

消费行业的“科技时代”

2021 | 消费行业新趋势白皮书

NEW TRENDS IN THE CONSUMER INDUSTRY



疫情以来，中国消费市场遭遇冲击，但数字化进程明显加快。

“科技”作为第一生产力，从升级消费体验、提高生产效率、激发消费需求、创造消费场景等各个方面，为这场趋势提供了强劲的推动力。

以此为背景，财联社鲸平台联合天眼查大数据，从宏观层面、行业中观和企业微观层面，还原在“科技”的推动下，中国消费行业带来的投资机会。

CONTENTS

消费与科技

01

资本好感度

03

投资策略

05

02

消费政策聚焦数字化

04

企业“科粒”度

An aerial photograph of a city skyline at sunset. The sky transitions from a warm orange glow on the left to a clear blue on the right. A large, semi-transparent blue geometric shape, resembling a stylized 'V' or a large triangle, is positioned on the right side of the image. Overlaid on this shape is the text '消费与科技' in white. The city below is densely packed with various skyscrapers and buildings, some of which are illuminated with lights. The overall mood is modern and technological.

消费与科技

01

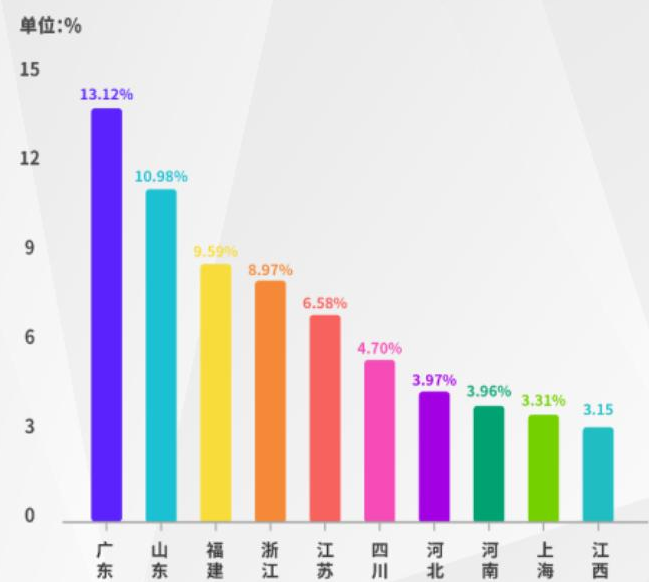
— 消费与科技 —



近两年受疫情冲击，中国消费市场增速出现了放缓，同时线上消费的活跃度明显提升。今年1-11月份，中国实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重为24.5%，虽然低于2020年的25%（线下消费因疫情防控停滞），但相比2019年同期的20.4%，提升了4.1个百分点。这是消费需求端的“科技化”。从消费的供给端来看，科技研发能力越强的省份，电子商务越发达。

— 消费与科技 —

A股消费类公司分布省市前十占比



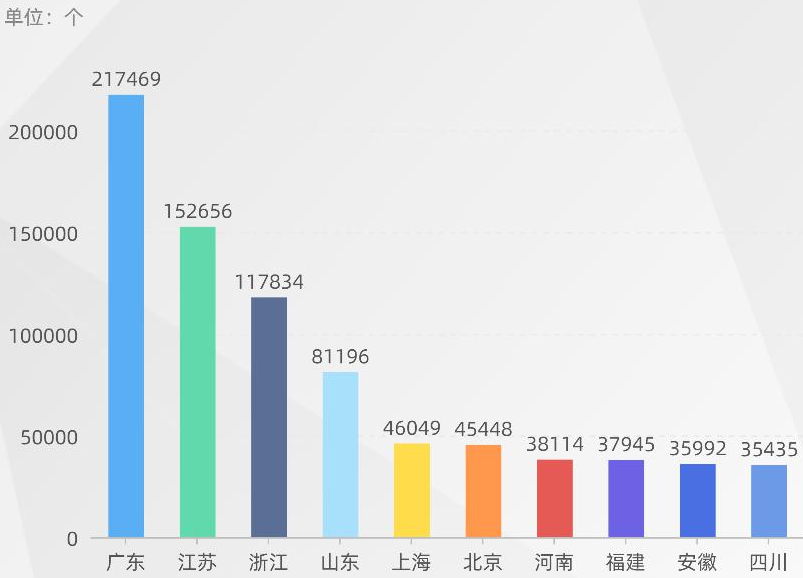
数据来源: 天眼查、wind

电商业务分布最丰富、密集省市前十排名
(全国总数: 217)



