



Supply chain  
Solutions

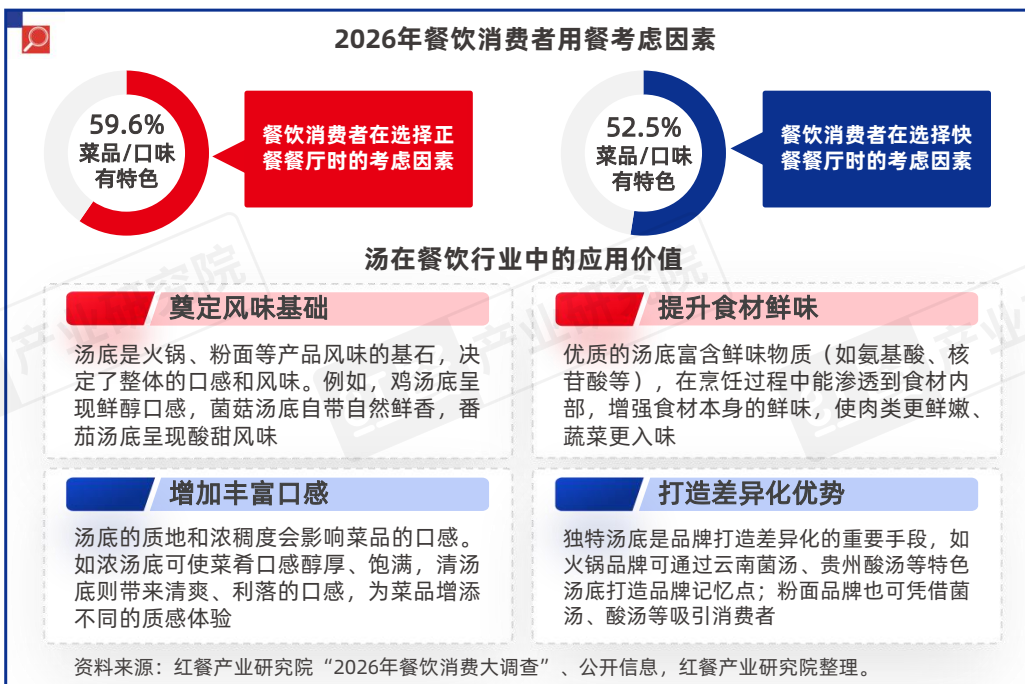
# 中国餐饮供应链研究报告

——美味源醇鲜本味老母鸡汤应用方案

## 菜品口味成消费者选餐厅时最关注的因素之一，餐饮品牌纷纷推出差异化汤底

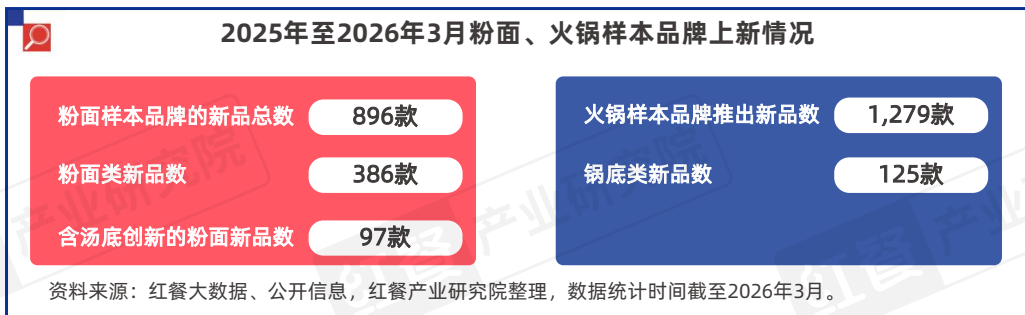
在中式餐饮文化中，汤不只是一道独立的产品，在菜品的烹饪中，更具有奠定风味基础、提升食材鲜味、增加丰富口感、打造差异化优势等作用，能直接影响产品的吸引力与复购率。

在消费端，据红餐产业研究院“2026年餐饮消费大调查”，消费者在选择正餐或者快餐类餐厅时，菜品口味是最为关注的因素之一。由此可见，在同质化竞争激烈的餐饮市场，口味已成为火锅、麻辣烫、粉面等门店打造差异化卖点、抢占消费者心智的关键抓手。



