



重磅报告 | 2017 年天猫出海 中国消费品牌排行 TOP20 新 鲜出炉!



5月8日下午, 2018 天猫出海战略发布会暨中国品牌全球战略合作峰会在杭州凯悦酒店正式举行, 政府领导、品牌 CEO、阿里相关负责人等济济一堂, 围绕全渠道打通新零售、赋能中国品牌等话题, 探讨中国品牌在天猫出海战略布局下如何更好地走向世界。

会上, 阿里研究院发布了《中国消费品牌发展报告》, 引人注目的“2017 年天猫出海中国消费品牌排行 TOP20 (排名不分先后)”也新鲜出炉, 奥克斯、李宁、小熊、全棉时代、VIVO、韩都衣舍、九阳、七匹狼、居家家、良品铺子、苏泊尔、可优比、Naturehike、骆驼、恒源祥、三只松鼠、林氏木业、南极人、倍思、优思居这些品牌都榜上有名。以下为报告一览。

中国消费品牌发展报告

阿里研究院
2018年5月

AliResearch
阿里研究院

>>> 点击下载高清版报告

报告摘要

中国消费品牌历经百年发展，不同历史时期先后涌现出老字号品牌、早期知名品牌、代工企业转型品牌、互联网品牌、文创、科创及新兴品牌。

继“供给侧改革”提出后，国务院批准自 2017 年起，将每年 5 月 10 日设立为“中国品牌日”，不同类型品牌均面临转型升级，中国消费品牌迎来发展新契机。

数据显示，阿里巴巴零售平台消费品共计 16 个大类，2017 年中国品牌市场占有率超过 71%。线上高端市场中国品牌表现突出，市场占有率同比上年提升 3.6 个百分点，高端市场销售额三年复合增长率 51.3%。

四大动力

政策引领、消费升级、新零售、文化担当四大动力助推中国消费品牌发展。中国人均 GDP 已经超过 8000 美元，正处于从效率驱动向创新驱动转变的过程之中，纵观美日消费品牌发展，中国自主品牌即将迎来大爆发时期。

五大路径

阿里巴巴全面助力中国消费品牌升级五大路径：品牌建设与营销创新、产品创新与品质提升、服务创新、渠道创新、数字化高效经营。研究发现，品牌接入数字化统一市场可实现营业面积与营业时长上的拓展，线上消费市场 46% 的销售额来自没有实体店的区域，34% 来自实体店非营业时间。

启示与建议

中国品牌须把握战略发展机遇，尽快建立数据驱动的品牌战略。依托平台快速实现数字化转型，进军全球市场，建立“以消费者为中心”的运营体系，抱团迎接全球化发展。

报告摘要

中国消费品牌历经百年发展，不同历史时期先后涌现出老字号品牌、早期知名品牌、代工企业转型品牌、互联网品牌、文创、科创及新兴品牌。继“供给侧改革”提出后，国务院批准自2017年起，将每年5月10日设立为“中国品牌日”，不同类型品牌均面临转型升级，中国消费品牌迎来发展新契机。数据显示，阿里巴巴零售平台消费品共计16个大类，2017年中国品牌市场占有率超过71%。线上高端市场中国品牌表现突出，市场占有率同比上年提升3.6个百分点，高端市场销售额三年复合增长率51.3%。

四大动力

政策引领、消费升级、新零售、文化担当四大动力助推中国消费品牌发展。中国人均GDP已经超过8000美元，正处于从效率驱动向创新驱动转变的过程之中，纵观美日消费品牌发展，中国自主品牌即将迎来大爆发时期。

五大路径

阿里巴巴全面助力中国消费品牌升级五大路径：品牌建设与营销创新、产品创新与品质提升、服务创新、渠道创新、数字化高效经营。研究发现，品牌接入数字化统一市场可实现营业面积与营业时长上的拓展，线上消费市场46%的销售额来自没有实体店的区域，34%来自实体店非营业时间。

启示与建议

中国品牌须把握战略发展机遇，尽快建立数据驱动的品牌战略。依托平台快速实现数字化转型，进军全球市场，建立“以消费者为中心”的运营体系，抱团迎接全球化发展。

目录
content

PART 01 四大动力助推中国消费品牌发展

PART 02 中国消费品牌市场洞察

PART 03 中国消费品牌升级五大路径

PART 04 启示与建议

AliResearch
阿里研究院

01

四大动力助推中国消费品牌发展

AliResearch
阿里研究院

中国消费品牌发展新契机



来源：阿里研究院

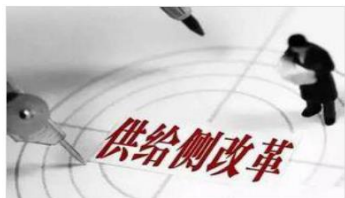
AliResearch
阿里研究院

四大动力助推中国消费品牌发展



AliResearch
阿里研究院

政策引领



供给侧改革

2015年底，中央经济工作会议定调“着力加强供给侧结构性改革”，标志着以“去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板”五大任务为重点的供给侧结构性改革正式开始。



