


# 亿欧智库

E O I N T E L L I G E N C E

研究报告

## 2019中国新消费城市指数报告

Chinese New Consumption Cities Index Report in 2019

 亿欧智库 [www.iyiou.com/intelligence](http://www.iyiou.com/intelligence)

Copyright reserved to EO Intelligence, Jan 2020

# 序言

## INTRODUCTION

### **消费的重要性不言而喻。**

宏观层面，消费对当前国家经济发展起着举足轻重的作用。2019年12月30日，据商务部市场运行司副司长王斌透露的信息，消费持续6年保持经济增长第一拉动力。微观层面，消费满足人们的物质需求与情感需求，维持人们的基本生活，实现个人价值的体现。

### **消费与城市之间的关系千丝万缕。**

在国家与居民之间，一个重要的组成单元值得我们关注，它就是城市。一方面，城市是国家的组成单位；另一方面，城市是一定地域单位内的居民的集合体。居民的日常消费，不仅呈现出商品的销售额变化，更体现在城市设施的增加、城市经济的增长，从而带动国家经济的发展。

### **消费中的新变化——新消费。**

亿欧智库总结当前消费体现的主要变化，即新消费的主要特点就在于人群代际变迁下的消费需求的转变，主要在于体验性消费受到更多关注。

体验性消费可以比物质性消费带来更多的幸福感。相对物质性消费获得有形的商品而言，体验性消费获得的幸福感持续的时间更长，可以取得更高层次的个人价值的获得感。

### **新消费在城市中又有何体现？**

本次报告，亿欧智库聚焦城市发展，以新消费作为底层逻辑，分析新消费在城市层面的体现，利用数据指标，进行城市排名，得出新消费逻辑下的城市榜单，体现城市当前发展情况。一方面，选取城市的基础经济指标，反映城市的消费能力；另一方面，选取个性指标，反映城市的消费意愿。

有能力且有意愿，城市的消费发展才能持续且健康。

# 目录

## CONTENTS

### 04 新消费城市发展研究背景及意义

- 1.1 新消费城市发展研究背景与意义
- 1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化
- 1.3 城市发展与消费发展之间的关系

### 11 新消费城市研究范围与指数构建

- 2.1 研究城市范围与指标体系建立方法
- 2.2 新消费城市评价指标构建
- 2.3 部分指标内容介绍

### 16 新消费城市榜单及结果分析

- 3.1 新消费城市指数榜单
- 3.2 城市整体数据表现分析
- 3.3 分维度城市表现分析



# 新消费城市发展研究背景及意义

## Background and Significance of the New Consumption Cities Development Research

要以新消费的逻辑评价城市的发展情况，并对城市进行排名，首先需要厘清新消费的概念，消费与城市的关系，以及新消费会对城市产生哪些影响。

本章主要说明新消费城市的研究背景与意义，从城市发展与消费社会发展入手，剖析城市与消费之间的关系。

另外，聚焦到新消费，分析新消费中的消费新特征，并得出本报告重点关注的体验性消费，作为后续进行数据指标选取与城市排名的评测对象。



Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景及意义

1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

3.3 分维度城市表现分析

## 新消费城市发展研究背景及意义

### 国际化消费中心城市成为当前城市的重要发展方向

2019年10月，商务部等14部门联合印发《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》，明确要利用5年左右时间建成一批具有全球影响力的专业化、特色化、区域性的消费中心。所谓国际消费中心城市，是指现代国际化大都市的核心功能之一，是消费资源的集聚地，更是一国乃至全球消费市场的制高点。意见指出，国际消费中心城市需要聚集优质的消费资源，加快发展服务消费产业；需要打造新型消费商圈，推动智慧商圈的建设。

**首先，国际化的目标迎合了当前中国新一轮对外开放的发展方向；其次，消费中心城市对于促进国内市场的发展，加强消费对经济增长的促进作用具有重要意义。**

### 国际化消费中心城市发展方向与新消费城市方向相契合

无论是服务消费产业的发展，还是新型消费商圈的打造，都体现出新消费导向下的城市发展新方向。

从具体城市提出的建设国际化消费中心城市的相关政策来看，线下门店发展与社区便利店消费场景成为众多城市的发展方向。

这里选取三个新一线城市为例。除去北上广深四大城市，新一线城市的发展潜力更大，建设国际化消费中心城市也有望成为其弯道超车的重要方向。

#### 成都市

- 促进线下品牌门店发展：2019年4月，成都市出台了《关于加快发展城市首店和特色小店的实施意见》，其中提出，大力发展城市首店和特色小店，打造“国际范”+“成都味儿”，吸引全球性、全国性、区域性品牌店、旗舰店、体验店等首店以及国际首店及世界品牌。
- 打造社区商业场景：2018年7月，《成都市打造社区商业消费新场景构建社区优质生活服务圈工作方案（2018-2022）》，其中提出到2022年，新打造社区商业消费新场景300个，社区便民服务示范点500个，社区商业连锁店超10000家，其中24小时便利店1000家。

### Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

#### 1.1 新消费城市发展研究背景及意义

##### 1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

##### 1.3 城市发展与消费发展之间的关系

### Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

#### 2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

#### 2.2 新消费城市评价指标构建

#### 2.3 部分指标内容介绍

### Part3. 新消费城市榜单及结果分析

#### 3.1 新消费城市指数榜单

#### 3.2 城市整体数据表现分析

#### 3.3 分维度城市表现分析

### 重庆市

2019年12月，重庆市政府办公厅印发《关于加快建设国际消费中心城市的实施意见》，其中提出从如下方面入手：

- 引进知名品牌门店：增加国际优质消费品和高端产品供给，培育中高端消费市场，打造国际品牌首选地和世界消费品超市。大力引进知名品牌“首店”、旗舰店、体验店和连锁店，鼓励高端知名品牌、设计师品牌、高级定制品牌等在渝首发新品。
- 打造消费平台传播城市消费文化：探索打造“国际消费示范区”，开展高品质步行街改造提升试点，推动智慧商圈建设，推进特色商业街转型升级，打造一批品质商圈、特色商业名街、品牌夜市等消费平台，让消费平台成为城市消费的名片、高质量发展的平台和对外开放的窗口。

### 武汉市

武汉市出台的《全市加快新消费引领打造国际消费中心城市三年行动计划（2019-2021）》，提出以下发展方向：

- 发展“便利店+”商业模式：将在中心城区初步形成“3公里理想生活圈”，打造武汉为“新零售之城”的样板城市，在中心城区合理布局便利店、连锁超市、生鲜超市和社区小店。
- 建设综合性商业地标：引进世界500强企业、国际知名酒店、国际顶级奢侈品品牌旗舰店等高端业态，打造国际知名的顶级商圈。

