

政策环境解析

规范与支持并重，加速行业洗牌与升级

01

食品安全监管

《餐饮服务食品安全操作规范》等政策明确了食材储存、加工流程等 12 项强制性要求，加速淘汰了“夫妻店”式粗放经营模式，推动行业合规化发展。

02

外卖场景规范

《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》要求 100% 公示后厨监控、使用可降解封签，倒逼品牌加强全链路品控，一线城市头部品牌外卖合规率达 100%。

03

连锁化扶持

“十四五”规划重点支持餐饮连锁化，中央厨房建设可享最高 500 万元补贴，冷链物流项目获税收减免，有力推动了头部品牌的规模化扩张。

04

环保政策驱动

全国 30 个省市推行可降解餐具标准，虽使门店餐具成本上升 15%-20%，但显著提升了行业准入门槛，2024 年环保不达标小作坊淘汰率达 18%。

经济环境赋能

消费分级与创业热潮双向驱动市场扩容

01

消费能力适配

15-35 元的主流客单价精准覆盖多元消费层级，从学生、蓝领到职场白领，均能找到心仪选择，完美契合当前消费分级趋势。

02

城镇化与单身经济

2024 年城镇化率达 66.5%，人口集聚为门店布局提供流量基础；超 2.8 亿单身人口催生“一人食”场景，其订单占比高达 62%，凸显了麻辣烫的品类优势。

03

创业吸引力

行业平均毛利率达 68%，高于餐饮业平均水平 12 个百分点；单店投资回收期仅 12-18 个月，较低的投资门槛与成熟的加盟模式，持续吸引创业者入局。

社会文化变迁

年轻群体主导需求升级与传播变革

01

Z 世代成消费主力

18-35 岁年轻群体占消费人群 68% 以上，其中 Z 世代（18-25 岁）占比达 42%，其个性化、健康化、社交化的需求特征深刻影响着产品创新方向。

02

个性化需求凸显

传统麻辣、骨汤口味占比降至 63%，番茄、藤椒等特色汤底点单率增长 35%。DIY 汤底、低脂高蛋白食材、热量标注等服务应运而生。

03

内容营销成关键

抖音、小红书等平台成为核心传播阵地，“老式麻辣烫”等话题播放量超 500 亿次。72% 的 Z 世代会通过短视频了解新品牌，内容营销已成为获取流量的核心。

技术驱动革命

数字化与供应链技术重塑产业效率

01

智慧供应链

头部品牌建成覆盖全国的冷链物流网，食材配送准确率超 99%。全程温控溯源系统保障了食材新鲜与口味统一，门店食材损耗率从 15% 降至 5% 以下。

02

数字化运营

POS 系统、会员管理系统普及率超 90%。大数据分析助力精准优化菜品结构，新品迭代周期从 3 个月缩短至 1 个月，成功率超 80%。

03

新零售拓展

自热麻辣烫、速食装产品通过电商、商超渠道快速扩张，2024 年线上销售额同比增长 68%，成为行业新增长点。

产业链全景图

上游供应、中游运营、下游消费协同进化

01

上游食材供应

呈现“分散化与集中化并存”特征。基础食材采购分散，而调味品、速冻品等由安井、海天等龙头企业供应。头部品牌正向上游延伸，自建基地以把控品质。

02

中游品牌运营

形成“全国连锁 + 区域特色 + 个体门店”的三级格局。全国性品牌凭借供应链与品牌优势占据主导，区域品牌则深耕本地口味，个体门店在下沉市场仍有空间。

03

下游消费场景

堂食与外卖仍是主流，但新零售、露营、团餐等新兴场景快速崛起，推动产品形态与服务模式创新，拓展了消费边界。

头部品牌争霸

杨国福与张亮构筑稳固双雄格局

01

市场地位稳固

两大品牌门店数均超 6000 家，合计市场份额达 28%，形成对全国市场的有效覆盖和品牌垄断。

02

核心壁垒深厚

凭借规模化采购优势，食材成本降低 20%-30%；标准化运营体系保障了食品安全与口味统一；持续的品牌营销投入构筑了强大的品牌护城河。

03

持续创新能力

研发投入占比达 3%-5%，高于行业平均 2 个百分点，新品成功率超 80%，通过产品迭代不断巩固市场地位。

区域品牌突围

聚焦本地化与细分赛道实现差异化竞争

01

东北黏糊风味

主打“黏糊麻酱 + 软烂食材”，麻酱占比超30%，适配当地重口味需求，单店营收高于行业平均水平。

02

西南加麻加辣

强化“麻辣鲜香”标签，推出“魔鬼辣”汤底，吸引嗜辣群体，加麻加辣订单占比达40%。

03

华东健康轻食

聚焦健康属性，主打清汤、低脂食材，推出“减脂套餐”，精准吸引注重养生的消费群体。

04

华南特色汤底

结合本地口味，推出沙茶、潮汕牛肉等特色汤底，实现本地化适配，在区域市场形成竞争力。