数据来源: 天眼查、wind

2021全国各省市专利申请数



数据来源: 天眼查、wind

由上三图可见，三个省份的重叠性非常高，尤其是电商业务和专利的省份完全重叠，表明科技创新水平与消费机构的数量具有明显的相关性。一般来说，要投资消费行业，来自上述省份的企业，成功的概率会更高。

An aerial photograph of a city skyline at sunset. The sky transitions from a warm orange glow on the left to a clear blue on the right. A large, semi-transparent blue geometric shape, resembling a stylized 'V' or a large triangle, is positioned on the right side of the image. The city below is densely packed with various skyscrapers and buildings, some of which are illuminated with lights. The overall mood is modern and urban.

消费政策
聚焦数字化

02



政策推动消费数字化升级

今年政策的促消费政策中，通过消费新基建建设，以数字化方式来提升消费的导向也非常明确。未来我们的消费方式将更具“科技感”。

政策推动消费数字化升级

中央		
时间	文件	政策
2021.03.5	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	提出要全面促进消费。顺应居民消费升级趋势，促进消费向绿色、健康、安全发展，稳步提高居民消费水平。
2021.06.11	《关于加强县域商业体系建设 促进农村消费的意见》	提出年均新增农村网商（店）100万家。支持企业数字化、连锁化转型。
2021.09.16	《关于进一步做好当前商务领域促消费重点工作的通知》	提出发展新业态新模式新场景，推进线上线下更广更深融合。引导企业运用大数据等技术，开展个性化定制、柔性化生产，培育更多“小而美”网络品牌。实施生活服务数字化赋能行动，加快促进生活服务业上线上云。
2021.10.26	《培育国际消费中心城市总体方案》	提出通过人工智能、5G、互联网、大数据、区块链等技术运用,加快商业转型升级，打造云逛街、云购物、云展览、云走秀、云体验等消费新模式。试点城市为：上海、北京、广州、天津、重庆五个城市。
2021.10.26	《“十四五”电子商务发展规划》	指出数字生活消费方式将引领服务业全面数字化升级。对电子商务服务业、生活服务业的数字化提出了新的要求。

政策推动消费数字化升级

(北京 上海)

地点	时间	文件	政策
北京	2021.09	《北京培育建设国际消费中心城市实施方案 (2021—2025年)》	提出数字消费创新引领行动。布局数字消费新基建。加快千兆固网和5G网络建设，到2022年实现市级重点商圈、市内重点景区等区域5G网络全覆盖。推广数字消费新场景。在王府井、西单、国贸、三里屯等重点商圈试点建设智慧商店、智慧街区、智慧商圈，加大AR虚拟试穿、VR虚拟购物等体验式消费场景应用。

地点	时间	文件	政策
上海	2021.04	《全力打响“上海购物”品牌 加快建设国际消费中心城市三年行动计划（2021-2023年）》	加快商业数字化主体培育，打造100个左右面向垂直领域、细分客群的上海网络新消费品牌。推进商业数字化载体建设，建设10个左右在全国具有示范引领性的数字商圈商街。打造直播电商高地，建设30家左右主题鲜明、特色突出、示范性强的直播电商基地。推进消费领域新基建，3年内新建改建300个左右生鲜前置仓和3个城市分选中心。
	2021.04	《加快建设国际消费中心城市持续促进消费扩容提质12条》	包括鼓励电商平台在流量和数据方面赋能实体商业；促进在线教育、在线医疗、在线文娱、线上旅游、无接触配送、无人零售等消费新业态新模式的有机融合、良性互动。
	2021.09	《上海市建设国际消费中心城市实施方案》	以规划引导、市场驱动、标准对接、制度创新为着力点，聚焦“国际”，紧扣“消费”，突出“中心”，进一步提升供给质量，打造消费地标，强化枢纽功能，优化消费环境，加快推动消费提质扩容，做大消费流量规模，吸引高端消费回流。

