

苏州

消费

2019

苏州

消费气质报告

CBNDATA × vanke | 苏州

第一财经商业数据中心

© 2019 CBNDATA. All rights reserved.



TABLE OF CONTENTS 目录



- 第一部分：
苏州消费气质概述
- 第二部分：
苏州消费气质四大关键词



CHAPTER ONE

苏州消费气质概述

婉约精致的吴越文化影响深远，自我追求的人文气质与讲究生活的温度感尊重并行

江浙文化风雅崇文，人文气息浓厚。作为吴越文化代表，苏州兼并交融，孕育了独特的兴趣文化，以及对个人和家庭讲究品质的细腻精致。

- 01** 全球评选最宜居城市，苏州连续四年蝉联**全国第一**；
- 02** 2018年全国阅读指数排名，苏州**位列第二**，**传统文化**、**生活态度**是热点关键词；
- 03** 2018年城市文化创意指数排名，苏州**排名第九**；
- 04** 2017年全国十大文艺城市，苏州**排名第九**；
- 05** 2018年中国最佳旅游目的地城市，苏州**排名第三**；
- 06** **首届中国江南文化艺术国际旅游节**2019年在**苏州**举行；
- 07** 2018年第七届中国昆剧艺术节在**苏州昆山**举行；

数据来源:互联网公开资料整理

CHAPTER TWO

苏州消费气质四大关键词

城市-小自在

家庭-特恋家

文化-讲腔调

个人-大愉悦

苏州消费气质四大关键词之一——小自在

苏州迅速发展的经济大大提升了苏州居民的收入水平和消费力，城市生活悠然自在。无论是汽车购买、出国旅游的消费能力，还是读书、观影的休闲趣味，无一不彰显了生活在苏州这座城市人们的小自在。



收入及消费力持续升级，苏州是全国最优渥宜居的新一线城市之一

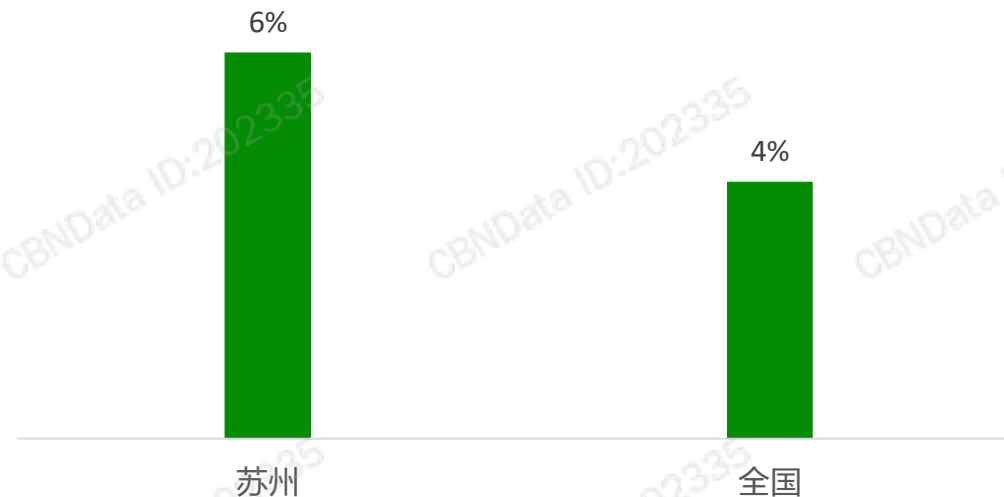
苏州居民人均可支配收入排名全国第四，仅次于上海、北京和深圳，引领新一线城市。最直接表现居民消费需求的社会消费品零售总额也保持了快速稳定增长，高于全国平均水平，消费力旺盛。

2018年人均可支配收入城市排名

城市	人均可支配收入（元）	名义增速（%）	排名
上海市	64,183	8.8	1
北京市	62,361	9.0	2
深圳市	57,544	8.7	3
苏州市	55,476	9.6	4
广州市	55,099	8.6	5
杭州市	54,348	9.1	6

数据来源：国家统计局

2017-2018年苏州市社会消费品零售总额增速



数据来源：国家统计局，苏州统计局

“家家户户”有车开，苏州汽车保有量超过上海

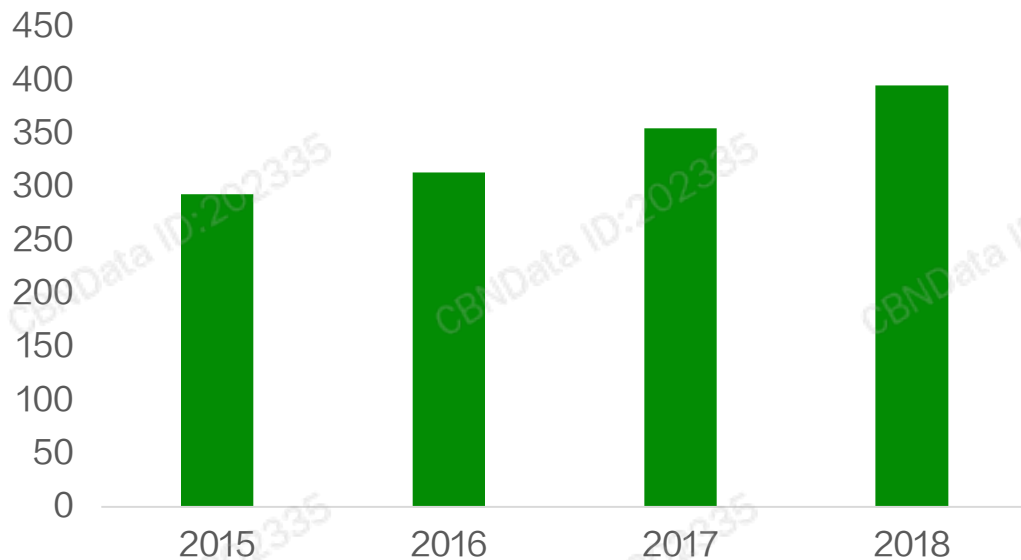
苏州经济的增长和居民收入的提升促进了汽车消费，汽车保有量逐年提升。2018年苏州平均每10户家庭就有7辆车之多，汽车保有量超过上海排名全国第四。为了解决车牌号资源问题，2019年苏州启用了苏U号牌，成为江苏省首个启用双号牌的城市。

截至2019年6月汽车保有量城市榜Top10

排名	城市
1	北京
2	成都
3	重庆
4	苏州
5	上海
6	郑州
7	深圳
8	西安
9	武汉
10	东莞

数据来源：公安部交通管理局

2015-2018 苏州汽车保有量变化
(单位：万辆)



