

餐饮行业 月度观察报告

——2025年2月

目 录

01 餐饮行业景气指数：节后需求回落，景气指数骤降

02 产品上新：重点品类新品竞争加剧，茶饮与面包烘焙创新频频

03 开店情况：品牌创新转型加速扩张，展开新模式与全球布局的双重探索

04 融资、收并购与上市：2月餐饮行业融资活动回暖，服务商与品牌活跃度提升

05 餐企大动作与行业大事件

01

**餐饮行业景气指数：
节后需求回落，景气指数骤降**

全国：双节叠加带来餐饮消费热潮，节后需求回落致景气指数骤降

指数说明

该指数为综合反映餐饮行业各地域或各品类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。

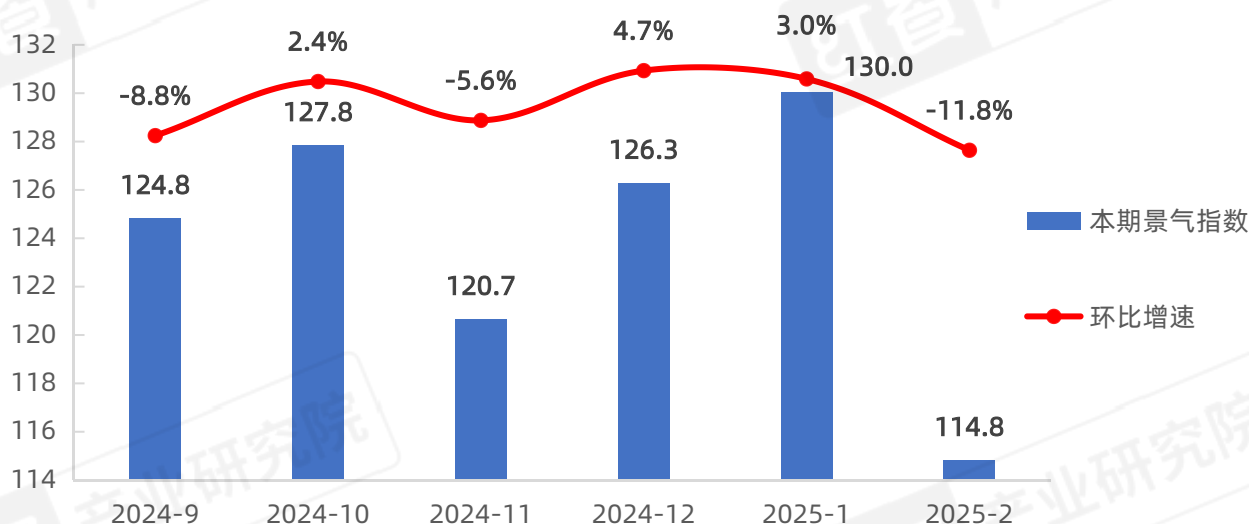
全国餐饮行业景气指数

2025年1月，由于元旦与春节的双节叠加，餐饮市场迎来了消费热潮，消费者外出就餐和外卖需求旺盛，推动了景气指数的显著上升。春节过后，消费需求骤然减少，人们逐渐回归正常的生活节奏，外出就餐的意愿降低，2025年2月餐饮行业整体需求下滑，景气指数随之下降。

红餐大数据显示，2025年2月，全国餐饮行业景气指数显著下降，从2025年1月的130.1降至2025年2月的114.8，环比下降了11.8%。这一指数的下滑反映了春节后餐饮消费市场逐渐回归常态。

2025年2月全国餐饮行业景气指数的下降是多重因素共同作用的结果，如春节效应的消退、政策支持的短期性、旅游消费的减少、城市人流量的变化以及消费者行为偏好的转变等。这些因素共同导致了消费者在2月份的餐饮消费需求下降。

