

# 三年上新 10 万“新国牌”

质量高、带设计的国货品牌成为了年轻一代的潮流标配

2020年“618”电商促销期间,有26个细分行业类目的销售额第一名被入驻天猫不到3年的新品牌拿下,其中绝大多数是国货品牌;相比2019年,新产品带来的交易额则提升了两倍。在消费结构升级和市场占有率不断提升的大背景下,国产品牌不断创新,无论是外观还是质量都不断优化,消费者愿意重复购买的“爆款国牌”层出不穷。

新国货品牌的涌现,背后是技术、质量、设计、社会价值等多方面的发展。国家聚焦“国内大循环”的新发展格局,强化自身的经济体系和产业体系建设,给国货品牌发展提供了新动力。中国企业正在加速数字化转型和品牌建设,创新驱动中国品牌持续高质量发展,年轻人更加偏爱国潮文化。内外因素交织,共同推动新国牌的崛起。

■策划:新快报记者 罗韵 ■统筹:新快报记者 梁彧  
■采写:新快报记者 梁彧 ■制图:廖木兴

## 新国牌奔涌的背后 品质提升是逆势崛起的关键

新国牌指中国企业通过技术创新、业务模式创新、品牌形象重塑、传统文化元素的挖掘与再现等手段,为消费者提供优质的创新商品的品牌。新国牌分为新国货品牌、国潮、国民IP三个类别。

近年来,新国牌不断推陈出新,在个性化和小圈子化上不断进行精细化运营。所谓“国潮”,一方面是符合中国的传统审美,另一方面是要能和年轻人的审美趋势相结合,并赢得青年群体的喜欢。事实上,在新国牌消费浪潮中,“后浪”的积极性也明显高于“前浪”。据阿里研究院数据显示,2019年,90后的人均国牌消费金额达到5307元,位居第一。而95后这波在“本土文化认同”下成长的新生代消费者,华为、小米等国牌更是取代耐克、苹果等国际大牌,成为他们的最爱。他们的个性化身份和蓬勃的消费需求,带来新的市场机会。天猫发布的中国品牌榜单显示,从入驻天猫到成交额累计破亿元,宿系之源只用了7个月,花西子只用了12个月,认养一头牛只用了15个月,三顿半只用了17个月,都不到一年半时间。这些品牌超过一半的收入,都来自95后。“新青年”群体的“新国牌消费”正引领一种全新的、时尚的、前卫的生活方式和消费方式。

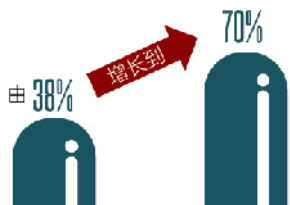
精准对味的年轻化营销攻势诚然让无数国货品牌搭上时代快车,实现了短时间的弯道超车。但面对瞬息万变的消费市场,品牌想要获得长足的发展,核心竞争力离不开产品。麦肯锡《2020年消费者调查报告》中提到,国际品牌曾经是舒适、现代化、中产阶级生活方式的标志,但近几年,中国企业不再着眼于生产低价产品,而是努力升级产品的品质、性能和价值。随着中国经济不断发展,国牌品质不断提升,并获得大众认可。艾媒咨询《2019年“新国牌时代”中国品牌发展专题研究报告》中,对中国网民关于新国牌的优势感知调查数据显示,品质、性价比、使用体验是新国牌最突出的三个优点,其认可的受访网民比例分别达32.6%、28.7%和24.8%。产品特质方面,国牌的新颖设计、科技含量、国际化审美也受到了较多受访网民的认可。此外,中国传统元素可为新国牌提供额外优势。

中国品牌对于商品品质的重视,提升了其相对于海外品牌的竞争力,不但在国内,在全球消费市场上,也展现出了其品质的实力所受到的认可。根据天猫发布的消费大数据统计,2019年,外国年轻人爱买中国商品的人数上涨了63.7%。近一年超过14万天猫国货商家的商品远销全球,卖往了214个国家和地区。从辣椒酱到无人机,中国越来越多的“爆款”在全球流行。

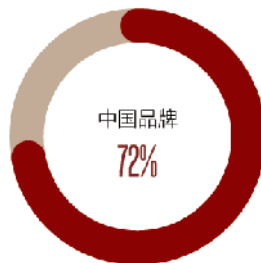


### 中国品牌的上新速度和消费增幅 你想不到

2009年-2019年间中国品牌关注度占比



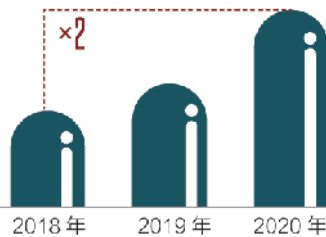
2019年线上中国品牌市场占有率



截至2020年6月

天猫线上国牌数量

已经达到2018年的两倍



其中新品牌增速尤其快  
三年长出了10万个新品牌



新品牌更多集中在服装、食品等行业

近一年服装品牌增量过万

10000+



美妆赛道的玩家涌入速度最快

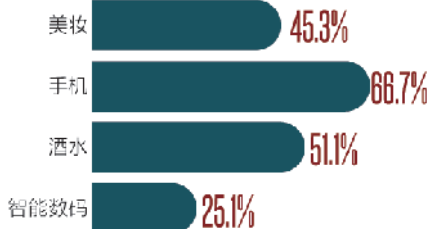
近一年数量增速

233%

2020年1-4月  
国牌消费同比提升

32.6%

美妆、手机、酒水、智能数码等品类增长较大



■数据来源:百度、CBNData 消费大数据、阿里研究院、苏宁大数据

### 老品牌擅“翻红” 新品牌会“种草” 两者并驾齐驱同崛起

商务部在录的1128家中华老字号品牌



有超过70%的老字号已在线上开店



百雀羚 大白兔 李宁 五芳斋 回力

这些都是近年“翻红”的老字号国牌



完美日记 泡泡玛特 拉面说 三顿半 花西子

这些注册时间十年及以内的新锐品牌

在上海卖得更好

2020年贡献了全国近六分之一的线上销售额

是2018年的48.7倍

无论是老字号还是新锐品牌  
你买的国货都可能来自直播间和社群推荐

国货消费新场景

2020年1月至4月



■数据来源:CBNData 消费大数据

### 你手中的国牌化妆品 可能来自广州

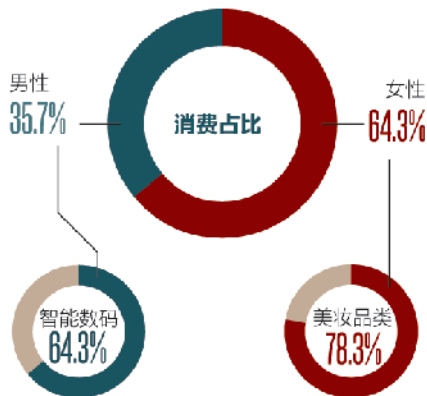
在国牌的服装和美妆赛道上  
广州的线上卖家领先于全国

比例高达75%

是全国比例的1.6倍  
有一半以上的国产非特殊用品化妆品  
来自广州

■数据来源:CBNData 消费大数据

### 国货消费人群中 女性比男性更爱国货



■数据来源:苏宁大数据、阿里研究院