



中国新菁英价值白皮书

水井坊·艾瑞咨询联合发布

2017年

摘要



守正笃实，久久为功-新菁英专注于自己的领域，将一件事做到极致；通过日复一日坚持努力实现自己的梦想。



文化自信，精神富足-新菁英认可传统文化的重要性，积极传承优秀文化相比于物质，更追求精神层面的富足，有追求，有信仰。



自我驱动，创新无限-新菁英具有强烈的自我驱动，坚持学习、不断创新，追求更好的自己 and 自我价值的实现。



重视家庭，陪伴为先-新菁英工作是为了家人更好的生活；家人是奋斗的原动力；追求生活工作与生活的平衡；希望有更多的时间陪伴家人。



掌控时间，谋而后动-新菁英极度自律并且有强烈的时间观念，将时间投入到有意义的事情上；凡事需要提前规划，严格按计划执行。

研究缘起：从精英到新菁英的发展



精英 最早出现在17世纪的法国，指一群少数的，才学品行出众的国家事务管理者。

现在是指那些**掌握和控制着社会主要的财富、权力，并在主流社会享有较高声望的人群**，主要包括掌握实际权力的官员、国企高管和资产丰厚的私营企业主等新富阶层、有影响力的知识分子等等。

中国经济的腾飞和文化的繁荣造就了一批

新菁英阶层

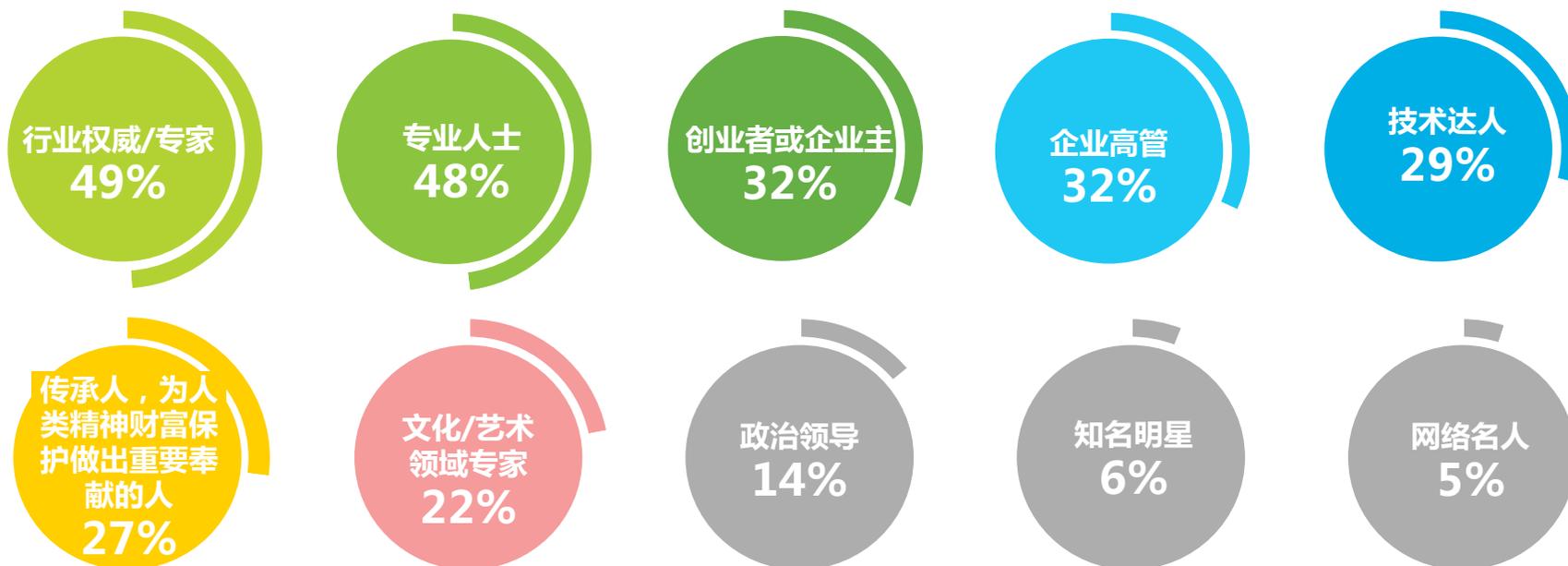
中国新菁英人群是谁

区别于传统意义的精英，新菁英的人群不仅涵盖行业权威、创业者 / 企业主等，传承人、文化 / 艺术领域专家也被认为是新时代的新菁英

作为新菁英，一方面他们积极运用财富创造更大程度的**物质财富**，促进产业转型与经济高速增长，引领新一轮消费升级以及新零售革命。

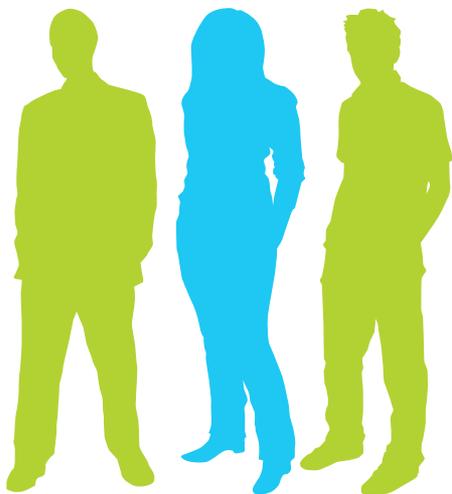
另一方面他们身上除了富足、奋进这些常见的精英标签，在当下浮躁与喧哗的社会，他们更注重**理性的回归与精神的富足**。

2017年中国新菁英人群的界定



来源：艾瑞咨询2017年11月定量问卷数据调研。

新菁英的特征



新菁英

数据来源：

- 北上广深4个城市的定性深访与定量调研

样本界定：

- 第1类：创业老板、企业所有人 / 合伙人 / 董事总经理、企业高管、企业中层、专业人士等
 - 界定标准：月收入在3万 - 5万 40%；
 - 月收入在5万以上 60%；
 - 覆盖30-55岁人群，35-49岁为主；
- 第2类：传承人、文化/艺术领域专家
