

小吃快餐 2025 行业简析报告

THE BRIEF MARKET ANALYSIS REPORT ON SNAKS AND FAST FOOD

MARKET
ANALYSIS
REPORT



01. 行业定义：用餐时间短，服务简化

- 餐饮行业按照餐饮业态来区分，可分为正餐、快餐、休闲餐饮及其他等四大类。
- 四大类餐饮品类划分主要基于服务、用餐时间以及餐饮业态来划分，其中用餐时间短、服务内容较简化，提供餐饮业态有限的餐饮品类为快餐，有别于重服务、用餐时长长的正餐，以及多样化业态的休闲餐饮。

各种餐饮类别的定义

正餐



是一种重服务、消费时间较长的全服务餐饮业态，一般只在固定的午餐及晚餐时段供应而非全日供应

快餐



是一种轻服务、消费时间较短的有限服务餐饮业态，提供快捷及款式一致的食品及服务，通常设有专为快速及高效点餐、烹调及出餐而设的定制平台

休闲餐饮



是在休闲环境中提供价格适中食品的餐饮业态，一般提供休闲餐饮的餐厅营业时间较长，供应餐饮时间亦更具弹性，典型的经营单位包括咖啡屋、茶室、酒吧等

其他



主要包括外卖店、小贩摊档、路边摊及活动餐饮等业态

02. 行业发展：以西式快餐起步，数智化、标准化推动壮大

- 中国快餐业发展历经四个阶段，呈现从市场化到数字化的升级路径。1987-2011年为快速扩张期：改革开放初期，外资品牌（如肯德基）引入标准化模式，带动本土连锁经营探索；市场经济体制完善后，中央厨房与特许经营推动行业规模化，2011年市场规模突破2万亿元。2012年至今进入提质转型期：经济新常态下消费升级倒逼行业洗牌，健康化、精细化趋势显现；2016年后互联网与外卖平台（如美团）重塑生态，数字化技术加速渗透，预制菜、智能设备等创新推动可持续发展，形成民生消费支柱产业。

中国快餐行业的发展历程

1987-1996

起步与学习阶段

快餐行业从计划经济向市场化转型，即食堂类业态向快餐业态转型，该时期西式快餐肯德基、麦当劳等品牌进入推动行业起步，国内企业学习模仿其模式发展。

1997-2011

发展和飞跃阶段

以真功夫等为代表的连锁中式快餐业快速崛起，并成为我国餐饮业的主力军。

2012-2015

调整整合阶段

随着餐饮市场放缓及互联网的广泛应用和线上外卖的发展对于传统快餐业造成了冲击，快餐业开始进行转型升级。

2016-至今

快餐标准化发展

“互联网+”日趋成为潮流，并随着人们消费方式的改变，快餐业进入了运营数智化、标准化的新阶段。

03. 行业分类：分为中西式快餐两大类，中式细分为五小类

- 在餐饮领域，快餐行业主要划分为中式快餐和西式快餐两大阵营。中式快餐是在西式快餐的背景下应运而生的，它以中国人的饮食习惯为根基，融入了快餐的一些关键要素，形成了一种独具中国特色的本土餐饮模式。中式快餐注重彰显中国饮食的独特魅力，比如菜品种类繁多、口味追求精细、制作工艺较为复杂等，与此同时，它也汲取了西式快餐在标准化生产、工厂化加工以及快速便捷供餐等方面的优势，以此来契合当下快节奏生活下人们对于餐饮的需求。
- 中式快餐的品类十分丰富多样，大致可以划分为饭食类、面条类、面点类、捞烫类以及其他融合类等5种类型。

