

2024年餐饮热门 赛道洞察报告

红餐产业研究院

2025年1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，对餐饮热门赛道的相关资料进行整理分析。从发展背景、走红的方式与驱动因素、近几年热门赛道回顾、2024年热门赛道详解、思考与展望等角度，综合剖析了餐饮热门赛道的发展现状，旨在为餐饮从业者、投资人、消费者等提供参考
- 全文部分亮点如下：



2024年，我国餐饮市场稳步增长。据国家统计局数据，2024年全国餐饮收入超5.5万亿元，较2023年同比增长了5.3%



2024年，餐饮行业也面临新的转机，网红流量泡沫被戳破，“价格战”风向有所转变，“追逐品质”有望成为“破局点”。在新的局面下，餐饮企业的竞争更加多元



餐饮消费者注重产品的性价比、质价比、心价比，分别关注的是价格、品质、情感。此外，消费者更加关注就餐的烟火气、松弛感、情绪价值，更愿意为锅气、愉悦情绪、健康、情怀、国潮产品等买单



据红餐产业研究院不完全统计，2024年的餐饮热门赛道超23条，如薯条专门店、小火锅、手作珍珠奶茶、齐齐哈尔烤肉、江西小炒、酸汤火锅、现制养生茶饮、鲜切牛肉火锅、砂锅菜、中式汉堡、生烫牛肉粉等

目录

- 01 发展背景：餐饮收入再破5万亿元大关，行业迎来新转折点
- 02 整体概况：酸汤火锅、江西小炒、手作珍珠奶茶等赛道迎来“高光时刻”
- 03 热门赛道解读：地方小炒发展火热，火锅、现制饮品等均有爆火细分赛道
- 04 思考与展望：牛羊肉食材大有可为，健康化、烟火气的餐饮赛道潜力大

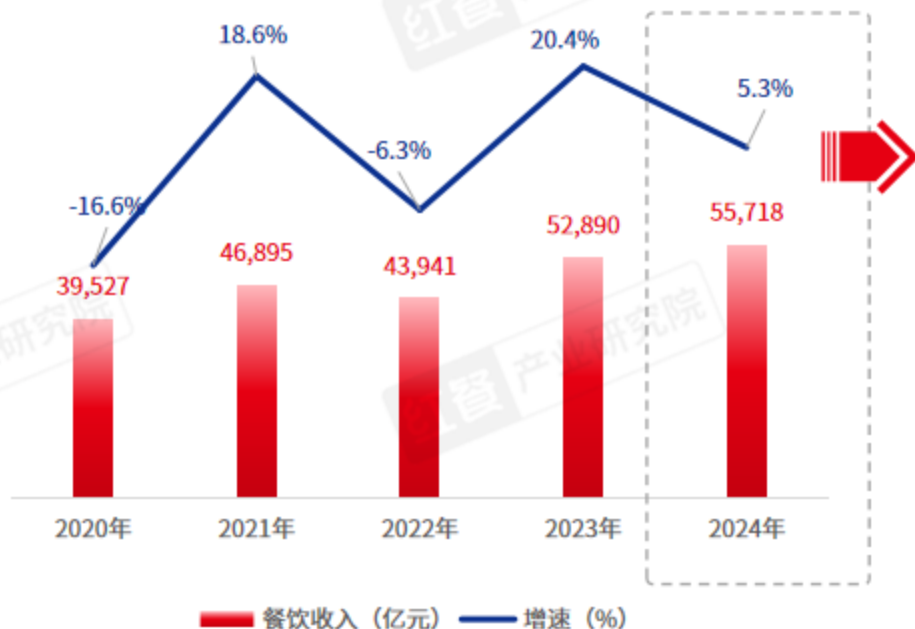
01

发展背景：餐饮收入再破5万亿元大关，行业迎来新转折点

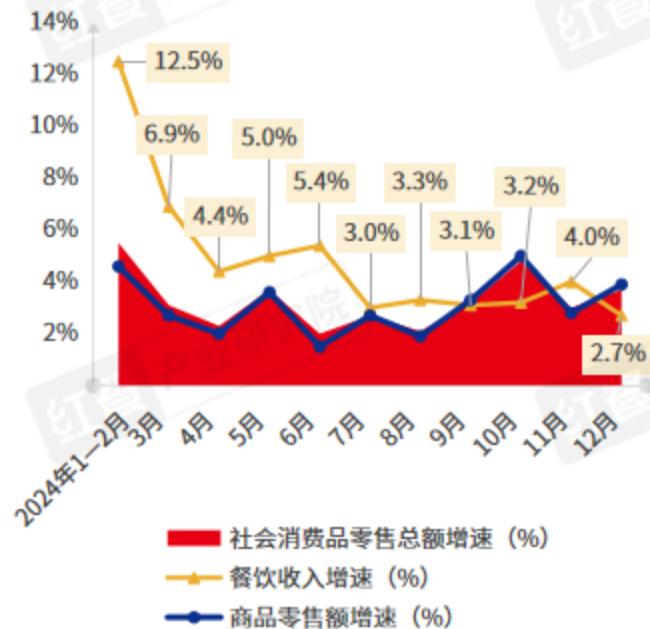
2024年全年，全国餐饮收入破5.5万亿元大关

- 2024年，我国餐饮市场稳步增长。据国家统计局数据，2024年全国餐饮收入超5.5万亿元，较2023年同比增长了5.3%
- 近两年，全国餐饮收入增速一直高于社会消费品零售总额增速和商品零售增速。2024年9月，餐饮收入增速为3.1%，低于社会消费品零售总额增速（3.2%）和商品零售增速（3.3%），餐饮市场慢增长的“危机”逐渐显露

