

2021年中国火锅连锁行业分析报告- 产业运营现状与发展潜力预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国火锅连锁行业分析报告-产业运营现状与发展潜力预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/551091551091.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: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

火锅一般是指以锅为器具，以热源烧锅，以水或汤烧开来涮煮各类食物的烹调方式。数据显示，近三年来我国火锅连锁化率提升明显，截至2020年已达18.3%，随着火锅产业的蓬勃发展，火锅连锁模式凭借成功率高、可复制性强等优势也得到快速推广。

2018-2020年我国火锅连锁化率 数据来源：观研天下整理

而火锅连锁相关企业更是在火锅产业大市场中不断加大扩张步伐，通过连锁化模式提高自身竞争优势。

据不完全统计，目前我国火锅连锁行业主要代表企业有四川海底捞餐饮股份有限公司、呷哺呷哺餐饮管理有限公司、百胜（中国）投资有限公司、巴奴毛肚火锅有限公司、成都市皇城老妈酒店管理有限公司、重庆德庄实业（集团）有限公司、重庆刘一手餐饮管理有限公司、捞王（上海）餐饮管理有限公司、成都大龙燚餐饮管理有限公司、内蒙古小尾羊餐饮连锁股份有限公司等。

我国火锅连锁行业主要代表企业简介

公司名称

品牌

简介

布局区域

四川海底捞餐饮股份有限公司

海底捞

成立于1994年，是一家以经营川味火锅为主、融汇各地火锅特色为一体的大型跨省直营餐饮品牌火锅店。

在我国简阳、北京、上海、沈阳、天津、武汉、石家庄、西安、郑州、南京、广州、杭州、长沙、深圳、成都、重庆地区及韩国、日本、新加坡、美国等国家有百余家直营连锁餐厅。

呷哺呷哺餐饮管理有限公司

呷哺呷哺

源自台湾，1998年在北京创立，其特点是新颖的吧台式就餐形式和传统火锅的完美结合，开创了时尚吧台小火锅的新业态。

由北至南覆盖中国19个省份、118个城市以及3个直辖市，开设直营餐厅超千家，服务顾客超过1亿人次。

百胜（中国）投资有限公司

小肥羊

小肥羊隶属于百胜中国，于1999年8月诞生在草原鹿城—包头市，以小肥羊特色火锅连锁为主业。

遍布全国各省、市、区（包含：直辖市、特别行政区）以及美国、日本、加拿大等海外市场

。

巴奴毛肚火锅有限公司

巴奴火锅

巴奴毛肚火锅源于2001年，专注毛肚火锅。

覆盖北京、上海、西安、苏州、郑州、无锡等20个城市，并在重庆设立底料研发及加工基地

。

成都市皇城老妈酒店管理有限公司

皇城老妈

皇城老妈创建于1986年，是以经营成都风味火锅为主的餐饮企业。

主要布局成都，为成都火锅的代表之一。

重庆德庄实业（集团）有限公司

德庄

德庄集团始创于1999年，是一家集餐饮、食品、科研等多元产业为一体的现代化民营企业

。

全球有近1000家餐饮门店，产品销售网点遍布全国各地，并远销欧美、东南亚等16个国家

。

重庆刘一手餐饮管理有限公司

刘一手

成立于2000年，是专业从事火锅连锁和特许经营的知名企业。

在全球拥有1500余家分店，遍及中国三十一个省、市、自治区及美国、加拿大、阿联酋迪拜、法国、澳大利亚、印度尼西亚、日本、西班牙、韩国、新西兰等10个国家和地区。

捞王（上海）餐饮管理有限公司

捞王锅物料理

2009年在上海开设第一家门店，主打胡椒猪肚鸡。2011年，首次创建品牌形象。2020年，捞王推出全新形态捞王心灵肚鸡汤。

在我国上海、苏州、南京、无锡、杭州、宁波、温州、深圳、北京、武汉、西安、成都、厦门、台北等城市拥有百余家直营门店。

成都大龙燚餐饮管理有限公司

大龙燚

成立于2013年，总部位于四川成都，是一家经营地道四川老火锅的大型全球性餐饮服务企业。

2014年开放全国加盟，已在成都、上海、深圳、丽江、西安、哈尔滨、绵阳等城市已开业200余家连锁餐厅。

内蒙古小尾羊餐饮连锁股份有限公司

小尾羊

成立于2001年9月，集餐饮文化研究、传统膳食开发、民族食品生产、发展加盟于一体。有连锁店近600家，遍布全国各大城市，日本、澳大利亚、英国、阿联酋、美国等海外市场均有小尾羊品牌的连锁店。资料来源：观研天下整理