中式快餐分类

饭食类



主食为米饭，以米饭搭配其他配菜，诸如炒饭类、盖浇饭、排骨饭以及“米饭+其他菜肴”的各类米饭套餐。

面点类



主食为包子、馒头、饺子、馄饨等面食，其中，饺子及馄饨是午餐及晚餐正餐的主要主食。

面条类



主食为各类面条、米粉，诸如牛肉面、番茄鸡蛋面等汤面，炒面、拌面等其他形式面食以及桂林米粉、云南米线等米粉类。

捞烫类



捞烫类的形式类似于正餐的火锅，是快餐版的火锅，如麻辣烫、冒菜、捞化等形式的快餐。

其他类

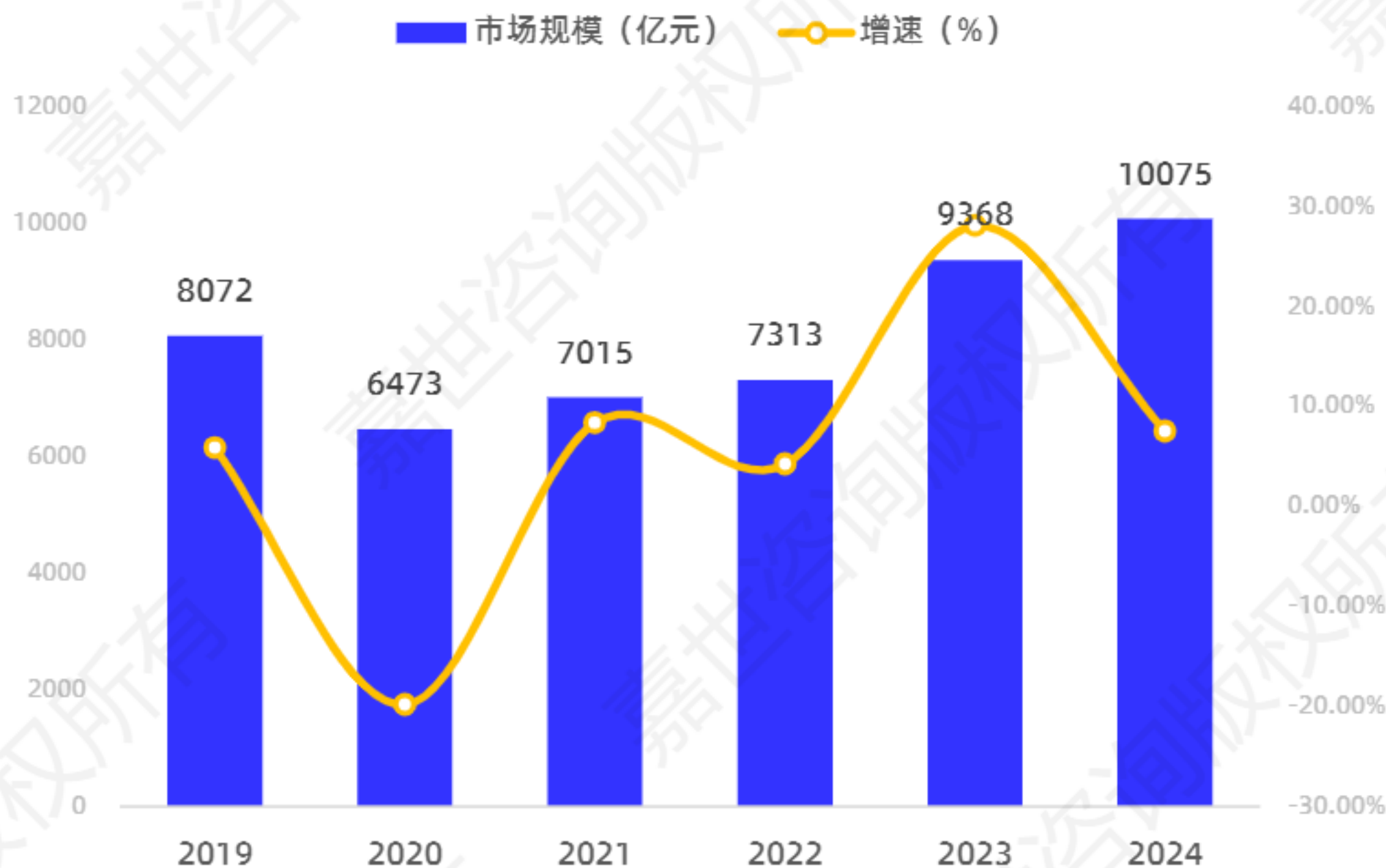


快餐业态复合，较为丰富，既有面食、也有米饭类以及各类休闲小吃等。

04. 行业规模：小吃快餐市场规模增速最快，市场突破万亿

- 近年来，小吃快餐行业依托其坚实的刚需特性与庞大的消费群体，实现了显著增长，成为餐饮领域内最具活力的细分板块。2024年，该行业市场规模同比提升7.5%，增速在餐饮各细分领域中位居前列。同年，小吃快餐市场规模首次迈过万亿元门槛，并预计至2025年，将增至1.08万亿元。就门店数量而言，截至2025年一季度，全国小吃快餐门店总量已超越360万家，展现出强劲的发展态势。

2019-2024年全国小吃快餐市场规模及增速



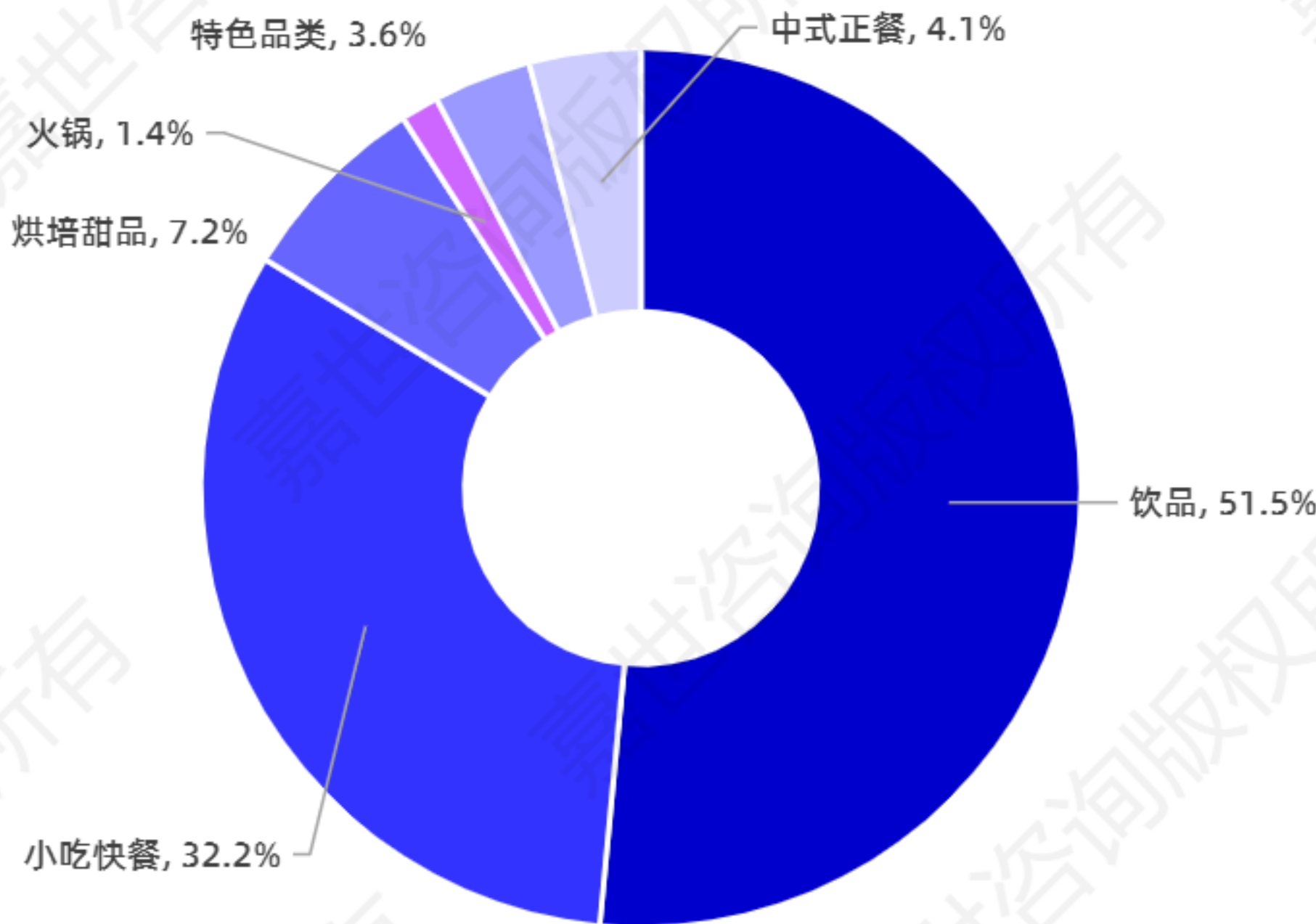
2024年各类餐饮同比增速



05. 行业融资现状：餐饮业融资旺盛，资本热度仅次于茶饮

- 据Wind产业链数据显示，过去三年内，餐饮行业在消费领域的融资规模显著，规模以上融资总额高达153.4亿元。
- 在餐饮行业的诸多细分领域中，小吃快餐与茶饮凭借高频消费及高度标准化脱颖而出。具体而言，小吃快餐的融资事件数占比达34.9%，仅次于茶饮。该赛道的单笔融资金额主要集中于百万元至千万元区间，虽规模相对有限，但细分品类中，西式快餐与特色小吃尤为受资本青睐。尤为值得一提的是，主打自主品牌的中式汉堡，凭借其独特市场定位与文化融合优势，成为资本追逐的焦点。