 - 对于此类人群，未用收入作为硬性标准

同时对比800位普通大众定量调查结果

沉淀，专注，
一生一事

坚持信仰坚持的力量并追求极致，以“一生只做一件事”的态度成为各个行业/领域的佼佼者。

精神富足，
尊重中国历史
与传统文化

对传统文化的偏爱、对经典遗产传承的热情，并对中国文化的空前自信。

新菁英人群的五大价值观

新菁英人群的生活形态与价值观紧密联系，互相映射

2017年中国新菁英人群的价值观概述

守正笃实，久久为功
坚持 专注
专注于自己的领域，将一件事做到极致
日复一日坚持努力实现自己的梦想



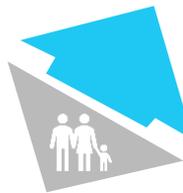
掌控时间，谋而后动
自律、对时间的掌控力
极度自律与强烈的时间观念，将时间投入到有意义的事情上
凡事需要提前规划，严格按计划执行



文化自信，精神富足
注重传统历史文化
认可传统文化的重要性，积极传承优秀文化
相比于物质，更追求精神层面的富足，有追求，有信仰



重视家庭，陪伴为先
重视家庭
工作是为了家人更好的生活
家人是奋斗的原动力
追求生活工作与生活的平衡
希望有更多的时间陪伴家人



新菁英

自我驱动，创新无限
追求自我价值的实现
强烈的自我驱动，坚持学习、不断创新，追求更好的自己 and 自我价值的实现





新菁英人群的 生活形态还原

与普通大众相比，
新菁英的生活形态有什么特征；
在工作与生活中，他们表现出了哪些优良特质？

中国新菁英人群画像

2017年中国新菁英人群画像

基础特征

- 受过**良好教育**（本科及以上占比90%，硕士及以上占比42%）
- 企业创始人、中高级管理人员、专业人士、传承人、文化/艺术领域专家

资产状况

- 人均房产拥有2.2套，总面积225平米
- 人均车辆拥有1.7量，最近购买的车辆价格均价为48万

兴趣爱好

- 运动/健身**（62%）：以跑步、游泳、高尔夫为主，平均每周运动4次，单次运动约50分钟
- 旅游**（58%）：98%过去一年内进行旅游
- 投资理财（55%）：**稳健型**与**进取型**，投资额平均占收入的比例为**34%**
- 精神文化：**阅读**（43%），文化/艺术活动（28%），名烟酒品鉴/收藏（28%）
- 常接触**新闻资讯类**（72%）、搜索引擎类（28%）与视频类（26%）网站/APP

