

餐饮行业 月度观察报告

目 录

- 01** 餐饮行业景气指数：整体持续上升，重点区域之间正在形成分化
- 02** 产品上新：茶饮、面包烘焙、火锅产品稳步上新、咖饮产品上新开始减速
- 03** 开店情况：国内品牌扩张势头不减，海外品牌持续入驻中国市场
- 04** 融资上市：9月餐饮领域融资事件数增加，IPO新动向较少
- 05** 餐企大动作与行业大事件

01

**餐饮行业景气指数：
整体持续上升，重点区域之
间正在形成分化**

全国：8月全国餐饮景气度持续攀升， 餐饮行业大盘趋稳

指数说明

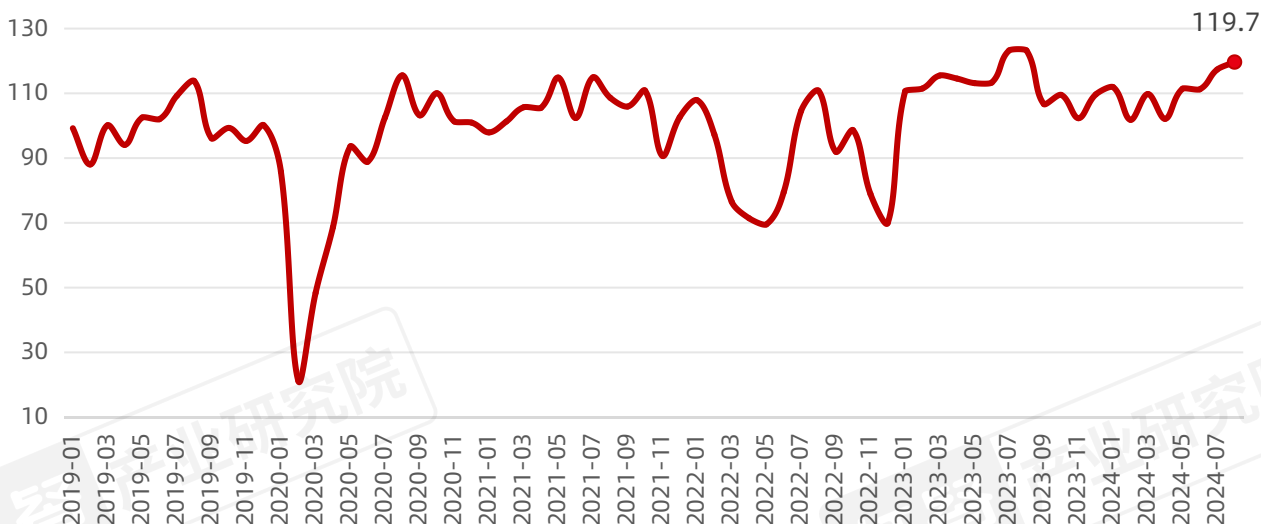
红餐产业研究院通过大数据抽样分析以及市场调研的方法，采集了全国18个城市8大品类超过10万家餐饮门店的店均营收以及店均订单量原始数据，并按照国家统计局公布的合成指数法进行指数编制。该指数为综合反映餐饮行业各地域或各品类所处的状态或发展趋势的一种指标，景气指数低于100表示其发展处于衰退或者不景气的状态，而高于100则表示其发展处于扩张或者景气的状态。

全国餐饮行业景气指数

2024年1—8月，我国餐饮行业在市场竞争加剧的背景下，整体表现呈现出复杂性与韧性并存的态势。数据显示，全国餐饮收入在此期间达到34,998亿元，同比增长6.6%，餐饮消费大盘保持稳定。尽管餐饮收入增速有所放缓，部分上市餐饮企业面临“增收不增利”的困境，但整个行业依然展现出较强的经济韧性和市场适应能力，维持在一个相对积极的景气区间。

截至2024年8月，全国餐饮景气指数攀升至119.7，较前一期的117.4有所提升，这标志着餐饮行业整体上处于扩张之中。根据国家统计局数据，2024年8月份全国餐饮收入4,351亿元，同比增长3.3%，增速较上月加快0.3个百分点，进一步印证了餐饮市场的稳健增长趋势。在此期间，餐饮市场的稳健增长主要得益于暑期出行热度的显著提升。多地政府与企业紧抓“文旅+餐饮”和“夜经济”的发展机遇，积极打造多元化的新消费场景，有效促进了餐饮消费的增长。

