



消费行业：中国新消费品牌 7 月观察报告



7 月社会消费品零售总额同比增长 2.7%，相较于 3-5 月的负增长，整体呈现恢复态势。从品类看，15 个品类中 13 个品类零售额同比增长，尤其金银珠宝类、汽车类、文化办公用品类等耐用品品类零售额较快增长。文化办公用品、烟酒等可选消费品类，以及家用电器等居住品类零售额增速有小幅增长。

5-6 月主要国产品牌线上营收环比增长率，高于国家统计局发布的实物商品网上零售额环比增长率，而 7 月国产品牌线上销售额环比降幅更为显著。从品类上看，除美妆个护品类的国产品牌销售额下降明显外，其他快消品品类的国产品牌线上销售额同比变化与整体接近。

618 大促结束后，宠物、大家电、数码 3C 以及运动户外 4 个品类的国产品牌爆品数量占比提升，其中大家电品类下的国产品牌爆品数量占比提升最为明显，其次为宠物、运动户外和数码 3C 品类。以运动户外品类为例，7 月销售额排名 TOP10 的单品中 70%均属于国产品牌。

食品饮料仍是月度官宣明星代言数量最多的品类，珠宝配饰、美妆个护品牌本月明星代言数量较上月显著增多。本月官宣代言的明星多为当播热门综艺、电视剧明星，尤其以综艺《乘风破浪的姐姐》以及电视剧《星汉灿烂》《月生沧海》的相关明星为主。

大家电、数码 3C、服装鞋包等注重线下体验的品类受疫情影响较小，7 月依旧快速铺设线下渠道。华东地区的江苏、浙江、山东是品牌新开门店的首选省份，广东、四川、河南三省紧随其后。其中作为最早开始试点

家电下乡政策、并积极开展家电以旧换新和绿色智能家电下乡的省份，四川和河南成为数码 3C、大家电品牌重点推进新门店的省份。

7 月中国消费行业融资事件共 68 起，与 6 月融资事件数量相当。从细分赛道分布来看，食品饮料行业下的融资事件数量远超其他行业，其中酒类延续 6 月投融资热度，成为当月最热门的消费赛道。此外，以健康为卖点的品牌也颇受资本青睐

关键词：疫情

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_46666

