

# 湘菜发展报告

## 2024

联合发布：

红餐产业研究院

×



2024年12月

# 摘要

01

**湘菜市场发展概况：**2024年，全国湘菜市场规模预计为1,100亿元，同比增长8.9%，增速高于中式正餐整体的5.8%。此外，湘菜在中式正餐中的市场份额也在逐年增长，从2018年的9.1%稳步提升至2023年的10.2%，预计2024年将进一步增长至10.9%

02

**湘菜门店分布情况：**湘菜门店多分布于华中、华南和华东，上述3个区域的全国门店数占比均超20%，其余区域亦有湘菜门店分布，但占比均不足10%。具体到省级行政区来看，湖南和广东的湘菜门店数占比分别达到19.6%、17.8%。北京、上海的湘菜市场供给仍存在较大的缺口，同时，在同等量级大小的市场中，二者湘菜消费金额增速相对较高，一定程度上反映了这两地的湘菜需求快速增长

03

**湘菜赛道发展特点：**湘菜赛道呈现出多个湘菜小菜系受到关注、“小而美”湘菜品牌迎来发展契机、辣椒炒肉晋升为国民菜、品牌进入精细化运营深耕期、湘菜产业链日益完善、湘菜品牌积极探索海外市场六大特点

04

**潜在机遇和未来展望：**25~50元区间的湘菜门店数占比持续增长，对连锁湘菜品牌而言，50元左右的价格带存机遇；消费者对烟火气的需求增加，小炒热度持续上升，湘菜小炒赛道有望加速增长。展望未来，湘菜市场仍有较大的发展空间。湘菜市场未来将加速全国化布局，提升用餐体验和品牌创新水平，以满足多元化的消费需求。与此同时，湖湘文化的深度融合将为湘菜品牌注入更强的文化内涵和市场竞争力

# 目录

01

**发展概况：新质湘菜品牌引领湘菜发展，赛道全国化进程加速**

---

02

**发展特点：湘菜小菜系备受关注，湘菜品牌进入精细化运营深耕期**

---

03

**潜在机遇与未来展望：连锁品牌在50元左右价格带存机遇，湘菜小炒赛道有望加速增长**

---

01

**发展概况：新质湘菜品牌引领湘菜发展，赛道全国化进程加速**

## 湘菜影响力不断攀升,市场规模增速远超中式正餐整体

- 近年来,湘菜备受瞩目,其在抖音平台的搜索热度呈现波动上升趋势,多次达到波峰,湘菜的影响力正在不断攀升
- 具体来看,2024年,全国湘菜市场规模预计为1,100亿元,同比增长约8.9%,增速高于中式正餐整体的5.8%。此外,湘菜在中式正餐中的市场份额也逐年增长,从2018年的9.1%稳步提升至2023年的10.2%,预计2024年将进一步增长至10.9%

2024年全国  
湘菜市场规模预测  
**约1,100亿元**

2024年全国湘菜及中式正餐  
市场规模同比变化预测

**8.9%**



湘菜

**5.8%**

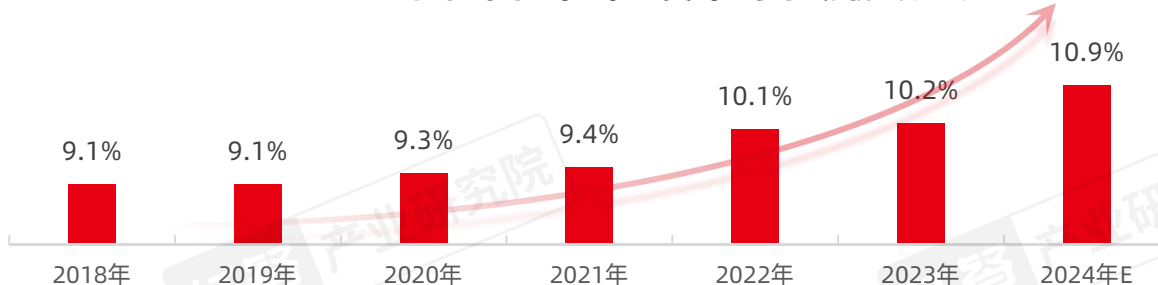


中式正餐

2022年9月至2024年12月“湘菜”关键词  
在抖音平台的搜索指数走势



2018—2024年湘菜在中式正餐中的市场份额占比



资料来源:红餐大数据、巨量算数,数据统计时间截至2024年12月

# 湘菜发展驱动因素：政策支持、需求增长、技术提升共促湘菜繁荣

- 湘菜作为我国“八大菜系”之一，近年来其发展越来越受到重视。湖南省政府积极出台多项政策支持湘菜文化和产业发展。与此同时，湘菜具有价格亲民、烟火气十足等特点，契合了当下消费者对性价比和烟火气的消费体验需求。此外，随着湘菜品牌的升级与标准化进程的不断推进，其为消费者提供了更高品质的用餐体验。在这些因素的共同作用下，有力地推动了湘菜的蓬勃发展

