

火锅上新 趋势洞察报告2025

红餐 产业研究院



美鑫餐调
MEIXIN FOOD

2025年4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，对近年部分火锅品牌的新品资料进行整理分析。从火锅上新总体情况、细分类别的具体表现、新品创新的发力点、未来趋势等角度，综合剖析了火锅品类的产品创新现状，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

当前火锅赛道已进入存量竞争阶段，门店数量呈现波动调整趋势，人均消费持续下滑。红餐大数据显示，2023年至2025年一季度，人均消费在70元及以下的火锅门店数由44.8%上升至65.7%，提升了20.9个百分点

02

随着火锅市场竞争日趋白热化，众多火锅品牌纷纷加快了产品创新迭代的速度。据红餐产业研究院监测的样本品牌新品数据，2024年1月至2025年3月期间，43个火锅样本品牌累计推出了1,009款新品，平均每个品牌每月上新1.56款

03

从新品所属类别来看，火锅样本品牌推出的新品中，火锅配菜的占比最高，达46.0%；其次是饮品，占比为14.3%；锅底居第三位，占比为10.7%。此外，甜品、特色菜以及特色小吃在新品中均有一定的占比，火锅赛道已经形成了多维度的产品创新格局

04

在锅底创新方面，麻辣口味仍是市场主流，酸汤口味和清汤口味的表现也较为突出。其中，清汤口味中的无花果鸡汤锅底的市场热度持续上升，逐渐从区域特色走向全国化

目录

01

品类概况：火锅赛道步入存量竞争阶段，品牌加速产品创新以提升市场竞争力

02

新品趋势：地域、小众、鲜切等食材受关注，酸汤口味、清汤口味等锅底表现突出

03

总结与展望：清淡口味锅底的市场份额将逐渐扩大，跨品类产品的演变周期将缩短

01

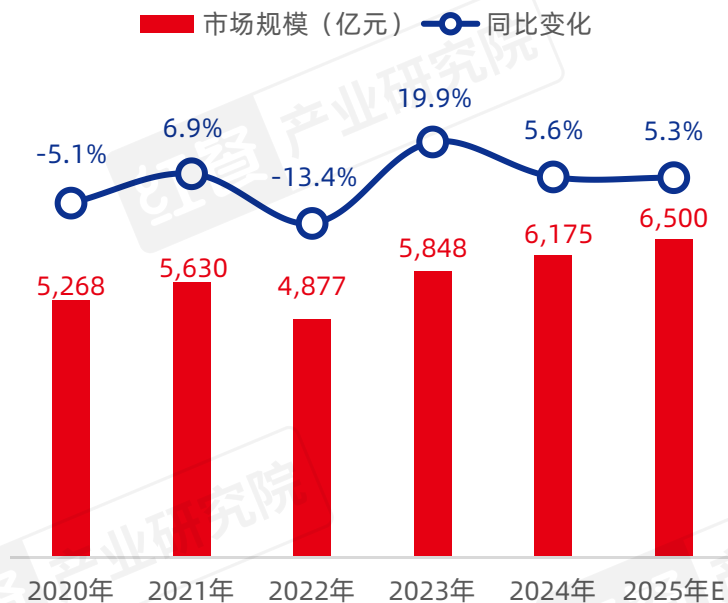
品类概况：

火锅赛道步入存量竞争阶段，品牌加速产品创新以提升市场竞争力

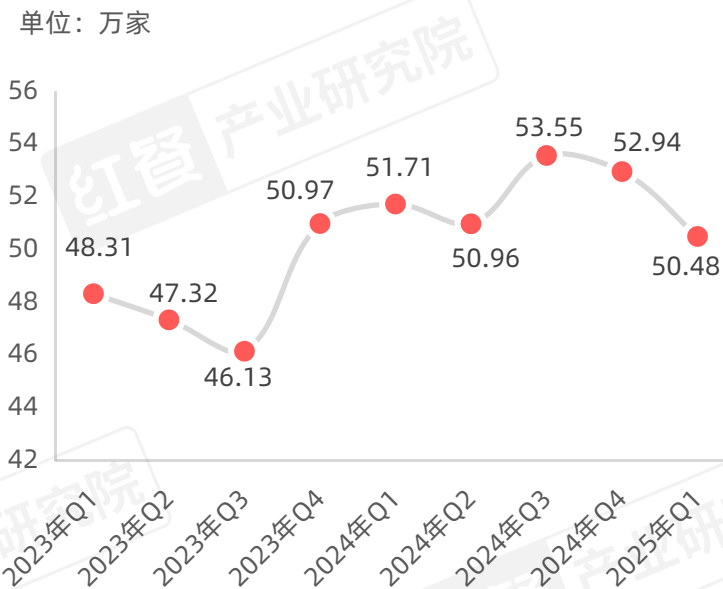
火锅门店数量呈波动调整趋势，赛道进入存量竞争阶段

- 红餐大数据显示，2024年全国火锅市场规模达到6,175亿元，同比增长5.6%
- 从门店数量来看，2023年至2025年一季度期间，全国火锅门店总数维持在50万家左右。其中，火锅门店在2024年第三季度达到峰值53.55万家后逐步回落，2025年第一季度已减少至50.48万家。这一数据表明火锅门店数量呈波动调整趋势，赛道已进入存量竞争阶段，市场竞争日益激烈

