



中国居民消费升级报告(2019)

苏宁金融研究院(SIF)

中国人民大学国际货币研究所(IMI)

2019年11月



消费升级概览



身边的消费升级



消费新形势思辨



消费升级指数2019

01

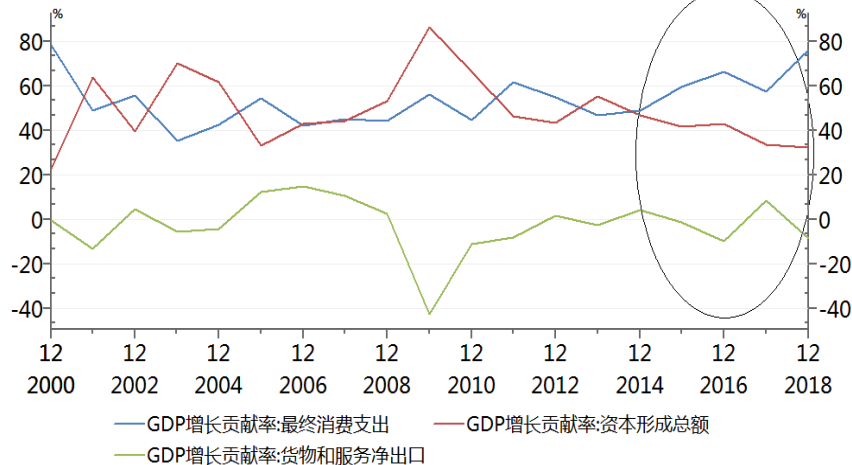
消费升级概览

- 消费成为经济支柱
- 消费结构不断优化
- 消费品质持续提升

消费成为经济支柱，人均GDP不断攀升

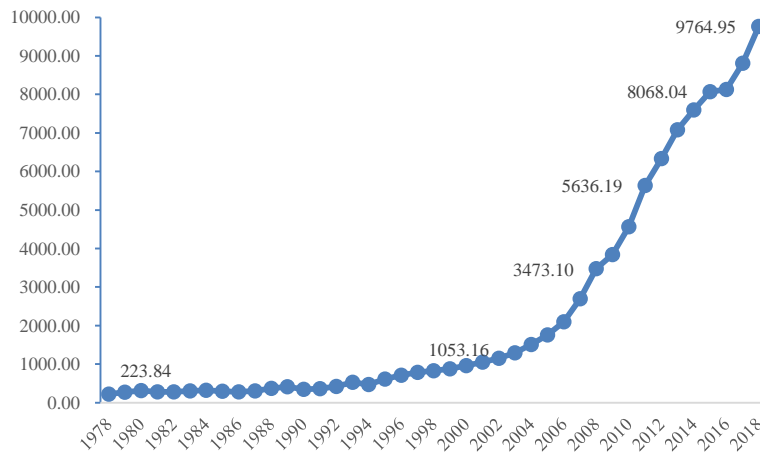
- 从宏观层面看，从2014年起消费对于GDP的贡献率超过投资，此后一直保持较高水平，2018年消费对GDP的贡献率高达76.2%；
- 我国人均GDP从1978年的223.84美元增至2018年的9764.95美元，翻了43倍，年均增速达到9.9%。

“三驾马车”对我国GDP贡献



数据来源：Wind，苏宁金融研究院

我国人均GDP增长情况（美元）

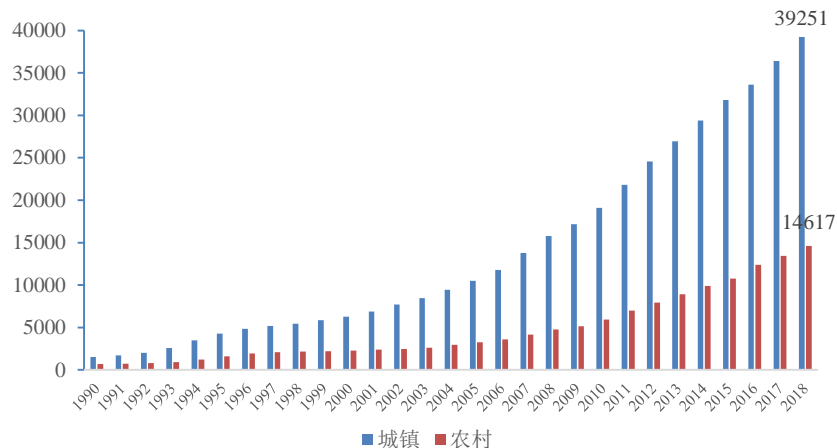


数据来源：Wind，苏宁金融研究院

收入持续增加，恩格尔系数走低

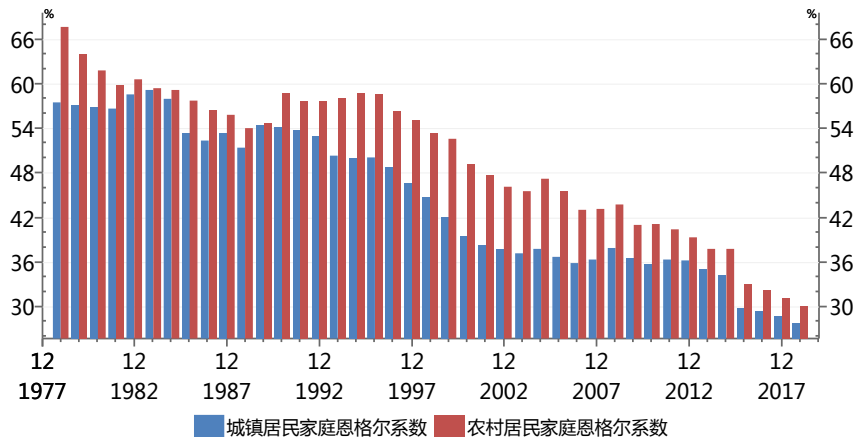
- 改革开放至今，我国城镇与农村居民人均可支配收入持续增加，2018年分别达到39251元和14617元；
- 相应地，居民生活水平有了明显改善。数据显示，我国城乡恩格尔系数分别由1978年的57.5%和67.7%降至2018年的27.7%和30.1%。这说明国人基本实现了从温饱到小康的转变，并且在消费上有了更加多元化的选择。

城乡居民人均可支配收入（元）



数据来源：Wind，苏宁金融研究院

居民恩格尔系数变化情况

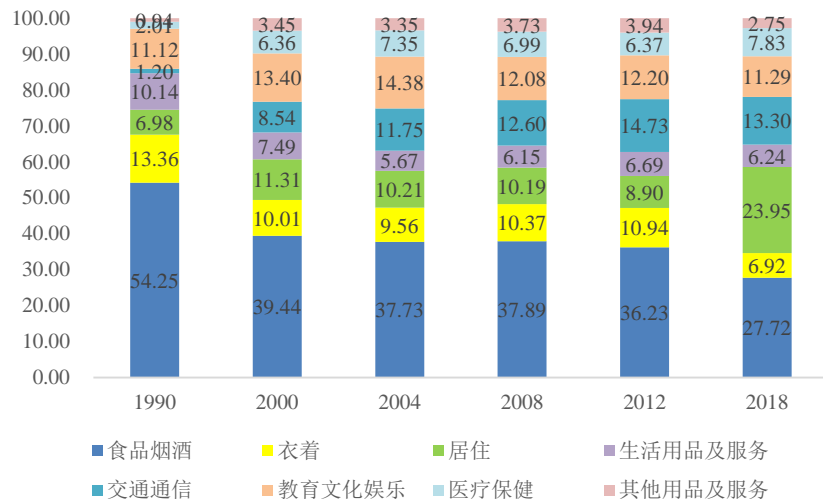


数据来源：Wind，苏宁金融研究院

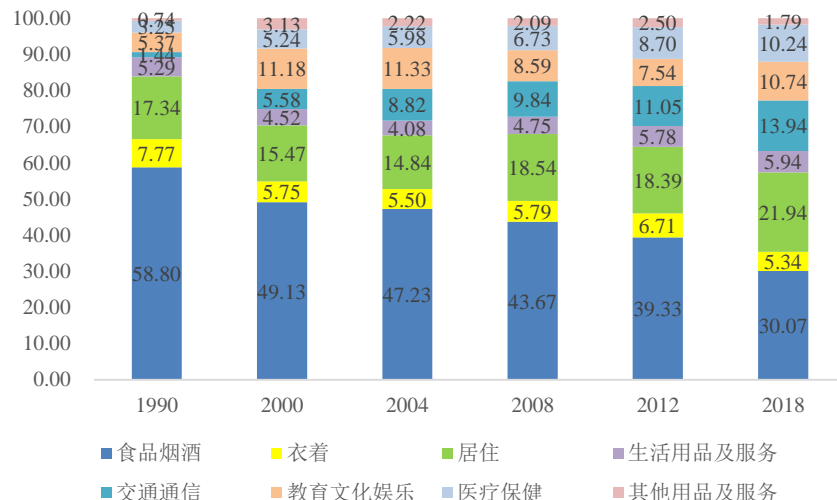
城乡居民消费结构呈优化态势

- 详细解构城乡居民的人均消费支出结构，可以更为直观地反映问题；
- 从下图可以看到，食品烟酒、衣着、居住的消费在城乡居民消费中的比重呈下降趋势，尤其是食品烟酒类消费下降最为明显；同时，以交通通信、医疗保健为代表的服务类消费支出占比不断提高。

城镇居民消费支出结构（%）



农村居民消费支出结构（%）

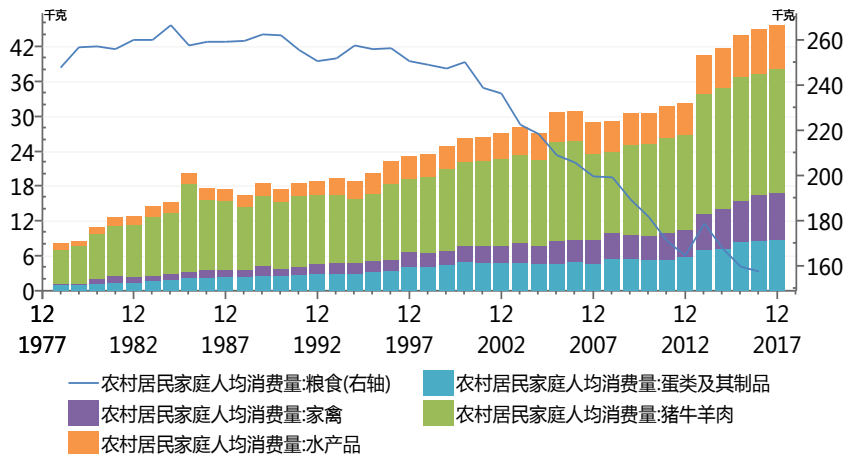


数据来源：Wind，苏宁金融研究院

数据来源：Wind，苏宁金融研究院

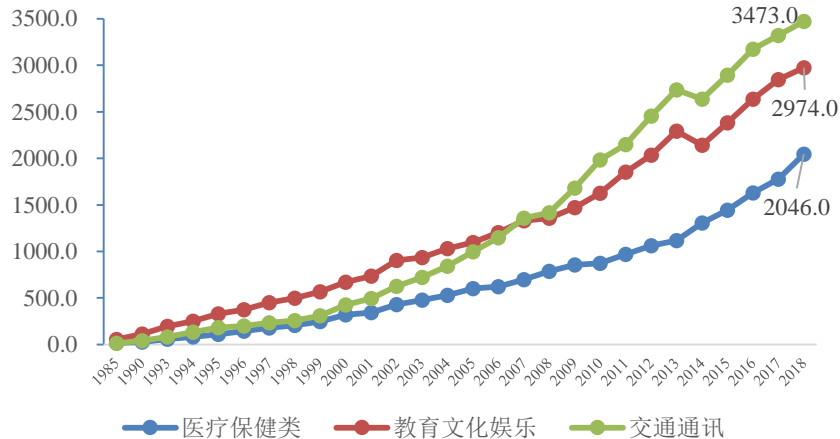
- 在消费结构不断优化的同时，人们的消费品质也在持续提升，以居民饮食结构为例，随着居民收入的增加与食品种类的日趋丰富，人们在饮食上越来越注重营养与健康，主食消费有所减少；
- 人们在医疗保健、教育文化娱乐、交通通信等领域的消费品质，均呈现出颇为明显的升级优化态势；
- 这些变化趋势表明：中国城乡居民开始从基本的吃穿消费，向发展和享受型消费倾斜。

