



嘉吉中国联合中国连锁经营协会共同发布

2023中国煎炸菜品趋势报告

—— 大数据赋能餐企持久创新力



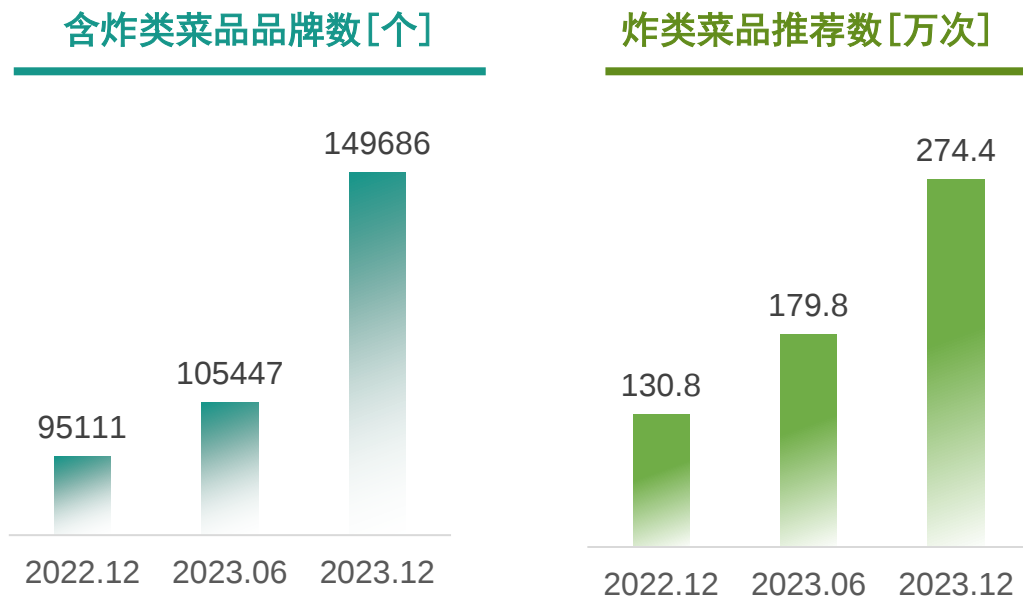
中国连锁经营协会
China Chain Store & Franchise Association



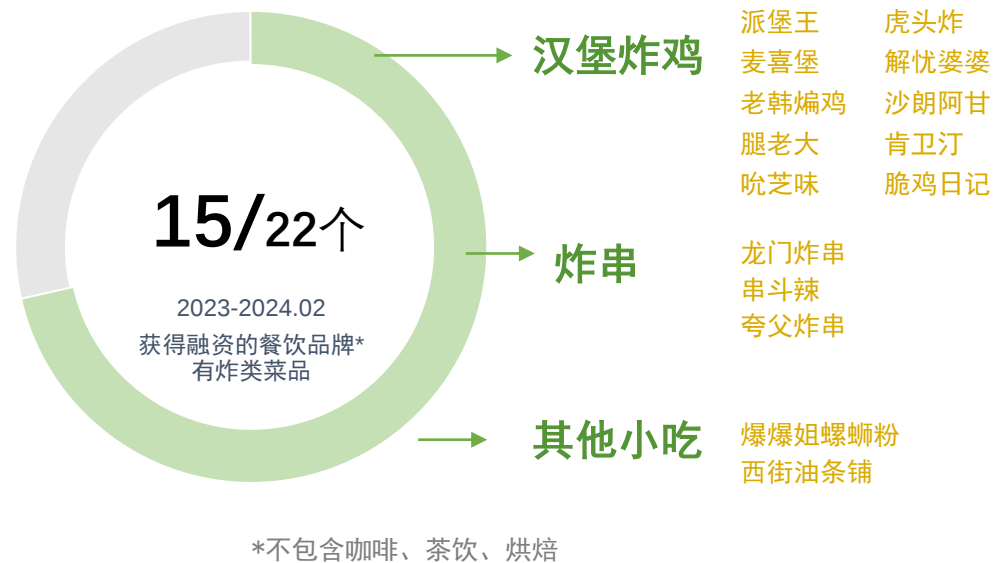
前言 - 煎炸类菜品热度不断提升

从门店的菜单设计和消费者的消费反馈看，炸物愈加受欢迎。不仅传统的汉堡炸鸡店加速扩张不断推陈出新，专营炸串的品牌新兴创业外，其他地域性小吃也开始提供炸类小食以丰富其菜单。

推出煎炸菜品的品牌数和被消费者推荐的次数双增



煎炸菜品在多种业态均有渗透



资料来源：嘉吉-餐观大数据，红餐网，IT桔子，赢商网

目录

TABLE OF CONTENTS

01/ 大数据赋能
菜单创新

02/ 油脂管理助力餐
企节约运营成本

03/ 总结与展望

持续获得最新趋势报告，请关注



01.

PART



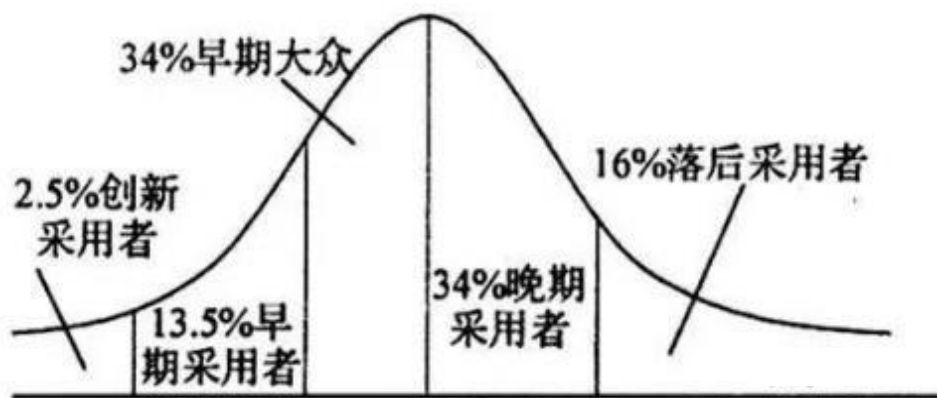
大数据赋能菜单
创新

持久的“菜单力” 要扎根于一个体系化的、可持久的创新体系

打造持久的“菜单力”，并不能依靠灵感迸发式的创新，而是要扎根创新体系。通过建立创新体系、了解创新概念所处的成熟期阶段，才能便于企业更好的规划创新的资源投入以及产出预期管理。