## 政策层面

早年间，湖南省政府已出台了《支持湘菜产业发展的若干财税政策措施》等多项政策，为湘菜文化、湘菜产业发展保驾护航。近年来，为进一步推动湘菜产业迈向高质量发展阶段，湖南省相关部门不仅持续推出各类政策措施，还积极组织多样活动，加强湘菜产业内的交流与合作，助力培育出更多杰出的湘菜厨师及打造知名湘菜品牌

- 2024年12月，湖南省餐饮行业协会等6单位联合发布《健康湘菜倡议书》；2024年10月，湖南省商务厅举办《推动湘菜产业高质量发展座谈会》

## 经济层面

当前消费者的餐饮消费更注重高性价比，湘菜价格相对亲民，符合消费者对性价比的追求

- 消费者信心指数低迷：据国家统计局，2024年10月消费者信心指数为86.9，仍处于低位
- 居民储蓄意愿上升：倾向于“更多储蓄”的居民占比从2019年第四季度的45.7%上升至2024年第二季度的61.5%
- 餐饮消费预期收紧：据红餐产业研究院调研，2024年餐饮消费支出预期增加的消费者占比不足四成

## 社会及文化层面

锅气十足的湘菜具有较强的烟火气，能够给消费者一种温馨、亲切、有归属感的消费体验

- 辣味能够刺激人体的痛觉感受器，使内啡肽分泌，让人产生“痛并快乐”的感觉，因此辣味具有较强的“成瘾性”，容易产生复购
- 中国吃辣文化历史悠久，且拥有庞大的辣味消费群体。当前中国吃辣人口超过6亿人，随着生活节奏加快、压力增大，消费者对于辣味的消费需求高涨

## 市场供给和技术层面

近年来，湘菜标准化程度逐步提升，同时湘菜品牌越来越重视品牌建设及模式创新，这进一步推动湘菜发展

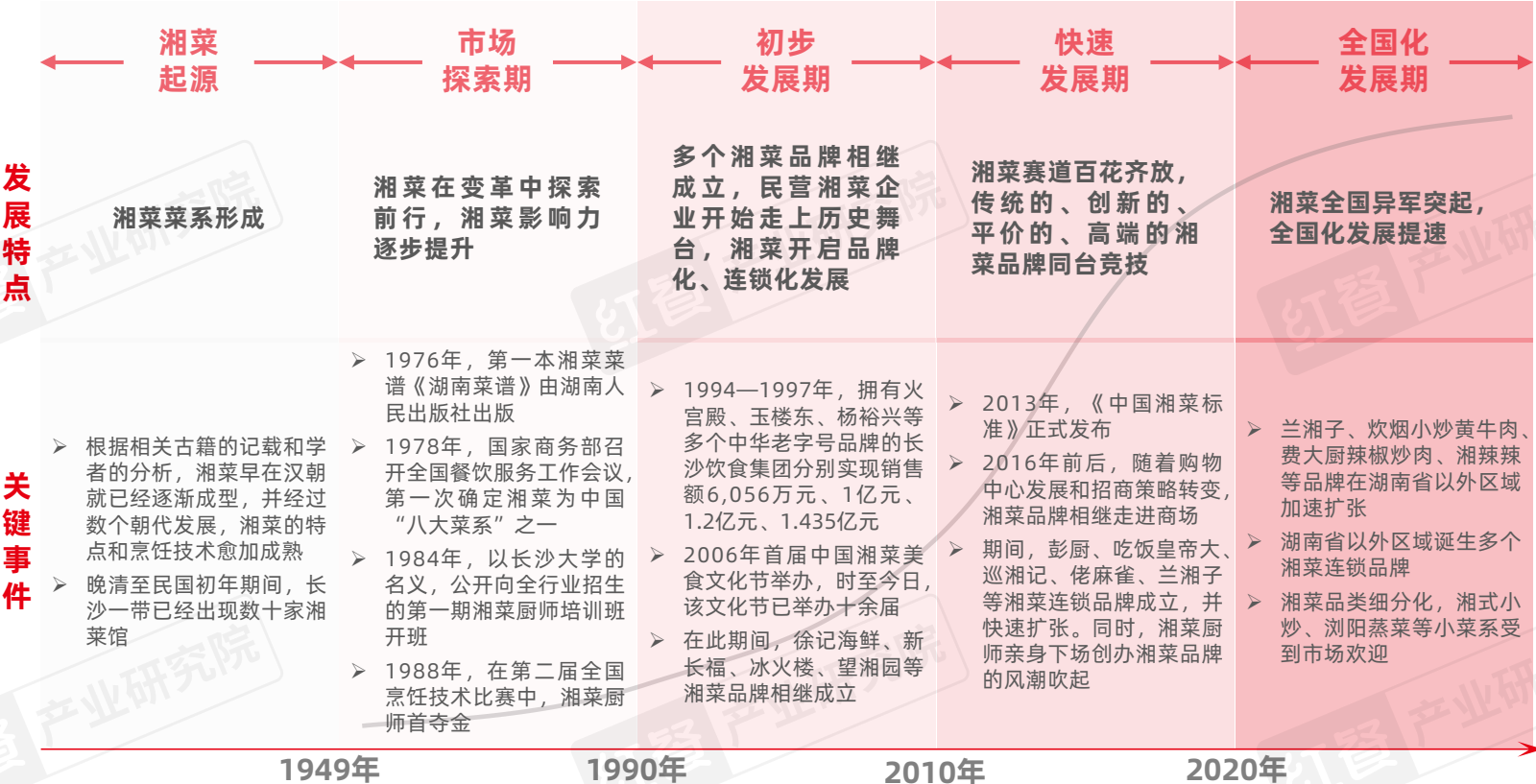
- 标准化程度提升：湘菜品牌愈加注重标准化，通过标准化的操作流程和菜品标准，确保菜品质量和口感稳定，实现降本增效
- 品牌意识强：湘菜品牌越来越注重品牌建设和品牌传播，它们通过社交媒体、短视频、直播等方式吸引了消费者关注
- “大单品”“轻正餐”模式助力湘菜品牌加速扩张，使湘菜能够触达更多消费者

