

食品饮料行业 周度市场观察

行业环境 | 跨境出海 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动



第 14 周

2024/3.25-3.31

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

2024中国餐饮产业峰会圆满落幕;
同仁堂业绩创新高,核心产品稳定增长;
天然食品创新趋势!

行业环境:

1. 营收利润双降,澳优的机会或在私有化?

关键词: [V]钛媒体

概要: 澳优发布的2023年全年财报显示,营收同比下滑5.3%,净利润同比下降19.46%,二级市场表现也难言乐观。尽管澳优布局海外市场较早,但非中国市场的业务营收占比增长有限,主要依赖中国市场。此外,羊奶粉市场增长已显颓势,管理层需要找到新的增长曲线,以改变业绩下滑的局面。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IUFKB2AN05118O92.html?spss=dy_author): https://www.163.com/dy/article/IUFKB2AN05118O92.html?spss=dy_author

2. 珍酒李渡发首份年报,吴向东的“第三舰队”也出发了

关键词: [V]钛媒体

概要: 珍酒李渡2023年年报显示,该公司实现营业收入70.30亿元,同比增长20.10%;经调整净利润16.23亿元,同比增长35.50%。珍酒仍是营收支柱,占总收入的65.2%,但销量下滑226吨。李渡等品牌实现百吨级别增长,但珍酒销量下降。珍酒毛利率为58.1%,而李渡为68.4%。销售费用高企,2023年为16.27亿元,占销售及经销开支的98.5%。珍酒销售费用高达16亿元,是同行业最高的。金六福提出“国民美酒”战略,整合多家酒企亮相糖酒会。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IUC7QJIR05118O92.html?spss=dy_author): https://www.163.com/dy/article/IUC7QJIR05118O92.html?spss=dy_author

01

行业趋势

Industry Trends

3. 新茶饮第二股呼之欲出，揭示两大行业变化

关键词：[V]钛媒体

概要：2024年，新茶饮品牌茶百道通过港交所上市聆讯，有望成为继奈雪之后的新茶饮第二股。茶百道、古茗、蜜雪冰城、沪上阿姨等新茶饮品牌陆续在港股上市，预示着茶饮行业进入新的发展阶段。虽然市场繁荣，但盈利情况并不乐观，直营品牌频繁调整，加盟品牌快速崛起。茶饮行业正在经历模式转变，从引领消费升级到规模竞争。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IUD0R7OC05118O92.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IUD0R7OC05118O92.html?spss=dy_author

4. 共探进化与破局！2024中国餐饮产业峰会圆满落幕

关键词：[V]红餐网

概要：3月28日，由央广网、红餐网和良之隆·中国食材电商节联合主办的“2024中国餐饮产业峰会”在武汉圆满落幕。中国科学院大学特聘教授孙玉麟，信良记董事长、CEO李剑，紫光园集团总裁刘政等大咖发表精彩演讲，探讨餐饮经营、供应链建设等方面。闭幕日现场发布了《2024中国餐饮产业生态白皮书》和“第四届中国餐饮产业红牛奖盛典”颁奖礼。专家们分享了把握机遇、实现进化与破局的观点，以及餐饮连锁品牌与供应链企业的协同发展经验。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240329A01W3Q00)：https://view.inews.qq.com/a/20240329A01W3Q00

5. 这里藏着4个天然食品创新趋势！风向标「NEXTY」获奖名单出炉

关键词：饼干

概要：2024年美国西部天然产品博览会上NEXTY获奖产品所展现的四个天然食品创新趋势：1)万物皆可“功能性”，品牌通过放大功能性价值、添加功能性配料等方式，将功能性延伸到各种食品品类；2)天然，但口味在线，品牌通过搭配技术和口味创新，使天然食品在口感上更出色；3)地域饮食新体验，品牌从家乡家庭食谱中获取灵感，将地域饮食带入全球；4)以不同的形式环保，品牌在产品形态、包装等方面进行环保实践，减少浪费。这些创新为天然食品品牌提供了新的发展思路。

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/bgan52075)：https://www.foodtalks.cn/news/bgan52075

