2020 新国货 城市

城市商业创新力——2020新国货之城报告

CBNDATA 第一财经商业数据中心 × 天猫 TMALL.COM



© 2020 CBNData. All rights reserved.

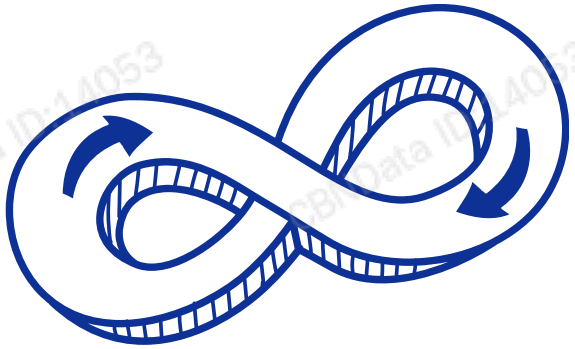


过去10年是整个中国传统的商业、品牌、商家全面拥抱互联网的10年；
未来10年，将是互联网创造新品牌的10年，也是新国货的黄金10年。”

每个新国货品牌都或多或少地体现着它们所在城市的文化特色，
而从产品创新、供应链创新、到营销创新，
品牌乘风破浪的背后，更离不开城市商业创新力的驱动。
在本篇报告中，我们将梳理新国货崛起的背景，
从产业带视角切入，分析不同城市新国货品牌的特征差异，
以及这些品牌如何反哺每座城市的文化及商业基因。

目录

TABLE
OF
CONTENTS



1 2020新国货爆发之年

2 新国货发展概览

3 国货力量与城市文明

4 城市商业创新力——新国货之城完整榜单

CBNData ID:14053



2020 新国货 爆发之年

CBNData ID:14053

2020 新国货 爆发之年

数据说明：

本报告新国货品牌的取数逻辑为天猫主要行业下的头部国货品牌

国民整体**消费实力**极大提升

民族自信升腾、加深本土文化认同

消费者

以国内大循环为主、国内国际双循环的新发展格局为国货崛起再度加码

消费**人群及其需求**的变化催生市场机会

新发展格局

产业链

国内**产业链**构建全面且完善

消费平台激发内需、大力扶持、孕育土壤

具有国际化视野的**人才**成为国货品牌操盘手

互联网完善的**商业基建**给新国货品牌提供弯道超车的机会

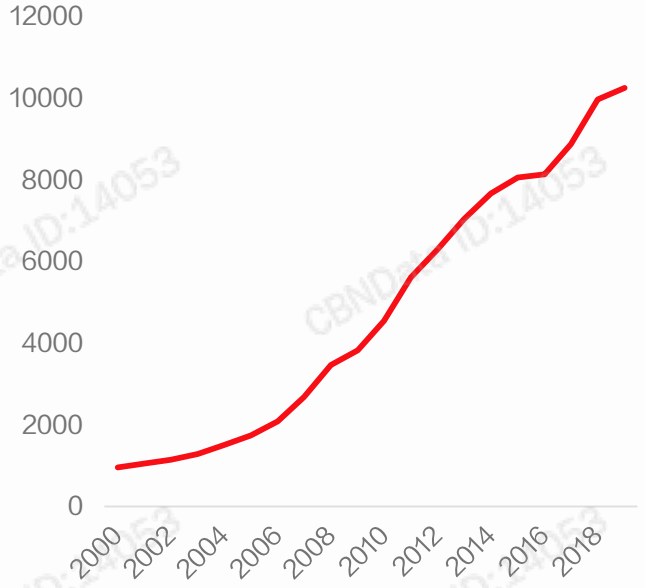
互联网新基建

创业者

国民整体消费实力极大提升，为新消费需求爆发奠定基础

2019年，中国人均GDP突破“一万美元”，已然成为全球消费的核心贡献引擎。在国民消费结构中，服务性消费比重提升，恩格尔系数进一步下降至28.2%。国民生活水平的提升，为注重品质与体验的新消费需求爆发奠定基础。

2000-2019年中国人均GDP趋势（美元）



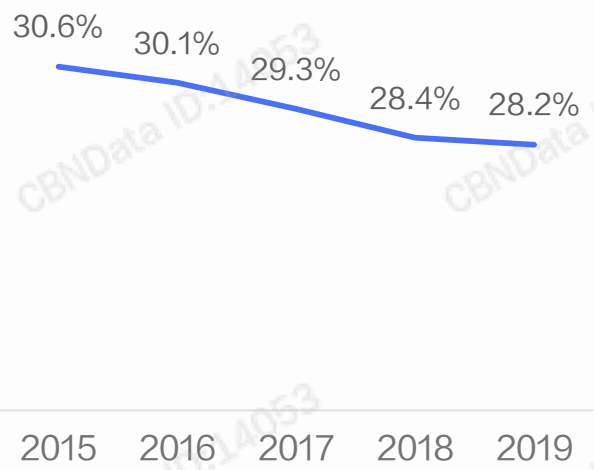
数据来源：国家统计局

2015-2030年全球消费增量贡献（%）

年龄组别	中国	美国加拿大	西欧	拉丁美洲
0-14岁	2.6	2.4	0.8	0.6
15-29岁	5.6	2.8	1.0	1.3
30-44岁	6.7	4.4	1.1	1.8
45-59岁	6.0	2.7	0.7	2.0
60-74岁	6.7	5.8	3.0	1.7
75岁以上	3.0	5.0	2.1	0.8
合计	30.6	23.1	8.7	8.2

数据来源：麦肯锡全球价值研究院、阿里研究院整理

2015-2019年中国恩格尔系数趋势

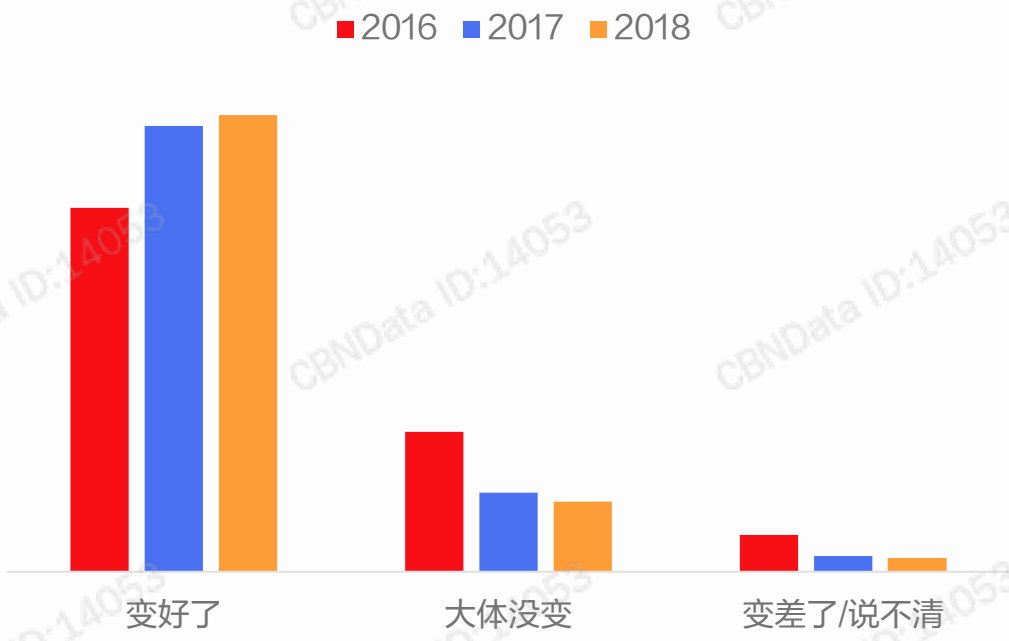


数据来源：国家统计局

经济腾飞带动民族自豪感攀升，加深本土文化认同

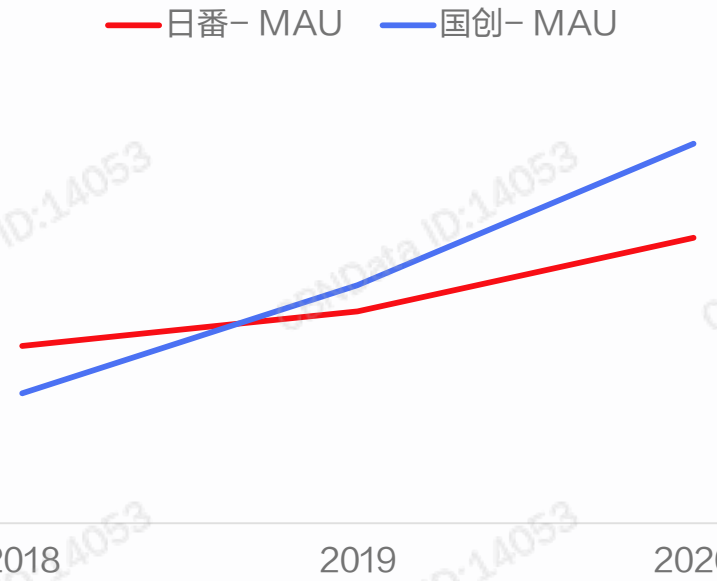
随着综合国力的提升，国人的民族自信大大加强。在中国企业对提升产品品质、性能和价值的不间断努力下，消费者对国产品牌的印象也在持续好转。而除了在消费领域，文化层面的认同也在加深——以国漫为代表的本土文化影响力深度释放，赢得年轻人群的青睐。

2016-2018年国产品牌好感度变化趋势



数据来源：《 2018年中国消费者对国产品牌好感度调查报告》

2018-2020年哔哩哔哩国创vs. 日番观看人数变化情况



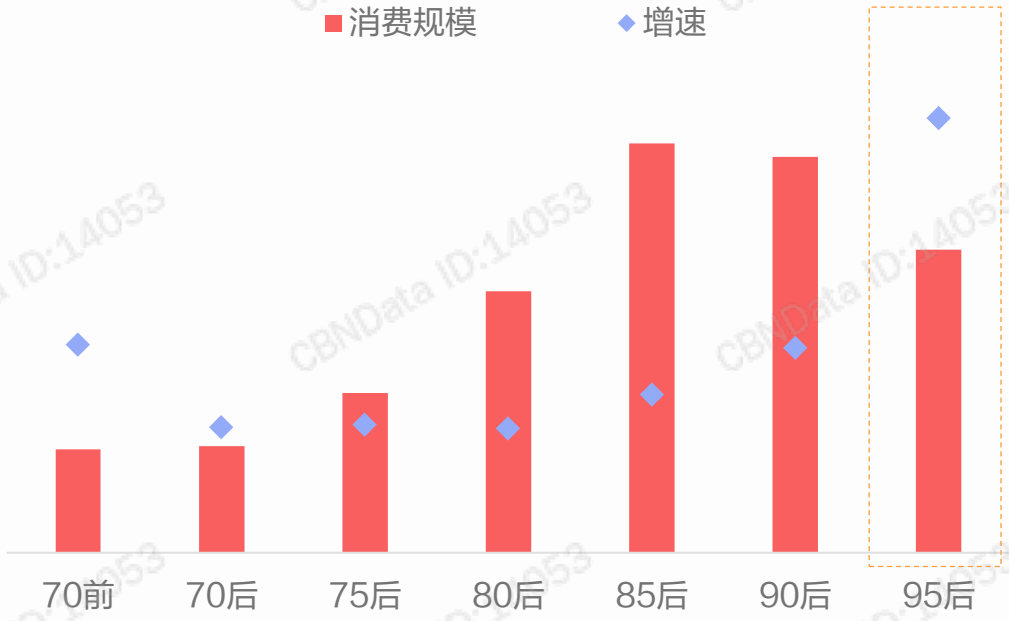
2019年，B站国创区MAU首次超过日番，成为B站第一大专业内容品类，同时MAT2020年6月国创播放量同比增长*83%*。

数据来源：bilibili

新生代消费者崛起，催生市场机会、激励国货创新

随着95后消费者进入市场、成为品牌最为关注的新生力量，他们的消费态度与需求也在推动市场的变革。受到多元文化熏陶的95后人群呈现出个性化的消费特征——乐于尝新，也对品牌持有更开放包容的心态。这既为国货品牌打开了更多的市场空间，也催生了更多的市场机会点、激励品牌创新。

