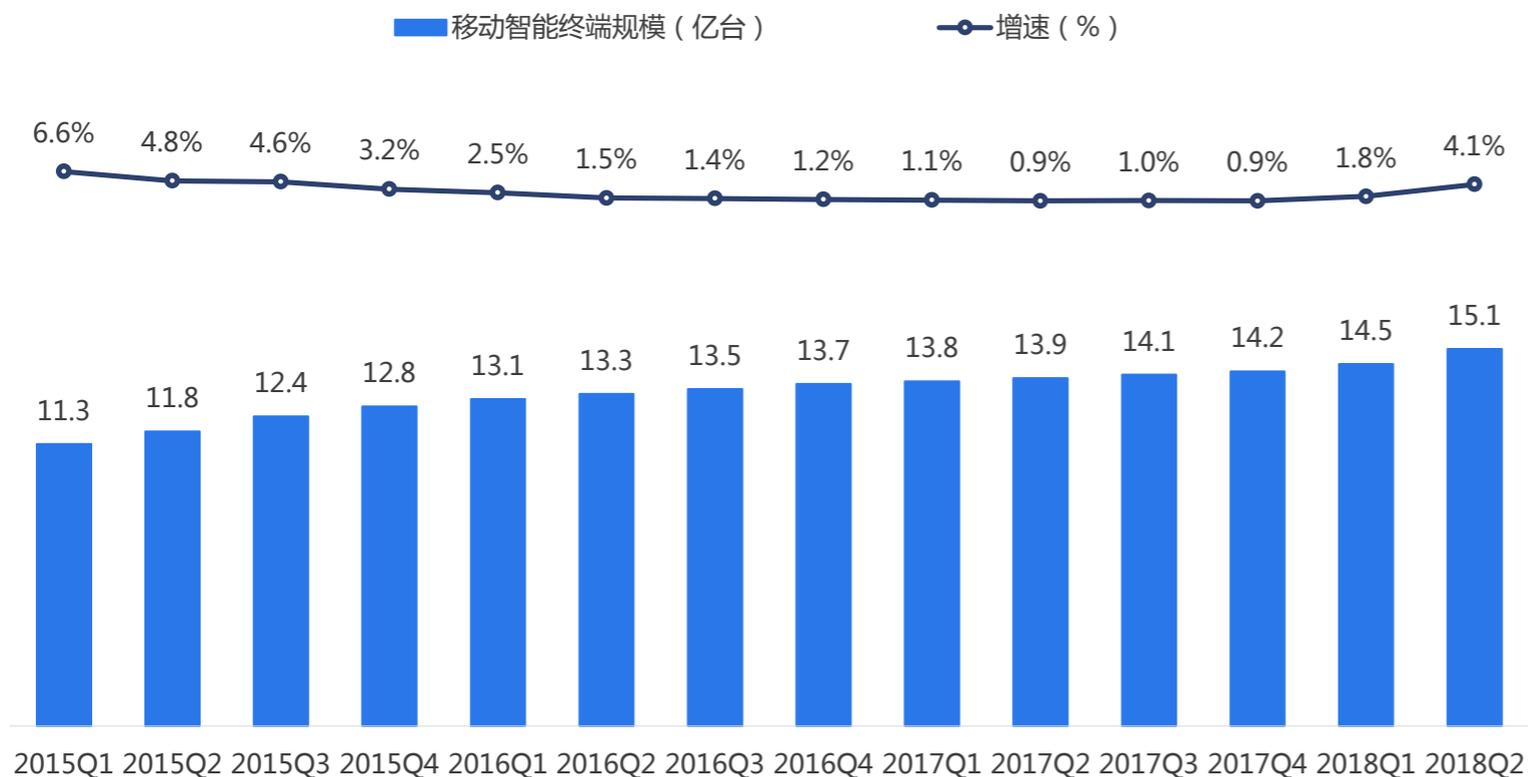


数据来源：全国网上零售额及其比重数据来自国家统计局。

国民拥抱移动互联网，通过移动智能终端丰富生活方式

截至2018Q2，我国移动智能终端规模已经突破15亿台，移动互联网对人民生活充分渗透，国民在移动智能终端的平均每日活跃总时长达到3.5小时，平均每日打开19.8款移动应用，移动智能终端无疑在社会生活中占据重要位置，并发挥实际作用。

2015Q1-2018Q2 中国移动智能终端规模



移动智能终端用户活跃行为

3.5 小时/天



移动智能终端
平均每日累计使用时长

19.8 款/天



移动智能终端
平均每日打开应用款数

数据来源：TalkingData

线上、线下正加速融合，全渠道新模式激发消费新动力

依托移动互联网、大数据和人工智能等新兴技术，传统企业开始转变发展理念，整合线上、线下渠道，丰富和利用数据资产，需求对消费者的精准触达和友好服务，线上线下深度融合的新型消费模式应运而生。

消费新模式主流代表

阿里巴巴-消费相关产品及服务



京东-消费相关产品及服务



数据来源：根据公开资料整理

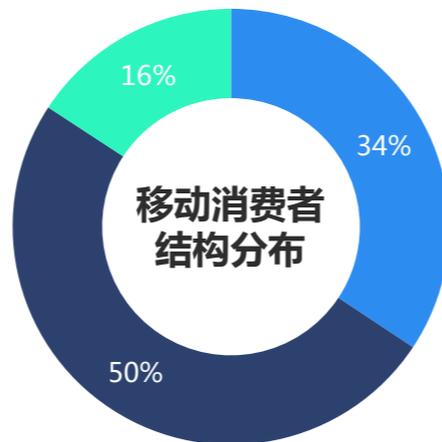
三大群体支撑新消费时代，刺激产品或服务精细化分层

90后等新生代消费者、70&80后等主力消费者和60后等中老年消费者，对于新消费时代的具体诉求既存在共同性，也表现出差异性。相比之下，年轻人更加偏好休闲娱乐，中年人更加注重品质，老年人更加乐享晚年。



60后等中老年消费者

生活态度比较乐观轻松，乐于培养健美、居家等兴趣爱好。



90后等新生代消费者

追求个性、独立、新潮和多元的消费理念，爱好休闲娱乐。



70&80后等主力消费者

消费动力强劲，对家庭、旅行、文教等需求高涨，注重品质。



数据来源：TalkingData。

2

新消费国民理念



新消费的5大消费理念

品质生活、互动体验、个性定制、便捷高效、绿色健康，是新消费的5大消费理念，上述5大理念相互依存，互为表里，影响着消费者的消费行为和消费决策，也影响着供给侧的未来发展。

新消费的5大理念



品质生活

改革开放近40年以来，中国经济从高速增长转为中高速增长，人们的消费观念亦随之发生根本性转变。在中国经济新常态阶段下，人们的消费需求开始从模仿型排浪式消费向多样化理性消费转变，无论是刚需、非刚需，还是基础生活、品质生活，整个消费主体越来越重视对美好和品质生活的追求。



互动体验

随着技术和产品的迭代与演进，消费场景中的互动体验也日新月异，实体、虚拟、虚实结合等互动方式，跨界融合化、业态边界模糊化和人工智能化等体验感受，给人们的互动体验过程带来更为丰富、立体和享受的空间及氛围，例如VR、AR、无人驾驶/便利店、智能机器人、线下体验店等技术或商业形态。



个性定制

由于受到审美喜好、教育文化、身份场合、生活习惯等的影响，以及人们越来越注重个人价值和自我内涵体现的观念的作用，人们的消费需求存在着更多差异，个性、定制于是成为了人们的实际需求和市场中不可忽视的现象，而潮牌、轻奢、设计师品牌、DIY、私人定制等开始满足了不同人群的个性化定制需求。



便捷高效

便捷和高效是每个时代的一致追求，供给侧和需求侧同样需要便捷高效的有力支撑，高铁、共享单车、外卖、移动应用、手机支付、智能家居等的发展，都在不同程度地提升社会方方面面的效率，给人们的消费创造了更加便捷的服务环境，例如手机缴费、手机购票等的实现即能够给人们的生活直接带来便利。



绿色健康

绿色健康正在成为人们的一种生活方式，从低碳出行，到有机食品，再到运动健身，无不折射出人们的绿色环保、健康养生的生活志趣，例如新风产品的兴起，环保材料的盛行，跑步健步走的风靡，轻食餐厅的流行，单车骑行的普及等等，都已经影响或者深入了人们的生活，亦将赋予此种生活方式以新的意义。

