

中国中餐行业发展深度分析与投资前景研究报告 (2025-2032年)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国中餐行业发展深度分析与投资前景研究报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202510/768819.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、中餐行业市场规模持续扩容，休闲中式餐成长性突出

中餐稳居我国餐饮市场最大基本盘，且仍在持续扩容。数据显示，2024年我国内地餐饮市场规模突破5.5万亿元。其中中餐以3.6万亿元的规模占据超六成（65.3%）市场份额，成为绝对主力。并据弗若斯特沙利文预测，2025-2027年中餐行业增速将稳定在10%左右，到2028年该市场规模有望攀升至5.3万亿元，展现出强劲的增长韧性，并延续其主导格局。

数据来源：公开数据，观研天下整理

数据来源：公开数据，观研天下整理

从细分领域来看，休闲中餐成长性突出，成为行业新增长点。近年来，随着居民消费能力提升与生活节奏加快，消费者在餐饮选择中更加注重性价比与便捷体验。休闲中餐因兼具舒适环境、实惠价格与高效服务，相比中式高档餐饮和火锅烧烤更符合大众化需求，逐步成为中餐具有成长性的细分业态之一。数据显示，2020-2024年，我国休闲中餐市场规模CAGR达11.1%，高于同期中餐整体增速（8.7%）。

与此同时，随着消费者对高档餐饮的偏好逐渐减弱，休闲中餐的市场份额持续提升，占中餐的比例已由2020年的16.0%提升至2024年的17.4%，预计2029年进一步增至19.3%。这意味着，在中餐大盘中，休闲餐饮正从补充性业态加速转变为核心业态。

数据来源：公开数据，观研天下整理

二、中餐正在逐步突破“人治”瓶颈，连锁化趋势加快

在传统中餐的漫长发展历程中，“人治”一直是其难以摆脱的瓶颈。厨师的经验、手艺的传承、管理的随意性，使得中餐难以实现大规模、标准化的复制与扩张。然而，随着行业数字化、中央厨房及冷链体系的逐步完善，以及菜单SKU精简和厨房智能化的推广，中餐正在逐步突破“人治”瓶颈，并向“智治”迈向，实现从经验依赖型运营向标准化、可复制、可规模化运营的转变。这一转变不仅为连锁化提供了条件，也为中餐品牌未来的国际化扩张奠定基础。

近年来，我国包括中餐在内的餐饮连锁化趋势加快。数据显示，2018-2023年，我国餐饮行业连锁化率从12%提升至21%，五年几乎翻倍，且2024年该比率继续保持上行。从门店规模结构来看，与2023年相比，截至2024年9月，100-500家门店的经营主体占比上升了1.97个百分点，而500家以上门店主体占比提升0.38个百分点，显示中大型连锁企业数量稳步增加。

资料来源：公开资料，观研天下整理

不过，目前我国包括中餐在内的餐饮连锁化渗透率仍偏低，提升空间显著。从全球对比来看，中国餐饮连锁化率远落后于成熟市场。2023 年，我国餐饮连锁化率仅为 21%，远低于美国（60.1%）与日本（52.4%）；2024 年，中国该指标虽提升至 23.3%，但与美国（59.2%）和日本（52.3%）相比，差距仍超过30pct。也就是说，当前国内餐饮连锁化率仅相当于成熟市场的约四成水平，具备较大提升空间。同时考虑到我国餐饮市场规模全球第一，中餐作为主导业态，因此预计连锁化率的逐步提升将成为行业进入“规模化”阶段的重要驱动力。

三、理性消费趋势推动“刚性+高频”的餐饮需求持续释放，低客单价大众便民餐市场正成为中餐的核心战场

在连锁化趋势加速以及理性消费趋势推动下，低客单价大众便民餐市场正成为中餐的核心战场。有数据显示，2025年6月，八大菜系百元以下门店占比达94%，其中50元以下为55%，50-100元为39%。除江浙菜外，其余七大菜系百元以下门店占比均超九成，体现出低价高频、接受度广的市场特性，使大众便民中餐成为连锁品牌核心价格带。

资料来源：公开资料

目前，百元以下市场门店数量快速增长，成为中餐扩张的核心增量区间。数据显示，从2024年12月到2025年6月，50元以下的门店数量同比增长了近80%，而50-100元的门店也保持了稳定增长，同比增长了约4%。

虽然由于单店毛利空间有限，使得中餐品牌必须依赖更高效的标准化能力与供应链集约化来维持盈利，从而倒逼企业在冷链、中央厨房、数字化管理等环节持续加大投入。但总体来看，因中餐具有高频刚需特征与广泛受众基础，中餐品牌通过强化标准化出品能力、供应链集约化管控及门店复制效率，能够在此价格带实现可持续规模化扩张。

