



餐饮行业 月度市场观察

| 数据大盘 | 行业动态 | 企业动态 | 产品创新 | 营销玩法



2024.6.1 - 7.31

本月重点内容 >>>

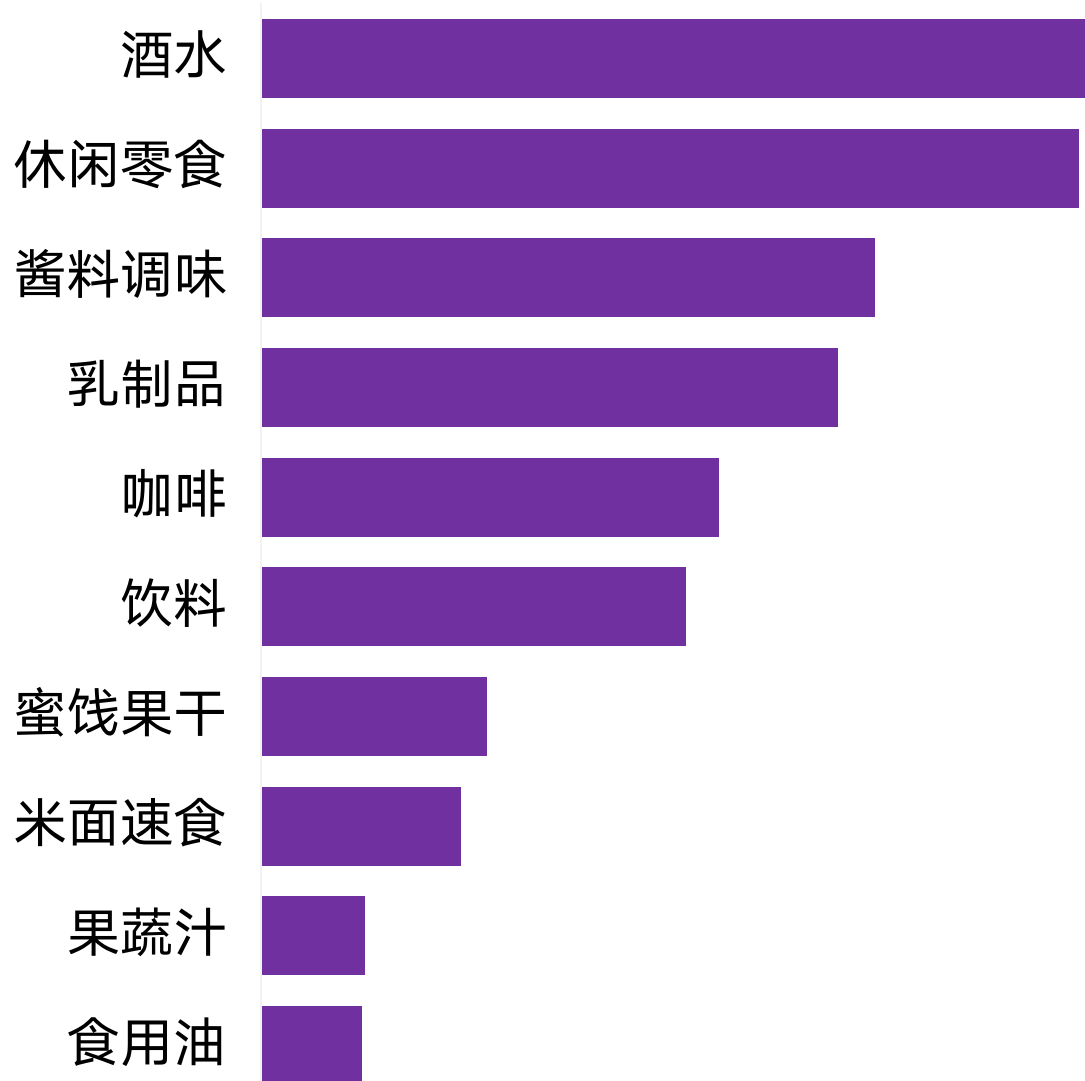
- 2024年6-7月，食品饮料行业品类声量整体变化较小，「酒水」品类在小红书、抖音双平台声量表现皆佳；
- 2024年6-7月，食品饮料行业内容中，高热度话题围绕双平台特色话题，如抖音平台官方标签内容如#新农人计划2024等，引发圈层用户关注；
- 2024年6-7月，小红书、抖音双平台中食品饮料品牌声量侧差异较小，而投放侧呈现较大差异；
- 2024年7月，食品饮料行业新增代言人数47，饮品品类整体高于食品品类，代言人title较为多元，更生动的连接消费用户；
- 2024年7月，食品行业赞助剧集、综艺占比均有涉及，整体来看剧集赞助数量较多；饮料行业的剧综赞助活动数量整体高于食品行业，同一品牌赞助视频较多。
- 妙可蓝多拟4.48亿元现金收购蒙牛奶酪100%股权
- 东方甄选自营产品半年GMV超36亿元
- 雀巢2024上半年销售额450.5亿瑞郎
- 胖东来入局饮用水赛道，或将推出自营矿泉水
- 酱油蘸水果吃法，海天打造“给水果吃的酱油”新品
- 德芙×绿箭推出薄荷味巧克力冰淇淋
- 高汤面馆亮相巴黎，白象中国面飘香塞纳河畔
- 瑞幸×《玫瑰的故事》上新黄玫瑰拿铁，口感温润馥郁

2024年6-7月食品饮料品类声量概况

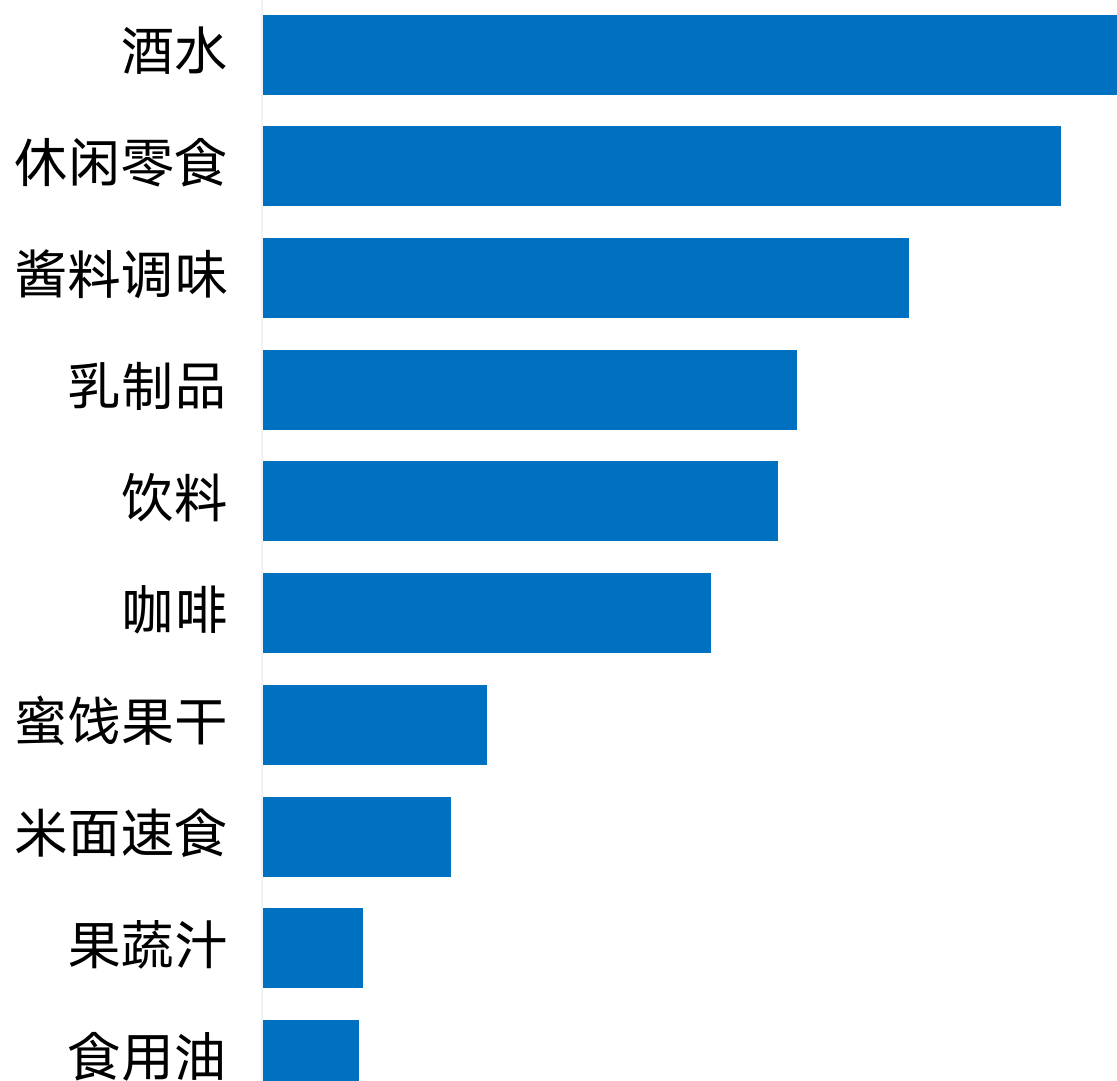
- 2024年6-7月，食品饮料行业品类声量整体变化较小，「酒水」品类在小红书、抖音双平台声量表现皆佳；从声量差异表现来看，小红书平台各品类声量表现较为匀称，抖音酒水声量与其他品类差值较大；除No.1品类外，其他高声量食品饮料品类，以日常生活、休闲食品为主。

