

食品饮料行业 周度市场观察

行业环境 | 头部品牌动态 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动



第 35 周

2024/8.19-8.25

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

这个夏天，饮料为何集体变“大”；
万亿规模的新渠道，百事、三得利、费列罗们都盯上了；
“中药餐饮”是真养生还是智商税？

行业环境:

1. 万亿规模的新渠道，百事、三得利、费列罗们都盯上了

关键词：即时零售,数字化分销,市场需求,零售业态,食品饮料

概要：本文探讨了即时零售作为一种新兴零售业态，如何为食品饮料行业带来新增长机会。青岛啤酒、百事食品等行业领导者分享了即时零售渠道的价值，指出该渠道近五年的复合增长率超过20%，并预计到2030年市场规模将达到3.6万亿元。文章提到，即时零售不仅能满足消费者对“即买即得”体验的需求，还能帮助企业提高效率、促进产品创新和营销创新。例如，通过数据分析，企业可以更精准地识别和满足消费者需求，优化供应链管理。此外，即时零售还为中小品牌提供了快速拓展市场的机会，尤其是对于那些保质期较短的商品，即时零售能有效提高销售效率。总体而言，即时零售已成为当前零售行业中确定性的增长渠道之一。

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/53538)：https://www.foodtalks.cn/news/53538

2. 这个夏天，饮料为何集体变“大”

关键词：大瓶装,饮料,消费者,性价比,大包装

概要：2024年夏季，大瓶装饮料在市场中表现出强劲势头，覆盖了主流饮料品类。这类大容量产品满足了消费者在聚会等场合对性价比更高、分量适中的需求，同时顺应了寻找“水替”的趋势。举例来说，大窑饮品推出的520mL玻璃瓶装大窑嘉宾等产品受到了消费者的青睐。大瓶装饮料不仅因其较高的性价比而成为行业的新增长点，还具备较强的社交话题传播能力。从企业的角度来看，生产大瓶装饮料能够降低成本、提高利润空间并帮助抢占市场份额。预计未来市场会根据不同需求继续发展多元化的包装形式。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/wm/2024-08-23/doc-inckrpnk1261698.shtml)：http://finance.sina.com.cn/wm/2024-08-23/doc-inckrpnk1261698.shtml

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

3. “中药餐饮”是真养生还是智商税？

关键词：中药餐饮,跨界合作,养生理念,药食同源,食药物质

概要：近期，“中药餐饮”因其独特的“跨界合作”方式吸引了大量消费者的关注和尝试，尤其受到年轻群体的追捧。这类结合了中药成分的食物和饮品价格普遍较高，引发了关于其真实价值的讨论。从中医的角度来看，“药食同源”的理念支持了中药与日常饮食的结合，但国家对于可用于食品的中药材有着严格的规定。尽管中药餐饮可能带来心理上的满足感，但其实际的养生效果有限，并且难以满足所有人的体质需求。因此，加强行业监管、确保中药材质量和食品安全至关重要，同时消费者也需要理性看待中药餐饮，不应过分依赖其养生效果，而应注重培养健康的生活习惯。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-08-24/doc-inckseka1034335.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-08-24/doc-inckseka1034335.shtml

4. 养生茶饮悄然崛起 年轻人撑起千亿元级别赛道

关键词：养生茶饮,中药材,市场规模,饮品价格,资本投资

概要：今夏，以“养生”为主题的茶饮市场快速崛起，吸引了大量消费者和资本关注。目前全国已有20多个主打中药、养生概念的茶饮品牌，预计到2028年市场规模将达到千亿。这些品牌通过国风装饰、中药材展示及中医配方等元素吸引顾客，尽管价格高于普通茶饮，但仍受到欢迎。资本方面，多家中药巨头及新茶饮品牌进入这一市场，视其为新的增长点。然而，养生茶饮的实际功效存在争议，被认为是概念营销而非真正具备药效。尽管如此，随着消费者对健康的重视，养生茶饮仍被视为潜力巨大但未来充满不确定性的市场。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-08-22/doc-inckmscw7459534.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-08-22/doc-inckmscw7459534.shtml

