



天猫全球狂欢节
十周年

天猫双11十年洞察 新消费时代到来

天猫 Tmall.com × 第一财经 × CBNDATA

第一财经商业数据中心

目录

前言	2
1.新消费时代：消费升级的真命题	
1.1 消费对国民经济发展的驱动作用进一步增强	4
1.2 升级是新消费的内涵	5
1.3 线上消费是升级的重要推手	7
2.从天猫双11看新消费时代八大趋势	
2.1 新消费群体	11
2.1.1 趋势一：消费代际更迭，产生新的消费需求	11
2.1.2 趋势二：消费地域延伸，更多城市消费潜力被挖掘	14
2.2 新消费内容	16
2.2.1 趋势三：从大众化消费到品质与个性化消费	16
2.2.2 趋势四：从实物消费到服务消费	22
2.2.3 趋势五：从本土消费到消费的全球化	25
2.3 新消费体验	28
2.3.1 趋势六：从PC到无线，消费更加移动化	28
2.3.2 趋势七：物流更加便捷，实现即买即得	30
2.3.3 趋势八：全生态联通，消费场景无处不在	32
3.科技创新驱动的新消费下半场	
3.1 技术创新驱动消费形态变革	35
3.2 供应链改造带来更极致的消费体验	37
3.3 新制造满足更加个性化的消费需求	40
3.4 全球共振进一步延展消费地域	42
结语	46

前言

十年，对于人群来说，是划分代际的一个标尺；对于企业来说，是验证长远战略眼光和生命力的时间尺度；对于国家来说，则可以看到一个完整的经济周期；对于一个购物节日意味着什么呢？

天猫双11，起源于淘宝商城的一个小范围促销活动，经历了十年的发展，成为每年例行的全民购物大狂欢，参与人数从十年前的百万人发展成现在上亿人，成交金额从5200万跃进到上千亿，增长了3000多倍。而据公开资料显示，中国电子商务交易额2009年接近4万亿，2017年约29万亿，增长了超过6倍，同期的社会消费品零售总额增长了1.92倍。

数字的背后，我们看到的是，天猫双11成为中国人迅速全面拥抱互联网生活的一场洗礼。上到七十多岁的老人下到十几岁的孩子，从沿海一线城市的高端白领到西部小乡村的农妇，都开始懂得使用移动互联网工具来采购商品。我们也看到，天猫双11对于商业世界的推动意义。2009年的天猫双11只有27个品牌参与，今年已经增加至18万个。每一个品牌、每一个商家都想出各种营销新玩法，天猫双11几乎集结了最有实力的品牌和最有创意的营销，已经成为商业品牌的奥林匹克。不仅如此，天猫双11也带动支付、物流、技术等基础设施领域的巨大变革，并催生了新产品、新零售、新制造等更多业态的创新。

天猫双11的十年，正好也与智能手机、移动互联网的兴起同步，见证并经历了中国经济的一个完整周期。通过天猫双11可以更清楚地看到，人们购买行为和购买偏好的变化，背后是人间烟火的升级；看到商业模式的演进、品牌行业的兴衰，背后是宏观经济的冷暖。

天猫双11就像是一幕中国十年经济社会变迁的浓缩剧，而数据就是最好的见证。

更重要的是，我们分明看到这部剧的精彩还在继续。天猫双11对于整个消费经济有引领和预见作用，未来的消费趋势和业态已经初见端倪，这些一日千里的消费升级，都表明我们正身处一个全新的时代。我们叫它——新消费时代。

下面就让我们正式拉开帷幕，欣赏这个大数据镜头下的新消费时代。

1

新消费时代 消费升级的真命题

1.1 消费对国民经济发展的驱动作用进一步增强

过去十年，中国经济逐渐步入消费主导的新发展阶段。

一方面，我国居民消费总体规模稳步扩大，2017年全国社会消费品零售总额达36.6万亿元人民币，相较2009年增长了1.92倍，消费品市场稳居世界前列（如图1-1）。

