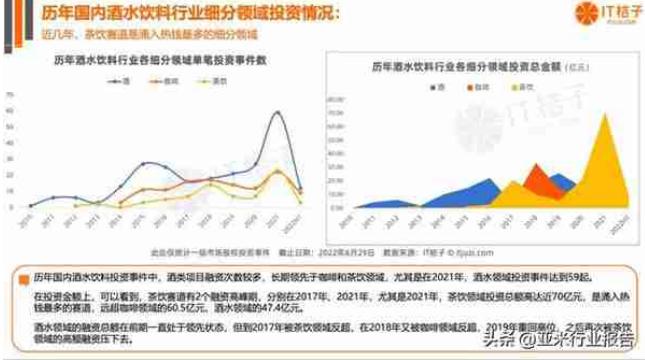




在国内酒水饮料融资事件中，酒类消费领域私募投资事件占比为45%，IPO事件占比为50%，这说明，无论在一二级市场还是二级市场，酒类在资本市场的关注度较高，而食品类的相对对于在一二级市场的投资更加活跃，其投资事件占总体比重为22%，IPO事件占比仅为7%，茶饮类的事件占融资事件总体较少，占比为14%。

从角色分布来看，品牌商直接面向消费者，又具备品牌效应，是最受资本青睐的类型，零售商拥有销售渠道和口碑，也更容易受到资本的关注。而作为食品饮料消费品的生产商和供应商，远离消费群体，在一二级市场投资的价值相对有所欠缺。





健康饮品新消费独角兽案例：元气森林

创新推出爆款无糖饮料，借助资本成长为独角兽



“无糖”

“创新风味”

“好喝”

投资方	融资时间	融资轮次	融资金额
源峰资本、德邻创投、正谷心资本、李善本创投	2018-05-17	A轮融资	数百万人民币
德邻资本、千壹资本	2019-03-08	A轮融资	数千万
远望资本、晨兴资本、美利资本	2019-10-31	B轮融资	1.3亿人民币
红杉资本中国、鼎晖基金、民生资本、招商局资本KVCV、弘晖资本	2020-05-01	B+轮融资	数千万美元
红杉资本中国、华平投资、L Capital、淡马锡	2021-03-30	C轮融资	数亿美元
淡马锡Temasek、红杉资本中国、华平投资	2021-11-02	战略融资	2亿美元

截止日期：2022年6月30日 数据来源：IT桔子

元气森林成立6年时间，2016年创新地推出了无糖气泡水（白桃味），在产品创新和宣传上突出0糖的概念，并一炮而红。到2020年销量超过2亿瓶，口味更是加丰富，凭借这一爆款，加上品牌本身具有天然无人工添加的标签，元气森林在过去几年赢得了红杉中国、华平投资、全球奢侈品集团LVMH旗下众多资本的青睐，成为年轻消费者口中的“网红消费品牌”。

2021年元气森林因宣传不当致歉，经证实，0糖并非无糖，而是指无蔗糖，即采用赤藓糖醇（糖系数0 kJ/g）代替。

健康饮品新消费独角兽案例：元气森林

复制爆款策略，元气森林孵化多个品牌，多品类开花

无糖汽水/碳酸饮料

- 元气森林开创了无糖气泡水的潮流

奶茶/原奶茶

- 奶茶主打低糖低脂的奶茶风味饮品
- 奶茶定位无糖解腻好茶，采用真茶原叶萃取
- 奶茶定位无糖草本植物茶，突出健康养生的茶饮饮品

矿泉水

- 外星人定位运动饮料，快速补充人体所需水分与电解质
- 有矿主打矿泉矿泉水，采用地下矿岩石天然过滤水

酸奶

- 北海牧场主打0糖性温酸奶/风味发酵乳






截止日期：2022年6月30日 数据来源：IT桔子 制图：IT桔子

自从元气森林出了爆款气泡水后，公司便大力推广，开始走向了多品类发展的策略，推出了元气满满奶茶、燃茶、外星人、北海牧场等新品牌，由此发现，无糖应该是旗下所有品牌中主打的核心概念，元气森林将“无糖”这一理念贯彻地很彻底。

健康饮品新消费独角兽案例：元气森林

高速增长过后，元气森林开始自建工厂，补足供应链环节

元气森林历年营收和增长率



2020年元气森林销售构成



元气森林自2020年起自建工厂

工厂名称	投产时间	投产地点
1 供应厂	2020年投产	天津曹州
2 加工厂	2021年投产	天津曹州
	2021年投产	江苏溧阳
	2021年投产	广东肇庆
	2021年投产	湖南湘潭
	2021年投产	湖南湘潭

截止日期：2022年6月30日 数据来源：IT桔子 制图：IT桔子

元气森林在经历了4年的高速增长后，开始回归常态。唐彬森2021年接受媒体采访时曾表示，2022年元气森林将回归到一家传统公司，不要追求每年再三倍的增长，未来3年内，保持50%-60%的年化增长率即可。从营收构成来看，气泡水仍是“现金牛”。

元气森林投山东三元生物科技股份有限公司的第一大客户，2021年上半年向三元生物的总采购金额为16493万元。保留自2015年与其合作，主要向元气森林供应赤藓糖醇、聚羧电解质（水性锂离子电池）等产品。

