



2024年 头豹行业词条报告

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。

面馆：市场趋于饱和，面馆品牌如何打造新增长曲线 头豹词条报告系列



戈思语 · 头豹分析师

2024-07-19 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

服务/餐饮娱乐

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>面馆行业是指以制作和销售各种面食为主要经营内容...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>面馆行业按运营模式的不同可划分为连锁面馆、普通...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>面食兼具餐饮主食和辅食的属性特征，可覆盖消费者...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>面馆行业目前已达到 5个阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>面馆行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>面馆行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>截至2024年5月，中国共有面馆品牌1,387个，门店数...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 面馆行业是指以制作和销售各种面食为主要经营内容的餐饮行业。面食兼具餐饮主食和辅食的属性特征，可覆盖消费者的全天候用餐时段。中国面馆行业呈现出经营模式多元化、产品同质化较为严重、行业集中度低、整体行业的品牌化和规模化程度尚待进一步加强和提升等特征，预计2024年中国面馆行业规模将超过1,500亿元。

行业定义^[1]

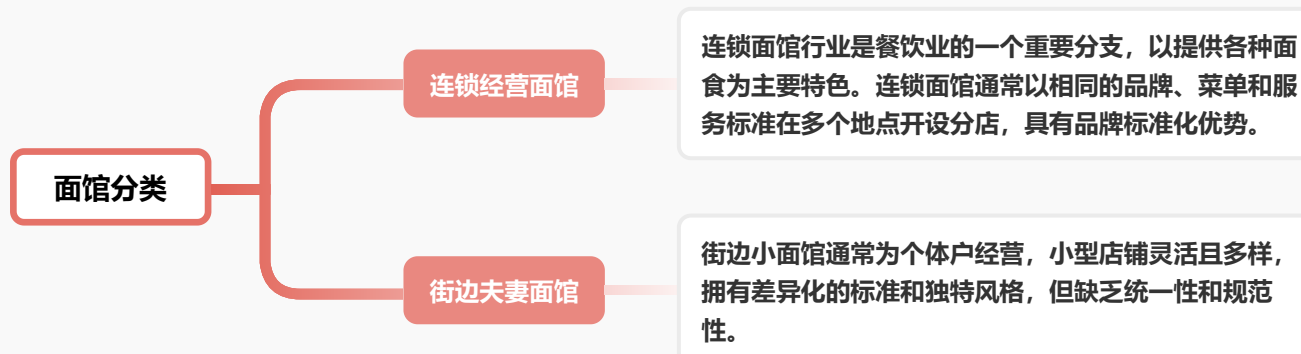
面馆行业是指以制作和销售各种面食为主要经营内容的餐饮行业。面条作为一种传统的主食，其生产流程涵盖原料采集、加工制造及最终烹饪等多个环节，以谷物或豆类为基础原料，通过精确的配比与加工工艺，加入适量的水制成面团，再经压、擀、搓、拉、捏等手法，形成不同形状和规格的面食产品。面食产品因其独特的生产工艺和流程，展现出高度的可复制性和标准化潜力。面馆赛道市场认知度高，消费者基础广泛。

[1] 1: 中国知网，中国共产党...

行业分类^[2]

面馆行业按运营模式的不同可划分为连锁面馆、普通街边面馆；按烹饪方式的不同可划分为传统风味面馆、快餐式面馆和创新融合面馆；按地域风味的不同可划分为兰州拉面、北京炸酱面和武汉热干面等。