数据来源：公安部交通管理局

旅游热情高涨，苏州人比想象的更敢花钱

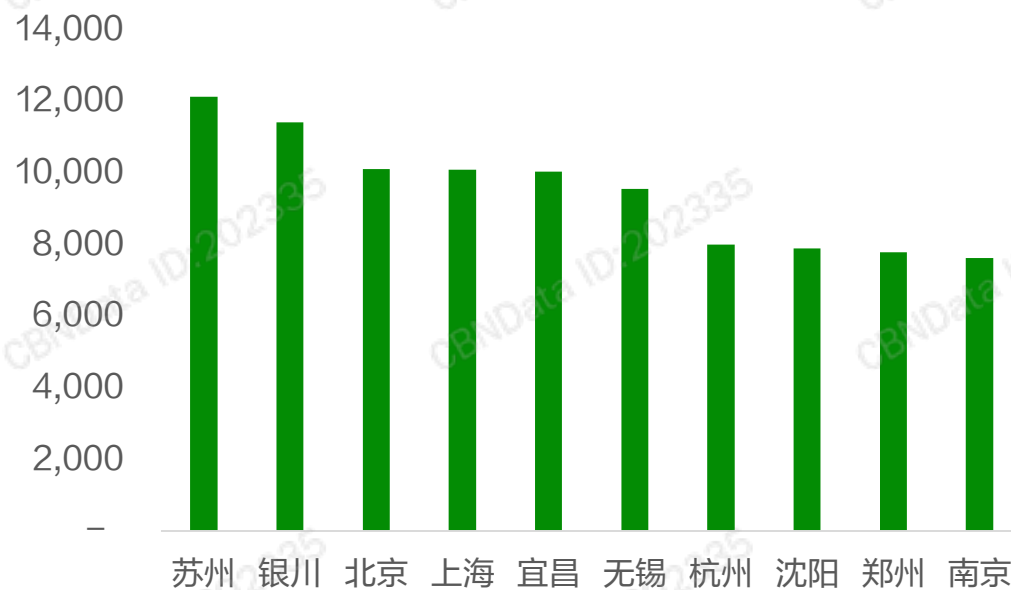
旅游是衡量现代生活水平的重要指标，成为人民幸福生活的刚需。苏州人热衷于出游看世界，出行人数多而且在境外的消费力强劲。

2019国庆期间全国热门客源地Top 10

排名	城市
1	上海
2	杭州
3	苏州
4	无锡
5	三亚
6	广州
7	南京
8	常州
9	北京
10	宁波

数据来源：2019国庆出游总结，驴妈妈旅游网

2018年春节出境游人均花费（元）



数据来源：2018春节中国出境旅游大数据报告，国家旅游局数据中心

“学霸”苏州，酷爱读书，城市阅读指数名列前茅

苏州人酷爱读书，全面阅读已深入人心。遍布街头巷尾的各色书店，连续不断的读书活动，完美的配合了苏州人悠闲地生活节奏，满足了各类型苏州读者的阅读需求，丰富了苏州人的业余生活。

2018年城市阅读指数排行榜Top 10

排名	城市	阅读指数（点）
1	深圳	84.39
2	苏州	79.91
3	北京	78.65
4	青岛	77.04
5	杭州	76.63
6	南京	75.60
7	上海	75.40
8	合肥	75.01
9	武汉	74.65
10	福州	74.64

数据来源：第十六次全国国民阅读调查，中国新闻出版研究院

2018年苏州城市阅读热点



数据来源：2018年度苏州城市阅读热点报告

化身“电影迷”，苏州人电影消费力旺盛

除了读书，电影也成为苏州人所喜闻乐见的文化休闲项目。2018年苏州票房位列全国第九，票房增幅在全国十大票仓里排名第一。而被影迷们誉为“国漫之光”的国产动画电影《哪吒之魔童降世》的特效制作团队红鲸影视也来自于苏州。

2018年电影票房城市排行榜Top10

排名	城市	票房同比
1	上海	4.04%
2	北京	2.77%
3	深圳	6.27%
4	广州	2.27%
5	成都	5.61%
6	武汉	1.68%
7	重庆	7.21%
8	杭州	8.13%
9	苏州	8.18%
10	南京	7.34%

数据来源：猫眼电影



图片来源于网络

苏州消费气质四大关键词之一——讲腔调

细致讲究的生活态度反映了苏州人对于生活品质的追求，形成了苏州独有的腔调。这种特有的腔调体现在对古玩字画的收藏爱好，对家居装饰人文美的追求，对细腻光滑真丝材质的喜爱，更融入到家常的一碗苏式汤面中。

01

城市-小自在

02

文化-讲腔调

03

家庭-特恋家

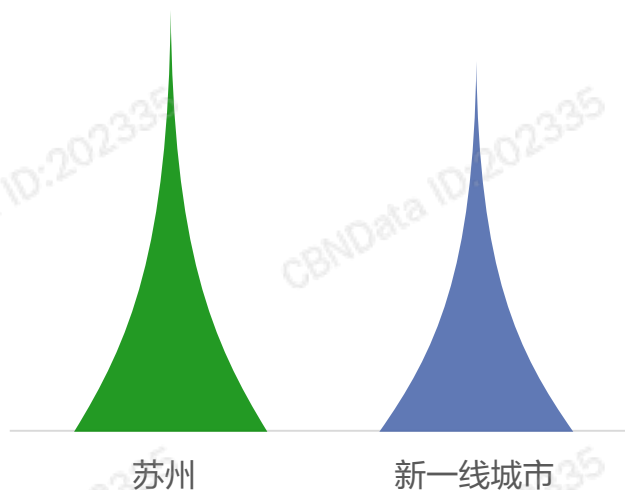
04

个人-大愉悦

苏州人爱好古玩字画，雕刻作品、仿古瓷器、苏绣也深受欢迎

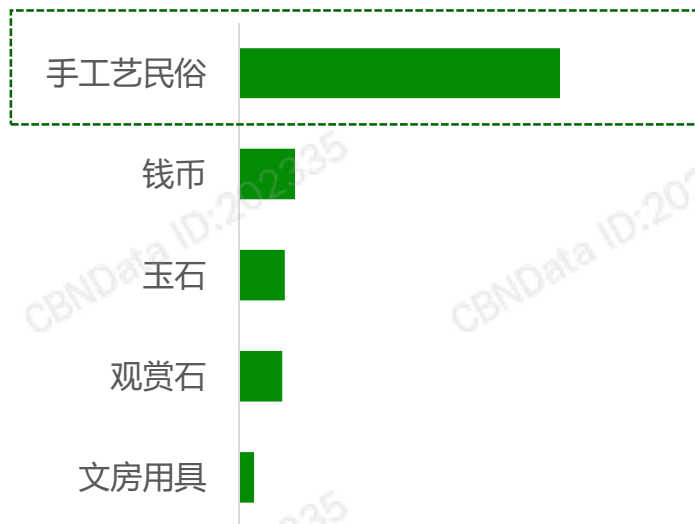
苏州人民有着收藏古玩字画的兴趣爱好，近一年的人均消费高于新一线城市整体人均消费。其中苏州人民对于手工工艺民俗制品最为偏好，木雕、仿古瓷器、核雕、苏绣深得他们喜爱。