MAT2019线上不同代际消费规模及增速



数据来源：CBNData《2019互联网消费生态大数据报告》

95后人群关键词



资料来源：公开资料整理

我国产业供应链日趋完善，为国货崛起提供制造基础

中国是世界制造业第一大国，拥有独立完整的工业体系，是全球唯一拥有联合国产业分类全部工业门类的国家。

1 **浙江省**
- 建德五金
- 宁波小家电
- 义乌收纳
- 苍南/桐城包装

2 **江苏省**
- 南通家纺
- 无锡茶具

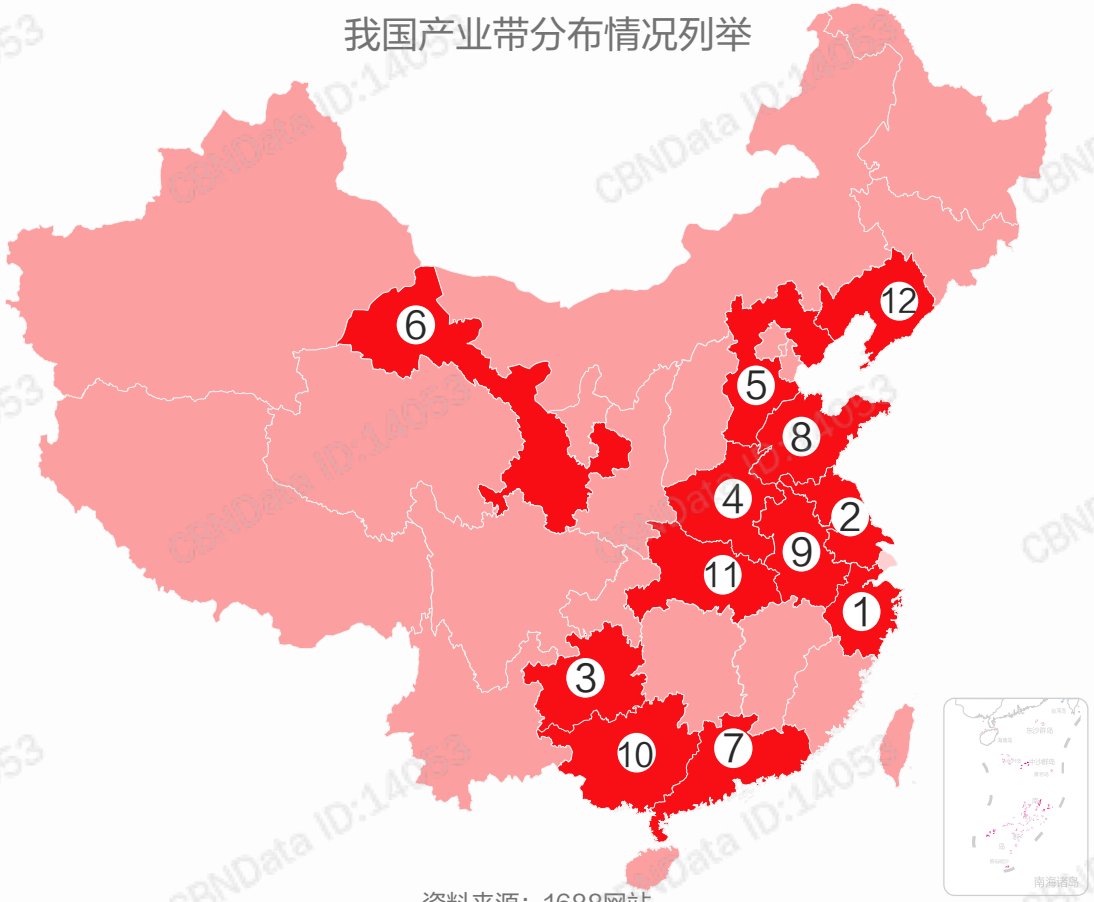
3 **贵州省**
- 遵义白酒

4 **河南省**
- 漯河食品
- 郑州女裤

5 **河北省**
- 保定毛绒
- 邢台毛纺

6 **甘肃省**
- 陇南花椒

我国产业带分布情况列举



7 **广东省**
- 佛山家具
- 中山灯具
- 深圳数码
- 东莞衣架

8 **山东省**
- 淄博化工
- 威海水产
- 青岛家具

9 **安徽省**
- 颍东食品

10 **广西省**
- 玉林中药材

11 **湖北省**
- 汉正街服装

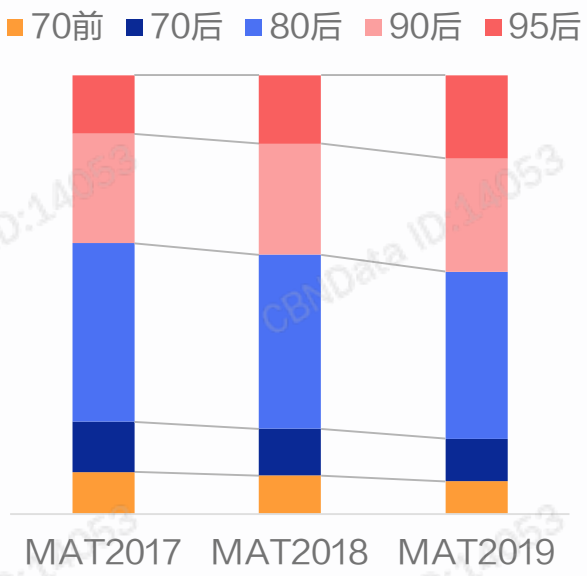
12 **辽宁省**
- 南塔鞋包

资料来源：1688网站

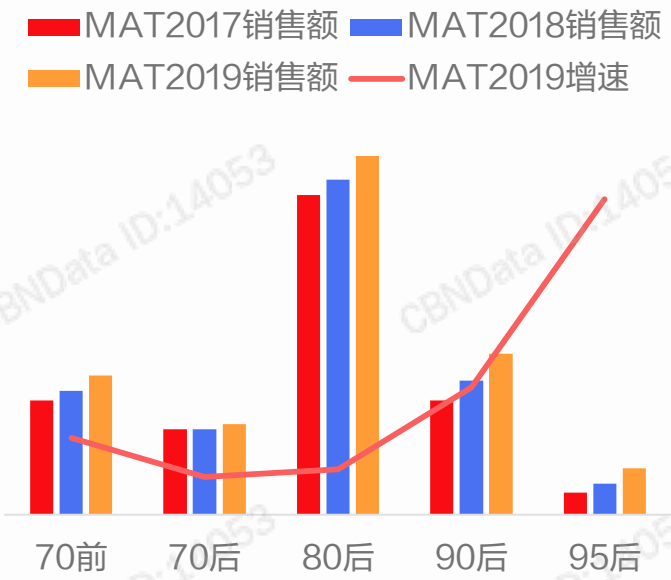
更多年轻创业者投身新消费创业浪潮，人才供给充分

具有国际化视野的年轻人正在成为品牌的操盘手，为国货品牌的崛起提供充分的人才储备。从线上店铺的店主结构来看，90后及95后青年店主正逐步成为线上卖家的主力人群；在销售额上，80后当前仍是贡献主力，而90后及95后店主的销售额增速分别是80后的2.8和6.9倍，发展势头更为强劲。

MAT2017-2019线上店主分代际人数分布



MAT2017-2019线上各代际店主店铺销售额趋势



这些新品牌的创始人都是90后：



数据来源：CBNData x 淘宝《2019中国年轻创造力洞察报告》

图片来源：网络

国家“以国内大循环为主”的新发展格局，进一步推动国货品牌化之路

2020年春天，“新冠”疫情爆发，外需收紧导致“逆全球化”浪潮加剧。面对复杂多变的外部环境，国家定调了“以国内大循环为主、国内国际双循环的新发展格局”以应对新的挑战。新发展格局将带动国内供给侧和需求侧的双增长，为国货品牌化发展提供前所未遇的机遇。

新发展格局为国货品牌发展带来机遇

制造

从 Made in China 到 Made for China

外贸比例下降，代工厂开始注重国内机会，中国最优秀的供应链转而服务于国货



消费

从 消费进口品牌 到 消费国产品牌

随着进口产品的成本变高，消费者对国货的需求增加，为国产品牌强化消费者心智提供了历史性的机遇



资料来源：互联网资料整理

以天猫为代表的电商平台为国货崛起保驾护航

平台化的扶持是激发国家内循环活力，促进新国货发展的重要力量。以天猫为代表的电商平台一方面增加了国内新供给，拉动新国货力量崛起，另一方面激发内需，培育了消费者的国货心智。不仅如此，天猫还将消费链条上下游的各个环节全面打通，间接带动就业和税收，成为刺激内需新消费的重要阵地。

天猫助力新国货发展

2018年

天猫率先发布国潮行动，率领李宁、老干妈等品牌出海

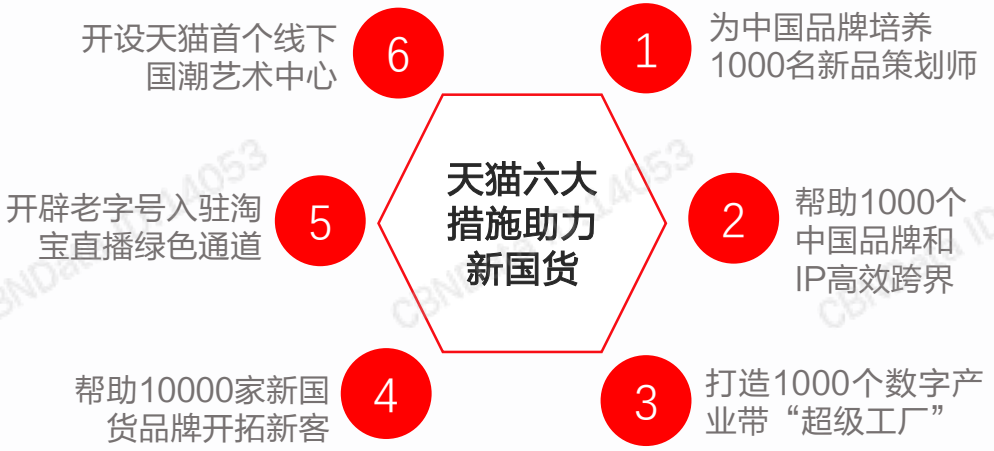
2019年

天猫发布“新国货计划”：创造200个年销售过10亿的国产品牌，协助全国1000个产业集群全面数字化升级

2020年

阿里巴巴升级“**新国货计划2020**”，六个措施助力新国货品牌发展

阿里巴巴新国货计划2020



资料来源：天猫、阿里研究院、互联网公开资料整理

天猫推动新国货发展，助力国货焕新

老字号通常都是“百年老店”，需要耗费几代人的努力才能建立起品牌的认知度。但是新国货在天猫助力下有了新玩法，呈现新面貌。开设天猫店铺，通过内容营销和社群运营成为家喻户晓的网红，线上走红、线下走量，仅需3-5年就能成为行业领先的国民品牌。

超8亿消费者

天猫有一个由8亿消费者构成的超级大市场，让新国货一举触达新用户。

洞察用户需求

天猫各种工具、模型能迅速捕捉到流行趋势和用户需求，帮助新国货打出爆款建立知名度。

全新消费体验

阿里内容生态和多种技术，让消费者能多场景、全方位地了解新国货品牌特性，带来更好的消费体验。

强大商业基建

天猫上构建了物流网络和移动支付技术的商业基础，让足不出户、买遍全球也成为可能。

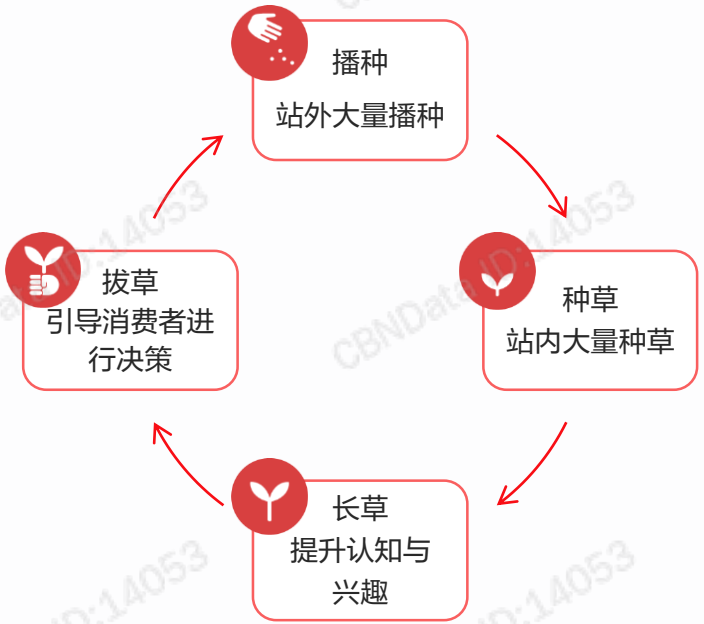
生态力量加持

天猫更是连续3年联合阿里巴巴集团生态的力量，让更多的新国货深耕本土，走向世界。

电商与内容生态的密切联动，助力国货品牌“弯道超车”

在电商平台、内容平台等互联网基建的支持下，消费者的决策链路被重塑，种草到拔草的过程变得更为高效，使得国货品牌得以在互联网上实现弯道超车。

消费平台、内容平台联动重塑消费链路



资料来源：CBNData x 阿里妈妈《新消费模式引爆新增长》

三顿半



今年6月，三顿半与bilibili UP主狂阿弥围绕《当了四年up主，我结婚了》视频进行合作，推出限量定制产品，收获粉丝积极响应；截至报告发布前，视频在bilibili播放量超过180万；同期（2020年6月）三顿半天猫销售额同比去年增速达360%。