在餐饮门店，汤底在菜品烹饪过程中具有举足轻重的作用。在风味方面，汤底是火锅、粉面等产品风味的基石，决定了整体的口感和风味；在食材方面，汤底可以增强食材本身的鲜味，使肉类更鲜嫩、蔬菜更入味；在口感方面，汤底的质地和浓稠度会影响菜品的口感。此外，餐饮品牌还可以借助特色汤底打造差异化产品。

尤其是在火锅、粉面等依赖汤底的赛道，汤底已经成为餐饮门店核心竞争力之一。为此，众多品牌纷纷在汤底上创新迭代，致力打造差异化汤底。例如，2025年至2026年3月，在红餐产业研究院监测的粉面样本品牌中，含汤底创新的粉面新品数为97款，占比达25.1%；火锅样本品牌中，锅底类新品数为125款，占比约为10%。



# 抖音相关话题播放量超50亿次，鸡汤成为餐厅打造药食同源、滋补养生产品的重要汤底

随着消费者健康意识提升，鸡汤成为餐饮品牌传递健康养生理念、提升产品价值感的关键载体，不少餐厅因提供独特而有辨识度的鸡汤产品获得消费者的青睐。例如，2026年3月，佛山顺德的莫氏鸡煲凭借药食同源的鸡煲迅速走红，成为现象级的餐饮热点。据了解，其汤底采用了五指毛桃、土茯苓、陈皮、茯苓等岭南特色药材和当日现杀的走地鸡，具有“补气祛湿、健脾和胃”的作用。莫氏鸡煲爆火后，也带动了鸡煲、粤菜等品类的增长。与此同时，在抖音平台上，鸡汤相关话题的播放量已超过50亿次。

## 莫氏鸡煲相关热度

抖音指数显示，莫氏鸡煲相关话题播放量已超18.1亿次。清明假期期间，其门店日均客流量达3,000人次，高峰时单日排队人数超6,000~8,000人。莫氏鸡煲的火热也推动了周边餐饮和文旅消费增长，鸡煲、粤菜、茶餐厅等品类也因此受益，吸引了不少消费者

### 2026年鸡汤相关话题在抖音的播放量

#鸡汤	53.6亿次
#老母鸡汤	10.6亿次
#土鸡汤	6.0亿次

资料来源：抖音指数、公开信息，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2026年4月。

## 鸡汤的主要特征



风味基础性强，能作为基础汤底为各类菜品提鲜增味，融合不同食材的味道，使菜品风味更丰富



营养价值高，富含蛋白质、氨基酸、矿物质等营养成分，具有滋补身体、暖胃驱寒的作用



普适性强，可灵活应用于多种餐饮场景，如火锅、粉面、炖菜、汤品等



认知度高，调味灵活，广泛适用于不同地区、不同年龄的消费人群，满足多元化的饮食偏好

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理。

在红餐产业研究院监测的样本品牌中，众多粉面品牌、火锅品牌也早已洞察到“药食同源、药膳滋补”的趋势，推出了不少以鸡汤为汤底的产品。例如，在粉面赛道中，为满足消费者对“轻负担、高营养”的养生需求，姐弟俩土豆粉推出了以“现熬低嘌呤”老母鸡汤为汤底的好鱼多多酸菜土豆粉，谭仔米线推出了招牌过桥米线麻辣汤、鸡肉菌菇鸡汤米线等以广式现熬鸡汤为汤底的系列产品。在火锅赛道中，捞王推出了五指毛桃醉鸡锅，海底捞也通过老母鸡汤锅底、鲜鸡汤锅底等契合养生健康趋势的锅底，进一步扩大消费群体。

## 部分鸡汤锅底案例

五指毛桃醉鸡锅 菌鲜鸡汤锅 五指毛桃文昌鸡锅



老母鸡汤锅

石橄榄鸡汤锅底

鲜鸡汤锅



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理。

## 部分鸡汤粉面产品案例

暖胃鸡汤面

好多丸子  
暖锅土豆粉

元气鸡腿  
胡椒鸡汤粉



鸡汤粉

原汤一品  
土鸡米线

好鱼多多  
酸菜土豆粉



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理。

## 高品质鸡汤的需求持续增长，但制作过程存在原料来源不可控、出餐效率低、标准化难度高等难点

然而，对于想要抓住健康养生风潮的大部分餐饮门店而言，自行熬制老母鸡汤存在一定难度。首先是烹饪过程，从挑选优质食材，到精确控制火候，再到去腥调味，每一步都需要一定的厨艺，任何一点小失误都可能导致整锅鸡汤的品质大打折扣。其次是成本承压，餐饮门店自行熬煮老母鸡汤，需要招聘专业厨师、增加厨房面积和设备等投入成本，综合成本极高。此外，在出餐效率和出品标准化方面，这种高度依赖人工的传统模式，难以保证出餐的速度和质量的稳定性。

