

潮汕菜发展报告2023

研究员：谭颖彤

2023年11月

核心观点

01

受潮汕菜加速出省、地方美食旅游火热等因素的影响，潮汕菜热度持续高企

- 近年来，潮汕菜备受瞩目。随着餐饮行业的品牌化、标准化发展，不少潮汕菜品牌迅速走向全国市场。美食纪录片、社交平台的宣传，更使得潮汕文化声名远播，吸引大批游客涌入潮汕地区。此外，潮汕地区各级市政府也从多个方面推进潮汕菜产业升级，潮州更于2023年10月获“世界美食之都”称号，潮汕菜有望加速走向全国乃至全球

02

潮汕牛肉火锅、隆江猪脚饭走向全国，潮汕菜各大特色赛道发展各异

- 潮汕牛肉火锅、隆江猪脚饭、潮式卤鹅、潮汕砂锅粥等品类陆续在我国餐饮市场走红，潮汕菜的“潮流基因”得到了市场的验证。在上述品类之外，生腌、粿条、甘草水果捞、粿汁等潮汕特色品类的潜力亦有待继续释放。其中，生腌于2023年快速走红于各大视频平台，成为美食博主的流量密码，发展前景值得持续观望

03

需求多元化、食物预制化衍生出的新机会

- 在消费需求多元化、预制菜促进餐饮业降本增效的大背景下，餐饮从业者、投资方、意向创业者可以重点关注以下四点：“单品+菜系”模式持续引爆市场，掘金“潮汕私宴”“潮汕私厨”，潮汕菜预制化，以及发挥当地特色饮食优势

目 录

01

总体概况：潮汕菜出省、美食旅游热潮“点燃”增长新引擎

02

热门细分赛道：特色品类发展各异，潮式夜宵值得深挖

03

发展痛点与未来趋势：“单品+菜系”模式持续引爆市场

01

总体概览： 潮汕菜出省、美食旅游热潮“点燃”增长新引擎

定义：潮汕菜取材广泛，包括小吃、炒菜、火锅、粉面、粥等类别

- 潮汕菜是中国四大菜系之一粤菜的分支，其起源于广东东部潮汕地区，现已成为享誉中外的知名菜系。潮汕菜取材广泛，涉及的品类众多，从广义上看，潮汕菜包括具有潮汕特色的小吃、炒菜、火锅、粉面、甜品、粥、杂咸、鱼饭等类别。本报告的研究对象亦指广义的潮汕菜



菜系特点：秉承“艰苦做，快活食”的信条，潮汕菜既“精”又“鲜”

□ 潮汕人崇尚“艰苦做，快活食”的人生信条，因此潮汕菜有着既“精”且“鲜”的特点

精工细作

无论是名贵海鲜，还是薯芋谷麦，乃至潮商引进潮汕的海内外物产，都可作为潮汕菜的食材。潮汕人对于食材珍惜有加，能够充分利用当地的物产，用焖、炖、煎、炸、烧、扣等十余种烹饪技艺发挥出食材的百种滋味。

顶流时鲜

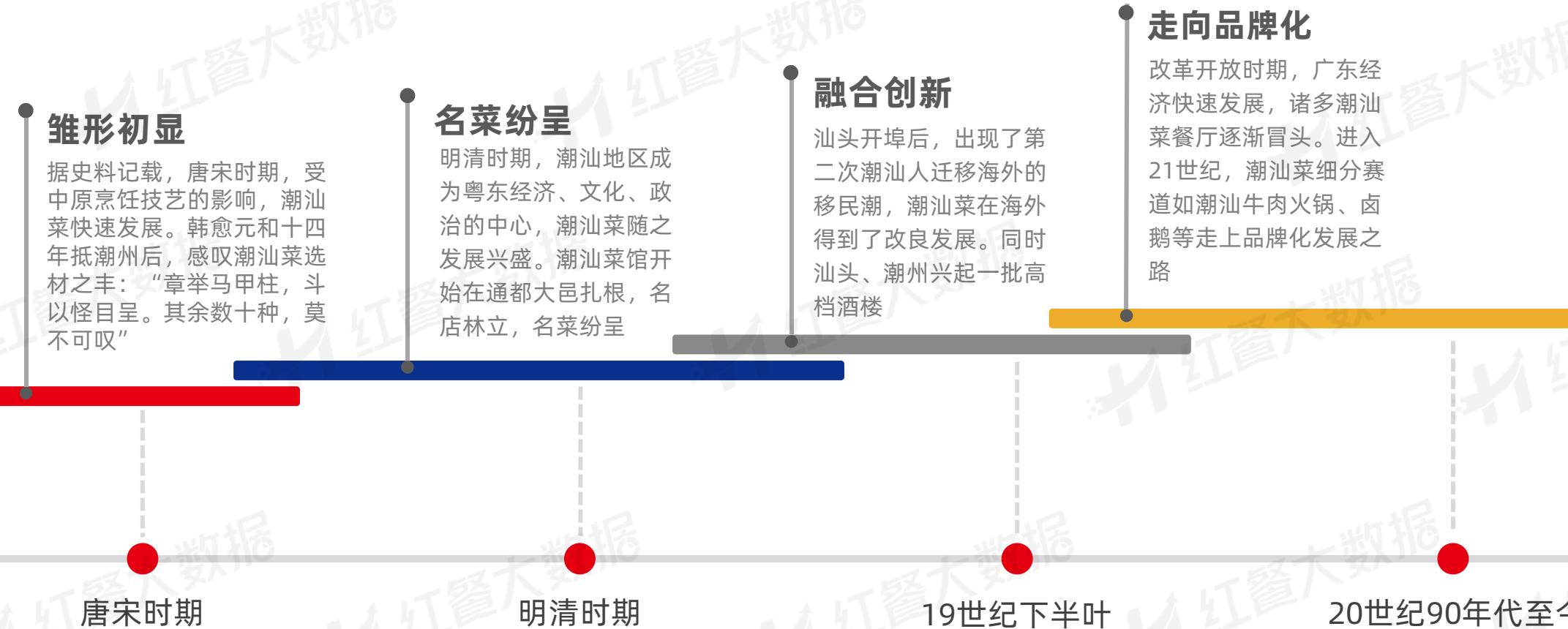
潮汕菜选材讲究时令季节与新鲜程度。首先，潮汕菜讲究不时不食，一年十二个月份都有不同的时令食材。其次，潮汕地区物产丰饶，当地人爱就地取材，并以“产地到餐桌”的时间长短来评判肉禽、蔬菜等食材的新鲜程度。