家庭特征

- 大多数**已婚且有子女**（91%）
- 63%新菁英的子女年龄在12岁以下，**小太阳家庭**①为主。

工作/生活状态

- 提前制定好全天计划（48%），经常需要开很多**会议**（53%），晚间**商务应酬**较多（54%）
- 追求**品质生活**（39%）和事业上的成功（33%），并希望有更多时间**陪伴家人**（34%），注重自己的健康（42%）

出行情况

- 日常出行多选择**自驾车**（95%）
- 出差选择耗时较少的航空方式（87%），以**头等舱和商务舱**（62%）为主

消费行为

- 除日常消费外，新菁英人群过去一年的消费类型为金融理财产品/服务（72%），运动/健身（67%），学习教育（47%）等



来源：艾瑞咨询2017年11月数据调研（定量问卷+定性深访）。

多为小太阳家庭，有房有车爱旅游

超九成新菁英人群已婚已育，其中65%新菁英人群的孩子年龄在12岁以下，现阶段生活需要在家庭与孩子身上投入较多精力，但同时，家庭和孩子让他们充满斗志，努力是为了给家人提供更好的物质条件，近2/3新菁英人群会陪伴家人规律性的国际旅游

2017年中国新菁英人群家庭构成



2017年中国新菁英人群房产/车产拥有与旅游参与情况

房产拥有情况：

平均 **2.2** 套，总面积 **225** 平米

车产拥有情况：

新菁英人群 **1.7** 辆，购车价位 **48** 万元

64% (vs. 48%)

的新菁英陪伴家人进行规律性的
国际旅游

来源：艾瑞咨询2017年11月数据调研（定量问卷+定性深访）（注：括号内为普通大众样本数据）。
图片来源：网络公开图片。

重视理财规划，追求财产增值

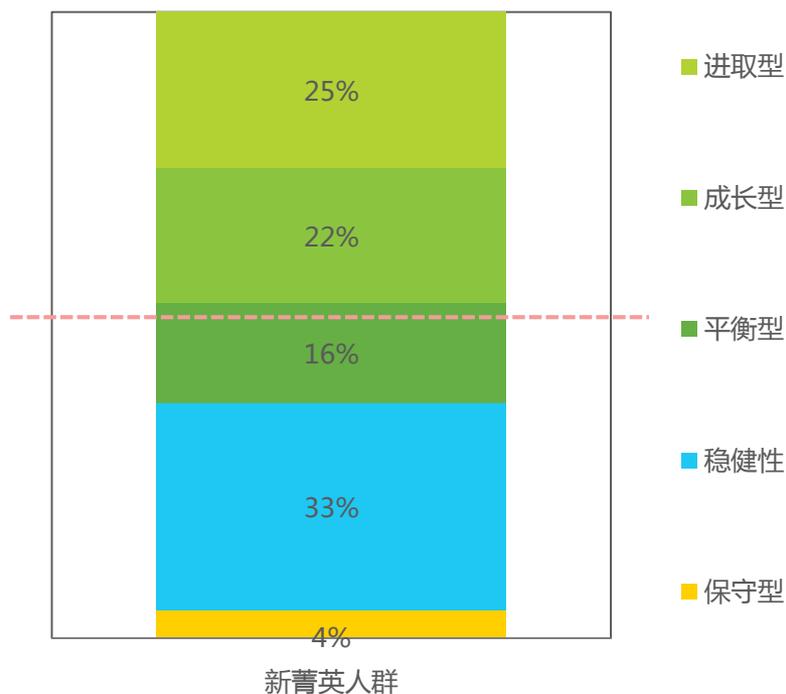
新菁英将固定比例的收入进行投资，偏好稳健的理财类型；与普通大众相比，他们更加偏好高风险高收益的产品，追求财产增值

2017年中国新菁英人群投资/收入比



来源：艾瑞咨询2017年11月数据调研。
图片来源：网络公开图片。

2017年中国新菁英人群投资风险偏好



来源：艾瑞咨询2017年11月数据调研。

新菁英偏爱快捷舒适出行方式

为充分利用有限时间，新菁英人群日常出行多数选择自驾车方式，旅游出差时偏爱航空出行方式，更多地选择头等舱与公务舱

2017年中国新菁英人群日常出行方式



闫总

出去玩一般也会选择公务舱或者头等舱，因为在国航有认识的人，可以找他们留一个头等舱的位置。

出门一般都开车，因为我很享受驾驶，去年把我的车从奔驰E换成了玛莎拉蒂，开车的时候感觉心情非常好。



来源：艾瑞咨询2017年11月数据调研（定量问卷+定性深访）（注：括号内为普通大众样本数据）。
图片来源：汽车之家。

不断拓宽人生宽度，坚持自己的兴趣

为保持良好状态，新菁英坚持高频次且高时长的运动（运动/健身也是他们最大的兴趣爱好），新菁英人群的自律与坚持，使得运动/健身、旅游和投资理财成为他们超越兴趣爱好范畴的生活方式

