

消费意愿——四季度更新 - 中国 - 2020年12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



“中国政府采取的一系列经济刺激政策有效地促进了重要经济指标的回升。消费者依旧将存钱作为头等大事，保持谨慎乐观的态度仍是当下的重要主题。然而大家对经济发展的信心明显增强。很多人愿意追求自我享受型的消费，得到高品质的生活方式，获得舒适的消费体验。新冠疫情爆发后，日益兴起的国内免税店和线上渠道为奢侈品品牌创造了新的营销对策。”

— 张鹏俊，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 这是一份季度报告，研究内容包括中国宏观经济环境、消费者财务状况和消费信心。
- 新冠疫情爆发以来中国经济表现如何？
- 新冠疫情爆发以来，消费者的消费信心有何变化？
- 哪些消费群体受到的影响更大，他们的财务规划有何差异？
- 新冠疫情爆发之后，消费者的消费态度如何？
- 公司可从中了解哪些市场机会和商业影响？

2020年第四季度，中国经济强势回弹，GDP（国内生产总值）增长率高达6.5%，比去年同期提高6个百分点。回望2020年，中国全年GDP增长率达到2.3%，彰显出强大的经济发展活力。中国可能成为2020年全球唯一保持正增长的主要经济体，而且非常有可能引领2021年世界经济的发展。

2021年，中国消费者的生活将恢复常态。英敏特研究发现，尽管为将来储蓄仍是中国消费者的要务，但是他们不会放弃追求自我享受的消费行为。随着消费者对自身经济状况更有信心，他们越来越追求高品质生活，维持他们原有的品牌选择。谨慎的乐观主义依旧当下的主题，2021年也会如此。

尽管疫苗正在研发中，但是消费者依旧注重身心健康和社交距离。诸多在新冠疫情中损失严重的行业都在探索新的商业模式。影院需要把自己重塑成线下聚集场所和社交空间。科技行业将致力于提供让消费者感到更安全、更健康的产品和服务。旅游行业将利用新的商业模式来自救，如推出与旅游相关的订阅服务。此外还有很多发展迅猛的行业，如在线医疗、在线学习和网络直播。这一趋势不仅会改变消费者的生活方式，也会掀起创业和商业模式创新的浪潮。

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

消费意愿——四季度更新 - 中国 - 2020年12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

报告定义

综述

新冠疫情对消费意愿的影响

数据1: 新冠疫情对消费意愿的短期、中期和长期影响, 2020年12月

强劲恢复力显现

数据2: 主要经济指标汇总, 中国, 2020年1-12月

数据3: 中国消费品零售总额月度增长, 2018年3月-2020年12月

数据4: 零售总额增长(按主要行业区分), 2019年-2020年12月

对消费意愿的影响

存钱之余愿意消费

数据5: 当前财务状况, 2016-2020年

收入结构进化带来潜在收入的增长

数据6: 新冠疫情爆发后收入来源的变化, 2020年5月-2020年10月

直面暂时困难, 相信未来发展

数据7: 对改善未来经济状况的信心, 2016-2020年

先为明天存钱, 其后报复性消费

数据8: 未来12个月的财务规划——%非常重要, 2019年12月-2020年10月

消费模式趋于谨慎, 各种销售渠道日益涌现

数据9: 过去3个月的奢侈消费, 2020年10月

奢侈消费态度转变

数据10: 出国旅游安全前后对在国内免税店购买奢侈品的态度, 2020年10月

数据11: 奢侈消费偏好, 2020年10月

数据12: 对奢侈品支付方式的态度, 2020年10月

新冠疫情: 中国市场情况简述

更新于2020年1月24日

数据13: 对感染新冠病毒的担心, 中国, 2020年2月-2021年1月

经济现状

中国经济保持稳步复苏

数据14: 中国GDP季度增长, 2000年第一季度-2020年第四季度

PMI达到全年最高点

数据15: 月度PMI, 中国, 2018年1月-2020年12月

进出口贸易保持稳定增长

数据16: 进出口总额增长, 中国, 2007年1月-2020年12月

失业率回落至新冠疫情前的水平

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

消费意愿——四季度更新 - 中国 - 2020年12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17: 月度城镇调查失业率，中国，2018年1月-2020年12月

CPI波动但未来形势乐观

数据18: CPI，中国，2000年1月-2020年12月

可支配收入增长推动消费支出

数据19: 人均可支配收入增长（经价格调整），中国，2019年第一季度-2020年第四季度

第四季度零售总额稳步提升

数据20: 中国消费品零售总额月度增长，2018年3月-2020年12月

第四季度概况

2020年概况

数据21: 零售额增长率（按主要行业区分），中国，2019年-2020年12月

英敏特对2021年的预测

目前经济状况

存钱之余愿意消费

数据22: 目前财务状况，2016-2020年

一线城市能够推动消费

数据23: 目前经济状况（按城市线级区分），2020年10月

私营经济繁荣发展

数据24: 目前经济状况——%表示“我每个月都能存下不少钱”和“我每个月能存点钱，但是不多”（按公司/机构性质区分），2019年12月-2020年10月

收入变化

主要收入来源增长前景向好

数据25: 新冠疫情爆发后收入来源的变化，2020年5月-2020年10月

低线城市工资收入回升最快

数据26: 新冠疫情爆发后工资收入变化（按城市线级区分），2020年5-10月

新冠疫情促使收入结构变化

数据27: 新冠疫情爆发后兼职工作的变化（按代际区分），2020年10月

对未来财务状况的信心

直面暂时困难，相信未来发展

数据28: 对未来经济状况的信心，2016-2020年

谨慎的乐观主义

数据29: 对未来经济状况的信心（按目前经济状况区分），2020年10月

家庭是消费信心的支柱

数据30: 对未来经济状况的信心（按婚姻状况区分），2019年12月-2020年10月

财务规划

先为明天存钱

数据31: 未来12个月的财务规划——%非常重要，2019年12月-2020年10月

报复性消费有利于提振安慰式消费意愿

数据32: 未来12个月的财务规划——%非常重要（按就业状况区分），2020年10月

90后活在当下，70后适度放纵

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

消费意愿——四季度更新 - 中国 - 2020年12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33: 未来12个月的财务规划——%不重要（按代际区分），2020年10月

奢侈消费

半数以上消费者保持谨慎的消费模式

数据34: 过去3个月的奢侈消费，2020年10月

“她经济”驱动奢侈消费

数据35: 过去3个月的奢侈消费（按性别区分），2020年10月

强大的信心推动奢侈品购买力

数据36: 对未来的信心（按过去3个月奢侈消费区分），2020年10月

对奢侈消费的态度

何处购买——国内免税店成为全新选择

数据37: 国际旅行受限前后对在免税店购买奢侈品的态度（按婚姻状况区分），2020年10月

购买什么——国外品牌依旧的首选

数据38: 奢侈消费偏好（按个人月收入区分），2020年10月

数据39: 奢侈消费偏好（按城市线级区分），2020年10月

数据40: 对奢侈服务和奢侈品消费的态度（按个人月收入和城市线级区分），2020年10月

如何购买——有预算的一次性付款

数据41: 对奢侈消费的态度（按代际区分），2020年10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