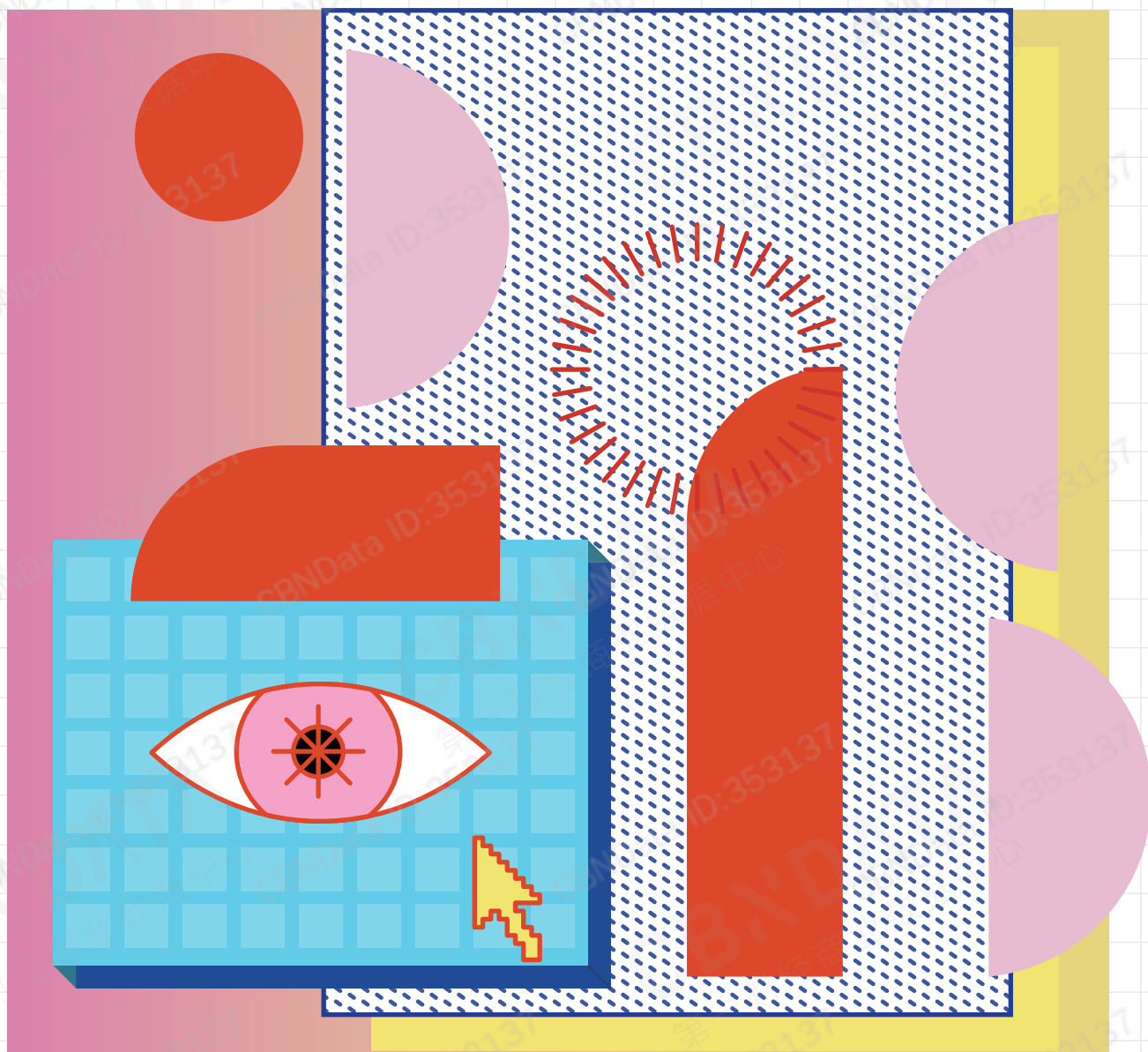




CBNData Annual Report

崛起的年轻消费力

2018 中国互联网消费生态 大数据报告

目录 Contents

综述

2

Part 1 年轻消费者成长为互联网经济新势力

15

1.1 2018中国互联网大事记

1.2 90后推动互联网产业不断突破

Part 2 认识互联网时代的中国年轻消费者

26

2.1 年轻人的职业观

2.2 年轻人的生活观

2.3 年轻人的消费观

Part 3 中国年轻消费力推动下的互联网经济

48

3.1 原创消费大众化

3.2 内容付费多元化

3.3 颜值经济爆发

3.4 粉丝经济迭代

3.5 陪伴式消费崛起

3.6 社交垂直化

3.7 租生活常态化

3.8 懒人经济进一步渗透

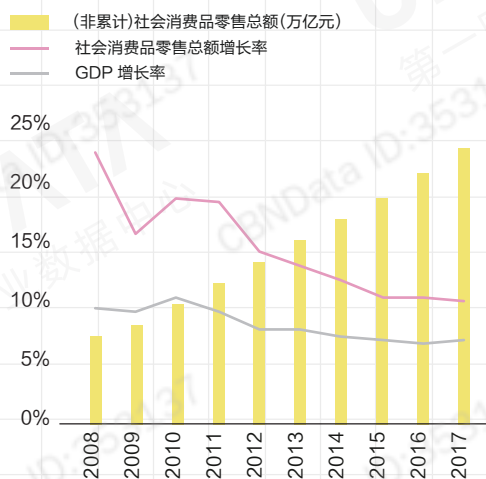
Part 4 新生代、新科技驱动互联网经济新增长

99

综述

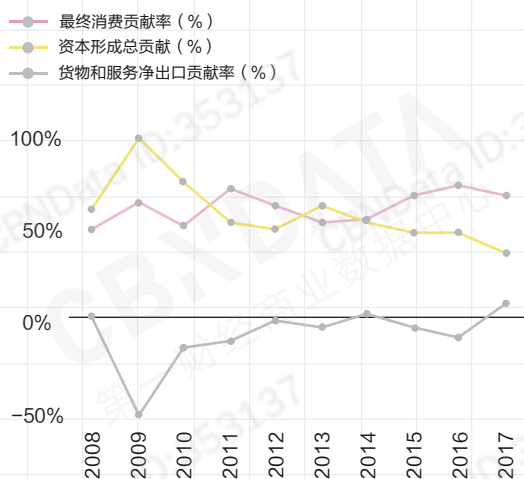
2018年是中国经济发展的关键大年。在经历了自1978年改革开放以来40年的沉淀与积累、GDP连续数十年高增长之后，中国经济进入了向高质量发展的新常态。中国经济体量在2010年首次超过日本，跃居世界第二，并开始了从追求发展速度向追求发展质量的转变。我们认为，一个健康、稳定、可持续发展经济体的重要标志之一，是最终消费支出对经济增长的贡献。

图1. 2008-2017年中国社会消费品零售总额及增速



数据来源：国家统计局

图2. 2008-2017年“三驾马车”对我国GDP增长的贡献率



数据来源：国家统计局

近年来，我国居民消费总体规模不断扩大，社会消费品零售总额增长保持双位数，一直领先于GDP增速。2017年全国社会消费品零售总额达36.6万亿元，较2009年增长近2倍（见图1），消费对经济增长贡献率稳定保持在45%以上（见图2）。在2018年上半年，消费对经济增长贡献率更是达到了78.5%，比上年同期提高14.2个百分点。可以说，刚刚过去的十年是中国经济迈向消费拉动增长的关键十年，是中国消费者切实享受到改革开放红利的十年，也是一个见证国民消费里程碑式发展的十年。

