

电商绿色健康消费发展趋势



目录

1、国民经济发展引领消费升级

2、品质升级让消费者更加关注天然健康

3、电商绿色消费者发展趋势

上半年，经济发展稳中求进

经济形势平

Macroeconomic Indicators

稳

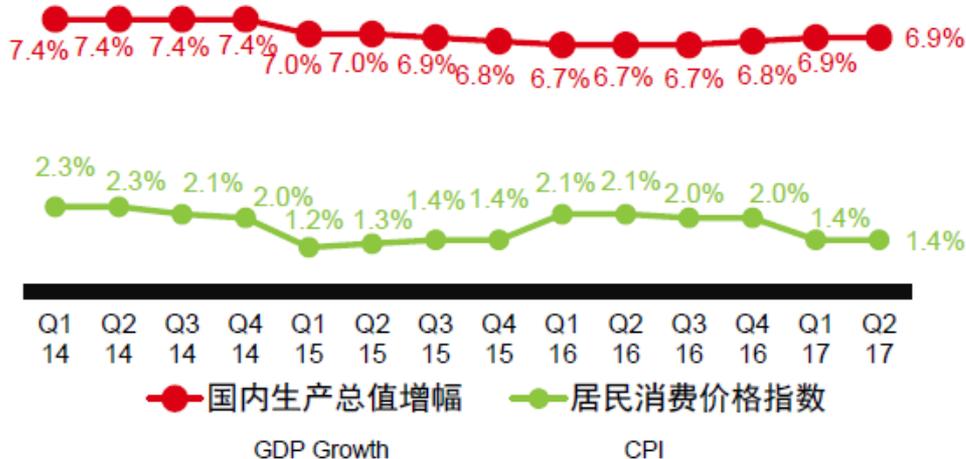
经济结构调整

Economic Restructuring

进

国内生产总值增幅&居民消费价格指数

GDP Growth&CPI



对内改革
Internal Reform

设立雄安新区，进一步促进
京津冀区域一体化

Set Up Xiong'an New Area,
Facilitate Beijing-Tianjin-Hebei
Regional Economic Zone



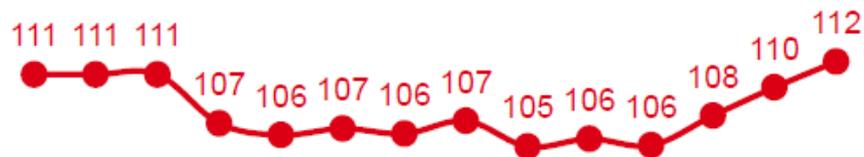
对外开放
External Open-up

召开第一届“一带一路”峰会
持续推动亚欧经济互通互联

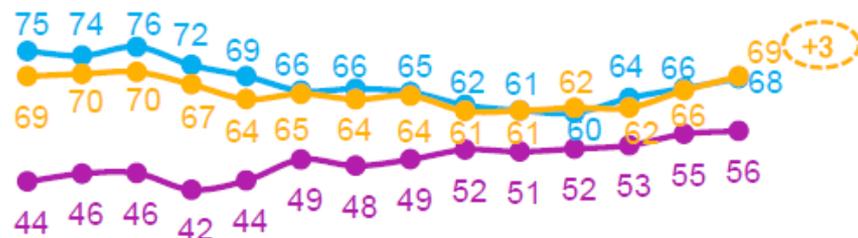
Held The First "One Belt One
Road" Summit,
Promoting Asia-Europe Economic
Communication

