



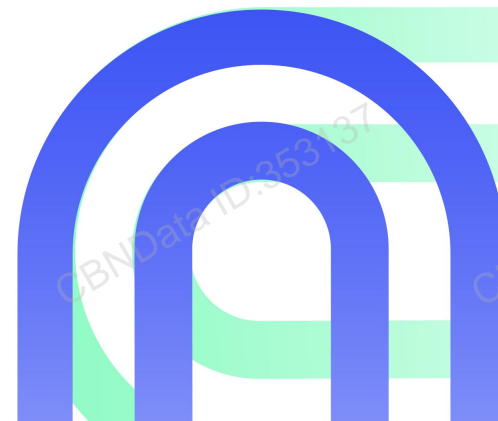
魔镜市场情报

MKTINDEX.COM

2022Q3

魔镜消费新潜力白皮书

Emerging Trends of New Retail, Whitepaper, 2022Q3



前言

资本寒冬的第三个季度、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？”

22年Q2白皮书我们曾为大家带来了由“双拼双胆电饭煲”、“高蛋白薯片”、“凉感T恤”等市场热点；22年Q3季度，“羽衣甘蓝粉”、“高速吹风机”、“ γ -氨基丁酸”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.....

2022Q3我们发现了15个同比增长超10%、销售额超10亿+超级品类，以及7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，不仅涵盖天猫淘宝平台，还首次加入了抖音平台数据，为大家呈现家电、零食饮料、户外运动、母婴、医疗保健、美妆个护等热门市场的常规类目增长情况，还发现了19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哪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Q3季度白皮书所带来的数据世界。

