

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 16 周

2024/4.8-4.14

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

低温酸奶回归性价比
预制菜下半场拼什么?
中餐再掀出海潮: 供应链出海、产业链出海成新趋势

行业环境:

1. 高端酸奶概念吸引力下降 低温酸奶回归性价比

关键词: 酸奶

概要: 近年来, 市场上的低温酸奶价格逐渐走高, 消费者失去“酸奶自由”, 但近期商超和便利店中的大部分低温酸奶都在打折, 价格跌下10元。整个酸奶市场都在减速, 销售额下滑, 但低温酸奶正回归性价比, 强调功能性。低温酸奶市场目前正打“价格战”, 通过促销来消化奶源。虽然目前酸奶市场较为疲软, 但长期依然值得看好。乳企也正调整策略, 加码特色酸奶赛道, 寻找下一个爆款品类。

[原文链接](https://foodaily.com/articles/36222): <https://foodaily.com/articles/36222>

2. 百亿心脏健康大市场, 品牌如何呵护消费者的“小心脏”?

关键词: [V]FDL数食主张

概要: 本文探讨了心脏健康问题, 指出心脏疾病不仅发生在老年人中, 年轻人也面临心脏疾病的风险。消费者对心脏健康的关注度不断提高, 对心脏保健品的消费也呈现增长趋势。企业需从源头挖掘宝藏成分, 创新产品形态, 以满足消费者多元化需求。具体来说, 可以从必需营养素、内源性营养素和其他成分三个方面寻找创新灵感。同时, 企业还需要针对特定人群和营养升级进行创新, 以满足消费者对心脏健康的多元需求。

[原文链接](https://www.jiemian.com/article/11033446.html): <https://www.jiemian.com/article/11033446.html>

01

行业趋势

Industry Trends

3. 路边摊开进商场，一定是“自投死路”吗？

关键词：[V]餐饮老板内参

概要：小吃街的炸物小吃大量涌入商场，成为新的商业热点。然而，街边小吃品牌连锁化并非易事，成功和失败取决于多方面因素。首先，小吃品牌要考虑自身的基因属性，选择合适的场景和顾客群体，同时从产品、门店管理、品牌形象等方面进行全面升级。其次，小吃品类要符合商场经营场景和顾客群体定位，不能仅依赖网红营销。最后，任何品类都值得重塑，但需基于产品逻辑而非套路式营销。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IVOBOEDP0519830E.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IVOBOEDP0519830E.html?spss=dy_author

4. 新规落地，预制菜下半场拼什么？

关键词：预制菜

概要：《通知》的印发，对预制菜的定义和范围进行了明确界定，提高了行业门槛，有助于整个食品产业在创新中规范发展。同时，对河南预制菜产业带来了新的机遇，如明确了发展目标和产业机遇，提升了政策靶向性，优化了产业结构，提高了消费者认可度，促进了产业升级和技术创新。未来，预制菜产业将面临技术革新和标准进一步健全的挑战，需要各方共同努力，推动产业持续健康发展。

[原文链接](https://foodaily.com/articles/36228)：https://foodaily.com/articles/36228

5. 这可能是大润发们的命门所在

关键词：[V]钛媒体

概要：蔡崇信在最新财报会议上指出，大润发输给时代的原因并非电商的崛起和线下租金成本上涨，而是传统线下零售大卖场的商业模式落后，导致的高价格才是传统线下零售的命门。这一观点引发了对传统线下零售大卖场模式的深入思考和探讨。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IVDUQ3SS05118O92.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IVDUQ3SS05118O92.html?spss=dy_author

01

行业趋势

Industry Trends

6. 餐企打造极致供应链，一切围绕场景和需求出发

关键词：[V]红餐网

概要：本文为“2024中国餐饮产业峰会”上的圆桌论坛实录，讨论了餐饮企业与供应链企业如何更好地协同发展。随着餐饮业进入“万店连锁”阶段，企业开始关注全产业链生态构建，完善从原材料产地、工厂、仓储物流到门店经营的闭环。头部餐企及供应链企业需更好地协同发展，以实现降本增效，增强抗风险能力。圆桌论坛中，多位嘉宾分享了各自企业在供应链建设方面的经验，并提出了从原料、品种、品控、创新等方面实现产业链闭环的建议。此外，还讨论了餐饮企业和供应链企业协同发展可采取的5种模式，包括完全自建和自采、完全外包、互相嵌套式、场景专业化模式和紧密合作式。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240411A038BL00)：https://view.inews.qq.com/a/20240411A038BL00

