



中国消费者购物趋势洞察

2017年



2017年消费趋势小结

消费者的需求不断升级，供给方提升产品品质，渠道方融合 线上线下打通销售渠道

2017年中国消费趋势小结

消费升级

- 消费主体：“80后”、“90后”步入社会，逐渐成为消费市场的主力军
- 消费领域：从刚需大家电到品质生活小家电，同时有关居住、健康、文化娱乐等不断有新的需求出现。
- 消费方式：倾向快捷、高效信用支付，线下体验+线上支付成趋势。
- 消费态度：从满足刚需，到现在愿意为高品质服务/产品付更高的价值。

产品品质升级，向高品质高颜值发展

- 从以前关注性价比到现在关注的品质感、品牌、售后服务和个性化定制
- 各传统品牌也在不断推出高颜值/高品质新产品
- 品牌金新锐榜中，获选品牌包括大家电、3C数码，生活厨卫家电、快消品等品类，品牌在不断提升产品品质，满足消费者新需求。



线上渠道向线下渗透，满足消费者对服务和体验的需求

- 渠道更加便利：线上线下渠道进一步融合，本质上源自消费者对于服务和体验的需求
- 渠道双线融合成为趋势，如苏宁线上高速增长，线下进一步拓展，升级小店、体验店、升级物流服务等
- 线上渠道下沉，自建线下实体店，例如小米体验店，途牛旅游店等

中国消费者购物趋势-渠道

1

中国消费者购物趋势-消费者

2

中国消费者购物趋势-产品&品牌

3

全渠道融合，让消费行为更加便利

曾经线下走向线上，现在线上开拓线下迎合消费新趋势

2017年，希望能进行体验式消费的消费者越来越多，体验式购买已经成为除产品之外重要的消费期望，线上线下融合的趋势也渐明显，例如京东阿里的新零售，小米拓展体验店渠道，苏宁深耕自身线上线下的双渠道资源