2020—2025年全国火锅市场规模情况



2023—2025年全国火锅门店数情况

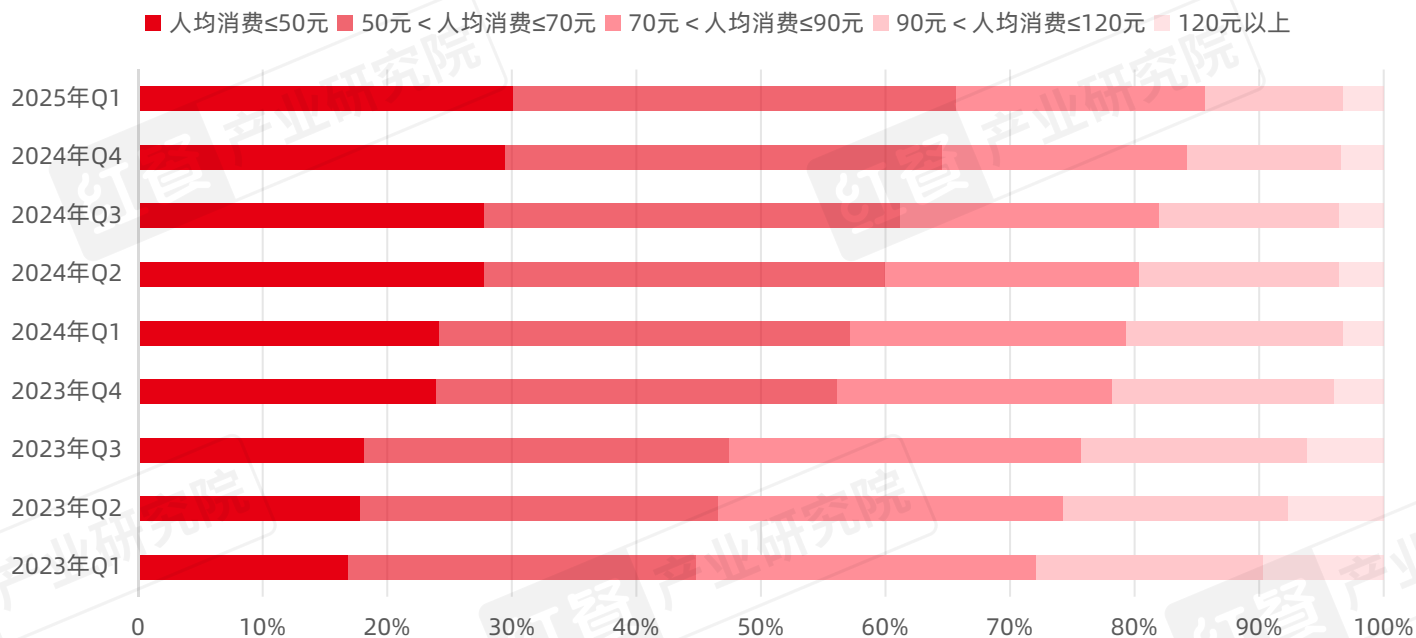


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

火锅人均消费持续下滑，性价比消费成主流

- 在经济市场环境变化和消费观念日趋谨慎的驱动下，火锅人均消费呈持续下滑态势，性价比消费成为主流。红餐大数据显示，2023年至2025年一季度，人均消费在90元以上的火锅门店数占比从27.9%降至11%，下降了16.9个百分点；而人均消费在70元及以下的火锅门店数则由44.8%上升至65.7%，提升了20.9个百分点
- 此外，红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”显示，36.5%的消费者更倾向于选择性价比高的火锅门店

2023年至2025年一季度全国火锅门店人均消费分布

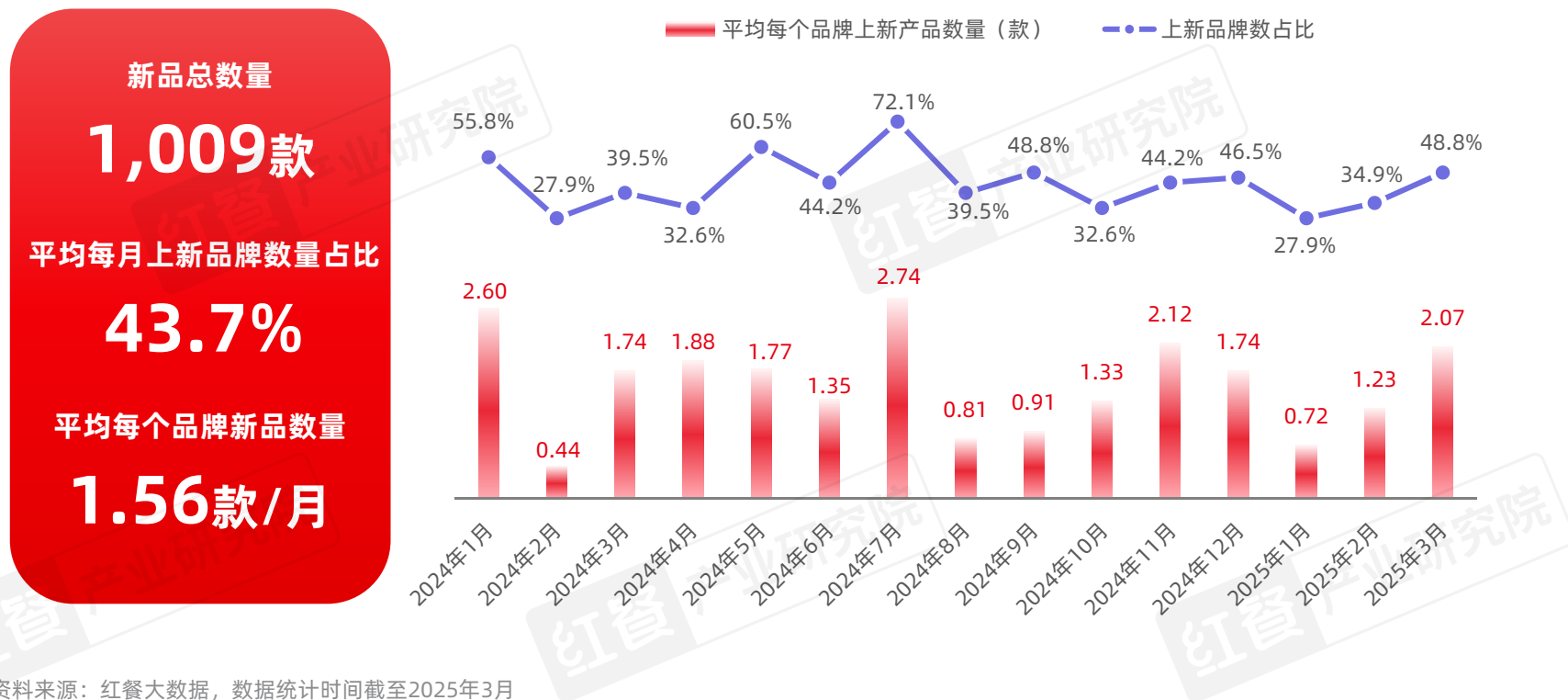


资料来源：红餐大数据、红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”，数据统计时间截至2025年3月

火锅品牌产品创新迭代加速，样本品牌累计推出新品超千款

- 近年来，随着火锅市场竞争日趋白热化，为保持品牌活力与市场竞争力，众多火锅品牌纷纷加快了产品创新迭代的速度
- 据红餐产业研究院监测的样本品牌新品数据，2024年1月至2025年3月，43个火锅样本品牌累计推出了1,009款新品，平均每个品牌每月上新1.56款。从月度数据来看，火锅品牌在春季、盛夏、入冬等季节推出的新品数量较多

