



2026 年 中国烧烤行业研究报 告

主编：雷静兰

编辑：柯文慧

商业合作：collaboration@shuoyuanconsulting.com

1 中国烧烤行业概述

1.1 行业定义与范围

1.1.1 烧烤的定义及分类

烧烤，作为一种历史悠久且广泛流传的饮食方式，起源可以追溯到人类学会用火烹饪食物的早期阶段。它指的是将各种肉类、蔬菜、海鲜等食材，利用明火或热源直接加热烹制的过程。烧烤的核心特点在于通过炭火、木火、电烤或气烤等多种加热方式，使食材表面迅速形成金黄酥脆的焦香外皮，同时内部保持鲜嫩多汁的口感，从而达到外焦里嫩、香气四溢的理想效果。

根据不同的火源和烹饪手法，烧烤可以细分为多种类型。最传统且最受欢迎的是炭火烧烤，它利用木炭燃烧产生的高温和独特烟熏气味，使食材带有浓郁的炭香味，且火力均匀，能够很好地锁住食材内部的汁水。炭火烧烤在中国各地尤为流行，都体现了炭火烧烤的魅力。与此不同，电烤烧烤则以便捷和环保著称，主要依靠电热元件发热，比较适合现代快节奏的生活方式。

烟熏烧烤则是一种更注重食材风味层次的烹饪方式，常见于西式烧烤文化中。通过低温长时间的烟熏处理，食材能够吸收木屑或其他香料燃烧时释放的烟雾，使其风味更加丰富、独特，常用于制作烟熏牛肉、烟熏三文鱼等。铁板烧则是一种将食材置于高温铁板上快速煎烤的方式，广泛流行于日本、韩国及中国部分地区。铁板的高温能够迅速锁住食材的水分，使其口感鲜嫩且带有铁板特有的焦香味，常见的食材有牛排、海鲜及各类蔬菜。

此外，烧烤根据所用食材的不同，也可以细分为多种类别。肉类烧烤是最为普遍的一种，涵盖了羊肉串、牛肉串、猪肉串、鸡翅等多样选择。海鲜烧烤则包括烤鱼、烤虾、烤扇贝、烤鱿鱼等，海鲜的鲜甜与烧烤的焦香完美结合，风味独特且营养丰富。素食烧烤则适合素食者和健康饮食爱好者，常用的食材有烤

蘑菇、烤玉米、烤茄子、烤青椒等，通过烧烤使蔬菜的甜味和香气得到释放，同样令人垂涎。

1.1.2 行业涵盖的主要细分市场

中国烧烤行业涵盖了多个细分市场，主要包括传统街边烧烤摊、连锁烧烤餐厅、烧烤外卖及社区团购、烧烤设备制造和配套供应链等。传统街边烧烤摊以灵活性和本地化服务见长，广泛分布于城市夜市、乡镇集市等区域，满足消费者即时消费需求。

连锁烧烤餐厅则更注重品牌建设、标准化管理和服务质量，向中高端市场拓展，提升整体消费体验。随着互联网和移动支付的发展，烧烤外卖及社区团购业务快速兴起，满足了消费者便捷化、个性化的需求。烧烤设备制造涉及炭火炉、电烤炉、烟熏设备等多种产品，是行业重要的上游环节。配套供应链则包括食材采购、调料生产及物流配送，为烧烤行业的稳定发展提供保障。

1.1.3 烧烤行业链条解析

烧烤行业链条主要分为上游供应链、中游生产与运营以及下游销售渠道三个环节，各个环节相辅相成，共同构建了一个完整且高效的产业生态系统。首先，上游供应链是整个烧烤行业的基础，主要包括肉类、海鲜、蔬菜等原材料的养殖、种植和供应。

此外，调味料的生产也是上游供应链的重要组成部分，包含各类烧烤酱料、香料、盐类等，往往由专业调味品厂家按照配方批量生产，以满足不同风味的需求。炭火、燃气等烧烤所需的辅助材料也属于上游范畴，这些材料的品质直接影响烧烤的口感和安全性，市场上既有传统的木炭，也有环保型的无烟炭和液化气供应。

其次，中游生产与运营环节主要涵盖烧烤设备的制造、餐饮企业的运营管理以及技术创新。烧烤设备制造涉及从传统炭炉、电烤炉到自动旋转烤串机、智能

温控设备等多种产品，设备的性能和创新直接影响烧烤效率和消费者体验。餐饮企业运营不仅包括门店的日常管理、人员培训、食材采购与库存控制，还涉及品牌建设和市场推广。

随着行业竞争加剧，许多企业开始引入信息化管理系统，如 POS 收银系统、库存管理软件和客户关系管理（CRM）系统，提高运营效率和顾客满意度。在技术创新方面，智能化烧烤设备、自动化生产线、物联网（IoT）技术的应用日益普及，推动行业向数字化、智能化方向发展。例如，通过传感器监测火候和温度，实现精准控烤，提升菜品品质 and 安全性。

最后，下游销售渠道呈现出多元化发展趋势，涵盖传统线下门店销售、外卖平台配送以及线上社区团购等新兴方式。传统门店依然是消费者体验烧烤文化和社交的重要场所，门店的地理位置、环境氛围和服务质量成为吸引顾客的关键因素。随着互联网和移动支付的普及，外卖平台成为烧烤行业的重要销售渠道，满足了消费者便捷、高效的用餐需求，尤其在疫情期间表现突出。

1.2 行业发展历程

1.2.1 烧烤行业的起源与演变

中国烧烤文化源远流长，可以追溯到几千年前的原始社会。早期人类通过火种烹饪猎物，逐渐形成了烧烤的饮食习惯。随着历史演进，烧烤技艺不断丰富，形成了各具特色的地方风味，如东北的烤串、内蒙古的烤全羊、四川的麻辣烤鱼等。

进入现代，烧烤从家庭和街头摊位逐渐走向专业化、规模化经营。20 世纪 80 年代以来，随着城镇化进程加快和消费能力提升，烧烤行业快速发展，形成了覆盖全国的市场体系。近年来，融合创新、品牌连锁、数字化运营成为行业发展的新趋势。

1.2.2 近十年行业发展趋势

过去十年，中国烧烤行业经历了显著的转型升级。首先，消费者对食品品质和安全的要求不断提高，推动企业提升原料标准和生产工艺。其次，健康饮食理念普及，绿色、有机、低脂的烧烤产品需求增长。

第三，互联网技术加速了烧烤行业的数字化转型，外卖平台和社交媒体成为重要的营销和销售渠道。同时，连锁化和品牌化趋势明显，头部企业通过标准化管理和品牌建设扩大市场份额。最后，环保法规的加强促进了环保烧烤设备的研发和应用，行业整体向绿色可持续方向发展。