四、中餐市场正加速向下沉市场渗透，头部品牌通过价格策略构建梯度化竞争格局

与此同时，近年我国中餐市场正加速向下沉市场渗透，使得三线及以下城市成为品牌扩张的主战场。以老乡鸡、小菜园和绿茶集团为例：截至2025年6月，这三家企业在线三及以下市场的占比均超过20%。其中老乡鸡在乡镇市场覆盖147个区域，门店数量达311家；小菜园布局103个乡镇，拥有145家门店。这种“县镇级规模化网络”的形成，不仅降低了单店运营成本，更通过本土化菜单（如区域特色菜占比超30%）实现了高复购率。相比之下，外婆家等偏重一二线城市的品牌，乡镇门店数量不足10家，下沉渗透率明显滞后。总体而言，下沉市场的覆盖与适配能力，正在成为衡量品牌长期竞争优势的关键变量，老乡鸡、小菜园等“深耕下沉型”品牌已率先建立规模壁垒。

数据来源：公开数据，观研天下整理

当下，头部品牌通过价格策略构建梯度化竞争格局：

快餐赛道：老乡鸡、乡村基以25元左右客单价，深耕“早餐+午餐+晚餐”全时段场景，通过高翻台率（日均3.5次）实现薄利多销；

正餐赛道：太二酸菜鱼、绿茶集团、小菜园聚焦50-100元区间，以“轻正餐”模式满足家庭聚餐需求，通过特色菜品（如太二酸菜鱼“酸菜鱼+米饭”组合）提升客单价；

下沉补充：外婆家通过“副牌”（如“外婆家小馆”）试水乡镇市场，通过下沉版产品（如68元客单价套餐）适配低线消费力，而高端子品牌“燕西湖”（客单价120元以上）则聚焦二线城市商务场景。这种差异化的品牌布局，既避免了内部竞争，又实现了从大众到高端的全价格带覆盖。但目前，乡镇市场的副牌尚未形成规模效应。

总体来看，目前我国中餐市场的增长逻辑已从“单点突破”转向“双轮驱动”。市场下沉与低价带扩张互为支撑，品牌梯度布局则构建了差异化竞争壁垒。未来，唯有真正理解下沉市场消费逻辑、构建高效供应链体系、实现品牌价值升级的企业，才能在这场“下沉攻坚战”中胜出。

五、中餐出海进入黄金扩张期，头部品牌正以供应链为支点撬动全球市场

除了市场下沉外，近年中餐品牌也通过出海来寻找新的增量空间。尤其是2025年以来，中餐出海的浪潮以更迅猛的姿态席卷全球。据中国餐饮协会数据显示，2025年上半年我国中餐出海企业数量同比增长37%，覆盖东南亚、北美、欧洲等核心市场。这一趋势的背后，既有国内市场饱和度提升的压力（一二线城市餐饮门店密度达每万人12家），也有全球化需求增长的机遇（据弗若斯特沙利文的报告显示，预计2026年国际餐饮服务市场将达到3.8万亿美元，其中国际中餐市场规模将达到4132.65亿美元，市场份额将增长至10.8%。），还有政策红利（2024年商务部等9部门联合印发的《关于促进餐饮业高质量发展的指导意见》明确提到，加快中餐“走出去”。）。

数据来源：公开数据，观研天下整理

值得注意的是，如今的海外中餐市场，已突破“小而散”的个体竞争阶段，正依托供应链体系实现“集团化扩张”。这场变革的本质，是中餐从“文化输出载体”向“产业链输出样本”的转型。而如果说2023年是中餐出海元年，2024年是出海冲刺年，那么2025年或将成为餐饮供应链出海的元年。

与传统餐饮品牌依赖“本地化采购+简单复刻”的模式不同，供应链出海的核心在于“将中国的餐饮工业化能力打包输出”，实现从食材到服务的全链条可控。

目前，中餐头部品牌正以供应链为支点撬动全球市场，本土化、标准化、数字化三大趋势初现端倪。例如，海底捞在新加坡、美国、日本等14个国家和地区开设超100家门店，其海外供应链中心不仅供应食材，更输出“蜀海”中央厨房模式，实现从食材采购、中央厨房到冷链物流的全链条可控，并计划2026年前建成5大洲温控枢纽。

农耕记凭借供应链优势，将桂东的辣椒、衡阳的鸡、郴州的鱼、湘西的腊肉一路冷链，直供海外。同时，实现“一物一码”全流程追踪：郴州鱼苗植入RFID芯片，记录养殖水域pH值、