资料来源：国家统计局、中国人民银行《城镇储户问卷调查报告》、据红餐产业研究院“2024年餐饮消费大调查”、弗若斯特沙利文的《2024中国敢辣人群分析报告》，红餐产业研究院整理



# 经历多个发展阶段后，湘菜目前正步入全国化发展期

□ 湘菜历史悠久，其菜系雏形可追溯至汉朝。历经市场探索、初步发展及快速发展的各个阶段，如今湘菜已步入全国化发展的新篇章。当前，湖南本土湘菜品牌积极“出湘”，同时各地湘菜品牌异军突起，湘菜展现出蓬勃的发展态势



资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

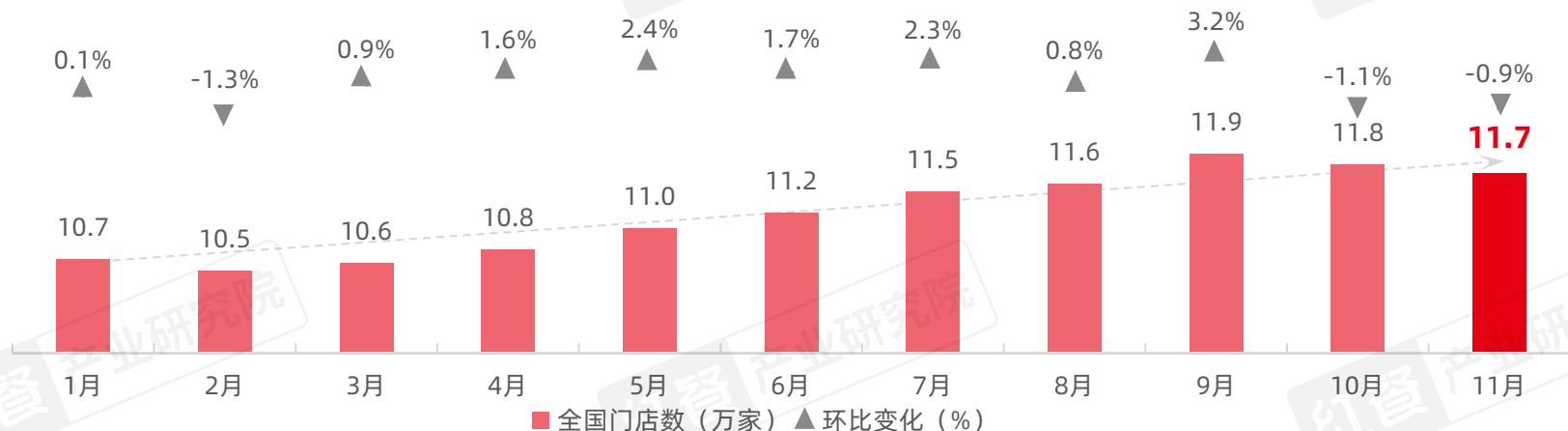
# 2024年湘菜门店数量持续增长，当前全国湘菜门店数达到11.7万家

- 门店数方面，湘菜在中式正餐中位居前列。据红餐大数据，截至2024年12月，湘菜门店数占中式正餐门店总数的8.8%，位列中式正餐的第四大菜系
- 2024年，全国湘菜门店数量总体呈增长态势，从1月的10.7万家增长至11月的11.7万家，期间累计增长约1万家，增长率达到9.3%

