

记者 | 吴容

编辑 | 牙韩翔

火锅行业巨头海底捞

早前关闭300家门店的消息，不免让人们火锅这个品类未来发展持怀疑态度。但正在海底捞重新调整战略规划时，资本和市场关注度也同时在第二梯队寻找更多的可能性。

最新的一个案例是重庆火锅

品牌“珮姐”。这个网红火锅品。在1月17日宣布完成亿元A轮融资，由正心谷资本领投，壹叁资本、上海麟绮跟投。

据天眼查

APP显示，“珮姐”所属公司重庆民贤餐饮文化有限公司，创建于2013年，总部位于重庆，目前在全国共有62家门店。本轮融资将用于珮姐线下门店的拓展、产品研发、品牌建设与人才团队的扩充。按照珮姐创始人颜冬生的说法，2022年珮姐将走向珠三角，率先布局深圳、广州等城市，计划开设直营门店25-30家，未来5年计划直营门店增长到500家。

受到资本青睐的还包括“七欣天”。这个主打“一锅两吃”（以炒蟹、海鲜和火锅两种融合模式）的火锅品牌，正在冲刺港股

IPO。截至2022年1月，七欣天在全国开出了256家餐厅，主要门店集中在江苏省及周边地区。

更早些时候，粤式火锅连锁品牌“捞王”也正筹划在港交所挂牌上市。成立于2009年的捞王，凭借以煲汤锅、菌汤锅、海鲜锅

等，在川渝火锅的一片红海中突出重围，在中国内地拥有135家连锁自营餐厅。目前，在港交所已经有2家

已经上市的火锅连锁餐厅，分别是呷哺呷哺

和海底捞。如进程顺利，捞王将成为继海底捞、呷哺呷哺后第三家在港上市的火锅连锁品牌。



资本持续进入与火锅市场发展潜力相关。

在整个中餐体系中，最受欢迎的一直都是火锅这一品类。弗若斯特沙利文数据显示，截至2020年，火锅收入在中餐市场收入中的占比为14.1%，在各大菜系中居首位。从营收方面看，火锅行业经营能力领先餐饮行业，其盈利能力及营业额增速在餐饮各细分赛道中领先。自2016年起，火锅持续占有超13%的中餐市场收入。

火锅行业具有入门门槛低，容易标准化、效率高，翻台率高以及易管理品控等优点，同时由于对厨师及烹饪等要求不高，人员成本相对偏低。随着冷链物流体系发展，孵化连锁品牌的能力也有所提升，这也是使得火锅成为投资热点的重要原因之一。

服务过多家餐饮公司的李喜耀也对界面新闻表示，对于餐饮行业的投资，现在资本仍然在追求能够满足容易规模化、可复制性强、受众广及性价比高的项目，这样的项目从产业链上来说，体量也往往容易利于扩充，利于降低采购成本。

尽管如此，这些品牌像实现海底捞那样的规模，仍然有诸多短板需要弥补。

比如，这些品牌们的供应链管控能力需要继续加强，包括火锅原材料的产地和运输管控能力，更有效控制食材质量和供应效率；在中游，中国复合调味品市场及火锅调料市场规模快速扩大，火锅企业可以借助成立火锅底料、调味品牌等上下游企业，方便进行标准化供应，也利于获得新的利润增长点；此外，火锅品牌也需要注重品牌化建设，包括推进火锅店布局场景，结合品牌内容进行线上线下的营销等。

以珮姐为例，按照珮姐创始人颜冬生的说法，为了让品牌和门店管理更为统一，2019年底珮姐决心逐渐收回加盟店，关闭加盟通道，全力投入直营模式，在一年多时间内开出十多家直营门店。同时，也开始采取更为年轻化的网红营销策略，包括在年轻人集中小红书等社交媒体投放，并联名别克进行快闪，此外，还在重庆“网红”轨道2号线包下一列车，打上“回家再晚，珮姐等你”的宣传语。