



零食&饮料行业 口味创新趋势洞察



2024年9月



法律声明



版权声明

本报告为「炼丹炉」原创，版权归杭州知衣科技有限公司（以下简称“知衣”）所有。

报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字、图片和数据采集于网络公开信息，所有权为原著者所有，如该部分素材因客观原因未与权利人及时联系上导致不当使用，请相关权利人随时与我们联系。

任何未经知衣授权使用本报告的相关行为，均为不合法的行为，知衣将保留对相关人员进行追究法律责任的权利。

炼丹炉分析师 庄楚 zhuangchu@zhiyitech.cn
炼丹炉分析师 严梦琦 yanmengqi@zhiyitech.cn

免责声明

本报告中行业数据及相关市场预测主要为杭州知衣科技有限公司研究员结合炼丹炉数据系统进行分析所得，仅供参考。

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及任何第三方对于本报告各项内容和数据的使用或者引用所导致的任何结果不承担法律责任。



目录



01 零食行业口味趋势

1.1 人群偏好

1.2 细分品类热销口味洞察

1.3 零食行业口味创新趋势

1.4 品牌利用争议性口味造势

02 饮料行业口味趋势

1.1 人群偏好

1.2 细分品类热销口味洞察

1.3 零食行业口味创新趋势

1.4 猎奇口味引爆市场讨论

01

零食行业口味趋势

Snack industry flavor trends



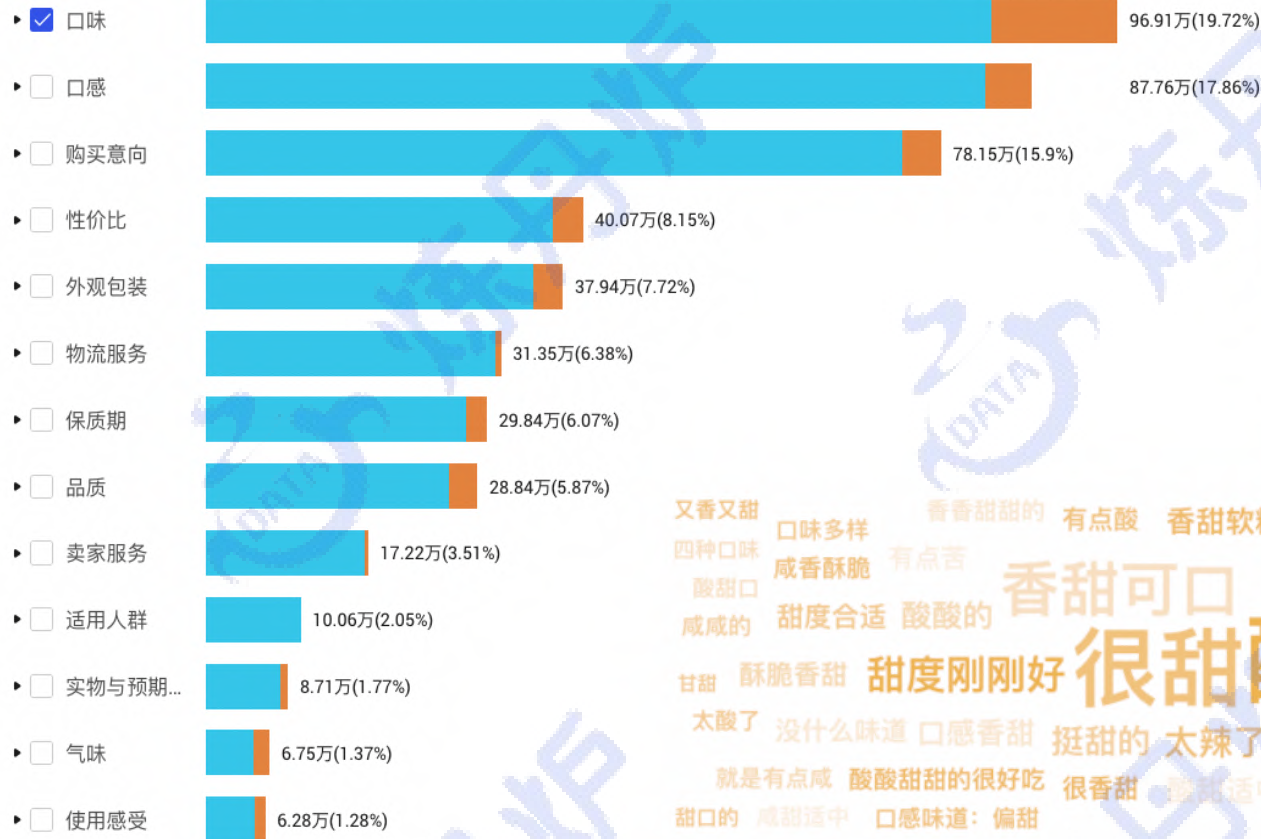
口味是消费者在零食行业的首要关注因素，品牌推出新口味在社媒平台受热议



零食行业淘系平台消费者平价声量分布

声量维度(19)

声量数及占比



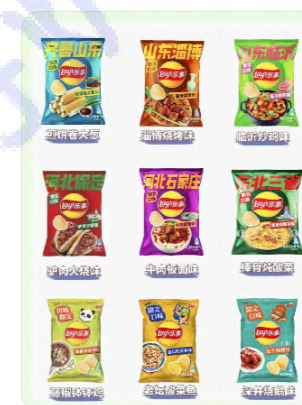
奥利奥秋季新口味测评...山楂+香梨桂花+抹茶

沈追月 3676



魔芋爽新口味，麻辣小龙虾和辣椒炒肉口味。

琳琳会很吃 4



60+种口味！被乐事新出的口味震撼到了！

开心的海绵宝宝 2026



01.1 人群偏好

Crowd Preference



不同人群对零食的口味偏好呈现出多元化和个性化的特点



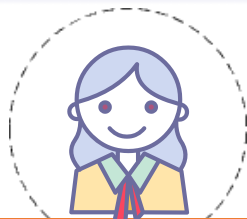
随着社会的发展，人们对于食品的口味、品质及健康性的要求日益提高，消费者们不再满足于传统的、单一的零食种类，而是渴望尝试更多具有特色、符合个人口味的零食产品。这导致了零食市场在满足不同人群需求上变得更加细分和专业化。



精致女性

精致女性特别注重零食的**健康**属性，她们偏爱那些标榜无添加、无防腐剂或**低糖低热量**的产品。

在口味上，她们更偏爱**清淡、优雅**的味道，如各种**花卉口味**或融入**超级食材**的零食，既满足口味又兼顾营养。



前卫学生

前卫学生喜爱尝试新鲜事物，对各种**新奇的、有创意**的零食充满兴趣。

这一群体更偏爱**辣味、酸甜**等**强烈口感**的零食，这类零食能带给他们更加强烈的味觉体验。



中老年

中老年人群更倾向于**传统**的零食选择，如糕点、饼干等，这些**熟悉的味道**能带给他们情感上的慰藉。

随着年龄的增长，**健康**成为他们选择零食时考虑的首要因素，他们更喜欢**温和、不刺激**的食物，避免过于辛辣或过于油腻的零食。

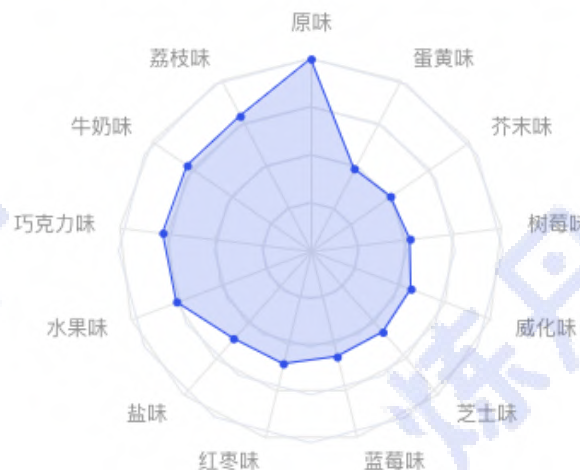


轻熟白领

轻熟白领群体追求**高品质**的生活方式，对零食的选择也反映出这种倾向。口味偏好以**健康、无添加**为主，他们偏好含有**天然糖分**（如水果中的果糖）的甜食，或是那些添加了替代糖、低卡路里的甜点，以减少热量摄入。

女性人群口味偏甜，红枣味、原味等健康化口味增速高

“女性”人群口味社媒传播数分布



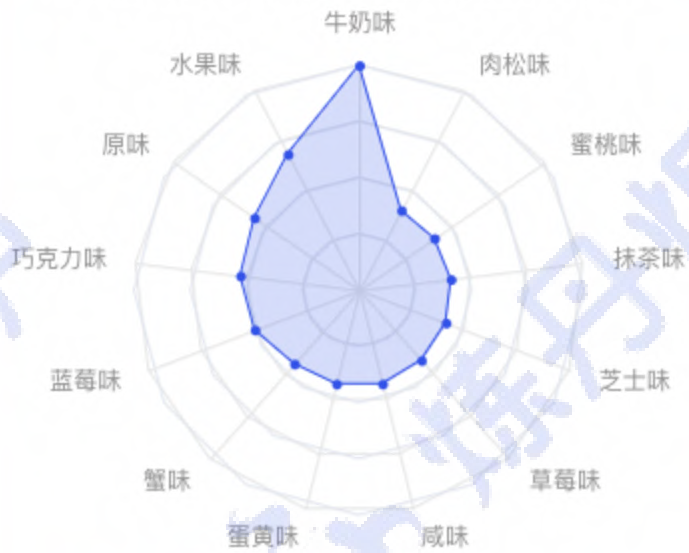
原味、牛奶味是中老年人群的主要零食口味偏好

“中老年”人群口味社媒传播数分布



“Z世代”人群口味多元化，对零食新口味接受度高

“Z世代”人群口味社媒传播数分布



BEAST 健康纯粹

≥30% 水牛乳含量

轻食兽

爆酸糖 你确定 HOLD住吗?



