

新冠疫情对消费的影响——一季度更新 - 中国 - 2020年5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



“新冠疫情冲击了中国经济增长，但经济基本面依然稳固。毕竟，中国拥有14亿人口的消费市场，而且是在采取果断的封锁措施遏制疫情后，最先走出危机的几个国家之一。尽管如此，消费者信心仍遭受动摇，而且新冠疫情后全球经济气候的不确定性日益增加。中国经济复苏的速度很大程度上取决于国内消费支出。新冠疫情是变革的催化剂，将推动企业在困境中创新、随机应变并调整其商业模式。”

— 王瑾瑜，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 新冠疫情如何影响经济？
- 新冠疫情如何影响消费支出？
- 哪些行业在逆境中生存，哪些行业处境艰难？

根据国家统计局（国家统计局）的数据，新型冠状病毒肺炎（以下简称“新冠肺炎”）的爆发给中国的社会和经济活动带来了前所未有的冲击，导致2020年第一季度GDP（国内生产总值）收缩6.8%。

自1月底以来，经过两个月的封锁和社交隔离措施，中国已开始恢复经济活动。主要经济指标在3月份均显示出复苏的迹象。这种迅速的复苏主要是商业活动的恢复带动的。更为重要的是未来几个月的复苏，这将证明消费者的信心已恢复到何种程度。根据英敏特2020年4月更新的追踪研究《新冠疫情下的中国消费者》，尽管有迹象表明消费者信心正在恢复，但重振消费者信心将是缓慢而谨慎的。

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@intel.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

新冠疫情对消费的影响——一季度更新 - 中国 - 2020年5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

您所需要了解的

本报告涵盖的关键议题

报告范围

综述

对经济的影响

对消费支出的影响

数据1: 对未来经济状况的信心, 2015-2020年

数据2: 整体消费支出的短期、中期和长期影响总结, 2020年4月

关键消费者细分受到影响

新冠疫情: 在中国市场情况简述

数据3: 中国新冠肺炎累计确诊病例, 2020年1月-4月

数据4: 复工情况, 中国, 2020年3-4月

经济情况——现状

尽管停工停产近2个月,但首季GDP仍维持去年水平的93%

数据5: 中国GDP的季度增长, 2000-2020年第一季度

数据6: PMI, 中国, 2001-2020年3月

新冠疫情之后, 消费者收入紧缩

数据7: 城镇月度失业率, 中国, 2018-2020年3月

数据8: CPI, 中国, 2014-2020年3月

数据9: 人均可支配收入增速, 中国, 2014-2020年第一季度

3月标志着复苏的开始,但节奏缓慢而谨慎

数据10: 消费品和餐饮零售总额的月度增长, 中国, 2000-2020年3月

数据11: 进出口总额增长, 中国, 2017-2020年3月

2020年前景展望

经济基本面依然稳固

数据12: 关键产业和驱动力对GDP增长的贡献率, 中国, 2000-2019年

IMF预测2020年中国经济仍将增长, 2021年将强劲反弹

数据13: 国际货币基金组织对主要经济体在2020和2021年GDP增长的预测

2020年, 稳定就业将是经济的关键

消费者信心反弹将缓慢而谨慎

数据14: 对感染疫情的担忧及其对生活的影响, 2020年3和4月

数据15: 整体消费支出的短期、中期和长期影响总结, 2020年4月

恢复速度因行业而异

数据16: 消费品销售额的名义增长, 2019和2020年1-3月

对商业策略的影响

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

新冠疫情对消费的影响——一季度更新 - 中国 - 2020年5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

不断创新，加快步伐

数据17: 在天猫旗舰店宣传新品的品牌示例，2020年4月

拥抱电商

数据18: 在微信销售的奢侈和时尚品牌示例，2020年4月

陷入困境的行业需随机应变

数据19: 适应困境的餐饮服务和酒店示例，2020年4月

经济状况的变化

新冠疫情对财务的重大影响

数据20: 经济状况的变化，2019年12月和2020年3-4月

30岁以下的消费者受到的经济冲击更大，情况更加两极分化

数据21: 经济状况的变化（按年龄区分），2020年3月和4月

私营业主和民营/私营企业更加脆弱

数据22: 经济状况的变化（按工作情况区分），2020年3-4月

较低线城市恢复更快

数据23: 经济状况的变化（按城市线级区分），2020年3-4月

对未来经济状况的信心

疫情之后消费者信心骤降，但大多数仍对不远的将来持积极态度

数据24: 对未来经济状况的信心，2015-2020年

消费者信心恢复至新冠疫情发生之前水平至少还需4个月

40和50多岁的消费者对未来更加确定

数据25: 对未来经济状况的信心（按年龄区分），2020年3-4月

私营业主的恢复取决于需求端，而不仅仅是解除封锁

数据26: 对未来经济状况的信心（按工作情况区分），2020年3-4月

国企员工和私营业主为较低线城市催生更多信心

数据27: 对未来经济状况的信心（按城市线级区分），2020年3-4月

对消费支出的影响

疫情爆发的直接影响：在外消费转为居家消费

数据28: 消费变化趋势，2020年2月28日-2020年3月6日

“小享受”将率先恢复

数据29: 消费变化趋势——花费变多了，2019年12月，2020年3-4月

随着经济压力开始显现，大宗消费需更长时间恢复...

不过一旦信心恢复，长期前景仍然乐观

数据30: 消费变化趋势——花费变多了（按经济状况的变化区分），2020年4月

附录——研究方法和缩写

研究方法

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