01

行业趋势

Industry Trends

6. 业绩创新高、核心产品稳定增长，同仁堂拟大手笔分红 | 看财报

关键词：[V]钛媒体

概要：同仁堂2023年实现营业收入178.61亿元，同比增长16.19%，净利润16.69亿元，同比增长16.92%，基本每股收益1.22元。公司认为中医药事业进入新历史发展时期，市场空间和发展机遇广阔。中药行业规模整体呈波动增长态势，同仁堂营收利润双增，毛利率下滑主要因中药材价格上涨。核心品类销售额稳步增长，安宫牛黄系列产品实现营收43.88亿元。公司加大研发投入，增加零售门店数量，拓展中医医疗诊所，拟分红6.85亿元。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IUFPPT705118O92.html?spss=dy_author): https://www.163.com/dy/article/IUFPPT705118O92.html?spss=dy_author

7. 美团“三变”

关键词：[V]钛媒体

概要：美团在2023年第四季度进行了业务调整，主要体现在新业务美团优选的困难、经营策略从营销活动转向组织结构调整、积极应对竞争、寻找新用户增长点、抖音本地生活商业化的优先级提高、关注新业务和海外市场、优化业务结构、寻求利润增长以及调整团购业务等方面。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IU9HHFAJ05118O92.html?spss=dy_author): https://www.163.com/dy/article/IU9HHFAJ05118O92.html?spss=dy_author

8. 水井坊式微，舍得川酒老三似乎坐稳了

关键词：[V]钛媒体

概要：水井坊和舍得酒业作为“川酒六朵金花”中的次高端白酒代表，在业绩上一直存在竞争。然而，从2021年开始，舍得酒业的营收开始占据上风，尤其最新的2023年营收数据，差距已经明显拉开。两家企业在品牌战略、产品布局上存在明显的差异，水井坊以美学为诉求，舍得以老酒为重心，而舍得酒业则是“舍得+沱牌”双品牌战略，布局低中高端白酒。当前白酒行业进入新一轮的调整周期，如何保持高质量增长是更值得讨论的话题。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IUCC26KI05118O92.html?spss=dy_author): https://www.163.com/dy/article/IUCC26KI05118O92.html?spss=dy_author

01

行业趋势

Industry Trends

9. 新老势力都难办，卖不动雪糕的不止钟薛高

关键词：植物基

概要：联合利华计划将冰淇淋业务拆分为独立的业务，预计到2025年底完全分离，并计划在全球范围内裁员7500人，以节省成本。作为全球最大的冰淇淋生产商，联合利华占据了全球大约五分之一的市场份额，但冰淇淋业务的增长疲软，占集团总营收比例最低。冰淇淋的冷链运输、冰柜铺货、季节性明显等特性都决定了联合利华需要额外的资本投入，但利润率不到个人护理部门的一半。因此，联合利华决定分拆冰淇淋业务，专注美容保健、个人护理、家庭护理和营养四大业务部门。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/292361)：https://www.cbndata.com/information/292361

10. 2023年中国酒业收入首破万亿元，白酒啤酒仍是增长主推手 | 行业风向标

关键词：[V]钛媒体

概要：2023年，全国酿酒行业累计产品销售收入首破万亿元。全国酿酒行业完成酿酒总产量613万千升，同比增长1.1%，累计完成产品销售收入10802.6亿元，同比增长9.3%，累计实现利润总额2628.2亿元，同比增长7.6%。白酒、啤酒、葡萄酒、黄酒销售收入、利润总额均同比增长，但黄酒、葡萄酒规模差距较大，白酒产量已

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IU9G94GC05118O92.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IU9G94GC05118O92.html?spss=dy_author

11. 呷哺呷哺2023年营收59亿，同比增长25.3%

关键词：餐厅

概要：2023年，呷哺呷哺餐饮管理（中国）控股有限公司实现全年营收59亿元，同比增长25.3%，现金及现金等值为人民币1.29亿元。业绩公告显示，公司总收入95.9%来自呷哺呷哺及湊湊餐厅。呷哺呷哺品牌收入增长32.3%，湊湊品牌业务收入增长20.2%。全年净增门店72间，新开门店186间。公司实施“东扩南进”战略，南部地区城市开业首日翻台成绩表现亮眼。呷哺集团在中国香港、中国台湾、新加坡共经营了5家呷哺呷哺餐厅、14家湊湊餐厅，中国大陆以外湊湊餐厅量仅占全部湊湊餐厅门店总数的5.5%，却实现了高达11.89%的净收入占比。2023年，呷哺集团通过集团会员体系，新增招募会员，同比提高62%；会员消费

