

青年

创造

商业

2018中国青年 创造力报告

CBN DATA × **淘宝**
第一财经商业数据中心 Taobao

© 2018 CBNDData. All rights reserved.



TABLE OF CONTENTS 目录

- Part 1:
青年创造力线上市场概况 03
- Part 2:
青年创造力展现生活新概念 12
- Part 3:
青年创造力市场冉冉升起 32

“青年创造力” 主要基于淘宝青年店铺研究，
本报告定义28岁以下（90后、95后和00后）店主的店铺为青年店铺。

PART 1

青年创造力 线上市场概况

青年创造力线上市场蓬勃发展，
呈现多种差异化特征。

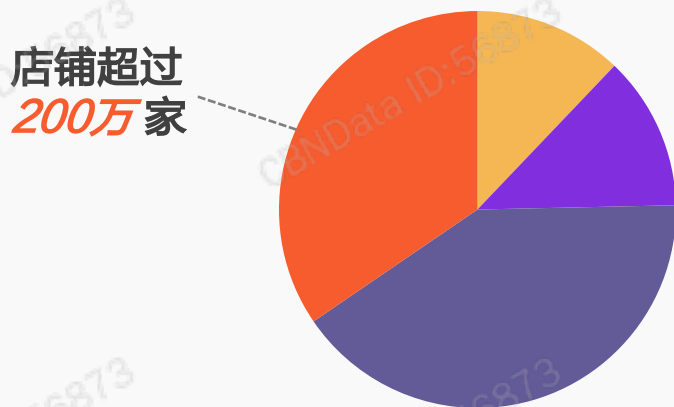


淘宝青年店铺数量已突破200万家，在新开店铺中数量占比过半，正在成为整体线上市场中不容小觑的新生力量

- 青年是社会上最富活力、最具创造性的群体；
- 青年店铺已成为淘宝市场第二大主体，一年间超过70万家新增店铺快速扩张，是潜力无限的新生力量。

2017.07-2018.06
不同代际店主淘宝活跃店铺数分布

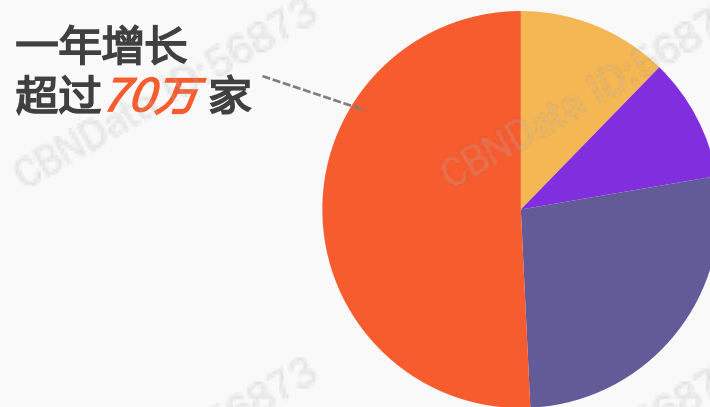
70前 70后 80后 青年店铺



数据来源：CBNData消费大数据

2017.07-2018.06
不同代际店主淘宝新增活跃店铺数分布

70前 70后 80后 青年店铺



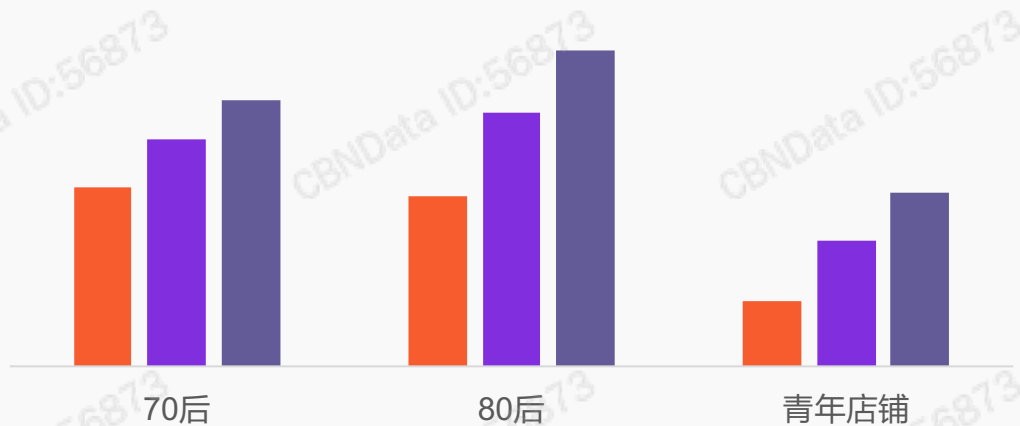
数据来源：CBNData消费大数据

青年店铺表现活跃，单店销售额增幅高达39%，增长潜力巨大

- 青年店铺新进市场，尽管在单店成交额上逊色于其他年龄段店主，但单店销售表现处于快速上升阶段，增幅显著领先。

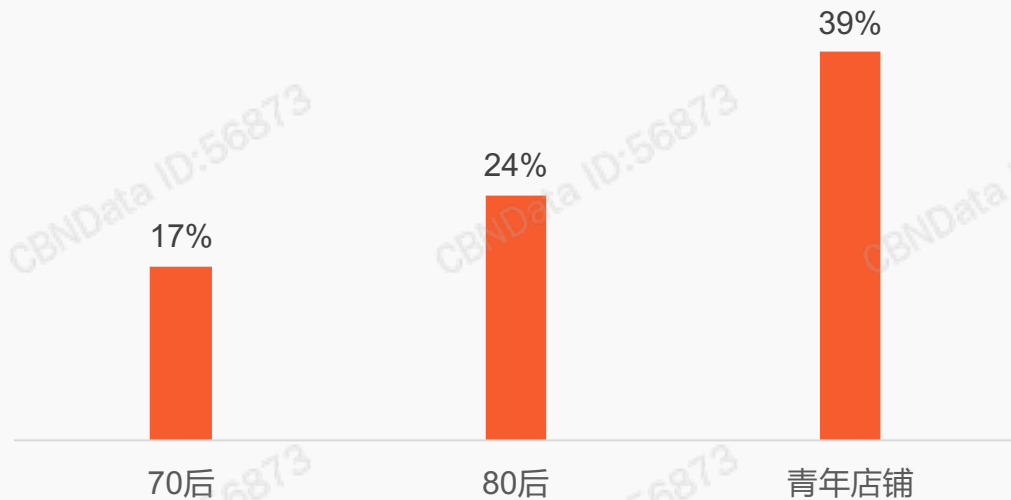
2015.07-2018.06 不同代际店主单店成交额

2015.07-2016.06 2016.07-2017.06 2017.07-2018.06



注：单店销售额=年销售额/年活跃店铺数
数据来源：CBNData消费大数据

2017.07-2018.06 不同代际店主单店成交额增幅



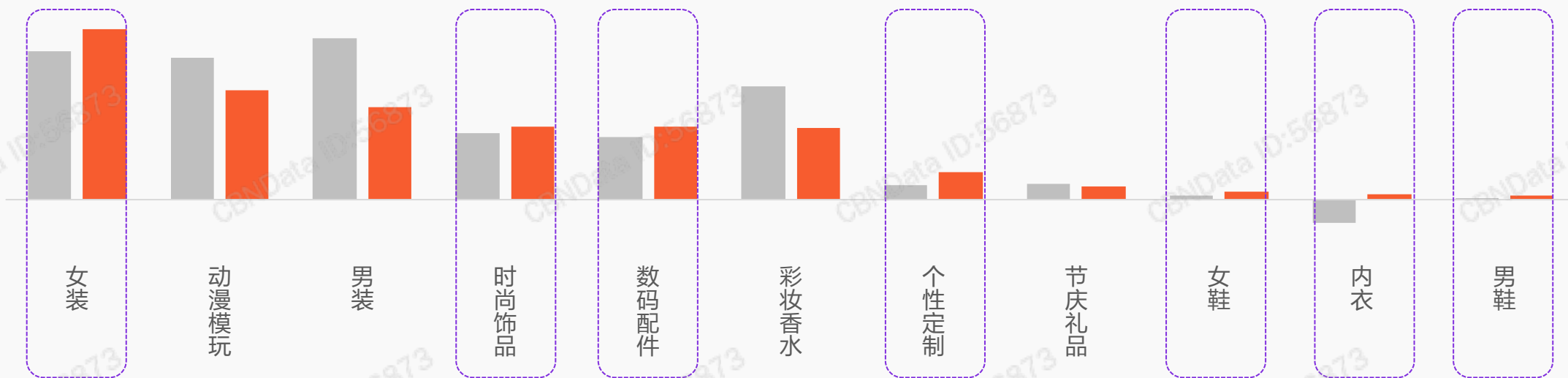
注：单店销售额增幅=当年单店销售额/上年单店销售额-1
数据来源：CBNData消费大数据

青年店铺偏好主营外观类和趣味类商品，今年趋势更为明显

- 青年店铺偏好主营鞋服彩妆等外观类和模玩、数码配件、定制、礼品等趣味类商品，与年轻人日常生活紧密相关；今年女装、时尚饰品、数码配件、个性定制、女鞋、内衣和男鞋的偏好度显著提升。