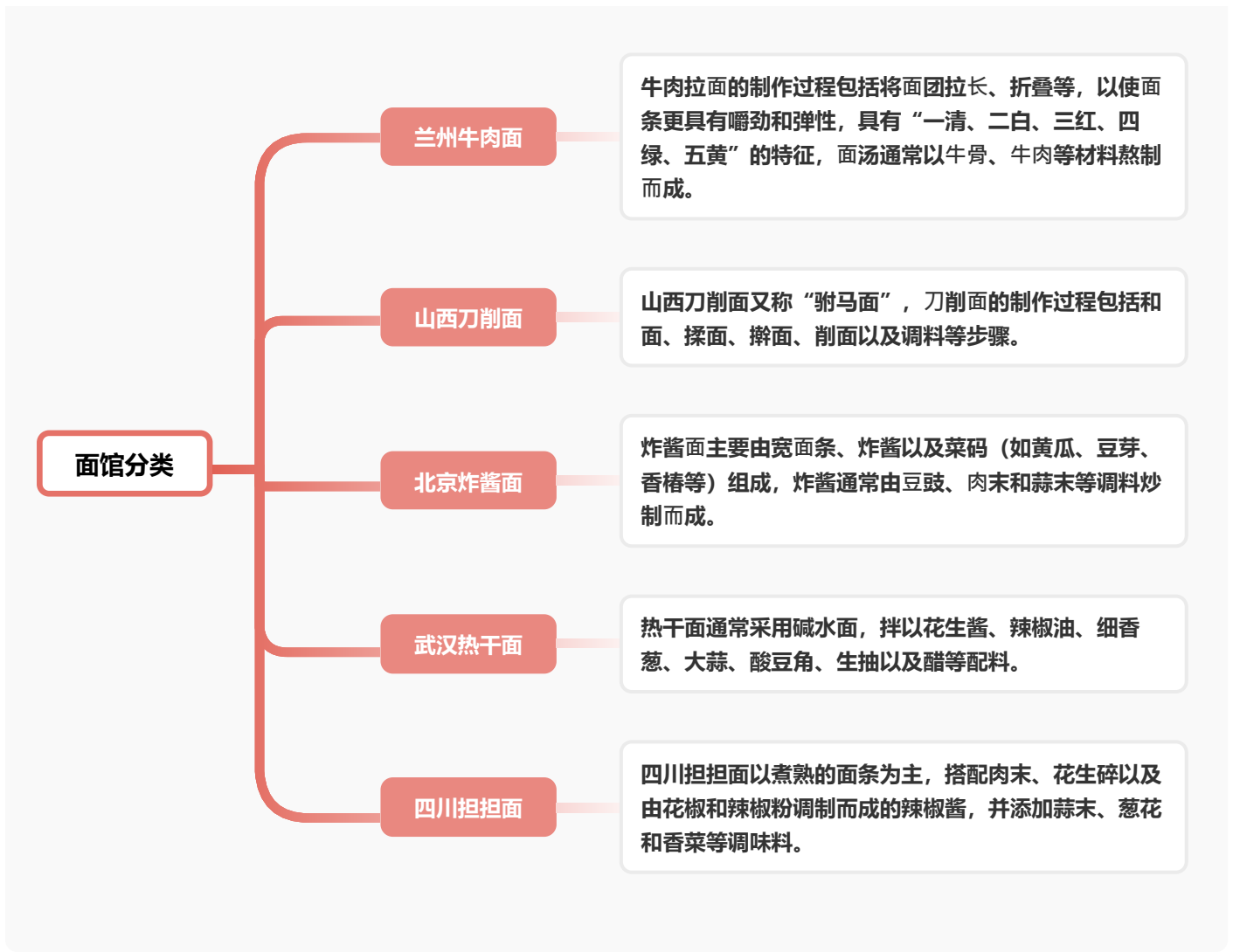
面馆行业基于运营模式的分类



面馆行业基于烹饪方式的分类



面馆行业基于地域风味的分类



[2] 1: 调正食品微信公众号, ...

行业特征^[3]

面食兼具餐饮主食和辅食的属性特征，可覆盖消费者的全天候用餐时段。**面馆行业的特征包括经营模式多元化、产品同质化较为严重、整体行业的品牌化和规模化程度尚待进一步加强和提升等特征。**

1 经营模式多元化

中国超过50%的面馆门店仍位于三线以上城市

中国面馆行业的传统经营模式涵盖连锁直营、连锁加盟和街边小面馆类的个体户经营，其中“直营式”和“连锁经营”模式占比超过90%。为实现快速扩张和市场份额增长，加盟或联营策略成为连锁面馆品牌的选择。2023年底，兰州牛肉面品牌陈香贵宣布开放加盟，定位中式高端面馆的和府捞面正式发布加盟方案；2024年，大师兄西北风味专门店和兵哥碗豆面亦选择以加盟的轻资产模式进行扩张，以加速品牌的全国化布局和增强品牌的抗风险能力。

2 通过推出新品牌或子品牌，实现产品多元化和差异化

面馆行业因其相对简单的经营模式，市场准入壁垒相对较低。但粉面类食品受原材料、烹饪手法及加工工序的限制，产品同质化较为严重，品牌在产品研发上难以形成显著的差异化，通过推出子品牌实现品牌多元化和差异化竞争成为了一种有效的市场策略。和府捞面于2022年5月在江苏南通开出首家“阿兰家兰州牛肉面”店；致力于通过创新概念提升市场多元性的“杏卉餐饮”，在2024年2月推出了全新面馆品牌“CONSOMME”。这将有助于品牌实现产品线的拓展，通过品牌间的协同效应提升整体运营效率，实现资源共享和优势互补以更好地应对市场变化。

3 面馆门店的地域分布呈现出较为明显的集中度和区域性特征

截至2024年5月，约49.8%的面馆门店位于中国一二线及新一线城市，选址多位于乡镇店。不同地区拥有独特的饮食习惯和面食文化、以及差异化的面食消费需求和消费能力，使得面馆门店在特定地区更为集中。从区域分布上看，华东地区是中国面馆门店的主要集中地，数量占比超过三成。在营门店数量最多的三个省份分别为河南、浙江和广东，门店数量占比分别达8.9%、7.8%和7.8%。

[3] 1: <https://new.qq.co...>

2: <https://new.qq.co...>

3: 窄门餐眼, 红餐网, 中...

