**基于大众点评数据分析重庆主城火锅餐饮业发展状况[[1]](#footnote-0)**

李一丁 熊海灵

西南大学商贸学院 重庆 420460

**摘要**：基于“大众点评”的数据，对重庆主城九区火锅餐饮业的相关指标进行综合分析，以期为重庆火锅业的有序发展提供参考。截止2019年11月底，重庆主城的火锅店数量占全市的55.32%，最受消费者喜爱的锅底是红汤和辣味与鲜味并存的鸳鸯味，火锅食材以牛肉、鹅（鸭）肠、毛肚等动物性食品最受青睐，团购套餐中以2人、4人套餐的订购数占绝对优势，但火锅店的数量与团购套餐的销量几乎没有相关性 (R=0.3487)。在价格合适的前提下，火锅店受欢迎程度主要由味道决定，因此，在消费观念变得多元化的今天，火锅的味道也应不断追求多元化。

**关键词** 重庆火锅 点评数据 发展状况

# Based on ‘Dianping.com’ network data to analysis the hotpot restaurant industry development situation within the urban of Chongqing

Yiding Li Hailing Xiong

Business College, Southwest University, Chongqing, 402460

# Abstract: Based on the data about the urban of Chongqing 9 districts’ hotpot restaurant relevant indicators’ comprehensive analysis which comes from the ‘Dianping.com’, thus provide reference for the Chongqing hotpot industry development. Until the end of November 2019, the hotpot restaurants’ number within the Chongqing takes up 55.32% of the total, while both the spicy flavor hotpot and ‘mandarin duck flavor’ hotpot which mixed with the freshness and spicy flavour are popular among customers. Moreover, the beef, goose (duck) intestines and cattle stomach etc. those animal foods were regarded as a fresh hotpot materials that popular among customers. Also the group buying packages especially the ordering number of 2-person and 4-person packages takes an absolute advantage, however the hotpot restaurants’ number in each district has no relations with the sales of group purchase packages (R=0.3487). With the proper price, the popularity of hotpot restaurant is largely determined by its taste, thereby, today with the consumption concepts become more diversified, hotpot flavors should constantly pursuit of diversification.

**Key words**: Chongqing hotpot, ‘Dianping.com’ data, development situation

1. **引言**

# 重庆火锅起源于上个世纪二十年代的重庆江边，当时在江边从事重体力劳动的工人喜欢购买廉价的动物内脏和一些价格便宜的蔬菜，在锅中放入花椒、牛油、干辣椒等香料一起炖煮食用，这种便宜实惠的饮食方式因能够很好地补充身体所需热量而广受“下里巴人”的喜爱。今天，随着消费观念的变化，重庆火锅受到广大消费者的青睐。据‘美团.大众点评’发布的《中国火锅大数据报告》指出：重庆的火锅商户数量占当地美食商户比例的20.1%，远高于全国的均值，从业人员约50万[1]。2019年7月中国饭店协会发布的“2019年中国餐饮年度报告”指出，2018年全国火锅市场总收入达到8757亿元，占全国餐饮收入的20.50%，比2014年增加了52%，重庆平均每万人拥有火锅店9.4家[2]。另据重庆市火锅协会近年来的统计显示，其会员单位有近3万家。

# 在互联网产业快速发展的今天，“互联网+中国传统行业”已成为餐饮领域的核心概念[3]，通过网络订餐、团购等方式不仅可以获得比较优惠的价格并且节省大量的时间，这种消费模式已经受到广大消费者群体、特别是年轻消费者的青睐。‘美团.点评’发布的《中国餐饮报告2019》指出，2018年火锅跃居线上订单量第一品类，全年消费占全品类的20.3%[1]。在餐饮行业中火锅的发展是非常迅猛的，而在互联网的带动下，火锅产业的经济效益也大幅提升。总之，重庆火锅产业对重庆餐饮业、就业与农产品销售都起到了不能忽视的作用。但是目前针对重庆火锅产业发展态势的系统分析还少见报道。本文基于消费者使用较多的“大众点评”网络上的相关数据，分析重庆火锅产业的发展状况，以期为重庆火锅餐饮业的健康发展提供参考。

