

2017-2022年中国川味火锅市场运营态势及投资决策分析报告

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《2017-2022年中国川味火锅市场运营态势及投资决策分析报告》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/canyin/288393288393.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

川味火锅作为巴蜀地区人们共同创制的具有川菜风味特色的重要火锅类别，起源于清末道光年间的重庆码头，最初只是零星地发展，但是，在改革开放后已发展成一个产业，取得了空前成就，呈现出显著特征。在2008年全国餐饮百强中，火锅企业有23家，零售额338.29亿元、占百强餐饮企业零售总额的33.88%。而据重庆商委资料显示，重庆火锅店的数量、零售额在其餐饮网点数量和零售额中所占比例较大地超过了这个水平，分别达62.2%和40.2%。

1川味火锅业发展的基本特征

1.1火锅生产多样化

在20世纪90年代以前，火锅的生产基本上是由单纯手工操作完成，厨师用铁锅炒制汤料，用菜刀切割原料。这种手工操作具有极强的艺术性、个性，但是也有极大的随意性和较高的劳动强度、技艺难度，使得人工成本偏高、利润空间较小，难以扩张。20世纪90年代以后，随着川味火锅在全国范围内的持续扩张，单纯手工操作已经难以满足火锅生产和经营的需要，于是人们将先进的机器设备引入火锅生产之中，使得火锅生产转变成手工操作与机器加工相结合的生产模式。机器加工具有标准化、规模化的特点，因而使火锅的操作更加规范、品质更加稳定，既降低了劳动强度和技艺难度，也降低了人工成本、增加了利润空间，并且容易复制、扩张。如今，在川味火锅的生产过程中，许多汤料和原辅料如刘一手火锅、谭鱼头火锅的汤料以及肥牛、鱼丸等加工都由机器完成。

1.2火锅产品与服务多样化

1.2.1火锅产品由单一产品发展为系列化、标准化产品川味火锅最初仅有毛肚火锅一个品种，但发展至今已扩展成系列化、标准化产品。这个系列拥有至少上百个品种，与川味菜肴、小吃形成鼎足之势，呈现出档次齐全、品类丰富、变化迅速、个性突出等特征。以档次而言，有高中档的火锅、低档的小火锅(麻辣烫、串串香)之分；以味道和主要原料而言，有红味的毛肚、鱼头、肥牛等火锅，也有白味的羊肉、菌类、海鲜等火锅，还有红、白两味兼备的鸳鸯火锅。此外，随着川味火锅规模的不断扩张，为了保证品质稳定、成本降低和走向国际，重庆已经制订出企业及行业的火锅制作与服务标准，使其餐饮规模、增长率攀升较快。据成都和重庆商业主管部门数据显示，仅2004~2008年餐饮年均增长率为例，成都为17.3%，重庆为30.8%。

1.2.2 火锅服务由单一形式转向多层次、多方位服务

川味火锅发展至今，其餐饮服务已不仅是单纯的点菜、上菜，更是通过多种方式和营造具有巴蜀文化气息的餐饮环境来进行。

从餐饮器具和进餐方式而言，已使用煤气、电磁为能源的鸳鸯、子母等异型火锅，可以大锅合餐，也可小锅分餐。以服务方式而言，有点餐式，也有自助式、个性化服务，如四川的傻儿火锅采用自助式服务，而海底捞火锅则是以个性化服务赢得喝彩。以环境营造与烘托而言，川味火锅从店名到店堂环境装饰、氛围营造等方面都着力渲染浓郁的巴蜀文化气息。如有以巴蜀典故命名的皇城老妈、川江号子等，以幽默方言命名的陆派巴倒烫、傻儿火锅，也有以质朴、形象词语命名的秦妈火锅、玉林串串香等。其中，皇城老妈火锅，在选址上紧扣蜀文化区，其装饰追求蜀汉遗风，并且在服务过程中穿插川剧的变脸、吐火等表演，体现出浓郁的巴蜀文化气息和深厚的文化底蕴。

