

椰子鸡火锅 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：[住宿和餐饮业/餐饮业/正餐服务](#) [服务/餐饮娱乐](#)

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>椰子鸡火锅行业是以椰子和鸡肉为主料，椰子汁为底...</p> AI访谈	<h3>行业分类</h3> <p>火锅行业菜品正处于融合化发展阶段，椰子鸡火锅汤...</p> AI访谈	<h3>行业特征</h3> <p>椰子鸡火锅通过稀缺品类开拓潜在市场，在原材料、...</p> AI访谈	<h3>发展历程</h3> <p>椰子鸡火锅行业目前已达到 3个 阶段</p> AI访谈
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> AI访谈	<h3>行业规模</h3> <p>椰子鸡火锅行业规模暂无评级报告</p> AI访谈 SIZE数据	<h3>政策梳理</h3> <p>椰子鸡火锅行业相关政策 6篇</p> AI访谈	<h3>竞争格局</h3> <p>中国椰子鸡火锅行业准入门槛较低，市场竞争格局分...</p> AI访谈 数据图表

摘要 中国椰子鸡火锅起源于广东，经历了从爆火、沉寂、到竞争加剧、区域拓展的迅速发展过程。椰子鸡火锅具备弱加工属性，标准化程度较高。椰子鸡火锅行业呈现出发展区域化、经营无季节性和消费人群多层次化的特征，行业准入门槛较低，市场竞争格局分散。截至2023年12月初，仅有4家椰子鸡火锅品牌门店数量超过50家。预计到2027年，中国椰子鸡火锅行业规模将超过100亿元。

椰子鸡火锅行业定义^[1]

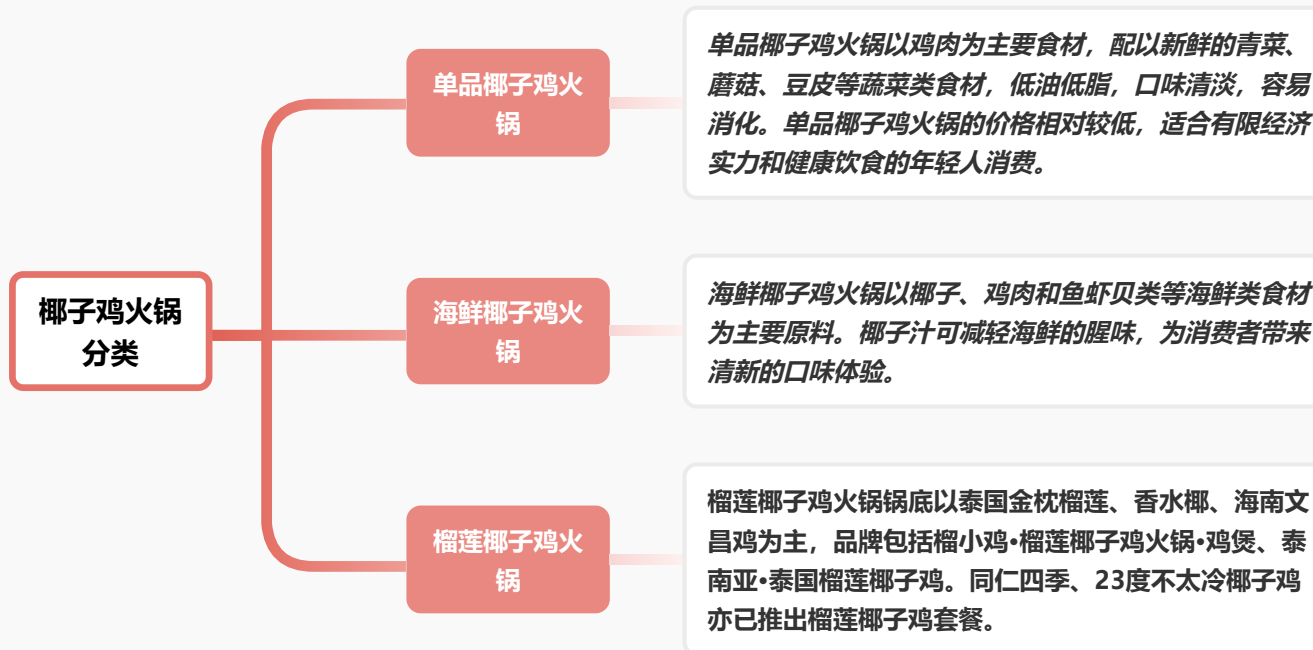
椰子鸡火锅行业是以椰子和鸡肉为主料，椰子汁为底料，以“椰子鸡+火锅”的创新火锅形式提供服务的餐饮行业。椰子鸡火锅的烹煮方式是先将椰子水与椰肉倒入锅中，按时煮开，随后加入切块鸡肉，待汤水沸腾后3分钟再开盖，先喝汤再吃肉最后涮菜；其蘸料调配方式是将小金桔汁水挤入酱油里，再拌上沙姜末。椰子水低糖，含有维生素C、维生素B族、钾、镁等矿物质，而鸡肉富含蛋白质、维生素B12、维生素B6、维生素A和脂类物质等物质，使得椰子鸡火锅兼具清甜细腻口感和营养价值，拥有补血益气、清热补虚、驻颜美容等功效。

[1] 1: <http://health.peop...> | 2: <http://health.peop...> | 3: <http://wenchang.h...> | 4: 人民网，文昌市政府，...

