

云贵菜 发展报告2024

红餐产业研究院

2024年11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，对云贵菜的相关资料进行整理分析。从云贵菜的发展背景、发展热度、赛道概况、细分赛道发展亮点、思考与展望等角度，综合剖析了云贵菜的发展现状，旨在为云贵菜从业者、投资人、消费者等提供参考
- 全文部分亮点如下：



云贵菜体系庞大，组成复杂，各州市的风味有着独特记忆点。云南菜的流派可分为云南汉族菜系、云南少数民族菜系、云南融合菜系三大类别，贵州菜的流派则可分为贵州民俗菜、贵州民族菜、贵州土司菜三大类别



近年来，中式正餐赛道云贵菜品牌的全国门店数量逐步增长。红餐大数据显示，截至2024年11月，全国中式正餐赛道云贵菜品牌门店总数超4万家，占全国中式正餐门店总数的3.1%，在中式正餐各菜系中排名第10



在“微醺经济”的潮流下，云贵bistro凭借精致的出品、松弛的用餐氛围、好出片的装修环境受到消费者喜爱。在北京、上海、杭州、重庆、南京、武汉、昆明等地，一些云贵bistro发展较好



红餐产业研究院为云贵菜的发展提出三大建议：深化地方特色挖掘与融合创新；推动菜系理论建设与标准化；强化品牌在全媒体的市场营销

目录

- 01 发展背景：云贵菜体系庞大，当前步入多元焕新阶段
- 02 云贵菜概况：全国门店数超4万家，赛道刮起bistro风、酸辣风
- 03 云南菜体系：野菜、菌菇、花卉等特色食材被挖掘，傣味突出
- 04 贵州菜体系：“山野”“鲜味”特征显著，苗族文化被深挖
- 05 未来展望：云贵地方特色值得进一步深挖，多元化渠道的品牌传播是“良方”

01

发展背景：云贵菜体系庞大，当前步入多元焕新阶段

发展历程：云贵菜源远流长，当前步入多元化发展阶段

- 云贵菜指的是云南菜与贵州菜，这是我国菜系中具有鲜明民族特色的一个地方性菜系。云贵菜的起源最早可追溯至春秋战国时期，后受到人口迁徙的影响，云贵菜不断吸纳汉族饮食特色。来到20世纪，云贵菜的品牌开始冒头，并不断走向全国
- 在发展过程中，云南菜和贵州菜有着相似的脉络。当前，云南菜与贵州菜均步入了成熟与多元化发展阶段，赛道热度升温，细分化与融合化特征显著，新派云贵菜品牌迸发着新活力

我国云贵菜的品牌化发展历程

云南菜

初步探索阶段（20世纪末—21世纪初）

云南菜品牌数量较少，主要深耕云南当地市场。代表品牌有福照楼、陈氏海稍鱼等

快速发展阶段（2009—2015年左右）

消费者追求地方特色美食，云南菜的野生菌等特色食材受到关注，其迎来快速发展期，品牌化进程加速，云南菜门店在全国多地开花。代表品牌有云海肴云南菜、茄子恰恰、外婆味道、老滇山寨等

成熟与多元化发展阶段（2015年左右至今）

云南菜品牌数量增加，品牌发展多元化，新派滇菜品牌崭露头角，赛道的细分化、融合化等特征显著。代表品牌有壹霖·洱语云南菜、麦麦山云南菜、半山腰、Anaago安纳果云南菜bistro等

贵州菜

起步阶段（20世纪30年代—20世纪90年代）

贵州菜老字号聚焦在贵州当地发展，以传统口味和优惠价格赢得口碑，打开知名度。代表品牌有亮欢寨酸汤鱼、老凯俚酸汤鱼等

快速发展阶段（20世纪90年代—21世纪10年代）

口味多样、食材原生态的贵州菜吸引了大众关注，贵州菜品牌意识增强，本地品牌走向全国，省外城市也诞生不少贵州菜品牌。代表品牌有黔香阁、丝恋娃娃、龙大哥辣子鸡等

多元焕新阶段（21世纪10年代至今）

凭借出圈的酸辣味型和较高的性价比，贵州菜热度渐升，入局者增多，赛道发展细分化、多元化。代表品牌有山石榴贵州菜、树厨贵州菜、坠入Chefs等

主要流派：云南菜与贵州菜各有不同流派，各个流派特色鲜明

- 云贵菜体系庞大，组成复杂，各州市的风味有着独特记忆点
- 云南菜的流派可分为云南汉族菜系、云南少数民族菜系、云南融合菜系三大类别，贵州菜的流派则可分为贵州民俗菜、贵州民族菜、贵州土司菜三大类别

我国云贵菜的主要流派

云南菜

云南汉族菜系

口味偏清淡、鲜咸、嗜甜

主要分布在滇中的昆明和玉溪、滇东北的昭通和曲靖等地，代表菜品有汽锅鸡、宜良烧鸭、昆明小锅米线等

云南少数民族菜系

带有多民族特色，酸辣冷香、咸香等口味皆有，善用“烤、春、焐、腌”等烹饪技法

主要分布在滇西北、滇东南、滇西南等地，有傣族菜、纳西族菜、景颇族菜、白族菜、佤族菜、彝族菜、傈僳族菜等多个分支

云南融合菜系

结合汉族与各少数民族特色，或融入国外烹饪理念，或带有其他业态特色的新派滇菜

主要分布在滇中的昆明等地，代表菜品有木姜子黑金鲍切片、牛排小条炒金菠萝等

贵州菜

贵州民俗菜：贵州当地非少数民族地区的地方特色菜。口味多样，注重使用木姜花、薄荷等独特香料

主要分布在贵阳、黔北、黔中等地，代表菜品有辣子鸡、糟辣脆皮鱼、茅台酒烧牛肉等

贵州民族菜：普遍为酸味突出的酸辣味，以酸汤系列菜品为代表

主要分布在黔东南、黔南、黔西南等地，有苗族菜、布依族菜、侗族菜、彝族菜等多个分支，代表菜品有凯里酸汤鱼、红酸汤牛肉等

贵州土司菜：为历史上贵州土司阶级的贵族菜。当前，贵州土司菜虽然面临失传的风险，但随着地方文化传承受到重视，其仍然在被当地人积极地保护和发扬

主要分布在播州、安顺等地，善用珍贵食材，代表菜品有金砖银片、五色银丝、龙国山珍等

云贵菜细分赛道崛起，云南米线、云南饮品、贵州火锅较受欢迎

- 当前，在云贵菜大体系中，其细分赛道发展较为突出，其中既有云南米线、云南烧烤等较早打开知名度的赛道，也有云南火锅、贵州火锅、贵州烙锅等近几年崛起的“新贵”

我国云贵菜的主要细分赛道

云南菜

- ▶ **云南米线：**食材丰富，各地米线特色不一。分为过桥米线、小锅米线、砂锅米线、鳝鱼米线等多个种类。该赛道发展已较为成熟
- ▶ **云南火锅：**选用多种食材熬制汤底，搭配当地特有的蘸水。分为菌汤火锅、酸菜牛肉火锅、腊排骨火锅、鸡火锅等多个种类
- ▶ **云南现制饮品：**云南茶饮注重茶的养生功效，选用当地优质茶叶。云南咖啡口感醇厚，选用当地种植的咖啡豆，善制花香口味的咖啡
- ▶ **云南甜品：**甜而不腻，口感细腻。当地特色甜品有泡鲁达、豆面汤圆、鲜奶米布等。该赛道的品牌分布较为分散
- ▶ **云南烧烤：**用多种香料腌制后再进行炭火烤制。代表菜品有烤昆虫、昭通小肉串、建水烤豆腐等。该赛道已有部分连锁型品牌发展较好
- ▶ **云南小吃：**风味多样，各地的小吃特色各异。当地特色小吃有饵块、破酥包、下村豆粉、傣家鸡脚等。该赛道的品牌分布较为分散

贵州菜

- ▶ **贵州米粉：**注重汤底的熬制，具有酸辣爽口、汤鲜味美的特点。分为花溪牛肉粉、遵义羊肉粉、酸汤粉、贵阳素粉等多个种类
- ▶ **贵州火锅：**汤底讲究，口味丰富。有酸汤火锅、豆米火锅、牛瘪火锅、辣子鸡火锅、地摊火锅等多个种类，其中酸汤火锅热度高
- ▶ **贵州烙锅：**使用特制烙锅，搭配多种蘸料，食材多样。目前该赛道热度渐升，全国不少城市开出了贵州烙锅连锁品牌
- ▶ **贵州烧烤：**选用新鲜食材，经由炭火烤制，并搭配辣椒面这一特制蘸料食用。代表菜品有安顺烤小肠、老贵阳铁签烤肉等
- ▶ **贵州甜品：**注重口感和营养，风味独特。贵州冰浆为一大招牌，还有刺梨冻、玫瑰冰粉等代表产品。该赛道的品牌分布较为分散
- ▶ **贵州小吃：**风味多样，各具特色，大多具有酸辣爽口的特点。代表产品有丝娃娃、洋芋粑、麻辣土豆片、安顺裹卷、肠旺面等

“山野味”是云贵菜的一大特征，云南菜与贵州菜酸味来源各不同

- 云南菜和贵州菜在食材选择上有着“取自山野，讲究绿色、健康、生态化，选材新奇小众”的共同特征，而在烹饪技法、味型特点、酸味来源等方面，均有着各自的特色
- 云南菜烹饪技法多样，味型多元，酸味多取自果蔬花卉。贵州菜的烹饪技法相对传统，味型以酸辣味著称，其中酸味通常由食材发酵而来

