

食品饮料行业 周度市场观察

行业环境 | 上游动态 | 企业动态

第 6 周
2024/2.26-3.3



01

行业要闻

INDUSTRY NEWS

本周看点:

- 2024食品创新趋势
- 新茶饮IPO亮底牌
- 王老吉发布国际品牌标识
- 伊利探索零售先进模式

行业环境:

1.从3000+新品看2024食品创新趋势，承包你的创新灵感！

关键词：新品趋势、消费者需求、技术创新

概要：《2023年度新品趋势报告》总结了食品饮料行业的五大关键趋势：性价比消费的理性回归，品牌注重提供高性价比与品质产品；多巴胺情绪价值的追求，通过感官升级满足消费者悦己需求；健康功能需求更精细化，强调天然、无添加并追求精细健康功能；农产品产业升级，品牌化与深加工成为新趋势；关键技术突破，AI等技术引领食品变革。报告还深入分析七大品类细分趋势，如即饮咖啡和茶饮料持续创新，乳制品高端化及场景细分，零食风味多元化与营养升级，烘焙产品中西融合且注重健康原料，餐饮食品简化烹饪流程与还原餐馆风味，功能性食品开启精准营养化，以及糖巧类产品探索更多营养化、功能化场景。

[原文链接](https://www.foodaily.com/articles/35905)：https://www.foodaily.com/articles/35905

2.新茶饮IPO亮底牌：11天净赚1亿，单店利润率2成

关键词：新茶饮第二股、品牌战略、国际扩张

概要：在2024年，沪上阿姨向港交所提交上市申请，有望成为继茶百道、蜜雪冰城、古茗后新茶饮行业又一家上市公司。各品牌在争夺“新茶饮第二股”中表现出不同战略：茶百道虽率先提交招股书但需更新数据；蜜雪冰城以规模和业绩稳居行业第一；古茗与沪上阿姨分别在各自细分市场占据优势，前者侧重区域加密布局，后者主攻北方及下沉市场并推出适应市场的店型。加盟模式为品牌快速扩张提供了动力，蜜雪冰城、古茗等对加盟商严格筛选以保证品质。从财务状况看，蜜雪冰城以其高营收和净利润脱颖而出，与平价定位形成对比。古茗虽然门店数量多于沪上阿姨，但在单店利润和加盟服务收入方面表现优异。各品牌采取不同的定价策略，并灵活调整产品矩阵，部分涉足咖啡业务以顺应市场需求。国际扩张成为新茶饮品牌寻求增长的新路径，蜜雪冰城已在海外市场取得成功，而茶百道、沪上阿姨等也计划或考虑海外扩展，同时面临挑战。总的来说，各新茶饮品牌通过精细化运营、差异化竞争以及国际化布局，在激烈的市场竞争中积极求变，力求持续稳定发展。

[原文链接](https://www.foodaily.com/articles/35867)：https://www.foodaily.com/articles/35867

02

行业要闻
INDUSTRY NEWS

3. 902万出生人口VS千亿市场：出生率下降，儿童食品市场却逐步攀升？

关键词：功能性成分创新、Z世代青少年、零食消费新趋势

概要：2023年中国全年出生人口为902万，总人口下降，但儿童食品市场规模在2022年达到3623.67亿元，并预计2025年将突破5000亿元，复合年增长率为14.4%。婴幼儿食品领域正经历“天然”风潮和功能性成分创新，功能性成分如胶原蛋白、海藻/藻类、姜黄等被引入婴幼儿食品中以满足其营养需求。接骨木莓成为儿童健康新宠，在膳食补充剂市场销售额显著增长，尤其对免疫系统和肠道健康有益。针对Z世代青少年的零食消费新趋势包括整体健康意识提升、社交媒体影响购物选择以及对新口味特别是辣味的偏好。

原文链接：<https://news.21food.cn/35/2907921.html>

4.咖啡变局：价格战“缩水”但难休

关键词：促销活动、补贴政策、价格战

概要：库迪咖啡于2024年2月启动了“好咖啡全场9.9不限量”为期三个月的促销活动，并延续补贴政策，单杯最高补贴至14.5元，预计总补贴金额达2亿-3亿元。库迪团队由原瑞幸咖啡核心成员组成，再次以低价策略搅动市场。与此同时，瑞幸咖啡被观察到有退出价格战的趋势，其长期的“9.9元喝一杯”优惠活动有所缩水，原因在于价格战对毛利率的影响。尽管瑞幸计划在2024年底前门店数量超过2万家，星巴克中国则坚持高端定位，不打算过度参与价格战，但同样计划在2025年前开设9000家门店，且在下沉市场进行针对性促销。咖啡市场竞争激烈，各品牌在扩张与盈利间寻找平衡，价格战进入2.0时代，虽烈度降低但仍在持续影响行业格局。