图1-1 2009-2017年全国（非累计）社会消费品零售总额

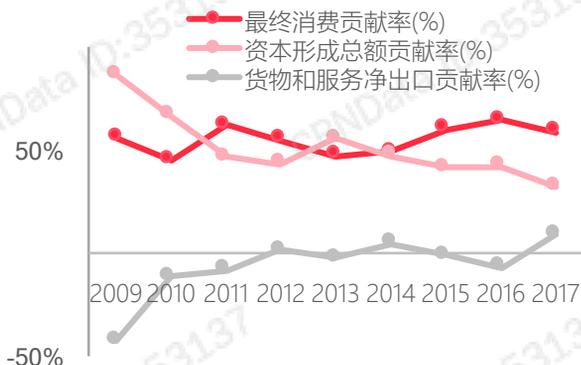


来源：国家统计局 制图：DT财经 CBNDATA

另一方面，消费对我国经济发展的驱动作用明显增强。过去十年，消费对经济增长的贡献率稳定保持在45%以上（如图1-2），2018年上半年，最终消费对经济增长的贡献率更是上升至78.5%。在这期间，我国对外贸易依存度从2009年的43%下降至2017年的34%，回归至加入WTO初期的水平(如图1-3)。以上数据表明，这十年驱动我国经济发展的动能，真实地从外贸转移到了消费。

图1-2 2009-2017年“三驾马车”对我国

GDP增长的贡献率



来源：国家统计局 制图：DT财经 CBNDATA

图1-3 2009-2017年我国对外贸易依存

度变化



来源：Wind 制图：DT财经 CBNDATA

1.2 升级是新消费的内涵

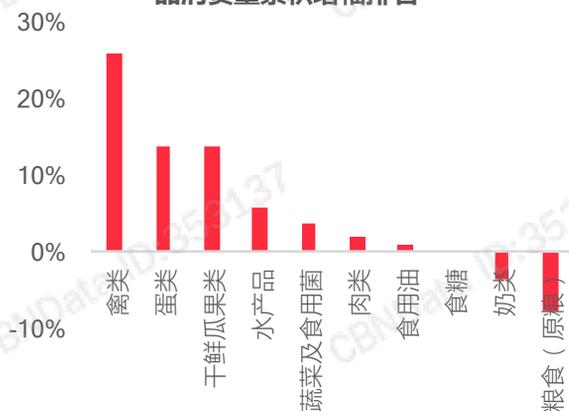
随着我国居民人均可支配收入逐年攀升，数字化推动消费领域变革，我们进入了新消费时代。过去十年全国城镇居民恩格尔系数逐步降低（如图1-4），2017年全国居民恩格尔系数上升至29.3%，进入了联合国划定的20%-30%的富足区间，这同时也意味着大众消费在升级。