1.3 行业现状分析

1.3.1 市场规模及增长速度

2025 年，中国烧烤行业市场规模已突破千亿元人民币，年均复合增长率保持在 8%-10%左右。庞大的消费群体和多样化的消费需求是行业持续增长的核心驱动力。尤其是在一线和新一线城市，烧烤消费频次和人均消费额显著提升。

图表：2015-2022 年全国烧烤市场规模及增速



资料来源：红餐大数据

乡镇及农村市场也呈现出快速发展态势，消费潜力巨大。行业的多元化发展和创新商业模式不断催生新增长点，如健康烧烤、烧烤外卖、社区团购等。预计未来五年，随着消费升级和技术推动，行业规模将继续保持稳健增长。

1.3.2 主要企业及品牌分布

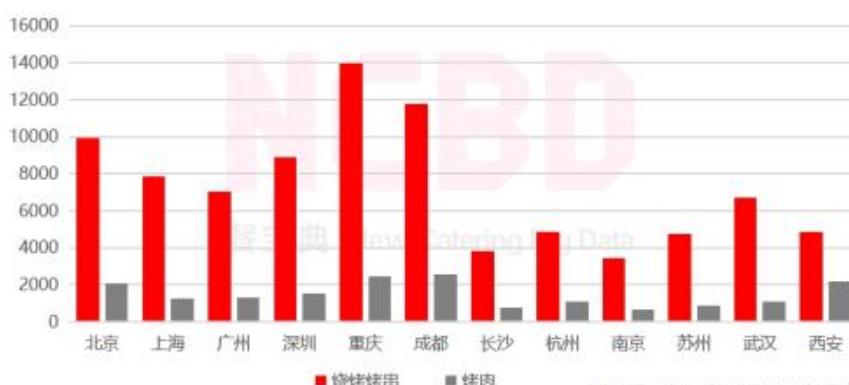
中国烧烤行业企业数量庞大，既有传统地方烧烤摊，也有全国知名连锁品牌。头部企业如“海底捞烧烤”、“小肥羊烧烤”、“味多美烧烤”等，通过连锁经营和品牌塑造占据较大市场份额。

中小型企业则以灵活的经营策略和特色产品吸引本地消费者。品牌分布上，一线城市聚集了更多高端和创新型企业，而二三线及以下城市则以本地特色品牌为主。品牌竞争日益激烈，品牌影响力和客户忠诚度成为企业核心竞争力。

1.3.3 区域市场特色与差异

中国地域辽阔，各地烧烤文化和消费习惯差异明显。北方地区以羊肉串、烤串为代表，口味偏咸鲜；南方地区则偏好海鲜烧烤和甜辣口味。西南地区如四川、重庆烧烤以麻辣风味著称，深受年轻消费者喜爱。

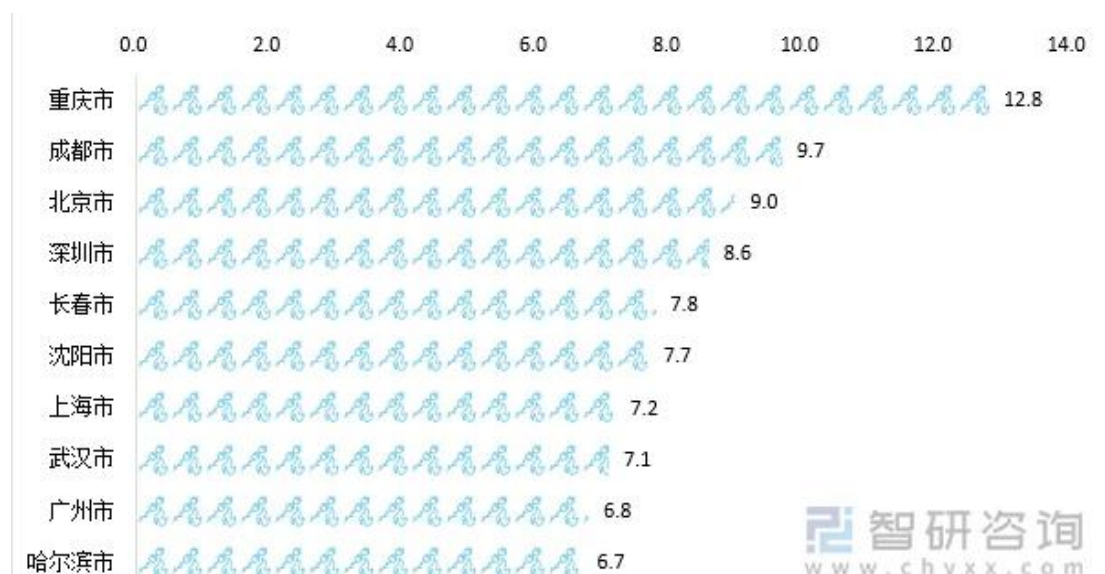
图表：2024 年重点城市烧烤烤串/烤肉门店数量分布



资料来源：餐宝典

东部沿海城市则更注重烧烤的品质和用餐环境，市场呈现多样化和高端化趋势。不同区域的消费能力、生活节奏和文化背景影响烧烤行业的发展模式和竞争格局，企业需根据区域特点制定差异化策略。

图表：2021 年烧烤线上门店数量排行 TOP10 城市



资料来源：智研咨询

2 市场需求分析

2.1 消费者画像与行为

2.1.1 消费者年龄与性别分布

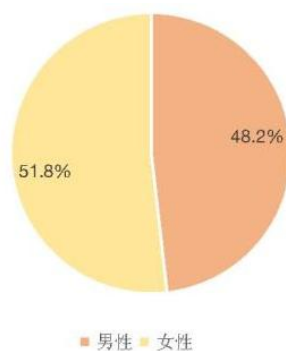
烧烤作为一种深受大众喜爱的餐饮形式，其消费者覆盖范围非常广泛，但主要集中在 18 至 45 岁的年轻及中年群体之间。在这一年龄段内，男女消费者的比例相对均衡，整体而言男性消费者略多于女性。这一现象反映了烧烤文化既具有广泛的吸引力，也符合不同性别群体的饮食偏好和消费习惯。

具体来看，年轻消费者群体通常更倾向于尝试各种新颖的口味和创新的烧烤形式，例如融合异国风味的特色烧烤、健康低脂的食材选择，甚至是结合科技元

素的智能烧烤设备。他们不仅注重食物本身的味道，更看重整体的社交氛围和用餐体验，喜欢在烧烤过程中与朋友互动，分享美食与快乐。

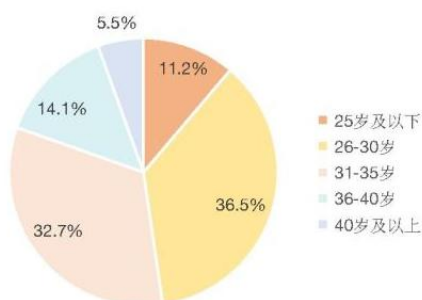
相比之下，中年消费者则更加关注烧烤食品的安全性和营养健康。他们在选择烧烤产品时，更加注重食材的新鲜度、来源的透明度以及制作过程的卫生标准。此外，随着健康意识的提升，中年消费者偏好低盐、低油脂以及富含蛋白质和维生素的烧烤食材，期望通过合理饮食维持身体健康和生活质量。

