



魔镜市场情报

MKTINDEX.COM

2022Q1

魔镜消费新潜力白皮书

Emerging Trends of New Retail, Whitepaper, 2022Q1



资本寒冬的第四个季度、全国抗疫的第二十九个月，每个品牌主或投资人都会有这样的疑问：“新消费还值得做吗？消费依然是好生意吗？”

21年年度白皮书我们曾为大家带来了由“T区护理”、“药妆食同源”、“母婴消费”等年度市场热点，22年Q1季度，“个性化需求”、“药补同源”、“身体素颜霜”等高增长概念正在悄悄的进入消费市场。好的产品应当满足三个要素：1、消费者使用体验佳 2、消费者能够获得精神层面的满足 3、同时具有一定的放纵成瘾性.....

2022Q1我们发现了10个同比增长超10%、销售额超10亿+超级品类，以及15个同比增长超40%、销售额6亿+的超级品牌。

不仅如此，魔镜也升级了白皮书的内容维度，不仅为大家呈现母婴、医药、电器、美妆、服装、食品等热门市场的常规类目增长情况外，还发现了17个高增长细分市场及概念，那么又有哪些赛道实现了高增长？又有哪些品牌做好了留存，凭借着差异化打法提高了复购？

22年的新消费市场路在何方？各大消费企业的创始人应当抓住那些有潜力的机会点和市场热门概念？让我们一起走进魔镜22年Q1季度白皮书所带来的数据世界。

注：本报告数据来源为魔镜市场情报旗下各数据产品（包括：MMI、魔镜电商聆听、魔镜社交聆听、增长雷达、分析+、魔镜Oversea）

合作媒体

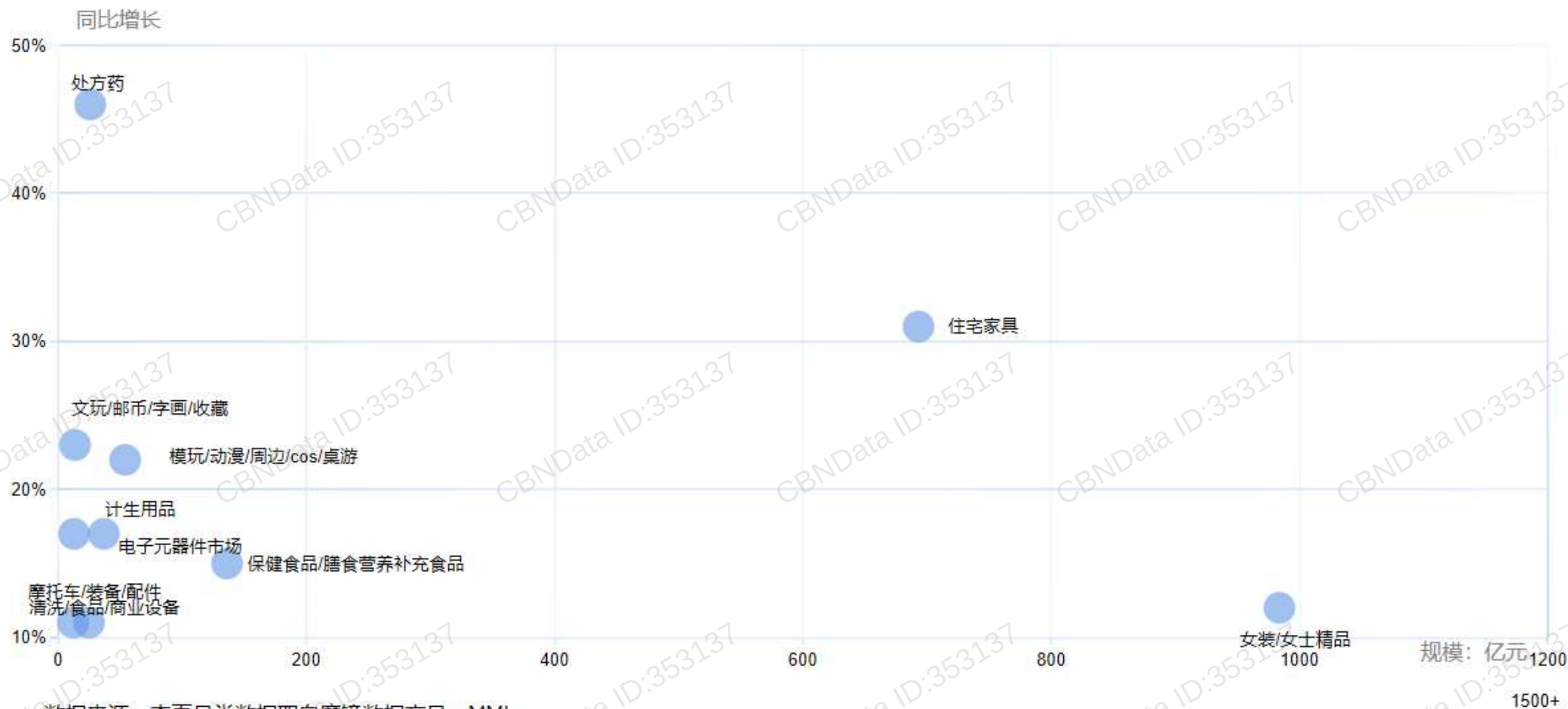


超级品类—10%+与10亿+

淘宝天猫10个季度销售额同比增长超过10%的一级类目



魔镜市场情报
MOOJING.COM



数据来源: 本页品类数据取自魔镜数据产品—MMI

超级品牌—40%+与5亿+

淘宝天猫15个同比增长超过40%的5亿+品牌