2024年9月—2025年2月全国餐饮行业景气指数走势图



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年2月28日

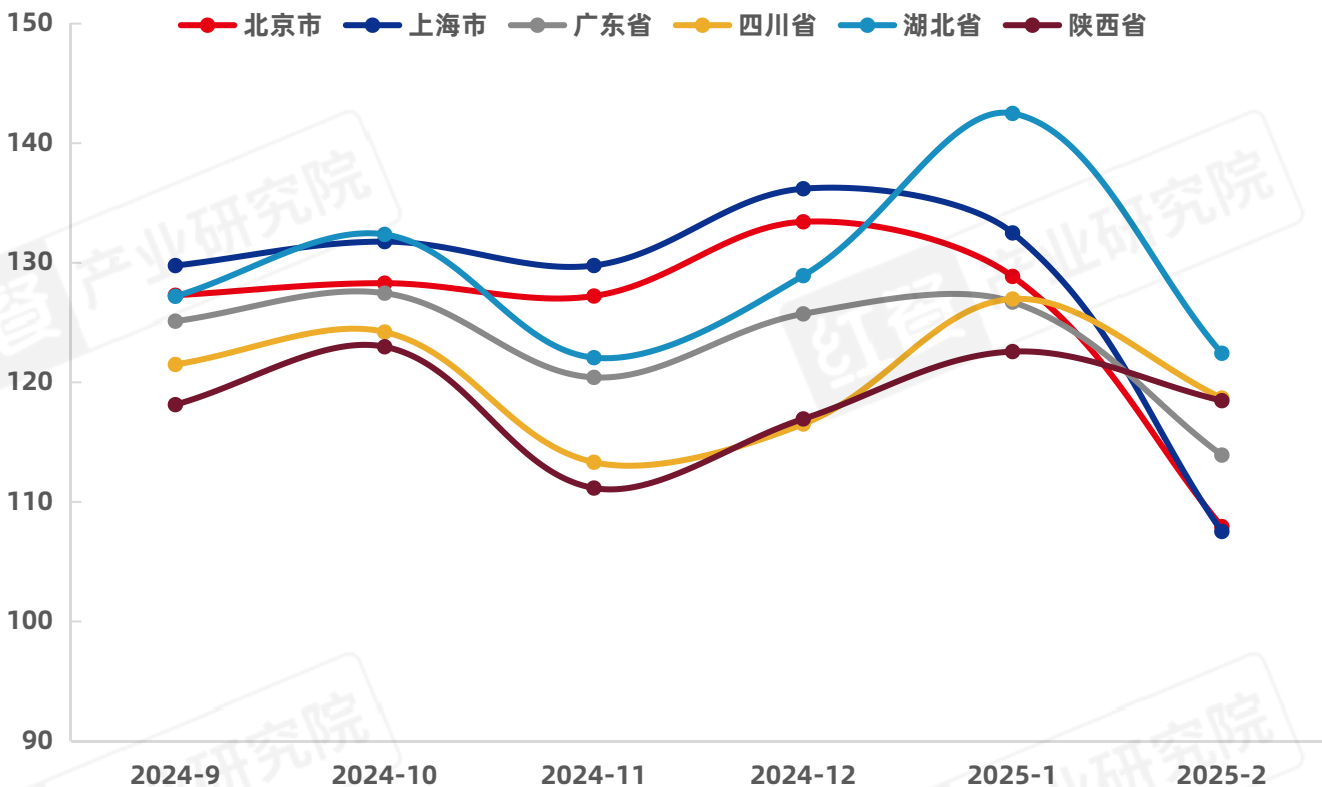
重点区域：极端天气叠加复工延迟，多地餐饮景气指数显著下滑

重点区域景气指数

2025年2月，北京、上海、广东、四川、湖北、陕西的餐饮行业景气指数均呈现下滑趋势。从具体的省级行政区来看，上海、北京、湖北的餐饮行业景气指数下降幅度最大，环比分别下降18.8%、16.2%、14.1%。广东、四川紧随其后，环比下降10.2%和6.6%；陕西降幅相对较小，环比降幅为3.4%。

北京和上海的餐饮行业景气指数持续刷新历史低位，跌至五个月内新低。此番下降主要受春节后复工延迟和极端天气叠加影响。一方面，2025年春节后返城客流分散至2月上旬，北京、上海的核心商圈客流量恢复速度较往年滞后；另一方面，北方暴雪导致交通瘫痪，部分商圈单日闭店率较高；南方地区则因为持续阴雨抑制消费者外出就餐欲望。

