

西式快餐品类 发展报告2025

红餐产业研究院



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，对西式快餐品类的相关资料进行整理分析。从品类概况、发展动向、品牌创新案例、赛道痛点以及经营建议等角度，综合剖析了西式快餐品类的发展现状，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

2024年，西式快餐在小吃快餐领域各细分赛道中以11.0%的市场规模增速领跑，市场规模达2,975亿元，预计2025年将进一步提升至3,280亿元

02

红餐大数据显示，2025年一季度西式快餐门店总数超过了32.5万家，同比增长6.6%。其中，西北和西南地区的门店数增速较快，均超过了10%。同时，三线及以下城市的门店数量占比持续提升，表明西式快餐品牌正加速向下沉市场渗透

03

从市场集中度来看，目前西式快餐门店数TOP10品牌占据了全国22%的门店，而西式快餐年度营收规模前五企业的市场份额占比则达到44%，彰显出头部品牌的强势地位

04

近年来，西式快餐品牌加速产品创新迭代，以持续提升市场竞争力。据红餐大数据，2024年1月至2025年2月期间，西式快餐45个样本品牌累计推出新品超1,000款

目录

01

品类概况：2024年西式快餐市场规模增速领跑小吃快餐领域，行业集中度进一步提升

02

发展动向：品牌加速产品创新迭代，乳制品从基础配料升级为产品创新的重要载体

03

经营建议：品牌应加强产品创新，挖掘下沉市场，推进精细化运营

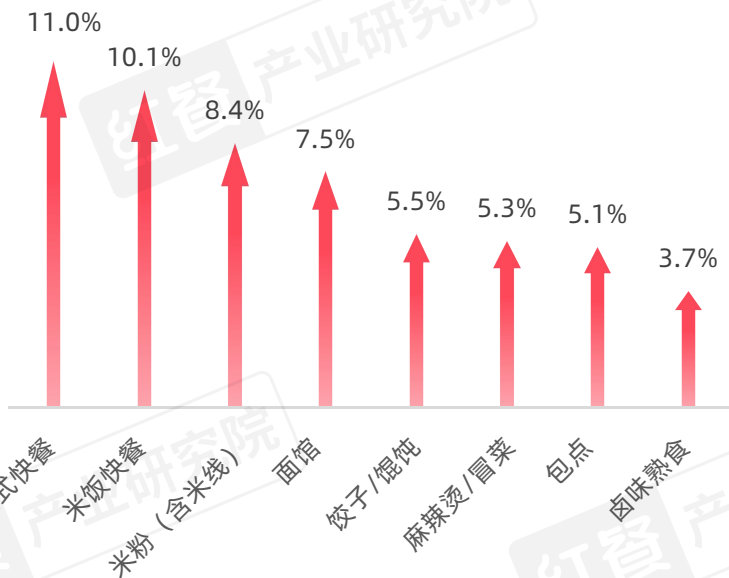
01

**品类概况：
2024年西式快餐市场规模增速领跑小吃快餐领域，行业集中度进一步提升**

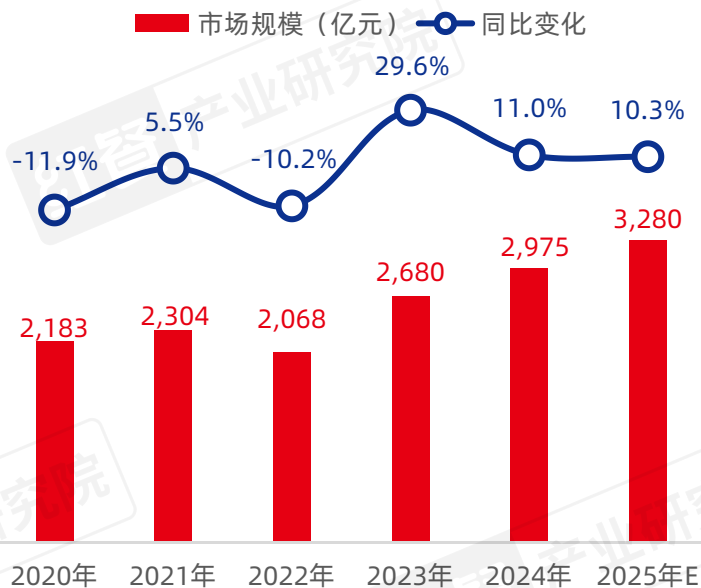
2024年西式快餐市场规模增速领跑小吃快餐领域，增长潜力较强

- 近年来，西式快餐凭借丰富的产品种类与高度标准化的运营模式，在我国餐饮市场迅速扩张。红餐大数据显示，2024年全国西式快餐市场规模达到2,975亿元，同比增长11.0%，增速居小吃快餐各细分赛道之首
- 与此同时，诸如汉堡、比萨、炸鸡、薯条等西式快餐产品还广泛融入中式正餐、火锅、中式快餐等多个传统中式餐饮细分领域，展现出较强的市场渗透力与增长潜力

2024年小吃快餐领域部分细分赛道市场规模增速情况



2020—2025年全国西式快餐市场规模情况

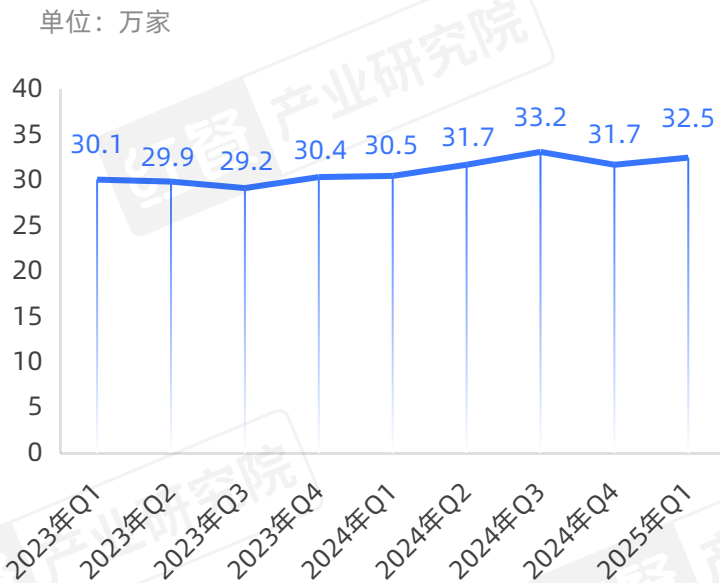


资料来源：红餐大数据

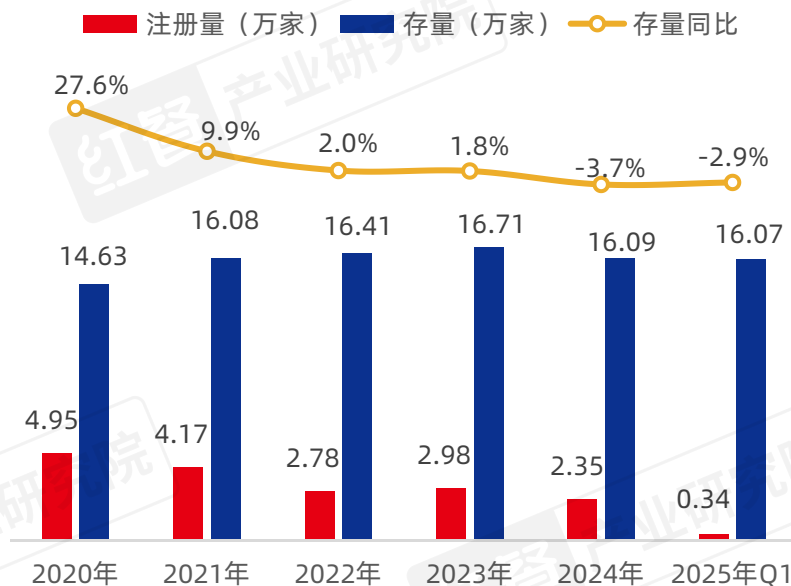
西式快餐门店数呈波动增长趋势，赛道进入理性调整期

- 2023年至2025年一季度，全国西式快餐门店数呈现波动增长趋势。红餐大数据显示，西式快餐门店数量在2024年三季度达到峰值33.2万家，随后四季度回落至31.7万家，2025年一季度又回升至32.5万家，同比增长6.6%
- 企业数量方面，企查查数据显示，2024年至2025年一季度西式快餐企业数量与注册量均有所下降，反映出赛道逐步进入理性调整期，创业者对市场布局更加审慎

