

餐饮行业 产品上新报告（1月）

摘要

- 为洞悉餐饮行业产品上新发展趋势，红餐产业研究院选取了餐饮行业具有代表性的六个细分品类作为监测对象，包括西式快餐、粉面、茶饮、咖饮、面包烘焙、火锅这六大品类，对它们的新品情况进行整理分析。本报告从产品的上新总体情况、各品类新品的细分类别、各品类新品的创新点等角度，综合剖析了西式快餐、粉面、茶饮、咖饮、火锅、面包烘焙这六大品类新品的发展现状，旨在为餐饮行业从业者、投资人、消费者等提供参考
- 全文部分亮点如下：



2025年1月，红餐产业研究院对西式快餐、粉面、茶饮、咖饮、火锅、面包烘焙这六大赛道的品牌上新情况进行监测，监测品牌样本量共329个，其中有150个品牌推出新品，占监测品牌样本量的45.6%。具体来看，1月临近春节，新品推出速度相较于2024年12月有所放缓，西式快餐、粉面、茶饮、咖饮、面包烘焙、火锅品类的新品数量总共为530个，环比下滑39.0%



从西式快餐品类新品的细分种类来看，社交属性、休闲属性较强的比萨类、甜点甜品类、小食类的新品数量较多，占比分别达20.5%、19.3%、18.2%；从堡卷类、比萨类、炸鸡鸡排类以及小食类的新品创新点来看，新品创新主要集中在馅料和风味方面，占比均达到37.2%。而粉面品类品牌主要打造以慢火现熬汤底为特点的汤粉/面类新品，占比为35.7%。从汤粉/面、拌粉/面类新品创新点的分布情况来看，浇头创新依然是品牌的主要发力点，占比达50.0%



茶饮品类新品的细分类别包含奶茶、水果茶、酸奶/奶昔等7种，其中，奶茶新品占比超4成。从创新点来看，小料、茶基底、奶基底是茶饮品牌重点创新内容，其中，绿茶和生乳及乳制品的应用最为广泛，绿茶占茶基底的51.4%，生乳及乳制品占奶基底的92.0%。而咖饮品类新品中，拿铁类新品最多，占新品总量的60.3%。从创新点来看，咖饮品牌主要聚焦咖啡液与奶基底创新，青睐不同产区的咖啡豆和高价值的生乳及乳制品，以此打造具有差异化的咖饮新品



面包烘焙品牌的新品涵盖种类较丰富，有蛋糕类、面包类、中式糕点类等9种类型。其中，蛋糕类新品数量最多，1月推出了73款，占面包烘焙新品总数的52.9%。而火锅品类新品中，火锅配菜数量最多，共计11款新品，占火锅新品总数的35.5%。此外，也有较多火锅品牌重视甜品、饮品与火锅的搭配，甜品、饮品类新品数量占比分别为25.8%、12.9%

目录

01

整体上新概况：2025年1月六大品类的新品数量共530款，环比下降39.0%

02

细分品类上新情况：产品融合化趋势凸显，新品聚焦原材料、风味双重升级

01

整体上新概况：2025年1月六大品类的新品数量共530款，环比下降39.0%

1月监测品牌中有150个品牌推出新品，春节期间上新速度整体放缓

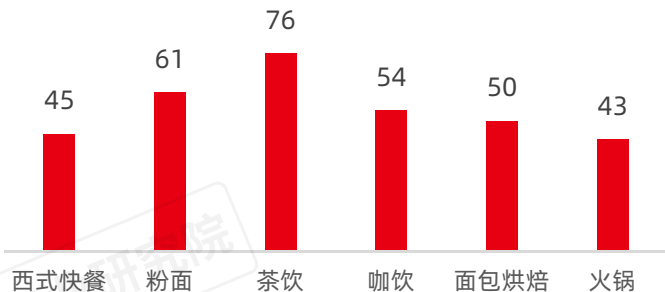
- 红餐产业研究院对新品监测的范畴包括西式快餐、粉面、茶饮、咖饮、面包烘焙、火锅这六大赛道，监测品牌样本量共329个，2025年1月共有150个品牌推出新品，占监测品牌样本量的45.6%
- 相较于2024年12月，2025年1月六大品类的上新品牌数量均呈现下降趋势。其中，粉面和火锅品牌数量下降较为明显，粉面上新品牌数为15个，环比下降46.5%；火锅上新品牌数为12个，环比降幅达40.0%

