

中国餐饮投融资报告2023

全网第一商业资料社群：

- 每日分享50+行业报告、思维导图、行业资讯、社群课程等
- 全行业覆盖：新零售、AR、房地产、人工智能、新基建、生鲜、物联网、母婴、机器人、新能源汽车工业互联网、直播短视频等 460+个行业
- 全网唯一终身制知识社群
长按识别右侧二维码，立即加入



长按二维码加入

摘要

- 本报告在红餐大数据的基础上，综合红餐品牌研究院和滴灌通的桌面研究、调研数据、专家意见等，对2023年餐饮行业投融资的相关资料进行整理分析。从行业全貌、一二级市场表现、细分品类表现、品牌创新案例等角度，综合剖析了中国餐饮业资本化和发展现状，旨在为餐饮从业者、投资人、消费者等提供参考
- 全文部分亮点如下：

餐饮行业一二级市场表现分化

- 上市餐企2023年上半年业绩集体遇喜
- 中式正餐、小吃快餐、火锅这三个品类的综合股价走高
- 餐饮相关行业投融资事件数和披露金额数齐双降

一级市场投融资特点

- 小额融资需求旺盛，外币融资事件数增加
- 茶饮、咖饮、小吃快餐、面包烘焙等赛道，融资品牌共性特征显著
- 餐饮行业收入分成模式融资兴起

二级市场IPO特点

- 餐饮相关企业扎堆终止上市，餐饮行业IPO之路收窄
- A股主板IPO的餐饮相关企业最多，多数餐饮相关IPO餐企滞留“已问询”

目录

01

一级市场动态：餐饮股权融资静待花开

02

一级市场动态：新兴融资方式大放异彩

03

二级市场动态：餐饮IPO之路收窄

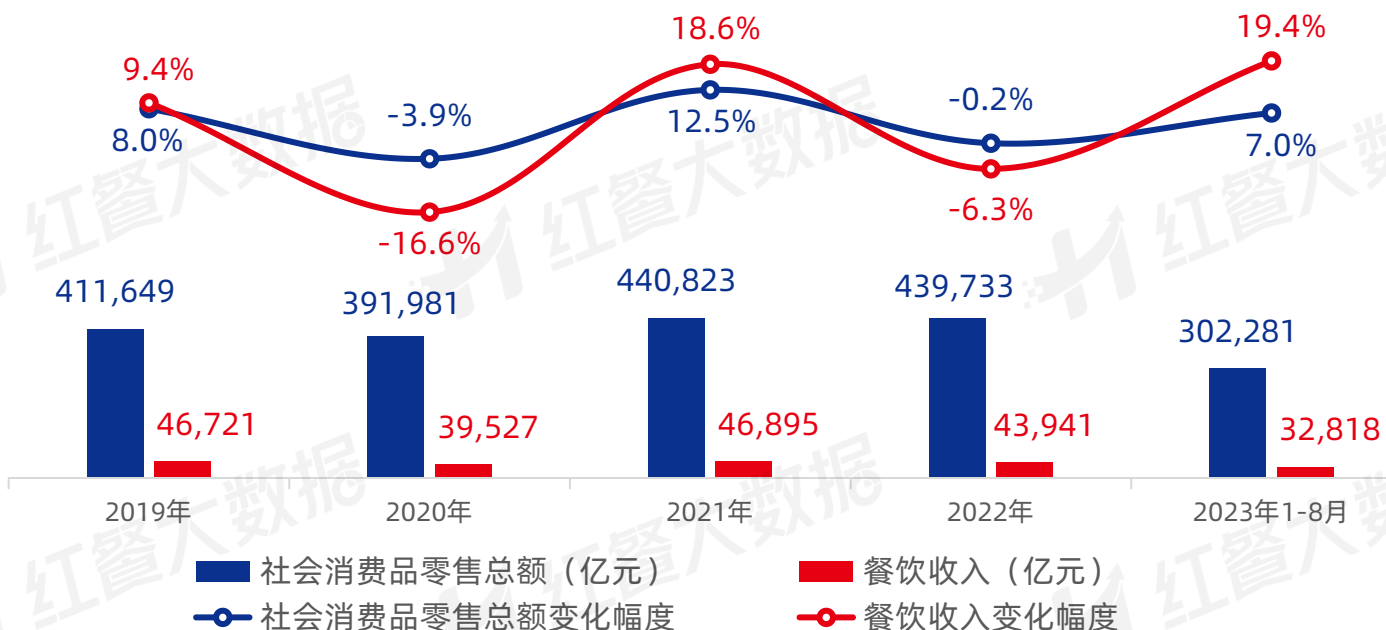
04

餐饮资本化未来展望

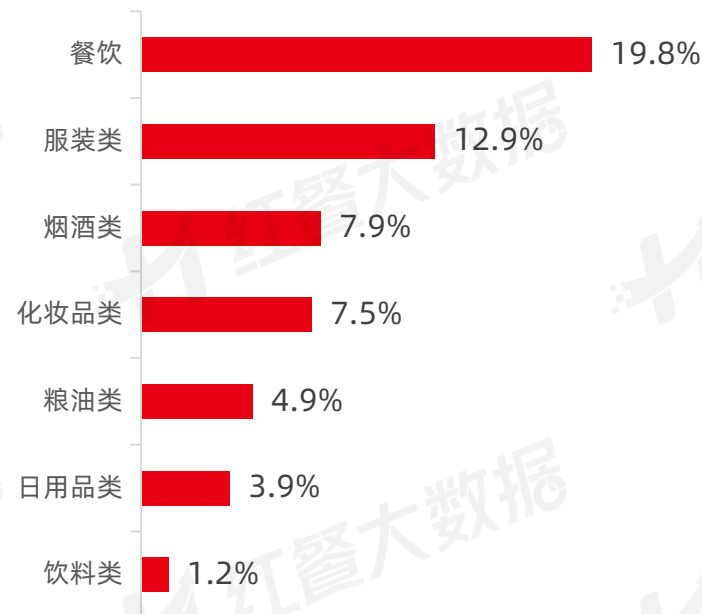
2023年消费活力回升，餐饮市场加速复苏

- 2023年初，全国各地生产经营活动有序恢复，居民消费活力逐步回升，截至8月全国社会零售总额同比上升7.0%
- 相较其他消费行业，餐饮行业整体恢复较快，1-8月全国餐饮收入同比增长19.4%，其中限额以上餐饮收入同比增长19.8%

2019-2023年1-8月社会消费品零售总额与餐饮收入情况



2023年1-8月限额以上基本生活类社会消费品零售额同比



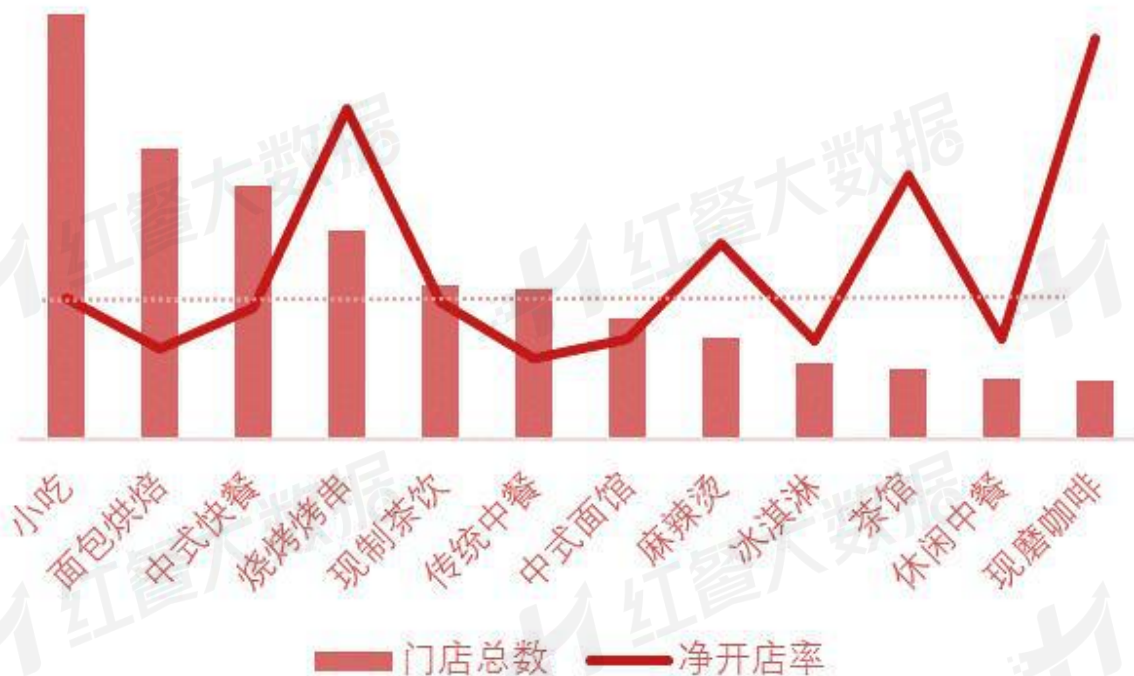
下沉市场持续发力，部分细分品类加速狂奔

- 从不同线级城市的门店分布上看，三线、四线城市的餐饮门店存量维持在较高水平。拓店方面，新一线、二线城市餐饮门店的净增水平相对较高，而一线城市的净增水平较低
- 在全国门店数量较多的细分品类中，烧烤烤串、麻辣烫、茶馆和现磨咖啡维持较高的净开店率

全国各线级城市餐饮门店总数及净开店率



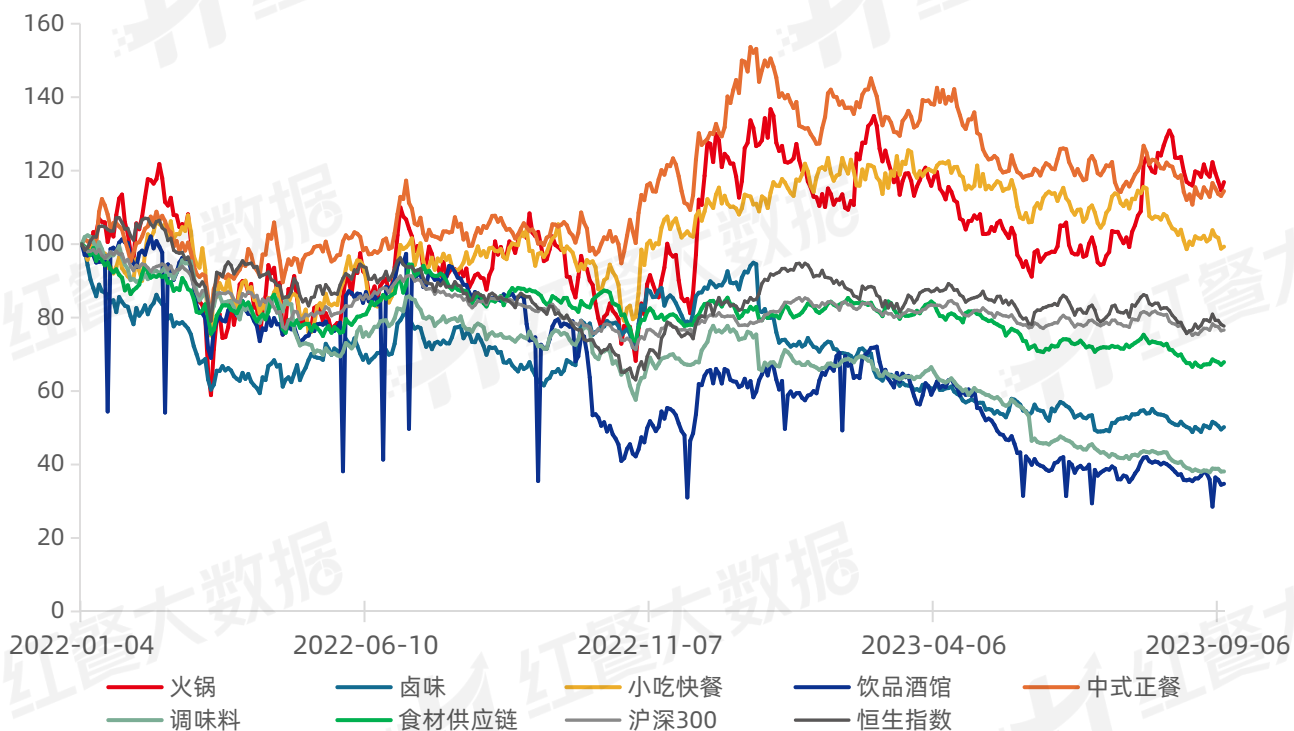
全国餐饮门店总数TOP10品类及其净开店率



餐饮行业在一二级市场表现两极分化

- 上市餐饮企业2023年上半年业绩集体遇喜，市场预期向好，为餐饮企业市值修复提供较好的市场基础。股票价格方面，中式正餐、小吃快餐、火锅这三个品类的综合股价走高，调味料、食材供应链上市企业综合股价整体呈现低幅度下行
- 但与之相对，餐饮行业在一级市场中的热度并未提升。在整体遇冷的一级市场中，餐饮相关行业融资事件数和披露金额数齐双降