1. **研究方法**

**2.1数据的获取**

在2019年11月底，从大众点评上连续数天采集重庆主城九区火锅餐饮单位的相关数据。

**2.2数据的处理与分析**

将获得的数据用Excel2016作图表并进行分析。

**3.重庆主城火锅业现状**

**3.1重庆主城火锅店的数量与分布**

通过整理“大众点评”等网络数据，将重庆主城九区的火锅店数量、分布与常住人口数量作图，结果如图1所示。

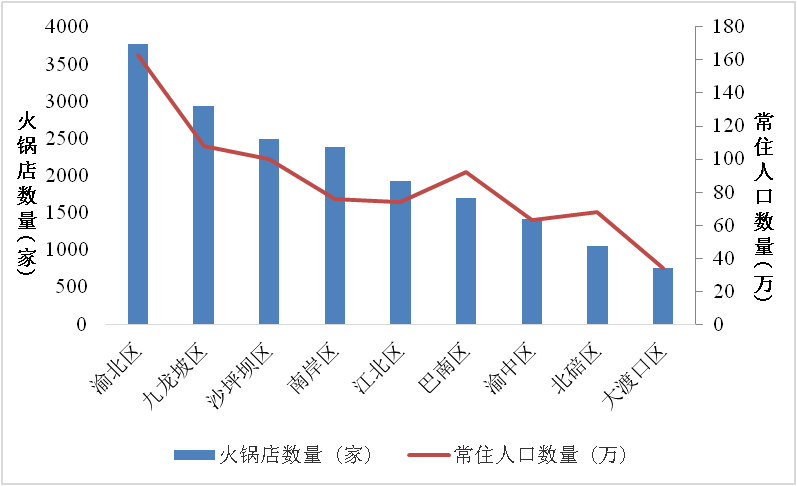


图1 重庆主城9区火锅店的数量与重庆主城常住人口数量

Fig. 1 The quantity of hotpot store and permanent population within the urban of Chongqing 9 districts

截止2019年11月底，在“大众点评”网收录的重庆主城九区的火锅类餐饮店共计18419家，占全市的55.32%。在重庆各区政府网站上查询到重庆市主城各区常住人口数量，分析得出重庆主城常住人口数与火锅店数量之间的相关系数达到0.9015，表明二者呈高度正相关。其中，渝北区火锅店数量占主城火锅店总数的20.46%，区内常住人口163万，城镇化率80%。而大渡口区的火锅店数量为主城区最少，仅有渝北区的1/5，虽然该区城镇化率97%，但常住人口只有34万，仅为渝北区的1/5。两区火锅店数量相差近5倍，除了人口数量的差异外，还与两区的经济实力、消费能力等有明显关系。

渝北区是国家级内陆战略开放高地重庆两江新区所在地，依托重庆江北国际机场所打造的重庆临空经济桥头堡助推了渝北区以消费和服务为主的现代商贸服务产业快速发展[4]。目前，随着渝北区内的仙桃大数据谷、嘉州星光天地综合购物广场等基础设施的落成并投入使用，以及持续的人才引进，渝北区的火锅店数量也在不断增加以满足消费群体的饮食需求。因此，渝北区火锅类餐饮的消费规模位居主城前列就顺理成章了。

大渡口区是重庆的老工业基地，在20世纪90年代后期该区唯一的“产业支柱”重钢集团出现了持续亏损，随之而来的便是庞大的下岗职工群体，“失业大军”数量的猛增不仅使得大渡口一度成为重庆主城经济最困难的区，而且严重限制了大渡口区消费能力的提升[5]**。**所以，消费能力不强、人口数量较少都是导致大渡口区火锅店数量垫底重庆主城九区的重要原因。