养生修身

潮汕菜风味偏清淡，讲求以食物养生，适时而食，且擅于利用不同食材养生修身，如橄榄炖猪肺能起到利咽止渴、消食开胃的作用，鼠曲粿有祛风除湿、清热解毒的作用。

发展历程：潮汕菜的发展演变史，是一部移民史

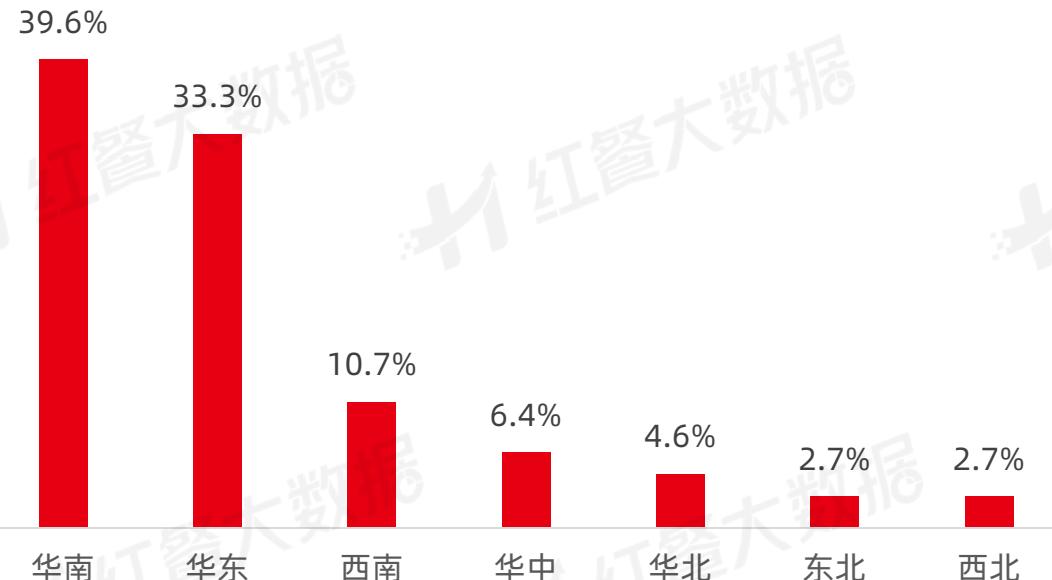
□ 潮汕菜历经上千年的发展。随着明清以来我国对外交流加强，潮汕人往国内多个城市乃至海外迁移，潮汕菜逐渐流传至全球各地



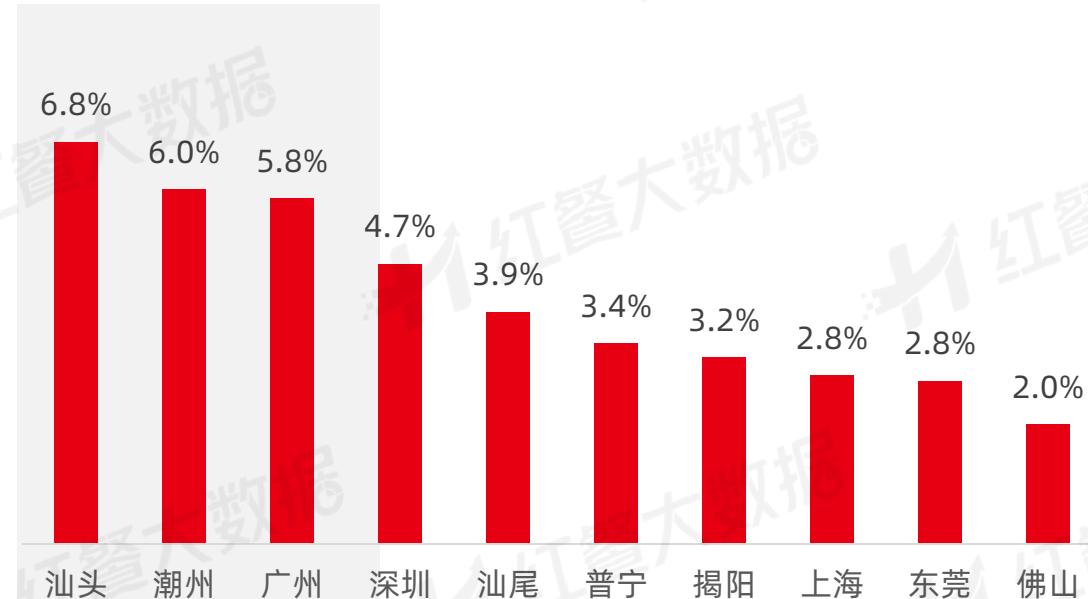
区域分布：华南、华东拥有最多潮汕菜门店，潮汕商帮奠定华东潮汕菜发展基础

- 潮汕菜门店主要集中在华南、华东地区，门店数占比分别为39.6%、33.3%。自古以来，华东地区就是潮汕商帮的集结地，至今已孕育出不少潮汕菜品牌，既有一脉传承传统风味的老字号、私房菜，也有锐意创新的新锐品牌如菁禧荟、潮堂等
- 具体至城市分布，汕头、潮州、广州拥有最多潮汕菜门店。改革开放至今，广州以其包容的氛围、良好的营商环境吸引了大批潮汕人移居，带动了当地的潮汕菜发展，亦诞生了不少潮汕菜品牌，如卤味品牌物只卤鹅、牛肉火锅品牌潮发等