创新扩散曲线

创新与扩散理论，又被称为采用扩散理论、散布理论，是美国学者埃弗雷特·罗杰斯（E. M. Rogers）于20世纪60年代提出的一个关于大众传媒在人们接受新观念、新事物、新产品中发挥着劝服作用的理论。



资料来源：互联网公开信息

五类创新采用者

创新者：大胆，富有冒险精神，热衷于创新新观念、新事物、新产品，比起其他的人有着更广的见识和更为广泛的社会关系，是一项创新的初期“把关人”。

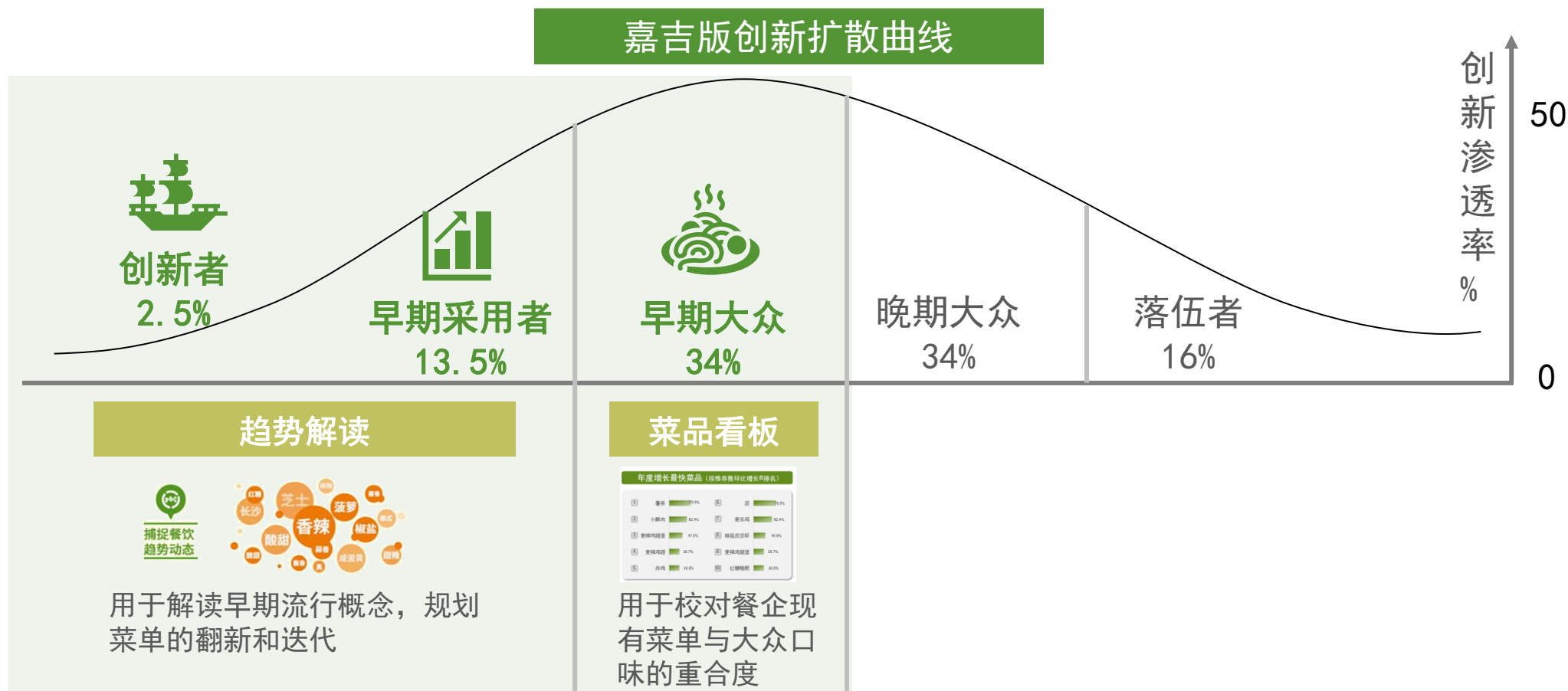
早期采用者：一般是社会系统内部具有更高地位的意见领袖。意见领袖一般与其追随者有着许多明显的相同点，具有同质性，因此创新要是想取得较好的扩散效果，就必须通过同质性来解决异质性。

