

2022

新消费

品牌

中国新消费品牌 11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
世界杯特辑

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。

CHAPTER

01

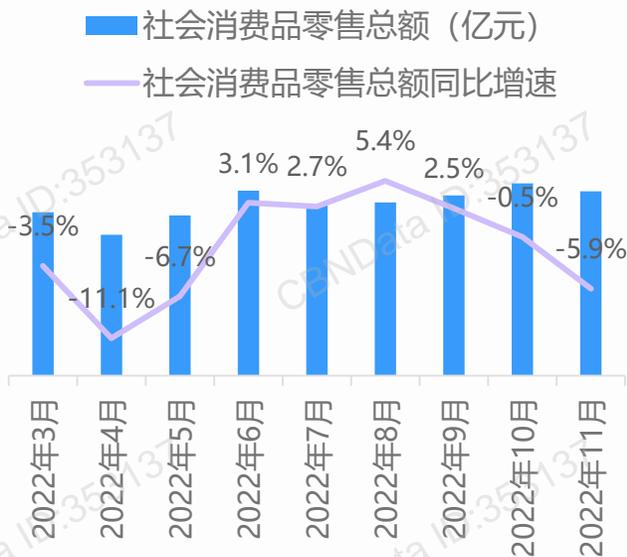
中国新消费品牌月度概览



11月社消零售总额同比下降，粮油食品、中西药品消费依旧坚挺

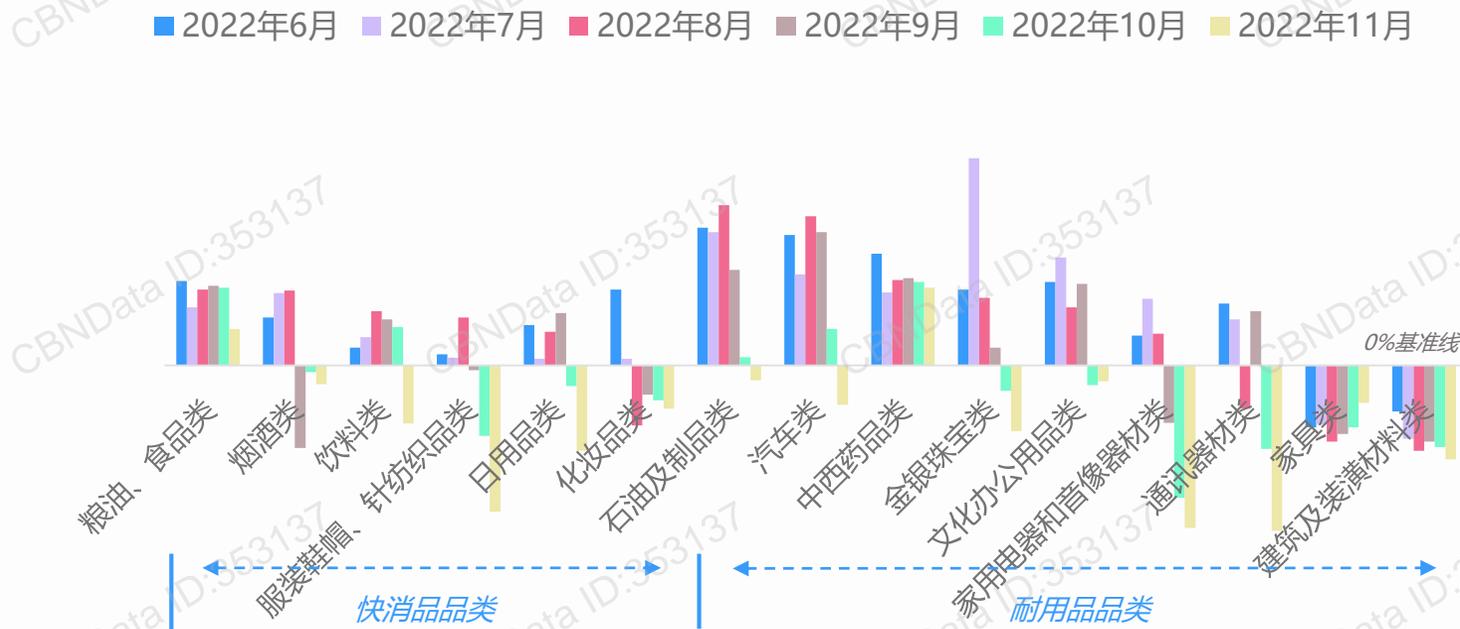
11月社会消费品零售总额增速下降明显，接近2022年5月水平。从品类上看，快消品类中的饮料类、耐用品类中的汽车类消费在近6个月中首次出现负增长。基本生活消费品中的粮油食品类、耐用品类中的中西药品类消费依旧坚挺，连续多月保持正增长态势。

