


# 2021年 海底捞为何推进多元化战略？

2021 Brief Report —— Why does Haidilao Adopt Diversified Strategy?

2021年の簡単なレポート-海底すくいはなぜ多元化戦略をとるのか？

报告标签：海底捞、多元化战略、快餐、火锅食材超市

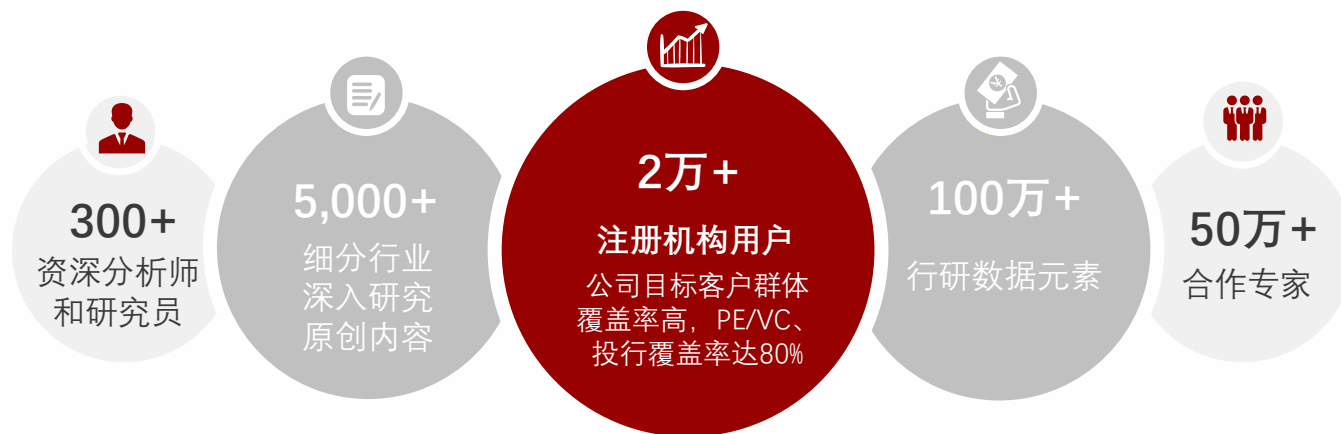
报告主要作者：闵思杰  
2021/03



报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

# 头豹研究院简介

- ◆ 头豹是**国内领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商**。围绕“**协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播**”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务，以及其他企业为基础，利用**大数据、区块链和人工智能**等技术，围绕**产业焦点、热点问题**，基于**丰富案例和海量数据**，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



## 四大核心服务

### 企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

### 云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

### 行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

### 园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

# 研报阅读渠道

1、头豹科技创新网([www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)): PC端阅读**全行业**、**千本**研报



2、头豹小程序: 微信小程序搜索“**头豹**”、手机扫上方二维码阅读研报

3、行业精英交流分享群: 邀请制, 请添加右下侧头豹研究院分析师微信



图说



表说



专家说



数说



扫一扫  
实名认证行业专家身份

## 详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生: 13611634866

李女士: 13061967127



南京

杨先生: 13120628075

唐先生: 18014813521



深圳

李女士: 18049912451

李先生: 18916233114



# 摘要

## 海底捞多元化战略：单一业务 餐饮品牌的必经救赎之路

2021年3月1日，海底捞发布公告称，该集团预期截至2020年12月31日止年度净利润相较上一财年的23.5亿元下降约90%，主要源于新冠病毒爆发全球各国家及地区对消费场所实施的限制造成的重大影响。2020年疫情影响下，海底捞并未停止门店扩张步伐，但预计净利润不及2015年。虽受疫情影响，业绩下降程度仍超出市场预期。疫情恢复后，海底捞能否维持强劲增长存疑。海底捞依靠火锅门店扩张和高翻台率保持高增长，但门店扩张伴随着人力成本、运营成本的增加，火锅餐饮门店扩张存在最佳上限，业务触及天花板仅为时间问题，依靠单一火锅业务的海底捞必将走上多元化道路。但为何是现在发展多元化？海底捞布局多元化业务的优势是什么？海底捞正如何进行多元化布局？本报告将着重从这几个问题分析海底捞的多元化战略。

### 1.海底捞为何发展多元化战略？

- 海底捞业绩增长主要受门店扩张支撑，门店扩张仍有较大提升空间，但业务天花板明显，且海底捞翻台率、客单价提升空间有限，长期来看，海底捞需要寻找新的业务增长点

### 2.海底捞多元化优势何在？

- 餐饮企业核心竞争力为供应链能力，海底捞通过“阿米巴”模式打造高效的供应链，建立起了覆盖上下游多个环节的完善供应链体系。清晰的内部晋升机制、完善的培训制度、扁平化的管理结构是海底捞内部管理机制亮点，该机制可调动员工积极性、提升员工工作水平、提高管理效率，同时化解餐饮行业人员流动性高的特点，两大优势均可赋能海底捞新业务

### 3.海底捞如何多元化布局？

- 海底捞积极布局快餐赛道，核心产品覆盖盖面、盖饭、冒菜三大类别，以高性价比切入市场，目前海底捞快餐品牌仍处于初期创立阶段，仍在探索商业模式。此外，海底捞将餐饮业务延伸至正餐、休闲餐饮、火锅外卖等领域，通过收购方式吸取外部餐厅运营经验

# 目录

## CONTENTS

◆ 名词解释	-----	08
◆ 海底捞为何发展多元化战略?	-----	10
• 海底捞股价走势	-----	10
• 海底捞门店扩张空间	-----	11
• 海底捞餐厅翻台率变动	-----	12
• 海底捞多元化布局原因	-----	13
◆ 海底捞多元化优势何在?	-----	15
• 海底捞供应链优势	-----	15
• 海底捞内部管理机制优势	-----	16
◆ 海底捞如何推进多元化布局?	-----	18
• 海底捞快餐品牌布局	-----	18
• 海底捞布局快餐赛道优劣势分析	-----	19
• 海底捞餐饮多元化业务布局	-----	20
• 海底捞布局火锅食材超市赛道优劣势分析	-----	21
◆ 方法论	-----	22
◆ 法律声明	-----	23

