



产业观察：餐饮、美妆仍为 投融资主流 餐饮等线下业 态更受关注



2021 年 10 月,大消费领域投融资数量环比基本持平,金额有所回升、食品饮料、美妆个护依旧占据主流,服装服饰有大额融资事件,投融资仍以早期轮次为主,2021 年下半年以来大消费领域整体热度有所回落,餐饮等线下业态更受资本关注。

整体概况:大消费领域投融资数量与上月环比基本持平,金额有所回升。我们统计了食品饮料、餐饮业、美妆个护、百货零售、宠物服务、服装服饰、生鲜、母婴、健身、小家电 10 个行业作为大消费领域的整体投融资数据。根据 IT 桔子,2021 年 10 月合计 49 起投融资事件,投融资数量较 9 月的 51 起基本持平;投融资金额由 9 月的 55 亿元上升到 76 亿元,环比上升 38%,投融资金额环比上升主因 10 月 IPO 上市企业相较 9 月有所增加。

行业分布:食品饮料、美妆个护占据主流.1) 投融资数量:2021 年 10 月,食品饮料投融资数量最多,为 23 起,占比 47%;美妆个护 8 起,占比 16%;餐饮业、宠物服务均为 4 起;百货零售、服装服饰均为 3 起母婴电商 2 起,生鲜食品和健身均为 1 起;2) 投融资金额:2021 年 10 月,服装服饰金额约为 25 亿元,占比达到 32%,主因日禾戎美和盛泰集团的 IPO 上市;其次为美妆个护和食品饮料,投融资金额分别为 18 亿元、15 亿元,占比分别为 24%,20%。

轮次分布:仍以早期投融资事件为主,在 10 月大消费领域的 49 起投融资事件中,种子轮 1 起、天使轮 16 起,Pre-A 轮 7 起、A 轮 9 起,早

期投融资数量合计占比 67%，投融资金额方面，“千万级”投融资事件占比最多，共有 20 起，占投融资总数的 41%，“2 级”投资事件 14 起，“百万级”5 起总体来看，大消费领域仍以早期投融资为主，众多细分赛道仍有进一步打开空间，市场进入门槛较低，市场竞争相对激烈。

2021 年下半年以来大消费领域投融资数量下降，热度有所回落.1) 基本面近期表现不及预期：大部分新消费品牌过于倚重流量，企业在融资后，通过烧钱购买流量换取 GMV 快速增长只是短期的繁荣，一旦减少流量投放后又将出现 GMV 快速下滑，企业的流盘模型并不健康，导致近期的销售盘、复购率等指标表现不理想，与移动互联网行业相比，消费品牌的建设是一个更为长期的过程，需要更加重视产品供应链搭建、全渠道拓展、传统营销及品牌文化建设等方面.2) 部分企业估值过高：部分消费品牌企业在经历多轮融资后，已经路身细分赛道头部，商业模式相对成熟，但品牌估值过高，出现一定估值泡沫现象。

近期餐饮等线下业态更受资本关注,2021 年下半年以来,茶饮、咖啡、面食、中式烘焙、卤味、炸串等线下智饮业态更加受到资本青睐，与流量驱动型的消费品牌相比，线下餐饮等业态的优点是本身线下门店就自带流量，可以起到品牌宣传作用，减少对烧钱买流量模式的依赖；此外，在品牌+线下连锁模式下，企业门店有望快速扩张，带来更高的成长预期

关键词：健身

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_29158