发展历程^[4]

中国中式面馆行业经历了由早期单一、规范化不足的传统模式向标准化和连锁化的创新型面馆转型的显著变化。面馆行业已形成了街边小店与连锁面馆并存的竞争格局，在经营模式上采用多元化策略，包括直营、联营和加盟，为消费者提供了更为多样化和专业化的面食选择。

萌芽期 · 1950~1980

20世纪八十年代前，面馆的存在是为了满足实用性的饮食需求，多以街边小摊或夫妻小店的形式出现。

面馆行业处于萌芽阶段，其经营重点主要聚焦于实用性和性价比，致力于解决广大人民群众的温饱问题。

启动期 · 1980~2000

1986年，首家“美国加州牛肉面大王”在北京开业。1996年，味干拉面进入中国市场，首家“味干拉面”在中国香港铜锣湾开业，成为第一个在中国发展的日式连锁拉面品牌。1997年，中国大陆第一家“味干拉面”店在深圳华强北路开业。

中国面馆经营者开始积极探索面馆标准化发展的道路，中大型独立面馆和面馆专门店开始在市井街巷涌现。

高速发展期 · 2000~2015

自2008年5月1日起，“李先生加州牛肉面大王”品牌在中国市场进行品牌重塑和战略转型。该公司对其380多家连锁餐厅进行改造，将原有“美国加州牛肉面大王”品牌名变更为“李先生”。2012年以面食为特色的本土餐饮连锁品牌“和府餐饮”成立；2014年遇见小面成立。

连锁面馆品牌相继成立，面馆行业进入品牌化发展阶段。

高速发展期 · 2015~2021

2015-2019年，中国面馆相关企业注册量呈现出显著的增长趋势，2017年该注册量达到16.09万家，同比增长16.87%。2020年中国小吃快餐细分品类中，粉面品类门店数量占比超过米饭快餐达到了20.8%。**新中式面馆和区域面馆品牌崛起**。2017-2020年，大师兄、五爷拌面、马永记、张拉拉和陈香贵品牌相继成立。2021年，五爷拌面门店数量突破500家，李先生牛肉面和味干拉面的门店数量均曾突破1,000家。**中式面馆市场掀起融资潮**。据不完全统计，2021年中国面食品牌融资事件数量达到24起，融资品牌为15个。2015年10月-2021年7月，和府捞面共获得6轮融资，其中E轮融资金额达到8亿元。

面馆行业步入较为激烈的品牌竞争和标准化发展阶段。新一批面馆品牌如雨后春笋般涌现，并在中国范围内展开全面扩张。**随着行业的逐渐规模化，资本的助力使得面馆品牌能够更快地扩张市场，提升品牌影响力，进而推动整个行业的高速发展**。这一时期，面馆行业的发展呈现出愈加多元化和个性化的特点。

震荡期 · 2022~2024

行业热度消退，新中式面馆业态面临市场挑战。曾获得3亿元A轮融资的五爷拌面，在2022年的闭店率达到41.8%。2021-2023年，五爷拌面新开店数量从648家降至501家、240家；味干拉面新开店数量从91家降至18家、28家；蔡明纬新开店数量从72家降至59家、38家。**部分面馆品牌积极调整其战略定位，或通过产品创新寻求独特的竞争优势，以拓展更广泛的消费者群体**。2023年12月，和府捞面正式发布品牌战略部署，明确提出了“养生、绿色、普惠”核心理念，标志着其正式步入2.0品

牌时代。此外，众多面馆品牌在维护堂食业务的基础上，逐渐向线上渠道拓展。松鹤楼面馆自2024年4月起进军电商直播领域，首期直播活动曝光人数超过8万人，有效提升了品牌曝光度。

由于前期行业的快速扩张和同质化竞争，面馆市场逐渐趋于饱和，且全球经济不稳定因素对餐饮行业造成了一定冲击。为了在激烈的市场竞争中脱颖而出并获得更多商业机会和发展空间，面馆品牌开始寻求差异化发展，通过深入了解消费者的需求和偏好，推出多元化的产品，通过在抖音和电商渠道等线上平台布局，触达年轻消费群体。数字化销售新路径的拓宽亦为面馆行业带来了新的增长点和发展动力。

[4] 1: 企查查, 界面新闻, 央...

