

中国新消费行业 核心人才趋势报告 2023

2023年12月



2023 年的中国消费品创投市场, 整个生态圈都呈现出多年未有的疲软与萧条。从年初报复性消费的预期落空, 到融资环境的急剧下滑, 市场的挑战对于许多新锐的消费品创业者和投资人来说是前所未有的。位于消费、消费科技行业上下游的服务业, 诸如投资、咨询、融资顾问/券商, 猎头和法律服务, 其行业生态也呈现出剧烈的变化。利润的下滑, 增长的戛然而止同样是机构们频繁提及的挑战。

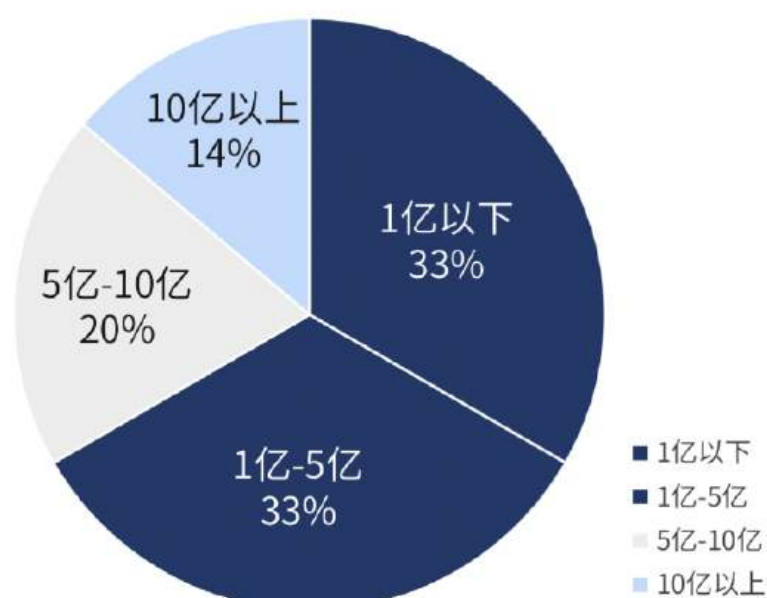
在这样一个特殊的发展阶段, SeeStar 和穆棉共同把目光投向了企业家及其周围和核心团队成员。试图通过观察企业对核心人才的需求特征, 从一个独特的角度展示创投市场的现状。

此次调研的对象为 36 位消费以及消费科技类企业的创始人, 他们所创立并带领的企业年营业额多数不超过 5 亿RMB; 有 5 位受访企业家的企业年营业额在 10 亿RMB 以上。

在对创业来说极度挑战的时代, 他们给出了关于与企业共同进退的核心人才的深度见解。考虑到诸多企业正在经历的困难时刻, 有些结果显得意外且有趣。

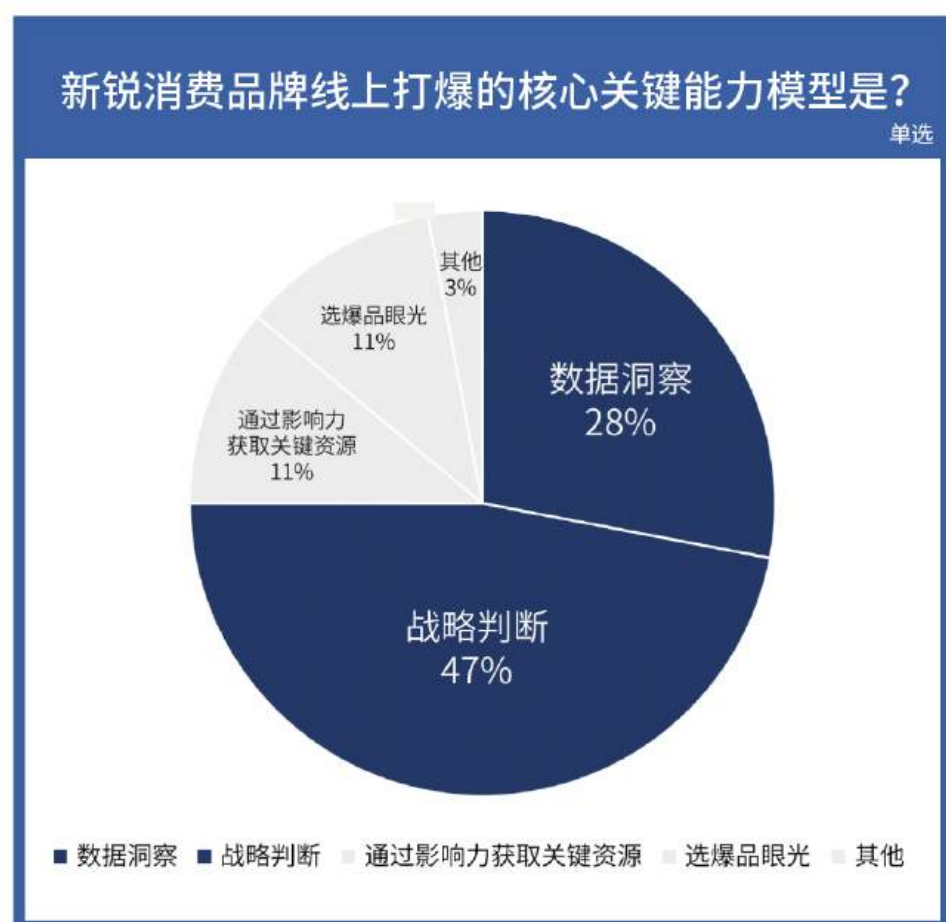
调研对象的企业年营业额状况 (RMB)

