

餐饮供应链趋势 发展报告2025

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，对餐饮供应链产品趋势的相关资料进行整理分析。从餐饮供应链的发展概况、发展动向、产品趋势等角度，综合剖析了餐饮供应链的发展现状，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：



随着餐饮连锁化率的提升，连锁品牌对食材品质、食品安全、供应稳定性、产品创新等提出了更高的要求，推动着餐饮供应链向更标准化、专业化的方向发展。当下，餐饮供应链日益完善，产业分工日趋成熟，在农产品种植/养殖、食材采购、生产加工、调味料供应、冷链物流等环节中均涌现了许多专业化企业



据红餐大数据，2024年餐饮供应链市场规模达2.6万亿元，同比增长8.1%，并预计2025年将突破2.8万亿元。当下，餐饮供应链的发展已进入到3.0阶段。越来越多的供应链企业从被动响应品牌需求的支持者角色，转向主动引领市场的驱动者角色



当下，餐饮供应链发展呈现出多元化动向：企业从食材源头、产品创新、技术应用等环节进行健康升级，推出更多健康产品；特色食材与地域风味被上游供应链企业进一步挖掘；上游供应链细分化趋势持续深化，不断涌现“单打冠军”；供应链企业向提供定制化解决方案的服务商转型；全球化进程中，供应链企业伴随中餐出海热潮，积极拓展海外市场；数智化应用已深入研发、生产、物流、管理等各环节，企业加速利用数智化工具升级



在餐饮行业竞争愈发激烈的当下，餐饮品牌对“更优质、更具创意、更具独特记忆点”的产品需求与日俱增。众多餐饮供应链企业主动洞察市场需求，研发新品。2025年，在食材与调味料领域涌现出许多颇具代表性的“风向标”产品

目录

01

餐饮供应链发展概况：餐饮供应链日益完善，企业从支持者转变为驱动者

02

餐饮供应链发展动向：餐饮供应链正朝着健康化、地域化、细分化、定制化、全球化、数智化方向升级

03

餐饮供应链产品趋势：食材与调味料领域有诸多风向标产品涌现，助力品牌实现产品与场景创新

04

餐饮供应链发展趋势：未来，生产柔性化、加快产品创新、“大单品”策略将成为企业的重要发展方向

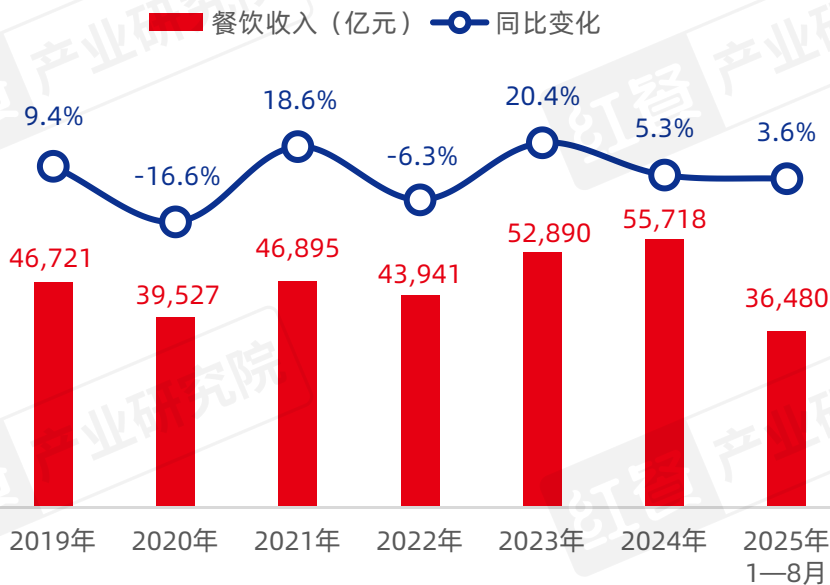
01

**餐饮供应链发展概况：餐饮供应链
日益完善，企业从支持者转变为驱
动者**

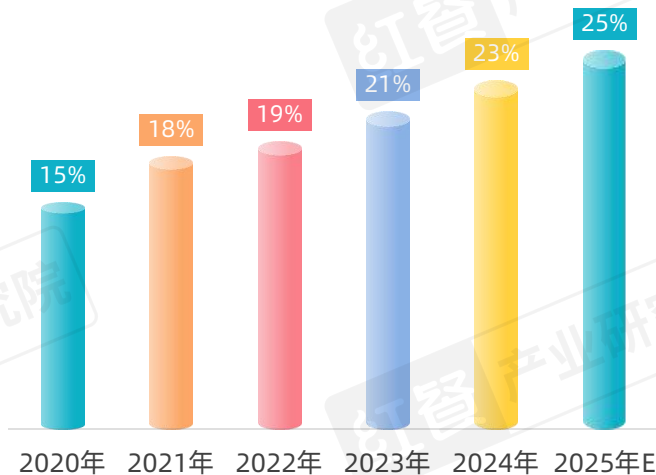
2025年1至8月全国餐饮收入超3.6万亿元，餐饮连锁化率持续提升

- 据国家统计局数据，2024年全国餐饮收入近5.6万亿元，同比增长5.3%。2025年1—8月，全国餐饮收入超过3.6万亿元，同比增长3.6%，增速出现了明显放缓
- 近年来，我国餐饮行业的连锁化率持续提升，行业集中度与标准化程度不断提高。美团数据显示，全国餐饮连锁化率从2020年的15%稳步上升至2024年的23%。未来，中国餐饮连锁化率仍然有较大提升空间

2019—2025年全国餐饮收入及同比变化



2021—2025年全国餐饮连锁化率

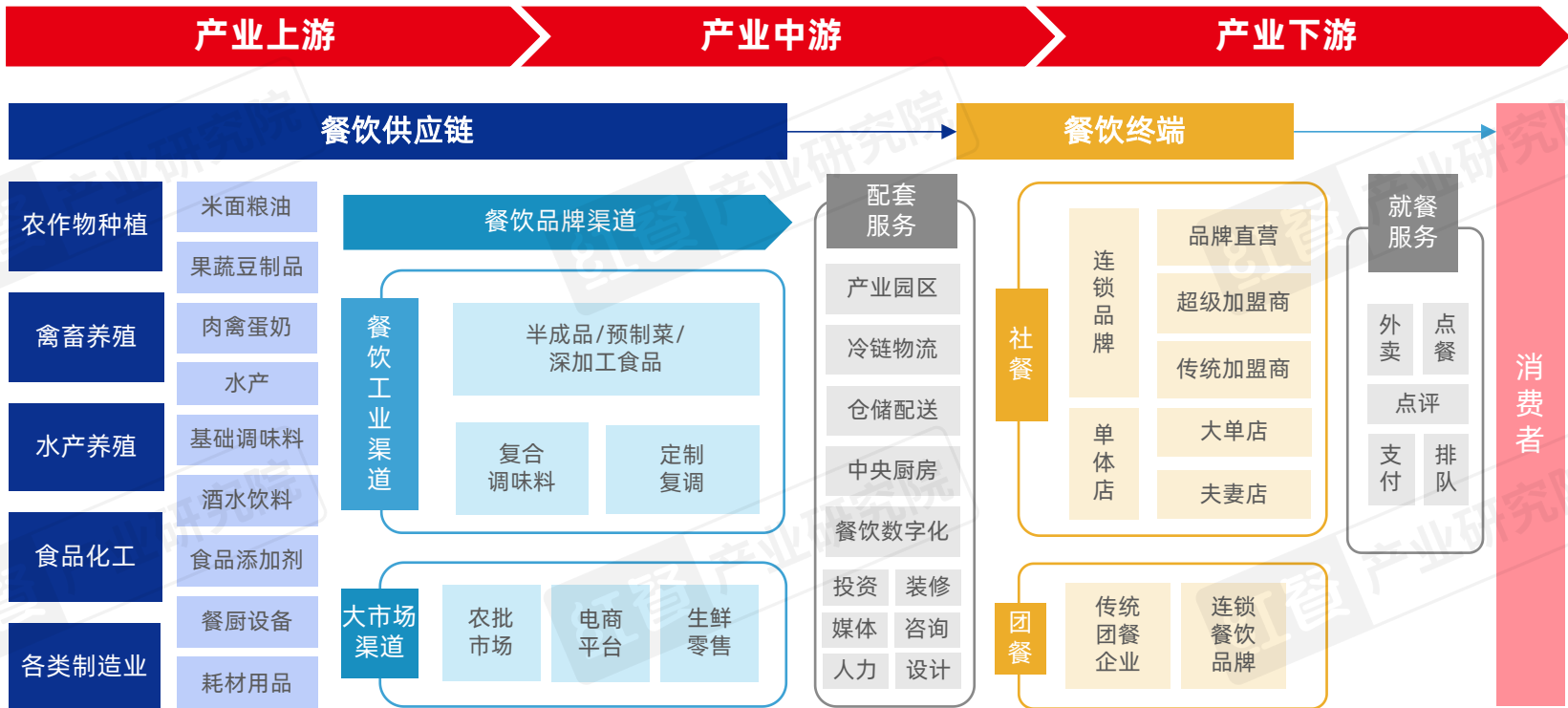


资料来源：国家统计局、美团，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2025年8月

餐饮供应链日益完善，诸多专业化供应链企业涌现

- 随着餐饮连锁化率的提升，连锁品牌对食材品质、食品安全、供应稳定性、产品创新等提出了更高的要求，推动着餐饮供应链向更标准化、专业化的方向发展
- 当下，餐饮供应链日益完善，产业分工日趋成熟，在农产品种植/养殖、食材采购、生产加工、调味料供应、冷链物流等环节中均涌现了许多专业化企业

