

火锅餐饮 - 中国 - 2022年

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 后疫情时代火锅餐饮市场的表现和恢复情况
- 领先火锅企业的关键市场策略
- 消费者对火锅餐饮的态度
- 火锅餐饮的产品创新方向
- 对火锅店内服务和火锅外卖服务的不同需求

火锅餐饮一直是拉动餐饮业整体营收增长的重要引擎。为了应对疫情，业内商家纷纷转向火锅外卖服务，归功于此，火锅餐饮总销售额几乎恢复到了2019年的水平。

火锅需要优质原材料的属性，导致火锅餐饮创新遇到瓶颈。对此，火锅餐饮领先品牌正部署全球供应链以攻克这一问题并实现自己的目标，因为消费者对堂食火锅和外卖火锅的需求各异。

就火锅餐饮而言，消费者对口味的重视远胜服务。川渝火锅仍然是渗透率最高的火锅细分品类，而地方特色风味火锅的人气也在不断攀升。展望未来，火锅餐饮市场预计更加多元化，并进一步细分化。



“火锅餐饮市场已进入稳定发展期，头部火锅品牌一方面对门店扩张愈发谨慎，另一方面也在挖掘全球供应链的潜能。与此同时，消费者对美味的火锅汤底、优质的区域性/季节性原材料以及特色小菜的追求，为产品创新提供思路。此外，疫情后消费者对居家就餐场景的需求日益增长，对火锅行业的便利性和灵活性提出了要求。因此，火锅外卖和进一步细分化的火锅类型或将成为火锅经营者的救星。”

— 高屹，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

目录

概述

- 您所需要了解的
- 本报告涵盖的关键议题
- 报告定义
- 定义

综述

- 市场
 - 数据1: 火锅餐饮市场规模预测，中国，2016-2026年
 - 数据2: 火锅店数量前十名城市，2022年
- 公司与品牌
 - 海底捞的战略调整
 - 数据3: 前十名火锅品牌的餐厅数量，中国，2019-2021年
- 火锅市场的UGC营销
 - 数据4: UGC示例，互联网用户分享的蘸料配方，中国，2021年
 - 数据5: 小红书上分享的火锅汤底和蘸料配方，中国，2021年
- 小菜摇身成为主角
 - 数据6: 后火锅招牌小菜，中国，2021年
- 消费者
 - 90后对吃火锅更感兴趣
 - 数据7: 消费频次，中国，2021年
- 川渝火锅的渗透率在火锅市场居首位
 - 数据8: 不同火锅的渗透率，中国，2021年
 - 数据9: 不同火锅的渗透率，（按表示“吃过且喜欢”区分），中国，2021&2022年
- 小菜为火锅餐饮开辟机遇
 - 数据10: 产品创新，中国，2021年
- 堂食火锅的意义不局限于美食
 - 数据11: 火锅店内服务，中国，2021年
- 追求火锅外卖的便利性
 - 数据12: 火锅外卖服务，中国，2021年
- 坚持火锅餐饮的社交属性
 - 数据13: 食用态度，中国，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 制定独特卖点以实现品牌差异化
- 从品质和透明的角度宣传招牌菜
 - 数据14: 九鼎轩招牌菜，中国
- 通过店内感官体验展现地道正宗的形象