— 2021政策推动消费数字化升级 —



消费促进供给。现在消费不仅仅带来产品的供给，还会带来产品生产方式、流通方式的变革。这些变革中，都带来大量的投资机会。

国家上述政策顺应了这个趋势，除了能促进消费外，也会促使大量企业采用科技的方式，来生产和提供消费品，比如个性化定制、柔性化生产等。



资本好感度
以美妆、零食、医美、
服饰为例

03

资本好感度

我们发现，近三年，资本对消费领域的投资，整体呈现上升趋势，其中融资超过1亿元的数量，是明显增加。资本也在挖掘和培育消费领域的“独角兽”。



资本好感度

天眼查统计公开披露数据显示

2021年，美妆、零食、医美、服饰四大行业分别发生融资**1474笔、426笔、34笔、1915笔**。其中，一亿元以上融资大约有**230笔、70笔、4笔、330笔**

2020年，四个行业分别发生融资**1239笔、377笔、61笔、1707笔**。一亿元以上融资大约有**148笔、61笔、1笔、203笔**。

2019年，四个行业分别发生融资**1344笔、439笔、12笔、1993笔**。一亿元以上融资分别有**133笔、51笔、0笔、203笔**。

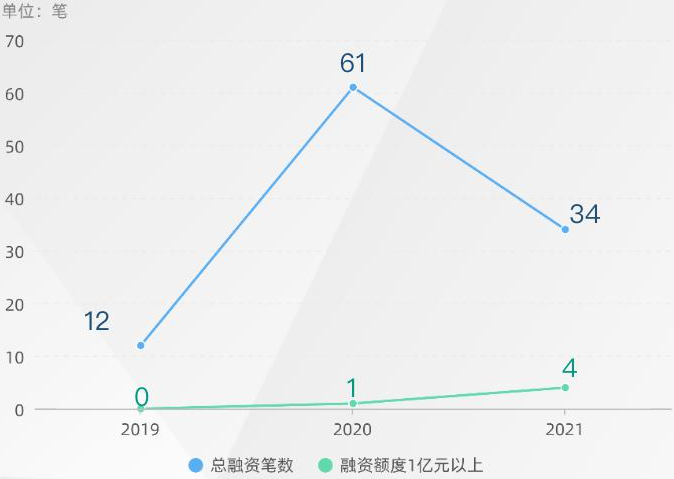
近三年美妆行业投资情况



近三年零食行业投资情况



近三年医美行业投资情况



近三年服饰行业投资情况



数据来源：天眼查、wind

资本好感度

1

资本对消费投资的好感来自于：国内完善的基础设施，体验良好线上交易平台，非常成熟的购物中心体系，便捷且安全的快递物流和支付体系等等；此外，在很多消费细分产业里，中国拥有世界领先的供应链。

2

成熟完善的基础设施能够帮助相关行业的创业公司更好更快地脱颖而出。这些基础设施能帮助企业以更低的成本、更高的效率、更好的体验，来创造消费产品和服务消费者。

An aerial photograph of a city skyline at sunset. The sky transitions from a warm orange glow on the left to a clear blue on the right. A large, semi-transparent blue geometric shape, resembling a stylized 'V' or a large triangle, is positioned on the right side of the image. Overlaid on this shape is the text '企业“科粒”度' in white. The city below is densely packed with various skyscrapers and buildings, some of which are illuminated with lights. The overall mood is modern and technological.