产业链分析^[5]

面馆行业产业链主要包括原材料供应、生产加工、餐饮服务和终端消费等环节，上游参与者包括面粉、肉类及蔬菜等食材供应商、调味料供应商以及设备供应商，如哈尔滨合浦食品、独凤轩等，中游环节参与者为面馆品牌商，下游环节包括线上及线下销售渠道和消费者。关于面馆行业产业链主要有以下三个研究观点：

1.相较于传统中餐制作的纷繁复杂，面食作为面馆品牌的核心产品，其制作流程及用料简洁，技术门槛和对厨师技艺的依赖程度低。面馆品牌逐步向产业链上游延伸，通过中央厨房模式实现对多个门店的统一管理和高效配送，进一步放大了规模效应，降低了单位成本。2.中国小吃快餐品类的连锁化率在2022至2023年间实现了显著增长，从22%提升至25%。截至2023年9月，中国范围内的小吃快餐平均城市覆盖率已达3.4%。作为小吃快餐的重要细分品类，面馆行业在规模化和连锁化方面仍有较大提升空间。3.面馆品牌以堂食和外卖渠道为基础，逐步进军零售市场，旨在突破传统消费场景限制，实现更广泛的营收覆盖。

上 产业链上游

生产制造端

原料供应

上游厂商

新疆天山面粉（集团）有限责任公司 >

五得利面粉集团有限公司 >

发达面粉集团股份有限公司 >

查看全部 >

产业链上游说明

面馆行业的上游环节涉及面粉、肉类、蔬菜、调味料以及餐饮设备的供应。

1.小麦产量的相对稳定为面馆的可持续发展提供了基本保障。据农业农村部，2023年，中国小麦种植面积为23,627.2千公顷，同比2022年的23,518.46千公顷增长了0.46%；小麦产量为13,659万吨，同比2022年的13,772.34万吨下降了113.34万吨，降幅约0.82%。虽这一降幅相对较小，但亦会间接影响面粉的生产和供应。**2.原材料价格的下滑有助于降低面馆行业的成本压力，为门店的成本控制和定价策略提供更大的灵活性。**

据农业农村部，2024年1月1日至5月28日，中国农产品批发价格200指数经历了先上升后下降的波动趋势。该指数在2月10日攀升至顶点，达到138.07点，随后在5月28日回落至115.83点。牛肉批发价格同样呈现出明显的下滑态势，从1月1日的71.46元/kg逐步降至5月28日的62.15元/kg，羊肉批发价格亦从64.39元/kg降至59.94元/kg。**3.面馆行业的供应链优化和整合已成为趋势。**部分品牌通过垂直整合的策略，自建仓储物流中心和食品加工工厂，以及布局上游种植基地，来实现对原材料的直接掌控和全流程管理，并提升自身的竞争力和盈利能力。部分品牌则选择了与优质的食材供应商和仓储配送企业合作，确保了食材的品质和供应的稳定性。以马记永为例，其汤底和食材均由中央厨房统一生产，运输仓储和人力管理则采用蜀海供应链和微海沃才人才认证管理系统；兵哥餐饮先后打造了香料基地，并投资千万元建立占地面积5,000m²的食材加工厂。

中 产业链中游

品牌端

餐饮服务

中游厂商

[江苏和府餐饮管理有限公司 >](#)

[上海五爷餐饮管理有限公司 >](#)

[味干拉面饮食服务（深圳）有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链中游说明

1.面馆行业市场供给的持续增长加剧了行业内的竞争。这种竞争态势导致面馆行业的倒闭率较高，尤其对于中小型企业而言，生存压力显著。据企查查数据显示，2023年中国面馆相关企业注册量达到9.7万家，同比增长13.0%；截至2024年5月，中国面馆相关企业的注册量达到3.1万家，而注销吊销量亦达到2.9万家，凸显了行业内的竞争与洗牌。

2.面馆行业具有易于标准化的特性，但在品牌化和连锁化方面仍显不足，其主要原因是行业门槛相对较低，市场参与者众多，但多数企业规模较小，难以形成强大的品牌影响力。截至2024年5月，门店数在10家及以下的面馆品牌数量占比达到81.7%；超过99%的面馆相关企业注册资本在100万元以内；兰州拉面门店数量已达37,077家，而其他品牌门店数均不足1,000家，五爷拌面和李先生牛肉面门店数量分别为988家和963家。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

销售渠道及消费者

渠道端

面馆行业消费者

产业链下游说明

1.在渠道端，面馆品牌为提升品牌营收和市场份额，已实施多元化的销售渠道扩张策略，从依赖堂食或外卖的单一营收模式，逐步转变为堂食与外卖并重的双渠道模式。此外，部分面馆品牌已布局定制化的团餐服务，并推出零售产品。2023年3月，遇见小面正式上线企业团餐，10份起送。截至2024年5月，蔡林记京东自营旗舰店武汉风味热干面(150g*5袋装)产品的累计评价数量已超过100万。

2.在消费端，面馆市场呈现出多样化的价格分布。超过70%的面馆门店客单价集中在10-30元，紧随其后的是30-60元，门店数量占比达17.7%。截至2024年5月，味干拉面和和府捞面和马记永兰州牛肉面的客单价分别达到41.94元、32.85元和36.45元；兰州拉面和常青麦香园的客单价分别为19.6元和9.13元。在消费者年龄分布方面，据兵哥豌豆面的数据显示，其50%的消费者年龄在31至34岁之间，23%的消费者年龄在24至30岁之间。

[5] 1: 农业农村部, 红餐网, ...