2017年中国线上线下融合趋势明显

苏宁易购 智慧零售

- 苏宁易购带有线上线下融合基因，深耕智慧零售，更易满足消费者线下体验&售后服务需求。

京东 无界零售

- 京东新零售，从线上延伸至线下便利店。

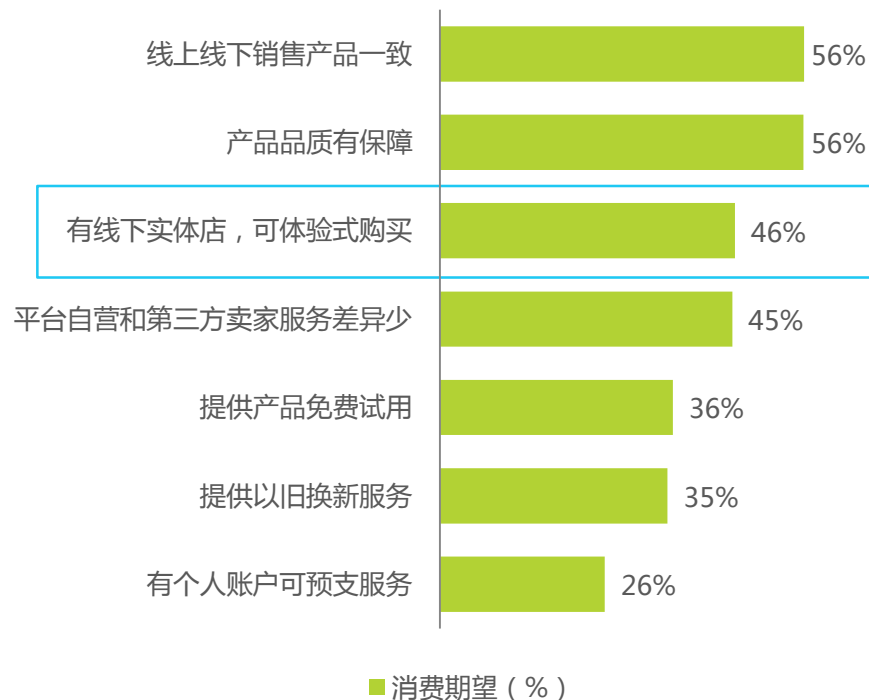
小米之家 线下体验店

- 综合性展出小米手机、家居产品，提升消费者体验，增加线下冲动消费。

阿里 新零售

- 重资盒马鲜生，让线上渠道与线下零售融合，入资大润发，表明新零售的态度。

2017年消费者对线上平台家电品类的消费期望

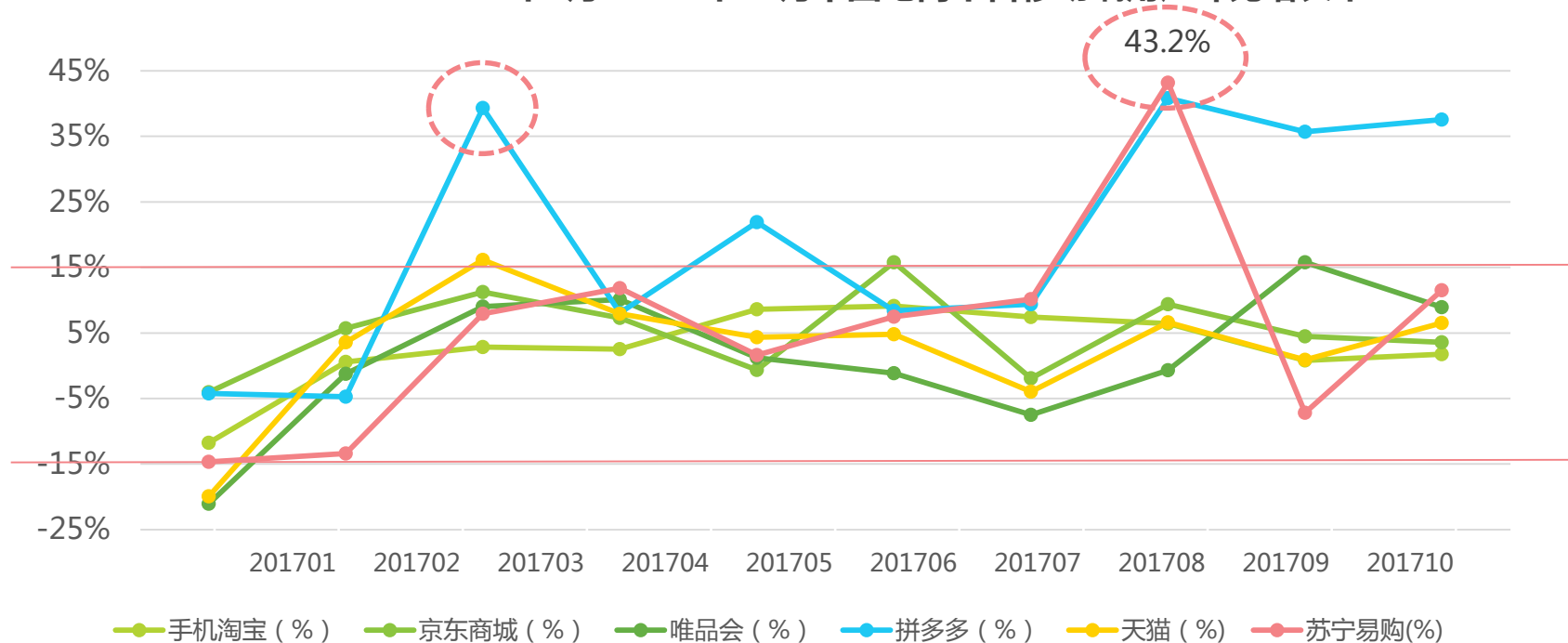


移动端购物，消费者受节日影响较大

苏宁、拼多多用户大幅增长，淘宝、京东用户增长渐缓

2017年淘宝、京东等波动性未超过15%，用户增速趋于平稳。而苏宁和拼多多在移动端红利消失的背景下逆势上扬，保持较高增长。例如在2017年8月，苏宁出现了43.2%的用户增长。苏宁多年深耕O2O模式，在今年迎来爆发，线上线下融合促进用户量增长，拼多多以社交电商模式加之大量的广告投放，用户数量也出现高速增长。