2020—2024年全国餐饮收入及增速



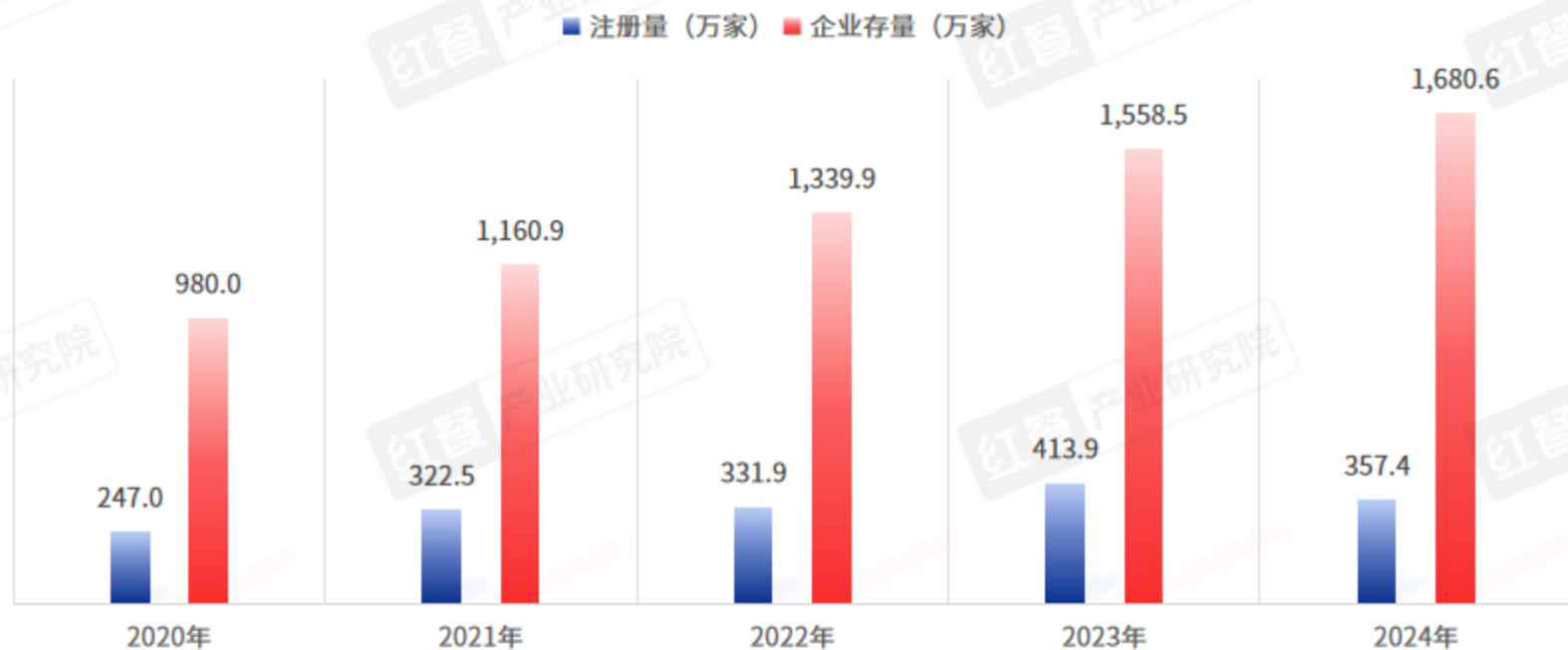
2024年各月份全国餐饮收入增速与社会消费品零售总额增速、商品零售额增速的对比



2024年餐饮企业存量超过1,600万家，同比增长7.8%

- 当前，餐饮行业的入局者体量仍显“庞大”。据企查查，截至2024年12月，全国餐饮企业存量超过1,600万家，同比增长了7.8%
- 不过，餐饮入局者新增数量增速正在放缓。企查查数据显示，2024年全年，全国餐饮企业的注册量为357.4万家，同比下滑了13.7%。近五年来餐饮企业注册量增速首次出现负增长，餐饮投资人和入局者显得更加谨慎

2020年—2024年全国餐饮企业的注册量与存量



餐饮行业转机显现，餐饮企业多维度“修炼内功”

- 2024年，餐饮行业也面临新的转机，网红流量泡沫被戳破，“价格战”风向有所转变，“追逐品质”有望成为“破局点”
- 在新的局面下，餐饮企业的竞争更加多元，有的企业通过加盟、出海、开副牌等方式加速“跑马圈地”；有的企业通过“卷价格”、“产品+”的模式、延长经营时间段、创意性的营销策略等方式抢占消费市场；还有的企业通过强调产品价值感、升级服务质量、创新消费场景等方式进一步夯实企业竞争力



餐饮行业迎来多种新趋势、新需求，热门赛道在机遇中“乘风起”

- 餐饮行业同样出现了一些新趋势和新需求
- 产品方面，地方风味崛起，产品品质不断升级；餐饮品牌方面，中餐出海进一步加速，不少企业加入“大航海远征”的队伍；消费者则更倾向于为烟火气、性价比/质价比/心价比、松弛感等买单。市场发生的新变化助力餐饮不少细分赛道“乘风而起”

2024年，餐饮赛道出现不少新变化、新需求

产品方面

▪ 地域风味崛起，云贵风味、江西小炒、朝鲜族拌饭、齐齐哈尔烤肉等具有地方特色风味的赛道热度较高；“新中式”风头正盛，新中式炸鸡、新中式汉堡、新中式茶饮表现突出；产品品质升级，真材实料、应季食材、非遗食材等成为卖点……

餐饮品牌方面

▪ 餐饮行业迎来“出海潮”，中式正餐、火锅、麻辣烫、茶饮等多个赛道的品牌加速海外市场布局；餐饮品牌加强数智化方面的建设，例如供应链的数智化升级，炒菜机器人等智能设备得到进一步普及；此外，小店模型走红，特殊点位被挖掘……

消费者方面

▪ 餐饮消费者注重产品的性价比、质价比、心价比，分别关注的是价格、品质、情感。此外，消费者更加关注就餐的烟火气、松弛感、情绪价值，更愿意为锅气、愉悦情绪、健康、情怀、国潮产品等买单



02

整体概况：酸汤火锅、江西小炒、手作珍珠奶茶等赛道迎来“高光时刻”

传统赛道、小众赛道、新锐赛道走红的方式各异

- 红餐产业研究院在梳理一些热门餐饮赛道的成长过程时发现，一些餐饮赛道能够成长为热门赛道，其诞生或崛起的方式主要有三种：传统赛道“翻红”；小众赛道被“挖掘”；新锐赛道“诞生”

餐饮热门赛道诞生/崛起的主要方式



传统赛道“翻红”

传统的餐饮赛道在发展过程中，一波品牌“改造升级”，迎来新的“高光时刻”

例如“翻红”的黑糖珍珠奶茶、“翻新”的湘式小炒等



小众赛道被“挖掘”

一些地方特色美食、小众的餐饮赛道被市场挖掘，并发展为独立赛道

例如云贵风味酸汤火锅、江西小炒、砂锅菜、鲜烧牛肉等



新锐赛道“诞生”