2022-2023年各餐饮细分领域上市企业股价表现



2023年1-8月全国一级市场融资情况

所有行业

融资事件数	同比
3864起	↓ 21.4%
融资总金额	同比
1410亿元	↓ 27.2%

餐饮相关

融资事件数	同比
146起	↓ 19.3%
融资总金额	同比
67.1亿元	↓ 56.7%

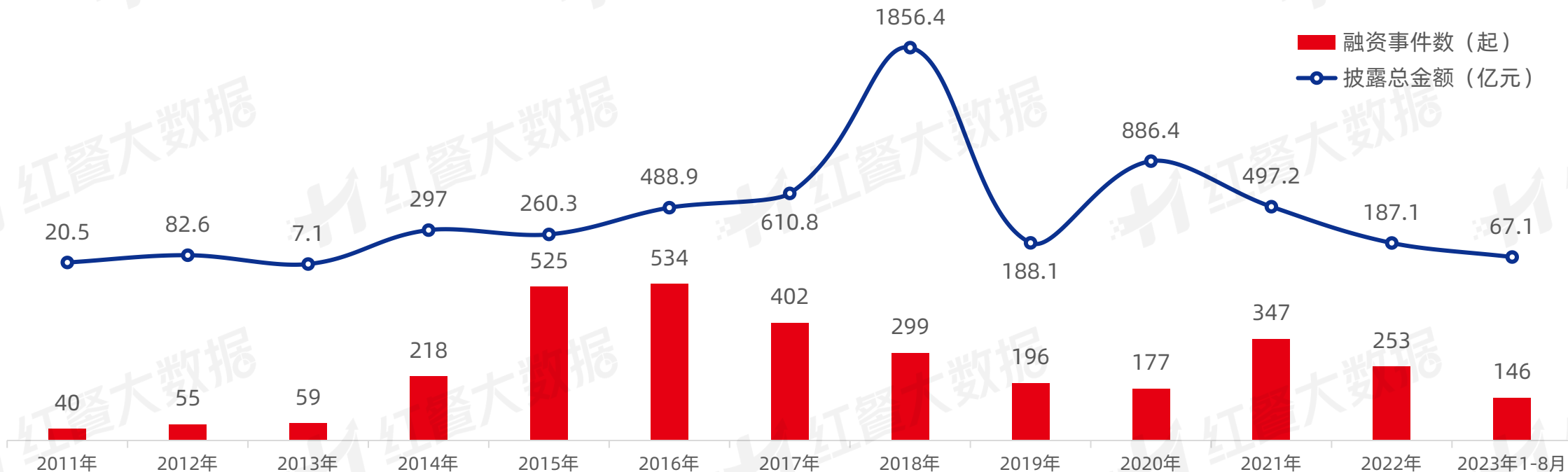
01

一级市场动态：餐饮股权融资静待花开

餐饮投融资热度持续低位

□ 经济下行周期，投融资逐步收紧。2023年1-8月，餐饮相关领域融资事件数和披露融资金额持续处于低位，分别仅达到2022年全年的57.7%和35.9%，餐饮相关领域投融资静待花开

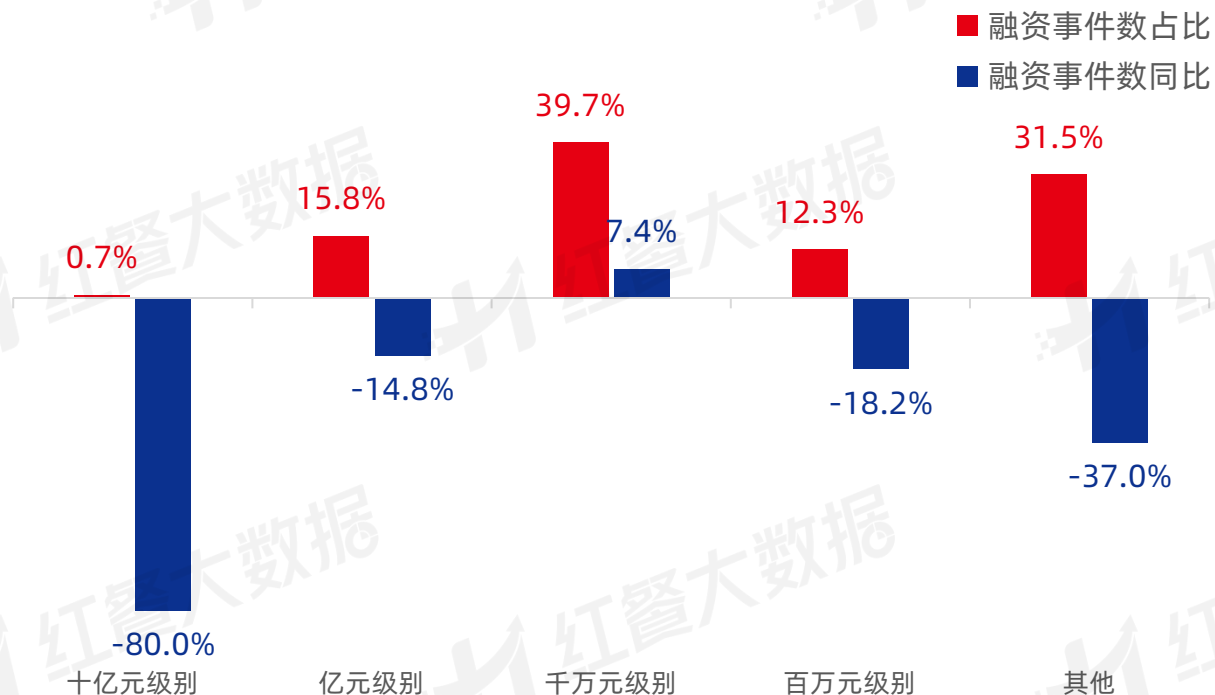
2011-2023年1-8月全国餐饮相关领域融资情况



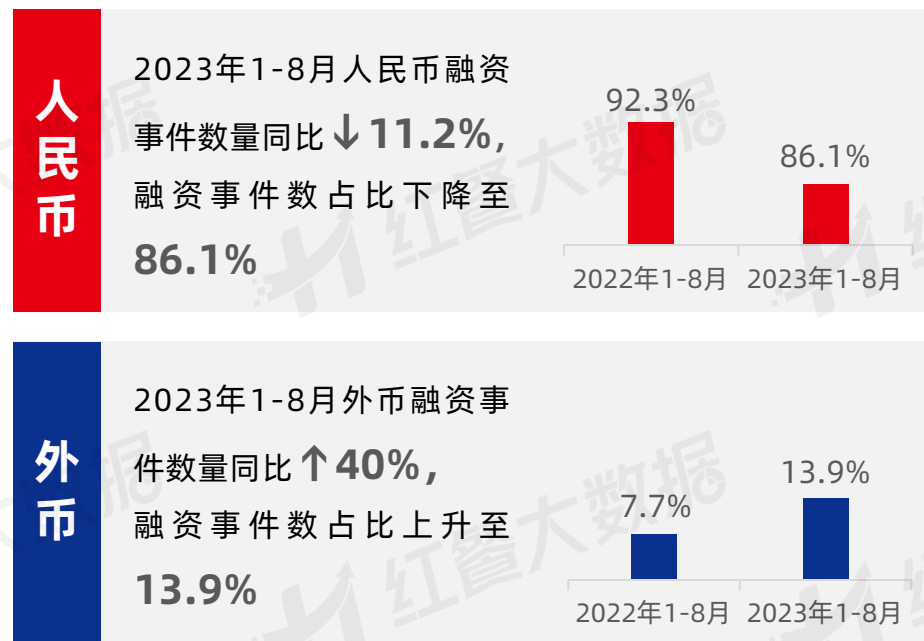
小额融资需求旺盛，外币融资事件数增加

- 1-8月餐饮相关领域融资金额数较小，以千万元级别为主。同时，大额融资事件数较去年同期均有不同程度下滑
- 融资币种方面，餐饮相关领域融资依旧是以人民币为主，但值得注意的是，较上年同期，1-8月外币融资事件数大幅增长

2023年1-8月餐饮相关领域披露融资金额分布



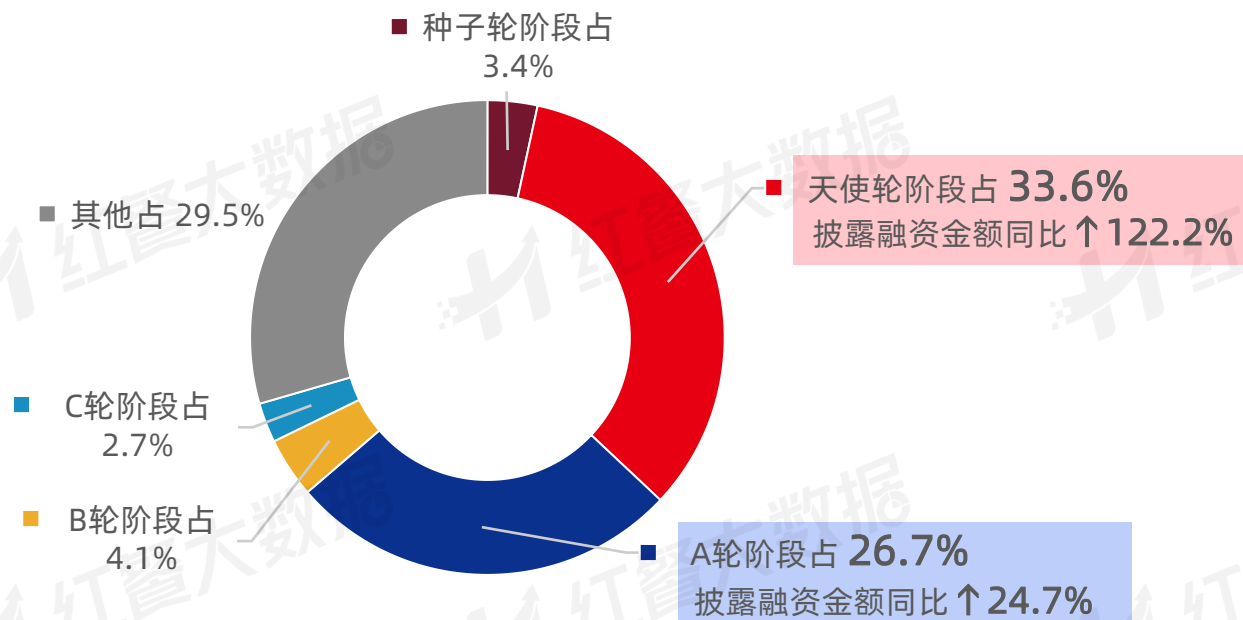
近两年1-8月餐饮相关领域融资币种分布情况



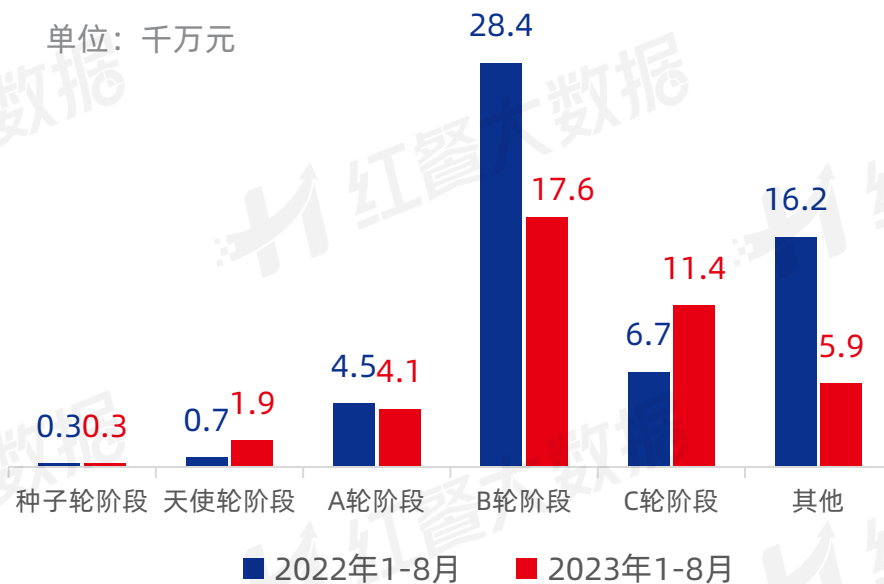
融资集中早期阶段，天使轮阶段披露融资总额激增

- 1-8月餐饮相关领域融资集中在天使轮、A轮等早期融资阶段，融资事件数占比分别为33.6%和26.7%，其中发生在天使轮阶段的披露融资总额同比增长122.2%
- 平均单笔融资金额方面，天使轮阶段和C轮阶段均有不同程度增长，而B轮阶段的平均单笔融资金额从2.84亿元大幅下降至1.76亿元

