

餐饮酸味趋势 发展报告2026

红餐 产业研究院

仟味高汤

2026年5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，对餐饮酸味趋势的相关资料进行整理分析。从餐饮酸味趋势的整体概况、竞争情况、细分赛道、发展痛点等角度，综合剖析了餐饮酸味品类的发展现状，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：



近年来，酸味凭借健康开胃、解腻成瘾的特质，从基础调味跃升为餐饮主流风味，酸味消费热度持续攀升，相关关键词在社媒平台上具有较高关注度，各大餐饮品牌近年来产品创新中的酸味相关新品迭代速度也同样迅猛。整体来看，当前酸味消费已从单纯追求风味刺激，逐渐走上追求健康化和品质化的升级道路，一方面，健康诉求已成为驱动酸味消费决策的核心引擎；另一方面，其风味逻辑从“工业调味”向“天然发酵”加速演进



当前，酸汤成为酸味趋势的核心载体和爆发点。回顾全国酸汤风味版图，我国地方酸汤风味流派纷呈，其中云贵酸汤（包括贵州酸汤与云南酸汤）和海南酸汤（以糟粕醋为代表）两大流派表现尤为突出，已成为近年餐饮市场中增长迅猛的热门赛道。云贵酸汤凭借“山野”概念与酸辣成瘾口味加速全国化布局；海南糟粕醋则借力文旅及社媒，从渔港智慧演变为海岛风情标杆



然而，酸汤品类在爆发式增长也暴露出了出品波动、制备繁琐及适配受限等痛点。与此同时，上游复合调味料企业正加速产品创新与技术升级以适配市场追求高品质、健康化的诉求。以仟味高汤为例，该企业通过益生菌发酵等前沿工艺驱动酸汤制作升级，在保障品质稳定性与健康属性的同时，赋能酸汤品类向定制化、创新化方向实现价值跃迁



未来，餐饮酸味发展将呈现味型进一步细分与全球风味融合、健康价值深化及消费场景多元化三大趋势。餐饮品牌与供应链端需协同发力，超越简单的口味跟风，致力于通过风味创新与技术升级提升产品辨识度，使酸味从流行的“味型风口”真正沉淀为一种可持续的“饮食文化”

目录

01

发展概况：酸味风潮席卷餐饮行业，市场热度持续走高，酸味消费呈现出品质化与健康化的趋势

02

发展亮点：地域酸味正加速走向全国，云贵酸汤搭载山野概念走红，海南酸汤凭借健康清爽特征热度持续飙升

03

未来展望：酸味消费步入成熟期，三大趋势推动酸味从味型风口向可持续饮食文化演进

01

**发展概况：酸味风潮席卷餐饮行业，
市场热度持续走高，酸味消费呈现
出品质化与健康化的趋势**

酸味消费热度持续攀升，相关关键词在社媒平台具有较高关注度

- 近年来，酸味消费热度持续攀升，在抖音平台上，与酸味趋势相关的关键词如“酸汤火锅”“广西酸嘢”“捞汁小海鲜”等保持着较高的讨论热度，反映出消费者对酸味美食的高度关注。这表明，酸味趋势已深入餐饮消费的各个场景，展现出持续的市场活力
- 其中，“酸汤”正成为酸味趋势中的核心载体与爆发点，诸如贵州酸汤火锅、海南糟粕醋火锅等具有鲜明地域特色的品类，正逐步突破地域限制，发展成为全国性的餐饮风口

2025年至2026年4月部分酸味关键词在抖音平台的相关话题热度情况



注：话题热度指数根据话题相关内容量、用户投稿、观看、点赞、分享、评论等行为数据拟合计算。数值越大，反映该话题在平台关注度和曝光量越高
资料来源：抖音，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2026年4月

鲜

辣

- | 口味 | 占比 |
|----|-------|
| 甜 | 15.7% |
| 咸 | 13.7% |



Downloaded from <http://ajphaphysocpharm.sagepub.com/> at 11:06 11 November 2014

酸味相关产品在多个餐饮赛道密集面市，酸汤风味实现跨品类渗透

- 酸味风潮在餐饮市场的热度持续攀升，还直观地体现在各大品牌近年来的产品创新节奏上。根据红餐产业研究院的监测数据，仅在2025年，样本范围内的火锅及粉面品牌就累计推出了约250款酸味相关新品，这意味着平均每月有超过20款酸味有关的新品面市
- 值得注意的是，这股“吃酸”热潮并非局限于单一品类，酸汤作为一种极具代表性的风味，其影响力已广泛渗透至多个餐饮赛道，如火锅、粉面、中式正餐，乃至烤鱼、牛蛙等专门店。进入2026年春季，酸汤品类热度不减，新品迭代速度依然迅猛