数据来源：bilibili；CBNData消费大数据

自然之名



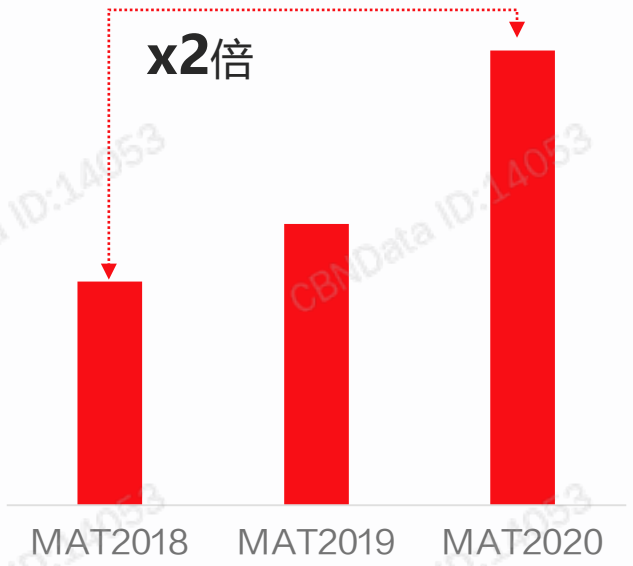
自然之名卓能修护精华露在小红书被用户称为“国货神仙水”。品牌接受用户创意优化推广策略，快速收获全网声量，在天猫也有不俗的销量表现。2019年品牌全网兴趣用户同比增加248%，购买指数同比增长了72%。

数据来源：小红书；CBNData消费大数据

2020年将成为国货品牌推陈出“新”、焕发“新”意之年

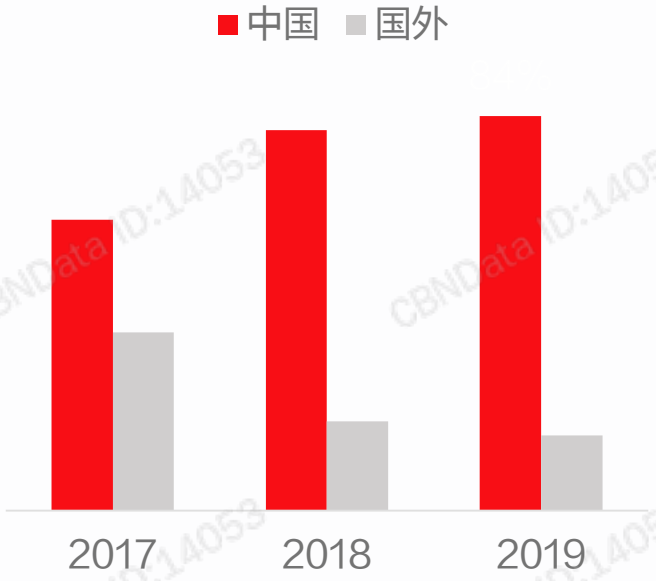
内外因素交织，将共同推动国货品牌在2020年的集中爆发。截止2020年6月，天猫线上国货品牌数量已经达到2018年的两倍，其中新品牌增速尤其快，3年长出了10万新品牌，未来这一进程也将深度加速。

MAT2018-2020 线上国货品牌数量变化趋势



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：此处的国货品牌指八大行业中天猫旗舰店销售的国货品牌。八大行业：服装、食品、百货、美妆、小家电、数码、运动户外、母婴用品

2017-2019年线上新品牌中国货品牌的数量比例



数据来源：CBNData《2020新消费洞察报告》
数据说明：此处“新品牌”指天猫新品牌库内的品牌

天猫过去3年长出了**10万**新品牌

未来3年将重点孵化**1000个**

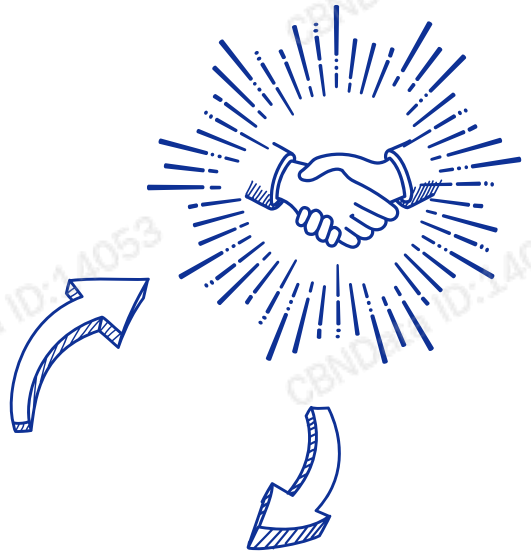
年销售**过亿**的新锐黑马

相当于**每天产生1个**过亿新品牌

数据来源：天猫







新国货
发展概览

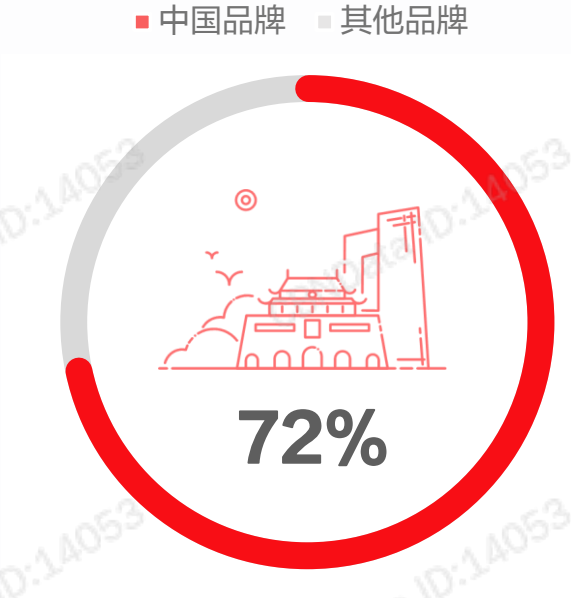


CBNData ID:14053

国货品牌线上市场占有率超七成，在各行业加速壮大

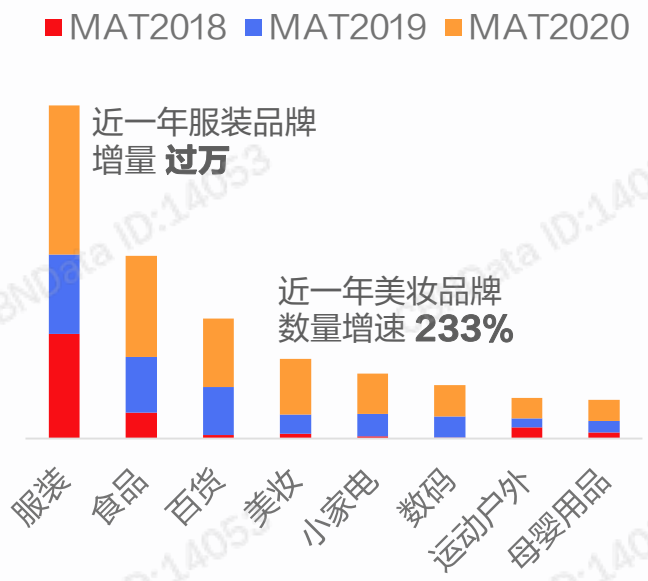
新品牌更多集中在服装、食品等行业，而美妆赛道的新玩家涌入速度最快；而从小红书近一年国货品牌在不同行业的笔记搜索趋势上，也体现出国货品牌在消费者心智中越发重要的地位。

2019年线上中国品牌市场占有率



数据来源：阿里研究院《中国消费品牌发展报告》

MAT2018-2020线上各行业国货品牌数量趋势



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：此处的“新品牌”指MAT2018-MAT2020年内成立天猫官方旗舰店的品牌

小红书国货笔记搜索趋势

服装国货

2020年8月搜索服装国货品牌的笔记搜索曝光量同比增幅高达151%，高于服装大盘的79%

美妆国货

2020年8月搜索美妆国货品牌的笔记搜索曝光量同比增长33%，高于美妆大盘的20%

数据来源：小红书
数据说明：服装国货包括穿搭、鞋靴；此处仅统计指直接搜索的国货品牌的汇总，不含泛品类搜索

老字号、民族品牌和新锐品牌各赛道齐驱

按不同的成立年限，新国货品牌可被分为老字号、民族品牌和新锐品牌三类。在各行业头部品牌中，民族品牌及新锐品牌各占四成多，老字号品牌主要集中在食品行业。

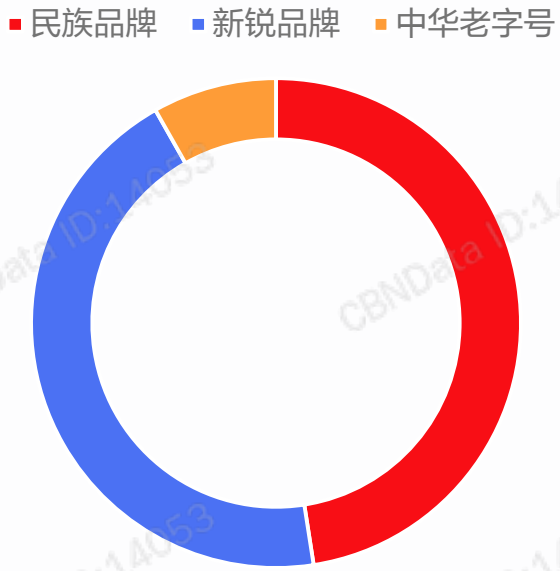
品牌分类型定义

新锐品牌
- 品牌注册时间十年及以内

民族品牌
- 品牌注册时间十年以上

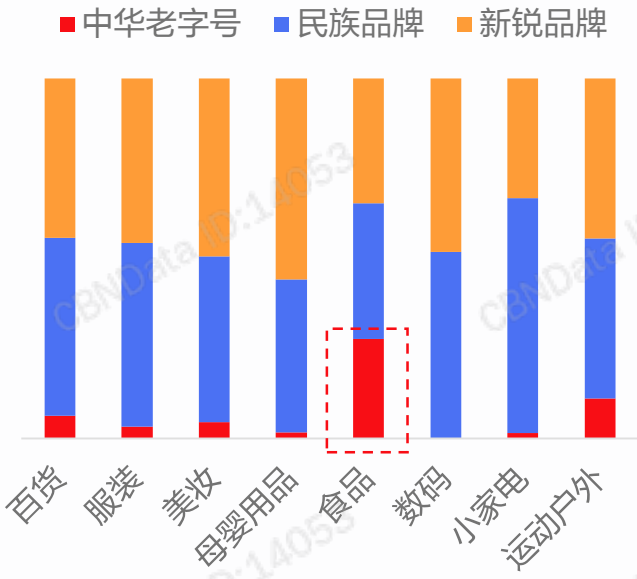
中华老字号
- 商务部在录的老字号品牌

MAT2020线上头部品牌类型分布



数据来源：CBNData消费大数据；
数据说明：头部品牌指天猫八大行业头部TOP品牌

MAT2020八大行业头部品牌不同类型分布



数据来源：CBNData 消费大数据

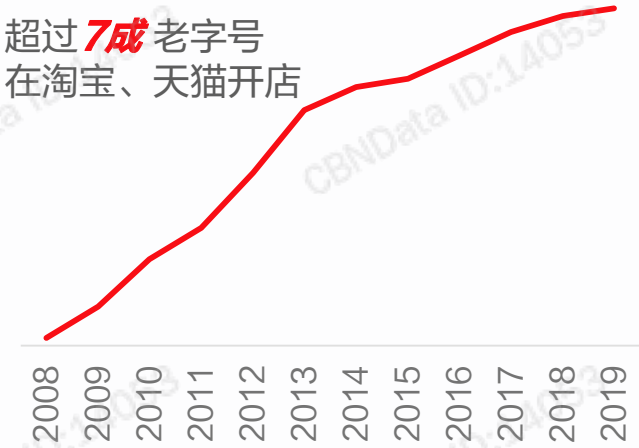
老字号品牌：转向线上，获得新生

老字号品牌近年来焕新明显，不仅在渠道上积极拥抱互联网，也主动将历史与文化积淀通过趣味化、潮流化的方式重新演绎，从而与年轻人深度沟通、重建连结。

2008-2019年老字号品牌天猫线上开店趋势

商务部认定的
1128家 中华老字号企业

超过 ***7成*** 老字号
在淘宝、天猫开店



数据来源：CBNData消费大数据、CBNData《2019淘宝吃货大数据报告》

老字号焕新案例

- 泸州老窖出香水
- 六神花味儿的鸡尾酒走红
- 老干妈卫衣亮相纽约时装周
- 大白兔唇膏上线2秒即售罄
- ……

99岁的五芳斋发布号称“争当中国广告界一股泥石流”的广告视频在B站获得***230多万***的播放量；在6月10日的天猫欢聚日，五芳斋天猫旗舰店新客户增加***92%***，其中90后用户占***42%***。



数据来源：天猫；资料来源：bilibili、公开资料整理

天猫“国货之光”榜单中“Z时代最爱老字号”