### 餐饮门店熬制老母鸡汤汤底的主要痛点

#### 原料来源不可控

- 优质老母鸡的供应受养殖周期、市场行情影响，难以保证长期稳定的优质原料供应；同时市场可能存在以次充好或原料不透明的老母鸡，导致门店无法保障鸡汤的品质问题

- 老母鸡本身腥味较重，在熬煮过程中，若鸡肉浸泡、焯水不彻底，或去腥方法不当等失误都可能导致整锅鸡汤的品质大打折扣，从而影响整锅鸡汤的风味

#### 去腥难度高

#### 汤色不清亮

- 炖煮过程中，若没有及时撇去浮沫或进行过滤处理，汤体可能出现浑浊、分层或沉淀现象；若火候不到位，则可能出现浑汤、发黑等问题，影响菜品的外观和价值感，进而影响消费体验

- 大部分餐饮门店没有专业工艺和专业熬汤设备，只靠清水慢熬，很难把鸡肉的鲜、香、甜熬出来

#### 熬制工艺有限

#### 营养价值有限

- 当下年轻消费者对健康饮食关注度极高，追求天然、无负担的口感。而很多餐饮门店通常会在自行熬制的鸡汤过程中添加味精、增鲜剂、香精、色素等添加剂，导致消费者产生用餐顾虑

- 需要招聘专业厨师、增加厨房面积和设备投入（如大口径专用汤锅、高功率炉灶、精准温控设备等），叠加占用大量人力和时间，燃气、电费、人工、租金等成本极高

#### 综合成本高

#### 出餐效率低

- 老母鸡汤的制作过程较为繁琐（如焯水、撇沫、看火、搅拌、过滤等），需4~6小时甚至更久，通常需要从清晨开始准备，会占用大量人力和时间，且高峰时段无法快速补汤，影响出餐速度

- 不同门店或不同厨师制作的汤底在咸度、色泽、鲜味、浓度上极易出现波动，导致“千店千味”，影响连锁品牌的口碑

#### 标准化难度高

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理。

## 依托强劲的研发实力和工厂实力，四川美味源推出醇鲜本味老母鸡汤，以差异化特点构建竞争壁垒

在此背景下，一款具有营养健康价值、色香味俱佳、完美还原现熬鸡汤风味且简单易操作的标准化、差异化老母鸡汤产品，已成为众多餐饮品牌共同的需求。洞察到以上痛点，一些上游供应链企业推出了相关解决方案，助力餐饮品牌轻松地推出老母鸡汤相关新品。

以深耕汤料18年的四川美味源食品为例，其依托公司专业的研发团队和定向酶解专利技术等技术研发实力，推出了0添加的醇鲜本味老母鸡汤。据了解，美味源醇鲜本味老母鸡汤以真材实料、科学工艺、稳定口感、健康标签和广泛适配性为核心优势，十分符合消费者对“清洁标签”和健康饮食的需求，完美解决了餐饮门店自行熬制老母鸡汤的痛点。因此，这款产品深受餐饮品牌和消费者的青睐，成为众多餐饮品牌推出或升级鸡汤产品的优选方案。

例如，在原料方面，四川美味源精选365天以上的老母鸡，搭配火腿、香菇等优质食材熬煮而成，不添加防腐剂、香精、色素、鸡精、味精，鲜味主要来源于食材，口味自然，回味持久不口干，十分符合当下消费者对“清洁标签”和健康饮食的追求。在工艺上，四川美味源采用了标准化四步熬煮工艺——焯水去腥净汤、炒制激发脂香、高压1小时逼出醇厚、慢熬6小时锁鲜本味，搭配定向酶解专利技术，还原老母鸡汤的“现熬感”和鲜甜口感。同时，作为标准化汤底，其免去了长达数小时的准备过程，能显著提升后厨的出餐速度。此外，该产品具备极高的场景适配度，广泛适配粉面、火锅、中式正餐、快餐等赛道。

