

新式消费连锁品牌数字化 转型趋势白皮书

©2021.10 iResearch Inc.

核心观点

01



经济与文化因素驱动新式消费概念流行

- 疫情对诸多行业造成冲击，但推动了餐饮消费在线化，使得新式餐饮、新式茶饮兴起
- Z世代是新式消费的生力军

02



新式消费连锁品牌正处于转型与跨界的路口

- 新式餐饮与新式茶饮品牌涉足“新零售”，延展售卖场景
- 新式消费连锁品牌的数字化痛点集中在运营、数据、营销、管理四方面

03



以产品、运营、数据三位一体的营销理念进行企业数字化转型

- 打通全渠道消费者数据，从多维度管理用户信息，构建精准营销体系
- 提升供应链数字化水平，包括上下游一体化管理、智能补货等

04



发力私域营销和一体化经营是企业重要策略

- 将营销重心从公域向私域转移
- 整合连锁品牌的线下实体店和线上数据，采用同步销售的模式
- 搭建数据中台，从开源和节流两方面进行转型

行业现状与痛点

1

数字化赋能下的「新式消费连锁品牌」

2

新式消费连锁品牌的数字化实践

3

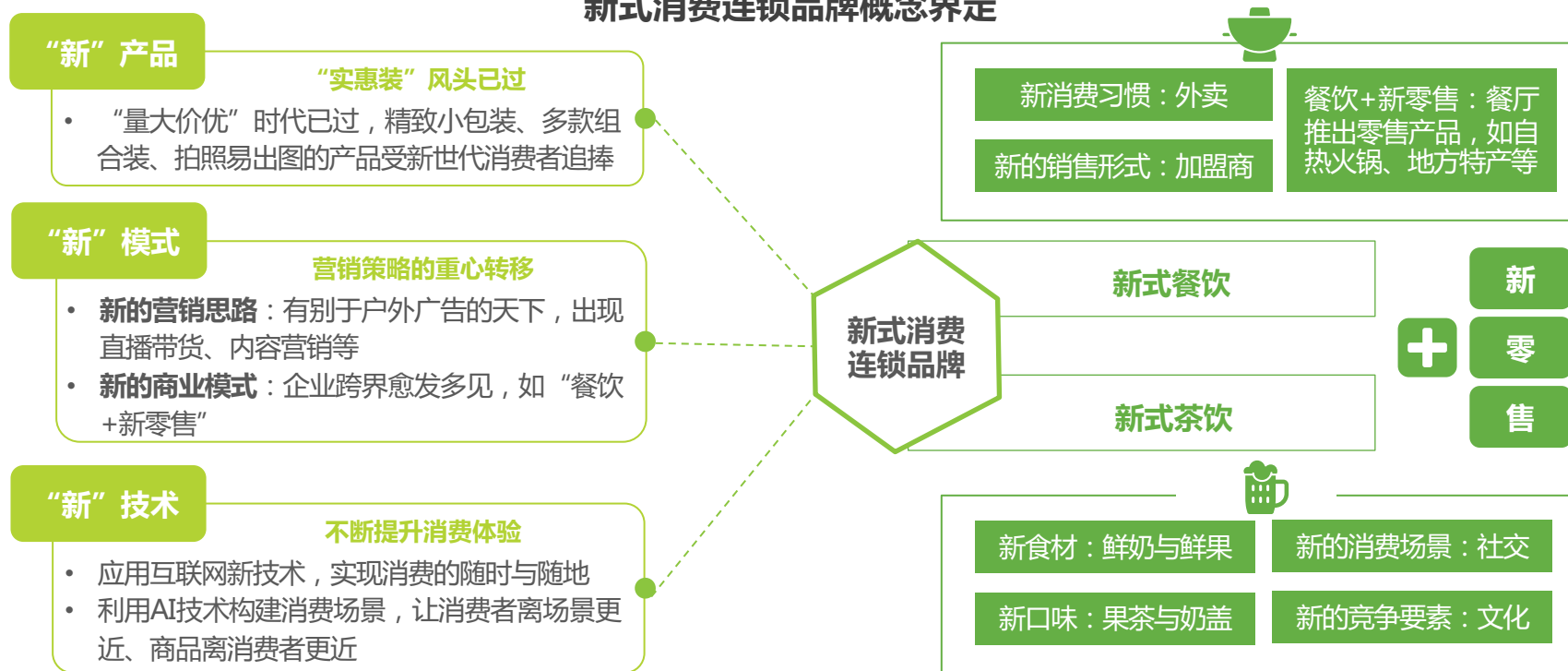
走向技术驱动、融合发展的新式消费连锁

4

人与商业的重构引发场景革命，新式消费乘风破浪