数据来源：TalkingData

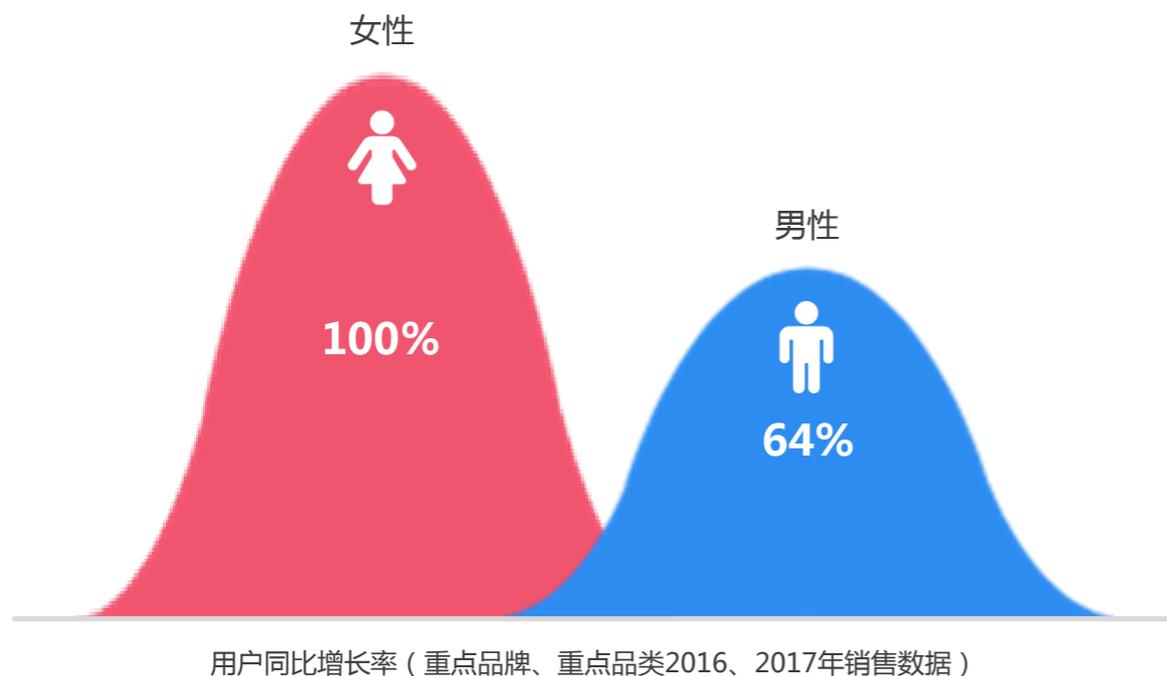
新消费理念在生活各领域的表现



时尚品牌增强线上触达能力，消费者追赶潮流热情被激发

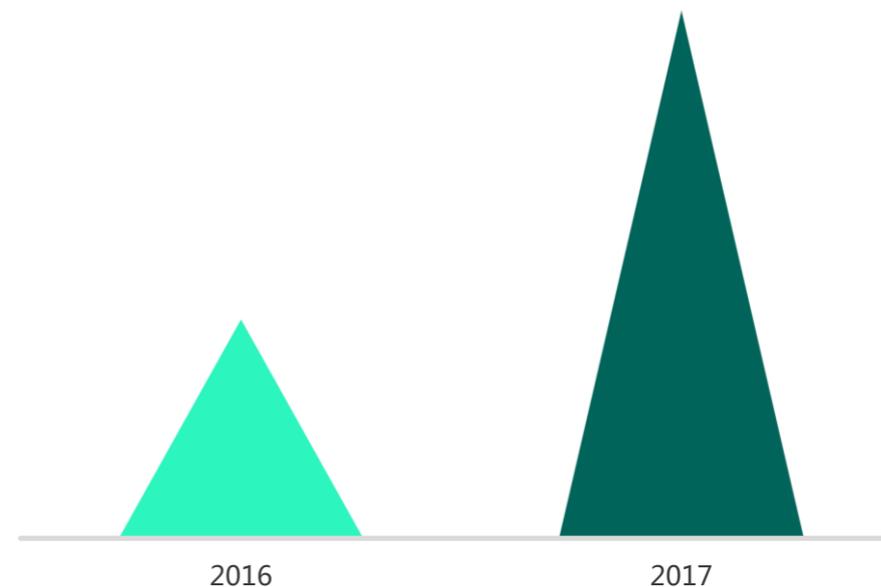
随着线上消费的快速发展和居民对网购习惯的养成，时尚品牌不仅巩固线下市场，而且拓展线上渠道，带动了整体时尚品牌在线上的消费动力；与此同时，时尚品牌通过触网一方面可以洞悉市场潮流，把握消费者心理和商品需求。

线上时尚品牌消费高速增长



线上时尚商品购买次数不断增加

人均购买笔数增长率（淘宝iFashion平台时尚消费）



数据来源：用户同比增长率数据来自南都-京东消费研究所发布的《质感新主张:2017-2018时尚消费趋势报告》，人均购买笔数增长率数据来自阿里数据-淘宝iFashion发布的《2018iFashion时尚消费趋势报告》。

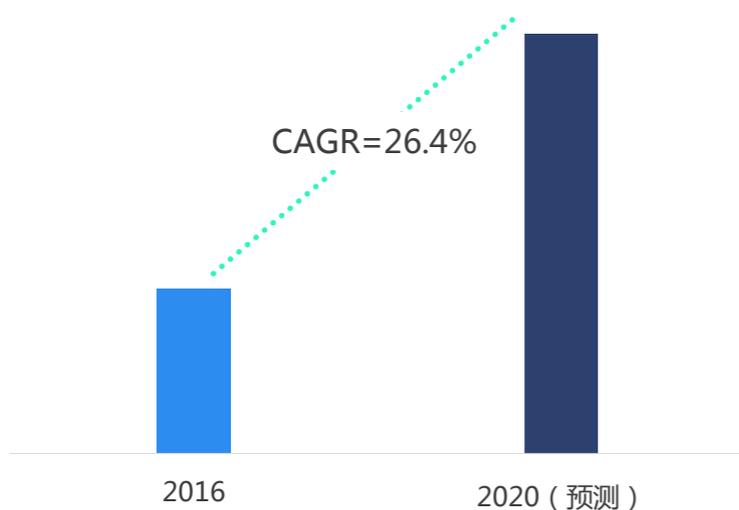
设计师品牌与服装定制兴起，消费者青睐个性化服装穿搭

江南布衣、裂帛、OTT、Exception等越来越来的设计师品牌涌现，设计师品牌独特的设计风格更能彰显消费者的生活态度，受到消费者青睐；随着消费者追求更加个性化的穿搭，消费者展示出对专属感的偏爱，私人定制不再是明星、富豪等少数人的选择，而是开始向白领等普通人群扩张，除了玫瑰坊、衣邦人等私人定制品牌外，报喜鸟、七匹狼等服装品牌也转型升级，纷纷开启私人定制业务。

设计师品牌受到追捧

中国设计师品牌市场稳步增长

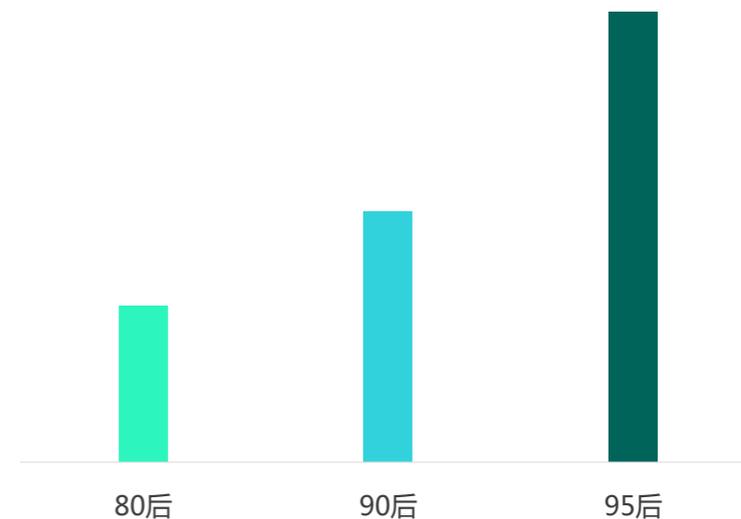
国内设计师品牌市场规模 (CIC)