在新需求的推动下，餐饮新兴赛道诞生

例如近年来逐步成型的中式汉堡、现制养生茶饮、生烫牛肉粉等

热门餐饮赛道能够爆火，主要有四大驱动因素

- 一些餐饮赛道之所以能够诞生或者崛起，成为市场的“当红炸子鸡”，背后主要有四大因素在起作用：餐饮品牌探索差异化打法；餐饮市场需求多元化；社交媒体平台的推动；餐饮供应链上游的完善

促使餐饮热门赛道诞生/崛起的主要因素

01

餐饮品牌探索差异化

- 在竞争激烈的餐饮市场中，一些餐饮品牌通过独特的产品定位、服务体验或文化故事来区分自己
- 例如专注于有机食材或特定地域风味、切入细分赛道、入局“成瘾性”餐饮等，这些差异化的策略可以帮助品牌建立了独特的市场形象，在众多竞争对手中脱颖而出

02

餐饮市场需求多元化

- 随着生活水平的提高和消费观念的变化，消费者不再满足于千篇一律的菜品和服务，而是更倾向于寻找能够满足个人口味、生活方式、情感需求的独特餐饮体验
- 消费偏好的转变促使餐饮品牌加快创新步伐，寻找消费者的“爽点”“爆点”

03

社交媒体平台的推动

- 社交媒体平台如抖音、小红书、微博等，成为餐饮品牌传播和营销的重要渠道
- 媒体报道宣传、网红打卡/探店、短视频/图文的宣传、线上促销、线上互动等方式，拉进了品牌与消费者的距离，进一步推广了相关菜品

04

餐饮供应链的完善

- 一个稳定且高效的供应链体系对于餐饮企业的运营至关重要
- 近年来，随着农业科技的进步、冷链物流的发展以及餐饮上游企业研发能力的提升，食材的供应稳定性和质量得到了显著提升。这进一步提升了各餐饮赛道的标准化程度

热门赛道回顾：咖饮、新中式餐饮等赛道长红，地方小炒崛起

- 近年来，每一年的餐饮市场都有不少赛道获得了“高光时刻”。其中既有围炉煮茶、淄博烧烤、天水麻辣烫等现象级热门赛道，又有咖饮、新中式餐饮等长红赛道。据红餐产业研究院不完全统计，2024年的餐饮热门赛道超23条，如薯条专门店、小火锅、手作珍珠奶茶、齐齐哈尔烤肉、江西小炒、酸汤火锅、现制养生茶饮、鲜切牛肉火锅、砂锅菜、中式汉堡、生烫牛肉粉等

近几年的餐饮热门赛道盘点（不完全统计）

2021年

餐饮行业迎来复苏，热卤、新中式烘焙、咖饮、柠檬茶等赛道势头较强

新中式烘焙
热卤
咖饮
柠檬茶

2023年

文旅热潮下，餐饮消费者追求地方特色美食与松弛感，淄博烧烤、围炉煮茶等走红

围炉煮茶
淄博烧烤
现制酸奶
渣渣牛肉火锅
罐罐烤奶

2022年

“微醺经济”“瑞一杯”等概念大火，咖饮、小酒馆等赛道走向“高光时刻”

新疆炒米粉
小酒馆
咖饮
茶饮

2024年

餐饮消费者追逐烟火气、地域风味、赛博养生，酸汤火锅、江西小炒等热度高涨

生烫牛肉粉
酸汤火锅
湘式小炒
天水麻辣烫
江西小炒
砂锅菜
山野火锅

2024年，酸汤火锅、江西小炒、手作珍珠奶茶等赛道迎来“高光时刻”

- 据红餐产业研究院不完全统计，从每条餐饮热门赛道中选取一个热度最高的相关话题，2024年，抖音平台相关话题视频播放量破亿的餐饮热门赛道超15个。其中“薯条”“旋转小火锅”“齐齐哈尔烤肉”“江西小炒”“石锅拌饭”等话题的视频播放量超10亿次，“酸汤火锅”“陕西小炒泡馍”“养生花茶”“鲜切牛肉自助火锅”“砂锅菜”等话题的热度也较高
- 除此之外，中式汉堡、湘式小炒、山野火锅、川式小炒等餐饮热门赛道也有相关话题的视频播放量达到千万级别

2024年抖音平台餐饮热门赛道视频播放量破亿的相关话题（不完全统计）



03

热门赛道解读：地方小炒发展火热，火锅、现制饮品等均有爆火细分赛道

粤式小炒、川式小炒、贵州小炒等发展势头不错

- 近年来，粤式小炒、川式小炒、陕西小炒、贵州小炒、云南小炒等地方小炒的热度渐升，跑出了常来小聚、小荔园、秋金川味小炒、奔跑吧陕菜、树厨贵州菜、龙大哥辣子鸡、茄子恰恰、外婆味道、万福贵昆明小炒等品牌
- 此外，江西小炒、湘式小炒是地方小炒的“双子星”，在全国范围内逐步扩大影响力

部分热度较高的地方小炒概况



粤式小炒

烹饪讲究快速爆炒出锅气，味道清淡柔和。例如虾仁炒蛋

代表品牌：常来小聚、向群、小荔园等



川式小炒

善用辣椒和花椒调味，口味麻辣鲜香。例如回锅肉、鱼香肉丝

代表品牌：秋金川味小炒、辛香汇·现炒川菜、百年神厨·地道川菜等



陕西小炒

口味酸辣适中，使用醋和辣椒较多。当前一些泡馍店也推出了“小炒泡馍”

代表品牌有奔跑吧陕菜、大厨小馆、马天小炒泡馍等



贵州小炒

酸辣交织，善用山野味、腌制食材。例如贵阳辣子鸡、糟辣脆皮鱼

代表品牌有树厨贵州菜、龙大哥辣子鸡、柒食·贵州小炒等



云南小炒

口味鲜香酸辣，融合少数民族风味。例如小炒鸡、傣味包烧

代表品牌：茄子恰恰、外婆味道、万福贵昆明小炒、宣威山野人家等

江西小炒：“预制菜的天敌”，凭借现点现炒和高性价比“出圈”