云南菜、贵州菜的特征对比

	烹饪技法	味型特点	“酸”味来源
云南菜	善用“春、腌、炖、包烧、汽锅、烟熏、盐焗”等技法，一些高端餐厅会用法式经典技法制作云南特色食材	口味多变，既有鲜美清淡，也有酸辣浓郁。善用香草和香料，创造独特风味	从天然鲜果、蔬菜中提炼酸味，如酸角、木瓜、柠檬、百香果、青芒果等
贵州菜	精通“爆、炒、蒸、煮、炖、烧、烤、煎”等传统烹饪技法，呈现以辣代盐、以酸补盐的烹调技术	口味多元，主打酸辣、香辣口感，讲究蘸水。辣椒种类丰富，拥有八大辣、三十六种复合辣型	通常采用发酵法制酸，选用野生辣椒、毛辣果、木姜子、糟辣椒、米酒等食材作为制酸原料

云贵当地政策与丰富的文化资源助推云贵菜进一步发展

- 近年来，云贵菜在餐饮市场中获得了不少关注，助推其发展的因素主要有四个
- 其一是政策的支持。云南和贵州当地政府在挖掘特色食材、升级优势产业、人才培养等方面均出台了不少政策，以推动云贵菜的进一步发展。其二是当地特色文化的繁荣。云南和贵州的非遗项目数量居于全国前列，如苗族刺绣、白族扎染等，此外，贵州村超、云南赶摆等民俗风情也具有较强吸引力。这些特色文化凭借独特魅力为云贵菜增添了深厚的底蕴

近两年云贵菜部分相关政策

《云南省加快食用菌产业发展政策资金扶持项目申报指南》

《关于进一步加强云南省食用菌产业发展的支持措施（试行）》

《云南省商务厅关于滇菜和米线产业发展三年行动计划2024年项目申报的通知》

《云南省加快推动米线产业高质量发展三年行动计划（2023—2025年）的通知》

《关于推进云南省食用菌产业发展研究院高质量发展三年行动方案（2024—2026年）》

《加快推进贵州省生态特色预制菜产业高质量发展十二条措施》

《贵州省培育传统优势食品产区和地方特色食品产业实施方案》

《贵州省人民政府关于推动职业技能培训高质量发展的意见》中的《“黔菜师傅”工程实施方案》

截至2024年11月，贵州、云南的国家级非遗项目分别有159项、145项，分别占全国总数的**10.2%**、**9.3%**

贵州
10.2%

云南
9.3%

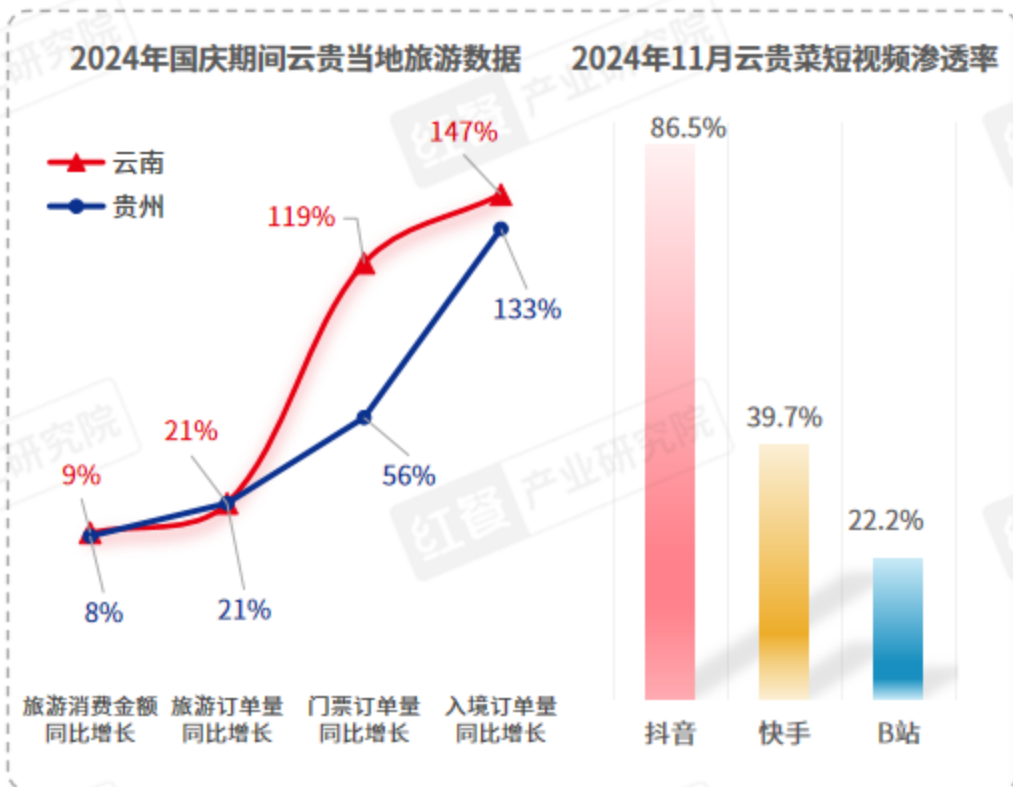
其他
80.5%

云贵当地的部分特色文化

苗族银饰 傣剧 铜鼓十二调
大理本主文化 苗族刺绣 鼓藏节
腾冲皮影戏 傣族民歌 凯里酸汤鱼 藏族热巴舞
傣族织锦 云南赶摆 茅台酿酒
苗族长桌宴 贵州村超 壮族三月三 纳西族东巴文化
彝族火把节 白族扎染 苗族医药 石砚木偶戏
傣族象脚鼓 苗族蜡染 彝族刺绣
傣族剪纸 傣族孔雀舞 滇剧/壮剧
侗族 侗族织锦 土司文化

旅游热潮带起菜系热度，应季鲜货与上瘾口感展现云贵菜魅力

- 除了政策支持和当地特色文化等因素助力之外，旅游业的推动与媒体平台的助力也是云贵菜快速发展的推动力。云贵地区旅游资源丰富，近年来“哀牢山”“荔波小七孔”等景点掀起了较高热度，进一步带动了当地旅游业发展。公开数据显示，2024年国庆期间，云南、贵州的旅游消费金额分别达到了472.4亿元、301.9亿元，同比增长分别为9%、8%。据红餐大数据，2024年11月，抖音平台上云贵菜的短视频渗透率达到86.5%
- 其四，云贵菜自身具备不少优势，例如食材新鲜、酸辣口味具有强上瘾性、性价比高等



应季鲜货构筑产品壁垒

云贵菜的食材来自山野，讲究新鲜、应季，具有稀缺性。此外，不少菜品讲究现炒的“锅气”，以提升自身的价值感

口味偏重，酸辣口感具有上瘾性与记忆点

云贵菜口味丰富，“酸”与“辣”的双重刺激利于激活消费者味蕾。此外，小众的食材搭配以及独特的制作技艺放大了云贵菜的差异化优势

体验感强，性价比高

云贵地区少数民族文化底蕴深厚，云贵菜餐厅的民族风装饰与独特的用餐文化提升了消费者的用餐体验。同时，餐饮消费者讲究用餐的性价比，云贵小炒的定价相对较低，价格亲民

云贵菜相关的话题中，超过25个话题的视频播放量在5亿次以上

- 当前，云贵菜在社交平台上的热度不断升温。红餐产业研究院选取了抖音平台视频播放量超过5亿次的话题，据不完全统计，与云贵菜相关的话题超过25个，其中“贵阳美食”“折耳根”“酸汤鱼”“昆明美食”“酸汤牛肉”等话题的播放量在20亿次以上
- 此外，过桥米线、牛瘪火锅、贵州烙锅、酸汤火锅、云南米线、丝娃娃、云南咖啡等话题的网络讨论度也较高

2024年抖音平台“云贵菜”相关话题的视频播放量（不完全统计）



资料来源：抖音，红餐产业研究院整理，数据统计时间截至2024年11月

02

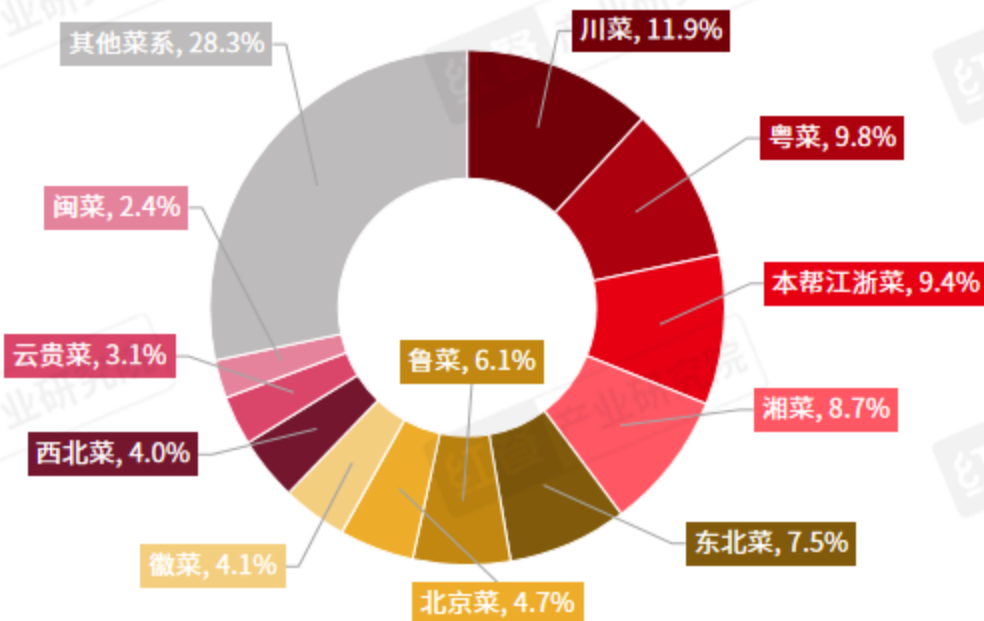
云贵菜概况：全国门店数超4万家，赛道刮起bistro风、酸辣风

云贵菜全国门店总数超4万家，占全国中式正餐门店总数的3.1%

- 近年来，中式正餐赛道云贵菜的全国门店数量逐步增长。红餐大数据显示，截至2024年11月，中式正餐赛道的云贵菜全国门店总数超4万家，占全国中式正餐门店总数的3.1%，在中式正餐各菜系中排名第10