深耕酸汤风味的主要餐饮细分赛道及代表菜品

火锅和粉面样本品牌
2025年持续上新酸味菜品
平均每月合计上新酸味菜品可达20余款



火锅

40个火锅样本品牌

2025年上新**970+**款新品

12%

近**120**款新品与酸味有关
在全部新品中占比约**12%**



粉面

50个粉面样本品牌

2025年上新**680+**款新品

18%

近**130**款新品与酸味有关
在全部新品中占比约**18%**

火锅

酸汤牛肉火锅

酸汤鱼火锅

酸菜火锅

糟粕醋火锅

内蒙古黄柿子酸汤

中式正餐

酸菜鱼

酸汤肥牛

酸汤烤鱼

酸汤牛蛙

粉面快餐

酸辣粉

酸汤米线

酸汤鱼粉

酸汤抄手

酸汤+

异国料理

冬阴功海鲜汤

罗宋汤

泰式酸汤猪腩

菲律宾酸汤

泰式青柠酸汤鲈鱼

2026年春季酸汤风味持续升温，餐饮品牌酸汤新品迭出



鱼你在一起
草本金汤酸菜鱼
以“能喝光”的金汤为核心卖点



海底捞
苗族酸汤春春锅
以苗家白酸汤为核心，入口清爽

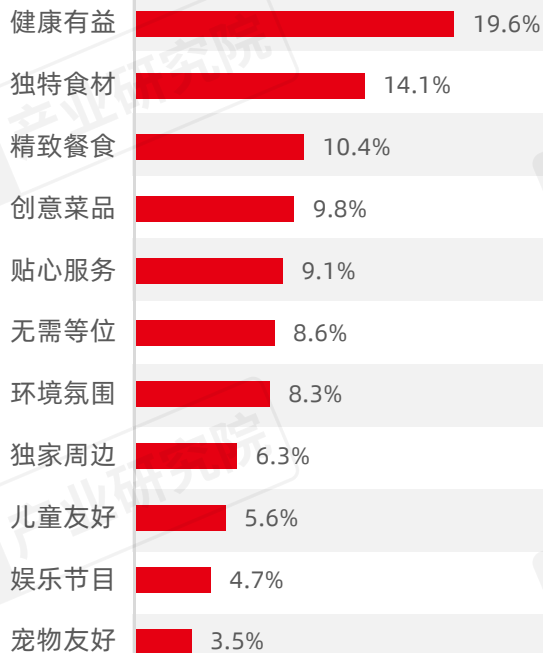


巴奴
老坛酸菜锅升级版
老坛酸菜打底，融入云南酸木瓜

市场需求、品牌创新与政策倡导三者共同推动酸味品类向健康化发展

- 根据近年来餐饮酸味发展的趋势来看，酸味消费已从单纯追求风味刺激，逐渐走上追求健康化和品质化的升级道路。这一转变背后，是消费者健康意识的普遍觉醒与消费决策逻辑的根本性变化。红餐产业研究院“2026年餐饮消费大调查”显示，高达83.3%的消费者明确表示愿意为“健康有益”的餐饮产品支付溢价，且“健康有益”在所有影响付费意愿的因素中偏好度高居榜首
- 与此同时，餐饮品牌正加速产品健康化转型的进程，尤其在酸味新品的创新上表现得尤为突出，致力于推出主打健康概念的创新菜品
- 国家层面，多项国家纲要与膳食指南也积极倡导低脂、低糖、低钠的饮食方式，为餐饮行业的健康化转型提供了明确的指导方向

消费者在餐饮体验中最愿意为之付费的增值项TOP榜



顺应健康趋势，餐饮品牌推出健康化升级的酸味新品



2025年12月，醉面上新的金汤酸菜牛肉面，其中采用了来自云南高海拔产地的小叶酸菜，工艺上通过自然晾晒和恒温恒湿薄盐乳酸发酵，保证制作过程干净健康及风味稳定

2025年12月，花小小新疆炒米粉上新益生菌脆爽酸包菜茄汁鸡肉炒米粉，主打番茄天然果酸与益生菌发酵双酸融合，其中益生菌酸包菜全程发酵可控，确保酸味纯净



国家层面大力推广健康饮食文化

- 2025年3月由农业农村部、国家卫健委、工信部部门联合印发的《中国食物与营养发展纲要（2025—2030年）》正式发布
- 该纲要提出，要传承和推广健康饮食文化，推行健康烹饪方式，大力开展减盐、减油、减糖行动

倡导居民人均每日**食盐**摄入量**不超过5克**

倡导居民人均每日**食用油**摄入量**不超过30克**

倡导居民人均每日**添加糖**摄入量**不超过25克**

资料来源：红餐产业研究院“2026年餐饮消费大调查”、中华人民共和国农业农村部、公开信息，红餐产业研究院整理

酸味消费迈向品质化升级，从“工业调味”向“天然发酵”深度演进

- 健康化之外，酸味品类也正在经历从“工业酸”到“复合酸”，再向“天然酸”的品质化升级，具体表现为：强调原料溯源（如采用特定产区番茄、酸木瓜）；追求工艺还原（如自然发酵）；注重风味平衡（避免过酸刺激）；以及确保出品稳定（通过供应链标准化）
- 这一演进路径呼应了消费者对天然、高品质餐饮的追求，是餐饮酸味品类提升附加值、实现可持续发展的必然选择

从“工业酸”到“发酵酸”的风味演进路径

天然发酵

层次丰富

3.0 天然酸

调味品堆砌

口感厚重

2.0 复合酸

追求性价比

风味单一

1.0 工业酸

餐饮酸味演进的四大品质化趋势

原料溯源

强调核心原料的产地属性，
如贵州毛辣果、海南酒糟等

工艺还原

通过现代技术还原传统发酵
工艺，保留独特的发酵香气

风味平衡

追求酸、辣、鲜、香的完美
平衡，而非单一的酸度刺激

出品稳定

在规模化扩张中，确保每一
份底汤的风味一致性

餐饮品牌跟进酸味品质化升级趋势推出新品



2026年4月，**鱼你在一起**推出了年度战略级新品**“草本金汤酸菜鱼”**，在原料与工艺还原上，该产品选用了**云南高原特产小米辣**，经由**四川传统老坛泡制工艺**，产生独特的鲜辣风味，制作出来的汤底达到了**风味的黄金平衡**

2026年以来，包括喜茶、茉莉奶白、古茗、霸王茶姬在内的**超20个茶饮品牌**密集推出**“酸饮”新品**，如喜茶的“金韵酸木瓜枇杷”、茉莉奶白的“多重莓果黑森林”等，这些茶饮新品**聚焦酸味蔬果，主打天然风味**，提高了产品质感

