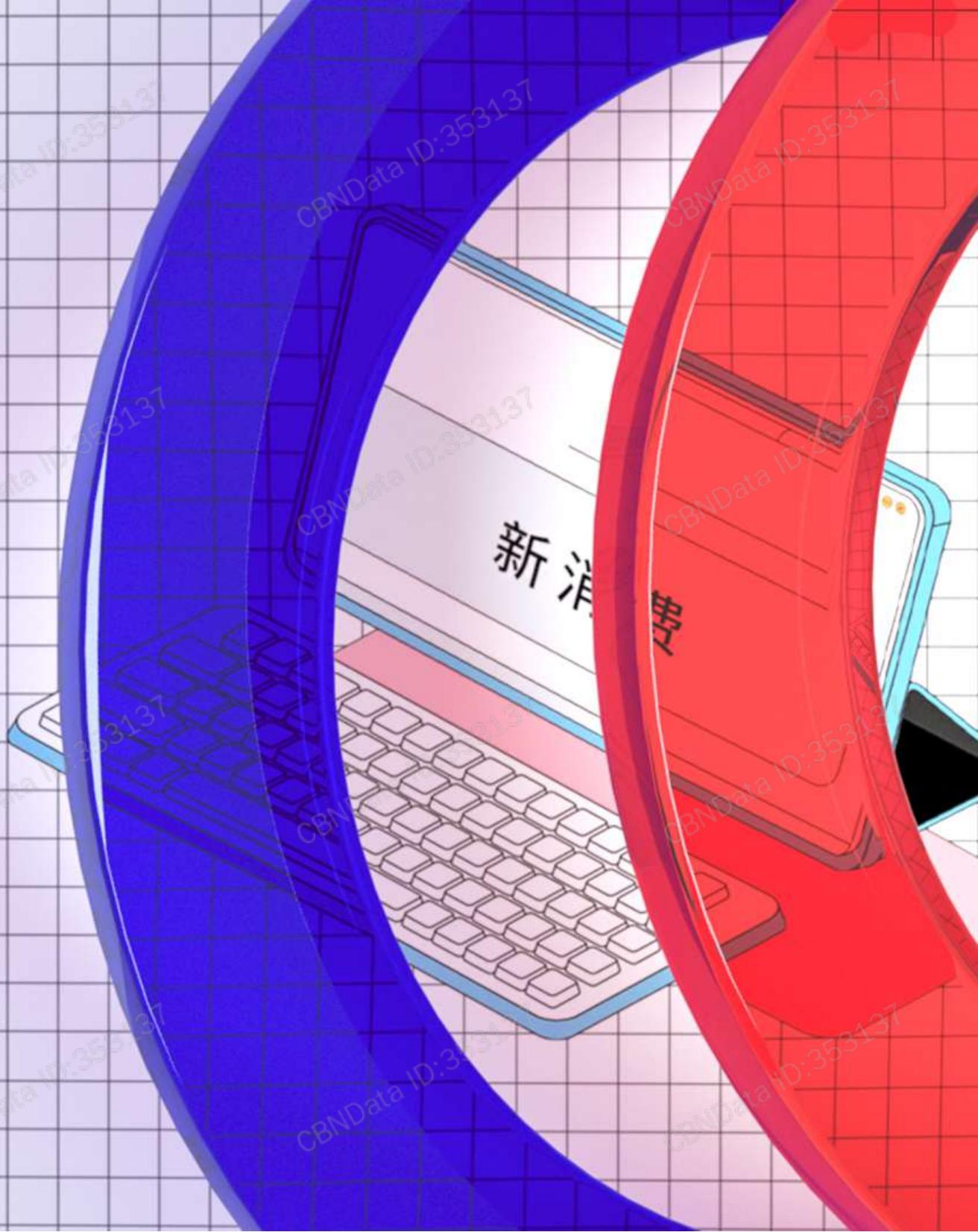




魔镜市场情报  
MKTINDEX.COM

# 2022年 中国新消费品牌 发展趋势报告

微播易 & MMA & 魔镜市场情报  
联合出品



# 前言 PREFACE

新消费品牌的集体崛起，无疑是近两年来中国商业领域中最值得关注的现象之一，大量琳琅满目的新消费产品、品牌在社交网络中不断刷屏，塑造出当代年轻人的新生活方式。

这一场新消费升级的背后，无疑有着多方因素的综合作用，比如中国人均可支配收入的增加、中产阶层的扩容、消费人群代际的更替，以及中国供应链和商业新基建的完善。总体来看，消费升级显然会是一个长期的大趋势，因此新消费品牌的崛起，或许也将成为中国商业未来数十年的主旋律。