综合以上城市具体实施措施可以看出，线下门店的大力发展、社区便捷消费场景营造，以及大举发展便利店等，都体现出消费升级的趋势以及新消费下的需求。

以上所有举措，无论是潮流还是便利，均指向消费体验的提升以及消费品质的升级。

**因此，亿欧智库聚焦到当前城市的体验性消费表现，注重落地情况，以期洞察城市的新消费表现，即各个城市建设国际化消费中心城市的基础条件。**

## Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

### 1.1 新消费城市发展研究背景及意义

### 1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

### 1.3 城市发展与消费发展之间的关系

## Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

### 2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

### 2.2 新消费城市评价指标构建

### 2.3 部分指标内容介绍

## Part3. 新消费城市榜单及结果分析

### 3.1 新消费城市指数榜单

### 3.2 城市整体数据表现分析

### 3.3 分维度城市表现分析

## 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

### 从低层次的生存需求到高层次的精神需求

对于“新消费”这个词出现的时间、产生缘由及具体含义并没有公认的说法。亿欧智库通过桌面研究发现，围绕“新消费”的一些关键词，其背后主要指向新人群的新需求。

伴随着代际变迁，特定年龄阶段的人群更迭，随之而来的，是品牌目标受众的消费观念变化，消费观念决定消费行为，反映到商品与服务的购买，也就是所体现出的消费需求变化。

中国居民的消费观念呈现出个性实现与反向影响的特征。一方面，消费不再止于购买维持日常生活的必需品以及标准产品，消费的目的逐渐加入为了体现自身个性与实现精神需求的满足。定制化产品越来越受到青睐。另一方面，消费观念也从传统的自上而下影响变为年轻一代向年老一代输送新的消费方式，从下至上影响消费行为，加之，当前消费者行为体现出，消费不仅仅满足于物质商品交易所带来的短暂购物喜悦感，而是更注重从消费行为获得尽可能延长的满足时间。

从恩格尔系数表现来看，改革开放以来，我国城乡居民恩格尔系数显著下降，人民生活水平明显提高。2018年，全国居民恩格尔系数为28.4%，比上年下降0.9个百分点。全年全国居民人均消费支出中，服务性消费占比为44.2%，比上年提高1.6个百分点。

根据联合国对世界各国的生活水平划分标准，一个国家平均家庭恩格尔系数大于60%为贫穷；50%-60%为温饱；40%-50%为小康；30%-40%属于相对富裕；20%-30%为富足；20%以下为极其富裕。

由国家发展改革委组织编写的《2017年中国居民消费发展报告》中就已指出，2017年全国居民恩格尔系数为29.39%，这是中国第一次进入联合国划分的富足区间。

Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景及意义

1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

3.3 分维度城市表现分析

## 体验性消费是当前新消费的主要内容

### 体验性消费能满足更多精神需求

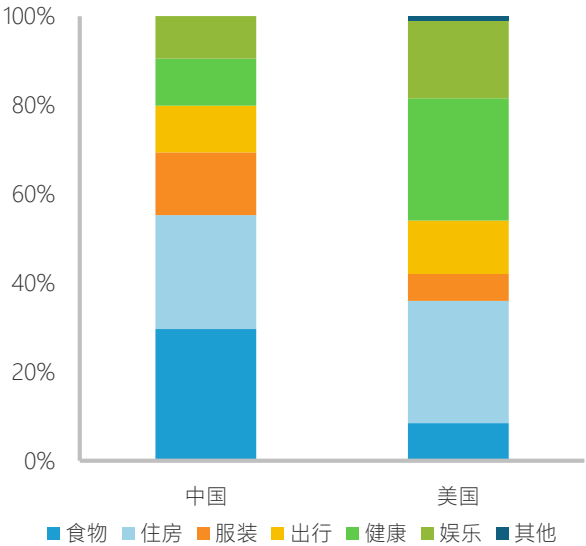
无论是西方主流心理学研究还是中国学者对消费心理学的探讨，基本上可以认为，体验性消费可以比物质性消费带来更多的幸福感。相对物质性消费获得有形的商品而言，体验性消费获得的幸福感持续的时间更长，可以取得更高层次的个人价值的获得感。

现阶段新消费，正是从消费者角度出发，更好地满足新客群的需求。追溯根本，消费本质需求在于获得更多的幸福感，实现马斯洛需求层次中更高层次需求。

### 体验性消费具有很大的增长潜力

根据Euromonitor, CEIC, Goldman Sachs Global Investment Research的资料可以看出，将中国的消费模式与美国的消费模式相比较，随着收入的增加，支出将会从必需品转向可随意支配的物品。Goldman Sachs将中国的消费支出分为7类，分别为衣食住行娱康奢。当前，中国消费者的收入中近一半用于衣食，娱与康，具有很大的增长潜力。

