

# 2020年中国下沉市场 快消品洞察报告

58同镇 2020年9月

# 目录

CONTENT

01.调查说明

02.快消品消费情况

03.快消品消费者洞察

04.快消品营销建议

# 01

PART ONE

## 调查说明

- 研究目的及内容
- 调研样本说明
- 用户画像

# 调研说明

## 研究目的及内容

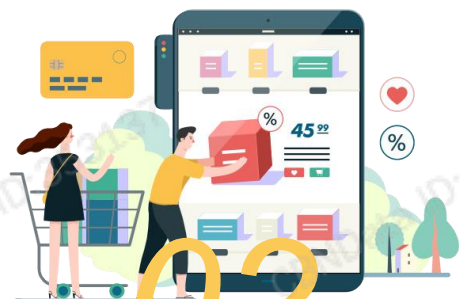
本次调查采取问卷调研形式、通过58同城线上平台面向全国下沉市场用户收集。利用定量调研方法，围绕着快消品市场洞察、快消品消费渠道、快消品营销偏好、进口国产快消品认知等各个维度内容进行调查。

## 调研样本说明

调研概况	描述
调研时间	2020年8月
覆盖地区	全国
调研对象	下沉市场用户
样本条件	有快消品购买需求用户
样本数量	5404份

# 受访用户画像

31~40岁、家庭成员多、注重性价比的中青年消费者



01

02

03

## 性别&年龄

- 男性略多于女性，男性占比54.96%；
- 主要集中在21~50岁之间，占比超过九成，其中31~40岁人群占比最多，达到41.78%；

## 学历&收入

- 受访用户学历集中在高中及以下，占比达到75.72%；
- 月收入集中在5000元以下，占到整体的75.12%；

## 地区&家庭成员数量

- 分布在全国各个省份和地区，占比最高的5个省份为：山东、河北、四川、广东、河南；
- 以多口之家为主，共同居住的家庭成员数量在4个以上的用户占比近七成；

# 02

PART TWO

## 快消品消费情况

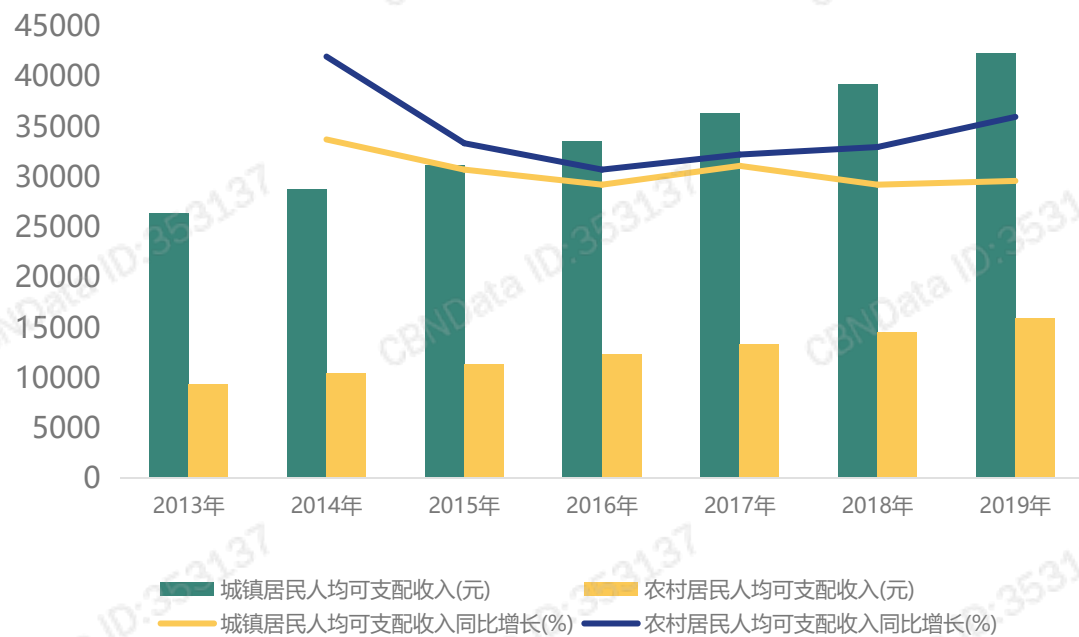
- 下沉市场快消品市场洞察
- 下沉市场快消品渠道洞察
- 下沉市场快消品营销洞察
- 下沉市场进口快消品洞察