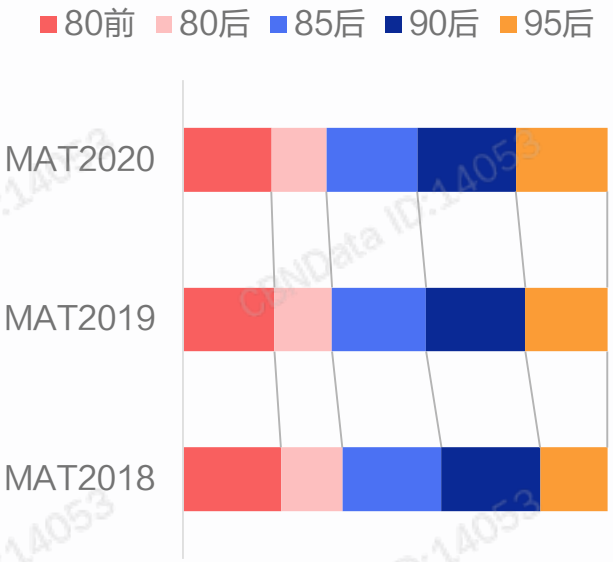


数据来源：天猫

民族品牌：强化年轻基因、大力加码新“智”造

民族品牌正在赢取越来越多年轻人群的青睐。它们用中国元素的现代化表达定义新审美，用中国“智”造定义新品质和新速度，成为提振国货自信的中坚力量。

MAT2018-2020线上民族品牌不同代际消费占比趋势



数据来源：CBNData消费大数据

中国李宁的国潮引领

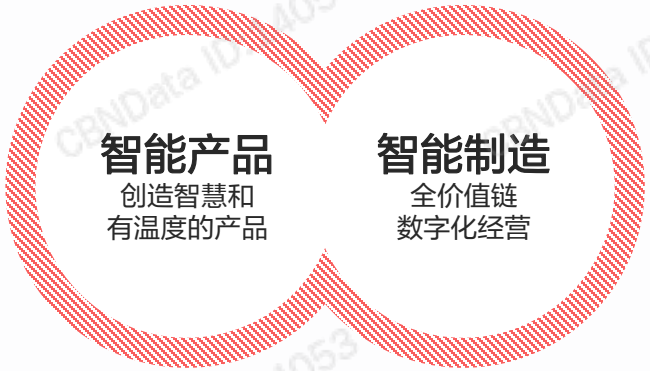
2018年，天猫携李宁在内的中国四大设计师品牌来到**纽约时装周**一展风采，打造出独具气质的潮流产品；2018年最受欢迎的国潮品牌排名中，中国李宁投票指数位列**第一**。



数据来源：互联网资料整理

美的集团的数字化转型

美的提出互联网化、移动化、智能化的战略要求，2014年起实施”智能产品+智能制造”战略，不断深化数字化转型。2019年双11，美的集团全网全品类销售额居**家电行业第一**，销售额达到**74.4亿**元，同比增长40%。

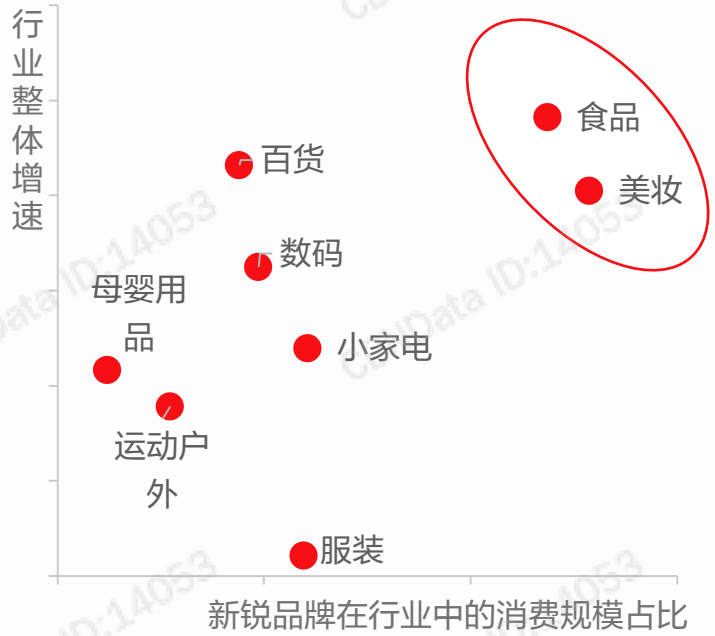


数据来源：互联网资料整理

新锐品牌：开辟蓝海市场，强势“搅局”

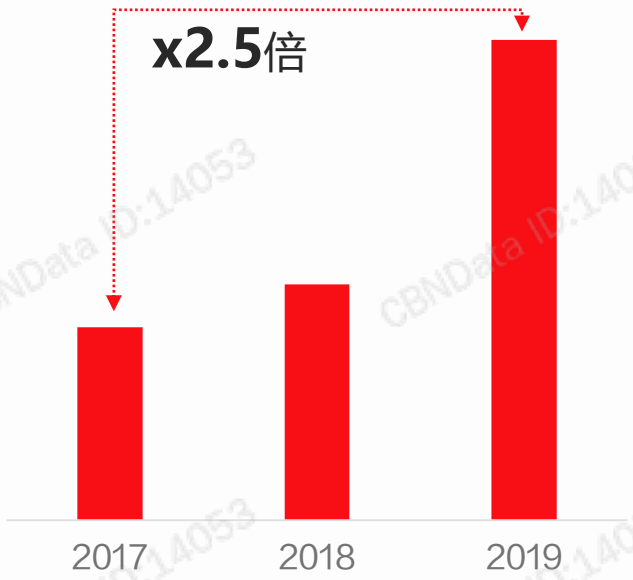
新锐品牌不断探索消费者潜在需求，在细分市场进行差异化竞争和价值重塑。食品和美妆行业是新锐品牌表现最突出的行业，且借力行业整体发展的势能，打开更多市场空间。近年来市场上也在不断涌现新的面孔，新成立的品牌数量在3年间翻倍，完美日记、花西子等年轻品牌在市场上势如破竹。

MAT2020新锐品牌行业分布



数据来源：CBNData消费大数据

2017-2019年线上新品牌数量趋势



数据来源：CBNData《2020新消费洞察报告》
数据说明：此处“新品牌”指2017-2019年内成立天猫官方旗舰店的品牌

新锐品牌举例









国货力量与城市文明

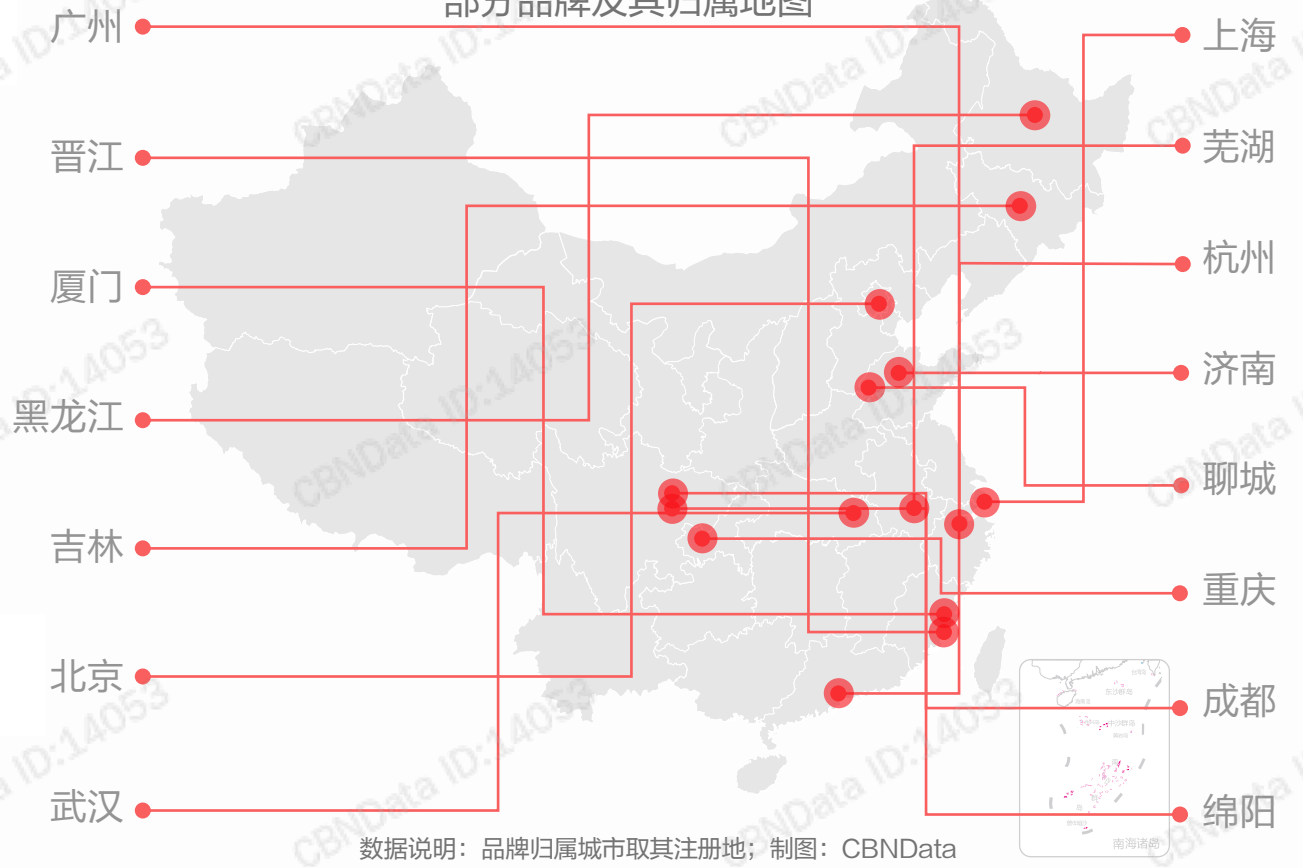


CBNData ID:14053

新国货品牌的孕育离不开城市文化、商业土壤及产业带资源的支撑

城市文化、商业及产业带特性对于品牌的诞生和发展密不可分，品牌的商业基因中也烙印着城市独有的特征。通过新国货的地域属性来探寻品牌共性，将为新国货发展提供新的研究视角。

部分品牌及其归属地图

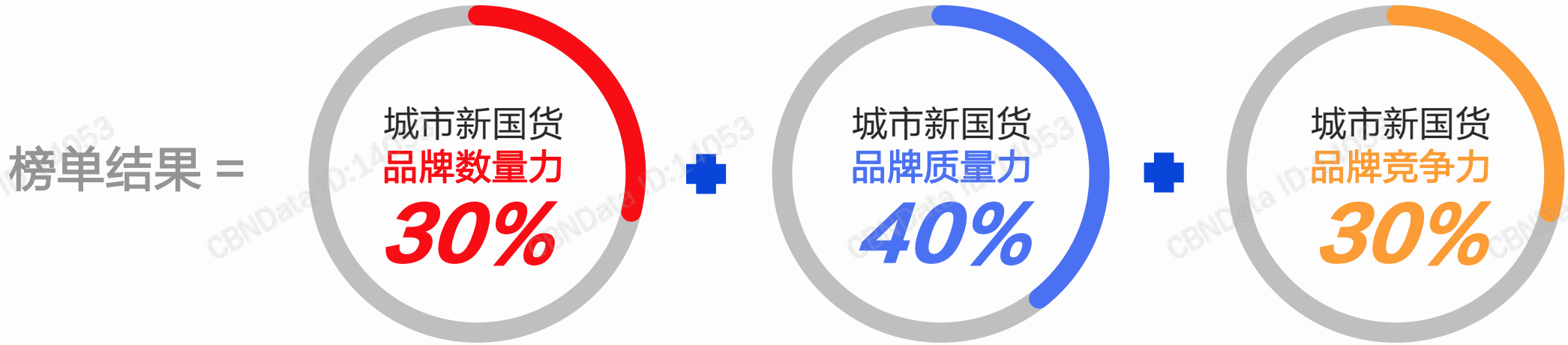


数据说明：品牌归属城市取其注册地；制图：CBNData

我们用什么来定义“新国货之城”

数据可以量化评估每个城市在新国货品牌培育上的能力与表现。数量指标、质量指标是最基本的统计指标，它们从不同的角度反映出总体的综合特征。在新国货之城榜单中，除了选用数量力（品牌数量）、质量力（品牌线上总销售规模）指标以外，额外增加了相对竞争力指标，这是考虑到分行业品牌在销售额上天然的量纲差异，结合城市内品牌的行业分布以及行业内表现得到的结果。

在以上三个分指标的基础上，最终采用3：4：3的权重加总得到城市总得分。该权重是在线性加权的基础上，考虑到各指标之间的主次关系及辅助意义进行微调后得到。



数据说明：1. 取天猫八大行业头部品牌作为品牌池，品牌归属城市取其注册地；
2. 品牌数量力=在各城市注册的品牌数量，品牌质量力=各城市注册品牌的线上销售情况，
品牌竞争力=城市中各行业品牌数量占比 乘 该行业下该城市占全国销售份额后的加总值；
3. 各指标做指数化处理后加权得到最终城市结果

城市商业创新力 —— 新国货之城总榜排名TOP20

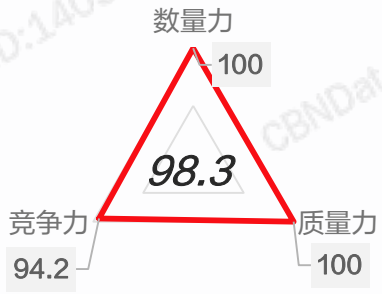
排名	城市	总分
1	上海市	98.3
2	广州市	97.9
3	深圳市	97.8
4	北京市	93.4
5	杭州市	93.2
6	宁波市	83.6
7	武汉市	82.6
8	佛山市	80.9
9	晋江市	79.2
10	成都市	78.7