2023年至2025年一季度全国西式快餐门店数情况



2020年至2025年一季度全国西式快餐相关企业注册量及存量情况

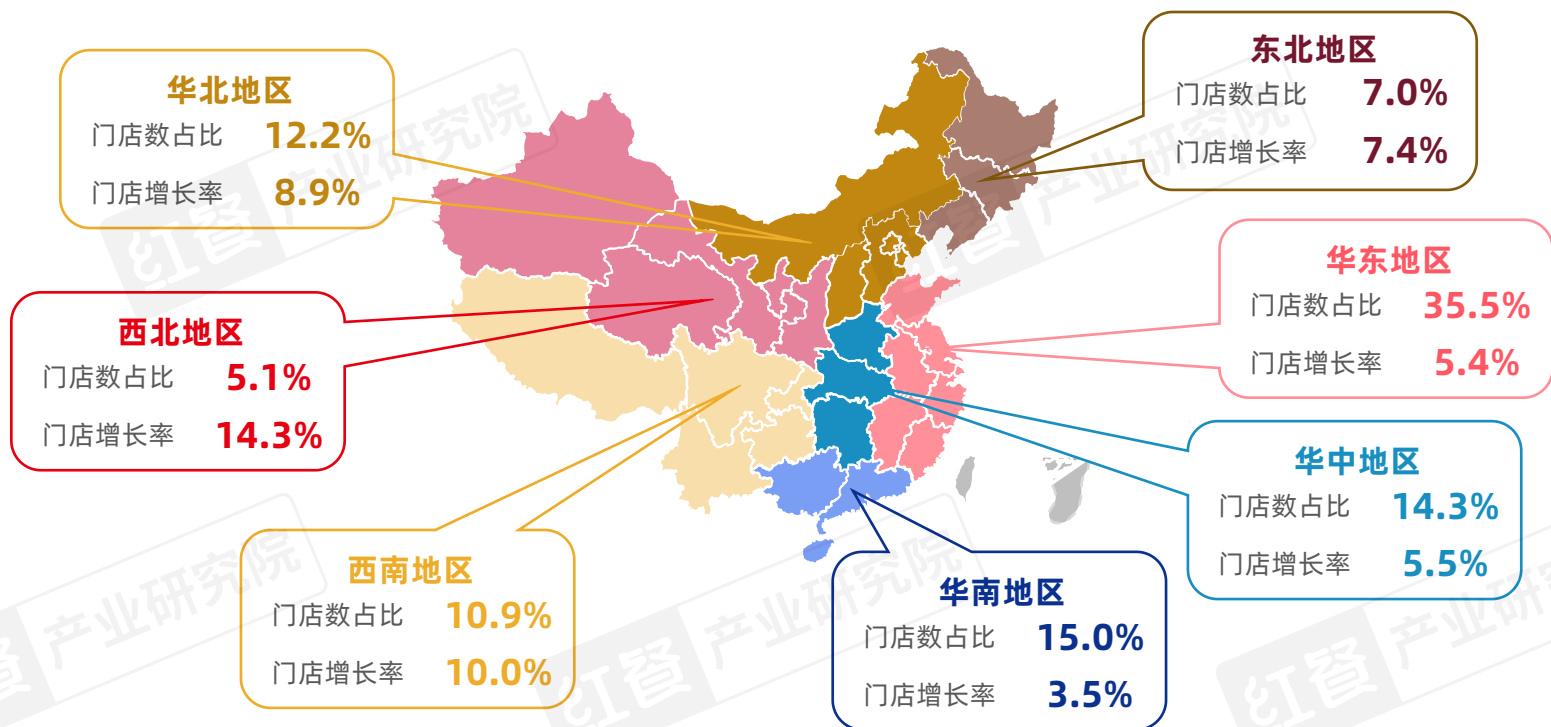


资料来源：红餐大数据、企查查，数据统计时间截至2025年3月24日

华东地区西式快餐门店数量最多，西北和西南地区发展潜力较大

- 从区域分布来看，华东地区以35.5%的西式快餐门店数占比位居首位，华南和华中地区紧跟其后，门店数占比分别为15.0%和14.3%，华北和西南地区的门店数占比也超过了10%
- 从门店增速来看，西北地区以14.3%的增速领跑全国，西南和华北地区分别以10.0%和8.9%的增速位列第二、三位

2025年一季度全国各区域西式快餐门店数占比及同比增长率情况

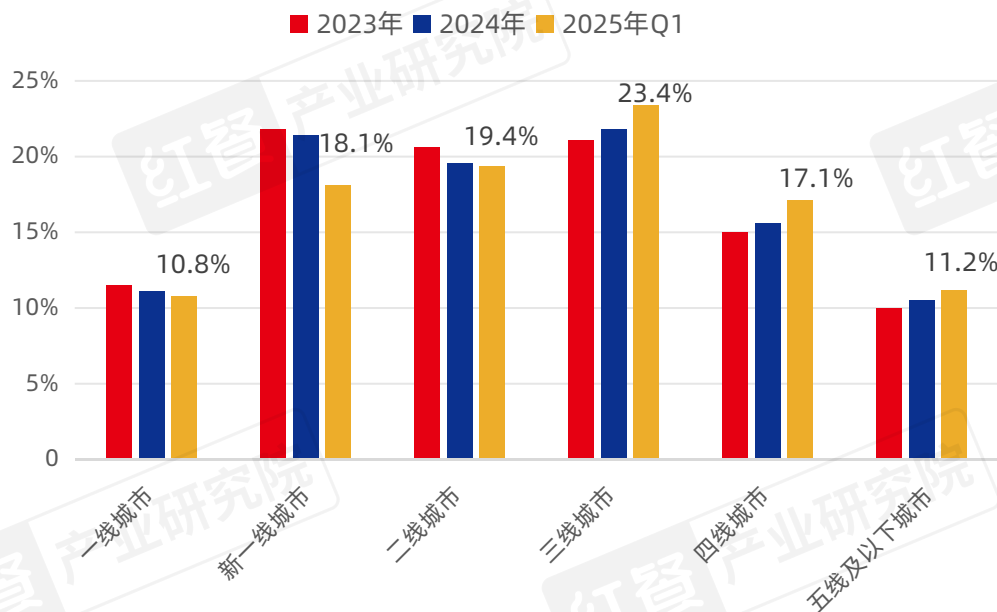


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月24日

西式快餐门店下沉趋势凸显，成都的西式快餐门店增长率最高

- 西式快餐门店已广泛覆盖全国各线城市，且近年来呈现出明显的下沉趋势。红餐大数据显示，截至2025年3月，三线及以下城市的门店数量占比持续提升，其中三线城市、四线城市和五线及以下城市的门店数占比分别较2024年提升了1.6、1.5和0.7个百分点，表明西式快餐品牌正加速向下沉市场渗透
- 从具体城市来看，上海、广州、北京和深圳四大一线城市占据较高的门店数量占比，但成都、长沙、杭州、西安等城市的门店增长速度同样亮眼，其中，成都的西式快餐门店增长率为18.3%，高出上海7个百分点