图1-4 2009-2017年我国城镇居民家庭恩格尔系数



数据来源：Wind 制图：DT财经 CBNDATA

图1-5 2013-2016年我国城镇居民人均主要食品消费量累积增幅排名



数据来源：国家统计局 制图：DT财经 CBNDATA

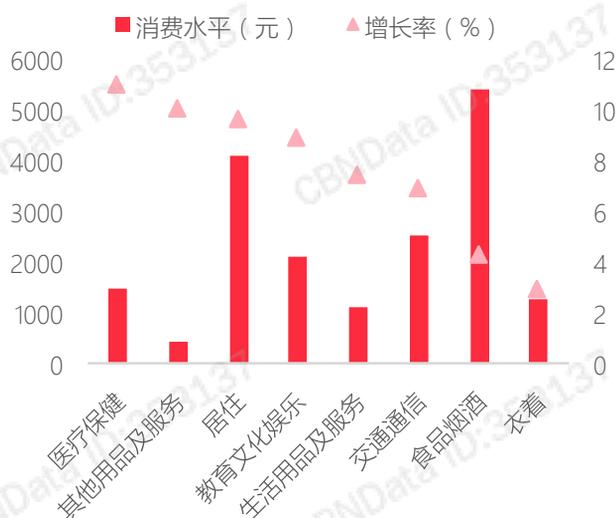
根据居民消费内容的变化，新消费时代的升级主要体现在以下三个方面：

- 从基础消费到品质消费：**随着大众对生活品质提出更高要求，居民消费从满足于“量”的基础性消费转向追求“质”的品质消费。居民更加注重膳食均衡健康，从国家统计局公布的2013年-2016年全国食品消费情况来看（如图1-5），禽类、蛋类、干鲜瓜果、水产品等是累计涨幅最高的品类。酒类市场上，近年来红酒消费增速不断上升，而白酒和啤酒的增速放缓。另根据中国汽车工业协会统计，代表汽车消费品质升级的运动型多用途车（SUV）2018年上半年全国售出496.47万辆，相较2009年同期上涨了18.72倍，远超出基本型乘用车上涨的75.5%。
- 从实物消费到服务消费：**在物质需求被满足后，居民消费逐渐向服务延展。人们越来越愿意为“省时、省事、省力”的服务买单，近年来，在“互联网+”的技术支持下，餐饮、家政、医疗、交通、教育等服务行业形成了新的市场增长点。此外，在越来越注重精神消费的中国消费者推动下，旅游、电影演出、医疗保健等行业蓬勃发展。从国家统计局公布的2017年中国居民

人均消费支出结构来看，医疗保健、教育文化娱乐的同比增长率明显高于衣着和食品烟酒等物质消费（如图1-6）。

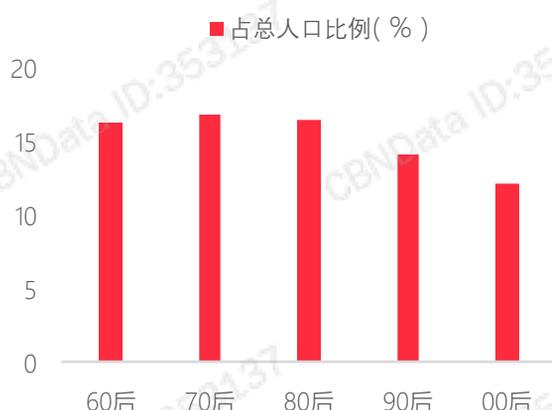
- 从大众消费到个性消费：**过去十年，新生代逐渐成长为最重要的消费群体，个性化、多元化的消费也随之崛起。根据第六次人口普查数据，1990年之后出生人口占全国总人口的比例为26.2%（如图1-7）。他们的成长环境相对富裕，受教育程度提升，高度互联网化，对新兴事物接受能力强，面临更加丰富和多元的商品服务市场，消费需求也更加多样与前沿。

图1-6 2017年中国居民人均消费支出结构



数据来源：国家统计局 制图：DT财经 CBNDATA

图1-7 第六次人口普查中各代际人口数量占比



数据来源：国家统计局 制图：DT财经 CBNDATA

在新消费时代被改变的，不仅仅是消费本身，它作为交系在各个链条上的重要环节，也对上下相连的其他领域产生了重大影响。

一方面，新消费促就了新的生活方式。消费内容与结构的转变，都直接对应居民生活的相关方面，品质消费、服务消费和个性消费的偏好，也即意味着我们生活品质与效率的大幅提升。另一方面，新消费反推商品与服务的提供方做出改变，从B2C转向C2B的新生产模式，打破了投资、生产、营销等环节的传统逻辑，形成新的产业生态。这些变化汇集合力，推动产业结构升级，形成推动经济结构转型升级的重要基础。

1.3 线上消费是升级的重要推手

中国消费全面升级的十年，也正是互联网数字化与线上消费蓬勃发展的十年。

回到2009年，天猫双11才刚刚诞生，线上与线下零售市场竞争割裂。谁也不会想到，随着移动互联网兴起，线上消费的方式与场景不断变革、延展，成为引领升级的主导力量之一。而大数据、云计算等技术的发展将继续推动线上服务、线下体验和物流网络深度融合，为新消费的下半场带来更多想象空间。

1.3.1 线上渠道对消费的贡献逐年提升

来自线上渠道的消费力量不断增强，如实地呈现在统计数据里。

从商务部发布的报告来看，中国电子商务交易总额一直处在高速增长中（如图1-8）。另据国家统计局的数据，2015年-2017年来，全国网上零售额增速持续加快，而实物商品网上销售额占社会消费品零售总额的比重也逐年提升（如图1-9），至2017年，这个比重已达到15%。

图1-8 2011-2017年中国电子商务交易
总额变化

■ 中国电子商务交易总额（万亿元）

图1-9 2015-2017年实物商品网上销
售额占社会消费品零售总额比重

■ 实物商品网上零售额（亿元） ■ 其他（亿元）

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_17181