MAT2019 苏州线上古玩字画
类人均消费



数据来源: CBNData消费大数据

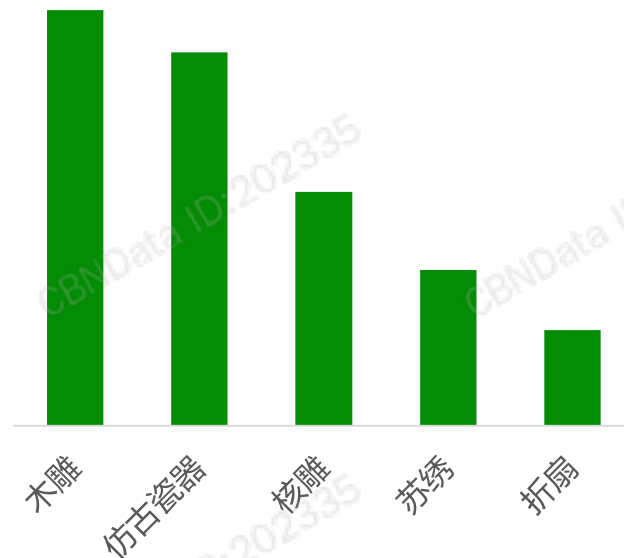
MAT2019 苏州线上古玩字画偏
好品类Top5



数据来源: CBNData消费大数据

数据说明: 偏好度 = (苏州线上不同类型古玩字画消费占比 - 全国整体线上不同类型古玩字画消费占比) * 100, 大于0为偏好, 否则为不偏好

MAT2019 苏州线上手工艺民
俗消费偏好品类Top5



数据来源: CBNData消费大数据

数据说明: 偏好度 = (苏州线上不同类型手工艺民俗消费占比 - 全国整体线上不同类型手工艺民俗消费占比) * 100, 大于0为偏好, 否则为不偏好

苏州年轻人的复古潮流：盘核雕、爱苏绣

从不同代际来看苏州线上手工艺民俗消费偏好品类，传统的仿古瓷器、木雕木艺是80前更加偏好的品类，这体现了他们温润沉稳的风格。而年轻人反而更加偏好核雕、苏绣这些传统艺术，流露出满满的复古潮。

MAT2019 苏州不同代际线上民俗工艺品偏好品类top2

偏好品类	70前/70后	80/85后	90后	95后
top1	仿古瓷器	苏绣	苏绣	木雕木艺
top2	木雕木艺	折扇	核雕	核雕



核雕举例



苏绣举例

数据来源: CBNData消费大数据

图片源自网络

苏州人追求家居环境的人文美，偏爱装饰画

苏州人对家居环境美感的追求凸显了对于生活细节的讲究。2018年天猫艺术品销量排名中，苏州名列全国第八。在众多线上家居饰品的消费中，装饰画、摆件和贴饰获得了苏州人最多的偏爱。

2018年 天猫艺术品销量Top10城市

排名	城市
1	北京
2	上海
3	杭州
4	广州
5	深圳
6	成都
7	重庆
8	苏州
9	武汉
10	南京

数据来源: CBNData 天猫艺术品线上消费趋势报告

MAT2019 苏州线上家居饰品细分消费占比

■装饰画 ■摆件 ■贴饰 ■花瓶花器 ■雕刻工艺 ■其他

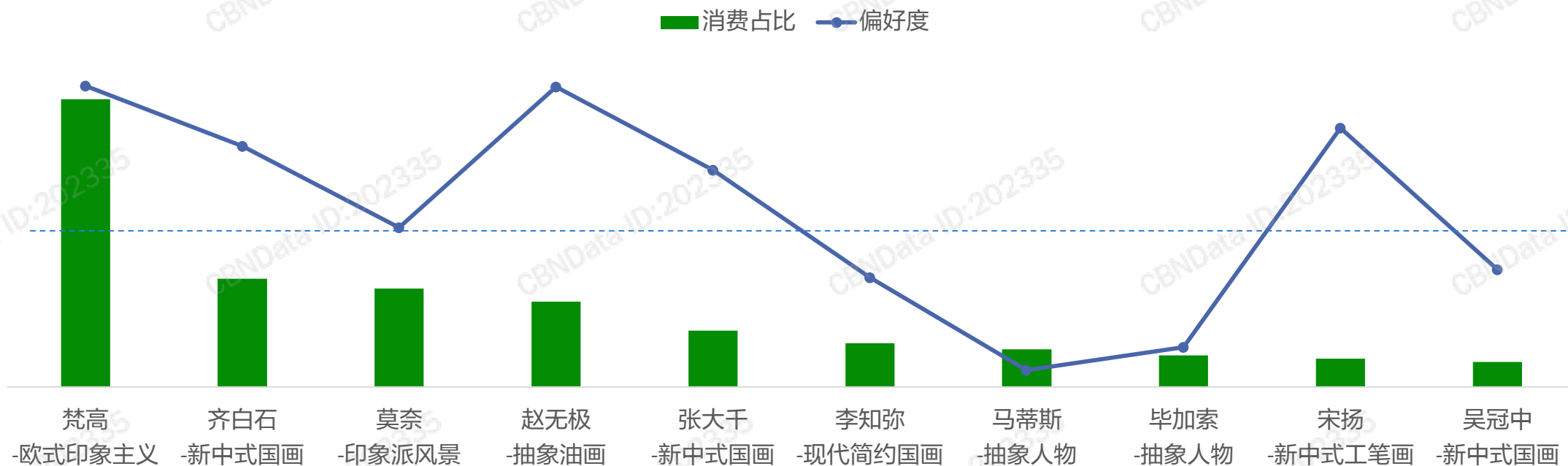


数据来源: CBNData消费大数据

苏州人的独特品味：最爱梵高，也偏好“新中式”

苏州人对于装饰画相关艺术家有着自己的理解和选择偏好。对比新一线城市整体，他们最喜欢梵高，也偏好赵无极、齐白石、张大干这些新中式绘画艺术家。

MAT2019 苏州线上艺术家装饰画消费占比top10及偏好度



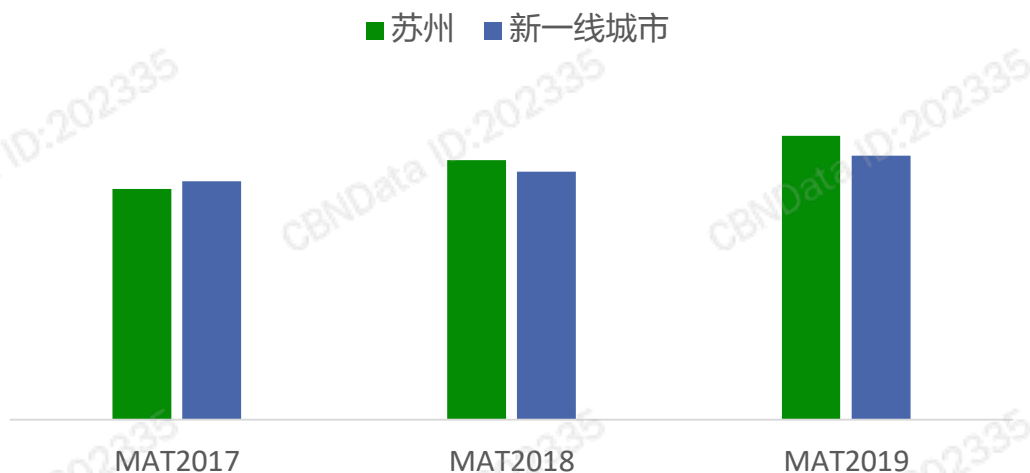
数据来源: CBNData消费大数据

偏好度= (苏州线上不同艺术家相关装饰画消费占比 - 新一线城市整体不同艺术家相关装饰画消费占比) * 100, 大于0为偏好, 否则为不偏好; 高于图中参考虚线为偏好, 否则为不偏好

