

2021年数字创新加快赋能线下,新消费品牌延续快速发展态势——

# 小生意频获大融资 资本全面押注Z世代新消费潜力

本报记者 许洁 见习记者 王君

国家统计局公布的最新数据显示,今年前11个月,全国网上零售额118749亿元,同比增长15.4%。其中,实物商品网上零售额98056亿元,增长13.2%,占社会消费品零售总额的比重为24.5%;在实物商品网上零售额中,吃类、穿类和用品类分别增长18.8%、11.1%和13.1%。



“中国老百姓的消费不再是传统意义上衣食住行的刚性消费,而是涌现出很多新消费,这些新消费会带动经济高质量发展、国内市场进一步壮大。”国务院发展研究中心市场经济研究所所长王微表示,前11个月实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重达到24.5%,一些创新形式,比如直播带货,对整个消费的带动力更加强大。同时,今年比较重要的是数字创新加快向线下赋能,推动线下渠道的创新和进一步分化,比如最近几年的生鲜O2O销售、智慧菜场、社区团购等,都是数字化新型销售渠道。

受益于国内消费升级和供应链优势,2021年新消费品牌延续快速发展态势。德勤研究数据显示,2021年上半年新消费品牌募资已经超过509亿元,接近去年全年的六成。

中国连锁经营协会发布的《2021年中国连锁餐饮行业报告》显示,从细分赛道来看,小吃快餐、咖啡、茶饮等领域的融资数量最多,受到资本青睐。

## 大量新消费品牌 获得资本助力

发展新消费是大势所趋。在数字经济和“双循环”新发展格局下,新消费迎来了政策红利。“我们国家的数字消费已经代表了新的消费趋势和消费方向。”中科院科技战略咨询研究院科技战略研究所副所长、研究员王晓明近日表示,“十四五”规划纲要中和新消费相关的主要有两个方面:一是数字社会的建设应该构建智慧便捷的公共服务体系,二是构建内需、外需相结合的双循环体系。“十四五”时期,生产型的经济向生产和消费并重型转变,新消费在其中扮演着举足轻重的作用。

随着企业品牌意识的觉醒和国家政策的扶持,2021年资本持续加码,瑞幸咖啡、文和友、喜姐炸串等多个新消费品牌接连获得多轮上亿元融资。其中,去年成立的调味品品牌三餐有料,不到一年时间已经完成三轮融资;成立近三年的夸父炸串也在年内完成3轮融资;自嗨锅也于4月份宣布完成逾亿元的C++轮融资。

除了小吃快餐赛道外,粉面赛道亦收获资本青睐。仅今年上半年,面食赛道就发生融资12起,融资总额达10.11亿元,和府捞面、遇见小面、五爷拌面等品牌相继获得融资。米粉市场方面,7月16日,贵州米粉品牌贵凤凰完成数千万元A轮融资,三个多月后,公司又宣布完成千万元A+轮融资。

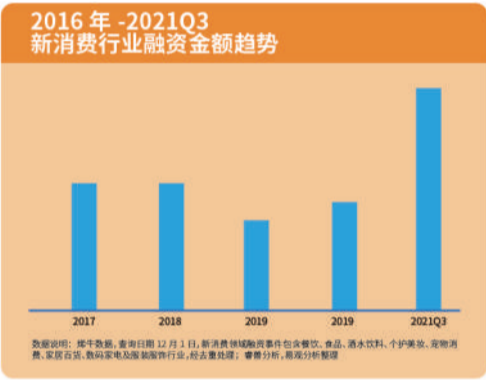
“与网红食品相比,米粉的生命周期更长,生命力也更强,基础受众人数多,品类认知度也高。”贵凤凰创始人陶婷婷在接受《证券日报》记者采访时表示,贵州米粉、湖南米粉、广西米粉、江西米粉等各省米粉品类都有自己的基础受众,有各自生存扎根的土壤,拥有较大市场

发展空间。

霸蛮米粉6月底宣布完成亿元C轮融资。在此之前,已经完成6轮融资。霸蛮米粉创始人张天一预计,今年营收有望达到10亿元。

“中国米粉消费拥有坚实的市场基础与较大的市场规模,资本的加持会推动行业加速集中。”在IPG中国首席经济学家柏文喜看来,以行业标准作为产品质量的保证,以品牌化与连锁化推动销售与服务终端的发展,以此实现行业、企业与市场的可持续发展。

同程资本投资总监刘光明对《证券日报》记者表示,消费的核心要素是人、货、场,而这三要素都到了一个新的发展阶段。“Z世代逐渐进入社会,并且具备购买力,这是人的要素发生了变化;技术、健康等需求让原来的品牌、产品都有了被重新改进的可能性;更重要的是互联网技术的发展,让线上平台和线下渠道的效率大幅提高,这就是大量新消费品牌诞生的核心本质。”



