



# 品质消费指数报告

阿里新消费指数系列之一

Alibaba New Consumption Index

阿里研究院  
2017年4月

# 品质消费现象：“扫把”

近5年，扫地机器人的销售金额增长超过30倍



数据来源：阿里零售平台

# 品质消费现象：“自行车”

自行车保有量3.98亿。截至2017年3月，全国共享单车投放总量已超400万辆



阿里新消费指数系列之

# 品质消费指数

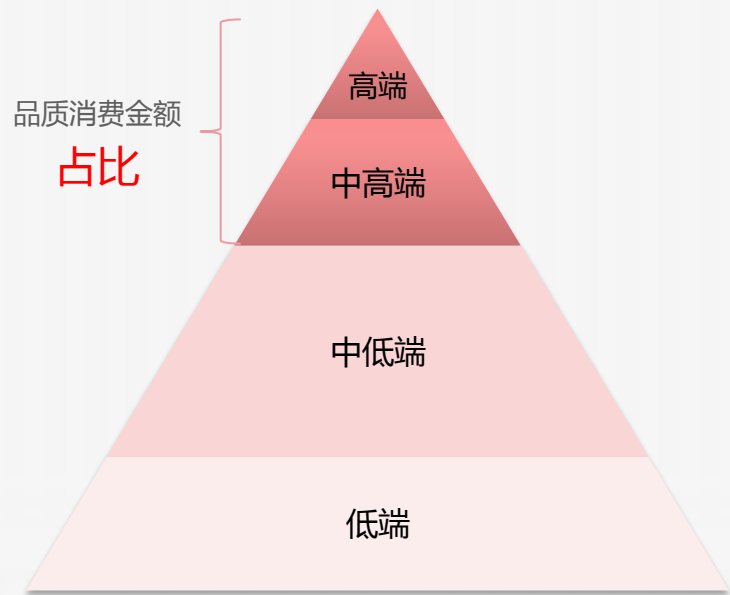
# 品质是什么？

品牌 设计师 专业  
功能 情怀 体验  
情感 个性 品味  
原创 高端 有质感  
优质 舒适 进口  
逼格

品质

# 品质消费指数定义

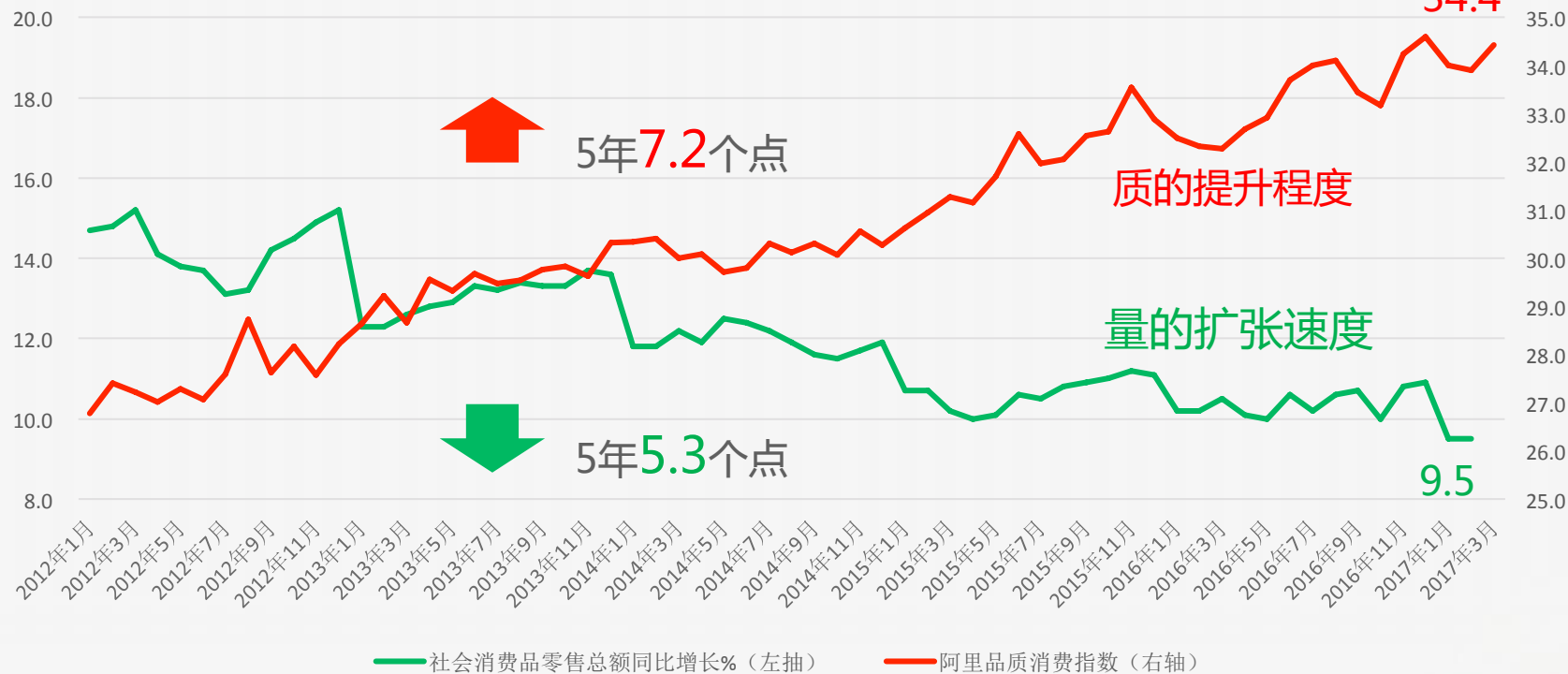
中高端及以上的商品消费金额在总消费中的占比，占比上升意味着品质消费上升。



价格切分举例				
	洗衣机	BB霜	白酒	连衣裙
高端	3600	270	760	680
中高端	2000	140	350	300
中低端	870	70	120	110
低端				