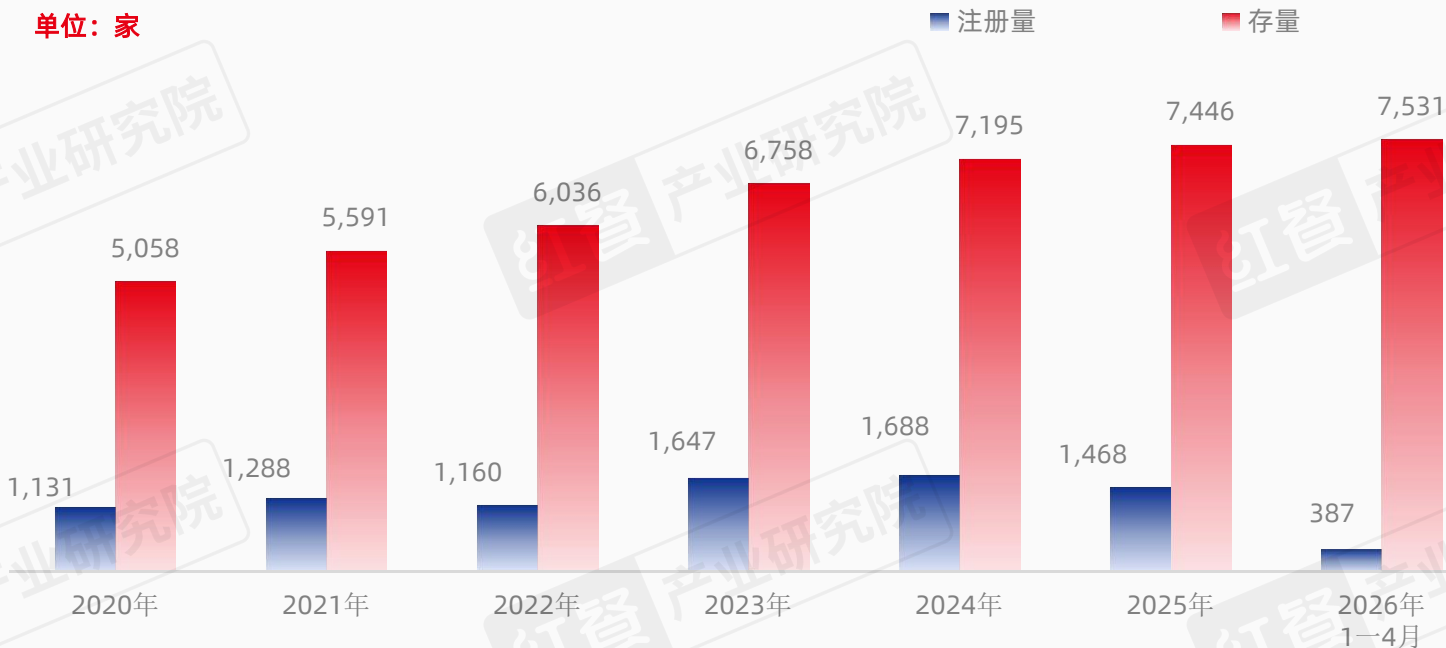


全国酸汤相关企业数量保持稳定增势，产业规模化进程加速

□ 在餐饮端，随着酸味趋势的爆发，全国酸汤相关企业数量保持稳定增势，近年来每年注册量均超千家。企查查数据显示，截至2026年4月，全国酸汤相关企业存量已突破7,500家，同比增长4.2%

2020—2026年全国酸汤相关企业注册量及存量情况

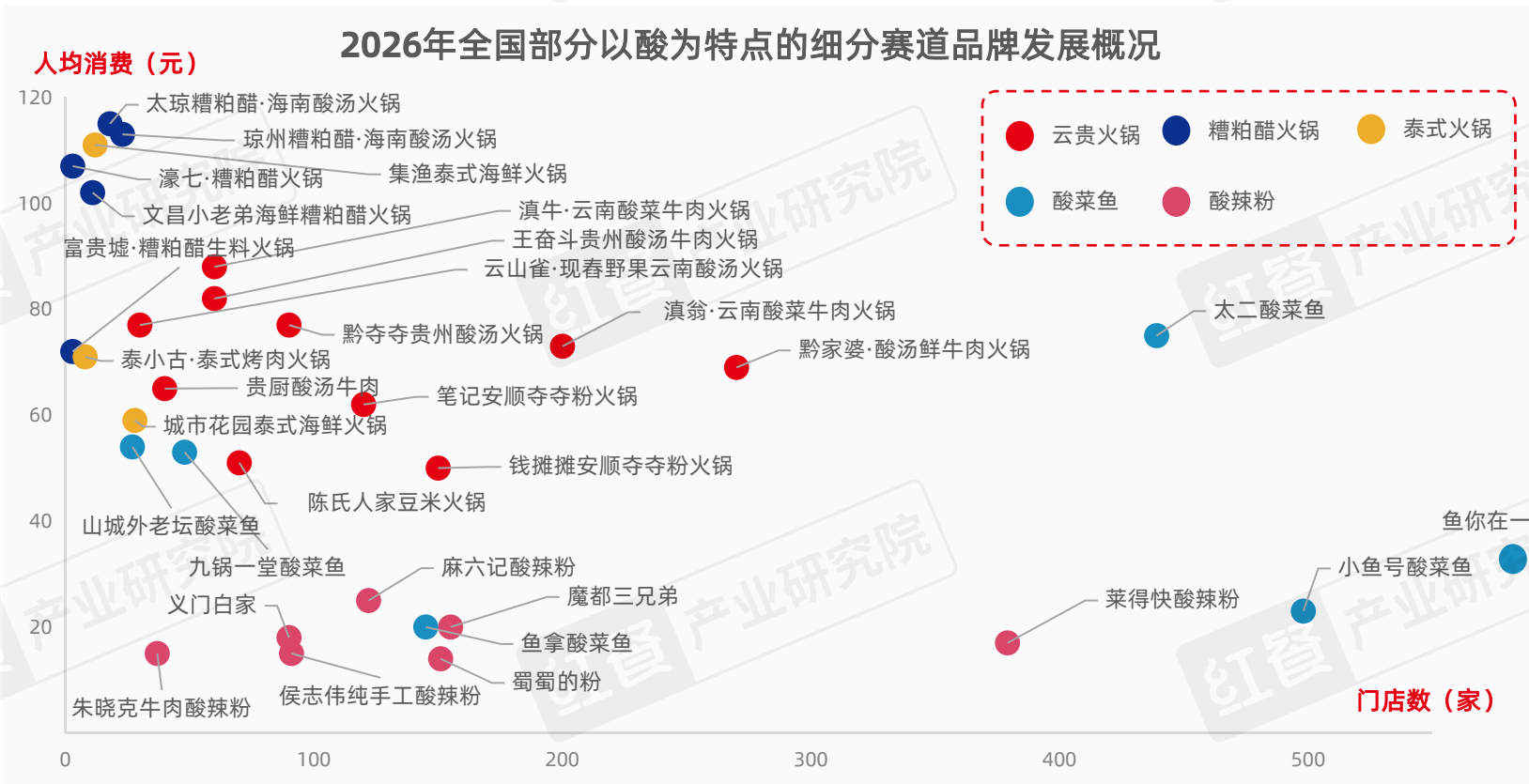
单位：家



注：酸汤相关企业注册量及存量仅统计餐饮业中企业名称、品牌产品、经营范围内含“酸汤”的企业数量
资料来源：红餐大数据、企查查，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2026年4月

酸味已演化出多元细分赛道，各品牌在差异化竞争中形成稳固格局

- 在当前的餐饮市场中，酸味已演化出多条具备成熟商业模式与广泛受众基础的细分赛道。例如，酸汤火锅、酸菜鱼、酸辣粉等均已形成稳定的消费市场与清晰的品类心智，并各自孕育出一批具有影响力的代表性品牌
- 在酸汤火锅赛道中，地域特色与风味差异化成为竞争核心，目前已形成几大主流派系：以贵州红酸汤、云南酸菜为代表的云贵酸汤火锅，代表品牌有黔家婆·酸汤鲜牛肉火锅、滇翁·云南酸菜牛肉火锅等；以海南酒糟自然发酵为风味的糟粕醋火锅，如琼州糟粕醋·海南酸汤火锅等；以及以香茅、柠檬为核心的泰式冬阴功火锅，如城市花园泰式海鲜火锅等



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2026年4月

上游供应链敏锐捕捉到酸味趋势，以多元化产品矩阵丰富应用场景

- 近年来，上游供应链企业敏锐捕捉到酸味风味的市场机遇，纷纷加大在该领域的布局力度。例如，仟味高汤推出了云南鲜果红酸汤与七彩番茄锅底，南山婆开发了云南风味酸汤火锅底料，圣恩股份也推出了一系列蔬果酸汤底料产品
- 与此同时，一些供应链企业也积极推动酸味风味与其他成熟产品进行融合创新，其中，酸汤风味最为常见。例如，泰森食品推出贵州酸汤风味的吮指牛大骨，克明食品开发了酸汤番茄味火锅面，国联水产则推出了傣式香茅风味的酸汤烤鱼，进一步丰富了酸汤口味的应用场景

