

KERRY

2026凯美瑞中国饮料风味图谱

自然滋养日常 文化情绪加值

微信关注凯美瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

如需转载或引用，请联系凯美瑞中国 © Kerry 2026 | 1

凯美瑞风味图谱

为全球食品饮料行业 预测未来潮流风味趋势

全球化
研究基础

凯美瑞自2013年以来每年都会发布全球风味图谱，预测全球4大区域主要食品饮料品类的风味趋势

本土化
定制

全球19个重要市场的团队，依据本地市场的消费者偏好和市场变化，制定本地市场风味图谱，对当年的流行风味进行预测

新品研发
工具

风味图谱呈现软饮料、乳制品茶和咖啡、酒精饮料、咸味零食、甜味零食、咸味主食中风味趋势变化，为新品研发提供灵感

微信关注凯美瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

如需转载或引用，请联系凯美瑞中国 © Kerry 2026 | 2



2026全新研究方法

多维数据来源

KERRY

INNOVA
MARKET
INSIGHTS

魔镜洞察
Mooring Market Intelligence

FOODAILY
每日食品

三大风味组别

主流

过去5年
产品数前20风味

上升

过去3年
销量增速前15风味

新兴

过去1年
社媒声量前10风味

KERRY

聚焦六大品类



微信关注凯爱瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

如需转载或引用，请联系凯爱瑞中国 © Kerry 2026 | 3

软饮料

微信关注凯爱瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告



主流

过去5年排名前20风味

前10风味

- | | |
|-------|------|
| 1 橙子 | 6 可乐 |
| 2 柠檬 | 7 芒果 |
| 3 桃子 | 8 柚子 |
| 4 红苹果 | 9 荔枝 |
| 5 紫葡萄 | 10 梨 |

- | | |
|-------|--------|
| 11 草莓 | 16 蜂蜜 |
| 12 菠萝 | 17 椰子 |
| 13 蔬菜 | 18 青提 |
| 14 青柠 | 19 百香果 |
| 15 山楂 | 20 芭乐 |

上升

过去3年排名前15风味

前10风味

- | | |
|--------|-------|
| 1 红豆薏米 | 6 血橙 |
| 2 菊花 | 7 雪梨 |
| 3 枇杷 | 8 生姜 |
| 4 陈皮 | 9 青苹果 |
| 5 茉莉 | 10 红枣 |

- | |
|-------|
| 11 枸杞 |
| 12 西瓜 |
| 13 树莓 |
| 14 茯苓 |
| 15 梅子 |

新兴

过去1年排名前10风味

前10风味

- | | |
|------|--------|
| 1 杏 | 6 莲雾 |
| 2 番茄 | 7 米香 |
| 3 甘蔗 | 8 傣味 |
| 4 姜黄 | 9 广式 |
| 5 人参 | 10 黑胡椒 |

+ 洞察

主流 柑橘盛宴
经典水果

上升 健康光环
超级食物

新兴 地域食材
中式养生



包括运动饮料、能量饮料、功能饮料、风味水、果汁等



微信关注凯爱瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

情绪体验

被动治愈到主动保健的健康意识转变

对健康的持续关注和管理已成为中国消费者的日常

78%

关注心理健康
vs 亚太70%

75%

增加维生素摄入
vs 亚太66%

45%

比去年购买更多
“健康”功效产品

2030年我国
大健康产业
市场规模预计
16万亿元

健康概念
(零食饮料2024)
300亿+销售金额
6亿+社媒声量

微信关注凯爱瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告



健康聚焦

“主流风味在传统大品类持续上新，
叠加健康概念、功能营养，带来价值感全面升级”

关键品类

- 果蔬汁
- 碳酸饮料

高关联风味

橙子 +6%*

柚子 +22%*

蔬菜 +40%*

驱动因素 | 健康光环、功能营养

⊕ 芒果胡萝卜果蔬汁

⊕ 芹菜果蔬汁

⊕ 金银花柚子汁



主流风味
日常进阶，价值升级

微信关注凯爱瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

*过去5年内上新数量复合增长率



“极简化创新打造健康轻盈的**自然本味**，
提供**日常无负担**的补水饮品”

