

2024年中国湘菜行业发展白皮书

版权所有©2024 弗若斯特沙利文。本文件提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系沙利文公司独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经沙利文公司事先书面许可，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，沙利文公司保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。

©2024 Frost & Sullivan. All the information contained herein (including without limitation data, words, charts and pictures) is the sole property of Frost & Sullivan, treated as highly confidential document, unless otherwise expressly indicated the sources in the report. Should no one copy, reproduce, diffuse, publish, quote, adapt, compile all or any part of the report without the written consent of Frost & Sullivan. In the event of the violation of the above stipulation, Frost & Sullivan reserve the right of lodging claim against the relevant persons for all the losses and damages incurred.

2024年12月



1 中国餐饮行业分析

2 中国湘菜餐饮市场分析

3 中国湘菜连锁品牌成功案例分析

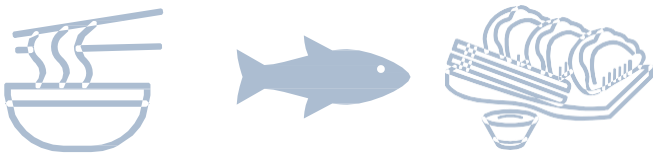


中国已经成为世界第二大餐饮市场，餐饮规模仅次于美国。虽然西式餐饮在中国也取得了快速的发展，但目前中式餐饮依然在中国餐饮市场占有主导地位

- 餐饮服务行业指通过即时加工制作，向消费者专门提供各种酒水、食品、消费场所和设施的食品生产经营行业。
- 根据服务方式及用餐时长，餐饮行业可分为正餐、快餐及其他餐饮。中国餐饮市场以正餐为主，占比超过一半。根据经营方式，餐饮行业可分为直营、加盟及独立餐厅等。根据菜式，餐饮行业可分为中式餐饮、西式餐饮及其他餐饮。

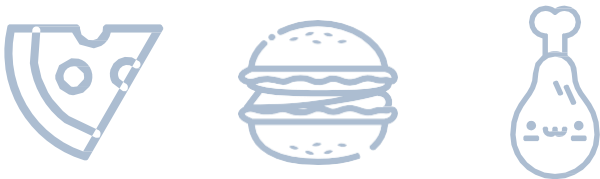
中国餐饮市场按菜式分类

中式餐饮



- 中式餐饮菜系丰富，通常有冷碟和热菜，也分主食和副食。
- 中式菜肴做法丰富，制作程序繁琐，形态繁复，原材料品类众多，标准化程度相对较低。
- 中国地大物博，拥有多种地方菜，其中，湘菜作为中国历史悠久的菜系之一，产品丰富，口味适应性广。

西式餐饮



- 西式餐饮主要包括美式快餐、法式餐饮、意式餐饮等。
- 西餐原料相对较少，制作方式较为严格及数字化，对食材的处理并不复杂，通常是将食材切成若干体块，然后通过煎炸或者烧烤等简单的加工方式来处理食材。
- 西餐高度工业化、标准化。

其他餐饮



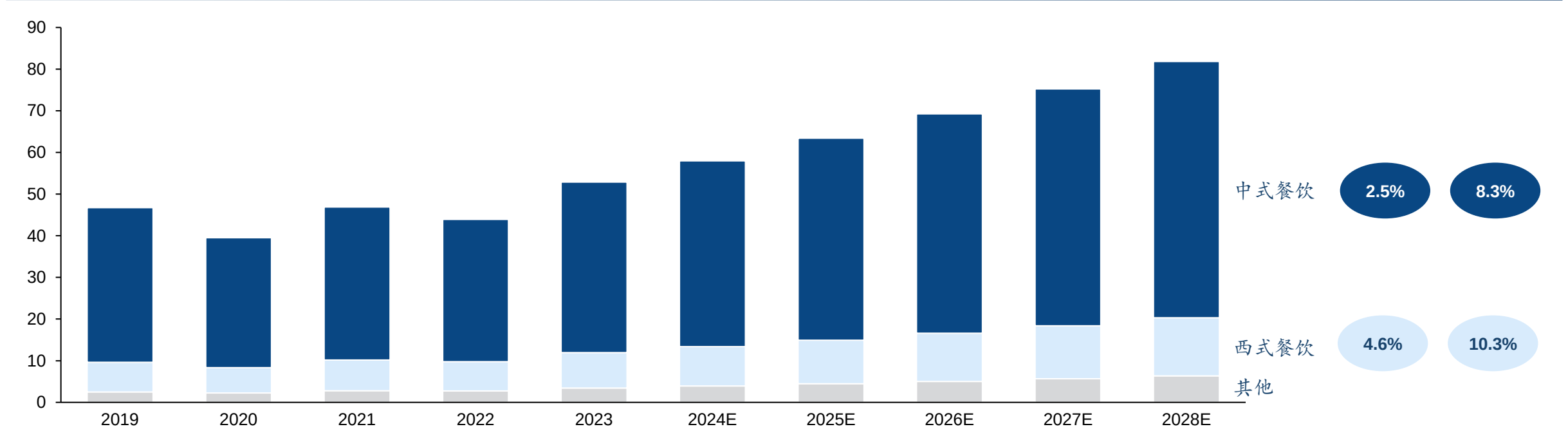
- 其他餐饮指其他地区的特色餐饮，主要包括日式餐饮、韩式餐饮、泰式餐饮等。
- 日式餐饮注重形和色，原材料中海鲜占据主要地位，对食材的新鲜度有较高的要求。韩式餐饮重视主食，讲究五色五味。泰国菜有典型热带国家风格，以海鲜、水果、蔬菜为主，口味以酸、辣、甜为代表。
- 整体而言，亚洲餐饮主要以米饭为主食。

中式餐饮在中国餐饮市场占据主导地位，于2023年超四万亿元，预计未来在健康饮食、文化自信、国际化及创新菜品驱动下，中式餐饮持续领跑餐饮行业，市场规模稳步增长

中国餐饮行业中餐和西餐市场规模

千亿人民币，2019-2028E

年复合增长率 2019-2023 年复合增长率 2024E-2028E



中餐市场规模分析

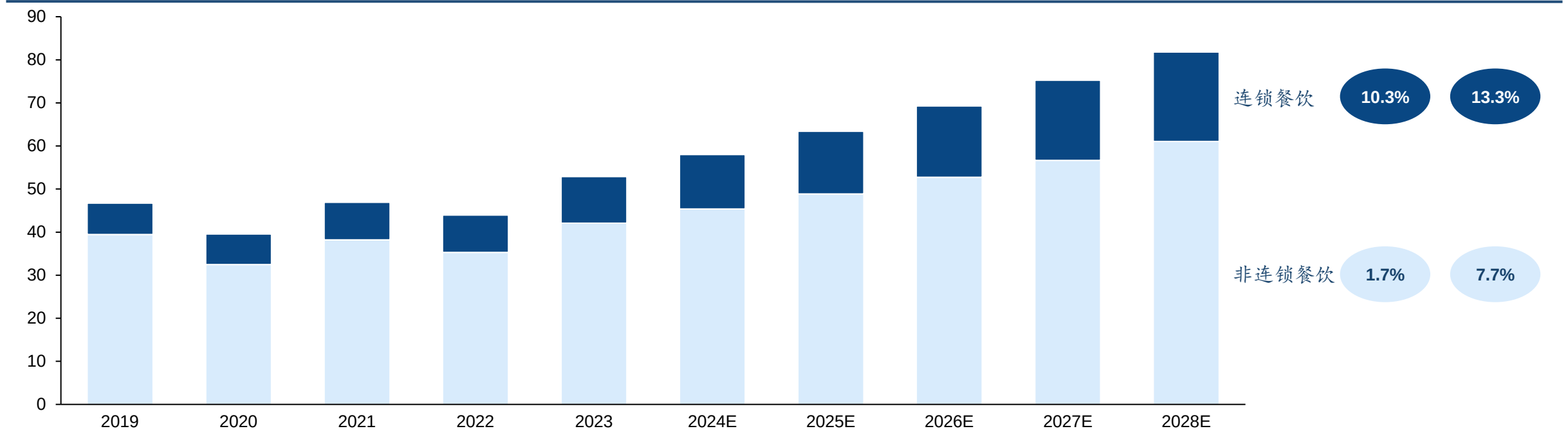
- **中式餐饮位于中国餐饮行业领先地位：**中国餐饮行业包括中式餐饮、西式餐饮和其他餐饮。2023年，中式餐饮市场占整个中国餐饮市场接近80%，深受消费市场的认可，用户基础量巨大。
- **中式餐饮市场稳步增长：**中式餐饮市场规模从2019年的3.7万亿元人民币增长至2023年的4.1万亿元人民币，年复合增长率为2.5%。随着消费者对健康饮食的追求、文化自信的提升以及中餐国际化步伐的加快，加之创新菜品的不断涌现和外卖服务的普及，预计中国中式餐饮行业将在2024年达到4.5万亿元人民币，到2028年将达到6.1万亿元人民币。

