

2019' 新消费新风向

来自铅笔道的洞察

一. 新消费时代的发展

二. 从十年以来的初创项目看新消费时代的趋势

三. 新消费时代的未来

新消费时代——个性化消费崛起

启动期：以生存型消费为主导

- ◆ 围绕吃、穿、用等生活用品和服务的消费加大，消费者在消费过程中追求大量节约时间，提高消费效益。
- ◆ 例如：食物追求速食方便化、现金消费被各种信贷消费、信用消费替代，更多的采用网上购物方式和通道。

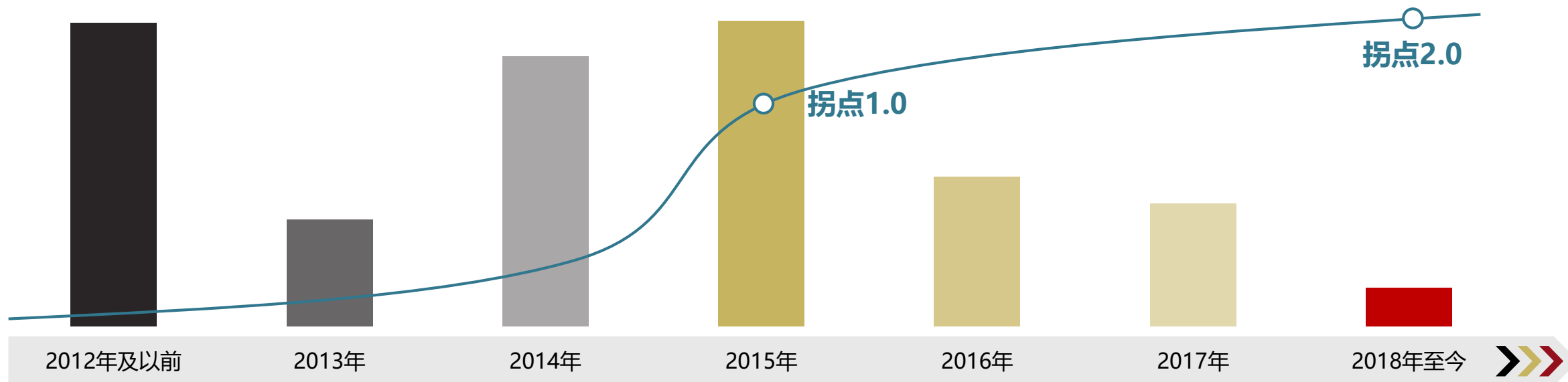
快速发展期：发展型、享受型消费成为主体

- ◆ 汽车消费、信息消费、休闲消费成为现代家庭用于发展和享受消费的必需品；
- ◆ 新的消费热点层出不穷，以此为主导带动消费繁荣，消费支出快速、持续的增长；
- ◆ 围绕需求端，创造新销售渠道、建立新品牌意识和新营销方式，在企业和消费者之间构建起新的沟通桥梁。

重新发展期：个性化消费崛起

- ◆ 个性化消费是新消费时代区别传统工业时代消费的关键特征之一。消费者需要外在的独特性之外，更需要满足心理的自主、消费过程的自主。
- ◆ 企业需要提供深度的、个性化的服务和产品、有别于新消费时代的中早期，这种个性化需求形成了新的市场需求并高速增长。

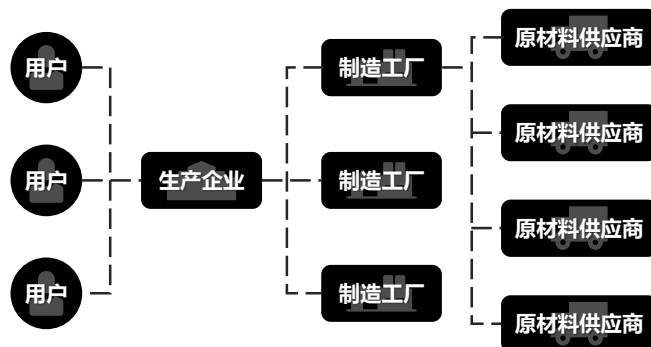
新消费项目首次上线时间Vs产业发展曲线



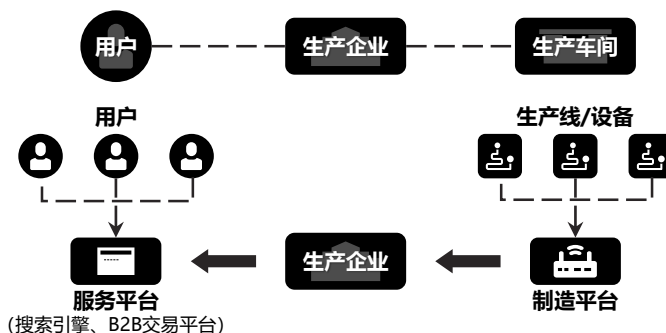
新消费时代——创新技术与实践应用的螺旋式上升

技术与生产环节

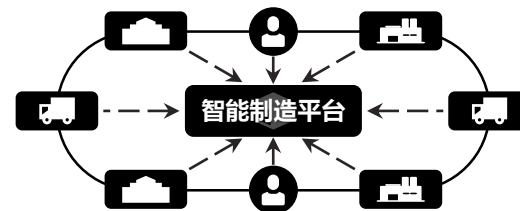
过去的生产端只是一个环节，上下游之间的合作一直都是以**固定且简单的链条为主**。



现在基于互联网的协同制造，打破了传统生产方式的生命周期模式，从**原材料采购、产品设计、研发、制造、营销、售后**等环节构成了闭环，彻底改变生产端以往仅是一个环节的生产模式。



未来已来，智能制造使得传统的生产边界越来越模糊，生产环节关注的重点不再是生产过程本身，而将是**用户个性化需求、产品设计方法、资源整合渠道以及网络协同生产**等。