2019年1月至2024年8月全国餐饮行业景气指数走势图



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年8月31日

重点区域：景气指数呈现分化趋势，机遇与挑战并存

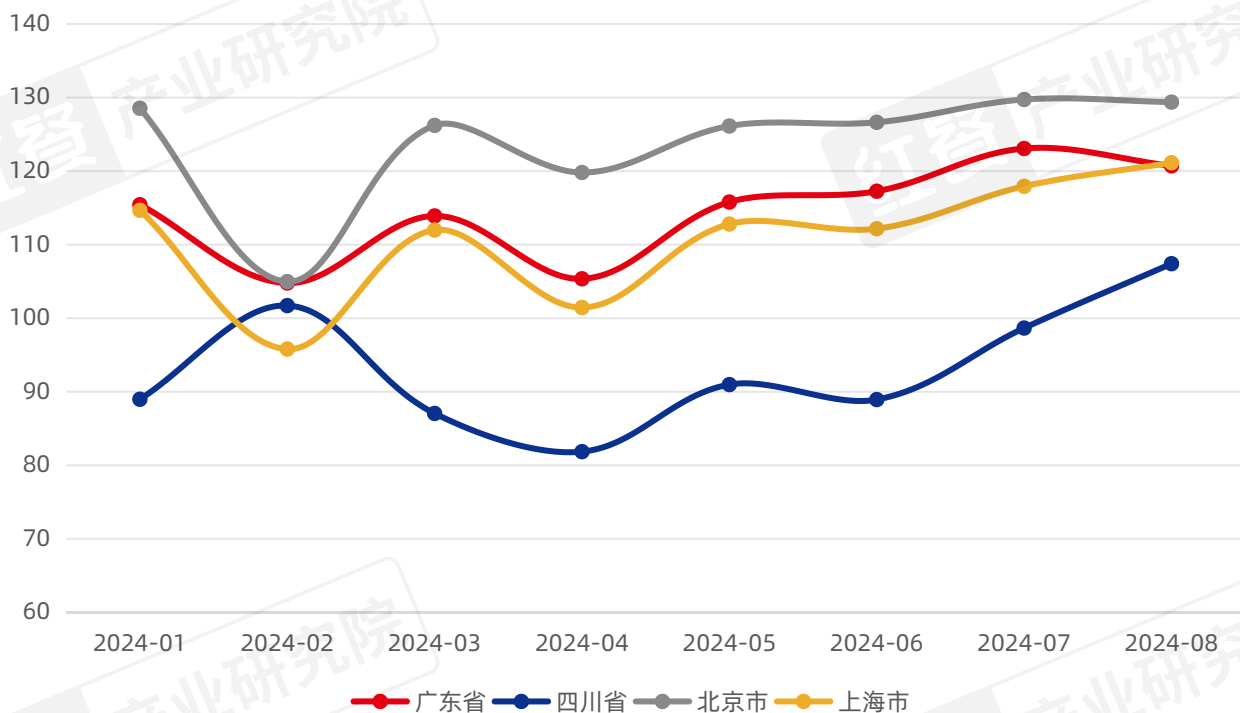
重点区域景气指数

2024年8月，我国餐饮行业呈现区域分化趋势。其中，四川与上海的餐饮行业景气指数持续上扬，但增速有所减缓；相比之下，广东与北京的景气指数则呈现下滑态势。

具体而言，四川餐饮市场得益于文旅消费的显著增长，其餐饮景气指数从7月的98.7持续增长至8月的107.4，环比增长8.9%，增速较上月放缓2.1个百分点。上海则通过举办“上海之夏”等促消费活动，有效提振了餐饮市场，景气指数从7月的117.9增长至8月的121.2，环比增长2.7%，增速较上月放缓2.4个百分点，整体市场呈现企稳态势。

相较之下，广东与北京的8月餐饮景气指数则有所下滑。广东8月的餐饮景气指数为120.7，环比下降1.9%；北京为129.4，环比下降0.3%。两地的餐饮市场竞争异常激烈，新品牌涌现和老品牌转型使得市场竞争趋于白热化，加之宏观经济、政策调整及消费者需求变化等多重因素也对两地餐饮市场产生了较大的影响，导致市场表现相对疲软。