我国餐饮行业保持快速稳定的发展，全社会餐饮收入在2023年增长至超过五万亿元，然而目前我国餐饮市场主要由大量非连锁中小商户组成，市场分散且连锁化程度较低

中国餐饮行业市场规模

千亿人民币，2019-2028E

年复合增长率 2019-2023 年复合增长率 2024E-2028E



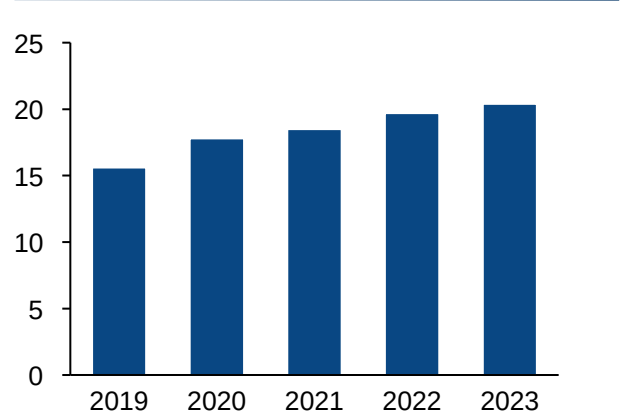
餐饮市场
规模分析

- **行业稳步增长：**中国餐饮行业市场规模从2019年的4.7万亿元人民币增长至2023年的5.3万亿元人民币，年复合增长率为3.1%。在社会生活节奏加快、城市化率上升、外卖行业强劲增长以及市场数字平台及技术发展的推动下，预计中国餐饮市场规模有望从2024年的5.8万亿元人民币增长至2028年的8.2万亿元人民币，期间年复合增长率为9.0%。
- **连锁化发展空间广阔：**从细分餐饮市场来看，中国餐饮连锁化发展空间广阔。目前，中国的餐饮结构主要由大量非连锁中小商户组成，市场分散，门店类型多样，连锁化率相对较低，2023年连锁餐厅收入占中国餐饮行业总收入的20.4%，预计未来五年，连锁化餐厅收入占比将持续提升至25.4%，标志着餐饮连锁化领域具有巨大的增长潜力和广阔的发展空间。

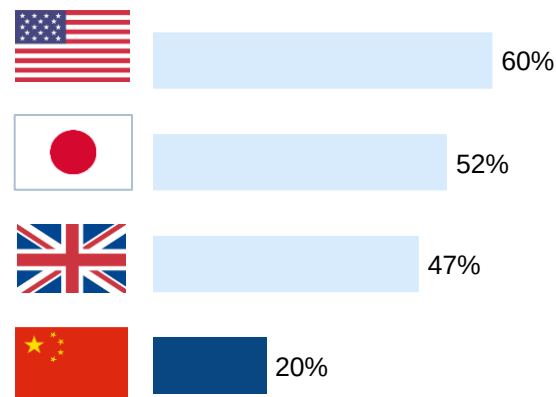
相较其他发达国家市场，中国餐饮行业连锁化率较低，但由于大型餐饮企业具有品牌认知度高、产品和服务质量稳定、规模效应显著等优势，连锁化率的进一步上升预计将成为未来中国餐饮行业的一大趋势

中国餐饮连锁化率

％，2019-2023



各国餐饮连锁化率，2023年



- 相比其他发达国家市场，中国餐饮行业整体连锁化率较低，未来发展潜力巨大。
- 直营连锁及品牌加盟模式作为强品牌餐饮玩家迅速实现连锁化规模扩张的选择，预计将成为未来正餐行业的主流连锁经营模式，共同推动中国餐饮行业连锁化率提升。

我国餐饮连锁化水平较低

- 同美国、日本、英国等发达国家相比，中国餐饮行业整体呈现连锁化率低、行业分散的特点。
- 中国餐饮市场起步较晚，仍在发展期，同时，相较于西式快餐，中式餐饮标准化程度低，很难做到口味的标准化。餐饮行业连锁化率正在不断提升中，连锁餐饮市场的潜力和空间巨大。
- 在经济形势回暖的背景下，随着供应链和中央厨房的发展以及大数据等技术的应用，品牌对于菜品品质的把控得到进一步提升，连锁经营的可行性不断提高，未来中国餐饮市场连锁化率有望不断上涨。

大型餐饮企业将率先受益于行业连锁化率的提升

- **规模效应**：更有效地利用规模效应降低成本，包括采购、生产、物流等方面，提高整体利润率；
- **品牌溢价**：连锁化率提升意味着品牌更为普及，大型企业的品牌通常更受消费者信任，实现更高的品牌溢价；
- **市场份额扩大**：更迅速地在不同地区扩张，提高市场占有率；
- **吸引投资**：连锁化率提升意味着行业更成熟和可预测，易吸引投资者的青睐，品牌通过融资、并购，进一步巩固其在行业中的地位。

品牌直营

品牌加盟



优势

- ✓ 统一的供应链体系
- ✓ 较高的上游议价能力
- ✓ 统一的品牌形象与更高的知名度
- ✓ 稳定的产品质量和服务



优势

- ✓ 品牌影响力较强
- ✓ 整店输出规模便于扩张
- ✓ 菜品迭代速度较快
- ✓ 后期运营指导规范

应用分析

餐饮行业未来的发展聚焦数字化和零售化，借助新技术加速数字化转型提升服务能力和运营效率；同时，从单一业态逐步发展至多种零售模式，通过数字化改造和新餐饮的模式来触及更大的客户群体

01

数字化

- 中国餐饮行业借助新技术加速数字化转型，扩大门店辐射范围，增加品牌曝光度和影响力，提升服务能力，优化顾客体验感，提升用餐满意度。
- **线上存货管理**：通过SAP集成，餐饮企业可以实现线上门店存货动态管理，防止菜品原料不足或过剩导致订单流失和食材浪费；
- **线上点餐、支付**：餐饮门店可使用刷脸收银机，可以实现刷脸支付和扫码支付等功能，更可以通过小程序开发实现自助点餐、开通轻会员等功能，打通线上线下数据后台，使用更放心，用户信息更全面，资料更安全；
- **智能经营管理**：使用双屏刷脸支付收银机，更可以实现多功能的扫码点餐、手机排队、外卖接单、会员管理、团购核销、报表分析等，实现智能餐饮经营管理。

