

2021中国新消费明日之星  
——旧赛道焕新颜

2021年12月

因我不同  
成就不凡

始于1845



# 简介

在后疫情经济和消费升级的双轮驱动下，中国的消费市场正迎来全新的时代。消费产业的多个底层逻辑已经悄然改变：新生代崛起导致消费人群的变迁；不断往柔性、高效方向优化的供应链体系；快速触达、创造需求的多样化新渠道的诞生；受益于渠道多样化和科技进步的营销策略升级；适应时代变化的品牌革新等等。在这些新趋势下，潜力非凡的新兴品牌正在快速崛起。

但到底哪些才是值得关注的细分赛道？哪些新品牌可以实现持续增长，创造出中国制造的品牌价值？带着这些问题，德勤中国消费品及零售团队基于深耕行业多年的专业理解和服务于众多知名投资机构和国内外领先企业的项目经验，开展了对中国新消费市场和潜力品牌的深入研究。

德勤中国消费品及零售团队于2021年8月发起了“中国新消费明日之星”评选项目。项目团队结合定量和定性的研究方法，集合大数据分析、实地走访和与品牌创始人的深度访谈，从行业前景、公司规模、模式创新力、品牌影响力、创始团队背景和资本关注度这六大维度展开研究和评选，从数十个品牌中评选出了6个最具增长潜力的新消费品牌，发布榜单《中国新消费明日之星——旧赛道焕新颜》。希望这一榜单可以为新消费行业提供可借鉴的商业模式，打造未来经久不衰的品牌。

德勤中国消费品及零售团队也会持续追踪中国消费市场的变化，迭代新消费明日之星的评价维度，为业内各方提供有价值的战略研究和可实践的案例模型。

# 第一章

## 综述：大消费产业趋势

### 1. Z时代崛起，触发新消费机遇

2020年，中国Z世代（1995-2009）出生人口达2.64亿，占总人口的19%，从小接触互联网海量信息的该世代的消费行为及特征与此前的X世代、千禧世代等有一定差异，Z世代的圈层化趋势也较为明显，各类圈层更加细分、多元，此外，成长于中国高速发展时代的Z世代的表达欲望、消费意愿都较强。我们观察到，随着Z世代年龄的增长，对商业的影响日益明显，推动了中国消费新趋势的演进，新兴消费品牌可通过定位需求鲜明的此类客群快速打开市场。

Bio-E和认养一头牛等新兴品牌的发展就受益于这一消费趋势。Z世代在消费主义和快速的生活节奏的背景下，追求养生、便利，同时也重视产品的品质和新潮属性，口味丰富、便于服用、养生兼顾变美、并以明星代言人营销新潮生活方式的Bio-E的知名度和销量都较为可观。此外，Z世代触发的新消费风潮带来全新的消费升级趋势，例如消费者健康意识不断提升，天然、有机、低脂等概念快速兴起，因而在细分赛道具备创新亮点的新消费品牌也可快速入场，形成亮眼表现。

Z世代崛起是新兴品牌实现弯道超车不容错过的机遇，如何识别具有潜力的圈层、开发针对性的产品和商业模式、持续性深耕圈层和扩大圈层触达，是品牌在不同发展阶段必须思考的问题。

### 2. 供应链升级，助力新锐品牌突围

新消费品牌的崛起离不开中国供应链体系的发展升级所提供的支撑，供应链体系的不断优化，降低了新消费品牌在创立和发展的各个不同阶段所面临的供应链门槛、最终支撑了新品不断诞生的市场趋势。

在生产方面，中国的工业基础支撑了上游原料供应，此外，数量众多且具备柔性生产能力的工厂也使得品牌可专注于研发和市场营销等运营事务、助力品牌提高对市场的反应效率。PMPM就是中国供应链的受益人之一，其跨品类、多成分的快速上新就是基于对国内代工厂这一外部资源的充分利用，助力这一新锐品牌低成本快速启动并崛起。