图表：2021 年中国烧烤消费者性别分布



资料来源：勤策消费研究

图表：2021 年中国烧烤消费者年龄分布



资料来源：勤策消费研究

近年来，随着家庭消费比例的不断上升，亲子烧烤活动逐渐成为一种流行趋势。越来越多的家庭选择在周末或节假日组织烧烤聚会，不仅增进亲子间的感情，

也为儿童提供了亲近自然、学习简单烹饪技能的机会。这种趋势有效推动了家庭消费市场的增长，相关企业也纷纷推出适合家庭使用的烧烤设备和安全便捷的烧烤套餐，以满足家庭消费者的需求。

2.1.2 消费习惯与偏好分析

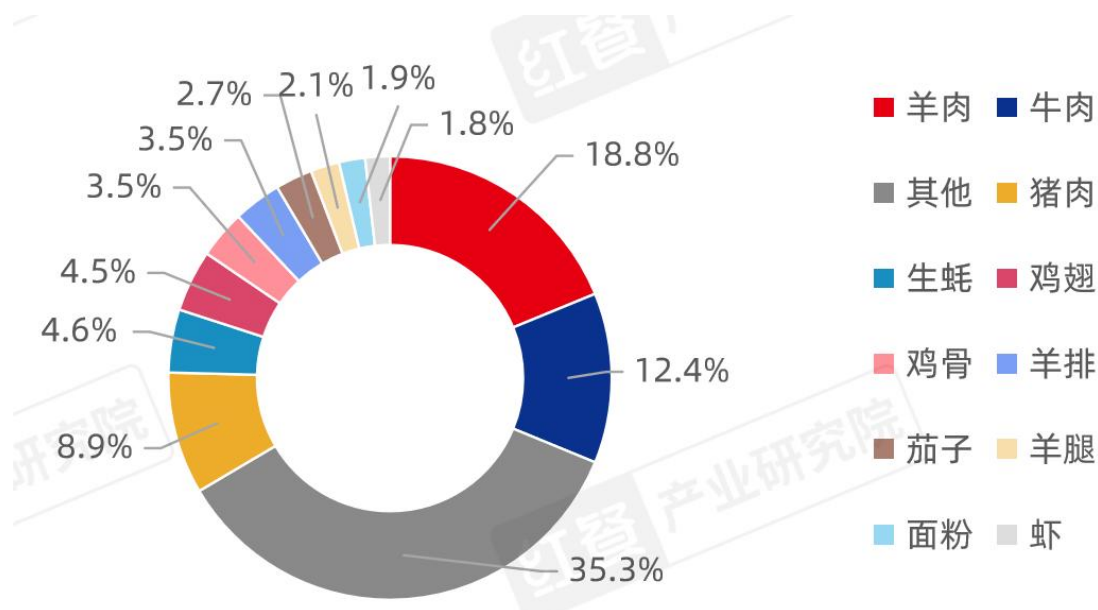
消费者在烧烤消费中表现出较强的频次和多样化偏好，显示出这一餐饮形式在现代生活中的重要地位。大部分消费者倾向于选择夜晚和周末作为烧烤消费的主要时间段，这不仅是因为夜晚和周末能够提供更充裕的休闲时间，也因为烧烤本身具有浓厚的社交属性，许多人喜欢在轻松的氛围中边吃边聊，增进朋友和家人之间的感情交流。

在口味偏好方面，传统的经典调味如麻辣、孜然和蒜香依然占据主导地位，这些浓郁且富有层次的味道深受广大消费者喜爱，成为烧烤不可或缺的风味元素。同时，随着健康意识的提升，越来越多的消费者开始关注饮食的营养均衡和健康属性，清淡、低油、少盐的口味需求逐渐增长，推动烧烤产品在调味和食材选择上更加多样化和健康化。

此外，一部分消费者对特色地方风味表现出浓厚兴趣，如东北烤串、川味烧烤、湘味烧烤等地方特色风味，以及结合现代创新元素的烧烤产品也逐渐走俏市场，这反映出消费者对新奇和差异化体验的追求。在消费方式上，随着互联网技术的发展和生活节奏的加快，线上订购和外卖服务逐渐成为烧烤消费的重要渠道。

尤其是在新冠疫情影响期间，线下聚餐受到限制，线上渠道的使用率大幅提升，消费者通过手机 APP 或微信小程序等平台方便快捷地订购烧烤食品，既满足了味蕾需求，也保障了安全和便利性。这种线上线下融合的消费模式，不仅拓宽了烧烤市场的覆盖面，也促使烧烤商家不断优化产品品质和配送服务，以适应多样化和个性化的消费需求。

图表：2024 年烧烤的食材类别占比



资料来源：红餐大数据

2.1.3 消费者对烧烤产品的品质与服务要求

随着生活水平的不断提高，消费者对烧烤产品的品质、安全性以及整体服务体验提出了更高、更全面的要求。首先，在原材料方面，消费者更加关注食材的新鲜度和来源的可追溯性，希望所购买的烧烤食材不仅新鲜，而且安全可靠，无添加有害物质。

与此同时，食品加工过程中的卫生标准也成为消费者重点关注的内容，严格的清洁消毒流程、规范的操作环境以及食品安全检测机制，都是保障食品安全的重要环节。在口味方面，消费者期望烧烤产品能够保持稳定且独特的风味，既符合大众口味，又能满足个性化需求。口味的一致性不仅关系到消费者的复购率，也直接影响品牌的声誉和市场竞争力。

为了满足多样化的口味需求，许多烧烤企业开始注重调味料的研发与创新，力求在传统风味的基础上不断推陈出新。服务体验方面，现代消费者越来越重视

点餐和支付的便捷性，期望通过手机 APP、微信小程序等多种数字化渠道实现快速点餐和无现金支付，减少排队等待时间，提高用餐效率。

此外，品牌形象和口碑在消费者的决策过程中发挥着至关重要的作用。一个拥有良好客户服务和高品牌信誉的企业，往往能够赢得更多消费者的信赖和支持。优质的客户服务不仅包括快速响应客户需求和投诉处理，还涵盖主动关怀、会员权益和个性化服务等方面。随着社交媒体和在线评价平台的普及，消费者的口碑传播速度更快、影响更广，因此企业必须注重品牌建设，