2024年9月—2025年2月重点区域餐饮行业景气指数走势图



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年2月28日

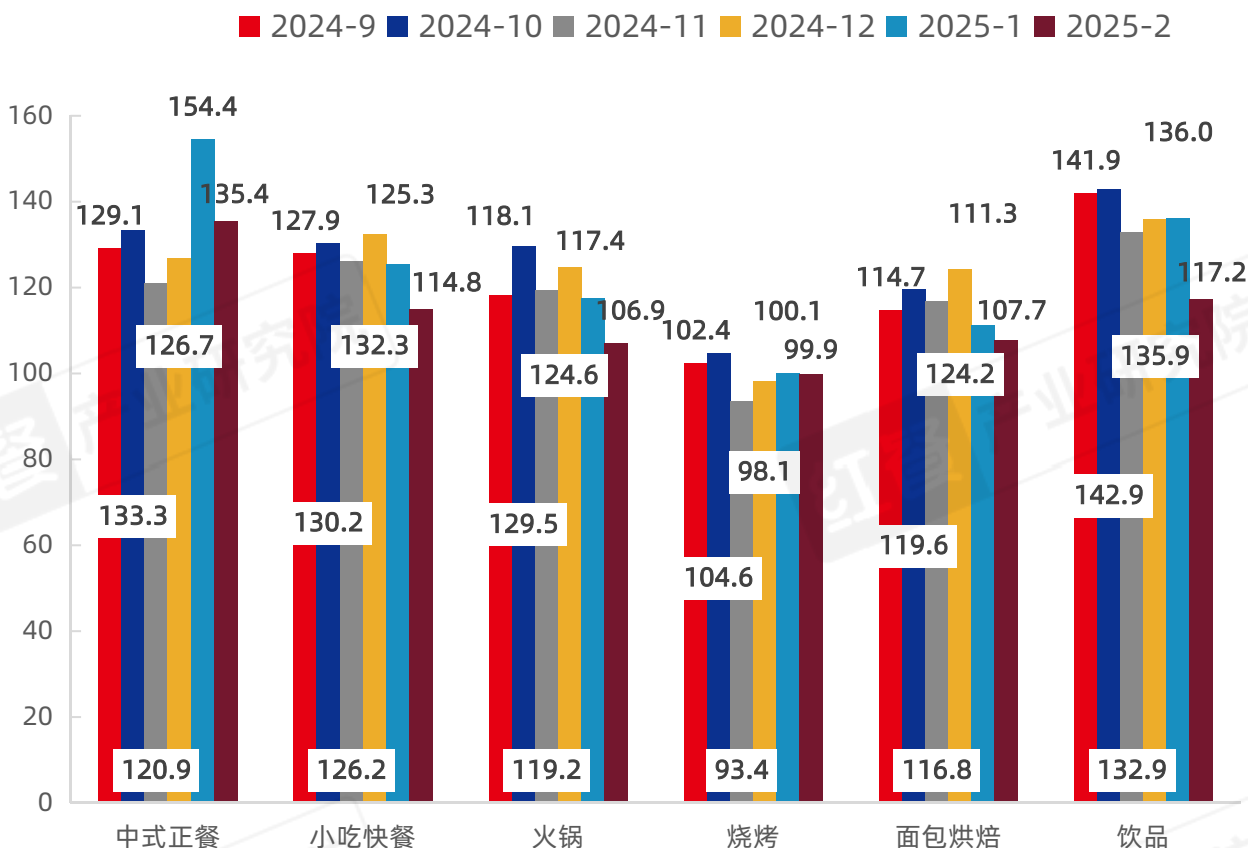
重点品类：春节消费集中释放后，多品类消费后劲不足

重点品类景气指数

春节期间，各品类的消费需求集中释放，如年夜饭、聚会宴请等，导致2025年2月中下旬消费后劲不足。中式正餐、小吃快餐、火锅、烧烤、面包烘焙和饮品六大重点品类的景气指数均呈现出下滑趋势。

具体来看，中式正餐、饮品赛道下滑最为显著，2月景气指数环比分别下降了12.3%、13.8%；小吃快餐、火锅赛道环比降幅分别为8.3%、8.9%；烧烤、面包烘焙下降幅度稍缓，环比分别下降了0.2%、3.2%。

2024年9月—2025年2月重点品类景气指数走势图



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年2月28日

02

**产品上新：
重点品类新品竞争加剧，茶饮
与面包烘焙创新频频**

西式快餐：主要围绕馅料和风味创新， 现制饮品新品受青睐

2025年2月，红餐产业研究院监测的西快品牌数量为45个^①。其中，有15个西式快餐品牌共推出了51款新品。从新品的细分种类来看，当月新品涵盖的种类有堡卷类、比萨类、炸鸡鸡排类、小食类、现制饮品类、甜点甜品类、面/饭/汤/轻食类、特色菜品类、其他类共9种。

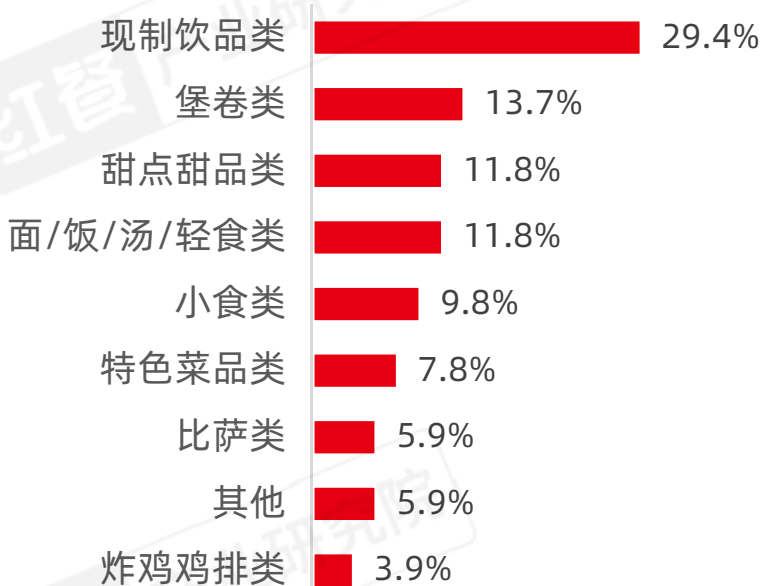
2月包含春节、情人节、元宵等重要节日，消费者对美食的需求呈现出多元化、节日化的特点。西式快餐品牌紧抓时机，加快节奏，推出一系列满足家庭以及其他多样社交需求的菜品。如萨莉亚推出了白葡萄酒炒什锦菌菇、芝士肉酱烤茄子、菠菜温泉蛋小匹萨等可以满足多个年龄阶段群体偏好的菜品。

2月中下旬迎来了春节假期复工潮，不少西式快餐品牌在现制饮品细分领域的创新上持续发力。为迎合年轻上班群体的消费偏好，品牌推出了多种创新饮品。总体来看，2月份现制饮品新品的数量占比最多，为29.4%，其中咖啡类新品最多；其次为堡卷类，数量占比为13.7%；甜点甜品类和面/饭/汤/轻食类数量占比一样，均为11.8%；其余类别的数量占比均少于10%。

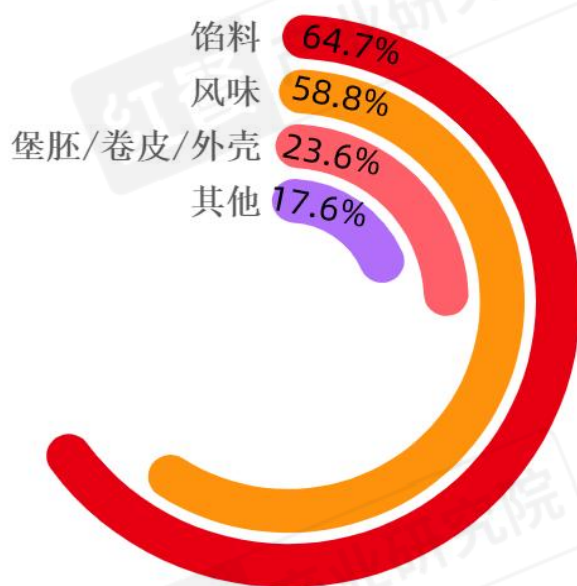
从堡卷类、比萨类、炸鸡鸡排类以及小食类的新品创新点来看，西式快餐品牌的新品创新主要集中在馅料和风味两个方面，占比分别为64.7%和58.8%。各大品牌主要通过融合具有地域特色或者风味独特的多元食材进行馅料风味创新，例如欢乐季中国汉堡以香辣对虾和鱼糜作为馅料，推出香辣虾排中国汉堡。