- 豆沙味 酱汁味 香浓味 黄桃味 蔓越莓味 甜辣味 清香味 树莓味 奥尔良味 椰子味 麻辣味 蜂蜜味 鱿鱼味 蟹黄味 樱花味 板栗味 麦辣味 陈皮味 酱卤味
- 雪梨味 黑胡椒味 汽水瓶 青瓜味 玉米味 多味 西瓜味 黑鸭味 芝麻味 酸奶味 牛油果味 蜜桃味 肉松味 怪味 蟹味 草莓味 苹果味 牛肉味 烧烤味 麦香味 冰激凌味 香蕉味 爆辣味 杏仁味 鲜香味 藤糟味
- 鳕鱼味 五香味 海胆味 香甜味 芒果味 可可味 薄荷味 绿豆味 红烩味 番茄味 抹茶味 蓝莓味 巧克力味 原味 **牛奶味** 水果味 蛋黄味 混合口味 红豆味 玫瑰味 盐味 柑橘味 芭乐味 樱桃味 黑糖味 香蕉味
- 鸭肉味 柚子味 石榴味 卤香味 酸辣味 豆乳味 葡萄味 荔枝味 咖啡味 芝士味 咸味 芋泥味 柠檬味 焦糖味 咸蛋黄味 榛仁味 无味 曲奇味 芥末味 棉花糖味 香菇味 酸甜味
- 酱油味 香松味 麻油味 核桃味 海苔味 鸡肉味 香草味 虾味 香辣味 芋泥味 柠檬味 黄油味 奶酪味 提子味 榴莲味 奶油味 马铃薯味 绿茶味 烤肉味 提拉米苏味 黑加仑味 金银花味 酒味 蜜瓜味
- 蜜汁味 覆盆子味 辛辣味 酱香味 咸味 藤椒味 柠檬味 黄油味 奶酪味 提子味 榴莲味 奶油味 马铃薯味 绿茶味 烤肉味 提拉米苏味 黑加仑味 金银花味 酒味 蜜瓜味
- xo酱味 咖喱味 咸香味 布丁味 开心果味

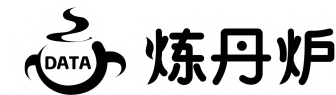
01.2

细分品类热销口味洞察

Insights into hot-selling flavors by category

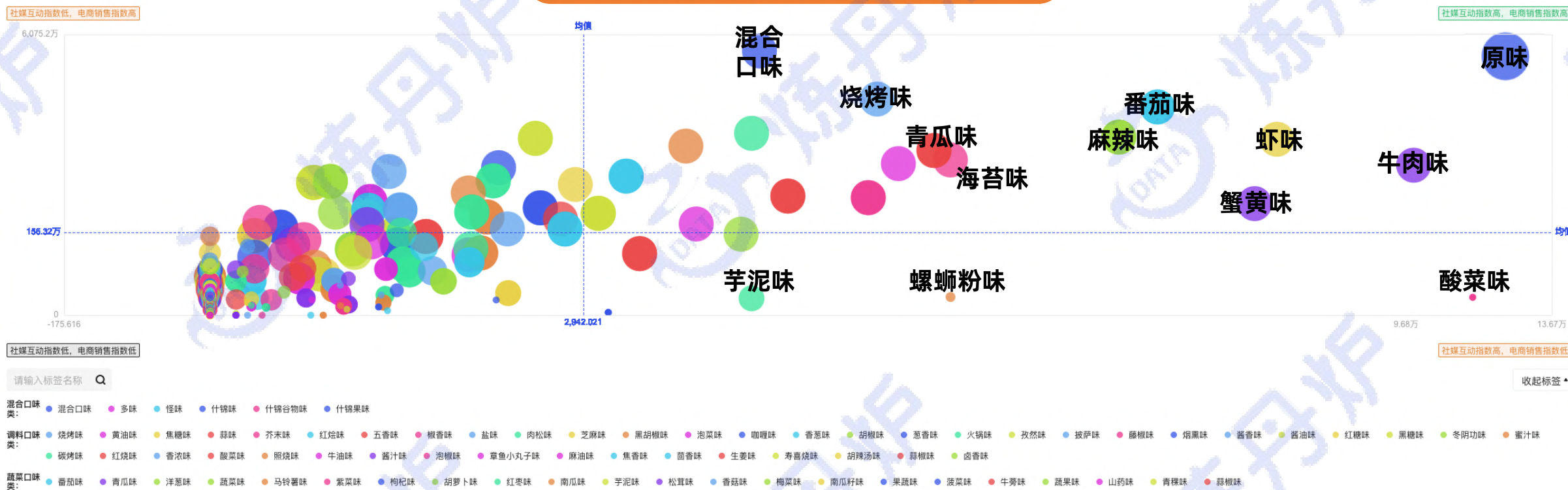


消费者对于膨化食品的经典口味仍保持较高兴趣，同时创新口味在社媒平台热度高



根据图表分析，原味和混合口味在社交媒体互动和电商销售方面表现突出，显示消费者对传统及多样化口味的高度偏好。其他如酸菜味、螺蛳粉味等口味在社媒平台热度，表明消费者对新口味持开放态度。总体来看，社交媒体热度有效转化为销售业绩，企业应继续创新口味并加强品牌建设以满足市场需求。

膨化食品行业口味趋势矩阵



消费者为情绪价值买单，猎奇口味与童年回忆口味受欢迎

膨化食品行业口味社媒互动指数排名

口味	社媒互动指数	电商销售指数
1 原味	59.72万	1.19亿
2 酸菜味	11.39万	1.58万
3 牛肉味	9.86万	914.15万
4 虾味	6.86万	1,472.56万
5 蟹黄味	6.45万	386.92万
6 番茄味	4.81万	2,489.58万
7 麻辣味	4.24万	1,528.08万
8 海苔味	2.31万	1,019.91万
9 螺蛳粉味	2.29万	1.66万
10 青瓜味	2.14万	1,225.87万



乐事薯片限定口味棒骨炖酸菜味

卖点:

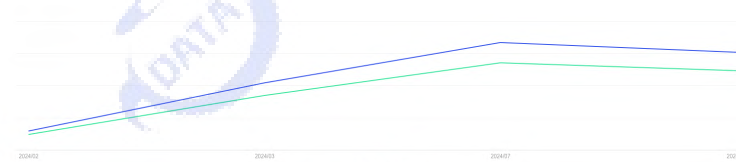
- 地域限定口味
- 引发消费者猎奇心理



味滋源炭烤牛肉味山药薄片35g

卖点:

- 炭烤鲜香
- 回味无穷 仿佛回到童年时光



爱尚咪咪虾味膨化薯片

卖点:

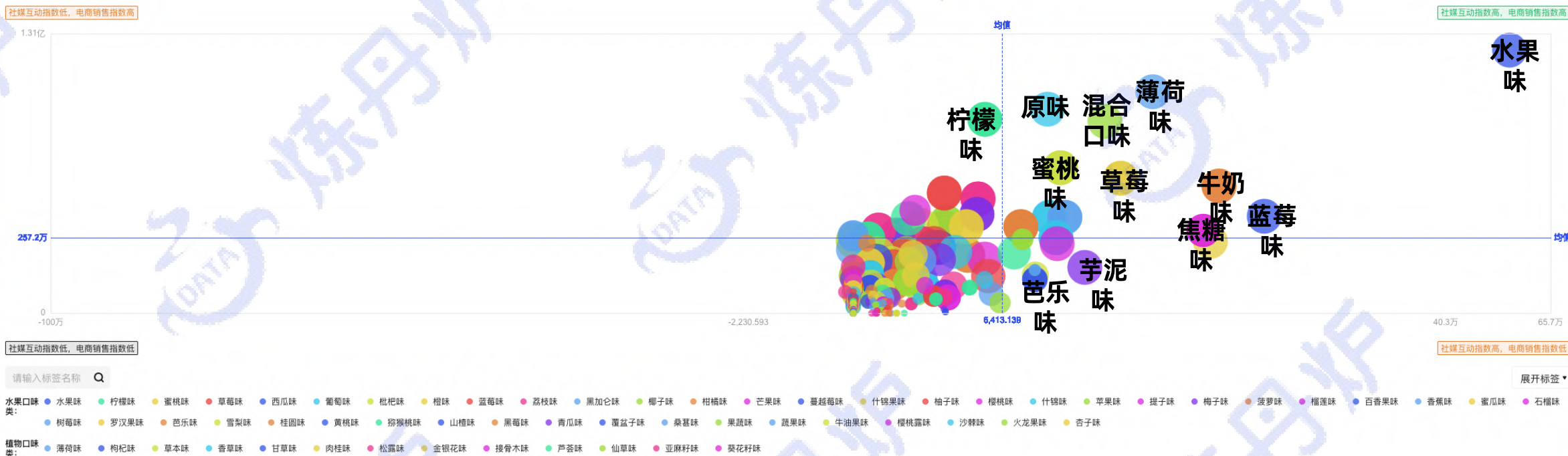
- 儿时味道
- 口味独特，好吃不腻



糖果口味呈现多样化趋势，各类口味均有突围机会

糖果行业口味趋势呈现多样化和创新，传统水果味与新颖独特的口味并存。健康趋势显著，果蔬味、植物口味及富含营养的食材受青睐。地域特色口味满足特定市场需求，跨界合作与个性化定制成为新亮点。