2016.07-2018.06 TOP50一级类目青年主营开店偏好

■ 2016.07-2017.06 ■ 2017.07-2018.06

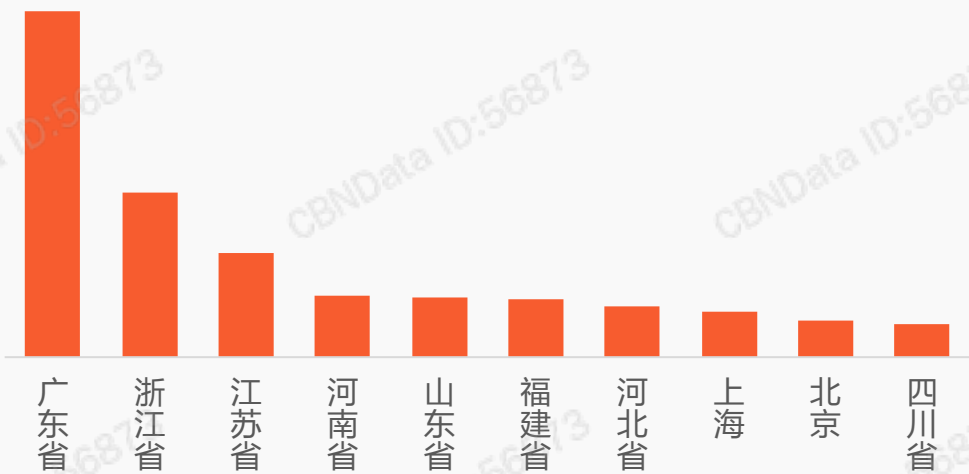


注：TOP50一级类目：根据一级类目店铺数进行排名统计 偏好度=该类店铺数在青年店铺中占比/该类店铺数在整体市场中占比-1
数据来源：CBNData消费大数据

不同地域青年经营店铺成熟度不同，西部地区的青年店铺成为当地创业的中坚力量

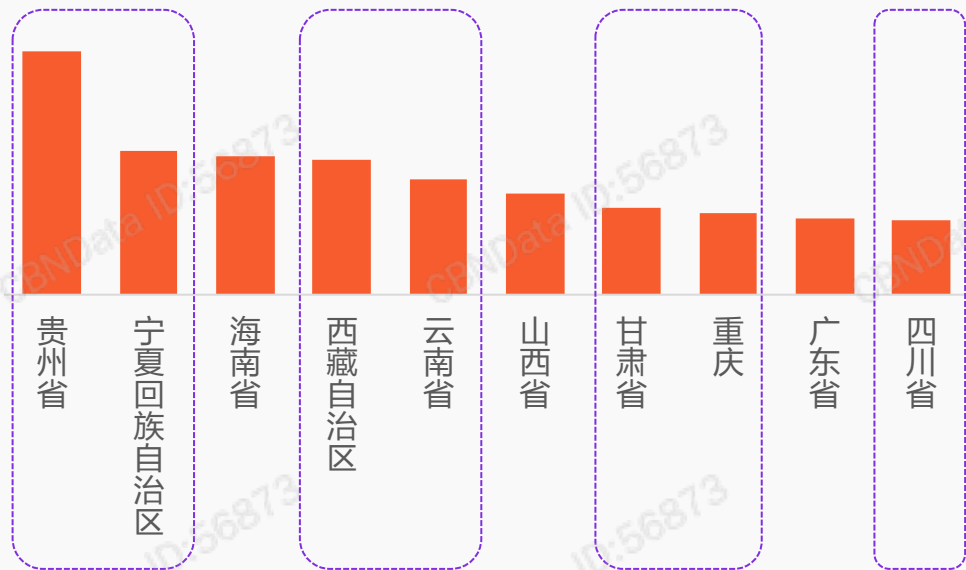
- 广东、浙江、江苏是青年创业开店的主阵地，而西部地区发展活跃度更为凸显，青年店铺数量占比领先全国平均水平，青年通过在线上积极创业，激发了西部地区新的就业机会方向。

2017.07-2018.06 青年店铺数TOP10省份



数据来源：CBNData消费大数据

2017.07-2018.06 青年店铺发展活跃度TOP10省份



注：发展活跃度：偏好度=青年店铺数在该省份中占比-在全国占比
数据来源：CBNData消费大数据

不同地域青年店铺的主营类目偏好不同，因地制宜各展所长

2017.07-2018.06 不同省份地区青年店铺主营类目偏好度TOP3

偏好女装：
贵州、宁夏、青海

偏好个性定制：
重庆、陕西、四川

偏好时尚饰品：
西藏、海南、云南

偏好女鞋：
四川、浙江、福建

偏好内衣：
广东、吉林、浙江

偏好彩妆香水：
黑龙江、吉林、辽宁

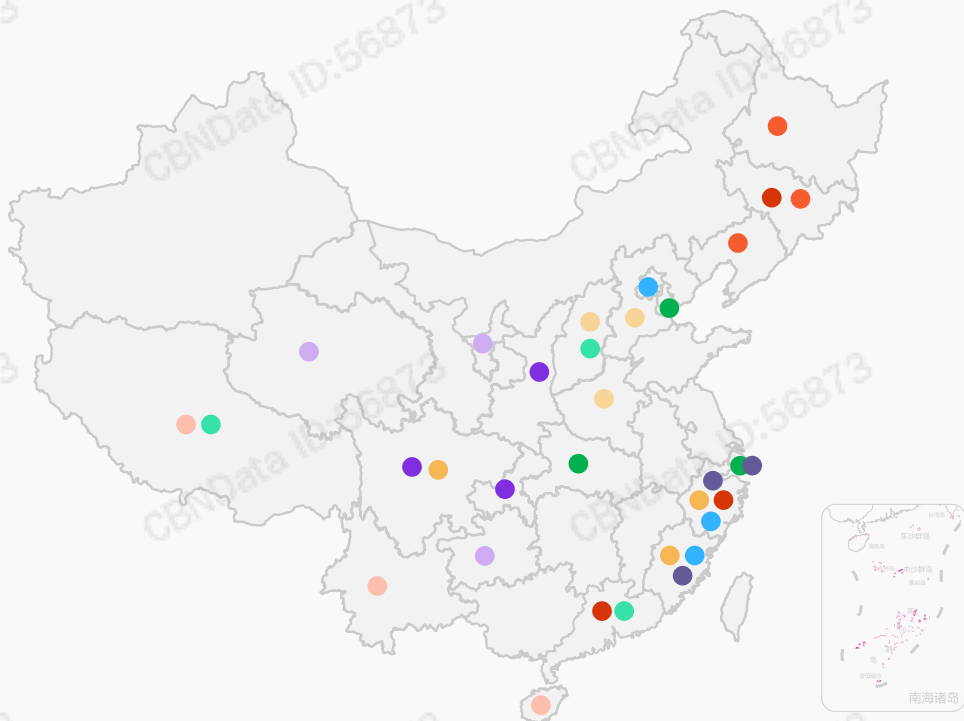
偏好节庆礼品：
山西、河南、河北

偏好动漫模玩：
上海、湖北、天津

偏好男装：
福建、浙江、北京

偏好男鞋：
福建、浙江、上海

偏好数码配件：
广东、西藏、山西

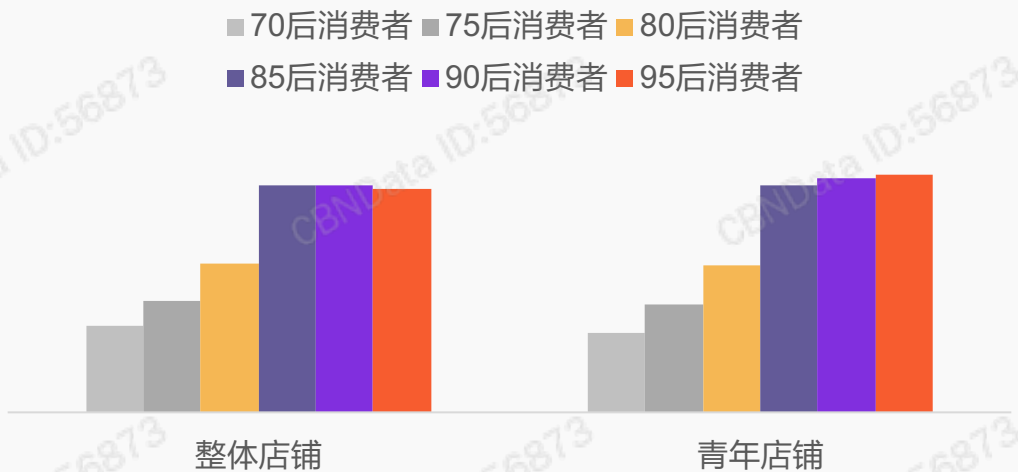


注：该青年店铺的类目划分以青年店铺偏好主营类目为标准；
偏好度=该类目在该省青年店铺中的店铺数比重-在全国青年店铺中的店铺数比重；有多重偏好的省份按其最偏好的类目填色
数据来源：CBNData消费大数据

越年轻的消费者更愿意选择新兴小众的青年店铺

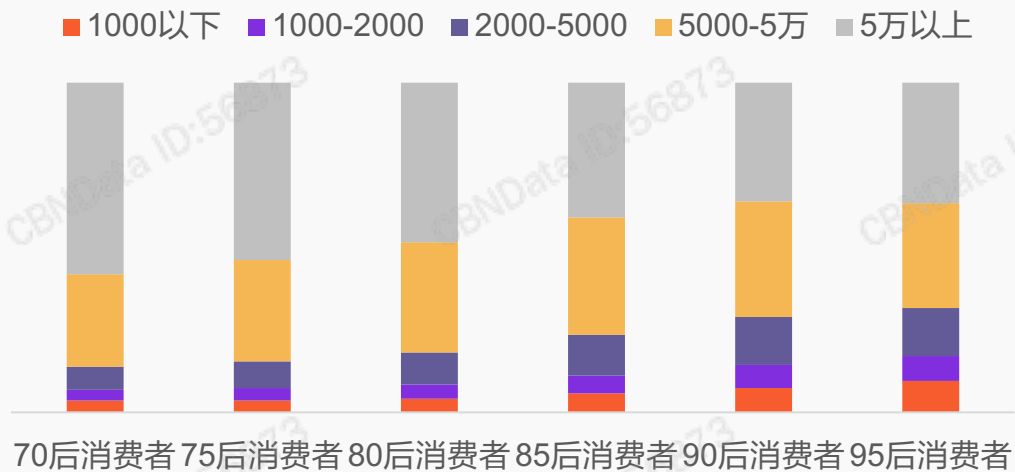
- 青年店铺的消费者年龄结构与整体创业店铺相似，触达各年龄段消费者，其中年轻人表现更为明显；
- 90后、95后消费者更愿意光顾年成交额低于5000元的店铺，相应店铺数量占比高于其他人群。

2017.07-2018.06 整体店铺 VS. 青年店铺
不同代际消费者人数分布对比



数据来源：CBNData消费大数据

2017.07-2018.06 不同代际消费者
购买过的不同规模（元）青年店铺数分布

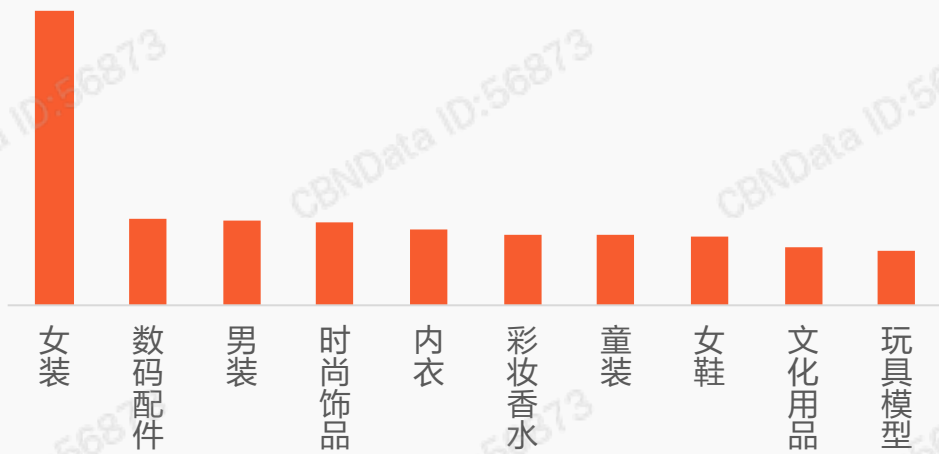


数据来源：CBNData消费大数据

青年店铺中最受消费者欢迎的仍是服饰相关的类目，95后偏重个人型消费，80后则侧重家庭型消费

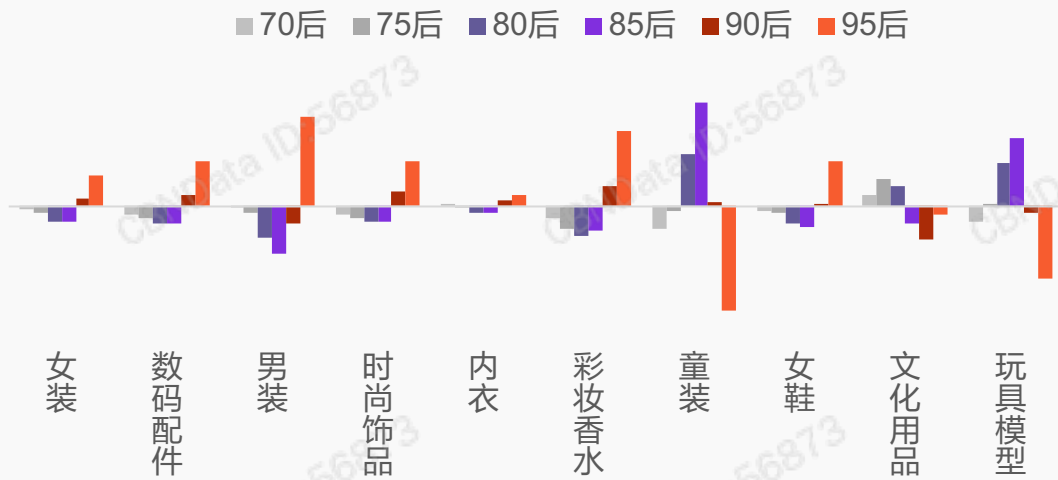
- 不同年龄消费者购物有不同偏好，服饰相关的仍是最受消费者欢迎的商品类型；
- 从代际上看，95后喜欢在青年店铺购买男装、彩妆为主的个人型消费，80后、85后则喜欢买童装和玩具，注重家庭型消费。