我国部分推出酸汤产品的供应链企业



供应链企业

酸汤相关产品

仟味高汤

云南鲜果红酸汤、七彩番茄锅、益生菌发酵红酸汤等

南山婆

云南风味酸汤火锅底料、酸菜豆米火锅底料等

圣恩股份

黄番茄底料、沙棘果野酸汤、百香果酸汤、云南现春酸汤、茉莉番茄锅等

玉梦食品

贵州酸汤火锅底料、贵州酸汤鱼底料等

泰森食品

贵州酸汤风味吮指牛大骨等

太太乐

汤之鲜红酸汤火锅汤底调味料等

克明食品

酸汤面叶、酸汤番茄味火锅面等

良之隆

金汤酸菜鱼等

国联水产

傣味香茅烤鱼等

仟味高汤深耕高汤领域，依托专业研发与自有基地推出高品质酸汤

- 当前，上游供应链企业也正朝着专业化、细分化和定制化方向发展，致力于为餐饮终端提供稳定、独特且易于应用的风味基底，这是酸味品类实现标准化与规模化扩张的关键支撑
- 以仟味高汤为例，这家在高汤调味品领域深耕二十余年的企业，依托专业的研发团队与成熟的生产技术，推出了多个爆款酸汤产品，如老坛酸辣金汤、益生菌发酵红酸汤、益生菌糟粕醋酸汤等，为酸味风味的发展提供了从风味源头到终端出品的品质保障与创新支持

仟味高汤



20,000+
爆品菜味道解决方案

6
大餐饮赛道

美食爆品菜 味道解决方案专家

200,000+
餐饮门店

3,000+
服务网点

2,000+
连锁品牌

23
间爆品菜研创体验中心

仟味高汤配备两大自有生产基地，可实现标准化生产



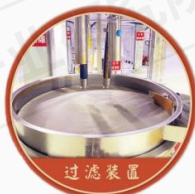
绞肉设备



漂烫设备



熬煮设备



过滤装置



浓缩设备



原汤设备储存

仟味高汤
酸汤系列产品



仟味 老坛酸辣金汤



仟味 经典醇厚酸辣金汤2号



仟味 益生菌发酵红酸汤



仟味 益生菌糟粕醋酸汤

02

**发展亮点：地域酸味正加速走向全国，
云贵酸汤搭载山野概念走红，海南酸
汤凭借健康清爽特征热度持续飙升**

我国地方酸汤风味流派纷呈，云贵酸汤与海南酸汤成为增长新引擎

- 酸汤作为酸味趋势的一大核心载体，在我国拥有悠久的发展历史，西南、西北、华南等地均孕育了各具特色的酸汤美食文化
- 在众多酸汤风味中，以云贵酸汤（包括贵州酸汤与云南酸汤）和海南酸汤（以糟粕醋为代表）两大流派尤为突出，已成为近年餐饮市场中增长迅猛的热门赛道

我国主要的地方酸汤风味



贵州酸汤

种类多样，分为凯里红酸汤、凯里白酸汤、独山虾酸汤、榕江糟辣酸汤、都匀红酸汤等，酸辣可口



海南酸汤

主要用米酒糟粕发酵制作糟粕醋，多用作火锅、粉面汤底



甘肃酸汤

甘肃的酸汤被称为“浆水”，分为兰州浆水、天水浆水、陇西浆水等，用于制作粉面、饮品、小吃等



山西酸汤

以陈醋为核心、风味直接爽利，代表产品有酸汤面、酸汤水饺、酸汤羊肉等



湖南酸汤

分为湘西苗家酸汤、芷江侗族酸汤等，新化三合汤、苗族酸汤菜等较为出名



云南酸汤

分为陇川酸水、临沧白木瓜酸汤、文山酸汤、木棉花傣味酸汤等，酸味柔和，代表产品有云南酸菜火锅等



广西酸汤

广西的酸主要来自酸笋、酸豆角等腌制品，主打“酸臭”风味，代表产品有螺蛳粉、老友粉、螺蛳鸭脚煲等；此外，广西酸嘢也是广西酸味的代表



陕西酸汤

有岐山酸汤、乾县酸汤、耀州酸汤等，用于制作臊子面、酸汤水饺、酸汤挂面、荞面饸饹等



东北酸汤

东北酸汤主要以酸菜打底，代表产品有东北老式酸菜汆锅底等



川渝酸汤

酸辣结合，酸味刺激且富有层次感，常与花椒、辣椒搭配，广泛应用于火锅、酸菜鱼、酸辣粉等

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

海南酸汤 | 海岛风情

#酸辣鲜爽

#清澈酒糟酸

#搭配海鲜，鲜上加鲜

- 海南酸汤主要指**糟粕醋酸汤**，其近年来在火锅赛道中崭露头角，相关话题在社交平台上的浏览量也突破了数亿次。其“**海岛风情**”的概念和**健康属性**，使其成为新兴的美食选择

- 糟粕醋**源于渔港文化**，是渔民在长期的生产生活中积累的饮食智慧。主要选用**酒糟发酵**产生的酸，其独特的发酵过程赋予了酸汤**清新的风味**和**较高的营养价值**

- 当前，海南糟粕醋酸汤正从热带岛屿走向全国，**成为健康清爽火锅的新选择**

- **云贵酸汤**作为近年来餐饮行业中备受瞩目的细分赛道，展现出了强大的市场潜力。在抖音、小红书等主流社交平台上，与云贵酸汤相关的话题浏览量大多突破数亿次，充分显示了其极高的关注度

- 云贵酸汤**搭载“山野风”的概念**，选用云贵地区的特色食材，结合**贵州的发酵酸**和**云南的天然酸**，形成了独特风味组合

- 当前，云贵酸汤已经从最初的地域特色美食，发展**成为具有全国影响力的品类**

#酸辣鲜香

#醇厚复合酸

#经典搭配牛肉

#灵魂蘸水

云贵酸汤 | 山野馈赠

云贵酸汤：源于“以酸代盐”的民间智慧，发酵酸与天然酸各具特色

- 云贵地区向来有“三天不吃酸，走路打蹿蹿”的说法，深植于“以酸代盐”的民间智慧以及得益于独特的地形气候条件，云贵地区发展出丰富多元的酸汤口味，其中云南酸汤口味相对更加清爽柔和，而贵州酸汤通常更为醇厚、浓烈，富有层次感
- 尽管各有侧重，云贵酸汤在“酸辣”这一核心上一脉相承，均具有极强的味觉辨识度和成瘾性。基于这一共同底色，云贵酸汤已跑出多个各具特色且增长迅速的细分赛道，如云南的酸菜牛肉火锅、现春火锅，贵州的酸汤鱼火锅、夺夺粉火锅等

