



国泰君安国内消费市场观察专题报告：新消费市场融资回暖 新锐品牌受资本青睐



摘要

新消费市场 3 月共发生 74 起融资事件，融资总金额超 77 亿元，相比此前融资数量和融资金额均出现回暖。2020 年是新消费市场的破圈之年，2021 年上半年，新消费投融资一路高歌猛进，成全行业投融资最火热赛道，Manner 咖啡、元气森林、三顿半、和府捞面、遇见小面等新锐品牌获得资本追捧；但从下半年开始，新消费市场增速逐步放缓，部分独角兽企业业绩增长、股价表现不及预期，再加上新冠疫情反复的影响，资本对新消费市场相对谨慎。而进入 2022 年以来，新消费市场出现回暖，据联商网零售研究中心统计，2022 年 3 月新消费领域共发生 74 起融资事件，融资总金额超 77 亿元，环比 2 月融资数量和融资金额均呈现上升态势，部分 VC/PE 机构开始重拾信心，在新消费市场寻找投资机会。

从融资金额来看，亿元级融资主要集中在食品饮料、餐饮、美妆、服饰、家居等行业。这些行业涌现出的新消费品牌，借助互联网思维在商品、品牌、营销、服务、商业模式等方面不断创新，满足了新消费时代下的消费者新需求，未来业务增长较为强劲，更容易获得 VC/PE 机构的融资。以美妆行业为例，新生代国民美妆品牌 Mistine（蜜丝婷）近期宣布完成超 2 亿元 A 轮融资，由凯辉基金领投、益源资本跟投。受益于年轻消费者日益增长的皮肤护理需求，Mistine 全渠道防晒类目 2021 年总 GMV 翻 1 倍，连续 2 年获得 80% 以上高速增长，明星单品「Mistine 小黄帽防晒霜」位居天猫防晒类目销量 TOP1，全网销量超千万只。

从融资特征来看，符合消费升级方向（营养、健康、低脂等）、在细分领域迎合消费者需求的新锐品牌更容易获得资本青睐。以食品饮料行业为例，由于年轻消费人群更加关注健康，由此带动了主打营养、健康、低脂的新锐品牌更容易获得资本青睐。

近期，新锐品牌简爱酸奶完成C轮投资，由德弘资本领投，QYCapital、行知资本、广州金控基金、璞瑞资本等新老股东跟投。随着人们消费观念的升级与转变，消费者在购买乳制品时越来越多注重营养健康，简爱酸奶以“为家人和孩子做一杯安心好奶”为品牌初心，先后推出了简爱0蔗糖酸奶、身体知道LGG益生菌酸奶等无添加剂产品，通过产品创新抓住消费者的健康需求，在天猫、盒马鲜生等新零售渠道中，简爱酸奶已成长为销量第一的低温无添加剂酸奶品牌。

风险提示：疫情反复对经济增长及国内消费形成冲击等。

关键词：新零售 疫情

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_41082