椰子鸡火锅行业分类^[2]

火锅行业菜品正处于融合化发展阶段，椰子鸡火锅汤底可加入红枣、枸杞、竹笙、花胶和水果等食材，形成竹笙马蹄椰子鸡、木瓜花胶椰子鸡等多种口味的椰子鸡。

按主要食材分类



[2] 1: <https://36kr.com/p...> | 2: 火锅餐见

椰子鸡火锅行业特征^[3]

椰子鸡火锅通过稀缺品类开拓潜在市场，在原材料、制作工艺、口感和环境氛围等方面均有严格要求，行业标准化程度高但集中度低。椰子鸡火锅行业呈现出行业发展区域化、经营无季节性和消费人群多层次化的特征。

1 品牌同质化程度较高，客单价较高

椰子鸡火锅冬夏皆宜，其毛利率较高

椰子鸡火锅的食材广谱性和味型同质化程度较高。椰子鸡火锅可替代性较强，与麻辣火锅、海鲜火锅和牛肉火锅等品类形成竞争关系，但健康火锅餐饮文化理念的传播使得包括椰子鸡火锅在内的健康类火锅受到

追捧。椰子鸡火锅的客单价略高于火锅行业的平均水平。2019-2022年中国火锅行业的平均客单价维持在70-90元之间，**而椰子鸡火锅的人均消费价格通常位于85-120元的区间内。**

2 竞争格局分散化，行业发展区域化

椰子鸡火锅门店活跃于中国粤桂琼地区

椰子鸡火锅行业的竞争格局分散，头部效应不明显，尚未出现具有强影响力的全国性连锁品牌。从门店数量来看，据窄门餐眼，截至2023年12月初，中国范围内仅有4家椰子鸡火锅品牌拥有超过50家门店。从门店分布情况来看，椰子鸡火锅集中在广东、广西和海南地区的三线及以上城市，且超过50%的门店位于商场。四季椰林和同仁四季位于广东的门店数量占比分别为96.15%和54.69%；三个椰子原生态椰子鸡约44.44%的门店位于广西。

3 经营无季节性，消费人群多层次化

椰子鸡火锅聚焦追求健康饮食的年轻消费群体

“椰子+鸡汤”的特征使得椰子鸡火锅的经营无明显季节属性，在冬季和夏季皆适合食用。椰子鸡火锅的用户画像无年龄、性别、收入、工作领域或家庭情况的限制，**消费用户以20-45岁的白领、商务人士为主。**例如，四季椰林的主力消费客群为18-35岁的女性；椰妹聚焦家庭客群以及白领女性消费者。

- [3] 1: <http://www.xmsyj...> | 2: <http://www.canyin...> | 3: <http://www.canyin...> | 4: <http://www.canyin...>
5: <https://baijiahao.b...> | 6: 窄门餐眼，农业农村部...

椰子鸡火锅发展历程^[4]

中国椰子鸡火锅起源于广东，经历了从爆火、沉寂、到竞争加剧、区域拓展的迅速发展过程。随着跨区域化和融合化发展，椰子鸡火锅行业将进入整合升级阶段，大品牌通过兼并、收购和合作等方式抢占市场份额。同时，椰子鸡火锅行业将持续优化产业链，打造一体化、管理柔性和韧性化的供应链结构，以提升整体运营效率。

启动期 · 2009~2015

椰子鸡火锅品牌相继成立。2009年，第一家润园四季门店在深圳香蜜湖开业，占地800m²，主打东南亚风情和传统海南文昌椰子鸡，开创无需厨师、健康美味的新型养生火锅时代。2012-2015年，春润

大地海南椰子鸡、同仁四季椰子鸡和椰妹原生态椰子鸡先后成立。2015年，广东春润集团开始大力发展餐饮采集配送核心业务，成立集种植养殖、采购、研发、加工生产、配送等为一体的餐饮供应链企业，即东莞市绿邦实业有限公司。