1.3 火锅管理与经营多样化

1.3.1 火锅管理由随机化进入制度化、人性化、信息化等多种管理

川味火锅在发展初期基本上采取随机化管理，随意性极强。

随着火锅企业的扩大，管理者逐渐采取制度化、人性化、信息化等方式进行管理。如海底捞火锅企业，主要采取人性化管理的倡导双手改变命运的价值观，为员工创建公平公正的工作环境，取得很大成功。信息化管理主要通过信息管理软件来进行，是人性化管理和科学决策的可靠依据之一。现在，谭鱼头、小天鹅等许多川味火锅企业不同程度地使用餐饮娱乐管理系统、连锁配送管理系统等餐饮管理软件，获得各种相关数据，进行科学管理和决策。

1.3.2 火锅餐饮经营模式由单店经营转向品牌连锁经营早期的火锅店基本上采取作坊式、单店经营，虽经营特色突出，但原料成本高、利润偏低。20世纪90年代以后，火锅企业借鉴国外品牌连锁经营模式，注重标准化、产业化、多种统一，即统一调配人力资源、采购配送原料、质量服务标准、宣传广告等，使得火锅企业成本降低、利润提高，进而形成了强大的市场竞争力和扩张能力。据统计，到2008年，四川谭鱼头、三只耳火锅企业的连锁店已达151个和115个，从国内扩大到台湾、日本、新加坡等国家。川味火锅业未来的发展趋势面对严峻的挑战和难题，川味火锅业的经营者不是坐以待毙，而是通过增加科技与文化含量、提升服务、强化经营管理等手段，千方百计地化解生产成本与企业利润之间的矛盾，恢复消费者信心和欲望，使消费者获得超值享受，努力使火锅业更好地发展，由此初步形成了良

好的发展趋势。

3.1 火锅生产更趋机械化

机器加工将成为火锅生产的重要手段和解决用工难、用工荒的重要途径，传统的烹饪加工与食品生产相互渗透。如今，各级政府如郫县安德镇正在建设和完善“中国川菜产业化园区”，许多川味火锅企业如海底捞、小天鹅、谭鱼头等也已经开始建设或即将建设大型物流配送中心，将原料的种植、养殖与采购、加工、仓储、配送等集为一体，机械化、规模化生产在火锅生产中所占的比重将会越来越大。

3.2 火锅产品和服务更趋两极化

3.2.1 差异化与标准化产品共同发展，特别注重安全、绿色、生态

许多消费者热爱火锅美食，却又“喜新厌旧”，因此，火锅企业不得不通过借鉴和原料、技术的创新带动火锅品种的创新，创造差异化的产品，以满足消费者个性化需要，防止其审美疲劳。如广式粥底火锅进入四川以后，被借鉴、创新出了川式粥底火锅。另一方面，消费者对火锅产品稳定的品质非常看重，因此，为更好地保证产品质量稳定、规范操作技术和流程，川味火锅行业正逐步制定火锅烹饪技术标准、产品质量标准、服务标准、安全卫生标准等，火锅企业将大力生产标准化、规范化的产品。此外，由于消费者对健康饮食、安全的重视，促使川味火锅企业通过政府监管和自我完善，越来越注重生产安全、绿色、生态的火锅产品。目前，一些地方已经建立和正在完善市场准入制、产品质量安全可追溯体系。如成都，在2010年建立了生猪产品质量安全可追溯体系，开始实施果蔬菌市场准入。一些火锅企业已开始引入HACCP管理，努力使危险性降到最低限度直至消除，达到食品的安全、卫生。

