

消费意愿——上半年 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 中国经济的表现
- 消费信心的变化
- 消费者财务状况和财务规划
- 哪些因素可能影响消费信心
- 闲钱的安排：计划vs现实

在新冠疫情影响下，中国经济发展面临挑战。2022年第二季度GDP（国内生产总值）仅增长了0.4%，而失业率则升至疫情爆发以来最高水平，与2020年初相似。零售市场也遭受重创，尤其是线下服务业。尽管政府采取政策确保供应并稳定价格（意味着价格尚未大幅上涨），但人们显然感受到了一定的财务压力，特别是高收入群体。

消费者仍保持着存钱的习惯。这令他们的长期信心保持基本稳定。然而，短期信心仍有所波动，尤其是上海等疫情严重的地区。财务状况是影响人们信心的最重要因素。因此，年轻消费者面临巨大挑战，因为他们的财务状况最紧张，而同时又追求享乐。尽管今年投资市场持续降温，但仍有不少年轻人投身其中，因为与半年前相比，他们之中有更多人因投资而获益。成为拥有多种收入来源的“斜杠青年”依旧是当今一大趋势。

机会与挑战并存。在这样一个不确定的环境中，人们渴望对自己的生活有更多掌控。在产品设计和营销宣传方面让消费者拥有掌控感的产品（例如监控功能）或会收获更多关注。



“2022年3月大规模新冠疫情反弹打乱了中国经济的稳步复苏。虽然经济发展面临严峻挑战，但消费者财务状况和长期信心仍保持稳定。尽管目前经济指标已在6月基本回正，但下半年经济复苏仍充满不确定性。”

— 张鹏俊，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题

综述

- 中国经济发展面临压力
数据1: 关键经济指标汇总，中国，2020-2022年
数据2: 中国消费品零售总额月度增长，2018-2022年
数据3: 零售额增长率（按主要行业区分），2019-2022年
- 对消费意愿的影响
- 财务状况保持稳定
数据4: 目前财务状况，2016-2022年
- 工资和奖金仍是消费者的主要收入来源
数据5: 收入来源的变化，2019-2022年
- 长期信心保持稳定，但短期信心有所下滑
数据6: 对改善未来财务状况的信心，2019-2022年
- 消费者更加重视为医疗/看病存款
数据7: 未来12个月的财务规划，2022年
- 信心水平与财务状况紧密相关
数据8: 影响消费信心的因素，2022年
- 消费者比原计划少投资理财产品，但在孩子的成长与日常饮食方面投资更多
数据9: 去年支配闲钱的计划，2022年

经济现状

- 中国经济有所增长却面临压力
数据10: 中国GDP季度增长，2000-2022年
- PMI回归至扩张区间
数据11: PMI月度数据，中国，2018-2022年
- 进出口恢复快速增长
数据12: 进出口总额同比增长率，中国，2007-2022年
- 就业形势面临压力
数据13: 月度城镇调查失业率，中国，2018-2022年
- 居民消费价格小幅上涨
数据14: 居民消费价格指数，中国，2000-2022年
- 可支配收入继续稳步增长
数据15: 人均可支配收入增长（经价格调整），中国，2019-2022年
- 零售额受到疫情冲击
数据16: 中国消费品零售总额月度增长，2018-2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

数据17: 零售额增长率（按主要行业区分），2019-2022年

新冠疫情：中国市场情况简述

- 新一轮疫情为人们的生活带来挑战
- 新冠疫苗接种率达到高位

数据18: 中国新冠疫苗接种现状，2021-2022年

目前的财务状况

- 财务状况保持稳定
数据19: 目前的财务状况，2016-2022年
- 高收入群体面临财务压力
数据20: 目前的财务状况（按个人月收入区分），2019-2022年
- 二线或以下城市的存款意愿提高
数据21: 目前的财务状况（按城市线级区分），2019-2022年
- 年轻消费者的财务状况最为吃紧
数据22: 目前的财务状况（按年龄区分），2019-2022年

收入来源的变化

- 工资和奖金仍是消费者的主要收入来源
数据23: 收入来源的变化，2019-2022年
- 越来越多的年轻人进入投资市场
数据24: 投资收益的收入变化（按年龄区分），2021-2022年
- “斜杠青年”趋势依旧
数据25: 收入来源的变化——线下兼职收入（按城市线级区分），2021-2022年

对未来的信心

- 长期信心保持稳定，但短期信心有所下滑
数据26: 对改善未来财务状况的信心，2019-2022年
- 不同城市的信心有所波动，但整体保持稳定
数据27: 对改善未来财务状况的信心（按城市线级区分），2019-2021年
- 没有存款的消费者也对未来抱有信心
数据28: 对改善未来财务状况的信心（按目前的财务状况区分），2021-2022年

财务规划

- 消费者希望通过财务计划获得掌控感
数据29: 未来12个月的财务规划，2022年
数据30: 未来12个月的财务规划——“非常重要”，2019-2022年
- 年轻消费者更重视为养老存款

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

数据31: 未来12个月的部分财务规划——“非常重要”——为未来自己的养老存款（按年龄区分），2021-2022年

影响消费信心的因素

- 消费信心主要受财务状况影响
数据32: 影响消费信心的因素，2022年
数据33: 影响消费信心的因素，2022年
- 18-24岁群体尚未感受到宏观经济变化的影响
数据34: 影响消费信心的因素——任一选中（按年龄区分），2022年
- 个人的婚姻和生育计划对男性的影响高于女性
数据35: 影响消费信心的因素——个人的婚姻或生育计划（按年龄区分），2022年

闲钱支配计划

- 消费者比原计划少投资理财产品，但在孩子的成长和日常饮食方面投资更多
数据36: 去年支配闲钱的计划，2022年
- 女性在孩子教育方面的超额支出高于男性
数据37: 去年支配闲钱的计划——为孩子的教育花更多钱（按性别区分），2022年
数据38: 去年支配闲钱的计划——为孩子的教育花更多钱（按家庭构成区分），2022年
- 年轻消费者追求享乐
数据39: 前三大原计划和实际支出——18-24岁，2022年

附录——研究方法 with 缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。