健康饮品新消费独角兽案例：元气森林投资版图

元气森林和唐彬森/执掌者包揽在对外投资上动作频频，涉及诸多领域

餐饮





食品饮料





食品





其他




唐彬森在谈及投资和科学统计的关系时，曾多次提到概率论中的“贝叶斯定理”——通过事物相关条件出现的概率来推断事物的本质属性。元气森林和唐彬森的对标投资和布局也比较符合这一理论，选对赛道进一步至关重要。

截止日期：2022年7月31日 数据来源：IT桔子 制图：IT桔子

茶饮新消费独角兽案例：蜜雪冰城

创立20年仅获得一次公开融资，依靠供应链，加盟店建立护城河

白手起家

- 1997年在河南商丘开设“第一冰吧”店
- 2007年创业失败，创业生意随之终止
- 2004年在郑州开设蜜雪冰城中西餐厅，经营中西各类菜肴，赚到第一桶金

加盟发展

- 2006年研发甜筒，售价1元1根
- 2007年蜜雪冰城第一家门店诞生
- 2007年注册蜜雪冰城文字商标，类型为43类餐饮经营类
- 2008年注册股份公司，当年的加盟店有180家

供应链变革

- 2013年大嘴国际食品公司成立，为饮品提供供应链支持
- 2014年建立仓储物流中心
- 2016年建立两岸集团产业园
- 2021年在成都市青白江区设立蜜雪冰城智能生产加工和出口基地

全球化

- 2019年MIXUE越南首家店在河内开业
- 2021年在成都设立亚洲总部
- 2021年12月进入马来西亚
- 2022年2月进入新加坡

蜜雪冰城始于1997年，创始人是张红红、张红娟两兄弟，张红娟毕业于河南财经政法大学成人教育学院。其创业启动资金来源于家人/奶奶给的3000块。在前期，两人发扬钻研精神，在快餐领域开了不少“副业”，包括炸鸡、冰淇淋、蛋糕等；2014年后则专注于“蜜雪冰城”这个品牌。

张红娟在创立蜜雪冰城餐饮和第一家蜜雪冰城冰淇淋店时，选择把店开在大学院校周边，由于实惠的价格优势，此后蜜雪冰城的许多门店都开在大学周边，面向的消费者都非常精准。虽然大学生的消费水平不高，但复购频次、复购率较高。

支持蜜雪冰城疯狂扩张的核心盈利逻辑并不是来自于零售端，而是供应链端。加盟商需要向蜜雪冰城的指定渠道采购糖、奶、果等原材料，加盟门店越多，原材料的需求就越大，而蜜雪冰城对原材料的议价权也就越大，价格做到更低。

蜜雪冰城自始至终注重商标保护，因此也能顺利开展加盟模式。企查查数据显示，蜜雪冰城已注册的商标数量多达1520个，申请通过率73%。

头条 @ 亚米行业报



国内酒水饮料领域独角兽对外投资并购案例（喜茶）

投资方	投资细分领域	投资项目	项目简介	投资时间	投资轮次	投资金额
喜茶HEYTEA	咖啡	少数派咖啡	绝妙咖啡服务商	2022/6/21	战略投资	未透露
	果汁茶饮	野萃山	新式茶饮品牌	2021/11/22	收购	数千万
	茶饮	和筑桃桃	精味茶饮连锁品牌	2021/10/18	战略投资	数百万
BAI资本、蘑菇资本、喜茶HEYTEA	酒	WAT预调酒	预调酒品牌	2021/10/27	A轮	未透露
喜小茶（喜茶旗下）	柠檬茶饮	王柠柠檬茶	现制柠檬茶饮品牌	2021/8/10	并购70%股权	未透露
百福控股、喜茶HEYTEA	咖啡	西舍咖啡 Seesaw Coffee	精品咖啡连锁运营商	2021/7/21	A+轮	数亿
喜茶HEYTEA	饮品	野生植物YePlant	植物基燕麦奶饮品	2021/9/27	战略投资	数千万

截止日期：2022年7月13日，数据来源：IT桔子 © iqjia.com



国内酒水饮料领域独角兽对外投资并购案例（其他）

投资方	投资细分领域	投资项目	项目简介	投资时间	投资轮次	投资金额
Manner咖啡	茶饮	阿嬷手作	茶饮品牌	2022/7/11	战略投资	未透露
喜喜冰城	餐饮	鸡尖帮	河南炸鸡品牌	2022/4/24	战略投资	数千万
	茶业	广东汇茶	珍珠奶茶茶饮品牌	2021/10/13	天使轮	未透露
江小白、东方富海	低度酒	冰青	青梅酒品牌运营商	2021/8/18	B轮	近亿元
开云投资	食品	方德食品	植物奶粉和植脂末生产商	2022/6/8	战略投资	未透露
	咖啡	OOC咖啡	连锁咖啡品牌运营商	2022/4/27	战略投资	未透露
易智配	SaaS	掌上快销	快消B2B平台	2020/2/11	并购	数千万
	SaaS	惠进货	四川本地超市订货系统商	2018/5/08	并购	未透露

截止日期：2022年7月13日，数据来源：IT桔子 © iqjia.com

头条 @ 亚米行业报告

点击阅读原文

即可下载电子版本报告

*数据来源网络

如有侵权请联系告之删除。