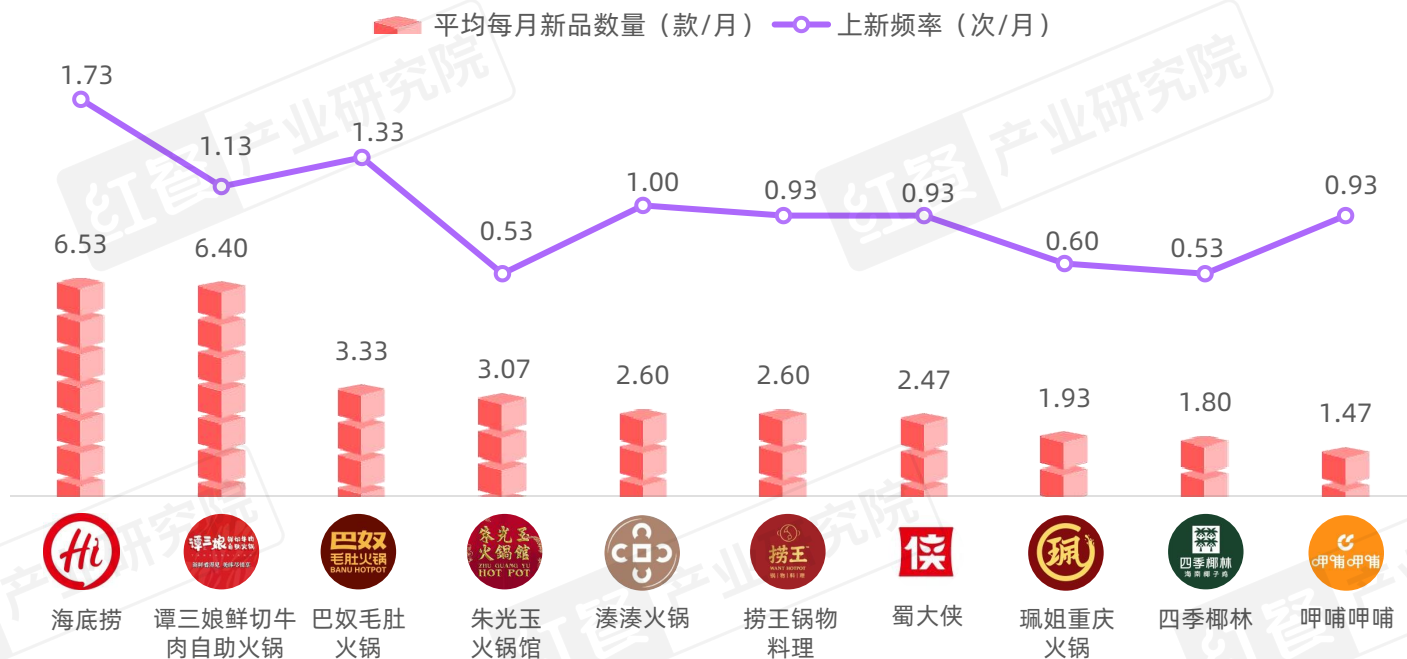
2024年1月至2025年3月火锅样本品牌月度上新情况



海底捞的新品数量居首位，大部分品牌保持1至2个月上新一次

- 从具体品牌的新品情况来看，头部品牌海底捞以近百款新品居新品数量首位，平均每月上新6.53款；谭三娘鲜切牛肉自助火锅表现也不赖，推出了96款新品，平均每月上新6.4款；巴奴毛肚火锅、朱光玉火锅馆、凑凑火锅、捞王锅物料理和蜀大侠等品牌的月度新品数量均超过了2款
- 从上新节奏来看，大部分品牌保持1至2个月上新一次。其中，海底捞、谭三娘鲜切牛肉自助火锅、巴奴毛肚火锅等品牌的新上频率较高，均超过了每月1次

2024年1月至2025年3月部分火锅样本品牌的新上情况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

火锅赛道已形成多维度的产品创新格局，配菜、锅底以及“火锅+”成为重要的发力点

- 从新品所属类别来看，2024年1月至2025年3月期间，火锅样品牌推出的新品中，火锅配菜的占比最高，达46.0%；其次是饮品，占比为14.3%；锅底居第三位，占比为10.7%。此外，甜品、特色菜以及特色小吃在新品中均有一定的占比
- 目前，火锅赛道已经形成了多维度的产品创新格局，其中，配菜、锅底以及“火锅+”是品牌重要的发力点

2024年1月至2025年3月火锅样本品牌的新品类别分布情况

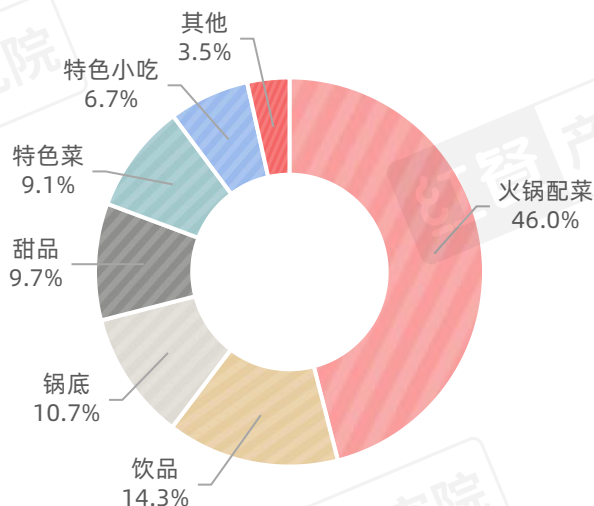
锅底创新

锅底是火锅的灵魂，品牌通过推出多样化的锅底味型，以满足不同消费者的口味偏好



“火锅+”