2.2 需求驱动因素

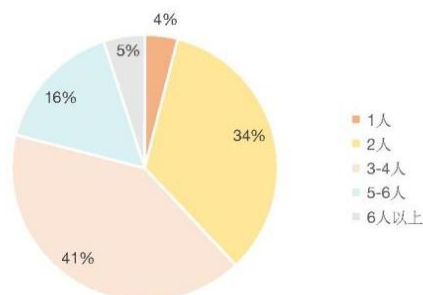
2.2.1 社会文化因素影响

烧烤作为一种具有浓厚社交属性的饮食文化形式，深深植根于中国悠久的传统聚餐文化之中。自古以来，中国人便重视“食不厌精，脍不厌细”的饮食哲学，而烧烤以其便捷、自由且富有互动性的特点，成为人们聚集交流的重要载体。尤其在节假日、家庭聚会、朋友聚餐以及各种庆典活动中，烧烤不仅满足了人们对美食的需求，更成为增进感情、促进交流的桥梁。

与此同时，夜市文化的兴起极大推动了烧烤消费的热潮。各地夜市作为城市生活的重要组成部分，夜晚的街头巷尾飘散着诱人的烧烤香味，吸引大量年轻人和游客前来体验夜生活，形成了独特的城市文化现象。年轻一代对休闲娱乐和社交场所的需求日益增长，使得烧烤摊档、烧烤店铺乃至烧烤主题餐厅如雨后春笋般涌现，成为朋友聚会、同事聚餐、家庭聚餐的热门选择。

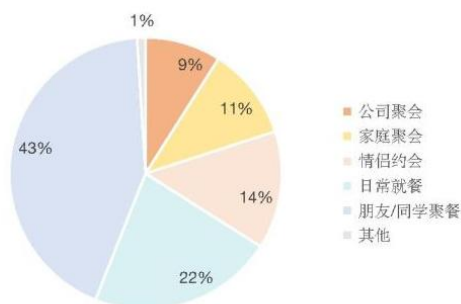
此外，中国地域辽阔，各地的饮食习惯和地方特色文化对烧烤的发展起到了重要推动作用。北方偏爱羊肉串，口味偏咸香浓郁；南方则多用鱼虾和蔬菜，讲究鲜嫩多汁；西南地区喜欢加入辣椒和各种香料，风味独特而浓烈。这些地域特色不仅丰富了烧烤的产品种类，也促进了烧烤技术和风味的多样化发展，满足了不同消费者的需求。

图表：2021 年烧烤消费同行人数分布



资料来源：勤策消费研究

图表：2021 年烧烤消费场景分布



资料来源：勤策消费研究

2.2.2 经济水平与消费能力变化

经济的持续增长显著提升了居民的消费能力，进而推动了餐饮行业的整体升级与转型。随着国民经济的稳步发展和居民可支配收入的增加，越来越多的消费者开始关注餐饮的品质和用餐体验，不再满足于简单的温饱需求，而是追求更加多样化和个性化的消费体验。这种变化直接促进了餐饮企业在产品创新、服务提升以及环境改善等方面加大投入。

中产阶级群体的不断扩大及其收入水平的稳步提升，是推动这一趋势的重要力量。中产阶级作为消费市场的主力军，他们更注重生活质量和消费体验，愿意

为高品质的食材、独特的口味、优质的服务以及舒适的用餐环境买单。这不仅促使餐饮企业加快品牌建设和高端化发展，也促进了餐饮业态的多样化。

值得注意的是，经济波动对餐饮行业的不同细分市场影响存在差异。低端市场由于价格亲民、需求刚性，对经济环境的变化相对不敏感，消费者即使在经济下行期也难以完全放弃这部分消费。而高端市场则对宏观经济环境更加敏感，经济放缓或不确定性增加时，高端消费支出容易被压缩，消费者更倾向于减少非必要的高端餐饮开支。

2.2.3 城市化及生活方式变迁

快速城市化进程带来了人口的高度聚集和生活节奏的显著加快，这不仅改变了人们的生活方式，也深刻推动了烧烤消费的便捷化和多样化需求。随着城市人口特别是年轻群体的不断壮大，烧烤作为一种休闲娱乐和社交的重要方式，逐渐从传统的户外聚会扩展到更加丰富和个性化的消费场景中。年轻人生活方式的多样化表现尤为突出，他们更注重个性表达和消费体验，同时线上购物和外卖服务的普及极大地改变了传统的烧烤消费模式。

随着城市住房密度增加和环保意识的提升，传统的明火烧烤逐渐受到限制，环保型和智能化烧烤设备因此备受关注。这类设备通常具有烟雾排放少、操作简便、安全性高等优点，满足了居民对健康生活和环境保护的双重需求。智能烧烤设备通过智能温控、远程操控等功能，进一步提升了用户体验和烧烤品质，成为现代家庭和商业烧烤场所的新宠。

2.3 市场细分需求趋势

2.3.1 传统烧烤与创新烧烤需求对比

传统烧烤以其经典的口味和悠久的传统工艺为基础，深受广大消费者的喜爱。它不仅满足了人们对怀旧风味的追求，还能够体现出各地独特的地方特色和文

化底蕴。传统烧烤通常采用传统的炭火烤制方法，讲究火候的掌控和调味的精准，保留了食材的原汁原味，带给人们浓厚的乡愁感和亲切感。

与此同时，随着消费者需求的多样化和生活方式的变化，创新烧烤逐渐兴起并迅速发展。创新烧烤不仅注重产品本身的创新，比如引入跨界融合的口味组合，将西餐元素、异国风情与传统烧烤巧妙结合，打造出更多元化和富有创意的味觉体验；还注重健康理念的融入，推出低脂、低盐、无添加剂的健康配方，满足现代人对健康饮食的追求。

此外，创新烧烤还积极引入智能化设备和现代技术，如智能烤炉、自动翻转装置、数字温控系统等，不仅提升了烤制的效率和品质稳定性，也增强了消费者的互动体验和趣味性。创新烧烤因其新颖的风味和时尚的就餐体验，特别受到年轻消费者的青睐，成为引领行业潮流的重要力量。它推动整个烧烤行业向着多元化、个性化和高端化方向发展，促进了市场的不断细分和升级。

2.3.2 健康及绿色烧烤产品需求增长

随着人们健康意识的不断增强，消费者对饮食的要求也日益提高，尤其是在烧烤食品领域。绿色、有机、低脂、无添加的烧烤产品需求迅速增长，成为市场上的一大亮点。现代消费者不仅关注烧烤的美味，更加重视食材的来源是否安全可靠，是否采用天然有机的农产品，避免使用含有激素、农药残留或转基因成分的食材。

在此背景下，越来越多的烧烤企业开始积极响应市场需求，采用环保燃料如电能、生物质燃料或天然气，取代传统的木炭和煤炭，减少空气污染和碳排放。同时，无烟烧烤技术的推广也有效解决了烧烤过程中产生大量烟雾的问题，不仅改善了消费者的用餐环境，也降低了对周围环境的影响。

