

小红书 WILL 未来品牌大赏在上海举办

助力更多新兴消费品牌“被看见”

小品牌、新品牌，可能就是“未来品牌”——未来的大品牌、好品牌。

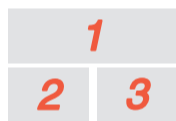
好瓶 HowBottle、moody、DewyLab、NEIWAI 内外、manner、永璞等越来越多的新消费品牌，正在小红书平台上被用户们自发地推荐。“在小红书上，我们看到很多代表未来生活方式的品牌出现，除了日渐进入大众生活中的品牌，越来越多植根于用户细分需求的新品牌出现。但受制于团队规模，新品牌可能尚未被大众认知。”小红书公司品牌负责人沈炼表示。

为让更多新品牌“被看见”，2021 小红书 WILL 未来品牌大赏顺势而生。

9月15日晚，由小红书主办、第一财经频道联合播出的 2021 WILL 未来品牌大赏正式上线。元气森林创始人唐彬森、泡泡玛特创始人王宁、完美日记创始人黄锦峰、茶颜悦色创始人小葱等 4 名新消费的行业探索者，首次齐聚 WILL 未来品牌大赏，与小红书创始人木兰以“未来品牌”为主题，在黄浦江的游轮上，展开了一场“浦江夜话”。

与此同时，喜茶、观夏、茶颜悦色、可可满分和好瓶 HowBottle 等 19 个新消费品牌，突出重围，斩获包括产品设计、内容创造、ESG 等在内的 11 项未来品牌大奖。

文/刘伟



1 小红书创始人木兰(左一)、泡泡玛特创始人王宁(左二)、完美日记创始人黄锦峰(左三)、茶颜悦色创始人小葱(右二)、元气森林创始人唐彬森(右一)于9月15日晚齐聚上海黄浦江畔,进行“浦江夜话”圆桌会谈。

2 9月15日,首届 WILL 未来品牌大赏在上海举办。元气森林、茶颜悦色、观夏、好瓶等 19 个新消费品牌突出重围,获得重要奖项。

3 茶颜悦色、大热荒野、花西子、黄天鹅等 11 个品牌获得 WILL 未来品牌大赏“博主的选择”特别评审奖。

“未来品牌”的模样渐渐清晰

未来品牌是什么？小红书希望通过 WILL 未来品牌大赏，勾勒出“未来品牌”的模样。

唐彬森、王宁、黄锦峰、小葱 4 位品牌创始人第一次齐聚，便是在消费之都——上海。而上海，也是他们品牌从 0 到 1 发展过程中最重要的城市——完美日记在上海开了首家线下店，元气森林南方总部落在上海闵行，泡泡玛特上海国际潮流玩具展燃爆全网，许多上海人都爱搜索茶颜悦色。

在浦江游轮上，4 位品牌创始人对于“未来品牌是什么”这个问题，各抒己见，又“英雄所见略同”。

王宁认为，称得上“未来品牌”的，一定是一个让大家向往的品牌——这也是泡泡玛特的目标，“希望很多年以后，大家会觉得这是一个值得被尊敬的品牌。”黄锦峰则说，“未来品牌”一定是在不断做尝试的品牌，“就像一个人，人生会有很多体验。”小葱表示，“未来品牌”一定是能活久一点的品牌，这样就能活出新意。而在唐彬森的定义里，“未来品牌”则是不断做细分需求，解决消费者更细致的问题。

“我觉得未来品牌是完整、开放而不同。”木兰说，“完整是有自己完整的一套价值观；开放

是这个品牌在不断创新、不断迭代，有自己要去的方向；不同的是，可能一个人在人群中，我一眼认出他。”

结合各界对未来品牌定义，首届 WILL 未来品牌大赏同时召集包括知名投资机构、行业媒体、专家学者等在内的近 70 位外部评审委员，围绕 11 个“未来品牌”相关奖项进行提名、打分和投票等 3 轮选拔。耗时近 3 个月，320 个品牌参与评选，最终，喜茶、观夏、茶颜悦色、可可满分和好瓶 HowBottle 等 19 个品牌突出重围，斩获包括产品设计、内容创造、ESG 等在内的 11 项未来品牌大奖。