2024年各类餐饮品类企业融资事件数占比



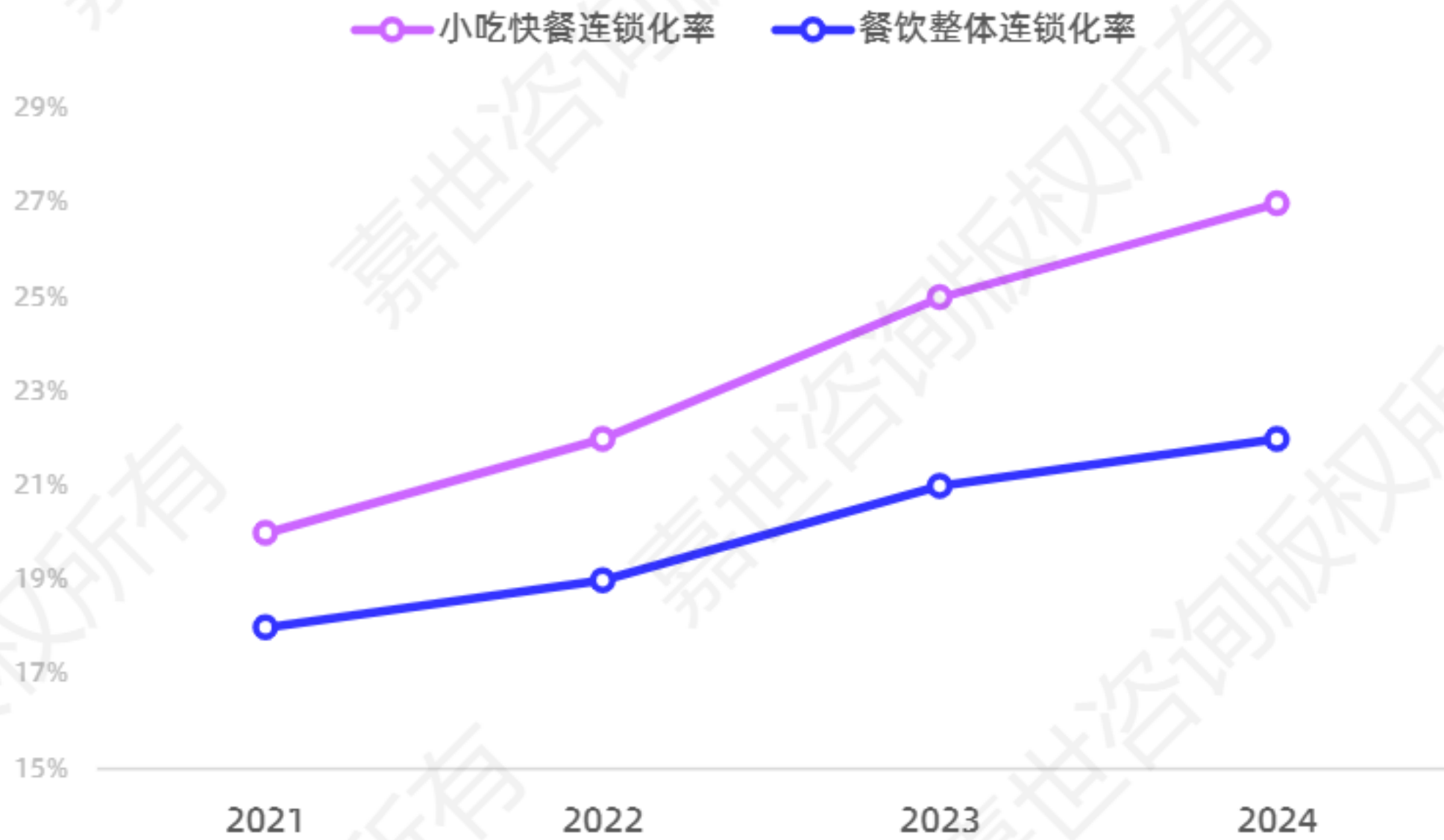
过去三年消费领域融资中餐饮行业融资较为靠前

产业名称	融资规模合计值 (万元)	融资规模最大值 (万元)	融资规模最小值 (万元)
农业产品	9,623,724.04	4,059,158.00	323.59
餐饮服务	1,534,118.16	369,943.32	1,357.60
包装食品	458,092.45	87,302.43	13.53
畜牧业	6,215,057.04	3,366,500.00	100
其他农副产品	817,067.93	278,500.00	180.5
家用厨具和厨房用品	478,954.14	321,011.11	13.53
餐饮业其他服务	205,960.92	63,630.00	100
购物中心经营	11,647,955.13	1,030,458.10	100
其他食品	569,863.69	474,637.84	100
谷物	498,458.18	156,229.00	476.82

