

# 2021消费品行业大观察

——新主流 新消费 新态势 新格局

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys  
易观分析



# 分析定义与分析方法



## 分析定义及分析范畴

- 本分析内容主要分析对象是中国消费者及其消费品牌
- 本分析内容主要分析中国新消费群体主导下的新消费变革及产业趋势，包括“数字革命、生态重组”的产业新态势、“三浪叠加、此起彼伏”的品牌新格局、“品类分化、次第花开”的发展新动向



## 分析方法

- 分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价
- 分析内容中运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状



## 千帆说明

- 千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
- 千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP 4万多款APP。
- 千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。

# 目录

## CONTENTS

01



中国消费品行业大观察概述

02



“主力更迭、细分升级”的七大新消费

03



“数字革命、生态重组”的产业新态势

04



“三浪叠加、此起彼伏”的品牌新格局

05



“品类分化、次第花开”的品类新动向

# PART 1



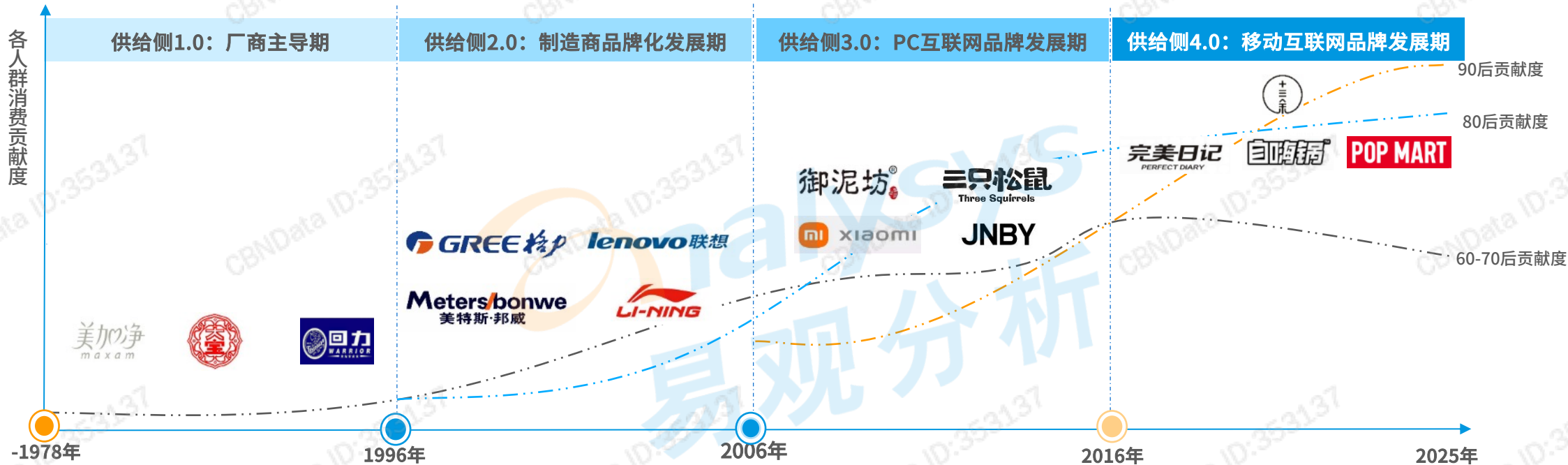
## 中国消费品行业大观察概述

© 易观分析

[www.analysis.cn](http://www.analysis.cn)



# 新消费持续演进，中国消费品行业市场分化和品牌更迭愈加汹涌



## 消费侧1.0：匮乏一代

- 主流人群：以50、60后为核心，70后为辅；受教育程度低、家庭收入普遍低、文化趋同
- 消费需求：同质化消费主导
- 品类状况：物质匮乏，以必需品为主
- 主力品牌：工厂主导的厂商品牌