mUserTracker2017年1月-2017年10月中国电商平台移动端用户环比增长率

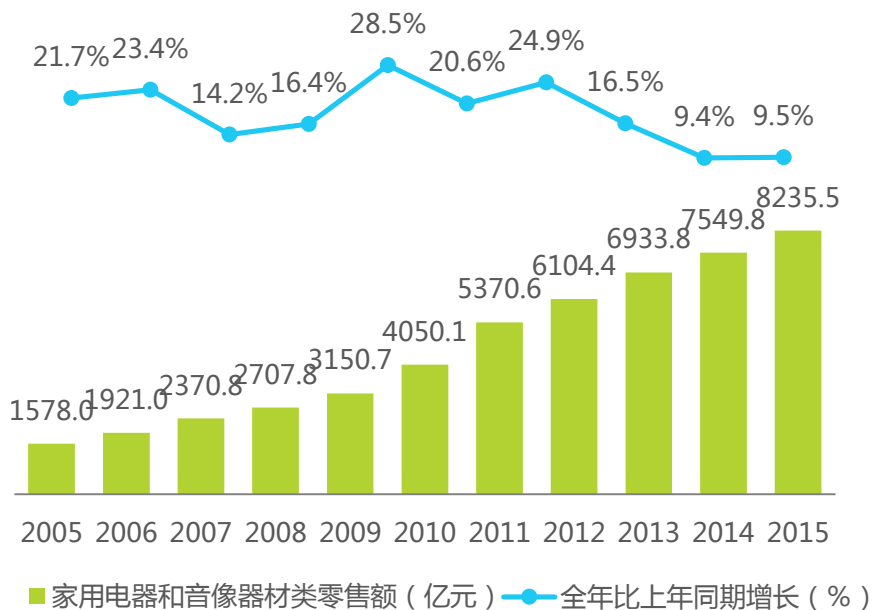


来源：艾瑞mUserTracker，基于400万+样本设备，结合超过1亿设备的运营商数据，由艾瑞咨询集团自主研发的，移动设备行为第三方监测数据产品。

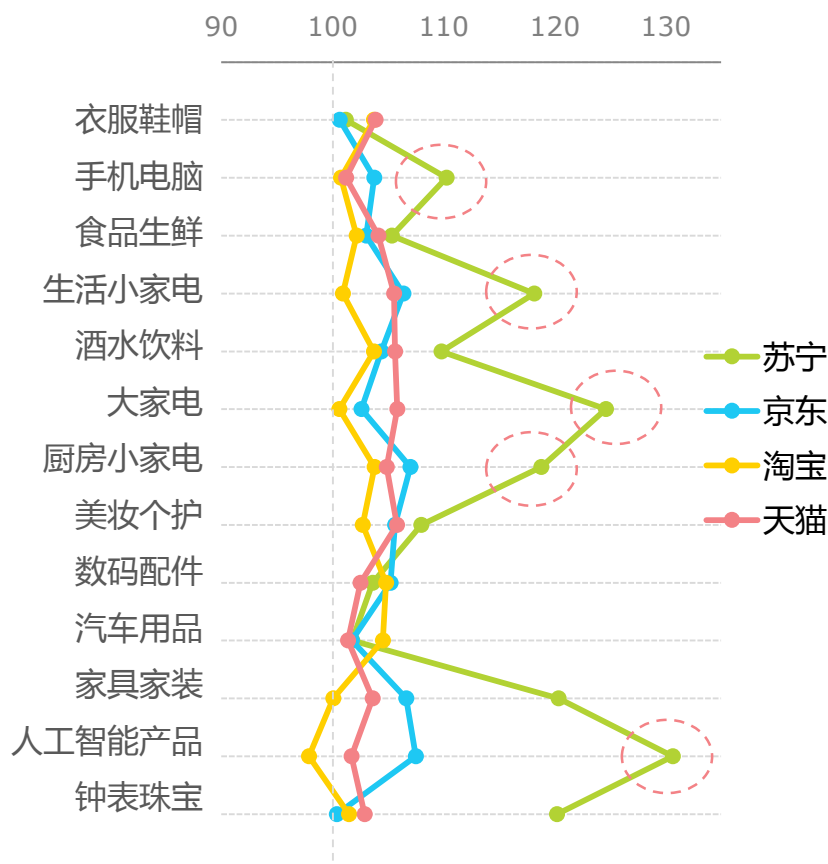
消费者在各零售平台消费品类各异

消费者消费持续增长，在淘宝/天猫中消费品类相对均衡，在苏宁中会着重大家电/小家电/厨房家电和智能产品

2005-2015国内家用电器和音像器材类零售总额及增长率



2017年中国消费者在零售平台购物品类TGI



来源：国家统计局公开数据整理。

样本：N=916，于2017年12月通过iUserSurvey在21家网站上联机调研获得。

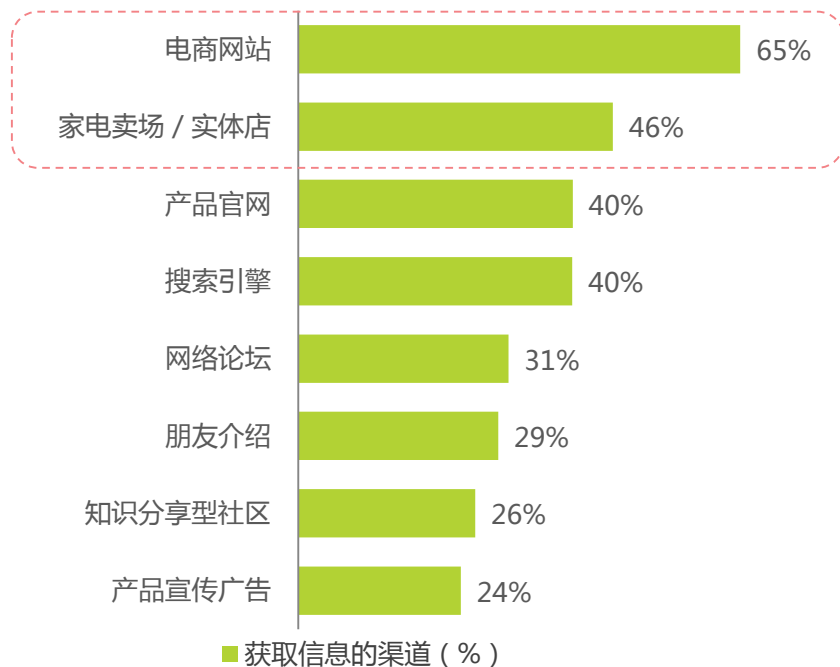
手机和家电可借助线下体验店提升销量

iResearch 艾瑞咨询

全渠道的线上活动+线下体验更容易让消费者完成购物流程