单选

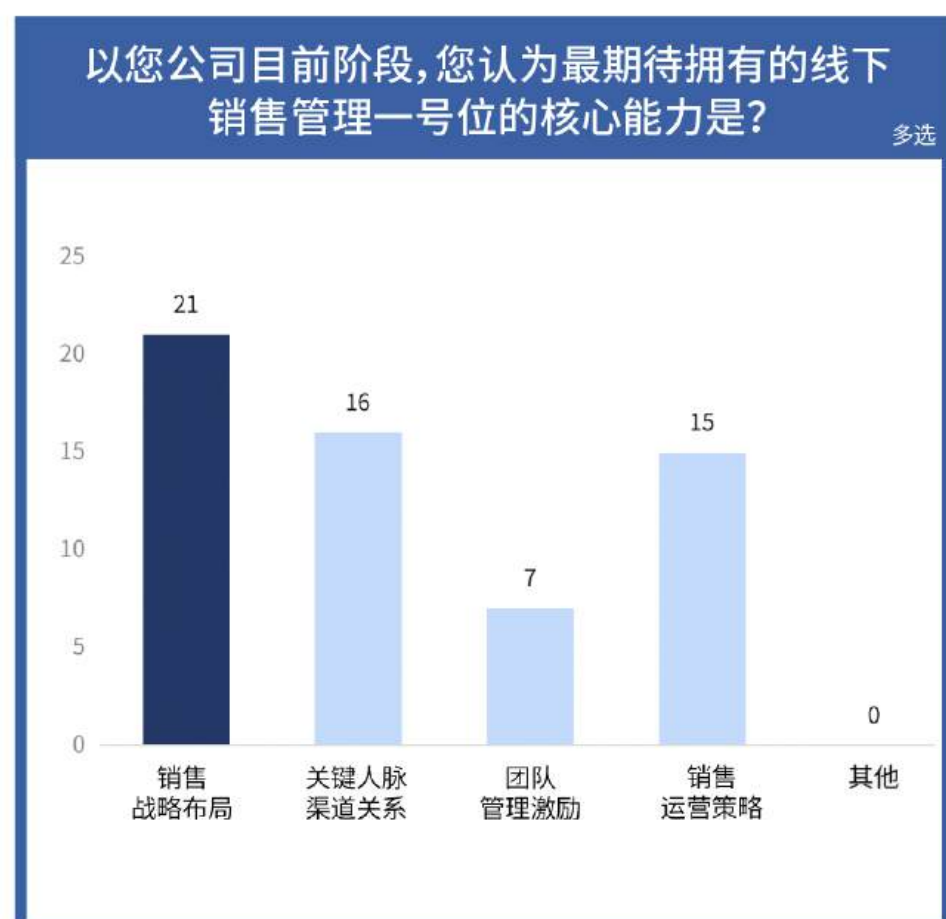


关于核心能力

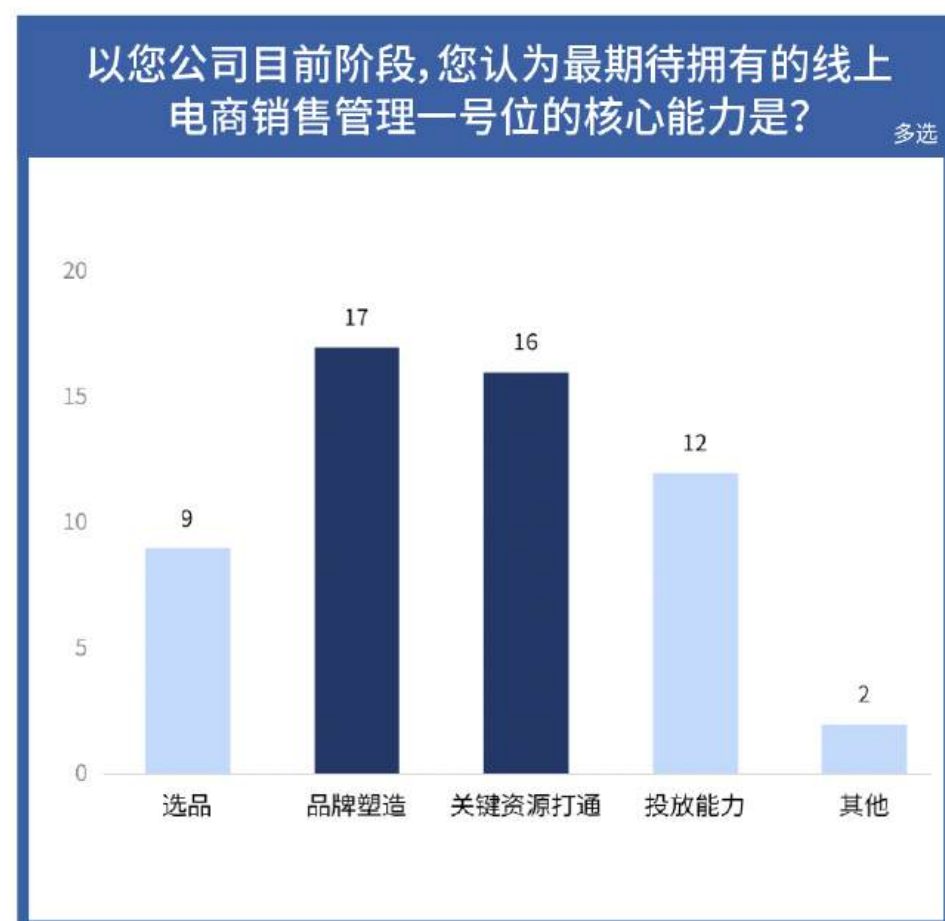
关于新锐消费品牌线上的核心能力,数据洞察与战略判断不出意外成为创始人最为重视的能力。



而关于线下销售管理一号位,多于58%的创始人认为核心能力是销售战略布局,而并非关键人脉渠道。



同时,创始人眼里线上销售领导者最为核心的能力,是品牌塑造与关键资源。



经过疫情三年的市场动荡和经济周期,我们明显感觉到创始人决策的审慎程度和对公司整体发展的通盘思考在不断加强。招人的核心能力不再是快速的执行力野蛮增长,而是更看中“谋定而后动”,谨慎思考和长远布局。

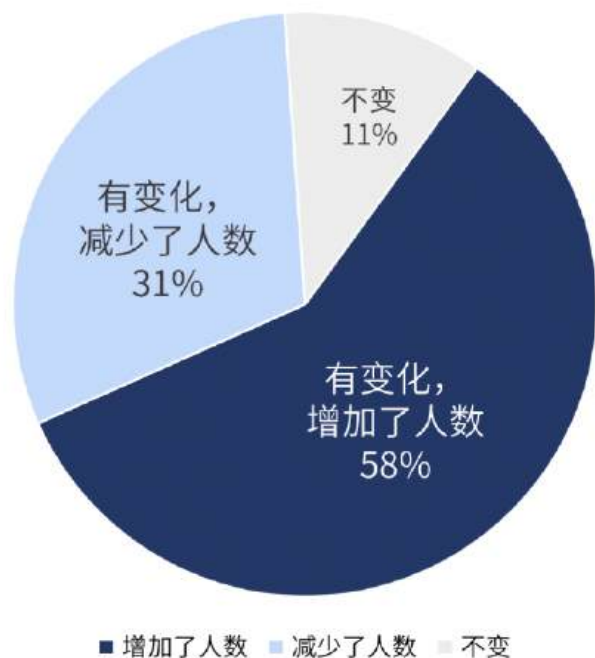
同时在高管搜寻市场上,不同于职业经理人需求,电商操盘手和线下一号位的整体生意思维,对于策略思维的能力看重程度大大增加。

关于核心团队变化

出乎意料的是, 58%的创始人表示在疫情期间,增加了核心团队的人数; 仅有31%的核心团队缩减了规模。

从疫情到现在,您核心团队结构有变化吗?

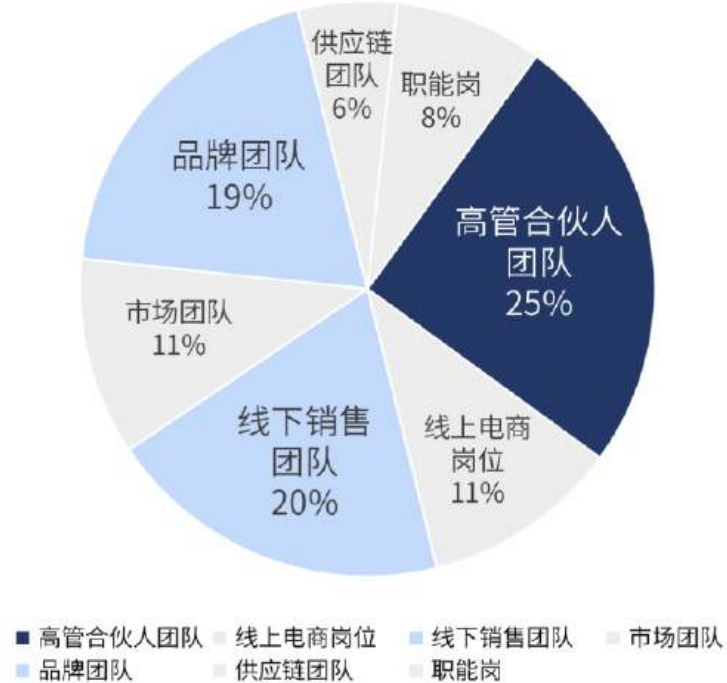
单选



在发生变化的各职能中, 合伙人/高管团队发生变化的比例最大, 线下销售团队和品牌团队并列次位。

如果有变化, 哪些职能发生了变化?

单选



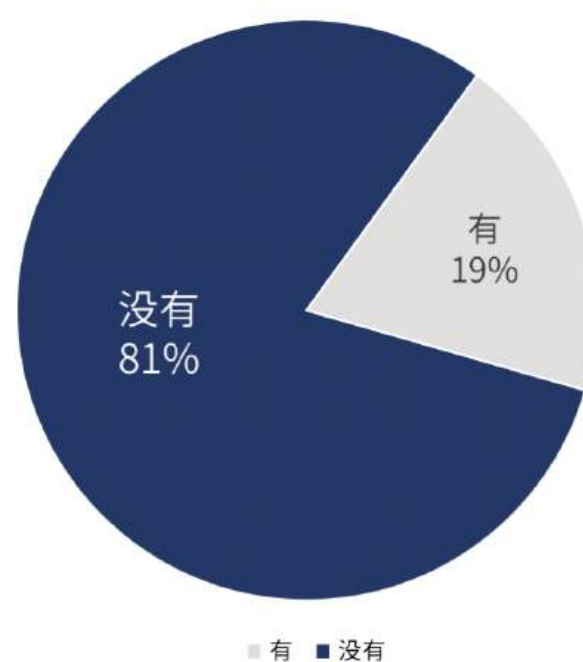
此洞察显示出, 在经济下行期, 组织和能力的适配性优缺点会更加明显。所以反而带来了组织更加快速的迭代和更新, 当高速增长褪去, 留在战场上真正拼水平的时候, 才看出市场所需要的“真人才”。

> 关于出海

过半的受访企业拥有自己的境外业务, 但主管出海业务的高管供应显著不足。仅不到20%的企业具备出海业务对应高管。

您的公司否有主管出海业务的高管?