我们认为，中国供应链体系的物流优势也较为明显。中国物流体系覆盖范围广，待发展地区也被纳入其中，2020年邮政快递物流服务网点已覆盖3万多个农村乡镇，可支撑各区域即时、高效的运输配送需求。冷链运输行业也在快速发展，医药、生鲜等传统物流中运输难度较高的品类因此持续受益。此外，在系列减税降费政策和无人设备等科技和基建升级的助力下，物流成本也持续降低。覆盖广、速度快、服务全、价格低的物流体系有效支撑了各类品牌的发展。

我们认为在疫情的大背景下，中国全球领先的疫情控制情况也使得中国供应链体系的优势更为明显。品牌可充分利用中国供应链体系的优势、调整优化商业模式，建立自身竞争优势，抓住发展的机会。

### 3. 消费渠道更迭，带领品牌直面用户

近年来，消费客群行为变化明显，如移动互联网日均使用时间增长、触媒习惯转向短视频和直播等，购买决策也越来越受到碎片化的社交或内容应用的影响，除传统线下及电商渠道外，社交电商、兴趣电商等新形式的渠道也应运而生，助力新品牌成长。

我们观察到的行业现象是借助社交电商，新品牌能迅速发展业务并触达不同发展程度城市的新消费者，通过微信、社群等模式以“熟人”的信任关系快速获取用户，而基于社交关系获取的客户由于信任度较高，消费动力、复购率和主动传播能力都相对较强。抖音等直播类的兴趣电商也可有效助力品牌销售，有别于传统电商对消费需求的满足，此类电商的核心在于通过传播碎片化的场景营销创造消费需求、带来增量。众多新兴品牌在抖音等平台均已开设账号，除直播外也会上传场景营销小视频，如茶百道，更新频繁，内容包含周末聚会、点单攻略、奶茶包装改造再利用等多样化短片，输出新品和生活方式，刺激目标粉丝产生原先没有的购买兴趣。

不断出现的新渠道为新消费品牌创造了新机遇，我们认为新品牌实现快速发展的门槛正在不断降低，在时代进步的浪潮中，期待新品牌通过思考品牌价值、定位目标客群，识别出最适合自身的渠道，以新渠道为跳板，实现对客户的高效触达。



#### 4. 营销创新, 更快占领用户心智

新人群、新模式、新零售的演变也对大消费行业的市场营销产生了深远的影响, 要求营销策略不断创新升级。在这个充满变革的时代, 企业正面临着众多营销新课题, 例如如何重构全链路的营销体系, 如何在全渠道战略下提升投资效率, 如何高效构建品牌用户的数据资产, 如何真正通过营销赋能品牌成长等等? 但我们充满欣喜地看到, 大消费行业的新兴品牌正在回归市场营销的底层逻辑, 从消费者端出发, 思考如何与消费者建立持久的关系, 从而不断探索营销新逻辑和新模式。

2021年表现亮眼的国货护肤品牌PMPM, 围绕“探索”和“远方”这两个关键词, 通过产品文案、以旅行为主题的包裹和创新的X天然成份+Y科研元素+Z前沿技术的品牌理念, 全方位地向消费者传递其“探索全球, 带回肌肤能力”的品牌定位。乳制品品牌认养一头牛一方面借助其在小红书、抖音和微博等公域平台的强势内容投放占领核心用户心智, 而另一方面则通过与各大品牌连麦、邀请明星主播进行直播带货等方式承接线上流量的转化, 不断深化消费者与品牌的连接。

新消费品牌基于品牌故事或产品服务的营销新玩法层出不穷, 带动大量品牌成功“破圈”, 快速提升了品牌的知名度。但是我们认为“破圈”只是品牌营销的第一步, 而借助新营销来清晰地发出品牌内在的、有可持续价值的声音才是品牌的最终目标。我们期待新兴品牌们可以面向未来, 通过全链路营销来持续传递不断提升的产品品质和不断创新的产品技术, 构建品牌地位的护城河, 打造品牌长久的生命力。