总体来看，目前我国连锁火锅行业参与主体众多，竞争格局分散，行业龙头尚未形成。从主要上市企业经营情况来看，海底捞具备龙头资质，在营收规模、净利润方面以及品牌知名度方面具备较大竞争优势。

在总资产规模方面，数据显示，2020年海底捞、呷哺呷哺总资产分别为57.80亿元、为275.27亿元，较上年分别增加1.54亿元、69.13亿元；龙辉国际控股、国茂控股总资产分别为1.61亿元、0.32亿元，较上年分别减少1.44亿元、0.13亿元。

2019-2020年我国连锁火锅行业主要上市企业总资产规模对比（单位：亿元）数据来源：公司年报

在营业总收入方面，数据显示，2020年海底捞营业总收入为286.14亿元，较上年增加20.58亿元；呷哺呷哺、龙辉国际控股、国茂控股营业总收入分别为54.55亿元、2.35亿元、0.11亿元，较上年分别减少5.75亿元、2.35亿元、0.29亿元。

2019-2020年我国连锁火锅行业主要上市企业营业总收入对比（单位：亿元）数据来源：公司年报

在毛利润方面，数据显示，2020年海底捞毛利润为163.53亿元，较上年增加了10.36亿元；呷哺呷哺、龙辉国际控股、国茂控股毛利润分别为33.25亿元、0.05亿元、1亿元，较上年分别减少4.8亿元、0.17亿元、1.51亿元。

2019-2020年我国连锁火锅行业主要上市企业毛利润对比（单位：亿元）数据来源：公司年报

从海底捞布局扩张历程来看，自1994年以来，海底捞不断建立门店，拓展市场，截止2020年底，海底捞在全球拥有1298门店，覆盖亚洲、北美洲、大洋洲、欧洲等市场。

海底捞火锅业务布局历程

时间

扩张历程

1994年

四川省简阳海底捞火锅正式创建

1999年

走出四川，进驻陕西省西安市

2002年

进驻河南省郑州市

2004年

进驻北京市

2006年

进驻上海市

2010年

推出自营火锅外送服务

2011年

蜀海供应链成立

2012年

新加坡克拉码头店正式营业

2013年

进军美国市场，颐海国际控股公司在香港注册

2014年

进军韩国市场

2015年

进军中国台湾、日本市场

2016年

颐海国际在香港联合交易所有限公司正式挂牌上市

2017年

进驻中国香港市场

2018年

在香港正式挂牌上市

2019年

海底捞继续发展全球门店网络，已覆盖亚洲、北美洲、大洋洲、欧洲等海外市场

2020年

全年新增门店544家数据来源：公司公告

数据显示，近四年来海底捞门店数量在快速扩张，截至2020年门店总量已达到1298家，净开店数量达530家；服务人次与会员人数也持续上涨，2020年服务人次已达.5亿人次，会员人数也已经上涨到了7千万以上，人均消费金额更是上升到110.1元。

但受高速扩张影响，2016-2020年海底捞翻台率却有所下降，侧面说明区域内店铺密集度变大，同品牌店铺之间竞争也有所加大，导致平均来客率就有所降低，在此态势下，海底捞门店扩张布局速度或将有所放缓。

2017-2020年海底捞门店数量、客户体量情况

概况

2017年

2018年

2019年

2020年

门店总量（家）

273

466

768

1298

净开店（家）

97

193

302

530

服务人次（亿人次）

1.1

1.6

2.4

2.5

会员人数（百万）

19

36

55

71

人均消费金额（元/人）

97.7

101.1

105.2

110.1

翻台率（次/天）

5

5

4.8

3.5数据来源：公司公告（shz）

观研报告网发布的《2021年中国火锅连锁行业分析报告-产业运营现状与发展潜力预测》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。

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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国火锅连锁行业发展概述

第一节 火锅连锁行业发展情况概述

- 一、火锅连锁行业相关定义
- 二、火锅连锁行业基本情况介绍
- 三、火锅连锁行业发展特点分析
- 四、火锅连锁行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、火锅连锁行业需求主体分析

第二节 中国火锅连锁行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、火锅连锁行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国火锅连锁行业产业链环节分析
 - 1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国火锅连锁行业生命周期分析

- 一、火锅连锁行业生命周期理论概述
- 二、火锅连锁行业所属的生命周期分析

第四节 火锅连锁行业经济指标分析

- 一、火锅连锁行业的赢利性分析
- 二、火锅连锁行业的经济周期分析
- 三、火锅连锁行业附加值的提升空间分析

第五节 中国火锅连锁行业进入壁垒分析

- 一、火锅连锁行业资金壁垒分析
- 二、火锅连锁行业技术壁垒分析
- 三、火锅连锁行业人才壁垒分析
- 四、火锅连锁行业品牌壁垒分析
- 五、火锅连锁行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球火锅连锁行业市场发展现状分析

