

餐饮行业

季度观察报告（2025年Q4）

目 录

01

2025年第四季度餐饮行业概况：餐饮收入为16,994亿元，餐饮行业景气指数总体稳健

02

2025年第四季度产品上新：六大赛道共247个品牌推出新品，新品总数为2,915款

03

2025年第四季度新锐餐饮品牌：品牌创新与多赛道布局形成合力，打开新增量空间

04

2025年第四季度供应链新品推荐：高价值食材与科技赋能双驱动，释放供应链企业增长势能

01

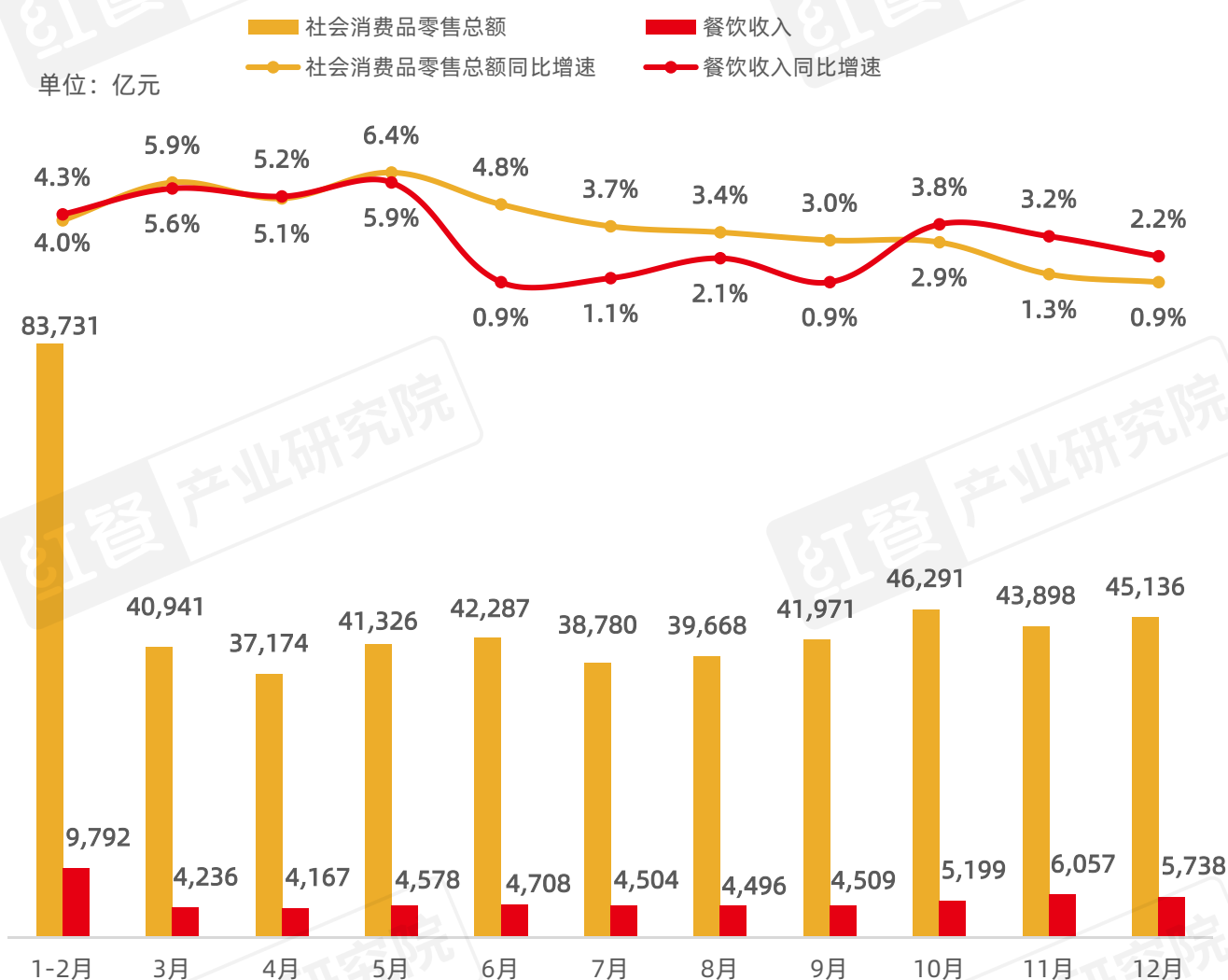
**2025年Q4餐饮行业概况：
餐饮收入为16,994亿元，餐饮
行业景气指数总体稳健**

餐饮大盘：2025年餐饮收入为57,982亿元，第四季度同比增速逐月回落

2025年，我国消费市场呈现稳中向好的发展态势。国家统计局数据显示，2025年全国社会消费品零售总额为501,202亿元，比2024年同比增长3.7%，餐饮收入为57,982亿元，同比增长3.2%。

具体到第四季度，2025年第四季度餐饮收入为16,994亿元，在延续正增长的同时，增速有所放缓。国家统计局数据显示，2025年10月餐饮收入同比增长3.8%，11月和12月餐饮收入同比增速分别降至3.2%和2.2%。尽管季度内餐饮收入同比增速逐月回落，但整体仍高于同期全国社会消费品零售总额增速，显示餐饮消费在服务型消费中具备一定抗压韧性。

2025年1—12月全国社会消费品零售总额与餐饮收入概况

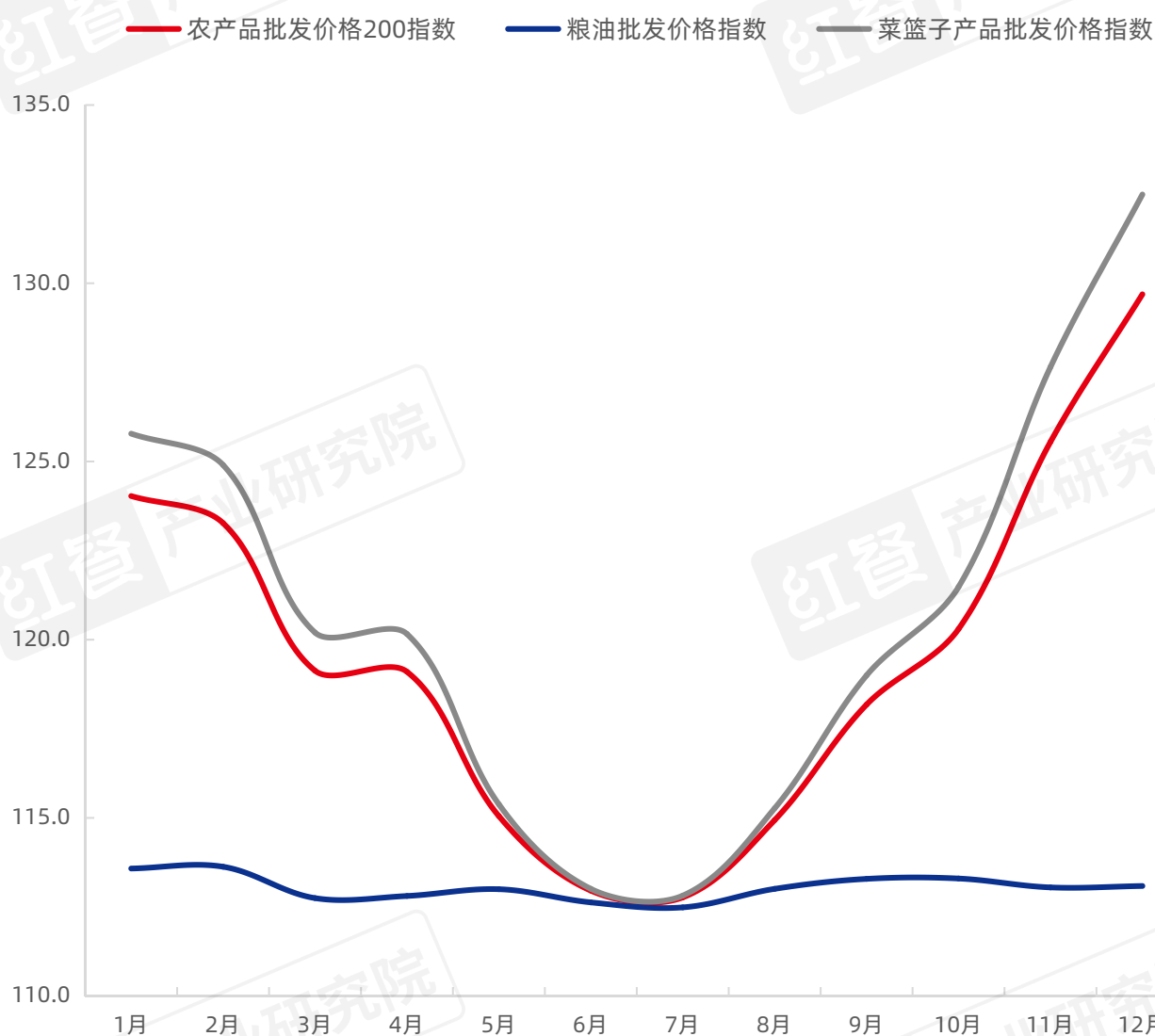


食材行情：第四季度农产品与菜篮子产品批发价格稳定增长，粮油产品批发价格平稳运行

2025年第四季度，受季节性供给收缩及居民的消费需求回暖等因素影响，我国食材价格整体呈现上行态势。

农业农村部数据显示，2025年第四季度，农产品批发价格200指数与菜篮子产品批发价格指数季度内持续上涨，12月分别升至129.7、132.5，增幅较大；粮油产品批发价格指数在113.1~113.3区间内平稳运行，供需格局保持平衡。

