

Simple & Creative

新消费市场趋势发展报告

一线消费

Contents

目录

01.

新消费市场背景
与现状

02.

新消费市场的消
费者行为分析

03.

新消费市场的重
点领域分析

04.

新零售行业的发
展趋势

Contents

目录

05.

新消费市场的政策
环境

06.

新消费市场的挑战
与机遇

07.

新消费市场的未来
展望

Part One

新消费市场背景与 现状

新消费市场兴起的背景



经济增长奠定基础

近年来，我国GDP增长速度稳居全球前列，居民人均可支配收入持续上升。经济的稳定增长使居民消费能力增强，为新消费市场奠定了坚实的经济基础。



技术进步提供动力

互联网技术迅猛发展，尤其是移动互联网广泛普及，大数据、人工智能等前沿技术广泛应用。这些技术让商家具备精准营销和个性化服务能力，加速了新消费市场的变革。



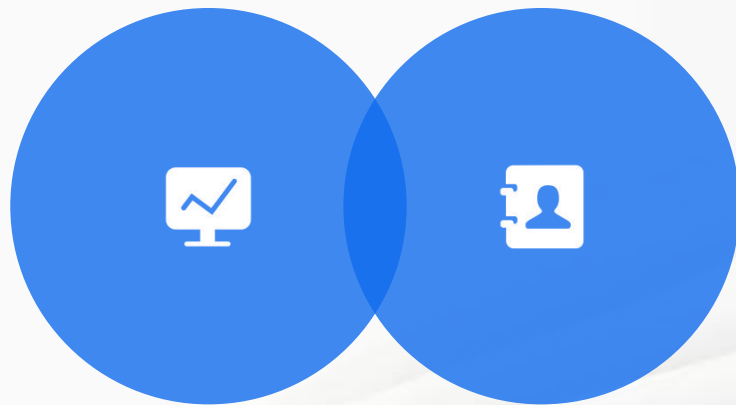
政策支持保驾护航

国务院办公厅发布意见，计划3至5年构建促进新型消费发展的体制机制和政策体系，预计到2025年培育新型消费示范城市和领先企业，提升实物商品网上零售额占比。国家发展改革委和财政部联合发布措施，统筹约3000亿元超长期特别国债资金释放消费潜力。

新消费市场的现状规模

社会消费品零售总额增长

2024年，社会消费品零售总额487895亿元，比上年增长3.5%。其中，除汽车以外的消费品零售额437581亿元，增长3.8%。12月份，社会消费品零售总额45172亿元，同比增长3.7%，除汽车以外的消费品零售额39509亿元，增长4.2%。



网上零售额表现亮眼

2024年，全国网上零售额155225亿元，比上年增长7.2%。其中，实物商品网上零售额130816亿元，增长6.5%，占社会消费品零售总额的比重为26.8%；在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长16.0%、1.5%、6.3%。