农村地区居民粮食消费营养结构持续改善



数据来源：Wind，苏宁金融研究院

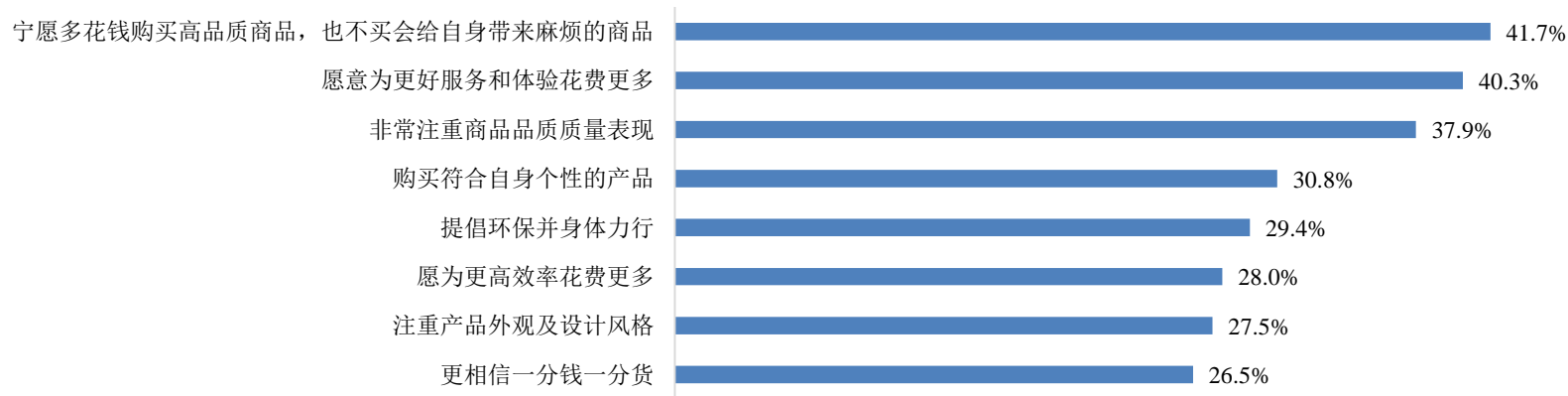
城镇居民人均服务类消费支出（元）



数据来源：Wind，苏宁金融研究院

- 中产人群规模日益扩大，已成为推动国人品质消费的重要动力；
- 这部分人群具有较为稳定和可观的收入，对于生活的需求不再局限于过往对于物质层面的追求，消费理念从“越便宜越好”转变为“满足自身情感需求的消费”，并且购物时越来越忽略奢侈品品牌的价值，偏向于高性价比、高质量商品。

2018年中国品质人群消费观认同情况

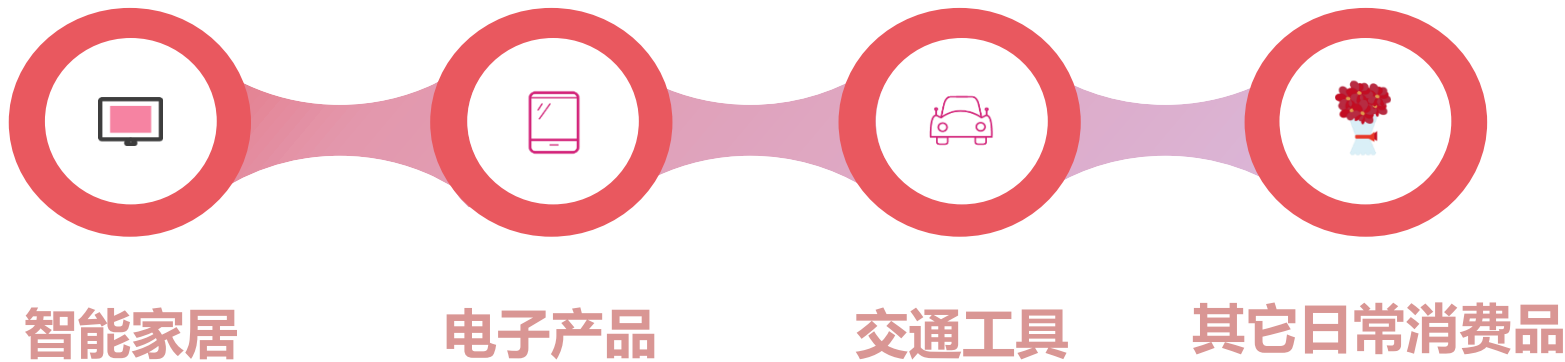


数据来源：前瞻产业研究院，苏宁金融研究院

02

身边的消费升级

- 实物类消费升级
- 服务类消费升级
- 业态类消费升级
- 下沉市场消费升级



核心观点：

- 智能家居产品成为流行趋势，智能马桶、抽油烟机、冰洗等生活日用品品质升级、结构优化；
- 电子产品日益智能化触动消费者的心弦，智能音箱、最新款手机、轻薄笔记本、VR眼镜、无人机、体脂秤等消费升级趋势明显；
- 新能源汽车、豪华小轿车消费增长趋势大好，交通工具消费呈现市场化、高端化；
- 美妆护肤品、高端美容仪、奢侈品也受到消费者的追随，例如，戴森系列产品备受热捧。

核心观点：

- 手机上网比例走高，消费者对在线教育、在线理财的消费支出占比逐年提升；
- 大众餐饮方面，消费者越来越注重就餐环境与氛围，新餐饮消费对商家提出了全链条式的、更高的要求；
- 多样化选择休闲娱乐，艺术熏陶、影院观影、线上观看足球联赛.....这些都是消费市场上新的亮点；
- 精神与知识储备需求增加推动知识付费兴起，科学育儿推动早教行业发展，休闲旅游推动居民消费升级浪潮；
- 医疗健康、互联网金融等服务类消费领域将继续成为消费热点。



核心观点：

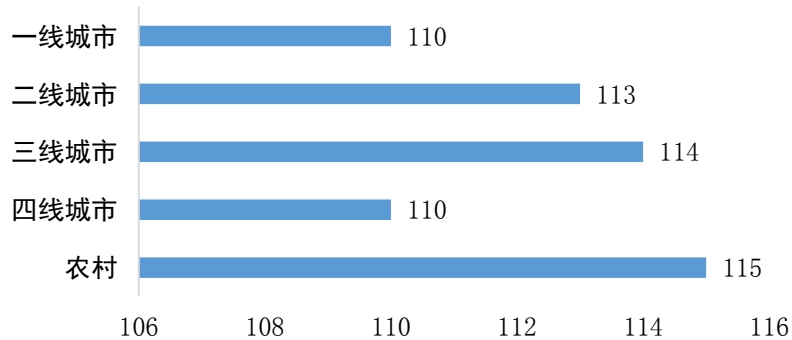
- 网络购物处于高速增长的黄金时期，快递业务量大幅增长体现了居民消费方式的转变与升级；
- 各种零售新物种不断涌现，跨场景融合趋势明显，消费者购物体验显著提升；
- 点播影院、娃娃机、电竞馆、线上K歌和线下迷你KTV等新兴业态蓬勃发展。



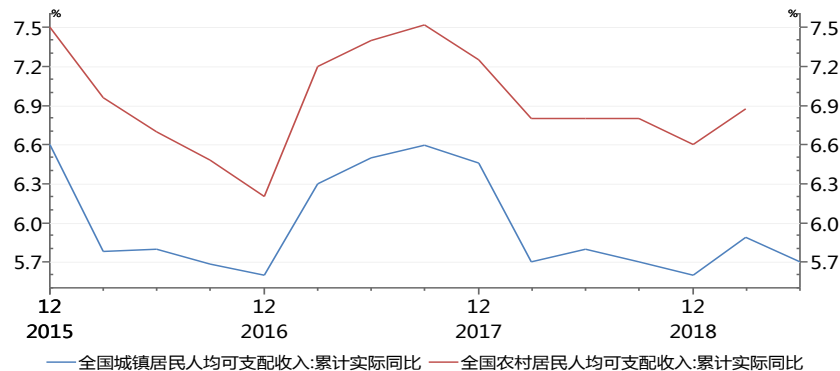
下沉市场消费升级值得特别关注

- 近几年的农村居民人均可支配收入实际同比增速一直显著高于城镇居民，相应地，农村居民人均消费支出实际同比增速也高于城镇居民；
- 由于房贷、房租、车贷压力较小，三线城市与农村居民的消费信心更加强烈。

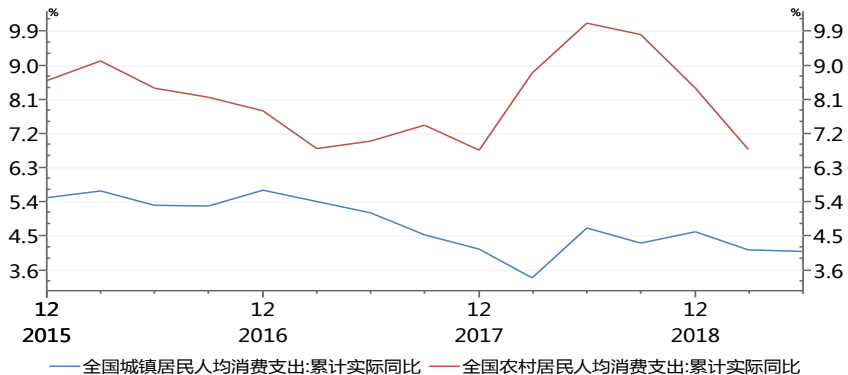
2018年中国各城市级别消费信心指数



数据来源：尼尔森《中国消费者信心指数报告》



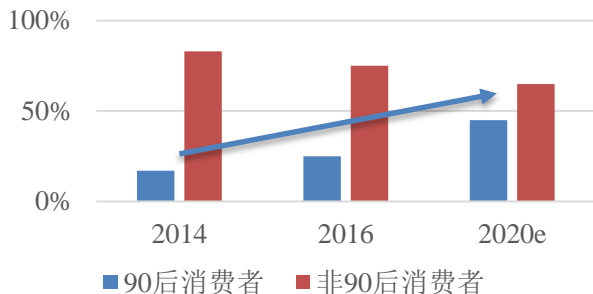
数据来源：Wind，苏宁金融研究院



数据来源：Wind，苏宁金融研究院

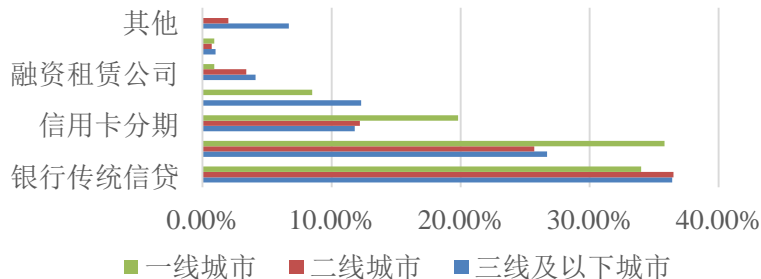
- 罗兰贝格的统计数据显示，当前的90后正逐渐成为国内汽车市场的消费主力，其中以三四五线城市的中端汽车消费市场的成长最为迅速，而价格在8万~18万元区间的汽车消费在三线以下城市的增长态势最为显著；
- 三线以下城市居民对自主品牌车型的关注度更高，对时尚、科技感等外观也更为关注。在购买汽车时，使用消费金融的认同度和比例在增大，三线以下城市青年购车价格偏低，在选择信贷方面更青睐传统银行信贷。

90后汽车市场消费占比—实际与预测



数据来源：《2017中国汽车消费关注度报告》

各城市级别信贷购车渠道



数据来源：《2018中国汽车消费趋势调查报告》

➤ 海淘盛行：

根据海外购物平台洋码头发布的《中国海淘消费报告》，跨境电商的发展让国内消费市场呈现出大众化态势，而三四线城市居民迸发出了比一二线城市居民更大的消费能量；

移动互联网的普及、信息的高度共享使得小城市人群热衷海淘，在吃穿用度各方面选购优质产品。

➤ OPPO和vivo手机的现象级崛起：

2017年，二者在全球的出货量分别占据了第二与第三的排名；2018年，二者在国内的整体销量更是稳居前两名，甚至大幅度高于华为和苹果；

根据市场分析机构Canalys公布的数据，OPPO 手机的平均售价为270美元，其以下沉人群为主要的目标受众；而vivo手机几乎占领了全国所有的三四线城市。

➤ 泛娱乐消费显著提升：

据光大证券的研究报告，小镇青年在泛娱乐领域的消费有显著提升，其中以游戏、直播、短视频、网络动漫、网络阅读、网络音乐等板块较为突出，这也进一步证实了下沉人群的消费升级。

03

消费新形势思辨

- 消费升级VS消费降级
- 汽车消费市场低迷
- 收入增速没能跑赢GDP

- 第一，我国社会消费品零售总额增速下滑态势持续。无论是名义增速还是实际增速，大体上均呈现出下滑趋势。
- 第二，汽车消费市场极为低迷。进入2019年，中国汽车无论是当月产量还是当月销量，与近两年同期相比，整体上均呈现出极为明显的下滑趋势，这正是拉低社会消费品零售总额增速的首要症结。
- 第三，各种“异样”现象引人注目：二锅头、榨菜等廉价商品对应的代表性企业业绩亮眼；2019年前三季度，居民实际收入的增速再一次未能“跑赢”GDP增速.....