2023年1-8月全国餐饮相关领域融资事件轮次分布



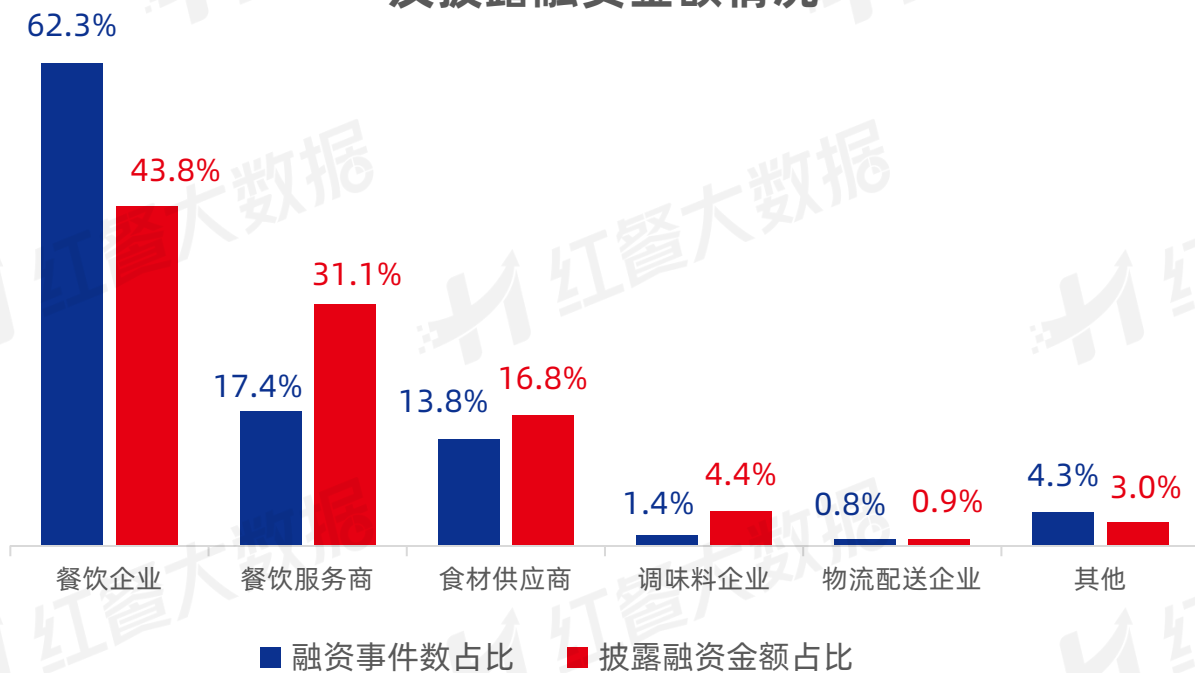
近两年1-8月全国餐饮相关领域各融资轮次平均单笔融资金额



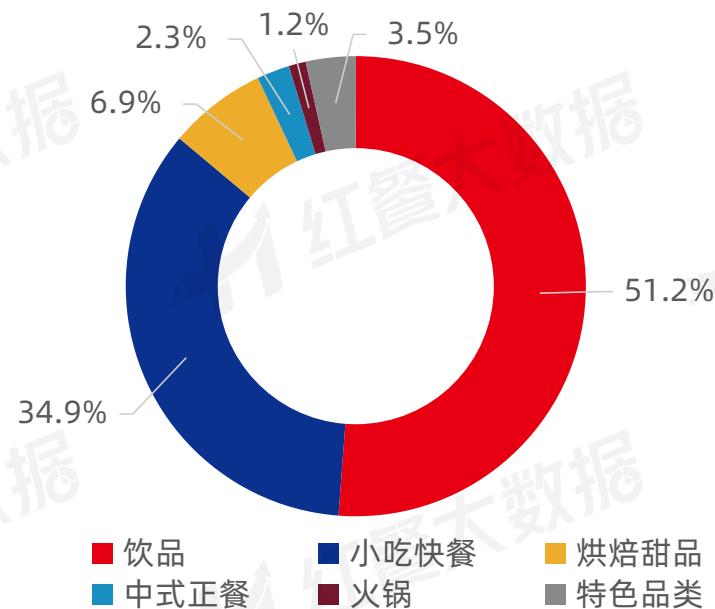
饮品、小吃快餐、餐饮服务商成为资本宠儿

- 相较其他细分领域，餐饮企业在1-8月的融资热度更高，其中具有消费频次高、标准化程度高等特点的饮品、小吃快餐成为稳坐融资事件数第一、第二的餐饮品类。与之相对，中式正餐和火锅品类融资事件数较去年同期均有所下降
- 在降本增效的大背景下，以餐饮SaaS、餐饮机器人、餐饮信息平台、经营管理咨询为主营业务的餐饮服务商受到资本关注

2023年1-8月餐饮相关领域融资事件数及披露融资金额情况



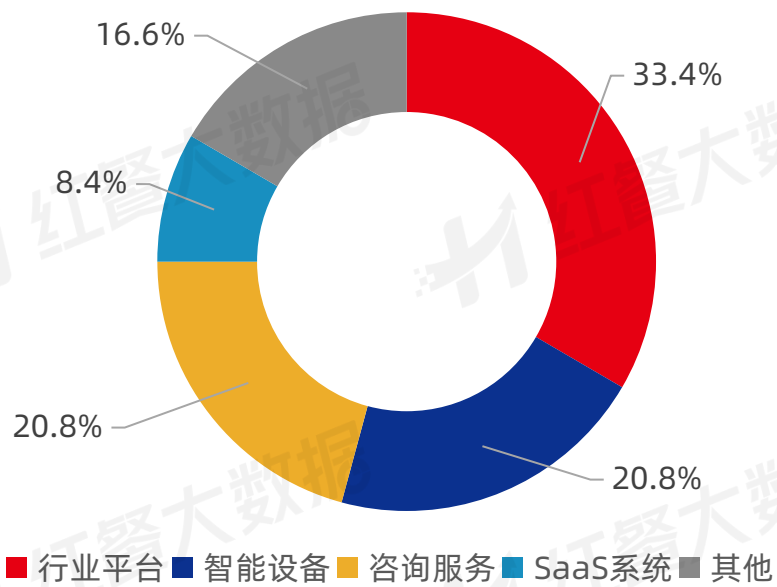
2023年1-8月各餐饮品类的餐饮企业融资事件数占比分布



餐饮服务商：亿元级别融资大幅增长

- 作为行业发展的催化剂，餐饮服务商近年逐步获得资本青睐。据统计，2023年1-8月餐饮服务商融资金额以亿元级别和千万元级别为主，占比分别达到37.5%和29.1%。其中，亿元级别融资事件数同比增长200%
- 从细分类型上看，获融资的餐饮服务商中餐饮行业平台、智能设备企业以及咨询服务企业占比均超过20%

2023年1-8月各类型餐饮服务商融资分布



01

餐饮行业平台

获融资企业主营业务分别有**供应链平台**、**商用厨具**
B2B电商平台、**预定餐平台**、**私厨服务平台**、**餐饮**
行业信息平台等

02

智能设备

获融资企业主营业务分别有**饮品自动化设备**、**咖啡**
自助设备、**送餐机器人**、**智能炒菜机**等

03

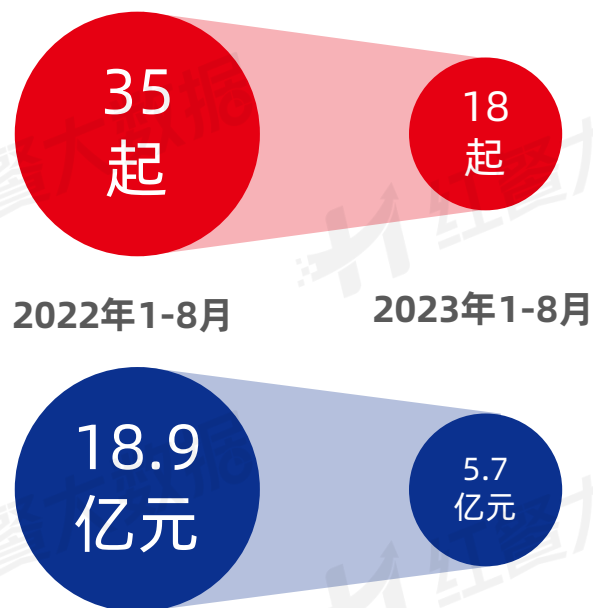
咨询服务

获融资企业主营业务分别有**餐饮经营管理咨询**、**餐**
饮人才管理咨询等

预制菜：赛道投融资趋于理性

- 预制菜赛道融资热度稍降，2023年1-8月预制菜企业融资事件数和披露融资总额较去年同期均有不同程度的下降。同时，预制菜企业小额融资事件相对较多，融资轮次集中于天使轮阶段
- 经历前两年的高速增长，预制菜赛道进入高质量增长阶段，资本逐步回归理性。据红餐产业研究院，2023年预制菜市场规模预计保持快速增长，达到4,912亿元

近两年1-8月预制菜企业融资事件数及披露融资金额变化情况



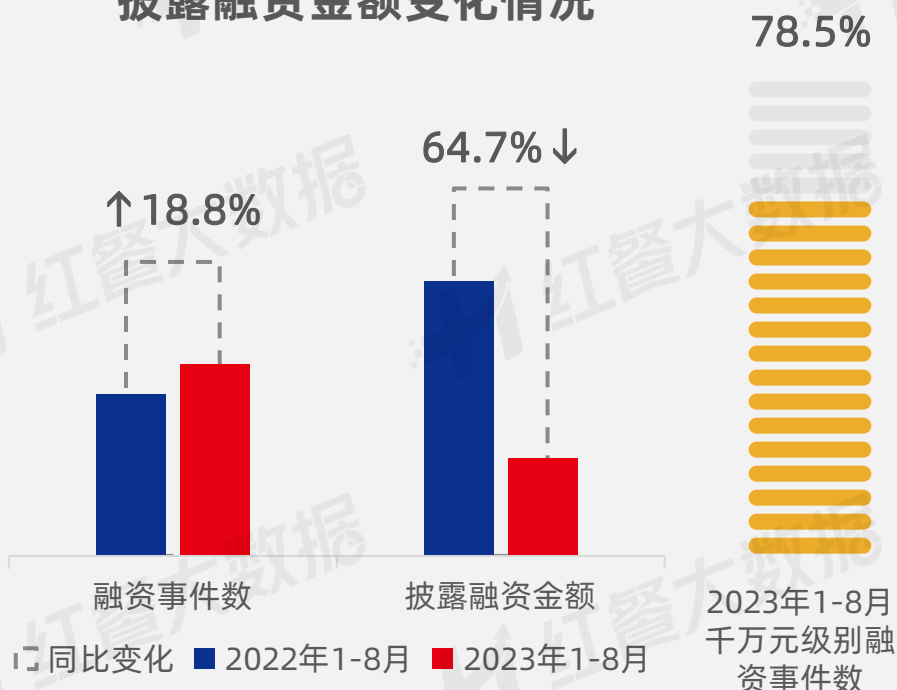
2023年预制菜融资特点

- 融资金额级别：披露融资金额集中于**千万元级别**，其融资事件数占比达到**九成**
- 融资轮次：融资轮次以**天使轮阶段**为主，有上市企业通过定向增发再融资
- 融资金额用途：预制菜企业融资金额多用于产品研发、扩充产能、渠道拓展等方面

茶饮：资本谨慎出手，瞄准消费风口

- 与上年同期相比，2023年1-8月茶饮融资事件数有所上涨，但是披露融资金额大幅下降，这与今年茶饮赛道融资金额较小有一定的关系。据统计，2023年1-8月的茶饮融资事件中有78.5%是千万元级别的融资
- 近年来，消费者的健康管理持续深化，国风茶文化盛行，定位健康养生或国风国韵的茶饮品牌更受资本青睐