2025年1月监测品牌样本量
共有329个

2025年1月上新品牌数量
共有150个，占比为45.6%

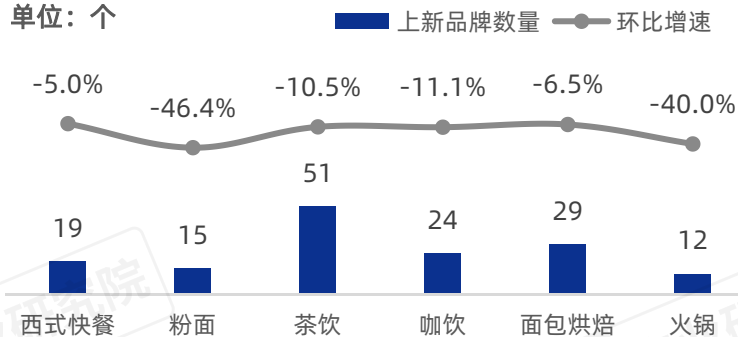
2025年1月六大细分品类
监测品牌样本量概况

单位：个



2025年1月六大细分品类
上新品牌数及环比增速

单位：个



资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

部分品类新品数量降幅明显，茶饮、面包烘焙新品数量领先

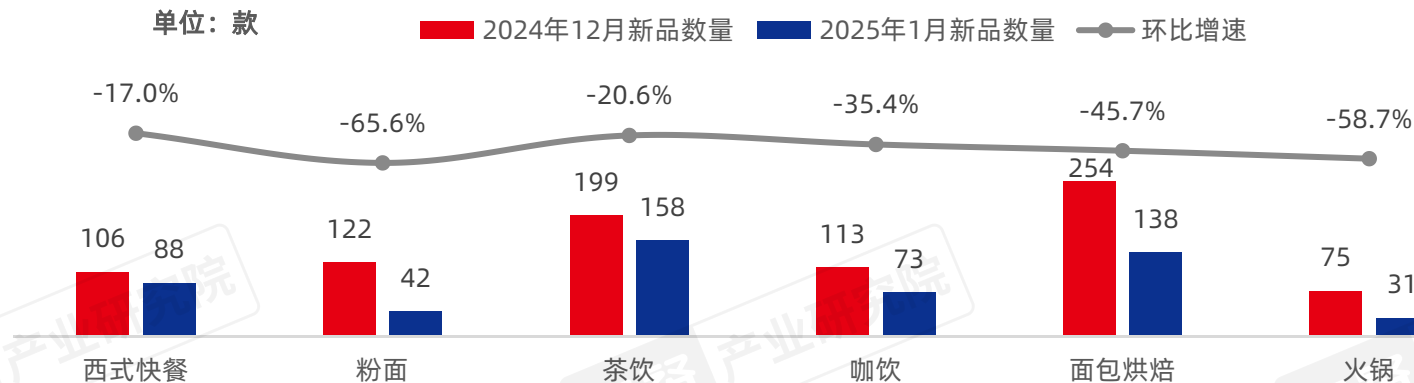
- 2025年1月临近春节，监测品牌的新品推出速度相较于2024年12月有所放缓。西式快餐、粉面、茶饮、咖饮、面包烘焙、火锅这六个品类的新品数量总共为530款，环比下滑39.0%
- 具体来看，六个品类的新品数量均有不同程度的下滑。其中，粉面品类的新品数量下降最多，环比降幅达65.6%；其次是火锅品类，推出了31款新品，环比下降58.7%。而茶饮、面包烘焙品类产品上新速度也有所下降，但其新品数量在一众品类中相对较多

2024年12月
六大品类新品总数为
869款

2025年1月
六大品类新品总数为
530款

环比增速
-39.0%

2024年12月至2025年1月六大细分品类新品数量及环比增速



资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

1月新品类别丰富多元，创新点、成分元素各有亮点

- 红餐产业研究院为了解餐饮行业新品发展趋势，结合细分品类产品特点，对不同的品类新品设计了相应的监测维度，从新品细分类别、创新点、成分元素等维度进行整理分析，综合剖析了西式快餐、粉面、茶饮、咖饮、面包烘焙、火锅这六大品类的产品上新情况
- 西式快餐、粉面、茶饮、咖饮、面包烘焙、火锅品类的上新情况主要围绕在产品细分类别、创新点、成分元素展开。与2024年12月相比，2025年1月六大品类的新品在各方面表现不俗，各有亮点。比如，六大品类的产品融合化趋势加深、食材和风味不断升级、顺应健康养生趋势等

2025年1月六大细分品类新品监测部分重点维度

重点维度	西式快餐	粉面	茶饮	咖饮	面包烘焙	火锅
新品细分类别	比萨类、甜点甜品类、小食类、现制饮品类、堡卷类、炸鸡鸡排类、面/饭/汤/轻食类、特色菜品类、其他类	汤粉/面类、特色餐品类、小吃类、饮品甜点类、饭/粥/汤类、拌粉/面类、炒粉/面类	奶茶类、水果茶类、酸奶/奶昔类、轻乳茶类、纯茶类、咖啡类	拿铁类、美式/意式浓缩类、摩卡类、澳白/馥芮白/澳瑞白类、酒咖/酒饮类、特调以及其他类、茶饮类	蛋糕类、面包类、中式糕点类、蛋挞类、饼干类、麻薯类、泡芙类、小贝类、其他类	火锅配菜类、甜品类、饮品类、锅底类、特色小吃类、特色菜品类
新品创新点	✔	✔	✔	✔	—	—
新品成分元素	—	—	✔	✔	✔	—
新品价格	✔	✔	✔	✔	—	—
上新时间	✔	✔	✔	✔	✔	✔

资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

02

细分品类上新情况：产品融合化趋势凸显，新品聚焦原材料、风味双重升级

1月新品亮点突出，创新成分、产品特点有待突破

- 总体而言，品类融合、原料与风味升级是2025年1月新品的主要亮点。而在新品研发与创新方面，品牌1月新品借助春节元素进行产品创新，新品营销具有明显的季节性和场景局限性；同时，各赛道的产品创新存在同质化现象，各品牌不约而同使用热门食材、融入地域风味



品类融合满足多元需求

在各品类中，新品细分类别呈现出多样化的特点。餐饮市场竞争激烈，不同品类间的边界逐渐模糊，出现融合趋势，例如火锅品牌推出特色甜品、饮品，打破传统火锅单一菜品模式，为消费者提供更丰富用餐体验，推动新品细分类别多样化



原料与风味创新升级

在原料选择上，大量引入特色与优质食材。例如，选用特殊产地的咖啡豆、高品质肉类和海鲜等，提升产品品质和营养价值。口味方面，不断融合各地特色风味，创造出丰富多样的口感，给消费者带来全新的味觉享受

亮点总结 VS 存在问题

季节性与场景限制

许多新品借助时令水果或节日元素进行研发和推广，这使得产品具有明显的季节性和场景局限性。如西式快餐的春节主题甜点、面包烘焙的新年系列蛋糕，在节日过后需求可能面临大幅下降的情况



