

# 小吃快餐产业发展 报告2025

红餐产业研究院



仟味高汤

2025年3月

## 摘要

□ 本报告在红餐大数据的基础上，综合红餐产业研究院的桌面研究、调研数据、专家意见等，对小吃快餐产业的相关资料进行整理分析。从产业全貌、赛道概况、主要细分赛道表现、品牌创新案例、未来发展趋势等角度，综合剖析了小吃快餐产业的发展现状，旨在为相关从业者、投资人、消费者提供参考

□ 本文部分亮点如下：

01

红餐大数据显示，2024年小吃快餐市场规模以7.5%的增速居全国餐饮各细分赛道前列。截至2025年3月，全国小吃快餐总门店数已超过了360万家，预计2025年小吃快餐市场规模将增长至1.08万亿元

02

得益于刚需性价比，小吃快餐的消费频率较高。红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”显示，超过六成的消费者每周至少消费1次米饭快餐、米粉、面条、包子等产品，其中，每周至少消费4次米饭快餐的消费者超过了五成

03

小吃快餐产业链日益完善，上中下游各环节均出现了一批代表性的企业，涵盖中央厨房、复合调味料、数智化、冷链物流等

04

近年来，小吃快餐领域涌现出了多个热门细分赛道，如砂锅菜、中式汉堡、薯条、中式炸鸡、生烫牛肉粉等，这些热门赛道及其代表品牌为赛道注入了蓬勃的生机与活力

# 目录

01

产业概况：2024年小吃快餐市场规模破万亿元，连锁化率增至27%

---

02

赛道概览：中式汉堡、薯条、中式炸鸡、砂锅菜、生烫牛肉粉等赛道热度上升

---

03

发展趋势：小吃快餐呈现三大趋势——品类融合化、产品细分化、门店运营精细化

---

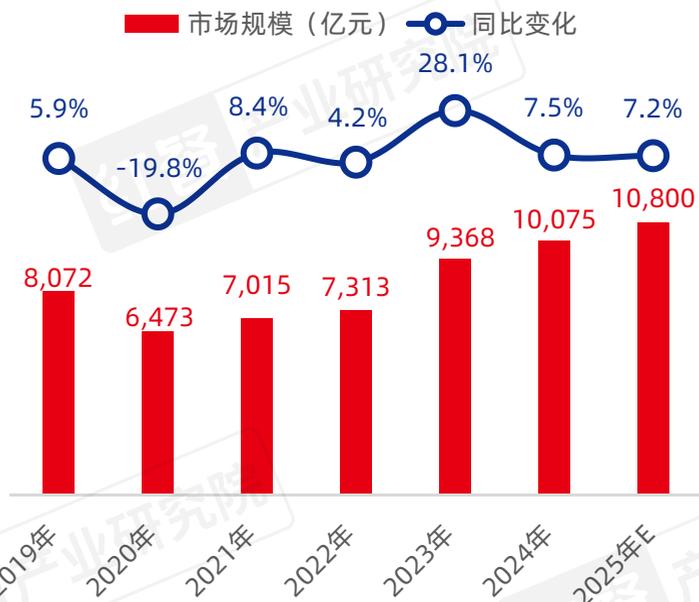
01

产业概况：  
2024年小吃快餐市场规模破万亿元，  
连锁化率增至27%

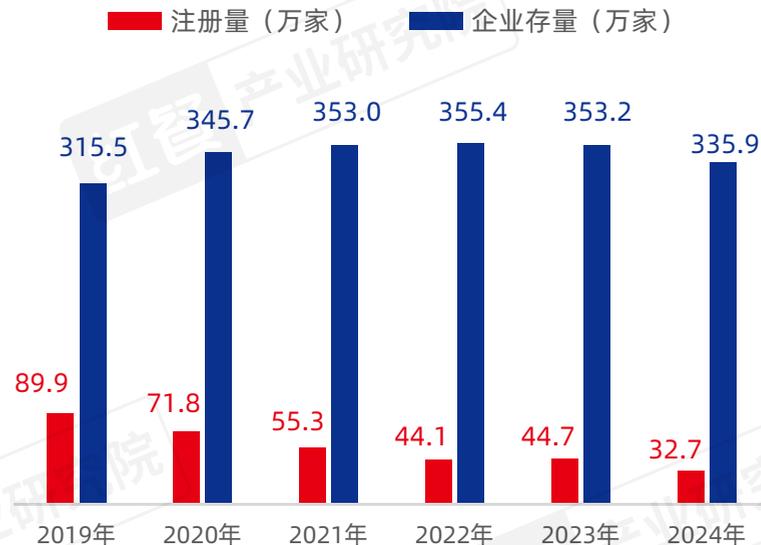
# 2024年小吃快餐新开门店近两百万家，市场规模保持高速增长

- 小吃快餐行业凭借其刚需属性和广泛的受众基础，近年来持续受到餐饮创业者的青睐。企查查数据显示，2024年1—12月，小吃快餐相关企业注册量为32.7万家。红餐大数据显示，2024年1—12月，全国新开小吃快餐门店数超过180万家，同比增长21.8%；截至2025年3月，全国总门店数已超过了360万家
- 随着入局者的增多，小吃快餐赛道持续扩容。红餐产业研究院测算，2024年小吃快餐市场规模已超过1万亿元，同比增长7.5%，增速居餐饮各细分赛道前列，预计2025年小吃快餐市场规模将增长至1.08万亿元

## 2019—2025年全国小吃快餐市场规模情况



## 2019—2024年全国小吃快餐相关企业注册量与企业存量

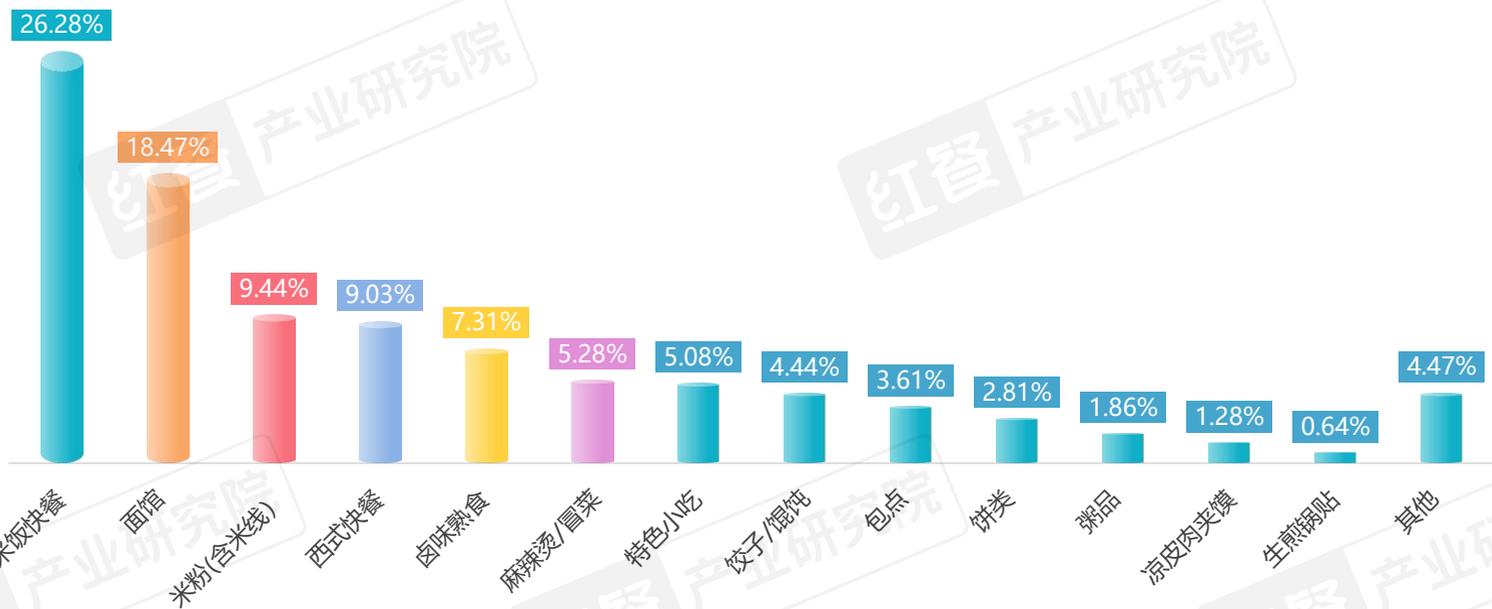


资料来源：企查查、红餐大数据，红餐产业研究院整理

## 细分赛道门店数占比相对稳定，米饭快餐、面馆与米粉的门店数居前三位

- 小吃快餐细分品类众多，各细分赛道的门店数占比相对稳定。具体来看，刚需属性较强的米饭快餐、面馆和米粉（含米线）占据了前三，占比分别为26.28%、18.47%和9.44%；同时具备休闲与刚需属性的西式快餐排在第四位，占比为9.05%
- 此外，卤味熟食、麻辣烫/冒菜、饺子/馄饨、包点、饼类、特色小吃等细分赛道也占有一定的市场份额

### 2025年全国小吃快餐各细分赛道门店数占比分布

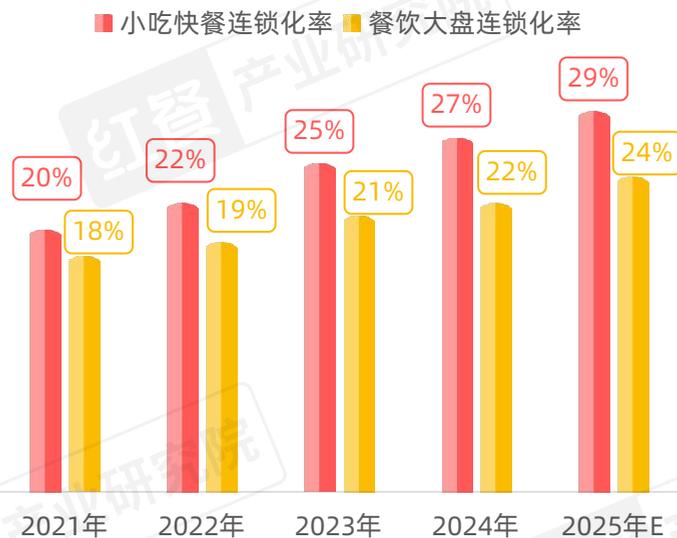


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

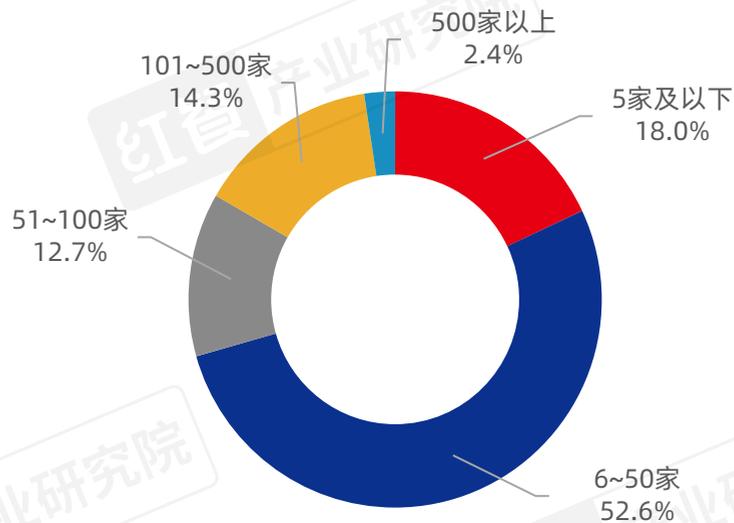
## 连锁化进程加快，2025年小吃快餐品类连锁化率将达到29%

- 近年来，小吃快餐行业的连锁化进程显著加快。相关数据显示，2024年小吃快餐品类的连锁化率达到了27%，高于餐饮大盘22%的连锁化率。红餐产业研究院预测，2025年小吃快餐品类的连锁化率有望提升至29%
- 与此同时，由于投资模式轻，小吃快餐赛道的初创者居多，中小规模的品牌数占比呈现上升趋势。红餐大数据显示，截至2025年3月，门店数在50家及以下的品牌数占比超过了七成，比2023年年底提升了1.3个百分点

### 2021—2025年小吃快餐与餐饮大盘连锁化率



### 2025年全国小吃快餐品牌门店数区间占比分布



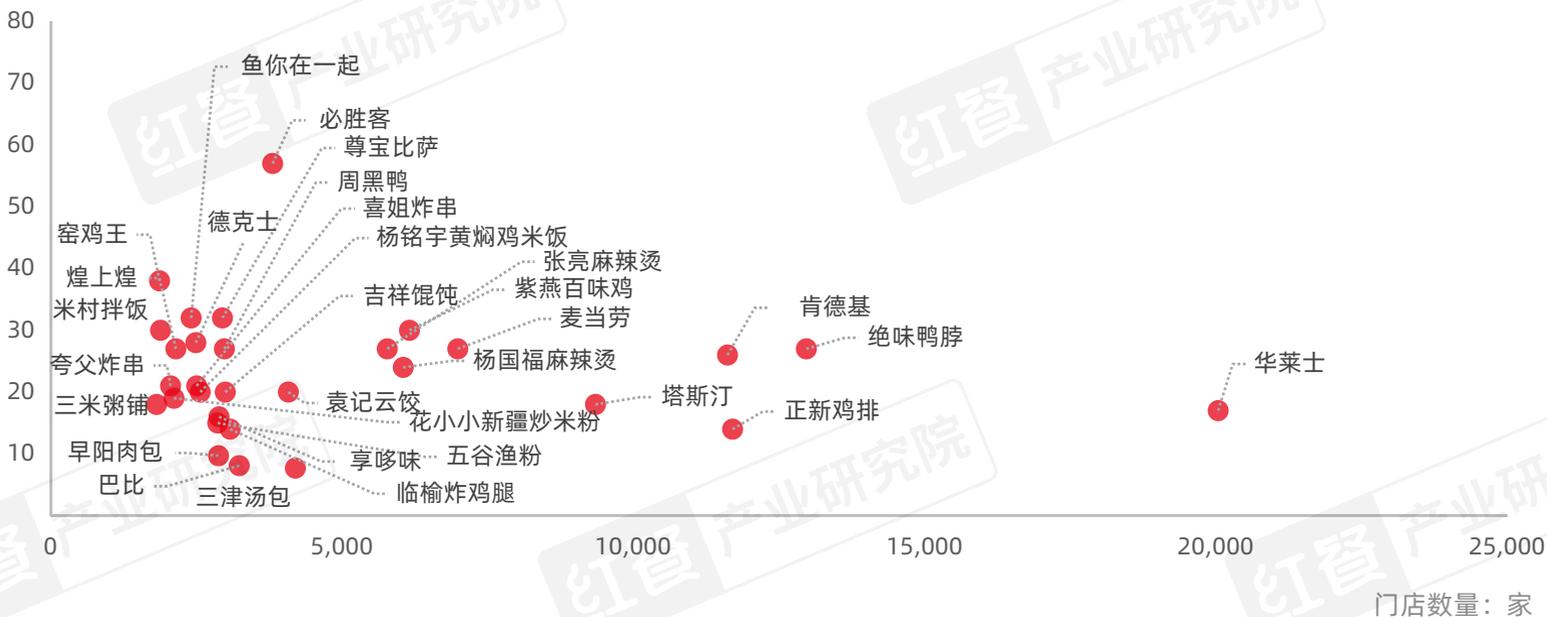
资料来源：美团、红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年3月