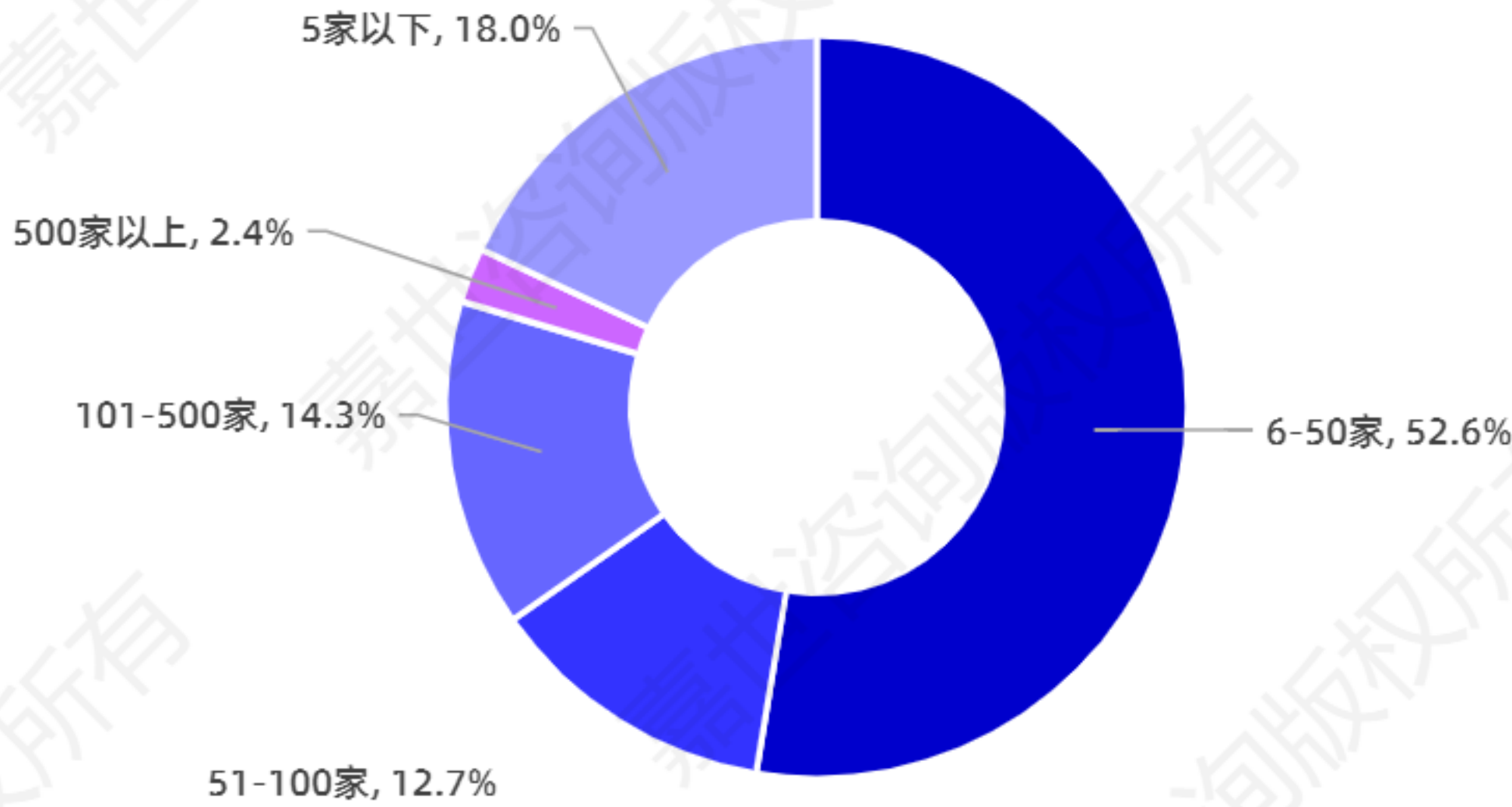
06. 行业现状：小餐饮、大连锁，连锁化逐步提速

- 小吃快餐行业在近年来实现了快速发展，其连锁化进程亦显著提速。自2021年至2024年，小吃快餐的连锁化率持续超越餐饮行业整体水平，且差距逐渐拉大。至2024年，小吃快餐品类的连锁化率已达27%，明显高于餐饮行业整体的22%。预计至2025年，该品类连锁化率有望进一步提升至29%。
- 从门店规模视角审视，小吃快餐行业以中等规模门店为主，拥有6至50家门店的品牌占比过半。同时，拥有101至500家门店的大规模连锁品牌亦占据14.3%的比例。在过去两年间，门店数逾500家的餐饮品牌中，小吃快餐品牌占比均超五成，彰显其在规模化方面的显著优势。
- 部分知名小吃快餐品牌已成功实现大规模连锁化。例如，华莱士门店数量已突破22000家，杨国福麻辣烫与张亮麻辣烫均超过6000家，绝味鸭脖亦达到15000家以上。这些品牌的发展不仅加速了小吃快餐行业的连锁化趋势，更凸显了该行业在规模化进程中的巨大潜能。