糖果行业口味趋势矩阵



糖果口味功效化，消费者关注口味附加功效

糖果行业口味社媒互动指数排名

口味	社媒互动指数	电商销售指数
1 水果味	55万	1.08亿
2 蓝莓味	13.44万	539.65万
3 牛奶味	9.48万	1,234.73万
4 苹果味	8.83万	223.39万
5 焦糖味	8.29万	340.49万
6 薄荷味	5.41万	6,514.35万
7 草莓味	3.7万	1,475.03万
8 葡萄味	3.37万	893.78万
9 混合口味	3.08万	4,226.21万
10 芋泥味	2.4万	56.59万



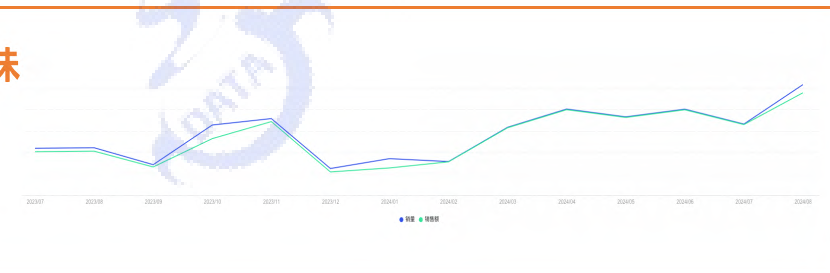
裸力果酸Q糖维C果汁QQ软糖

- 卖点:
- 富含**维生素C**
 - 添加**真实果汁**



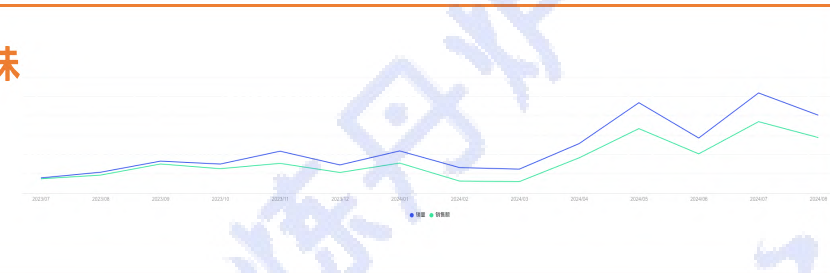
益达无糖木糖醇口香糖果蓝莓味

- 卖点:
- **果味迸发**
 - 感受**清爽提振**



亿智小猪佩奇高钙牛乳棒牛奶味

- 卖点:
- **高钙配方，营养加倍**
 - **奶香浓郁，造型独特**

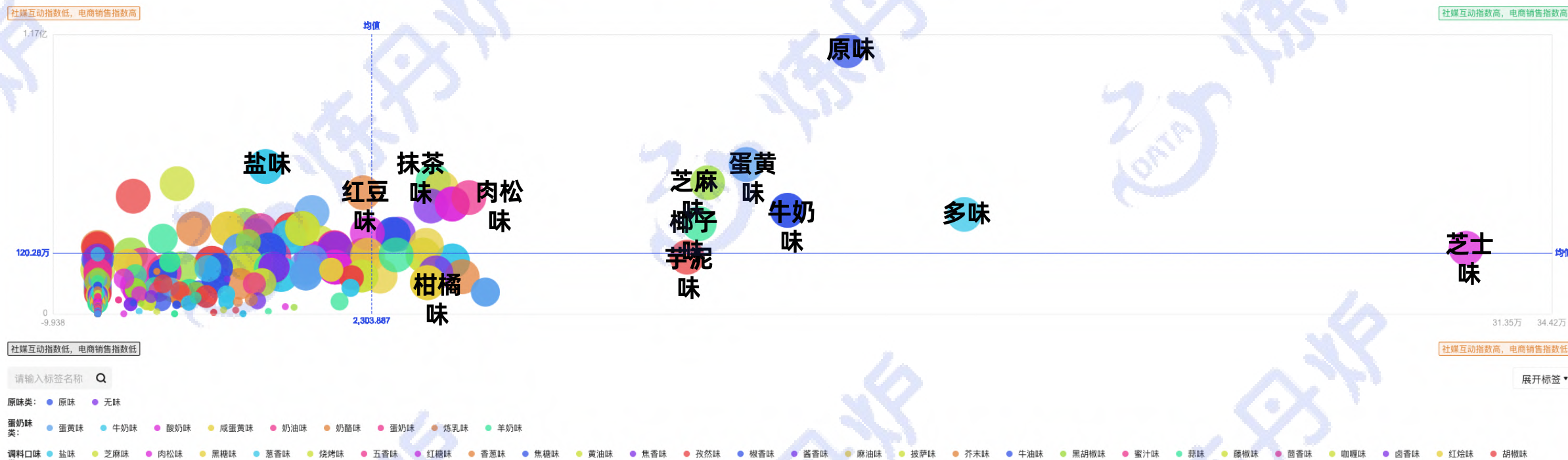


中式糕点口味传统与现代结合，地域特色强化



中式糕点行业在保持传统口味的基础上，积极融入现代元素，实现传统与现代的完美结合。同时，健康理念逐渐渗透到行业中，消费者更加注重食品的健康和营养价值。地域特色在中式糕点中得到了强化，不同地区的糕点展现出独特的风味和制作工艺。此外，创新口味不断涌现，为市场注入了新的活力。

中式糕点行业口味趋势矩阵



针对地区口味偏好，中式糕点口味在单一领域不断细分



针对地区口味偏好在单一领域的不断细分意味着企业需要深入理解不同地区消费者的独特喜好，并据此设计和推出符合当地风味与文化特色的定制化产品。企业可以开发出适合特定群体的商品，实施针对性的营销策略，并通过持续收集用户反馈来优化产品，以增强品牌的区域影响力和市场竞争力。

我国不同地域口味偏好

口味偏好	华北	华南	西南	华东
酥/软	酥	软	酥	软
甜/咸	咸	甜	甜	甜
中/西	中	西/中	西	西

中式糕点行业标题地域热词分布



北京京八件糕点礼盒



新疆坚果切糕



广东酥饼糕点

01.3

零食行业口味创新趋势

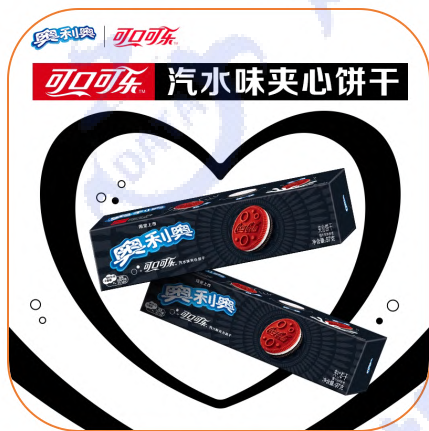
Trends in flavor innovation in the snack food industry



品牌跨界联名口味成爆款密码，品牌抱团作战的趋势愈发明显

在激烈的市场竞争中，各大品牌纷纷寻求创新与合作，通过跨界联名的方式，将各自的优势资源进行整合，打造出独特的产品或服务，吸引消费者的眼球。这种趋势不仅提升了品牌的知名度和影响力，也为消费者带来了更多选择和惊喜。