追求细腻光滑，真丝材质颇受苏州人喜爱

近三年来，苏州人真丝材质服装、家纺制品的人均消费不断提升，稳定高于新一线城市。同样从人均消费频次来看，苏州也高于新一线城市。买得贵买得多，苏州人对真丝材质的偏爱可见一斑。

MAT2017-2019 苏州线上真丝材质服饰家纺人均消费趋势



数据来源: CBNData消费大数据

MAT2019苏州线上真丝材质家纺人均消费频次



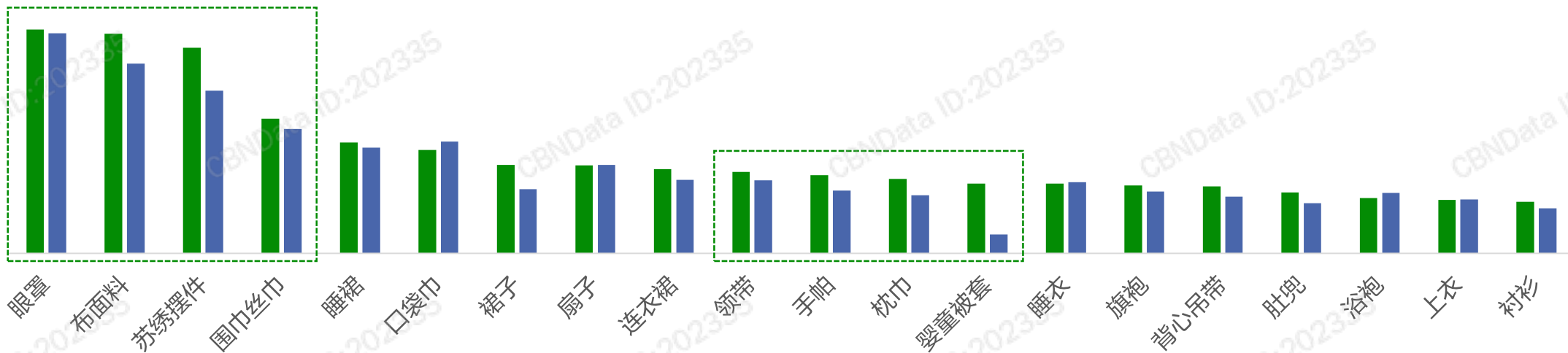
数据来源: CBNData消费大数据

点滴处尽显精致，真丝材质品无处不在

从消费人群渗透来看，除了传统的真丝眼罩、布面料、苏绣摆件、丝巾，苏州人对生活的认真也落到了领带、手帕、枕巾以及婴童被套等更细节的物品。

MAT2019 苏州线上真丝材质品类消费
人群渗透率top20

■ 苏州 ■ 新一线城市



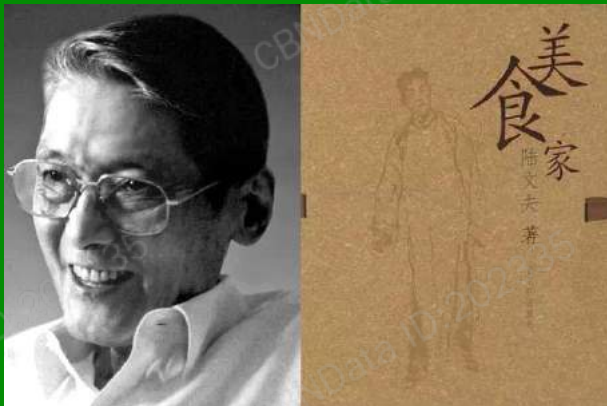
数据来源: CBNData消费大数据

数据说明: 渗透率 = 线上真丝材质各品类消费人数/线上各品类消费人数

大数据·全洞察

以“苏式汤面”为代表的饮食文化彰显出苏州人的特有腔调

无论是大作家陆文夫还是舌尖上的中国，对苏式汤面表现了极高的赞誉，对汤底的极致追求以及浇头的不断探索无一不体现出苏州人骨子里对于食物的精致追求。



朱自治起得很早，睡懒觉倒是与他无缘，因为他的肠胃到时便会蠕动，准确得和闹钟差不多。眼睛一睁，他的脑海里便跳出一个念头：“快到朱鸿兴去吃头汤面！”

——《美食家》，陆文夫



“苏州面，味道来自于汤，清而不腻。细面是苏式面的精髓，装碗不拖水、不泼汤。夏季的大肉面，浇头是一块白嫩肥美的嫩肉，白糟粒粒，面汤鲜滑……”

