

重庆小面品类 发展报告2026

红餐产业研究院

阿赛小面[®]
大碗热汤 小面更香

2026年1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，对重庆小面的相关资料进行整理分析。从品类概况、发展亮点、品牌创新案例、赛道痛点以及经营建议等角度，综合剖析了重庆小面赛道的发展现状，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

近年来，一些区域特色面馆品牌加速崛起，推动面馆赛道持续细分。其中，重庆小面品类表现突出。红餐大数据显示，截至2026年1月，全国重庆小面门店数超过4.2万家，预计2026年重庆小面市场规模将突破百亿元

02

随着消费者和媒体对地域美食文化的持续挖掘，作为重庆美食代表的重庆小面相关话题也在各大媒体平台受到较高的关注。红餐产业研究院分析发现，重庆小面之所以能持续保持较高的热度并实现快速发展，主要受以下四大因素的助推：当地政策的扶持、产业链的不断壮大、文旅融合激活消费势能以及媒体传播引爆全国声量

03

从门店分布来看，重庆小面已突破地域限制，从川渝发源地向全国化扩张，但西南地区仍占据着较多的重庆小面门店。据红餐大数据，截至2026年1月，西南地区的重庆小面门店数占比为40.4%，其中川渝地区的门店数占比超过了35%。从线级城市分布来看，新一线城市的门店数占比最高，达到34.1%。这也与近年来重庆小面品牌的扩张策略有关，品牌在拓展时更倾向于一线和新一线城市，如广州、深圳、上海、北京、杭州、苏州等

04

近年来，面对激烈的市场竞争，重庆小面品牌积极谋求差异化发展路径，在产品创新、经营模式迭代、门店模型打造、供应链优化以及渠道建设等方面呈现出了诸多亮点。比如，在产品创新方面，品牌通过浇头创新、原材料升级以及品类拓展等方式推出了多样化的新品，以保持品牌活力和吸引消费者

目录

01

品类概况：重庆小面冲刺百亿市场规模，正从区域特色迈向全国化发展

02

发展亮点：品牌加快产品创新迭代步伐，重庆小面全时段经营模式兴起

03

痛点与建议：品牌需因地制宜改良产品口味，同时加强产品创新与品牌建设

01

品类概况：
重庆小面冲刺百亿市场规模，正从区域特色迈向全国化发展

重庆小面等细分赛道不断崛起，地方特色面馆加速走向全国

- 面条作为我国各地人民喜爱的传统美食，承载着丰富的地域文化与饮食智慧，面馆也因此成为餐饮行业中不可或缺的细分领域。红餐大数据显示，2024年全国面馆市场规模已达到1,500亿元，同比增长7.5%，展现出强劲的发展势头。截至2025年12月，全国面馆门店数超过64万家，预计2025年仍将保持着较高的同比增速
- 与此同时，随着地方文旅消费热潮的持续升温，诸如重庆小面、苏式面、北京炸酱面、兰州牛肉面、武汉热干面、陕西面、安徽板面等地方特色面条不断被市场挖掘，逐渐从地方走向全国，涌现出一批具有鲜明地方特色的面馆品牌。以重庆小面为例，遇见小面、阿赛小面、五味小面等连锁品牌便是该赛道的代表

2025年全国部分地方面馆赛道及代表品牌

重庆小面

遇见小面、阿赛小面、五味小面、渝味重庆小面、十八梯邓凳面等

兰州牛肉面

马记永·兰州牛肉面、陈香贵兰州牛肉面等

陕西面

老碗会·陕西手工面、大师兄、陕味食族油泼面等

武汉热干面

常青麦香园、蔡林记、蔡明纬等

苏式面

松鹤楼面馆、裕兴记 乾盛兴等

北京炸酱面

方砖厂69号炸酱面、有京面等

安徽板面

鹿盟板面、刘八两板面、秋豪单记板面等

本帮面

王繁星面馆、前滩阿大排档、福和面馆等

广东云吞面

一记面馆、常平竹升云吞面等

重庆小面已从传统麻辣素面成长为口味丰富的独立品类体系

- 重庆小面是发源于重庆万州地区的一种特色传统面食，并随着当地饮食文化的发展，其概念已逐渐拓宽。它不仅代表了传统的麻辣素面，也涵盖了以当地素面为基底加入各种荤素臊子的臊子面，共同构筑了风味独特、种类繁多的重庆小面品类体系
- 如今，重庆小面门店将产品的多样性发挥到了极致，除了有经典的麻辣素面，还有豌杂面、肥肠面、鸡杂面、牛肉面、牛筋面、鸭肠面、鸭血面、酸菜肉丝面等多样化的产品选择，满足不同消费者的口味需求

重庆小面的定义

2022年8月，由重庆市小面协会、重庆商务职业学院负责起草，重庆市质量技术监督局发布的《重庆小面门店经营服务规范》（DB50/T1286—2022）对重庆小面作出了明确的术语定义：以面粉、食用碱、水混合制成的新鲜面条为主料，以时令蔬菜为辅料，经大火沸水煮熟，通常由酱油、味精、猪油、榨菜、姜水、蒜水、熟花生仁、红油辣子（或不加）、花椒粉（或不加）等十余种调味料调味而成，配以（或不配）各种浇头，具有麻辣鲜香或清香醇正的特点，广泛流行于重庆地区的一种特色饮食