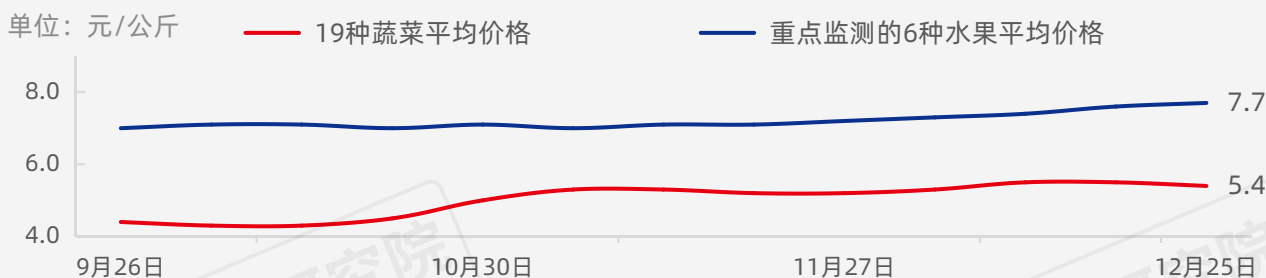
2025年1—12月农产品批发价格200指数趋势



核心农产品价格：第四季度蔬果产品价格涨幅明显，肉禽产品与水产品价格较为稳定

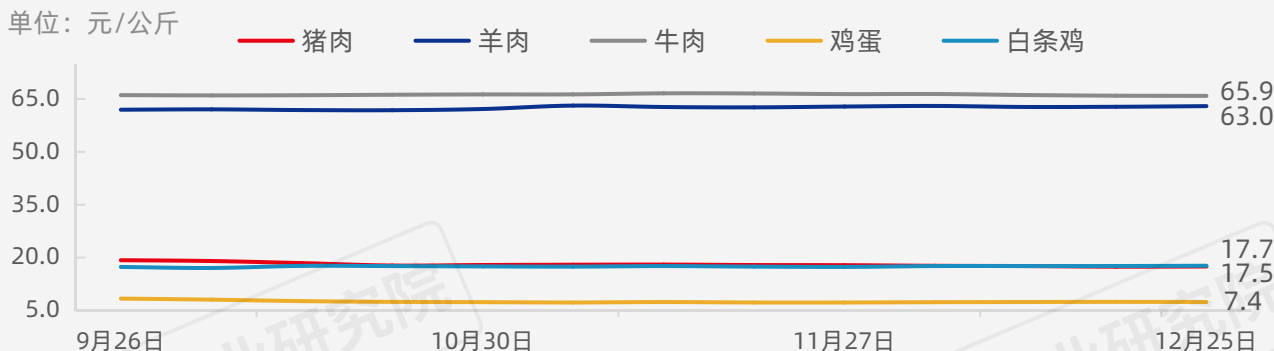
农业农村部数据显示，2025年第四季度，代表性蔬菜和水果产品的平均价格均呈现上涨走势，分别上涨至7.7元/公斤和5.4元/公斤。

2025年Q4全国19种蔬菜和重点监测的6种水果的平均价格



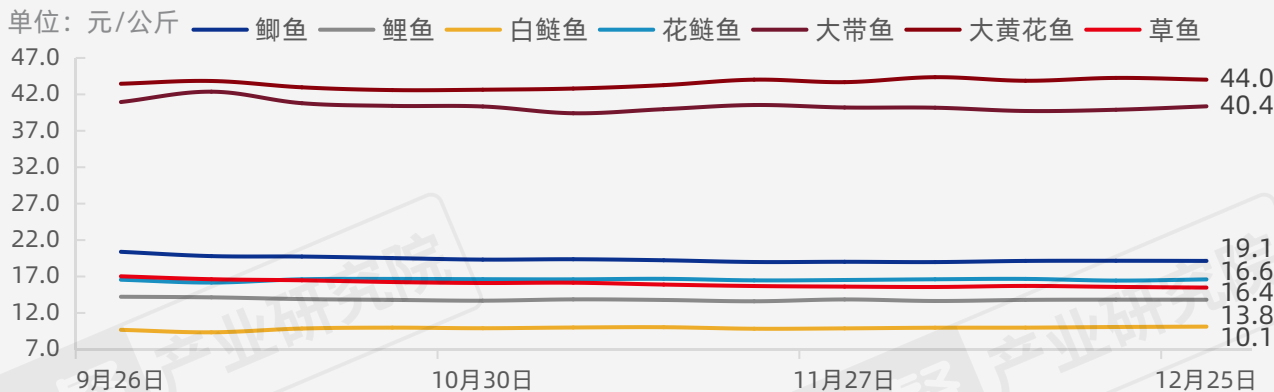
肉禽产品批发市场价格整体以稳为主、局部调整。季度内，猪肉价格延续下行，降至17.5元/公斤；羊肉价格小幅上行至63元/公斤；鸡蛋价格回落至7.4元/公斤；季度末牛肉与白条鸡价格总体波动不大，价格分别为65.9元/公斤和17.7元/公斤。

2025年Q4全国重点监测的肉禽产品批发市场价格



水产品价格季度内总体平稳、略有起伏。其中大黄花鱼与大带鱼两类海水鱼价位相对较高，季度末分别为44元/公斤和40.4元/公斤。其次是鲫鱼19.1元/公斤、花鲢鱼16.6元/公斤、草鱼16.4元/公斤、鲤鱼13.8元/公斤、白鲢鱼10.1元/公斤。

2025年Q4全国重点监测的水产品批发市场价格



注：19种蔬菜包括大白菜、西红柿、黄瓜、青椒、芹菜、土豆、白萝卜、茄子、豆角、胡萝卜、菜花、韭菜、蒜苔、大葱、葱头、油菜、菠菜、洋白菜、莴笋；重点监测的6种水果包括富士苹果、巨峰葡萄、香蕉、菠萝、西瓜、鸭梨