亿欧智库：中美主要消费类别份额对比



数据来源：Euromonitor, CEIC, Goldman Sachs Global Investment Research

综上，本次研究聚焦具有较大增长前景且能代表新消费主要内容的体验性消费。



Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景及意义

1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

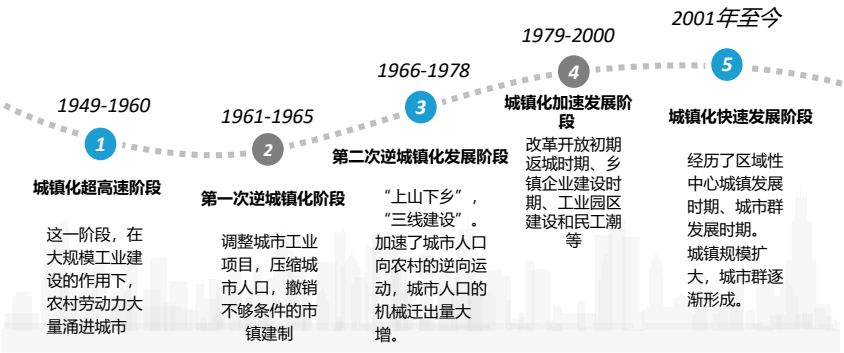
3.3 分维度城市表现分析

## 中国城镇化发展历程

亿欧智库总结桌面资料，将中国城镇化发展历程分为五个阶段。这五个阶段的发展主要受到该阶段的政治、经济、社会背景的影响，体现于全国城镇化率与全国城镇化率增速表现上。

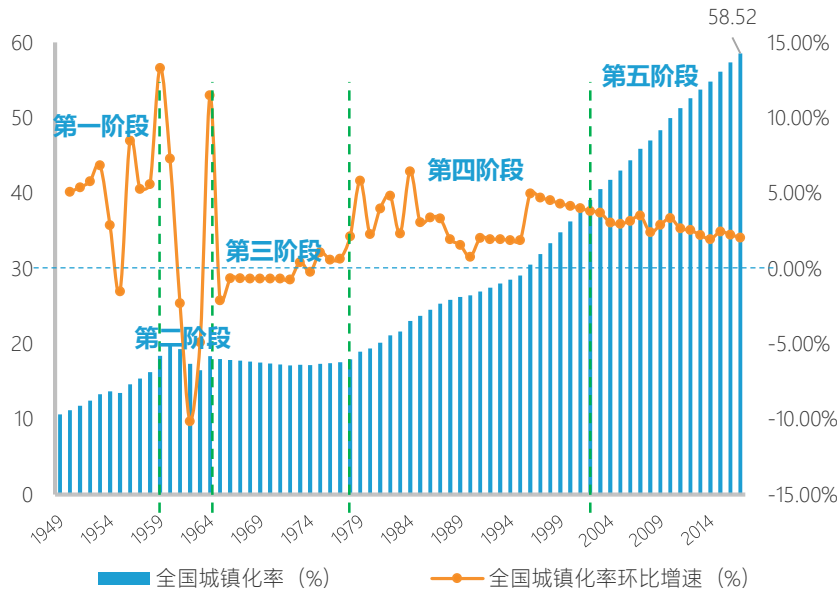
当前，中国城镇化率总体水平呈上升趋势，但城镇化率增速处于下降状态。姑且参照“诺瑟姆曲线”，中国城镇化发展即将进入60%-70%阶段，即稳定阶段。

亿欧智库：1949年至今中国城镇化发展历程



信息来源：亿欧智库根据公开资料整理

亿欧智库：1949-2018年中国全国城镇化率及其增速



数据来源：1999年、2018年《中国统计年鉴》、缺失数据来自网络  
城镇人口是指居住在城镇范围内的全部常住人口

Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景及意义

1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

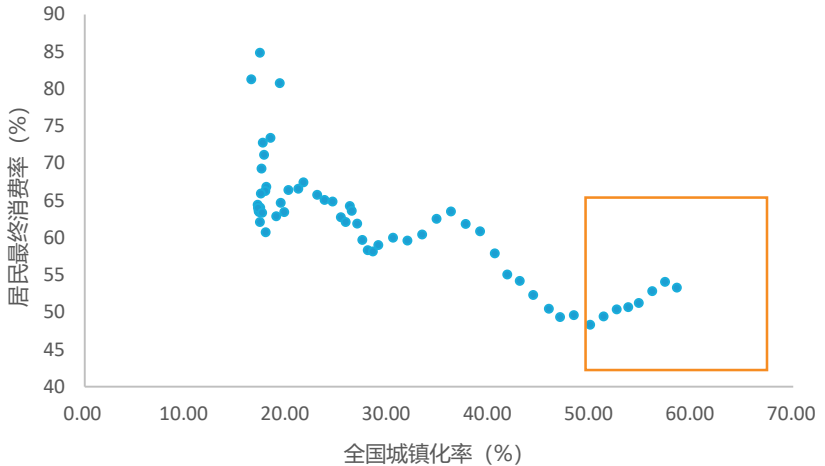
3.3 分维度城市表现分析

## 消费与城市发展之间的关系

### 城镇化进程对消费具有显著拉动作用

**城镇化率与居民消费率之间呈现“U型”变化规律。**主要原因在于，城镇化率与经济增长高度正相关，而经济增长与居民消费率（居民消费率，指一个国家或地区在一定时期内的用于居民个人消费和社会消费的总额占当年GDP的比率，是衡量国民经济中消费比重的重要指）呈现“U型”变化关系。从中国城镇化率与消费率的关系表现来看，当前正处于U型曲线的右侧部分，即全国城镇化率与居民最终消费率同步上升。

亿欧智库：中国城镇化率与消费率的U型曲线关系



数据来源：世界银行WDI数据库；1999年、2018年《中国统计年鉴》；缺失数据来自网络

在当前中国城镇化发展即将进入60%-70%阶段，即稳定阶段的情况下，城镇化率将会持续上升。在城镇化进程的拉动下，居民最终消费率也将持续上升。

亿欧智库将消费发展与城市发展相结合，聚焦当前的新消费表现，结合城市建设发展现状，注重新消费在城市的落地情况，以评价城市满足新消费需求方面的能力。

# 新消费城市研究范围与指数构建

## Research Object and Index of the New Consumption Cities

基于上一部分对新消费、城市以及消费与城市之间关系的分析，本次研究将视角聚焦到体验性消费。重点从体验性消费的表现出发，分为四个个性指标对城市新消费特性进行评价。同时，消费离不开基础的经济能力支持。因此，指数将同时考虑消费个性与经济表现两大方面。

本章主要阐述研究的城市范围，对象城市的获取方式以及本次新消费城市指数的指标体系与指标构建方法、部分指标的具体介绍。

## Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

### 1.1 新消费城市发展研究背景

#### 及意义

### 1.2 新消费的本质：居民消费

#### 需求阶段变化

### 1.3 城市发展与消费发展之间

#### 的关系

## Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

### 2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

#### 2.2 新消费城市评价指标构建

#### 2.3 部分指标内容介绍

## Part3. 新消费城市榜单及结果分析

### 3.1 新消费城市指数榜单

### 3.2 城市整体数据表现分析

### 3.3 分维度城市表现分析

## 研究范围与指标体系建立

### 研究城市范围

- 选取：全国范围内全部地级及以上城市的GRP（地区生产总值，Gross Regional Production）排名TOP100城市（GRP使用2017年数据）

- 排名范围：依据民政部发布的，截至2017年12月31日的行政区划统计。

4个直辖市+2个特别行政区+15个副省级城市+279个地级市。

由于台湾没有市级统计数据，故本次研究不包含台湾地区

- GRP数据来源：《中国统计年鉴》及《中国城市统计年鉴》，年鉴中没有的部分城市的GRP数据来自网络。

### 指标体系建立方法

当指标出现较大的数量级差异，且指标呈现出非线性增长的特征时，为了提升数据的拟合程度和模型的解释效力，对此类指标进行对数化处理：

$$X = \log_{10} x$$

这里处理的是轻食商家数量、城市网红打卡地点评篇数。

其次，对全部14个指标采用相同的处理方式，进行无量纲化。采用Min-Max Normalization方法，即

$$x' = \frac{X - X_{min}}{X_{max} - X_{min}}$$

$x'$ 表示处理后得到的数据结果， $X$ 为指标原数据， $X_{min}$ 表示该指标中全部数据中的最小值， $X_{max}$ 表示该指标中全部数据中的最大值。