易复制的火锅餐饮经营模式使得椰子鸡火锅品牌快速涌现，并在中国南方餐饮市场建立了一定认知度。

震荡期 · 2016~2017

食品安全与卫生问题曝光。2016年，润园四季开展一系列标准化体系建设，包括配送中心、定制配送保温箱、定制椰青水专用罐、更换透明鸡盒等。2016年3月，深圳法治频道报道“原味主张椰子鸡（益田店）”勾兑椰子水事件。经深圳市市场和质量监督委员会、深圳市市场稽查局采样调查，深圳市计量质量检测研究院进行检验后，报道中的“不明液体”被证实为“椰子水”、“白色不明粉末”为白色细粒砂糖，质量符合国家食品安全标准。

“兑制椰水”事件引发了广泛的社会关注和舆论谴责，导致消费者产生信任危机，对整个椰子鸡火锅品类的发展带来挑战。大量椰子鸡火锅门店关闭。

高速发展期 · 2018~2023

在健康养生风潮的推动下，椰子鸡火锅的消费认知和接受度逐渐提高，椰子鸡火锅新兴品牌相继诞生。2018年，三个椰子原生态椰子鸡在南宁成立，第一家23度不太冷椰子鸡在上海开业。同年，东莞市原椰食品有限公司成立，负责核心食材椰子水的供应运输工作。2020年1月，广东春润集团深化企业商业模式，大力链接上游食材生产与下游餐企，成立春润海南文昌鸡养殖基地和海南广润农业科技有限公司。**互联网的快速发展和渗透使得企业开始布局线上外卖等渠道，以寻求第二增长曲线。**

2020年四季椰林成立外卖部，新增单人、双人椰子鸡产品。2022年，四季椰林评分4.7分及以上的外卖门店数量占比达97%，老客下单转化率达55%。

中国椰子鸡火锅开启全国化拓展趋势。椰子鸡品类从粤桂琼地区开始向全国蔓延，北京和上海等城市的椰子鸡火锅餐厅数量增长。**头部企业开始精细化管理和优化供应链的各个环节，以提升供应效率、降低成本，实现生产采购和物流的自动化、智能化和信息化。**

- [4] 1: <http://www.gdcrd...> 2: <http://www.canyin...> 3: <http://runyuansiji...> 4: <http://www.canyin...>
5: <http://yemeiyuans...> 6: <https://i.ifeng.com...> 7: <http://ipingshan.sz...> 8: <http://www.hkwb...>
9: <https://mp.weixin...> 10: <http://www.canyi...> 11: 春润大地官网，润园四...

椰子鸡火锅产业链分析^[5]

椰子鸡火锅行业的产业链可分为上游供应、中游生产和下游消费三个环节。上游参与者包括海南潭牛、海南龙泉等。中游生产商和品牌商主要负责椰子鸡火锅的制作和加工，参与者包括四季椰林、同仁四季和春润大地等。下游消费环节聚焦20-45岁的年轻消费群体。关于椰子鸡火锅产业链主要有以下三个研究观点：

1.椰子鸡火锅行业在供应链方面呈现出多样化的发展趋势，食材供应受到地域限制。椰子一年四季均有，但在夏季盛产且味道最美味，使得椰子的供应具备一定季节性。**2.椰子鸡火锅的弱加工属性、裸烹特征以及高食材新鲜度要求使得中下游环节对供应链要求较高。**椰妹品牌的椰子均来源于海南椰林基地，并采用现砍椰青的模式确保食材的新鲜度，亦增加了物流成本和运营难度。春润大地、四季椰林等头部椰子鸡火锅品牌已实现供应链的自主控制，通过自建种植基地、养殖基地和中央工厂，保证食材的品质和供应的稳定性，**产品和服务的标准化使得管理费用、人工成本和运营成本等得到有效控制，为品牌的长期发展奠定了坚实基础。****3.火锅餐厅是椰子鸡火锅的主要销售渠道。随着电商平台的崛起，潭牛、传味和牧榕等文昌鸡品牌开始利用这一渠道布局椰子鸡预制菜业务。**椰子鸡预制菜的出现为椰子鸡火锅行业带来了新的产品形式和口味，使得火锅餐厅可减少原材料准备和加工的时间及成本，同时保证菜品的统一性，有助于提高服务质量和消费者体验。

