

中国小火锅行业发展现状研究与投资前景预测报告（2026-2033年）

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《中国小火锅行业发展现状研究与投资前景预测报告（2026-2033年）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202512/773592.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、“一人食”与高性价比需求提升，推动小火锅赛道快速增长

小火锅又称吧台火锅、快餐火锅，是一种以单人单锅为核心的火锅品类。它既保留了火锅乐融融的就餐氛围，又可以让食客各取所好选择自己喜爱的锅底，具有卫生、方便的特点。从小火锅的消费场景来看，一人食占比44.2%，比例最高，主要针对单身消费者或独自用餐的情况；工作餐占比接近20%，主要针对上班族群体。

数据来源：公开数据，观研天下整理

当前在消费理性化趋势加速的背景下，“一人食”场景的快速崛起与高性价比需求的持续升级，正成为推动小火锅赛道高速增长的双重引擎。数据显示，2025年我国餐饮市场人均消费呈现温和下降态势，从1月的34.4元降至10月的33.2元，性价比已跃升为消费者餐饮决策的首要考量因素。而从火锅品类细分来看，2022-2025年5月我国火锅门店人均消费从86.7元下滑至77.1元，进一步印证了大众餐饮向“高性价比”转型的趋势。

数据来源：红餐大数据，观研天下整理

数据来源：红餐大数据，观研天下整理

在此趋势下，小火锅凭借其“单人单锅+灵活选品”的差异化定位，精准契合消费需求变化，为行业扩容提供持续动能。据行业预测，2025年我国小火锅市场规模将突破400亿元大关，同比增速预计达到14%。

数据来源：红餐大数据，观研天下整理

二、市场入局者持续增加，目前小火锅赛道已诞生了一批颇具实力的品牌

小火锅赛道发展热度居高不下，市场入局者持续增加，头部品牌与新锐企业纷纷加码布局。企查查数据显示，2025年1—11月我国小火锅相关企业存量超2.4万家，同比增长2.6%；截至2025年11月，全国小火锅门店数约为4.8万家，庞大的门店体量印证了赛道的旺盛生命力与市场认可度。

数据来源：红餐大数据，企查查，观研天下整理

目前，我国小火锅赛道已诞生了一批颇具实力的品牌。例如，主打高性价比的围辣小火锅，截至2025年11月，其门店数突破了1000家，覆盖全国100多个城市，在下沉市场表现尤其突出。开创了“一人一锅”模式的呷哺呷哺，在全国共有超700家门店。龙歌自助小火锅的门店数约有400家，仟味一鼎自助小火锅、农小锅等品牌也均开出了超200家门店。

三、市场进入“精细化运营”阶段，目前小火锅行业呈现出“极致性价比、品质体验、细分创新”三足鼎立新格局

随着品牌数量持续增加与市场竞争日趋白热化，我国小火锅行业已从早期的“野蛮扩张”阶段全面转入“精细化运营”新周期。这一转型呈现双重特征：一是 市场集中度加速提升，头部品牌通过标准化运营体系与供应链深度整合构建竞争壁垒；二是 消费需求持续升级，食品安全与用餐体验的精细化要求倒逼品牌重构服务流程，具体表现为智能点餐系统普及、动线设计优化等运营创新。在此背景下，我国小火锅行业已形成“极致性价比、品质体验、细分创新”三足鼎立的竞争新格局。

极致性价比阵营锚定30-50元大众价格带，以杨国福小火锅、围辣为代表。如围辣推出2-3元锅底、5元内食材，人均二三十元就能吃饱；门店以档口店、外卖店为主，主打“工作日简餐”“居家懒人餐”，核心竞争力是出餐速度、供应链成本控制 and 外卖体验。这一阵营的竞争焦点是“效率竞赛”，通过规模效应摊薄成本，在大众市场站稳脚跟。消费数据显示，20-40元客单价接受度最高（36.4%），20元以下低价区间受众占比达25%，印证了大众消费市场的庞大潜力。

数据来源：公开数据，观研天下整理

品质体验阵营抢占60-120元中高端赛道，由海底捞“举高高”、升级后的部分呷哺门店及华南高端品牌主导。这一类企业跳出“低价陷阱”，主打“质价比”：海底捞“举高高”靠品牌背书和稳定品质吸引消费者；福建朱富贵火锅、广州有米粥料则以新鲜食材、特色锅底(如海鲜粥底)打造“精致一人食”，人均100元仍受追捧。这一阵营的核心是“体验升级”，通过食材品质、场景设计和适度服务，满足年轻人的“轻社交”需求。有资料显示，目前小火锅消费者除了关注菜品和价格外，对用餐体验也有较高要求。

