

CXYC

编号:X0602Y0015



中国第三个消费高峰来临
高储蓄率历史将被终结

行远顾问中国

C hina X ing Y uan C onsulting

巴黎百富勤发布研究报告，认为中国的消费结构正在发生巨大的改变，将步入历史上的第三个消费高峰。巴黎百富勤中国研究部主管欧文表示，促成这一改变主要原因是上世纪70年代末出生的独生子女正步入消费年龄，他们更倾向花钱而不是存钱。

巴黎百富勤认为，中国居民的高储蓄率和低消费的现象，可能随着独生子女消费能力的提升发生改变。未来三年内中国的零售增长将保持每年13%-14%的增长速度。

报告显示，中国的计划生育政策从1977年开始实施，现在第一代独生子女已经超过28岁，迈入成熟的消费者行列。这一代人消费行为上与父母辈最大的不同是，他们追求消费而不是储蓄，大都市这一代年轻人被称为“月光族”，不仅用完自己的钱，甚至很多独生子女乐意消费父母以及祖父母的储蓄。

独生子女出生在改革开放之后，没有经历过父母辈的苦难生活，在他们的成长过程中，中国居民的生活水平和家庭财富都处于不断上升的阶段，尤其是沿海地区和一些发达城市更是如此。因此他们更在意生活的质量、个性和品牌，这些特征将推动未来15年内中国的消费。

目前在1981年之前出生的独生子女，总人数已经超过了9000万，正处于25岁至30岁的年龄阶段第一代独生子女，收入水平比父母当年要高得多，因为九年制义务教育制度的实施，一般说来教育程度也高于父母辈。受益于1978年后的改革开放，他们也是第一批接触到市场经济、时尚和文化的人群。

而1982年到1998年出生的独生子女，总人数已经接近了3.2亿，他们生长的环境比1977年至1981年的独生子女更好，更加不喜欢储蓄，追求消费行为带来的舒适便利和品牌个性，预计到2008年左右将成为中国消费的主力军。因此中国的消费能力目前只能说展现了冰山一角。

报告得出结论,独生子女在消费中价格敏感度降低,注重的是品牌、舒适程度和生活方式,与父母辈相比具有强烈的“享受生活”的观念。

根据历史数据分析,中国的第一个消费高峰在1984年至1989年,第二个消费高峰在1992年至1997年,分别满足了居民对于生活必需品,从服装、自行车等到家电的需求。巴黎百富勤的报告认为,第三次消费高峰,将会满足人们对质量、品牌、时尚、食品安全卫生的需求。另外,报告还认为住房和汽车也是人们进一步关注的消费品。

Amsterdam

Barcelona

Berlin

Beijing

Guangzhou

Hangzhou

London

Hong Kong

Nanjing

New York

Shanghai

Shenzhen

Shenyang

Tianjin

China Xing Yuan Consultants

02/2006

Xing Yuan consulting Company

www.china-xy.cn

www.china-xyz.com