

2020山东人迈入“新消费时代”

壹点智库《2020山东人新消费趋势调研报告》重磅发布

根据国家统计局数据,2020年1—11月份,社会消费品零售总额增速持续上升,从8月份起由负转正,市场销售已连续四个月实现同比正增长,2020年的消费市场大体上经历了一个“先抑后扬”的过程。这一年中,整个消费市场变化的背后是不同品类的钱包份额的重新分配,消费者的消费行为、消费习惯和消费场景悄然发生了变化,社交电商、直播带货、同城零售等新消费形态也为市场注入了新活力。

临近年末,不少人都发出疑问,一年中各种购物节轮番上阵,总觉得每个月工资还没捂热乎就没了,自己的钱到底花在哪了?对于商业零售业从业者来说,

又该如何把握消费新风向,在新的消费市场挖掘商机?

日前,齐鲁晚报·齐鲁壹点和壹点商业智库整合营销研究中心面向山东省16个城市人群进行了一次大规模调查,权威推出《2020山东人新消费趋势调研报告》,用数据解读2020年山东人的新消费趋势。通过调查发现,山东人讲究物质与精神追求两不误,爱线下购物也爱直播下单,爱“新潮”也爱“国潮”……山东人正在迈入“新消费时代”。

本次调查样本年龄集中在19岁—60岁,其中80后、90后超7成;样本职业包括教师、医生、公务员、工程师、销售、媒体、个体、学生等;男女分别占比40%、60%。

调研机构:壹点智库商业整合营销研究中心

经济事业中心风尚齐鲁事业部

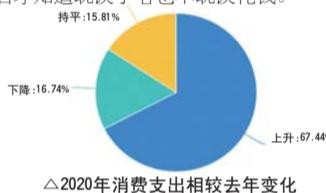
报告撰写:齐鲁晚报·齐鲁壹点 记者 许昱洲

2020年,山东人花钱并不少

据国家统计局公开数据,2020年前三季度,山东省居民人均可支配收入24920元,同比增长3.2%,扣除价格因素影响,实际下降0.7%。人均消费支出14109元,同比下降0.7%。

超84%山东人2020年支出上升或持平

本次调查数据显示,67.44%的受访者今年的消费支出较去年有所增长,15.81%的受访者认为今年支出基本持平;从每月消费金额来看,月消费在2000元—5000元的人最多,占48.84%。由此可见,与往年相比,2020年山东人花钱并不少,有网友表示:“本以为花得少了,最后才知道耽误了啥也不耽误花钱。”



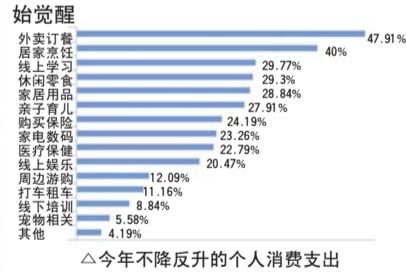
2020年,钱包份额在重新分配



△受疫情影响而削减的个人消费支出

受疫情影响,今年山东人的消费结构出现了明显的变化。在旅游出行、休闲聚会、电影演出等社交出行方面的消费支出下降最多,分别有72.09%、58.6%、58.14%的人选择;同时,学习教育、基础护肤等刚需消费受到的影响较小,占比仅为8.84%和7.91%。

“懒经济”与“宅文化”盛行,健康意识开始觉醒



△今年不降反升的个人消费支出

“懒经济”指消费者不用出门也可以用手机指挥商家上门服务,以外卖和到家服务为主要表现形式;而“宅文化”即更乐于在家里刷手机、看视频等,而不是到户外“瞎浪”。数据显示,在不降反升的消费支出中,外卖订餐、居家烹饪占据前2位,分别为47.91%和40%,同时超过1/4的人群在线上学习、休闲零食、家居用品、亲子育儿方面的支出也有增长。虽然疫情阻止了大家出门的脚步,但不少人宅家也乐在其中,讲究物质与精神追求两不误。

值得注意的是,经历过疫情的广大消费者对健康消费的需求有所增长,本次调查数据也显示,分别有24.19%和22.79%的山东人用在购买保险、医疗保健上的消费支出变多了。