数据来源：公开数据，观研天下整理

细分创新派则会在垂直领域寻找突破口，打破同质化。健康养生向品牌将主打药膳锅底、有机食材，契合当下健康消费趋势；地域风味品牌会深挖潮汕牛肉锅、海南椰子鸡等特色，以小火锅形态呈现；零售融合型品牌则强化“到家”场景，将门店打造成“体验+前置仓”，销售标准化锅底和套餐，实现“到店+到家”双渠道联动。

我国小火锅行业三大竞争阵营核心特征

对比维度	极致性价比派	品质体验派	细分创新派
价格带	30-50元	60-120元	人均可达100元
依据	依据细分赛道定价，覆盖多元区间		
代表品牌	杨国福小火锅、围辣	海底捞“举高高”、升级后呷哺门店、福建朱富贵火锅、广州有米粥料	健康养生类品牌、地域风味类品牌（潮汕牛肉锅、海南椰子鸡等）、零售融合型品牌

核心定位	大众平价快餐，高性价比	中高端精致一人食，质价比优先
垂直领域差异化，创新破局同质化消费场景	工作日简餐、居家懒人餐，主打档口店+外卖店	轻社交、精致一人食，注重线下场景体验
	健康饮食、特色风味尝鲜、到店体验+到家消费	

核心竞争力	出餐速度快、供应链成本控制强、外卖体验优，靠规模效应摊薄成本
品牌背书强、食材品质高、场景设计优、服务精细化	
品类创新能力、赛道差异化优势、全渠道联动能力	产品特点
2-3元低价锅底、5元内亲民食材，菜品以刚需大众款为主	
新鲜优质食材、特色锅底（如海鲜粥底），搭配精细化服务	
药膳锅底/有机食材、地域特色风味、标准化预制套餐	竞争焦点
效率竞赛，抢占大众消费市场份额	体验升级，满足年轻群体轻社交需求
垂直细分，挖掘小众化、个性化消费需求	
资料来源：公开资料，观研天下整理	

四、“模式创新”驱动行业演进，小火锅加速向细分化、品质化、快餐化及场景多元化发展
与此同时，随着小火锅赛道竞争日趋激烈，各品牌纷纷加码模式创新破局。当下，我国小火锅正加速向细分化、品质化、快餐化及场景多元化发展，形成驱动行业高质量发展的新动能。

我国小火锅行业正加速向 细分化、品质化、多元化、快餐化、轻社交等多重趋势演进

发展趋势 相关情况 细分化 经过了多年的发展，小火锅形成了较为丰富的类型，从经营模式来看，主要有旋转小火锅、下饭小火锅、市井小火锅等。如仟味一鼎自助小火锅、农小锅、龍歌自助小火锅、串士多回转小火锅、盛香亭转转热卤、一围肥牛小火锅等品牌均是旋转小火锅的代表品牌，菜品有大盘、小盘、串串等形式，放在旋转吧台上由顾客自取，按菜品数量和单价收费，或者按位收费。李坑坑下饭小火锅、呆窝瓜下饭小火锅、渝喜旺下饭小火锅等品牌则是主打下饭小火锅，将小火锅与米饭结合，推出固定套餐，适合独自用餐或作为工作餐。老马扎市井小火锅、宋发发市井小火锅等品牌则是以有料火锅为核心，搭配特色小吃等产品，主打市井风小火锅。

品质化 过往，小火锅品类因长期陷入低价竞争，在消费者认知中留下了“低质”“廉价”的刻板印象。随着消费者开始追求更健康、高品质、体验好的餐饮体验，为打破原有的刻板印象、契合消费者的新需求，一批小火锅品牌正从食材、锅底、环境和服务等全方位进行品质化升级探索，推动小火锅往品质化方向迈进。

多元化 早期小火锅的锅底以麻辣、番茄等经典口味为主，味型相对较少。近年来，随着小火锅赛道竞争愈发激烈，小火锅品牌为打造差异化，从功能、风味、工艺、种类等方面升级和创新。如在功能方面，部分品牌推出了宫廷药膳汤底、五指毛桃鸡汤、祁连山野黄菇菌汤等滋补养生锅底，满足消费者的“食补”需求。在风味方面，地域特色是主要的升级方向，随着地域特色风味热度持续攀升，大部分小火锅品牌也紧跟趋势上新了酸汤、糟粕醋等火锅汤底。在工艺方面，一些品牌推出了现熬老母鸡汤底、非遗酸萝卜锅、手工丸子锅、现熬豆浆粥底等锅底，这些锅底均采用了“非遗”“手工”“现熬”等工艺，增强锅底的质感。在锅底种类方面，据红餐产业研究院统计，在40个小火锅样本品牌推出的锅底中，涵盖了麻辣、番茄、酸汤、菌汤、海鲜、药膳、异国风味等锅底。