创新同质化现象

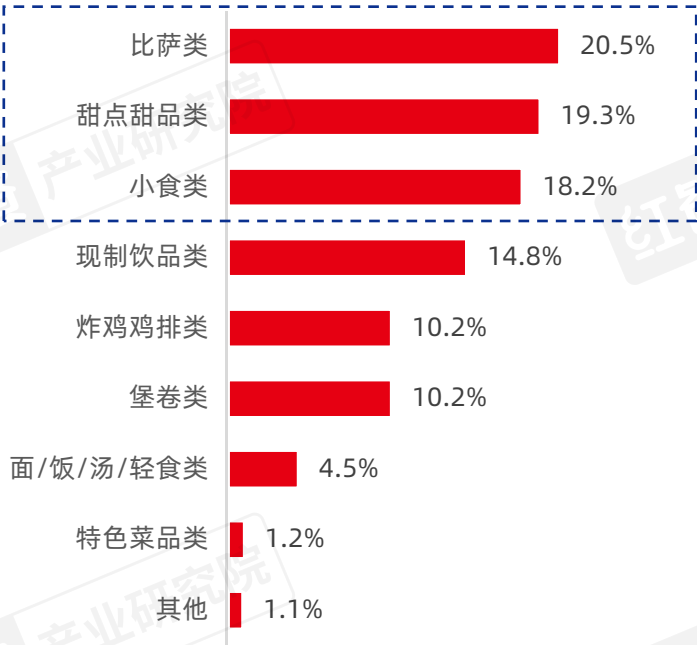
各品类在创新上存在同质化趋势。茶饮和咖饮在奶基底创新上，都聚焦生乳及乳制品，且多以“有机”“鲜”“轻”为卖点；西式快餐在馅料和风味创新时，部分品牌跟风使用热门地域风味，缺乏独特性，易使消费者产生审美疲劳，降低品牌辨识度



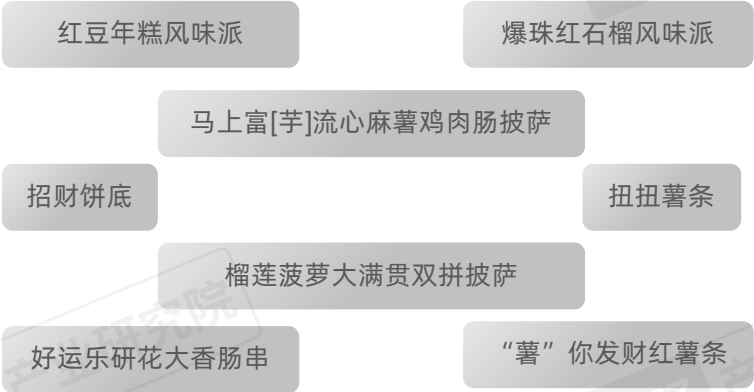
西式快餐：品牌热衷上新比萨类产品，春节主题甜品和小食受青睐

- 据红餐大数据，2025年1月有19个西式快餐品牌推出了88款新品。从新品的细分种类来看，当月新品涵盖的种类有堡卷、比萨、炸鸡鸡排、小食、现制饮品等9种类别
- 其中，社交属性、休闲属性较强的比萨类、甜点甜品类、小食类的新品数量较多，占比分别达20.5%、19.3%、18.2%；此外，特色菜品类的新品数量最少，占比仅有1%左右

2025年1月西式快餐样本品牌新品细分类别分布情况



为契合欢乐喜庆的节日氛围，迎合消费者节日聚会的需求，西式快餐品牌主要发力点锚定在社交属性较强的比萨类，以及重点推出带有春节主题的甜点甜品类和小食类新品



资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

馅料和风味创新并列，地域食材、多元风味成亮点

- 从堡卷类、比萨类、炸鸡鸡排类以及小食类的新品创新点来看，新品创新主要集中在馅料和风味方面，占比均达到37.2%
- 各大品牌纷纷借助热门食材提升馅料吸引力，融合特色地域食材进行风味创新。例如，乐凯撒披萨结合白虾、金枪鱼等推出了海底总动员披萨等；棒！约翰引入粤式豉汁风味推出了啫啫牛肉烟花鸡丝披萨等；汉堡王推出了果木风味的黄金烤鸡腿堡等

2025年1月西式快餐样本品牌产品上新情况

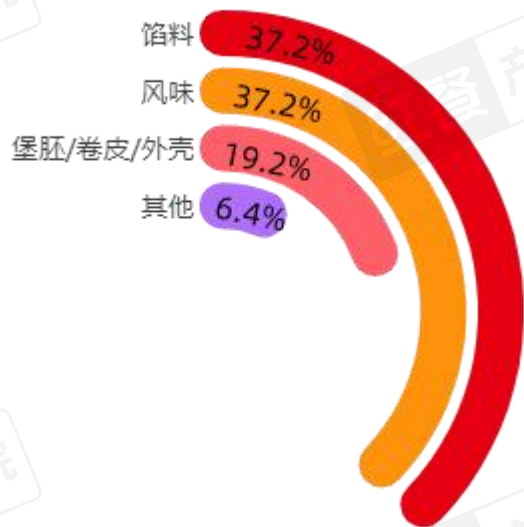
在馅料创新方面，西式快餐品牌纷纷加码食材升级，牛肉、虾类、鱼类等具有高蛋白、高价值感的食材在馅料的应用呈现上升趋势



风味创新主要聚焦在特色地域风味的应用，粤式豉汁、贵州酸汤、四川灯影牛肉、路易斯安那州等地域风味被挖掘。同时，风味创新多元化趋势加深，辣条、果木、谷物等新奇风味层出不穷