商品私人定制逐渐兴起

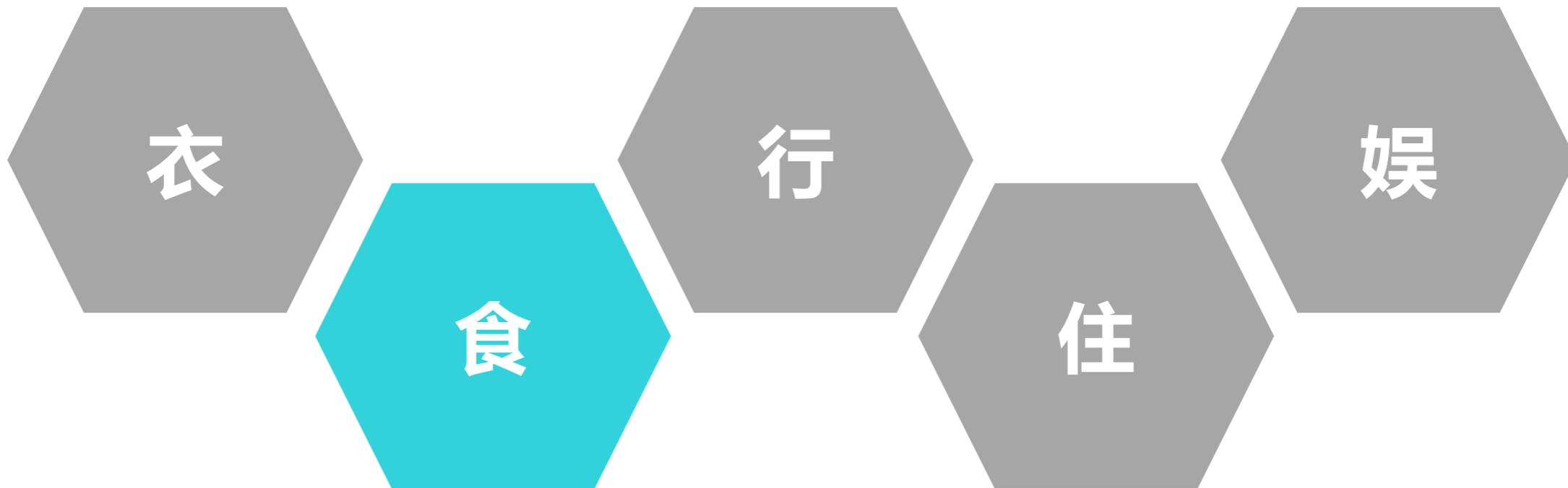
定制商品消费力快速成长

2017年定制商品消费力增速 (淘宝iFashion平台时尚消费)



数据来源：国内设计师品牌市场规模及CAGR数据来自RET睿意德发布的《中国百货-变革中的新机遇》；2017年定制商品消费力增速数据来自阿里数据-淘宝iFashion发布的《2018iFashion时尚消费趋势报告》。

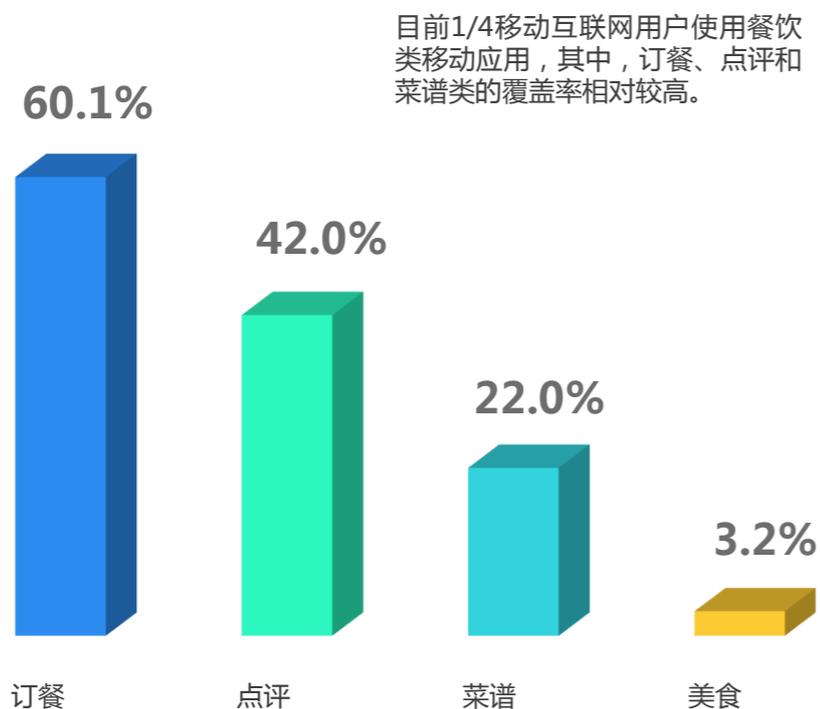
新消费理念在生活各领域的表现



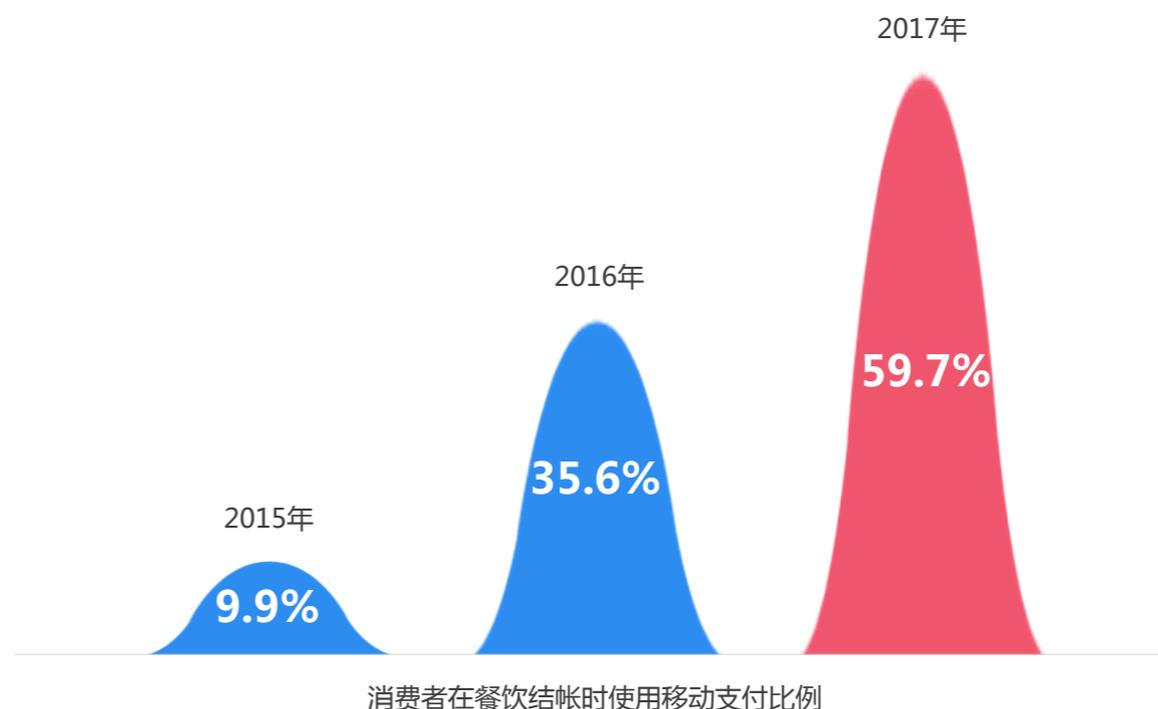
互联网+餐饮开创消费新模式，订餐、移动支付深度扩展

“互联网+”与餐饮业正在加速融合，形成对餐饮业各个方面全面渗透和拓展，目前1/4移动互联网用户使用餐饮类移动应用，近6成餐饮结帐方式来自移动支付，移动互联网发展红利导致餐饮业的线上拓客、用户服务以及商业运营等更加精准高效透明。

移动应用促进餐饮转型“互联网+”



移动支付在餐饮业上升成为主流



数据来源：移动应用覆盖率数据来自TalkingData；餐饮业移动支付比例数据来自中国烹饪协会发布的《中国餐饮产业发展报告（2018）》。

餐饮业总体保持稳健发展态势，饮品等细分市场加速成长

餐饮行业运行稳定，2017年市场规模同比增长10.7%，关店数为开店数的91.6%，基本保持均衡发展状态；饮品店、小吃快餐、河南菜和特色菜等细分餐饮品类快速增长，餐饮业仍旧充满活力。

中国餐饮业态情况

餐饮业收入及其运营状态 (2017)