# 小吃快餐成万店品牌孵化器，多个品牌发力冲刺万店

- 在小吃快餐连锁化进程加快的趋势下，众多连锁品牌纷纷加快扩张步伐，以抢占市场份额。截至2025年3月，小吃快餐赛道已有华莱士、绝味鸭脖、正新鸡排和肯德基四个万店品牌
- 除万店品牌之外，塔斯汀、麦当劳、杨国福麻辣烫、紫燕百味鸡等品牌已开出了数千家门店，正发力向万店冲刺，行业头部竞争格局进一步巩固

## 2025年全国小吃快餐门店数TOP30品牌

人均消费：元

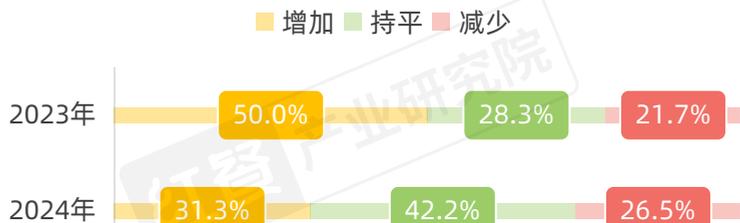


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

## 驱动因素一：消费观念日趋谨慎，餐饮人均消费持续下降

- 小吃快餐之所以能在竞争激烈的餐饮市场中保持高速增长，离不开经济市场环境与消费观念的变化以及供应链成熟等多重因素的共同推动。近年来，受宏观经济环境的影响，消费者对于餐饮消费的态度日趋谨慎。据红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”，2024年餐饮消费支出减少的消费者从2023年的21.7%升至26.5%，而消费支出增加的消费者则减少了18.7个百分点
- 与此同时，2024年餐饮主要细分赛道的人均消费均出现了不同程度的下降，其中，饮品、中式正餐、火锅等赛道的人均消费同比降幅均超过了8%

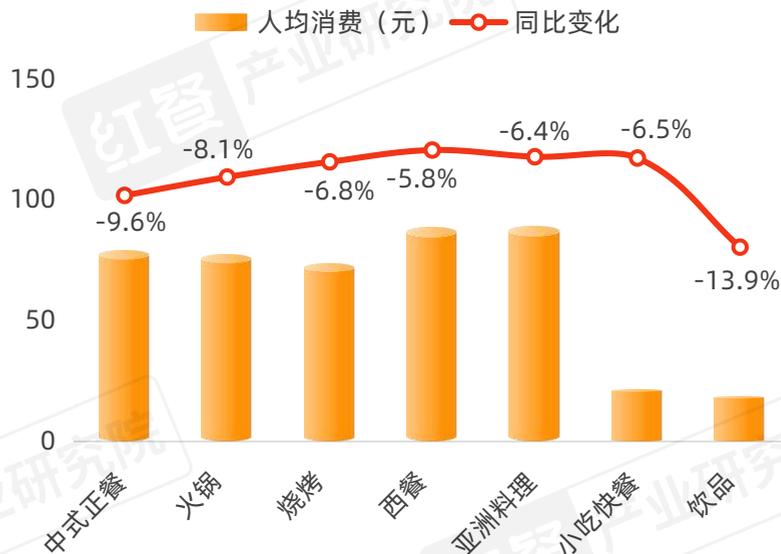
### 2023—2024年消费者餐饮消费支出变化



### 2025年消费者餐饮消费支出预期变化



### 2024年部分餐饮赛道人均消费均值及同比变化情况

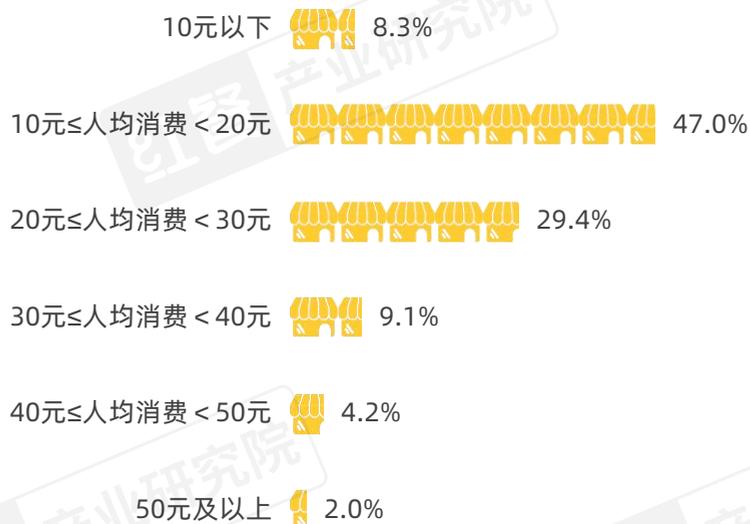


资料来源：红餐大数据、红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”，红餐产业研究院整理

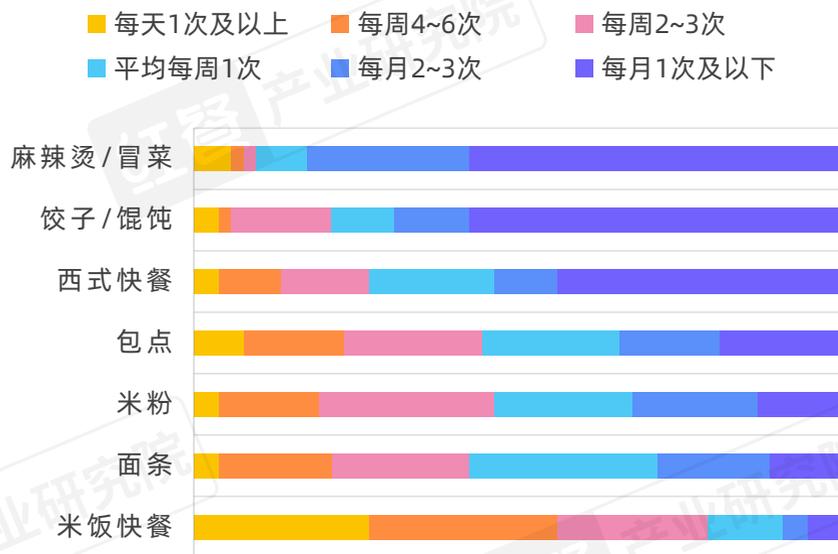
## 驱动因素二：小吃快餐主打刚需性价比，消费频率较高

- 红餐大数据显示，截至2025年3月，人均消费在30元以下价格区间的小吃快餐门店数超过了八成。具体到细分赛道，卤味熟食、粥品、饺子/馄饨、麻辣烫/冒菜、米饭快餐、西式快餐、米粉、面馆、特色小吃、包点等赛道的人均消费均值都在30元以下
- 在当前消费者信心不足的市场大环境下，主打刚需、性价比的小吃快餐更容易形成高频复购。红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”显示，超过六成的消费者每周至少消费1次米饭快餐、米粉、面条、包子等产品，其中，每周至少消费4次米饭快餐的消费者超过了五成

### 2025年全国小吃快餐门店人均消费占比分布



### 2025年全国部分小吃快餐细分赛道人均消费情况

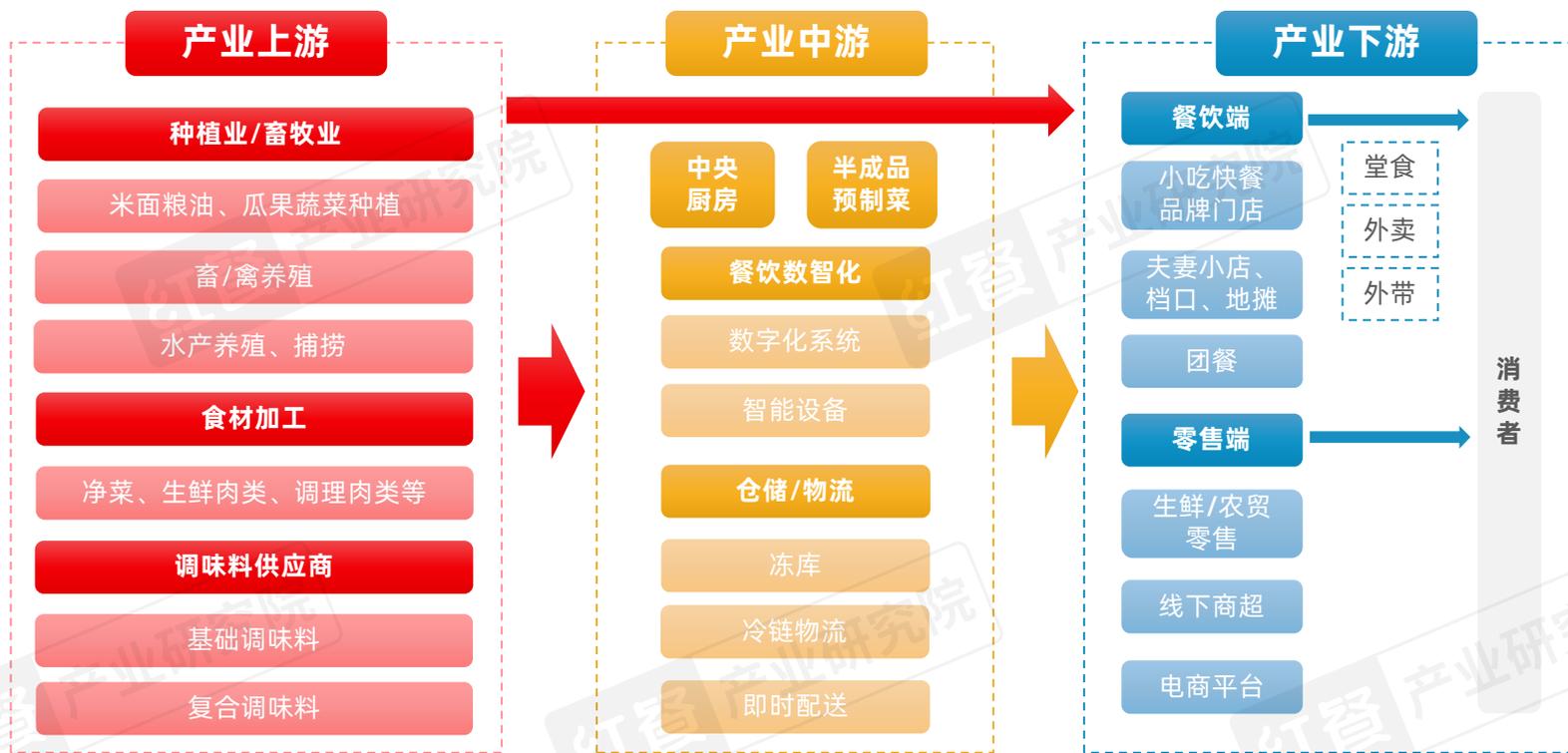


资料来源：红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”、红餐大数据，红餐产业研究院整理

# 驱动因素三：小吃快餐供应链日益壮大，食材、调味料、数智化等方面表现突出

- 小吃快餐涵盖了众多的细分赛道与餐饮业态，涉及多种食材生产、加工以及流通等复杂的流程。近年，随着小吃快餐赛道的快速发展，小吃快餐产业链也日益壮大，上中下游各环节均涌现了一批专业性的代表企业
- 例如，食材企业有蜀海供应链、干味央厨、安井食品、美好食品、圣农食品、国联水产、雪川农业等；调味料企业有仟味高汤、颐海国际、新雅轩、川海晨洋等；智能化设备企业有长膳智能、拓邦股份、橡鹿科技等

### 小吃快餐上下游产业链图谱

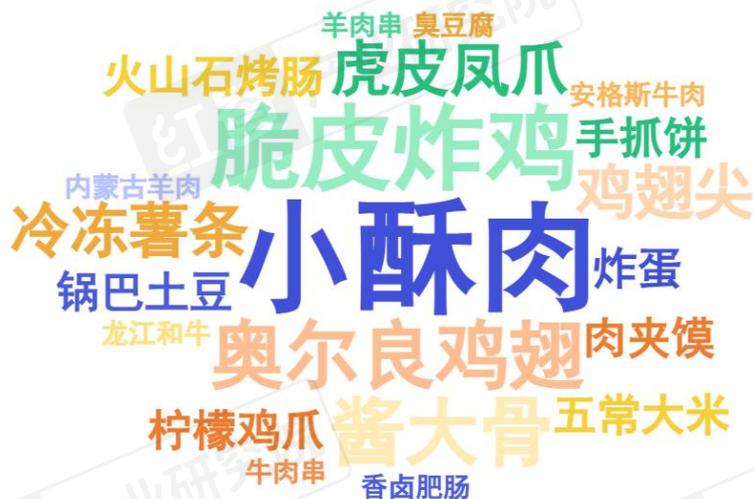


资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

## 小酥肉、香卤肥肠、冷冻薯条等爆款食材频出，助推品牌规模化发展

- 在食材领域，众多食材供应链企业深入研发，推出了多款适配小吃快餐门店的热门爆款食材，如小酥肉、虎皮凤爪、奥尔良鸡翅、脆皮炸鸡、香卤肥肠、火山石烤肠、冷冻薯条、手抓饼等
- 这些食材不仅帮助小吃快餐品牌精准把握餐饮市场的爆品趋势，还为其打造高效、便捷的出餐体验提供了有力支撑，从而助力品牌抢占市场先机，赢得消费者的广泛认可，筑牢了品牌发展的坚实基础

### 近年小吃快餐领域的热门爆款食材



### 部分爆款食材的代表企业

食材名称	代表企业
小酥肉	美好食品、安井食品、龙大食品等
火山石烤肠	安井食品、龙大食品、大希地等
香卤肥肠	美好食品、龙大食品、高金食品等
脆皮炸鸡	圣农食品、皇家小虎、正大食品等
奥尔良鸡翅	圣农食品、泰森食品、大江食品等
牛羊肉串	利思客、客串一把、大庄园等
臭豆腐	聚美合、王新状食品等
手抓饼	粮全其美、皇家小虎、安井食品等
冷冻薯条	麦肯食品、凯达恒业、雪川农业等

