

2015-2020年中国火锅店连锁行业深度调研与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2015-2020年中国火锅店连锁行业深度调研与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/338477WM7J.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

火锅已成为中国最受欢迎的外出就餐选择之一。传统意义上的火锅指炖煮，即在餐桌中心放置金属锅煮阴温底，待火锅沸腾时，将食材放入锅内煮食。火锅菜品一般包括肉片、蔬菜、菌菇、银蛋、雕蛋、饺子及海解。蔬菜、焦颊及肉颊磨是新解的。

煮熟的食物通常蘸稠料食用。火锅可分为若干类别，例如四川和重庆地区以麻辣火锅闻名，羊肉火锅在华北出名，海鲜火锅源转华南。尽管2013年整个餐饮业的发展因公款消费受到限制而放缓，但传统火锅近年来增长相对稳定。2008年至2014年，传统火锅市场的零售额以16%左右的复合年增长率增长，达到人民币4130亿元。

从中国餐饮各种业态来看，火锅和西餐行业高于平均利润率，而宾馆餐饮、特色酒楼、休闲快餐、综合餐饮均低于平均利润率火锅企平均单店利润居各业态之首，从消费者喜好程度来看，火锅也是消费者最喜欢的餐饮业态之一，为火锅餐饮市场的发展提供了巨大的机会。管目前大部分火锅企业的现代化企业管理制度有所缺失，但这种处于快速发展期的市场为资本提供了更多的切入机会。

事实上，餐饮投资尤其是技术门槛更为简易的火锅餐饮店投资一直是近两年投资的热点。据介绍，经过20多年的发展，火锅业的产业链条已具雏形。内蒙古、四川、山东、河北等地农牧业面向全国火锅餐饮市场，组建了羊肉、辣椒、花椒、香油、芝麻酱、粉丝、固体酒精等火锅常用原料、调料、燃料生产、加工、销售基地，为连锁火锅企业提供统一采购配送，缩小经营成本创造更大经济利益。而一些火锅餐饮龙头企业不仅具备了自己的原料生产线，还配备了专门的食物研发中心负责新菜品及肉品的推陈出新。在连锁加盟体系上，企业也研制了适合规模化发展的标准化的原料和汤料，保证特许加盟店的“原汁原味”。

火锅店连锁行业研究报告共十三章是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。火锅店连锁行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了火锅店连锁行业市场潜在需求与市场机会，报告对火锅店连锁行业做了重点企业

业经营状况分析，并分析了中国火锅店连锁行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 2012-2014年中国餐饮业整体运行态势分析	1
第一节 2012-2014年中国餐饮业运行综述	1
一、中国餐饮业多种所有制存在	1
二、现阶段餐饮市场的概况	3
三、餐饮市场与需求的平衡分析	4
第二节 2012-2014年中国餐饮市场发展情况	5
一、餐饮市场状况及发展特点	5
二、2013年中国餐饮业运行状况分析	7
三、2013年餐饮行业消费及满意度评估	8
四、2013年中国餐饮业基本面良好增速放缓	9
五、2014年三季度中国餐饮业景气度分析	10
第三节 近两年中国重点餐饮企业发展情况	11
一、我国餐饮百强企业发展特征	11
二、2013年我国餐饮百强企业发展状况分析	15
三、餐饮百强销售额接近两千亿	22
第四节 2012-2014年餐饮业存在的问题及发展对策	23
一、国内制约餐饮业发展的问题	23
二、中国集团饮食供应存在问题分析	24
三、平衡餐饮市场与消费需求的措施	30
四、餐饮企业的主要营销手段	32
五、国内餐饮业品牌打造的策略	37
第二章 2012-2014年中国火锅店连锁业运行环境解析	43
第一节 2012-2014年中国火锅连锁行业政策环境分析	43
一、政府鼓励连锁经营行业规范发展	43
二、火锅底料国家标准有望出台	47
三、食品安全法	47

四、点评：政策环境及趋势	67
五、中国餐饮业发展规划纲要	67
第二节 2012-2014年中国经济环境分析	77
一、中国GDP增长情况分析	77
二、工业经济发展形势分析	80
三、全社会固定资产投资分析	91
四、社会消费品零售总额分析	99
五、城乡居民收入与消费分析	102
六、对外贸易的发展形势分析	103
第三节 2012-2014年中国火锅连锁行业社会环境分析	113
一、地区餐饮文化深刻影响火锅连锁业	113
二、城镇居民日益追求生活品质 and 品味	114
三、点评：社会环境及趋势	115
第四节 2012-2014年中国火锅连锁行业资本市场环境分析	117
一、中国VC/PE发展现状及趋势	117
二、中国努力解决中小企业融资难题	119
三、全球市场带领下，中国股市一泻千里	125
四、中国居民个人金融资产呈现不断上升态势	127
五、点评：资本市场环境及趋势	127
第三章 2011中国火锅店连锁产业环境分析——餐饮连锁业剖析	131
第一节 2012-2014年中国餐饮连锁行业运行总况	131
一、中国餐饮连锁经营进入高速增长期	131
二、餐饮连锁业品牌重新转向直营模式	132
三、我国餐饮连锁企业盈利状况分析	132
第二节 2012-2014年中国餐饮连锁市场品牌及营销策略分析	134
一、品牌化拓展已成连锁餐饮业的战略选择	134
二、打造连锁餐饮店品牌发展对策	137
三、连锁餐饮产品营销策略	139
四、餐饮连锁企业的“统一性”战略	140
五、餐饮连锁酒店抢占旅游市场应重视营销策略的创新	141
第三节 2012-2014年中国餐饮连锁业的经营管理分析	143