2023年全国各区域潮汕菜门店数占比分布



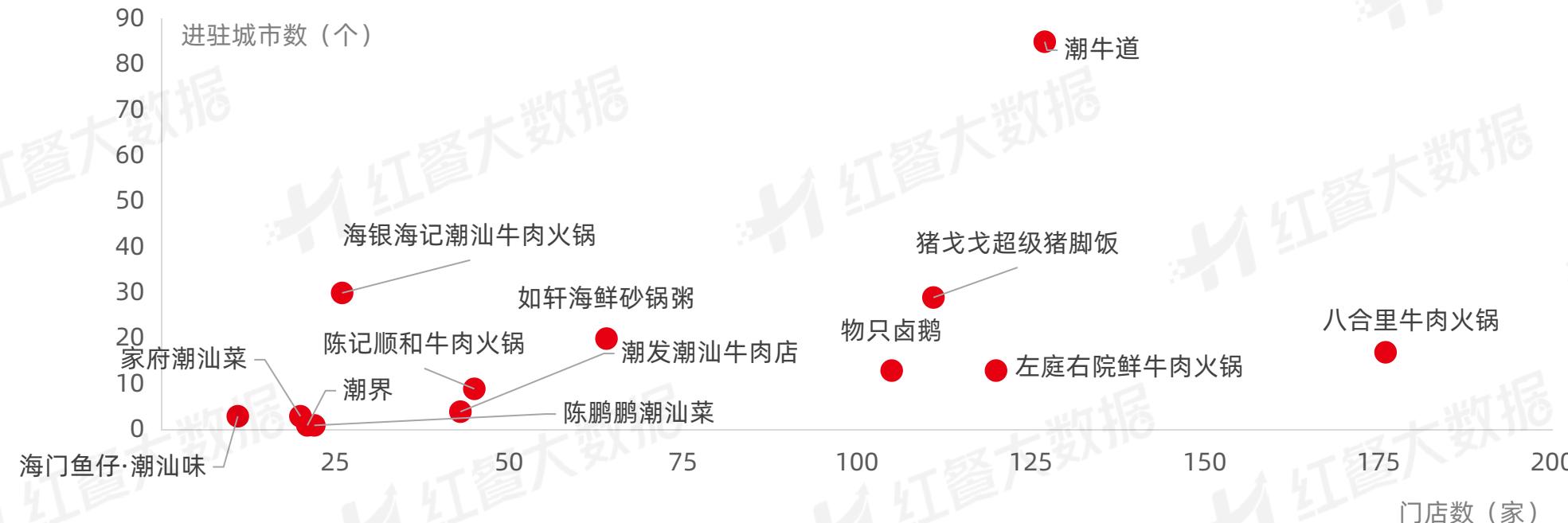
2023年全国潮汕菜门店数TOP10城市



竞争格局：汕头牛肉火锅、潮式卤水品牌拓店最猛

- 潮汕菜赛道已经跑出了一批连锁品牌，如在汕头牛肉火锅赛道中，八合里牛肉火锅、左庭右院鲜牛肉火锅等已开出了上百家门店，潮发汕头牛肉店、陈记顺和牛肉火锅亦开出了数十家门店。此外，快餐品牌猪戈戈超级猪脚饭、卤味品牌物只卤鹅的门店数亦超过百家。正餐类品牌如潮界、家府潮汕菜、海门鱼仔·潮汕味亦开出了超10家门店
- 从全国化发展程度来看，大部分潮汕菜品牌进驻的城市数在20个以下，仅有猪戈戈超级猪脚饭、海银海记汕头牛肉火锅、潮牛道等品牌的进驻城市数超20个

2023年全国部分潮汕菜品牌概况



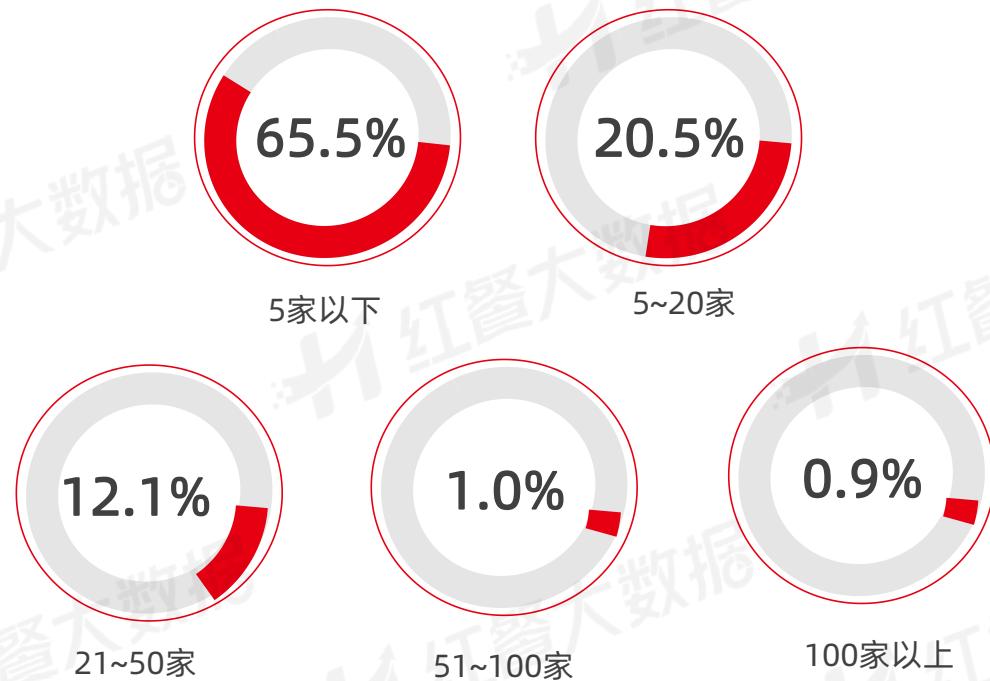
资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2023年10月

连锁化程度：超六成潮汕菜品牌门店数在5家以下

□ 红餐大数据显示，超六成的潮汕菜品牌门店数在5家以下，门店数在5~20家之间的潮汕菜品牌则占20.5%，门店数在50家以上的潮汕菜品牌占比不到2%。这表明潮汕菜的连锁化程度不高，有待继续提升



2023年全国潮汕菜品牌门店数占比区间分布

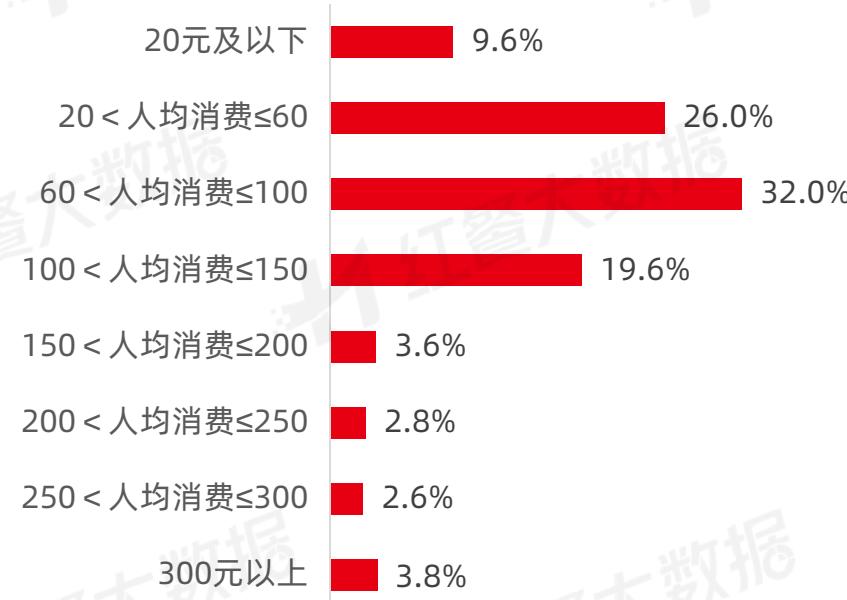


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2023年10月

人均消费：汕头菜兼容并蓄、风俭由人，覆盖高中低多价位区间

- 潮汕菜兼容并蓄，多种特色品类共存，既有性价比十足的猪脚饭、炒粿条，也有精致高档的潮汕菜馆，丰俭由人
- 红餐大数据显示，在潮汕菜赛道中，人均消费在100元及以下的品牌占比超六成。人均消费在100~300元之间的品牌，以及人均消费在300元以上的品牌亦占有一定的市场份额

2023年全国潮汕菜品牌人均消费价位占比分布



高端潮菜

大众潮汕菜

高端潮汕菜由来已久，民国时期就有顺口溜如此描述汕头四大酒楼的特色：“中央好架势、永平好布置、陶芳好鱼翅、中原好空气”。近年来，潮上潮、潮跃、好酒好蔡、煮海等高端餐厅亦对潮汕菜作出改良，潮汕菜已成为高端餐饮中的一抹亮色