在刘光明看来,资本会一直关注消费行业,没有一个品牌可以独大,每个细分方向都有很多机会,“不过,未来资本对新消费品牌的热度会下降,市场将逐渐回归理性,回到商业最基础的诉求——盈利,而不是持续的补贴烧钱。在这个过程中会出现分化,一些真正有品牌力的产品会沉淀下来,得到进一步发展,而另一些可能会消失或被兼并。”

## Z世代 成为消费市场主力军

随着消费需求日趋多元化,餐饮消费领域品类不断细分,小酒馆受到年轻人追捧,老乡鸡、凑凑火锅、星巴克、奈雪等餐饮企业纷纷跨界布局。而定位于“做年轻人喜爱的酒馆”的海伦司,于9月份登陆港交所。

小酒馆为什么能迅速出圈?从市场需求来看,随着新一代年轻消费者走入职场,低度酒的需求呈现快速增长趋势。与上一代人相比,95后的饮酒习惯和需求都发生了较大变化,更多的是追求压力释放和微醺,同时对酒的适口性要求较高。上海市大古外滩小酒馆相关负责人告诉《证券日报》记者,“从城市特性来看,三四线城市的小酒馆可能会考虑商场店,但一线城市会以社区店为主,因为

### 粉面赛道大爆发

仅上半年,面食赛道的投融资事件就超过过去3年的总和和府捞面、遇见小面、五爷拌面、贵凤凰、霸蛮米粉等品牌相继完成融资

### 小吃快餐吸金忙

前10个月,小吃快餐品类融资次数占餐饮行业总数的五分之一 喜姐炸串、夸父炸串、自嗨锅、三餐有料等均在年内完成融资

小酒馆本身就是一种近距离社交的场景,只要客流量够,社区店是更适合的一种方式。”

《2020年年轻人酒水消费洞察报告》显示,从消费人数和人均消费水平来看,90后、95后都呈持续增长态势,95后的人均消费增速提升最快。

随着生活水平的提高,人们的消费理念和消费习惯发生了新的变化,千禧一代和Z世代的年轻消费者自我意识更强,彰显个性特征的品牌和服务受到追捧。

同样受到Z世代消费者青睐的还有各大网红、国潮品牌。在抖音、小红书大量打卡视频、笔记的带动下,烘焙品牌墨茉点心里局走红,成为资本的宠儿。天眼查App显示,墨茉点心里局于2020年6月份成立,短短一年内获得来自清流资本、番茄资本、源来资本、今日资本的5轮融资,累计金额数亿元,估值达20亿元至30亿元,单店估值超过1亿元。

“消费的新增长动力逐渐由中产阶级转变为Z世代人群,消费理念也从关注性价比的节俭原则转变为快乐原则。”中国商业联合会专家委员会委员赖阳对《证券日报》记者表示,Z世代会很快成为网红品牌,被消费者认同。

此外,随着“她经济”盛行,围绕女性消费需求的产品受到关注。继茶里、茶小空等袋泡茶品牌相继完成融资后,今年7月份,新女性茶品牌“胶囊茶语”宣布完成数千万元天使轮融资。此外,女性的消费相对感性,对产品的颜值尤其关注。三顿半、元气森林等新消费品牌的流行,产品颜值都起到了关键性作用。

## “视频种草+直播变现” 助力新消费品牌崛起

同样被Z世代改变的,还有商业模式。

今年“双12”期间,抖音电商累计直播时长达2208万小时,累计观看量达279亿次。抖音、快手电商迅速崛起壮大,已经成为新品牌造声势的首选平台,就连董明珠的秘书孟羽童都在抖音注册了名为“明珠羽童精选”的账号。

2021年4月份,抖音电商首届生态大会举行。会上,抖音电商总裁康泽宇给出了抖音的定位——兴趣电商。即一种基于人们对美好生活的向往,满足用户在购物兴趣,提升消费者生活品质的电商。

