

# 2024-2030年中国烧烤行业运营现状及市场分析预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国烧烤行业运营现状及市场分析预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/1129664.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解烧烤行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国烧烤行业运营现状及市场分析预测报告》（以下简称《报告》）。报告对中国烧烤市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保烧烤行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年烧烤行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能烧烤从业者抢跑转型赛道。

烧烤是指将食物（多为肉类，海鲜，蔬菜）置于木炭或电加热装置中烤制的过程。在现代社会，由于人类发明了多种用火方式，烧烤方式也逐渐多样化，发展出各式烧烤炉、烧烤架、烧烤酱、锡纸等烧烤用品，烧烤本身也成为一种多人聚会休闲娱乐方式或者是生意。不论在中国还是整个亚洲、美洲和欧洲，烧烤通常是小至家庭，大至学校的集体活动以及一些公司组织的集体活动。

烧烤的种类十分丰富，按照烤制方式的不同可分为明火烤、炭烤、泥烤、竹烤、纸上烧烤等；按烤制工具的不同可分为叉考、炙烤、串烤等；按食材种类可分为肉类烧烤、海鲜烧烤、蔬菜烧烤、豆制品烧烤等。

目前，烧烤行业的发展历程已从早期的路边摊、门店经营，进入到了如今的品牌化、规模化发展阶段，开启连锁化、品牌化、细分化进程，行业进入稳定发展阶段，各头部品牌相继崛起，选择进入此赛道的餐饮行业参与者日益增多，行业竞争也愈发加剧。

烧烤作为夜间经济的典型业态，随着近年来我国餐饮行业的多元发展，烧烤也逐渐成为越来越多消费者用餐的选择，同时，在烧烤行业连锁化、规模化进程的推动下，我国烧烤行业迎来快速发展，行业规模也随之稳步扩张。但2020年以来，受到疫情爆发及多低疫情反复等因素影响，对餐饮及烧烤行业造成较大影响，行业增速也随之放缓。据资料显示，2022年我国烧烤行业市场规模约为2243亿元，同比增长4.4%。

从门店数量方面来看，得益于烧烤行业的快速发展，近年来我国烧烤行业门店数量整体也呈增长的态势，由2015年的23.2万家增长至2022年的约51万家左右。从细分品类方面来看，烤串是烧烤品类中占比最高的细分品类，2022年门店数量占比约为60.5%，其次为烤肉，2022年门店数量占比约为36.3%。

由于烧烤行业的进入壁垒较低，退出障碍却较高，使得同行业的市场竞争者不能轻易退出行业，造成竞争者较多，而整个烧烤行业的市场份额又是固定的，所提供的菜品和服务同质化

的现象及其严重，很容易被竞争对手复制，很难具有差异性，烧烤行业市场集中度极低。近年来，国潮、融合、创新风潮在烤肉赛道兴起，新中式融合烤肉品牌随之崛起。然而，2022年以来不少新中式烤肉品牌拓店速度均有不同程度的下降，甚至部分品牌还出现了门店收缩的状况。由此来看，烤肉品类正面临新一轮的格局重塑，惟有根基稳固的烤肉品牌才能持续迭代并较好立足。从品牌竞争格局上看，截至2023年4月，在烤肉类方面，九田家料理烤肉是门店数量最多的烧烤品牌，门店数量达961家，远超其它烤肉类品牌；而烤串类方面，排名第一的串意十足门店数量为516家，相对烤肉类方面与其它品牌差距较小。

政策利好行业发展。烧烤的消费场景大多位于夜间，是夜间经济的典型业态。夜间经济不仅可以延长经济活动时间、提高各种设施利用率和增强城市经济规模效应，而且有利于提升城市服务能力和市场吸引力。近年来，国家有关部门陆续出台一系列相关政策，如2021年商务部印发的《关于组织开展好2021年消费促进活动的通知》强调，要围绕“释放夜间周末周边消费潜力，吃住行娱多元融合促消费，强化线上线下合作，引入新平台、新场景、新业态。”政策的出台将带动各地夜间经济的发展，而烧烤经济作为夜间经济最主要的组成部分，行业有望迎来快速发展。

连锁化程度不断提升。近年来我国烧烤业连锁化程度不断加深，一方面，我国烧烤业供应链环节逐步完善，在为品牌提供更标准、更安全、更优化的产品同时，也推动整个烧烤行业连锁化扩张；另一方面，80/90/00后作为目前烧烤消费“主力军”，对消费的要求越来越严苛，同时也越来越理性，越来越注重品牌效应，消费者观念的转变促使过去粗放低廉的烧烤摊逐渐被连锁品牌所取代。

《2024-2030年中国烧烤行业运营现状及市场分析预测报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是烧烤领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