一个品牌是否具备“未来性”，一个特质是敏感于大众生活的变化趋势，善于捉住新需求。获得“年度最佳新品牌”的可可满分就是如此。虽然刚成立未满足一年，却早早洞察当代消费者对于健康饮品的需求。其创始人方乃铿作为海南人，以自己最熟悉的椰奶切入，围绕无糖椰乳，拓展椰子产品品类到食品零食和个护领域。

“未来品牌是始于一个对用户需求的洞察，立足于对产品的极致追求，且会根据用户的反馈不断迭代产品和策略，有自己明显的价值主张，代表新的生活方式的品牌。”沈炼说。

上海是诞生未来品牌的高地之一

未来品牌在哪里？上海无疑是诞生未来品牌的高地之一。

沿着上海长宁区利西路走，一座居民楼改造的共享办公空间出现在眼前。好瓶 HowBottle 便在这里办公。这是一家名不见经传的公司，团队虽小，却有着“大大的梦想”：2017 年为解决一次性塑料问题而诞生，将之加工为背包、衣服等商品。

很多人可能只看到好瓶 HowBottle 是一个环保品牌，但忽略了它其实也是一个潮品牌。好瓶联合创始人兼 COO 伦嘉渝不认为公益和商业之间是对抗的，“我们其实商

业的逻辑去解决社会和环境问题，它是在同一条线上的，不是一个对抗的。它是一个整体。”

在上海，有很多和好瓶 HowBottle 一样的新消费品牌——小团队，却有大梦想。上海这座消费之都，拥有成熟的市场消费者，又毗邻江浙沪等供应链之地。上海也一直都是近现代中国新消费的高地。随着政策红利的不断释放，新消费在上海的发展愈显蓬勃。基于上海天然的生长土壤，越来越多的新消费品牌在上海生长。

在新消费、新国货崛起中，上海是无法让人忽视的存在。上海拥有

“中华老字号”企业 180 个，数量居全国首位。它也是新消费成立首选城市。2020 年天猫发布《新品牌创业地图》里，消费者最喜欢的 500 个新国货品牌中，来自上海的品牌有 90 个，排名全国城市第 1。

也正因为如此，上海是 WILL 未来品牌大赏举办城市的不二选择。“上海是中国新消费之都。”沈炼表示。在本次大赏，入围 11 个大奖的新消费品牌，首选的落户城市便是上海。其中，好瓶 HowBottle、moody、DewyLab、NEIWAI 内外等上海新消费品牌则分别获得了不同的未来品牌奖项。

未来品牌标记当代年轻人的生活

未来品牌如何发展？专业人士和品牌创始团队对此也有深入思考和独到见解。

沈炼介绍，WILL 未来品牌大赏，更聚焦在品牌和产品本身，不以销量和声量为主要导向，而是以品牌价值主张、用户互动共创、对产品力的极致追求和社会价值等维度来考量。这一价值观，很大程度上因为品牌规模、预算支出等客观原因被行业忽视的成长品牌，能够“被看见”。

“奖项设置对用心做产品做内容的品牌更友好，无论品牌规模、市场销量大小，从 0-1 的新品牌也能和更成熟的品牌站在同一评审线。”

沈炼说。

围绕对未来品牌的拆解，元气森林的创始人唐彬森说，“我觉得未来会有一批公司只有一百人，它只服务一百万人，但是它可以活一百年，我希望未来中国会诞生很多这样的足够聚焦、专注、小而美的企业。”他表示，未来这些解决垂直细分需求的品牌，能“降低大家的选择成本与决策成本”。

以获得“最具投资潜力品牌”的上海本土品牌 moody 为例，这个专门做美瞳“小品类”的品牌，上线 1 个月 2 个单品就卖了 100 万元人民币，一年卖了 2 个亿。“销售数字的高低并不绝对等于品牌价值，快速

实现品牌的人格化才能使得品牌价值被用户真切感知，并与用户之间建立价值共鸣。”moody 团队在媒体公开采访中说道。

“这些获奖品牌，在某种程度上做到了与用户之间形成情感连接，能够通过稳定的内容输出，阐明品牌态度，通过产品聚集一定用户口碑。”沈炼表示。

陪伴用户、共同成长、长期主义、高品质、有温度……是 2021 年 WILL 未来品牌大赏中频繁出现的关键词。一代消费者有一代人的特性，他们催生了“未来品牌”，同时又受品牌影响，形成自己的新生活方式。