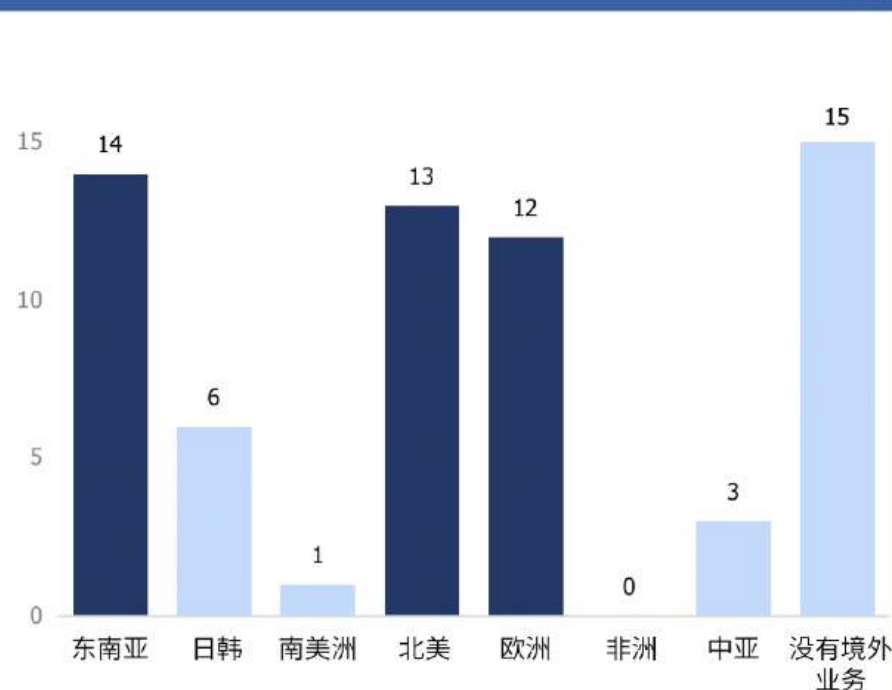
单选



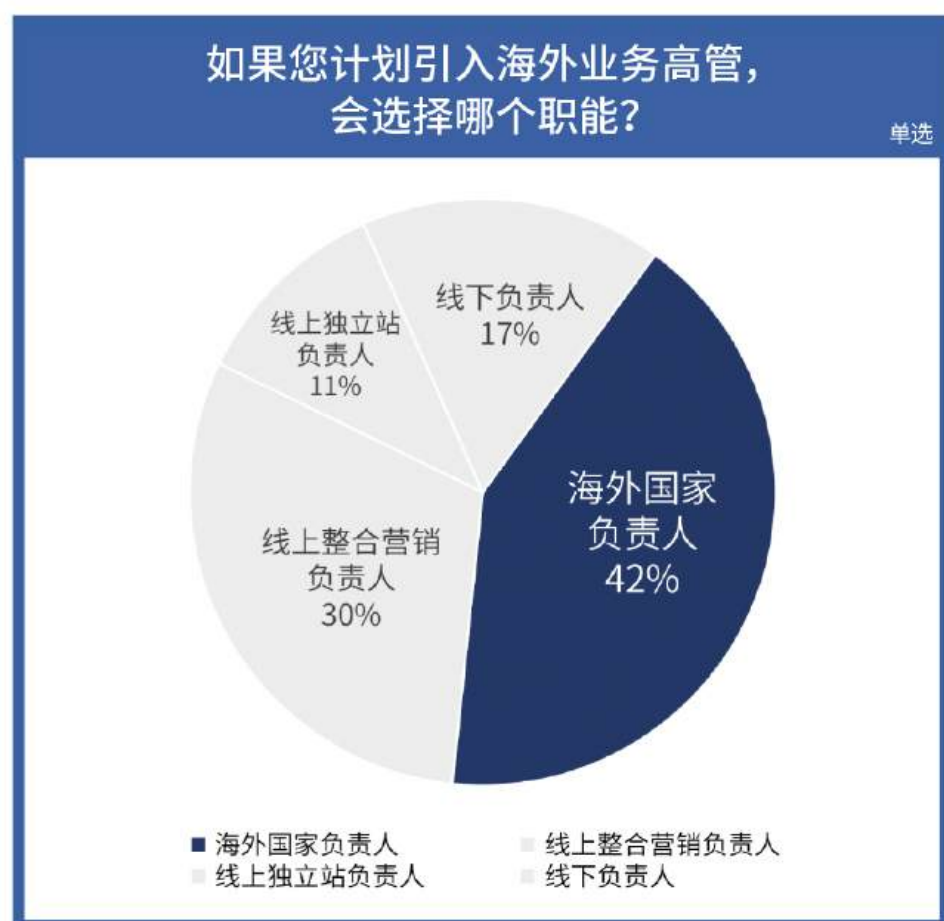
东南亚、北美及欧洲, 为受访企业的主要出海市场。没有任何企业反映具有位于非洲的出海业务。

如有您的企业有出海业务, 是在什么区域?

