

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 47 周

2024/11.11-11.17

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

“熬”出头的中式养生水，背后是年轻人的“续命”焦虑；
卤味赛道走到新的历史岔路口；
社会减糖大势所趋 明星代糖呼之欲出。

行业环境:

1. “熬”出头的中式养生水，背后是年轻人的“续命”焦虑

关键词：中式养生水,年轻消费者,健康养生,药食同源,成分功效

概要：近年来，年轻人对健康养生的关注推动了中式养生水市场的快速增长。根据前瞻产业研究院的报告，2024年前5个月，中式养生水销售额同比增长94.5%。乐源健康通过与盒马、永辉、东方甄选等渠道合作，推出无添加、古法熬制的养生水产品，如酸梅汤和小吊梨汤，广受市场好评。乐源的成功在于精准洞察消费者需求，注重健康功效、纯净配料和传统工艺，同时依托全产业链模式和自主生产能力保证产品质量。未来，随着健康意识的普及和政策支持，中式养生水市场有望继续高速增长。

[原文链接](https://foodaily.com/articles/38186): <https://foodaily.com/articles/38186>

2. 卤味赛道走到新的历史岔路口

关键词：卤味,巨头失速,新势力,社区店,连锁化

概要：卤味市场正面临新的变革。一方面，传统卤味三巨头绝味食品、煌上煌、周黑鸭业绩下滑，门店减少，股价下跌，市场悲观情绪浓厚。另一方面，一些新兴品牌如麻爪爪、物只卤鹅等凭借社区店模式迅速崛起，显示出卤味市场仍具潜力。尽管卤味三巨头在消费市场失宠，但卤味行业的基本盘未变，店小好选址、预制品程度高、消费黏性强等特点使其依然具有万店潜力。此外，热卤品牌的兴起和卤味对象的多样化也为行业注入了新的活力。然而，卤味行业前五企业的市占率总和仅为20%，市场分散，区域壁垒明显。因此，卤味巨头们需通过业态升级、口味创新和消费场景多元化来增强市场竞争力。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/stock/stockzmt/2024-11-11/doc-incvsuth0552686.shtml): <http://finance.sina.com.cn/stock/stockzmt/2024-11-11/doc-incvsuth0552686.shtml>

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

3. 食品饮料行业2024年三季报分析：收入增长回落 业绩表现进一步分化

关键词：零食,调味品,白酒,净利润,收入增长

概要：2024年三季度，食品饮料行业的收入增长普遍放缓，多数子板块收入增长回落甚至转负，仅调味品和部分零食类公司表现较好。白酒销售增长大幅放缓，整体收入增长率从去年同期的15.19%降至0.73%。调味品经过几年的渠道调整，销售恢复常态，净利润增长15.25%。零食板块销售增长较好，净利润增长60.18%。保健品和预加工食品板块营收分别下降16.36%和3.35%，净利润分别下降65.36%和29.99%。整体来看，零食和调味品是表现较好的子板块，其他子板块净利润普遍转降。四季度行业评级维持“同步大市”。风险包括销售持续下滑和海外市场订单减少。

[原文链接](#):

http://stock.finance.sina.com.cn/stock/go.php/vReport_Show/kind/lastest/rptid/785056402588/index.shtml

4. 东北证券：社会减糖大势所趋 明星代糖呼之欲出

关键词：代糖,减糖,无糖饮料,赤藓糖醇,木糖醇

概要：东北证券研报指出，代糖作为蔗糖的健康替代品，满足了消费者减糖、控糖的需求。在全球范围内，减糖已成为健康饮食的趋势，尤其在中国，随着居民健康意识的提升，无糖饮料的渗透率仍有较大增长空间。报告分析了几种主要的代糖品类：赤藓糖醇作为无糖饮料市场的领先品类，价格触底反弹，行业景气度有望提升；木糖醇受益于国际市场需求，出口量快速增长；山梨糖醇在功能性糖醇市场中占据主导地位，技术壁垒较高的晶体形态占比增加；麦芽糖醇在食品领域的应用广泛，下游需求有望爆发；阿洛酮糖因技术壁垒高，少数企业具备规模化生产能力，未来市场前景广阔。建议关注相关企业如百龙创园和三元生物。

