

AI共探，洞察增长

TrendCloud对植物饮料领域的趋势分析与新品预测



消费社会，如液体般流动。

——*Liquid modernity*, Zygmunt Bauman, 2000

当人们提及新品

数量涌现

2024年
食品饮料总计推出新品约

4万款

破千万销售额新品数量同比

+20%

热衷讨论

2024年
新品讨论声量同比增长

60%

互动量同比增长

18%

乐于消费

2024年
消费者发现新品的频率有

21%净增加

其中**72%**
购买新品频率增加

品牌创新，面临着创新维度不断细分的焦虑，也面临消费者愈发分化的焦虑



AI是解决方案，AI也是新问题

AI应用后



AI特点1

考验出题者

brief描述需具体准确
不然答案也将泛泛而谈

科学方法论

全面准确捕捉趋势 心中有答案



AI特点2

依赖行业经验

缺乏相关行业实际经验
很难提供适合品牌的新品方向

业务视角

提供业务实际意义的数据结论



AI特点3

反身性

从公开信息中快速获取答案
但所有人都能获取，且是已知内容

自有数据

公私域结合 高效洞察



围棋的启发

2016年AlphaGo面世，至今AI与人的结合经历了：

- ①AI模仿人类 依靠人类语料，剪枝预测
- ②AI超越人类 在极低容错率条件下，准确度超越人类
- ③人类模仿AI 人类试图用方法论内化Ai经验

今天的行业现状：

人机结合程度决定胜负

Flywheel自研产品赋能: TrendCloud知势云——让趋势洞察成为生意增长的第一生产力

TrendCloud
一站式趋势研究平台
全域智库，一键知势

Flywheel打造的智能化数据平台，聚焦趋势发展全周期（发现-验证-应用-追踪），通过实时数据洞察与全渠道资源整合，精准捕捉市场机会裂隙，驱动以消费者需求为导向的产品创新和生意运营，实现从趋势识别到商业转化的闭环管理，帮助企业持续增长。