**3.2重庆受欢迎的火锅类型**

锅底是重庆火锅的精髓，也是火锅“味道”是否受消费者喜爱的源泉。最初的重庆火锅就只有“麻辣”这一种类型，造成外地消费者对重庆火锅的认知就是“麻辣”风味。随着重庆经济社会发展的加快，外来人口越来越多，而且本地人从健康的角度对“麻辣”也有了新认识。因而，火锅也开始适应不同口味人群的需要，除了“麻辣”这一传统风味外，其他风味的火锅也在重庆火锅市场占据一席之地。这里指的火锅类型主要是指火锅锅底与主要食材的差异。依据“大众点评”的数据，得到重庆主城9区店家数量在500以上的火锅类型有7种，结果见图2。

图2 重庆火锅类型店家数

Fig. 2 The hotpot restaurant type within Chongqing

从图2可知，在重庆主城区最受欢迎的火锅仍然是川味(麻辣)、重庆火锅、鱼火锅和串串香这四种以“麻辣”为主的火锅。但在科技高度发达的今天，重庆火锅对“辣”也进行了量化分级，以适应不同人群对不同“辣度”的需求。同时，如“汤锅”、“潮汕火锅”、“牛羊火锅”这一类以清淡著称的火锅在重庆火锅市场的份额也不容小觑。

对图2所描述的7种火锅类型在主城9区的分布情况进行分析，得到如图3所示的结果。

图3 重庆主城9区不同类型火锅的分布

Fig.3 Different hotpot types’ distribution within the urban of Chongqing9 districts

根据重庆火锅一般的制作习惯，将“川味(麻辣)”、“重庆火锅”、“鱼火锅”、“串串香”划归到麻辣味。将得到的数据进行处理后发现，重庆主城9区的7种火锅类型都比较齐全，而且分布基本一致，麻辣味占比在86.94% (沙坪坝区)—92.36% (渝中区)之间，其它“非麻辣”味的火锅类型占比不到15%，同时部分店铺还设置了菌汤、番茄汤等“另类”的锅底。随着重庆外来人口的增加，消费结构的改变，火锅类型的多元化能够有效满足不同口味人群的消费需求，有助于重庆火锅餐饮业的发展。

**3.3火锅团购套餐在重庆主城9区的销售量**

网络团购作为一种新兴的营销手段，被越来越多的企业采用，也为广大年轻消费者所接受[6]。餐饮类团购作为重要的本地生活服务类别，是我国网民参与最多的团购项目[7]。我国2015年餐饮O2O交易平台成交额553.8亿元，同比增长237.7%[8]。根据“大众点评”的数据，分析近半年重庆主城9区不同人数火锅团购套餐的销售情况，结果如图4所示。

图4 重庆主城9区不同人数火锅套餐半年销售情况

Fig. 4 Different hotpot group meal half year sales’ situation within Chongqing urban 9 districts

由图4可知，主城9区被订购最少的是10人套餐，被订购最多的、且最受青睐的是2人套餐和4人套餐，订购这两款火锅套餐的大多集中在沙坪坝区。餐饮团购由于食用方便快捷、折扣优惠大、选择性强等优势，目前正受到越来越多的年轻白领和学生群体的青睐，这一消费群体的年龄段普遍集中在18-35岁之间[9]。这一新生代消费群体，他们考虑更多的是产品的性价比及品牌声誉等因素[10]。沙坪坝区是重庆市的文化大区，重庆主要的大中专院校都集中在该区，是重庆市年轻人集中度最高的一个区。2人套餐和4人套餐的推出无疑极大地满足了青年人理性消费的基本要求。所以，这就是沙坪坝区的火锅团购套餐订餐人数占主城9区的25.19%，而且受欢迎程度远超其他各区的一个重要原因。

进一步分析各区火锅店的数量与团餐数量的关系, 结果如图5所示。

图5 各区火锅店的数量与团餐数的关系

Fig.5 The relationships between each district’s hotpot store quantity and group meal number