2025年全国餐饮产业链图谱

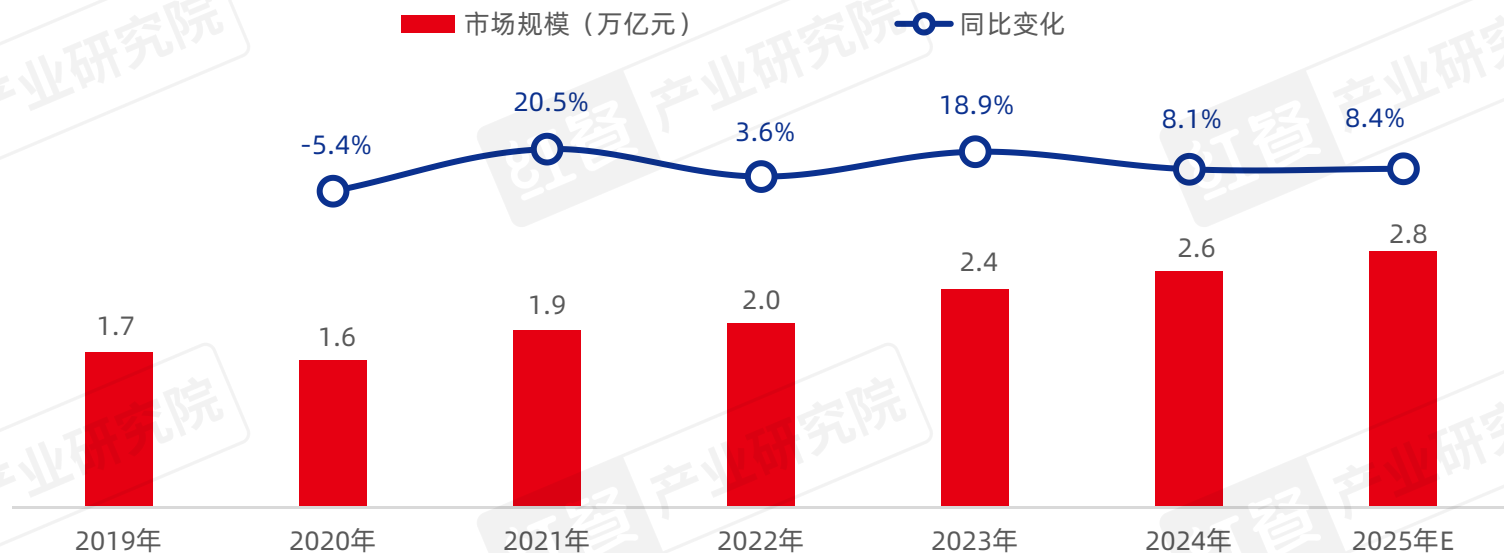


资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

餐饮供应链市场持续扩大，2024年市场规模达2.6万亿元

□ 近年来，我国餐饮供应链市场规模呈持续增长态势，据红餐大数据，2024年餐饮供应链市场规模达2.6万亿元，同比增长8.1%，预计2025年餐饮供应链市场规模将突破2.8万亿元

2019—2025年全国餐饮供应链市场规模概况



资料来源：红餐大数据

餐饮供应链进入3.0阶段，企业从支持者转为驱动者角色

- 随着餐饮行业从“增量”市场进入“存量”市场，餐饮品牌之间“内卷”加剧，品牌为寻求降本增效和差异化发展，主动向上游供应链寻求效率与创新。餐饮供应链的发展已进入到3.0阶段，在这个阶段，餐饮供应链在餐饮品牌创新过程中发挥着越来越重要的作用。越来越多的供应链企业从一开始被动响应品牌需求的支持者角色，转向主动引领市场的驱动者。这些企业主动洞察市场趋势与消费需求，自发先于市场去开发产品，为客户提供一站式解决方案，大大地促进了餐饮品牌的发展
- 此外，还有不少上游供应链企业将业务延伸至下游，通过开设餐饮门店，在传统B端业务之外拓展增长空间。例如，塞尚乳业、三元食品天润乳业、皇氏乳业等乳制品企业纷纷推出了现制饮品品牌，提供鲜奶、酸奶等产品；荷仙集团作为莲藕加工供应链企业，也开出首家藕粉糖水店“藕小曼”

餐饮供应链在创新中的角色转变

3.0阶段 | 驱动者角色

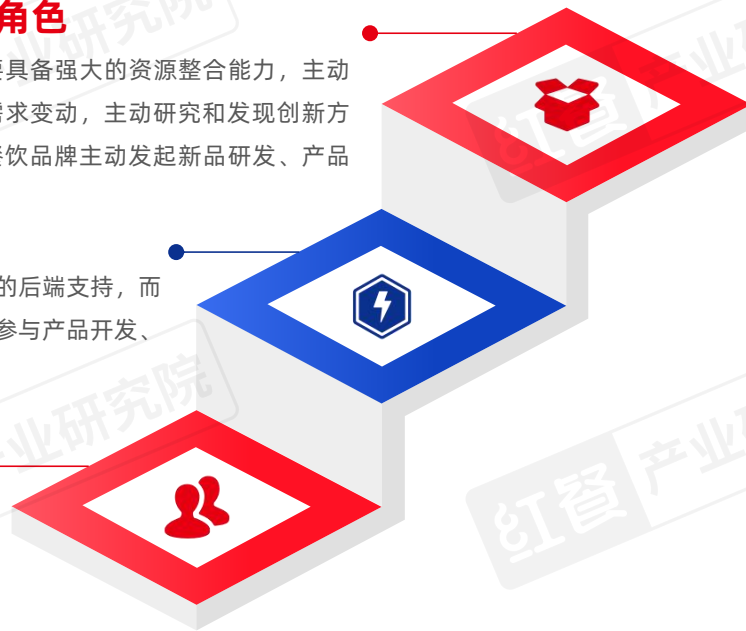
供应链需要具备强大的资源整合能力，主动捕捉市场需求变动，主动研究和发现创新方向，先于餐饮品牌主动发起新品研发、产品优化

2.0阶段 | 共创者角色

供应链不再仅仅是提供原材料的后端支持，而是与餐饮企业紧密合作，共同参与产品开发、市场分析等环节

1.0阶段 | 支持者角色

为餐饮企业提供必要的原材料和物资保障。
这个阶段的供应链管理相对简单，主要关注的是成本控制、质量可靠和供应稳定性



02

餐饮供应链发展动向：餐饮供应链正朝着健康化、地域化、细分化、定制化、全球化、数智化方向升级

总览：餐饮供应链正朝着健康化、地域化、细分化、定制化、全球化、数智化方向升级

- 当下餐饮供应链发展呈现出多元化动向：健康化方面，企业从食材源头、产品创新、技术应用等环节进行健康升级，推出更多健康产品；地域化方面，特色食材与地域风味被进一步挖掘；细分化方面，越来越多的食材和调味料企业聚焦更细分的领域快速发展；定制化方面，越来越多的供应链企业响应消费者与餐饮品牌需求，向提供定制化解决方案的服务商转型；全球化方面，供应链企业伴随中餐出海热潮，积极拓展海外市场，走向全球化发展；数智化方面，数智化已深入研发、生产、物流、管理等各环节，供应链企业加速利用数字化工具和智能化设备升级



健康化

餐饮供应链企业在食材源头、产品创新、技术应用等各个环节进行健康化升级，推出更多健康产品



地域化

一些地域食材如云南姜饼瓜、峨眉山非遗龙须笋、贵州折耳根，以及地域风味如贵州酸汤风味、齐齐哈尔烤肉蘸料风味，被供应链企业进一步挖掘出来



细分化

在食材和调味料领域，越来越多供应链企业不再追求“大而全”的产品，而是从创立之初就深耕更细分的领域，并得到快速发展



定制化

近年来，上游的供应链企业积极向提供定制化解决方案的服务商转型



全球化

近年来，国际中餐市场规模呈现持续增长态势，连锁餐饮品牌出海步伐不断加快，餐饮供应链企业也纷纷在海外建立生产、加工、配送体系，走向全球化



数智化

当下，数智化已深入到餐饮供应链的研发、生产、物流、管理等各个环节。供应链企业加速利用数字化工具和智能化设备升级

健康化：餐饮供应链各个环节加速向健康化方向升级，推出更多健康产品

- 红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”显示，消费者就餐选择中，食材的健康卫生是关键考量因素。随着消费者更加重视健康、食品安全，健康型食材和调味料成为餐饮品牌的关注重点
- 为积极响应“健康消费”趋势、满足消费者与餐饮品牌对健康产品的需求，餐饮供应链企业在食材源头（如发展高端养殖，生产有机食材）、产品创新（如推出功能性产品、代糖）、技术应用（如通过锁鲜技术保留鲜味、原始风味）等各个环节进行健康化升级，推出更多健康食材和调味料产品

近年来不同餐饮供应链企业推出的健康产品一览

细分领域	代表企业/产品
食材	德馨食品的NFC茉莉绿茶茶汤、三元食品的品致鲜牛奶、龙大美食的轻卤肥肠、吉香居食品的乳酸菌泡萝卜、雪印集团的药膳大盘瑶鸡、凤祥食品的优形低温沙拉鸡胸肉、惠发食品的深海狮子头、速虾记的一口整只青虾滑、元盛食品的龙江和牛雪花牛肉卷、国信水产的裕鲜舫深海野游大黄鱼、在旗杂粮主食的皇馍馍、沐之源的非遗龙须笋、康乐汇食品的爽亚爽牛奶滑鸭血等
调味料	百品日光的金番茄火锅底料、仟味高汤的鲜之宝姬松茸特醇菌汤、美鑫餐调的无花果鸡汤、味好美的世界风经典系列卡真调料、李锦记的李锦记薄盐味极鲜、安琪酵母的安琪酵母抽提物、独凤轩的汤乐士三零原汤、聚慧餐调的佬油集 1983、玉梦集团的玉梦酸汤、丁点儿的椒麻鸡汁等

部分健康产品的共同特征

“做加法”

- 添加高营养价值、功能性、有机的食材，强调食材的新鲜与天然。例如黑松露、松茸、新疆番茄等
- 添加多种对人体有益的营养元素，提供全面均衡的膳食体验。例如乳酸菌、酸奶等

“做减法”

- 针对高钠、高糖、高油问题，通过创新工艺和技术降低关键成分含量，做到“减盐、减糖、减油、减钠”
- 减少人工添加剂的使用量，打造“零添加、零植脂末、零反式脂肪酸”的标签

资料来源：红餐产业研究院“2025年餐饮消费大调查”、公开信息，红餐产业研究院整理

地域化：地域特色成为餐饮品牌实现差异化发展的关键，供应链企业积极挖掘地域食材、地域风味

- 近年来，地方旅游的火爆带动了消费者对地域美食的消费需求，也催生出巨大的市场需求。同时，地域食材与地域风味也成为餐饮品牌差异化发展的突破口，从而驱动供应链企业主动深入原产地，挖掘地域食材、地域风味
- 例如，一些地域食材如云南野生菌、贵州折耳根、贵州木姜子等，以及地域风味如贵州酸汤风味、齐齐哈尔烤肉蘸料风味、云南酸菜风味等，被供应链企业进一步挖掘出来，通过工业化加工转化为标准化食材和调味料产品

近年来我国餐饮供应链企业推出的地域食材一览



近年来我国餐饮供应链企业推出的地域风味一览



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

细分化：餐饮供应链细分化趋势加深，“单打冠军”不断涌现

- 随着餐饮市场的竞争加剧，餐饮品牌加速调整策略，通过打造“爆品”、精细化运营等形成差异化优势。在此背景下，餐饮企业的需求越来越多元化，对上游供应链企业提出更专业化的要求，如寻求更高品质的产品和定制化的爆品解决方案。这也推动了上游供应链的细分化趋势进一步深化，不断涌现出供应链“单打冠军”。这些“单打冠军”不同于以往追求大而全的综合型企业，它们从创立之初就专注于提供某一特定产品，并通过持续深耕该细分领域，提供高度专业化的产品和定制化的解决方案，构建自己的核心竞争壁垒，得到了快速发展
- 例如，食材领域和调味料领域的虾滑、鸡翅、乌鸡卷、肥牛卷、火锅油碟、豆瓣酱等均已出现了一批专业化企业，成为许多知名餐饮品牌的合作对象