品牌通过推出饮品、甜品、特色菜、特色小吃等产品，丰富产品线，满足消费者的多元化需求



配菜创新

配菜是火锅产品创新的核心要素，品牌根据季节变化与流行趋势不定期更新配菜菜单，激发消费者的味蕾新鲜感，提升复购率



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

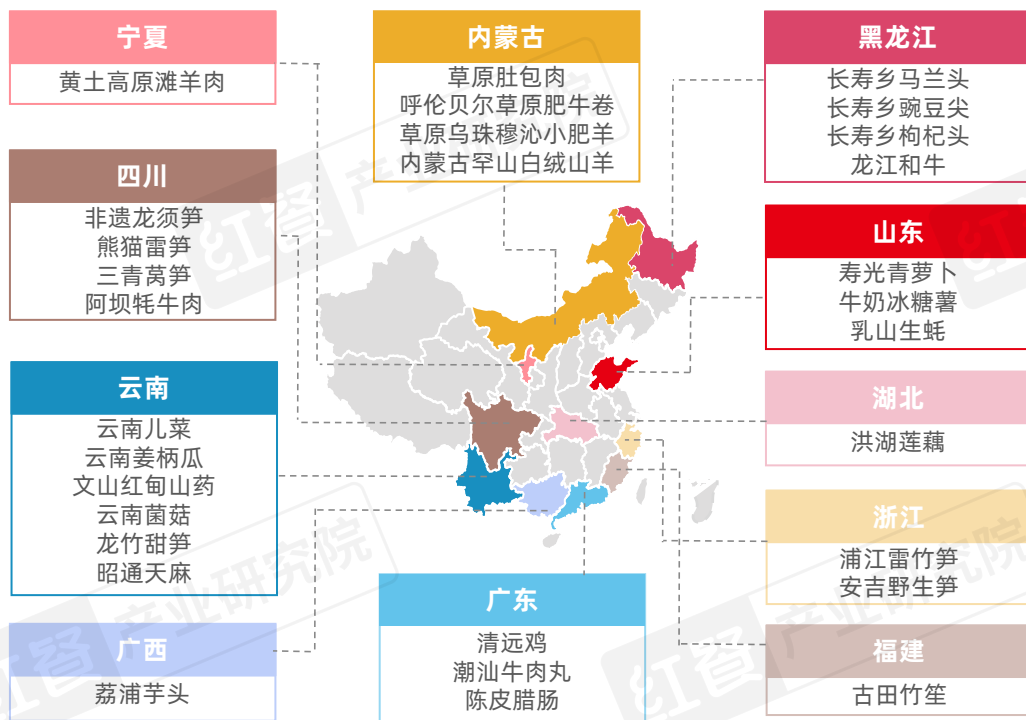
02

新品趋势：
地域、小众、鲜切等食材受关注，酸汤口味、清汤口味等锅底表现突出

火锅品牌积极挖掘地域食材，小众、时令、鲜切食材受关注

- 火锅独特的现场涮烫用餐形式，使配菜成为火锅品牌产品创新的关键要素。近年来，不少火锅品牌积极挖掘全国各地的特色食材，在满足消费者尝新需求的同时，成功地塑造了差异化。例如，巴奴毛肚火锅推出了“蔬菜月月新”计划，每月深入原产地寻找适用于火锅的配菜食材，其于2024年1月至2025年3月期间推出了云南高山鲜贡菜、洪湖粉藕、四川熊猫笋、荔浦芋头等数十款地域食材
- 与此同时，诸如香菜、折耳根、金耳、紫淮山、马兰头、豌豆尖、黄瓜嫩苗等小众和时令食材也被部分品牌挖掘出来，将其呈现在火锅餐桌上。此外，为满足消费者对新鲜食材的追求，鲜切牛肉、鲜切羊肉、鲜切鸡肉等鲜切食材也备受关注

2024年1月至2025年3月部分火锅品牌上新的地域食材



小众食材

香菜、贡菜、折耳根、金耳、佛手瓜、荆芥、芦蒿、田七叶、番杏叶、血皮菜、紫淮山等



时令食材

马兰头、荠菜、黄瓜嫩苗、荠菜马蹄丸子、豌豆尖、雷笋、红薯尖、多彩节瓜等



鲜切食材

鲜切牛肉、鲜切吊龙、鲜切牛板腱、鲜切山羊肉、鲜切羊肋腹、鲜切清远鸡、鲜毛肚、现剪鲜虫草菇等

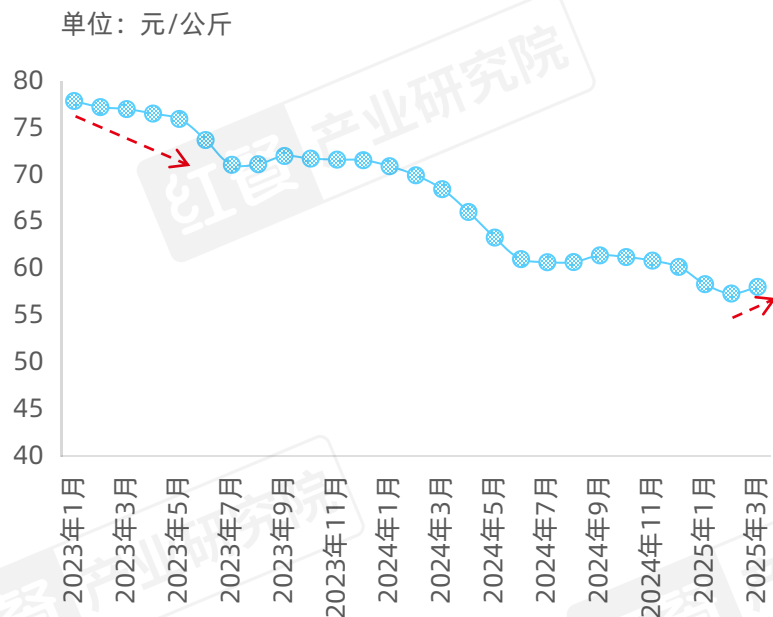


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

牛肉价格波动幅度较大，鲜切鸡肉的市场热度持续攀升

- 近年来，在牛肉价格持续走低的推动下，鲜切牛肉火锅迅速崛起。除了潮汕牛肉火锅外，许多主打川渝口味的鲜切牛肉火锅品牌也纷纷涌现。同时，海底捞、大龙燚火锅、蜀大侠、怂火锅厂、四季椰林等品牌均在2024年推出了鲜切牛肉系列产品
- 然而，进入2025年3月份以后，随着国际关税政策的调整，牛肉进口量与牛肉价格波动幅度较大。农业农村部数据显示，2025年4月中旬，牛肉批发价已上涨至61.53元/公斤，较2025年2月底上涨了7.3个百分点。因此，不少火锅品牌开始寻找价格更加稳定的鲜切食材，如鲜切鸡。红餐产业研究院观察，市场上已有一批主打鲜切鸡肉的火锅品牌冒头，而海底捞也于2025年3月在深圳开出了首家“鲜切鸡肉工坊店”，主打鲜切清远鸡

2023年至2025年3月全国牛肉批发价格情况



鲜切牛肉火锅市场热度表现

#鲜切牛肉自助火锅

3.6亿次

抖音话题播放量

#鲜切牛肉自助火锅推荐

196万篇

小红书笔记数量

代表品牌：谭三娘鲜切牛肉自助火锅、郭淑芬鲜切牛肉自助老火锅等

鲜切鸡火锅市场热度表现

#炭炉鸡煲 #脆皮鸡煲

2.0亿次 0.3亿次

抖音话题播放量

#鲜切鸡打边炉

7万篇

小红书笔记数量

代表品牌：林鲜记鸡煲、潮珍记、状小王脆皮鸡煲、吴秋芳鸡煲、创新土鸡火锅等

资料来源：中国农业农村部、红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年4月

麻辣口味锅底仍是市场主流，酸汤口味、清汤口味表现日益突出

- 从样本火锅品牌的锅底新品口味来看，麻辣口味仍是火锅市场的主流口味。2024年1月至2025年3月期间，麻辣口味的锅底新品以28.4%的占比位列第一；紧跟其后的是酸汤口味和清汤口味，占比分别为23.0%和21.6%。此外，锅底新品中还有一些有料锅底、融合锅底等，火锅锅底的口味日益多元化
- 从锅底新品的创新方向来看，除了对经典的麻辣锅底、番茄锅底、菌汤锅底等进行升级外，品牌还积极挖掘地域特色锅底，如无花果鸡汤锅底等

