

理性消费的国潮时代

艾瑞观潮：国潮之潮牌篇

©2022.3 iResearch Inc.



爱国潮，更理性

- 除服饰外，“中国风”元素在美妆、数码家电、食品三个品类购买考虑因素的重要性在TOP3之外。**产品质量、性价比、安全性**等排名靠前。
- 支持国货**是驱动购买的主要原因，在四个品类的购买考虑因素中均进入TOP5。
- 随着年龄的增长，对**产品质量**的关注度明显上升，在四个品类中表现一致。
- 在产品相对同质化的美妆品类中，**性价比**排到第一位。耐消品如数码家电，消费者最关注**产品质量**。食品则最关注**口味**。



传统品牌在消费者心目中占有相当份量，通过跨界营销出圈，成为国潮品牌的代表

- 在服饰、美妆、数码家电及食品四个品类中，传统品牌成为消费者心目中的国潮代表。
- 善于使用“中国风”元素的新锐品牌亦占有一席之地。
- 品牌通过**独特的产品理念**强化自身标签，形成区隔，将是强化消费者心智的机会。



年轻消费者更关注新兴渠道

- 年轻群体对于**潮流时尚APP、微信代购、短视频带货**等购买渠道的关注度较高。年长群体则集中在综合电商平台及线下渠道。



国潮产品溢价的主流区间在10%-30%

- 消费者认可国潮产品的设计内涵并**愿意支付溢价**。主流区间在10%-30%。
- 国潮食品的溢价接受度低于服饰、美妆及数码家电。
- 年轻人群**及**高线城市**对于溢价的接受度更高。**男性群体**对于溢价的接受度更高。是品牌需要重点关注的人群。
- “**情怀牌**”对年长人群更为有效。对于国潮服饰的复购，年轻人群“看设计，不考虑国潮”的占比高于其它人群。

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">- 听说过“国潮”的消费者- 符合市场研究的基本条件- 按照性别、年龄段及城市级别进行样本配额
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

来源：艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

理性消费的国潮时代

消费日报2021年度消费热词：国潮、理性



“
虽然我喜欢中国元素，但产品质量也很重要
虽然我愿意支付溢价，但我也考虑性价比
对于产品差异不大的品类，性价比是第一位的
对于耐消品，产品质量是第一位
是否持续购买，得看产品设计
”