餐饮收入增长速度

10.7%

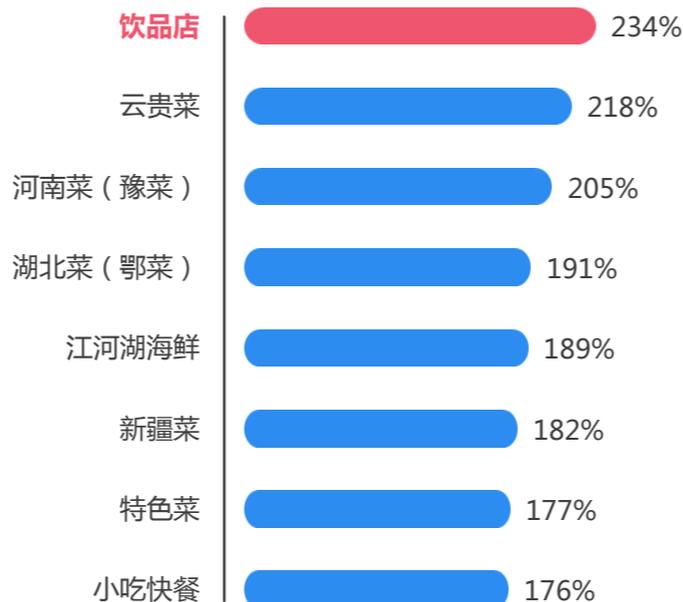


关店数/开店数

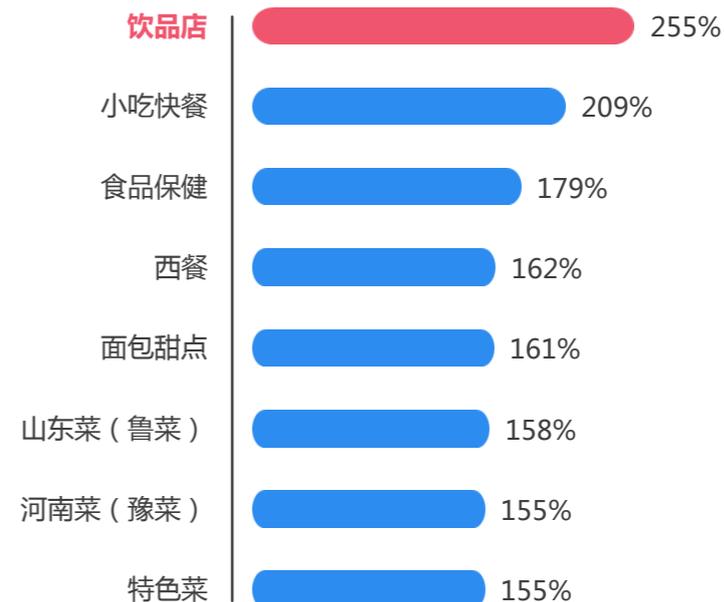
91.6%



订单量增幅TOP8餐饮品类 (2017)



订单金额增幅TOP8餐饮品类 (2017)

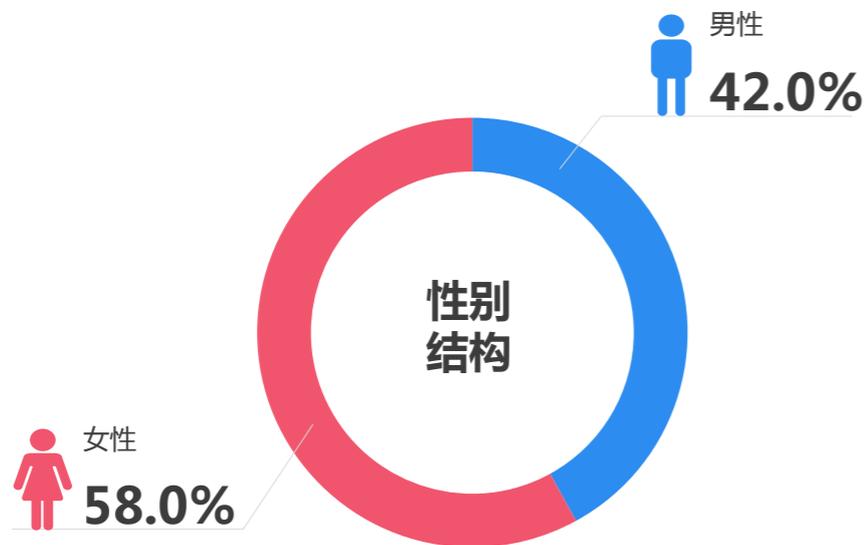


数据来源：餐饮收入增长速度数据来自国家统计局；关店数/开店数、订单量增幅TOP8餐饮品类和订单金额增幅TOP8餐饮品类数据来自美团点评、餐饮老板内参发布的《中国餐饮报告2018》。

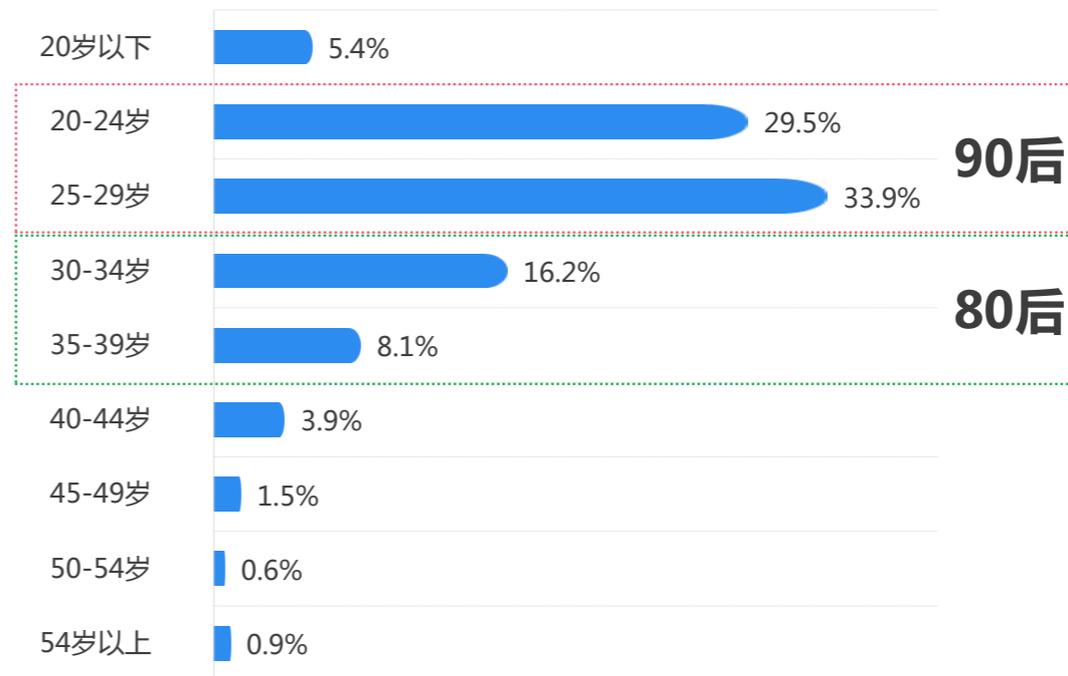
90后人群餐饮消费崛起，年轻人口味偏好促使餐饮业细化

餐饮人群女性比重高于男性，餐饮行业需要在特色、格调、饮品和服务等角度优化调整经营方式，以迎合女性人群消费偏好；90后餐饮消费人群比重是80后的2.6倍，年轻一代人群餐饮需求被释放，餐饮市场迎来发展新机遇，但同时也面临新挑战。