消费者信心指数稳步上升，个人经济状况领涨

全球消费者信心指数 & 中国消费者信心指数
Global & China Consumer Confidence Index



中国消费者信心指数构成要素
Components of China Consumer Confidence Index



Q1 14 Q2 14 Q3 14 Q4 14 Q1 15 Q2 15 Q3 15 Q4 15 Q1 16 Q2 16 Q3 16 Q4 16 Q1 17 Q2 17

● 中国消费者信心指数
China CCI

Q1 14 Q2 14 Q3 14 Q4 14 Q1 15 Q2 15 Q3 15 Q4 15 Q1 16 Q2 16 Q3 16 Q4 16 Q1 17 Q2 17

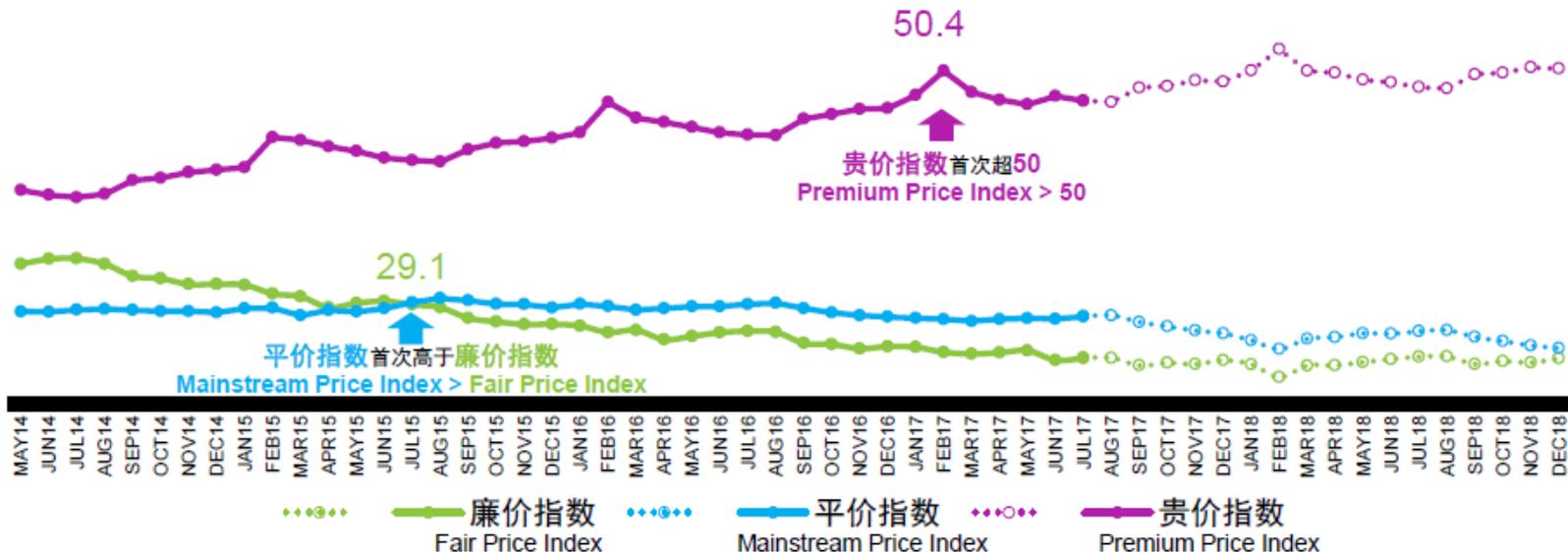
● 就业预期 Job Prospects
● 个人经济情况 Personal Finance
● 消费意愿 Willingness to Spend

中国快消品贵价指数持续爬升，消费升级持续发酵

PREMIUMIZATION CONTINUES TO DRIVE CONSUMPTION GROWTH

前30大快消品类中不同价格段指数 | 2014年5月-2018年12月

FMCG Index of Different Price Tiers for Top 30 FMCG Categories | May, 2014-Dec, 2018



数据来源：尼尔森零售指数；廉价指数：快消品销售额前30大品类中价格指数小于80的销售份额；平价指数：价格指数大于等于80且小于120的销售份额；贵价指数：价格指数大于等于120的销售份额；尼尔森高级分析咨询团队

Source: Nielsen Retail Measurement Service; Bargain Price Index: Sales Value Share of products whose price index ≤ 80 among top 30 FMCG categories; Fair Price Index: $80 \leq \text{Price index} < 120$; Premium Price Index: $120 \leq \text{Price Index}$; Nielsen AAC Team