- 江西小炒以鲜辣、咸辣味见长，通常采用爆炒、焖煮的烹饪手法，口感浓郁，“锅气”十足，性价比高。代表性菜品有宁都三杯鸡、莲花血鸭、黄豆辣鸡爪、赣南小炒鱼、余干辣椒炒肉、井冈山烟笋等。以往，江西小炒以粗放经营的夫妻店为主；近年来，其在赣鄱、长三角等地爆火，跑出了辣小鲜·南昌大排档、打平伙·鲜辣小炒、蓝边碗·南昌烧菜馆等连锁品牌

2024年全国部分江西小炒品牌概况

品牌名称	人均消费(元)	代表菜品
辣小鲜·南昌大排档	62	鲜辣鲍鱼仔、麻辣牙签牛肉、油焖香辣蟹等
赣乡野·江西小炒	49	宁都三杯鸡、米粉肉、香辣鱿鱼须等
小柴米·南昌菜	59	井冈山豆皮、锡包鲈鱼、雪梨肉饼汤等
打平伙·鲜辣小炒	53	蟹脚捞粉、井冈山烟笋、吮指螺蛳等
老三样·旧食新味	67	嫩豆腐烧牛蛙、爆辣皮皮虾、麻辣藕等
蓝边碗·南昌烧菜馆	60	红烧鸡脚、啤酒烧鸭、酸菜炒肥肠等
小江溪·江西小炒	59	南昌油浸鱼、皮蛋肉坨汤、碎椒炒蛋等
乡信·江西小炒	87	余干椒小炒肉、乡信芋头牛肉、饶帮炒粉等
田耕记·江西小炒	55	鸡爪黄豆、压锅鱼头、爆炒猪肝等

据江西日报报道，截至2024年12月，全国江西菜门店数超**1.2万家**，较2023年年底增长450%



江西小炒菜品的主要特征



口味上瘾

以鲜辣、咸辣等口味为主，易上瘾，勾起消费者的食欲



菜品多样

菜品涵盖江西各地市的特色小炒，菜品类型多样



性价比高

品牌的人均消费通常在50~80元的价格带，价格实惠



食材新鲜

一些江西小炒菜馆直接将新鲜食材放在展示柜，采用现点现炒的形式，出餐具备“烟火气”

湘式小炒：口感以香辣、焦香等为主，辣椒炒肉成为“流量密码”

- 据红餐大数据，当前湘菜的门店数接近12万家，在中式正餐各菜系中排名第四，仅次于川菜、粤菜、本帮江浙菜。在整个湘菜体系中，湘式小炒以香辣、焦香、酸辣、豉香味著称，其注重使用辣椒，如小米辣、鲜辣椒、干辣椒、剁辣椒等，调味简单，香气扑鼻
- 当前，兰湘子·湘菜小炒、湘辣辣现炒黄牛肉、费大厨辣椒炒肉、湘阁里辣、辣可可·小炒黄牛肉等湘式小炒品牌发展势头较好，这些品牌在经营模式、产品服务等方面进行革新，同时也是新质湘菜品牌的代表。在产品方面，辣椒炒肉、小炒黄牛肉为主打菜品



据红餐大数据，截至2024年12月，全国湘菜门店数**近12万**家，占全国中式正餐门店总数的**8.8%**

2024年全国部分湘式小炒品牌概况

人均消费：元

(气泡大小代表品牌入驻城市数量)



辣椒炒肉成为“流量密码”，一些品牌以牛肉食材细分部位为卖点

- 湘式小炒品牌主推辣椒炒肉、小炒黄牛肉、剁椒鱼头等菜品，强调大厨现炒
- 湘辣辣现炒黄牛肉、辣可可·小炒黄牛肉等品牌主打部位现炒黄牛肉，强调食材的价值感

门店扩张加速，多家品牌步入百店梯队

- 近年来，费大厨辣椒炒肉、农耕记·湖南土菜、湘辣辣现炒黄牛肉、兰湘子·湘菜小炒等品牌“进京”，加快全国化扩张的步伐
- 目前，兰湘子·湘菜小炒以350多家的全国门店数领跑湘式小炒赛道

砂锅菜：大热门选手“渗透”餐饮各大赛道

- 近两年，“砂锅菜”可谓风头正盛。中式正餐、火锅、小吃快餐等赛道中主打砂锅菜的细分赛道逐步崛起，四川砂锅菜、啫啫煲、砂锅粥、牛杂煲、煲仔饭等赛道备受关注，涌现了陶德砂锅、惠食佳、啫火啫啫煲、如轩海鲜砂锅粥、牛小灶、罗妈砂锅、煲仔正·老广州煲仔饭等代表品牌
- 一些原本不做砂锅菜的餐饮品牌也在布局砂锅菜产品，例如和府捞面在2024年10月推出了“和小二·砂锅菜饭·铜盆火锅”，姚姚酸菜鱼、鱼你在一起、袁记云饺等品牌也推出了砂锅菜相关产品

砂锅菜的主要类别及入局品牌

中式正餐	火锅	小吃快餐
四川砂锅菜 陶德砂锅、聚龙砂锅居等	牛杂煲 牛小灶、沙胆彪探炉牛杂煲、孔一锅牛杂煲等	四川砂锅菜 罗妈砂锅
啫啫煲 惠食佳、啫火啫啫煲、火啫啫、翠小小啫啫煲等	夺夺粉火锅 钱摊摊安顺夺夺粉火锅、黔三一夺夺粉酸汤火锅等	煲仔饭 香他她煲仔饭、煲仔正·老广州煲仔饭、煲仔皇、煲仔华等
砂锅粥 如轩海鲜砂锅粥、潮兴砂锅粥、伙头记潮汕海鲜砂锅粥、源香砂锅粥等	砂锅串串 串掌门砂锅串串香、烫锅鲜砂锅串串、蜀签签砂锅串串等	黄焖鸡米饭 杨铭宇黄焖鸡米饭、膳当家等
常德钵子菜 小钵爷、钵湘湘·常德钵子菜等	砂锅粥底火锅 太良堡毋米粥、有米粥料等	砂锅粉 姐弟俩土豆粉、户大姐土豆粉等
		砂锅麻辣烫 觅小鲜砂锅麻辣烫等

火锅有多条赛道保持火热，酸汤火锅迎来发展“黄金期”