2024年1月至2024年8月重点区域餐饮行业景气指数走势图



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年8月31日

重点品类：品类景气度增速趋缓，烤串品类开始承压

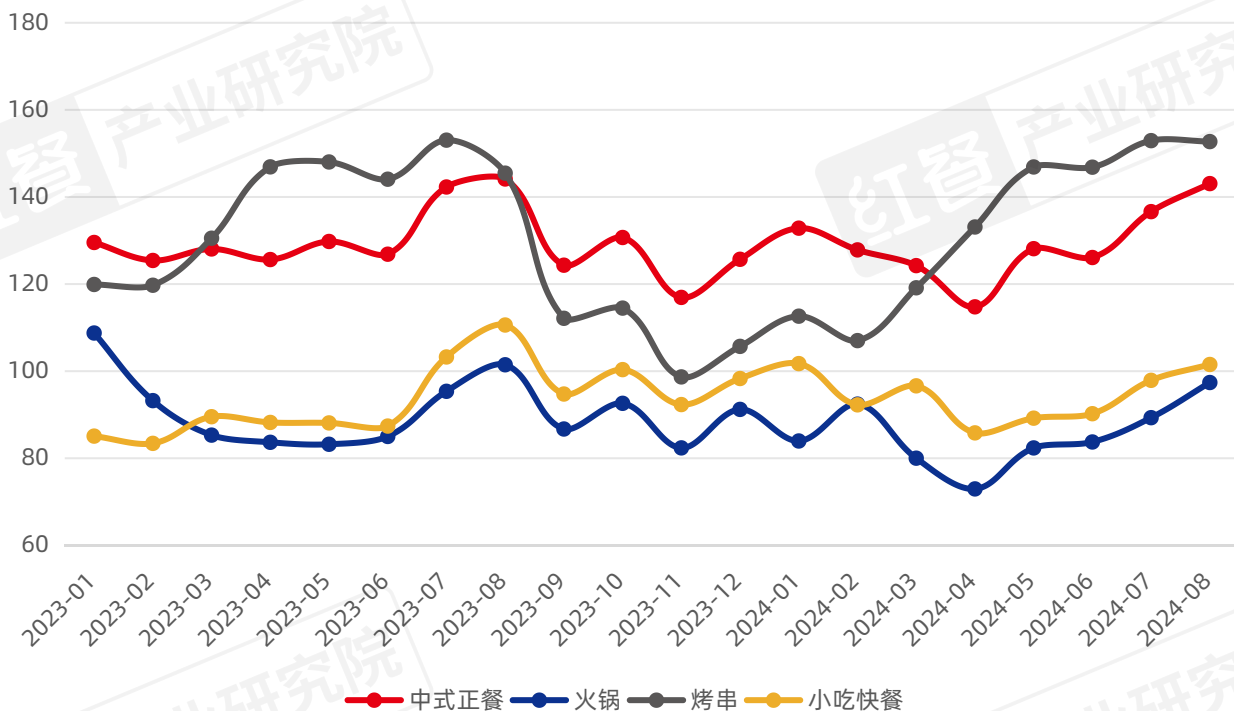
重点品类景气指数

2024年8月，中式正餐、火锅与小吃快餐三大餐饮赛道的景气指数持续攀升，但增速有所放缓；相比之下，烤串品类在经历7月的小高峰后，景气指数开始呈现下滑态势。

具体而言，中式正餐8月景气指数攀升至143.1，环比增长4.7%，但增速较7月下降了3.6个百分点。火锅品类则凭借社交餐饮的热门地位，通过产品创新和口味调整，成功吸引了大批消费者，8月景气指数环比增长9.0%，达到97.4。

小吃快餐品类8月景气指数稳步增至101.5，环比增长3.7%，产品创新、服务升级及营销策略的多样化进一步推动了其市场渗透率的提升。而烤串品类8月景气指数略降至152.7，环比下降0.1%，显示出夏季热门美食的地位虽稳固，但面对激烈的市场竞争和消费者偏好的快速变化，烤串品类也面临着一定的市场压力。

2023年1月至2024年8月重点品类景气指数走势图



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年8月31日

02

产品上新：

**茶饮、面包烘焙、火锅产品
稳步上新，咖饮产品上新开
始减速**

茶饮：奶茶新品数量增速加快，花果融合成为上新新趋势

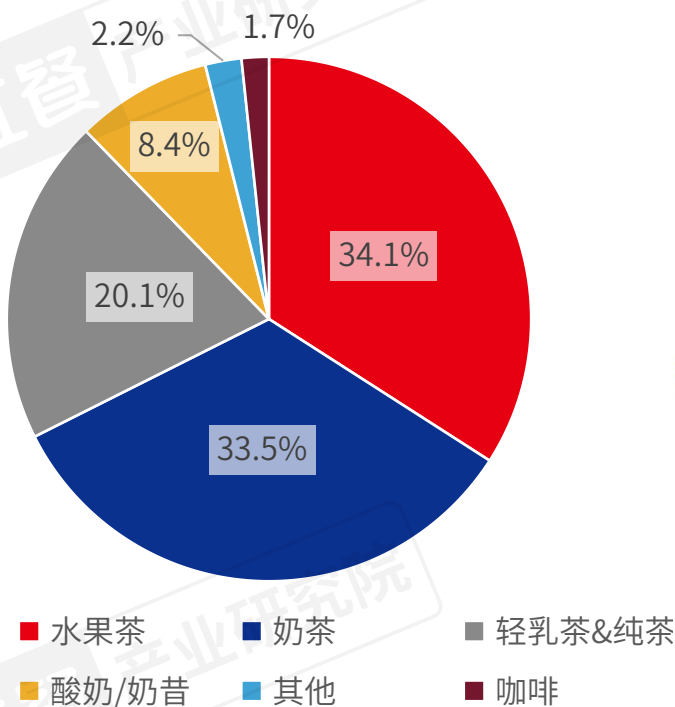
2024年9月，在红餐产业研究院监测的连锁茶饮品牌中，有44个连锁茶饮品牌共推出了179款新品，环比增长14.0%。从产品的细分种类来看，当月茶饮新品涵盖的种类有水果茶类、奶茶类、轻乳茶/纯茶类、酸奶/奶昔类、咖啡类及其他类。