2023年至2025年一季度全国各线城市西式快餐门店数占比分布



2025年一季度全国部分城市西式快餐门店数同比增长率

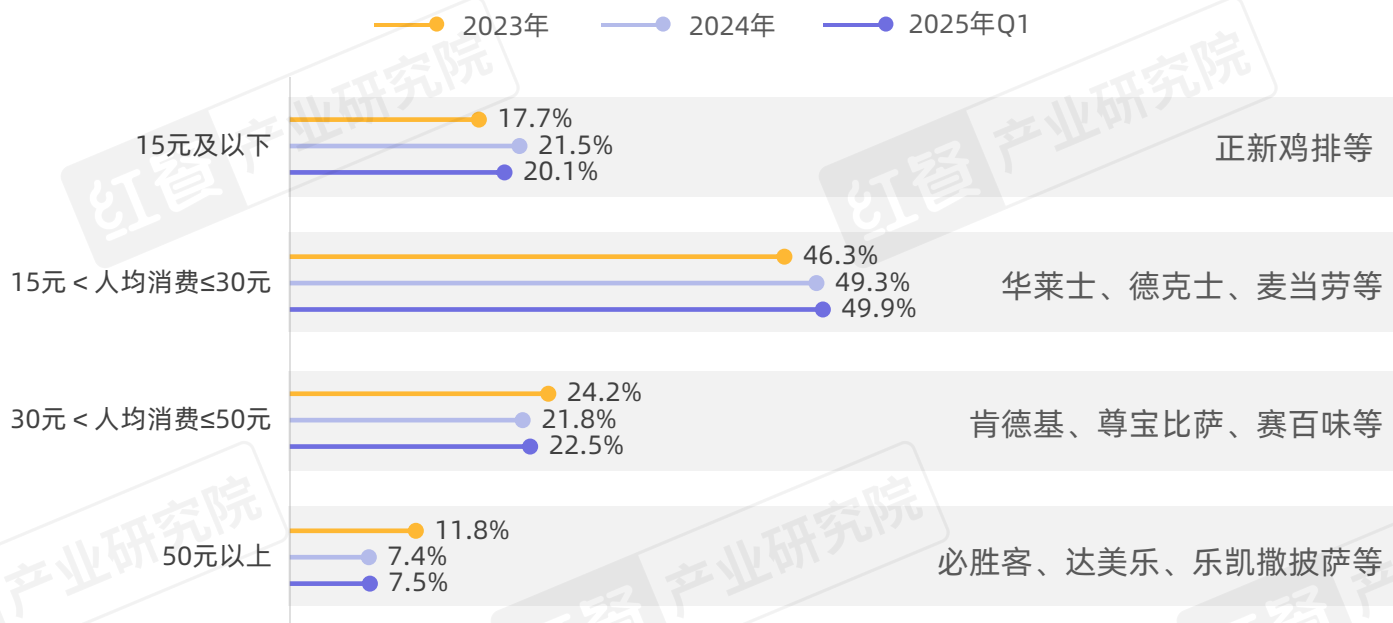
城市	门店数占比	门店增长率
上海市	2.6%	11.3%
广州市	2.4%	2.3%
北京市	2.2%	9.6%
深圳市	2.0%	2.8%
成都市	1.9%	18.3%
杭州市	1.5%	9.5%
苏州市	1.5%	5.5%
长沙市	1.1%	12.1%
济南市	1.1%	5.0%
西安市	1.0%	8.5%

资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月24日

人均消费走势趋稳，七成门店人均消费在30元及以下

- 近年来，西式快餐已从昔日高端的“洋快餐”转变为国内消费者日常饮食的重要组成部分。红餐大数据显示，西式快餐的人均消费主要集中在15~30元区间，该人均消费区间的门店数占比为49.9%。此外，15元及以下和30~50元区间的门店数占比也均超过了20%，而人均消费在50元以上的门店数占比仅为7.5%
- 从人均消费走势来看，相较于2023年，2024年30元及以下人均消费区间的门店数占比有较大幅度的提升。而2025年一季度与2024年相比，这一人均消费区间的门店数占比变动不大，表明人均消费调整已趋于平稳

2023年至2025年一季度全国西式快餐门店人均消费占比分布

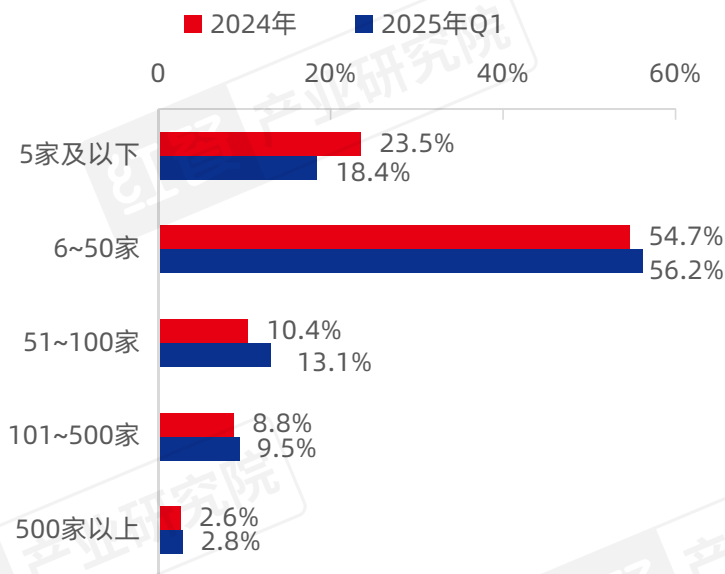


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月24日

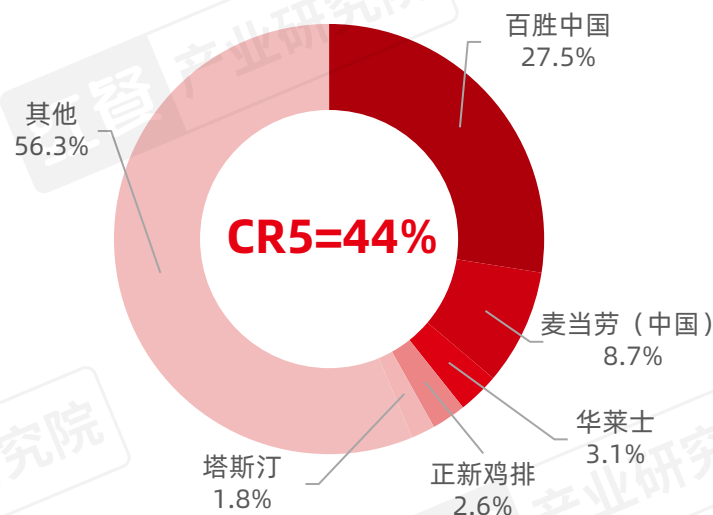
西式快餐行业集中度提升，CR5企业市场份额占比达44%

- 凭借产品高度标准化的优势，西式快餐的连锁化进程不断加快，品牌规模化程度也相对较高。红餐大数据显示，截至2025年3月，门店数在500家以上的品牌数占比从2024年的2.6%提升到2.8%，5家及以下门店的品牌数占比则降至18.4%
- 从市场集中度来看，2025年一季度，西式快餐门店数TOP10品牌占据了全国22%的门店；从企业营收市场份额来看，2024年西式快餐年度营收规模前五企业的市场份额占比则达到44%，彰显出头部品牌的强势地位