**“X现象”：数量的增速下降到“低区”，但品质的提升到“高区”。**  
超过1/3的网购是中高端商品，而5年前只有1/4。

社会消费品零售总额增速 vs 阿里品质消费指数

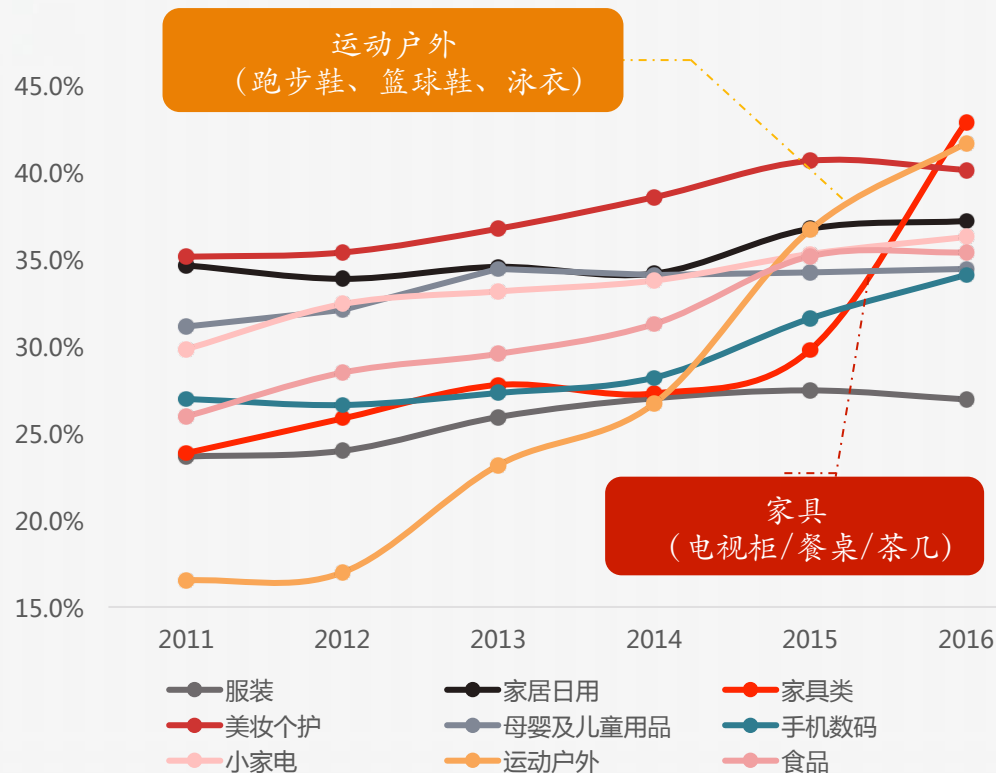


2016年阿里零售平台中高端消费1.2万亿元，相当于中国人一年境外消费总额





# 各行业品质消费指数——运动户外、家具、手机数码品质升级尤为突出



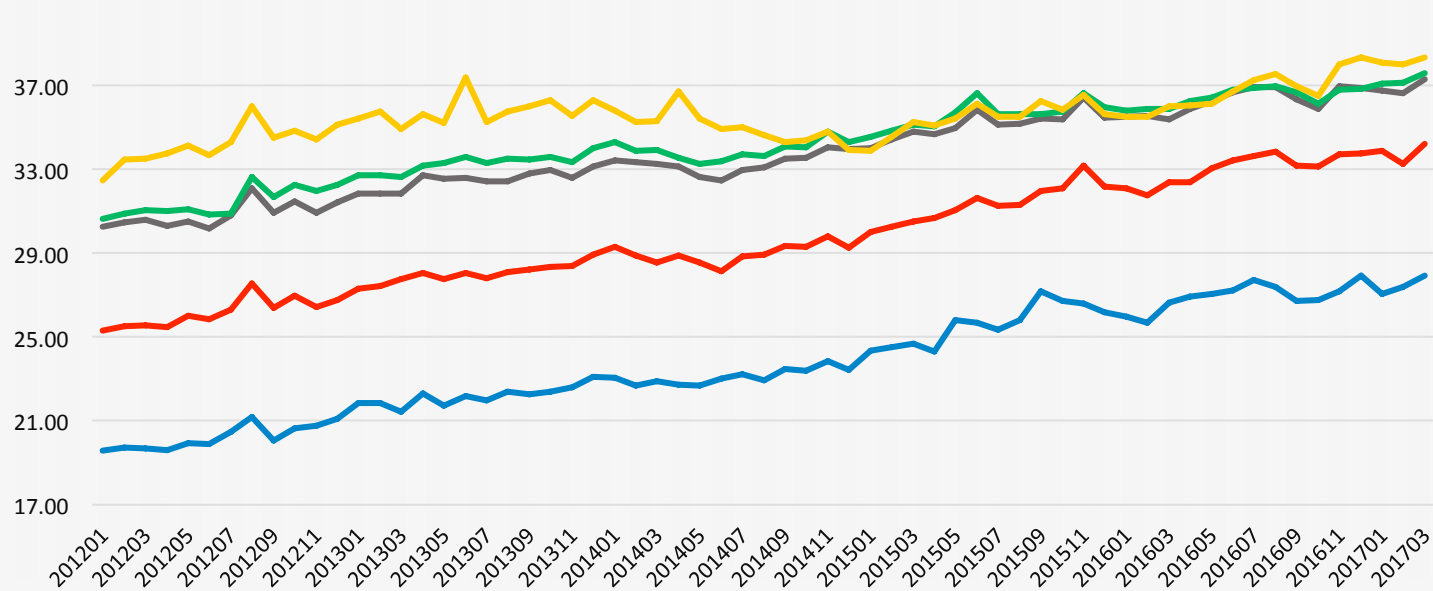
	2016年指数变化		2016年品质指数
家具类	↑	13.11	42.91
运动户外	↑	5.00	41.70
手机数码	↑	2.51	34.10
小家电	→	0.97	36.28
家居日用	→	0.44	37.20
食品	→	0.22	35.40
母婴及儿童用品	→	0.20	34.46
服装	↓	-0.52	26.94
美妆个护	↓	-0.52	40.15

# 精致、健康，引领品质升级新风尚



# 泛90后成为品质消费新力量，升级速度两倍于60后

品质消费指数-分年龄



近五年提升

+4.81 (50岁以上)

+6.56 (36-50岁)

+6.71 (29-35岁)

