

中国烤鱼行业发展深度分析与投资前景研究报告 (2022-2029年)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国烤鱼行业发展深度分析与投资前景研究报告（2022-2029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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202205/594964.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

烤鱼行业进入成熟期，但产品同质化极为严重

经历了爆火到冷静，烤鱼行业开始向标准化、品牌化发展：中国烤鱼行业共经历了起步期、快速发展期、巅峰期、洗牌期、成熟期五个发展阶段，诸多烤鱼企业也进入连锁加盟经营时期。

中国烤鱼行业发展历程

资料来源：观研天下数据中心整理

2013年以前，烤鱼店形式随意，结构混乱，大排档、快餐店、酒店等各类餐饮业主体均涉及烤鱼。

2013-2015年，烤鱼行业部分品牌形成，行业逐渐走向标准化、规模化发展。

2016年，烤鱼行业头部品牌相继崛起，行业进入红海市场。

2017年-2019年，烤鱼行业竞争加剧，头部品牌方通过加盟、连锁、兼并重组等多种方式淘汰部分烤鱼店，导致部分中小烤鱼品牌退出烤鱼行业或转至相邻的小龙虾和烤肉赛道。

2020年-至今，中国烤鱼行业已进入成熟阶段，同质化问题显现，各品牌方已差异化战略作为竞争基础。

资料来源：观研天下数据中心整理

可以从2012年-2021年中国烤鱼企业新注册量来得到这个与之类似的行业发展趋势，由于滞后效应，在2014年前，我国烤鱼企业新注册量增长缓慢，在2014年达到3526家，在2014年-2017年，我国烤鱼企业新注册量逐步迈向顶峰11797家，在2018年-2020年，我国烤鱼企业新注册量波动较大，2020年新冠疫情爆发，为积极响应国家号召，居民自觉进行居家隔离，餐饮行业遭到前所未有的打击，我国烤鱼企业新注册量降至9601家。同样，2021年我国烤鱼企业新注册量降至9117家。

调研数据显示，八大烤鱼行业品牌调研中，蒜香、酱香、香辣等传统口味高度重合，烤鱼行业口味存在同质化现象。以探鱼为代表，重视品牌原创能力，通过持续研发新口味、升级炉烤技术等，其自研的鲜青椒烤鱼，一上市就引起口味热潮。烤鱼口味易复制模仿，难以在产品层面形成差异化优势。

资料来源：观研天下数据中心整理

消费升级为烤鱼行业持续发展提供动力，新中产、新女性和Z世代等主要消费人群具有不同需求偏好

2022年一季度，全国居民人均消费支出6393元，比上年名义增长6.9%，扣除价格因素影响，实际增长5.7%，中国居民人均食品烟酒消费支出2084元，增长4.9%，占人均消费支出的比重为32.6%。居民消费已从温饱型向享受型、发展型转变。中国居民消费水平提升，有利于餐饮美食的需求多元化，烤鱼拥有庞大受众群体，是餐饮美食选择之一。

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

随着烤鱼餐饮在中国各城市逐步普及，市场渗透率持续提升，国民向享乐型、发展型消费转变，消费者对烤鱼需求显现，进一步推动烤鱼行业增长。顾客烤鱼消费量与往年比较，保持不变与增多消费次数的顾客超九成，烤鱼需求量巨大，持续推动行业发展。据统计，2020年受新冠疫情影响，我国烤鱼行业市场规模下降至970.6亿元，同比下降14.17%，2021年增长至1104.5亿元，同比增长13.8%。随着烤鱼消费在我国各城市的逐步普及，市场渗透率持续提升。

资料来源：观研天下数据中心整理

2021年，中国女性人口超6.88亿人，社会就业女性占比超四成。2021年中国新中产阶层人群超2亿人，近五成生活于一二线城市。新中产、新女性和一二线城市人群是烤鱼市场主要消费者类型，其中青年消费者占比超八成。与其他消费群体相比，此类群体更注重生活品质与消费体验，就餐环境、烤鱼味道、门店服务等消费体验是其选择烤鱼品牌的主要考量因素。

