

2017 生活进化白皮书： 90后消费正在“追”70后80后

近年来，随着国民可支配收入的增长，国人的消费观念也在发生变化，从以往的刚性需求消费，转向非刚性消费需求以及个性化消费需求，以提升个人以及家庭生活水平。网易考拉海购联合 58 到家、ofo、携程共同发布《2017 生活进化白皮书》，《白皮书》基于对 10 万份用户抽样调查发现，国民消费趋势总体向体验型、健康型领域延伸，品质生活正是目前国民所追求的生活状态，90 后乃至 95 后则是这场消费转型的主力军。

品质生活从“懒”开始

近几年，一二线城市上门服务业务逐年增长，根据 58 到家相关数据统计，上门清洁服务业务 2017 年较 2016 年增长 150%，上门维修服务业务环比增长 300%，近几年流行的月嫂业务今年较去年增长 350%。

同时，共享经济的崛起，也让时下年轻人的出行方式发生了改变。从原有的公共交通到顺风车，再到共享单车，每一次进步都是为了更方便出行，解决用户出行最后一公里的问题。据了解，共享单车市场用户规模继续大幅增长，2017 年底或达 5000 万用户规模，2017 年人均日运行时长 7.1 分钟。

2011 年-2014 年，代购业务养活了一批人，好多人出境游玩的目的也是购物，空箱子出，满箱子回的事情时常发生。但海淘的高速发展



■ 上门清洁、上门厨师等服务近年快速增长 图 5

正改变这一状况。根据携程近三年出境游的相关数据显示，2016 年我国国民出境游次数高达 1.22 亿次，中国游客海外旅游的三大目的是餐饮、观光、休闲放松。只有 1/3 的受访者以购物为目的去海外旅行，而且比例还在逐年下降。导致此类目的下降的原因，则是海淘在国内快速发展，让用户轻松用手机就能在家里买到全球商品。

买我所需拒绝“跟风”

从改革开放至今，中国经历着翻天覆地的变化，国民的消费观念发生根本性转变，从刚需到非刚需，从基础生活到品质生活，消费观念的转变，也是背后消费主体悄然发生变化，根据网易考拉用户数据统

计，2017 年第二季度，90 后持续增长，消费金额虽低于 80 后与 70 后的人均消费，但差距在减小，从相关数据表现，90 后更愿意在自我生活上去做相应投资，与其他人群形成鲜明反差。

根据网易考拉海购统计的数据，近 7 成 90 后表示，不会盲目追随大众购买爆品，而是购买小众独特的品牌商品，90 后对大众品牌的忠诚度不高，这也释放出小众且有品质的品牌商品在未来会有一些的市场份额。90 后购买小众品牌商品的排行榜如下：北京、上海、杭州、广州、深圳、成都、重庆、南京、武汉、苏州（根据 90 后在考拉上购买小众品牌商品的金额以及其所在地所得出的排行榜）。

中西部正“同步全球”

在“老辈人”的经历中，所谓“进城采购”，就是买他们所在地没有品牌店的商品。但随着海淘的崛起，打破了时间、空间等维度，中西部城市的家庭，虽然收入不及沿海一二线城市，但他们在海淘上所表现出来的则是在能力范畴之内选最好的。愿意花大钱投资下一代（即母婴类目人均消费金额），土豪三强来自拉萨、贵阳以及成都，看来中西部城市把希望寄托在下一代，这也有可能与地域相关，尤其像拉萨还是有很多海外品牌商以及国内 shopping mall 都未进驻。

再来看一下 00 后购买客单价的排名，据网易考拉的调研数据分析，从 00 后购买客单价来看，中西部地区消费力虽然不及北上，但超越广东、山东、浙江、江苏等沿海经济大省，排在上海、北京之后的是重庆、内蒙、贵州等省市区。

纵观此份报告，中西部地区的用户，在海淘上所表现出来的购买力，着实让大家眼前一亮。海淘不同于传统电商对制造产地有一定的依赖性（在寻找平价商品的时候，依附于制造产业发达的城市），海淘对于消费者来说，是用户消费升级所产生的消费欲望，他们希望有更好的商品来取代现有的商品，从而获得更为舒适优越的生活，这是对品质商品的欲望，是消费升级的表现。

本报记者 金志刚

蓝港互动集团日前发布 2017 年上半年财务报告，截至 2017 年 6 月 30 日，蓝港互动上半年总营收约为人民币 2.92 亿元。报告显示，蓝港互动持续推进“影漫游”战略布局，不断打造“新三剑”，抢滩影视、动漫和游戏等业务在内的万亿级泛娱乐产业市场。

国内游戏市场目前已经进入到缓慢的发展期，用户增量明显出现萎缩，更多的游戏厂商将重心放在了存量市场的巩固上。有业内分析指出，未来的游戏行业将朝着精品化、游戏海外布局 and 电竞的多维角度发展。