2024年至2025年一季度全国西式快餐品牌门店数区间占比分布



2024年部分西式快餐企业市场份额占比情况

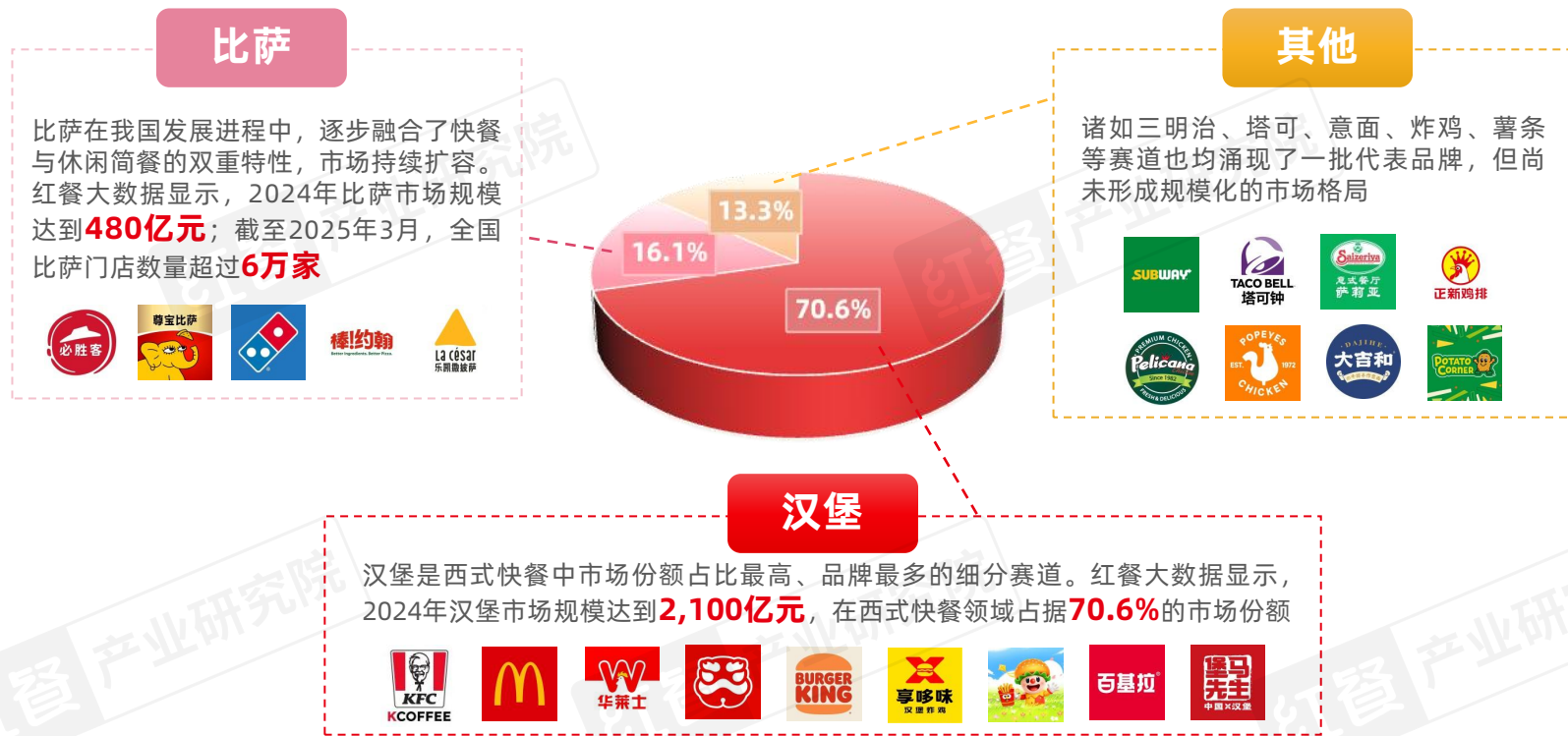


资料来源：红餐大数据、公开信息，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年3月24日

西式快餐赛道呈多元化竞争格局，汉堡与比萨赛道占据近九成市场份额

- 随着西式快餐在我国市场的不断发展，逐渐细分出汉堡、比萨、炸鸡小食等多个赛道。其中，汉堡赛道占据市场主导地位，市场份额高达70.6%；比萨赛道紧随其后，市场份额为16.1%；而其他诸如三明治、塔可、意面、炸鸡、薯条等赛道，合计占据约13.3%的市场份额

西式快餐主要细分赛道以及市场份额占比情况

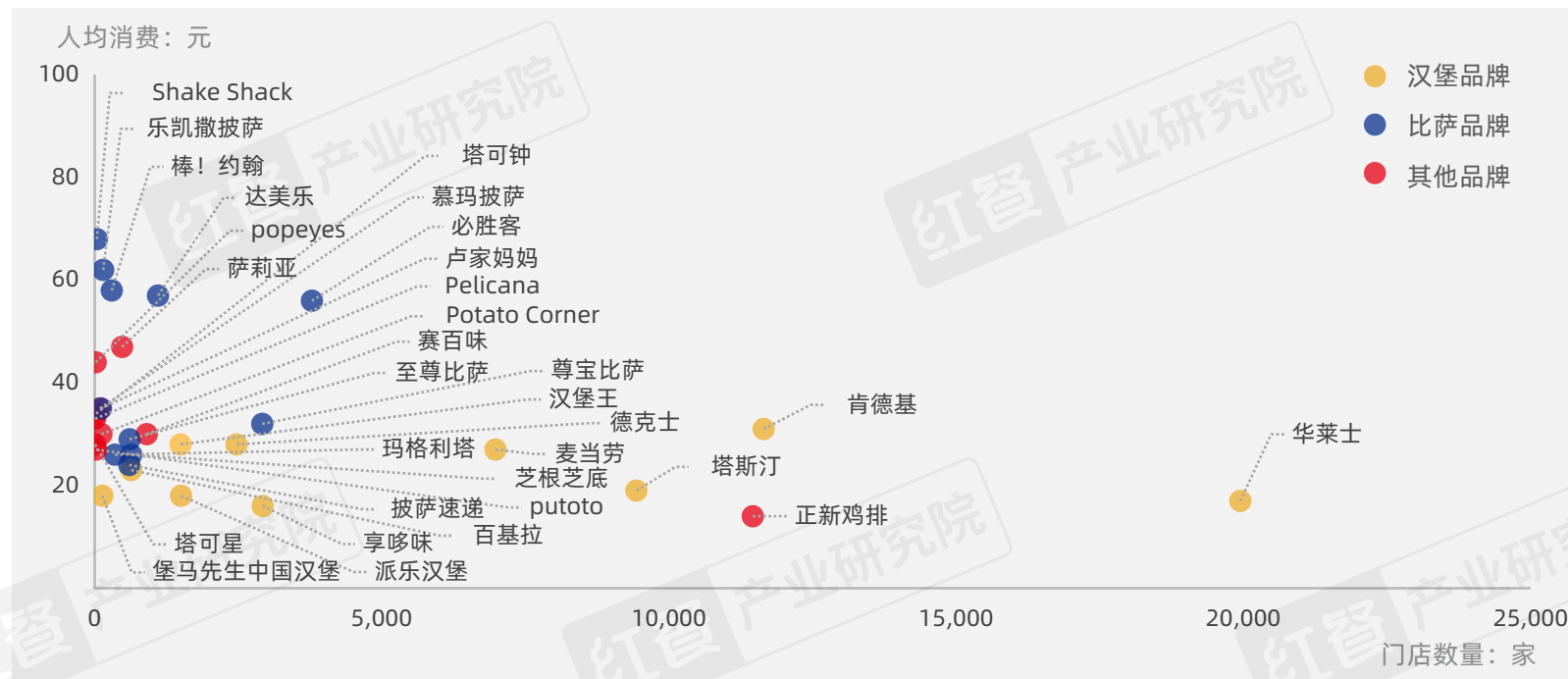


资料来源：红餐大数据、公开信息，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年3月24日

头部品牌加速拓店巩固市场地位，中式汉堡、薯条专门店以差异化突围

- 近年来，西式快餐各细分赛道头部品牌加速扩张，以巩固市场地位。2024年3月至2025年2月期间，肯德基和麦当劳两大巨头净增门店数量均超过了800家；中式汉堡品牌塔斯汀表现尤为亮眼，净增门店2,000余家，总门店数突破了9,000家；必胜客、达美乐、赛百味等品牌的净增门店数也均超过200家。与此同时，本土品牌如华莱士、尊宝比萨、享哆味、派乐汉堡、芝根芝底等也展现出强劲的发展势头
- 此外，部分细分赛道的品牌开始崭露头角，例如，来自菲律宾的薯条专门店品牌Potato Corner总门店数已超过了120家

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24日

02

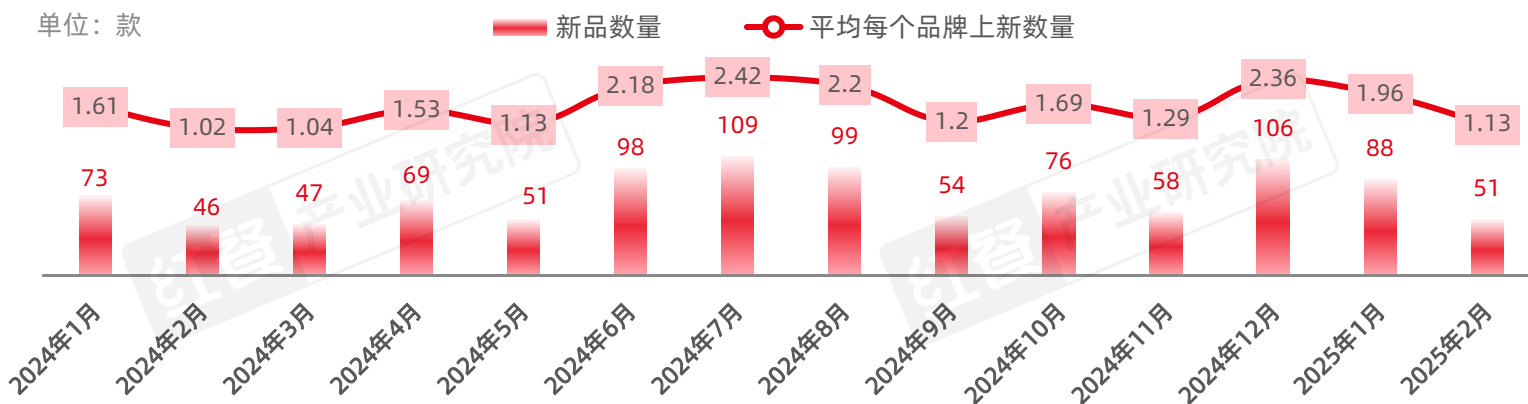
发展动向：

品牌加速产品创新迭代，乳制品从基础配料升级为产品创新的重要载体

品牌加速产品创新迭代，夏季与冬季成新品发布高峰

- 近年来，西式快餐品牌加速产品创新迭代，以持续提升市场竞争力与消费吸引力。据红餐大数据，2024年1月至2025年2月，监测的45个西式快餐样本品牌累计推出新品超1,000款，其中，肯德基以平均每月7.5款的上新速度领跑赛道
- 从月度数据来看，品牌上新呈现明显的季节性特征，夏季与冬季是新品发布的高峰期，月均单品牌上新数量在两款左右