新消费模式的特点

消费升级

消费者对品质、品牌、服务等方面要求提高，追求个性化、高品质消费体验。如服装品牌推出定制服务，让消费者根据喜好选择款式、颜色和面料。

线上线下的融合

传统零售与线上电商相互融合，形成全渠道零售模式。例如新零售模式通过数据驱动、技术赋能，将线上流量导入线下实体店，同时利用线下门店体验优势吸引顾客回流线上。

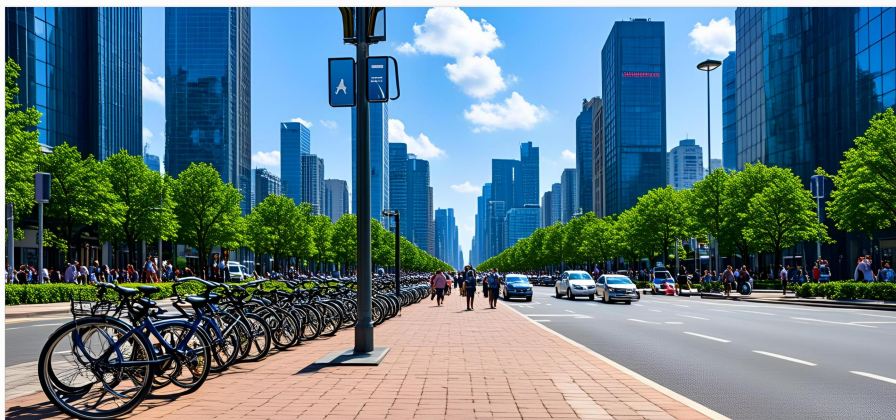


新消费模式的特点



01 数据驱动

企业通过收集、分析消费者数据，实现精准营销和个性化推荐。像电商平台通过分析消费者购物行为，为用户推荐个性化商品。



02 共享经济

共享经济模式逐渐渗透到零售行业，为消费者提供更多便利。如共享单车、共享住宿等，满足了消费者多样化的出行和住宿需求。

Part Two

新消费市场的消费者行为分析

消费者需求的多样化

01

品质需求提升

随着居民收入水平提高，消费者对品质要求日益增长。如在新消费市场，消费者更倾向于购买高品质的商品和服务，推动了消费升级。

02

健康需求凸显

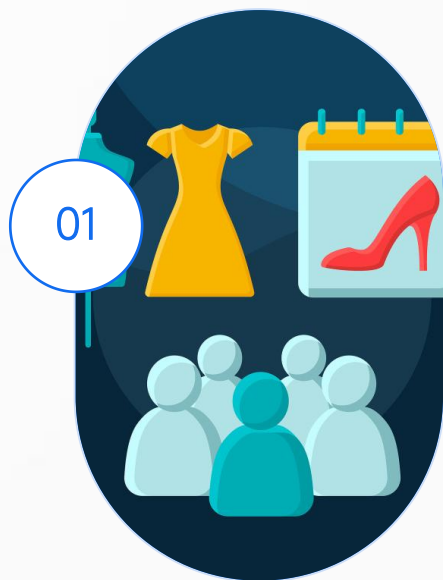
消费者对健康的关注度不断上升，在食品饮料领域，富含益生菌、蛋白质等营养成分的产品备受青睐。

03

环保需求增加

环保意识的增强使消费者对绿色、环保产品的需求不断上升，环保产品、节能家电等绿色商品的销售持续增长。

消费者需求的多样化



个性化需求增长

消费者追求产品的独特性和个性化设计，服装品牌推出定制服务，满足消费者个性化需求。



互联网拓宽选择范围

互联网的普及让消费者能够接触到更多国内外品牌，消费观念和选择范围得到极大拓宽，促进了需求的多样化。

消费者购买决策的影响因素



个人特征因素

不同年龄段和性别的消费者购买决策存在差异。年轻消费者注重时尚和个性化，中老年消费者看重实用和健康；男性关注性能功能，女性关注设计品牌。教育背景、收入水平和生活方式等也会产生影响。



产品特性因素

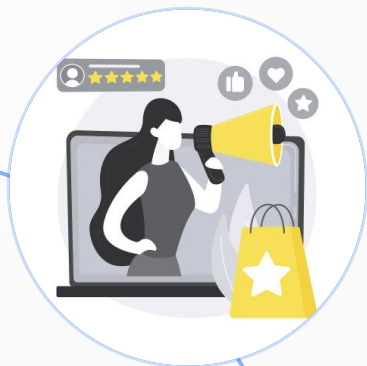
产品质量、价格、功能、外观等特性影响购买意愿。质量可靠、性能稳定的产品更受青睐，消费者会根据预算和性价比做决策，功能性和外观设计也影响选择。



购物环境因素

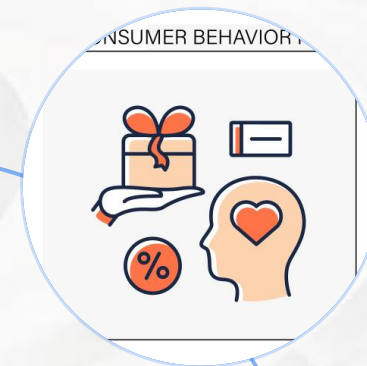
实体店面的布局、照明、音乐等，以及网络购物平台的界面设计、支付流程、物流配送等，都会影响消费者的情绪和购买决策。