## 2024年全国中式正餐各菜系门店数占比



## 2024年1—11月全国湘菜门店数变化情况



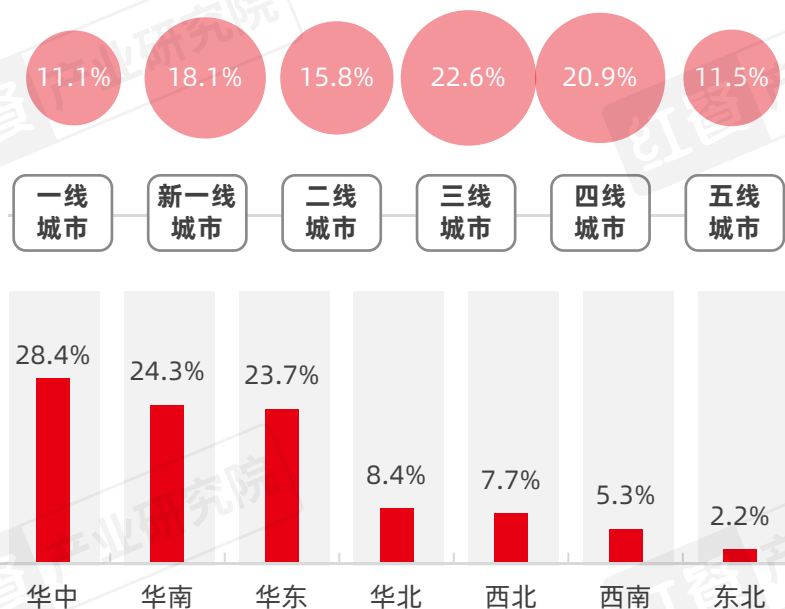
资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年12月



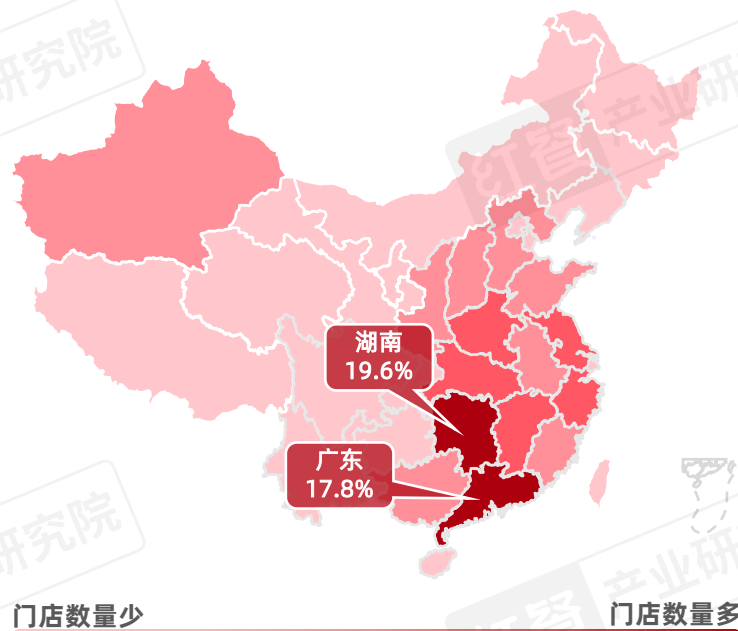
## 湘菜门店在全国广泛分布，其中湖南、广东门店数占比均接近两成

- 从城市线级上看，湘菜具有较强的下沉特性，具体来看三线城市和四线城市湘菜门店数相对较多，占比分别达到22.6%、20.9%。其次，新一线城市的湘菜门店数也占18.1%
- 区域方面，湘菜门店多分布于华中、华南和华东，上述3个区域的全国门店数占比均超20%，其余区域亦有湘菜门店分布，但占比均不足10%。具体到省级行政区来看，湖南和广东的湘菜门店数占比分别达到19.6%、17.8%