消费者获知家电3C产品信息的渠道主要是电商和线下店，通过线上活动预热，线下产品体验，更容易让消费者产生信任和购买欲。全渠道趋势在2016-2017年凸显，未来线上线下的融合会更加深入。特别是在售前推荐和售后服务中，这一趋势在家电3C品类表现明显。2017年金狮盛典品牌热力榜中，消费者最为认可的十大品牌中属于家电3C品类的就有8个。

2017年国内消费者获取家电3C产品信息的渠道排序



2017年苏宁发布品牌热力榜单



样本：N=2501，于2017年1月通过问卷调查形式获得。

注释：根据品牌在线上渠道GMV推算而得
来源：2017年金狮盛典品牌热力榜

中国消费者购物趋势-渠道

1

中国消费者购物趋势-消费者

2

中国消费者购物趋势-产品&品牌

3

近半年，消费者最爱手机小家电产品

未来半年，计划购买大家电、食品生鲜的消费者比重上升

消费者最近半年购买的品类中衣&食等快消品最多，其中高品质的食品生鲜在未来采购位置会继续上升。此外购买过手机电脑和生活小家电的消费者也超过50%。手机等3C数码产品更新频率快，换新频率高，而生活小家电在2016-2017年需求暴涨，新产品层出不穷，是近期大经济环境下“口红效应”的中国式表现。大家电方面，在未来半年，超过27.7%的消费者有购买大家电的计划，预计未来半年会有一波大家电销售的高峰。