投喂频次等37项数据。海外消费者扫码可查看：湘西腊肉的熏制日期、松木来源、盐度曲线等21项工艺参数。

探鱼构建了“核心标准化+区域灵活适配”的供应链体系，核心调料由中央厨房统一配送，大宗食材本地采购。截至2025年初，探鱼全球门店已突破350家，在东南亚市场通过本地化供应链，将单店运营成本降低20%，同时保持菜品口味一致性。

资料来源：公开资料，观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国中餐行业发展深度分析与投资前景研究报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国 中餐 行业发展概述

第一节 中餐 行业发展情况概述

一、 中餐 行业相关定义

二、 中餐 特点分析

三、 中餐 行业基本情况介绍

四、 中餐 行业经营模式

（1）生产模式

（2）采购模式

（3）销售/服务模式

五、 中餐 行业需求主体分析

第二节 中国 中餐 行业生命周期分析

一、	中餐	行业生命周期理论概述
二、	中餐	行业所属的生命周期分析
第三节	中餐	行业经济指标分析
一、	中餐	行业的赢利性分析
二、	中餐	行业的经济周期分析
三、	中餐	行业附加值的提升空间分析
第二章	中国 中餐	行业监管分析
第一节	中国 中餐	行业监管制度分析
一、	行业主要监管体制	
二、	行业准入制度	
第二节	中国 中餐	行业政策法规
一、	行业主要政策法规	
二、	主要行业标准分析	
第三节	国内监管与政策对 中餐	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章	2020-2024年中国 中餐	行业发展环境分析
第一节	中国宏观环境与对 中餐	行业的影响分析
一、	中国宏观经济环境	
二、	中国宏观经济环境对 中餐	行业的影响分析
第二节	中国社会环境与对 中餐	行业的影响分析
第三节	中国对外贸易环境与对 中餐	行业的影响分析
第四节	中国 中餐	行业投资环境分析
第五节	中国 中餐	行业技术环境分析
第六节	中国 中餐	行业进入壁垒分析
一、	中餐	行业资金壁垒分析
二、	中餐	行业技术壁垒分析
三、	中餐	行业人才壁垒分析
四、	中餐	行业品牌壁垒分析
五、	中餐	行业其他壁垒分析
第七节	中国 中餐	行业风险分析
一、	中餐	行业宏观环境风险
二、	中餐	行业技术风险
三、	中餐	行业竞争风险
四、	中餐	行业其他风险
第四章	2020-2024年全球 中餐	行业发展现状分析

第一节 全球	中餐	行业发展历程回顾	
第二节 全球	中餐	行业市场规模与区域分 布	情况
第三节 亚洲	中餐	行业地区市场分析	
一、亚洲	中餐	行业市场现状分析	
二、亚洲	中餐	行业市场规模与市场需求分析	
三、亚洲	中餐	行业市场前景分析	
第四节 北美	中餐	行业地区市场分析	
一、北美	中餐	行业市场现状分析	
二、北美	中餐	行业市场规模与市场需求分析	
三、北美	中餐	行业市场前景分析	
第五节 欧洲	中餐	行业地区市场分析	
一、欧洲	中餐	行业市场现状分析	
二、欧洲	中餐	行业市场规模与市场需求分析	
三、欧洲	中餐	行业市场前景分析	
第六节 2025-2032年全球	中餐	行业分布	走势预测
第七节 2025-2032年全球	中餐	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】			
第五章 中国	中餐	行业运行情况	
第一节 中国	中餐	行业发展状况情况介绍	
一、行业发展历程回顾			
二、行业创新情况分析			
三、行业发展特点分析			
第二节 中国	中餐	行业市场规模分析	
一、影响中国	中餐	行业市场规模的因素	
二、中国	中餐	行业市场规模	
三、中国	中餐	行业市场规模解析	
第三节 中国	中餐	行业供应情况分析	
一、中国	中餐	行业供应规模	
二、中国	中餐	行业供应特点	
第四节 中国	中餐	行业需求情况分析	
一、中国	中餐	行业需求规模	
二、中国	中餐	行业需求特点	
第五节 中国	中餐	行业供需平衡分析	
第六节 中国	中餐	行业存在的问题与解决策略分析	
第六章 中国	中餐	行业产业链及细分市场分析	