2024年中式正餐各菜系的门店数占比

中式正餐赛道的云贵菜
全国门店总数超**4万**家



2024年全国云贵菜月度新增门店数稳中走高，9月份新增门店数最多

- 2024年云贵菜品牌稳步拓店，整体新开门店数波动上升
- 据红餐大数据，2024年1月，全国云贵菜新开门店数接近1,000家；9月份，全国云贵菜新开门店数达到2024年以来的高峰（超1,700家）；10月份，该数据也处于1,349家的高位

2024年1—10月全国云贵菜月度新开门店数走势

单位：家

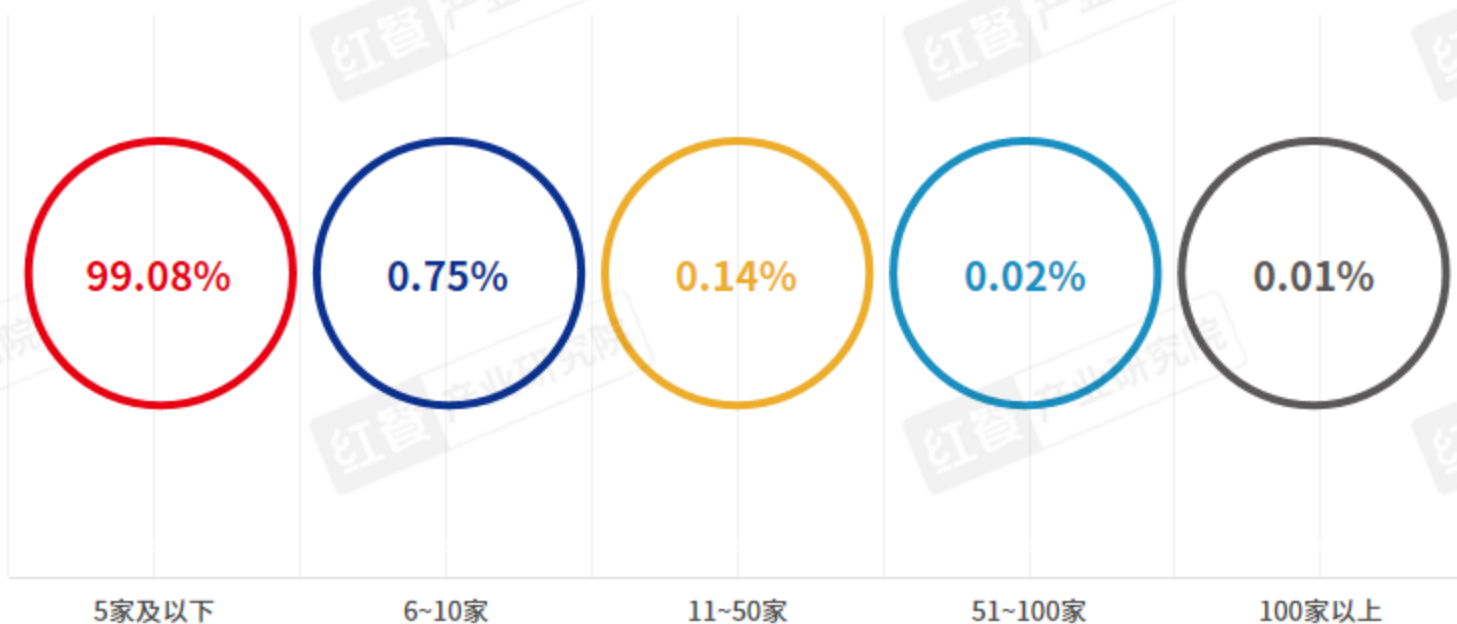


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年10月

超99%云贵菜品牌门店数不超过5家，赛道规模化程度低

- 据红餐大数据，截至2024年11月，全国云贵菜品牌中，超99%的品牌其门店数在5家及以下，门店数超过100家的品牌数占比仅有0.01%。云贵菜的规模化程度不高，大多数品牌开的是单店或小连锁，且门店覆盖的城市数不多，全国化扩张脚步偏慢

2024年全国云贵菜品牌门店数区间占比分布



西南地区占据五成以上的云贵菜门店，当地的云贵菜消费人口较多

- 从地域上看，我国超50%的云贵菜门店分布在西南地区，其次有27.7%的门店分布在华东地区。云贵本地的云贵菜门店数比重偏大，近年来，随着云贵本地品牌向省外扩张开店，其他省份也有一些城市孵化了云贵菜品牌，云贵菜门店在云贵以外的地区亦有一定的占比
- 从具体的省市来看，云南、贵州、浙江是云贵菜门店数排名前三的省级行政区，门店数分别超5,600家、4,600家、2,600家，其中云南的云贵菜消费人口最多，达到了145.1万人。昆明、贵阳、毕节是云贵菜门店数排名前三的城市，其中前两个城市门店数破千



2024年全国云贵菜门店数TOP5省级行政区及其云贵菜门店消费人口



2024年全国云贵菜门店数TOP5城市及其云贵菜门店人均消费



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年11月

竞争格局：少数云贵菜品牌门店数破百，融合菜/bistro人均消费较高

- 从品牌的特质上看，云贵菜可分为云南菜、贵州菜、融合菜/bistro三大类。与云贵融合菜/bistro相比，云南菜与贵州菜品牌的门店数相对较多，且分布城市数也较多，例如云海肴云南菜（门店数超130家，分布城市数27个）等
- 大部分云贵融合菜/bistro品牌的门店数不足10家，且人均消费相对较高，少数几个品牌例如野果yeego、山野板扎·云贵川Bistro的门店数在10家以上

2024年全国中式正餐赛道的云贵菜品牌概况（不完全统计）

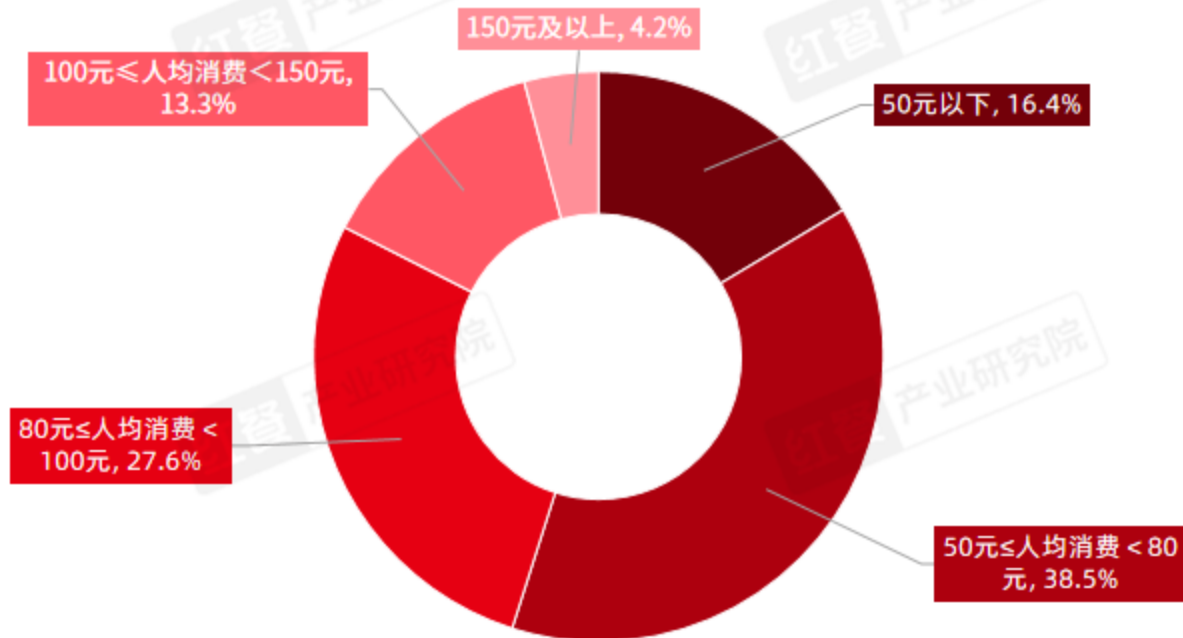


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年11月

近六成云贵菜门店人均消费在80元以下，150元以上也有部分占比

- 云贵菜能够突围而出的一大因素是性价比高。据红餐大数据，截至2024年11月，有38.5%的云贵菜门店人均消费在50~80元，占比最大。人均消费不到80元的云贵菜门店数占比近六成，例如丝恋丝娃娃、树厨贵州菜、黔大叔、柒食·贵州小炒、黔渔翁豆花烫鱼等
- 此外，也有部分主打精致云贵菜的品牌门店人均消费在150元以上，例如广州的铃徕·贵州料理

2024年全国云贵菜门店人均消费价位占比分布



特征总览：云贵菜主要呈现五大主要发展特征

□ 云贵菜以突出的地方风味出圈，同时其也呈现出五大主要发展特征，即区域化、精致化、融合化、bistro风、酸辣风盛行

云贵菜的五大主要发展特征

区域化

大多数云贵菜品牌呈现区域化发展

精致化

一些云贵菜走精致化路线，门店多为单店，讲究就餐格调

融合化

云贵菜赛道的业态融合、中西融合等特征较为显著

bistro风

云贵川bistro餐厅走红，云贵下酒菜成为“时尚单品”

酸辣风盛行

云贵风味席卷餐饮赛道，其中酸辣味型表现突出



大多数品牌呈现区域化发展态势，精致云贵菜成为“中餐新贵”