我国社会消费品零售总额当月同比（%）

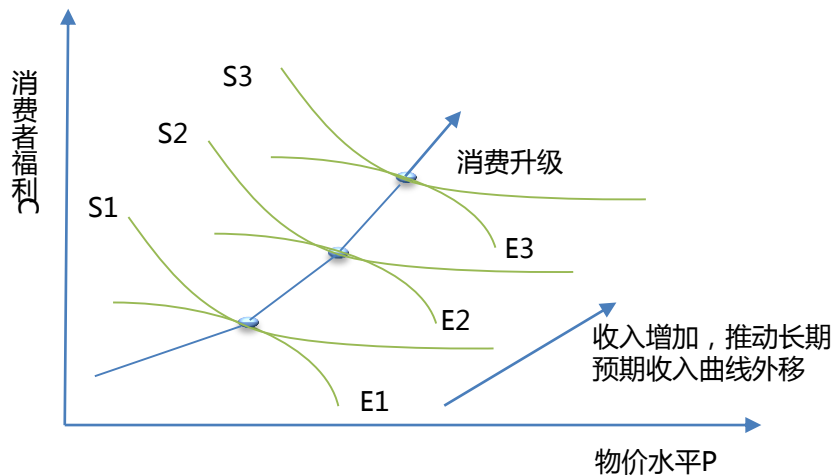


数据来源：国家统计局，苏宁金融研究院

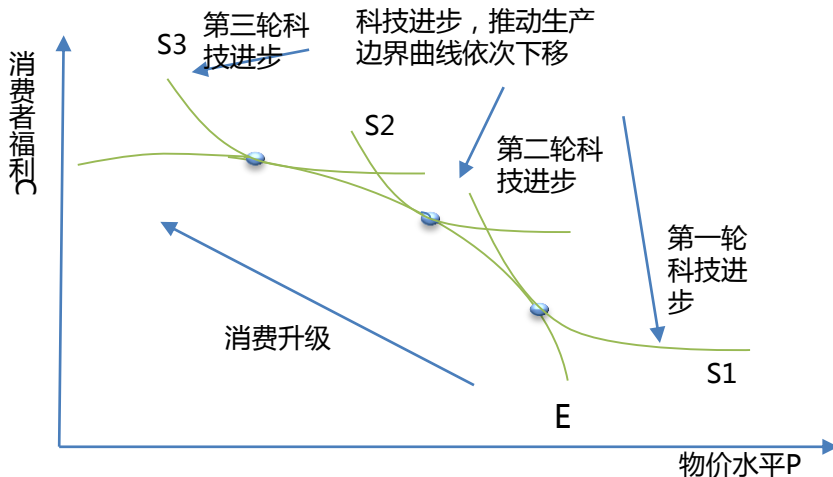
消费升级的实质在于消费者福利的提升

- 我们认为，判断消费是否升级，应立足于考察消费者福利是否得到提升；而所谓的“消费者福利”，应涵盖消费总量的增加、消费结构的优化、消费品质的提升、消费内容的丰富、消费形式的多样化等多个范畴。
- 使消费者福利提升的作用机制有二：一是居民收入增加引致的“财富效应”，二是科技进步促进生产曲线变化，进而引致居民消费选择与消费方式变化的“进步效应”。

消费升级的“财富效应”



消费升级的“进步效应”



数据来源：程实《消费升级VS消费降级：破解思迷》，苏宁金融研究院

➤ 低价商品畅销不等同于消费降级：

在相当一部分人看来，商品价格的降低就意味着消费降级。实则不然，原因在于，导致商品价格降低的因素有很多，如消费者的消费习惯变化、科技进步推动商品生产制造成本下降等等；

其实除了看商品价格之外，我们还应该看到消费方式的日渐多元化，以及消费便捷性的提升；此外，低价商品畅销的部分原因也在于很多人的消费心智变得更加成熟，他们不再追求名牌商品与奢侈品，而是更加注重商品的性价比。

➤ “低质”商品畅销也不等同于消费降级：

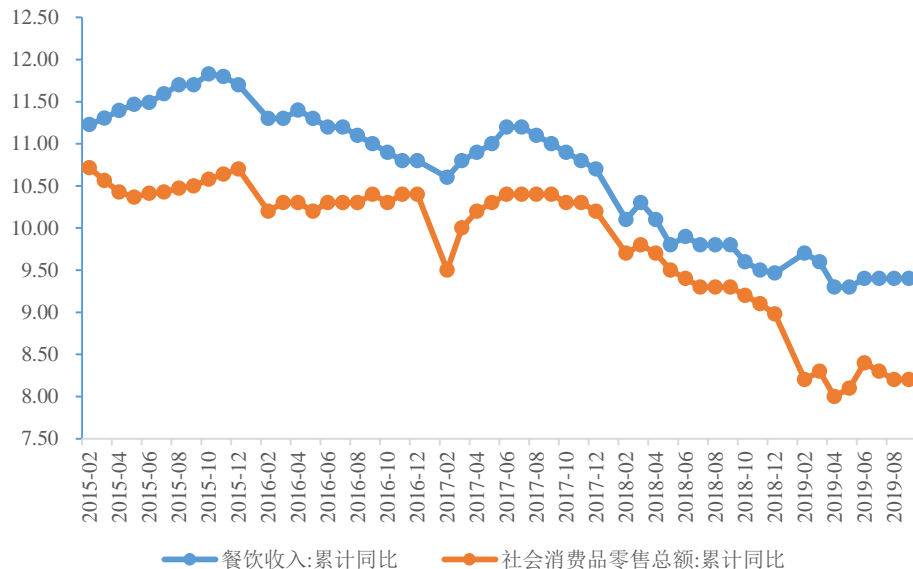
我们除了看到榨菜、泡面、二锅头等“低质”商品的畅销之外，还应该留意到，“优质”商品和“低质”商品的需求量是可能同时上升的，在榨菜等商品销量大涨的同时，常常也能看到飞天茅台的供不应求屡现报端，而豪华车型的销量增速也常常都能跑赢普通轿车；

在讨论消费时，应当充分考虑我国社会阶层和居民需求的多样性。

社会消费品零售总额统计口径并不全面

- 社会消费品零售总额增速的下滑也不能佐证消费降级的存在；
- 原因在于，社会消费品零售总额是指企业（单位、个体户）通过交易直接售给个人、社会集团非生产、非经营用的实物商品金额，以及提供餐饮服务所取得的收入金额；该指标的统计过程并没有涵盖教育、医疗、文化、艺术、金融等服务性消费，故不可避免地低估了居民消费真实状况；
- 事实上，中国居民的服务性消费增长势头颇为迅猛，餐饮、网络零售等领域的增长速度均显著高于社零增速。

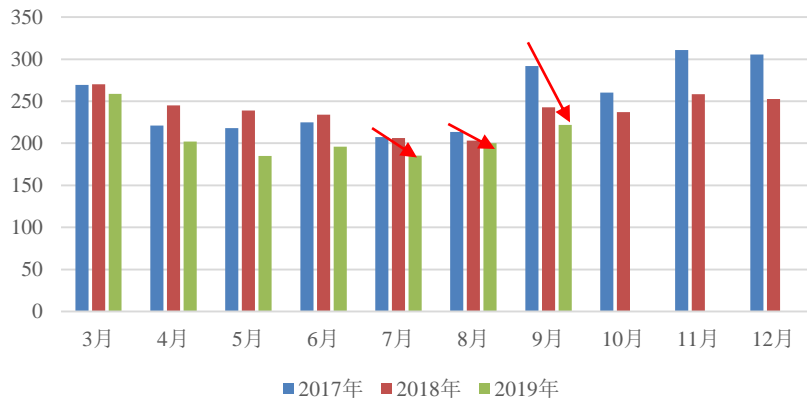
我国社会消费品零售总额与餐饮收入累计同比（%）



数据来源：国家统计局，苏宁金融研究院

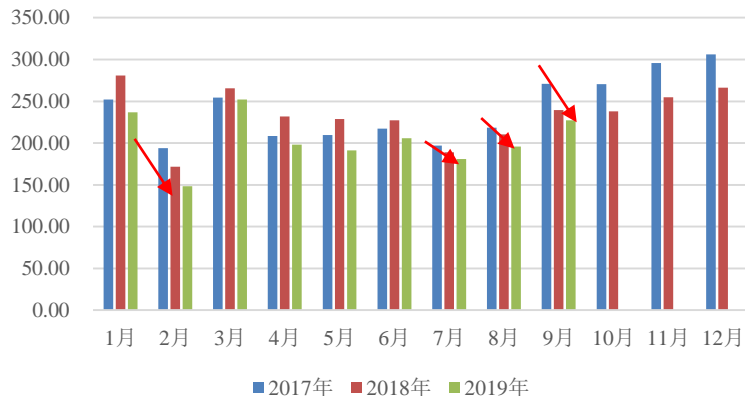
- 汽车市场虽然低迷，但也不能完全说明问题，其中很大一部分原因与限购政策有关；
- 许多消费者并非不具备购买汽车的能力，却常常因为限购而无法将买车的想法付诸于实践，北京、上海等发达城市尤为如此；
- 不过，从近期的一系列政策上看，涉及到逐步放宽或取消限购的具体措施、支持购置新能源汽车、促进二手车流通等内容的条文越来越多；随着政策的日渐深入，预计汽车消费市场有望迎来回暖。

中国汽车月度产量（万辆）



数据来源：中国汽车工业协会，苏宁金融研究院

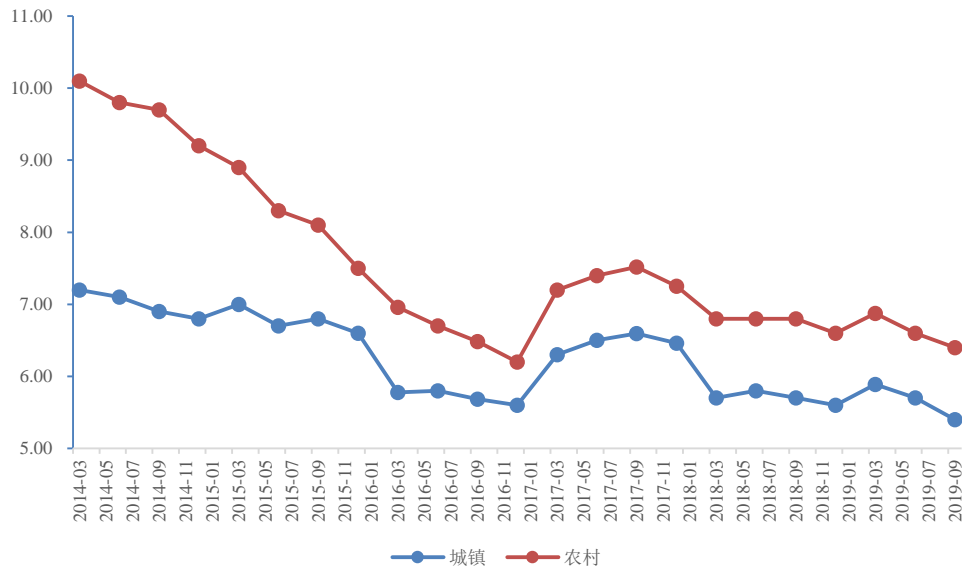
中国汽车月度销量（万辆）



数据来源：中国汽车工业协会，苏宁金融研究院

- 尽管受宏观经济下行压力日益增大等因素的影响，居民收入增速有逐渐放缓的趋势，但总体上看，居民收入与GDP仍然保持了同步增长的态势，6.1%和6.2%相差无几。这表明，我国居民切实享受到了经济增长带来的红利。
- 城乡收入差距日渐减小，减税降费切实增强居民获得感……这些亮点令人欣喜。
- 可以预见的是，我国经济前景依然光明，而居民收入也将进一步提升，有望继续和国民经济实现同步增长。