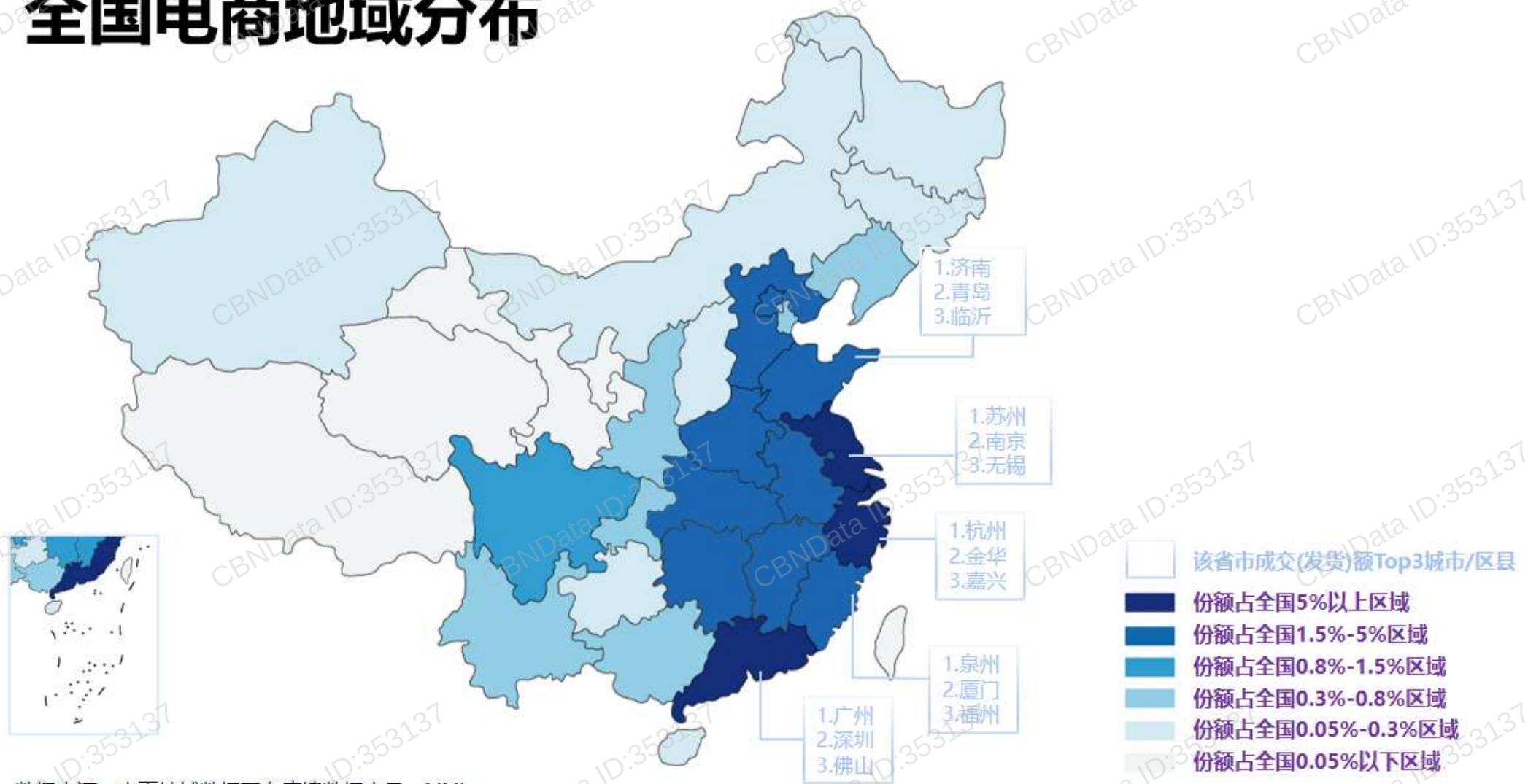
魔镜市场情报

MOOJING.COM



数据来源: 本页品牌数据取自魔镜数据产品—MMI

全国电商地域分布



数据来源：本页地域数据取自魔镜数据产品—MMI

数据说明



魔镜市场情报

MOOJING.COM

时间维度

2021年1月-2022年3月

数据来源

魔镜市场情报旗下各数据产品

包括：MMI、魔镜电商聆听、魔镜社交聆听、增长雷达、分析+、魔镜Oversea
以及部分公开数据

规模

退货交易不算入规模，与GMV统计口径不同

消费者认知

对微博抖音小红书的讨论分词后生成，某词的大小和出现频次正相关

发布数

微博抖音小红书平台中有关此行业的推文数量

互动量

微博抖音小红书平台中有关该行业推文的点赞，转发，评论，收藏，阅读数量

魔镜潜力评级

根据品牌竞争力，魔镜给出的星级评分

数据说明添加

声量/互动量转化指数：由微博抖音小红书三平台声量/互动量与概念/类目的销售额销量计算得出

品牌竞争力模型

知名度

当前品牌在行业中社交舆情互动量排名

商品丰富度

当前品牌在行业中所拥有商品数量排名

好评度

当前品牌在行业中的好评度

17个高增长细分市场/概念



魔镜市场情报
MOOJING.COM

我们根据淘宝天猫的销售数据，通过规模和增速两个维度，筛选出了17个最具潜力的市场/概念。

我们从行业、品牌、爆品的规模、增长、舆情等角度进行全方位的分析，勾勒出新消费市场的面貌。

食品饮料

零食边角料

椰青水

美妆个护

身体素颜霜

无水面膜/无水配方

腮蓝

医药保健

烟酸

虾青素

药补同源(酸枣仁&蓝莓)

家电

可视化(厨电)

扫拖洗烘

背夹电源

火焰香薰机

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_41149