“联名”概念在零食行业销售趋势



奥利奥可口可乐汽水味夹心饼干



彩虹糖周黑鸭联名款甜辣味糖果



王小卤雨洁联名款香菜味凤爪

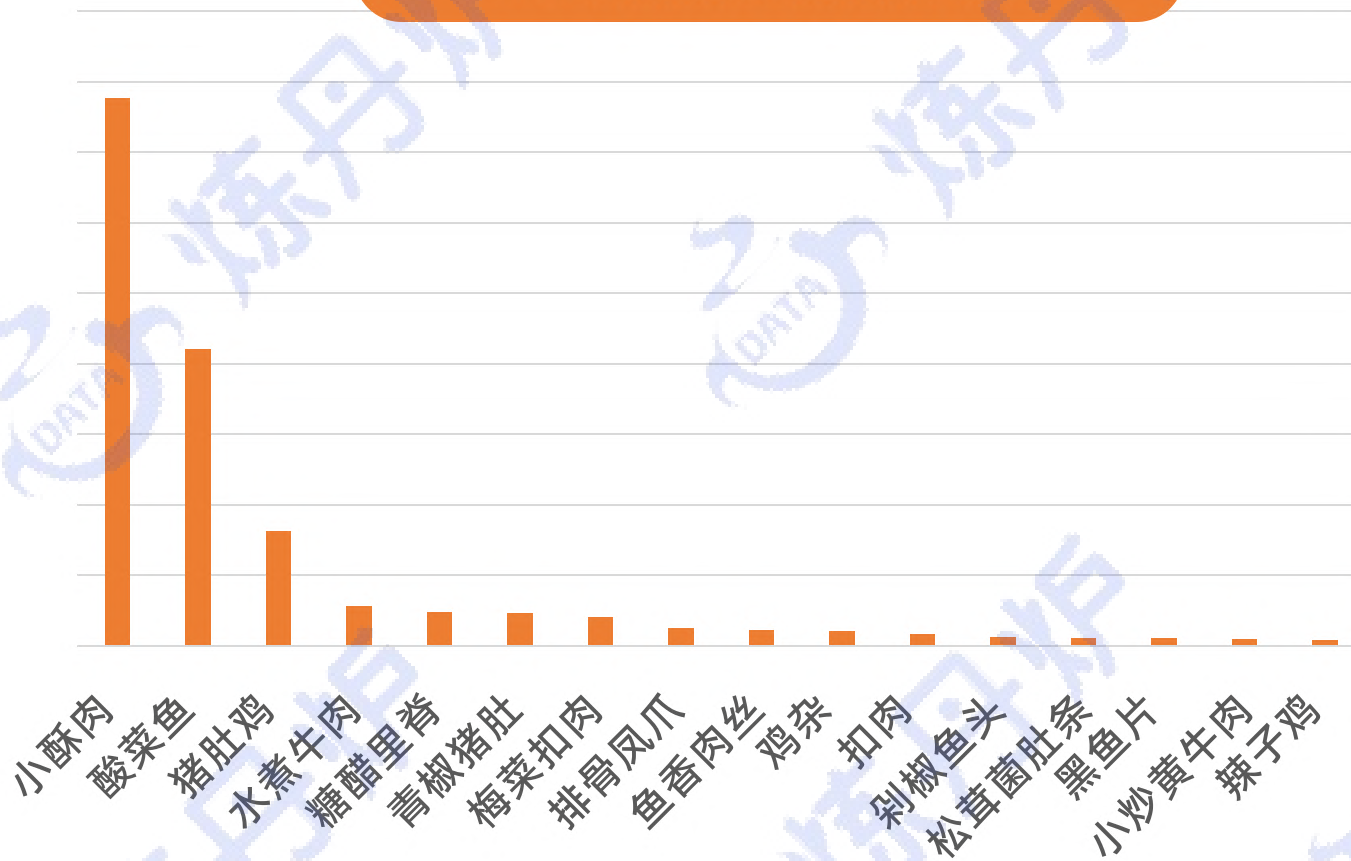
菜肴口味与零食口味融合重组，激发零食行业创新

随着全球化的不断推进，不同地区的饮食文化相互交融，为食品行业带来了丰富的灵感来源。消费者对于新奇、有趣且具有地域特色的食品越来越感兴趣，这促使零食制造商开始探索如何将传统菜肴的风味融入现代零食中，以满足市场的需求。

卫龙魔芋爽推出了**麻辣小龙虾**与**辣椒炒肉**两种创新口味，将**传统菜肴的风味融入零食**。麻辣小龙虾口味结合了麻辣鲜香，而辣椒炒肉则突出了辣味和肉香。这些新口味不仅丰富了产品线，还满足了消费者对新奇体验的需求。



2023年预制菜行业菜肴销售额分布



地域性口味链接地方消费者情感，满足各地消费者口味差异



乐事通过挖掘地域美食文化，推出具有地方特色的薯片产品，以满足消费者对本土美食风味的热衷和新鲜口感体验的追求。这种创新不仅增加了产品的吸引力，还构建了强大的差异化竞争优势。同时，乐事也紧紧抓住与地方消费者的情感纽带，唤起他们对本土文化的认同与自豪。

零食行业地域类口味排名

口味	社媒互动指数	电商销售指数
1 奥尔良味	7,412	1,004.77万
2 川辣味	2,324	81.74万
3 川香味	1,521	95.45万
4 沙嗲味	748	462.04万
5 日式风味	245	21.29万
6 意式风味	89	5.69万



01.4

品牌利用争议性口味趋势

Brands capitalize on controversial flavor trends



卫龙榴莲味辣条市场反响强烈，小众口味创新成关键



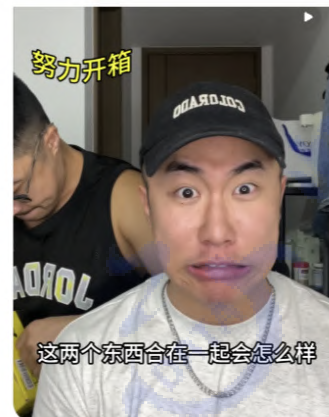
卫龙推出的榴莲味辣条在小红书平台上显示出显著的市场关注度和消费者兴趣，尽管反馈褒贬不一。这一趋势突显了创新口味对市场的吸引力及其在推动销售增长中的关键作用。品牌需持续创新并加强与消费者的互动，以适应不断变化的市场需求和偏好。



榴莲辣条？莫挨老子！
小食神叨叨 1255



不是...卫龙你...
小宋吃八顿 853

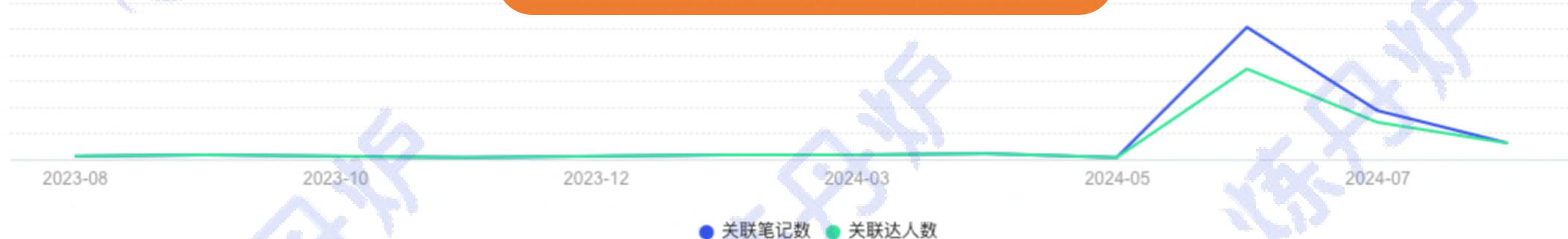


榴.....榴莲辣条?????
零志零 422



卫龙研发是不是没有瓶颈期啊？
不肉是你的bro 226

卫龙榴莲味辣条小红书平台数据趋势



爆辣味零食引发挑战热潮，刺激性食品体验需求增长



爆辣味零食“缺牙齿”在小红书平台上引发了一场挑战热潮。这种趋势展示了消费者对极端口味零食的浓厚兴趣，同时也反映出市场上对于新颖、刺激食品体验的需求日益增长。品牌通过推出此类产品不仅能够吸引年轻消费群体的注意，还能激发社交媒体上的互动和讨论，进而提升品牌的市场影响力和消费者的参与度。



和韩国男友第一次挑战缺牙齿

路易斯

3603



不辣 点儿都不辣 欢迎挑战

小字爱吃辣

3754



缺牙齿会惩罚嘴硬的人

董董呀

2255

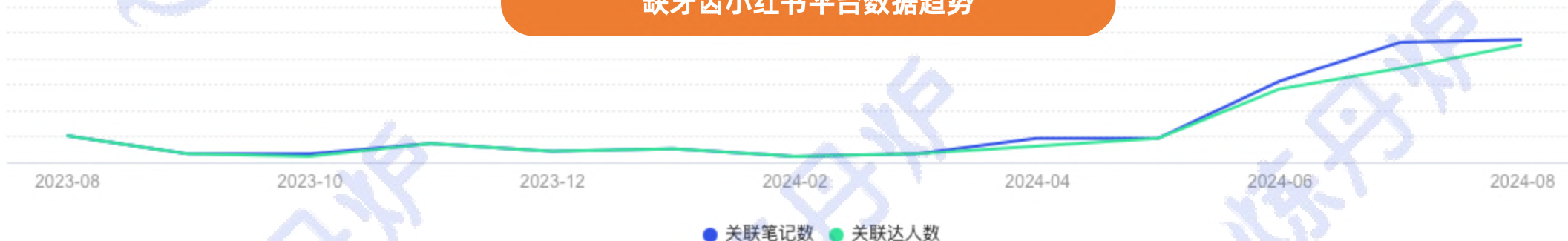


谁说缺牙齿辣呢？就这？

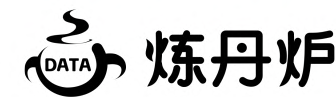
LRZ李溶镇

228

缺牙齿小红书平台数据趋势



“黑暗料理”新搭配，独特风味吸引消费者尝试



螺蛳粉味臭豆腐作为一种大胆的美食创新，将两种具有强烈地域特色和独特口味的食品结合在一起。这种结合不仅挑战了传统美食的定义，也满足了消费者对新奇食品体验的追求，这一新产品在多个平台上的销售情况显示出其市场接受度和消费者的好奇心。



螺蛳粉味臭豆腐?! 臭到飞起! 好吃到破防 😂

豆豆速食测评 108



这到底谁发明的啊...螺蛳粉+臭豆腐太上头了

七玥 65



爱吃螺蛳粉和臭豆腐的都哭了!!!!