国民经济发展引领消费升级

品质升级

随着国民经济发展，消费者更加关注具有卓越品质、超凡性能、富有情感体验的商品。

尤其在电商购买的消费者，用户更加关注卓越品质的商品，上等原料、独占技术、严苛工艺等是线上消费者更加关注的因素。



品质升级让消费者更加
关注天然健康



促销与质量成为网购驱动力，高端产品可趁势发力

PROMOTION AND QUALITY BECAME THE DRIVING POWER TO ONLINE SHOPPING, WHERE PREMIUM PRODUCTS COULD TAKE ADVANTAGE

在店铺/实体店也可以购买该产品，请问您为什么选择在网上购买？

You could buy it through offline channel, why do you choose to buy it online?



来源：2017年度尼尔森网络购物者趋势
Source: Nielsen Online Shopper Study

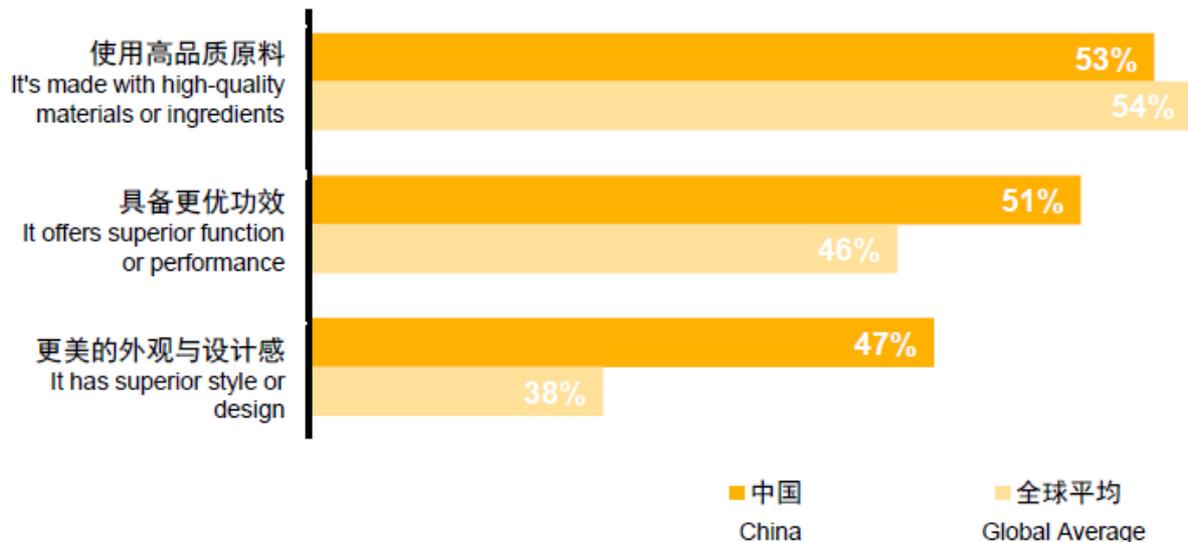
怎样算高端？中国消费者要实力更要颜值！

WHAT'S PREMIUMIZATION? FOR CHINESE CONSUMERS, QUALITY IS IMPORTANT BUT STYLE ALSO COUNTS

对您来说怎样的产品才是高端产品？
What makes a product premium to you?



中国消费者全球排名
Global Ranking of Chinese
Consumers' Choices



45TH

12TH

3RD

高品质最重要，一线城市消费者更在意原料过硬

THE 1ST DIMENSION: SOLID QUALITY IS THE MOST IMPORTANT PREMIUM MOTIVATION ESPECIALLY FOR THE 1ST CITY TIER

针对不同快消品/个人数码产品/家用电器，您愿意为哪些产品特征多付钱？ | 2017年2季度
For FMCG/Appliance/Electronics, what factors would you pay more for? | 2017Q2