《意见》实施

为了更好地发挥品牌引领作用、推动供给结构和需求结构升级，2016年6月10日，国务院办公厅印发《关于发挥品牌引领作用推动供给结构升级的意见》，《意见》发布即日实施。



中国品牌日

国务院批准自2017年起，将每年5月10日设立为“中国品牌日”。2018年3月，发改委等七部委于中国品牌日标识发布会，正式对外发布中国品牌日标识和2018年中国品牌日活动信息，助力中国自主品牌闪耀世界。

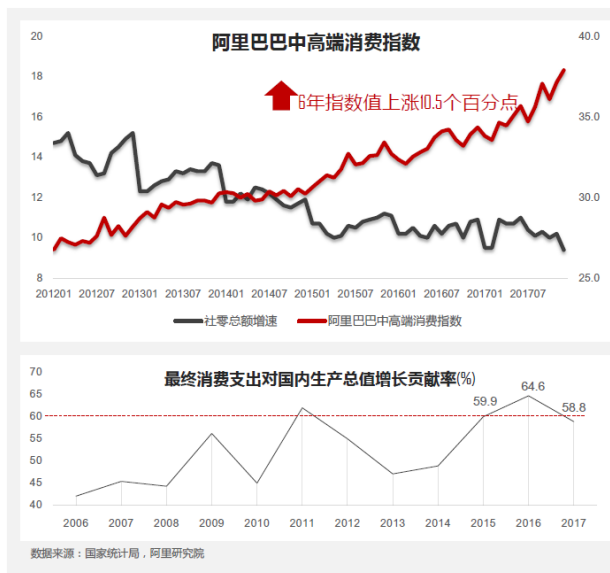
AliResearch
阿里研究院

消费升级

基本型消费转向发展型消费

国家统计局：过去三年，中国最终消费支出对国内生产总值增长贡献率稳定在60%左右。

Aliresearch：X现象——消费由“量的增长”转变为“质的增长”，5年阿里中高端消费指数值上涨10.5个百分点。居民可支配收入持续增加，迅速扩大的中产阶层群体驱动消费升级，在新生代与女性群体购买力推动下，消费者对产品和服务提出更高要求，表现为追求品质，讲究品牌，寻求商品情感价值，呈现出个性化、多样化、高端化、体验化的消费特点。



AliResearch
阿里研究院

新零售



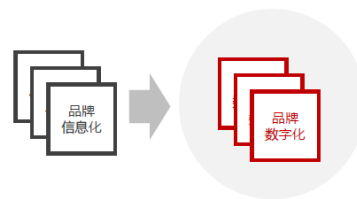
品牌与消费者的双向直联

新零售时代重建品牌与消费者沟通关系——直接的双向即时互动关系，品牌至此真正拥有与消费者互动及数据洞察的能力。



以人为中心匹配货场

以消费者为中心，深挖消费场景，根据不同人群消费需求匹配相应的商品，是新零售时代品牌需要把握的关键能力。

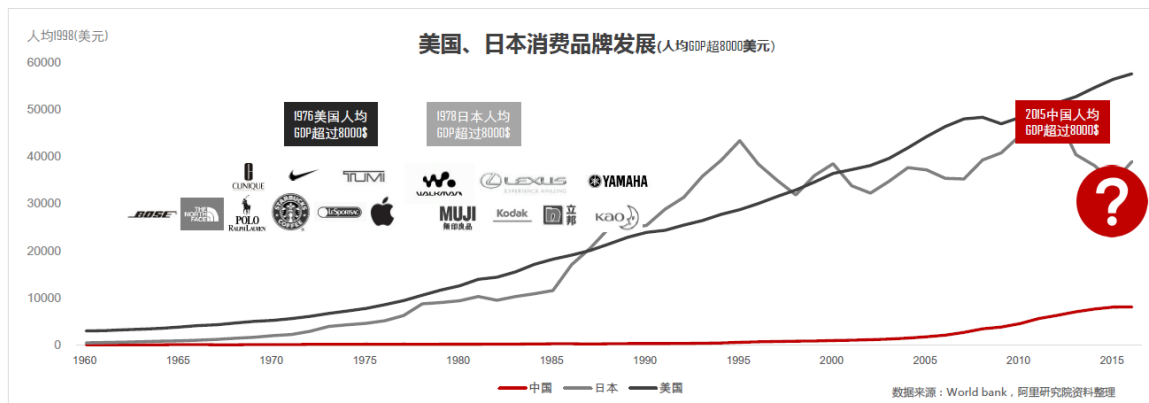


依托平台快速实现数字化转型

数字化商业基础设施包括消费者大数据与计算力、平台市场、支付与金融、信用体系、物流服务，单个品牌数字化面临较高沉默成本，依托平台可加速实现战略转型。

AliResearch
阿里研究院

文化担当



中国消费品牌即将步入大爆发时期

中国人均GDP已经超过8000美元，近三十年我国经济快速发展，国际地位日益提升。中国品牌秉承传统文化与工匠精神，新时代文化担当

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_38025