消费者购买决策的影响因素



社会影响因素

家庭的消费观念和购买习惯，朋友的推荐和评价，媒体的广告宣传 and 明星代言、社交媒体的用户评价和口碑等，都会对消费者购买决策产生影响。



情感因素

消费者的情绪状态如愉悦、兴奋时可能冲动购买，焦虑、不安时会更谨慎。对品牌的情感也会影响购买决策。

消费者行为的新趋势

01

个性化消费

年轻消费者成为消费主力，更注重产品的个性化和差异化。如珠宝钻石品牌针对年轻消费者推出新颖、个性化的产品。

02

体验式消费

消费者追求消费过程中的体验和感受。如露营场景下，企业开发相关周边产品与服务，民宿、新能源品牌举办主题活动。

03

绿色消费

在节能环保意识驱动下，环保产品、节能家电、有机食品等绿色商品销售持续增长，绿色低碳产品成为新选择。

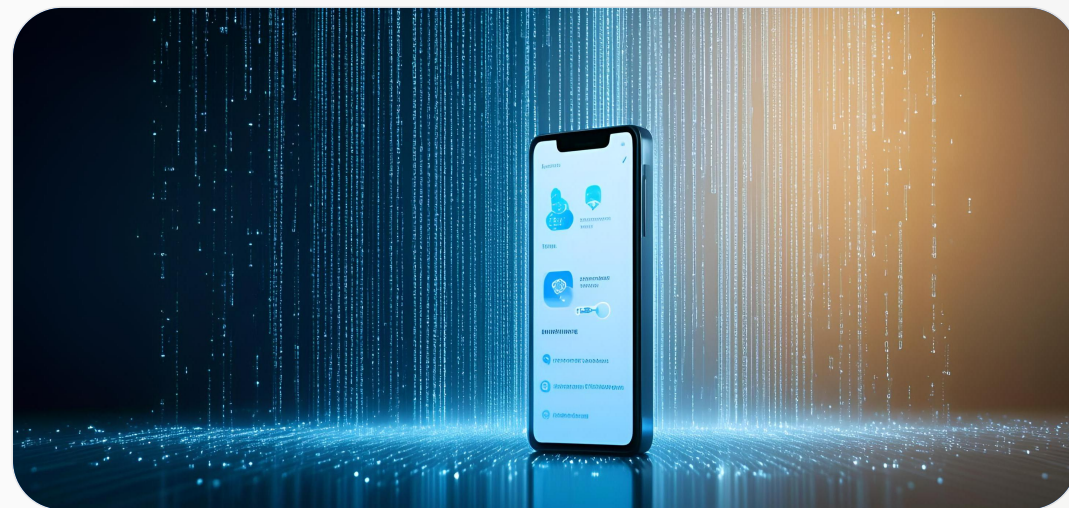
消费者行为的新趋势



健康消费

01

消费者对健康和生活品质的追求，使健康消费需求上升。乳业饮料行业推出富含营养成分的产品，宠物经济注重宠物健康和幸福。



智能消费

02

人工智能、大数据等技术应用，实现智能化、个性化服务。电商平台通过分析消费者购物行为，为用户推荐个性化商品。

Part Three

新消费市场的重点 领域分析

乳业饮料领域



健康需求催生机遇

近年来，消费者对食品健康关注度持续上升，富含益生菌、蛋白质、维生素等营养成分的乳制品备受青睐，成为日常饮食重要组成部分。



饮品业态注入活力

中国烹饪协会发布的4月份中国餐饮业表现指数报告显示，饮品业态的表现指数超过了中性水平，为乳业饮料市场注入新活力。

乳业饮料领域

乳业饮料企业不断创新产品，推出低糖、无糖、高钙、高蛋白等功能性强、口感独特的饮品，满足不同消费者健康追求和口味偏好。



企业创新满足多元

随着消费者对食品安全和品质关注度提高，乳业饮料企业加强产品质量控制和品牌建设，提升产品市场竞争力和消费者信任度。



严控质量提升竞争

谷子经济领域

01

市场规模前景可观

据艾媒咨询预测，到2029年，谷子经济的市场规模有望突破3000亿元。

02

年轻群体主导消费

谷子经济主要消费者为“Z世代”年轻人群，他们的购买行为显著受社群推荐影响。

03

社交属性形成文化

年轻人通过购买和收藏IP周边产品，在社群中与志同道合者分享交流，形成独特社交文化。