健康烧烤不仅满足了消费者对美味和营养的双重需求，更符合当前全球倡导的可持续发展理念。绿色环保、节能减排、食品安全成为行业发展的核心方向。

随着相关技术的不断进步和政策的支持，健康烧烤市场规模不断扩大，逐渐成为餐饮行业新的增长点和竞争优势。

2.3.3 线上烧烤外卖及社区团购需求发展

互联网技术的飞速发展极大地推动了烧烤外卖和社区团购这两种新兴消费模式的兴起，充分满足了现代消费者对于便捷、高效、多样化消费体验的强烈需求。随着智能手机的普及和移动支付的便捷化，外卖平台如美团、饿了么等迅速扩展，消费者只需通过手机应用即可轻松浏览各类烧烤店铺的菜单，快速下单并享受送餐上门的服务。

与此同时，社区团购作为一种依托社区居民资源的集采模式，借助互联网平台实现了居民之间的紧密联系和资源共享。通过统一采购，社区团购能够以更低成本获得新鲜食材和烧烤原料，进而为消费者提供更具价格竞争力的商品选择。这种模式不仅有效降低了供应链环节的成本，还增强了社区内的互动和信任感，促进了邻里关系的和谐发展。

此外，社区团购还推动了本地农产品和特色食品的销售，助力地方经济的发展。线上渠道的快速发展和技术升级正深刻重塑整个烧烤行业的销售模式和竞争格局。传统烧烤店铺开始积极拥抱数字化转型，通过建立线上点餐系统、优化配送服务以及利用大数据分析消费者偏好，不断提升用户体验和运营效率。

与此同时，市场竞争也愈加激烈，烧烤品牌纷纷创新产品和服务，借助社交媒体和短视频平台进行品牌推广和用户互动，以吸引更多忠实客户。可以预见，随着互联网技术的不断进步，烧烤外卖和社区团购模式将持续融合创新，推动行业迈向更加智能化、个性化和多元化的发展方向。

3 竞争格局分析

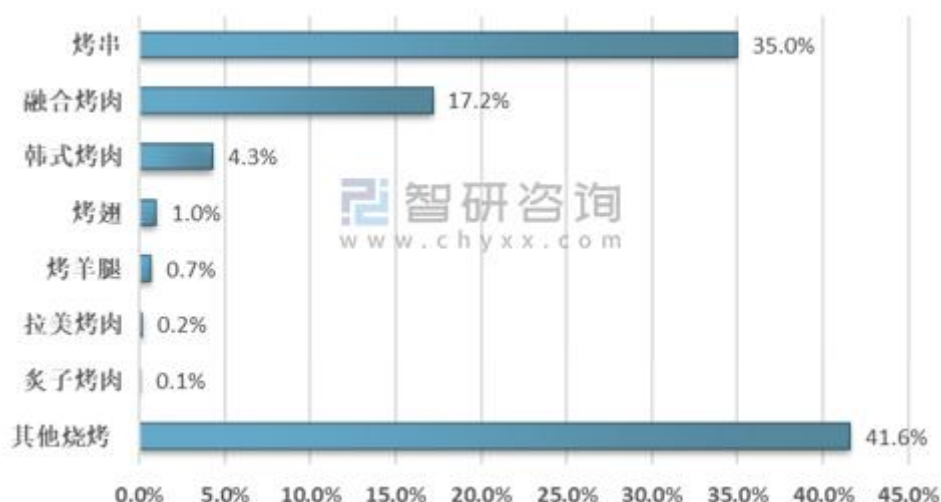
3.1 行业主要竞争者

3.1.1 头部企业市场份额分析

头部企业通过系统性且持续的品牌建设，打造了良好的市场声誉和品牌忠诚度，从而在行业内占据了重要且稳固的市场份额。与此同时，这些企业依托规模效应，能够有效降低生产和运营成本，提高资源利用效率，增强整体竞争优势。标准化管理则帮助企业实现内部流程的规范化和高效运作，确保产品质量和服务水准的稳定性，为客户提供更具信赖感的体验。这些领先企业通常拥有完善且高度协同的供应链体系，保证了供应的及时性和成本的可控性。

随着行业集中度的不断提升，市场逐渐形成了以少数头部企业为主导的寡头竞争格局。这些企业通过差异化竞争策略和资源整合，进一步巩固了市场地位，提升了行业进入壁垒。头部企业积极拥抱数字化转型，利用大数据分析、社交媒体和电子商务平台开展精准营销，极大地提升了市场响应速度和客户体验。

图表：2018-2020 年烧烤连锁门店数量等级分布



资料来源：智研咨询

3.1.2 中小企业竞争策略特点

中小企业具有灵活机动的优势，能够迅速适应市场环境的变化，善于利用各自所在地域的独特资源和文化特色，打造具有差异化的产品，以吸引特定的客户

群体。这些企业通常深耕本地市场，注重与社区和消费者建立紧密联系，了解并快速响应消费者不断变化的需求和偏好，从而在竞争激烈的市场中占据一席之地。

在经营策略上，中小企业往往通过价格竞争来提升市场竞争力，利用较低的成本结构提供具有吸引力的产品价格；同时，注重开发具有地方特色的口味和产品，以满足消费者对个性化和多样化的需求。此外，个性化服务也是中小企业的一大优势，它们能够根据客户的具体需求提供定制化服务，增强客户的满意度和忠诚度。

面对行业内头部大型企业的强大压力和资源优势，中小企业通常难以在规模和资金上直接竞争，因此更加依赖创新思维和市场细分策略寻求生存与发展。通过不断推出新产品、新服务，挖掘细分市场的潜力，中小企业能够找到自己的独特定位，形成差异化竞争优势，逐步扩大市场份额，实现可持续发展。

3.2 竞争优势与劣势

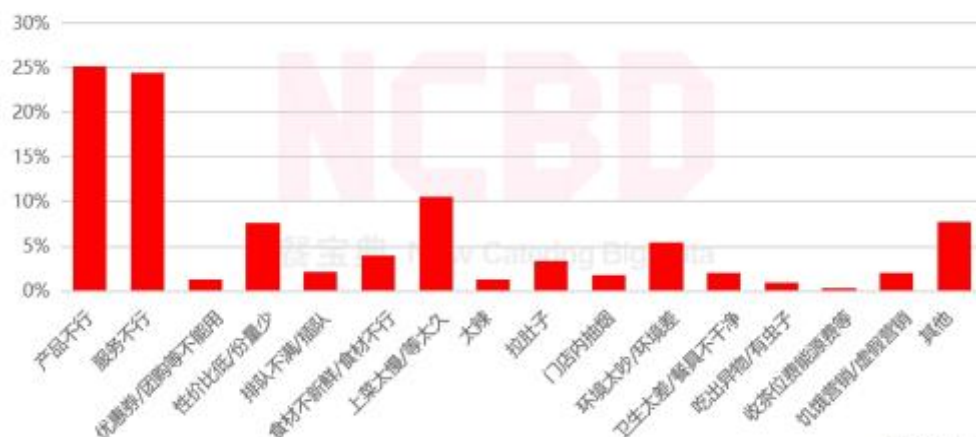
3.2.1 品牌影响力与客户忠诚度

品牌影响力是烧烤企业在激烈市场竞争中取得优势的核心因素。一个强势的品牌不仅能够吸引大量稳定的客户流量，还能够有效提升客户的忠诚度，使顾客愿意反复消费并推荐给身边的人，从而形成良性循环，增强企业的市场竞争力。品牌建设是一个系统工程，涉及多个重要环节。

