

# 艾瑞观潮：国潮之潮人篇

©2022.2 iResearch Inc.



## 国潮以国为本，潮为核

- 中国风、代表性国潮单品、满足年轻人审美是国潮品牌的三大特征。随着年龄增长，对中国风设计元素的关注度上升；潮流IP的关注度呈下降趋势。
- 与潮关联的鞋服配饰及数码产品更多受到关注。男性更关注潮玩、家具/家居、游戏等品类，女性则对美妆、服装、文具产品的关注度较高。
- 传统工艺、经典人物形象及综艺/博物馆IP受到消费者喜爱。刺绣、百褶、杭罗等代表性工艺在国潮服饰中运用较多；借力热门影视剧，哪吒、孙悟空、葫芦兄弟等成为热门国潮形象。限量包装是主要跨界方式。



## 国潮关注群体：追求精明和品质生活的Z世代

- Z世代看重购物体验，关注新产品。同时希望以高性价比方式获得高品质生活。对于线上及线下的社交行为均较关注。
- Z世代的国潮产品购买率高，关注服务及网红/明星的推荐。
- 独特的产品、环境友好及合心意的代言人有利于提升品牌好感。



## 国潮关注群体：追求务实和稳定的下沉市场

- 下沉市场消费者追求稳定、务实的生活，关注性价比。
- 品牌归属、品牌形象进入国潮产品购买考虑因素前五。在购买决策时，四五线城市消费者倾向于购买常用产品，尝新驱动不足。



## 国潮关注群体：容易被安利的“买买买”人群

- 一线城市的年轻女性消费热情高，尤其是25-29岁人群。在服饰、美妆、食品、家电等品类形成稳定的消费习惯。
- “买买买”人群非常容易“被安利”。身边人、网络上的推荐、品牌事件、购物心情均会影响购买决策。
- 买买买人群对网红/明星带货及“洋”IP的关注度较高。
- 快捷的语音搜索、新品及各类推荐，是“买买买”人群关注的电商功能。

# 研究范围及数据说明

## 研究范围

### 1. 研究对象：

- 听说过国潮的消费者。
- 按照性别、年龄段及城市级别进行样本配额。

### 2. 数据来源：

- 艾瑞艾客帮国潮研究：在线调研
- 艾瑞艾客帮消费者行为及态度连续监测数据库

## 调研样本说明

调研概况	在线定量调研
调查对象	<ul style="list-style-type: none"><li>- 听说过“国潮”的消费者</li><li>- 符合市场研究的基本条件</li><li>- 按照性别、年龄段及城市级别进行样本配额</li></ul>
问卷投放区域	全国一到五线城市
问卷投放时间	2022.1
样本数量	N=2797



## 艾客帮消费者行为及态度连续监测数据库

- 15万+用户；持续增加
- 20000+KOC用户、极客用户
- 基于企业微信；用户信息真实性高
- 细分群体消费态度监测
- 分品类用户UA研究
- 周度滚动监测
- 定向发放问卷，定向发放访谈邀约

国潮态度研究

1

追求精明和品质生活的Z世代

2

追求务实和稳定的下沉市场人群

3

容易被安利的“买买买”人群

4

# 国潮以国为本，潮为核

## 年长人群更爱国 年轻人群更爱潮

- 年轻群体选择国潮产品时更多考虑明星带货、购买渠道及营销活动；
- 年长群体则关注产品的“中国风”元素及性价比

用户评价、品牌宣传是“种草”国潮品牌的主要渠道

鞋服配饰及数码产品是重点关注品类

## 国潮关键词

- 中国风
- 年轻人
- 原创

## 潮在哪里？

## 潮在传统工艺

- 将传统工艺技法融入设计，通过喜庆词汇、配色体现国潮特色。

## 潮在跨界联名

- 借力热门影视剧，通过跨界合作方式诠释国潮。

## 潮在限量包装

- 通过联名版限量包装，表达国潮态度。

# 什么样的品牌是国潮品牌？

## 国潮品牌以国为基础，潮为核心

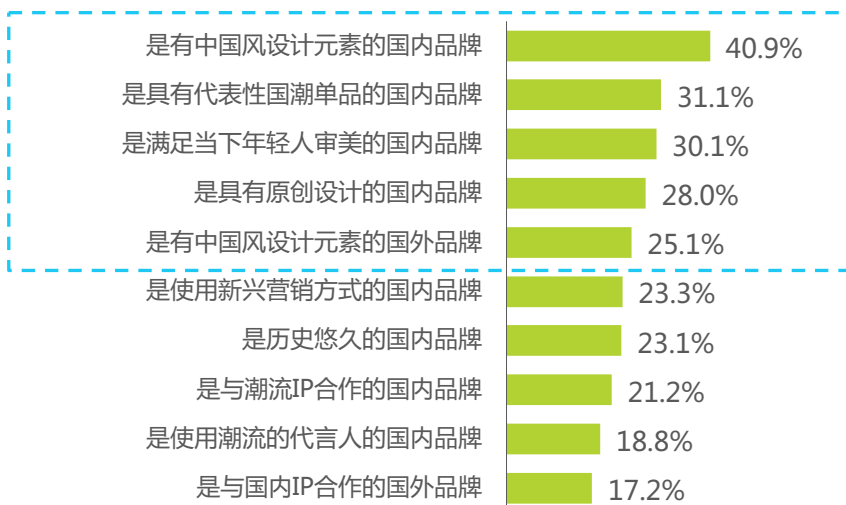
中国风、代表性国潮单品、满足年轻人审美是国潮品牌的三大特征。  
随着年龄增长，对中国风设计元素的关注度上升明显；潮流IP则呈下降趋势。