随着我国中等收入群体不断扩容，巨大的消费升级需求还将持续释放。那么，是哪些因素促成了中国经济的消费转型和升级呢？首先，是国民收入的稳步增长。据美国波士顿咨询集团（BCG）估计，中国中产（每月可支配收入1.2万-2.2万元）及富裕（每月可支配收入2.2万元以上）家庭的数量，预计在2026年将达到1亿户。其次，是消费意愿的增强。社会保障政策的不断出台，让人民深刻体会到基础生活得到保障的安全感，从而有更强的消费意愿。最后，是互联网等基础设施的不断完善。互联网产业的飞速发展在中国经济的消费升级中起到了决定性的作用。

过去十年，是中国互联网产业迅速、全面、深度渗透到中国消费生活的十年。科技的发展打开了“互联网+商业”的无限想象空间，改变了人们从社交到娱乐的生活习惯、从购物到饮食的消费习惯。2010年智能手机的横空出世以及2013年中国4G网络的出现，标志着移动互联网时代的全面开启。随后，移动互联网技术的发展和智能手机的普及，极大地拓宽了消费场景，带来更为便捷的购物、娱乐和社交体验。据国家统计局数据显示，2017年线上销售对全国社会零售品总额的贡献率达到19.6%，而10年前的2008年，这个数字刚刚突破1%。同时，电商发展带来的技术创新与商业模式红利也已开始惠及中国传统零售行业。刚刚过去的2018双11已经不再只是线上的狂欢，而是全国数十万智慧门店同时参与，线上线下，海内海外的全面融合，“人-货-场”重构的新零售大幕已然全面拉开。

然而，2018年也是一个冷暖交汇的时节。全球经济出现了许多不确定的因素，中国互联网产业在经历了前期高速发展、并购、重组后，在电商、社交、文娱、出行等关键消费领域已形成一定格局，进入了在细分领域寻找增长点、技术突破和产业升级的阶段。

作为长期关注互联网消费领域的大数据研究机构，第一财经商业数据中心（CBNData）的年度报告《中国互联网消费生态大数据报告》一直都为全年的互联网消费发展做出盘点，为下一年的消费市场研究定下锚点。2016年，我们通过对电商消费、社交消费、娱乐消费、休闲消费、内容消费、金融消费、分享经济、地产消费和互联网消费基础设施9大互联网领域的研究，描绘出以消费者需求为运行核心的互

联网消费生态图景，洞察了全新升级的互联网消费生态；2017年，我们聚焦消费升级，从消费观念、商业模式和消费业态三大维度深度洞察消费升级对人、数据和商业的影响，精锐刻画未来中国互联网消费发展趋势；2018年，当最后一批90后全部成年，逐渐成为社会中坚力量时，我们认为应该通过数据更全面、完整地了解这届90后年轻消费者，探索这股日益崛起的年轻力量是如何推动中国互联网的产业发展，又是如何催生更多新的消费需求。

一、90后年轻消费力推动中国经济消费升级

90后年轻消费力正在崛起。他们出生于中国经济腾飞的90年代，受益于改革开放，成长于物质小康、文化氛围开放宽松的环境下，有着更多元的消费观念。当下，他们正值18-28岁的美好年华，部分开始经济独立，但作为真正意义上的“独生子女”一代，也时常有来自父母辈的贴补。他们在互联网时代消费选择丰富的背景下，展现出巨大的消费力。

