

2026年夏季餐饮及饮品趋势预测

- ✓ 五个信号：哪些可以行动？哪些是预期？哪些是大多数品牌会错过的？
- ✓
- ✓
- ✓



品味之选：您的智能食品与饮料代理伙伴



消费者小组

- 家常菜 观察到的社会行为
- 合成调查，针对定制受众进行细分
-
-

市场追踪器

- Best-sellers
- 电子商务，幼儿及小学教育，便利店
- 餐厅菜单，覆盖独立经营者范围最广
- ITOS

如何阅读此报告。

所有信号均反映了Tastewise美国消费者面板上的真实消费者行为。它由数十亿个食品和饮料时刻建模而成，形成了一个具有统计学意义的、针对食品和饮料行业的美国总人口专属视角。

01 消费行为，而非闲聊。

数据来源于观察到的消费者信号，并建模为具有人群代表性的行为。我们从不说“对话中提到X”，而是说“三分之一的消费者选择了X”。

02 增长与触达，始终相伴。

一个同比增长增长+90%的信号，若不知其今日触达了多少消费者，则毫无意义。本报告中的每一项趋势都将速度与规模相匹配。

03

着眼未来，不落人后。

当前趋势被评估在其生命周期阶段。这些阶段可能是早期、萌芽期、成长期或成熟期，以便您知道是应领先于需求进行建设，还是防御现有市场份额。

每个CPG品牌目前都在进行着三场对话。



SELL-IN

零售团队需要证据。

买家想知道消费者实际在购买什么——而不是六个月前的潮流套装。货架决策应基于真实需求的证据，而非直觉。

没有实时消费者数据，我们无法维护我们的产品种类。



创新

创新团队需要方向。

12至24个月的研发周期意味着，2026年夏天的决策正在今天制定。问题不在于“什么潮流”，而在于“什么真正具有消费者吸引力，以及在哪里存在产品空缺”。

我们验证得太晚了。到发布时，趋势已经达到顶峰。



市场营销

营销团队需要抓住时机。

每个夏天，简报看起来都一样。获胜的品牌拥有一个尚未被命名的事件——并且拥有消费者数据来证明，在投入预算之前，它已经引起了共鸣。

我们的夏季活动是基于假设而非信号建立的。

五个信号 - 每个趋势一个决策

01

差异化行动

精心调制高级饮品

7-10美元的LTO。场合显摆，不只是解渴。

Gourmet +188% · Premium +122%

02

立即行动——六个月窗口期

填补水分摄入不足

单一功能声明，非运动型，生活方式包装。

Volume +34% · Anti-bloat +88%

03

在货架上放满之前行动。

拥有辣椒水果

冰镇或气泡即饮。以文化真实性为引领。甜辣口味+19% · 菜单超过50种，0零售SKU

04

提前建设——18个月体验

构建适应原RTD

晶莹，清爽风味。以提神为主，而非补充。健康+103% · 大脑功能：1/3

05

90天活动

声称夏日宁静

重塑您的现有产品。宁静 · 缓慢 · 呈现。宁静度提升275%
· 没有品牌拥有这个时刻。

高级小口品尝。

高端食品的增长速度是休闲食品的三倍。大约七分之一夏季消费者已经将两者搭配——而没有任何CPG品牌拥有这种搭配。

菜单上大受欢迎的格式——如凝脂、手工艺灌木饮料、升级版阿瓜弗雷斯——几乎在零售端销声匿迹。高端产品同比增长+188%。高端产品同比增长+122%。消费者正在打造货架无法提供的东西。这就是差距。

味觉美国消费者小组 • 6个月滚动窗口



+188%

美食年增长率

+122%

年度高额理赔

+60%

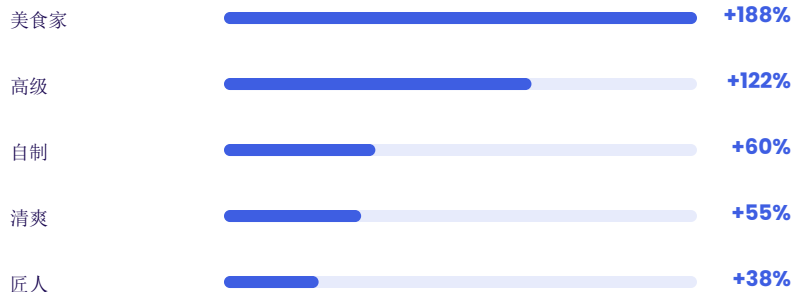
自制场合年复一年

+55%

年度同比增长数据令人振奋

精心调制，品味动人心魄。

年度同比增长势头



崛起的成分 • 早期生命周期

抹茶	+6.9%	date	+18.5%	牛油果	+12.2%
巧克力	+10%	樱桃	+8.7%	荔枝	+5.8%
辣椒	+12.6%	蘑菇	+6.1%	冰沙	+7%