基于自动化控制，通过物联网传感器采集海量生产数据，通过互联网汇集到云计算数据中心，然后通过信息管理系统对大数据进行分析、挖掘，从而制定出正确的决策。

技术与其他环节

支付环节



- ◆ 支付手段多元化，几乎无时间地域限制

物流环节

- ◆ 技术升级，偏远地区物流条件得到改善
- ◆ 新物流方式的导入，配送时效不断提升
- ◆ 利用大数据云计算等精确匹配

服务环节

- ◆ 智能客服、智能客流分析、智能选品等，都将使消费者的个性化需求更容易被满足

供应链环节

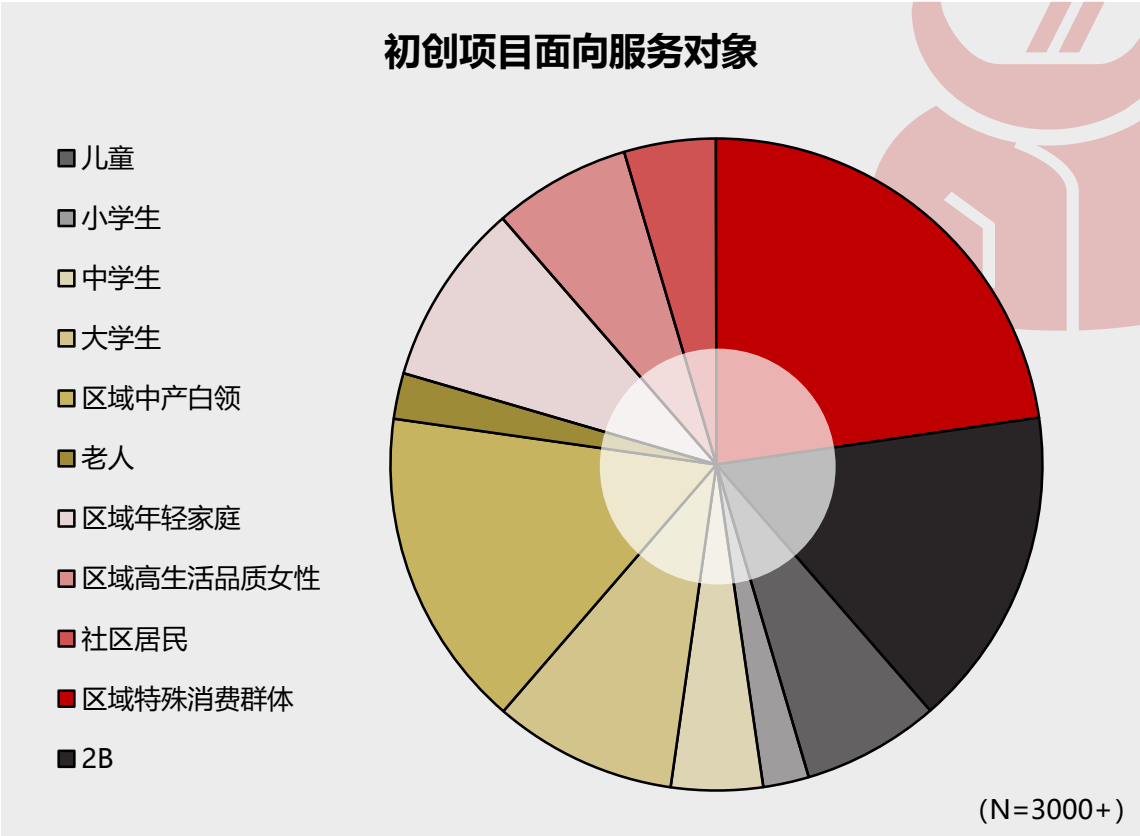
- ◆ 实现线上线下深度融合，从生产到消费等环节有效对接，极大提高了居民生活的智能化和便利化水平

销售环节

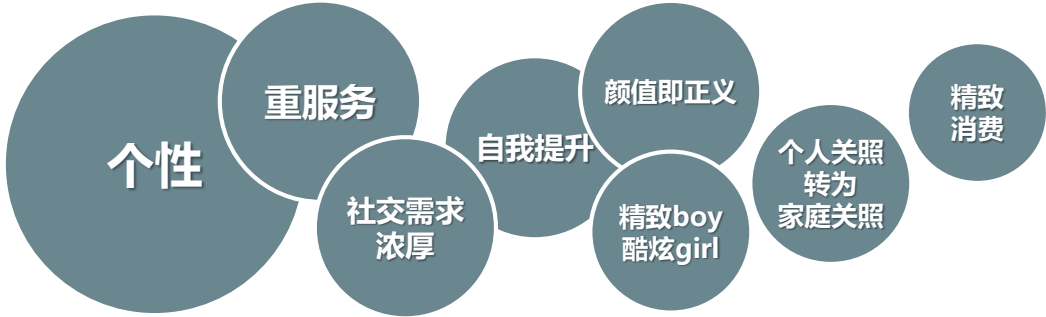
- ◆ 进一步升级线下零售门店
- ◆ 以深度学习技术与算法为驱动基础，将人、货、场数字化极致感知、实现面向门店的分析、互动

新消费时代——服务对象更加分散

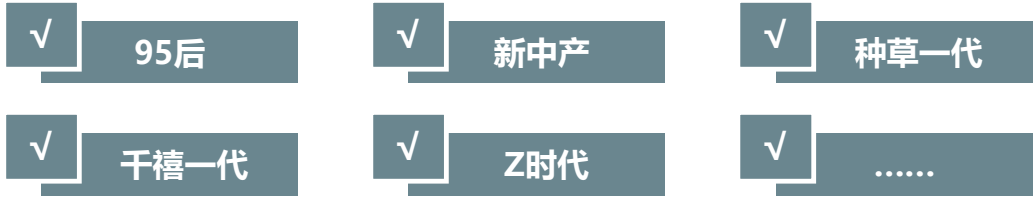
- ◆ 新消费时代所面向的服务对象，从儿童、品质生活女性、家庭主妇、社区居民、老人、年轻家庭、大学生、特殊消费群体（养宠物的家庭、特殊嗜好的当地人士）都是各类经营项目关注的对象。
- ◆ 他们深受各种互联网工具的影响，在消费意识形态的个性化、潮流化方面都有自己的追求，其中拥有稳定收入（工作）的80/90后成为新消费时代的核心购买力人群，他们喜欢社交、享受消费的过程，重视购买产品（服务）所涵盖的配套内容。



新人群特性



新人群标签



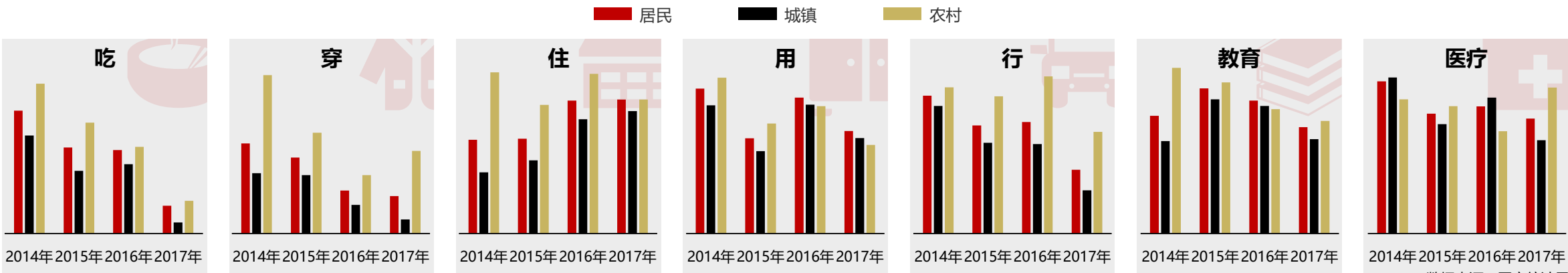
新消费时代——追求生活品质才是真谛

- ◆ 从构成内容来看，在“吃、住、出行”等方面仍然是当前消费支出的大头，但是结合支出消费增长可以发现一波围绕提高生活品质的消费正在发生，包括提升居住条件、生活用品、交通出行、教育文化、医疗保健等方面的投入增加非常明显。
- ◆ 而具体到城镇与乡村的消费情况来看，城镇消费在改善居住条件方面的压力非常突出，从2014年~2017年逐年在攀升；而农村消费在居住、出行、医疗等围绕提高生活品质方面的消费增速加大。