+8.68 (23-28岁) ↑

+8.23 (19-22岁) ↑

# 身心愉悦的60后 VS 宅又讲究的90后



## 60后 品质消费特征品类

滋补营养片	文化娱乐	收藏/字画
-山参	-太极服	-贵金属纪念币
-灵芝孢子粉	-广场舞套装	-中国书法
-玛咖干	-二胡	-金石篆刻
	-萨克斯风	

## 90后 品质消费特征品类

外卖/零食	数码游戏	美妆护理
-简餐	-游戏电玩	-男士面膜
-汤/煲仔	-游戏掌机	-阴影
-松露巧克力	-键盘	-高光
	-有线鼠标	-男士护理套装

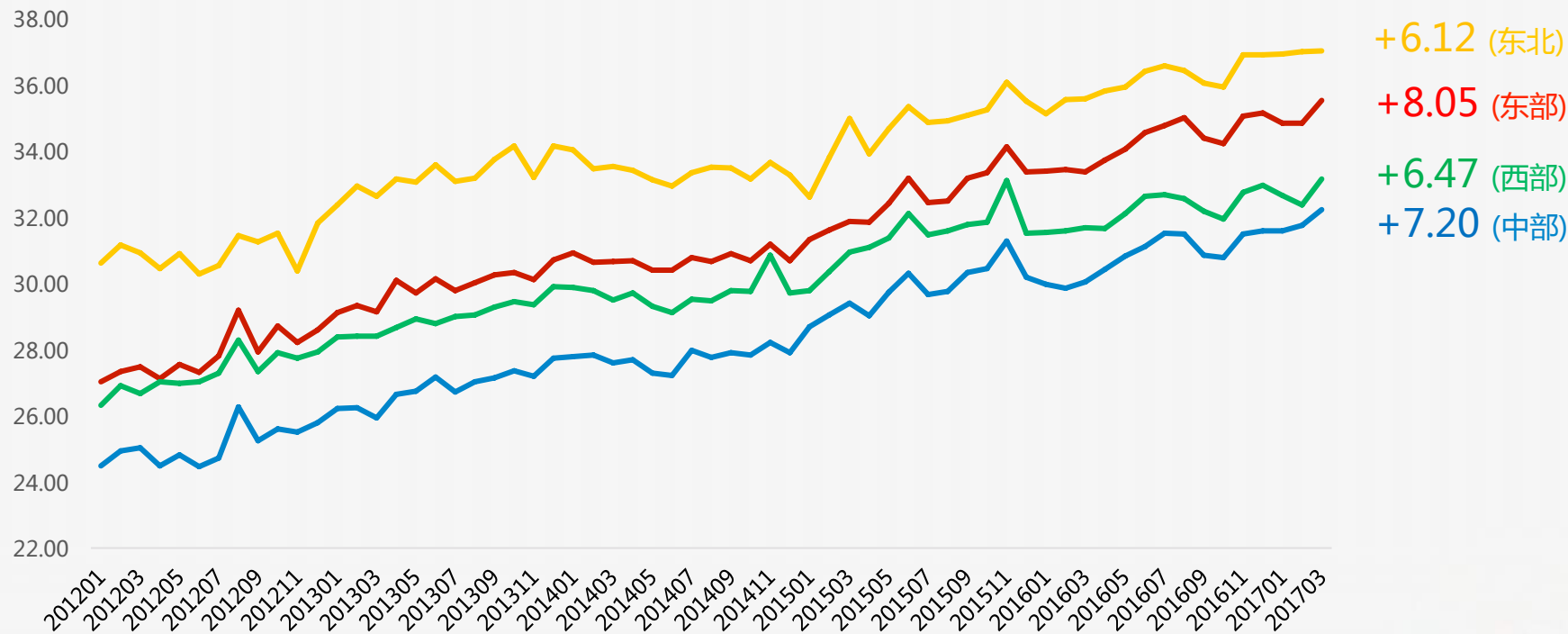
注：各年龄段品质消费特征由该年龄段下品质偏好指数TOP30的品类整理行成

品质偏好指数=2016年不同年龄层在该品类品质消费额的占比/不同年龄层在整体品质消费中的占比，反映该人群对该品类的偏好程度

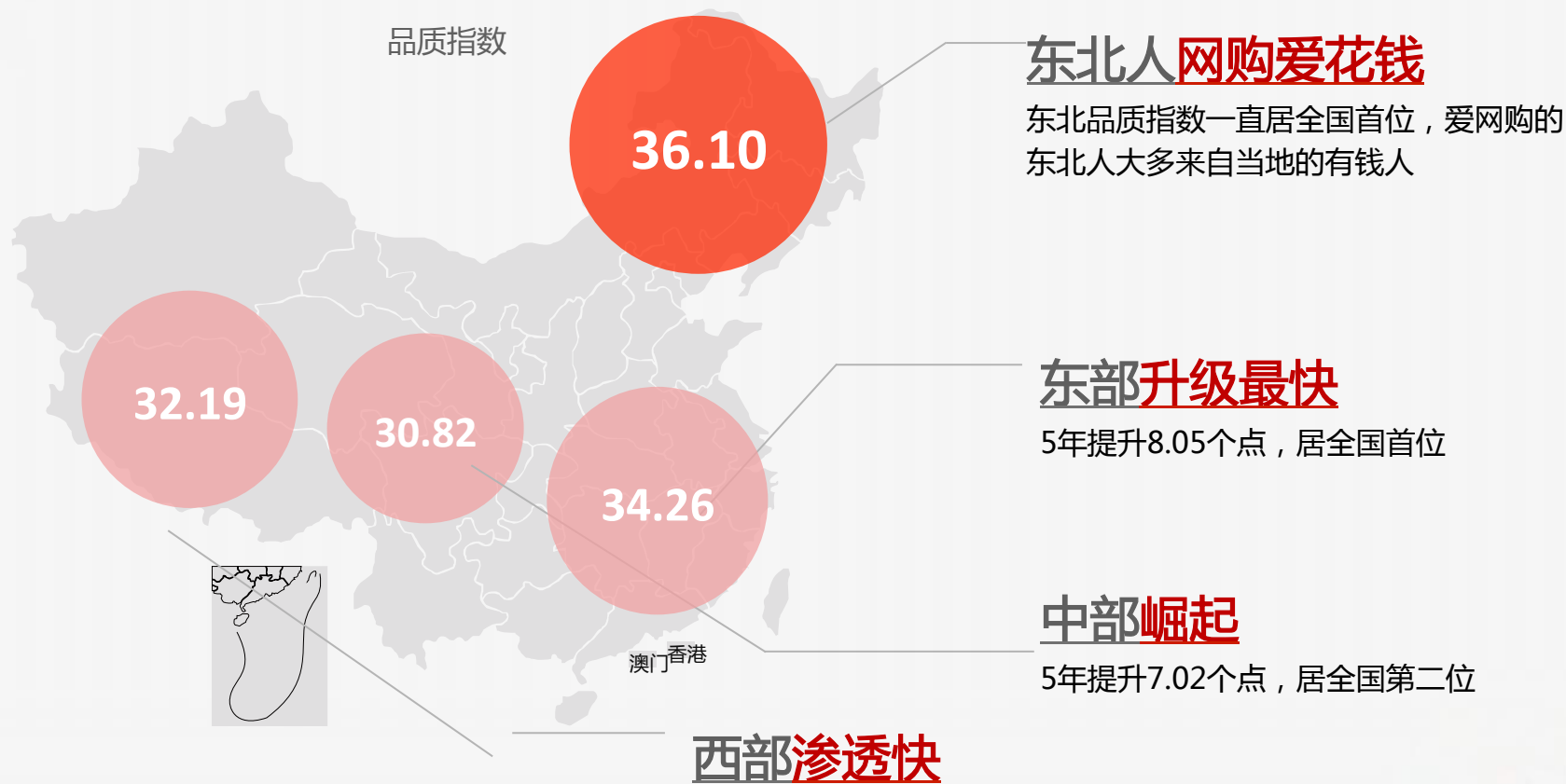