近年来我国专注特定产品的部分餐饮供应链企业

速虾记：虾滑

- 通过聚焦虾滑赛道，构建全产业链生态，实现了从区域品牌到全国领先的跨越，成为虾滑行业的标杆企业

88亩全国最大
虾滑智造工厂

5万家
餐饮品牌客户

野火烧食品：鸡翅

- 野火烧食品以鸡翅为核心单品，深耕鸡类深加工领域，通过智能化生产、严格品控和定制化服务，成为国内调理鸡翅产品的头部企业

工厂年产能
超1.5万吨

服务餐饮门店
超30,000家

馨田火锅油碟：火锅油碟

- 馨田火锅油碟专注于火锅油碟的研发、生产与销售，其产品成为川渝火锅的标配，助力火锅品牌提升用餐体验

自建8,000余亩
芝麻种植基地

三个生产工厂、
两个研究中心

丹丹邛县豆瓣：豆瓣酱

- 丹丹邛县豆瓣以邛县豆瓣酱为核心产品，是农业产业化国家重点龙头企业，集原料种植、研发、生产、营销于一体

出口60多个
国家和地区

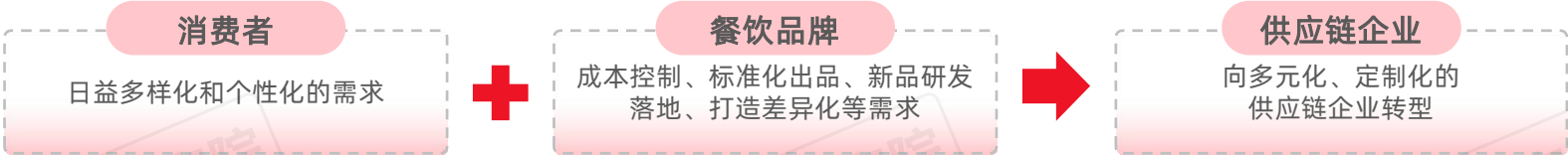
销量连续多年
全国领先

在食材和调味料领域，越来越多供应链企业不再追求“大而全”，而是从创立之初就深耕更细分的领域，并得到快速发展

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

定制化：多元需求推动供应链企业转型，定制化服务为品牌赋能

□ 近年来，在消费者需求日益多样化，以及餐饮品牌追求差异化发展等背景下，上游的供应链企业积极转型，除了提供优质产品的定制服务之外，还进一步拓展至涵盖产品研发、菜单优化、采购、生产、物流等全方位服务。例如，蒙牛专业乳品、仟味高汤、聚慧餐调、川海晨洋、三旋供应链等企业，凭借各自在研发团队、资源、技术、生产体系等方面的优势，为餐饮客户提供全方位定制化服务、一站式味道解决方案、风味研发及供应链优化等在内的定制化服务，助力餐饮品牌快速响应市场需求，打造差异化产品



近年来我国部分餐饮供应链企业提供的定制化服务

企业名称	研发优势	定制化服务
蒙牛专业乳品	拥有独立的产品研发团队、超30个奶源基地、1,000座牧场及170万头奶牛资源；年产能达1,000余吨	根据餐饮客户对成本、风味、口感、应用场景（如烘焙、茶饮、咖啡）的特定需求，提供专属配方的乳品原料
聚慧餐调	设有基础研发、配方研发应用研发、工艺研发四大研发体系；自建聚慧味来研究院、聚慧重庆工业设计研究院、重庆火锅食材产业研究院	提供个性化调味、研发生产全流程支持、多样化产品选择、供应链整合优化等服务，为餐饮品牌量身定制一整套调味解决方案
仟味高汤	拥有两大生产工厂、22个爆品菜研创体验中心和37间旗舰体验店、30条柔性定制生产线、超20,000种爆品菜方案库	提供从汤底、卤水到酱汁的“一站式味道解决方案”，能满足小吃快餐、火锅等赛道需求，为餐饮品牌提供精准的定制化味道解决方案
川海晨洋	拥有超3,000项定制配方的庞大风味数据库、“四大稳定系统”、七大数据化管理系统	围绕“味型一体化解决方案”核心，全面赋能餐饮品牌快速研发创新
三旋供应链	拥有专业的产品研发团队、多项创新工艺与核心技；积累了丰富的配方模型与资源；首创“ABCDE”模块化研发体系	三旋供应链拥有较成熟的产品共创机制，提供全方位定制化服务，涵盖产品研发、工艺口味、供应链解决方案等多方面

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

全球化：供应链企业积极布局海外市场，推动我国餐饮供应链走向全球化

- 近年来，国际中餐市场规模呈现持续增长态势，《2025中餐连锁品牌出海白皮书》显示，2024年国际中餐市场规模超3,500亿美元，2025年预计将达到4,400亿美元。在此背景下，连锁餐饮品牌出海步伐不断加快，出海品牌覆盖了中式正餐、小吃快餐、茶饮等多个赛道
- 同时，餐饮供应链企业也纷纷在海外建立生产、加工、配送体系，以解决中餐出海面临的食材标准化、口味还原、成本控制等核心问题。当下，餐饮供应链正加速驶向国际化航道，展现出从食材供应到服务体系的全方位出海态势

我国餐饮供应链出海的驱动因素

国际中餐市场规模持续增长，提供了广阔的市场空间

2024年

超3,500亿美元

2027年

预计达4,400亿美元

中餐品牌出海需稳定的供应链支持



政策的支持

《关于促进餐饮业高质量发展的指导意见》
《关于推动外贸稳规模优结构的意见》
《促进餐饮业高质量发展实施方案》

我国部分餐饮供应链企业的出海情况

企业名称	所属领域	出海情况
颐海国际	食材	在马来西亚、泰国建立产业中心，在东南亚布局了电商、批发、零售、线上等多种渠道
三全食品	食材	2025年7月宣布投资约2.8亿澳元在澳大利亚建设生产基地
思念食品	食材	2015年在美国收购“nestlé hot pockets工厂”，2024年扩建产能
李锦记	调味料	产品已销往全球100多个国家和地区，2024年在美国投资2.88亿美元建设新工厂
海天味业	调味料	2023年成立海天国际投资有限公司，2024年在越南、印尼设立全资子公司，开展调味料生产

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9月

数智化：数字化工具和智能化设备驱动产业数智化升级

□ 当下，餐饮供应链正加速向数智化方向演进。数智化已深入到餐饮供应链的研发、生产、物流、管理等各个环节，通过搭建数字化平台、应用数智化技术，并依托大数据，最终为餐饮客户提供更高效、更稳定、更精准的产品与服务，赋能下游餐饮品牌

餐饮供应链数智化的定义

餐饮供应链数智化

利用数字化工具和智能化设备，对餐饮供应链的各个环节（采购、生产、加工、仓储、配送、门店运营）进行改造升级，核心目标是实现降本增效、柔性生产、精细化运营

信息透明化

流程自动化

决策精准化

协同高效化

数字化

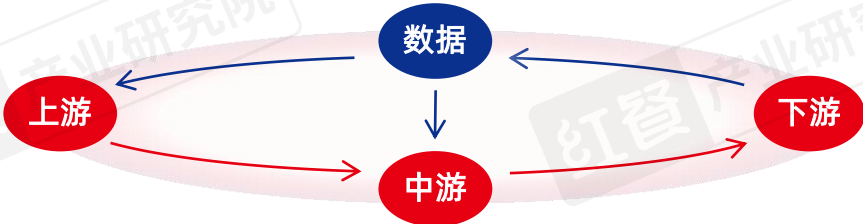
将供应链各环节的信息（如库存、订单、运输温度、销售数据）变成可存储、可分析的数据

智能化

利用人工智能（AI）、大数据分析、物联网等技术，实现自动化管理和优化

数智化在餐饮供应链环节中的应用

汇集了全链路的实时数据，并驱动供应链各个环节做出智能决策和即时反应



智慧农业与养殖

在种植/养殖端实现精准灌溉、环境监测、病虫害预警，提升食材品质和可追溯性

智能产品研发与创新

利用AI大数据分析平台，洞察消费趋势，与餐饮品牌联合共创爆款产品

智能中央厨房与生产

生产线实现自动化、智能化

智慧仓储与库存管理

实现高密度存储、自动拣选、智能盘库等

智慧物流与冷链配送

实时监控在途车辆；根据订单、路况、能耗规划最优配送路线

智能后厨管理

使用智能炒菜机器人、万能蒸烤箱、自动炸炉等设备，降低对厨师的依赖，实现标准化、高效率出餐

数智化管理与营销

CRM系统整合会员消费数据，形成精准用户画像，支持个性化营销；BI分析系统辅助选址、定价、菜品淘汰等决策

03

餐饮供应链产品趋势：食材与调味料领域有诸多风向标产品涌现，助力品牌实现产品与场景创新

总览：供应链企业主动洞察市场需求，诸多“风向标”产品涌现

- 在餐饮行业竞争愈发激烈的当下，餐饮品牌对“更优质、更具创意、更具独特记忆点”的产品需求与日俱增。众多餐饮供应链企业主动洞察市场需求，打造出一批引领产业发展的“风向标”产品
- 例如，在食材方面，肉禽、水产、果蔬等细分类别均涌现出许多代表性的“风向标产品”；在调味料方面，酱料、汤料、火锅底料等细分类别也出现了许多优质的产品。此外，在设备用品领域，以擎朗智能配送机器人 T10为代表的智能设备，可以为餐饮门店解决高峰时段配送压力大的痛点，提升运营效率

2025年全国部分餐饮供应链“风向标”产品一览



食材

逮虾记的一口整只青虾滑、嘉创食品的长柄战斧牛排、在旗杂粮主食的皇馍馍、恒兴食品的松鼠鲷鱼、三胖蛋的高端原味葵花籽罐装、野火烧的三好鸡翅、沐之源的非遗龙须笋、新雅轩的爆汁脆皮鸭、康乐汇食品的爽亚爽牛奶滑鸭血、国联水产的龙霸煲虾等



调味料

百品日光的金番茄火锅底料、仟味高汤的鲜之宝姬松茸特醇菌汤、美鑫餐调的无花果鸡汤、味好美的世界风经典系列卡真调料、翠宏的烤肉蘸料、聚慧餐调的佬油集 1983、森态牛油的森态味极香牛油、独凤轩的汤乐士二零原汤、丁点儿的椒麻鸡汁等

