
[首页](#)

[推荐](#)

[— 亚运会](#)

[关注](#)

[朋友](#)

[我的](#)

[直播](#)

[放映厅](#)

[知识](#)

[热点](#)

[游戏](#)

[娱乐](#)

[二次元](#)

[音乐](#)

[美食](#)

[体育](#)

[时尚](#)

业务合作

2023 © 抖音

[京ICP备16016397号-3](#)

[京公网安备 11000002002046号](#)

[广播电视节目制作经营许可证](#)

[京B2-20170846](#)

[网络文化许可证-京网文-\(2022\)0938-030号](#)

互联网宗教信息服务许可证 京(2022)0000057

药品医疗器械网络信息服务备案(京)网药械信息备(2023)第00318号

[网络谣言曝光台](#)

[网上有害信息举报](#)

违法和不良信息举报 400-140-2108

青少年守护专线 400-9922-556

算法推荐专项举报 sfjubao@bytedance.com

网络内容从业人员违法违规行为举报 feedback@douyin.com

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

[友情链接](#)

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

搜索

投稿

- [发布视频](#)
- [视频管理](#)
- [作品数据](#)
- [直播数据](#)
- [创作者学习中心](#)
- [创作者服务平台](#)

登录

登录后即可观看喜欢、收藏的视频

■ 我的作品

■ 我的喜欢

■ 我的收藏

- 观看历史













0

0

0

分享

[音乐](#)



[愿你我皆安好 \(剪辑版\)](#)

----- [贾晓龙](#) -----

举报

发布时间：20260411 04:33:07

全部评论

请先登录 后发表评论

暂无评论



[桦恺佑信息咨询](#)

[桦恺佑信息咨询工作室官方账号](#)

粉丝 57 获赞 1

关注

2026 年，中式米饭快餐赛道迎来了一场深刻的 " 范式转移 "。一面是大米先生、乡村基、霸碗盖码饭等头部的规模竞赛，跨界玩家不断涌入分羹，市场竞争愈发激烈；一面是消费理性回归与成本高企的极限挤压。当 " 赚钱越来越难 " 成为共识，行业的竞争逻辑已经变了：2026

年，不再是单纯比谁开店更快，而是看谁能在微利中 " 抠 " 出增量。01.

活下去的关键词：全时段、全客群、全能店2026

年，中式米饭快餐品牌最大的压力依旧是赚钱。南城香创始人汪国玉用 " 危机 " 来形容当下的处境：随着行业进入深度竞争阶段，利润只会越来越低。这并非危言耸听，即便是头部连锁品牌，比如超意兴，据界面新闻报道，其每份 10 元的快餐的纯利润只有 7 毛钱。而在沈阳，一家房租水电成本在 4000 元 / 月的扒肉饭店，每天起码要卖够 1500 元才能维持下去。" 我家扒肉饭做的是 13.8 元和 15.8

元的套餐，店里都是自家人打零工成本不高，但算上 4000 元 / 月的房租和水电，一天最少要卖 1500 元才值得长期做下去。" 图片来源：图虫创意这种 " 利薄如纸 " 的紧迫感，不仅源于同行的疯狂加密，跨界玩家也入局分羹。以北京长楹天街一个商圈为例，挤满了乡村基、老乡鸡、大米先生、南城香、

超意兴等巨头，竞争密度可见一斑；跨界的选手也不少：海底捞上线“海底捞·拌饭”外卖店，肯德基开始在部分门店试点售卖黄焖鸡米饭，紫燕百味鸡、周黑鸭等卤味品牌也在门店铺开米饭快餐，进一步加剧了市场竞争。另一方面，成本与客单的“剪刀差”：食材、人力、房租在持续上涨，消费端的理性回归又倒逼客单价不断走低，双向挤压之下，单品的毛利空间被消磨殆尽。面对微利困局，2025年头部品牌的集体动作指向了一个共识：必须通过“改造模型”去压榨单店坪效。

