

2023年中国粤式火锅行业概览： 广东火锅品牌的崛起机会在何处？

2023 China Cantonese Hot Pot Industry Overview

2023 年中国广东火锅产业

(摘要版)

报告标签：粤式火锅、猪肚鸡、打边炉、捞王、七欣天

撰写人：蒋孟炜、张婷锐



观点摘要

-近年来，火锅市场占比最高的川渝火锅接近饱和，细分品类创新探索有限，火锅市场增速逐渐向其他品类转移。随着鸡肉、牛肉、猪肚鸡等食材纷纷加入火锅汤底，火锅赛道食材底料化和经典菜品底料化趋势愈加明显，使得消费者选择多样化、火锅制作简单化、食材成本得以降低。由于东南沿海地区对清淡口味的偏好，粤式火锅逐渐流行起来。消费者需求日趋多元，小众口味火锅赛道发展趋势明显。预计到2026年，粤式火锅行业的市场规模将超过1400亿元，在中国火锅市场的占比达15.2%。

- ✓ 火锅品类愈加丰富，麻辣口味不再独霸江湖。饮食文化的差异性、消费者需求的多元化催生了不同细分品类的粤式火锅

随着粤菜文化的推广和人们对健康食品的追求，粤式火锅行业的市场潜力逐渐扩大。粤式火锅具备较强地域属性，头部品牌门店集中在两广地区和江浙沪一带，主要扎根于一二线及新一线城市，行业连锁化率和规模化程度相对较低，但品牌数量增速较快。2021-2022年，川式火锅品牌数量占比从47.7%下降到38.9%，粤式火锅品牌数量占比从13.8%上升到14.4%。

- ✓ 粤式火锅行业集中度较低，市场错位竞争格局明显，火锅企业倾向于采用多品牌战略定位不同目标消费者，消费价格区间灵活

粤式火锅食材包括海鲜、牛肉、猪肚鸡、椰子鸡和蔬菜等，原料分布广泛，供应稳定，行业上游集中度低，具备食材供应商高度分散化的特点。粤式火锅餐企对调味品企业的依赖度低，呈现出火锅产品和汤底中央厨房化的发展趋势。粤式火锅品牌及细分品类众多，市场错位竞争格局明显，行业集中度低。同一品类下不同品牌的客单价浮动化，消费者年龄结构多层次化。

- ✓ 中国餐饮业韧性较强，其中粤式火锅复苏确定性较高，叠加其高效的成本管理以及高客单价特性，驱动行业持续增长

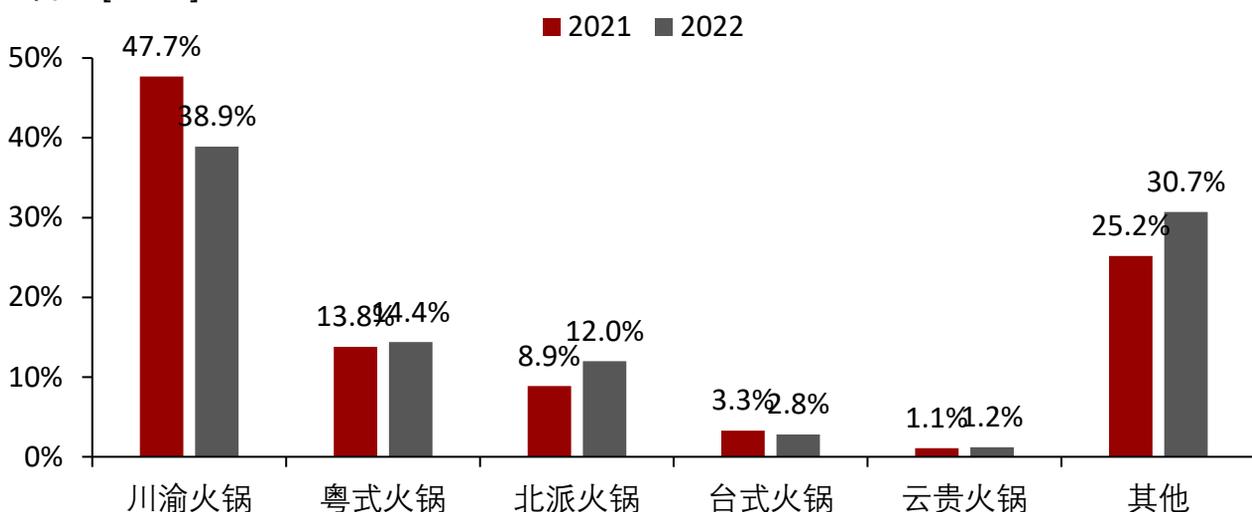
中国餐饮行业韧性较强，区位方面，广东省餐饮收入较为平稳且规模巨大；品类方面，火锅在中国餐饮中市占率最高，消费者对火锅消费意愿增强。粤式火锅以其高客单价和相对稳定的翻台率展现出独特竞争优势，因此，主要分布于广东省的粤式火锅复苏确定性较高，近年发展前景广阔。