新品创新点分布情况



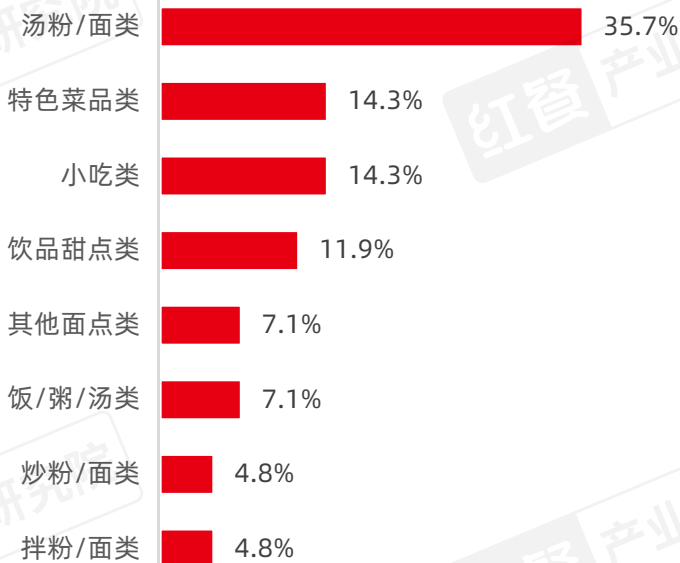
资料来源：红餐大数据、品牌官网，数据统计时间截至2025年1月31日

粉面：“现熬现煲”模式受青睐，品牌在浇头和汤底创新持续发力

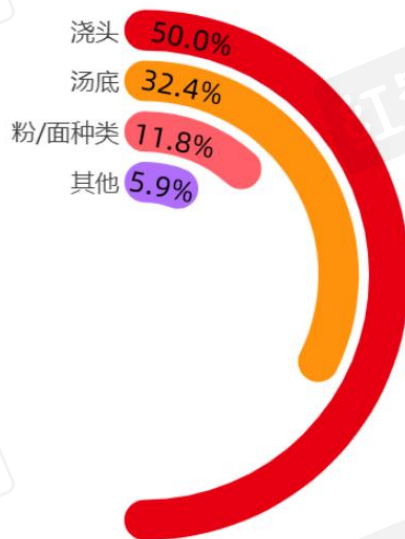
- 2025年1月，粉面新品涵盖的种类有汤粉/面类、拌粉/面类、炒粉/面类等8种类别。具体来看，为契合消费者对热汤暖食的需求，品牌主要打造以慢火现熬汤底为特点的汤粉/面类新品，该类新品数量占新品总数的35.7%。其次，新鲜现煲的特色菜品类和香辣下饭的小吃类新品也受到品牌青睐，占比均为14.3%
- 从汤粉/面、拌粉/面类新品创新点的分布情况来看，浇头创新依然是品牌的主要发力点，占比达50.0%；其次是汤底创新，该类型的新品占比为32.4%。例如，老碗会·陕西手工面结合陕北特色羊肉推出了陕北羊肉面片；姐弟俩土豆粉以现熬低嘌呤认证的老母鸡汤为亮点推出了好鱼多多酸菜土豆粉

2025年1月粉面样本品牌产品上新情况

新品细分类别分布情况



新品创新点分布情况



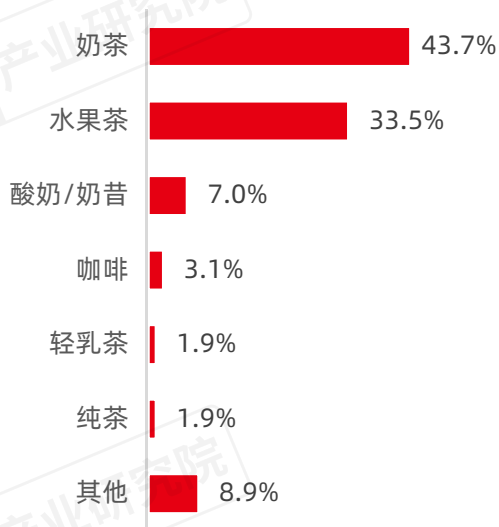
资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

茶饮：奶茶新品占比超4成，小料、茶基底、奶基底成创新重点

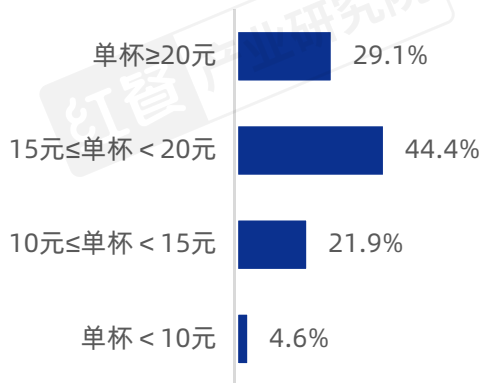
- 2025年1月，茶饮新品细分类别包含奶茶、水果茶、酸奶/奶昔等7种。其中，奶茶类新品最多，共计69款，占比为43.7%；水果茶类新品次之，数量为53款，占比33.5%
- 从价格分布来看，临近春节，1月茶饮品牌的新品价格整体小幅上移，主要集中在15元≤单杯<20元和单杯≥20元两个区间内，占比分别为44.4%和29.1%，而10元以下和10元≤单杯<15元的茶饮新品数量则相对较少，占比分别为4.6%和21.9%
- 从茶饮的创新点来看，小料、茶基底、奶基底是茶饮品牌重点创新部分，占比均超过50%，分别是84.2%、65.8%、54.4%

2025年1月茶饮样本品牌产品上新情况

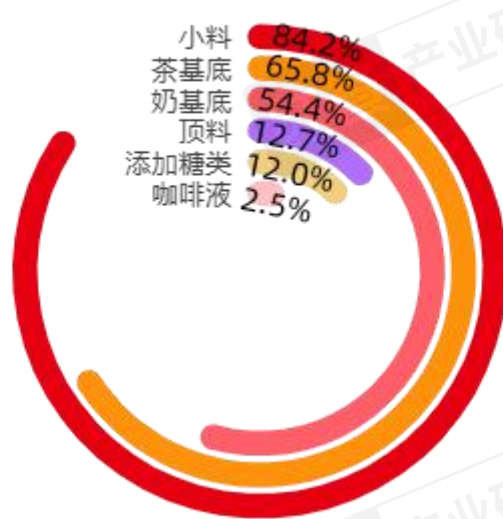
新品细分类别分布情况



新品价格分布情况



新品创新点分布情况



资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

常见茶叶品种应用广泛，地方茶叶品种被进一步发掘

- 据红餐大数据，2025年1月采用了茶基底的茶饮新品中，绿茶的使用最多，占比达51.4%；另外，乌龙茶、红茶的使用也较多，占比分别为18.3%、16.5%
- 在绿茶品种里，茶饮品牌更青睐茉莉绿茶，比如，沪上阿姨推出了红运蛇果奶绿；1點點推出了六窠香柠绿。此外，除常见茶叶品种外，地方茶叶品种也被茶饮品牌应用在新品中，例如，广西横州双瓣茉莉绿茶、武夷岩茶、广西梧州六堡茶、福建半发酵乌龙茶等