### 四川美味源的研发实力及工厂实力

#### 研发实力

- 1 拥有30人以上的专业技术团队
- 2 拥有600m<sup>2</sup>研发中心、3大研发实验室、500万元打造的应用体验中心
- 3 拥有定向酶解技术、纳米微胶囊包埋技术等超20项技术专利

#### 工厂实力

- 1 拥有5.2万m<sup>2</sup>厂区、7条生产线，年产能达4万吨以上
- 2 拥有40余台先进生产设备，涵盖破碎、反应、熬煮等9个生产车间
- 3 严格执行ISO 22000食品安全管理体系和HACCP体系

### 美味源醇鲜本味老母鸡汤：真材实料、科学工艺、稳定口感、健康标签等优势



底味饱满

味道鲜美

营养丰富

香味浓郁

清洁标签

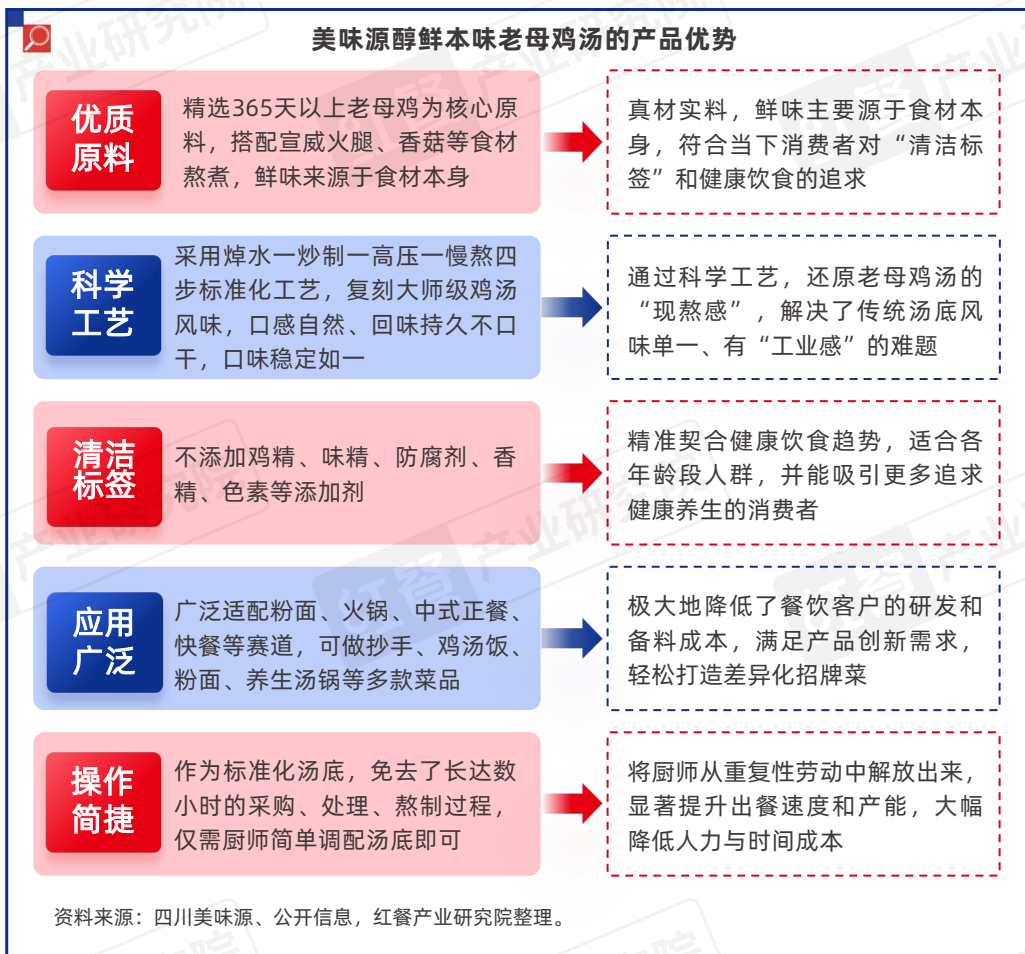
外观好看



色、香、味和营养兼具

资料来源：四川美味源、公开信息，红餐产业研究院整理。

# 美味源醇鲜本味老母鸡汤具有真材实料、科学工艺、稳定口感、健康标签等优势，可完美还原“现熬感”和大师级鸡汤风味



在应用条件方面，相较自行熬制的传统方案，美味源醇鲜本味老母鸡汤的解决方案对空间、设备、人员技能等方面的要求均更为简单，一人一锅仅需1~2m<sup>2</sup>的操作空间，便可做到高效出餐，助力门店节省后厨空间、门店装修、人员招聘及培训等投入成本。