### 2024年全国湘菜门店的线级城市分布及区域分布情况



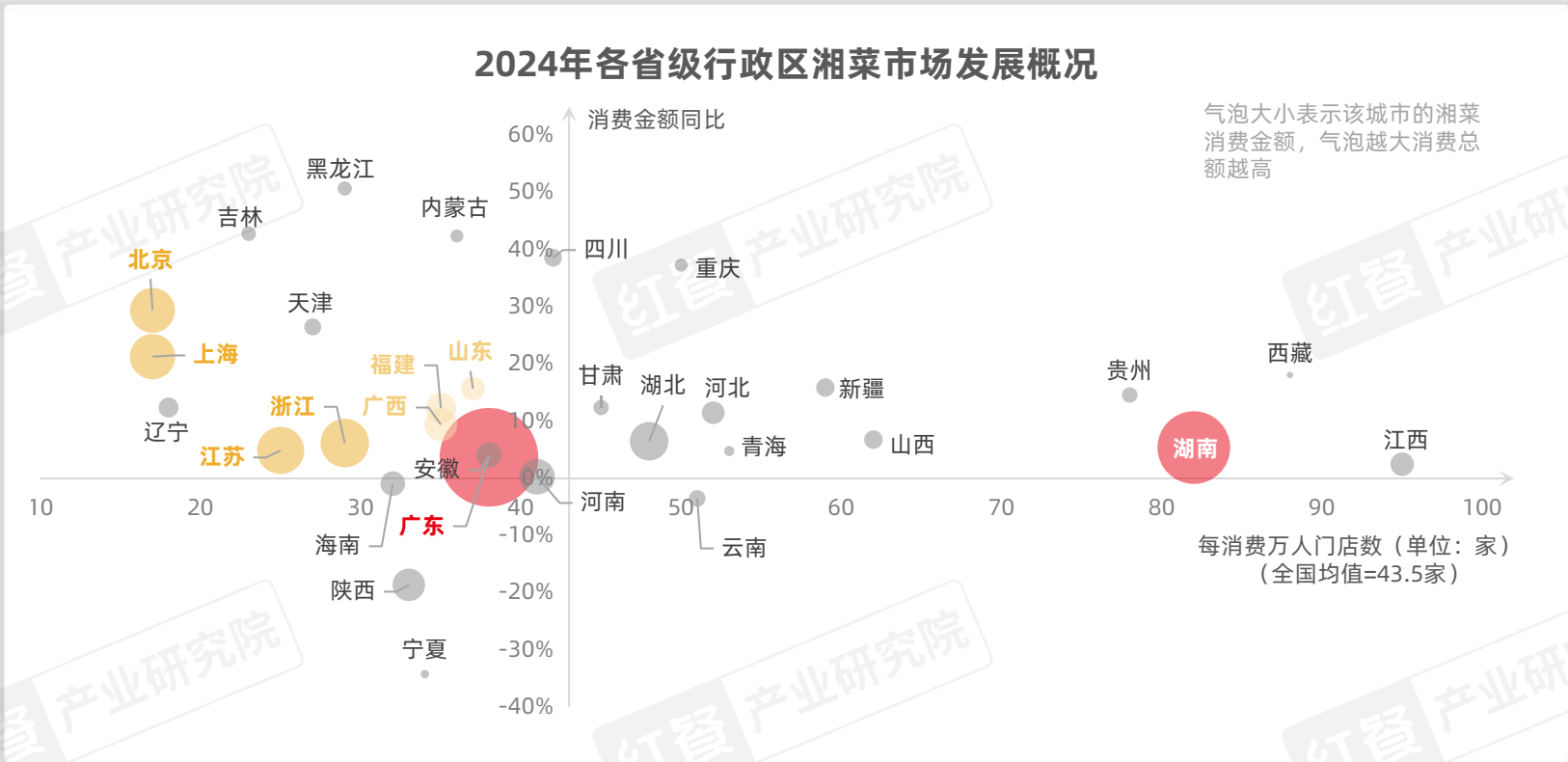
### 2024年全国湘菜门店省级行政区分布情况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年12月

# 北京、上海等地的湘菜市场值得关注，湘菜品牌可在江浙地区加密布局

- 北京、上海的湘菜市场仍有相对较大的发展空间，二者的每消费万人门店数相对较低，意味着湘菜供给仍存在较大的缺口。同时，在同等量级大小的市场中，北京和上海的湘菜消费金额增速相对较高，一定程度上反映了这两地的湘菜需求快速增长
- 其次，江苏、浙江的湘菜市场同样相对成熟，但仍存在一定的供给缺口，湘菜品牌可以考虑在此加密布局；而广西、福建、山东的湘菜消费需求正在增长，整体上看存在一定的发展潜力，可继续培养当地湘菜消费者的心智和消费习惯



