

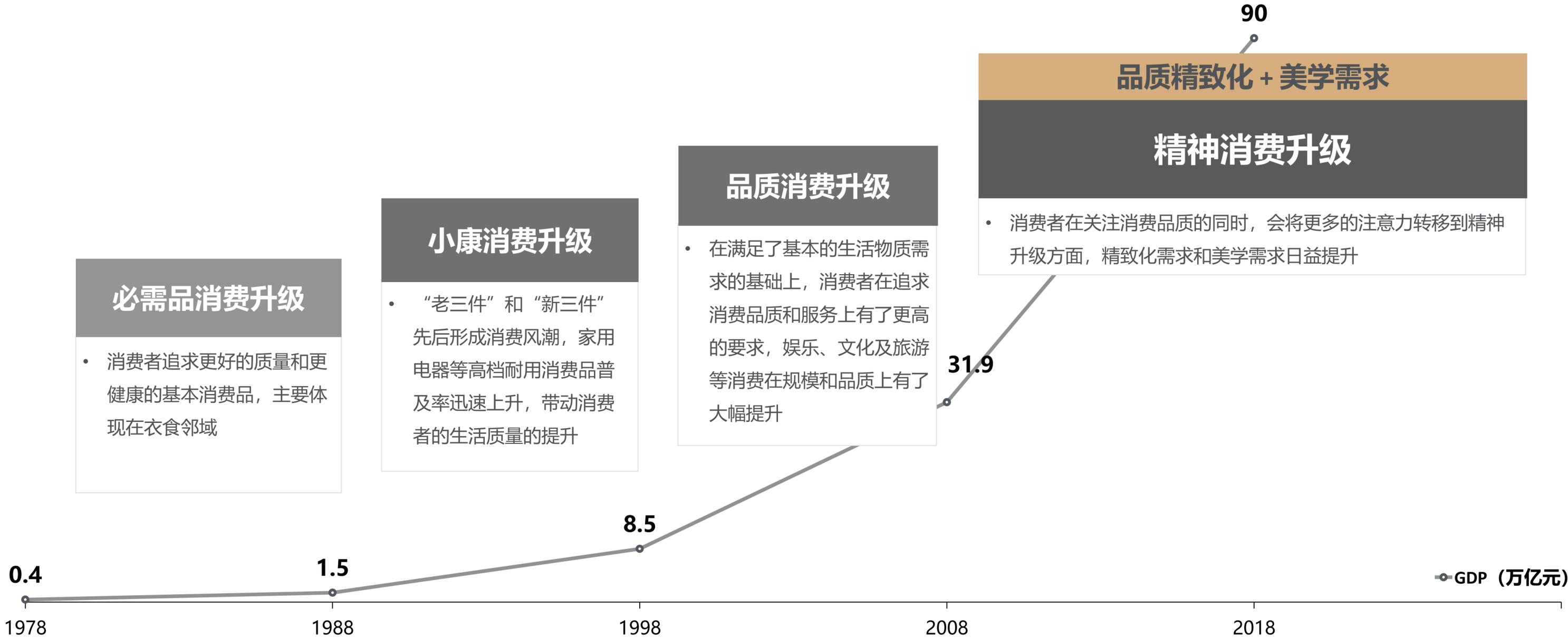
消费升级_美学需求

成都达智咨询股份有限公司
Phone: +86 028 86718889/86660089
Fax: +86 028 86712711
Add: 成都市人民东路61号仁和春天12-13楼
Web: www.cdwisdom.com