## 粉面应用场景：美味源醇鲜本味老母鸡汤适用于多个细分赛道，助力门店打造口味稳定、出餐快、高毛利、高标准的产品

在应用场景方面，美味源醇鲜本味老母鸡汤的场景延展性极强，广泛适配粉面、火锅、中式正餐、快餐等赛道。其中，粉面门店是较为典型的快餐型门店，门店规模普遍偏小，追求高周转率，对产品的出餐效率与出品标准化有极高要求。尤其是在午、晚市等高峰期，现熬汤底等传统方案耗时久，难以满足高效出餐和稳定出品的需求，是门店运营中的关键挑战。

而美味源醇鲜本味老母鸡汤的适配性较强，可应用在云南过桥米线、兰州牛肉面、重庆小面、苏式汤面、湖南常德米粉等粉面细分赛道，并凭借高效出餐、标准化口味、成本优化和营养健康等优势，为粉面门店提供了提升运营效率、增加利润和拓展产品矩阵的解决方案。以土鱿鱼丸面这款产品为例，通过应用美味源醇鲜本味老母鸡汤解决方案，只需按照比例添加汤料和食材便可出品，单碗毛利率可达67%，具有高毛利、高品质的特点。

### 美味源醇鲜本味老母鸡汤在粉面场景的应用方案

传统  
痛点

粉面门店是较为典型的快餐型门店，门店规模普遍偏小，追求高周转率，对出餐效率与标准化有极高要求。在午、晚市等客流高峰期，现熬汤底等传统方案耗时久，直接影响出餐速度和出品稳定性，是运营中的关键挑战

美味  
源醇  
鲜本  
味老  
母鸡  
汤的  
应用  
方案

**应用价值**

既能解决门店自制汤底耗时久、品控难、人力成本高、出餐效率低的核心痛点，还能帮助门店拓展更多产品线，打造高毛利、高标准的老母鸡汤系列产品

**应用赛道**

云南过桥米线、兰州牛肉面、重庆小面、苏式汤面、湖南常德米粉、贵州花溪牛肉粉、安徽板面等粉面细分赛道

**落地产品**

土鱿鱼丸面、乌鸡鸡汤米线、药膳乌鸡面、金汤鸡汤抄手、藤椒鸡汤粉、竹荪鸡汤面、鸡汤馄饨等

资料来源：四川美味源、公开信息，红餐产业研究院整理。

### 土鱿鱼丸面的烹饪步骤与成本分析

**主料** 鱿鱼20g、鱼丸100g、面条150g

**辅料** 香菇15g、罗勒3g、九层塔3g、虫草花5g、黄酒2g

**调料** 美味源醇鲜本味老母鸡汤40g、清水500g

**烹饪步骤**

- ①20g干鱿鱼洗净凉水发泡8小时
- ②奶锅中加入500g清水，以及20g鱿鱼、100g鱼丸、5g虫草花、15g香菇、2g黄酒，小火熬煮5分钟，然后加入40g美味源醇鲜本味老母鸡汤，搅拌均匀待用
- ③将煮好的面条装碗，倒入熬好的汤底及食材，最后点缀九层塔、罗勒叶，即可出餐



**成本与收益**

食材成本 (元/份)	<b>7</b>
调料成本 (元/份)	<b>1.5</b>
建议售价 (元/份)	<b>26</b>
毛利率 (%)	<b>67%</b>