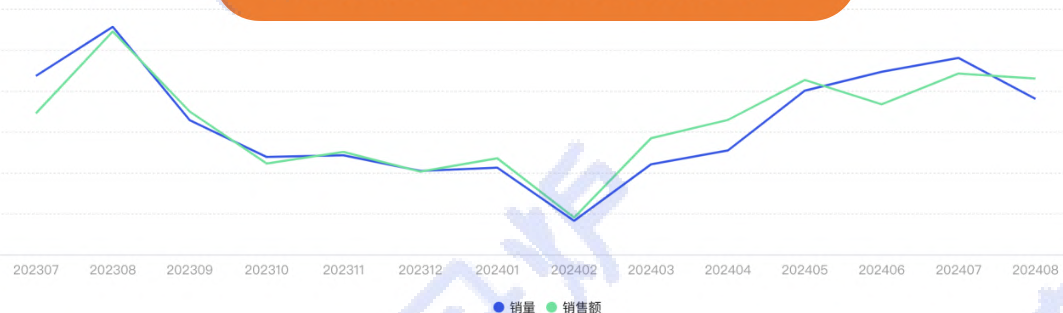
小群今天吃什么 96



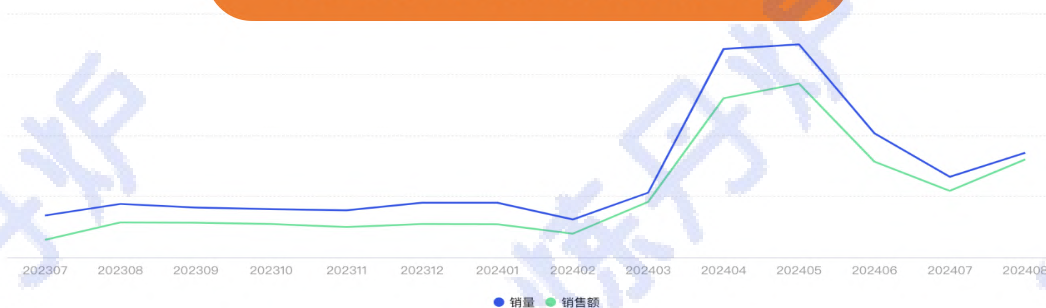
黑暗料理 | 螺蛳粉+臭豆腐一款不敢碰的吃食

黑色经典臭豆腐 6

螺蛳粉口味淘系平台数据趋势



臭豆腐口味淘系平台数据趋势



奇葩口味更注重社媒营销，多种营销手段抓住消费者眼球



零食测评



今天跟我姐品一下奇葩美食
river. 1.7万

明星/KOL推荐



一定要试试没见过的奇葩东西~
宁静 3.3万

日常VLOG分享



日常Vlog | 想在充满桂花香的公园散步
-香煎三文鱼 1.7万

零食吃播挑战

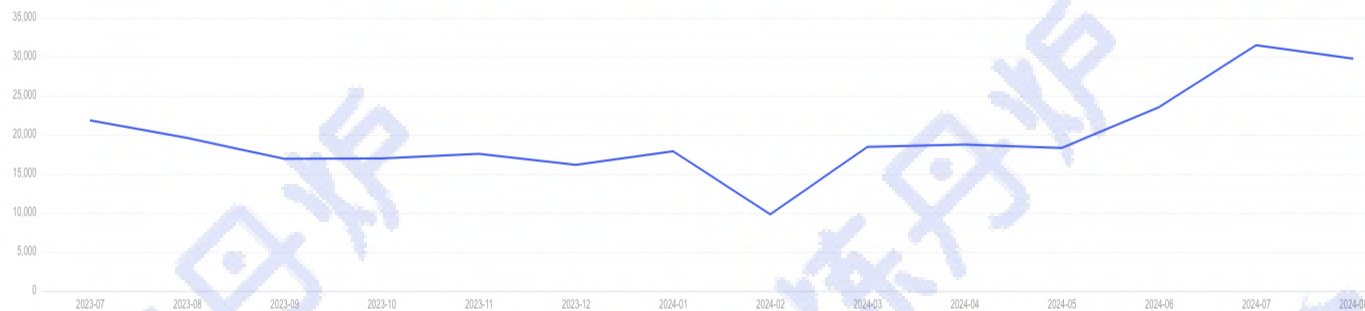


一顿只吃便利店网红奇葩糖果
汇子姐姐 2.3万

小红书平台零食行业话题分布



小红书平台奇葩零食笔记趋势



02

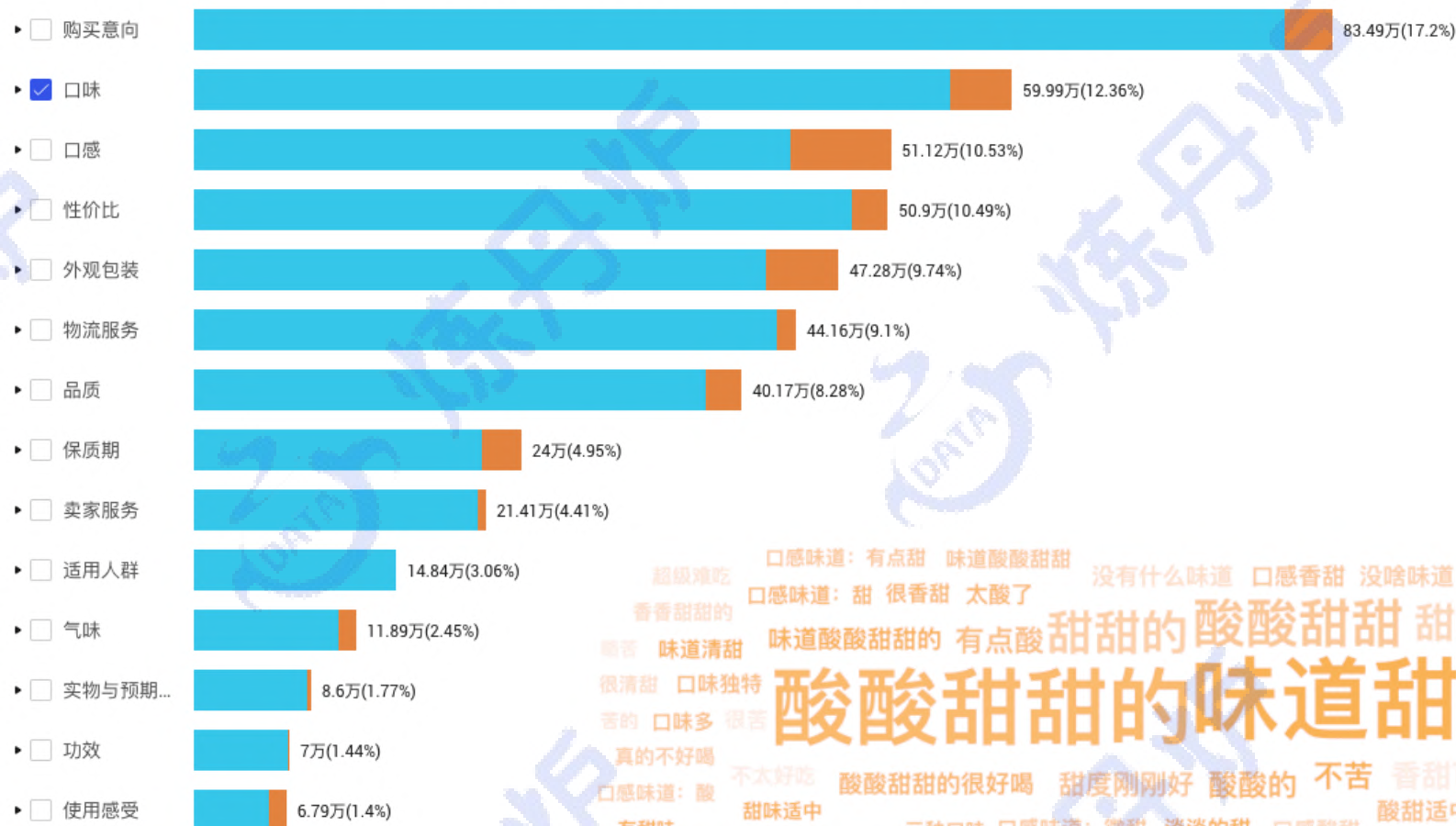
饮料行业口味趋势

Beverage Industry Flavor Trends



口味是消费者在饮料行业的首要关注因素

饮料行业淘系平台消费者平价声量分布



@好家伙！东方树叶出了8个新口味？

传说中的微胖仙女

6.6万

都让开！我这个才是元气森林史上最全的口味

元气森林

9118

酸酸甜甜的味道甜美 不好吃 有点苦 没有味道 口感味道：苦 挺甜的 甜度合适 没有奶味 口感偏甜 有点甜 甜味适中 酸酸甜甜很好喝 甜度刚刚好 酸酸的 不苦 香甜可口 香香的 淡淡的甜味 太难吃了 口感味道：有点苦 没什么味道 没有咖啡味 喝起来酸酸甜甜的 没什么奶味 苦苦的 好酸 口感酸酸甜甜的 配料丰富 口味 口感味道：微苦 酸甜甜甜 甜度正好 三种口味 口感味道：微甜 淡淡的甜 口感酸甜 超级难吃 口感味道：有点甜 味道酸酸甜甜 没有什么味道 口感香甜 没啥味道 不是很苦 没味道 甜度刚好 味道甜甜的一点味道都没有 味道微苦 香香甜甜的 口感味道：甜 很香甜 太酸了 味道酸酸甜甜的 有点酸 甜甜的 酸酸甜甜 甜度适中 酸甜可口 微苦 酸酸甜甜很好喝 味道微甜 酸酸甜甜 味道清甜 有点酸 酸酸甜甜 甜度适中 酸甜甜甜 微苦 酸酸甜甜很好喝 味道微甜 真的不好喝 不太好吃 酸酸甜甜的很好喝 甜度刚刚好 酸酸的 不苦 香甜可口 香香的 淡淡的甜味 太难吃了 口感味道：有点苦 有甜味 甜味适中 三种口味 口感味道：微甜 淡淡的甜 口感酸甜 好酸 口感酸酸甜甜的 配料丰富 口味 口感味道：微苦

021 人群偏好

Crowd Preference



不同人群对饮料的口味选择通常出于使用场景与需求偏好



不同人群对饮料的口味选择不仅反映了他们的生理需求和心理状态，还深受社会环境、文化背景及个人习惯的影响。例如，在注重健康生活方式的社会环境中，人们更倾向于选择低糖、无添加或有机成分的饮料。而在一些传统节日或庆典活动中，特定类型的饮料如香槟或米酒则因其象征意义而受到青睐。



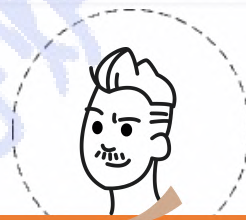
健身人群

健身爱好者偏好**低糖或无糖**饮料以控制卡路里摄入，同时选择**高蛋白和氨基酸**补充饮品以支持肌肉修复。电解质饮料也是他们训练后的首选，以快速补充流失的矿物质。