蓝港互动在上市后开始布局泛娱乐，并沿着“影漫游”三位一体发展战略快速推进中，在影视、动漫和游戏等泛娱乐内容协同发展的作用下，释放最大的 IP 价值。

财报显示，2017 年上半年，蓝港互动提出不断打造“新三剑”，从移动游戏时代的“三剑”上升到泛娱乐市场的“新三剑”。报告称，今年的“新三剑”是《苍穹之剑》《镇墓兽》和《古乐风华录》三部“影漫游”联动的超级 IP 作品。

本报记者 杨硕

蓝港互动二〇一七上半年营收一点九二亿

RONGXIN DECORATION 荣欣装潢 申城家装鼻祖 新房装修 / 老房子改造 / 局部翻新 400-700-0648

工期短 价格省 服务好 保障大

认准荣欣品牌 30天搞定装修

名优家装示范展

谈到装修这件事情，老百姓总有一肚子的苦水可吐，似乎装修就是“受罪”代名词。“省时省力又省钱”的装修似乎是一桩遥不可及的事情。其实随着时代的发展，上海的家装公司也从 90 年代如雨后春笋般崛起到今天的大浪淘沙，剩下的那些具有 20 年以上品牌历史的企业，基本都已具备提供优质家装服务的基础，并且都形成了各自的鲜明服务特点。本期“名优家装示范展”将着重介绍我们上海人的装修金字招牌。申城家装鼻祖——荣欣装潢，体验一番他们在全国家装行业内赫赫有名的 1:1 全实景样板房，感受一下备受市民喜爱的 30 天装修工期以及诸多背后的强大品牌服务优势，提前将 8 月 19—20 日的展会亮点展现，有装修需求的市民不妨了解后前去现场一观。

24年上海人的装修金字招牌

硬装 / 软装 / 家具 / 电器 / 家纺 / 日用品 一价全包

8.19~20

上海全屋成品家装展

周六-周日 10:00-17:00
文定路200号盛源大地家居城3楼

地铁：114号线上海体育场馆站、31419号线宜山路站 公交：02、43、50、88、92、831、932等多条线路

了解荣欣30天完工背后的“预制”秘笈 400-700-0648

宝山展馆：殷高路65号2楼 地铁3号线到加高西路口站，公交99/760/502/1608到殷高路三浦路站下车。

给你硬装 / 给你软装
给你家具 / 给你电器

甚至床上用品都全部给你
(均国际国内一线品牌)

80平米装修只要 98173 元!!

消费者心声

“参观荣欣样板房的时候，我就在想我们家装修完的效果，看到这个也想要，那个也想要，当听到我想要的灯具、窗帘、床品等都包含在内的话，我太高兴了，原本以为我家80平米硬装就要近10万块钱的，没想到在样板房里看到的全部东西都包含在内只要98173元！选择荣欣真是大品牌更实惠更有保障”一位刚刚在荣欣装潢选择成品家装模式装修的李小姐如是说。

亮点：厨房间+卫生间整体翻新只要8天！

可以一边居住一边施工，完全不影响生活！晚一天罚500元！

厨房间整体翻新（4.5㎡为基准）：2.68万元 卫生间整体翻新（3.5㎡为基准）1.98万元

一个房子使用频率最高的莫过于厨房和卫生间了，既然使用频率高，出现的问题自然也就多，如果仅是美观上的倒还不是什么大问题，但如果涉及到居住安全可就是大事了。煤气管道泄露、电线老化漏电、淋浴房玻璃爆裂、下水道堵塞漫水……凡此种种只

要遇上一件就足够糟心一阵子的。即便如此，还是有很多市民选择继续在这样的空间里生活，究其原因，无外乎：怕麻烦、嫌钱贵。

在本次展会现场，荣欣装潢将为到场市民提供全新的局部翻新服务，依托荣欣强大的省时装修“预制”模式，将厨房间卫生间整体全包装修时间严格控制在8天内。所以，你还要继续忍受油腻不堪使用各种不便的厨房间吗？还会继续冒着淋浴房玻璃随时炸裂风险，天天在堵塞的卫生间里洗澡吗？应该不会了。

据一些消费者透露，原来以为像荣欣这样的企业收费会很贵，很多人连问都没敢问，现在知道了，原来有一种家装模式叫成品家装，而且是货真价实的物美省钱。装修套餐比同等级别建材还省30%（荣欣装潢拥有24年雄厚企业实力，庞大的业务量使得国内外各大名优建材厂商全部愿意拿出友情价与荣欣合作，而荣欣则把这部分让利直接回馈给了消费者，所以荣欣客户经常挂在嘴边的一句话就是：不愧阿拉上海本土老牌子，有实力有腔调。）