以**植物饮料**为例
如何使用 *TrendCloud* 知势云
洞察消费者偏好 / 预测趋势 / 打造新品

AI+START趋势捕捉模型，更全面捕捉细微趋势，更清晰描画新品概念

START
新品评估模型



Sales Velocity
销售动能

新品销售增长和市场渗透力

选 品 类



Trend Horizon
潮流前瞻

识别赛道与宏观潮流的协同性

选 概 念



Audience Amplitude
人群规模

目标购买人群的体量及增长潜力

找 人 群



Resonance Attention
社媒共鸣

社交媒体的声量与情感分析

挖 需 求



Trend Adoption
产品契合

产品形态与消费趋势的匹配

描 新 品

选对赛道：选品类-START五芒星模型确认潜力赛道——植物饮料

销售动能评估定位潜力赛道



潜力赛道指数排名



市场验证：从宏观趋势和环境变化验证概念可行性

大环境趋势提炼

行业建议输出



政策

「体重管理年」三年行动计划

国家将体重管理纳入行动议程，这既是对民生关切的积极回应，也是促进“以治病为中心”向“以人民健康为中心”转变的关键落子

关于「体重管理」过去1个月约出现 **715w** 条搜索

健康的生活方式

健康&低糖低脂



社会

食品安全问题引发广泛关注

2025年3·15晚会食品安全问题曝光
违规添加防腐剂、保水剂等事件引起热议
消费者愈发关注添加剂健康问题

关于「食品安全」25年3月约出现 **2070w** 条搜索，同比**+68.3%**

可放心食用的食饮

天然无添加



环境

工作生活节奏加快

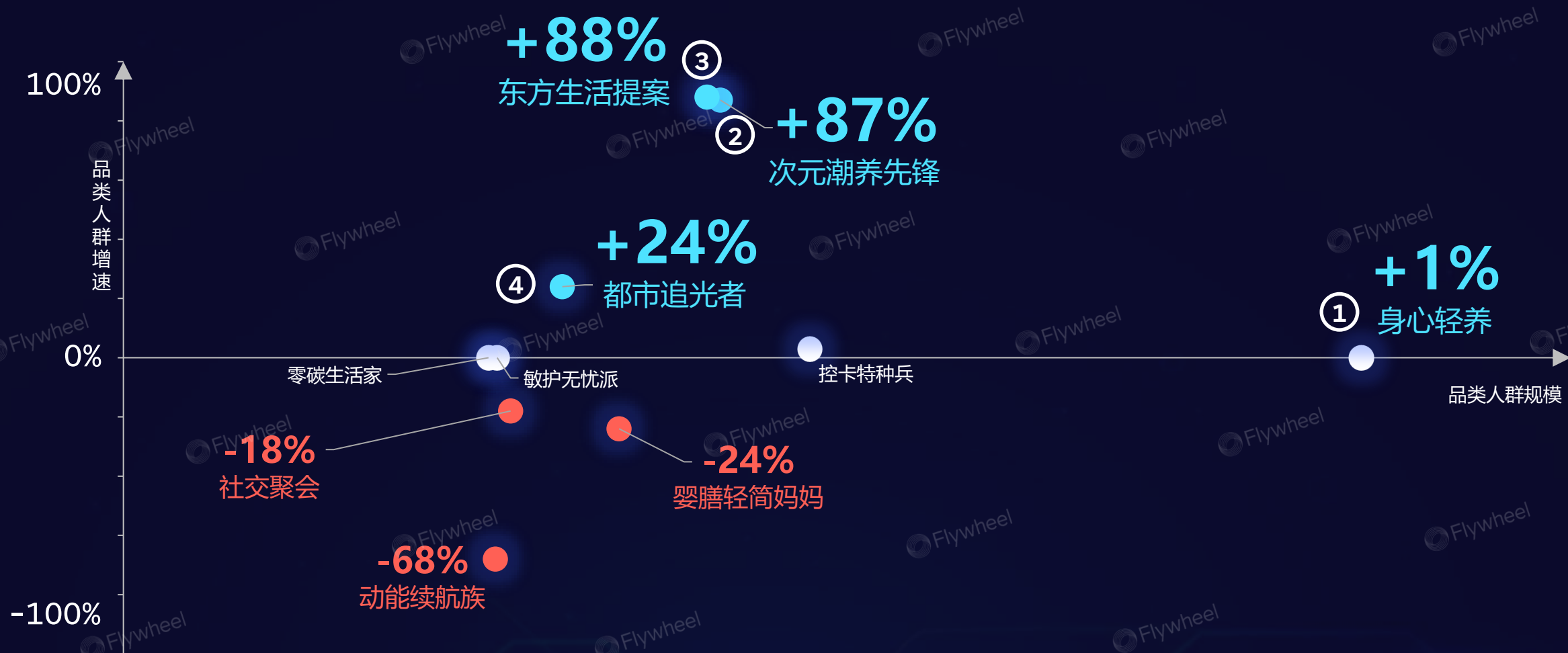
中国企业工作人员每周平均工时
2020年45.7小时/周→2023年49小时/周
工作占据生活时间越来越多