其中，新品最多的细分种类为水果茶类，9月共推出了61款新品，占茶饮新品的34.1%，环比下降13.1%。其次，9月奶茶类新品数量增长速度最快，新品数量共计60款，环比增长51.7%；轻乳茶/纯茶类新品数量为36款，环比增长41.7%。9月的酸奶/奶昔类的新品数量则相对较少，占比仅为8.4%，咖啡类新品占比不足2%。

从新品的元素来看，当月茶饮品牌上新的热门元素主要集中在花卉和时令水果上。各大茶饮品牌纷纷推出融合桂花、茉莉等花卉元素及时令鲜果（如桃子、椰子、石榴、龙眼、芒果等）的新品，如古茗茶饮推出了龙眼桂花饮、7分甜推出了满杯馥桂龙眼、1点点推出了15颗龙眼茉莉绿等新品。

此外，芋泥、抹茶等元素也呈现出上升趋势。例如，茶百道推出的超厚芋泥奶茶、超厚芋泥奶绿、超厚芋泥鲜奶等芋泥新品系列，书亦烧仙草推出的中国抹茶·珍珠牛乳、中国抹茶·厚芋麻薯、抹茶红豆双皮奶等抹茶新品系列。

2024年9月部分茶饮品牌产品上新情况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年9月30日

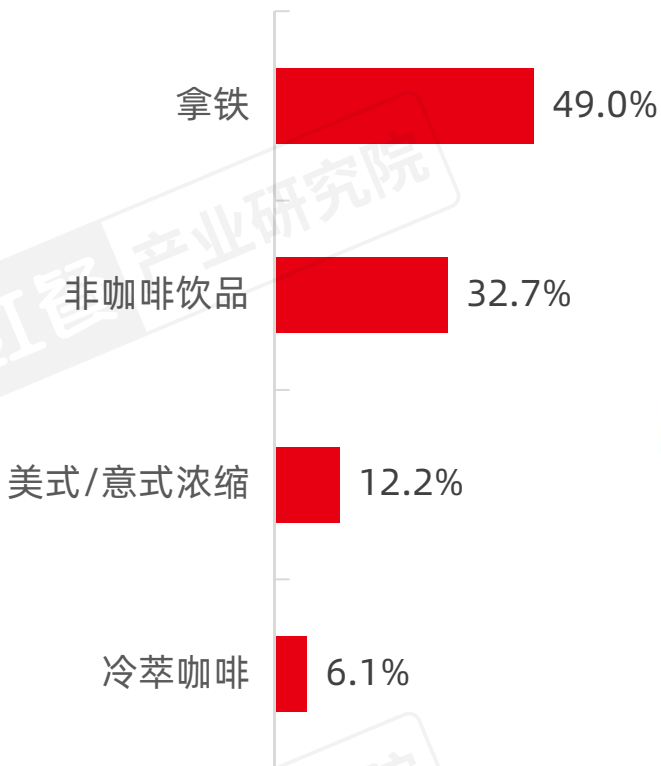
咖饮：品牌上新速度趋缓，新品聚焦时令元素

2024年9月，在红餐产业研究院监测的连锁咖饮品牌中，有12个连锁咖饮品牌共推出了49款新品，环比下降16.9%。从产品的细分种类来看，当月咖饮新品涵盖的种类有拿铁类、非咖啡饮品类、美式/意式浓缩类、冷萃咖啡类4种类型。

其中，拿铁类推出的新品数量最多，9月推出了24款新品，占咖饮品牌新品总量的49.0%，其次是非咖啡饮品类新品，该类别在9月共推出了16款新品，占新品总数的32.7%。还有美式/意式浓缩类，推出了6款，占新品总数的12.2%，冷萃咖啡类新品相对较少，占比不足7%。

从当月上新的咖啡产品中可以看出，上新的咖啡产品大部分聚焦在桂花、酒酿、雪梨、龙眼等时令元素上。比如，邮局咖啡推出了桂花酒酿拿铁和富桂拿铁、库迪咖啡推出了富桂酒酿米乳拿铁、NOWWA挪瓦咖啡推出了秋月梨茶拿铁等新品。

