

2020，中国市场新趋势

沈帅波

什么是战国？

以服务战争为基座，以一统天下为目的新式帝国

我叫沈帅波

I am Ray Shen

湃动影响力CEO

CEO of Paidong Consulting Company

进击波财经主理人

Principal of Jinjibo Finance (Subscription Account on WeChat)

商业畅销书作者

Author of bestsellers in finance

服务方向：大消费、互联网、连锁、下沉市场、餐饮制造业转型

Offering consults in: Consumption, Internet, Chain, Downgrade Cluster Market

《中国的生意变了》

《两万字讲透2020八个商业趋势》

《你被喜茶骗了》

《重新定义隐形冠军》

《藏在县城的万亿生意》

《消费分级已经发生》

《中国消费者彻底改变了》

《重新定义拼多多》

《瑞幸不止是咖啡》

《县城的生意，你学不会》

《2019，与我们所恰逢的时代》

《十亿人没有坐过飞机》

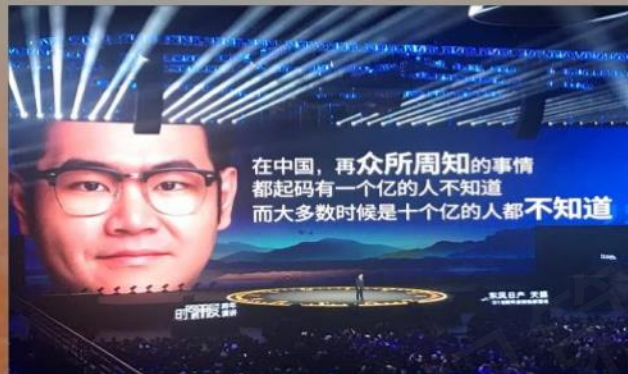
《当1.9亿90后成为消费支柱》

《云集上市，一场普通人和妈妈们的大胜利》

《新国货崛起》

《世间再无新零售》

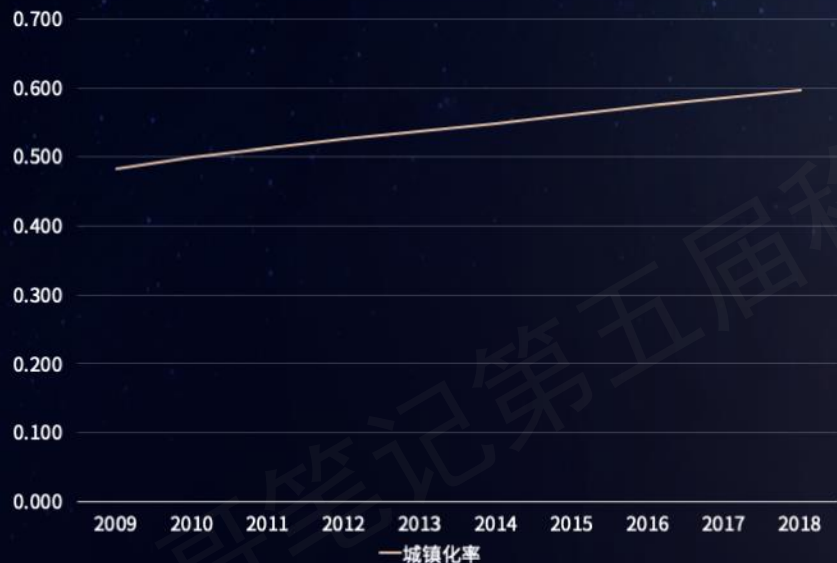
《大国小店|微信支付里的中国》



城镇化会达到什么程度？

法华波

城镇化率



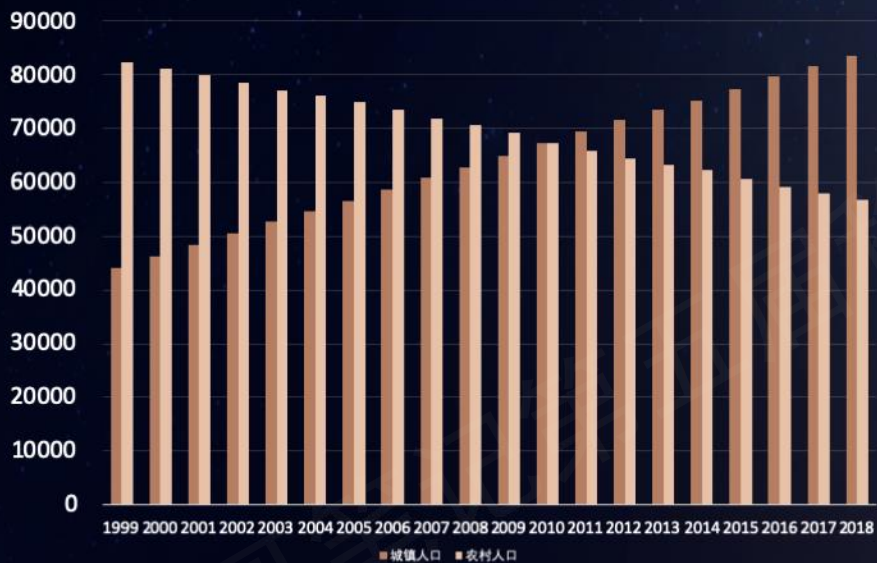
Resource: 国统局

GDP前十的国家城镇化比例



Resource: CIA

近二十年城市人口变化



人均国民总收入 (世界元, 2017)



