



2020品质生活消费洞察 报告

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2020.05

引语

在消费升级的驱动下，消费者开始注重生活品质的提升，精品电商行业由此兴起；据此，极光联合小米有品推出《2020品质生活消费洞察报告》，解析新消费群体价值追求，洞察年轻消费群体需求偏好，并对中国未来社会的新消费趋势做出展望



CONTENTS

- 01 行业概览
电商“后浪”的强势来袭
- 02 人群观察
这届年轻人会享受，更会挑
- 03 消费洞察
我不要你觉得，我要我觉得
- 04 行业展望
新消费时代驱动工业新浪潮



01 行业概览

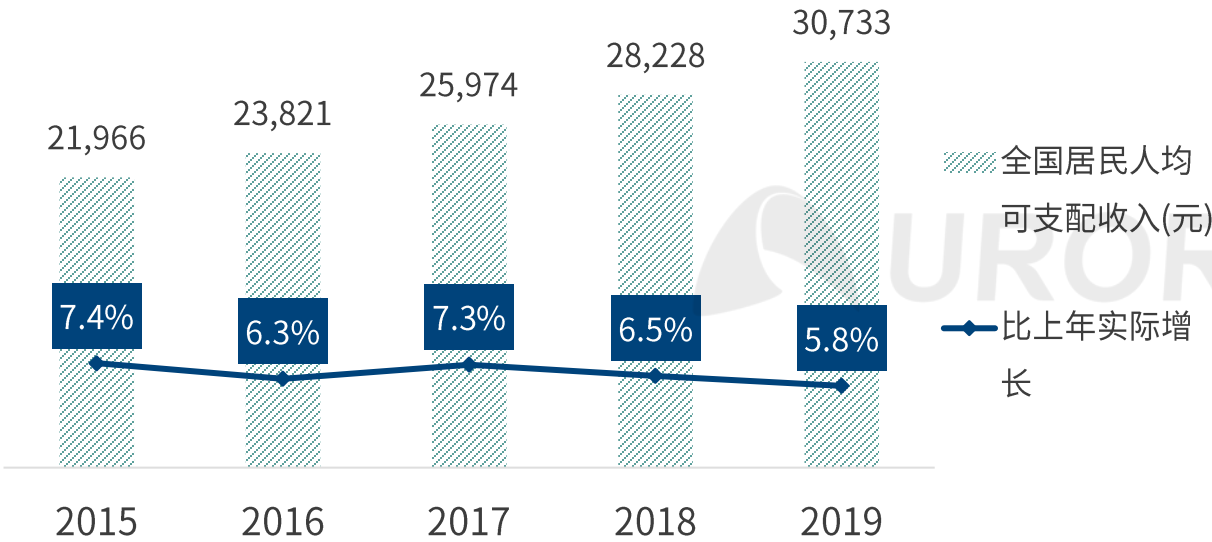
电商“后浪”的强势来袭

用户的消费观渐渐从“量”转变到“质”，线上购物由“必需型”消费向“品质型”消费转变，购物平台“后浪”——【精品电商】由此诞生

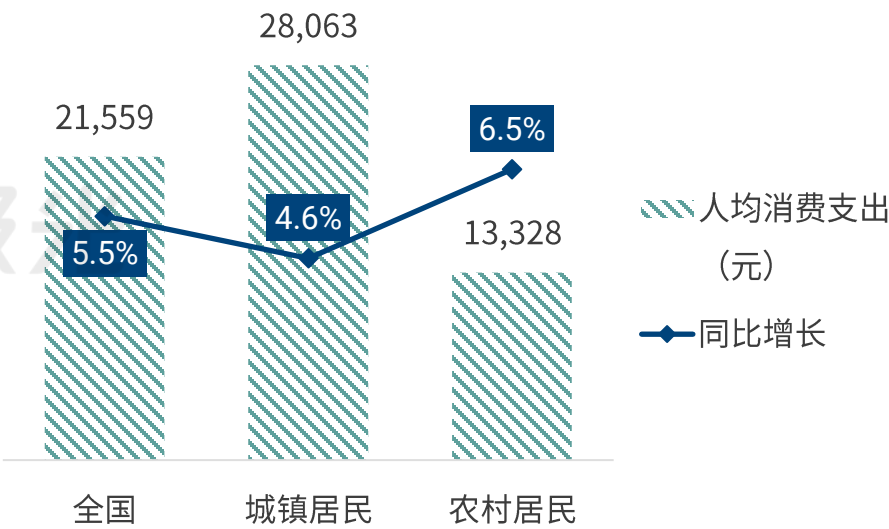
居民可支配收入和实际购买力稳步提升，推动消费升级

- 2019年全国居民人均可支配收入30,733元，同比实际增长5.8%；全国居民人均消费支出21,559元，同比实际增长5.5%，其中农村居民人均消费支出增速快于城镇居民，农村居民逐渐形成强大消费能力
- 可支配收入的稳定提升让人们开始有条件追求高品质的生活，消费升级的趋势日益明显