小吃快餐连锁化率与餐饮整体连锁化率



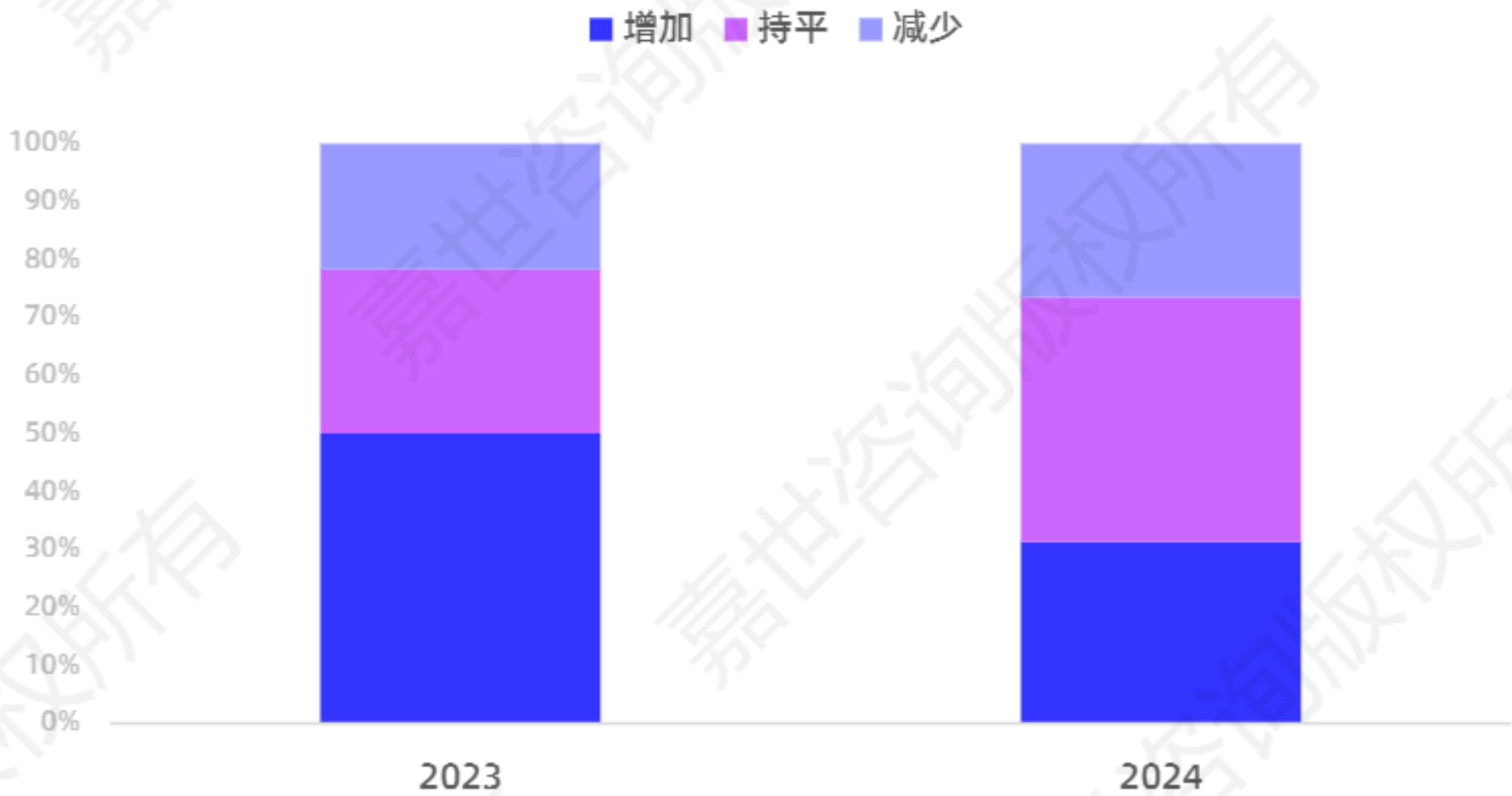
小吃快餐连锁企业门店分布



07. 行业驱动力：消费降级趋势下，快餐满足刚需性价比需求

- 在当前宏观经济疲软的背景下，消费者在餐饮消费方面表现出明显的谨慎态度。进入2024年，选择缩减餐饮开支的消费者比例从2023年的21.7%上升至26.5%，而愿意增加餐饮支出的消费者比例则从50.0%下降至31.3%。
- 餐饮市场的各个细分领域均呈现出人均消费下滑的趋势，消费降级的现象十分明显。特别是饮品领域，人均消费的下降尤为显著，从2023年的21.6元降至2024年的18.6元，降幅达到13.9%；中式正餐和火锅等领域的消费也分别下降了超过8%。尽管如此，小吃快餐凭借其亲民的价格、较高的性价比以及满足日常需求的特点，在消费降级的市场环境中显示出较强的市场需求韧性，相比之下，小吃快餐的人均消费降幅仅为6.5%，显示出较为突出的市场表现。

2023-2024年消费者餐饮消费支出的变化



2024年细分餐饮赛道人均消费均值同比变化



08. 行业驱动力：小吃快餐供应链专业化能力日益壮大

- 近年来，小吃餐饮行业实现规模化增长，其背后依托的是产业链各环节专业化程度的显著提升。从原料供应到终端服务，产业链各细分领域均形成了具有行业代表性的专业机构。
- 在基础原料领域，蜀海供应链、千味央厨等企业构建起高效供应体系；冷冻食品板块涌现出安井、美好等知名品牌；肉禽水产领域则由圣农、国联等企业占据重要地位；面食原料方面，雪川农业等企业表现突出。
- 复合型调味品领域：通过统一风味标准，有效解决了传统快餐口味不稳定的痛点；
- 数智化产品领域：长膳智能、橡鹿科技等企业研发的智能化设备，则通过精准温控系统、自动化烹饪程序等技术手段，大幅降低了人工操作对菜品品质的影响。

小吃快餐行业上游相关供应链

复合食材供应

具体产品

预制类复合食材、以食卤味、半成品面点等适配快餐场景的爆款矩阵，涵盖酥脆裹粉系列（如脆皮鸡排）、风味调理品（新奥尔良鸡翅）、短保卤制品（虎皮凤爪）及速煮面点（手抓饼）等品类