PPP 计价 GDP

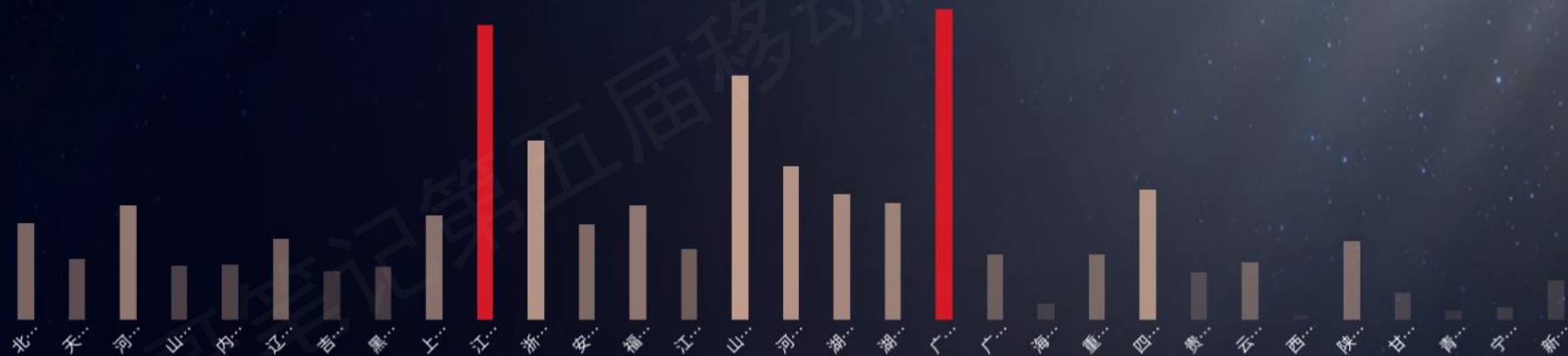


人均国民总收入（世界元，2017）





中国2018年GDP分布





第一梯队：

广东、江苏、山东

GDP超过7万亿人民币

第二梯队：

浙江、河南、四川、湖北、湖南、
河北、福建、上海、北京、安徽

GDP超过3万亿人民币



数据来源：中国国家统计局

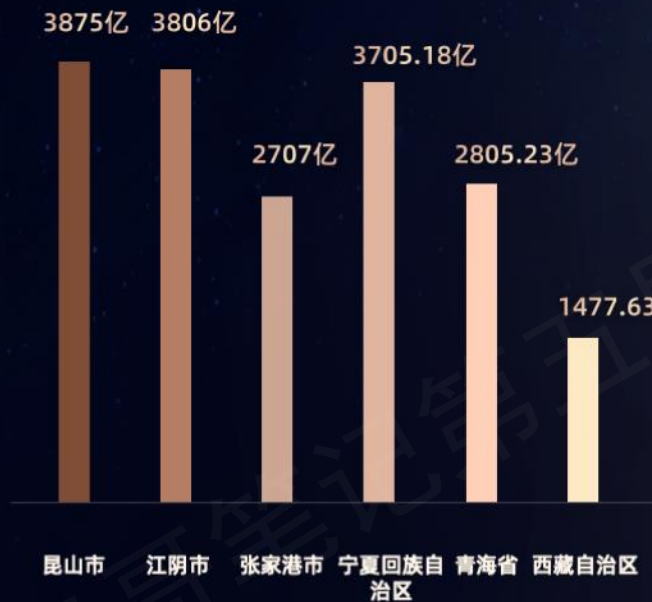
2019年度中国百强县

排名标准——综合竞争力（地区生产总值/地方公共财政收入/规模以上工业企业规模）

中国十强县



富可敌省的百强县



截止到2018年，
2851个县级行政单位
其中县与县级市有1881个

隐形冠军 = 隐形 + 冠军

拥有市场领导地位的，不为人知的企业

京都企业全球市场份额

京瓷	手机用温度补偿晶体振荡器	50%
	祖业陶瓷封装	70%
村田制作所	冲击传感器	95%
	陶瓷振荡器	75%
	片式陶瓷电容器	40%
日本电产	硬盘驱动装置用精密小型马达	80%
	ATM读卡器	80%
	CD-DVD 马达	60%
欧姆龙	家用血压计	50%
	继电器	20%
SCREEN	半导体清洗装置	80%
	液晶涂布显影装置	69%
岛津制作所	紫外线光谱光度计	25%
堀场制作所	排气测量仪器	80%
有信精机	超精密高压泵部件	70%
吉忠 mannequin	人体模型	20%