企业“科粒”度

04

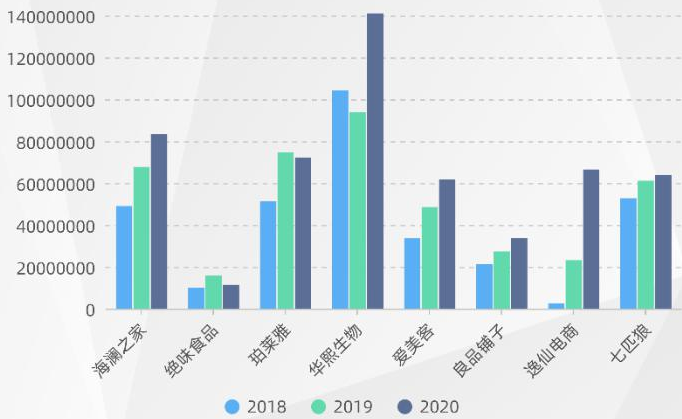


在美妆、零食、医美、服饰四个行业中，我们选取了八家上市公司进行观察，发现公司的研发投入和“科技属性”（以专利计）都有明显提升。

— 企业“科粒”度 —

近三年研发支出合计金额

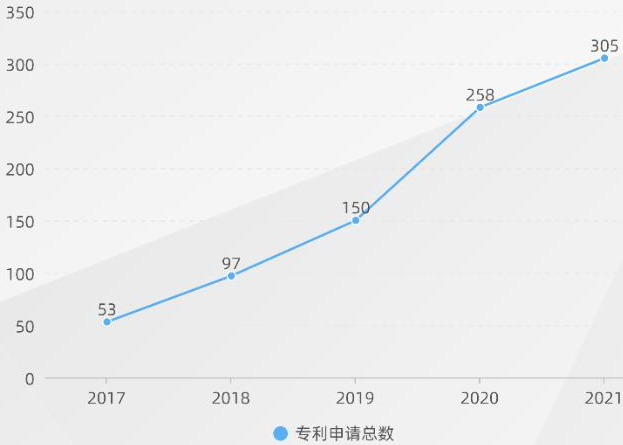
单位：元



数据来源：wind

八家企业近五年申请专业数量

单位：个



数据来源：天眼查、wind

近5年申请专利数量

证券代码	证券名称	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
600398.SH	海澜之家	18	9	1	8	4
603517.SH	绝味食品	2	2	0	0	3
002563.SZ	七匹狼	4	22	66	38	60
603605.SH	珀莱雅	15	18	24	37	36
688363.SH	华熙生物	3	5	34	123	120
300896.SZ	爱美客	6	3	11	7	6
603719.SH	良品铺子	5	38	10	23	57
YSG	逸仙电商	0	0	4	22	19
总计		53	97	150	258	305

数据来源于天眼查

八家企业近五年申请专利数量总数从2017年的53个增长到2021年305个，增长近五倍。

An aerial photograph of a city skyline at sunset. The sky transitions from a warm orange glow on the left to a clear blue on the right. A large, dark blue geometric shape, resembling a stylized 'V' or a large triangle, is overlaid on the right side of the image. The city below is densely packed with various skyscrapers and buildings, some of which are illuminated with lights. The overall mood is modern and professional.

