

中国酸菜鱼行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2024-2031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《中国酸菜鱼行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2024-2031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/202312/678218.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

1、酸菜鱼菜品卡位于餐饮市场中受众最广的川菜赛道

在我国菜系结构中火锅、川菜是消费者基础最好、口味认知度最强的大类。根据数据显示，火锅在中餐市场中占据14.1%的份额，川菜占据13.7%的份额，分列中餐市场品类规模前二。而酸菜鱼源自重庆江边菜品，与川菜酸爽麻辣的口味相似，具有较高口味辨识度和成瘾性，同时鱼类具较高营养价值，符合品质化餐食升级趋势，所以酸菜鱼品类需求成长迅速。

数据来源：观研天下整理

2、我国酸菜鱼行业市场规模稳定扩大

受益于品类上升期属性，我国酸菜鱼行业市场规模呈高速增长状态。根据数据显示，2014-2018年我国酸菜鱼市场规模从40亿元快速增长至123亿元，复合增速高达32%，预计2024年酸菜鱼市场的规模有望达到705亿元。

数据来源：观研天下整理

3、平均每月关店数量1000家，我国酸菜鱼行业迎来出清阶段

随着市场规模不断扩大，相继涌现如鱼你在一起、太二酸菜鱼、渝是乎等连锁品牌以及叮叮懒人菜、安井冻品先生等酸菜鱼预制菜品牌。但是，近两年，我国酸菜鱼行业迎来出清。根据数据显示，2022-2023年2月，我国新开酸菜鱼类门店数量11539家，关店数量13810家，净增加2200余家店，而平均每个月要关店1000家。

数据来源：观研天下整理

同时，我国开设首家及集中扩张品牌数量呈现下降态势。根据数据显示，2021年我国开设首家品牌数量仅1家，集中扩张品牌数量仅仅只有2家。

数据来源：观研天下整理

除了门店与品牌数量减少之外，头部酸菜鱼企业的营业额和翻台率也明显降低。例如，太二酸菜鱼所属的九毛九国际控股有限公司2022年共收入40.06亿元，同比下滑4.2%，其中营收占到77.6%的太二酸菜鱼一直处于下滑状态，进店消费食客逐渐减少。根据数据显示，2022年太二酸菜鱼翻台率下降至2.6。

数据来源：观研天下整理

4、“开店容易守店难”，我国酸菜鱼行业洗牌持续

由此可见，我国酸菜鱼行业市场热度下降已经摆在明面上了，而导致其主要原因是有两个。一是，在酸菜鱼行业红利期间迅速形成规模，但市场很快也出现饱和；二是疫情导致餐饮市

场低迷，也直接影响到酸菜鱼行业。不过，这也让部分实力不强的门店淘汰，那些竞争力强的品牌仍然在运营，甚至取得不错的业绩。

以鱼你在一起为例，截止2023年9月25日，鱼你在一起全球门店数突破2000家，2022年12月-2023年11月共开店698家，平均每天差不多要新开2家，门店主要增长点在三四线城市。九毛九集团副总裁赵媛媛在陈述2023年计划时透露，为进一步扩大集团的市场份额，集团遵循多品牌及多概念策略，将持续加速门店扩张，核心品牌太二将延伸至下沉渠道，向低线城市扩张。

我国酸菜鱼市场前五大品牌经营模式

品牌

品类特点

门店模式

客单价

城市分布

选址特点

单店面积

定位场景

覆盖城市

门店数量

一线&新一线

二、三线

四、五线及其他

鱼你在一起

多种口味酸菜鱼单人套餐

加盟为主

35

44%

33%

23%

商圈B1-B2

77m²

性价比

197

1593

太二酸菜鱼

2人份以上酸菜鱼+小吃

直营

91

59%

38%

3%

商圈3-4

200-300m²

休闲时尚

94

442

小鱼号酸菜鱼米饭

多种口味酸菜鱼单人套餐

加盟为主

24

9%

89%

2%

沿街

30-70m²

性价比

33

353

江渔儿酸菜鱼

酸菜鱼+毛血旺、冰粉、麻辣牛肉等

加盟为主

72

65%

26%

8%

商圈3-4

150-230m²

休闲时尚

45

294

董小姐一人一份酸菜鱼

多种口味酸菜鱼单人套餐

加盟为主

24

31%

53%

16%

商圈B1-B2

39m²

性价比

64

254

资料来源：观研天下整理

事实上，从近几年酸菜鱼门店分布来看，一二线城市依旧是企业主要竞争点，但下沉市场仍然潜藏巨大机会。根据数据显示，2022年，我国酸菜鱼在一二线城市的门店占比总和约62.2%，而下沉市场占比为37.8%。

数据来源：观研天下整理

“鱼你在一起”也是比较早布局下沉市场且比较成功的品牌代表。而随着各品牌加盟战略快速推进，门店密度增加对现有加盟商的利益产生极大影响，尤其是对于新进入者而言，由于缺乏管理经营经验、选址等问题，面临倒闭风险。例如，某店开业还不到半年，其周边三公里内已开两、三家主营酸菜鱼的饭店，直线距离不到2公里，虽然位居大型商，有更稳定的人流量和更好的商业配套，但是同质化严重，造成“开店容易守店难”困境。