部分重庆小面产品



麻辣素面



豌杂面



肥肠面

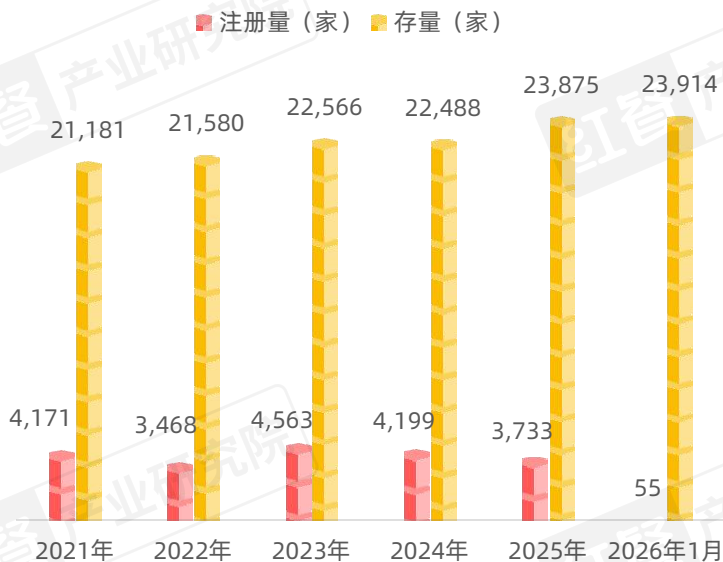


牛肉面

重庆小面赛道持续扩容，2026年市场规模将突破百亿元

- 近年来，重庆小面品类持续吸引着创业者入局，赛道容量不断扩容。据企查查数据，2021—2025年，每年重庆小面相关的企业注册量一直保持在3,400家以上，截至2026年1月，全国重庆小面相关企业数量约2.4万家，较2024年年底增长6.3%
- 门店数量方面，红餐大数据显示，截至2026年1月，全国重庆小面门店数超过4.2万家，预计2026年重庆小面市场规模将突破百亿元

2021—2026年全国重庆小面企业数量情况



2026年全国重庆小面门店数情况



红餐大数据显示，截至2026年1月，全国重庆小面门店数超过**4.2万家**

2026年全国重庆小面市场规模情况

红餐大数据显示，2025年全国重庆小面市场规模约为95亿元，预计2026年市场规模将超过**100亿元**



注：重庆小面的市场规模统计口径为餐饮端

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1月13日

重庆小面持续引发媒体热议，抖音平台单个话题播放量超过141亿次

- 近年来，随着消费者和媒体对地域美食文化的持续挖掘，作为重庆美食代表的重庆小面相关话题也在各大媒体平台受到较高的关注。巨量算数显示，2022年1月至2026年1月，“重庆小面”话题在抖音平台的搜索指数形成了数个波峰，单日最高峰值超过25万
- 截至2026年1月，“重庆小面”话题在抖音平台和快手平台的视频播放量分别超过141亿次和28亿次，小红书平台上“重庆小面”话题下的笔记浏览量也达到了6.3亿次

2022—2026年抖音平台“重庆小面”话题搜索指数



2026年抖音平台部分播放量较高的重庆小面相关话题

#重庆豌杂面 #小面
#重庆小面调料 #小面调料 #重庆小面培训
#麻辣小面
#光头李重庆小面 #陈二哥重庆小面
#5分钟get重庆小面 #豫道重庆小面
#遇见小面 #牛肉小面 #私房牛肉小面