工作时长年均复合增长率为 **2.35%**

逐渐融合的时空边界感

场景碎片化

定位人群：全网电商&社媒数据xAI大模型聚类 = 十大植物饮料品类人群



需求挖掘：对于植物饮料的需求正从功能主义向文化属性延申

1

身心轻养

30-45岁 2-4线 家庭人群

身心时空养生/天然成分加持



关注重点 提及词频占比

身心调理 35.9%

- 中医食疗、以黑养黑、情绪解药、身心平衡
- 乳腺调理、健脾润肺、养雌养颜、养发

时空养生 13.8%

- 经期调理、季节养生、安神助眠、熬夜调养
- 办公室养生、居家养生、应酬调理、大餐后调养

天然成分 8.5%

- 无添加、天然原浆、天然草本、有机自然
- 五红食材、植物成分、野生植物

2

次元潮养先锋

18-24岁 1-2线 学生白领

口味尝新/功效满足/颜值至上



关注重点

新品尝鲜 23.4%

- 饮料测评、新品打卡、潮流尝新、生肖水
- 创意口味、多样口味、猎奇喝法、新奇口感

网红拍照 16.4%

- 餐饮打卡、联名周边、综艺同款、小红书种草
- 高颜值、明星特制同款、少女心

内调外养 11.7%

- 美白抗衰、痘肌适用、早C晚A、提亮去黄
- 内调养颜、补气血、解油腻、养雌饮食

3

东方生活提案

30-44岁 1-3线 国风爱好者

地域&季节品鉴/文化加持



关注重点

文化传承 17.3%

- 中医文化、茶知识、中药材料普、国粹
- 传统文化体验、地域文化、民族饮食研究

地域风味 16.9%

- 云南、广州、闽台、新疆、哈尔滨
- 旅行品鉴、地域美食、家乡特产

季节品鉴 7.2%

- 三伏天、24节气、冬至、中秋节、回南天
- 夏季解暑、三伏天开胃、秋冬养生

4

都市追光者

25-35岁 1-3线 精致白领

提神醒脑/身体减负



关注重点

提神醒脑 10.6%

- 996打工人、上班解困、加班熬夜、熬夜提神
- 工作提效、提高注意力、功能强化

身体减负 7.7%

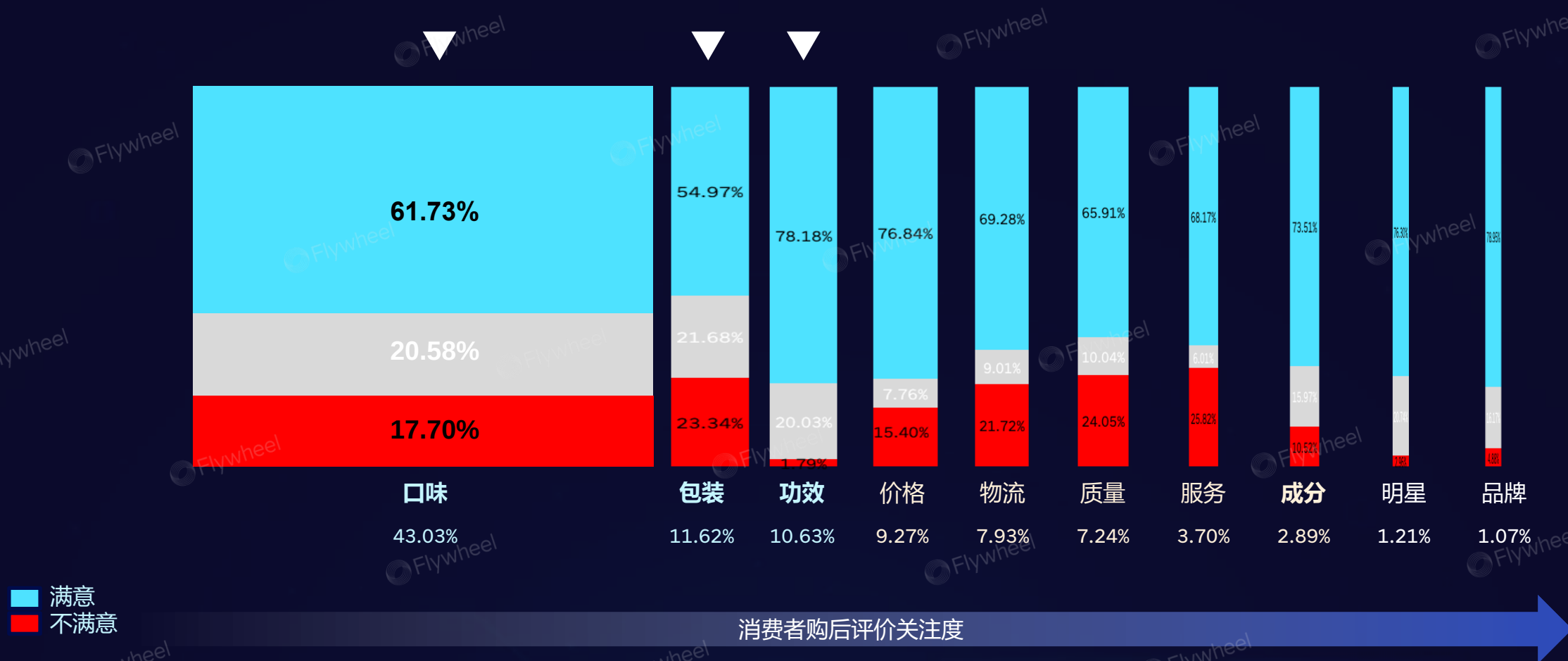
- 0添加、低糖低脂、0卡、低卡养生
- 高膳食纤维、天然成分

