

2022

新消费

品牌

中国新消费品牌 8-9月观察报告

CBNDATA

第一财经商业数据中心



品牌数集

中国新消费品牌数据库

© 2022 CBNDATA. All rights reserved.

TABLE
OF
CONTENTS
目录

1

第一部分：
中国新消费品牌月度概览

2

第二部分：
中国新消费品牌月度品类观察
农产品品类

报告说明

本系列月度观察报告基于CBNDATA消费大数据以及数据合作伙伴数据，从经营、产品、营销、渠道、投融资等多个维度出发，对2000+国产头部消费品牌的市场表现情况进行复盘，从而还原不同品类消费品牌的发展细节。

本次报告中相关定义如下：

- 快消品类是指使用寿命较短，消费速度较快的消费品类，本报告中主要是指食品饮料、美妆个护、服装鞋包、日化家清等品类。
- 耐消品类是指使用寿命较长，一般可多次使用的消费品类，本报告中主要是指汽车、家装、大家电、小家电等品类。
- 地标农产品：国家地理标志农产品。

CHAPTER

01

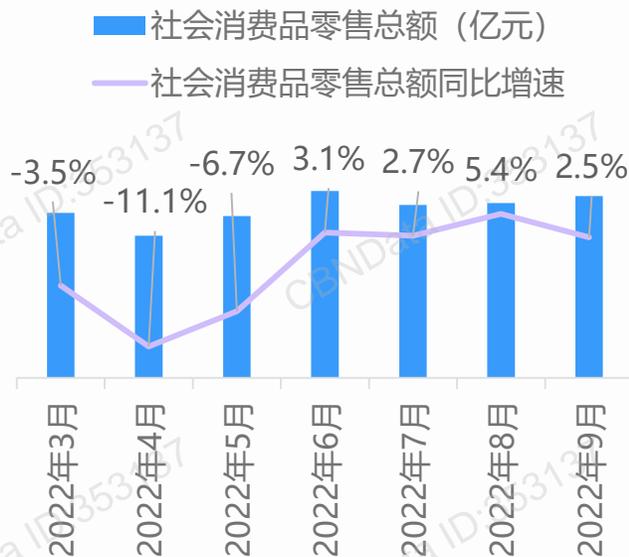
中国新消费品牌月度概览



社会层面消费持续回暖，快消品类中粮油食品、饮料类消费显著增长

6-9月社会消费品零售总额保持正向增长，社会层面消费呈恢复态势。快消品类中，除化妆品品类，其他品类近三个月均保持正向增长，饮料、烟酒、服装鞋帽品类近三个月同比增速更是持续走高，消费增长明显。耐用品品类中，汽车及石油制品是近月来拉动社会零售总额增长的主要动力，中西药品、黄金珠宝品类也展现出较高增速。