城乡居民人均可支配收入增速对比（%）



数据来源：国家统计局，苏宁金融研究院

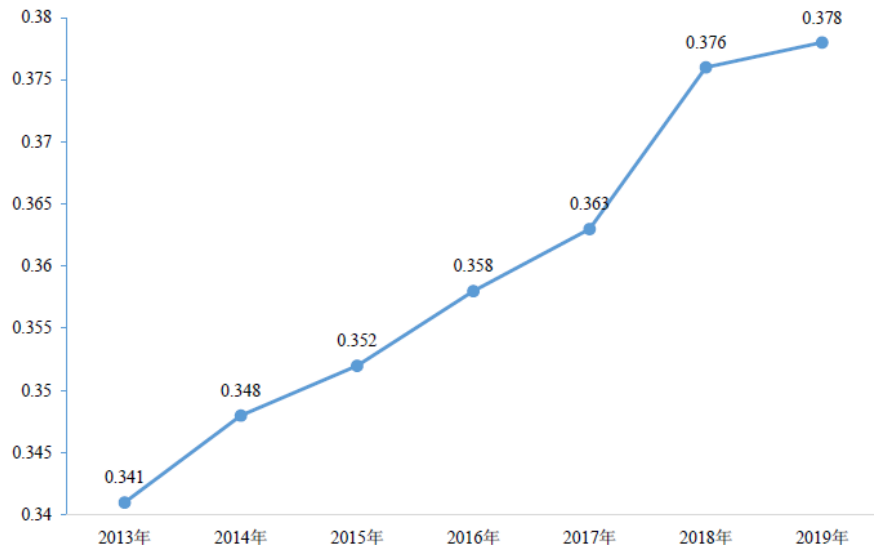
04

消费升级指数 2019

- 中国居民消费升级综合指数
- 2018-2019年各地指数排名变化
- 各地消费升级雷达图展示

- 苏宁金融研究院发布的中国居民消费升级指数，在编制方法与研究理念上具有独创性，通过融合有关官方宏观和行业统计数据，从多个维度来对中国居民消费升级结构及质量的发展趋势进行量化评估，力求全面、真实地展现全国整体和31个省市及自治区的居民消费升级态势；
- 经整理测算可知，2013年以来，中国居民消费升级发展水平稳步提升，全国居民消费升级综合指数由2013年的0.341上升至2019年的0.378，年均增速约1.73%；
- 需要指出的是，2019年综合指数增幅要小于往年，其原因可能在于宏观经济下行压力增大、国际形势不确定性增强、汽车消费市场相对低迷等。

2013-2019 年全国居民消费升级综合指数走势图



数据来源：苏宁金融研究院测算

➤ 亮点一：经济基础不断增强，结构持续优化

全国经济发展与结构升级指数有明显提升，由2013年的0.350上升至2019年的0.396。从具体分项指标看，2013-2019年人均GDP年均增速达到8.39%，城镇化率由52.57%上升至59.58%；

同时，三次产业增加值比例也由9.1:45.4:45.5调整为7.2:40.7:52.2，彻底实现产业结构“三二一”标志性转变，且第三产业已成为国民经济的绝对主导，其就业人数占比也从36.1%提高到46.3%。

➤ 亮点二：宏观层面居民消费升级形势向好

宏观层面全国居民消费升级指数大幅提升，由2013年的0.307上升至2019年的0.419。从具体分项指标看，人均社会商品零售总额由2012年的1.55万元提高至2.70万元，年均增速高达9.69%；

服务性消费支出占比明显提高，而经营净收入与财产净收入占可支配收入比重的提高，也说明了全国居民工资以外的收入更为丰厚；

此外，两个逆向指标“城乡消费水平对比”和“恩格尔系数”也均有良好表现。

➤ 3、实物类与服务类消费升级态势稳健

全国实物类消费升级指数与服务类消费升级指数均有所提高，前者由2013年的0.401提高至2019年的0.516，后者由2013年的0.214上升至2019年的0.272；

具体来说，食品衣物、耐用消费品、通信服务等门类的各项细分指标普遍都有不同程度的提升；同时，交通运输与文化旅游两大类的分项指标总体表现也较好。

➤ 4、线上线下蓬勃发展，消费业态不断进步

全国消费升级业态指数同样有所提高，由2013年的0.156升至2019年的0.244；

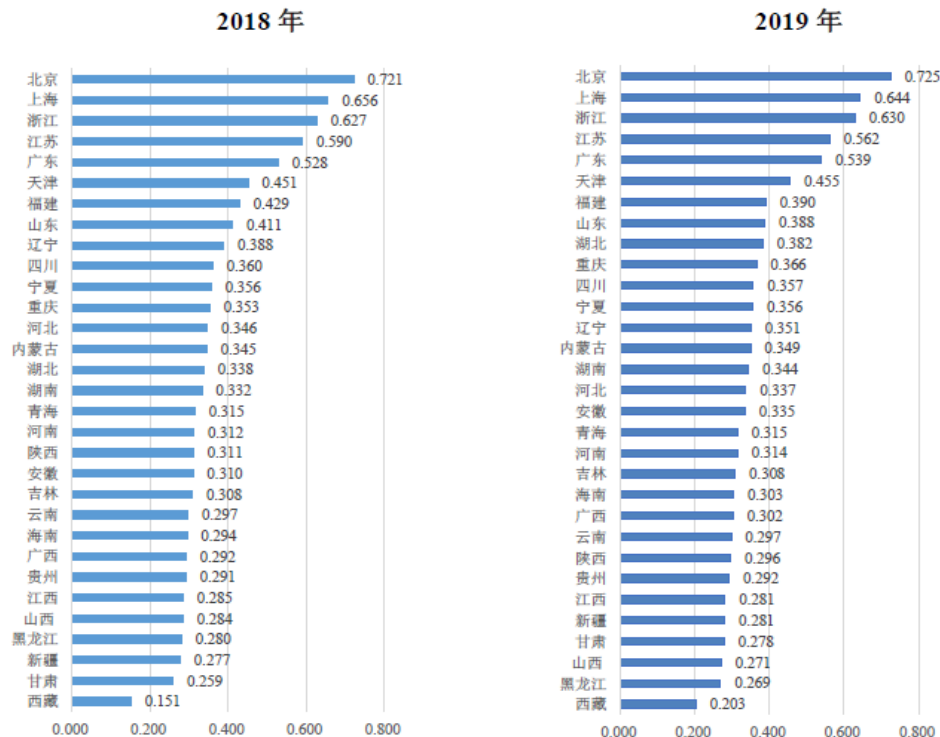
从具体分项指标看，表征线上零售的“人均网上零售额”与“网上零售服务类消费占比”分别实现了数倍的增长，而线上电商的繁荣也让中国人均快递件数逐年大幅度攀升；

另外，在线上线下全融合的背景下，实体门店数量保持了稳步增长态势，全年共新增13000多家零售门店。

2018-2019年各省市居民消费升级综合指数

2018-2019 全国 31 个省市自治区居民消费升级综合指数

- 基于本研究的指标体系及权重设定，所有原始数据经过标准化处理后加权求和，得到全国31个省市自治区居民消费升级综合指数，并在此基础上将各省市自治区的指数按照数值大小进行排序，我们以0.5和0.3作为梯队划分的基准，即：指数 ≥ 0.5 可视为第一梯队，指数位于0.3~0.5区间可视为第二梯队，指数 < 0.3 可视为第三梯队，进而得出各省市自治区的消费升级分布情况。
- 在居民消费升级综合指数排序的基础上，我们按照6个一级指标，再次对全国31个省市自治区进行分项指数排序。

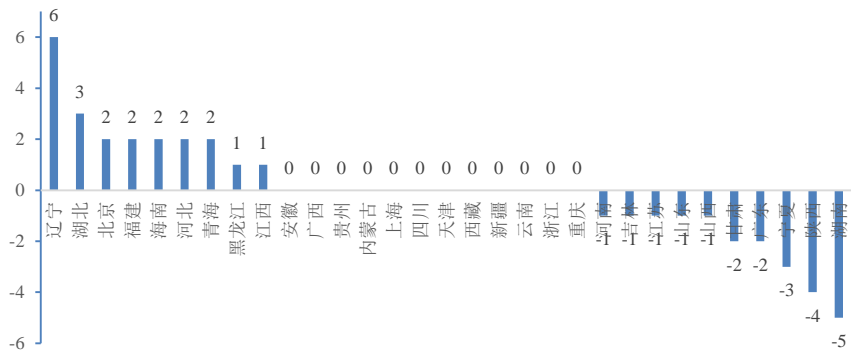


数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019年各省市居民消费升级综合指数

- 从2019年全国各省市自治区居民消费升级综合水平来看，北京、上海、浙江、江苏、广东为第一梯队；广西、云南、陕西、贵州、江西、新疆、甘肃、山西、黑龙江、西藏位于第三梯队，其他省市区处于第二梯队。除了西藏的指数数值大幅度落后之外，其他每个梯队中各省份区分度并不十分显著；
- 从2018年和2019年的对比来看，第一梯队的五个成员及其排名次序均无变化。陕西由于在“经济发展与结构升级”与“实物类消费升级”两个分项指数的排名双双大幅度下降，故其综合指数从之前的第二梯队跌入第三梯队；湖北则得益于“宏观层面居民消费升级”与“实物类消费升级”两个分项指数排名的上升，其综合指数排名进入前十。此外，重庆、安徽、广西等地也都有不同程度的提升，而辽宁、河北、黑龙江有所下降，其他省份排名变化不大。

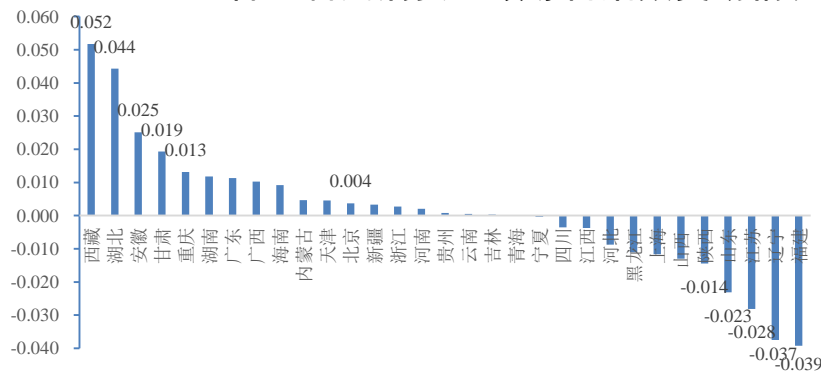
2018-2019各地居民消费升级综合指数排名变动情况



注：“0”为名次未变，“>0”为名次上升，“<0”为名次下降

数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019各地居民消费升级综合指数变动情况

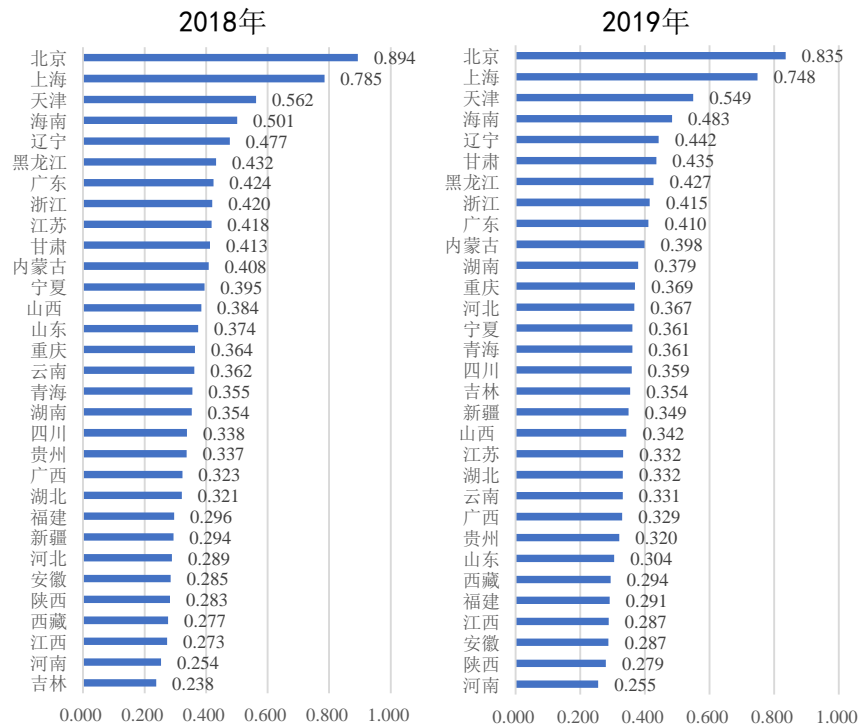


数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019全国31个省市自治区——经济发展与结构升级指标

(1) 分项指数排名：经济发展与结构升级指标

- 基于“经济发展与结构升级指标”，得出各省市自治区分项指数和梯队分布情况；
- 2019年，北京、上海、天津、海南位居第一梯队，且北京、上海的领先程度十分明显；西藏、福建、江西、安徽、陕西、河南身处第三梯队中，每个梯队整体区分度比较显著，河南处在所有省市的最后一位。



