

地方“奇葩”美食 研究报告2024

红餐产业研究院

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

2024年8月

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

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“奇葩”美食的相关资料进行整理分析。从“奇葩”美食的发展全貌、发展热度、发展特点、痛点和趋势等角度，综合剖析了“奇葩”美食的发展现状，旨在为“奇葩”美食从业者、投资人、消费者等提供参考
- 全文部分亮点如下：



红餐产业研究院将地方“奇葩”美食定义为：长期流行于某一地域，融合了当地小众食材、制作技艺、民族风情、民俗文化等元素，但食材大胆、口味偏怪、让人轻易不敢尝试的地方美食。它们呈现地域特色，同时蕴含着民俗文化内涵，具有一定的研究意义



随着大众认知度的提升和“奇葩”美食相关品牌的全国化发展，一些“奇葩”美食的发展已经走向成熟，有的已经成为一条独立发展的赛道。例如螺蛳粉、臭豆腐、牛蛙、糟粕醋火锅等



在产品口味上，我国的“奇葩”美食有的结合了流行口味，还有的采用怪诞口味，让人“胃”觉失调，例如呈现酸味、臭味、臭酸味、盐酸味、霉味等

目录

- 01** 整体概况：“奇葩”美食分布于全国，网络热度达到二十亿量级
- 02** 发展特点：聚焦酸、臭、霉等口味，“奇葩”美食蕴含民俗风情
- 03** 细分赛道：螺蛳粉、臭豆腐走向全国，潮汕生腌、牛杂潜力大
- 04** 思考与展望：警惕文化内涵的缺失，强化品牌建设

01

整体概况：“奇葩”美食分布于全国，网络热度达到二十亿量级

定义：长期流行、具有地域特色、食材大胆、口味怪异的地方美食

- 地方“奇葩”美食以其新奇性、传承性受到了部分人群的追捧。有些人认为它“不吃后悔”“风味特别”，还有人评价“黑暗料理”“觉得恐怖”，其口碑两极分化
- 红餐产业研究院将地方“奇葩”美食定义为：长期流行于某一地域，融合了当地小众食材、制作技艺、民族风情、民俗文化等元素，但食材大胆、口味偏怪、让人轻易不敢尝试的地方美食。它们呈现地域特色，同时蕴含着民俗文化内涵，具有一定的研究意义

消费者对奇葩美食的评价词



什么是“地方奇葩美食”？

长期流行于某一地域，融合了当地小众食材、制作技艺、民族风情、民俗文化等元素，但食材大胆、口味偏怪、让人轻易不敢尝试的地方美食



类别：地方“奇葩”美食可分为五大类

- 按照食材的类别，我国地方“奇葩”美食可主要分为五大类：海鲜/河鲜类、果蔬类、昆虫类、肉禽蛋类、其他类。其中，不乏沙虫、禾虫、鸡屎藤、蚕蛹、牛欢喜、猪脑花等小众食材

我国地方“奇葩”美食的主要类别



海鲜/河鲜类

顺德鱼生、土笋冻、海蜈蚣/沙蚕/禾虫、潮汕血蚶、沙虫、醉蟹、臭鳊鱼、吉安霉鱼、资中鲶鱼、麻辣小蝌蚪、龙虱等



果蔬类

折耳根、酸嘢、宁波臭冬瓜、绍兴臭苋菜梗、黄山双石、海发菜、辣椒饼、酸粥菜、鸡屎藤饼等



昆虫类

炸蚂蚱、蜘蛛、竹虫、蚕蛹、知了、蝶蛹、蝗虫、蜂蛹、蚂蚁蛋、水蜻蜓、毛毛虫、蝎子、东北洋辣子等



肉禽蛋类

南京活珠子、扬州仿豹胎、九转大肠、北京炒肝、烩羊杂、牛羊瘪汤、百色烤猪眼、牛欢喜、麻辣兔头、江油肥肠、猪脑花、醪糟蛋、臭猪肉、卤煮黄香管、骆驼趾等



其他类

柳州螺蛳粉、臭豆腐、毛豆腐、北京豆汁儿、云南撒撇、糟粕醋、河南土炒馍等

外部环境：地理环境、经济水平等影响“奇葩”美食的风格

- 地方“奇葩”美食的发展，与内外部环境息息相关
- 在外部环境中，地理环境、经济水平、历史发展、地域文化等是主要的影响因素。我国地方“奇葩”美食大多风格各异，从各地的历史发展和民俗文化中孕育而来