——《舌尖上的中国2》



世界记录: 518种

世界上浇头种类最多的原汤面

来源：公开资料，图片源自于网络

苏州消费气质四大关键词之一——特恋家

对各种家庭空间和场景的依恋，体现了苏州人的恋家。无论是厨房用具的细分化追求，或是作为社交载体的酒类的丰富，以及对宠物的关爱，都体现苏州人对家的重视。

01

城市-小自在

02

文化-讲腔调

03

家庭-特恋家

04

个人-大愉悦

恋家的苏州人习惯早早回家享受家庭生活

相对应北上广深忙碌而快速的节奏，苏州人享受更加悠然自在的生活。苏州夜间的最强活跃时间出现在17:30-17:40，人们更愿意早早回家，在家的一方天地享受人生。

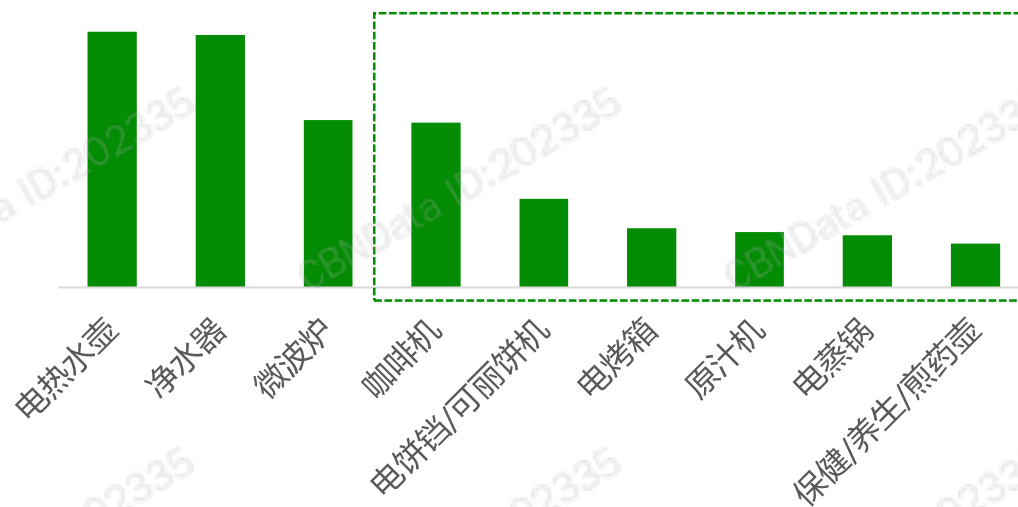


数据来源: 2017年滴滴出行城市交通出行报告

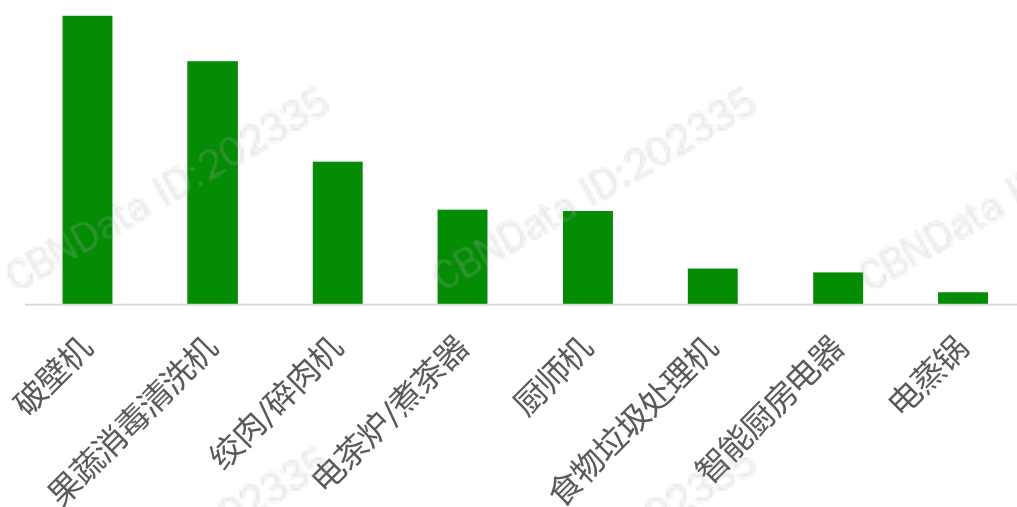
厨房是苏州人享受生活的重要空间

早早回家的苏州人习惯在家做饭，厨房更是生活中非常重要的场所，从偏好来看，咖啡机、电烤箱、原汁机等体现品质化的厨房电器在苏州人的生活中扮演越来越重要的角色；同样，从消费增速来看，更细分的厨房电器破壁机、果蔬消毒清洗机、食物垃圾处理机等也可以看到苏州人对于居家生活细节的追求。

MAT2019 苏州线上厨房电器偏好度



MAT2019 苏州线上厨房电器销售增速排名



数据来源: CBNData消费大数据

数据说明: 偏好度 = (MAT2019苏州厨房电器消费占比 - 全国厨房电器消费占比) * 100,
大于0为偏好, 否则为不偏好

数据来源: CBNData消费大数据

追求居家生活细节，厨房环境不马虎

随着居民环保意识不断提升和垃圾分类政策的逐渐落实，居民开始了各式各样的垃圾分类方法，而苏州人则偏好通过食物垃圾分类处理器来处理湿垃圾，实现干湿分离，减少因细菌和蚊虫带来的卫生问题，保持居住环境的舒适。

MAT2019食物垃圾处理器品类搜索人数上升城市榜

排名	城市
1	上海市
2	北京市
3	杭州市
4	深圳市
5	广州市
6	成都市
7	苏州市
8	重庆市
9	武汉市
10	南京市

来源：食物垃圾处理器市场趋势洞察报告，CBNData

食物垃圾处理器
“研碎湿垃圾，实现干湿分离”

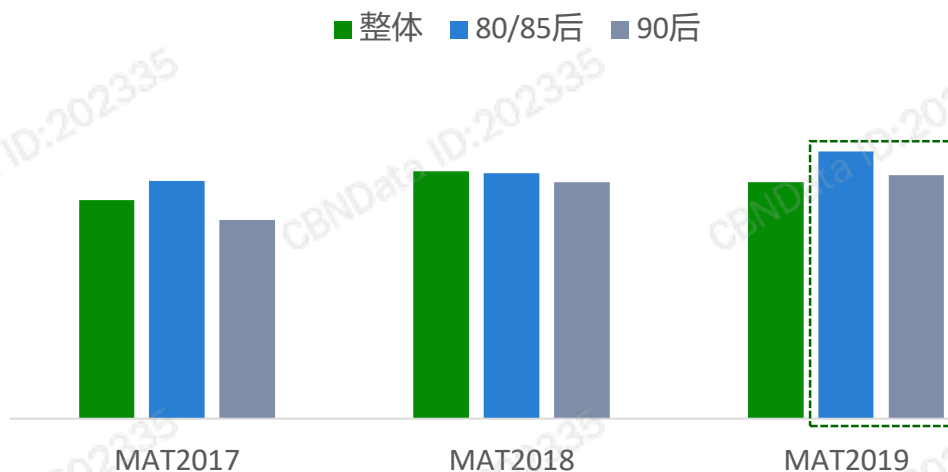


图片来源于天猫

从小厨娘到苏州暖男，家庭生活不将就

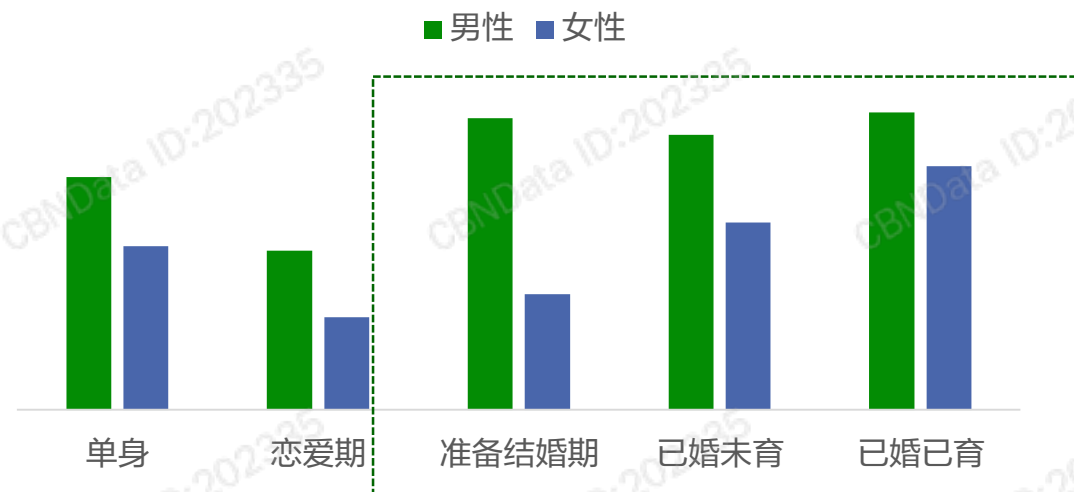
苏州人会在厨房呆上很多时间。以自制烘焙为例，近三年来，年轻一代线上自制烘焙用具的消费水平稳定提升。已婚男性愿意投入更多花费来满足烘焙需要，给家庭散发爱的芬芳；而那些准备步入婚姻的小伙子们，也更愿意享受自制烘焙的乐趣，做精致温暖的Boy。