2025年1月茶饮样本品牌含茶基底新品中，不同茶基底的使用情况

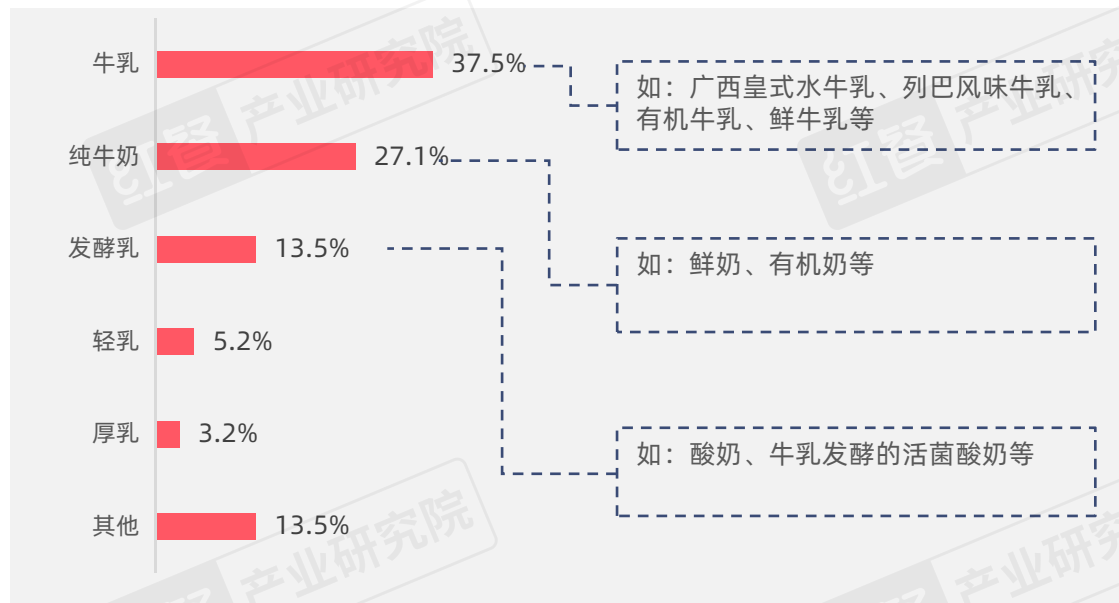
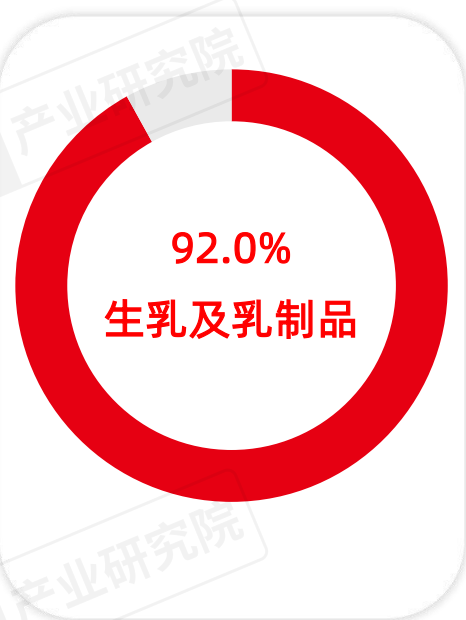


资料来源：红餐大数据、公开信息，数据统计时间截至2025年1月31日

生乳及乳制品断层领先，“有机”“鲜”“轻”成卖点

- 茶饮新品中的奶基底按细分类别可分为生乳及乳制品、植物基底乳、植脂末与脂质乳、其他。据红餐大数据，2025年1月，加入了奶基底的茶饮新品中，生乳及乳制品的数量最多，占比达92.0%；植物基底乳、植脂末与脂质乳等其他奶基底仅占8.0%
- 在生乳及乳制品的细分类别中，牛乳、牛奶、发酵乳的使用较多，占比分别为37.5%、27.1%、13.5%。“有机”“鲜”等健康、无添加的奶基底被茶饮品牌普遍应用在新品中；同时，具有地域特色的广西水牛乳和低脂、低糖的轻乳也被挖掘。整体而言，生乳及乳制品在茶饮的使用呈现多元化发展趋势

2025年1月茶饮样本品牌含奶基底新品中生乳及乳制品的使用情况



资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

水果、花卉元素解锁新奇搭配，养生元素热度上升

- 从茶饮新品的成分元素细分类别来看，2025年1月的新品元素主要集中在水果类和花卉类，分别占总数的58.2%和45.6%。从具体的成分元素来看，花卉类中的茉莉，以超高使用频率成为花卉类的佼佼者。各品牌利用花香搭配时令水果、茶叶，营造独特的风味。如茶百道推出了耙耙杠上花、草莓爆柠等新品；奈雪的茶推出了草莓米布宝藏茶、莓好未来小红瓶等新品
- 此外，契合健康养生需求，桃胶、燕窝、银耳、红枣、人参、茯苓等养生元素的应用呈现出明显的上升趋势。例如，Blueglass Yogurt推出了胶原蛋白肽桃胶燕窝银耳晚安饮系列产品，乐乐茶推出了润燥系列产品，新时沏推出了大红袍系列产品

2025年1月茶饮样本品牌新品的成分元素分布情况



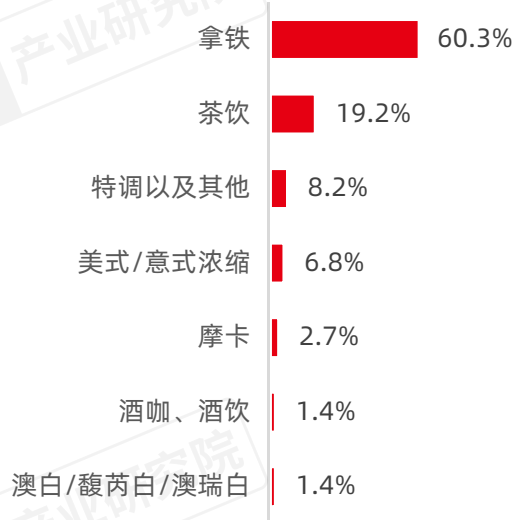
资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