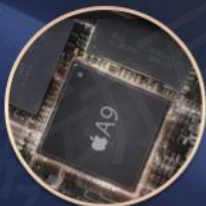
用户感知层

iPhone、浴霸摄像头、速度快



水面以下层

索尼提供的镜头传感器、台积电代工的 A11 CPU
但这还算不上隐形冠军，因为在这两个技术的背后，都站着同一家公司



ASML

来自荷兰的光刻机生产厂商，没有人听过，但是没有 ASML 就没有台积电；没有台积电就没有 A11，没有 A11 就没有 iPhone。



我们发现了几个共同点

高科技
行业

×

专注

×

企业家
精神

×

中小型
企业为主

品牌和市场影响力

科研水平

领导力

创新能力

抗风险能力

冠军 = 夺取市场领导地位
市场领导地位 > 市场份额

抗风险能力

创新能力

科研水平

品牌和市场影响力

领导力

如何成为隐形冠军？

在相对狭窄的市场范围内
专注的深耕于某一特定的产品市场
并夺取领导地位

尽可能的为特定的市场 提供完整的解决方案

提升服务的深度

产品的客制化

价值的不可替代化

沉淀为

技术壁垒 服务质量 品牌知名度 客户关系

怎么做？

精兵简政

快速反馈

贴近客户

重视研发

持久创新

全球战略

“新隐形冠军” 在中国

不依托于一线广告或媒体曝光，
不在精英认知中且深耕市场的品类领跑者



乐虎
2018年，卖出去14亿罐



尚客优酒店
拥有酒店4300家



华莱士
门店数量超过12000家



正新鸡排
门店数量超过14000家



蜜雪冰城
超过7000家门店

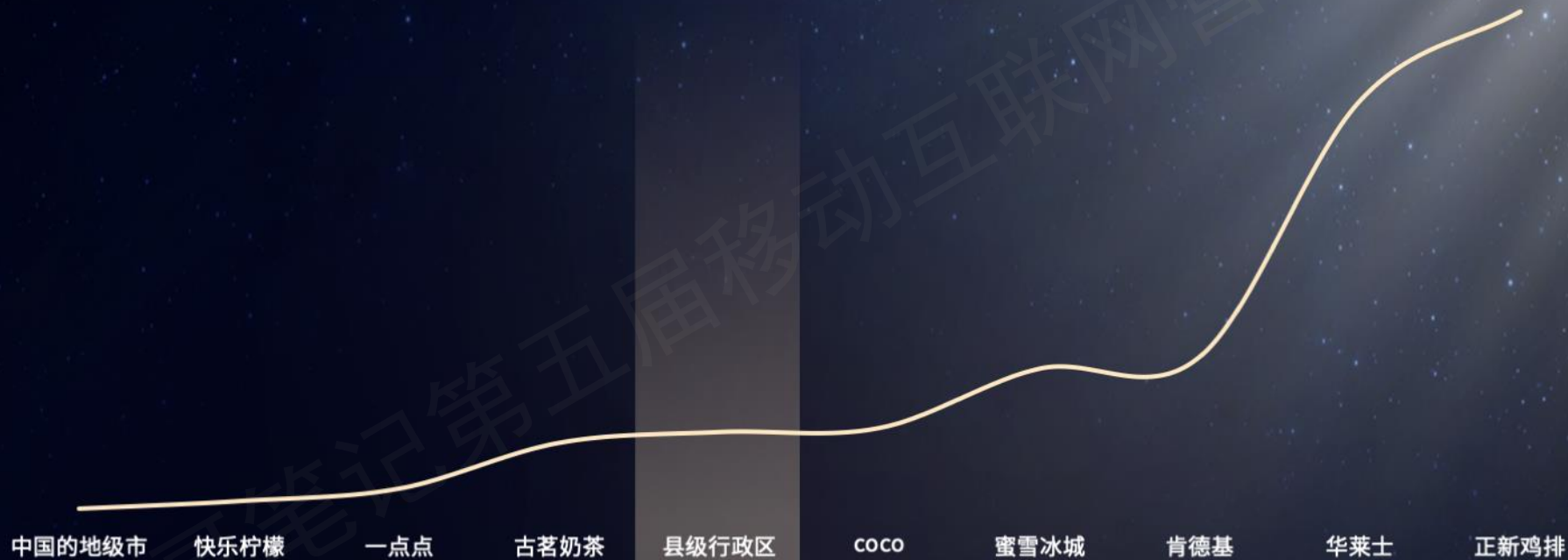


古茗奶茶
超过2800家门店

这是什么概念？我做了张图

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会

中国只有 2863 个县级行政区



每一个富裕县背后 都有支撑的区域特色产业

NUMBER
0533658

NUMBER
053365864

1633568

1633568



• 全国80%的活动金蛋来自山东省临邑县上治村水湖村
全村2600人，销售1.5亿枚金蛋/年，销售超过3亿元

• 中国80%棺材与日本90%棺材出自山东省菏泽市

• 全国60%情趣内衣出自江苏省灌云县

• 全球30%的牙刷出自江苏省扬州市邗江区行集镇

• 中国70%袜子与全球1/3袜子出自浙江省诸暨市

• 全球60%的假发出自河南省许昌市

文化、习俗、气候、性格、口味、习惯差异

将中国市场细分出若干个差异化的区域市场

集中优势资源于一地