## 消费侧2.0：补偿一代

- 主流更迭：以60、70后为主，80后为辅；受教育程度约40%、收入大幅攀升步入小康
- 消费变化：仍是同质化消费、但开始细分
- 品类变迁：次必需品开始普及，补偿性消费爆发
- 品牌更迭：制造商完成品牌化的得以幸存

## 消费侧3.0：接轨一代

- 主流更迭：以80后为核心、90后崭露头角；高等教育人数攀升、中产开始崛起
- 消费变化：与国际接轨的生活方式，细分加速
- 品类变迁：可选消费品全面普及，呈两极分化
- 品牌更迭：线上品牌崛起，第一次品牌大转型

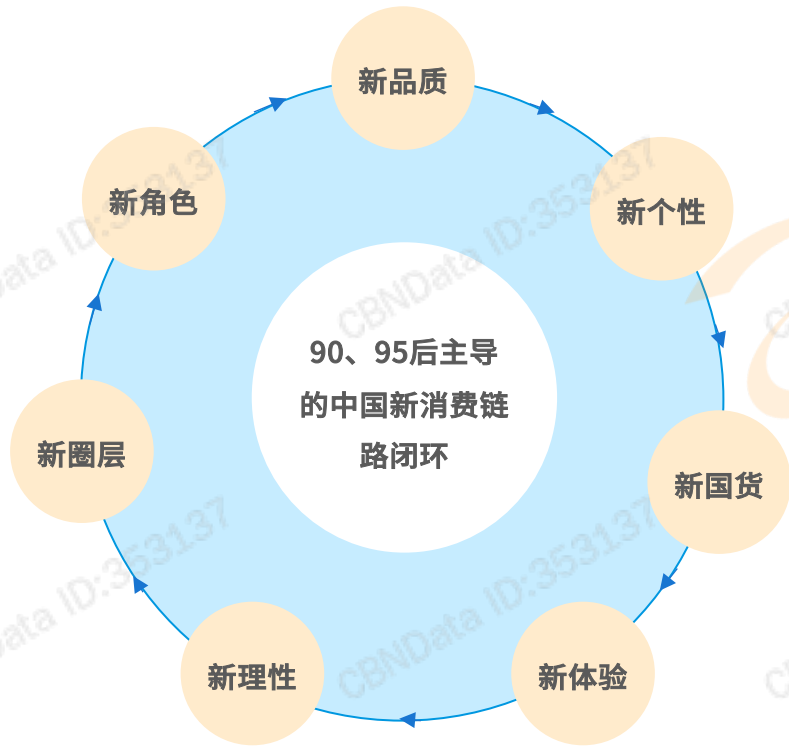
## 消费侧4.0：自主一代

- 新主流人群：以90后为核心，95后渐成主流，00后开始崛起；普遍接受高等教育、家庭较富足
- 新消费趋势：细分圈层化、强调自主个性化消费等
- 市场分化新态势：可选加速，品类全方位升级与加速
- 三浪叠加的品牌更迭浪潮：中国品牌二次转型升级

疫情按下了90后”抢班夺权“的快进键，也加快了市场分化与品牌更迭的进度  
同时，中国“00后一代”也可能提前引领全球消费

# 中国消费品行业的全新图景

## “主力更迭、细分升级”的新消费



## “数字革命、生态重组”的新态势

- 全新图谱：**新消费开启消费品产业全新图谱
- 力量变迁：**消费品产业主导力量正发生迁移，品牌需拥抱新生态
- 数字革命：**数字化正在重构消费品产业底层逻辑
- 模式升级：**消费品产业将迎来数智品牌化的全新模式
- 格局演变：**模式切换，消费品产业正迎来新一轮的品牌更迭浪潮