我国地方“奇葩”美食发展的外部环境

我国幅员辽阔，各地的气候条件、自然资源、地形地貌都各有不同，这些因素造成各地食材的种类、丰富性、食用方式各不相同，关于美食来源、制作技艺的信息差也相应地存在。例如沿海地区有较多海鲜食材，部分地区有生吃、冷吃的习俗

地理环境

经济水平

经济发展水平和市场需求是地方美食发展的重要推动力，一些经济水平相对落后的地区在美食的制作工具、手法等方面存在局限性

不同地区的历史发展脉络不同，导致了饮食习俗和口味的差异。一些地方的传统美食承载着深厚的历史意义，例如安徽的毛豆腐，据说其与朱元璋征战的历史故事有关

历史发展

地域文化

不同的文化背景影响了美食的烹饪方式和传承方式。一些传统烹饪技艺和秘方在代代相传中得以保存和发扬，形成了独特的地方美食文化。例如西南地区吃牛瘪的习惯由来已久，是人们对当地农耕文明的敬畏

内部环境：独特口味与地域特色滋养着“奇葩”美食

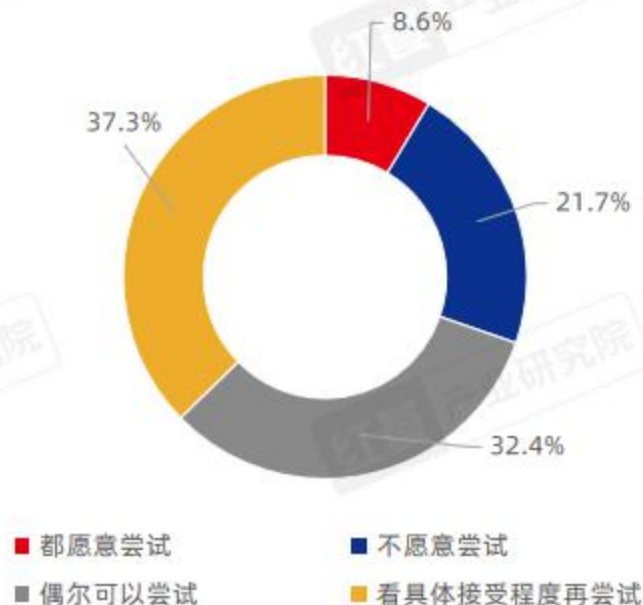
□ 在内部环境中，口味独特、地方特色、具有一定的消费群体等是我国地方“奇葩”美食发展的主要因素



发展热度：近八成受访者表示有尝鲜可能，网络讨论度较高

- 2024年，在猎奇心理和个性化消费趋势的作用下，“奇葩”美食获得了一些关注，消费者对其态度也相对友好
- 红餐产业研究院“2024年餐饮消费大调查”结果显示，对于“奇葩”美食的态度，有37.3%的消费者愿意看具体接受程度再尝试，有32.4%的消费者表示偶尔可以尝试。而在抖音、小红书、微博等平台上，“奇葩”美食相关话题及作品均获得了不少流量

2024年消费者对“奇葩”美食的态度



话题播放量26.7亿次

截至2024年8月，抖音平台多个带“奇葩美食”关键词的话题视频播放量破亿，其中“奇葩美食”“令人不敢尝试的奇葩美食”话题的视频播放量分别为**26.7亿次**、**4.9亿次**