扎根区域，长期聚焦，形成壁垒

餐饮、零售、服务业存在众多区域品牌



区域品牌并不弱于全国性品牌
在区域市场坚实的竞争优势

中国便利店Top10里 至少5个品牌是区域品牌

序号		便利店品牌	门店梳理
1	中石化易捷销售有限公司	易捷	25775
2	中国石油销售公司（昆仑好客）	昆仑好客	19000
3	东莞市糖酒集团美宜佳便利店有限公司	美宜佳	11659
4	广东天福连锁商业集团有限公司	天福	3820
5	成都红旗连锁股份有限公司	红旗连锁	2730
6	上海福满家便利有限公司（全家便利）	全家	2181
7	浙江人本超市有限公司	十足、之上	2003
8	河北叁陆伍网络科技集团有限公司	365	1700
9	广东赛壹便利店有限公司	7-Eleven	1644
10	上海联合快客便利有限公司	联华快客	1474

有些你认为的全国性的品牌
只是因为在你的日常生活区域内出现频率高
实质上是区域品牌



7178家

河南/山东/河北
陕西/四川



3957家

江苏/上海/浙江
广东/山东



3161家

广东/广西/河南



2814家

浙江/福建/江西



2701家

四川/湖南



创立于2013年，130家店，且仅在湖南长沙设立直营店，专注于中国风茶饮品牌

老乡鸡

全国800多家直营店

创立于2003年，806家直营店，深根安徽市场，辐射江苏与湖北

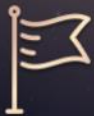


“如果认为中国经济型连锁酒店的上限是一万家，
那么这场游戏如家、汉庭已经赢了；

但如果上限是五万家甚至更大，
那游戏才刚刚开始。”

—— 马英尧 尚美集团董事长

你能不能成为下一个小镇之王？



创立根据地



地面战



关键抉择



扩大战果



建立壁垒

为什么是尚客优？

长期主义思维

下沉市场的战点已过，
尚客优的慢反而变成了快。

1000家以内，
根本赚不到钱。





《瑞幸闪电战》 是如何拱卫住战果的？



《瑞幸闪电战》
中信出版社出版
沈帅波著
陈春花作序
即将上市



长按或扫描查看

相信中国市场 相信他的存量、韧性、纵深度

相信中国市场

存量 | 韧性 | 纵深度

中国
市场

存量

韧性

纵深度

中国有世界上最多的渴望改变命运的人

讲主波



回复：得到 可以获得2019年度消费报告



波動影响力

我之所以坚定地相信未来，是我相信未来人们的眼睛。
她有拨开历史风尘的睫毛，她有看透岁月篇章的瞳孔。

悲观者往往正确，但乐观者往往成功

鸟哥笔记第五届移动互联网营销峰会