

# 火锅底料 头豹词条报告系列



张婷锐 · 头豹分析师

2024-01-17 未经平台授权, 禁止转载

版权有问题? [点此投诉](#)

行业: [制造业/食品制造业/其他食品制造](#) [消费品制造](#)

## 词条目录

<h3>行业定义</h3> <p>火锅底料行业是指生产、加工和销售各种火锅底料产...</p> <a href="#">AI访谈</a>	<h3>行业分类</h3> <p>火锅底料按原料的不同可分为动物油脂型和植物油脂...</p> <a href="#">AI访谈</a>	<h3>行业特征</h3> <p>火锅底料行业呈现出产品同质化、口味日趋多元化、...</p> <a href="#">AI访谈</a>	<h3>发展历程</h3> <p>火锅底料行业目前已达到 <b>3个</b>阶段</p> <a href="#">AI访谈</a>
<h3>产业链分析</h3> <p><a href="#">上游分析</a> <a href="#">中游分析</a> <a href="#">下游分析</a></p> <a href="#">AI访谈</a>	<h3>行业规模</h3> <p>火锅底料行业规模暂无评级报告</p> <a href="#">AI访谈</a> <a href="#">SIZE数据</a>	<h3>政策梳理</h3> <p>火锅底料行业相关政策 <b>5篇</b></p> <a href="#">AI访谈</a>	<h3>竞争格局</h3> <p>火锅底料市场竞争格局较为分散, 按品牌官方直营店...</p> <a href="#">AI访谈</a> <a href="#">数据图表</a>

**摘要** 火锅底料行业是指生产、加工和销售各种火锅底料产品的食品制造及加工行业。随着火锅餐饮行业的蓬勃发展以及调味品日趋复合化的发展趋势, 火锅底料已成为热门的调味品细分品类。火锅底料的销售具有较明显的周期性和季节性特征, 易受节日影响。预计2027年, 中国火锅底料行业的市场规模将超过500亿元, 2023年-2027年CAGR为10.68%。

## 火锅底料行业定义<sup>[1]</sup>

火锅底料行业是指生产、加工和销售各种火锅底料产品的食品制造及加工行业。火锅底料是以动植物油、辣椒、花椒、食盐、香辛料和豆瓣酱等为主要原材料, 按一定配方和工艺加工制成的, 用于调制火锅底汤或制作炒菜、面食等的中式复合调味料。伴随火锅餐饮行业的蓬勃发展以及调味品日趋复合化的发展趋势, 火锅底料已成为热门的调味品细分品类。

[1] 1: 天味食品, 现代食品

## 火锅底料行业分类<sup>[2]</sup>

火锅底料按原料的不同可分为动物油脂型和植物油脂型，按口味的不同可分为辣汤型和清汤型。在线上火锅底料市场，牛油底料的销售额占比约为50%，清油火锅底料的销售额占比在17%-20%左右。

### 按味型划分



[2] 1: <http://news.china...> | 2: <https://www.cbnd...> | 3: 天味食品, 中国网, CB...

## 火锅底料行业特征<sup>[3]</sup>

火锅底料行业呈现出产品同质化、口味日趋多元化、销售具有季节性等特征。

### 1 产品同质化较为严重

火锅底料产品多以麻辣、番茄等口味为主，多元化小众口味火锅底料逐渐兴起

火锅底料品牌在业务模式、产品、口味以及包装上呈现出同质化的发展特征。火锅底料生产的技术含量相对较低，主要依赖于原料选择和配方设计。不同品牌的相同口味底料产品的相似度高，可替代性强。为迎合多样化口味和个性化消费的市场需求，多元化口味火锅底料逐渐兴起。2023年截至9月底，淘宝平台泰式冬阴功汤底已售出40多万份，金汤花胶鸡火锅底料和糟粕醋火锅底料的销量已分别超过9万份和4万份。

### 2 以年轻消费者为主

## C端用户以年轻消费者为主；小规格火锅底料逐渐受到消费者青睐

年轻消费者已成为火锅底料C端消费市场的主力人群，其中59.5%的消费者年龄在26-40岁之间，且家庭消费占据了较大的比例。由于单身经济和独居生活的影响，“一人食”的小份量火锅底料开始流行起来，其规格通常在50g-80g左右，消费门槛较低，且常以打包或组合装的方式售卖。包装的小巧使得烹饪时无需切割，既方便保存又便于携带。

### 3 行业周期性较强

#### 下半年通常为火锅底料销售的旺季

火锅底料以麻辣口味为主，相对于其他具备刚需属性的调味产品，火锅底料的销售具有较明显的周期性和季节性特征，且易受节日影响。冬季和春节期间通常是火锅底料的销售高峰期，而夏季则相对较为平淡。

[3] 1: <https://www.cnfoo...> | 2: <https://www.fooda...> | 3: 中国食品报, Foodaily

## 火锅底料发展历程<sup>[4]</sup>

从根据口味需求自行配制，到工业化规模化生产，火锅底料逐渐成为商业化和品牌化的产品。知名火锅底料品牌的崭露头角，以及消费者口味的变化和消费升级，推动了火锅底料行业的发展。随着电商的兴起，火锅底料行业亦逐渐向线上渠道拓展，行业的数字化和智能化进程加速。