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/ct52054)：https://www.foodtalks.cn/news/ct52054

01

行业趋势

Industry Trends

12. 武汉餐饮业协会会长刘国梁：通过集采优势，餐企可以实现降本生效

关键词：[V]红餐网

概要：餐饮品牌规划供应链，构筑品牌护城河。刘国梁在“2024中国餐饮产业峰会”上建议餐饮品牌通过集采优势实现降本生效，并打造“线上+线下”双平台，为餐饮门店做集中采购。同时，他建议全国各省市间的餐饮协会加强交流，联手大型餐饮供应链厂商，减少中间环节，共同推动中国餐饮的集中度。他认为行业集中度越高，龙头企业越多，食品安全就越放心。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240327A062M600)：https://view.inews.qq.com/a/20240327A062M600

13. 2000+精英云集！2024中国餐饮产业峰会隆重开幕

关键词：[V]红餐网

概要：3月27日，2024中国餐饮产业峰会在武汉召开，主题为“进化·破局”，汇聚了来自不同领域的行业大咖和2000+餐饮精英。峰会包括产业峰会、报告发布、第四届中国餐饮产业红牛奖等多个版块，旨在探讨2024年餐饮产业的发展机会和走势。在峰会现场，多位行业大咖分享了餐饮产业升级、连锁化、效率提升等观点。此外，圆桌论坛环节，多位企业家就如何规划供应链、夯实餐饮品牌护城河展开了讨论。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240328A05SE100)：https://view.inews.qq.com/a/20240328A05SE100

14. 甘肃麻辣烫，打不过东北和四川

关键词：[V]钛媒体

概要：甘肃麻辣烫在全网流量已超过100亿，成为餐饮界的新星。然而，餐饮人应警惕其与文旅美食的区别，并避免盲目跟风。甘肃麻辣烫能否成为麻辣烫细分品类，需要多方面分析。其独特口味能否持续被接受、供应链的标准化程度等是关键因素。甘肃麻辣烫的破圈需要时间验证，不能简单地将流量变现为餐饮创业。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IUF4VGQV05118O92.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IUF4VGQV05118O92.html?spss=dy_author

01

行业趋势

Industry Trends

15. 休闲食品年报PK：三只松鼠销售费用最高，有友食品净利垫底

关键词：休闲食品

概要：截至2023年，劲仔食品、三只松鼠、盐津铺子、有友食品等休闲食品上市企业已披露年报。从营收、净利、销售费用投入等维度对比，三只松鼠在营收规模上占据优势，但销售费用也是几家中最高的。盐津铺子净利润最高，而营收和净利双双下滑的有友食品则陷入上市以来最低谷期。此外，三只松鼠销售费用远高于同行，研发费用较低。几家企业纷纷开拓新销售渠道，如短视频电商、直播电商等。

[原文链接：](https://www.iallfood.com/nd.jsp?id=4109#skeyword=%E4%BC%91%E9%97%B2%E9%A3%9F%E5%93%81&_np=0_35)

https://www.iallfood.com/nd.jsp?id=4109#skeyword=%E4%BC%91%E9%97%B2%E9%A3%9F%E5%93%81&_np=0_35

16. 东方树叶或成为下一个200亿元大单品

关键词：饮料

概要：农夫山泉2023年业绩公告显示，营收426.67亿元，同比增长28.4%，其中茶饮料板块营收突破百亿元，达到126.6亿元，同比增长83%。东方树叶是近年来饮料市场上人气极旺的产品，仅上市前的研发、设备等投资已超过10亿元，上市以来前七年一直处于亏损状态，直到2020年才略有盈余。东方树叶的推出带动了无糖茶市场的飞速增长，预计未来三年，无糖茶将继续保持高速增长趋势。

[原文链接：](https://www.foodtalks.cn/news/yl52067) <https://www.foodtalks.cn/news/yl52067>