首先，产品质量是品牌的基础，只有保证食材新鲜、制作工艺精良，才能赢得消费者的信任和好评。其次，优质的服务体验同样至关重要，良好的顾客服务不仅提升用餐满意度，还能增强客户对品牌的情感认同。此外，有效的市场营销策略，包括线上线下的广告宣传、社交媒体运营、品牌活动策划等，能够扩大品牌的知名度和美誉度。

目前，行业内的头部企业在品牌塑造方面投入巨大资源，涵盖研发、服务培训、广告投放等多个层面，形成了较高的品牌认知度和稳定的客户群体。相比之下，许多中小型烧烤企业由于资金和资源有限，品牌认知度较低，难以建立起稳定的客户基础，客户忠诚度也较为脆弱，面临较大的市场压力。为了实现持续发展，烧烤企业必须高度重视品牌影响力的提升，通过提升产品质量、优化服务体验、创新营销模式等多方面发力，打造具有独特竞争优势的品牌形象。

图表：中国烧烤烤串企业差评分布



资料来源：餐宝典

3.2.2 供应链管理与成本控制

高效的供应链管理在现代企业运营中扮演着至关重要的角色，它不仅能够显著降低采购成本，还能有效保证原材料的质量和供应的稳定性，从而直接提升企业的整体竞争力。供应链管理涵盖了从供应商选择、采购计划、物流运输到库存管理等多个环节，任何一个环节的优化都能够为企业带来显著的成本节约和效率提升。

在市场竞争日益激烈的环境下，头部企业通常具备完善且成熟的供应链体系，这使得它们能够通过规模化采购实现议价能力的提升，进一步降低采购成本。

同时，这些企业往往拥有稳定且多元化的供应商网络，能够确保原材料的质量和供应的连续性，避免因供应链中断而导致的生产停滞和订单延迟。

此外，中小企业在供应链风险管理和应急响应方面能力有限，面对市场波动和突发事件时容易受到较大冲击，影响整体盈利能力和市场竞争力。因此，优化供应链管理、提升运营效率，已成为整个行业提升竞争力的关键方向。企业应积极引入现代信息技术，推动供应链数字化转型，实现供应链各环节的数据共享和协同运作。只有不断完善和创新供应链管理模式，企业才能在激烈的市场竞争中保持领先地位，实现可持续发展。

4 技术发展与创新

4.1 烧烤设备技术进步

近年来，随着科技的不断进步和消费者需求的多样化，烧烤设备技术取得了显著的创新和突破，推动整个行业朝着智能化、环保化的方向快速发展。智能烧烤设备通过引入先进的自动温控系统，实现对火候的精准把控，避免了传统烧烤过程中因温度不稳带来的食材烧焦或未熟的情况，大大提升了烹饪的效率和成品的口感。

环保型烧烤设备则更加注重减少碳排放和油烟污染，采用新能源或高效燃烧技术，降低对环境的负面影响，符合当前绿色可持续发展的社会要求。此外，新型烧烤设备在设计上也更加注重安全性和便捷性，配备了多重安全保护装置，如过热保护、防火墙和紧急断电装置，保障用户操作安全。

4.2 新产品与口味创新

产品创新是烧烤行业保持活力和竞争力的重要驱动力。在激烈的市场竞争环境中，企业通过不断研发新口味、新配方以及创新的烹饪工艺，来满足消费者日益多样化和个性化的需求。随着消费者对饮食健康、口味独特和文化体验的关

关注度提升，烧烤产品的创新方向也变得更加丰富和多元化。首先，跨界融合成为创新的重要趋势之一。

其次，地域特色的深度挖掘和应用也是创新的关键。企业通过结合不同地区的传统风味和食材优势，开发出具有地方文化特色的烧烤系列产品。例如，采用西北孜然、云南野山椒等地域调味料，赋予烧烤独特的风味，使消费者在品尝美食的同时，也能感受到浓厚的地域文化氛围。此外，随着健康饮食理念的普及，健康元素逐渐成为烧烤产品创新的重要方向。

企业开始推出低脂、有机肉类串烧，减少油脂和添加剂的使用，满足消费者对健康生活的追求。同时，素食烧烤产品的开发也日益受到关注，如采用豆制品、菌菇类和蔬菜等健康原料，打造营养均衡且口感丰富的素食烧烤，吸引了越来越多注重健康和环保的消费者群体。创新不仅提升了产品的附加值，也增强了企业在激烈市场竞争中的核心竞争力，促进了整个烧烤行业的健康发展和繁荣。

4.3 数字化与信息化应用

数字化技术在烧烤行业的应用正变得越来越广泛和深入，推动着整个行业的转型升级。首先，在消费端，线上订餐平台的普及极大地方便了顾客点餐，用户只需通过手机 App 或微信小程序即可轻松浏览菜单、选择菜品、下单支付，避免了传统排队等待的烦恼，提高了订餐的便捷性和效率。

在客户关系管理（CRM）方面，数字化手段帮助烧烤企业建立了更加完善的客户数据库，通过会员积分、优惠券推送、个性化营销等方式增强客户黏性和复购率。借助大数据分析，企业可以深入了解客户的消费行为和偏好，从而制定更加精准的营销策略，提升客户满意度和品牌忠诚度。供应链的数字化管理也是数字化应用的重要环节。

此外，大数据分析在市场趋势预测和产品研发中发挥着重要作用。企业通过对消费者数据、市场动态以及竞争对手的分析，能够及时调整经营策略，开发符合市场需求的新产品，抢占市场先机。数字化转型不仅提升了烧烤行业的运营效率和服务质量，还极大地增强了客户体验，使企业能够在激烈的市场竞争中保持优势。

5 政策环境与法规分析

5.1 行业相关政策解析

5.1.1 食品安全法规要求

食品安全是烧烤行业的根本保障，也是维护消费者健康和促进行业可持续发展的重要基石。随着人们生活水平的不断提高，对食品安全的关注度日益增强，国家和地方政府相继出台了多项严格的食品安全法规和标准，旨在规范烧烤行业从食材采购、加工制作、储存运输到销售的全过程管理，确保每一个环节都符合安全卫生的要求。

