

盘京观市-2021年第5期

盘京投资 2021-09-10 19:00

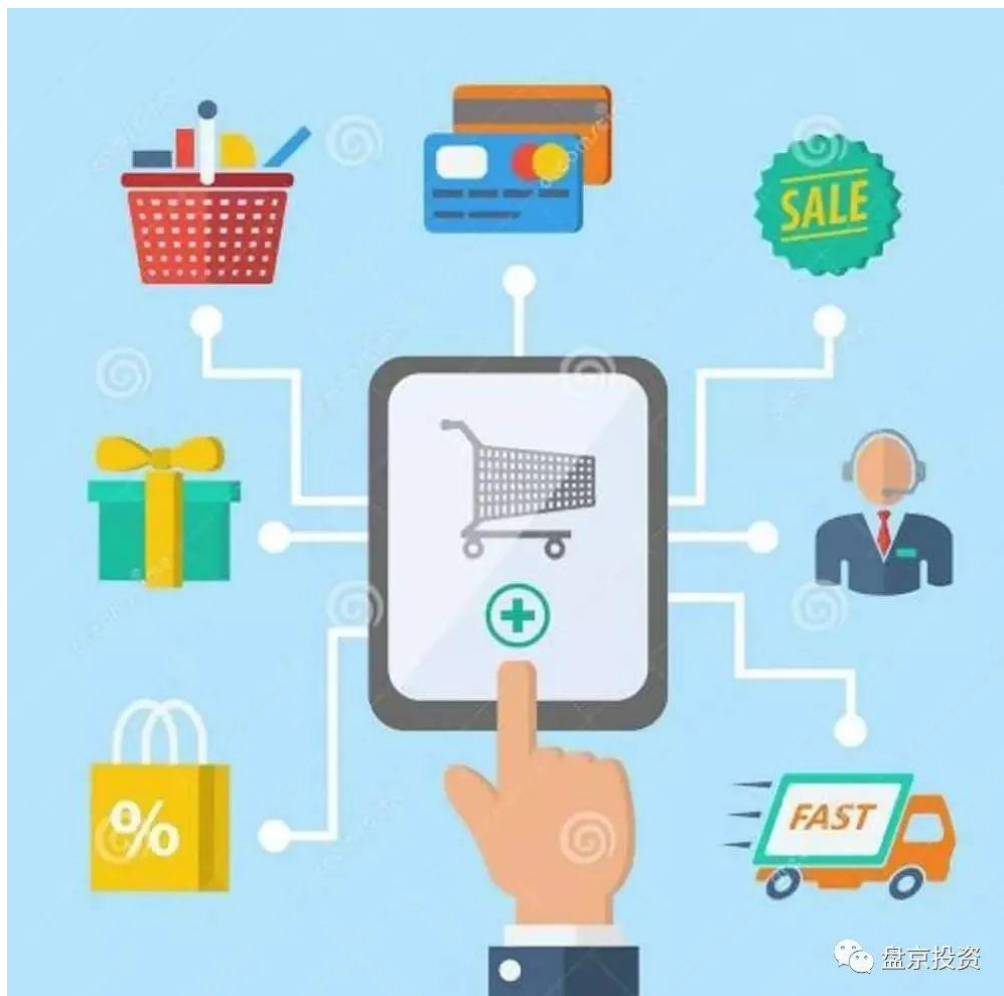


消费趋势塑造新机遇

中国有巨大的人口基数，14亿人口决定了这是一个天然的巨大消费市场。同时中国经济正在发生结构性转型，过去是投资、出口驱动，2011年以来消费支出对GDP增长的贡献率持续超过50%（剔除2020年新冠疫情影响）。当然，消费也呈现着很多不同趋势。

第一，中国是个巨大的消费市场，尽管一二线城市的很多消费需求已经偏向于饱和，但是仍旧存在着巨大的下沉市场，在天猫以外也看到了拼多多的迅速崛起，未来低收入人群的收入水平提升会加速这部分下沉市场的扩容和升级。另外，基于庞大的人口基数，消费需求本身也是分层的，拿奶茶举例，有开在购物中心的30元的喜茶、也有开在火车站的10元的蜜雪冰城，只要做到产品、品牌、渠道互相匹配，满足细分人群的需求，都有非常可观的市场容量。