[原文链接](#): <http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-15/doc-incwcefs3633269.shtml>

5. 靠平价瑞士卷出圈，零售商开始在烘焙赛道“抢”生意

关键词：烘焙,零售商,线下门店,会员店,价格战

概要：近年来，山姆、盒马、叮咚买菜等零售商在烘焙领域迅速崛起，与线下烘焙门店的低迷形成鲜明对比。山姆的Member's Mark烘焙产品，如瑞士卷和麻薯，凭借高性价比和社交媒体的推广，成为热销爆品。相比之下，线下烘焙门店因高昂的成本和较低的存活率，逐渐失去市场份额。零售商的优势在于产品种类丰富、价格低廉、渠道便利，且能通过高效的反馈机制快速迭代产品。此外，零售商的“一站式购物”体验和现烤面包的吸引力，进一步增强了消费者的购买意愿。零售商通过中央工厂模式和全链路生产，有效降低了成本，实现了价格优势。尽管烘焙市场尚未出现巨头，但零售商的崛起正逐步改变行业的竞争格局。

[原文链接](#): <http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-07/doc-incvfigsz2431137.shtml>

6. 狂揽数十亿！曾是中国“最难喝的饮料”，如今被中年男人买疯了

关键词：难喝,网红饮料,解酒,护肝,市场需求

概要：崂山白花蛇草水曾因酸臭味被网友评为“最难喝的饮料”，但近年来销量突破亿元。这款饮料起源于20世纪初，由德国商人发现的崂山矿泉水演变而来，后来与青岛医学研究所合作，针对东南亚湿热气候下务工者的不适症状，研制出具有显著药用价值的崂山白花蛇草水。该饮料不仅在东南亚风靡，还受到国内消费者的欢迎，尤其是中年男性因其解酒、护肝等功效大量购买。消费者行为对市场影响巨大，符合需求的产品才能经久不衰。类似案例还有“柏岁维”，这一抗衰产品通过降低研发成本，迅速占领市场，获得良好反馈。文章指出，饮料是否好卖并不取决于“难喝”，而是产品的研发和市场定位。

[原文链接](#): <http://cj.sina.com.cn/articles/view/1568309232/5d7a7ff0001015dg0>

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

7. 这届年轻人，开始冲进居民楼的私房烘焙抢蛋糕

关键词：私房烘焙,高定价,食品安全,预定制,成本压缩

概要：私房烘焙在社交媒体上爆火，出现“一糕难求”的现象。这些烘焙店通常以切块蛋糕、4-6寸的小蛋糕为主，注重口感和季节元素，如近期推出的栗子蛋糕。然而，许多热门私房烘焙店逐渐放弃实体门店，转向线上预订和自提模式，以降低成本、提高效率。例如，杭州的“RukiRuki”和广东的“熊宝甜品屋”均宣布关闭线下门店，转为线上运营。这种模式下，私房烘焙通过小程序预订、自提或外送，减少运营成本，同时保持高价。然而，食品安全、资质不足、用料不透明等问题也引发争议。尽管存在质疑，私房烘焙依然受到消费者的热烈追捧，成为烘焙行业的新趋势。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024524893.shtml): <http://www.linkshop.com/news/2024524893.shtml>

8. 人均60元的精品烘焙店正密集进入购物中心

关键词：烘焙首店,西式烘焙,商场引流,设计背景,性价比

概要：中国烘焙行业正迎来新的发展势头。2024年1月至9月，上海新开的烘焙首店达35家，超过茶饮和咖啡，位居前列。全国范围内，烘焙首店的开店数量也十分强劲，近五年的首店占比位列第二，仅次于饮品。西式中高档精品烘焙品牌表现尤为突出，客单价在25-60元的烘焙品牌成为主流。例如，2022-2023年的年度新兴品牌top100中，有13个烘焙品牌上榜，其中近70%为西式烘焙风格。商场招商时更倾向于选择具有设计背景和独特调性的烘焙品牌，如BUTTERFUL&CREAMOROUS，其门店设计突显法式、意式等异域风情，吸引了大量消费者。尽管烘焙店的投入门槛较低，但竞争激烈，淘汰率高。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-12/doc-incvuant6678792.shtml): <http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-12/doc-incvuant6678792.shtml>

