



食品饮料行业：新消费品 牌榜单揭晓 多个新锐品 牌入围



摘要 [Summary]

36氪发布“FUTURE 系列”最具商业成长力新消费品牌榜单，小熊驾到、李子柒、元气森林、王小卤等多个新锐品牌入围。11月27日，由36氪发起的“FUTURE 系列”最具商业成长力新消费品牌榜单揭晓，该榜单由消费领域分析师、行业专家、媒体等专业人士，通过模式创新力、产品增长力、行业竞争力、品牌势能、资本影响力等五大类维度，从众多品牌中评选出真正跨越时间周期的100个优秀品牌。以小熊驾到、李子柒、元气森林、王小卤为代表的多个新锐品牌凭借着对消费者需求的洞察力、坚持创新体验的产品力以及运用前沿科学的科技力，获得了分析师的高票推荐。我们以小熊驾到（复合调味品新锐品牌）为例，小熊驾到敏锐察觉到新消费人群对复合调味品的新需求，凭借一料腌制的简单操作、还原餐厅美味的复合调味品，让不懂烹饪的消费者也可以做出美味的菜品，提升消费者们的烹饪兴趣，其拳头产品——新奥尔良烤翅腌料，深受年轻消费者的喜爱。

纵观这些入围的新消费品牌，它们共有的特征即为“回归消费本质、解决消费者真实需求、为细分人群提供更精准的产品和服务”。伴随着国人生活节奏的加快、家庭结构的变化，以及消费升级的驱动，消费市场发生了质的变化，新消费人群的增加叠加新需求的诞生共同推动消费产品的升级。和传统品牌相比，新消费品牌需要从用户需求角度出发，多下功夫了解用户、与用户进行有效互动、直达用户的心智，满足消费者多元化、

个性化的消费需求。纵观这些入围的新消费品牌，它们均具备以上特征，更多地通过构建线上线下融合的多渠道模式，增加品牌的广度和触达性——在线上，这些新消费品牌通过直播带货、与淘宝主播合作推广新产品，提升产品销量及品牌力塑造；在线下，这些新消费品牌通过入驻盒马鲜生、家乐福、大润发等主流渠道，提升品牌渗透率，为细分人群提供更精准的产品和服务。

我们认为，科技进步叠加需求变迁共同驱动了消费行业的变革，推动了新消费市场的蓬勃发展。从供给端来看，5G、人工智能，云计算等新技术的快速发展重塑整个消费品产业链，实现消费品市场多域营销，促进产品持续创新升级，新场景、新模式、新应用的不断涌现正在推动消费行业实现变革。从需求端来看，人口结构变迁驱动新消费人群崛起和新消费理念盛行，以千禧一代及 Z 世代为代表的年轻消费群体已成为中国消费市场主力军，他们成长于经济高速增长的时代，拥有更强的消费能力和更高的边际消费倾向，对国货品牌的接受度更高，新国潮受年轻消费群体驱动迅速崛起。

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_30349