笔记数量4万+篇

截至2024年8月，小红书平台“奇葩美食”关键词搜索下的笔记数量为**4万+篇**



单个话题阅读量8,851.3万次

截至2024年8月，在微博平台以“奇葩美食”进行搜索，热度最高的单个话题阅读量达到了**8,851.3万次**

热度原因：口味是内因，文旅热潮和平台传播是助推因素

- “奇葩”美食能保持一定的热度，主要与三个因素有关：食材和口味特殊，易引起猎奇心理；文旅热带动“奇葩”美食进入大众视野；社交媒体平台的助力，短视频的传播

食材和口味特殊， 易引起猎奇心理

酸味、臭味、臭酸味、盐酸味、霉味等“奇葩”口味，口感独特，能够给消费者带来别样体验，满足当前餐饮行业个性化的消费需求

文旅热带动“奇葩” 美食进入大众视野

随着文旅融合的加速发展，美食旅游成为旅游市场的新热点。游客在旅游中越来越注重品尝当地特色美食，也注重深度体验当地文化和生活方式。奇葩美食作为地方文化的重要组成部分，吸引了越来越多的关注

社交媒体平台的助力， 短视频的传播

短视频、直播等社交媒体平台的兴起，让奇葩美食的传播速度大大加快。在官方媒体、餐饮品牌、博主等的传播下，奇葩美食逐渐成为网络热点，吸引更多人关注

社交媒体平台为“奇葩”美食的传播提供了良好的土壤

- 在旅游升温和社交媒体平台传播加速的背景下，一些“奇葩”美食及品牌借助平台的力量扩大了知名度
- “奇葩”美食品牌在抖音、小红书、微信等平台上建立账号矩阵，它们通过发布产品、举办活动等方式吸引着消费者

洽醉生腌·辣卤海鲜

▲洽醉生腌·辣卤海鲜是重庆的潮汕生腌品牌，其在抖音、小红书等平台建立了账号矩阵，发布团购、生腌照片、门店实景等内容



杨记兴臭鳊鱼

▲杨记兴臭鳊鱼是北京的品牌，其在微信、抖音、小红书等多平台开通账号，并且打造品牌创始人和员工的个人IP，塑造品牌形象



折耳根

▲近年来，贵州奇葩美食——折耳根受到了较大关注。丝恋丝娃娃等贵州菜品牌推出折耳根相关菜品，贵厨酸汤牛肉等贵州酸汤火锅品牌也将折耳根加入菜单。此外，市场还出现了折耳根咖啡、折耳根柠檬茶等创意饮品

▲截至2024年8月，抖音平台“折耳根”话题的播放量达到了58.6亿次，小红书平台“鱼腥草（即折耳根）”关键词相关笔记超过8万篇。可见社交媒体对折耳根的传播起着重要作用



地方“奇葩”美食图鉴：地域特色显著，选用的食材各有风格

- 我国各地均孕育了独特的“奇葩”美食，例如山东的海肠捞饭、四川的麻辣兔头、广西的牛羊瘪汤、广东的潮汕生腌等
- 地方“奇葩”美食呈现鲜明的地域特色，内陆地区的食材主要有植物和禽类，沿海地区则多有海鲜食材

我国地方“奇葩”美食图鉴



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

02

发展特点：聚焦酸、臭、霉等口味，“奇葩”美食蕴含民俗风情

小众食材具有冲击力，“奇葩”美食的品类融合趋势加强

- 在产品食材上，我国的“奇葩”美食取材小众，在视觉上具有一定冲击力。例如黄鳝、竹虫、鯰鱼、蚂蚱等。在制作方法上，“奇葩”美食也有着小众行为，例如土炒馍用观音土烘焙而成，牛瘪的制作包含熬制牛胃的未消化物这一步骤等
- 在产品创新上，地方“奇葩”美食的品类融合趋势日益明显。不同地域的奇葩美食得到了进一步传播，并与其他地方风味或者流行品类相融合，创造出新的美食体验。还有一些“奇葩”美食没有单独开店，而是被餐饮品牌加入菜单，凭借其独特性吸引人们消费