搁板缝隙

今日仅限餐厅渠道。无CPG已将模式调整为零售。

今日仅限餐厅供应的精品刨冰、手工灌木茶以及升级版清爽饮料。目前没有CPG品牌将此模式转向零售。自家制作的信号（同比增长+60%）验证了直销套件玩法——消费者正在实际构建尚不存在的产品。

零售售前故事

7-10美元的LTO，作为场合的象征性地位。

以活动简报开篇：“这是1/7夏季消费者想要的饮品——但没人零售。” LTO售价7-10美元。定位为场合高端，而不仅是解渴。结合速度（高端+188%）与规模来促成购买。



水分缺口

现在，一半的补水消费者都期待有附加益处，而即饮（RTD）产品货架未能提供。

抗胀能力同比增长提升88%。消费者开始在家自制。格式鸿沟已现，待挑战者接手将在6-12个月内关闭。

味觉美国消费者小组 • 6个月滚动窗口



+34%

同比消费量

+89%

餐饮场合同比增长

+38%

年度能源声明

+88%

防胀气功效同比增长

用动态的证据来填补水分摄入的空白。

增长的功能性补水需求（同比）



该面向哪个受众——选一个

25至40岁女性	Anti-bloat	该类别中占比最高
Z世代	清洁能源	能源同比增长38%
千禧一代	压力缓解	高级健康指南

格式差异

肌酸正逐渐退出健身房。

肌酸消费量同比增长+58%——并且正走出健身房。它正在与补水、电解质和洁净能量一同出现在消费者的同一消费场景中。所有现有产品要么是粉剂，要么是运动级产品，要么两者兼具。目前尚无面向非健身房受众的、将肌酸融入生活方式即饮产品的方案。这就是我们的目标。

创新 + 营销故事

RTD格式，生活方式包装。一项声明。

针对25-40岁女性的抗水肿产品，为Z世代提供清洁能源，或为健身后跨界消费者提供肌酸。肌酸这一方向尤其有前景：同比增长+58%，无生活方式RTD产品竞争。销售策略定位：“每两名补水消费者中就有一人想要货架没有的产品。窗口期是6-12个月。”



Chili-fruit.

查莫伊正在完成塔金五年前所做的相同跨版合作——但零售货架尚未更新。

大约三分之一的参与辣甜口味的消费者是通过拉美风格接触到的。甜辣是口味组合中最快速增长的一种。恰莫伊出现在50多家运营商的菜单上，但在零售渠道几乎没有任何存在。

味觉美国消费者小组 • 6个月滚动窗口



YoY（预
估）辣甜

+19%
甜辣口

超过50
个操作

年度
同比增长
0 主流零售SKU

拥有辣椒水果，并附有能打动人心的证据。

消费者已经购买的地方

芒果拿铁	公茶	\$9.10
辣椒芒果软糖	拉霍尔恰利亚	\$6.29
冰镇辣芒果恰咪波霸	夏洛特咖啡馆	\$10.20
芒果拿铁碗	• 营养强化	\$10.00
芒果酸梅酱	加寿茶	\$8.95
恰莫亚达奶昔	• 拉斯德尔icias	\$6.50

智利水果（小组分享）主要诉求

甜辣	<div></div>	35%
酸酸的	<div></div>	31%
清爽	<div></div>	26%
纵容的	<div></div>	23%

文化真实性简介

与拉丁裔创立的公司建立合作伙伴关系或获得许可。

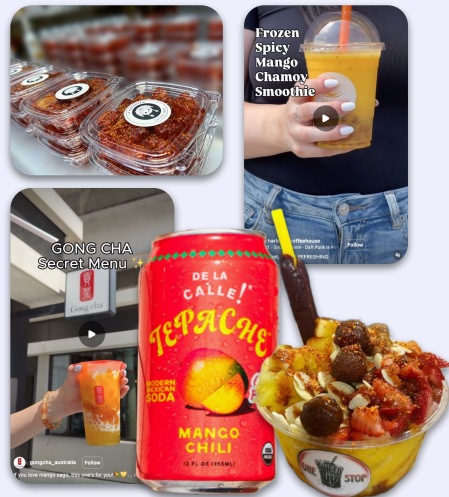
这一趋势有着深厚的拉丁裔根基。这些形式——芒果ada、柑橘ada、小恶魔ada——本身就具有文化认同感。与拉丁裔创立的公司合作或获得其授权的品牌将赢得信誉和社群支持。而仅仅在现有产品上添加塔哈尼酱的品牌将面临反噬。