便捷即饮 6.1%

- 便捷饮用、便捷包装、便捷调理、即饮便携
- 通勤携带、工作养生、随时随地

产品痛点和需求：口味是最大痛点，包装和功效的满意度背离，源于消费者情绪价值的自我兑现

消费者对口味和包装设计的关注度高，但对口味的满意度有待提升，包装设计须有更好的解决方案；消费者对植物饮的功效需求和成分满意度都较高



口味需求：消费者会因健康功效的心理作用叠加口味buff，不苦涩就是正评价

品类高速增长评论词



口味向功效「妥协」，好入口和不苦涩是最后的倔强

#微苦

#回甘

#好入口

#促进消化

#营养丰富

#解油腻



喝的前奏是淡淡的苦味，但过会就会  淡淡的甘甜



配料表非常干净，味道清甜不苦涩，日常饮用常备，清火降噪！

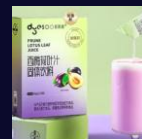


还没开始喝，但是这一类估计也不会像饮料一样的好入口，主打一个健康。

喝了西梅荷叶够轻轻松松上厕所，效果我很满意。排便顺畅后人也跟着瘦了，听说还能帮助分解油脂，打算常备

清澈甘冽，百分百原汁，真的很不错！口感微微有点发苦，但这是正常的，因为里面氨基酸含量高，所以才有这样的口感。这次喝完下次再来买。

喝起来有香气，很好入口。看起来营养很丰富，想用它调整下饮食，成天吃的太油腻了！



口味：水果+植物的模式在瓦解，消费者进入减糖进阶阶段，对植物成分的耐受度不断增加，

水果出镜率降低

含水果原料的植物饮料24年商品SKU

占比
39.1%

同比
-8.4%

植物原料24年在社媒上讨论度

占比
53.6%

是水果的
2.4倍

进入逐步减糖阶段

植物饮料中含水果原料24年社媒讨论度

25.2%

-7.5%

高糖
含糖量
≥15%

74.8%

+3.3%

中低糖
含糖量
< 15%

← 高糖 →



桂圆
-7.7%



山楂
-1.5%

← 中糖 →



苹果
65.2%



柚子
26.2%



罗汉果
11.9%

← 低糖 →



西瓜
12.2%

中低甜度·水果
梨 | 柑橘 | 橙类 | 蜜桃

口味耐受度不断增加

植物饮料中植物原料（含中药）24年社媒讨论度