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

## 中式复合调味料作用日益突出，上下游协同挖掘地方风味

- 此前，复合调味料主要应用于西式快餐领域，如番茄酱、沙拉酱、果酱以及鸡排和炸鸡的腌料等。如今，随着中式快餐、地方特色小吃的连锁化发展，这些品牌对专门的复合调味料需求也在日益增长
- 与此同时，很多上游调味料企业也针对小吃快餐的不同细分赛道、不同产品推出了专门的复合调味料，甚至提供定制化、个性化的解决方案，以满足下游餐饮品牌实现产品的差异化创新
- 例如，新雅轩、川海晨洋、颐海国际、海天味业等企业针对2024年上半年火爆的天水麻辣烫推出了专门的调味料，目前天水麻辣烫风味已经成为诸多麻辣烫品牌产品中的重要味型之一；仔味高汤、聚慧餐调、联合利华、太太乐、美鑫食品、圣恩股份等企业推出具有云贵地方风味的酸汤底料，适用于云南米线、贵州米粉专门店以及部分粉面品牌的产品风味拓展

### 近年部分调味料企业针对小吃快餐赛道推出的复合调味料产品

企业/品牌名称	代表产品
颐海国际	贵州风味红酸汤底料、天水风味麻辣烫底料、每粒鲜番茄汤料、酸辣鸡胗（粉面浇头）等
仔味高汤	金牌鲜鸡汤、牛肉原汤、老坛酸辣金汤、益生菌发酵红酸汤、酱香卤水等
新雅轩	天水麻辣烫底料、鲜番茄汤底、砂锅菜酱料、酱香辣卤料等
川海晨洋	天水麻辣烫底料、贵州酸汤调味料、乐山钵钵鸡调味料等
美鑫食品	贵州木姜子酸汤料、元气鸡汤料、醇鲜牛骨汤底等
太太乐	红酸汤底料、瑶柱鸡汤味汤底调味料、黄豆猪骨味汤底调味料、清炖牛肉味汤底调味料等
家乐	鲜炖系列浓汤宝、低脂浓汤宝（和风日式关东煮味）、麻酱麻辣拌调味料等

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

## 数字化工具和智能设备应用快速普及，助力小吃快餐品牌降本增效

- 随着我国数智化技术的飞速发展，餐饮行业的数智化水平显著提高，数字化工具和智能设备在小吃快餐领域的应用日益广泛，如点餐系统、智能收银系统、智能炒菜机、智能投料机、万能蒸烤箱、智能洗碗机等
- 其中，在餐饮智能设备领域已涌现了一批代表企业，如长膳智能、拓邦股份、优特智厨、橡鹿科技、爱餐、云嵩智能等，它们研发的智能炒菜机器人、万能蒸烤箱等设备不仅可以帮助餐饮门店确保产品与服务标准化，还能明显提升消费者体验与门店运营效率

### 2025年餐饮行业全国部分智能设备企业情况

企业名称	成立时间	主打产品
上海长膳智能科技有限公司	2016	长膳智能炒菜机
深圳拓邦股份有限公司	1996	厨纪智能炒菜机器人
珠海优特智厨科技有限公司	2018	智能滚筒炒菜机、智能明档炒炉等
上海爱餐机器人（集团）有限公司	2017	味霸机器人厨师、火烈鸟万能蒸烤箱等
北京橡鹿科技有限公司	2021	美膳食智能炒菜机器人
广东云嵩智能科技有限公司	2014	智能盛饭机、智能打饭机、自动调汤机等
北京厨芯科技有限公司	2016	智能洗碗机、智能烹饪箱等
北京隆亿通科技有限公司	2013	调汤机、打汤机、熬汤机等
上海涵夏智能设备有限公司	2019	涵夏智能炒菜机、涵夏智能滚筒炒菜机等



智能炒菜机器人



智能盛饭机

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

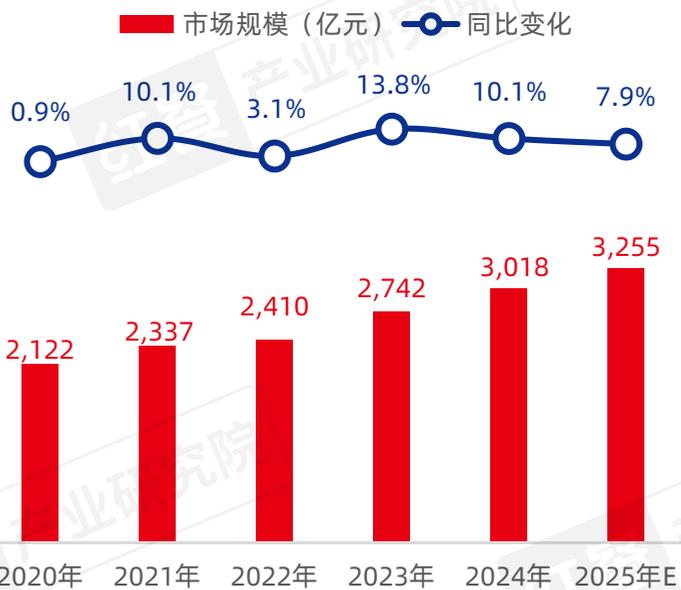
# 02

**赛道概览：  
中式汉堡、薯条、中式炸鸡、砂锅菜、  
生烫牛肉粉等赛道热度上升**

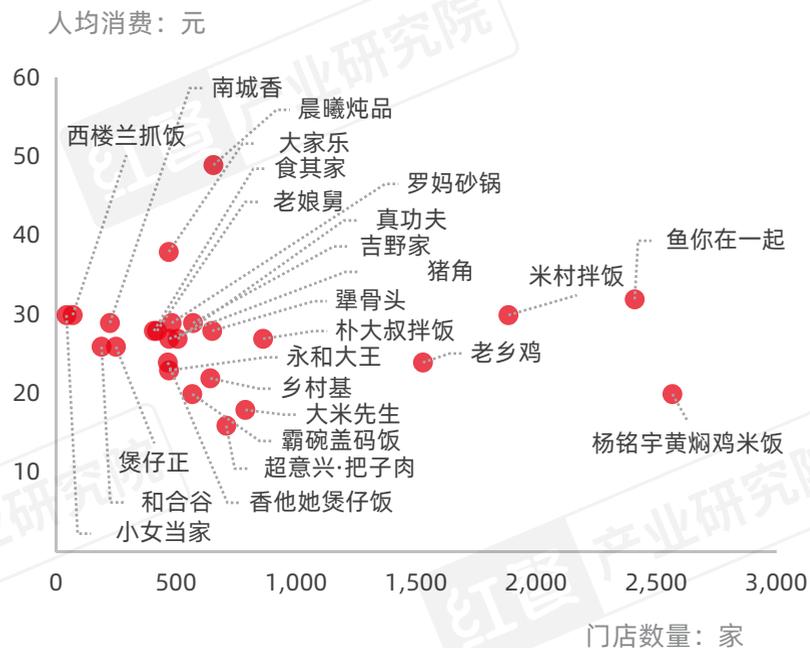
# 米饭快餐：市场规模突破三千亿元，门店数冲刺百万大关

- 米饭快餐是小吃快餐领域门店数最多的细分赛道，刚需属性强、消费频次高是该细分赛道的主要特征。红餐大数据显示，截至2025年3月，全国米饭快餐门店数超过94万家，预计2025年市场规模将超过3,200亿元
- 近年来，受市场消费需求的影响，米饭快餐赛道已形成了综合型与大单品型两大品牌阵营。其中，以老乡鸡、乡村基、大米先生、永和大王、南城香等综合型米饭快餐品牌的产品结构较为丰富，包含小份菜、小火锅、米粉、面条、饺子/馄饨、包点、卤味、特色小吃、饮品/甜品等产品；大单品型的米饭快餐品牌通常聚焦某一细分赛道，产品结构相对简单，如黄焖鸡米饭、酸菜鱼饭、猪脚饭、石锅拌饭等

## 2020—2025年全国米饭快餐市场规模情况



## 2024年全国部分米饭快餐品牌概况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

## 砂锅菜、石锅拌饭、煲仔饭、猪脚饭、手抓饭等赛道热度较高

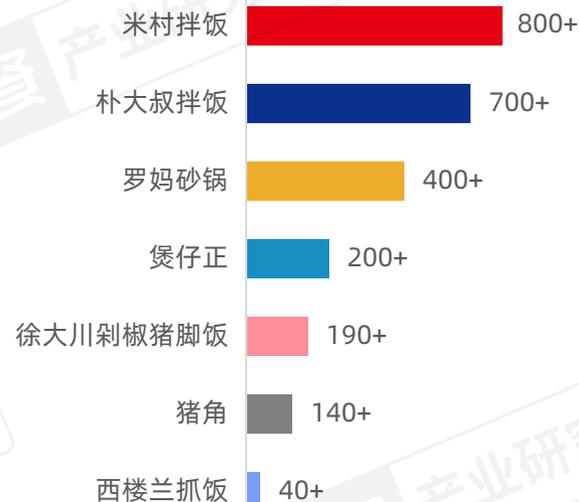
- 从细分赛道来看，石锅拌饭、砂锅菜、煲仔饭、猪脚饭、手抓饭等赛道的市场热度在上升，这些细分赛道及相关品牌在抖音、小红书、微博等主流社交媒体的关注度日益提升，部分品牌也发展出了一定门店规模
- 例如，2024年，石锅拌饭赛道的米村拌饭新开800余家门店，总门店数近1,900家，进驻全国160余座城市；朴大叔拌饭也新开了700余家门店，总门店数超过800家；砂锅菜赛道的罗妈砂锅新开400余家门店；煲仔饭赛道的煲仔正新开了200余家门店；猪脚饭赛道的徐大川剁椒猪脚饭、猪角均新开了100余家门店

2023—2025年“砂锅菜”“石锅拌饭”“煲仔饭”  
“手抓饭”抖音搜索指数



2024年部分米饭快餐品牌新开  
门店数情况

单位：家



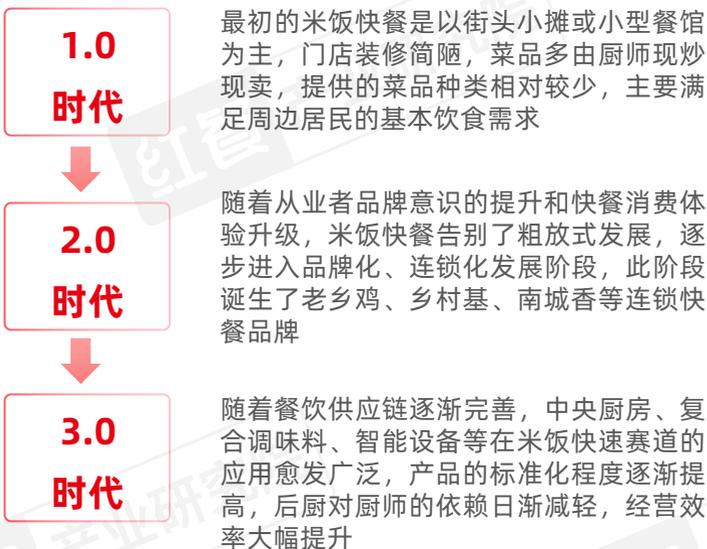
话题	抖音播放量	快手播放量	小红书笔记数
猪脚饭	72.3亿次	25.8亿次	22万篇
煲仔饭	55.1亿次	8.0亿次	70万篇
手抓饭	25.2亿次	7.9亿次	23万篇
砂锅菜	25.3亿次	5.8亿次	11万篇
石锅拌饭	12.1亿次	3.3亿次	36万篇

资料来源：红餐大数据、抖音、小红书、快手，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年3月

# 米饭快餐赛道步入3.0时代，复合调味料与智能设备助力门店标准化

- 近年来，米饭快餐赛道的连锁化程度日益提高，众多米饭快餐品牌实现了规模化扩张。红餐大数据显示，截至2025年3月，门店数超过500家的米饭快餐品牌数占比为2.1%，门店数在101~500家的米饭快餐品牌占比达到21.9%
- 这些米饭快餐连锁品牌的快速发展离不开中央厨房、调味料企业、数智化企业、冷链物流等上游供应链的支持，尤其是复合调味料与智能设备企业。在明厨亮档日渐成为餐饮新时尚的背景下，复合调味料为米饭快餐品牌提供了标准化的解决方案；智能设备则通过自动化、智能化的操作，降低了后厨对厨师技术水平的依赖，提高出餐效率和稳定性

## 近年米饭快餐赛道的发展历程



## 2025年全国部分供应链企业



资料来源：公开信息、红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年3月

# 现炒快餐赛道翻红，仟味高汤等供应链企业提供高效率现炒解决方案

- 随着消费者对新鲜、健康、有锅气的美食需求日益增长，小吃快餐上下游对“现炒模式”高度关注，共同推动现炒快餐赛道翻红
- 在餐饮下游，除了乡村基、大米先生、小女当家等主打现炒快餐的品牌外，还涌现出许多专注于细分赛道的玩家，例如，以现炒盖码饭为主打的霸碗盖码饭和聚焦现炒木桶饭的勇大厨。这些品牌通过现炒模式，不仅满足了消费者对新鲜、有锅气餐食的需求，还凭借透明化的烹饪过程和烟火气十足的用餐体验，赢得了市场的广泛关注
- 在餐饮上游，供应链企业也在积极推动现炒快餐的标准化和高效化。例如，中式复合调味料企业仟味高汤推出了“食材+一汤/酱成味+定温定时定量SOP流程+炒菜机锅气现炒”高效率现炒解决方案，这一解决方案通过将新鲜/预制食材与标准化调味料相结合，配合精准的烹饪流程和智能炒菜设备，不仅大幅提升了出餐效率，还保证了菜品的稳定性和锅气十足的现炒口感

