消费意愿 ——上半年 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 中国经济表现。
- 消费信心的变化。
- 消费者的财务状况与财务规划。
- 消费者的非必需品消费行为。
- 消费者对于花钱或花时间，以及即时快乐和延迟满足的消费态度。

2023年，随着新冠疫情防控措施的放开，中国的经济发展有所回升。接触性行业，如交通、住宿以及餐饮业恢复迅速。然而，进入第二季度，经济复苏开始出现波动。2023年下半年，我国经济发展将面临内部和外部的挑战，例如国际市场和国内市场的需求不足。

整体而言，人们的财务状况保持稳定。消费者的长期财务信心已经恢复至疫情前水平，但短期信心仍有波动。居住在一线城市的高收入消费者最有可能引领大额消费支出的复苏。与此同时，能带来即时快乐的小额支出，如线下娱乐和休闲活动，将受到大众消费者的青睐，他们在面临各种不确定性时仍保持谨慎的消费态度。40-59岁的中年消费者尤其值得品牌关注，该群体对大额支出和纵享型消费展现出了格外强烈且与日俱增的兴趣。

品牌需要了解，消费降级（即转而购买质量更低的产品）不太有可能发生。消费者愈发有意识地谨慎衡量其消费选择与预算。尽管经济暂时受到限制，但人们对维持生活水平的期望甚至更高；消费者会积极尝试各种方式力求在预算之内获得高质量产品。审慎消费和追求即时享乐可能成为2023年消费趋势的核心主题。

“疫情防控措施放开后，中国经济发展正在恢复，但仍面临压力和挑战。消费者的财务状况保持稳定，且消费信心也有所上涨。谨慎的消费心态仍将在2023年继续。报复性消费将集中于能够以小额支出收获即时快乐的领域，如旅游、线下休闲活动以及餐饮品类。”

– ——张鹏俊，高级研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

消费意愿 ——上半年 - 中国 - **2023**年

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告定义

综述

- 中国经济承压复苏
  数据1: 关键经济指标汇总，中国，2020-2023年
  数据2: 消费品零售额同比增长率（按产品/服务类型区分），中国，2022-2023年
- 消费意愿
- 尽管整体稳定，但弱势群体依然财务紧张
  数据3: 目前财务状况，2016-2023年
- “斜杠人生”的风潮席卷中老年群体
  数据4: 有这方面收入的被访者占比，2019-2023年
- 消费者信心在初步复苏后开始波动
  数据5: 对未来财务状况的信心，2019-2023年
- 为孩子的未来存款是最优先的财务规划；人们更关注低风险的理财产品以及花钱犒劳自己
  数据6: 未来12个月的财务规划，2023年
- 线下休闲活动的非必需品消费激增
  数据7: 非必需品的消费行为，2023年
- 更多的个人时间、空间与即时满足在疫情后的世界中得到重视
  数据8: 对消费的态度，2023年

经济现状

- **2023**年上半年经济有所恢复，但未达到预期中的程度
  数据9: 中国GDP季度增长，2000年第一季度-2023年第二季度
- **PMI**初步恢复后，在第二季度下滑
  数据10: PMI月度数据，中国，2018-2023年
- 进出口面临压力，但同时有新机遇
  数据11: 进出口总值同比增长，中国，2007-2023年
  数据12: 进出口总值同比增长（按月区分），中国，2023年
- 年轻人面临的就业挑战更加严峻
  数据13: 月度城镇调查失业率，中国，2018-2023年
  数据14: 16-24岁城镇青年月度调查失业率，2022-2023年
- 由于需求不足，**CPI**走低
  数据15: 居民消费价格指数，中国，2000-2023年
- 可支配收入稳步增长
  数据16: 人均可支配收入增长率（经价格调整），中国，2019-2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

- **2023**年第二季度，零售复苏放缓
  数据17: 中国消费品零售总额同比增长率，2018-2023年
  数据18: 消费品零售额同比增长率（按商品/服务类型区分），中国，2022-2023年
  数据19: 零售额增长率（按主要行业区分），2019-2023年

目前财务状况

- 尽管整体稳定，但弱势群体依然财务紧张
  数据20: 目前财务状况，2016-2023年
- 中高收入群体财务状况相对稳定，而低收入群体财务更紧张
  数据21: 目前财务状况（按个人月收入区分），2019-2023年
- 低线城市面临财务状况困难的消费者有所增长
  数据22: 目前财务状况（按城市线级区分），2019-2023年

收入来源变化

- 多种收入来源稳步增长，为消费复苏打下了坚实的基础
  数据23: 有这方面收入的被访者占比，2019-2023年
  数据24: 收入增加的被访者占比，2019-2023年
- "斜杠人生"的风潮席卷中老年群体
  数据25: 有网上兼职收入的被访者占比（按年龄区分），2022-2023年
  数据26: 有线下兼职收入的被访者占比（按年龄区分），2022-2023年

对未来财务状况的信心

- 消费者信心在初步复苏后开始波动
  数据27: 对未来财务状况的信心，2019-2023年
- 一线城市的消费将首先迎来复苏
  数据28: 对未来财务状况的信心——"非常有信心"和"比较有信心"（按城市线级区分），2019-2023年
- 各个收入阶层都显示出复苏迹象
  数据29: 对未来财务状况的信心——"非常有信心"和"比较有信心"（按个人月收入区分），2019-2023年

财务规划

- 子女教育和医疗保健仍是最优先考虑的事项
  数据30: 未来12个月的财务规划，2023年
  数据31: 未来12个月的财务规划——"非常重要"，2019-2023年
- 养老开始获得中老年人的关注
  数据32: 未来12个月"非常重要"的财务规划——为未来自己的养老存款（按年龄区分），2021-2023年
- 对理财和保险的兴趣均降温

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

报告价格: £3695.00 | $4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动.

数据33: 未来12个月的财务规划——"非常重要"，2021-2023年
数据34: 未来12个月的财务规划——买个人保险"非常重要"，2022和2023年

- **40-59**岁消费者将引领大额开支和自我犒劳消费的恢复

数据35: 未来12个月"非常重要"的财务规划——为大额开支偿还贷款或存钱（按年龄区分），2021-2023年
数据36: 未来12个月"非常重要"的财务规划——花钱犒劳自己（按年龄区分），2021-2023年

非必需品的消费行为

- 疫情防控政策放开后，线下休闲活动迅猛增长

数据37: 非必需品的消费行为，2021和2023年

- 年轻人中兴起"反断舍离"

数据38: 非必需品的消费行为——进行"断舍离"（即断绝不需要的东西、舍去多余的事物、脱离对物质的执着），按年龄区分，2021和2023年

- 家装或可吸引三世同堂家庭

数据39: 非必需品的消费行为——购买家居产品（按居住成员区分），2023年

对消费的态度

- 尊重消费者的个人时间和空间有助于品牌赢得**25-39**岁人群的青睐

数据40: 对工作和个人生活平衡的态度（按年龄区分），2023年
数据41: 对于花钱或花时间的态度（按年龄区分），2023年

- 利用即时的快乐来吸引女性和年轻消费者的注意力

数据42: 对延迟满足和即时快乐的态度（按性别和年龄区分），2023年

- 三线或以下城市的消费者十分积极地追求新鲜体验

数据43: 对尝试新品牌的态度（按城市线级区分），2023年
数据44: 对追求时髦生活方式的态度（按城市线级区分），2023年
数据45: 对新产品的态度（按城市线级区分），2023年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解 。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快 做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我 们如何实现这一目标，请点击**mintel.com.** 。

© 2023 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有