“新式消费”是由互联网引发的消费升级，其“新”体现在产品、模式、技术等诸多方面，并且融合了“新零售”的经营理念，逐步重构人、货、场三者关系。新式消费连锁品牌是以现代工业大生产的原理来改善以个人经验决定销售的小商业经营模式的产物，具有门店多、地域跨度大、从业人员众多等特点，更关注企业产品与服务标准化、管理与宣传的专业化以及品牌的统一化。新式消费一般包括新式餐饮/茶饮、美妆、潮玩等细分赛道，其中新式餐饮/茶饮不仅颇受资本市场认可，且其相对轻量化的经营更易采用连锁形式扩张，因此将作为本报告的重点聚焦领域。

新式消费连锁品牌概念界定



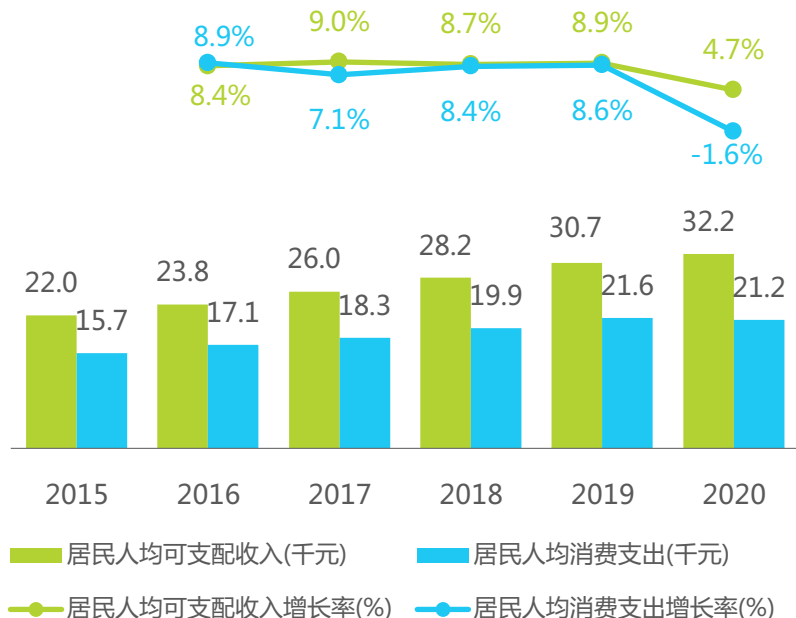
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

新式餐饮行业背景

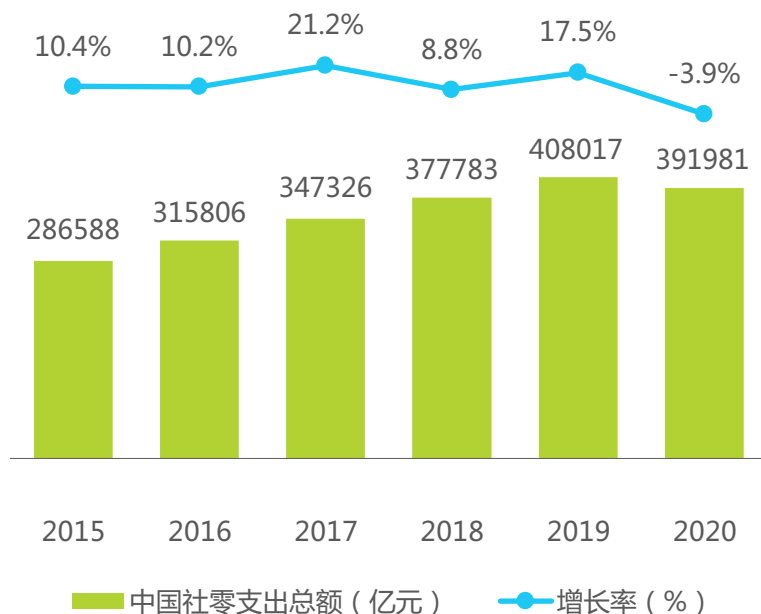
城镇居民消费能力增长，经济环境整体利好消费市场

2015年至2020年，中国居民人均可支配收入逐年增加，购买力不断增强。受疫情影响，2020年中国居民人均消费支出有所下降，中国社零支出也存在一定的下滑。但由于国内疫情防控形势良好和扩大内需政策效果持续释放，2021年居民消费预计将恢复正常水平。随着居民消费水平逐步上升，其在餐饮领域的支出也将相应上涨，为行业增长提供经济基础，带来整体利好。