### 启动期 · 1993~2010

**火锅底料企业相继成立。**1993年，重庆红九九食品成立。2003年内蒙古草原红太阳食品、小肥羊调味食品接连创立。

**火锅底料行业处于早期发展阶段，市场格局较为分散。**火锅底料产品多为手工制作，生产规模较小，产品种类较为单一。全国性的火锅底料市场尚未形成。

### 高速发展期 · 2011~2019

2013年，颐海国际从海底捞集团分拆，以销售额计算，在中高端火锅底料市场占据了超过30%的市场份额。按销售价值计算，2015年中国火锅底料市场CR5为30.9%；中高端火锅底料市场相对集中，CR3达51.1%。**火锅底料企业资本化。**2016年，颐海国际在港交所上市。2017年，火锅底料相关企业注册量同比增加59.6%。2019年4月，经历了5次IPO申请后，天味食品成功登陆上交所，成为首家登录A股的火锅底料企业。

**火锅底料行业进入品牌化发展阶段。**火锅餐饮行业连锁化率的提升促使火锅底料行业走向产业化。火锅底料市场快速扩容，企业走上资本化之路。

## 成熟期 · 2020~2023

**受全球经济不稳定因素的影响，线下火锅堂食受到限制。随着C端需求放量，火锅底料行业逐渐聚焦线上零售市场。**2021年，火锅底料相关企业注册量同比减少70.3%；同年，天猫淘宝火锅底料市场规模达到14.5亿元。**火锅底料产品仍以辣味为主。**2022年上半年，辣味火锅底料销售额为4.4亿元，占据天猫淘宝整体火锅底料市场66%的份额；2022年麻辣火锅底料销售额达7,548万，同比增长了26.2%。**随着消费者需求多元化和火锅底料工业化生产的推动，火锅底料不断创新改良，口感愈加丰富。**2020年，海天味业推出海天牌火锅底料，包括韩式辣牛肉、新疆番茄等4种口味。2022年天猫平台618活动中，火锅调味料销售额同比增长约36.8%，其中新锐品牌日食记销售额超过111万元，成功进入火锅底料品牌榜TOP15，其爆品为冬阴功汤底。**火锅底料研发和生产过程的智能化和高效化，进一步提高了产品质量和生产效率。**2021年10月，成都扬名食品有限公司启用了首条智能化手工全型火锅底料生产线，预计手工全型火锅底料的产能将增加3万吨以上。

**火锅底料赛道日趋饱和，海底捞、德庄等行业头部品牌占据主导地位，新兴品牌通过差异化策略切入市场。**随着市场需求逐渐回归常态化，品牌竞争变得更加激烈。**火锅底料行业进入多元化创新和产业化升级阶段。**线上和线下的融合发展模式提高了行业的数字化和智能化水平。消费者对火锅底料的需求将更加精细化，火锅底料市场将进一步细分。

[4] 1: <http://www.canyin...>

2: <https://www.qcc.c...>

3: <https://www.cbnd...>

4: <https://www.cbnd...>

5: <https://www.fooda...>

6: 红餐网, 企查查, 颐海...

## 火锅底料产业链分析<sup>[5]</sup>

火锅底料产业链上游为原材料供应环节，参与者包括供应食用动物油脂的溢洲油脂、供应花椒产品的凯扬农业等。中游环节的生产商包括颐海国际、红九九等。下游环节参与者以餐饮企业以及终端消费者为主，通过农贸市场、商超和零售商等渠道进入居民消费及餐饮领域。关于火锅底料行业主要有以下三个研究观点：

**1.火锅底料产品的生产门槛较低，而品牌建设和渠道拓展的难度相对较大。**产品的同质化使得火锅底料品牌的忠诚度不高。火锅底料企业仍需注重产品的研发和创新，同时通过渠道建设提升产品的曝光度和市场影响力，以吸引消费者并提高品牌忠诚度和复购率。**2.火锅底料企业的毛利率相对较低，约在20%-35%之间。头部企业通过不断完善火锅底料生产线，以实现降本增效。**自建生产基地已成为企业的关键策略之一，有助于提高生产效率和产品质量，进一步巩固其市场地位。同时，随着市场竞争的加剧，中小火锅底料企业将面临更大的压力，行业整合和集中度的提升将成为未来的趋势。**3.火锅底料产品的销售对经销商和关联火锅企业的依赖程度较高。火**

锅底料品牌商仍需建立一体化的供应链体系，确保原材料的质量和稳定供应，降低生产成本，加强与经销商的合作，提高产品竞争力，从而掌握更多议价权。

## 上 产业链上游

### 生产制造端

原料供应

### 上游厂商

[广汉市迈德乐食品有限公司 >](#)

[青州市盛吉油脂有限公司 >](#)