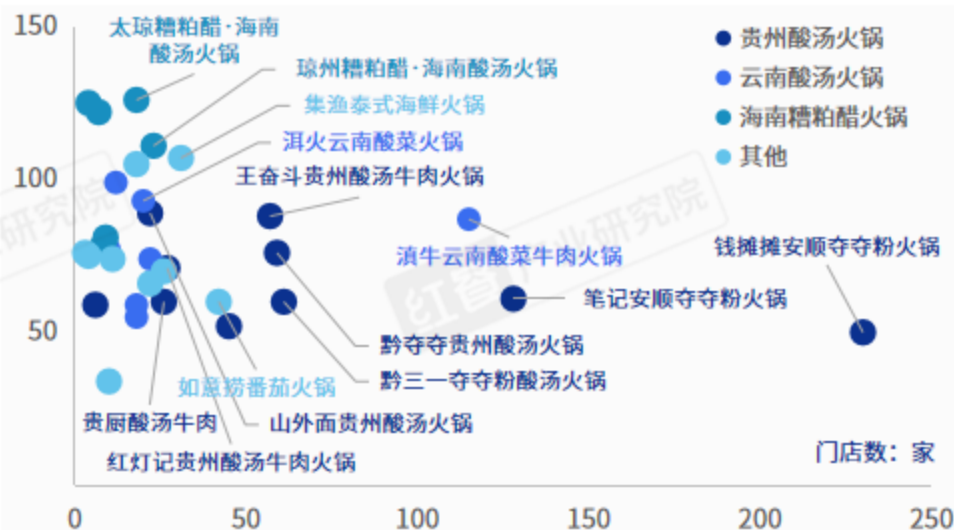
- 火锅赛道的市场热度也较高，酸汤火锅、山野火锅、小火锅、鲜切牛肉火锅等均跻身2024年度餐饮热门赛道
- 随着云贵风味风靡全国，酸汤这一特色风味也备受市场青睐，酸汤火锅赛道迎来发展“黄金期”。细分来看，贵州酸汤火锅赛道跑出了钱摊摊安顺夺夺粉火锅、黔三一夺夺粉酸汤火锅、王奋斗贵州酸汤牛肉火锅、红灯记贵州酸汤牛肉火锅等品牌，云南酸汤火锅赛道跑出了滇牛云南酸菜牛肉火锅、洱火云南酸菜火锅等品牌，海南糟粕醋火锅赛道跑出了琼州糟粕醋·海南酸汤火锅、太琼糟粕醋·海南酸汤火锅等品牌。此外，番茄火锅、冬阴功火锅、酸菜铜锅涮肉、酸萝卜鱼火锅等赛道也有一些酸汤火锅品牌发展较好



在红餐产业研究院选取的36个酸汤火锅样本品牌中，有**62.9%**的品牌人均消费聚焦在60~100元

2024年全国部分酸汤火锅品牌概况

人均消费：元



“酸汤风”引燃餐饮赛道

中式正餐、粉面、饭食快餐、烤鱼、牛蛙、麻辣烫等多条赛道的品牌推出酸汤产品，例如酸汤肥牛、酸汤粉、酸汤烤鱼、酸汤泡饭等

不少上游供应商布局酸汤汤底

仟味高汤



益生菌发酵红酸汤、老坛酸辣金汤等

美鑫食品



贵州木姜子酸汤、云南酸汤等

聚慧餐调



贵州红酸汤料等

太太乐



太太乐红酸汤、糟粕醋火锅汤底等

鲜切牛肉火锅：打造“新鲜现切”与“自助”两大卖点

- 随着牛肉这一“明星食材”价格的下探，围绕牛肉大单品展开的餐饮生意做得如火如荼，鲜切牛肉火锅、生烫牛肉粉、鲜烧牛肉等赛道发展势头较强
- 鲜切牛肉火锅将潮汕牛肉火锅的“新鲜现切”特征与自助模式结合起来，成为近两年的热门赛道。北京、上海、广州、杭州、成都、长沙、武汉等多地都出现了鲜切牛肉火锅店，例如郭淑芬鲜切牛肉自助老火锅、谭三娘鲜切牛肉自助火锅等

2023年至2024年12月抖音“鲜切牛肉”关键词搜索指数



鲜切牛肉火锅品牌主打自助模式，鲜切牛肉的风潮亦吹入快餐赛道

- 不少鲜切牛肉火锅品牌用“鲜切”来强调牛肉的高品质与高价值感，以“自助”为卖点，满足消费者对高性价比的追求
- 为了抓住鲜切牛肉的这股风潮，海底捞、楠火锅、永和大王等品牌也纷纷入局。其中，据海底捞官方消息，截至2024年11月，其已在全国开设了12家鲜切牛肉主题店；永和大王则推出了鲜牛肉豆花锅饭，满足一人食消费场景



2024年全国部分鲜切牛肉火锅品牌概况

品牌名称	门店数(家)	门店主要分布区域
郭淑芬鲜切牛肉自助老火锅	460+	浙江、安徽、江苏等
谭三娘鲜切牛肉自助火锅	280+	安徽、四川、河北等
郝阿娘鲜切牛肉自助火锅	250+	山东、河南、浙江等
李三嬢·鲜切牛肉自助老火锅	40+	陕西、江苏等
海吃牛鲜·鲜切牛肉自助火锅	40+	四川、云南等
蜀牛婆鲜切牛肉自助火锅	10+	四川、北京等

其他火锅：山野火锅运用多种特色山间食材，小火锅自助模式为主流

- 煮着野菜喝着山茶，具有松弛氛围感的山野火锅也受到了市场追捧。相关品牌凭借高颜值菜品、生态食材、山间林野风的就餐场景等优势，在上海、杭州、广州、武汉、南京等地引发了“排队潮”。其中，三出山、山缓缓等品牌发展势头较好
- 切入“一人食”场景的小火锅也依然发展火热。其以呷哺呷哺、围辣小火锅、仟味一鼎自助小火锅、桃娘下饭小火锅等为代表品牌，不少品牌人均消费不到40元，性价比较高。同时，自助模式仍是小火锅品牌采取的主流模式

2024年全国部分山野火锅/小火锅品牌概况

类别	品牌名称	人均消费(元)	代表菜品
山野火锅	三出山	145	紫苏牛肉、刺梨山茶等
	山缓缓	138	菌菇六宫格、野酸角、脆竹笋等
	山茑茑	146	鹿茸菇老鸡鸳鸯锅、豌豆尖等
小火锅	丛山野	125	山葵牛肉、火锅三脆等
	呷哺呷哺	63	手打芝士虾滑、大红袍珍珠奶茶等
	围辣小火锅	24	麻辣牛肉、小腊肠、菌汤锅等
	仟味一鼎自助小火锅	32	滋补鸡汤锅、蘑菇、乌鸡卷等
	桃娘下饭小火锅	38	香辣牛肉锅、眉山小酥肉等
	龍歌自助小火锅	58	韩式香辣炸鸡、龙利鱼片、泡芙等



