

中国消费者：重新定义价值 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 消费支出
- 疫情冲击所有消费群体，但影响程度不同
- 控制风险成为主要需求
- 情绪健康意识不断提升
- 道德品牌将脱颖而出，吸引年轻消费者
- 日益高涨的爱国热情促使消费者转而支持本土品牌

中国消费者的财务信心已逐渐恢复，这是一个振奋人心的消息。长期信心几乎恢复到疫情前的强劲水平，短期信心也在迎头赶上。

2020年，中国经济逐步恢复增长，制造业和出口增长最快，整体消费支出紧随其后。就消费市场而言，消费者对保护身心健康和未来财务保障的需求提升，带动了家用食品饮料、医疗保健和个人金融等品类的开支增加，但同时也导致休闲、旅游和外出就餐等非必要支出品类的支出优先级降低。

尽管整体经济前景乐观，消费者提高生活水平的愿望势不可挡，但从全球角度看，后疫情时代的政策和经济形势仍存在不确定性，2021年人们的整体消费情绪仍将比疫情前更加谨慎。

后疫情时代，在购买决策过程中构成价值等式的重要因素也发生了改变，道德因素比经济因素更受关注。除了优质和便利等基本属性以外，消费者还寻求透明化、可持续性和来自品牌的尊重。



“整体消费意愿乐观，经济稳健增长，同时消费者渴望更健康的生活方式和未来长期的安全保障，这些因素将共同推动整体消费支出在未来几年稳步增长。消费者做购买决策时越来越受情感因素驱动，他们会更青睐与自己道德价值观相符的品牌（如尊重消费者文化身份和个性，履行企业社会责任等）。”

— 顾菁，品类总监

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 报告关键议题
- 人口统计分类

综述

- 今日中国
- 经济
数据1: 中国GDP季度增长率，2000年第一季度-2021年第一季度
- 人口
数据2: 中国人口结构（按年龄区分），1982-2020年
- 消费支出
数据3: 消费支出总额，中国，2020-2025年
数据4: 各品类在消费支出总额中的占比，中国，2019-2025年
- 消费者
• 疫情冲击所有消费群体，但影响程度不同
数据5: 财务信心：表示“非常/比较/有一点”信心的消费者比例，2019-2021年
- 控制风险成为主要需求
数据6: 目前生活中最担心的事，2020-2021年
- 情绪健康意识不断提升
数据7: 减压的方法，2020-2021年
- 道德品牌将脱颖而出，吸引年轻消费者
数据8: 部分有好感的公司/品牌行动（按年龄区分），2021年
- 日益高涨的爱国热情促使消费者转而支持本土品牌
数据9: 对本土品牌的态度（按收入和城市线级区分），2020年
数据10: 购买本土/进口食品，2020年
- 我们的观点

今日中国 - 经济

- 2020年制造业和出口业引领增长
数据11: 中国GDP季度增长率，2000年第一季度-2021年第一季度
数据12: 三大要素对GDP增长率*的贡献率，中国，2017-2020年
- 关键经济指标显示，国内消费将在2021年恢复增长
数据13: 主要经济指标，中国，2019年12月-2021年4月

人口

- 近10年人口仍在增长
数据14: 中国总人口及增长率，1982-2020年
数据15: 新生儿数量及出生率，中国，2015-2020年
- 银发族和健康老龄化的重要性不断提升

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据16: 中国人口结构（按年龄区分），1982-2020年

- 可支配收入恢复增长，提振财务信心

数据17: 人均可支配收入增长率（不扣除价格因素），中国，2015-2020年

数据18: 对未来改善经济状况的信心（非常/比较有信心），2020-2021年

- 疫情冲击所有消费群体，但影响程度不同

数据19: 对未来3个月的经济信心：表示“非常/比较/有一点”信心的被访者比例，2019-2021年

消费支出概览

- **2020年消费支出总额下降5.7%**

数据20: 消费支出总额，中国，2015-2020年（预估）

- **2020年消费意愿有所改变**

数据21: 消费支出（按品类区分），2020年（预估）

数据22: 各细分消费支出排名，2019-2020年（预估）

- 恢复速度因品类而异

数据23: 部分*品类的消费支出变化：花费变多的比例（按月度区分），2020-2021年

- 全渠道零售专注于便利性和互动性

数据24: 部分*日用品线上购买渠道的使用率（按月度区分），2020-2021年

- **5年展望**

数据25: 消费支出总额，中国，2020-2025年

数据26: 各品类在消费支出总额中的占比，中国，2019-2025年

消费品类回顾 - 家用食品

- 我们的观点

- 疫情爆发后，家用食品成为最大赢家

数据27: 家用食品消费支出，2015-2020年（预估）

- 细分市场赢家

- 预加工食品

- 乳制品

- 膳食补充零食和冰淇淋

- 流行趋势

- 便利性提升的餐食解决方案

- 全方位提升感官体验，以满足消费者的纵享需求

- 无损口味，有益健康

- **5年展望**

数据28: 家用食品消费支出预测，2015-2025年

- 值得关注的消费趋势

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

餐饮服务（外出就餐和外卖外带）

- 我们的观点
- 餐饮服务受到疫情干扰，但显示出复苏迹象
数据29: 餐饮服务消费支出，2015-2020年（预估）
- 细分市场赢家
- 茶饮店
- 西式快餐
数据30: 外出就餐消费支出结构，2020-2021年
- 流行趋势
- 地方美食兴起，促使国外餐饮连锁企业升级菜单
- **Manner Coffee**提供全天候轻食
- 5年展望
数据31: 餐饮服务消费支出预测，2015-2025年
- 值得关注的^{关键}消费趋势