早期的众多跟进者：又被称为早期的大多数，他们一般较深思熟虑，谨慎跟随早期采用者的步伐，但一般不会主动领导这种潮流，在扩散中起着承上启下的作用。

晚期的众多跟进者：又称晚期的大多数，疑虑更多，一般对创新持怀疑态度，之所以会采用创新通常是由于经济的压力和社会的压力。

滞后者：因循守旧，坚持传统，对创新持抵制态度，参考的资料是以往的经验，一般都较为固执。

我们引入的创新体系，依托海量的消费者真实评价大数据，形成了一个帮助餐饮企业校对、发掘菜单灵感的、区分创新概念成熟度的系统性工具



核心结论 | 大众菜式已趋同，煎炸菜品创新趋势凸显在品类和风味

大众口味在年度榜单上得到了验证，经久不衰的菜式和风味仍稳居榜首；
煎炸菜品创新趋势集中在新品类和新风味上，同时洞悉到煎炸菜品的营销新风向。

年度榜单

热推菜品

中式菜品占据半壁江山。

热推前三名分别小酥肉，薯条，糍粑，
经典菜式不断翻新演绎，热度依旧。

热推风味

辣味仍是最主流的风味。

热推前三名分别是香辣，酸甜，椒盐，
从增长上看偏甜风味持续上升。

创新趋势

流行品类

品类深入到
小吃品类，跨界品类，碳水品类

创新风味

风味趋势围绕
地域风味，“黑红”风味

营销风向

营销风向集中在
快乐减脂，本土改造



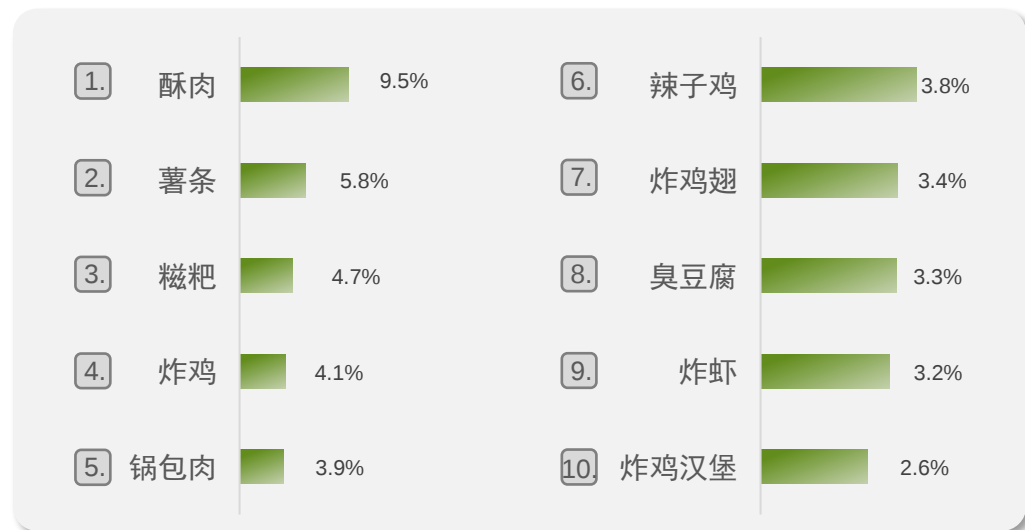
煎炸年度榜单发布

主要分为5大业态：
分别是中式快餐，中式正餐，非中式快餐，
非中式正餐，其他

全国热推菜品及增长最快菜品

全国热推菜品榜单上榜菜品均为经久不衰的热卖菜，小酥肉、薯条都是榜单常青树。年度增长最快的菜品以中式菜品为主，桂花乳鸽皇为年度增速最快的菜式。

年度热推菜品（按推荐数占比¹⁾排名）



1) 推荐数占比= 该产品本年度推荐数/所有跟踪产品推荐数总和

数据来源：嘉吉-餐观大数据

年度增长最快菜品（按推荐数环比增长²⁾排名）



2) 推荐数环比增长率=（本季度菜品评论热度指数-上季度品评论热度指数）/上季度品评论热度指数

数据来源：嘉吉-餐观大数据

全国煎炸菜式风味及食材榜单

辣味仍然为消费者最喜好的口味，但同时偏甜风味增速很快，喜爱度持续增长。从食材上来看，健康食材增速最快，消费者越来越倾向于选择更健康的食物。

年度最受欢迎三大风味

香辣



酸甜



椒盐



年度增速最快三大风味

甜香



薯香



西西里



数据来源：嘉吉-餐观大数据

年度最受欢迎三大食材

猪肉



鸡肉



面粉



年度增速最快三大食材

鱼



鹌鹑



苦荞



数据来源：嘉吉-餐观大数据

2023年度煎炸菜品创新趋势洞察

流行品类

小吃小喝

跨界显眼包

碳水万岁

创新风味

地域风潮

黑红也是红

营销风向

快乐减脂

本土改造



小吃小喝 | 佐餐属性的薯条受到关注，薯条单品店成网红预备役

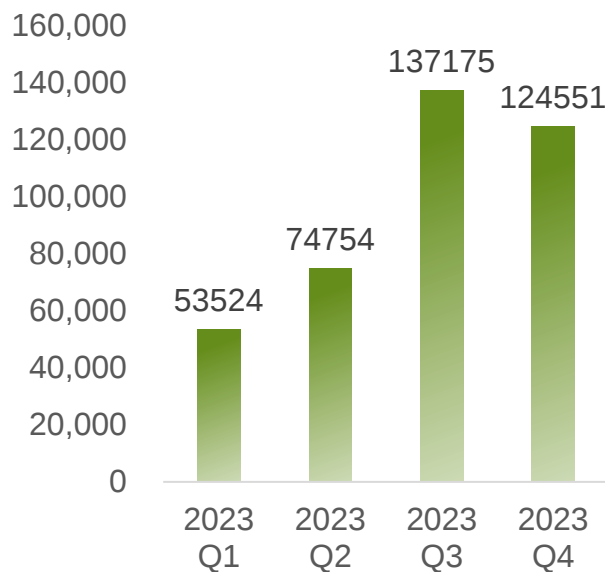
对于追求高效率和便捷生活方式的年轻人来说，原本佐餐性质的小吃快餐将食物分量和价格拿捏得恰到好处，踩中了大众消费水平的刚需。小分量、低价、不分时段、预制程度高的食品将获得更多机会。