餐饮人群性别结构

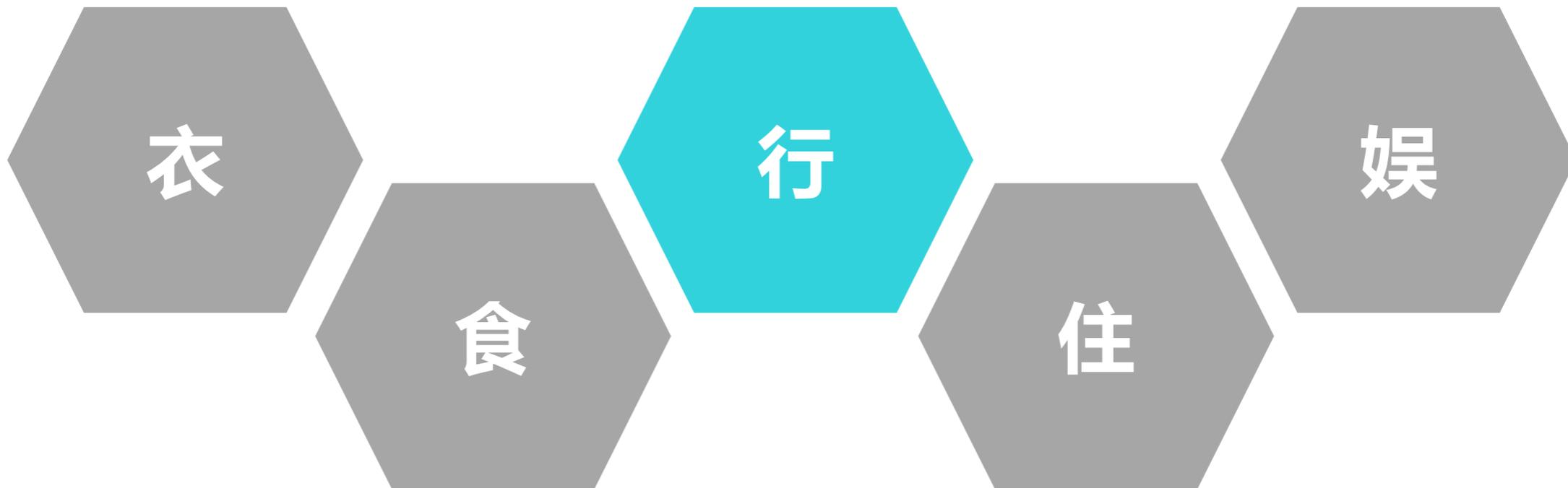


餐饮人群年龄结构



数据来源：餐饮人群性别和年龄数据来自美团点评、餐饮老板内参发布的《中国餐饮报告2018》。

新消费理念在生活各领域的表现



出行服务与互联网深度融合，探索应用新模式和新技术

我国出行领域不断增加与互联网的融合力度，在公路、铁路、民航、水运等客运市场掀起商业、技术创新，不仅提升了运作效率、服务品质，而且也为行业发展探索出新的商机。

出行领域加速与互联网融合发展



数据来源：根据公开资料整理。

出行体验日趋多元化，社会进步推动便捷、舒适、高效体验

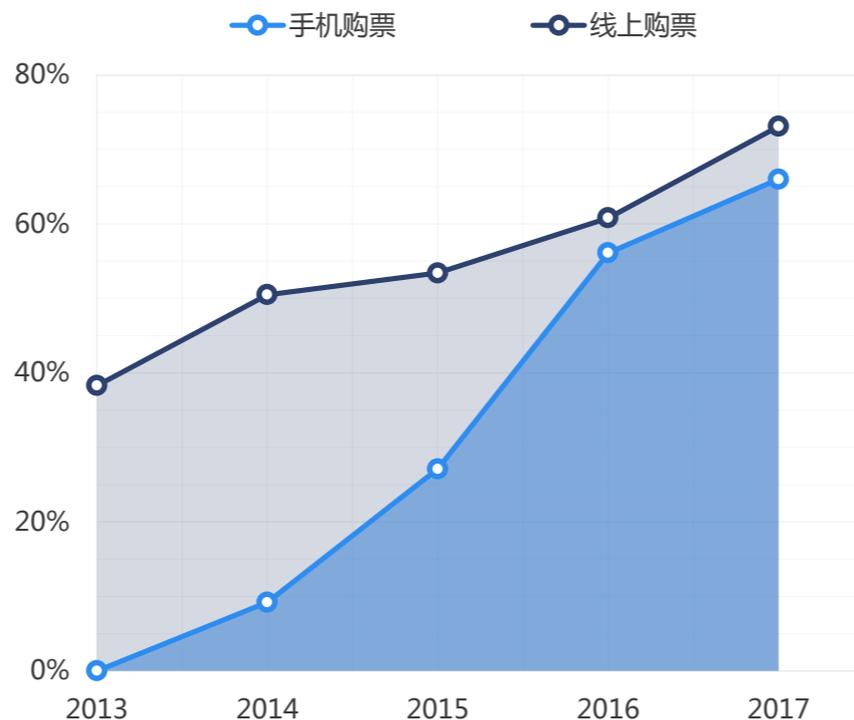
社会经济发展推动了居民出行方式的改善，移动化、智能化、共享化等共同提升了出行体验。其中，2017年春运节前手机购买火车票的比例超过60%，中型及大型乘用车市场份额突破1/5，说明用户不仅偏好便捷高效的出行体验，而且对乘车空间舒适度的需求增加。

出行体验发生新变化

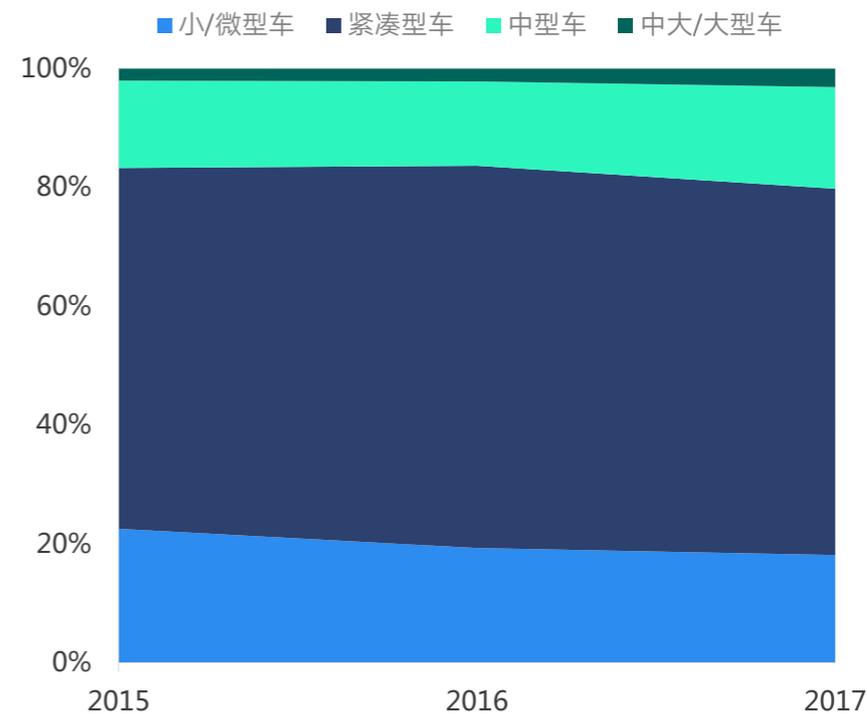
出行体验更加便捷智能



春运节前铁路购票方式



国内乘用车各级别市场份额



数据来源：铁路购票方式数据来自中国铁路客户服务中心；乘用车各级别市场份额数据来自CATRC数据资源中心。

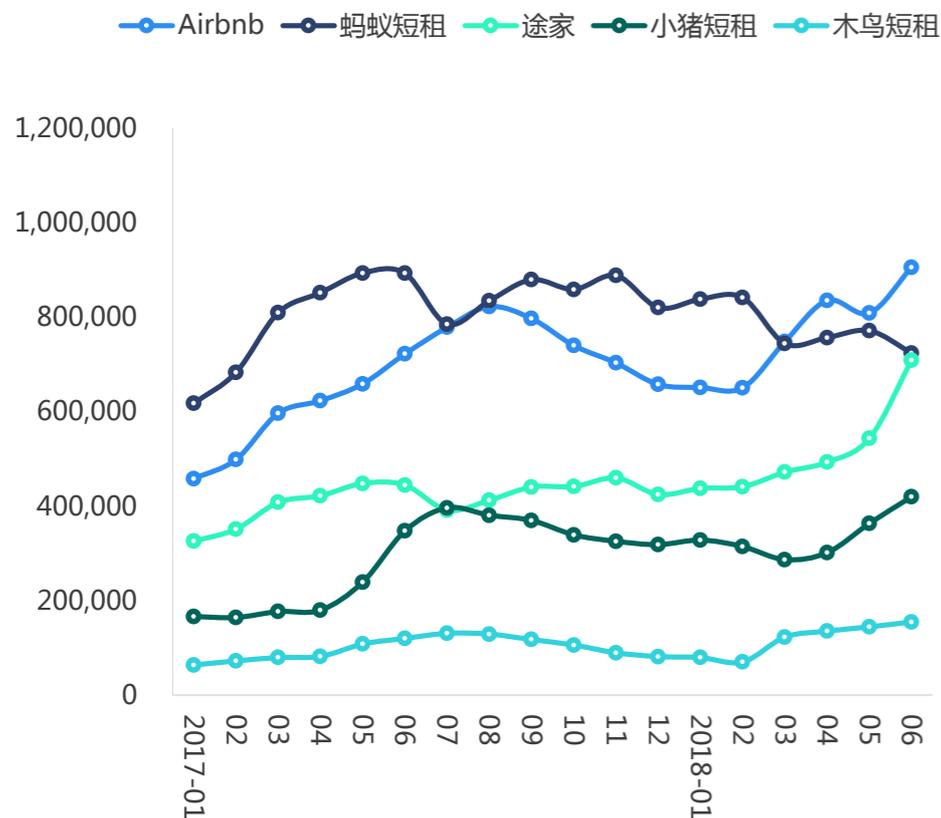
新消费理念在生活各领域的表现



商旅住宿衍生新业态，民宿短租、特色小镇受消费者青睐

近年商旅住宿业态不断创新，迎合用户家庭感、体验感、个性化以及主题特色等需求的住宿资源、平台和休闲旅游场所逐年增加，其中，民宿短租类移动应用的月度活跃用户数稳中有升，特色小镇开发建设热度持续走高。