- 大多数云贵菜品牌门店的覆盖城市数不高，品牌呈现区域化发展的态势。在云贵之外，北京、上海、广州等地都有发展较好的本土云贵菜品牌，它们基本扎根当地市场，也有的尝试向其他城市开出了门店
- 一些云贵菜走精致化路线，例如铃徕·贵州料理、半山腰、坠入Chefs、1877·黔、醉贵·现代贵州菜等。这些品牌的门店数普遍较少，菜品较为精致，人均消费从200元到1,000多元不等，餐厅环境讲究格调

2024年起源于云贵之外的部分一线/新一线城市的区域性云贵菜品牌概况（不完全统计）

发源城市	品牌名称	品牌概况
北京	滇大池云南菜蒸汽石锅鱼	始于2006年，北京约8家门店
	云尊府云南菜	以石锅鱼为招牌，北京约5家门店
	半山腰	始于2017年，北京约2家门店
上海	山石榴贵州菜	创始人来自贵州，上海约14家门店
	麦麦山云南菜	“滇菜入沪”示范店，上海约8家门店
	坠入Chefs	贵州菜bistro，上海约6家门店
广州	甘思咪咪·云南菜	始于2006年，广州约9家门店
	铃徕·贵州料理	精致贵州菜，广州约1家门店
重庆	兰木肆云南菜	始于2011年，重庆约5家门店
深圳	上山下山贵州菜	2024年开出首店，深圳约2家门店

云贵菜品牌走向精致化

- 广州的铃徕·贵州料理，人均消费在756元，其采用贵州当地原生态食材与进口优质食材，代表菜品有黔辣波龙、黔辣蟹、烟熏炭烧泡菜牛肉、鲍鱼常旺面等
- 北京的半山腰，人均消费在204元，其将云南山野风物“去粗取精”，代表菜品有黑松露酱炒饭、傣味楚雄牛肝菌等。此外，其还推出零售化产品，如诺邓火腿、树番茄咖啡豆、云南原叶茶、香格里拉葡萄酒等



云贵菜融合化进一步加速，“bistro风”吹入赛道

- 近年来，云贵菜与川菜、小酒馆等赛道融合，进一步拓宽产品边界。同时，一些厨师将西餐技法融入云贵菜式，“中餐西作”的特征较为明显
- 在“微醺经济”的潮流下，云贵川bistro凭借精致的出品、松弛的用餐氛围、好出片的装修环境受到消费者喜爱。在北京、上海、杭州、重庆、南京、武汉、昆明等地，一些云贵川bistro发展较好，例如山野板扎·云贵川Bistro、Ameigo梅果·云贵川bistro等

“云贵川bistro”走红，主打fusion料理

▪ 如“新晋排队王”山野板扎·云贵川Bistro，凭借云贵空运的新鲜食材、高颜值的饮品吸引消费者。当前其已在北京、杭州、苏州等多个城市开出门店，代表菜品有炭烤板蓝根配乳扇、洋芋火腿焖饭等



▪ 与此同时，云贵菜在蔬菜烹制、肉类煎烤、香料与蘸酱的运用等方面与西餐有着相似之处，一些云贵川bistro将西餐技法融入云贵菜式，做出了fusion料理

2024年全国部分云贵bistro/云贵川bistro品牌概况

品牌名称	代表菜品
野果yeego	牛肝菌牛舌饭、铜锅油焖鸡配糖烤饵块、冰淇淋玉米粑等
山野板扎·云贵川Bistro	云南铜锅油焖鸡、滇南杂菌配酸面包、山野包谷粑等
Ameigo梅果·云贵川bistro	黔南蘸水牛小串、版纳柠檬春鸡脚、炭烤猪颈肉撒撒米线等
坠入Chefs	豆腐丸子、怪噜饭、阿丽法莉橘酒等
Anaago安纳果云南菜bistro	鸡纵菌炒黄瓜花、薄荷牛肉卷、云南米酒茉莉等
春台Spring Patio	香茅草山猪小排、山茅酸木瓜炖鱼、包烧混合野生菌等
滇FU·云南Bistro	德宏油浸三脆、石屏包浆豆腐、大理烤乳扇、泡鲁达等
guguda.云南Bistro	小锅米线、菠萝烤五花肉、油呛黄喉、玫瑰奶白酒等

云贵地域风味走红，好的“汤底”是云贵风味的精髓

- 近几年来，凭借特色口味出圈的云贵菜从区域走向全国，云贵火锅、云贵米粉等赛道走红。红餐产业研究院统计了消费者对云贵菜的评价词发现，不少消费者关注云贵菜的“汤底”，汤底口味的正宗与否，与该菜品是否呈现了云贵风味直接挂钩
- 对于云贵菜品牌来说，熬制优质汤底的同时保持标准化出品并非易事，一些专业调味料企业则能解决品牌的这一痛点。例如，仟味高汤深耕餐饮调味料领域24年，其在汤底研发与柔性生产等方面拥有较强实力，在全国建立了20个爆品菜研创中心，为餐饮品牌提供定制化解决方案。仟味高汤的“招牌三剑客”“爆品七雄”等汤底系列产品口感浓郁鲜香，可满足贵州酸汤火锅、云南菌汤火锅、云南酸菜牛肉火锅、汽锅鸡、酸汤鱼、过桥米线、鲜切牛肉粉等云贵菜多条细分赛道的产品需求

消费者对云贵菜的部分评价词



不少消费者关注云贵菜“汤底”口味，“汤底”是不少云贵美食的精髓

仟味高汤的产品结构



口感自然鲜香，被广泛用于提鲜、增厚、增香等，精准还原云贵菜的地域特色，实现“现熬、高效、味道稳定统一、价格合适”

仟味高汤的汤底系列产品，可满足云贵菜多个细分赛道的需求

例如贵州酸汤火锅、云南菌汤火锅、云南酸菜牛肉火锅、汽锅鸡、酸汤鱼、过桥米线、鲜切牛肉粉、贵州米粉（如羊肉粉、牛肉粉）、云南米线（如过桥米线、酸汤米线）……

酸辣风盛行，仟味高汤专研的酸汤产品助力云贵风味走向全国

- 随着云贵菜的走红，酸辣、酸香、酸臭、鲜味、咸味等带有鲜明云贵特色的味型也受到市场关注。其中属酸辣味最为出圈，并带动餐饮赛道刮起了一股“酸辣风”。中式正餐、火锅、饭食快餐、粉面、烤鱼、牛蛙、麻辣烫等赛道的不少品牌跟进这股风潮，推出了酸汤牛肉、贵州酸汤火锅、云南酸菜牛肉火锅、贵州酸汤粉、酸汤烤鱼、酸汤牛蛙等产品
- 洞察到市场的这一需求，仟味高汤重磅推出了“益生菌发酵红酸汤”“老坛酸辣金汤”这两大带有云贵风味的特色酸汤汤底。其中，益生菌发酵红酸汤采用独家益生菌发酵与糟辣椒古法发酵双重工艺，可制作贵州夺夺粉火锅、红酸汤火锅、红酸汤牛肉、酸汤鱼、贵州红酸汤粉等多款贵州特色美食；老坛酸辣金汤特选海南黄灯笼辣椒酱、老坛小米椒、云南酸菜等地方特色食材，搭配优质猪骨/鸡骨原汤等原料熬制，口感醇厚，颜值不俗，可制作云南酸菜牛肉火锅、云南酸汤米线等多款云南特色美食

仟味高汤的两大云贵特色酸汤汤底

益生菌发酵红酸汤



独家益生菌发酵工艺
(毛辣果含量 $\geq 20\%$)

糟辣椒古法发酵工艺

独家13道提鲜营养留存
熬汤技术，真材实料

呈现番茄、椒香、木姜子
复合口味，层次丰富

可应用于贵州夺夺粉火锅、红酸汤火锅、红酸汤牛肉、酸汤鱼、贵州红酸汤粉等多种出品

老坛酸辣金汤



特选海南黄灯笼辣椒酱、
老坛小米椒、云南酸菜

搭配优质猪骨/鸡骨原汤
等原料熬制，真材实料

汤色金黄，颜值高

口感醇厚，酸辣鲜爽，
老坛风味突出

可应用于云南酸菜牛肉火锅、老坛酸菜牛肉、云南酸汤米线等多种出品

03

云南菜体系：野菜、菌菇、花卉
等特色食材被挖掘，傣味突出

竞争格局：云南菜体系庞大，分支较多，但规模化程度不高

- 在本章节中，云南菜指的是广义上的云南菜体系，即云南当地的美食。云南菜的细分赛道较多，但大多数云南菜品牌门店数不高，处于100家以下的区间。中国饭店暨烹饪协会副会长、云南省饭店暨餐饮行业协会联合创会会长杨艾军认为，云南菜本土品牌规模化扩张受到制约，主要是由云南山地高原地形制约、经济基础较为薄弱、品牌效应较为缺乏、人才缺乏等多种因素作用的结果
- 其中，云南米线、云南现制饮品赛道中跑出了霸王茶姬、蒙自源等少数千店品牌，百店品牌也基本集中在这两大细分赛道，如阿香米线、大鼓米线、麒麟大口茶等

2024年全国部分云南菜品牌概况



资料来源：红餐大数据、专家访谈，数据统计时间截至2024年11月

品牌推出特色鲜明的云南小吃、云南饮品，乳扇、酸角汁等受青睐

- 云南菜品牌的产品结构多元，它们会重点推出具有云南特色的小吃、饮品等产品。据红餐产业研究院统计，截至2024年11月，29家云南菜样本品牌中，在售的云南小吃、云南饮品数量分别为121款、95款，平均每个样本品牌在售4款云南小吃、3款云南饮品
- 其中，大理乳扇、蒙自饵块、云南鲜花饼、云南米布等是受欢迎的云南小吃，云南野生酸角汁、丽江现烤罐罐奶茶、鲜榨滇橄榄汁、云南普洱茶、糯香柠檬茶等是受欢迎的云南饮品