## 仟味高汤高效率现炒解决方案



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

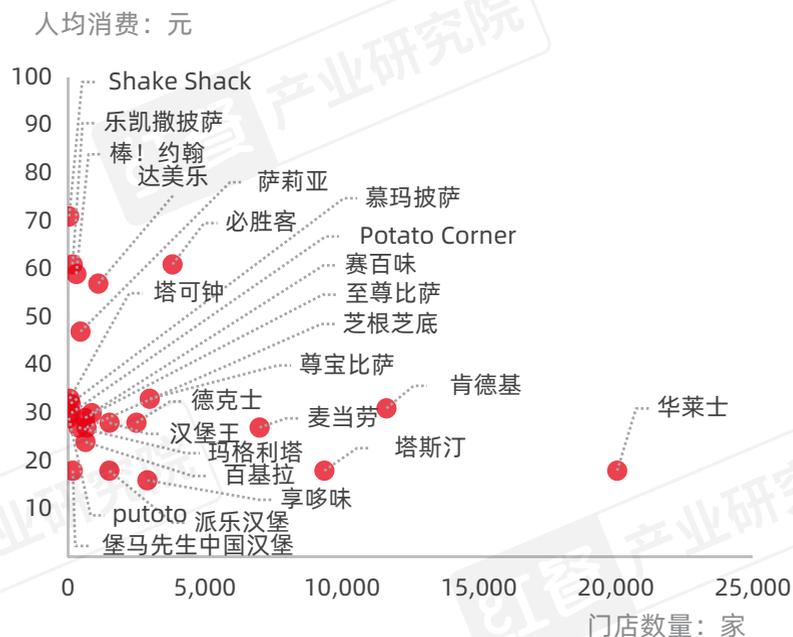
## 西式快餐：赛道保持高速增长，汉堡与比萨赛道发展较为亮眼

- 近年来，随着国际西式快餐巨头肯德基、麦当劳在我国市场的快速扩张，以及华莱士、塔斯汀、尊宝比萨等本土品牌的迅速崛起，西式快餐赛道呈现出强劲的增长势头。据红餐产业研究院预测，2025年全国西式快餐市场规模将达到3,280亿元，同比增长10.3%
- 与此同时，西式快餐赛道逐渐细分，形成了以汉堡、比萨等为主的多个细分赛道。其中，汉堡赛道占据了西式快餐最大的市场份额，占比超过了七成；其次是比萨赛道，市场份额占比为16.1%；其他三明治、塔可、西式综合快餐、薯条炸鸡等赛道约占13.1%的市场份额

### 2020—2025年全国西式快餐市场规模情况



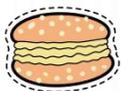
### 2025年全国部分西式快餐品牌概况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

# 中式汉堡品牌发展迅速，薯条专门店异军突起

- 近年，在新中式风潮的推动下，西式快餐赛道也涌现了一批融合了中华美食文化的中式汉堡品牌，并逐渐形成了中式汉堡这个更细分的赛道。红餐大数据显示，截至2025年3月，全国中式汉堡门店数超2万家，市场规模超过130亿元，头部品牌塔斯汀已在全国开出了9,000余家门店
- 此外，薯条这一原本作为西式快餐的“配角”产品，也逐渐展现出了“大单品”潜力。目前，市场上已有多家薯条专门店品牌冒头，且市场热度持续升温。红餐大数据显示，截至2025年3月，全国薯条专门店的门店数超过了2,000家



红餐大数据显示，截至2025年3月，全国中式汉堡门店数量超**20,000家**，市场规模预估超过**130亿元**

## 2025年全国部分中式汉堡品牌概况

品牌名称	创立时间	门店数(家)	人均消费(元)
塔斯汀	2017	9,300+	18
百基拉	2003	610+	25
乐堡士	2010	350+	15
堡马先生中国汉堡	2016	130+	18
汉唐春中国堡	2022	130+	18
燃熊中国汉堡	2022	80+	17



红餐大数据显示，截至2025年3月，全国薯条专门店数量超**2,000家**，预估2025年全国薯条（非流通端）市场规模达到**196亿元**

## 2025年全国部分薯条专门店品牌概况

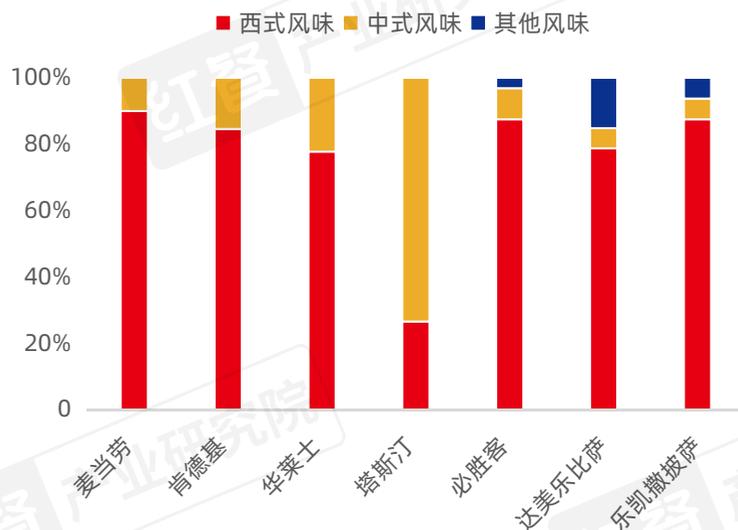
品牌名称	进入中国/创立时间	门店数(家)	人均消费(元)
Potato Corner	2022	110+	30
壹米大薯条	2016	90+	17
putoto	2023	20+	28
薯条侠	2021	20+	21
SH4KE	2021	10+	31
Potato Gao	2023	10+	16

资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

## 西式快餐品牌加强本土化创新，上游企业助力产品风味多元化

- 为了迎合国内消费者的喜好与饮食习惯，众多西式快餐品牌还加强了产品本土化的探索，推出了诸如泡椒风味鸡腿堡、红油酸笋风味板烧鸡腿堡、香酥酸菜鱼排中国汉堡、麻辣小龙虾比萨等产品。同时，部分品牌还推出了中式早点、中式炸串、中式米饭简餐等产品
- 此外，很多上游供应商也紧跟产品风味发展趋势，在深入洞察市场的基础上创新各类风味产品，助力西式快餐品牌推出更加多元化的产品

### 2025年部分西式快餐品牌在售汉堡/比萨的风味占比



### 2025年部分西式快餐上游企业的产品情况

企业/品牌名称	西式风味产品	中式风味产品	其他风味产品
安佳	意式番茄味芝士片等	川式青花椒味芝士片、十三香小龙虾风味芝士片	/
味好美	卡真调料、蒙特利烤鸡调味料等	辣烤风味沙拉酱、藤椒风味沙拉酱等	日式咖喱酱、日式照烧酱、泰式甜辣酱等
卡夫亨氏	茄汁焗豆、蜂蜜芥末酱等	广合腐乳、花椒巴旦木口味沙拉汁等	泰式甜辣酱等
联合利华	新奥尔良风味烤翅腌粉、香酥炸粉调料等	东北风味烧烤小串腌粉、麻辣炸粉调料等	/
日辰股份	奥尔良烤肉酱、黑椒烧汁等	生炸大鸡腿调料、辣孜孜烧烤风味腌料等	照烧汁、韩式烤肉酱等

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年3月

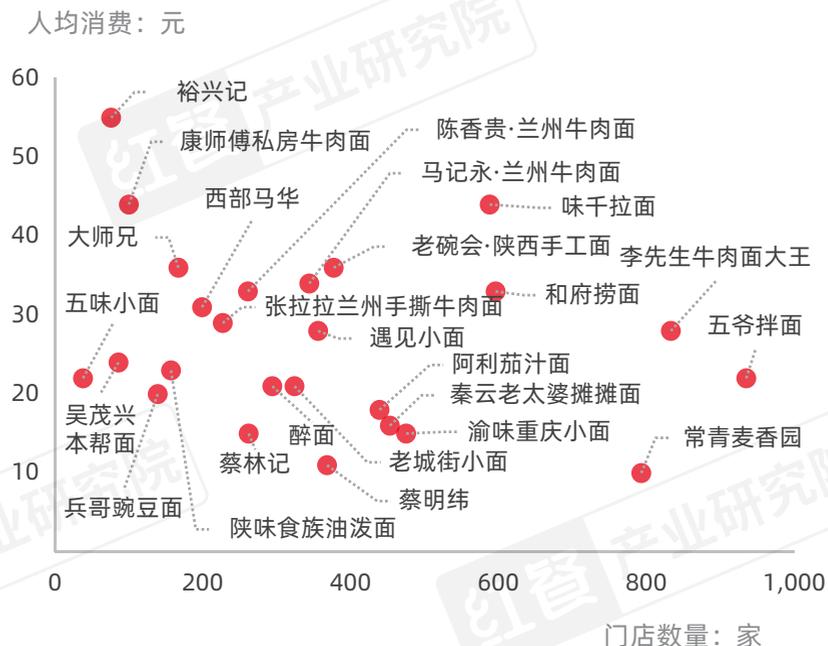
## 面馆：九成以上品牌门店数在50家及以下，规模化程度有待提升

- 面馆是小吃快餐领域第二大细分赛道，红餐大数据显示，截至2025年3月，全国面馆门店数超过66万家，占小吃快餐门店数的18.6%。红餐产业研究院预估，2025年全国面馆市场规模将超过1,600亿元，同比增长8.0%
- 近年来，随着餐饮行业连锁化水平的提升，面馆赛道也发展出了一批规模化的品牌，如五爷拌面、李先生牛肉面大王、常青麦香园、和府捞面、味千拉面等品牌的门店数均超过了500家。但面馆赛道整体的规模化程度还有待提升，红餐大数据显示，门店数在50家及以下的面馆品牌数占比超过95%

### 2020—2025年全国面馆市场规模情况



### 2025年全国部分面馆品牌概况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

# 地方特色面馆品牌以区域发展为主，部分兰州牛肉面品牌已实现全国化发展

- 近年，在地方文旅消费热潮的助推下，一些具有地方特色的面条产品逐渐被挖掘，如重庆小面、苏式面、北京炸酱面、兰州牛肉面、武汉热干面、陕西手工面、安徽板面等。这些地方特色面馆也有不少代表性的品牌冒头，如遇见小面、五味小面等品牌主打重庆小面；马记永·兰州牛肉面、陈香贵兰州牛肉面、张拉拉兰州手撕牛肉面等品牌是兰州牛肉面的代表；老碗会·陕西手工面、大师兄、陕西食族油泼面等品牌则是陕西手工面的代表
- 从这些品牌的门店分布来看，除了兰州牛肉面之外，大部分地方特色面馆品牌以区域发展为主，省份集中度较高，如老碗会·陕西手工面、蔡明纬、吴茂兴本帮面的省份集中度超过了90%，大师兄、遇见小面、蔡林记等品牌的省份集中度超过了60%

## 2025年全国部分地方特色面馆代表品牌情况

品牌名称	所属细分赛道	门店数（家）	人均消费（元）	省份集中度	门店主要分布区域
老碗会·陕西手工面	陕西手工面	400+	36	94%	广东、上海、浙江等
大师兄	陕西手工面	160+	35	79%	广东、重庆、浙江等
陕西食族油泼面	陕西手工面	140+	24	54%	北京、江西、河北等
遇见小面	重庆小面	370+	28	66%	广东、北京、上海等
五味小面	重庆小面	30+	21	67%	广东、安徽、辽宁等
马记永·兰州牛肉面	兰州牛肉面	340+	34	34%	上海、江苏、北京等
陈香贵·兰州牛肉面	兰州牛肉面	260+	32	46%	上海、江苏、广东等
张拉拉兰州手撕牛肉面	兰州牛肉面	220+	29	16%	上海、浙江、北京等
蔡明纬	武汉热干面	350+	11	98%	湖北、安徽、河南等
蔡林记	武汉热干面	260+	15	87%	湖北、广东、河南等
吴茂兴本帮面	苏式面	80+	24	98%	上海、辽宁、浙江等

资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月  
注：省份集中度=该品牌门店最多的省份门店数/该品牌的全国门店数

# 浇头和汤底是产品创新的关键，仟味高汤助力品牌差异化创新

- 近年来，为了保持市场竞争力，众多面馆品牌正积极地对面条产品进行创新和升级。据红餐产业研究院不完全统计，2024年，监测面馆样本品牌推出了百余款面条新品，其中，浇头创新占比高达88%，汤底创新占比达44%，汤底创新正从产品的配角跃升为差异化的核心要素
- 与此同时，部分上游企业也洞察到了汤底创新的需求，提供定制化、个性化的解决方案。例如，仟味高汤针对面馆品牌提供“工厂熬汤+门店高效率现熬汤解决方案”，同时依托“3大基础汤+7大风味汤+5大绝配特色调味品”的自由组合，面馆品牌可在确保产品标准化的同时进行差异化探索

## 2024年面馆样本品牌上新产品中的面条产品创新点分布



浇头创新

88%

汤底创新

44%

面条种类创新

32%

## 面馆门店现熬汤解决方案



豚骨拉面



香草番茄牛肉面



兰州牛肉面



雪菜肉丝面

➢ 消费者对于健康且高品质的现熬汤底与现炒浇头产品的需求日益增长。然而，面馆门店在满足这一需求的同时，也面临着提升运营效率和实现标准化管理的双重挑战

✓ 借助上游企业的“工厂熬汤+门店高效率现熬汤解决方案”，可以较好地解决门店现熬汤底与标准化、高效率的冲突

✓ 同时，品牌还可依据自身需求，将不同风味的汤底进行组合，丰富产品矩阵

仟味高汤提供“工厂熬汤+门店高效率现熬汤解决方案”，其粉面专用猪骨汤选用优质猪大骨熬制，骨香浓郁，鲜香四溢，与各种食材完美搭配



### 招牌三剑客

鸡汤  
猪骨汤  
牛肉汤

### 爆品七雄

金汤  
酸汤  
菌汤  
番茄汤  
猪肚鸡汤  
冬阴功汤  
鱼汤/海鲜汤

### 五大绝配

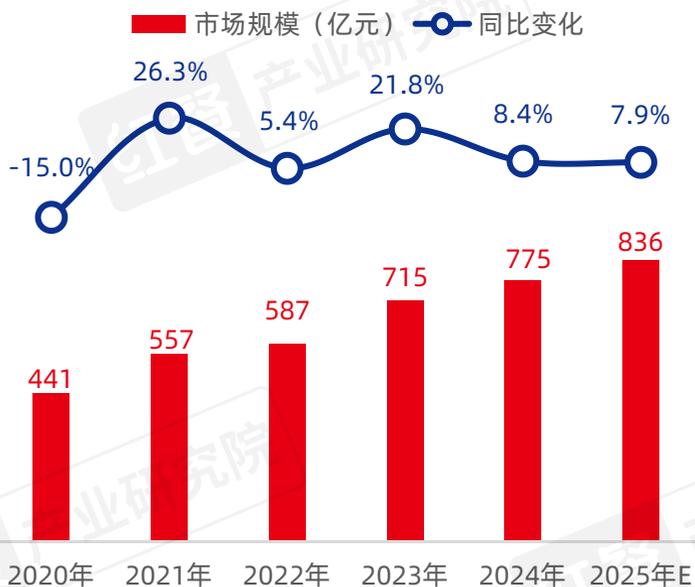
卤水  
酱汁  
油脂  
高汤调味粉  
其他特色汤

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

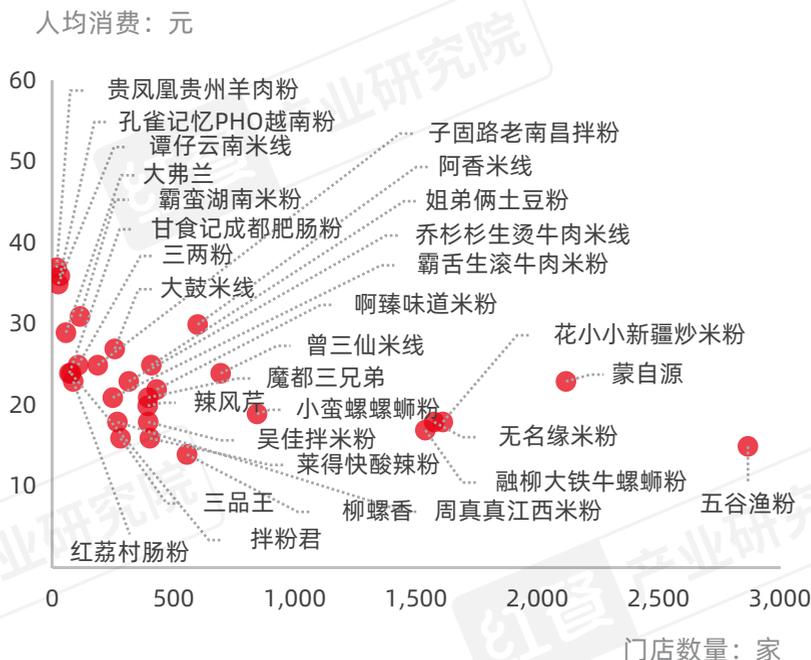
# 米粉：门店数同比增长13.3%，市场规模冲刺千亿大关

- 近年，随着地方米粉的不断挖掘以及品牌连锁化程度的提升，米粉赛道持续扩容。据红餐大数据，截至2025年3月，全国米粉门店数超过34万家，比去年同期增加了4万家，同比增长13.3%。经红餐产业研究院测算，2024年米粉品类市场规模为775亿元，同比增长8.4%，预计2025年将继续增长至836亿元
- 与此同时，各大米粉品牌加速拓店，以抢占市场份额。红餐大数据显示，蒙自源、花小小新疆炒米粉、融柳大铁牛螺蛳粉等品牌在2024年新开的门店数均超过了500家