5. 养生夜市新玩法，中医药文化如何融入现代生活？

关键词：养生热浪,中药饮品,健康养生,药食同源,年轻消费群

概要：全民运动和对身心健康的重视推动了多样化养生方式的兴起，包括传统方法与现代科技的结合。市场上出现了将中药融入日常食品的新产品，如中药面包和冰激凌等，深受年轻消费者的喜爱，特别是“Z世代”。统计显示，18至35岁的年轻人构成了健康养生消费市场的主力军。众多企业抓住这一商机，推出诸如黄芪咖啡、阿胶奶茶等创新产品，既保留了中药的功效又迎合了年轻人的口味。政府的支持政策进一步促进了健康养生行业的发展。随着公众健康意识的提高和政策支持，养生行业预计将继续快速增长，并逐渐成为人们日常生活的一部分。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/wm/2024-08-22/doc-incknxxk3717541.shtml)：http://finance.sina.com.cn/wm/2024-08-22/doc-incknxxk3717541.shtml

6. 红牛“喘息”，东鹏“领跑”，功能饮料市场要洗牌了

关键词：商标侵权,长沙市,中级人民法院,功能饮料,市场份额

概要：近日，泰国天丝针对华彬红牛合作伙伴长沙华厦糖酒的商标侵权诉讼被长沙市中级人民法院驳回。长期的商标纠纷导致华彬红牛市场份额从2012年的82.1%降至2023年的53%，并退出主要电商平台。在此期间，国内功能饮料市场竞争格局发生变化，东鹏饮料崛起，2023年税后营收突破百亿，核心产品“东鹏特饮”成为“百亿大单品”。东鹏饮料通过年轻化品牌策略、赞助国际赛事、推出新产品等措施增强品牌影响力，满足市场需求。现已建立全国性生产和销售网络，并计划实施“1+6多品类战略”，力求实现多品类领先。面对激烈竞争，东鹏饮料的未来发展值得关注。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/wm/2024-08-21/doc-inckmmwa4335754.shtml)：http://finance.sina.com.cn/wm/2024-08-21/doc-inckmmwa4335754.shtml

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

7. 品渥食品、熊猫乳品、阳光乳业，第一批乳企半年报来了！

关键词：乳品消费市场,原料奶供应,品渥食品,熊猫乳品,阳光乳业

概要：在中国奶业面临自2008年以来最大挑战的背景下，三家上市乳企——品渥食品、熊猫乳品、阳光乳业公布了2024年的半年报。报告显示，这三家公司在营收方面均出现下滑，但同时也展现出积极应对策略。品渥食品尽管营收下降29.39%，但亏损大幅收窄，并通过加强奶酪业务来弥补进口液态奶的不足。熊猫乳品营收下降19.47%，但在巩固炼乳市场的同时，积极拓展奶油、奶酪和植物基等新领域。阳光乳业通过拓宽销售渠道和降低成本等措施，实现了产品毛利率的小幅提升，尽管其营收也有所下降。这些企业的举措反映了整个行业中对于创新和多元化的重视，以适应不断变化的市场需求。

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/53526)：https://www.foodtalks.cn/news/53526

8. 中国的小城正在批量“生产”餐饮连锁巨头

关键词：米村拌饭,快餐连锁,扩张速度,下沉市场,县城品牌

概要：米村拌饭，源自吉林延吉的朝鲜族美食连锁品牌，在2024年展现出了显著的扩张速度，全国门店已突破1400家，仅半年新增400家。这一现象反映了从县城起步的品牌采取“农村包围城市”策略的成功，如甜啦啦和喜家德等也显示出了强劲增长。这些品牌通常具有高性价比和高度标准化的特点，抓住了疫情期间的机遇进行逆市扩张。随着消费者对价格更加敏感，平价连锁快餐品牌迎来了新机遇，预计中式快餐行业将持续快速增长。一些原本立足于一线市场的品牌也开始调整策略以应对竞争。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-08-21/doc-inckkeaq8025830.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-08-21/doc-inckkeaq8025830.shtml