流行品类

创新风味

营销风向

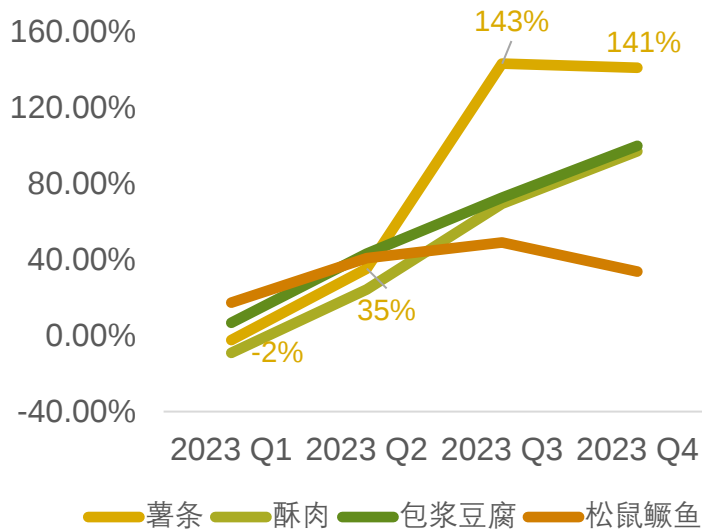
薯条菜品推荐数显著增多



数据来源：嘉吉-餐观大数据

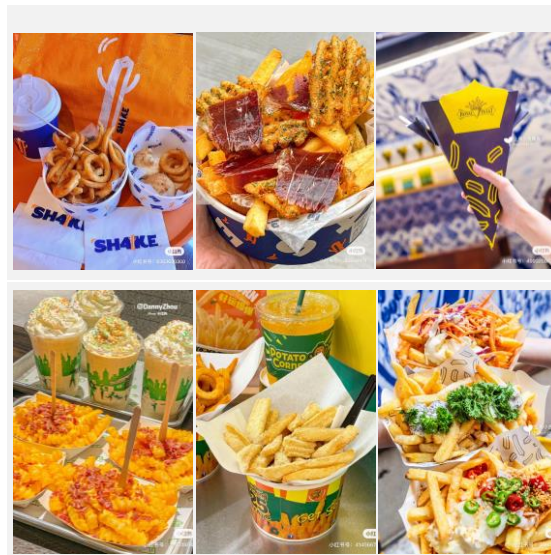
菜品推荐数增长率

相较于正式菜品（松鼠鳜鱼），小食类煎炸品热度持续走高



数据来源：嘉吉-餐观大数据

薯条单品店_示例

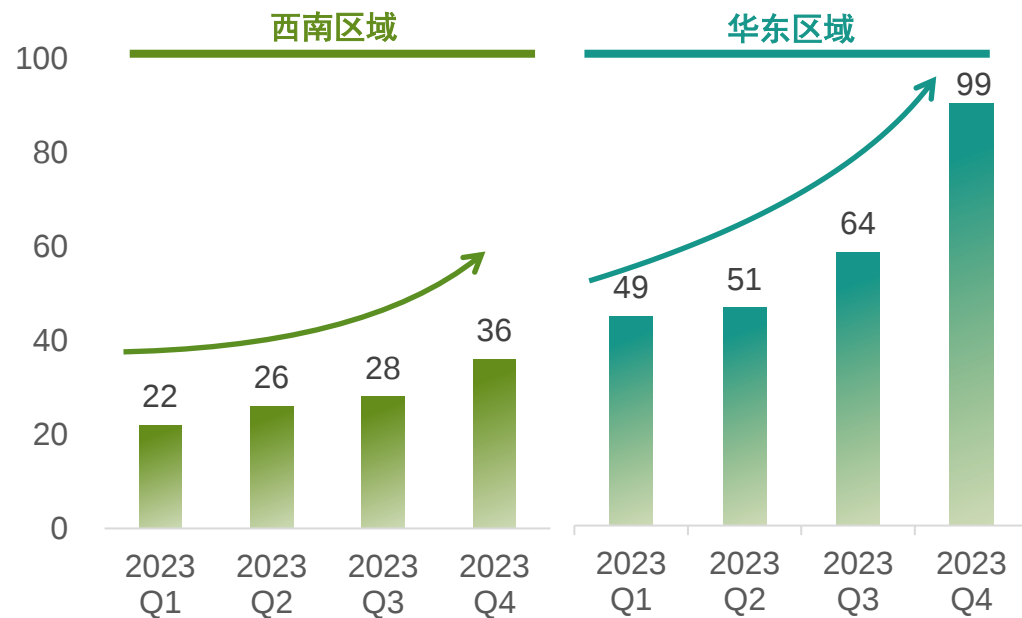


图片源自小红书公开发帖

跨界显眼包 | 意想不到的混搭能带来全新生命力

时下，咖啡与美酒，奶茶与电竞，看似风马牛不相及的内容相互碰撞，跨界混搭步子越迈越大。它为形成审美疲劳的消费者带来了新鲜感和反差感，为喜欢尝新消费的人群带来全新选择。炸物与茶饮类新渠道的结合带来菜单生命力。