## 第一章 烧烤产业概述

### 第一节 烧烤定义和分类

### 第二节 烧烤行业特点

### 第三节 烧烤发展历程

## 第二章 中国烧烤行业运行环境分析

### 第一节 中国烧烤运行经济环境分析

- 一、经济发展现状分析
- 二、当前经济主要问题
- 三、未来经济运行与政策展望

## 第二节 中国烧烤产业政策环境分析

- 一、烧烤行业监管体制
- 二、烧烤行业主要法规
- 三、主要烧烤产业政策

## 第三节 中国烧烤产业社会环境分析

- 一、人口规模及结构
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、居民收入及消费状况分析

## 第三章 国际烧烤所属行业发展态势分析

### 第一节 国际烧烤市场发展现状分析

### 第二节 国外主要国家烧烤市场现状分析

### 第三节 国际烧烤行业市场前景展望

## 第四章 中国烧烤所属行业发展概述

### 第一节 2019-2023年中国烧烤所属行业规模状况分析

- 一、烧烤所属行业市场规模情况分析
- 二、烧烤所属行业单位规模情况分析
- 三、烧烤所属行业人员规模情况分析

### 第二节 2019-2023年中国烧烤所属行业财务能力分析

- 一、烧烤所属行业盈利能力分析
- 二、烧烤所属行业偿债能力分析
- 三、烧烤所属行业营运能力分析
- 四、烧烤所属行业发展能力分析

### 第三节 2019-2023年中国烧烤行业热点动态

### 第四节 2023年中国烧烤行业面临的挑战

## 第五章 中国烧烤行业重点地区市场分析

### 第一节 2019-2023年中国烧烤行业重点城市竞争分析

- 一、北京地区烧烤行业发展现状及特点
- 二、上海地区烧烤发展现状及特点

三、广州地区烧烤发展现状及特点

四、深圳地区烧烤发展现状及特点

第二节 2019-2023年其他区域市场动态分析

第六章 中国烧烤行业价格走势及影响因素分析

第一节 国内烧烤行业价格回顾

第二节 国内烧烤行业价格走势预测分析

第三节 国内烧烤行业价格影响因素分析

第七章 中国烧烤行业客户分析

一、烧烤行业客户偏好分析

二、客户对烧烤品牌的首要认知渠道

三、烧烤品牌忠诚度分析

四、烧烤行业客户消费理念分析

第八章 中国烧烤行业竞争格局分析

第一节 2019-2023年烧烤行业集中度分析

一、烧烤市场集中度分析

二、烧烤企业集中度分析

第二节 2019-2023年烧烤行业竞争格局分析

一、烧烤行业竞争策略分析

二、烧烤行业竞争格局展望

三、我国烧烤市场竞争趋势预测分析

第九章 中国烧烤行业重点企业发展分析

第一节 上海盘古餐饮管理有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业服务内容分析

四、企业经营优劣势分析

第二节 北京汉釜宫国际餐饮管理有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业服务内容分析

四、企业经营优劣势分析

### 第三节 深圳探鱼餐饮管理有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业服务内容分析
- 四、企业经营优劣势分析

### 第四节 上海赤坂亭餐饮投资管理有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业服务内容分析
- 四、企业经营优劣势分析

### 第五节 深圳市正君餐饮管理顾问有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业服务内容分析
- 四、企业经营优劣势分析

### 第六节 延吉市丰茂餐饮有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业服务内容分析
- 四、企业经营优劣势分析

## 第十章 2024-2030年中国烧烤市场预测及发展建议

### 第一节 2024-2030年中国烧烤市场预测分析

- 一、中国烧烤行业市场规模预测分析
- 二、中国烧烤行业发展前景展望

### 第二节 2024-2030年中国烧烤企业发展策略建议

- 一、融资策略
- 二、人才策略

### 第三节 2024-2030年中国烧烤企业营销策略建议

- 一、定位策略
- 二、价格策略
- 三、促销策略

## 第十一章 烧烤行业投资的建议及观点

### 第一节 烧烤行业投资效益分析

## 第二节 烧烤行业投资风险分析

- 一、政策风险
- 二、宏观经济波动风险
- 三、技术风险
- 四、其他风险

## 第三节 烧烤行业应对策略

### 第四节 烧烤行业的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

## 图表目录：部分

图表1：我国餐饮服务行业相关政策

图表2：2019-2023年全球烧烤行业市场规模统计图

图表3：2019-2023年全球各区域烧烤行业市场规模统计图

图表4：2024-2030年全球各区域烧烤行业市场规模统计图

图表5：2019-2023年我国烧烤门店数量及连锁化率统计图

图表6：2023年各地烧烤订单量增速排行

图表7：2019-2023年我国烧烤市场规模统计图

图表8：2019-2023年我国烧烤行业消费总量及单价统计图

图表9：2024-2030年我国烧烤行业消费数量及价格预测图

图表10：烧烤行业发展趋势

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1129664.html>