行业规模^[6]

2018-2022年，中国面馆市场规模由936亿元增长至1,254亿元，预计到2027年将达到1,915亿元，2023-2027年CAGR为10.66%。

中国面馆行业市场规模的变化受到多种因素的影响：

1.资本驱动下的连锁化扩张。据不完全统计，截至2021年9月22日，面食赛道已发生约13起融资事件，融资总额超14.4亿元。以和府捞面为例，2015年10月至2021年7月，其通过6轮融资累计获得16.45亿元资金支持，截至2021年6月，其全国门店数量已突破340家。**2022年，全球经济环境的不稳定性导致部分面馆品牌面临收缩甚至关闭门店的压力，且资本市场对面馆行业的态度转为谨慎，投资热度有所降温，限制了行业内企业的发展空间及行业整体规模的增长。**仅陈香贵、马记永、张拉拉与和府捞面4个品牌在2022年内获得1轮融资。2021-2022年，和府捞面的营业收入分别为17.32亿元、14.56亿元，净利润分别为亏损2.11亿元、2.99亿元。

2.面馆品牌采用线上与线下融合的经营模式，通过线上化发展推动行业规模持续增长。2021-2022年，美团线上面条品类订单量增速分别超过40%、11%。松鹤楼面馆通过美团的到店餐饮团购和线上门店运营策略，其线上门店曝光量在2023年同比增长87%，线上营收亦较2022年增长199%。

未来，中国面馆行业市场规模将呈现缓步增长趋势，原因在于：

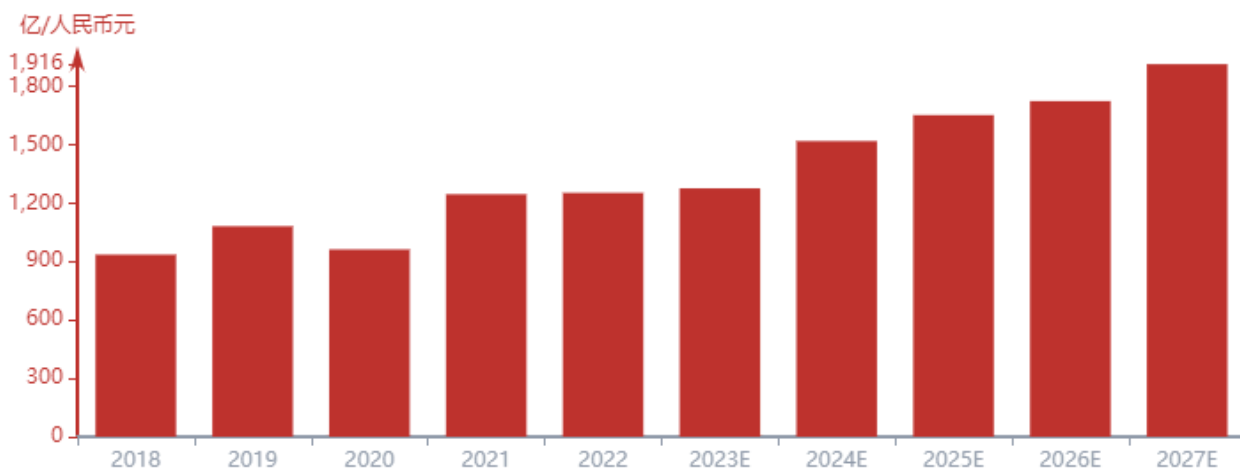
1.随着面馆行业的持续扩张，市场将逐渐趋于饱和。2023年中国面馆相关企业注册量达到9.7万家，同比增长13.0%。2023年，李先生牛肉面、和府捞面、阿利茄汁面及渝味重庆小面等知名品牌分别新开了83家、161家、106家及144家门店，显示出此类品牌在扩张策略上的积极态度。此外，和府捞面在2023年实现收入同比增长48%，而兵哥豌豆面则在全国门店中实现了95%的盈利率。尽管面馆行业面临市场饱和和竞争加剧的挑战，但仍有部分品牌通过持续创新和优化运营策略，实现了稳健的增长，并推动整个面馆行业向更高水平发展。

2.数智化创新和数字化供应链解决方案的深入应用，将共同推动面馆及整个餐饮行业的连锁化经营水平显著提升，从而对面馆行业规模的增长产生积极影响。在数智化转型方面，和府捞面已投入近亿元规模，通过数据驱动实现精细化运营，已积累20亿的标签数据，并建立了超过6,000个数据触点，成功实现总部与门店的直联。2023年中国餐饮数智化市场规模已达到118亿元，但餐企数智化投入占营收的比例仅为0.3%。根据中国烹饪协会的数据，截至2022年底，中国餐饮业互联网渗透率仅为25.4%。这表明面馆及餐饮行业在数智化转型方面仍拥有巨大的市场机遇和发展空间。

