

消费热点研究 - 中国 - 2019年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“尽管大多数人财务状况仍然不错，但经济的不明朗已经给消费者敲响了警钟。消费者对自己财务状况的预期变得保守，储蓄意愿也有所上升。更多消费者不再盲目追随促销，而是购买自己需要的东西。在做购买决策时，性价比成为了决定性的因素。品牌无法再认为高利润和顾客的忠诚度是理所当然；他们需要通过产品和服务不断引发激动情绪，以保持消费者记忆。”

— 夏月，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 价值中心时代如何进行价格促销
- 建立让人向往的品牌形象以提升消费者粘性
- 如何赢取年轻的新人投资者

2019年上半年，中国的GDP增速跌至6.2%，但总零售额自第二季度起开始回升。此外，大约一半的总消费是服务类，未计入零售额。

但是，英敏特观察发现了消费者信心缓慢但持续减弱，表现在消费情绪趋于谨慎，和对于未来经济状况感到不确定。因此，在进行购买决策时，性价比变得更为至关重要。

购买
这篇报告地址：
store.mintel.com电话：
欧洲，中东，非洲
+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邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

消费热点研究 - 中国 - 2019年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您需要了解的

报告定义

综述

市场

数据1: GDP增速 (vs去年同期), 中国, 2014年第三季度-2019年第二季度

数据2: 居民消费价格指数, 中国, 2016年7月-2019年6月

数据3: 消费品零售总额, 中国, 2016年7月-2019年6月

消费者

更多被访者选择储蓄

数据4: 目前财务状况, 2016-2019年

改善经济状况的信心维持高位但缓慢趋弱

数据5: 对于在未来12个月中改善自己的经济状况的信心, 2016-2019年

消费信心与个人财务预算关系密切

数据6: 影响信心的因素, 2019年5月

享受消费仍然垫底, 但其重要性正在上升

数据7: 财务优先项, 2019年5月

更多消费者按需购买并寻求性价比

数据8: 消费习惯, 2016年11月和2019年5月

寻求高流动性低风险的投资产品

数据9: 对投资产品的偏好, 2019年5月

我们的观点

议题与洞察

价值中心时代如何进行价格促销

现状

启示

建立让人向往的品牌形象以提升消费者粘性

现状

启示

如何赢取年轻的新人投资者

现状

启示

经济现状

GDP增速第二季度跌至6.2%, 仍在预期之内

数据10: GDP增速 (vs去年同期), 中国, 2014年第三季度-2019年第二季度

数据11: 三次产业增加值占GDP比重, 2014-2019年第二季度

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

消费热点研究 - 中国 - 2019年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据12: 三次产业对于GDP增长的贡献比, 2015年第二季度-2019年第二季度