原文链接：<https://www.foodtalks.cn/news/51611>

跨境出海：

5.王老吉在米兰发布国际品牌标识

关键词：WALOVI、欧洲博物馆、天然植物饮料、国际化布局

概要：2月26日，在米兰-广州营商环境推介会上，广州王老吉大健康产业有限公司发布了其国际品牌标识WALOVI，并宣布与意大利今日食品公司签约合作，成立首个欧洲博物馆。WALOVI标识在“海浪”意蕴基础上诠释为Value、Origin、Vivid三个词，以体现王老吉产品的品质、历史底蕴和健康价值主张。广药集团董事长李楚源表示，此举旨在强化海外消费者对品牌的认知，开拓欧洲市场并推广天然植物饮料，同时通过多元化产品矩阵满足海外市场消费需求。沙利文报告显示，天然植物饮料在全球市场增长迅速，拥有巨大潜力。目前，王老吉已进入多个海外电商平台，销售网络遍布全球150多个国家和地区，尤其在意大利市场表现优异。此外，王老吉还在推进全球56座凉茶博物馆计划，借助文化展示窗口传播中国草本植物饮料的魅力。同时，广药集团还确认了与特种化学品和辅料分销合作伙伴的战略合作关系。

原文链接：<https://www.foodtalks.cn/news/51568>

03

企业要闻
CORPORATE NEWS

上下游动态：

6.中国饮料包装，还能更环保吗？

关键词：饮料包装循环利用、纸基复合包装回收、团体标准

概要：中国饮料包装循环利用的“第二次战役”聚焦于纸基复合包装回收的挑战与解决方案。尽管在PET瓶回收方面，中国以94%的回收率领先全球，但饮料纸基复合包装的回收利用率仅为36.8%，远未达到2025年设定的40%目标。由于消费者对纸基包装的认知不足、构成复杂以及回收成本较高，导致其回收面临困境。

为改善现状，相关企业、行业组织和政府共同推进，通过制定团体标准强化回收标识、推广生态设计，并与第三方平台合作开展有针对性的回收服务。同时，部分品牌如联合利华、和路雪等致力于减少塑料使用量并研发替代方案。随着市场、政策及多方联动的加强，纸基包装回收有望逐步提高，实现经济效益与环保价值的双赢，成为继PET瓶之后下一个成功案例。



原文链接：<https://www.foodtalks.cn/news/51595>

7. 1.5万亿的餐饮供应链市场能诞生中国的Sysco吗？

关键词：餐饮供应链、整合优化、数字化改造

概要：在中国餐饮供应链领域，诞生中国版Sysco的探索仍在继续。Sysco作为全球最大的餐饮食品供应商，其成功模式源于对供应链的有效整合与标准化操作。国内市场规模庞大且分散，流通环节冗长、损耗高，急需优化整合。美菜网和美团快驴等企业尝试以互联网思维重塑行业，通过平台化、“自营+平台”模式提供一站式采购服务，但由于SKU繁多、地域差异大、下游客户不稳定以及供应链改造有限，尚未实现规模化效益。鲜沐科技另辟蹊径，从休闲餐饮细分赛道切入，通过控制核心品类源头、数字化串联上下游及强化品控技术，逐步构建起高效、有竞争力的供应链体系。虽然面临下游行业发展周期性变化，但通过提升效率、满足成本需求，有望在中长期形成新的产业生态。总体来看，中国版Sysco的出现还需克服诸多挑战，包括深入上游改造、标准化运营，并需足够的时间与耐心去整合市场资源，最终实现流通效率提升与食材成本下降。