面馆行业市场规模

面馆市场行业规模

面馆行业市场规模



数据来源：国家统计局，中国烹饪协会，美团，乡村基，雀巢，窄门餐眼

政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《食品经营许可证审查通则》	国家市场监督管理总局	2024-03-30	4
政策内容	该政策适用于市场监督管理部门对食品经营许可证申请的审查，明确提出了对餐饮服务的许可审查要求。该政策要求食品经营者依法建立健全食品安全自查、食品安全追溯、从业人员健康管理等规章制度，并明确保证食品安全的相关规范要求。			
政策解读	该《通则》对面馆行业的影响体现在食品安全要求的提升、经营条件的规范、信用管理的强化、餐饮服务场所卫生条件的改善、中央厨房的标准化要求以及设施和运输设备的规范等方面。这将进一步规范面馆行业的经营行为，促进行业健康发展。			
政策性质	规范类政策			

	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	2023-12-14	2
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、便民和高效的原则，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，使得申请制度更加完善，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面馆企业服务水平，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，对促进面馆行业管理水平和健康发展具有积极作用。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响

	《食品安全工作评议考核办法》	国务院	2023-03-07	3
政策内容	该《办法》明确提出要落实食品安全“四个最严”要求，强化地方政府属地管理责任，提高从农田到餐桌全过程监管能力，不断提升全链条食品安全工作水平，保障人民群众身体健康和生命安全，考核内容主要包括食品安全基础工作推进、年度重点工作落实、食品安全状况等。			
政策解读	该《办法》的发布和实施，强化了面馆经营者在食品安全方面的责任感和使命感，确保食品在加工、储存、销售等环节的卫生和安全，将推动面馆行业规范的提升。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《粮食节约行动方案》	国务院	2021-10-31	4
政策内容	该《方案》提出要加强餐饮行业经营行为管理，鼓励引导餐饮服务经营者主动提示消费者适量点餐，主动提供“小份菜”、“小份饭”等服务，在菜单或网络餐饮服务平台的展示页面上向消费者提供食品分量、规格或者建议消费人数等信息。			
政策解读	该《方案》强调要采取综合措施降低粮食损耗浪费，坚决抵制浪费粮食的不良风气。这有助于推动面馆行业在生产、供应链等方面实现精细化管理，提高运营效率和资源利用率，并促使面馆行业在食材采购和加工过程中更加注重环保和可持续性，推动行业向绿色发展方向转型。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十三五”国家食品安全规划》	国务院	2017-02-14	4
政策内容	该《规划》明确提出要开展食品安全师制度试点，加快构建以食品安全法为核心的食品安全法律法规体系，严把食品生产经营许可关，严格生产经营环节现场检查，严格互联网食品经营、网络订餐等新业态监管。			
政策解读	该《规划》鼓励食品生产经营企业建设规模化原辅材料和食品加工、配送基地，加强供应链管理，发展连锁经营、集中采购、标准化生产、统一配送等现代经营方式，对提升冷链物流管理标准和食品质量安全管			

理水平、带动食品产业转型升级产生了积极影响。这将促使面馆行业逐步实现规范化、标准化发展，并在技术、设备和工艺等方面进行创新和升级，提升行业整体水平。

政策性质 规范类政策

[7] 1: <https://www.gov.c...> | 2: <https://www.gov.c...> | 3: <https://www.gov.c...> | 4: <https://www.gov.c...> | 5: 国务院办公厅 食品安全...

竞争格局^[8]

截至2024年5月，中国共有面馆品牌1,387个，门店数量达624,285家，近一年净增长44,691家。中国面馆行业集中度低，门店分布零散。按门店数计算，面馆行业CR5约为6.5%，第一梯队品牌包括兰州拉面、五爷拌面和李先生牛肉面，第二梯队品牌包括常青麦香园、和府捞面、味干拉面和阿利茄汁面等，第三梯队品牌包括蔡明纬、渝味重庆小面和马记永兰州牛肉面等。

