



“解码”中国消费扩容提质五大趋势

在消费市场加速提质扩容的大背景下，梳理我国消费市场发展趋势对于探究我国消费市场发展脉络、了解消费者需求、加速我国消费市场机制改革具有重要意义。本文从我国消费市场五大趋势出发，为您“解码”中国消费市场。

作者：刘竹波

电话：(010) 58532877

邮箱：xhsfinance@163.com

编辑：张 骐

审核：杜少军

官方网站：cnfic.com.cn

客服热线：400-6123115



目录

趋势一：开放政策助力消费升级，跨境电商模式成为“大赢家”	4
趋势二：“下沉市场”潜力大，发力移动端和结构升级.....	4
趋势三：海外零售商“水土不服”，零售数字化趋势兴起	5
趋势四：“她经济时代”来临，不容忽视的女性力量.....	6
趋势五：“银发经济”呼唤消费业态升级.....	6

图表目录

图表 1：消费是我国经济增长第一拉动力.....	3
图表 2：我国社会消费品零售总额增速高.....	3
图表 3：2018 年县域地区进口消费金额 20 强及全国各级城市人均消费金额对比	5
图表 4：我国老龄化程度日益加深.....	7

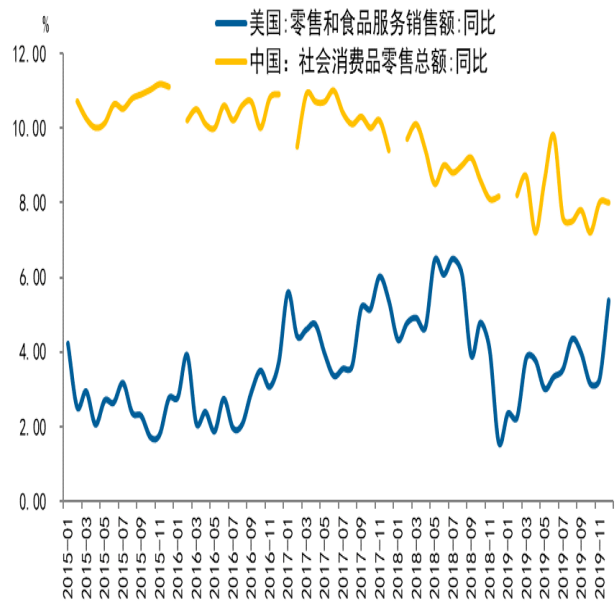
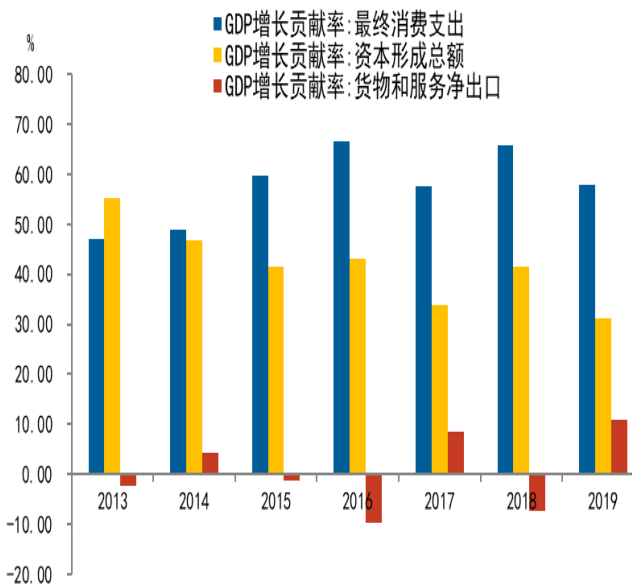
“解码”中国消费扩容提质五大趋势

日前，国家发展改革委等23个部门联合印发了《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》，提出要从市场供给、消费升级、消费网络、消费生态、消费能力、消费环境等六个方面促进消费扩容提质，我国消费市场迎来政策利好。

近年来，中国消费市场供给日益丰富，市场规模不断扩大，2019年我国社会消费品零售总额41.16万亿元，同比增长8%。2019年最终消费支出对GDP增长贡献率为57.8%，消费连续6年成为中国经济增长的第一拉动力。据世界银行统计数据显示，中国最终消费支出在全球的占比从2007年的5.5%增至2017年的10.9%，超越日本、德国，成为仅次于美国的全球第二大消费支出国。在增长趋势方面，我国社会消费品零售总额同比增速显著高于美国，说明我国消费市场潜力巨大，消费作为国民经济发展压舱石的作用日益突出。