资料来源：农业农村部，红餐产业研究院整理

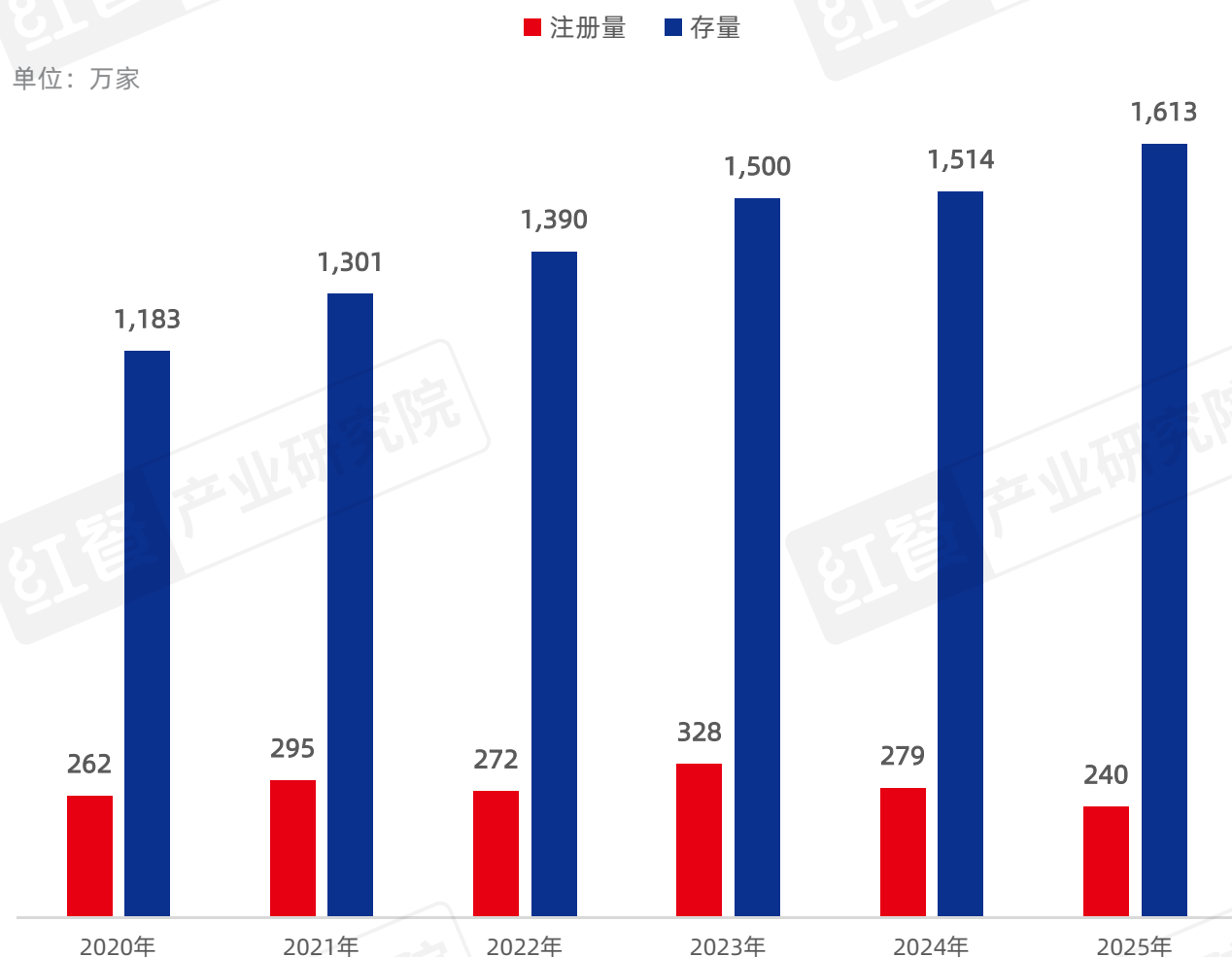
餐企注册情况：2025年餐饮相关企业注册量有所下降，第四季度注册量降至50万家

企业注册量方面，企查查数据显示，截至2025年12月，全国餐饮企业存量达到1,613万家，较2024年增加约98.7万家，行业规模继续扩张。

与此同时，企业注册量明显放缓：2025年餐饮企业注册量为240万家，相较2024年减少了39万家，其中第四季度注册量为50万家，同比减少15万家。

总体来看，在存量持续抬升的背景下，注册量减少，说明行业主体扩张更多体现为存量的延续与累积，行业增长逻辑正从“增量扩张”转向“存量运营与效率提升”。

2020—2025年全国餐饮相关企业注册量与存量概况



餐饮景气指数：第四季度全国餐饮景气指数总体稳健，国庆与年末消费需求成关键支撑

指数说明

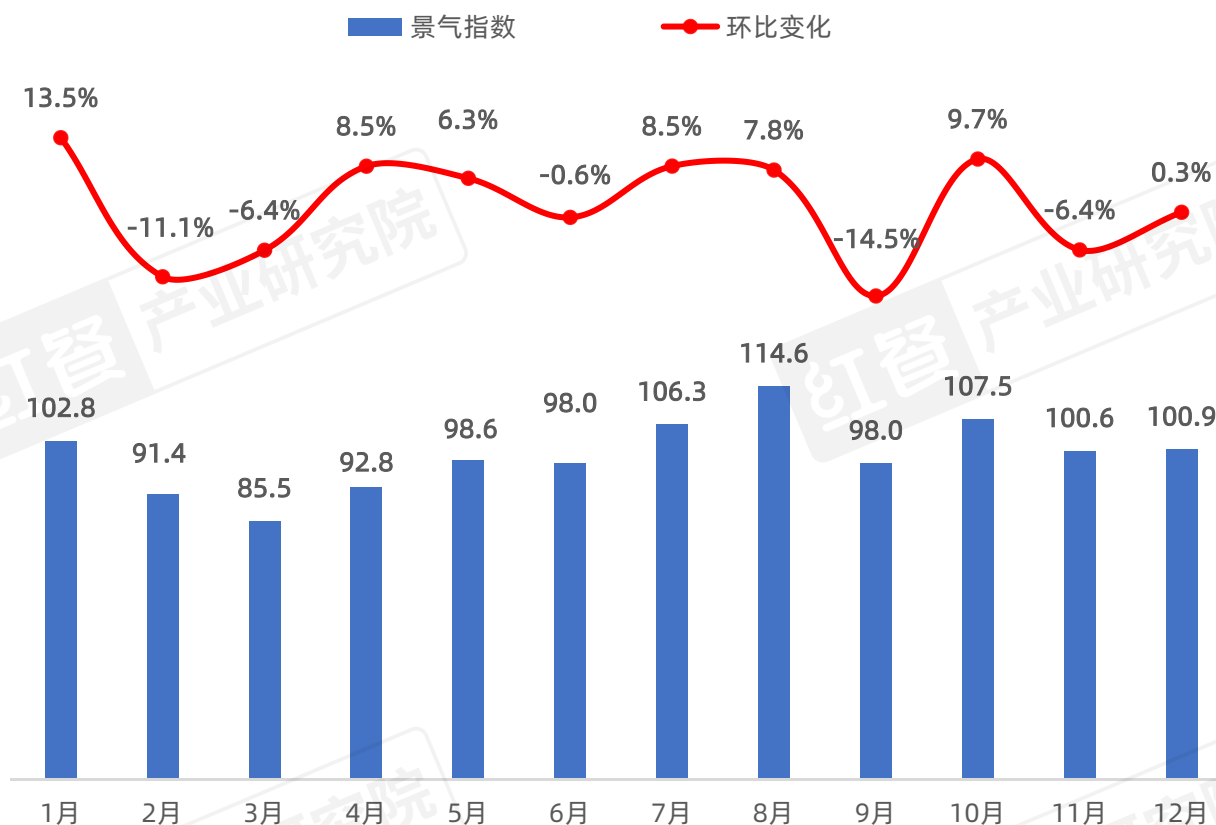
该指数为综合反映餐饮行业各地域或各赛道所处的状态或发展趋势的一种指标，景气指数低于100表示其发展处于衰退或者不景气的状态，而高于100则表示其发展处于扩张或者景气的状态。

全国餐饮行业景气指数

红餐大数据显示，2025年第四季度全国餐饮行业景气指数整体保持在景气区间。

2025年第四季度全国餐饮行业景气指数的阶段性变化，在时间分布上与节假日安排及年末消费周期具有一定相关性。例如，国庆假期带动居民集中出行与聚餐需求，推动10月景气指数上升；假期结束后，餐饮消费回归常态，景气指数在11月有所回调。进入12月，在年末聚餐等场景支撑下，景气指数保持相对平稳。

2025年1—12月全国餐饮行业景气指数走势图



重点赛道景气指数：第四季度五大赛道景气指数走势分化，火锅赛道始终保持景气区间

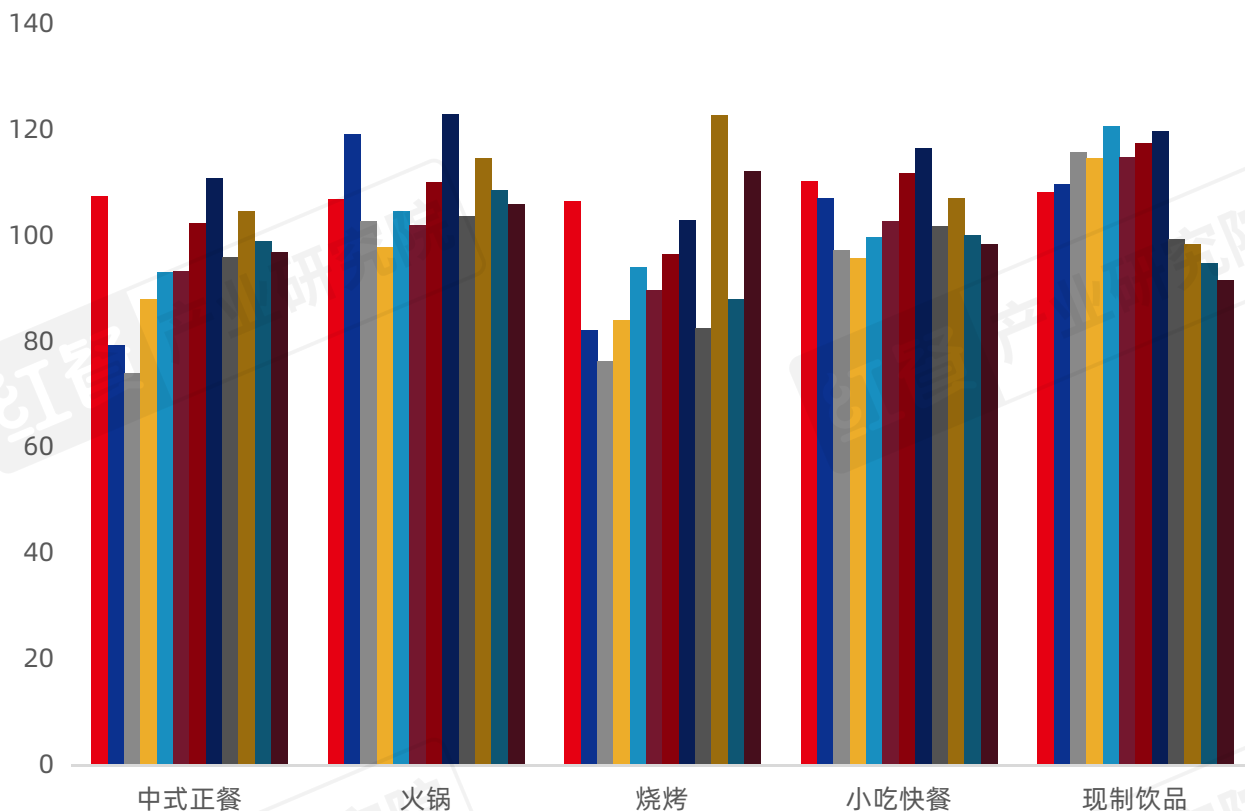
重点赛道景气指数

红餐大数据显示，2025年第四季度中式正餐、火锅、烧烤、小吃快餐、现制饮品五大餐饮赛道景气指数的表现各不相同。

具体来看，火锅赛道表现相对稳健，10月至12月景气指数分别为114.6、108.7、105.9，季度内始终保持在景气区间；烧烤赛道波动幅度较大，10月景气指数跃升至122.7，环比增幅达48.7%，11月明显下行至88.0，12月回升至112.2，再度回到景气区间；而中式正餐、小吃快餐与现制饮品赛道的景气指数在季度内逐月走弱，分别由104.6、107.2、98.4降至96.9、98.4、91.6。

2025年1—12月重点餐饮赛道景气指数走势图

1月 2月 3月 4月 5月 6月
7月 8月 9月 10月 11月 12月



门店数概况：第四季度主要细分赛道的门店数量小幅回落，现制饮品与火锅赛道表现突出

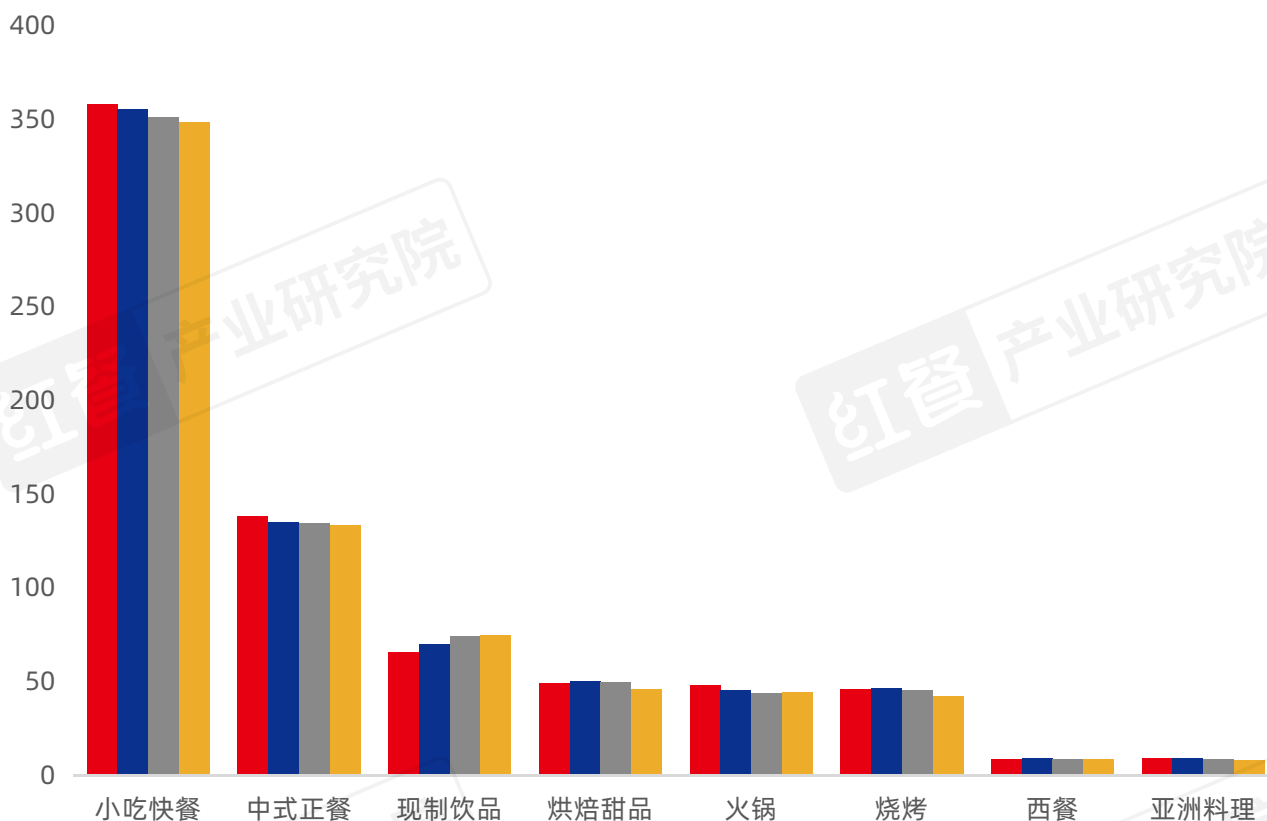
门店数方面，各细分赛道表现各不相同。红餐大数据显示，从主要细分赛道的门店数量来看，截至2025年第四季度，小吃快餐、中式正餐、现制饮品仍位列细分赛道门店数量前三，紧随其后的依次为烘焙甜品、火锅、烧烤、西餐和亚洲料理。