关键品类

- 风味水/苏打水
- 果汁
- 果蔬茶

高关联风味

柠檬 +16%*

青柠 +12%*

驱动因素 | 自然本味、无负担、日常补水、轻功能

+ 桃柚茉莉**蜂蜜水**
(干净配料)



+ 青柠味**苏打水**
(0糖0甜)



+ 冰鲜**柠檬水**
(锁鲜冷榨)



主流风味
健康天然，极简至真

微信关注凯爱瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

*过去5年内上新数量复合增长率

探索文化的多样性：风味故事讲述

传统元素建立起的群体文化认同与个性表达

2025年Q1药食同源
植物饮料类份额
+20%

2025抖音
非遗团购
订单量同比
+173%

“有故事的风味”成为讨论社媒高热度话题

- #干噎酸奶
- #迪拜巧克力
- #白人中药
- #火鸡面
- #酱板鸭



微信关注凯美瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

来源：《2024年度青年国潮品牌强国观察报告》；《2025抖音春节非遗数据报告》



文化价值

“植物草本概念根植东方食养文化，天然滋养建立怀旧情感共鸣”

关键品类

- 植物饮料
- 即饮茶
- 果汁

高关联风味

菊花 +152%*

雪梨 +84%*

陈皮 +108%*

驱动因素 | 文化复兴、药食同源、天然滋养

⊕ 茯苓薏米饮植物饮料 (古方灵感)

⊕ 化橘红陈皮植物饮料 (药食同源)

⊕ 折耳根陈皮植物饮料 (药食同源)



上升风味
本土文化，情感共鸣

微信关注凯美瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

*过去3年内线上销量复合增长率

传统文化的复归和新生

微信关注凯爱瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

古方新生：传承东方养生文化



药食同源：养生明星食材和搭配



古法匠心：怀旧情感联结



非遗味道：传统文化复归



“用消费者熟悉或向往的地方特色风味制造新鲜感、
打造极具话题度的独特风土组合”

关键品类

- 果汁
- 碳酸饮料
- 风味水

高关联风味

生姜 +82%*

梅子 +37%*

西瓜 +53%*

驱动因素 | 地域特色、文化价值、异域风情

+ 青梅果汁茶饮料
(四川马边青梅)



+ 泰国香水椰·椰子水
(泰国椰子黄金产区)



+ 生姜柠檬汁
(gingershot能量饮)



上升风味
地域风情，故事讲述

微信关注凯美瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

*过去3年内线上销量复合增长率

寻味一方水土，邂逅地道风情

微信关注凯爱瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

京东平台地理标志食品
成交额同比+68%
搜索量飙升120%

超过46%生鲜水果订单
标注产地信息



云南



新疆



海南



东北



河南



泰式饮品从“网红单品”到“全面开花”

微信关注凯爱瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

泰式特色饮品走红

- 泰式奶茶
- 泰橘冰茶
- 泰国粉椰/香水椰
- 泰国山竹汁



泰茶美式/鸳鸯



泰国蜜橘乳酸菌



泰国蜜橘冰茶



泰国山竹汁

社交媒体流量引爆

- 3.3亿次小红书话题浏览量, 种草笔记超30万篇
- 8.4亿次抖音播放量
- “泰国香水椰”话题超836万次



“白人中药”走红，健康焦虑与反差营销的胜利

#Wellness Shot

- **抓住健康焦虑：**直击“脆皮打工人”低能量、精神不振等困扰。主打抗炎、促消化、抗氧化速成养生。
- **口感反差：**“辣到醒脑、酸到提神”，“又难喝又上头”。
- **极致营销包装：**欧美流行的小瓶浓缩“shot”形态，高效时髦。
- **自带网感话题：**东方食材（姜黄+生姜）在西方走红后又回到国内，被留学生戏称为“白人中药”。文化回流的反差标签轻松引爆社交网络。



靠“白人中药”年赚一个亿，又一个爆款赛道...

创业邦 2025-08-13 446



把果汁当中药做，被盒马“搬进”中国卖爆了...