细分赛道崛起

个性化需求催生新蓝海，盈利水平高

01

干拌麻辣烫

凭借“口味浓郁、无汤便捷”的特点，成为增长最快的细分赛道，2024年市场规模同比增长23%，主要聚焦年轻客群与外卖场景。

02

素食麻辣烫

精准切入健康、环保消费群体，食材全部采用素食原料，门店数量年增长率超18%。

03

海鲜麻辣烫

瞄准中高端群体，引入虾、蟹等海鲜食材，客单价提升至45-60元，在一线城市核心商圈布局。

04

老式麻辣烫

主打怀旧风，还原早期口味与装修风格，吸引80后、90后消费群体，通过短视频平台快速出圈。

核心用户画像

年轻女性主导，消费能力与地域特征分明

1

年龄结构

Z世代（18-25岁）占比42%，是绝对主力。职场白领（26-35岁）占比26%，注重效率与性价比。

2

性别分布

女性消费者占比62%，显著高于男性。其对口味多样性、分量灵活性的需求特点，与麻辣烫的品类优势高度契合。

3

消费能力

月均收入3000-8000元的群体是核心消费层，客单价集中在15-25元。月入8000元以上的中高收入群体则倾向选择35元以上的品质化、高端化品牌。

4

地域分布

下沉市场（三四线城市及县域）占比达37%，成为行业增长的重要引擎。一线城市消费者更注重健康与社交属性。

消费行为特征

高频消费，注重产品力，支付数字化

01

消费频率

超 60% 的消费者每月食用 2-4 次，25% 的消费者每月食用 5 次以上，高频消费特征显著，是大众餐饮中的“刚需品类”。

02

决策因素

食材新鲜度（78%）、口味选择（65%）、价格性价比（58%）是选择品牌的四大核心因素，产品力是竞争的根本。

03

点餐习惯

蔬菜、豆制品、肉类是最受欢迎的三大品类。骨汤（35%）、麻辣（28%）、番茄（18%）是主流汤底，特色汤底在年轻群体中接受度高。

04

支付方式

移动支付占比高达 98%，其中微信支付 55%，支付宝 43%，数字化支付已成为绝对主流。

一线城市市场

品牌化、高端化与数字化引领者

品牌密集度高

门店密度达每万人 3.2 家，头部品牌门店占比超 60%，市场竞争激烈，小品牌生存空间有限。

01

消费高端化

“轻食麻辣烫”、“精致门店”占比超 40%，消费者更注重食材品质、环境与服务体验，客单价集中在 25-35 元。

02

运营数字化

AI 智能点餐、自助取餐柜等新技术应用率超 50%，外卖订单占比达 55%，品牌注重线上线下融合的会员运营。

03

新一线城市市场

性价比与品质兼顾的核心战场

01

竞争最激烈

门店密度达每万人 2.8 家，头部品牌与区域品牌市场份额接近，是品牌必争之地。

02

消费双重导向

客单价集中在 20-25 元，消费者既追求性价比，也对食材新鲜度、口味多样性有较高要求。

03

外卖核心市场

外卖订单占比超 50%，品牌通过优化配送效率、推出外卖专属套餐等方式提升订单量。

下沉市场机遇

性价比为王，加盟模式主导的增长极

01

增速最快

门店增速达 25%，高于一二线城市，是行业增长的核心引擎，潜力巨大。

02

消费重性价比

客单价集中在 15-20 元，消费者对价格敏感度高，传统麻辣、骨汤口味占比达 75%。

03

加盟模式主导

加盟门店占比超 85%，区域小品牌凭借本地化渠道优势占据约 30% 市场份额，是未来竞争的关键区域。

分析师声明

负责本研究报告的分析师在本报告中所采用的数据均来自合规渠道，报告的观点、逻辑和论据均为分析师本人研究成果，力求独立、客观和公正，结论不受任何第三方的授意或影响，特此声明。

公司声明

本报告的著作权归北京精毕智信息咨询有限公司（简称为“研精毕智”）所有。本报告是研精毕智研究与统计成果，所载的观点、结论

和建议仅代表行业基本状况，仅为市场及客户提供基本参考。

本报告调研方法主要是桌面研究、行业访谈等，结合公司内部逻辑算法，通过定量和定性分析分析，客观阐述行业的现状，科学预测

行业未来的发展趋势。

我们力求报告内容客观、公正，但受到调研方法及调查资料收集范围的局限，本报告所述的观点、数据并不一定完全准确。

本报告版权仅为本公司所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式篡改、复制和发布。如引用、转载需注明出处，且不得

对本报告进行有悖原意的引用和修改。

本研究报告仅供北京研精毕智信息咨询有限公司客户和经本公司授权机构的客户使用，未经授权私自刊载的机构以及其阅读和使用

者
应慎重使用报告，本公司不承担由此所产生的相关风险和责任。