资料来源：四川美味源、公开信息，红餐产业研究院整理。

## 火锅应用场景：美味源醇鲜本味老母鸡汤助力门店打造养生锅底，进一步拓展消费人群

在火锅赛道中，美味源醇鲜本味老母鸡汤也展现出超高的适配性，可应用在鸡煲火锅、猪肚鸡火锅、潮汕牛肉火锅、椰子鸡火锅、云南菌汤火锅、贵州酸汤火锅、川渝火锅、山野火锅、小火锅等细分赛道。例如，在传统川渝火锅赛道，火锅门店可将老母鸡汤锅底作为养生锅底，吸引喜欢清淡或滋补养生的消费者。在山野火锅赛道中，可将其与野生菌菇搭配，满足消费者对天然滋补和地域特色的需求。在鸡煲火锅、猪肚鸡火锅、潮汕牛肉火锅等粤式火锅赛道中，可帮助餐饮门店打造出五指毛桃鸡汤火锅、石橄榄鸡汤火锅、花胶鸡汤锅底等健康养生的药膳鸡煲产品，能为涮煮的食材增添浓郁鲜香，提升整体风味层次，且拥有较高的利润。以养生鸡汤火锅为例，使用了美味源醇鲜本味老母鸡汤之后，一份锅底的成本可降至约23.5元/份，以建议售价68元/份来测算，毛利率可达到66%，利润十分可观。

### 美味源醇鲜本味老母鸡汤在火锅场景的应用方案

传统  
痛点

汤底是火锅的核心，但火锅门店在研发与制作中普遍面临“研发制作难、推新成本高、标准化低、风味不稳定、食材供应链不稳及同质化竞争”等核心痛点

美味  
源醇  
鲜本  
味老  
母鸡  
汤的  
应用  
方案

#### 应用价值

帮助川渝火锅等火锅专门店进一步拓展产品线，吸引更多注重养生的消费者；为涮煮的食材增添浓郁鲜香，提升整体风味层次；实现标准化生产，保障口味稳定，实现高效出餐，提升运营效率

#### 应用赛道

鸡煲火锅、猪肚鸡火锅、潮汕牛肉火锅、椰子鸡火锅、云南菌汤火锅、贵州酸汤火锅、川渝火锅、山野火锅、小火锅等火锅细分赛道

#### 落地产品

养生鸡汤火锅、五指毛桃鸡汤火锅、石橄榄鸡汤火锅、花胶鸡汤锅底、竹荪菌菇鸡汤锅、鸡汤小火锅、火锅鸳鸯锅等

资料来源：四川美味源、公开信息，红餐产业研究院整理。

### 养生鸡汤火锅的烹饪步骤与成本分析

主料

鸡肉500g

辅料

石橄榄150g、冻干无花果30g、玉竹8g、大枣10g、枸杞3g、姜片10g、黄酒2g

调料

美味源醇鲜本味老母鸡汤80g、清水1,000g

烹饪  
步骤

- ①鸡肉斩件汆水，其余食材与辅料清洗干净待用
- ②砂煲内依次放入鸡肉和姜片、大枣、石橄榄、无花果等辅料，然后加入1,000g清水和80g醇鲜本味老母鸡汤，小火煲煮10分钟，即可快速出餐



#### 成本与收益

食材成本 (元/份) 21

调料成本 (元/份) 2.5

建议售价 (元/份) 68

毛利率 (%) 66%

资料来源：四川美味源、公开信息，红餐产业研究院整理。

## 中式正餐应用场景：美味源醇鲜本味老母鸡汤适配粤菜、徽菜、江浙菜等汤类/炖汤产品，助力门店打造专属汤品和招牌菜

在中式正餐赛道中，粤菜馆、徽菜馆、江浙菜馆、家常菜馆、特色炖煲店、宴席酒楼、融合菜馆等门店的SKU较为丰富，菜品的烹饪步骤相对复杂，主要依赖大厨的经验和技术。尤其是在汤底方面，这些中式正餐门店对品质有较高要求，但现实中熬制汤底普遍存在损耗成本高、风味不稳定、难以标准化、出餐效率低等痛点。

美味源醇鲜本味老母鸡汤，不仅可帮助餐厅根据门店菜系定位，实现汤品、招牌菜的品质升级，提升产品溢价能力与品牌调性，还能简化后厨复杂的慢炖工序，保障大型宴席的出品稳定。以鸡汤春菜小米辽参这道经典菜品为例，后厨只需在砂锅中加入足量清水、适量的美味源醇鲜本味老母鸡汤和其他食材，小火煲煮一定时间，然后将煲好的海参放入盖中，即可出餐。据了解，这份鸡汤春菜小米辽参在建议售价68元的前提下，毛利率可达67%。