第一节 中国 中餐	行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍	
二、产业链运行机制	
三、 中餐	行业产业链图解
第二节 中国 中餐	行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状	
二、上游产业对 中餐	行业的影响分析
三、下游产业发展现状	
四、下游产业对 中餐	行业的影响分析
第三节 中国 中餐	行业细分市场分析
一、细分市场一	
二、细分市场二	
第七章 2020-2024年中国 中餐	行业市场竞争分析
第一节 中国 中餐	行业竞争现状分析
一、中国 中餐	行业竞争格局分析
二、中国 中餐	行业主要品牌分析
第二节 中国 中餐	行业集中度分析
一、中国 中餐	行业市场集中度影响因素分析
二、中国 中餐	行业市场集中度分析
第三节 中国 中餐	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征	
二、企业规模分 布	特征
三、企业所有制分布特征	
第八章 2020-2024年中国 中餐	行业模型分析
第一节 中国 中餐	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理	
二、供应商议价能力	
三、购买者议价能力	
四、新进入者威胁	
五、替代品威胁	
六、同业竞争程度	
七、波特五力模型分析结论	
第二节 中国 中餐	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述	
二、行业优势分析	

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国 中餐

行业SWOT分析结论

第三节 中国 中餐

行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国 中餐

行业需求特点与动态分析

第一节 中国 中餐

行业市场动态情况

第二节 中国 中餐

行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 中餐

行业成本结构分析

第四节 中餐

行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 中餐

行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国 中餐

行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 中餐

行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 中餐

行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 中餐

行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国	中餐	行业所属行业财务指标分析
一、	行业盈利能力分析	
二、	行业偿债能力分析	
三、	行业营运能力分析	
四、	行业发展能力分析	
第十一章 2020-2024年中国	中餐	行业区域市场现状分析
第一节 中国	中餐	行业区域市场规模分析
一、影响	中餐	行业区域市场分布的因素
二、中国	中餐	行业区域市场分布
第二节 中国华东地区	中餐	行业市场分析
一、	华东地区概述	
二、	华东地区经济环境分析	
三、华东地区	中餐	行业市场分析
(1)	华东地区中餐	行业市场规模
(2)	华东地区中餐	行业市场现状
(3)	华东地区中餐	行业市场规模预测
第三节 华中地区	市场分析	
一、	华中地区概述	
二、	华中地区经济环境分析	
三、华中地区	中餐	行业市场分析
(1)	华中地区中餐	行业市场规模
(2)	华中地区中餐	行业市场现状
(3)	华中地区中餐	行业市场规模预测
第四节 华南地区	市场分析	
一、	华南地区概述	
二、	华南地区经济环境分析	
三、华南地区	中餐	行业市场分析
(1)	华南地区中餐	行业市场规模
(2)	华南地区中餐	行业市场现状
(3)	华南地区中餐	行业市场规模预测
第五节 华北地区	中餐	行业市场分析
一、	华北地区概述	
二、	华北地区经济环境分析	
三、华北地区	中餐	行业市场分析
(1)	华北地区中餐	行业市场规模

（2）华北地区	中餐	行业市场现状	
（3）华北地区	中餐	行业市场规模预测	
第六节 东北地区市场分析			
一、东北地区概述			
二、东北地区经济环境分析			
三、东北地区	中餐	行业市场分析	
（1）东北地区	中餐	行业市场规模	
（2）东北地区	中餐	行业市场现状	
（3）东北地区	中餐	行业市场规模预测	
第七节 西南地区市场分析			
一、西南地区概述			
二、西南地区经济环境分析			
三、西南地区	中餐	行业市场分析	
（1）西南地区	中餐	行业市场规模	
（2）西南地区	中餐	行业市场现状	
（3）西南地区	中餐	行业市场规模预测	
第八节 西北地区市场分析			
一、西北地区概述			
二、西北地区经济环境分析			
三、西北地区	中餐	行业市场分析	
（1）西北地区	中餐	行业市场规模	
（2）西北地区	中餐	行业市场现状	
（3）西北地区	中餐	行业市场规模预测	
第九节 2025-2032年中国	中餐	行业市场规模区域分布	预测
第十二章	中餐	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节 企业一			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
（1）主要经济指标情况			
（2）企业盈利能力分析			
（3）企业偿债能力分析			
（4）企业运营能力分析			
（5）企业成长能力分析			
四、公司优势分析			

第二节 企业二

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 中餐 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 中餐 行业未来发展前景分析

一、中国 中餐 行业市场机会分析

二、中国 中餐 行业投资增速预测

第二节 中国 中餐 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 中餐 行业规模发展预测

一、中国 中餐 行业市场规模预测

二、中国 中餐 行业市场规模增速预测

三、中国 中餐 行业产值规模预测

四、中国 中餐 行业产值增速预测

五、中国 中餐 行业供需情况预测

第四节 中国 中餐 行业盈利走势预测

第十四章 中国 中餐 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 中餐 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 中餐 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 中餐 行业品牌营销策略分析

一、 中餐 行业产品策略

二、 中餐 行业定价策略

三、 中餐 行业渠道策略

四、 中餐 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202510/768819.html>