2024年6-7月小红书平台食品饮料品类声量榜

小红书平台食品饮料品类6月声量榜TOP

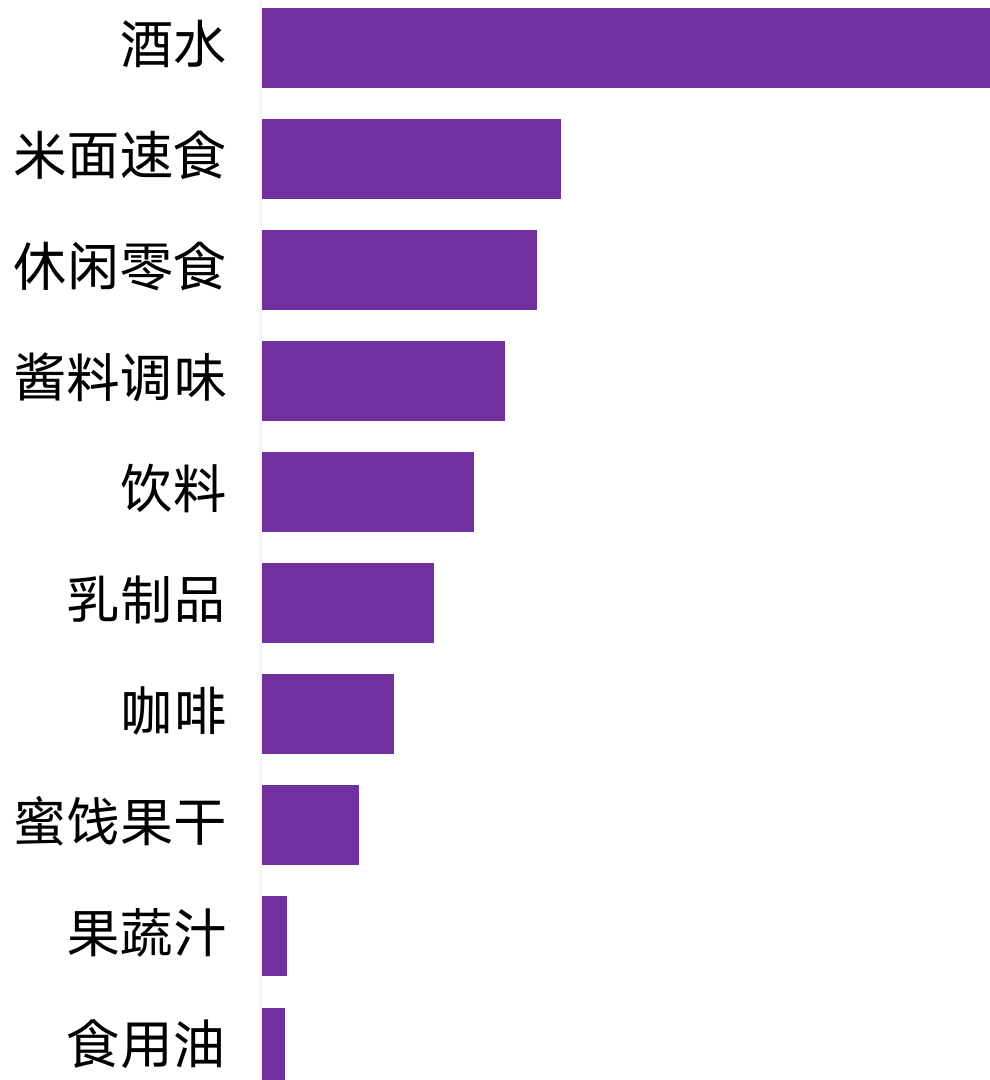


小红书平台食品饮料品类7月声量榜TOP

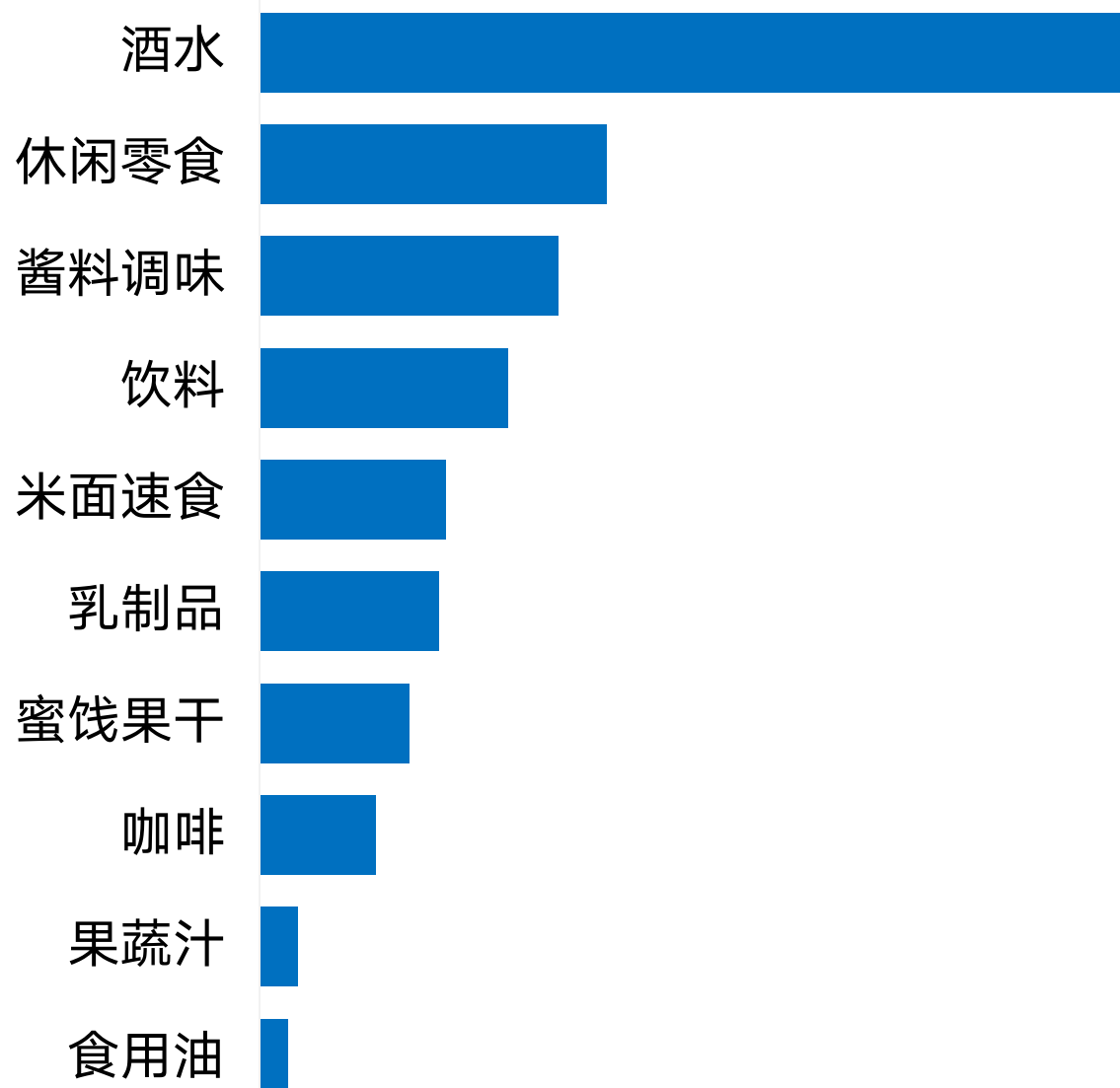


2024年6-7月抖音平台食品饮料品类声量榜

抖音平台食品饮料品类6月声量榜TOP



抖音平台食品饮料品类7月声量榜TOP

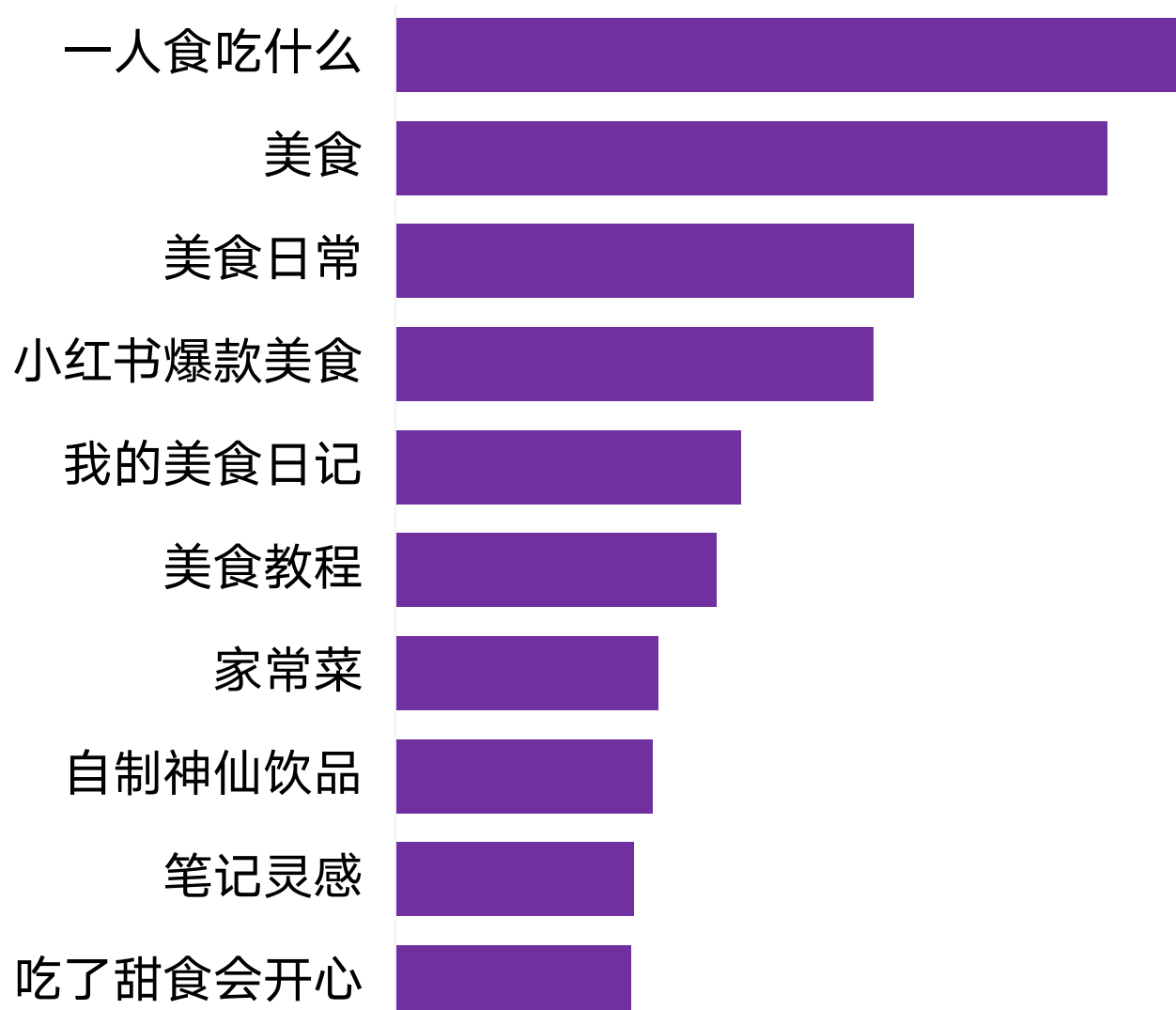


2024年6-7月食品饮料品类内容概况

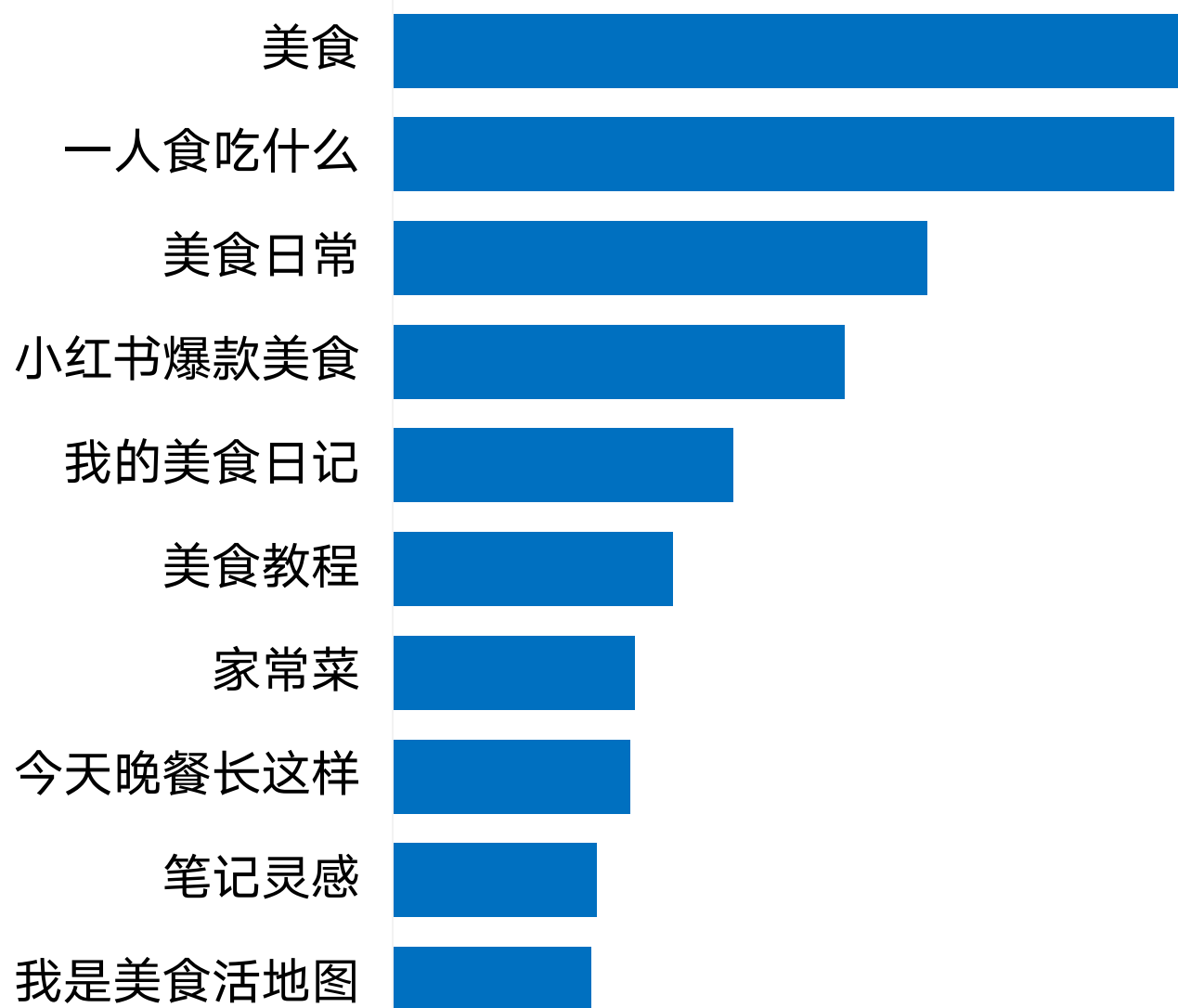
- 2024年6-7月，食品饮料行业内容中，高热度话题围绕在双平台特色话题中，其中小红书平台制作类、分享类、差异化美食等内容整体讨论度较高；抖音平台除日常热话，官方标签内容如#新农人计划2024等，引发圈层用户关注。