供给侧数字化

SaaS及大数据平台推动了餐饮运营的线上化和数据化，提供如外卖订单的调度、在线排号管理、智能餐厅管理系统等数据解决方案，帮助餐饮连锁提升门店经营和后台运营效率，为各连锁餐饮提供智能决策支持

智能商业

本地生活平台使用户消费更加便捷，配合线上支付实现餐饮门店经营的数字化；顾客可线上提前预约点单，线下直接就餐，通过团购提升性价比，外卖平台节省用户时间；电子菜单从收银台直达后厨，提升运营效率和服务质量

精细化运营

互联网的发展为餐厅运营商与消费者之间建立新纽带，消费者可凭借线上社交媒体更加便捷地下达食物订单及分享评论；此外，线上社交媒体的快速发展也为餐厅带来粉丝经济，餐厅在线上社交媒体上可积累广泛的粉丝

02

零售化

- **多维演进**：餐饮行业从最开始的单一业态慢慢发展到了多种零售模式；
- **新零售商机**：逐渐升高的餐饮行业成本使得餐饮行业需要新的领域开辟商机，新零售的趋势在近几年发展迅速。新零售主要包括三种表现形式：外卖、外带和零售产品。疫情的爆发使得大部分商家不得不开启外卖和外带模式。而新零售模式的兴起也是餐饮行业重点发展的趋势，同时餐饮零售产品可以按两种方法分类：产品形态与产品类型。产品形态可以分为餐厅本身的主打产品和礼盒套装；产品类型可以分为方便速食、半成品和餐厅周边等多种类型。通过电子商务渠道，即便顾客未亲临实体门店，企业也能够迅速扩大品牌影响力并将零售产品推广至线下受众。

拼团+社交

平台团购模式，用社交的形式获得更多的用户消费和购买订单；与明星们合作和打造餐厅独有的饮食文化以获得更多消费群体；针对不同客户群体而开设不同种类的门店以保证满足各类人群的消费特点

会员体系

制定合理会员体系，打通会员数据；利用用户画像数字化，根据不同用户群体提供个性化服务来提升就餐体验，例如店内阅读，点歌等；开展会员专属营销活动，提高会员的忠诚度以提高客户粘性和促进消费

餐饮零售

开展餐饮外卖和周边产品业务，拓宽获客渠道；与知名品牌合作打造副线产品来吸引客户；通过零售产品收集客户反馈，提升主打产品的品质来维持现有客户群体；打通电商消费渠道，为以后的多维度发展打下基础

餐饮业潜力巨大，行业巨头将进一步整合市场，巩固市场地位，同时抓住社区商业兴起的趋势，进军社区餐饮，此外，食品安全也愈发受到重视

餐饮供应链服务优化

行业领军企业纷纷自建中央厨房及供应链，保障食材供应及食品安全，利用连锁餐饮驱动供应链发展，供应链更好地服务连锁餐饮。第三方餐饮食品供应链企业整合优质供应商和食材资源，集中采购提高议价权，减少中间流通环节，降低成本，保障食品安全。

产业集中化

互联网让消费者更轻松地看到他人的评价，餐饮行业马太效应逐渐显现，有着更高知名度的领头羊品牌更容易获得消费者的青睐。此外，领先企业拥有更多消费者数据，更容易窥探业内风向，从而抓住机遇，获得更高的市场份额。预计未来几年，市场集中度将进一步提升。



布局社区餐饮

中国餐饮业深受人口结构变化的显著影响。家庭小型化、少子化及人口老龄化等趋势，共同推动了人们外出就餐的需求增加。作为居民在家烹饪之外的便捷替代方案，越来越多的居民选择在社区附近的餐馆就餐，为旨在服务和造福当地居民的社区餐饮场所创造了丰富的机会。

拓展多元化

为满足全国各地消费者多元化的饮食需求，餐饮企业创新菜品，打造不同菜色品牌及餐饮品类，特别是中式餐饮品类的持续发展创新，不断吸引消费者对于餐饮的尝试和消费。同时，例如小酒馆及融合菜等新型模式也打破传统餐饮的时间限制，延长消费体验时间。

潜在威胁

- **食品安全问题及消费升级需求：**随着消费升级，消费者更重视食物质量和安全，以及口味品质化。国家对于食品安全问题也越来越重视。2021年，全国人民代表大会常务委员会发布《中华人民共和国食品安全法(2021修正)》，以确保公众食品健康。愈发严格的食品安全标准对小经营者提出了更高的要求，食品安全保证成本将有所提升。2023年，国家市场监督管理总局发布《食品经营许可和备案管理办法》，目的是规范食品经营许可和备案活动，加强食品经营安全监督管理，落实餐饮企业主体责任，保障食品安全。
- **人工及租金成本提升：**人力资源及租金成本在餐饮业成本中占据非常大的份额。随着经济发展和人口老龄化，中国的人力成本将持续提升。此外，商用房地产价格逐年上涨，租金成本的提升也给餐厅经营者带来了压力。没有充足现金流保障的小餐厅关店率可能保持在较高水平。

1 中国餐饮行业分析

2 中国湘菜餐饮市场分析

3 中国湘菜连锁品牌成功案例分析



中国八大菜系分别是鲁菜、川菜、粤菜、苏菜、浙菜、闽菜、湘菜和徽菜，不仅展现了中国饮食文化的博大精深，也体现了中国各地独特的风味和烹饪技艺，是中国饮食文化的重要组成部分

中式正餐八大菜系



湘菜

以长沙、衡阳、湘潭为代表的地方菜系。湘菜制作精细，用料上比较广泛，凭借着香辣、鲜辣口味征服了广大消费者的味蕾，制法上以煨、炖、腊、蒸、炒诸法见称。因地理位置的关系，湖南气候温和湿润，故人们多喜食辣椒，用以提神祛湿。



鲁菜

发源于春秋战国时的齐国和鲁国（今山东省），历史悠久，是北食的代表。鲁菜强调调味纯正，口味偏咸鲜，讲究清汤和奶汤的调制，注重火候和调味，代表菜品有九转大肠、糖醋鲤鱼、奶汤鲫鱼等。



川菜

川菜起源于四川、重庆，川菜是一个历史悠久的菜系，发源于古代的巴国和蜀国。以麻、辣、鲜、香为特色，所用的调味品有花椒、胡椒、辣椒，合称“三椒”；葱、姜、蒜，合称“三香”；代表菜品有水煮鱼、夫妻肺片、毛血旺、麻婆豆腐等。



粤菜

即广东菜，发源于岭南，由广州菜、潮州菜、客家菜三种地方风味组成，以清淡为主，追求食材原汁原味。粤菜烹调方法多样，如煎、炸、烩、炖等，有“五滋”（香、松、软、肥、浓）和“六味”（酸、甜、苦、辣、咸、鲜）之说。代表菜品有盐焗鸡、蜜汁叉烧、煲仔饭等。



苏菜

即江苏菜，于南北朝时期，唐宋以后成为南食两大台柱之一，由南京、徐海、淮扬、苏南四种风味组成，以江河湖海水鲜为主，追求本味，清鲜平和。苏菜讲究配色造型、刀工和烹饪技巧。代表菜品有狮子头、扬州炒饭、盐水鸭等。



浙菜

即浙江菜，以宁波、杭州、绍兴和温州四种风味为代表。浙菜的烹饪方法以炖、炸、焖、蒸为主，注重食材的鲜、活、嫩，并喜欢以风景名胜来命名菜肴。代表菜品有西湖醋鱼、龙井虾仁、东坡肉等。