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

数据15: 鸿姐老火锅照片，中国，2021年

- 通过沉浸式门店设计再现传统就餐体验

数据16: 采用“市井”概念装修的火锅店示例，中国，2022年

- 通过升级供应链提高便利性，迎合后疫情时代的消费者需求

数据17: 火锅生鲜杂货店示例，中国，2021年

市场规模与预测

- 火锅餐饮业务稳步增长

数据18: 火锅餐饮市场规模预测，中国，2016-2026年

数据19: 火锅店数量前十名城市，2022年

市场因素

- 消费者外出就餐的信心提升

数据20: 消费者饮食习惯调研，2021-2022年

- 火锅子品牌覆盖不同消费水平

数据21: 呷哺呷哺和凑凑的代表性门店照片，中国

数据22: 捞王旗下3家子品牌介绍，中国，2021年

- 火锅餐饮品牌积极寻求外海业务机遇

- 进军国际餐饮市场

- 回归本土

数据23: 火锅品牌海外门店示例，新加坡和美国，2021年

市场份额

数据24: 前十名火锅品牌的餐厅数量，中国，2019-2021年

- 海底捞的战略调整
- 呷哺呷哺子品牌凑凑赢得成功
- 经典火锅品牌前景向好

营销活动

- 会员服务让消费者感觉自己与众不同

数据25: 海底捞黑海会员专享服务，中国，2021年

- 综艺节目促进火锅品牌推广

数据26: 火锅综艺节目，中国，2021年

数据27: 小龙坎街舞主题门店，中国，2021年

- 通过店内互动提升氛围和情绪

数据28: 怂火锅的舞蹈演出，中国，2021年

- 火锅市场中的UGC营销

数据29: 不同平台上的UGC示例，中国

新产品趋势

- 菜品呈现提升社交媒体曝光度

数据30: 肉类和海鲜摆盘示例，中国，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

数据31: 火锅餐饮中独具特色的菜品展示，中国，2021年

- 小菜种类不断增加

数据32: 后火锅招牌小菜，中国，2021年

消费频次

- 堂食火锅和居家火锅的渗透率相似

数据33: 消费频次，中国，2021年

- 90后是火锅餐饮的关键受众群体

数据34: 消费频次（按代际区分），中国，2021年

- 堂食火锅高频消费者中，高家庭收入者占比最大

数据35: 消费频次——在店里吃火锅（按家庭月收入和城市线级区分），中国，2021年

不同火锅的渗透率

- 川渝火锅仍然是渗透率最高的火锅类型

数据36: 不同火锅的渗透率，中国，2021年

数据37: 不同火锅的渗透率（按表示“吃过且喜欢”区分），中国，2021&2022年

- 消费者偏爱本地风味的火锅

数据38: 不同火锅的渗透率——部分火锅（按表示“吃过且喜欢”和区域区分），中国，2021年

数据39: 不同火锅的渗透率——部分火锅（按表示“没吃过但有兴趣尝试”和区域区分），中国，2021年

- 高家庭收入者青睐异国风味火锅

数据40: 不同火锅的渗透率——异国风味火锅（按家庭月收入区分），中国，2021年

产品创新

- 聚焦火锅餐饮中的小菜

数据41: 产品创新，中国，2021年

- Z世代钟情于火锅餐饮中的甜品

数据42: 产品创新（按部分产品创新和代际区分），中国，2021年

数据43: 海底捞自制奶茶机以及喜茶的合作示例，中国，2021年

- 30多岁的消费者对原材料的品质要求更高

数据44: 产品创新（按部分产品创新和年龄区分），中国，2021年

火锅店内服务

- 堂食火锅的意义不局限于享受美食

数据45: 火锅店内服务，中国，2021年

数据46: 海底捞蘸料搭配攻略，中国，2021年

- 对会员专享服务的要求因年龄而异

数据47: 火锅店内服务（按部分服务和年龄区分），中国，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

数据48: 等位时的额外服务示例，中国，2021年

- 80后消费者寻求额外的店内服务

数据49: 火锅店内服务（按部分服务和代际区分），中国，2021年

数据50: 结合酒吧和现场演出的凑凑新概念店，中国，2021年

火锅外卖服务

- 消费者希望通过产品创新提升便利性

数据51: 火锅外卖服务，中国，2021年

数据52: 火锅外卖服务（按种类区分），中国，2021年

数据53: 冷藏自动贩卖机示例，中国，2022年

- 家庭收入较高的中年消费者青睐提供环保包装的火锅外卖

数据54: 火锅外卖服务——环保的包装（按家庭月收入 and 年龄区分），中国，2021年

数据55: 火锅外卖包装示例，中国，2022年

- 消费者重视火锅外卖的食品安全和营养价值

数据56: 火锅外卖服务——食品安全和质量（按城市线级区分），中国，2021年

数据57: 火锅外卖服务——营养信息（按家庭构成区分），中国，2021年

食用态度

- 坚持火锅餐饮的社交属性

数据58: 食用态度，中国，2021年

数据59: 表示“吃过且喜欢”的受访者中的不同火锅的渗透率（认同“我喜欢与家人朋友一起吃火锅”vs所有受访者），中国，2021年

- 火锅消费者青睐口味多于服务

数据60: 对堂食火锅体验的态度，中国，2021年

数据61: 食用态度——表示“我认为火锅店的火锅口味更重要”（按性别和年龄区分），中国，2021年

- 多元化选择和新鲜度能够区分火锅外卖和即食产品

数据62: 对火锅外卖体验的态度，中国，2021年

数据63: 对火锅外卖体验的态度（按年龄区分），中国，2021年

美食达人

- 他们是谁？

数据64: 美食达人类型，2021年

数据65: 美食达人类型（按代际区分），2021年

- 在所有场景下，新趋势探索者的火锅消费频率都更高

数据66: 消费渠道（按高频消费者和美食达人类型区分），中国，2021年

数据67: 不同火锅的渗透率——“吃过且喜欢”（按美食达人类型区分），中国，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100



- 挑剔消费者讲究包装、食物品质和标签
- 数据68: 火锅外卖服务（按美食达人类型区分），中国，2021年

附录——市场规模与预测

数据69: 火锅餐饮市场规模预测，中国，2016-2026年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

同主题过往报告

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。