2024年6-7月小红书平台食品饮料品类热门话题（互动量排序）

小红书平台食品饮料品类6月热门话题

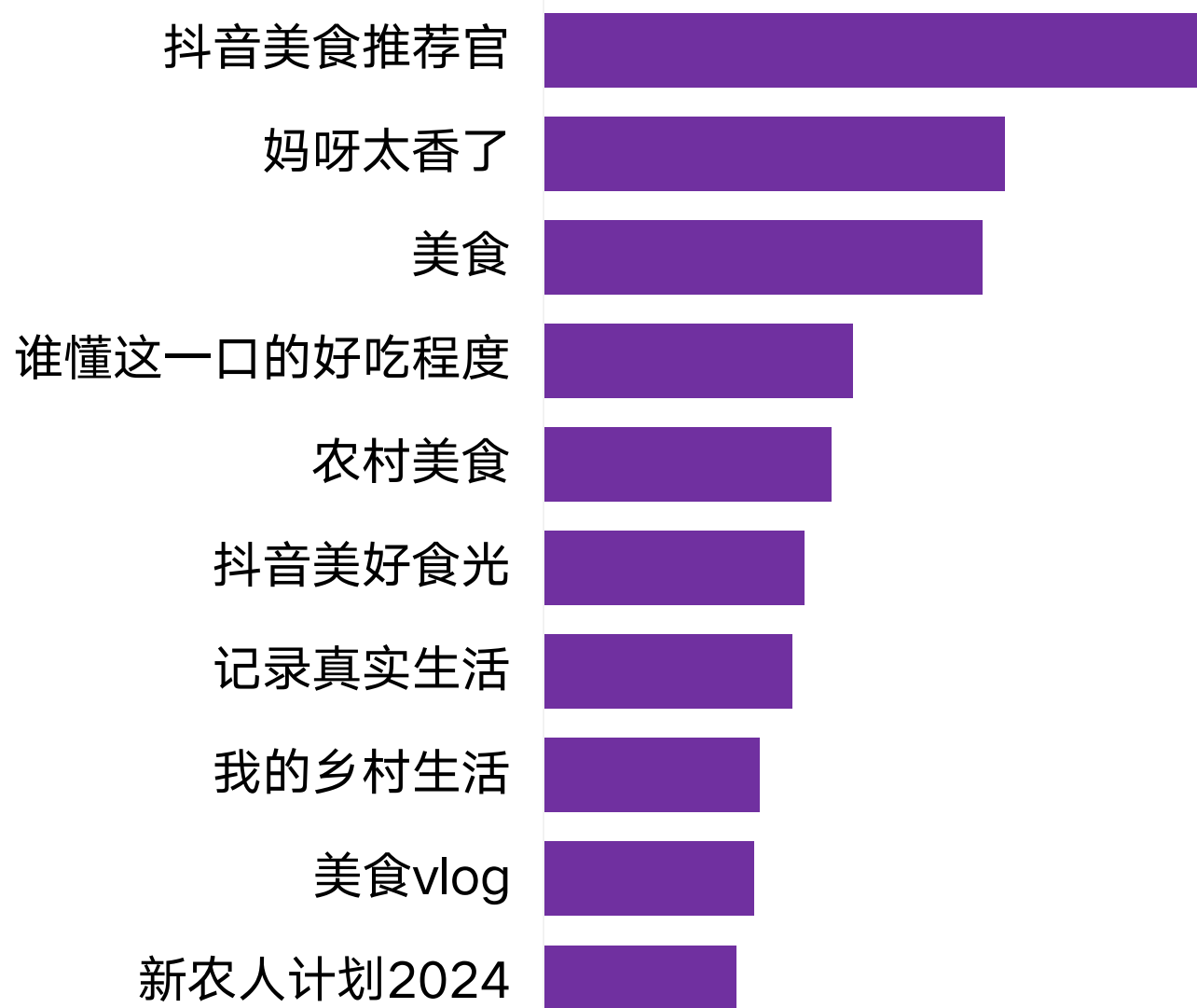


小红书平台食品饮料品类7月热门话题

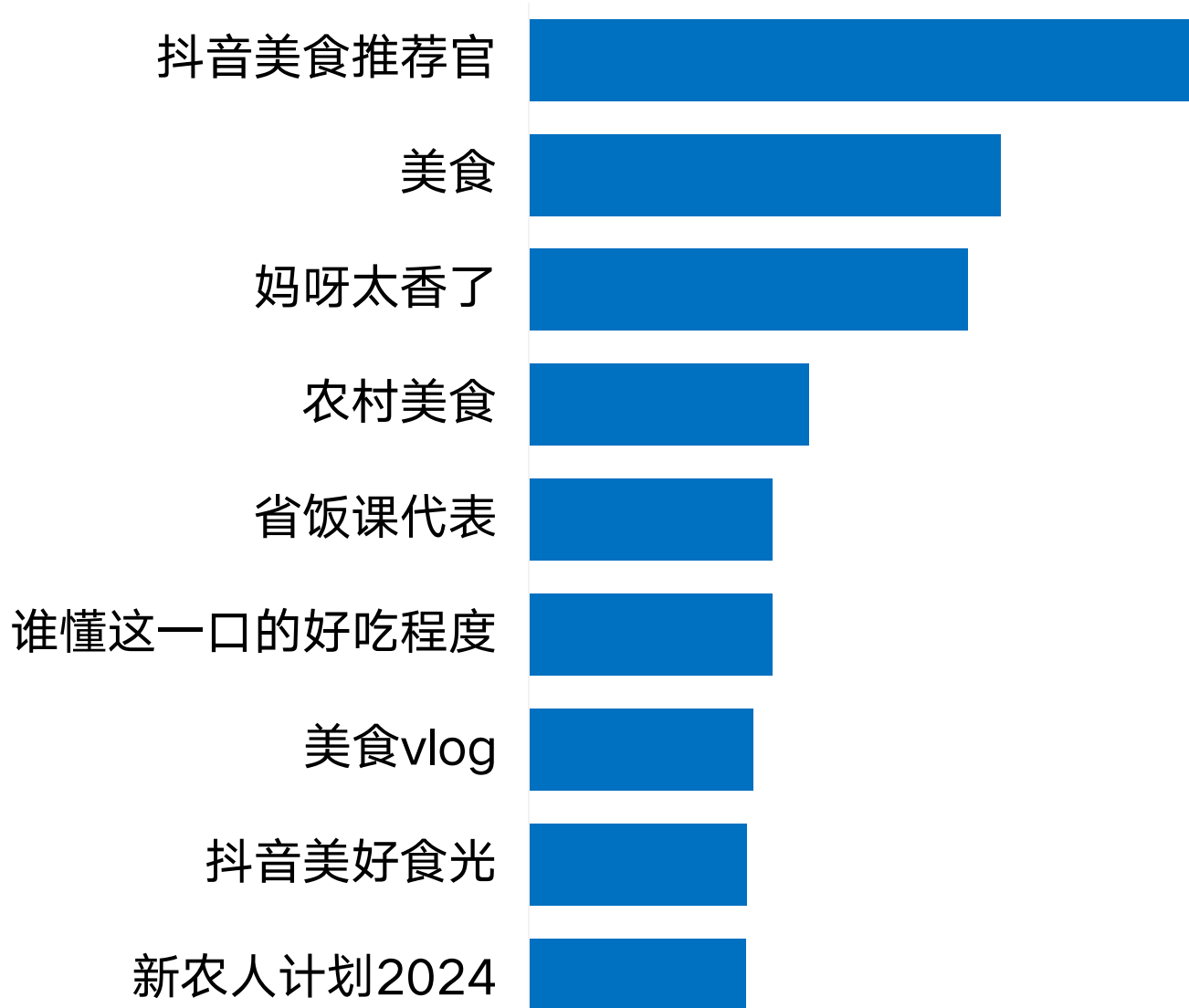


2024年6-7月抖音平台食品饮料品类热门话题（互动量排序）

抖音平台食品饮料品类6月热门话题



抖音平台食品饮料品类7月热门话题