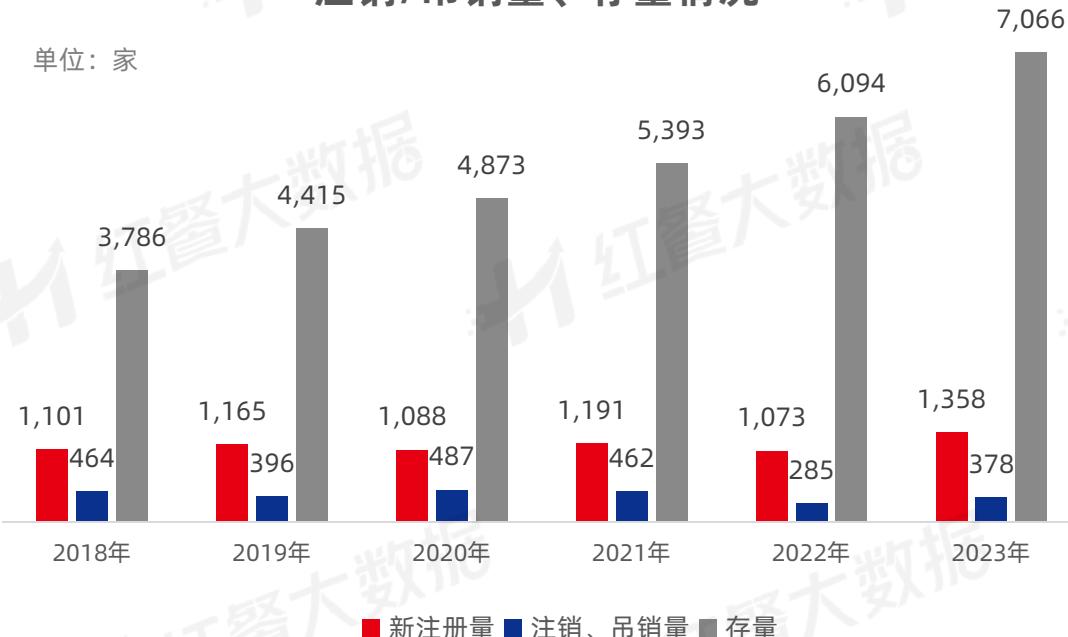
潮汕文化具有浓厚的烟火气息，孕育出了多元的市井美食，继而催生出了猪脚饭、牛肉火锅、砂锅粥、生腌、潮式卤水、蚝烙、粿汁、肠粉等大众化的餐饮品类

发展热度：汕头菜正“潮”，2023年前10个月相关企业新注册量创近5年之最

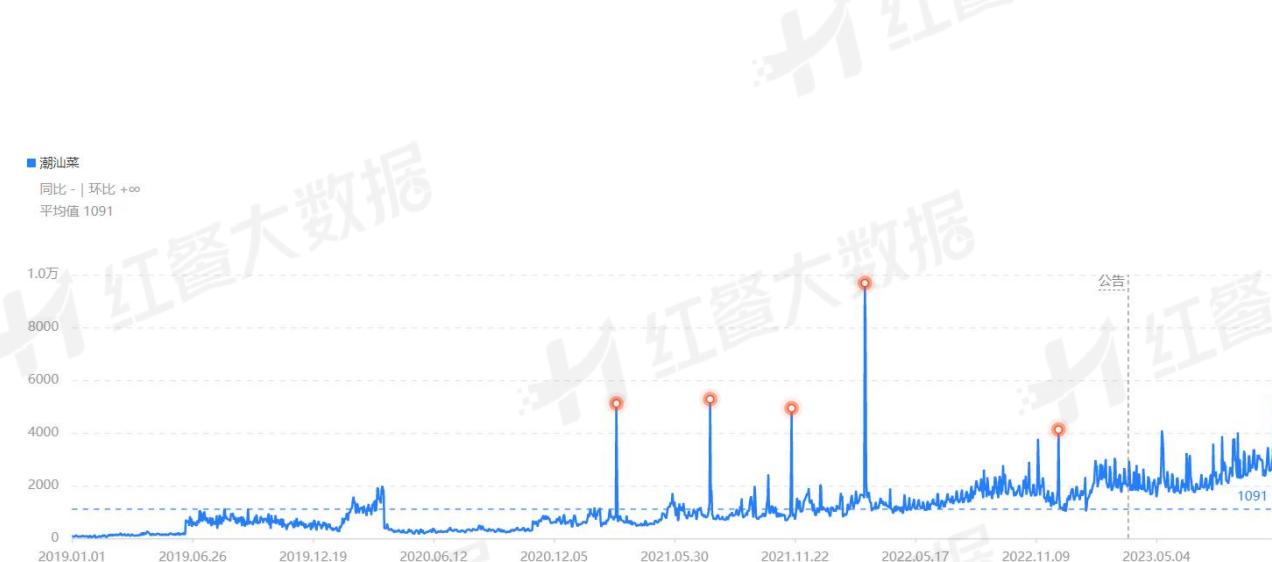
- 2018—2022年汕头菜相关企业的存量持续增长，从2018年的3,786家增长至2022年的6,094家。汕头菜的创业热度亦在上涨，2023年前10个月，汕头菜相关企业新注册量约1,358家，对比2022年同期增加50%
- 汕头菜热度不断升高，从巨量算数的关键词搜索指数看，从2020年10月开始，“汕头菜”一词的搜索指数逐渐上涨，至今已出现数个波峰点

2018—2023年全国汕头菜相关企业注册量、注销/吊销量、存量情况

单位：家



2019—2023年“汕头菜”关键词搜索指数



资料来源：企查查、巨量算数，数据统计时间截至2023年10月

原因分析：潮汕菜出省、美食旅游热潮“点燃”增长新引擎

- 潮汕菜之所以热度节节攀升，主要与供给侧的变化有关。在供给端，随着餐饮行业的品牌化、规模化发展，不少潮汕菜品牌加速走向全国市场，全国各大城市亦出现了一批潮汕菜餐厅。在需求端，受消费需求多元化、美食旅游热潮的影响，潮汕美食以其独有的特色满足了消费者的需求

潮汕菜加快出“潮”

.21世纪伊始，一大批潮汕的餐饮从业者把潮汕菜做出了品牌化、标准化的改造。无论是主打潮汕菜的正餐，还是潮汕牛肉火锅、卤鹅等品类，都加速从潮汕地区走向“北上广深”，进军全国。2023年10月，潮州更获“世界美食之都”称号，有望加速潮汕菜出省乃至出国

美食旅游热兴起

在美食纪录片、社交平台（如抖音、小红书、微信）推动之下，潮汕美食、潮汕民俗文化（如灯光秀、英歌舞等）为更多人所了解，四面八方的游客涌进潮汕地区。尤其是在潮汕铁路网路得到完善之后，更多游客从广州、深圳、长沙等大城市涌向潮汕，掀起潮汕旅游热潮

消费需求多元化

近年来，消费者对于地方菜系、细分化食材的关注度升高，潮汕菜地域特色明显、食材精细，具有独特的烹饪方式和养生的理念，恰好满足了消费者的需求

政府积极引导产业升级

潮州、汕头、汕尾、揭阳等各地级市政府从制定政策、培养潮汕菜名厨、制定潮汕菜团体标准、打造美食纪录片、筹备烹饪技能竞赛活动等方向切入，加快推进潮汕菜产业升级

02

热门细分赛道：
特色品类发展各异，潮式夜宵值得深挖

热门赛道扫描：多个细分品类成功打开市场，各有其发展特点

□ 潮汕菜的多个细分赛道已成功打开市场，各有其发展特点。具体来看，目前市场上较受关注的潮汕菜赛道主要有正餐类、潮汕牛肉火锅、潮汕砂锅粥、卤鹅、隆江猪脚饭等

2023年全国潮汕菜部分细分赛道概况



正餐类

提供小炒、卤水、海鲜、煲仔等多种菜品

人均消费80~2,000元



潮汕牛肉火锅

提供现切牛肉、粿条、蔬菜、牛杂等

人均消费20~300元



潮汕砂锅粥

提供砂锅粥以及肠粉、点心、小炒等

人均消费20~300元



卤鹅

提供卤鹅、卤猪、手撕鸡、白切鸡等

人均消费20~2,000元



隆江猪脚饭

提供卤猪、白切鸡、卤鸭、烧鸭等

人均消费15~50元

正餐类：全品类餐饮盛行，大众化正餐成各地食客的“宝藏食堂”