擎朗“配送机器人 T10”：巅峰之作，引领餐饮智能配送新境界

- ❑ 配送机器人 T10是擎朗智能推出的旗舰配送产品，集送餐高手、全景感知、多模态交互和广告营销四大特性于一身。其具备40公斤大载重和窄道通行能力，搭载全方位感知传感器保障安全。作为“人气王”已应用于全球多个场景，助力擎朗智能巩固其全球商用服务机器人市场的领先地位
- ❑ T10是提升多场景运营效率的智能利器，可轻松应对餐厅高峰配送、酒店物资运输、商超货品搬运及医疗物资精准送达等场景。独特的23.8英寸高清屏更兼具广告营销价值，实现配送与品牌曝光的双重收益，以卓越性能成为业界智能化升级的首选解决方案



擎朗智能（KEENON Robotics）成立于2010年，作为全球顶尖的通用+专用人形机器人公司，依托全栈自研技术体系与“研发—智造—落地”全链条闭环能力，构建了人形机器人、配送机器人、清洁机器人等行业最全品类的产品矩阵

累计出货量超
10万台

产品畅销全球60
余个国家和地区

全球
80余个运营中心

具备40公斤大载
重和窄道通行能力



配送机器人 T10的产品优势

➢ 配送、营销、交互三位一体

兼顾59cm窄道灵活穿行与40kg大载重配送；本身是移动的广告屏，极具品牌曝光的营销价值；业界首款专利级动作反馈交互机器人，多模态仿生交互，头部定制摆动配饰可提升人机交互体验

➢ 灵活稳健

业内领先360°全景感知系统，能够全面避障，卓越的性能轻松应对餐厅高峰配送



餐厅配送解决方案



在餐饮环境中，配送机器人不仅能够迎宾和引领，还能够高效地提供餐点和回收餐盘，这充分地提升了客人的整体用餐体验。T10还可以推广品牌信息或特价活动，轻松穿梭狭窄空间，确保服务的及时性和客人的体验感

擎朗智能服务
机器人产品矩
阵助力餐饮门
店高效运营



逮虾记“一口整只青虾滑”：重新定义虾滑“颗粒标准”，开启火锅虾滑“一口整只”时代

- 逮虾记的一口整只青虾滑，以“严选90天青虾、一半都是整虾仁、一口吃到3只虾、双工序剔除虾线、一口虾滑三重口感”等五大硬核标准树立起“火锅虾滑新标杆”，让顾客吃得到、看得见、记得住，轻松助力火锅门店打造口碑爆款
- 此外，逮虾记还持续拓宽滑赛道，陆续上新了“招牌大颗粒虾滑”“小龙虾虾滑”“奇亚籽蛤蜊鱼滑”等新品，首创“100款”花滑出品解决方案，转型为“滑品类应用工程师”，为更多餐饮品牌、火锅门店提供“好吃、好卖、好赚、差异化”的四好产品，助力餐饮客户业绩、口碑双增长



逮虾记依托广西北海独特的青虾资源和口岸地理优势，2021年，逮虾记在北海自建88亩世界级虾滑工厂，以“让中国14亿老百姓吃上好吃虾滑”为使命，专注聚焦滑类食品，单品单厂，采研产销一体化，深耕滑类产业供应链，荣膺全球美味奖、金物奖等诸多行业大奖，并获沙利文“中国虾滑销量第一”“中国虾滑第一品牌”双认证

虾滑品类开创者

全国虾滑销量第一

《虾滑》团标、国标
牵头起草单位

服务60,000家
品牌餐饮门店

一口整只青虾滑的产品优势

➢ 用料给力，“逮”虾口感

严选90天青虾；一包虾滑，一半都是整虾仁，一口虾滑3只虾，边吃边“逮”虾，虾仁含量基本≥50%，颠覆消费者对虾滑“只有虾颗粒”的认知

➢ 口感立体化

采用“虾仁虾颗粒1:1黄金配比”，“弹嫩+爆汁+鲜甜”的三重口感在嘴巴里依次绽放，越吃越鲜，回味更甜，有整虾快感，更有鲜弹口感

➢ “双工序剔除虾线”工艺

人工先挑去虾背上的虾线，再剪开虾尾，把尾部的虾线残留也清除干净。整根虾线完整清除，虾滑的口感体验直接升级



火锅

逮虾记的一口整只青虾滑，专为火锅研创，百搭花样锅底。用勺子将虾滑制成丸状，下入火锅汤底中煮熟。虾滑能很好地吸收汤底的精华（如番茄锅的酸甜、菌菇锅的鲜香、牛油锅的麻辣），同时保持自身独特的鲜味和弹牙口感



三胖蛋·大瓜子：十斤瓜子选二两，高端瓜子领导品牌

- 三胖蛋的家乡位于内蒙古巴彦淖尔，被誉为“世界葵花之乡”。这里的年均日照≥3300小时，昼夜温差大，黄河水全域灌溉，极其适合向日葵生长，是全球向日葵核心产区之一。三胖蛋立足家乡向日葵产业优势，深耕“绿色可循环”的农产品产业链，持续加速产业改造升级，多年蝉联各平台销售榜单TOP1
- 三胖蛋坚持长期主义品牌建设，实现线上线下全域覆盖，新媒体渠道与传统渠道同步运营。三胖蛋聚焦高端瓜子类目，持续进行产品升级与产能革新，打造坚果炒货“全渠道、多产线、高品质、全品类”的多元化模式



三胖蛋创始于2010年，创始团队拥有超过20年的农业从业经验，从内蒙古优质原产地出发，自建种植基地，基于葵花子、南瓜籽及旗下多元化系列产品，构建起从种子“育一繁一推”到原料“收储—分级—深加工”再到瓜子炒货食品“市场运营—品牌建设”的全产业链发展模式。持续为消费者提供高品质的三胖蛋食品，成为中国农业品牌化经典案例

- 高端瓜子领导品牌
- 罐装瓜子销量第一
- 十斤瓜子选二两
- 连续10年高端瓜子销量第一
- 农业产业化国家重点龙头企业
- 国家地理标志产品认证企业
- 一带一路国宾伴手礼
- 福布斯年度价值品牌
- 亚洲规模最大的向日葵综合产业园区
- 亚洲瓜子单体最大的数字化智能炒货工厂
- 好评率高于99%
- 复购率&推荐率创行业典范



高端原味葵花籽罐装的产品优势

➤ 口感出众

皮薄仁酥脆，易嗑不易碎
更大更过瘾，颗颗好滋味

➤ 罐装瓜子开创者

高端罐装，真空密封
高密铝箔，快速脱氧
锁鲜锁香，品质溯源

➤ 颗颗精选

219道工序严选，十斤瓜子选二两
粒大仁饱满，干净不脏手
酥脆醇香，无空壳，无坏籽，不上火

三胖蛋的产品矩阵



嘉创“长柄战斧牛排”：以规模化实力与全链保障，构筑餐饮供应链稳固基石

- 嘉创食品的长柄战斧牛排，由牛肋骨与相连的肉一同切割而成。其骨边肉鲜嫩多汁，独特的骨香赋予牛排丰富风味，既有骨肉醇厚滋味，又有肉质的细腻口感，是西餐中备受青睐的经典美食
- 针对不同客户的差异化需求，嘉创食品提供定制服务：从初步需求沟通到产品方案设计，研发团队通过深度对接客户应用场景，可灵活定制产品形态（如厚切牛排、调理肉片）、风味体系（地域化口味改良）、包装规格（餐饮批量装 / 零售便捷装）等细节；依托智能化生产线大规模量产无缝切换，兼顾连锁品牌标准化品控要求与特色餐饮个性化创新需求，从原料溯源到成品交付全程质量管控，助力客户构建产品差异化竞争力，成为餐饮供应链解决方案的优选伙伴

嘉创食品 FACTORY

2025年省级优势
特色产业重点工程

车间面积
5,000余平

年产能
15,000吨以上

提供
全流程定制服务

嘉创食品公司已成为江西省规模最大的肉制品生产基地。企业同步构建了全链条现代化供应链体系，严格实施从原料采购到生产加工的全流程质量管控。通过整合先进制造技术与数字化管理平台，嘉创食品着力打造集智能生产、质量追溯、冷链物流于一体的新型食品工业标杆，为区域特色农产品深加工产业升级提供示范样本

长柄战斧牛排的产品优势



➤ 原切原味

原切牛排，保留牛肉原味，纹理清晰、肉质鲜嫩

➤ 冷链新鲜

原切牛排每日现选，从优质牧场直抵餐桌，全程冷链保鲜。产品肉色鲜亮，肌理清晰，以极致新鲜为消费者呈上品质盛宴

➤ 极具冲击力的口感体验

整体口感焦香酥脆，内部肉质软嫩多汁，骨头附近的肉更是鲜嫩无比，脂肪分布均匀，入口即化

与嘉创食品达成深度合作的
餐饮品牌示例



恒兴“松鼠鲷鱼”：提升菜品格调、保障利润的“性价比之王”

- 恒兴食品的松鼠鲷鱼以优质鲷鱼为原料，采用预制化工艺省去复杂备菜步骤，厨师仅需简单炸制、淋汁即可出餐，大幅缩短备餐时间，适配餐饮端高效出餐与标准化运营需求。成品鱼身“开花”造型视觉冲击力强，上桌即成为餐桌焦点，完美匹配中高端餐饮对餐品颜值的高要求。同时，该产品兼具亲民成本，既能帮助餐饮门店提升客单价，又能保障可观毛利率，助力餐饮品牌平衡品质与盈利
- 恒兴松鼠鲷鱼，主要面向下游的餐饮品牌，包括星级酒店、融合餐厅、海鲜餐厅、宴席等，让餐饮门店轻松制作出星级宴客的菜品



广东恒兴集团创立于1991年，是农业产业化国家重点龙头企业。水产食品业务是恒兴6大业务之一，依托恒兴水产食品全产业链资源，以水产食品研发、加工、销售为一体。恒兴食品以水产食品食材和预制菜为突破点，探索水产产品的工业化、食品化之路。恒兴食品将持续打造具有全球竞争力的食品品牌，致力于成为全球连锁餐饮、食材交易平台的供应商和服务商，为广大消费者提供“从塘头到餐桌”真正可溯源的安全、营养、美味的水产食品

世界水产
100强企业

产品畅销全球40
余个国家和地区

200+预制菜
及冷冻水产食品

全国7家水产食品
及预制菜加工厂

松鼠鲷鱼的产品优势

原料优质

严选鲜活鲷鱼，肉质鲜美、刺少，蛋白质含量高，富含人体所需的8种必需氨基酸，适合老人、小孩以及健身爱好者等各类人群食用

工艺精湛

去腥、嫩化、腌制入味等一系列精细处理，极大地节省了烹饪时间。急速冷冻处理，有效保留了鲷鱼的鲜度和营养成分。开花刀工艺和裹粉工艺升级，让鱼身油炸“开花”程度更为美观舒适