从门店数的增减变化来看，现制饮品赛道在第四季度延续扩张态势，门店数量继续增长；火锅赛道则在前三季度下行后于第四季度开始回升。相较之下，小吃快餐、中式正餐、烘焙甜品、烧烤、西餐和亚洲料理等赛道的门店数量在第四季度均较第三季度有所减少，带动主要细分赛道门店数整体呈现小幅回落。

2025年Q1至Q4主要餐饮细分赛道的门店数量情况

■ 2025年Q1 ■ 2025年Q2 ■ 2025年Q3 ■ 2025年Q4

单位：万家



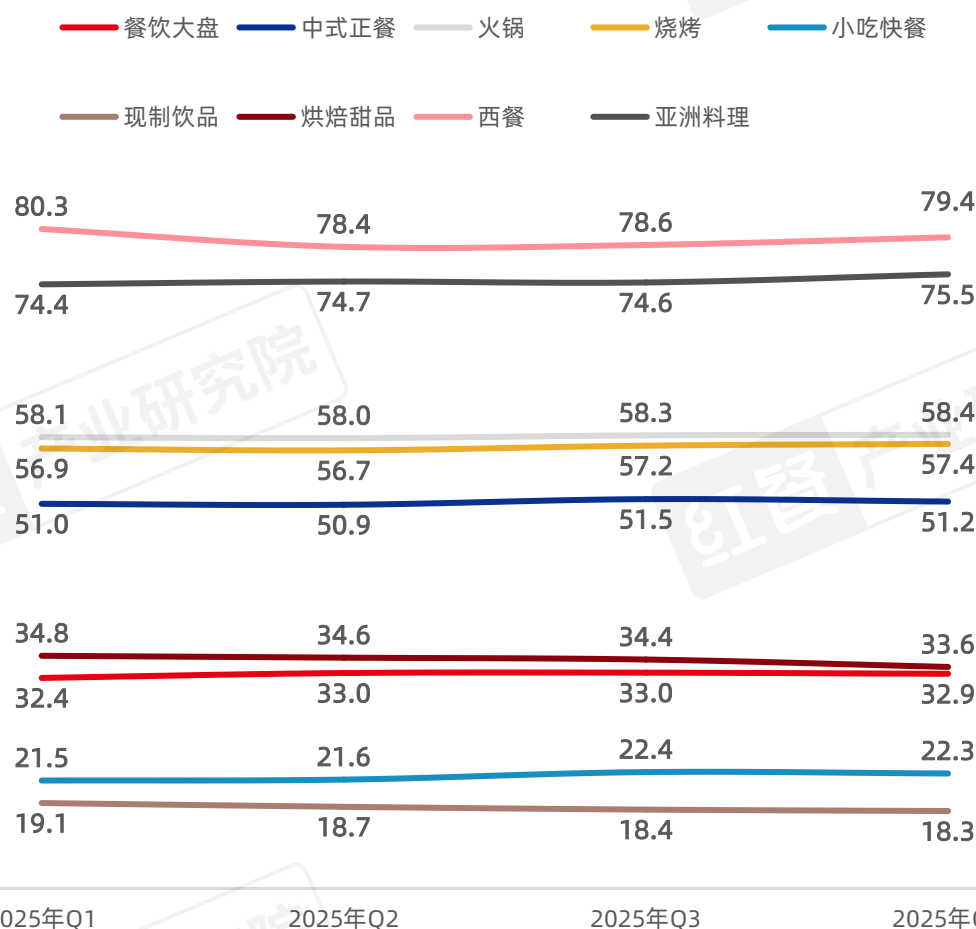
人均消费：2025年第四季度餐饮大盘人均消费略有走弱，各细分赛道人均消费表现不一

人均消费方面，红餐大数据显示，截至2025年第四季度，餐饮大盘人均消费为32.9元，整体处于相对稳定的区间。

从主要餐饮细分赛道来看，2025年第四季度相较第三季度，西餐和亚洲料理赛道的人均消费小幅上升，其中西餐赛道从78.6元升至79.4元，亚洲料理赛道从74.6元升至75.5元。而烘焙甜品赛道的人均消费则出现微降趋势，从34.4元降至33.6元。其他餐饮细分赛道的人均消费则整体变化不大。

2025年Q1至Q4主要餐饮细分赛道的人均消费情况

单位：元

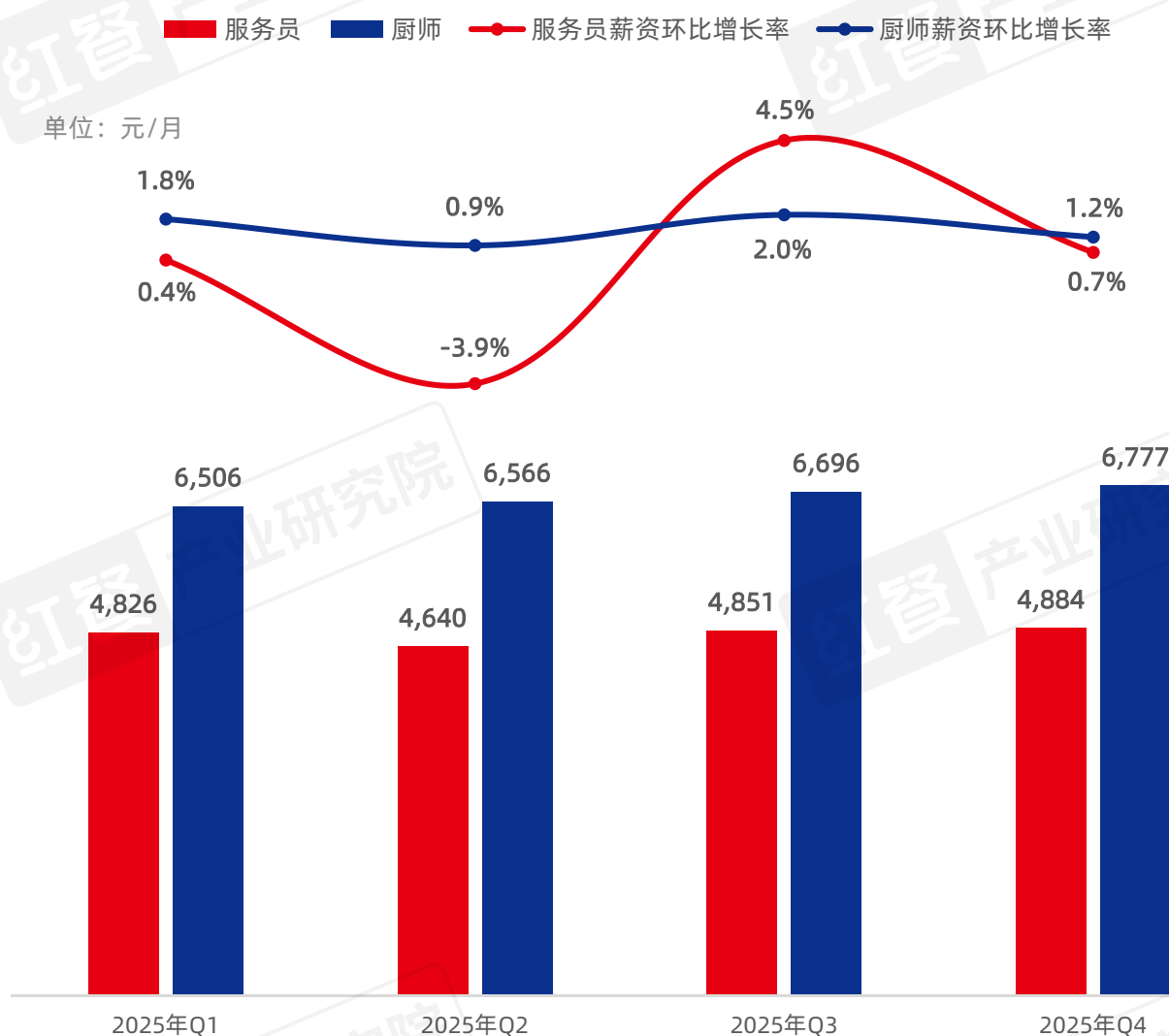


用人成本：2025年第四季度餐饮行业员工招聘薪酬继续上涨

2025年，餐饮行业员工招聘薪酬整体走高，其中厨师岗位招聘薪资全年保持稳步增长，服务员岗位则呈波动上涨态势。

2025年第四季度，餐饮用工成本小幅上涨。据BOSS直聘，2025年第四季度，餐饮行业服务员招聘薪资为4,884元/月，环比上涨0.7%；厨师招聘薪资为6,777元/月，环比上涨1.2%，薪资水平和增长幅度均高于服务员。

2025年Q1至Q4餐饮行业员工招聘薪酬变化情况



02

**产品上新：
六大赛道共247个品牌推出新
品，新品总数为2,915款**

品牌上新数量：2025年第四季度有247个品牌推出新品，占监测样本品牌数量的74.8%

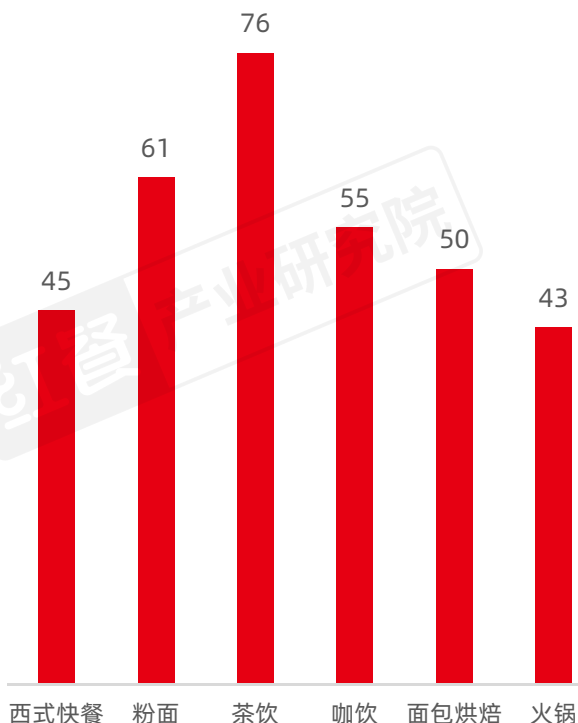
红餐产业研究院新品监测的范畴包括西式快餐、粉面、茶饮、咖饮、面包烘焙、火锅这六大赛道，监测品牌样本量共330个，2025年第四季度共有247个品牌推出新品，占监测品牌样本量的74.8%。