合作媒体

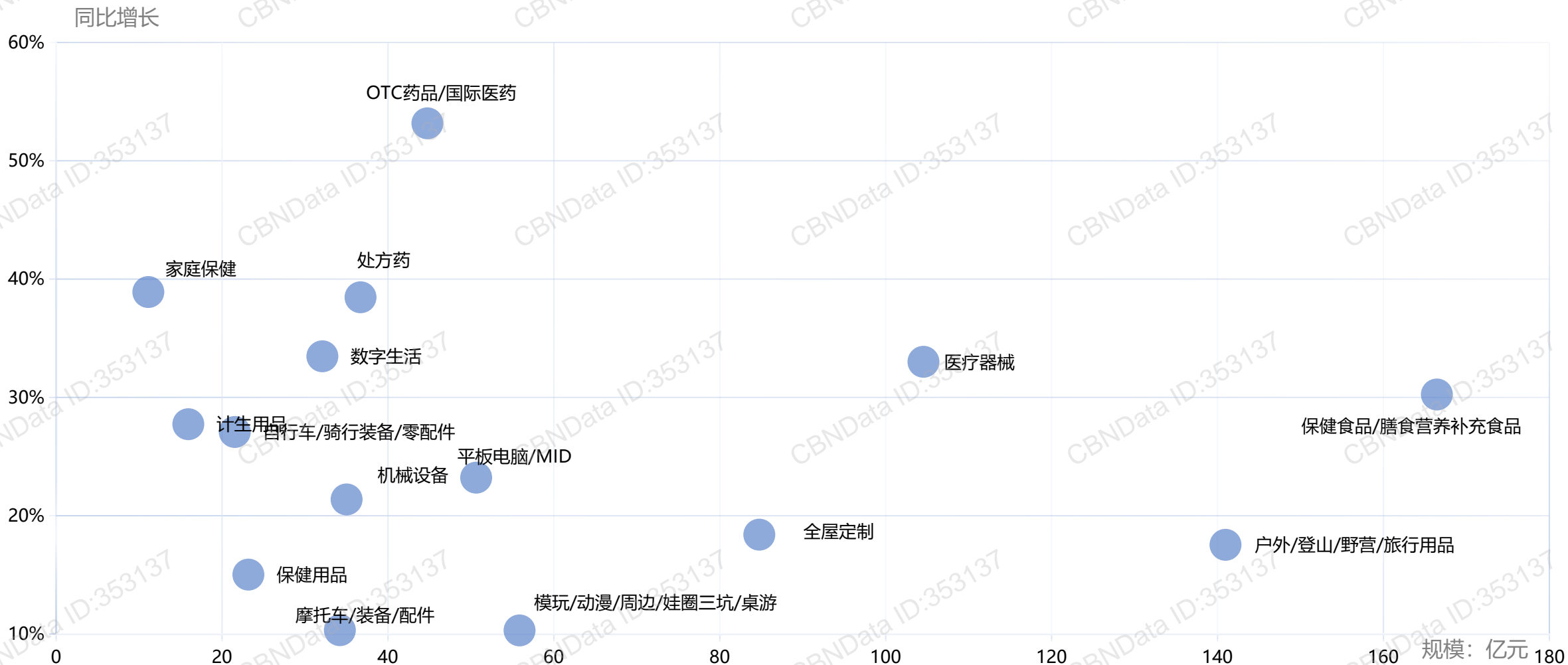


省时查报告



超级品类—10%+与10亿+

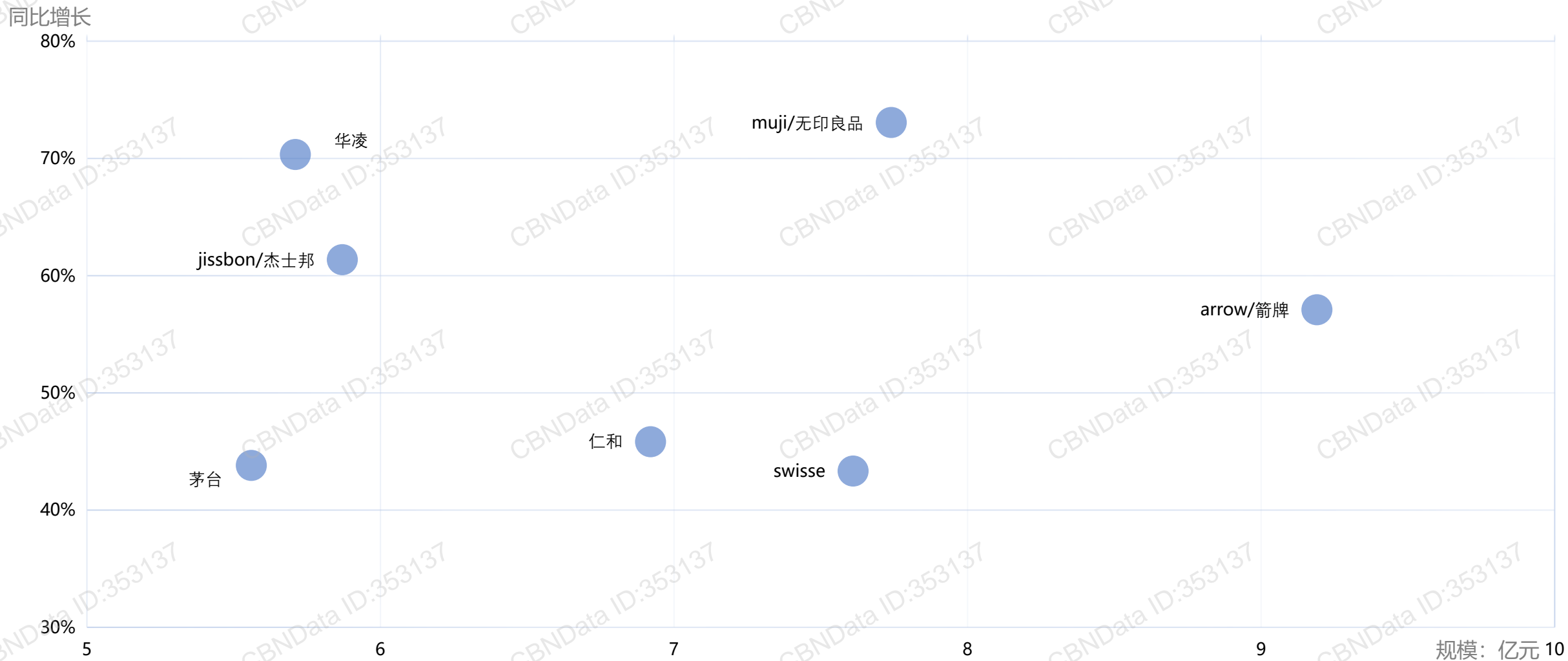
淘宝天猫2022Q3季度销售额同比增长超过10%大于10亿的一级类目



数据来源：本页品类数据取自魔镜数据产品—MMI

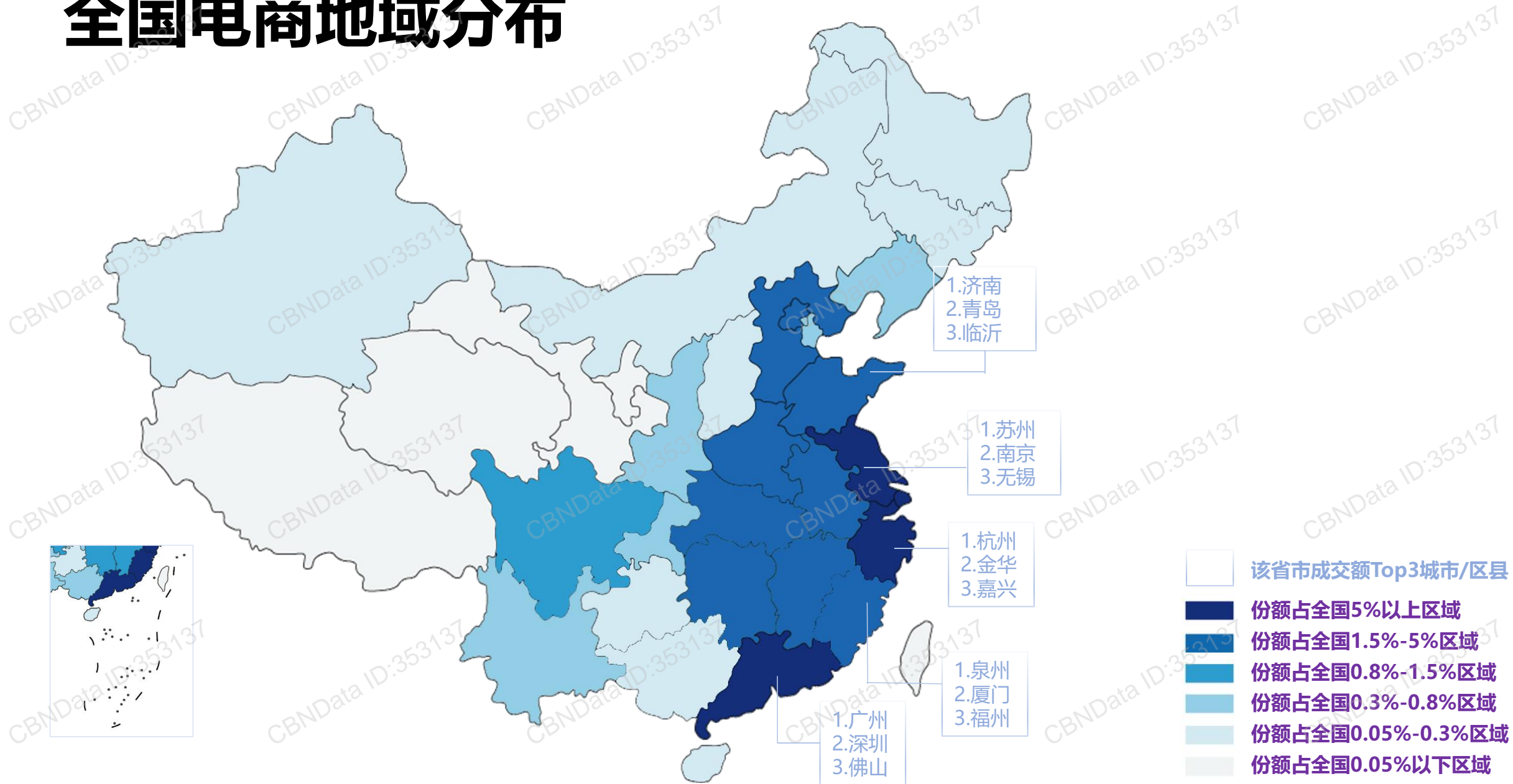
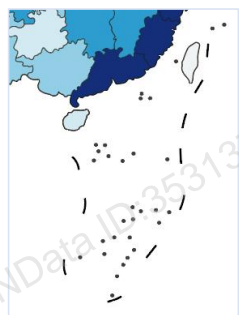
超级品牌——40%+与5亿+

淘宝天猫2022Q3季度7个同比增长超过40%的5亿+品牌



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



数据说明

时间维度

2021年7月-2022年9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

19个高增长细分市场/概念

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19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

家电

家用咖啡机

游戏电视

电解水除菌洗地机

零食饮料

猴头菇山药粉

桑葚养生茶

羽衣甘蓝粉

草饲奶源

户外运动

电子计数跳绳

母婴

紫苏籽油

一次性奶粉袋

医疗保健

米诺地尔酊

γ -氨基丁酸

护肝养肝

美妆个护

固体牙膏

暖宫带/经期护理仪

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_48045

