



## 1 等位1小时,就为吃上火锅

滚烫的锅底是对吃货的慰藉,热乎的蒸汽里有陪伴的温暖。

随着宁波正式入冬,近段时间宁波的火锅店生意可谓火爆。一到饭点,店内座无虚席,店外还排着长队。上周日中午时分,在位于万象城4层的左庭右院鲜牛肉火锅门店外,早已开始叫号等位。

“大冬天的,周末出来吃肯定是涮火锅啊,还真想不出有什么比火锅更合适的了。”一对等待就餐的小情侣告诉记者。

左庭右院万象城店店长崔建权坦言,对于火锅这一餐饮单品而言,降温天就是“强助攻”。“一降温,客流量明显增加。以12月1日—4日的客流量来看,环比上月增长高达30%—40%。翻桌率也明显增加,目前日翻桌率在5—6次,11月则在日均4次左右。以12月4日为例,台数达到了160桌,我们一直营业到22点购物中心关门。”

在一波又一波降温中,火锅店门口排队等位似乎已成为默认的常态。

“平均等位时长大约在50分钟。由于我们门店中小桌为主,大桌(5—8人)较少,人数较多的家庭聚餐需要等位时间就更久,逢周末甚至要等2小时左右。不少顾客到店就餐时间明显提前,11点左右就已经客满;用餐时间也明显拉长,一直到下午2点店内依然有不少顾客。”崔建权称。

在降温消费高潮之下,宁波各个人气火锅品牌也做足了备货工作。

蜀大侠宁波地区负责人傅岳伟表示,“根据往年经验,进入11月下旬后客流量就会猛增,食材消耗量也同步增加。我们的备货量分为两部分,锅底、蘸料等是直接成都过来。和10月相比,这部分备货量增长了30%—40%;新鲜蔬菜等食材则有相对稳定的本地供应。”

由于消费火爆,火锅成为热门的掘金赛道。据企查查数据,仅今年前11月,全国火锅相关企业的注册量就达到了7万家,其中宁波火锅相关企业的注册量达到了313家,是近10年以来的注册量高位。



## 2 “无辣火锅”,渐成新赛道

作为餐饮行业的明星单品,火锅细分趋势明显。在养生消费观念愈加流行的当下,“无辣火锅”的消费热度飙升迅速。

甬邦餐饮联合会秘书长水锡峰介绍说,按照火锅的地域、工艺、口味进行区分,有以麻辣著称的川渝火锅,以涮羊肉为精髓的北派火锅,以猪肚鸡火锅、潮汕牛肉等为代表粤系火锅等几大火锅类型。北派火锅、粤系火锅都属于“无辣火锅”。今年,以牛肉火锅、猪肚鸡火锅、羊肉火锅、老北京涮锅等细分品类为代表的无辣火锅,正在加紧对市场的渗透。

“作为鲜牛肉火锅的头部品牌,我们的卖点就是新鲜,在自建屠宰场的基础上,每天2次当日宰杀新鲜牛肉的配送,最大程度上保证食材品质。在宁波开店大半年以来,明显感受到宁波消费者对鲜牛肉火锅的逐步认可,愿意为新鲜食材买单。现在我们单店每日的新鲜牛肉消耗量是160斤。”左庭右院万象城店店长崔建权告诉记者。

火锅大品牌也有向“无辣战场”转变的趋势,主推“低油”“少油”“健康”。各大火锅品牌“上新”的锅底中,湊湊火锅的蟹粉黄鱼锅、海底捞的沙棘火锅等均受到宁波吃货的追捧。

“我们被蟹粉黄鱼锅种草了,特意和朋友一起来打卡的。”在鄞州万象汇5楼的湊湊火锅外等位区,在附近一家购物中心做企划工作的95后小罗告诉记者。

记者了解到,这款蟹粉黄鱼锅是湊湊火锅在今年秋冬季新推的锅底,结合江浙时令食材和消费者口味,用炸酥的黄鱼熬煮高汤后,搭配手剥蟹黄。“这款锅底从上市以来点单量就非常高,是比较养生的无辣锅底,迎合了宁波消费者的口味,这是近年来火锅消费的一个重要方向。”湊湊火锅一位工作人员表示。

“无辣火锅已显现出了成为‘大单品’的趋势。未来随着消费者越来越注重口味与健康间的平衡,以及年轻消费群体的加入,火锅市场可能会迎来新一轮产品升级。”水锡峰认为。

## 3 火锅虽火,做企业不易

艾媒咨询数据显示,2019年中国火锅餐饮消费市场规模为5295亿元,预计2021年将达到4998亿元,2024年将达到6413亿元。相比于其他餐饮行业,火锅餐饮行业更容易实现规模化、标准化,成为餐饮创业的首选赛道,同时也成为竞争激烈的餐饮业态。

眼下“火锅经济”的赛道已经进入了白热化竞争阶段,新品牌新企业的不断涌入,竞争加剧,或许是海底捞计划关闭300家门店的直接原因。数据显示,2016年和2019年成立的火锅餐饮企业倒闭率分别约为50%和30%,有半数左右的火锅餐饮企业活不过5年,约3成的火锅餐饮企业在两年内倒闭。艾媒咨询分析师认为,原因在于许多火锅餐饮在投资与扩张时没有进行系统的调研、没有找到自己的品牌定位以及缺乏创新。

火锅餐饮企业未来该如何赢得消费者的认可,在优胜劣汰的市场竞争中胜出?水锡峰分析认为,“有3点趋势值得我们重视。注重服务和食材品质、卫生安全的管理模式是基础;适应新生代消费群体是火锅行业发展与创新的必然方向;差异化竞争是火锅餐饮行业的长期趋势。”