2020年,线上线下消费并行

到店购买需求依旧存在,便利店与超市成主要渠道



△今年日常光顾相对频繁的线下消费场所

国家统计局数据显示,1—11月份,限额以上超市商品零售额同比增长3.0%,实体店铺零售持续恢复,可见消费者对到店购买的需求依旧存在。对于山东人来说,离消费者更近、更高效便捷的社区便利店和大型超市是大家经常光顾的线下消费场所,购买品类集中在生鲜蔬果、餐饮美食、生活用品等刚需消费品,分别以68.37%、62.33%、58.14%的占比位居前三名。

山东人消费更“数字化”,最信赖京东、天猫、淘宝

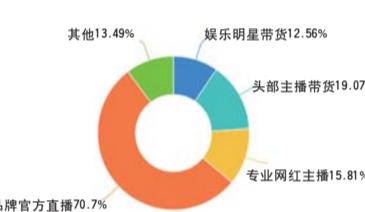


△对电商平台/社交流量平台的信赖度

2020年,电商平台数量持续增加,越来越多平台开始为用户提供线上购物的服务,线上购物趋势在今年愈加突出。2020年1—11月份,全国网上零售额同比增长11.5%,相比2019年增速明显加快。

本次调查显示,78.61%的山东人都有在电商平台购物的经历,更有23.26%的人经常在电商平台购物;在各类电商/社交平台上,京东最受受访者信赖,以71.16%位居第一,天猫、淘宝位列二、三位,分别有63.26%、58.6%的人选择;此外,仍有1.4%的人表示对电商平台都不信任。

直播带货进入高光时刻,山东人最爱看品牌官方直播



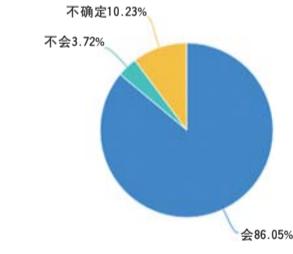
△哪种电商直播形式会吸引你观看和下单

“Oh my god,买它买它!”随着线上消费市场的强势增长,直播卖货也成为2020年一道亮丽的风景线。

本次调查数据显示,超过半数的受访者曾在直播间下单,其中更有15.81%的人经常在直播间购物。在各类电商直播中,品牌官方直播对山东人的吸引力最大,70.7%的人愿意观看和下单;其次则是以李佳琦、薇娅为代表的头部主播,吸引了19.07%的人。同时,也有49.3%的人从不在直播间下单,他们表示“不看直播,浪费时间”“习惯自行选购”“不信任”“对直播产品质量不放心”。

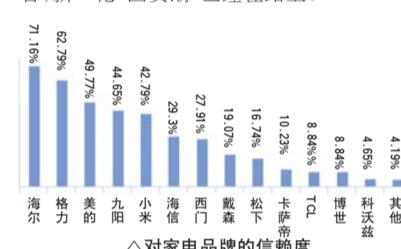
2020年,“国货”需求强势增长

更加崇尚国货,认同“本土品牌”



△是否会优先考虑购买国货

根据CBNData《报告》,消费者对中国品牌的关注度在十年间从38%提升到70%,而疫情进一步培养了消费者对国货品牌的认知与需求。对于品质趋同前提下是否优先选择国货,86.05%的山东人做出了肯定回答,新一轮“国货潮”已经在路上。



从家电品牌来看,海尔、格力、美的以71.16%、62.79%、49.77%位列山东人最信任的家电品牌前3名,其中,海尔作为山东本土的家电品牌,在山东人的心中更具竞争力,收获了最多人的信赖。

2020年,山东人是哪种“新消费主义者”?

2020年,国内消费者正处于一个消费观念、趋势的转折点。在微博上,追求精简生活的“断舍离”相关话题阅读量逾2亿;在豆瓣、知乎等社交分享平台上,“省钱”相关成为集中讨论的热门话题;同时,也有很多人一边省钱一边追求精致生活……

本次调查结果显示,山东人最显著的“新消费主义者”特征是“崇尚健康、环保、简约”,占比为66.51%;其次是50.7%的人选择了“时间无价,追求便利性”;也有46.51%的人表示自己“乐于分享,生活即社交”。由此可见,山东人的消费行为较为理性,更崇尚健康、简约、便利的消费方式,同时他们乐于分享,享受成功“种草”的喜悦,也愿意“被种草”。



△具备哪些“新消费主义者”的特征