04

网络发展推动兴起

谷子经济的兴起得益于互联网普及和社交媒体发展，使IP传播和粉丝聚集更易实现。

宠物经济领域



市场繁荣增长显著

《2025年中国宠物行业白皮书》显示，2015 - 2024年国内宠物市场整体呈稳步增长，年均复合增长率为13.3%，2024年市场规模突破3000亿元。



产业链条日趋完善

宠物经济产业链不断完善，涵盖从基础的食物、医疗服务到高端的美容、摄影等服务，市场细分日益明显。



消费需求多元升级

宠物健康和幸福成主人关注焦点，促使相关行业提升产品质量和服务水平，以满足多元化需求。



新兴业态不断涌现

宠物经济带动宠物保险、宠物殡葬等新兴业态发展，进一步拓展市场边界。

医疗美容领域



01

悦己驱动发展新周期

在“悦己消费”驱动下，抗初老、皮肤管理是年轻一代核心诉求，随着行业规范性提升，医美将迎来良性市场发展新周期。



02

项目多样满足需求

从基础皮肤护理到复杂整形手术，医美行业提供丰富选择，帮助消费者改善外貌、提升自信心。



03

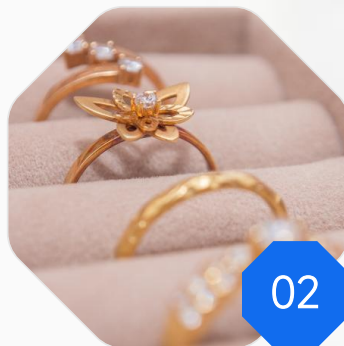
科技进步带来革新

激光技术、微创手术等新型治疗手段应用，使医美效果更显著且恢复时间缩短。

珠宝钻石领域

年轻群体成主力军

年轻消费者逐渐成为珠宝钻石主力，他们追求个性化、情感与收藏价值，不再满足于传统款式。

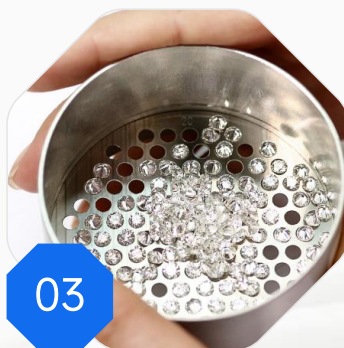


黄金热度持续攀升

黄金因保值属性与工艺创新，近年来在年轻群体中热度攀升。

培育钻石受青睐

培育钻石凭借高性价比、个性化定制等特点，受到年轻消费者青睐。



市场趋势个性多元

这促使珠宝钻石品牌不断推出新颖、个性化产品，以满足市场需求和发展趋势。

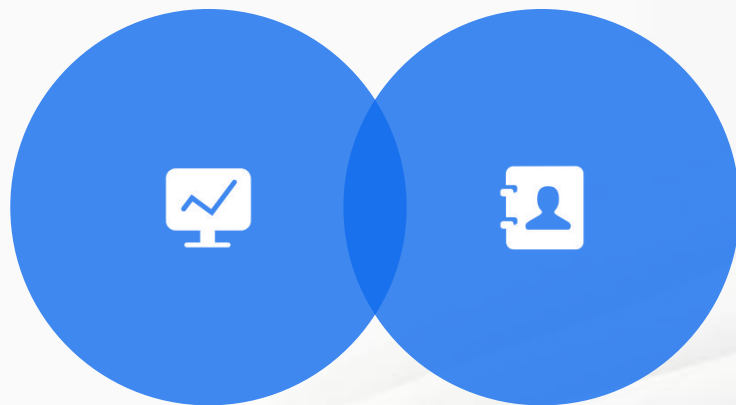
Part Four

新零售行业的发展 趋势

全渠道零售成为主流

线上线下融合加深的原因

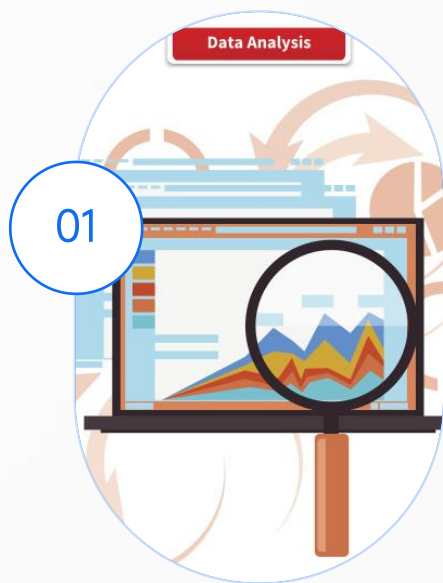
消费者需求变化促使企业提供无缝购物体验，互联网技术发展为融合提供技术支持，政策也鼓励线上线下协同发展。如国务院推动线上线下融合等政策，加速了这一进程。



全渠道零售的表现形式