近两年1-8月茶饮融资事件数和披露融资金额变化情况



健康养生

- 强调食材的新鲜和健康，如活菌酸奶、新鲜水果、药材等，强化低糖低脂的产品定位
- 产品类型上，现制酸奶品牌获融资相对较多



国风国韵

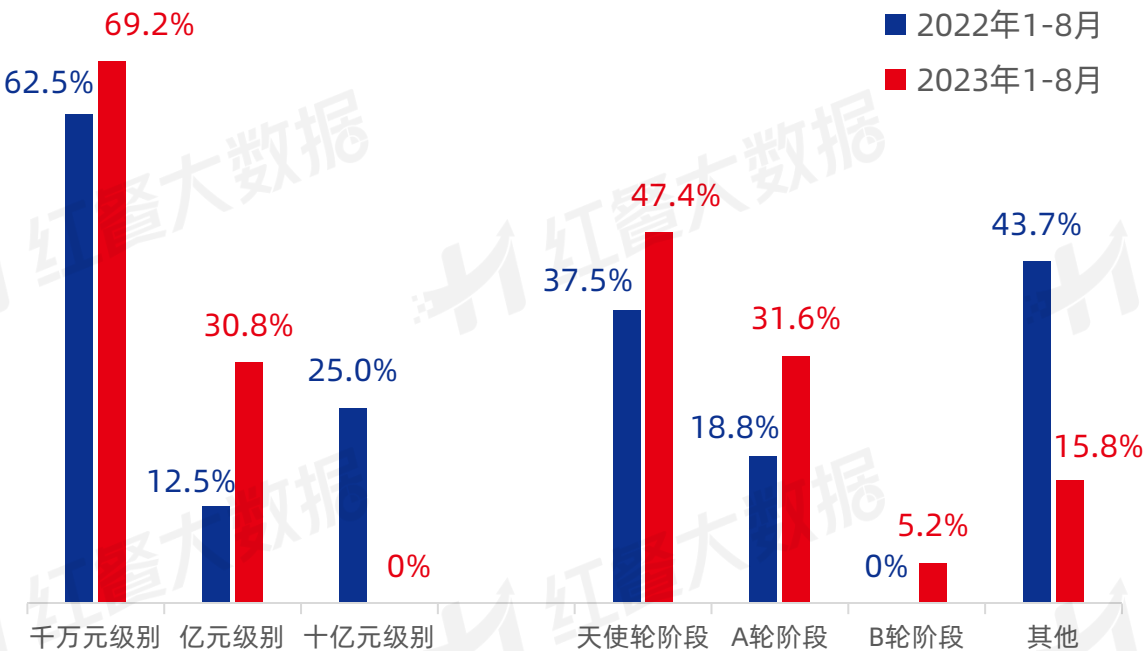
- 在产品上融合中国茶文化，注重茶汤基底的创新，引入更多茶叶类型
- 在品牌视觉设计和营销上加入中式元素



咖饮：融资事件数持续攀升，披露融资金额却大幅回落

- 在消费赛道融资整体遇冷的大背景下，咖饮赛道2023年1-8月融资事件有近20起，较去年同期增加3起，但披露融资总额却较上年同比下降超80%。与此同时，咖饮赛道早期小额融资占比上升
- 从获得融资的咖饮品牌特点上看，“咖饮+”“性价比”“差异化”成为当下咖饮投资风向的关键词

近两年1-8月咖饮披露融资金额及轮次分布



咖饮+

咖饮品牌通过更多元化的融合方向打造差异化品牌定位

咖饮+烘焙
咖饮+盲盒
咖饮+共享空间
咖饮+情绪治愈

性价比

获融资的咖饮品牌人均消费价位集中在**15~25元**区间。随着现制咖饮逐步“祛魅”，高性价比定位更适合大众化咖饮消费

差异化

咖饮品牌通过差异化产品创新给消费者留下强记忆点

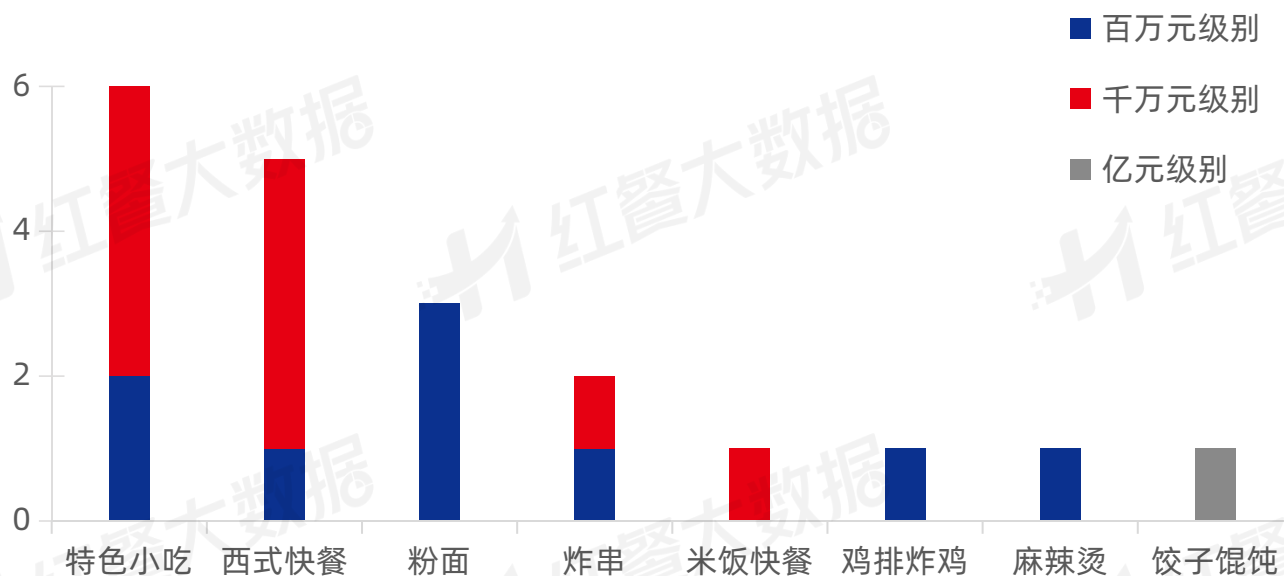
茶咖
花果咖
谷物咖啡

小吃快餐：中式汉堡品牌成为资本新宠

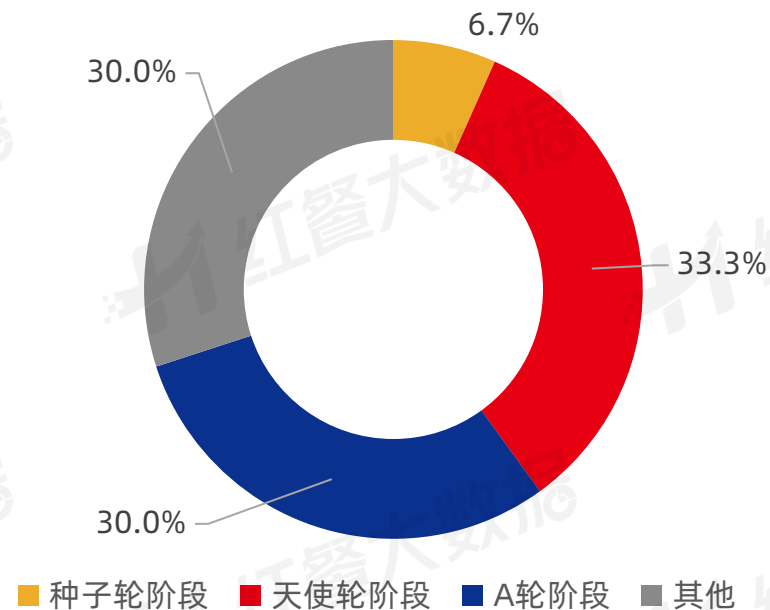
- 小吃快餐赛道单笔融资金额较小，集中在百万元级别和千万元级别，且不同细分品类的披露融资金额级别偏好有所侧重
- 西式快餐和特色小吃品类获融资数量最多，其中，主打国潮风的中式汉堡品牌备受青睐
- 天使轮、A轮等早期融资阶段融资事件数占比较大，与此同时融资轮次有往更早期轮次探索的现象

2023年1-8月小吃快餐细分品类披露融资金额分布

单位：起



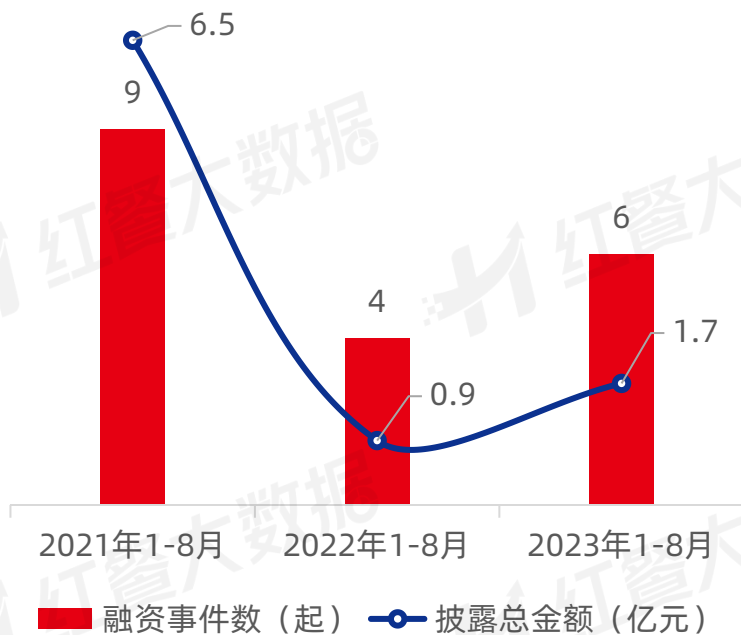
2023年1-8月小吃快餐细分品类融资轮次分布



面包烘焙：赛道融资热度尚在，资本风向转变

- 近年来，面包烘焙赛道发展遇冷，但品牌融资方面“热度”尚在。与去年同期相比，1-8月面包烘焙赛道融资事件数和披露融资总额均有不同程度回升
- 从品牌特征上看，获融资的面包烘焙品牌具有后端供应链夯实、满足低糖低脂的消费需求或产品差异化显著的特征

近三年1-8月面包烘焙融资情况



后端强

泸溪河后端基础扎实，目前**在全国范围内有6座中央工厂**。较为完善的供应链体系给泸溪河更多快速复制的优势，截至2023年9月，**其全国门店数超过300家**，是直营门店数最多的中式烘焙品牌



低糖低脂

健康风潮盛行，低糖、低脂和无蔗糖成面包烘焙品牌产品研发新方向。比如获得融资的桃禧满满、森食起源均定位为“健康烘焙”



特色单品

在同质化竞争日益加剧的大背景之下，产品类型细分化趋势加剧，**有的聚焦榴莲等特色食材，有的聚焦吐司、铜锣烧等更细分的赛道**



02

一级市场动态：新兴融资方式大放异彩

一级市场新兴融资方式持续大放异彩

- 传统股权融资市场热度持续低迷，多个行业股权融资逐步收紧。而在这样的背景下，收入分成模式融资自2022年发展至今，融资热度持续高速增长
- 滴灌通每日收入分成模式是一种**权益类投资产品**，是基于企业收入为底层资产的新型投融资模式

投资对象

以单一门店为主要的
投资对象

融资合作方式

投融资双方签署联合经营协议，约定**投资额**、**联营期限**和**分成比例**

模式优点

结合股与债优势，适配门店资金需求与经营现金流周期，**无刚性兑付及还本付息压力**，额度灵活、共担风险且**有限期共享回报**

传统股权融资市场收紧，收入分成模式融资持续高速增长

□ 数据显示，截至2023年8月31日，滴灌通已投资**23.8亿元**，覆盖**545个品牌**，超过**10,000家门店**。其中，**餐饮行业融资金额超过9.1亿元，获融资品牌254个**