5、酸菜鱼行业仍然有广阔的前景，市场需继续探索

综上所述，我国酸菜鱼行业一边市场遇冷，一边头部品牌加速推进加盟，陷入冰火两重天的局面，但仍然具有广阔的市场前景。具体分析，酸菜鱼作为一种具有浓郁地方特色的菜品，上至五星级酒店，下至家常饭店，均有酸菜鱼身影，并且已形成一定的市场规模。

而且，我国酸菜鱼行业格局分散，CR3仅为11%左右，2022年头部企业鱼你在一起市场占比也只有7.5%，市场仍然处于探索阶段，说明现有及新入企业突破成功突围的可能性较大，一旦成为头部品牌即可坐享品类红利。

数据来源：观研天下整理

此外，越来越多酸菜鱼品牌为加强对其认知，均积极进行市场教育和品牌营销，在体验层面做出更多尝试。例如，太二酸菜鱼通过小红书、微博、抖音等平台不断输出“二”文化及暗号玩法，推出玩偶、帽子等IP周边及“太二酸菜博物馆”、“太二中医馆”、“太二澡堂”等主题周年快闪店；“鱼你在一起”通过与华与华合作，将品牌符号升级为“亲嘴鱼”，采取了明厨亮灶和

短视频的形式，介绍酸菜、鱼、辣椒等基础原料的种植（养殖）和筛选过程，利用直播形式进行“烹饪教学”。

不过，在体量庞大的酸菜鱼市场，要想突破重围，供应链依然是决胜的关键。以“鱼你在一起”为例，门店内除了青菜，其他物料包括巴沙鱼、酸菜、大米、电饭锅等全部由总公司统一配送；太二酸菜鱼将装着鱼片、酸菜的料理包统一从位于佛山的中央厨房出发，运往全国各地。目前，太二酸菜鱼拥有广东、海南、湖北三个中央厨房，以200+公里为服务半径，向周边门店提供食材加工、储存、物流支持；同时正积极布局华东、华北、西南区域中央厨房，以建设全国化的央厨产能和预加工条件，确保对餐厅食材及时高效的处理配送，并保障菜品口味与质量的一致性，截至2019年在广东、海南、湖北（武汉）三地建造中央厨房，产能约1860万吨。

太二酸菜鱼中央厨房物流系统

位置

仓库数量

建筑面积（平方米）

冷冻库数量

冷藏库数量

常温库数量

广东

3

6221

1

1

1

海南

3

821

1

1

1

湖北

3

674

1

1

1

资料来源：观研天下整理

太二酸菜鱼中央厨房产能情况

中央厨房地址

产能（百万吨）

产量（百万吨）

利用率

广东

14.6

13.2

90.4%

海南

1.8

1.6

86.8%

湖北（武汉）

2.2

0.8

34.9%

华东、华北、西南三个中央厨房

积极布局

资料来源：观研天下整理（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国酸菜鱼行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2024-2031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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国酸菜鱼行业发展概述

第一节 酸菜鱼行业发展情况概述

一、酸菜鱼行业相关定义

二、酸菜鱼特点分析

三、酸菜鱼行业基本情况介绍

四、酸菜鱼行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、酸菜鱼行业需求主体分析

第二节 中国酸菜鱼行业生命周期分析

一、酸菜鱼行业生命周期理论概述

二、酸菜鱼行业所属的生命周期分析

第三节 酸菜鱼行业经济指标分析

一、酸菜鱼行业的赢利性分析

二、酸菜鱼行业的经济周期分析

三、酸菜鱼行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球酸菜鱼行业市场发展现状分析

第一节 全球酸菜鱼行业发展历程回顾

第二节 全球酸菜鱼行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲酸菜鱼行业地区市场分析

一、亚洲酸菜鱼行业市场现状分析

二、亚洲酸菜鱼行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲酸菜鱼行业市场前景分析

第四节 北美酸菜鱼行业地区市场分析

一、北美酸菜鱼行业市场现状分析

二、北美酸菜鱼行业市场规模与市场需求分析

三、北美酸菜鱼行业市场前景分析

第五节 欧洲酸菜鱼行业地区市场分析

一、欧洲酸菜鱼行业市场现状分析

二、欧洲酸菜鱼行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲酸菜鱼行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界酸菜鱼行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球酸菜鱼行业市场规模预测

第三章 中国酸菜鱼行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对酸菜鱼行业的影响分析

第三节中国酸菜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

第四节政策环境对酸菜鱼行业的影响分析

第五节中国酸菜鱼行业产业社会环境分析

第四章 中国酸菜鱼行业运行情况

第一节中国酸菜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

第二节中国酸菜鱼行业市场规模分析

一、影响中国酸菜鱼行业市场规模的因素

二、中国酸菜鱼行业市场规模

三、中国酸菜鱼行业市场规模解析

第三节中国酸菜鱼行业供应情况分析

一、中国酸菜鱼行业供应规模

二、中国酸菜鱼行业供应特点

第四节中国酸菜鱼行业需求情况分析

一、中国酸菜鱼行业需求规模

二、中国酸菜鱼行业需求特点

第五节中国酸菜鱼行业供需平衡分析

第五章 中国酸菜鱼行业产业链和细分市场分析

第一节中国酸菜鱼行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、酸菜鱼行业产业链图解

第二节中国酸菜鱼行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对酸菜鱼行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对酸菜鱼行业的影响分析

