

餐饮行业

季度观察报告（2026年Q1）

目 录

01

2026年第一季度餐饮行业概况：全国餐饮收入为14,623亿元，餐饮景气指数整体维持扩张区间

02

2026年第一季度产品上新：春日经济升温，六大赛道样本品牌共257个品牌推出新品

03

2026年第一季度新锐餐饮品牌：聚焦产品创新与体验升级，夯实长期发展基础

04

2026年第一季度供应链新品推荐：创新调味与健康食材双引擎，激活供应链新品增长新动能

01

**2026年Q1餐饮行业概况：
全国餐饮收入为14,623亿元，
餐饮景气指数整体维持扩张区间**

餐饮大盘：2026年第一季度全国消费市场稳中有升，餐饮收入增势良好

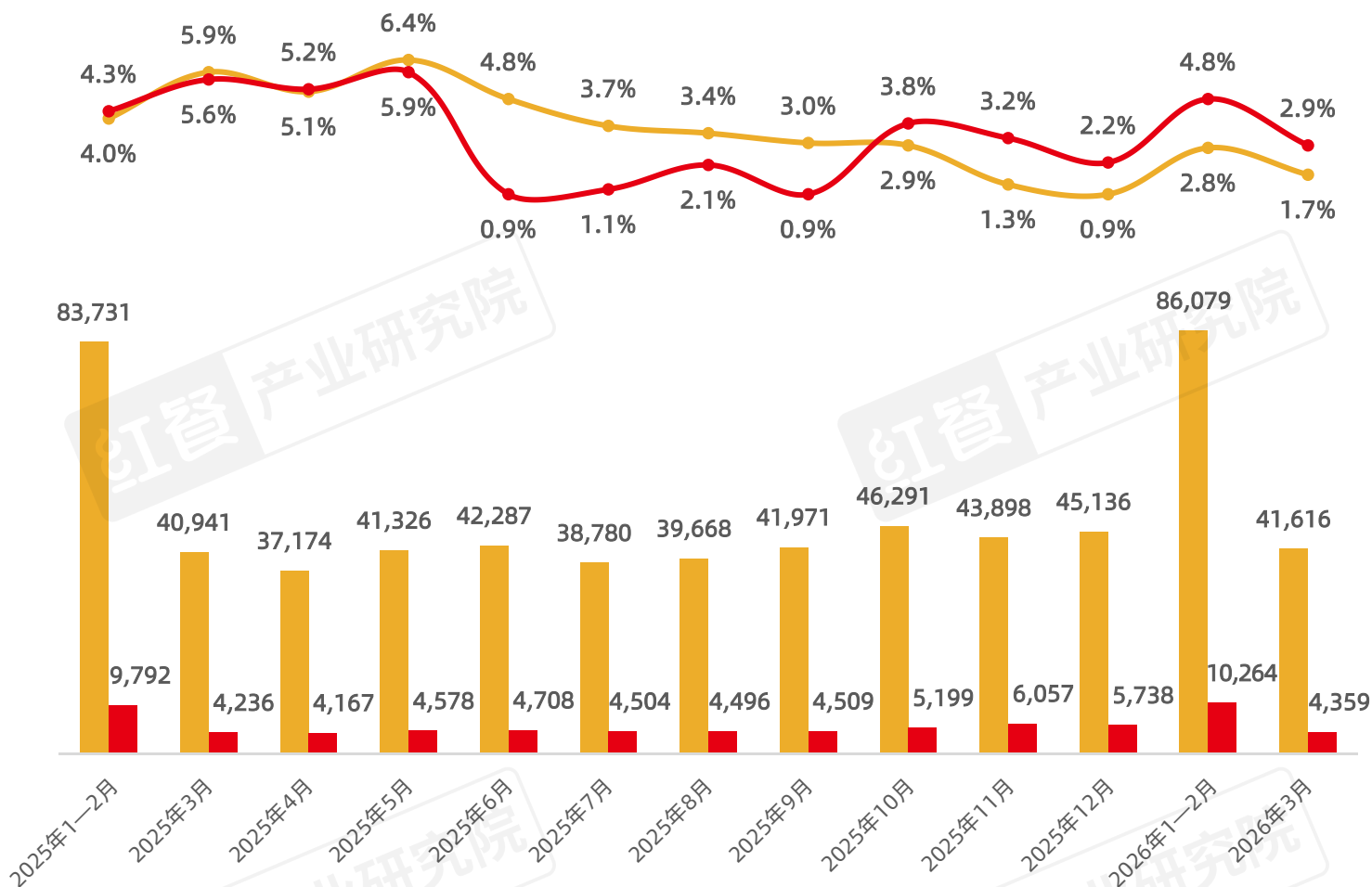
2026年第一季度，我国经济运行开局良好，保持稳中向好态势。国家统计局数据显示，2026年第一季度，全国社会消费品零售总额为127,695亿元，同比增长2.4%；餐饮收入为14,623亿元，同比增长4.2%，发展韧性和活力进一步彰显。

从具体的月份来看，受居民消费信心改善、节假日消费升温等因素带动，1—2月全国餐饮收入同比增速达4.8%，同比2025年1—2月提高了0.5个百分点；3月由于消费需求季节性回落，增长节奏有所放缓，全国餐饮收入同比增速回落至2.9%。

2025年至2026年3月全国社会消费品零售总额与餐饮收入概况

■ 全国社会消费品零售总额
 ■ 全国餐饮收入
● 全国社会消费品零售总额同比增速
 ● 全国餐饮收入同比增速

单位：亿元

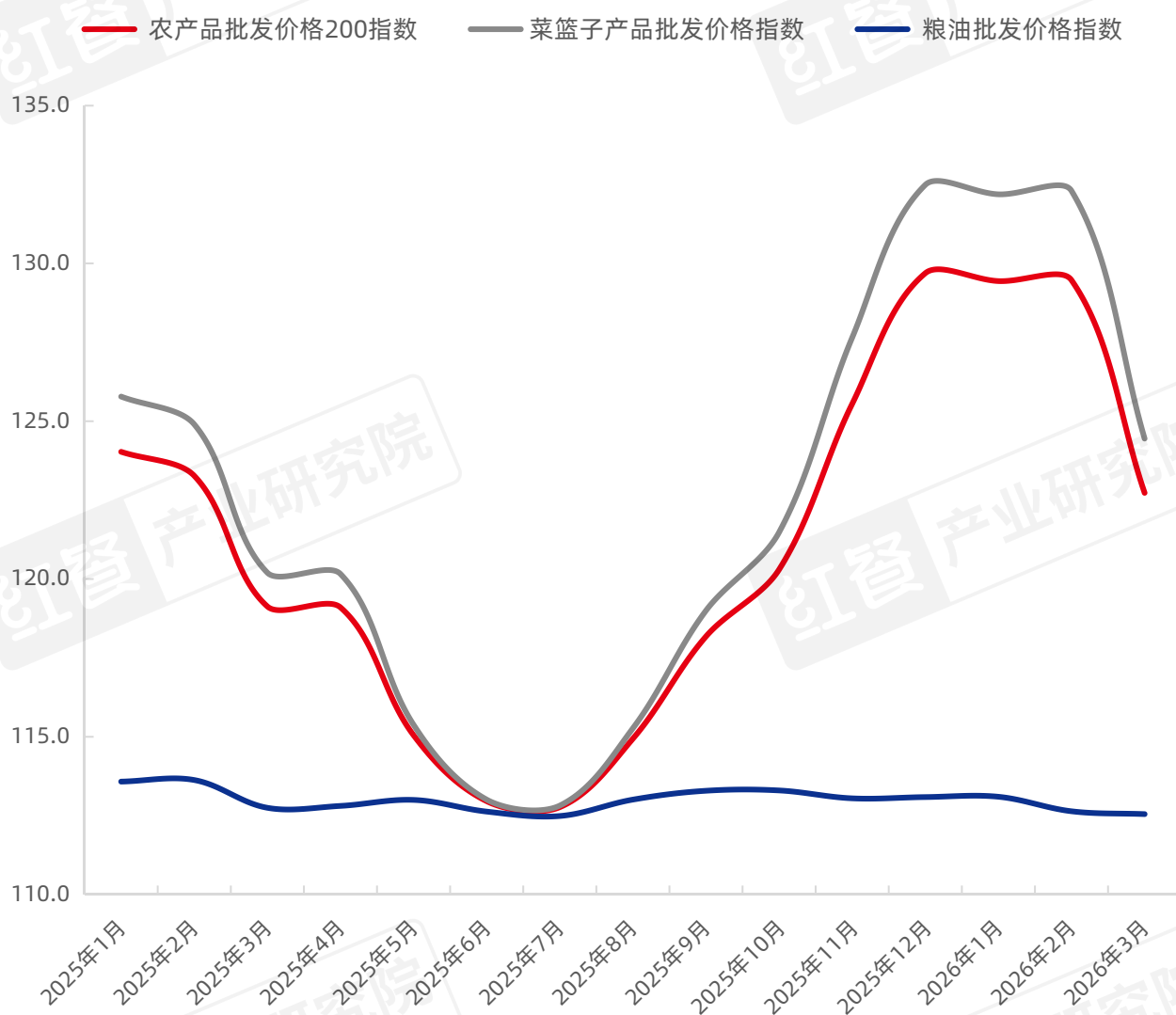


食材行情：第一季度农产品与菜篮子产品批发价格从高位大幅回落，粮油产品批发价格微降

2026年第一季度，在春节节前餐饮消费和节日储备需求集中释放、节后需求回落及春季农产品集中上市等因素的共同作用下，我国食材价格整体呈现“前高后低”的运行态势。

农业农村部数据显示，2026年第一季度，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先稳后跌，分别从1月的129.4、132.2跌至3月的122.7、124.5；粮油产品批发价格指数自1月的113.1轻微下降至3月的112.6。