一、餐饮连锁经营自身模式建立的探索	143
二、连锁餐饮业的员工管理方案探析	143
三、餐饮连锁经营的关键准备	147
五、中国餐饮连锁经营的商圈分析	152
六、中国连锁餐饮业顾客关系管理研究	154
第四章 2012-2014年中国火锅店连锁业运行新形势透析	159
第一节 2012-2014年中国火锅店连锁业运行况	159
一、中国火锅店连锁业的发展速度快	159
二、中国火锅店连锁行业市场规模	159
三、火锅店连锁在餐饮连锁业中的优势明显	161
四、火锅产业链雏形显现	162
第二节 2012-2014年中国火锅店连锁行业的经营状况分析	163
一、火锅连锁业的经营能力与意识在迅速提高	163
二、火锅业态特许加盟连锁门店发展速度较快	163
三、火锅连锁业经营模式	164
四、中国火锅店连锁的原因分析	164
第三节 2012-2014年中国火锅店连锁行业热点问题探讨	166
一、产品创新以模仿跟风为主	166
二、火锅店连锁扩张过快	167
三、连锁加盟标准缺失制约产业化进程	168
四、对发展中国火锅店连锁业的建议	168
第五章 2012-2014年中国火锅店连锁细分市场运行分析	172
第一节 重庆火锅店连锁	172
一、重庆火锅现状	172
二、重庆火锅店连锁发展趋势	174
第二节 北方涮羊肉火锅店连锁	180
第三节 新派火锅店连锁	182
第六章 2012-2014年中国火锅店连锁区域市场运行分析	185
第一节 华北地区市场现状及发展趋势	185

一、运行环境分析	185
二、火锅连锁市场规模	186
第二节 华东地区市场现状及发展趋势	186
第三节 华中地区市场现状及发展趋势	188
第四节 华南地区市场现状及发展趋势	189
第五节 东北地区市场现状及发展趋势	191
第六节 西北地区市场现状及发展趋势	192
第七节 西南地区市场现状及发展趋势	194
第七章 2012-2014年中国重点城市火锅店连锁市场运行动态分析	196
第一节 重庆火锅店连锁市场	196
一、重庆火锅店连锁行业的发展概述	196
二、市场规模	196
三、重庆火锅店连锁市场的发展特征分析	197
第二节 北京火锅店连锁市场	199
第三节 天津火锅店连锁市场	199
第四节 广州火锅店连锁市场	199
第五节 上海地区火锅店连锁市场	200
第八章 2012-2014年中国火锅店连锁业竞争新格局透析	201
第一节 2012-2014年中国火锅店连锁行业的竞争总况	201
一、火锅竞争从单兵作战到集团对决	201
二、京城火锅业竞争激烈	201
三、中国火锅的连锁新经营模式竞争	204
第二节 2012-2014年中国火锅店连锁业集中度分析	206
一、市场集中度分析	206
二、区域集中度分析	207
第三节 2012-2014年中国火锅店连锁企业的竞争行为分析	207
一、市场与价格定位	207
二、产品竞争	208
三、服务环境	208
第四节 2015-2020年中国火锅店连锁业竞争趋势分析	209