为深度了解中国新消费发展现状、品牌共性特征、营销策略与特征、营销趋势等，本报告从行业宏观环境、新消费品牌KOL营销与投放策略与案例等角度出发，基于全面的数据分析深度破译中国新消费品牌的营销密码，为更多品牌提供增长的新参考。

**本报告内容概要：**从外部看，伴随我国经济的高速发展、科学技术的日新月异、民族自豪感空前高涨，以及政策的利好、资本的加持等因素，这些因素为新消费品牌发展提供了丰饶的土壤。从内部看，中国新消费品牌整体上善于消费者关系管理、敢于在旧模式中创新、营销方式与投放力度较为激进。中国新消费品牌在社交投入方面，在量和质方面都较为卓越，通常因时、因地、因人制宜配置KOL战术。

本报告基于人货场的变化，发现如下新消费品牌未来的营销趋势：智能尝新、悦己为先、多元懒宅、健康图鉴、元热延申、萌物陪伴等10大领域或迎来高速增长。同时，智能化、场景化、生态化、国际化将成为消费产品发展的关键词。在产品营销层面，塑造品牌价值、形成自身的壁垒变得越来越重要，KOL推广和短视频营销依旧是新消费品牌的投放重点。知乎、B站、视频发展潜力较高，或将成为新宠。另外，公域私域一体化建设、数据中台建设将成为必备。

# 关于出品方



微播易

## 微播易

微播易是以短视频为核心的社交媒体大数据精准投放平台、领先的社交媒体大数据技术服务提供商、新消费品牌营销专家。微播易拥有强大的数据挖掘能力、短视频智能识别及分析技术，为新消费品牌主、成熟品牌主及自媒体实现精准、高效的匹配，在品牌、客户资源、媒体资源、AI和大数据、新消费营销领域全面领先，得到合作伙伴认可和赞誉。



## MMA

MMA是一个全球性的营销行业前沿技术和创新理念的交流和推动平台，在全球有800多家成员单位，在中国也有近100家行业伙伴加入，10年多来，MMA持续关注 and 推动中国新兴营销媒体技术和业态，携手成员单位，促进自律、合作、共赢和创新的行业环境，制定和推广相关行业标准，并提供营销培训课程，为行业沉淀和累积人才，推进中国新兴营销行业的规范化发展和繁荣。



魔镜市场情报

## 魔镜市场情报

作为AI赋能的零售洞察公司，魔镜市场情报用机器学习和AI算法，帮助品牌从海量的市场信息中提取高增长的、有投资价值的新机会。我们的研究覆盖了整个线上零售市场的数十万个细分行业和数十万个品牌。通过SaaS系统和行业市场洞察，我们服务于数百个品牌。