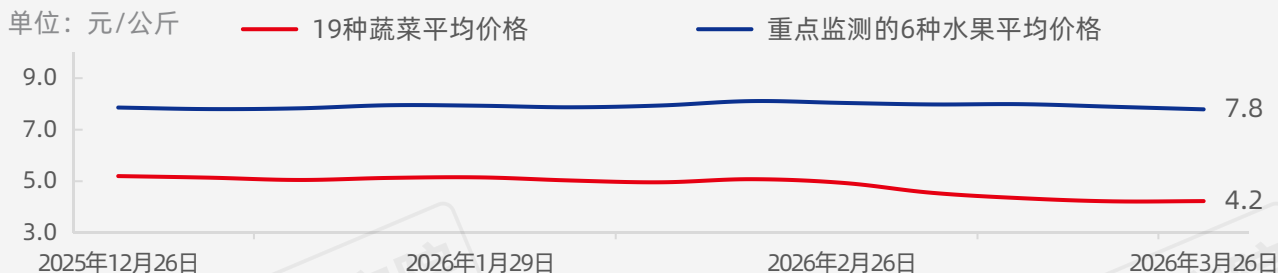
2025年至2026年3月农产品批发价格200指数趋势



核心农产品价格：第一季度蔬果价格小幅波动，肉禽产品价格平稳运行，水产品价格整体上扬

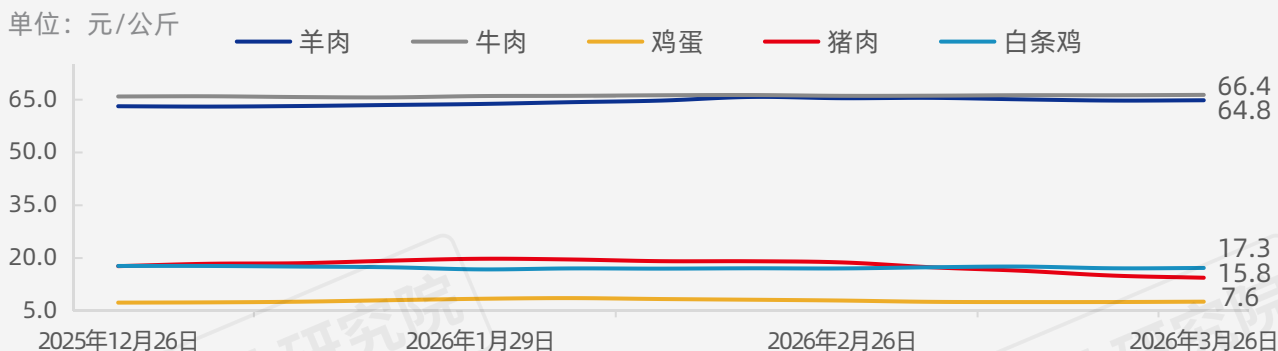
农业农村部数据显示，2026年第一季度，代表性蔬菜的平均价格微降至4.2元/公斤，代表性水果的平均价格较为稳定，保持在7.8~8.1元/公斤之间运行。

2026年Q1全国19种蔬菜和重点监测的6种水果的平均价格



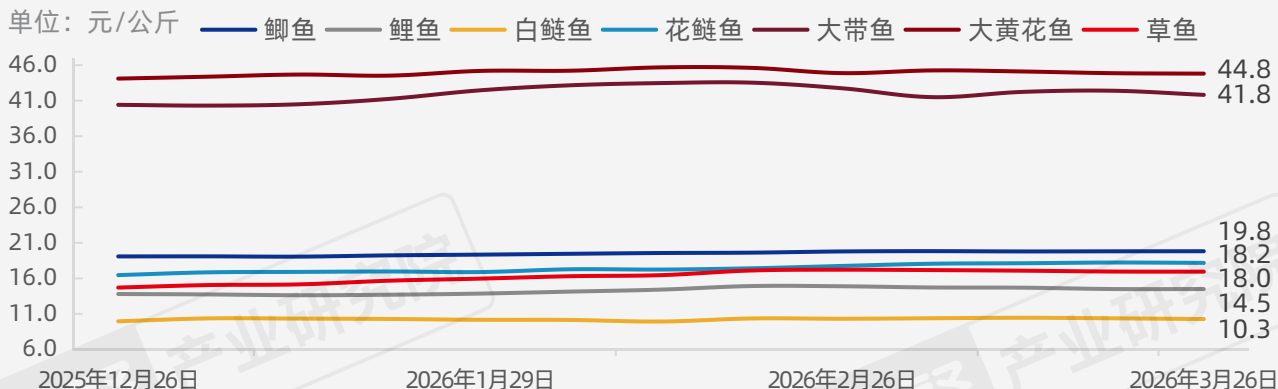
肉禽产品批发市场价格走势则呈现分化态势。季度内，猪肉价格先扬后抑，降至15.8元/公斤；羊肉价格震荡上行至64.8元/公斤；鸡蛋价格阶段性上涨后回落至7.6元/公斤；牛肉与白条鸡价格波动不大，季度末价格分别为66.4元/公斤和17.3元/公斤。

2026年Q1全国重点监测的肉禽产品批发市场价格



水产品批发市场价格在季度内出现普涨。其中，海水鱼价格波动较为明显，大黄花鱼与大带鱼价格分别涨至44.8元/公斤和41.8元/公斤；淡水鱼价格则稳步抬升，鲫鱼、花鲢鱼、草鱼、鲤鱼和白鲢鱼季度末价格依次为19.8元/公斤、18.2元/公斤、18.0元/公斤、14.5元/公斤和10.3元/公斤。

2026年Q1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

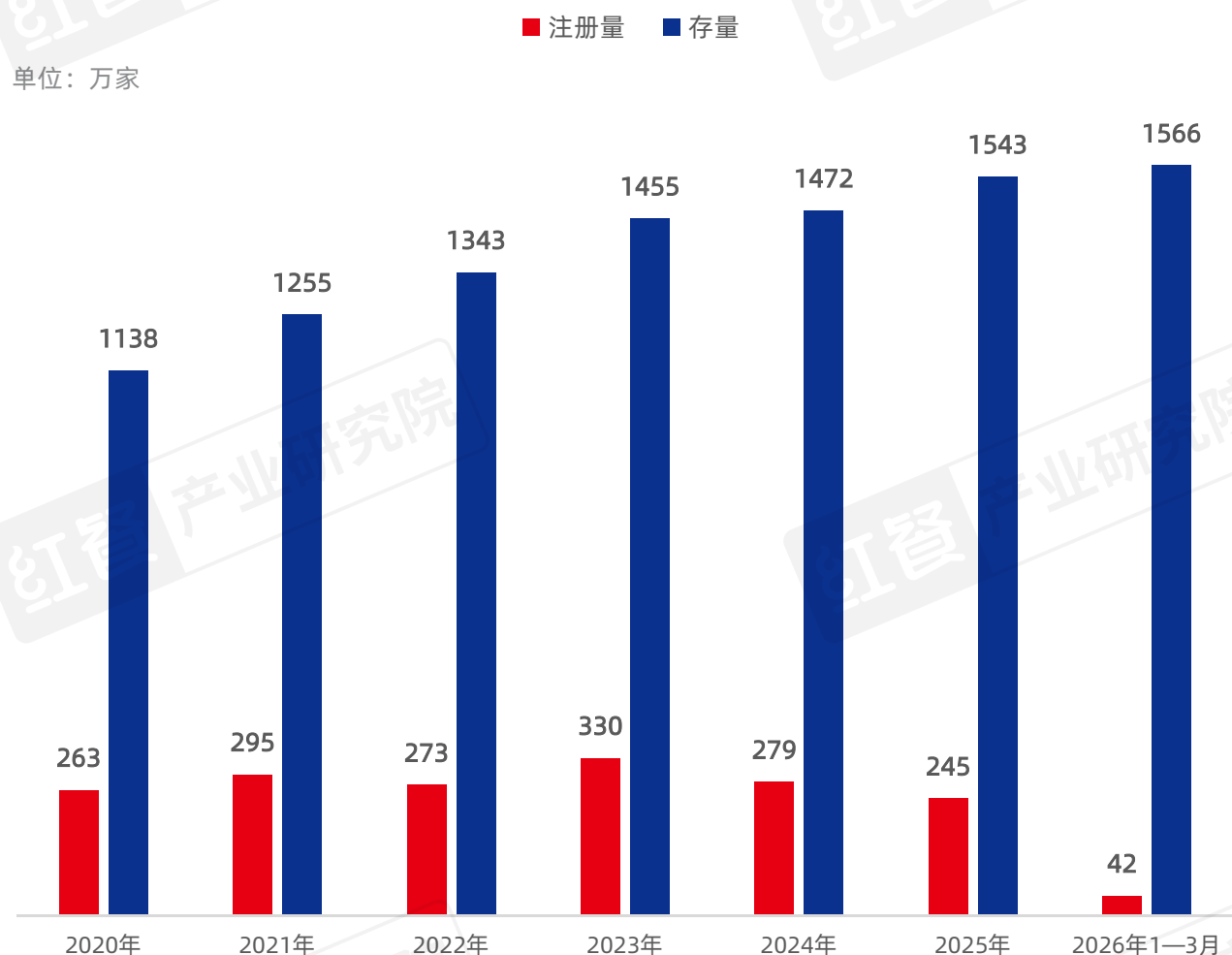
餐企注册情况：第一季度餐饮相关企业注册量有所下降，存量进一步增长

在餐饮相关企业数量方面，企查查数据显示，2026年第一季度，餐饮企业注册量为42万家，同比减少15万家。其中，企业注册量在2月明显下跌，仅有约6.2万家，为2021年以来同期最低水平。

尽管新增企业入场节奏有所放缓，但餐饮行业的体量持续扩大。企查查数据显示，截至2026年3月，全国餐饮企业存量仍然高达1,566万家，相较2025年增加了约23.5万家，行业规模保持扩张。