上 产业链上游

生产制造端

原料供应

上游厂商

海南省广润农业科技有限公司 >

河南厨备网供应链管理有限公司 >

海南（潭牛）文昌鸡股份有限公司 >

[查看全部](#) ▾

产业链上游说明

中国椰子鸡火锅供应商数量众多，包括椰子、鸡肉、蔬菜、辣椒和调味料等原材料的生产商和供应商。

1.椰子的供应存在显著的地域特征。海南是中国椰子的主产地，椰子种植面积约占99%。2022年海南省椰子种植面积达56.85万亩，椰子收获面积约为41.74万亩，产量达2.23亿个。海南的椰子产量存在显著缺口，主要供应鲜食市场，无法满足企业对加工原料的需求。根据海南省林业局的规划，到2025年，海南省将增加椰子种植面积25万亩，并培育一批产值超过10亿元的椰子加工龙头企业，实现椰子产业总产值230亿元，进一步推动该产业的繁荣和发展。**泰国椰青、椰皇亦是重要的椰子鸡火锅原料来源。**中国每年从东南亚国家进口的毛椰子、椰壳炭等椰子原材料折合椰果超过23亿个。四季椰林选用海南椰青和泰国椰皇，后者独特的椰香和奶香味

为椰子鸡火锅增添了甘甜的口感。此外，海南拥有以潭牛、传味和龙泉等龙头企业引领的文昌鸡产业化集群。

2022年海南省文昌鸡出栏量约为1.02亿只，销往中国30个省份，约80%的出岛产品为椰子鸡相关产品。

2.椰子鸡火锅企业自营上游食材基地，以确保原材料供应稳定并有效控制食材的质量和安全性。广东春润集团自营1,500亩的上游食材基地，包括春润海南文昌鸡养殖基地和海南广润农业科技有限公司负责的椰林种植基地。

中 产业链中游

品牌端

生产加工

中游厂商

广东春润实业投资有限公司 >

东莞市原椰食品有限公司 >

海南原味主张餐饮有限公司 >

查看全部 ▾

产业链中游说明

1.中国椰子鸡火锅行业具备弱加工属性，易于标准化，毛利率较高。椰子鸡火锅行业的毛利率水平在60%左右。**中游市场竞争格局还未稳定，行业连锁化率相对较低。**截至2023年12月初，仅有4家椰子鸡火锅品牌门店数量超过50家，其店面覆盖城市数量均低于30个。

2.椰子火锅企业通过集约化、标准化的生产方式提高原材料的利用率和附加值，降低生产成本并保证食材的品质与安全，同时提升了企业的市场竞争力。广东春润集团拥有占地面积超过10,000m²的东莞中央工厂，建立了全产业链现代化生产流程，以提高出品便捷性和稳定性，可长期稳定供应超过200家餐厅。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

销售渠道与消费者

渠道端

椰子鸡火锅消费者

产业链下游说明

椰子鸡火锅行业下游环节主要为终端消费者。

1.火锅作为典型的重堂食品类，具有巨大的线上化发展潜力。火锅餐厅是椰子鸡火锅的主要销售渠道，占据了约60%的市场总销售额，而火锅品类的外卖业务增长强劲。美团数据显示，2022年火锅外卖交易额同比增速超过40%，“有料锅底和菜品”外卖订单同比增加达到115%。

2.椰子鸡火锅的目标消费者聚焦于家庭客群和20至45岁的中产阶级，可通过视频号、抖音、公众号、小程序和社群等营销渠道有效触达。据巨量算数，2023年6月30日至12月26日，观看过“椰子鸡火锅”相关视频的人群主要集中在18-40岁。24-30岁年龄段的消费者占比为34.92%，31-40岁年龄段的消费者占比为30.27%；在性别分布方面，女性消费者占比较高，约为65%。

[5] 1: <http://www.gdcrd...> 2: <http://dost.hainan...> 3: <http://www.canyin...> 4: <https://www.cet.co...>
5: <https://nongfujing...> 6: <http://www.cb.co...> 7: <http://www.ce.cn/...> 8: <https://mp.weixin....>
9: <https://finance.sin...> 10: <https://trendinsig...> 11: 春润大地海南椰子鸡, ...

椰子鸡火锅行业规模^[6]

2018-2022年，中国椰子鸡火锅行业规模从49.76亿元增长至54.84亿元，预计到2027年将达101.72亿元，2023-2027年CAGR为11.2%。