2022年3-11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6-11月各类型社会消费品零售额同比增速情况

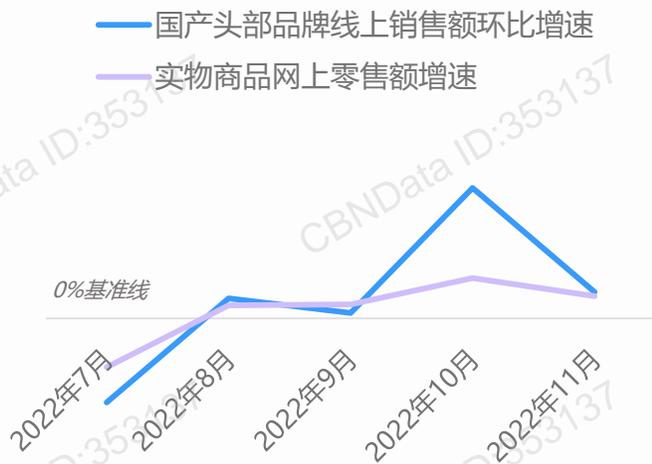


数据来源：国家统计局

线上头部国货品牌环比增速超行业，水果提货券、腊肉机等“年味消费”初现

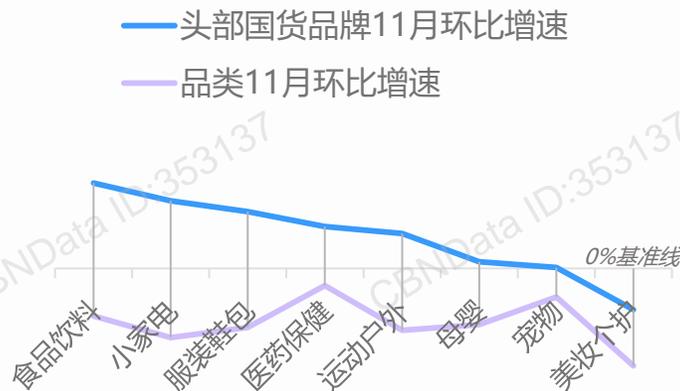
11月国产头部品牌的线上销售额增速，与实物商品网上零售额增速相当。在品类上，食品饮料、小家电、服装鞋包、医药保健品类的头部国产品牌销售额增速高于品类销售额增速。鸡尾酒、新鲜水果提货券、南北干货提货券、腊肉机、切菜机、保健品等叶子品类热卖，“年味消费”初现。

2022年6-11月头部国产品牌线上销售额及在实物商品网上零售额的占比情况



数据来源：Nint任拓、品牌数集、国家统计局

2022年11月线上部分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11月部分品类销售额环比增长率TOP5叶子品类

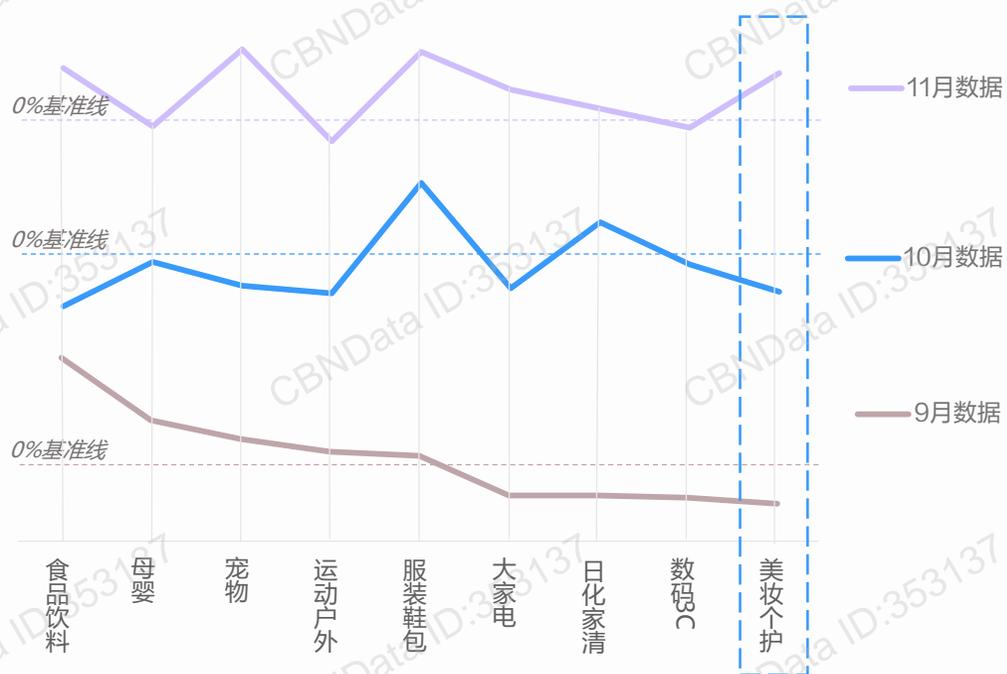
食品饮料	小家电
DIY鸡尾酒 新鲜水果提货券 新鲜银耳 南北干货/肉类干货提货券 杏	腊肉机/熏肉机 康养仪/康养机/康养机器人 电动切菜机 庭院/阳台清洗机 手持擦窗器
服装鞋包	医药保健
羽绒服 羽绒裤 时尚雪地靴 羽绒马甲 棉衣/棉服	海外保健机能果冻 增强免疫力保健食品 蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白 脂肪酸/脂类营养食品 维生素/矿物质保健食品