2025年2月部分西式快餐品牌产品上新情况

新品细分类别分布情况



新品创新点分布情况



^①各品类新品监测品牌的数量详见本报告末页相关说明
资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年2月28日

粉面：新品数量持续下滑，创新点聚焦特色风味浇头

2025年2月，在红餐产业研究院监测的61个粉面品牌中，有9个粉面品牌共推出了37款新品，相较2025年1月，新品数量环比下降26.2%，各粉面品牌创新积极性对比1月有所降低。从新品的细分种类来看，当月粉面新品涵盖的种类有汤粉/面类、拌粉/面类、炒粉/面类、小吃类、饭/粥/汤类、特色菜品类、饮品甜点类。

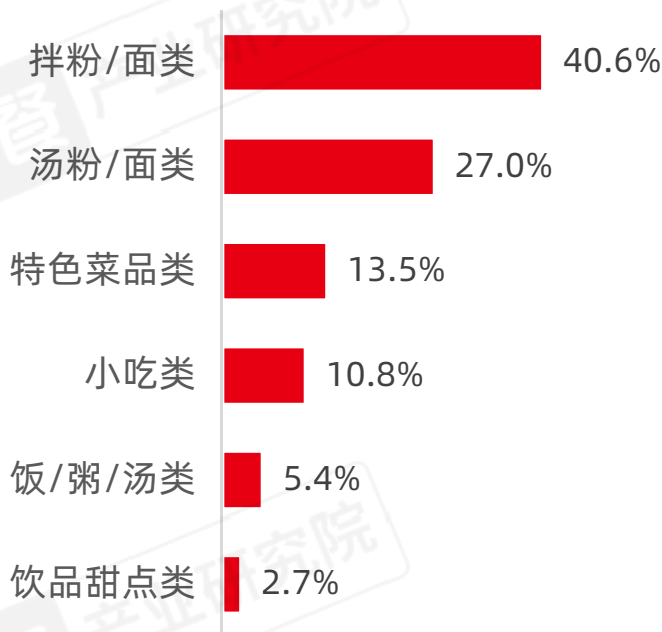
2月，不少粉面品牌持续深挖特色风味的食材，推出了一些特色新品，如大弗兰推出了农家鲜鸡煲小火锅，面点王推出了特色菜桑叶芽和紫甘蓝，小满手工粉推出了包含茶树菇、香菇、袖珍菇、杏鲍菇、蟹味菇五种菇在内的鲜炖五味杂菌粉。

从新品细分类别分布情况来看，拌粉/拌面的新品数量占比为40.6%；其次为汤粉/面类，新品数量占比达27.0%；特色菜品新品数量占比为13.5%；小吃类新品数量占比为10.8%；饭/粥/汤类和饮品甜点类新品数量占比分别为5.4%和2.7%。

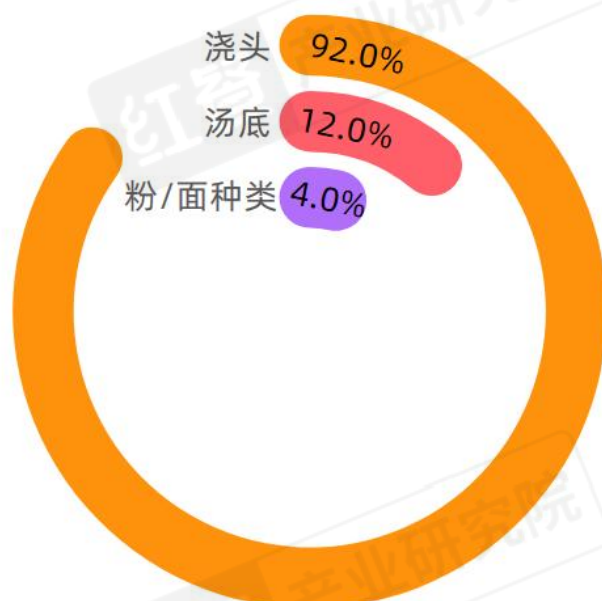
从汤粉/面、拌粉/面类新品创新点的分布情况来看，品牌创新的主要发力点在浇头创新上，数量占比达92.0%。例如，五爷拌面推出了爆炒肉末茄子浇头面，鸡蛋炒火腿浇头面、18秒爆炒猪肝浇头面等以浇头创新为主的10款特色拌面。其次是汤底创新，数量占比为12.0%。例如，小蛮螺丝粉，将螺蛳粉与多种地方风味汤底进行组合，推出了以牛骨汤打底的金汤肥牛螺蛳粉，同时还推出了广西的另一种代表粉类产品“老友粉”。

