



中国消费者的现代化之路





中国消费群体正在成为一股影响世界的力量。经济增速放缓、人民币贬值和股市震荡令全球政治家和商业领袖忧心忡忡，似乎中国的经济奇迹戛然而止，而困难期即将来临。

有意思的是，虽然近年来整体经济不容乐观，中国消费者的信心在过去几年保持了令人吃惊的强大韧性。在居民收入持续增加、失业率稳定在较低水平的支撑下，中国消费者对未来依然乐观。

与此同时，某些重大变化也正在浮出水面。随着消费者越来越成熟，越来越挑剔，普遍性的市场增长时代逐渐走向尽头。消费形态正从购买产品到购买服务，从大众产品到高端商品转变。另外，消费者开始寻求更为均衡的生活方式——健康、家庭和体验成为主要关注。简而言之，我们的研究显示，对消费品公司来说，赢取中国市场将更为艰巨，然而一旦胜出，

经济回报将是相当可观的。

以上是我们最新的中国消费者调查的主要成果。麦肯锡中国消费者调查始于 2005 年。本次调查我们访谈了 1 万名 18-65 岁中国消费者，他们来自 44 座城市。这些城市级别各不相同。

本次调查结果还有两点非常值得一提：中国消费者对出境旅游的热情之高，以及对移动支付等新兴潮流的接受之快。此外，中国 22 个城市群的消费者行为存在着显著差异，也在本次调查中得到印证。事实上，尽管互联网日益发达、国内旅游持续红火，我们看到城市群间的差异在近几年依然有所扩大。

一言以蔽之，中国消费者正在向现代化升级。在本报告中，我们将从消费意愿、消费形态、消费方式和消费地点等四个方面进行剖析。

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_46950