我国“奇葩”美食的部分小众食材

蝗虫 蚕蛹 猪血 龙虱 兔头 羊杂 鯰鱼 骆驼肉 猪眼 牛瘪 知了 折耳根 黄鳝 蚂蚱 脑花 禾虫 沙虫 田鼠 蜘蛛 竹虫 牛杂 血蛤 鳄鱼 牛欢喜 黄香管

小众的制作方法

山西、河南等地的土炒馍

以面粉为主要原料，加入鸡蛋、芝麻、花椒叶等，揉成面团后切成小块，再用当地特有的观音土烘焙炒制而成。其色泽微黄，口感外焦里酥，硬中带脆，具有独特的土香风味

西南地区的牛瘪

将牛宰杀后，取其胃及小肠里未完全消化的内容物，挤出液体。加入牛胆汁及佐料放入锅内文火慢熬，煮沸后过滤掉液体表面的泡沫及杂质，加入食盐、葱蒜、辣椒等调味制成牛瘪汤（百草汤）、牛瘪火锅等



品类融合

螺蛳粉火锅、折耳根饮品、榴莲臭豆腐等“新物种”出现，奇葩美食在产品创新上有较多构思，并且有往常态化改造的趋势



“奇葩”美食外观奇异，口味聚焦酸味、臭味、霉味等味型

- 在产品外观上，我国的“奇葩”美食有的外观奇特，颇有击溃人心理防线的意味，例如百色烤猪眼
- 在产品口味上，我国的“奇葩”美食有的结合了流行口味，还有的采用怪诞口味，让人“胃”觉失调，例如呈现酸味、臭味、臭酸味、盐酸味、霉味等

菜品外观具有视觉冲击性

百色烤猪眼

外观具有显著的冲击性。烤制后的猪眼色泽金黄，表面微微起泡，呈现出一种独特的视觉效果。对于初次尝试的人来说，其外观可能较为惊悚，但品尝后却能发现其独特的口感和美味

骆驼趾

骆驼趾即骆驼的足趾，经过烹饪后，其形状和质地可能仍然保持一定的粗硬感，与常见的食材有显著区别。这种美食对于不熟悉的人来说，可能具有一定的视觉冲击力

菜品口味怪诞，接受度各异

在口味上，采用发酵等方式产生酸味、臭味、臭酸味、盐酸味、霉味等特殊口味，也是奇葩美食的一大特点。例如南方地区的霉豆腐和毛豆腐、安徽的臭鳊鱼、贵州的腌汤、各地的腐乳等

千穗家·独山虾酸牛肉肥肠：其在贵阳等地开店，菜单中有一道独山虾酸臭酸肥肠，消费者评价“做得入味”“很臭很香”等，也有部分消费者称接受不了

徽张臭鳊鱼：主打安徽黄山臭鳊鱼的徽菜品牌，代表菜品有徽张臭鳊鱼、徽张臭黄鱼等，消费者评价“味道不错”“很下饭”“闻着臭吃着香”等

“奇葩”美食的上菜和食用习惯千奇百怪，一些品牌将其作为卖点

- 在上菜和食用习惯上，铁铲上菜、簸箕上菜、生吃等饮食习惯与常规用餐方式不同，这也是“奇葩”美食会采取的一些方式。这些方式也被一些餐饮品牌进一步挖掘打造成自身特色，例如依海湾蒸汽·手抓海鲜、得食粤菜·传承簸箕菜、塘屋烧烤·云南火塘烧烤品牌、潮野製鲜·宁波特色生腌·宁波菜等

我国“奇葩”美食在食用方式上表现“奇葩”的案例

摆盘用的是农具大铁锹，直接放置或者隔一层纸再放置海鲜菜品，体现原生态就餐的田园感。广东、山东、北京等地有此类海鲜餐厅

例如青岛的依海湾蒸汽·手抓海鲜，招牌菜品有铁锹手抓海鲜

四川、广东、海南、广西、云南等地有用簸箕上菜的风俗

例如得食粤菜·传承簸箕菜，其用簸箕上菜的菜品有传承古法簸箕鱼、七彩捞起手撕鸡等，份量适中

塘屋烧烤·云南火塘烧烤品牌推出了4~5人套餐，用大簸箕和小簸箕盛放烧烤食材

铁铲海鲜

生吃

簸箕上菜

潮汕生腌、宁波生腌、顺德鱼生、广西鱼生等是知名的生吃类奇葩美食

例如潮野製鲜·宁波特色生腌·宁波菜，其菜品有生腌全家福、生腌血蛤、潮牌鱼生等



浓郁的少数民族风情为“奇葩”美食增添别样风格

- 在一些少数民族聚居区，通常也会诞生不少“奇葩”美食，例如傈僳族、傣族、独龙族、布依族、蒙古族、维吾尔族等
- 少数民族的“奇葩”美食与其民族文化及生活习性有关，一些少数民族风情的餐厅也将这些美食进行改良和推广