2025年2月部分粉面品牌产品上新情况

新品细分类别分布情况



新品创新点分布情况



茶饮：奶茶新品数量领先，水果元素打造茶饮新风味

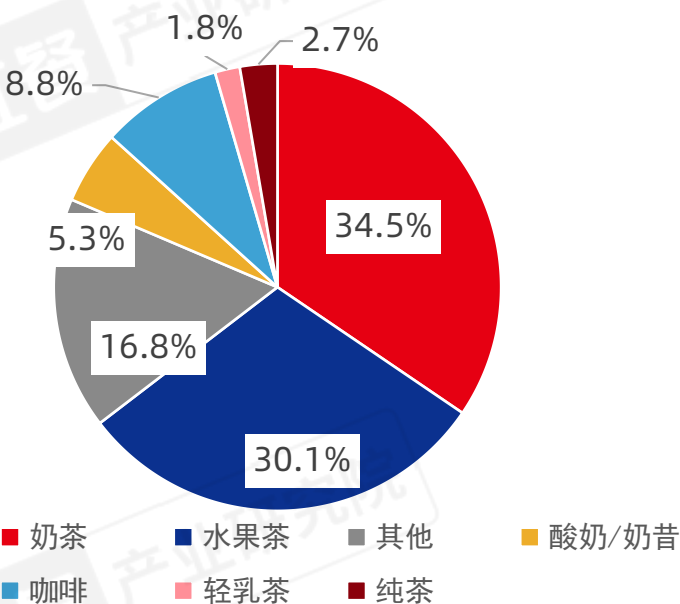
2025年2月，红餐产业研究院监测到有43个品牌推出了113款新品。具体而言，奶茶类新品最多，共计39款，占当月茶饮新品的34.5%。水果茶类新品次之，数量为34款，占比30.1%；其他类与咖啡类新品分别有19款和10款，占比16.8%和8.8%。轻乳茶、纯茶和酸奶/奶昔类新品数量相对较少，占比分别为1.8%、2.7%和5.3%。

从价格分布来看，在过年、节假日的营销下，2月茶饮品牌的新品价格整体小幅上移，主要集中在10元≤单杯<15元、15元≤单杯<20元和单杯≥20元这三个区间内，占比分别为26.1%、39.6%和26.1%，而10元以下的茶饮新品则相对较少，占比为8.2%。

从新品元素来看，花卉类的茉莉一直是备受青睐的热门元素，长期稳居热门榜单。除此之外芭乐、草莓、柠檬、苹果等水果类元素也颇受喜爱。如ARTEASG啊T推出了超多维C芭乐苹果新品，喜茶推出了清爽芭乐提、清爽芭乐葡等新品，700CC天然苏打水鲜果茶推出了芭乐莓了手摇版及冰沙版等新品。

此外，羽衣甘蓝、桑葚、蓝莓、牛油果等健康养生元素也呈现出了明显的上升趋势。如苏阁鲜果茶推出了低卡·牛油果羽衣甘蓝等新品；茶屿推出了山野黑桑葚、山野黑桑葚奶冻等新品；书亦烧仙草也推出了黑桑葚生椰莓莓、黑桑葚凤梨蜜桃等新品。

2025年2月部分茶饮品牌产品上新情况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年2月28日

咖饮：拿铁类新品“霸榜”，巧克力芝士元素“走红”

2025年2月，红餐产业研究院监测到有19个品牌共推出了50款新品。其中，拿铁类新品最多，共25款新品，占新品总量的50.0%，其次是美式/意式浓缩新品和茶饮类新品，分别推出了11款、9款新品，占比为22.0%和18.0%。而澳白、摩卡、特调等新品占比分别为4%、4%和2%。

从价格分布来看，咖饮新品价格小幅下移，当月新品的价格分布主要集中在15元≤单杯<25元和25元≤单杯<35元两个区间内，占比分别为44.0%和30.0%。相比之下，15元以下和35元及以上的咖饮新品占比较少，分别为12.0%和14.0%。

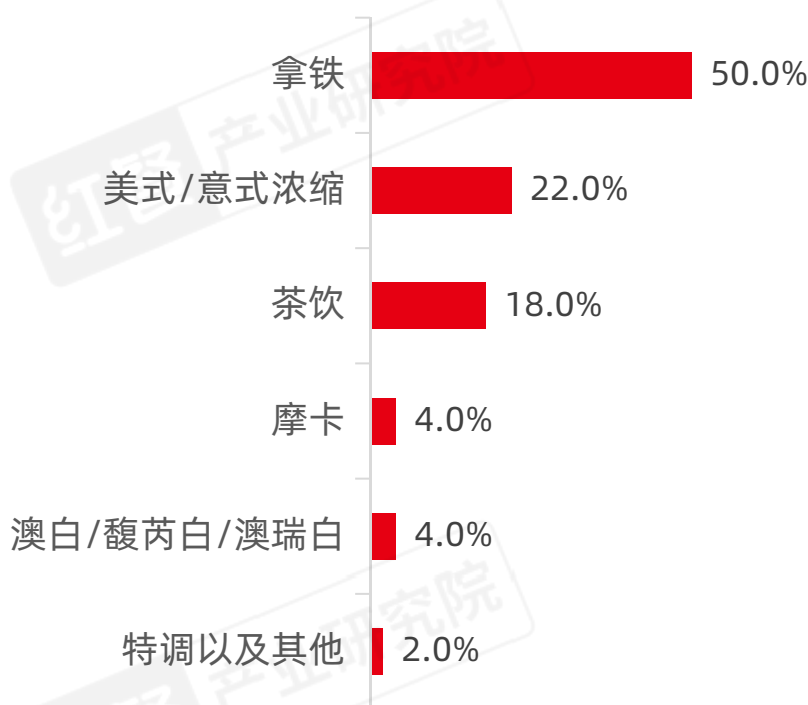
从当月上新的咖饮新品来看，咖啡品牌主要聚焦在巧克力、芝士、干酪、可可粉等热门元素。如BelrayCoffee贝瑞咖啡推出了小浓咖摩卡和小浓咖柠檬挞风味芝士拿铁等新品；库迪咖啡推出了慕斯红枣巴斯克拿铁、大富大桂大红袍生酪乳等新品；NOWWA挪瓦咖啡推出了生可可超模半熟芝士拿铁等新品。