MAT2017-2019 线上苏州自制烘焙用具人均消费趋势



数据来源: CBNData消费大数据
数据说明: 此处90后不包括95后

MAT2019 苏州不同人生阶段线上自制烘焙用具人均消费情况

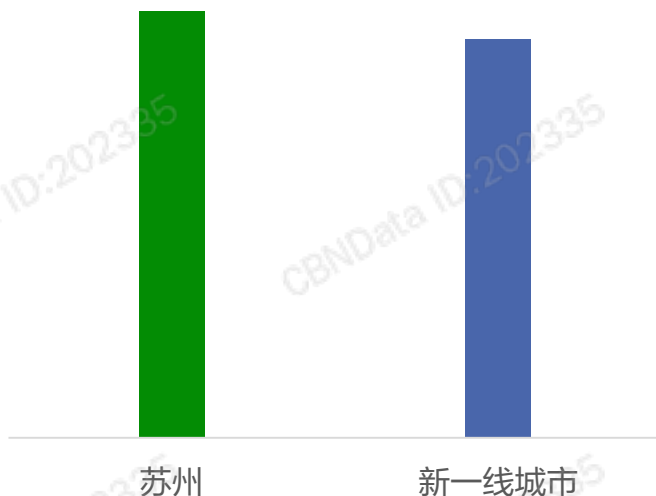


数据来源: CBNData消费大数据

呼朋引伴，苏州人酒类消费时令性特征显著

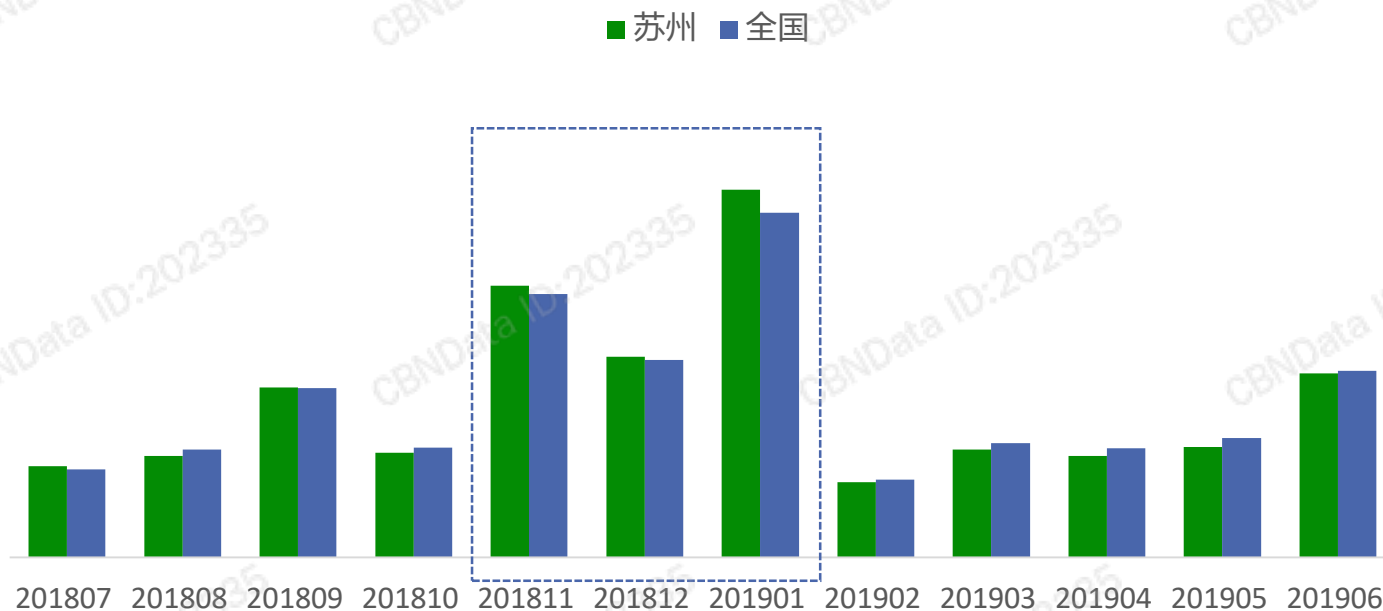
家庭生活也会有大量社交场景，而酒则拉近了苏州人与朋友间的距离。“恋家”的他们，乐于在一方天地呼朋引伴，小酌一番。每年十月入秋之后，苏州酒水消费都会迎来峰值。

MAT2019 苏州线上酒水人均消费和新一线城市整体对比



数据来源: CBNData消费大数据

MAT2019 线上酒类消费按月占比分布



数据来源: CBNData消费大数据

甘做“铲屎官”，苏州人分外爱“宠”

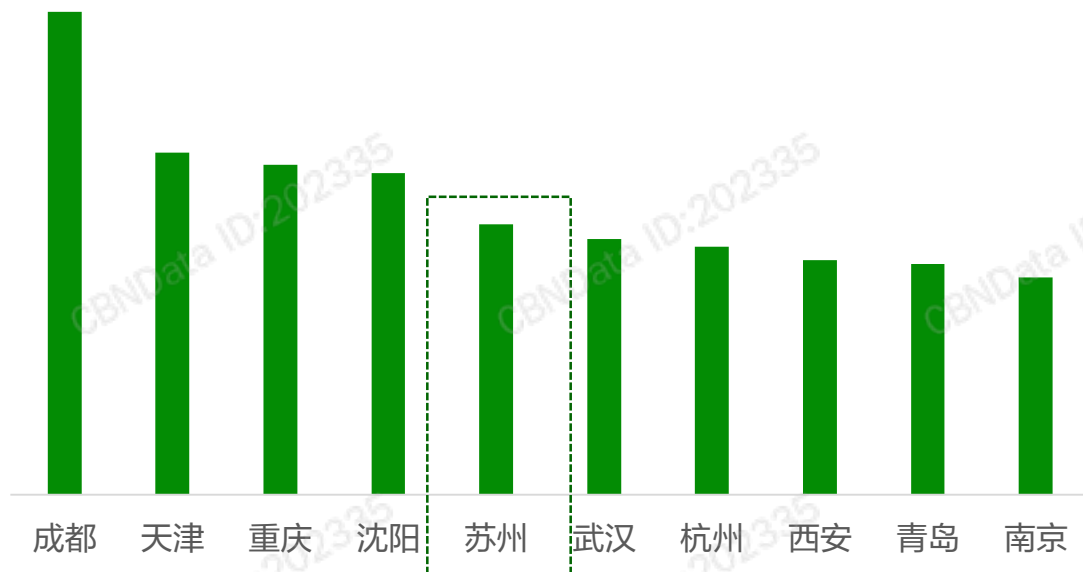
宠物已经成为苏州人家庭中重要成员，他们分外爱“宠”，线上宠物食品消费规模大，位列新一线城市第四名，而线下宠物门店数量也在新一线城市中位列前五。

MAT2019线上宠物食品新一线城市消费规模排行榜

排名	城市
1	成都市
2	杭州市
3	东莞市
4	苏州市
5	重庆市
6	南京市
7	天津市
8	武汉市
9	西安市
10	无锡市

数据来源：2019宠物消费生态大数据报告，CBNData

2019年新一线城市宠物店数量Top10城市



数据来源：DT财经城市数据库，截止到2019年6月

苏州消费气质四大关键词之一——大愉悦

苏州人对于生活的热爱亦体现在对于自我情绪价值的追求，他们善于在日常生活中探寻愉悦体验。优雅富有情调的物件，饮茶文化的传承，追随潮流的热情，以及亲子互动的乐趣，都是他们追求愉悦体验的完美见证。