闽菜

闽菜以闽东、闽南、闽西、闽北、闽中等地方风味为主形成的菜系。闽菜清鲜、淡爽，讲究火候和调汤，汤菜品种多，最突出的烹调方法有醉、扣、糟等，最具特色的是糟。代表菜有佛跳墙、酒糟鸡、福州鱼丸等。



徽菜

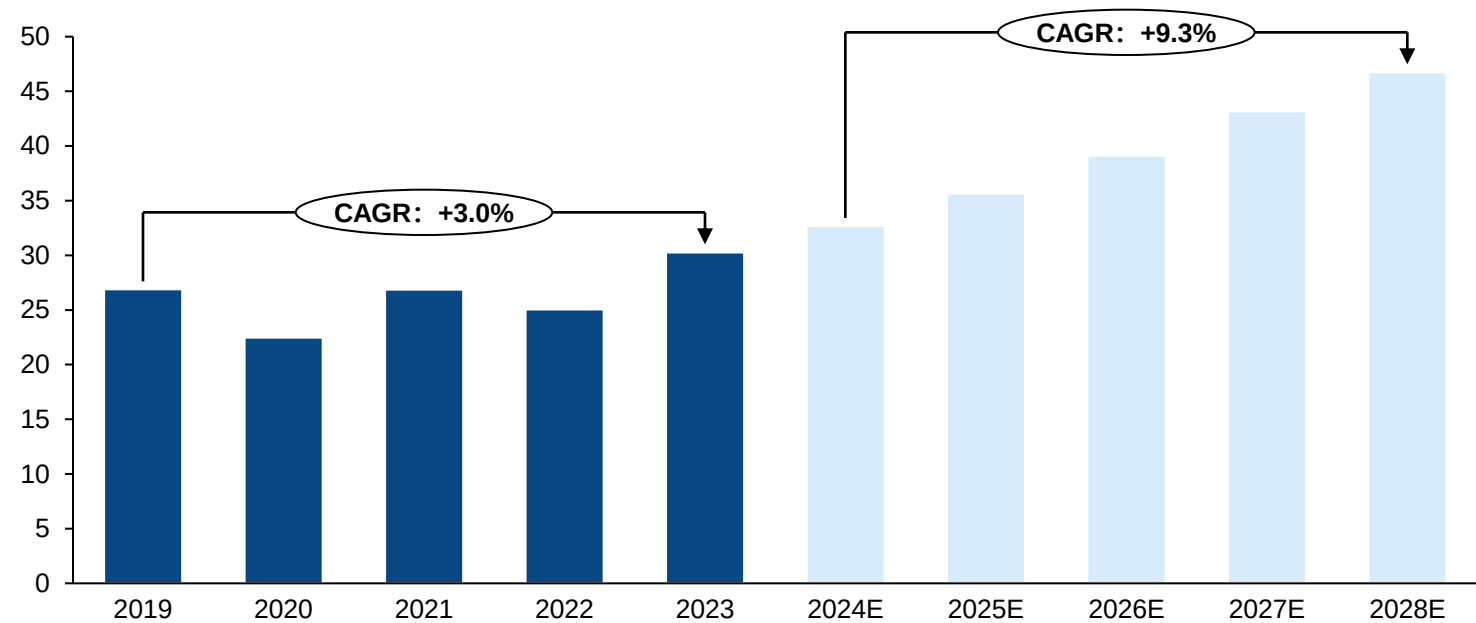
徽菜为皖南菜、皖江菜、合肥菜、淮南菜、皖北菜的总称。发端于唐宋，兴盛于明清，一般重油赤酱，注重实物的本真。代表菜品有臭鳊鱼、清蒸石鸡、火腿炖甲鱼等。



中式正餐备受消费者青睐，构成中国正餐行业最主要的市场细分，已经进入品牌提升和快速扩张的全新阶段，市场规模未来有望持续扩张

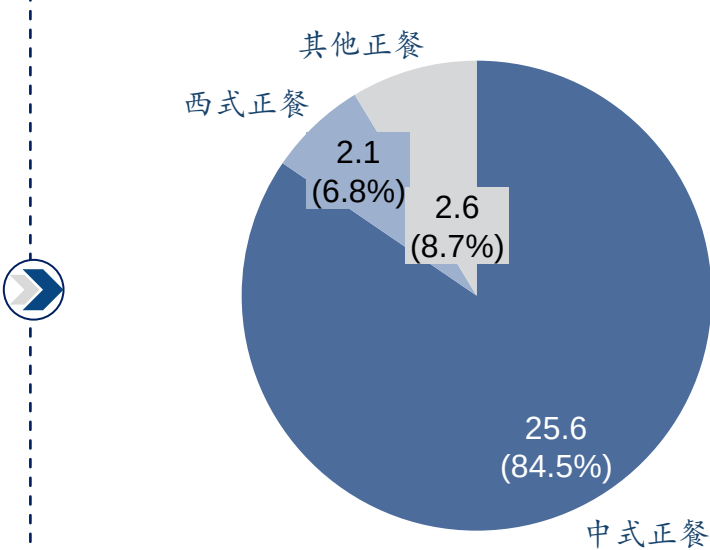
中国正餐市场规模

千亿人民币，2019-2028E



中式正餐和西式正餐占比

千亿人民币（%），2023



正餐市场规模分析

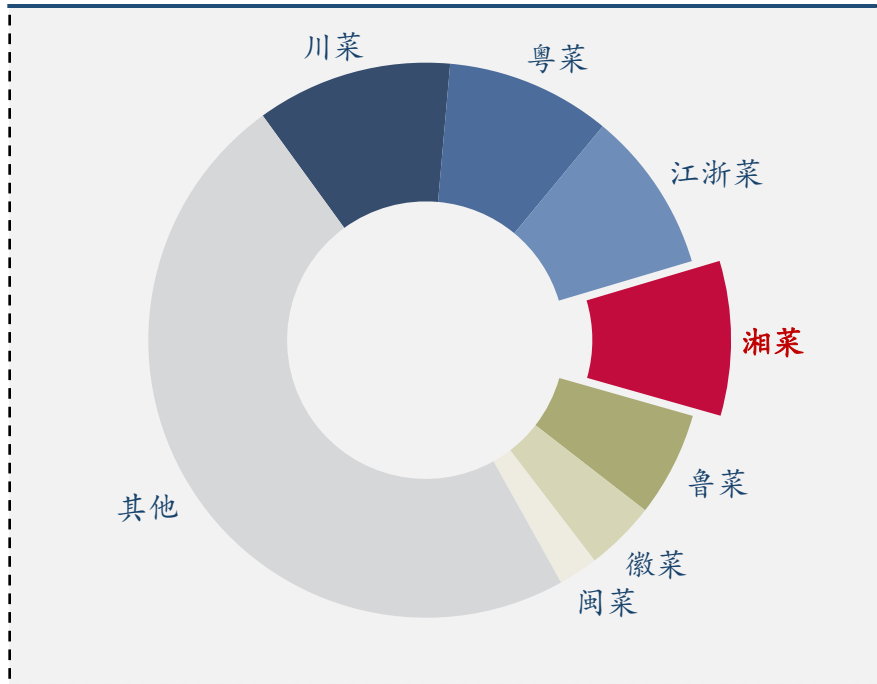
- 正餐是餐饮行业最有发展前景的赛道：正餐餐饮市场占整个餐饮市场超过50%，具有最为广泛的群众基础。
- 中国中式正餐市场具有更好的发展前景：2023年，中式正餐市场份额约85%，人口基数和市场规模远大于西式正餐。中式正餐企业具有更大的发展潜力，是因为口味相对利于推广，满足了消费者的需求，且具有高文化认同度和品牌建设机会。
- 中式正餐连锁化发展趋势明显，连锁化率有望获得提升：西式正餐规模远低于中式正餐，但是连锁化率偏高，领先的连锁中式正餐企业供应链更加完备和先进，具备较高标准化的管理和服務，未来有望保持更快的增速。