9. “网红牛奶”麦趣尔：出疆难，盈利更难

关键词：牛奶行业,丙二醇事件,业绩亏损,股权变动,市场竞争

概要：麦趣尔发布2024年上半年业绩预告显示亏损将扩大至5800万-6800万元。除了受原奶价格下滑影响外，更大的挑战来自其控股股东新疆麦趣尔集团所持股份可能因司法拍卖而丧失控制权。自2022年违规添加丙二醇事件后，麦趣尔遭遇信任危机与资金链紧张，市场扩张尤其是新疆本土市场进展不顺。尽管从烘焙业务起家并扩展到乳制品领域，但投资未达预期效果。面对竞争加剧和内部管理问题，麦趣尔需调整战略以寻找新发展动力。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/1077173264/40345c1000101z48e)：http://cj.sina.com.cn/articles/view/1077173264/40345c1000101z48e

10. 低糖时代徐福记要怎么卖出更多糖果？

关键词：徐福记,销售目标,产品创新,渠道拓展,休闲零食

概要：徐福记宣布了今年的销售目标为70亿，并计划覆盖200万家销售渠道。尽管这一目标相对保守，公司的实际业绩可能已经超过了这个数字。自从2011年被雀巢收购60%股权以来，徐福记的业绩持续增长，销售额已经超过了2013年的60亿峰值。然而，随着消费者偏好转向低糖或无糖产品，糖果市场需求出现下滑。为了应对这一变化，徐福记加大了产品创新力度，特别关注软糖品类，例如通过提高果汁含量来满足健康趋势，并计划投资6亿扩大生产线。此外，公司还推出了多款新品，包括强调“0糖”概念的产品，并加强渠道拓展和市场下沉。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-08-23/doc-inckrtuh1204320.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-08-23/doc-inckrtuh1204320.shtml

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

11. 半年卖了16.63亿！这家佐餐卤味的增速又跑赢大盘了？

关键词：净利润增长,成本控制,供应链管理,数字化转型,产品多元化

概要：紫燕食品2024年上半年财报显示，尽管营业收入小幅下降至16.63亿元，但归母净利润增长10.28%至1.98亿元。在不利市场环境下，公司通过“超级发展城市”计划、海外市场拓展及深化合作等策略确保稳定发展。为解决成本问题，紫燕食品优化生产流程，采用自动化与信息化技术，并建立自有冷链物流体系。同时，公司不断创新产品和销售渠道，加强线上线下布局，巩固其在卤味市场的领导地位并为未来发展奠定坚实基础。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/wm/2024-08-19/doc-incxesa9382638.shtml)：http://finance.sina.com.cn/wm/2024-08-19/doc-incxesa9382638.shtml

12. 获LV旗下机构战投，川渝老牌植物蛋白饮料焕发“第二春”？

关键词：路威凯腾,唯怡饮料,植物蛋白饮品,战略投资,中国市场

概要：全球知名奢侈品集团LVMH旗下的投资机构路威凯腾完成了对四川唯怡饮料的战略投资，旨在巩固其在西南地区的品牌地位并扩大全国影响力。唯怡饮料是一家专注于提供健康天然植物蛋白饮品的企业，在川渝地区享有盛誉。路威凯腾作为全球最大的消费品投资公司之一，拥有丰富的投资经验和广泛的业务布局。此次投资标志着路威凯腾今年在中国市场的首个投资项目。唯怡饮料自成立以来首次接受外部融资，希望通过与路威凯腾的合作进一步挖掘市场潜力。尽管唯怡饮料在西南地区占据领先地位，但在全国范围内仍面临激烈的市场竞争。未来，唯怡饮料需有效利用新资金带来的资源，在产品研发、市场拓展和品牌建设等方面取得突破，以实现全国化的战略布局。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/2054568117/7a7638b5001011jtw)：http://cj.sina.com.cn/articles/view/2054568117/7a7638b5001011jtw