2017年中国新菁英人群的兴趣爱好



运动/健身
62%



旅游
58%

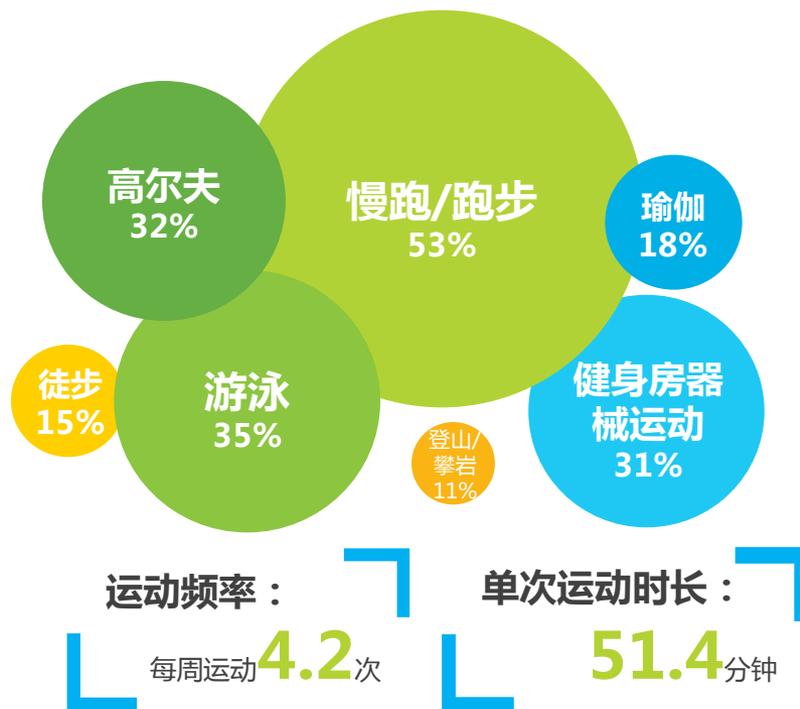


投资理财
55%



体育赛事
30%

2017年中国新菁英人群经常进行的体育运动情况



来源：艾瑞咨询2017年11月数据调研（定量问卷+定性深访）。
图片来源：图1-全景网，图2-拍信，图3-摄图网，图4-视觉中国。

来源：艾瑞咨询2017年11月数据调研（定量问卷+定性深访）。

精神富足，有多种精神文化爱好

精神文化类的爱好多需要大量时间的投入，需要坚持和专注才能获得观赏/品鉴的能力。新菁英有多种精神文化爱好，同时，他们热心公益，常行善举，将美好的精神世界以行动外化

2017年中国新菁英人群的精神文化爱好



品茶
44%



阅读
43%



文化/艺术类活动
28%



名烟酒品鉴/收藏
28%



音乐/乐器
24%



摄影
23%



古玩/书画/瓷器收藏
18%



公益/慈善活动
15%

来源：艾瑞咨询2017年11月数据调研 (定量问卷+定性深访)。

图片来源：图1-全景网，图2-拍信，图3-中国图库，图4-华夏时报，图5-全景网，图6-全景网，图7-全景网，图8-腾讯公益。



新菁英人群的 价值观洞见

追本溯源

- 哪些特质或坚守成就新菁英人群

守正笃实，久久为功-坚持·专注

新菁英人群专注于自己的领域或兴趣，认准目标，坚持不懈

新菁英人群的坚持不仅体现在日常习惯（如早睡早起，健身锻炼）上，也体现在对观念、理念、梦想日积月累坚持。

2017年中国新菁英人群价值观-坚持

48% (vs. 26%)

的新菁英人群非常同意

“我会通过日复一日的努力，把某一件事情做到极致”

王师傅

从十几岁起就做起了学徒，一坐就要一整天，不守着安静的人，怎么听得出钟表的滴答声呢？有时候不觉得，但是这么一回想起来，挺快的一生，工作的这几十年，一晃就过去了。我们就是一生只做一件事，把自己的宝贝守好保护好，就够了。