2024年1月至2025年2月西式快餐样本品牌月度上新情况



2024年1月至2025年2月部分西式快餐样本品牌月度平均上新情况

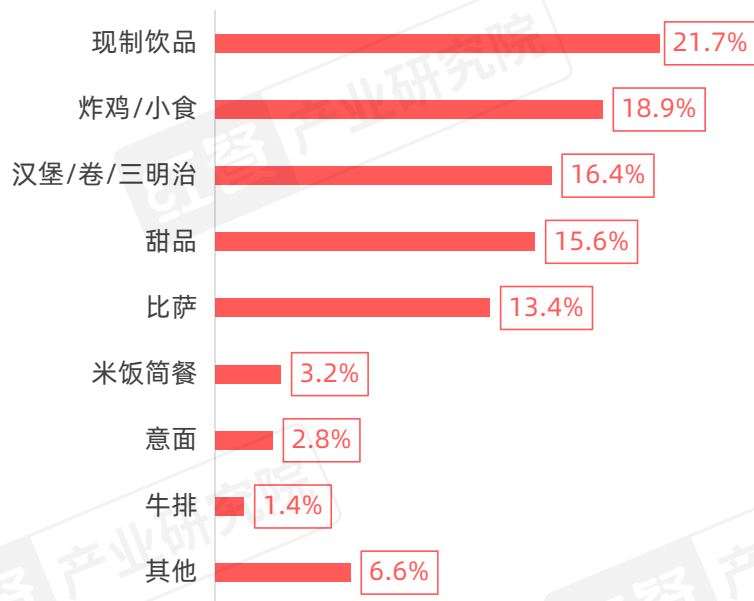


资料来源：红餐大数据，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年2月

现制饮品成为西式快餐的重要搭配，中式小吃、中式快餐等受关注

- 近年来，现制饮品赛道的蓬勃发展推动西式快餐品牌加速布局“餐+饮”模式，饮品创新成为品牌发展的重点。2024年1月至2025年2月，西式快餐样本品牌的新品中，现制饮品的占比高达21.7%，超过了传统的炸鸡/小食、汉堡/卷/三明治的占比，位列第一
- 此外，西式快餐品牌也在加快推进产品的本土化创新，中式小吃、中式米饭简餐、中式粥品、中式粉面等产品不断被加入产品矩阵中。例如，肯德基推出了炸串、包点、粥品等产品；派乐汉堡推出了多款炸串新品；百基拉推出了汤面、炒面、炒饭等产品

2024年1月至2025年2月西式快餐样本品牌 新品种类分布



2024年1月至2025年2月西式快餐样本品牌 部分新品情况

现制饮品

姜姜暖奶铁、妃子笑荔枝雪冰、红苹果热美式、盐巧拿铁、车厘子暴打柠檬、金柚生巧风味摩卡、茉莉龙井轻乳茶等



中式小吃

巴掌大鸡排串、骨肉相连串、香脆掌中宝串、好运开花大香肠串、麦穗鸡柳串、生炸鸡腿、韭菜脆脆卷、香酥酥藕条等



中式快餐

香酥大蝴蝶腿拌饭、椰香咖喱鸡腿排饭、照烧嫩煎鸡腿饭、老坛酸菜牛肉炒饭、老坛酸菜肉丝汤面、芝芝大块卤肉饭等



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2月

西式快餐品牌积极探索多元化的产品风味，中式风味表现突出

- 从新品风味与味型来看，西式快餐整体呈现“西式风味主导、多元风味并存”的产品创新格局，其中，中式风味的表现日益突出
- 红餐大数据显示，2024年1月至2025年2月，监测的西式快餐样本品牌上新的主食和小吃产品中，西式风味占比最高，为62.4%；其次是中式风味，占比为29.3%；其他诸如韩式、日式、东南亚等风味的产品占比为8.3%

2024年1月至2025年2月西式快餐样本品牌新品风味分布

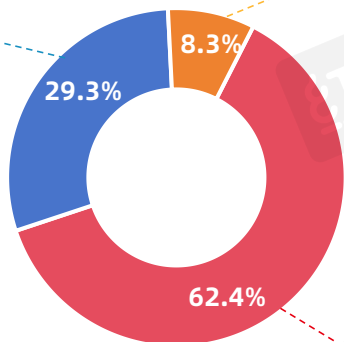
中式风味 29.3%

在经典香辣、麻辣风味的基础上，品牌进一步挖掘出油泼辣子、鱼香肉丝、泡椒、港式、云贵、酸菜、东北烧烤、辣条等中式地域风味与小众风味，为消费者提供更丰富的味觉体验



其他风味 29.3%

韩式风味、日式风味、东南亚风味等也备受西式快餐品牌的关注与青睐



西式风味 62.4%

传统西式风味依然是西式快餐市场的主流，同时品牌持续深挖西方地域特色风味，如法式香草风味、德克萨斯烟熏风味、普罗旺斯风味等



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2月

品牌探索食材边界，乳制品助力产品口感与复合风味的升级

- 从监测西式快餐品牌新品的食材构成来看，除饮品和甜品外，品牌推出的新品仍以鸡肉、牛肉等经典食材为主，同时，猪肉、鸭肉、海鲜水产（鱼/虾/蟹等）、蛋类及植物性食材（水果/蔬菜/芋泥等）正被广泛运用于汉堡、比萨以及小食等产品的研发，如香菜猪耳比萨、咸蛋黄芋泥比萨、鲜蔬蛋沙拉叠叠卷、嘎嘎双料鸭中国汉堡等
- 此外，芝士、黄油、烹饪稀奶油等乳制品在新品中的应用也较为突出。红餐大数据显示，2024年至2025年2月，新品名称中含有“芝士”的新品占比为13.9%，如辣芝士流心鸡块、芝士烟熏风味汁和牛堡、奶香芝士多多披萨、意式肉酱芝士焗饭等。品牌借助乳制品的添加，实现了产品口感与复合风味的升级

2024年1月至2025年2月西式快餐样本品牌的部分新品食材



近年来，乳制品在西式快餐中的应用已从基础配料升级为产品创新的重要载体。不少西式快餐品牌通过采用高品质的马苏里拉芝士、车达芝士等提升产品的价值感，或叠加不同的风味芝士，以增强产品的风味层次和视觉效果

以马苏里拉芝士为例，其独特的纤维结构在加热时可形成丝状质地，高品质的马苏里拉芝士甚至能呈现瀑布拉丝效果，使得比萨、焗饭、夹心小食等产品的口感与视觉吸引力得到提升。为此，部分上游乳制品企业对马苏里拉芝士进行了升级，比如安佳专业乳品推出了更高质量的原制马苏里拉干酪，该产品配料表首位是源自新西兰草饲放牧奶源的牛乳，奶香浓郁，呈现出瀑布拉丝效果



帕玛森金边比萨



西西里番茄牛肉焗饭



鳕鱼虾滑夹心双重芝士棒

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2月

汉堡胚创新受重视，黄油助力堡胚差异化创新

- 在西式快餐市场中，汉堡胚的创新长期以来一直被忽视。近年来，随着消费者口味的多样化和对新鲜体验的追求，汉堡胚的创新开始受到重视，现烤堡胚、鸡蛋堡胚、可颂堡胚、馒头堡胚、牛油果堡胚等创新型堡胚层出不穷。例如，塔斯汀、肯德基、必胜客、派乐汉堡等品牌推出了现烤堡胚，汉堡王、林堡堡、牛约堡等品牌推出了鸡蛋堡胚
- 此外，部分品牌还对传统面包片进行升级，提升产品的口感。如麦当劳对其板烧鸡腿堡的玉米面包进行了工艺升级；磁食汉堡、GULOOO BURGER以及QD旗下的子品牌DQ汉堡等品牌均推出了用料更好的布里欧修汉堡胚；中式汉堡品牌塔斯汀则推出了中式黄油汉堡胚