第九章 2012-2014年中国火锅店连锁行业主体企业竞争力分析 212

第一节 内蒙古小肥羊餐饮连锁有限公司 212

一、企业概况 212

二、连锁模式及发展规模 212

三、公司发展 213

四、小肥羊上市运作状况探析 217

第二节 内蒙古小尾羊餐饮连锁有限公司 218

一、企业概况 218

二、管理团队 219

三、生产及物流配送体系 219

第三节 重庆小天鹅控股(集团)有限公司 220

一、企业概况 220

二、企业财务分析 222

第四节 重庆德庄实业集团 223

一、企业概况 223

二、企业财务分析 225

第五节 重庆秦妈餐饮文化有限公司 226

一、企业概况 226

二、企业财务分析 227

第六节 重庆苏大姐火锅 228

一、企业概况 228

二、企业财务分析 230

第七节 北京呷哺呷哺 231

一、企业概况 231

二、企业财务分析 232

第八节 四川谭鱼头 233

一、企业概况 233

二、企业财务分析 234

第九节 北京东来顺 235

一、企业概况 235

二、企业财务分析 237

第十章 2012-2014年中国火锅优势品牌竞争力分析 240

第一节 小肥羊火锅 240

第二节 奇火锅 240

第三节 谭鱼头火锅 241

第四节 秦妈火锅 241

第五节 蓉城老妈 241

第六节 海底捞火锅 242

第七节 德庄火锅 243

第八节 丰滑火锅 244

第九节 鼎鼎香火锅 244

第十节 小天鹅火锅 245

第十一章 2012-2014年中国火锅市场消费调研 246

第一节 中国火锅市场消费者需求变量分析 246

一、人口统计变量分析 246

2014年中国人口数量及其构成情况 结构 人数(万人) 比例 城镇人口 74916 54.77%
乡村人口 61866 45.23% 总计 136782 100% 资料来源:国家统计局 智研数据中心整理

2013年年末全国就业人员76977万人,比上年末增加273万人,其中城镇就业人员38240万人,比上年末增加1138万人。

2013年末,中国大陆总人口(包括31个省、自治区、直辖市和中国人民解放军现役军人,不包括香港、澳门特别行政区和台湾省以及海外华侨人数)136072万人,比上年末增加668万人。出生人口1640万人,人口出生率为12.08‰;死亡人口972万人,人口死亡率为7.16‰;人口自然增长率为4.92‰。

从性别结构看,男性人口69728万人,女性人口66344万人,总人口性别比为105.10(以女性为100),出生人口性别比为117.60。

从年龄构成看,16周岁以上至60周岁以下(不含60周岁)的劳动年龄人口91954万人,比上年末减少244万人,占总人口的比重为67.6%,60周岁及以上人口20243万人,占总人口的14.9%,65周岁及以上人口13161万人,占总人口的9.7%。

从城乡结构看,城镇常住人口73111万人,比上年末增加1929万人,乡村常住人口62961万人,减少1261万人,城镇人口占总人口比重为53.73%。全国居住地和户口登记地不在同一个乡镇

街道且离开户口登记地半年以上的人口（即人户分离人口）2.89亿人，比上年末增加959万人，其中流动人口为2.45亿人，比上年末增加812万人。

2012年末全国大陆总人口为135404万人，比上年末增加669万人，其中城镇人口为71182万人，占总人口比重为52.6%，比上年末提高1.3个百分点。全年出生人口1635万人，出生率为12.10‰；死亡人口966万人，死亡率为7.15‰；自然增长率为4.95‰。出生人口性别比为117.70。0-14岁（含不满15周岁）人口22287万人，占总人口的16.5%，比上年末提高0.01个百分点；15-59岁（含不满60周岁）劳动年龄人口93727万人，比上年末减少345万人，占总人口的69.2%，比上年末下降0.60个百分点；60周岁及以上人口19390万人，占总人口的14.3%，比上年末提高0.59个百分点。全国人户分离的人口为2.79亿人，其中流动人口为2.36亿人。

2014年末，中国大陆总人口（包括31个省、自治区、直辖市和中国人民解放军现役军人，不包括香港、澳门特别行政区和台湾省以及海外华侨人数）136782万人，比上年末增加710万人。全年出生人口1687万人，人口出生率为12.37‰，死亡人口977万人，人口死亡率为7.16‰，人口自然增长率为5.21‰，比上年提高0.29个百分点。从性别结构看，男性人口70079万人，女性人口66703万人，总人口性别比为105.06（以女性为100），出生人口性别比为115.88。从年龄构成看，16周岁以上至60周岁以下（不含60周岁）的劳动年龄人口91583万人，比上年末减少371万人，占总人口的比重为67.0%，60周岁及以上人口21242万人，占总人口的15.5%，65周岁及以上人口13755万人，占总人口的10.1%。

从城乡结构看，城镇常住人口74916万人，比上年末增加1805万人，乡村常住人口61866万人，减少1095万人，城镇人口占总人口比重为54.77%。全国居住地和户口登记地不在同一个乡镇街道且离开户口登记地半年以上的人口（即人户分离人口）2.98亿人，比上年末增加944万人，其中流动人口为2.53亿人，比上年末增加800万人。年末全国就业人员77253万人，比上年末增加276万人，其中城镇就业人员39310万人，比上年末增加1070万人。