来源：艾瑞咨询2017年11月数据调研（定量问卷+定性深访）（注：括号内为普通大众样本数据）。

2017年中国新菁英人群价值观-专注

45% (vs. 28%)

的新菁英人群非常同意

“为了取得成绩，我会全情专注在我认准/喜欢的事情上”

张经理

业余我比较喜欢摄影，想要拍到好的照片，一点都不容易，比如去拍星空，不是你想就可以的，遇上天气不好，等上好几天是常事，再比如拍鸟，很多时候站我在水里面一整天一张好的照片都拍不到。但我想摄影的爱好对我最大的影响是在做企业的心态上，让我更加明白专注坚持的道理。无论是摄影还是做企业只有有专注的态度，才能滴水穿石。

来源：艾瑞咨询2017年11月数据调研（定量问卷+定性深访）（注：括号内为普通大众样本数据）。

文化自信，精神富足—传统文化传承

新菁英人群看重精神层面的充实与满足，关注社会发展，积极传承中国传统文化

2017年中国新菁英人群传统文化价值观

51% (vs. 37%)

的新菁英人群非常同意
“我对中国传统文化/非物质文化有较多的了解”

66% (vs. 38%)

的新菁英人群非常同意
“传统文化中的精髓对整个国家和民族文化的发展传承有至关重要的作用”

97%

的新菁英提倡
“中国传统文化值得我们保护和弘扬”

96%

的新菁英认为
“尊重并弘扬中国传统文化有助于增强民族文化自信”

崔总

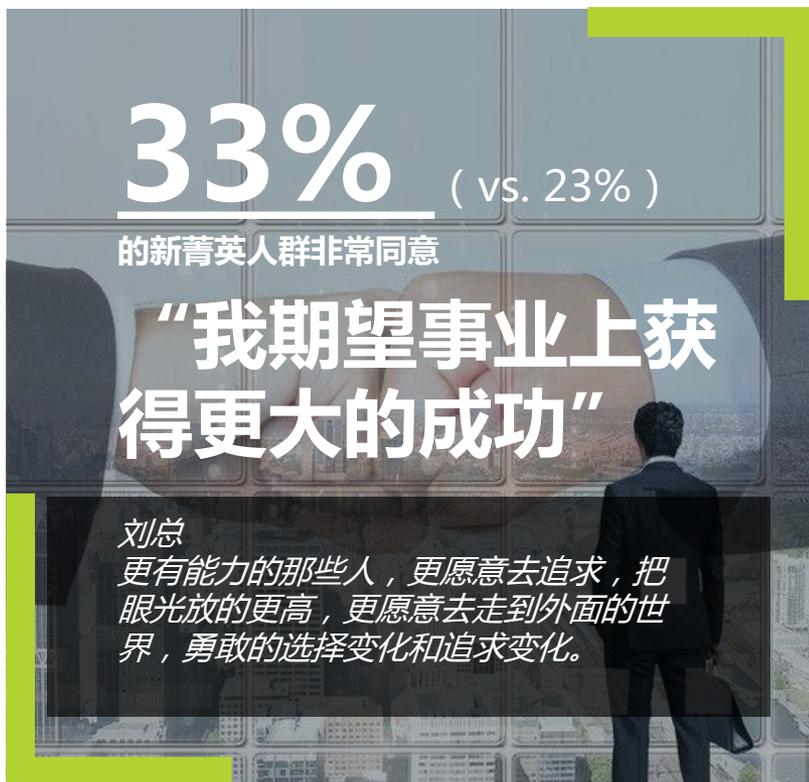
现在我们国家富二代很多，他们对物质的要求太高了，对精神层面的要求很少，我不希望我的女儿是这样的，希望她能多看看书，多了解中国的文化，多看看历史，多了解以下中国的发展。

自我驱动，创新无限-自我价值的实现

新菁英人士有强烈的使命感和奋斗精神，追求更好自己的内在驱动力促使他们不断创新并提高自身修养

无论是在创新、社会地位的追逐、与众不同的生活体验，还是个人修养内涵的提升，他们都表现出了更加强烈的自我驱动

2017年中国新菁英人群价值观-自我价值实现



46% (vs. 27%)

“创新很重要，我要经常创新”

38% (vs. 25%)

“我希望有与众不同的生活体验”

28% (vs. 24%)

“不断提高自身修养内涵”