#重庆小面



截至2026年1月，抖音平台“重庆小面”话题的视频播放量超过**141亿次**



截至2026年1月，小红书平台“重庆小面”话题下的笔记浏览量达**6.3亿次**，讨论量超**178万次**



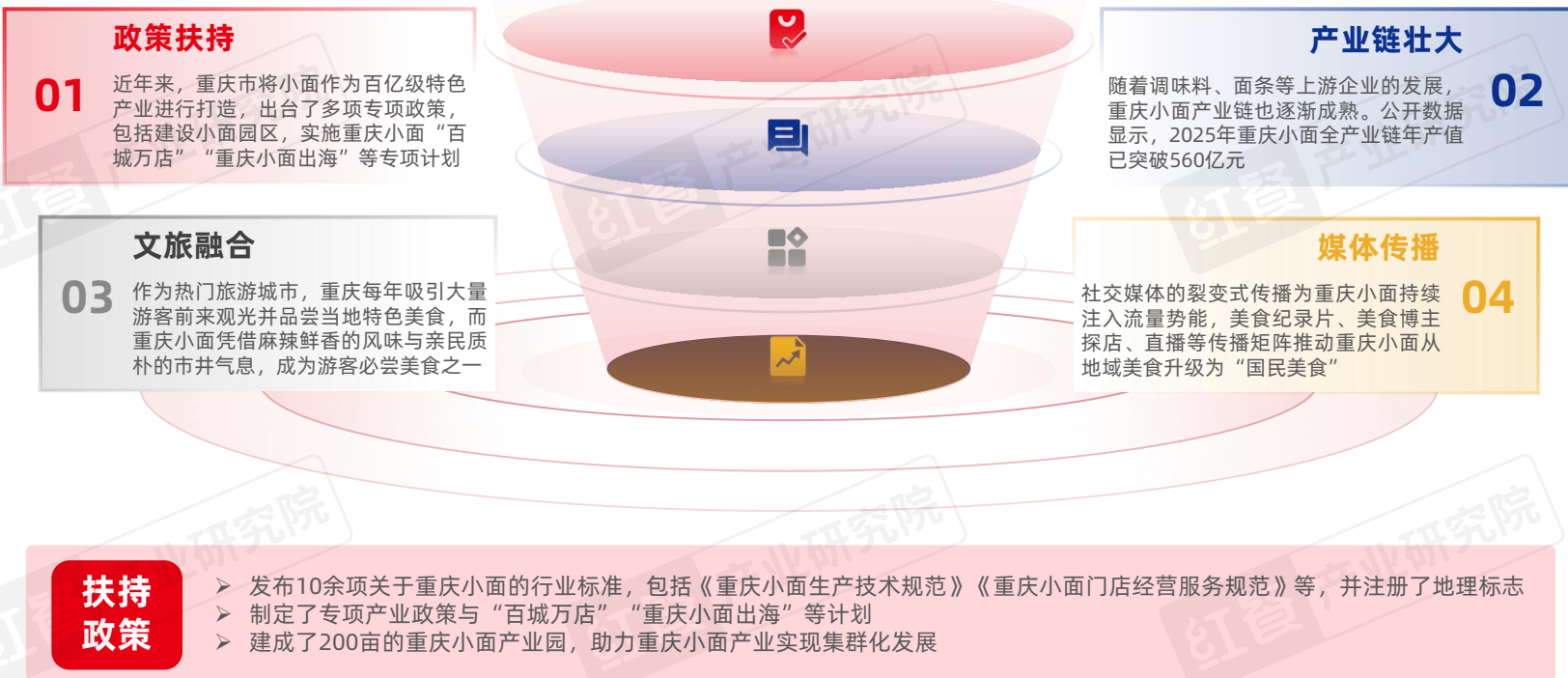
截至2026年1月，快手平台“重庆小面”话题的视频播放量达**28.3亿次**

资料来源：抖音指数、抖音、小红书、快手，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2026年1月

政策扶持与产业链成熟是重庆小面发展的基础，文旅融合与媒体传播进一步提升品类热度

- 重庆小面之所以能持续保持较高的热度并实现快速发展，主要受以下四大因素的助推：当地政策的扶持、产业链的不断壮大、文旅融合激活消费势能以及媒体传播引爆全国声量

近年来重庆小面品类热度较高的主要助推因素

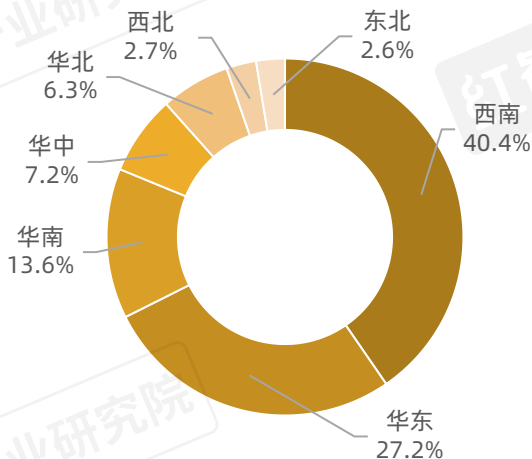


资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

重庆小面从川渝走向全国，一线和新一线城市受青睐

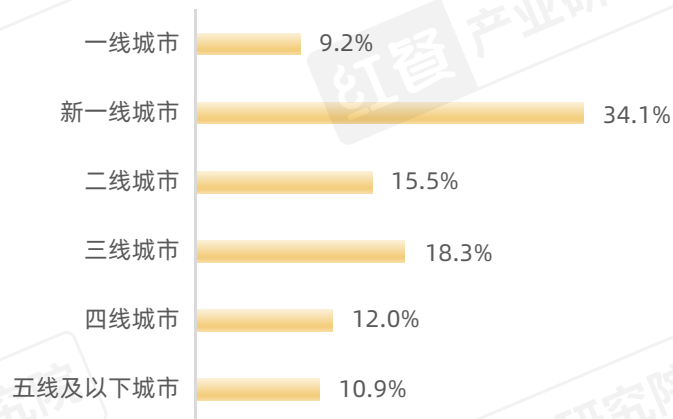
- 近年来，重庆小面已突破地域限制，从川渝发源地向全国化扩张，但西南地区仍占据着较多的重庆小面门店。据红餐大数据，截至2026年1月，西南地区的重庆小面门店数占比为40.4%，其中川渝地区的门店数占比超过了35%。此外，华东和华南地区的重庆小面门店数占比也较高，分别为27.2%和13.6%，诸如广东、浙江、江苏、福建、山东等省级行政区均有较多的重庆小面门店
- 从线级城市分布来看，重庆小面在各线级城市均有广泛的分布，其中新一线城市的门店数占比最高，达到34.1%。这也与近年来重庆小面品牌的扩张策略有关，品牌在拓展时更倾向于一线和新一线城市，如广州、深圳、上海、北京、杭州、苏州等。这些城市的消费能力较强，而且对地域特色美食接受度高，故成为重庆小面品牌布局的重点区域

2026年全国各区域重庆小面门店数占比分布情况



西南地区的重庆小面门店数最多，其中，川渝两地的重庆小面门店数占比超过了35%

2026年全国各线级城市重庆小面门店数占比分布情况

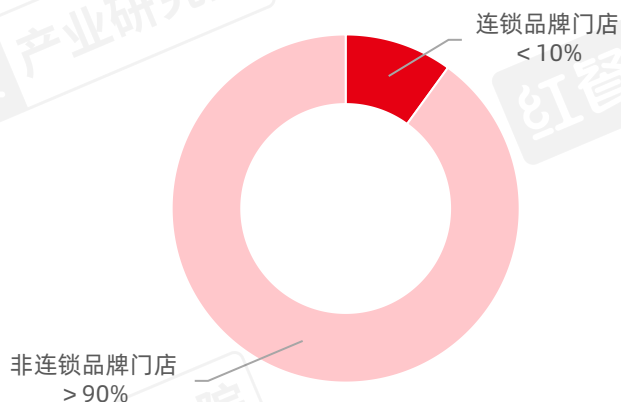


重庆小面品牌在拓展城市时，更倾向于一线和新一线城市，如广州、深圳、上海、北京、杭州、苏州等

门店数在5家及以下的重庆小面品牌超八成，未来在品牌化、连锁化方面具有较大潜力

- 与面馆大赛道相似，重庆小面赛道当前仍以夫妻店、街边摊为主，连锁化水平和品牌规模化程度整体偏低。红餐大数据显示，截至2026年1月，重庆小面品类连锁化率不足10%。其中，80.3%的品牌门店数在5家及以下，而门店数在100家以上的品牌数占比仅为0.8%
- 这既反映出重庆小面赛道呈现高度分散的现状，同时也凸显出该品类未来在品牌化、连锁化升级方面具有较大的潜力空间