融资金额
23.8 亿元



获融资品牌
545 个








获融资门店
10,013 家

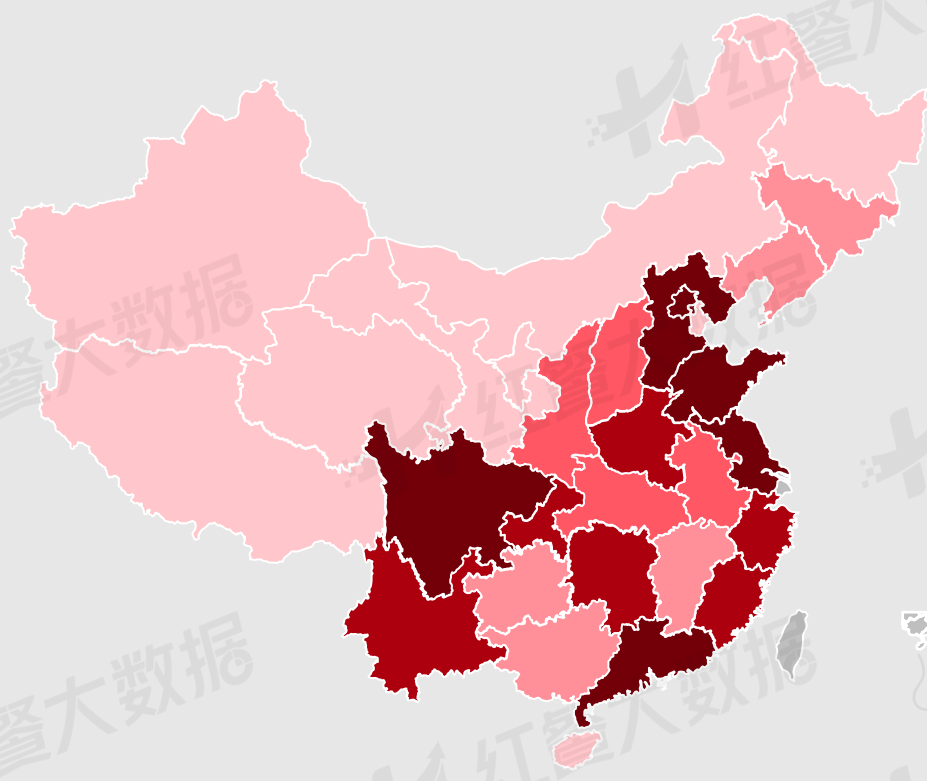


覆盖品类
100 个



融资门店分布
31个省/直辖市
264个城市

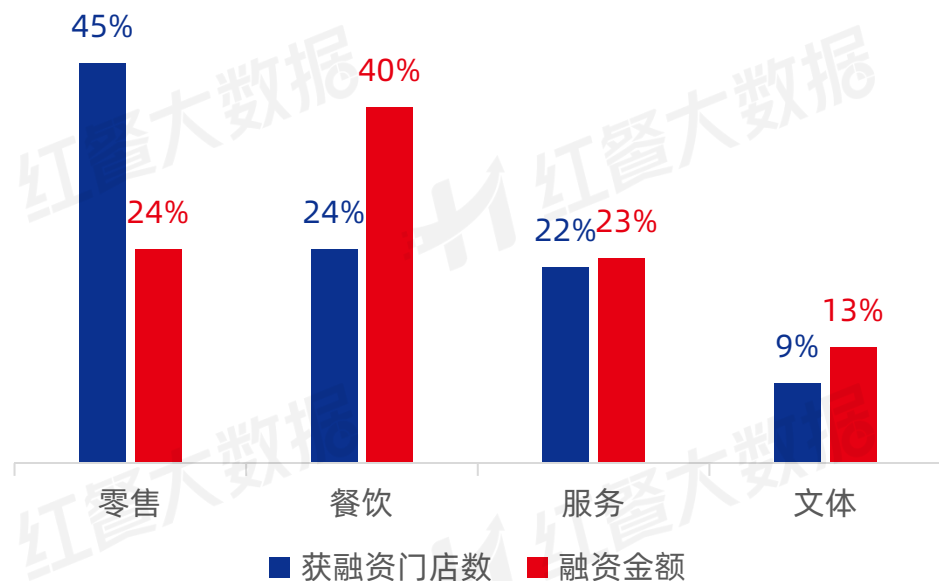
 500家门店以上
 201~500家门店
 101~200家门店
 51~100家门店
 50家门店及以下



收入分成融资模式下，餐饮行业备受青睐

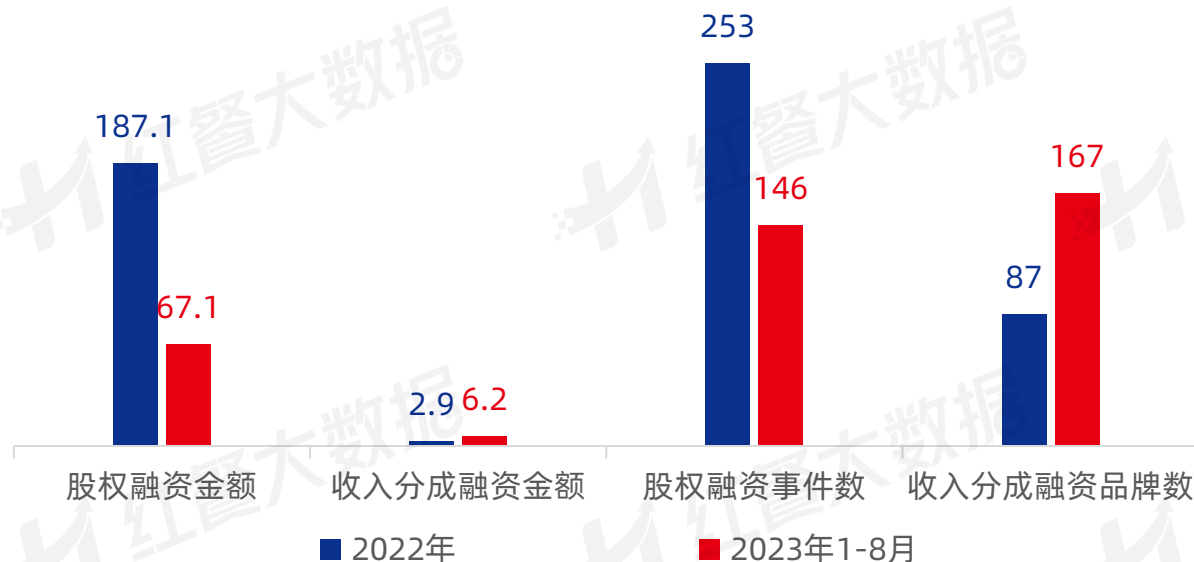
- 从行业分布情况上看，零售行业获融资的门店数较多，达到45%；而**餐饮行业的融资金额占比最高**，达到了**40%**
- 据滴灌通数据，2022年餐饮行业收入分成融资金额为**2.9亿元**，占市场总额**1.5%**，获融资品牌共计**87个**；2023年1-8月，餐饮行业收入分成融资金额为**6.2亿元**，占市场总额**9.2%**，获融资品牌共计**167个**

收入分成融资的行业分散度



近两年餐饮行业股权融资与收入分成融资情况

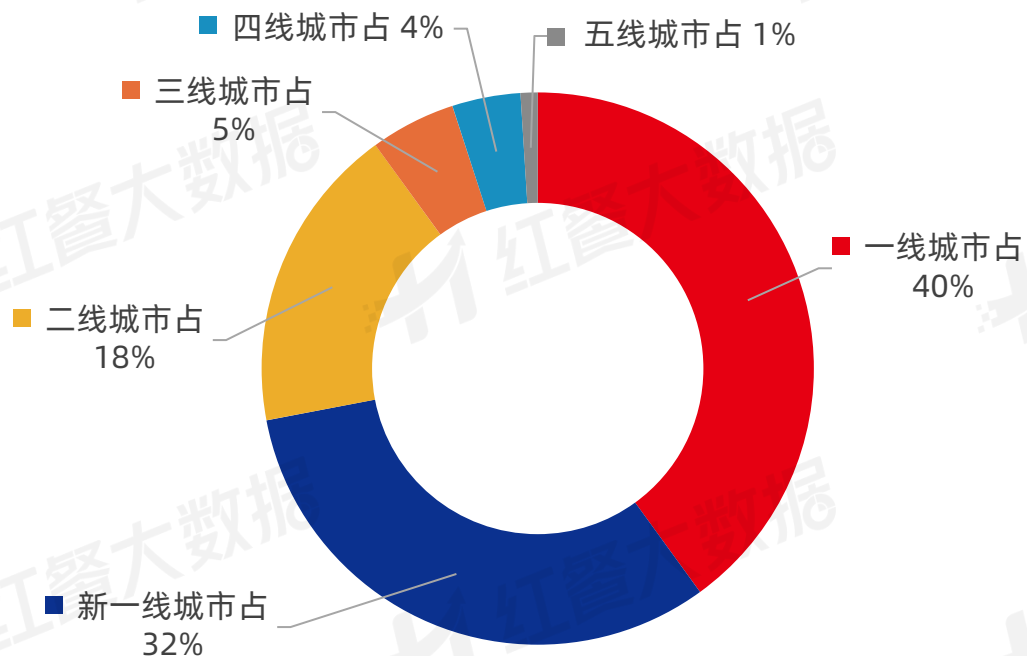
单位：亿元，起，个



餐饮行业收入分成融资模式以一线、新一线城市为主

- 在餐饮行业中，**收入分成融资模式聚焦于一线、新一线城市**。从数据上看，二者融资金额占比分别达到**40%**和**32%**
- 具体来看，获融资门店数位于第一梯队的分别是广州、深圳、上海、北京。另外，杭州、成都、长沙、西安、福州、重庆等城市获得融资的门店数同样较多

各线城市餐饮行业收入分成融资金额分布



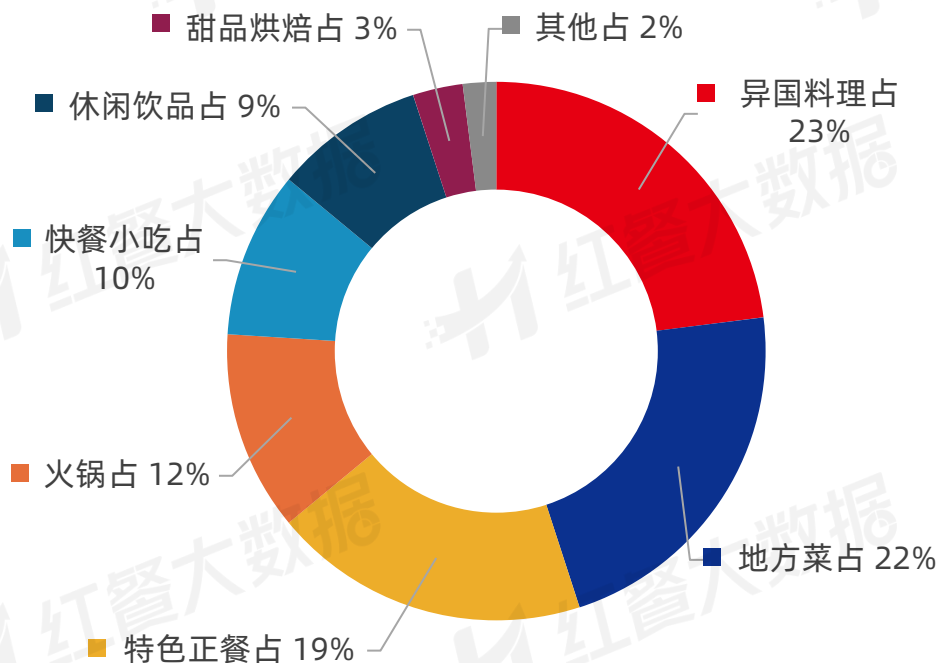
收入分成融资门店数TOP10城市



正餐、小吃小喝皆宜，收入分成融资模式渗透多个餐饮品类

- 从融资总额上看，**异国料理**、**地方菜**和**特色正餐**的收入分成融资金额占比较高，其中**日式料理**、**川渝火锅**、**川菜**、**烤肉**等单店融资金额较高
- 从获融资门店数量来看，**现制茶饮**、**粉面**、**米饭简餐**等由于单店体量较小、标准化程度较高、融资金额相对较低，因此亦有较多门店获得融资