国居民消费升级给餐饮行业带来了巨大机遇，烤鱼市场受益于此也迎来了发展利好。在“Z世代”逐渐成为消费主力军的影响下，烤鱼行业未来将持续稳定发展。

2021年中国烤鱼行业主要消费者特点分析

类型

特点

新女性

注重自身情感的愉悦与满足，如追求“仪式感”。

更愿意尝试新品牌、新产品，决策门槛较低。

新中产

品质生活，健康生活；悦己主义，注重自我价值；

理性消费，寻求品质、价格平衡；重视体验。

Z世代

Z世代群体更愿为兴趣买单，多样的圈层文化衍生出兴趣经济。

热衷于尝试新产品、涉足新领域、探索新玩法、追逐新潮流。

作为互联网的“原住民”，更偏好于线上消费渠道。

资料来源：观研天下数据中心整理

各大头部品牌选择不同的发展模式，差异化将成为烤鱼市场突围关键

中国烤鱼菜品易复制，同质化现象严重。行业品牌纷纷选择不同的发展模式，产品层面多数以“聚焦”模式和“烤鱼+”两类模式；此外，以探鱼为代表率先推出LAB体验店，突破产品层面的创新服务模式正迅速兴起。是否能满足消费者多元化的消费需求，给消费者带来全方面的消费体验，已成为烤鱼品牌从行业竞争中脱颖而出的关键。

2021年中国烤鱼行业品牌对比

品牌

门店

经营模式

门店位置

主要目标客户

重点布局区域

主打卖点

客单价（元）

半天妖

908

直营、加盟

街边为主

学生、白领

山东、广东

性价比

68

愿者上钩

540

加盟

街边为主

大众、民工

广东

纸包鱼

67

探鱼

260

直营为主、少量加盟

商场为主

文艺青年、白领

广东

怀旧文艺、自制饮品

88

鱼酷

215

直营

商场为主

年轻白领

北京、天津、上海

活鱼现杀、自制饮品

83

江边城外

122

直营

商场为主

青年人群

北京、江苏、上海

烤全鱼、自制饮品

99

炉鱼

109

直营

商场为主

大众

北京、天津、上海、深圳

青春氛围、自制饮品

71

资料来源：观研天下数据中心整理

调研数据显示，中国消费者普遍关心烤鱼口味（71.1%），口味是品牌获客的关键因素；卫生状况（57.5%）和价格（48.7%）也是顾客颇为关心的因素，吃得起、吃得放心是消费者切身利益相关的诉求。在满足消费者的基础需求为前提，烤鱼品牌的口碑、菜品和就餐氛围等方面是体现品牌差异化的主要因素。

资料来源：观研天下数据中心整理

调研数据显示，中国消费者对探鱼、炉鱼、半天妖、江边城外和鱼酷等五个品牌的知晓度和喜好度较高，探鱼品牌位列第一。探鱼的品牌化走在市场前沿，在消费者心中建立了较深刻的印象，在烤鱼消费决策中占有一定的先机。

资料来源：观研天下数据中心整理

探鱼开业以来以强顾客体验而闻名，2021年更首创LAB概念店全方位升级顾客体验，顾客入店便可以感受到探鱼精细化的服务体验，无论是仪式感的上菜方式，花样众多的餐前表演，用餐过程中的互动和DIY冰粉环节，可搭配出17000多组合吃法，以及人性化的“点对点精准服务”。数据显示，中国消费者对探鱼品牌的各项指标满意度较高，得到顾客高度认可。

资料来源：观研天下数据中心整理

如何持续做到产品和服务创新，形成差异化竞争，让顾客的复购和推荐程度提升，将成为烤鱼行业核心竞争力的关键。

2021年中国烤鱼行业差异化竞争战略案例分析

维度

战略

案例

产品

烤鱼品牌在菜品的做法、用料、辅菜和自制饮料等方面进行革新，给顾客带来不一样的用餐体验

探鱼首创鲜青椒味烤鱼，引发其他品牌效仿；

半天妖烤鱼提供大叉烧肉、2元自助等特色产品；

部分烤鱼品牌提供多种烤鱼原材料以及烤鱼做法供顾客选择，满足客户多元化需求

服务

在服务内容、服务方式和服务形象等方面突出自己的优势，与竞争对手相区别

探鱼提出三大服务承诺:在承诺23分钟内未上的菜品免费赠送:对餐厅的服务不满意，只要提出具体行为，菜品8折;产品不满意，餐厅无条件退换；

半天妖要求所有服务人员达到顾客“100%满意度”