Foodaily... 2025-08-06 240



盒马姜黄生姜柠檬汁饮料



有乐岛一口姜黄饮



热搜即风口： 社交需求驱动下的爆品打造

社媒使用动机正从“社交扩张”转向“工具利用”
成为获取信息、学习提升、消费决策的工具箱。

57.3%
记录日常生活

51% (95后)
热衷好物安利

38%
分享兴趣爱好

#邪修 40亿次话题视频播放量

万物皆可邪修

高讨论场景TOP5: 美食、减肥、软装、健身、化妆
年轻人以“有趣”为纽带，形成“趣缘社交”情感联结。

微信关注凯美瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

来源：中国青年报；环球时报

社交需求

微信关注凯爱瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

邪修美食：让实用主义和脑洞趣味碰出灵感火花

#邪修美食

19亿次
小红书平台浏览量

3000万+
预估互动总量

为何火爆出圈？

- 极致高效

核心人群：留学生、打工人和厨房小白
降低烹饪时间和技术门槛，几分钟搞定一餐。

- 群体认同

不走寻常路，有趣且实用。

- 掌控感与成就感

新手按照“离谱但有效”的菜谱操作，也容易成功，获得成就感。

「邪修版」懒人食谱

- 霸王奶昔 + 霸王奶昔 = 霸王奶昔
- 薯片 + 火鸡面 + 土豆泥 = 薯片火鸡面土豆泥
- 空气炸锅 + 肉沫锅盔 = 空气炸锅肉沫锅盔
- Get 20% off + 奥利奥 + 布朗尼 = 微波炉奥利奥布朗尼
- Get 14% off + 凉拌菜 + 低卡爽口 = 凉拌菜低卡爽口
- 泡面汤 + 鸡蛋羹 = 泡面汤鸡蛋羹

「微醺笔记」Topsy Notes

和二锅头和解，和lemo干杯，想@谁一起喝呢？

「邪修」特调 | 把风味泡在便利店水杯里

未成年请勿饮酒，成年人也请理性饮酒

- 「企鹅畅游冰茶」· 允许当5分钟“虚无企鹅”
二锅头 蜂蜜糖浆 菠萝汁 乌龙茶 柠檬片 冰块
30ml 20ml 30ml 60ml 适量 适量
雪克壶中加入适量二锅头、蜂蜜糖浆、菠萝汁、乌龙茶，加冰shake！冰杯满冰，倒入准备好的酒杯，柠檬片放在杯口装饰。
- 「工位结界海风」· “摸鱼搭子”的透明结界
二锅头 蓝橙力斯 柠檬水清C 冰块
30ml 15ml 7分满 适量
雪克壶加入二锅头30ml，蓝橙力斯15ml，加冰shake！杯中满冰，加入柠檬水清C至7分满，倒入准备好的酒杯，柠檬片装饰。
- 「PPT回魂补剂」· 方案ICU里的葡萄糖点滴
二锅头 柠檬水清C 养乐多 葡萄汽水 冰块
50ml 1瓶 1瓶 适量
冰杯加入冰块，依次加入适量二锅头、蜂蜜糖浆、滴入1滴葡萄汁，搅拌均匀，使原料充分融合并降温；取橙皮，将橙皮朝杯口轻轻抖动，让橙皮油脂落入酒液中增香，再将柠檬片装饰在杯口以作点缀。

“拥有**话题热度**的新兴风味，来源社媒平台创意混搭、网络流行梗或**跨界猎奇搭配**，有高传播性和网感元素”

关键品类

- 碳酸饮料
- 能量饮料
- 果汁

高关联风味

黑胡椒+1101%*

米香 +13%*

番茄 +26%*

驱动因素 | 社交热度、话题流量、猎奇新鲜感

⊕ 黄瓜 + 雪碧

⊕ 香菜 + 雪碧

⊕ 玛莎拉**柠檬红茶**
(黑胡椒豆蔻等)