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年12月

# 湘菜新势力崛起，赛道形成新质湘菜品牌与传统湘菜品牌两大阵营

- 经过多年的连锁化、品牌化发展，湘菜市场孕育了众多湘菜品牌。值得注意的是，新质湘菜品牌快速崛起，主要以兰湘子、费大厨辣椒炒肉、湘辣辣等湘菜品牌为代表，它们凭借在经营模式上的革新，相较于传统湘菜品牌，在品牌定位、产品策略及传播渠道、供应链建设等方面展现出了鲜明的差异化特征，带领湘菜赛道往高质量方向发展。当下，湘菜赛道形成了新质湘菜品牌与传统湘菜品牌两大阵营

## 新质湘菜品牌

### 品牌定位

更加注重品牌形象塑造，通过年轻化、时尚化的定位吸引新一代消费者

### 产品策略

菜品和菜单结构设计更具创新性，比如注重融合菜或创意菜，精简菜单SKU，以提升运营效率

### 运营与服务

更具有顾客思维，通过服务创新和服务增值提升用户体验，更加强调便利性和人性化

### 传播方式

注重数字化和社交媒体营销，利用互联网平台进行线上线下相互结合的推广

VS

### 品牌定位

定位更接地气，餐厅环境较为传统和朴实

### 产品策略

菜品种类丰富，产品SKU众多，以经典湘菜为核心产品

### 运营与服务

传统餐饮门店运营模式，提供点餐、传菜等常规服务

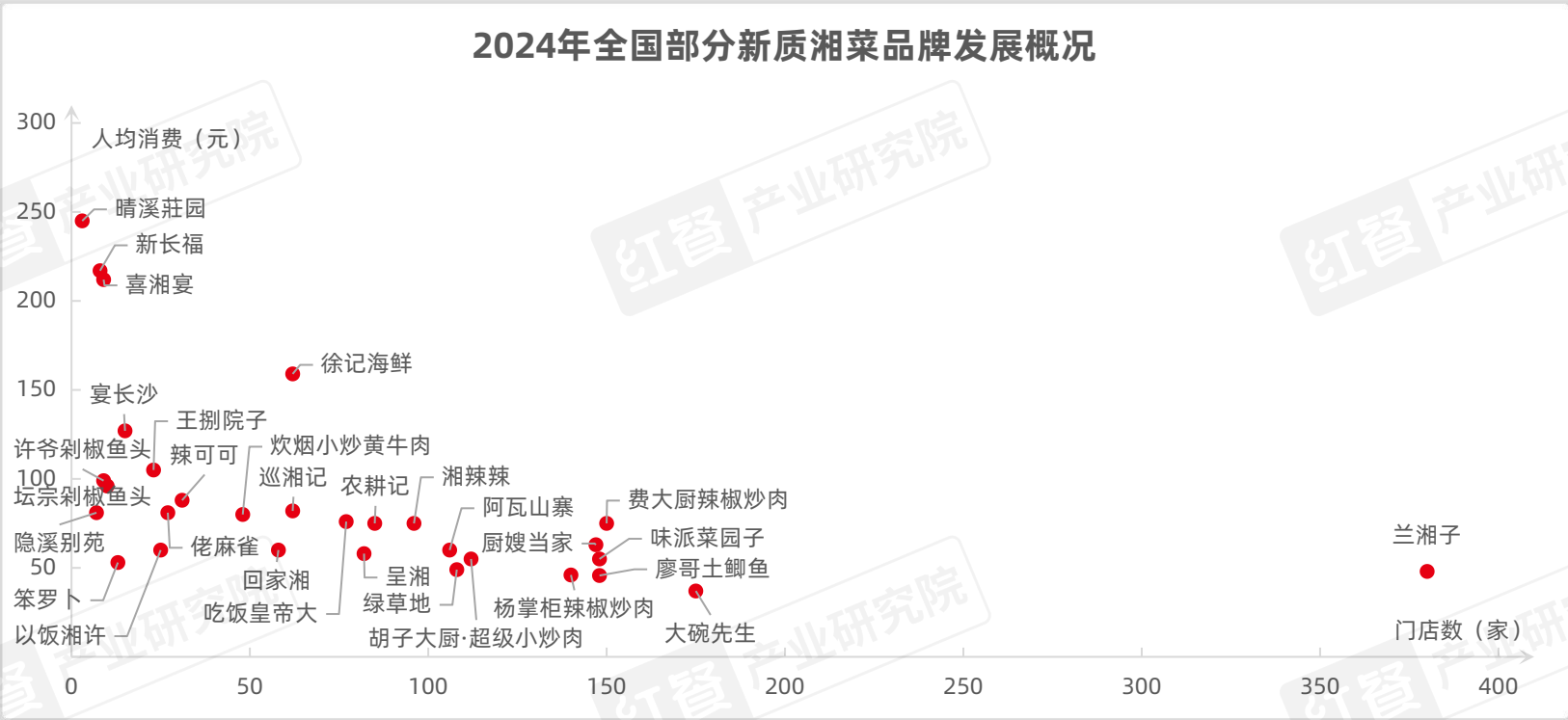
### 传播方式

主要依赖口碑传播和传统的营销方式，例如本地宣传、老客户推荐和节庆营销等

## 传统湘菜品牌

# 新质湘菜品牌引领湘菜迈向高质量发展阶段，兰湘子门店数遥遥领先

- 当前，湘菜领域涌现出众多实力出众的新质湘菜品牌，它们引领着湘菜赛道迈向高质量发展。比如，通过高质量的服务理念和优质环境提升湘菜整体品质的晴溪庄园、新长福、喜湘宴；以院子场景打造沉浸式湘菜体验的王捌院子、隐溪别院；以及拥有实力强大的海鲜供应链的徐记海鲜。此外，还有采用爆品模式，聚焦湘菜某一特色菜品的费大厨辣椒炒肉、炊烟小炒黄牛肉、杨掌柜辣椒炒肉、许爷剁椒鱼头等品牌
- 值得注意的是，主打湘菜小炒的兰湘子，凭借清晰的品牌定位、标准化的单店模型、多元化的线上运营、能够提供高附加价值的品牌承诺，以及独特的全国化扩张策略，近年来发展迅猛。截至2024年12月，其在全国已经开出了超过350家门店。2024年4月，兰湘子获得了弗若斯特沙利文颁发的“中国湘菜餐厅门店数量全国领先”的市场认证