非酒精饮料

- 我们的观点
- 新冠疫情对外出消费造成负面影响
数据32: 非酒精饮料消费支出，2015-2020年（预估）
- 细分市场赢家
- 风味气泡瓶装水
数据33: 无酒精气泡饮料新品中的热门宣称占比，中国，2016-2020年
数据34: 消费变化，2020年
- 植物蛋白饮料
- 流行趋势
- 元气森林无糖气泡水探索能量饮料
- 可口可乐推出生姜味苏打热饮
- 5年展望
数据35: 非酒精饮料消费支出预测，2015-2025年
- 值得关注的^{关键}消费趋势

酒类（居家和餐饮娱乐渠道消费）

- 我们的观点
- 新冠疫情带动居家酒类消费
数据36: 居家饮用酒类的消费支出，2015-2020年（预估）
数据37: 餐饮娱乐渠道饮用酒类的消费支出，2015-2020年（预估）
- 细分市场赢家
- 西方烈酒
- 即饮酒精饮料
- 啤酒

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 流行趋势
- 用茶重新定义低酒精浓度威士忌
- 保乐力加在上海开设全球首家旗舰店
- 自热即饮红酒
- 国窖1573通过艺术展进军鸡尾酒业务
- 5年展望

数据38: 居家饮用酒类的消费支出预测, 2015-2025年

数据39: 餐饮娱乐渠道饮用酒类的消费支出预测, 2015-2025年

- 值得关注的消费趋势

美容及个人护理

- 我们的观点
- 美容及个人护理市场在疫情期间实现稳健增长
数据40: 美容及个人护理用品消费支出, 2015-2020年 (预估)
- 细分市场赢家
- 女士面部护肤品
- 口腔护理用品
- 国产美妆品牌
- 流行趋势
- 欧莱雅推动美容品类的科技创新
- 珀莱雅涉足性别平等和女性赋权问题
- 花西子将国风化妆品的竞争推向新层面
- 5年展望
数据41: 美容及个人护理用品消费支出预测, 2015-2025年
- 值得关注的消费趋势

医药产品

- 我们的观点
- 新冠疫情对医药产品消费带来了积极影响
数据42: 医药产品的消费支出, 2015-2020年 (预估)
- 细分市场赢家
- 益生菌保健品
- 创新治疗药物
- 流行趋势
- 无限极通过直播展现透明度
- 小米变身个性化健康解决方案管家
- 以岭通过使用其明星非处方药中的成分拓展产品线
- 5年展望
数据43: 医药产品消费支出预测, 2015-2025年
- 值得关注的消费趋势

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

服装及配饰

- 我们的观点
- 新冠疫情使服装和配饰严重受创
数据44: 服装及配饰消费支出，2015-2020年（预估）
- 细分市场赢家
- 奢侈品消费回流至国内
- 运动休闲时尚
- 流行趋势
- 将数字体验融入时尚
- 盛行的极简主义与IP衍生品相结合
- 5年展望
数据45: 服装及配饰消费支出预测，2015-2025年
- 值得关注的消费趋势

科技和通讯

- 我们的观点
- 疫情影响科技设备的使用
数据46: 科技和通讯产品的消费支出，2015-2020年（预估）
- 细分市场赢家
- 游戏市场蓬勃发展
- 流行趋势
- 智能产品促进健康
- 可折叠智能手机之年
- 5年展望
数据47: 科技和通讯产品的消费支出预测，2015-2025年
- 值得关注的消费趋势

家庭护理用品

- 我们的观点
- 2020年增速更强劲，源于卫生担忧和居家时间增多
数据48: 家庭护理用品消费支出，2015-2020年（预估）
- 细分市场赢家
- 家居清洁剂
- 家用纸制品
- 流行趋势
- 抗菌成为家庭护理用品品类的关键宣称
- 对天然产品的需求继续带动产品创新
- 5年展望
数据49: 家庭护理用品消费支出预测，2015-2025年
- 值得关注的消费趋势

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

家居

- 我们的观点
 - 家居消费受到疫情影响，但机遇仍然存在
- 数据50: 家居消费支出，2015-2020年（预估）
- 细分市场赢家
- 智能家居保持积极发展，并推动复苏
- 小家电有望迅速反弹
- 流行趋势
- 打造生态系统以激活整体居家体验
- 将“轻松”推向新高度，以赢得消费者
- 5年展望
- 数据51: 家居消费支出预测，2015-2025年
- 值得关注的消费趋势