2015-2019年全国居民人均可支配收入及其增长速度



2019年全国居民人均消费支出



数据来源：统计局网站

消费升级下的理念转变，“品质”与“生活”终于牵手

- 高品质产品注重用户的消费体验和精神愉悦，从产品层面增强用户的幸福感和获得感，从设计层面满足用户在新生活场景下的需求，从服务层面不断提升用户体验，不仅仅收获年轻消费群体的热爱，同时还俘获银发一族的心

深访主要发现



高品质产品用户粘性强

深访研究发现，使用过烘干机的用户一致表示，烘干机可以让家庭远离更多的生活烦恼，而且获得家庭长辈的一致好评

一直用一直爽
烘干机的
“真香”现场



高品质产品能大幅提升生活幸福感

王女士在接受深访的时候说：“烘干机解放阳台的空间，还原客厅的采光，家人和孩子可以更好的享受到阳光，简直是太幸福了”

几千块
烘干机 vs. 几万块
的阳台



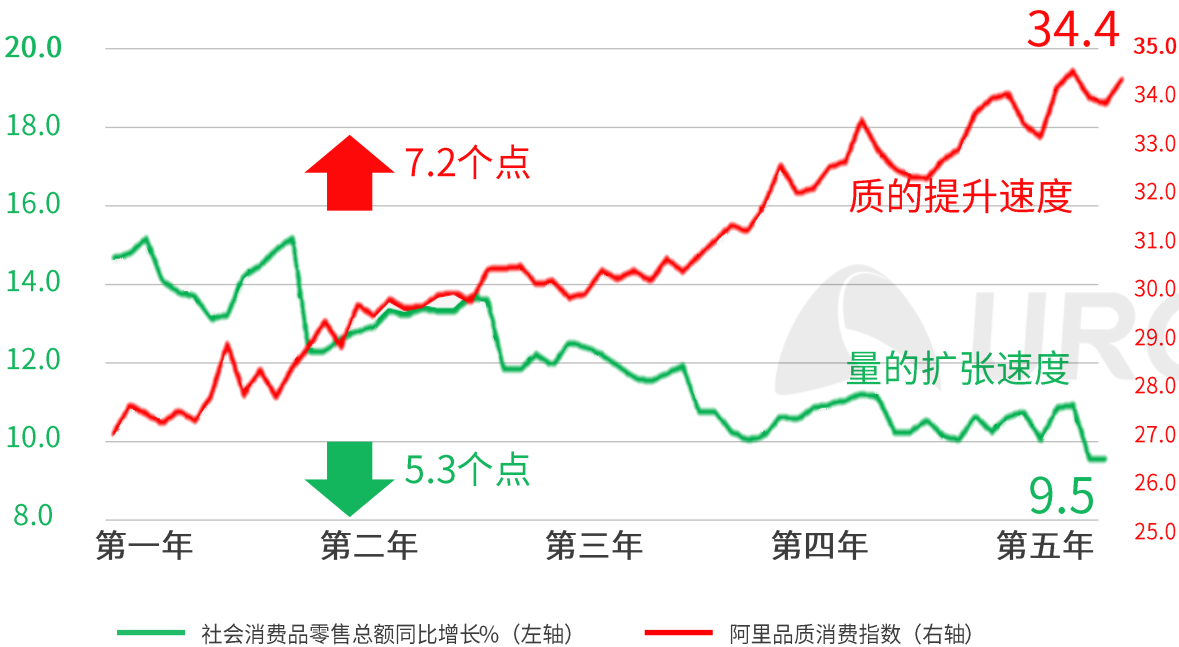
米家互联网洗烘一体机

数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

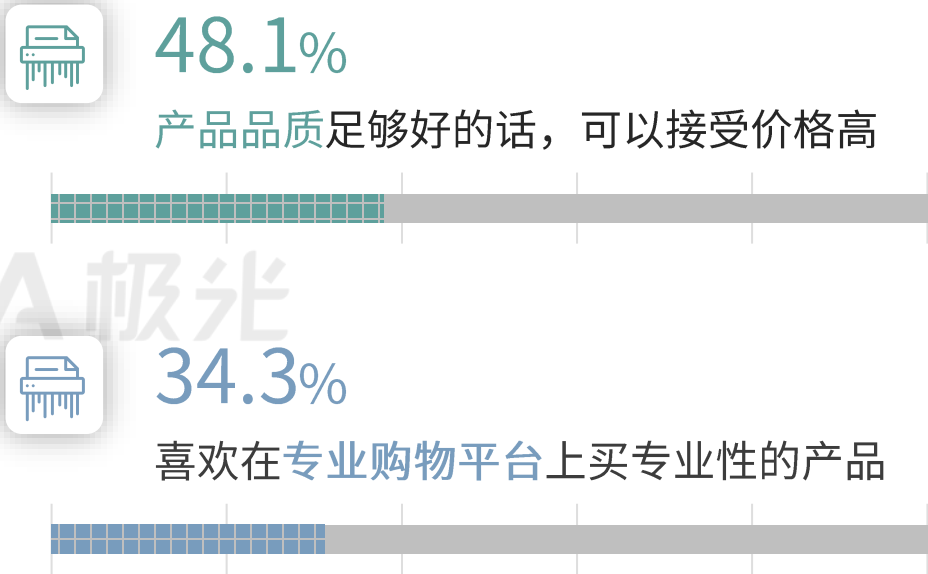
后电商时代，网购与“高品质”不再是对立面