民宿短租TOP5应用 月度活跃情况



中国特色小镇全国分布图

第一批中国特色小镇 (orange square) 第二批中国特色小镇 (blue square)
两批特色小镇达到**403座**，文旅类约占**50%**



特色小镇开发建设受到企业青睐

截止2018年6月底，TOP100房企中涉足特色小镇比例

60%



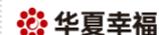
2018年7月，奥伦达部落计划10年内在全球布局100个特色小镇。



2017年7月，华侨城拟在全国打造100座特色小镇。



2016年12月，时代地产宣布未来5年内投资30个未来小镇。



2016年11月，华夏幸福发布未来3年内在全国布局百座小镇。



2016年8月，碧桂园宣布千亿布局科技小镇。

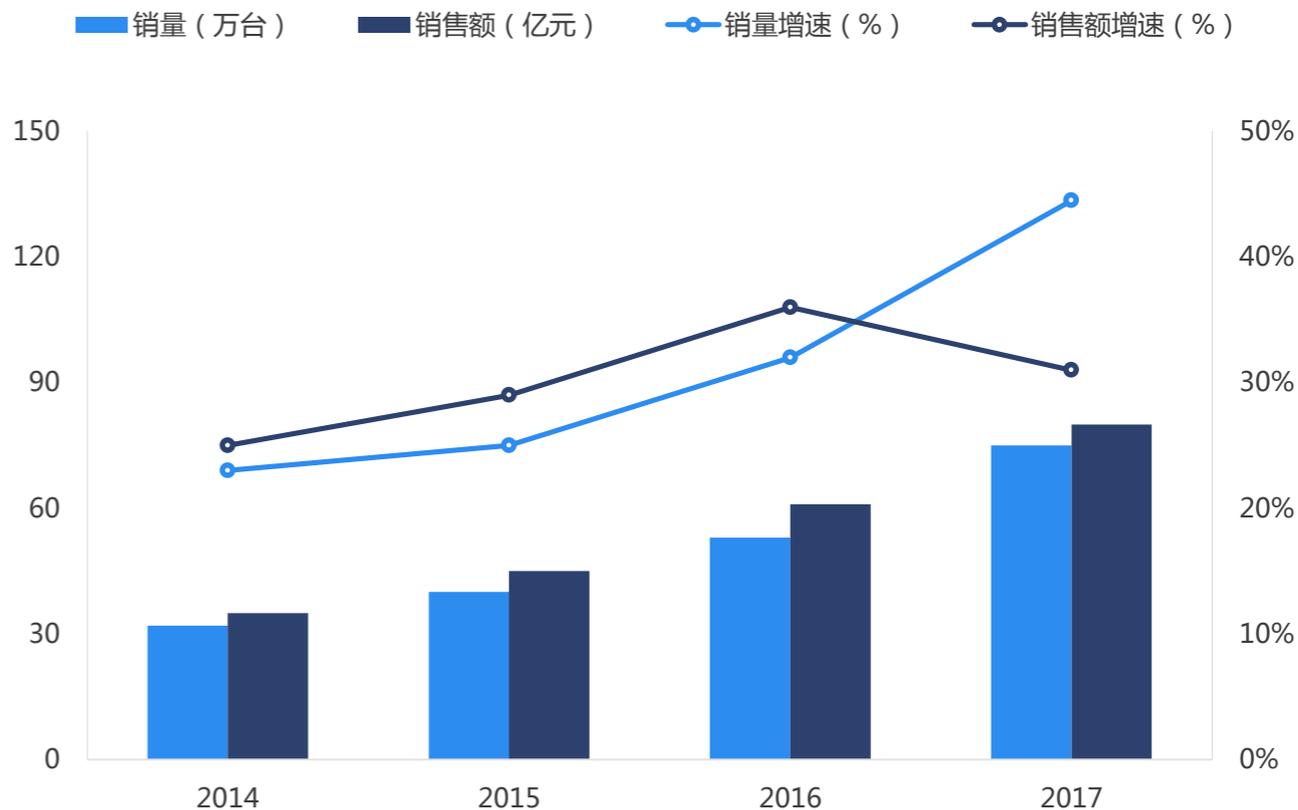
数据来源：民宿短租TOP5应用及其月度活跃情况数据来自TalkingData；中国特色小镇数据来自住房城乡建设部；TOP100房企涉足特色小镇数据来自CRIC；特色小镇计划根据公开资料整理，不代表全部，仅供参考。

用户追求居住空间智能、健康，改善型居住市场释放活力

随着居民对于生活健康、环保和智能的要求越来越高，围绕智能、安全、健康、环保的家庭环境消费力逐渐增加，其中，家庭新风产品受到国民偏好，新风市场规模在近几年呈现高速发展态势，其市场销量和销售额在2017年分别增长45%和31%。



2014-2017年 国内新风行业市场规模

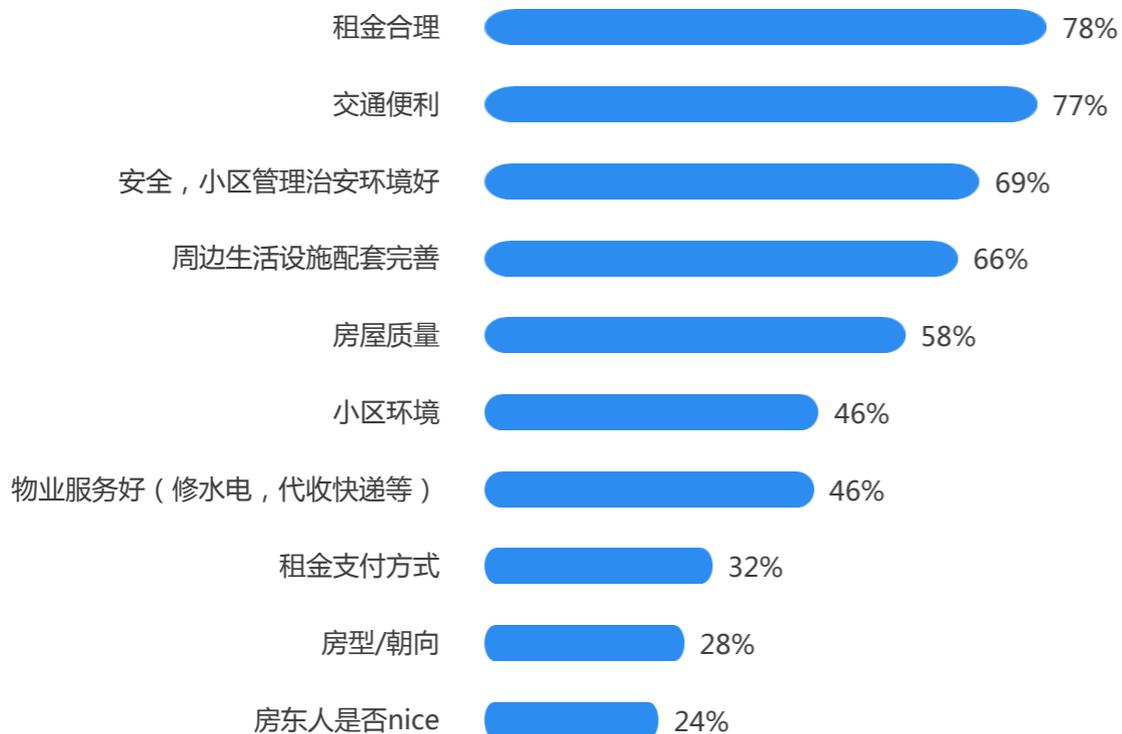


数据来源：新风行业市场规模数据来自奥维云网 (AVC)。

租房用户越来越看重居住生活品质，长租公寓日渐成长

租房市场主导因素不再是价格为王，租房用户开始综合考虑交通便利度、社区环境、周边配套以及房屋品质等细节，追求品质生活环境。同时，主打高品质服务型的品牌长租公寓逐渐兴起，满足租房用户对于品质生活的实际诉求。

