

每日新品 新品趋势报告

解构全球新品，给你的创新加点灵感

地区：中国

报告时间：2023年6月



报告说明

REPORT INSTRUCTIONS

数据来源

DATA SOURCES

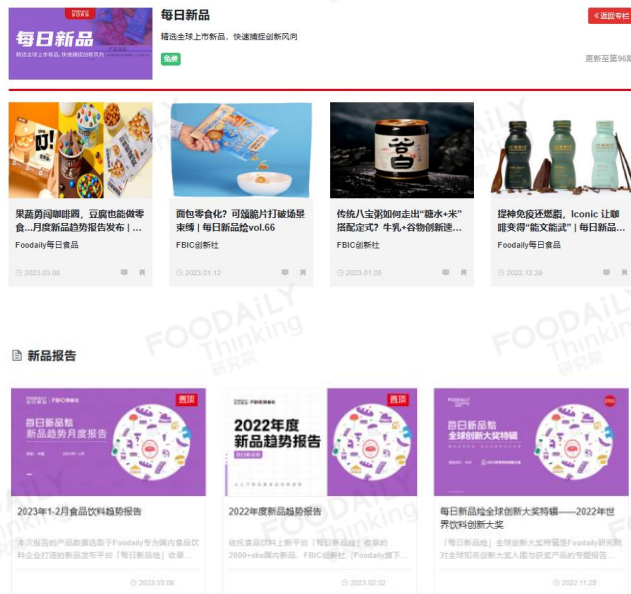
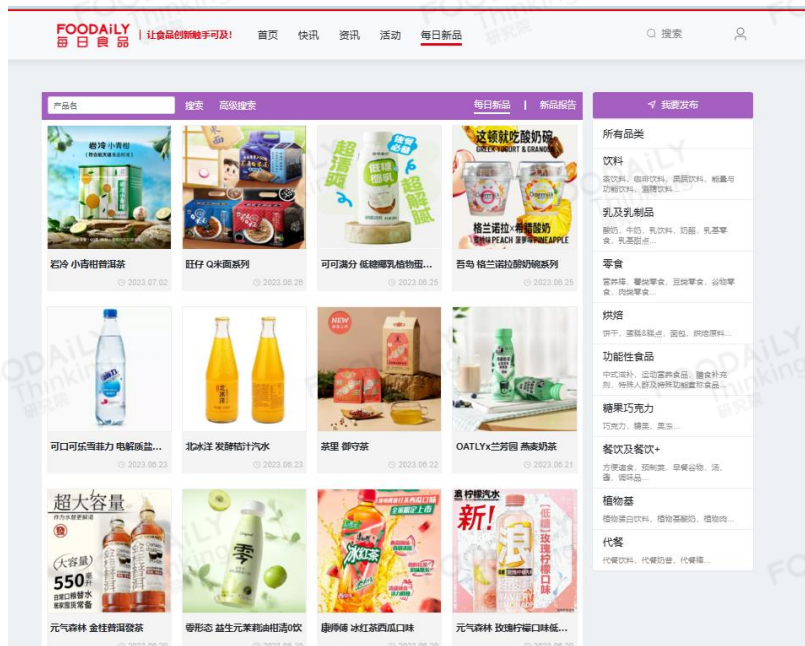
「每日新品」新品趋势报告是Foodaily研究院基于全球创新产品研究特别策划的趋势分析报告,总结不同市场产品创新趋势,为本土新品开发提供有价值的灵感参考。

Foodaily定期推出主题推荐、专业解读文章、月度趋势报告等专业内容,栏目背后依托的新品数据库每年新增国内外新品10000+sku,每期推文吸引4000+食品从业者阅读。