交通出行

- 我们的观点
- 数据52: 交通出行消费支出，2015-2020年（预估）
- 细分市场赢家
- 按需售后服务和汽车改装市场
- 豪华车和新能源车的创新售后服务
- 汽车共享服务和拼车业务
- 流行趋势
- 特斯拉推出新“模式”，应对消费者对健康和宠物日渐提升的关注
- “BBA”引领直播和短视频平台上的线上沟通
- 高德地图和支付宝推出售后服务小程序
- 5年展望
- 数据53: 交通出行消费支出预测，2015-2025年
- 值得关注的消费趋势

休闲娱乐

- 我们的观点
- 新冠疫情对休闲支出造成严重影响
- 数据54: 休闲娱乐活动消费支出，2015-2020年（预估）
- 细分市场赢家
- 游戏直播
- 数据55: 线上娱乐用户，2018-2020年
- 潮流玩具
- 流行趋势
- 哔哩哔哩跨年晚会：各种亚文化的糅合盛宴
- Keep演变为整体健身解决方案提供商
- 5年展望
- 数据56: 休闲娱乐活动消费支出预测，2015-2025年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 值得关注的**关键消费趋势**

旅游度假

- 我们的观点
- 新冠疫情严重打击旅游度假消费
数据57: 旅游度假消费支出，2015-2020年（预估）
数据58: 中国主要节假日的国内游客数量，2019-2020年
- 细分市场赢家
- 国内自驾游
- 流行趋势
- 直播启发旅游灵感
- 住宿品牌的跨界
- 5年展望
数据59: 旅游度假消费支出预测，2015-2025年
- 值得关注的**关键消费趋势**

个人财务及住房

- 我们的观点
- 消费继续增长但速度放缓
数据60: 个人财务及住房消费支出，2015-2020年
- 个人财务
- 住房
- 细分市场赢家
- 健康相关保险继续受到热捧
- 住房市场显著增长
数据61: 房价环比上涨的城市数量，2020年1月-2020年12月
- 流行趋势
- 保险拥抱电子货币
- 5年展望
数据62: 个人财务及住房消费支出预测，2015-2025年
- 值得关注的**关键消费趋势**

杂项

- 我们的观点
- 线上服务消费增长无法抵消线下服务消费的下降
数据63: 杂项消费支出，2015-2020年（预估）
- 细分市场赢家
- 宠物社交相关服务
- 基于医院的咨询和医疗服务
- 随着更多人投资兴趣爱好和职业技能，在线学习需求也在增长
数据64: 在线学习用户规模和增长率，2016年6月-2020年6月
- 流行趋势

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 新瑞鹏和美团联合开启线上宠物医疗服务
- 华为升级智能产品，以支持数字化健康和生活管理
- 学而思网校开展情感营销，引起家长共鸣
- 5年展望
- 数据65: 杂项消费支出预测，2015-2025年
- 值得关注的消费趋势

消费者 - 自我保护意识增强

- 食品安全是重点
- 数据66: 目前生活中最担心的事，2020-2021年
- 关注污染问题
- 数据67: 部分有好感的公司/品牌行动（按年龄区分），2021年
- 对侵犯隐私的担忧正在上升

情绪健康的重要性提升

- 积极心态帮助人们度过难关
- 数据68: 2020年自己最大变化，2020年
- 数据69: 2020年自己最大变化：消费者语录，2020年
- 音乐、购物和运动成为受欢迎的解压方式
- 数据70: 减压的方法，2020-2021年

重新定义生活价值

- 不再仅仅关注薪酬
- 数据71: 理想职业的定义，2020年
- 强烈渴望参加社会公益活动

本土品牌赢得青睐

- 民族自豪感提升消费者对中国品牌的喜爱度
- 数据72: 对本土品牌的态度（按收入和城市线级区分），2020年
- 数据73: 对本土品牌的态度：对“新冠疫情发生后我更愿意购买国货来支持经济”表示“比较同意”或“非常同意”的比例（按家庭构成区分），2020年
- 更贴近本地社区
- 数据74: 购买本土/进口食品，2020年
- 数据75: 购买本土/进口食品（按人口特征区分），2020年

附录——研究方法 with 缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

附录——市场规模与消费者数据

数据76: 消费支出总额（十亿元人民币）（按品类区分），中国，2020-2025年

数据77: 消费支出总额（十亿元人民币）年同比变化（按品类区分），中国，2021-2025年

数据78: GDP增长率（按三大产业区分），中国，2017年-2020年

数据79: 部分品类的消费支出变化（第一部分）：花费变多的比例（按月度区分），2020-2021年

数据80: 部分品类的消费支出变化（第二部分）：花费变多的比例（按月度区分），2020-2021年

数据81: 部分日用品购买渠道——线上（按月度区分），2020-2021年

数据82: 部分日用品购买渠道——线下（按月度区分），2020-2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。