2017年中国消费者最近半年购买过的品类TOP5



2017年中国消费者未来半年购物品类TOP5



注：“口红效应”是指因经济萧条而导致口红热卖的一种有趣的经济现象，也叫“低价产品偏爱趋势”。在美国，每当在经济不景气时，口红的销量反而会直线上升。在中国在房价高涨的情况下，消费者愿意为中档价位的品质产品付费，满足个人的购物欲，称之为中国式“口红效应”。

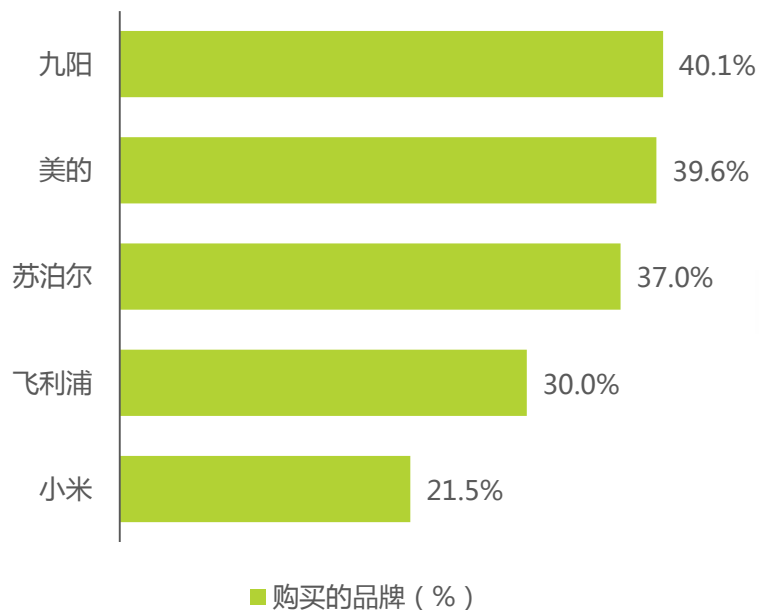
样本：N=916，于2017年12月通过iUserSurvey在21家网站上联机调研获得。

小家电：消费者更关注售后服务和品质

售后服务和品质感是消费者体验新产品的驱动力

九阳、苏泊尔和飞利浦仍是最受消费者欢迎的小家电品牌；此外，从大家电向小家电渗透的美的和从手机业务向小家电渗透的小米，通过提升产品设计感和品质感、同样获得消费者的认可，成为消费者心中TOP5的小家电品牌。