2017.07-2018.06 青年店铺一级类目购买人数TOP10



数据来源：CBNData消费大数据

2017.07-2018.06 青年店铺一级类目购买人数TOP10
不同代际偏好度



注：偏好度=该年龄段消费者人数在类目中比重-在整体青年店铺中比重
数据来源：CBNData消费大数据

PART 2

青年创造力 展现生活新概念

青年创造力改善了消费者的生活品质，
创造出新的生活方式，传递出生活新概念。



青年激发新的需求，重构解决思路，创造新的产品，从多方面改变人们的生活

青年敏锐察觉市场需求，有想法、愿动手，走在发展进步的前沿。

青年创造力可以分成三方面：



发明家

- 积极创造“懒人经济”，追求生活便利
- 细微呵护细分人群，提升生活品质



创客

- 酷炫科技玩具，满足消费体验
- 关注儿童教育，激发探索热情
- 加码科创前沿，助推创客热潮



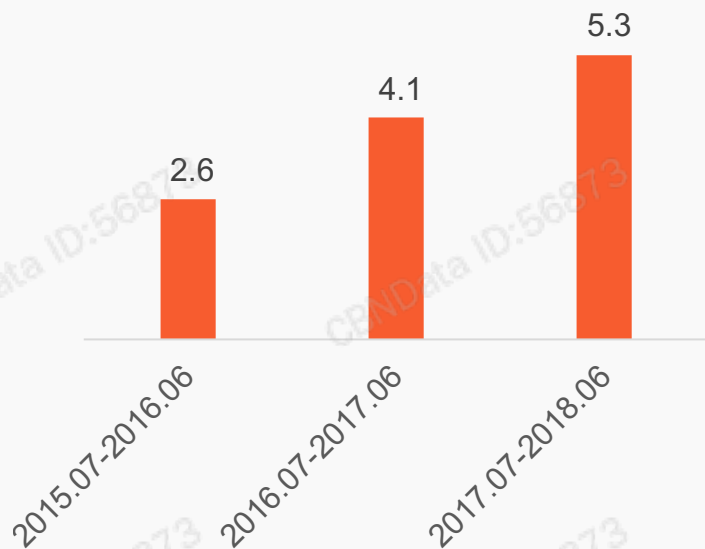
设计师

- 原创设计成热词，美要有特点、不寻常、够概念、会点缀
- 次元新体验，爱要说出来
- 回归与传承，复兴传统文化

“懒人经济”下的新发明：青年店铺为广大消费者提供便利、节约时间

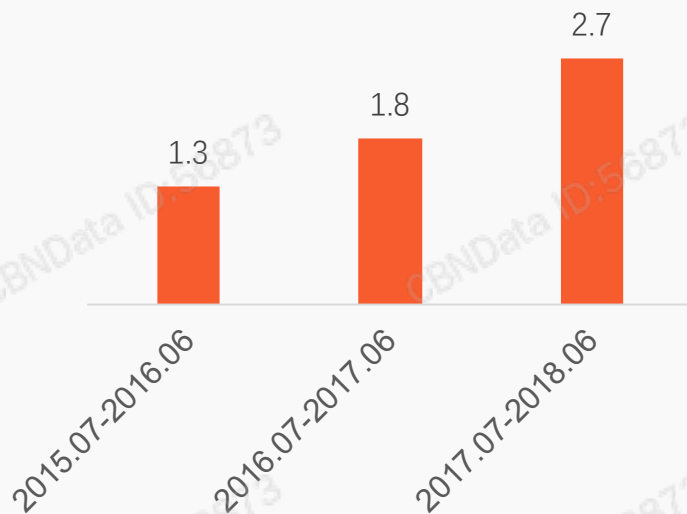
年轻人快节奏的工作生活中，便利、解放双手成为关键词，在饮食方面，方便速食再次成为吸睛消费品类，市场规模增速近30%。在娱乐方面，各类支架市场规模也在逐年扩大，增速近50%。同时为了迎合铲屎官们的爱宠管理需求，青年店铺纷纷入局宠物自动化产品。

2015.07-2018.06 青年店铺
方便速食品类市场规模（百万元）



数据来源：CBNData消费大数据

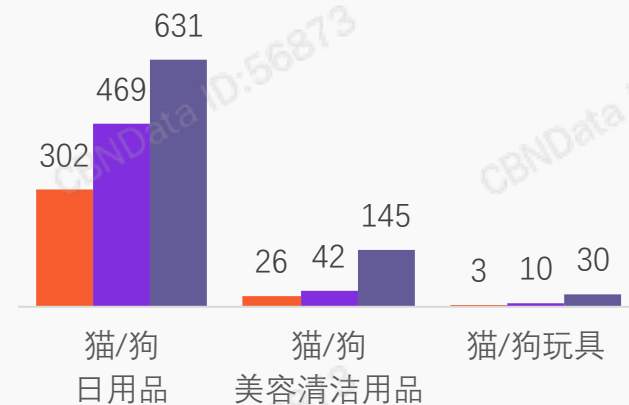
2015.07-2018.06 青年店铺
手机/平板/笔记本支架类市场规模
（百万元）



数据来源：CBNData消费大数据

2015.07-2018.06 在售“自动”
猫/狗用品的青年店铺数

2015.07-2016.06 2016.07-2017.06 2017.07-2018.06



数据来源：CBNData消费大数据

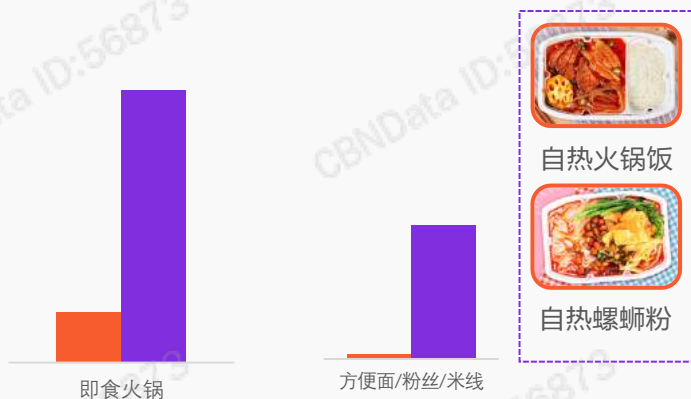
“懒人经济”下的功能升级：产品研发不断完善，Plus功能成为新需求

- “自热”是今年方便速食的新热点功能，新概念解馋“自热”即食火锅成交量增长超过400%，并有了新的创新；
- 相比之下，娱乐型的产品也有质的提升，直播专用支架衍生出多种功能；
- 宠物管理进入新时代，多方位自动化设备使铲屎官不再操心主子吃喝拉撒清洁和玩耍。