整体来看，餐饮市场竞争格局正加速重构，行业发展更趋理性与成熟。在此背景下，行业增量红利逐步收窄，存量竞争愈发激烈，企业生存压力进一步加大。

2020—2026年3月全国餐饮相关企业注册量与存量概况



餐饮景气指数：第一季度全国餐饮景气指数整体维持扩张区间，2月餐饮景气指数突破新高

指数说明

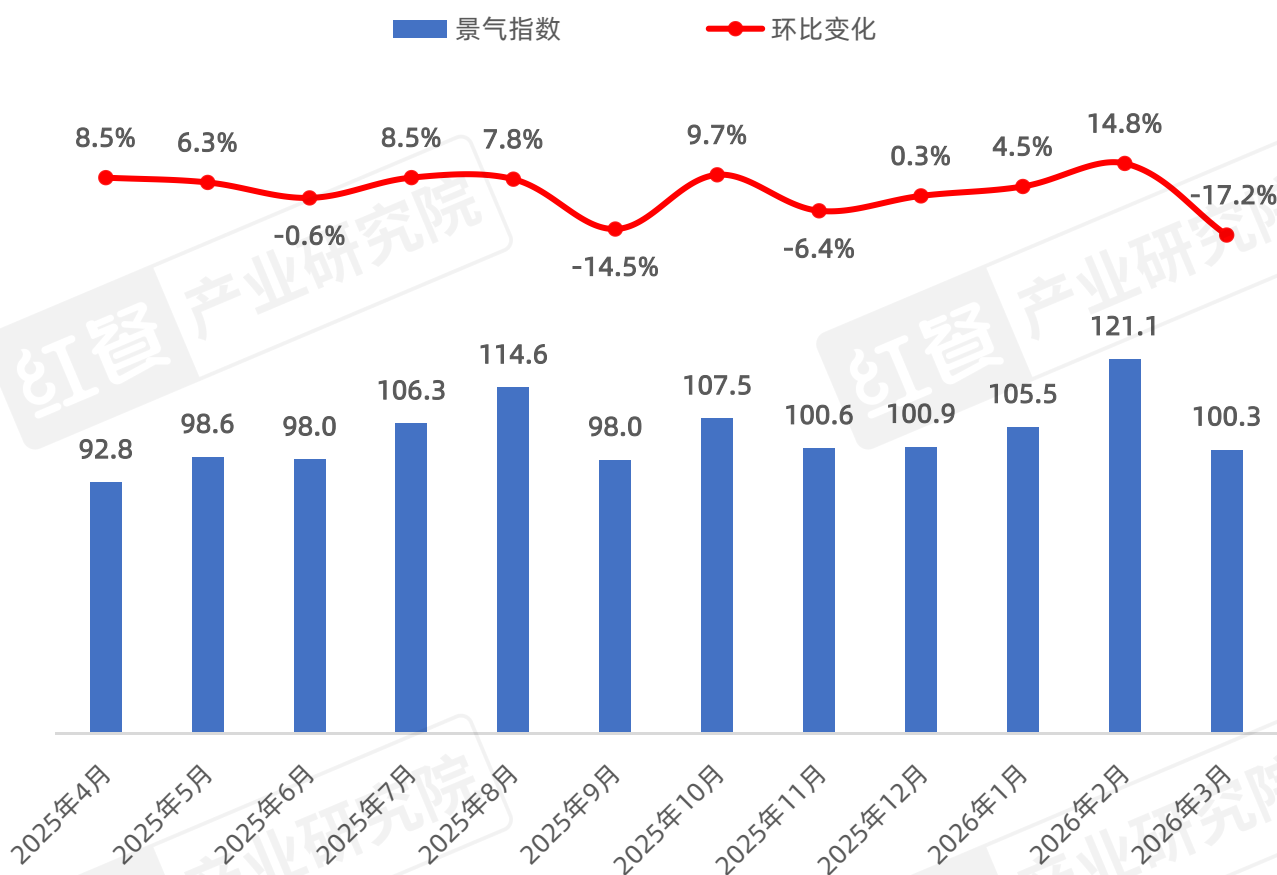
该指数为综合反映餐饮行业各地域或各赛道所处的状态或发展趋势的一种指标，景气指数低于100表示其发展处于衰退或者不景气的状态，而高于100则表示其发展处于扩张或者景气的状态。

全国餐饮行业景气指数

红餐大数据显示，2026年第一季度全国餐饮行业景气指数先涨后跌，但整体均在扩张区间运行。

其中，2月受春节假期延长、促消费政策等因素拉动，居民返乡、旅游出行等需求增加，餐饮消费同步升温，景气指数从1月的105.5大幅抬升至121.1，环比增长14.8%，创下近一年以来的最高值；3月餐饮消费季节性回落，景气指数明显下滑。

2025年4月至2026年3月全国餐饮行业景气指数走势图



重点赛道景气指数：第一季度五大赛道景气指数呈现冲高回落走势，赛道间分化明显

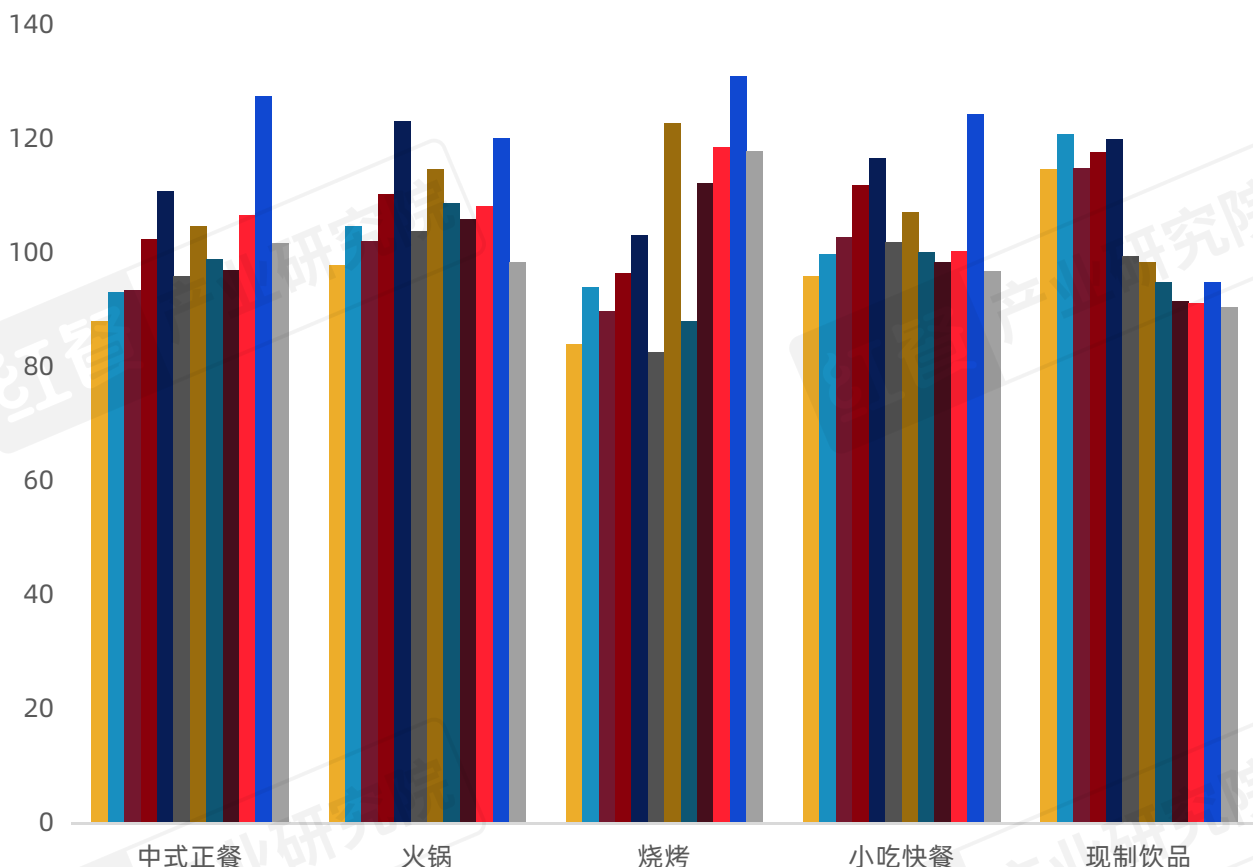
重点赛道景气指数

红餐大数据显示，2026年第一季度，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整体以阶段性波动为主，呈现先升后降的运行特征。

具体来看，烧烤赛道表现较为亮眼，1月至3月景气指数分别为118.6、130.9、117.8，季度内维持在较高景气区间；中式正餐、火锅与小吃快餐赛道的景气指数在2月触及季度内高点，分别达到127.5、120.1、124.4，3月快速回落至101.7、98.4、96.7，其中火锅与小吃快餐赛道已跌入不景气区间；而现制饮品赛道的景气指数在本季度整体表现平淡，景气指数持续低于100。

2025年4月至2026年3月全国餐饮行业景气指数走势图

2025年4月 2025年5月 2025年6月 2025年7月 2025年8月 2025年9月
 2025年10月 2025年11月 2025年12月 2026年1月 2026年2月 2026年3月