中国椰子鸡火锅行业市场规模的变化受到多种因素的影响：1.需求端的强劲增长是推动椰子鸡火锅行业规模增长的重要因素。得益于文昌鸡和椰子两大核心单品的结合，椰子鸡火锅与其他火锅品类相比更能满足消费者的健康饮食需求。鸡肉作为大众肉类品种消费的首选之一，持续受到消费者的青睐。椰子的普及和消费量的逐年上升增强了消费者对椰子类产品的消费粘性，进一步推动了椰子鸡火锅市场的需求。2019-2022年，中国生椰进口规模分别达65.9万吨、63.4万吨、87.2万吨和107万吨，为椰子鸡火锅市场提供了充足的原材料保障。2023年中国鸡肉消费量预计为1,452万吨，同比增长0.8%。伴随旅游经济的发展，在海南、广东的旅游城市，椰子鸡火锅作为当地特色美食之一，已成为游客旅游打卡的饮食选择。**2.线上化发展为椰子鸡火锅市场提供了新的增长点。**2017年-2020年，中国椰子鸡线上店数量增长60%。美团餐饮数据显示，2020年椰子鸡的搜索量同比上升15.14%。2021年“椰子鸡火锅”抖音关键词搜索指数同比上升785.56%。四季椰林作为椰子鸡火锅市场的领军品牌之一，其外卖门店的表现亦反映了市场的线上化趋势。2022年，四季椰林评分4.7分及以上的外卖门店数量占比高达97%，老客下单转化率达到55%。**3.全球经济不稳定因素对包括椰子鸡火锅在内的餐饮行业造成了一定冲击。**2020年，椰子鸡相关企业注册量同比下降约15.9%。2021年，随着经济的逐渐复苏和市场的回暖，椰子鸡相关企业的注册量呈现出显著的增长趋势，同比增长率达50%。

未来5年，椰子鸡火锅行业规模有望逐年上升：**1.椰子鸡火锅赛道热度攀升，供需两端共促增长。**在健康饮食潮流的推动下，椰子鸡火锅市场有望继续保持增长势头。据巨量算数，2023年1月1日至12月26日，“椰子鸡火锅”抖音关键词搜索指数同比上升40.12%，环比上升37.29%。2023年椰子鸡火锅美团订单同比增长173%。从供给端来看，愈多优质企业的加入为椰子鸡火锅市场的增长注入了新的动力。截至2022年7月，深圳椰子鸡餐

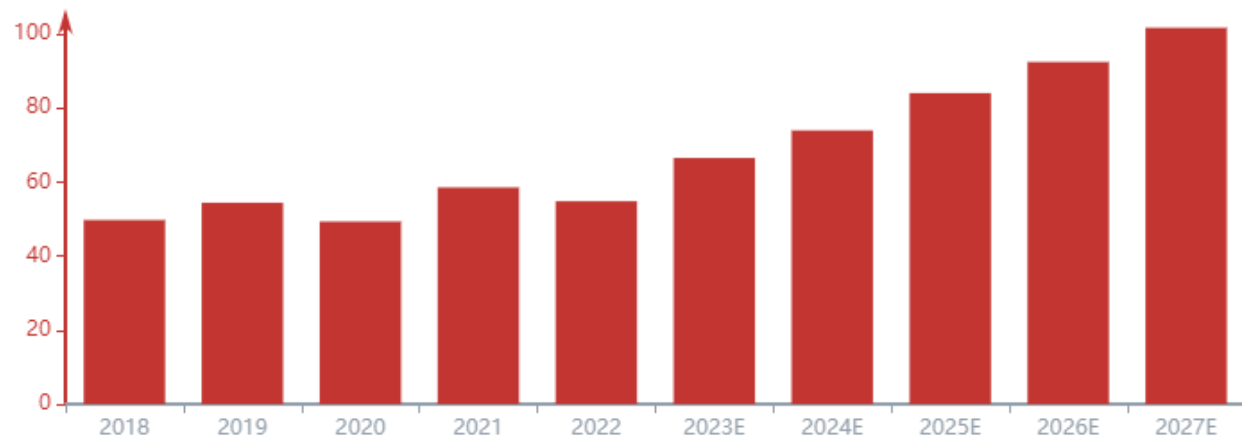
厅已超过1,300家，位居全中国之首。截至2023年7月，中国椰子鸡餐厅数量已超过6,100家。企查查数据显示，2023年截至12月18日，“椰子鸡”相关企业注册量相比2022年增长约54.2%。**2.随着椰子鸡火锅品牌连锁化和跨区域化拓展，椰子鸡火锅行业的品牌集中度和市场规模仍有继续扩大的态势。鸡肉火锅具有供应链成熟、原料价格较为稳定、受众人群极广等优势，供应链的进一步优化与整合将带动椰子鸡火锅行业规模的进一步增长。**从椰子鸡火锅头部品牌的城市分布来看，截至2023年12月，四季椰林、同仁四季和原味主张位于广东的门店数量占比分别为96.15%、54.69%和43.14%，在其他地区的渗透率相对较低。2023年火锅连锁化率已达23%，相比2019年提升了63%。**椰子鸡火锅标准化程度高，为其规模化发展提供了坚实的基础。随着火锅行业的连锁化率逐年上升，椰子鸡火锅品牌加速拓展其连锁门店的覆盖范围，大型连锁品牌的市场份额和市场地位将持续上升。**此外，椰子鸡火锅行业的资本化率较低，上升空间较大，更多资金和资源的介入为品牌扩张和产品推广提供了更强大的支撑。

中国椰子鸡火锅行业规模

椰子鸡火锅行业规模

中国椰子鸡火锅行业规模

亿/人民币元



数据来源：海底捞，Wind，中国连锁经营协会，美团

- [6] 1: <https://www.jiemia...> 2: <https://mp.weixin...> 3: <https://mp.weixin...> 4: <https://www.qcc.c...> 5: <https://mp.weixin...> 6: <https://mp.weixin...> 7: <https://mp.weixin...> 8: 界面新闻，美团，企查...