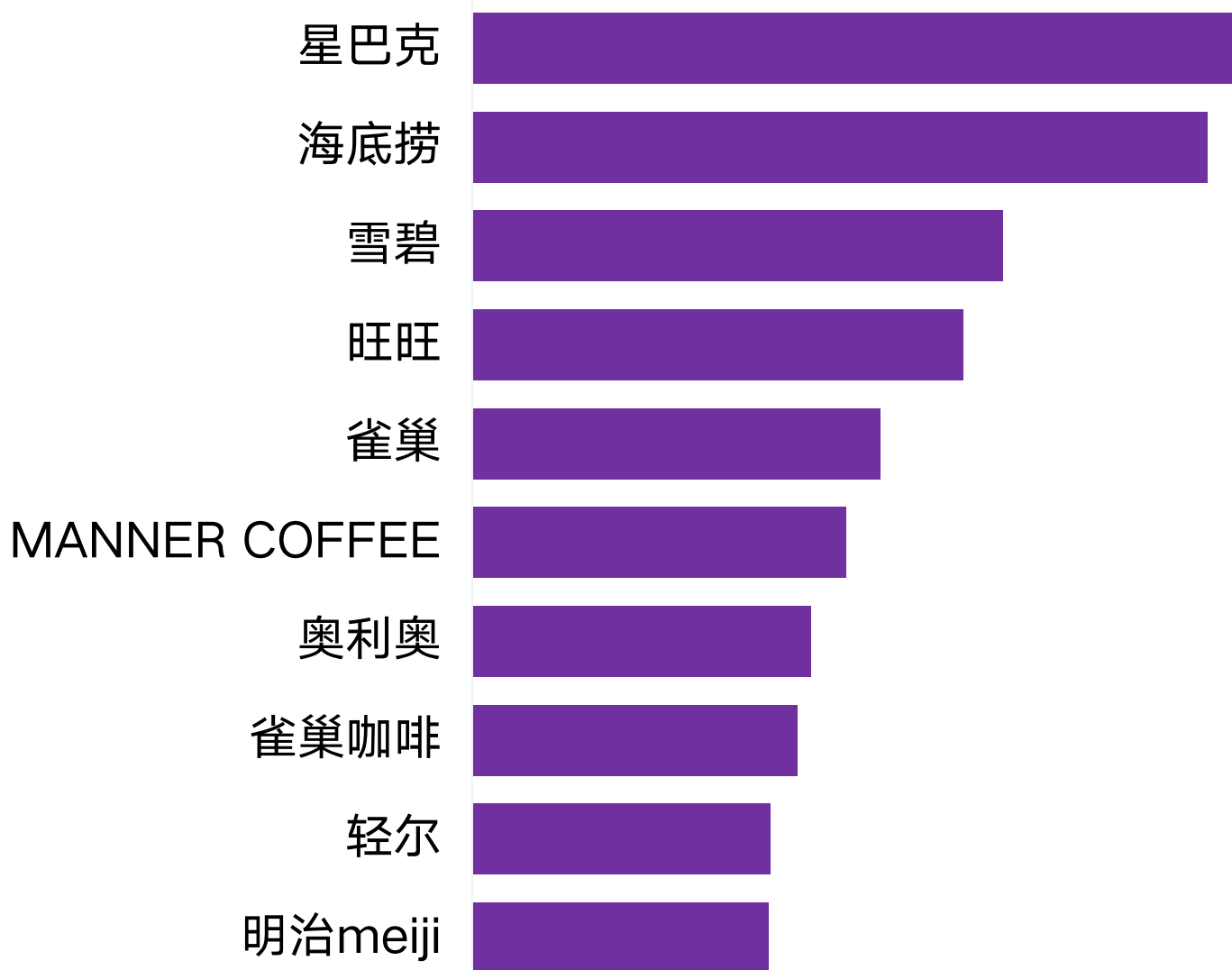
数据大盘

2024年6-7月食品饮料品牌声量概况

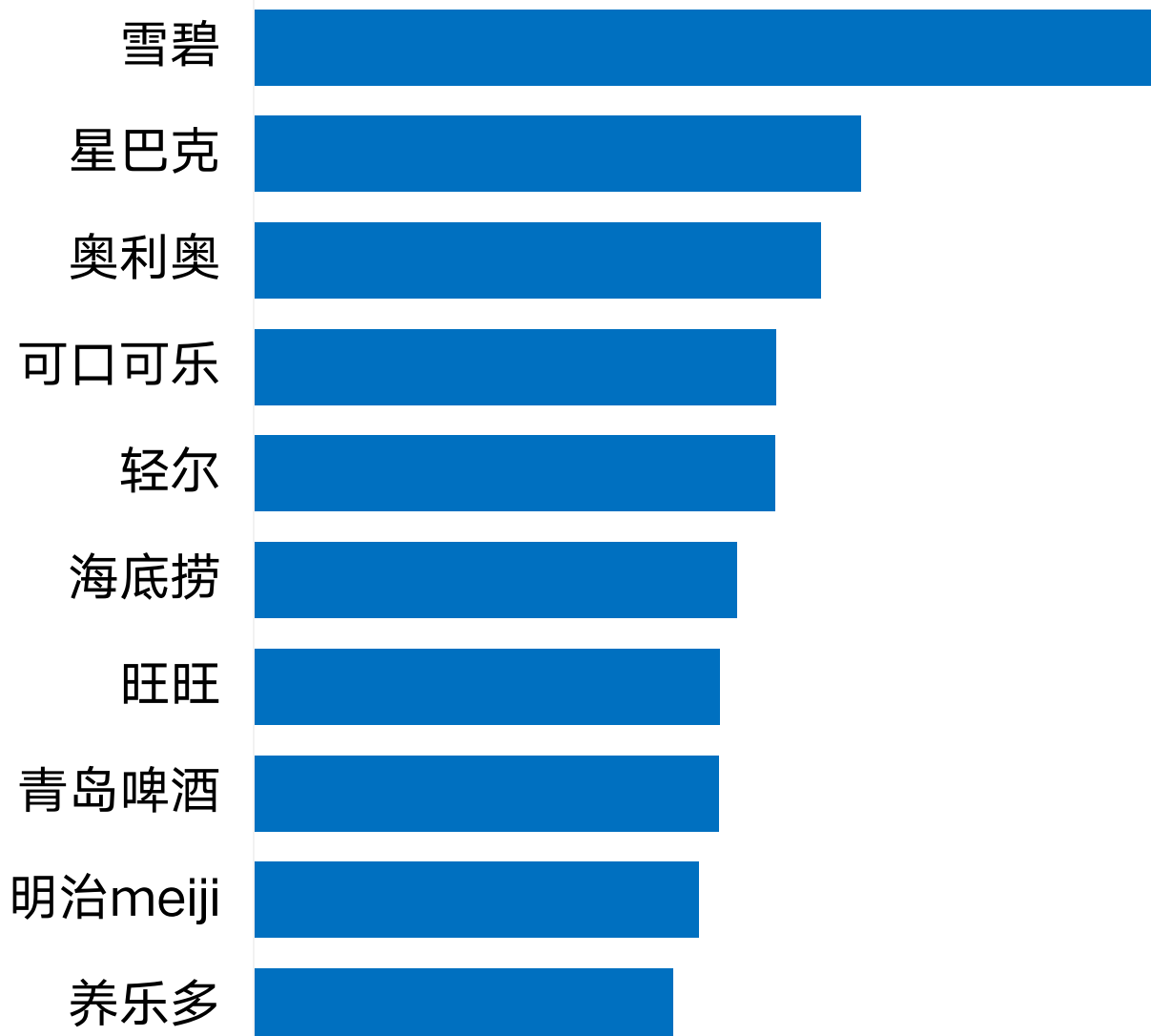
- 2024年6-7月，小红书、抖音双平台中食品饮料品牌热度声量品牌差异化不大，主要以线下品牌、知名品牌、大众品牌为主；抖音平台与品类声量趋势一致，除上述品牌类型外，特色酒品、传统酒品牌声量表现较佳。