2019年上半年居民消费价格指数上涨

数据13: 居民消费价格指数, 中国, 2016年7月-2019年6月

数据14: 2019年上半年平均年同比价格增长

个税减免对推动消费的影响尚未显现

数据15: 人均可支配收入和消费支出实际增长(按中国城镇和农村区分), 2016年第三季度-2019年第二季度

数据16: 支出占可支配收入百分比, 中国, 2015年第一季度-2019年第二季度

出于多种原因, 第二季度零售额增速回弹

数据17: 消费品零售总额, 中国, 2016年7月-2019年6月

劳动力市场压力第二季度有所缓解

数据18: 被访者失业率, 2018年1月-2019年6月

2019年下半年政策展望

消费者——您所需要了解的

财务状况健康但储蓄意愿增长

信心逐渐疲软

收入和生活成本是最重要的影响因素

为远期计划而非大额支出储蓄

不挑最优, 够好就行

投资产品安全第一

目前财务状况

储蓄意愿相比2016年增长

数据19: 当前财务状况, 2016-2019年

个税减免有助于80后储蓄

数据20: 当前财务状况(按年代区分), 2017-2019年

一线城市消费者因不确定性储蓄更多

数据21: 当前财务状况(按年代区分), 2016-2019年

高收入者比5个月前更难存下钱

数据22: 目前财务状况(按年代区分), 2016-2019年

改善财务状况的信心

80%仍然有信心, 但乐观情绪逐渐减弱

数据23: 对于在未来12个月中改善自己的经济状况的信心, 2016-2019年

女性信心较低

数据24: 对于在未来12个月中改善自己的经济状况的信心(按性别区分), 2017-2019年

高收入者: 仍比其他人群更乐观, 但不如从前

数据25: 对于在未来12个月中改善自己的经济状况的信心(按个人月收入区分), 2016-2019年

国企和外企员工趋于谨慎

数据26: 对于在未来12个月中改善自己的经济状况的信心(按企业类型区分)——国企和外企, 2018-2019年

获得信贷产品能助长信心

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

消费热点研究 - 中国 - 2019年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据27: 对于在未来12个月中改善自己的经济状况的信心（按个人月收入区分），2017-2019年

影响消费信心的因素

收入增长和生活成本最为重要

数据28: 影响信心的因素，2019年5月

数据29: 影响信心的因素重要性排序，2016年12月和2019年5月

不同代际、不同人生阶段，重要因素不同

数据30: 影响信心的因素（按年代区分），2019年5月

高收入消费者和一线城市居民考虑宏观环境

数据31: 影响信心的因素（按个人月收入区分），2019年5月

未来12个月的财务优先项

为未来储蓄和投资仍是首要任务

数据32: 财务优先项，2019年5月

大额支出给搞劳自己让路，尤其是80后

数据33: 财务优先项——部分内容，2014年11月和2019年5月

数据34: 财务优先项排名——非常重要（按年代区分），2019年5月

低线城市思维更传统

数据35: 财务优先项——部分内容（按城市线级区分），2019年5月

消费习惯

消费者更加精打细算

数据36: 是否根据每月消费预算来安排开支，2016年11月和2019年5月

数据37: 财务优先项——任意重要（按是否根据每月消费预算来安排开支），2019年5月

即使喜爱一个品牌也会更换

数据38: 品牌忠诚度（按按部分人口统计特征区分），2019年5月

性价比地位提升

数据39: 性价比最高的 vs 能力范围内最好的，2016年11月和2019年5月

70后 vs 90后：耐心一代 vs 即刻满足追求者

数据40: 是否愿意等打折（按年代和城市线级区分），2019年5月

将近4成会考虑大额支出分期付款

数据41: 大额支出的付款偏好（按人口统计特征区分），2019年5月

对投资产品的偏好

第一梯队保持不变

数据42: 对投资产品的偏好，2019年5月

男性更愿意承担风险

数据43: 对投资产品的偏好（按性别区分），2019年5月

90后对小众投资产品感兴趣

数据44: 对投资产品的偏好（按年代区分），2019年5月

高收入者表现出投资专业知识

数据45: 对投资产品的偏好（按个人月收入区分），2019年5月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

消费热点研究 - 中国 - 2019年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

认识英敏特城市精英人群

未来不明朗，英敏特城市精英人群消费趋保守

数据46: 对于改善财务状况的信心——英敏特城市精英人群，2016-2019年

数据47: 影响信心的因素（按英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群区分），2019年5月

投资经验更丰富

数据48: 对投资产品的偏好（按英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群区分），2019年5月

按需购买，积极使用信用付款

数据49: 财务规划习惯（按英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群区分），2019年5月

不同于高收入者，英敏特城市精英人群更乐于探索新品牌

数据50: 消费习惯（按英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群区分），2019年5月

附录——研究方法与缩写

研究方法

这是一份英敏特市场研究报告。中国具有许可证的专业消费者调查机构受委托为该报告进行了独家调查（详情请参阅“中国研究方法”）。

为了此次报告，英敏特委托库润数据进行了一项在线定量调查，以探究20-49岁互联网用户的消费信心和热点。

调查于2019年4月在4个一线城市和6个二线或以下城市进行。一线城市包括北京、上海、广州和成都。二、三线城市包括大连、昆明、厦门、长沙、常州和安阳。

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com