主要企业

千味央厨、安井食品、圣农食品、蜀海供应链、千味央厨、国联水产等。

复合调味料供应

具体产品

既有常见的西式复合调味料，也退推出了各类复杂的中式复合调味料，如浇头、拌酱、汤底、以及“一料成菜”调味料等。

主要企业

天味食品、颐海国际、新雅轩、川海晨洋、海天味业等。

数智化产品供应

具体产品

智能收银系统、后厨智能系统、点餐系统、智能配料机、智能洗碗机、智能投料机、智能炒菜机、多功能烤箱等。

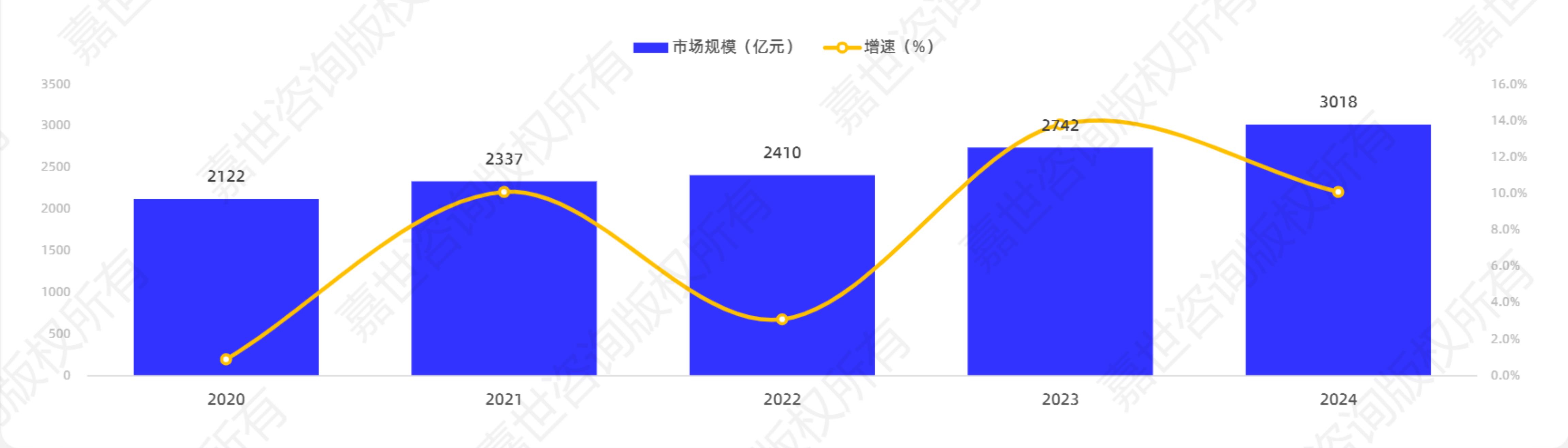
主要企业

拓邦股份、长膳智能、橡鹿科技等。

09. 细分赛道：米饭快餐市场最大，规模突破3000亿

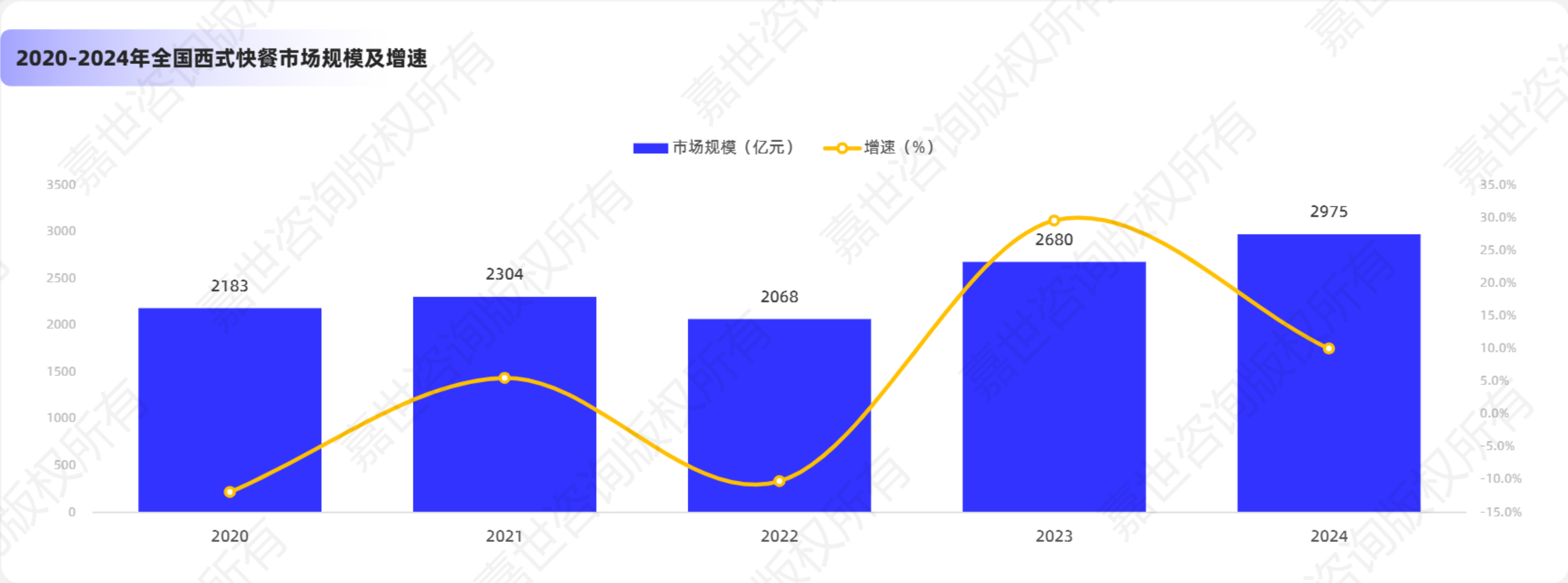
- 作为民生餐饮领域的典范，米饭快餐凭借其高频刚需的消费特性，稳居大众餐饮市场的核心竞争赛道。据嘉世咨讯问卷调查，该品类展现出强劲的消费黏性，九成以上的受调者表示每周至少消费一次，且每周消费四次以上的重度用户占比过半。
- 行业监测数据截至2025年第一季度显示，国内米饭快餐营业网点数量已超94万，产业规模预计迈过3,200亿元大关。当前市场格局呈现双轨并行态势：一方面，以老乡鸡、南城香等综合型品牌为代表，构建多元化产品矩阵，通过全时段经营模式（早餐+正餐+宵夜）增强竞争力；另一方面，专精型品牌聚焦于垂直赛道，通过单点深耕形成差异化优势，于黄焖鸡、酸菜鱼等细分领域打造出多个十亿级消费新场景，推动行业繁荣发展。

2020-2024年全国饭食类快餐市场规模及增速



10. 细分赛道：西式快餐增长最快，中式汉堡是亮点

- 近年来，西式快餐市场扩容受跨国连锁品牌与本土新兴势力的双重驱动。肯德基、麦当劳等国际餐饮巨头持续深耕下沉市场，与此同时，华莱士、塔斯汀等本土新锐品牌凭借差异化战略迅速崛起。据红餐产业研究院预测，至2025年，该行业规模有望突破3,280亿元大关，年度增长率达10.3%，彰显出强劲的增长动力。
- 市场发展呈现出鲜明的结构化特征：一方面，汉堡、披萨等主流品类脱颖而出，其中汉堡品类以超过七成的市场份额占据核心地位；另一方面，中式汉堡为代表的文化融合型创新品类崭露头角。行业数据显示，截至2025年一季度，中式汉堡门店总量已逾2.5万家，产业规模超过130亿元。



数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

11. 标杆案例：老娘舅

- 公司以经营“老娘舅”品牌标准化、高品质的新中式连锁快餐为主营业务。以“米饭要讲究，就吃老娘舅”为品牌定位，公司在深入研究中国传统饮食文化与烹饪技艺的基础上，通过科学标准、营养健康、卫生安全的产品开发、设备研制、工序设计及运营体系，对传统中式餐品进行了标准化、规模化的转型升级，逐步形成了以江南口味为特征、米饭套餐为代表中式餐饮服务。借鉴国际连锁快餐的标准化套餐模式，创新性开发了以“招牌米饭+中餐主菜”为中心，辅以汤羹、蔬菜及小吃为营养搭配的堂食套餐与外卖简餐产品，实现了便捷、卫生、标准的快餐模式与纯正、营养、美味的中餐文化深度融合。
- 截至 2022 年 6 月末，公司在长三角区域共开设了 391 家“老娘舅”品牌连锁中式快餐门店，是该区域门店规模较大、标准化程度较高的中式快餐品牌，形成了较高的品牌知名度和口碑美誉度。