01

城市-小自在

02

文化-讲腔调

03

家庭-特恋家

04

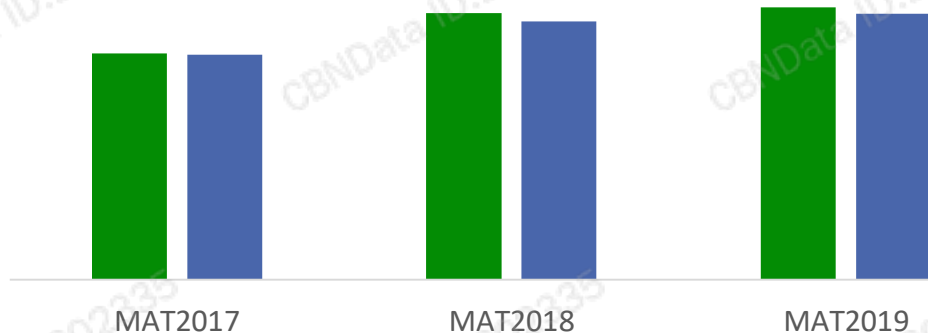
个人-大愉悦

精致优雅，在一盏盏香薰蜡烛之中寻找生活情调

清新宜人香薰蜡烛是苏州人优雅情调的代表，近三年苏州线上香薰蜡烛人群渗透率逐渐提升且高于新一线城市。而香薰蜡烛配件同样是必不可少的器具，无论是灯芯的修剪还是蜡烛的盛放，无不透露出苏州人的这份精致优雅。

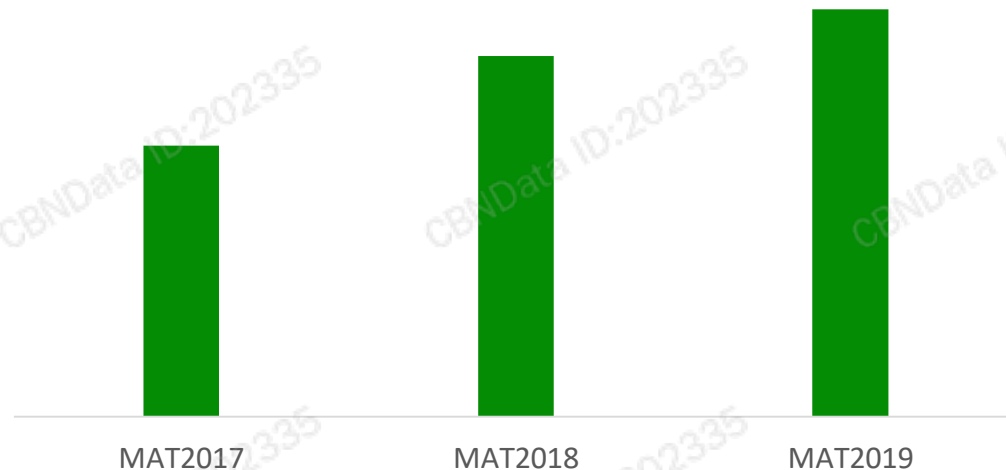
MAT2017-2019苏州线上香薰蜡烛
人群渗透率

■ 苏州 ■ 新一线城市整体



数据来源: CBNData消费大数据

MAT2017-2019 苏州线上香薰蜡烛配件消费趋势



数据来源: CBNData消费大数据

数据说明: 香薰蜡烛套装工具包括托盘、烛芯勾、烛芯罩、烛芯剪、点火器、旋转烛台

从“解渴”到“品茗”，一杯茶道出了苏州人的闲适优雅

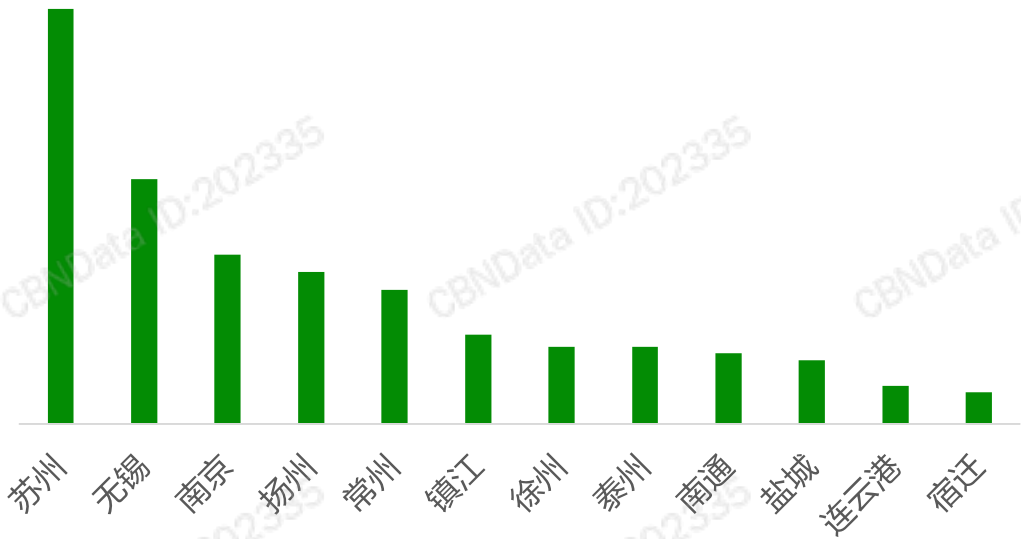
出产碧螺春的苏州人对于绿茶情有独钟，在春茶消费的城市榜单上紧随上海，名列第二。而除了在自家喝茶品茗，他们也热爱“以茶会友”，苏州的茶馆数量远远领先于江苏省其他城市。