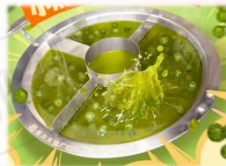
2024年1月至2025年3月火锅样本品牌的锅底新品口味分布及创新方向

麻辣口味 28.4%

- 经典麻辣锅底升级：海底捞千人千味牛油Plus、珮姐重庆火锅鱼子酱般牛油锅底、豆花姐地道3斤油料老火锅等
- 新型麻辣锅底：怂火锅厂椒麻锅、海底捞油泼辣子锅等
- 融合型麻辣锅底：湊湊火锅大红袍茶香麻辣锅底、九鼎轩脆毛肚火锅猪肚鸡牛油辣锅等



湊湊火锅大红袍
茶香麻辣锅底



怂火锅厂椒麻锅底

酸汤口味 23.0%

- 番茄锅底升级：怂火锅厂浓浓番茄锅、楠火锅新疆金番茄锅、小龙坎火锅番茄土豆泥锅等
- 地域酸汤锅底：海底捞雪山酸汤锅、巴奴毛肚火锅黄柿子酸汤锅底、菌彩鲜货现春火锅、四季椰林海南糟粕醋锅底等
- 异域酸汤锅底：谭三娘鲜切牛肉自助火锅泰式冬阴功锅底等



巴奴毛肚火锅黄柿子
酸汤锅底



菌彩鲜货现春火锅

清汤口味 21.6%

- 菌汤锅底升级：海底捞浓浓浓菌汤锅、下江腩牛腩火锅白参菌王锅等
- 地域特色锅底：海底捞海鲜粥锅底、海底捞鲈鱼汤三鲜火锅、海底捞藕汤骨头锅底、朱光玉火锅馆阿坝浓香牦牛骨汤、椰妹无花果椰子鸡汤锅底等



海底捞海鲜粥锅底



椰妹彩虹小蛮腰
椰子鸡

资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

酸汤火锅热度不减，贵州酸汤、云南酸汤以及海南糟粕醋持续走红

- 自2024年起，以贵州酸汤、云南酸汤和海南糟粕醋为代表的酸汤火锅热度持续攀升，各细分赛道均涌现了一批代表品牌，如钱摊摊安顺夺夺粉火锅、王奋斗贵州酸汤牛肉火锅、滇牛云南酸菜牛肉火锅、太琼糟粕醋·海南酸汤火锅等
- 与此同时，众多火锅连锁品牌也推出了酸汤风味锅底。例如，海底捞、巴奴毛肚火锅、德庄火锅、围辣小火锅等品牌推出了贵州风味的酸汤锅底；朱光玉火锅馆、菌彩野生菌火锅、左庭右院鲜牛肉火锅等品牌推出了云南风味的酸汤锅底；四季椰林则推出了海南糟粕醋锅底

近年酸汤火锅的媒体热度表现

2024—2025年“贵州酸汤火锅”抖音搜索指数



话题播放量超10亿次

截至2025年4月，抖音平台关于“酸汤火锅”“糟粕醋火锅”“贵州酸汤火锅”“云南酸汤火锅”等话题的视频播放量分别为10.9亿次、7.7亿次、2.8亿次、3,019万次

笔记数超72万篇

截至2025年4月，小红书平台关于“酸汤火锅”“贵州酸汤火锅”“糟粕醋火锅”“云南现春火锅”的笔记数量分别为72万篇、36万篇、13万篇、4万篇



近年火锅赛道的部分热门酸汤锅底



贵州酸汤

贵州酸汤以当地野生辣椒、毛辣果和木姜子等食材经传统工艺发酵而成，汤底酸辣交融，风味独特，兼具开胃爽口与浓郁醇香的特点

云南现春酸汤

云南现春酸汤精选云南多种特色鲜果与数十种天然香料，现春现煮，酸辣鲜爽。汤底既保留了食材的本真之味，又赋予汤底层次丰富的馥郁香气



海南糟粕醋

海南糟粕醋是以本土的糯米、地瓜、辣椒以及糟粕醋等原料发酵而成，汤底的酸味主要来自糟粕醋，酒香醇厚，酸香开胃

资料来源：抖音、小红书、公开信息，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年4月

清汤锅底创新受重视，品牌积极挖掘区域特色清汤锅底

- 清汤锅底口味清淡，锅底通常以高汤或清水为基础，通过添加少量简单调味食材烹制而成。在火锅市场中，清汤锅底不仅是粤式火锅、北派火锅以及云南山野火锅等细分赛道的主角，也是川渝火锅赛道中部分鸳鸯锅的固定搭配
- 近年来，随着市场竞争的日益激烈，众多火锅品牌挖掘出更多地方特色清汤锅底，如牛骨汤锅底、鸡汤锅底、药膳锅底、菌汤锅底、鱼汤锅底、粥水锅底等，通过创新的锅底口味满足消费者的猎奇心理和多元化需求，进一步丰富了清汤锅底的选择

2024年1月至2025年3月火锅样本品牌的部分清汤锅底



朱光玉火锅馆
阿坝浓香牦牛骨汤锅底



下江腩牛腩火锅
白参菌王锅

牛骨汤
锅底

鸡 汤
锅 底

鱼 汤
锅 底

部 分
清 汤
锅 底

菌 汤
锅 底

药 膳
锅 底

羊 肉 汤
锅 底

粥 水
锅 底



海底捞鲈鱼汤三鲜火锅



谭三娘鲜切牛肉自助火锅
冬日暖心羊肉汤锅底

资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月

无花果鸡煲火锅成新宠，有望从区域特色走向全国化

- 近年，岭南风味的无花果鸡煲火锅热度持续上升，并逐渐从区域特色走向全国化。目前，广州、深圳、北京、上海等城市已出现了一批主打无花果鸡煲火锅的品牌，如林鲜记鸡煲、吴秋芳鸡煲、状小王脆皮鸡煲、利芳打边炉等。与此同时，粤式火锅细分领域的椰子鸡火锅、鸡煲火锅等品牌也纷纷跟进，推出了无花果椰子鸡汤锅底，甚至一些川渝火锅品牌也加入了这一潮流，比如海底捞在部分门店推出了无花果清远鸡汤锅套餐
- 无花果鸡煲火锅是广东地区的特色美食，其是以无花果鸡汤为锅底，将鲜切鸡肉在沸腾的汤底中快速烫熟食用的一种火锅形式。这种吃法既保留了鸡肉肉质脆嫩的口感，又让鸡肉充分吸收汤底的醇厚香甜，同时还散发着淡淡的果香，深受广大消费者的喜爱