2024年全国部分云南菜品牌在售的云南小吃、云南饮品



讲究新鲜、生态食材，蕨菜、鸡枞、草果等云南特色食材大放异彩

- 云南当地的特色食材、新鲜食材是云南菜品牌发展的一大“法宝”。因此，品牌在产品宣传上强调食材的新鲜、绿色健康、稀缺性
- 云南生物多样性丰富，特色食材种类也多元，大致可分为蔬菜类（尤其是野菜）、菌菇类、水果类、花卉类、香料类、昆虫类等。据文旅云南报道，全球90%的香料植物可在云南生长，云南目前发现与引进的香料作物多达400多种，在全国的占比约五成。此外，蘸料也是云南的饮食特色，当地俗称“喃咪”，其种类繁多，如糊辣子蘸水、树番茄蘸水等，体现了云南独特的饮食习惯

云南菜品牌强调食材的新鲜、绿色健康

- 如云海肴云南菜宣传其释迦果“深山种植”，其松茸是“采自纯净高原，一年一季”



- 甘思咪噪宣传其五彩竹筒饭是“天然植物染色，空运的竹子作为容器”



云南的部分特色食材

蔬菜类：蕨菜、香椿、冬寒菜、海菜花、枸杞芽、刺五加、佛手瓜尖、水芹菜、野辣子菜、臭草、沙松尖、树番茄、刺老苞等

菌菇类：松茸、松露、鸡枞、见手青、干巴菌、牛肝菌、羊肚菌、奶浆菌、青头菌、珊瑚菌、鸡油菌、火炭菌、红菇等

水果类：释迦果、酸角、红毛丹、八月瓜、海参果、火把梨、鸡咪子等

花卉类：石榴花、棠梨花、木棉花、水芹菜、芭蕉花、石榴花、夜香花、芋头花、南瓜花、石斛花、玫瑰花、大白花、菊花、康乃馨、金雀花等

香料类：香茅草、野薄荷、草果、香蓼、刺芹、车前草、迷迭香、鸢尾、鸭脚板、草八角、野拔子、吉龙草、香茱萸、山奈、木姜子、依兰等

昆虫类：竹虫、蜂蛹、酸蚂蚁、柴虫、花蜘蛛、沙虫、五香豆虫、沙巴虫、飞蚂蚁等

云南菜民族特色突出，傣族菜发展势头较好

- 云南菜的民族特色突出，傣族菜、哈尼族菜、景颇族菜、白族菜等多个少数民族菜系特色鲜明
- 其中，傣味餐厅数量较多，知名度也较高，金塔傣乡、纳禾春、西双版纳·傣味云南特色菜、浩海火烧云傣家菜等就是主打傣族菜的品牌。其他民族菜系富有特色，但品牌分布较为分散

云南部分民族菜系的特征对比

口味特色

口味酸辣、清淡、开胃，少油少盐

以酸、辣、鲜、香、野为特点

喜辣、苦，口味独特

以烹制山珍野味著名，口味清新醇香

食材特色

选用云南当地菜蔬、珍贵菌类菜苔、昆虫等入菜，善于添加天然香料、青柠檬汁及鱼露等调料

善用酸笋调味，以紫米八宝饭和五彩饭为主食

善用野生菜和野味入馔。绿叶宴是其特色宴席，饮食用具由翠竹和绿叶制成，充满野性与古朴

喜食鱼鲜、鸡鸭禽肉及畜肉，也善于利用五谷杂粮和腌制品入馔

菜品示例



品牌宣传云南赶摆、彝族阿细跳月等特色文化，打造差异化

- 云南当地文化多元，品牌也将其融入自身，通过门店活动、开设主题店、举办大型展览、联名等方式传播云南的特色文化
- 例如云海肴云南菜在不同城市打造主题店，一坐一忘云南菜举办大型活动展现傣族赶摆、非遗手工、非遗节日等云南特色

茄子恰恰

- 其线下门店举办云南山歌、云南舞蹈等活动，以吸引客流



一坐一忘云南菜

- 在上海、深圳、西安、北京等地复制云南当地特色民俗“赶摆”，与艺术家、手艺人、餐饮专家等合作，从傣族食材、工艺艺术、特色小吃等角度展示云南风情
- 2024年7月，其在丽江联合举办艺术火把节，提供火烤肋排、山野火烤鸡、玫瑰酸木瓜汁等多款产品



老滇山寨

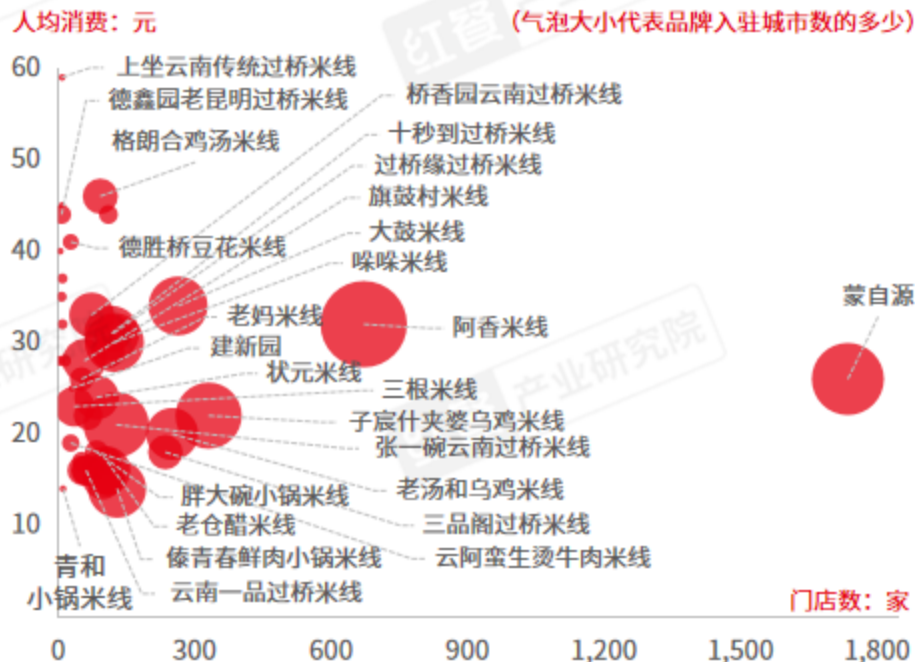
- 在中秋时节推出欣赏“阿细跳月”的活动，让消费者体验“跳菜送饼”“高山流水”的民俗



云南米线：过桥米线、小锅米线知名度高，豆花米线等被不断挖掘

- 云南米线类别多样，当地各州市都有其特色米线，例如昆明的小锅米线和豆花米线、蒙自的过桥米线、玉溪的鲈鱼米线、文山的余肉米线和酸汤米线、西双版纳的撒撇米线、普洱的老醋米线、保山的熏肉米线等。中国饭店暨烹饪协会副会长、云南省饭店暨餐饮行业协会联合会会长杨艾军指出，铜锅小锅米线、佤族过手米线、老醋米线这三类米线分别呈现鲜香、好玩、健康的显著特征，均具备较大的发展潜力
- 过桥米线是云南米线中久负盛名的细分赛道，品牌数量较多。蒙自源以超过1,700家的门店数领跑，是赛道中的佼佼者。在红餐产业研究院选取的25个云南米线样本品牌中，有64.0%的品牌人均消费在20~40元，这表明云南米线的性价比较高

2024年全国部分云南米线品牌概况



产品不断丰富，云南特色米线具备发展潜力

当前，云南米线赛道的不少品牌，如蒙自源、阿香米线、大鼓米线、咪咪米线、谭仔米线等扩充产品线，加入米饭简餐、烧烤、特色小吃、甜点、饮品等产品

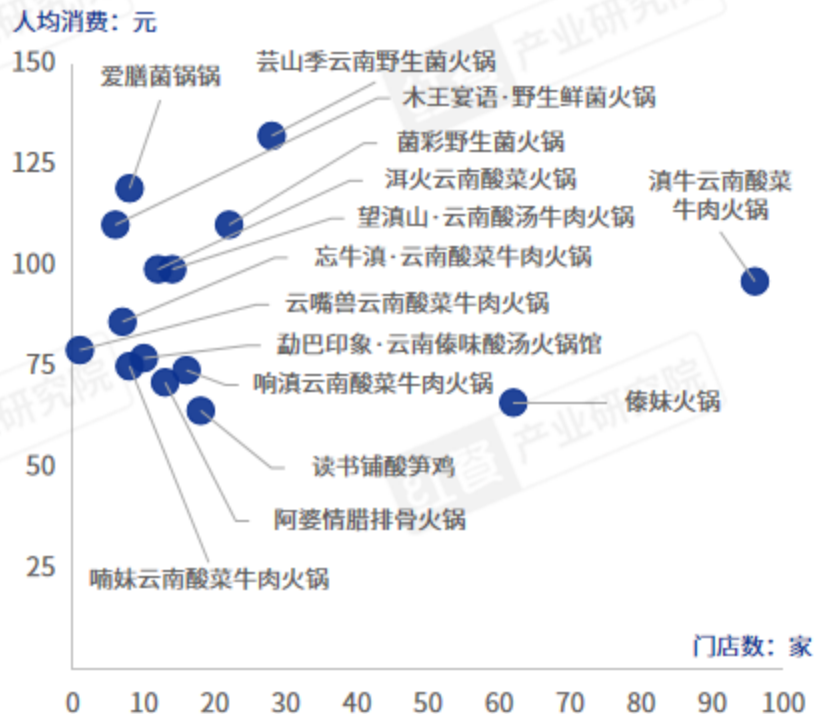


此外，云南其他特色米线赛道也被不断挖掘，酸汤米线、豆花米线、老醋米线等专门店发展势头不错，例如德胜桥豆花米线、老汤和乌鸡米线、胖大碗小锅米线、青和小锅米线、老仓醋米线、云阿蛮生烫牛肉米线等