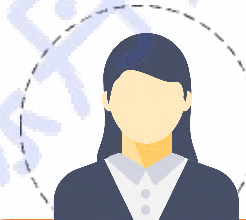
Z世代

Z世代追求**新颖和创意口味**，喜欢尝试**异国风味和混合水果味**的饮品。他们倾向于选择环保包装的产品，并喜欢在社交媒体上分享色彩鲜艳、外观独特的饮料。



中老年

中老年人群倾向于选择低糖或无糖的**传统口味**饮品，注重健康益处，如心脏健康和骨骼健康。他们偏好易于消化的饮品，如牛奶和姜茶。此外，这一群体可能会避免过于刺激或含咖啡因的饮品，以减少对身体的潜在负担。



上班族

上班族需要**提神醒脑**的饮品，如咖啡和能量饮料，以保持工作效率。他们逐渐关注**健康成分**，如富含维生素和益生菌的饮品。上班族也可能偏好那些能够在忙碌工作间隙提供即时能量补充的饮品。

健身人群饮品的主要使用场景为运动健身，偏好清爽的水果口味运动饮料



健身人群口味社媒传播数分布



中老年人健康意识提高，偏好原味、牛奶味、谷物坚果口味等健康口味

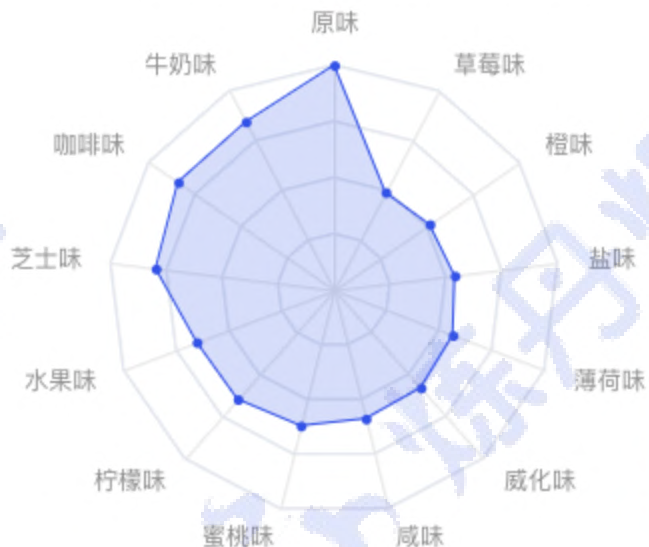


“中老年”人群口味电商销售数分布



“上班族”商务场合、身材管理与人群提神需求高， 偏好原味饮用水、奶味代餐及咖啡味饮品

“上班族”人群口味社媒传播数分布



更低卡路里 轻盈看得见 fiboo

155kcal 40g爆料奶昔/餐 < 750kcal 一顿正餐

「工作间隙的香浓Break」
享受忙碌中的轻松一刻

「一口香浓愉悦宅家时光」
做你专属的不打烊咖啡馆

「好友小聚举杯香浓」
不同口味复刻同款好心情



022

细分品类热销口味洞察

Insights into hot-selling flavors by category

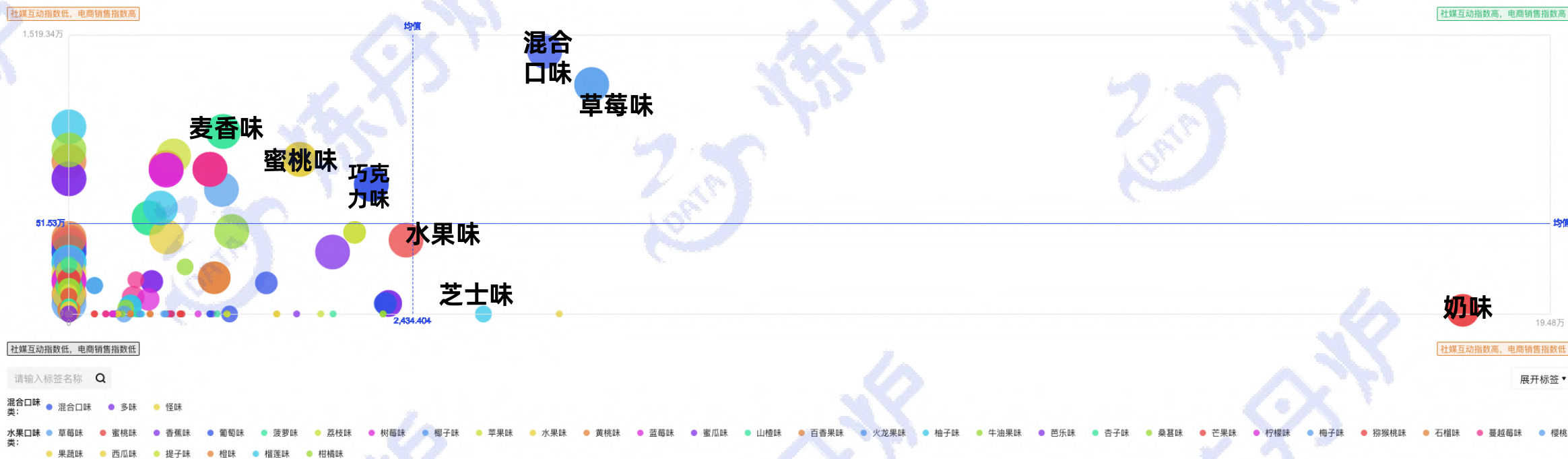


果香味及口感浓郁的芝士味等口味在调制乳行业热度高



调制乳行业口味趋势矩阵显示，草莓味、混合口味和芝士味因其独特风味和丰富口感，在市场中占据显著地位。果香清新自然，受健康生活追求者青睐；芝士味浓郁营养，吸引高品质生活消费者。其他如巧克力、麦香等口味也有一定市场，但不如前两者受欢迎。这反映了消费者对传统口味的偏好和对新口味的接受度提升。

调制乳行业口味趋势矩阵



调制乳的主要使用场景为“早餐”，最大受众为“儿童”

调制乳行业口味电商销售指数排名

口味	电商销售指数	社媒互动指数
1 原味	6,019.55万	2.8万
2 混合口味	1,266.12万	6,462
3 草莓味	843.17万	8,573
4 红枣味	458.37万	0
5 麦香味	424.3万	220
6 栀子花味	307.95万	0
7 香草味	275.61万	69
8 蜜桃味	258.16万	739
9 核桃味	248.12万	0
10 香蕉味	218.76万	55



蒙牛未来星儿童牛奶饮品草莓味

卖点:

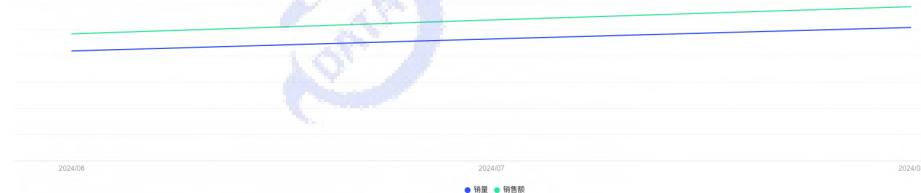
- 酸甜草莓味，童年滋味
- 强化钙铁锌



蒙牛早餐奶红枣味

卖点:

- 红枣甘甜营养
- 唤醒清晨活力



伊利早餐奶麦香味

卖点:

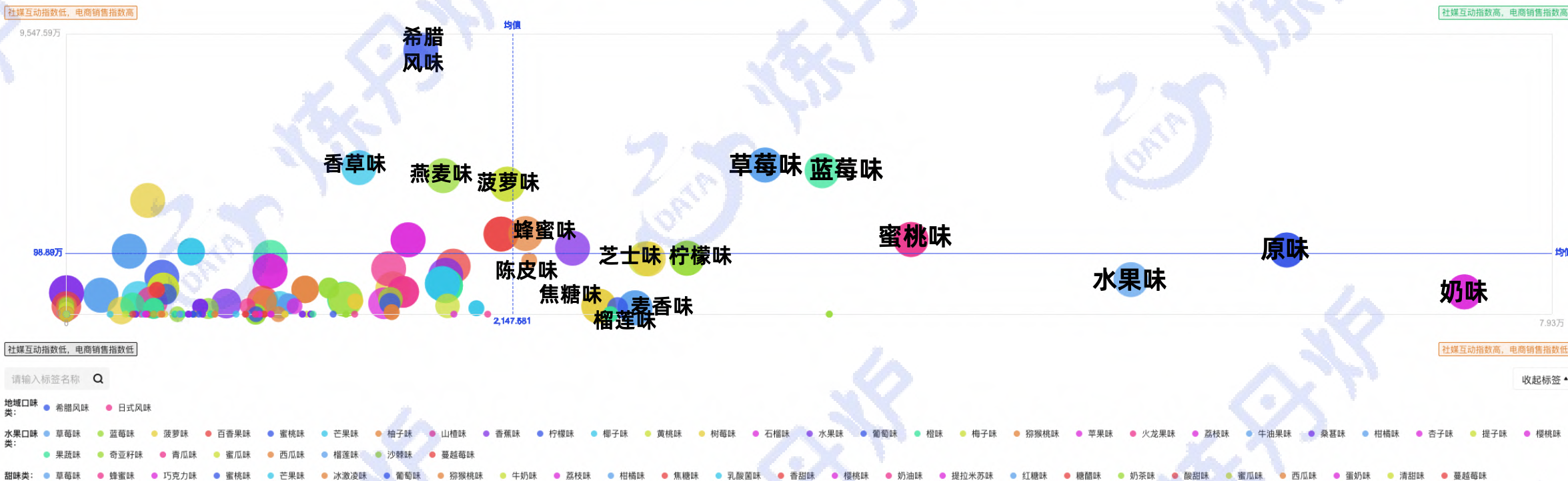
- 谷物及浓浓奶香
- 专为营养早餐研制



酸奶口味多元化，目前各类水果口味占据主导地位

图表中展示了多种不同的水果味酸奶，包括草莓、蜜桃、芒果、樱桃等，这些口味因其天然、健康的特性而受到消费者的青睐。此外，还有一些创新口味如榴莲味和芝士味等，显示了市场对新奇口味的探索和尝试。同时，传统的巧克力味、焦糖味等甜点口味也依然保持着一定的市场份额。整体来看，酸奶行业的口味趋势正朝着更加多样化和个性化的方向发展。