多选



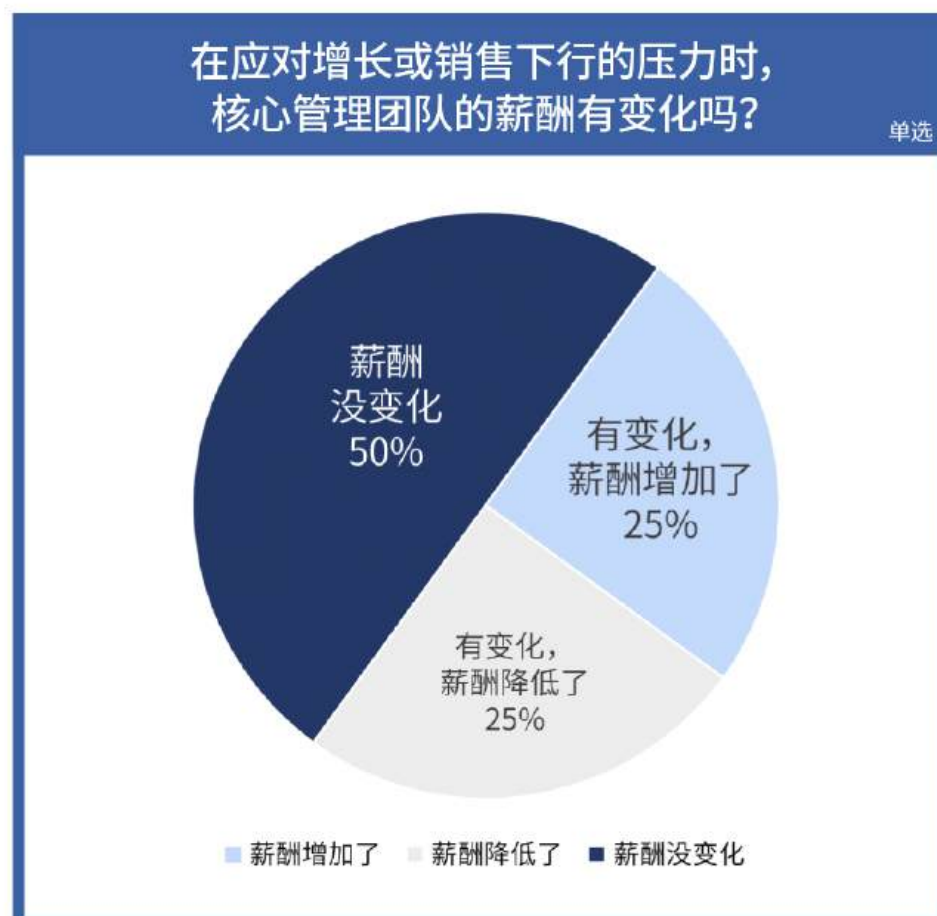
42% 的创始人认为,如有海外领导力招聘,海外国家业务负责人是首选。



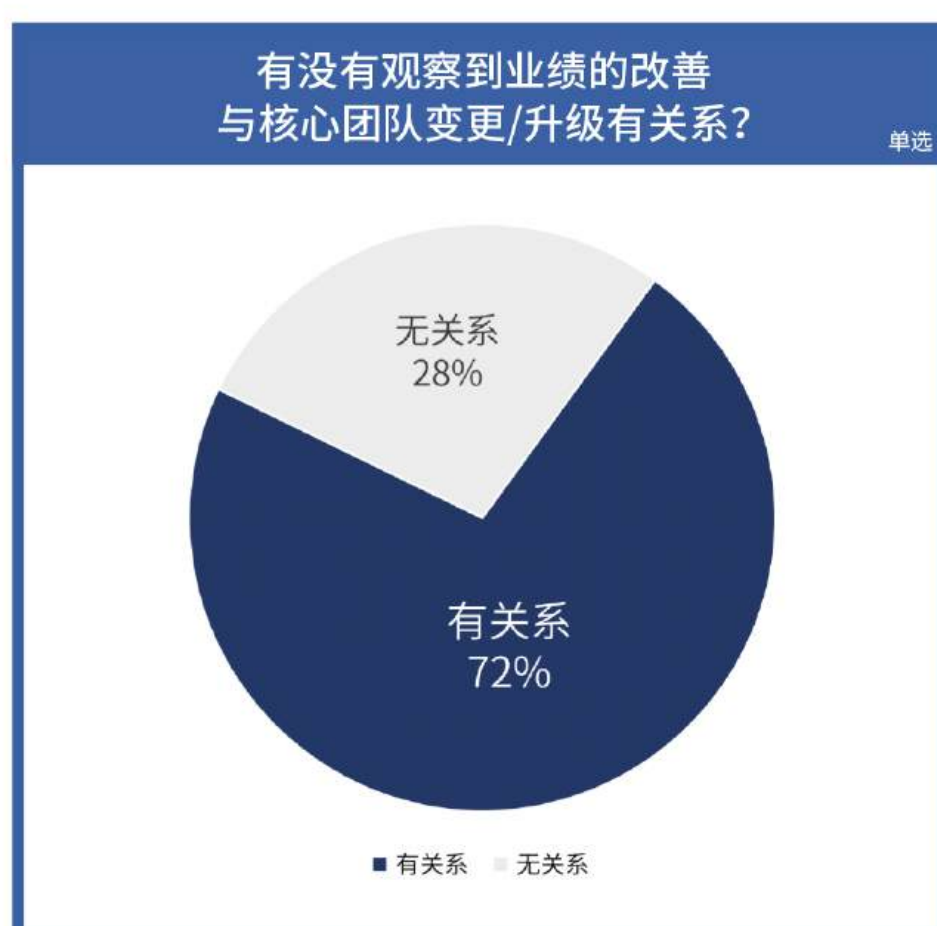
在 SeeStar 近期实操案例中,出海业务依旧蓬勃并且是很多消费品创始人关注的领域(例如,受访的 80% 新锐茶饮连锁品牌,会积极考虑出海机会);但除个别跨境电商起盘的品牌,目前大部分消费品创始人还是关注国内市场的增量。同时,一些出海品牌也在留意目前海外渠道分销的机会。

关于薪资

当销售面临压力时,50% 的受访企业创始人并未调整核心团队薪资待遇。25% 的企业增加了核心团队的薪资待遇。



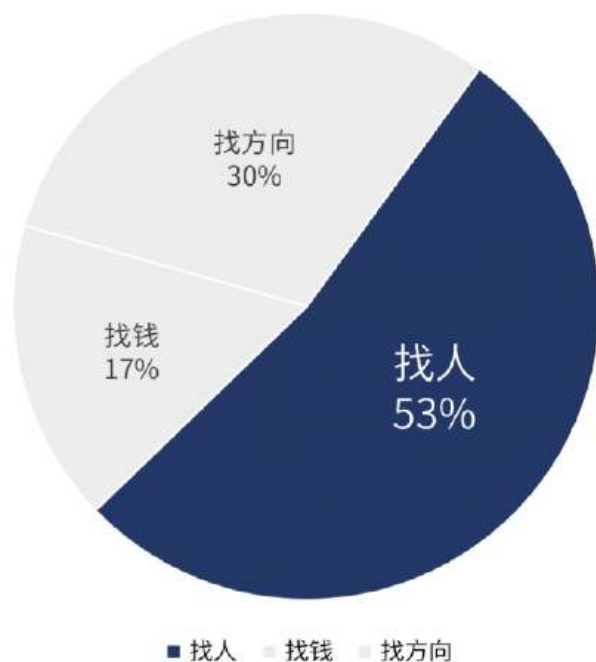
72% 的创始人观察到,业绩的改善和核心团队的升级有直接关系。



而过半的创始人认为核心团队最缺乏的能力为人才招揽。销售与市场核心人才是最为缺乏的职能。

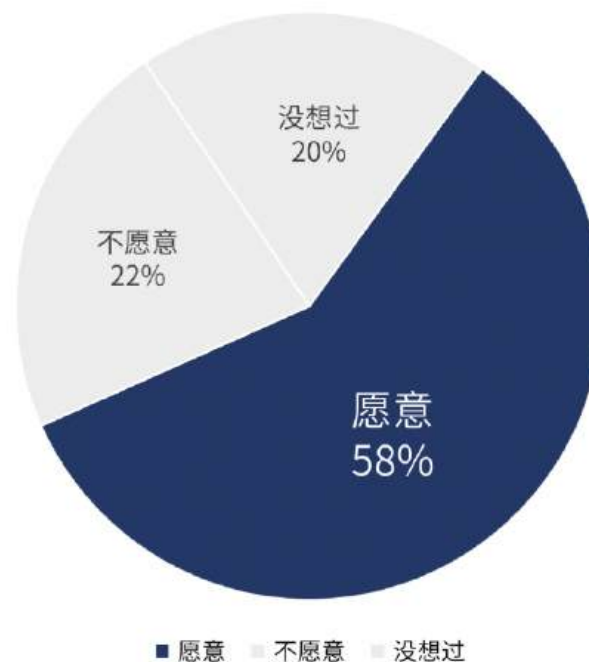
您企业的核心团队最缺乏的能力是什么？

单选



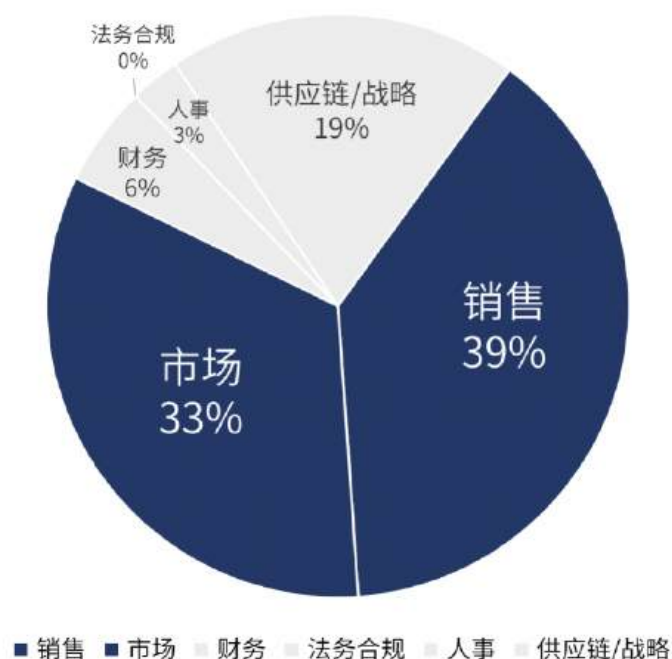
作为创始人，
您是否愿意在企业某阶段考虑引入 CEO？

单选



如果有需要，
公司哪个职能会首先聘请核心人才？

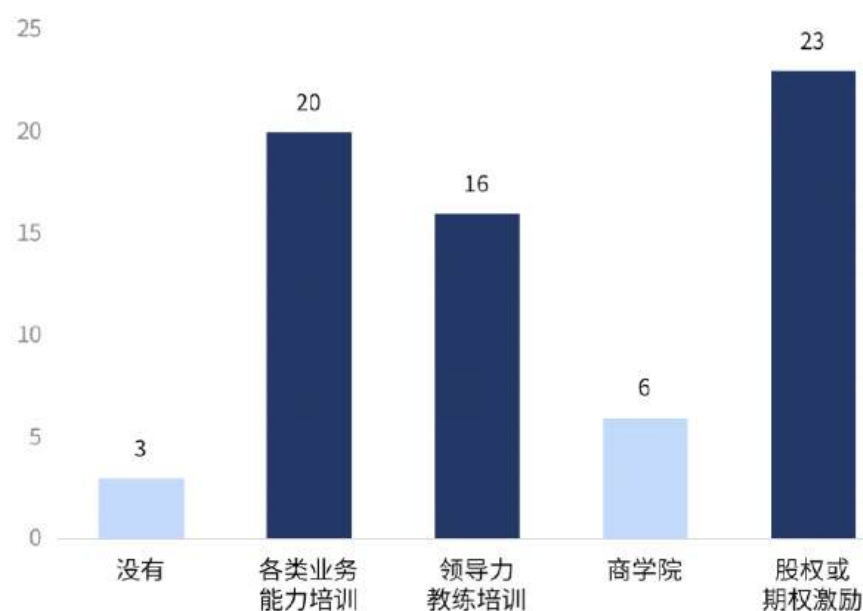
单选



作为对核心团队投资的主要方式，63% 的受访创始人选择过股权或期权激励。55% 以上创始人表示投资过各类能力培训。使用过领导力教练的受访企业超过了 44%，比例高于调研团队的预期。