发明家
创客
设计师

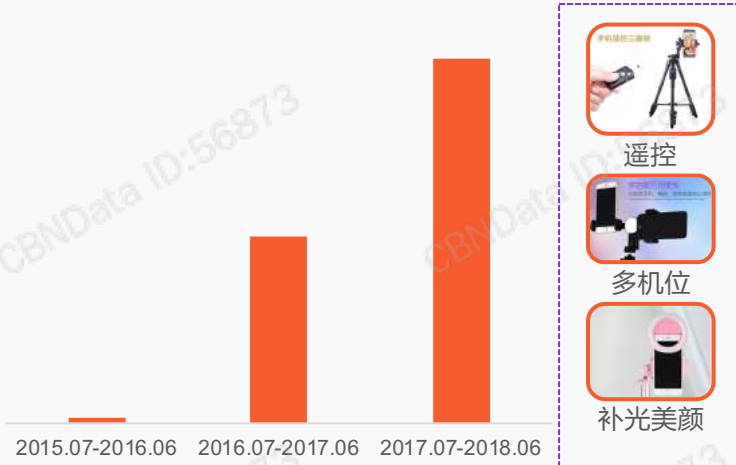
2015.07-2018.06 青年店铺
“自热”型方便速食成交量

■ 2016.07-2017.06 ■ 2017.07-2018.06



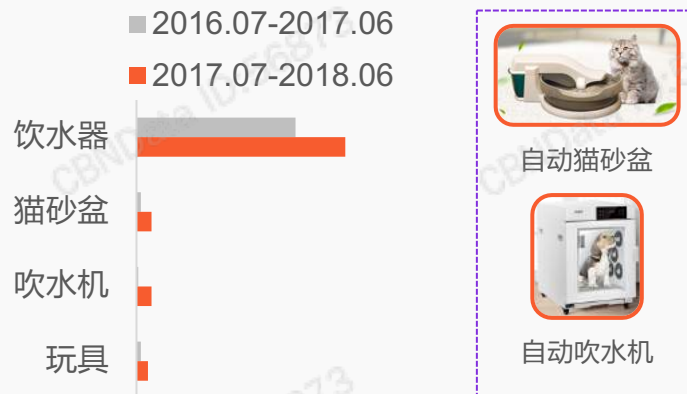
注：图片来源于网络
数据来源：CBNData消费大数据

2015.07-2018.06 青年店铺“直播”
功能手机/平板支架购买人数



注：图片来源于网络
数据来源：CBNData消费大数据

2016.07-2018.06 青年铺
“自动”猫/狗用品
成交量举例

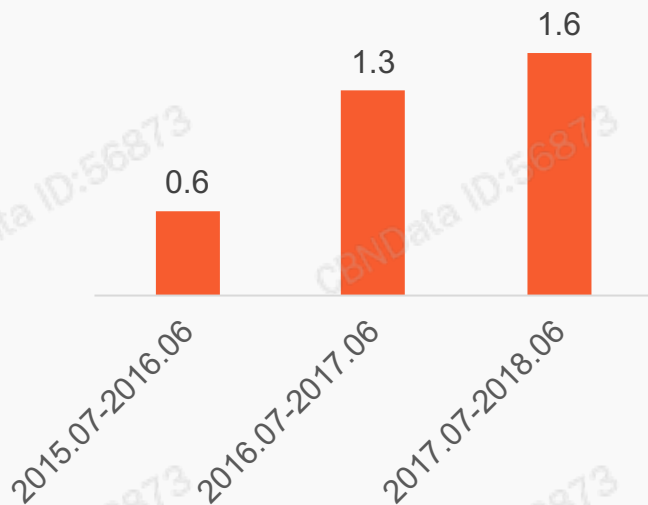


注：图片来源于网络
数据来源：CBNData消费大数据

细微呵护提升生活品质：青年店铺洞察各类人群需求

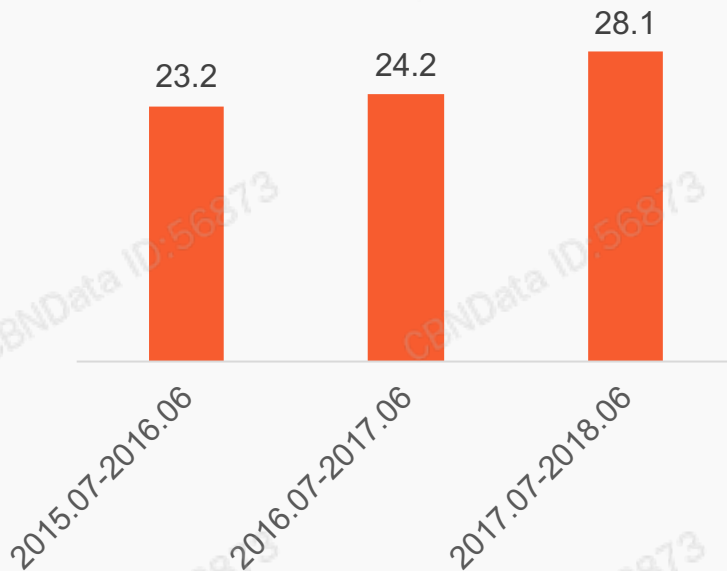
- 不同特征人群成为青年店铺的目标消费人群；
- 经营孕妇彩妆的青年店铺市场规模持续上升，增速近20%。不同体型特点的人群都能在青年店铺找到合适的服装，大码女装市场欣欣向荣。小户型生活备受关注，出售小户型家具的青年店铺比例不断提升。

2015.07-2018.06 青年店铺
“孕妇”适用彩妆品类市场规模
(百万元)



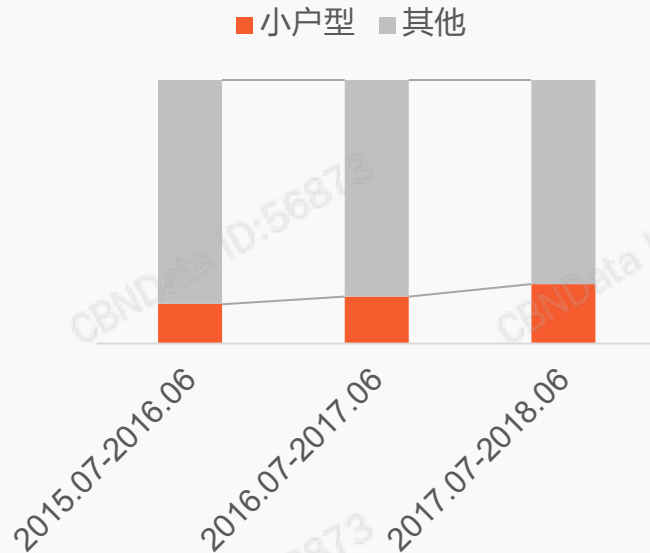
数据来源：CBNData消费大数据

2015.07-2018.06 青年店铺
大码女装品类市场规模 (百万元)



数据来源：CBNData消费大数据

2015.07-2018.06 青年店铺
住宅家具品类店铺数分布

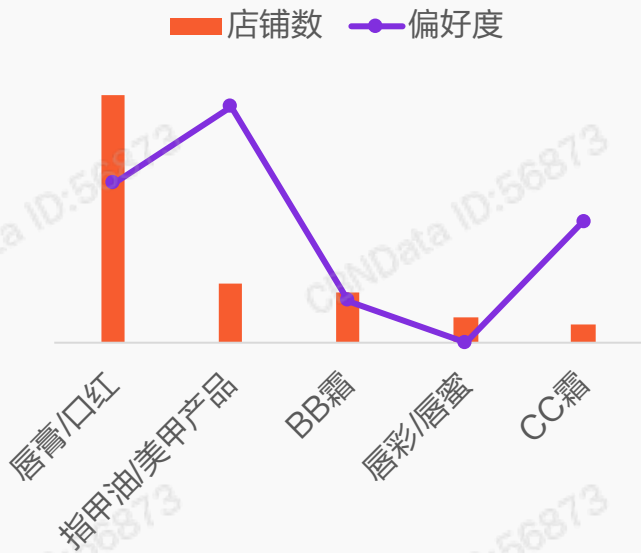


数据来源：CBNData消费大数据

细微呵护提升生活品质：差异化特色成为新需求，青年店铺提供了多维产品选择

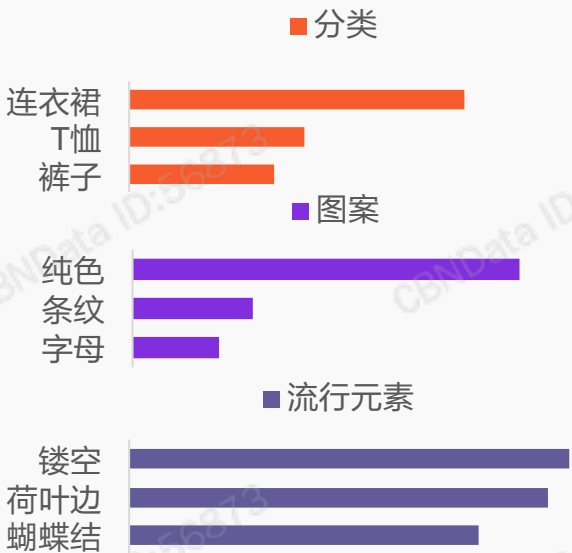
- 关注孕产期消费者的青年店铺更注重怀孕期间美的保留，主营类目集中在唇部、手部和底妆的孕妇彩妆类，以显气色的唇膏/口红类居多；
- 大码女装的青年店铺则考虑到“胖妹妹”的小女生情结，连衣裙成为主营方向，并且更加优化了女性细节设计。
- 小户型家具的青年店铺布艺沙发成为主打，增添温馨。

2017.07-2018.06 “孕妇”
适用彩妆主要类目青年店铺数



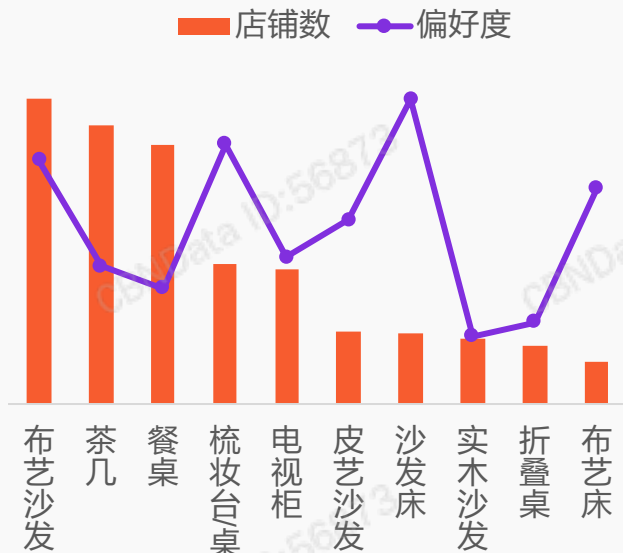
偏好度=孕妇彩妆中类目占比/整体彩妆中类目占比-1
数据来源：CBNData消费大数据

2017.07-2018.06 大码女装
不同属性TOP3青年店铺数



数据来源：CBNData消费大数据

2017.07-2018.06 “小户型”住宅
家具主要类目青年店铺数



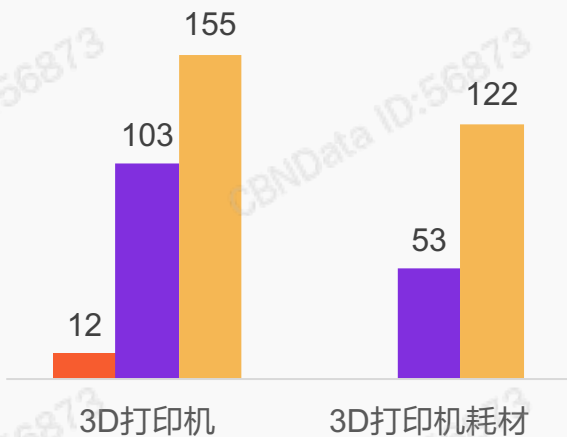
偏好度=小户型家具中类目占比/整体住宅家具中类目占比-1
数据来源：CBNData消费大数据

创客时代的酷炫科技：青年店铺中众多黑科技新奇玩具，满足消费体验

- 紧随前沿科技，青年店铺创造出很多不同特点、不同外形的同类科技产品，大大降低了人们体验试玩的门槛。

2015.07-2018.06 “3D打印机”主要品类青年店铺数

■ 2015.07-2016.06 ■ 2016.07-2017.06
■ 2017.07-2018.06



数据来源：CBNData消费大数据



3D打印房子

注：图片来源于网络

2015.07-2018.06 “无人机航拍”相关品类青年店铺数

■ 店铺数 ■ 成交量

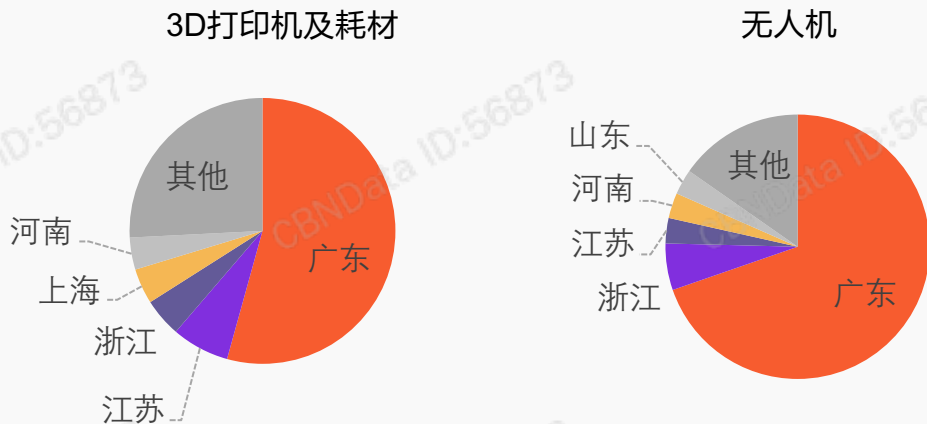


数据来源：CBNData消费大数据

创客时代的酷炫科技：主营黑科技产品的青年店铺聚集在广东，输向全国的消费者

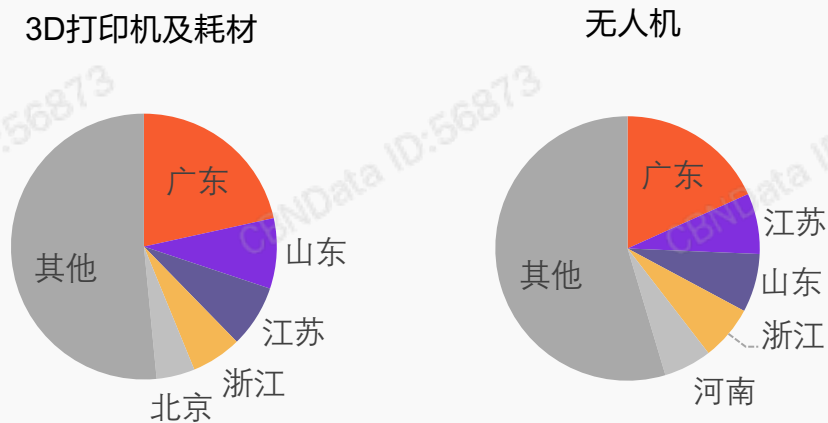
- 34%的3D打印机青年店铺在深圳，50%的无人机青年店铺在汕头。消费者分布各省，尤以广东、山东、江苏、浙江等省居多。