17. 孙玉麟：餐企上半场赚钱靠规模与扩张，下半场要靠创新

关键词：[V]红餐网

概要：餐饮产业正迎来全面的升级。中国科学院大学特聘教授孙玉麟在2024中国餐饮产业峰会上表示，未来5到10年，企业唯一的出路是高质量发展，而高质量发展的抓手就是“新质生产力”。新质生产力包括科技、数据，这是提升餐饮品质、提高餐企竞争力的有效手段。同时，餐饮业发展也由上半场转入下半场，餐企在上半场靠资源与几回，拼商业嗅觉与冲刺速度，快速赚钱；到了下半场，餐企靠战略与韧性，拼持续增长的能力和文化的，要靠创新驱动。

[原文链接：](https://view.inews.qq.com/a/20240328A05T8900) <https://view.inews.qq.com/a/20240328A05T8900>

01

行业趋势

Industry Trends

18. 信良记董事长、CEO李剑：中餐产业化的黄金期才刚开始

关键词：[V]红餐网

概要：中国餐饮业面临内卷，但未来仍有红利。信良记董事长李剑在“2024中国餐饮产业峰会”上表示，中国餐饮未来红利将体现在中餐产业化上，市场规模可能达到20万亿。目前，中国餐饮连锁化程度仅20%左右，行业集中度相对较低，未来连锁化率增长到35%，理论上将拥有数百家千店以上的餐饮品牌，连锁餐饮发展的空间广阔。他认为，中餐产业化的黄金时代刚刚拉开帷幕，疫情三年加速了这个进程，行业出清加速，而长期主义的餐企获得了更多回报。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240328A09KWZ00)：https://view.inews.qq.com/a/20240328A09KWZ00

19. 热浪冲击生产 咖啡巧克力都要涨价？

关键词：巧克力

概要：随着热浪席卷东南亚，越南罗布斯塔咖啡面临减产威胁，全球咖啡供应将进一步收紧。越南咖啡协会预计，到今年9月，越南咖啡出口将较上年同期的167万吨下降20%。越南是全球第二大咖啡出口国，也是最大的罗布斯塔咖啡生产国。然而，由于当地农民转而种植其他作物，越南的咖啡种植面积正在减少。频繁出现的极端高温已成为全球共同的难题，地处热带的东南亚面临的威胁更大。

[原文链接](https://www.iallfood.com/nd.jsp?id=4085#keyword=%E5%B7%A7%E5%85%B8%E5%8A%9B&_np=0_35)：

https://www.iallfood.com/nd.jsp?id=4085#keyword=%E5%B7%A7%E5%85%B8%E5%8A%9B&_np=0_35

20. 粮全其美集团创始人、董事长柴磊：餐企选择供应链企业合作更具专业优势

关键词：[V]红餐网

概要：在2024中国餐饮产业峰会上，粮全其美集团创始人、董事长柴磊表示，餐饮企业往上游供应链发展取决于企业发展阶段、规模、产品特性、组织能力等方面的需求。他认为，餐饮企业和供应链企业之间应选择合作，以实现更专业化的运营，并降低压力。此外，柴磊还强调，创业者应专注于自己的专业领域，并坚持做好一件事，以吸引其他企业合作。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240328A06TEQ00)：https://view.inews.qq.com/a/20240328A06TEQ00

01

行业趋势

Industry Trends

21. “辣条一哥”卫龙，在风口上躺平

关键词：饮料

概要：卫龙起源于2001年，由创始人刘卫平创立，最初以制作辣条为主。经过多年发展，卫龙逐渐形成了多元化的产品线，包括调味面制品、蔬菜制品和豆制品等。近年来，卫龙加大了营销投入，并在2022年12月成功在港交所上市，成为“辣条第一股”。然而，随着行业竞争加剧，卫龙面临多方面的压力，如新渠道冲击、产品同质化等。卫龙也在调整战略，积极拓展新渠道，并尝试推出更多新品类。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/292366)：https://www.cbndata.com/information/292366

22. 一碗轻食，刺中了多少人的钱包？

关键词：坚果

概要：我国轻食市场的现状和发展趋势。首先，介绍了轻食市场的快速发展，2022年国内轻食市场规模预计突破1000亿元，占餐饮总收入的10%左右。其次，文章以FOODBOWL超级碗为例，探讨了轻食品牌在高端定位、食材选择、门店选址等方面的高成本问题，以及其单店净利率不高的问题。最后，文章指出，健康饮食需求量不断增大，但轻食产品在营养价值和口感方面