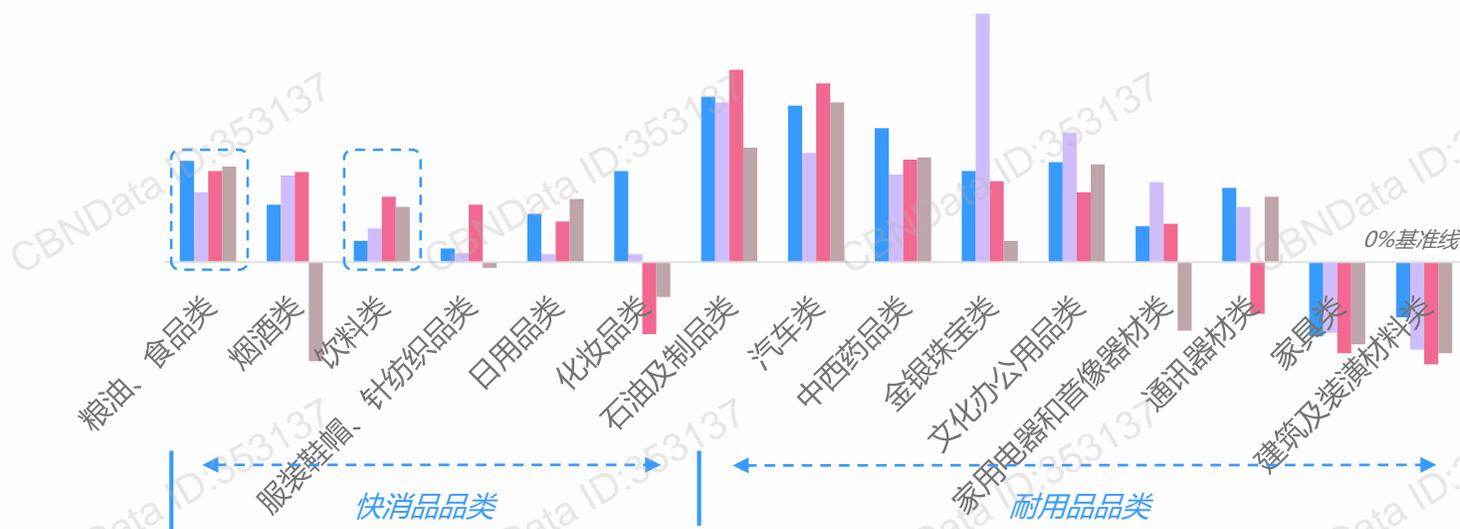
2022年3-9月社会消费品零售总额及同比增速情况



数据来源：国家统计局

2022年6-9月各类型社会消费品零售额同比增速情况

■ 2022年6月 ■ 2022年7月 ■ 2022年8月 ■ 2022年9月

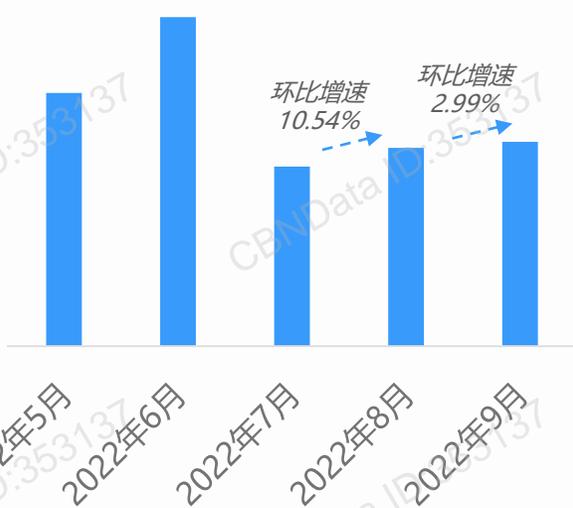


数据来源：国家统计局

线上国产头部品牌销售额增速放缓，夏秋换季拉动服装鞋包与母婴销售额增长

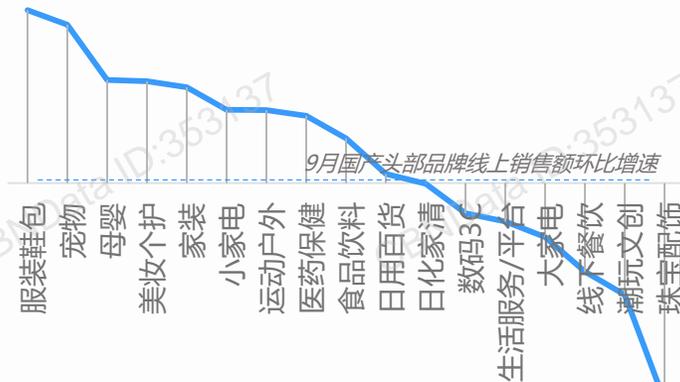
8-9月国产头部品牌线上销售额虽增速放缓，但依旧处于增长状态。其中服装鞋包、母婴、美妆个护等快消品品类成为9月线上销售额增长的主要驱动力。而服装鞋包与母婴高速增长的销售额主要归功于夏秋换季，线上毛衣、卫衣、外套等秋季服饰销售额环比快速增长。

2022年5-9月线上国产头部品牌销售额走势



数据来源：Nint任拓、品牌数集

2022年9月线上各品类头部国产品牌销售额环比增速



数据来源：Nint任拓、品牌数集

2022年9月服装鞋包及母婴品类销售额环比增长率TOP子品类

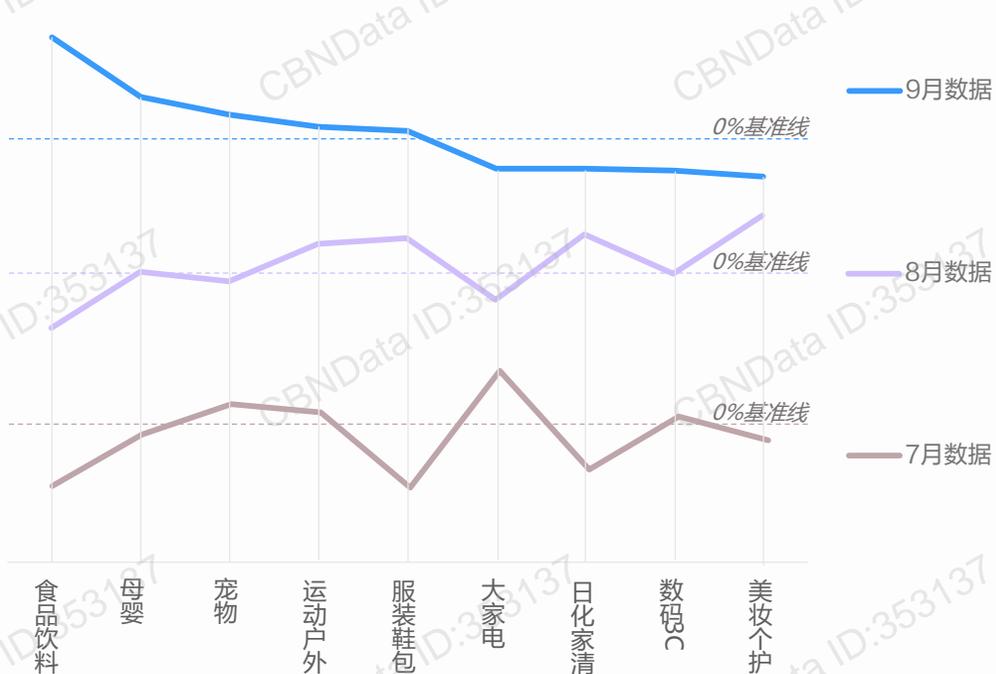
品类	子品类	环比增长率
服装鞋包	针织衫/毛衣	202.67%
	卫衣	133.22%
	靴子	124.32%
母婴	儿童外套	86.45%
	儿童裤子	51.49%
	童婴护肤	42.26%