西南/华东茶馆含有炸类菜品的门店数



数据来源：嘉吉-餐观大数据

咖啡/茶馆/轻食跨界炸物_示例



> 咖啡+炸

爽爷 - 咖啡和鲜肉葱油饼的中西混搭，引起消费者纷纷打卡消费。



> 茶馆+炸

开吉茶馆 - 传统茶馆中引入消费者喜爱的炸物，炸翅和炸猪排也能成为茶饮的超绝搭配。



> 轻食+炸

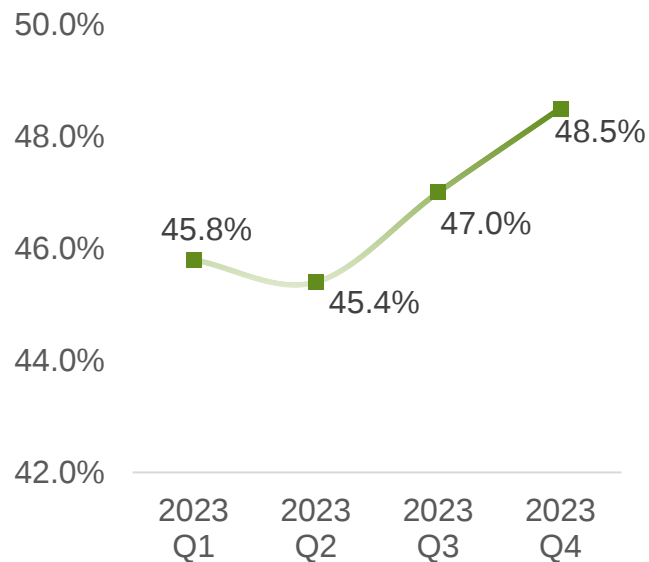
niko and... - 色拉+炸鸡减轻炸鸡的罪恶感同时提升了色拉的整体味道。

图片源自小红书、大众点评公开发帖

碳水万岁 | 不吃碳水的人生不值得过，油炸碳水热度持续走高

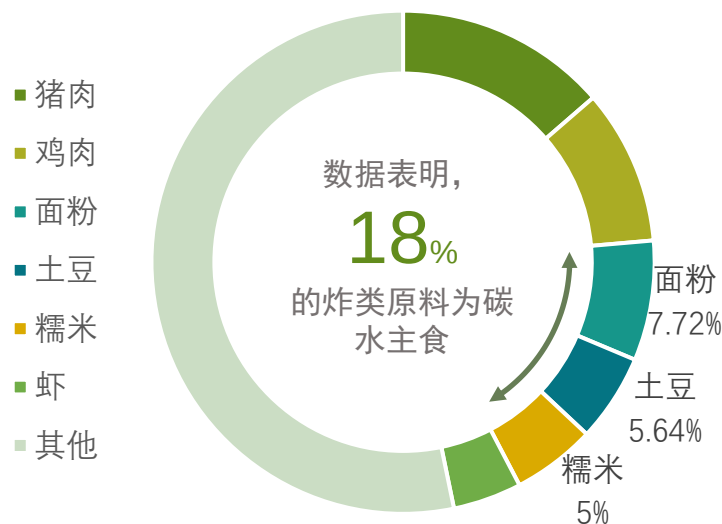
消费者健康自律却也想要原始而纯粹的快乐。煎炸品类中“饼类”渠道占比持续上升，同时原料上碳水类主食成分占据绝对优势。高热量的糖油混合物是年轻人欲罢不能的选择，碳水快乐是对身体和精神焦虑的最好疏解。

饼类渠道门店渗透率
增高



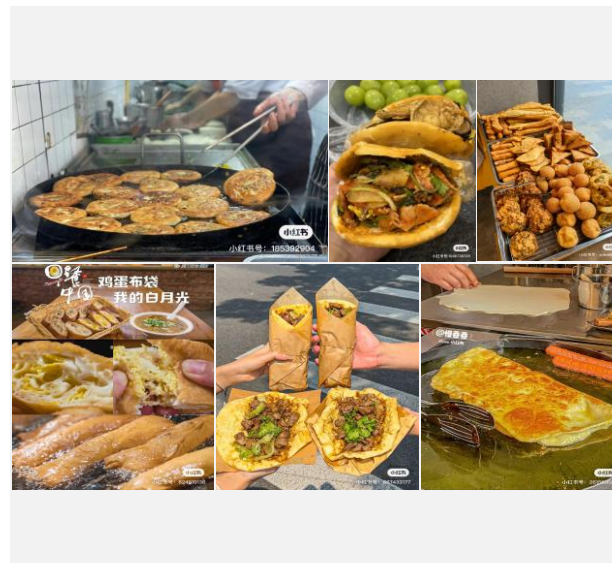
数据来源：嘉吉-餐观大数据

2023年度煎炸菜品原料占比



数据来源：嘉吉-餐观大数据

油炸碳水美食_示例

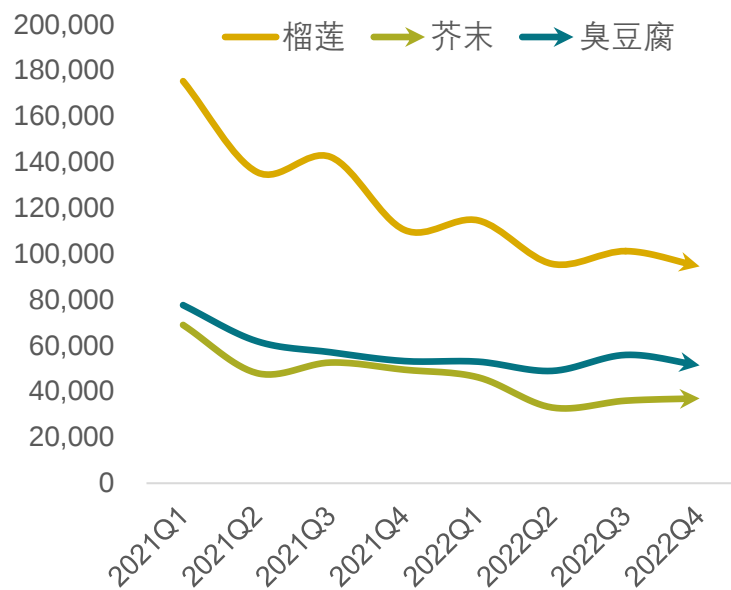


图片源自小红书公开发帖

“黑红”也是红 | 勇敢的人率先享受世界

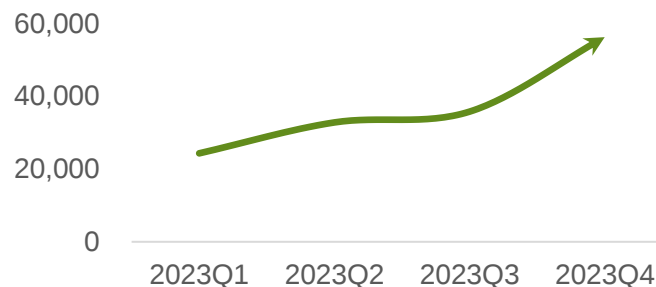
从臭豆腐到榴莲，每个顶流收获的爱都是偏执的。猎奇的味道往往能激起尝鲜的欲望，小众风味都有潜力成为爆品。随着之前“黑红”风味的回落，香菜热度在2023年持续攀升。它以强社交话题性，震撼的颜值出品，逐渐延申至各个品类。