每日新品栏目已发布100+篇产品解读短文、10+份新品报告,网站、公众号等多平台同步上线。

本次报告的产品数据选取于Foodaily专为国内食品饮料企业打造的新品发布平台「每日新品」收录的公开新品数据。

本次共筛选了新品发布时间范围在2023年6月上市的新品,覆盖饮料、乳及乳制品、零食、烘焙、功能性食品、餐饮及糖果巧克力7大品类。



扫描下方二维码即可上传新品

每日新品

365天全天候上新速递



6月新品

创新关键词

KEYWORDS

喝水升级

花式吃冰

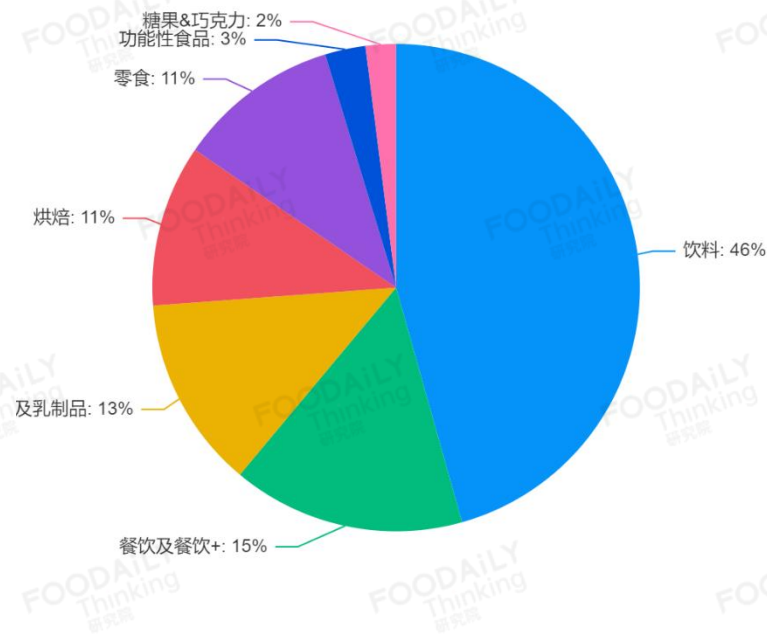
低因咖啡

烘焙健康化

功能性奶粉

覆盖品类结构

CATEGORY



代表品牌

BRANDS



数据来源: Foodaily每日新品收录2023年6月上市新品, 共计152款

趋势1：新茶饮为消费者的精神代言

作为上新最为频繁密集品类，不错过每个节日节庆，大小热度的新茶饮们，不是在网上冲浪第一线就是在引领线上冲浪潮流。在这一特性下，新茶饮们天生自带“社交属性”优势，以颇具话题流量的茶饮新品作为切口，挖掘与用户的精神共鸣，建立与消费者之间的情感认同，成为消费者们精神的代言人。

“玄学营销”



茉沏 金榜系列

- 谐音梗
- 高考应援



甜啦啦 金榜题名桶

- 为考生助力
- 直观的好寓意



百分茶 桃好运系列

- 季节限定回归
- 好运周边：桃好运木鱼

“发疯文学”



乐乐茶 一拳打爆

- 创意包装
- 演绎打工人的上班情绪



乐乐茶 鸭血可可生椰/鸭血可可开心果条

- 川渝限定
- 椰冻制“鸭血”

趋势2：绿茶卷工艺、麦茶卷包装，茶饮向不同维度突围

据益普索《现制茶 vs. 包装茶-君子和而不同》数据，包装茶饮的复合年增长率已从2015-2020年间的4.9%，预计上涨到2020-2025年间的7.0%。在无糖/低糖已成为包装茶饮的推新标配下，细分品类茶饮内部也开始向更多维度推进。

绿茶：多重工艺上阵只为一口新鲜



伊利 伊刻活泉现泡茶

- “锁鲜盖”专利技术
- 饮用前“先拧后摇”
- 还原现泡口感

455ml天然矿泉水+0.8g茶固体*1瓶/6.5元



统一茶里王 高山生榨绿茶

- 生榨鲜茶浓缩液
- 氮封锁鲜技术、70-90°C高温萃茶工艺、UHT生产工艺

500mL*15瓶/79.9元



元气森林 春茶

- 100%鲜嫩的春采绿茶
- 低温冷萃工艺

500mL*15瓶/79.9元

麦茶：强调“解腻”，搭配多元谷物丰富口味



青岛啤酒 优活家大麦茶

- 二棱大麦+六棱大麦
- 95°C高温软火慢烘焙
- 丰富麦香

500ml*15瓶/65元



盼盼 玄米大麦茶

- 大麦+玄米
- 萃取头道麦汁
- 谷香本味

500ml*15瓶/39.9元

喝茶更专业：强调茶种产地



迎驾山泉 东方金叶无糖茶饮料

- 主打地域概念：安徽六安瓜片、祁门红茶、霍山黄芽

418ml*6瓶/39.9元

趋势3：喝水升级

作为每日必修，喝水正承载着消费者更多的诉求，为了能更好、更有趣、更健康的喝水，小红书上有高达428万+“喝水”相关笔记，记录了大众在喝水上的诉求。Foodaily也注意到，水饮品牌们开发的产品也在向着喝水体验的升级努力，从口感、社交属性等维度提升消费者的喝水体验，为这一大市场注入新的活力。