#无花果鸡煲
1,099万次
抖音话题播放量

以无花果鸡煲为主打产品的火锅品牌

潮珍记
林鲜记鸡煲
吴秋芳鸡煲
潮鲜记鸡煲
状小王脆皮鸡煲
蛇口吴記鸡煲
潮八珍橄榄鸡煲
利芳打边炉
广仔阿福鸡煲

#无花果鸡煲
1万篇
小红书笔记数量

近年推出了无花果鸡汤锅底的火锅品牌

椰妹
探窝椰子鸡
海底捞
凤园椰珍
春润大地海南椰子鸡
广顺兴
庆记鲍鱼鸡煲
鲍妈脆皮鸡煲
花雕先生·脆皮醉鸡煲

无花果鸡煲火锅的主要特征



无花果鸡煲



锅底

以粤式无花果鸡汤为锅底，汤底温润香甜



食材

主要食材是清远鸡或广东土鸡，将新鲜整鸡分部位切片、调味后，以“五层鲜鸡肉+一层鸡杂+一层鸡骨”的形式呈现，视觉上层次分明，料多量足

切片鸡肉和鸡杂的涮烫时间一般在十几秒，鸡骨的涮烫时间稍长，在1分钟以内。这样可以保持鸡肉食材本身的脆嫩爽口，让每一口鸡肉都饱含汤底的香甜，滋味十足

无花果鸡煲火锅对汤底要求较高，上游企业提供标准化汤底解决方案

- 无花果鸡煲火锅不仅讲究鸡肉食材的新鲜现切，对汤底的制作要求也较高。汤底需要在长时间高温沸腾状态下保持清甜的口感和浓郁的果香，才能让鲜切的鸡肉迅速被烫熟且脆嫩鲜甜，果香四溢
- 对于火锅品牌来说，由门店自行调制无花果鸡汤不仅难以保证口味和品质的统一，而且传统鸡汤底料搭配无花果调制的汤底味道较为寡淡，鲜香度不足，导致鸡肉口感受影响。洞察到这一痛点，一些上游供应链企业专门研发推出了针对无花果鸡煲火锅的无花果鸡汤底料
- 例如，美鑫食品于2025年3月率先推出了无花果鸡汤底料，其以红枣、鸡汤、无花果、玉米、桂圆、黄芪等为主要食材熬制与调配，具有汤色清亮、甘润鲜甜、果香浓郁、口感独特的特点，门店只需在调配好的汤底中添加红枣和枸杞两种配料即可出餐。美鑫食品无花果鸡汤解决方案不仅保障了无花果鸡煲火锅的口味与品质稳定，还提升了后厨效率

美鑫食品新品无花果鸡汤的四大优势



食材——药食同源

以红枣、鸡汤、无花果、桂圆、黄芪等多种药食同源食材熬制，契合当前的健康养生需求

汤色——清澈透亮

汤色清澈透亮，呈琥珀色质感

味型——甘润清甜

口感甘润清甜，入口绵柔，回甘悠长

香气——果香浓郁

浓郁的果香与鸡肉鲜香交融，久煮不变

门店熬制/调制无花果鸡汤难点

- 传统鸡汤底料搭配无花果调制的汤底味道较为寡淡，鲜香度不足，导致鸡肉口感受影响
- 门店自行熬制/调制无花果鸡汤难以保证口味和品质的统一，容易造成出品的不稳定



无花果鸡汤汤底

无花果鸡汤的应用场景进一步丰富，美鑫食品提供一站式解决方案

- 随着火锅赛道无花果鸡煲热度的上升，这一汤底风味也逐渐被其他餐饮赛道的品牌所关注到。据红餐产业研究院观察，粉面、米饭快餐、中式正餐等赛道均有品牌推出了无花果鸡汤相关的产品。例如，米粉品牌状元王鸡汤过桥米线新推出了无花果清远鸡米线；砂锅粥品牌火齐砂锅粥推出了无花果清远鸡煲等产品
- 值得注意的是，部分上游企业也对无花果鸡汤的应用场景进一步拓展。以美鑫食品为例，其在推出了无花果鸡汤底料之后，就分别针对火锅、小吃快餐、中式正餐等赛道进行应用场景研发，并对不同的应用场景需求提供一站式解决方案

美鑫食品新品无花果鸡汤的主要应用场景

火锅

既适用于传统无花果鸡煲专门店，也适合作为普通火锅店鲜切鸡肉等食材的配套锅底



鲜切鸡肉火锅

粉面

可作为鸡汤米线类品牌的多样化汤底选择，也可助力生烫牛肉米线品牌拓展主打鲜切鸡肉的米线产品，开辟新的市场空间



无花果鸡汤米线

中式正餐/米饭快餐

既适合粤菜馆推出无花果鸡煲类产品，也可以以小份无花果鸡汤炖盅的形式，适配中式正餐门店和快餐店一人食、外卖等场景



无花果鸡汤炖盅

蘸料区升级成为火锅品牌创新的另一阵地，时令水果与特色蘸料是小料台创新的关键

- 蘸料不仅是火锅的灵魂伴侣，也是提升消费者就餐价值感与差异化体验的要素之一。近年来，众多火锅品牌纷纷将蘸料区升级为自助小料台，并将小料的种类从油、盐、醋、辣椒酱等基础蘸料，延伸至特色蘸料、水果、小吃、甜品、凉菜、主食等产品，部分品牌的小料种类甚至多达数十种
- 其中，时令水果、地域特色小吃与特色菜品是小料台产品迭代和品牌打造差异化的关键。例如，海底捞不定期更换小料台的时令水果，同时也会在不同地区推出特色菜品与小吃，如凉拌鱼皮、冰粉、辣条等
- 此外，为了满足消费者快捷调味的需求，部分火锅品牌不仅在小料台提供不同食材与口味的蘸料搭配指南，更推出了“一料调味”的特色蘸料。例如，怂火锅厂2024年在小料台推出了牛肉灵魂蘸酱和特调37麻酱，可直接适配牛羊肉等食材

部分火锅品牌的自助小料台构成

基础调味蘸料	特色蘸料	水果	其他产品
基础调味蘸料基本在十余种及以上，包括盐、白砂糖、酱油、醋、蚝油、芝麻油、辣椒油、小米辣、葱花、蒜泥、芹菜末、香菜、芝麻酱、花生酱、沙茶酱等，满足消费者的基础蘸碟调配	品牌根据不同食材和口味的需求调制的特色蘸料，具有“一料调味”的效果，可满足消费者方便快捷的调味需求。例如，怂火锅厂2024年推出了牛肉灵魂蘸酱和特调37麻酱，可直接适配牛羊肉等食材	水果是火锅品牌小料台主要的产品迭代区，种类大概在5~6种，以当地应季水果为主。例如，海底捞在冬季推出了广西砂糖橘，春夏季则上新了西瓜、哈密瓜等水果	小料台的产品种类日益丰富，诸如小吃、甜品、主食等产品也被纳入到小料台。例如，海底捞2024年在小料台引入了辣条、DIY冰粉等产品；怂火锅厂在小料台推出了红葱头鸡肉焖饭，并提供免费雪糕
			