此外，红枣、榛果、坚果、红豆、花生等谷物坚果类元素也被应用于新品中，如代数学家咖啡推出了S2云南花生曲奇等新品，邮局咖啡推出了相思红豆拿铁新品，Manner Coffee推出了SOE拿铁-枫糖榛果风味、SOE美式-枫糖榛果风味等新品。

2025年2月部分咖饮品牌产品上新情况



新品价格分布	单杯 < 15元	15元 ≤ 单杯 < 25元	25元 ≤ 单杯 < 35元	单杯 ≥ 35元
	12.0%	44.0%	30.0%	14.0%



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年2月28日

面包烘焙：双节叠加咬春新品，蛋糕与中式糕点共掀开年潮

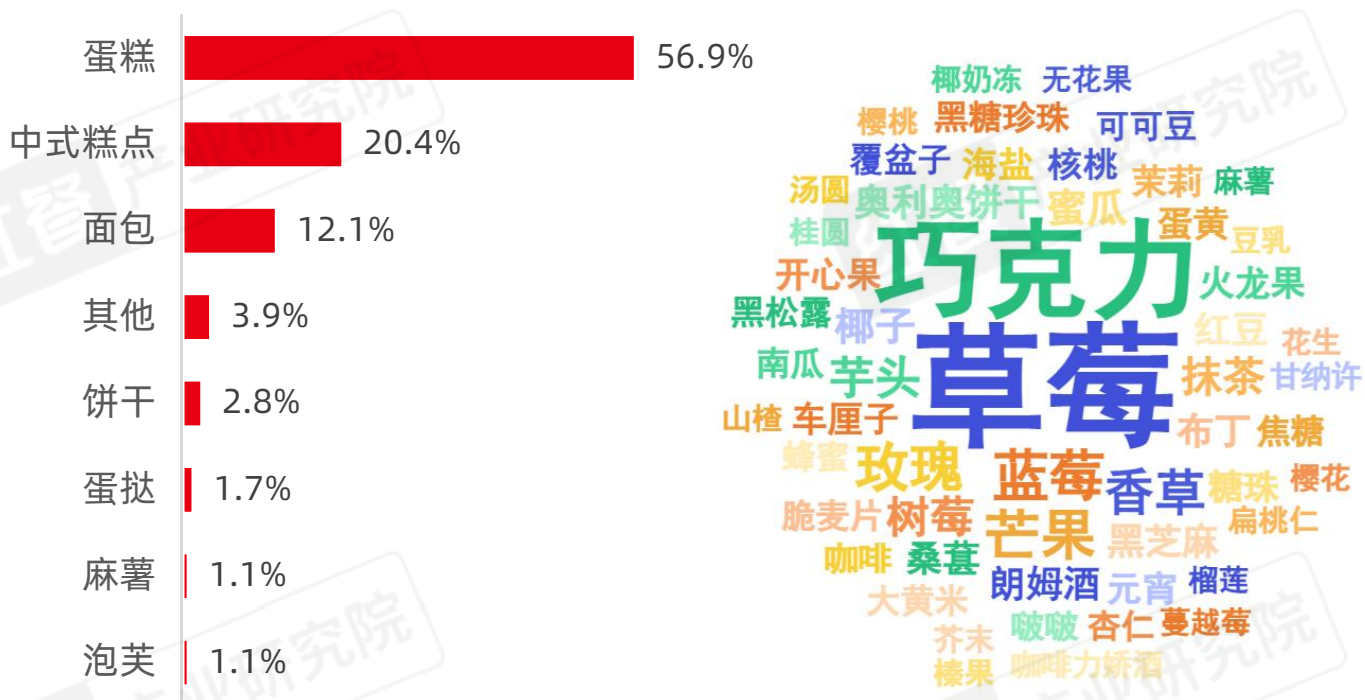
2025年2月，在红餐产业研究院监测的面包烘焙品牌中，有32个面包烘焙品牌共推出了181款新品。从新品的细分种类来看，当月面包烘焙新品涵盖的种类较丰富，有蛋糕类、中式糕点类、面包类、其他类等8种类型。

其中，蛋糕类新品数量最多，2月共推出103款，占面包烘焙新品总数的56.9%。其次是中式糕点类，共上架37款新品，占新品总数的20.4%。面包类共有22款新品，占新品总数的12.1%。其他类推出了3款新品，占新品总数的3.9%。除此之外，饼干、蛋挞、麻薯和泡芙类上新数量相对较少，占比均不足3.0%。

2月在结束春节长假后，迎来元宵情人节的上新高潮，不少品牌竞相推出契合团圆主题和浪漫氛围的系列新品。例如，慕巴夫鲜花主题蛋糕推出了萌趣圆宝、莓好团圆、桂影福泽等元宵系列蛋糕；欢牛蛋糕屋上新了丘比特之心、满分甜等情人节蛋糕；爱立颂alissant推出了大黄米玫瑰汤圆、黑巧奥利汤圆等新品。

除此之外，2月也迎来开年首个节气“立春”，部分品牌也围绕“咬春”主题，推出春日焕新产品。例如，山山家上新了万物复苏、生机勃勃系列蛋糕；维尔纳斯意大利手工艺蛋糕推出了醒时春山、浮光春日、春和景明等春日主题蛋糕。