2019年3月淘宝春茶销量Top10城市

排名	城市
1	上海
2	苏州
3	北京
4	深圳
5	广州
6	杭州
7	南京
8	武汉
9	重庆
10	东莞

数据来源：2019春茶消费数据，淘宝

2019年江苏省各地级市茶馆数量

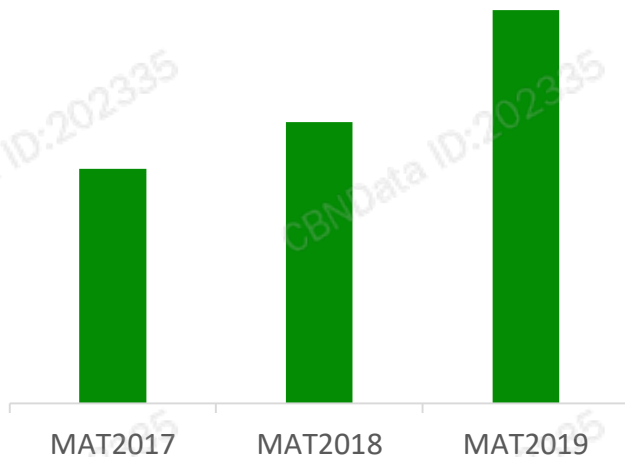


数据来源：大众点评，截止到2019年10月

苏州人对待潮流有着自己的热情，喜欢收藏各色新潮模玩

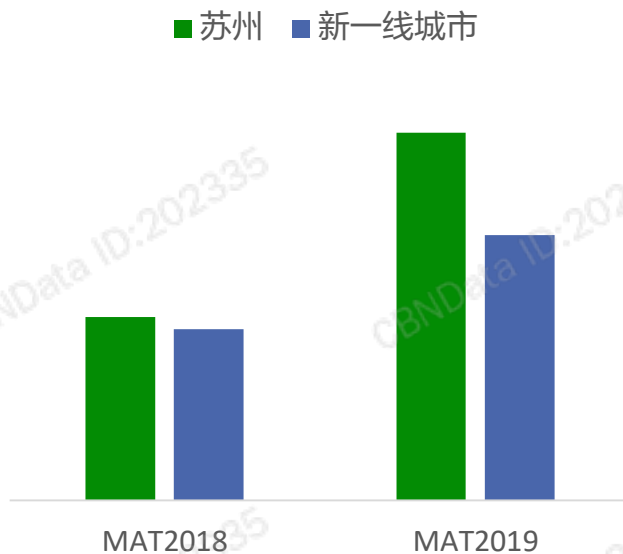
除了优雅的生活情调，苏州人也喜欢追随潮流，新潮模型玩具近三年的人均消费不断走高，增速高于新一线城市整体水平。手办人偶、高达机甲模型和卡通动漫周边成为他们最主流的收藏模玩。

MAT2017-2019苏州线上模型玩具人均消费变化



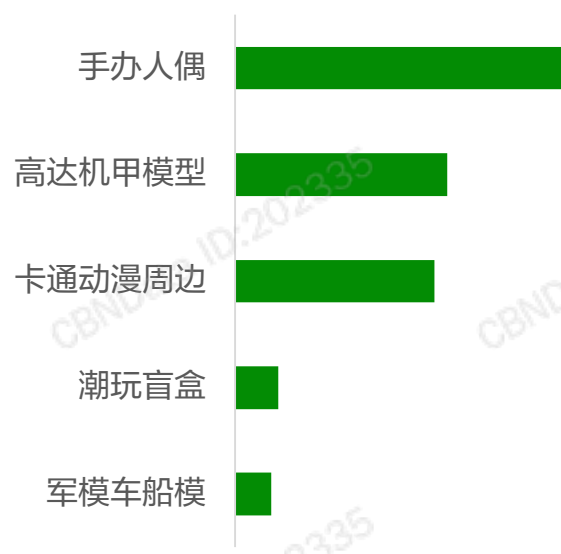
数据来源: CBNData消费大数据

MAT2018-2019 苏州线上模型玩具人均消费增速



数据来源: CBNData消费大数据

MAT2019 苏州线上模型玩具相关消费占比



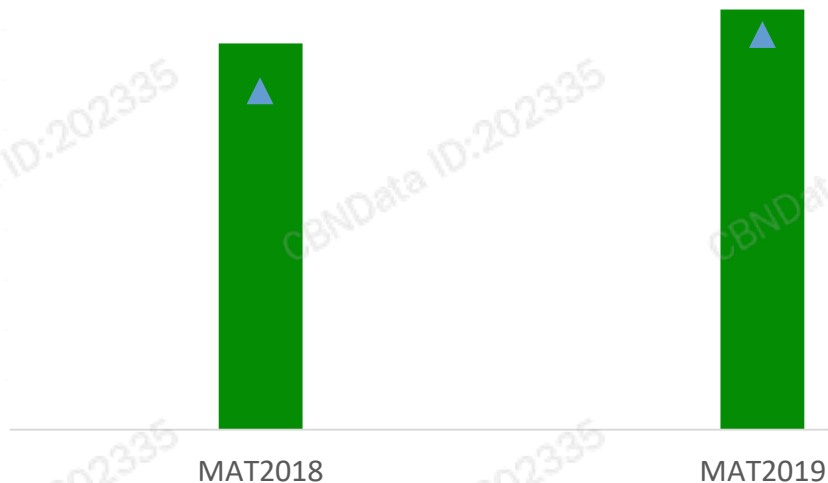
数据来源: CBNData消费大数据

舒适空间里“小确幸”，收纳中尽显家的品味

为了提升家中空间利用率，收纳成为近两年苏州人的消费热点，人均消费逐年走高，且增速不断提升。其中，85后的CD架以及70/75后的红酒架也彰显着他们享受人生的态度以及独特的品味追求。

MAT2018-2019 苏州线上收纳消费人均消费变化

■ 人均消费 ▲ 人均消费增速



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019 苏州不同代际线上家庭收纳消费偏好



数据来源：CBNDATA消费大数据

注重亲子愉悦，苏州人十分享受与“熊孩子”的欢乐时光

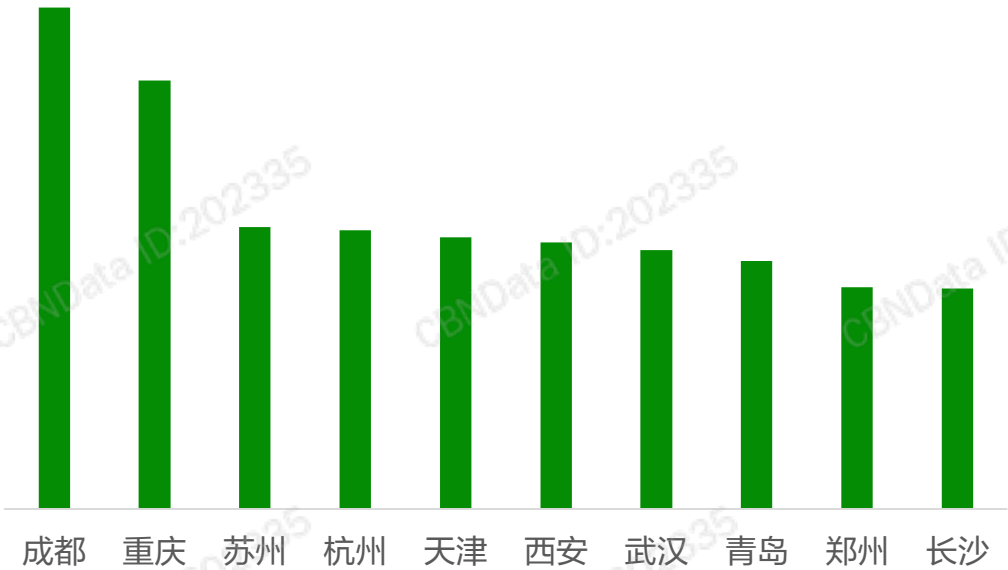
苏州人注重通过亲子互动培养感情，亲子游和儿童乐园的成为他们体验亲自愉悦的重要途径。

2018年亲子游客源城市排行榜Top10

排名	城市
1	上海
2	南京
3	北京
4	天津
5	广州
6	深圳
7	武汉
8	杭州
9	苏州
10	成都

数据来源：2019在线亲子游消费分析，途牛

2019年新一线城市儿童乐园数量排行榜



数据来源：大众点评，数据截至2019年10月

DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：

数据时间段：2016.07.31-2019.06.30，按照滚动年计算

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明



本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

报告作者：魏鹏、张超

视觉设计：邹文佳 孙昕彤（实习）

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据·全洞察