强调口感，主打强刺激



元气森林
激昂姜汁汽水

- “气泡撞姜”
- 姜汁的“劲”+气泡的“冰”+柠檬的“酸”
- 特调冰感因子”

450mLx15瓶/59.9元



元气森林
浪 低糖玫瑰柠檬汽水

- 重瓣红玫瑰精粹
- 柠檬酸味+强劲气泡

500mL*15瓶/57元



RIO锐澳
强爽8度0糖系列

- 纯净伏特加+超足碳酸气泡
- 酒劲强劲，口感Max

500ml*6罐/75元

加大号：消暑畅饮+社交属性



柠檬共和国 露营分享装

- 露营和家庭聚餐场景
- 一桶2L，容量大升级

2L*1桶/49.9元



奈雪的茶 霸气超大桶瓜

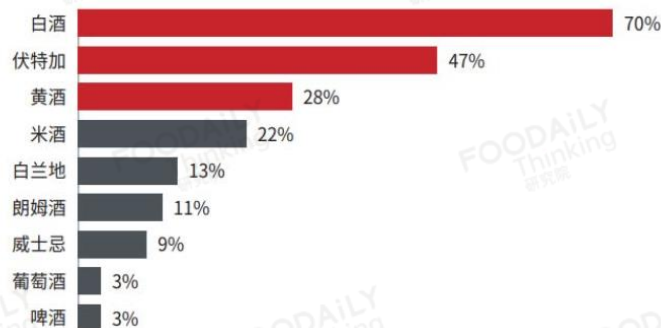
- 2.2L限定超大桶装
- 无籽麒麟西瓜搭配脆甜马蹄丁

2.2L*1桶/39.9元

趋势4：白酒拥抱年轻人群

新一代年轻人不爱喝白酒了。据里斯咨询《年轻人的酒：中国酒类品类创新研究报告》显示，白酒在年轻人的认知中属于“上一代喝的酒”，70%受访者认为白酒不适合年轻人喝，酒精度过高、不健康且味道辛辣不好喝是年轻人抗拒白酒最主要的三大障碍。在此态势下，伴随茅台在冰淇淋品类的试水成功，五粮液、舍得酒业等传统白酒企业逐渐作出改变，尝试年轻化的探索，其他高度酒针对年轻人作出的尝试也或将启发传统白酒企业。

下列酒中，您认为哪些“最不适合”年轻人喝？



资料来源：里斯咨询《年轻人的酒：中国酒类品类创新研究报告》

借力成功案例，白酒试水冰淇淋



舍得酒业 X 圣悠活
黑芝麻燕麦舍得酒风味冰淇淋

- 黑芝麻燕麦+可可曲奇饼干+酒味冰淇淋
- 0.3g舍得酒味爆珠
- 0%酒精

100g*1份/19.9元



五粮液 五粮文创冰淇淋

- 传统棒签装
- 造型还原“52度普五”

威士忌+气泡水，扩大消费场景



百龄坛 X 元气森林

- 百龄坛特醇
- 可乐味气泡水
- 可加入柠檬



芝华士 X 元气森林

- 波本桶威士忌
- 白桃味气泡水
- 可加入黄桃罐头

趋势5：吃冰的n种方式

连连高温下，除了“救命”的空调、风扇外，吃冰成为不少消费者的消暑首选。在小红书搜索“冰块”，相关笔记数量超过117万篇，商品超过19万件，“冰块自制”、“冰块饮品”、“冰块怎么不容易化”等成为最受欢迎的笔记。伴随消费者对吃冰块的情绪和功能价值需求被放大，围绕“吃冰”进行产品创新，或将成为打造夏日爆品新方向。