- 大众化潮汕菜馆菜品种类众多，代表品牌主要有潮界、家府潮汕菜、陈鹏鹏潮汕菜、海门鱼仔·潮汕味等。除了上述品牌之外，近年来广州、上海、重庆等地也涌现出一批单体店为主的大众化潮汕菜馆，成为当地人私藏的“宝藏食堂”
- 潮汕菜馆丰俭由人，高中低端价位都有品牌分布，但总体来看，大众化的知名连锁品牌较为缺乏
- 近年来，全品类餐饮盛行，部分主打大单品的潮汕菜品牌转型为正餐类潮汕菜馆，如陈鹏鹏从一开始的卤鹅专门店转向主营潮汕菜的综合型餐厅



卤水	海鲜	煲仔	砂锅粥
鹅肉、鹅掌、猪舌头等	以味极、豆酱、生腌等做法烹制鱼、虾等	排骨煲、百合煲、鱼鳔煲等	蚝粥、虾粥、番薯粥等
小吃	汤品	粉面	素菜
烙类、稞类、饼类、卷类等	肉丸汤、酸菜汤、干贝汤等	炒稞条、汤稞条、炒面线等	糕烧、炸豆腐、炒麻叶等

大众化正餐发展脉络

酒楼快时尚化

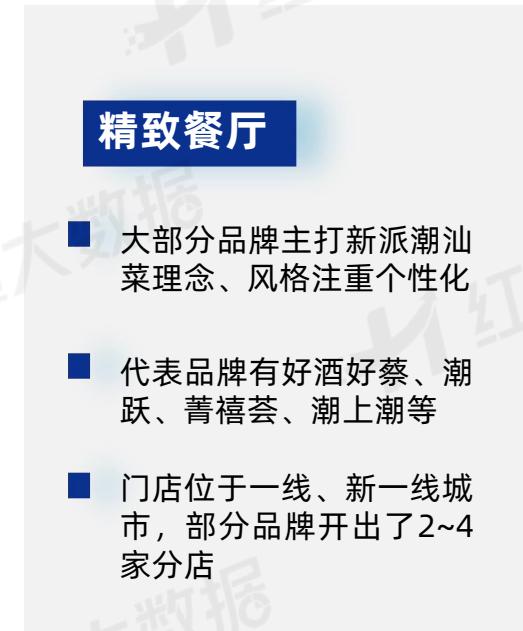
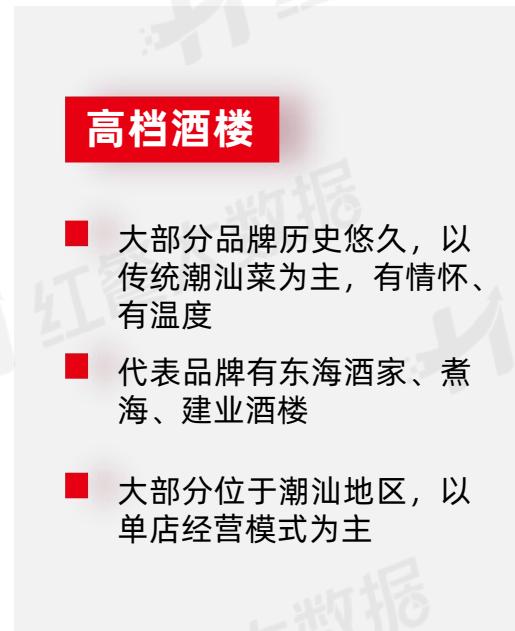
90年代初期，我国盛行的潮汕菜馆以装修豪华、包间众多的酒楼为主，主打商务宴请、家府宴席等场景。进入21世纪第二个十年，随着“国八条”的出台，消费需求的转变，部分潮汕菜酒楼开启了缩减份量、优质平价的快时尚改造

大排档品牌化

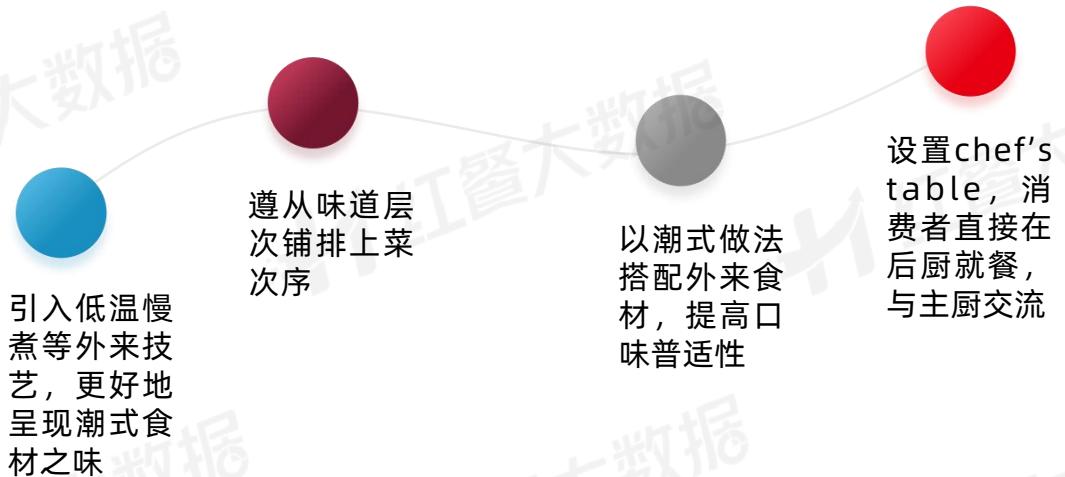
近年来，潮式大排档逐渐摆脱粗放的经营模式，在经营理念、装修风格、服务质量、菜品呈现等方面进行提升和改进，为消费者提供更加精致、多元化的用餐体验。比如部分鱼仔店（即潮汕的海鲜大排档）已完成品牌化改造，代表品牌有海门鱼仔·潮汕味、惠来鱼仔店等

正餐类：高端潮汕菜热度持续高企，传统潮汕菜与新派潮汕菜竞相争锋

- 目前，高端潮汕菜主要有主打传统潮汕菜的高档酒楼、钻研新派潮汕菜的精致餐厅。近年来，市面上还涌现了一批高端私房菜餐厅
- 近年来，不少高端潮汕菜品牌如东海酒家、煮海、建业酒楼、好酒好蔡、潮跃、菁禧荟、潮上潮、头家夜粥、新厝获得了米其林、黑珍珠、臻味典范等知名榜单的认可，助推了潮汕菜热度