# 合作媒体

刀法  
Digipont

SocialBeta

MORketing

TopMarketing

marketing

财经

新品牌研究所

观潮新消费  
tidesight.com

数字营销  
Digital Marketing 关注数字经济 引领数字营销

甲方财经

巨头财经

海豚社

OIB.CHINA

品牌  
BRANDPLUS

新消费智库  
NEO-CONSUMER

MARTEKER

胖鲸

今日广告  
A D T O D A Y

媒体排序不分先后

Part-01

中国新消费市场环境现状洞察

Part-02

中国新消费品牌发展共性特征分析

Part-03

中国新消费品牌KOL营销策略与效果分析

Part-04

中国典型新消费品牌KOL营销案例分析

Part-05

中国新消费品牌KOL营销趋势洞察

Part-06

中国新消费品牌热投KOL价值榜单

目录

CONTENTS

# 01

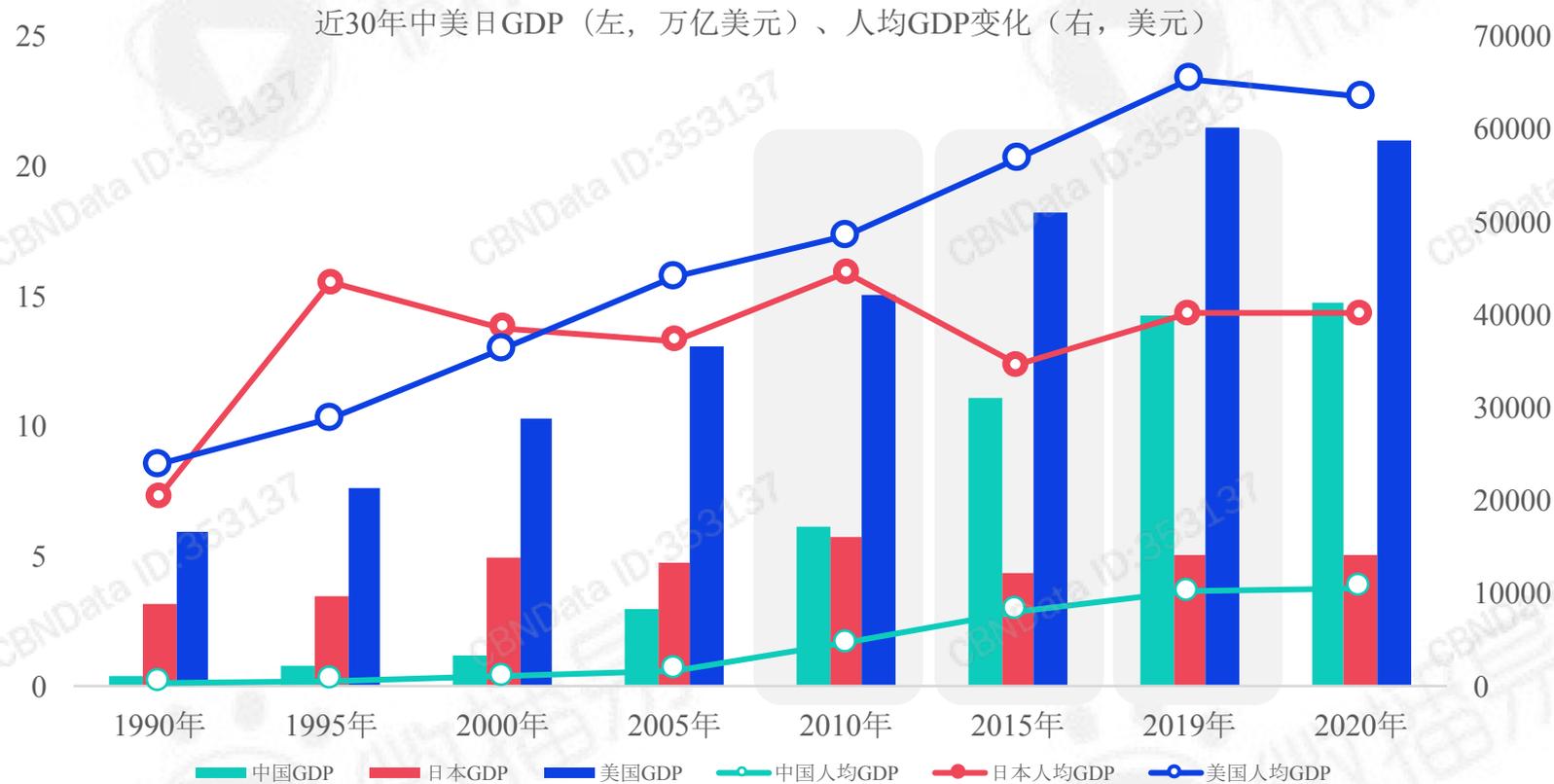
## 中国新消费市场环境 现状洞察

- 新消费品牌所处的环境现状如何？本章节从经济、科技、文化、政策、资本等角度，剖析中国新消费品牌可持续发展的市场现状，深度洞察中国消费市场环境，以及新技术、新人群、新渠道为消费市场、国货市场、创业市场带来的新变革，客观洞察中国新消费品牌发展现状及前景。

# 强劲的消费市场

## 人均GDP破10000美元，消费市场发展依然强劲，中国正在成为全球最大的消费市场

改革开放至今的40多年中，消费市场不断扩大，中国社会零售总额增长了250余倍，2020年即便受疫情影响，全年零售总额也达到了39.2万亿元。人均GDP在2019年突破10000美元。巨大的市场潜力和高增的消费需求，让中国成为最具成长性的内需市场，以及全球最大的消费市场之一。