二、火锅市场需求分析 248

习总书记反对“舌尖上的浪费”重要批示，无疑将成为加快大众化餐饮发展的一针强心剂。未来大众化理性消费的餐饮市场，给火锅企业提出了新任务、新要求。然而火锅餐饮从出现伊始，所倡导的就是按需而取、量力而为的进餐原则，火锅产业已经以其简单、快捷、经济、营养的消费模式成为大众化餐饮中的重要组成部分，随着社会经济的不断发展和火锅产业自身的完善，火锅产业必将在大众化餐饮发展的浪潮中取得新的辉煌。

（一）、对火锅市场的影响因素：

1、经济发展对火锅的影响，其中包括了消费者对火锅需求的增加、现有火锅存在着各档次火锅店的结构性矛盾、社会发展和国家政策措施为餐饮行业发展起着巨大的推动作用、客观环境的变化和消费的不不乱性等几大方面的因素。

2、传统因素对火锅的影响，其中包含了火锅的历史性、广泛性、文化性、独特性等。

3、周边环境对火锅的影响，包括政策环境，如开办地的治安状况、职能部分的效率等;基础举措措施，如道路交通、泊车位置、水电气供给、通讯网络、采购途径、消费人群、金融、卫生、劳动等与经营紧密亲密相关的配套举措措施;措施优惠，如税务、各类收费、房钱、人才引进等方面是否有优惠政策。

(二)、客源的调查分析：

1、服务对象分析：

(1)、消费者的职业特点：一般学生、民工、普通工薪阶层，与高级白领阶层、公务职员，他们的消费习惯和消费档次是不同的;

(2)、消费者的年龄特征：如老年人喜爱平淡型，年青人偏好味重味厚型等等;

(3)、消费者的性别特征：女性和男性往往在对于火锅的锅品、口味轻重、菜品类型等方面都有一定的差别;

(4)、消费者的地区和民族特征：不同地域、不同民族的人们对于火锅的锅品要求千差万异，应当加以区别。

当然，因为火锅的相互渗透渗出性、交杂性，良多火锅已经被改良、立异，适合大多数人的口味，具有共性了。但是对于消费者的分析必不可少。

2、顾客消费行为分析：

消费是一个综合概念，消费行为包括消费水平、消费结构、消费方式和消费习惯等。

(1)、消费水平和顾客的经济承受能力有直接的关系，体现了顾客的支持力和这种支持力相宜的需求知足，直接表现为顾客选择火锅店的档次和类型;

(2)、消费结构是顾客各种消费支出的比例，其开支与职业、年龄、性别、地域民族等因素有紧密亲密联系;

(3)、消费方式有个人、家庭、商务、集团等，不同的消费方式在选择档次与品种方面各有不同;

(4)、消费习惯体现在，对就餐环境、氛围、品牌、风味、经济等方面形成的习惯。

3、顾客消费特征分析：

(1)、不确定性：大部门顾客是活动的，小部门是确定的，因此选址要公道。

(2)、随机性：顾客数目多、差别大，对火锅的消费具有选择性，因此要掌握火锅发展动态，及时调整口味，改进立异。

- (3)、灵活性：这是由成功的品牌所决定，以顾客就餐的频率和回头率为标志。
- (4)、引导性：调整经营策略、成功的广告运作等，都会对顾客的消费产生一定引导。

第二节 中国火锅市场消费者需求特征分析 250

- 一、中国火锅市场行业消费者对其“功能”的敏感度分析 250
- 二、中国火锅市场行业消费者对其“质量”的敏感度分析 251
- 三、中国火锅市场行业消费者对其“价格”的敏感度分析 252
- 四、中国火锅市场行业消费者对其“外观”的敏感度分析 252
- 五、中国火锅市场行业消费者对其“服务”的敏感度分析 252

第十二章 2015-2020年中国火锅店连锁业前景展望与趋势预测分析 254

第一节 连锁经营及餐饮业发展趋势 254

- 一、连锁经营的四个发展趋势 254
- 二、中国餐饮消费呈三大发展趋势 255
- 三、未来餐饮业营销的的几大发展方向 255

第二节 2015-2020年中国火锅店连锁行业新趋势分析 262

第三节 2015-2020年中国火锅店连锁业盈利预测分析 262

第十三章 2015-2020年中国火锅店连锁的市场投资战略研究 265

第一节 2015-2020年中国火锅店连锁投资概况 265

- 一、餐饮连锁企业风险资本利用分析 265
- 二、连锁经营的风险及规避对策 267
- 三、餐饮连锁店的投资考察事项 270
- 四、我国连锁餐饮业的投资回报周期 272

第二节 2015-2020年中国火锅店连锁投资机会分析 272

- 一、区域投资潜力分析 272
- 二、火锅店连锁业投资价值研究 273

第三节 2015-2020年中国火锅店连锁的风险预警 274

- 一、资金风险 274
- 二、政策风险 274
- 三、市场竞争风险 274

第四节 权威专家投资建议（ZY LXY） 27

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiyeguanli/338477WM7J.html>