线上线下同价，消费者无论在线上还是线下购买商品价格一致；线上下单、线下提货，消费者可在网上下单后到附近门店取货；线下体验、线上购买，消费者在实体店体验商品后通过线上渠道购买。

智能化、个性化服务



技术应用方式

人工智能通过大数据分析消费者行为和偏好，实现精准营销和个性化推荐；大数据技术可对海量消费数据进行挖掘和分析，为企业决策提供依据。



实际应用案例

电商平台根据消费者的浏览、购买记录，为用户推荐个性化商品；智能客服可实时解答消费者的问题，提供高效服务。

供应链优化

高效管理措施

采用先进的物流技术，如自动化仓储、智能配送系统等；加强供应链各环节的协同合作，实现信息共享和实时沟通。

优化带来的优势

降低成本，通过优化库存管理和物流配送，减少运营成本；提高物流配送速度，缩短商品从生产到消费者手中的时间，提升消费者满意度。



跨界合作与创新



合作方式

零售企业与科技企业合作，引入新技术提升购物体验；与餐饮、娱乐企业合作，打造消费综合体。如商场与影院合作，吸引更多消费者。



创新成果及推动作用

创新成果包括新的消费场景、产品和服务。推动行业发展，促进资源共享和优势互补，提升行业整体竞争力，为消费者带来更多选择和更好的体验。

绿色、可持续发展

01

成为重要方向的原因

消费者环保意识增强，更倾向于购买环保产品；政府出台相关政策鼓励绿色消费和企业可持续发展；企业自身也意识到可持续发展对长期发展的重要性。

02

企业应对策略

推出环保产品，减少包装浪费；采用可持续的生产和运营方式，降低能源消耗；加强环保宣传，引导消费者形成绿色消费习惯。

Part Five

新消费市场的政策 环境

政策对新消费的支持力度

国务院办公厅政策



国务院办公厅发布《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》，明确通过3至5年努力，构建促进新型消费发展的体制机制和政策体系。目标是到2025年，培育一批新型消费示范城市和行业领先企业，显著提升实物商品网上零售额在社会消费品零售总额中的占比，普及“互联网+服务”等消费新业态新模式。



国家发展改革委和财政部政策

国家发展改革委和财政部联合发布《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》，计划统筹使用约3000亿元超长期特别国债资金，进一步释放消费潜力。