酸奶行业口味趋势矩阵



酸奶口感较浓郁，通常选择清新的风味进行中和

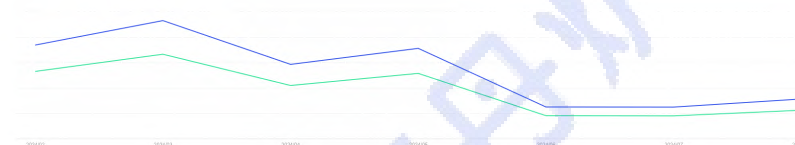
酸奶行业口味电商销售指数排名

口味	电商销售指数	社媒互动指数
1 原味	2.71亿	4.6万
2 希腊风味	7,956.32万	1,078
3 草莓味	1,436.54万	8,249
4 香草味	1,361.78万	605
5 蓝莓味	1,277.42万	1.04万
6 燕麦味	1,147.66万	1,295
7 菠萝味	953.55万	2,074
8 百香果味	636.19万	13
9 蜂蜜味	226.77万	2,344
10 巧克力味	222.07万	1,987



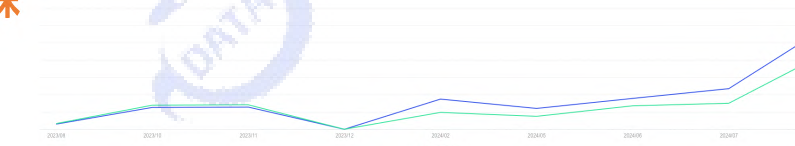
蒙牛纯甄**草莓果粒**风味酸奶

- 卖点:
- 嚼得到草莓果粒
 - 可用于diy制作甜品



伊利安慕希希腊风味酸奶**香草味**

- 卖点:
- 大溪地香草，香气独特
 - 酸奶浓郁，香草清新

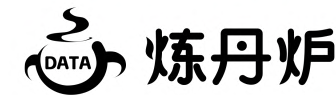


法优乐儿童常温酸奶**蓝莓味**

- 卖点:
- 添加天然果泥
 - 口感浓稠顺滑



茶饮行业将果味及花香味与茶饮口味进行搭配，追求自然清新



从茶饮行业口味趋势矩阵中可以看出，果味和花香味在茶饮行业中占据了重要地位。其中，柠檬、蜜桃、西瓜等水果口味都受到了消费者的欢迎。此外，茉莉、桂花等花香口味也表现出较高的受欢迎程度。这些口味的流行反映了消费者对于清新、自然口感的追求。

茶饮料行业口味趋势矩阵



经典口味及自然花果香味是目前茶饮料品牌的主要研发方向

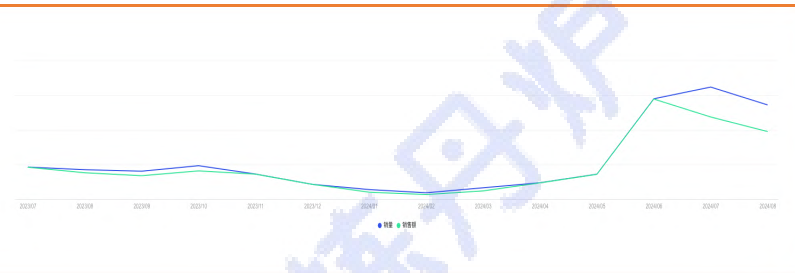
茶饮料行业口味电商商品数排名

口味	社媒互动指数	电商销售指数
1 原味	1.08万	6,526.15万
2 柠檬味	5.41万	6,778.71万
3 茉莉味	9,851	3,618.08万
4 蜜桃味	2.01万	199.95万
5 鸭屎香风味	1,673	477.37万
6 混合口味	9,661	470.28万
7 水果味	1.74万	43.4万
8 绿茶味	1.49万	592.77万
9 红茶味	13.89万	669.48万
10 柚子味	2,070	85.76万



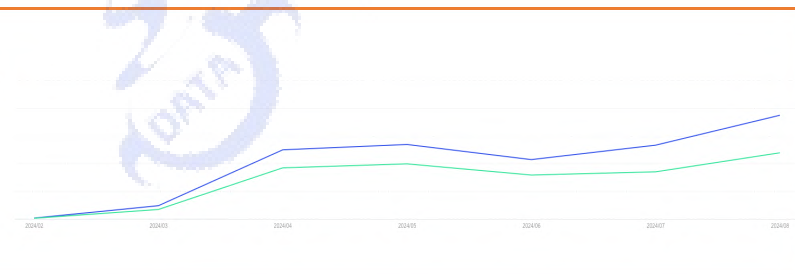
康师傅冰红茶500ml*15瓶整箱 卖点:

- 经典口味, 冰爽酸甜
- 香醇红茶, 柠檬口味



雀巢茶萃桃子清乌龙果汁 卖点:

- 不苦不涩好回甘
- 增加自然花香



雀巢茶萃桃子清乌龙果汁 卖点:

- 茶清新, 果够味
- 清甜桃汁, 释放清香



气泡水行业以水果为主流口味，酒味、汽水味等创新口味涌现

在气泡水行业中，水果口味已经成为主流选择，如柠檬、草莓和葡萄等口味备受欢迎。这些清新的果味气泡水满足了消费者对于健康饮品的需求，同时也为市场带来了多样化的选择。除了传统的水果口味，一些创新口味如酒味和汽水味也开始涌现。这些新颖的口味为气泡水行业注入了新的活力，吸引了更多追求个性化和独特体验的消费者。

气泡水行业口味趋势矩阵



气泡水作为更健康的饮品，可以从口味上替代酒、汽水等饮料

气泡水行业口味社媒互动指数排名

口味	社媒互动指数	电商销售指数
1 酒味	38.31万	20.26万
2 原味	10.47万	1,721.93万
3 荔枝味	3.13万	21.19万
4 蜜桃味	2.5万	627.85万
5 汽水味	2.34万	18
6 柠檬味	1.82万	731.94万
7 橙味	1.76万	277.06万
8 香草味	1.3万	222.24万
9 菠萝味	1.17万	13.02万
10 葡萄味	8,526	27.44万



Watsons屈臣氏莫吉托苏打水 卖点:

- 莫吉托鸡尾酒风味
- 口味清爽，气泡十足



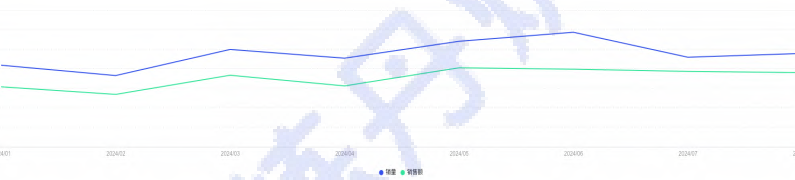
奈雪的茶气泡水葡萄白桃荔枝 卖点:

- 沉浸式果味，果气十足
- 添加代糖，清爽甜味



元气森林可乐味气泡水 卖点:

- 可乐味，一样好喝但无糖
- 0糖0脂0卡



023

饮料行业口味创新趋势

Flavor innovation trends in the beverage industry



健康消费的持续渗透带动中式养生茶市场蓬勃发展



健康意识已经逐渐渗透到日常消费的方方面面，与此同时，药食同源的概念也正在影响着食品和饮料市场。年轻人越来越喜欢选购具有天然成分和传统中药文化的饮品，红豆、薏米、枸杞、红枣、绿豆、山药等传统食物煮制、萃取制成的植物饮料正在征服都市打工人。祛湿、清火、补血是当前中式养生茶市场最热门的3大功效需求，此外，无添加、0糖0脂0卡也是当前中式养生水产品的核心卖点。

咖啡/麦片/冲饮市场日常养生类标签趋势



元气森林元气自在水

- 红豆薏米水
- 红枣枸杞水
- 清爽绿豆水



好望水照顾系列

- 薏米水
- 陈皮水
- 桂圆水

功能性趋势推动饮料行业创新，有目的的成分受到消费者欢迎



消费者对饮料的需求正在逐渐从单一的口味享受转变为对健康和功能性的追求，随着越来越多新健康原料的加入，带有明确目的的功能性口味饮料越来越受到消费者的青睐。消费者对于饮料的功能期待也逐渐变得多元化，除了提神、饱腹等常规需求之外，许多带有调理肠胃、增强免疫力、美容养颜、补钙、补充气血类的原料也被广泛应用到饮料产品当中，成为了消费者选购决策中的重要考量因素。

「炼丹炉消费者说」饮料市场功效性分析

饮料功能性原料趋势

- 补充维生素
 - 黑莓
 - 蓝莓
 - 越桔
 - 石榴
- 健康脂肪
 - 坚果油
 - 牛油果
 - 奇亚籽
- 抗氧化剂
 - 针叶樱桃
 - 蔓越莓
 - 果味康普茶
- 抗炎抗敏
 - 姜黄
 - 可可
 - 抹茶
 - 蘑菇