9. 从“消费者体验”到“消费者口味”，解锁2025食品饮料风味趋势

关键词：家庭消费,远程工作,食品行动主义,社交媒体,怀旧情绪

概要：《2025年食品与饮料预测》报告揭示了未来几年食品饮料行业的几大趋势。首先，家庭消费因远程工作、经济压力和对舒适社交的需求而成为关键。其次，食品行动主义兴起，消费者更加关注食品来源和加工过程，并通过社交媒体探索全球风味。怀旧情绪也成为一种文化现象，为行业创新提供了背景。此外，寻找安神食品成为重要趋势，消费者通过特定饮食改善心理健康，如Golden Grove的功能性饮料和Feel Good Foods的无麸质鸡汤饺子。高端化和品质化也是主要趋势，消费者倾向于选择更优质的产品，如Kall的有机高汤和Red Bull的冬季限定版冰香草浆果饮料。最后，风味故事成为品牌与消费者建立情感链接的重要手段。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-07/doc-incvfit9200659.shtml): <http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-07/doc-incvfit9200659.shtml>

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

10. 康师傅方便面玩不出新花样，“复活”老爆款

关键词：大单品回归,方便面市场,高端化难行,市场竞争,消费趋势

概要：康师傅近期宣布升级后的“黑白胡椒面”和“面霸”系列回归，这些产品曾是其大单品，但一度淡出市场。此次复刻反映了方便面市场创新和增长空间有限，行业整体呈现收缩态势。康师傅和统一的财报显示，方便面业务收入持续下滑，两大巨头正逐步转向饮品业务。同时，方便面高端化尝试效果不佳，新兴速食品牌如螺蛳粉、酸辣粉等凭借网红口味抢占市场。尽管如此，方便面仍占据速食市场超过40%的份额，康师傅通过经典产品回归来巩固基本盘，以应对当前消费增长乏力和价格敏感度提升的市场环境。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-07/doc-incvfpze0931555.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-07/doc-incvfpze0931555.shtml

11. 统一企业中国：经营表现基本符合预期 饮料景气度有望延续

关键词：净利润,饮料销售,食品营收,毛利率,成本下降

概要：统一企业2024年第三季度净利润为6.7亿元，同比增长13.4%，基本符合预期。饮料销售收入同比增长低双位数，尤其是红绿茶、冰糖雪梨、海之言等产品表现突出。食品收入同比增长低个位数，面类业务增长中高单位数，新品茄皇及红烧牛肉面表现亮眼。3Q24毛利率同比提升2-3个百分点，主要得益于成本下降、产能利用率提升及减少促销，但销售费率增加影响了净利率的提升。展望未来，公司预计饮料景气度将持续，利润率有望进一步提升。中长期看，饮料行业的良好景气度和面行业的稳定格局将助力公司业绩持续增长。维持24/25年盈利预测，目标价8.6港元，维持“跑赢行业”评级。风险因素包括需求复苏不及预期和原材料价格波动。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/hk/2024-11-13/doc-incwwip1402625.shtml)：http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/hk/2024-11-13/doc-incwwip1402625.shtml

12. 女首富宗馥莉搞不定“无糖”

关键词：女首富,无糖茶,市场挑战,渠道改革,年轻消费者

概要：宗馥莉以810亿元财富成为新晋女首富，但其掌舵的娃哈哈在无糖即饮茶领域面临巨大挑战。尽管宗馥莉及其团队在2017年就看到了无糖茶饮的趋势并迅速行动，推出了多款无糖茶产品，但在市占率方面仍落后于农夫山泉、三得利等品牌。这些品牌凭借长期的市场积累和消费者认知，占据了超过80%的市场份额。此外，娃哈哈的渠道优势主要集中在三四线城市，而无糖茶饮的主要消费群体则集中在一二线城市的年轻人。宗馥莉正在努力重塑渠道，加强在一二线城市的布局，但后发劣势和差异化效果有限使得娃哈哈在无糖茶领域的结构性落后难以避免。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/2286037382/8842298601901c9y2)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/2286037382/8842298601901c9y2