老娘舅核心套餐展示

江南红烧鱼套餐

梅干菜烧肉套餐

鱼香肉丝套餐

茶树菇老鸭套餐

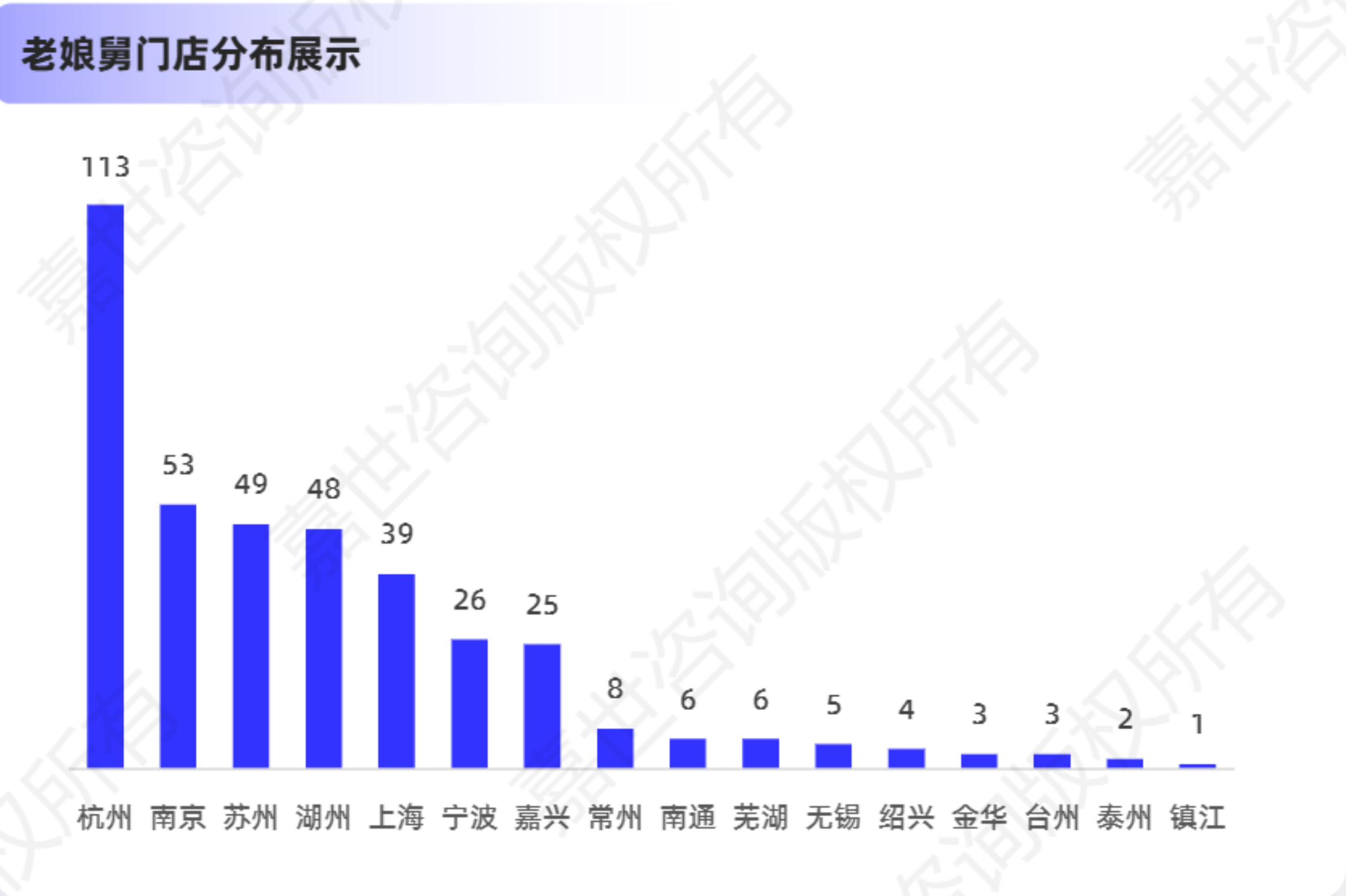
米饭要讲究，就吃老娘舅

毛豆辣子鸡套餐

舅家酸菜鱼套餐

板栗焖鸡套餐

咖喱牛肉套餐

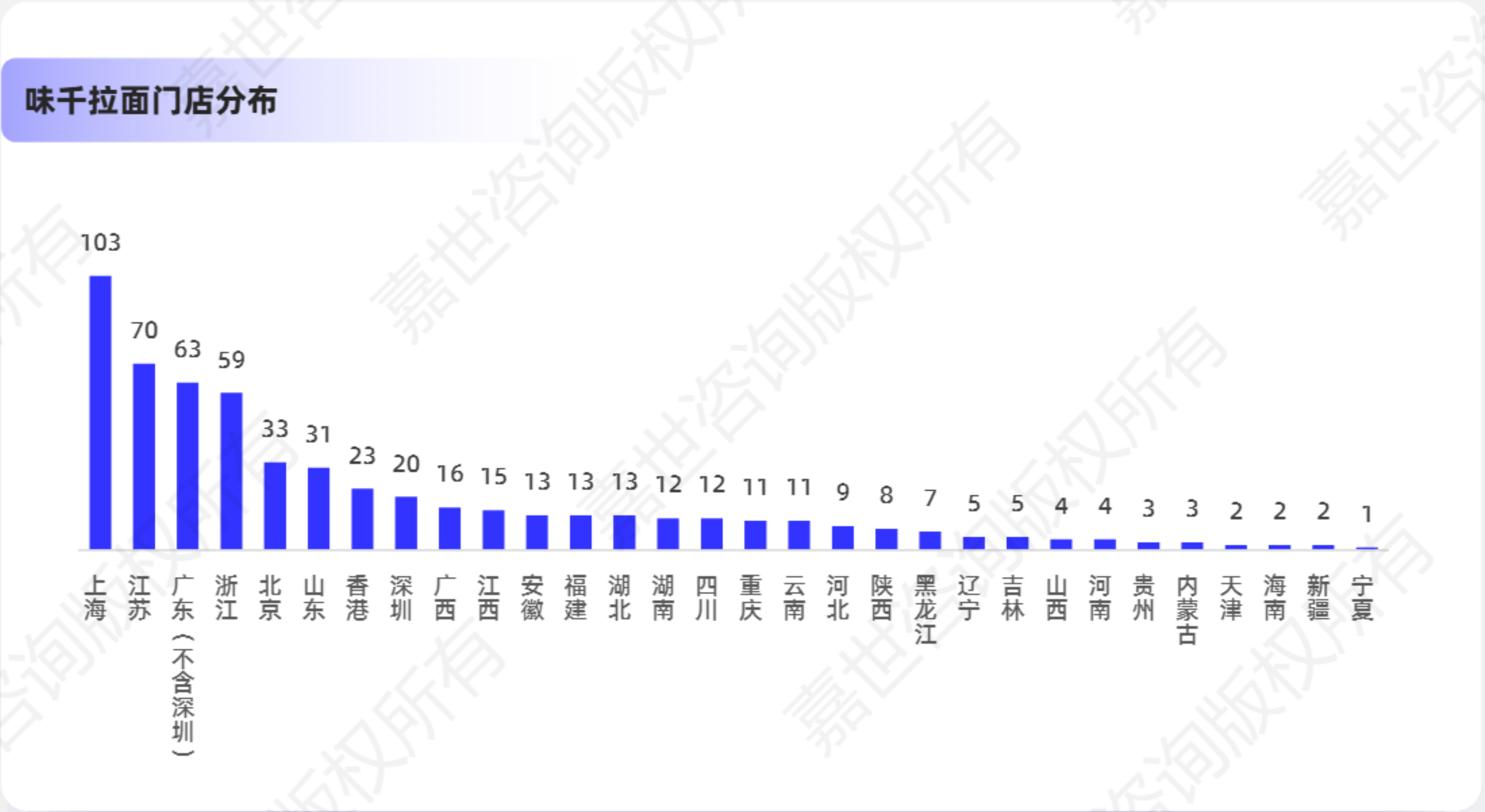


数据来源：公开数据整理；嘉世咨询研究结论；图源网络

12. 标杆案例:味千拉面

- 味千（中国）控股有限公司自一九九六年成立以来，公司以味千品牌于中国及香港销售日式拉面及菜式，并融合中国人饮食习惯和烹饪精髓，悉心研发出上百种适合中国人口味的日式拉面 and 菜式。公司餐厅揉合快餐店及传统点餐餐厅元素，是一家迅速增长的快速休闲餐厅连锁经营商。
- 作为餐饮业的知名品牌，味千快速休闲连锁餐厅广受消费者欢迎，网络遍布中国主要城市和香港的黄金地段。截止到2024年6月30日，公司拥有575家餐厅，形成遍布全国的零售网络，味千餐厅已进入中国逾129个城市及29个省份及直辖市。各大城市中，国际大都市上海拥有为数最多的味千餐厅，共103家，其后为江苏，共有70家，广东（不包括深圳）共有63家，其余339家分布在中国由南到北的其他各大城市。在香港，味千（中国）拥有23家连锁餐厅，网络覆盖了香港各主要商业区。另外，公司于上海、成都、天津、武汉及东莞设有生产基地，为公司的餐厅网络提供支援。

味千拉面招牌产品示意图



13. 小吃快餐行业未来面临的挑战

食品安全隐患

快餐行业的主要原材料为米面、肉禽、食用油、蔬菜等，在生产过程中从原料的筛选清洗、加工处理、温度和湿度的控制以及产品的包装到运输、储存环节，如果控制不当，有可能出现微生物污染导致产品的变质等质量问题，引起安全事故，对食品安全造成威胁。

01

原材料价格波动

近年来，我国中式快餐行业总体上保持着良好的发展势头，但由于米面、肉禽、食用油、蔬菜等农副产品易受自然条件、市场供求等因素的影响，其价格存在一定的波动性，这对中式快餐企业的成本控制和抗风险能力提出了挑战。

03

人力成本、门店租金成本上涨

快餐连锁行业属于劳动密集型行业，人力成本占公司成本比重较高。近些年来，随着我国工资水平的提升及社会保障体系的完善，劳动力成本逐年上升，对企业的经营造成了较大的压力。

快餐连锁企业门店普遍采用租赁商铺的方式经营，近几年来商业地产价格涨幅较快，门店租金的上涨势必会增加企业及加盟商的运营成本，对行业的发展产生负面影响。

02

标准化程度仍然不足