数据来源：Nint任拓

11月国产美妆个护品牌爆品数量显著提升，新锐国产品牌单品涌现

11月美妆个护国产品牌爆品打造能力凸显，爆品数量占比明显提升。其中护肤和彩妆国产品牌的热卖单品销售额排名也在11月大幅提升。除薇诺娜、珀莱雅、花西子等众所周知的国产品牌，新锐品牌至本的洁面乳、FanBeauty的海葡萄面膜、Passional Lover的看不见气垫等都成为销售额TOP10的国产品牌单品。

2022年9-11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11月美妆个护销售额TOP10国产品牌单品及排名变化

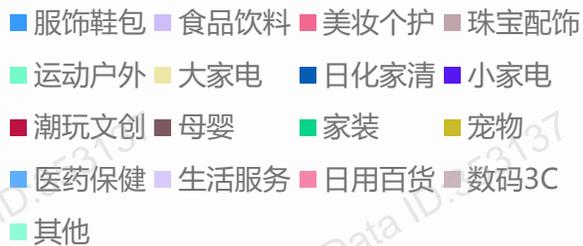
排名	护肤	彩妆
1	薇诺娜舒缓修护冻干面膜 (↑13)	花西子空气蜜粉 (↑26)
2	珀莱雅双抗精华2.0 (↑35)	花西子蚕丝蜜粉饼 (↑54)
3	珀莱雅红宝石面霜2.0 (↑20)	blank me半分一气垫小黑盒 (↑7)
4	相宜本草红景天花青素双花红花抗氧冻干面膜 (↑208)	花西子玉养版空气蜜粉 (↓5)
5	至本舒颜修护洁面乳 (↑95)	INTO YOU女主角唇泥 (↑58)
6	瑗尔博士益生菌面膜 (↑110)	彩棠大师高光修容盘 (↑42)
7	FanBeautySecret海葡萄凝水沁透保湿面膜 (NEW)	彩棠妆前乳 (↑26)
8	薇诺娜保湿特护霜 (↓33)	卡姿兰小奶猫夜猫粉底液 (↑47)
9	相宜本草红景天美白精华液 (↑162)	Passional Lover看不见气垫 (↑35)
10	水密码玻尿酸冰川水乳套装 (↑657)	花西子玉养紫色蜜粉 (↑51)

数据来源：Nint任拓、品牌数集

11月国产品牌代言数减少，95后代言依旧遥遥领先，暑期热剧红利显著

11月国产品牌代言数量下降，与7月水平相当。回顾过去5个月的代言明星所属领域分布，9-10月演员和偶像代言数量大幅领先，多品牌通过官宣当红演员以及高人气偶像代言为品牌双11造势，而在双11结束后明星的新增代言数量明显下降。当前95后明星仍是代言主力，近期热剧《苍兰诀》相关的95后演员也在10-11月收获颇多代言合作。

2022年7-11月国产品牌
品类代言数量分布



2022年7-11月代言明星领域分布



2022年7-11月代言明星代际分布



《苍兰诀》演员10-11月新代言

明星	月份	品牌	title
张凌赫	11月	Dior	品牌挚友
	11月	萧邦	品牌挚友
	10月	蒂佳婷	硬核面膜大使
	10月	CHINISM	品牌代言人
	10月	潘婷	品牌大使
虞书欣	11月	自由点	品牌代言人
	10月	得宝	品牌代言人

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_50720