2017.07-2018.06 青年店铺数不同省份分布



数据来源：CBNData消费大数据

2017.07-2018.06 青年店铺消费人数不同省份分布



数据来源：CBNData消费大数据

关注儿童教育市场：为了激发孩子各阶段探索和学习的热情，越来越多的青年店铺经营研发类和学习型的产品

- 青年店铺助力“寓教于乐”的教育主张，使孩子在玩乐中了解科学、掌握知识。早教机器人店铺今年爆发式增长，店铺数达到前一年的6倍；科学实验品类相关店铺连续两年维持超过60%的高速数量扩张。

2015.07-2018.06 “早教机器人” 品类青年店铺数



对话互动已是早教机器人的必备技能

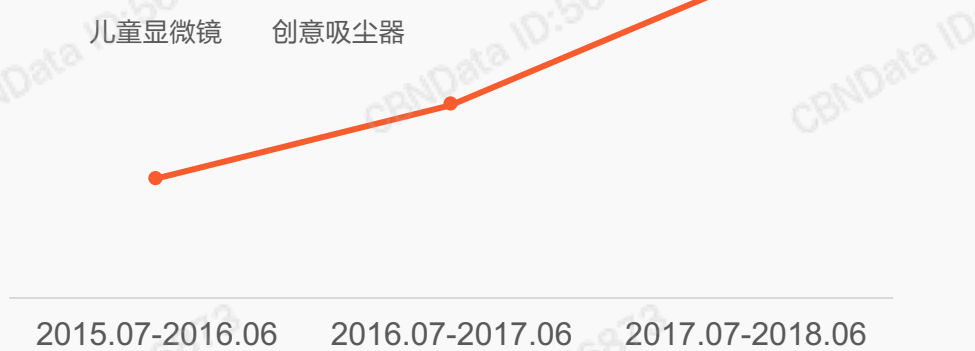


注：图片来源于网络
数据来源：CBNData消费大数据

2015.07-2018.06 科学实验类产品青年店铺数



儿童显微镜 创意吸尘器



注：图片来源于网络
数据来源：CBNData消费大数据

加码科技前沿市场：编程机器人、开源硬件引领创客热，青年店铺助力市场发展

- 青年店铺正在为不同阶段的创客提供丰富的组件，从入门级的青少年编程机器人，到大神级的自主创造发明，越来越多的青年店铺助他们实现图纸上的构想。

发明家
创客
设计师

2015.07-2018.06 “编程机器人”相关品类
青年店铺数



2015.07-2016.06 2016.07-2017.06 2017.07-2018.06

注：图片来源于网络
数据来源：CBNData消费大数据

2015.07-2018.06 开源硬件品类青年店铺数



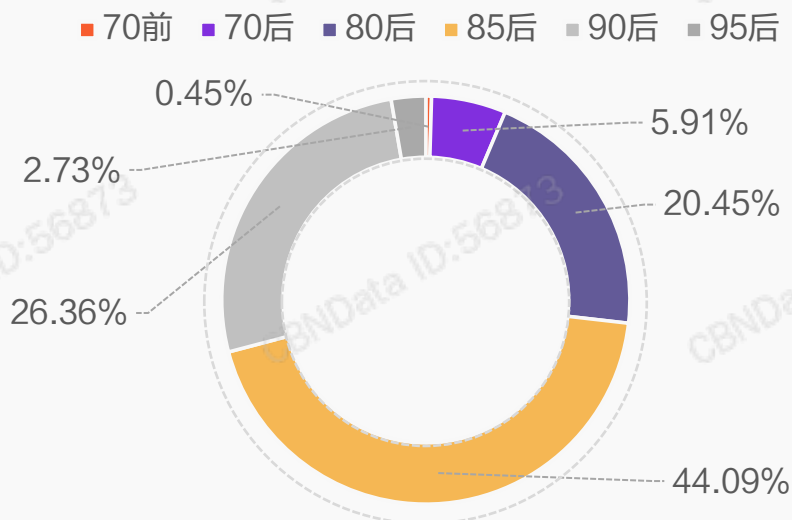
2015.07-2016.06 2016.07-2017.06 2017.07-2018.06

注：图片来源于网络
数据来源：CBNData消费大数据

原创设计成热词：线上原创设计师接近5万人，90后是仅次于85后的第二大原创设计师人群

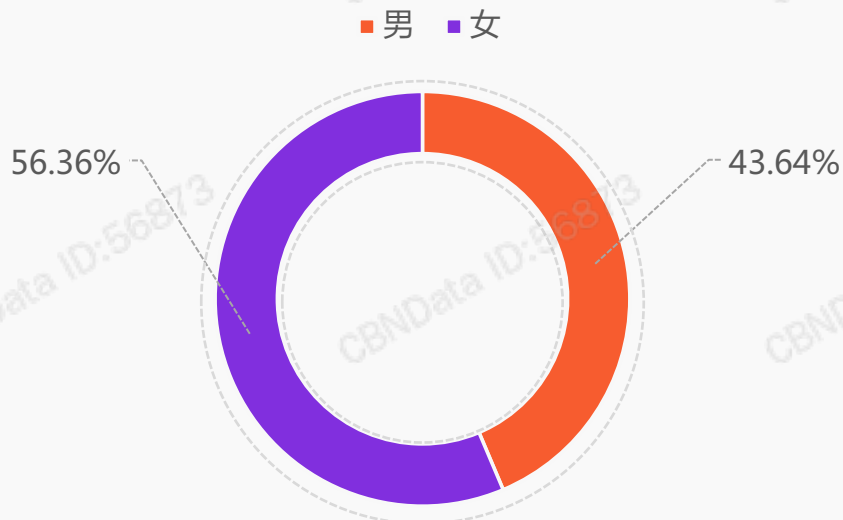
- 线上原创设计店铺数量众多，同时拥有庞大的设计师规模，原创设计师接近5万人。线上原创设计师以85后年轻设计师为主，90后次之；性别上，女性占比略高于男性。

设计师年龄占比



数据来源：CBNData《2018中国原创设计创业与消费报告》

设计师性别分布



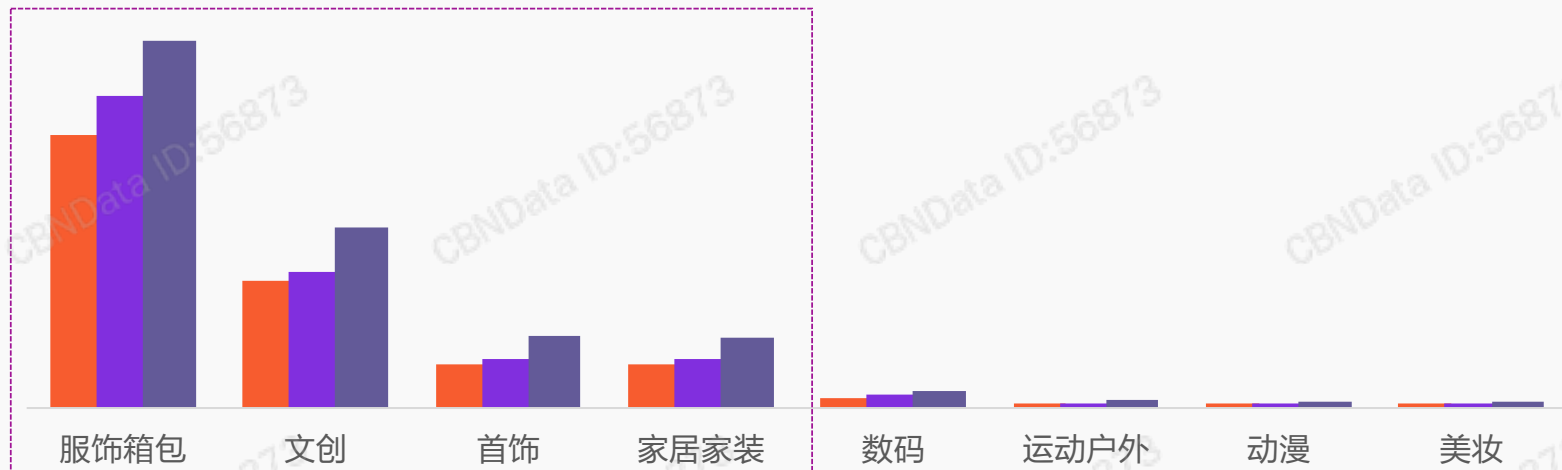
数据来源：CBNData《2018中国原创设计创业与消费报告》

原创设计成热词：服饰、文创（文化创意）、首饰、家居家装行业是原创设计发展的排头兵

- 最近一年线上原创设计新增开店数超1万家，服饰、文创、首饰、家居行业当年新开店数量领先，从三年开店趋势来看，各行业每年新开店铺数均保持增长，首饰和数码行业开店数量也比较多，同样值得重点关注。

2015-2017年 线上原创设计店铺开店数量情况

■ 2015 ■ 2016 ■ 2017



服饰行业包括：服装+鞋箱包+童装、文创行业包括企业服务、家居家装行业包括家居+家装+百货+家电类；
数据来源：CBNData《2018中国原创设计创业与消费报告》