近年部分西式快餐品牌的汉堡胚创新案例



现烤堡胚

塔斯汀、肯德基、必胜客、派乐汉堡等品牌推出了现烤堡胚。其中，塔斯汀的堡胚采用的是现擀面皮；必胜客比萨堡的堡胚是将比萨面团重新调配比例后现烤而成

汉堡王、林堡堡、牛约堡等品牌推出了无面包、无碳水的鸡蛋堡胚，肯德基则推出了无面包的肉霸堡系列产品，满足部分消费者对高蛋白、少碳水的饮食需求



无面包堡胚



黄油汉堡胚

磁食汉堡、GULOOO BURGER以及QD旗下的子品牌DQ汉堡推出了添加鸡蛋、牛奶、黄油等食材的布里欧修汉堡胚；塔斯汀则推出了中式黄油汉堡胚

作为汉堡的重要组成部分，堡胚不仅承担着碳水供给和能量补充的功能，更成为产品创新的重要突破口。除了采用品质更高、营养更全面的面粉外，品牌还通过烹饪工艺创新、添加黄油等方式，对汉堡胚进行升级

其中，黄油在汉堡胚中的应用越来越广泛，优质的动物黄油在烘焙过程中能够产生更丰富的香气物质，并通过美拉德反应形成诱人的金黄色泽和独特焦香。以安佳纯动物黄油为例，其源自新西兰草饲放牧奶源，由巴氏杀菌稀奶油制成，奶香浓郁自然，在提升汉堡胚醇厚口感的同时，帮助餐饮品牌实现更高品质和更稳定的出品



安佳黄油



安佳布里欧修三口味迷你汉堡

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

比萨饼底创新以卷边和面团升级为on主，芝士、黄油等乳制品助力饼底多元化

- 在比萨市场中，除了口味、配菜、馅料创新之外，比萨品牌也十分重视饼底的创新与多样化
- 例如，必胜客的普装比萨产品有近十种饼底可供选择，近年其还推出了芝士安格斯牛肉卷边、金奖奶香芝士卷边、榴莲糯糯卷边、开年开心卷边等多款新饼底；达美乐的饼底有近20种选择，2024年还创新推出了“火山”饼底；尊宝比萨也于2024年推出了三种卷边饼底

近年部分比萨品牌推出的新款比萨饼底

品牌名称	新款饼底
必胜客	招财饼底、开年开心卷边饼底、金奖芝士奶香卷边饼底、金奖芝士蛋黄卷边饼底等
达美乐	火山饼底、爆浆耶耶南瓜双层饼底、黑金蜜汁叉烧卷边饼底等
尊宝比萨	酸奶乳酪卷边饼底、金沙咸蛋黄卷边饼底、芝士条卷边饼底



必胜客开年开心卷边饼底



达美乐火山饼底

比萨饼底的创新通常可以分为两种情况。其一是通过增加卷边或双层饼底的馅料（如芝士、榴莲、蛋黄、香肠、叉烧等），提升产品的口感层次，其中芝士使用率最高；其二是对饼底的原材料面团进行升级，如添加黄油、奶油干酪等产品，使得饼底的口感更加松软

因此，比萨饼底的创新离不开乳制品企业提供的黄油、奶油干酪、马苏里拉干酪等产品。比如，必胜客2025年推出的开年开心卷边饼底除了使用开心果酱和多种坚果碎之外，还融入了新西兰进口奶油芝士，进一步丰富了产品的口感与风味



安佳马苏里拉芝士碎



安佳奶油干酪



安佳黄油

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

品牌探索轻量化门店模型，西式快餐进入“精耕细作”时代

- 随着门店运营成本的持续攀升，众多西式快餐品牌持续探索较小的门店模型，在提升门店运营效率的同时，降低加盟商的投资门槛，从而加速向下沉市场渗透
- 例如，肯德基推出了“KFC小镇Mini餐厅模式”，开店成本降至普通店型的三分之一；必胜客推出了“Pizza Hut Wow乐享店”，截至2024年12月，该店型已在全国开出了200余家；比萨玛尚诺推出了特许经营新模式——加盟MINI店，目前该店型已在上海、浙江金华等城市开业

近年部分西式快餐品牌推出的小店模型案例

品牌名称	小店模型探索
肯德基	2020年，肯德基在河南新乡市封丘县推出了首家“小镇模式”店，随后对该店型进行优化和加大推广力度。2024年，肯德基正式在加盟业务端全面开放了“KFC小镇Mini餐厅模式”，将加盟商的开店投入成本降至普通店型的三分之一，以加快其在下沉市场的扩张
必胜客	2024年5月，必胜客在广州推出了“Pizza Hut Wow乐享店”（简称WOW店），主打“小而精”的轻量化运营模式。截至2024年12月，必胜客已在全国开出了200余家WOW店，不仅覆盖广州、上海、北京等一线城市，同时也向三四线城市以及县域市场渗透
尊宝比萨	主打30平米的社区型小店，以外卖、外带业务为主，门店日常运营仅需2~3人即可
比萨玛尚诺	2023年底，比萨玛尚诺与上海CGV影城联合推出了首个小模型门店（加盟MINI店），门店面积仅80余平方米，店内设有40余个座位，并在外摆区域增设了10余个座位。随后其在加盟业务端主推小店模型，目前其浙江金华的加盟MINI店已开业



必胜客WOW门店



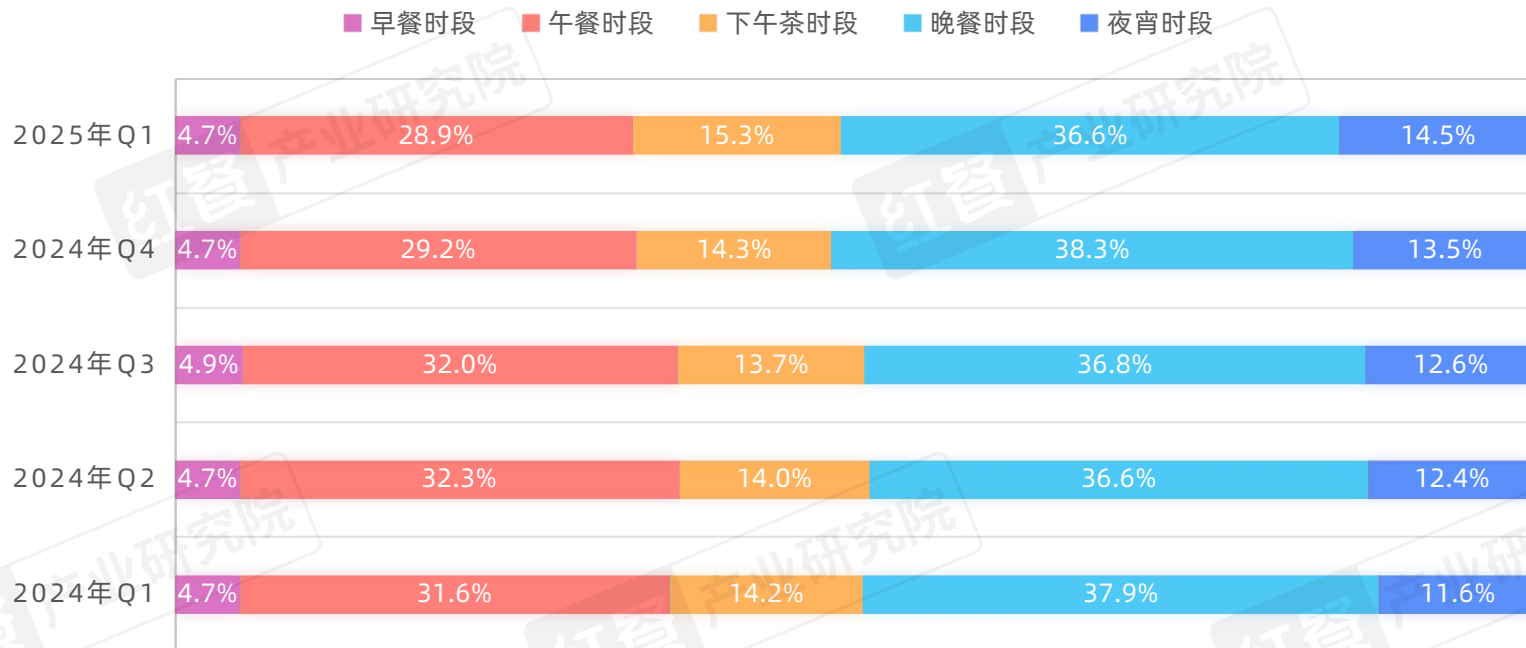
比萨玛尚诺加盟MINI店

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

品牌加码全时段运营，下午茶、夜宵时段订单量占比提升

- 近年来，为了提升门店营业额，部分西式快餐品牌通过延长门店营业时间，并针对不同时段、不同消费场景推出特定的产品与套餐，以覆盖更多的消费人群。例如，肯德基、麦当劳、必胜客、汉堡王等品牌推出了限时早餐产品、下午茶限定套餐等产品；肯德基还在晚上8点以后推出了灵魂夜宵系列，主打炸串、炸鸡架等产品，吸引了众多夜宵时段的消费者
- 红餐大数据显示，与2024年一季度相比，2025年一季度西式快餐在下午茶时段和夜宵时段的订单量均有所提升，其中，夜宵时段订单量占比提升了2.9个百分点，下午茶时段的订单量占比则提升了1.1个百分点