来源：艾瑞咨询2017年11月数据调研（定量问卷+定性深访）（注：括号内为普通大众样本数据）。
图片来源：网络公开图片。

重视家庭，陪伴为先—家庭是奋斗动力

新菁英人群希望高质量的陪伴家人，除了提供更好的物质条件，同时也希望在精神层面给家人（父母和子女）陪伴

2017年中国新菁英人群价值观-家庭

40% (vs. 31%)

的新菁英人群非常同意

“陪伴家人，享受生活很重要”

李总

无论多忙，我仍然会毫不犹豫的回家过周末。我的新年誓言就是改掉在周六查邮件的习惯。我的孩子还小，我们的活动有很多，像盖城堡、骑单车、踢足球、下棋、散步、逛动物园、读书、参加派对等。

丁总

工作是服务于生活的，更多还是对家庭，最终我也不是以工作为主，目标是让自己的家人有一定的生活品质，能在精神和物质层面更好的陪伴家人。

IT公司负责人

我现在更在意生活的状态吧，我希望花更多时间去做让我觉得安心的事情，比如我会自己去投资做生态农业，其初衷只是想让家里人吃到健康的菜。

王总

如果说人生有什么遗憾，就是在我创业的那几年，没有很好的陪伴我儿子的成长。

IT公司负责人

生意走上正轨不久迎来孩子的出生，加上我是一个很在意家庭的人，所以我很注意陪孩子，不管很小的时候经常陪他玩，还是长大根据她的爱好为她打造一些适合的项目，比如与参加“复二代”的夏令营活动，比如暑假带她出去骑行。但我同时觉得父母的成长也是为孩子树立榜样，所以我会跑步，参加戈壁拉练，会摄影，总之尽量以正面的生活方式生活，也影响下一代的成长。

掌控时间，谋而后动-自律·时间的主人

极度自律与强烈的时间观念，将时间投入到有意义的事情上

新菁英人群一般遵循“二八原则”或“紧急重要原则”来分配自己的时间。
新菁英人群通常会提前进行规划或准备，并且会严格按照计划来执行。

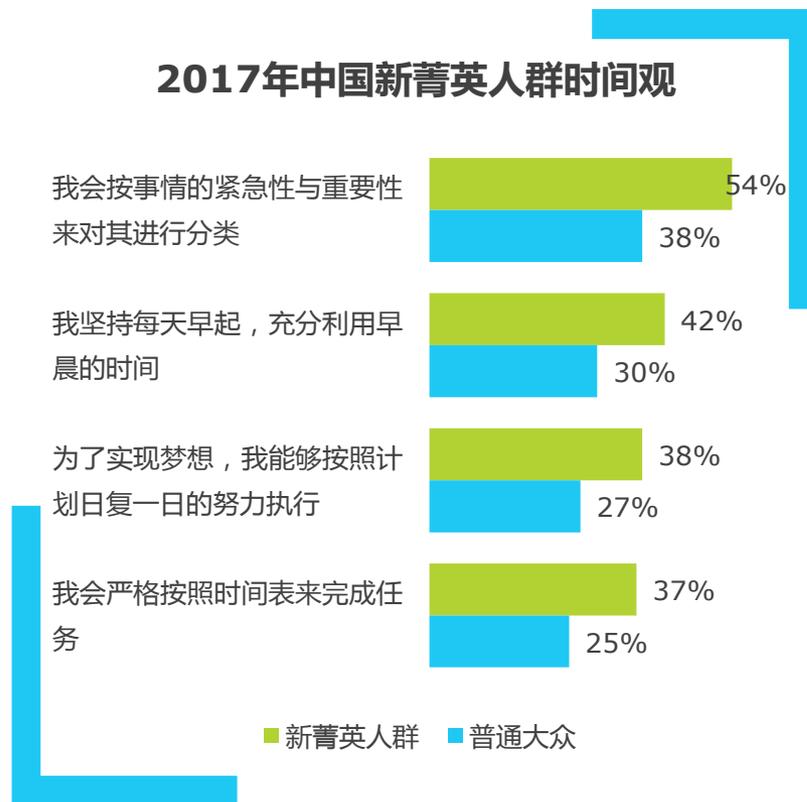
2017年中国新菁英人群时间观



李总

我不会把时间花在那些没有意义的事情上，比如说打电子游戏，或者单纯的刷手机。我的时间要么用来提高自己的身体素质，要么用来跟他人交流或者学习的事情上，或者陪伴家人。

2017年中国新菁英人群时间观



来源：艾瑞咨询2017年11月数据调研（定量问卷+定性深访）（注：括号内为普通大众样本数据）。
图片来源：网络公开图片。

最后：致敬新菁英

他们有着对财富与经济的奋进追求
他们关心历史传统与精神文化
他们更懂得光阴沉淀、一心一意
他们展现着时代风气
传递着社会正能量
他们，是蓬勃昂扬的中国新菁英群体
更是中国社会进步、文化发展的社会学动因