排名	城市	总分
11	济南市	77.0
12	东莞市	76.9
13	泉州市	75.8
14	合肥市	73.2
15	苏州市	72.2
16	中山市	71.5
17	厦门市	71.2
18	呼和浩特市	69.7
19	青岛市	68.9
20	金华市	68.4

数据说明：品牌归属城市取自于天眼查网站注明的企业注册地城市；晋江与泉州根据品牌注册地分开统计

新国货之城总榜排名Top10分指标表现

No.1 上海市



No.2 广州市



No.3 深圳市



No.4 北京市



No.5 杭州市



No.6 宁波市



No.7 武汉市



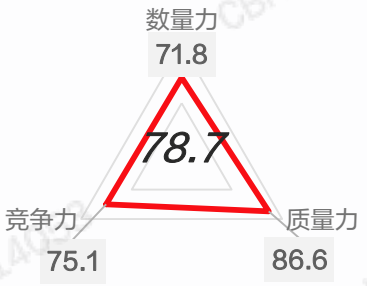
No.8 佛山市



No.9 晋江市



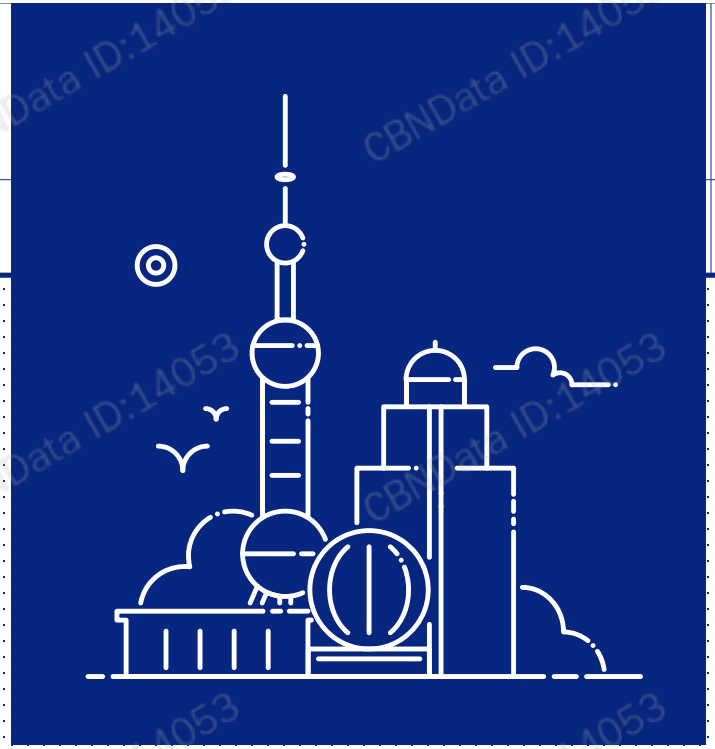
No.10 成都市



榜单深度解读

新国货消费之城

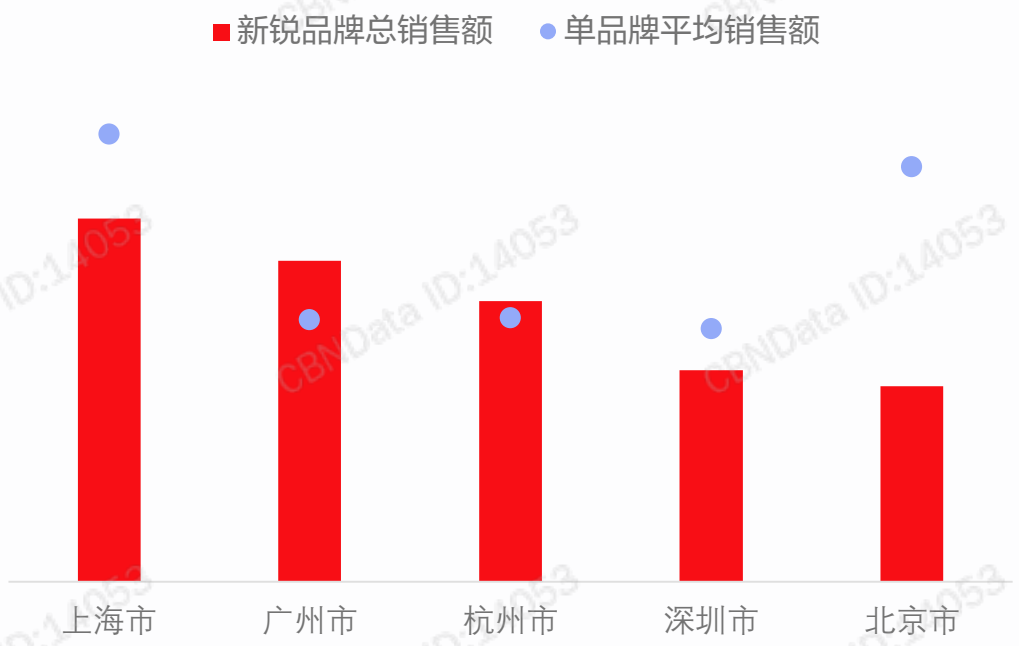
“上海”



上海：新国货消费之城，一己之力贡献全国近1/6的新锐品牌销售规模

注册地为上海的新锐品牌在销售表现上最为亮眼，且单个品牌的平均销售额在前五城市中也排在第一，更是以一己之力贡献了全国近六分之一的新锐品牌销售额，堪称新国货消费之城。

MAT2020线上新锐品牌分注册城市销售情况





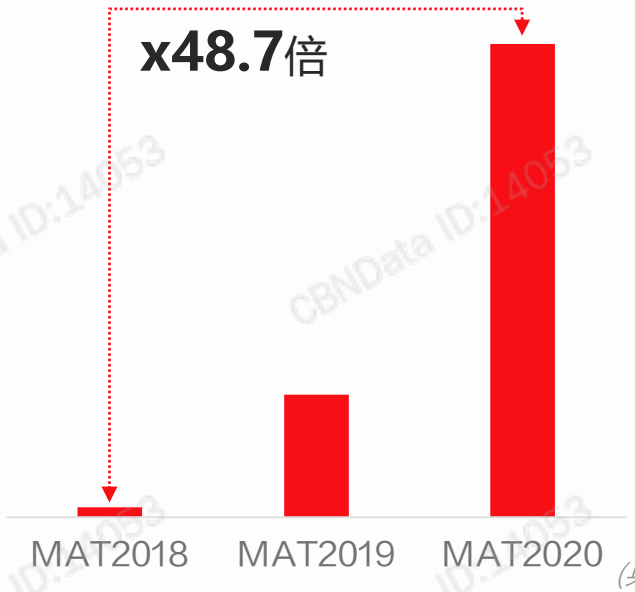
MAT2020注册地在上海的新锐品牌线上销售金额占全国的16%

数据来源：CBNData消费大数据

各路新潮玩家在上海集结，抓准前沿需求，开辟新兴赛道

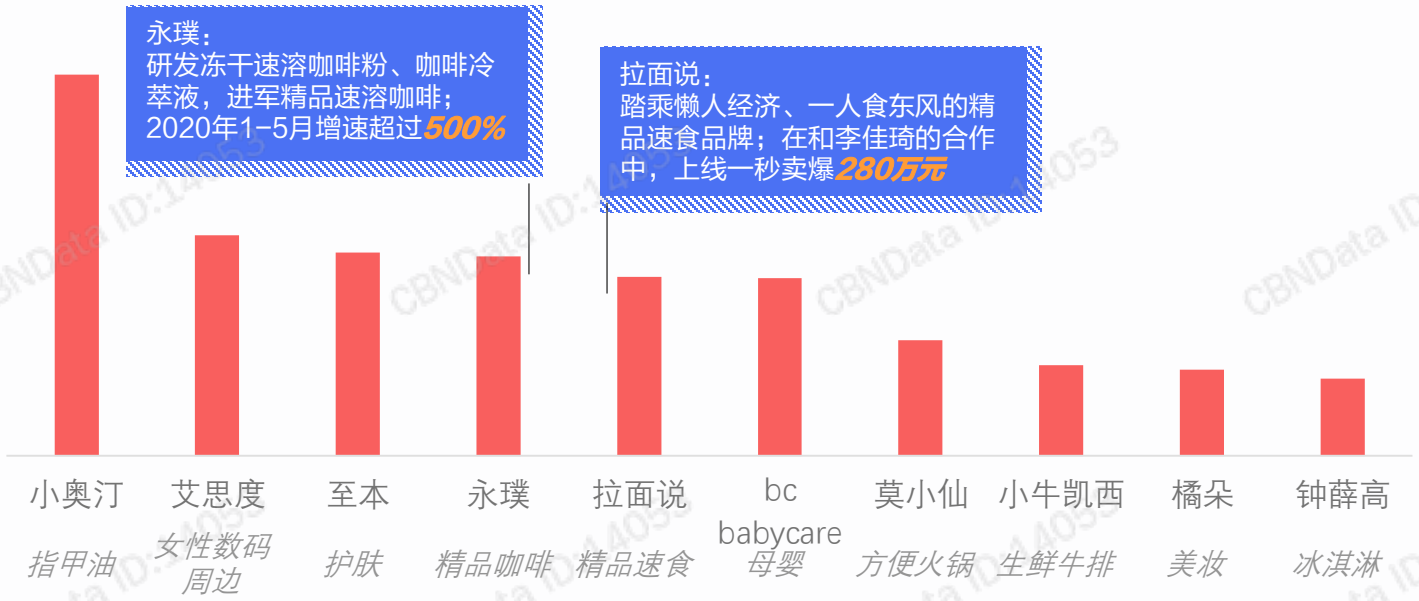
以拉面说、钟薛高、永璞、小奥汀为代表的上海新锐品牌飞速成长，两年时间销售额大增近50倍。不少品牌敏锐地捕捉最前沿小众的需求，极致打磨产品，在小的需求切口下做到极致，从而成为新兴赛道下出色的先行者。

MAT2020上海头部新锐品牌
线上销售额趋势



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：仅统计右图、Top10增速品牌

MAT2020上海新锐品牌线上销售额增速Top 10



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：小奥汀增速缩放为1/2

上海的老字号品牌也拥有引爆消费的基因，加速触网、积极焕新

除了新锐品牌的茁壮成长，诞生于上海的老字号也在线上风生水起。2019年天猫老字号亿元俱乐部中，上海有17个品牌跻身其中，占比达三分之一；它们以40%的年复合增速快速发展，玩转跨界联名、线上直播等营销玩法。

2019年天猫老字号品牌表现

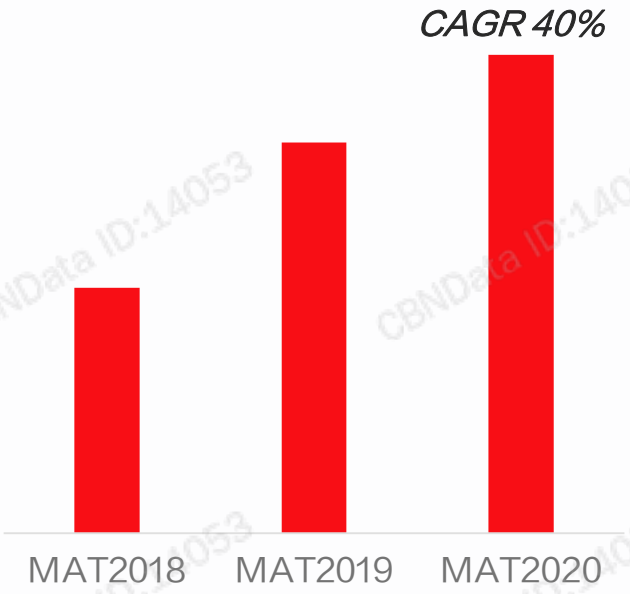
2019年天猫上52个老字号年销售额**超1亿**，其中来自上海的老字号占比达**三分之一**。

老字号亿元俱乐部中的上海品牌：



数据来源：天猫

MAT2018-2020上海老字号品牌线上销售额趋势



数据来源：CBNData消费大数据

老字号品牌焕新案例

大白兔跨界卖奶茶：

原价约20元的奶茶**消费者愿意花150元，排队6个小时购买**



杏花楼的直播尝试：

百年老字号杏花楼的王牌单品“咸蛋黄肉松青团”，以往一直是线下首发，甚至要排队8小时才能买到。今年第一次在天猫线上首发，最火爆的一场直播**仅用10秒售罄13万盒**，今年3月在天猫累计卖出80万个青团，成交额破500万

资料来源：天猫、互联网公开资料整理

榜单深度解读

新国货文创之城

“北京”



北京：新国货文创之城，以故宫为标杆开启文化IP消费时代

以故宫为代表的的文化IP开启了大众文创消费的新篇章。早在2008年，故宫就关注到电商发展，在淘宝开设第一个官方文创店，成为博物馆“文创之路”的领头羊。在2017年，故宫的文创产品营收就达到15亿，在2019年线上博物馆文创的消费热度排名中也名列首位。