2018年人均消费支出构成

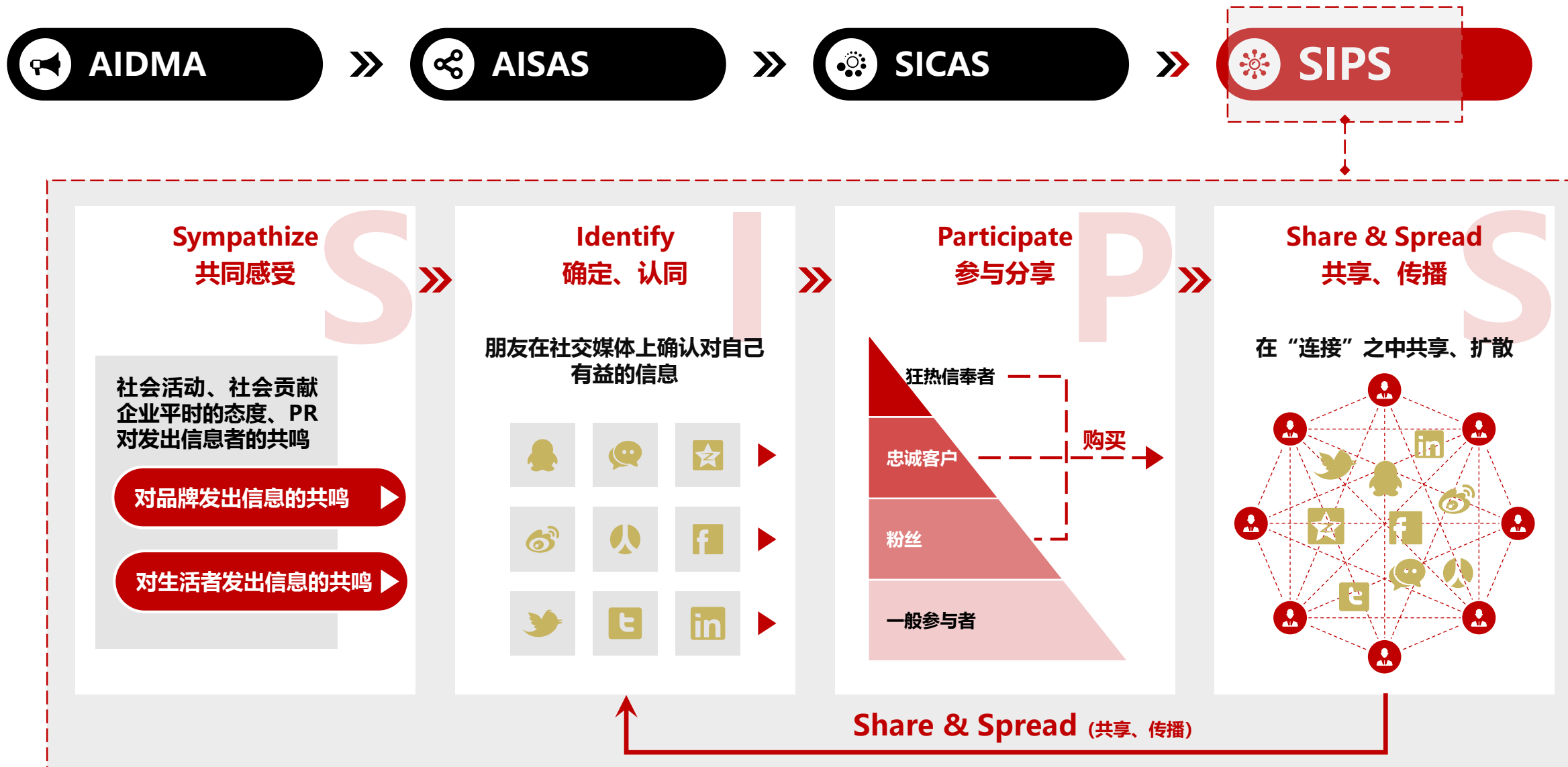
	食品烟酒	衣着	居住	生活用品及服务	交通和通信	教育、文化和娱乐	医疗保健	其他用品及服务
数额	5631	1289	4647	1223	2675	2226	1685	477
占比	28.36%	6.49%	23.41%	6.16%	13.47%	11.21%	8.49%	2.40%
比上年增长	4.80%	4.10%	13.10%	9.10%	7.10%	6.70%	16.10%	6.80%

人均消费支出构成增长率变化



数据来源：国家统计局

新消费时代——消费者的行为习惯正在被重塑



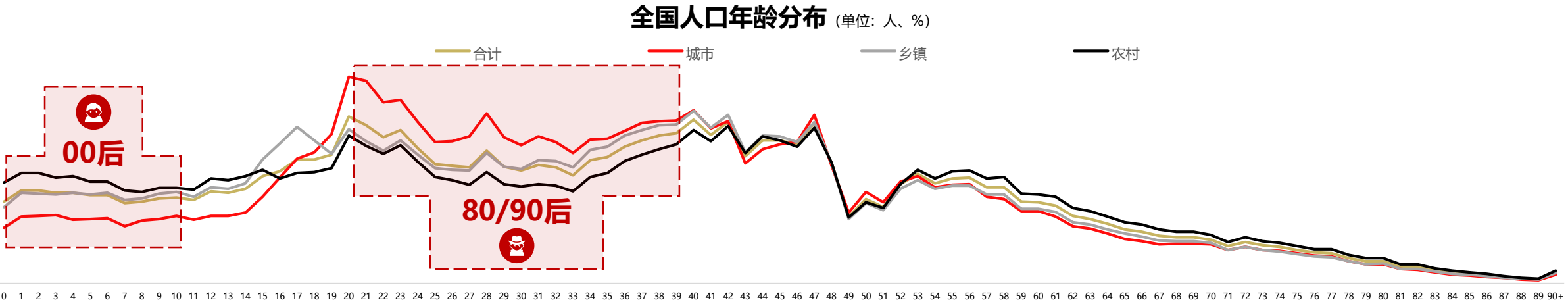
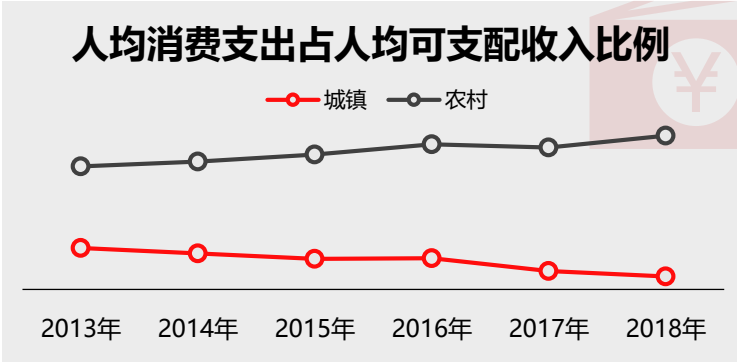
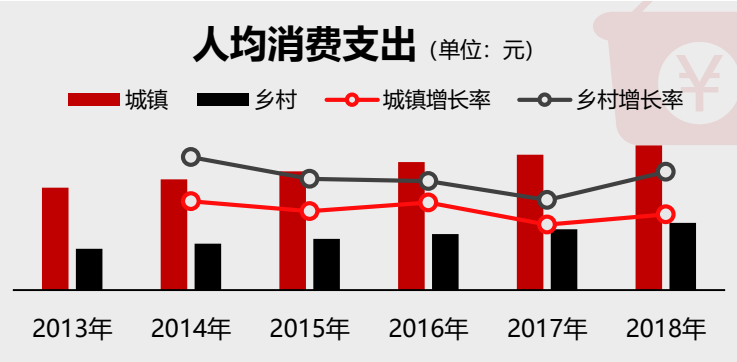
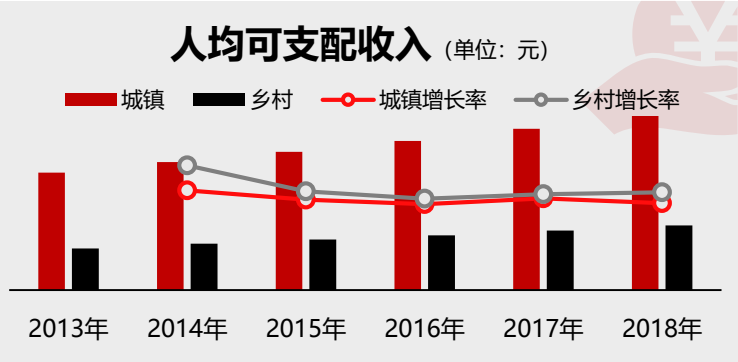
一. 新消费时代的发展