数据来源：Nint任拓

国产运动品牌爆品打造能力突出，线上食品饮料爆品数量占比大幅提升

8-9月运动户外品类的国产品牌爆品数占比均保持持续增长态势，食品饮料品类的国产品牌爆品数占比在7-8月连续下降后，在9月出现大幅回升。从子品类看，销售额TOP3的国产品牌爆品的子品类与所有品牌的爆品子品类相同，而销售额TOP4-5的国产品牌爆品所属的子品类差异明显。

2022年7-9月部分品类国产品牌爆品数量占比变化



数据来源：Nint任拓、品牌数集

数据说明：爆品即各品类下行业销售额排名TOP1000单品，爆品数量占比变化=本月品类爆品数量占比-上月品类爆品数量占比

2022年8-9月部分品类销售额排名前100产品所属的TOP5子品类

品类	8月		9月	
	所有品牌	国产品牌	所有品牌	国产品牌
运动户外	运动鞋 动感单车/健身车 跑步机 台钓竿 冲锋衣	运动鞋 钓鱼竿 跑步机 冲锋衣 露营/旅游/登山帐篷	跑步机 篮球 筋膜枪 羽毛球拍 直排轮	跑步机 篮球 自动麻将机 跳绳 健身车/动感单车
母婴	婴幼儿牛奶粉 毛绒布艺类玩具 名字贴 书包 童婴湿巾	婴幼儿牛奶粉 书包 童婴湿巾 四轮推车 床护栏	婴幼儿牛奶粉 润肤乳 纸尿裤 成长裤 童婴湿巾	童婴湿巾 婴幼儿牛奶粉 成长裤 纸尿裤 四轮推车
服装鞋包	旅行箱 文胸 男士内裤 女士内裤 T恤	旅行箱 文胸 男士内裤 女士内裤 羽绒服	文胸 男士内裤 男士卫衣 连裤袜/打底袜 女士内裤	文胸 男士内裤 男士卫衣 女士内裤 旅行箱
食品饮料	月饼 纯牛奶 大闸蟹提货券 驼奶及驼奶粉 大米	月饼 纯牛奶 大闸蟹提货券 驼奶及驼奶粉 大米	纯牛奶 月饼 调香白酒 速溶咖啡 大闸蟹	月饼 纯牛奶 调香白酒 大闸蟹 鲜炖即时燕窝

数据来源：Nint任拓

服饰户外、家装品牌代言数量增长，为换季消费和家装节活动蓄力

8-9月服饰户外、家装品牌的明星代言数量显著增长。在秋冬换季之际，服饰户外品牌多借此进行秋冬新品的宣传，并借助代言明星的“运动/户外标签”强化产品的高科技属性。此外，9-10月俗称家装行业的“金九银十”，多平台在8-9月启动家装节活动，部分家装品牌也在8月开始活动准备，通过明星代言等方式宣传、打造声量。

2022年7-9月国产品牌
品类代言数量分布

- 服饰鞋包
- 运动户外
- 家装
- 美妆个护
- 食品饮料
- 其他



服饰户外品牌通过代言官宣秋冬新品



波司登品牌代言人谷爱凌身穿全新升级的#首创波司登风衣羽绒服#



特步跑步推广大使韩寒体验160X 3.0 PRO新一代冠军版跑鞋

2022年8-9月新增服饰户外品牌代言

8-9月多平台启动2022年秋季家装节活动

京东秋季家装节	8月29日启动
淘宝家装节	9月23日-9月28日
微博家装节	9月15日-10月16日
快手电商家电家装节	9月26日启动

2022年8-9月新增家装品牌代言

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_48042