# 下沉市场快消品市场洞察-收入情况

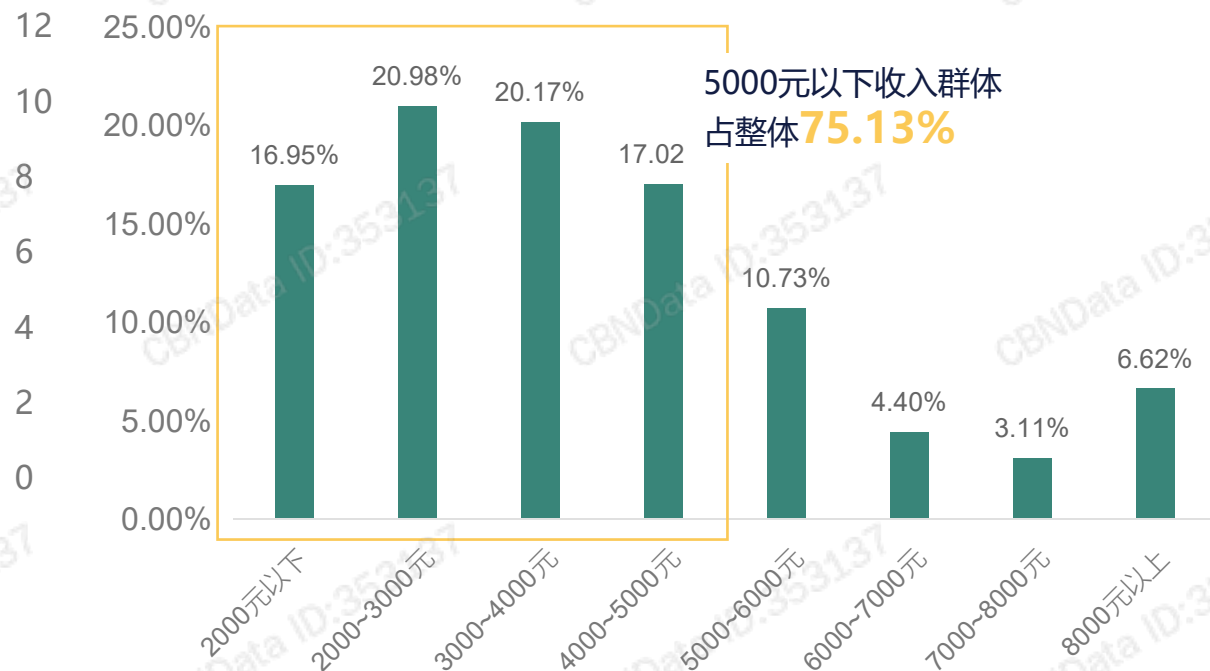
## 农村居民可支配收入增速逐年增长，月收入5000元以下仍是核心群体

- 2017年以后，农村居民可支配收入增速对比城镇居民增长迅速，2019年增速超1.7%，农村居民收入持续向好；
- 受访用户中，月收入在5000元以下群体占整体75.13%；2000~4000元收入群体占据整体41.15%；中低收入依旧是下沉市场主体收入群体。

### 居民可支配收入趋势



### 下沉市场消费者月收入分布

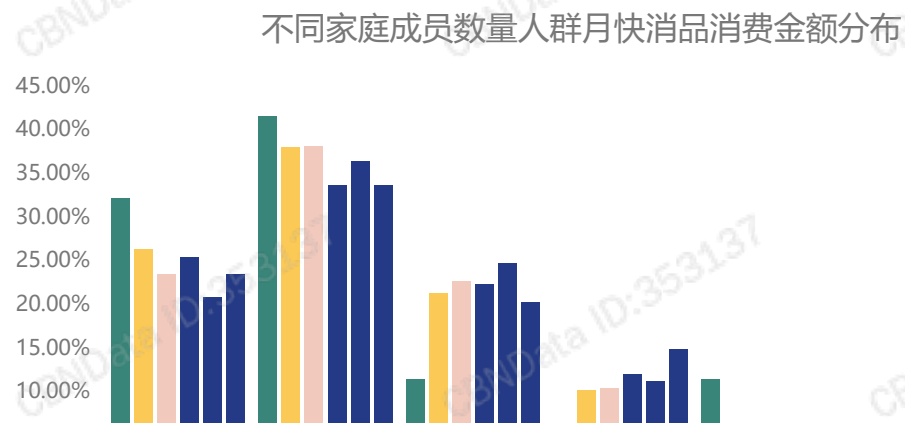
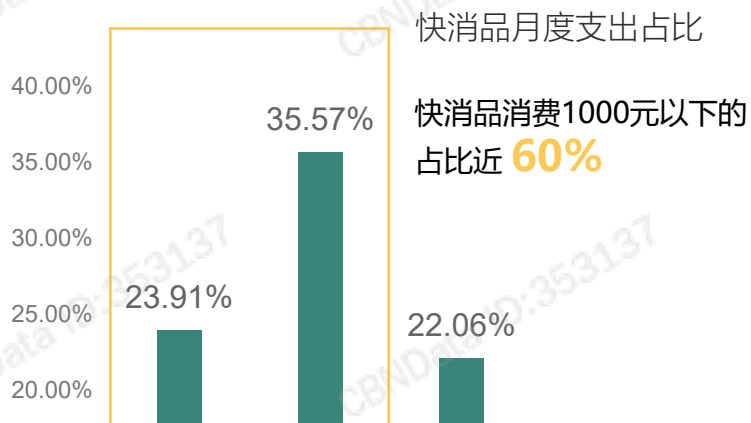


数据来源：国家统计局

# 下沉市场快消品市场洞察-支出情况

月度快消品消费1000元以下占比近60%，随着家庭成员数量增多呈现增长趋势

- 下沉市场中，月度快消品消费1000元以下占比59.48%，500~1000元占比最多达35.57%，受访用户月快消品消费金额均值为1231元；
- 分析不同家庭成员数量人群的月快消品消费金额，可看出两口之家的月快消品支出金额最高，为1588元；除去两口之家，随着同住家庭成员数量从1增加到5个以上，月均快消品消费金额也呈现随之增加的趋势。



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_18506](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_18506)