二. 从十年以来的初创项目看新消费时代的趋势

三. 新消费时代的未来

趋势一：下沉市场的机会窗口进一步扩大

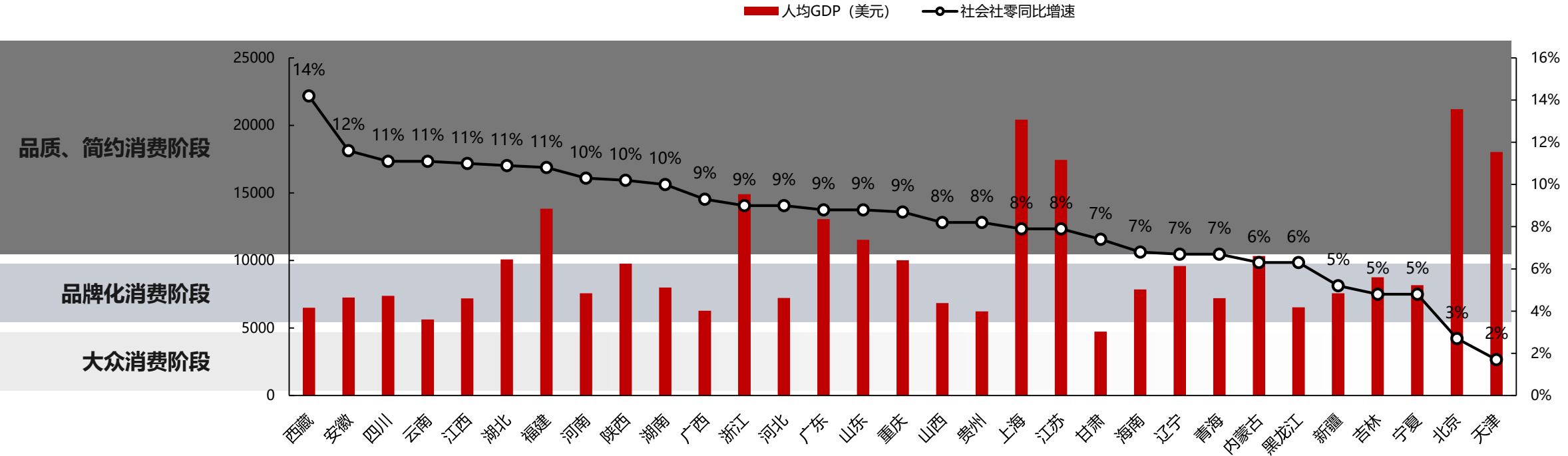
- ◆ 可支配收入作为整体经济的一个度量衡，是衡量经济增长质量的重要指标，从2013年开始可支配收入一直在保持增长，说明整个经济环境发展的趋势较稳，这有利于新消费时代各种创新项目的发展。同时消费支出也在同步保持增长，居民消费能力增强，消费持续的保持对经济发展呈现正向的拉动效应。
- ◆ 而进一步对比人均消费支出占可支配收入比例在城镇和农村的连续变化，可以发现农村人均消费占可支配收入比例逐年提升。



趋势二：新消费时代将面对更加复杂化的市场

- ◆ 不同区域经济发展水平差异导致各自追求的消费内涵也存在明显不同，这也是国内新消费时代市场复杂性的重要原因之一。
- ◆ 处于大众消费阶段的区域，主流消费者的收入水平较低，消费认知能力不高，主要以耐用品消费为主；而品牌消费阶段的区域，消费者的收入有了较大程度的提升，品牌化意识强，消费认知能力还处于不断提升的阶段；而进入人均GDP超过10000美元的区域，消费者的收入虽然高，但增速开始放缓，人们对于收入增长的预期降低。另外，消费者的认知能力已经提升到一个比较高的程度，所以这一阶段消费开始回归理性，追求品质化、个性化和性价比。

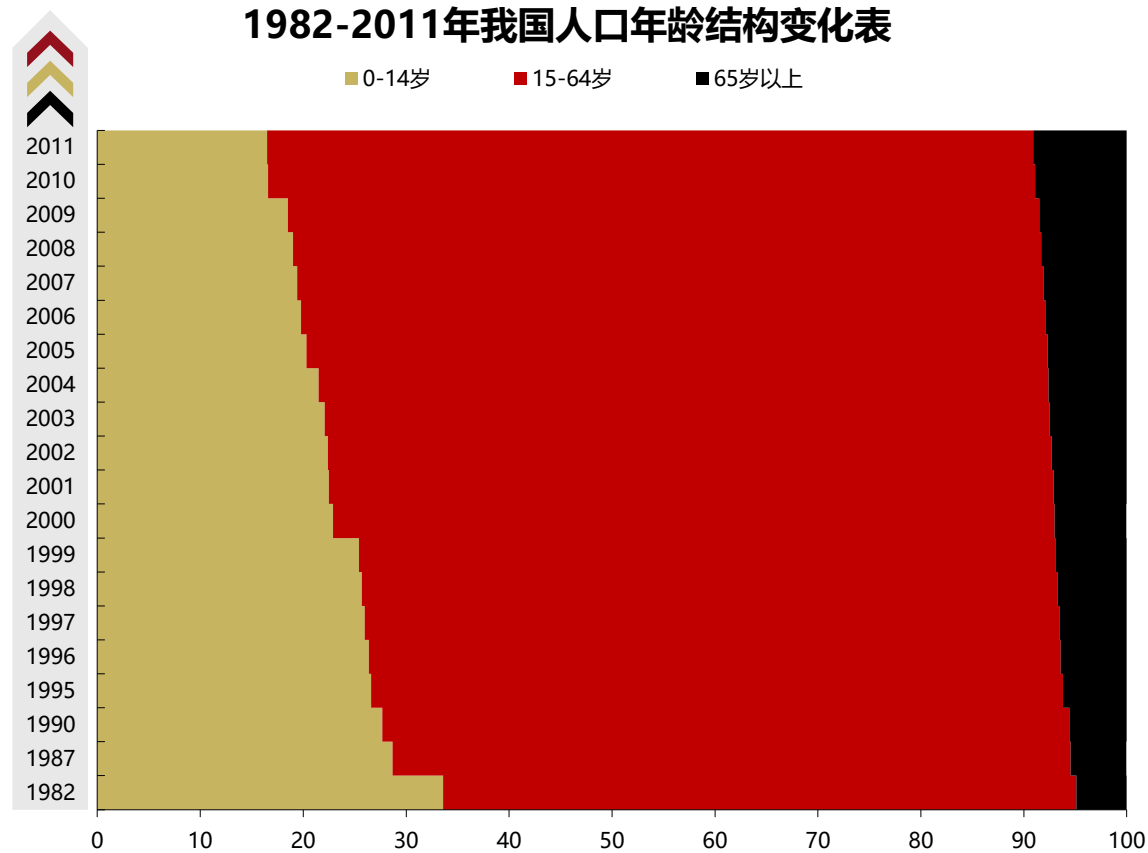
2018年各省人均GDP与社零同比增速



资料来源：国家统计局、国泰君安《人口结构与消费习惯变迁》

趋势三：不同年龄段都存在特定的市场机会，但中老年市场重要性日渐清晰

◆ 从1982年至今我国老龄人口比例持续上升，按照第六次人口普查数据计算65岁以上人口12288万，未来中老年市场在消费支出整体中所占的比例将会越来越大；按照整个人口年龄结构市场的分布，80后/90后是目前存量市场的主力，并且从分布比例来看城市人口要高出乡镇和农村，但是未来的重要消费增长人群，00后的新生代主要集中在乡镇及农村，这也从一定程度上反过来验证了过去10年各种新消费领域的业务率先在一二线区域得到成功实践。