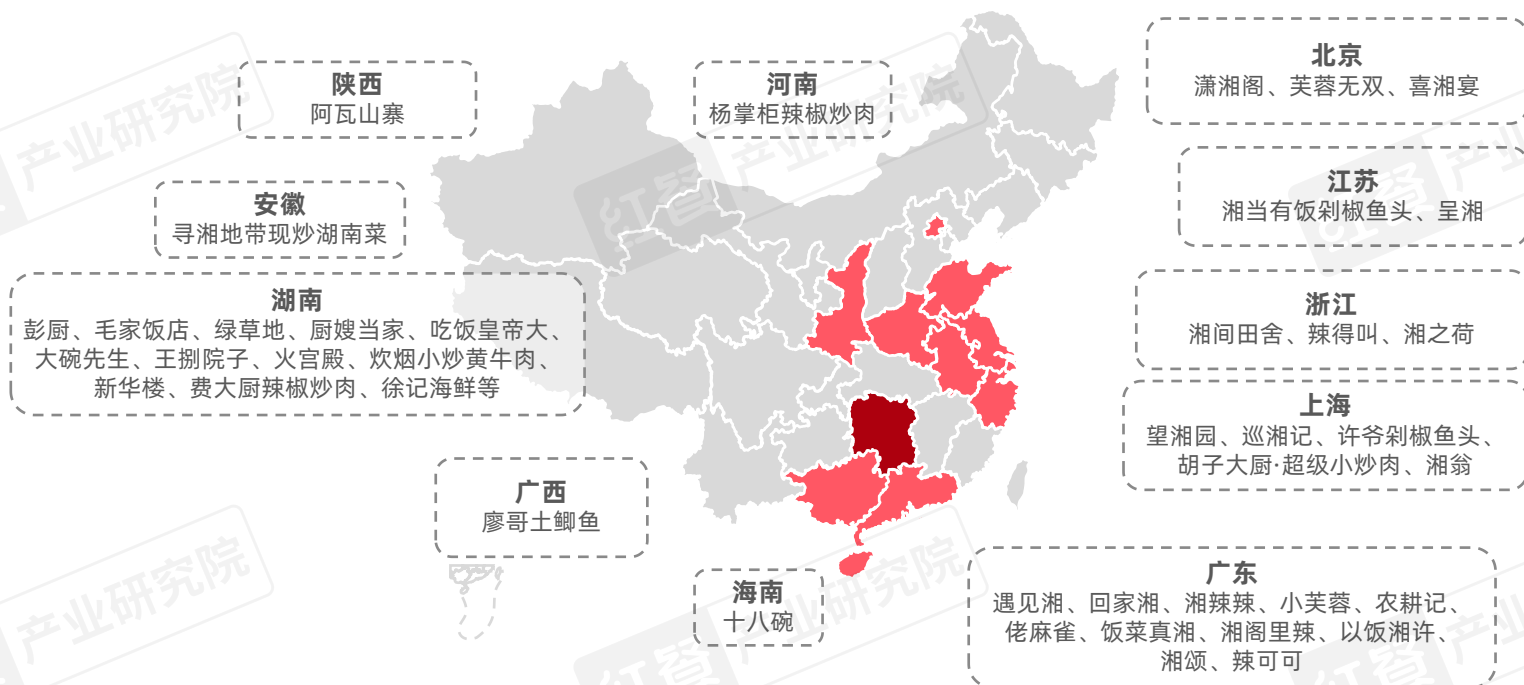


资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年12月

## 各地湘菜品牌加速崛起，共同推动湘菜全国化进程

- 随着湘菜逐步走出湖南，广东、上海、北京、陕西等地的湘菜品牌加速崛起，比如广东有遇见湘、回家湘、湘辣辣、农耕记等湘菜品牌；上海的望湘园、巡湘记、胡子大厨·超级小炒肉等
- 作为新质湘菜品牌的佼佼者，兰湘子近年来积极进行全国化扩张，目前其门店遍布全国多个省市。据红餐大数据，截至2024年12月，兰湘子已经跻身全国湘菜品牌省份覆盖数TOP10与城市覆盖数TOP10之列
- 这些品牌的成立和扩张，不仅带动了当地及周边省份的湘菜市场发展，还推动了湘菜全国化的普及与发展

### 2024年全国各省级行政区湘菜代表品牌分布情况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年12月

# 兰湘子已布局16个省级行政区、75座城市，成为湘菜全国扩张标杆品牌

- 以兰湘子为例，在全国扩张路径上，兰湘子以陕西为起点，首先深耕西北区域，随后逐步向中原、华东等地推进。截至2024年12月，兰湘子门店已覆盖16个省份、75个城市
- 在扩张策略上，兰湘子采用“游击战”策略，避开竞争激烈区域，转而进军那些存在湘菜消费需求但仍未出现区域强者的市场空白地带。同时，兰湘子把不同区域分为根据地市场（西北、中原）、增长中市场（武汉、浙江等）和战略市场（北京等），针对各市场特性采取差异化的门店布局与发展策略

## 兰湘子全国化扩张路径和策略

- 兰湘子在实施全国化扩张时，采取了由西北向中原，再延伸至华东的分阶段逐步推进策略
- 倾向于以存在湘菜消费需求但尚未形成具有统治力的区域品牌的城市作为切入点，并采取“多城市、浅布局”的方式抢先确立据点，随后再逐步加密门店布局