我国具备少数民族风情的“奇葩”美食案例

傈僳族的“奇葩”美食

傈僳族主要居住在河谷山坡地带，狩猎在他们的传统生活中占有重要地位。因此呈现食物生吃、吃昆虫等饮食特征

其奇葩美食代表菜品如下：

油炸爬沙虫

护心血

油炸蜂蛹

凉拌生肉

漆油炖鸡

生拌剥猪肝

猪血炆肉



傣族的“奇葩”美食

傣族主食以稻米为主，喜酸味。此外，其祖先曾在气候炎热且多雨的地区生活，畜牧业落后、种植业单一，因此食用昆虫成为一种选择，这一传统随傣族迁徙至云南而得以保留

其奇葩美食代表菜品如下：

炒螺丝

傣味撒撇

傣族酸扒菜

凉拌酸蚂蚁

油炸青苔

包烧猪脑

油炸竹虫

凉拌蜂蛹

地方民俗赋予“奇葩”美食文化内涵与风土情感

- “奇葩”美食往往与各地的风俗习惯密切相关，是地方民俗的重要组成部分
- 例如川渝的腊肉汤圆、浙江嘉兴的蜘蛛煨蛋、广东的鸡屎藤饼等就是当地民俗文化的体现。其中，赵美丽火锅、龙城山记汤圆等川渝火锅和小吃品牌就有推出腊肉汤圆产品



元宵民俗下的腊肉汤圆

腊肉汤圆是川渝地区的特色美食，体现了当地民众对团圆的美好愿景。腊肉馅则突出了特色的口感

川渝火锅、小吃等品牌推出了腊肉汤圆，例如赵美丽火锅的腊肉汤圆、龙城山记汤圆的腊肉大汤圆等



端午民俗下的蜘蛛煨蛋

蜘蛛煨蛋是浙江嘉兴的一道奇葩美食，做法是在生鸡蛋顶端敲开一个小洞，放入活蜘蛛，再用炭火煨熟

这是因为各地在端午都有祛毒的习俗，而浙江嘉兴人认为蜘蛛有以毒攻毒、防疟防病的寓意



清明民俗下的鸡屎藤饼

鸡屎藤饼广东地区尤其是江门一带的传统美食。其将鸡屎藤叶榨汁，混合糯米粉等食材蒸煮而成。外观奇异，色泽偏深

吃鸡屎藤饼这一习俗在清明节期间尤为盛行，与当地气候特点和健康养生观念密切相关

既是“奇葩”又是“非遗”，一些地方美食注重技艺传承

- 我国的地方“奇葩”美食中，有不少入选了“非物质文化遗产名录”，例如柳州螺蛳粉、长沙臭豆腐、驴肉火烧、臭鳜鱼等。这体现了地方“奇葩”美食的独特性与文化意义
- 一些地方“奇葩”美食在起源上伴随着历史典故和民间传说，这些美食也通过技艺传承的方式流传下来

入选“非遗”的部分“奇葩”美食

- 柳州螺蛳粉
- 长沙臭豆腐
- 驴肉火烧
- 逍遥胡辣汤
- 济源土馍
- 臭鳜鱼
- 东阳童子尿蛋
- 永春湖洋尿肉尿蛋

驴肉火烧

▲关于驴肉火烧的民间传说，有唐朝皇帝因驴肉恢复体力的故事，也有明初朱棣军队因饥不择食而发现美味等版本。这些传说虽各异，但都体现了驴肉火烧的悠久历史和深厚文化底蕴

▲河北的河间驴肉火烧讲究“七分火烧三分驴肉”，其火烧皮制作需经过和面、揉面、擀片等多道工序，且对面粉、水温等原料要求严格。这道非遗美食通过接班人的技艺传承与地方美食节等方式得到了传播