第三节我国酸菜鱼行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国酸菜鱼行业市场竞争分析

第一节中国酸菜鱼行业竞争现状分析

一、中国酸菜鱼行业竞争格局分析

二、中国酸菜鱼行业主要品牌分析

第二节中国酸菜鱼行业集中度分析

一、中国酸菜鱼行业市场集中度影响因素分析

二、中国酸菜鱼行业市场集中度分析

第三节中国酸菜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 2019-2023年中国酸菜鱼行业模型分析

第一节中国酸菜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

第二节中国酸菜鱼行业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、中国酸菜鱼行业SWOT分析结论

第三节中国酸菜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 2019-2023年中国酸菜鱼行业需求特点与动态分析

第一节中国酸菜鱼行业市场动态情况

第二节中国酸菜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

第三节酸菜鱼行业成本结构分析

第四节酸菜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

第五节中国酸菜鱼行业价格现状分析

第六节中国酸菜鱼行业平均价格走势预测

一、中国酸菜鱼行业平均价格趋势分析

二、中国酸菜鱼行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国酸菜鱼行业所属行业运行数据监测

第一节中国酸菜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

第二节中国酸菜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

第三节中国酸菜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 2019-2023年中国酸菜鱼行业区域市场现状分析

第一节中国酸菜鱼行业区域市场规模分析

一、影响酸菜鱼行业区域市场分布的因素

二、中国酸菜鱼行业区域市场分布

第二节中国华东地区酸菜鱼行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区酸菜鱼行业市场分析

(1) 华东地区酸菜鱼行业市场规模

(2) 华南地区酸菜鱼行业市场现状

(3) 华东地区酸菜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、华中地区酸菜鱼行业市场分析

(1) 华中地区酸菜鱼行业市场规模

(2) 华中地区酸菜鱼行业市场现状

(3) 华中地区酸菜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、华南地区酸菜鱼行业市场分析

(1) 华南地区酸菜鱼行业市场规模

(2) 华南地区酸菜鱼行业市场现状

(3) 华南地区酸菜鱼行业市场规模预测

第五节 华北地区酸菜鱼行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区酸菜鱼行业市场分析

(1) 华北地区酸菜鱼行业市场规模

(2) 华北地区酸菜鱼行业市场现状

(3) 华北地区酸菜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、东北地区酸菜鱼行业市场分析

(1) 东北地区酸菜鱼行业市场规模

(2) 东北地区酸菜鱼行业市场现状

(3) 东北地区酸菜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、西南地区酸菜鱼行业市场分析

(1) 西南地区酸菜鱼行业市场规模

(2) 西南地区酸菜鱼行业市场现状

(3) 西南地区酸菜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、西北地区酸菜鱼行业市场分析

(1) 西北地区酸菜鱼行业市场规模

(2) 西北地区酸菜鱼行业市场现状

(3) 西北地区酸菜鱼行业市场规模预测

第十一章 酸菜鱼行业企业分析（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

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节企业

- 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 2024-2031年中国酸菜鱼行业发展前景分析与预测

第一节中国酸菜鱼行业未来发展前景分析

- 一、酸菜鱼行业国内投资环境分析
- 二、中国酸菜鱼行业市场机会分析
- 三、中国酸菜鱼行业投资增速预测

第二节中国酸菜鱼行业未来发展趋势预测

第三节中国酸菜鱼行业规模发展预测

- 一、中国酸菜鱼行业市场规模预测
- 二、中国酸菜鱼行业市场规模增速预测
- 三、中国酸菜鱼行业产值规模预测
- 四、中国酸菜鱼行业产值增速预测
- 五、中国酸菜鱼行业供需情况预测

第四节中国酸菜鱼行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国酸菜鱼行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国酸菜鱼行业进入壁垒分析

- 一、酸菜鱼行业资金壁垒分析
- 二、酸菜鱼行业技术壁垒分析
- 三、酸菜鱼行业人才壁垒分析

四、酸菜鱼行业品牌壁垒分析

五、酸菜鱼行业其他壁垒分析

第二节酸菜鱼行业风险分析

一、酸菜鱼行业宏观环境风险

二、酸菜鱼行业技术风险

三、酸菜鱼行业竞争风险

四、酸菜鱼行业其他风险

第三节中国酸菜鱼行业存在的问题

第四节中国酸菜鱼行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国酸菜鱼行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国酸菜鱼行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国酸菜鱼行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节酸菜鱼行业营销策略分析

一、酸菜鱼行业产品策略

二、酸菜鱼行业定价策略

三、酸菜鱼行业渠道策略

四、酸菜鱼行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202312/678218.html>