59.9%

-5.1%

高接受度
明显甜味、清香、
花果香气

29.2%

5.4%

中接受度
味道较淡、微苦、
需搭配

10.9%

13.1%

低接受度
明显苦涩、辛辣、酸涩、
强烈药味

← 高接受度 →



枸杞
-18.5%



桂花
-16.9%

← 中接受度 →



薏仁
129.7%



玉竹
50.5%

← 低接受度 →



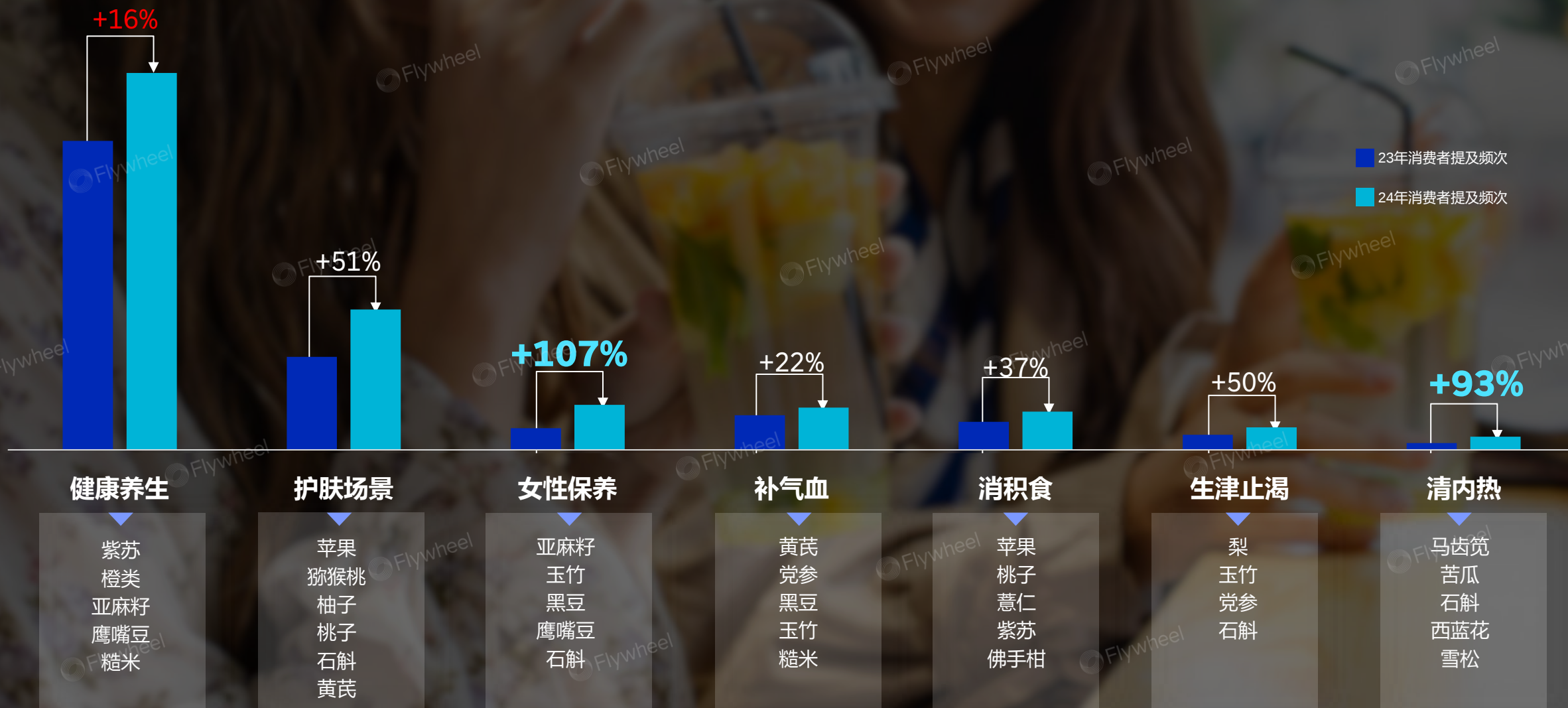
马齿苋
104.2%



黄芪
45.3%

中低接受度植物原料
马齿苋 | 亚麻籽 | 鹰嘴豆 | 苦瓜 | 党参

功效场景：植物饮料消费者开始从广泛的健康养生向精准痛点解决升级



场景满足：身体被束缚，但舌尖需要时空的突破与满足

新疆 社媒声量
★★★★☆ **+39%**

高提及词：红枣、番茄、干果、无花果、小白杏……

贵州 社媒声量
★★★★☆ **+127%**

高提及词：刺梨、折耳根、清镇酥李、糯薏仁……

云南 社媒声量
★★★★☆ **+27%**

高提及词：普洱、小黄姜、玉米、蓝莓、墨红玫瑰……

潮汕 社媒声量
★★★★☆ **+21%**

高提及词：梅汁水果、马蹄番茄、黄皮、油柑、青橄榄……

场景满足：地域果蔬和应时而食成为消费者关注、购买、好评的驱动因子

空间突破 | 地域果蔬进入大众视野



香柚沙棘饮

地域特色

内蒙沙棘

内蒙小果沙棘，含100+颗

 销量&好评度高

消费者评价：酸酸甜甜、味道冲酸感强、+冰+美式DIY、火锅烤肉解腻



黄皮云雾绿茶

地域特色

广州黄皮

无核黄皮、色泽通透、果汁充盈

 销量&好评度高

消费者评价：清晰自然、解腻开胃、冰镇更好喝、兑苏打水好喝

季节顺应 | 应时而食成为养生流行趋势



紫苏薄荷水

季节顺应

三伏天消暑

风靡大宋的古方解暑茶

 近期销量增速快

消费者评价：清凉爽口、喝完回甘、冰镇好喝、夏天适合、饭后喝



苹果黄芪饮

季节顺应

换季补气

元气有方 5种药食同源

 讨论热度&销量双高

消费者评价：不用熬苹果水了、补气血、健康无与伦比、淡淡中药味