2024年至2025年一季度西式快餐品类主要消费时段订单量占比情况

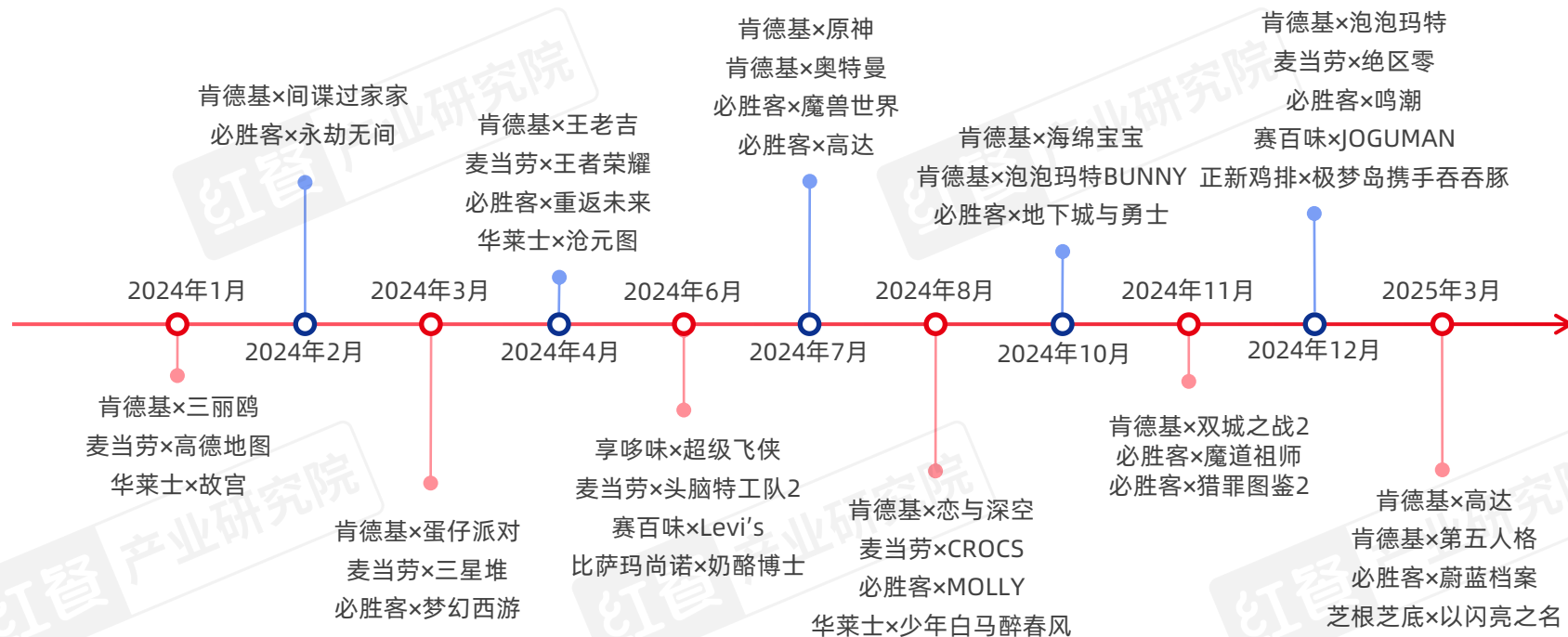


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年3月24日

品牌营销迈向多元化，跨界联名助力品牌年轻化与价值提升

- 近年来，面对日益激烈的市场竞争，西式快餐品牌纷纷推出“会员日”“买一赠一”“超值套餐”等多元化促销活动，通过价格策略与会员体系双重驱动，吸引更多消费者的同时增强消费粘性
- 与此同时，为了迎合年轻群体的消费喜好，部分品牌还积极与虚拟IP、手游、动漫、影视以及知名品牌等开展跨界联名活动。例如，2024年1月至2025年3月期间，肯德基先后与三丽鸥、泡泡玛特、海绵宝宝、蛋仔派对、原神、奥特曼、高达、王老吉等知名IP及品牌展开了20余次联名营销；麦当劳、华莱士还与故宫、三星堆等传统文化IP展开创新联动。这些联名活动不仅为品牌持续注入了活力，更是探索出IP流量向用户转化的新路径

2024年1月至2025年3月部分西式快餐品牌联名营销情况



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24日

品牌与上游供应链企业联动，提升品牌形象与消费者信任度

- 除了与热门虚拟IP、手游、动漫、影视IP联名合作之外，部分西式快餐品牌还热衷于与上游知名供应链企业合作，以增强消费者对产品品质与安全性的信心
- 例如，比格比萨自助、芝根芝底、乐凯撒披萨等品牌均选择与全球知名乳制品提供商恒天然旗下的安佳专业乳品进行了多次联动，包括新品联合发布、线下互动活动等多种形式，进一步提升了品牌形象和消费者信任度

近年部分西式快餐品牌与安佳专业乳品的联动情况



近年，比格比萨自助与安佳专业乳品进行了多次联动，包括“比格第六届拉丝大赛”“比格守护纯净，为地球充‘植’”“比格第五届拉丝大赛”“比格安‘家’挑战赛”等

乐凯撒披萨与安佳专业乳品多次展开深度合作，不仅推出了多款联合新品，更携手打造了极具创意的“真榴莲真芝士”主题快闪活动。活动当天，乐凯撒比萨采用安佳原制芝士打造了一座芝士乐园，吸引了众多消费者和小朋友参与



部分西式快餐品牌与安佳专业乳品联合发布的新品

黄金鲍鱼
+ 海鲜焗饭



芝根芝底黄金鲍
鱼海鲜焗饭



乐凯撒双倍安佳芝士
爆果金枕榴莲比萨

品牌重视供应链建设，通过优化供应链管理提升门店运营效率

- 尽管西式快餐行业的供应链已相对完善，但西式快餐品牌仍十分重视供应链建设，不少品牌建有自营的加工厂、中央厨房、产业园区、骑手配送团队等，并引入数字化工具和智能化设备，以提升供应链管理与门店运营效率
- 例如，麦当劳在湖北建立了麦当劳中国供应链智慧产业园，将“一个汉堡所需要具备的元素”聚集在一个产业园内；百胜中国在实现了90%以上原材料本土化采购的基础上，同时对其所有门店推广 i-kitchen 系统管理后厨，通过精细化运营提升后厨效率；达美乐通过与数字化企业合作升级其供应链管理系统，实现了中央厨房仓储管理的数字化以及运输调度的智能化
- 此外，针对加工工艺较为复杂的原材料，品牌会与专业的供应链企业合作，以确保原材料稳定供应与产品质量统一。比如，在芝士、黄油、稀奶油等乳制品原材料方面，一些品牌选择与恒天然旗下的安佳专业乳品建立合作关系

全国部分西式快餐品牌/企业的供应链与数智化建设情况

品牌/企业名称	供应链建设情况
麦当劳	2024年7月，麦当劳中国与其四大供应商宾堡、顺新晖、泰森和紫丹共同宣布麦当劳中国供应链（湖北）智慧产业园正式投产，实现了将“一个汉堡所需要具备的元素”聚集在一个产业园
百胜中国	百胜中国积极与中国本土供应商开展合作。目前，百胜中国旗下的肯德基、必胜客、塔可钟等西式快餐品牌均实现了90%以上的本土化采购，覆盖了鸡肉、蔬菜、面包、包装箱、设备和建筑材料等所有原材料。此外，百胜中国正在向所有门店推广 i-kitchen 系统管理后厨，提升后厨效率与顾客体验
达美乐	自建中央厨房，所有门店的新鲜面团均由中央厨房统一配送；与数字化企业合作，升级供应链管理系统，实现了中央厨房仓储管理的数字化以及运输调度的智能化
华莱士	除了部分原材料和设备由供应商供货之外，汉堡胚、酱料、面包糠、炸鸡等核心原材料均来自品牌自建工厂，如麦王食品、山东上盈食品、山东味库食品、山东华麦食品等
尊宝比萨	尊宝比萨在杭州、深圳自建两大工厂式中央厨房；在原材料上与安佳专业乳品等多家知名供应链建立了合作关系；在物流端采用“自建物流+第三方物流”相结合的方式，确保食材的新鲜度与配送的时效性
派乐汉堡	在原材料供应方面，派乐汉堡与基快富、益海嘉里、立顿等多家知名供应商企业建立了合作关系。此外，派乐汉堡还通过自建物流体系，保证了终端门店货物的连续性与稳定性