门店数概况：第一季度主要餐饮细分赛道的门店数量承压下降，仅现制饮品赛道保持增长

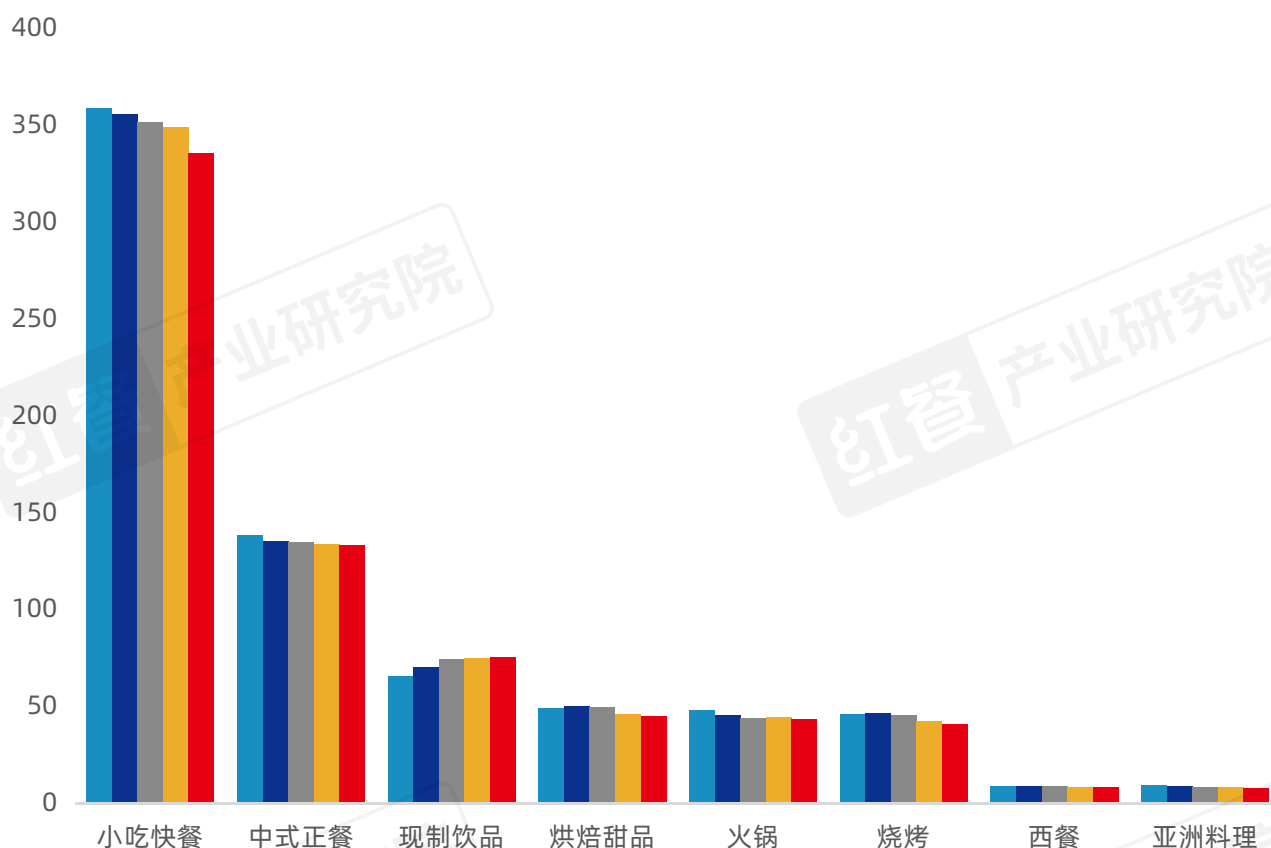
门店数方面，红餐大数据显示，截至2026年第一季度，主要餐饮细分赛道门店数量排名与2025年第四季度保持一致，小吃快餐、中式正餐、现制饮品稳居前三，烘焙甜品、火锅、烧烤、西餐和亚洲料理紧随其后。

从门店数的变化来看，2026年第一季度，仅现制饮品赛道门店数量实现正增长，扩张动能强劲；小吃快餐、中式正餐、烘焙甜品、火锅、烧烤、西餐和亚洲料理等赛道的门店数量均出现不同程度收缩。其中，小吃快餐、中式正餐和亚洲料理赛道的门店数量已连续4个季度下滑。

2025年至2026年Q1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 ■ 2026年Q1

单位：万家



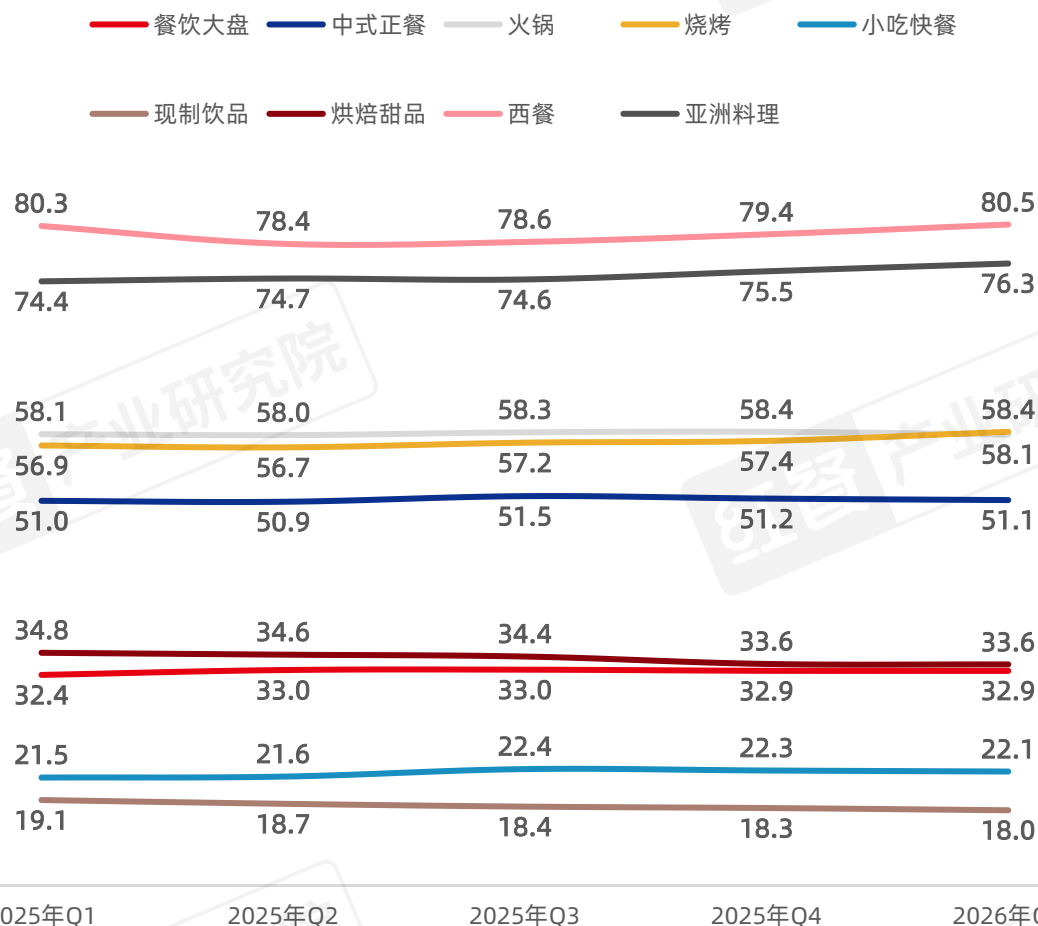
人均消费：第一季度餐饮大盘人均消费总体稳定，各细分赛道人均消费未出现大幅波动

人均消费方面，红餐大数据显示，截至2026年第一季度，餐饮大盘人均消费为32.9元，与2025年第四季度持平，同比2025年第一季度小幅上升了0.5元。

从主要餐饮细分赛道来看，2026年第一季度相较2025年第四季度，西餐、亚洲料理和烧烤赛道的人均消费小幅上涨，西餐赛道从79.4元升至80.5元，亚洲料理赛道从75.5元升至76.3元，烧烤赛道从57.4元升至58.4元。其他餐饮细分赛道的人均消费波动幅度均在0.3元以内，整体保持平稳运行。

2025年至2026年Q1主要餐饮细分赛道的人均消费情况

单位：元



租金成本：全国重点城市商铺平均租金跌幅扩大，短期内租金或继续下行

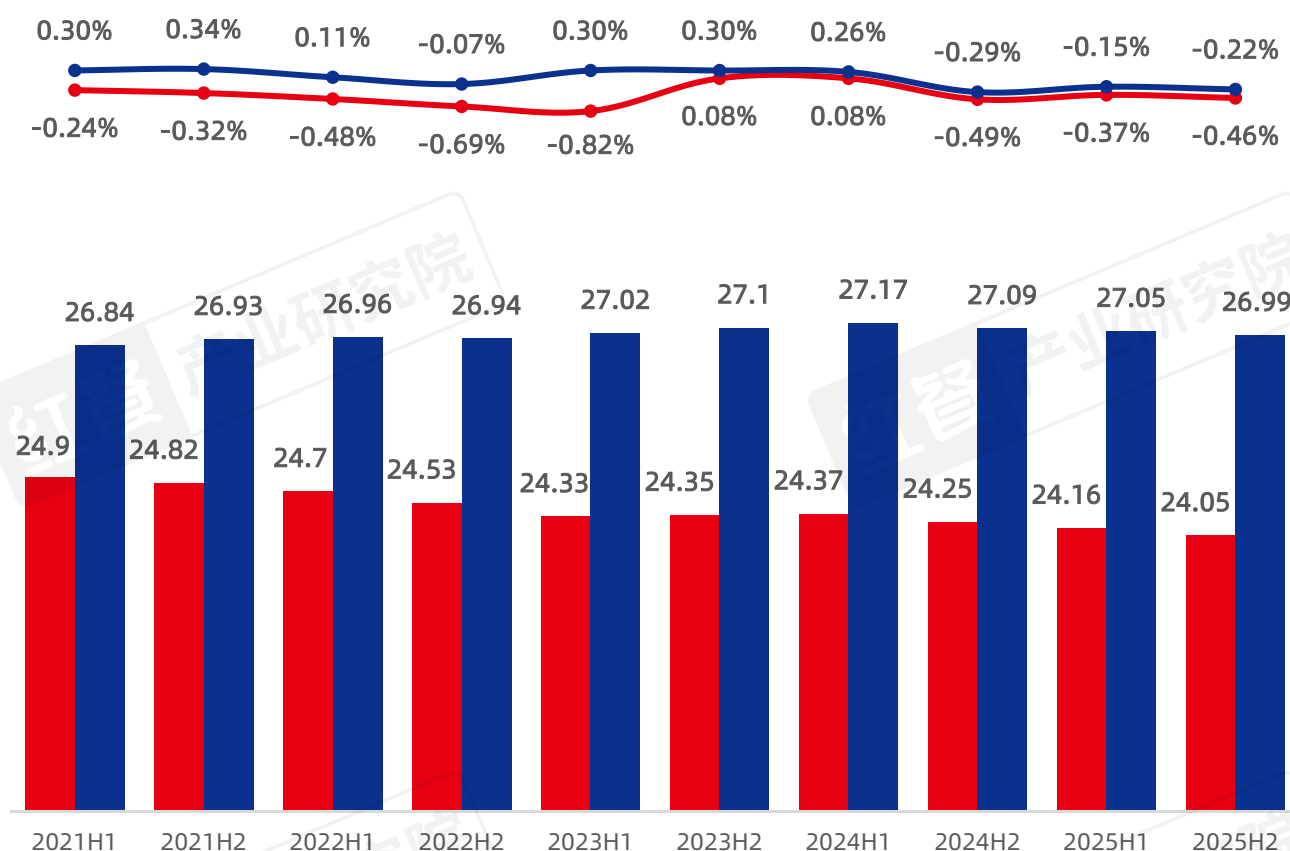
中指研究院数据显示，2025下半年，百街商铺平均租金为24.05元/平方米/天，环比下跌0.46%；百MALL商铺平均租金为26.99元/平方米/天，环比下跌0.22%，全国重点城市商铺租金整体呈下跌趋势。