中国面馆行业市场竞争格局形成有以下原因：

1.差异化的品牌定位和选址策略，以及多元化的产品体系为品牌在全国范围内的门店扩展提供了有力支撑。

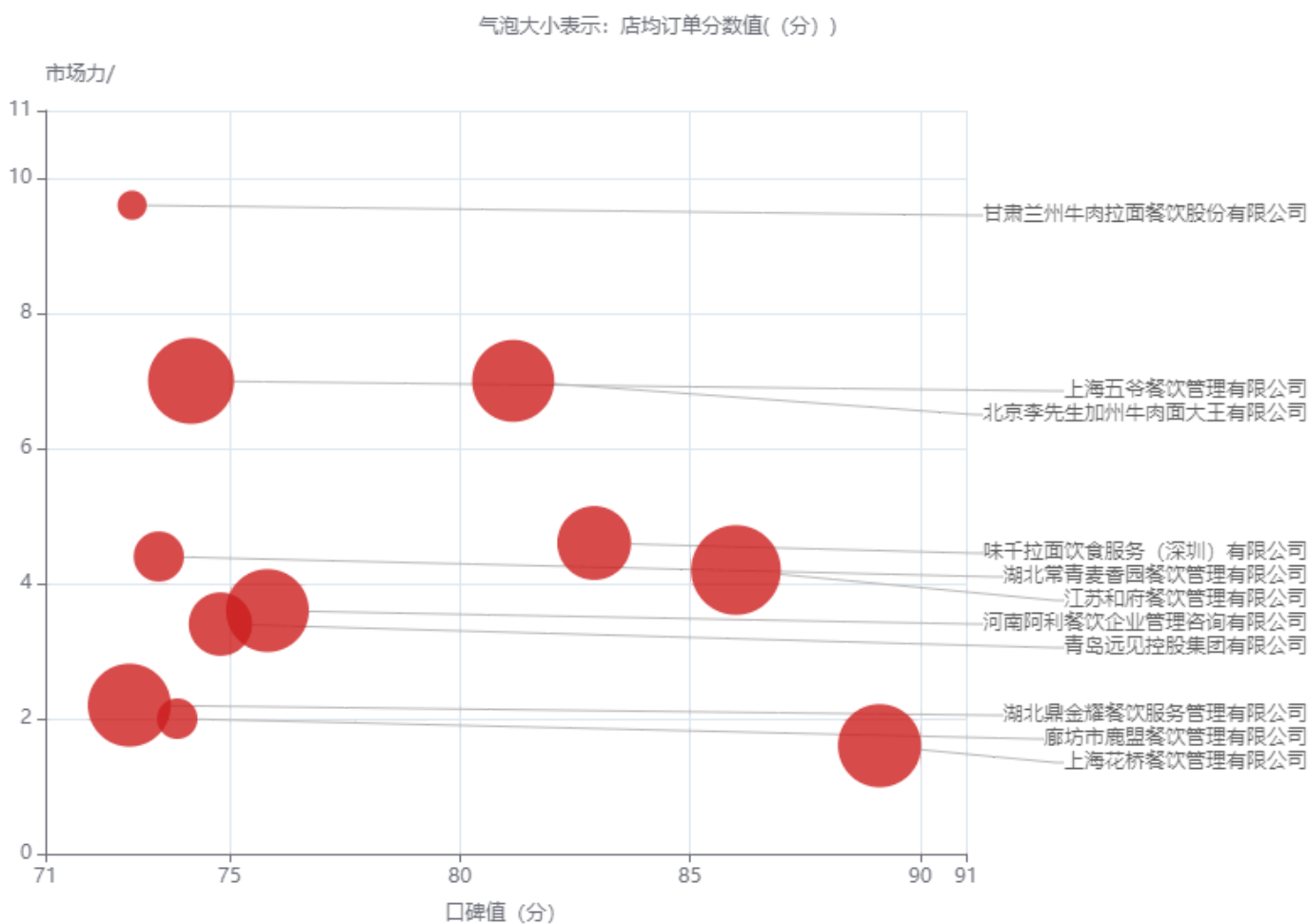
五爷拌面以其大众化的品牌定位，将门店选址锁定在二三线城市的社区、大学等人口密度高但消费水平相对较低的地区。截至2024年5月，其在三线及以下城市的门店数量已占据总量的59.3%，成功利用地域优势构建了广泛的市场基础。同时，五爷拌面通过采用“1+N”产品体系，推出了麻酱鸡丝拌面、虾仁葱油拌面、酸豆角肉未热干面、担担面、双椒炒鸡拌面、五爷燃面、干溜肉酱豌杂面和湖南小炒肉拌面等超过10款覆盖各区域口味的产品矩阵，实现了菜品的多元化。李先生牛肉面的门店多布局于高速服务区、火车站、机场等交通枢纽地带，截至2024年5月，其三线及以下城市门店数量占比达到44.7%。

2.通过构建高效且稳定的供应链体系，面馆的运营实现了显著的标准化和可复制化，从而显著降低了对人工的依赖，提升了面馆规模化扩张的可行性。五爷拌面为确保其粉面供应的连续性和品质，已投入上亿元在沈阳、长春和济南自建粉面加工厂，预计这3个加工厂的产量可满足未来5,000家门店的粉面需求。和府捞面已建立1个10万m²现代食品产业园，实现了面条加工和调味料制作的集中化和标准化生产，并配套了占地1.5万m²的中央工厂。此外，和府捞面亦构建了“1个中央配送中心+3个区域配送中心+12个前端物流中心”的物流配送网络。这提高了企业的运营效率和经济效益，并进一步巩固了品牌在市场中的竞争力。

随着消费者的餐饮选择趋于理性和成熟，餐饮业正经历着深刻的融合化变革。这一趋势体现在口味、业务模式、营销策略及供应链管理等多方面的整合。面馆行业作为餐饮市场的细分领域，其竞争格局将随着消费者需求的变化而愈加激烈，其市场结构将逐渐优化。

1.基于成熟的运营体系和标准化的生产模式，连锁餐企将积极开拓零售赛道，打造新增长曲线。在零售业务方面，和府捞面已推出番茄牛肉面（251g/袋）、酸辣牛肉面（237g/袋）等预包装产品，其在京东自营旗舰店的累计评价均超过5万。2022年，重庆市大渡口区以重庆小面为主导的快消品产业实现营收24.3亿元，同比增长47.3%；计划到2026年，该产业营收将突破100亿元，并培育40余个重庆小面预包装产品产业链项目。

2.下沉化和出海化将成为面馆品牌拓展市场的重要战略。据兰州市商务局数据显示，截至2023年5月，兰州市242个本地牛肉面连锁企业已在全球40个国家和地区开店160余家。2023年12月，和府捞面表示未来10年将实施“找朋友、出海去、向下沉、深布局”的集团战略，计划深入2,000余个县级单位，携手超过5,000个战略合作人，实现品牌价值共享。这有助于其在国内市场的进一步渗透，亦为其未来在国际市场的竞争奠定了基础。



[11]

上市公司速览

陈克明食品股份有限公司 (002661)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	39.3亿元	-8.48	12.30

中饮巴比食品股份有限公司 (605338)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	3.5亿元	10.74	25.92

三全食品股份有限公司 (002216)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	22.5亿元	-5.01	26.60

[8] 1: <https://zhuanlan.z...> 2: <https://zhuanlan.z...> 3: <https://zhuanlan.z...> 4: 窄门餐眼, 央广网, 界...

[9] 1: 窄门餐眼

[10] 1: 窄门餐眼

[11] 1: 窄门餐眼

企业分析

1 上海五爷餐饮管理有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	1294.5132万人民币
企业总部	上海市	行业	餐饮业
法人	孙雷	统一社会信用代码	91310000MA1GE92W90
企业类型	有限责任公司(港澳台投资、非独资)	成立时间	2021-03-23
品牌名称	上海五爷餐饮管理有限公司		
经营范围	许可项目: 食品经营(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经... 查看更多		

· 融资信息

融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2021-07-15	高瓴创投, 致远资本, C资本	未披露	A+轮	-	-
-	2021-06-24	鼎晖投资, B资本	3亿人民币	A轮	-	-
-	2020-04-14	王岑	未披露	天使轮	5%	-

天使轮
未披露
2020-04-14

A+轮
未披露
2021-07-15

A轮
3亿人民币
2021-06-24

2 江苏和府餐饮管理有限公司



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	1526.5002万人民币
企业总部	南通市	行业	食品制造业
法人	李亚彬	统一社会信用代码	913206820518047543
企业类型	有限责任公司（港澳台投资、非独资）	成立时间	2012-08-06
品牌名称	江苏和府餐饮管理有限公司		
经营范围	餐饮管理服务；餐饮投资管理服务；厨房设备及用品、洗涤用品、日用百货销售；会务礼仪... 查看更多		

· 融资信息



融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2022-08-05	虎童基金	未披露	E+轮	-	-
-	2021-07-08	CMC资本, 众为资本, 腾讯投资, 龙湖资本	近8亿人民币	E轮	-	-
-	2020-11-16	腾讯投资, 龙湖资本, 华映资本	4.5亿人民币	D轮	-	-
-	2019-07-03	荣巽资产	2.15亿人民币	C+轮	-	-
-	2017-08-16	绝了基金, 虎童基金	1亿人民币	C轮	10%	10亿人民币
-	2016-10-09	宏流投资, 喜乐佳投资	5000万人民币	B轮	11.36%	4.4亿人民币



3 味干拉面饮食服务（深圳）有限公司



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	1000万美元
企业总部	深圳市	行业	餐饮业
法人	潘慰	统一社会信用代码	914403007525018019
企业类型	有限责任公司(台港澳法人独资)	成立时间	2003-08-22
品牌名称	味干拉面饮食服务（深圳）有限公司		

经营范围

一般经营项目是：经营日式餐饮、快餐、饮料及副食品配制（由分支机构经营，执照另办）... [查看更多](#)

• 竞争优势

工业化生产，产品具有独特性和差异性，连锁餐厅遍布，实行“千店计划”。

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。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13080197867（李先生）

电话：13631510331（刘先生）

@深圳市华润置地大厦E座4105室

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