云贵酸汤的起源

以酸代盐的饮食智慧

1

云贵地区早年盐资源欠缺，为解决缺盐问题，当地人创造了用“酸”来替代食盐的烹饪方法，既能调味又能帮助食物保存

独特的地形气候条件

2

云贵地区独特的喀斯特地貌与湿润多雾的气候条件，为毛辣果等酸汤原料的生长及微生物的发酵提供了绝佳环境

民族交融下的多元酸汤风味

3

云贵地区有多个少数民族聚居，各自形成了不同食酸传统，如苗族的毛辣果、侗族的米汤、布依族的盐酸菜等

云贵酸汤的风味特色及代表菜品

云南酸汤

- 云南酸汤主要来源于**酸菜、酸萝卜以及天然蔬果**，如部分酸菜火锅的汤底原料会采用云南本地的酸萝卜丝和酸菜熬制，其中还会加入天然蔬果丰富酸味的层次，如西番莲、酸木瓜、番茄、酸角、柠檬等，口味清爽，更为柔和

- 代表菜品有**酸菜牛肉/猪脚火锅、酸辣鱼火锅、现春火锅、酸汤米线**等



酸菜火锅



酸辣鱼火锅



现春火锅

贵州酸汤

- 贵州酸汤采用**发酵法制酸**，汤底采用**野生辣椒、毛辣果、木姜子、糟辣椒、米酒**等作为主要原料，根据不同制作原料酸汤口味可进一步细分，常见的酸汤有**红酸汤**和**白酸汤**，此外还有**糟辣椒酸汤、虾酸汤**等

- 代表菜品有**酸汤牛肉、酸汤鱼、酸汤鸡、夺夺粉火锅、豆米火锅**等



贵州酸汤火锅



夺夺粉火锅



豆米火锅

云贵酸汤热度持续走高，代表品牌加速规模化扩张与全国化布局

- 近年来，云贵酸汤的热度持续走高，以“贵州酸汤鱼”“豆米火锅”等相关的关键词在抖音等社交平台上已达到亿级浏览量，标志着这一风味已建立起坚实的品牌根基与广泛的消费认知
- 在此背景下，一批云贵酸汤火锅品牌正加速规模化扩张。例如，黔家婆·酸汤鲜牛肉火锅、滇翁·云南酸菜牛肉火锅、钱摊摊安顺夺夺粉火锅等代表性品牌，其门店数量均已突破百家，并成功进驻浙江、江苏、北京、上海等一二线城市与经济活跃区域。这不仅体现了品牌自身的成长韧性，更反映出云贵酸汤这一地域风味正稳步走向全国，其连锁化发展的初步成果获得了主流消费市场的认可

部分云贵酸汤火锅代表品牌概况

品牌名称	门店数 (家)	人均消费 (元)	门店主要分布区域
黔家婆·酸汤鲜牛肉火锅	270+	69	浙江、江苏、上海等
滇翁·云南酸菜牛肉火锅	200+	73	江苏、浙江、河北等
钱摊摊安顺夺夺粉火锅	150+	50	重庆、四川、河北等
笔记安顺夺夺粉火锅	120+	62	北京、贵州、天津等
黔夺夺贵州酸汤火锅	90+	77	江苏、四川、安徽等
陈氏人家豆米火锅	70+	51	贵州、北京、云南等
王奋斗贵州酸汤牛肉火锅	60+	82	上海、河北、北京等
滇牛·云南酸菜牛肉火锅	60+	88	上海、福建、河南等
贵厨酸汤牛肉	40+	65	贵州、广东、江苏等
云山雀·现春野果云南酸汤火锅	30+	77	云南、北京、福建等

近年来，云贵酸汤相关关键词在抖音、小红书等平台上的热度持续攀升，云贵酸汤已从一种地域风味，借助社交媒体的强大传播力，成功破圈成为全国性的餐饮流量焦点

部分“云贵酸汤”关键词在主要社交媒体平台上的话题浏览量

关键词	抖音
贵州酸汤鱼	103,135.3w
豆米火锅	42,665.6w
酸菜牛肉火锅	10,107.5w
现春火锅	5,162.4w
关键词	小红书
酸汤火锅	9,524.7w
万物皆可红酸汤	5,676.9w
酸汤鱼	4,387.7w
酸汤米线	1,525w

资料来源：抖音、小红书，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

云贵酸汤展现出强大适配性，深度渗透烤鱼、冒菜及现制茶饮赛道

- 除了云贵酸汤火锅专门店的持续扩张，其他餐饮品牌也在积极拥抱这一风味趋势，纷纷推出相关新品。根据红餐产业研究院的监测数据，在2025年火锅与粉面样本品牌的新上菜品中，云贵酸汤风味占据了较高比重，这些产品创新体现了头部品牌对云贵酸汤市场潜力的认可与跟进
- 此外，云贵酸汤的应用除了火锅与粉面这两个传统优势赛道，也已渗透至烤鱼、牛蛙、冒菜、轻食乃至现制茶饮等多个细分赛道。这不仅证明了该风味的强大适应性与包容性，更标志着酸汤风味正与多元餐饮场景实现深度绑定，持续拓宽其消费边界与市场想象空间

2025年部分火锅及粉面品牌推出的云贵酸汤新品

火锅		海底捞 云南现切春酸汤锅 云南风味果蔬酸汤锅		谭三娘 贵州酸汤锅底
		德庄 贵州酸汤锅底		朱光玉火锅馆 云南现春红酸汤
		左庭右院 云南双锅酸汤锅		豆花姐·烂豆花火锅 云南现春酸汤锅底
		下江腩山野火锅 贵州香草酸辣锅		椰妹椰子鸡 山野红酸汤文昌鸡
粉面		魔都三兄弟 傣味酸汤米线		蒙自源 云南木姜酸辣肥牛春米线
		曾三仙米线 贵州酸汤臭豆腐米线		

云贵酸汤与其他餐饮细分赛道的融合

细分赛道	品牌	相关产品
烤鱼	烤匠麻辣烤鱼	季节限定贵州红酸汤烤鱼
	半天妖烤鱼	滇味酸汤鲜菌烤鱼
牛蛙	淘蛙	贵州酸汤味牛蛙
	蛙月荷紫苏牛蛙	贵州酸汤牛蛙、贵州酸汤猪脚蛙
冒菜	冒胖子市井火锅冒菜	贵州红酸汤锅底
	大龙焱火锅冒菜	贵州苗家酸汤锅底
现制饮品	正小黔	酸汤蓝莓、酸汤百香果、酸汤椰汁
	JUJU咖啡	野番茄的贵州小酸汤
轻简餐	Manner Coffee	贵州酸汤海鲜泡饭
	超级碗Foodbowl	木姜子酸汤海鲜超级碗