部分博物馆入驻淘宝/天猫平台时间线



资料来源：《2019博物馆文创市场数据报告》

MAT2019线上博物馆文创消费热度Top 5

1. 故宫
2. 中国国家博物馆
3. 大英博物馆
4. 颐和园
5. 敦煌研究院

数据来源：CBNData《2019互联网消费大数据报告》
数据说明：包含淘宝及天猫数据

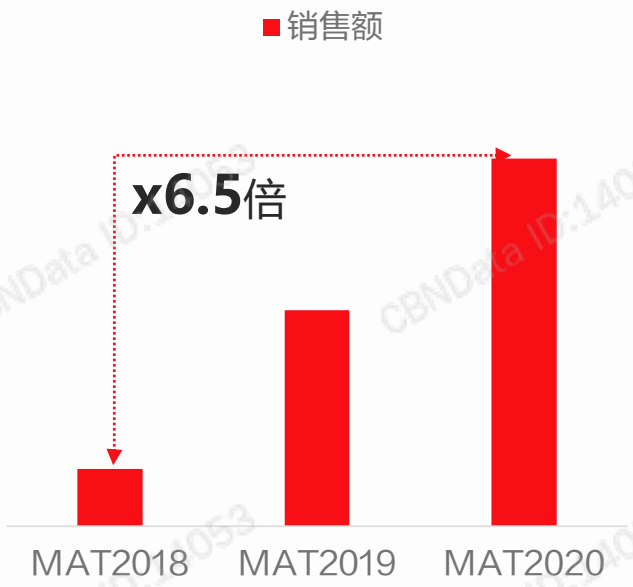
北京文创围绕着文化用品向多品类延伸，近一年服饰跨界销售增速超六倍

得益于得天独厚的历史文化优势，众多文博场馆在北京扎根，也跟随着故宫的步伐加速线上化。北京文创的线上销售额保持高增速，除了在文化用品上不断推陈出新，更是向珠宝、服装等生活化的品类延伸，走入大众日常生活。

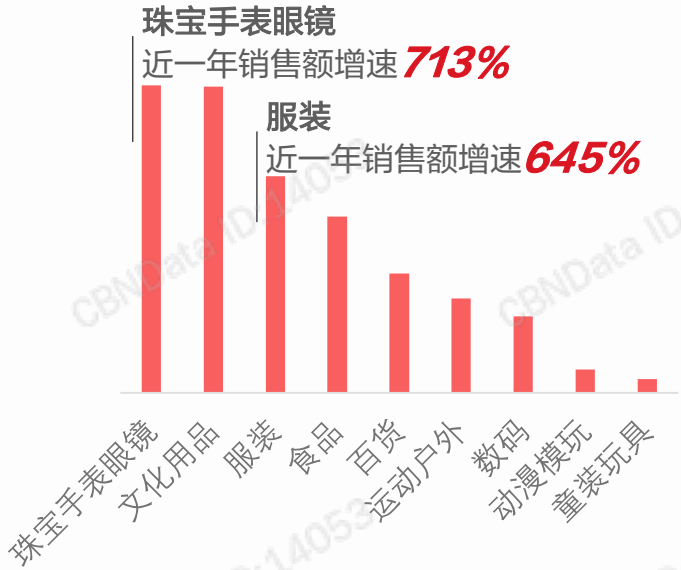
北京博物馆文创品牌列举



MAT2018-2020北京文创
线上销售额趋势



MAT2020北京文创
销售额占比提升度Top行业



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：仅统计左侧列举的北京典型文化场馆天猫销售数据

结合人文底色与现代美学打造出的新国货，正成为城市文明的新名片

将民族认同及文化共鸣
与紫禁城生活美学相结合，打造国民IP

故宫博物院的文化、艺术、历史通过创意设计手法，与当代产业技术结合，让传统之美获得新的语言和表现形式，融入当代生活，大力倡导传播“紫禁城生活美学”。截止至2020年9月，故宫淘宝及故宫博物院文创旗舰店粉丝数已分别达到687万和376万。



以“国博衍艺”为品牌，
以文物为载体，用产品讲好故事

国家博物馆于2016年入驻天猫，目前已积累了近160万粉丝，和天猫联手推出了长乐未央系列、天文图系列、红楼梦系列、杏林春燕系列、百花图卷系列等新文创产品，以及七夕礼盒等。在疫情影响下仍保持销售额的高速增长，同比去年涨幅达82%。



资料来源：天猫；左图数据来源：故宫宫廷文化；
图片来源：品牌旗舰店

榜单深度解读

新国货国风之城

“杭州”



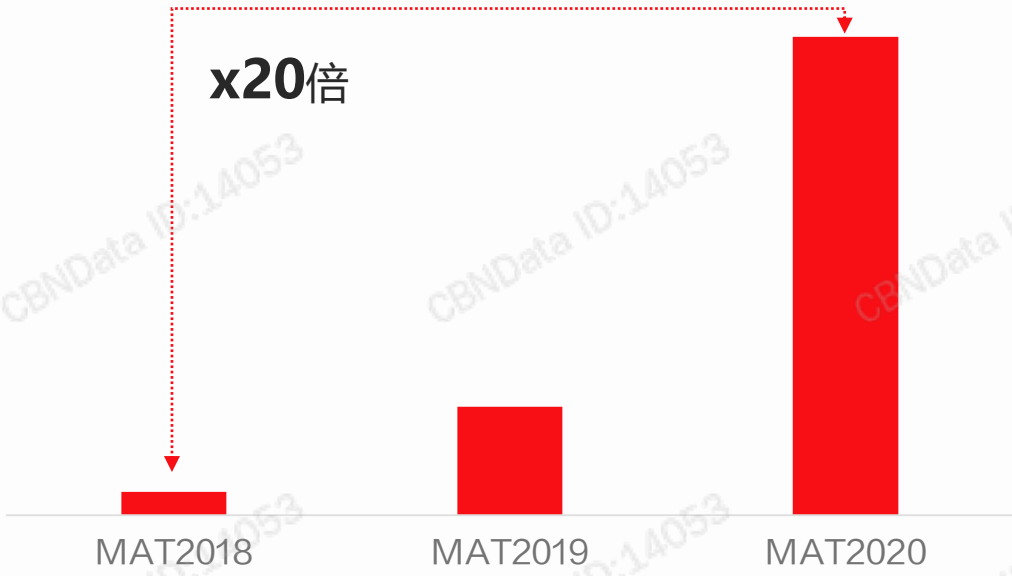
杭州：新国货国风之城，引领古典文化回归

杭州品牌在服饰、尤其是民族服饰领域表现突出，传承与发扬以汉服为典型符号的国风文化，在新国货国风特色上领跑全国。

2020 新国货之城榜单——民族服饰城市榜

排名	城市
1	杭州市
2	苏州市
3	菏泽市
4	广州市
5	泉州市
6	深圳市
7	上海市
8	六安市
9	保定市
10	成都市

MAT2018-2020 杭州地区品牌
线上民族服饰消费趋势

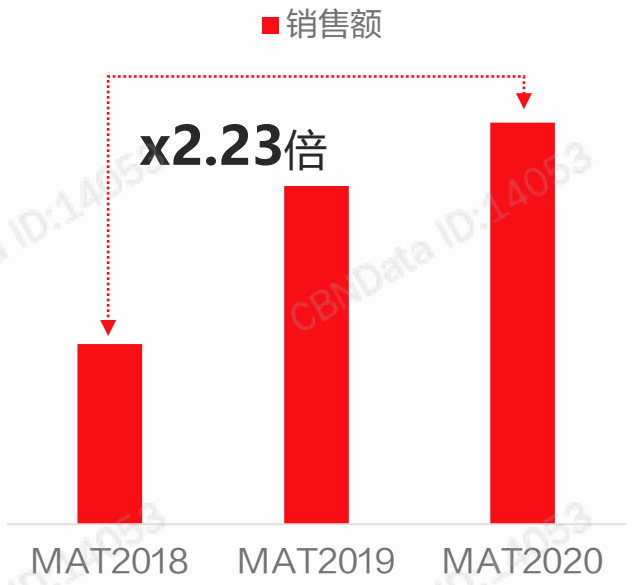


数据来源：CBNData消费大数据

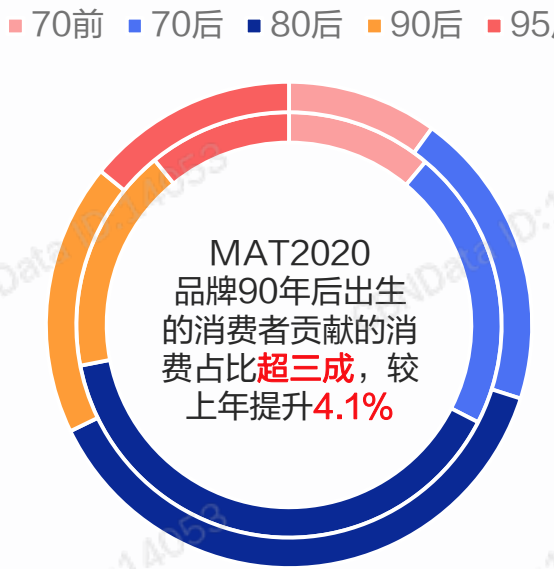
杭扇、杭茶等国风符号也在线上不断扩大影响力

除了以汉服为典型的国风载体，杭州老字号中的杭扇、杭茶，以及张小泉等知名品牌也在天猫释放自己的影响力。以杭扇名牌王星记为例，在线上吸引了更多年轻人群的喜爱，且年轻化趋势仍在持续。

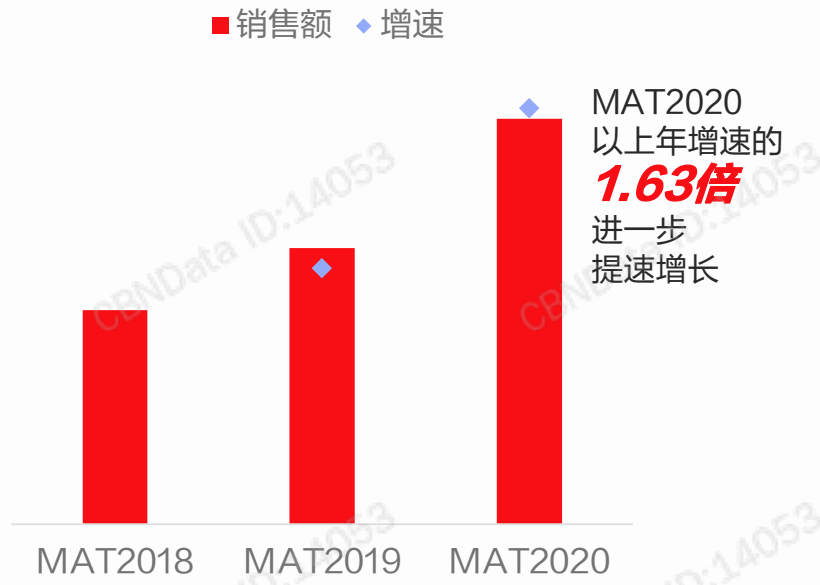
MAT2018-2020线上
西湖茶叶销售额趋势



MAT2019-2020线上王星记
分代际销售额贡献



MAT2018-2020线上张小泉
销售额趋势



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：内圈：MAT2019；外圈：MAT2020

从老字号到新锐品牌，杭州新国货都浸润在古典文化中，骨子里自带国风基因

西湖的龙井、孔凤春的鹅蛋粉、胡庆余堂的雪梨膏、楼外楼的东坡茶糕等杭城老字号都聚集在天猫的“杭州主题馆”中；十三余、西子问、花西子等新锐品牌也共同发力，进一步打响杭州新国货品牌的知名度和影响力，加速数字化转型和创新发展。

十三余

十三余是汉服up主小豆蔻儿在2016年创办的原创设计品牌，专注于汉服、汉元素的原创设计。2019年，十三余在淘宝天猫平台成交额突破2亿，今年在天猫的成交同比超***370%***。



西子问

专注于为2-9岁的女孩设计和生产有文化内涵的服装，连续两年蝉联天猫双11和双12中国风童装***第一***。



花西子

花西子2017年诞生于杭州，同年入驻天猫，是一个以“东方彩妆，以花养妆”为理念的彩妆品牌。2019年花西子天猫旗舰店新客增长了***934%***，成交同比增长***2500%***以上；从开设天猫旗舰店到成交额累计***破亿***，只用了***短短一年时间***。