2026年全国重庆小面品类连锁化情况



重庆小面品类连锁化率 < 10%

2026年全国重庆小面品牌门店数区间占比分布



超八成重庆小面品牌的门店数在5家及以下

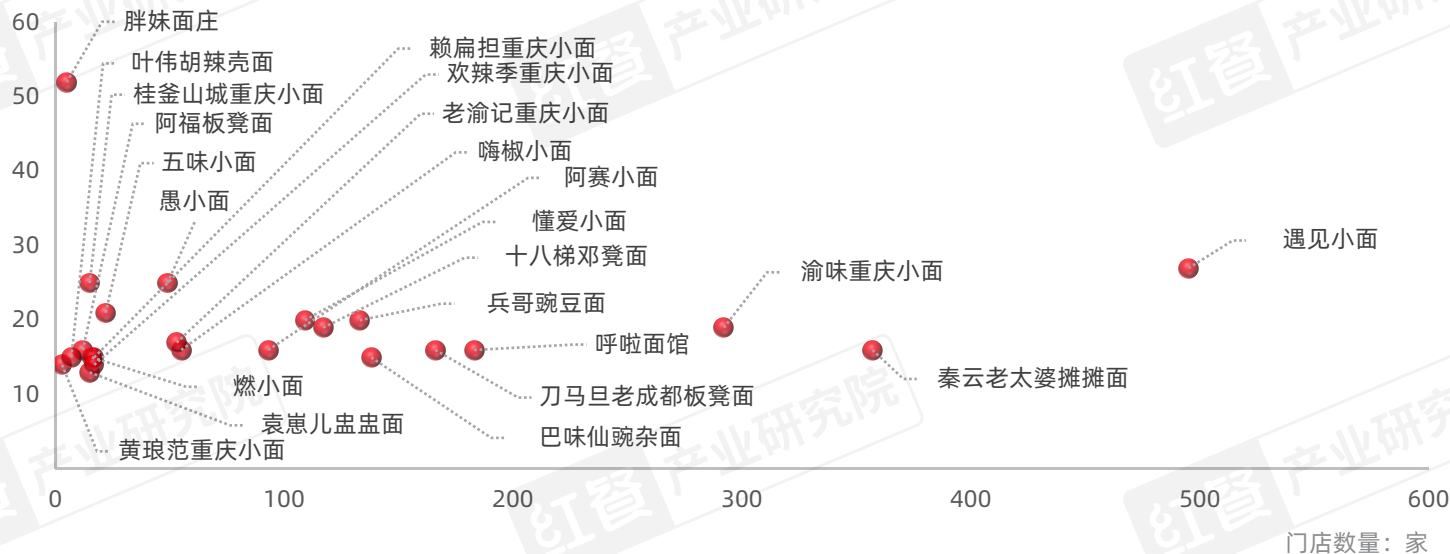
资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2026年1月

多家品牌门店数突破百家，但大多数品牌仍以区域发展为主

- 近年来，重庆小面品类逐渐涌现出了一批有市场影响力的连锁化品牌。其中，创立于2014年的遇见小面已在全国开出了近500家门店，并于2025年12月成功在香港交易所挂牌上市；秦云老太婆摊摊面、渝味重庆小面、兵哥豌豆面、呼啦面馆、十八梯邓凳面等品牌的门店数均超过100家。此外，“重庆大骨小面”开创者阿赛小面同样表现出色，门店数于2025年12月成功突破百家
- 值得注意的是，大部分重庆小面品牌以区域发展为主。比如，遇见小面在广东省内的门店数占比超过六成，阿赛小面有超过九成的门店集中于广东省内；而呼啦面馆、兵哥豌豆面等品牌主要聚焦在川渝地区，其中呼啦面馆在重庆市内的门店数占比超过七成，兵哥豌豆面在四川省内的门店数占比则超过了五成

2026年全国部分重庆小面品牌概况

人均消费：元

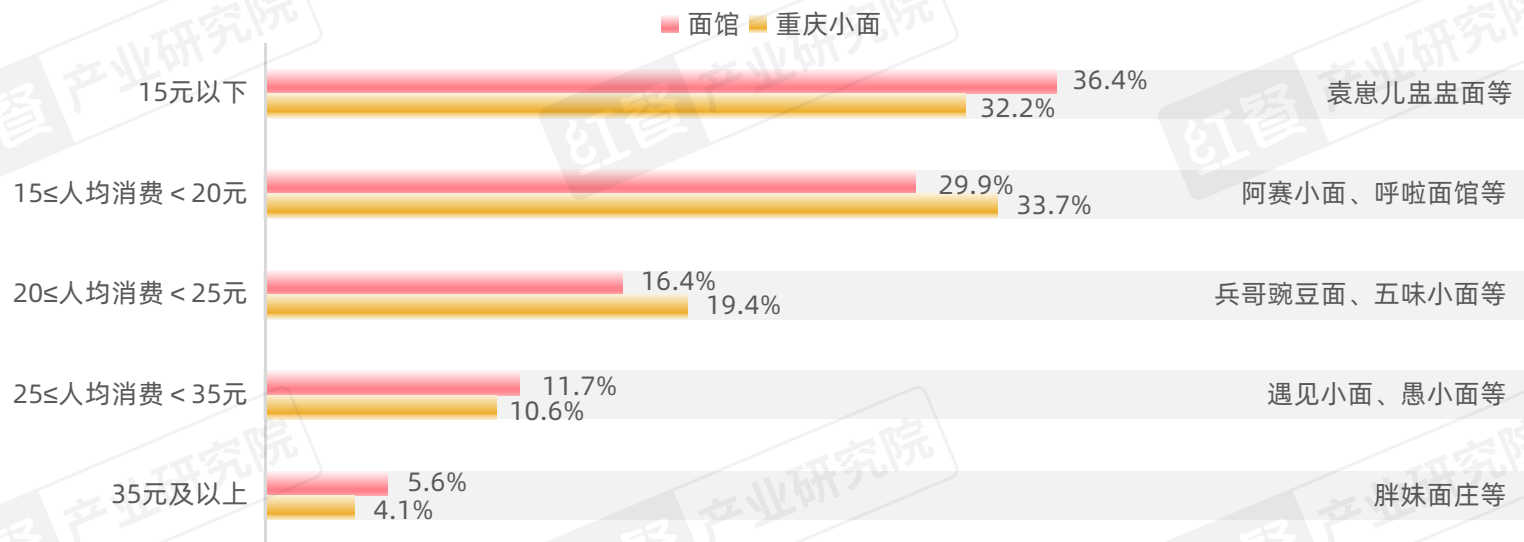


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2026年1月

超六成重庆小面门店人均消费在20元以下，部分品牌探索更高价格带

- 在人均消费方面，与面馆大赛道相似，多数重庆小面门店主打高性价比，人均消费主要集中在15元以下和15~20元这两个区间。红餐大数据显示，人均消费在15元以下的重庆小面门店数占比为32.2%；人均消费在15~20元区间的重庆小面门店数占比则为33.7%，诸如阿赛小面、秦云老太婆摊摊面、呼啦面馆等品牌均在此区间
- 此外，部分重庆小面品牌通过产品和服务的升级探索更高的价格带，如遇见小面、胖妹面庄等