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12月

海南糟粕醋：百年渔港保鲜智慧，酸爽酒香激发食材本鲜

- 海南酸汤主要指糟粕醋酸汤，其发源于海南文昌铺前镇，最初是当地渔民为延长海鲜等食物保存期而创造的饮食智慧。它以酿酒后剩余的米酒糟粕为主要原料，经二次发酵、稀释熬煮而成，酸味清爽微辣，并带有独特的发酵米香与酒香
- 相较于云贵酸汤的浓郁醇厚，海南糟粕醋的口感更显轻盈、鲜爽，其酸辣味型单纯而不抢味，能有效去除海鲜腥味并激发食材本鲜，因此与各类海鲜搭配具有天然优势

海南糟粕醋 | 从渔港智慧到舌尖风味的完整解码

历史来源

| 渔港的保鲜智慧



- 海南糟粕醋起源于**海南文昌铺前镇**，距今已有百年历史
- 当地渔民利用**酿酒剩余的米酒糟（糟粕）**，经**二次发酵**制成酸汤
- 既延长食物保存期，又能为海鲜去腥提鲜，逐渐发展为独具特色的地方饮食

制作工艺

| 酒糟的二次新生



- 以**米酒糟粕**为主要原料，经15~30天自然发酵，产生**天然醋酸与醇香**
- 现代工艺在保留传统基础上，通过控温发酵实现标准化生产，确保风味稳定

口味特点

| 酸爽与酒香的融合



- **酸味明亮直接**，带有独特的米酒糟发酵香气，**微甜回甘**
- **辣度温和**（常用灯笼椒），口感清爽不腻，兼具**开胃与解腻**双重特性

经典搭配

| 与海鲜的天作之合



- 相比云贵酸汤的浓郁，**海南糟粕醋口感更轻盈**，能够极大地**激发食材本身的鲜味**，
- 通常与**海鲜为经典搭配**，如鲜虾、贝类、生蚝及海菜等

海南糟粕醋借力旅游与社媒快速出圈，本土品牌开启连锁化进程

- 随着酸辣口味的持续风靡和海南旅游热潮的带动，糟粕醋已从地域饮食成功破圈，成为席卷全国社交媒体的美食潮流，拥有极高的市场关注度与消费潜力。一方面，以琼州糟粕醋·海南酸汤火锅为代表的本土专门店品牌，已成功实现连锁化发展；另一方面，其独特的“酸辣鲜香”风味也吸引了海底捞、朱光玉等知名火锅品牌，它们纷纷将“糟粕醋锅底”作为特色锅底引入菜单

近年来海南糟粕醋快速出圈 成为地域特色口味挖掘与商业化突围的典范

- 近年来，随着海南旅游热度攀升，糟粕醋从地方小吃变为游客“必打卡”项目
- 游客的亲身体验与口碑传播，使其从海南本地“香”到省外，积累了最初的**全国性认知**

2025年海南
游客量
超**1亿**人次
旅游总花费
超**2,000亿**元

- 截至2026年4月，抖音、小红书平台关于“**糟粕醋火锅**”的讨论热度持续高涨，“糟粕醋”也被年轻消费者称为“掌管水煮菜的神”
- 社交媒体的广泛传播使其从旅游特产跃升为全国餐饮界的“新晋顶流”

“糟粕醋火锅”
等相关话题
抖音播放量
超**20亿**次
小红书笔记数量
超**28万**篇

- 2025年7月，**海南省政府**召开专题会议，明确以工业化思维、全产业链思路**推动糟粕醋产业高质量发展**
- 2025年11月，《**海南省食品安全地方标准 海南糟粕醋**》**正式发布**，标志着海南糟粕醋产业规范化发展迈出关键一步

部分海南糟粕醋火锅的发展概况



- **琼州糟粕醋·海南酸汤火锅**：自2020年创办，已发展成为拥有20余家全国直营门店的海南本土连锁化火锅品牌，其在三亚海棠湾、亚龙湾等旅游热地的门店常年吸引游客排队



- **太琼糟粕醋·海南酸汤火锅**：以其“百年海南味道”的定位和经典的老海南酸汤火锅特色，在三亚乃至全国市场获得了广泛认可。目前已有近20家门店，并成功进入上海

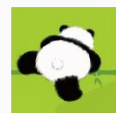


- **文昌小老弟海鲜糟粕醋火锅**：主打文昌特色糟粕醋火锅，并借鉴了成熟餐饮模式提升体验，在海南当地广受欢迎。目前已有10余家门店，目前已扩张至湖北

其他知名火锅品牌引入海南糟粕醋锅底，助力破圈



海底捞
有料·海鲜糟粕醋火锅



一围肥牛小火锅
海南糟粕醋锅



朱光玉火锅馆
海南糟粕醋锅底



椰小鸡·椰子鸡
糟粕醋锅底

资料来源：红餐大数据、海南省旅游和文化广电体育厅、抖音、小红书，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

糟粕醋应用场景持续拓宽，政府支持与跨界创新助力产业升级

- 近年来，海南糟粕醋的应用场景已从传统的火锅锅底拓展至烤鱼、粉面等细分赛道。例如，烤鱼品牌“鱼上·烤鱼”推出了“海南糟粕醋味烤鱼”，同时，市面上也涌现出多款将糟粕醋与海鲜、牛肉、清远鸡等食材相结合的粉面产品，展现出其较强的品类适配性
- 在创新应用层面，海南当地政府与企业正积极推动糟粕醋的跨界融合。例如，文昌长桌宴等活动展示了超过30道糟粕醋创新菜肴，证明了糟粕醋在餐饮创新中的潜力，这也意味着糟粕醋逐渐从单一地域汤底风味，转型为能够融入现代多元消费场景的“国民级酸汤”

糟粕醋与其他餐饮细分赛道的融合



- 2025年7月，广西烤鱼品牌鱼上·烤鱼推出了**海南糟粕醋味烤鱼**，并加入小番茄和凤梨提升口感，主打酸辣鲜爽口味



- 2024年创立于北京的二两三钱主营**糟粕醋米粉**，开业以来广受欢迎，位居大众点评北京粉面馆回头客榜第1名
- 其招牌产品有**糟粕醋牛肉粉、糟粕醋海鲜粉**，并在此基础上进行融合创新推出了**糟粕醋鳗鱼粉、糟粕醋清远鸡粉**等热门新品



- 2026年3月，三亚当地知名的火锅品牌京玖涮肉结合在地特色全新推出了**糟粕醋鲜煮粉系列**
- 其中包括**糟粕醋海鲜粉、糟粕醋和牛肉粉以及糟粕醋西旗羊肉粉**，并提供多种自选配菜让消费者实现糟粕醋粉DIY自由

糟粕醋创新的多种方向

- 2025年7月，在当地政府支持下，文昌市铺前镇成功举办了一场“百变糟粕醋，盍式浪里鲜”主题长桌宴，这是海南糟粕醋产业一次里程碑式的创新盛会
- 其中推出了超过30道“糟粕醋+”的创新菜肴，为糟粕醋的应用和发展提供了广阔的想象空间

糟粕醋海鲜拌面

糟粕醋鲍鱼捞饭

糟粕醋饺子

糟粕醋串串香

糟粕醋小龙虾

糟粕醋脆鱼片

糟粕醋凤梨饮

糟粕醋黄皮饮

糟粕醋咖啡

糟粕醋水果捞

.....