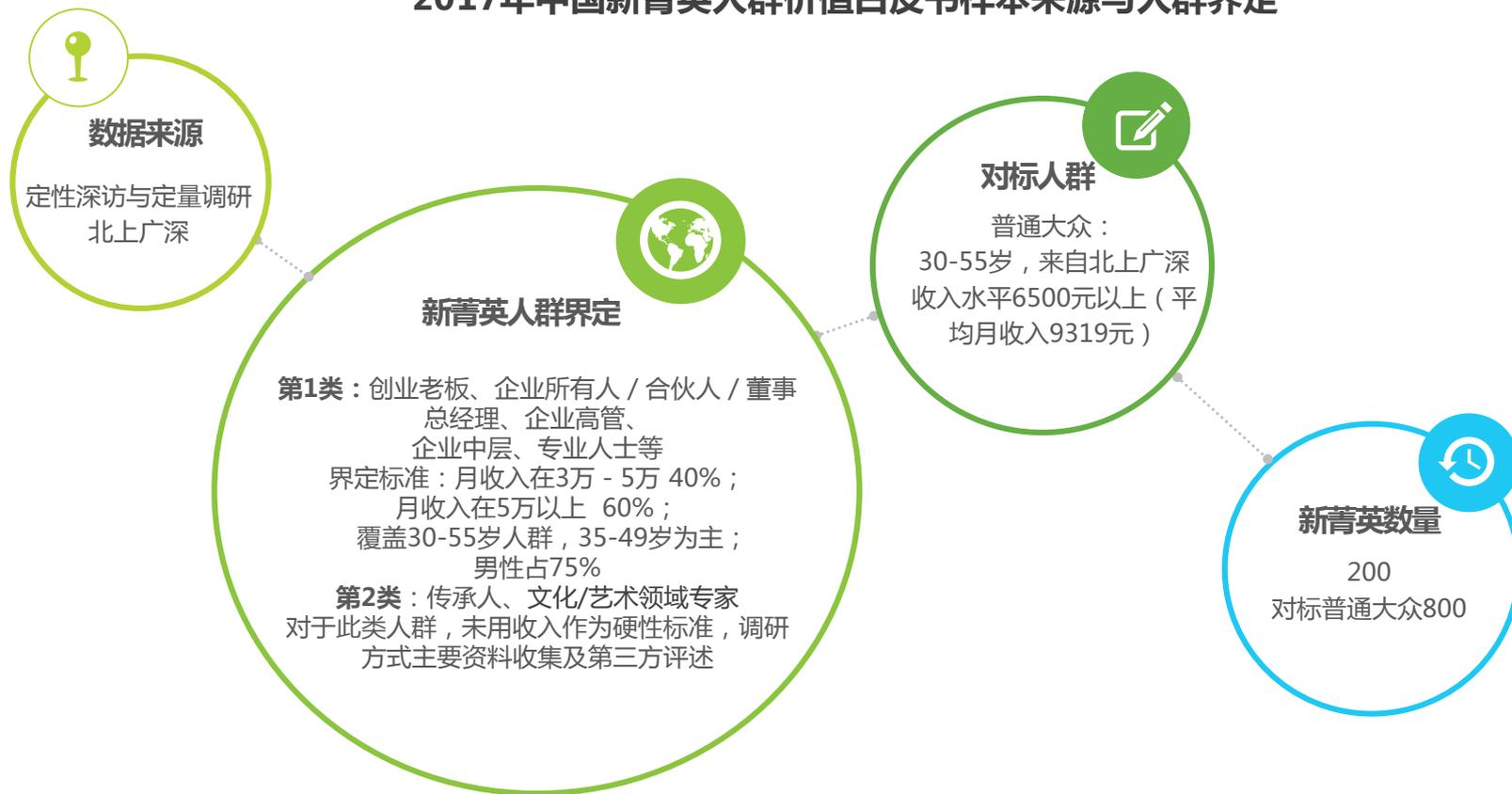
最后，我们更要致敬新菁英人群中最特殊的一些群体
他们可能不追求物质的富足，而是用一生的时光
默默守护着和传承着中国的传统历史文化
正是因为他们的努力和付出
我们的历史和文化才能继续在历史的长河中熠熠生辉
传统历史值得传颂
而这些传承者和守护者，更值得我们尊敬
致敬中国新菁英！