湘菜是中国八大菜系之一，在中式正餐市场中份额位列第四；湘菜以香辣、鲜辣口味为特色，凭借浓厚烟火气与独特的锅气持续圈粉，近年来涌现众多新兴品牌

中国中式正餐市场按地域起源划分

%，2023



湘菜的分类及代表菜品

- 根据地域、物产和风格特色，湘菜主要分为三大流派：湘江流域流派、洞庭湖区流派和湘西山区流派。湘江流域流派以长沙、湘潭、衡阳为中心，是湖南菜系的代表。这一流派的菜肴制作精细，用料广泛，口味多变，注重刀工与火候。洞庭湖区流派以常德、岳阳、益阳为中心，擅长烹制河鲜、家禽和野味。这一流派的菜品色重、芡大、油厚，口感咸辣香软，常用炖、烧、蒸、腊等烹制方法。湘西山区流派以张家界、怀化、吉首为中心，擅长制作山珍野味、烟熏腊肉和腌肉酸肉。
- 湘菜还可以分为官府湘菜和民间湘菜，官府湘菜代表菜品以组庵湘菜为代表，如组庵豆腐、组庵鱼翅等；民间湘菜代表菜品有辣椒炒肉、剁椒鱼头、湘西外婆菜、吉首酸肉、牛肉粉，衡阳鱼粉，栖凤渡鱼粉，东安鸡，金鱼戏莲、永州血鸭等。



辣椒炒肉



剁椒鱼头



东安鸡



永州血鸭

- **湘菜是中国八大菜系之一：**在中国中式正餐市场中，可进一步按地域起源分为湘菜、川菜、粤菜、江浙菜等。湘菜在全国的分布范围广、流行程度高，以2023年全国中式正餐收入计，湘菜餐饮收入的占比约为9%，在中国八大菜系中市场份额位列第四。
- **湘菜口味鲜辣，广为流传：**湘菜菜品多以小炒为主，凭借浓厚的市井烟火气吸引了众多食客，湘菜赛道近三年涌现较多连锁品牌，发展势头强劲，玩家众多，出现了一批后起之秀实力品牌。湘菜区域化特点显著，以东南地区为主，并逐步延伸至北方地区，此外，也逐步从一线、新一线城市向三、四线城市拓展。

辣椒炒肉作为湖南湘菜的经典代表菜品之一，头部品牌陆续推出辣椒炒肉菜品，行业内解决了同质化问题并脱颖而出的品牌通常具有优秀的供应链、品质管控能力，以及良好的品牌形象及口碑

辣椒炒肉是湘菜小炒的代表菜品

- **辣椒炒肉作为湖南湘菜的经典代表菜品之一**，以其香辣的口感广受消费者喜爱。近年来，辣椒炒肉作为湘菜头牌在各大省份的一、二线城市快速渗透，成为湘菜的代名词之一。
- 湘菜头部品牌或多或少聚焦辣椒炒肉赛道，通过**口味的本土化，供应链的完善，以及专业人才的培养**，从而实现品牌的连锁化并逐步打开全国市场。**这些品牌不仅对食物和口味本身有着更高的要求，在餐厅环境和服务方面也提出了更高的标准**，以提高消费者用餐体验从而吸引更多客户。以兰湘子为例，兰湘子向顾客承诺“25分钟菜上齐，超时的菜免费送”，并从点单、菜单结构、食材切配、炒制烹饪等多个环节进行效率优化。



关键成功因素



01

供应链
管理

在湘菜体系中，食材品质的稳定性是至关重要的，尤其是肉类和辣椒等关键食材的质量，对湘菜的口感有着直接显著的影响。在这些核心食材的选择上，各辣椒炒肉品牌有着严选的供应链，从源头开始把控菜品品质，确保每一道菜品都能展现出湘菜的正宗与美味。

品质
管理

02



辣椒炒肉多为现炒现制，为了确保菜品在不同门店均能保证一致的出品品质，保持良好口碑并促进品牌建设，湘菜品牌对连锁门店有着严格的品质管理策略。这包括与信誉良好的供应商建立长期合作关系，以及对门店的厨师和工作人员进行专业培训等。



03

优质
服务

品牌深耕于优质的客户服务，在保证菜品品质的同时，注重上菜时间，提供舒适的环境和贴心的服务，让顾客在品尝美食的同时，也能享受到愉悦的用餐时光。品牌通过“场+品”的结合，加深顾客对品牌的认知和粘性。

湘菜具有深厚的历史底蕴，以其鲜、香、辣著称，深受消费者的喜爱，近年来正逐步成为全国乃至海外餐饮市场上的热门选择，展现出强劲的发展势头



湘菜餐饮行业模式发展



初期，传统湘菜餐厅是行业主流，菜品较为复杂，包含多种烹饪技艺，从湖南省逐步扩张至周边地区



中期，随着现代生活节奏的加快，以兰湘子为代表的湘菜小炒餐厅快速发展，快速上菜、性价比高、服务高效为特点，满足了年轻消费者对快速、便捷、美味的需求



目前，湘菜行业的竞争日益激烈，各大品牌开始重视连锁经营，以标准化的菜品和服务、规模化扩张等，提升竞争力，打开全国市场



我国湘菜餐饮产业链覆盖上游的食材供应、中游的生产加工、下游的餐饮服务，发展趋于成熟；近年来龙头企业积极完善全产业链布局，深耕用餐服务、产品质量、菜品研发，呈现强劲发展潜力

- **上游食材供应：**湘菜通常会用到众多食材、配料、调味品等，食材是湘菜品质的首要保障。头部企业积极拓展原材料供应，与优质供应商建立长期合作关系，确保了食材的新鲜度和品质。
- **中游原材料加工：**在加工环节，相关企业采用先进的加工技术和设备，提高生产效率及产品质量。
- **下游餐饮服务：**在下游的餐饮服务环节，各地监管加强对湘菜餐饮企业的管理规范，头部企业通过提升服务水平、优化门店环境、保证菜品质量等方式，为消费者提供更加良好的用餐体验。

