

2021年中国火锅市场分析报告- 市场供需现状与发展动向研究

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年中国火锅市场分析报告-市场供需现状与发展动向研究》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/538776538776.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

根据数据显示，2013-2018年期间我国火锅行业市场规模呈逐年增长态势，年均复合增速达11.34%。2018年我国火锅行业市场规模为4814亿元，同比增长10.36%。2013-2018年期间我国火锅行业增速呈逐年缓慢下降态势，但仍保持在10%以上，初步估计2019年我国火锅行业保持较平稳增速，市场规模在5295亿元左右。

2013-2019年我国火锅行业市场规模、增速及预测 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 火锅在餐饮行业中市场份额较大 火锅作为最被大众欢迎的菜品，具备易标准化、高自由度、成瘾性和社交功能，解决了餐饮行业长久以来的痛点。从我国餐饮行业细分市场来看，2019年火锅市场占比最大，为13.7%，其次是中式快餐，占比达12.2%。

2019年我国餐饮行业细分市场情况 数据来源：公开资料整理

(2) 易实现标准化 火锅因其独特的饮食形式，味道上容易复制，在菜品上选择众多，易于标准化管理，适合连锁加盟发展。2018年我国火锅行业连锁店主要以海底捞、德庄、呷哺呷哺、小龙坎、刘一手为主。其中海底捞市场份额为3.4%，远高于其他品牌；德庄、呷哺呷哺市场份额均为1.0%；小龙坎、刘一手市场份额均为0.9%。

2018年我国火锅店市场份额情况 数据来源：公开资料整理

(3) 消费基础牢固

火锅有着上千年的文化，一直被大家公认为适合聚会聊天的饮食方式，而且火锅锅底形式多样，不受年龄层次的约束，在大众消费里刮起了一阵红色的旋风。根据数据显示，我国火锅行业消费人群主要集中在21-30岁，收入集中在3000-10000元。其中21-25岁火锅消费人群比重为25.17%，26-30岁火锅消费人群比重为27.92%；3000-5000元火锅消费人群比重为27.50%，5000-10000元火锅消费人群比重为36.08%。我国火锅消费人群年龄分布情况

数据来源：公开资料整理

我国火锅消费人群收入分布情况 数据来源：公开资料整理

(4) 成本低

火锅与中餐相比，火锅从烹饪方式、时间、操作流程上都简单于中餐炒菜。由于火锅没有复杂的操作流程，食品材料加工过程比较简单，外行人经培训就能上岗，生产和人工成本低。

(5) 思想观念的转变

近几年由于我国思想观念的转变，季节对于火锅已经没有约束作用。

二、劣势分析 (1) 竞争激烈

我国火锅店总量总体逐年增加，我国火锅餐厅由2013年40.6万家增加至2017年的60.1万家，预期我国火锅餐厅数量将在2022年增至89.6万家。由于锅底种类相对较少，消费者可选择的锅底种类有限，再加上如今火锅店数量越来越多，市场竞争激烈，将不利于火锅行业的发展。2013-2019年我国火锅店数量及预测 数据来源：公开资料整理

（2）不利于肠胃健康

近几年我国消费者越来越重视饮食健康，火锅与传统餐饮相比，对肠胃的刺激更大，特别是吃麻辣火锅。从长期经营来说，对火锅行业发展将会有影响。 （3）

门槛低，创新不足

火锅产业门槛相对较低，无形中造成从业者众多，市场份额容易被瓜分。火锅产业地域性使得一地一味，四川人只认麻辣味的火锅，北京人就爱吃涮羊肉等。根据数据显示，2018年我国火锅主要以川渝火锅为主，川渝火锅占整体火锅市场比重达64%，远高于北方火锅及其他火锅。北方火锅占整体火锅市场比重为14%，粤系火锅占整体火锅市场比重为12%。

（TJL）2018年我国火锅细分产品市场占比情况 数据来源：公开资料整理

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国火锅市场分析报告-市场供需现状与发展动向研究》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。

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。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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国火锅行业发展概述

第一节 火锅行业发展情况概述

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

第二节 中国火锅行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、火锅行业产业链条分析
- 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 中国火锅行业生命周期分析