除了日常的运营，是否有为核心团队的能力发展有任何形式的投资？有的话是什么方面？

多选

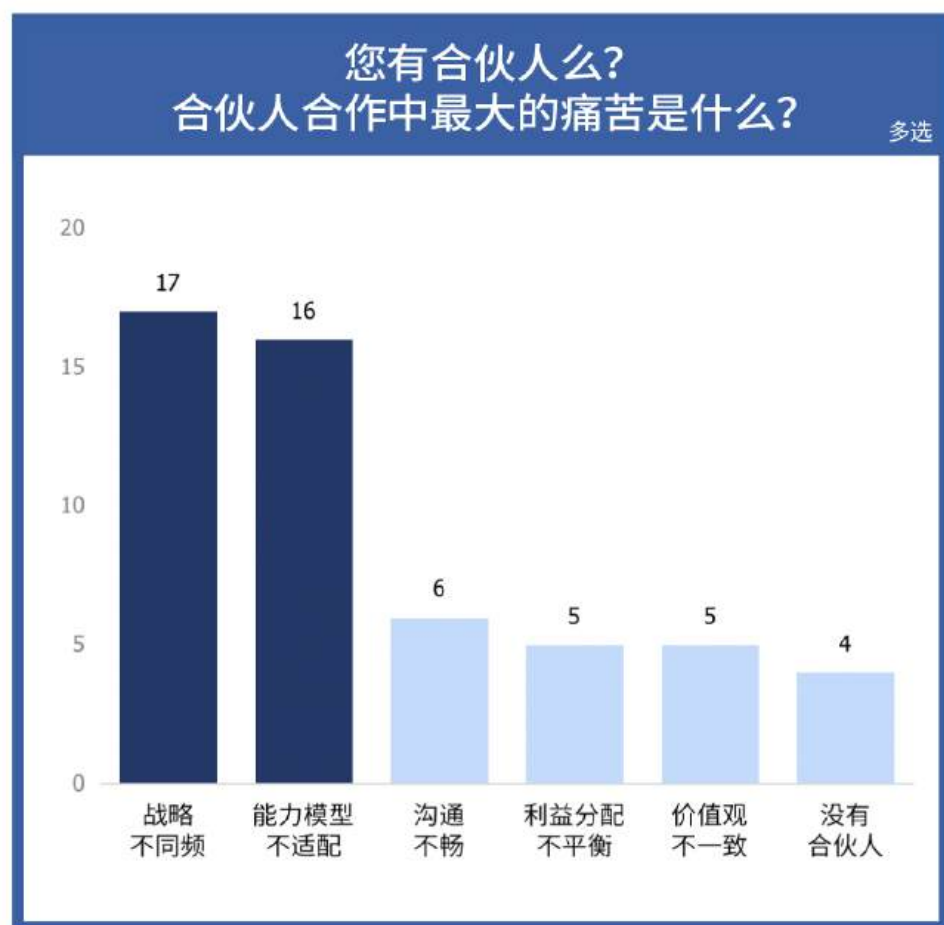


> 关于CEO需求

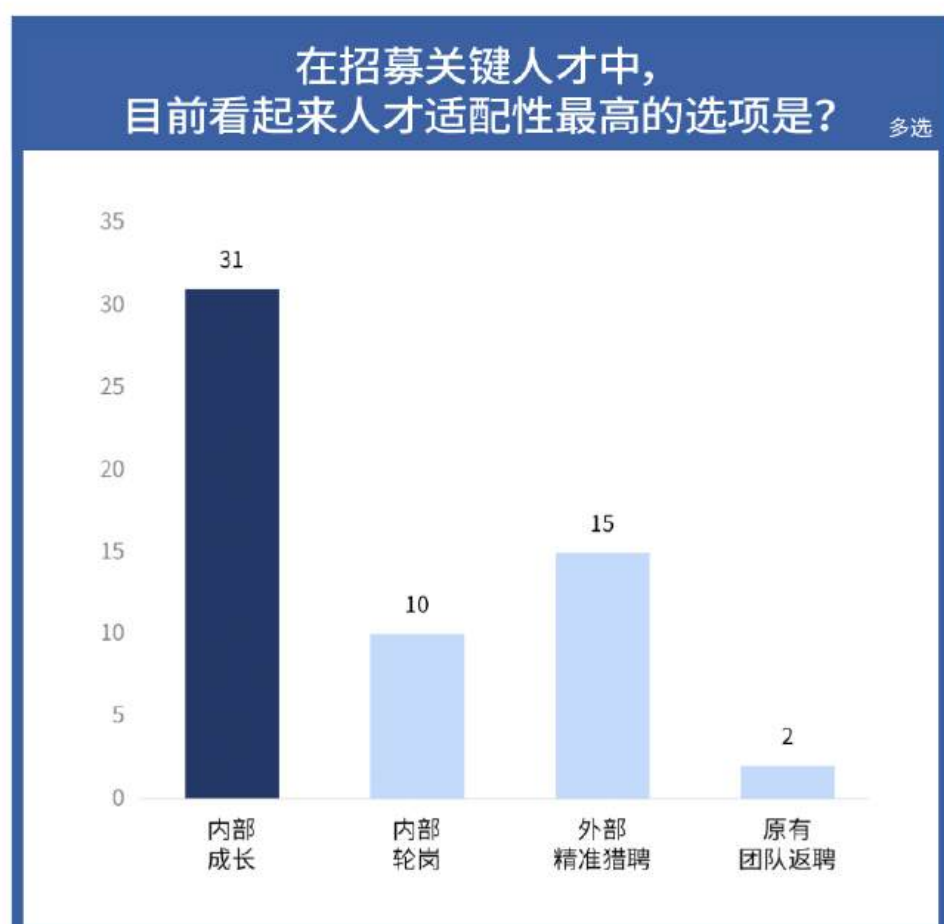
不同于调研团队的主观预期，58% 的业务领袖表示，作为创始人自己愿意在适当的阶段引入 CEO。

显著困扰受访合伙人的问题是合伙人之间战略的不同频和能力模型的不适配。沟通，价值

观以及利益分配这些常见的不一致似乎并不是创始人最头疼的问题。



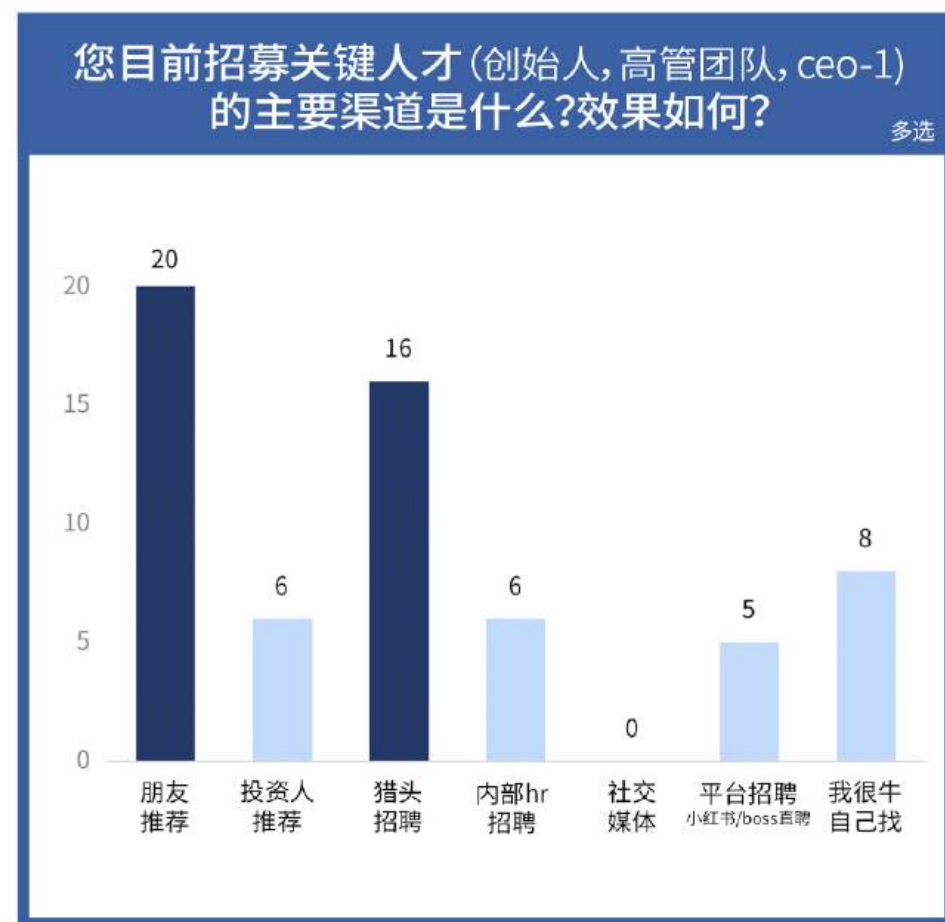
高于 86% 的创始人表示, 内部成长供应关键人才与企业的需求最为匹配。通过猎头等三方人力资源供应商则可以作为次要渠道。内部轮岗和原有核心人员返聘等渠道则作用不甚明显。