资料来源：海南省人民政府、公开信息，红餐产业研究院整理

酸汤品类在餐饮端面临多重挑战，出品稳定性与场景适配性亟待突破

- 在餐饮消费持续升级的背景下，消费者不再满足于简单的酸辣刺激，而是追求品质化和健康化的酸味体验。这一消费需求的跃升，为酸汤品类带来了前所未有的市场机遇，但也暴露了其在发展过程中存在的痛点
- 首先，传统酸汤高度依赖人工发酵，导致出品稳定性差，难以实现标准化与规模化扩张；其次，后端制备流程繁琐且耗时长，极大地增加了供应链与食安管控的成本压力；最后，由于风味过于强烈且适配性较窄，限制了应用场景的创新空间，难以满足消费者日益多元化的口味需求

酸汤品类的经营痛点



出品稳定性差 难以实现标准化与规模化

- 传统酸汤依赖厨师经验与手工发酵，其酸度、风味、色泽受原料批次、发酵环境、操作手法影响巨大，导致**餐饮门店出品存在差异**
- 这不仅**影响顾客的复购与口碑**，更使得餐饮品牌难以建立统一、稳定的品质形象，严重**制约了连锁化扩张与品牌价值的提升**



后端制备复杂 供应链与食安管控成本高

- 从原料采购、发酵酿制到日常养护，一套完整的地道**酸汤自制工艺流程****繁琐、耗时漫长**，且需要占用宝贵的后厨空间与专业人力
- 这不仅**增加了餐厅的运营复杂度与人力成本**，更对**食品安全风险控制**（如杂菌污染、亚硝酸盐超标）方面提出了较高要求



风味适配性窄 应用场景与创新空间受限

- 传统酸汤风味强烈、个性鲜明，虽是其特色，但也导致了**与多元食材和流行口味的融合难度大**
- **难以适配广泛的餐饮场景**，限制了菜单的延展性与创新潜力，无法满足当今消费者对“万物皆可酸汤”的多样化需求

仟味高汤精准响应酸汤高品质健康化诉求，依托专业产品赋能餐饮品牌

- 针对酸汤品类出品不稳、制备复杂以及适配性弱等痛点，上游复合调味料企业正加速产品创新与技术升级以适配市场追求高品质、健康化的诉求
- 红餐产业研究院了解到，仟味高汤作为一家深耕汤底风味二十余年的企业，依托其专业的研发能力与生产技术推出了一系列益生菌发酵酸汤产品，包括益生菌发酵红酸汤、益生菌糟粕醋酸汤，这些产品通过现代发酵技术与菌种研究，在保留传统酸汤自然风味的基础上，实现了品质、效率与健康属性的多维提升

仟味高汤的产品研发实力

➤ 2大生产基地

分别在江苏、广东自建了两大生产工厂

➤ 23个研创中心

在全国拥有23个爆品菜研创体验中心、37间旗舰体验店，在不同区域、不同赛道积累了超20,000种爆品菜方案库，能够为餐饮品牌提供跨品类的产品解决方案

➤ 30条柔性定制生产线

拥有30条柔性定制生产线，能够为不同的品牌提供定制化、个性化的服务

➤ 专业的研发团队

仟味高汤拥有50余人的专业研发团队，可快速洞察并响应市场需求



餐饮要排队，
研创找仟味！

仟味高汤的益生菌发酵酸汤系列产品

- 仟味高汤的益生菌发酵酸汤产品采用益生菌发酵技术，通过科学分析酸汤中的有效成分，精准筛选出多种有效的益生菌（乳酸菌和曲霉菌种），去除不必要的杂菌，更健康更安全更稳定



仟味 益生菌发酵红酸汤



仟味 益生菌糟粕醋酸汤

- ✓ 稳定出品质量
- ✓ 简化出餐流程
- ✓ 适配多元场景



贵州红酸汤火锅



海南糟粕醋火锅



糟粕醋肥牛米线



糟粕醋罐罐米线

融合优质原料与地道工艺，仟味糟粕醋酸汤定义高品质健康酸汤新标准

- 以糟粕醋酸汤为例，仟味益生菌糟粕醋酸汤精选优质大米发酵，并选用优质朝天椒、新鲜蒜米等配料一同炒香熬煮，通过提高料水比并遵循高标准工艺流程精制而成，在传统糟粕醋酸汤的基础上实现了品质的显著提升
- 此外，仟味独家的科学发酵工艺能够更有效地发酵出大米中的醇香、醇鲜、醇酸物质，在保障健康品质的基础上还能做到好喝美味、回味悠长，口味独特且有记忆点

仟味益生菌糟粕醋酸汤精选优质原料并传承地道工艺，兼具品质、健康与好喝三大优势



精选原料，真材实料

- 精选**优质大米**进行酒糟的发酵
- 选用**优质朝天椒**、**新鲜蒜米**等配料一同炒香熬煮，在原料使用上能够做到真材实料



益生菌发酵，独家科学工艺

- 传承海南地道糟粕醋调味特色工艺，并通过科学研究技术精准筛选糟粕醋的有益菌
- 能够更有效发酵出大米中的**醇香、醇鲜、醇酸**物质，使之更有陈醋的味道**更醇厚更有回味**



小酸小辣，开胃无负担

- 口味方面能够**精准调控酸辣度**，符合大众偏爱，**刺激食欲又无肠胃负担**
- 此外，仟味高汤依托于遍布全国的研创中心能够根据当地消费者口味及门店需求灵活调整酸辣度

仟味益生菌糟粕醋酸汤适配多元场景，以定制研创服务助力品牌上新

- 仟味高汤的益生菌糟粕醋酸汤在出品呈现上色香味俱全，能够适配多元餐饮场景，如火锅、粉面、砂锅菜、饺子馄饨等，作为百搭汤底风味，可与海鲜、牛肉、鸡肉、牛杂、猪杂、蔬菜等食材进行搭配
- 据了解，仟味高汤已建立了超30条柔性生产链，日产能达到380吨。同时，其还在全国设立了23个爆品菜研发中心，能对全国特色味道需求做出快速反应，除常规酸汤使用场景外，还能与餐饮品牌共创爆品菜，提供定制化服务，助力餐饮品牌上新