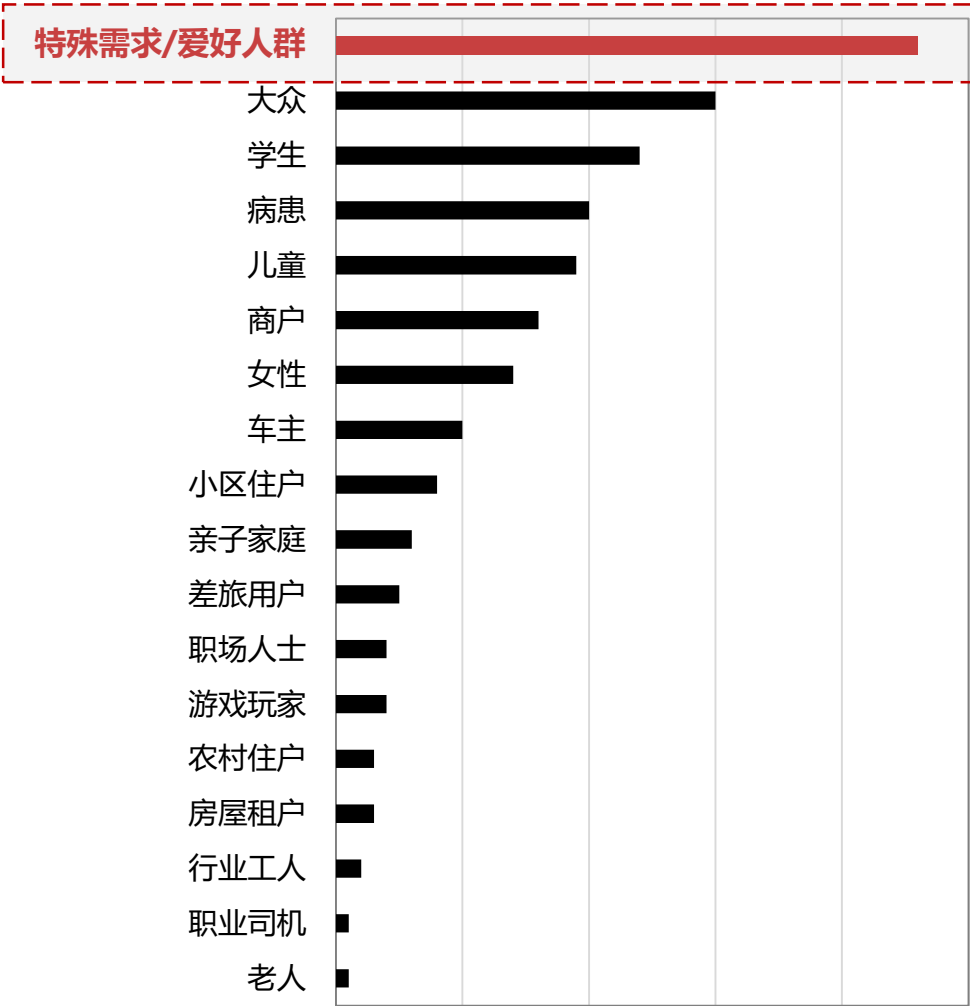


%	合计	城市	乡镇	农村
10后	9.91	7.19	9.87	11.61
00后	12.57	10.69	14.12	13.09
90后	17.29	21.21	16.39	15.22
80后	17.61	20.51	18.64	15.44
70后	17.28	17.39	17.74	17.02

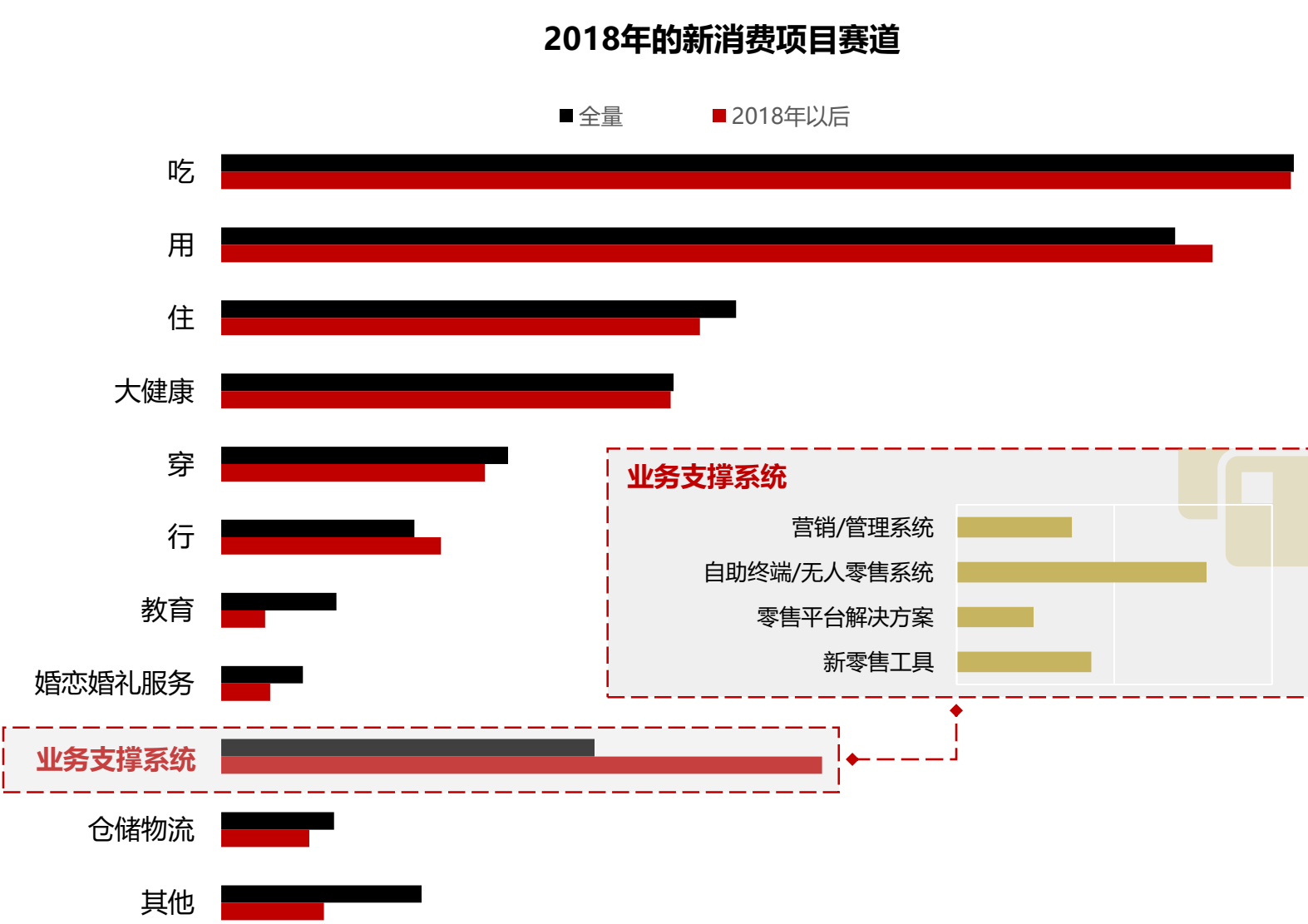
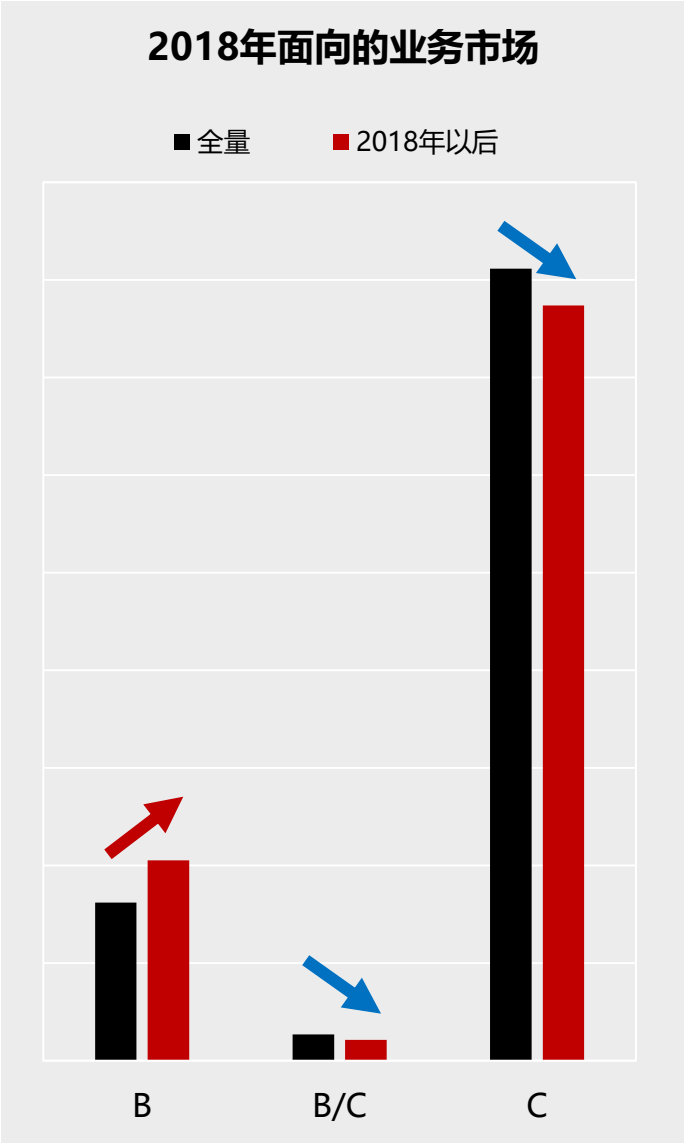
数据来源：国家统计局第六次人口普查数据