2026年全国重庆小面与面馆的门店人均消费占比分布情况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2026年1月

02

发展亮点：
品牌加快产品创新迭代步伐，重庆小面全时段经营模式兴起

重庆小面品牌积极创新突破，赛道呈现五大发展亮点

□ 近年来，面对激烈的市场竞争，重庆小面品牌积极谋求差异化发展路径，在产品创新、经营模式迭代、门店模型打造、供应链优化以及渠道建设等方面呈现出了诸多亮点。具体亮点如下：

近年来重庆小面品类呈现出的发展亮点

01



产品

重庆小面品牌加快了产品创新的步伐，通过浇头创新、原材料升级以及品类拓展等方式推出多样化的新品

02



经营模式

品牌探索全时段经营模式，将重庆小面塑造成平价社区餐饮的代表

03



门店模型

品牌通过轻量化门店模型降低投资门槛，加速拓店

04



供应链

重庆小面品类的上游供应链日益成熟。与此同时，下游品牌亦十分重视自身供应链建设

05



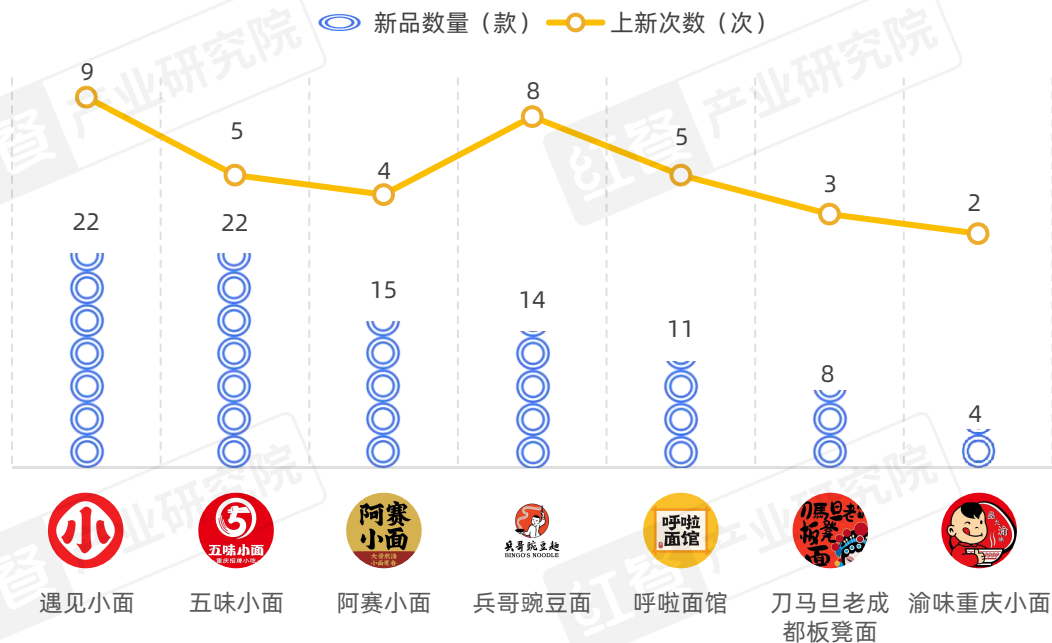
渠道

品牌积极拓展新零售业务和海外市场，进一步拓宽发展边界

产品创新迭代速度加快，品牌围绕浇头、原材料升级以及品类拓展三个方向创新

- 近年来，为保持品牌活力和吸引更多消费者，众多重庆小面品牌纷纷加快产品创新步伐。据红餐产业研究院不完全统计，遇见小面、五味小面、阿赛小面、兵哥豌豆面、呼啦面馆等品牌在2025年推出的新品数量均超过10款，其中，遇见小面与五味小面以22款新品位居榜首，阿赛小面则以15款新品位列第三。从上新频率来看，多数品牌保持了每季度推出新品的节奏
- 红餐产业研究院观察发现，重庆小面品牌主要围绕浇头创新、原材料升级和品类拓展三个方向进行产品创新

2025年部分重庆小面品牌产品上新情况



重庆小面品牌主要的产品创新方向

✓ 浇头创新

通过选用时令食材、融入地域特色食材与风味以及运用多样化的烹饪工艺，对重庆小面的浇头进行差异化创新

✓ 原材料升级

通过对浇头、汤底以及面条等原材料进行升级，提升重庆小面的价值感

✓ 品类拓展

积极拓展除小面以外的多元化产品线，如米粉、米饭简餐、冒菜、烧烤、小吃、饮品、甜品等，丰富产品矩阵，满足消费者的多元化需求

资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年12月

浇头是重庆小面产品创新的重点，浇头口味与风味呈多元化趋势

- 在浇头创新方面，一些重庆小面品牌通过选用时令食材或地域特色食材，以丰富重庆小面产品的浇头和口味选择。同时，这些品牌不仅深入挖掘传统的重庆风味，也积极探索其他地方的特色口味。例如，遇见小面推出了酸菜牛肉面、销魂擂椒卤肉面等新品；阿赛小面推出了香菇炖鸡面、番茄肥牛面等新品；刀马旦老成都板凳面推出了百香果酸汤牛肉面、香辣黑鸭煲面等创新口味
- 此外，部分重庆小面品牌在浇头创新中还会融入多样化的烹饪方式，如现炒工艺、生烫工艺等，进一步提升产品的吸引力

2025年部分重庆小面品牌推出的面条新品



重庆小面浇头创新方面的主要方向

地域食材/地域风味

- 重庆风味：老坛泡椒鸡杂面、重庆辣子鸡面、老妈蹄花面等
- 其他地域风味：销魂擂椒卤肉面、孜然羊肉拌面、百香果酸汤牛肉面、香辣黑鸭煲面等



重庆辣子鸡面

多样化的烹饪工艺

- 现炒浇头：火爆腰花面、泡椒猪肝面、火爆双脆面等
- 生烫浇头：生烫酸菜牛肉面



生烫酸菜牛肉面

品牌通过升级原材料提升产品价值感，阿赛小面开创了“重庆大骨小面”