2024年9月部分咖饮品牌产品上新情况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年9月30日

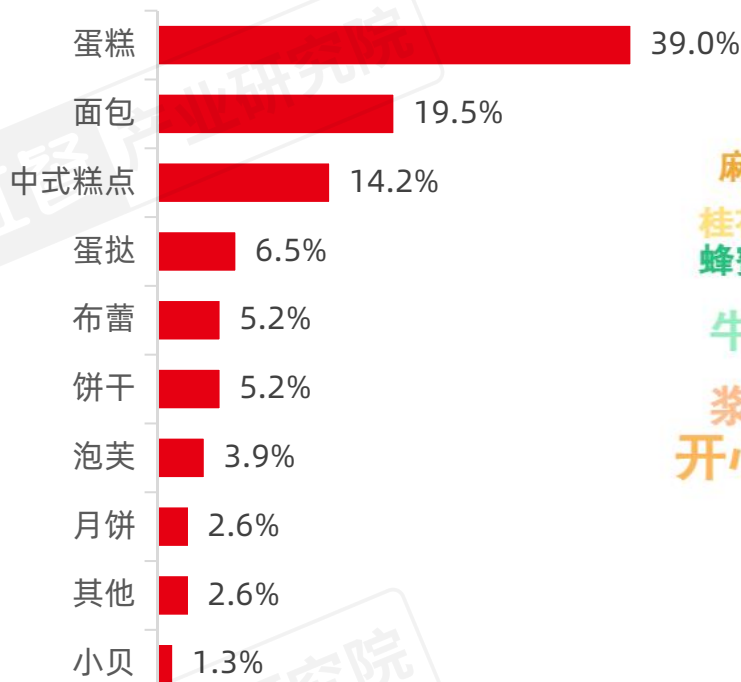
面包烘焙：上新数量与8月持平，中秋节后中式糕点热度有所下降

2024年9月，在红餐产业研究院监测的面包烘焙品牌中，有16个连锁面包烘焙品牌共推出了77款新品，与8月持平。从新品的细分种类来看，当月面包烘焙新品涵盖的种类较丰富，有蛋糕类、面包类、中式糕点类、蛋挞类、饼干类、布蕾类、泡芙类、月饼类、小贝类等10种类型。

其中，蛋糕类推出的新品数量最多，9月推出了30款，占面包烘焙新品总量的39.0%，环比增长66.7%。其次是面包类，其新品数量相较8月有所增加，共上架15款新品，占新品总数的19.5%。中式糕点类新品数量较上月有所减少，占新品总数的14.2%。除此之外，蛋挞、饼干、布蕾和泡芙类等上新数量相对较少，占比均不足10%。

在9月的面包烘焙新品元素中，乳酪和芝士成为最热门元素。此外，时令水果也有一定的热度，例如，美心西饼推出Emo奇双莓蛋糕、Emo奇芒果蛋糕、吃瓜星球蜜瓜慕斯蛋糕、超芒星球芒果慕斯蛋糕、莓好星球草莓慕斯蛋糕等新品；KUMO KUMO推出了沁爽青柠奶冻芝士布蕾、多肉葡萄奶冻芝士布蕾等新品。

2024年9月部分面包烘焙品牌产品上新情况



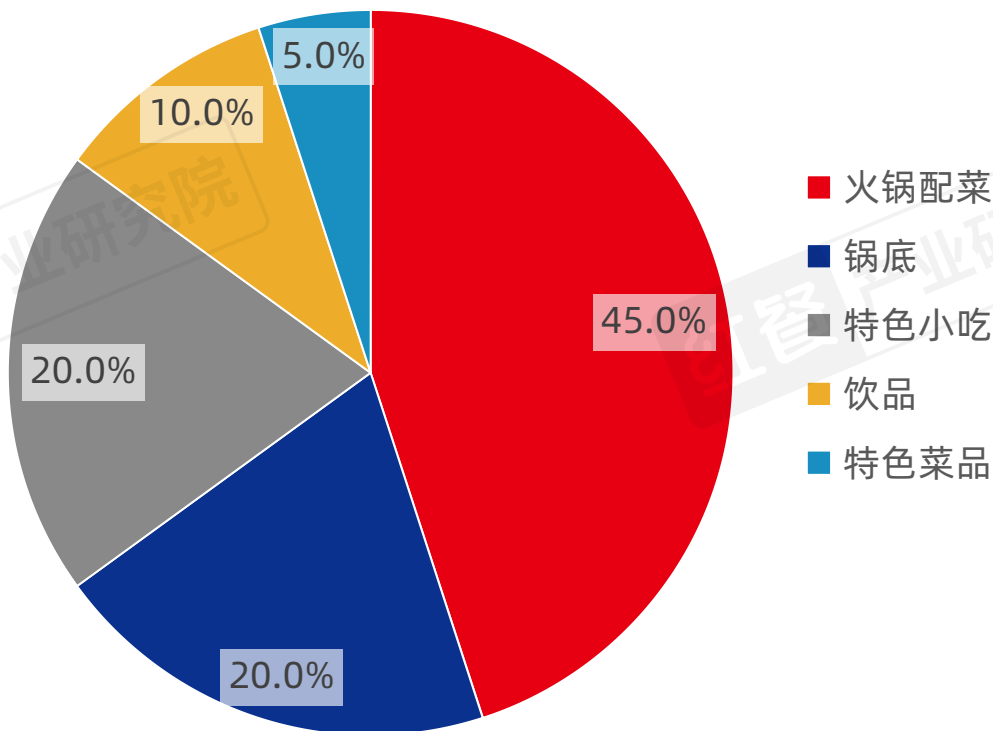
火锅：产品上新速度企稳，新品聚焦火锅配菜、锅底、特色小吃三大类

2024年9月，在红餐产业研究院监测的火锅品牌中，有9个连锁火锅品牌共推出了20款新品，较上月的火锅新品数量增加了17.6%。从新品的细分种类来看，当月火锅新品涵盖的种类有火锅配菜、锅底、特色小吃、饮品和特色菜品。