13. 星巴克放弃价格战，高端市场之路该怎么走？

关键词：财报,营收下滑,同店销售额,价格战,第三空间

概要：星巴克2024财年第四季度全球营收下滑3.2%至90.7亿美元，净利润下降25.5%至9.09亿美元，尤其在中国市场，营收和同店销售额分别下降7%和14%。相比之下，瑞幸咖啡在中国市场表现突出，三季度营收达101.81亿元，同比增长41.4%。星巴克新任CEO Brian Niccol提出改善门店体验、调整产品结构等改革措施，但不参与价格战。瑞幸通过快速扩店和低价策略抢占市场份额，但也面临利润压力。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/293334)：https://www.cbndata.com/information/293334

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

14. 六个核桃入选全球软饮料品牌50强，养元饮品再证行业领导力

关键词：品牌建设,创新探索,可持续发展,健康饮品,植物蛋白

概要：近日，国际品牌价值评估机构Brand Finance发布“2024年全球食品和饮料品牌”价值报告，中国植物蛋白品牌养元六个核桃入选全球软饮料品牌50强，与可口可乐、百事可乐等国际巨头并列。Brand Finance采用授权节省法评估品牌价值，综合考虑市场策略、创新能力和可持续发展表现，彰显了六个核桃的国际品牌影响力。六个核桃在国内市场占有率超过80%，是全球最大的核桃深加工企业，品牌价值显著增长，2023年在中国品牌价值500强中排名从2018年的第120位跃升至第80位，品牌估值达120亿元人民币。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/roll/2024-11-14/doc-incvzmqw1244610.shtml)：http://finance.sina.com.cn/roll/2024-11-14/doc-incvzmqw1244610.shtml

15. 可口可乐日本：全球巨头如何通过创新与本土化征服饮料王国

关键词：本土化策略,文化适应,年轻化广告,即饮咖啡,健康饮品

概要：自1957年进入日本市场以来，可口可乐通过本土化策略和持续创新，逐步赢得了日本消费者的青睐。早期，面对以绿茶为主的饮食文化，可口可乐通过年轻化的广告策略和校园推广活动，成功吸引了年轻消费者。1975年，推出Georgia咖啡，通过自动贩卖机实现冷热双供，成为日本即饮咖啡市场的领头羊。2018年，可口可乐推出低酒精饮料“柠檬堂”，精准把握了日本消费者对轻松饮酒体验的需求。此外，Coca-Cola Plus功能性饮料的推出，满足了日本市场对健康饮品的需求。可口可乐在日本的成功还离不开其庞大的自动贩卖机网络和多层次广告与社会责任活动，使其在产品创新、市场营销和本土化策略上树立了典范。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/cj/2024-11-15/doc-incwaxxw0509342.shtml)：http://finance.sina.com.cn/cj/2024-11-15/doc-incwaxxw0509342.shtml

16. 唐彬森想拉核心供应商一起研发元气森林的饮料

关键词：供应商,合作关系,产品研发,共创模式,技术改造

概要：元气森林正致力于与供应商建立更紧密的合作关系。在第三届供应商大会上，创始人唐彬森表示，未来将让核心供应商参与产品研发，合作原则为“伙伴、亲清、降本、开放”。元气森林希望通过这种共创模式，从简单的采购关系转变为共创共赢的伙伴关系。例如，一家福建茶叶商与元气森林合作8年，通过推荐新品种“金观音”茶叶，成功推出“桃桃乳茶”，取得良好市场反响。此外，供应商通过技术改造和设备升级，提高生产效率和产品质量，实现共赢。元气森林还与廊坊百冠包装机械有限公司合作，开发了无菌碳酸两用生产线，满足了不含防腐剂的生產需求。随着产品迭代，元气森林对生产线的要求也在不断精细化，包括节能降耗和果粒灌装等目标。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-15/doc-incwcvce9506013.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-15/doc-incwcvce9506013.shtml