功效	讨论声量
充饥饱腹	4w
提神醒脑	2.86w
调理肠胃	1.79w
促进排便	1.45w
增强免疫力	0.67w
美容养颜	0.55w
补钙	0.37w
补气补血	0.30w
安神助眠	0.16w

自带“天然、安全、有益”等健康属性的原浆原液饮料成为消费者的新选择



原浆植物饮料是以天然的植物果汁为主要原料，经过加工、灌装而成。与传统果汁相比，原浆植物饮料更加的天然、安全，且口感更加清爽。近几年，以沙棘原浆、白桦树汁、刺梨全果原浆、石斛原浆为代表的鲜食饮品正在快速崛起，其中，今年6月淘系平台上白桦树汁类产品的销量及销售额均同比增长了超300%，成为增速最快的植物成份。不添加一滴水、补充维C、方便携带、新鲜即饮等成为其吸引消费者的“噱头”。

淘系平台白桦树汁市场销售趋势



林源春100%白桦树原汁长白山桦树汁



铁枫堂铁皮石斛汁 0脂肪0防腐剂 鲜熬礼盒

024

猎奇口味引爆市场讨论

Unusual tastes spark market discussion



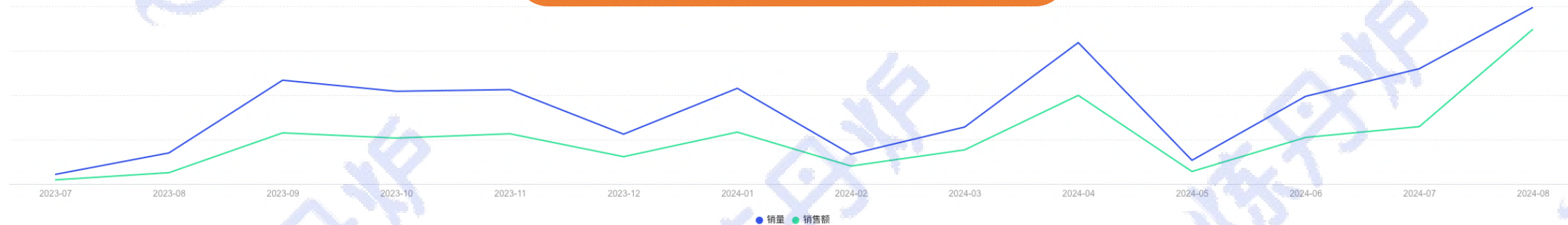
魔水师品牌以创意饮品为品牌核心，迅速获得业绩飙升



随着互联网和社交媒体的发展，新中式品牌开始擅于利用新型传播渠道来推广自己的产品和品牌理念。通过这些策略，新中式品牌能够有效吸引爱尝新的消费者，尤其是年轻一代，他们对新鲜事物充满好奇，喜欢追求个性化和文化认同感，同时也愿意为有故事、有设计感的产品买单。



魔水师品牌淘系平台数据趋势



香菜口味成流量密码，海河利用地域特点研发煎饼果子味、香菜味等新口味



海河利用地域特点，研发出了具有独特风味的香菜味和煎饼果子味等新口味，吸引了大量消费者的关注。这些创新口味不仅满足了消费者对于新奇口感的需求，也为海河品牌带来了更多的曝光和话题性。通过快闪店的形式，海河进一步推广了这些新口味产品，让更多人有机会品尝到独特的煎饼果子味和香菜味牛奶。



天津海河又搞事！煎饼果子味，这你受得了？
李菲菲 4956



海河牛奶快闪店来啦！！
晕乎乎的冰粉儿 2023



哪怕你是天津人也绝对没有喝过的海河牛奶！
力力和屁屁泽 784

海河香菜、煎饼果子口味牛奶小红书平台数据趋势



果子熟了以风油精口味柠檬茶引消费者好奇，社媒平台热度高



果子熟了品牌近期推出的风油精口味柠檬茶在小红书平台上引起了广泛的关注和讨论。这款独特的饮品以其别出心裁的口味组合吸引了众多消费者的好奇心，成为了社交媒体上的热议话题。许多消费者分享了自己尝试这款饮品的经历，有的形容它“满满风油精的味道”，引发了一阵尝鲜潮。尽管这种口味组合听起来有些非传统，但它成功地激发了市场的兴趣，为品牌带来了显著的社交媒体曝光率。



9敏！终于知道风油精什么味了
抹茶手泥冰 24



买错饮料了 买了瓶风油精口味的柠檬茶回来
LV 9

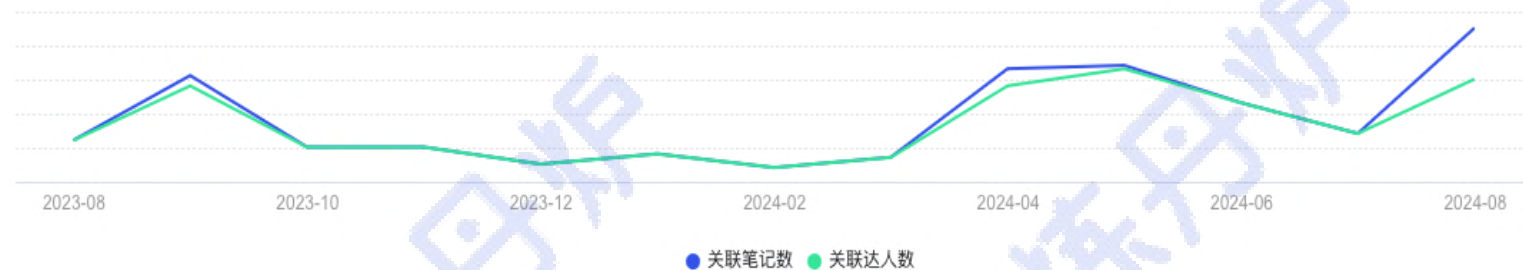


我这该死的好奇心 感觉再喝风油精
爱看演唱会的菜园子 2



大家喝过风油精吗？！
V小园 1

果子熟了风油精口味柠檬茶小红书平台数据趋势



奇葩饮料测评、挑战、开箱类内容成社媒平台流量密码

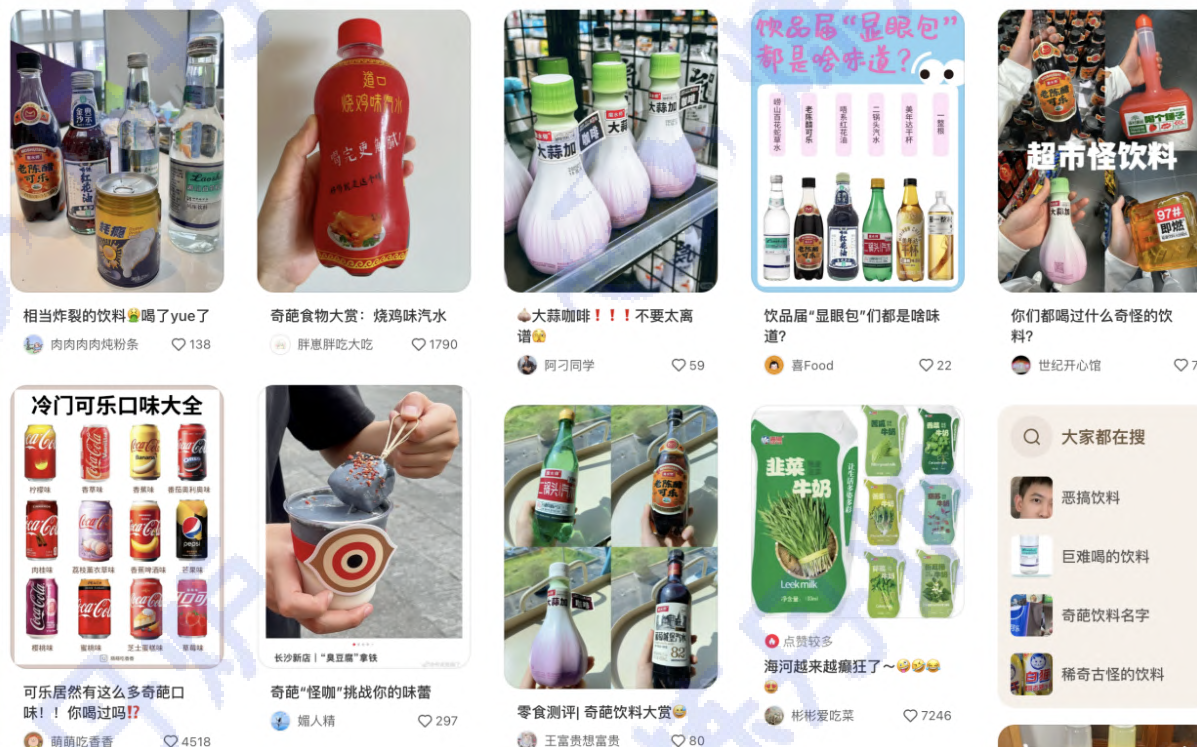


作为互联网时代下的新品风向标，以抖音和小红书为代表的社媒平台已经成为了品牌新品投放的主要阵地。其中，测评、挑战、开箱类内容极大地满足了消费者的好奇心，以造梗的形式快速形成大量的UGC内容（用户生成内容），帮助品牌用最低的营销成本最快地打开市场认知。

抖音奇葩饮料相关视频内容



小红书奇葩饮料相关笔记内容





更多数据请扫码获取
商业智能决策工具, 实现业绩高效增长



2024年9月