椰子鸡火锅政策梳理^[7]

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	6
政策内容	该《办法》从申请受理、审查决定、监督检查等角度进一步规范了食品经营许可和备案管理工作，并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，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》对食品经营许可和备案管理进行了全面规范，从申请受理、审查决定到监督检查等各个环节进行了明确规定。这使得申请流程更加规范，申请制度更加完善，从而加强了食品经营安全监督管理工作，进一步落实了食品安全主体责任。食品经营许可办理时限的压缩和食品经营许可和备案的信息化建设推进将提高服务企业水平，提升食品经营许可工作效能。许可证的申请难度和监管力度加大，对促进椰子鸡火锅行业管理水平和健康发展具有积极作用。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于促进民营经济发展壮大的意见》	国务院	2023-07-14	2
政策内容	该《意见》强调了持续优化民营经济发展环境的重要性，提出要加大对民营经济的政策支持力度，强化其法治保障，推动其实现高质量发展。此外，《意见》还关注民营经济人士的健康成长，努力营造关心促进民营经济发展壮大的社会氛围，并加强组织实施，为民营经济的可持续发展提供了有力支持。			
政策解读	在供给端，《意见》强调持续破除市场准入壁垒，全面落实公平竞争政策制度。允许更多的新业态、新技术进入市场，将促进市场竞争、推动技术创新和产品升级、提高行业的效率和效益，愈好的市场环境和愈多的政策支持为椰子鸡火锅行业提供了愈多发展机遇。消费行业市场主体的增加亦使得民营企业可获得资金支持的机会扩大。同时，民营资本与已有企业展开竞争的难度亦可能增加。在技术端，《意见》鼓励企业加大科研投入，加快推动数字化转型和技术改造，提升技术含量和产品质量，有助于提高企业的市场竞争力。在放松市场准入门槛的同时从法治、监管等方面规范市场混乱和公平性等问题，有利于推动民营经济的可持续发展壮大。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
		国务院		4

					2022-12-
政策内容	<p>《扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)》 该《纲要》强调了顺应消费升级趋势的重要性，提出要提升传统消费、培育新型消费，扩大服务消费，并适当增加公共消费，以满足个性化、多样化、高品质的消费需求。《纲要》倡导健康饮食结构，增加健康、营养农产品和食品的供给，并坚决制止餐饮浪费。</p>				
政策解读	<p>该《纲要》将进一步激活中国市场消费潜力，促进餐饮市场的增长，为包括椰子鸡火锅在内的众多餐饮品牌提供愈多市场机会。椰子鸡火锅通常由小微企业经营，扩大内需相关政策可为企业提供愈多财政支持和政策保障，在监管方面提升企业开办标准化、规范化和便利化水平。在“互联网+”的时代背景和餐饮“养生化”的趋势下，椰子鸡火锅行业可凭借天然食材、健康品质等特征吸引健康意识日益增强的消费者，带动火锅行业持续发展，同时推动中国南方地区的经济发展。</p>				
政策性质	指导性政策				

	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	2021-10-04	4
政策内容	<p>该《纲要》明确提出要积极推动标准化与科技创新的互动发展，不断提升产业标准化水平，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，并夯实标准化发展基础。</p>			
政策解读	<p>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。对于椰子鸡火锅行业而言，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。科技创新是推动标准化发展的重要动力，火锅行业仍需围绕生产和流通等关键环节，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火锅品牌的渠道建设和运营能力提升。</p>			
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	6
政策内容	<p>该《条例》明确提出食品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，并要求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。国家将食品安全知识纳入国民素质教育内容，旨在普及食品安全科学常识和法律知识，并提高全社会的食品安全意识。</p>			

政策解读	该《条例》从食品安全风险监测、生产经营、食品检验、安全事故处置、法律责任等多角度要求企业的食品生产、加工、储存和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。管理体系的标准化亦有利于提高包括椰子鸡火锅行业在内的餐饮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企业或将面临淘汰。在需求端，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
	《关于加快发展大众化餐饮的指导意见》	中华人民共和国商务部	2014-06-05	6
政策内容	该《意见》提出要健全大众化网络，鼓励高端餐饮企业向大众化餐饮网点发展。同时，《意见》强调要发展大众化消费，提高大众化供应能力，并鼓励餐饮企业建设中央厨房，完善统一采购、统一加工、统一配送体系。			
政策解读	大众化餐饮的创新和发展将推动火锅行业的创新和发展，推出愈多符合消费者需求的新产品和服务。大众化餐饮的品牌宣传和推广将提高椰子鸡火锅行业的品牌知名度，增加消费者对椰子鸡火锅的认知度和信赖度，从而拓展市场空间，增加销售额。大众化餐饮的标准化和规范化要求使得食品的品质和安全标准愈加严格，对营造良好的餐饮行业发展环境产生积极影响。			
政策性质	指导性政策			