包装外观：更多细分场景外观的饮品受追捧，两级分化的需求驱动大&小规格增长

消费者更青睐具像化场景与趣味性体验的饮品



液体沙拉

“液体沙拉”小红书话题热度

2025年Q1环比

+339%



随身罐

“便携相关”商品词频次增速

2024年同比

+56%



浓缩液

“浓缩相关”商品频次增速

2024年同比

+38%

实用主义与情绪满足驱动饮料规格两级分化



大瓶装
(水替)

800 ~ 999ml商品词频次增速

2024年同比

+34.2%

中间层

+1.4%



小瓶装
(药替)

200ml以下商品词频次增速

2024年同比

+5.0%

低频长时需求满足

#办公室常备 #健身房补水
#性价比需求 #家庭囤货场景

高频即时需求满足

#尝鲜需求 #精致化需求
#儿童需求 #便携需求

START描绘当下核心趋势要素图谱

S

Sales Velocity
销售动能

植物饮料
高潜力/高增速/长尾/
高活力/高创新

T

Trend Horizon
潮流前瞻

低糖低脂健康
天然无添加
饮用场景拓展

A

Audience Amplitude
人群规模

东方生活提案
潮养鲜研
都市追光者

R

Resonance Attention
社媒共鸣

口味尝新&颜值至上
时空品鉴&文化加持
提神醒脑&身体减负

T

Trend Adoption
趋势契合

中低糖水果+草本药材
内调外养兼顾
时空和地域突破
趣味便捷多样包装

九州本草局

针对**东方生活派**

满足**应时而食、地域**养生需求

打造**9款地域特色**养生植物饮

取自各大省份**特色药食同源**食材

配套推出**节气盲盒**系列

每月根据地域气候更新配方组合

双参元气弹

针对**职场养生族**

在**加班熬夜**场景满足**提神醒脑**的需求

创新「**摇醒**」应用方式

激活**柚子酵素**与**党参黄酮**的活性反应

含200mg**天然咖啡替代因子**

困顿时刻**大脑重启**关键

“我想研发一款**植物饮料**，需要符合……的环境，针对……的人群，满足……的需求，具备……的产品特征”