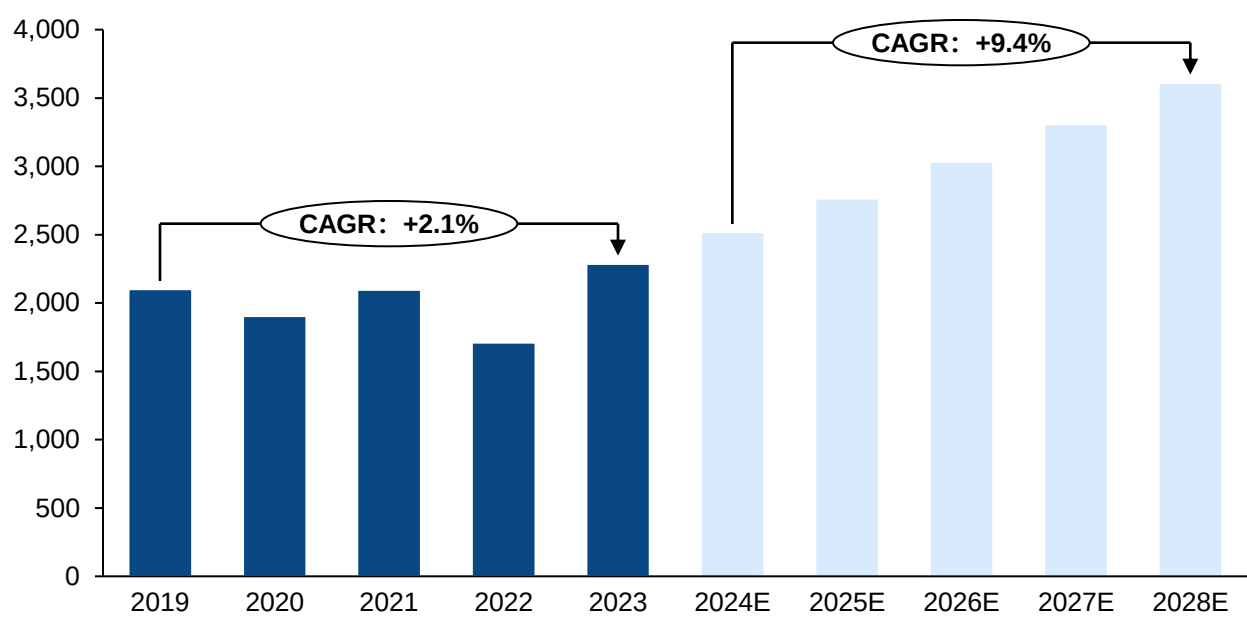


2023年我国湘菜餐饮市场规模超过2,200亿人民币，截至2024年9月30日，我国湘菜正餐门店总数达到约10万家，主要集中在新一线城市。预计未来，我国湘菜餐饮行业将持续向好发展

湘菜餐饮市场规模

中国湘菜餐饮市场规模

亿人民币，2019-2028E



■ 作为广受欢迎的菜系之一，我国湘菜餐饮行业稳步发展，除部分年份受到疫情影响，整体市场规模向好发展，从2019年的2,101.8亿人民币增长至2023年的2,286.6亿人民币。预计未来，各大湘菜餐饮品牌标准化程度提升、供应链持续完善、连锁化扩张加速，我国湘菜餐饮行业的市场规模将持续增长，预计在2028年有望达到3,611.0亿人民币。

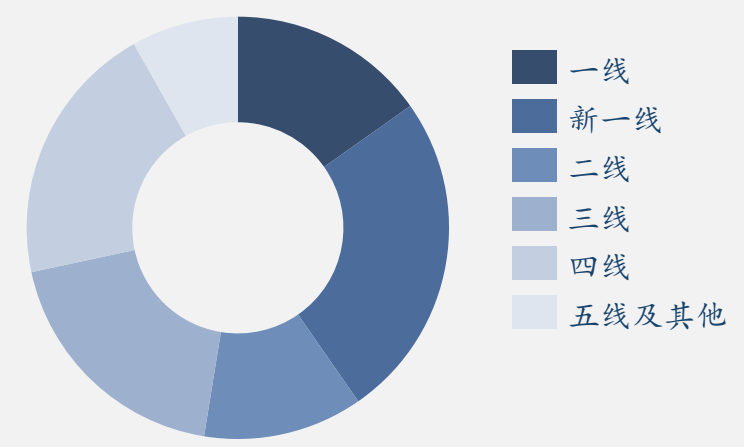
湘菜餐饮门店规模



截至2024年9月30日
全国湘菜正餐门店总数 **约10万**

中国各线城市湘菜正餐门店数量占比

%，截至2024年9月30日



■ 在湘菜正餐门店的城市线级分布方面，新一线城市的门店数量最多，占比约为25%，其次是三线、四线城市，各占比约为20%。

湘菜凭借独特的口味越来越受大众喜爱，湘菜门店分布广阔，较为集中于湖南和广东等东南地区；目前湘菜市场高度分散，相比其他餐饮赛道，缺乏大型连锁品牌，预计头部品牌未来将有巨大增长空间



- **核心城市分布：**湘菜凭借其香、鲜、辣的口味获得一众消费者的喜爱，湘菜门店分布广泛，其中湖南省和广东省的湘菜门店数量显著高于其他地区，随后是湖北、浙江、江苏、江西、河南等地。
- **门店密度情况：**从平均每万人所拥有的湘菜门店数来看，全国只有三个省级行政区平均每万人所拥有的湘菜门店数超过1.0，其中湖南省作为湘菜发源地处于断层式的第一，广东省和海南省则紧随其后位列第二、第三；大部分地区的平均每万人所拥有的湘菜门店数不足0.5。
- **未来区域拓展：**目前，湘菜主要在中国的东南地区蓬勃发展，湘菜在西北、华北、西南等地区仍有相当大的潜在市场空间可以发展。

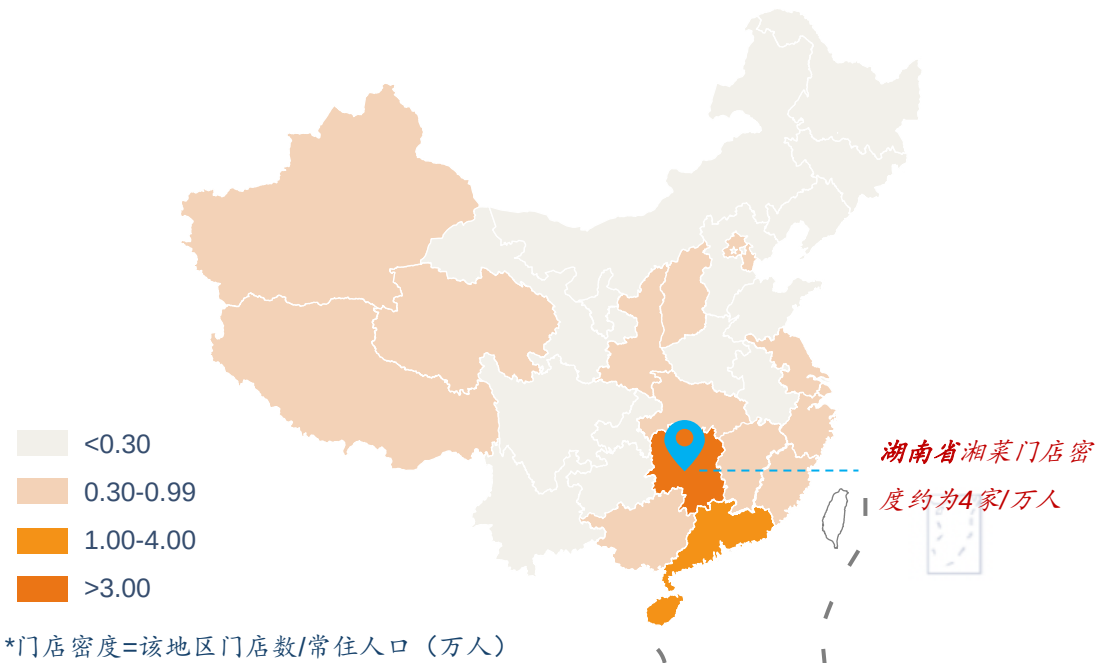
中国湘菜门店分布图

家，截至2024年9月30日



湘菜门店密度*分布图

家/万人，截至2024年9月30日



湘菜连锁化提升的关键策略之一是通过减少SKU数量，聚焦于打造“大单品”，并优先选择具有成瘾性的大单品，在此基础上注重供应链体系打造、后厨出餐效率及门店精细化运营



打造大单品

■ 在湘菜行业的发展趋势中，各湘菜品牌实现连锁化的关键策略之一是打造独具魅力的“大单品”菜品，即通过精简SKU数量，减少菜品种类，转而专注于某一特色单品的深度挖掘与打造，以此吸引食客，并显著提升回头客率。这种“大单品”的经营模式，特别注重选择那些口味独特、令人上瘾的爆品，如湘菜中的辣椒炒肉、小炒黄牛肉、剁椒鱼头等。这些菜品以其鲜明的特色与口味，成功吸引了众多食客，为品牌打造了独特的标签。