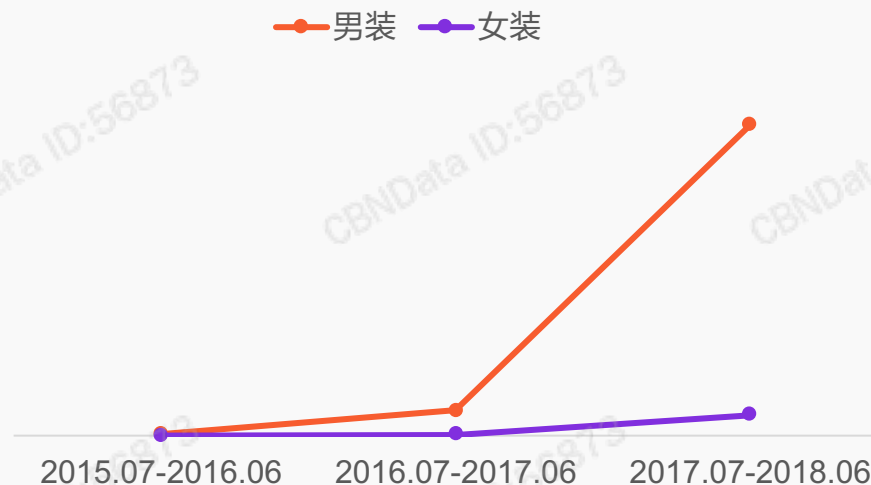
美要有特点：青年店铺张扬独特风格和态度，国潮迅速崛起，男装类尤其显著

- 国潮即国内原创的潮牌，近年火热兴起，尤以男装市场最为明显，店铺数增速接近400%，今年市场规模更达到了去年的12倍。

2015.07-2018.06 “国潮” 相关品类青年店铺数



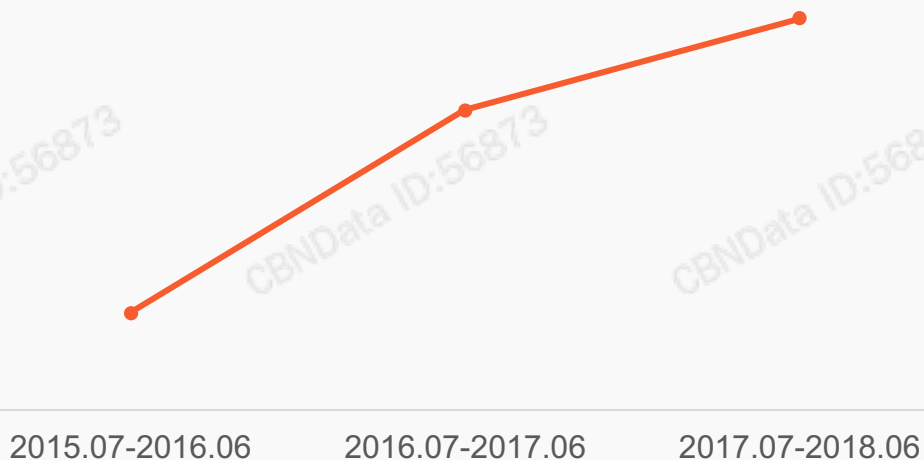
2015.07-2018.06 “国潮” 相关品类青年店铺市场规模（百万元）



美要不寻常：原创设计、风格迥异的耳饰行业蓬勃发展，饰品成为潮流新趋势热点

- 设计款耳饰的青年店铺快速扩张，增速超过30%，市场规模增长更超过60%。

2015.07-2018.06 设计款耳饰青年店铺数量



注：设计款指产品描述含“原创”或“设计”
数据来源：CBNData消费大数据



注：图片来源于网络

美要够概念：青年创造不懈追求生活中的设计元素，设计款家具爆发式增长

- 设计款住宅家具的青年店铺数量今年实现翻番，市场规模增速接近150%。



2017.07-2018.06

设计款住宅家具青年店铺市场规模达到**467**万元



注：设计款指产品描述含“原创”、“设计”、“ins”、“网红”或“颜值”
数据来源：CBNData消费大数据

注：图片来源于网络
数据来源：CBNData消费大数据

美要会点缀：更轻量的设计感家居饰品的青年店铺也迅速扩张

- 设计款家居饰品的青年店铺数量增速接近200%，市场规模扩张增速接近300%。



2017.07-2018.06

设计款家居饰品青年店铺市场规模达到 **165**万元



注：设计款指产品描述含“原创”、“设计”、“ins”、“网红”或“颜值”
数据来源：CBNData消费大数据

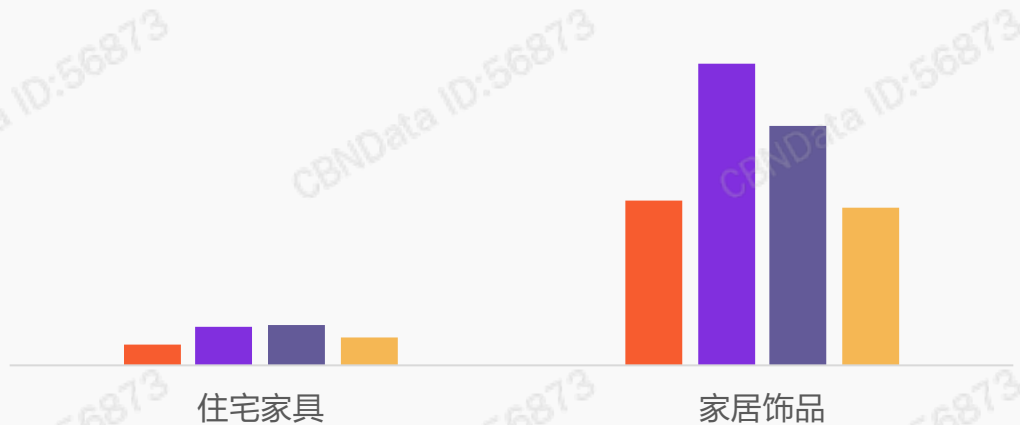
注：图片来源于网络
数据来源：CBNData消费大数据

为设计买单：90后对设计款的家具、家饰尤为偏好

- 二三线城市的90后是设计款家具、家饰青年店铺的购买主力；
- 此外，85后偏爱在青年店铺中购买设计款家具，95后偏爱设计款家饰。

2015.07-2018.06 设计款家具、家饰青年店铺购买人数城市线级分布

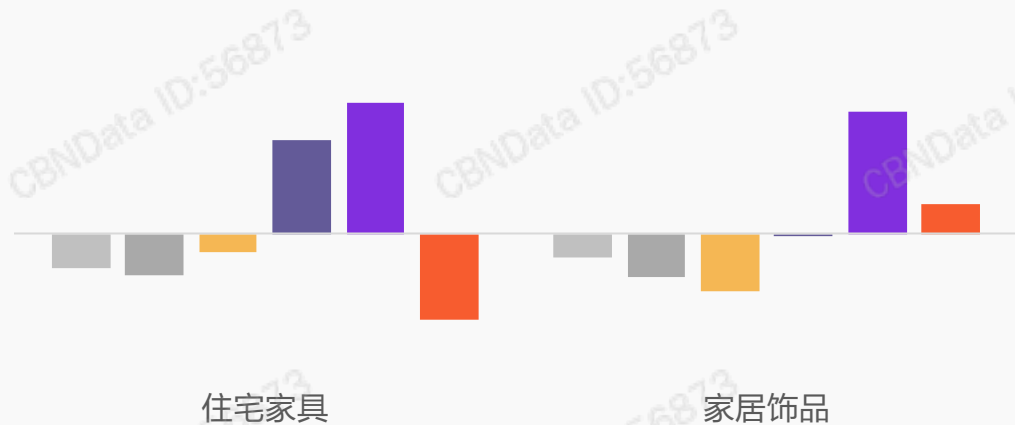
1 2 3 4及以下



数据来源：CBNData消费大数据

2015.07-2018.06 设计款家具、家饰青年店铺购买人数不同代际偏好度

70后 75后 80后 85后 90后 95后

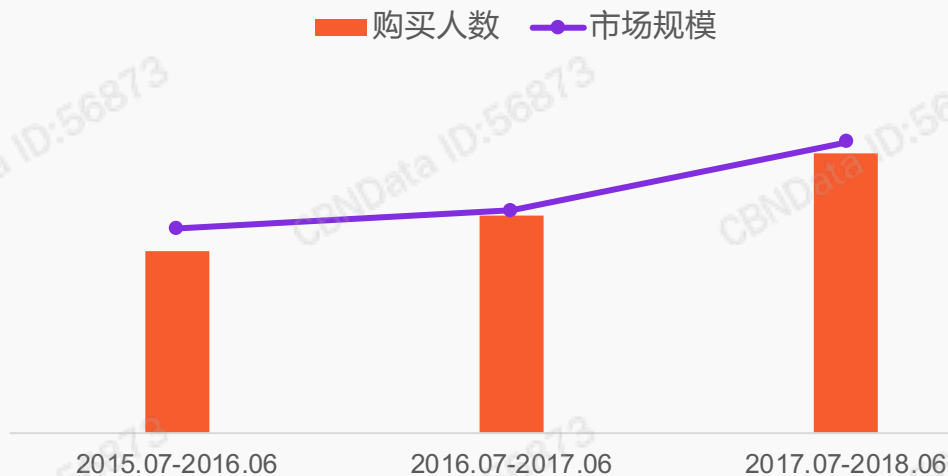


注：偏好度=该年龄段消费者人数在类目中比重-在整体青年店铺中比重
数据来源：CBNData消费大数据

次元新体验：青年不断创造自己的小世界，找寻陪伴，并与现实世界交融

- 动漫类购买人数和市场规模逐年加速扩张，可见受众群体越来越广。动漫作品商业化衍生的“周边”类和爱好者二次创作的“同人”类市场均在扩张，且可见痛包、宅舞这些向外界展示自己喜爱作品的相关产品正在悄然变热，市场规模增速分别逼近250%和100%，青年们在现实世界也要大声表达出自己的心意。

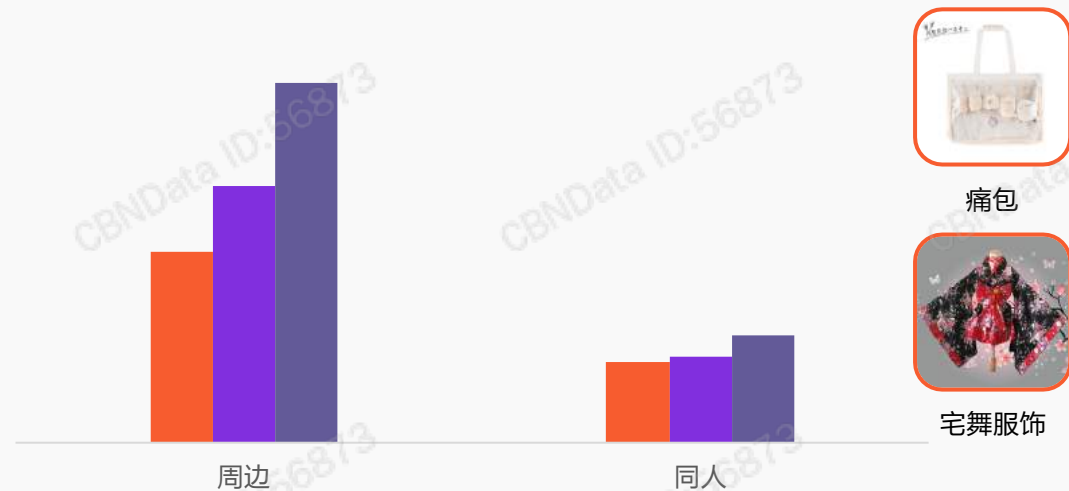
2017.07-2018.06 主营动漫类目的青年店铺购买人数&市场规模



数据来源：CBNData消费大数据

2015.07-2018.06 动漫相关品类青年店铺市场规模

2015.07-2016.06 2016.07-2017.06 2017.07-2018.06



注：“周边”类包含动漫周边、游戏实物周边、机甲、手办扭蛋等类目，“同人”类包含Cosplay、二次元古风、二次元洛丽塔、本子等类目。图片来源于网络。

数据来源：CBNData消费大数据

次元新体验：青年积极传承传统文化，复兴华服，古为今用融入日常生活

- 青年店铺助力华服复兴，传承民族精神、彰显文化自信、推动文化繁荣。
- 汉服是华服的主要代表，近年来相关领域的店铺数、市场规模都在扩大，汉服服装市场增长超150%；尤其汉元素店家越来越多，今年市场规模扩张速度接近100%，使广大消费者可以将喜爱的传统元素融入日常生活的穿着。