[成都建乐食品有限公司 >](#)

[查看全部](#) ▾

### 产业链上游说明

火锅底料以牛油、色拉油、辣椒、花椒、香辛料和食盐等为主要原材料。**1.火锅底料生产的技术门槛较低，去厨师化程度高，成本主要来源于直接材料。**火锅底料的原材料成本占比在60-90%左右。**2.原材料价格的波动对中游生产成本的影响较大。**牛油、花椒等价格的下跌，将使得火锅底料的生产成本愈低。2023年以来，豆油期货价格持续下跌，花椒批发价格呈现先升后降的趋势。截至2023年11月10日，新华·中国（武都）花椒价格指数下跌至677.54点，与基期相比跌幅为32.2%。**火锅底料企业的成本压力将得以缓解。**

## 中 产业链中游

### 品牌端

火锅底料生产

### 中游厂商

[颐海國際控股有限公司 >](#)

[四川天味食品集团股份有限公司 >](#)

[重庆红九九食品有限公司 >](#)

[查看全部](#) ▾

### 产业链中游说明

**火锅底料行业中游为火锅底料产品的生产环节，参与者包括火锅底料生产商和品牌商。****1.中国火锅底料行业竞争激烈，市场集中度仍存在上升空间。**天猫淘宝火锅底料产品市场的CR5在35%-40%之间波动。2022年，川渝地区生产的火锅底料市场占比超过60%，产品口味以传统麻辣牛油火锅为主，品牌主要包括名扬、海底捞。而清淡底料多产自北上浙广地区。**2.调味品类的毛利率多在30%-40%之间，火锅底料企业的毛利率相对较低，约在20%-35%之间。**火锅品牌的锅底价格集中于30-80元。海底捞500克的大块牛油火锅底料价格

约为30元，食用牛油添加量达31.9%。2022年，颐海国际火锅调味料产品的销售毛利率为34.8%，天味食品火锅调料的毛利率仅为33.02%。**3.食品工业化进程的加快推动火锅底料的标准化、自动化和智能化生产，头部企业火锅底料生产线日趋完善。**颐海国际拥有5大生产基地和11个物流中心。天味食品已建立8大专属原料生产基地以及24条复合调味料全自动生产线。红九九拥有11条自主研发的全自动化和智能化火锅底料生产线。2022年8月，申唐产业眉山超级梦工厂顺利封顶，并宣布建成了中国最大的单体火锅底料生产基地。对于火锅底料企业而言，现代化的生产基地将成为其持续创新和发展的**重要引擎。**

## 产业链下游

### 渠道端及终端客户

火锅底料销售

#### 渠道端

[四川海底捞餐饮股份有限公司 >](#)

[巴奴毛肚火锅有限公司 >](#)

[四川刘掌门老火锅餐饮有限公司 >](#)

[查看全部](#)

### 产业链下游说明

**火锅底料行业下游为火锅底料产品的销售环节。**1.火锅底料的销售渠道包括To B的餐饮市场和To C的零售市场。在C端消费市场中，年轻消费者已成为消费主力，超过50%的消费者年龄集中在26-40岁之间。年轻消费者对于新鲜口味和品质的追求已成为市场发展的重要驱动力。此外，天味食品的营销网络已覆盖中国31个省、自治区及直辖市，零售终端网点超过40万个。2.火锅底料产品的销售对经销商和关联火锅企业的依赖程度较高。2022年，天味食品80.5%的营业收入来源于经销商渠道；颐海国际70%的销售收入来源于经销商，24.2%的收入来源于海底捞关联客户方。

[5] 1: <https://finance.sin...> | 2: <https://indices.cnfi...> | 3: <https://36kr.com/p...> | 4: <https://www.cbnd...> | 5: <https://www.mktin...> | 6: 天味食品, 新浪财经, ...

## 火锅底料行业规模<sup>[6]</sup>

2018-2022年，中国火锅底料行业的市场规模从194.0亿元增长至301.6亿元，预计2027年将达514.7亿元，2023年-2027年CAGR为10.68%。

火锅底料行业市场规模的变化受到多种因素的影响：**1.火锅餐饮市场的蓬勃发展带动火锅底料行业规模的增长。**2019年，颐海国际火锅调味料产品的营收为28.13亿元，同比上升43.9%，向关联方销售火锅底料产品收入