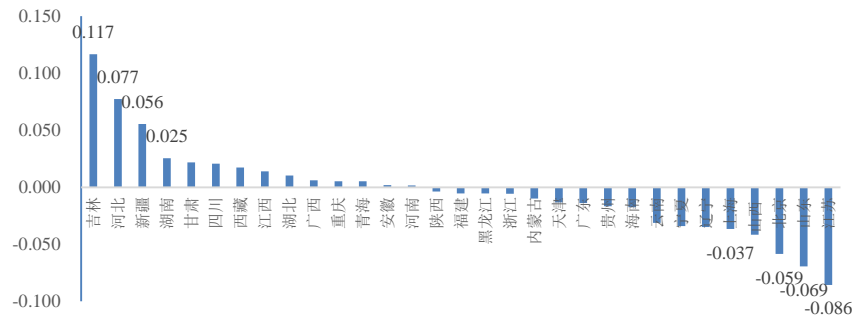
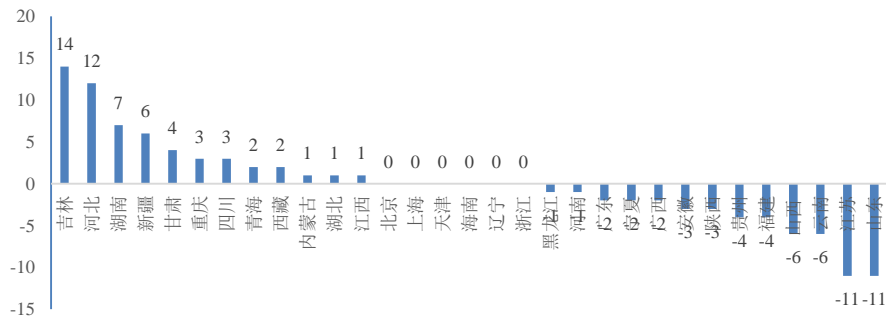
数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019年各省市消费升级分项指数

- 从2018年和2019年对比来看，由于“居民消费率”与“服务业增加值占比”两项指标在全国范围内的相对排名均有所下降，山东的排名由2018年的14名降到2019年的25名，名次显著下降；
- 第二梯队省市数量较2018年增加4名成员，其余各省市无明显变化。

2018-2019各地经济发展与结构升级指标排名变动情况

2018-2019各地经济发展与结构升级指数变动情况



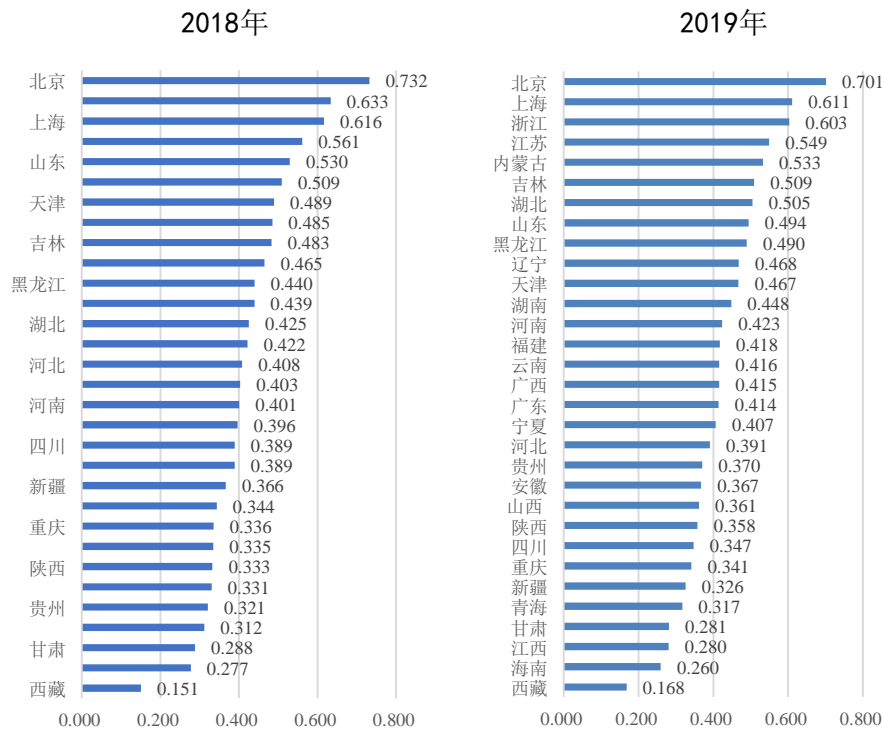
注：“0”为名次未变，“>0”为名次上升，“<0”为名次下降
数据来源：苏宁金融研究院整理测算

数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019全国31个省市自治区——宏观层面居民消费升级指标

(2) 分项指数排名：宏观层面居民消费升级指标

- 从2019年全国各省市自治区基于“宏观层面居民消费升级指标”，得出各省市自治区分项指数和梯队分布情况；
- 可以看到，2019年，北京、上海、浙江、内蒙古、吉林、湖北位居第一梯队，而北京一枝独秀态势明显；甘肃、江西、海南、西藏则身处第三梯队，其中西藏在该分项中的表现较差，其主要受西藏的恩格尔系数较高、服务性消费支出占比和居民非工资性收入占比较低等因素的影响。



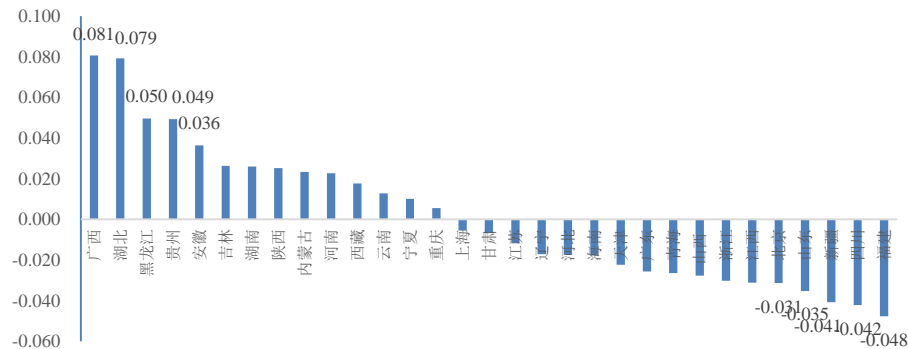
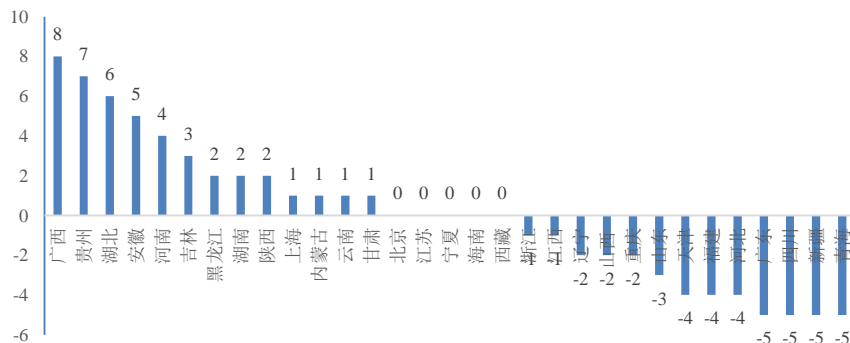
数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019年各省市消费升级分项指数

- 从2018年和2019年的对比来看，吉林、湖北居民消费实力大增，从第二梯队跻身第一梯队。同时，广西、贵州排名有所上升，天津、福建、广东各项指标几乎均有不同幅度的下降；
- 而由于居民“服务性消费支出占比”的排名下降，江西从去年的第二梯队退至第三梯队。其余地区排名变化不大。

2018-2019各地宏观居民消费升级指标排名变动情况

2018-2019各地宏观层面居民消费升级指数变动情况



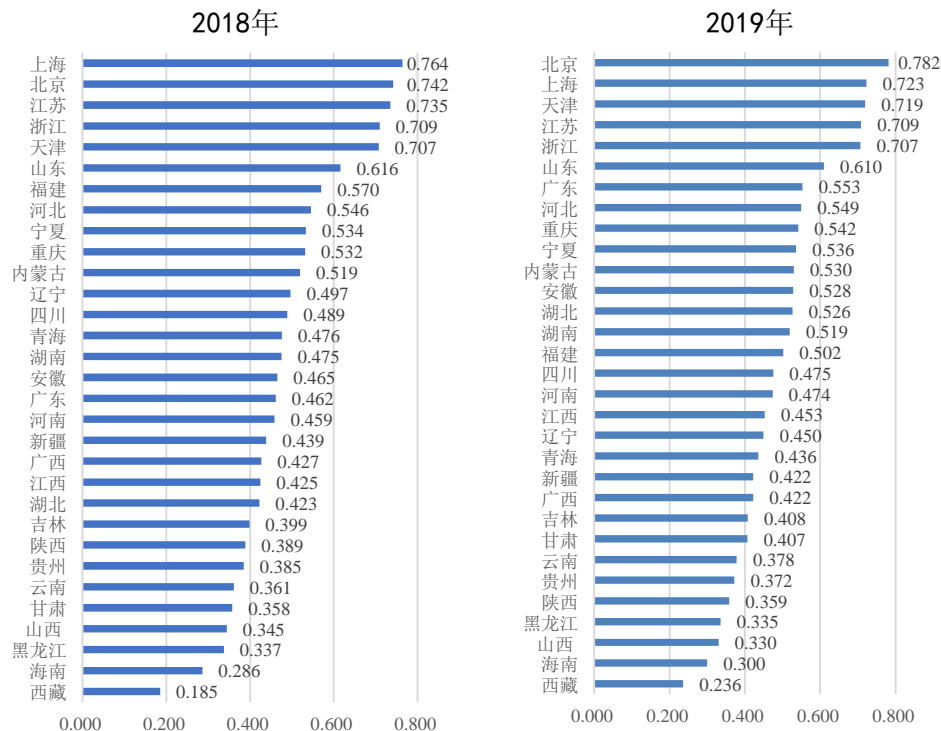
注：“0”为名次未变，“>0”为名次上升，“<0”为名次下降
数据来源：苏宁金融研究院整理测算

数据来源：苏宁金融研究院整理测算

(3) 分项指数排名：实物类消费升级指标

- 从2019年全国各省市自治区基于“实物类消费升级指标”，得出各省市自治区分项指数和梯队分布情况；
- 可以看到，2019年，第一梯队阵营中的成员增加，北京、上海、天津、江苏、浙江与其他各省市区分度较大；第三梯队仅西藏一个省份，其余均位于第二梯队。具体来看，由于“食品衣物类消费”与“耐用品消费”的各项指标在全国排名大多出现了不同程度的上升，使得湖南、湖北、安徽等地由第二梯队升至第一梯队，这也侧面反映出中部地区经济的崛起。此外，第二、第三梯队的各个省市自治区指数区分度都较低，这也印证了中国经济物质极大丰富，居民在实物消费上已整体进入全面小康社会。