# 目录

## CONTENTS

◆ Terms	-----	08
◆ Why does Haidilao Adopt Diversified Strategy?	-----	10
• Stock Price	-----	10
• Store Expansion Space of Haidilao	-----	11
• Turnover Rate of Haidilao	-----	12
• Reasons for Diversified Strategy of Haidilao	-----	13
◆ What is the Advantage of Haidilao?	-----	15
• Advantages of Supply Chain	-----	15
• Advantages of Internal Management Mechanism	-----	16
◆ How does Haidilao Adopt Diversified Strategy?	-----	18
• Fast Food Layout of Haidilao	-----	18
• Advantages and Disadvantages of Haidilao Entering Fast Food Industry	-----	19
• Diversified Catering Layout of Haidilao	-----	20
• Advantages and Disadvantages of Haidilao Entering Hotpot Ingredients Store Industry	-----	21
◆ Methodology	-----	22
◆ Legal Statement	-----	23

# 图表目录

## List of Figures and Tables

图表1: 海底捞近一年股价走势图, 2020/03-2021/03	-----	10
图表2: 海底捞门店数量及增速, 2015-2019	-----	11
图表3: 海底捞中国门店扩张空间测算	-----	11
图表4: 海底捞餐厅翻台率, 2015-2020H1	-----	12
图表5: 海底捞原材料与人工成本占比, 2015-2019	-----	13
图表6: 海底捞客单价, 2015-2019	-----	13
图表7: 海底捞供应链布局	-----	15
图表8: 海底捞内部管理机制	-----	16
图表9: 海底捞快餐品牌布局	-----	18
图表10: 中国快餐行业市场规模, 2015-2020	-----	19
图表11: 快餐与正餐经营模式对比	-----	19
图表12: 海底捞餐饮多元化业务布局	-----	20
图表13: 中国火锅食材超市融资事件	-----	21
图表14: 中国火锅食材超市行业梯队	-----	21

# 名词解释

- ◆ **阿米巴：**阿米巴经营模式是企业家稻盛和夫在其创立的京瓷公司的经营过程中，为实现经营理念而独创的经营管理手法。阿米巴经营模式中，各公司组织被划分为称作“阿米巴”的小集体，各阿米巴以其领导者为核心，自行制定各自的计划，并依靠全体成员的智慧和努力来完成目标。



## 第一章：海底捞为何发展多元化战略？

### Why does Haidilao Adopt Diversified Strategy?



- 海底捞业绩增长主要受门店扩张支撑，门店扩张仍有较大提升空间，但业务天花板明显
- 海底捞翻台率、客单价提升空间有限，长期来看，海底捞需要寻找新的业务增长点

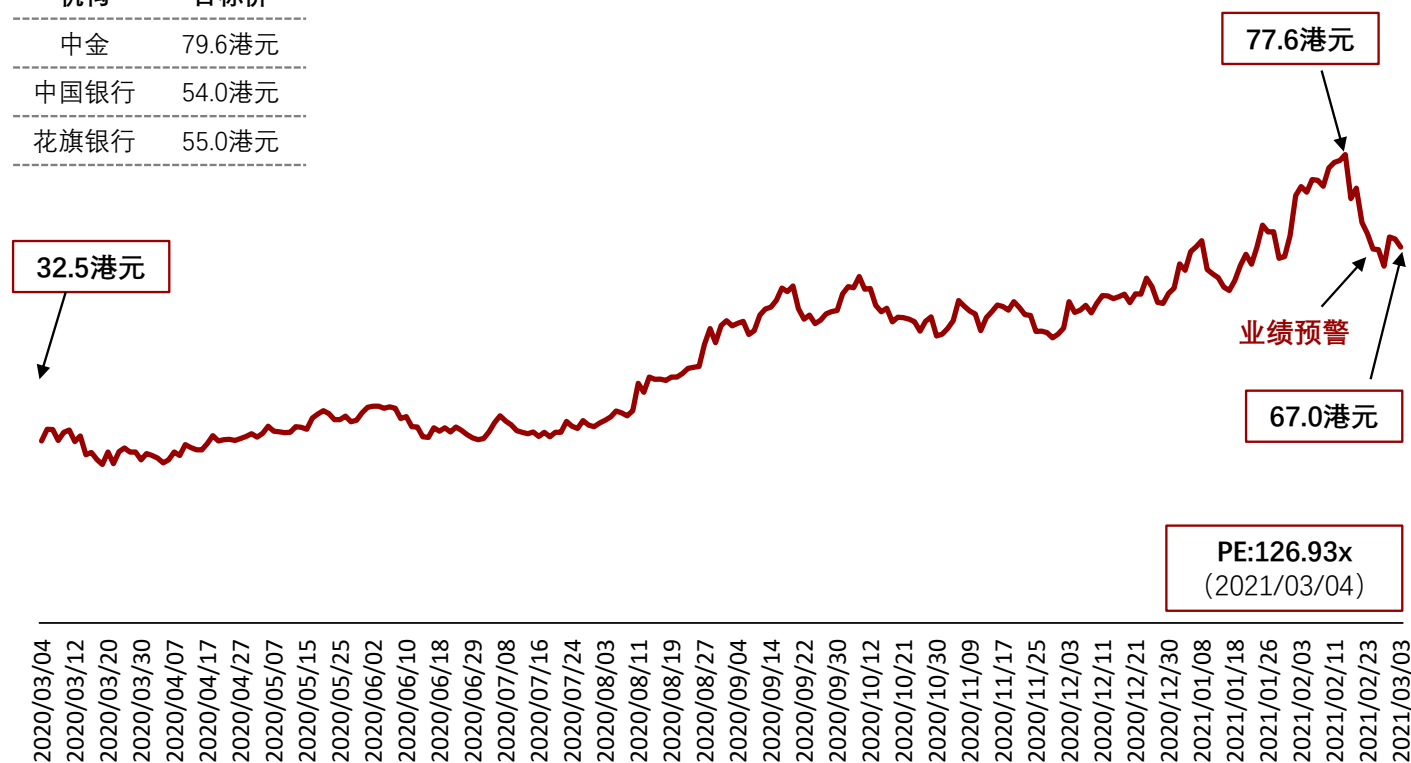
## 海底捞为何发展多元化战略？

海底捞于2021年3月1日发布盈利警报，2020年净利润受新冠疫情影响同比下降90%，遭多家机构下调目标股价，海底捞高估值源于业绩持续增长预期，但后期持续增长力存疑