3.2.2 多层次、多方位服务并存

由于川味火锅的类型丰富、高中低档齐全，消费者的需求则多种多样，有的人以吃饱为主，有的人则更看重吃好，吃得有文化、有品位，追求火锅产品之外的超值享受，因此川味火锅的服务也将继续是多层次、多方位的。以服务方式而言，有自助式，可以减少服务人员、降低成本；也有个性化服务，体贴、周到、细致，可以增加附加值和利润。以所提供的餐饮环境而言，将从火锅店名称及店堂环境装饰、氛围营造等方面加强文化建设，更加突出浓郁的巴蜀文化、时尚文化等文化气息。

3.3火锅企业管理与经营更趋信息化、连锁化

信息化管理尤其是信息化网络平台建设将成为川味火锅企业管理越来越重要的内容，主要包括两个方面：一是内部应用管理，有销售、库存、成本管理系统，物流配送系统，采购管理系统，财务管理系统，客户在线订餐系统，客户关系系统。二是外部宣传推广，如企业网站、广告投放、数据库等。

品牌连锁将成为火锅做大做强的主导经营模式，进而扩大规模，实现资本化、国际化。目前，各级政府正在出台政策和措施，不仅支持大型餐饮企业利用品牌在境内外进行连锁发展，培育一批跨区域、全国性的餐饮连锁企业，而且对优势品牌餐饮企业实行重点引导和扶持，鼓励餐饮企业通过多种形式实现上市，融资扩张，走向世界。与此同时，川味火锅企业自身也正在通过加强连锁经营总部的建设，形成和掌控核心技术与标准，克服“只卖牌，不管质”的不良现象，提高连锁经营水平，带动整个行业的全面提升。

综上所述，川味火锅自20世纪90年代以来有了跨越式发展，一大批知名火锅企业和相关人士将四川独特的文化内涵、高科技手段创造性地融入到川味火锅的生产与消费环节中，取得了良好的经济效益和社会效益，拥有了显著特色。如今，面对危机和挑战，川味火锅业又大打“科技牌”、“文化牌”、“服务牌”、“管理牌”，初步形成了良好的发展趋势，如果进一步发扬光大，一定能够转危为机、做大做强，取得新的辉煌业绩。

中国报告网发布的《2017-2022年中国川味火锅市场运营态势及投资决策分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。