各餐饮业态收入分成融资金额分布



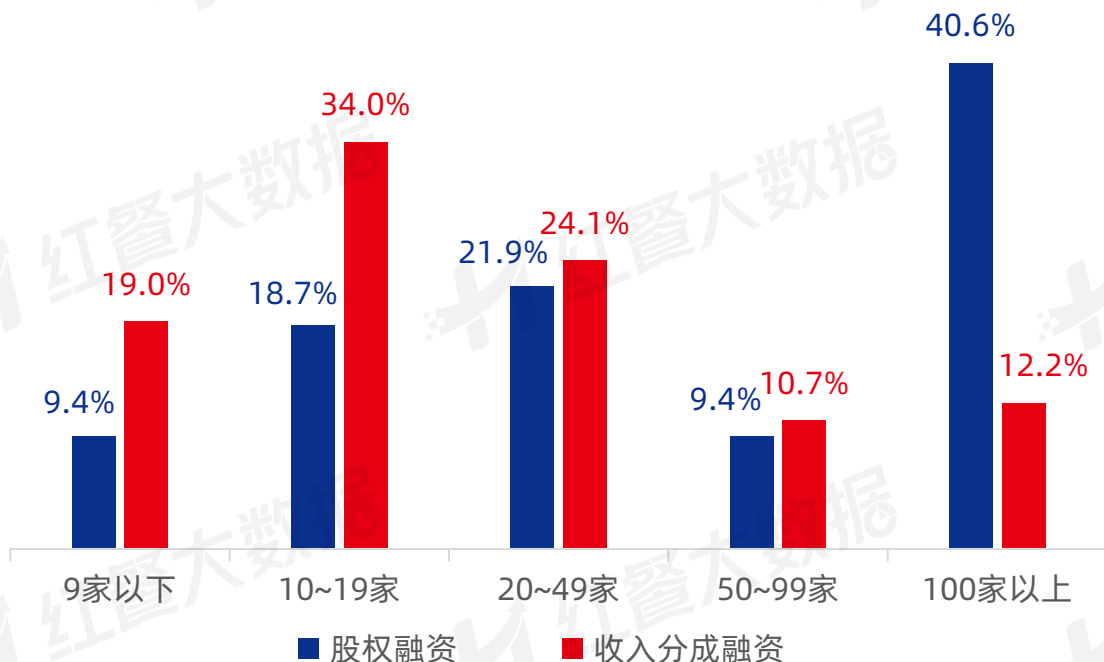
收入分成融资门店数TOP10餐饮品类



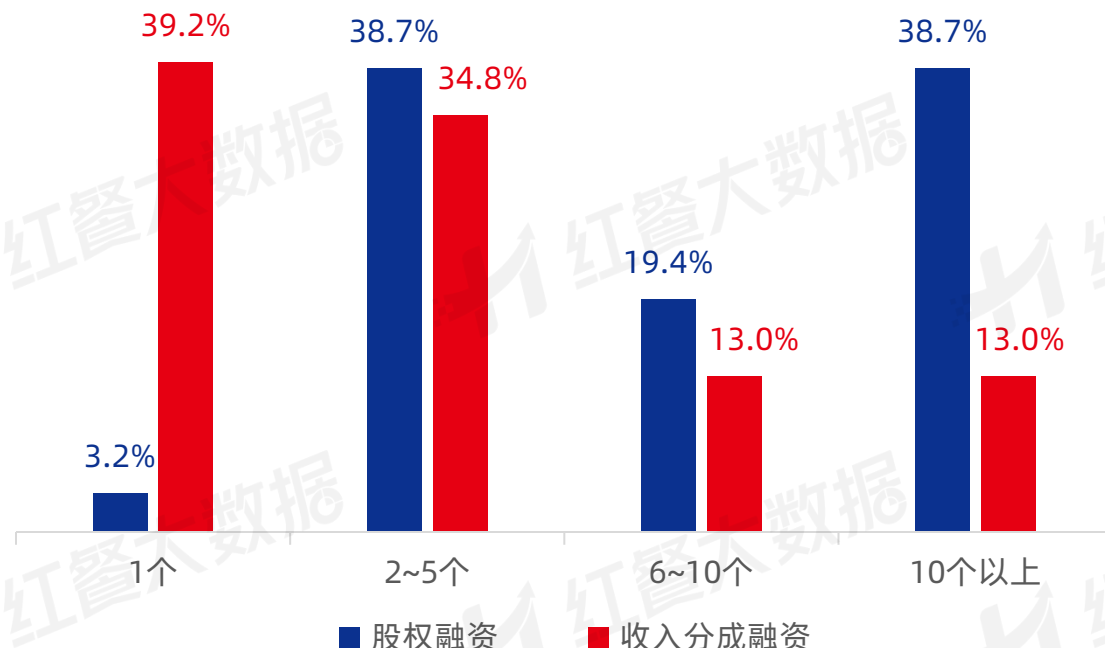
小型连锁、区域布局的品牌成为收入分成融资模式的宠儿

- 收入分成融资模式下，**小型连锁餐饮品牌**更受欢迎。从数据上看，收入分成融资品牌门店数在20家以下的占比达到**53%**
- 与股权融资相比，获收入分成融资的餐饮品牌主要**以区域品牌为主**。据滴灌通数据，门店覆盖**5个及以下**省份的获融资品牌占比达到**73.9%**，其中门店仅分布于一个省份的品牌品牌数甚至占比高达**39.2%**

融资餐饮品牌门店规模分布情况



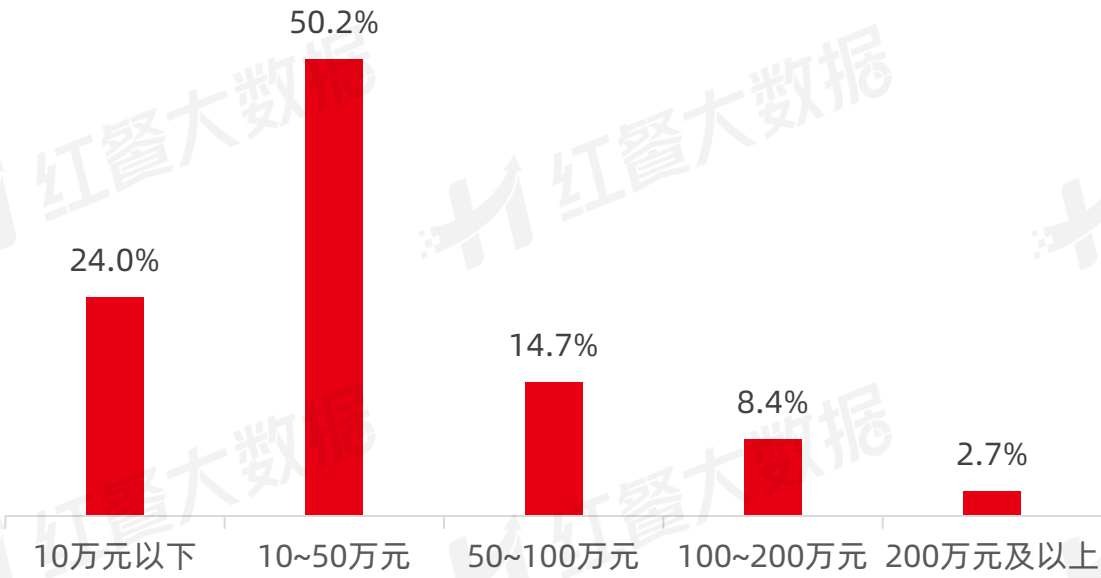
融资餐饮品牌的门店省份覆盖情况



单店平均融资金额不到50万元，多个品类单店盈利能力可观

- 从单店融资规模上看，餐饮单店融资金额多在50万元以下水平，平均单店投入42.6万元。据滴灌通数据，单店融资金额在50万元以下的门店数占比将近四分之三
- 从单店盈利能力上看，粤菜、云贵菜等品类月均单店营收可达百万元水平

收入分成模式餐饮单店融资金额分布



月均单店营收TOP20餐饮品类

粤菜	云贵菜	西式正餐	北派火锅
111万元	100万元	92万元	82万元
江浙菜	京鲁菜	椰子鸡火锅	江湖海鲜
78万元	77万元	75万元	74万元
肉蟹煲	川渝火锅	日式料理	粤式火锅
72万元	71万元	71万元	69万元
烤鱼	酒馆酒吧	茶餐厅	烤串
59万元	56万元	54万元	50万元
川菜	小众菜系	烤肉	牛蛙
49万元	47万元	45万元	45万元

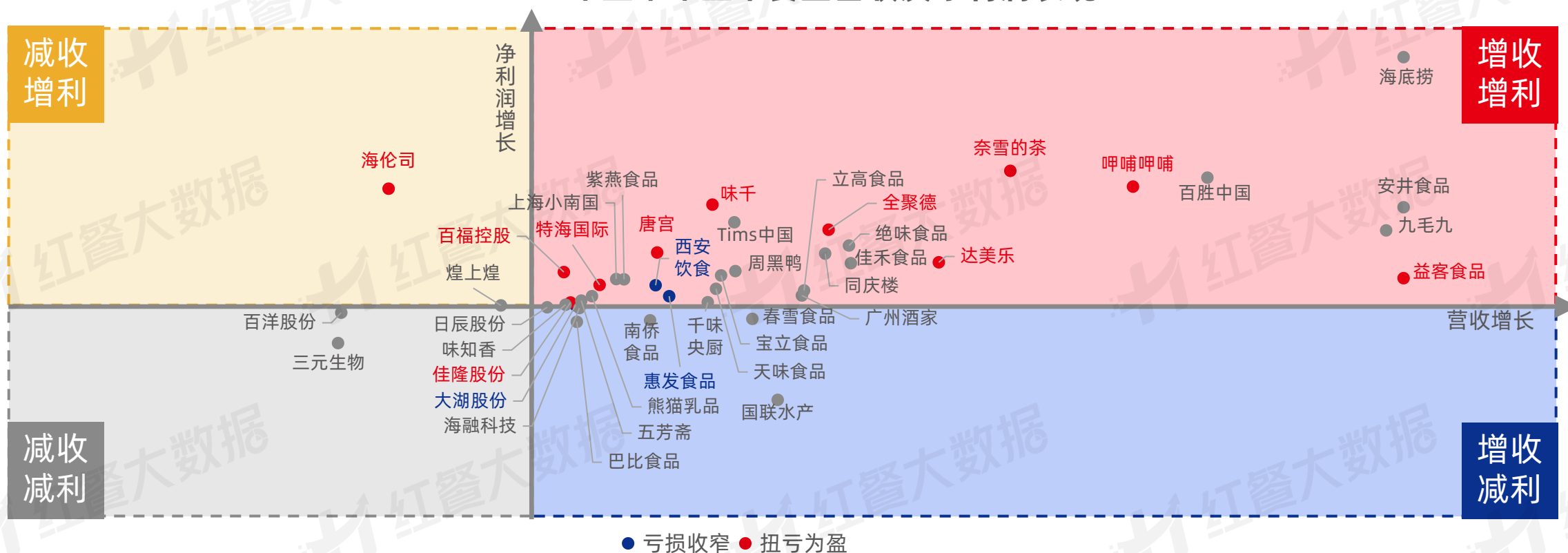
03

二级市场动态：餐饮IPO之路收窄

上市餐企净利润显著恢复，中上游企业业绩平稳

- 随着新消费市场回暖、线下餐饮消费逐步恢复。2023年上半年上市餐企业绩表现亮眼，大部分上市企业增收增利。在低基数效应的影响下，多家上市餐饮企业扭亏为盈，净利润显著恢复
- 餐饮上游上市企业2023年上半年的业绩整体表现平稳，样本企业中超半数实现盈利

2023年上半年上市餐企营收及净利润表现



上游：复合调味料企业加速快跑，食材供应链企业业绩喜忧参半

复合调味料上市企业发展总结

- 餐饮消费逐步恢复为复合调味料企业提供较好的发展养分，日辰股份、天味食品、颐海国际等2023年上半年餐饮渠道营收均有增长
- 线上线下渠道齐发力，以全渠道布局，突破复合调味料行业B端与C端的业务边界
- 定向增发扩充产能，复合调味料企业加速快跑



食材供应链上市企业发展总结

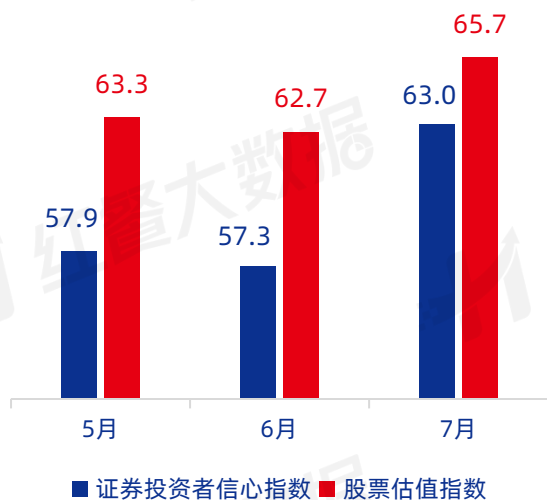
- 部分企业正处“增收不增利”困境，而“增收增利”的企业面临增幅放缓问题
- 原料价格波动，食材供应链企业原料成本承压，增效降本成难题
- 预制菜赛道持续向好，国联水产、安井食品、千味央厨等企业预制菜业务业绩增长，不少食材供应链企业有加大预制菜产业布局趋势