海底捞近一年股价走势图，2020/03-2021/03

单位：[港元/股]

机构	目标价
中金	79.6港元
中国银行	54.0港元
花旗银行	55.0港元



来源：Wind，港交所，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## 头豹洞察

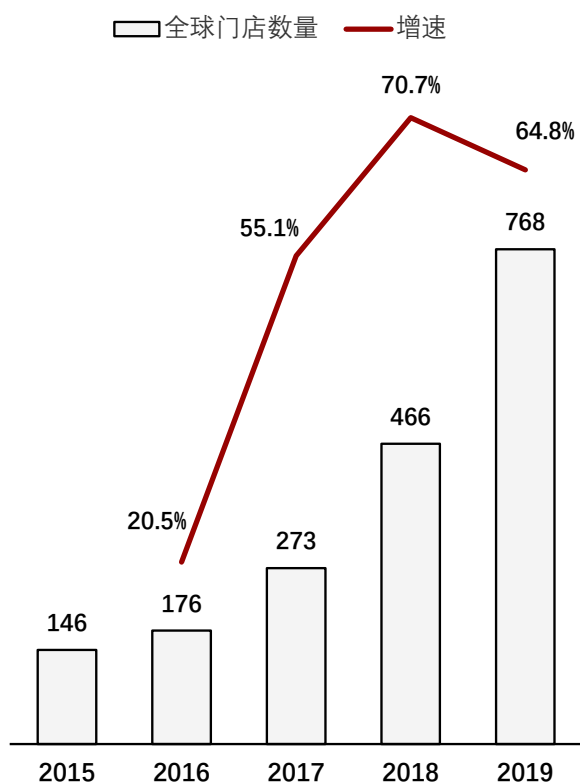
- ❑ **海底捞发布盈利警报：**2021年3月1日，海底捞发布公告称，该集团预期截至2020年12月31日止年度净利润相较上一财年的23.5亿元下降约90%，主要源于新冠病毒爆发全球各国家及地区对消费场所实施的限制造成的重大影响
- ❑ **多家机构下调海底捞目标股价：**盈利预警发布后，中金将海底捞目标价下调3%至79港元，维持“优于大市”评级。中国银行将海底捞评级调至卖出，目标价为54.0港元。花旗银行表示海底捞2020H2业绩不及预期，目标价为55.0港元
- ❑ **高估值基于业绩持续增长预期：**海底捞PE高达126倍，其原因为具备持续增长的业绩强力支撑。2015-2019年海底捞净利润由2.7亿元上升至23.5亿元，业绩持续增长源于不断扩张的门店
- ❑ **海底捞持续增长力存疑：**2020年疫情影响下，海底捞并未停止门店扩张步伐，但预计净利润不及2015年。虽有疫情影响，业绩下降程度仍超出市场预期。疫情恢复后，海底捞能否维持强劲增长存疑

# 海底捞为何发展多元化战略？

海底捞自2017年起加快门店扩张速度，根据中国购物中心数量及海底捞门店渗透率估算，预计2025年门店可扩张空间约为2,500家

## 海底捞门店数量及增速，2015-2019

单位：[个]



## 海底捞中国门店扩张空间测算

海底捞中国门店  
可扩张空间  
(至2025年)

约2,500家



中国购物中心数量  
(2025年预测)

约7,880家



海底捞购物中心  
门店渗透率

约32%

## 头豹洞察

- **海底捞门店扩张空间：**近三年来海底捞门店扩张速度增快，2019年全球门店数增速达64.8%。海底捞门店主要开设在购物中心，预计至2025年，海底捞中国门店扩张空间可达2,500家
- **中国购物中心数量：**2020年中国购物中心数量约6,800家，预计未来将以3%的年增速平稳增长
  - 2020年受新冠肺炎疫情影响，中国新开业购物中心数为374家，较2019年的529家降幅较大。在宏观经济风险和供应市场逐渐饱和背景下，商业地产开发投资更加谨慎，中国购物中心数将平稳增长
- **海底捞购物中心门店渗透率：**海底捞存量门店以一、二线门店为主，2020H1合计占比为69%。以海底捞入驻较早的北京、西安作为一、二线城市门店渗透率的参考，一二线城市门店渗透率分别为34%、26%。假设一二线以外城市门店渗透率与一二线平均门店渗透率相当，且一二线购物中心数量占比（一线占70%）在未来5年保持不变，估计海底捞门店渗透率约32%

来源：海底捞招股说明书，海底捞2018-2019年报，联商网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