- [7] 1: <https://www.gov.c...> 2: <https://www.gov.c...> 3: <https://www.gov.c...> 4: <https://www.samr...>
5: <https://www.gov.c...> 6: <http://www.mofco...> 7: 国家市场监督管理总局...

椰子鸡火锅竞争格局^[8]

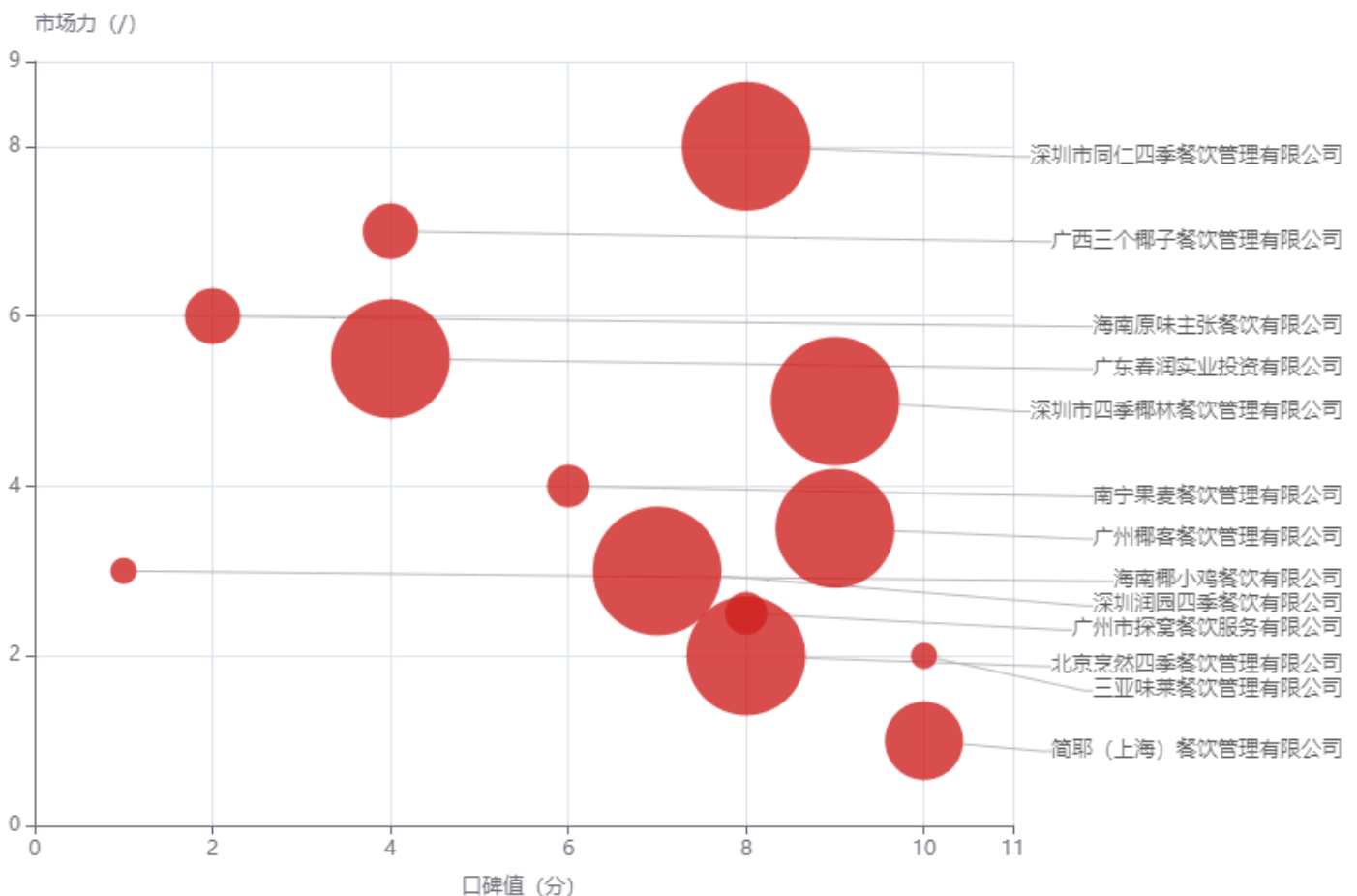
中国椰子鸡火锅行业准入门槛较低，市场竞争格局分散。领导者梯队企业包括四季椰林、同仁四季、原味主张和三个椰子，其门店数均超过50家。第二梯队品牌包括椰客、春润大地、嚟嚟的椰子鸡和润园四季等。第三梯队品牌包括烹然四季、23度不太冷椰子鸡和探窝等。