中国粤式火锅行业——行业特征

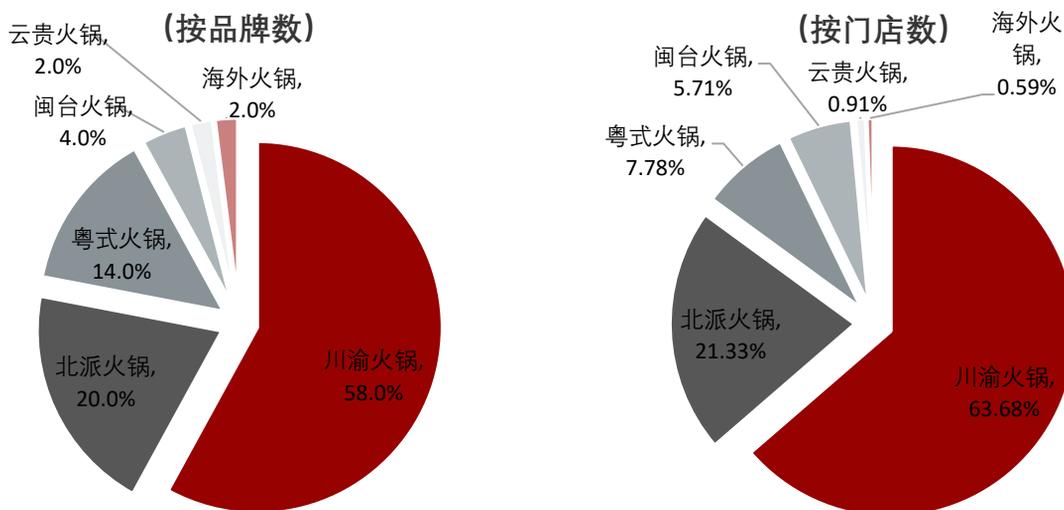
粤式火锅规模化连锁化程度较低，但扩张态势明显。粤式火锅更具包容性，亦更符合健康饮食的大需求，因此更易形成差异化的竞争优势。以“鲜”为主打的火锅口味或许能在“口味之争”中脱颖而出

中国火锅细分品类品牌数量占比分布，2021-2022年

单位：[百分比]



中国火锅品牌TOP50派系分布，2022年



□ 粤式火锅连锁化率相对较低。粤式火锅连锁化率为22.30%，比中国餐饮门店连锁化率高3.3%，但比火锅连锁化率低5.1%，而川式火锅和北派火锅的连锁化率达31.5%、28.8%。2021年至2022年，川式火锅品牌数量占比从47.7%下降到38.9%，粤式火锅和北派火锅品牌数量占比分别从13.8%、8.9%上升到14.4%、12.0%。川式火锅仍是中国火锅市场中消费者覆盖范围最广的火锅品类。粤式火锅规模化程度较低，但品牌数量增速较快。2022年中国火锅品牌TOP50中，按品牌数量划分，粤式火锅占比14.0%；按门店数量划分，粤式火锅占比7.78%。粤式火锅门店数占比小于品牌数占比，规模化程度仍较低。

来源：红餐网，窄门餐眼，中国烹饪协会，头豹研究院

中国粤式火锅行业——市场规模

预计到2026年，中国火锅市场规模将达9247.3亿元，其中，粤式火锅市场规模将达1401.0亿元，占比约15.2%；2022-2026E粤式火锅市场规模CAGR将达15.4%

中国粤式火锅行业市场规模及预测，2017-2026年预测

单位：[亿元]