2015-2020年中国居民人均可支配收入和消费支出及增长率



2015-2020年中国社零支出及增长率



来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

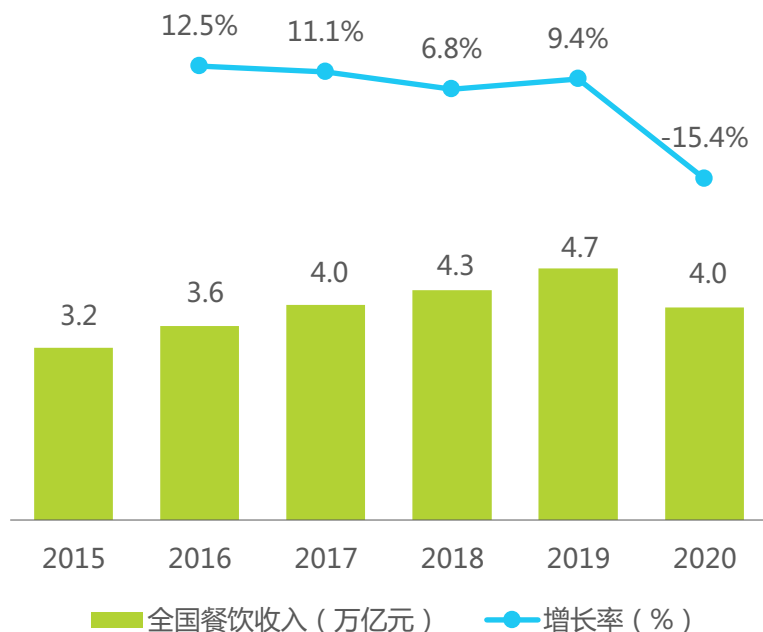
来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

新式餐饮行业背景

疫情对餐饮行业造成冲击，交易在线化将成消费新增长点

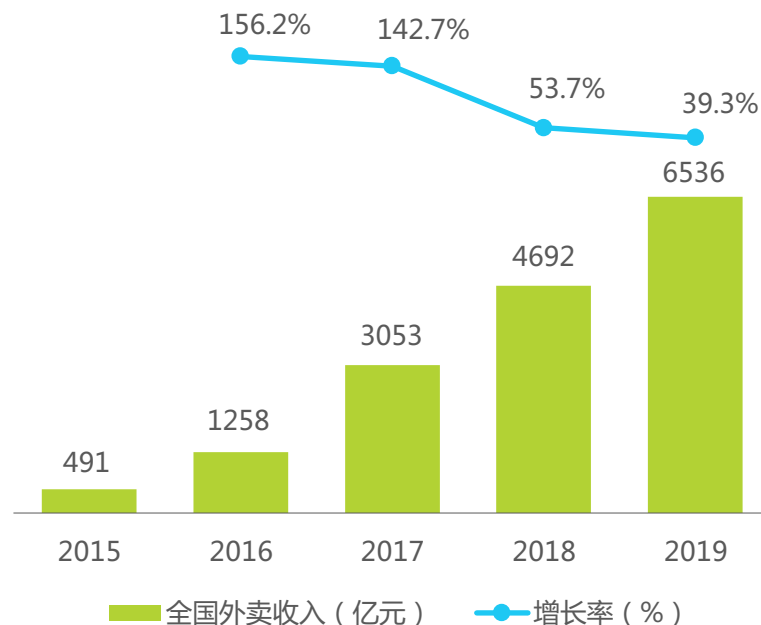
受2020年初疫情影响，2015-2019年餐饮行业的收入增长趋势被打断，线下消费形式受到较大的冲击，全国餐饮业收入水平有明显的下降，但线上消费形式所受影响相对较小。由中国外卖收入数据可知，2015年起餐饮行业信息在线化、交易在线化和行为在线化等趋势显现，尽管近两年增速放缓，但整体仍然保持上升趋势，可以预见其对国民经济的带动作用将逐渐增强，未来势必会成为餐饮行业发展的有力增长点。