快餐化 一直以来，快餐化是小火锅核心特征之一。近年来，小火锅品牌主要通过推出一人食套餐和工作餐、拓展外卖渠道、探索多时段经营模式等方式，

进一步探索快餐化。轻社交 随着消费者对社交体验和沉浸式体验的需求增加，也有部分品牌在“一人食”的基础上探索轻社交。一方面，一些小火锅品牌在保留单人桌、双人桌的同时，还针对朋友小聚、情侣约会、同事聚餐等轻社交场景，设置了3~6人的大桌以及推出了多人套餐，灵活适配不同场景需求。另外一方面，小火锅品牌还通过打造不同风格的主题门店、设置互动活动等方式，增强消费者的参与感和互动感，从而打造有社交感的用餐体验。

资料来源：公开资料，观研天下整理(WWW)

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国小火锅行业发展现状研究与投资前景预测报告（2026-2033年）》数据丰富，内容详实，整体图表数量达到130个以上，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，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，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。

目录大纲：

【第一部分 行业基本情况与监管】

第一章 小火锅 行业基本情况介绍

第一节 小火锅 行业发展情况概述

一、小火锅 行业相关定义

二、小火锅 特点分析

三、小火锅 行业供需主体介绍

四、小火锅 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

第二节 中国小火锅 行业发展历程

第三节 中国小火锅行业经济地位分析

第二章 中国小火锅 行业监管分析

第一节 中国小火锅 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国小火锅 行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对小火锅 行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章中国小火锅 行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展现状

第二节 中国对外贸易环境与影响分析

第三节 中国小火锅 行业宏观环境分析（PEST模型）

一、PEST模型概述

二、政策环境影响分析

三、经济环境影响分析

四、社会环境影响分析

五、技术环境影响分析

第四节 中国小火锅 行业环境分析结论

第四章 全球小火锅 行业发展现状分析

第一节 全球小火锅 行业发展历程回顾

第二节 全球小火锅 行业规模分布

一、2021-2025年全球小火锅 行业规模

二、全球小火锅 行业市场区域分布

第三节 亚洲小火锅 行业地区市场分析

一、亚洲小火锅 行业市场现状分析

二、2021-2025年亚洲小火锅 行业市场规模与需求分析

三、亚洲小火锅 行业市场前景分析

第四节 北美小火锅 行业地区市场分析

一、北美小火锅 行业市场现状分析

二、2021-2025年北美小火锅 行业市场规模与需求分析

三、北美小火锅 行业市场前景分析

第五节 欧洲小火锅 行业地区市场分析

一、欧洲小火锅 行业市场现状分析

二、2021-2025年欧洲小火锅 行业市场规模与需求分析

三、欧洲小火锅 行业市场前景分析

第六节 2026-2033年全球小火锅 行业分布走势预测

第七节 2026-2033年全球小火锅 行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国小火锅 行业运行情况

第一节 中国小火锅 行业发展介绍

一、小火锅行业发展特点分析

二、小火锅行业技术现状与创新情况分析

第二节 中国小火锅 行业市场规模分析

一、影响中国小火锅 行业市场规模的因素

二、2021-2025年中国小火锅 行业市场规模

三、中国小火锅行业市场规模数据解读

第三节 中国小火锅 行业供应情况分析

一、2021-2025年中国小火锅 行业供应规模

二、中国小火锅 行业供应特点

第四节 中国小火锅 行业需求情况分析

一、2021-2025年中国小火锅 行业需求规模

二、中国小火锅 行业需求特点

第五节 中国小火锅 行业供需平衡分析

第六章 中国小火锅 行业经济指标与需求特点分析

第一节 中国小火锅 行业市场动态情况

第二节 小火锅 行业成本与价格分析

一、小火锅行业价格影响因素分析

二、小火锅行业成本结构分析

三、2021-2025年中国小火锅 行业价格现状分析

第三节 小火锅 行业盈利能力分析

一、小火锅 行业的盈利性分析

二、小火锅 行业附加值的提升空间分析

第四节 中国小火锅 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

第五节 中国小火锅 行业的经济周期分析

第七章 中国小火锅 行业产业链及细分市场分析

第一节 中国小火锅 行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、小火锅 行业产业链图解

第二节 中国小火锅 行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对小火锅 行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对小火锅 行业的影响分析