2015.07-2018.06 汉服相关品类青年店铺数

■ 2015.07-2016.06 ■ 2016.07-2017.06 ■ 2017.07-2018.06



汉服



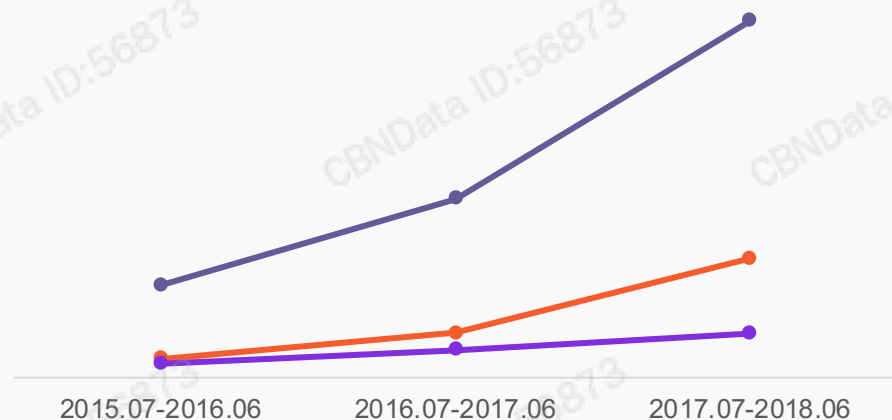
汉元素



注：图片来源于网络
数据来源：CBNData消费大数据

2015.07-2018.06 汉服相关品类青年店铺市场规模

— 汉服服装 — 汉服首饰 — 汉元素服装



数据来源：CBNData消费大数据

回归与传承：青年拥簇传统文化，助力非遗商业化，切实宣扬推广其价值

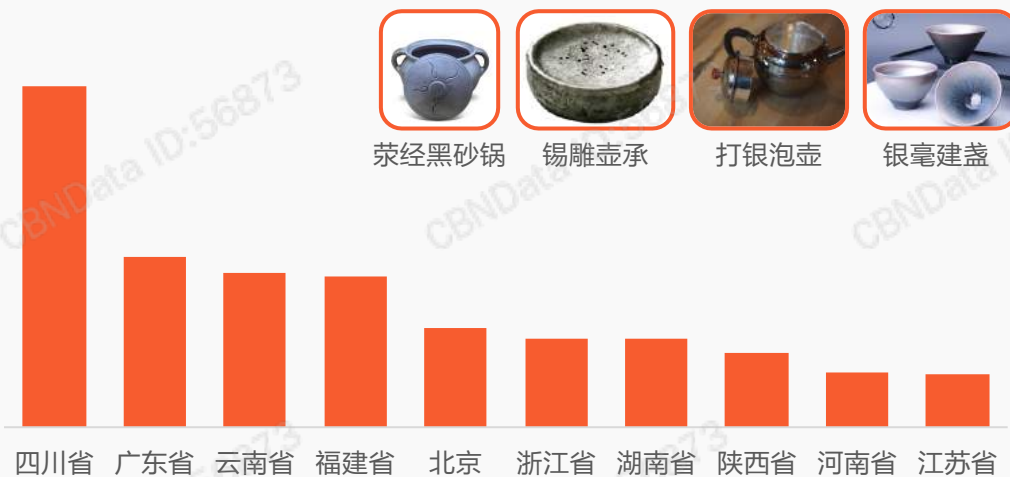
- 买卖是最好的保护，使用是最好的传承，青年店铺助力非遗商业化，提升知名度，宣扬非遗的品质和美学，今年相关店铺数保持增长，幅度超10%。四川省青年店铺的成效尤为显著，荣经黑砂锅走向全国。

2017.07-2018.06 在售“非遗”商品的青年店铺数



数据来源：CBNData消费大数据

2017.07-2018.06 在售“非遗”商品的青年店铺成交金额TOP10省份分布



注：图片来源于网络
数据来源：CBNData消费大数据

PART 3

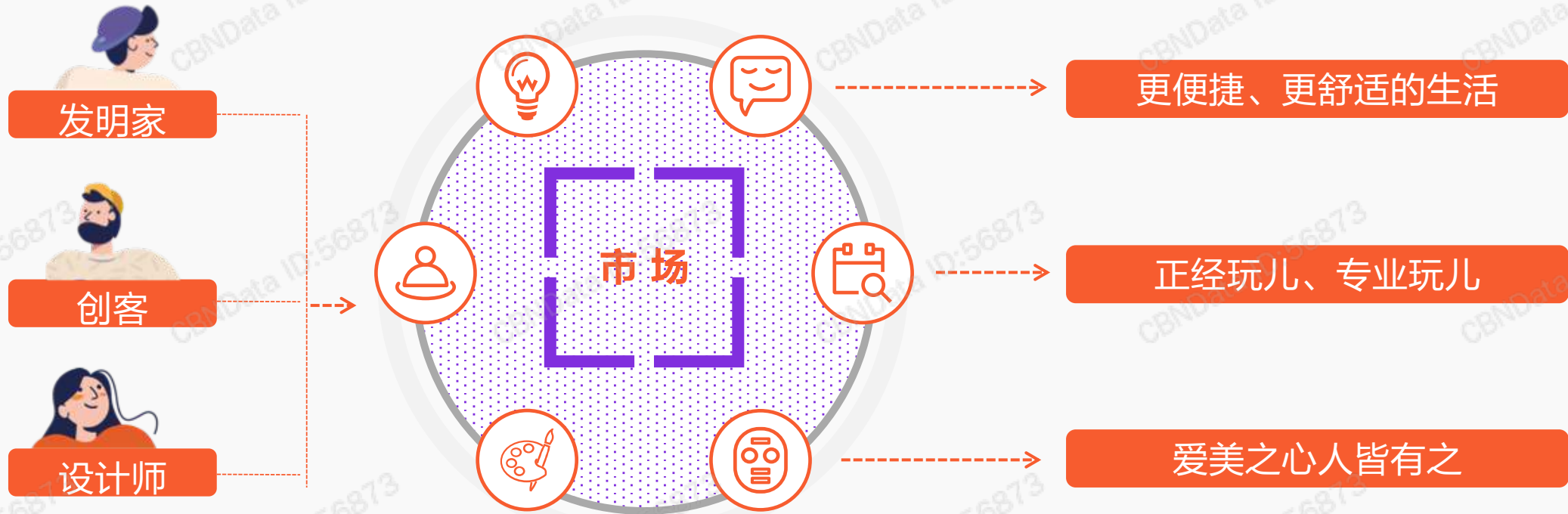
青年创造力市场 冉冉升起

青年创造力贡献了巨大的社会价值，
未来也有大好的增长潜力。



青年创造力生机勃勃，在商业化的帮助下渗透到日常生活中

创造发明的价值需要商业化来实现。青年们或从无到有推动原创、或发挥巧思积极优化、或洞察需求及时引进，大大丰富了市场上的产品，影响着社会上广大人群的日常生活，潜移默化间引领时代的进步。



淘宝用独特的优势，为青年创造者构建“造梦空间”

创新不仅需要创新意识、创新能力，还需要行动力。淘宝积极协助青年店铺将创造力转化为现实。淘宝不仅拥有着十多年来累积的电商领先优势，为创造者、创业者提供流量与需求的基础，同时也在不断地关注着消费升级，关注个性化、场景化的消费，使内容消费深入人心。

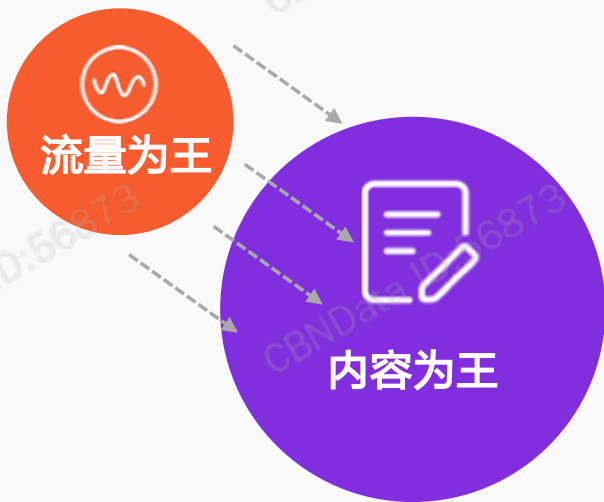


数据来源：CBNData《淘宝电商内容创业洞察报告》

从找需要的，到发现想要的，内容营销成为主流，助攻青年店铺未来发展

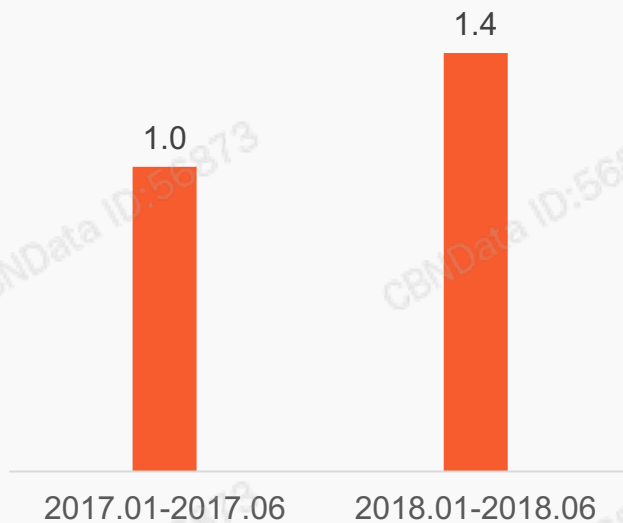
内容+电商可以将大量内容带入商品，在内容互动中提升用户粘性。使用内容营销的卖家正快速增加，2018年上半年已突破1千万，而青年店铺是其中重要组成部分，6月内容营销的店铺数量占比38.7%，领先其他代际的店铺数。