中国椰子鸡火锅行业市场竞争格局形成有以下原因：**1.烹饪工艺、经营模式和城市分布的差异化使得椰子鸡火锅市场呈现错位竞争的格局。**四季椰林凭借“4个椰子1只鸡”的“裸烹”做法和明厨设计为消费者提供了安全、放心的用餐体验。同仁四季是深圳第1家推出live音乐现场的椰子鸡火锅餐厅，其门店覆盖城市数量为四季椰

林的4倍。据窄门餐眼，截至2023年12月初，春润大地和润园四季位于广东的门店数量占比分别为92.7%和100%；而嘜嘜的椰子鸡则专注于海南市场，在海南的门店数量占比达到100%。大部分椰子鸡火锅品牌在区域深耕，连锁化率仍较低。**2.头部椰子鸡火锅品牌通过自建椰林、养殖基地等举措，成功打造了品牌专属的原材料供应链完整闭环，确保了前端门店的原料供应，从而稳固了客群基础并积攒了深厚的品牌口碑与头部影响力，进一步夯实了行业竞争壁垒。**四季椰林通过建立超过1.5万亩的文昌鸡养殖基地及椰树种植基地，确保其原料供应的充足与品质的卓越。在养殖方面，文昌鸡需经历120天的生态山林放养及45天的科学笼养，确保其体重控制在2.3-2.5斤之间，从而保证了其品质和口感。润园四季通过建立完善的“养殖基地+中央厨房+直营门店”供应链体系，实现了从上游优质食材供给到终端餐食品控的一体化运营。润园四季自建7,000亩文昌鸡养殖基地和5,000亩椰青种植基地。文昌鸡的养殖时间为180天，同时严格控制鸡的重量在3.3-3.6斤之间；润园四季引进泰国洛坤府香水椰品种，按照科学的6米x6米/颗的比例进行种植，种植数量已超过4万颗；此外，润园四季自建6,000m²中央大厨房式配送中心，每日2次新鲜配送至20余家门店，通过严谨的管理和运营模式提升了品牌竞争力。

中国椰子鸡火锅行业的企业规模普遍较小，且产品同质化程度较高，市场竞争加剧趋势明显。企查查数据显示，2023年“椰子鸡”相关企业注册量相比2022年增长了54.2%。同时，截至2023年11月，中国火锅相关企业数量已达41.6万家，同比增长10.3%。随着火锅行业整体及细分品类的快速发展，市场竞争愈加白热化。此外，行业的快速发展亦将加速企业的出清速度，推动椰子鸡火锅行业的整合和集中度的提升。

气泡大小表示：店均订单分数值(分)



上市公司速览

海底捞国际控股有限公司 (06862)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
943.4亿	188.9亿	12.6600	-

[8] 1: <https://www.cet.co...> 2: <https://mp.weixin...> 3: <https://www.canyi...> 4: <https://ent.cnr.cn/...>

5: 消费日报网, 窄门餐眼...

[9] 1: 窄门餐眼

[10] 1: 窄门餐眼

[11] 1: 窄门餐眼

椰子鸡火锅代表企业分析

1 广西三个椰子餐饮管理有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	319万人民币
企业总部	南宁市	行业	餐饮业
法人	宋德君	统一社会信用代码	91450103MA5NREPM1G
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2019-05-07
品牌名称	广西三个椰子餐饮管理有限公司		
经营范围	许可项目：餐饮服务；水产养殖；食品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方... 查看更多		

2 海南原味主张餐饮有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	500万人民币
企业总部	海口市	行业	餐饮业
法人	练坚	统一社会信用代码	91460100075740708B
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2013-10-25

品牌名称	海南原味主张餐饮有限公司
经营范围	餐饮服务、预包装食品（酒、水）、餐饮管理、装饰工程、音响工程。

3 深圳市四季椰林餐饮管理有限公司



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	3000万人民币
企业总部	深圳市	行业	餐饮业
法人	黄光生	统一社会信用代码	91440300088275657W
企业类型	有限责任公司	成立时间	2014-02-19
品牌名称	深圳市四季椰林餐饮管理有限公司		
经营范围	一般经营项目是：为餐饮企业提供管理服务；投资兴办实业（具体项目另行申报）；经营电... 查看更多		

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，在未仔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。