在食材采购环节，相关规定明确要求企业必须选择正规渠道采购合格的原材料，严禁使用来历不明或质量不达标的食材，确保食材的新鲜度和安全性。在加工过程中，烧烤企业需要严格执行食品加工操作规范，保持环境卫生，防止交叉污染，同时合理控制烧烤温度和时间，避免产生有害物质。

此外，储存环节要求合理分类存放，确保冷链运输的完整性，防止食材腐败变质。为了保障食品安全，企业必须建立完善的质量管理体系，定期进行员工食品安全培训，提高从业人员的专业素养和责任意识。同时，监管部门加大了对烧烤行业的检查和执法力度，通过日常抽查、专项整治和投诉处理等多种方式，严格打击违法违规行为。

违法成本显著提高，违规企业面临罚款、停业整顿甚至吊销营业执照等严厉处罚，有效震慑了不法行为。随着食品安全体系的不断完善和监管力度的加强，烧烤行业的整体水平得到了显著提升，产品质量更加有保障，服务环境更加规范有序。消费者能够更加安心地享受美味烧烤，行业企业也因此获得了更广阔的发展空间和良好的社会声誉。

5.1.2 环保及排放标准政策

环保政策对烧烤行业提出了更加严格和细致的要求，尤其是在油烟排放和固体废弃物处理两个关键环节上。随着环保意识的不断提升和相关法规的日益完善，许多城市政府开始出台限制措施，禁止或严格限制露天烧烤活动，尤其是在空气质量较差或人口密集的区域。为了响应环保政策的号召，烧烤企业必须加大在环保方面的投入，积极引进和应用先进的节能减排技术。

同时，企业还需要定期对设备进行维护和升级，确保其排放达到地方环保部门规定的标准和要求。环保政策的实施不仅仅是为了保护环境，更促使烧烤行业向更加可持续的发展方向转型。此外，绿色环保的烧烤模式也逐渐成为市场的新趋势，消费者对健康和环保的关注促使企业不断创新，推动整个行业的升级换代。

5.1.3 行业扶持与补贴政策

为促进烧烤行业的健康持续发展，政府近年来陆续出台了一系列具有针对性和实效性的扶持政策，涵盖创业补贴、设备更新补助、技术研发支持等多个方面。尤其值得一提的是，政府在推动烧烤行业智能化和绿色转型方面，设立了专项资金，支持企业引进智能化管理系统、自动化设备以及节能环保技术，助力行业实现绿色低碳发展目标。

面对如此有利的政策环境，烧烤企业应积极主动地利用各类政策资源，结合自身实际情况，制定科学的发展规划，提升技术研发能力和管理水平，增强产品

质量和品牌影响力，努力打造具有核心竞争力的企业，实现可持续发展。政府也将继续完善相关政策措施，推动烧烤行业迈向更加规范、高效、绿色的未来。

5.2 地方政策差异

5.2.1 一线城市政策特点

一线城市如北京、上海、广州等，由于人口密集、消费水平较高，对烧烤行业的监管力度非常严格。相关管理部门高度重视食品安全问题，要求所有烧烤摊点和餐饮企业必须符合国家和地方的食品卫生标准，确保食材的新鲜与安全，杜绝使用劣质或过期原材料。在规范经营方面，政府严厉打击无证经营、非法摆摊和露天烧烤行为，确保市场秩序井然有序。

政策导向明确支持那些具备正规资质、管理规范的高品质烧烤企业，尤其鼓励发展连锁经营和品牌化运营，通过标准化服务和统一管理提升行业整体水平。此外，政府积极推动烧烤行业引入智能化设备，例如自动控温烤炉、智能排风系统和数字化点餐平台，提升运营效率和顾客体验。

绿色技术的应用也是政策重点之一，鼓励企业采用节能环保的烤具和清洁能源，减少碳排放和环境污染，推动烧烤行业向绿色、低碳方向转型。通过这些综合措施，一线城市不仅保障了消费者的健康和权益，也促进了烧烤行业的健康发展和产业升级，逐步实现从传统烧烤向高端、智能化和可持续发展的转变，打造更加规范、有序且富有竞争力的餐饮市场环境。

5.2.2 二三线城市支持政策

二三线城市在经济发展过程中，往往更加注重行业扶持和市场培育，努力为各类企业尤其是中小微企业创造良好的发展环境。这些城市纷纷出台多项促进创业和就业的优惠政策，包括税收减免、创业补贴、租金优惠以及融资支持等，

旨在激发市场活力，吸引更多创业者和投资者投身本地经济建设。具体到特色产业方面，许多二三线城市高度重视本地独具特色的烧烤文化，将其作为推动地方经济和文化旅游的重要抓手。

在政策环境方面，二三线城市普遍采取较为宽松灵活的管理措施，简化审批流程，降低企业运营成本，提供一站式服务，帮助企业快速解决在发展过程中遇到的各种问题。这种良好的政策氛围极大地促进了企业的快速成长和市场的持续扩展。

此外，地方政府还积极谋划和打造烧烤产业集群，整合产业链上下游资源，推动相关配套产业发展，如调味品生产、餐饮设备制造、物流配送等，形成完整的产业生态系统。通过举办烧烤文化节、创业大赛和特色展销会等活动，提升区域知名度和竞争力，进一步推动地方经济的多元化和高质量发展。

6 产业链分析

6.1 上游供应链

上游供应链涵盖了农畜产品的养殖、海鲜的捕捞、蔬菜的种植以及各类调味料的生产等多个环节。作为烧烤产业的基础，原材料的质量直接决定了最终烧烤产品的口感和安全性，因此保障供应链的稳定与高质量尤为重要。近年来，随着消费者对食品安全和健康的关注日益增强，供应链逐渐趋向标准化和绿色化发展。

具体表现为推动有机和绿色食材的广泛供应，减少农药和化肥的使用，倡导生态养殖和可持续捕捞，确保原材料天然无污染。与此同时，养殖企业、农户以及海鲜捕捞者与烧烤企业之间建立了更加紧密和稳定的合作关系。这种长期合作不仅保障了原材料的供应安全，还实现了从田间地头到餐桌的全程可追溯，有效提升了消费者对产品的信任度。

为进一步提升供应链管理水平和提升供应链的信息化建设。通过引入先进的物联网、大数据和区块链技术，实现对原材料采购、运输、储存等环节的实时监控和管理。这不仅极大地提升了采购效率，缩短了供应链响应时间，还增强了风险管控能力，有效防范了因原材料质量波动带来的潜在危机。