未来利润还会越来越低，不改造肯定不行。”汪国玉说道。这场“改造潮”的核心，是通过全时段、多品类、新模式的结合，打造出能通吃所有客群的“全能店”。比如南城香在过去一年，一面改造老店型，在保留原有的馄饨、烤串等经典产品的基础上，羊肉串回归门店现串，同时增加炒菜系列，产品更丰富、精致、品质更好，吸引追求价值与体验的客流；一面探索新店型，将部分门店调整为“更好、更快、更便宜”的自选称重模式，定位社区百姓的食堂，适合追求“平价高质、便捷”的顾客群体，目前已有20家门店完成升级。这种模型调整带来的效率提升效果明显，不仅让相邻店的总利润增长了5倍（小马厂店和附近的达官营店）；更带动其2025年总净利润实现了101%的增长。图片来源：南城香深圳市烹饪协会常务副会长、餐饮专家老孙分析称，对于大众刚需快餐来讲，开口越宽，客群的包容度越广，能通吃高、中、低三类客群，餐厅就赢了。“所有的快餐都在往全时段发力，把时段经营做好，全天营收就有了保障。”小女当家通过切换产品结构，早餐卖起了手工鲜肉包、炒粉等，增设“星厨家宴”区域，售卖烤鸭、烤羊排等均价15元左右的菜品，还上线南昌特色烧菜、创新菜等，适配午餐、晚餐场景，最大化提升了门店利用率。超意兴则在济南、北京等地上线了部分24小时营业门店，甚至做起来粮油零售生意，在门店售卖调料、食用油等。也有品牌通过“多品类”来激活存量客群、吸引增量客群。比如老乡鸡开始在部分门店卖冒菜，丰富午餐产品选择；鱼你在一起宣布在全球2600家门店推行“酸菜鱼+烫捞”双品类模式，填补了多人聚餐、非正餐时段的消费场景。今年初，鱼你在一起马来西亚古仔店开业首日，烫捞系列贡献近30%营收，对业绩拉动明显。“酸菜鱼锁定家庭客群和品牌忠实消费者，烫捞则凭借DIY自选模式吸引年轻群体和社交型食客。”鱼你在一起创始人魏彤蓉介绍，双品类组合形成了互补效应，实现了“存量客群激活+增量客群突破”的目标。正如合众合创始人姚哲所言，中式米饭快餐掀起的改造潮，本质上是一场“以盈利为核心”的生存战。“中式米饭快餐调产品和模型，第一是为了快速复制，抢占市场；第二是为了保存活，让老店在新模式下调改成功。”“开口越宽，赢面越大”。2026年，中式米饭快餐的模型迭代还将持续，如何打造一个能适配全时段、通吃高中低三类客群的综合经营体，将成为赢得竞争的关键。

02. 持续降价，中式米饭快餐进入20元时代

2026年，中式米饭快餐的价格竞争将更加激烈，或将全面进入贴身肉搏的“20元时代”。一个残酷的现实是：价格持续下探已成定局。老乡鸡于1月更新的招股书显示，近四年，其门店顾客人均消费额不断减少，以直营店为例，顾客人均消费从2022年的29.7元下降到2025年8月31日的27.5元。据红餐大数据，截至2025年4月，中式米饭快餐的人均消费已降至24元。当前，中式米饭快餐主流的价格带在20-25元。雀巢专业餐饮发布的《2026中国中式餐饮白皮书》显示，自2023年至今，中式快餐人均消费下降12.6%。图片来源：图虫创意过去一年，头部品牌的降价动作相当激进：大米先生：下调称重价格，从原来的4.6元/两降到3.28元/两，会员更是低至2.88元/两，并在重庆等部分市场推出了16元/人的自助模式；南城香：新模型门店的客单价比老店降低3-5元，人均仅需22元左右；汪国玉更是表示，今年计划将客单价再降20%。有行业人士直言，未来中式米饭快餐的客单价一旦超过25元，获客与留存都会变得更加艰难。但2026年的降价，绝非单纯的卷低价，而是一场“价格向下、体验向上”的极限运动。在精打细算的消费趋势下，消费者不仅要更便宜，更要优质。于是，头部品牌开始在微利中“死磕”价值感：乡村基、大米先生，明确取消中央厨房，坚持“现点现炒”。乡村基还将生鲜食材分装、透明陈列，甚至在店门口摆放新鲜蔬菜，将就餐价值感拉满。图片来源：红餐网摄南城香新增的炒菜系列均为门店现炒；嘉和一品则启动“锅气行动”，上线热锅现炒系列菜品；米村拌饭推出的现点现炒的石锅石板菜，升级部分门店为“小灶现炒”模式，目的只有一个——让消费者在20多元的价格带，吃到餐厅级的热乎气儿。这种“又便宜又好”的背后，对品牌而言是一场更加残酷的成本消耗战。2025年1-7月，乡村基集团总成本上升4600万元，甚至高于其2022年全年的净利润；南城香过去一年的门店改造消耗了超2000万元，今年更计划投入一个亿，继续用于门店改造和研发中心建设等。中小品牌显然很难在这场“