现阶段，我国餐饮行业依旧呈现出“多、小、散、低”等行业特点，相比美国、日本等发达国家，我国餐饮行业的基础食材品牌化、预制菜工业化以及餐饮行业连锁化程度均较低。在基础食材领域，供应仍旧以超市散装为主，食品的品牌效应仍不明显；在预制菜领域，作为预制菜解决方案的复合调味品仍处于发展起步阶段。

04

14. 小吃快餐行业未来发展的机遇

行业处于增长快车道，突破万亿，市场容量大

2024 年我国小吃快餐行业市场规模突破万亿，是餐饮最大的细分领域，市场容量巨大。且小吃快餐消费高频、运营周转快等特点，行业增速较快，2024年增速达到7.5%，仅次于茶饮，是餐饮成长第二快的赛道，当前行业处于增长快车道。

01

上游技术发展，推动快餐的标准化及数智化

上游食材、调味料以及运营设备的供应商在技术的赋能下，专业化服务能力显著提升，食材方面，蜀海、千味央厨等提供复合的食材供应（预制食材），可以提升快餐备料效率；调味料上，复合调味满足中餐对不同菜肴口味调味需求，可一步到位调味，减少调味时间，运营设备上，各类智能化烹饪、备料洗料设备提升生产效率，供应链技术升级，推动快餐运营的提质增效，推动行业快速扩张。

03

消费降级下，快餐满足刚需及性价比

在经济下行与消费降级压力下，快餐行业凭借刚需属性及高性价比优势展现出强劲韧性。消费者缩减非必要餐饮开支的同时，对便捷、平价、标准化的快餐需求不降反增——头部品牌通过供应链优化、数字化管理进一步压缩成本，叠加“工作日套餐”“折扣会员日”等营销策略强化价格竞争力。以工业化生产平衡效率与成本，将“吃饱”的基础需求转化为稳定的民生消费流量入口，在消费分层中巩固“抗周期”的民生基础设施属性。

02

细分领域快速成长，行业细分市场机遇大

细分领域上，中式饭食类快餐已成为最大细分市场，基于饭食类的不同细分赛道，形成了综合性及细分产品的多家头部企业，如乡村鸡、老娘舅、老乡鸡等区域菜系综合快餐，以现炒盖码饭为主打的霸碗盖码饭和聚焦现炒木桶饭的勇大厨，推动饭食类快餐细分的快速增长。此外，西式快餐，中式品牌正在崛起，如中式汉堡，基于中式特色烘烤方式取得用户喜好，中式汉堡门店快速扩容，已达到2.5万家以上，中式汉堡当前也受到资本热捧。

04

版权说明

本报告为简版报告，内容为嘉世咨询研究员通过桌面研究整理撰写。如有深度调研需求，请联系：
mcr@chinamcr.com 或 021-52987060；

本报告中的所有内容，包括但不限于文字报道、照片、影像、插图、图表等素材，均受《中华人民共和国著作权法》、《中华人民共和国著作权法实施细则》及国际著作权公约的保护。

本报告的著作权属于上海嘉世营销咨询有限公司所有，如需转发、转载、引用必须在显著位置标注出处，并且不得对转载内容进行任何更改。