## 2020—2025年全国米粉市场规模情况



## 2025年全国部分米粉品牌概况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

## 地方米粉品牌崛起，新疆炒米粉、螺蛳粉、南昌拌粉等赛道发展迅速

- 米粉细分赛道众多，包括广东米粉、湖南米粉、云南米线、广西米粉、江西米粉、贵州米粉、川渝米粉、新疆米粉等，每个地方米粉均有其独特的风味，并在市场中占有一席之地
- 与此同时，市场上还涌现出一些专注于更细分的地方特色米粉品牌，如花小小新疆炒米粉、辣风芹等品牌主打新疆炒米粉；融柳大铁牛螺蛳粉、小蛮螺螺蛳粉、柳螺香等品牌主打柳州螺蛳粉；子固路老南昌拌粉、李大叔南昌拌粉等品牌主打南昌拌粉；千韧·潮汕牛肉粿条、白塔牛肉粿条汤等品牌主打潮汕粿条

### 2025年全国部分地方米粉赛道概况



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

## 酸汤味型风靡米粉赛道，上游企业紧跟市场趋势

- 2024年以来，火锅赛道流行的酸汤味型逐渐向其他领域扩散，米粉赛道有不少品牌推出了酸汤系列产品。例如，五谷渔粉推出了苗家酸汤渔粉，蒙自源推出了凯里酸汤系列米线产品，小满手工粉推出了贵州酸汤牛肉粉，大弗兰推出了酸汤炖粉系列产品等
- 同时，部分上游企业也紧跟市场趋势，推出了各种风味的酸汤产品，如颐海国际、仟味高汤、川海晨洋、聚会餐调、美鑫食品、艾家食品、南山婆等。这些企业不仅能为餐饮品牌提供标准化的产品解决方案，还能帮助一些赛道新锐快速实现规模化发展

### 近年部分米粉品牌推出的酸汤产品



蒙自源凯里酸汤肥牛米线



大弗兰酸汤鱼片炖粉



小满手工粉贵州酸汤牛肉粉



霸王红酸汤吊龙牛肉粉

### 近年部分调味料企业推出的酸汤产品

企业名称	酸汤产品
颐海国际	贵州风味红酸汤底料、酸汤肥牛调味料等
仟味高汤	老坛酸辣金汤、益生菌发酵红酸汤等
川海晨洋	贵州酸汤调味料、百香果酸汤调味等
美鑫食品	贵州木姜子酸汤料、云南酸汤等
太太乐	红酸汤底料、糟粕醋酸汤底料等
家乐	贵州风味红酸汤鱼调味料、金酸汤酱调味料等
南山婆	西红柿酸汤、贵州酸汤等
聚慧餐调	黄金酸辣酱、红酸汤底料、糟粕醋底料等
艾家食品	贵州红酸汤、青柠酸汤、泰式冬阴功汤等

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

# 生烫牛肉粉成赛道新风口，“鲜切+生烫”模式热度持续延伸

- 除了汤底味型的革新，米粉品牌还积极地围绕食材升级与烹饪手法进行产品创新，寻找差异化的发展路径
- 以2024年崭露头角的生烫牛肉粉为例，其是以云南米线为基础，融合了餐饮赛道鲜切牛肉生烫的做法，成功开辟了米粉细分市场的新赛道。目前，生烫牛肉粉赛道已涌现出乔杉杉生烫牛肉米线、霸舌生滚牛肉米粉、窄巷子生烫牛肉米线等一众代表性品牌，其中，乔杉杉生烫牛肉米线已在全国开出了310余家门店，霸舌生滚牛肉米粉的门店数也超过了240家
- 此外，“鲜切+生烫”的模式正在米粉赛道持续延伸。例如，一些米粉品牌推出了生烫鸡肉米线、生烫猪肉米线、生烫小火锅等产品

## 2025年全国部分生烫牛肉粉品牌概况

品牌名称	门店数 (家)	人均消费 (元)	门店分布区域
乔杉杉生烫牛肉米线	310+	23	江苏、浙江等
霸舌生滚牛肉米粉	240+	21	陕西、浙江等
窄巷子生烫牛肉米线	180+	21	广东、上海等
云阿蛮生烫牛肉米线	60+	21	云南、上海等
阿佑鲜烫牛肉米线	50+	21	上海、江苏等

### 生烫牛肉粉赛道的主要特征

- 牛肉讲究新鲜现切，汤底、肉酱也均讲究现熬，突出新鲜现做的仪式感
- 性价比高，人均消费集中在20~25元区间，部分品牌的鲜切吊龙仅7元一份
- 食材及产品搭配上多融合了云贵地区的特色风味，如香柳叶、傣家水腌菜、云南包浆豆腐、云南豆花、保山糯米茶等

“鲜切+生烫”的模式正在米粉赛道持续延伸。例如，上海的云南米线品牌香南颐朵云·鲜切过桥米线，其采用鲜切肉类食材；常州的鸡汤米线品牌古早城香主打鲜切生烫鸡肉米线，还推出了现切生烫黑猪梅花肉米线和鲜烫小火锅等产品

资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

# “鲜切生烫”引领米粉赛道升级，上游企业助力品牌创新与扩张

- 在竞争日益激烈的米粉赛道，“鲜切+生烫”这一烹饪模式正成为品牌差异化突围的关键抓手。该模式通过“现切现烫”的沉浸式体验，不仅显著提升了产品的价值感，更重塑了消费者的就餐仪式感
- 然而，这种模式对米粉品牌也提出了更高的要求。比如，在食材上，品牌需要确保肉类食材的新鲜品质与最佳口感；在汤底上，既要保证汤底的鲜美度充分激发食材本味，又要实现标准化出品，确保口味的一致性
- 对于米粉品牌而言，自主研发适应“鲜切生烫”米粉的优质汤底并实现门店现熬现做并非易事。与专业调味料企业建立战略合作，成为品牌快速实现门店复制和产品创新的可行路径。以仟味高汤为例，其推出的牛肉原汤、金牌鲜鸡汤等系列产品能较好地契合生烫米线的汤底需求，而益生菌发酵红酸汤、老坛酸辣金汤等特色产品，则能精准还原云贵地区的独特风味，为品牌打造差异化产品矩阵提供有力支撑

## “鲜切生烫”米粉的需求要点



原汤生烫牛肉米粉

- 肉类（牛肉、鸡肉、猪肉等）新鲜现切现烫，涮烫时间较短，以快速锁住肉质的鲜嫩与营养
- 汤底在长时间高温的条件下仍能突出浓厚鲜醇口感，同时要与云贵风味相融



仟味牛肉原汤



仟味金牌鲜鸡汤



红酸汤吊龙牛肉米粉

## 解决方案

- ✓ 采用真牛肉、真鸡肉等优质食材熬制出来的高品质汤底，突出丰富的肉香与鲜味。如仟味高汤的牛肉原汤采用鸡、牛调和熬制，骨肉含量≥70%，牛肉汁感自然饱满，鲜香润口
- ✓ 搭配云贵风味的酸汤，如益生菌发酵红酸汤、老坛酸辣金汤等，丰富产品矩阵



仟味益生菌发酵红酸汤



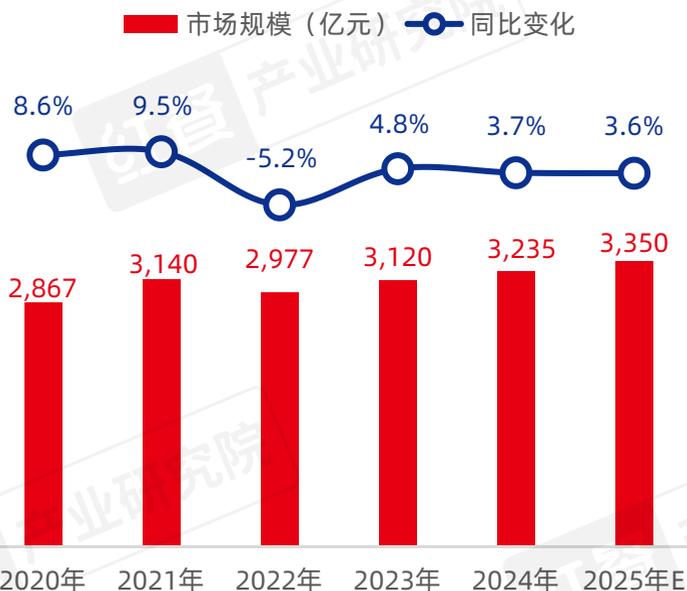
仟味老坛酸辣金汤

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

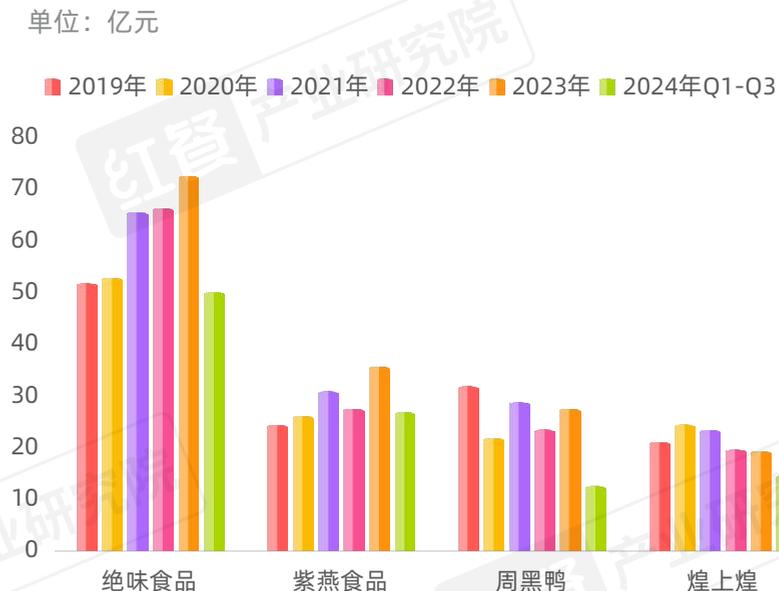
## 卤味熟食：市场规模增速持续下降，赛道进入发展瓶颈期

- 红餐大数据显示，截至2025年3月，全国卤味熟食门店数超过了26万家，预计2025年市场规模达到3,350亿元，同比增长3.6%，增速持续下降
- 从各上市企业的财报数据来看，2024年前三季度，绝味食品、紫燕食品、煌上煌三家企业的营业收入均在下降，周黑鸭2024年上半年的净利润同比降幅达到67.7%。头部企业经营尚且艰难，一些中腰部品牌甚至开始收缩门店，卤味熟食赛道进入发展瓶颈期

### 2020—2025年全国卤味熟食市场规模情况



### 2019年至2024年部分卤味上市企业营收情况

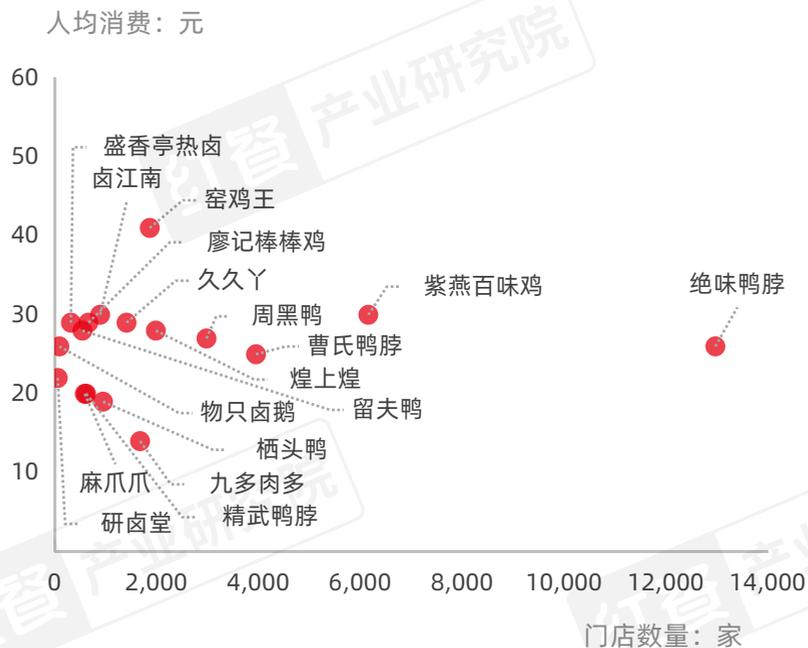


资料来源：红餐大数据、各企业财报，红餐产业研究院整理  
注：周黑鸭2024年的营收数据为上半年营业收入，其他企业均为2024年前三季度的营业收入

# 卤味品牌积极探索“快餐化”模式，“卤味+”拓展消费场景

- 为了寻求新的增长路径，部分卤味熟食品牌积极谋变，它们在主打产品的基础上，增加粉面、粥品、米饭简餐等产品，以增强卤味熟食的刚需属性，拓宽消费场景
- 例如，紫燕百味鸡在佐餐卤味产品的基础上，推出了多款“卤味+素拼+米饭/粉面”的套餐组合；窑鸡王推出了“窑鸡+饭”“窑鸡+汤”“窑鸡+素食”“窑鸡+小吃”等套餐组合；盛香亭热卤不仅推出了卤面、卤粉、牛肉粉、卤肉拌饭等多款主食产品，还推出小火锅子品牌盛香亭转转热卤，目前，盛香亭转转热卤已在全国开出了80余家门店