2024年6-7月小红书平台食品饮料品牌声量榜

小红书平台食品饮料品牌6月声量榜TOP

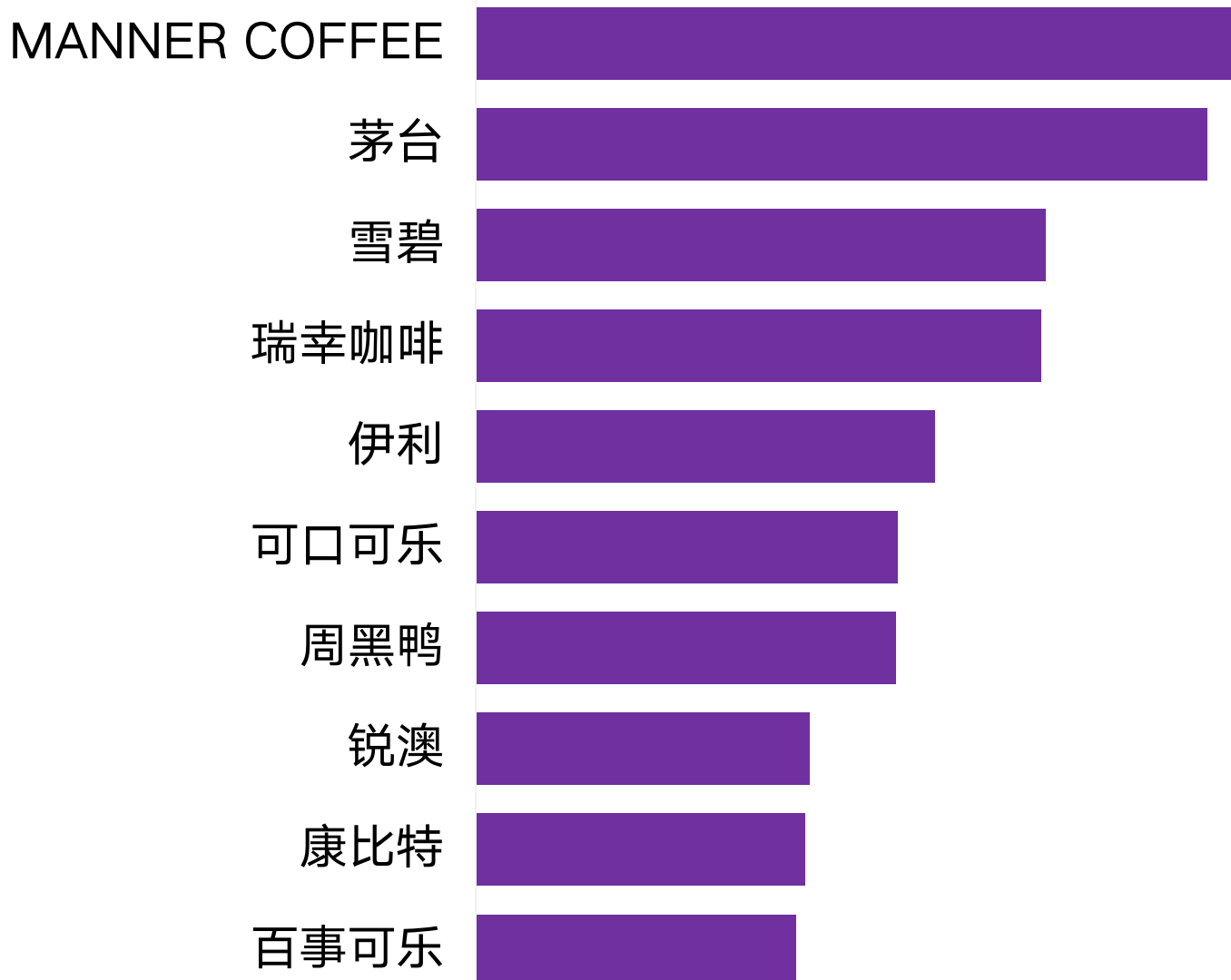


小红书平台食品饮料品牌7月声量榜TOP

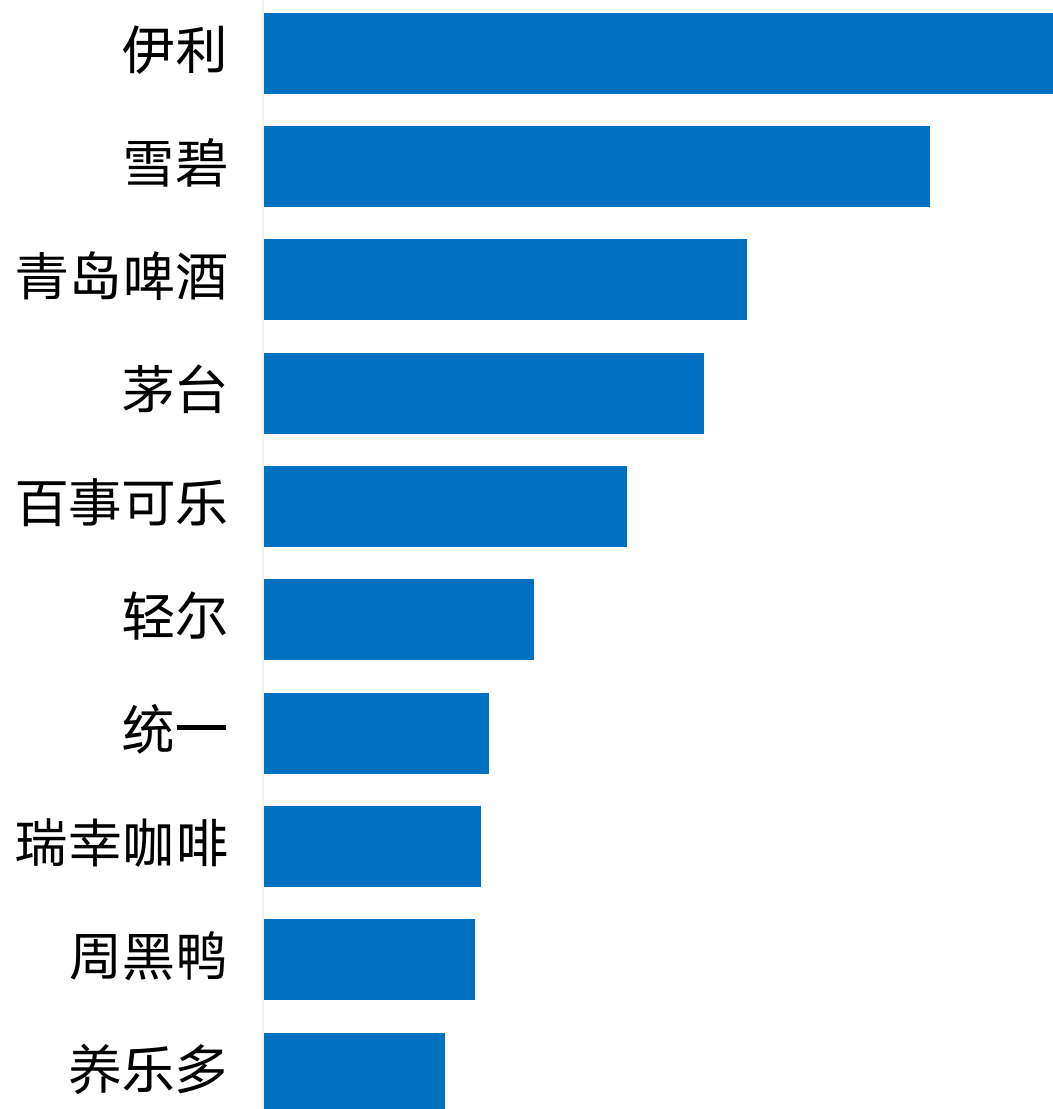


2024年6-7月抖音平台食品饮料品牌声量榜

抖音平台食品饮料品牌6月声量榜TOP



抖音平台食品饮料品牌7月声量榜TOP

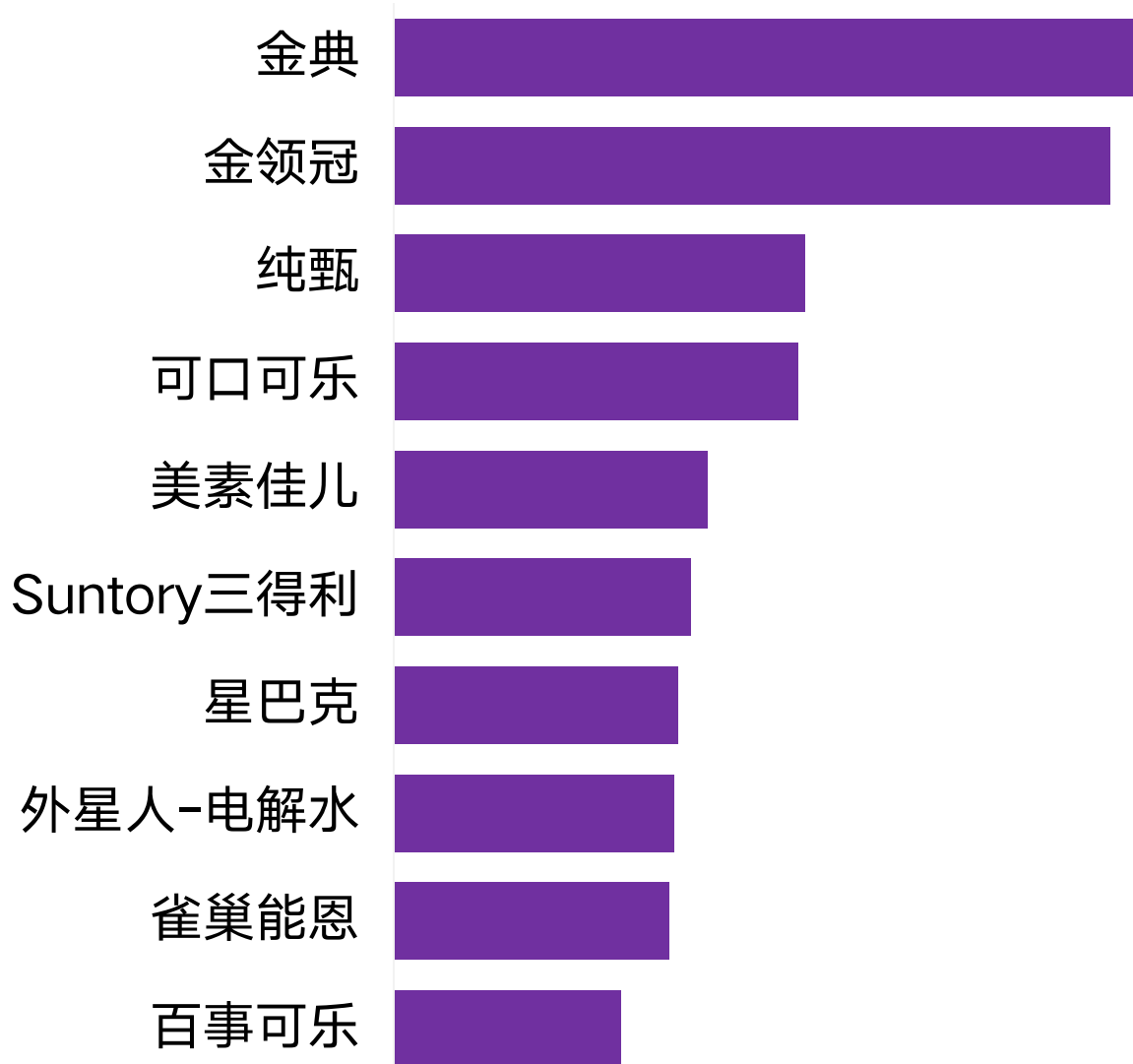


2024年6-7月食品饮料品牌投放概况

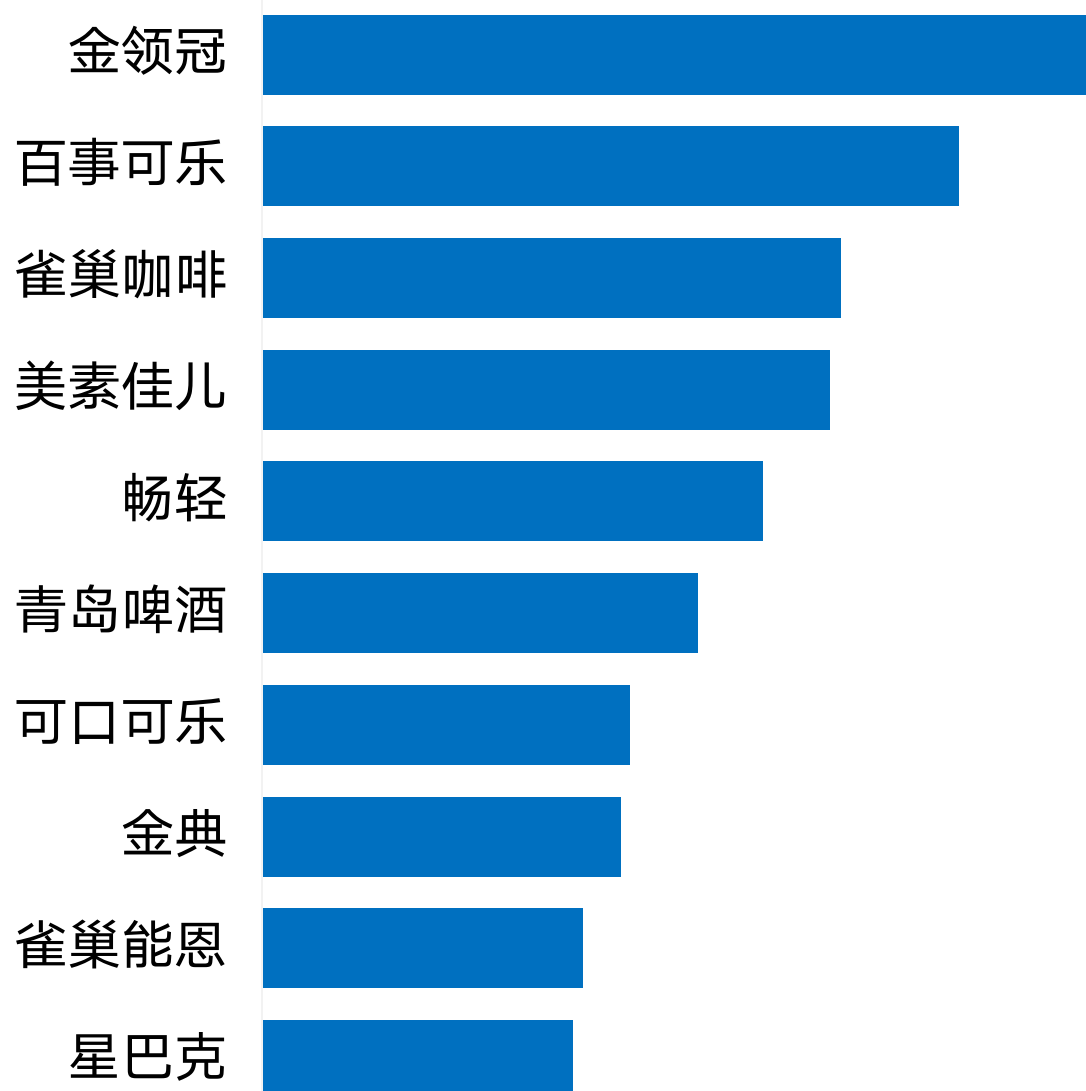
- 2024年6-7月，食品饮料品牌投放在小红书、抖音平台中呈现较大差异；小红书热投品牌以乳制品、饮品、冲调品为主，该类品牌较为适合在大众用户中种草，突出产品力；抖音热投品牌以酒品、饮品为主，关联直播电商，为用户提供随看随买的转化路径。