口感绝佳

成品外皮酥脆可口，内部嫩滑到入口即化。酸甜的料汁使口感更加丰富多样，满足消费者对酥脆口感和鲜嫩鱼肉的追求



星级酒店

契合星级酒店对菜品视觉与口味的高要求，满足宾客对品质餐饮的期待

融合餐厅场景

适配多元菜系风格，可融入中式、新派融合菜等菜单，差异化亮点可吸引追求新鲜口味的消费者，助力打造招牌菜品

海鲜餐厅场景

高度契合餐厅水产品类定位，无需复杂处理即可快速出餐，增强顾客用餐体验



宴席与招待

适用于婚宴、寿宴、商务招待等场合，造型寓意吉祥，批量标准化制作，高效应对宴席高峰出餐需求，同时帮助商家控制成本，兼顾品质与利润



野火烧“三好鸡翅”：具有即配即用、普适性强等特征，适配多元餐饮场景

- 野火烧三好鸡翅以“好料、好做、好吃”为核心，筛选出优质A+级鸡翅原料，经过低温高湿自然解冻、冰水浸泡、滚揉腌制等一系列工序，形成了“免腌、肉质细腻、大小均匀、即配即用”的特点。餐饮门店无需再经过繁琐的腌制过程，直接通过标准化流程便可高效率出餐，成功解决鸡翅门店标准化低、人工成本高等问题
- 野火烧三好鸡翅具有较强的普适性，适合烤、炸、煎等多种烹饪方式，不仅适配于烧烤赛道，还能用于炸串、中式正餐、空气炸锅等多元场景。例如，在炸串赛道，“即炸即走”模式能保障快速出餐；在中式正餐赛道，适配干锅、炒菜等品类，通过“先炸后炒”的工艺，融入不同地域风味



野火烧食品，是一家集研发、生产、销售、定制于一体的智能化工厂，专注于打造以鸡翅为核心的鸡类深加工产品，目前已经形成调理系列、串系列、生炸系列和油炸系列四大产品品类。还通过实行单厂单品类的经营模式，以及稳定供应链与产品研发能力，为餐饮门店提供从食材到操作的全流程标准化方案

优质鸡类烧烤食材
100+款

工厂总年产能
超10万吨

冷链物流配送网络
覆盖20+省份

服务餐饮门店超
30,000家

三好鸡翅的产品优势



优质原料

通过双道严选机制和A级切割标准，筛选出肉质细腻、大小均匀的100%A+级白羽鸡

操作高效便捷

仅需1m²操作台即可完成解冻、加热、出餐全流程，无需改造厨房，实现“解冻即烤”

稳定供应链

与圣农、凤翔等头部禽类供应商合作，拥有日均20吨调理产能、40吨油炸产能

创新技术

经过低温高湿自然解冻、冰水浸泡、滚揉腌制等工序，确保鸡翅新鲜度和入味效果



烧烤

作为烤串赛道的核心单品，三好鸡翅凭借标准化工艺和稳定品质，成为烧烤店的热销菜品。其免腌制、即配即用的特点，降低了人工成本和操作难度，适合各类烧烤品牌快速出餐，提升效率

其他场景

可适配炸串场景、中式正餐场景、家庭场景，成为其除招牌菜品外的补充爆品



在旗“皇馍馍”：从播种到成品，严格践行绿色加工理念，打造健康安全的食品

- 在旗皇馍馍，以“老面发酵”工艺和面，工艺复杂，制作周期较长，老面发酵总时长可以达到120小时。其馅料用新疆红枣、红小豆，香甜醇厚；面粉以南瓜泥调色，无色素更鲜亮。原料上，面粉来自一级新粮自磨粉，馅料全程自制无香精防腐剂，制作工艺仅用碱和小苏打中和发酵，无其他添加剂，产品松软醇香又安心
- 在旗杂粮主食皇馍馍和众多速冻面米杂粮产品均为粗粮细作，口感松软，品质安心，非常适用于中式早餐场景和中式茶点等场景。居家早餐食品讲究健康营养和高效，在旗产品矩阵以其深邃而杰出的传统工艺，让居家早餐富有仪式感的同时还保障了健康营养在线。在中式茶点情景下，在旗产品臻选并加工的内馅材料，打造出款款香甜醇厚诱人鲜亮的优质甜品，轻松满足高质量茶点需求

在旗 杂粮主食

秦皇岛在旗生态食品有限公司，专注杂粮主食，敬畏原味文化，坚守绿色加工。在旗打破传统主食原料局限，积极引入各类优质杂粮。坚决剔除泡打粉和食用胶等相关添加剂，摒弃这些可能影响杂粮原味与健康的成分，让产品回归纯粹，让消费者品尝到的每一口在旗杂粮主食，都能感受到杂粮最原始的香、糯、甜等丰富滋味

产品远销美法德日
等20+个国家

满族特色非遗美食

国家金奖豆包

首个获得巴拿马金
奖的民族品牌

皇馍馍的产品优势



匠心工艺

以“老面发酵”工艺和面，工艺复杂，制作周期较长，老面发酵总时长可以达到120小时

馅料甄选

馅料制作选用新疆红枣和红小豆，醇厚清香，有枣的香甜，整体口感松软，醇香

品质臻研

所有杂粮粉均采购一级新粮，工厂具备磨面工艺及能力，自磨粉保证原料和产品的品质

严控添加剂

食品添加剂仅有碱和小苏打，用于老面发酵酸碱中和；不添色素，仅用南瓜泥调色，颜色鲜亮

在旗杂粮主食的产品矩阵



黄米红豆馅黏豆包



栗丁红枣窝头



杂粮小煎饼



栗丁红糖馒头



栗丁杂粮
牛奶皇米糕



枣栗子发糕

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

康乐汇“爽亚爽牛奶滑鸭血”：深耕蛋白融合技术与锁鲜工艺，提供兼具营养与风味的食材升级方案

- 爽亚爽牛奶滑鸭血是康乐汇食品依托30项技术专利研发的爆款食材，通过液氮锁鲜技术以及精湛工艺将新西兰高蛋白牛奶与自有养殖基地纯正鸭血科学融合，中和了鸭血的腥味，为餐饮门店解决了传统鸭血粗糙、腥味重的痛点，重新定义了鸭血从餐桌到厨房的食用价值
- 爽亚爽牛奶滑鸭血凭借入口细嫩、口感回甜、鲜嫩爽滑的特点，已深度渗透餐饮业的火锅、麻辣烫冒菜、粉面、米饭快餐、川菜、湘菜等领域。例如，在火锅赛道，适合多种火锅底料，如清汤、红油等汤底，可以做到久煮仍保持Q弹不碎；在川菜中，鸭血作为毛血旺的主要原料，搭配豆芽、木耳、黄喉等食材，在吸收了麻辣汤汁后，具有鲜嫩爽滑、麻辣鲜香的口感，是开胃下饭的经典菜品



康乐汇食品，是集研发、生产、服务、销售于一体的综合型食品公司，旗下拥有“爽亚爽”“捞大侠”“厨爽”以及“捞得”等品牌。其中，爽亚爽牛奶滑鸭血是康乐汇食品的爆款产品，具有入口细嫩、口感回甜、鲜嫩爽滑的特点，可用来制作毛血旺、鸭血粉丝汤等爆品菜，也可用于火锅领域作为火锅配菜涮煮

自建3大生产厂区
6个分子关联公司

服务超1,000个餐
饮品牌

拥有30项技术专利

年销售额达
8,000万元

爽亚爽牛奶滑鸭血的产品优势

技术创新

通过液氮锁鲜技术以及精湛工艺保留了鸭血的鲜香本味，又赋予其丝滑口感

品质管控

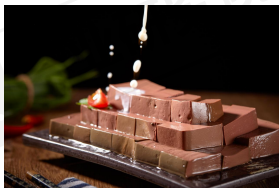
实现“鸭血源头—加工—配送”全链路管控，每批次产品可追溯至具体养殖场

品质卓越

通过ISO22000，HACCP双体系认证，安全性高于行业标准

风味升级

牛奶的乳糖中和了鸭血的土腥味，形成丝滑、鲜嫩的双重口感



火锅



毛血旺



香辣冒鸭血



韭菜炒鸭血



鸭血粉丝汤



剁椒蒸鸭血



新雅轩“爆汁脆皮鸭”：依托古法工艺与现代技术解决行业痛点，灵活适配多种餐饮场景

- 新雅轩爆汁脆皮鸭融合了古法工艺与现代技术，通过“6道选鸭标准”严选优质鸭胚，再经过30秒锁水技术、36种香料冷萃腌制、200℃恒温焖烤的核心工艺，解决传统烤鸭“只有皮好吃”的问题，呈现出“皮脆肉嫩、香浓爆汁”的差异化口感。依托从原料甄选到生产工序全程严格把控，新雅轩能确保每批次产品品质一致，满足连锁餐饮“千店一味”的标准化需求
- 新雅轩爆汁脆皮鸭以“一鸭百变”的灵活性覆盖多种餐饮场景，涵盖中式正餐、小吃快餐、火锅、烤鱼、烧烤、团餐等赛道，助力餐饮门店打造爆品，如爆汁脆皮鸭、乐山甜皮鸭、香酥鸭、冒烤鸭、烤鸭饭、烤鸭粉/面等



新雅轩创立于2010年，作为【餐调订制+锅气菜】整体解决方案专业服务商，产品聚焦于【复合调味料】和【锅气食材】两大核心板块，产品涵盖【米粉米线】、【面食小吃】、【米饭快餐】、【中式正餐】、【特色餐饮】等5大品类，打造30+产品系列，沉淀4,000+味型配方。创新“供应链3.0模式”，以“A+B+C”标准化出餐模式、“一年四季菜单”服务，助力餐饮门店打造爆品，为客户创造直接价值

爆汁脆皮鸭的产品优势

➢ 工艺创新

融合古法与现代技术，运用了30秒锁水技术、原创冷萃腌制技术、200℃恒温焖烤等核心工艺

➢ 品质稳定

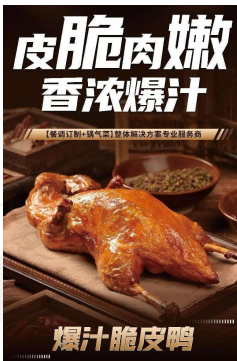
严格把控选鸭标准，从鸭形到肉质层层筛选，并通过ISO9001质量管理体系、ISO22000食品安全管理体系、ISO14001环境管理体系认证、ISO45001职业健康安全管理体系认证和ISO50001能源管理体系认证

