



批发零售业行业：复盘美日民族品牌发展史 看国潮崛起节奏与高度



本报告导读：

本文通过复盘海外民族品牌发展历史，预判国潮崛起中的行业轮动特点、竞争优势来源、以及品牌势能的高度。

摘要：

投资建议：随着国内居民收入水平提升、人口代际更迭、文化自信形成，国货有望实现较高市场占有率和品牌溢价。推荐：潮宏基、周大生、安克创新；受益：周大福，跨境电商标的 SHEIN 等，纺织服装、化妆品行业相关标的等。

经济赶超是民族品牌崛起的基础，文化自信是重要促发因素。①美国和日本先后经历了在技术、经济、政治、文化等方面对先发国家优势地位的挑战和赶超，成为民族品牌崛起的基础条件。②文化自信的形成至关重要，好莱坞、日本动漫是建立在经济基础上的文化输出，而社会事件往往是民族自信崛起的重要表现和判断依据。③行业与品牌崛起符合经济发展方向、消费趋势（地产相关到个人消费）和比较优势的变迁。

品牌崛起将经历从性价比到科技，从功能性到文化性的升级，新品类、新模式往往具有巨大的生命力。①国货品牌崛起通常先是必选消费和功能性可选消费（如食品饮料、汽车、家电），到重审美和文化内涵的可选消费（如化妆品、服装和珠宝），品牌附加值由此得到跃升；②国际化是品牌的重要发展路径。③新品类、新模式值得重点关注。④竞争力的本质源于成

本控制与差异化定位，具体而言，性价比、品牌营销、产品品质、设计创意、服务体验以及对消费群体需求的把握等都是重要的影响因素。⑤品牌溢价本质上是经济优势群体对于弱势群体的文化输出，民族品牌崛起的高度取决于历史文化的加成与经济相对地位。

民族自信提升、文化崛起，我国国货品牌有望实现更高品牌溢价和市占率。我国国货品牌的崛起经历从基础生活消费，到功能性消费，再到文化性消费，现阶段国潮的趋势是品质升级、品牌化运营，通过产品、渠道、营销等多方面优化，推动品牌高端化发展。未来随着民族自信提升和中华文化对消费者心智的进一步占领，我国国货品牌将在供需两端驱动下实现更强的定价权和市占率。

风险提示：宏观经济发展具有不确定性；自主科技创新进展过慢等。

关键词：跨境电商

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_34966

