

2022年中国火锅调料行业分析报告- 市场供需现状与运营商机前瞻

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《2022年中国火锅调料行业分析报告-市场供需现状与运营商机前瞻》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://www.chinabaogao.com/baogao/202112/565199.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

火锅调料即吃火锅时使用的调味制品。目前我国火锅调料主要包括火锅蘸料和火锅底料，其中火锅底料约占整个火锅调料市场的80%，火锅蘸料约占整个火锅调料市场的20%。

1、市场容量持续增长

中国人对于火锅的喜爱，已传承了2000多年。早在西汉时期，火锅便备受王侯青睐，而到了现代，火锅依旧很受欢迎，并形成了当下高达数千亿的市场规模。相关数据统计，我国火锅餐饮市场规模已从2013年的2813亿元增加至2020年的5843亿元，期间CAGR为11.0%，成为我国中式餐饮中增长最快的品类。

火锅餐饮市场的蓬勃发展，带动了我国火锅调料市场的增长。近年，我国火锅底料和蘸料市场容量均处于一个持续增长态势。过去五年，我国火锅调料的复合增长率达到15%，2020年我国火锅调料市场规模达到310亿元。其中火锅底料市场规模为243亿元，火锅蘸料市场规模为67亿元。

数据来源：观研天下数据中心整理

2、使用场景多元，B端、C端消费需求增加

从终端需求来看，我国火锅调料需求结构可以分为餐饮端（B端）、家庭端（C端）。目前我国火锅调料B端与C端需求各占一半。

区域上看，我国北上广深和新一线城市消费者更加偏向于在外面吃火锅；二线城市、四线及以下城市消费者则更喜欢在家吃火锅。

数据来源：公开资料整理

随着我国餐饮经营的逐渐规范化发展，其监管也逐步趋严，因此行业对于降成本、提效率逐步形成共识。我国火锅店也因连锁化水平的提升、租金及人力成本上涨等原因，越来越多的火锅餐饮门店更加偏好于使用规模化工业生产价格成本更低的包装型火锅底料。

而且，当前我国火锅底料的消费场景正在持续扩容，如串串香、冒菜、火麻辣烫、麻辣香锅、毛血旺、火锅米线、火锅菜等都可使用火锅底料。因此B端市场对火锅底料的需求越来越多，包装型火锅底料在B端的市场渗透率也从2015年的19.2%提升至2020年的23.8%。

数据来源：公开资料整理

C端来看，一方面受疫情居家隔离推动了我国家庭火锅消费习惯的养成；另一方面，在当今新消费时代，90后、95后为代表的新生主力迅速崛起，同时，懒人经济爆发，新一代年轻人希望以更少的时间成本享受到更高品质的体验。火锅操作简单，对于烹饪水平要求较低，且容易保证口味的稳定性，在用餐人数较多的场景下，火锅可以大大降低烹饪的繁琐度。这

刚好驱动着具有效率高、成本低、操作简单方便特点的火锅底料、蘸料在家庭端消费的快速增长。

3、入局者增多，行业竞争加剧

当前我国火锅调味行业市场整体集中度不高，CR5的比例大约为30%。且由于区域口味差异，行业竞争格局也较为分散。其中营业额超过10亿元处在第一梯队的有三家：海底捞（颐海国际）、天味食品和红九九；营业额在5-10亿元的梯队有四家：名扬、德庄、桥头、草原红太阳；营业额在1-10亿元的第三梯队有10家以上。

我国火锅调味行业竞争格局

资料来源：观研天下整理

火锅调料行业门槛低，产品制造较为简单，因此随着火锅调料行业的快速发展，大批新玩家纷纷入局，行业竞争加剧，产品同质化加重。今年1月份，海天味业进入火锅底料赛道，推出多达9种口味的火锅底料；11月份，加加食品在投资者互动平台表示公司开始关注和布局懒人调料赛道，目前其在火锅底料等方面已布局；同月，恒顺醋业宣布将匹配川渝地区消费者的消费需求，进行豆瓣、火锅底料等川味调味料的生产。