闽琯固气饮 冷萃茯苓颗粒饮

福建琯溪蜜柚 + 甘肃
黄芪 + 安徽茯苓

#闽南人喝酸苦，火气退三步#

核心功效：

清火固表

轻糖补气

需求场景：

加班熬夜、节气茶歇、秋冬进补

口味口感：

爆炸级酸苦与炙烤烟熏甜的碰撞
沙粒触感嚼出草本回甘



宁夏红颜饮 暖宫枸杞原浆

宁夏中宁枸杞 + 新疆药
枣 + 山东平阴玫瑰

#宁夏女子不怕寒，一瓶下肚暖三弯#

核心功效：

暖宫抗寒

抗糖养肤

需求场景：

经期调养、睡前安神、办公室抗垮脸

口味口感：

焦糖丝滑蜜感叠加姜辛暖喉
玫瑰冷香沁润如奶茶



陇闽生津饮 爆能石斛饮

新疆若羌灰枣 + 福建古
法乌梅 + 安徽霍山石斛

#陇闽爆电弹，熬夜不下线#

核心功效：

解腻防滞

补电解质

需求场景：

聚餐暴食、电竞马拉松、职场下午茶

口味口感：

烟熏酸爽碰撞薄荷爆珠击喉
咸鲜回甘一秒清嗓回血



元气弹 双参柚醒浓缩液

融合蜜柚清甘、玉竹微甜、雪梨回甘、党参甘醇多口味口感

像生啃柚子皮后猛灌参茶，最后被雪梨汁救赎——痛并快乐的朋克养生！#

核心功效：

温和提神

200mg天然咖啡替代因子×野山参皂苷，无咖啡因依赖的清醒力

润喉抗燥

玉竹黏液质×雪梨苷润养声带，咽喉如敷“液体润喉糖”

需求场景：

加班改方案

5分钟脑雾退散

差旅红眼航班

登机前摇醒注入续航能量

会议前心跳加速

稳住汇报气场

口味口感：

蜜柚爆裂级酸甜前调 → 野山参木质甘香中调 → 雪梨苷丝滑回甜尾韵 → 玉竹胶质包裹喉间
如冰镇气泡感穿透脑雾！



流动时代多维新品涌现，人机联手打造更敏捷的趋势探测系统

趋势发现

全渠道电商、社交渠道、垂直行业数据
全平台数据输入

START模型、餐饮行业经验
方法论模型学习

自主学习，深层推理
行业经验总结落地

全面高效洞察

- ❖ 全球新品资讯智库
- ❖ 俯瞰行业大盘与生意格局
- ❖ 市场、人群、海外等多维度分析

准确捕捉趋势

- ❖ 科学的START研究方法
- ❖ 行业经验和知识持续输入整合
- ❖ 定制客户标签体系和分析方法

快速落地生成

- ❖ 贴合业务实际需求，给出具有业务实际意义的数据结论
- ❖ 快速将概念准确实现

不放过每一个潜在数据

不误判任何有效趋势

快人一步落地新品概念

概念验证

产品优势：一眼发现热点，加速趋势洞察

为品牌提炼趋势化的市场、人群与货品以及行业垂直资讯，减少无用信息的浏览，帮助品牌商业决策提速

更精准 的数据分析能力

精细化的属性标签与定制化行业知识图谱，支持AI拓展建立新词并监控趋势，提供实时趋势分析、消费者需求画像及竞品动态监控，为新品研发与营销策略提供数据化决策支持。

智能决策引擎

更强大 的全域数据融合能力

数据能力深入**海内外/行业资讯平台**，整合理性的电商数据与感性的社交数据，打通**“人货场”全域数据**，人群兴趣标签进一步细化分析，助力品牌敏捷响应市场变化

全链路覆盖

更专业 的行业经验与策略能力

多年咨询服务经验，从**新品研发到落地营销**提供全链路数字解决方案，**TOP大快消领先**经验，具备更深刻的行业理解能力，赋能品牌快速布局高潜力赛道，抢占市场先机