13. 奈雪“截胡”喜茶

关键词：喜茶,奈雪,果蔬茶,羽衣甘蓝,健康需求

概要：喜茶与安踏冠军联名推出的果蔬茶产品“夺冠纤体瓶”大受欢迎，一度导致大量门店断货。在此期间，奈雪的茶宣布其首款果蔬茶“霸气羽衣甘蓝奇异果”即将上市，发布时间比喜茶补货时间早一天。奈雪此举被认为是在利用喜茶的缺货风波为自己造势，蹭热度的同时提升了品牌和新品的曝光度。尽管奈雪新品与喜茶夺冠纤体瓶在原料和包装上有相似之处，但二者均符合当前消费者对健康饮品的需求趋势。值得注意的是，果蔬茶作为一个新兴细分市场，尚未被众多茶饮品牌广泛采纳，未来发展潜力值得期待。

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/53560)：https://www.foodtalks.cn/news/53560

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

14. 重返新三板不到两个月，这家乳企又瞄准了北交所！

关键词：百菲乳业,新三板,上市计划,北交所,股票发行

概要：百菲乳业近期宣布计划变更其上市计划，从原先的上海证券交易所主板上市改为向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所（北交所）上市。这一变动通过其辅导机构国融证券向广西证监局进行了报告，并在证监会公开发行辅导监管系统中更新了拟申报板块。百菲乳业是广西百菲投资股份有限公司的控股子公司，后者曾于2021年从新三板摘牌，但在2024年6月底重新挂牌。百菲乳业表示其2022和2023年的财务数据满足北交所上市要求，然而由于其当前的基础层挂牌状态，还需升级到创新层才能进一步申报北交所上市，因此存在一定的不确定性。

[原文链接](https://www.foodtalks.cn/news/53543)：https://www.foodtalks.cn/news/53543

15. 旺旺集团首家咖啡店在上海开业，3年内要开出100家

关键词：旺旺,跨界,咖啡店,主题乐园,品牌形象

概要：旺旺集团持续拓展其跨界版图，继规划建设旺旺主题乐园和运营湖南旺旺医院之后，旗下品牌邦德咖啡在上海开设了首家线下实体店。该店位于徐汇区宜山路，设计采用咖啡生豆的绿色作为主色调，营造出生机勃勃的氛围。邦德咖啡在产品开发上独具匠心，利用咖啡果皮制作出富含绿原酸的特色饮品，满足消费者多样化需求。邦德咖啡计划未来三年内开设100家门店，进一步扩大市场份额。近年来，多个知名品牌如Miss Dior、Coach以及来伊份等也纷纷跨界进入咖啡市场，旨在提升品牌知名度并吸引顾客流量。然而，2023年上半年咖啡行业的增长势头有所放缓，新开门店数量呈下降趋势。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/wm/2024-08-22/doc-incknpih1868855.shtml)：http://finance.sina.com.cn/wm/2024-08-22/doc-incknpih1868855.shtml

04

产品技术

Product Technology

新品上市:

16. 元气森林申请碳酸饮料用消泡组合物及碳酸饮料专利，加速泡沫消亡减少喷涌现象

关键词：碳酸饮料,消泡组合物,乳化剂,泡沫消亡,喷涌现象

概要：2024年8月22日据金融界报道，元气森林（北京）食品科技集团有限公司于2023年2月申请了一项专利，名称为“碳酸饮料用的消泡组合物及碳酸饮料”，专利号CN202310116348.6。该专利涉及一种使用HLB值在3~10范围内的乳化剂作为消泡组合物的技术，用于碳酸饮料中能有效加速泡沫消散，同时不减缓气泡生成速度，从而有效减少喷涌现象。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/1704103183/65928d0f02004j1y8)：http://cj.sina.com.cn/articles/view/1704103183/65928d0f02004j1y8

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。