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

非火锅类新品占比超四成，地域特色成饮品、小吃、特色菜的主要创新方向

- 随着餐饮各品类的融合趋势日益深化，“火锅+”模式的应用范围也越来越广泛。2024年1月至2025年3月期间，样本火锅品牌推出的新品中，非火锅类产品的占比超过了四成，涵盖饮品、甜品、小吃、特色菜等多个种类
- 其中，在饮品方面，火锅品牌不仅紧跟现制饮品赛道的趋势，推出了多款当季爆款的奶茶与水果茶，同时也积极挖掘地方特色饮品，如云南酸角汁、海南鲜榨椰子汁等；甜品新品则呈现出中西融合的趋势，同时部分蔬菜也成为甜品的创意食材；在特色小吃和特色菜方面，品牌深挖区域饮食文化，推出了炸串、烤红薯、包浆豆腐、捞汁小海鲜、手抓羊排、啫啫煲、煲仔饭等小吃、菜品和主食，满足消费者的多元化需求

“火锅+”模式的主要创新方向

火锅+饮品

饮品在非火锅类新品中的占比最大，以现制茶饮为主，如茉莉轻奶绿、玫瑰轻牛乳、兰香石榴冰沙茶等。同时，品牌也在挖掘地方特色饮品，如云南酸角汁、海南鲜榨椰子汁、桃胶米浆等



火锅+小吃

火锅样本品牌推出的小吃新品种类丰富，涵盖烤串、炸串、包点、饼类、炸薯条等，部分品牌还推出了烤红薯、烤栗子、包浆豆腐、冰糖山楂等具有地域特色的小吃产品



火锅+甜品

火锅样本品牌推出的甜品中，不仅有慕斯、冰淇淋、泡芙等西式甜品，也有小吊梨汤、桃花酥、冰豆花、清凉补等中式甜品，甚至有部分品牌推出了香菜大福、折耳根冰淇淋等融合型的产品



火锅+特色菜

为了满足消费者的多元化需求，品牌除了将市场较为火爆的菜品作为新品推出，还会挖掘各地的特色菜品与主食，如捞汁小海鲜、手抓羊排、砂锅菜、啫啫煲、煲仔饭等



火锅供应链日益完善，上游企业正成为产品创新的加速器

- 近年来，火锅赛道的快速发展与产品迭代离不开上游供应链的深度支持。目前，从种植/养殖、食材加工、调味料、餐厨设备、冷链物流到数字化应用，各环节均涌现了一批专业性的代表企业
- 比如，在调味料领域，以颐海国际、美鑫食品等为代表的上游企业通过与餐饮品牌保持密切合作，构建了上下游协同创新的新生态，为火锅品牌的产品创新提供助力

2025年火锅供应链图谱



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

美鑫食品敏锐洞察市场趋势，以创新的生烫牛肉米线汤底与无花果鸡汤汤底助力品牌抢占市场先机

- 美鑫食品是长三角地区专业从事汤汁酱料复合调味料研发、集生产与销售为一体的现代化企业，其凭借二十余年的餐饮运营经验，积累了5,000余款餐饮调味配方，可为餐饮品牌提供包括配方定制、口味定制、包装定制在内的全链路柔性定制解决方案。目前，包括火锅、中式正餐、小吃快餐等赛道在内的多家知名连锁品牌均与其建立了合作关系
- 与此同时，美鑫食品还通过市场调研精准捕捉消费趋势，为品牌提供符合市场风向的产品和味型。例如，其于2024年和2025年分别推出了生烫牛肉米线汤底、无花果鸡汤汤底等系列产品，帮助餐饮品牌抢占了市场先机

美鑫食品的四大优势



美鑫食品高性价比定制解决方案



以客户需求为定制导向，提供高性价比定制方案

- 大客户高端定制
- 精品型餐饮定制
- OME贴牌代加工

美鑫食品推出月度上新战略，帮助餐饮品牌解决新品研发难题

- 在产品方面，美鑫食品的产品覆盖火锅风味汤底、火锅底料、火锅蘸酱、中餐调味酱四大系列，可以满足餐饮品牌在火锅锅底、蘸料以及跨品类的产品创新需求
- 此外，为了帮助餐饮品牌解决新品研发成本高的痛点，2024年美鑫食品推出了“月月有新品，季度上爆品”的上新战略，以更好更快地满足餐饮品牌的产品上新需求

美鑫食品的产品结构体系



火锅风味汤底

阳光鲜风味火锅底料
贵州木姜子酸汤
云南酸汤
菌汤浓汤风味底料
胡椒猪肚鸡风味汤底
无花果鸡汤
.....



火锅底料

臻品老火锅底料
过把瘾系列
麻辣清油底料系列
.....



火锅蘸料

大颗粒牛肉酱
红葱香酱
鲜椒酱
紫苏酱
孜然风味酱
.....



中餐调味酱

麻辣小龙虾调味料
啫啫酱
小炒酱
酸辣金汤复合调味料
香辣烤鱼酱
.....