由图5所示结果，火锅店数量从渝北区到大渡口呈逐渐减少态势，而火锅套餐的团购数量却并没有遵循这个规律，各区火锅店数量与团餐数的相关系数为0.3487，表明二者相关性弱。以火锅店数量位列主城第三的沙坪坝区的团购数最多，原因是团购火锅套餐理性实惠的消费特点深受年轻人的喜爱，而沙坪坝区由于高校密集，青年人数量居多与此有关。

**3.4重庆主城9区火锅平均消费水平与销量**

依据“大众点评”重庆主城9区每区评分靠前的5家火锅店的人均消费水平与半年团餐的销售量，剔除未能查到相关数据的店家，一共有36家店的数据。根据人均消费水平与半年销售人次，得到图6的结果。

图6. 重庆主城9区火锅的人均消费水平与销量

Fig. 6 The hotpot consumption level and sales volume within the urban of Chongqing 9 districts

对图6所示的相关数据进行分析可知，就产品高度同质化的重庆火锅网络团购市场而言，价格是影响顾客进行餐饮消费的重要因素[11]。在重庆主城人均消费低于50元的火锅套餐的销量仅占0.51%，这个价位区间的火锅虽然菜品价格便宜，但由于制作火锅的原材料成本、人工成本以及火锅店租金等持续增高，如果菜品价格过低，势必使食材的质量难以保证，所以这个价位的销量并不好[12]。而人均消费高于100元的套餐销量也仅占0.11%，因为人均高于100元的价位水平就重庆火锅这类大众化的餐饮形式而言是偏贵的，所以受欢迎程度更低。最受大众欢迎的是人均消费在60-69元的中档火锅套餐，这个价位区间的火锅不仅菜品丰富而且价格实惠，为广大消费者接受，销量占40.01%，这个结果也与‘美团.大众点评’发布的《中国火锅大数据报告》的结果一致[1]。

这项结果提示重庆主城的火锅餐饮与其他餐饮一样，已经进入大众化餐饮时代，广大店家要以发展中高端市场为主流，丰富食材的采购品种[13]。在保证菜品供应、服务质量的同时，制定合适的价格，把重庆主城火锅的人均消费控制在80元以内，将会对消费者有较大的吸引力。

**3.5重庆主城9区受青睐的火锅食材**

火锅的吃法灵活自由，食材选择丰富多样。根据“大众点评”重庆主城9区每区销量最好的前5家店推荐的前6种菜品统计，得到重庆主城9区最受欢迎的前10种火锅菜品，结果如图7所示。

图7. 重庆主城受欢迎的10种火锅菜品

Fig. 7 The 10 most frequently ordered hotpot dishes within the urban of Chongqing

图7显示，广受欢迎的火锅食材以动物性食品为主，较集中的是牛肉片，其次是鹅（鸭）肠、毛肚、虾滑、鸭血这几类经典的火锅菜品，植物性食品被推荐比较集中的只有豆腐，这与‘美团.大众点评’发布的《中国火锅大数据报告》的研究结果基本一致[1]，也说明重庆主城的广大火锅餐饮企业对基本菜品的质量把控较好，使这些菜品一直受到青睐。当下年轻消费者越来越注重“仪式感”，火锅餐饮店可以抓住如节假日、毕业季、升学季这些时间节点，推出特色火锅食材组合以满足顾客的需求，提高食材的销售量。

在另一方面，当下人们越来越重视健康的饮食习惯和科学的膳食结构，这也提示经营重庆火锅的店家在食材搭配方面应当逐步改变动物性食品“一家独大”的格局，推出由不同种类蔬菜组合而成的“绿色食品配餐”，荤素交互搭配，满足顾客对健康饮食的需求。

1. **重庆火锅业的发展建议**

以上对重庆主城9区火锅餐饮业发展状况的分析可以看到，目前重庆火锅业的发展存在如下方面的问题：一是营销理念相对陈旧，无法满足“互联网+”的时代需要；二是荤素食材的搭配和套餐人数的设计不够合理；三是价格合理化程度有待提高。