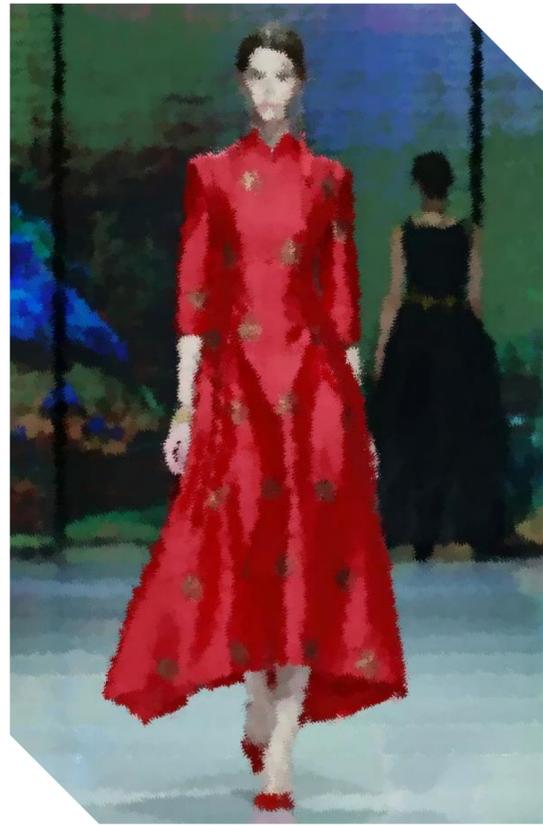
消费升级变迁

中国居民消费升级正在由品质升级向精神升级转变



消费升级_衣食住行娱

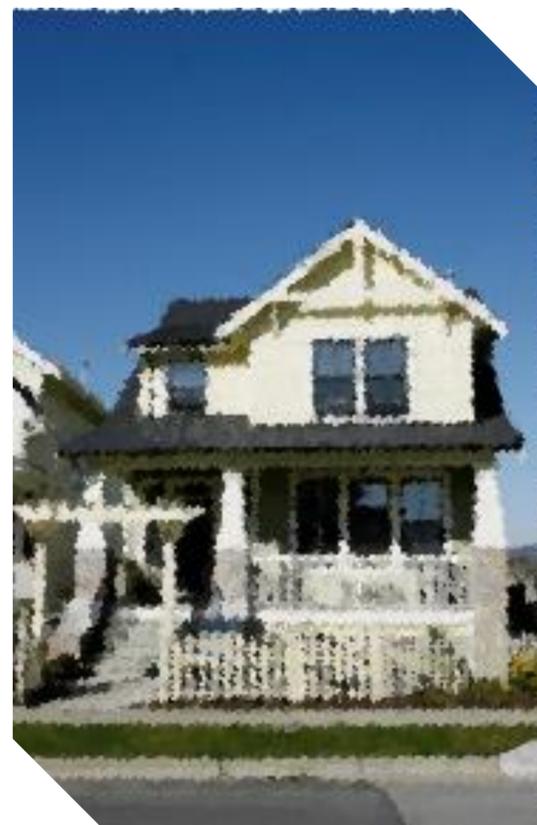
我们的品味在发生质的飞越



衣



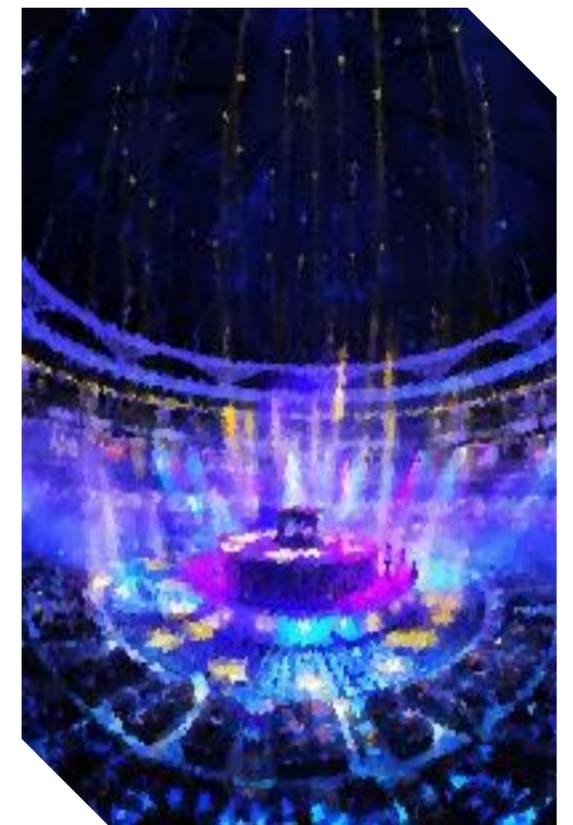
食



住



行



娱

消费升级_衣

随时代潮流的显著变化



70-80年代

结实耐用的“的确良”材质引领风潮



80-90年代

受欧美文化影响，“蛤蟆镜”、“喇叭裤”风靡一时



90-00年代

物质生活品质全面提升，穿衣风格百花齐放



10-未来

传统文化复兴，个性化需求激增，美学需求日益增长

衣_自我美学的表达 场景化趋势明显

随着国人的生活水平日益提升、全球化带来的文化交融以及中国传统文化的复兴，**美学需求日益明显**



工作场景：70&80后，与国际接轨，从追求大牌向追求个性化审美转变



社交场景：90&00后，受二次元文化以及中国传统文化复兴影响，COSPLAY与汉服在90&00后社交群体中风靡

消费升级_食

随时代潮流的显著变化



70-80年代

“粮票”、“肉票”时代
， 定量供应， 凭票购买



80-90年代

随着生活质量提高，从“吃得饱”向“吃得好”转变



90-00年代

从“吃得好”升级到关注
食品的健康、品质



10-未来

保证食物品质的同时，
美学需求日益提升



美学的仪式感_食物的本身

食不厌精，除了食物的口味和品质，食物本身的**美学需求日益提升**