2017年中国消费者最近半年购买的厨房/生活小家电品牌



2014-2017年中国消费者的小家电需求升级TOP3

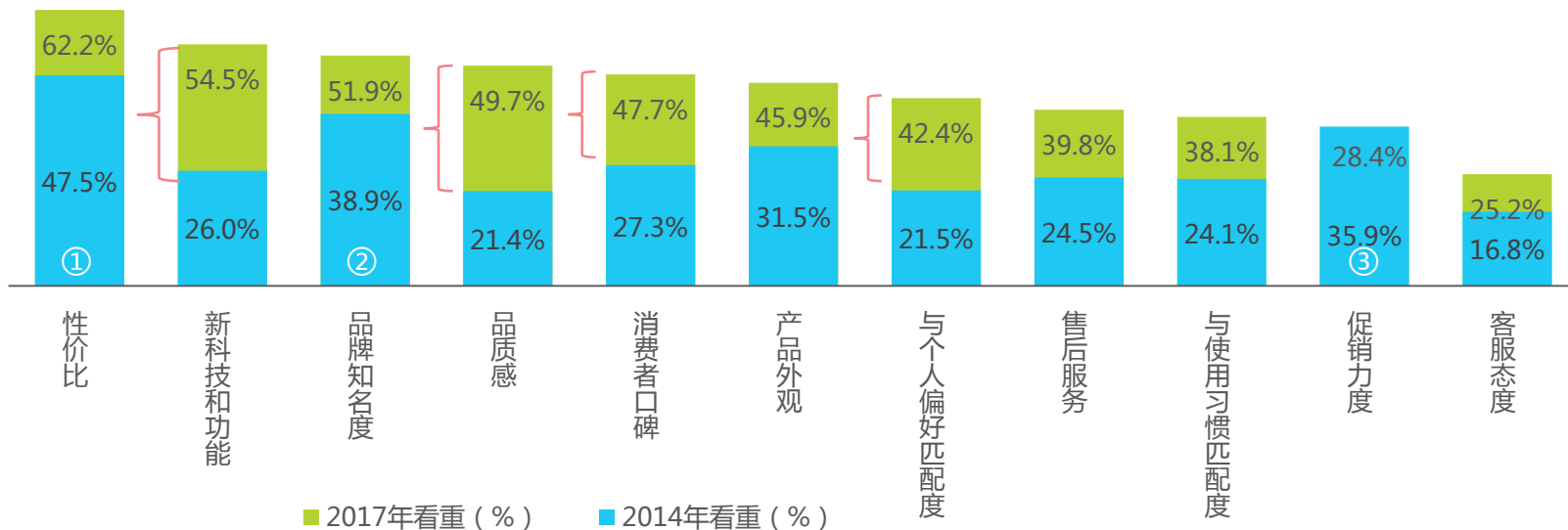


手机：新科技功能/品质感最吸引消费者

消费者更注重品质和新功能，性价比不再是决定因素

手机已经成为消费者的生活必需品之一，根据艾瑞调研，手机换新频次平均为21个月，在年轻消费群中周期更短，新的科技和功能催生消费者更新换代的欲望。如2017年，掀起了更换全屏手机的热潮；早期消费者看重的“促销力度”等性价比因素影响力出现明显下降，用户更加看重新科技和功能/品牌知名度/产品品质感。

2014-2017年中国消费者对智能产品需求变化情况



样本：N=916，于2017年12月通过iUserSurvey在21家网站上联机调研获得。

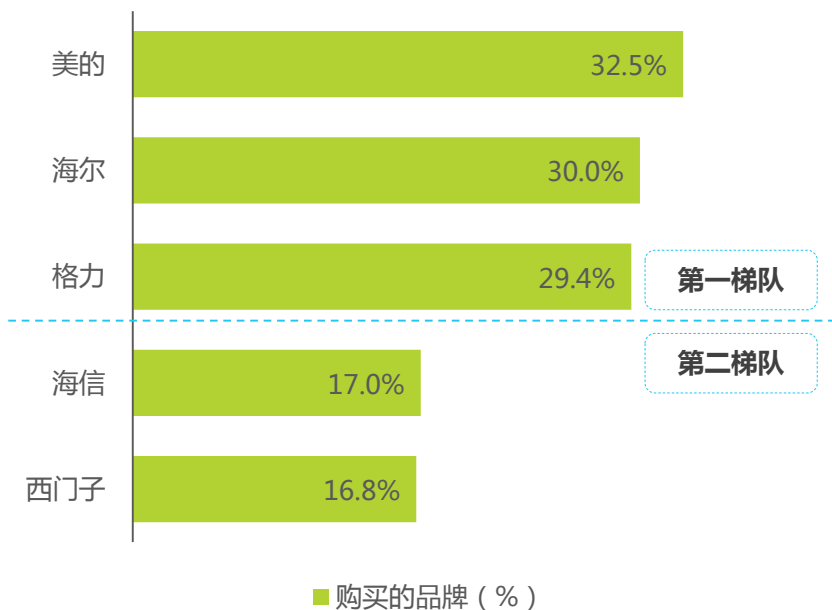
电视：智能/4K超清已成消费者首选

在大家电行业，消费者对国产品牌美的/格力/海尔最为青睐

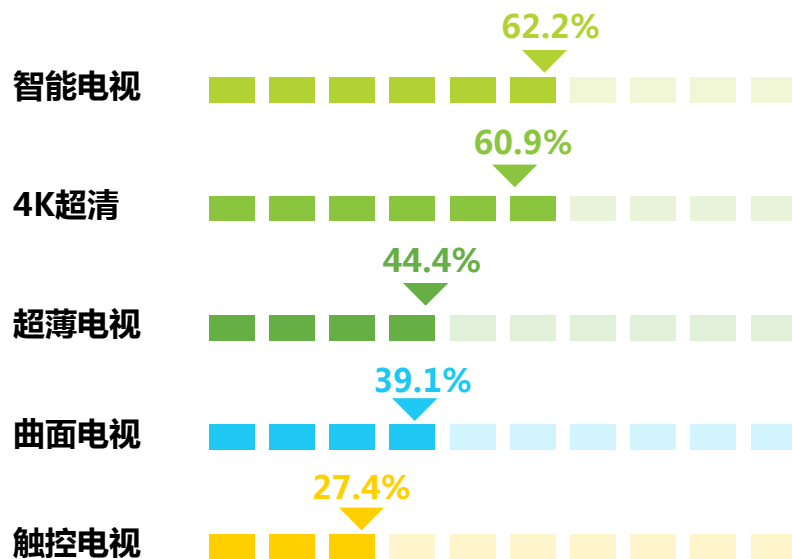
4K、激光、触控、超薄等新技术成为消费者购买大家电的重要考量因素。未来消费者购买电视，首选关注智能电视、4K超清电视，其次是超薄电视和曲面电视。