租房用户十大租房考虑因素

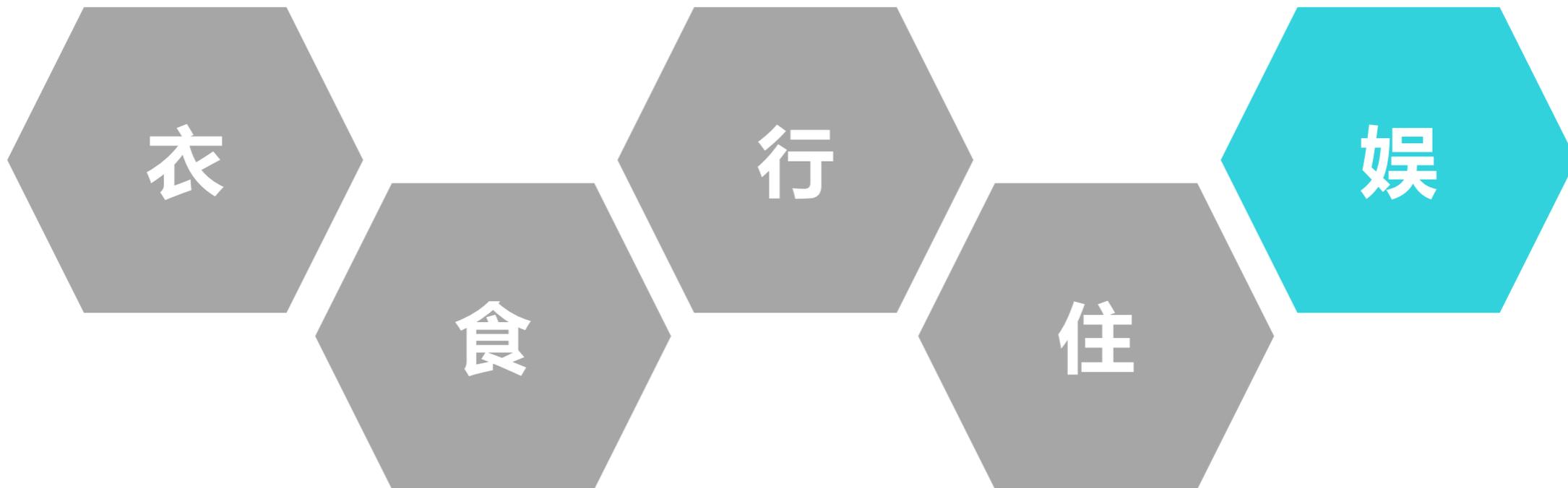


部分长租公寓品牌门店数量



数据来源：租房用户十大租房考虑因素数据来自CNBDData、巴乐兔发布的《2018年轻人租房大数据报告》；长租公寓品牌门店数量根据公开资料整理，数据仅供参考，具体以官方公布为准，上述长租公寓品牌仅为示例，不包括全部参与者。

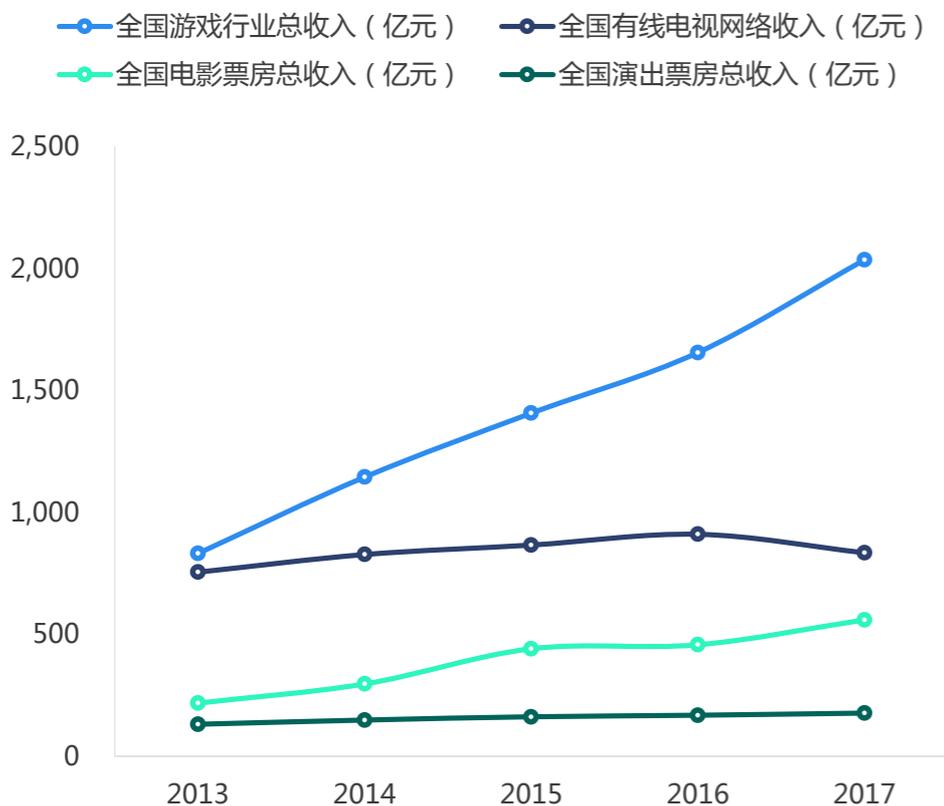
新消费理念在生活各领域的表现



消费者多元文化消费催生泛娱乐产业，内容与媒介交融并蓄

社会经济发展进步使得消费者在物质生活方面得到极大满足，促使消费者更多关注精神方面多元需求，催生了文娱市场在文化、艺术、娱乐等的泛娱乐发展趋势，吸引了游戏、影视、传媒、互联网等企业通过核心IP内容拓展其在核心、优质、长尾等流量层的行业布局。

文化消费呈现泛娱乐发展趋势

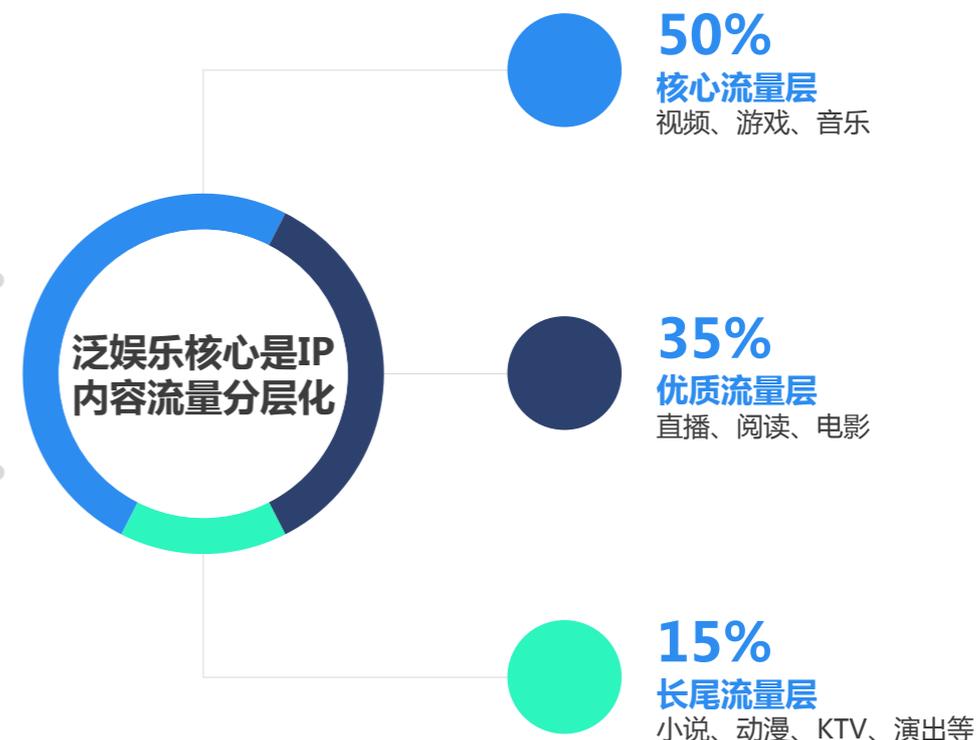


企业挖掘泛娱乐商业价值

以下企业仅为示例，不包括全部



泛娱乐协同发展助力用户文化消费多样化



数据来源：游戏行业收入数据来自GPC、CNG、IDC发布的《2017年中国游戏产业报告》；有线电视网络收入、电影票房收入数据来自国家广播电视总局；演出票房收入数据来自中国演出行业协会；泛娱乐流量层数据来自TalkingData。

旅游消费出现新趋势，用户更加注重个性、品质和文化内涵

随着大众旅游需求的不断升级，消费者对旅游行业提出新的需求，一方面定制游、品质游成为旅游消费新热点，促进个性化旅游定制服务兴起、旅游景点环境改善、旅游服务品质升级，另一方面，旅游消费者越来越看重旅游的文化体验、精神熏陶。