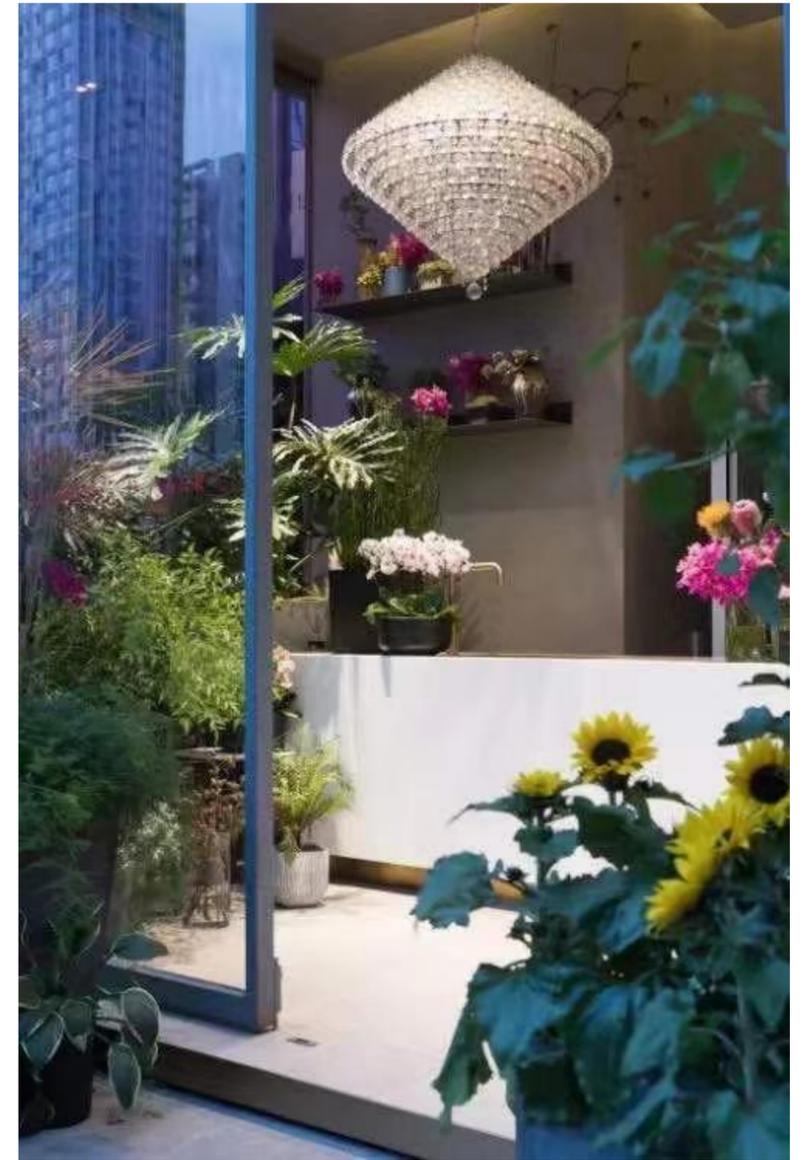
氛围



杯盏



环境



美学的仪式感_用餐的环境

用餐环境从杯、碟、器、皿到整体装修环境、氛围的**美学需求不断提升变化**

消费升级_行

随时代潮流的显著变化



70-80年代

80年代的中国被称为“自行车王国”，自行车是主要的代步工具



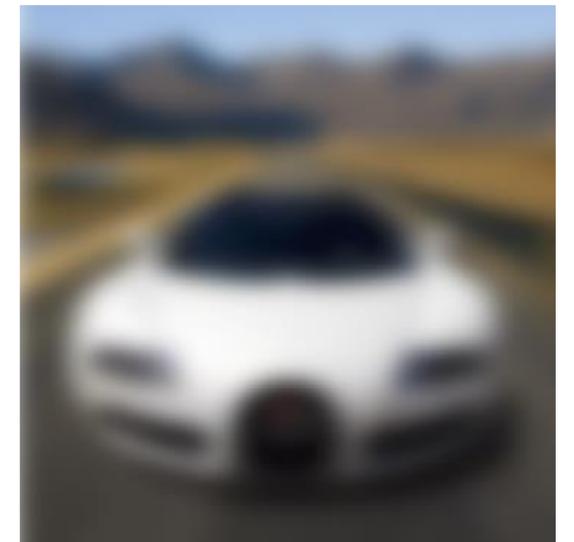
80-90年代

90年代，“轻骑”“木兰”穿梭于城市的大街小巷



90-00年代

新世纪以来至今，小汽车成为了人们新的代步工具



10-未来

追寻性能、品牌的同时，更关注美观、科技

驾驶场景_美学赋能

- 出行消费升级，交通工具的**外观设计、内饰、科技元素**成为新的吸睛点



特斯拉—鹰翼门设计



拜腾—全面屏操控台

消费升级_住

随时代潮流的显著变化



70-80年代

“房子”是遮风挡雨的栖身之所，居住品质是奢求



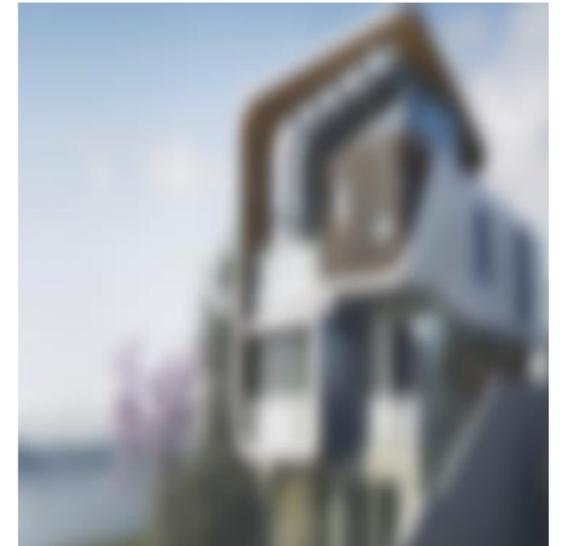
80-90年代

从遮风挡雨的栖身之所转变成“家”的概念，城市居民开始住上楼房



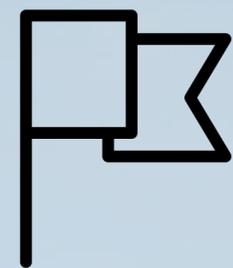
90-00年代

房地产行业发展，居住品质日渐升级，“小区”的概念出现



10-未来

“生态”、“美学”等因素成为居住品质的新标准



住_空间美学需求





绿城 杭州桃李春风

人文美学文化
引领居住消费升级

中国传统文化的复兴 中式合院产品风靡



阿那亚文旅项目，国内少数开始盈利的文旅地产

人文美学文化
引领消费场景升级