## 2025年全国部分卤味熟食品牌概况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

## 近年全国部分卤味熟食品牌推出的快餐产品



紫燕百味鸡“五香猪头肉饭”



窑鸡王“窑鸡半只+饭”



研卤堂“金牌卤肉饭”



盛香亭热卤“安格斯牛肉粉”

# 卤味成刚需品类的搭配，仟味高汤提供高效率门店现卤解决方案

- 在消费者多元化需求的推动下，卤味产品也被越来越多其他品类的餐饮品牌作为小吃、配菜等引入到菜单中，以丰富产品结构，尤其是米饭快餐、米粉、面馆等刚需品类，如五爷拌面、老乡鸡、大米先生、小女当家、大师兄等品牌均推出了多款卤味产品
- 对于非卤味赛道的小吃快餐品牌而言，卤味产品的门店销量较少且不稳定，自制卤水不仅容易造成食材浪费，成本也较高。因此，如何在保证每日新鲜现卤的情况下，降低食材浪费和生产成本成为了关键
- 对于此痛点，部分上游供应链企业提供了专业的解决方案。例如，仟味高汤推出了酱香卤水、潮州老卤等多款卤水产品，适用于制作酱大骨、卤水拼盘、猪脚饭、卤肉饭等产品，可帮助门店实现每日新鲜现卤现切，同时降低生产成本

## 门店现卤痛点

- 卤味产品销量较少，且不稳定
- 自制卤水难以保证出品的统一，也容易造成食材浪费，同时，成本也比较高



酱大骨



卤肉饭



卤水拼盘



猪脚饭



## 仟味高汤门店现卤解决方案

- ✓ 仟味高汤提供“高效率门店现卤解决方案”，可帮助餐饮品牌实现小分量、多批次的新鲜现卤现切，保证出品风味稳定的同时，降低门店生产成本
- ✓ 此外，仟味高汤还提供产品定制化、爆品菜研发等服务，满足不同风味的卤味产品研发需求，如潮汕风味、酱香风味、咸鲜风味等



仟味酱香卤水



仟味潮州老卤

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

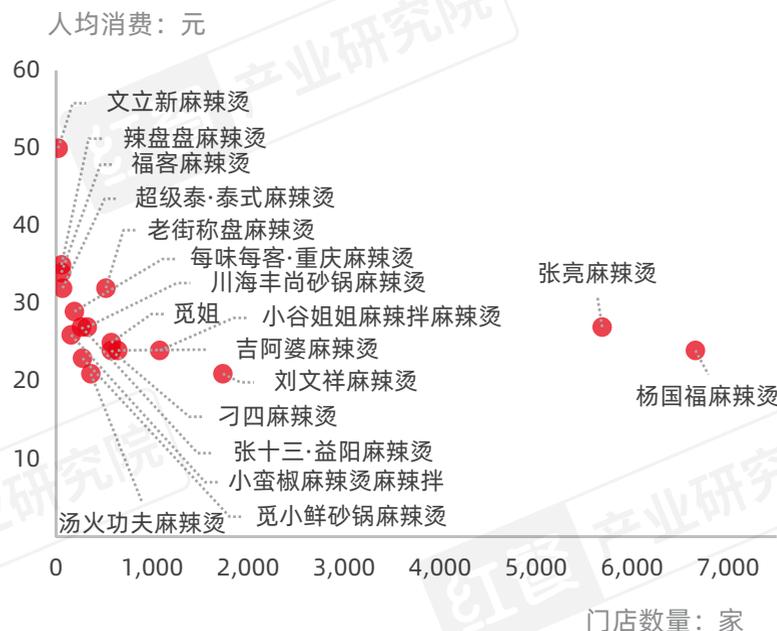
# 麻辣烫：赛道进入发展平稳期，多个品牌向海外扩张

- 在经历了快速扩张期之后，麻辣烫赛道逐渐进入发展平稳期。据红餐大数据，截至2025年3月，全国麻辣烫门店数超过15万家，预计2025年全国麻辣烫（含冒菜）市场规模达到1,565亿元，增速降至5.0%
- 在品牌竞争格局上，杨国福麻辣烫、张亮麻辣烫分别以6,000余家和5,000余家的门店规模稳居市场前两位，赛道也不断涌现新的入局者，如海底捞推出了子品牌嗨妮牛肉麻辣烫。同时，不少品牌尝试向海外扩张，比如杨国福麻辣烫和张亮麻辣烫的海外门店数均超过了100家
- 近年来，在“去刺客化”消费趋势的推动下，不少麻辣烫品牌通过设置套餐、免费菜、免费主食的方式，提升消费者体验与产品性价比。据红餐大数据，人均消费在25元以下的麻辣烫门店数占比呈上升趋势，占比接近七成

## 2019—2025年全国麻辣烫（含冒菜）市场规模情况



## 2025年全国部分麻辣烫品牌概况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

## 地方特色麻辣烫崛起，天水麻辣烫、益阳麻辣烫与砂锅麻辣烫受关注

- 近年来，全国各地的地方特色麻辣烫被持续发掘，成为市场热点与创新焦点，为麻辣烫市场注入了活力与多样性
- 例如，天水麻辣烫在2024年上半年火爆出圈，杨国福麻辣烫、张亮麻辣烫、小谷姐姐麻辣拌麻辣烫等品牌均推出了天水麻辣烫口味。与此同时，市场上也涌现出了不少主打天水麻辣烫的单店，据红餐大数据，截至2025年3月，全国天水麻辣烫门店数超过7,000家。益阳麻辣烫与砂锅麻辣烫已经跑出了部分品牌，如张十三·益阳麻辣烫、等凳灯·益阳麻辣烫、川海丰尚砂锅麻辣烫、觅小鲜砂锅麻辣烫等

### 天水麻辣烫

天水麻辣烫是甘肃天水的特色小吃，2024年上半年在各大社交平台火爆出圈。截至2025年3月，抖音平台关于天水麻辣烫的相关话题播放量已突破60亿次

目前，市场上主打天水麻辣烫的单店有不少，但规模化品牌尚未出现。然而，“天水风味”已经成为麻辣烫赛道一种广受欢迎且独特的味型



### 益阳麻辣烫

益阳麻辣烫的食材通常会被串在竹签上，由食客自行挑选喜欢的食材，然后放入滚烫的大锅中烫煮，有一种围炉而食的氛围感

益阳麻辣烫赛道已跑出了部分代表品牌。例如，张十三·益阳麻辣烫已在全国30多个城市开出了250余家门店数；等凳灯·益阳麻辣烫也开出了40余家门店



### 砂锅麻辣烫

近年，随着砂锅菜大热，砂锅麻辣烫也再次受到市场的关注。截至2025年3月，抖音平台关于砂锅麻辣烫的相关话题播放量已超过1.5亿次

目前，砂锅麻辣烫赛道已有部分品牌实现了连锁化扩张。比如，川海丰尚砂锅麻辣烫、觅小鲜砂锅麻辣烫的门店数均超过了200家

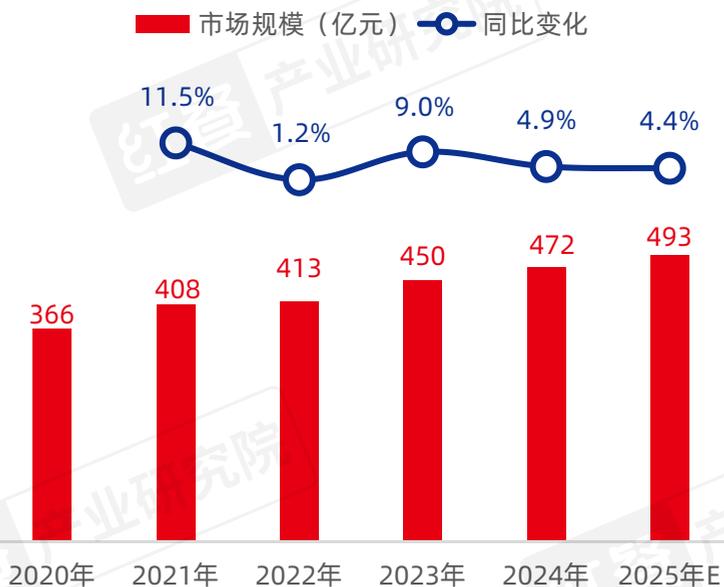


资料来源：红餐大数据、抖音，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年3月

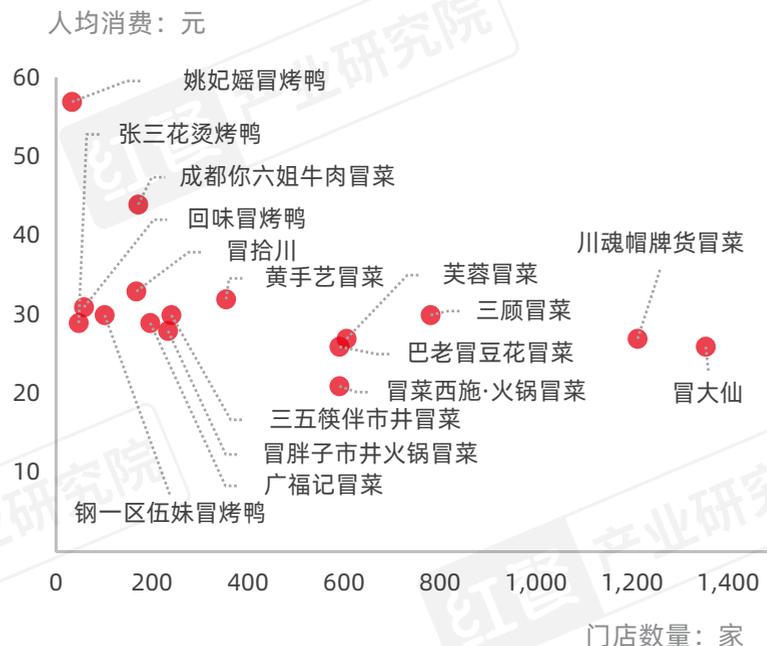
# 冒菜：部分火锅品牌跨界入局，冒烤鸭成为诸多门店的特色菜

- 红餐大数据显示，截至2025年3月，全国冒菜门店数约4万家，预计2025年市场规模达到493亿元
- 当前，冒菜赛道已有一批初具规模的代表品牌，比如冒大仙和川魂帽牌货冒菜的门店数已成功突破千家；三顾冒菜的门店数也有近八百家，其还将门店拓展至海外市场。此外，一些火锅品牌也推出了冒菜子品牌，如大龙燚、怂火锅厂、马路边边等
- 在2023年冒烤鸭热潮的推动下，诞生了一批主打冒烤鸭的品牌，如钢一区伍妹冒烤鸭、回味冒烤鸭、姚妃媛冒烤鸭等，同时也将冒烤鸭这道特色菜引入到了冒菜、川菜、火锅等餐饮门店，进一步拓展了其消费场景

## 2020—2025年全国冒菜市场规模情况



## 2025年全国部分冒菜品牌概况



资料来源：红餐大数据、企查查，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年3月

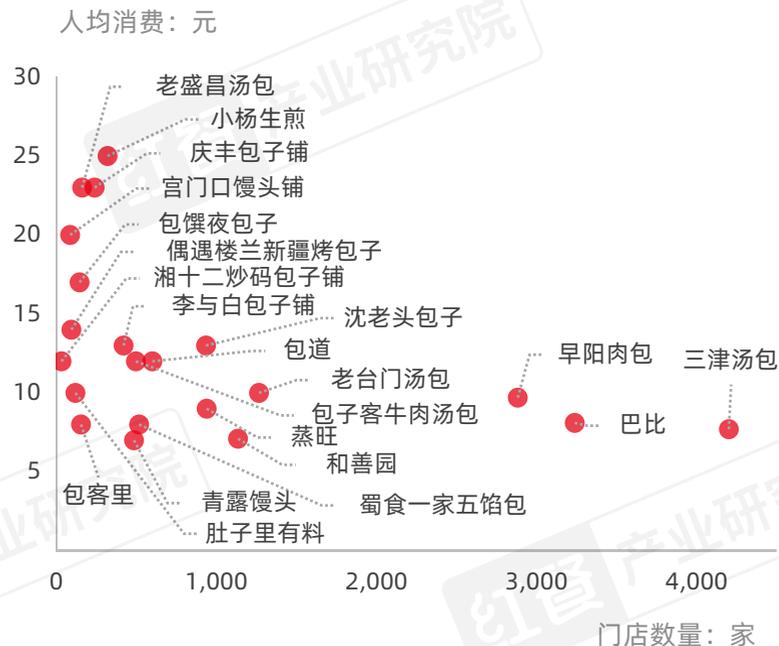
# 包点：赛道呈稳健增长态势，品牌连锁化步伐加快

- 包点作为我国早餐消费市场的主要细分品类之一，具有广大的受众群体。据红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”，65.4%的消费者每周至少有1次包点店铺的消费记录。红餐大数据显示，截至2025年3月，全国包点门店数超过13万家，预计2025年市场规模将达到742亿元，同比增长5.3%
- 近年来，随着餐饮大盘连锁化水平的提升和上游供应链的不断完善，包点赛道也从以夫妻店为主转向品牌化、规模化方向发展，诞生了一批知名连锁品牌，如巴比、三津汤包、早阳肉包、和善园、老台门汤包等

## 2019—2025年全国包点市场规模情况



## 2025年全国部分包点品牌概况



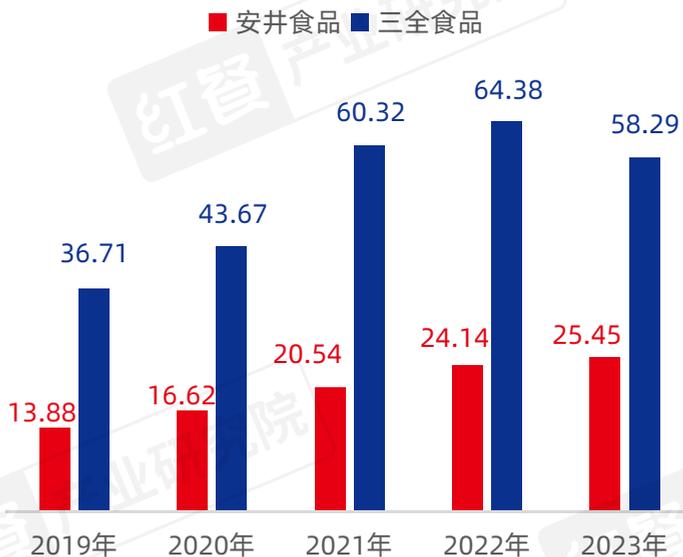
资料来源：红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”、红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