往年猎奇风味推荐数曲线



数据来源：嘉吉-餐观大数据

2023年度香菜推荐数曲线



香菜已经成为当之无愧的流量密码。我们随时随地都能看到“喜爱香菜党”和“讨厌香菜党”的大战。



数据来源：嘉吉-餐观大数据，图片源自小红书公开发帖

香菜风味新品_示例



图片源自小红书公开发帖

快乐减脂 | 美味和健康可以兼得

“朋克养生”之后年轻人又迎来“快乐减脂”，年轻人热衷于研究餐饮的健康吃法，从原料到热量分别一一考究。趋势上能看到煎炸品类中健康原料的上升，同时核算卡路里也成为消费者点餐必备。

麦辣鸡腿堡的重新崛起

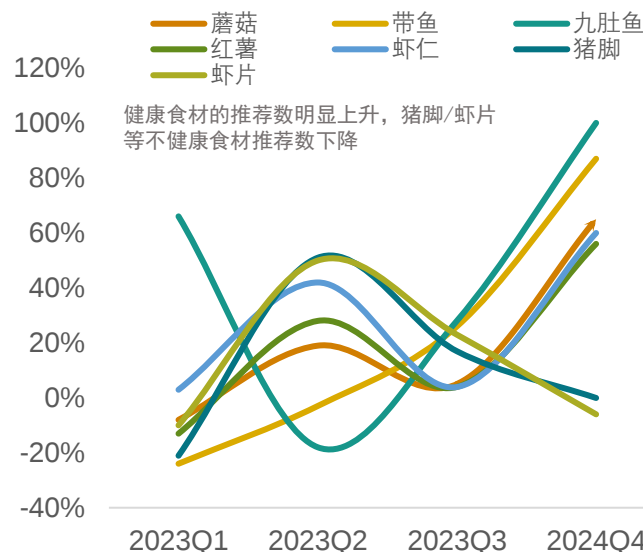
推荐数增速最快的菜品名排行

- 2023 Q3	- 2023 Q4
薯条	小酥肉
小酥肉	红糖糍粑
锅包肉	锅包肉
红糖糍粑	薯条
麦辣鸡腿堡套餐	麦辣鸡腿堡
包浆豆腐	包浆豆腐



数据来源：嘉吉-餐观大数据

2023年度煎炸原料推荐数增长曲线



数据来源：嘉吉-餐观大数据

社交媒体上的快乐减脂餐_示例



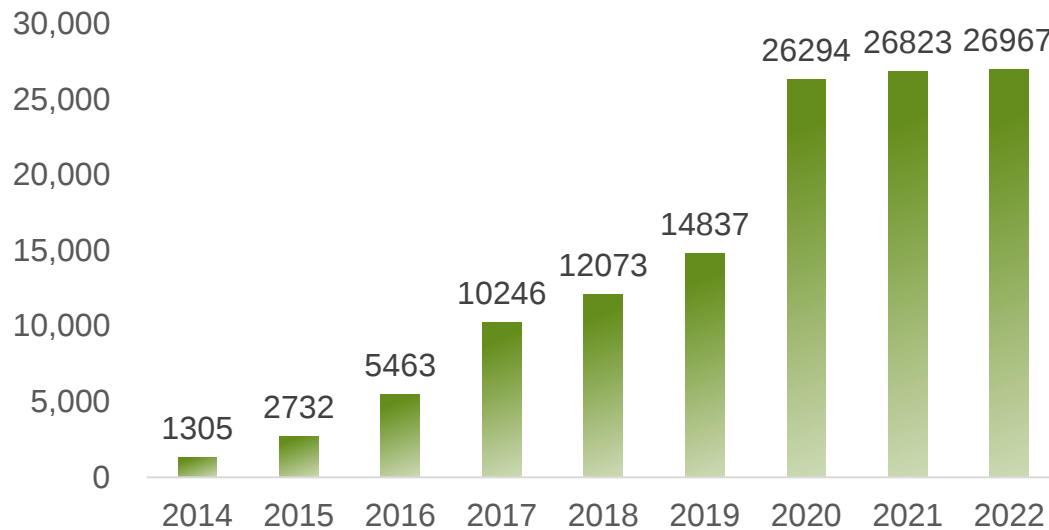
图片源自小红书公开发帖

本土改造 | 师夷长技以制夷

本土品牌在西式快餐领域的崛起，是国内消费者更理性的消费认知的体现。只要是好吃、性价比高，消费者就会买单。同时“中式汉堡”“中式炸鸡”这些对传统西式快餐的本土化改造还具有较强的社交话题度，更容易使品牌“出圈”。

炸鸡企业年注册数量

2020年起，炸鸡赛道扩容，注册企业数倍增，势头凶猛。而这当中又属中式炸鸡的表现更为抢眼，有记忆度。



数据来源：企查查

本土化西快_示例



图片源自品牌、小红书公开发帖

02.