咖饮：拿铁类新品热度不减，新品创新聚焦奶基底、咖啡液

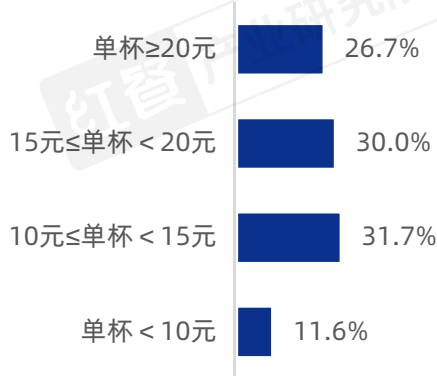
- 2025年1月，咖饮新品细分类别包含拿铁、茶饮等7种。其中，拿铁类新品最多，共44款新品，占新品总量的60.3%；其次是茶饮类新品，共有14款，占比为19.2%
- 从价格分布来看，节日期间，咖饮新品价格小幅上移，当月新品的价格分布主要集中在15元≤单杯<25元和25元≤单杯<35元两个区间内，占比分别为31.7%和30.0%。相比之下，15元以下和35元及以上的咖饮新品占比较少，分别为11.6%和26.7%
- 从咖饮品牌上新的创新点来看，咖饮品牌主要聚焦在奶基底、咖啡液创新，占比分别是61.6%、54.8%

2025年1月咖饮样本品牌产品上新情况

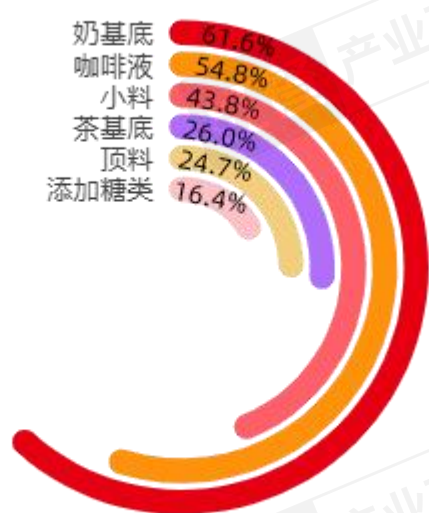
新品细分类别分布情况



新品价格分布情况



新品创新点分布情况

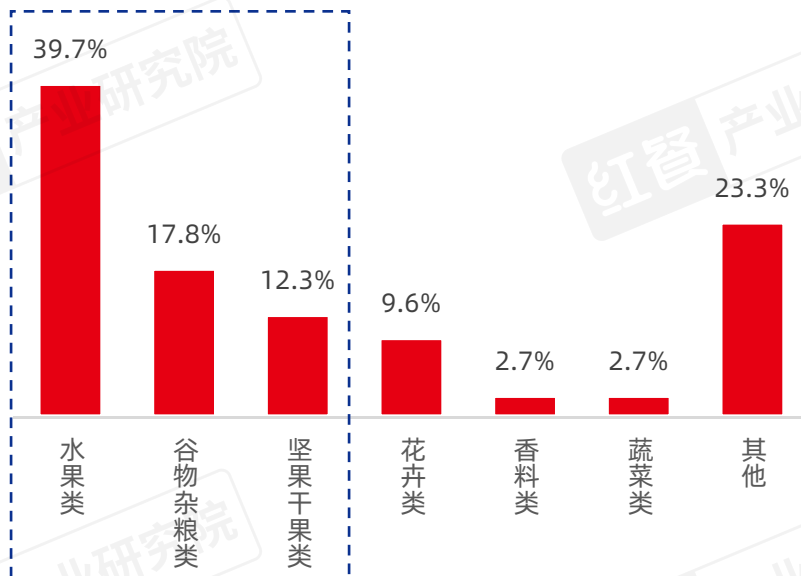


资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

时令水果成“顶流”，中式养生食材受欢迎

- 从当月上新的咖饮新品来看，咖啡品牌主要聚焦在草莓、柑橘、金桔、橙子等应季水果类元素，占比为39.7%。例如，星巴克推出了金桔绵云拿铁、金桔铁观音茶拿铁等新春系列新品；四叶咖推出了草莓拿铁等草莓系列新品
- 此外，随着养生风潮的兴起，谷物杂粮、坚果干果类元素也被应用到新品中，如糯米、红枣、红豆等中式养生食材。例如，瑞幸咖啡推出了蛇来运转红枣拿铁、蛇来运转轻轻红枣；Tims咖啡推出了黄油红豆贝果拿铁；西西弗矢量咖啡推出了黑糖甜甜圈拿铁

2025年1月咖饮样本品牌新品成分元素分布情况



资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

咖啡豆品种趋向细分化，高品质咖啡豆受欢迎

- 2025年1月，咖啡液基底的应用在咖饮新品中的占比达54.8%，咖啡豆品种是咖饮新品中咖啡液基底创新的主要发力点
- 具体而言，2025年1月咖饮品牌使用的咖啡豆主要产自中国云南、印度尼西亚、巴西、危地马拉、埃塞俄比亚、肯尼亚等地，分别位于亚洲、东非、美洲产区，咖饮品牌通过使用不同产区的咖啡豆，为新品增添不同风味。在品质方面，咖饮品牌更青睐代表高品质的IIAC金奖咖啡豆，以此与其他品牌形成区隔，增强产品竞争力

2025年1月咖饮样本品牌新品中咖啡豆的使用情况

亚洲产区：中国云南、印度尼西亚、印度等地区
代表新品：Manner Coffee的“酒香黑巧风味咖啡”、邮局咖啡的“黄油芝士拿铁”、代数学家咖啡的“S1印尼 黄金曼特宁-拿铁”等