代表品牌：叭叭脆驴肉火烧、高建民驴肉火烧等

逍遥胡辣汤

▲河南的逍遥胡辣汤最初由御厨以少林寺“醒酒汤”和武当“消食茶”为基础创制，后随御厨南逃至逍遥镇并落户生根

▲技艺传承上，逍遥胡辣汤经过世代改良优化，形成了独特的制作技艺，包括选料、焙料、配料、熬制等二十多道工序，以优质原料和二十九味中草药熬制而成，具有“久而不弊、熟而不烂”等特点

代表品牌：方一坤野山菌胡辣汤、方中山胡辣汤等

03

细分赛道：螺蛳粉、臭豆腐走向全国，潮汕生腌、牛杂潜力大

一些“奇葩”美食发展相对成熟，已发展为独立的细分赛道

- 随着大众认知度的提升和“奇葩”美食相关品牌的全国化发展，一些“奇葩”美食的发展已经走向成熟，有的已经成为一条独立发展的赛道。例如螺蛳粉、臭豆腐、牛蛙、糟粕醋火锅等
- 这些走向成熟的“奇葩”美食，都具备一些共性，例如食材较常见，接受度相对较高；味型多为辣味、酸味，口味普适性强；具备大单品的潜质；除了在当地发展，也在其他城市拥有较高知名度和开出了专门店

我国发展相对成熟的“奇葩”美食



食材较常见，接受度相对较高

味型多为辣味、酸味，口味普适性强

具备大单品的潜质

除了当地，在其他城市也开出专门店

粉面赛道：螺蛳粉产业建设得到重视，品类加速融合

- 在粉面赛道，螺蛳粉已经成为整个赛道乃至餐饮行业的“奇葩”美食，其味型突出，标准化程度高，有不少品牌走向了全国化发展
- 例如融柳大铁牛是螺蛳粉赛道中少量门店数破千的品牌，小蛮螺螺蛳粉、螺鼎记、柳螺香等品牌的发展势头也较好。近年来，螺蛳粉的品类创新加速，螺蛳粉火锅、螺蛳粉砂锅、螺蛳粉牛蛙等产品受到了市场的关注

2024年全国部分螺蛳粉品牌概况



广西地方政府推进螺蛳粉产业建设

2023年，柳州市螺蛳粉产业实现全产业链年销售收入669.9亿元，同比增长11.5%

2024年4月，柳州市商务局印发《柳州螺蛳粉电子商务产业园扶持政策有关规定（2022—2024年）（修订）》，为螺蛳粉产业园及入园企业提供相应补贴

螺蛳粉加速品类融合，创新多种玩法

螺蛳粉火锅、螺蛳粉砂锅、螺蛳粉牛蛙等

例如近年来，除广西本地外，广东、山东、河北等地开出了螺蛳粉火锅专门店，例如广州的那家螺蛳粉·煲火锅、济南的捕螺记螺蛳粉火锅等，海底捞等品牌也推出螺蛳粉汤底的火锅

特色小吃赛道：臭豆腐、牛杂、潮汕生腌等带来街头“烟火气”

- 在特色小吃赛道，臭豆腐、牛杂、潮汕生腌、兔头等“奇葩”美食的发展势头相对突出
- 例如在臭豆腐赛道中，长沙臭豆腐、浙江臭豆腐、陕西臭豆腐名气较大，黑白电视长沙小吃、黑色经典长沙臭豆腐、云香新派臭豆腐等品牌的连锁化程度较高。在牛杂赛道中，广式牛杂名声在外，阿婆牛杂、儒子牛杂等品牌推出了萝卜牛杂、牛杂河粉等产品
- 潮汕生腌是餐饮市场近两年的“新秀”，其历史悠久，当前打出了较高的知名度，在社交媒体上有不少热度。兔头是川渝地区的特色小吃，其中双流老妈兔头是代表品牌，其门店分布于四川、重庆、湖北等地