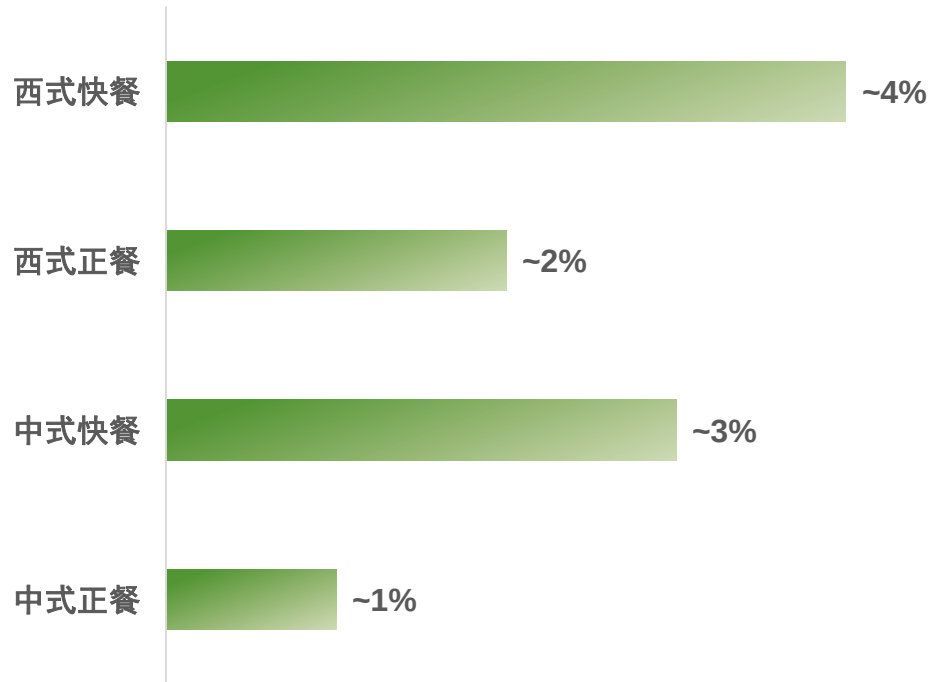
PART



油脂管理助力餐
企节约运营成本

油脂作为中式餐饮里采购成本占比偏低，且产品高度同质化的品类，一直处于被忽略的地位

餐饮企业原材料成本中油脂占比不高



数据来源：嘉吉实际案例测算

油脂管理的潜在收益有多少？



数据来源：嘉吉实际案例测算

西式快餐作为供应链标准化及规范化最成熟的品类，在油脂管理方面，有诸多操作经验值得中餐借鉴

采用专业煎炸油



严格的操作规范及流程控制



按国标指导油脂使用及废弃

AV测试纸

TPM测量仪



酸价 $\text{mgKOH/g} \leq 5$

极性物质 % (TPM) ≤ 27

专业的煎炸油脂及标准化的操作模式，有效提升餐饮企业的用油效率，降低整体用油成本

某知名中式连锁餐厅（全国300多家门店左右）使用专业煎炸油后……

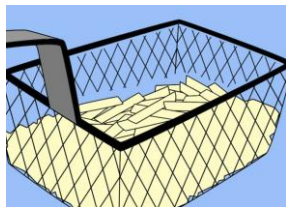
	万元用油量 ²	营业额100万 /月	用油总量 (L/年/店)
48%¹ 用油量节省	非转基因 豆油	6.4L	640L
25%-35%¹ 用油成本降低	专业 煎炸油	3.3L	330L

注：1、用油量，成本效率因菜系，煎炸食物及操作方式而异，仅作参考 2、万元用油量：专业西式煎炸常用指标；每一万元营业额用油量

要实现上述案例的成本优化，选用耐煎炸的油脂，以及实施全面的油脂管理势在必行

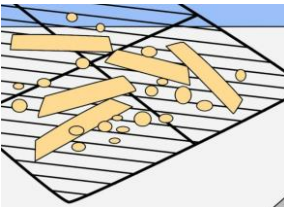
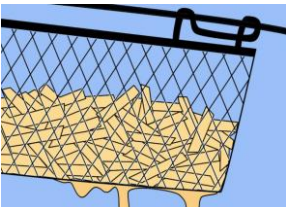
餐饮企业油脂管理要点

“三不” 规范



炸锅内食物不宜过满，半篮为宜。
不在炸锅上方装篮。
不在油槽上方进行食物调味。

“三需” 规范



煎炸操作后需要食物充分沥干。
需要经常撇去油渣。
需要时常过滤。



扫码领取
更多内容

煎炸白皮书



03.

PART



总结
与展望

餐饮企业除了持续地对菜单进行创新，对于食材、原料的选择及创新，正在成为一股新的风向标

席卷茶饮企业的乳基底升级风潮

霸王茶姬用“三0基底乳”
回应顾客奶茶焦虑



书亦烧仙草宣布全系产品升级
“好料更健康”



七分甜轻乳系列新品
云雾雪松



沪上阿姨上新
东方轻乳花茶系列



配料表越来越干净；
快速向“0反、0植
脂末化”迭代；

资料源于品牌公开信息

上海卫健委推动试点饮料分级，对营养选择更加科学透明

历时半年，上海再度推进饮料健康提示工作，首批“饮料分级”试点企业已经亮相。今年将陆续在上海区域的产品销售菜单、饮料外包装、线上点单程序及售卖场所等醒目位置标注符合要求的“营养选择”分级标识。