红餐产业研究院

- 除了浇头口味的创新，众多重庆小面品牌还积极对产品的原材料进行升级，旨在提升小面的价值感和消费者体验。比如，选用安格斯牛肉、澳洲进口肥牛及云南野生菌菇等高品质食材作为浇头；对传统“佐料调汤”方式进行革新，以猪骨汤、鸡汤作为汤底，提升产品口感与品质；同时，选用更高品质的面粉以及改良面条加工工艺，以实现特定的功能性和健康性
- 其中，阿赛小面便是汤底升级的典型代表。其汤底是采用带肉率高达30%的猪筒骨每天现熬，同时将熬汤后的大筒骨制作成浇头加入面条中，实现“吃肉”与“喝汤”双重体验，被尚普咨询集团认证为“重庆大骨小面开创者”

重庆小面原材料升级的主要方式

➤ 浇头食材升级

选用高价值感食材（如安格斯牛肉、澳洲进口肥牛、新鲜牛肉及云南野生菌菇等）作为浇头的原材料，或采用现炒/生烫工艺，提升产品品质与价值感

➤ 汤底升级

对传统重庆小面以“佐料调汤”的方式进行革新，采用猪骨汤、鸡汤等高营养价值的汤底，提升产品口感与品质

➤ 面条升级

采用更高品质的面粉（如进口面粉、高蛋白质粉等），或对面条的加工工艺进行改良，以实现一定的功能性和健康性（如低GI）

原材料升级案例——阿赛小面

阿赛小面在传承重庆小面精髓基础上，对口味、汤底以及制作工艺进行了创新，尤其在汤底方面表现突出

其采用带肉率高达30%的猪筒骨现熬汤底，并将熬汤后的大筒骨制成浇头加入面条中，为消费者带来“吃肉”与“喝汤”的双重体验，被尚普咨询集团认证为“重庆大骨小面的开创者”

此外，在口味创新方面，阿赛小面还会针对不同消费的需求，制作免辣版的产品



阿赛小面招牌大骨小面（免辣）



阿赛小面招牌大骨小面（辣）

品牌积极丰富产品矩阵，以满足消费者的多元化需求

- 从重庆小面样本品牌2025年推出的新品类别来看，除了面条类，还有米粉、米饭简餐、抄手、冒菜、砂锅菜、小吃、饮品及甜品等多样化的产品。例如，遇见小面推出了销魂擂椒卤肉饭、大片火腿小锅冒菜、盐酥猪排、红豆啵啵冰粉等新品；阿赛小面推出了砂锅骨汤酸菜鱼、香菇炖鸡米线、霸王小鸭腿、炸大骨等产品
- 由此看出，重庆小面品牌正在积极地拓展多元化产品线，丰富产品矩阵，满足消费者的多元化需求

2025年部分重庆小面品牌推出的非面条类新品

品牌名称	非面条类新品
遇见小面	销魂擂椒卤肉饭、大片红烧牛肉酸菜米线、火腿煎蛋阳光番茄米线、红豆啵啵冰粉、菌菇鲜汤抄手、大片火腿小锅冒菜、盐酥猪排、皮蛋瘦肉粥、热豆浆等
阿赛小面	老麻抄手、砂锅骨汤酸菜鱼、砂锅水煮肉片、香菇炖鸡米线、霸王小鸭腿、炸大骨等
五味小面	番茄肥牛锅、生烫豆花牛肉锅、豆花肉末鲜蔬锅、古法红糖糍粑、蜜汁炸鸭翅根、荠菜银鱼春卷、包浆豆腐、老妈蹄花、桂香冰豆花等
兵哥豌豆面	鲜椒牛肉米粉、豆汤豌豆尖、藤椒鲜肉抄手、酱骨头、能量午餐肉、蔬菜什锦、桑葚配西梅、冰醪糟汤圆、冰醉豆花等
呼啦面馆	渣渣牛肉土豆泥拌饭、暖胃鸡汤饭、剁椒能量鸡腿饭、老重庆酸梅汤等

资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年12月

重庆小面全时段经营模式兴起，阿赛小面凭借八大系列产品覆盖多元消费场景

- 重庆小面在重庆当地不仅是早餐的常见之选，也是午餐和晚餐的理想主食，成为平价社区餐饮的代表。近年来，众多品牌如遇见小面、阿赛小面、胖妹面庄等积极探索全时段经营模式，满足消费者全天候的用餐需求
- 以阿赛小面为例，其以招牌产品大骨小面为核心，延伸出八大系列、超40款产品SKU，全面覆盖早中晚三餐、下午茶及夜宵等多元消费场景。同时，其还针对不同场景消费者的就餐需求，推出了优惠组合套餐，以提升门店经营效率。据品牌方透露，其单店在闲时段的营收占比高达 65%

阿赛小面的产品结构

大骨汤面

招牌大骨小面、红烧牛肉面、酸菜牛肉面等



骨汤抄手

骨汤抄手、老麻抄手、番茄骨汤抄手等



阿赛砂锅菜

砂锅骨汤酸菜鱼、砂锅麻婆豆腐、砂锅骨汤三鲜锅等



骨汤米线

招牌大骨米线、酸菜肉丝米线、泡椒鸡杂米线等



特色拌面

招牌豌杂小面、干拌炸酱面、葱油鸡丝拌面等



阿赛酸辣粉

炸酱酸辣粉、鸡杂酸辣粉、肉丝酸辣粉等



阿赛小吃

招牌大骨、炸大骨、锅巴土豆、小酥肉、香酥鸡排等



阿赛甜品/饮品

红糖冰粉、酸梅汤、桂花甜酒冲蛋等



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

重庆小面品牌青睐于小店模型，阿赛小面凭借轻量化门店模型实现快速扩张

- 与众多面馆相似，重庆小面品牌普遍采用小店模型和轻量化的空间布局，以降低门店租金与装修成本，从而降低投资门槛并加速门店扩张
- 以阿赛小面为例，其定位于“平价社区面馆”，人均消费在15~20元区间，门店面积多在40至60平方米。在门店选址上，阿赛小面主要聚焦社区与乡镇市场，通过建立稳定的顾客关系实现高频复购。凭借轻量化门店模型和较低的投资门槛（15万元起），阿赛小面实现了门店的快速扩张。红餐大数据显示，截至2026年1月，其门店数已突破100家，其中2025年其新开门店超过80家