2026年，商铺租金短期内或维持下降趋势。租金下降利好餐饮品牌控制成本、改善单店模型，但消费需求修复仍存不确定性，品牌需持续提升精细化运营水平，以便稳中求进。

2021—2025年中国重点城市商铺平均租金情况

■ 百街商铺平均租金 ■ 百MALL商铺平均租金
● 百街商铺租金环比变化 ● 百MALL商铺租金环比变化

单位：元/平方米/天

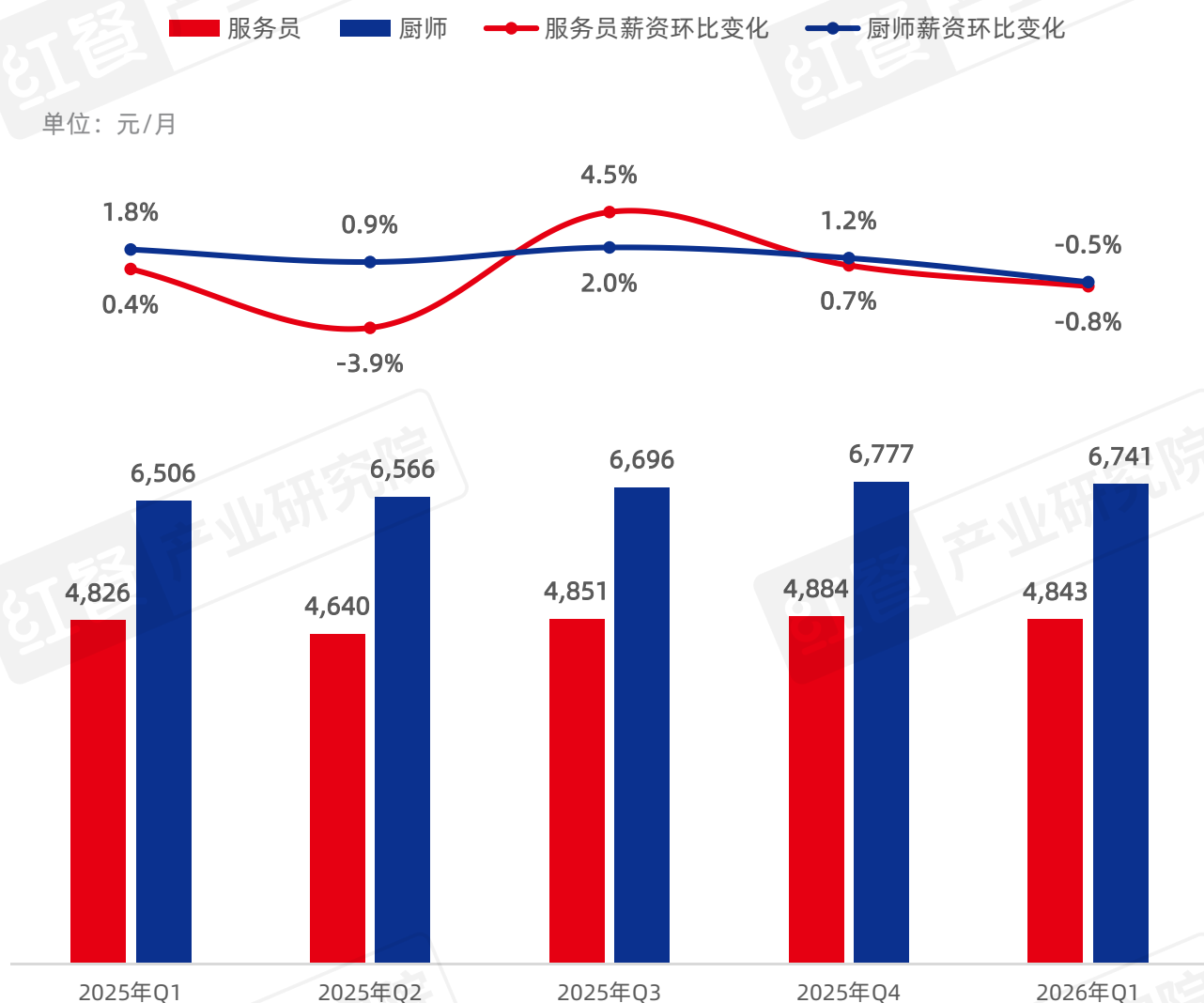


用人成本：2026年第一季度餐饮行业员工平均招聘薪酬小幅下降

2026年第一季度，餐饮用工成本整体止涨转跌。据BOSS直聘，2026年第一季度，餐饮行业服务员平均招聘薪资为4,843元/月，环比下降0.8%；厨师平均招聘薪资为6,741元/月，环比下降0.5%。

综合来看，餐饮行业人力成本短期内有所回落，但整体仍呈上行趋势，其中厨师凭借更强的技能壁垒与市场需求，平均招聘薪资显著高于服务员，且薪资波动幅度更小、表现更为稳健。

2025年至2026年Q1餐饮行业员工平均招聘薪酬变化情况



02

**产品上新：
春日经济升温，六大赛道样本
品牌共257个品牌推出新品**

品牌上新数量：2026年第一季度有257个品牌推出新品，占监测样本品牌数量的76.7%

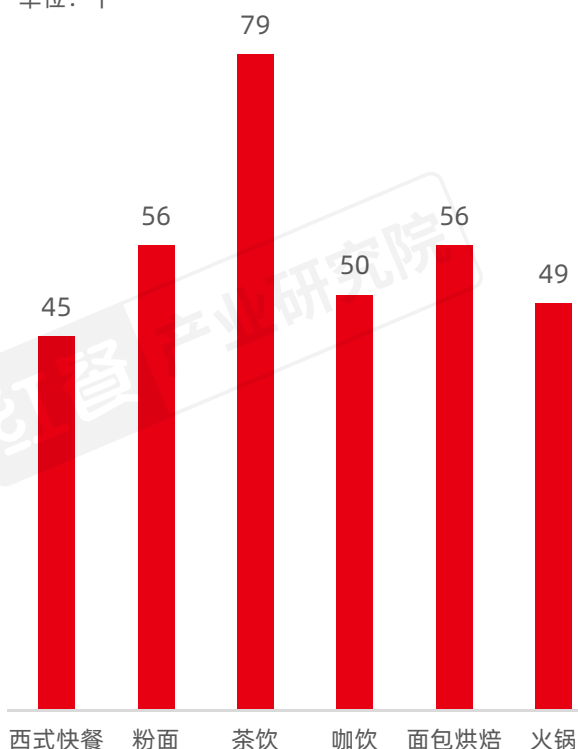
红餐产业研究院新品监测的范畴包括西式快餐、粉面、茶饮、咖饮、面包烘焙、火锅这六大赛道，监测品牌样本量共335个，2026年第一季度共有257个品牌推出新品，占监测品牌样本量的76.7%。

相较于2025年第四季度，咖饮、面包烘焙赛道的上新品牌数量在2026年第一季度有所提升，分别有41、54个品牌推出新品；西式快餐、粉面和火锅赛道的上新品牌数量则呈下降趋势，分别有33、27、28个品牌推出了新品；而茶饮赛道的上新品牌数量与2025年第四季度持平。

2026年第一季度监测品牌样本量
共有335个

2026年Q1六大赛道监测品牌样本量概况

单位：个

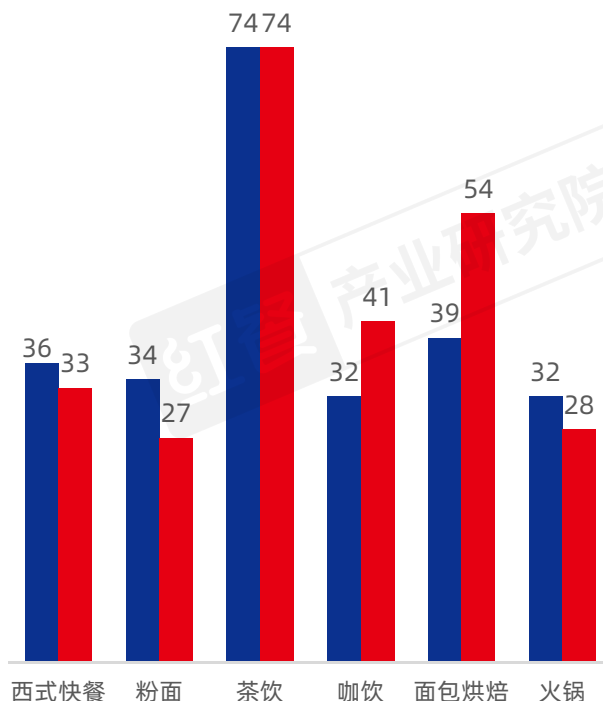


2026年第一季度上新品牌数量
共有257个，占比为76.7%

2025年Q4与2026年Q1
六大赛道上新品牌数情况

单位：个

■ 2025年Q4上新品牌数量
■ 2026年Q1上新品牌数量



产品上新数量：六大赛道新品总数为2,753款，较2025年第四季度上新数量略有下降

2026年第一季度，红餐产业研究院监测发现，从六大赛道样本品牌的新品数量来看，较2025年第四季度上新数量略有下降，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共为2,753款，环比下降了5.6%。