创新 + 营销故事

冷冻零售或含气即饮

芒果娜达风味的冰棒或雪葩，或带有恰莫/辣椒青柠风味的气泡即饮。售策略定位：该产品已出现在50多家运营商菜单上，且无零售竞争。这就是市场空白。在产品格式完全普及前，货架空间将被抢光，务必迅速行动。

销



适应原便携饮液

阿育吠陀（Ashwagandha）的需求正在下降。灵芝（Reishi）和可可菇（cacao-mushroom）的需求正在上升。该品类已转向脑力表现。

68%的适应原消费者将脑功能视为其首要原因。货架上的所有产品均为温饮型。这种能带来这种效果的夏日气泡饮料目前尚未大规模生产。在2-3年内该品类迎来大众化时，现在构建这种产品的品牌将占据货架主导地位。

味觉美国消费者小组 • 6个月滚动窗口



+50%

适应原产量同比增长

+103%

年度健康声明

三分之一

消费者：大脑
作为首要任务发挥作用

+17.8%

灵芝年增长率

构建具有动态证据的适应原RTD。

成分转换——上升与衰退

灵芝 +17.8% 免疫, 长寿

Cacao-mushroom +15.5% taste-led

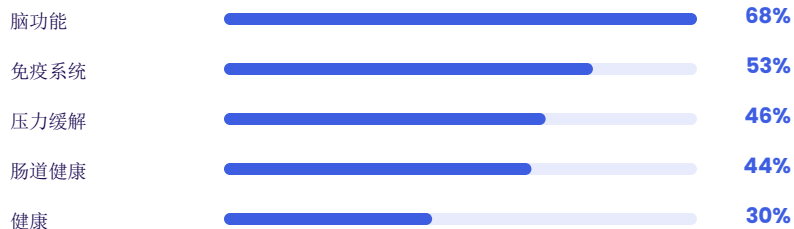
红景天 +4.9% 专注, 精力

褪色

阿育吠陀 (Āyurvēdituó) -6.7% 压力/平静渐隐

鸡油菌 -15.8% 免疫平台期

主要功效声明 — 适应原饮料 (分享)



格式简介

闪亮型即饮, 淡味。

柚子柠檬、仙人掌果或西瓜。狮鬃毛+L-茶氨酸功能性组合。主打“专注+提神”，而非“健康补充剂”。在品类普及的18-24个月内，率先推出的品牌将占据货架。

创新故事——领先需求而建

2015年的平行案例是Four Sigmatic。

这是一种“早占位”策略。启动时聚焦细分市场，2022年成为主流。销售话术：“本品类每年以50%的速度触达新消费者。冰镇RTD（即饮茶饮）品类尚未出现。我们将在市场形成前率先推出。”



夏日宁静。

宁静度+275%。温馨度+269%。两者都是冬季特征——目前都在夏季数据中达到峰值。

该领域中有三分之一的消费者将感性诉求与放纵诉求相结合——他们并非在愉悦与健康之间做选择，而是要求两者兼备。尚无品牌打造过一个夏日宁静的特定时刻。声称这一时刻的产品或许早已存在。这是一份为期90天的活动简报。

味觉美国消费者小组 • 6个月滚动窗口



同比增
长275%

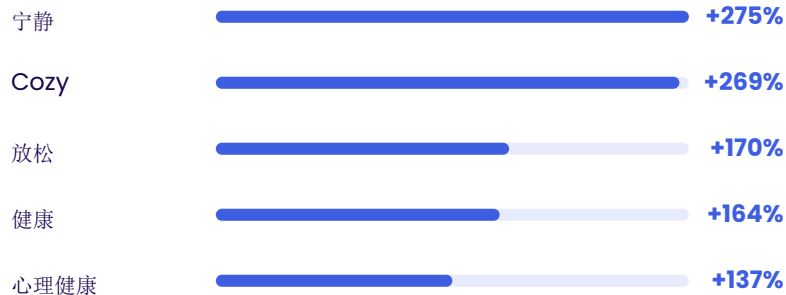
+269%
舒适度

同比增
长170%

0 品牌拥有“夏日宁静”
同比增
长*

以生动有力的证据，宣告夏日宁静。

情绪 + 逃离主张 — 年同比增长速度



与宁静/健康同时出现的索赔

提神醒脑的；令人精神容光的；清爽的

优质

仪式

肠道健康

舒缓的

滋养的

anti-bloat

庆祝

空白字符简报

夏日宁静是一种共享的体验。大约三分之一的消费者将健康与夏日放纵联系起来。在饮料中，“仪式感”这一概念的使用量增长了200%——消费者正在积极寻求缓慢、有目的的产品体验。你可能不需要一款新产品来强调这一点。