图表 1：消费是我国经济增长第一拉动力

图表 2：我国社会消费品零售总额增速高



来源：wind

在消费市场加速提质扩容的大背景下，梳理我国消费市场发展趋势对于探究我国消费市场发展脉络、了解消费者需求、加速我国消费市场机制改革具有重要意义。因此，本文从我国消费市场五大趋势出发，为您“解码”中国消费市场。

趋势一：开放政策助力消费升级，跨境电商模式成为“大赢家”

在我国，持续的开放政策正推动我国消费市场成为全球重要的增长极。我国积极调整关税，不断降低外国商品进入中国的门槛，截至2019年，我国关税总水平已由加入世界贸易组织时的15.3%下降至7.4%，2019年《贸易便利化协定》措施年底实施率已达96.2%，消费品进口连续4年保持两位数以上增长。同时，中国正大幅缩减进口配额限制的商品种类，努力提升贸易便利化水平。2019年11月，第二届中国国际进口博览会成功举办，累计意向成交711.3亿美元，比首届增长23%。自2015年国家批准首个跨境电商综合试验区后几经扩容，目前，我国的跨境电商综合试验区已达59个。据商务部2019年7月发布的《主要消费品需求状况统计调查分析报告》显示，供给方和消费者增加进口意愿在增强。在消费升级的趋势下，消费者对不同细分品类的关注点也呈现出了新的特点。阿里、德勤和中国国际商会一项联合研究表明，安全、品质、设计成为了今年消费者进口消费的关键词。

受开放政策和数字化浪潮的影响，我国消费品品类、数量等日益丰富，一批传统外贸企业加速转型升级，其中，以跨境电商为代表的新模式成为我国消费市场开放“大赢家”。据中国海关跨境电商管理平台数据统计，从2015年到2018年间，中国跨境电商进口消费年复合增长率达76%。最新海关数据显示，2019年，全国通过海关跨境电商管理平台进出口达到1862.1亿元，增长了38.3%。在疫情爆发后，跨境电商也在医疗防护物资调配等方面发挥了重要作用。我国不断调整扩大跨境电商零售进口商品清单，越来越多的国际品牌选择在华首发新品，消费增长的同时也带动了国内消费产业升级。

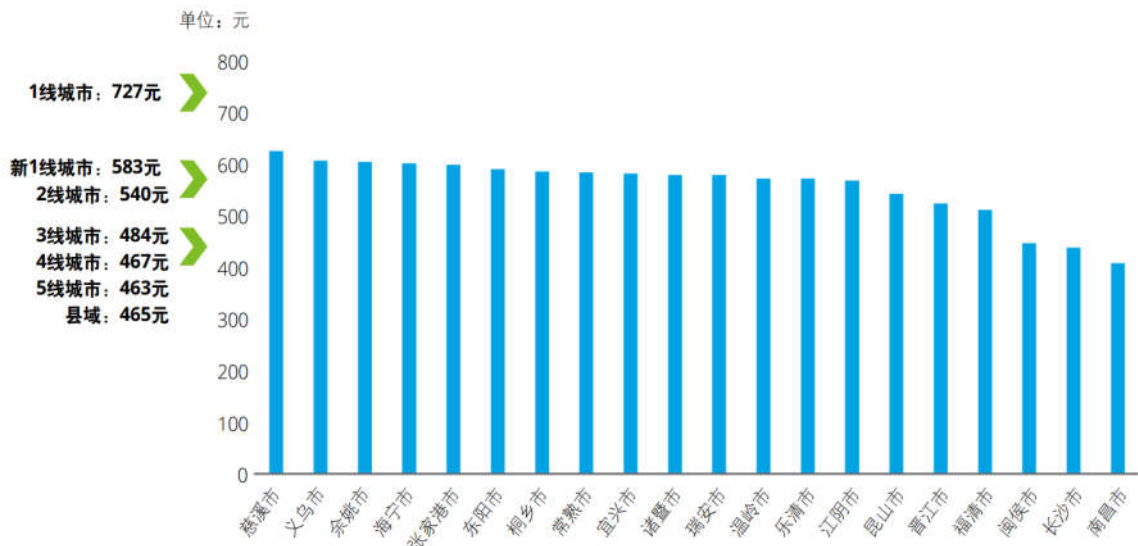
趋势二：“下沉市场”潜力大，发力移动端和结构升级

近年来，我国城镇化率水平不断提高，中小城市及县域等下沉市场消费潜力也正在逐步释放。拼多多、快手、趣头条等主打下沉市场的APP迅速崛起，京东大数据也显示：低线级城市的消费总额增速快于高线级城市，四五线城市的消费总额增速领跑其他线级城市，京东平台中县域消费总额一直以高于平台整体的速度增长，下沉市场具有强大的消费潜力。