新派潮汕菜改良方式一览



正餐类品牌特色各异，大部分品牌门店数在1~5家店之间

- 正餐类潮汕菜品牌的门店数大多在1~5家店之间，部分品牌如家府潮汕菜、潮界、陈鹏鹏潮汕菜开出了超20家门店
- 正餐类品牌各有不同的特色，比如好酒好蔡讲究餐酒的搭配平衡，潮跃有着潮汕菜西作的特色，家府潮汕菜则主打高效、高质量、高性价比，是上海的黑马品牌

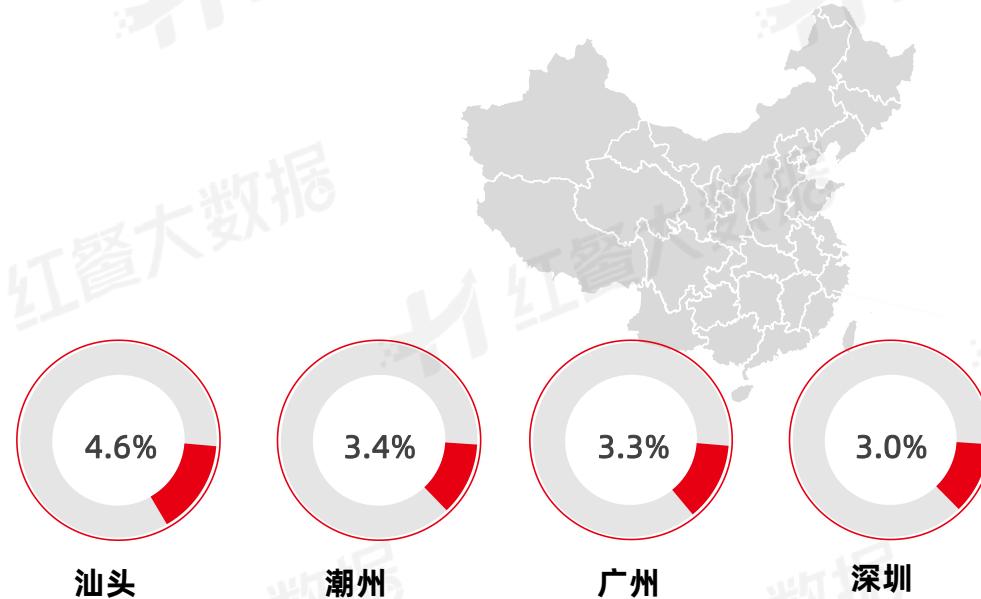


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2023年10月

潮汕牛肉火锅：与时间“争鲜”，供应链定“生死”

- 潮汕牛肉火锅鲜味突出，主打清汤锅底与精细切割的新鲜牛肉，门店中常设有大明档，展现师傅切肉的流程。目前已跑出数个拥有上百家门店的连锁品牌，是潮汕菜系中连锁化程度较高的细分品类
- 从品类特点来看，由于潮汕牛肉主打鲜味，对于牛肉品质有极高的要求。品牌想要扩张，就必须要解决供应链的问题，因此一批连锁品牌如八合里牛肉火锅、陈记顺和、潮发等都在积极搭建供应链

2023年全国潮汕牛肉火锅门店数TOP4城市



潮汕牛肉火锅品牌新玩法一览

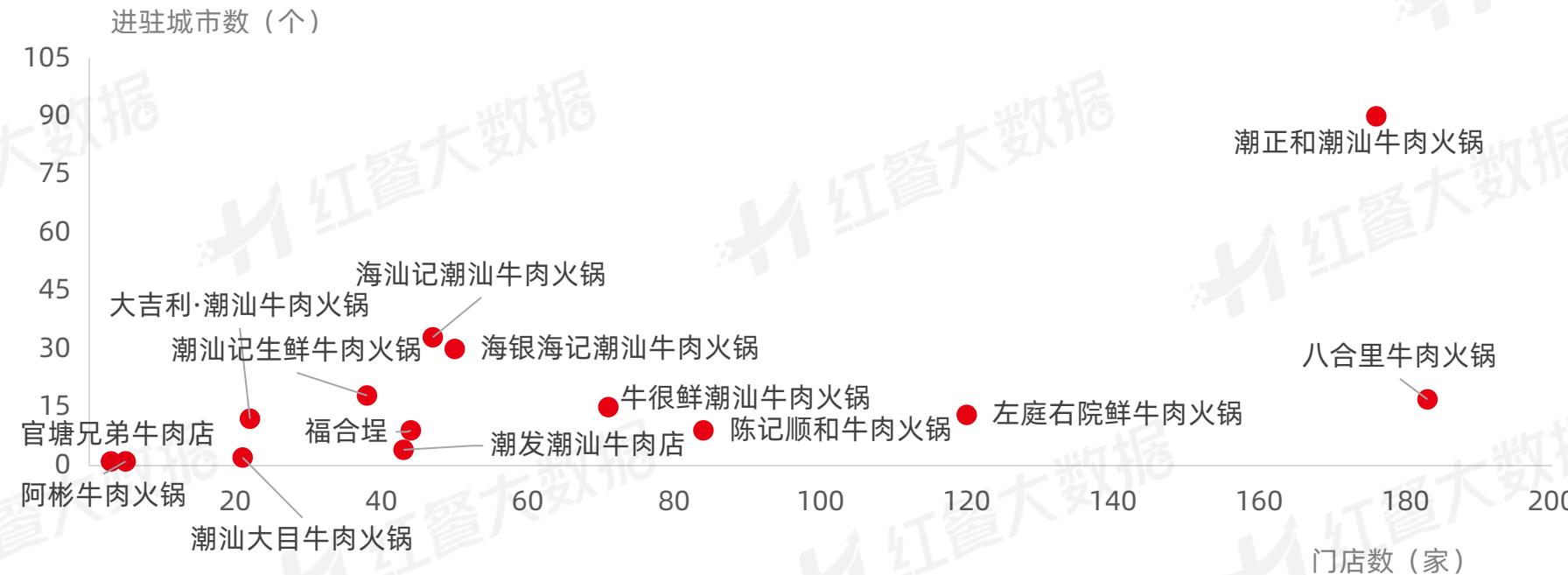
- | | |
|---|---|
| 1 | 融合茶饮品类
在门店中设有现制茶饮档口，部分品牌更采取店中店模式 |
| 2 | 品牌IP化
在品牌宣传时建立动漫化的品牌人设，如潮发的“OK哥” |
| 3 | 加强潮汕特色
在菜单中加入潮汕特色菜品，如紫菜、豆干，推出潮式月饼、牛肉饼等特色小吃 |
| 4 | 走进直播间
在抖音、天猫等平台上开启直播，以团购产品、零售产品打开更大的市场 |

资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2023年10月

大部分潮汕牛肉火锅品牌进驻城市数在15个及以下

□ 或因受限于供应链，大部分潮汕牛肉火锅品牌进驻城市在15个及以下。其中，官塘兄弟牛肉店和阿彬牛肉火锅主要集中于潮汕地区，八合里、陈记顺和、潮发、海银海记在珠三角地区有较多的门店，左庭右院则是上海地区的实力品牌，牛很鲜在杭州有较多的门店分布，潮汕记主攻河南地区