其中，火锅配菜的新品数量最多，共9款，占火锅新品总数的45.0%。比如海底捞推出了呼伦贝尔草原肥牛卷、呼伦贝尔虫草花肥牛卷等新品；怂火锅推出了嫩滑黑鱼片、四川三青青笋、云南牛奶甜玉米等新品。

其次，锅底和特色小吃的数量也较多，占比均为20.0%。比如，巴奴毛肚火锅推出了黄柿子酸汤锅底；珮姐重庆火锅推出了菌汤鸳鸯锅锅底；怂火锅推出了炸包浆豆腐、香炸小肠等特色小吃。

2024年9月部分火锅品牌产品上新情况



红餐 产业研究院

红餐 产业研究院

03

红餐 产业研究院

红餐 产业研究院

开店情况：

国内品牌扩张势头不减，海外品牌持续入驻中国市场

红餐 产业研究院

红餐 产业研究院

红餐 产业研究院

红餐 产业研究院

开店情况：国内品牌扩张势头不减，海外品牌持续入驻中国市场

2024年9月，不少国内餐饮品牌仍在积极扩张，不断开拓市场，同时也有部分海外品牌进驻中国。

国内品牌具体拓店情况如下：

- 9月6日，7分甜首家“杨枝甘露专门店”在上海长宁龙之梦开业，仅售3款15~20元的杨枝甘露产品。据了解，7分甜的杨枝甘露专门店强调“新鲜与手作”的理念，采用明档吧台，在顾客面前现切现做。
- 9月9日，海底捞旗下烤肉品牌焰请烤肉铺子在杭州开设了首家门店。据了解，焰请烤肉铺子是海底捞内部创业孵化的时尚烤肉品牌，致力于打造年轻人喜爱的烤肉品牌，目前该品牌已在西安、义乌、南京、杭州等城市开出了门店。
- 9月13日，珮姐重庆火锅深圳首家社区店——八卦岭社区店正式试营业。该店主打非遗传承的火锅锅底，搭配特色小土碗盛装食材。该店开业标志着珮姐在深圳市场的进一步拓展。
- 9月15日，纽约贝果博物馆北京首店在北京国贸商城开业。据了解，该品牌旨在打造美国博物馆风格的贝果坊，店内精选美国红磨坊面粉和日本鸟越哥磨面粉制作贝果，主推贝果三明治和贝果系列。
- 9月15日，费大厨西安首店开业。据悉，该店试营业四天就登上了西安湘菜热门榜第一。红餐大数据显示，费大厨辣椒炒肉2003年创建于湖南，目前其直营门店数覆盖北京、上海、广州、深圳、杭州、苏州以及湖南等区域。
- 9月19日，中式快餐连锁品牌老乡鸡首家校园店在武汉大学开业，标志着其正式进军高校市场。老乡鸡方面表示，未来还会开设更多校园店。此外，据紫燕食品紫燕百味鸡消息，紫燕百味鸡近期也在积极推进“大学城区域扩张计划”，并计划连续开设20家新店。
- 9月28日，“爷爷不泡茶”北京首店在朝阳大悦城开业。之后，爷爷不泡茶首批共10家门店将陆续在北京各大核心商圈开业。据悉，该品牌是来自武汉的新中式香片茶饮品牌，目前门店遍布江苏、江西、湖南、浙江、山东等多个省份。

开店情况：国内品牌扩张势头不减，海外品牌持续入驻中国市场

- 9月28日，苏州首批3家茶颜悦色正式开业。据悉，苏州首批开业的3家门店分别位于姑苏区观前街、仁恒仓街和园区星悦汇。店内除了经典茶饮作品，还带来了品类丰富的周边产品，包括茶叶、茶具和其他文创周边等。
- 9月28日，霸王茶姬在香港九龙核心商场K11开设了首家门店，店内推出6款产品，包括伯牙绝弦、万里木兰等，售价在28~34港元(约合人民币25~30元)，略高于内地水平，其余产品将陆续上线。