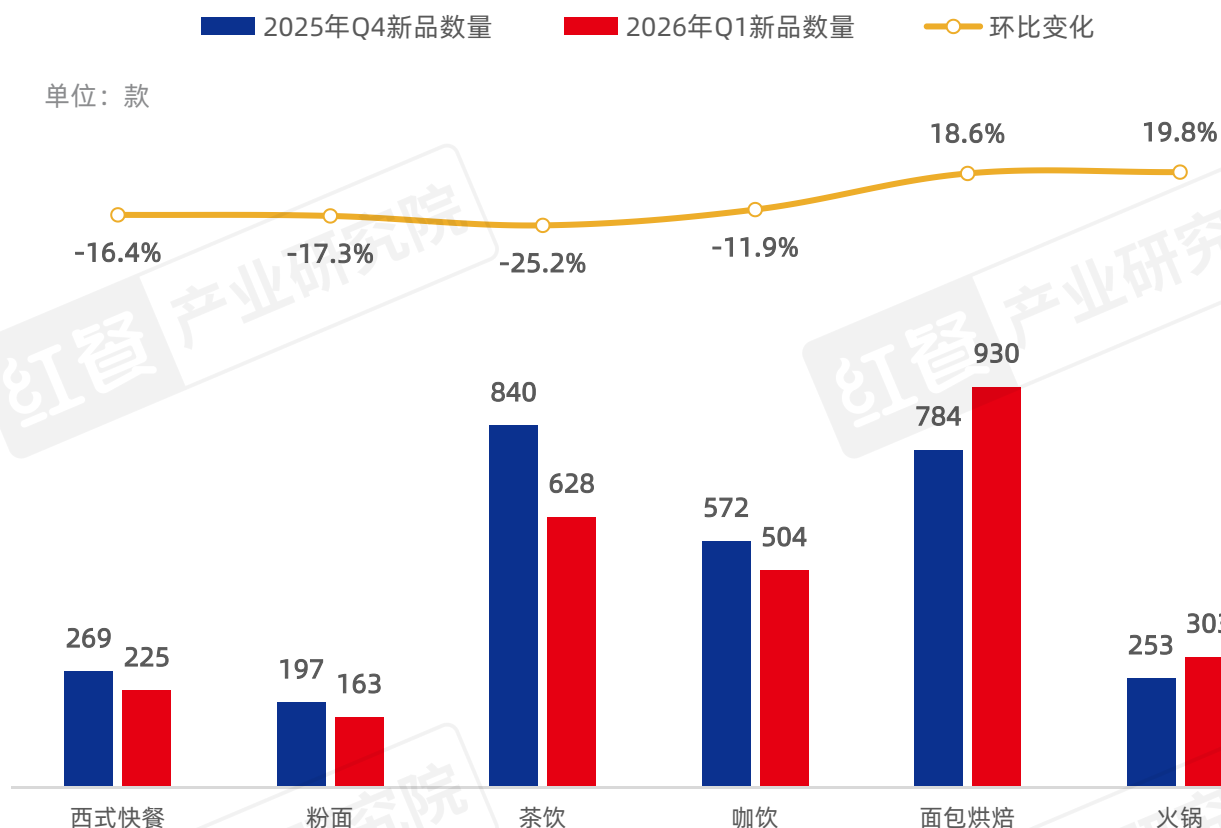
具体来看，面包烘焙与火锅赛道上新保持活跃状态，分别推出930、303款新品，环比分别增长18.6%和19.8%；西式快餐、粉面、茶饮和咖饮赛道的上新数量有所下滑，分别为225、163、628、504款，环比分别下降16.4%、17.3%、25.2%和11.9%。

2026年第一季度六大赛道
样本品牌新品总数为
2,753款

2025年第四季度六大赛道
样本品牌新品总数为
2,915款

环比下降
5.6%

2025年Q4与2026年Q1六大赛道样本品牌新品数量及其环比变化情况



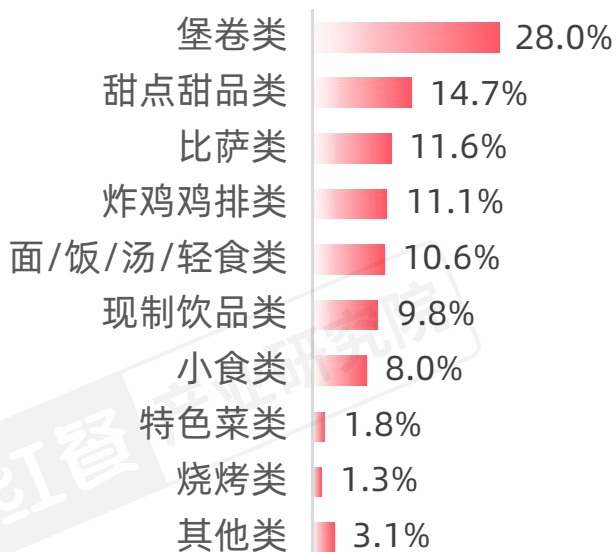
西式快餐：堡卷类新品数量最多，奶香与多元食材成主要创新方向

2026年第一季度，红餐产业研究院监测的西式快餐样本品牌中，有33个品牌共推出了225款新品。从新品的细分类别来看，第一季度新品涵盖的类别有堡卷类、甜点甜品类、比萨类、炸鸡鸡排类、面/饭/汤/轻食类等10种类别。

具体来看，堡卷类的新品数量最多，占比达28.0%，其中汉堡类产品是上新主力，数量达到43款，占堡卷类新品总数的68.3%。甜点甜品类产品作为西式快餐品牌的重点布局方向，占比为14.7%。比萨类新品持续保持高频次上新，占比为11.6%。此外，炸鸡鸡排类、面/饭/汤轻食类、现制饮品类、小食类、特色菜类、烧烤类新品的占比分别为11.1%、10.6%、9.8%、8.0%、1.8%、1.3%。

2026年第一季度西式快餐样本品牌产品上新情况

2026年第一季度西式快餐样本品牌新品细分类别分布情况



2026年第一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新品创新点来看，新品创新主要集中在风味和馅料方面，占比分别为44.6%和40.0%。在风味创新方面，奶香味新品最受样本品牌青睐，约27.6%的风味创新新品都以“奶香”为核心卖点。例如，必胜客的法式黄油风味半牛半鸡披萨、肯德基的烤椰芝士风味脆皮鸡、麦当劳的麦辣芝魂鸡腿堡等。在馅料创新方面，新品馅料强调食材的多样性，突出其口感和层次感等。例如，玛格利塔的迪拜巧克力脆脆丝薄底披萨选用了巧克力、坚果、开心果干丝脆等食材、达美乐比萨的招财进宝松茸火腿牦牛比萨则选用了牦牛肉片、扇贝柱、腊味香肠、菌菇、车达芝士等多种食材。

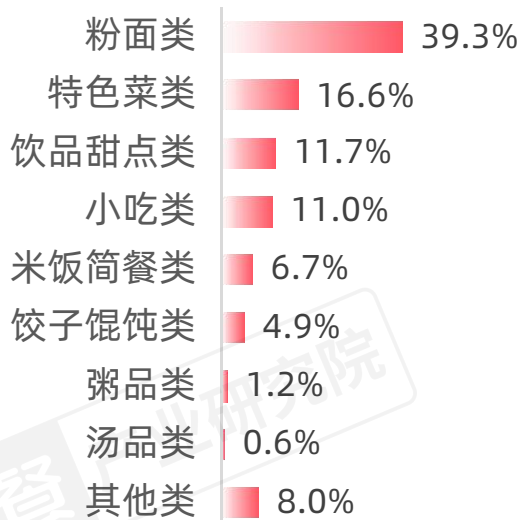
粉面：“粉面+”成品牌创新重要发力点，时令食材与地域食材持续被挖掘

2026年第一季度，红餐产业研究院监测的粉面样本品牌中，有27个品牌共推出了163款新品。从新品的细分类别来看，新品涵盖的类别有粉面类、小吃类、米饭简餐类、饮品甜点类、特色菜类等9种类别。

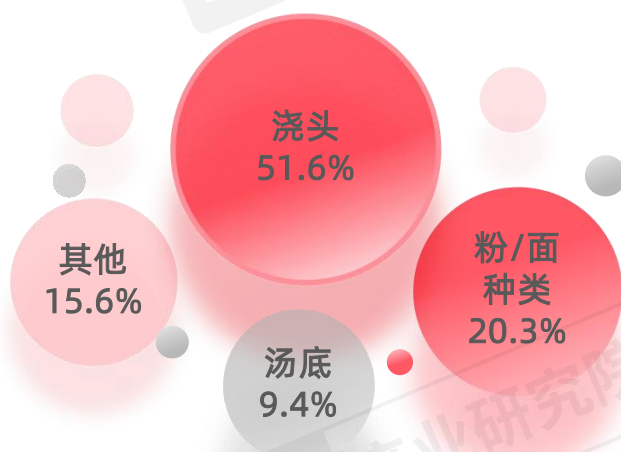
从新品的细分类别来看，粉面类产品上新最多，共计64款，占新品总数的39.3%。其中，面条类新品领衔创新，汤面、炒面、拌面/干捞面类新品在粉面类新品的总占比为48.4%。非粉面类产品（含零售产品）的占比为60.7%，涵盖特色菜、饮品甜点、小吃、米饭简餐、饺子馄饨、粥品、汤品等，品牌持续通过“粉面+”构建多元化的产品矩阵，有效扩大盈利空间。

2026年第一季度粉面样本品牌产品上新情况

2026年第一季度粉面样本品牌
新品细分类别分布情况



2026年第一季度粉面样本品牌
部分新品创新点分布情况



从粉面类新品创新点的分布情况来看，浇头类是粉面品牌创新的核心发力点，占比高达51.6%。品牌多依托地域特色食材，辅以现炒制作工艺，强化锅气口感与风味辨识度。例如莱得快酸辣粉的笋子城口腊肉浇头面，精选城口腊肉和临安冬笋进行爆炒而成；马记永·兰州牛肉面的西域辣皮子鸡肉拌面，采用新疆辣皮子提味增香，进一步强化了地域风味辨识度；蒙自源则在雨林百香果酸肥牛米线中取用新鲜百香果打浆入汤，丰富汤底口感。

此外，粉/面种类也是粉面样本品牌的重要创新方向，占比为20.3%，创新聚焦天然健康原料与现制手工工艺。例如老碗会·陕西手工面推出了油泼香椿有机胡萝卜面，选用来自通过有机认证的种植基地的有机胡萝卜榨汁揉面而成；马记永·兰州牛肉面的兰州鲜蔬鸡丝凉面系列则强调每日门店现揉现做。

茶饮：奶茶仍是新品主流，时令水果应用频率大幅提升

2026年第一季度，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628款新品，其中茶饮类和咖啡类新品一共有548款，烘焙类和甜品类新品总计45款。

从现制饮品的细分类别来看，单纯的“奶+茶”组合产品为样本品牌季度上新重点，奶茶在茶饮新品中的数量占比第一，水果茶次之，奶盖茶、水果奶茶紧随其后。与此同时，酸奶/奶昔、水果汁、蔬果茶等类别的数量也较多。