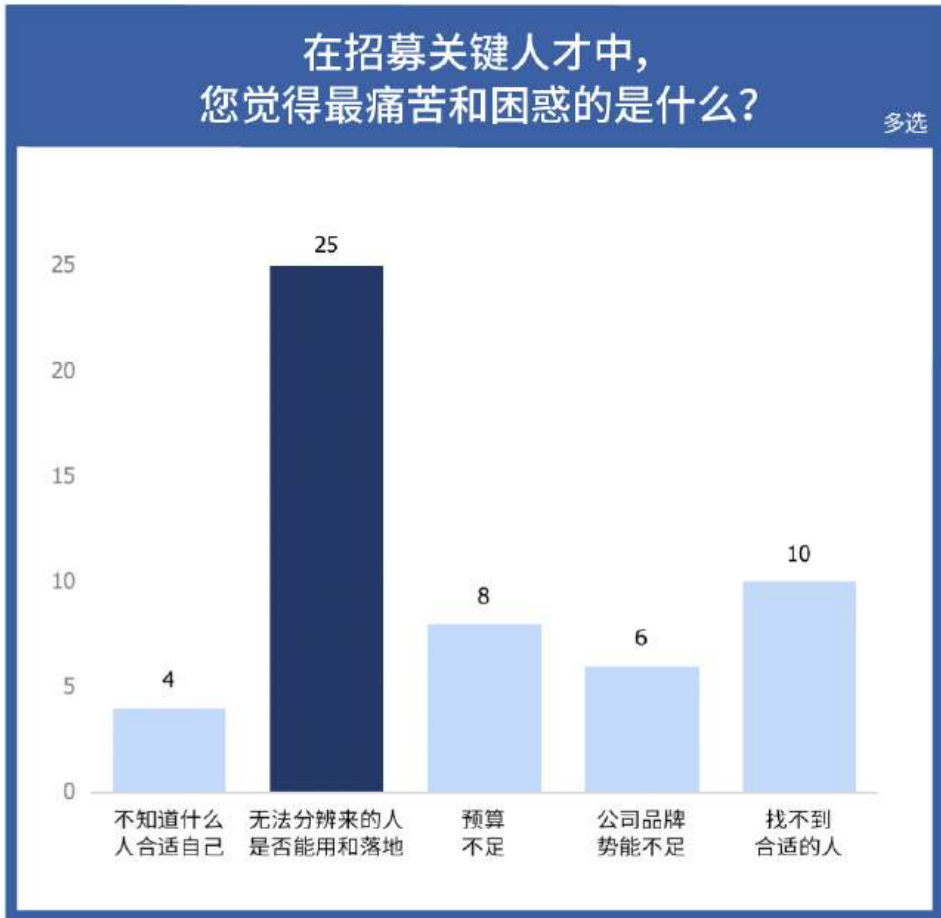
有趣的观察是, 一些新锐品牌创始人在发展到一定阶段后, 会觉得自己的能力是公司瓶颈, 愿意引入 CEO 或者 COO 类的高管加入公司; 同时, 成长型公司有一半的比例在领导力发展/coach 投入时间和成本。代表企业对人员能力素质的提高、效率的提高有了更清晰的认知和洞察。

关于核心人才来源

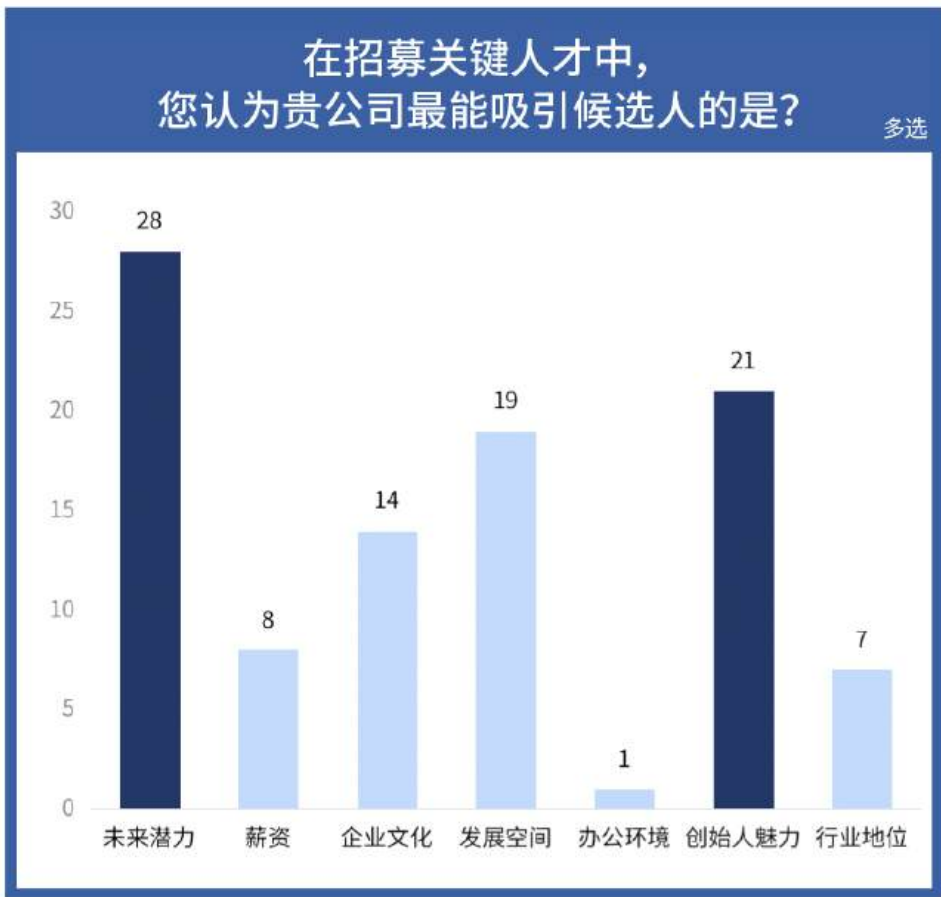
在企业招募核心岗位 (创始人, 高管或 CEO-1) 时, 大多数创始人选择朋友推荐和猎头公司服务为主, 内部 HR 招聘起到了辅助作用。略高于五分之一的创始人选择自己动手寻找核心人才。