➢ 多场景应用

灵活应用于脆皮鸭、甜皮鸭、冒烤鸭等多种菜品

➢ 高效率出餐

省去繁琐的腌制、烤制流程，成品到手复炸即可出餐，大大缩短出餐时间



爆汁脆皮鸭



乐山甜皮鸭



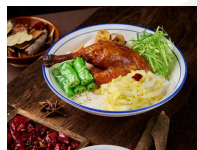
香酥鸭



冒烤鸭



烤鸭饭



烤鸭粉/面



沐之源“非遗龙须笋”：历经十八道非遗工序精制，助力餐饮品牌实现食材升级

- 沐之源非遗龙须笋，肉质脆嫩爽口，饱含山野馥郁清香。其以“十八道非遗手工艺”为核心，精选千米海拔野竹笋，复刻百年古法精髓，向全球展现中国非遗技艺与自然馈赠的完美融合，为餐饮行业提供兼具文化厚度与纯粹风味的食材升级方案
- 沐之源非遗龙须笋具有独特的口感和丰富的营养价值，适配火锅、中式正餐、异国料理等多种赛道。例如，火锅赛道中，涮煮龙须笋是常见的应用方式，其口感爽脆，尤其适合搭配麻辣、菌汤等锅底；在中餐领域，龙须笋可用于制作各类中式菜肴，如在川菜、湘菜等菜系中，非遗龙须笋既可以作为主食材清炒，突出其纯粹自然滋味，也能与肉类、海鲜等一起烹饪，提升菜品的特色和品质。此外，还可以用于日料中的天妇罗、中餐的凉拌菜等



峨眉山沐之源食品有限公司，是集食品研发、生产加工、销售为一体的农业产业化经营市级重点龙头企业，29年来专注竹笋产业，通过“非遗工艺+现代技术”双驱动，打造了非遗龙须笋与高山熊猫脆笋两大产品线，已与西贝、朱光玉、熊猫来了、烤匠、小六集团等头部品牌合作

竹笋种植基地
30万亩

服务于全国10万
家餐饮门店

自建现代化工厂
41亩

年销售额达
8,000万元

非遗龙须笋的产品优势

➤ 工艺独特

十八道非遗手工艺结合现代液氮锁鲜技术，能最大程度保留龙须笋的原汁原味与脆嫩质地

➤ 原料优质珍稀

巴山蜀水海拔千米之上的鲜嫩野竹笋，被誉为“笋中人参”

➤ 品质卓越

肉质脆嫩爽口，纤维细腻，饱含山野馥郁清香，口感融合鲜嫩、脆爽

➤ 营养丰富

通过多样化规格和场景创新，满足火锅、酸菜鱼、小龙虾等赛道对牛油的差异化使用需求



重庆老火锅



菌汤锅底



火锅场景

适合在火锅中涮煮，吸收汤底的风味，增添爽脆口感，尤其适合搭配麻辣、菌汤等锅底

炒菜



炖汤



中式正餐场景

在中餐领域，龙须笋可用于制作各类中式菜肴，如炒菜、炖汤、凉拌等

国联水产“龙霸煲虾”：定义虾品新标杆，三大标准化操作助力餐饮品牌高效率出餐

- 龙霸煲虾是国联水产打造的战略级创新产品，其核心优势在于采用BAP四星南美白对虾作为原料，并通过首创标准冰衣封装技术和搭配急冻锁鲜工艺，解决传统虾类产品“冰多虾少”的痛点，实现解冻不减重，做到虾肉壳薄肉厚且Q弹鲜甜。同时，国联水产还为龙霸煲虾设计了“用料配比、锅具炉具、烹饪流程”三大标准化操作流程，助力餐饮品牌实现10分钟快速出餐
- 龙霸煲虾富含高蛋白，营养全面，可广泛应用于宴席、时尚餐厅、中式酒楼、连锁中餐等多元场景



国联水产集团，专注于水产食品及餐饮食材领域，现已发展成为一家全产业链、全渠道和全球供应链整合的上市企业集团。其以预制菜为核心，推出风味鱼、小龙虾、裹粉、快煮、火锅等系列产品。其中，龙霸煲虾作为国联首创的蝴蝶虾品类代表产品，凭借独特的优势帮助餐饮品牌打造差异化产品

年产销量超10万吨

采购网络覆盖30+个国家和地区

三位一体研发体系

约40万m²的3个标准化工厂

龙霸煲虾的产品优势

高品质原料

采用BAP四星国际认证南美白对虾，从源头确保“无疫病、无污染”

工艺创新

采用标准冰衣封装技术和急冻锁鲜工艺，解决“冰多虾少”痛点，实现解冻不减重

高效率出餐

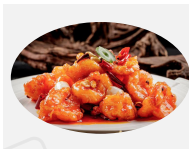
通过“用料配比、锅具炉具、烹饪流程”三大标准化操作，可实现10分钟快速出餐

应用场景广

适配多类餐饮烹饪需求，覆盖宴席、时尚餐厅、中式酒楼、连锁中餐等场景



宫爆汉虾



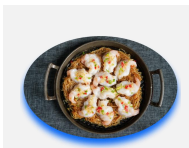
麻辣水煮虾



黑椒奶油虾仁



蒜蓉粉丝焗汉虾



天府水煮汉虾



蒜蓉粉丝煲虾



百品日光“金番茄火锅底料”：精选新疆特色金番茄，重新定义番茄味道，解锁更多应用场景

- 百品日光，历经四年精心打磨，推出全国首创独一无二的日光金番茄底料，选用独特的非转基因日光金番茄品种，产自北纬42°~45°新疆核心番茄产区，天山雪水灌溉，沙质土壤滋养，每颗番茄都晒足1,600+小时阳光。金番茄熬汤，具有质地浓郁、果香清新、汤色自然金黄鲜亮、颜值出圈、喝汤清爽、煮菜入味的特点
- 百品日光金番茄底料的应用场景除了传统的火锅汤底，还能延展至火锅汤锅、粉面快餐、砂锅煲仔、烤鱼、烤肉、中餐料理、麻辣烫、冒菜等应用场景



百品日光，源于2015年，是国内最早开始专注番茄调味领域的品牌。自有专业创新工厂，从全维研发体系到精益生产管理，实现研发到生产的一体式进程。番茄等王牌味型产品应用深入火锅汤底、粉面快餐、中餐调料、干锅烧烤、家庭餐食、异国料理等不同场景。依托自身强大的研发实力与优质服务，百品日光获得了万千客户的信赖与好评

国内唯一360°
全产业链管控

通过3大
国际体系认证

销往全国
30个省市自治区

服务全球
40,000+餐饮门店

金番茄火锅底料的产品优势



➤ 特色品种

新疆金番茄，金的不一样；非反季、非温室大棚、非转基因；一年一采，自然完熟

➤ 产地优质

源自新疆核心番茄产区——北纬42°~45°；天山雪水灌溉，沙质土壤滋养，昼夜温差大；每颗番茄晒足1,600+小时阳光

➤ 金黄靓汤

汤色自然金黄鲜亮；健康又美味，久煮不变色

➤ 味道浓郁

金番茄熬汤，酸鲜浓郁不一般；番茄味自然真实，自带清新果香；喝汤清爽，涮菜入味



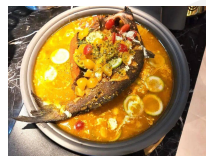
火锅汤底



粉面/快餐



烤鱼/烤肉



砂锅/煲仔



美鑫餐调“无花果鸡汤”：响应健康养生需求，适配各种火锅场景

- 美鑫餐调于2025年3月率先推出了无花果鸡汤底料，积极响应市场对清甜鲜美与健康养生属性兼具的无花果鸡汤的新需求，该底料以红枣、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。美鑫餐调的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
- 美鑫餐调无花果鸡汤应用多元，可完美适配各种类型火锅店的需求，如无花果鸡煲火锅专门店、清汤火锅、云贵火锅、山野火锅、川渝火锅等火锅店；其小吃快餐领域同样大显身手，中式粉面、日式汤面以及米饭快餐里面的菜品炖煮和例汤等菜品面面俱到；另外，中式正餐中的粤菜餐厅、融合餐厅及养生主题餐厅等带汤类的炖煮菜品也能因这款鸡汤得到风味层次的提升



美鑫餐调
MEIXIN FOOD

江苏美鑫食品科技有限公司成立于2017年，总部坐落于五省通衢的徐州，得天独厚的地理位置，构建起辐射全国的物流网络，业务覆盖全球多个国家和地区。美鑫深耕复合调味料领域，聚焦汤底、酱料及特色风味产品的研发与生产。其“上新快、服务快”的核心竞争力，为餐企提供从研发到交付的一站式解决方案，助力客户抢占市场先机

30余条智能化
生产线

年产能达
5万吨

服务海内外餐饮客户
10万+

同时拥有沙利文
双认证



无花果鸡汤的产品优势

➤ 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

火锅渠道适配菜品示例



山野无花果菌菇汤



无花果鸡汤



五指毛桃无花果鸡汤

小吃快餐渠道适配菜品示例



米线



肥牛手擀面



乌冬面

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

味好美“世界风经典系列卡真调料”：以味服人，完美复原异域风味，为中餐风味注入异域灵魂

- 味好美世界风经典系列卡真调料，萃取全球经典美食之精髓，是味好美独具特色的核心产品线。该系列汇聚世界各地的地道风味，每一款调味品均严格遵循原产地传统配方，经过反复测试与精心调配，最终形成风味精准、还原度极高的标准化产品。它不仅具备卓越的安全性、稳定的品质和独特的配方，更能为餐饮客户省去繁琐的自行调配环节，有效保障菜品风味一致和出品的稳定性
- 味好美世界风经典系列卡真调料是味好美世界风味系列中备受青睐的经典产品，如今已成为众多西餐厅厨房不可或缺的必备调料，其浓郁而独具特色的香辛风味，无论是烧烤、翻炒还是腌制的场景，均可显著提升食物的风味表现力，尤其能够为中式菜肴注入别具一格的异域香气与醇厚滋味



McCormick味好美集团是全球调味品知名企业，至今已在全球香料市场上拥有超过135年的历史，其业务范围涵盖家庭零售、餐饮服务、风味方案等多个板块，旗下各个系列产品畅销于全球160余个国家和地区，在全球拥有超过12,000名员工，旗下拥有McCormick味好美、大桥、Frank's、Redhot纷乐味和French's纷乐旗等品牌

130多年的历史

深耕中国市场
30余年

全球知名的香料与调
味料品牌

沪、穗、汉三大生
产基地与研发中心



世界风经典系列卡真调料的产品优势

➤ 风味地道

源自美国路易斯安那州，融合了法属加拿大移民的传统烹饪风格与印第安饮食文化的特色，呈现出浓郁而独具特色的香辛风味。该产品严格遵循原产地传统配方，经过反复测试与精心调配，最终形成风味精准、还原度极高的标准化产品

➤ 口味惊艳

这款调料精选辣椒、香草等多种天然香料精心配比而成，能为各类菜肴带来层次丰富、深度十足的体验，尤其能够为中式菜肴注入别具一格的异域香气与醇厚滋味

相关菜谱推荐

使用味好美世界风经典系列卡真调料，仅需10~20分钟，轻松打造地道又惊艳的融合风味，复刻全球美味



意式宽面配卡真鲜虾浓茄汁



辣味卡真酸奶酱



苹果木碳烤芦笋小龙虾



卡真菌菇饭酿鲜鱿

聚慧餐调“佬油集 1983”：以创新工艺还原重庆老火锅风味，实现“新油吃出老味道”