美洲产区：巴西、哥伦比亚、危地马拉等地区
代表新品：星巴克的“单一产地危地马拉卡西塞罗咖啡豆”、“单一产地危地马拉卡西塞罗咖啡豆”、驾央咖啡的“椰子树的长影”“岩中花树”等

东非产区：埃塞俄比亚、肯尼亚等地区
代表新品：grid coffee的“零乳糖半甜拿铁”、Manner Coffee的“枫糖草莓风味咖啡”、LAVAZZA拉瓦萨咖啡的KAFA红果福运拿铁等

IIAC金奖咖啡豆

使用率：★★★★

IIAC国际咖啡品鉴大赛的金奖在国际咖啡豆比赛中相当于“奥斯卡级奖项”

IIAC金奖咖啡豆具有顺滑口感、独特风味、原料优质的特点，在一定程度上代表了高质量的精品咖啡

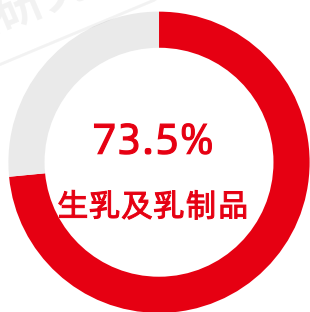
代表新品：库迪咖啡的“慕斯豆乳盒子拿铁”、邮局咖啡的“海盐哈哈拿铁”、肯悦咖啡的“红苹果奶乎乎拿铁”等

资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

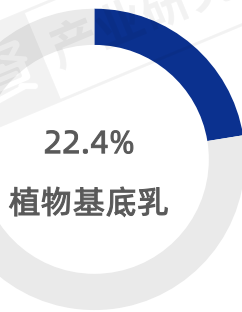
生乳及乳制品占据主导地位，植物基底乳受关注

- 据红餐大数据，2025年1月咖饮新品中使用的奶基底主要分为生乳及乳制品、植物基底乳、植脂末与脂质乳和其他四大类
- 从奶基底在咖饮新品的使用情况来看，生乳及乳制品占据主导地位，占比高达 73.5%，是多数咖饮品牌在新品研发时主要使用的奶基底。例如，星巴克的“金桔绵云拿铁”、Tims咖啡的“黄油红豆贝果拿铁”。其次，厚椰乳、燕麦奶、豆乳等植物基底乳的应用也呈现上升趋势，占总数的22.4%；另外，植脂末与脂质乳在1月咖饮新品中的使用率为零。1月咖饮品牌新品不同奶基底的使用情况体现了咖饮品类正往“健康升级”的方向加速发展

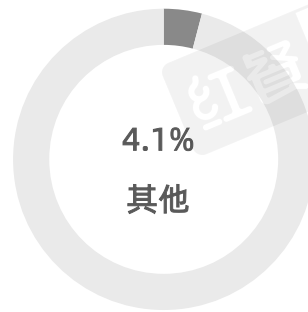
2025年1月咖饮样本品牌新品中奶基底的使用情况



代表新品：星巴克的“金桔绵云拿铁”、Tims咖啡的“黄油红豆贝果拿铁”



代表新品：瑞幸咖啡的“开心果拿铁”、COSTA COFFEE的“开心果燕麦拿铁”



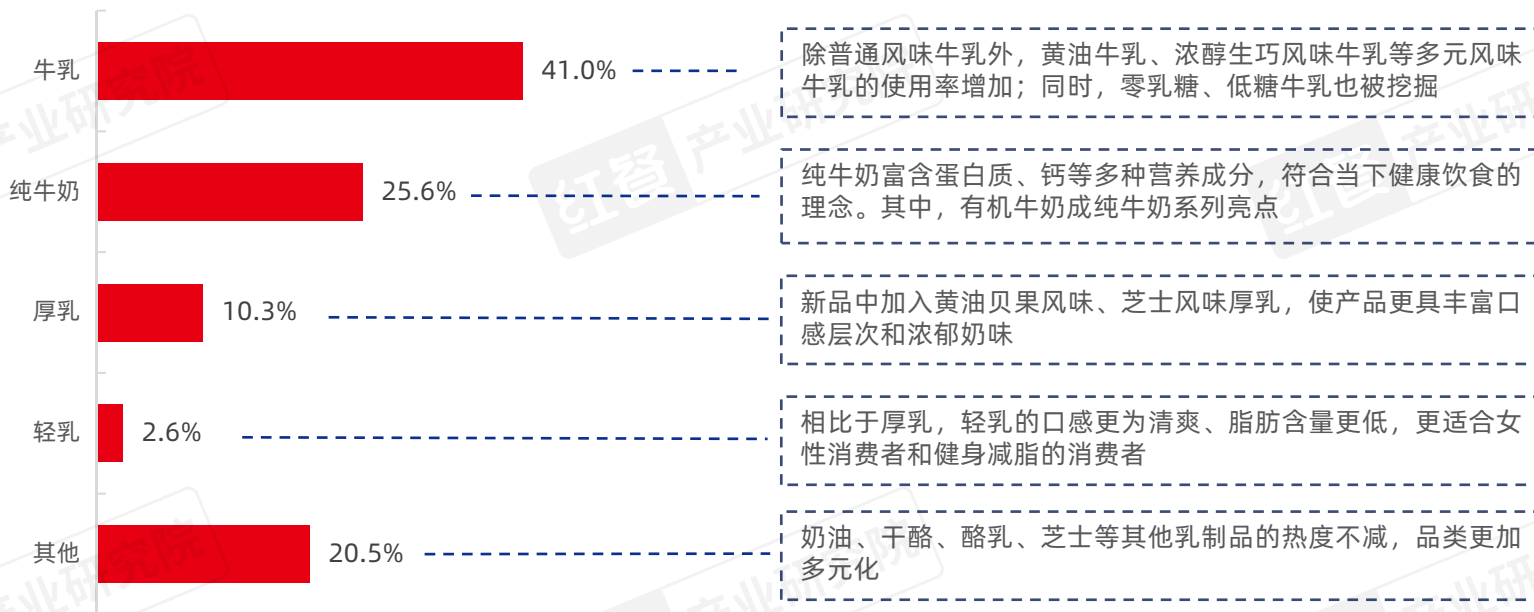
代表新品：太平洋咖啡的“热港式鸳鸯咖啡”“冰港式鸳鸯咖啡”