趋势四：新消费时代，满足特定需求与特殊人群的大市场

初创项目主要瞄准的人群



趋势五：面向minB的业务系统将成为新消费时代的创新赛道热点



数据来源：铅笔道研究院

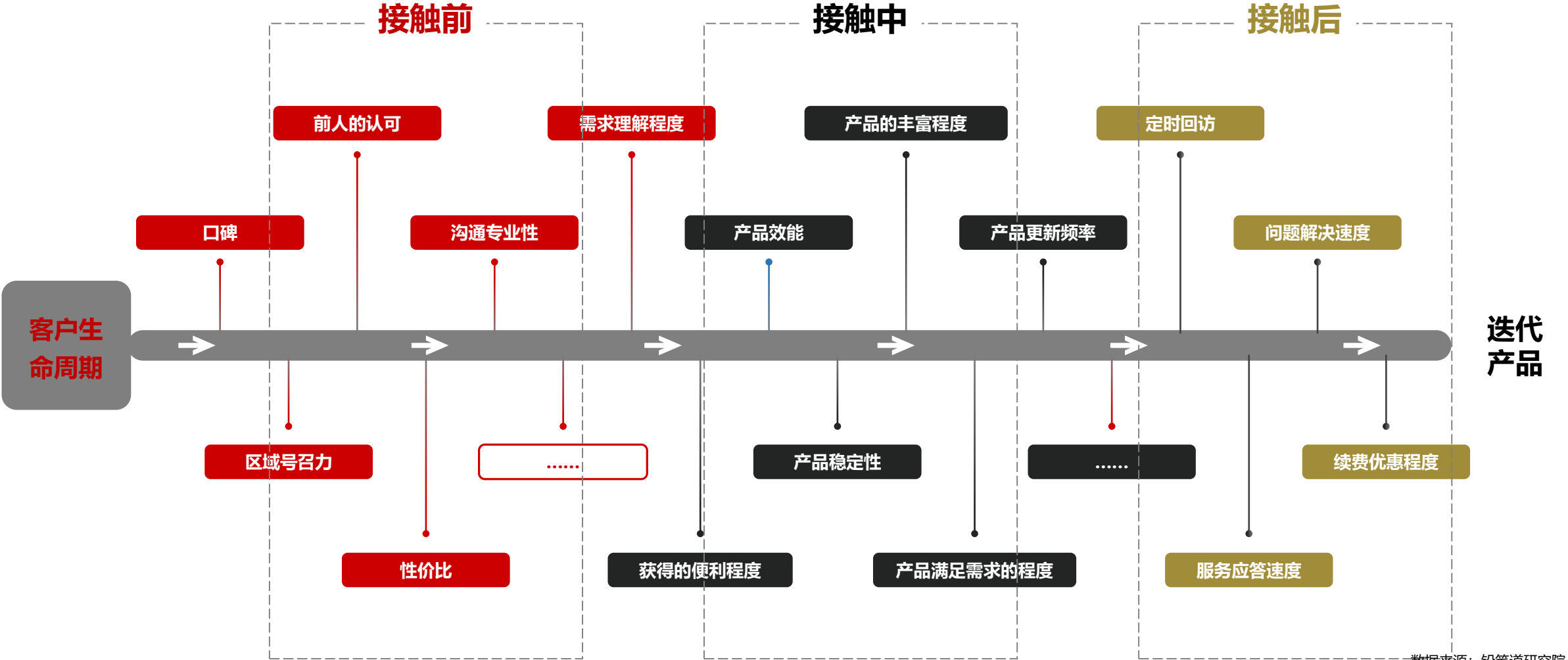
趋势六：与行业周边企业建立商业联盟，扩展客户接触点和服务范围

◆ 新消费时代的商家推动并扩大会员卡的累积和使用范围，增加积分累积力度和兑换价值，通过商业联盟的形式建立企业之间的协同与合作关系，使多方获利。同时，增加客户粘性和客户忠诚度。