我国火锅底料新进入者情况

分类

企业名称

火锅底料业务情况

调味品企业

海天味业、加加食品、恒顺醋业、中炬高新等

在官方旗舰店推出火锅底料产品

火锅餐饮品牌

小龙坎、蜀大侠、麻辣空间、佩姐等

与代加工厂合作，生产同品牌火锅底料

IP品牌

李子柒、蜀中桃子姐等

拥有自己的火锅底料品牌

资料来源：观研天下整理

4、细分市场仍存在机会

我国火锅调料市场正处在逐步成熟的过程中，尽管行业竞争内激烈，产品同质化严重，但是仍然存在着一些细分市场的机会。

我国人口众多，各地口味差异较大，如江浙一带的消费者喜欢“甜”，北方人更喜欢“咸”，广东人则更喜爱“鲜”，且三地均不擅长吃辣。更适合使用不辣的火锅调料。而目前我国只有海底捞（颐海国际）品类最为完善，拥有完整的清油底料、牛油底料、非辣底料和火锅蘸料这

四大品类，绝大部分品牌企业都是区域性发展，因此在火锅调料的细分市场上还存在机会。另外，近几年，随着我国“懒宅经济”的发展，火锅底料由之前的牛油、清油、三鲜、菌汤等“无料锅底”，逐步拓展出口味更加多元化的“有料锅底”，如番茄牛大骨锅底、香辣羊蝎子锅底、香辣牛杂锅底、肥肠鸡锅底等，近年来的消费趋势更加倾向于“有料锅底”。而目前许多品牌的锅底仍为无料锅底，这也给其他品牌带来了发展机会。（LQM）

观研报告网发布的《2022年中国火锅调料行业分析报告-市场供需现状与运营商机前瞻》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2018-2022年中国火锅调料行业发展概述

第一节 火锅调料行业发展情况概述

一、火锅调料行业相关定义

二、火锅调料行业基本情况介绍

三、火锅调料行业发展特点分析

四、火锅调料行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、火锅调料行业需求主体分析

第二节 中国火锅调料行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、火锅调料行业产业链条分析

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、中国火锅调料行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国火锅调料行业生命周期分析

一、火锅调料行业生命周期理论概述

二、火锅调料行业所属的生命周期分析

第四节 火锅调料行业经济指标分析

一、火锅调料行业的赢利性分析

二、火锅调料行业的经济周期分析

三、火锅调料行业附加值的提升空间分析

第五节 中国火锅调料行业进入壁垒分析

一、火锅调料行业资金壁垒分析

二、火锅调料行业技术壁垒分析

三、火锅调料行业人才壁垒分析

四、火锅调料行业品牌壁垒分析

五、火锅调料行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球火锅调料行业市场发展现状分析

第一节 全球火锅调料行业发展历程回顾

第二节 全球火锅调料行业市场区域分布情况

第三节 亚洲火锅调料行业地区市场分析

一、亚洲火锅调料行业市场现状分析

二、亚洲火锅调料行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲火锅调料行业市场前景分析

第四节 北美火锅调料行业地区市场分析

- 一、北美火锅调料行业市场现状分析
- 二、北美火锅调料行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美火锅调料行业市场前景分析
- 第五节 欧洲火锅调料行业地区市场分析
 - 一、欧洲火锅调料行业市场现状分析
 - 二、欧洲火锅调料行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲火锅调料行业市场前景分析
- 第六节2022-2027年世界火锅调料行业分布走势预测
- 第七节2022-2027年全球火锅调料行业市场规模预测

第三章 中国火锅调料产业发展环境分析

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 中国火锅调料行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国火锅调料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 中国火锅调料行业运行情况