相较于2025年第三季度，西式快餐、粉面、茶饮和火锅的上新品牌数量在2025年第四季度均有所上涨，分别有36、34、74、32个品牌推出新品；面包烘焙的上新品牌数量略有下降，有39个品牌推出了新品；而咖饮赛道的上新品牌数量与2025年第三季度持平。

2025年第四季度监测品牌样本量
共有330个

2025年Q4六大赛道监测品牌样本量概况

单位：个

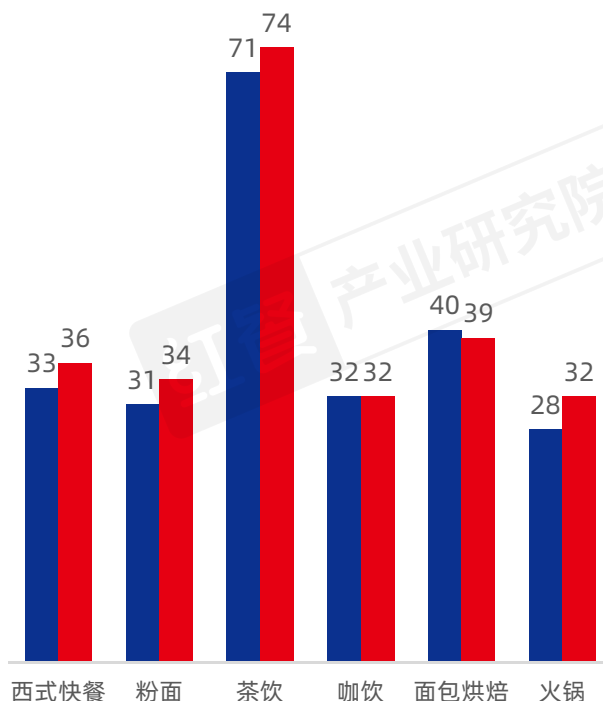


2025年第四季度上新品牌数量
共有247个，占比为74.8%

2025年Q3与Q4六大赛道上新品牌数情况

单位：个

■ 2025年Q3上新品牌数量
■ 2025年Q4上新品牌数量



产品上新数量：六大赛道新品总数为2,915款，较第三季度上新数量有所减少

2025年第四季度，红餐产业研究院监测发现，从六大赛道的新品数量来看，较第三季度上新数量有所减少，西式快餐、粉面、茶饮、咖饮、面包烘焙、火锅这六个赛道的新品数量总共为2,915款，环比下降了4.1%。

具体来看，粉面赛道的新品数量涨幅最大，达55.1%；茶饮与咖饮赛道上新保持活跃，分别推出840、572款新品，环比分别增长11.1%和4.4%；而西式快餐、面包烘焙和火锅赛道的上新数量有所回落，分别为269、784、253款，环比分别下降10.6%、23.5%和10.3%。

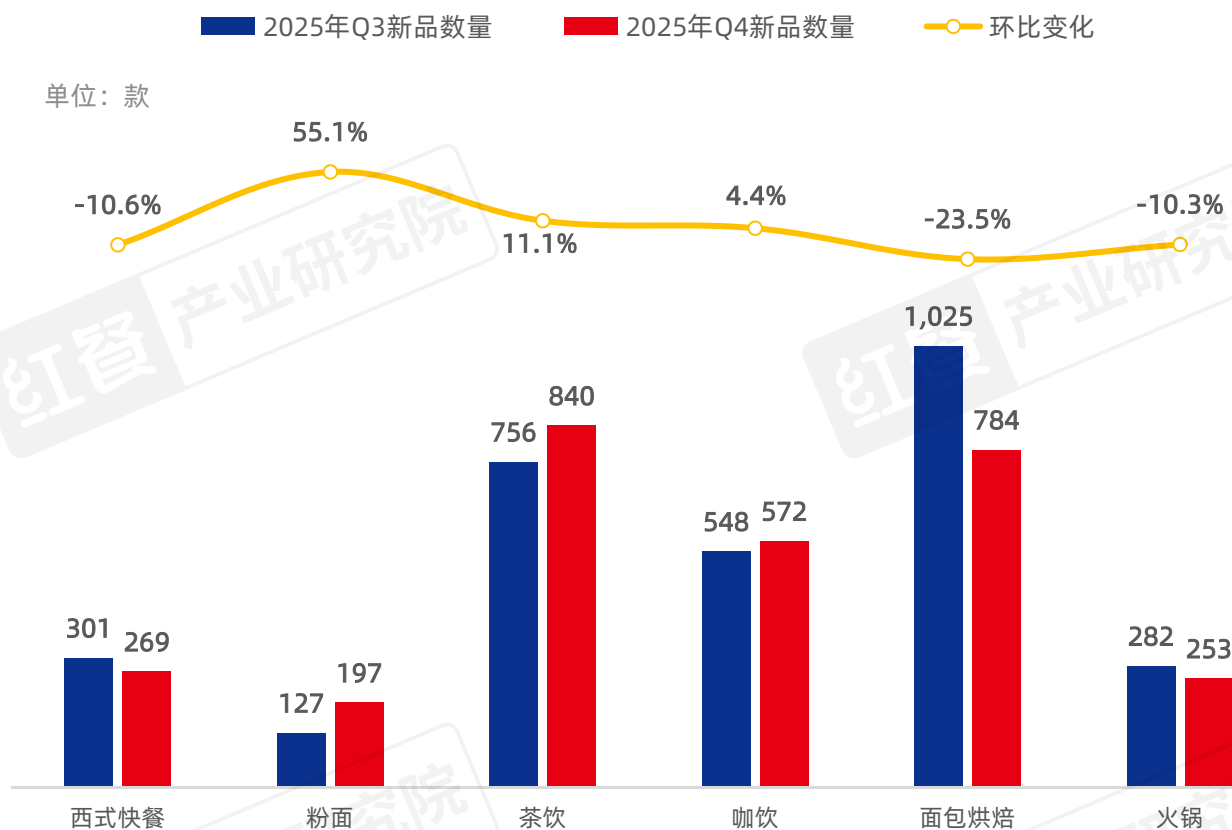
2025年第四季度
六大赛道新品总数为
2,915款

2025年第三季度
六大赛道新品总数为
3,039款



环比下降
4.1%

2025年Q3与Q4六大赛道新品数量及其环比变化情况



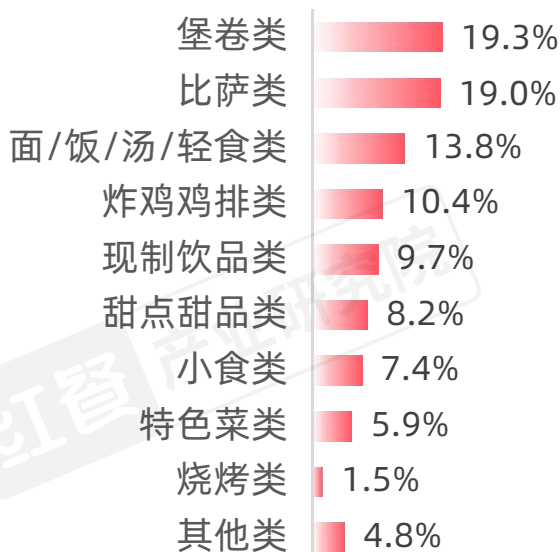
西式快餐：品牌多元布局新品，风味融合与胚底升级并行

2025年第四季度，红餐产业研究院监测的西式快餐样本品牌中，有36个品牌共推出了269款新品。从新品的细分类别来看，第四季度新品涵盖的类别有堡卷类、比萨类、面/饭/汤/轻食类、炸鸡鸡排类、现制饮品类等10种类别。

具体来看，堡卷类的新品数量最多，占比达19.3%。其中汉堡类产品的上新表现最为突出，以39款的新上量占据了该类别新品总数75%的份额。紧随其后的是同为西式快餐经典品类的比萨类新品，占比为19%。此外，面/饭/汤/轻食类产品是西式快餐品牌布局健康多元赛道的重要方向，新品数量占比达13.8%，其中以饭食和意面居多。此外，炸鸡鸡排类、现制饮品类、甜点甜品类、小食类、特色菜类、烧烤类新品的占比分别为10.4%、9.7%、8.2%、7.4%、5.9%、1.5%。

2025年第四季度西式快餐样本品牌产品上新情况

2025年第四季度西式快餐样本品牌
新品细分类别分布情况



2025年第四季度西式快餐样本品牌
部分新品创新点分布情况



从堡卷类、比萨类、炸鸡鸡排类以及小食类的创新维度来看，品牌的创新方向主要聚焦于风味和堡胚/卷皮/外壳两大层面，占比分别达到30.5%和28.5%。在风味创新上，这些新品呈现出中西风味深度融合的鲜明特征，品牌通过跨界搭配打造多元味觉体验。例如，华莱士的天水麻辣烫风味堡和广式元气草本全鸡、燃熊汉堡的川香火锅鸡腿堡等。在堡胚/卷皮/外壳的优化上，大部分新品以胚底多元升级为核心亮点。例如，萨莉亚对肉酱薄脆匹萨的饼底进行改良，实现薄脆酥香的口感升级；派乐汉堡在黄油面包菠萝烤腿堡的面包胚中添加10% 纯正动物脂肪黄油。