7. 国联水产集团副总裁赵红梅：打破传统思维，寻求新的发展机遇

关键词：[V]红餐网

概要：近日，“2024中国餐饮产业峰会”在武汉国博中心·汉厅召开，国联水产集团副总裁赵红梅接受了专访。赵红梅表示，2024中国餐饮产业峰会的主题“进化·破局”意味着餐饮行业需要不断进化，适应市场变化和消费者需求，同时打破传统思维，寻求新的发展机遇。赵红梅认为，水产预制菜行业需要解决食品安全风险、产品品质和标准化、工艺技术和冷链物流等问题。国联水产在产品研发和市场拓展方面，紧跟B端客户及消费者的需求，通过持续创新，快速研发、迭代新产品。未来，国联水产将在产品研发创新和市场拓展策略上进行新的拓展模式和发展规划，以满足市场需求。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240412A05AQG00)：https://view.inews.qq.com/a/20240412A05AQG00

8. 餐饮企业如何在减量市场搏增量？

关键词：[V]钛媒体

概要：在本文中，厚生投资创始合伙人王航在“2024中国餐饮产业峰会”上分析了当前餐饮产业所面临的周期性挑战，并提出了应对策略。他认为，当前的周期环境与过去有所不同，企业需要重新思考“活法”和“心法”。他通过分析日本30年的发展经验，提出企业应通过“上山”、“下乡”和“出海”的策略来适应减量市场，并强调企业家精神和投资机构应发挥各自优势，共同推动产业升级。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IVE01D2L05118O92.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IVE01D2L05118O92.html?spss=dy_author

01

行业趋势

Industry Trends

9. 万店盈利智库陈志强：餐饮行业有望批量产生千亿富豪

关键词：[V]红餐网

概要：根据陈志强在"2024中国餐饮产业峰会"上的演讲，他提出未来5-10年，中国餐饮行业市场规模将实现翻倍增长，而中国餐饮行业或许成为最后一个批量化产生百亿甚至千亿级富豪的行业。他强调，在专业PK的时代，企业想要实现跨越式增长，对操盘人的专业能力要求越来越高。他总结了一套"五最" "七效"的冠军模型，以指导企业从小到大的发展过程，并即将出版的《万店盈利2》将聚焦近几年他服务的客户实现跨越式发展的经验总结，希望能对大家有所帮助。他还提出了打造万店龙头的五大核心要素，包括最爆产品、最火门店、最多开店、最优供应链和最强总部，以及985模型，以指导企业实现快速发展。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240411A03B1J00): <https://view.inews.qq.com/a/20240411A03B1J00>

02

跨境出海

Expand Overseas

跨境出海：

10. 中餐再掀出海潮：供应链出海、产业链出海成新趋势

关键词：[V]红餐网

概要：周鹏邦在2024中国餐饮产业峰会上指出，中餐出海面临机遇与挑战。他认为，随着疫情过后，海外华人对中餐兴趣浓厚，中餐出海迎来发展机遇。此外，企业自身发展的推动也使中餐国际化成为可能。他认为，2024年是中餐出海冲刺年，供应链、产业链出海渐成趋势。他建议中餐出海第一步是选择海外运营中心，并提出了评估要素和选址建议。他还强调，中餐出海需要实施本土化策略，不能简单复制，要实现从中国特色到国际标准、从中国品牌到国际品牌的发展。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240410A029W100)：https://view.inews.qq.com/a/20240410A029W100

11. 品牌挤压下的红海：新加坡中餐市场还好吗？

关键词：餐厅

概要：新加坡餐饮市场吸引大量中国中餐品牌入驻，形成竞争激烈态势。尽管中餐品牌在新加坡市场受到欢迎，但由于其与国内市场差异，面临诸多挑战，包括租金上涨、消费力下降、市场竞争加剧等。中餐品牌需谨慎判断新加坡市场，调整策略以应对挑战。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/292432)：https://www.cbndata.com/information/292432

12. 对话王牌创新创始人王刚：王老吉如何进入美国Costco

关键词：出海

概要：本文探讨了中国食品饮料品牌在美国市场的机遇与挑战。中国食品饮料品牌在美国面临的是亚洲食品类市场，主要由日本和韩国品牌主导。王老吉等品牌采取先进入华人市场，再进入主流市场的策略。OCM美国华源食品公司代理多个中国食品饮料品牌进入美国主流渠道，如Costco和沃尔玛。未来，中国品牌需要敢于使用英文品牌名，如王老吉的WALLOVI，以适应美国主流消费者。此外，中国品牌需建立高性价比优势，并在美国建立地面推广队伍，与欧美品牌竞争。