17. 上半年净利润增速超40%，东鹏饮料如何坐稳国内能量饮料头把交椅？

关键词：营收利润双增,第二增长曲线,渠道下沉,蓝领市场,品牌年轻化

概要：2024年上半年，东鹏饮料营收78.73亿元，同比增长44.19%，净利润17.31亿元，同比增长56.17%，增幅在12家饮料上市公司中居首。其成功主要得益于核心产品“东鹏特饮”在功能饮料市场的深耕，以及新推出的“补水啦”电解质饮料的快速增长。东鹏特饮凭借价格优势、用户友好的包装设计和渠道下沉策略，成功占领蓝领市场。公司还积极拓展产品线，推出电解质饮料、即饮咖啡、无糖茶等新品类，丰富消费场景。品牌营销方面，东鹏特饮通过经典广告语、明星代言、赞助热门剧综和体育赛事等方式提升品牌知名度。此外，东鹏饮料通过数字化建设优化渠道管理和消费者互动，实现高转化率和高效管理决策。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/3604290361/d6d51b39001018998)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/3604290361/d6d51b39001018998

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

18. 芜湖老板卖坚果，冲击200亿

关键词：线下布局,量贩零食,供应链优化,高端性价比,内容营销

概要：三只松鼠创始人章燎原宣布加速线下布局，计划三年内实现200亿营收目标。10月末，三只松鼠以6.6亿元收购湖南“爱零食”、天津“爱折扣”和安徽“致养食品”等线下零食品牌，以增强线下渠道。章燎原还投资2亿元完善供应链，1亿元孵化新品牌。尽管三只松鼠主要依赖线上销售，但线下市场仍占休闲零食行业的80%以上，因此章燎原认为必须加强线下布局。此外，三只松鼠还推行“高端性价比”战略，通过优化供应链降低成本，提高竞争力。未来，三只松鼠将继续加大内容营销力度，强化品牌影响力。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/stock/wbstock/2024-11-11/doc-incvsyzf7238870.shtml)：http://finance.sina.com.cn/stock/wbstock/2024-11-11/doc-incvsyzf7238870.shtml

19. 增长不达预期，Costco为何在中国“水土不服”？

关键词：会员扫描仪,会员费上调,经营焦虑,退卡潮,商品差异化

概要：Costco近期在美国推行会员扫描仪和上调会员费，反映出其对收入增长的迫切需求。在中国市场，Costco面临诸多挑战，包括会员卡共享、商品质量问题、退卡潮和管理不足等。尽管深圳店开业时创下了全球最高开卡记录，但随后因商品质量和退卡流程问题引发消费者不满。Costco依赖会员费作为主要收入来源，但在中国市场的表现不佳，续卡率仅为60%。其选品策略和价格优势在中国市场遭遇阻力，供应链建设和本土化不足成为主要问题。Costco在中国的扩张速度受限，且线上业务推进滞后，进一步影响了会员体验和增长。为了改善现状，Costco需要加强本土化调整和供应链建设，提升会员服务质量。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/293339)：https://www.cbndata.com/information/293339

20. “冷冻烘焙食品第一股”立高食品高层更迭，盈利能力遇挑战

关键词：冷冻烘焙,营收下滑,商超渠道,成本上升,产品创新

概要：立高食品股份有限公司（简称立高食品）近期宣布，总经理陈和军因个人原因辞职，董事会同意聘任董事长彭裕辉为新任总经理。立高食品是冷冻烘焙行业的龙头企业，2024年三季报显示，公司实现收入27.17亿元，同比增长5.22%；归母净利润2.03亿元，同比增长28.21%。然而，前三季度冷冻烘焙食品收入占比约58%，同比下降约7%，主要受商超渠道影响。公司未来将重点拓展餐饮、茶饮及新零售等创新渠道，以应对盈利能力下滑的挑战。财经专家认为，此次换帅或有助于公司优化治理结构，提升管理效率，为未来发展注入新的活力。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/wm/2024-11-13/doc-incvxtpc1078247.shtml)：http://finance.sina.com.cn/wm/2024-11-13/doc-incvxtpc1078247.shtml

21. 品牌方向在华特许经营商发终止通知，汉堡王中国称不影响餐厅运营

关键词：汉堡王,中国,特许经营,门店,发展计划

概要：汉堡王品牌方RBI集团向汉堡王在华主特许经营商TFI发出“终止通知”，TFI已提出异议，双方进入争议解决程序并讨论友好解决方案。汉堡王中国表示，该消息不会影响日常运营，并将继续致力于品牌在中国的发展。2017年，TFI获得汉堡王中国市场的特许经营权和独家开发权，授权期限至2032年6月。汉堡王中国计划2023年开设超过200家新店，但目前进展未达预期。汉堡王中国还推出了一系列低价促销活动，以加速品牌渗透和扩大市场份额。

