



# QuestMobile食品饮料行业新兴品牌数字化营销洞察报告

---

# 本报告研究说明

## 1) 数据来源:

QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库

QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库

## 2) 名词释义:

**新兴品牌:** 本报告专指食品饮料行业中, 在2020年1月-2021年3月期间获得千万元以上融资的品牌;

**新兴品牌人群:** 在统计周期内浏览过食品饮料行业新兴品牌相关内容以及商品详情页的人群;

**KOL:** 指关键意见领袖 (Key Opinion Leader), 本报告指在公众号、微博、抖音、快手、小红书中持续发布内容、产生影响力的个人或者机构;

**品牌私域用户:** 品牌在各私域渠道内 (即品牌官方APP/微信小程序/官方号) 的活跃用户;

**品牌内容受众:** 在统计周期内, 在内容平台中浏览过指定品牌相关内容的人群;

**品牌电商受众:** 在统计周期内, 在电商平台中浏览过指定品牌相关商品详情页的人群;

## 3) 数据监测范围:

**内容数据:** 在抖音、快手、微博、小红书平台中, 活跃用户数大于5万的KOL, 在2021年1-3月期间发布的内容;

**直播数据:** 抖音、快手平台中, 去重活跃用户数大于500万的KOL, 在2021年1-3月期间的直播带货情况。

# 01

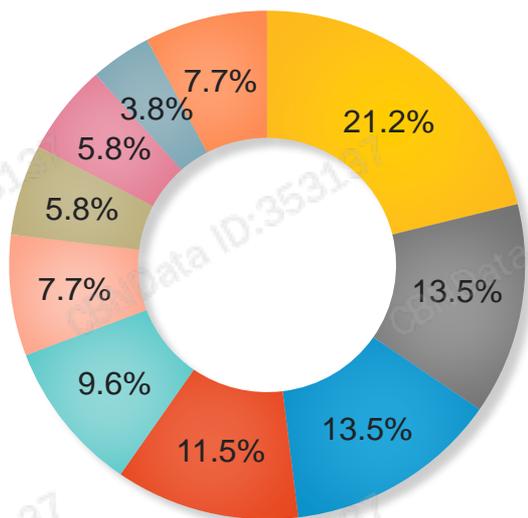
---

新兴品牌搭乘数字化红利  
以创新品类切入市场

食品饮料行业投融资火热，超三成新兴品牌获得亿元以上融资，代餐、方便食品、咖啡品类最受资本关注

### 2020年1月-2021年3月 食品饮料行业 融资千万元以上新兴品牌 品类分布

- 代餐能量