臭豆腐

臭豆腐是湖南、浙江、山东、安徽、陕西、贵州等地的特色美食，该赛道入局者较多，以连锁品牌和个体商贩经营为主

黑白电视长沙小吃：主打小吃集合店，以臭豆腐为大爆品，加入其他长沙小吃、拌粉、小锅拌饭等产品。根据店型灵活调整产品结构，给消费者提供多元选择

黑色经典长沙臭豆腐：主打“餐饮+零食”的新模式，借用长沙的“网红”城市属性，在热门地段开店激发外地游客的购买欲。目前，其全国门店数超过900家

云香新派臭豆腐：起源于陕西汉中，臭豆腐搭配泡菜，口味酸甜。目前，其全国门店数超过100家



牛杂

牛杂是在广东等地流行的一道传统小吃，其以牛胃、牛肚等牛内脏为主料，配以牛百叶、牛筋、萝卜等食材。此外，广西、四川、贵州、湖南、江西等地也会将牛杂入菜

阿婆牛杂：打出广州“非遗小吃”的口号，菜品有萝卜面筋牛杂、咖喱牛杂、秘制牛三包、白桃乌龙等。目前，其全国门店数接近300家

儒子牛杂：起源广东中山，产品较为多元，有牛杂河粉、现煎牛肉馅饼、素面筋、萝卜牛丸等



潮汕生腌

潮汕生腌分为潮州生腌和汕头生腌，其一般以海鲜为食材，酱汁浓郁，吃法“生猛”，被称为“美食毒药”。近年来，其在短视频的助推下获得不少曝光量

瑞妍潮汕生腌：起源于汕头，产品涵盖生食和熟食，菜品有生腌三眼蟹、招牌腌生蚝、生腌小青龙、生腌鲍鱼等。除汕头外，其还将门店开至漳州等地



兔头

兔头是流行于川渝地区（尤其是成都、自贡等地）的特色小吃，通常是卤制或炒制而成

双流老妈兔头：起源于成都，代表产品有麻辣兔头、五香兔头、干锅兔、冒鸭血等

其他赛道：牛蛙、脑花/猪大肠、糟粕醋火锅等得到了较好普及

- 此外，牛蛙、脑花/猪大肠、糟粕醋火锅等“奇葩”美食也在餐饮市场中表现突出，不少专门店发展较好
- 例如在牛蛙赛道中，蛙来哒、蛙小侠等品牌在全国布局，进一步扩大“牛蛙+”的产品矩阵。在糟粕醋火锅赛道中，琼州糟粕醋·海南酸汤火锅、太琼糟粕醋·海南酸汤火锅等品牌聚焦海南糟粕醋的酸汤海鲜味和酒香味，开了不少门店



牛蛙

经过多年发展，牛蛙赛道的头部品牌已经具备了规模优势，中腰部品牌也在加强全国化的进程

在产品上，紫苏牛蛙、香辣牛蛙是热门口味。“牛蛙+”的产品矩阵也逐步扩大

蛙来哒：作为牛蛙赛道的先行者，其首创紫苏牛蛙，还加入了香辣、蒜香、双椒、黑椒等口味。此外，蛙来哒在广州打造超级夜市店，走年轻化路子，营造新潮烟火气

蛙小侠：其在2024年提出“寻味东方，自然生香”的品牌主张，聚焦沸腾砂锅煲的细分赛道，推出甲鱼砂锅蛙、白蛤砂锅跳蛙、螺蛳蛙等创新菜品



脑花/猪大肠

脑花、猪大肠等内脏食材逐步被人们接受，做成各类饱腹菜品和烧烤产品。冒脑花、重庆烤脑花、啫啫煲、江油肥肠、九转大肠、肥肠粉等就是知名菜品

川渝菜馆、粤菜馆、鲁菜馆、火锅馆、烧烤大排档等热衷加入脑花、猪大肠这类“奇葩”美食。例如陶德砂锅、鸡毛店·川菜、啫火啫啫煲、**九村烤脑花**、甘食记成都肥肠粉、老济南四合院等品牌