再利用等权重法求出各个二级指标的得分，再利用等权重法求出一级指标以及总指标的得分，记该得分为 $\phi$ 。

最终，使得全部得分位于[80, 100]区间内，对得分进行如下处理：

$$\phi' = 80 + 20 * \left( \frac{\phi - \phi_{min}}{\phi_{max} - \phi_{min}} \right)$$

需要明确的是，当原始数据进行上述无量纲化处理后，所得到的数值，以及最终得到的各级指标的得分数值不再具有经济意义，仅具有排序价值。



Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景及意义

1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

3.3 分维度城市表现分析

## 新消费城市评价指标构建

本次评价指标主要从基础经济表现与新消费下的个性特征两方面出发。

### 城市整体经济表现

选用城镇居民人均可支配收入，用以体现消费能力；加之社会消费品零售总额，体现商品购买力的实现程度。

受限于数据的可获得性与完整性，这里对2017年的各城市数据进行比例调整，估算出各城市2019年的城市居民人均可支配收入与社会消费品零售总额。

### 新消费个性表现

这里聚焦到体验性消费，主要分为便捷、潮流、健康以及心理慰藉。

**便捷消费：**选用便利店门店数与购物商场门店数。主要考虑日常商品购买的便利程度以及带有休闲娱乐属性的购物场所及线下体验。

**潮流消费：**选用抖音与快手的城市名称话题下的视频数总和、大众点评平台上的城市网红打卡地的点评篇数，以及关键词“二次元”的PC+移动端的百度指数整体日均值。主要考虑当前的短视频潮流，城市相关的短视频内容一定程度上反映了当前主流消费人群对该城市的关注度。在当前网红经济火热的背景下，网红打卡地已成为外出旅游的主要选择。因此，网红打卡地点评篇数不仅体现该城市的休闲旅游活力，同时，发布点评作为一种消费后的评价，也反映了城市的消费能力。另外，二次元作为主流的潮流文化，其百度指数结果可以代表该城市居民对潮流文化的关注度。

**健康消费：**这里主要从运动、饮食与体检三方面进行评价。运动方面，针对青年运动选用健身房数量。针对中老年群体选用健身类社会组织数量，此类社会组织基本由广场舞社会组织、气功协会等构成。饮食方面选用大众点评平台上的“轻食”搜索结果，用以代表轻食商家在该城市的数量分布。另外，注重检测身体健康方面的体检支出也是健康消费中的一个重要组成部分。

**心理慰藉消费：**选用宠物医院门店数、奶茶店门店数以及花店门店数作为评价指标。主要考虑家庭规模小型化后催生心理陪伴需求，使得养宠成为众多空巢老人与空巢青年的选择。因此，这里采用宠物医院的门店数作为心理慰藉消费的衡量指标之一，考虑到宠物医疗服务的刚需性与线下性。新式茶饮作为一种新的社交方式，同时，美观的杯子与相对高甜度的口感，实现愉悦感的增加与社交心理的满足。另外，鲜花作为装饰的一种方式，气味与外观也同样可以满足愉悦感的增加。综合以上，选用城市宠物医院门店数、城市奶茶店门店数与城市花店门店数作为城市心理慰藉消费的评价指标。

Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景及意义

1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

3.3 分维度城市表现分析

## 新消费城市评价指标体系

亿欧智库：新消费城市指数构建体系

一级指标	二级指标	三级指标	数据来源
经济表现	消费能力	城镇居民人均可支配收入	Choice 金融终端
			Choice 金融终端
	商品购买力实现程度	城市社会消费品零售总额	Choice 金融终端
个性表现	便捷消费	便利店门店数量	高德地图
		购物商场数量	高德地图
	潮流消费	话题短视频总数量	抖音+快手
		网红打卡地点评篇数	大众点评
		关键词“二次元”百度指数	百度指数
健康消费	健身房数量	健身房数量	高德地图
	健身社会组织数量	健身社会组织数量	中国社会组织 公共服务平台
	轻食商家数量	轻食商家数量	大众点评
	体检商家数量	体检商家数量	大众点评
心理慰藉消费	宠物医院门店数量	宠物医院门店数量	高德地图
	奶茶门店数量	奶茶门店数量	高德地图
	花店门店数量	花店门店数量	高德地图

## Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

### 1.1 新消费城市发展研究背景及意义

### 1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

### 1.3 城市发展与消费发展之间的关系

## Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

### 2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

### 2.2 新消费城市评价指标构建

### 2.3 部分指标内容介绍

## Part3. 新消费城市榜单及结果分析

### 3.1 新消费城市指数榜单

### 3.2 城市整体数据表现分析

### 3.3 分维度城市表现分析

## 部分指标内容介绍

### 话题短视频总数



城市话题下的短视频内容主要包括城市风景，涉及旅游景点游玩攻略、城市地标风景，城市发展变化介绍，地方美食介绍，城市居住体验、以及城市各类社会事件。以北京为例，搜索结果一般地点显示北京或标记“#北京#”话题。

综合来看，视频发布者既包括本地居民，也包括外来游客。但拍摄地或视频内容全部为该城市，且以消费与文化为主要内容，包括旅游消费、餐饮消费等。

### 网红打卡地点评篇数



点评对象主要包括网红餐厅、网红食品、网红风景拍摄地、网红书店、艺术园区、网红博物馆、明星店铺、网红酒店、旅游目的地等。

点评的内容全部为消费者体验的实地实景拍摄内容。内容形式包括文字、照片及短视频，以及最下方的店铺或地点链接。

消费后的点评数量代表消费实现的规模，从而体现出城市的消费实现能力。

### 健身社会组织数量



根据中国首部体育社会组织发展报告的统计，全国正式登记的体育社会组织由2007年的16028个增至2014年底的32749个，年均增幅达到10.75%，远高于同期全国社会组织4.13个百分点。