山野火锅：食材取自山间，特色山茶受欢迎

- 运用的山野食材：姜柄瓜、木姜子、鸡枞菇、鹿茸菌、绣球菌、山葵、豌豆尖、养心菜、海菜花、罗勒、山苏叶、苦野菜、玉米笋、薄荷等
- 推出的特色山茶：刺梨山茶、野酸枣山茶、土冬瓜山茶、黄皮果山茶、酸腌梅子露、黑枸杞气泡、桂花酒酿米乳茶等



小火锅：自助模式火热，小火锅快餐化加速

- 小火锅的经营模式可以分为点单模式、自助模式、自取模式、灵活自助模式四种。其中不少品牌采取自助模式
- 海底捞、小龙坎火锅、桃娘下饭小火锅等品牌探索“快餐化的下饭小火锅”，主要在外卖渠道推出一人食套餐，受到市场欢迎

现制养生茶饮：年轻消费者加入“养生大军”，养生茶饮特色鲜明

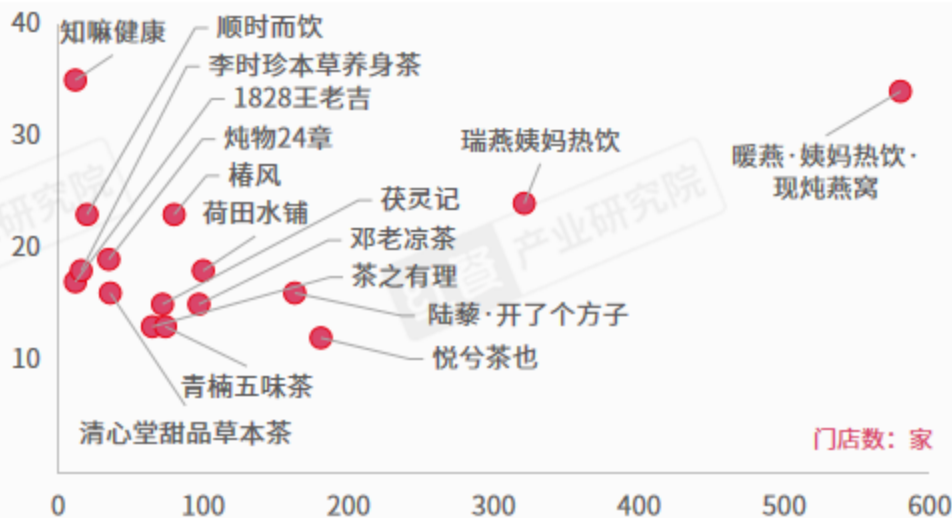
- 在现制饮品赛道，现制养生茶饮的火热、手作珍珠奶茶的“翻红”亦是看点
- 当前，“脆皮年轻人”纷纷进入“养生局”，具有调养、滋补功能的养生饮品颇受关注，现制养生茶饮赛道逐渐成长。暖燕·姨妈热饮·现炖燕窝、陆藜·开了个方子、荷田水铺、椿风、茯灵记等代表品牌，推出了茯苓百合薏米水、洛神陈皮赋、黄芪顺气饮、阿姣五红汤等产品。现制养生茶饮加入枸杞、人参、燕窝、葛根、参芪等养生食材，强调养胃、暖身、明目、舒缓熬夜疲劳等功能



据红餐大数据，截至2024年12月，全国现制养生茶饮的门店数超6,000家

2024年全国部分现制养生茶饮品牌概况

人均消费：元



现制养生茶饮运用的部分食材



手作珍珠奶茶：昔日顶流再度“翻红”，手作黑糖/红糖成为宣传点

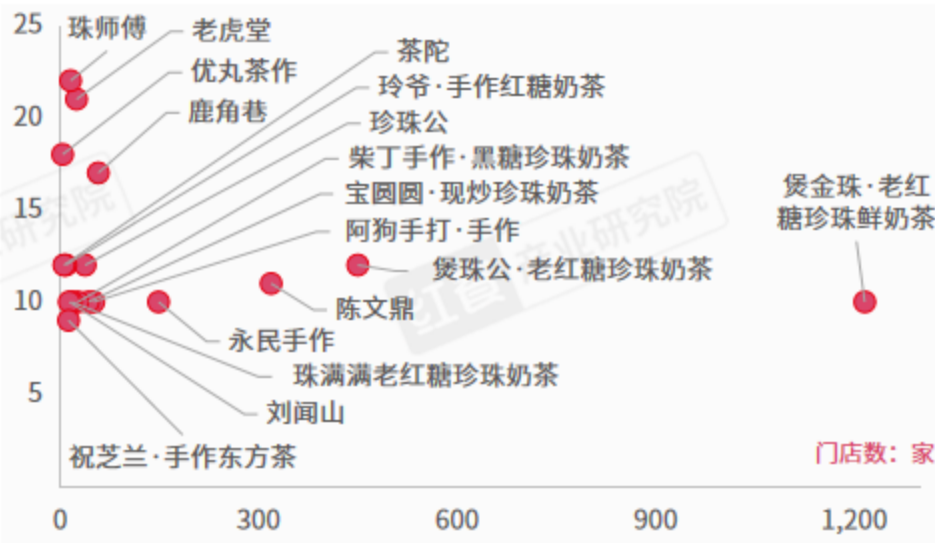
- 作为曾经的“顶流”，珍珠奶茶近年来凭借“手作黑糖/红糖”等卖点迎来新的发展机遇
- 当前，煲金珠·老红糖珍珠鲜奶茶、煲珠公·老红糖珍珠奶茶、陈文鼎等手作珍珠奶茶品牌引领赛道发展，鹿角巷重回内地市场，喜茶、奈雪的茶、茶百道等新茶饮品牌也加码黑糖珍珠奶茶产品，“时代的眼泪”正在重新换装。如今的“珍珠奶茶”强调手作黑糖/红糖、鲜奶茶底等健康原料，契合了茶饮赛道真材实料、奶底品质升级的发展趋势