国际品牌具体拓店情况如下：

- 9月2日，华南必胜客第500家店在广州荔湾区1906科技园扬韬广场隆重开业。据了解，该餐厅是华南首家城市露营风主题餐厅，并与广州市林业和园林科学研究院合作，共同创建了“必胜芳香花园”。
- 9月21日，荣获“日本汉堡锦标赛2022冠军”的东京汉堡品牌SHOGUN BURGER中国首店在上海西岸中环开业。据了解，该店融合了日式时尚街头文化与汉堡文化，主打以板前料理方式手作的和牛汉堡。目前该品牌在日本拥有18家门店，2023年进军全球市场，上海首店成为其全球第19家门店。
- 9月22日，来自日本京都的双冠军咖啡Unir SPECIALTY COFFEE中国首店在上海西岸中环正式启幕。作为精品咖啡品牌，Unir以其独特的咖啡豆烘焙技术和发酵方法闻名。据了解，门店装修风格偏日系风，饮品主要有意式咖啡、单品咖啡、特调饮品等，人均消费约为45元。

红餐 产业研究院

红餐 产业研究院

04

红餐

红餐

**融资上市：
9月餐饮领域融资事件数增加，IPO新动向较少**

红餐

红餐

红餐 产业研究院

红餐 产业研究院

融资上市：9月餐饮领域融资事件数增加，IPO新动向较少

9月，餐饮领域融资事件总数有所增加，但餐饮领域上下游相关企业或品牌传出的IPO新动向相对较少。

融资方面，9月录得融资事件数9起，披露融资金额超8千万元。从细分领域来看，9月获得融资的品牌或企业主要来自食材供应链、餐饮服务商、调味料和餐饮品牌4个领域，其中餐饮品牌融资事件共3起。在餐饮品牌融资动态中，2024年9月获得融资的餐饮品牌分别聚焦于中式正餐、小吃快餐及饮品赛道。

另外，从融资轮次看，9月餐饮相关领域的融资主要发生在天使轮和A轮。披露融资金额方面，9月餐饮相关领域的融资事件中，披露融资金额主要以千万元为主。

2024年9月全国餐饮领域融资情况

品牌名称	类别	融资轮次	融资金额	投资方
合一食品	食材供应链	A轮	近1,000万加元（约合5,000万元人民币）	凯尔特亚洲创投、红河投资公司
姜小溪兰州牛肉面	餐饮品牌	A轮	1,200万元人民币	森领机构
稻黍稷餐饮	餐饮服务商	天使轮	未披露	内向基金
麦联谷食品	餐饮服务商	A轮	未披露	晟道投资
谷多餐饮	餐饮服务商	天使轮	未披露	晟道投资
泽昇餐饮	餐饮服务商	天使轮	2,580万元人民币	未披露
二和嫁嫁	调味料	A轮	未披露	江夏科投
眉州东坡	餐饮品牌	天使轮	未披露	黑峪投资
NOWWA挪瓦咖啡	餐饮品牌	B++轮	未披露	甬山天玑、盛景嘉成母基金、源星资本

注：如有信息遗漏或信息错误，欢迎勘误

资料来源：企查查、红餐大数据，数据统计时间截至2024年9月30日

红餐 产业研究院

红餐 产业研究院

05

红餐

红餐

餐企大动作与行业大事件

红餐 产业研究院

红餐 产业研究院

红餐 产业研究院

红餐 产业研究院

餐企大动作与行业大事件

红餐产业研究院综合各个信息渠道，整理出2024年9月值得关注的餐企动向以及行业大事件，详情如下：

- 9月2日，墨茉点心局在公众号宣布，联手自然造物开出新地标「地道长沙民艺馆」。据悉，该店是以湖湘文化为主题的非遗生活空间，设有点心区、民艺好礼区、民艺体验区和沉浸式戏台，用于展示丰富多彩的长沙非遗和民间手工艺。
- 9月3日，沪上阿姨的咖啡品牌“沪咖”将正式独立运营并开放加盟，定价区间为10~15元，略低于主品牌沪上阿姨。随着沪咖独立，沪上阿姨旗下饮品品牌将增至3个，进一步丰富其市场布局。
- 9月3日，2025成都米其林指南发布，这是米其林指南进驻成都的第四年。2025成都米其林指南共73家餐厅上榜，含2家二星、11家一星、23家必比登及37家入选餐厅。其中，谧寻茶室荣获米其林绿星殊荣，彰显环保餐饮新风尚。此外，榜单还新增了5家必比登推介与5家特色入选餐厅。
- 9月4日，吉林麦当劳与吉林省商务厅签署战略合作框架协议，未来三年将在吉林省新开100家餐厅，总投资额达10亿元。据悉，自1999年首店入驻长春以来，麦当劳已拓展至吉林省内16个城市，年服务顾客超千万人次。预计到2027年底，全省麦当劳餐厅总数将突破170家。
- 9月6日，霸王茶姬宣布其“无声门店”进行全面升级，门店增设盲文标识、手写板、轮椅通道等无障碍设施，并强化手语服务培训，旨在为听障员工创造更多就业机会的同时，也极大地提升了对包括视力障碍及行动障碍顾客在内的多元化群体的服务能力。目前，升级后的“无声门店”已在上海、广州开业，并将继续在全国其他城市推广。
- 9月8日，茶百道最新门店补贴计划显示，茶百道将继续以物料补贴形式重点扶持位于核心商圈、区域商圈及旅游景点等优质地段的加盟门店，补贴力度最高可达门店当月原物料进货金额的15%，该政策将持续执行至2024年年底。
- 9月9日，饿了么推出“学生版”App，为包括“清北复交”在内的全国5,000余所高等院校的学生提供配送入校、宿舍直送、校园食堂外卖等特色服务。饿了么方面强调，此举旨在通过提供定制化服务及多项学生专属优惠，如“超级吃货卡”券包、开学限时红包等，进一步优化学生用户的外卖和零售消费体验。