此类社会组织主要包括气功协会、健美协会、武术协会、健走协会、太极协会、广场舞协会等。

# 新消费城市榜单及结果分析

## New Consumption City List and Research Insights

2019年12月，商务部等14部门联合印发《关于培育建设国际消费中心城市的指导意见》，提出5年左右时间培育建设一批国际消费中心城市。

那么，目前城市的消费发展如何，各个城市的消费发展又体现出怎样的个性与共性？

本章将展示所研究的100个城市的新消费城市指数排名，分析整体的宏观背景与数据表现，并对TOP10城市分别进行案例分析。





Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景

及意义

1.2 新消费的本质：居民消费

需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

3.3 分维度城市表现分析

## 新消费城市指数榜单

亿欧智库：新消费城市指数榜单（一）

排名	城市	最终得分	排名	城市	最终得分
1	北京市	100.00	26	香港特别行政区	86.96
2	上海市	99.01	27	黑龙江省哈尔滨市	86.80
3	广东省广州市	96.12	28	江苏省无锡市	86.80
4	广东省深圳市	93.25	29	安徽省合肥市	86.57
5	江苏省南京市	91.89	30	浙江省绍兴市	86.56
6	浙江省杭州市	91.12	31	云南省昆明市	86.41
7	重庆市	90.81	32	江苏省南通市	86.35
8	四川省成都市	90.68	33	浙江省台州市	86.32
9	江苏省苏州市	90.65	34	浙江省嘉兴市	86.16
10	湖北省武汉市	90.28	35	山东省烟台市	86.08
11	天津市	89.60	36	河北省石家庄市	85.87
12	山东省青岛市	89.07	37	吉林省长春市	85.85
13	湖南省长沙市	88.83	38	广东省中山市	85.53
14	浙江省宁波市	88.83	39	福建省泉州市	85.51
15	陕西省西安市	88.61	40	广西壮族自治区南宁市	85.35
16	山东省济南市	88.27	41	广东省珠海市	85.33
17	广东省佛山市	87.98	42	浙江省湖州市	85.30
18	浙江省温州市	87.98	43	江苏省镇江市	85.26
19	河南省郑州市	87.90	44	江西省南昌市	85.19
20	广东省东莞市	87.80	45	江苏省徐州市	85.11
21	辽宁省沈阳市	87.51	46	山东省潍坊市	85.02
22	江苏省常州市	87.38	47	内蒙古自治区呼和浩特市	84.99
23	辽宁省大连市	87.18	48	山东省淄博市	84.89
24	福建省福州市	87.18	49	山东省临沂市	84.87
25	福建省厦门市	87.04	50	江苏省盐城市	84.62

注：此表中得分根据原始得分进行了处理，使得全部城市得分处于[80,100]区间内

Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景

及意义

1.2 新消费的本质：居民消费

需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

3.3 分维度城市表现分析

新消费城市指数榜单

亿欧智库：新消费城市指数榜单（二）

排名	城市	最终得分	排名	城市	最终得分
51	山东省威海市	84.57	76	河北省邯郸市	83.17
52	山西省太原市	84.40	77	河北省秦皇岛市	83.12
53	澳门特别行政区	84.30	78	广东省湛江市	82.98
54	河南省洛阳市	84.27	79	陕西省宝鸡市	82.93
55	新疆维吾尔自治区 乌鲁木齐市	84.23	80	广东省江门市	82.90
56	内蒙古自治区 包头市	84.20	81	宁夏回族自治区 银川市	82.90
57	山东省东营市	84.14	82	吉林省吉林市	82.80
58	贵州省贵阳市	84.09	83	辽宁省盘锦市	82.78
59	江苏省扬州市	84.09	84	江苏省淮安市	82.70
60	广东省惠州市	83.95	85	安徽省马鞍山市	82.69
61	甘肃省兰州市	83.93	86	江苏省连云港市	82.55
62	山东省济宁市	83.87	87	湖南省岳阳市	82.52
63	河北省唐山市	83.83	88	山东省日照市	82.51
64	黑龙江省大庆市	83.77	89	湖南省常德市	82.48
65	湖南省株洲市	83.66	90	湖南省湘潭市	82.46
66	江苏省泰州市	83.46	91	山东省枣庄市	82.44
67	安徽省芜湖市	83.42	92	江西省九江市	82.40
68	山东省泰安市	83.39	93	青海省西宁市	82.38
69	河北省保定市	83.36	94	福建省莆田市	82.24
70	海南省海口市	83.35	95	贵州省遵义市	82.24
71	广西壮族自治区 柳州市	83.29	96	湖北省十堰市	82.07
72	四川省绵阳市	83.27	97	广东省肇庆市	81.69
73	湖北省宜昌市	83.26	98	广东省茂名市	81.59
74	广东省汕头市	83.23	99	福建省龙岩市	81.55
75	湖北省襄阳市	83.19	100	广西壮族自治区 北海市	80.00

注：此表中得分根据原始得分进行了处理，使得全部城市得分处于[80,100]区间内

Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景及意义

1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

3.3 分维度城市表现分析

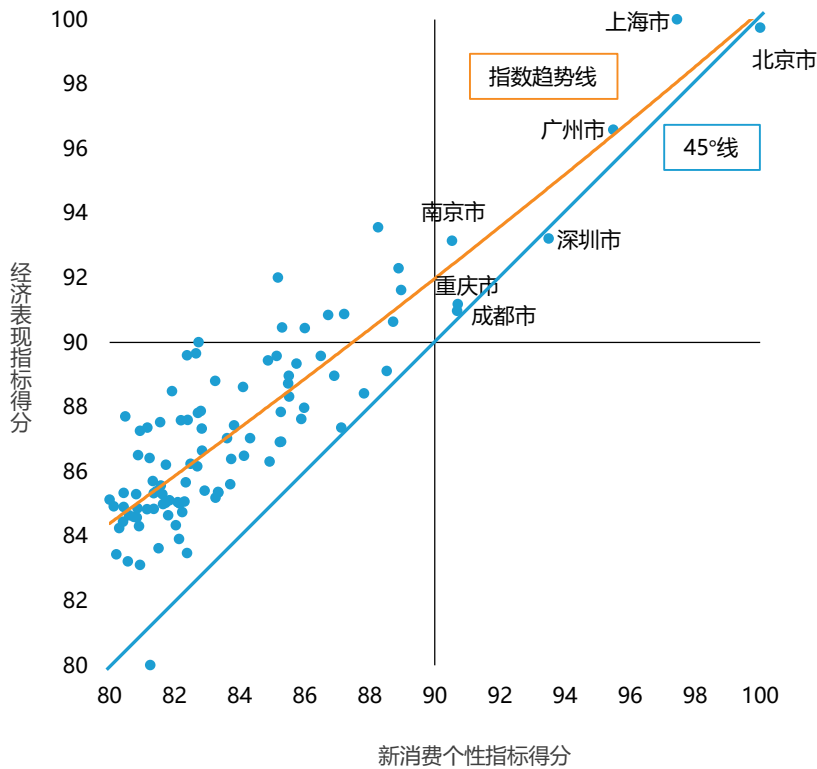
整体数据表现：城市分数分布情况

以城市的新消费个性指标得分与经济表现指标得分作为X轴与Y轴，做出城市的分布散点图，发现（1）城市得分情况表现出城市的经济表现与新消费表现的正向变动关系；（2）城市的经济表现整体上优于城市的新消费个性表现。