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

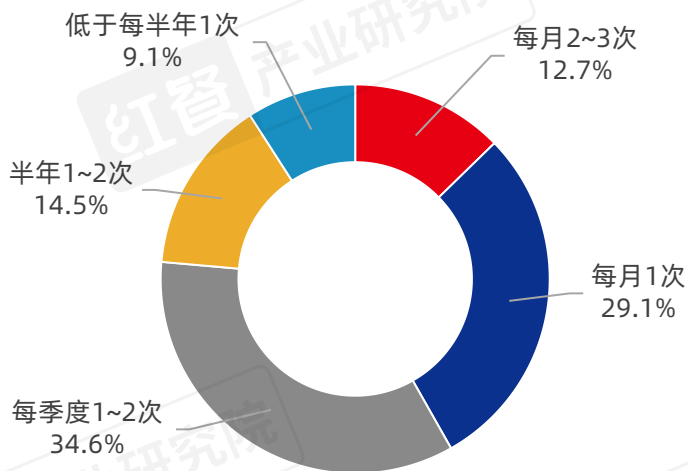
03

总结与展望：
清淡口味锅底的市场份额将逐渐扩大，
跨品类产品的演变周期将缩短

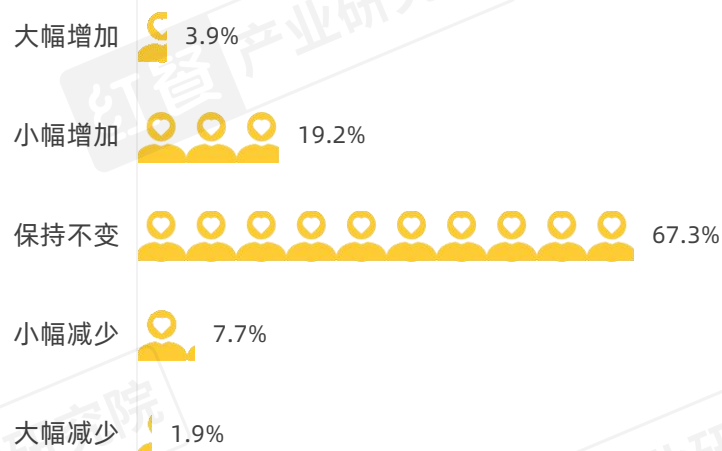
展望一：火锅消费需求依然强劲，产品创新维度将不断升级

- 尽管火锅品类面临着市场规模增速放缓与客单价下滑的双重挑战，但消费需求依然强劲。红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”显示，2024年，76.4%的消费者保持每季度至少吃一次火锅的消费习惯，其中，每月超过1次的高频消费者占比为41.8%；与此同时，超九成消费者预计其2025年火锅消费频率将有所增加或保持不变
- 在餐饮品牌端，火锅赛道展现出高度创新活力。据红餐产业研究院观察，大多数火锅品牌普遍保持1~2个月的产品迭代周期，部分头部品牌将上新频率提升至月均一次以上，以持续刺激消费需求。预计未来3~5年，产品创新仍将作为品牌的核心竞争点，而且创新维度将向更深层次拓展

2024年消费者的火锅消费频率情况



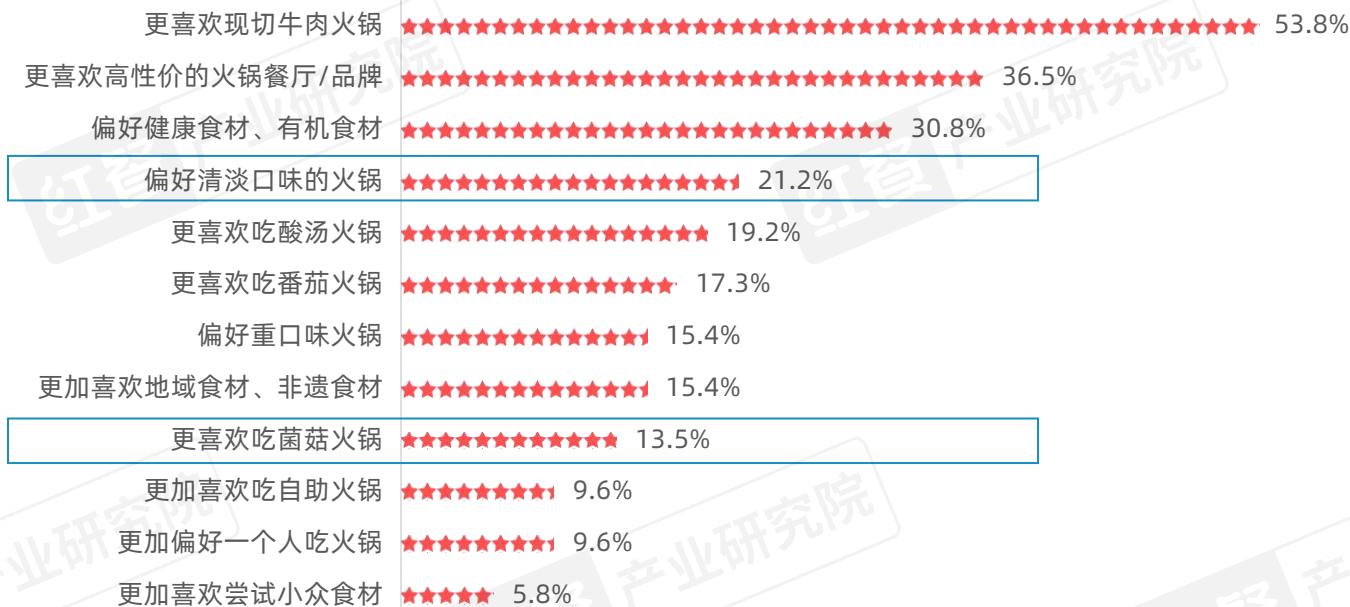
2025年消费者的火锅消费频率预期变动情况



资料来源：红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”

展望二：清淡口味锅底越来越受消费者青睐，市场份额将逐渐扩大

- 近年来，在健康饮食、养生理念的驱动下，主打清淡口味的锅底受到了更多消费者的喜爱。红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”显示，21.2%的消费者偏好清淡口味的火锅，占比超过了酸汤火锅、番茄火锅以及重口味火锅；喜欢菌菇火锅的消费者占比也不低，有13.5%
- 未来，随着健康饮食理念的持续深化，火锅赛道中主打清淡口味、健康养生的锅底市场份额将进一步扩大

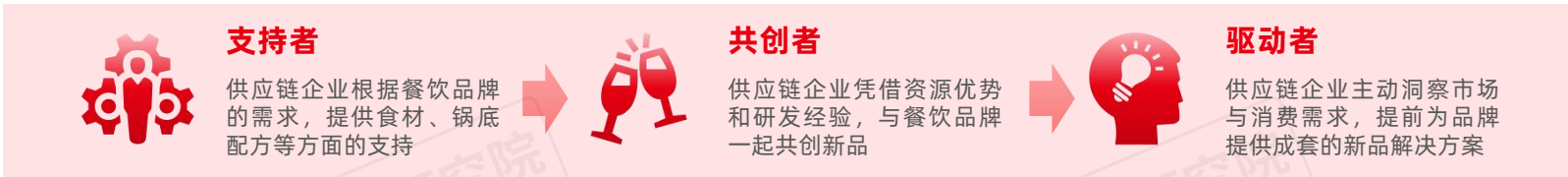


资料来源：红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”

展望三：供应链企业在产品创新方面的作用日益突出，跨品类产品的演变周期将缩短

- 当前，越来越多的上游供应链企业从幕后走向台前，主动洞察市场趋势与消费需求，不仅为餐饮品牌提供了丰富且具有爆发潜力的产品解决方案，还凭借供应链企业的跨品类研发技术，将不同赛道之间热门产品的演变周期显著缩短，提升餐饮品牌的产品创新效率

近年供应链企业的角色转变



近年供应链企业提供的部分服务



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

美鑫食品

江苏美鑫食品科技有限公司位于江苏徐州经济开发区，是专业从事汤汁酱料复合调味品研发、生产与销售为一体的现代化企业。其成立于2013年，拥有5万平方智能化自建工厂，30余条生产线，年产量达8万吨

美鑫食品同时拥有沙利文《阳光鲜番茄爆品王》《火锅场景全案解决方案最佳服务商》双认证，被评为中国火锅供应链TOP 20企业

目前美鑫食品已与多家头部餐饮连锁企业达成长期战略合作，包括王致和、六必居、锅圈、同庆楼、呷哺呷哺、滇牛、金陵食品、韩国大象、小鱼号等，凭借出色的产品质量、创新能力、服务态度和企业管理，为客户提供更优质的产品和服务



美鑫食品微信公众号

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研；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4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