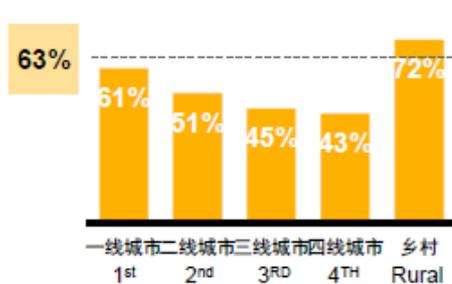
66%的消费者愿意为**天然的成分**多付钱

%Who will pay more for natural material



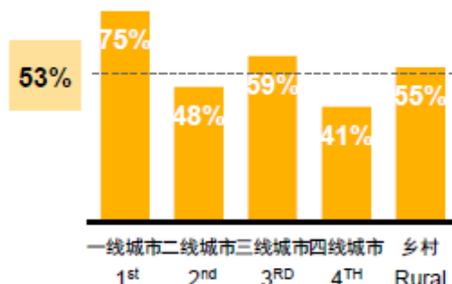
63%的消费者愿意为**结实耐用**多付钱

%Who will pay more for durability



53%的消费者愿意为**先进技术优势**多付钱

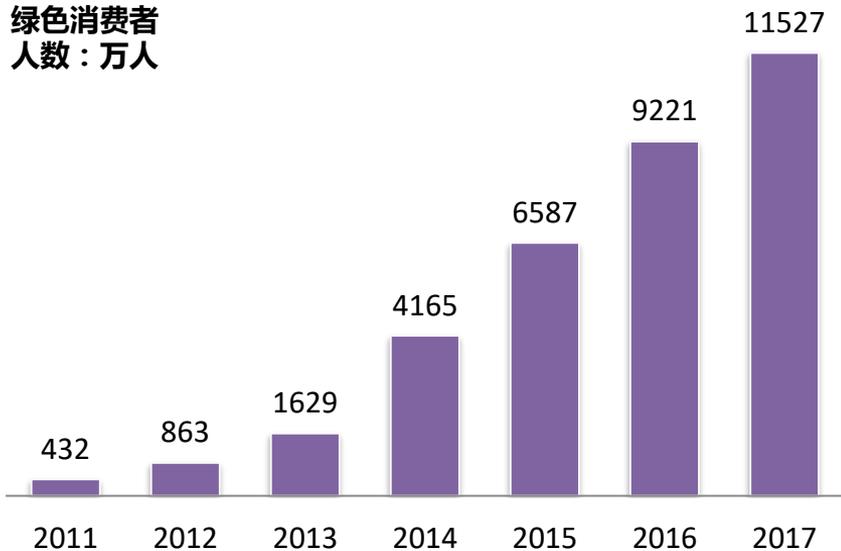
%Who will pay more for advanced technology



