

KANTAR WORLD PANEL

A CTR SERVICE IN CHINA

新现实下，品牌如何 破“卷”应“价”

Client Day 2024

2024年9月

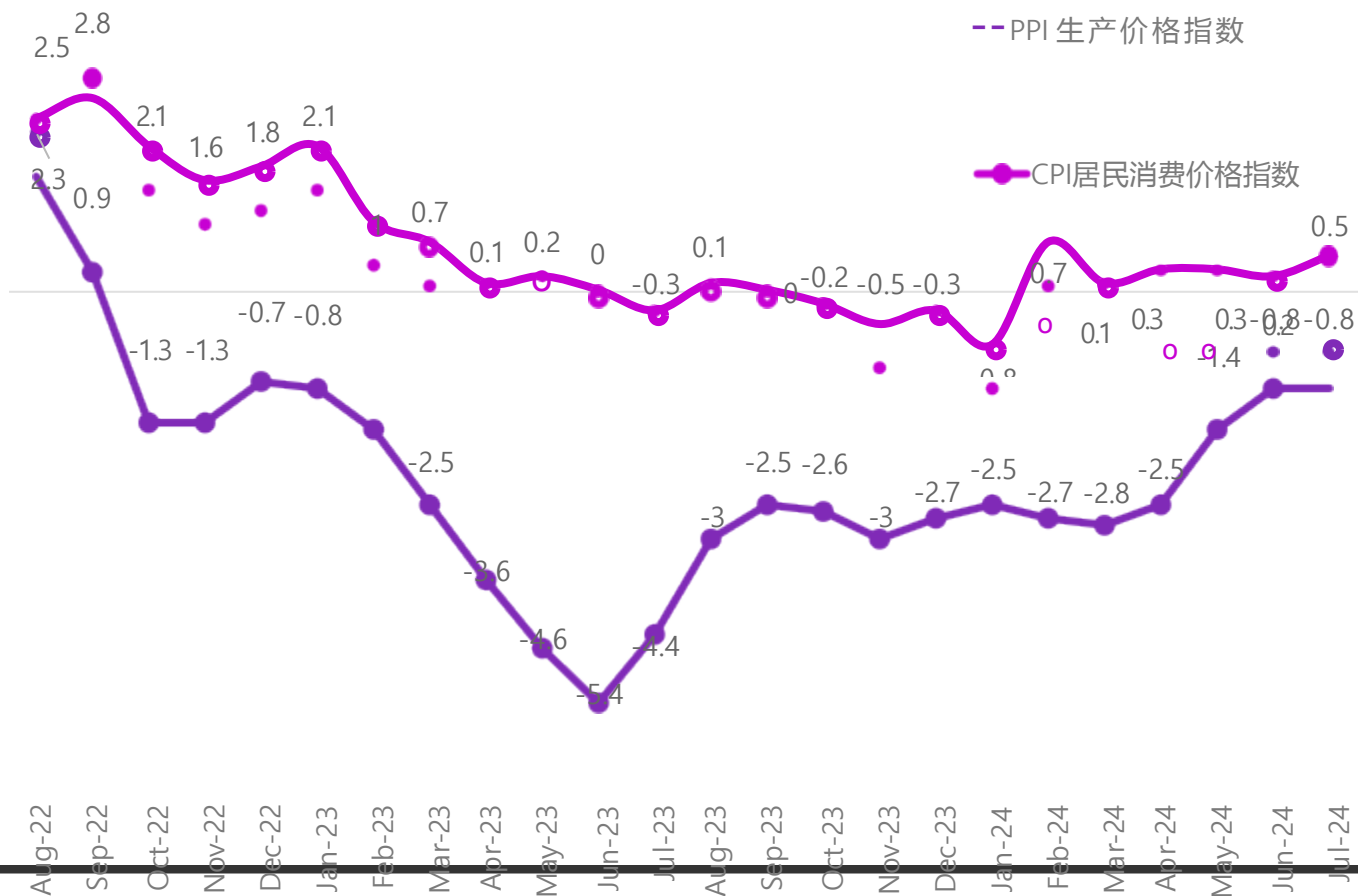
KANTAR WORLD PANEL

A CTR SERVICE IN CHINA



消费需求温和恢复，居民消费信心有待进一步修复

全国通货膨胀和生产价格指数同比增长



中国消费者信心指数

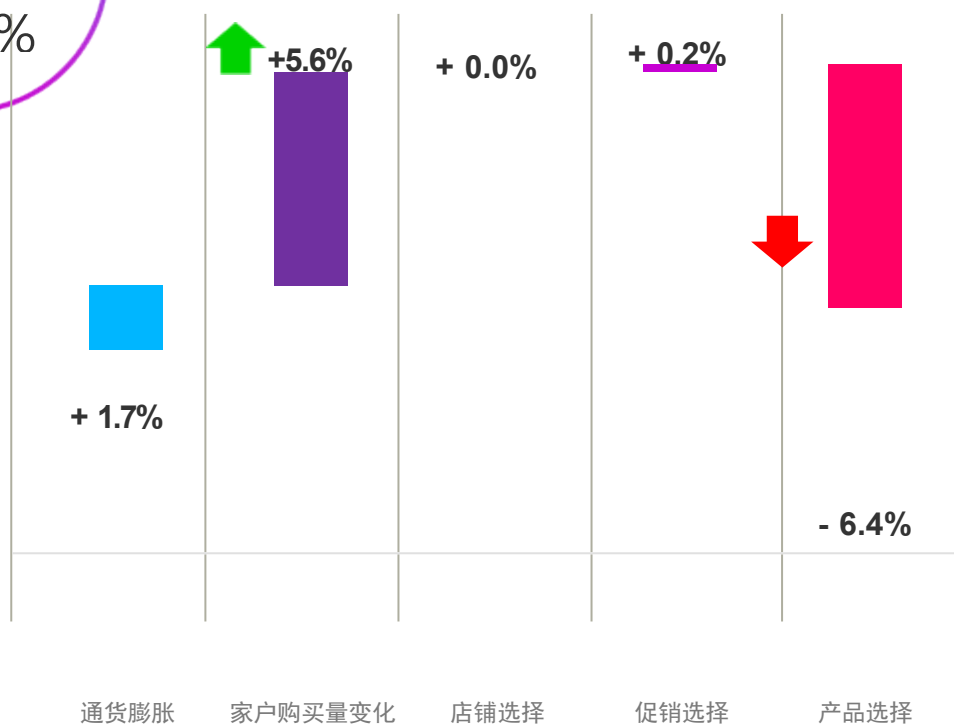
86.0

July 2024

消费者钱袋子输出量依旧稳健，家内消费“要用”，家外消费“享用”

家内市场快消品花费拆解

家户购买金额变化
+1.1%



整体现有 SKU 同比价格上涨
购物者购买了更多的品类或是在同一品类下购买了更多的量
购物者选择在类似价格水平的店铺/渠道
购物者参与的促销活动或是促销深度增加
购物者会选择购买更平价的产品

消费金额
+6%