[原文链接](http://news.sina.com.cn/o/2024-11-15/doc-incwckpq3534234.shtml)：http://news.sina.com.cn/o/2024-11-15/doc-incwckpq3534234.shtml

04

产品技术

Product Technology

新品上市:

22. 苏州学者研发植物基人造肉

关键词: 植物蛋白,未来食品,环保清洁,细胞培养肉,微载体技术

概要: 新加坡国立大学苏州研究院(新国大苏研院)作为中新两国在科技领域的重要合作项目,一直致力于促进学术交流与科技创新。近日,新国大苏研院在“媒体开放日”活动中展示了其在新型植物蛋白领域的最新科研成果。该研究主要聚焦于开发基于可替代蛋白的未来食品,特别是通过食用微载体生物材料制成的细胞培养肉。这种方法不仅成本低、环保,还具有巨大的商业潜力。具体成果包括方糖模板沥出法制备的多孔支架和乳液模板法制备的玉米蛋白微球,这些技术成功解决了大规模生产中的难题。新国大苏研院副研究员敬霖志表示,这种植物基人造肉有望成为未来食品领域的重要发展方向。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/tjhz/2024-11-12/doc-incvuxsi6306791.shtml): <http://finance.sina.com.cn/tjhz/2024-11-12/doc-incvuxsi6306791.shtml>

23. 五个女博士虾科研专利青素凝胶糖果技术:安全与美丽的双重升华

关键词: 虾青素,口服美容,都市人群,抗氧系统,天然结构

概要: 全球虾青素市场正迅速发展,预计到2025年将达到15.11亿元人民币,中国虾青素市场也将突破3亿元人民币。五个女博士品牌敏锐洞察市场趋势,推出了虾青素凝胶糖果,每颗含有12毫克专利虾青素,相当于5斤三文鱼中的虾青素含量。该产品采用环保提取技术,保留了虾青素的天然结构和生物活性,同时融合了专利麦角硫因和进口白番茄等成分,构建了独特的AET抗氧系统。这款虾青素凝胶糖果不仅方便、时尚,还有效对抗自由基,延缓肌肤衰老,满足了现代都市人群对安全与美丽的双重追求。五个女博士品牌通过这一创新产品,进一步丰富了口服美容市场,提升了市场竞争力。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/5300915255/13bf58c37001016e6u): <http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/5300915255/13bf58c37001016e6u>

24. 网红食品“扬大酸奶”创新推出爆珠酸奶,一口爆珠,回味无穷

关键词: 酸奶,营养丰富,口味众多,爆珠酸奶,藜麦青提

概要: 扬州大学康源乳业公司近日推出了新款“超有料”爆珠酸奶——藜麦青提芝士风味发酵乳。藜麦富含优质蛋白、多种维生素及矿物质,营养价值高,有助于抗衰老。此次推出的爆珠酸奶结合了藜麦、青提和芝士,口感丰富,营养均衡。为庆祝新品上市,扬大康源乳业公司还举办了尝鲜优惠活动,现场参与互动游戏有机会获得新品酸奶和玩偶等礼品。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-16/doc-incwftuk5430244.shtml): <http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-16/doc-incwftuk5430244.shtml>

25. 全球首家全自动AI汉堡餐厅即将在加州开业

关键词: 人工智能,自动化,机器人,面部识别,高效

概要: 全球首家全自动化的人工智能餐厅 CaliExpress 即将在美国加州帕萨迪纳开业。该餐厅与 Miso Robotics 和 PopID 合作,采用先进的自动化和人工智能技术。CaliExpress 的厨房配备了 Miso Robotics 开发的机器人油炸站 Flippy,可以自动处理食物准备、精确烧烤和油炸,提高工作效率并减轻员工压力。此外,Flippy 还有助于提高员工工资,改善工作环境。为了提升顾客体验,CaliExpress 引入了 PopID 的面部识别订购技术,实现无缝顾客互动和快速订单处理,避免排队等候。这些技术的应用不仅提高了顾客的便利性,也提升了餐厅的运营效率。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1736207384/677c6c18001014s4w): <http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1736207384/677c6c18001014s4w>