咖啡、牛奶...都是冰块好苗子



永璞 X 盒马 冷萃咖啡
冰冰杯

- 冷萃咖啡冰球
- 水、气泡水、牛奶等
通通百搭

96g*1杯/9.9元



益禾堂 X 豆企 奶砖系
列奶茶

- 奶砖小料
- 浓郁奶香更冰爽

500ml*1杯/14元



麦当劳 奶铁冰冰奶铁

- 一整块奶铁液加工
“奶铁冰”
- 拒绝咖啡越喝越淡

酸奶冷冻新吃法



安慕希 延吉限定雪糕棒

- 常温酸奶的夏日新吃
- 好吃好玩
- 酸奶向雪糕品类延伸



趋势6：低因，实现咖啡的“早咖晚咖”

消费者对咖啡的需求已不局限于每日提神醒脑的“续命水”，随时随地无负担的喝咖啡，同时避免摄入咖啡因后的精神紧张，让咖啡成为“口粮水”也成为不少咖啡爱好者，或是咖啡因不耐受人群的新需求。

低因咖啡便顺此而来。通过对生咖啡豆进行脱因处理，低因咖啡中咖啡因的含量比未脱因的下降了97%左右。目前的脱因手段有溶剂处理法、瑞士水处理法和二氧化碳处理法三种。

Foodaily发现，本月也有不少咖啡品牌推出低因咖啡，在满足人群需求的外，低因也成功将咖啡的消费场景扩展到傍晚以后，成为全天候饮品。



永璞 自然系列脱因意式咖啡液

- 山水处理法脱因，脱除率 > 99.8%
- 每份（18g）仅含2mg咖啡因

18g*12杯/68元

(不止拿铁) 低因

推荐 ★★★★★

可定制化的**低因版**，风味依旧
闻得到的可可味，品得出的柑橘香

(美式) 低因

推荐 ★★★★★

低因版 美式
使用 瑞士水处理法 工艺

Tim's天好咖啡“低因咖啡豆”选项

- 美式、拿铁、不止咖啡均可选择
- 瑞士水处理法降低咖啡因含量

335ml*1杯/23-27元

DRAGON DRINK
幻紫生咖
芒果和火龙果风味
火龙果干、椰汁

PINK DRINK
粉粉生咖
草莓和阿萨伊果风味
草莓果干、椰汁

芒紫柠力生咖
芒果和火龙果风味
火龙果干、柠檬汁

粉莓柠力生咖
草莓和阿萨伊果风味
草莓果干、柠檬汁

星巴克 生咖Pink Drink

- 生豆萃取出咖啡原液
- 真实果汁果干融合
- 多巴胺色彩

473ml*1杯/37元

趋势7：进击的烘焙

顺应大健康趋势，消费者对烘焙产品带来的美味和健康有了更高的期待。欧睿指出，中国的四大烘焙健康趋势为少糖、清洁标签、天然健康和功效烘焙。目前，健康烘焙在国内属于初期发展阶段，少糖和天然健康是进行较多尝试的方向，清洁标签和功能化或将成为未来探索发展健康烘焙的主力方向。

“三减”标签， 健康选择直观可视化



盼盼食品 清熟吐司面包

- 减糖、减盐、减油
- 使用“健康选择”标识

饼干也能助睡眠



百醇 醇睡猫系列

- 115mgGABA230mg茶叶茶氨酸
- 晚间场景
- 助眠

经典版巧克力味:15g*7袋/盒 49元
升级版红酒巧克力味: 15g*7袋/盒 69元

天然食材，轻养好味道



薄荷健康 五黑桑葚紫米饼

- 黑米、黑桑葚、黑枸杞、黑芝麻、黑豆
- 花青素和色氨酸

250g*1盒/19.9元



王饱饱 厚椰乳味捏捏包

- 低聚果糖代替白砂糖
- 1个面包的膳食纤维含量≈1斤半的芹菜

8只/54.9元

趋势8：从功能性角度，深挖奶粉创新

伴随消费者对自身健康的关注达到了一个新高度，成人奶粉或将成为奶粉市场新的增长点。据《2023年京东超市成人奶粉趋势报告》数据显示，2022年成人奶粉的市场规模近156亿，在需求端，成人奶粉的潜在用户远高于婴幼儿奶粉。与此同时，国内婴幼儿奶粉市场进入存量时代，婴童奶粉面临更大竞争挑战。