重金投入"中跟注。即便对于头部玩家而言，它们同样需要去重构供应链、或用智能设备换取低价空间。乡村基系统性重建了鲜货零库存、全生命周期管理等体系，实现日日配送；并与第三方供应链企业合作，打造"从农场到餐桌"的采购模式，从源头提升品质并稳定配送效率。图片来源：乡村基南城香、老乡鸡、小女当家、霸碗盖码饭等品牌引入智能炒菜机，利用科技节省下来的人力成本，去反哺食材品质和低价优势。汪国玉提到，炒菜机上场以后，人力成本下降，门店效率会发生很大变化。"比如午餐，我们现在卖出一份菜，价格只是中餐厅的一半，甚至只有1/3，但即便卖这个价格也能挣钱。"2026年，谁能在"现制感"与成本之间找到平衡，谁就能守住25元的价格"红线"。

03.规模竞赛：系好鞋带，再谈全国化

2026年中式米饭快餐的全国化扩张将步入"深水区"。从数据上看，这依旧是一个令人兴奋的增量市场：据红餐大数据，2024年中式米饭快餐市场规模达到2770亿元，同比增长10.1%，随着刚需型餐饮消费需求的持续攀升，有望在2025年突破3000亿元大关。对于在区域市场扎根稳固、拥有成熟组织体系的头部品牌而言，跨区域是打破增长天花板的必然选择。不过，在2025年的扩张版图上，我们看到了两种截然不同的图景：乡村基首进上海、湖北、河北等地，平均0.85天就开出一家新店，增速较2024年上涨超80%。大米先生自11月发布招募合作伙伴公告后，步伐明显加快，12月首进北京、广州，单月新开53家门店。超意兴在北京的门店数突破50家门店，近半是2025年新开业门店。图片来源：图虫创意也有品牌踩下理性的"急刹车"。曾一年狂开800+门店的米村拌饭，在2025年选择暂停高速扩张，其创始人周强反思道："我们扩张太快了，跑得太快，连鞋带都没系好。"为什么"简单复制"在2026年行不通了？因为规模一旦突破临界点，供应链协同、跨区管理、人才梯队等挑战会呈指数级上升。超意兴在徐州的6家门店半年内集体闭店、南城香在上海的收缩（2025年门店从十家减少到4家）、乡村基历经两次进京才站稳脚跟……这些鲜活的案例都在提醒行业：中式米饭快餐没有一套可以随意通行全国的模式。在姚哲看来，高品质的、组织能力强的品牌将继续快速扩张，而缺乏单店盈利模型和稳定供应链的"低质量扩张"将面临洗牌。与此同时，相比于门店加密，未来的较量在于重构适配当地市场的能力体系。姚哲认为，快餐越成熟的市场，顾客就越专业，对创新的需求也越高。在这样的市场中，模式、价格以及产品的新鲜度，将成为决定品牌成败的首要因素。像山东、广东这类米饭类快餐价格带极低的市场，以及华东等米饭快餐竞争比较激烈的市场，单纯靠模型复制很难加密开店，品牌需投入大量资源争夺份额。结语中式米饭快餐的下一个十年，品牌之间将不再是单一维度的厮杀，而是共同开启"新鲜、透明、智能、低价、健康"的五合一赛道。正如番茄资本的卿永所言，在过去很长一段时间里，中式米饭快餐的使命仅仅是高效地解决"温饱"。但如今，消费者不仅要吃饱，更要吃得放心、吃得聪明。活下来的品牌，一定是那些在狂奔时不忘"系好鞋带"，在微利中依然坚守质价比的长期主义者。