## 包点产业链日益完善，嵊州老面小笼包成零售渠道爆品

- 目前，我国包点已经形成了一个涵盖原材料供应、生产加工到批发零售较为完整的产业链，链条上的各环节均有一批优秀的代表企业。比如，安井食品、三全食品、思念食品、千味央厨等均是上游包点供应商的佼佼者，这些企业通过不断升级和优化生产工艺，在保证产品口感与质量的同时，帮助下游品牌提升经营效率
- 此外，在产业上下游也在共同挖掘具有地方特色的包点小吃，比如嵊州老面小笼包，拇指生煎包等。据红餐产业研究院观察，嵊州小笼包在各大电商平台受到消费者的追捧，不少单品销量超过了数十万件

### 2019—2023年安井食品与三全食品速冻米面制品营收情况

单位：亿元



资料来源：公开信息、京东、各企业财报，红餐产业研究院整理

### 近年全国部分推出嵊州老面小笼包的企业

企业类型	代表企业/品牌
食品企业	思念食品、安井食品、头厨、御小笼、大希地、悦味纪、皇家小虎、展艺食品等
餐饮企业	和善园、巴比、粮全其美、王继莲小笼、同庆楼等
电商平台	小象超市、叮咚买菜、朴朴超市、1号店、京东、网易严选等

据京东平台数据，截至2025年3月，悦味纪嵊州老面小笼包和头厨老面小笼包的销量已超过**50万件**；和善园嵊州鲜肉小笼包、大希地嵊州老面鲜肉小笼包等产品的销量也超过了**20万件**



# 饺子馄饨：品牌加速拓店，饺子馄饨将成长为千亿级别的大赛道

- 红餐大数据显示，截至2025年3月，全国饺子馄饨门店数约16万家。红餐产业研究院预测，2025年饺子馄饨市场规模将突破千亿元
- 2024年，各大饺子馄饨品牌加速开店，以抢占市场份额。例如，2024年全年，袁记云饺净增900余家门店，全国总门店数超过了4,000家，其主攻下沉市场的子品牌袁小饺净增门店近400家，总门店数超过了1,000家；吉祥馄饨、熊大爷现包水饺、第9味老上海馄饨等品牌在2024年均新开了不少门店，门店规模进一步扩大

## 全国饺子馄饨门店数量情况

红餐大数据显示，截至2025年3月，全国饺子馄饨门店数约**16万家**。其中，饺子门店数超过了**11万家**，馄饨门店数超过了**5万家**

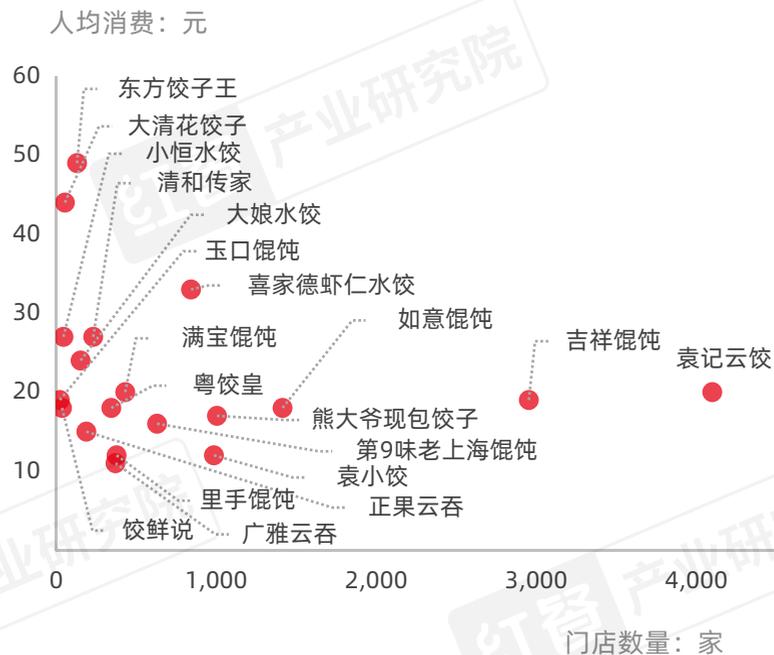
**16万家**

## 全国饺子馄饨市场规模情况

红餐产业研究院预估，2025年全国饺子馄饨市场规模为**1,038亿元**。其中，饺子市场规模为**728亿元**，馄饨市场规模为**310亿元**



## 2025年部分饺子馄饨品牌概况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

## 饺子馄饨品牌积极丰富产品线，多渠道拓宽消费场景

- 为了满足消费者的多元化需求，拓宽饺子馄饨的消费场景，不少品牌在菜单中加入粉面、米饭简餐、小吃、饮品、汤品等产品。例如，袁记云饺推出了云吞面、炸酱面、煎饺、酱骨架、爽口木耳、玉米汁等产品；吉祥馄饨推出了红烧牛肉拌粉、小炒黄牛肉饭、蛋黄烧麦、锅贴、鲜肉小笼包、酸梅汁等产品
- 此外，为了进一步拓展市场份额，部分饺子馄饨品牌积极布局堂食、外带、外卖以及零售等多个销售渠道，形成了全方位、多渠道的“四栖”销售模式

### 2025年全国部分饺子馄饨品牌产品情况与销售模式

品牌名称	饺子产品	馄饨产品	其他产品	销售模式
袁记云饺	玉米鲜肉饺、牛肉芹菜饺、魔芋燕麦西兰花鲜饺、全家福饺子等	牛肉云吞、鲜虾蟹籽云吞、紫菜鲜肉云吞、玉米鲜肉云吞等	鲜肉云吞面、炸酱面、卤肉面、煎饺、蒜汁生菜、酱骨架、鲜榨玉米汁等	堂食、外带、外卖、零售
喜家德虾仁水饺	虾三鲜水饺、西芹鲜肉水饺、玉米鲜肉水饺等	/	瘦肉片麻辣鲜蔬锅、牛肉豆米鲜蔬锅、香卤肉丸子、白灼生菜、酸奶黄桃西米露等	堂食、外带、外卖
吉祥馄饨	韭菜鲜肉水饺、玉米鲜肉水饺、芹菜鲜肉水饺等	芹菜鲜肉馄饨、番茄牛肉馄饨、红油抄手、鸡汤小馄饨等	红烧牛肉拌粉、小炒黄牛肉饭、炸年糕、鲜肉小笼包、素拌菜、辣卤鸡腿、橙汁、酸梅汁等	堂食、外卖、零售
粤饺皇	谷饲牛肉饺、韭黄鲜肉饺、新竹笋鲜肉饺等	鲜肉云吞、鲜虾鲜虾蟹籽云吞、玉米鲜肉云吞等	猪腿肉酱拌面、云吞面、柠檬无骨凤爪、和味牛腩、香卤猪手、陈皮柠檬茶等	堂食、外带、外卖、零售
第9味老上海馄饨	冬笋牛肉水饺	冬笋牛肉小馄饨、番茄鲜肉小馄饨、酸菜汤小馄饨等	秘汁卤肉饭、番茄牛肉面、馄饨面、盐酥鸡、卤鸡腿、葱油饼、马蹄绿豆沙等	堂食、外卖、零售

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

# 后厨熬汤成产品创新难点，仟味一招鲜现熬方案助力饺子馄饨品牌降本增效

- 随着饺子馄饨品牌加速产品创新与品类延伸，其门店运营和产品标准化也将面临多重挑战。以汤粉、汤面、鸡汤小馄饨等带汤的产品为例，专业化的汤底解决方案是支撑门店产品矩阵扩展的关键
- 对于这一痛点，饺子馄饨品牌可与上游供应链企业合作，借助调味料企业的专业熬汤技术，实现门店高效标准化运营。例如，仟味高汤推出了“仟味一招鲜现熬方案”，通过大型工厂标准化熬汤技术，可降低门店50%的生产成本和70%的熬汤时间，在确保产品品质稳定性的同时，显著提升门店运营效率

## 饺子馄饨门店现熬汤的难点

- 受限于主流的小店经营模式，门店在操作空间和设备配置上难以支撑现熬汤底的需求
- 分散式熬制模式不仅难以保证产品品质的稳定性，还面临人力成本高、生产效率低、出品不稳定等痛点



鸡汤小馄饨



广式鲜虾云吞面



阳光番茄馄饨



鸡汤云吞

## 仟味一招鲜现熬方案

- 仟味高汤推出了“仟味一招鲜现熬方案”，可帮助饺子馄饨店显著提升门店后厨效率
- 以常用的高品质鸡汤为例，门店熬制鸡汤需要耗时4~6小时，成本约4元/斤。而采用仟味金牌鲜鸡汤，不仅可以还原门店现熬场景，还将熬制时间缩短至1.5小时，成本降至2元/斤

50斤高汤-传统熬汤方式				50斤高汤-仟味一招鲜现熬方案			
土鸡 (斤)	鸡爪 (斤)	鸡架 (斤)	食材成本 (元)	鸡架 (斤)	仟味金牌鲜鸡汤 (斤)	食材成本 (元)	
7.5	2	7.5	= 201	15	1.5	= 94	
能源费 (元)	专人照看熬煮 (小时)			能源费 (元)	熬煮 1.5小时		
26	4-6		4元/斤	8	1.5		2元/斤



仟味金牌鲜鸡汤



仟味鲜虾瑶柱  
鲜风味汤



仟味天山阳光  
特浓番茄汤

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

# 特色小吃：地方特色小吃被深挖，中式炸鸡、炸串、饼类表现亮眼

- 我国特色小吃种类繁多、口味丰富且价格实惠，深受消费者喜爱。诸如炸串、中式炸鸡、饼类、凉皮肉夹馍、锅贴、臭豆腐等小吃产品已逐渐发展成独立的细分赛道，并涌现出了一批规模化的代表品牌
- 例如，炸串赛道的夸父炸串、喜姐炸串均已开出了2,000余家门店；主打中式炸鸡的临榆炸鸡腿开出了3,000余门店，老韩炸鸡的门店数也超过了200家；黑色经典臭豆腐在2024年新开了200余家，总门店数近千家；饼类赛道的中原大刀鲜汁肉饼2024年新开了180余家门店，总门店数超过了500家
- 此外，一些主打地域特色的小吃品牌也逐渐崭露头角，比如方中山胡辣汤主打河南特色小吃胡辣汤；湘西姑娘泡菜主打湘西的特色泡菜；老绥远烧麦、源玺源烧麦馆等品牌主打西北特色羊肉烧麦；春家非遗手工小吃主打浙江小吃

## 2025年全国特色小吃部分细分赛道代表品牌

细分赛道	代表品牌
炸串	夸父炸串、喜姐炸串、胡夫炸串等
中式炸鸡	临榆炸鸡腿、老韩炸鸡、虎头炸等
凉皮肉夹馍	魏家凉皮、西少爷肉夹馍等
锅贴	肥叔锅贴、武太太锅贴等
臭豆腐	黑色经典臭豆腐、黑白电视长沙小吃等
饼类	中原大刀鲜汁肉饼、伍学长羊肉串夹烧饼、煎饼道、煎饼记、粮全其美手抓饼等
烧麦	老绥远烧麦、源玺源烧麦馆等
其他	蓉李记、湘西姑娘泡菜、方中山胡辣汤、春家非遗手工小吃、蔡小胖炸芋芋等

## 2025年部分特色小吃品牌门店数情况

单位：家



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

## 中式炸鸡赛道发展迅速，部分品牌凭借工艺与食材创新脱颖而出

- 中式炸鸡是近年来特色小吃领域发展较快的细分赛道之一，凭借其独特的烹饪手法和丰富的口味赢得了广泛消费者的喜爱。红餐大数据显示，2024年全国中式炸鸡门店数量净增2,000余家，截至2025年3月，总门店数已逼近2万家
- 目前，中式炸鸡赛道已涌现多个连锁品牌，部分品牌的门店数已达到数百家。同时，为了塑造差异化，各大品牌在食材、烹饪工艺上进行创新和改良，力求形成独具特色的产品口味与记忆点
- 以老韩煊鸡为例，其巧妙地将川菜经典菜品干煸辣子鸡的做法融入到炸鸡赛道，研发出了“三炸一煊”的烹饪工艺，同时对传统辣子鸡的块状大小进行升级改良，其拳头产品干煸辣子鸡，凭借口是肉、外焦里嫩、麻辣椒香的味觉体验，给消费者留下了深刻印象。此外，老韩煊鸡还通过挖掘鸡的不同部位食材，推出了招牌干煸辣子鸡贝贝、干煸脆脆骨等产品，获得沙利文颁发的“中国辣子鸡贝贝首创者”“中国连锁辣子鸡小吃开创者”两项权威认证

### 老韩煊鸡的“三炸一煊”工艺



第一炸：出水



第二炸：初熟



第三炸：脆皮



干煸：浓缩风味



老韩煊鸡杯装外带  
辣子鸡

# 中式炸鸡品牌深植传统文化根基，老韩煊鸡以新中式形象引领潮流

- 中式炸鸡品牌不仅注重产品创新，还深入探索并运用中国传统饮食文化，将其融入产品、门店装修及品牌推广等各个方面，从而丰富品牌的文化内涵。比如在门店装修上，巧妙运用配色及插画、字体、纹路等元素，展现中式潮流风采；品牌IP建设则多采用中式风格人物形象，强化品牌特色与调性；文创周边也以团扇、手袋等富含中式元素的产品为主，进一步弘扬传统文化魅力
- 以老韩煊鸡为例，其门店装修和产品包装均以中国红为主色调，并以创始人为原型打造了一个具有“中国功夫”元素的品牌IP形象，给消费者留下深刻的“新中式”风格印象，品牌标语“中国炸鸡，干煊才香”直奔主题，既体现了品牌对中国传统饮食文化的传承，又突出了干煊工艺的独特魅力

## 老韩煊鸡的门店装修特点

- 门店装修以中国红为主色调，同时搭配金色、白色等对比鲜明的色彩，营造出热烈喜庆、中式大气的视觉效果。其标语“中国炸鸡，干煊才香”直奔主题，既体现了品牌对中国传统饮食文化的传承，又突出了干煊工艺的独特魅力



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理



老韩煊鸡品牌IP

- ✓ 老韩煊鸡以品牌创始人为原型打造了一个富含中式元素的IP形象。此IP形象将中国功夫、中国书法等元素与卡通人物相结合，生动形象地展现了品牌创始人的创业精神和对中国传统饮食文化的热爱
- ✓ 此外，老韩煊鸡还陆续推出了团扇、手袋等品牌周边产品，增强与消费者的互动，传播品牌文化