新消费投资策略

05

—未来两大核心投资策略—



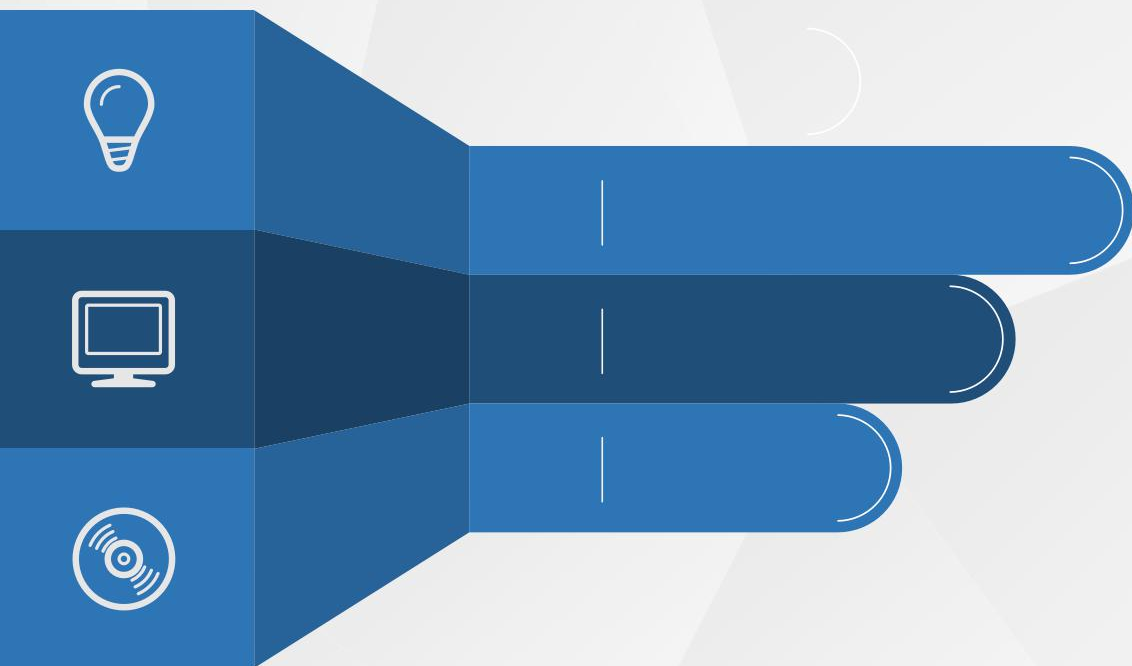
核心策略1：
高“科”粒度铸就新消费护城河



核心策略2：
寻找研发能力强的现代化创新标的



核心策略一：高“科”粒度铸就新消费护城河



以技术为基础的产品，业绩更具稳定性

在市场化竞争中，消费品企业一旦建立了强大的品牌后就会形成巨大的护城河。企业品牌的建立是需要诸多“沉淀”的。这种沉淀，过往可能更多靠营销，现在科技的作用越来越大。

科技能更好满足消费升级

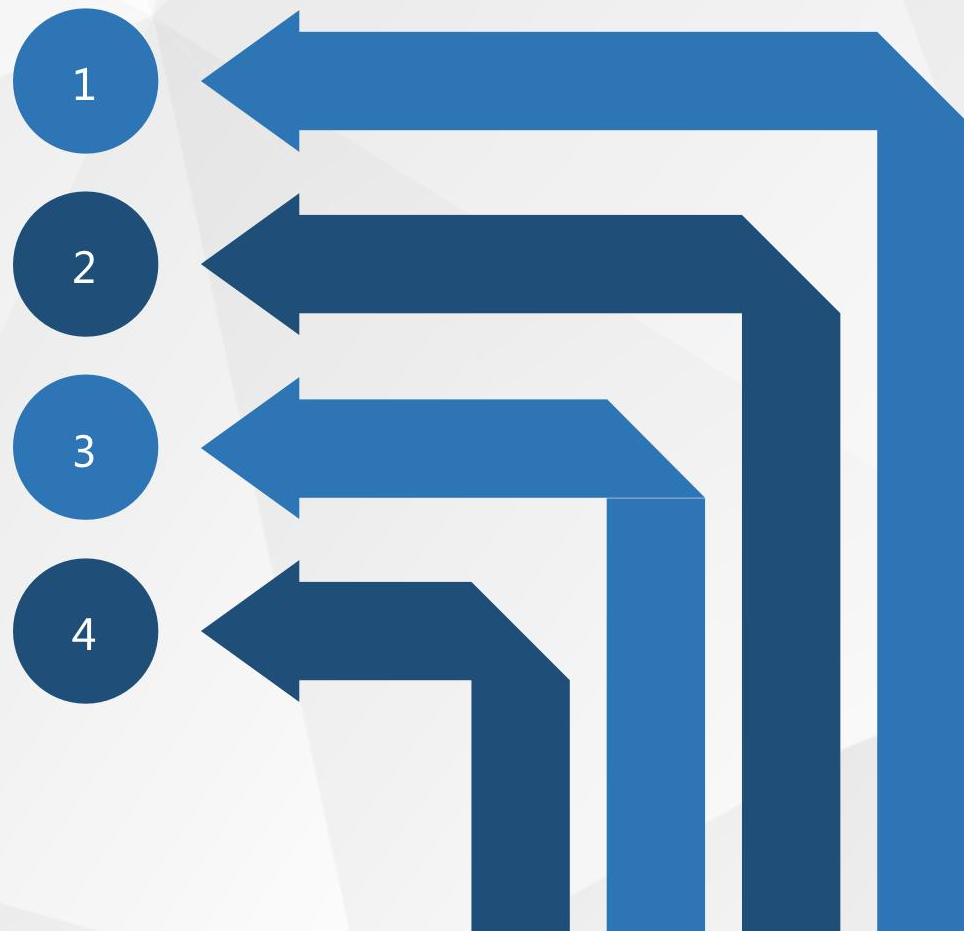
消费升级，向往更美好的生活是人的本性。企业通过数字化能够快速捕捉消费者的需求变化，并通过科技能力，快速对产品进行升级迭代。比如，现在饮料要美味还要健康，同时达成两种需求，科技研发必不可少。

科技可以更快满足细分需求

由于消费品的品类细分速度不断加快，及时捕捉并参与消费新风口的投资，成为企业竞争制胜的关键所在。

核心策略二：聚焦消费领域的“专精特新”

- 专注细分领域，一个产品满足所有人需求的时代过去，中国庞大的市场能够提供足够多的细分市场
- 精细化运营，通过一个广告，一个策划进行运营的时代已经过去，高品质的产品才是王道。
- 特色化的研发创新，在产品通用功能上，增加不一样的功效，能为消费者创造独特价值。
- 新兴数字化普及，能不断发现消费新需求，提升企业经营效率，



| 2021 WHITE BOOK

NEW TRENDS IN THE CONSUMER INDUSTRY



扫码下载财联社APP



天眼查数据研究院



扫码下载鲸平台APP