WhatsApp网页版正式上线，正版授权聊天体验升级

随着移动互联网的不断发展，即时通讯工具已成为人们日常生活中不可或缺的一部分。WhatsApp作为全球最受欢迎的通讯应用之一，其网页版正式上线，为用户带来了全新的正版授权聊天体验。WhatsApp网页版是基于原应用开发的，用户只需在电脑上登录网页版，即可实时接收和发送消息。这一举措不仅方便了用户在不同设备间切换使用，还进一步丰富了WhatsApp的社交功能。

一、WhatsApp网页版的优势

1. 方便快捷：用户只需在电脑上打开网页版，输入手机号和验证码，即可实现与手机端无缝对接。无论是工作还是生活，都能随时随地与好友保持联系。
2. 体验升级：网页

版保留了手机端的所有功能，包括发送文字、图片、视频、语音消息等。此外，用户还可以查看聊天记录、群聊信息等。3. 多设备同步：网页版支持多设备登录，用户可以在电脑、手机、平板等多个设备上使用WhatsApp，实现消息同步。4. 保护隐私：WhatsApp网页版采用端到端加密技术，确保用户聊天内容的安全性。

二、正版授权聊天体验

1. 严格审核：WhatsApp网页版要求用户必须使用正版授权账号登录，确保聊天环境的真实性。这一举措有助于打击盗版、虚假账号等不良行为。
2. 优化用户体验：网页版界面简洁，操作便捷，用户可以轻松地完成各种聊天操作。同时，WhatsApp还不断优化算法，提高聊天速度和稳定性。
3. 提供更多功能：网页版在保留原有功能的基础上，还将推出更多实用功能，如文件传输、位置共享等，满足用户多样化的需求。
4. 保障用户权益：WhatsApp网页版严格遵守相关法律法规，保护用户隐私和数据安全。用户在使用过程中，无需担心个人信息泄露等问题。

三、结语

WhatsApp网页版的正式上线，为用户带来了全新的正版授权聊天体验。这一举措不仅丰富了WhatsApp的社交功能，还进一步提升了用户体验。相信在未来的发展中，WhatsApp网页版将不断创新，为用户带来更多惊喜。让我们共同期待，WhatsApp网页版在我国的广泛应用，为人们的生活带来更多便利。

TA的作品

[更多作品](#)

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

[友情链接](#)

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

[抖音电商](#) | [《最准三肖必中特高手专用查询》](#) | [《新版一码必中预测公开开奖》](#) | [《2025一肖一码资料大全下载》](#) | [《新版特码预测高手专用大全》](#) |

[网络谣言曝光台](#) |

[网上有害信息举报](#)

| 违法和不良信息举报：400-140-2108 | 青少年守护专线：400-9922-556 |
算法推荐专项举报：sfjubao@bytedance.com |
网络内容从业人员违法违规举报：feedback@douyin.com

[京ICP备16016397号-3](#)

| [广播电视节目制作经营许可证](#)

| [京B2-20170846](#)

| [网络文化许可证-京网文-\(2022\)0938-030号](#) |

[京公网安备 11000002002046号](#)

| [互联网宗教信息服务许可证京\(2022\)0000057](#)