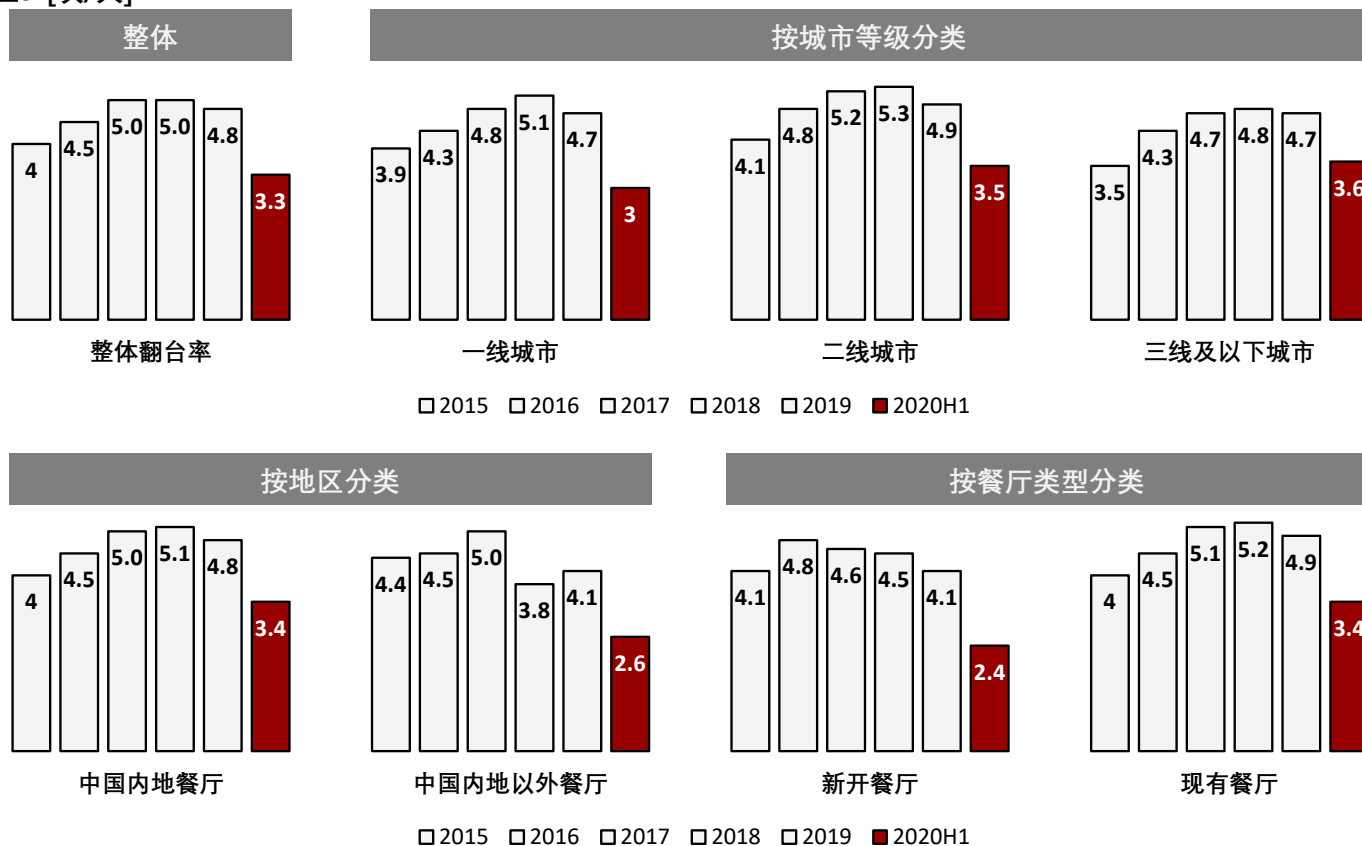
11

# 海底捞为何发展多元化战略？

海底捞翻台率已位于行业顶尖水平，2018年整体翻台率达到顶峰，约为5次/天。随着门店扩张速度加快，新门店将产生分流效应，预计翻台率将有所下滑

海底捞餐厅翻台率，2015-2020H1

单位：[次/天]



## 头豹洞察

- 海底捞翻台率位于行业顶尖：**2017-2019年，海底捞平均整体翻台率超过5次/天，据中国饭店协会《2020中国餐饮业年度报告》数据显示，行业平均翻台率均值为2.97次/天，平均翻台率3/4位值为3.08次/天，海底捞翻台率已远超行业平均水平
- 海底捞翻台率未来呈下降趋势：**2017-2019年，海底捞平均整体翻台率超过5次/天，据中国饭店协会《2020中国餐饮业年度报告》数据显示，行业平均翻台率均值为2.97次/天，平均翻台率3/4位值为3.08次/天，海底捞翻台率已远超行业平均水平

来源：海底捞招股说明书，海底捞2018-2019年报，海底捞2020H1中报，中国饭店协会，头豹研究院编辑整理



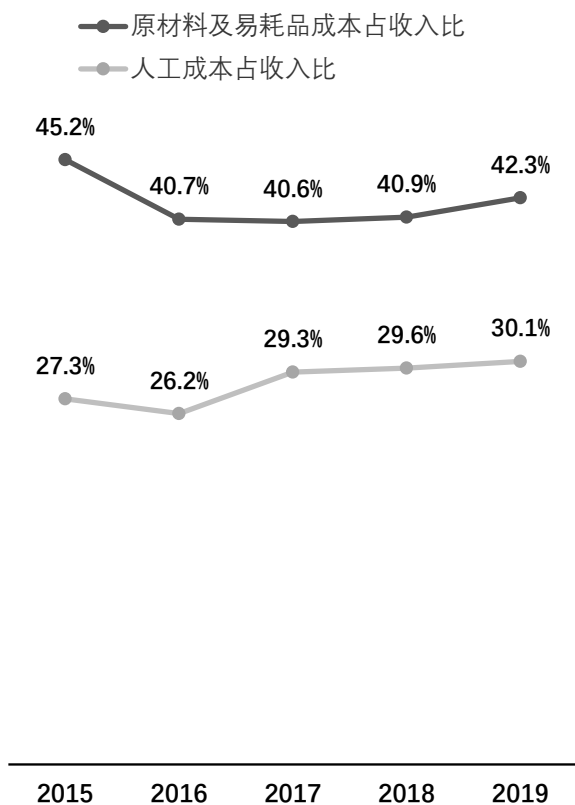
400-072-5588

www.leadleo.com

## 海底捞为何发展多元化战略？

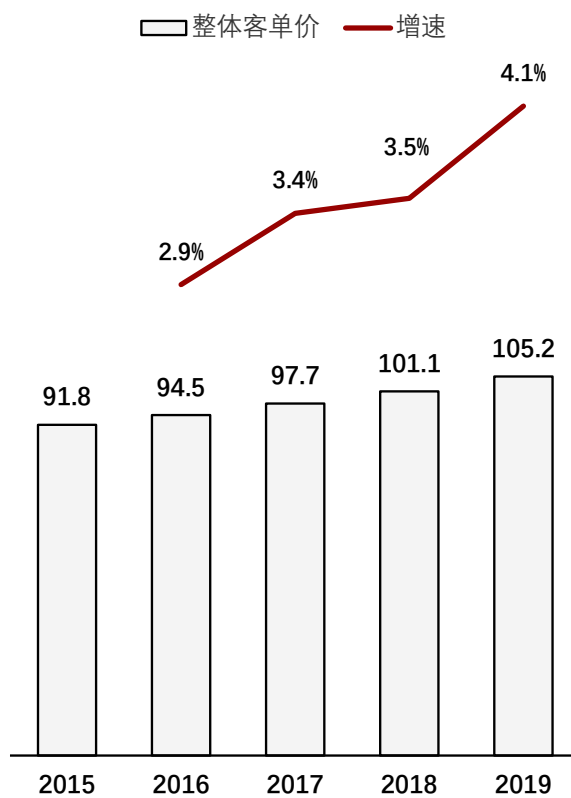
海底捞门店扩张空间存在天花板，餐饮业务触及天花板仅为时间问题，海底捞客单价提升空间也较为有限，拓展新业务是海底捞创造更多增量的最佳方式

### 海底捞原材料与人工成本占比，2015-2019



### 海底捞客单价，2015-2019

单位：[元/人]



### 头豹洞察

- ❑ **海底捞餐饮门店扩张空间存在天花板：**餐饮业务依赖门店扩张实现增长，业务天花板明显。海底捞以一二线城市为主，正加快三线及以下城市门店扩张速度，但海底捞价格和定位位于中高端，门店扩张依赖购物中心，下沉市场的覆盖仍有限度。自2016年海底捞加快扩张步伐起，原材料及人力成本占收入比例呈上升趋势，门店扩张将带来更多运营和成本压力，扩张上限也取决于海底捞对成本增加的承受能力
- ❑ **海底捞客单价提升空间有限：**2015-2019年，海底捞客单价以每年3%的增速平稳增长。考虑提价对消费量的负面影响，客单价难以大幅提升，不能作为海底捞寻求增量的途径
- ❑ **拓展新业务是海底捞创造更多增量的最佳方式：**翻台率和客单价上升空间有限，若只发展单一餐饮业务，海底捞长期增量将依赖于存明显天花板的门店扩张，拓展新业务是海底捞现阶段的最佳战略

来源：海底捞招股说明书，海底捞2018-2019年报，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



## 第二章节：海底捞多元化优势何在？ What is the Advantage of Haidilao?



- ❑ 海底捞通过“阿米巴”模式打造高效的供应链，建立起了覆盖上下游多个环节的完善供应链体系
- ❑ 清晰的内部晋升机制、完善的培训制度、扁平化的管理结构是海底捞内部管理机制亮点



# 海底捞多元化优势何在？

餐饮企业核心竞争力为供应链能力，海底捞通过“阿米巴”模式打造高效的供应链，建立起了覆盖上下游多个环节的完善供应链体系

## 海底捞供应链布局



## 头豹洞察

- ❑ **供应链能力是餐饮企业的核心竞争力：**餐饮供应链包括食材及消耗品供应、仓储物流、批发采购、生产加工等多个环节。高效的供应链体系可保证原料供应稳定、品质控制严格、门店服务高质、运营效率高效、经营成本降低，实现餐饮门店标准化管理，有助于餐饮门店扩张
- ❑ **海底捞已建立较高的供应链壁垒：**海底捞供应链布局覆盖上游食材采购、仓储物流、调味品和下游门店装修、人力咨询及其他服务等。海底捞完善的供应链布局为其规模化的连锁经营提供强力支持
- ❑ **“阿米巴”模式打造高效供应链：**海底捞2011年引入“阿米巴”经营模式，将公司分割成“阿米巴”组织，每个组织构成一个独立的利润中心，进行扁平化放权管理。海底捞将各供应链环节均拆分为“阿米巴”进行独立核算，激励各公司自行探索利润增长机会

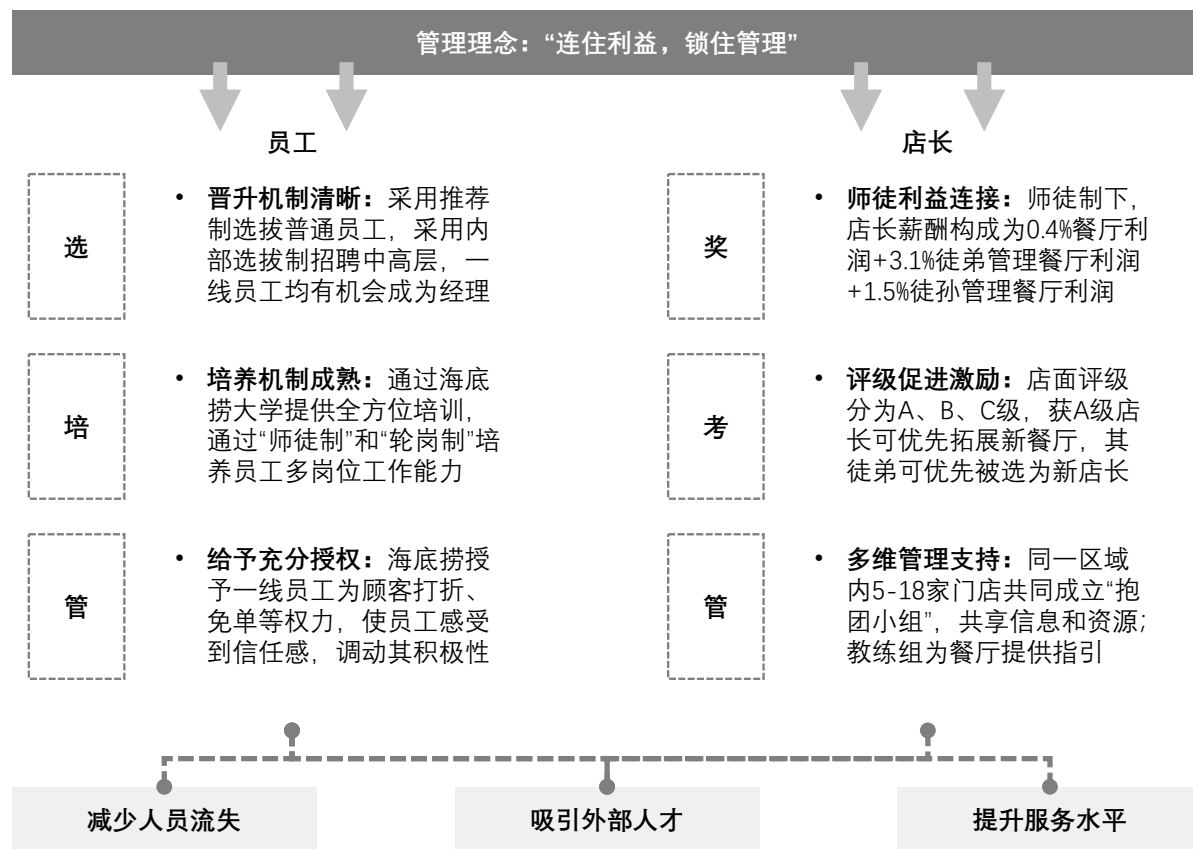
来源：海底捞官网，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

# 海底捞多元化优势何在？

清晰的内部晋升机制、完善的培训制度、扁平化的管理结构是海底捞内部管理机制亮点，该机制可调动员工积极性、提升员工工作水平、提高管理效率，同时化解餐饮行业人员流动性高的特点

## 海底捞内部管理机制



## 头豹洞察

- 海底捞清晰的内部晋升机制调动员工积极性：餐饮行业工作门槛低、晋升通道窄等特点导致高人员流动性。海底捞店长多通过内部晋升聘任，清晰的职业发展路径有效解决餐饮行业人员流失率高的痛点。“师徒制”的利润分享机制也可激励员工晋升，同时激励店长提升餐厅利润
- 海底捞完善的培训制度提升员工工作水平：完善的培训制度是海底捞高质量服务水平的保障，也是吸引外部人才加入海底捞以提升自身竞争力的重要资源
- 海底捞扁平化的管理制度提升管理效率：海底捞内部组织由总部、教练、抱团小组、餐厅四部分组成。总部把控整体风险，日常运营放权给店长，相近区域内各店长之间形成“抱团小组”，共同分享信息、资源并解决问题，教练为餐厅提供指引及指引。该制度下，餐厅可获得多维度支持，解决问题效率及透明度较高

来源：海底捞招股说明书，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## 第三章：海底捞如何推进多元化布局？

### How does Haidilao Adopt Diversified Strategy?



- 海底捞积极布局快餐赛道，核心产品覆盖盖面、盖饭、冒菜三大类别，以高性价比切入市场，目前海底捞快餐品牌仍处于初期创立阶段，仍在探索商业模式
- 海底捞将餐饮业务延伸至正餐、休闲餐饮、火锅外卖等领域，通过收购方式吸取外部中高端餐饮、面馆经营及海外餐厅运营经验

## 海底捞如何推进多元化布局？

海底捞积极布局快餐赛道，核心产品覆盖盖面、盖饭、冒菜三大类别，以高性价比切入市场，目前海底捞快餐品牌仍处于初期创立阶段，仍在探索商业模式

### 海底捞新品牌布局

快餐		
 产品：面 客单价：约20元	 产品：米线 客单价：约19元	 产品：麻辣烫 客单价：约19元
 产品：面 客单价：约8元	 产品：粉 客单价：约10元	 产品：馅饼 客单价：约30元
 产品：面 客单价：约10元	 产品：粉 客单价：约10元	 产品：盖饭 客单价：约35元
 产品：面 客单价：约9元	 产品：粉 客单价：约10元	
 产品：盖饭 客单价：约19元	 产品：冒菜 客单价：约30元	

### 头豹洞察

- **海底捞积极布局快餐赛道：**截至2021年2月，海底捞已发展十余家快餐品牌，核心产品主要涵盖面、盖饭、冒菜三大类别。海底捞快餐业务布局仍处探索阶段，品牌均处于初期创立期间，未开始大幅对外扩张。积极创立多家快餐子品牌目的或在于寻找最佳的商业模式，以便未来选取其中的2-3个优质标的着重发展
- **海底捞快餐品牌以高性价比切入市场：**海底捞面馆品牌客单价约为10元，盖饭品牌客单价约为20元，冒菜类品牌客单价约为30元。海底捞快餐品牌主要布局郑州、西安、北京区域，产品定价在一二线城市具备显著价格优势

来源：国信证券，天眼查，头豹研究院编辑整理

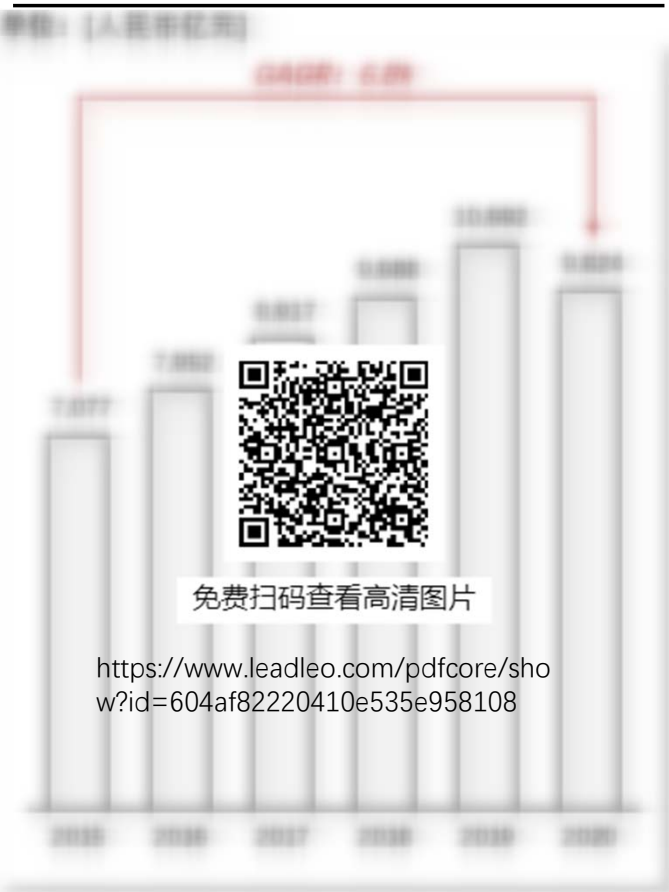
©2021 LeadLeo



# 海底捞如何推进多元化布局？

中国快餐市场增长潜力较大、具备规模化优势。海底捞入局快餐行业可产生协同效应，但快餐与正餐运营逻辑存在差异，对海底捞运营能力考验较强

## 中国快餐行业市场规模，2015-2020



来源：弗若斯特沙利文，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo

## 快餐与正餐经营模式对比

	快餐	正餐
消费行为	<ul style="list-style-type: none"><li>客单价低，以20-60元为主</li><li>消费频次较高</li><li>消费时间较短</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>客单价高，以60元以上为主</li><li>消费频次较低</li><li>消费时间较长</li></ul>
产品特点	<ul style="list-style-type: none"><li>产品标准化</li><li>产品SKU精简，在20个以内</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>产品差异化</li><li>产品SKU丰富，可达100个以上</li></ul>
经营重点	<ul style="list-style-type: none"><li>提升生产及运营效率</li><li>保证产品稳定性</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>提升复购率</li><li>打造差异化</li><li>提升服务品质</li></ul>
经营难点	<ul style="list-style-type: none"><li>品控难度较高</li><li>供应链管理难度较高</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>复购率提升难度较高</li><li>服务质量提升难度较高</li></ul>