在红餐产业研究院选取的17个手作珍珠奶茶样本品牌中，有**70.6%**的品牌人均消费聚焦在10~15元

2024年全国部分手作珍珠奶茶品牌概况

人均消费：元



主打黑糖/红糖珍珠，以“珍珠现熬”为卖点

- 与传统的珍珠小料相比，黑糖珍珠和红糖珍珠加入了人工熬制的工序，因此风味更加浓郁



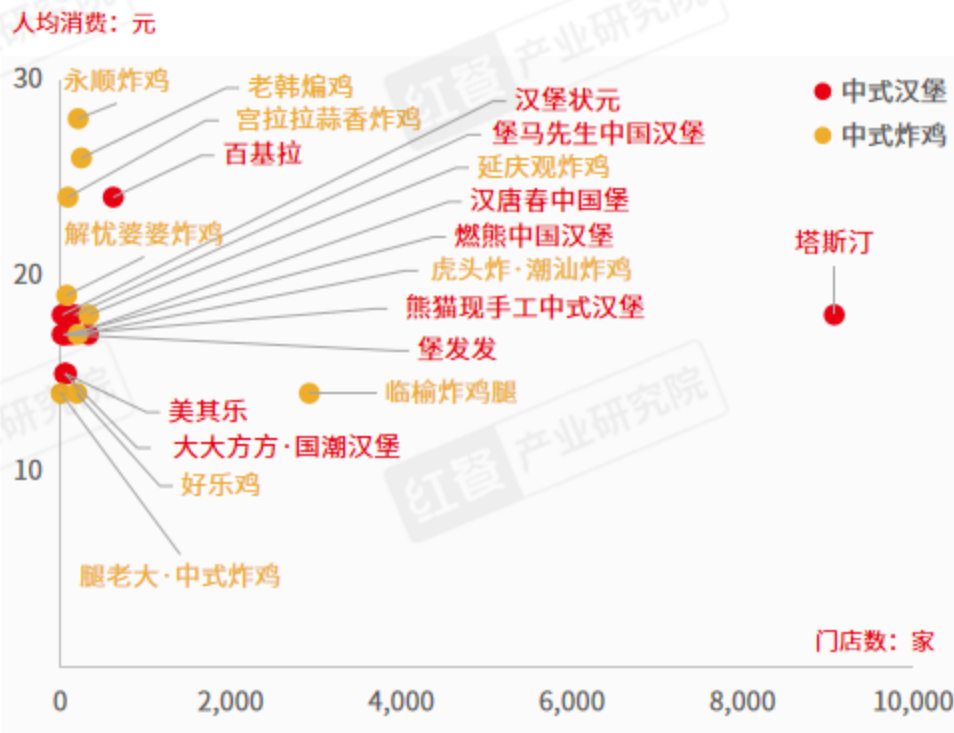
- 当前，煲金珠·老红糖珍珠鲜奶茶、煲珠公·老红糖珍珠奶茶、陈文鼎等多个品牌以“黑糖/红糖珍珠奶茶”为招牌产品，单杯售价低至个位数，以醇厚的口感与高性价比吸引了不少消费者



新中式风：中式炸鸡、中式汉堡赛道不断成熟，“中式基因”更浓

- 近年来，“新中式”风吹到了餐饮赛道的各个角落，其中，中式汉堡、中式炸鸡等赛道发展热度较高
- 在中式汉堡赛道，塔斯汀以超9,000家的门店数成为“领头羊”，中式汉堡品牌在堡胚、馅料等方面体现中式食材的魅力
- 在中式炸鸡赛道，临榆炸鸡腿、延庆观炸鸡、老韩焗鸡等品牌当前的门店数超200家，延吉炸鸡等地方特色炸鸡正在逐步出圈

2024年全国部分中式汉堡/中式炸鸡品牌概况



中式汉堡：多采用手擀现烤堡胚，产品呈现中式特色风味

- 中式汉堡的主流堡胚为口感劲道的手擀现烤堡胚，强化了手工汉堡的特点
- 在产品馅料方面，塔斯汀的麻婆豆腐中国汉堡、堡马先生中国汉堡的京酱肉丝堡、堡发发的凤梨板烧中国汉堡等产品，均体现了中式独特风味



中式炸鸡：主打地方特色炸鸡的品牌打出知名度

- 中式炸鸡有台式炸鸡、延吉炸鸡、潮汕炸鸡、临榆炸鸡、开封炸鸡、北京炸鸡等多个流派
- 近年来，聚焦地方特色的临榆炸鸡腿、延庆观炸鸡、正谈炸鸡、虎头炸·潮汕炸鸡等品牌发展势头不错

薯条专门店：从“大单品”走向“专营店”，扎根一线城市

- 薯条作为餐饮领域的重要食材，当前其“大单品”特征正在被放大，一批薯条专门店在上海、广州、杭州等地冒头
- 例如菲律宾的薯条品牌Potato Corner在中国市场不断扩张，其品牌官方在2024年11月宣布全国门店数已超100家。发源于上海的SH4KE在2024年也开出了较多门店，覆盖江苏、广东、河南等地

2024年全国部分薯条专门店概况

品牌名称	人均消费(元)	代表产品
Potato Corner	30	酸奶油洋葱薯条、热辣烧烤薯条等
SH4KE	31	三味薯条、避风塘炒蟹味薯条等
Putoto	32	车达芝士摇摇薯、冬阴功薯条等
薯条侠	21	意式肉酱盖浇薯条、黄金海盐薯条等



走“大单品”策略， 丰富薯条的形态与口味

- 薯条专门店以薯条为大单品，搭配油炸小吃、现制饮品等产品。其薯条拥有椒盐、芝士、洋葱、红烧、奶酪、芥末、肉松、冬阴功等多种口味，同时呈现长条、圆形、块状、异形等多种形态



其他：生烫牛肉粉、鲜烧牛肉均跑出了代表品牌

- 近两年，生烫牛肉粉成为一大“风口”，在广州、上海、杭州、苏州、昆明等城市，涌现出一批生烫牛肉粉品牌。它们在主打产品、菜单结构、门店风格、经营模式等方面具有较高的相似性，而且拓店速度较快。其中，乔杉杉生烫牛肉米线、云阿蛮生烫牛肉米线、窄巷子生烫牛肉米线、霸舌生烫牛肉米粉等品牌发展较好
- 鲜烧牛肉是发源于四川乐山的一道美食，近年来，其凭借鲜辣的上瘾口味和高性价比迅速成长为一条独立赛道。截至2024年12月，牟子胡胖·鲜烧牛肉、牛五弟鲜烧牛肉等品牌的全国门店数正在朝着100家迈进