专业资源整合

应用场景
SCENARIO

趋势发现

需求验证

内容营销

全域洞察

平台功能
FUNCTION

行业创新趋势

- 品类趋势
- 人群趋势
- 概念趋势
- 全球新品库

市场深度洞察

- 品类洞察
- 品牌洞察
- 商品透视
- 概念洞察
- 消费者洞察

AI灵感快速落地

- 智能问数
- AI Summary
- AI 概念生成

技术应用
ALGORITHM

实体提取

知识图谱

消费者打标

信息降噪

AI大语言模型

自然语言处理

全渠道
数据覆盖
OMINI-
CHANNEL

全渠道电商数据



社交渠道数据



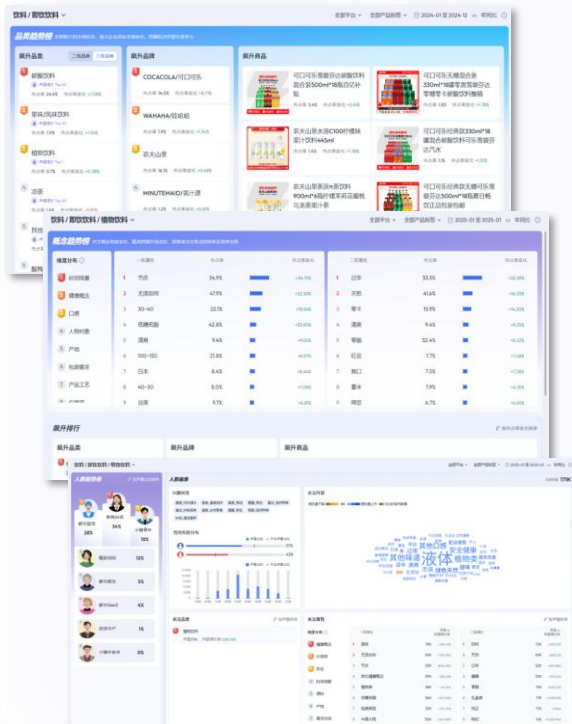
垂直行业渠道数据



TrendCloud四大应用场景

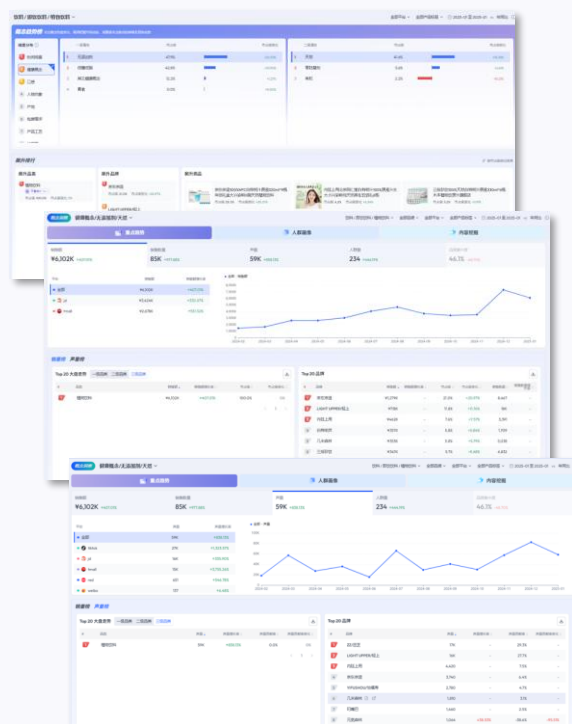
趋势发现

- 市场动态
- 概念变化
- 人群讨论
- 全球新品库



需求验证

- 目标品类洞察
- 目标品牌洞察
- 目标概念深挖
- 目标消费者画像及细分需求



内容营销

- 产品概念/属性深挖
- 品类发展/竞品动作
- 热点话题与趋势识别
- 目标消费者兴趣标签



全域洞察

- 品类/品牌/商品表现
- 概念洞察分析
- 消费者洞察与运营