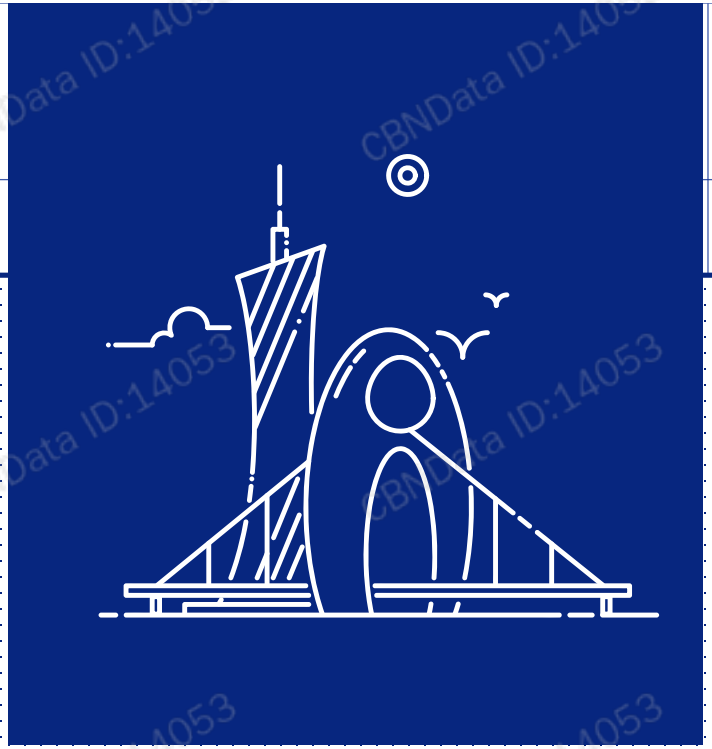


资料来源：天猫；图片来源：品牌旗舰店

榜单深度解读

新国货美丽之城

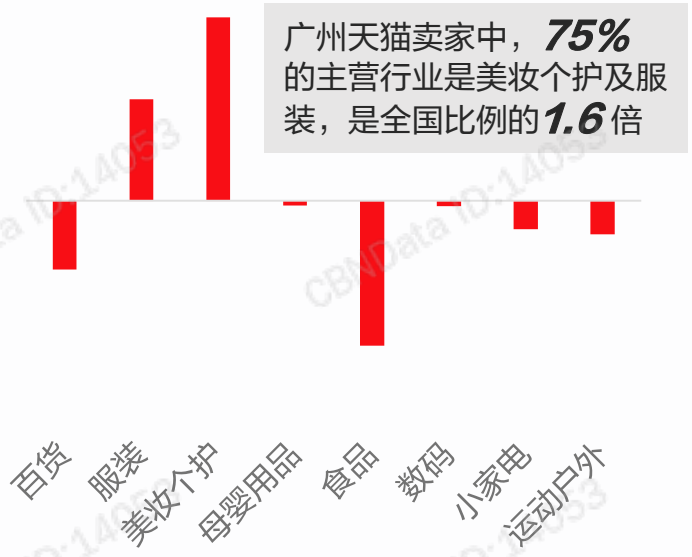
“广州”



广州：新国货美丽之城，近四分之三的天猫卖家主营颜值行业

广州作为新国货之城美妆行业城市榜排名第一的城市，是新时代当之无愧的新国货美丽之城。相对于全国整体，注册地在广州的新国货品牌对美妆和服装行业有着明显的偏好。同时一半以上的国产非特殊用品化妆品，来自广州。

MAT2020 广州地区国货品牌
行业消费规模偏好度



数据来源：CBNData消费大数据

2020 新国货之城榜单——美妆行业城市榜

排名	城市
1	广州市
2	上海市
3	杭州市
4	济南市
5	北京市
6	南京市
7	长沙市
8	昆明市
9	郑州市
10	通化市

数据来源：CBNData消费大数据



截止2019年7月，国产非特殊用途化妆品中广州企业备案数量占比超五成

数据来源：互联网公开资料整理

完美日记等新锐美妆黑马一骑绝尘，两年复合增长超1.7倍

广州作为快消教父宝洁中国总部所在地，美妆个护行业氛围浓厚，专业人才储备充足。不仅在品牌数量上占优，也孵化了完美日记、HFP等市场黑马，成长速度惊人。

广州美妆个护企业列举

新锐品牌（成立3年内）

- 完美日记
- HomeFacialPro
- COLOR KEY
- 形象美
- 蒙丽丝
- 溪木源
- ……

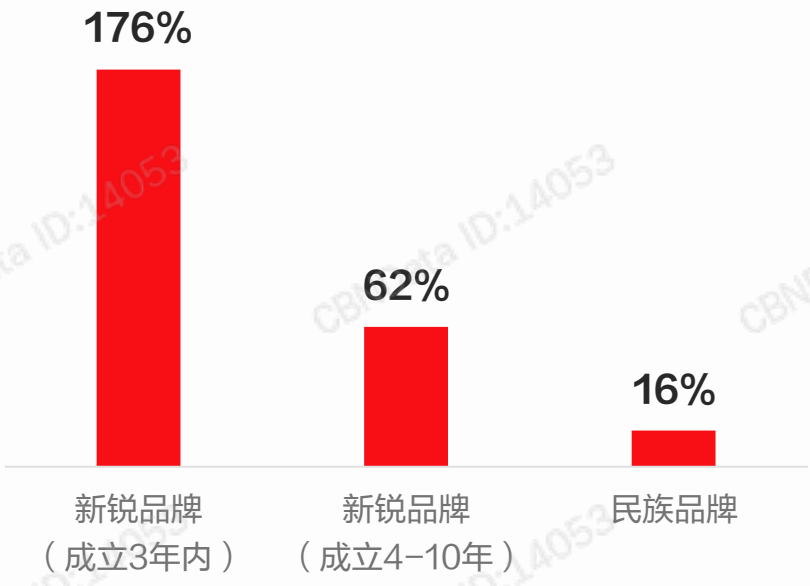
新锐品牌（成立10年内）

- wis
- 阿道夫
- 资莱皙
- 透蜜
- 水密码
- 左颜右色
- 韩熙贞
- 丽普司肽
- 麦芙迪
- 杰威尔
- 韩金靓
- 善草纪
- ……

民族品牌

- 卡姿兰
- 完美
- 透真
- 膜法世家
- 美肤宝
- 滋源
- 韩后
- 三个魔发匠
- 温碧泉
- 欧逸姿
- 初夏堂
- 法兰琳卡
- 卡婷
- 欧丽源
- 创尔美
- ……

MAT2018-2020广州部分美妆个护企业线上销售额复合增长率



数据说明：仅统计左侧列举品牌的天猫销售额

广州年轻品牌不断撬动市场既有格局，引领行业发展方向

完美日记

截止2020年4月1日，完美日记估值已达20亿美元（约合人民币142亿元），相较于去年9月完成融资时的10亿美元，这个新锐国货品牌的估值已翻了一番，达到目前的估值仅花了3年时间。



Colorkey

截止2020年4月30日，Colorkey花木兰空气唇釉抖音浏览量增量达50.1万，其在天猫旗舰店的月销量超65万，累计爆卖超550万支，位居天猫唇釉热销第一名。



溪木源

专注成分，迎合当下成分党而诞生的新品牌。

产品上市7个多月，全网月销售额超过1000万；在8个月内完成了4轮融资，估值已达2亿，被称为“下一个完美日记”。



ZEESEA

中国原创艺术彩妆，以天然色彩缤纷的原料为基调，结合年轻人喜欢的IP进行相关联名。

睫毛膏、粉饼获得天猫年度销售冠军；5款产品平均月销量过十万。



数据来源：天猫；图片来源：品牌旗舰店

榜单深度解读

新国货美食之城

“成都”



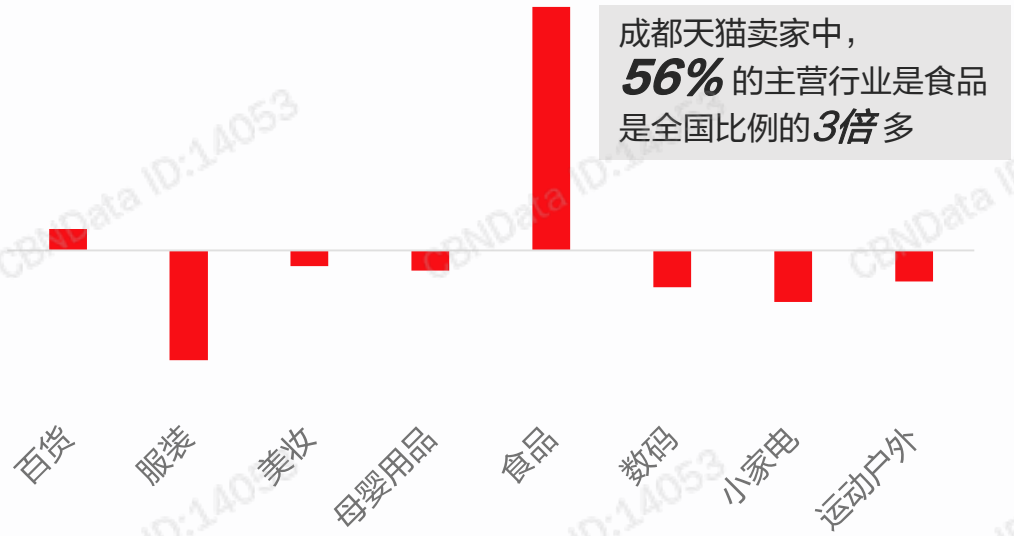
成都：新国货美食之城，超半数天猫商家贩售食品类商品

川味是中华料理的集大成者，成都的美食在全国都享有很高的知名度。成都天猫卖家中有56%主营食品，来自成都的新国货品牌也在食品行业表现突出，是公认的新国货美食之城。

2020 新国货之城榜单——食品行业城市榜

排名	城市
1	成都市
2	武汉市
3	上海市
4	芜湖市
5	北京市
6	杭州市
7	天津市
8	烟台市
9	呼和浩特市
10	柳州市

MAT2020 成都地区国货品牌行业偏好度



数据来源：CBNData消费大数据

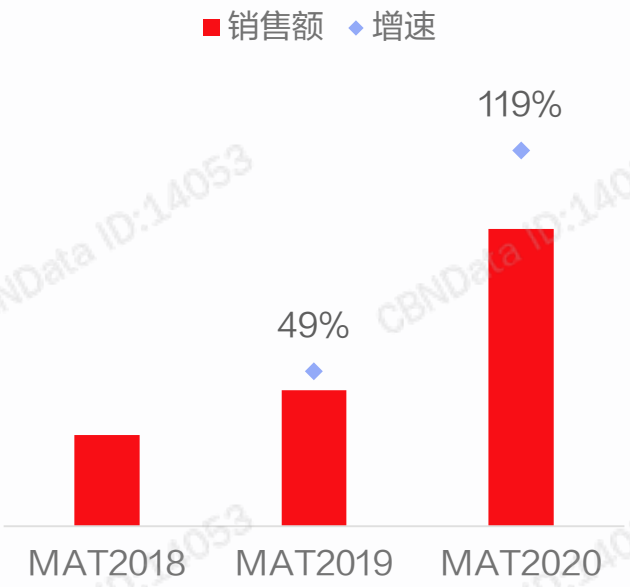
各色成都品牌在线上提速增长，将地道成都滋味送上全国人民的餐桌

成都地道美食通过线上渠道在全国打响知名度，近一年更是以超过上年销售额增速的两倍多实现提速增长；有你一面等品牌更是以超800%的增幅快速扩张。

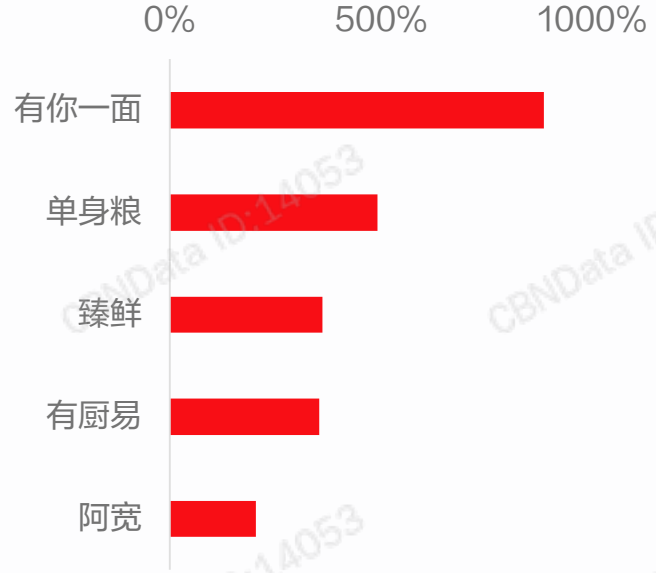
成都食品品牌列举



MAT2018-2020成都部分食品品牌线上销售额趋势



MAT2020成都食品品牌线上销售额增速Top 5



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：仅统计左图列举出的品牌

各地吃货接受来自成都的“投喂”，上海人超越成都本地人成为头号美食粉丝

成都地域性美食出圈

川味火锅



宽窄巷子：地标上线天猫



“冷吃兔”

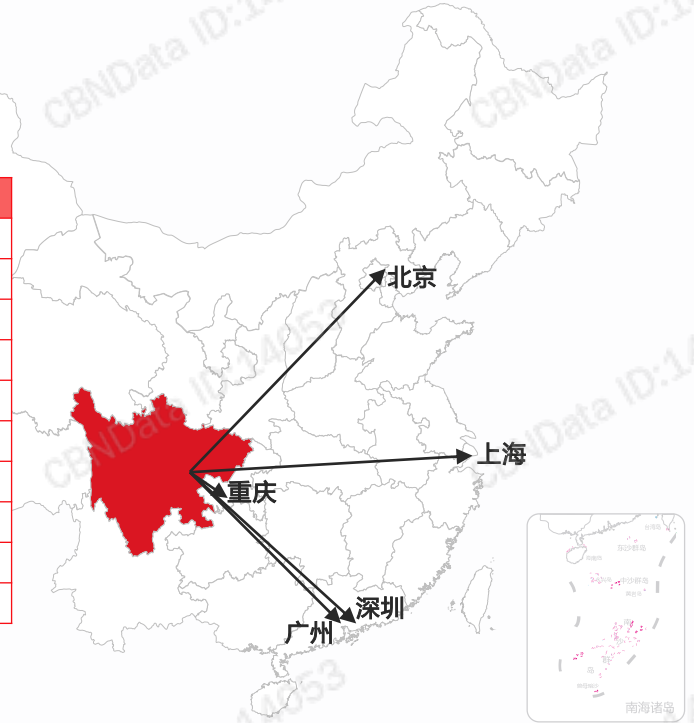
2020年1月7日，在由淘宝天猫和封面新闻发起的“四川年货之王”评选活动中，自贡冷吃兔以最高的呼声上榜。