2024年全国部分生烫牛肉粉/鲜烧牛肉品牌概况

类别	品牌名称	人均消费(元)	代表菜品
生烫牛肉粉	乔杉杉生烫牛肉米线	25	特色现炸肉酱米线、酸角汁等
	云阿蛮生烫牛肉米线	19	招牌生烫牛肉米线、黑松露黄金洋芋等
	窄巷子生烫牛肉米线	21	生烫牛肉米线、黑糖冰豆花等
	王嘎子生烫牛肉米线	22	老昆明炸肉酱米线、云南包浆豆腐等
	霸舌生烫牛肉米粉	21	原汤吊龙牛肉粉、贵州红酸汤吊龙粉等
鲜烧牛肉	兰亭记生烫牛肉米粉	24	麻辣牛杂米粉、现烤羊肉串等
	牟子胡胖·鲜烧牛肉	32	鲜烧牛肉、鲜烧牛杂、把把牛油等
	牛五弟鲜烧牛肉	35	鲜烧牛肉、粉蒸牛肉、糯米排骨等
	牛正才鲜烧牛肉	31	茉莉花豆浆、狼牙土豆、脆皮炸酸奶等



生烫牛肉粉品牌以吊龙强调高价值感，性价比高，人均消费集中在20~30元

- 据红餐大数据，截至2024年12月，超九成的生烫牛肉粉门店人均消费在20~30元
- 生烫牛肉粉以高价值感的吊龙部位和高性价比为卖点，同时会运用云南、贵州等地的特色食材，如红酸汤、酸角等



鲜烧牛肉品牌门店数稳步增长

- 当前，牟子胡胖·鲜烧牛肉以超90家的全国门店数领跑该赛道，其以小店模型为主，门店动线简洁高效，出餐速度较快
- 据红餐大数据，截至2024年12月，牛五弟鲜烧牛肉的全国门店数超过70家，门店集中在四川、河南等地

其他：朝鲜族拌饭、齐齐哈尔烤肉等赛道的发展不甘示弱

- 除此之外，朝鲜族拌饭、齐齐哈尔烤肉、Jellycat蛋糕等也是2024年热度不小的赛道
- 例如，主打石锅拌饭的朝鲜族拌饭蕴含“五行五脏五色”的内涵，该赛道中米村拌饭、朴大叔拌饭、米悦朝鲜族拌饭等品牌发展势头较好；齐齐哈尔烤肉借助东北旅游热度进一步扩大知名度，广州、上海、杭州等地均有一些品牌冒头

朝鲜族拌饭



- 当前，作为吉林省级非遗的朝鲜族拌饭热度较高，其主打石锅拌饭，一批品牌正在走向全国

- 代表品牌有米村拌饭、朴大叔拌饭、米悦朝鲜族拌饭等品牌

齐齐哈尔烤肉



- 在东北旅游热潮的推动下，齐齐哈尔烤肉的名号逐渐打响，品牌不断发展

- 例如目前火旺角·齐齐哈尔烤肉在广州开出了3家门店；杨记齐齐哈尔烤肉在全国拥有50余家门店

Jellycat蛋糕



- 在情绪消费的推动下，Jellycat这一IP大火，其上海开出了Jellycat CAFÉ限时玩偶体验店

- 同时，面包烘焙、火锅等赛道的品牌推出了Jellycat面包、Jellycat蛋糕等产品

04

思考与展望：牛羊肉食材大有可为，健康化、烟火气的餐饮赛道潜力大

发展痛点：传统赛道同质化问题突出，小众赛道的认知度需提升

01

传统赛道“翻红”面临的挑战

- 虽然传统赛道凭借品牌沉淀和消费者基础再度走红，但面临着创新不足和同质化严重的问题。品牌为了快速复制成功模式，容易陷入模仿而非真正创新的陷阱，导致消费者新鲜感迅速消退
- 同时，传统品牌需要适应新的消费趋势，如数字化、个性化，以抵抗来自新兴品牌的竞争压力

02

小众赛道被“挖掘”后的瓶颈

- 小众赛道虽然因独特性和新鲜感受到消费者青睐，并且因地域特色和文化故事吸引了特定群体的关注，但在推广过程中可能遭遇认知度低、受众面窄的问题，并且市场规模有限，难以形成规模化效应
- 由于食材供应依赖特定区域，存在供应链不稳定的风险，影响菜品的一致性和出餐效率。这些因素限制了小众赛道品牌的规模化扩张

03

新锐赛道“诞生”后的痛点

- 新锐赛道虽然代表着餐饮行业的创新方向，但往往缺乏足够的市场验证和消费者基础。同时，相关品牌在快速发展的同时暴露出运营管理不成熟的问题，例如缺乏系统性的创新机制支持产品更新换代，以及对成本控制和技术积累不足等
- 此外，在社交媒体带来的短期流量红利过后，品牌若不能及时巩固品牌形象和顾客忠诚度，很容易昙花一现

未来机遇：关注牛羊肉餐饮、烟火气餐饮和地方特色美食

牛肉、羊肉食材大有可为

- 牛羊肉富含营养且适合多种烹饪方式，能够满足不同消费场景的需求
- 近两年，牛肉和羊肉价格下跌，上游供应链也在逐步完善，牛羊肉餐饮有望“大爆发”，或带火传统赛道，或助力新赛道的诞生

健康化、烟火气的餐饮赛道潜力大

- 一方面，消费者对健康化、生态化、自然风的食材喜爱度较高，果蔬茶、轻食沙拉/素食、养生茶饮、养生火锅、养生粥、“山系餐饮”等具有发展空间
- 另一方面，“成瘾性”强、“烟火气”足的赛道也具有爆发潜力，麻辣烫/冒菜、烧烤、川渝火锅等赛道有望迎来进一步的创新

地方特色美食值得挖掘和发扬

- 地方特色美食具有独特的口味和文化底蕴，随着旅游业的发展和消费者对新鲜感的追求，这些美食有望得到更广泛的挖掘和发扬
- 例如云贵川小吃、潮汕菜、顺德菜、各地炒货/炸物、少数民族特色美食等

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、2,000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

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—2024年12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：陈声华

感谢观看

研究报告合作请联系

红餐薇薇 199 6625 2467



扫描二维码添加好友