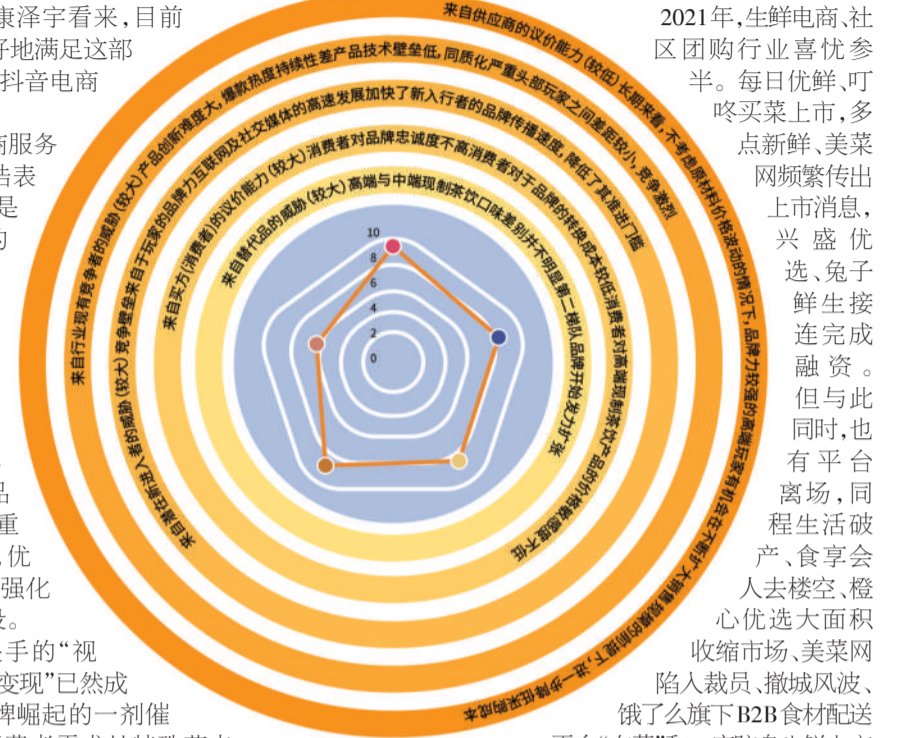
一批“抖品牌”正在崛起,抖音电商公开资料显示,通过其开启的“抖音新锐发布”“抖品牌”等活动,一批新锐品牌在声量、销量上实现爆发。

新消费品牌通过抖音电商打破了传统店铺的概念,不再受限于店铺数量,定向将视频直播推送

### 小酒馆 受年轻人追捧

老乡鸡、凑凑火锅、星巴克、奈雪等餐饮企业跨界布局 海伦司登陆港交所,成“小酒馆第一股”

公司的先发优势会逐渐消失,因为与平台公司相比,前者在管理水平、技术能力上有一定劣势。



## 本地生活社区团购 加速洗牌

兴趣电商抓住用户的碎片时间,实现从“流量”到“留量”到“销量”的转变,拼团社交则成为线下新零售的风口。

疫情背景下,本地生活服务和社区团购发展迅速,消费者手机下单买菜买肉的情况越来越普遍,生鲜电商、社区团购成为最拥挤的赛道之一。记者梳理发现,目前国内有300多家社区团购企业,行业竞争激烈程度可见一斑。

“随着巨头与资金的涌入,目前社区团购行业已经从以兴盛优选等创业公司为主导转变成以美团、拼多多等综合平台为主导的模式。”海豚智库创始人李成东对《证券日报》记者表示,随着时间的推移,兴盛优选等创业

### 中式烘焙 线上渗透率提升

门店模式受到消费者喜爱 墨茉点心里局、鲍师傅、沪溪河、虎头局等成资本宠儿

### 新锐茶品牌 获资本青睐

新茶饮击中消费者对于健康升级的需求 茶里、茶小空、胶囊茶语等品牌完成融资

## 新消费成为热赛道 创新要先守正

新冠肺炎疫情背景下,餐饮、零售等行业受到冲击。好在,危机中有转机。今年9月份,商务部发布《关于进一步做好当前商务领域促消费重点工作的通知》,提出14项促消费措施,其中,汽车、餐饮等是支持重点。

在政策扶持下,新消费品牌继续成为资本的宠儿。易观分析数据显示,截至11月份,餐饮、食品、酒水饮料等八大行业新消费融资事件数量共682例,同期全行业融资事件数量共6790例,新消费领域占比达10.04%,为近年来最高占比。另据睿兽分析数据显示,截至2021前三季度,新消费行业获得的融资金额已超2020年全年,且创出2017年以来融资金额新高。

与此同时,传统经济消费模式被进一步打破,国内新型电商消费逐渐兴起,其供应链环节日益完善,使消费者多样化的消费需求得到满足。随之而来的变化非常明显,用户对于网上购物的

关注点逐渐从商品丰富度、性价比向商品质量方面转移。无论是“双11”还是“双12”,购物节的战线越拉越长,从全民“薅羊毛”到冷静旁观,日趋理性的消费环境开始催生新的平台。

网红“种草”、直播带货、智慧社区……互联网不断为中国带来新的业态,这些新业态也发展成为一个个新的增长极。

在新业态发展的同时,也有一些乱象产生。如社区团购行业毛利低、补贴多,无序竞争给行业发展带来隐患。2021年,反垄断、反不正当竞争和防止资本无序扩张被再度强调,推进公平竞争成为行业发展的底线。年内一系列监管措施出台落地,向市场释放了规范发展的信号。

日益成熟的互联网产业在助推经济结构调整的同时,也应在新的监管形式下,秉持守正创新、开放共赢的原则,承担更大的社会责任。(王君)