您会是下一个新菁英么？

报告阅读说明

数据来源与新菁英人群界定

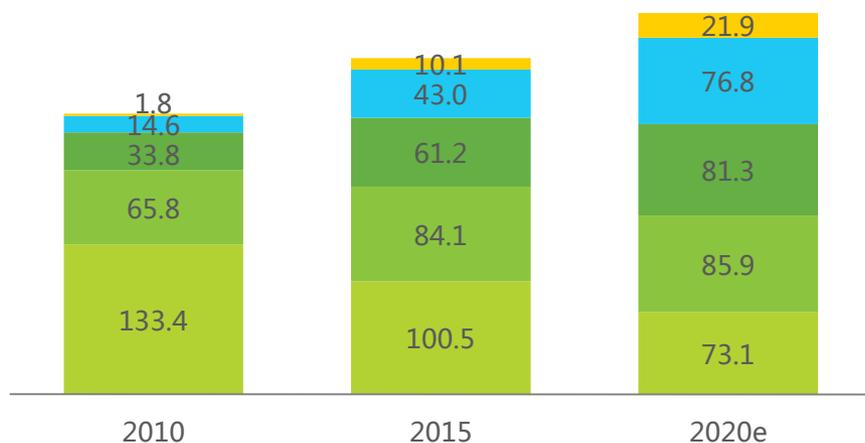
2017年中国新菁英人群价值白皮书样本来源与人群界定



新菁英人群界定标准

根据“购买力评价”系数及富裕阶层定义，将新菁英人群收入标准定为个人月收入3万元及以上

2010、2015和2020年中国中等收入家庭规模



- 准中产与低收入阶层 (百万户)
- 新兴中产阶级 (百万户)
- 中产阶级 (百万户)
- 上层中产阶级 (百万户)
- 富裕阶层 (百万户)

- 准中产与低收入阶层
家庭月均可支配收入5200元以下
- 新兴中产阶级
家庭月均可支配收入5200-8300元
- 中产阶级
家庭月均可支配收入8300-12500元
- 上层中产阶级
家庭月可支配收入12500-24000元
- 富裕阶层
家庭月可支配收入24000元以上

英国《经济学人》杂志提出的“购买力评价”系数衡量收入水平，中国中产标准在2.86万-28.6万美元之间，折合人民币20-200万元。此结论相比福布斯及其他机构划分标准较高，一般将个人年收入20万作为高端人群的最低收入标准



结合不同划分标准，本项目采用更加严苛的标准，以个人月收入3万元及以上（年收入36万元及以上）为新菁英人群最低收入标准

公司介绍/法律声明



公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

关于水井坊



四川水井坊股份有限公司（沪市上市公司，股票简称：水井坊，股票代码：600779）属饮料制造业·饮用酒制造业，主营酒类产品的生产和销售。目前，公司形成了以“水井坊”品牌为支撑的生产经营体系，并取得了良好的经济效益和社会效益。

公司现阶段的产品主要有超高端产品水井坊·元、明、清，高端产品水井坊·菁翠、水井坊·典藏大师版、水井坊·井台、水井坊·臻酿八号、水井坊·鸿运等。

经1998年考古发掘发现，并经国家文物局认定，水井街酒坊（即水井坊博物馆）自600余年前至今从未间断酿造。这座活着的酒坊是公司独有的重要生产资源和品牌资产，是不可复制、极为珍贵的历史文化遗产和有极高使用价值的“活文物”，被列为首个白酒企业中的“全国重点文物保护单位”，同时被国家文物局列为“1999年全国十大考古新发现”，被誉为“中国白酒第一坊”。

水井坊酒传统酿造技艺600余年被口传心授至今，被国务院列为“国家级非物质文化遗产”。

历经600余年，八代酿造大师始终坚持初心不变、匠心不易，对高品质美酒有着执着不懈的追求。

公司坚守600年传承的酒坊、匠艺与匠心，造就“600年每一杯都是活着的传承”，同时弘扬中国传统美酒文化，在社会经济、文化、艺术等领域积极作为；认真履行企业社会责任，热诚赞助社会公益事业，致力于成为成长最快、最值得信赖的中国高档白酒企业。

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS