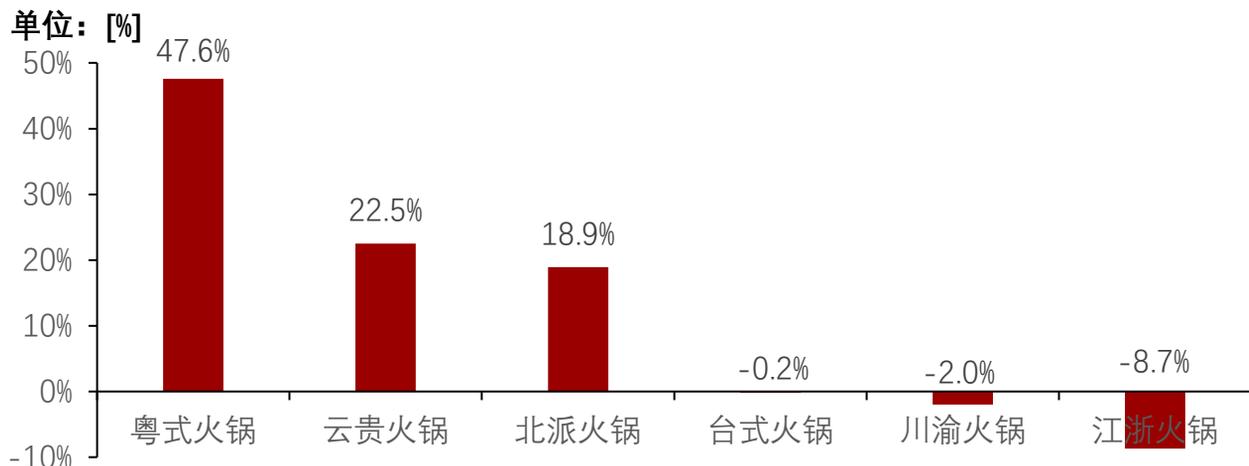
- 随着火锅类型和口味的创新融合与多样化发展，粤式火锅在广东地区的饮食文化背景下发展起来；随着行业竞争加剧，愈多火锅品牌开始注重品牌塑造和市场推广，加速了粤式火锅行业的扩张。2011-2020年粤式火锅相关企业数量复合增长率达12.5%，低于台式火锅和川渝火锅相关企业数量复合增长率。全球经济不稳定因素对餐饮行业造成了一定负面影响，2020年中国餐饮收入同比下降16.6%。但随着消费者养生意识的提升，粤式火锅凭借回归食材本真味的健康特色逐渐受到消费者的信任与青睐。2021年粤式火锅相关企业数量同比增长率为47.6%，远高于其他火锅派系。
- 随着火锅赛道中非川渝品牌的规模增长，市场竞争加剧，川渝火锅还需在存量市场中维持其市占率；而粤式火锅在火锅行业渗透率有望进一步提升：（1）利好消费的政策发布和消费者信心的逐步恢复，将拉动中国火锅市场规模的上涨。2023年8月，消费者信心指数同比增长0.12%。从需求端来看，在西南等地区中粤式火锅渗透率不高，商家获客成本高。在价格导向转为质量导向的消费趋势下，伴随产业链的协同与整合，预计粤式火锅的渗透率缓慢上升，未来的增量市场向北方和西南方向扩张，市场规模呈现缓慢扩张趋势；（2）2022年中国餐饮数智化市场规模为82.31亿元，2023年餐饮数智化市场规模达到117.6亿元，增长率达到42.9%，餐饮业已进入数智驱动时代。数字化智能化已成为餐饮业发展的重要驱动因素；（3）当中央厨房和冷链物流配送进一步优化，预制菜行业打通多元渠道，粤式火锅的商业空间将大幅扩展。

来源：国家统计局，天眼查，海底捞，美团，红餐网，东方财富，头豹研究院

中国粤式火锅行业驱动因素——健康饮食

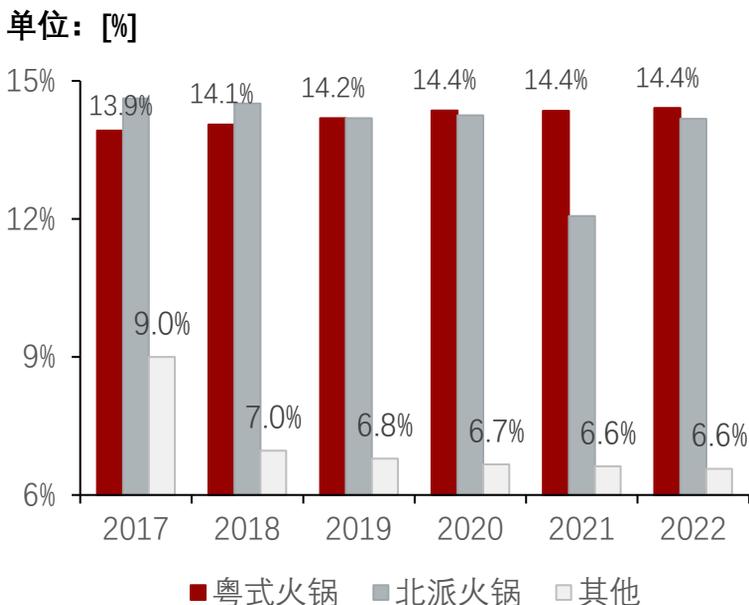
粤式火锅餐厅行业在2021年出现了逆势增长，主要由于其健康和营养属性满足当下健康饮食趋势、能够为顾客提供独特的就餐体验，吸引大量参与者进入粤式火锅行业

2021年六大派系火锅相关企业数量同比增长率

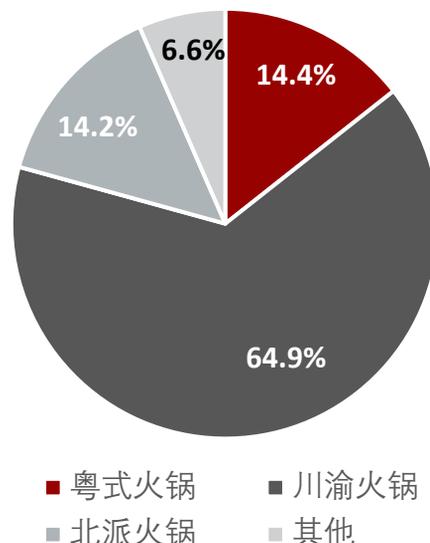


□ 粤式火锅发展势头迅猛，相关企业数量同比增速排名居首。根据天眼查数据显示，2021年中国有3070家状态为在业、存续、迁入、迁出的粤式火锅相关企业，新增粤式火锅相关企业约700余家，同比增长47.6%，在六大派系相关企业数量增速中排在首位。同年海底捞永久关闭260家餐厅，32家餐厅停业修整，巨亏41亿元；呷哺2021年也出现10年来首亏。而随着健康饮食的理念深入人心，粤式火锅因其清淡的汤底和鲜美的食材，满足了消费者对健康饮食日益增长的需求，因此吸引大量参与者进入粤式火锅行业。

2021年六大派系火锅相关企业数量同比增长率



2022年中国各类火锅收入占比



来源：天眼查，360维度，头豹研究院

中国粤式火锅行业驱动因素——成本管理

粤式火锅品牌在成本管理方面表现出高效性，单店运营总成本通常能够控制在1000万元左右，接近呷哺呷哺这类小火锅餐厅的成本管理水平，极大地拓宽了粤式火锅品牌的利润空间

2021年海底捞、呷哺、七欣天、捞王、龙辉国际单店成本比较

品牌	食材成本 (万元) 及占比	员工成本 (万元) 及 占比	租金成本 (万 元) 及占比	折旧摊销 (万 元) 及占比	运营总 成本 (万元)
 海底捞	1245.8 (43.7%)	1030.83 (36.2%)	23.49 (0.8%)	315.18 (11.06%)	2851
 呷哺呷哺	228.6 (38.1%)	178.71 (29.8%)	29.1 (4.8%)	102.6 (17.1%)	600
 七欣天	337.4 (42.6%)	136.2 (17.2%)	10.3 (1.3%)	46.7 (5.9%)	792
 捞王 WANT HOTPOT 锅 物 料 理	357 (36.8%)	290 (29.9%)	139.68 (14.4%)	137.74 (14.2%)	970
 龍輝國際	343.7 (28.9%)	341.9 (28.8%)	79.69 (6.7%)	303.6 (25.6%)	1187.5

□ 粤式火锅品牌成本管理高效，运营总成本相对较低。

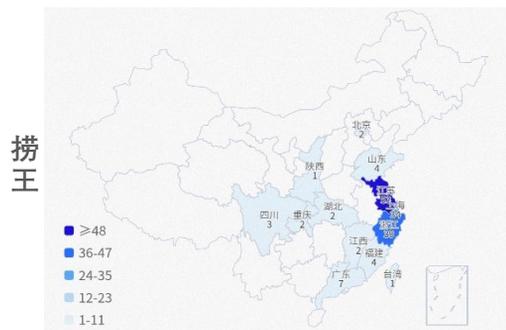
火锅行业中的食材、员工、房租、折旧摊销四大成本通常占运营总成本的90%左右。粤式火锅当中主打海鲜火锅的七欣天，以及从海外进口原料的捞王食材成本占比分别为42.6%和36.8%均低于海底捞的43.7%。此外，由于七欣天和捞王将员工大规模外包，其员工成本的占比远低于海底捞。这反映粤式火锅品牌在食材采购、运营管理方面具备成本优势，均接近小火锅龙头呷哺的成本水平。因此粤式火锅单店运营总成本基本能控制在1000万左右，有利于提升粤式火锅品牌的利润空间。

来源：各企业年报或招股书，头豹研究院

中国粤式火锅行业制约因素——地域壁垒

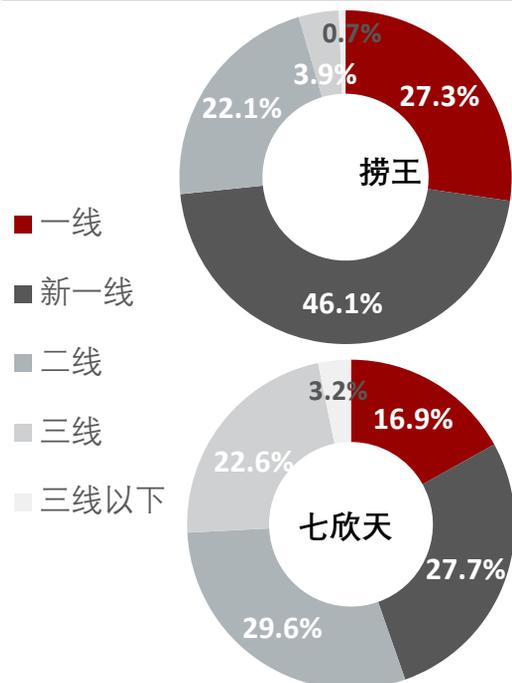
一二线城市餐饮业日趋饱和，火锅品牌逐渐深耕下沉市场，而粤式火锅因口味、客单价高等因素，较难在中国北部、中西部等下沉市场扩张。捞王、七欣天等代表性粤式火锅品牌也面临较高地域壁垒

捞王、七欣天、海底捞、呷哺呷哺门店分布情况，2023.10



中国火锅行业下沉趋势明显，而粤式火锅因其自身特性面临地域壁垒。随着餐饮业渠道下沉，面积广大、目标群体集中的二三四线城市将成为火锅行业增长点。但粤式火锅口味清淡，客单价较高，主要分布于广东及江浙沿海经济较发达地区。海底捞和呷哺呷哺门店数分别为1360、862家，覆盖252、103个城市，而粤式火锅中的捞王、七欣天门店数分别为154、372家，仅覆盖32、60个城市，集中于口味清淡、经济水平较高的东南沿海。

捞王、七欣天、海底捞、呷哺呷哺城市分布情况，2023.10



粤式火锅因其高客单价，下沉阻力较大。以往火锅品牌强调一线城市首店开张，投入大量宣发资源获取流量以占据消费者心智，而随着火锅行业整体逐渐下沉深耕，未来一二线城市市场份额将被进一步压缩。客单价分别为102.2元、70.6元的海底捞和呷哺呷哺在三线及以下城市门店占比分别为30.7%、28.2%，而客单价135.3元、117.8元的捞王和七欣天下沉市场门店占比仅为4.6%、25.8%。高客单价导致粤式火锅在追求性价比的下沉市场受阻。

来源：窄门餐眼，头豹研究院

未完待续
下篇正在进行中

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院消费行业研究团队

邮箱：gary.liu@leadleo.com

完整版研究报告阅读渠道：

- 登录www.leadleo.com，搜索《2023年中国粤式火锅行业概览：广东火锅品牌的崛起机会在何处？》

了解其他大消费行业系列课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- [2023年中国啤酒行业概览](#)
- [2023年中国柚子汁饮料行业概览](#)
- [2023年中国显卡行业概览](#)
- [2023年中国垂直农场行业概览](#)
- [2023年中国消费类企业融资发展与展望白皮书](#)

头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国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：**报告/数据库服务、行企研报定制服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他以企业为基础，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



备注：数据截止2022.6

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