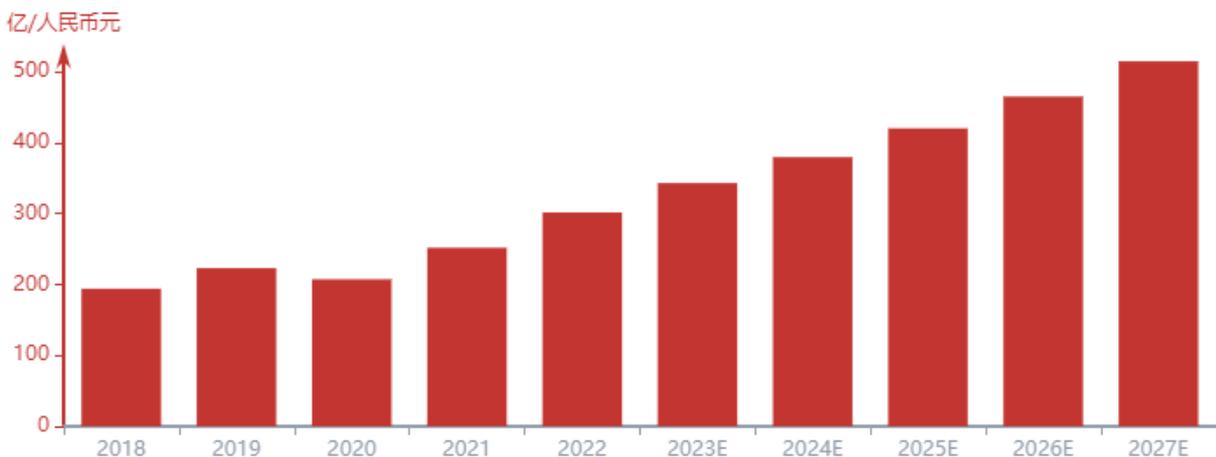
增长39.3%。据窄门餐眼，截至2023年4月，中国火锅门店总数为482,593家，近一年新开店124,144家。2023年上半年，美团和大众点评新增收录火锅门店数较2019年增长30%，火锅团购订单量持续3年居正餐品类之首；2023年截至10月，在美团线上正餐品类中，火锅品类的订单量占比近30%，核销量超过27%。火锅餐饮的连锁化发展趋势推动火锅底料生产的规模化和标准化需求，使得B端市场对火锅底料的采购需求持续增加。**2.2020年火锅餐饮行业受到全球经济不稳定因素的影响，但随着C端速冻火锅食材的广泛营销推广、锅圈食汇等火锅食材超市如雨后春笋般涌现，“居家火锅”消费市场的崛起和火锅底料的零售化发展加速了预包装火锅底料产品消费者端的市场需求。**在2019年的双11购物狂欢节中，京东平台上的火锅底料成交额同比增长了130%。2021年天猫淘宝平台火锅底料的市场规模达14.5亿元；2022年上半年该平台火锅底料销售额为6.67亿元，销量达2,000万件。

火锅底料行业规模有望持续增长：**1.随着火锅市场的不断扩大，品牌自建火锅底料工厂逐渐成为行业趋势，将为火锅底料行业的规模增长注入新的活力。**2022年10月，九毛九发布公告表示拟投资2亿元自建火锅底料及复合调味料生产工厂。自建底料工厂有助于企业控制成本并实现扩张战略的独立性，同时提高产品质量和灵活性，确保品牌体验的一致性，为企业未来的发展奠定坚实基础。**2.火锅底料产品持续创新。**2023年9月，天味食品推出战略大单品“好人家第三代厚火锅底料”，比二代手工火锅底料增加了2倍牛油，融合了13种精选香辛料风味，并通过4小时厚焖底料锁香。同时，新希望味业推出的“有言有味·树番茄火锅底料”在山姆会员店上市，产品上线10天销售额突破100万元，上线30天销量突破20万袋。火锅底料产品的迭代满足了消费者对口味多样化的需求，亦进一步提高了产品的品质和附加值。技术和产品的不断突破和创新为高端火锅底料市场规模的扩大提供了有力支持。

## 中国火锅底料行业市场规模

火锅底料行业规模

中国火锅底料市场规模



[6] 1: <https://www.fooda...> | 2: <https://mp.weixin...> | 3: <https://mp.weixin...> | 4: <http://finance.new...> | 5: <https://mp.weixin...> | 6: <https://news.10jqk...> | 7: INDUSTRIAL ECONOMY