05

营销活动

Marketing Campaign

营销案例盘点：

26. 开在村里的面包店，一天卖400多个，怎么做到的？

关键词：窑烤面包,年轻创业者,乡村面包店,柴火烤制,纯天然面包

概要：浙江宁波东钱湖畔的一家窑烤面包店最近走红。店主朱芷怡是一名1999年出生的“海归”，曾在意大利留学，对柴火烤制的面包情有独钟。她在东钱湖镇城杨村租下一栋80平方米的平房，开设了名为“e la vita”的面包店。店内面包用传统窑洞烤制，味道纯正，深受顾客喜爱。开业以来，通过社交媒体的推广，吸引了大量游客和回头客，尤其是带小孩的80后、90后家长和中老年人。店内的原材料简单、天然，不含添加剂，价格略高于市场平均水平。目前最受欢迎的产品是黄桃扭扭棒和火腿芝士面包。面包店不仅为村里带来了人气，还促进了当地旅游业的发展。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-11/doc-incvsqmm7401270.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-11/doc-incvsqmm7401270.shtml

27. 当“烟火气”遇见“养生局”……

关键词：中医药文化,中医夜市,健康养生,夜间休闲,专业问诊

概要：中医夜市是将传统中医药文化与现代都市夜生活相结合的新形式，近年来在全国各地兴起，成为消费者夜间休闲娱乐和健康养生的重要场所。多地如北京、广东、陕西、安徽等地举办了中医夜市活动，通过专业问诊、知识普及、多元互动体验等方式，满足消费者的健康需求。活动内容包括中药茶饮、中医推拿、拔罐、艾灸等传统疗法，并结合现代科技如VR、AR，增强体验感。中医夜市还设有中医药知识问答、香囊制作等互动环节，提升参与感。尽管面临经营者需具备足够中医药知识和夜间经营安全卫生等问题，但在政策支持和市场需求推动下，中医夜市具有广阔的发展前景。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/wm/2024-11-15/doc-incwcefq6445574.shtml)：http://finance.sina.com.cn/wm/2024-11-15/doc-incwcefq6445574.shtml

28. 甄选优质食材，亚朵养生早餐上线获用户好评

关键词：健康早餐,南北差异,精选食材,低碳低脂,豆浆豆花

概要：康宝莱发布的《中国营养早餐调研报告》显示，75%的中国消费者认为早餐是一天中最重要的一餐，90%的人认为养成健康早餐习惯至关重要。亚朵酒店洞察到消费者对便捷、健康、美味早餐的需求，推出「亚朵养生早餐」，涵盖南北饮食差异，首批特色餐品包括豆浆、豆花、小米粥和豆渣卷饼，获得用户好评。亚朵精选来自东北黑龙江绥化的大豆和陕北米脂县的小米，确保食材的绿色安全和营养价值。通过与九阳合作定制豆浆研磨机器，恢复传统磨盘制作工艺，使豆浆口感丝滑、香气浓郁。此外，亚朵提供多种调料，满足不同口味需求。这一举措不仅满足了消费者对健康饮食的需求，也提升了用户体验，为亚朵的住宿体验注入新的动力。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7310594210/1b3bed0a200101aase)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7310594210/1b3bed0a200101aase

29. 雨天也挡不住碳水快乐！“面包漫步嘉年华”火爆外滩源

关键词：面包嘉年华,外滩源,人气品牌,创意手工坊,面包文化展

概要：11月14日，尽管秋雨绵绵，“面包漫步嘉年华”在外滩源露天街区开幕，吸引了来自14座城市的60多个精选品牌参展，为上海市民和游客带来了一场面包盛宴。活动展示了各种传统与创新的面包，如法棍、肉桂卷、恰巴塔、国王饼等，吸引了众多面包爱好者。其中，TRIFLE 揣福带来了肉桂卷、杏子芝士能量棒等明星产品，而三砾面包职人则展示了采用特殊发酵工艺的意式可颂。除了美食，活动还设有创意手工坊、面包文化展和交流分享会，让参与者在品尝美味的同时，深入了解面包背后的故事。活动将持续至11月17日，每天11:00至20:00。11月15日还将举办“国王饼大赛”。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-15/doc-incwckpn6411727.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-15/doc-incwckpn6411727.shtml

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。