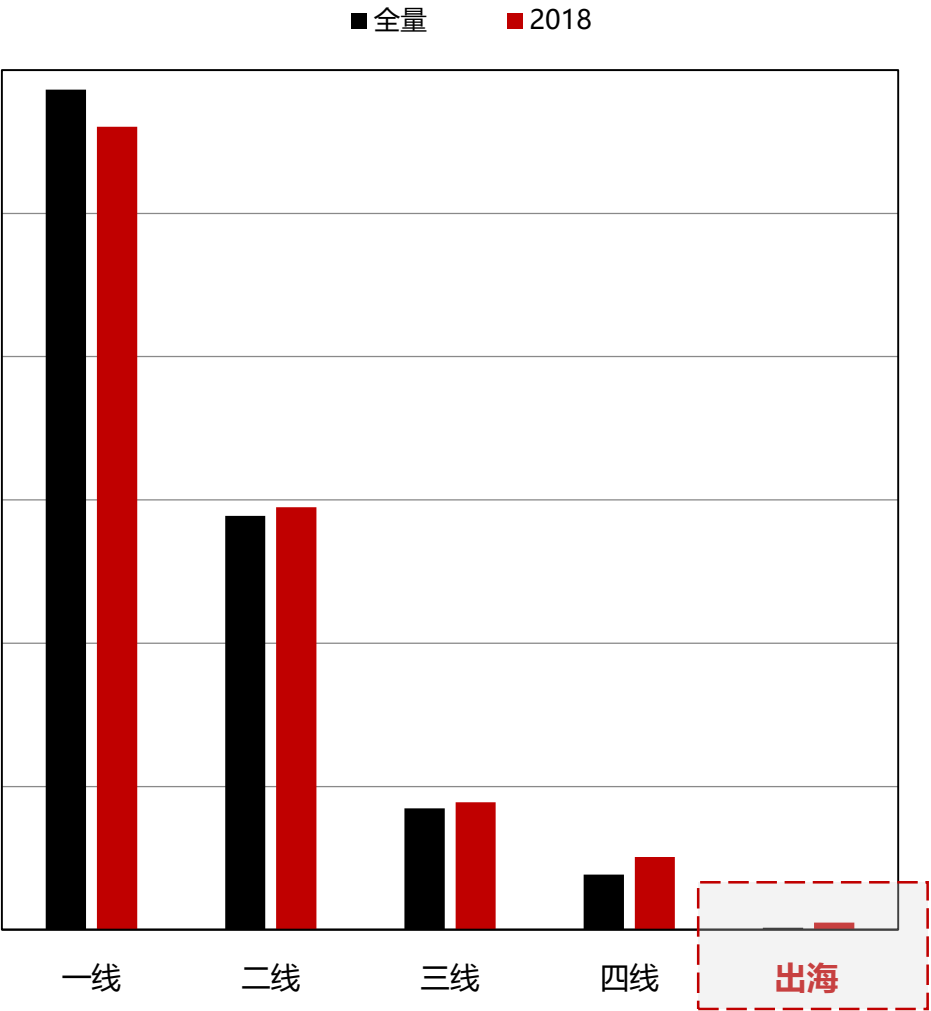
趋势七：各类优创项目，从“经营人”开始推动产品迭代，形成良性的循环

◆ 高频、小幅度的产品（服务）迭代，对客户全生命周期的服务进行有序的跟踪。这种趋势不仅仅是在快消品类的创新项目上，用来调整品类、或配套的相关优惠、服务等。在教育培训、健康医疗等项目表现的非常明显，推动产品（服务）快速优化迭代。