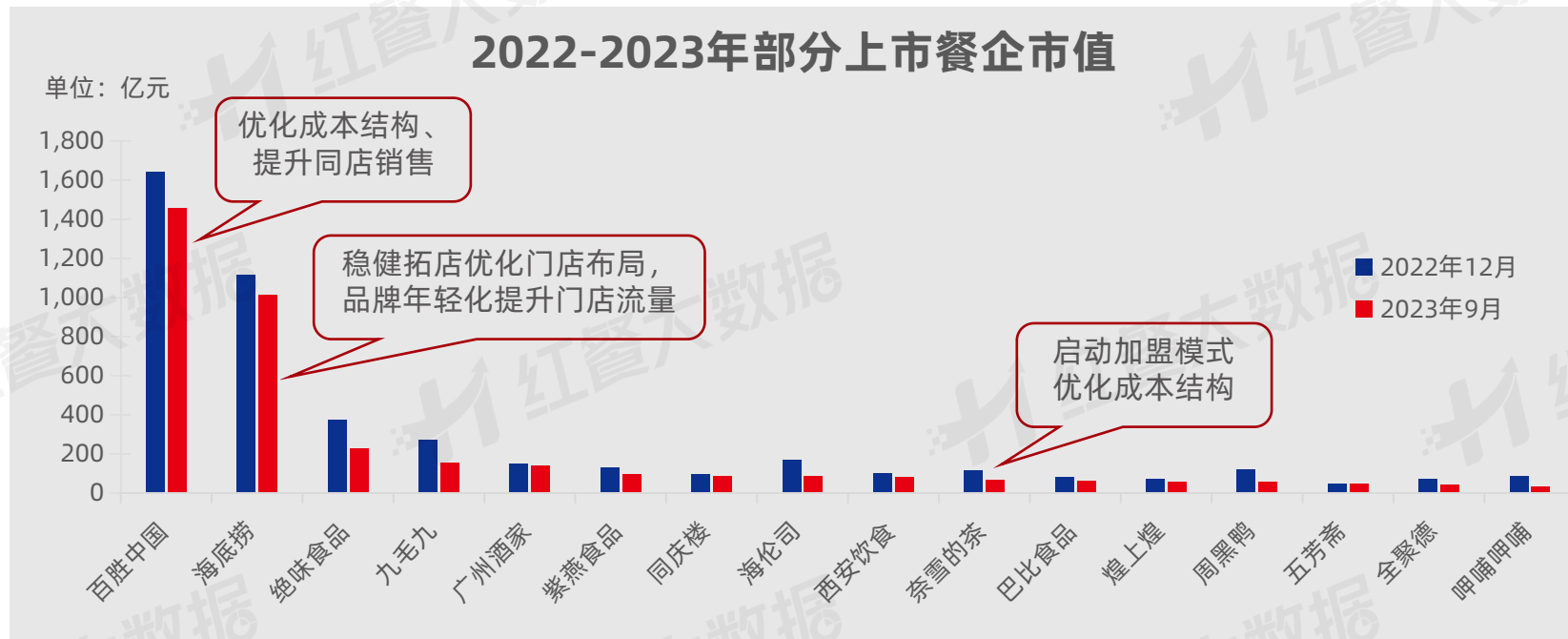
下游：市场情绪回升，餐企市值修复进行时

- 投资者信心指数在2023年1月达到阶段性高点后，呈现连续小幅下降走势，直至7月止跌回升，环比增长9.9%。股票估值指数同样较6月有小幅增长。由此可见，市场情绪有回升迹象
- 受上半年市场情绪波动影响，上市餐企市值略有下降。今年以来，不少上市餐企多举并措力求振奋投资者信心

2023年5-7月投资者信心指数及股票估值指数



2022-2023年部分上市餐企市值



注：

1. 证券投资者信心指数数值介于0-100之间，50为中性值。指数大于50时，表示投资者中持乐观、积极看法的比例大于持悲观、消极看法的比例，投资者信心整体偏向乐观。指数数值越高，表示投资者的信心越强。指数小于50时，表示投资者中持乐观、积极看法的比例小于持悲观、消极看法的比例，投资者信心整体偏向悲观

2. 市值数据分别截至2022年12月31日和2023年9月12日

资料来源：中国证券投资者保护基金公司、Choice，红餐品牌研究院整理

企业扎堆终止上市，餐饮相关行业IPO之路收窄

- 据不完全统计，2023年1-9月已有6家餐饮相关企业终止IPO，而首次递表的餐饮相关IPO企业仅有2家
- 2023年，餐饮相关行业IPO之路收窄。2月份，注册制全面落地，但同时，主板IPO“红黄绿灯”行业限制消息传出，随后8月份，证监会推出阶段性IPO收紧的相关规定。这意味着接下来餐饮相关企业主板IPO难度加大



01

主板申报行业限制

2023年初，有消息传出“证监会对核准制下的主板申报进行行业限制，明确‘红灯行业’不能申报、而‘黄灯行业’头部企业才可申报”，其中食品、连锁餐饮被列“红灯行业”

02

注册制全面落地

2023年2月，证监会发布全面实行股票发行注册制相关制度规则，并自公布之日起施行，我国资本市场迎来全面注册制时代。在全面注册制之下，市场体系与规则制度更为完善，上市条件更为包容

03

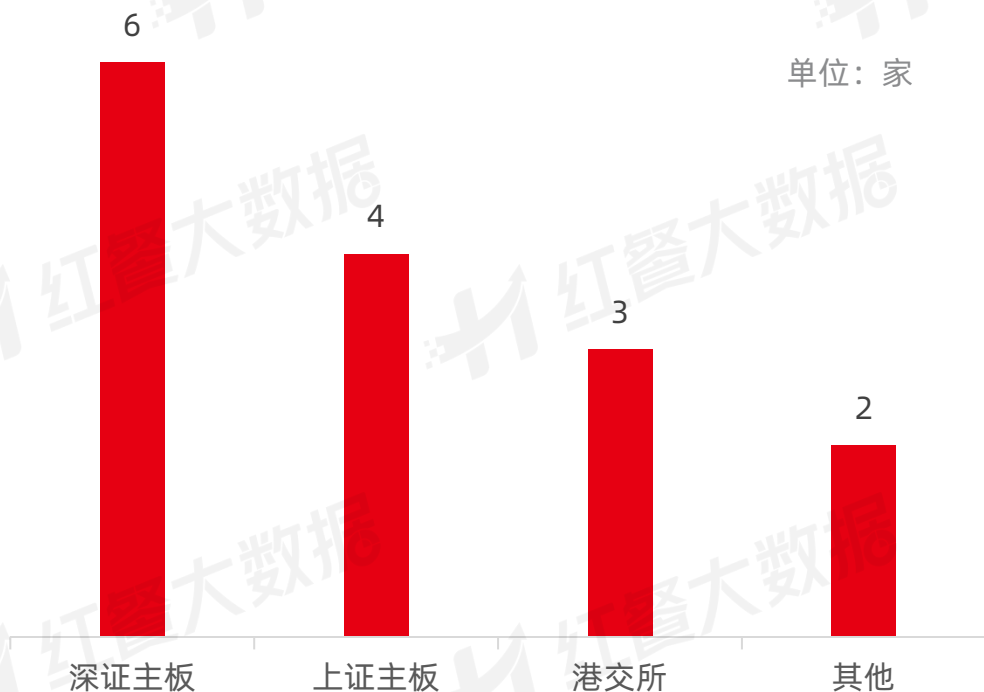
阶段性IPO收紧

2023年8月，证监会发布公告《证监会统筹一二级市场平衡、优化IPO、再融资监管安排》表示，根据近期市场情况，阶段性收紧IPO节奏，促进投融资两端的动态平衡

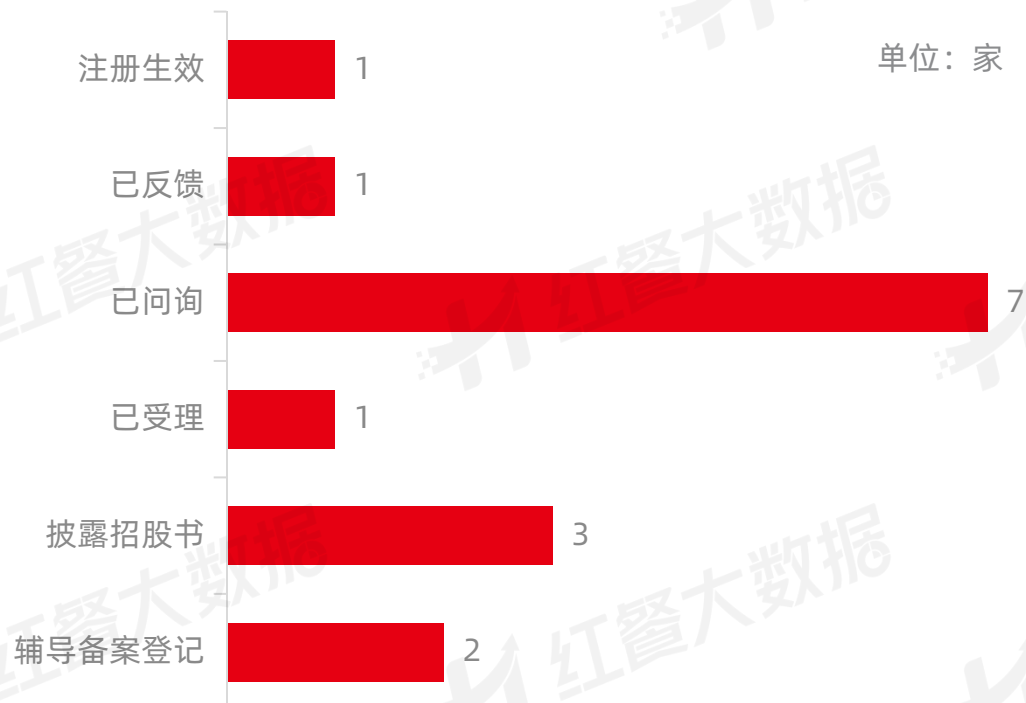
A股主板餐饮相关IPO企业最多，多数餐饮相关IPO企业滞留“已问询”

- 上市地方面，截至2023年8月，A股主板被多数的餐饮相关IPO企业选择，其中，深证主板排队上市的餐饮相关企业最多。A股主板定位于“大盘蓝筹”企业，对IPO企业的盈利能力有较高的要求
- 上市进度方面，多数餐饮相关IPO企业处于“已问询”状态，注册生效企业1家，为食材供应链企业索宝股份

2023年1-9月餐饮相关企业IPO上市地分布



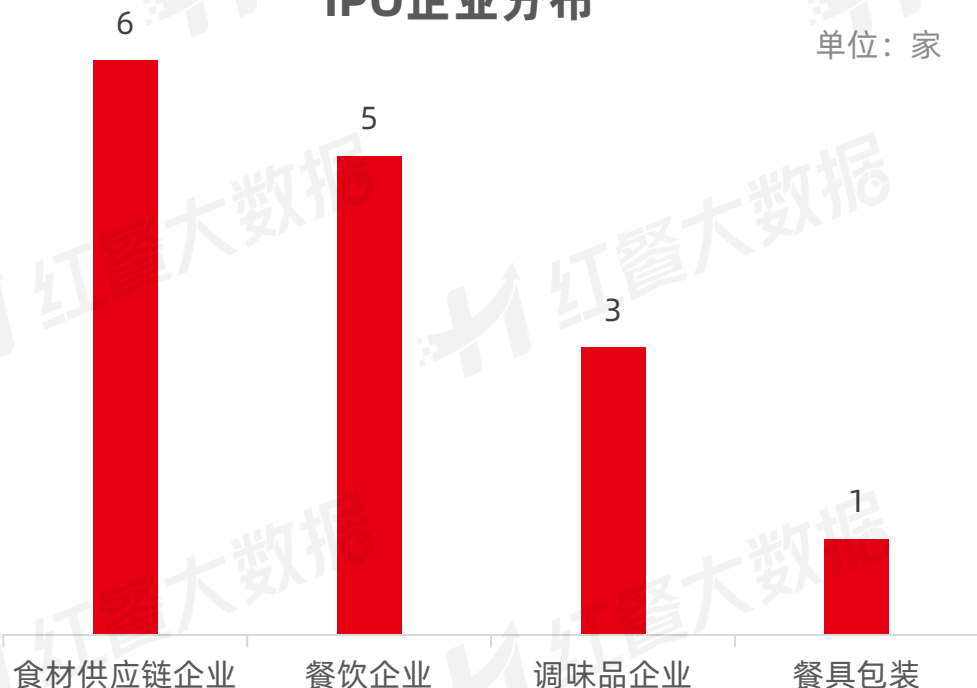
2023年1-9月餐饮相关企业IPO进度分布



IPO企业集中在上游、下游两端，茶饮品牌上市热情高涨

- 细分领域方面，餐饮相关IPO企业多属于上游食材供应链企业和下游餐饮企业
- 近年来，随着茶饮赛道崛起，市场规模逐步增长，茶饮上下游企业IPO动向频频。2023年以来，有消息传出目前多个茶饮品牌正在考虑IPO

