

消费

场景

IP

直播

新消费引爆新增长

——复合消费场趋势报告

CBN DATA

第一财经商业数据中心



阿里妈妈

© 2019 CBNData. All rights reserved.



TABLE OF CONTENTS 目录



■ 第一部分：背景

- 消费者需求扩大
- 渠道选择多元化

■ 第二部分：新消费催生复合消费场

- 复合消费场时代，品牌迎来新挑战
- 内容是品牌攻克挑战的“C位利器”

■ 第三部分：内容赋能，为品牌注入活泉之水

- 优质的渠道：多元内容组合，“广度+深度”蓄水
- 硬质的内核：黄金内容——IP，赋予品牌“高流量+强裂变”
- IP消费影响力榜单



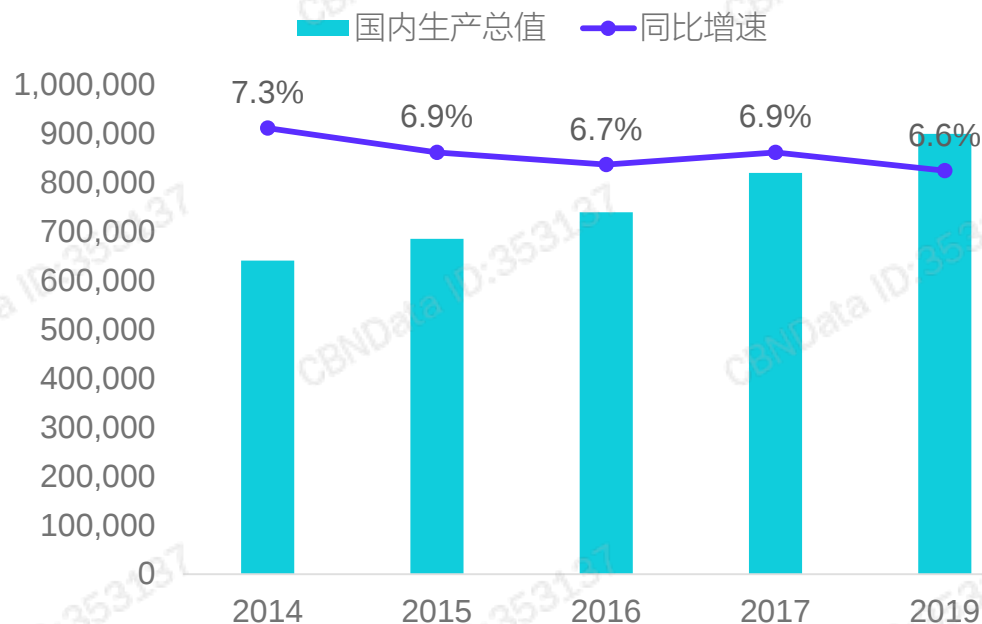
CHAPTER ONE

背景

我国经济保持稳定增长态势，消费能力与需求不断扩大

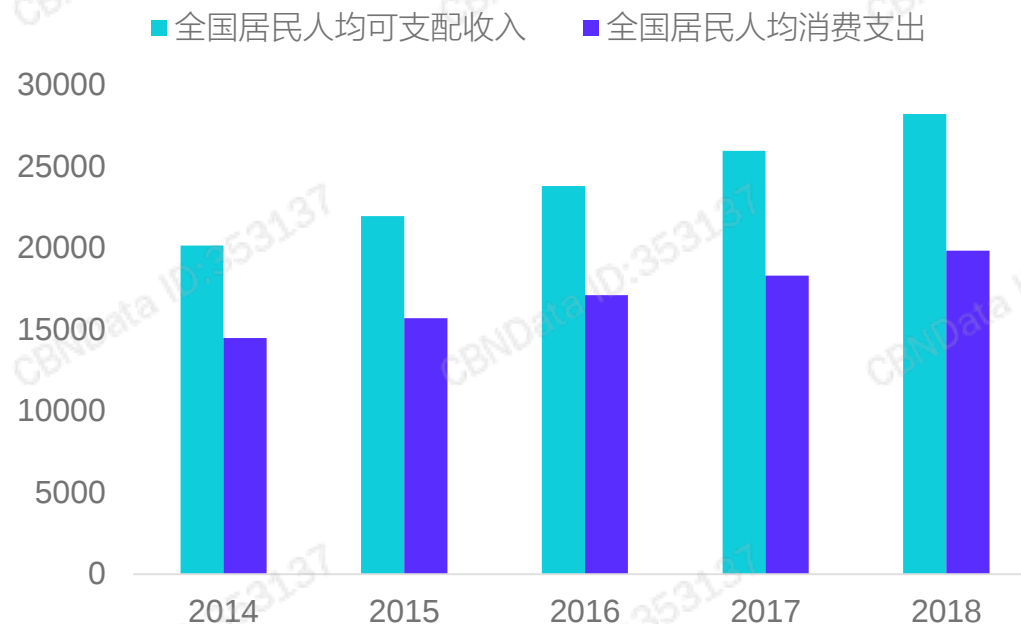
我国国内生产总值保持稳健提升的趋势，同比增速依旧保持在高位。居民人均可支配收入和消费支出持续提升，消费能力与需求不断扩大。