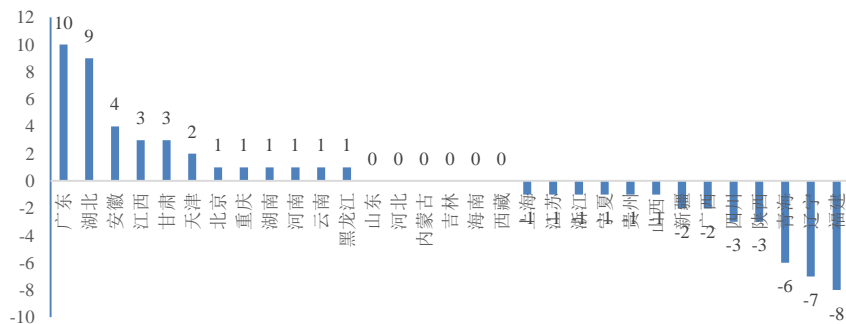
2018-2019全国31个省市自治区——实物类消费升级指标



数据来源：苏宁金融研究院整理测算

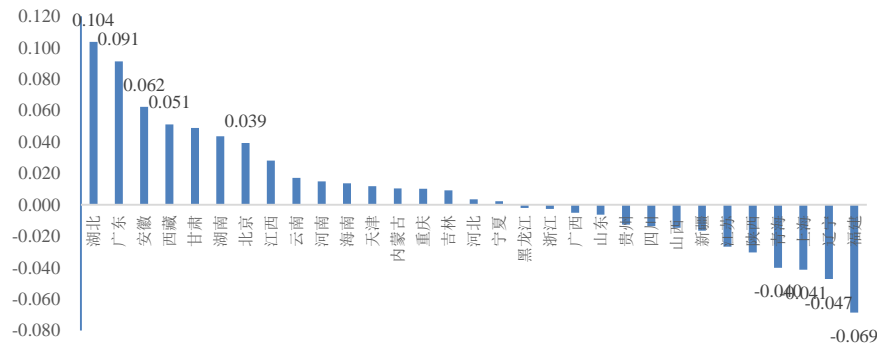
- **从2018年和2019年的对比来看**，湖南、湖北、安徽进步明显，纷纷涌入第一梯队；
- 海南从第三梯队进入第二梯队；
- 其他地区排名大体保持稳定。

2018-2019各地实物类消费升级指标排名变动情况



注：“0”为名次未变，“>0”为名次上升，“<0”为名次下降
数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019各地实物类消费升级指数变动情况

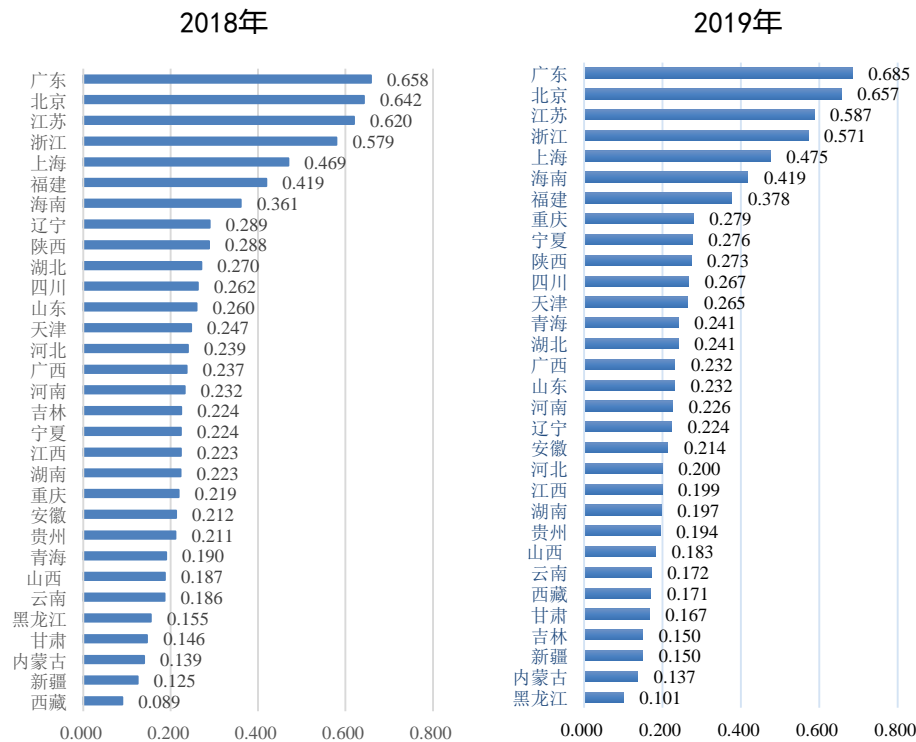


数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019全国31个省市自治区——服务类消费升级指标

(4) 分项指数排名：服务类消费升级指标

- 从2019年全国各省市自治区基于“服务类消费升级指标”，可得出各省市自治区分项指数和梯队分布情况；
- 可以看到，2019年，广东、北京、江苏、浙江四个省份位于第一梯队，上海、海南、福建三个省份位于第二梯队，第三梯队成员多达24个，也能看出中国居民普遍在服务类消费方便相对较弱，有待进一步提升。



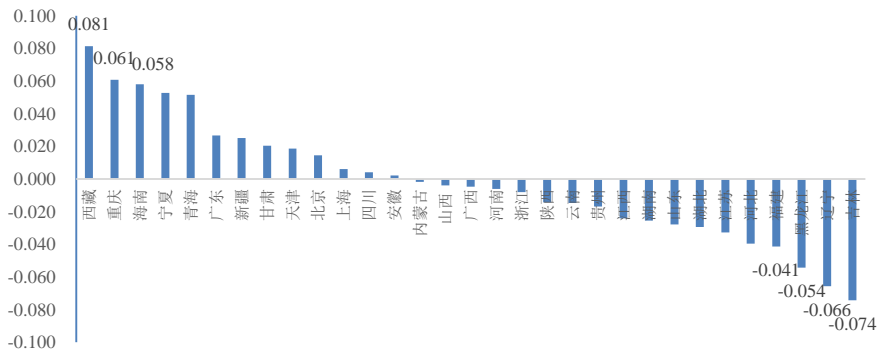
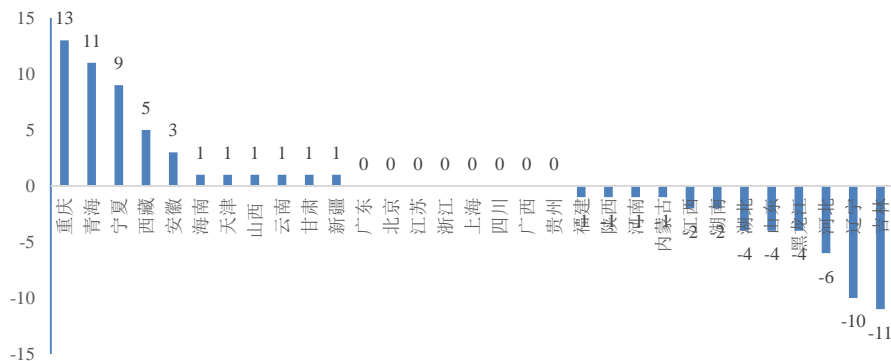
数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019年各省市消费升级分项指数

- 从2018年和2019年的对比来看，重庆、宁夏、青海排名显著上升；
- 值得一提的是，大部分省份的服务类消费仍表现不佳，说明中国还有广大的“下沉市场”有待开发，服务类消费升级的潜力依然巨大。

2018-2019各地服务类消费升级指标排名变动情况

2018-2019各地居民服务类消费升级指标变动情况



注：“0”为名次未变，“>0”为名次上升，“<0”为名次下降
数据来源：苏宁金融研究院整理测算

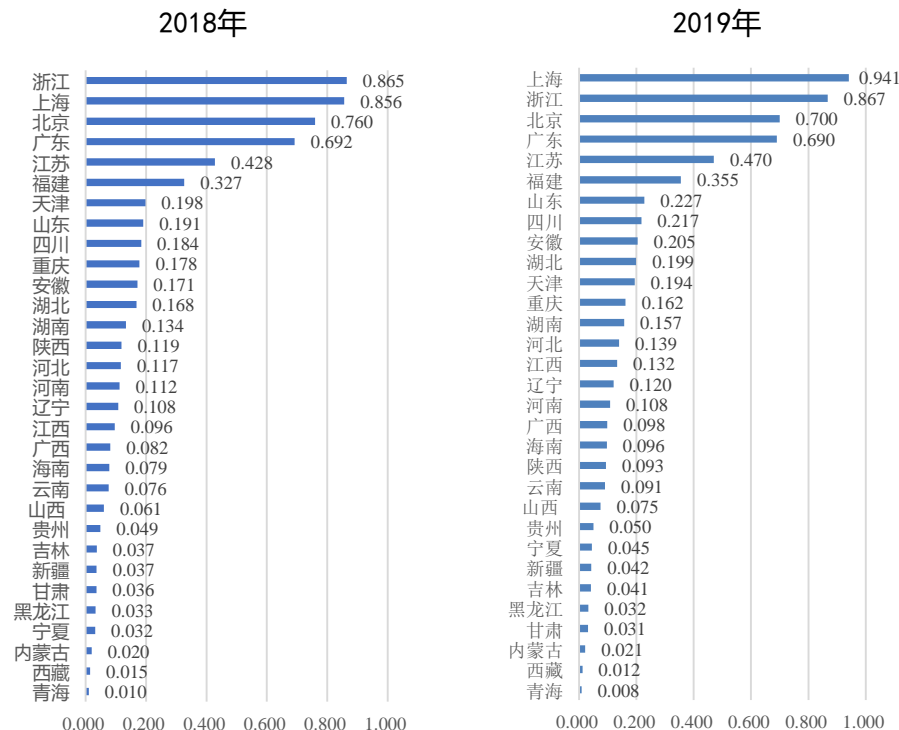
数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019年各省市消费升级分项指数

2018-2019全国31个省市自治区——消费业态升级指标

(5) 分项指数排名：消费业态升级指标

- 从2019年全国各省市自治区基于“消费业态升级指标”，能得出各省市自治区分项指数和梯队分布情况；
- 可以看到，2019年，上海、浙江、北京、广东位于第一梯队，且遥遥领先于其他地区；江苏、福建身处第二梯队，其余各地区皆在第三梯队；
- 不难理解，线上零售、快递、实体门店等消费业态多集中于东部沿海与经济较为发达的省市，其余地区有待于进一步发展。

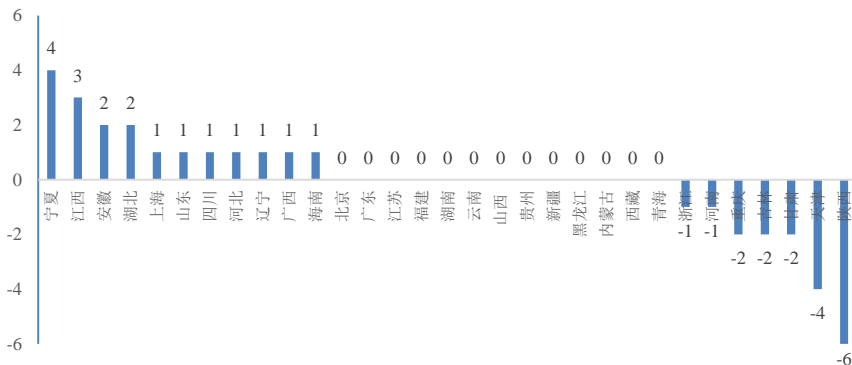


数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019年各省市消费升级分项指数

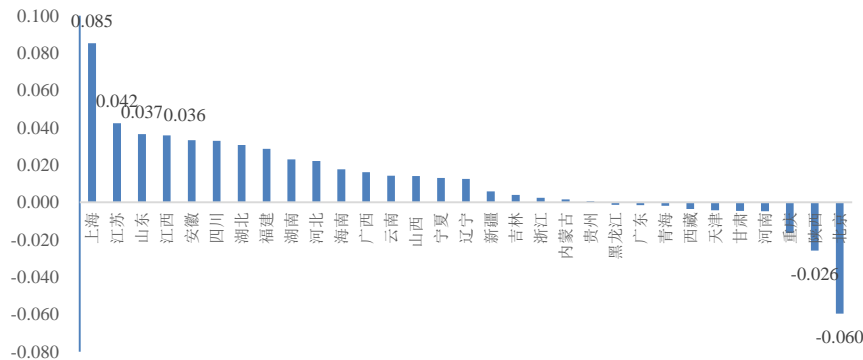
- 从2018年和2019年的对比来看，第一梯队与第二梯队的阵容和排名没有变化；第三梯队与前两梯队的差距较大，全国整体上呈现出两级分化趋势；
- 不过这也暗示着中国绝大多数欠发达地区，其消费市场的有效供给具有极大提升空间，而居民消费潜力仍可继续挖掘。

