

中国轻中产人群研究报告

2018年



海量行研报告免费读



理性消费时代来临，消费“有节制”特征突出

随着中国宏观经济增速放缓，大众生活成本高、压力大的现状更加突出，理性消费时代加速到来。在理性消费时代，消费者的冲动性消费频率较低，会合理规划消费支出，高性价比商品更容易获得其青睐。



轻中产是一个强调生活“高性价比”的群体

艾瑞认为，中国轻中产是对品质感和美好生活有一定追求，但消费上懂得适度节制、品牌追求更加理性的一个群体，他们的资产状况介于普通大众和新中产之间，同时，与新中产对比，中国轻中产群体更年轻，规模更大。根据艾瑞咨询预计，截至2020年，中国轻中产人群规模将达3.5亿人。



轻中产消费注重品质，会选择与自身调性一致的品牌

与非轻中产人群相比，在生活态度方面，轻中产人群对生活的满意度较高、对未来有乐观预期，他们追求精神上的愉悦感。消费行为方面，他们选择与自身调性一致的品牌，进行名片式消费，选择为兴趣爱好付费的悦己式消费、为自我提升付费的投资式消费，偶尔会狠心拔草，购买奢侈品。



轻中产将成为中国消费主力，高性价比品牌发展前景好

伴随国内轻中产人群规模的不断扩大，品质消费的需求将得到进一步释放。高性价比品牌具有供应链整合能力与品牌打造能力优势，能够满足轻中产人群需求，符合未来中国消费主旋律，发展前景好。

轻中产概念界定

介于普通大众和新中产之间的轻资产人群

轻中产是对品质感和美好生活有一定追求，但消费上懂得适度节制、品牌追求更加理性的一个群体，他们的资产状况介于普通大众和新中产之间，相较于新中产规模更大、更年轻。

2018年中国轻中产与新中产、普通大众之间的对比

		轻中产	新中产	普通大众
基本属性	年龄	80后、90-95	80后为主	各年龄阶段
	职业	企业一般职员、专业人员、 中高级主管	中高级主管、专业人员	社会基层岗位
	财富值	个人年均收入13万元	个人年均收入21万元 在所在城市有自住房、自驾车	个人年均收入10万元
产生背景	-	理性消费时代	精神消费时代	大众化消费时代
消费升级特点	-	品质升级	体验升级	品类升级
消费观念	价格敏感度	中	低	高
	品质追求度	较高	高	低
	品牌追求度	中低	中	低

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

研究覆盖范围

以轻中产群体作为研究对象

本次调研选取了一线、新一线、二线城市的轻中产阶层。

2018年中国轻中产调研人群范围界定

城市列表	一线城市	北京、上海、广州、深圳
	新一线城市	成都、杭州、重庆、武汉、苏州、西安、天津、南京、郑州、长沙、沈阳、青岛、宁波、东莞、无锡
	二线城市	昆明、大连、厦门、合肥、佛山、福州、哈尔滨、济南、温州、长春、石家庄、常州、泉州、南宁、贵阳、南昌、南通、金华、徐州、太原、嘉兴、烟台、惠州、保定、台州、中山、绍兴、乌鲁木齐、潍坊、兰州
收入要求	未婚	一线城市个人平均年收入范围：15-30万元 新一线及二线城市个人平均年收入范围：8-20万元
	已婚	一线城市家庭平均年收入范围：25-50万元 新一线及二线城市家庭平均年收入范围：12-30万元



轻中产 人群画像

- 轻中产人群特征
- 轻中产Julia的一天

轻中产人群特征

独立的品味和一定的消费力，追求品质及性价比

轻中产人群具有高收入、高消费、高负债的特点，同时他们追求高品质生活，在生活态度上更加积极，知足、乐观是他们身上的印记，消费行为上更加注重品质、注重提升自我价值，并满足兴趣爱好需求。根据艾瑞咨询预计，含轻中产家庭中未成年个体的条件下，截至2020年，中国轻中产人群规模将达3.5亿。



3.5亿

虽然我的收入高，
但是可支配收入不高，
虽然可支配收入不高，
但我的消费金额很高。
新中产有房有车，没什么负债，我们轻中产养猫养狗，还要还花呗，这就是在维持中产阶级最后的倔强啊！



基数大

高收入

高消费

高负债

追求品质生活

品牌与自身调性一致

更年轻

对未来乐观

追求高性价比

对生活满意

消费更理性

偶尔会买奢侈品

名片式消费

悦己式消费

投资式消费

注释：2020年中国轻中产人口规模由艾瑞咨询根据《国家人口发展规划（2016-2030年）》推算所得。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

轻中产Julia的一天

下班回家后

- 喂养宠物 
- 美容护肤 
- 网上购物，花呗下单 
- 学习线上课程 
- 微信与朋友聊天 

上班期间

- 中午外卖点餐 
- 工作闲暇时，与同事拼单点下午茶 

早上

乘公交/地铁出行



做好面部清洁是护肤的第一步，否则再好的护肤品都是浪费。我现在用的一款洁面仪，是被朋友种草的，容易清洗，方便好用，价格也算良心，性价比超高。赞！这次拔草阔以说十分成功！





轻中产 出现的社会经济背景

- 经济大环境进入新阶段，理性消费时代来临
- 高性价比生活成为一种诉求

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_21201