政策对市场的影响



培育示范城市和企业

在政策推动下，各地积极响应，部分城市和企业崭露头角，有望成为新型消费示范。如一些城市通过政策扶持，打造了具有特色的新型消费场景，相关企业也在市场中展现出较强的竞争力。



提升网上零售额占比

从市场数据来看，新消费发展势头强劲，实物商品网上零售额占比逐步提升。2024年全国实物商品网上零售额130816亿元，增长6.5%，占社会消费品零售总额的比重为26.8%，政策的支持促进了线上消费的发展。



普及新业态新模式

“互联网+服务”等消费新业态新模式得到广泛普及并逐步成熟。例如线上教育、远程医疗等服务在疫情期间快速发展，满足了消费者的多样化需求，政策为这些新业态新模式的发展提供了良好的环境。

Part Six

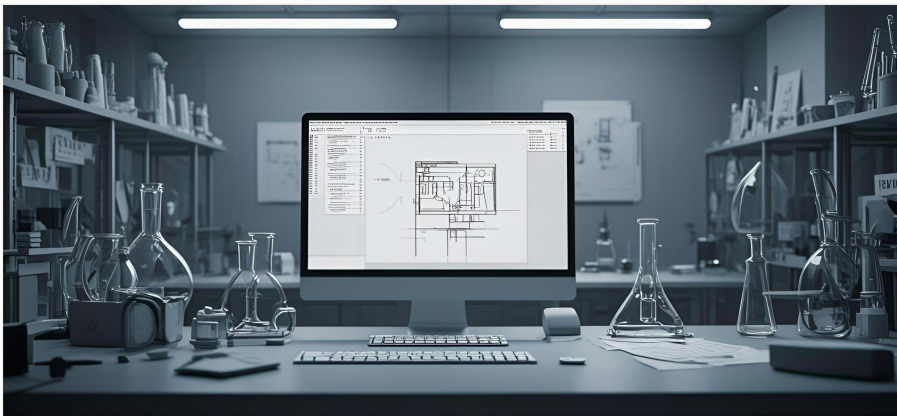
新消费市场的挑战 与机遇

新消费市场面临的挑战



01 市场竞争激烈

新消费市场参与者众多，竞争白热化。如长沙新消费赛道，2021年上半年融资井喷，但随后投资与融资下降，市场竞争激烈使企业生存压力增大。



02 产品创新速度减缓

新消费企业经过快速发展期后，产品创新速度跟不上市场需求变化。部分企业难以持续推出新颖产品吸引消费者。

新消费市场面临的挑战



01

质量体系不完善

一些新消费企业产品质量体系存在漏洞，影响消费者信任。如部分网红品牌产品质量不过关，引发消费者不满。



02

外部环境不确定性

外部环境复杂多变，如疫情使人流、物流受限，新消费品牌曝光机会减少。政策、经济形势变化也给市场带来不确定性。

新消费市场的发展机遇



消费升级带来的机遇

居民收入提高，消费升级趋势明显。消费者对品质、个性化需求增长，如年轻消费者追求独特设计的珠宝钻石，为企业带来新商机。



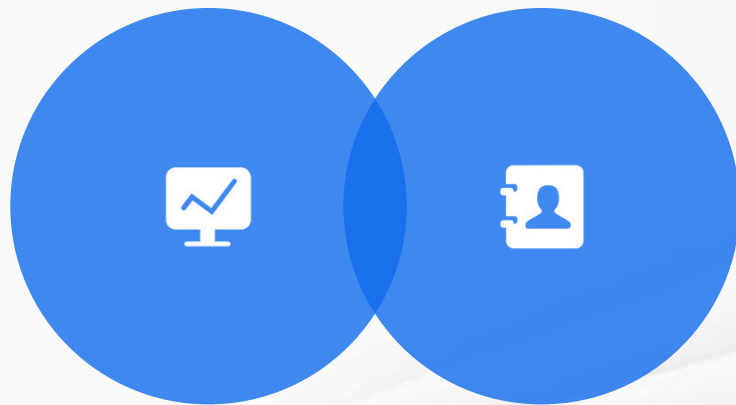
技术进步带来的机遇

互联网、大数据、人工智能等技术发展，为企业提供精准营销和个性化服务能力。如电商平台通过大数据实现智能推荐。

新消费市场的发展机遇

政策支持带来的机遇

政府出台多项政策支持新消费发展，如国务院构建促进新型消费体制机制，国家发改委统筹资金释放消费潜力。



企业应对策略

企业应优化产品和服务，满足多样化需求；加强技术应用，实现智能化、个性化服务；借助政策东风，积极创新发展。

Part Seven

新消费市场的未来 展望

消费结构的持续升级