根据前文分析，城镇化率与经济增长高度正相关，而经济增长与居民消费率呈现“U型”变化关系。当前正处于城镇化率与居民消费率正相关阶段，经济增长与居民消费类同样处于正相关阶段，因此，经济发展情况与消费发展情况呈正向变动关系。

至于经济表现相对优于新消费个性表现的情况，主要在于经济实力作为消费能力的基础，同时消费增长促进经济增长。收入的增长是经济增长的前提，经济增长再对消费产生促进作用。因此，当利用城镇居民人均可支配收入与社会消费品零售总额数据评价经济表现时，就存在经济表现与消费表现的相对滞后。

亿欧智库：100城市新消费个性表现与经济表现散点图



Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景及意义

1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

3.3 分维度城市表现分析

## 整体数据表现：各维度下TOP1城市

整体而言，从一级维度到三级维度，各维度下TOP1主要被上海市与北京市占据。

具体来看，一级指标方面，上海市在经济表现更优，而北京市则在新消费表现方面更佳。二维度下，广州市的便捷消费实力更强。

三级评价标准维度下，西安市在话题短视频总数方面表现更强，广州市的购物商场数量更多，而南京市则在面向中老年人的健身社会组织数量方面表现更优。

综上，一线城市的综合实力更强，而低线城市则在特定细分指标下表现有所突出。

### 亿欧智库：一级维度下的TOP1城市

新消费个性表现	经济表现
北京市	上海市

### 亿欧智库：二级维度下的TOP1城市

潮流消费	便捷消费	健康消费	心理慰藉消费	购买力实现程度	消费能力
北京市	广州市	北京市	北京市	上海市	上海市

### 亿欧智库：三级维度下的TOP1城市

话题短视频总数	便利店门店数量	健身房数量	宠物医院门店数量
西安市	北京市	北京市	北京市
网红打卡地点评篇数	购物商场数量	健身社会组织数量	奶茶门店数量
上海市	广州市	南京市	上海市
关键词“二次元”百度指数		轻食商家数量	花店门店数量
北京市		上海市	北京市
		体检商家数量	
		北京市	



Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景及意义

1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

3.3 分维度城市表现分析

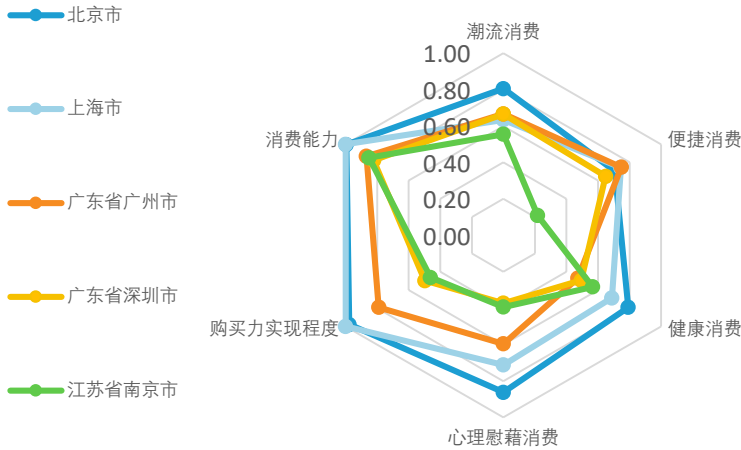
整体数据表现：TOP10城市各维度表现

具体从经济表现，加之新消费四大个性表现来看TOP10城市的数据表现。

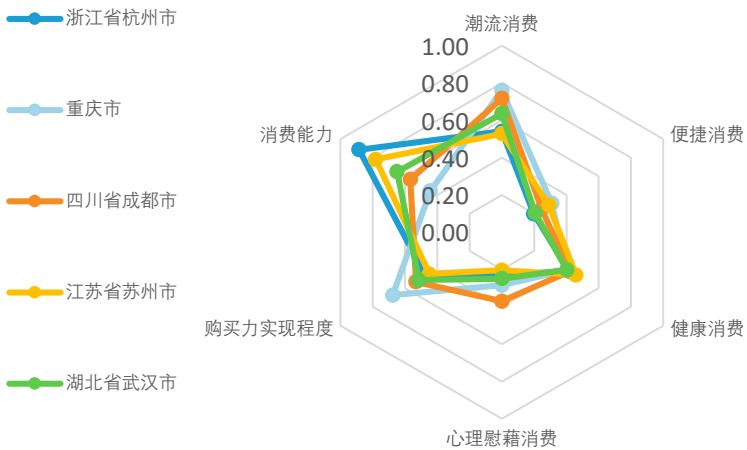
整体而言，经济表现与个性消费呈现梯度变化，便捷消费呈现两极趋势，而潮流消费与健康消费发展相对集中。

TOP1-5城市相比TOP6-10城市，经济表现与新消费表现两方面表现更加全面且均衡。在心理慰藉消费方面，TOP1-5城市存在明显等级差异，而便捷消费方面则较为集中。TOP6-10城市在个性表现方面均相对集中。

亿欧智库：TOP1-5城市6大指标雷达图



亿欧智库：TOP6-10城市6大指标雷达图



Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景及意义

1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

3.3 分维度城市表现分析

## 经济表现：杭州市消费发展实力强劲

### TOP1-5城市：上海、北京、广州、杭州、深圳

城市的消费建设不仅体现在直接相关的门店数量与内容传播上，更需要经济建设作为底层基础。这里选用代表消费能力的城镇居民人均可支配收入，以及体现购买力实现程度的社会消费品零售总额，从消费的直接决定因素与最终体现因素两大方面作为经济层面上的消费发展的评价依据。

上海市在社会消费品零售总额和城镇居民人均可支配收入两方面均为全国TOP1。除却北上广深四大城市外，经济表现中杭州市超越深圳市，位列TOP4。从具体评价指标来看，杭州市的城镇居民人均可支配收入仅次于上海市与北京市，社会消费品零售总额位列第10位。

**杭州市的经济实力主要来自于民营经济的发展。无论在数量还是质量方面均居于全国前列。**在2019中国民营企业500强排名中，杭州市有36家企业入围，连续17次蝉联全国城市第一；有上市公司186家，境内上市民营企业128家，上市企业数 and 市值仅次于北上深，均居全国第四位；有独角兽企业30家，估值1亿美元以上的准独角兽企业138家，数量仅次于北京、上海，居全国第三。