2018-2019各地消费业态升级指标排名变动情况



注：“0”为名次未变，“>0”为名次上升，“<0”为名次下降
数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019各地消费业态升级指标排名变动情况



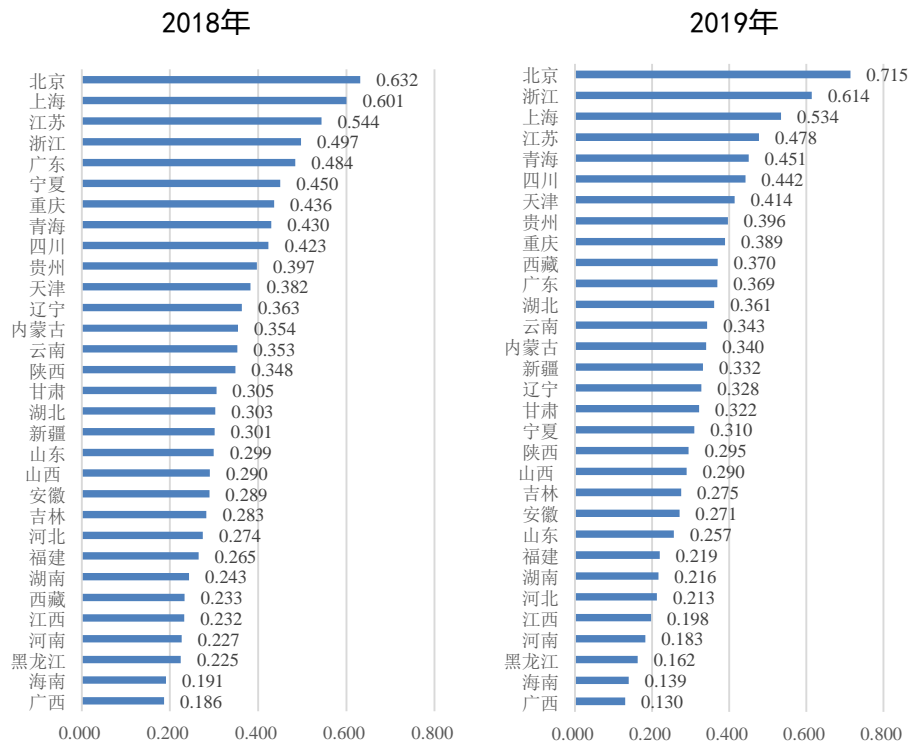
数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019年各省市消费升级分项指数

2018-2019全国31个省市自治区——苏宁消费升级指标

(6) 分项指数排名：苏宁消费升级指标

- 本部分是该份报告独有的特色，充分依托苏宁集团自身的大数据平台，进而实现对各省区消费升级状况的有效测算。

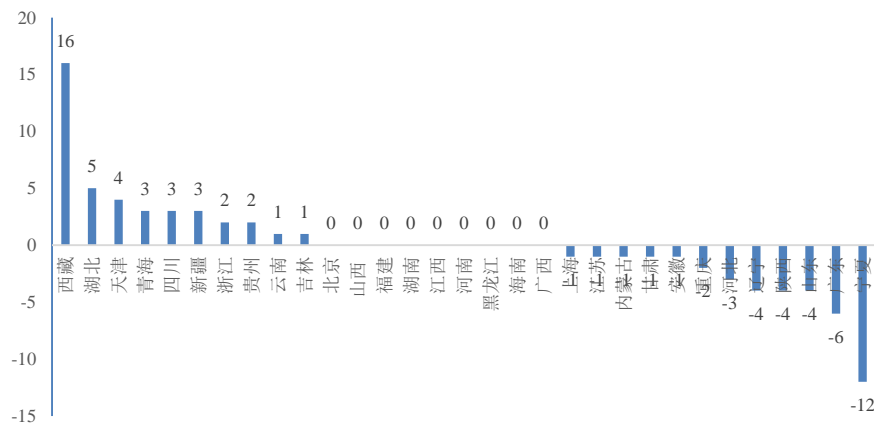


数据来源：苏宁金融研究院整理测算

2018-2019年各省市消费升级分项指数

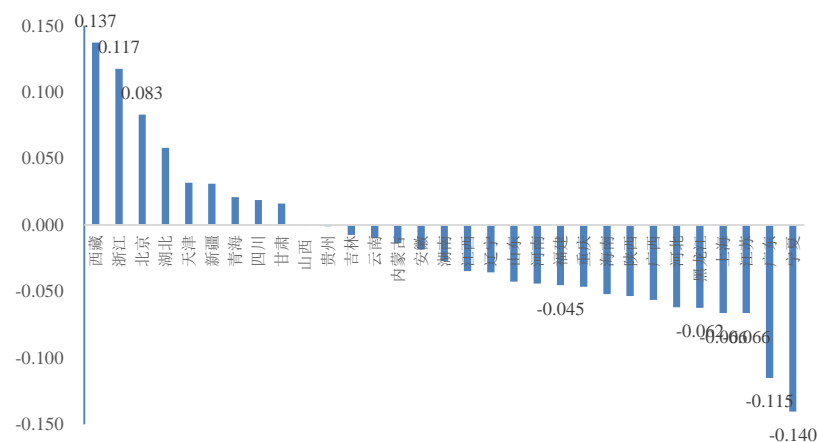
- 基于“苏宁消费升级指标”，能得出各省市自治区分项指数和梯队分布情况，可以看到，2019年，北京、浙江、上海处于第一梯队，其他地区排名与2018年相比变化不大；
- 从该指标中也可看出，苏宁集团在全国的商业布局现状。

2018-2019各地苏宁消费升级指标排名变动情况



注：“0”为名次未变，“>0”为名次上升，“<0”为名次下降
数据来源：苏宁金融研究院整理测算

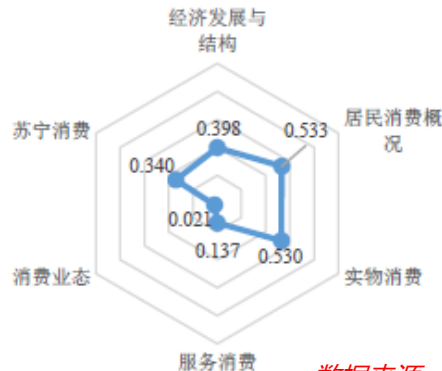
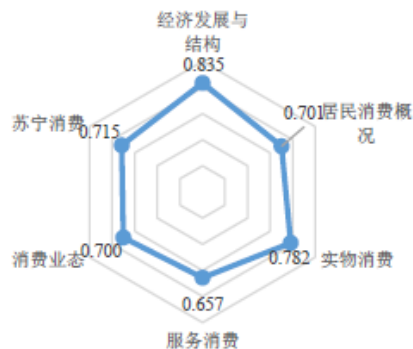
2018-2019各地苏宁消费升级指数变动情况



- 为了更为清晰地展示全国31个省市自治区消费升级各方面指标的优势、劣势与其他特点，本部分将借助雷达图来对各地区的消费升级特性加以刻画。
- 具体而言，我们将在前文各分项指数计算结果的基础上，通过进一步的数据处理，分别绘制出包含“经济发展与结构”、“居民消费概况”、“实物消费”、“服务消费”、“消费业态”、“苏宁消费”六个维度的各省市自治区的消费升级雷达图。参照《中国统计年鉴》中的全国区域划分标准，可将全国31个省市自治区划分为以下六大区域。

华北地区：各地消费升级雷达图展示

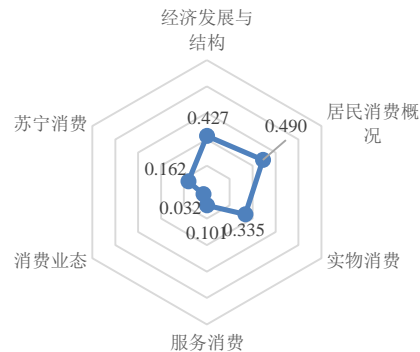
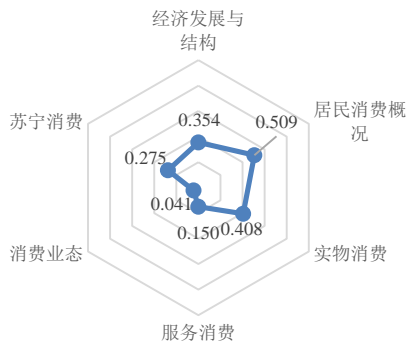
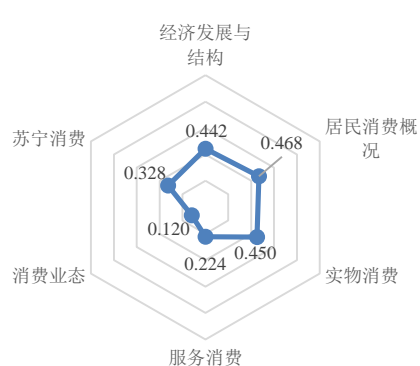
北京、天津、河北、山西、内蒙古消费升级分项指数雷达图



数据来源：苏宁金融研究院整理测算

- 如图所示，北京的六个分项指标表现都较好，各个维度的消费升级发展较为均衡；天津、河北、山西、内蒙古在“服务消费”、“消费业态”与“苏宁消费”三项上相对较弱；此外，山西在“经济发展与结构”的指标上有待提升；
- 具体来说，内蒙古在“服务类消费”上的“互联网普及率”和“票房总收入”指标分别只有65.15%和6.83亿元，在华北地区最弱；而河北和山西在“经济发展与结构”中的“城镇化率”指标表现较弱，分别为56.43%和58.41%，而在“服务业增加值占比”指标方面，河北只有46.19%。这说明河北的经济发展状况相对较差，内蒙古在服务类消费上需要进一步提升。

辽宁、吉林、黑龙江消费升级分项指数雷达图

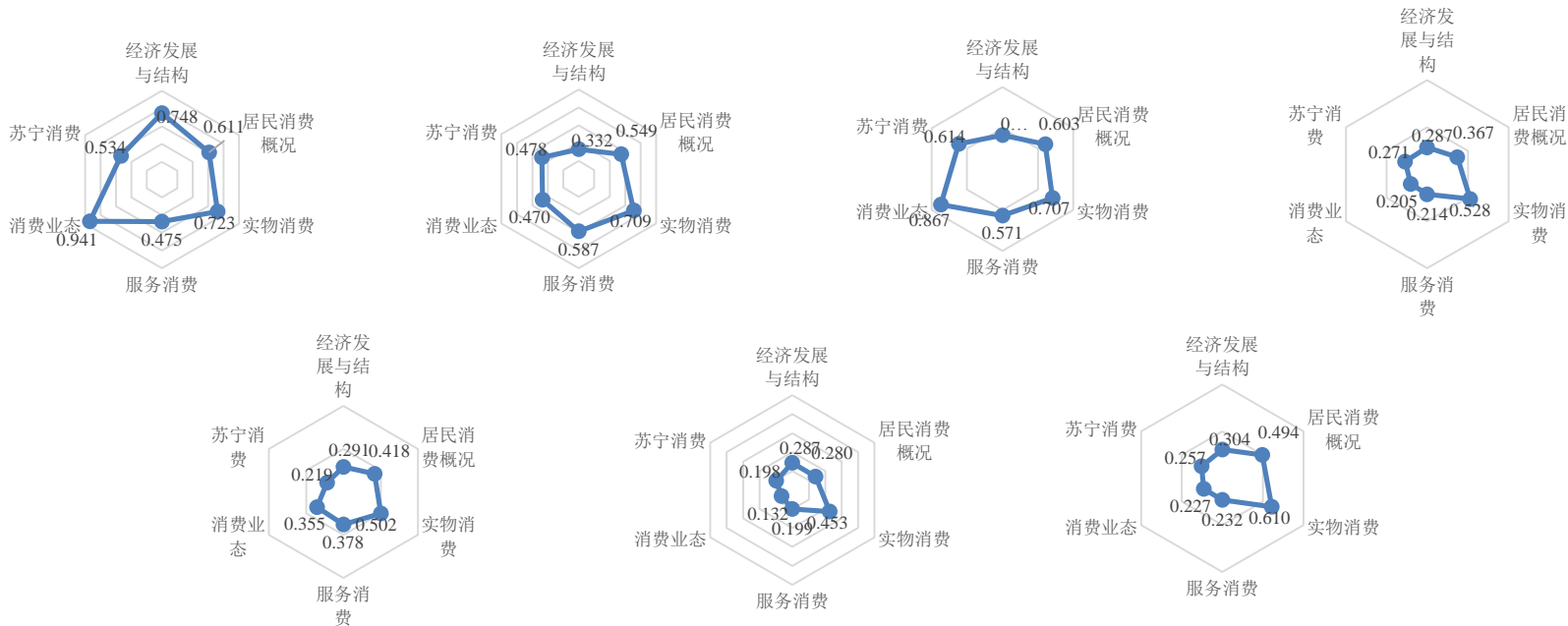


数据来源：苏宁金融研究院整理测算

- 从图可以看到，东北三省中，辽宁的各方面发展态势最好，但在“消费业态”与“服务消费”两个分项指标中存在明显短板；吉林和黑龙江在“服务消费”、“消费业态”与“苏宁消费”三项上相对较弱；此外，吉林在“经济发展与结构”方面仍显不足。
- 具体来说，在“服务消费”中，辽宁的“互联网普及率”与“4G用户数占比”分别为67.09%和82.71%，相比吉林和黑龙江有着显著优势；而在“消费业态”方面，吉林和黑龙江的表现欠佳。例如，“人均快递件数”指标上，吉林和黑龙江分别是8.37万件和8万件，而辽宁的“人均快递件数”是15万件；“连锁企业门店总数”上，辽宁为7428家，而吉林和黑龙江则分别为2165家和1480家。