餐企大动作与行业大事件

- 9月11日，星巴克中国进军茶饮赛道，小程序上线了“茶开朵朵”3款饮品，包括一款牛乳茶与两款茶拿铁。作为“专星送”时空系列新品，饮品内置茶包，通过精准的时间控制实现沿途浸泡，不仅符合外卖的送达规律，也是在迎合中国消费者“茶需现泡”的消费心理。
- 9月12日，小龙坎宣布正式启动“913牛肉节，全场牛肉9块9”的活动，并在抖音、美团、大众点评等多个平台推出优惠套餐。据悉，小龙坎自2014年成立后迅速扩张，红餐大数据显示，目前全国门店数有500多家。
- 9月11日，湖北周黑鸭发生工商变更，注册资本由1.5亿人民币增至约3.64亿人民币，增幅约142.67%。据悉，该企业成立于2015年7月，业务范围包括食品技术研发、调料研发、散装及预包装食品批发等。股东信息显示，该公司由周黑鸭控股（香港）有限公司全资持股。
- 9月14日，2024北京餐饮品牌大会发布了《2024北京餐饮业观察报告》（以下简称《报告》）。《报告》显示，北京市2024年上半年餐饮业注册量缩减至4,842家，同比减少15.67%，平均每天新开餐厅数量约为26.5家，小吃快餐、饮品及火锅类门店数量占据市场主导地位。
- 9月19日，必胜客与美团无人机正式携手合作，在深圳地区启动无人机配送服务，打造首个“上天的披萨”品牌，初期试点覆盖深圳海雅缤纷城店与壹城中心店，主打6寸及9寸经典披萨，并推出定制化单人及多人套餐。
- 9月21日，国际食品商亿滋国际宣布将大幅追加对中国烘焙食品制造商恩喜村（上海）实业有限公司（简称“恩喜村”）的股权投资，重点增加冷冻烘焙食品品类的投资。据悉，双方此前已合作开发、生产、营销“奥利奥”和“菲力”等品牌冷冻烘焙食品。
- 9月20日，霸王茶姬成为2024中国网球公开赛独家合作伙伴，首开现制茶饮品牌与中网合作先河。双方将共同推广网球运动，传递健康茶饮新理念。据悉，此前霸王茶姬于同年4月宣布中国网球运动员郑钦文成为其品牌健康大使，并在中网期间和国家网球中心设主题快闪店，同时在北京多家门店设“友间网球场”互动空间。
- 9月22日，卤味品牌绝味食品在长沙部分门店上线奶茶业务，并推出11.9元三杯奶茶的特惠活动。据悉，此举旨在采取市场多元化策略寻求新的增长点，目前，长沙地区仅少数门店上线该业务。

餐企大动作与行业大事件

- 9月23-26日，第四届中国餐饮品牌节在广州举行，超万名专业观众到场。中国餐饮品牌节以“聚力·共好”为主题，汇聚130余位行业大咖，通过56场专业演讲、12场圆桌对话及辩论赛，以及6大专题论坛，深度探讨餐饮行业发展。期间，第六届中国餐饮红鹰奖与2024年度餐饮红人榜揭晓，共400个餐饮品牌与92位行业红人获奖。同时还发布了5份行业研究报告，并特设6场聚焦餐饮产业趋势的沙龙及发布会。此外，“2024HCC餐博会”上，有31省市及境外专业观众到场，超百家展商参展，推动餐饮品牌深度合作与行业健康发展。
- 9月26日，据农业农村部监测显示，全国农产品批发市场牛肉61.51元/公斤，连续11个月下跌至近5年最低，活牛价格也跌至近10年最低。面对牛肉价格低位运行及肉牛养殖效益大幅下滑的现状，农业农村部表示将加速制定并实施专项纾困政策措施。
- 9月28日，超市发在玉泉路和华光商厦同时开出海淀食堂。据了解，超市发依托自身店铺位置与资源优势，创新融合“超市购物+海淀食堂+便民服务”模式，旨在为海淀百姓提供一日三餐及生活食材的全方位服务升级，打造“全龄友好”助餐服务体系。

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9月整月

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，所有权为原著作者所有。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：艾广成，蔡湘湘

感谢观看

研究报告合作请联系 张经理 199 6625 2467



扫描二维码添加好友