原文链接：<https://www.foodtalks.cn/news/51560>

04

企业要闻
CORPORATE NEWS

企业动态：

8.私域尖子生伊利：探索「零售先进模式」

关键词：私域运营、倍增计划、全域运营体系构建

概要：2023年，伊利通过腾讯智慧零售的“倍增计划”，在私域运营上取得了显著增长，小程序GMV同比增长超过300%，企业微信规模快速提升。伊利从依赖经分销模式转向直连消费者，构建了包括小程序、视频号、公众号和企业微信在内的全域运营体系。在私域运营中，伊利经历了从1.0阶段注重互动与售卖，到2.0阶段强化消费者精准运营和新品共创的过程，借助数据深度洞察消费者需求，成功缩短新品研发周期并提高成功率。此外，伊利重视视频号这一公私域结合工具，通过直播带货实现业务增量，并利用内部主播培养及数字人直播创新，优化成本与直播效果。在全域经营的大趋势下，伊利正通过持续迭代，搭建品牌与消费者的多元触点，降低各项成本，提升运营效率与客户满意度，探索出更先进的经营模式。

原文链接：<https://www.foodtalks.cn/news/51579>

9.专访椰树直播间操盘手：没有预算，怎样打造出「热搜体质」？

关键词：抖音直播、品牌宣传、舆论争议

概要：椰树集团在2024年春节期间，由尹丹丹带领的团队在抖音平台连续进行了29场直播，成功打造了椰树抖音直播间的崛起之路。尽管面临舆论争议如擦边营销指责，但直播间凭借独特的风格与策略，实现了高曝光率与品牌热度。椰树直播间以品牌宣传为核心目标，采用舞蹈、走秀等形式展示产品，强化阳光健康的品牌理念传达而非直接卖货。面对争议，椰树积极调整策略，推出男模天团直播、采纳网友建议改变服装风格等，并通过线上线下活动深化用户认知，形成良性互动循环。尹丹丹团队还计划举办直播选秀节目选拔新主播，以拓展影响力。尽管挑战重重，椰树直播间始终坚持独特品牌表达方式，在争议中持续成长与发展。

原文链接：<https://www.foodaily.com/articles/35883>

10.「正大蛋业」完成5亿元A轮融资

关键词：A轮融资、中垦基金、产业链升级

概要：正大蛋鸡养殖（北京）有限公司（简称“正大蛋业”）完成5亿元人民币的A轮融资，中垦基金领投，中信证券担任财务顾问，德恒律所为法务顾问。融资资金将投入品牌建设、营销、研发及产业链生态体系构建。中垦基金投资决策基于国家对农业发展的重视和疫情下消费者对健康安全食品需求的提升，以及行业规模化、工业化进程加速的背景。作为行业领军企业之一，正大蛋业在转型升级中需应对三重挑战：一是从散乱养殖模式向规模化、品牌化、科技化、绿色化转变；二是通过技术创新消除食品安全风险；三是产业链延伸至多样化产品如液蛋、蛋制品等，以提升附加值并满足多元化消费需求。中垦基金希望通过投资助力正大蛋业强化竞争力，并助其成为国际领先的蛋鸡养殖及蛋品公司。

原文链接：<https://www.foodtalks.cn/news/51609>

11.亿滋宣布在北京工厂打造智能仓储中心

关键词：中医药食同源理念、新中式轻养生潮流

概要：亿滋中国将在北京工厂投建智能仓储中心，在数字化升级中利用AI与机器学习优化生产流程，实现劳动生产率提升、质量控制改进以及能耗和食品浪费减少。基于此，亿滋国际将新增约5300万元人民币投资，打造面积2500平方米、配套装卸区700平方米的智能仓储中心，容纳6400个托盘成品存储，助力员工掌握数据分析等新技能，提高决策效率。得益于持续在中国投资，亿滋国际在2023年取得营收净利双增长的成绩，其中奥利奥品牌在中国甜饼干市场份额保持领先且稳步上升。亿滋将聚焦巧克力、饼干及烘焙零食市场，特别是视中国烘焙点心和蛋糕市场为未来发展的关键驱动力之一。

原文链接：<https://www.foodtalks.cn/news/51602>

05

企业要闻
CORPORATE NEWS

当期新品快讯（节选）：

上市时间	二级品类	品牌	产品	新品亮点
2024/3	食品	空刻	空刻意面	速食冲泡意面
2024/3	饮料	农夫山泉	椰豆	植物蛋白饮料
2024/3	乳制品	联合利华	冰淇淋	无乳糖巧克力冰淇淋
2024/3	饮料	OATLY	燕麦奶精	添加在咖啡中的奶精
2024/3	新饮品	同仁堂知嘛健康	奶茶	草本元气奶茶

关于艾瑞/法律声明

关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。