### 美味源醇鲜本味老母鸡汤在中式正餐场景的应用方案

#### 传统痛点

中式正餐门店SKU丰富，菜品烹饪步骤相对复杂，主要依赖大厨的经验和技术。在汤底方面，中式正餐门店对品质有较高要求，但熬制汤底的过程中普遍存在损耗成本高、风味不稳定、难以标准化、出餐效率低等痛点

#### 美味源醇鲜本味老母鸡汤的应用方案

#### 应用价值

简化后厨复杂的慢炖工序，普通员工即可完成标准化出品；稳定的风味可保障大型宴席的出品稳定；契合正餐门店的品质定位，可打造门店专属招牌菜，提升产品溢价能力与品牌调性

#### 应用赛道

粤菜馆、徽菜馆、江浙菜馆、家常菜馆、特色炖煲店、宴席酒楼、融合菜馆等

#### 落地产品

鸡汤春菜小米辽参、养生鸡汤煲、老母鸡养生炖盅、鲍鱼鸡汤煲、鸡汤捞饭、鸡汤煨菜、宴席例汤、鸡汤炖豆腐、虫草花鸡汤煲等

资料来源：四川美味源、公开信息，红餐产业研究院整理。

### 鸡汤春菜小米辽参的烹饪步骤与成本分析

- 主料** 海参150g、小米150g
- 辅料** 马兰头15g、鸡油20g、黄酒2g
- 调料** 美味源醇鲜本味老母鸡汤60g、清水1,000g

#### 烹饪步骤

- ①在1,000g开水中加入醇鲜本味老母鸡汤60g调匀备用，将马兰头洗净切粒、小米洗净待用
- ②首先在奶锅中加入300g调好的鸡汤、20g鸡油、2g黄酒加入海参小火煲煮1小时，接着继续加入700g调好的鸡汤、150g小米，再小火熬煮1小时
- ③最后加入切好的马兰头熬煮2分钟，便可装入盖中，放入煲好的海参，装盘出餐



#### 成本与收益

食材成本 (元/份)	20
调料成本 (元/份)	2
建议售价 (元/份)	68
毛利率 (%)	67%

资料来源：四川美味源、公开信息，红餐产业研究院整理。

## 四川美味源

四川美味源食品有限公司是一家以鸡汤料为主、骨汤、菌汤、牛汤为核心的大型综合调味品生产企业。自创立之初，四川美味源食品有限公司就致力于将现代化食品科学技术应用于对传统味觉的传承和开拓中，产品主要涵盖膏状、酱状、汁状、粉状、颗粒状等各类餐饮调料及食品配料，广泛应用于粉面、馄饨、火锅、中式正餐、快餐等餐饮连锁行业和食品加工行业。四川美味源提出以“专注汤料、深耕餐调”为核心的发展理念，为广大餐饮企业提供稳定、安全、标准的味道解决方案，满足全球餐饮客户的美味需求。



- **30人**以上的专业技术团队
- **定向酶解技术**、纳米微胶囊包埋技术等**超20项**技术专利
- **600m<sup>2</sup>**研发中心、**3大**研发实验室、**500万元**打造的应用体验中心
- **5.2万m<sup>2</sup>**厂区、**7条**生产线，年产能达**4万吨**以上
- **40余台**先进生产设备，涵盖破碎、反应、熬煮等**9个生产车间**
- **严格执行ISO 22000**食品安全管理体系和**HACCP**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，每年出版的年度《中国餐饮发展报告》系列红宝书、“中国餐饮红鹰奖”榜单、“中国餐饮产业红牛奖”“中国餐饮品类红鲤奖”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”收录超过34,000个餐饮品牌、10,000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。

### 《中国餐饮供应链研究报告》

为有效助力餐饮企业精准捕捉消费趋势，率先抢占市场先机，红餐产业研究院基于深度的行业洞察，准确把握餐饮企业的核心诉求，积极整合上游的供应链资源，推出了“供应链应用方案”系列报告，以“解决实际问题”为导向，聚焦餐饮企业的需求痛点，通过数据化、场景化的可落地方案精准链接供需两端，驱动餐饮全链条向更高效、更高质量方向升级发展。

#### 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：2025年1月—2026年4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。