**绿色健康在电商的发展
更加迅速**

电商平台绿色消费者增长趋势

绿色消费者
人数：万人



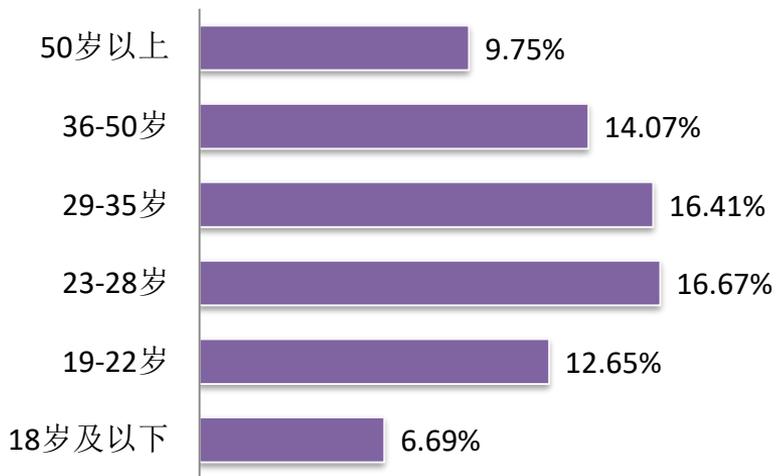
绿色消费者占比电商消费者占比变化



电商平台上绿色消费者近5年增长近14倍，17年预计可达1.15亿人。

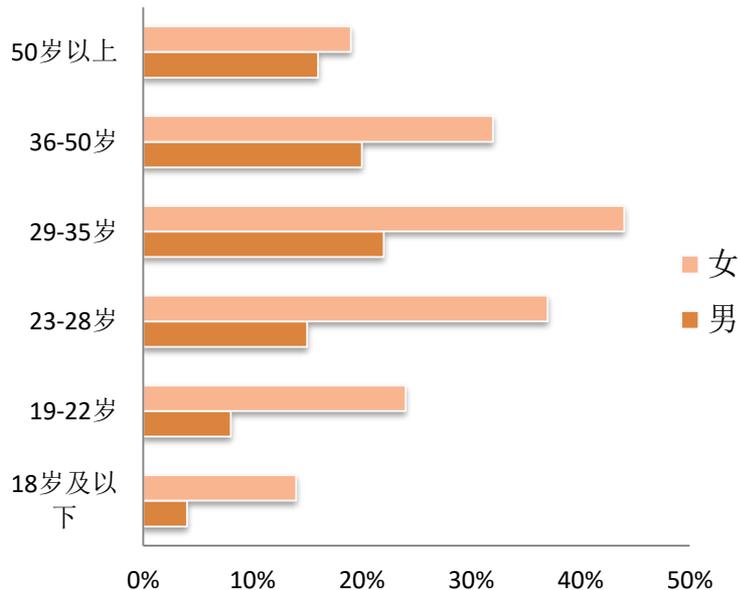
电商平台绿色消费者人群画像

23-25岁对于绿色消费的渗透率增长最高



2011-2016年增长率变化，平均渗透率12.84%

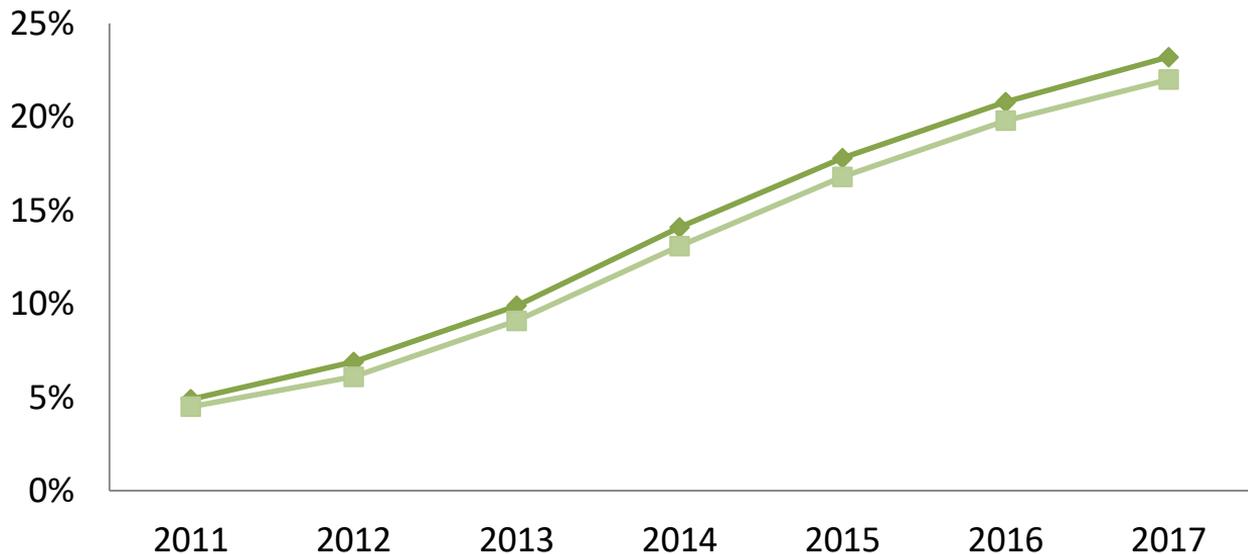
辣妈是绿色渗透率最高的人群，平均2个辣妈中就有
一个绿色消费者



电商平台上绿色消费者近5年增长近14倍，17年预计可达1.15亿人

电商平台绿色消费者区域情况

◆ 一二线城市 ■ 三四线城市

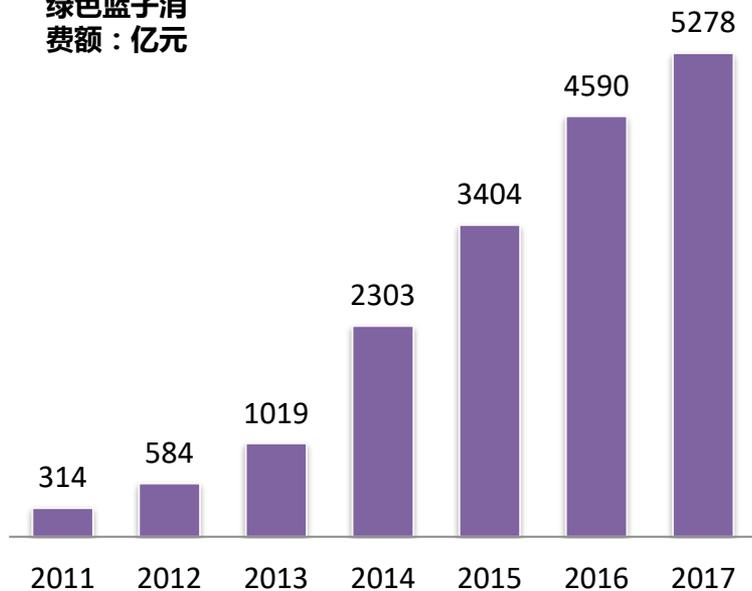


三四线城市人群
的绿色渗透率和
一二线城市无显
著差别。

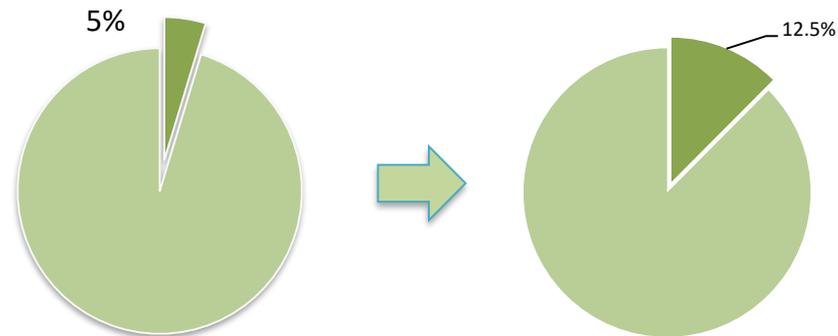
关注绿色健康的商家 在电商的表现

电商绿色篮子商品增长趋势

绿色篮子消费额：亿元