#### 5. 大消费风潮下, 新旧品牌各显神通

近年来, 消费新品类和新品牌大量涌现, 而众多老品类也凭借新玩法重新焕发生机, 一起形成了一波消费变革和消费升级的新潮流。

遇见小面以口味独特的重庆小面切入餐饮市场, 产品坚持标准化却不失风味。这家以“好吃”和“正宗”为基因的品牌正在走向全国, 并成为洒脱惬意川渝文化的代表品牌。

现在无疑是新消费品牌发展的黄金时代。我们难以预测这一时代最终的结果是什么, 但我们相信未来会有越来越多的品牌在技术进步和产品升级的基础上, 洞察新的消费需求, 成功步入不断向上的发展周期。我们坚信在时间的沉淀下, 真正有实力的品牌会持续受到消费者的喜爱, 并不断焕发新的魅力, 而中国制造业在全球的形象也会焕然一新。

综上五大消费产业趋势变化对品牌发展的利好明显: 消费客群的变迁便于品牌精准切入新市场; 供应链的优化有助于解决生产和物流方面的诸多难点; 多样化的渠道催生了新的商业模式; 新营销有助于精准、高效地扩大流量并将之转化为商业价值; 传统品类和品牌可通过革新开发新的增长机遇。市场的发展为品牌创造了大量机遇, 品牌应及时调整、优化自身战略以充分利用市场利好, 实现品牌发展的乘风起航。



# 第二章

## 聚焦：细分行业洞察与赛道聚集

### 细分行业洞察

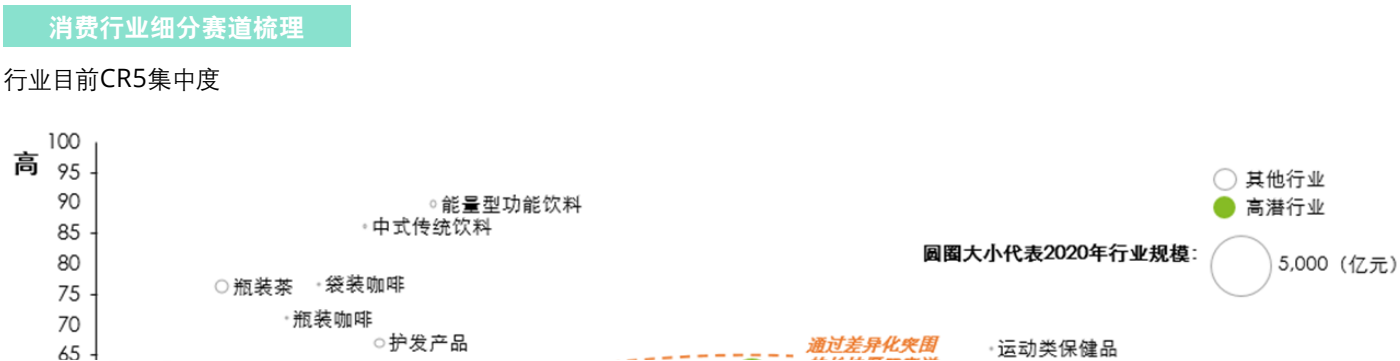
消费群体的更迭催生了更加多元化的需求，从而衍生出了更新的消费趋势。中国的消费市场正朝着更精细化和个性化的方向发展，为新品牌的成长和老品牌的重生都提供了空前的机遇和想象空间。德勤从行业规模、行业增速和行业集中度三个

维度梳理了超过30个消费子行业。通过对这些子行业的深入分析，我们进一步筛选出了6个最具潜力的细分赛道，他们是：中式快餐、乳制品、彩妆护肤、口服保健品、线下茶饮和袋装茶。

在我们选出的这6个高潜细分赛道中，既

有待通过差异化突围的乳制品、彩妆护肤和线下茶饮赛道，也有待品牌化升级驱动的口服保健品和袋装茶赛道，还有依靠供应链标准化驱动的中式快餐赛道。在之后的章节中，我们将从行业趋势、消费者行为、产业格局和代表品牌等角度进行分析，勾勒出这些高潜细分赛道的面貌。

图2.1: 消费行业细分赛道<sup>1)</sup>梳理



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\\_38716](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38716)



云报告  
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告  
<https://www.yunbaogao.cn>

云报告  
<https://www.yunbaogao.cn>