2023年全国部分潮汕牛肉火锅品牌概况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2023年10月

潮汕砂锅粥：大排档与海鲜餐厅共同开拓砂锅粥市场

- 潮汕砂锅粥多选用海鲜，以砂锅烹制，熬粥期间需要持续搅拌，有着“香气浓、鲜味足、米粒分明”的特点
- 历经多年的发展，潮汕砂锅粥在我国尤其是夜宵市场扎根，且发展出了多种形态

潮汕砂锅粥发展历程

21世纪之前，潮汕砂锅粥都是以特色餐饮小店的形式在潮汕地区生长

21世纪初，潮汕砂锅粥开始在深圳地区乃至珠三角地区发展，并逐渐变为大店

21世纪第一个十年，潮汕砂锅粥开始北上，随后北方市场跑出了潮粥荟、火齐等砂锅粥品牌

2017年前后，随着潮汕牛肉火锅大火，潮汕砂锅粥的关注度亦水涨船高，砂锅粥大排档、餐厅开始出现在全国各地

大排档

- 街头露天经营，大店主打正餐，小店主打快餐
- 常设有海鲜明档，顾客能自行挑选海鲜
- 提供砂锅粥、潮式小炒、卤水等菜品

潮汕砂锅粥门店形态

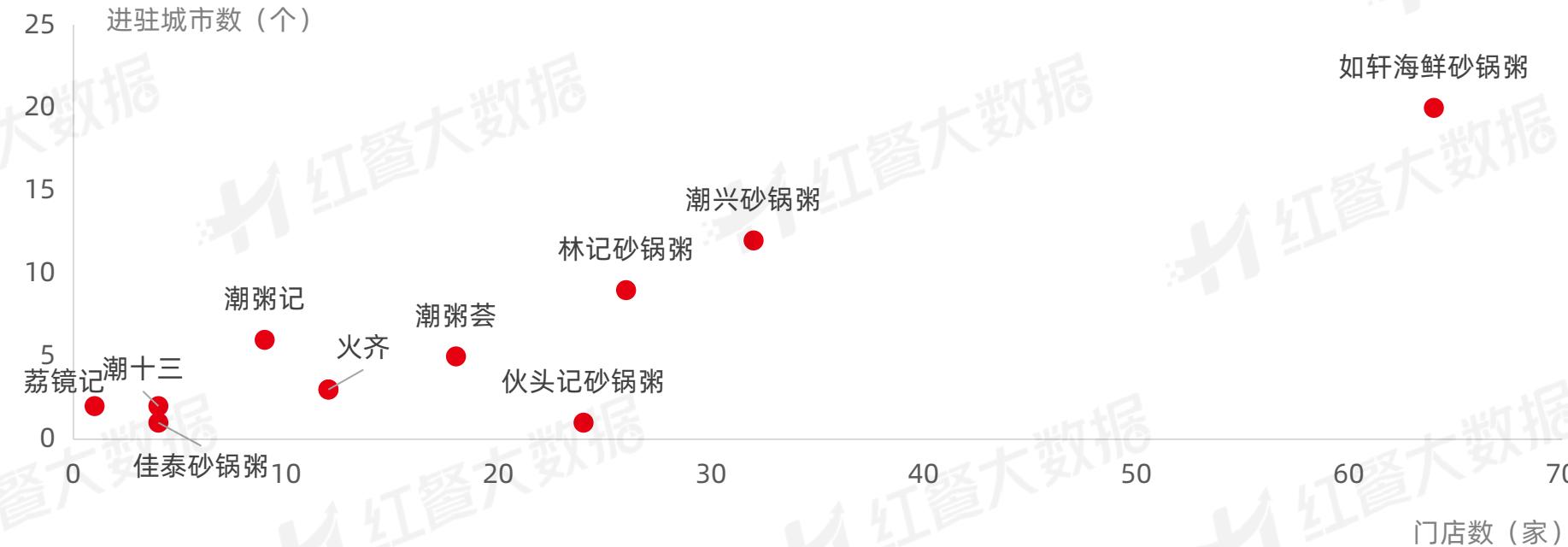
海鲜餐厅

- 以商场店、大店为主，装修较为精致
- 以海鲜等高档食材为特色
- 代表品牌有如轩海鲜砂锅粥、火齐、潮粥荟等

九成潮汕砂锅粥品牌门店数在30家以下，各地孕育出一批代表品牌

- 大部分潮汕砂锅粥品牌的门店数在30家以下，进驻城市数在10个以下
- 潮汕砂锅粥受到全国各地消费者的欢迎，不同的城市诞生了不同的代表品牌，比如如轩海鲜砂锅粥主攻珠三角地区，并逐步扩展至山西、四川等地，火齐、潮粥荟、潮粥人是北京市场跑出的知名品牌，伙头记是杭州的实力品牌，潮粥记主攻河南市场

2023年全国部分潮汕砂锅粥品牌概况

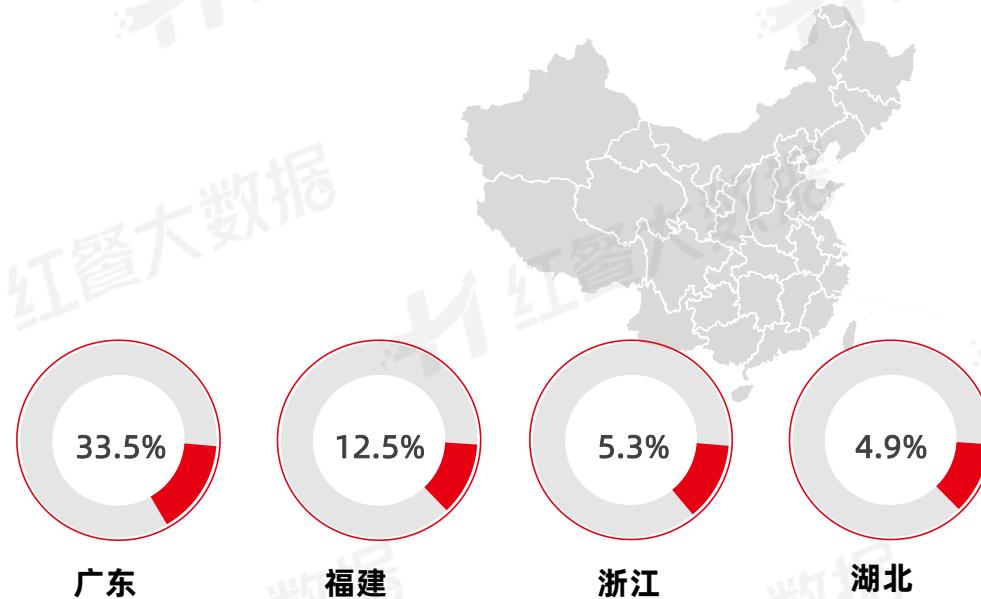


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2023年10月

隆江猪脚饭：广东、福建、浙江、湖北门店最多，逐步走向北方市场

- 隆江猪脚饭起源于揭阳惠来隆江，主打以潮式卤水为主要菜品的米饭快餐，亦提供白切鸡、烧鸭、叉烧等菜品，常搭配以咸菜、汤水。隆江猪脚饭由于量大、实惠，流行于广东、福建地区，常被誉为“打工人工作餐顶流”。红餐大数据显示，隆江猪脚饭在广东的门店数超7,000家
- 近年来，由于短视频、外卖的兴起，猪脚饭门店开始在北方市场快速扩张