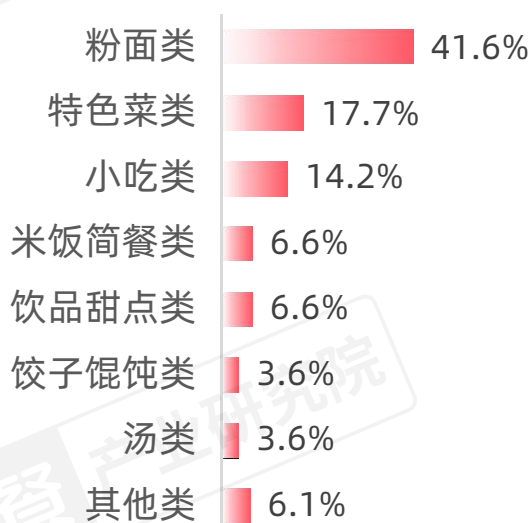
粉面：粉面新品品质升级趋势显著，配料汤底成创新核心

2025年第四季度，红餐产业研究院监测的粉面样本品牌中，有34个品牌共推出了197款新品。从新品的细分类别来看，新品涵盖的类别有粉面类、特色菜类、小吃类、饮品甜点类、米饭简餐类等8种类别。

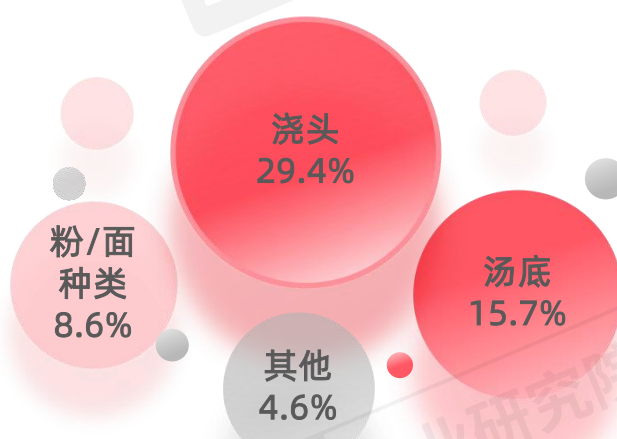
从新品的细分类别来看，粉面类产品上新最多，共计82款，占新品总数的41.6%。其中，粉类新品领衔创新，汤粉、炒粉、拌粉/干捞粉类新品在粉面类新品的总占比为65.9%。其次是特色菜类新品，占比为17.7%，其中又以小炒/特色菜类和小火锅类新品为主。此外，小吃类、饮品甜点类、米饭简餐类新品也均占有一定的比例，占比分别为14.2%、6.6%、6.6%。

2025年第四季度粉面样本品牌产品上新情况

2025年第四季度粉面样本品牌
新品细分类别分布情况



2025年第四季度粉面样本品牌
部分新品创新点分布情况



从粉面类新品创新点的分布特征来看，粉面样本品牌的创新点高度集中于浇头类，该类别占比高达29.4%。粉面品牌第四季度在浇头类新品的核心创新方向为配料制作方式升级和配料方案迭代。例如，蔡澜越南粉推出的越南牛肉粉（低温慢煮），采用60℃低温慢煮工艺，将牛肉恒温烹煮3小时；花小小新疆炒米粉将益生菌酸包菜加入新疆炒米粉系列中。

此外，汤底也是粉面样本品牌的重要创新方向，占比为15.7%，以醇厚质感与慢熬工艺为核心追求，例如，味千拉面推出的虎虾浓汤拉面严选9种食材慢熬出乳白醇厚的浓汤；老碗会·陕西手工面推出的陕北羊肉粉甄选甘肃环县地标滩羊，慢炖出醇厚汤底。粉/面种类的创新则是突出柔韧弹滑口感。例如，面点王推出的炸酱油泼扯面采用手工扯制的劲道面条；菜得快酸辣粉推出的金牌香辣花甲米线选用东北黑土珍珠米为原料，经十二道匠心工序制成筋道十足的米线。

茶饮：奶茶类新品占比最高，谷物杂粮类元素的使用频率大幅提升

2025年第四季度，红餐产业研究院监测的茶饮样本品牌中，有74个茶饮品牌共推出了840款新品，其中茶饮类和咖啡类新品一共有688款，零售产品共有108款，烘焙类和甜品类新品总计24款。

从现制饮品的细分类别来看，受冬季需求带动，奶茶在茶饮新品中的数量占比比较上一季度明显提升并跃居第一，水果茶次之，奶盖茶紧随其后。与此同时，谷物奶、炖奶等品类也在新品中占有一定比例。

从价格分布来看，第四季度茶饮样本品牌的新品单杯价格仍然主要集中在15元≤单杯<20元和20元及以上这两个区间内，占比分别为42.7%和28.2%。

2025年第四季度茶饮样本品牌产品上新情况



新品细分类别分布情况



新品的所有成分元素盘点



从第四季度新品的成分元素来看，茶饮样本品牌运用了大量的水果类元素，其次是花卉类、谷物杂粮类元素。具体来看，水果类成分元素中，随着草莓的上市，不少品牌推出了草莓新品。例如，古茗推出了莓莓鲜橙茶和莓莓麻薯，爷爷不泡茶推出了鲜草莓系列饮品。

另外，芋头、燕麦、糯米、红豆、木薯等谷物杂粮类元素，在第四季度的新品中也较为常见。值得注意的是，不少品牌推出了木薯类新品，例如，古茗推出了桃胶木薯炖奶，茶理宜世推出了水牛奶炖桃胶木薯芋圆和水牛奶木薯大满贯。

咖饮：拿铁占据新品主流，草莓和燕麦成为咖饮品牌青睐的元素

2025年第四季度，红餐产业研究院监测的咖饮样本品牌中，有32个咖饮品牌共推出了572款新品，其中咖啡类新品210款，茶饮类新品69款，零售类产品226款，烘焙类和甜品类新品总计51款。

从现制饮品的细分类别来看，主要有拿铁、果咖、美式咖啡、茶咖、水果茶、奶茶等。其中，拿铁、果咖、美式咖啡的新品数较多，茶咖、水果茶、奶茶等新品也有一定占比。

从价格分布来看，第四季度咖饮样本品牌的新品单杯价格主要集中在15元≤单杯<25元和单杯<15元这两个区间内，占比分别为38.3%和25.2%。另外，25元≤单杯<35元区间的占比为16.2%，而35元及以上区间的占比为20.3%。

2025年第四季度咖饮样本品牌产品上新情况



新品细分类别分布情况



新品的所有成分元素盘点



从咖饮样本品牌第四季度新品的成分元素来看，水果元素的占比最多，其次是谷物杂粮类和花卉类元素。从水果元素来看，椰子、橙子、草莓、柠檬等水果被大量使用，如瑞幸咖啡推出了抹茶好喝椰等新品。从谷物杂粮元素来看，燕麦被应用得较多，如库迪咖啡推出了超神南瓜燕麦奶和超神南瓜燕麦拿铁。花卉类元素中，除茉莉花这类常见元素外，玫瑰花在第四季度新品中应用得也比较多，如Tims咖啡推出了烤椰玫瑰红袍拿铁、芝士云顶玫瑰乌龙茶等新品。

值得注意的是，芝士、奶油、黄油等奶制品在新品中的应用也较为广泛，例如星巴克推出了芝士醇拿铁，缇里咖啡推出了黄油拿铁。

面包烘焙：圣诞季带动上新热潮，草莓、巧克力等元素应用较多

2025年10月，红餐产业研究院对监测的面包烘焙新品的细分品类和成分元素进行了调整。2025年第四季度，红餐产业研究院监测的面包烘焙样本品牌中，有39个面包烘焙品牌共推出了784款新品。从面包烘焙新品的细分品类来看，蛋糕类的新品数量最多，共推出了424款，占新品总数的54.3%。其次是点心类和面包类，分别占新品总数的28%和17.7%。

2025年第四季度面包烘焙样本品牌的产品上新受到圣诞节的影响，圣诞元素增多。特别是圣诞限定款蛋糕的应景上架，带动蛋糕类成为第四季度新品数量之冠。各面包烘焙品牌也围绕圣诞节点推出融入节日元素的限定产品，持续烘托节日氛围，例如，好利来推出了圣诞雪屋、莓好圣诞等系列产品；巴黎贝甜推出了各种含圣诞元素的产品，包括圣诞老人、圣诞树、麋鹿以及苹果等造型。

2025年第四季度面包烘焙样本品牌产品上新情况

新品品类分布	蛋糕类	点心类	面包类
	54.3%	28.0%	17.7%

新品的表面装饰元素盘点



新品的馅料夹心元素盘点



从面包烘焙新品的表面装饰元素来看，草莓元素应用得最多。其次，奶油、巧克力元素的出现频次较高。水果元素中，蓝莓、树莓、芒果等水果依旧是高频使用的元素。值得注意的是，第四季度恰逢“喜迎双旦”节日氛围，草莓、巧克力等元素的应用明显上升，成为最具代表性的装饰主角，经典的红、棕配色奠定了节日主题的视觉基调。

在馅料夹心方面，草莓、芋泥、芒果的应用频次最高，其次是以奶油、巧克力、芝士为代表的乳制品类元素。值得注意的是，这些元素符合冬季对温暖绵密口感和浓郁风味的追求，烘托了温馨的暖冬氛围。

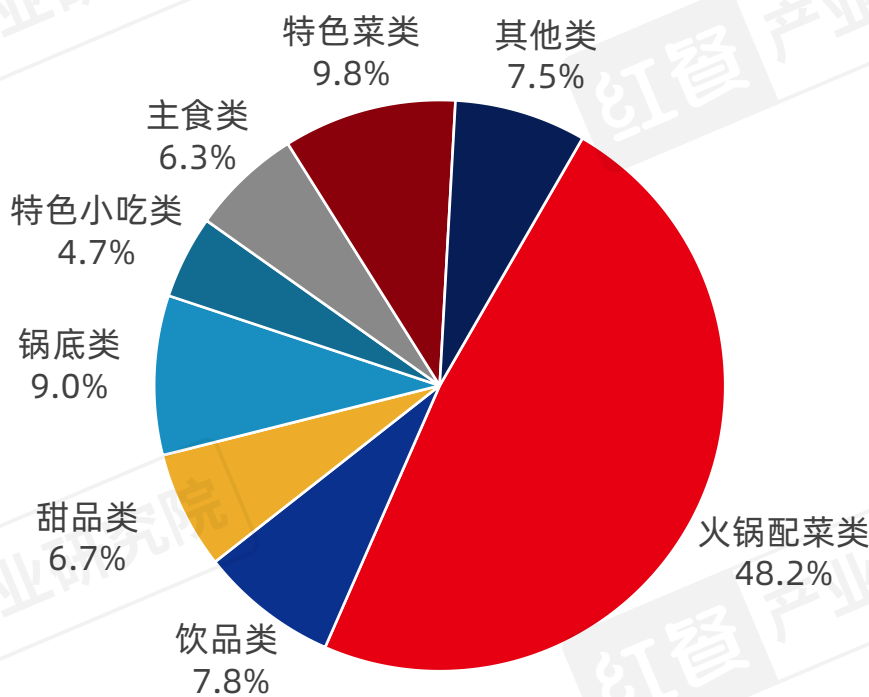
资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年12月31日