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/spch52251)：https://www.foodtalks.cn/news/spch52251

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

13. 椰树集团“换帅”：赵波卸任董事长，何春玲接任

关键词：饮料

概要：椰树集团有限公司发生工商变更，赵波卸任董事长，由何春玲接任。椰树集团成立于1980年，注册资本5000万元，经营范围包括食品、饮料的投资及管理，农副产品收购等。2023年，椰树集团实现全年总销量70万吨，同比增长10.26%；销售额50亿元，同比增长3.08%；上缴税金6.82亿元，同比增长15.39%。椰树椰汁市占率近年来下滑明显，从1994年的全国饮料企业销量排名第一降至2019年的26.3%，近20年下滑48.7个百分点。

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/yl52223)：https://www.foodtalks.cn/news/yl52223

14. 巴奴没做成的生意，海底捞轻松拿捏

关键词：[V]餐饮老板内参

概要：桃娘，一个曾被誉为巴奴探索平价小火锅的副牌，但在成立三年后，巴奴已退出其股东行列。同时，桃娘创始人穆剑也于2023年9月退出，意味着巴奴与桃娘已彻底无关。此外，桃娘正在关闭亏损门店，留下盈利门店。小火锅市场在经历了“野蛮生长”阶段后，面临头部品牌崭露、顾客吐槽等问题。要出圈，小火锅不仅需低价，还需优质，有特色。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IVINBR0P0519830E.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IVINBR0P0519830E.html?spss=dy_author

04

产品技术

Product Technology

新品上市：**15. 什么是豫鑫L-阿拉伯糖？低GI甜味“益生元”，年产3000吨**

关键词：食品原料

概要：L-阿拉伯糖是一种天然甜味剂，主要从玉米芯中提取，甜度约为蔗糖的50%。它几乎不被人体吸收，且可抑制蔗糖酶活性，降低血糖。L-阿拉伯糖广泛应用于功能性食品、乳制品、烘焙食品、香精香料等。河南豫鑫是全球主要的L-阿拉伯糖生产商之一，其产品优势包括长期稳定性测试、先进的生产工艺和检测设备、完善的研发及销售支持、标准化仓储及运输等。

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/spyl52070)：https://www.foodtalks.cn/news/spyl52070

16. 雀巢咖啡发大招，多款新品齐亮相！

关键词：即饮咖啡

概要：雀巢在中国云南举行2024品牌焕新暨新品发布会，推出多种咖啡产品，包括即饮RTD、速溶、浓缩液三大类型，以及创新咖啡果皮茶产品“果然轻咖”。速溶咖啡液和浓缩咖啡液均有新品亮相，主打冰爽口感和15倍超浓缩。

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/jykf52239)：https://www.foodtalks.cn/news/jykf52239

05

营销活动

Marketing Campaign

营销案例盘点：

17. 为了立“健康”人设，品牌们很焦虑

关键词：[V]钛媒体

概要：越来越多的消费者开始关注健康，促使他们从购物单上剔除不健康产品，希望通过合理的饮食和锻炼保持健康。近期，品牌密集开展相关营销活动，如霸王茶姬上线GI值、喜茶聘请健身博主担任健康推荐官、饿了么与Keep联动监督身材管理等。健康化已成为品牌不得不做的趋势，但需避免仅将“健康”作为噱头，要真正提高相关制造、管理标准。品牌需关注消费者需求，提供健康产品，同时通过平台背书提升品牌形象。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IVDP9DC105118O92.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IVDP9DC105118O92.html?spss=dy_author

18. 凶猛来袭！餐饮对世界500强“下手”了！

关键词：[V]餐饮老板内参

概要：Manner咖啡与链家上海远景总店达成合作，开设共享门店，实现咖啡区域与链家区域独立办公，引发网友调侃。这并非Manner首次拓展门店边际，从社区店、商场店、写字楼店、校园店，到地铁站店、超市店、美术馆店，再到今天的房产中介店，花样探索一直没停。在餐饮市场突破5万亿大关，入局者激增的背景下，餐饮品牌加速抢占市场点位，缓解“点位焦虑”，拓展生意边界，以应对消费者多元化需求。

[原文链接](https://www.163.com/dy/article/IVLJ8LV50519830E.html?spss=dy_author)：https://www.163.com/dy/article/IVLJ8LV50519830E.html?spss=dy_author

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。