2023年全国隆江猪脚饭门店数TOP4省份



隆江猪脚饭发展现况

以街边店为主，该赛道的知名连锁品牌较少，处于有品类无品牌的状态。目前这种状态有所改善，各地跑出了一批连锁品牌，如猪戈戈超级猪脚饭、潮蹄·现卤猪脚饭、超卤力·现卤猪脚饭研究所、徐记隆江猪脚饭等

随着预制菜在国内兴起，惠来积极探索猪脚预制化的发展模式，成立惠来县隆江猪脚行业协会，加速猪脚预制化、工业化、零售化的转型

卤鹅：跨地域发展成“老大难”，零售产品出海、产业布局或成突围之路

- 潮汕卤鹅品类曾于2017年在广州、深圳等地集中爆发，市场上诞生了一系列卤鹅品牌。其后卤鹅热度下降，部分跟风者以倒闭收场，卤鹅品类进入平稳发展期
- 由于潮汕卤鹅所选用的狮头鹅在养殖上存在一定的局限性，因此品牌跨地域建设供应链变得十分具有挑战性，这也使得潮汕卤鹅难以走出广东

2023年全国部分卤鹅相关品牌发展现况

品牌名称	门店数（家）	门店主要分布地区	发展现况
物只卤鹅	120+	广东、江苏、浙江等	从餐饮服务型企业转型为食品企业，成为卤鹅垂类产品生产头部企业
狮头牌卤味研究所	20+	广东	主打快餐
日日香鹅肉饭店	10+	广东、香港、云南等	汕头卤鹅老字号，主打正餐，其卤鹅技艺入选“非遗”名录
鹅匠·潮汕卤味集市	约6	上海	主打正餐



潮汕卤鹅突围之路

海外潮籍侨胞众多，对于卤鹅有一定的需求。不少企业如心瓷科技、物只卤鹅旗下的熙望食品瞄准了海外的卤鹅市场



近年来，澄海区政府、卤鹅企业共同参与狮头鹅全产业链的布局，培育一批狮头鹅大师、一批狮头鹅名店、一批狮头鹅电商等

其他品类：生腌成视频平台的流量密码，潮式夜宵值得深挖

- 除了上述热门细分品类之外，生腌、粿条、甘草水果捞、粿汁等当地的特色品类亦自成一派，潜力有待逐渐释放
- 其中，潮汕粿条已从潮汕地区走出，遍布珠三角地区，大多为单体店；生腌则被誉为“美食毒药”，于2023年快速走红于各大视频平台，成为美食博主的流量密码，北京、上海、成都、重庆、长沙、武汉等众多城市都出现了生腌相关门店



寻找下一个“潜力股”

关注新中式餐饮

随着中式汉堡的走红，有品牌打造出潮汕炸鸡品牌。比如，品牌虎头炸主打潮汕南乳炸鸡，截至2023年10月已开出近50家门店，其更于9月获得数百万元的天使轮融资。

深挖潮汕夜宵

潮汕夜生活丰富，夜糜、小炒、炒冰、甜汤、卡茶、夜豆浆、粿等特色小吃烟火气十足。在夜间消费需求旺盛的当下，这类夜间小吃的发展潜力巨大。比如夜豆浆就于2019年前后在珠三角地区大火。

03

发展痛点与未来趋势： “单品+菜系”模式持续引爆市场

痛点：鲜味难复制、供应链建设难度大、人才培养机制不完善成“三大难题”

- 从潮汕菜的发展现况来看，其发展痛点主要与标准化、供应链建设、人才培养体系等因素相关



鲜味难复制

潮汕菜对于食物鲜味的要求严格，讲究“从产地直达餐桌”，且大部分时令食材为当地特有。因此，即使在冷链物流技术发达的当下，许多潮汕特色鲜味依然难以在其他地区复制



供应链建设挑战大

潮汕菜要打开更广阔的市场，必然要涉及供应链的建设，以保证菜品的标准化输出。但潮汕菜的选材、食材预处理、烹饪方式自成一套体系，供应链涉及环节众多、技术建设难度大



人才培养机制不完善

目前潮汕菜的人才培养机制还是以“师傅带徒弟”的传统形式为主，体系化、标准化程度较低。该行业需要体系化地培养更多食品安全、科学加工、营养配膳等方面的专业人才

未来趋势：需求多元化、食物预制化衍生出的新机会

□ 在消费需求多元化、预制菜促进餐饮业降本增效的大背景下，潮汕菜的未来发展趋势主要有以下四点

“单品+菜系”模式持续引爆市场

以特色大单品形成鲜明的品牌印象，配以其他潮式菜品，为消费者提供更多的选择，“单品+菜系”模式是已经经过市场验证的地方菜系发展模式。无论是潮汕菜系中的卤鹅、潮汕砂锅粥品类，还是当红的湘式小炒均采取这种模式。未来这种模式有望持续引爆市场

掘金“潮汕私宴”“潮汕私厨”

需求多元化，是当下消费市场的一大特征。消费者更加注重个性化、定制化的餐饮体验，对于餐饮的私密性也有一定的要求，私宴、私厨随之流行。潮汕菜从业者可以从中学金

潮汕菜预制化

近年来，随着潮汕菜的关注度提高，潮汕菜预制化将大有可为。其一，潮汕菜带有浓厚的预制菜基因。潮汕牛肉丸、橄榄菜、潮汕卤水、牛杂等均属于预制菜的范畴。其二，潮汕地区食品加工业基础良好，市面上不少鱼露、沙茶酱均出自潮汕，潮汕在预制菜生产、加工技术方面优势明显

发挥当地特色饮食优势

潮汕地区以其丰富多样的特色美食和特色食材而闻名，如糕粿、鸭母捻、猪脚圈、菜头丸等，然而这些独特的食物尚未完全被推广至全国市场。因此，从业者们可以充分挖掘潮汕地区的特色饮食文化和独特食材，将其推向全国乃至全球市场

关于我们

红餐品牌研究院

红餐品牌研究院成立于2018年12月，以研究和服务中国餐饮品牌为奋斗目标。研究成果主要以行业发展报告、白皮书、报告书等形式呈现。经多年发展，红餐品牌研究院已输出上百份餐饮行业/品类报告。同时，每年编写出版的“年度中国餐饮发展报告”系列书籍，成为众多餐饮行业从业者学习参考的重要资料，在餐饮行业内产生巨大影响力，受到广泛好评。未来，红餐品牌研究院将在餐饮行业大数据的基础上，持续对餐饮品类和品牌进行专业且系统的分析，助力餐饮行业发展和餐饮品牌力提升。

红餐大数据

“红餐大数据”小程序，收录超过32,000个餐饮品牌、2,000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



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：2023年1月-2023年10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。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