成人奶粉：各式功能诉求的好搭档



贝特佳 乐蓓初营养配方奶粉（眠之选）

- 助眠因子：茶氨酸、酪蛋白水解肽
- 酵母β-葡聚糖、乳双歧杆菌HN019、动物双歧杆菌Bb-12

800g*1罐/228元



贝特佳 营养配方羊奶粉（糖小控）

- 低GI配方控糖
- 三低配比：0蔗糖、GI值26、GL值4

800g*1罐/228元



伊利轻慕 红参焕活奶粉

- 红参、桂圆、枸杞
- 减脂52%新鲜生牛乳
- 中式食补

400g*1罐/149元



认养一头牛 益生菌营养奶粉

- 添加HN019、Bb-12菌株
- 促进肠道健康

700g*1罐/109元

婴幼儿奶粉：消化、免疫细分功能需要满足



蒙牛 初爱牛牛

- MLCT结构脂+新型OPO
- 水解乳清蛋白、CPP
- 高含量乳铁蛋白、珍稀乳脂球膜(MFGM)、五种核苷酸

趋势9：深掘肉制品升级，更健康、更新鲜

随着生活水平的提高和健康饮食观念的强化，消费者对肉制品的诉求从吃饱到吃好转变。当下的深加工肉制品们除了更加注重肉材质量，配料构成外，工艺技术上的升级带来的新鲜体验也是打动消费者下单购物的法宝所在。

原肉制作还原肉本味



以牛为本 真牛肉丸

- 牛肉含量≥92%
- 牛腿肉作为原料肉

6根*1盒/49元



以牛为本 爆浆芝士和牛牛肉饼

- 纯牛肉绞制
- 和牛添加量≥65%
- 配料只有牛肉、芝士、水、盐

100g*2盒/159元

香肠升级：短时加工更新鲜



小黄象 鲜肉香肠

- 鲜猪后腿肉
- 从农场到灌制成肠只需72h

210g*2盒/63元

趋势10：果味占领夏季舞台

顺应夏季各式水果的接连上市，品牌们也推出不少果感十足的产品，其中不乏一些充满创意的果味搭配，为消费者带来新奇的感官体验。同时，夏季水果的代表西瓜，也巧妙融入烘焙、饮料品类，打破消费者的既往认知。

果味成为坚果的新“搭子”



洽洽 榴莲味/青瓜味腰果

- 味蕾的双重体验
- 瑞士立体烘焙工艺
- 360°均匀裹粉

榴莲味：115g*1袋/24.9元
青瓜味：115g*1袋/26.9元



甘源 冻干芒果腰果/冻干榴莲腰果

- 冻干新吃法
- 水果与腰果强捆绑

冻干芒果腰果：50g*1袋/26.9元
冻干榴莲腰果：50g*1袋/35.5元



洽洽 荔枝茉莉味瓜子

- 新茶饮风味进入瓜子
- 双重口味层层递进

98g*1袋/7.5元

花式吃瓜



康师傅 西瓜口味冰红茶

- 红茶+西瓜
- 口感清甜冰爽

500ml*2瓶/27.1元



广州酒家 象形西瓜包

- 仿西瓜造型
- 西瓜外皮也能吃
- Mini造型

337.5g*1袋/22.9元

● 关于Foodaily每日食品

Foodaily 每日食品成立于 2009 年,是聚焦在食品饮料领域的产业创新平台。我们以创新产品 & 品牌为原点,研究创新从 0 到 1,从 B 到 C,致力于能从发现、传播、表彰到链接深度推动食品产业的创新发展。

年度活动包含 Foodaily EXPO 每日食品创新博览会, Foodaily FBIC 全球食品饮料创新大会, 新食品时代 100 人论坛, 以及权威行业奖项 iSEE AWARD。

Foodaily 每日食品通过线上公开课、线下私享会提供创新链接服务,每日新品提供创新品牌的营销及渠道开拓服务;汇聚产业内优秀的 CEO 顶层资源,通过私享会、私董会及产业游学协助深度链接与认知提升。

新品报告是Foodaily旗下产品创新账号FBIC创新社推出的研究项目,旨在发现并研究全球创新产品,激发创新灵感。

Foodaily官方公众号



FBIC创新社公众号



官方网址: www.foodaily.com

报告作者: 李晨莹

报告设计: 项启华、朱雯雯

媒体商务合作: Amy (微信号: 13701559246)

加入社群: Cherry (微信号: 15262433826)

FOODAILY

每日新品

365天全天候上新速递

FOODAILY 每日食品 | FBIC 创新社

新品报告月月领 创新灵感聊不停



扫码备注“每日新品”进群
领取新品趋势报告