有研究表明，民营经济的发展与中国的就业率之间存在极强的相关关系。另外，民营经济高质量的发展有助于提升城乡居民的收入，缩小城乡之间的收入差距。民营经济的发展壮大，促进了公平竞争环境形成，以及营商环境优化和政府职能转变。

民营经济发展优异的杭州市，在政府管理方面，更强调服务的提供。杭州市为外来投资者提供投资咨询、中介服务等各类便捷服务。对于中小企业，成立引导基金，引导社会资本投入创新项目，支持众创空间等创新创业载体，年轻的创业者不断涌入，从2018二季度到2019二季度，杭州市人才净流入率持续位居全国第一，为8.82%，国家级孵化器数量连续5年居省会城市和副省级城市第一。

民营经济发展的背后体现的是杭州市的创新创业积极性与外来投资的吸引力，无论是在提高居民收入，增强本地消费，还是在吸引外来企业投资，促进外来消费方面，杭州市的实力都不容小觑。

Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景

及意义

1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

3.3 分维度城市表现分析

## 新消费个性综合表现：黑马重庆不容小觑

### TOP1-5城市：北京、上海、广州、深圳、重庆

综合潮流、健康、便捷与心理慰藉来看，北上广深位列TOP4。北京市在潮流消费、健康消费、心理慰藉消费方面表现最佳。上海市位列便捷消费、健康消费与心理慰藉消费的TOP2。广州市的便捷消费位列TOP1，重庆则在潮流消费方面表现较好。

总结重庆的发展原因，浓厚的商业发展历史沉淀与经济实力，作为城市商业建设与消费发展的基础，促进了重庆市的商业发展。另外，火锅文化的强势输出，有效利用新兴传播方式与新颖内容，重庆市一举成为知名的网红城市。

#### ● 重庆市有浓厚的商业底蕴

重庆作为西南地区的商业重镇，在中国现代商业发展历程中发挥着重要的作用。这里是中国最早的购物中心开发商之一——龙湖集团的创立地，拥有中国最早的商业街之一——解放碑中心购物商场。自1997年重庆市成为直辖市以来，逐渐形成了中央商务区、区县核心商圈和乡镇（社区）便民圈三级发展格局，拥有百亿级商圈12个，建成智慧商圈10个。

#### ● 重庆市拥有一定的经济实力

从全国表现来看，重庆市的消费实力不容小觑。按照商品购买力实现程度，即社会消费品零售总额的表现，重庆市位列GRP前100城市中的第四位，居于北京、上海、广州之后，深圳之上。

#### 2020年重庆市将重点发展体验式综合消费场所建设

在2020年，重庆市将继续深入推进城市消费的发展。1月2日，重庆市人民政府办公厅发布《关于加快发展流通促进商业消费的通知》。主要包括运用大数据等信息技术，打造商旅文体融合发展示范区等，支持购物中心、商场向场景化、体验式、综合型消费场所转型，将智能化、品牌化连锁便利店纳入城市公共服务基础设施配置范围。

结合数据表现，便捷消费位列第8位、健康消费与心理慰藉消费均位列第9位的重庆市若能够在2020年有效加强消费的体验性，并能够实现便利店的基础设施建设，将会进一步提升重庆市的新消费实力。凭借着实力较强的潮流消费，后来居上的便捷消费，重庆市将有望栖身全国新消费TOP4城市。

## Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

### 1.1 新消费城市发展研究背景

#### 及意义

### 1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

### 1.3 城市发展与消费发展之间的关系

## Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

### 2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

### 2.2 新消费城市评价指标构建

### 2.3 部分指标内容介绍

## Part3. 新消费城市榜单及结果分析

### 3.1 新消费城市指数榜单

### 3.2 城市整体数据表现分析

### 3.3 分维度城市表现分析

## 潮流消费：网红城市异军突起

### TOP1-5城市：北京、重庆、成都、广州、西安

基于对城市评价的角度出发，此维度聚焦于与城市建设直接相关的城市潮流地点——网红打卡地；直接展示城市建设形象与文化内容的短视频；以及当前的主要潮流文化——二次元文化在该城市的关注度。

北京在二次元文化表现方面位列TOP1，广州则处于第3位。川渝两地的潮流消费优势体现在网红打卡地以及话题短视频两大方面。而西安的城市话题短视频总数领先于所有研究城市，位列TOP1。

#### 重庆市、成都市、西安市三大网红城市：先天资源优势+后天传播努力

在该评判标准下，三大网红城市的突出排名主要在于这三大城市均拥有浓重的文化底蕴，如重庆市的火锅文化，成都市的休闲文化以及西安市的历史文化。在新消费背景下，文化体验本身受到更多的关注。而这三大城市又能够适应新兴的内容形式与传播方式，成功打造了新的城市记忆点。

#### ● 年轻群体对于文化体验的关注度逐渐提升

2020年1月，中国旅游研究院和马蜂窝共同成立的“自由行大数据联合实验室”发布了《极致体验：全球自由行报告2019》。其中结果表明，2019年，中国游客越来越注重出行品质和文化体验，美食、酒店、交通仍是中国游客最关注的三大旅行消费因素。

从这方面来看，三大网红城市本身沉淀的文化底蕴，加之视频内容对城市景色与美食的传播，自然吸引当前的主流年轻消费群体的到来。

#### ● 新兴传播工具+现象级网红+城市特色歌曲=城市新兴记忆点

在城市话题短视频内容方面，重庆、成都、西安等城市的知名景点常常作为视频的拍摄场景。众所周知的景点，在带有城市特色的同名背景音乐下，搭配网红达人的表现，借助抖音等新兴传播工具，实现了城市文化的快速传播。

网红的突出表现加之充满特色的音乐，创造出城市的新兴记忆点，从而帮助城市获得了更多的关注。



## Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

### 1.1 新消费城市发展研究背景

#### 及意义

### 1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

### 1.3 城市发展与消费发展之间的关系

## Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

### 2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

### 2.2 新消费城市评价指标构建

### 2.3 部分指标内容介绍

## Part3. 新消费城市榜单及结果分析

### 3.1 新消费城市指数榜单

### 3.2 城市整体数据表现分析

### 3.3 分维度城市表现分析

## 便捷消费：城市消费便利性受到广泛关注

### TOP1-5城市：广州、上海、北京、香港、深圳

此维度主要考虑城市在提供就近消费与线下消费体验方面的表现情况。就近消费基础设施的提供直接体现城市的消费便捷性。线下消费体验方面的场景营造，如商业综合体等，满足线下消费的一站式需求，同样体现了消费的便捷性。