阿赛小面的门店模型及主要特征

阿赛小面的门店模型特征

- 门店面积：40~60平方米
- 门店选址：聚焦社区及乡镇市场，社区及居民区门店占比超过六成
- 主流客群：社区及附近居民
- 人均消费：15~20元
- 运营模式：堂食+外带+外卖，部分门店营业至凌晨
- 投资门槛：15万元起



阿赛小面门店设计



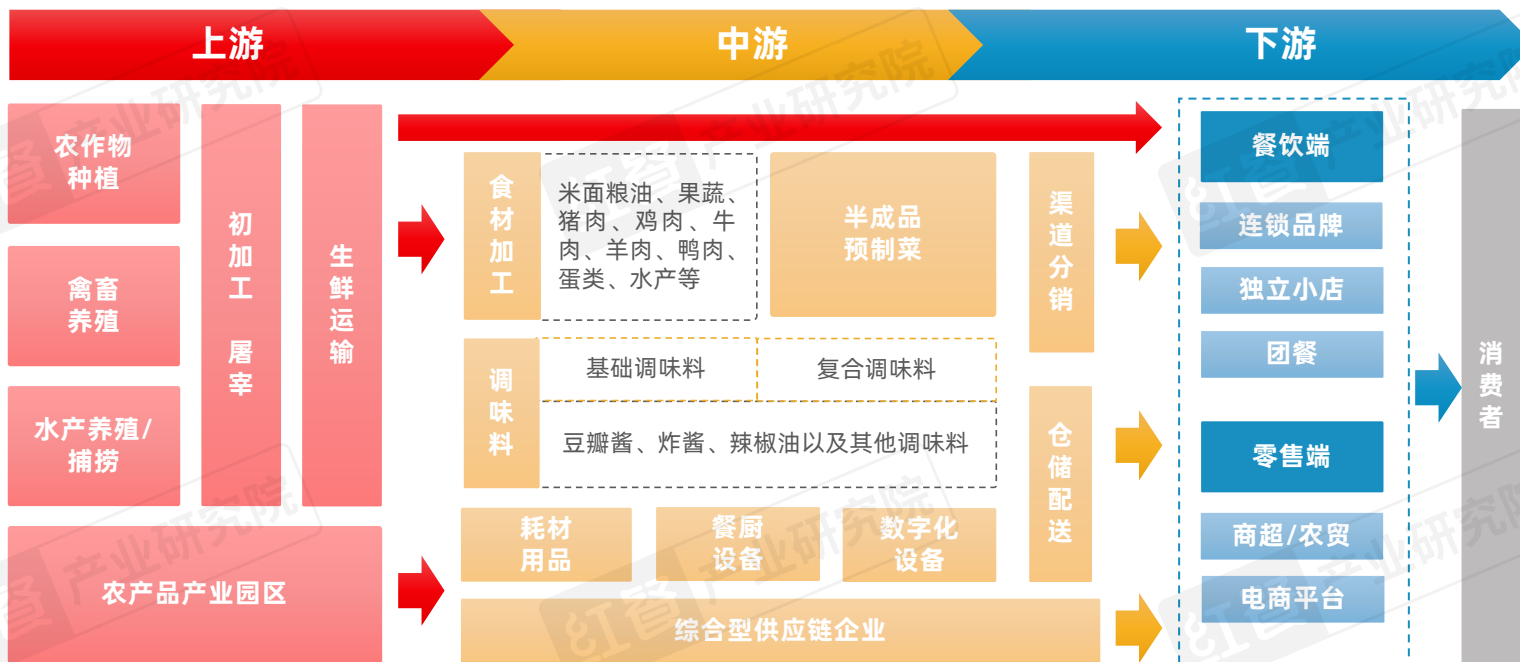
阿赛小面店内装修

阿赛小面的门店装修风格以市井怀旧风为主，既充满烟火气又十分接地气。其门头采用统一的红、橙配色，店内墙面以简单刷白为主，搭配品牌相关的VI画进行装饰，同时选用木桌木椅以及搪瓷餐具，契合了重庆小面的市井特色，营造出亲切热闹的用餐氛围，让消费者感受到浓郁的烟火气

重庆小面供应链日益成熟，为品牌发展提供了助力

- 近年来，重庆小面赛道的蓬勃发展和品牌的快速崛起，离不开供应链企业的助力和产业链的不断完善。目前，重庆小面已形成一条涵盖上游原材料种植/养殖、食材加工、调味料生产、中游物流配送到下游餐饮与零售市场的完整产业链。其中，五得利、金沙河、厨香传奇、井谷元、同米食品等均是优秀的面条供应商；天味食品、颐海国际、道友食品等企业则是调味料领域的代表企业；而厨老信、洪成食品、味之海、无厨等企业则为重庆小面品牌提供了一站式的汤底、浇头以及半成品预制菜等解决方案
- 此外，重庆当地还建立了重庆小面产业园，据官方数据，2023年园区营收达到50.8亿元，同比增长109%，部分龙头企业年产值达数亿元

重庆小面供应链图谱



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

品牌重视供应链建设，全链路品控体系与原材料定制供应助力阿赛小面快速发展

- 除了上游企业的积极推动，下游的重庆小面品牌也十分重视自身供应链的建设。诸如遇见小面、阿赛小面、秦云老太婆摊摊面等品牌均已构建了较为完善的供应链体系
- 以阿赛小面为例，其通过建立“54321”严格品控体系，实现了从原料采购、生产加工、冷链配送、门店验收到终端呈现的全链路标准化管控。在核心原材料上，采用供应商定制或基地直供的方式，不仅确保了产品品质稳定，还形成了成本优势