2023年1-9月各细分领域餐饮相关
IPO企业分布



茶饮供应链上市一波三折

目前正在冲击IPO的则包括饮品配料的制造商**鲜活饮品**，以及制造风味糖浆、饮品小料的**德馨食品**。其中德馨食品在2023年3月曾经终止IPO，随后7月重启IPO



鲜活饮品



茶饮品牌传言“七子”争夺上市



冲击A股



古茗®



冲击港股



冲击美股

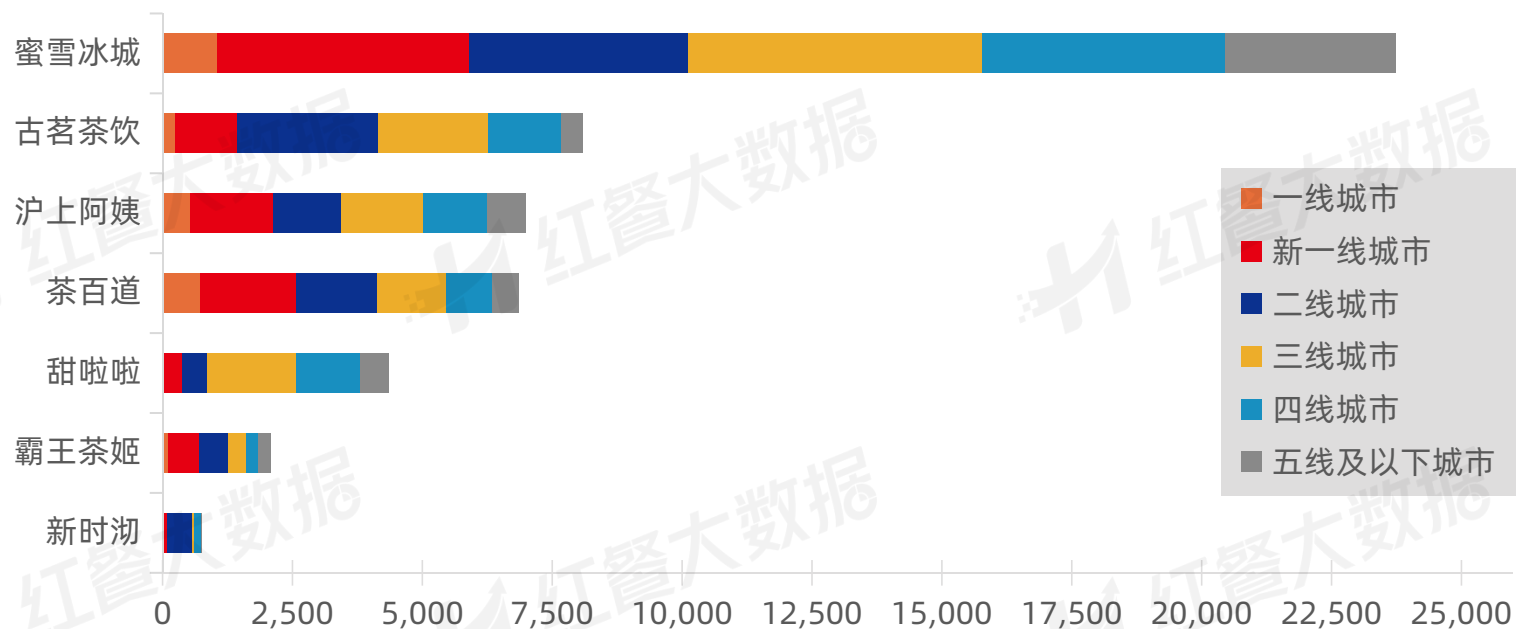


待定

茶饮品牌IPO “雷声大雨点小”，上市争夺战一触即发

- 在传出上市消息的7个茶饮品牌中，目前披露招股书的仅有冲击A股的蜜雪冰城，以及冲击港股的茶百道
- 从门店数上看，蜜雪冰城占据绝对优势地位，截至2023年9月，门店数超过20,000家。从线级城市门店分布上看，新一线、二线、三线城市为茶饮品牌重点布局区域，但不同品牌的侧重点有所不同
- 供应链方面，这7个品牌中超半数已自建生产和加工工厂，未自建供应链的品牌则通过与供应商深度合作完善供应链体系

2023年传言冲击IPO的茶饮品牌门店分布概况



供应链

- 自建供应链：蜜雪冰城、古茗茶饮、沪上阿姨、甜啦啦均有自建供应链，负责原料、辅料的生产与加工
- 与外部合作：茶百道、霸王茶姬、新时沏均与第三方供应商深度合作

04

餐饮资本化未来展望

长坡厚雪，餐饮行业资本化厚积薄发

聚焦“差异化”

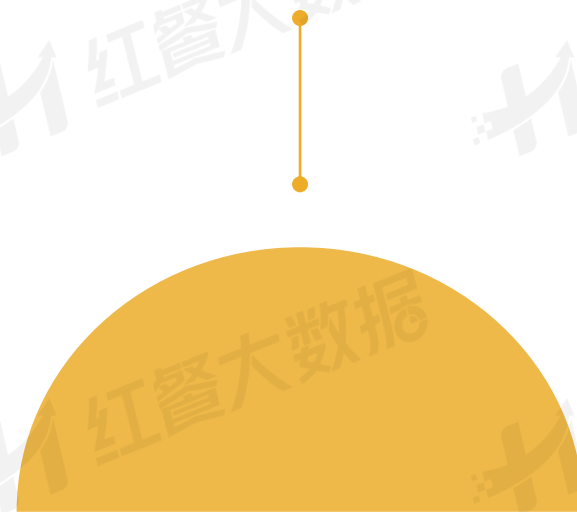
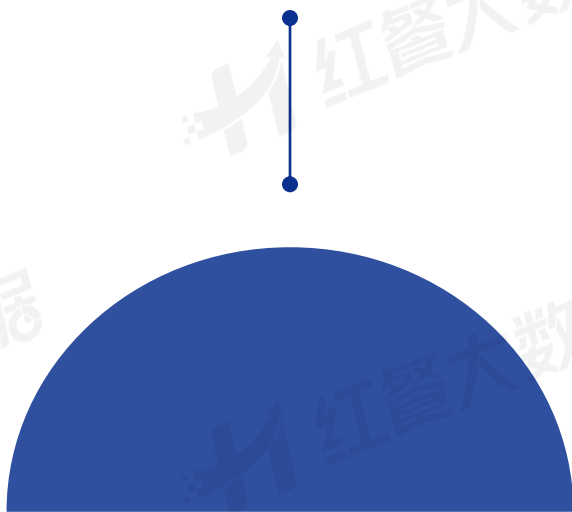
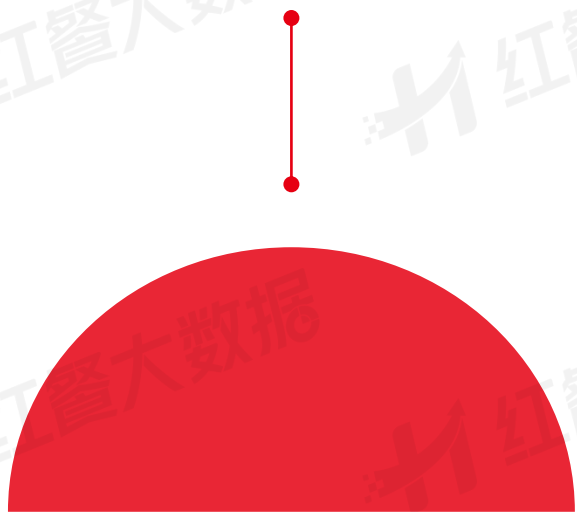
未来，具有差异化特征的餐企更能获得市场和资本的垂青。但区别过去，除了品类、产品，价格定位上的差异化，区域、运营效率、供应链上的差异化同样被重视

品类更细分

面对不断演变的消费需求，品类细分趋势显著。餐饮投资人的目光也会随之更聚焦，在更细分的品类赛道中寻求新的机会点

长期主义

过往通过“烧钱”来跑马圈地、加速拓店的投资逻辑被重新审视。当风口消失，浪潮褪去，练好内功的企业才有机会跑赢市场



附录1：餐饮相关IPO企业详情

企业简称	企业全称	最新公告	IPO进度	拟上市版
老娘舅	老娘舅餐饮股份有限公司	2023-03-29	已问询	上证主板
鲜活饮品	苏州鲜活饮品股份有限公司	2023-03-30	已问询	深证主板
德馨食品	浙江德馨食品科技股份有限公司	2023-03-29	已问询	深证主板
蜜雪冰城	蜜雪冰城股份有限公司	2023-02-09	已反馈	深证主板
索宝股份	宁波索宝蛋白科技股份有限公司	2023-08-24	注册生效	上证主板
德州扒鸡	山东德州扒鸡股份有限公司	2023-03-30	已问询	上证主板
福洋生物	山东福洋生物科技股份有限公司	2023-03-28	已问询	上证主板
阿宽食品	四川白家阿宽食品产业股份有限公司	2023-03-28	已问询	深证主板
么麻子	么麻子食品股份有限公司	2023-03-03	已受理	深证主板
乡村基	乡村基快餐连锁控股有限公司	2023-04-06	披露招股书	香港交易所主板
茶百道	四川百茶百道实业股份有限公司	2023-08-15	披露招股书	香港交易所主板
锅圈食品	锅圈食品（上海）股份有限公司	2023-04-03	披露招股书	香港交易所主板
富岭股份	富岭科技股份有限公	2023-03-23	已问询	深证主板
鼎味泰	江苏鼎味泰食品股份有限公司	2022-10-26	辅导备案登记	A股
草原太阳红	内蒙古草原红太阳食品股份有限公司	2023-07-10	辅导备案登记	A股

注：如有遗漏或信息错误，欢迎勘误

资料来源：Choice，数据统计时间截至2023年9月12日

关于我们

关于红餐品牌研究院

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核心目标。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。

关于红餐大数据

“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

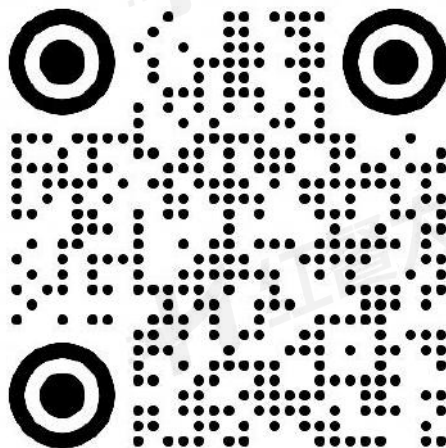


关于滴灌通

滴灌通是一家新型交易所集团，旨在连接全球资本和中国小微企业，打造一个更具包容性和社会影响力的全新金融市场。滴灌通透过金融科技，开创了全新的收入分成投融资模式，让餐饮、零售、服务、文体等行业的小微企业可以到交易所挂牌融资，便捷获得合作共赢的长期资本，以助力他们的发展。

滴灌通澳门金融资产交易所（MCEX滴灌通澳交所）是获得澳门特别行政区许可设立的，全球首个收入分成产品交易所，是交易所标准化收入分成产品的开创者和标准制定者。滴灌通澳交所创设了收入分成产品DRO/DRC（Daily Revenue Obligations/ Daily Revenue Contract）作为一个以数字化赋能的全新资产类别，让投资者能够实现直接、分散地投资于中国大量的小微实体门店，获得多元且稳定的投资回报；真正实现让小微企业直通资本市场，支持门店发展、增加就业、共同富裕。

关注滴灌通官方微信



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9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