第一节 中国火锅调料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 中国火锅调料行业市场规模分析

第三节 中国火锅调料行业供应情况分析

第四节 中国火锅调料行业需求情况分析

第五节 我国火锅调料行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国火锅调料行业供需平衡分析

第七节 中国火锅调料行业发展趋势分析

第五章 中国火锅调料所属行业运行数据监测

第一节 中国火锅调料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 中国火锅调料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 中国火锅调料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 2018-2022年中国火锅调料市场格局分析

第一节 中国火锅调料行业竞争现状分析

一、中国火锅调料行业竞争情况分析

二、中国火锅调料行业主要品牌分析

第二节 中国火锅调料行业集中度分析

一、中国火锅调料行业市场集中度影响因素分析

二、中国火锅调料行业市场集中度分析

第三节 中国火锅调料行业存在的问题

第四节 中国火锅调料行业解决问题的策略分析

第五节 中国火锅调料行业钻石模型分析

- 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2018-2022年中国火锅调料行业需求特点与动态分析

第一节 中国火锅调料行业消费市场动态情况

第二节 中国火锅调料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 火锅调料行业成本结构分析

第四节 火锅调料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 中国火锅调料行业价格现状分析

第六节 中国火锅调料行业平均价格走势预测

- 一、中国火锅调料行业价格影响因素
- 二、中国火锅调料行业平均价格走势预测
- 三、中国火锅调料行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国火锅调料行业区域市场现状分析

第一节 中国火锅调料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区火锅调料市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区火锅调料市场规模分析
- 四、华东地区火锅调料市场规模预测

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、华中地区火锅调料市场规模分析

四、华中地区火锅调料市场规模预测

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、华南地区火锅调料市场规模分析

四、华南地区火锅调料市场规模预测

第五节 华北地区火锅调料市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区火锅调料市场规模分析

四、华北地区火锅调料市场规模预测

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、东北地区火锅调料市场规模分析

四、东北地区火锅调料市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区火锅调料市场规模分析

四、西部地区火锅调料市场规模预测

第九章2018-2022年中国火锅调料行业竞争情况

第一节 中国火锅调料行业竞争结构分析（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 中国火锅调料行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国火锅调料行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 火锅调料行业企业分析（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2022-2027年中国火锅调料行业发展前景分析与预测

第一节 中国火锅调料行业未来发展前景分析

一、火锅调料行业国内投资环境分析

二、中国火锅调料行业市场机会分析

三、中国火锅调料行业投资增速预测

第二节 中国火锅调料行业未来发展趋势预测

第三节 中国火锅调料行业市场发展预测

一、中国火锅调料行业市场规模预测

二、中国火锅调料行业市场规模增速预测

三、中国火锅调料行业产值规模预测

四、中国火锅调料行业产值增速预测

五、中国火锅调料行业供需情况预测

第四节 中国火锅调料行业盈利走势预测

一、中国火锅调料行业毛利润同比增速预测

二、中国火锅调料行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国火锅调料行业投资风险与营销分析

第一节 火锅调料行业投资风险分析

一、火锅调料行业政策风险分析

二、火锅调料行业技术风险分析

三、火锅调料行业竞争风险

四、火锅调料行业其他风险分析

第二节 火锅调料行业应对策略

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2022-2027年中国火锅调料行业发展战略及规划建议

第一节 中国火锅调料行业品牌战略分析

一、火锅调料企业品牌的重要性

二、火锅调料企业实施品牌战略的意义

三、火锅调料企业品牌的现状分析

四、火锅调料企业的品牌战略

五、火锅调料品牌战略管理的策略

第二节 中国火锅调料行业市场的重点客户战略实施

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 中国火锅调料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 2022-2027年中国火锅调料行业发展策略及投资建议

第一节 中国火锅调料行业产品策略分析

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 中国火锅调料行业营销渠道策略

一、火锅调料行业渠道选择策略

二、火锅调料行业营销策略

第三节 中国火锅调料行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国火锅调料行业重点投资区域分析

二、中国火锅调料行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202112/565199.html>