2025年2月部分面包烘焙品牌产品上新情况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年2月28日

火锅：配菜领跑上新，品牌多矩阵推新品

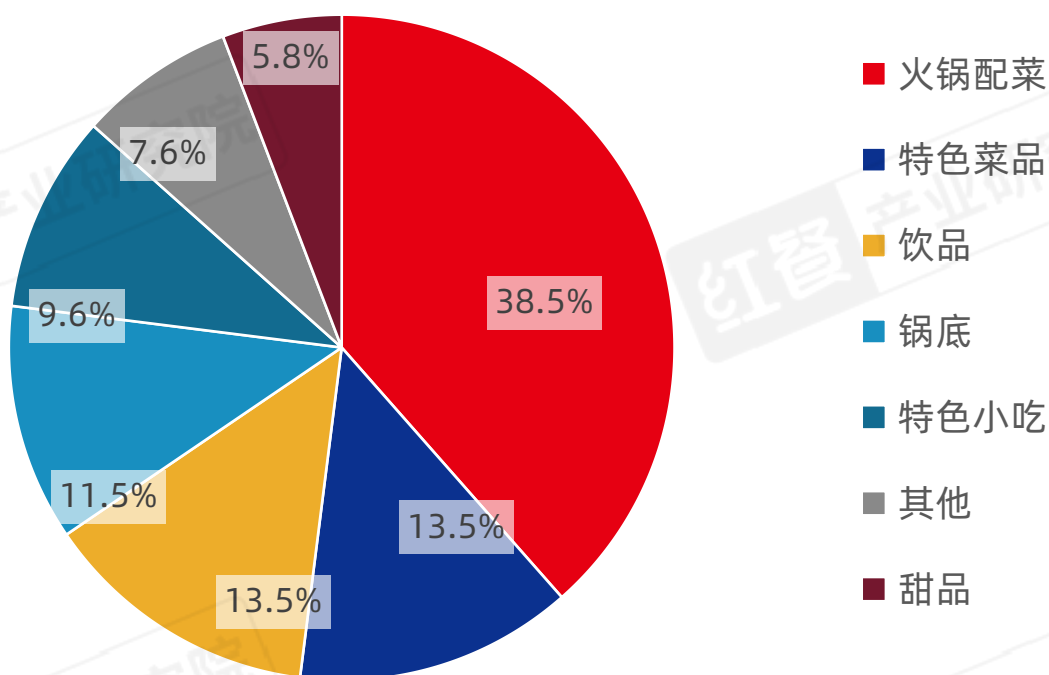
2025年2月，在红餐产业研究院监测的火锅品牌中，有14个火锅品牌共推出了52款新品。从新品的细分种类来看，当月火锅新品涵盖的种类有火锅配菜、甜品、其他、饮品、锅底、特色小吃和特色菜品。

其中，火锅配菜的新品数量最多，共计20款新品，占火锅新品总数的38.5%。比如海底捞上新了精品耗儿鱼、云南姜柄瓜；湊湊火锅推出了伊比利亚黑猪梅花肉、雪花黑毛和牛胸腹肉；大龙燚火锅也紧跟《哪吒2》潮流，上新了珠莲壁合·藕粉水晶丸、火炼红莲·虾豆花等配菜。

其次特色菜类、饮品类的新品数量也较多，占比均为13.5%。比如，海底捞推出了招牌大颗粒虾滑烫捞杯、牛骨原汤肥牛烫捞杯等菜品；捞王锅物料理上新了黑松露虾仁腊香煲仔饭；呷哺呷哺和湊湊火锅均推出了兰香龙眼椰椰冰饮品。

此外，不少品牌还在锅底和特色小吃类产品中给消费者带来崭新体验。例如，谭三娘鲜切牛肉自助火锅推出了贵州酸汤锅底和泰式冬阴功锅底；朱光玉火锅馆联名7-ELEVEN上新了开工暴富抓钱爪、门板鸡排大汉堡等小吃。

2025年2月部分火锅品牌产品上新情况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2025年2月28日

03

**开店情况：
品牌创新转型加速扩张，展开
新模式与全球布局的双重探索**

开店情况：品牌创新转型加速扩张，展开新模式与全球布局的双重探索

2025年2月，餐饮品牌扩张趋势愈加明显，多个餐饮品牌在不同城市推出新店型。

国内品牌本土扩张情况：

- 2月11日，茉莉奶白与高端瑞士卷品牌白兰Blank在杭州万象城开设了首家“白蘭甜室”。据悉，白蘭是白兰Blank推出的品牌，主要售卖现制瑞士卷，“白蘭甜室”除了提供瑞士卷外，还有切角蛋糕及现磨咖啡产品，定价在30~50元左右。
- 2月11日，霸王茶姬在上海开出新店“Chagee Modern Tea”。据了解，此店是继“超级茶仓”后的又一新店型，其logo与常规店不同，产品也有差异，并没有上架“伯牙绝弦”等大单品，而是主打茶拿铁、中式茶、烘焙产品等产品。
- 2月13日消息，锅圈正在筹划“24小时自助+外卖店”新店型。据了解，锅圈的“24小时自助店”正处于试运营阶段，提供售卖火锅、烧烤食材及快手菜等产品，配送主要有第三方平台合作派送和小程序自主派单两种模式。

国内品牌出海新动向：

- 2月14日，茶百道欧洲首店在西班牙巴塞罗那开业，店内除了提供杨枝甘露、豆乳玉麒麟等国内爆款产品外，还推出了当地特色限定饮品。
- 2月22日，喜茶首家海外LAB店于美国纽约时代广场开业。该店打造了全球首个TEALAB创新实验空间，推出了10款独家茶饮新品。据悉，喜茶LAB店是继喜茶黑金店、白日梦计划门店等之后，推出的最高规格旗舰店，在茶底、制茶方式等方面均有创新。
- 2月12日，喜家德水饺在美国纽约开设首店，海外品牌名为DUMPLINGXI。据了解，这是喜家德水饺继西班牙巴塞罗那门店后的第二家海外分店，门店延续了国内现点现包模式，还迎合本土口味推出了煎饺。