第二，消费者已经不满足于简单的物质温饱，对生活品质以及精神层面的追求越来越高。我们可以看到彩电冰箱等传统耐用消费品的国内容量趋向饱和，但是同时看到对教育、文化、娱乐、健康服务的需求在不断提升。对便利性的追求，诞生了外卖、到家服务等；对健康美丽的追求，促成了体育、健身、化妆品、医美等行业的快速增长等；对精神寄托的追求，诞生了宠物经济、IP经济等，这些行业在国内整体消费个位数增长的情况下，实现了15%甚至更高的增长。



盘京投资

第二，国人在消费领域的个人主张和文化自信越来越凸显，尤其是Z世代人群更加强调个性化。比如运动品牌是个典型例子，今年上半年国内龙头品牌的增速远高于外资品牌，我们认为这只是一个开始。同时随着中国文化的向外输出，相信未来还可以看到越来越多国内品牌向全球市场的输出。

第四，创新是永恒的生命力。最好的投资往往有两种选择，要么投不需要变化的，比如高端白酒品牌仍然是不可多得的适合长期投资的品种；要么投成功创造变化的，在需求多样化个性化的背景下，市场会奖励勇于创新、主动创造需求的企业。同时，随着互联网的渗透，新产品、新品牌的渗透和变迁速度也较之以往大幅提升，未来是产品、渠道、品牌的综合能力对决，这里极致的产品主义往往更加重要。比如某扫地机器人新品主动创造细分需求，一年就可以做到近20亿销售体量，这在过去是不可想象的。

第五，只要能够提升效率的地方都有价值挖掘的机会，未来某些B端供应链环节还有很大的价值提升空间，比如餐饮、服装供应链等。

总体来看，今年以来消费板块表现不佳，很多人对消费是否仍有活力、消费升级是否仍在持续产生了疑虑。但是我们相信，消费支出在GDP中的比重提升是必然趋势，与消费最相关的是居民可支配收入，只要经济仍在发展，居民收入仍在提升，消费市场就会继续扩容升级，而且这里还不包括制造、品牌、文化等输出带来的全球市场空间。因此，尽管消费总量增速会较过去有所降低，但新的消费趋势会带来新的机会，我们需要找寻的就是符合当前消费趋势的行业和公司。

（本文提及个股仅为举例分析，不做买卖建议）



— 免责声明 —

在阅读本资料后, 务必请您细阅此重要声明。

- 请确认您或您所代表的机构是一名“合格投资者”(参照中华人民共和国证券、基金相关法律法规认定要求), 并将遵守对您适用的司法区域的有关法例及法规。
- 本资料所载内容仅供参考, 并不构成广告或分销、销售要约, 或招揽买入任何证券、基金或其他投资工具的邀请或要约。
- 投资涉及风险, 投资者应详细审阅本公司基金产品的发售的文件以获取进一步资料及了解有关投资于股票及衍生品或股权等市场所涉及之风险因素, 并寻求适当的专业投资和税务咨询意见。基金的股份或单位价格及其收益可升可跌, 而过往的基金表现数据并不预示基金未来的表现。
- 本资料所提供的信息并非投资建议或税务咨询意见, 投资者不应依赖本资料所提供的信息作出投资决策。
- 上海盘京投资管理中心(有限合伙)及雇员不对本资料所提供信息之任何错误或遗漏承担任何法律责任。您在任何情况下均不得复印、复制或再分发本资料的全部或其任何部分, 或对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改, 或以任何侵犯本公司版权的其他方式使用。
- 与本资料有关的所有版权、专利权、知识产权及其他产权均为上海盘京投资管理中心(有限合伙)所有。本公司概不向浏览本资料的人士发出、转让或以任何方式转移任何种类的权利。

 盘京投资