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

供应链企业主动洞察市场趋势，为西式快餐品牌提供一站式解决方案

- 随着市场竞争的加剧，为了加快产品创新效率，西式快餐品牌与上游企业的合作也愈发紧密。与此同时，上游供应链企业也开始主动洞察市场趋势，为下游品牌提供具有前瞻性、定制化、个性化的一站式解决方案
- 以全球知名企业恒天然旗下的安佳专业乳品为例，依托恒天然的新西兰草饲牧场资源和专业的研发团队，其在北京、上海、广州、成都、深圳和武汉设立了6家应用中心，可为餐饮品牌提供从需求洞察到新品研发，再到新品上市和营销支持等一站式的解决方案

安佳专业乳品的研发实力

➢ 五大板块近50款产品，拥有丰富的产品组合

在中国，安佳专业乳品全线共计五大品类近50款产品，涵盖稀奶油、奶油干酪、黄油、马苏里拉干酪以及其他奶酪等五大板块

➢ 恒天然设立6家应用中心，持续推动本土化创新

恒天然在北京、上海、广州、成都、深圳和武汉设立了6家应用中心，深度覆盖华北、华东、华南、西南、华中等主要市场，并融入当地餐饮创新生态圈，持续推动西式快餐的本土化创新，为市场和消费者带来符合潮流趋势的创新产品及应用解决方案

➢ 贴合市场需求和消费趋势，提供一站式解决方案

专注于优质乳品的创新应用开发的同时，安佳专业乳品坚持以客户和消费者需求为导向，为客户提供从需求洞察到新品研发，再到新品上市和营销支持等一站式的解决方案和服务

安佳专业乳品部分产品创新案例



双重芝士齐齐哈尔烤肉塔可披萨



双重芝士牛肉热压三明治



芝芝玉兰黄油华夫塔



春意盎然奶油烩饭



芝士黄油年糕



辣奶油玉米泥

03

经营建议：

**品牌应加强产品创新，挖掘下沉市场，
推进精细化运营**

赛道痛点：产品同质化现象愈发显著，市场竞争日益激烈

- 近年来，尽管西式快餐赛道整体保持着高速增长态势，但是我们也需要清醒地认识到，这一赛道正面临诸多挑战与痛点。例如，产品的同质化现象愈发显著、消费者健康顾虑日益加深以及市场竞争日趋白热化等



产品同质化

由于西式快餐产品的高度标准化以及供应链同源性，西式快餐品牌在产品口味和菜单结构上存在诸多的相似之处。这种同质化现象不仅体现在经典的汉堡、比萨、意面、薯条等产品上，也延伸到饮品、甜品、特色小吃等产品线中



消费者的健康顾虑

西式快餐在烹饪工艺上较多采用煎、炸等方式，食物搭配也以肉类、淀粉类食材为主，蔬菜、水果等富含维生素和膳食纤维的食材相对较少，导致西式快餐普遍被贴上“高热量、高脂肪、营养不均衡”的标签。这与当前消费者追求的健康饮食理念不太相符



市场竞争日益激烈

近年来，西式快餐赛道的入局者不断增多，品牌不仅需要应对来自同品类竞争对手的挑战，还要面对其他赛道品牌的跨界蚕食。例如，甜品品牌DQ推出了子品牌“DQ汉堡”；一些现制饮品品牌、便利店也推出了轻食、汉堡等产品

经营建议：加强产品创新，挖掘下沉市场，推进精细化运营

- 为了帮助西式快餐领域的相关从业者应对当前的痛点与挑战，红餐产业研究院给出了以下建议：品牌可通过加强产品创新、挖掘下沉市场以及推进精细化运营等策略，全面提升竞争力，以在激烈的市场竞争中实现突破与增长

01 加强产品创新

品牌应积极加强产品创新，通过挖掘各地特色风味、紧跟市场消费热点与趋势，推出更多本土化的创新产品，丰富消费者的味蕾体验。同时，研发具有低脂、低盐、高蛋白的健康产品，满足消费者的健康饮食需求。此外，品牌还可通过与上游企业合作共创，提升产品创新效率

02 挖掘下沉市场

随着一二线城市西式快餐市场渐趋饱和，下沉市场已成为各品牌竞相角逐的战略要地。在布局下沉市场之前，品牌需深入洞悉三四线城市及县域、乡镇市场的消费习惯与需求，因地制宜优化门店布局并调整营销策略，以确保在下沉市场中站稳脚跟

03 推进精细化运营

在门店运营成本上升与人均消费下降的双重压力下，品牌唯有精细拆解供应链与门店运营的各个环节，从每个环节中挖掘效率提升的空间，才能有效控制成本并保持市场竞争力，具体包括原材料采购、仓储与库存管理、数字化工具与智能设备的应用、门店人员配置与操作流程的优化等



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、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

安佳专业乳品专业伙伴

恒天然餐饮服务品牌——安佳专业乳品专业伙伴（Anchor Food Professionals, 简称AFP），致力于为全球连锁及本土餐饮客户提供高品质、全品类乳制品和应用解决方案。其业务范围覆盖全球50多个国家和地区，在中国市场，安佳专业乳品提供五大品类、近50款产品，涵盖稀奶油、奶油干酪、黄油、马苏里拉干酪、其他奶酪等多个系列，分销辐射全国500多个城市

作为专业伙伴，安佳专业乳品坚持以客户和消费者需求为导向，与客户在其商业领域内紧密协作。其专注于优质乳品的创新应用开发，帮助烘焙店、披萨店、中式餐厅、茶饮店及咖啡馆等餐饮业态提升产品吸引力。同时，其还为客户提供从需求洞察到新品研发，再到新品上市和营销支持等一站式的解决方案和服务，以帮助合作伙伴赢得消费者的青睐

依托恒天然集团敏锐的行业洞察力以及全球领先的研发能力，安佳专业乳品持续推出贴合市场需求和消费趋势的新应用，与客户携手并进，挖掘市场潜力，深化本土合作，为中国餐饮行业的创新发展提供助力



安佳灵感+小程序

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

附录：2025年度西式快餐十大品牌

“中国餐饮品类十大品牌”（中国餐饮品类红鲤奖），创立于2019年。作为国内首份针对“餐饮品类”的权威榜单，其主要是将近年来表现活跃、发展迅速或具备较大潜力的品类作为评选对象，致力于评选出在各细分领域综合表现优秀的餐饮品牌，并为其他餐饮行业人士提供品牌塑造的榜样思路

“2025年度西式快餐十大品牌”是“2025中国餐饮品类十大品牌（第七届中国餐饮品类红鲤奖）”的重要细分榜单之一，旨在评选出在西式快餐领域综合表现优秀的餐饮品牌，肯定这些头部品牌为细分领域发展所作出的贡献，并为其他餐饮行业人士提供品牌塑造的榜样思路

2025中国餐饮品类十大品牌（第七届中国餐饮品类红鲤奖）

2025年度西式快餐十大品牌

名次	品牌简称	企业全称
1	肯德基（中国）	百胜中国控股有限公司
2	麦当劳（中国）	金拱门（中国）有限公司
3	华莱士	上海榕赢品牌管理有限公司
4	塔斯汀	福州塔斯汀餐饮管理有限公司
5	萨莉亚（中国）	广州萨莉亚餐饮有限公司
6	德克士	天津顶巧餐饮服务咨询有限公司
7	汉堡王（中国）	汉堡王（中国）投资有限公司
8	赛百味（中国）	赛百味品牌管理顾问（上海）有限公司
9	派乐汉堡	武汉派乐汉堡食品发展有限公司
10	享哆味	重庆享哆味餐饮管理有限公司

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