阿赛小面的供应链建设情况

严格的品控体系

- 建立了“54321”严格品控体系，实现从原料采购、生产加工、冷链配送、门店验收到终端呈现的全链路标准化管控
- 在辣椒油生产方面，独创5洗4筛工艺，确保杂质残留量低于0.3%。同时，通过GMP车间氮气灌装技术，有效保留96%的风味物质

原材料定制供应

- 核心原材料采用供应商定制或基地直供的方式，保障品质稳定
- 例如，大骨与供应商深度合作，制定了专属高标准大骨（250克/个，含肉量30%±5%）；面粉则与供应商联合研发AS-7高筋面粉，适配小面口感；辣椒采用基地直供方式，减少中间环节，确保辣椒品质稳定

高效的物流体系

- 仓储物流方面，与头部企业合作，有效保障核心原料（如面条、大骨、浇头、辣椒油等）的新鲜度
- 同时，引入库存智能调配系统，显著提升库存周转效率，优化库存结构，降低损耗

品牌积极拓展新零售业务，部分品牌开始探索海外市场

- 在渠道建设方面，重庆小面品牌不仅深耕线下堂食和线上外卖两大核心渠道，还通过推出预包装产品积极拓展新零售业务，进一步拓宽品牌发展边界。例如，遇见小面、秦云老太婆摊摊面等品牌在其官方小程序和主流电商平台推出了零售产品
- 此外，部分重庆小面品牌还积极探索海外市场。比如，十八梯邓凳面已于2025年12月在加拿大开出了首家海外加盟门店；而遇见小面不仅在香港布局十余家门店，也于2025年12月在新加坡开出了海外首店

全国重庆小面门店的外卖业务占比在20%左右

- 据官方财报数据，遇见小面2025年上半年直营餐厅的外卖收入占其直营餐厅总收入的20.59%

部分重庆小面品牌推出的零售产品



- 遇见小面、秦云老太婆摊摊面等品牌在天猫、京东以及官方小程序推出了多款重庆小面相关的零售产品，包括豌杂面、摊摊面、牛肉面、辣子鸡米线、酸辣粉以及调味料等
- 其中，秦云老太婆摊摊面在京东平台的“重庆特色豌杂面4盒”“超级牛肉面”等产品均获得了超1万条的评论量

部分重庆小面品牌探索海外市场案例

- 十八梯邓凳面的首家海外加盟门店已于2025年12月在北美地区的加拿大温哥华试营业
- 2024年5月，遇见小面就开始布局香港市场，目前已在香港开出了十余家门店，并于2025年12月在新加坡开出了海外首店



遇见小面新加坡首店

资料来源：公开信息、企业官方财报、京东，红餐产业研究院整理

03

痛点与建议：
品牌需因地制宜改良产品口味，同时
加强产品创新与品牌建设

痛点：口味区域性较强，市场竞争激烈，产业化带来一定冲击

- 重庆小面赛道在快速发展的同时，也面临着诸多痛点与挑战，具体体现在以下几个方面：口味区域性较强制约全国化发展；品牌化程度相对较低；同质化加剧赛道竞争；产业化对重庆小面品牌造成一定冲击

重庆小面赛道的主要痛点

口味区域性较强

重庆小面的口味具有鲜明的川渝特色，这既是其独特魅力所在，也是限制其全国化发展的因素之一。由于全国各地消费者的口味偏好存在差异，麻辣鲜香且偏油腻的重庆小面可能在某些地区较难被广泛接受

品牌化程度较低

尽管重庆小面在市场上已具备一定认知度，但整体品牌化程度仍显不足，尚未形成规模较大和具有全国影响力的品牌。而重庆当地的单店品牌化意识较为薄弱，未来在标准化建设、品牌塑造以及规模化发展方面仍有较长的路要走

赛道竞争激烈

随着越来越多创业者涌入，重庆小面赛道的竞争日益激烈。除重庆本地外，外地的重庆小面门店在菜品口味和产品结构上高度相似，同质化现象凸显，进一步加剧了市场竞争态势

产业化的冲击

近年来，在政府和企业的共同推动下，重庆小面的产业化进程显著加快。然而零售端产品的普及虽提升了重庆小面的市场认知度，同时也削弱了产品价值感，对餐饮端的重庆小面品牌造成一定程度的冲击

建议：品牌需因地制宜改良产品口味，同时加强产品创新与品牌建设

红餐产业研究院

- 为帮助重庆小面赛道的相关从业者应对当前的痛点与挑战，红餐产业研究院认为重庆小面品牌可通过以下经营策略提升市场竞争力：因地制宜改良口味，适配区域市场需求；加强产品创新，打破同质化困局；与当地政府构建协同发展机制，扩大品类影响力

经营 建议



因地制宜改良口味

重庆小面口感偏油腻重口，品牌在全国化扩张过程中还需结合当地的口味偏好对产品进行优化与改良，以适应不同区域消费者的饮食习惯



加强产品创新

在市场竞争日益激烈的背景下，重庆小面品牌需精准把握当下消费趋势，围绕浇头、汤底、原材料以及产品结构等维度持续推陈出新，打破产品同质化困局，增强品牌竞争力



强化品牌建设

品牌与当地政府构建协同发展机制，通过顶层设计强化品牌战略地位，以文化赋能提升重庆小面品牌的内涵价值。同时，借助多样化的媒体传播扩大品牌声量，打造一批具有影响力的品牌矩阵，一起提升重庆小面的全国影响力

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、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

关于阿赛小面

阿赛小面

大骨熬汤，小面更香。阿赛小面作为重庆大骨小面品类开创者，深耕重庆小面赛道10年，通过独特的“大骨熬汤”产品理念和“人人吃得起、人人开得起”的平价策略，为社区居民的一日三餐提供极致性价比的用餐体验

在运营与布局上，阿赛小面采用标准化运营体系与加盟连锁模式以“百县千镇战略”锚定广东乡镇市场开展渠道下沉与纵深布局，在竞争激烈的餐饮市场中开辟出一条差异化、平民化的发展路径



阿赛小面官方客服

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：2025年1月—2026年1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，部分图片由AI生成，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：杜佩、黄壁连、周容

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