人员

行业部分品牌鼓励员工入股加盟开店，即是员工又是老板，往往给门店运营带来良好的激励作用

多数品牌推崇专业的事交给专业的人来做，在特定领域聘请特定的人才来满足岗位需求；

令狐冲烤鱼奉行开新店让员工入股的政策，月底分红甚至高于工资，员工工作更有冲劲，门店服务好评如潮

渠道

各大烤鱼品牌在营销方式上各具特色，营销成果也是各有千秋

半天妖邀请明星张一山代言，让烤鱼品

牌进入明星代言时代；

江边城外通过在微博微美食平台不断发起营销活动来打开市场

形象

烤鱼行业品牌都有其独特的形象，通过形象差异化来进行市场竞争

赖美丽青花椒烤鱼主打“活鱼”概念，以“弹牙的青花椒烤鱼”为主要特色；

令狐冲烤鱼的每家门店的主题都不一样，并加入了餐秀概念:如魔术、小品等特色表演

资料来源：观研天下数据中心整理

我国烤鱼行业产品口味是顾客决策关键因素，但行业同质化严重，产品极易被复制模仿，难以形成差异化的护城河。顾客正从产品消费向体验式消费过渡，顾客需求越来越多元化，追求全方位的消费体验感。烤鱼行业为顾客营造良好的就餐氛围，增强消费过程感知点，开拓顾客新消费体验，是烤鱼行业未来发展的新趋势。（CJ）

观研报告网发布的《中国烤鱼行业发展深度分析与投资前景研究报告（2022-2029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，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年中国烤鱼行业发展概述

第一节 烤鱼行业发展情况概述

- 一、烤鱼行业相关定义
- 二、烤鱼特点分析
- 三、烤鱼行业基本情况介绍
- 四、烤鱼行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式

五、烤鱼行业需求主体分析

第二节 中国烤鱼行业生命周期分析

- 一、烤鱼行业生命周期理论概述
- 二、烤鱼行业所属的生命周期分析

第三节 烤鱼行业经济指标分析

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

第二章 2018-2022年全球烤鱼行业市场发展现状分析

第一节 全球烤鱼行业发展历程回顾

第二节全球烤鱼行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲烤鱼行业地区市场分析

一、亚洲烤鱼行业市场现状分析

二、亚洲烤鱼行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲烤鱼行业市场前景分析

第四节北美烤鱼行业地区市场分析

一、北美烤鱼行业市场现状分析

二、北美烤鱼行业市场规模与市场需求分析

三、北美烤鱼行业市场前景分析

第五节欧洲烤鱼行业地区市场分析

一、欧洲烤鱼行业市场现状分析

二、欧洲烤鱼行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲烤鱼行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界烤鱼行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球烤鱼行业市场规模预测

第三章 中国烤鱼行业产业发展环境分析

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

第二节我国宏观经济环境对烤鱼行业的影响分析

第三节中国烤鱼行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对烤鱼行业的影响分析

第五节中国烤鱼行业产业社会环境分析

第四章 中国烤鱼行业运行情况

第一节中国烤鱼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

第二节中国烤鱼行业市场规模分析

一、影响中国烤鱼行业市场规模的因素

二、中国烤鱼行业市场规模

三、中国烤鱼行业市场规模解析

第三节中国烤鱼行业供应情况分析

一、中国烤鱼行业供应规模

二、中国烤鱼行业供应特点

第四节中国烤鱼行业需求情况分析

一、中国烤鱼行业需求规模

二、中国烤鱼行业需求特点

第五节中国烤鱼行业供需平衡分析

第五章 中国烤鱼行业产业链和细分市场分析

第一节中国烤鱼行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、烤鱼行业产业链图解

第二节中国烤鱼行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对烤鱼行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对烤鱼行业的影响分析