在本次研究中，广州市的便利店数量位列第5位，购物商场数量则居于TOP1，综合结果位于TOP1位置。上海、北京、香港位列便利店数量TOP3位置。深圳则在购物商场数量方面仅次于广州市。

在家庭结构的小型化、消费趋势的服务化以及新兴技术的深度运用，女性更加看重职业发展与收入提升，在职人员时间成本增加等发展现状下，消费的便利性越来越受到重视。

中国连锁经营协会发布《2019年中国便利店景气指数报告》结果显示，2018年便利店企业发展指数为65.0，营商环境指数54.0，市场竞争指数80.6，人才储备指数54.4，均高于荣枯线50.0。中国便利店头部企业以及区域龙头便利店企业仍然保持着较为稳健的发展速度。

**近年来，便利店的发展越来越受到城市的重视。整体来看，便捷消费中的便利店发展或已成为当前城市加强消费服务，提高城市消费力的重要抓手。**

以广州市为例，2020年，广州市将在便捷消费方面继续发力。2019年12月16日，广州市商务局发布《广州市推动便利店品牌化连锁化发展工作方案》。制定工作目标为2020年至2022年，全市品牌连锁便利店数量分别不少于5700家、6000家和6400家。至2022年底24小时便利店超过3800家，力争品牌连锁便利店在社区实现全覆盖。

Part1. 新消费城市发展研究背景及意义

1.1 新消费城市发展研究背景及意义

1.2 新消费的本质：居民消费需求阶段变化

1.3 城市发展与消费发展之间的关系

Part2. 新消费城市研究范围与指数构建

2.1 研究城市范围与指标体系建立方法

2.2 新消费城市评价指标构建

2.3 部分指标内容介绍

Part3. 新消费城市榜单及结果分析

3.1 新消费城市指数榜单

3.2 城市整体数据表现分析

3.3 分维度城市表现分析

## 健康与心理慰藉需求：健康南京与幸福南京

### 健康消费

#### TOP1-5城市：北京、上海、南京、深圳、广州

此维度主要从健身运动与健康饮食、身体健康关注三个角度出发，基于与城市建设相关的出发点，注重健康消费的落地性，分别利用健身房数量、健身组织与轻食商家数，以及体检商家数量，共计4个指标评价城市的健康消费情况。

北京市在体检商家数量与健身房数量方面位列TOP1。上海市在轻食商家数量方面表现最佳。南京市则在健身社会组织数量方面表现优异。

南京能够打败深圳与广州，位列TOP3，亿欧智库总结主要在于南京市健康管理的配套政策与制度。

除去所选取的偏商业化的健身房数量、轻食商家数与体检商家数，健康南京在基础设施上建立了公开场所的母婴室；在健康管理制度上建立了家庭医生签约社区制度；在卫生城市建设方面，2019年对集贸市场、居民小区等23个重点场所进行了全面的专项治理，改善城市卫生环境；在公共体育设施建设方面，2019年8月发布的《南京市公共体育设施专项规划》提出强化公共体育设施的供给，提高设施的覆盖面与可达性。

### 心理慰藉消费

#### TOP1-5城市：北京、上海、广州、南京、深圳

心理慰藉消费主要考察城市在满足情感类消费需求方面的能力，这里包括养宠产生的相关需求、社交茶饮相关需求以及装点装饰相关需求。

北京市作为宠物医院门店数和花店门店数最多的城市，整体表现最佳。上海市则是奶茶店数量最多的城市。广州市与南京市分列奶茶门店数的第2、3位。

整体来看，该指标在一定程度上反映了城市的生活满意度与幸福感。因此，与城市的经济表现有较强的联系，故而北上广深的基本顺序并无变化。但此处超越深圳，位列TOP4的南京市值得关注。

早在2011年10月，南京市第十三次党代会就提出：“未来五年要以建设人民幸福城市为根本目标，打造独具魅力的幸福都市。”2012年，南京在全国副省级城市中率先建立了幸福都市考核评价指标体系。

南京不仅注重城市基础设施等硬件方面，更在包括城市治安和城市卫生环境等软实力方面表现突出。在城市设施完善与生活环境舒适的情况下，马斯洛需求层次中更高层次的心理需求才能更好的激发，其供给也会随之增加。

# 结语

## EPILOGUE

◆ 宏观层面，消费持续成为经济增长的第一拉动力；微观层面，消费满足人们的物质与情感需求。在国家与居民之间，一个重要的组成单元值得我们关注，它就是城市。亿欧智库此份《2019中国新消费城市指数报告》，从选取新兴指标的宗旨出发，以新消费水平作为城市评价的底层逻辑，注重新消费的落地表现，围绕近年来受到关注的新兴消费现象，进行了城市在新消费表现方面的评价。

◆ 感谢为此次报告提供帮助和协作业内人士、行业专家，感谢你们的鼎力协助。欢迎大家与我们联系交流，提出宝贵意见。

◆ 特别感谢：亿欧公司由天宇、贾萌提供的报告指导，亿欧公司童慧光、李星宏、冀玉洁提供的相关指标建议。

# 团队介绍 OUR TEAM

亿欧智库是亿欧公司旗下专业的产业创新研究院。

智库专注于以人工智能、大数据、移动互联网为代表的前瞻性科技研究；以及前瞻性科技与不同领域传统产业结合、实现产业升级的研究，涉及行业包括汽车、金融、家居、医疗、教育、消费品、安防等等；智库将力求基于对科技的深入理解和对行业的深刻洞察，输出具有影响力和专业度的行业研究报告、提供具有针对性的企业定制化研究和咨询服务。

智库团队成员来自于知名研究公司、大集团战略研究部、科技媒体等，是一支具有深度思考分析能力、专业的领域知识、丰富行业人脉资源的优秀分析师团队。

# 报告作者 REPORT AUTHOR



张舒媛

亿欧智库分析师

Email: zhangshuyuan@iyiou.com

# 报告审核 REPORT REVIEW



苟瑜

亿欧智库研究主管、高级分析师

Email: gouyu@iyiou.com



李双

亿欧公司副总裁

Email: lishuang@iyiou.com

# 版权声明 DISCLAIMER

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性做尽可能的追求但不做任何保证。

本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权归属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。





网址: [www.iyiou.com/intelligence](http://www.iyiou.com/intelligence)

邮箱: [zk@iyiou.com](mailto:zk@iyiou.com)

电话: 010-57293241

地址: 北京市朝阳区霞光里9号中电发展大厦A座10层