2014-2019国内生产总值及同比增速



数据来源：国家统计局

2014-2018年居民人均可支配收入及消费支出

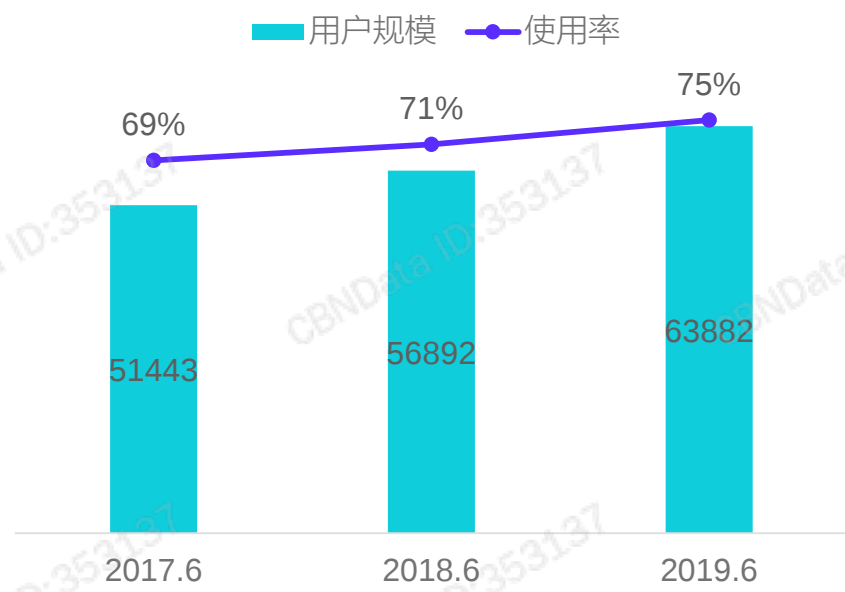


数据来源：国家统计局

购物途径愈发丰富，信息与消费渠道更多元，促使新消费的诞生

网购已成消费者的日常，中国网络购物使用率达到近八成，且呈现稳步提升的趋势。与此同时，在消费的各个环节中，各类线上与线下渠道为消费者提供大量信息获取与商品购买的选择，“碎片化”购物成为常态。