“营养选择”根据饮料中非乳源性糖、饱和脂肪、反式脂肪、非糖甜味剂的含量对饮料进行综合分级。

“营养选择”分级标识分4级，从A到D级，推荐程度递减。



从2024年2月29日起，霸王茶姬上海地区门店全面推行“营养选择”标识，成为首家使用营养分级系统的现制茶饮品牌。



而对于健康油脂原料的选择，也正是国家政策法规所倡导且积极推进的方向

政府对健康饮食的宣导

2017年《国民营养计划（2017-2030）》在“吃动平衡行动”中提出广泛开展“**三减三健**”**专项行动**，推广减盐、减油、减糖。

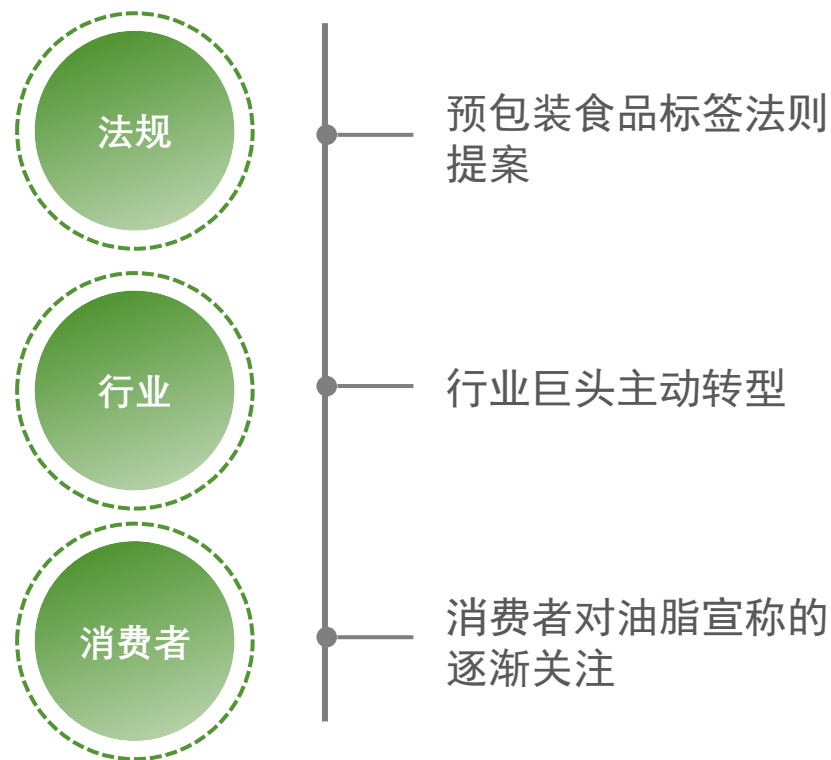
2020年提出的《十四五规划建议》明确提出**减盐、减油、健康体重**等方案。

2021年《中国居民膳食指南科学研究报告》**精准化**营养指导关键措施，明确**进一步控制油、盐、糖的摄入**。

2021年国家卫健委发布了《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》（征求意见稿），新标准将增加**对饱和脂肪和糖的强制性标识要求**。

资料源自公开信息整理

健康油脂受到三重力量推动



展望未来，我们相信具有健康宣称、符合国家政策法规趋势的新一代液态煎炸油，必然会助力餐饮企业进一步塑造品牌形象，打造差异化竞争力

最新一代煎炸油经历各阶段演变，满足愈渐专业化健康化的需求。

第一代：动物油脂

- ✓ 煎炸稳定性较高
- ✓ 耐热性好
- ✓ 煎炸带有独特香味
- ✗ 较高胆固醇及饱和脂肪酸
- ✗ 供应有限

1950-1980



第二代：半氢化油脂

- ✓ 煎炸稳定性高
- ✓ 供应稳定且价格低廉
- ✓ 解决煎炸过程中冒烟油脂发黑等痛点
- ✗ 含大量反式脂肪酸，危害健康

1980-2000



第三代：棕榈油

- ✓ 煎炸稳定性高
- ✓ 供应稳定
- ✓ 不含胆固醇
- ✗ 操作不便利，多以固态呈现，化油时间长

1990-至今



新一代：液态煎炸油

- ✓ 煎炸稳定性高
- ✓ 非转基因
- ✓ 丰富的不饱和脂肪酸，脂肪酸含量低
- ✓ 不含胆固醇及反式脂肪酸
- ✓ 操作便利，不易结冻

2000-至今



附录

附录1 - 本报告数据库价值聚焦及数据背景

数据库通过海量的门店及菜品覆盖，抓取并清洗消费者的真实评价数据，从而避免了“灵感迸发式”创新的不严谨和不可持续的问题。

✓ 数据来源：

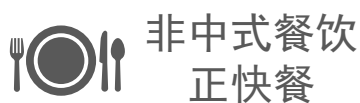
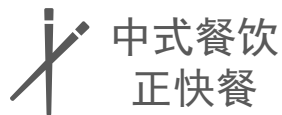
基于餐饮大数据抽样全国互联网平台评论数活跃度最高的门店，数据约涵盖

56万+
家餐饮门店

28万+
家餐饮品牌

13,710万+
条菜品评论数

✓ 数据覆盖渠道：



✓ 数据研究方向：



✓ 数据更新频率：

数据库按照季度刷新。
本次报告集合了2023年四个季度的数据

附录2 - 数据库五大业态归类说明

中式快餐	中式正餐	非中式快餐	非中式正餐	其他
包子小笼	川湘赣菜	汉堡三明治	东南亚菜	茶饮
饺子馄饨	东北菜	色拉	东亚菜	咖啡
烤鸡烤鸭	河海鲜	西式简餐	南亚菜	面包蛋糕
快餐简餐	火锅串串香	炸鸡鸡排	牛排	甜品冰淇淋
麻辣烫	江浙菜		欧美西餐	KTV
面条米线	京津冀鲁菜		披萨	便利店超市
烧饼馅饼	烧烤		自助餐	茶馆
生煎锅贴	台闽粤菜			酒吧
熟食卤味	西北菜			零食
	豫鄂皖菜			水果生鲜
	云贵菜			

注：1、东南亚：泰国、马来西亚等区域 2、东亚：日韩等区域 3、南亚：印度等区域

2023中国煎炸菜品趋势报告

—— 大数据赋能餐企持久创新力

THANK YOU