6.2 中游生产与运营

中游环节主要涵盖烧烤设备制造、餐饮门店运营以及技术研发三个方面。在烧烤设备制造领域，厂商不断引入先进的智能化技术和环保理念，研发出更加节能、高效且符合环保标准的产品。例如，智能温控系统、自动翻转烤架以及烟雾净化装置的应用，不仅提升了设备的使用便捷性和安全性，也有效减少了环境污染。

服务创新也不断涌现，如引入智能点餐系统、线上预订和外卖配送服务，提升顾客的便捷性和满意度，从而增强整体运营效率和市场竞争力。技术研发则聚焦于多个关键领域，包括食品安全检测技术的提升，确保食材新鲜和制作过程的卫生安全；此外，数字化应用也成为研发重点，通过大数据分析、人工智能和物联网技术，实现供应链管理优化、销售数据分析及个性化营销，推动整个行业向智能化和数字化方向转型升级。

6.3 下游销售渠道

下游销售渠道呈现出多样化的发展格局，涵盖了传统实体门店、自营外卖平台、第三方外卖平台以及新兴的社区团购等多种形式。传统实体门店依然是消费者体验产品和服务的重要场所，这类门店不仅注重商品的陈列和品质保障，更加重视购物环境的整洁舒适和顾客服务体验，力求满足不同消费者在不同消费场景下的需求。

与此同时，随着互联网技术的迅猛发展和移动支付的普及，线上渠道的增长速度显著加快，尤其是自营外卖和第三方外卖平台成为推动销售增长的关键力量。

线上渠道不仅打破了地域和时间的限制，使消费者能够更加便捷地获取商品和服务，还通过大数据分析和精准营销，进一步提升了用户的购物体验 and 满意度。

在当前市场环境下，渠道整合和多渠道营销已成为行业发展的重要趋势。企业通过整合线上线下资源，构建全渠道销售体系，既提升了销售覆盖范围，也增强了与客户的触达和互动能力。通过统一的品牌形象和协调的营销策略，企业能够更有效地满足不同消费者群体的需求，实现销售业绩的持续增长。

7 未来发展趋势与建议

7.1 行业未来发展趋势

未来中国烧烤行业将呈现以下几大显著趋势，展现出更加多元化、智能化和绿色化的发展态势：首先，数字化转型将持续深入。随着人工智能、物联网和大数据技术的不断成熟，智能烧烤设备将得到广泛应用。数字化不仅提升了烧烤行业的运营水平，也推动了整个供应链的透明化和智能化管理。

其次，绿色环保理念将成为行业发展的核心标准。国家环保政策日益严格，消费者环保意识显著增强，促使烧烤行业加快采用环保烧烤设备，如低烟无烟烤炉、节能燃气设备等。同时，绿色食材的选用也逐渐普及，更多商家注重采购有机、无公害食材，减少添加剂和防腐剂的使用，确保食品安全健康。

第三，产品创新步伐明显加快。随着消费者口味多样化和健康意识的提升，健康化、特色化和跨界融合的烧烤产品不断涌现。例如，低脂低盐的健康烧烤系列、融合地方特色风味的创新菜品，以及与饮品、甜点等跨界结合的套餐组合，满足不同消费群体的需求。与此同时，利用新型食材如植物蛋白、海鲜替代品等创新烧烤产品也开始进入市场，丰富行业产品线，提升竞争力。

第四，品牌化和连锁化趋势明显增强。大型烧烤品牌和连锁企业通过标准化管理和品牌推广，提升了市场集中度和服务品质。品牌连锁不仅保证了食材质量

和卫生安全，还通过统一的服务流程和品牌文化打造，提高了顾客的认同感和忠诚度。最后，线上线下深度融合，打造全渠道消费生态。随着移动互联网和社交媒体的普及，消费者的消费习惯发生了深刻变化。

烧烤店不仅在线下提供优质的就餐环境和服务，还通过外卖平台、直播带货、社交营销等多种线上渠道拓展销售空间，形成 O2O（线上到线下）闭环。借助数字营销和用户数据分析，商家能够实现精准用户触达和个性化推荐，增强用户粘性和复购率。线上线下融合为行业注入新的活力，推动消费体验和商业模式创新。

7.2 机会与挑战分析

机会方面，随着居民收入水平的不断提升和消费结构的升级，消费者对高品质、健康、绿色食品的需求日益增长，推动了整个市场的快速扩展。同时，现代社会健康理念的普及使得更多人关注营养均衡和食品安全，进一步刺激了健康食品及相关产品的需求。此外，技术创新为行业发展注入了强劲动力。先进的生产工艺、生物技术、智能制造和大数据应用不仅提升了产品质量和生产效率，还促进了个性化和定制化产品的研发。

与此同时，政府在政策层面积极出台支持措施，如鼓励绿色生产、加强食品安全监管、推动产业升级等，为行业发展创造了良好的外部环境。线上销售渠道的兴起和多样化发展也为企业打开了新的销售模式，通过电商平台、社交媒体和直播带货等方式，企业能够更直接、更高效地触达消费者，拓展市场空间，提升品牌影响力。

然而，行业发展面临的挑战同样不容忽视。首先，市场竞争日趋激烈，众多企业涌入导致产品同质化严重，价格战频发，企业利润空间受到挤压。其次，食品安全问题始终是消费者关注的重点，任何安全事故都可能对企业声誉造成重大打击。此外，环保压力不断加大，企业需要在生产过程中减少污染排放和资源浪费，符合日益严格的环保法规。

面对这些机遇与挑战，企业必须采取积极有效的策略。首先，应加大品牌建设力度，树立良好的品牌形象和信誉，通过差异化定位赢得消费者信赖。其次，提升供应链管理能力，实现从原材料采购、生产加工到物流配送的全流程优化，提高效率并降低风险。

技术创新依然是推动企业持续发展的核心动力，应加强研发投入，积极应用新技术、新材料，开发符合市场需求的创新产品。企业还需密切关注政策动向，积极响应国家相关产业政策和环保要求，推动绿色可持续发展。通过上述措施，企业不仅能够在激烈的市场竞争中脱颖而出，还能实现差异化竞争和长期稳健发展，打造具有核心竞争力的可持续发展模式。

法律声明

本报告为硕远咨询制作，其版权归属硕远咨询，任何机构和个人禁止以任何形式转载，任何机构和个人引用本报告时需注明来源为硕远咨询，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。任何未注明出处的引用、转载和其他相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。对任何有悖原意的曲解、恶意解读、删节和修改等行为所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任，并保留追究相关责任的权力。

本报告基于已公开的信息编制，但本公司对该信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，该等意见、评估及预测在出具日外无需通知即可随时更改。本公司将来可能根据不同假设、研究方法、即时动态信息和市场表现，发表与本报告不一致的意见、观点及预测，本公司没有义务向本报告所有接受者进行更新。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载观点、结论和建议仅供参考使用，不作为投资建议，对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。