2017.6-2019.6中国网络购物用户规模及使用率



数据说明：使用率指的是网络购物用户占整体网名的比例
数据来源：CNNIC中国互联网络发展状况统计调查

面对消费路径中大量的信息与转化渠道，消费者购物场景碎片化

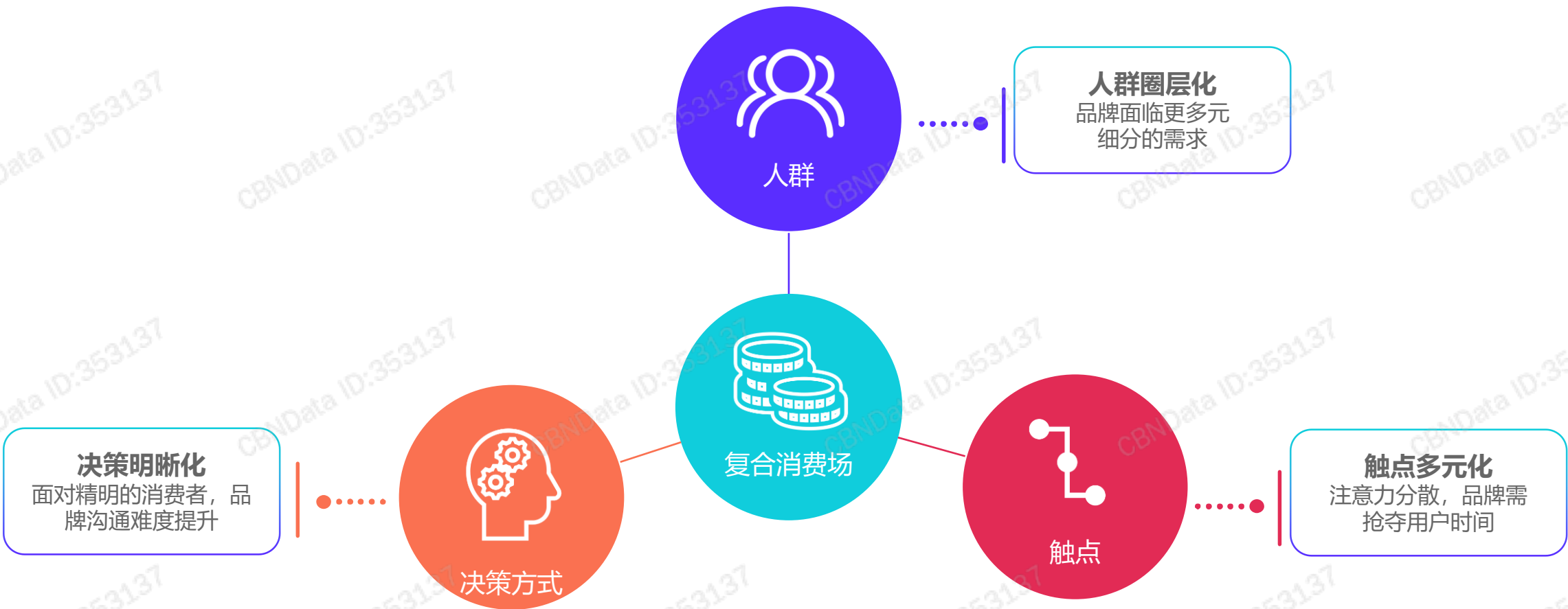


资料整理自波士顿咨询 × 阿里研究院 《中国消费新趋势》

CHAPTER TWO

新消费催生复合消费场

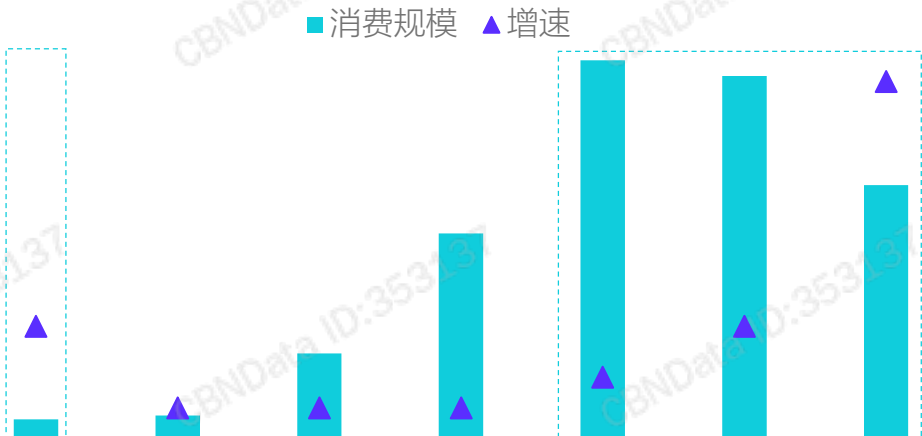
复合消费场时代来临，为品牌营销带来挑战



复合消费场时代下，新兴消费圈层涌现，需求愈加多元

复合消费场中，一些不曾在舞台中心的人群爆发出不容小视的消费潜力，需求呈现多元化。Z世代为兴趣而持续剁手，单身人群既迷恋宠物的陪伴，也享受一人“食”光；而新银发族积极触网的同时，也不忘探索世界之美。

MAT2019线上不同代际消费规模及增速



新兴圈层举例



Z世代
兴趣导向的“圈内”人士

电竞爱好者超六成为Z世代

盲盒消费同比增速近500%



80后90后
“独乐乐”单身人群

80-90后养宠物人群占比超过70%

线上“一人食”方便速食品类80后90后消费占比超过八成



新银发族

积极触网66%

探索世界NO.2

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16994