- 调研结果显示，对于线上购物，近一半用户愿意高价购买高品质产品；34.3%的用户喜欢在专业购物平台上买专业性的产品，由此可见，线上购物用户对高品质产品和精品电商平台有着强烈的诉求

社会消费品零售总额增速 vs. 阿里品质消费指数



用户对线上购物的态度

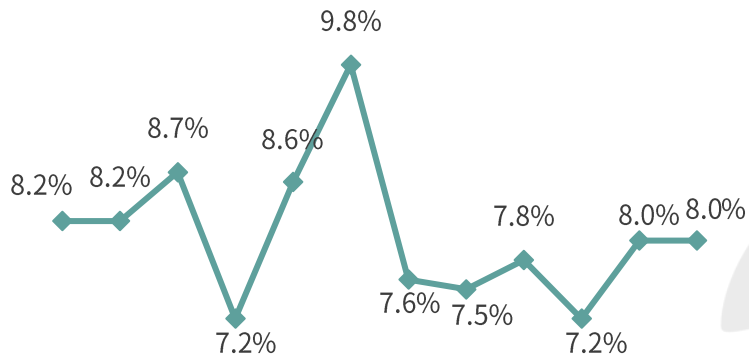


数据来源：极光调研(Aurora Mobile, NASDAQ: JG)；国家统计局；阿里研究院

小米有品等精品电商兴起，“后浪”是时代的风向标

- 2019年，社会消费品实际同比增长8.0%；其中全国网上零售额比上年增长16.5%；网络零售成为消费增长的重要动力，有力驱动消费升级
- 作为互联网时代的原住民和网络购物的主力军，年轻群体的生活观和消费观更加个性，展现出重视体验、追求品质、理性消费的特点，小米有品等精品电商随之出现

社会消费品零售总额同比增长速度



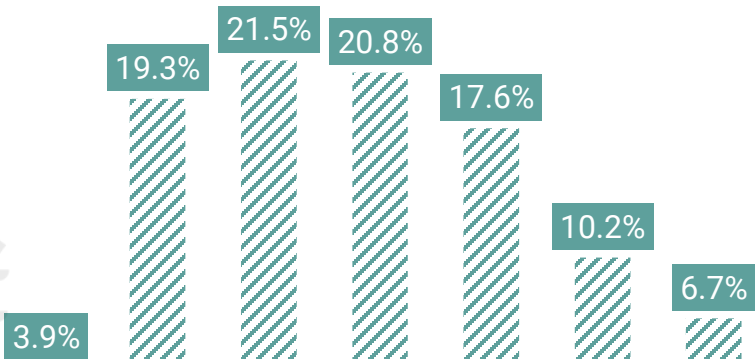
7.10亿

网络购物用户规模

41.2万亿

社会零售总额

网民年龄结构



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_22047