第三节 中国小火锅 行业细分市场分析

一、中国小火锅 行业细分市场结构划分

二、细分市场分析——市场1

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

三、细分市场分析——市场2

1. 2021-2025年市场规模与现状分析

2. 2026-2033年市场规模与增速预测

（细分市场划分详情请咨询观研天下客服）

第八章 中国小火锅 行业市场竞争分析

第一节 中国小火锅 行业竞争现状分析

一、中国小火锅 行业竞争格局分析

二、中国小火锅 行业主要品牌分析

第二节 中国小火锅 行业集中度分析

一、中国小火锅 行业市场集中度影响因素分析

二、中国小火锅 行业市场集中度分析

第三节 中国小火锅 行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第四节 中国小火锅 行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第九章 中国小火锅 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国小火锅 行业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 中国小火锅 行业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 中国小火锅 行业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

第十章 中国小火锅 行业区域市场现状分析

第一节 中国小火锅 行业区域市场规模分析

一、影响小火锅 行业区域市场分布的因素

二、中国小火锅 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区小火锅 行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区小火锅 行业市场分析

1、2021-2025年华东地区小火锅 行业市场规模

2、华东地区小火锅 行业市场现状

3、2026-2033年华东地区小火锅 行业市场规模预测

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、华中地区小火锅 行业市场分析

1、2021-2025年华中地区小火锅 行业市场规模

2、华中地区小火锅 行业市场现状

3、2026-2033年华中地区小火锅 行业市场规模预测

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、华南地区小火锅 行业市场分析

1、2021-2025年华南地区小火锅 行业市场规模

2、华南地区小火锅 行业市场现状

3、2026-2033年华南地区小火锅 行业市场规模预测

第五节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区小火锅 行业市场分析

1、2021-2025年华北地区小火锅 行业市场规模

2、华北地区小火锅 行业市场现状

3、2026-2033年华北地区小火锅 行业市场规模预测

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、东北地区小火锅 行业市场分析

1、2021-2025年东北地区小火锅 行业市场规模

2、东北地区小火锅 行业市场现状

3、2026-2033年东北地区小火锅 行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区小火锅 行业市场分析

1、2021-2025年西南地区小火锅 行业市场规模

2、西南地区小火锅 行业市场现状

3、2026-2033年西南地区小火锅 行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区小火锅 行业市场分析

1、2021-2025年西北地区小火锅 行业市场规模

2、西北地区小火锅 行业市场现状

3、2026-2033年西北地区小火锅	行业市场规模预测
第九节 2026-2033年中国小火锅	行业市场规模区域分布预测
第十一章 小火锅	行业企业分析（企业名单请咨询观研天下客服）
第一节 企业1	
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、公司优势分析	
第二节 企业2	
第三节 企业3	
第四节 企业4	
第五节 企业5	
第六节 企业6	
第七节 企业7	
第八节 企业8	
第九节 企业9	
第十节 企业10	
【第四部分 行业趋势、总结与策略】	
第十二章 中国小火锅	行业发展前景分析与预测
第一节 中国小火锅	行业未来发展趋势预测
第二节 2026-2033年中国小火锅	行业投资增速预测
第三节 2026-2033年中国小火锅	行业规模与供需预测
一、2026-2033年中国小火锅	行业市场规模与增速预测
二、2026-2033年中国小火锅	行业产值规模与增速预测
三、2026-2033年中国小火锅	行业供需情况预测
第四节 2026-2033年中国小火锅	行业成本与价格预测
一、2026-2033年中国小火锅	行业成本走势预测
二、2026-2033年中国小火锅	行业价格走势预测
第五节 2026-2033年中国小火锅	行业盈利走势预测
第六节 2026-2033年中国小火锅	行业需求偏好预测

第十三章 中国小火锅	行业研究总结
第一节 观研天下中国小火锅	行业投资机会分析
一、未来小火锅	行业国内市场机会
二、未来小火锅行业海外市场机会	
第二节 中国小火锅	行业生命周期分析
第三节 中国小火锅	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述	
二、行业优势	
三、行业劣势	
四、行业机会	
五、行业威胁	
六、中国小火锅	行业SWOT分析结论
第四节 中国小火锅	行业进入壁垒与应对策略
第五节 中国小火锅	行业存在的问题与解决策略
第六节 观研天下中国小火锅	行业投资价值结论
第十四章 中国小火锅	行业风险及投资策略建议
第一节 中国小火锅	行业进入策略分析
一、目标客户群体	
二、细分市场选择	
三、区域市场的选择	
第二节 中国小火锅	行业风险分析
一、小火锅	行业宏观环境风险
二、小火锅	行业技术风险
三、小火锅	行业竞争风险
四、小火锅	行业其他风险
五、小火锅	行业风险应对策略
第三节 小火锅	行业品牌营销策略分析
一、小火锅	行业产品策略
二、小火锅	行业定价策略
三、小火锅	行业渠道策略
四、小火锅	行业推广策略
第四节 观研天下分析师投资建议	

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202512/773592.html>