- 一、火锅行业生命周期理论概述
- 二、火锅行业所属的生命周期分析

第四节 火锅行业经济指标分析

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

第五节 中国火锅行业进入壁垒分析

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

第二章 2017-2020年全球火锅行业市场发展现状分析

第一节 全球火锅行业发展历程回顾

第二节 全球火锅行业市场区域分布情况

第三节 亚洲火锅行业地区市场分析

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

第四节 北美火锅行业地区市场分析

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

第五节 欧洲火锅行业地区市场分析

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

第六节 2021-2026年世界火锅行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球火锅行业市场规模预测

第三章 中国火锅产业发展环境分析

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、全社会消费品火锅总额
- 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 中国火锅行业运行情况

第一节 中国火锅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 中国火锅行业市场规模分析

第三节 中国火锅行业供应情况分析

第四节 中国火锅行业需求情况分析

第五节 我国火锅行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国火锅行业供需平衡分析

第七节 中国火锅行业发展趋势分析

第五章 中国火锅所属行业运行数据监测

第一节 中国火锅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 2017-2020年中国火锅市场格局分析

第一节 中国火锅行业竞争现状分析

一、中国火锅行业竞争情况分析

二、中国火锅行业主要品牌分析

第二节 中国火锅行业集中度分析

一、中国火锅行业市场集中度影响因素分析

二、中国火锅行业市场集中度分析

第三节 中国火锅行业存在的问题

第四节 中国火锅行业解决问题的策略分析

第五节 中国火锅行业钻石模型分析

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 2017-2020年中国火锅行业需求特点与动态分析

第一节 中国火锅行业消费市场动态情况

第二节 中国火锅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 火锅行业成本结构分析

第四节 火锅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 中国火锅行业价格现状分析

第六节 中国火锅行业平均价格走势预测

一、中国火锅行业价格影响因素

二、中国火锅行业平均价格走势预测

三、中国火锅行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国火锅行业区域市场现状分析

第一节 中国火锅行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区火锅市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区火锅市场规模分析

四、华东地区火锅市场规模预测

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、华中地区火锅市场规模分析

四、华中地区火锅市场规模预测

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、华南地区火锅市场规模分析

四、华南地区火锅市场规模预测

第九章 2017-2020年中国火锅行业竞争情况

第一节 中国火锅行业竞争结构分析（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年中国火锅行业发展前景分析与预测

第一节 中国火锅行业未来发展前景分析

- 一、火锅行业国内投资环境分析
- 二、中国火锅行业市场机会分析
- 三、中国火锅行业投资增速预测

第二节 中国火锅行业未来发展趋势预测

第三节 中国火锅行业市场发展预测

- 一、中国火锅行业市场规模预测
- 二、中国火锅行业市场规模增速预测
- 三、中国火锅行业产值规模预测
- 四、中国火锅行业产值增速预测
- 五、中国火锅行业供需情况预测
- 第四节 中国火锅行业盈利走势预测
- 一、中国火锅行业毛利润同比增速预测
- 二、中国火锅行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国火锅行业投资风险与营销分析

第一节 火锅行业投资风险分析

- 一、火锅行业政策风险分析
- 二、火锅行业技术风险分析
- 三、火锅行业竞争风险分析
- 四、火锅行业其他风险分析

第二节 火锅行业应对策略

- 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年中国火锅行业发展战略及规划建议

第一节 中国火锅行业品牌战略分析

- 一、火锅企业品牌的重要性
- 二、火锅企业实施品牌战略的意义
- 三、火锅企业品牌的现状分析
- 四、火锅企业的品牌战略
- 五、火锅品牌战略管理的策略

第二节 中国火锅行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国火锅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

第四节 火锅行业竞争力提升策略

一、火锅行业产品差异性策略

二、火锅行业个性化服务策略

三、火锅行业的促销宣传策略

四、火锅行业信息智能化策略

五、火锅行业品牌化建设策略

六、火锅行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国火锅行业发展策略及投资建议

第一节 中国火锅行业产品策略分析

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 中国火锅行业营销渠道策略

一、火锅行业渠道选择策略

二、火锅行业营销策略

第三节 中国火锅行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国火锅行业重点投资区域分析

二、中国火锅行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/538776538776.html>