老韩煊鸡产品包装



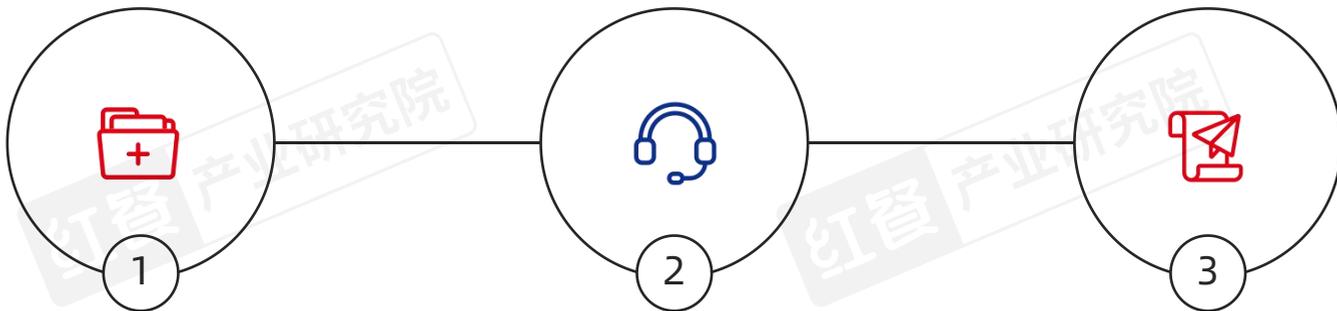
老韩煊鸡品牌周边

# 03

**发展趋势：  
小吃快餐呈现品类融合化、产品细分化、门店运营精细化三大趋势**

## 小吃快餐赛道竞争愈发激烈，三大趋势值得关注

- 当前，在餐饮市场持续内卷和消费降级的背景下，小吃快餐凭借着高效、便捷、高性价比的优势逆势上扬，成为最具增长潜力的赛道之一。同时，火锅、烤鱼、烤肉、中式正餐等赛道的诸多品牌纷纷推出小吃快餐子品牌或相关产品，以争夺市场份额，市场竞争也愈发激烈
- 在瞬息万变的餐饮市场中，精准洞察市场动向，抢占市场先机是小吃快餐品牌生存和发展的关键。为此，红餐产业研究院为相关从业者总结了赛道的三大发展趋势，供大家参考借鉴



### 品类融合化

为了满足消费者的多元化需求，品牌将持续探索“产品+”，品类之间界限日渐模糊，融合趋势进一步加深

### 产品细分化

无论是产业上游还是下游，爆品思维依然盛行。未来，将有更多的地方特色爆品被挖掘

### 门店运营精细化

随着经营成本的不断上涨，数智化将渗透到品牌经营管理的各个环节，尤其是门店运营的精细化运作

## 趋势一：品牌将持续探索“产品+”，品类融合趋势进一步加深

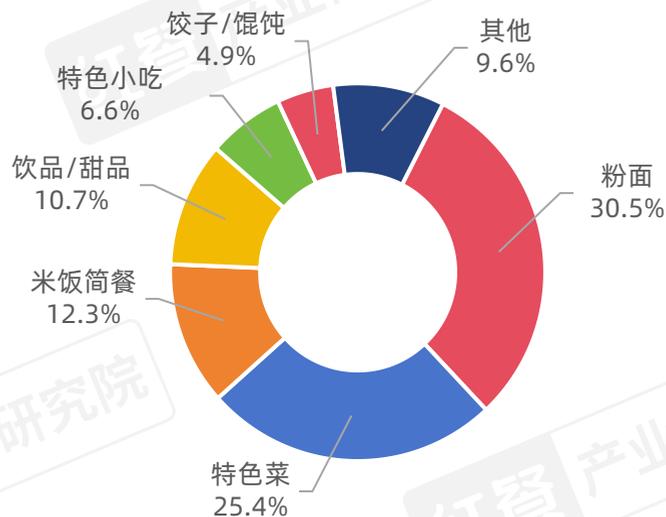
- 随着市场环境和消费需求的转变，整个餐饮行业正呈现出品类融合的发展趋势，小吃快餐赛道也不例外。聚焦于细分赛道的餐饮品牌通过增加产品种类，丰富产品结构，以满足消费者的多元化需求。以粉面赛道为例，红餐产业研究院监测的粉面样本品牌上新产品中，粉面产品仅占三成，特色菜、米饭简餐、饮品、甜品、特色小吃等产品均有不小的占比
- 同时，品牌还会探索不同的门店模型、经营模式，通过创新组合形成新的消费热点。比如，一些快餐品牌从产品、装修、服务等方面升级，探索轻正餐模式，拓展消费场景；还有一些品牌积极探索自助模式，如快餐自助、面条自助、饺子自助、汉堡自助、早餐自助等

### 2025年全国部分小吃快餐品牌的产品结构

品牌名称	主要产品
老乡鸡	小份菜、炖汤、卤味、馄饨、包子、粥品等
肯德基	汉堡、炸鸡、冰淇淋、现制饮品、中式早点、炸串等
遇见小面	特色小面、抄手、小锅冒菜、肥牛饭、烤串、特色小吃、现制饮品、甜品等
三两粉	湖南米粉、汤面、小碗菜、米饭套餐、湖南特色小吃、饮品、甜品等
中原大刀鲜汁肉饼	肉饼、凉皮、酸辣粉、汤面、米线、小馄饨、饮品等
小杨生煎	生煎、锅贴、馄饨、面条、鸭血粉丝汤、卤味、小吃、饮品、甜品等

资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

### 2024年全国部分粉面品牌新品种类占比分布



# 上游企业紧跟融合趋势，为品牌提供一站式味道解决方案

- 一些产业上游的供应链企业也积极应对品类融合这一趋势，推出了定制化、个性化的一站式味道解决方案，以帮助小吃快餐品牌快速实现跨品类的产品创新
- 以仟味高汤为例，其产品丰富多样，涵盖有基础汤（鸡汤、骨汤、牛肉汤）、多种风味汤、风味酱汁、卤水、调味粉等，广泛应用于粉面、米饭快餐、饺子馄饨、麻辣烫、中式正餐、火锅、烧烤、特色小吃等多个领域。通过长期的积累与研发，仟味高汤已拥有超20,000种爆品菜味道解决方案，可为餐饮品牌提供成熟且全面的跨品类解决方案
- 据红餐产业研究院了解，仟味高汤在全国设立了20个大型爆品菜研创中心和35间旗舰体验店，可迅速捕捉各地区域特色美食的精髓，推动跨品类、跨区域的爆品菜不断创新以及本地化落地



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

## 仟味高汤的产品研发优势

### ➤ 两大生产基地

分别在广东广州和江苏宿迁自建了两大生产工厂。其中江苏宿迁工厂靠近超大型鲜鸡屠企业，便于利用鲜鸡熬制高品质高汤

### ➤ 30条柔性定制生产线

拥有30条柔性定制生产线，能够满足全国餐饮品牌对高品质高汤的多样化、个性化需求，并提供定制化服务

### ➤ 专业的研发团队

专业研发团队超50人，包含全国各地的专业厨师、餐饮大师等，可迅速捕捉各地区域特色美食的精髓，推动跨品类、跨区域的爆品菜不断创新以及本地化落地

### ➤ 全国20个研创中心

仟味高汤坚持长期主义，在全国建立了20个大型爆品菜研创中心和35间旗舰体验店，覆盖22个省级行政区43个地级市，服务超2,000家餐饮连锁品牌以及200,000家餐饮门店

## 趋势二：爆品思维依然盛行，上下游协同挖掘地方风味

- 尽管餐饮赛道的大单品热潮逐渐退却，但爆品思维依然盛行。众多小吃快餐品牌通过挖掘具有辨识度的爆品和地方风味，塑造差异化，以在竞争激烈的市场中脱颖而出
- 例如，从2023年火爆至今的砂锅菜，不仅有以罗妈砂锅等主打砂锅菜的品牌，而且还吸引了其他赛道的品牌入局，如鱼你在一起、乡村基、猪角、蒙自源、三品王等品牌均推出了砂锅菜相关的产品；2024年走红的生烫牛肉粉/米线不仅催生了多个门店突破百家的品牌，部分其他赛道的品牌也推出了相关产品，如永和大王推出了生烫牛肉米线、生烫牛肉豆花锅等
- 与此同时，部分上游供应链企业针对爆品提供的产品和解决方案更加精准，比如酸菜鱼调味料、粉面汤底、砂锅菜汤底、家常小炒酱、葱油拌面酱、天水麻辣烫调味料等。这些企业和产品可以帮助餐饮品牌快速的跟进爆品趋势，实现产品的迅速迭代与创新

### 近年小吃快餐赛道较为流行的爆品

#### 爆品：酸菜鱼

代表品牌：鱼你在一起、  
小鱼号酸菜鱼、鱼拿酸菜  
鱼等



#### 爆品：石锅拌饭

代表品牌：米村拌饭、  
朴大叔拌饭等



#### 爆品：生烫牛肉粉/米线

代表品牌：霸舌生滚牛肉米粉、  
乔杉杉生烫牛肉米线、窄巷子  
生烫牛肉米线等



#### 爆品：砂锅菜

代表品牌：罗妈砂锅、任吉老  
砂锅、浪·老成都砂锅菜等



#### 爆品：薯条

代表品牌：Potato Corner、  
putoto、SH4KE等



## 趋势三：门店运营日益精细化，数智化将成为品牌降本增效的重要引擎

- 随着小吃快餐赛道连锁化进程的加快以及经营成本的上涨，对品牌的运营管理能力提出了更高的要求。因此，越来越多的品牌重视门店的精细化运营，通过建立标准化的操作流程，引入先进的数字化系统和自动化智能设备，以降低人工成本和提升门店运营效率
- 据红餐产业研究院观察，数字化系统和智能设备在小吃快餐赛道的使用率正不断提升，除了较为常见的线上点餐、线上收银、会员管理、智能化后厨等之外，数智化也在向前端供应链以及后端外卖配送服务方面延伸。例如，美团推出了无人机配送服务，截至2024年10月，目前该服务已在深圳、广州、北京、杭州等城市已经开通数十条航线

### 部分小吃快餐品牌的数智化转型案例



老乡鸡搭建了统一的信息化体系，打通了订单中心、对账中心、物料检索系统、供应链系统、门店管理系统等40余个系统，实现了供应链与门店的统一管理



小女当家在其3.0门店引入了智能投料机、智能蒸菜机、智能炒菜机等设备，通过智能程序控制降低现炒快餐对厨师的依赖，实现菜品质量与效率的双提升



夸父炸串通过自主研发夸父收银、夸父商家和夸父运营三大套数智化系统，打通消费者、加盟商、员工三端，提升门店运营效率



霸碗盖码饭自主研发了盖码饭机器人，并应用到门店后厨，员工只需要对食材进行预处理，投料、爆炒、出锅、清洗锅具等后续程序均由盖码饭机器人完成，出餐时间仅需3~5分钟



百胜中国不仅完成了供应链和门店营运体系的数字化转型，同时对其必胜客门店升级 i-kitchen 系统后厨管理。此外，百胜中国还与上海财经大学、南京大学、西安交通大学合作推出了“百胜中国未来数字菁英”项目



煲仔正自主研发了全自动煲仔炉，以轨道链条滚动模式进行煲仔饭标注化流水线制作，在保证明火煲仔工艺的同时，提高煲仔饭的出餐效率。据了解，该全自动煲仔炉可实现每小时出200余份煲仔饭

## 关于我们

### 红餐产业研究院

红餐产业研究院隶属于红餐网，是国内首个专注餐饮产业发展的研究机构。红餐产业研究院聚集了产业大数据、专业研究团队、产业专家智库、产业核心媒体等资源，秉持专业、严谨、客观的原则，为餐饮企业、供应链企业、投资机构和政府组织等提供高质量的研究和咨询服务，推动餐饮品牌建设、餐饮产业升级迭代，助力产业实现高速发展。红餐产业研究院的研究成果包括行业报告、案例研究、专业榜单等多种形态。其中，每年发布的年度《中国餐饮发展报告》、餐饮行业“红鹰奖”榜单和产业“红牛奖”榜单，及各类产业深度报告，在业内产生巨大影响力，受到广泛好评

### 红餐大数据

“红餐大数据”小程序，收录超过32,000个餐饮品牌、3,000余家餐饮产业上下游企业，致力于为用户提供大数据查询和分析服务，旨在通过全方位、精细的数据呈现，为餐饮从业者、投资方、意向创业者提供决策参考



扫码查看红餐大数据



扫码关注红餐智库

## 关于我们

### 仟味高汤

仟味高汤是源自广东的高汤调味品生产企业，二十四年来，仟味坚持真材实料熬高品质高汤，将以前大厨们在厨房里熬汤这种难做的事情，搬进工厂，实现了广东高汤的标准化、工业化生产，让高品质高汤唾手可得，让快速稳定出品易如反掌，让美味变得更简单

仟味不仅智造高汤，更是美食爆品菜味道解决方案专家。秉承用对不同餐饮品类和门店个性需求深度调研理解，一对一为不同餐饮商业模式、不同品类、不同定位、不同场景需求、不同业绩需求的餐饮门店，提供菜单菜品升级与热卖爆品菜打造的味道研创服务，是餐饮企业共同成长的味道伙伴

仟味在全国拥有20个研创体验中心、28间旗舰体验店，覆盖22个省、40个地级市；服务超2,000家餐饮连锁品牌，20,000家餐饮门店；能够快速为不同的餐饮品牌，做属地化以及个性化的口味还原、升级和创新



仟味高汤

期待我们一起  
研创自己品牌专属的小吃快餐爆品!

诚邀您到访仟味高汤 爆品菜研创体验中心  
品鉴真材实料广东高汤!

源自广东的仟味高汤，  
24年坚守真材实料。



仟味高汤官方客服



仟味高汤 | 餐饮爆品研创在线  
扫码关注公众号



# 报告说明

## 1. 数据来源说明

1) 红餐大数据，源于对餐饮门店公开数据的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析；2) 桌面研究，基于对餐饮行业已有公开资料的搜集整理；3) 行业访谈，面向餐饮行业的创业者、高级管理人员和资深从业者进行访谈并获取信息；4) 红餐调研数据，针对餐饮消费者或餐饮从业者开展的定量问卷调查；5) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规，经用户合法授权采集数据，同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告

## 2. 数据周期

报告整体时间段：2024年1月—2025年3月

## 3. 数据指标说明及样本量

具体请参考各页标注

## 4. 免责声明

红餐所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、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，红餐也不例外。红餐依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，红餐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。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红餐无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担

## 5. 版权声明

本报告为红餐所作，报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护，部分内容采集于公开信息，所有权为原作者所有。未经本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。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

报告主笔：杜佩

# 感谢观看

研究报告合作请联系

红餐薇薇 199 6625 2467 (微信同号)



扫描二维码添加好友