火锅：火锅配菜类新品探寻地域食材，锅底类新品融合药食同源理念

2025年第四季度，在红餐产业研究院监测的火锅样本品牌中，有32个火锅品牌共推出了253款新品，从新品的细分类别来看，第四季度火锅新品涵盖的类别有火锅配菜类、特色菜类、锅底类、饮品类等9种类别。

其中，火锅配菜类的新品数量最多，共有123款，占新品总数的48.2%。火锅配菜类新品持续探寻地域食材，强调优质食材的产地溯源。例如，珮姐重庆火锅推出的高山带皮童子牛肉，严选贵州高山牧场纯天然放养的1周岁左右小黄牛；巴奴毛肚火锅推出产自国家级湿地保护区洪湖的粉藕等新品。

2025年第四季度火锅样本品牌产品上新情况



此外，特色菜类新品上新数量也较多，火锅品牌持续挖掘传统制作工艺，为产品注入独特的文化吸引力与风味记忆点，例如大龙燚火锅的自贡非遗·风吹排骨采用了盐帮非遗手艺、廣順興上新的鳊鱼普宁豆腐煲使用了普宁非遗豆干。

锅底类新品占比也比较多，达9%。在锅底类新品上，火锅样本品牌在药食同源方面的研发上加大创新力度，例如八合里推出了鲜人参石橄榄锅底，将源自吉林的鲜人参和采自福建的石橄榄融入汤底，增添滋补功效；椰妹也推出了人参滋补椰子鸡等新品。另外，饮品、甜品、特色小吃、主食等类别的产品在新品中均有一定的占比。

03

**2025年第四季度新锐餐饮品牌：
品牌创新与多赛道布局形成合
力，打开新增量空间**

“季度新锐餐饮品牌”，洞察新锐餐饮力量

季度新锐餐饮品牌，是由红餐产业研究院基于多渠道数据监测与多维度评估体系，从众多餐饮品牌中筛选出来的当季表现突出的代表品牌。这些新锐品牌的崛起，也正成为推动餐饮市场结构性升级的重要力量，红餐产业研究院通过对这些品牌进行观察和剖析，洞察餐饮品牌增长的结构特征与市场动能，旨在为餐饮行业从业者、投资人、消费者等提供参考。

本期季度新锐餐饮品牌聚焦于2025年第四季度在全国范围内表现突出的连锁餐饮品牌，重点关注其在创意产品研发、沉浸式空间打造、场景构建等维度的突破，以及在产品创新与差异化定位等方面的优秀举措，经综合评估，NEED创意韩国料理、3号仓库、三出山火锅、山缓缓火锅、The boots泥靴、野果yeego这6个餐饮品牌最终入围。

2025年季度新锐餐饮品牌（Q4）

餐饮品牌		所属品类
NEED创意韩国料理		韩国料理
3号仓库		融合菜
三出山火锅		川渝火锅
山缓缓火锅		川渝火锅
The boots泥靴		西餐
野果yeego		云贵菜

“漂亮饭”风潮来袭，NEED创意韩国料理与野果yeego凭借差异化破局

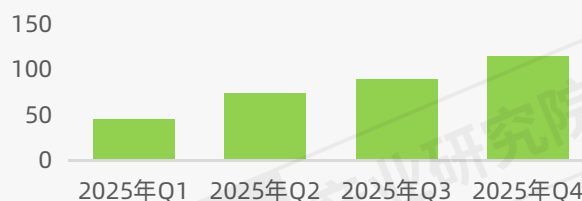
2025年，“漂亮饭”成为餐饮消费风口，武汉万拾合宜餐创餐饮管理有限公司旗下的NEED 创意韩国料理与野果yeego两大品牌凭借差异化定位强势突围。其中NEED创意韩国料理以创意韩餐为核心，凭颜值与仪式感实现全国化连锁布局；野果yeego则深耕云贵创意融合菜，以都市山野体验与高性价比，成为区域连锁餐饮中的亮眼黑马。

NEED创意韩国料理是2021年崛起的创意韩国料理品牌，核心主张“手作的温度无法取代，创意的呈现从未懈怠”，截至2025年12月31日，其全国门店超过**70**家。NEED创意韩国料理通过风味融合、颜值打造与手作品质，成功在韩国料理赛道中突围，成为消费者打卡与日常聚餐的热门选择。

NEED创意韩国料理是“漂亮饭”赛道的标杆品牌，以“颜值出片 + 味觉在线 + 情绪体验”三重价值闭环。例如，其招牌菜马苏里拉芝士辣炒鸡采用铸铁锅上桌、并由店员现场翻炒的形式上菜，过程兼具观赏性与仪式感，激发顾客拍摄分享欲，强化“温度”传递。

2025年Q1至Q4NEED创意韩国料理门店数概况

单位：家

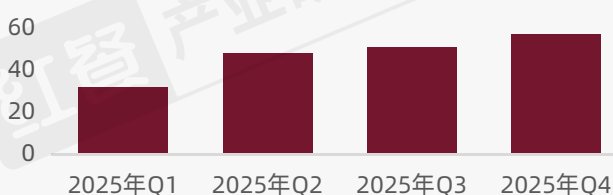


NEED创意韩国料理杭州首店



2025年Q1至Q4野果yeego门店数概况

单位：家



野果yeego是武汉野果餐饮服务有限公司旗下的云贵创意融合菜品牌，自2022年创立以来，一直秉承着“原料、原味、融合创新”的原则。其营业门店集中在购物中心，致力于打造“都市山野”的沉浸式社交餐饮体验，成为近年云贵菜赛道的黑马品牌。

野果yeego区别于传统云贵菜的粗犷与高端西餐的高门槛，积极融入漂亮饭理念，结合西式烹饪与摆盘，平衡酸辣本味与现代审美，人均百元左右。红餐大数据显示，截至2025年12月31日，品牌门店数量为**50**余家。



黑松露烧椒牛舌饭

野果yeego
2025年Q4部分新品



牛舌牛肚三色萝卜色拉



烟熏三文鱼洋葱粿

3号仓库和The boots泥靴着力打造沉浸式体验，以空间差异化设计突围

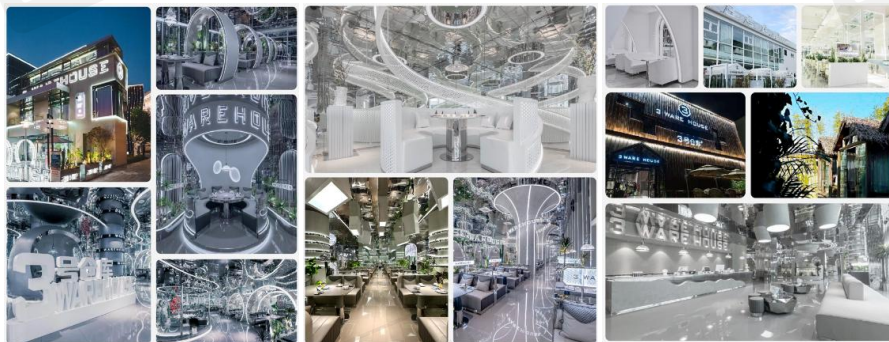
2025年，3号仓库和The boots泥靴正以“空间即产品”的创新逻辑，重构餐饮消费体验。3号仓库凭借赛博朋克工业风格的千平场景设计，以一店一景来打造差异化体验。The boots泥靴以郊野自然风为核心，在休闲西餐赛道建立起独特的视觉辨识度。

3号仓库成立于2014年，主打创意融合菜与沉浸式空间体验，打造赛博朋克风格的千平大店场景。从温州旧仓库改造起步，凭借独特的空间设计与创意菜品，逐步拓展至长三角其他地区，覆盖上海、杭州、宁波等城市，在区域市场积累了稳定的消费客群。红餐大数据显示，截至2025年12月31日，品牌门店数量超过**20**家。

佛跳墙



明火雪花牛肉咖喱锅



3号仓库整体以“未来科技感+工业仓库风”为主基调，通过镜面金属与灯带光影制造强对比的视觉张力；再以开放式布局强化沉浸式体验与社交传播点。



泥靴人精选肩胛牛小排



班尼迪克蛋手撕风味牛肉

The boots泥靴
三大招牌菜品


卡布奇诺黑松露蘑菇汤

The boots泥靴创立于2019年，主打郊野自然风创意休闲西餐，近年来发展迅速。红餐大数据显示，截至2025年12月31日，品牌门店数量为**40**余家。



The boots泥靴将郊野绿色的生活气息带到繁华都市里，围绕郊野概念打造花园、度假风、农场等不同主题空间，营造轻松用餐氛围，成为年轻消费者拍照打卡的热门地点。

山野风席卷火锅赛道，三出山与山缓缓发展较为亮眼

2025年，山野风席卷餐饮行业，三出山火锅与山缓缓火锅在山野餐饮赛道表现突出，不仅凭借精准的定位实现门店稳步扩张，而且还在产品与场景融合层面做出创新性探索，实现了“山野食材+自然场景+情绪疗愈”的深度结合，为火锅品类开辟了差异化的发展路径。

三出山火锅成立于2021年，源于四川乐山，主打山野自然系火锅，凭借山野食材与自然场景的融合，满足了目标消费群体的多元化美食探索。红餐大数据显示，截至2025年12月31日，其全国门店数超过**40**家，覆盖全国10个省级行政区。

品牌名“三出山”源自创始人多次进山寻访古法熬汤工艺与原生食材的经历，强调将山野中的优质食材带入都市餐桌，突出原生态、本味与稀缺性。

在空间呈现上，三出山火锅围绕“山系自然”打造门店氛围，以绿植、苔藓、原木等元素搭配大地色系装修，还原山野意象，强化沉浸式体验与休闲餐饮的场景表达。

招牌九秒牛肉



True Shan鸳鸯锅



火锅三脆

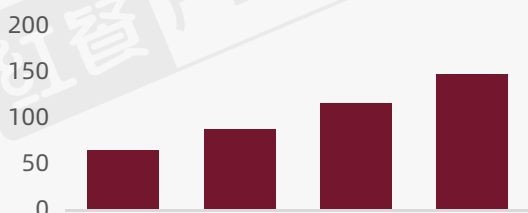


菌菇6组合



2025年Q1至Q4山缓缓火锅门店数概况

单位：家



2025年Q1 2025年Q2 2025年Q3 2025年Q4

山缓缓火锅是2022年创立的川渝火锅品牌，以联结都市与自然为核心定位，主打沉浸式山野火锅体验。品牌门店现已覆盖全国25个省份，布局重点聚焦消费活力旺盛的广东、浙江、江苏。据红餐大数据统计，截至2025年12月31日，山缓缓火锅门店总数超过**100**家。