在关键人才招聘中, 困扰近 70% 的创始人的问题是无法分辨人选是否能用或人选能够成功落地。

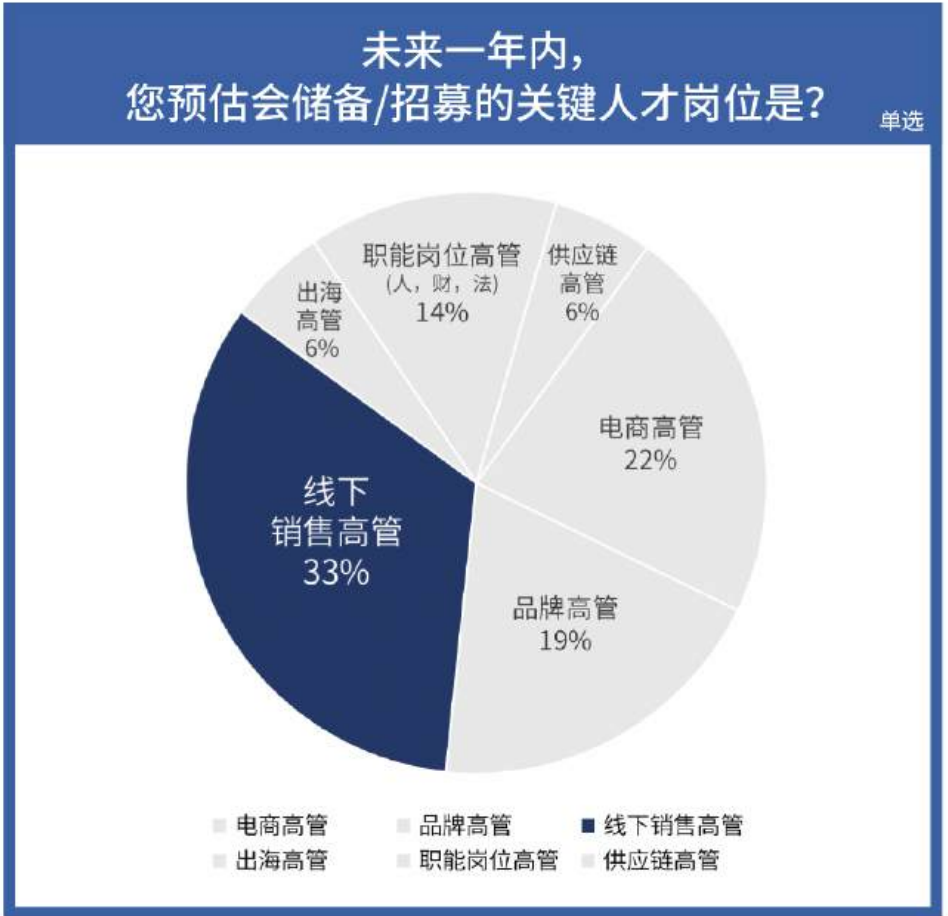


超过 77% 的创始人对自己的企业未来潜力充满信心;同时超过 58% 的创始人认为自身魅力足够对吸引候选人起到关键作用。企业家对于薪资福利,企业文化行业地位等现有条件对关键人才的吸引力所表现出的信心,似乎远不如对企业未来的信心充足。



未来一年以内，33% 的受访创始人表示线下

销售高管会作为目标招募或储备的核心人才职能,显著高于其他职能。



在我们 2023 年的高管搜寻业务中,线下一号位的需求比例上升 40%,不管是传统品牌还是新锐,以及一些抖音快手起家的线上品牌,都把多渠道扩展作为了一个 2024 年的人才储备策略。

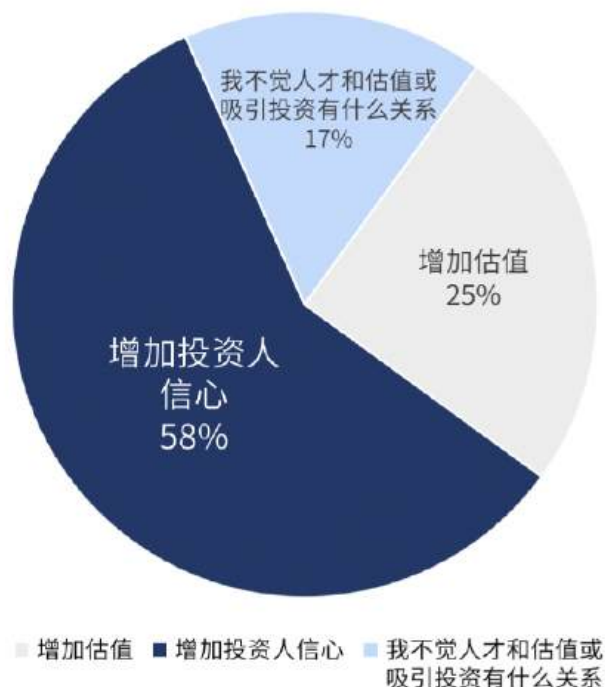
同时,对于一个公司最关键的岗位招聘,超过 70% 的创始人承担了直接负责人的角色和高管搜寻顾问对接,一起完成关键人才决策。这是我们看到的可喜变化,证明经过盲目扩张后,对高管人才选拔的谨慎和投资心态,成为了越来越多创始人关注的事。

关于人力资本

58% 的受访创始人认为完善的核心人才团队,对增加投资人信心从而吸引投资有积极作用;17% 的创始人没有观察到人才和估值与吸引投资的有相关性。

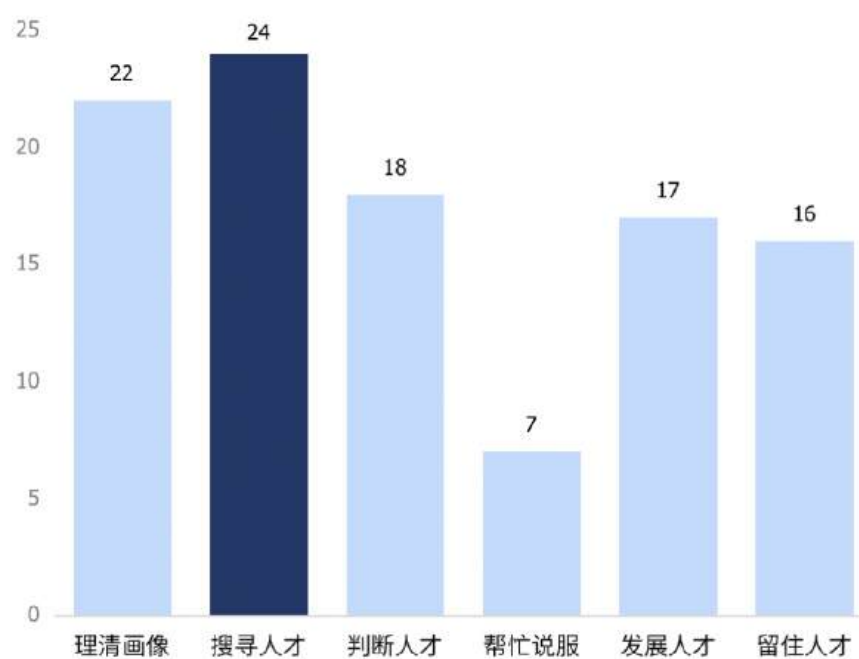
您认为关键人才团队的完善对于估值和吸引投资的积极效果是？

单选



在招募关键人才中，您认为 HRD 的作用是什么？

多选



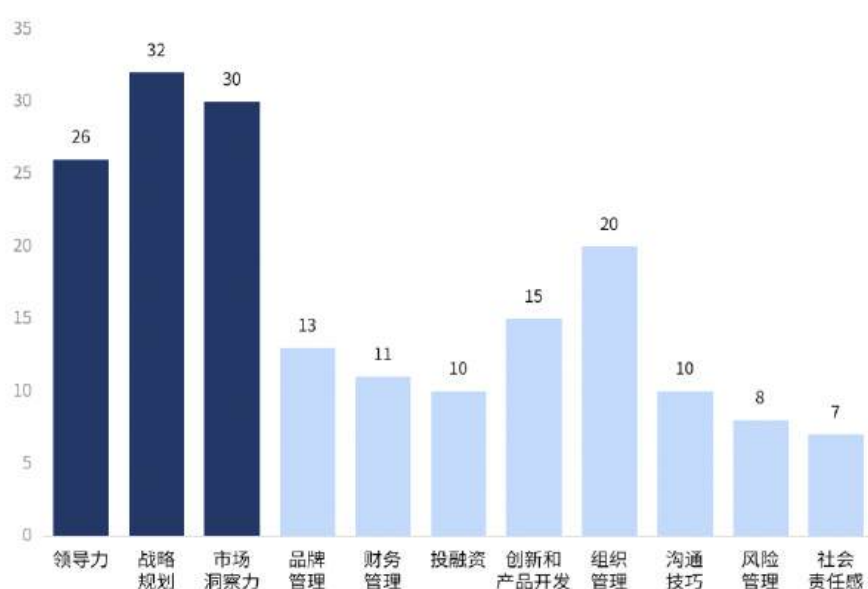
关于CEO与HR负责人

作为企业 CEO，领导力、战略规划和市场洞察力为受访企业最为重视的能力。

创始人对于 HR 负责人的能力需求，最为显著的是组织设计升级。而人才获取几乎作为并列重要的能力居第二位。有趣的是，创始人对 HR 负责人的能力要求，全面而苛刻——近一半的创始人要求 HR 负责人具备调研中所列举的所有关于组织与人才的能力。