个性化玩法受追捧，定制游市场升温



携程定制旅行平台数据显示，2017年全国定制需求单量已超**100万**单，营收增长超**200%**。

消费者选择定制游4大理由

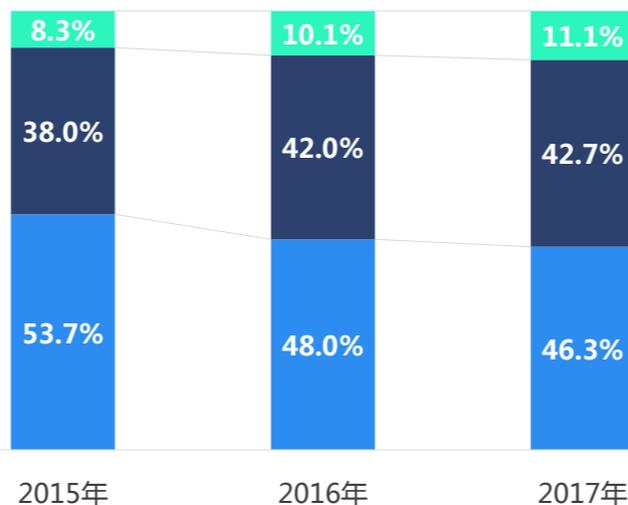


个性化

人民美好生活向往带动旅游品质升级

穷游行程助手星级酒店预定情况

■ 三星级 ■ 四星级 ■ 五星级



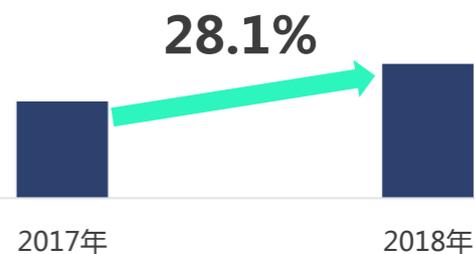
品质化

旅行游玩更加注重文化内涵和精神追求

国庆期间文化类景区整体预定量增幅



国庆期间重点博物馆旅游消费人次增幅



体验化

数据来源：定制游数据来自携程；星级酒店预定情况数据来自中国旅游研究院、穷游网发布的《2018中国品质旅游发展报告》；景区预定量/消费人次增幅数据来自新京报《国庆黄金周20年，大数据告诉你中国消费真相》。

报告说明

- **数据来源**
- TalkingData数据中心数据来自TalkingData AppAnalytics、TalkingData GameAnalytics、TalkingData Ad Tracking的行业数据采集，以及诸多合作伙伴的数据交换，如应用市场、渠道、运营商等多种不同来源的数据复合而成；
- 公开资料整理等。

- **数据周期**
- 1987年-2018年

- **概念定义**
- 月活跃量：所选周期内，通过预测算法预估出的该应用的全平台（Android+iOS）活跃终端数。
- 覆盖率：所选时间周期内，安装过某类应用的设备数量/监测移动设备总量*100%。

关于TalkingData

TalkingData 成立于2011年，是国内领先的第三方数据智能服务商。借助以SmartDP为核心的数据智能应用生态为企业赋能，帮助企业逐步实现以数据为驱动力的数字化转型。

我们的愿景

TalkingData 成立以来秉承“数据改变企业决策，数据改善人类生活”的愿景，逐步成长为中国领先的数据智能服务商。以开放共赢为基础，TalkingData凭借领先的数据智能产品、服务与解决方案，致力于为客户创造价值，成为客户的“成效合作伙伴”，帮助现代企业实现数据驱动转型，加速各行业的数字化进程，利用数据产生的智能改变人类对世界以及对自身的认知，并最终实现对人类生活的改善。

企业责任感

TalkingData不仅专注于数据智能应用的研发和实践积累，同时也在积极推动大数据行业的技术演进。早在2011年成立初始，TalkingData就组建了数据科学团队，将机器学习等人工智能技术引入海量数据的处理、加工流程中。通过几年来的不断发展，TalkingData已在大数据、人工智能领域拥有多项国家专利。此外，TalkingData还开源了大规模机器学习算法库Fregata、UI组件库iView、地理信息可视化框架inMap等项目，在海内外得到广泛支持与认可，使用者和贡献者遍布全球。

目前TalkingData设立了包括硅谷边缘计算实验室、人本实验室在内的多个大数据、人工智能实验室，并与MIT媒体实验室、斯坦福人工智能实验室、加州理工航天技术实验室等国际顶尖学府、研究机构展开合作，共同加速大数据、人工智能相关技术的探索和演进，并将国际前沿技术引入高速发展的中国市场，与国内丰富的应用场景相结合，驱动新技术的落地应用与行业的飞跃发展。

TalkingData

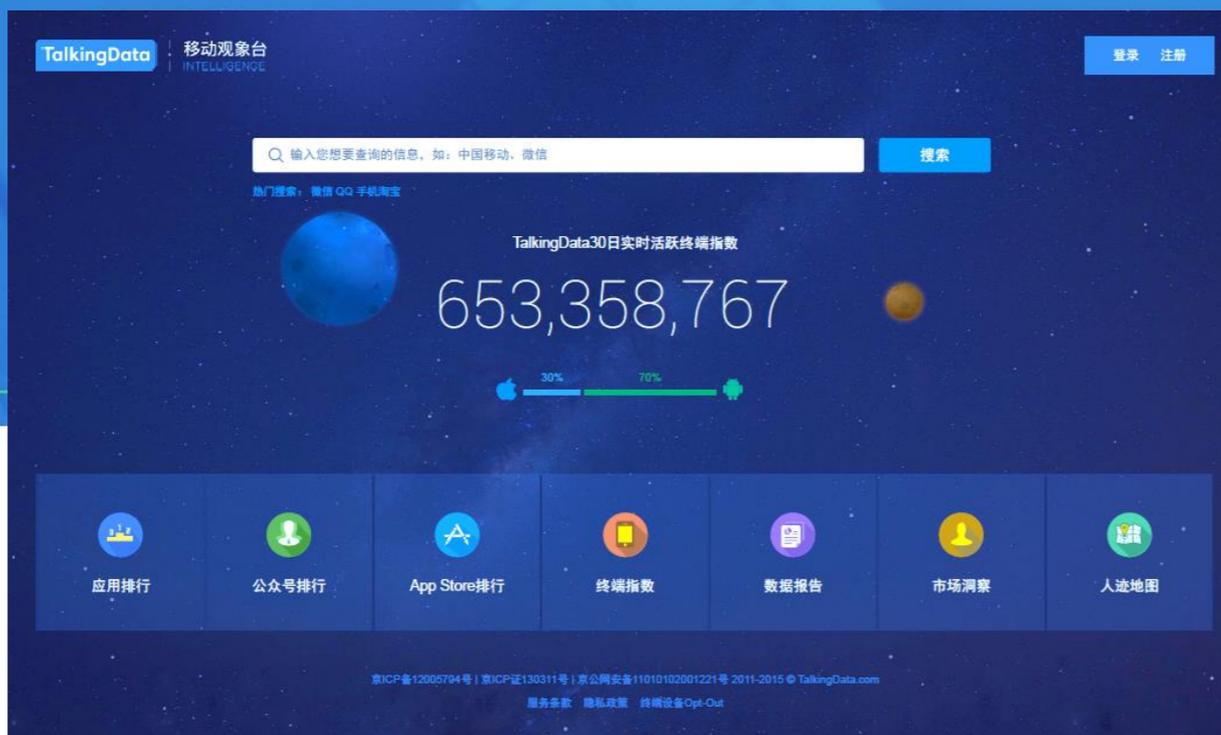
移动观象台

纵览行业数据，解析移动趋势

mi.talkingdata.com



移动观象台



移动观象台

纵览行业数据 解析移动趋势

mi.talkingdata.com



扫码访问 移动观象台

应用排名

提供全平台（Android+iOS）应用排行，呈现热门应用和领域，帮助用户洞悉市场与人群

数据报告

最权威的互联网行业报告，并针对热门行业、热门事件进行重点分析

公众号排名

通过对自媒体人的账号和文章进行甄别分析，获悉最火爆的微信公众号排行

市场洞察

基于大量移动互联网用户数据洞察用户特征，展现市场应用热度

微博影响力

通过对微博帐号的粉丝数、发博数、转评度等数据综合计算，提供微博综合影响力排行

终端指数

呈现移动设备趋势，提供最受欢迎的设备品牌、分辨率、操作系统等



谢谢!