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/292359)：https://www.cbndata.com/information/292359

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

23. 茶百道快跑冲上市：必要性、优劣势和想象力

关键词：烘焙

概要：茶百道作为新茶饮品牌，近期向港交所提交上市聆讯资料，有望成为“新茶饮第二股”。随着新茶饮市场竞争加剧，茶百道通过加盟模式快速扩张，但食品安全问题仍需重视。茶百道在招股书中提到，上市后需要提升产品研发能力，以巩固品牌竞争力。虽然茶百道能吸引大量加盟商，但加盟商管理仍是挑战。此外，茶百道需要应对产品同质化严重的问题，持续输出品牌差异化的产品力。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/292365)：https://www.cbndata.com/information/292365

24. 阿里要聚焦，盒马没有机会再“试错”

关键词：[V]钛媒体

概要：3月18日，阿里巴巴集团宣布盒马创始人、CEO侯毅因年满60岁退休，未来将担任盒马首席荣誉顾问。盒马曾是阿里新零售的“一号工程”，但近年来亏损严重，新任CEO严筱磊将面临挑战。盒马已尝试降低价格、精简SKU、调整员工待遇等，但仍面临盈利压力。目前，盒马估值不理想，可能走向“卖身”结局。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IUCRU79805118O92.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IUCRU79805118O92.html?spss=dy_author

25. 满记甜品闭店与融资“齐飞”，连锁甜品难言“第二春”

关键词：[V]钛媒体

概要：满记甜品近期多地撤店引发行业关注，涉及会员卡充值余额退款问题。尽管公司回应称战略调整，但消费者疑虑仍未消散。网易新闻披露满记甜品完成新一轮战略融资，用于新零售业务、加盟业务和门店商业模式迭代升级。然而，满记甜品面临新茶饮品牌竞争压力，转型之路中道崩殂。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IUC9187E05118O92.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IUC9187E05118O92.html?spss=dy_author

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

26. 康师傅去年净利增长18%：方便面营收下滑近3%，饮品增收不增利

关键词：方便面

概要：康师傅控股有限公司2023年度业绩报告显示，公司录得收益804.18亿元，同比增长2.16%，但业绩仍不及预期。主要原因是方便面及饮品业务营收下滑，其中方便面业务营收下滑2.84%，饮品板块净利润大幅降低。康师傅表示，未来将加大国内市场业务，提供多价格带、多规格、多元化口味产品，并加速建立规模优势。

[原文链接：](https://www.ialfood.com/nd.jsp?id=4082#skkeyword=%E6%96%B9%E4%BE%BF%E9%9D%A2&_np=0_35)

https://www.ialfood.com/nd.jsp?id=4082#skkeyword=%E6%96%B9%E4%BE%BF%E9%9D%A2&_np=0_35

27. 中金公司杨素兰：新形势下，哪些餐饮企业会更受投资者青睐？

关键词：[V]红餐网

概要：在当前的市场环境下，投资者对餐饮企业的关注点发生了变化。中金公司投资银行部消费组负责人、董事总经理杨素兰在“2024中国餐饮产业峰会”上表示，投资者青睐具有以下三个特征的企业：一是具有差异化企业，能找到自己的核心定位，不跟风；二是能实现利润化的企业，高利润率表明企业有盈利能力；三是具有规模化潜力的企业，具有成为行业龙头的潜力。这些企业更容易吸引资本关注。

[原文链接：](https://view.inews.qq.com/a/20240328A09LGJ00) <https://view.inews.qq.com/a/20240328A09LGJ00>

04

产品技术

Product Technology

新品上市：

28. 入围揭晓 | 创新无解？来这里找答案！Wow Food 2024 产品赛道入围名单官宣！

关键词：调味品

概要：本文为FBIF食品饮料创新原创，公布了Wow Food 2024产品赛道入围名单。本次大赛共收到550+件作品，其中360+件作品入围决赛。这些作品在研发理念、口感口味、消费者沟通等多个方面有显著提升，呈现出营养功能细分化、情绪健康、清洁标签、环境可持续等趋势。入围名单包括食品组、饮品组和乳品组。入围作品涵盖了植物基产品、果汁、茶饮、咖啡、豆浆、功能性饮料等多种类型。

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/twsp52047)：https://www.foodtalks.cn/news/twsp52047

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。