旅游、文娱领域消费将保持快速增长，如端午假期国内出游人次达1.19亿，同比增长5.7%，反映出人们对休闲娱乐的需求不断增加。



旅游文娱消费增长

随着人们对健康的重视，健康服务领域消费也将迎来快速发展，高品质、个性化的健康服务需求将更加旺盛。



健康服务消费崛起

服务消费在整体消费中的比重将持续上升，成为消费升级的重点方向，旅游、文娱、健康服务等领域的服务消费将不断增加。



服务消费比重上升

绿色低碳产品的市场前景

01

环保产品销售增长

在节能环保意识的驱动下，环保产品的销售将持续增长，如环保材料、可再生能源产品等将受到消费者的青睐。

02

节能家电需求旺盛

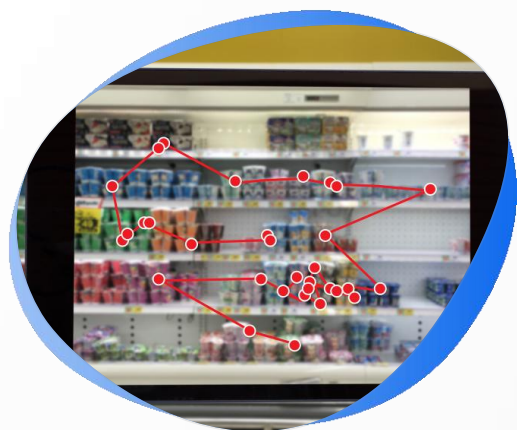
节能家电作为绿色低碳产品的重要组成部分，其需求将不断增加，消费者更愿意选择节能、环保的家电产品。

03

有机食品市场潜力大

有机食品以其健康、安全的特点，市场潜力巨大，越来越多的消费者开始关注并选择有机食品。

线上线下零售业态的融合趋势



实体零售数字化赋能

实体零售将加强数字化赋能，通过引入大数据、人工智能等技术，提升购物体验，如智能货架、自助结算等。



电商平台布局线下体验店

电商平台将更加注重线下体验店的布局，实现线上线下互补，让消费者在享受线上便捷购物的同时，也能获得线下的真实体验。



线上线下融合模式普及

随着数字技术的不断发展，线上线下融合的消费模式将更加普及，成为零售行业的主流发展方向。

两大消费群体的崛起



年轻消费者的消费特点

年轻消费者更加注重产品的个性化和差异化，对品牌、品质、设计等方面的要求更高，如盲盒玩偶、古法金饰等新消费产品受其青睐。



银发经济群体的市场需求

随着老龄化进程的加速，银发经济群体对健康、养生、旅游、文娱等方面的需求将不断增加，成为消费市场的重要组成部分。



企业的应对策略

企业应针对不同消费群体的特点和需求，制定相应的营销策略，如为年轻消费者提供个性化产品和服务，为银发经济群体提供健康养生类产品。

新消费市场的发展建议



企业的创新策略

01

企业应加强产品创新，推出符合消费者需求的新产品和服务，如个性化定制、体验式消费等；同时，优化供应链管理，提高运营效率。



政府的政策支持

02

政府应出台相关政策，鼓励和支持新消费市场的发展，如加大对新兴消费领域的资金投入、完善消费市场的质量和标准体系等。



加强市场监管

03

加强对新消费市场的监管，规范市场秩序，保护消费者权益，为新消费市场的发展创造良好的环境。