资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

生乳及乳制品的应用呈现多元化趋势，高价值牛乳占比超4成

- 据红餐大数据，2025年1月部分咖饮品牌的含奶基底新品中，生乳及乳制品的细分类别主要分为牛乳、纯牛奶、厚乳、轻乳等
- 具体来看，保留了牛奶天然营养和风味的牛乳在含奶基底新品中占比 41.0%，除普通牛乳外，随着黄油牛乳、浓醇生巧风味牛乳等的出现，多元风味牛乳的应用呈上升趋势；同时，零乳糖、低糖等牛乳被挖掘。此外，纯牛奶富含蛋白质、钙等多种营养成分，符合当下健康饮食的理念，仍是咖饮新品中的主流乳制品之一，在含奶基底新品中的占比为 25.6%

2025年1月咖饮样本品牌含奶基底新品中生乳及乳制品的使用情况

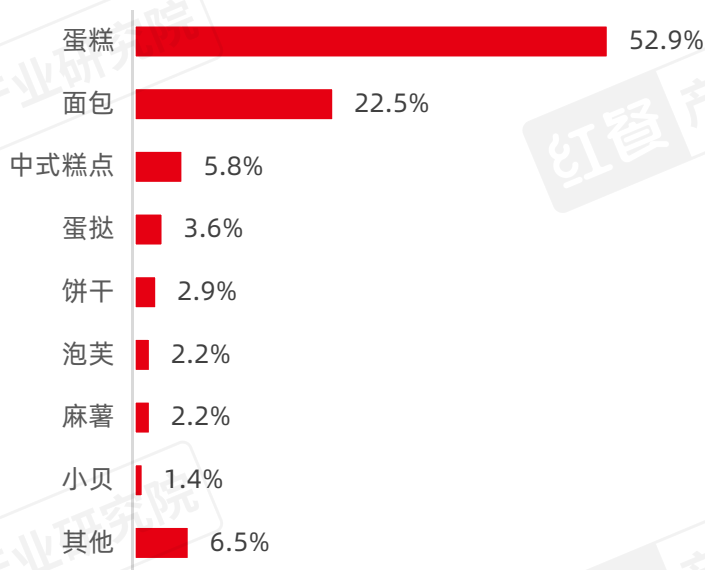


资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

面包烘焙：多种新品贺岁，蛋糕与中式糕点共绘吉祥年味

- 2025年1月，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、中式糕点类等9种类型。其中，蛋糕类新品数量最多，1月推出了73款，占面包烘焙新品总数的52.9%。其次是面包类，共上架了31款新品，占新品总数的22.5%。同时，1月也是年货采购、送礼需求旺盛的时期，部分品牌上新中式糕点以满足国人的年货采购需求，中式糕点占新品总数的5.8%
- 从面包烘焙的成分元素来看，草莓与车厘子的红色象征喜庆，不少品牌推出了寓意美好、象征吉祥的系列新品。例如，欢牛蛋糕屋上新了一路生花蛋糕、福满新年蛋糕、烟火年年蛋糕等；山山家推出了大吉大厘蛋糕、蒸蒸日上蛋糕等；85度C推出了五福枣泥蛋糕、五福杯蛋糕、新春送福蛋糕等新品

2025年1月面包烘焙样本品牌产品上新情况

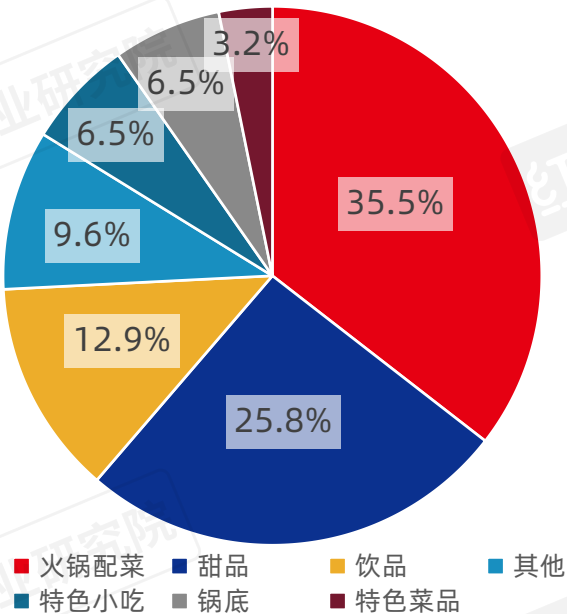


资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

火锅：火锅配菜上新最多，甜品和饮品成重点拓展品类

- 2025年1月，从新品的细分类别来看，当月火锅新品涵盖的种类有火锅配菜、甜品、饮品、锅底、特色小吃、特色菜品和其他类
- 其中，火锅配菜的新品数量最多，共计11款新品，占火锅新品总数的35.5%。比如巴奴毛肚火锅上新了高山鲜贡菜；小龙坎火锅推出了簸箕肥牛、一米鲜鸭肠；大斌家串串火锅推出了糖蒜牛肉、酸脆萝卜牛肉、麦黄筋。此外，也有较多火锅品牌重视甜品、饮品与火锅的搭配，甜品、饮品类新品数量占比分别为25.8%、12.9%

2025年1月火锅样本品牌的产品上新情况



2025年1月部分火锅样本品牌的甜品、饮品上新情况

品牌	甜品和饮品上新情况
海底捞	蛋小红山楂味慕斯、蛋小粉草莓味慕斯、蛋小黄芒果味慕斯、蛋小黑黑芝麻味慕斯、蛋小绿青提味慕斯、蛋小蓝酸奶蓝莓味慕斯
呷哺呷哺	兰香石榴冰沙茶
蜀大侠	橙C柠檬茶、手作糖葫芦
凑凑火锅	台式雪花酥
捞王锅物料理	慢熬梨果茶、桂圆红枣气色茶

资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年1月31日

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

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：2025年1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：黄尉萍

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