数据来源：天猫；图片来源：品牌旗舰店

MAT2020 线上成都食品主要流向城市

排名	城市
1	上海市
2	成都市
3	北京市
4	重庆市
5	深圳市
6	广州市
7	杭州市
8	苏州市
9	南京市
10	武汉市



数据来源：CBNData消费大数据

榜单深度解读

新国货创意之城

“武汉”



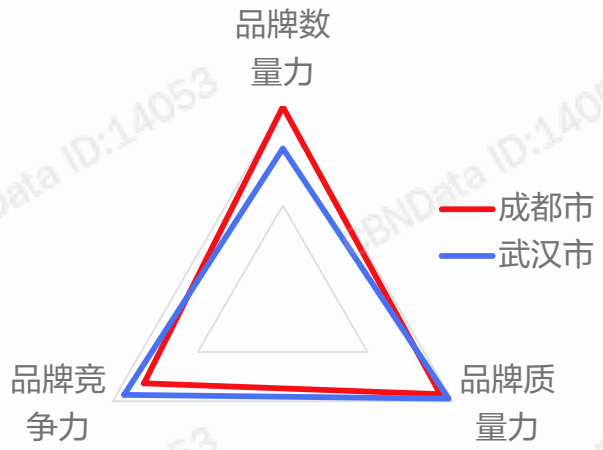
武汉：新国货创意之城，网红美食及服装的“全国工厂”

武汉在新国货食品榜单上排名仅次于成都，虽然品牌数量略少于成都，但在竞争力上表现出色；同时，武汉聚集了大量的服装行业卖家，是重要的服装基地。近年来，武汉品牌在营销和玩法上都展现了强创新意识，在网红品牌的打造上表现突出。

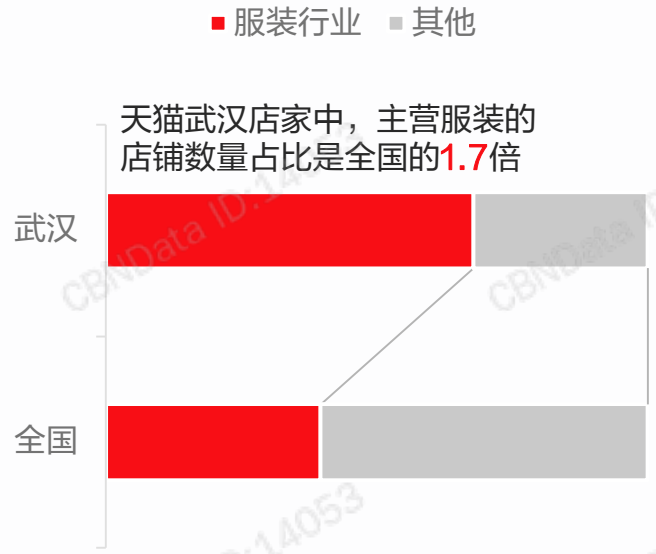
2020 新国货之城榜单——食品行业城市榜

排名	城市
1	成都市
2	武汉市
3	上海市
4	芜湖市
5	北京市
6	杭州市
7	天津市
8	烟台市
9	呼和浩特市
10	柳州市

2020 新国货之城榜单
——武汉 vs. 成都 食品行业
分指标表现



MAT2020 武汉地区国货品牌
分行业数量分布



数据来源：CBNData消费大数据

现代潮流与本土情怀相结合，“二厂”文化打动年轻人

汉口二厂：用国潮诠释复古情怀

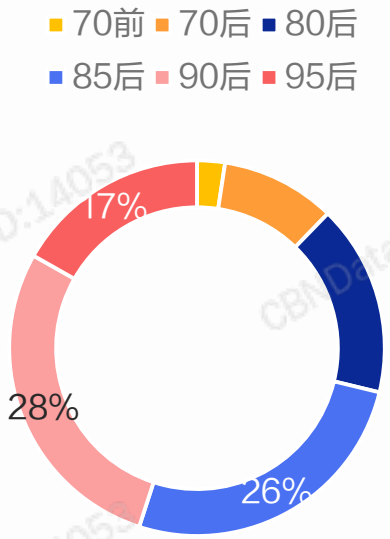
汉口二厂是为了致敬被老武汉人亲切称为“二厂汽水”的滨江牌汽水。为了让年轻人与品牌产生共鸣，品牌持续将“国潮”精神与“二厂”的复古情怀相结合。而另一方面，“复刻老品牌、让消失的产品重新回归市场”这件事情本身就自带流量话题属性，也成功推动了品牌的全国范围的走红。



数据来源：品牌财报、网络公开资料等
图片来源：品牌旗舰店

年轻人的“老汽水”

MAT2020 汉口二厂线上分代际消费贡献



数据来源：CBNData消费大数据

汉口二厂发展时间线梳理

2018年，汉口二厂正式上线，***一年内市场销售额突破亿元***

2019年，汉口二厂***线下销售超过5亿元***

截止2020年6月，汉口二厂近一年天猫销售额同比增长***超10倍***

2020年9月，汉口二厂的母公司——武汉恒润拾运营管理有限公司已完成***过亿元***融资

数据来源：CBNData消费大数据、
品牌财报、网络公开资料等

武汉街头IP接受互联网改造，原创服装品牌定义国潮，武汉创意出圈

周黑鸭
——工业化、IP化思维让街边小吃成网红

通过包装换新拓宽品牌的消费场景，让街边小吃成为炙手可热的网红礼品，更展现了当下年轻人喜爱的娱乐和生活方式。



蔡林记
——老字号热干面重焕青春

老字号热干面全力拥抱互联网，为漂泊在外的游子解乡愁、也成为武汉的一张美食文化名片。



ATTEMPT
——本土潮牌的诞生

品牌擅长利用错位拼接与非常规面料等设计，探索机能领域；主理人用“忠于自我”的方式解构和诠释国潮。



数据来源：天猫、品牌财报、网络公开资料；图片来源：品牌旗舰店、品牌官方微博

其他特色新国货之城



新国货螺蛳粉之城

广西柳州

2020年截止8月柳州螺蛳粉出口总值约2100万元，是2019年全年的22.5倍



新国货袜业之城

浙江诸暨

是世界最大的袜业产业带，中国70%，世界30%的袜子都产自这里



新国货泳装之城

辽宁兴城

全球平均每5件泳装，就有1件是辽宁兴城生产的



新国货女裤之城

河南郑州

全国最大的女裤产业基地，2018年生产总量约7亿条

数据来源：网络公开资料

其他特色新国货之城



新国货情趣之城

江苏灌云

在灌云每50人中就有1人在做情趣内衣，当地生产厂家占全国网络销售的60%



新国货大码装之城

广东虎门

“大码装”排名多次跻身天猫、淘宝等平台的类目直播排行榜前十



新国货假发之城

河南许昌

30万河南人，承包全球1/2的假发，年成交额15亿



新国货卫浴之城

福建厦门

有卫浴企业160多家（不含上下游配套企业），年产值超300亿元

数据来源：网络公开资料







城市商业创新力

新国货之城
完整榜单



CBNData ID:14053

分城市线级榜单

新国货之城榜单：一线&新一线城市榜

排名	城市	总分
1	上海市	98.3
2	广州市	97.9
3	深圳市	97.8
4	北京市	93.4
5	杭州市	93.2
6	武汉市	82.6
7	佛山市	80.9
8	成都市	78.7
9	东莞市	76.9
10	合肥市	73.2

新国货之城榜单：二线及以下城市榜

排名	城市	总分
1	宁波市	83.6
2	晋江市	79.2
3	济南市	77.0
4	泉州市	75.8
5	中山市	71.5
6	厦门市	71.2
7	呼和浩特市	69.7
8	金华市	68.4
9	嘉兴市	67.9
10	义乌市	66.2

数据说明：新一线城市定义取自第一财经·新一线城市研究所公布《2020城市商业魅力排行榜》；
品牌归属城市取自于天眼查网站注明的企业注册地城市；晋江与泉州根据品牌注册地分开统计

行业分榜

新国货之城榜单：小家电行业城市榜

排名	城市	总分
1	深圳市	96.9
2	佛山市	85.3
3	北京市	77.9
4	上海市	72.2
5	玉环市	71.4
6	宁波市	70.5
7	珠海市	67.1
8	苏州市	65.3
9	惠州市	65.1
10	合肥市	64.8

新国货之城榜单：数码行业城市榜

排名	城市	总分
1	深圳市	100.0
2	东莞市	67.6
3	北京市	67.3
4	武汉市	57.6
5	南平市	52.7
6	上海市	51.2
7	青岛市	51.1
8	昆山市	50.0
9	合肥市	47.7
10	广州市	45.4

数据说明：新一线城市定义取自第一财经·新一线城市研究所公布《2020城市商业魅力排行榜》；
品牌归属城市取自于天眼查网站注明的企业注册地城市；晋江与泉州根据品牌注册地分开统计

行业分榜

新国货之城榜单：服装行业城市榜

排名	城市	总分
1	杭州市	95.1
2	上海市	91.9
3	宁波市	90.3
4	深圳市	86.9
5	广州市	80.6
6	晋江市	76.5
7	常熟市	76.2
8	泉州市	70.5
9	无锡市	70.3
10	义乌市	70.2

新国货之城榜单：母婴行业城市榜

排名	城市	总分
1	上海市	98.7
2	广州市	95.1
3	杭州市	90.1
4	南昌市	80.5
5	苏州市	76.3
6	北京市	75.6
7	齐齐哈尔市	75.6
8	昆山市	72.4
9	长沙市	71.8
10	泉州市	71.3

数据说明：新一线城市定义取自第一财经·新一线城市研究所公布《2020城市商业魅力排行榜》；
品牌归属城市取自于天眼查网站注明的企业注册地城市；晋江与泉州根据品牌注册地分开统计

行业分榜

新国货之城榜单：百货行业城市榜

排名	城市	总分
1	中山市	87.5
2	杭州市	86.9
3	上海市	84.9
4	台州市	80.7
5	合肥市	79.0
6	济南市	78.8
7	江门市	78.4
8	嘉兴市	77.1
9	福州市	76.8
10	晋江市	75.7

新国货之城榜单：美妆行业城市榜

排名	城市	总分
1	广州市	100.0
2	上海市	90.8
3	杭州市	79.6
4	济南市	76.3
5	北京市	75.6
6	南京市	66.4
7	长沙市	64.3
8	昆明市	63.4
9	郑州市	59.9
10	通化市	59.4

数据说明：新一线城市定义取自第一财经·新一线城市研究所公布《2020城市商业魅力排行榜》；
品牌归属城市取自于天眼查网站注明的企业注册地城市；晋江与泉州根据品牌注册地分开统计

行业分榜

新国货之城榜单：运动户外行业城市榜

排名	城市	总分
1	北京市	94.1
2	晋江市	91.4
3	上海市	89.9
4	泉州市	87.4
5	杭州市	83.9
6	金华市	78.8
7	厦门市	77.2
8	洛阳市	69.6
9	临沂市	66.2
10	无锡市	65.3

新国货之城榜单：食品行业城市榜

排名	城市	总分
1	成都市	91.7
2	武汉市	90.7
3	上海市	83.4
4	芜湖市	71.6
5	北京市	69.9
6	杭州市	69.8
7	天津市	64.4
8	烟台市	64.0
9	呼和浩特市	62.7
10	柳州市	62.5

数据说明：新一线城市定义取自第一财经·新一线城市研究所公布《2020城市商业魅力排行榜》；
品牌归属城市取自于天眼查网站注明的企业注册地城市；晋江与泉州根据品牌注册地分开统计

DATA COVERAGE
数据说明

数据来源：

- CBNData消费大数据

  CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

  具体指标说明：

  数据时间段: 2017.7.1-2020.6.30
  MAT2018：2017.7.1-2018.6.30
  MAT2019：2018.7.1-2019.6.30
  MAT2020：2019.7.1-2020.6.30

  人群标签：基于消费者在平台上一年消费行为确定

- bilibili及小红书数据：数据时间段及指标说明详见相关页面

- 为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

CBNData ID:14053

COPYRIGHT DECLARATION
版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

CBNData ID:14053

ABOUT US

关于我们

联系我们：Data@dtcj.com
商务合作：BD@dtcj.com
加入我们：JOB@dtcj.com

第一财经商业数据中心介绍：

关于第一财经商业数据中心（CBNData）是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

CBNData ID:14053

FOLLOW US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNData官网



CBNData官方微信号

CBNData ID:14053

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

CBNData ID:14053