第一节 全球火锅连锁行业发展历程回顾

第二节 全球火锅连锁行业市场区域分布情况

第三节 亚洲火锅连锁行业地区市场分析

- 一、亚洲火锅连锁行业市场现状分析
- 二、亚洲火锅连锁行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲火锅连锁行业市场前景分析

第四节 北美火锅连锁行业地区市场分析

- 一、北美火锅连锁行业市场现状分析
- 二、北美火锅连锁行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美火锅连锁行业市场前景分析

第五节 欧洲火锅连锁行业地区市场分析

- 一、欧洲火锅连锁行业市场现状分析
- 二、欧洲火锅连锁行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲火锅连锁行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界火锅连锁行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球火锅连锁行业市场规模预测

第三章 中国火锅连锁产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国火锅连锁行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国火锅连锁产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国火锅连锁行业运行情况

第一节 中国火锅连锁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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国火锅连锁行业市场规模分析

第三节 中国火锅连锁行业供应情况分析

第四节 中国火锅连锁行业需求情况分析

第五节 我国火锅连锁行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国火锅连锁行业供需平衡分析

第七节 中国火锅连锁行业发展趋势分析

第五章 中国火锅连锁所属行业运行数据监测

第一节 中国火锅连锁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 中国火锅连锁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 中国火锅连锁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

第六章 2017-2021年中国火锅连锁市场格局分析

第一节 中国火锅连锁行业竞争现状分析

- 一、中国火锅连锁行业竞争情况分析
- 二、中国火锅连锁行业主要品牌分析

第二节 中国火锅连锁行业集中度分析

- 一、中国火锅连锁行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国火锅连锁行业市场集中度分析

第三节 中国火锅连锁行业存在的问题

第四节 中国火锅连锁行业解决问题的策略分析

第五节 中国火锅连锁行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国火锅连锁行业需求特点与动态分析

第一节 中国火锅连锁行业消费市场动态情况

第二节 中国火锅连锁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 火锅连锁行业成本结构分析

第四节 火锅连锁行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国火锅连锁行业价格现状分析

第六节 中国火锅连锁行业平均价格走势预测

一、中国火锅连锁行业价格影响因素

二、中国火锅连锁行业平均价格走势预测

三、中国火锅连锁行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国火锅连锁行业区域市场现状分析

第一节 中国火锅连锁行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区火锅连锁市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区火锅连锁市场规模分析

四、华东地区火锅连锁市场规模预测

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、华中地区火锅连锁市场规模分析

四、华中地区火锅连锁市场规模预测

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、华南地区火锅连锁市场规模分析

四、华南地区火锅连锁市场规模预测

第九章 2017-2021年中国火锅连锁行业竞争情况

第一节 中国火锅连锁行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国火锅连锁行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国火锅连锁行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 火锅连锁行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

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、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国火锅连锁行业发展前景分析与预测

第一节 中国火锅连锁行业未来发展前景分析

一、火锅连锁行业国内投资环境分析

二、中国火锅连锁行业市场机会分析

三、中国火锅连锁行业投资增速预测

第二节 中国火锅连锁行业未来发展趋势预测

第三节 中国火锅连锁行业市场发展预测

一、中国火锅连锁行业市场规模预测

二、中国火锅连锁行业市场规模增速预测

三、中国火锅连锁行业产值规模预测

四、中国火锅连锁行业产值增速预测

五、中国火锅连锁行业供需情况预测

第四节 中国火锅连锁行业盈利走势预测

一、中国火锅连锁行业毛利润同比增速预测

二、中国火锅连锁行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国火锅连锁行业投资风险与营销分析

第一节 火锅连锁行业投资风险分析

一、火锅连锁行业政策风险分析

二、火锅连锁行业技术风险分析

三、火锅连锁行业竞争风险

四、火锅连锁行业其他风险分析

第二节 火锅连锁行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国火锅连锁行业发展战略及规划建议

第一节 中国火锅连锁行业品牌战略分析

一、火锅连锁企业品牌的重要性

二、火锅连锁企业实施品牌战略的意义

三、火锅连锁企业品牌的现状分析

四、火锅连锁企业的品牌战略

五、火锅连锁品牌战略管理的策略

第二节 中国火锅连锁行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国火锅连锁行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国火锅连锁行业发展策略及投资建议

第一节 中国火锅连锁行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国火锅连锁行业营销渠道策略

- 一、火锅连锁行业渠道选择策略
- 二、火锅连锁行业营销策略

第三节 中国火锅连锁行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国火锅连锁行业重点投资区域分析
- 二、中国火锅连锁行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/551091551091.html>