网红IP、美学建筑 引发区域消费热潮



莫干山民宿聚集地为代表的新休闲地 风靡一时



人文美学文化
引领消费体验升级

特色民宿 驱动居住美学空间体验

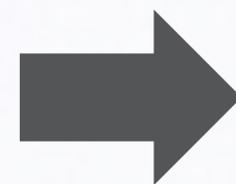
生活

颜值即正义？



衣
食
住
行

生活
场景



产品
内容
服务



美学



价值
提升

美学价值提升_代表性主流高端住宅产品

全国品牌房企高端住宅产品线一览 (部分)

房企名称	高端住宅产品线名称	产品线理念或特点	代表项目
绿地	• 海珀系	城市地王位置，享受城中央稀缺资源	<ul style="list-style-type: none"> • 绿地海珀世家 • 绿地海珀澜庭 • 绿地海珀日晖
	• 玫瑰园系 • 桃花源系	法式别墅是绿城别墅营造过程中采用最多的一种形制	<ul style="list-style-type: none"> • 绿城:龙山玫瑰园 • 上海绿城玫瑰园 • 绿城富春玫瑰园 • 南京绿城玫瑰园
碧桂园	• 天誉系	碧桂园产品线最新的豪宅产品系列，突出客户身份标签和地位尊崇感，给你五“心”级的家	<ul style="list-style-type: none"> • 洛阳碧桂园天誉 • 清溪碧桂园天誉 • 东莞碧桂园天誉
金地	• 褐石系	一般位于城市未来重点发展区域，主要针对传统二三四档客户	<ul style="list-style-type: none"> • 北京西山艺境 • 杭州金地:艺境 • 天津金地艺境 • 沈阳金地艺境
华润	• 九里系	“九”为数之极，有极尊贵之意。“里”有居所、里弄之意	<ul style="list-style-type: none"> • 华润公元九里 • 外滩九里 • 佘山九里 • 昆玉九里 • 石梅湾九里