## “三浪叠加、品类分化”的新格局



### 底层冲击

美好数字生活新图景  
弘扬中国文化的政策导向  
经济内循环的政策导向  
农村经济振兴相关政策

政策导向奠定数字化转型、消费升级的主方向

疫情冲击下，中国经济开始分化，加速了高质量增长企业的增长速度

疫情加速了新消费、新态势、新格局演进速度

更加自信、富足、个性的90后、00后人群逐渐成为新消费主力，追求多元化消费、个性化消费

消费结构转变是新消费涌现的底层土壤

5G、人工智能、大数据等孕育出的内容平台及其生态化发展，加速品牌传播

移动技术快速迭代加速新消费普及与深化

# PART 2



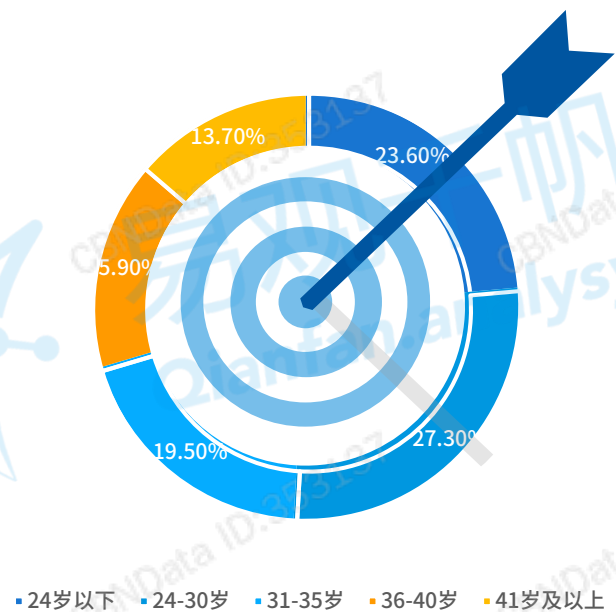
## “主力更迭、细分升级”的七大新消费

© 易观分析

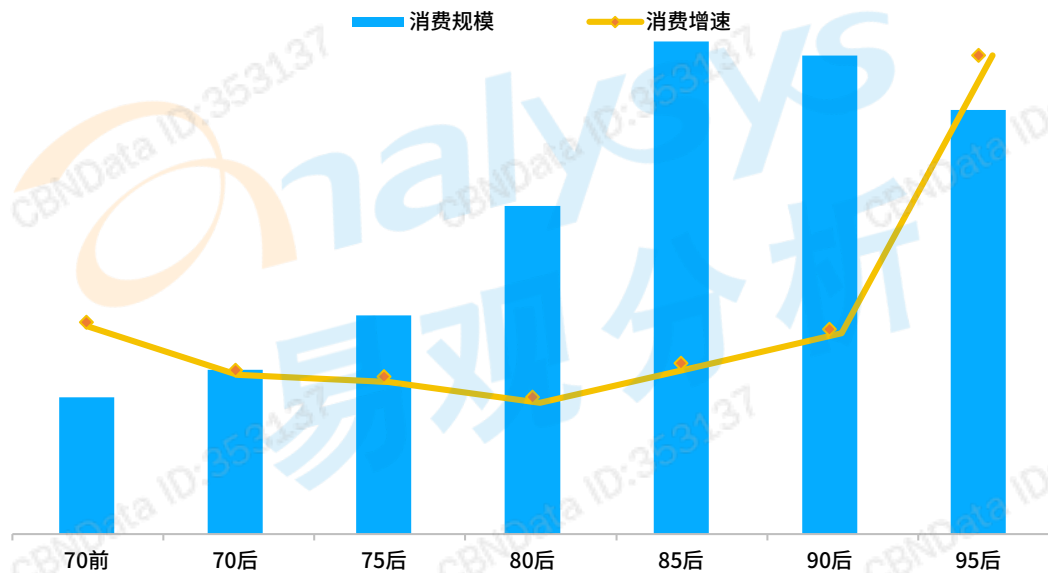
[www.analysis.cn](http://www.analysis.cn)

# 从80后到90后、95后，中国消费市场迎来新主流消费人群

2021年5月综合电商APP各年龄段人群占比



京东各年龄段消费规模及增速



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\\_25633](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_25633)