有关国潮人群分析请见报告：
国潮之潮人篇



来源：图片来自网络。艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

国潮服饰消费行为

1

国潮美妆消费行为

2

国潮家电消费行为

3

国潮食品消费行为

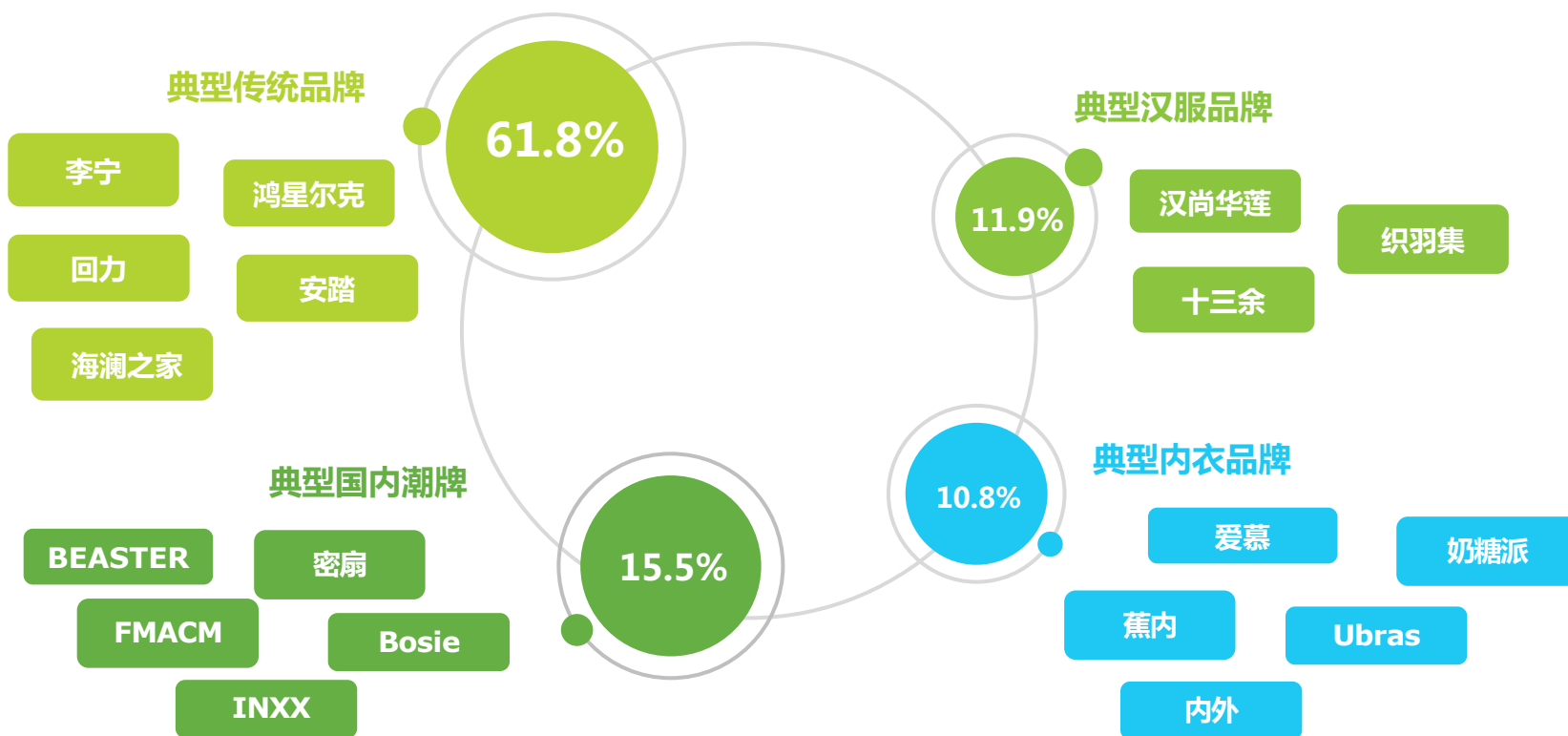
4

心目中的国潮服饰品牌

传统运动品牌成为国潮服饰品牌的代表

传统运动品牌以绝对优势成为国潮服饰的代表。其次是国内潮牌。

心目中的典型国潮服饰品牌



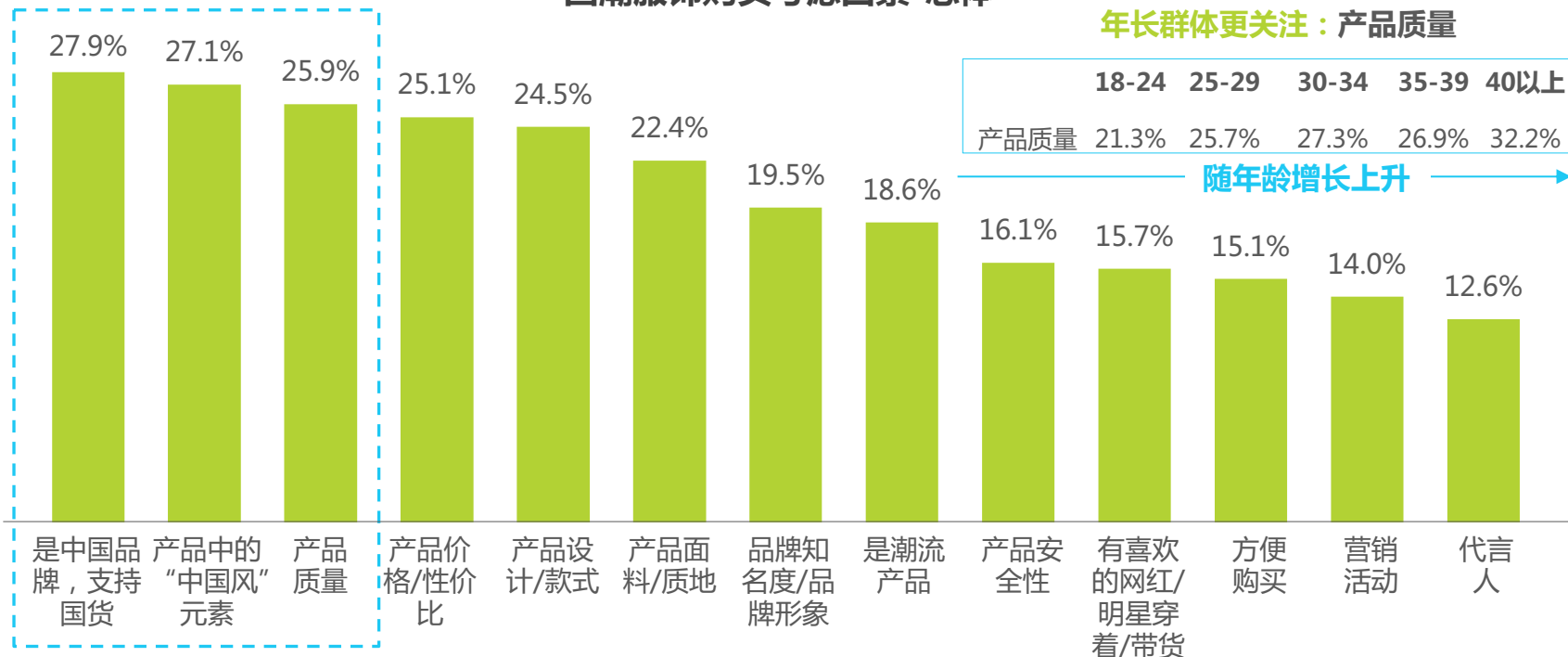
注释：【多选】G08 您觉得以下服饰品牌中，哪些是国潮品牌？
样本：N=2797，于2022年1月由艾瑞自有调研平台“艾客帮”采集获得。

国潮服饰购买考虑因素

国货情怀、中国风元素及产品质量是关注TOP3因素

随着年龄增长，对产品质量的关注度提升。

国潮服饰购买考虑因素-总体



■ 国潮服饰购买考虑因素 (%)

注释：【多选】F04 在购买国潮服饰时，您会考虑哪些因素（此处的服饰包括服装、鞋、配饰、内衣等）？
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。

国潮服饰购买考虑因素-传统品牌

鸿星尔克和回力的国货情怀、安踏的产品设计及性价比，是驱动品牌购买的重要考虑因素

回力的性价比在购买考虑因素中占比亦较高。

国潮服饰典型品牌购买考虑因素 - 传统品牌

	李宁	鸿星尔克	回力	安踏	海澜之家
是中国品牌，支持国货	36.2%	39.1%	36.4%	31.1%	35.3%
产品中的“中国风”元素/IP/IP联名	34.6%	34.2%	31.8%	32.3%	29.7%
产品质量	32.1%	28.5%	30.0%	32.3%	32.7%
产品设计/款式	28.7%	27.0%	29.3%	31.8%	29.9%
产品价格/性价比	28.4%	28.7%	32.2%	32.3%	31.7%
产品面料/质地	23.7%	23.4%	25.1%	23.1%	24.9%
品牌知名度/品牌形象	21.3%	20.1%	24.0%	19.9%	21.3%
是潮流产品	18.3%	18.8%	14.2%	16.3%	15.2%

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_38908