云南火锅：野生菌火锅、酸菜牛肉火锅发展势头较猛

- 云南火锅种类多样，地方火锅特色各异。例如昆明和楚雄等地的野生菌火锅、昆明和曲靖等地的酸汤猪脚火锅、丽江的腊排骨火锅、怒江的油漆鸡火锅、昭通的天麻火腿鸡火锅等
- 其中，云南酸菜牛肉火锅和野生菌火锅发展势头较猛，诞生了不少连锁品牌，例如滇牛云南酸菜牛肉火锅、菌彩野生菌火锅、芸山季云南野生菌火锅等

2024年全国部分云南火锅品牌概况



- 云南酸菜火锅一般采用当地的酸萝卜、腌菜等作为汤底原料，加入米线、姜柄瓜、思茅甜笋等特色食材，酸味较为柔和

- 野生菌火锅、酸菜牛肉火锅等品牌推出饭食、小吃、茶饮、烘焙、甜品等产品，为消费者带来独特的云南风情美食

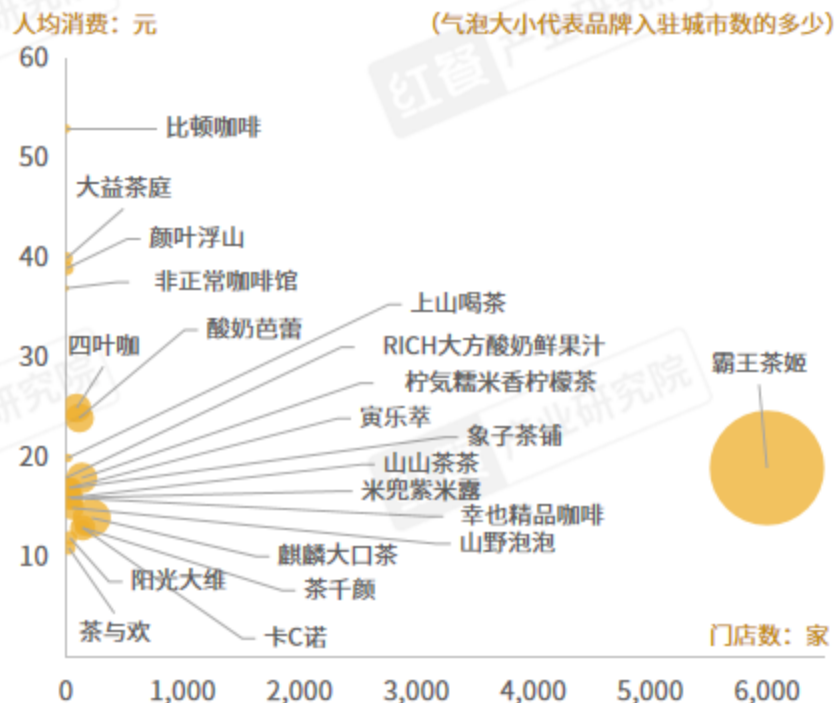


- 此外，主营腊排骨火锅、酸笋鸡火锅等云南特色火锅的专门店也发展得不错，如读书铺酸笋鸡、阿婆情腊排骨火锅等

云南现制饮品：呈现“一超多强”竞争格局，茶饮品牌表现较强

- 云南现制饮品可以细分为云南茶饮与云南咖饮，云南在茶叶种植、咖啡豆种植上具备天然优势，相关品牌也多采用当地的原料
- 在云南茶饮赛道中，主打原叶鲜奶茶的霸王茶姬以6,000余家的门店数“领跑”，其从昆明起步，当前已经是全国茶饮品牌的佼佼者。还有不少云南茶饮品牌门店数逐步提升，例如麒麟大口茶、卡C诺、茶千颜、柠气糯米香柠檬茶、酸奶芭蕾的门店数都在100家以上。此外，山野泡泡、寅乐萃等品牌势头也不错，分别推出了滇橄榄汁、云南米布鲜奶茶等差异化产品

2024年全国部分云南现制饮品品牌概况



▪ 2024年9月，霸王茶姬携手手制茶非遗传承人李明泽，回到云南沧源，探寻云南茶叶的采摘过程与制作、冲泡工艺，推出新品“金乌扶摇”

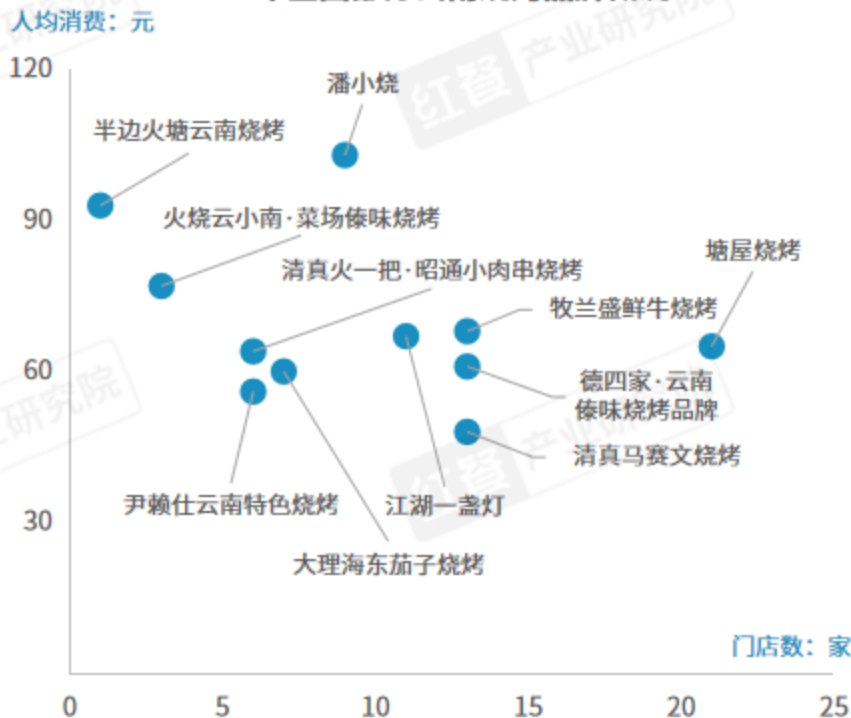


▪ 此外，云南是咖啡豆大省，云南咖饮品牌也逐步走向全国，四叶咖、幸也精品咖啡等品牌门店数较多

云南烧烤：门店数普遍不多，傣味烧烤跑出代表品牌

- 云南烧烤选材多样，烤法独特。该赛道品牌的全国门店数普遍不高，目前塘屋烧烤门店数在20家以上，牧兰盛鲜牛烧烤、清真马赛文烧烤、江湖一盏灯等的门店数在10家以上
- 云南烧烤极具少数民族风情，其中傣味烧烤较为知名。傣味烧烤有“摩”“并”“并烤窝”“并鸦”几种类型，做法各不相同，其代表品牌有德四家·云南傣味烧烤品牌、火烧云小南·菜场傣味烧烤等

2024年全国部分云南烧烤品牌概况



- 除了云南当地，其他城市也跑出了云南烧烤品牌，例如北京的半边火塘云南烧烤，上海的潘小烧等。这些品牌立足云南当地特色，推出了丰富的产品系列



- “绿叶宴”是云南当地景颇族的特色宴席，其以烧烤为主要菜品，用芭蕉叶作盛具，特点为满席翠绿、不用碗筷、酸辣可口，整体风格古朴又野性。傣族也喜爱用簸箕作盛具，装上烧烤上菜

04

贵州菜体系：“山野”“鲜味”
特征显著，苗族文化被深挖

品牌推出多样的当地小吃与饮品，凉拌折耳根、刺梨汁等产品受欢迎

- 贵州菜品牌的产品结构多元，它们会重点推出具有贵州特色的小吃、饮品等产品。据红餐产业研究院统计，截至2024年11月，22家贵州菜样本品牌中，在售的贵州小吃、贵州饮品数量分别为98款、62款，平均每个样本品牌在售4款贵州小吃、3款贵州饮品
- 其中，凉拌折耳根、脆哨土豆、洋芋粑粑、贵阳丝娃娃等是受欢迎的贵州小吃，贵州野生刺梨汁、贵州冰浆、木姜子柠檬茶等是受欢迎的贵州饮品

2024年全国部分贵州菜品牌在售的贵州小吃、贵州饮品



贵州菜食材的“山野”“鲜味”特征明显，特色食材被挖掘应用

- 贵州菜的食材讲究山野味和鲜味。不少贵州菜品牌在品牌名、菜品名、食材选取、烹饪技法等方面体现此特色，例如品牌名字带有“山”“野”等字眼的山石榴贵州菜、山外面贵州酸汤火锅、野果与山椒、野杜鹃等
- 贵州当地的特色食材种类繁多，涵盖蔬菜（含野菜）、肉类、菌菇、水果、茶叶/抹茶、香料等多个类别。据公开资料，贵州当地有食用习惯的野菜品种将近600种，常见的种类有80余种，建立了一个庞大的“野菜宇宙”

贵州菜在食材上呈现“山野味”和“鲜味”

- 脆嫩春笋、折耳根、香椿、芥菜、蕨菜、洋荷、剪刀菜、水芹菜、地米菜、灰灰菜等众多山野食材与时令食材被贵州菜餐厅运用
- 如山石榴贵州菜有香椿炒腊肉、笋叶茴香炒蚕豆等多种菜品
- 贵阳的黔磨菇四季餐厅主打贵州野生菌菜品，其善用鸡枞菌、牛肝菌、马蹄菌、马桑菌、紫花菌、鲜竹荪等入菜