具体国潮品牌分析请见下期：  
**潮牌篇**



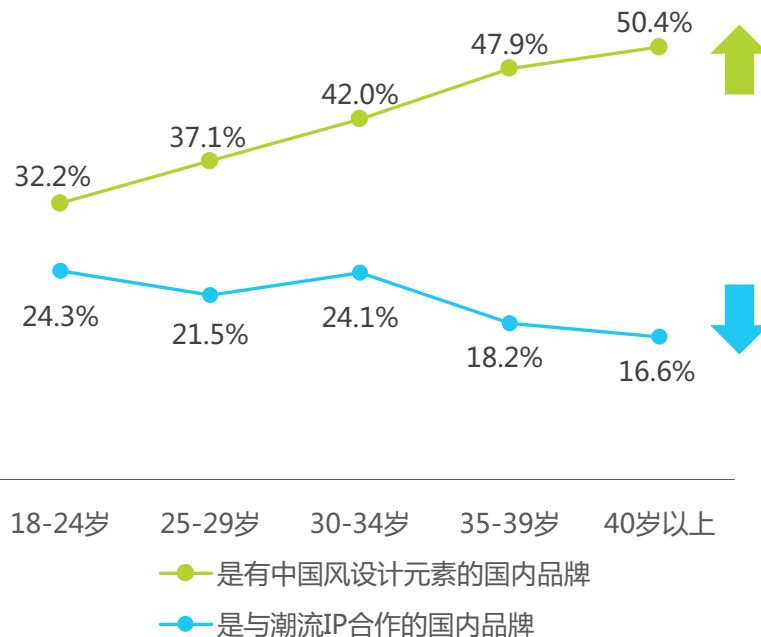
### 国潮品牌特征-总体

**关键词：中国风、年轻人、原创**



■ 国潮品牌特征 (%)

### 国潮品牌特征-分年龄段



“

“国潮”不仅是国货之潮，也是国力之潮，更是国运之潮。  
民族文化，一个是国货品牌，再一个最重要的是青年力量。”

“国潮”里边有很重要的三个元素支撑着它，一个是  
----清华大学文化创意研究院教授胡钰

”

注释：【多选】G02 提到国潮品牌，您会想到什么？请选择您觉得最符合国潮品牌的特征。  
样本：N=2797，于2022年1月由艾瑞自有调研平台“艾客帮”采集获得。

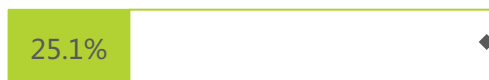
# 国外品牌也国潮？

## 年轻人群及高线城市对国外品牌做国潮的接受度高于其它群体

有中国风设计元素的国外品牌在国潮品牌特征中排名第五。存在一定机会。35岁以下人群的接受度高于35岁以上人群。

### 国潮品牌特征-总体

国外品牌+中国风设计  
(国潮品牌特征排名第5)

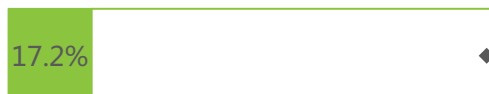


#### 国潮品牌特征-有中国风设计元素的国外品牌-分年龄段

18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-39岁	40岁以上
25.4%	26.6%	27.3%	22.4%	24.9%

国外品牌+国内IP

(国潮品牌特征排名第10)



#### 国潮品牌特征-与国内IP合作的国外品牌-分年龄段

18-24岁	25-29岁	30-34岁	35-39岁	40岁以上
20.6%	22.4%	15.5%	14.9%	10.8%

#### 国潮品牌特征-与国内IP合作的国外品牌-分城市级别

一线城市	新一线城市	二三线城市	四五线城市
19.7%	16.6%	15.4%	15.1%

注释：【多选】G02 提到国潮品牌，您会想到什么？请选择您觉得最符合国潮品牌的特征。

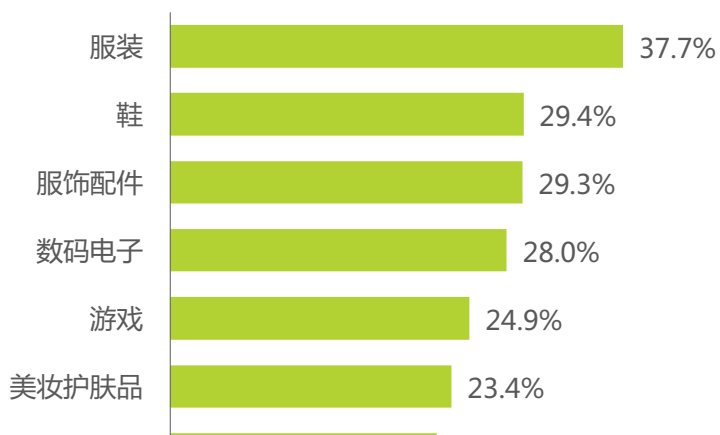
样本：N=2797，于2022年1月由艾瑞自有调研平台“艾客帮”采集获得。

# 关注哪些国潮产品？

## 与潮关联的鞋服配饰及数码产品更易受到关注

男性更关注潮玩、家具/家居、游戏等品类，女性则对美妆、服装、文具产品的关注度较高。  
30岁以下人群对游戏、电影/音乐的关注度高于总体。

### 关注的国潮产品 (TOP10) - 总体



### 关注的国潮产品-分性别



女性关注度  
高于总体

美妆护肤、服装、文具/  
文创、食品饮料、鞋



男性关注度  
高于总体

玩具、家具/家居、游戏、  
电影/音乐、家用电器

### 关注的国潮产品-分年龄



30岁以下人群关  
注度高于总体

游戏、电影/音乐

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\\_37271](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37271)