## 头豹洞察

- **中国快餐市场增长潜力大：**2015-2020年，中国快餐行业市场规模由7,077亿元增长至9,824亿元，年复合增长率为6.8%。2019年中国快餐营业额占整体餐饮市场营业额的22%，而美国快餐营业额占比为48%，排除饮食习惯差异影响后，中国快餐市场仍有较大提升空间
- **快餐行业具备快速规模化优势：**快餐的原料、菜品、制作工艺均高标准化，可复制性强。与主要位于商圈的正餐相比，快餐门店开设场景灵活，门店布局天花板更高
- **海底捞入局快餐可产生协同效应：**快餐的经营重点在于保证产品稳定性的前提下提升生产及运营效率。海底捞强势的供应链体系可压低生产成本，打造高性价比产品，成熟的内部管理机制可提升运营效率，充分赋能快餐业务
- **海底捞快餐运营存挑战：**海底捞凭借差异化服务在火锅餐饮市场独树一帜，但快餐产品要求高标准化，经营模式差异考验海底捞运营能力



400-072-5588

www.leadleo.com

# 海底捞如何推进多元化布局？

海底捞将餐饮业务延伸至正餐、休闲餐饮、火锅外卖等领域，通过收购方式吸取外部中高端餐饮、面馆经营及海外餐厅运营经验

## 海底捞餐饮多元化业务布局



## 海底捞通过收购延伸正餐业务

	汉舍	Hao Noodle
收购事项	2020年9月海底捞全资子公司以1.2亿元人民币收购上海澍海80%股权，承接汉舍业务	2020年9月海底捞全资子公司以304万美元收购80%的HN&T Holdings，入股Hao Noodle
品牌门店分布	北京、上海、杭州	纽约、上海
品牌定位	以上海本帮菜融合川菜为主要特色的中高端正餐	偏快餐风格的休闲餐厅，提供特色面食和各地风味餐饮
收购效益	补充中高端餐饮品牌布局	获取面馆经营和海外餐厅运营经验

## 头豹洞察

- ❑ **海底捞餐饮业务延伸目的各异：**海底捞在正餐、休闲餐饮、外卖业务上均有延伸。拓展正餐业务旨在探索其他非火锅餐饮赛道，发展休闲餐饮及其他业务旨在为海底捞门店导流、延伸火锅及周边产品消费场景
- ❑ **海底捞通过收购获取外部经验：**据海底捞公告，海底捞计划于横向领域收购优质资源，增强其市场地位和竞争力，拟重点关注信誉良好、标准化程度高、管理完善且已建立供应链、集团可分享或补充其业务的餐饮企业。汉舍及Hao Noodle满足以上条件，可为海底捞集团带来中高端餐饮、面馆经营及海外餐厅运营经验

来源：头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



# 海底捞如何推进多元化布局？

火锅食材超市赛道火热，海底捞入局该赛道可依靠其品牌和供应链优势，但品牌定位与市场需求匹配度相比其他梯队竞争对手较低

## 中国火锅食材超市融资事件

品牌方	融资时间	融资轮次	主要投资方
锅圈食汇	2020.07	C轮	启承资本 IDG资本 嘉御基金 不惑创投
懒熊火锅	2021.02	A轮	星陀资本 琥盛资本 字节跳动
餐爆	2020.12	A+轮	东合创投 美林创投
火锅物语	2020.10	天使轮	德迅创投

## 中国火锅食材超市行业梯队

	代表品牌	优势
火锅品牌	<ul style="list-style-type: none"><li>海底捞</li><li>蜀大侠</li><li>大渝</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>品牌知名度高</li><li>可依靠火锅业务建立起的完善供应链</li></ul>
跨界品牌	<ul style="list-style-type: none"><li>盒马鲜生</li><li>千味食品</li><li>三全食品</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>具备C端数据优势，可通过数据分析更准确地判断市场</li></ul>
专营品牌	<ul style="list-style-type: none"><li>锅圈食汇</li><li>懒熊火锅</li><li>火锅物语</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>品牌知名度高</li><li>可依靠火锅业务建立起的完善供应链</li></ul>

## 头豹洞察

- ❑ **火锅食材超市行业蓬勃发展：**据天眼查数据显示，中国已有7,892家“火锅食材”相关注册企业，其中超过5,300家在2020年以后成立，火锅市场超市规模扩张迅速
- ❑ **火锅食材超市赛道融资火热：**自2020年以来，火锅食材超市融资事件频发，且融资规模较大。锅圈食汇于2020年7月获得6,000万美元C轮融资，懒熊火锅于2021年2月获得近亿人民币A轮融资
- ❑ **海底捞经营火锅食材超市具备品牌和供应链优势：**火锅食材超市连接上游生产商和下游C端消费者，门店快速扩张能力取决于对供应链的掌控力度。海底捞完善的供应链体系可直接赋能至火锅食材店，无需另外搭建供应链体系，且强势的品牌影响力可吸引更多C端消费者
- ❑ **海底捞火锅食材店定位存疑：**火锅食材超市赛道已汇集多个梯队品牌，相比专注零售的跨界品牌和专营品牌，海底捞存在“品牌定位包袱”，食材超市与火锅门店菜品价格相同，与家庭消费场景追求高性价比的理念不匹配