## 火锅底料政策梳理<sup>[7]</sup>

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《食品经营许可和备案管理办法》	国家市场监督管理总局	2023-12-01	2
政策内容	该《办法》明确提出食品经营许可和备案应当遵循依法、公开、公平、公正、便民、高效的原则。县级以上地方市场监督管理部门应当对申请人提交的许可申请材料进行审查。备案人应当取得营业执照等合法主体资格，并具备与销售的食品品种、数量等相适应的经营条件。			
政策解读	该《办法》对火锅底料行业的影响主要体现在加强了对产品质量安全的监管和管理，促进了行业的规范发展和提升产品质量水平。对于火锅底料行业而言，经营者需要按照相关规定向食品药品监管部门申请许可或备案，确保产品的质量安全。《办法》对食品生产加工环境、设备、原料、工艺流程等方面提出了具体要求，要求食品生产企业必须符合相关的生产加工标准。对于火锅底料生产企业而言，需要严格按照相关要求生产加工，确保产品符合卫生安全标准。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国农产品质量安全法》	国务院	2023-01-01	2
政策内容	该《安全法》强调了农产品生产经营者应当对其生产经营的农产品质量安全负责。销售的农产品应当符合农产品质量安全标准。农产品质量安全检测应当充分利用现有的符合条件的检测机构。			
政策解读	火锅底料行业将受到更加严格的质量监管，包括原料采购、生产加工、储存运输等环节皆需符合相关法律法规的要求。该《安全法》要求企业对产品质量安全承担更加严格的责任，火锅底料生产企业需要加强内部管理，建立健全质量安全管理体系，确保产品质量安全。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《国家标准化发展纲要》	国务院	2021-10-10	2
政策内容	该《纲要》强调了提升产业标准化水平的重要性，提出完善绿色发展的标准化保障，加快城乡建设和社会建设标准化进程，提升标准化对外开放水平，推动标准化改革创新，并夯实标准化发展基础。			
政策解读	该《纲要》提出加强标准化工作的要求，将有助于推动中国各行业的标准化进程。对于火锅底料行业而言，标准化措施将带来行业的规范化和健康化发展，有助于推动业内企业的合作。该《纲要》强调推进服务业标准化、品牌化建设，加强食品冷链、现代物流等领域的标准化。火锅底料行业仍需围绕生产、流通等关键环节，持续加强研发投入，从而增强产业链稳定性，且供应链、物流等方面的标准化建设与技术攻克将有助于提升火锅底料品牌的渠道建设和运营能力。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国食品安全法实施条例》	国务院	2019-12-01	4
政策内容	该《条例》明确指出，生产经营者应当依照法律、法规和食品安全标准从事生产经营活动，建立健全食品安全管理制度。县级以上人民政府建立统一权威的食品安全监督管理体制，加强食品安全监督管理能力建设。			
政策解读	该《条例》从食品安全风险监测、生产经营、食品检验、食品进出口、安全事故处置、法律责任等多角度要求生产、加工、储存、运输等环节符合国家食品安全标准，从而保证了食品品质安全。严重的产品卫生和质量问题所产生的负面影响会波及整个火锅底料行业。管理体系的标准化可提高食品行业的管理水平和消费者信任度，而达不到食品安全法律法规的标准的或将面临淘汰。此外，消费者和全社会饮食安全意识的提高会对消费习惯产生影响，对食品行业产生监督和动力作用。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《促进食品工业健康发展的指导意见》	国家发展改革委，工业和信息化部	2017-01-05	2
政策内容	该《意见》强调了优化产品结构的重要性，提倡通过积极推进传统主食及中式菜肴工业化、规模化生产，深入发掘地方特色食品和中华传统食品，以提升产品的品质和附加值。《意见》提出应进一步健全标准体			

	系，加快推进食品安全国家标准的清理整合，推动食品添加剂等标准与国际标准接轨。
政策解读	该《意见》强调食品安全是食品工业发展的基本前提，提出要加强食品质量监管。火锅底料行业需加强食品安全管理，建立健全食品安全追溯体系，确保产品质量和安全。企业需严格控制原材料和生产过程，确保产品质量达标，提高产品竞争力。《指导意见》对促进企业加强食品安全管理，提高产品质量和竞争力，推动产业升级，加强品牌建设等产生了正面影响，可促进火锅底料行业的健康发展。
政策性质	指导性政策

[7] 1: <https://www.gov.c...> 2: <https://www.ndrc...> 3: <https://www.gov.c...> 4: <https://www.gov.c...>  
5: <https://www.samr...> 6: 国务院, 国家发改委, ...

## 火锅底料竞争格局<sup>[8]</sup>

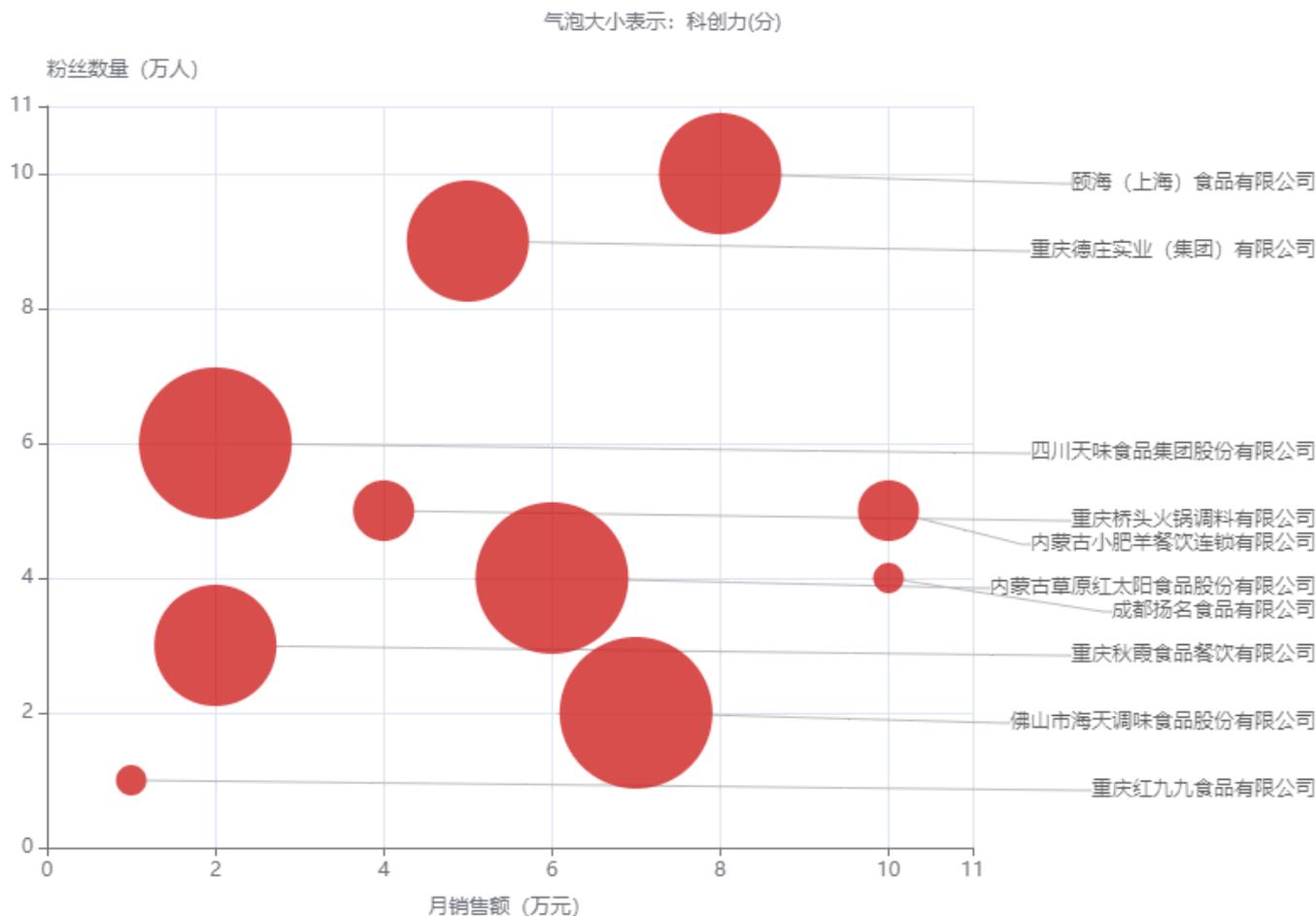
火锅底料市场竞争格局较为分散，按品牌官方直营店月销售额可分为三个梯队，第一梯队为销售额超过240万元的**品牌**，包括颐海国际、小肥羊和名扬等，第二梯队为销售额介于80万元和240万元之间的品牌，包括草原红太阳、德庄和海天味业。第三梯队品牌为红九九、秋霞、桥头和百品日光等。

中国火锅底料行业竞争格局分布的原因包括：**1.头部品牌通过推出丰富的SKU来满足市场的多样化需求。**2022年颐海国际新增11款火锅调味料产品；截至2022年底，颐海国际共有50款火锅调味料产品。海天味业已形成新疆番茄、云贵酸汤风味、广式海鲜骨汤、韩式部队锅和日式寿喜锅等9种不同风味的产品。桥头火锅则拥有9款不同规格的火锅底料产品。**2.食材供应链优势亦是影响竞争格局的重要因素。**颐海国际拥有5大生产基地和11个物流中心，**确保了原材料的稳定供应和物流的高效运作。**2022年，德庄10,000吨透视装牛油火锅底料数字化生产车间正式投入生产。天味食品则采用了“农户+合作社+原料加工基地+公司”的产业链管控模式，并建立了8大专属原料生产基地以及24条复合调味料全自动生产线。其中，火锅底料生产线运用了自行开发的、中国首创的火锅底料罐装工序自动化技术，**确保了原料的全程可追溯和可控。**天味食品的研发费用超过2,000万元/年，新申请发明专利超过8项/年。此外，红九九拥有11条自主研发的全自动化和智能化火锅底料生产线，年产量超过10万吨。**对供应链的精细管理能够确保火锅底料产品的品质 and 安全性，增加品牌的信誉和消费者的忠诚度。**而先进的生产技术和规模效应则有助于降低生产成本，提高市场竞争力。**供应链一体化布局和协同效应使得火锅底料企业在市场中更具优势，进一步巩固了其在行业中的地位。**

**中国火锅底料行业的竞争格局分布受到产品同质化程度较高的影响，品牌通过差异化市场定位来扩大竞争优势：1.随着头部火锅底料品牌持续打造产品力和加强产品推新，市场出清将加速，行业集中度将提升，其他品牌会面临更大的压力。**海底捞已推出泡菜鸭锅底、岭南黄猪肚鸡锅底，进一步丰富了其产品线。2023年9月，天味食品推出了融合13种精选香辛料风味的战略大单品“好人家第三代厚火锅底料”。**2.味型、包装和净含量等方面的差异化趋势将愈加明显。**糟粕醋火锅和螺蛳粉火锅等具有地方特色或小众口味的火锅及底料产品已逐渐受到消

费者的青睐。在京东平台上，“日食记”品牌的糟粕醋火锅底料销量显著领先，超过20万件，而其他商家的同类产品销量普遍不足5,000件。在C端市场中，头部品牌对特色口味产品的供应较为有限，这为其他品牌提供了机会。新兴品牌仍需调整市场策略，依靠科技创新推动产品升级，注重产品的差异化发展，以适应消费者的需求和市场的发展趋势。

[11]



## 上市公司速览

### 颐海国际控股有限公司 (01579)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
34.3亿	26.2亿	-2.6900	-

### 四川天味食品集团股份有限公司 (603317)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	22.3亿元	17.04	36.89

### 佛山市海天调味食品股份有限公司 (603288)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	186.5亿元	-2.33	35.49

- [8] 1: <https://www.teway...> | 2: <http://www.cqhjj.c...> | 3: <http://www.yihchi...> | 4: <http://www.qthgtl...> | 5: <https://app.cqrb.c...> | 6: <https://mp.weixin....> | 7: <http://www.haitian...> | 8: 天味食品, 红九九, 颐...

- [9] 1: <https://www.dianc...> | 2: <https://www.dianc...> | 3: <https://www.dianc...> | 4: <https://www.dianc...> | 5: <https://www.dianc...> | 6: <https://www.dianc...> | 7: <https://www.dianc...> | 8: 店查查
- [10] 1: 淘宝
- [11] 1: <https://www.qcc.c...> | 2: <https://www.qcc.c...> | 3: <https://www.qcc.c...> | 4: <https://www.qcc.c...> | 5: <https://www.qcc.c...> | 6: <https://www.qcc.c...> | 7: <https://www.qcc.c...> | 8: <https://www.qcc.c...> | 9: 企查查, 国家企业信用...

## 火锅底料代表企业分析

### 1 重庆红九九食品有限公司

#### · 公司信息

企业状态	存续	注册资本	300万人民币
企业总部	市辖区	行业	食品制造业
法人	黄万明	统一社会信用代码	91500104733981686M
企业类型	有限责任公司	成立时间	2002-02-05
品牌名称	重庆红九九食品有限公司		
经营范围	生产、加工、销售（仅限于在生产场所销售自产产品）：调味料（半固态）（在许可证核定... <a href="#">查看更多</a>		

### 2 四川天味食品集团股份有限公司【603317】

#### · 公司信息

企业状态	存续	注册资本	106557.4914万人民币
企业总部	成都市	行业	食品制造业
法人	邓文	统一社会信用代码	915101007978308873
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2007-03-02
品牌名称	四川天味食品集团股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	食品、调味料研发、生产及销售；仓储服务；销售机械设备；软件设计、开发和销售；农产... <a href="#">查看更多</a>		

#### · 财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.17	1.14	1.13	1.16	1.15	-	-	-	-	-

资产负债率(%)	28.701	23.7703	17.8849	21.9258	17.9227	14.022	13.061	10.079	16.528	20.109
营业总收入同比增长(%)	3.955	-2.9572	13.2735	8.3258	32.5614	22.258	36.897	-14.341	32.839	21.789
归属净利润同比增长(%)	-14.3847	-3.817	42.8188	-9.6031	45.048	-	-	-	-	-
应收账款周转天数(天)	2.7799	2.1455	-	-	1.153	2	2	2	2	2
流动比率	2.1624	2.6246	3.7948	3.2037	4.1576	5.951	6.698	7.581	4.022	3.357
每股经营现金流(元)	0.29	0.62	0.45	0.6	0.71	0.915	0.56	0.319	0.716	0.157
毛利率(%)	36.366	37.1694	39.4411	40.2725	39.3767	0.1481	70.61	-82.75	-	-
流动负债/总负债(%)	94.7022	96.2568	96.3069	96.2515	96.7259	97.431	98.009	95.844	98.378	98.552
速动比率	1.7644	1.0704	1.6183	0.9963	1.5046	5.615	6.256	7.316	3.835	3.191
摊薄总资产收益率(%)	17.2026	14.714	18.7826	15.6821	20.6715	16.83	11.326	4.333	7.55	2.633
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-	-	39.727	44.8981	38.6521	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	-	-4.493	17.0528	-88.6773	-	-	-
加权净资产收益率(%)	24.58	20.1	23.81	18.6	25.89	18.98	17.46	-	-	-
基本每股收益(元)	0.4036	0.3882	0.5544	0.4994	0.717	0.7436	0.6056	0.245	0.4548	0.122
净利率(%)	16.5373	16.3908	20.666	17.2456	18.87	17.1925	15.4048	9.1031	12.6588	16.6778
总资产周转率(次)	1.0402	0.8977	0.9089	0.9093	1.0955	0.979	0.735	0.475	0.594	0.157
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	-	13.6702	9.2503	-63.395	-	-	-
每股公积金(元)	0.0015	0.0015	0.0015	0.1026	0.1026	1.1767	3.1218	2.429	2.5617	1.5655
存货周转天数(天)	39.1509	45.3418	38.5229	44.456	43.0205	36	44	46	26	31
营业总收入(元)	8.95亿	8.69亿	9.84亿	10.66亿	14.13亿	17.27亿	23.65亿	20.26亿	26.91亿	7.66亿
每股未分配利润(元)	0.6389	0.9089	1.3283	1.1071	1.5947	1.8877	1.6255	1.3363	1.6637	1.0834

稀释每股收益 (元)	0.4036	0.3882	0.5544	0.4994	0.717	0.7436	0.6046	0.2441	0.4506	0.1209
归属净利润(元)	1.48亿	1.42亿	2.03亿	1.84亿	2.67亿	2.97亿	3.64亿	1.85亿	3.42亿	1.28亿
扣非每股收益 (元)	0.37	0.3258	0.4574	0.5055	0.6504	0.6514	0.5134	0.1617	0.3874	0.1559
经营现金流/营 业收入	0.29	0.62	0.45	0.6	0.71	0.915	0.56	0.319	0.716	0.157

### 3 佛山市海天调味食品股份有限公司【603288】



#### 公司信息

企业状态	开业	注册资本	556060.0544万人民币
企业总部	佛山市	行业	食品制造业
法人	庞康	统一社会信用代码	91440600722448755D
企业类型	其他股份有限公司(上市)	成立时间	2000-04-08
品牌名称	佛山市海天调味食品股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	生产经营调味品、豆制品、食品、饮料、包装材料；农副产品的加工；其他电信服务：货物... <a href="#">查看更多</a>		

#### 财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
销售现金流/营 业收入	1.2	1.09	1.22	1.23	1.2	1.18	1.17	-	-
资产负债率(%)	31.9318	23.89	25.6234	27.9863	31.0565	32.9491	31.7184	29.51	21.065
营业总收入同比 增长(%)	16.8492	15.047	10.3076	17.0626	16.8	16.2166	15.1286	9.706	2.422
归属净利润同比 增长(%)	30.1202	20.0623	13.2889	24.2093	23.5988	22.6441	19.6084	-	-
应收账款周转天 数(天)	-	-	-	0.0609	0.0519	0.0446	0.3471	1	2
流动比率	2.1001	2.6538	2.5938	2.6127	2.5711	2.5405	2.6651	2.91	4.014
每股经营现金流 (元)	1.8219	0.811	1.5061	1.7477	2.2205	2.4321	2.1449	1.501	0.827
毛利率(%)	40.4069	41.9424	43.9486	45.6901	46.4671	45.4423	42.1689	19.88	-
流动负债/总负 债(%)	95.3327	98.4248	98.6603	98.7389	98.2778	97.8208	96.9337	96.329	93.653

速动比率	1.5332	1.6744	1.5292	1.2476	1.5482	2.3095	2.43	2.675	3.658
摊薄总资产收益率(%)	23.5845	22.3092	22.7801	23.7015	23.9402	23.8598	23.6114	21.22	18.392
营业总收入滚动环比增长(%)	12.8423	28.084	25.3143	9.6906	8.2925	6.6021	3.9004	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	24.4378	25.9946	44.7876	42.3454	50.4059	39.3576	44.0599	-	-
加权净资产收益率(%)	33	32	32	31.12	32.66	33.69	36.13	-	-
基本每股收益(元)	1.4	0.93	1.05	1.31	1.62	1.98	1.98	1.58	1.34
净利率(%)	21.2882	22.2202	22.8207	24.2142	25.6343	27.056	28.1198	26.6816	24.222
总资产周转率(次)	1.1079	1.004	0.9982	0.9788	0.9339	0.8819	0.8397	0.795	0.76
归属净利润滚动环比增长(%)	27.4676	32.1165	45.1887	38.6665	39.6689	39.917	38.8825	-	-
每股公积金(元)	1.6653	0.4929	0.488	0.4781	0.4928	0.4928	0.244	0.0338	0.0308
存货周转天数(天)	66.6864	59.1317	50.0007	45.0186	44.3028	50.0981	53.2962	51	50
营业总收入(元)	98.17亿	112.94亿	124.59亿	145.84亿	170.34亿	197.97亿	227.92亿	250.04亿	256.10亿
每股未分配利润(元)	2.0562	1.4735	1.848	2.386	3.124	4.141	4.4434	4.0169	4.162
稀释每股收益(元)	1.4	0.93	1.05	1.31	1.62	1.98	1.98	1.58	1.34
归属净利润(元)	20.90亿	25.10亿	28.43亿	35.31亿	43.65亿	53.53亿	64.03亿	66.71亿	61.98亿
扣非每股收益(元)	1.35	0.9	1.03	1.25	1.53	1.88	1.91	1.53	1.29
经营现金流/营业收入	1.8219	0.811	1.5061	1.7477	2.2205	2.4321	2.1449	1.501	0.827

## 法律声明

**权利归属：**头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

**尊重原创：**头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

**内容使用：**未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

**合作维权：**头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

**完整性：**以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。