2024年6-7月小红书平台食品饮料品牌投放榜

小红书平台食品饮料品牌6月投放榜TOP

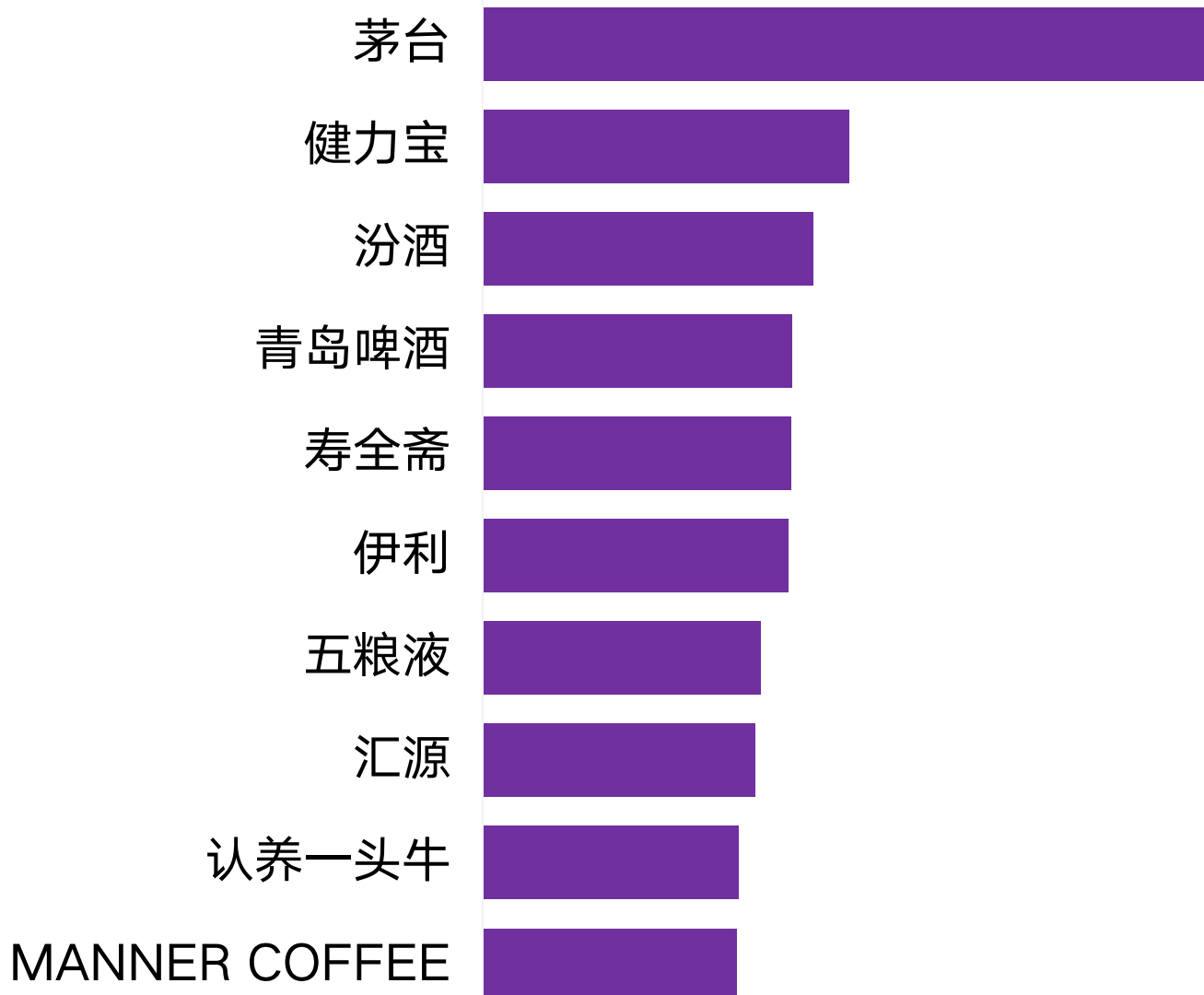


小红书平台食品饮料品牌7月投放榜TOP

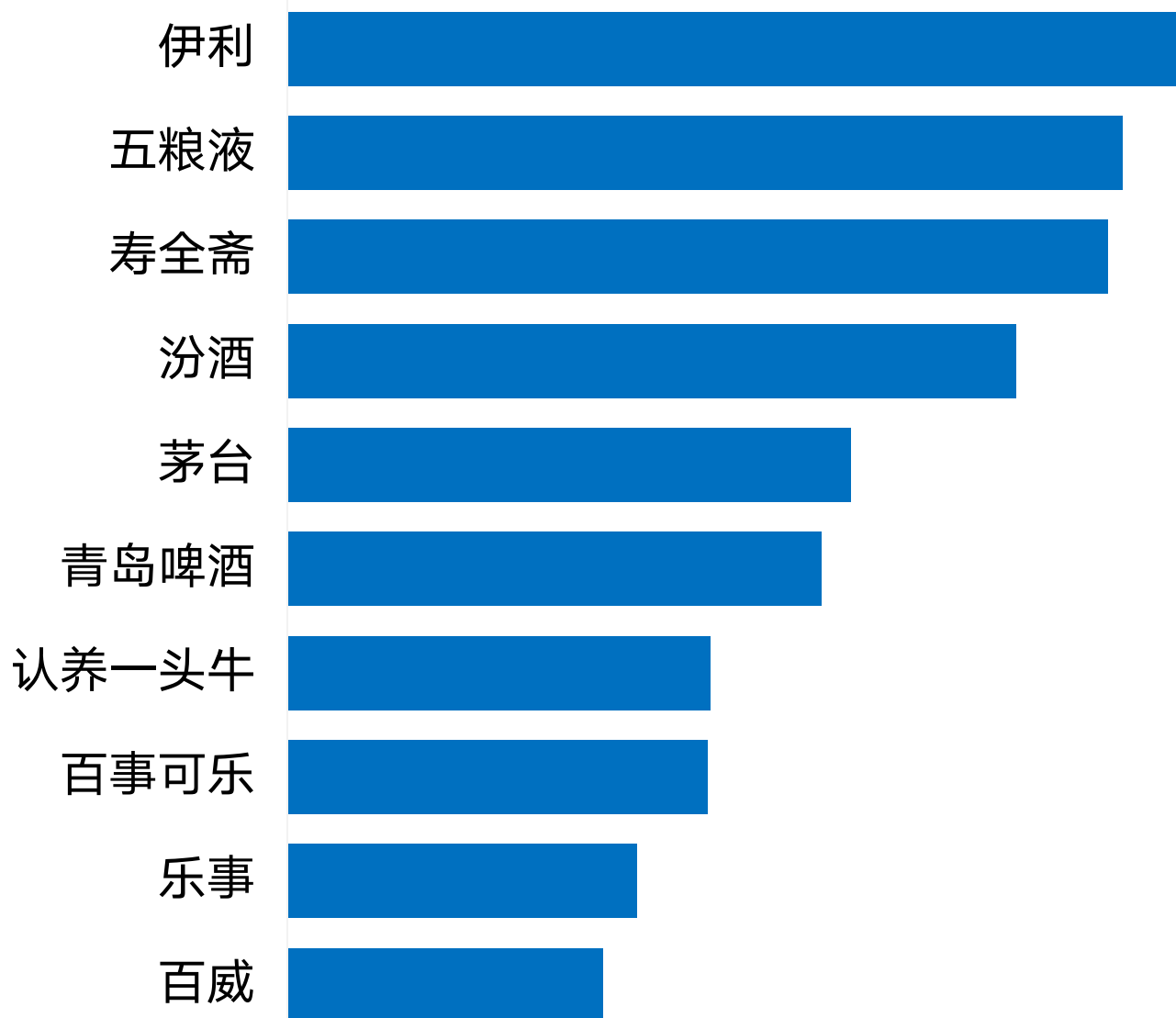


2024年6-7月抖音平台食品饮料品牌投放榜

抖音平台食品饮料品牌6月投放榜TOP



抖音平台食品饮料品牌7月投放榜TOP



2024年7月食品饮料行业代言概况



- 2024年7月，食品饮料行业新增代言人数量47，饮品品类整体高于食品品类，代言动作较为频繁的以乳品、饮品品牌为主，除品牌代言人外产品线代言也成为多SKU品牌的选择；代言人title较为多元，更生动的连接消费用户。

2024年7月食品饮料行业新增代言人

序号	品牌	代言人	代言时间	代言title
1	伊利植选	房东的猫	2024-07-03	轻盈体验官
2	王老吉	R.E.D组合	2024-07-04	百分热爱品牌大使
3	蒙牛现代牧场	陈佳鹏	2024-07-04	品牌代言人
4	蒙牛现代牧场	林雨薇	2024-07-04	品牌代言人
5	伊利金典	蔡文静	2024-07-05	有机生活体验官
6	酸奶罐罐	黄子弘凡	2024-07-06	品牌大使
7	爷爷不泡茶	张颜齐	2024-07-08	明星店长
8	Nescafe雀巢咖啡	王弘毅	2024-07-08	丝滑提醒官
9	伊利优酸乳	王弘毅	2024-07-08	有料大使
10	霸王茶姬	吴宇恒	2024-07-10	健康助力官
11	六个核桃	许昕	2024-07-10	中国健儿加油官
12	茉酸奶MOREYOGURT	梁永棋	2024-07-11	夏饮冰甜体验官
13	蒙牛	韩红	2024-07-12	集团品牌大使
14	PEPSI百事可乐	车澈	2024-07-13	潮音合伙人
15	蒙牛优益C	林雨薇	2024-07-14	品牌代言人
16	蒙牛优益C	陈佳鹏	2024-07-15	品牌代言人
17	喜茶HEYTEA	张晚意	2024-07-15	文化大使
18	湾仔码头	刘璇	2024-07-15	领鲜品鉴官
19	伊利金典	佟大为	2024-07-15	有机体验官
20	赵一鸣零食	周杰伦	2024-07-16	品牌代言人

更多代言信息，请翻至下页

2024年7月食品饮料行业代言概况



接上页

21	零食很忙	周杰伦	2024-07-16	品牌代言人
22	菲诺FreeNow	陈鑫海	2024-07-17	品牌大使
23	SUBWAY赛百味	许昕	2024-07-17	赛百味领鲜官
24	伊利优酸乳	陈鲁豫	2024-07-17	巴黎形特别像大使
25	伊利	陈鲁豫	2024-07-17	巴黎观赛大使
26	茉莉奶白	姚柏南	2024-07-17	追香体验官
27	茉莉奶白	赵品霖	2024-07-17	追香体验官
28	茉莉奶白	陈家淇	2024-07-17	追香体验官
29	茉莉奶白	施展	2024-07-17	追香体验官
30	茉莉奶白	刘彬濠	2024-07-17	追香体验官
31	光明乳业	张之臻	2024-07-18	鲜活大使
32	霸王茶姬	许魏洲	2024-07-18	健康助力官
33	PEPSI百事可乐	丞磊	2024-07-20	美食大使
34	白象食品	郎平	2024-07-20	冠军体验官
35	伊利	刘清漪	2024-07-20	品牌代言人
36	沪上阿姨	张常宁	2024-07-20	轻果茶推荐官
37	蒙牛优益C	沙西丽	2024-07-20	泰国品牌代言人
38	霸王茶姬	唐九洲	2024-07-20	健康助力官
39	白象食品	张伟丽	2024-07-21	冠军体验官
40	绝味鸭脖	范丞丞	2024-07-23	全球品牌代言人
41	伊利	谢震业	2024-07-23	品牌代言人
42	农夫山泉	刘清漪	2024-07-24	维他命水活力推荐官
43	NOWWA挪瓦咖啡	吴艳妮	2024-07-25	低热量健康大使
44	桃花姬	任嘉伦	2024-07-26	全球代言人
45	蒙牛	傅园慧	2024-07-28	蒙牛首席免单官
46	康师傅冰红茶	萧敬腾	2024-07-31	痛快野生挚友
47	伊利	刘大刚	2024-07-31	巴黎时尚大使