美的等品牌的大家电产品更新频率较3C小家电产品较慢，在2017年出现细分化，智能化、高端化的趋势。

2017年中国消费者最近半年购买的大家电品牌



2017年中国消费者未来对于电视最关注的



样本：N=916，于2017年12月通过iUserSurvey在21家网站上联机调研获得。

样本：N=916，于2017年12月通过iUserSurvey在21家网站上联机调研获得。

智能产品：新科技和功能是需求增长点 iResearch 艾瑞咨询

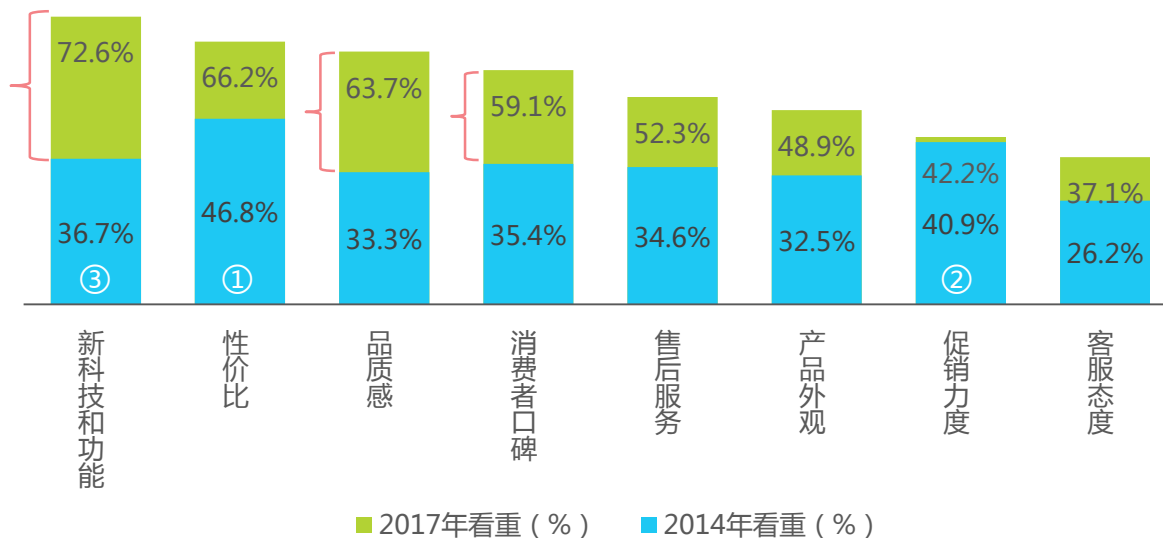
此外产品的品质感和口碑都是最近3年增长最快的需求点

消费者对智能产品的消费态度正在发生改变；

2014年用户最看重的是产品的性价比、促销力度、新科技和功能，2017年新科技和功能已上升到第一、性价比和品质感分别居于第二、第三位；

此外，消费者在智能产品购买渠道选择上，更倾向于苏宁和京东等平台（TGI>100）。

2014-2017年中国消费者对智能产品需求变化情况



样本：N=916，于2017年12月通过iUserSurvey在21家网站上联机调研获得。

中国消费者购物趋势-渠道

1

中国消费者购物趋势-消费者

2

中国消费者购物趋势-产品&品牌

3

产品品质感和品牌让用户重新定义“好”