从价格分布来看，第一季度茶饮样本品牌的新品单杯价格主要集中在15元≤单杯<20元和20元及以上这两个区间内，占比分别为38.9%和28.7%。另外，10元≤单杯<15元区间的占比为19.8%，而10元以下区间的占比则较少，为12.6%。

2026年第一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



从第一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与芝士成分，其次是谷物杂粮类元素。

具体来看，水果类成分元素中，草莓、柠檬、芭乐、椰子等水果在第一季度被大量使用。例如，喜茶推出了奇兰红颜莓莓的新品，茉莉奶白推出了茉莉芭乐与多重莓果系列饮品。另外，谷物杂粮类成分元素中芋头的应用较多，如新时彻推出了抹茶芋泥小丸子，KOI可宜推出了紫芋麻薯咸芝士伯爵奶茶等新品。

值得注意的是，芝士、可可、抹茶、奶酪等在新品中的应用也较为广泛，例如益禾堂推出可可芝士丝绒茶，沪上阿姨推出芭乐莓莓香草芝士干酪等饮品。

咖饮：拿铁、果咖保持高频上新，草莓和椰子元素应用广泛

2026年第一季度，红餐产业研究院监测的咖饮样本品牌中，有41个咖饮品牌共推出了504款新品，其中咖啡类和茶饮类新品一共有284款，烘焙类和甜品类新品总共有81款。

从咖啡和茶饮类新品的细分类别来看，主要有拿铁、果咖、美式咖啡、奶茶、茶咖、水果茶等。其中，拿铁、果咖的新品数较多，美式咖啡、奶茶、茶咖、水果茶等新品也有一定占比。

从价格分布来看，第一季度咖饮样本品牌的新品单杯价格主要集中在25元≤单杯<35元与15元以下这两个区间内，占比分别为38.5%和28.6%。另外，15元≤单杯<25元区间的占比为19.7%，而35元及以上区间的占比则较少，为13.2%。

2026年第一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



从咖饮样本品牌第一季度新品的成分元素来看，水果元素的占比最多，其次是花卉类和谷物杂粮等元素。从水果元素来看，草莓、椰子、橙子等水果被大量使用，如不焦虑咖啡推出甜草莓系列新品，库迪咖啡推出百香橙橙系列新品。

从花卉元素来看，除茉莉花这种经典元素外，玫瑰也被大量应用，如小咖咖啡推出重瓣红玫瑰拿铁，Tims咖啡推出玫瑰风味冷萃与玫瑰芝士浮云拿铁。坚果干果类成分元素中，开心果的应用亦较多，如肯悦咖啡推出开心果风味拿铁，LAVAZZA拉瓦萨咖啡推出西西里开心果浓情拿铁系列新品。另外，芝士元素也应用较多，如西西弗矢量咖啡推出四重柚芝士拿铁，HALO CAFÉ推出抹茶白玉糯芝芝等新品。

面包烘焙：品牌聚焦节日密集上新，奶油、草莓等成分应用较多

2026年第一季度，红餐产业研究院监测的面包烘焙样本品牌中，有54个面包烘焙品牌共推出了930款新品。从面包烘焙新品的细分种类来看，蛋糕类的新品数量最多，共推出了368款，占新品总数的39.5%。其次是点心类和面包类，分别占新品总数的38.1%和22.4%。其中，西式点心类新品和中式点心类新品分别占点心类新品的54.9%和45.1%。

2026年第一季度，受春节、元宵节等传统节日团聚与礼赠场景带动，点心消费需求大幅释放，点心类在面包烘焙新品中的数量占比较上一季度明显提升，占比为38.1%。此外，各面包烘焙品牌也积极推出融入节日元素的限定产品，持续烘托节日氛围，例如，幸福西饼推出了瑞马送福蛋糕、广隆蛋挞王推出了奶皮子风味汤圆挞、北京稻香村推出了青提茉莉青团等。

2026年第一季度面包烘焙样本品牌产品上新情况



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，奶油元素应用得最多。其次，以巧克力为代表的甜品类元素的出现频次亦较高。水果元素中，草莓、蓝莓、车厘子等水果依旧是高频使用的元素。值得注意的是，第一季度恰逢春节和元宵节，奶油、草莓和巧克力的应用明显上升，成为最具代表性的装饰主角，奠定了节日甜蜜喜庆的氛围基调。

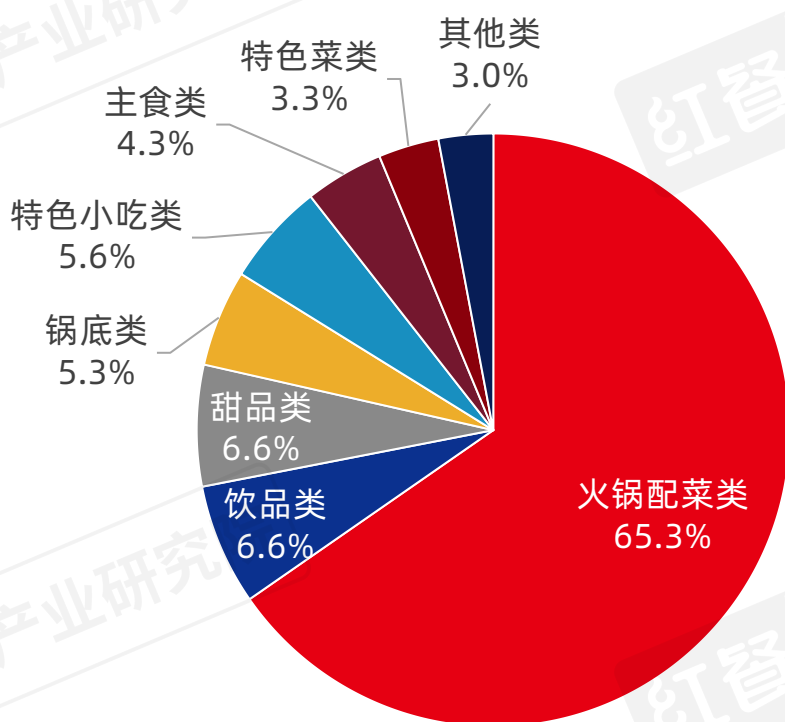
在馅料夹心方面，奶油、草莓、芝士的应用频次最高，其次是以芋泥为代表的谷物杂粮类元素。值得注意的是，这些元素符合冬春交替期对甜蜜口感和浓郁风味的追求，既承接了暖冬氛围，又烘托了新春喜庆。

火锅：火锅配菜类新品地域特色鲜明，饮品类、甜品类新品注重创新搭配

2026年第一季度，在红餐产业研究院监测的火锅样本品牌中，有28个火锅品牌共推出了303款新品，从新品的细分类别来看，第一季度火锅新品涵盖的类别有火锅配菜类、饮品类、甜品类、锅底类等8种类别。

其中，火锅配菜类的新品数量最多，共有198款，占新品总数的65.3%。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，左庭右院鲜牛肉火锅上新长寿乡基地（广西巴马、江苏如皋）直采的青米苋、豌豆尖等春菜；巴奴毛肚火锅推出产自云南西双版纳的小冬瓜等新品。

2026年第一季度火锅样本品牌产品上新情况



此外，饮品与甜品是火锅样本品牌季度上新重点品类，二者的新品占比同为6.6%。在饮品类新品方面，样本品牌在创新搭配的开发上加大创新力度，如朱光玉火锅馆推出了草莓撞辣椒、芸山季云南野生菌火锅推出了轻盈罗勒小番茄等新品。

在甜品类新品方面，样本品牌多选用时令食材与地域特色食材打造产品。例如龍歌自助小火锅推出了粉樱草莓冰淇淋、草莓脆蛋挞、草莓大福等“草莓季”主题甜品，朱光玉火锅馆推出了云朵芒果折耳根冰浆等地域特色甜品。同时，锅底、特色小吃、主食、特色菜等类别的产品在新品中均有一定的占比。

03

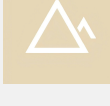
**2026年第一季度新锐餐饮品牌：
聚焦产品创新与体验升级，夯
实长期发展基础**

“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2026年第一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，一围肥牛小火锅、朱富贵火锅、王繁星面馆、庆春朴门、鲜啤福鹿家、去茶山这6个餐饮品牌最终入围。

2026年季度新锐餐饮品牌（Q1）

餐饮品牌		所属品类
一围肥牛小火锅		火锅
朱富贵火锅		火锅
王繁星面馆		小吃快餐
庆春朴门		素食
鲜啤福鹿家		酒馆
去茶山		现制饮品

火锅赛道进入存量竞争阶段，一围肥牛小火锅与朱富贵火锅凭借差异化定位强势突围

2026年第一季度，红餐产业研究院注意到，在火锅赛道竞争持续深化的背景下，一围肥牛小火锅与朱富贵火锅以差异化定位切入市场，依靠极致性价比、强供应链支撑与精细化运营能力，赢得消费者青睐，发展势头强劲。

一围肥牛小火锅成立于2023年，以自助模式聚焦“一人食”场景，食材新鲜丰富，主打平价实在。品牌自建3万平方米火锅底料工厂，实现锅底自主研发，并主动发布产品溯源报告，提升供应链透明度与消费者信任度。同时，一围肥牛小火锅通过设立“围品会”机制提升顾客粘性，再配合打造熊猫IP形象及推出相关周边产品的举措，持续强化品牌形象。

产品力与品牌力的双重驱动，为一围肥牛小火锅的快速扩张提供了坚实助力。红餐大数据显示，截至2026年3月31日，一围肥牛小火锅门店数量超过110家。



朱富贵火锅部分菜品



朱富贵火锅创立于2019年，创新性地将“排档自选海鲜模式”引入火锅赛道，采用明档陈列、自选自取、彩盘计价的模式，满足消费者对透明消费的需求。在供应链方面，朱富贵火锅通过源头直采、数字化管控实现食材鲜度与成本的双重把控。