来源：天眼查，头豹研究院编辑整理

©2021 LeadLeo



400-072-5588

www.leadleo.com

21

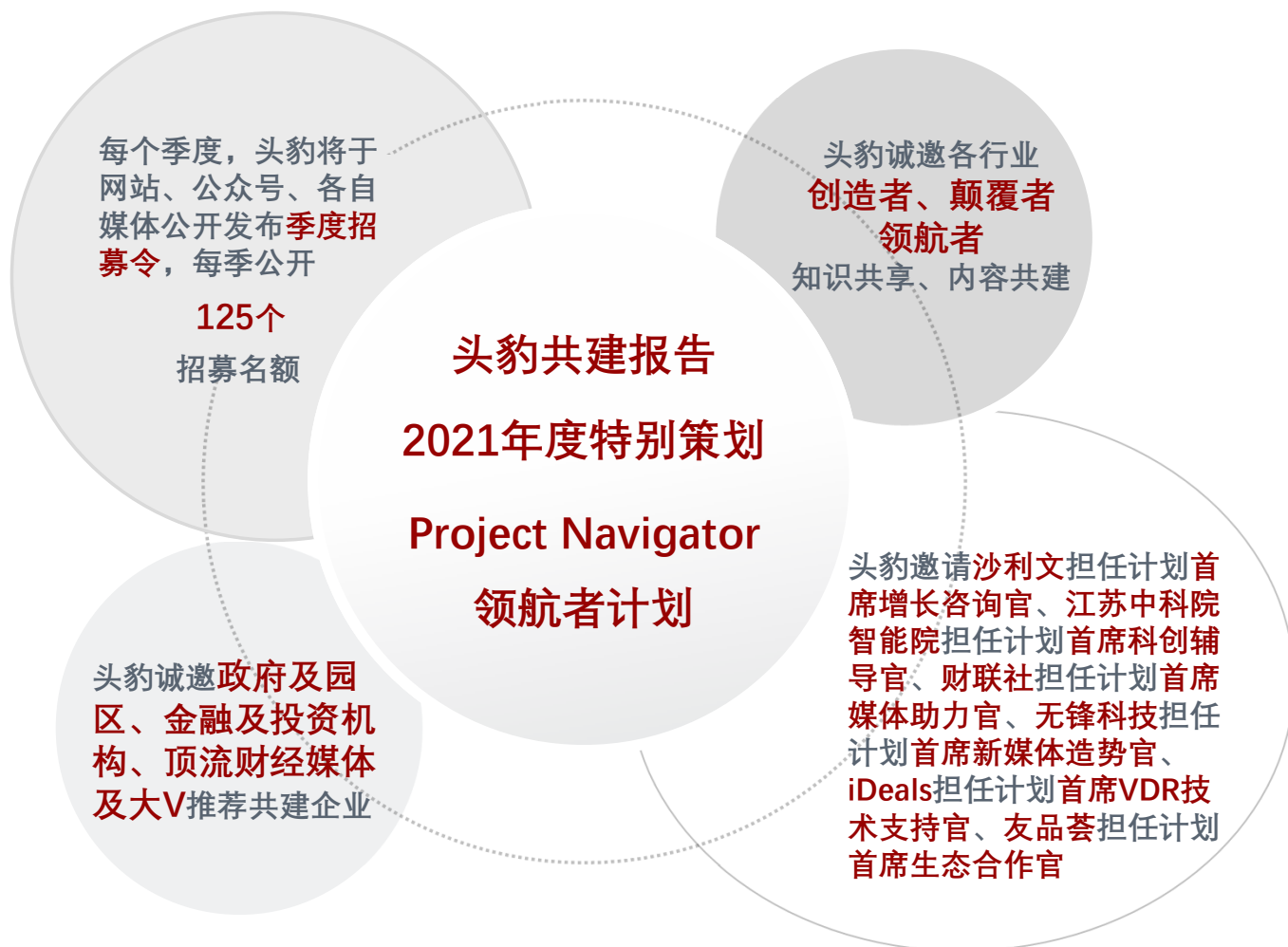
# 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从餐饮服务、餐饮供应链、快餐等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

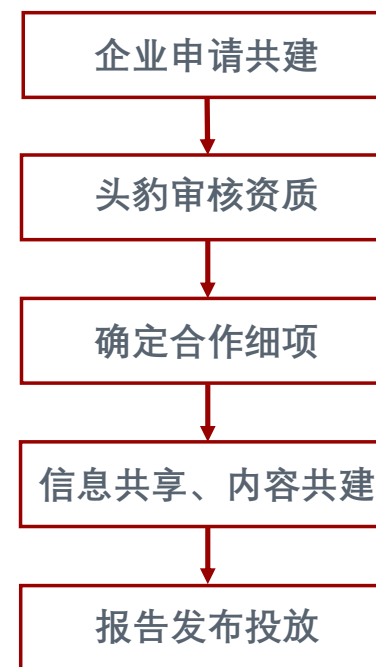
# 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

# 头豹 Project Navigator 领航者计划介绍




# 共建报告流程



备注：活动解释权均归头豹所有，活动细则将根据实际情况作出调整。

©2021 LeadLeo

 **头豹** 400-072-5588  
LeadLeo

www.leadleo.com

## 头豹 Project Navigator 领航者计划与商业服务

- 头豹以**研报服务**为切入点，根据企业不同发展阶段的资本价值需求，以**传播服务**、**FA服务**、**资源对接**、**IPO服务**、**市值管理**为基础，提供适合的**商业管家服务**解决方案

### 研报服务

共建深度研报  
撬动精准流量

### 传播服务

塑造行业标杆  
传递品牌价值

### FA服务

提升企业估值  
协助企业融资

### 资源对接

助力业务发展  
加速企业成长

### IPO服务

建立融资平台  
登录资本市场

### 市值管理

提升市场关注  
管理企业市值

备注：活动解释权均归头豹所有

©2021 LeadLeo



400-072-5588



扫描上方二维码  
联系客服报名加入

# 读完报告有问题？

## 快，问头豹！你的智能随身专家



扫码二维码  
即刻联系你的智能随身专家



### STEP03 解答方案生成

大数据×定制调研  
迅速生成解答方案



### STEP01 智能拆解提问

人工智能NLP技术  
精准拆解用户提问