国外品牌在中国市场拓店情况：

- 2月27日，据报道，日本餐饮企业EternalHospitalityGroup旗下的居酒屋“鸟贵族”在上海开设中国大陆首店。据悉，店内所有菜品统一售价18元，与日本价位相同。

04

**融资、收并购与上市：
2月餐饮行业融资活动回暖，
服务商与品牌活跃度提升**

融资、收并购与上市：2月餐饮行业融资活动回暖，服务商与品牌活跃度提升

2025年2月，餐饮领域融资事件总数较2025年1月有所增加。

当前餐饮行业的融资活动较为频繁，2月录得融资事件数11起。从细分领域来看，2月发生融资的企业主要来自餐饮服务商和餐饮品牌2个领域。其中，股权转让事件共3起，主要聚焦于餐饮服务商。

2025年2月全国餐饮领域融资情况

品牌名称	类别	融资轮次	融资金额	投资方
钱戈戈餐饮	餐饮服务商	A轮	未披露	番茄资本
青提点单	餐饮服务商	A轮	数千万美元	VentureSpring Capital、Global Growth Partners
古茗	餐饮品牌	IPO	18.13亿港元	-
漫味龙厨	餐饮服务商	A轮	未披露	新津肆壹伍基金
维珈瑞咖啡	餐饮品牌	A轮	5,000万元人民币	瑞信基金
金家堂餐饮管理	餐饮服务商	股权转让	未披露	诺享财富资产
悦尚食品	餐饮服务商	股权转让	未披露	北京和正
莲菜网	餐饮服务商	股权转让	未披露	北京美鲜科技有限公司
贵凤凰	餐饮品牌	B轮	未披露	新供销基金
阿赛小面	餐饮品牌	天使轮	未披露	流行美股份、亚洲吃面公司
韩卓味朝鲜族风味堂	餐饮品牌	A轮	4,500万元人民币	深圳慧财股权投资基金有限公司

注：如有信息遗漏或信息错误，欢迎勘误

资料来源：企查查、红餐大数据，数据统计时间截至2025年2月28日

融资、收并购与上市：2月餐饮行业融资活动回暖，服务商与品牌活跃度提升

IPO新动向

- 2月12日，古茗控股有限公司在港交所主板挂牌上市，股票代码01364，发行价9.94港元/股，开盘股价上涨，总市值超230亿港元。
- 2月23日，海天调味食品股份有限公司宣布，其在1月13日向港交所递交发行H股并主板挂牌上市申请，备案申请材料也已在2月20日被证监会接收。据了解，海天味业是一家调味品生产企业，于2014年在上交所挂牌上市。



05

餐企大动作与行业大事件

餐企大动作与行业大事件

红餐产业研究院综合各个信息渠道，整理出2025年2月餐饮行业值得关注的重大事件，涵盖餐企动向、餐饮平台、餐饮政策等，详情如下：

餐饮企业的主要动向与业务发展亮点

- 2月10日，喜茶确认暂停门店加盟的消息。据了解，喜茶在内部邮件中表示，2025年将坚持差异化战略，拒绝门店规模“内卷”，后续将聚焦门店体验和品牌内容。
- 2月11日消息，上海克莉丝汀食品有限公司新增破产审查案件。据了解，克莉丝汀已于2024年12月被香港联交所撤销上市地位，目前还存在多条负面风险信息。
- 2月17日消息，受到全球主产区减产影响，国际咖啡期货价格持续上升，创下47年来历史新高。受此影响，日本味之素AGF等多家国际咖啡品牌纷纷宣布调价计划。
- 2月18日消息，广州文和友租约于1月底提前结束，目前已暂停营业。据了解，广州文和友是文和友向外扩张的首站，于2020年开业，店内装修复刻老广州场景，开业初期单日取号曾达2,000多个。
- 2月18日消息，茅台冰淇淋郑州旗舰店已于2024年年底关闭，店内设备及标志性内容均已清空。据悉，此前长沙、杭州等地的茅台冰淇淋店就已陆续关闭。贵州茅台表示闭店是公司战略调整后主动收缩冰淇淋业务的举措。

餐饮平台的最新战略调整与市场动向

- 2月8日，京东外卖“京东秒送”正式上线。11日，京东启动“品质堂食餐饮商家”招募，商家在2025年5月1日前入驻京东外卖将全年免佣金。
- 2月14日，美团在官方公众号宣布，在广西部分城市上线“超时免罚”试点。在试点区域，众包骑手“超时扣款”改为积分制度，骑手可通过准时送达获取积分，超时则会扣除积分，不影响收入。此外，美团还将优化出餐调度、申诉通道等，持续改善配送体验。
- 2月23日，饿了么宣布推出“春生计划”。2025年3月—5月，饿了么将在上海投入逾10亿元支持餐饮商家，从开店激励、经营成长等五大方面发力。

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、3,000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：餐饮行业景气指数监测时间段为2024年9月—2025年2月，报告其余板块监测时间段为2025年2月整月

3. 数据指标说明及样本量

关于新品板块，本期起，红餐产业研究院对新品监测的范畴将扩展至西式快餐、粉面、茶饮、咖啡饮品、火锅、烘焙这六大类别，且每个类别的监测品牌数量亦有增加。具体而言，西式快餐涉及45个品牌，粉面61个品牌，茶饮76个品牌，咖啡饮品54个品牌，火锅43个品牌，烘焙50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

报告主笔：叶雯雯、黄尉萍、黄美艳、陈桥怡、许佳玮、华微

感谢观看