保利	• 公馆系	城市中心区域，ArtDeco风格	<ul style="list-style-type: none"> • 佛山壹号公馆 • 天津大都会
鲁能	• 鲁能泰山7号系	鲁能泰山7号”是鲁能集团以促进体育大众化为初衷，依托自身传统体育DNA优势推出的“体育+”生态共享产品线	<ul style="list-style-type: none"> • 北京鲁能泰山7号 • 天津鲁能泰山7号 • 济南鲁能泰山7号 • 南京鲁能泰山7号

美学价值提升_具有美感的延伸产品畅销

生活场景的美学赋能将与室内装饰 家居软装 智能家电 等产品相连



室内装饰：文艺与生活结合



家居软装：实用与艺术结合



智能家电：功能与设计结合

生活是什么?
what is your life?

场景化的自我美学的表达



达智咨询_全维度数据服务商

精准大小数据，助力科学决策！



达智集团控股公司

- 达智咨询（成都）
- 达智圣数（成都）
- 达智智业（武汉）
- 达智品诺（重庆）

达智咨询_全方位洞察研究

- 研究领域：达智深耕**地产、快消、政府公共事务、金融**等行业



地产



快消



政府公共事务



金融

- 研究范畴：包含**消费者洞察、产品研发、营销策划与评估、品牌建设、服务体系监测改进**



消费者



产品



营销



品牌



服务

达智咨询_部分服务客户

地产行业



快消行业



Unilever



金融行业



达智有爱 基业长青

专注品质数据 成就科学决策



微信公众号