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。

目录

第一部分行业环境分析

第一章中国川味火锅行业发展环境分析

第一节经济环境分析

- 一、经济发展状况
- 二、居民消费水平情况
- 三、固定资产投资
- 四、存贷款利率变化
- 五、人民币汇率变化

第二节政策环境分析

- 一、行业政策影响分析
- 二、相关行业标准分析

第三节川味火锅行业地位分析

- 一、行业对经济增长的影响
- 二、行业对人民生活的影响
- 三、行业关联度情况

第四节川味火锅行业发展的"波特五力模型"分析

- 一、行业内竞争
- 二、买方侃价能力
- 三、卖方侃价能力
- 四、进入威胁
- 五、替代威胁

第五节影响川味火锅行业发展的主要因素分析

第二章川味火锅产业发展现状分析

第一节产业链产品构成

第二节产业特点

- 一、产业所处生命周期
- 二、季节性与周期性

第三节产业竞争分析

- 一、企业集中度
- 二、地区发展格局

第四节产业技术水平

- 一、技术发展路径
- 二、当前市场准入壁垒

第五节近期产业政策

第二部分行业市场发展分析

第三章中国川味火锅需求与消费状况分析及预测

第一节中国川味火锅消费者消费偏好调查分析

第二节中国川味火锅消费者对其价格的敏感度分析

第三节中国川味火锅消费量统计分析

第四节中国川味火锅消费量预测

第四章川味火锅下游产业发展

第一节川味火锅下游产业构成

第二节下游细分市场

一、发展概况

二、产品消费模式

三、未来需求发展趋势

第三节下游细分市场

一、发展概况

二、产品消费模式

三、未来需求发展趋势

第四节川味火锅下游产业竞争能力比较

第五章中国川味火锅行业市场规模分析及预测

第一节我国川味火锅市场结构分析

第二节中国川味火锅行业市场规模分析

第三节中国川味火锅行业区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节中国川味火锅行业市场规模预测

第三部分行业产业链分析

第六章川味火锅产业链整合策略研究

第一节当前产业链整合形势

第二节产业链整合策略选择

第三节不同企业在产业链整合中的威胁与机遇

第四节不同企业参与产业链整合的策略选择

第七章川味火锅企业资源整合策略研究

第一节川味火锅企业存在问题

一、内部资源问题

二、外部资源成本问题

三、企业产业链利用水平

第二节典型企业资源整合策略分析

一、外部产业链协作

二、成本管理

三、集约化管理

第三节企业信息化管理

一、财务信息化

二、生产管理信息化

第四节企业资源整合经典案例

第八章中国川味火锅行业市场价格分析及预测

第一节价格形成机制分析

第二节价格影响因素分析

第三节中国川味火锅行业平均价格趋向分析

第四节中国川味火锅行业价格趋向预测分析

第九章川味火锅重点企业分析

第一节庆德庄实业集团

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第二节重庆小天鹅投资控股(集团)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第三节重庆秦妈食品有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第四节重庆孔亮火锅

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第五节苏大姐老火锅

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第六节奇火锅

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第七节四川海底捞餐饮股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第八节成都蓉城老妈实业有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第九节重庆刘一手餐饮管理有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第十节四川森林雨餐饮有限责任公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第十一节谭鱼头投资股份有限公司

第十二节重庆市齐齐餐饮文化有限公司

第十三节内蒙古小尾羊餐饮连锁股份有限公司

第四部分行业投资策略分析

第十章我国川味火锅行业投资价值与投资策略咨询

第一节行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

第二节川味火锅行业投资价值分析

- 一、川味火锅行业发展前景分析
- 二、投资机会分析

第三节川味火锅行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第四节川味火锅行业投资策略分析

- 一、重点投资品种分析
- 二、重点投资地区分析

第十一章川味火锅发展前景预测

第一节行业发展趋势预测

第二节行业市场容量预测

第三节影响未来行业发展的主要因素分析预测

第四节未来企业竞争格局

第五节行业资源整合趋势

第十二章川味火锅行业竞争格局分析

第一节川味火锅行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节川味火锅行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节行业国际竞争力比较

- 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

第十三章中国川味火锅行业投资风险预警

第一节政策和体制风险

第二节技术发展风险

第三节市场竞争风险

第四节原材料压力风险

第五节经营管理风险

图表目录

图表：社会消费品零售总额及其增长速度

图表：社会消费品零售总额环比增速

图表：1-12月居民消费水平北京市合计

图表：1-12月居民消费水平天津市合计

图表：1-12月居民消费水平河北省合计

图表：1-12月居民消费水平山西省合计

图表：1-12月居民消费水平内蒙古合计

图表：1-12月居民消费水平辽宁省合计

图表：1-12月居民消费水平吉林省合计

图表：1-12月居民消费水平黑龙江合计

图表：1-12月居民消费水平上海市合计

图表：1-12月居民消费水平江苏省合计

图表：1-12月居民消费水平浙江省合计

图表：1-12月居民消费水平安徽省合计

图表：1-12月居民消费水平福建省合计

图表：1-12月居民消费水平江西省合计

图表：1-12月居民消费水平山东省合计

图表：1-12月居民消费水平河南省合计

图表：1-12月居民消费水平湖北省合计

图表：1-12月居民消费水平湖南省合计

图表：1-12月居民消费水平广东省合计

图表：1-12月居民消费水平广西区合计

图表：1-12月居民消费水平海南省合计

图表：1-12月居民消费水平重庆市合计

图表：1-12月居民消费水平四川省合计

图表：1-12月居民消费水平贵州省合计

图表：1-12月居民消费水平云南省合计

图表：1-12月居民消费水平西藏合计

(GYZJY)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/288393288393.html>