



产业观察：餐饮、美妆表现 亮眼 中长期看好消费新品 牌机会



2021 年 11 月，大消费领域投融资数量、金额环比基本持平。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 11 月合计 54 起投融资事件，投融资数量较 10 月的 49 起略有上升；投融资金额由 10 月的 76 亿元下降到 65 亿元，投融资金额环比略有下降，主因 11 月 IPO 上市企业相较 10 月有所减少。

行业分布：食品饮料、美妆个护占据主流。1) 投融资数量：2021 年 11 月，食品饮料投融资数量最多为 20 起，占比 37%；餐饮业、美妆个护均为 10 起，占比 19%；宠物服务 5 起，服装服饰 4 起，百货零售 2 起，母婴电商、生鲜食品和健身均为 1 起。2) 投融资金额：2021 年 11 月，美妆个护金额约为 22 亿元，占比达到 31%，主因 MOODY 的 C 轮和山东福瑞达的战略投资金额较大；其次为食品饮料和餐饮业，投融资金额分别为 19.6 亿元、14.1 亿元，占比分别为 30%、22%。

轮次分布：以早期投融资事件为主。在 11 月大消费领域的 54 起投融资事件中，种子轮 3 起、天使轮 15 起、Pre-A 轮 7 起、A 轮 10 起，早期投融资数量合计占比 65%。投融资金额方面，“千万级”投融资事件占比最多，共有 26 起，占投融资总数的 48%，“亿级”投融资事件 8 起，“百万级”3 起。总体来看，大消费领域仍以早期投融资为主，市场进入门槛较低，市场竞争相对激烈。

大消费领域许多新的细分市场正在被打开，中长期依然看好消费新品

牌机会。21 年下半年大消费领域投融资热度有所下降，主要原因在于部分新品牌经营表现不及预期、以及出现估值泡沫现象，但中长期我们依然看好消费新品牌机会。从人群世代来看，95 后年轻人群正呈现出圈层化的特点，不同圈层人群的需求将打开许多全新的消费市场，这种新的市场来自于新品类的开创或者老品类的差异化定位，而新市场的打开将为新品牌的崛起带来发展机会。

新品牌创业门槛下降，市场竞争更加激烈。新品牌创业门槛降低的原因主要有两个方面：1) 当前产品供应链发展已经高度成熟，消费新品牌在发展初期可以方便地通过代工合作方式快速生产；2) 近年来流量和渠道逐渐分散化，在渠道端，新品牌可以借助线上电商、线下便利店等渠道销售，避开老品牌更有优势的线下商超；在流量端，新品牌借助社交平台进行 KOL 种草营销，尤其是 18 年以前创立的新品牌享受到社交平台的流量红利实现了快速增长。新品牌在创业门槛降低的同时，企业同质化现象表现更为明显，新市场的内部竞争也更加激烈，新品牌需要加强重视产品研发和供应链搭建，全渠道铺设、品牌广告投放等，提升自身竞争优势。

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_30884