供应链管理和
精细化运营



■ 在打造大单品的同时，湘菜品牌也需要重视供应链管理和门店的精细化运营，保证后厨的高效运作和出餐速度，且为消费者们提供足够的菜品选择，从而有效拓宽了消费场景，并增加了顾客的复购率。以特色小炒为主打的湘菜烹饪方式，浓厚的市井烟火气吸引了无数食客。然而，要保留湘菜独特的“锅气”，就必须坚持后厨现炒现制，这无疑增加了后厨标准化和工业化的难度，以及对供应链管理提出了新的挑战。



成瘾性菜品

■ 湘菜口感香辣，产品令人上瘾。众多湘菜品牌聚焦极具成瘾性的菜品，例如辣椒炒肉，将其作为主打的爆款，以吸引食客。在爆款的基础上，推出受众更为广泛、发展潜力更大的品类——湘菜小炒。这样的策略不仅突显了湘菜的特色，还进一步拓宽了品牌的受众范围。同时，企业注重优化单品的成瘾性特质，不断创新与推出新产品，旨在为老顾客带来持续的新鲜感，同时吸引更多拥有不同需求的新顾客，从而维持品牌的生命力。





湘菜品牌逐渐实现全国布局，品牌连锁化持续提升；深耕供应链建设，保障菜品品质，并以高端精致化运营塑造至臻消费者体验，同时通过老菜新做和改换烹调方法不断推出创新菜品

全国化及连锁化

湘菜起源于湖南，以其独特的风味在东南地区及一线、新一线城市中获得了较高的市场渗透率。面对地区口味差异和跨区域管理的双重挑战，未来湘菜品牌将通过产品迭代和口味本地化，逐步渗透至二、三、四线城市，并向北方区域持续发展。同时，湘菜品牌通过精简SKU实现精细化运营，提升现炒现制的标准化管理和出餐效率，预计未来，相关企业将进一步聚焦品牌搭建，提升品牌连锁化率，实现更广泛的市场覆盖。

精细化服务及运营

湘菜以其天然接地气、亲民的特点，更容易被大众所接受，形成了广泛的大众认知。在这一基础上，部分湘菜品牌已经开始通过门店服务、就餐环境等多个方面进行优化升级，以提升消费者的用餐体验。预计未来，这些品牌将继续在服务 and 环境上进行创新，比如通过数字化转型来提升服务效率和个性化体验，同时，品牌也将更加注重顾客消费体验，将餐饮产品研发的目标与机制建立在消费者的个性化体验之上，从而赢得消费者，打造个性化的餐饮品牌。



完善供应链搭建

湘菜的独特风味依赖于湖南本土的新鲜食材，因此原产地直采直发成为确保食材新鲜、保障菜品品质的关键。随着湘菜市场的不断扩张，预计品牌会持续通过自建食材基地、与产地供应商建立长期稳定的合作关系，来提升供应链上游的稳定性。同时，品牌方将进一步完善运行高效的冷链物流体系，实现对供应链上农产品信息的全链路追溯，优化各环节运作。各品牌将通过供应链体系的完善增强市场竞争力，满足消费者对高品质就餐体验的需求。

多元化菜品创新

品牌方将以老菜新做和改换烹调方法持续创新，老菜新做即通过引入不同的食材组合，重新包装菜品卖点，以迎合不同地域消费者的需求。同时，通过改换烹调方法，使菜肴呈现出不同的风味特色、形态质感，这不仅能够满足消费者对新奇美食的追求，也有助于湘菜品牌的差异化竞争。此外，湘菜品牌将注重产品的视觉呈现和店面环境的创新设计，以增强消费者的就餐体验和品牌认同感。通过这种多维度的创新，湘菜品牌将吸引更广泛的消费群体，从而在竞争激烈的餐饮市场中占据有利地位。

1 中国餐饮行业分析

2 中国湘菜餐饮市场分析

3 中国湘菜连锁品牌成功案例分析

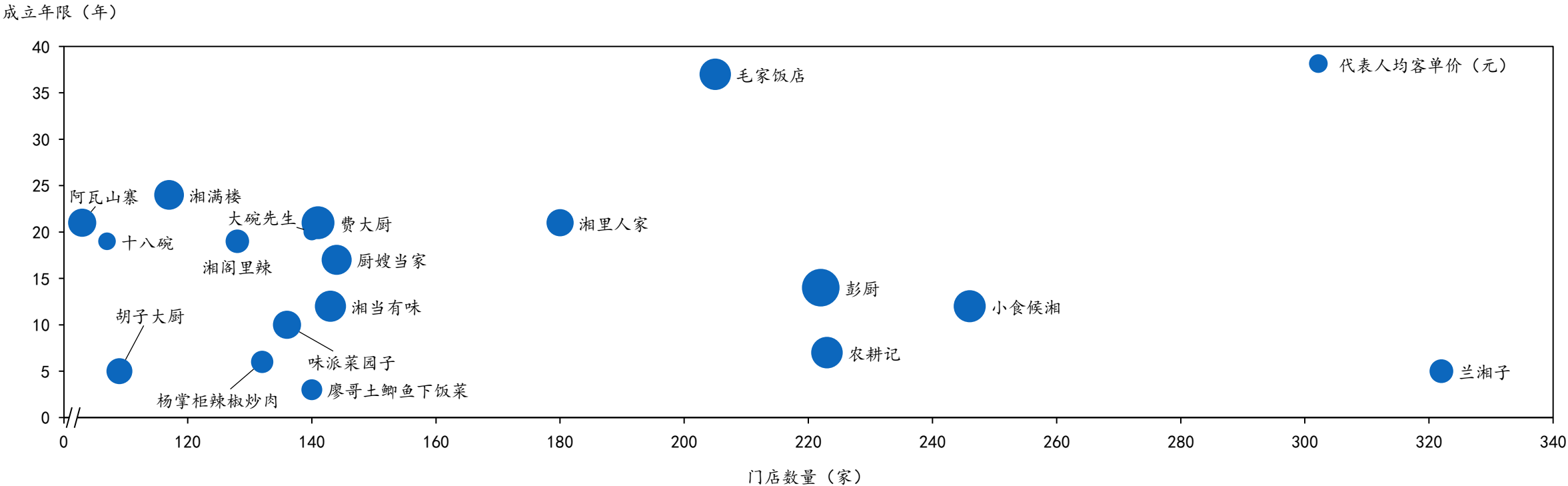


湘菜以其鲜香辣的口味、高性价比的菜品、高效的上菜速度等特点，吸引了广泛的消费者群体；知名湘菜品牌门店数均超过100家，价格大多分布在35-80元区间

■ 品牌竞争格局方面，截至2024年9月30日，我国湘菜正餐品牌门店超过300家的只有兰湘子一家，大部分品牌门店数量不超过100家。兰湘子成立于2019年，门店规模扩张速度较快。我国湘菜正餐较为知名的品牌人均客单价在35元至80元之间，兰湘子、大碗先生、廖哥土鲫鱼下饭菜、杨掌柜辣椒炒肉、湘阁里辣、十八碗等品牌人均客单价低于60元，价格较为亲民。

中国部分湘菜正餐品牌概况

截至2024年9月30日



兰湘子创立于2019年4月，聚焦“湘菜小炒”赛道，定位细分客群，深耕“新鲜现炒，品质为先”，坚持践行对客户五大承诺，打造美味菜品，保证上菜效率，同时提供高质量用餐服务