iResearch
艾瑞咨询

17年消费者更愿意为好品质的产品付更高的价格

消费者对于产品的需求，从以前的性价比为王，逐步变为产品的品质感、品牌、口碑和能否满足个性化需求。

2017年中国消费者对购物的态度



2014-2017年中国消费者对购物诉求的变化



样本：N=916，于2017年12月通过iUserSurvey在21家网站上联机调研获得。

样本：N=916，于2017年12月通过iUserSurvey在21家网站上联机调研获得。

健康类与升级产品更容易让消费者体验

空气净化器、净水器、蓝牙音箱和扫地机器人让消费者觉得物超所值，更容易产生口碑传播

2017年中国消费者体验的新家电/3C产品和使用后感到物超所值的产品TOP4



样本：N=916，于2017年12月通过iUserSurvey在21家网站上联机调研获得。

品牌商紧跟消费升级，不断推出新产品

3C和小家电更易快速推出新产品和升级产品供消费者体验

面对品牌升级，大家电、3C数码、生活厨卫小家电反应最为迅速，不断推陈出新。生活厨卫小家电和3C数码推出新产品的频率明显加快，大家电也依靠新技术的深度应用推动行业升级。2017年金狮盛典品牌新锐榜中，3C数码、生活厨卫小家电类品牌占到前十中的一半，其次为大家电和快消品类，分别有3个和2个品牌入选。

2017年各品类应对消费升级的趋势



2017年苏宁发布新锐品牌榜单



来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

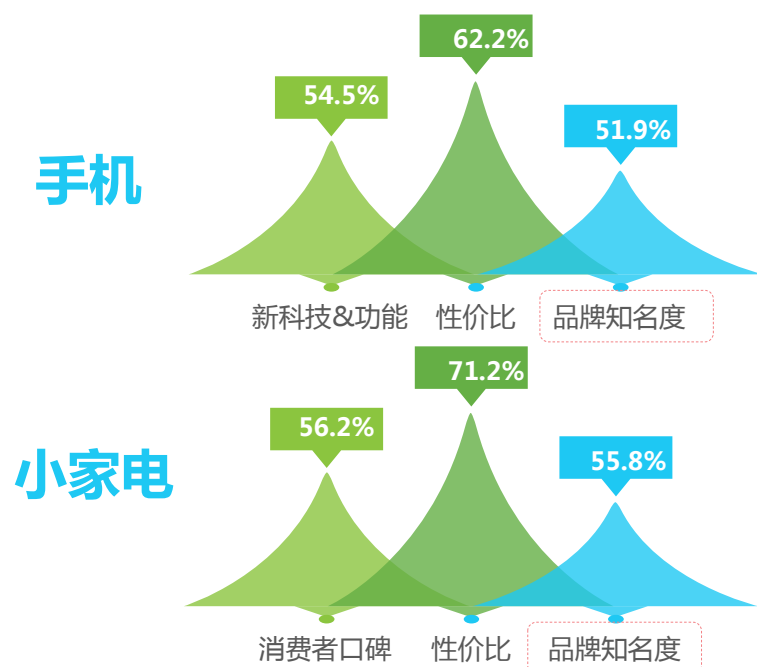
注释：根据品牌新品的伤心能力和消费者的接受程度；
来源：2017年金狮盛典品牌新锐榜。

3C家电类品牌渐受到消费者的关注

最受欢迎品牌集中在大家电、3C数码、生活小家电中

从消费者角度看，愈发看重品牌-“我平时尽量购买品牌知名度大的产品”，特别是家庭购物的场景下，品牌知名度是用户重要的购买诉求，例如在手机和小家电中，品牌知名度的重要程度排名前三；2017年金狮盛典品牌金赞榜中，最受欢迎品牌集中在大家电、3C数码、生活小家电品类，如小米、苹果、华硕、海尔、科沃斯、A.O史密斯等。

2017年中国消费者对手机/小家电看重TOP3



2017年苏宁发布品牌金赞榜单



样本：N=916，于2017年12月通过iUserSurvey在21家网站上联机调研获得。

注释：根据品牌人气情况以及品牌与用户互动的情况推算
来源：：2017年金狮盛典品牌金赞榜。

公司介绍/法律声明



公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载
TECH DRIVES BIGGER DREAMS