第三节我国烤鱼行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国烤鱼行业市场竞争分析

第一节中国烤鱼行业竞争现状分析

一、中国烤鱼行业竞争格局分析

二、中国烤鱼行业主要品牌分析

第二节中国烤鱼行业集中度分析

一、中国烤鱼行业市场集中度影响因素分析

二、中国烤鱼行业市场集中度分析

第三节中国烤鱼行业竞争特征分析

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

第七章 2018-2022年中国烤鱼行业模型分析

第一节中国烤鱼行业竞争结构分析（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

第二节中国烤鱼行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国烤鱼行业SWOT分析结论

第三节中国烤鱼行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国烤鱼行业需求特点与动态分析

第一节中国烤鱼行业市场动态情况

第二节中国烤鱼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

第三节烤鱼行业成本结构分析

第四节烤鱼行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国烤鱼行业价格现状分析

第六节中国烤鱼行业平均价格走势预测

一、中国烤鱼行业平均价格趋势分析

二、中国烤鱼行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国烤鱼行业所属行业运行数据监测

第一节中国烤鱼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

第二节中国烤鱼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

第三节中国烤鱼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 2018-2022年中国烤鱼行业区域市场现状分析

第一节中国烤鱼行业区域市场规模分析

一、影响烤鱼行业区域市场分布的因素

二、中国烤鱼行业区域市场分布

第二节中国华东地区烤鱼行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区烤鱼行业市场分析

- (1) 华东地区烤鱼行业市场规模
- (2) 华南地区烤鱼行业市场现状
- (3) 华东地区烤鱼行业市场规模预测

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、华中地区烤鱼行业市场分析

- (1) 华中地区烤鱼行业市场规模
- (2) 华中地区烤鱼行业市场现状
- (3) 华中地区烤鱼行业市场规模预测

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、华南地区烤鱼行业市场分析

- (1) 华南地区烤鱼行业市场规模
- (2) 华南地区烤鱼行业市场现状
- (3) 华南地区烤鱼行业市场规模预测

第五节华北地区烤鱼行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区烤鱼行业市场分析

- (1) 华北地区烤鱼行业市场规模
- (2) 华北地区烤鱼行业市场现状
- (3) 华北地区烤鱼行业市场规模预测

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、东北地区烤鱼行业市场分析

- (1) 东北地区烤鱼行业市场规模
- (2) 东北地区烤鱼行业市场现状
- (3) 东北地区烤鱼行业市场规模预测

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、西南地区烤鱼行业市场分析

- (1) 西南地区烤鱼行业市场规模
- (2) 西南地区烤鱼行业市场现状
- (3) 西南地区烤鱼行业市场规模预测

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、西北地区烤鱼行业市场分析
 - (1) 西北地区烤鱼行业市场规模
 - (2) 西北地区烤鱼行业市场现状
 - (3) 西北地区烤鱼行业市场规模预测

第十一章 烤鱼行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国烤鱼行业发展前景分析与预测

第一节中国烤鱼行业未来发展前景分析

一、烤鱼行业国内投资环境分析

二、中国烤鱼行业市场机会分析

三、中国烤鱼行业投资增速预测

第二节中国烤鱼行业未来发展趋势预测

第三节中国烤鱼行业规模发展预测

一、中国烤鱼行业市场规模预测

二、中国烤鱼行业市场规模增速预测

三、中国烤鱼行业产值规模预测

四、中国烤鱼行业产值增速预测

五、中国烤鱼行业供需情况预测

第四节中国烤鱼行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国烤鱼行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国烤鱼行业进入壁垒分析

一、烤鱼行业资金壁垒分析

二、烤鱼行业技术壁垒分析

三、烤鱼行业人才壁垒分析

四、烤鱼行业品牌壁垒分析

五、烤鱼行业其他壁垒分析

第二节烤鱼行业风险分析

一、烤鱼行业宏观环境风险

二、烤鱼行业技术风险

三、烤鱼行业竞争风险

四、烤鱼行业其他风险

第三节中国烤鱼行业存在的问题

第四节中国烤鱼行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国烤鱼行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国烤鱼行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国烤鱼行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 烤鱼行业营销策略分析

一、烤鱼行业产品策略

二、烤鱼行业定价策略

三、烤鱼行业渠道策略

四、烤鱼行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202205/594964.html>