华东地区：各地消费升级雷达图展示

上海、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东消费升级分项指数雷达图

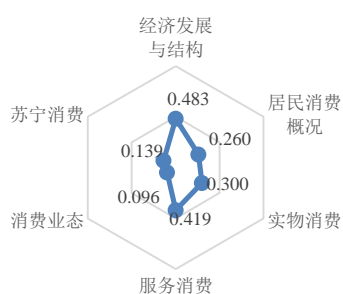
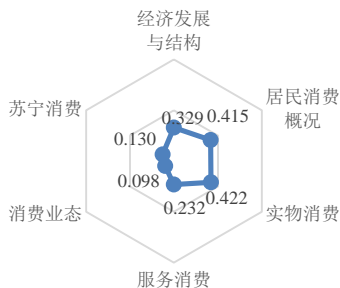
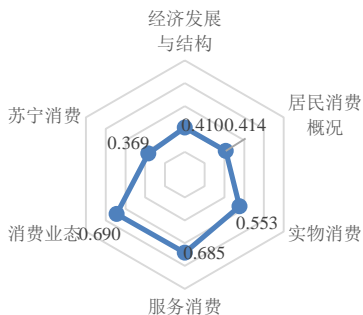
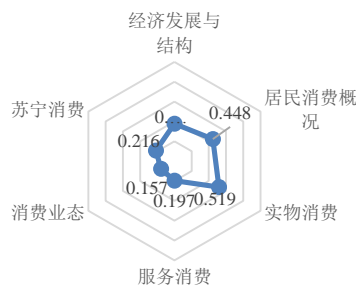
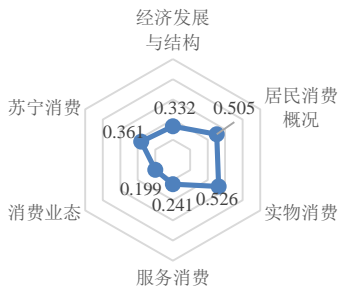
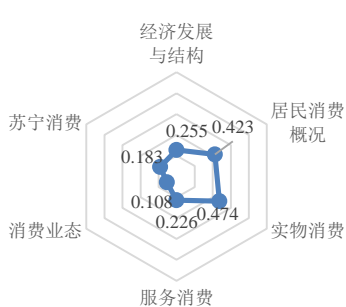


数据来源：苏宁金融研究院整理测算

- 由图可见，上海的六个分项指标均呈较好态势，各个维度的消费升级发展颇为均衡；江苏与浙江各项指标表现也较为良好，前者只有“消费业态”一项相对稍弱，后者在“经济发展与结构”方面有所短板；安徽、福建、江西和山东均有不同程度的弱项，普遍集中在“服务消费”、“消费业态”与“苏宁消费”三个维度上。此外，安徽、江西在“经济发展与结构”方面仍需发力。
- 具体来说，在“经济发展与结构”中，江西与安徽的“服务业增加值占比”分别只有44.84%和45.08%，“4G用户数占比”也分别只有63.9%和65.2%，显著低于其他省份；同时，安徽、福建、江西和山东在“服务消费”中的“票房总收入”以及“消费业态”中的“人均快递件数”也都在不同程度上落后于江浙沪地区。

中南地区：各地消费升级雷达图展示

河南、湖北、湖南、广东、广西、海南消费升级分项指数雷达图

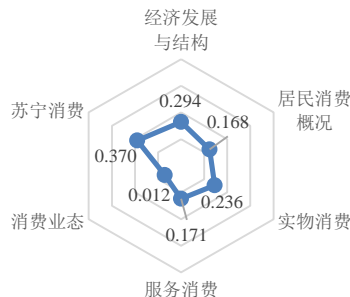
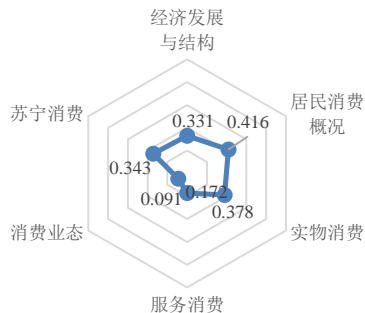
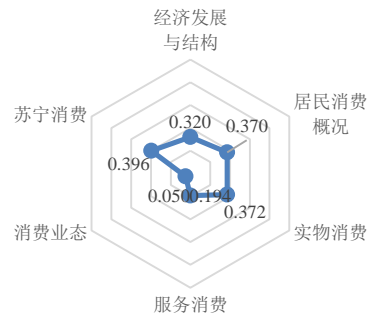
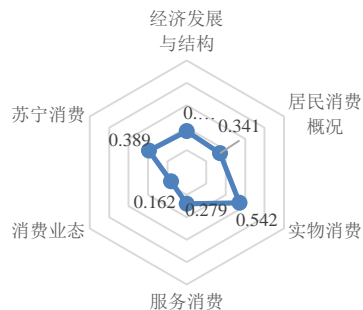


数据来源：苏宁金融研究院整理测算

- 从图可以看到，除了广东外，河南、湖北、湖南、广西、海南五个省份均在“服务消费”、“消费业态”与“苏宁消费”三个方面表现不甚理想；广东“服务消费”“消费业态”虽然极为突出，但“实物消费”与“苏宁消费”两项相对较弱；此外，湖南、广西和海南的“消费业态”的各项指标仍有较大上升空间。
- 具体来看，在“消费业态”上，广东在各项指标上的表现明显优于其他省份，例如，广东的“网上零售服务类消费占比”为47.9%，而其他省份里最高的是海南省，分值为20.39%；“人均快递件数”上，广东省有114.24件，而在中南地区排行第二的湖北只有22.87件。

西南地区：各地消费升级雷达图展示

重庆、四川、贵州、云南、西藏消费升级分项指数雷达图

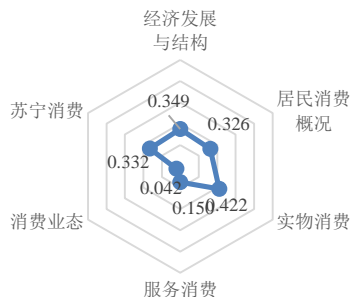
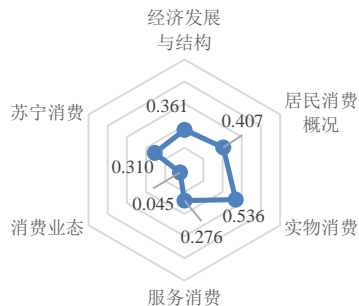
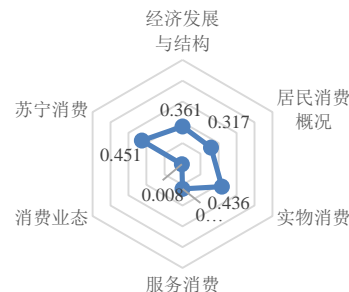
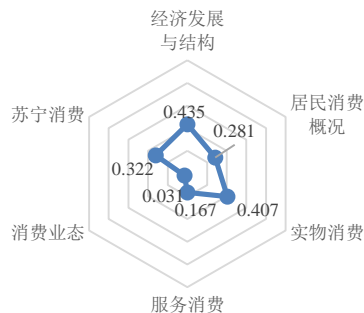
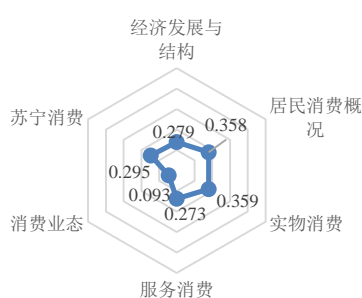


数据来源：苏宁金融研究院整理测算

- 从图可以看到，西藏在“消费业态”和“服务消费”两个指标上表现极其低迷，这与其所处的经济发展阶段有关；重庆、四川、贵州、云南四个地区则在“居民消费概况”、“实物消费”与“苏宁消费”等方面相对较强，而在其他三个方面则中规中矩，并无特别突出的优势呈现。
- 具体来看，西藏的综合实力相对较弱。例如，在“居民消费概况”方面，西藏在“服务性消费支出占比”这一指标上表现不佳，只有27.6%；在“服务类消费”方面，西藏在“票房总收入”和“文化服务企业营业收入”上也同样落后，分别只有0.82亿元和7.05亿元，远低于西南地区其他省市。

西北地区：各地消费升级雷达图展示

陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆消费升级分项指数雷达图



数据来源：苏宁金融研究院整理测算

- 从图可以看到，同大多数省市自治区一样，西北五个地区同样在“服务消费”、“消费业态”两个方面存在不足，其余各项指标则相对较好；甘肃的“经济发展与结构”一项比较突出。
- 具体来看，陕西和宁夏在“居民消费概况”方面表现相对突出，前者的“人均社会商品零售总额”为2.31万元/人，后者的“服务性消费支出占比”为41.95%，均显著领先于其他地区；在“消费业态”上，陕西省的“网上零售服务类消费占比”、“人均快递件数”、“人均网上零售额”表现都优于其他省份。此外，在“服务消费”方面，新疆的“演出场次”明显优于其他省份，为6.03万场。

□ 苏宁金融研究院介绍

- ✓ 苏宁金融研究院是苏宁金服集团旗下的大型专业研究机构，于2015年11月在南京成立，下设战略规划与管理中心、互联网金融研究中心、金融科技研究中心、消费金融研究中心、供应链金融研究中心、新产业与企业研究中心、投资策略研究中心、宏观经济研究中心、法律和政策研究中心等九大中心，办公地点位于南京、北京和上海。
- ✓ 秉承多元开放、价值共享的原则，苏宁金融研究院有效整合内外部优质资源，定期发布研究成果、举办苏宁金融论坛，与政府、同业、高校、智库等机构进行广泛合作，为政府、企业和第三方提供定制化研究咨询服务，发布专题研究报告，积极传递苏宁金融智慧，致力于成为在O2O金融、互联网金融、金融科技、消费金融、供应链金融、宏观经济、区域经济和产业发展等领域的一流智库。
- ✓ 目前，苏宁金融研究院建立了40多人的研究团队，在40余家主流财经媒体和自媒体平台开设专栏，月均发布原创文章40余篇、接受媒体访问200余次，并在主流财经论坛积极发声，成为在互联网金融、金融科技、消费金融、供应链金融、宏观经济、区域经济和产业发展等领域具有广泛影响力的一流企业智库。
- ✓ 更多信息，欢迎访问苏宁金融研究院官网<http://sif.suning.com/>。

❑ 版权声明

- ✓ 本报告为苏宁金融研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

❑ 免责条款

- ✓ 本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合苏宁金融研究院监测产品数据，通过苏宁金融研究院统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给读者作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

❑ 联系我们

- ✓ 邮箱 sncfzx@suning.com；微信订阅号：苏宁财富资讯（后台留言）

扫码关注，更多干货等着你

苏宁金融
SUNING FINANCE



扫码关注“苏宁财富资讯”
获取更多干货

全场景更普惠

谢谢观看

THANK YOU

全场景更普惠