山缓缓火锅门店多以木质、绿植等元素营造“山林秘境”氛围，兼具审美与打卡属性，形成较强的品牌记忆点；产品端则通过招牌牛肉与山菌类组合等特色食材，进一步强化口味辨识度。

04

**2025年第四季度供应链新品
推荐：高价值食材与科技赋能
双驱动，释放供应链企业增长
势能**

“季度供应链新品”，洞察上游创新趋势

为了更好地洞察上游供应链的产品创新趋势，红餐产业研究院特别监测了各大供应链企业的上新动向，推出了季度供应链新品推荐，让供应链创新从产业幕后走向行业聚光灯下，直观展现上游端的创新活力与发展潜力，为餐饮行业从业者、投资人、消费者等提供参考。

本期季度供应链新品推荐聚焦于2025年第四季度供应链企业推出的代表性新品，重点探讨其在产品技术创新、风味重构、场景适配等方面的优秀举措。经综合评估，澄明食品“牛肝菌山珍汤料”、海天味业“辣的蚝油”、国联水产“小霸龙马蹄虾块”、恒兴集团“大头Boy罗氏沼虾”、圣农发展“马上有钱奶酪鸡块”、德馨食品“速冻NFC小黄姜汁”这6款供应链新品得以入围。

2025年季度供应链新品（Q4）

供应链企业		产品名
澄明食品		牛肝菌山珍汤料
海天味业		辣的蚝油
国联水产		小霸龙马蹄虾块
恒兴集团		大头Boy罗氏沼虾
圣农发展		马上有钱奶酪鸡块
德馨食品		速冻NFC小黄姜汁

调味料新品注重风味层次升级，适配多元餐饮场景

2025年第四季度，澄明食品和海天味业通过对经典品类的重塑和高端食材的平替化应用，为餐饮端提供了更具竞争力的调味方案，满足了餐饮门店多种烹饪场景需求。

澄明食品 | 牛肝菌山珍汤料

澄明食品新品“牛肝菌山珍汤料”甄选中国牛肝菌之乡云南楚雄的野生牛肝菌作为原材料（含量 $\geq 5\%$ ），并搭配榆黄蘑、虫草花、金福菇、姬松茸等多种云南菌菇，干菌总含量达11%，打造出“真实有料”的高品质汤底。

在口味方面，该产品不添加香精，仅通过菌香与鸡汤的融合，带来层次丰富、鲜美饱满的口感。在品相方面，牛肝菌山珍汤料的汤色金黄，颜值更高，更符合当下社交分享的消费趋势。在营养价值方面，牛肝菌富含膳食纤维、微量元素和抗氧化物质，具有低脂、低热量的特点，更契合现代消费者对健康饮食的追求。



海天味业 | 辣的蚝油

海天味业新品“辣的蚝油”以优质生蚝慢熬成汁为基底，融合贵州指天椒与云南泡椒调制复合辣味，咸、鲜、酸、辣四味交融且层次鲜明，真正实现“一汁成菜”的便捷调味效果。

这款辣味调味汁适配凉拌、炒菜、火锅蘸料等多元餐饮场景，大幅降低厨师调味门槛，有效提升门店出餐效率，以生蚝鲜底搭配特色川滇辣味的创新组合，实现差异化突围。

食材新品质感跃迁，高价值感与技术锁鲜成新亮点

2025 年第四季度，国联水产和恒兴集团这两家供应链企业在食材创新上表现突出。国联水产通过“质感组合”焕新食材的鲜脆质感与咀嚼体验，恒兴集团凭借“全产业链+核心技术”锁住水产食材的原生鲜质，二者共同推动餐饮行业食材品质迈向更高质量的发展道路。



国联水产 | 小霸龙马蹄虾块

国联水产新品“小霸龙马蹄虾块”严选南美白对虾，采用整只鲜虾去壳入料，主打高虾肉含量黄金配比，并特别添加了清脆爽口马蹄丁，重新定义了海鲜小吃的“质感标准”。

该产品以“高含量Q弹虾肉+高含量清脆马蹄”的双重口感为亮点，外壳金黄酥脆、内馅鲜嫩多汁，兼具口感记忆点与出品稳定性，可作为餐饮端的招牌小食/加购引流单品。

芯料马蹄含量
≥ 27%

芯料虾肉含量
≥ 35%

恒兴集团 | 大头Boy罗氏沼虾

恒兴食品新品“大头Boy罗氏沼虾”依托全产业链溯源体系与液氮速冻核心技术，实现罗氏沼虾从捕捞出水到加工锁鲜的全流程极速处理，便于锁住虾品原生鲜味与紧实肉质。

该产品推出了“梅梅微醺”“粒粒金蒜”等多种风味，可满足不同消费者对风味的需求；同时适配即食、简烹等多场景应用，为餐饮门店提供了更稳定、可复制的高品质虾类食材选择。



以科技赋能，供应链新品拓宽多元应用场景

2025年第四季度，圣农发展和德馨食品通过产品创新与技术赋能，为供应链新品注入多元价值。圣农发展以“萌趣造型+高端食材”打造情绪价值，实现品牌破圈。德馨食品凭借“锁鲜技术”保留原料本味，进一步提升供应链新品与多应用场景的适配性。

圣农发展 | 马上有钱奶酪鸡块

圣农发展新品“马上有钱奶酪鸡块”于2025年12月正式推出，结合了当下消费趋势与生肖文化元素，主打“趣味+高品质+便捷”的组合卖点。

在品质方面，该产品选用丹麦马斯卡彭奶酪、0激素添加鸡肉等原料，每包含27g蛋白质，营养较为丰富；在体验方面，该产品无需解冻，空气炸锅200度9分钟即可快速出餐，适配家庭聚餐、朋友小聚与日常加餐等多场景。在呈现方面，鸡块采用小马造型呼应2026年马年生肖主题，兼具趣味性和文化寓意，容易在节日氛围与社交分享中形成传播点。



德馨食品 | 速冻NFC小黄姜汁

德馨食品新品“速冻NFC小黄姜汁”严选云南小黄姜为原料，采用现代分段式洁净工艺，全程锁鲜处理，真实保留了姜的原香。

该产品以速冻形式保存，解冻即用，门店可省去现榨与过滤步骤，出品更快且风味更一致；同时能够与牛奶、茶汤、咖啡液等灵活搭配，支持创意茶饮与咖饮的多样化开发。其100%纯姜汁、无添加的标签，也更契合当下健康消费趋势。

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“中国餐饮品类红鲤奖（中国餐饮品类十大品牌）”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、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



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：餐饮行业景气指数监测时间段为2023年6月—2025年12月，报告其余板块监测时间段为2025年第四季度整

3. 数据指标说明及样本量

关于餐饮行业景气指数，为了给餐饮相关的从业者提供科学、及时的市场信息，红餐产业研究院通过大数据抽样分析以及市场调研相结合的方法，特别编制了餐饮行业景气指数，旨在以指数的形式描述和反映我国餐饮行业发展现状与变化趋势

指数样本覆盖全国50+个城市3,000+家餐饮门店，涉及中式正餐、小吃快餐、火锅、烧烤、现制饮品等多个赛道，以样本门店的日均营收为主要指标，以过去12个月样本门店日均营收的滑动平均值为基期进行指数编制。当景气指数低于100时，表示当期餐饮行业发展处于衰退或者不景气的状态；当景气指数高于100时，则表示当期餐饮行业发展处于扩张或者景气的状态

关于新品板块，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、火锅、面包烘焙这六大类别，且每个类别的监测品牌数量有所差别。具体而言，西式快餐涉及45个品牌，粉面61个品牌，茶饮76个品牌，咖饮55个品牌，面包烘焙50个品牌，火锅43个品牌。关于其他板块，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。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：罗群林、黄美艳、蒙珍霞、钟莹莹、梁馨心、张敏纯、陈莹妮

2026中国餐饮产业节暨第35届HCC全球餐饮产业博览会议程发布，速来了解！



广东红餐科技有限公司（简称“红餐”）成立于2007年，**长期以来深耕餐饮业**，以**“服务餐饮产业上下游，助力中国餐饮产业升级”**为使命，致力于打造“内容+数据+活动”协同驱动的餐饮产业服务平台。历经多年发展，红餐全网覆盖受众已达千万级，是国家高新技术企业，也是**唯一入选“中国微信500强”**的餐饮产业新媒体。

2026中国餐饮产业节暨第35届HCC全球餐饮产业博览会			
2025年3月24-26日 杭州大会展中心			
	峰会 / 战略闭门会 / 发布会 / 颁奖典礼	专题论坛	展览 / 专访 / 对接会 / 系列私享会
3月24日	2026中国餐饮产业大会 第三届中国餐饮领航人战略闭门会 第三届风尚盛宴暨2026风向标产品（春季）全球发布会	2026中国小吃快餐发展论坛 2026中国烧烤发展论坛 2026国际餐饮交流论坛 2026中国餐饮AI发展论坛 2026中国餐饮品类发展论坛 2026中国地标食材发展论坛 2026中国餐饮营销发展论坛	3月24-26日 • HCC全球餐饮产业博览会·2026春季展 • 新华网&红餐网《红人面对面》专访 • 2026餐饮产业供需对接会（春季） • “中国餐饮赋能计划”系列私享会 餐饮盈利模型私享会 菜单产品策略私享会 餐饮经营战略私享会 区域标杆打造私享会 餐饮流量获客私享会 餐饮门店选址私享会 外卖增量策略私享会 餐饮组织力建设私享会 餐饮铁军打造私享会 AI赋能餐饮私享会 餐饮供应链私享会 餐饮品牌增长私享会
3月25日	2026中国餐饮产业大会 第八届中国餐饮品类红鲤奖发布		
3月26日	《2026年中国餐饮产业生态白皮书》报告发布 第六届中国餐饮产业红牛奖发布		

合作咨询： 黄女士 137 2804 9024



感谢观看

研究报告合作请联系

红餐叶薇 199 6625 2467



扫描二维码添加好友