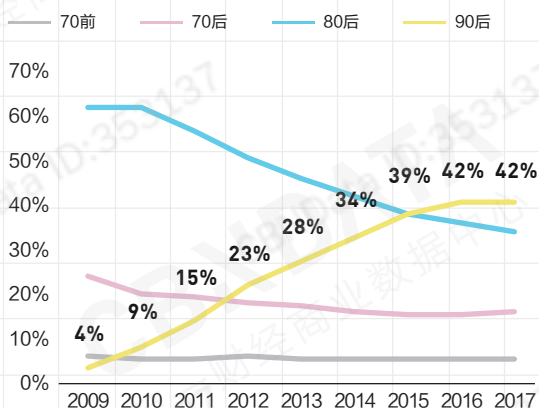
据第六次人口普查数据显示，90后在全国总人口中的占比为14.1%，在互联网人群中占比为28%，但是他们的消费影响力远远超过了其在人口中的比重。CBNData消费大数据显示，80后（29-38岁）是中国互联网消费的中坚力量，90后是新兴力量。从天猫双十一的历年数据看，自2016年起，90后消费者占比就已经开始超过80后（见图3），到2018年更是达到46%。从客单价来看，80后仍是目前最具消费力的群体，但90后的消费力正迎头赶上，95后则在所有消费群体中增速最快（见图4）。

除了网络购物，90后也是文娱、出行、外卖等行业的主要消费群体。CBNData消费大数据显示，2017年90后在现场娱乐消费人群中票房贡献力最强，接近6成。视频娱乐类付费用户中，90后占比最高，接近60%。共享出行领域，90后占比近5成，是最主要的用户群体。而外卖APP用户中，90后占比也接近50%，是消费的主力人群。

因此，作为CBNData的年度研究成果，《2018中国互联网消费生态大数据报告》将聚焦90后年轻

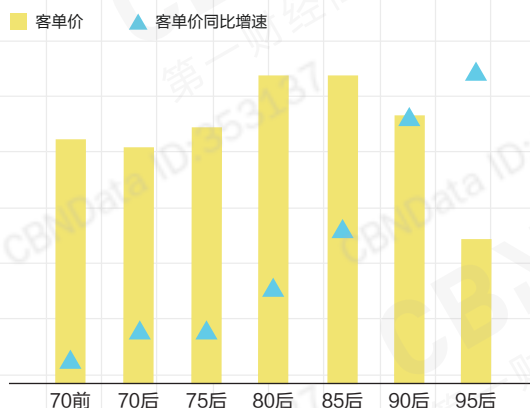
消费力。我们试图从价值观、职业观、生活观和消费观等几方面，还原中国90后年轻消费者的特点。同时，借助大数据的力量，挖掘他们在移动互联网时代快速变迁中所呈现出的消费新趋势。另外，我们与中国互联网行业中走在年轻消费市场最前沿的优秀企业深度对话，聆听企业家们在服务90后年轻消费者的过程中的所观所感，力图描摹出一幅生动立体的90后年轻消费力全景图。