2024年7月食品行业赞助概况



- 2024年7月，食品行业赞助剧集、综艺占比均有涉及，整体来看剧集赞助数量较多；其中热播剧《你比星光美丽》引得多类型食品饮料品牌投放，植入、贴片占比较高；食品饮料品牌，正在进行更符合使用场景的综艺赞助，如金龙鱼投放《中餐厅第八季》，在观众爱看的场景下，抢占同类产品赛道。

2024年7月食品行业剧综赞助及曝光情况

品牌名称	赞助视频	投放渠道	投放形式	品牌漏出总频次
Stride炫迈	奔赴！万人现场	腾讯视频	后期包装/特约/现场植入	479
Stride炫迈	中餐厅第八季	芒果TV	合作/后期包装/现场植入	266
金龙鱼	中餐厅第八季	芒果TV	合作/后期包装/现场植入	226
银鹭Yinlu	焕新环游传	腾讯视频	后期包装/现场植入/赞助	164
银鹭Yinlu	奔赴！万人现场	腾讯视频	后期包装/指定产品	11
银鹭Yinlu	唐朝诡事录之西行	爱奇艺	角标广告/贴片	5
银鹭Yinlu	小夫妻	爱奇艺	角标广告/中插	3
南街村	你比星光美丽	芒果TV/腾讯视频	植入	46
卫龙	你比星光美丽	芒果TV/腾讯视频	贴片/植入	18
卫龙	唐朝诡事录之西行	爱奇艺	角标广告/贴片	9
茄皇	中餐厅第八季	芒果TV	后期包装/现场植入/指定产品	21
王小卤	错位	爱奇艺	中插	4
王小卤	小夫妻	爱奇艺	贴片	3
王小卤	第二次“初见”	爱奇艺/优酷	贴片	2
Lay's乐事	你比星光美丽	芒果TV/腾讯视频	植入	5
Lay's乐事	燃！沙排少女	爱奇艺/腾讯视频	植入	4
爷爷的农场	长相思第二季	腾讯视频	小剧场/中插	6
康师傅	长相思第二季	腾讯视频	中插	5
沃隆Wolong	长相思第二季	腾讯视频	贴片/中插	4
思念	你比星光美丽	芒果TV/腾讯视频	植入	4
Oishi上好佳	你比星光美丽	芒果TV/腾讯视频	植入	3
可比克CAPICO	遇见你的那天	优酷	植入	3
伊利	遇见你的那天	优酷	植入	2

source：艺恩营销智库、艺恩电商智库，数据统计周期：2024.7.1-2024.7.31

2024年7月饮料行业赞助概况



➤ 2024年7月，饮料行业的剧综赞助活动数量整体高于食品行业，同一品牌赞助视频较多，如百岁山通过各类热播剧贴片形式，打造广泛传播目的；整体赞助模式相对多元，包括植入、冠名、贴片等。

2024年7月饮料行业剧综赞助及曝光情况

品牌名称	赞助视频	投放渠道	投放形式	品牌漏出总频次
脉动	奔赴！万人现场	腾讯视频	冠名/后期包装/现场植入	2598
脉动	燃！沙排少女	爱奇艺/腾讯视频	植入	18
脉动	少年白马醉春风	优酷	贴片	9
脉动	唐朝诡事录之西行	爱奇艺	贴片	6
脉动	长相思第二季	腾讯视频	贴片	5
脉动	念念人间玉	爱奇艺	贴片	4
脉动	梦想城	爱奇艺/芒果TV	贴片	4
脉动	芥子时光	芒果TV	贴片	3
脉动	沸腾的群山	爱奇艺/腾讯视频	贴片	1
康师傅冰红茶	闪光的夏天	优酷	冠名/后期包装/现场植入	2029
康师傅冰红茶	闪光的奇妙挑战	优酷	冠名	
优倍	我们的歌第六季	爱奇艺/腾讯视频/优酷	冠名/后期包装/现场植入	1293
名仁	你比星光美丽	芒果TV/腾讯视频	植入	223
银鹭Yinlu	焕新环游传	腾讯视频	后期包装/现场植入/赞助	164
银鹭Yinlu	奔赴！万人现场	腾讯视频	后期包装/指定产品	11
银鹭Yinlu	唐朝诡事录之西行	爱奇艺	角标广告/贴片	5
银鹭Yinlu	小夫妻	爱奇艺	角标广告/中插	3
百岁山Ganten	遇见你的那天	优酷	植入	30
百岁山Ganten	你比星光美丽	芒果TV/腾讯视频	贴片/植入	20
百岁山Ganten	四海重明	爱奇艺	贴片	15
百岁山Ganten	私藏浪漫	芒果TV	贴片	12
百岁山Ganten	燃！沙排少女	爱奇艺/腾讯视频	植入	11
百岁山Ganten	恋爱麻烦,但是甜	爱奇艺	植入	5
百岁山Ganten	小夫妻	爱奇艺	贴片	5
百岁山Ganten	消失的大象	爱奇艺	贴片	5
百岁山Ganten	第二次“初见”	爱奇艺/优酷	贴片	4
百岁山Ganten	唐朝诡事录之西行	爱奇艺	贴片	3
百岁山Ganten	错位	爱奇艺	贴片	2
宝桑园bosun	你比星光美丽	芒果TV/腾讯视频	植入	75
SUNTORY三得利	十天之后回到现实	爱奇艺	后期包装/现场植入/支持	64
蒙牛特仑苏	私藏浪漫	芒果TV	角标广告/贴片	47
Perrier巴黎水	恋爱麻烦,但是甜	爱奇艺	植入	30
Coca-Cola可口可乐	燃！沙排少女	爱奇艺/腾讯视频	植入	17
Coca-Cola可口可乐	遇见你的那天	优酷	植入	7
Coca-Cola可口可乐	拜托了,身体里的她	腾讯视频	贴片/植入	3
Coca-Cola可口可乐	少年白马醉春风	优酷	贴片	1

更多赞助信息，请翻至下页

2024年7月饮料行业代言概况



接上页

雪碧	燃！沙排少女	爱奇艺/腾讯视频	植入	22
雪碧	少年白马醉春风	优酷	贴片	2
雪碧	拜托了,身体里的她	腾讯视频	贴片	2
美汁源	你比星光美丽	芒果TV/腾讯视频	贴片	10
美汁源	燃！沙排少女	爱奇艺/腾讯视频	植入	8
美汁源	花少看世界2024	芒果TV	支持	
Fanta芬达	燃！沙排少女	爱奇艺/腾讯视频	植入	14
Fanta芬达	遇见你的那天	优酷	植入	2
农夫山泉	遇见你的那天	优酷	植入	11
农夫山泉	唐朝诡事录之西行	爱奇艺	贴片	3
味全每日C	燃！沙排少女	爱奇艺/腾讯视频	植入	11
伊利金典	你比星光美丽	芒果TV/腾讯视频	贴片	10
外星人	你比星光美丽	芒果TV/腾讯视频	小剧场	5
外星人	四海重明	爱奇艺	小剧场	5
伊利优酸乳	长相思第二季	腾讯视频	贴片/小剧场/压屏条	9
Meco牛乳茶	恋爱麻烦,但是甜	爱奇艺	植入	8
伊利畅轻	私藏浪漫	芒果TV	中插	7
纯悦	燃！沙排少女	爱奇艺/腾讯视频	植入	5
果子熟了无糖茶	长相思第二季	腾讯视频	贴片	5
蒙牛每日鲜语	长相思第二季	腾讯视频	贴片/中插	5
统一绿茶	唐朝诡事录之西行	爱奇艺	贴片	5
战马	唐朝诡事录之西行	爱奇艺	贴片	5
雀巢超级加nesVita	长相思第二季	腾讯视频	贴片	5
补水啦	长相思第二季	腾讯视频	中插	4
PEPSI百事可乐	唐朝诡事录之西行	爱奇艺	贴片	4
新希望乳业	燃！沙排少女	爱奇艺/腾讯视频	植入	3
果子熟了多多柠檬茶	长相思第二季	腾讯视频	中插	3
蒙牛真果粒	燃！沙排少女	爱奇艺/腾讯视频	植入	3
Meco香飘飘蜜谷果汁茶	燃！沙排少女	爱奇艺/腾讯视频	植入	3
NFC果汁	燃！沙排少女	爱奇艺/腾讯视频	植入	2
伊利	遇见你的那天	优酷	植入	2
Nescafe雀巢咖啡	你比星光美丽	芒果TV/腾讯视频	植入	2
POSITIVE HOTEL	长相思第二季	腾讯视频	角标广告	1
益禾堂	长相思第二季	腾讯视频	角标广告	1
纯水乐	初入职场机长季	芒果TV	冠名	

source：艺恩营销智库、艺恩电商智库，数据统计周期：2024.7.1-2024.7.31

©2024.08 艺恩 ENDATA Inc. www.endata.com.cn

• 「抖in百味赏·仲夏狂欢季」助力餐饮商家高效增长

关键词：餐饮商家、抖音

内容摘要：7月6日-7月19日，抖音商城启动「抖in百味赏·仲夏狂欢季」，聚焦用户对夏日假期的憧憬与对清凉美食的需求，通过趋势商品+创意营销+商城资源助力，掀起冰饮夜宵热潮，助力餐饮商家把握增长机遇，实现生意跃迁。（中新网）

[和官方活动同频，更易打造现象级流量、销量效果。](#)

• 近3千款产品获“国际美味奖”，中国企业夺多座水晶奖

关键词：国际美味奖、中国企业

内容摘要：2024年6月3日，比利时布鲁塞尔：由全球著名厨师和侍酒师组成的国际风味评鉴所评审团揭晓 2024 年“国际美味奖”获奖产品，其中 2673 款食品和饮料凭借其高品质的美味赢得了这一享有盛誉的奖项，当中466款产品来自中国。（中国食品网）

[中国美食，持续走向世界。](#)

• 足不出“沪”食遍全球，2024环球美食节启幕

关键词：环球美食、上海

内容摘要：6月29日晚，2024上海环球美食节·外滩环球美食市集暨开街仪式亮相BFC外滩枫径。继“五五购物节”后，2024上海环球美食节将无缝衔接“上海之夏”国际消费季。霸王茶姬、奈雪的茶、Tims、喜茶、光明乳业等新茶饮及乳品品牌就“营养选择”标识发表倡议。（界面新闻）

[线下活动是聚焦人流、沉淀有效内容的优渥土壤。](#)

• 妙可蓝多拟4.48亿元现金收购蒙牛奶酪100%股权

关键词：妙可蓝多、蒙牛奶酪、收购

内容摘要：6月12日晚间，妙可蓝多发布公告称，拟以4.48亿元现金收购控股股东蒙牛集团所持有的内蒙古蒙牛奶酪有限责任公司100%股权。本次交易完成后，蒙牛奶酪将成为妙可蓝多全资子公司。（北京商报）

[头部垂直赛道品牌，杀出一条血路。](#)