**2010年:**中国成为世界第二大经济体，尚处于大众化消费阶段，模仿型排浪式消费

**2015年:**中国人均GDP超过8000美元，物质富足促使消费更个性化、高端化、品牌化、服务型消费成主导

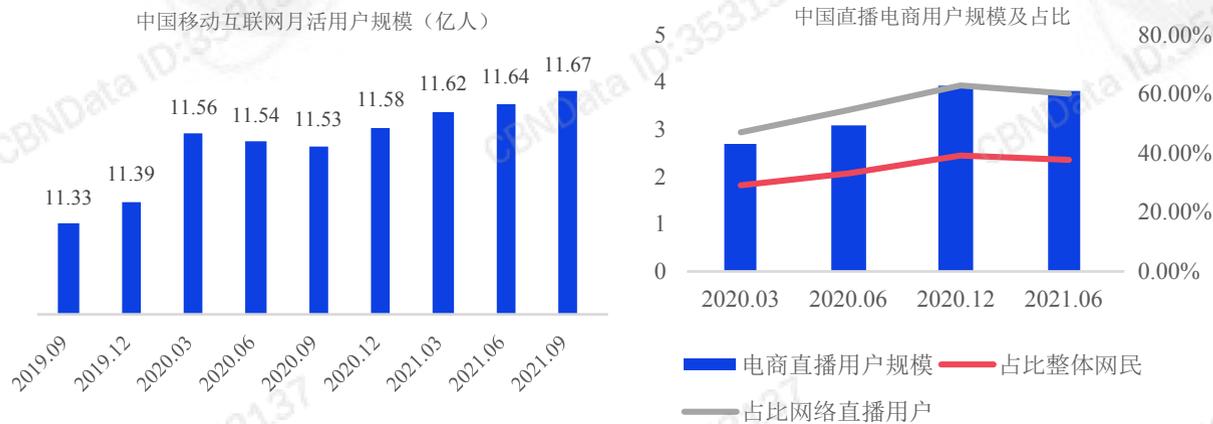
**2019年:**中国人均GDP超10000美元，产业升级，消费认知提升，性价比、健康、理性、个性等多元消费

# 飞速发展的科技力

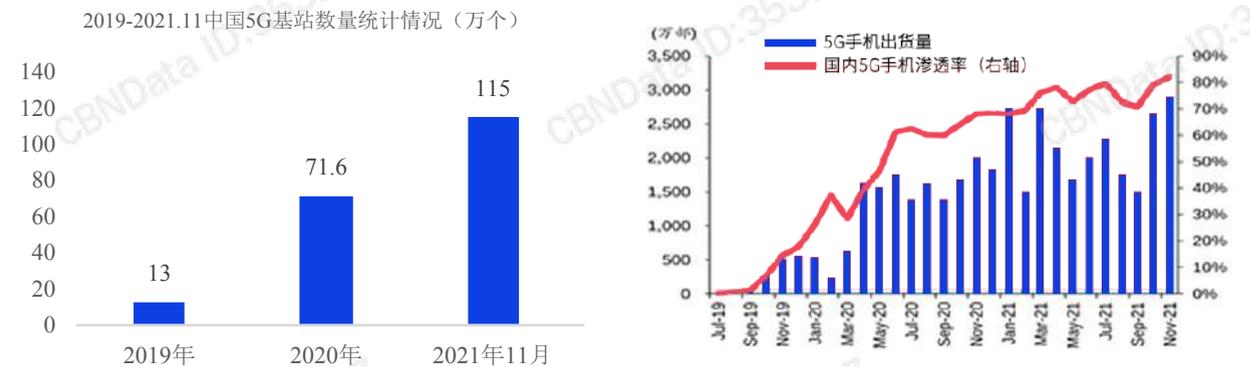
## 先进制造、5G、大数据、云计算等科技赋能新消费产品生产、运输与传播效率

伴随我国5G移动互联网通信技术的应用与发展、智能终端的普及、移动互联网的迅猛发展以及大数据、人工智能、物联网等科学技术的进步，让新消费品牌和产品能够更加高效的被生产、营销和传播效率更高、智慧仓储和运输效率更高。

### 移动互联网以及线上零售购物普及度仍具有增长空间



### 5G基站建设数量与智能设备渗透率稳步提升



- 大数据
- 云计算
- 人工智能
- 物联网
- 先进制造
- 量子信息
- 生物科技

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\\_35261](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_35261)