- 方便食品
- 咖啡
- 酒
- 茶饮
- 保健养生
- 休闲零食
- 软饮料
- 烘焙
- 其他



35.5%

亿元以上融资轮次占比

12.9%

C轮及以上融资轮次占比

## 食品饮料行业 新兴品牌发展要素

### 新人群带来新消费需求

年轻人群的饮食理念、口味偏好中产生新的品类需求，成为新品牌诞生的土壤

### 线上渠道具有流量红利

线上的电商、内容平台基础设施完善，消费触点逐步向线上转移，形成新的流量红利

### 品牌善于数字化营销

新兴品牌通过KOL营销、直播电商、私域运营等数字化运营方式，实现品牌增长

## 食品饮料行业 新兴品牌 产品关键词词云图

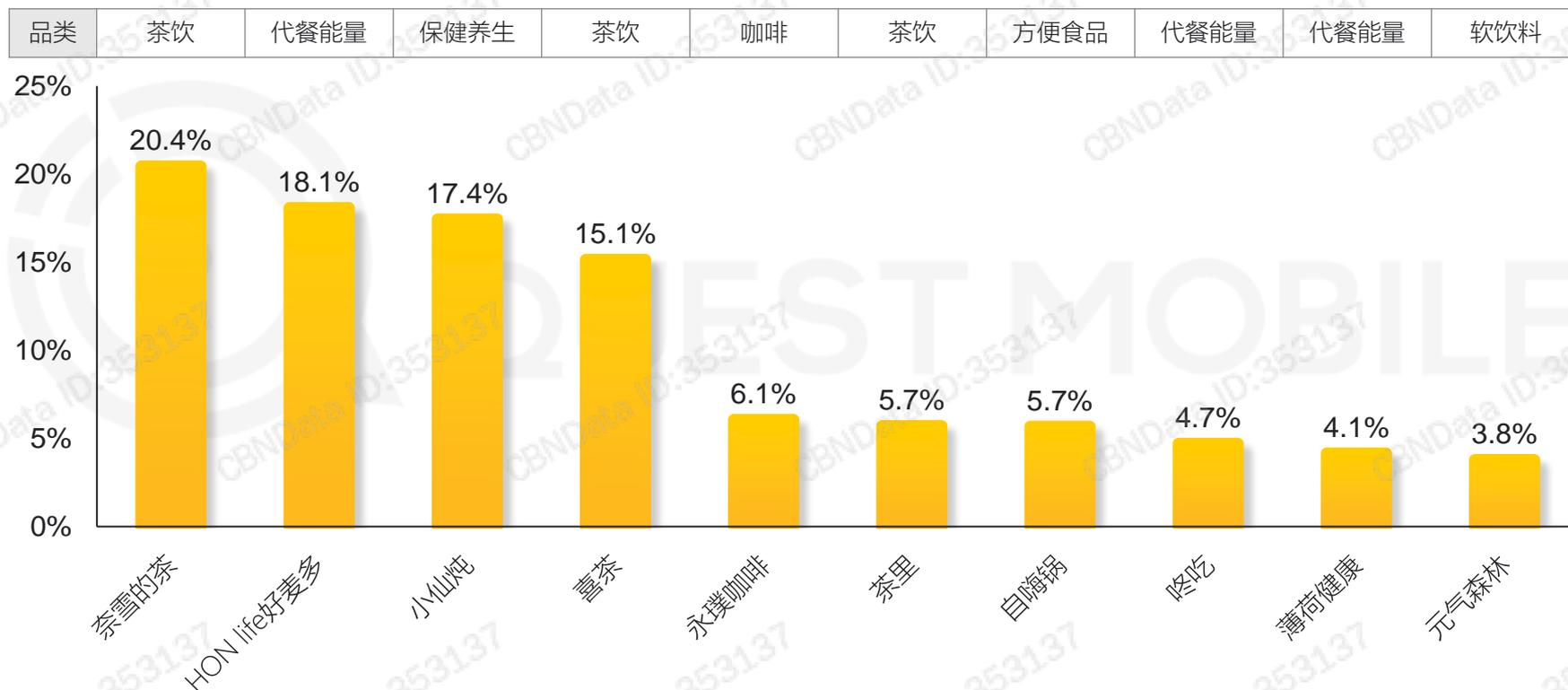


注：词云图根据新兴品牌的商品链接标题以及内容平台中的相关发稿内容进行统计

新兴品牌人群最关注品牌包括两大茶饮品牌奈雪、喜茶，以及在代餐能量、保健养生品类中快速崛起的好麦多、小仙炖



## 食品饮料行业 关注度 TOP10 新兴品牌



注：关注度，指浏览过食品饮料行业新兴品牌相关内容以及商品详情页的人群中，浏览过某品牌相关内容以及商品详情页的人群所占比例

# 02

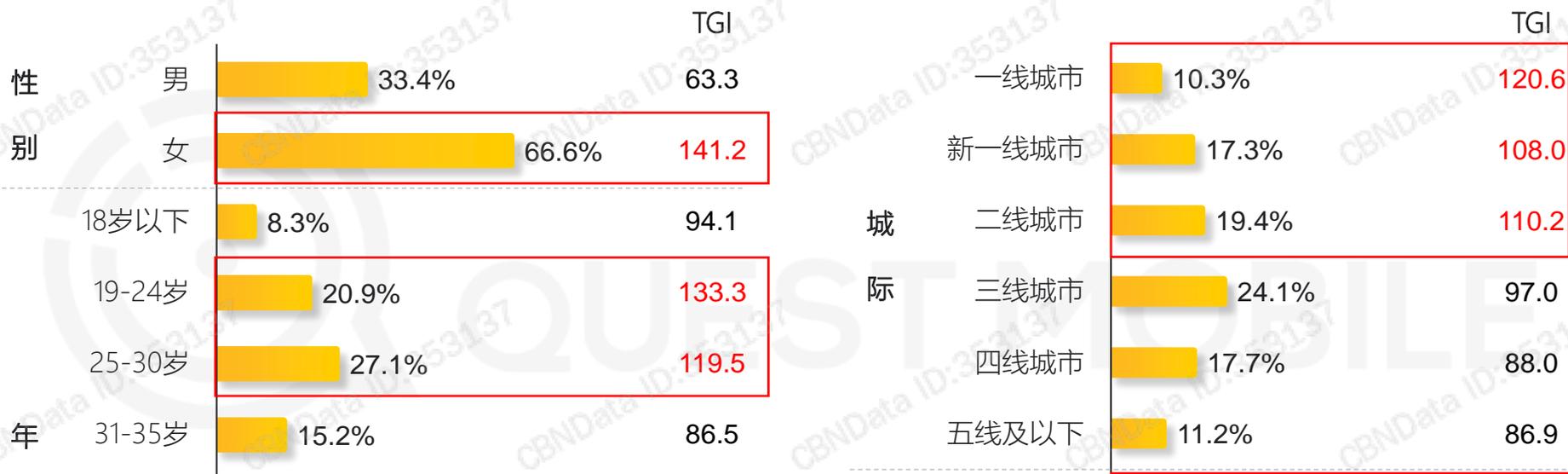
---

年轻、一二线、热衷网购是  
新兴品牌人群的总特征

新兴品牌的受众在年轻、一线及二线城市比重高，这部分人群整体消费能力强，更乐于接受新鲜事物



### 新兴品牌人群 用户画像分布



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\\_19656](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_19656)