炒、炖、煮等烹饪方式保留了山野的粗犷与原始

- 此外，一些贵州菜品牌也用山野食材研发创意料理，“外料黔烹”与“黔料外烹”的饮食理念得以发扬

贵州的其他特色食材

水果类：刺梨、八月果、红毛丹等。不少贵州菜餐厅推出刺梨饮品，例如丝恋丝娃娃的刺梨汁、山石榴贵州菜的刺梨汁、黔大叔的冰爽龙里刺梨汁等



茶叶/抹茶类：贵州的都匀毛尖、湄潭翠芽、石阡苔茶、雷山银球茶、梵净山翠峰茶等茶叶较为知名，铜仁抹茶也在崛起

贵州当地茶饮品牌去茶山采用贵州茶叶、抹茶、白酒等制作特色产品，如干酪贵州铜仁抹茶鲜奶茶、贵阳冰茶酱香版等



贵州菜强调“小炒烟火气”，菜品的酸辣味型突出

- 贵州菜注重传统烹饪方式的运用，如炒、炖、煮、烤等。这些烹饪方式往往能够保留食材的原汁原味，同时也能够营造出浓郁的烟火氛围。当前，定位为“贵州小炒”“贵州家常菜”的贵州菜连锁品牌崛起，例如树厨贵州菜、柒食·贵州小炒、小雅家常菜等
- 在调味方面，贵州菜讲究酸辣鲜香，贵州菜品牌推出酸辣味的小炒、火锅、米粉、小吃等产品，受到市场欢迎。此外，以酸辣口感为特征的贵州酸汤火锅、贵州酸汤粉等细分赛道也跑出了一些品牌，如黔三一夺夺粉酸汤火锅、山鸳·贵州手工酸汤粉等。随着“酸汤”风潮席卷餐饮界，与此相关的云南酸菜牛肉火锅、海南糟粕醋火锅等赛道也受到不少关注

贵州小炒走红，一些品牌发展势头不错

- 截至2024年11月，“贵州小炒”的抖音话题播放量为33.8万次，哔哩哔哩该搜索词下视频的最高播放量为35.8万次。烟火气与地方特色兼具的贵州小炒热度较高，一些品牌发展较好
- 例如创立于2013年的树厨贵州菜，目前其全国门店数超10家，在贵州、遵义、铜仁等地开出了门店，代表产品有葱香牛肉、香辣炆锅鱼、黔北糟辣小炒肉等
- 柒食·贵州小炒扎根贵阳，代表菜品有锅仔辣子鸡、糟辣回锅肉、宫爆板筋、脆皮鱼、宫爆腰花等



贵州菜的酸辣味型突出，酸味来源多样

- 贵州菜讲究酸辣鲜香，这种独特味型也是其烟火气的一大表现。做酸食的手法多样，如酵酸、泡酸、腌酸、糟酸、泔酸等
- 在贵州，万物皆可入酸。以食材来源不同，酸味的来源可分为自然发酵、动物性食材发酵、植物性食材发酵三类

- 1 自然发酵：盐酸、米酸、醋酸、酒酸等
- 2 动物性食材发酵：虾酸、鱼酸等
- 3 植物性食材发酵：菜酸、果酸、臭酸、糟辣酸、韭菜酸等

贵州菜品牌注重传播贵州特色文化，通过展现文化价值为品牌赋能

- 贵州菜品牌注重通过门店装修、主题活动、主题店等推广贵州当地的特色文化，例如黔乡阁、山石榴贵州菜、老凯俚酸汤鱼等品牌会在门店展现苗族蜡染、苗族银饰、长桌宴等贵州特色

■ 黔乡阁

- 2024年6月，其线下门店黔乡阁·宴筹备举办了贵州美食节，以贵州非遗苗族妆造、苗族银艺术品等方式，呈现来自贵州的山川风土志



■ 山石榴贵州菜

- 山石榴贵州菜的门店风格各异，其上海丰盛里店用银灿灿的主色调呈现苗族村寨风，上海荟聚店是贵州石木风，南京景枫中心店则采用大面积的蜡染呈现自然淳朴之美



- 此外，山石榴贵州菜通过举办艺术文化展、与设计师联名等形式，展现贵州的非遗苗族蜡染、村寨口包手工编织等民族艺术



■ 老凯俚酸汤鱼

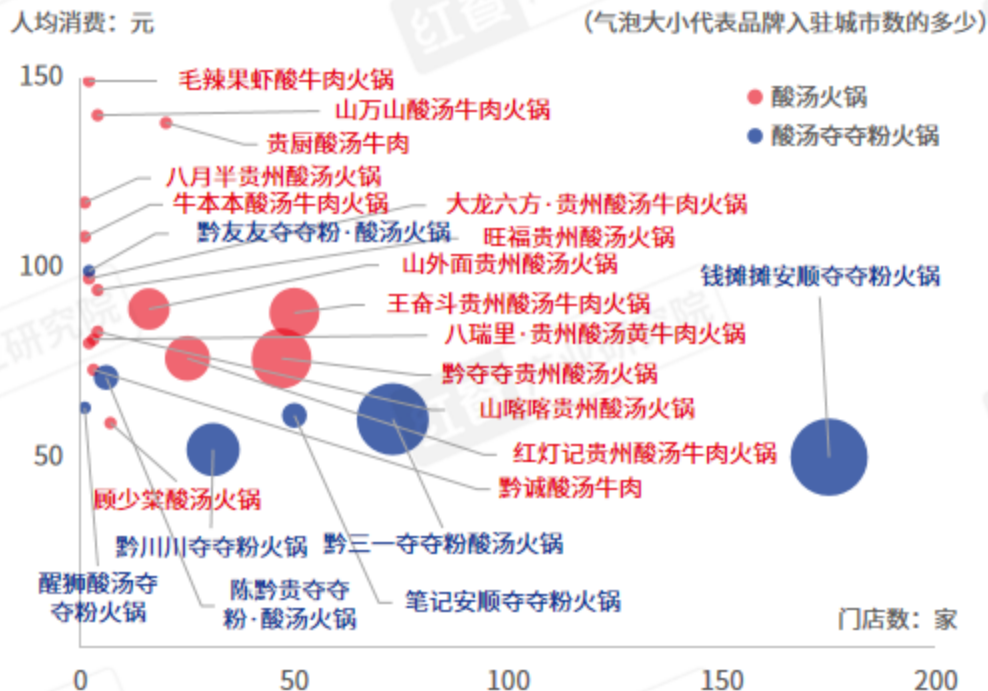
- 2024年，老凯俚酸汤鱼多次在线下门店举办苗族长桌宴、苗族歌舞等活动，让消费者体验苗族拦门酒、高山流水开场仪式等风俗



贵州酸汤火锅：品牌在全国多地开花，夺夺粉融入酸汤口味

- 贵州的酸汤种类繁多，可按照味型、原料、清澈度、民族风情等多种角度进行划分。近年来，贵州酸汤火锅热度较高，主打酸汤火锅、酸汤夺夺粉火锅的品牌崛起，贵厨酸汤牛肉、钱摊摊安顺夺夺粉火锅、黔三一夺夺粉酸汤火锅、红灯记酸汤牛肉火锅、王奋斗贵州酸汤牛肉火锅、山外面贵州酸汤火锅等是代表品牌
- 例如，以长沙为大本营的红灯记酸汤牛肉火锅，将门店开到广州、武汉等地，其采用“小吃集合店+酸汤牛肉火锅”的模式，凭借较高的性价比赢得了不错的口碑。贵州本土品牌与发源于一线、新一线城市的品牌相互争锋，贵州酸汤火锅在全国多地开花
- 此外，一些贵州豆米火锅、川渝火锅、牛蛙、烤鱼等赛道的品牌也推出酸汤汤底的产品，紧跟趋势

2024年全国部分贵州酸汤火锅品牌概况



▪ 钱摊摊安顺夺夺粉火锅以超170家的门店数领跑，其门店分布在重庆、四川、河南等地，代表菜品有安顺夺夺粉、鲜剁肉末饼等



▪ 黔三一夺夺粉酸汤火锅店分布在四川、浙江等地，加入贵州洋芋粑粑、贵阳烟熏糯米肠、安顺甜酒粑等特色产品



▪ 王奋斗贵州酸汤牛肉火锅的代表产品则有凯里红酸汤锅底、折耳根脆哨土豆、野生刺梨汁、空运野菜等



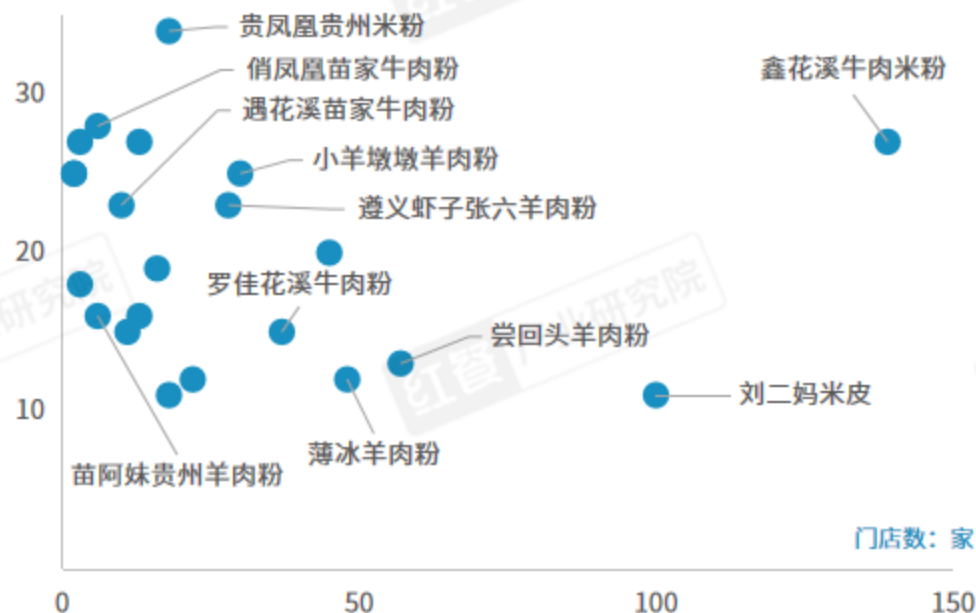
资料来源：红餐大数据、公开信息，数据统计时间截至2024年11月

贵州米粉：人均消费集中在10~30元，贵州牛肉粉、贵州羊肉粉等细分赛道发展较好

- 贵州的特色米粉有花溪牛肉粉、遵义羊肉粉、虾子羊肉粉、兴义羊肉粉、水城羊肉粉、米皮（剪粉）等多种类别。贵州人吃米粉讲究“哨子”，羊肉、牛肉都是很受欢迎的哨子，贵州羊肉粉、贵州牛肉粉也是贵州米粉中突出的一条细分赛道。贵州米粉赛道中，鑫花溪牛肉米粉、刘二妈米皮、小羊墩墩羊肉粉、遵义虾子张六羊肉粉、贵凤凰贵州米粉等品牌发展较好
- 贵州米粉的人均消费不高，在红餐产业研究院选取的22个贵州米粉样本品牌中，有五成的品牌人均消费低于20元，有45.5%的品牌人均消费在20~30元