⊕ 山竹大米
气泡果汁



新兴风味
邪修创意，混搭跨界

微信关注凯美瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

*过去1年内社媒声量环比增长

混搭出圈，解锁流量密码

KERRY

微信关注凯爱瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

品类跨界，混搭出奇



冰红茶能量茶饮料



0酒精可乐啤

餐饮菜肴灵感，熟悉的陌生感



乌梅番茄



番茄乌梅洛神饮



藿香草本植物汽水



莎娃酒果冻



见手青柠檬茶



见手青可乐



见手青啤酒

情绪价值带来的质价比/心价比 愈发重要

情绪消费核心动因

“治愈心情”
“解压放松”
“奖励自己”

56.3%

年轻人愿为情绪价值买单
'25 vs '24 +16.3%

传统营销

理性价值交换（功能/价格）
利益驱动（折扣/促销）
产品卖点（客观参数）



情绪营销

情感价值共振（认同/归属）
情绪驱动（共鸣、分享欲）
情绪场景（主观体验）

微信关注凯爱瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

来源：Innova; 艾媒《2025-2029年中国情绪经济消费趋势洞察报告》；
知明《2026中国消费趋势报告》



情绪体验

“缤纷的视觉色彩、多维的风味感官体验组合出富有记忆点的独特产品叙事”

关键品类

- 碳酸饮料
- 能量饮料
- 果汁

高关联风味

薄荷 +5%*

人参55亿次**

苦瓜34亿次**

香菜111亿次**

驱动因素 | 社交话题、高颜值、风味记忆点、冲击感

⊕ 藻蓝柠檬水



⊕ 白马王子汤
螺旋藻复合果汁饮料



⊕ 爆酸小青柠果汁汽水



新兴风味
颜值至上，体感叙事

微信关注凯美瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

*过去1年内社媒声量环比增长；
**抖音话题播放量

多维体验打造独特产品记忆点

KERRY

微信关注凯爱瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告

风味口感视觉的全面升级



绵密气泡



冰红茶冻冻茶



真实果肉

直击味觉体感：苦尽甘来、超凉热辣、酸醒激活



苦瓜杨桃柠檬茶



超凉感薄荷汽水



浓浓生姜柠檬姜黄饮



浓重口味可乐



浓郁果感汽水



春季限定开运特调



西洋参薄荷+罗汉果



生榨酸木瓜果蔬汁



柑橘风味能量饮料

凯美瑞饮料创意概念

KERRY

微信关注凯美瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告



金花青羽

金银花羽衣甘蓝
薄荷味苏打水

健康聚焦

文化价值



黄皮桃桃

黄皮白桃味
果汁茶

文化价值

社交需求



清香勇士

香菜青瓜味
碳酸饮料

社交需求

情绪体验



酸柠焕活

酸柠檬味
果汁碳酸饮料

健康聚焦

情绪体验



暖意脉冲

柑橘生姜姜黄味
能量饮料

社交需求

情绪体验

凯爱瑞风味口感技术 助力打造富有记忆点的独特产品



真实自然的风味体验

清爽柑橘 | 地域珍果
优雅花香 | 治愈草本
名优茶种 | 特色酒味



低无糖风味口感优化 健康减糖，营养加分

甜感修饰技术

- 甜感修饰
- 异味遮蔽（甜味剂）



打造味觉体验记忆点 激发口腔味蕾的感知

味觉感官强化技术

- 气泡感增强
- 果汁感增强
- 酒感提升

KERRY

2026凯美瑞中国饮料风味图谱

自然滋养日常
文化情绪加值

微信关注凯美瑞KERRY公众号
发送“图谱”免费获取本报告



扫码获取风味图谱全系列

转载声明

凯爱瑞中国使用的商标，报告，直播，文案，设计和其他知识产权归凯爱瑞中国及其附属公司所有，或已获得其所有者的正式授权。未经凯爱瑞中国或相关第三方实体的授权，任何人不得使用，包括但不限于复制、修改、发布、传输和分发任何文本、图像、视频、音频、报告或链接。

如需部分或全文转载或引用请务必联系我们，您可在获得授权后转载或引用凯爱瑞中国的内容。对于未经授权、未经允许的转载或引用，凯爱瑞中国将对此采取相应的行动，并保留追究相关方法律责任的权利。

联系我们： Tinazhangkerry (微信ID) 18917768660 (电话)