仟味高汤 益生菌糟粕醋酸汤色香味俱全

色

视觉上呈现自然橙红油花，“米汤”色汤底，层次丰富有食欲，带有真材实料的酒糟、蒜末、辣椒等食材

香

甜润纯净的发酵米香、鲜香的蒜香与椒香复合，刺激食欲

味

口感醇厚浓郁，酸香甜润有层次

仟味高汤益生菌糟粕醋酸汤适配多元餐饮场景



火锅类



- 应用场景：海鲜火锅、豆捞火锅、川渝火锅、牛肉火锅、椰子鸡火锅、小火锅等
- 出品名称：糟粕醋酸汤锅、白酸汤锅、米酸汤锅
- 搭配建议：海鲜、牛肉、鸡肉、丸滑、蔬菜等



粉面类



- 应用场景：火锅米线、过桥米线、小锅米线、汤粉、馅心类配汤等
- 出品名称：糟粕醋海鲜火锅米线、蒜香酸汤什锦火锅米线、米酸汤牛杂/鸡丝米线
- 搭配建议：海鲜、牛肉、鸡肉、牛杂、猪杂、蔬菜等



其他品类

- 应用场景：烧烤或中式正餐的砂锅菜/汤菜、饺子馄饨汤底等
- 出品名称：糟粕醋海鲜什锦小砂锅、糟粕醋虾仁馄饨



03

**未来展望：酸味消费步入成熟期，
三大趋势推动酸味从味型风口向可
持续饮食文化演进**

经营建议：餐饮端与供应链端协同，推动酸味品类品质升级

- 在餐饮消费持续升级的背景下，酸味消费正迈向一个更深层次、更注重内涵的发展新阶段。过去那种依赖单一风味刺激、产品品质良莠不齐的粗放式增长，已难以适应如今消费者日益提升的需求
- 面对这一深刻变化，餐饮端与供应链端均需积极应对，协同提升。餐饮品牌应超越简单的口味跟风，致力于通过风味创新推出更具辨识度与复购价值的酸味新品。与此同时，上游供应链企业更需承担起底层支撑的角色，通过技术升级、开发前沿味型等方式提供标准化的解决方案

餐饮企业

主动拥抱供应链企业，实现风味标准化与稳定扩张

餐饮品牌应积极与成熟的餐调解决方案供应商建立深度合作，既能保证品牌**出品稳定性**，同时也能借助供应商的全国视野，**获取最新的风味趋势与技术创新技术**，降低试错成本

聚焦“酸味+”单品创新，打造品牌记忆点

餐饮品牌应紧跟酸味风潮趋势，通过**“酸味+特色食材”**的模式，将酸味植入更广阔的日常消费场景

巧妙打造健康叙事，提升产品价值与消费认同

酸味崛起的深层驱动力之一，是消费者将其与“发酵”、“天然”“开胃解腻”等**健康属性**相关联。餐饮品牌可通过**“美食+科普”的创新营销**，与消费者建立更深层次的情感与信任连接

供应链端

深耕发酵等核心技术，构筑风味研发的护城河

酸味，特别是具有地域特色的发酵酸，其风味壁垒在于菌种、工艺和时间的积累。通过掌握**发酵过程的科学规律**，才能实现**风味的稳定、可控与创新迭代**，为餐饮客户提供真正独特且难以被替代的风味基底

拓展“产品+数据”解决方案，实现精准定制

餐饮市场地域广阔、菜系复杂，对酸味的接受度和偏好差异巨大。供应链企业应**建立强大的客户需求洞察与数据分析能力**，提供**模块化、可灵活调整的配方产品**，满足多元需求

强化厨师圈层服务能力，驱动前沿味型落地

厨师是菜品创新的最终执行者，也是风味趋势的关键影响者。供应链企业需要**建立专业的厨师服务团队和沟通渠道**，例如，**举办厨师培训、菜品研发交流会**等，通过高频率的共创交流让自身站在风味创新的前沿

未来趋势：风味细分与健康升级并举，多维场景驱动品类长效发展

- 展望未来，酸味风潮预计将会持续保持高热度。一方面，酸味趋势将向极致细分与全球融合发展，另一方面，酸味趋势的健康化与场景多元化也将得到进一步深化
- 未来的酸味浪潮将是深度与广度并举的升级：在风味上追求进一步细分与巧妙的融合，在价值上则承载更丰富的健康内涵与情感联结，从而从一个流行的“味型风口”，真正沉淀为一种可持续的“饮食文化”

餐饮酸味发展趋势展望

味型极致细分与全球风味融合

- 消费者对**酸的追求将更加精细**，如发酵酸（贵州红酸汤、海南糟粕醋）、果酸（芭乐、黄杏、刺梨）等不同酸感将被清晰区分和追捧
- 酸味将**与全球其他流行风味进行大胆融合**，与“**茶咖酒**”等饮品的结合也将更加深入，如糟粕醋咖啡、酸汤风味精酿啤酒等，创造出跨越品类界限的体验

酸味消费场景进一步拓展与延伸

- 酸味的应用场景将突破传统餐饮的时空限制，向**更高频、更便捷、更富趣味性的日常消费场景渗透**
- 当前，酸味菜品正从重油重盐的正餐大菜，向“**小轻快**”模式演变，成为快餐、轻简餐的引流利器，未来这一趋势也将更加显著



酸味的健康价值进一步深化

- 酸味的吸引力将超越开胃解腻的基础感官体验，**与明确的功能性健康益处深度绑定**，这一趋势将走向科学化与精准化
- 酸味将成为**承载多种功能性成分的绝佳风味基底**，如美容、助眠等功能性成分可与酸味结合进行创新研发

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

关于仟味高汤

仟味高汤（以下简称仟味）是源自广东的高汤调味品生产企业，二十五年来，仟味坚持真材实料熬高品质高汤，将以前大厨们在厨房里熬汤这种难做的事情，搬进工厂，实现了广东高汤的标准化、工业化生产，让高品质高汤唾手可得，让快速稳定出品易如反掌，让美味变得更简单

仟味不仅智造高汤，更是美食爆品菜味道解决方案专家。秉承用对不同餐饮品类和门店个性需求深度调研理解，一对一为不同餐饮商业模式、不同品类、不同定位、不同场景需求、不同业绩需求的餐饮门店，提供菜单菜品升级与热卖爆品菜打造的味道研创服务

仟味在全国拥有23个研创体验中心、37间旗舰体验店，覆盖25个省级行政区、47个地级市；服务超2,000家餐饮连锁品牌，200,000家餐饮门店；能够快速为不同的餐饮品牌，做属地化以及个性化的口味还原、升级和创新



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: 2020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, 所有权为原著作者所有, 部分图片由AI生成。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: 王婉琪、黄壁连、周容

感谢观看

研究报告合作请联系

红餐叶薇 19966252467