

CON

传统品牌 vs 新消费品牌 社交营销差异化分析报告

克劳锐出品
2020.10

名词定义

传统品牌

指在一国或某地长期以来被消费者普遍认可的企业品牌或产品品牌。传统品牌主要有两个显著特点：历史悠久、独特工艺/服务

历史悠久

创立时间久，具有一定的历史和沉淀

独特工艺/服务

在产品或服务上具有高品质，知名度及美誉度高

新消费品牌

指在中国新消费时代下诞生的互联网原生品牌，普遍创立于2013到2015年之间。新消费品牌主要有三个显著特点：新渠道、新人群、新供给

新渠道

以微博、小红书、抖音、B站等新媒体为主要营销平台；以电商渠道为主要销售阵地

新人群

Z世代人群为其消费主力军

新供给

依托于中国成熟的供应链体系，通过互联网和社交媒体直接与消费者沟通互动，收集消费者的反馈及喜好，减少中间环节，生产出符合消费者需求的产品

TABLE OF CONTENTS

目录

01 ■ 新消费品牌的崛起

02 ■ 传统 vs 新消费品牌
通用社交营销玩法

03 ■ 传统 vs 新消费品牌
特色社交营销玩法

ONE

新消费品牌的崛起

01

- 中国新消费爆发的驱动力
- 新消费人群画像
- 新消费最受欢迎品类
- 传统品牌与新消费品牌的特点对比
- 新消费品牌案例研究

2015年起，中国消费品牌进入爆发期



- 2015年底，中国供给侧结构性改革正式开始，为我国消费品牌的创新发展带来新机遇。一方面**传统品牌开始转型升级**，另一方面**新品牌的诞生数量也不断攀升**；
- 2015-2019年，中国居民收入水平不断提高，恩格尔系数持续下降(2015：46%、2019：28.2%)^{【1】}，人们对商品的**消费需求开始从低级向高级转变**；同时，城镇化的快速发展也使**下沉市场加入消费主力大军**；
- 中国**线上电商的蓬勃发展**，为消费品牌的崛起提供了优质渠道，使其能**更快速、精准地触达消费人群**；
- **Z世代**登上历史舞台，新兴消费群体对**个性化、定制化、品牌价值观**等方面**有更多样的追求**。

新消费，新人群，新特征

新消费典型人群

1

Z世代

(95 00后)

- **人口数量：**2.6亿^[1]
- **人群特征：**互联网原住民、懒宅、善于分享
- **消费特征：**个性悦己、二次元、颜值至上、乐于尝鲜、为兴趣/偶像买单、热衷国潮...

2

小镇青年

- **人群特征：**生活节奏慢、闲余时间多、可支配收入多
- **消费特征：**社交娱乐性消费、顾家、热衷网红同款、追求品质...

3

新中产^[2]

- **人群画像^[3]：**男女占比65%、35%；二线城市及以上占比87%；18-35岁占比69%
- **消费特征：**理性消费、关注健康、强调生活方式、注重消费体验...

数据来源：

【1】企鹅智库《2019年Z世代消费力白皮书》

【2】新中产定义：个人年收入10万元以上/家庭年收入20万元以上

【3】《巨量算数：2020新中产人群消费和媒介行为报告》

2019十大新消费领域，食品赛道最火热

POP MART

morphy richards
smart ideas for your home元気森林
无糖专门家

代表品牌

新消费领域

植物食品

医美健康

智能小家电

网红食品

国潮汉服

体育健康

抗糖代餐

国货美妆

潮玩手办

睡眠经济

传统品牌与新消费品牌的特点对比

传统品牌



大众化

产品系列多，多元化策略覆盖人群广，着重品牌教育，以品质保障锁定消费者



明星代言人

紧跟潮流，聘请流量明星/知名明星为品牌代言人

新消费品牌



超高颜值

强调设计感，注重格调，符合现代年轻人的审美追求，高颜值产品能让人产生分享的欲望



新品类

差异化定位细分市场，产品创新，弥补市场空白，定位全新的消费场景



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_16790