通过梳理，我们发现“下沉市场”具有以下特点：一是消费市场覆盖范围广，市场基数大。根据《2019年中国中小城市高质量发展指数研究》，截至2018年底，以3至5线城市和县域地区为代表的中小城市直接影响和辐射的区域，占国土面积91.3%，占全国总人口的73.7%，2018年经济总量达到50.1万亿元，占全国经济总量55.64%，下沉消费市场空间较为广阔、市场基数大，受减税、棚改等政策影响，下沉市场消费者收入也不断提高。二是移动端用户规模可观，娱乐资讯类等行业渗透率高于一二线城市。截至2019年3月底，淘宝天猫移动月度活跃用户达到7.21亿，比去年同期增加

1.04亿，其中有77%来自3至5线城市和县域地区。根据易观数据统计，2019年，下沉市场在短视频平台、综合电商平台、聚合资讯等行业的活跃人群渗透率均高于一二线城市。三是消费结构正在升级，不再仅仅关注低价产品。虽然下沉市场对于价格的敏感度要高于一二线城市，但对于质量品质、口碑、服务等方面的关注度呈现不断上升趋势。同时，随着物流、互联网等基础设施的完善，下沉市场进口消费规模也在不断增长。据天猫国际数据，从用户人均支付金额来看，县域地区用户人均消费金额由2014年的395元增至2018年的465元。在2018年县域进口消费金额20强中，有17个县级市的人均消费金额已赶超新一线和二线城市的平均水平。

图表 3：2018 年县域地区进口消费金额 20 强及全国各级城市人均消费金额对比



来源：天猫国际、德勤

趋势三：海外零售商“水土不服”，零售数字化趋势兴起

尽管Costco落户上海便取得了不错的成绩，但大部分海外零售商在中国依然遭遇了“水土不服”。继苏宁收购家乐福、物美收购麦德龙后，英国老牌零售巨头TESCO宣布已将其与华润合资公司的20%股份售予华润的一家子公司，Tesco彻底退出中国市场。此前，经济学家宋清辉评论称，国外老牌零售大卖场不适应国内的消费习惯。比如国内年轻消费者更喜欢即时消费、多频次手机下单，而不再喜欢开车去实体大卖场一次性采购很多。国内消费者对于商品的要求也从追求丰富度转向了追求更个性化和更精致化，并且国内消费者习惯了免费会员制。

与海外零售商“水土不服”相对应的是国内企业纷纷开拓数字化零售新场景，尤其是在“新基建”浪潮下，利用大数据、物联网、5G等技术升级转变零售场景与消费模式。本土零售及电商企业

正不断致力于基于数据链，通过场景、互动、连接、体验等提高品牌粘性，进而为顾客提供个性化的场景及体验模式。“一小时场景生活圈”“零售+餐饮”“智慧门店”等新模式、新体验层出不穷。德勤和中国连锁经营协会近日一项联合调研结果显示，83%的零售企业对未来发展计划包括了发展线上销售渠道，加快线上线下整合、68%的企业表示要加强数字生态化建设，构建一体化的营销体系。此外，疫情冲击下，越来越多的零售企业开始重视到家业务和社区便利业态，社区零售场景将成为重要的流量入口。依托数字化基础设施的发展，多业态融合趋势明显，基地农业、C2M定制商品等围绕消费升级的新业态层出不穷，零售数字化趋势的兴起也带动了传统产业的升级。