- 重庆火锅市场竞争日益激烈，如何在符合食品安全标准的条件下最大程度地保留传统重庆火锅的风味成为各大品牌稳定客源的突围关键。针对这一问题，聚慧餐调的佬油集 1983产品为重庆火锅品牌提供了风味统一且合规的解决方案，真正实现“新油吃出老味道”。佬油集1983是聚慧餐调以“科技复刻经典”打造的重庆老火锅底料标杆，融合了多家重庆老火锅店风味，通过现代科技复刻重庆老火锅的“灵魂”底料。其含24种主体油脂香味因子和8种油脂香，还原入口刺激、嘴巴留香、油脂饱满的经典口感
- 佬油集1983作为重庆火锅文化的代表产品，主要适用于重庆老火锅场景，帮助餐饮门店强化地域特色，吸引追求正宗口味的顾客。此外，佬油集1983还可以用于串串香、美蛙鱼头等川渝餐饮场景，为餐饮企业提供一站式调味解决方案



聚慧餐调，是中国领先的标准化复合调味料服务商，专注于餐饮行业洞察、菜品风味研究与智能化生产，公司已累计研发10,000+款配方，产品覆盖火锅、特色餐饮、烧烤、小吃快餐、酒楼酒店及预制菜等多个餐饮场景，服务超10万家餐厅，成为中式复合调味品行业的标杆企业

10,000+款配方

21个产品应用研发中心

122,000m²智慧工厂

16条现代化智能生产线



佬油集 1983的产品优势

➤ 创新工艺

通过油脂重构技术、油脂锁香技术和超釜工艺，真正还原重庆老火锅风味

➤ 多重风味

含24种主体油脂香味因子和8种油脂香，还原入口刺激、嘴巴留香、油脂饱满的经典口感

➤ 优质原料

坚持定植定采的严格原料管理，确保每一批次的原材料都能保持稳定而优质的品质

➤ 稳定产能

依托领先的智能制造工厂，实现了产品的标准化与定制化生产

分子结构调控， 风味因子协同黄金比例优化

通过对传统老火锅油脂成分的解构，复合鸡油、鸭油、猪油、牛油、羊油等8种油脂进行分子级融合，打破单一油脂的风味局限性

动态平衡系统， 超分子包埋技术 美拉德反应调控

针对传统火锅底料高温炒制中香味易挥发的痛点，聚慧餐调通过物理锁香与化学固香的协同机制实现风味稳定



分馏提香技术， 阶梯温度控制

采用6立方米智能反应釜，配备三层夹套加热系统和变频搅拌器；集成超10,000个传感控制点，通过DCS中央控制系统动态调整参数

翠宏“烤肉蘸料”：通过创新组合赋予蘸料全新的口感体验，实现“万物皆可蘸”

- 翠宏烤肉蘸料，是川调领军企业翠宏依托“传统制辣工艺+现代科技赋能”打造的标杆辣味调味产品，精选优质辣椒、饱满花生、白芝麻与紫苏粒等多种香辛料秘制而成，主要有香辣、原味两种经典口味，精准覆盖不同消费人群。其中，香辣味层次丰富，柔和不呛喉；原味具有“香而不燥”的温和口感，不添加辣度却保留了香辛料的本真风味，精准适配不喜辣或偏爱清淡口味的人群
- 翠宏烤肉蘸料，可以应用在中式、韩式、日式烤肉等场景，能有效提升烤肉风味、中和油腻感。此外还可用于烧烤、火锅、卤味、干拌水煮菜等餐饮场景，甚至可用来蘸薯条、炸鸡等小吃，被称为“万物皆可蘸”的调味品



中国辣·味世界

翠宏，是一家专注于辣椒制品研发、生产与销售的企业，已经建立起涵盖各类辣椒原材料品种及规格、香辣蘸料、麻辣蘸料、烤肉蘸料香辣味（原味）、香辣红油、糊辣红油、油泼辣子、烧椒酱等多元化产品矩阵

三大辣椒种植基地

四大生产基地

年生产辣椒制品
30,000余吨

产品规格达200多个

烤肉蘸料（香辣）的产品优势

➤ 风味独特性

具有香、辣、鲜、香的复合层次感，不是单一的辣味，而是融合了多种香辛料（如辣椒、花椒、芝麻、花生、大豆等）的复合香气。入口先感受到炒制辣椒和芝麻的焦香，然后是麻辣的刺激，最后是多种调料带来的鲜香回甜，层次非常丰富

➤ 原料与工艺

以辣椒面、孜然粉为香辣基底，搭配芝麻、花生碎增香添脆产品线覆盖广；非转基因菜籽油+多辣椒复合配方，慢火炒制

➤ 产品线覆盖广

从微辣到特辣多款可选，适配不同人群



烤肉蘸料（原味）的产品优势

➤ 风味独特性

醇香百搭，不辣也精彩；“五香”通常指由花椒、八角、肉桂、丁香、茴香籽等多种香料复合而成的传统风味。香气浓郁、层次丰富、回味悠长

➤ 原料与工艺

以八角、桂皮、香叶等传统五香原料为主，搭配坚果、桃酥、芝麻增香，确保香料纯正无杂；香料经研磨、配比混合，部分经微炒提香，无多余添加剂

➤ 核心特点

精准控制香料配比与研磨细度，保证五香融合均匀，即拌即食，适配烤肉蘸用



仟味高汤“鲜之宝姬松茸特醇菌汤”：复合调味品企业首创，全新一代黄金菌汤

- 鲜之宝姬松茸特醇菌汤是仟味高汤自2024年洞察到山野火锅赛道的火爆后，率先开展的山野火锅标准化菌汤研发成果。为打造高品质的菌汤，仟味高汤深入云南野生菌产区，实地调研当地数十家野生菌火锅门店以及消费者反馈，并联合“云南省餐饮与美食行业协会”供应链团队，系统梳理了菌汤底料的原料筛选、熬制工艺、食材搭配等关键环节。经过长时间的研发与试验，其于2025年5月推出了鲜之宝姬松茸特醇菌汤调味料，成为行业内首个专门针对山野火锅的标准化产品
- 该款菌汤适用场景广泛，不仅适合火锅场景，也可灵活适用于小吃快餐、中式正餐等多元场景，适合相关菜品的创新与升级

仟味高汤

2,000+连锁品牌
的信赖

两大生产基地
占地超138亩

30条柔性生产线
年产能超万吨

22间研创体验中心
37个旗舰体验店

仟味是源自广东的高汤调味品生产企业，成立于2000年，坚持真材实料熬高品质高汤。仟味主要产品涵盖了鸡汤、猪骨汤、牛肉汤、金汤、酸汤和卤水酱汁等，广泛应用于火锅、米粉面快餐、中餐等赛道，能满足客户对优质高汤的需求。仟味配套的线下体验体系能服务和深耕当地餐饮市场，快速响应客户需求，从而为餐饮品牌提供【标准化、个性化和性价比兼备】的味道解决方案，为消费者带来健康又美味的美食

鲜之宝姬松茸特醇菌汤 的产品优势

➤ 精选原料

精选云南山区姬松茸、高原有机香菇搭配熬制，姬松茸等菌菇抽提含量≥60%，真材实料

➤ 锁鲜工艺

复合鸡、猪、牛三骨汤打底，经过“三步预处理+六段式低温慢熬”菌菇锁鲜工艺，不苦不涩不土味，还原醇正浓郁的姬松茸鲜香味，成就业内首创新一代黄金菌汤

➤ 中高端适配

鲜之宝姬松茸特醇菌汤金黄汤色高颜值，久煮不泄不发黑，适合中高端食材、好菜品搭配



山茶溢香鲜菌锅



现熬鸡汤米线 山野鲜菌过桥米线



小火锅



元气罐罐鲜菌米线



湘味小炒鸡



丁点儿“椒麻鸡汁”：新型椒麻味型，助力餐饮企业打造差异化味觉体验

- 椒麻鸡汁以汉源贡椒、江津青花椒搭配鸡肉提取物为核心原料，通过纯物理压榨工艺，不使用任何有机溶剂，不添加任何化学添加剂，最大限度保留鲜花椒中芳香和麻味有效成分，然后再和鸡肉调味料经美拉德反应进行加工，呈现出麻、鲜、香等多种风味
- 丁点儿椒麻鸡汁能提鲜增麻，满足多种烹饪需求，适配拌菜（如椒麻凉拌鸡）、烧烤（如椒麻烤串）、烧菜（如椒麻烧鱼）、炒菜（如椒麻炒肉）、干锅（如椒麻干锅虾）、馅料（如椒麻饺子馅）、蘸碟（如火锅椒麻蘸料）等场景



四川丁点儿食品开发股份有限公司，致力于川菜标准化调味和川菜饮食文化研究，形成了以川味复合调味料、川味特色花椒油为主导的产品体系，打造出干锅酱、椒麻鸡汁、青花椒麻辣酱等标志性产品，为全球餐饮人提供川菜风味标准化解决方案

拥有3个工厂、
近万亩贡椒基地

拥有50+项
国家授权专利

通过ISO9001质量管理
体系等认证

全国1.5万+经销网点，
覆盖全国300+大中城市

椒麻鸡汁的产品优势

➤ 优质原料

精选汉源贡椒、江津青花椒等优质原料

➤ 先进技术

不使用有机溶剂、化学添加剂，通过先进生产技术最大限度保留鲜花椒中的芳香物质与麻味有效成分，还原自然风味

➤ 风味创新

将青花椒油的“鲜麻”、红花椒油的“醇香”与鸡肉的“鲜美”深度融合，呈现出多种风味

➤ 应用场景广泛

广泛适配拌菜、烧烤、烧菜、炒菜、干锅、馅料、蘸碟等多元餐饮场景

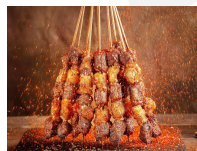


丁点儿椒麻鸡汁

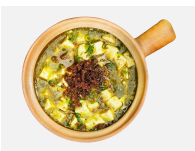
凉拌菜



烧烤



烧菜



炒菜



干锅



馅料



森态牛油“森态味极香牛油”：以科技赋能传统风味，为餐饮品牌提供标准化解决方案

- 面对火锅赛道“如何内源性提升锅底脂香味”的痛点，森态牛油于2019年与华南理工大学、江南大学合作，创造性地将生物酶解与牛油加工工艺结合，成功研发出酶解牛油技术，并于2021年7月推出行业内首款利用该技术的味极香火锅牛油。作为牛油科技领域的革新成果，其以独家生物酶解技术为核心，精选优质牧场牛腰油、牛肚油及分割油，通过科学工艺实现“香气倍增、久煮不浑”，为火锅及其他餐饮赛道提供香气饱满、品质稳定的标准化解决方案
- 森态味极香牛油打破了传统牛油的应用局限，不仅适用于传统的重庆老火锅，还能创新性应用在水火锅、酸菜鱼等场景，拓展了牛油的应用边界。例如，在水火锅中，仅需添加小块牛油即可提升锅底香气持久性；在酸菜鱼调料中，牛油的脂香能平衡酸味，形成差异化风味；还可以用于制作麻辣复合调味料、烧菜类调料、蘸料等，以增强香味层次