糟粕醋火锅

糟粕醋火锅是海南当地的特色火锅，其采用酿酒时酒糟发酵的酸醋作为汤料，加入海南鸡、海鲜等食材，酒香醇厚

琼州糟粕醋·海南酸汤火锅：门店主要分布在海南，菜品有糟粕醋汤锅、文昌鸡、芥末生蚝、斑斓布丁、柠檬芭乐饮等

太琼糟粕醋·海南酸汤火锅：门店主要分布在海南、上海等地，菜品有盐焗文昌鸡、海南椰子饭、椰奶清补凉、黎家蔬菜虾饼等



04

思考与展望：警惕文化内涵的缺失，强化品牌建设

痛点与不足：食安挑战与文化内涵的缺失，限制其全国化发展

01

存有食品安全隐患

部分奇葩美食在追求独特口感或新奇体验时，有时口味太过奇特，忽视了基本的食品安全与卫生标准

这些美食可能使用不新鲜的食材、不规范的烹饪手法，甚至存在卫生条件恶劣的情况，给消费者的健康带来潜在威胁

02

缺乏文化内涵

部分奇葩美食采用“恐怖”“恶心”“令人不适”的食材或制作方式，或者夸大其文化意义或历史背景，缺乏文化内涵

这些美食有的伤害了人体健康，有的对自然环境、社会环境等造成了误导、破坏等不良影响

03

短暂流行，易没落

由于部分奇葩美食过于依赖新颖的烹饪方式、独特的食材搭配或夸张的宣传手段，它们往往只能在短时间内吸引大量关注

然而，随着时间的推移和消费者口味的变化，这些美食可能迅速失去吸引力，最终消失在市场的浪潮中

04

全国化发展受限

由于地域文化、饮食习惯和口味偏好的差异，部分奇葩美食在全国范围内的普及和发展存在较大的局限性

这些美食可能只适合在特定地区或特定人群中推广和销售，难以在全国范围内形成广泛的市场影响力和消费群体

趋势展望：“奇葩”美食的地域食材有较大的挖掘空间

地域食材展现增长潜力

随着人们对健康饮食和特色食材的关注不断增加，地域食材展现出了巨大的增长潜力

例如，云南的野生菌、福建的土笋冻等特色食材因其独特的口感和营养价值而受到消费者的青睐。这些地域食材不仅为地方奇葩美食提供了丰富的原料来源，也推动了相关产业的发展

文化内涵得到延伸

随着人们对文化认同感和归属感的追求不断加强，地方奇葩美食的文化内涵也得到了进一步延伸。许多地方美食背后都有着丰富的历史故事和文化传统被挖掘出来

同时，一些地方政府和企业也注重挖掘和宣传地方奇葩美食的文化内涵，通过举办美食节、文化节等活动来推动地方美食文化的传承与发展

发展建议：加速产品创新，加大宣传力度走出地域

加速产品创新

建议品牌将地方奇葩美食与其他地域、其他类型的食材或烹饪方式相结合，打造出口感好、接受度高的的美食产品。同时，关注消费者需求的变化，及时调整产品结构和口味，以满足不同消费群体的个性化需求

此外，奇葩美食品牌可以加强与其他行业的跨界合作，如与时尚、艺术等领域结合，为地方奇葩美食的发展带来新的灵感和机遇



注重食品安全，提升标准化水平

奇葩美食品牌可以建立健全的质量安全管理体系，从食材采购、生产加工到销售服务等各个环节严格把关，确保产品的品质和安全

同时，为了推进品牌的全国化进程，品牌还需要夯实供应链建设，提高产品的标准化水平，保证口味的统一性

强化品牌建设，扩大传播渠道

奇葩美食品牌需要打造具有地方特色的品牌形象，通过包装设计、故事讲述等方式提升品牌的文化内涵和辨识度

另外，可以利用社交媒体、短视频平台等新兴渠道进行广泛宣传，同时抓住地方旅游机遇，发挥地方名人的作用，打开奇葩美食的宣传窗口

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—2024年8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

感谢观看

研究报告合作请联系

张经理 199 6625 2467 (微信同号)

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn