

2022 新消费 品牌

中国新消费品牌 12月观察报告

**CBN
DATA**
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
春节线下消费特辑**

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

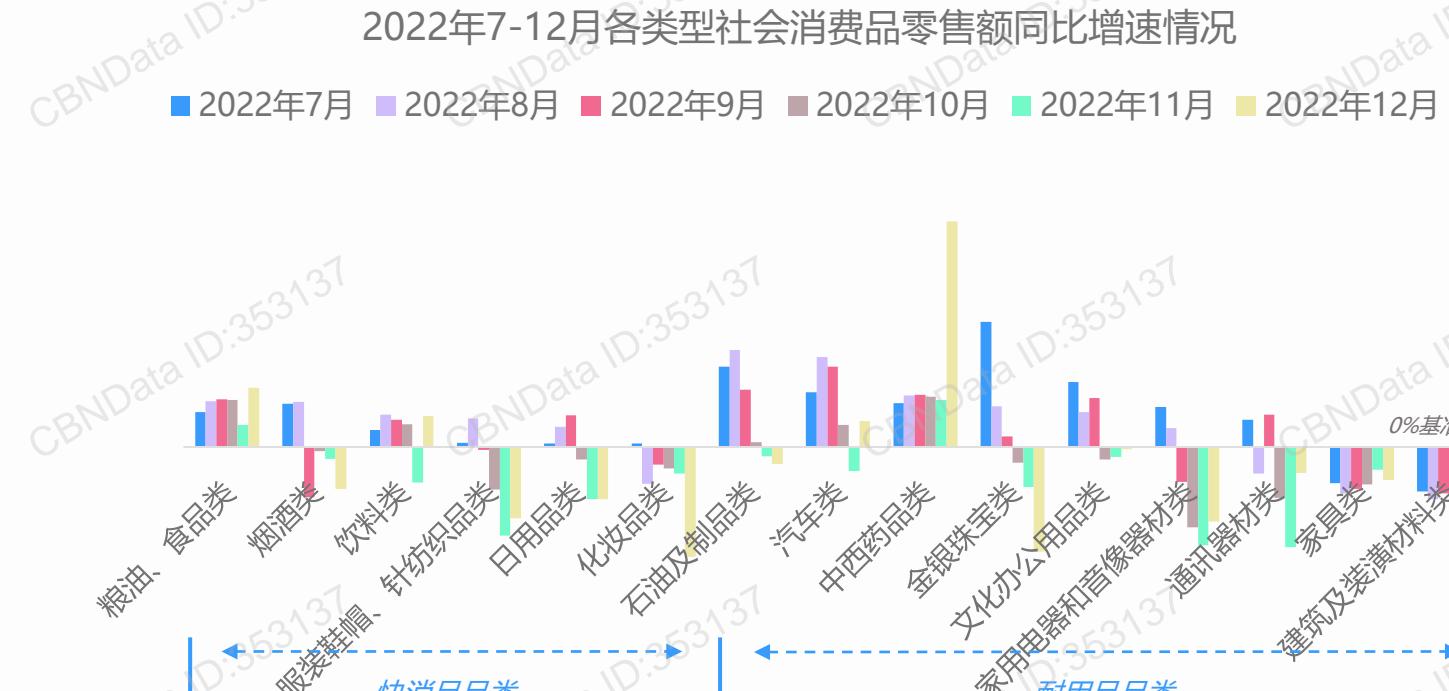
01

中国新消费品牌月度概览



12月社消零售总额同比降幅收窄，疫情管控放开，中西药品类消费快速增长

12月社会消费品零售总额同比增速-1.8%，对比上月降幅收窄。从品类上看，快消品类中的饮料类、耐消品类中的汽车类扭转11月的负增长情况，在12月重新恢复正增长。基本生活消费品中的粮油食品类、耐消品类中的中西药品类消费仍旧坚挺。12月防疫政策全面放开，居民出于预防心理进行药品购买，推动当月中西药品类消费快速增长。

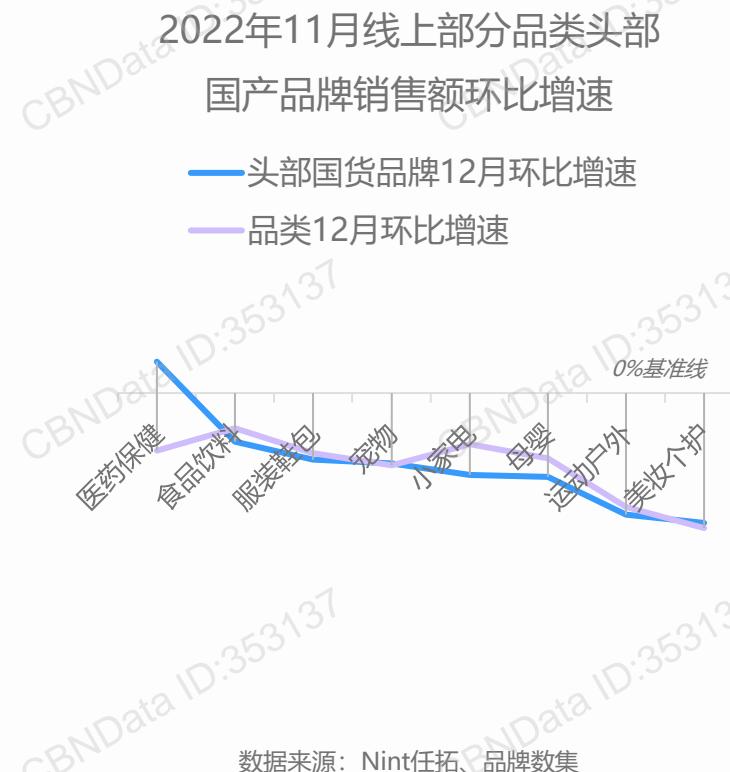


12月线上头部国货品牌增速环比下降，预防性医药消费、宠物保暖消费显现

12月国产头部品牌的线上销售额增速，不及实物商品网上零售额增速。在品类上，仅医药保健和宠物品类的头部国产品牌销售额增速高于品类销售额增速。医药保健品类下，维生素、制氧机等预防性医药保健产品热销。宠物的保暖需求、春节托运需求也开始显现。同时春节将至，零食、半成品、海鲜水产、水果年货礼盒的消费需求高涨。



数据来源：Nint任拓、品牌数集、国家统计局



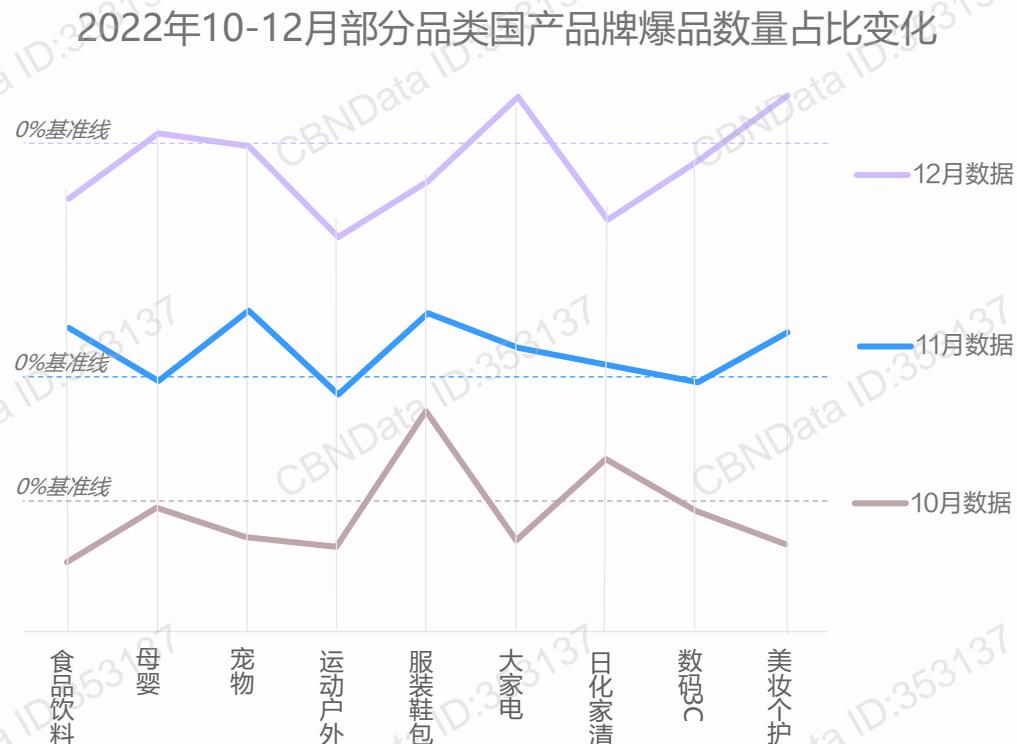
数据来源：Nint任拓、品牌数集

2022年12月部分品类销售额环比增长率TOP5叶子类目	
医药保健	食品饮料
降血脂保健食品 免疫力营养补充剂 呼吸健康/保健型制氧机 维生素/复合维生素 艾灸/艾草/艾条/艾制品	冷链速食提货券 零食礼盒套装 半成品礼盒套装 海鲜水产礼盒套装 车厘子/樱桃
服装鞋包	宠物
时尚雪地靴 棉裤/羽绒裤 皮草 帽子 手套	宠物烘干箱 宠物服装/雨衣 海鲜缸/大型异形缸 宠物电热板/电热毯 宠物托运

数据来源：Nint任拓

12月国产美妆个护品牌爆品数量保持提升态势，部分国产品牌爆品能力凸显

12月的国产头部品牌中，美妆个护品类及大家电品类品牌的爆品数量仍然保持着上升的态势。在护肤和彩妆国产品牌中，相较于珀莱雅、自然堂等知名品牌，至本、HBN、彩棠等新锐品牌爆品能力表现突出。



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12月美妆个护爆品数量占比
TOP10国产品牌

排名	品牌	爆品数量占比	爆品数量占比变化
1	珀莱雅	2.30%	-0.40%
2	至本	1.50%	0.50%
3	自然堂	1.50%	-0.20%
4	花西子	1.40%	-0.10%
5	薇诺娜	1.20%	-1.70%
6	HBN	1.00%	0.10%
7	彩棠	0.90%	0.30%
8	夸迪	0.90%	-0.10%
9	百雀羚	0.90%	0.00%
10	溪木源	0.70%	0.10%

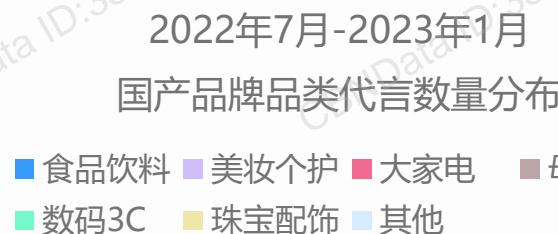
数据来源：Nint任拓、品牌数集
数据说明：爆品即各品类下行业销售额排名TOP1000单品，爆品数量占比变化=本月品类爆品数量占比-上月品类爆品数量占比
大数据·全洞察



数据来源：天猫截图

12月国产品牌代言数量回升，2022年下半年95后明星人均代言数量最多

12月国产品牌代言数量较11月大幅回升，1月春节月份有所下降。演员仍是主要代言合作的明星类型，1月新增一例虚拟艺人夏南屿与众安保险的代言，夏南屿是由悦凯娱乐与百度联合打造的元宇宙IP，此前与vivo进行过品牌合作。2022年下半年85后、90后、95后仍是代言主力，其中以95后中的王一博、虞书欣、王鹤棣的个人代言数量最高。



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_51940