纯电商时代



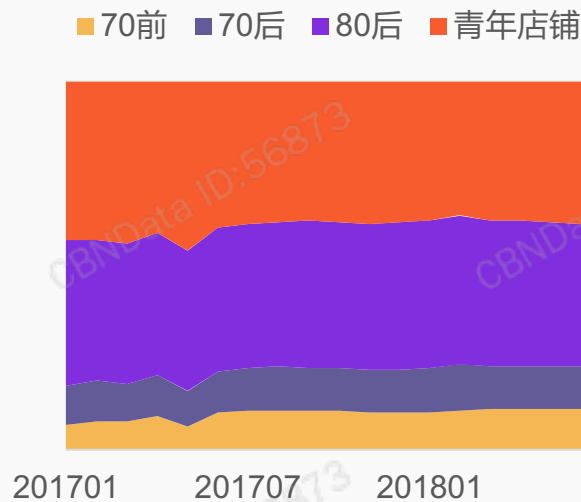
内容+电商时代已来临

2017.01-2018.06 淘宝使用内容营销的店铺数（千万家）



数据来源：CBNData消费大数据

2017.01-2018.06 淘宝使用内容营销的店铺数不同代际分布累积图

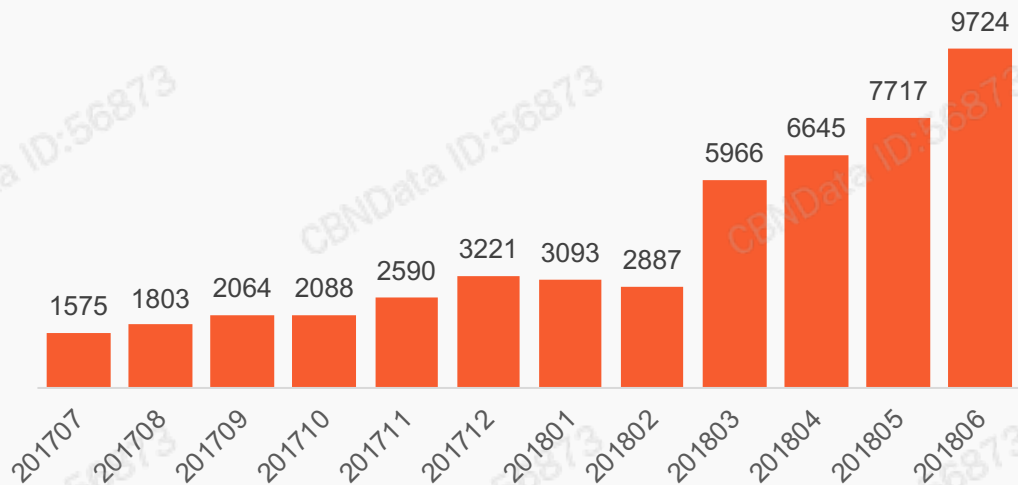


数据来源：CBNData消费大数据

使用直播的青年店铺快速增长

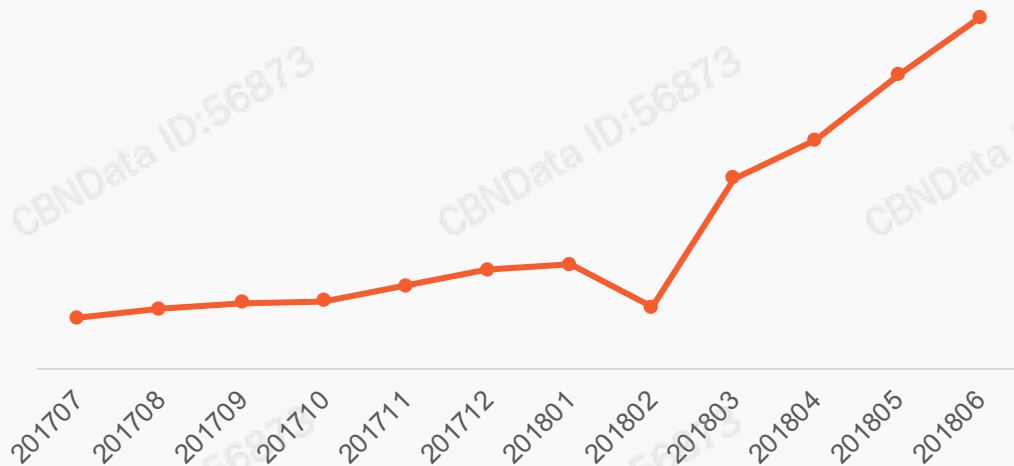
直播时效性短，选择内容吸引眼球。自2016年11月推出手淘直播频道后，近一年来使用直播的青年店铺数和内容产出量不断增长。至2018年6月，使用直播的青年店铺数接近10000家，最近一年全年直播158万场。

2017.01-2018.06 使用直播的青年店铺数



数据来源：CBNData消费大数据

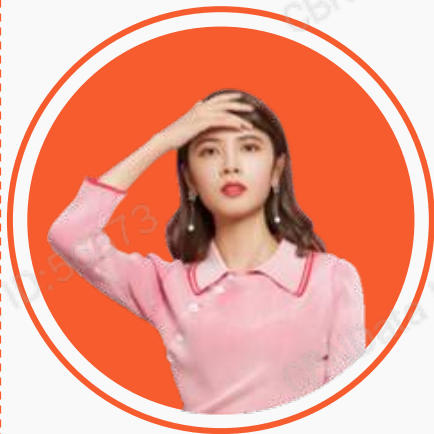
2017.01-2018.06 青年店铺使用直播的内容量



数据来源：CBNData消费大数据

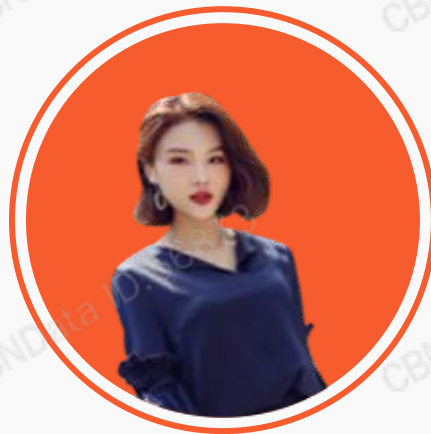
直播内容的质量随着青年达人队伍的壮大和成熟越发专业化

专业化、高品质直播可以为消费者分享优质商品，可以全方位展示商品细节、进行试用试穿，是未来内容生态发展的方向，也将成为商品与消费者之间的重要纽带。



34万+粉丝

- ◆ **达人名称:** 穿普拉达的蜜蜂
- ◆ **风格特点:** 互动性强，对粉丝有问必答；熟悉产品，多维度详细介绍。
- ◆ **成就:**
 - 淘宝直播“百万俱乐部”
 - 单场销售100万+
 - 5小时直播观看人数10万+



37万+粉丝

- ◆ **达人名称:** 茉莉mollyDale
- ◆ **风格特点:** 真诚，踏实；看重选品，专注做高品质产品和大品牌产品。
- ◆ **成就:**
 - 淘宝直播第七名
 - 日均60-100万销售额
 - 日均1万单销量

除直播外，淘宝短视频的达人擅长挖掘有创造力的神奇宝贝

达人们在淘宝的短视频频道展现大量有趣好玩的人格化内容，受到淘宝用户的大量关注。

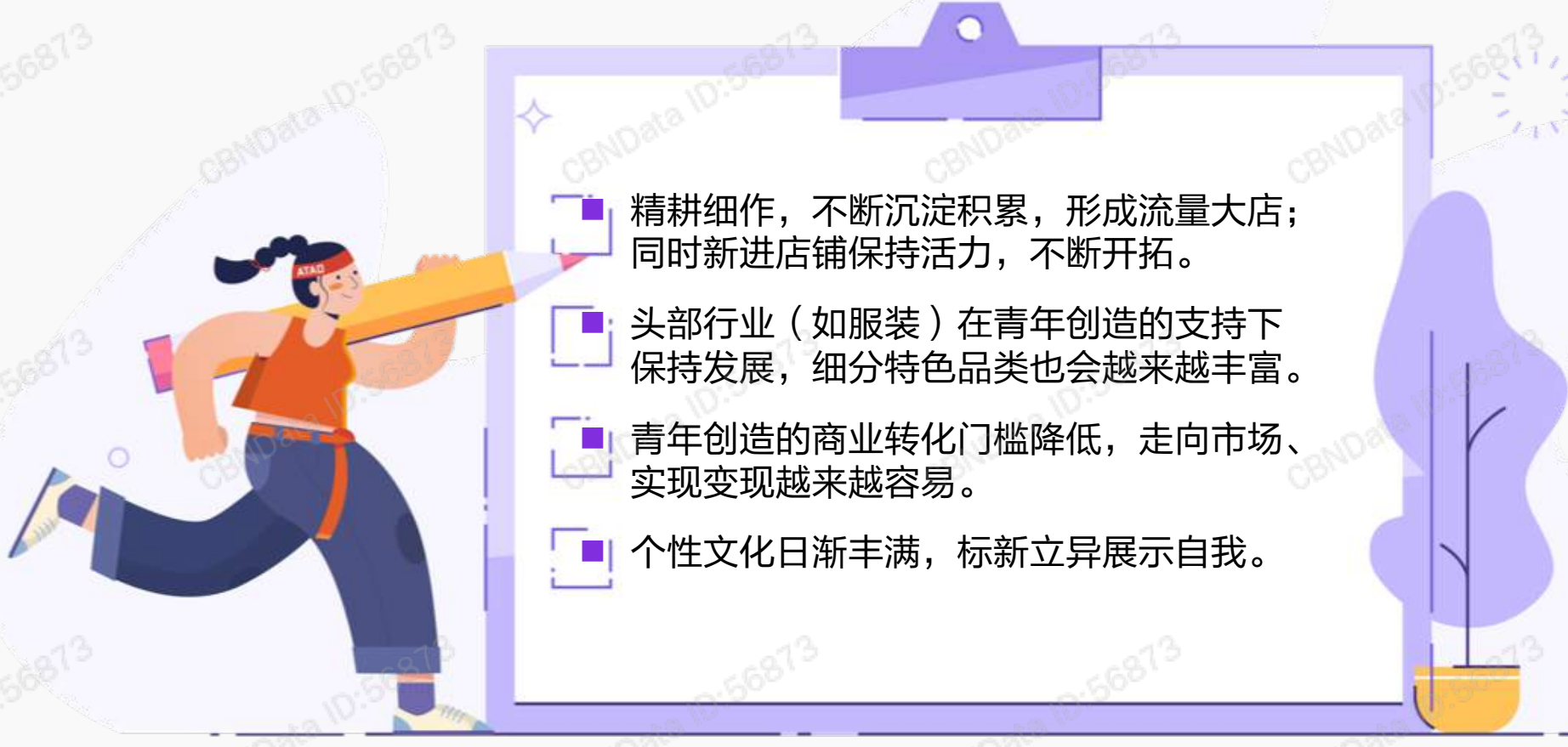
2018年造物节颇受用户点赞和有创造力的短视频达人TOP20



数据说明：排名不分先后

畅想未来，青年创造力发展趋势展望

青年始终走在创新创造的前列，未来青年创造力将更为百花齐放。

- 
- 精耕细作，不断沉淀积累，形成流量大店；同时新进店铺保持活力，不断开拓。
 - 头部行业（如服装）在青年创造的支持下保持发展，细分特色品类也会越来越丰富。
 - 青年创造的商业转化门槛降低，走向市场、实现变现越来越容易。
 - 个性文化日渐丰满，标新立异展示自我。

DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：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：

如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市；

数据时间段：2015.07-2018.06；

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：张路佳

视觉设计：邹文佳

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）是基于大数据进行智能化商业研究咨询与整合营销传播的战略数据平台，依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大消费者数据库和中国最大的财经全媒体集群。第一财经商业数据中心（CBNData）以商业数据报告/微报告、数据指数、定制化咨询等为核心产品，输出消费行业的全景分析以及面向企业和消费者的深度数据洞察；同时通过数据可视化、原生内容、活动、视频/直播等形式拓展数据研究的业务边界，丰富数据商业化的应用场景，以数据加媒体的倍增效应，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

CBN'DATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察