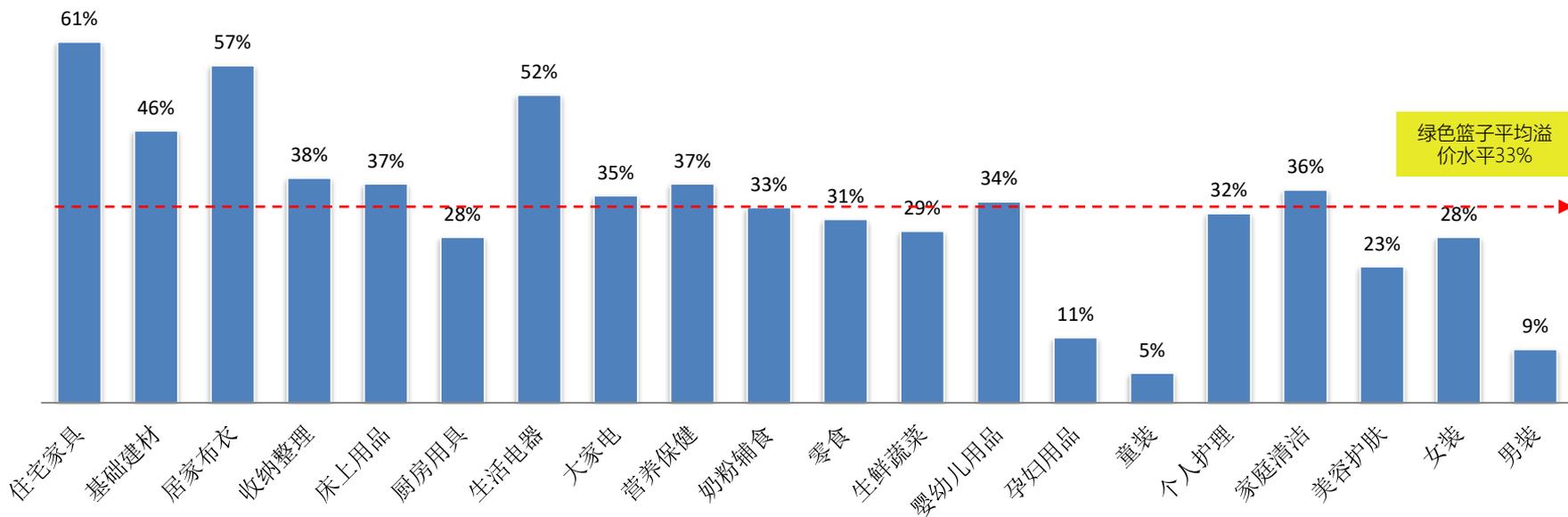
绿色篮子消费金额占零售平台的比例



绿色篮子消费金额近5年复合增长率超过80%，2017年占阿里零售平台的比例达12.5%

电商绿色篮子商品溢价水平

绿色篮子商品的平均溢价达到33%，其中绿色住宅家具溢价超60%



* 溢价水平=2016年该品类中绿色篮子商品成交价格/该品类中非绿色篮子商品平均成交价格-1

消费者感知的典型绿色商品

节水洗衣机
溢价
36%



食品用洗洁精
2015年消费金额增
速是其他洗洁精的
2.45倍



有机大豆
2015年消费金额增
速是其他大豆的
2.67倍



环保墙布
2015年消费金额增
速是其他壁纸的
2.55倍



无硅洗发水
2015年在洗发水占
比已达
14.2%



立白—给你一个绿色健康的家



2016年6月立白洗洁精全线产品升级为食品用配方

2016年7月集团发布立白引领绿色健康重大战略

2016年8月立白皂粉升级为不烫手健康配方

2016年10月立白洗衣液全线产品升级为“不添加荧光增白剂”配方

全棉时代—绿色辣妈的选择



诞生于2009年，2016年6月参加聚划算10分钟破千万销售额。

用全棉替代化纤，用无纺替代有纺，让整个社会想着环境友好型、资源节约型的方向可持续发展。

A promotional banner for Siyan PurCotton. The background is a woman with long dark hair, wearing a white sweater, holding cotton flowers in a field. The banner includes the text "11.11 全球狂欢节 2017", "全棉, 让生活更美好", "Cotton To Life", "50% OFF", and "活动时间: 11月11日". The Siyan PurCotton logo and brand manager name "品牌主理人: 霍思燕" are in the top right corner.

绿色消费时代已经到来



这一群体正在迅速成长，用自己的关注和行动向市场释放强烈的需求信号。



经济价值——绿色消费已经逐渐成为消费升级的重要特征之一。



中国快消品升级指数不断攀升，消费升级持续发酵。

绿色健康

深入消费者心智，绿色篮子商品销量增长迅速

消费者更加关注卓越品质

上等原料，独占技术，严苛工艺，是消费者更加关注的信息

国民经济发展引领消费升级

就业预期，个人经济情况，消费意愿稳中增长

LIWY 立网

谢谢观看