趋势八：出海成为新消费时代的一个重要风向标

下沉市场与出海成为寻找新的业务增长点的战场



数据来源：铅笔道研究院

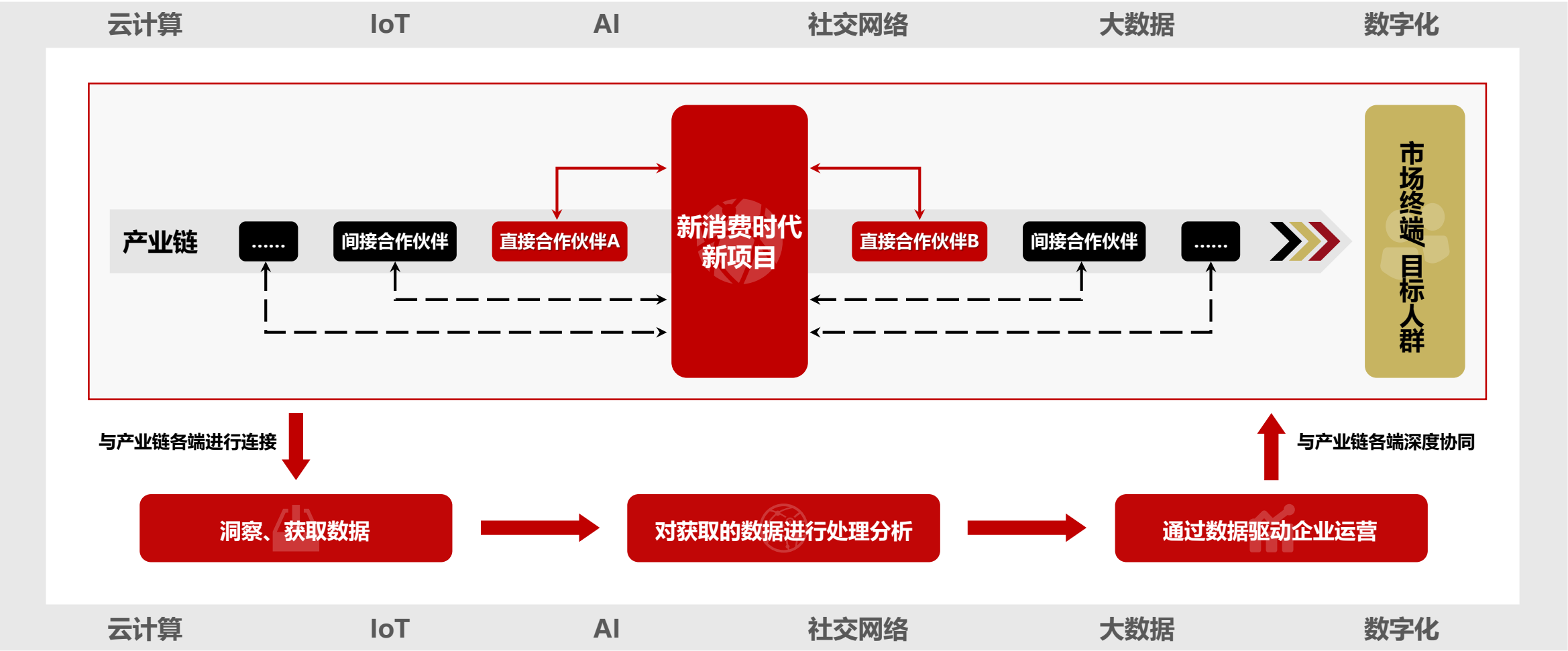
一. 新消费时代的发展

二. 从十年以来的初创项目看新消费时代的趋势

三. 新消费时代的未来

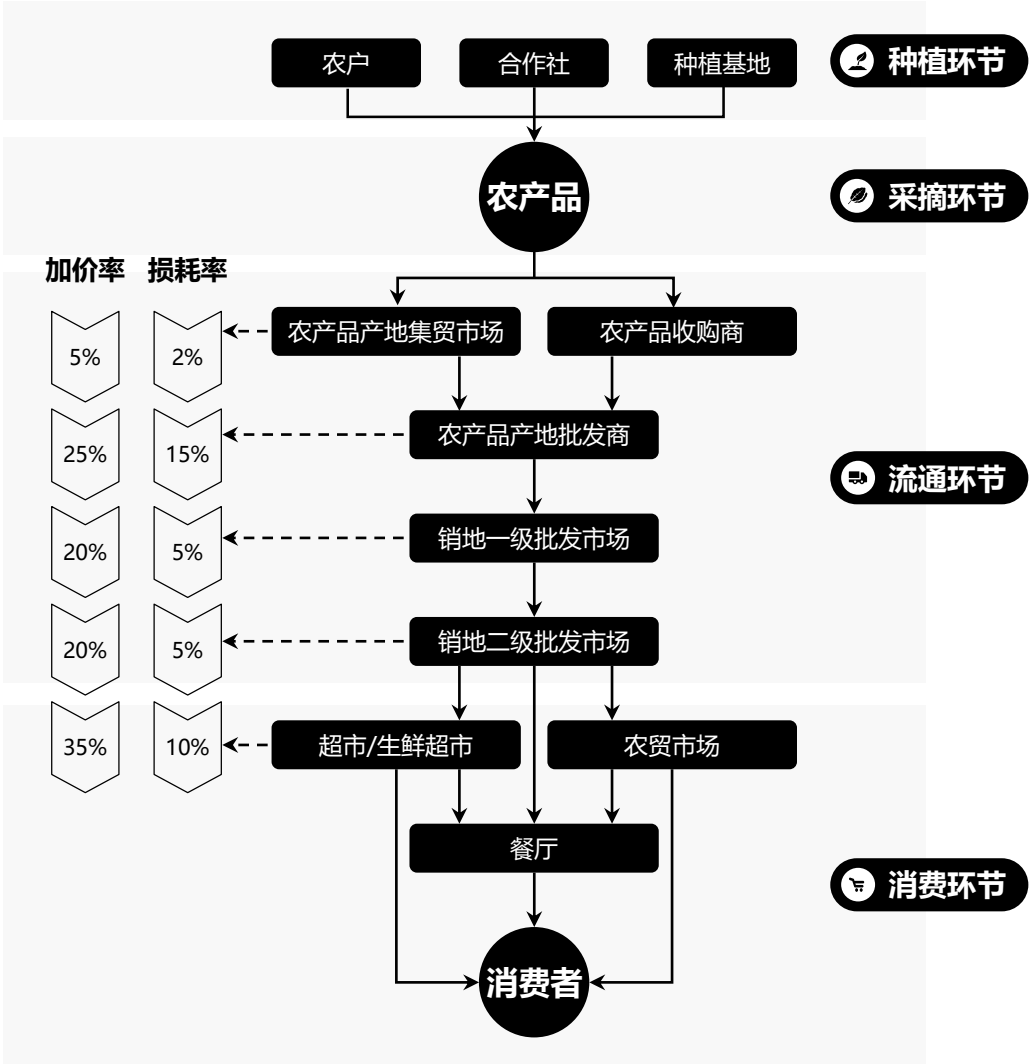
连接一切、更广的场景、更精准的客户认知

◆ 连接一切通过“经营人”加大对消费者的了解，反向带动整条供应链的精准变动，改变过去有什么卖什么的模式，整个供应链围绕着消费者的变化而调整产品（服务）内涵。



新消费时代更多的传统产业生产链将被重塑

传统农业生产链



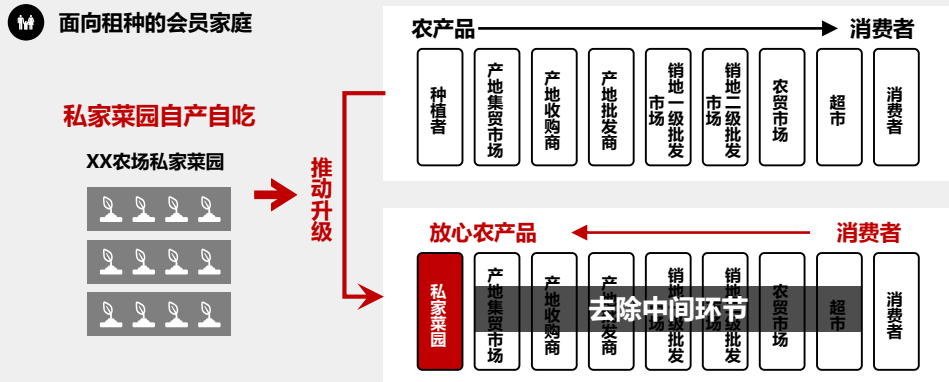
由F2C延伸至F2B



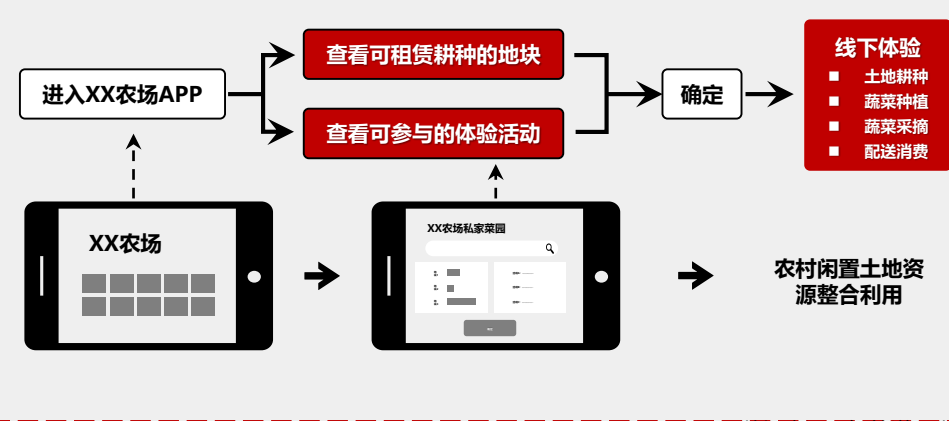
由物理分散走向管理集中



去除中间环节，实现高品质农产品供应



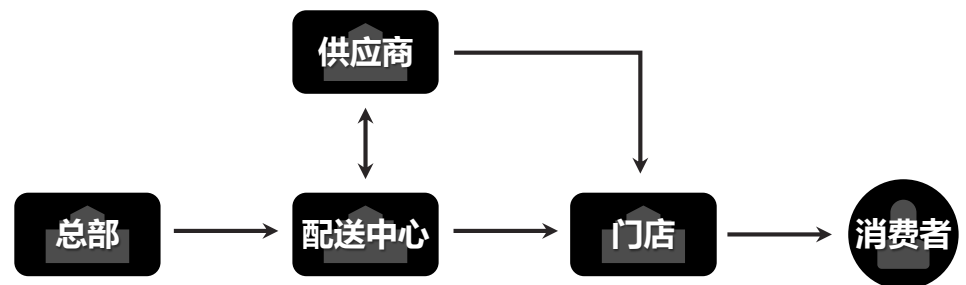
整合农村闲散土地，推动生产与消费直连



数据来源：铅笔道研究院

商业模式走得够酷炫，未来需要进一步补强IT业务支撑系统

传统便利店商业模式

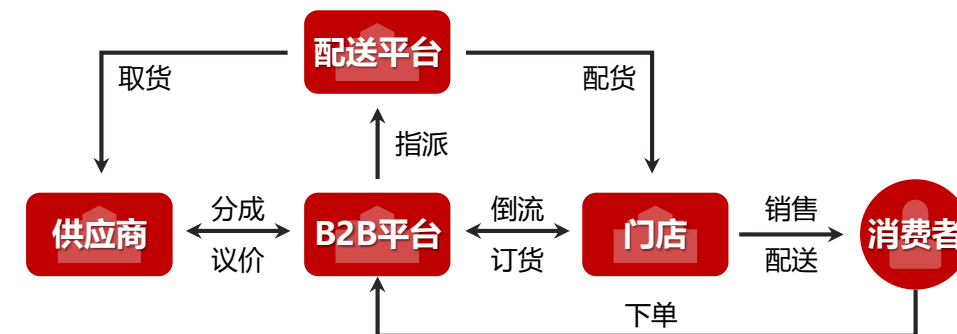


信息化系统

以**ERP**为核心关注**商品进销存**的管理系统

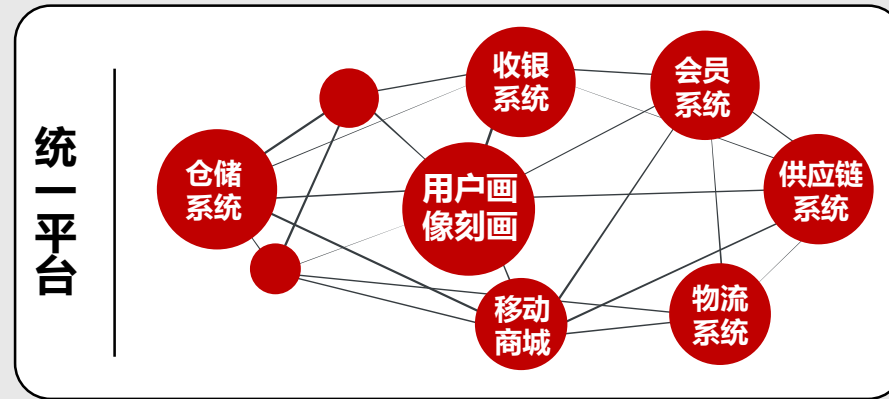


新消费时代便利店商业模式



信息化系统

基于**统一平台**，以提升**用户体验**为核心，促进商品销售的管理系统



A thick red horizontal bar with a 3D effect, featuring a grey shadow on its right side. The word "Thanks" is written in white, bold, sans-serif font in the center of the bar.

Thanks