营销故事——90天活动简报

平静 · 缓慢 · 当下

视觉语言：午后光线，宁静，闲适——而非忙碌，而非优化。这是一个创意简报，而非创新冲刺。重构你已有的作品。销售框架：“每个情绪品牌都在一月进行活动。这是首个拥有夏日品牌的第一品牌。”



由...制作
品味智感



决策评分卡

无趋势，无定论——以及你需要针对每一点采取行动的紧迫性。

应采取何种行动，以及何时采取。

#	趋势	判决	最新消息 • 盖普		MOVE	紧迫性
01	精心调制高级饮品	预期	美食家速度是新的。	没有任何CPG拥有手工艺。refreshment.	采取差异化行动	中号
02	填补水分摄入不足	可操作的	从属权利要求层是新的。	RTD功能性生活方式空。	立即行动——今日出现缺口	HIGH
03	拥有辣椒水果	立即行动	柑盐交叉是新的。	50多份菜单，0零售SKUs.	在架子放满之前行动。	HIGH
04	构建适应原RTD	提前建设	冷启动跳跃是新的。	闪亮的即饮饮料不exist.	提前建设以满足需求	低位 / 高位 18MO
05	声称夏日宁静	正在行动	夏日宁静是新的。	没有任何品牌拥有这个。occasion.	战役模式 — 90天	HIGH

您的夏季活动可能是为错误的一代人量身定制的。

Z世代

以饮品为先，以体验为核。

提神醒脑的；令人精神愉悦的；清爽的

肠道健康

fun

能量

时髦的

大约每两名 Z 世代互动中就有一名以新颖性或视觉吸引力为开端。功能性主张正在快速崛起。在具备功能性之前，其形式必须易于分享。

千禧一代

无妥协的优质健康生活。

健康

优质

匠人

真品

庆祝

纵容的；溺爱的

大约三分之一的千禧一代将健康暗示与放纵性主张联系在一起。对于这一群体而言，高端和健康并非对立面——它们是同一需求。

X世代

便利性+
值得信赖的品质

便捷的

easy

新鲜

传统

怀旧的

价格合理的

怀旧的格式搭配现代升级，深受欢迎。经典夏日菜肴以更健康的食材或更简单的准备方式重新演绎。

婴儿潮一代

健康优先，信任驱动。

健康

心脏健康

免疫系统

新鲜

传统

自然

功能宣称（如心脏健康、免疫支持）在婴儿潮一代中的同比增长率正增长67%至99%。清洁标签和熟悉的格式更受欢迎。

错过其中任何一个场合，就意味着要等上整整一年。



周末

十三分之一家餐厅

提供专门的周末限定菜品或特价菜。



强烈风味同比增长133%，
“减压”功效提升+68% · “舒适”感提升+35%

夏季风味正向着浓郁+恢复性转变。消费者希望在同
一个时段内获得更浓郁的风味和情绪放松。



甜蜜时光同比增
长16.7%

稳步增长12个月——这是夏季行为结构的一部分。



能量场合

同比增长102%

爆炸性和食物驱动型。消费者希望食品形式既能提供
能量，又能带来清爽。



季节性活动，同比增长
106%

消费者正关注季节性饮食——这为限时和限量营销活动
提供了契机。



自制 +59.5%
同比增长

家庭中的餐厅级品质正占据实打实的市场份额。借助
套件或优质组件，点亮此刻。

准备好为您的类别执行这个简报了吗？

一个由人力和智能体驱动的食品智能与营销平台。本报告中的每一项信号都源自数十亿消费者的互动瞬间——并根据您的品类、渠道和受众进行了定制。

可解释的

每个信号都具有重要意义。

具有统计学上的显著性，且针对食品与饮料行业。清晰易懂，非专业人士也能理解。足够有说服力，能让首席财务官信服。

定制

根据您的需求定制。

根据您的类别、渠道和受众量身定制。不是通用的模板——为您决策而制作的简报。

可重复的

持久的市场追踪器

您的团队随时间推移会持续使用的市场追踪工具。一致的方法论。可靠的信号。

CONVICTION-READY

能够打动人心的销售说辞

向您的零售和餐饮买家讲述他们信任的畅销叙事与增长故事，促成他们点头认可。

受信赖的



并与全球超过80%的顶尖食品和饮料品牌合作。让我们构建赢得你信心的叙事。

预约演示

info@tastewise.io