• 东方甄选自营产品半年GMV超36亿元

关键词：东方甄选、自营产品、36亿元

内容摘要：6月19日，在东方甄选夏季新品发布会暨媒体沟通会上，东方甄选分享了自营产品的业绩增长情况，2023年12月-2024年5月，东方甄选自营产品GMV超36亿元同比增长108%，环比增长74%。2024年，东方甄选自营产品订单突破1亿单，成为抖音唯一销量突破1亿单的品牌。目前东方甄选自营产品总数超400款，八成为食品同期在售达到260款，超100款占据抖音品类榜单前三名。（新京报）

[直播常青的方式，是打造自己的品牌。](#)

• 英国气泡水品牌「莱福澳LoveAu」进入中国市场

关键词：明治、业务扩大、增长

内容摘要：6月27日，英国的零糖零卡零甜味剂气泡水品牌莱福澳（LoveAu）正式进入中国市场。产品目前有三种口味：莓果味、柚子青柠味、西瓜味，且具有0糖0卡的特点。莱福澳（LoveAu）气泡水在英国航空、维珍航空和Waitrose等英国高端超市均有销售，目前国内在Epermarket、天猫等渠道陆续进行销售。（每日食品）

[热门品类瞄准中国市场，0糖饮品市场空间仍旧较大。](#)

• 伊利美国旗舰店投入运营

关键词：伊利、美国旗舰店

内容摘要：新京报记者7月4日从伊利获悉，伊利旗舰店近日在美国洛杉矶投入运营，安慕希、优酸乳等液态奶品牌，以及巧乐兹、苦咖啡、冰工厂等冷饮品牌在店中亮相。此前，伊利旗下佳贝艾特婴儿配方羊奶粉、牧恩黄油已在美国上市。目前，伊利产品已登陆欧洲、美洲、大洋洲亚洲、非洲市场。（新京报）

[走出去，让更多国家看到中国品质与风采。](#)

• 嘉士伯将斥资33亿英镑收购英国软饮料巨头碧域

关键词：嘉士、碧域、收购

内容摘要：嘉士伯当地时间7月8日宣布，同意斥资近33亿英镑（约合42.3亿美元）收购英国软饮料制造商碧域（Britvic）。碧域旗下产品包括Britvic55、Robinsons和Tango等。嘉士伯表示，此次交易将把碧域的高品质软饮料产品组合与嘉士伯的啤酒产品组合和市场营销能力结合，在英国和西欧市场创造更强竞争力。（界面新闻）

[拓展品类类型，将市场增长模型持续复制。](#)

• 雀巢2024上半年销售额450.5亿瑞郎

关键词：雀巢、销售、财报

内容摘要：7月25日，雀巢公司公布2024年上半年财报。财报显示，雀巢上半年总销售额450.45亿瑞士法郎（约合人民币3704.91亿元），同比减少2.7%。基本贸易营业利润为78亿瑞士法郎，下降了0.8%。基本每股收益按固定汇率计算增长3.3%。自由现金流增加6亿瑞士法郎，达到40亿瑞士法郎。雀巢预计2024年全年有机销售额至少增长3%。按固定汇率计算的基本每股收益预计将以中等个位数增长。（每日食品）

[冲饮头部品牌，正在迷惑的市场中不断尝试新增长办法。](#)

• 玛氏与广州酒家携手首推联名月饼礼盒

关键词：玛氏、广州酒家、月饼

内容摘要：玛氏旗下两大品牌德芙和M&M'S与中华老字号品牌广州酒家首次携手，跨界推出5款联名月饼礼盒，为消费者呈现意义非凡的中秋之礼，共谱传统美食新篇章。为了庆祝这一创新之举，广百百货于7月26日晚举办中秋月饼品鉴会暨新品首发会，玛氏、广州酒家及广百股份的三方代表齐聚一堂，共同见证联名月饼亮相。（中国企业新闻网）

[结合传统文化，让品牌在各个阶段焕发光彩。](#)

• 伊利推出首款PET口味奶，健康+美味满足年轻新需求

关键词：伊利、健康、年轻需求

内容摘要：近日，伊利重磅推出了宁夏专属牧场系列产品“PET口味奶”，有草莓味生牛乳和香甜生牛乳两种口味。新品包装采用PET包装瓶，不仅更轻、更便携，还不易漏洒和破碎，质感十足，适用于运动、露营、聚会等多种场景。此外，新品还推出了以乒乓球运动员樊振东、孙颖莎和王楚钦为主题的限定装，除了定制外箱包装外，还有机会获得限量版小卡。（Foodaily）

[不止包装升级！品牌不断推陈出新让产品持续走在前列。](#)

• 胖东来入局饮用水赛道，或将推出自营矿泉水

关键词：胖东来、自营、矿泉水

内容摘要：近日媒体报道，胖东来即将推出一款自营的天然矿泉水新品。据了解，胖东来饮用天然矿泉水为长白山水源地封装，净含量360ml，瓶身上印有“DL”的标志。目前，该款矿泉水的价格并未公开，不过在社交媒体上，部分消费者期望的价格区间在1-2元/瓶。（Foodaily）

[顶流超市，用更饱满的商业模式拉动用户的持续热爱。](#)

• 酱油蘸水果吃法，海天打造“给水果吃的酱油”新品

关键词：海天、水果酱油

内容摘要：近日，海天味业推出一款“专门给水果吃的酱油”。与日常用于烹饪的生抽、老抽不同，这款酱油主要用于搭配水果食用。这样看似“黑暗料理”的搭配，其实源于古代水果蘸盐，在广东尤其是潮汕地区颇为流行。（封面新闻）

[你以为是黑暗料理，其实是市场垂直需求。](#)

• QQ星推出新品奶酪棒，原生钙天然好吸收

关键词：QQ星、奶酪棒

内容摘要：6月26日，伊利QQ星官宣推出新品奶酪棒。据品牌介绍，新品选用位于黄金奶源代所生产的优于欧盟标准生牛乳，添加原生高钙，每100g产品含168mg原生钙，更好吸收，同时使用海藻糖代替蔗糖，帮助宝宝对抗龋齿，配料表干净且产品常温便携，多种场景适配。天猫旗舰店官方售价360g/69元。（每日食品）

[当创新品类变成常态品类，持续优化打造差异化才是增长之道。](#)

• 德芙×绿箭推出薄荷味巧克力冰淇淋

关键词：玛氏、德芙、绿箭

内容摘要：玛氏旗下两大知名品牌德芙与绿箭跨界推出全新薄荷味巧克力冰淇淋，为消费者带来“一箭清新、一口丝滑”的奇妙之旅。这款冰淇淋不仅是对经典冰淇淋口味的一次大胆创新，也体现了玛氏一直以来“消费者至上”的品牌理念，并致力通过多元产品带来美味、有趣、便捷的消费体验。（经济观察网）

[内部王牌产品联名，探索市场新可能。](#)

• 益禾堂携手《王者荣耀：荣耀之章》，共赴青春盛宴

关键词：益禾堂、王者荣耀

内容摘要：6月13日，#益禾堂这杯稳了#又登上微博热搜，24小时内话题阅读量突破1亿。原来，益禾堂与《王者荣耀：荣耀之章》联动了，借势年轻人爱看爱玩的王者系列，送给大家“这杯稳了”的青春祝福。联动首日，益禾堂相关定制产品售出超22万杯。由此得见，这场有益禾堂参与的青春盛宴，果真“稳了”！（中国网）

抄一下公式：品牌 x 年轻人 x 流量游戏=流量“王者”。

• 高汤面馆亮相巴黎，白象中国面飘香塞纳河畔

关键词：巴黎、白象

内容摘要：7月26日，全球体育盛会在塞纳河畔拉开帷幕。来自世界各地的运动员乘坐游船，在记者、观众、游客的瞩目中，穿过巴黎市中心，最终到达埃菲尔铁塔对岸的开幕式现场。同一天，在与塞纳河相距不远的圣马丁街上，一家飘散着东方味道的面馆——白象高汤面馆正式开业，向世界递上了一张中华饮食文化名片。（搜狐网）

塞纳河畔的面条，飘出中国味道。

• 国内首家LV巧克力店落地上海引“围观”

关键词：LV、巧克力、上海

内容摘要：7月22日下午，全球第三家、国内首家LV巧克力店落地上海前滩太古里，并正式对市民开放购买。并非首次“跨界”的大品牌通过聚焦当下消费潮流趋势，释放增量和潜在市场。通过每日下午限量供应的模式，引发众多消费者、达人排队打卡，小红书#LV巧克力话题已达百万浏览（中国食品安全网）

也算是一种饥饿营销？

• 好利来联名乙游出圈，靠把顾客宠成大小姐？

关键词：好利来、游戏、联名

内容摘要：近尽管之前经常能看到茶饮品牌与游戏的联名活动，但烘焙领域的联名活动还是相对较少，而好利来这次与《光与夜之恋》的联名活动更是因为有质量超高的产品和很不错的服务狠狠地出了次圈。（TOP餐谋）

[二代“老板”管品牌，第一步就要跟用户“整花活”。](#)

• 瑞幸×《玫瑰的故事》上新黄玫瑰拿铁，口感温润馥郁

关键词：瑞幸、《玫瑰的故事》

内容摘要：6月24日，瑞幸咖啡×电视剧《玫瑰的故事》联名活动正式上线。本次联名推出一款新品：黄玫瑰拿铁。据品牌介绍，新品选用IIAC国际咖啡品鉴大赛金奖的咖啡豆配方，制成浓醇的现磨咖啡，风味饱满、口感醇正。同时，特别选用了“小分子膜分离工艺”制成的丝绒风味厚奶，让整杯拿铁更加顺滑可口。（每日食品）

[现象级剧集和会整活的瑞幸，这波赢麻了。](#)

• 跨界携手德云社，海河乳品推出多款创新产品

关键词：德云社、海河乳品、线下活动

内容摘要：5月31日至6月2日，在津湾广场，海河乳品牛奶节重磅来袭。值得期待的是，海河&德云社联名款冰淇淋将在海河牛奶节现场首发！厚牛乳、厚可可、酸奶草莓三种口味新鲜出炉，供消费者挑选。国有牧场奶源，香滑醇厚，丝丝沁爽；奶香打底，柔和甜美，回味无穷。（川观新闻）

[本土品牌的新消费之路，和文化、乐趣、爱好碰撞出彩。](#)

报告说明与免责声明

本次研究说明：

数据来源：艺恩营销智库

数据选取周期：2024年6月1日-7月31日

免责声明

艺恩ENDATA报告所提供的数据来源于艺恩数据库、大数据采集、用户调研、专家调研、模型预估以及行业公开和市场公开数据分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，艺恩ENDATA力求但不保证所提供数据信息的完全准确性，依据上述方法所估算、分析得出的结论仅供参考，艺恩ENDATA不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。公司不保证报告中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，公司可能会发出与本报告所载资料、数据、观点和推测不一致的研究报告。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与艺恩ENDATA无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

版权声明

本报告由艺恩ENDATA制作，报告中文字、图片、表格等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归艺恩ENDATA所有。报告中所引用的第三方数据版权归原作者或机构所有，艺恩ENDATA不承担任何责任或义务，仅供用户参考。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》和其他法律法规的规定，最终解释权归艺恩ENDATA所有。

艺恩数据解决方案中心

如欲了解更多其他行业洞察及观点，请联系

 cs@endata.com.cn



(了解更多)



(添加微信)