2015-2020年中国餐饮收入及增速



来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

2015-2019年中国外卖收入及增速



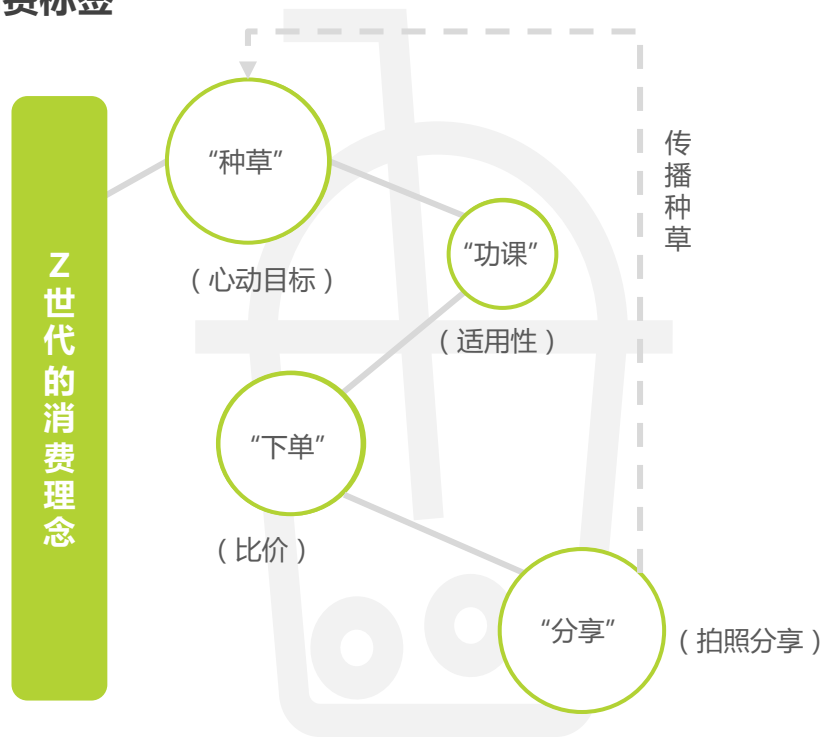
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

新式消费的生力军

“奶茶文化”深入年轻群体，Z世代是新式消费的主力

“Z世代”的概念起源于欧美，通常指“95后”的年轻人群体，这类人群强调个性化、协作、独立、多样性与实用主义。除此之外，“Z世代”网络生活丰富，人均每天在线时长超过5小时，对互联网接受度颇高，并且有良好的付费意识和线上消费能力。对于品牌而言，Z世代群体作为“互联网原住民”，更看重产品能否彰显个性而非性价比，消费过程中带有明显的圈层属性，成为当下新式消费的中坚力量，例如随着“奶茶文化”兴起，“秋天的第一杯奶茶”等类似话题频上“热搜”，甚至成为当代年轻人迅速拉近关系的重要社交方式。

中国Z世代的消费标签



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

新式消费连锁品牌的发展状况

新式餐饮品牌涉足“新零售”，延展现制餐品的售卖场景

最初的“新零售”是以娱乐、互动和体验为主的零售场景革命，强调线上线下相结合，而非用电商替代传统零售。但现今“新零售”被赋予了更多内涵，成为一种新的经营思路，“餐饮+新零售”也是“新式餐饮”赛道重要的风向之一。正如海底捞、小龙坎等火锅店推出自热火锅，喜茶、奈雪的茶等茶饮品牌推出零食、软饮，这些新式餐饮连锁品牌将产品标准化、用户线上化，从而实现商品零售化。餐饮商家入局新零售有诸多原因：1）新冠疫情使得预制菜/半成品菜需求激增；2）新零售赛道的火热促使商家入局“分羹”；3）产品的标准化和供应链的日益成熟使得跨界零售的门槛不断降低。在新零售的理念下，餐饮企业的销售品类在纵横两向延展，包括半成品、成品菜、地域特产、节日礼盒等。

新式餐饮连锁品牌的零售产品



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_28916