森态牛油创始于2004年，是广汉市迈德乐食品有限公司旗下主打品牌，森态牛油专注牛油研发生产20年，以科技赋能传统风味为核心，专注于牛油的技术研发与应用创新，此次推出的“森态味极香牛油”是其对传统工艺进行科技再造的代表性成果

年产能
150,000吨

专利技术
100+项

标准化生产线
17条

合作火锅品牌
1,000+

森态味极香牛油的产品优势



采用酶解工艺

采用酶解工艺，实现“香气倍增、久煮不浑”，突破了传统牛油香气阈值

采用优质原料

优质牧场的牛腰油、牛肚油、分割油

保障品质稳定

解决传统牛油久煮易浑汤、起泡的问题，确保餐饮出品在长时间烹饪中保持色泽透亮、状态稳定

应用场景广泛

通过多样化规格和场景创新，满足火锅、酸菜鱼、小龙虾等赛道对牛油的差异化使用需求



麻辣锅底



水火锅



满足对锅底风味的高标准要求，提供标准化、稳定的香气解决方案，适配多种锅底类型

酸菜鱼



小龙虾



酸菜鱼中，牛油的脂香可平衡酸味，形成独特的风味组合；小龙虾中，赋予其浓郁的牛油香味，提升菜品的吸引力

独凤轩“汤乐士三零原汤”：复刻传统厨房现熬风味，大幅提高出餐效率

- 汤乐士三零原汤以“零香精、零色素、零防腐剂”为核心，精选高品质原料，通过独创的“味型转化技术”萃取呈味蛋白、氨基酸等营养成分，完美复刻传统厨房现熬风味，同时还解决了传统熬汤“耗时久、成本高、依赖厨师技术、品质不稳定”的痛点，为下游餐饮品牌提供原汁原味好汤底的现熬骨汤解决方案
- 汤乐士三零原汤味道醇厚鲜美，适配火锅、粉面、麻辣烫等餐饮场景，可轻松出品鲜汤云吞、鲜汤米粉、鲜汤拉面、鲜汤火锅、鲜汤麻辣烫等美食，也可以作为万能汤底冲调任意高汤使用



独凤轩，是以畜禽鲜骨为原料，研发、生产骨类调味料的国家高新技术企业，是中国骨类调味料行业国家标准的起草单位，同时也是拥有30+国家发明专利的上市企业。作为中国餐饮鲜汤全方案服务商，独凤轩可以为不同区域客户提供预煮食材、骨髓原汤、风味高汤、预制汤品设计的全方位服务

拥有三大生产基地

30+项国家专利

“分子+数学”
标准化转化系统

服务1,000+
餐饮企业

汤乐士三零原汤的产品优势

➢ 三种口味适配多元场景

提供老鸡原汤、猪骨原汤、牛骨原汤三种口味，适配火锅、粉面、云吞、麻辣烫等多类餐饮场景，可作为“万能汤底”灵活使用

➢ 三零原汤还原厨房现熬风味

融合传统厨房熬汤工艺与现代萃取技术，精准提取骨肉中的呈味蛋白、脂肪、氨基酸及小分子多肽等营养成分，还原厨房现熬风味

➢ 核心解决方案降本增效

通过首创的“三零原汤+预煮汤材+智能熬汤机”协同方案，相比传统熬汤流程，可节省4小时熬汤时间，大幅提高出餐效率和降低成本



云吞



米粉/米线



汤面



火锅



麻辣烫



万能汤底



04

**餐饮供应链发展趋势：未来，生产
柔性化、加快产品创新、“大单品”
策略将成为企业的重要发展方向**

趋势一：餐饮供应链将往柔性化定制方向发展，以更快、更灵活地响应下游品牌定制化需求

- 在下游市场的个性化、定制化需求的驱动下，供应链将向柔性化定制方向转型，柔性化能力将成为餐饮供应链企业的核心基础设施和标准配置
- 未来，通过灵活调整生产计划、产品种类和批量的柔性化生产，上游的供应链企业可以解决定制化“成本高、周期长、难以大规模应用”的痛点，为下游品牌提供更具落地性的定制化服务，推动餐饮供应链向更精细化、专业化的方向迈进

供应链柔性化定制

供应链柔性化定制是指在餐饮供应链中，通过灵活调整生产流程、资源配置和产品组合，快速响应市场需求变化的一种能力。其核心在于平衡标准化与个性化，满足多样化需求的同时，保持高效运营和成本控制

1

产品研发

快速响应热点，快速组合不同风味和食材，推出新品

2

生产制造

生产线可快速切换，生产小批量、多品类产品，满足个性化需求

3

服务模式

服务流程不再固化，而是根据客户所处阶段和痛点，提供定向解决方案

快速响应需求

小批量、多品种生产

数据驱动决策

供应链协同

不仅能够赋能大型连锁餐饮品牌，也能为小型连锁、单店客户等提供小批量、多品类的柔性生产服务

趋势二：下游需求日益多元化，产品研发创新能力将成为餐饮供应链企业重要的核心竞争力

- 随着消费者对健康化、地域化、个性化需求的持续增长，下游餐饮品牌为突破同质化困局，必须通过持续创新来建立差异化，而品牌自身研发的投入成本高、周期长、效率低，从而会向上游企业传导产品创新的需求。这种市场需求将会倒逼上游供应链企业更加主动研究消费趋势和市场需求，加速产品创新，缩短研发周期。未来，随着下游餐饮企业和消费者需求日益多元化，产品研发创新能力将成为供应链企业构建核心竞争力的关键

部分餐饮供应链企业加速产品创新的案例

李锦记顺应市场需求，推出了薄盐蒸鱼多用汁等专业性强、适用菜系广的新品，覆盖更多赛道的餐厅，满足终端多元化场景的基本需求

蜀海供应链积极响应海底捞的“持续稳定上新”需求，通过共创模式驱动产品快速迭代，在2024年推出超200款菜品

逮虾记积极响应“虾滑产品差异化”需求，与熊猫来了火锅、珮姐火锅等品牌合作，推出黑金黑虎虾滑、马蹄虾滑等定制化产品

仟味高汤在2024年洞察到山野火锅赛道火爆，率先深入云南产区调研，推出鲜之宝姬松茸特醇菌汤调味料等产品

安井食品从“渠道驱动”转向“新品驱动”，企业更加重视产品创新。2025年，安井食品公司推出了活鱼现杀嫩鱼丸等新品

随着天水麻辣烫、贵州酸汤等地域风味在消费端爆火后，川海晨洋迅速跟进，依托西南饮食文化优势，推出酸汤肥牛等川味复合调料

趋势三：未来，“爆品”策略将成为供应链企业打造核心竞争力、抢占用户心智的重要抓手

- 随着餐饮供应链向专业化、细分化方向演进，越来越多的供应链企业从打造“大而全”的产品矩阵转向“精而细”，“爆品+多元产品”的组合模式成为一种新策略。“爆品”可以帮助企业在品质、口味、技术方面建立竞争对手难以模仿的优势，在日渐激烈的市场竞争中实现突围。同时，一款成功的爆品还能高效抢占用户心智，让用户提起某一产品就能联想到企业。例如，安井食品的甄选火山石烤肠、速冻大颗粒虾滑等已成为企业的爆品，帮助企业实现突围
- 当下，“爆品”策略已成为餐饮供应链企业发展的新常态。展望未来，这一策略仍将持续盛行

部分餐饮供应链企业的“爆品”案例



甄选火山石烤肠

甄选火山石烤肠是安井食品在烤肠细分领域重点培育的大单品，通过产品创新、渠道深耕和品牌推广，成为企业增长的重要驱动力



招牌大颗粒虾滑

招牌大颗粒虾滑作为速冻大颗粒虾滑的旗舰产品，年采购额超3亿元，覆盖全国6万家餐饮门店，是高端火锅、海鲜火锅的热门选择



香菇酱

香菇酱是仲景食品的核心大单品，2024年销售额超3亿元，占其调味品板块收入的近一半，对公司的整体营收和利润贡献显著

趋势四：“BC双轮驱动”策略成为供应链企业护城河，C端渠道或成为企业探索利润增长的新路径

- 目前，上游供应链企业的业务主要依赖于餐饮B端客户。随着餐饮行业进入发展新周期，不少企业也在积极拓展C端渠道，如电商平台、社区团购和商超零售，以触达更广泛的消费群体。近期，还有一些企业直接在下游开设了餐饮门店。通过开设餐饮门店，能够减少供应链企业对中间渠道的依赖，还能通过自有门店消化部分产能，稳定收益来源。同时，线下门店也成为了产品展示窗口，让B端客户直观感受到企业的供应链能力和产品创新力。此外，通过餐饮门店，企业还可以快速收集消费者对产品的反馈，为后续研发提供方向
- 展望未来，随着餐饮行业竞争日趋激烈，餐饮企业对供应链产品的成本、品质要求日益严苛，这或许将驱动更多供应链企业在下游直接开设餐饮门店，拓展更多销售渠道

“BC双轮驱动”策略

供应链企业主要依赖餐饮B端客户，易受餐饮业竞争情况影响，利润空间有限

身为“幕后英雄”离消费者较远，市场洞察相较滞后，需要从幕后走向台前

B端渠道

餐饮企业

酒店

团餐



BC端
双轮驱动



C端渠道

电商、团购平台

商超

开设餐饮门店

当下，餐饮供应链企业的业务正从B端向C端延伸，通过下场开设餐饮门店缩短消费路径，可以减少对中间渠道的依赖，用自有门店消化部分产能，稳定收益来源，获得更高的利润空间

部分餐饮供应链企业开设餐饮门店的案例



荷仙集团开设“藕小曼”

定位为藕粉糖水轻食店，主打奶茶、甜品、小食等产品，强调自然本味和健康轻食



塞尚乳业开设“山下有牛”

通过旗下子公司金河科技开设现制奶饮品牌，主打现打鲜奶、酸奶饮品、思慕雪和厚乳雪糕等产品



皇氏乳业开设“在桂里”

创立新茶饮品牌，售卖以水牛奶为基底的现制茶饮、甜点等产品

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

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》、“中国餐饮红鹰奖”榜单、“中国餐饮产业红牛奖”榜单和“中国餐饮品类十大品牌”（中国餐饮品类红鲤奖），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”，收录超过32,000个餐饮品牌、8,000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

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查；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：2019年1月—2025年9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、劳华辉、黄壁连、周容、林博涵

感谢观看

研究报告合作请联系 红餐薇薇 199 6625 2467