基本背景

 创立	兰湘子创立于2019年，以超值的菜品、超值的环境、超值的服务吸引众多消费者，成为湘菜餐饮领域的知名品牌。
 策略	兰湘子以聚焦单品、精简菜品、细分客群为主要策略， 深耕湘菜小炒 ，瞄准年轻都市白领，价格亲民，受到广泛消费者喜爱。
 理念	兰湘子强调“ 新鲜现炒 ”、“25分钟全上齐，超时的菜免费”，保留菜品“锅气”的同时实现标准化、规模化。
 门店	兰湘子于2019年开设首家门店，仅用5年的时间，已在全国16个省开出300多家门店。



“既要”
菜好吃



“又要”
上菜快



“还要”
服务好

“

保证食材新鲜，坚持现炒现制，以确保每道菜的品质

”

“

精简菜单至24-28道菜，每个厨师全权负责4-5个菜品，以超时免费送，促进上菜效率

”

“

践行对客户的五大承诺，为消费者提供极具质价比的用餐体验

”

5大承诺

新鲜现炒 · 品质为先



赠

等位超时
送指定菜品



换

不好吃的
免费退换



送

25分钟全上齐
超时的菜免费



免

餐巾纸
免费使用



免

餐后打包盒
免费

兰湘子以优质的服务、亲民的价格和高品质菜品，为客户提供极具性价比的用餐体验，深受广大消费者喜爱，同时稳中求进，实现门店规模和营业收入的双重增长，是我国湘菜餐饮行业的领军品牌

兰湘子品牌五大维度分析

- 兰湘子以“坚持做感动人心、价格厚道的好产品，为顾客创造美好生活”为使命，坚持打造湘菜小炒品牌。
- 兰湘子坚持“优选食材，新鲜现炒”，保障每一份菜品的品质，同时，以优质的服务和亲民的价格，为客户提供性价比的用餐体验，深受广大消费者喜爱。此外，兰湘子稳中求进，积极布局全国市场，实现门店规模和营业收入的双重增长，成为我国湘菜餐饮领域的知名品牌。



上菜快 吃得爽

兰湘子凭借其菜品品质、性价比、服务优势，迅速获得市场认可和知名度

知名度

规模

在规模方面，历经短短5年的时间，兰湘子已快速扩张至全国16个省，拥有超过300家湘菜餐厅门店，其业务规模和营收规模持续扩大

品质

在菜品品质方面，兰湘子坚持使用当天的优质食材，现炒现制，具备良好且稳定的产品质量

五大维度

服务

兰湘子坚持践行五大承诺，秉承以顾客满意度为先的理念，具备卓越的上餐效率和用餐服务

性价比

兰湘子菜品价格亲民，性价比较高，受众较为广泛

市场地位



兰湘子是中国湘菜餐厅第一品牌

(按门店数量和营业额计)*



中国湘菜餐厅门店数量全国领先*



湘菜辣椒炒肉全国销量第一*



注：数据源自弗若斯特沙利文；基于对中国内地（不包含港澳台地区）湘菜餐饮市场的研究；按各湘菜餐饮连锁品牌截至2024年9月30日的门店数量（家）和2023年7月1日至2024年9月30日的营业额（元）计；于2024年12月完成调研。
注：数据源自弗若斯特沙利文，基于对中国湘菜餐饮市场的研究；截至2024年3月31日，湘菜餐饮行业各连锁品牌，在中国大陆的门店数量（家）计；于2024年4月完成调研。
注：数据源自弗若斯特沙利文，基于对中国湘菜餐饮市场的研究，按2023年各连锁品牌辣椒炒肉销量（份）计；于2024年4月完成调研。

兰湘子在品牌创立初期明确战略定位，聚焦湘菜小炒，通过供应链优化、人员培训等方式积极提升菜品品质和服务，并通过稳健扩张的策略，逐步打开全国市场，最终成为湘菜餐饮行业的标杆企业



兰湘子始终坚持精选优质食材，从原产地直采、当天配送，并深耕上游供应链，保障食材的新鲜度，同时兰湘子践行4D厨房管理法则，每道菜品新鲜现炒，更好地保证菜品的品质

精选优质食材



兰湘子门店核心食材，包括腊肉、香干、螺丝椒等均从湖南原产地直采，场地直发。



兰湘子还在全国各地设立分仓，肉、豆制品和素菜等新鲜食材集中采购、当天配送，保障食材的新鲜度，以及各个门店统一的菜品品质



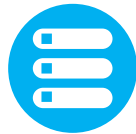
在上游，兰湘子有直接合作的种植基地，例如龙凤山水库水稻基地，有助于保证菜品的标准化和供应链的稳定性



坚持新鲜现炒



兰湘子坚持“构建整理到位、责任到位、执行到位、培训到位”的4D厨房管理法则。厨师均经过严格的培训和学习，更好地保证菜品质量



后厨分为蒸煮区、清洗区、切配区、烹饪操作间等，各区域井然有序，从食材的选取、清洗、切配、储存、再加工等各个环节实行规范化管理，保证厨房的空间利用率及卫生安全，促进出餐效率



兰湘子持续推进店内透明厨房升级，使消费者可以看到制餐、备餐全程，从而更加放心、安心用餐



兰湘子围绕“干饭节”主题活动，整合线上线下渠道，活动前期持续预热推广，活动期间线上直播抽奖，线下打卡发布话题讨论，通过福利优惠券促进到店消费，形成渠道融合，与消费者建立深度连接



兰湘子干饭节线下主题快闪



首届干饭节

2023年，兰湘子四周年之际，首届“干饭节”在郑州和西安举办，#兰湘子干饭节#抖音话题达1,969W次播放，线下参与人数共计15,000+人次，通过现金券、免费辣椒炒肉、抖音话题抽奖等活动，给粉丝带来良好的互动体验。



五城同庆



2024年全新升级，在北京、武汉、苏州、西安、郑州五地推出“兰湘子干饭节”主题快闪，活动内容更加丰富，包括“主题展示区”、“拍照打卡区”、“周边福利区”、“游戏区”等众多场景，通过线上#兰湘子干饭节#话题讨论，领取游戏币，赢取菜品券、代金券、霸王餐等福利，与粉丝建立更深度情感链接，线下聚集人数超过10万名。

沙利文大中华地区办公室



上海办公室及 中国研究院：

上海市静安区
南京西路1717号
会德丰国际广场25楼及
27楼

电话：86 21 5407 5781
传真：86 21 3209 8500
www.frostchina.com

香港办公室：

香港中环
康乐广场8号
交易广场2期3006室

电话：852 2191 5788
传真：852 2191 7995
www.frostchina.com

北京办公室：

北京市朝阳区
建国门外大街1号
国贸写字楼2座2401室

电话：86 10 5929 8678
传真：86 10 5929 8680
www.frostchina.com

深圳办公室及 深圳研究院：

广东省深圳市南山区
科发路91号
华润置地大厦D座11楼
华润置地广场E座41楼

电话：86 755 3651 8721
传真：86 755 3686 8806
www.frostchina.com

南京办公室及 南京研究院：

江苏省南京市经开区
兴智路6号
兴智科技园B栋401室

电话：86 25 8509 1226
传真：86 25 8509 1226
www.frostchina.com

成都办公室：

四川省成都市青羊区
西御街3号
领地中心东塔14楼

电话：86 28 81703296
传真：86 28 81703296
www.frostchina.com

台北办公室：

台北市信义区
松高路9号
统一国际大楼25楼

电话：886 2 7743 0566
传真：856 2 7743 7100
www.frostchina.com