趋势四：“她经济时代”来临，不容忽视的女性力量

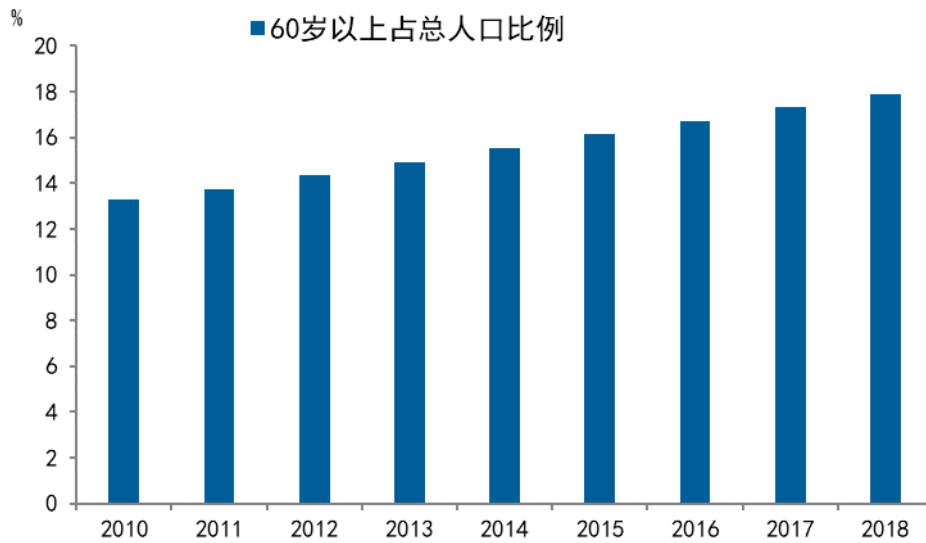
据统计，我国20-60岁之间的女性消费人口达4亿人，埃森哲预计我国女性消费市场体量达10万亿元，接近德法英零售市场总和。女性消费者不仅体量及消费规模数量庞大，在家庭消费领域的主导作用也十分突出。有研究表明，全国75%家庭总消费由女性决策，50%的男性定位产品由女性购买。京东近期发布的《2020女性消费趋势报告》显示，“居家型”女性对家人的伙食和健康“两手抓”，疫情期间猪牛羊肉、禽肉蛋品、保健器械、电烤箱等商品女性成交额高速增长。

此外，女性消费者“悦己型”需求也不断提升，疫情期间瑜伽垫、身体护理等需求同比增速分别为142%、117%。2019年全年，我国社会消费品零售总额411649亿元，同比增长8.0%，其中，以女性消费力量为主的化妆品零售额为2992亿元，同比增加12.6%。在进口消费领域，女性力量依然不容忽视，天猫国际数据显示，2018年，女性进口消费额占到了全国的73%，30-59岁女性为跨境电商消费主力，90后再消费金额占比中逐渐提升，成为新的增长动力。与此同时，分期消费成为新的消费体验。考拉数据显示，50%女性分期免息购买电子美容仪，41%的女性分期购买健身环，29%女性分期购买宠物智能喂养设备。女性对自己、家人，甚至对宠物及环境的关注在我国消费升级过程中发挥着越来越重要的作用。

趋势五：“银发经济”呼唤消费业态升级

我国“银发群体”不断扩大，2018年，60周岁以上人口占我国总人口比例为17.9%，到2018年末，中国60周岁及以上人口首次超过了0-15岁的人口。全国老龄工作委员会办公室数据显示，2035年前后中国老年人口占总人口的比例将超过1/4，2050年前后将超过1/3，老龄化程度的加深为医疗、养老、健康、旅游等细分领域带来新的增长点。

图表 4：我国老龄化程度日益加深



来源：新华财经

当前，老年消费者对于消费品质、便利等方面的需求成为消费升级的重要动力。据艾媒咨询《2019中国银发经济消费研究报告》数据，城镇老年人口中，中等收入（家庭月收入4000-10000元）占比最多且呈增长趋势，29%的50-60岁人口和36%的60岁及以上老人拥有多套住房。我国老年群体不仅可支配收入较为稳定，且拥有相对充足的闲暇时光。

根据携程数据，近年来，我国老年人旅游市场消费升级趋势明显。跟团旅游时，超过85%的老年人选择四钻和五钻型产品，老年人对团游的品质要求越来越高。定制游、私家团等更为注重服务品质和个性化的需求方式也越来越受欢迎。携程数据显示，2018年定制游人群中55岁以上游客占比16%，老年游客预订私家团人数翻倍，占比达10%。中国连锁经营协会《2018-2019年度中国购物中心消费者洞察报告》也显示，2018年，50-55岁购物中心消费者人气更高，客群人气指数上升2.4，上升最快；他们更愿意花钱，消费意愿指数上升7.1，上升最快。

与旺盛的需求相对应的，“银发客群”对于硬件、品牌服务等方面的需求没有得到较好的满足。例如我国购物中心等消费设施适老化程度严重不足，如未配备必要的健康保健设施、公共休息区域不足、指示牌字体过小等。围绕老年群体的学习娱乐、健康医养等供给不充分，某些城市的老年大学“一位难求”、老年公寓“一床难求”。面对银发经济浪潮来袭，除了尽快完善相关产业政策外，完善产业供给链，加强消费市场转型升级是关键。

重要声明

新华财经研报由新华社中国经济信息社发布。报告依据国际和行业通行准则由新华社经济分析师采集撰写或编发，仅反映作者的观点、见解及分析方法，尽可能保证信息的可靠、准确和完整，不对外公开发布，仅供接收客户参考。未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复制、刊登、转载和引用。