图3. 天猫双11不同年龄段消费者占比



数据来源：《天猫双11洞察：新消费时代到来》

图4. 2017年天猫双11不同年龄段客单价情况



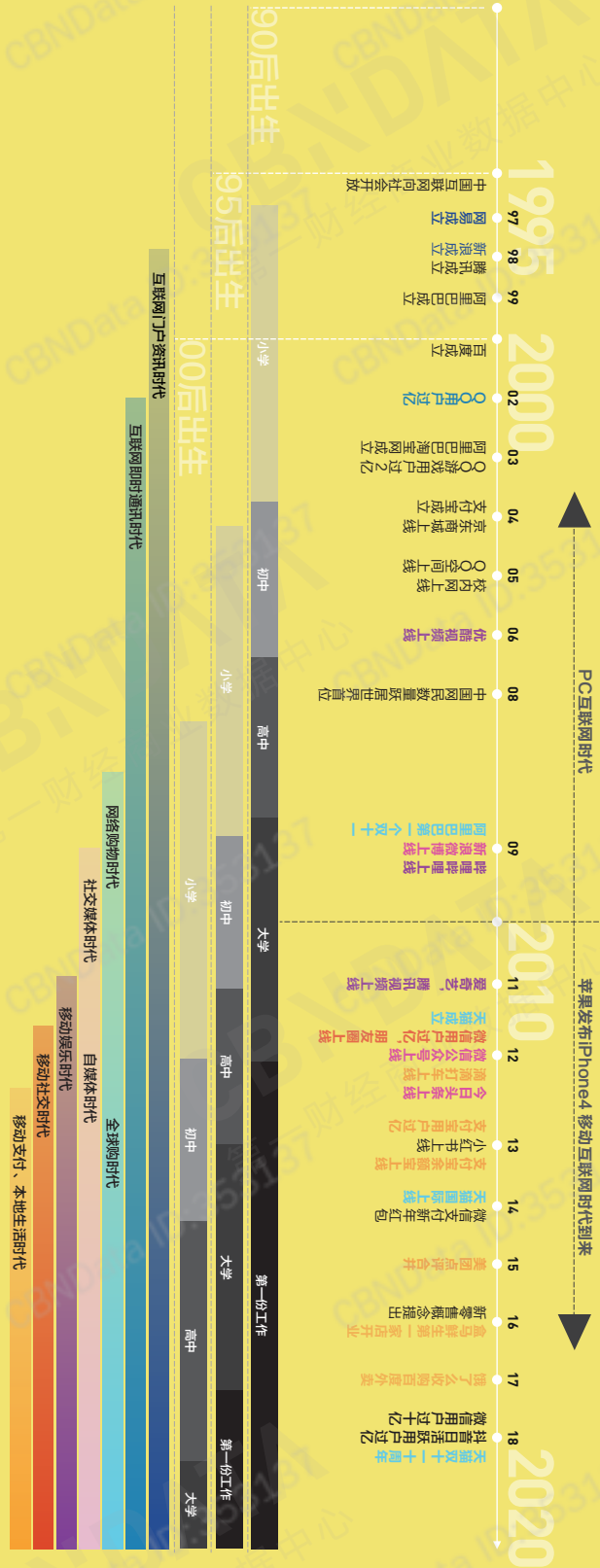
数据来源：《天猫双11洞察：新消费时代到来》

二、认识互联网时代的中国90后年轻消费者

如果用一个最恰当的词来形容这届90后和往届年轻人的不同，那这个词应该是——“自信”。90后的自信有这样几个来源。

首先是经济自信。1990年到2010年的20年间，中国城镇家庭平均收入增长了14倍。90后的童年处于中国普通家庭步入小康生活的时代。物质上的极大丰富改变了他们和“钱”的关系——钱是为了让自己快乐，而不应成为钱的“奴隶”。

图5. 中国年轻人的成长伴随着互联网的发展



其次是心理自信。作为独生子女的一代，他们享受到父母更多的关注，加之90后的父母教育观念的改变，他们主动寻求一种更加开放、双向的亲子关系。这样的爱和关怀，让90后接受到更好的教育，更有安全感，心理也更为自信。

最后是视野自信。90后的成长阶段，也是中西方文化交汇与碰撞的时代。大量国际品牌的涌入，相当数量本土品牌的崛起，为90后打开了认知与消费的视野。同时，随着出国留学人数的增长以及出境人次的提升，90后拥有了无与伦比的视野自信。

经过梳理，我们发现，在这些塑造90后独特性的种种力量中，互联网的作用至关重要。如果想了解为什么90后被称为互联网原住民，只要看一下中国互联网产业发展的这张概览图就会明了（见图5）。当90后步入初中、高中，开始建立自己的价值观和人生观时，正是互联网开始改变中国人获取资讯和进行社交通讯的时代。QQ、MSN等即时通讯工具迅速拉近了人与人之间的距离，QQ空间展现着另一个世界的自我，网络小说收获了大批年轻的读者，网络游戏、漫画则占据了年轻人的休闲时间。而他们的大学时代，恰逢移动互联网时代的来临，网络购物、社交媒体、在线娱乐、移动支付、本地生活从方方面面塑造着这一代年轻人的消费习惯和生活方式。年轻人喜欢变化，工匠当过新鲜事物的特点也后向保

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_17171