# 近5年来看，东部增长最快、中部崛起、西部与东北增长相对平缓

## 2017年3月，东、中、西部均呈现明显增长

品质消费指数-分地区



# 俺们东北人网购爱花钱



# 阿里新消费指数系列



## 指导

高红冰 阿里巴巴集团副总裁  
阿里研究院院长

杨 健 阿里研究院副院长

## 作者

万红杰 阿里研究院高级数据分析师

梁慧芳 阿里巴巴集团博士后

孔 翎 阿里研究院资深专家

## 运营/美工

陈 亮 阿里研究院资深专家

赵保英 阿里研究院专家

左佳鑫 阿里研究院UED

## 致谢

高善文 安信证券首席经济学家，  
中国首席经济学家论坛理事

杨燕青 第一财经研究院院长

林纯洁 第一财经研究院助理院长

王 青 国务院发展研究中心市场经济研  
究所所长助理、研究员

皮 舜 中信证券市场研究团队首席产业策略师

马旗戟 北京大学新媒体营销传播研究中心研究员

李远芳 中国社科院世界经济与政治研究所国际金  
融研究室助理研究员

程 欣 阿里研究院高级专家

潘永花 阿里研究院高级专家

蒋正伟 阿里研究院数据专家

吕志彬 阿里研究院专家