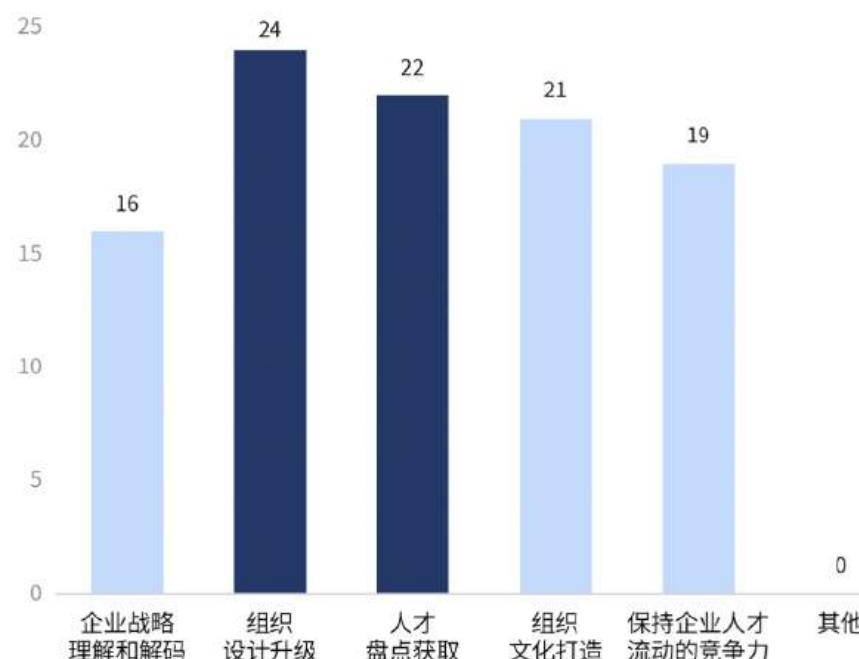
您觉得能成功操盘的消费品牌 CEO 能力模型？

多选



您觉得 HR 负责人最核心能力是什么？

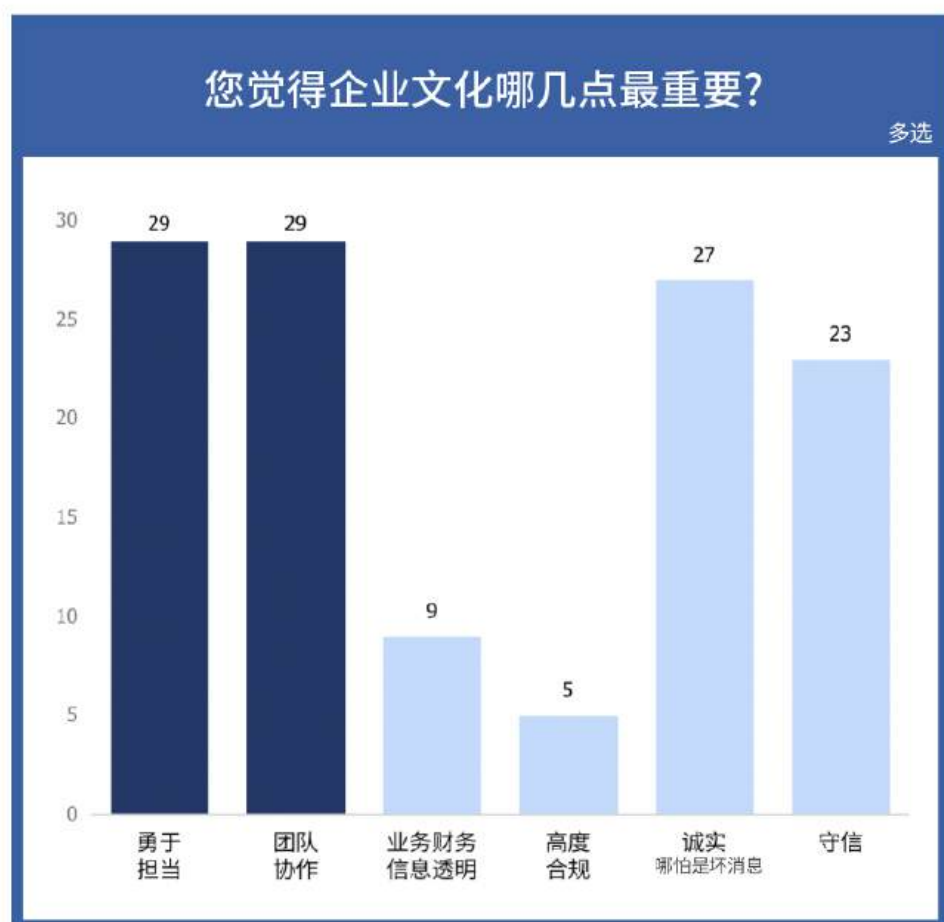
多选



高于 66% 的创始人认为，HRD 在招聘关键人才时的最大作用为搜寻人才。

在企业文化方面，培养团队勇于承担责任和

良好的团队意识并列为最重要的选项。有趣的是文化的信息透明,合规性并未受到大多数创始人关注。



而今年在我们的高管搜寻项目中,高管的文化适配性确实更频繁的被提起。而不只是关注 CV 和过往的经验。同时,在高管求职中,文化和老板的适配性也被高管候选人极力关注。

> 尾言

2023 是艰难的一年,我们迷茫在对未来的不确定性里,徘徊困惑,不知所措。而通过本次调研我们能够欣喜地看到,富有韧性的企业家们没有选择“躺平”,他们依然在不断思考、探索、积极吸纳新生力量,想方设法保持企业的战斗力与凝聚力。

穆棉资本与内向基金自成立之初就以“拼搏进取、长期主义”为立身之本,八年来一路服务并跟踪上百家消费类企业,同时作为亲历者也经历了消费在资本市场的起起落落。只有经历周期才能理解周期,只有理解周期才有机会穿越周期!

正如四季轮转,冬天不会永久,春天总会到来。这些消费企业经历过雨水风霜的反复洗礼,方能深深地扎根于土地,不断积蓄力量。我们相信在春天到来的时候他们将破土而出、向阳而生。

特别鸣谢高维学堂学友协助调研。高维学堂是新一代的实战型商学院,是红杉、经纬、钟鼎、BAI、天图等指定的投后赋能机构。在北上广深杭厦等多座城市开办教学中心,每年超 10,000 人次的创始人携高管参加课程,92.7% 的学员来自口碑推荐。



新一代高管寻访, 企业孵化和人才投资机构

SeeStar 成立于 2018 年,在高管搜寻领域提供专业人才寻访,教练、资源链接和投资等服务,助力新一代经济体和企业家。在中国公司国际化的同时,我们为企业创建高水平团队,设有上海、深圳办公室。通过一体化机制,与客户共享丰富经验的行业专家、招聘顾问、投资专家、领导力教练和组织专家,共同赋能并陪伴企业不同阶段的成长。解决企业在起步、扩张和国际化过程中关键人才能力获取和资源链接问题。



司天骄 Jojo Si
SeeStar 合伙人
Consumer TMT 出海
jojosi@chinaseestar.com



穆棉资本创立于 2015 年,是“消费+科技”双轮驱动的知名精品投行。穆棉资本由“投资+投行+创业”复合背景的合伙人团队精诚共建,为新经济企业提供以资本赋能为核心的立体式资源助力,共创美好商业未来。穆棉资本自创立以来已服务 200 余家优秀企业完成私募股权融资,累计交易金额数百亿人民币。其中独角兽级别企业 30 余家,均为穆棉资本长期服务和合作的优秀企业。穆棉资本成立至今已获得业内奖项数十个,近期被融中榜评选为 2022-2023 年度“中国最佳财务顾问咨询机构”。

联系方式

联系电话:021-52525008
联系邮箱:hr@mmcapital.cn; hr@nxfund.com
官网:https://www.mmcapital.cn/



内向基金成立于 2020 年,是专注于新消费产业链及相关科技领域早期投资的私募股权基金。创始团队拥有 15 年以上投融资经验,熟知产业规律、资本运作,投资业绩卓著。内向基金已投资近 30 个优秀公司,包括咖啡品牌“三顿半”、科技服饰品牌“蕉内”、茶饮连锁品牌“7分甜”、佐餐复调品牌“饭扫光”、水家电品牌“家里泉”、青年酒便利连锁品牌“公路商店”、护肤品牌“蘭LAN”、云南咖啡连锁品牌“四叶咖”等多家知名消费企业,累计投资金额数亿元人民币。内向基金成立至今连年获得业内各种奖项。近期被融中榜评选为 2022-2023 年度“中国新消费领域最佳早期投资机构”,被 36 氪评选为“2023 最具成长力早期投资机构 TOP10”。