因此，重庆火锅业要想得到更大的发展，需要从革新经营理念、调整餐食搭配等几方面入手。一方面，以大众点评、美团等为代表的供给侧数字化将成为餐饮行业未来发展的新动能。因此，火锅店必须要加强对这些网络平台数字的分析利用，建设好“互联网+火锅文化”这一美食文化分享平台, 让食客在体验美味的同时, 深入了解重庆火锅, 从而更好地提升顾客的回头率，为火锅餐饮业的发展提供数据支持。另一方面，火锅店要以满足消费者健康饮食需求为经营理念，不断改进菜品的搭配设置，将毛肚、羊杂、鹅（鸭）肠等动物性食品作为基础，兼搭配娃娃菜、豆腐、番茄等大众化的素菜，使合理的荤素搭配成为传播火锅饮食文化的全新载体。同时，集中力量优先发展2人团购套餐和4人团购套餐的火锅餐食配送，以满足新生代消费者理性消费的要求[14]。最后一方面，火锅店还要考虑到所在地消费者的实际消费能力，按市场需要和价值规律来设置火锅价位，将人均消费控制在60-80元以内，杜绝“天价餐”的出现。

总之，上述建议可为重庆火锅餐饮业在餐食配置、底料改进、产品推广营销等提供参考，有利于促进火锅行业的有序发展。

参考文献

[1] 美团·大众点评研究院. 《中国火锅大数据报告》解读中国第一大美食. 中国连锁. 2015, (12): 85

[2] 中国饭店协会. 2019年中国餐饮年度报告. (2019-08-15) 2020-03-15. <http://www.199it.com/archives/918594.html>

[3] 李成刚 危小波. 移动互联网对餐饮业营销的影响分析——以重庆火锅为例[J]. 电子商务. 2019, (9): 38, 50

[4] 童舟,袁麒麟. 渝北：城市让生活更美好[J]. 重庆与世界, 2019, (12): 76-79

[5] 张嫄. 重庆市大渡口区老工业基地转型发展存在的问题及对策研究[G]. <http://www.cqu.edu.cn/v1/>.

[6] 本刊综合. 年轻人消费趋势报告新鲜出炉[J]. 时代金融, 2017, (10): 40-41

[7] 唐尧峥. 网络团购营销对餐饮行业影响的研究[J]. 太原城市职业技术学院学报. 2018, (3): 28-30

[8] 杨欣. 中国生活服务 O2O 市场专题研究报告 2015上半年 [EB/OL]. 易观智库(2015-07-16) 2017-12-20. <https://www.analysys.cn/analysis/trade/detail/11312/>.

[9] 李小鹿. 提高辽宁餐饮消费者体验价值的对策建议[J]. 中国市场, 2019 ,（20）: 28, 46

[10] 周延. 餐饮业网络团购服务质量对消费者忠诚度影响因素浅析[J]. 新西部，2018, (29): 61-62, 68

[11] 刘雨涛. 团购市场餐饮美食产品定价策略及相互影响关系研究[J]. 中国商论, 2019, (5): 200-202.

[12] 岳瑞 朱旭 何玥. 綦江火锅食材共同配送研究[J]. 中外企业家, 2020, (3): 231

[13] 张紫薇. 餐饮行业O2O供应链管理模式研究——以美团为例[J]. 河北企业, 2019, (3): 39-40

[14] 李丽, 石自彬, 马建林. 重庆美食之都构建下渝菜产业可持续发展对策研析[J]. 四川省干部函授学院学报 2019,(1): 9-13

1. 作者：李一丁（1992-），男（汉族），重庆市，西南大学商贸学院助理实验师，管理与大数据

   项目：重庆市火锅协会合作项目“火锅类餐饮服务单位食品安全管理标准”编制 [↑](#footnote-ref-0)