凭借新鲜食材和亲民价格，朱富贵火锅迅速走红，成为福建及华东地区海鲜火锅的代表性品牌。红餐大数据显示，截至2026年3月31日，品牌门店数为30余家。



朱富贵火锅店内装修融合复古市井风与现代简约风格，营造热闹、温馨的用餐氛围，形成独特的“富贵系”风格。

多元化消费需求驱动下，王繁星面馆与庆春朴门着力打造高品质用餐体验

2026年第一季度，具备烟火气、地域特色以及情绪价值的餐饮品牌愈发受关注。王繁星面馆与庆春朴门在产品创新、门店运营模式与门店模型革新等关键领域表现突出，兼具风味特色与空间质感，它们通过打造高品质的就餐体验，市场影响力持续攀升。

王繁星面馆成立于2023年，以“上海本帮面”为核心，主打现炒浇头与本帮菜文化。其凭借鲜明的产品特色与成熟的连锁运营模式，实现稳健增长，红餐大数据显示，截至2026年3月31日，王繁星面馆门店数量为90余家。

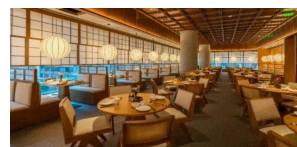


王繁星面馆招牌菜品

王繁星面馆多布局于核心商圈，融合复古中式元素打造高辨识度门店形象，同时通过明厨亮灶设计，直观呈现食材品质与制作过程，强化“真材实料、手工现做”的品牌认知。在此基础上，品牌以面食为核心，搭配小食、甜品及饮品等多元产品组合，进一步拓宽消费场景。

庆春朴门成立于2021年，将素食的健康、环保、可持续性融入品牌理念中，产品以“无国界融合蔬食”为特色，坚持使用高品质食材原料，并通过精致摆盘、独特餐具，让每道菜品带来视觉和味蕾的双重享受。

庆春朴门把门店开在超核心商圈，面积多在千平以上，其将“日式侘寂”与“宋氏美学”结合打造沉浸式场景，兼具禅意与现代感。同时打造超长明档长廊，按照“西餐创意”“铁板煲仔”“川香湘辣”“炖汤滋补”等菜品类别，划分全透明开放式厨房，建立了清晰的市场辨识度与消费者心智。红餐大数据显示，截至2026年3月31日，庆春朴门在营门店为7家，分布在北京、上海、广州、深圳、杭州。



鲜啤福鹿家与去茶山品牌特色鲜明，产品不断推陈出新、亮点频现

2026年第一季度，红餐产业研究院观察到，鲜啤福鹿家与去茶山通过深耕风味特色，并结合现代消费需求，持续推出兼具差异化与市场竞争力的产品，积累了良好的消费口碑与市场声量。



长安的荔枝小麦



明前龙井小麦



鲜啤福鹿家创立于2021年，是蜜雪冰城集团旗下主打“高质平价”鲜啤的连锁品牌。其依托自有精酿鲜啤工厂，覆盖全国完善的仓储物流体系，凭借“优质原料、严选工艺、口感新鲜、现打现饮、口味多元”的产品力和平价定位，成功立足市场。红餐大数据显示，截至2026年3月31日，鲜啤福鹿家门店已突破1,700家。

在门店端，鲜啤福鹿家以轻资产模型为主，聚焦社区、餐饮街等高流量场景，坪效较高。在产品端，鲜啤福鹿家主打低酒精度、清爽型风味鲜啤，并保持高频上新，实现对中国境内各地域及全年多个时令的产品覆盖，例如推出区域限定产品、根据时令推出春茶、夏果、秋鲜、冬酿的当季产品。

去茶山是2000年创立于贵州的特色茶饮品牌，以“原产万物，万物稀奇”为品牌愿景，致力于做贴近自然、健康活力的茶饮。其通过持续挖掘贵州铜仁抹茶、刺梨、黎平香禾糯米等地域特色产品，将贵州地域特色延伸至茶饮赛道。

去茶山2026年Q1部分新品



鲜榨西瓜
玫瑰夏咖啡



冰旋·西瓜丸子
碎冰浆



鲜榨西瓜
福鼎茉莉花茶



去茶山坚持采用小店运营模式，融合自然美学与贵州文化，打造“一店一景”的空间体验。在传承贵州茶文化底蕴的基础上，适配日常休憩、社交等多元消费场景。凭借鲜明的黔地文化标签与稳定的品质，去茶山逐步从区域走向全国。红餐大数据显示，截至2026年3月31日，品牌门店数为60余家，覆盖上海、重庆、杭州、深圳等城市。

04

2026年第一季度供应链新品推荐：创新调味与健康食材双引擎，激活供应链新品增长新动能

“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2026年第一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，美鑫餐调“云贵风味蘸水”、联合利华“家乐牛油香麻辣酱”、卡夫亨氏“亨氏卡路里减半焙煎芝麻汁”、雀巢（Nestlé）“美极味极鲜”、蓝威斯顿“霸气深V波纹薯条”、菲诺“耐酸轻椰乳”这6款供应链新品得以入围。

2026年季度供应链新品（Q1）

供应链企业		产品名
美鑫餐调		云贵风味蘸水
联合利华		家乐牛油香麻辣酱
卡夫亨氏		亨氏卡路里减半焙煎芝麻汁
雀巢（Nestlé）		美极味极鲜
蓝威斯顿		霸气深V波纹薯条
菲诺		耐酸轻椰乳

调味料新品注重风味层次升级，适配多元餐饮场景

2026年第一季度，美鑫餐调与联合利华通过对地域特色风味的挖掘与经典味型的创新升级，为餐饮端打造了更具差异化的复合调味方案，精准适配火锅、烧烤、川菜等多元烹饪场景需求。

美鑫餐调 | 云贵风味蘸水

美鑫餐调新品“云贵风味蘸水”在传统云贵特色蘸水的基础上进行改良，打破小料台酱料同质化困局，精准匹配山野风火锅、野菜火锅、云贵酸汤火锅等热门火锅。

其中，糊辣折耳根酱辛香浓郁，解辣提鲜；云南百香果蘸水酸甜清爽，果酸醇厚；傣味柠檬酸辣蘸水传承傣家风味，酸而不涩、辣而不燥；云南梅子老醋酸甜柔和，回甘绵长；云南芒市撒撇汁还原地道风味，苦凉回甘，层次独特；泰式甜辣酱融合东南亚风味，酸辣平衡，香气浓郁；朝鲜族辣醋酱鲜香爽口，解腻开胃。多款蘸水丰富了小料台产品，满足了消费者多元消费需求。



联合利华 | 家乐牛油香麻辣酱

联合利华新品“家乐牛油香麻辣酱”以重庆石柱红、九叶青花椒、大红袍花椒为基底，搭配醇厚牛油，真材实料。通过高温爆炒激发辣椒香味，恒温慢熬造就醇香本色，源自川厨自制配方，还原川菜本味。

这款香辣酱适配水煮、爆炒、红烧、凉拌等多种菜式，开盖即用，无论是地道毛血旺还是麻辣香锅，都能轻松复刻，还原川菜本味，是丰富餐饮门店菜品的不二之选。

健康调味新品聚焦饮食结构升级，适配轻餐饮新场景

2026年第一季度，卡夫亨氏与雀巢这两家供应链企业在健康调味创新上表现突出。卡夫亨氏以“卡路里减半”为目标，在保留经典焙煎芝麻风味的同时实现轻负担配方，雀巢凭借美极“鲜香基因”，打造更健康的鲜味解决方案，二者共同推动餐饮行业复合调味料产品向兼顾美味与健康的方向升级。



卡夫亨氏 | 亨氏卡路里减半焙煎芝麻汁

卡夫亨氏新品“卡路里减半焙煎芝麻汁”以蛋黄液、酿造酱油、酿造食醋为基底，加入深度烘焙的大颗粒芝麻，质地轻盈顺滑，嚼劲十足，浓郁飘香，提味解腻。

该产品以“卡路里减半”为主要卖点，通过配方优化减少热量，做到风味稳定、负担更轻。该产品适配性广泛，可搭配沙拉、拌面、盖饭等各类餐食，既能助力餐饮门店研发轻食新品、丰富菜单结构，也能简化调味流程、降低操作门槛，保障出品稳定一致。

雀巢 (Nestlé) | 美极味极鲜

雀巢 (Nestlé) 新品“美极味极鲜”在传统生抽的基础上加入美极原液，融合多种鲜味配方，色泽自然透亮，上色均匀，专属复合鲜香，鲜味饱满更持久，小炒爆炒，香气更旺。

该复合调味料产品继承美极独特“鲜香基因”，有鲜味久、香气浓、味调和、亮出色，性价比高五大优势，是高效提鲜新选择；适配爆炒、凉菜、捞汁等多场景应用，可提升餐饮门店菜品层次与后厨出品效率。



从技术创新着力，供应链新品拓宽餐饮新选择

2026年第一季度，蓝威斯顿和菲诺通过产品创新与技术赋能，为供应链新品注入多元价值。蓝威斯顿以造型升级和技术优化打造兼具视觉体验与出餐效率的预制食材，实现产品差异化竞争。菲诺凭借“耐酸技术”拓展椰乳应用边界，进一步提升供应链新品与多应用场景的适配性。

蓝威斯顿 | 霸气深V波纹薯条

蓝威斯顿新品“霸气深V波纹薯条”抓住食客对造型创新的要求，采用1/2粗切，外型亮眼，口感扎实，外脆里糯。

区别于常规薯条款式，该产品的波纹造型更易吸附酱料，风味表现更优。依托成熟标准化工艺，该产品炸制简单、出餐迅速，并可自由搭配咸香、海苔、芝士等多元调味方案，兼顾经典吃法与创意组合，助力门店丰富菜品矩阵，同时精简后厨流程，降本增效。



菲诺 | 耐酸轻椰乳

菲诺新品“耐酸轻椰乳”通过分子结构优化与技术创新，打破椰乳与酸性水果的搭配禁忌，为果奶饮品开发提供更自由的创意空间。

该产品具有清爽、柔和、干净的椰香风味，口感轻盈顺滑，更凸显水果的清香与茶底的醇香；同时，该产品不添加植脂末和反式脂肪，可满足消费者对健康饮品的需求。此外，该产品在内部酸性预适应和空间位阻保护两大核心技术的加持下，能够高效解决酸味饮品制作过程中椰乳易起絮、分层等问题，保障门店出品稳定、品质统一。



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、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



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—2026年3月，报告其余板块监测时间段为2026年第一季度整

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56个品牌，茶饮79个品牌，咖饮50个品牌，面包烘焙56个品牌，火锅49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

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