2024年全国部分贵州米粉品牌概况

人均消费：元



贵州羊肉粉品牌将羊肉部位划分得较为细致，同时也会加入小吃等其他产品。例如小羊墩墩羊肉粉的羊杂粉、香辣羊肚、羊蹄、羊腰、羊肥肠等

随着酸汤的爆火，仟味高汤、玉梦酸汤等上游企业，以及不少餐饮品牌都跟进贵州酸汤粉的风潮

刘二妈米皮主打米皮这一贵州特色米制品，目前其全国门店数超100家，米皮制作技艺获得“非遗”与“贵州老字号”等称号

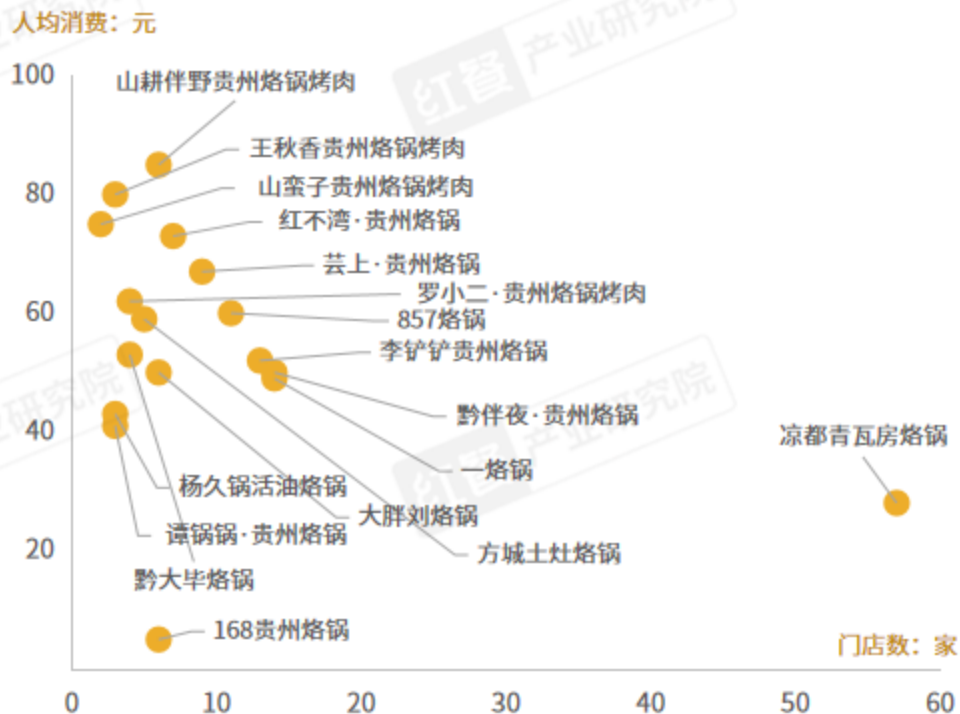


资料来源：红餐大数据、公开信息，数据统计时间截至2024年11月

贵州烙锅：兼具地方特色与烟火气，“贵州铁板烧”类别多样

- “烙锅”在东北指的是一种煎炸小吃，在贵州则指的是一种与烤肉相似的特色美食，又被称为“贵州铁板烧”。其起源于黔西北，食材和蘸料多样，可分为六盘水烙锅、水城烙锅、毕节烙锅、贵阳清镇烙锅等
- 一批主打贵州烙锅的品牌获得关注，其中凉都青瓦房烙锅凭借50余家的门店数领跑该赛道。贵州烙锅的性价比较高，在红餐产业研究院选取的17个贵州烙锅样本品牌中，有64.7%的品牌人均消费在50~80元

2024年全国部分贵州烙锅品牌概况



近年来，贵州烙锅凭借烟火气与特色的吃法，热度渐升。贵州本土的一烙锅、857烙锅，上海的山耕伴野贵州烙锅烤肉、王秋香贵州烙锅烤肉，重庆的山蛮子贵州烙锅烤肉等品牌发展势头不错



此外，上海、广州、深圳等地出现了一些贵州烙锅品牌，主打“活油烙锅”这一来自贵州毕节的特色做法

05

未来展望：云贵地方特色值得进一步深挖，多元化渠道的品牌传播是“良方”

发展痛点：供应链建设面临难题，云贵的独特风味是特色也是限制

01

供应链建设存在难题

云贵的特色食材在外地难以寻觅，而云贵地区地形复杂，交通不便，因此食材采购和运输成本较高

同时，云贵菜餐饮品牌规模较小，采购需求分散，难以形成规模效应，降低了采购效率

此外，供应链信息化程度较低，缺乏信息共享平台，导致供需信息不对称，增加了进货风险

02

地方风味是特色也是限制

云贵菜包含了大量小众食材和特有的调味品，这些食材虽然在当地广受欢迎，但对于外地消费者来说却相对陌生，例如牛瘪汤、烤昆虫等

消费者初次尝试时可能会因为好奇而尝鲜，但这些小众的食材并不一定能被广泛接受，尤其是在那些饮食习惯差异较大的地区

此外，云贵菜的酸辣、偏咸等口感较重，不易成为大众的日常选择，导致顾客在初次体验后复购意愿降低

03

标准化程度低，品牌效应不足

云贵菜在制作流程和食材选择上缺乏统一标准，这直接影响了品牌的规模化发展。由于云贵菜讲究手工制作和独特的调味技巧，诸多店的做法和口味都有所不同，难以实现菜品质量的一致性

同时，云贵菜餐饮企业普遍规模较小，品牌影响力有限，难以形成规模经济和品牌效应。这不仅限制了云贵菜餐饮市场的拓展，也影响了消费者体验和忠诚度

建议一：深挖云贵地方特色，融合创新以拓宽消费群体



深化地方特色挖掘与融合创新

云贵地区拥有丰富的自然资源和多元的民族文化，这是其独特的餐饮文化宝藏

建议云贵菜上下游企业加强对地方特色食材、烹饪技法、民族饮食习俗、地方特色菜的深入研究与保护性开发，如野生菌、香料等标志性食材的运用，景颇族绿叶宴、普洱石斛宴、苗族长桌宴、彝族火塘烧烤等传统饮食形式的现代化演绎，以及大理白族菜、普洱药菜、玉溪小吃、凯里酸汤、安顺小吃等地方特色的挖掘

同时，建议餐饮品牌进行跨界融合创新，将云贵风味与其他地域饮食风格、国际料理手法、其他业态等相结合，创造出既保留地方特色又符合现代审美的新菜品，满足不同消费者群体的需求

建议二：建立云贵菜理论体系支撑，提升菜品标准化



推动菜系理论与标准化

云贵菜系具有鲜明的地域特色和独特的烹饪技艺，但缺乏系统的理论体系支撑。目前，云贵菜虽已形成一定规模，但相较于川菜、粤菜等成熟菜系，其理论体系建设尚不完善

建议专家学者、资深厨师共同参与，从食材分类、味型定义、烹饪技法、饮食礼仪等多个维度，系统梳理和编纂权威文献，为行业提供标准化指导

在此基础上，餐饮品牌应制定统一的菜品标准，包括食材选择、制作流程、调味比例等方面，以确保不同分店间菜品质量的一致性。标准化不仅有助于品牌连锁经营，也能提升云贵菜在全国乃至国际市场的影响力

建议三：进行多元化渠道的品牌传播，提升云贵菜品牌知名度



强化品牌在全媒体的市场营销

建议云贵菜品牌充分利用数字媒体、社交平台、美食博客、短视频平台等多元化渠道，讲述云贵菜背后的故事，展示其独特的文化魅力和美食体验，提高品牌的知名度和好感度

同时，结合线上线下活动，如美食节、烹饪比赛、文化交流活动等，增强顾客互动与参与感

此外，云贵当地可以借鉴“齐齐哈尔烤肉”“盱眙龙虾”等区域公用品牌建设成功经验，或申请美食之都等称号，或打造云贵菜的区域公用品牌，培育云贵菜知名品牌，推动云贵菜走向全国、走向国际

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》、餐饮行业“红鹰奖”榜单和产业“红牛奖”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”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



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查；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：2024年1月—2024年11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：陈声华

特别鸣谢：中国饭店暨烹饪协会副会长、云南省饭店暨餐饮行业协会联合会会长杨艾军

感谢观看

研究报告合作请联系

张经理 199 6625 2467



扫描二维码添加好友