



## 核心提示

今年是第12个“双11”购物节，战线也从原来的“双11”当天延长到了11天。在今年漫长的战斗中，新国货再次爆发出前所未有的力量。

新国货彩妆品牌Colorkey10分钟破千万元，完美日记33分钟破亿元，颈椎按摩仪新国货品牌SKG60秒售出2万台……可谓势头凶猛。

在新国货运动兴起的背景下，宁波最具代表性的新国货在哪里？在东南商报创刊20周年之际，宁波都市报系联合政府部门发起“寻找宁波最具代表性的新国货”活动，为“宁波智造”吆喝，让更多“甬上好物”为宁波代言。



## 新国货崛起

12年的“双11”，就是一部新国货的崛起史。

2009年的第一个“双11”购物街，总成交额5200万元，服装销售占比最大。那一年，太平鸟、博洋等宁波服饰品牌就开始加入了战圈。

2010年的“双11”总成交额9亿元，电子数码3C产品成为主力，很多中国人在这一年拥有了第一台智能手机，同时催生了华为、小米、OPPO、VIVO等国货手机的诞生。

2011年的“双11”总成交额52亿元，消费重心继续转移，这一年是名副其实的“家装之年”。

2012年的“双11”总成交额191亿元，是“旅游之年”。旅游产品第一次爆发，服务即产品的理念深入人心。

2013年的“双11”总成交额362亿元，是“健康之年”，养生保健、体育用品等成为大热门。

2014年的“双11”总成交额571亿元，是“智能设备之年”，鼠标、键盘、游戏机纷纷登场，雷柏、双飞燕等国货品牌开始与逻辑、雷蛇等国际巨头一较高下。

2015年的“双11”总成交额912亿元，“海淘”是那年的关键词。那时候，国货的吸引力远远不及洋品牌。也正是因为如此，新国货在2015年开始积蓄能量、准备吹响进攻号角。

2016年的“双11”总成交额1207亿元，是“汽车之年”，网上买车、买相关汽车用品成为主流。那一年，中国汽车保有量达到2.9亿辆，人们的生活水平不断提高。

2017年的“双11”总成交额1682亿元，是“吃货之年”，零食品牌开启新国货第一战，良品铺子、三只松鼠相继崛起。

2018年，消费重心还在继续转移，新国货全面发力。

2019年，参与“双11”折扣的新国货商品已经超过了1000万款，势头不可阻挡。

2020年，融合更多民族元素、中国元素的品质国货加速崛起。天猫、网易、京东甚至拼多多都推出了各自培育国货的计划，越来越多的年轻人喜欢购买具有传统文化特征的产品，国潮回春态势明显。

在这一轮新国货运动中，作为制造大市、出口大市的宁波，却表现得默默无闻，鲜有国潮品牌浮出水面，成为像小米、李宁、完美日记这样有代表性的品牌。