### 不同市场的门店布局策略

兰湘子扩张策略分为**深耕根据地市场、发展增长中市场和扩张战略市场**这三步，具体来看：

- ✓ **根据地市场**：持续下沉、加密门店布局，直至门店覆盖所有城市
- ✓ **发展中市场**：扩增周边城市
- ✓ **战略市场**：聚焦集中开店



### 全国化扩张的门店模型

- ✓ **门店面积**：全国门店均控制在250平方米以内
- ✓ **产品结构**：80%的产品是全国门店统一，其余20%的产品会结合当地饮食习惯和口味偏好进行适当调整



**350+家**  
全国总门店数

门店覆盖

**16个**省级行政区 **75个**城市

- 2019年，兰湘子首店开业
- 2020年，兰湘子全面扩张门店14家
- 2021年，兰湘子走出西北区域，开始向外扩张
- 2022年8月，全国门店突破100家
- 2023年，兰湘子门店总数突破200家，第一届兰湘子干饭节落地
- 2024年1月，北京首店开业，标志着兰湘子正式进入一线城市
- 2024年7月，全国门店突破300家

资料来源：公开信息、红餐大数据，数据统计时间截至2024年12月



## 02

**发展特点：湘菜小菜系备受关注，  
湘菜品牌进入精细化运营深耕期**

## 近年湘菜赛道发展特点总览

□ 分析近年湘菜赛道发展，发现其主要呈现出以下六大发展特点：

### 特点一

地域菜系正在崛起，多个湘菜小菜系受到关注

### 特点二

“小而美”湘菜品牌迎来发展契机，中高端品牌布局性价比湘菜市场

### 特点三

湘菜小炒爆红，辣椒炒肉晋升为国民菜品

### 特点四

湘菜品牌进入精细化运营深耕期

### 特点五

湘菜品牌积极建设供应链体系，湘菜产业链日益完善

### 特点六

湘菜出海成热点，多个湘菜品牌迈向海外市场

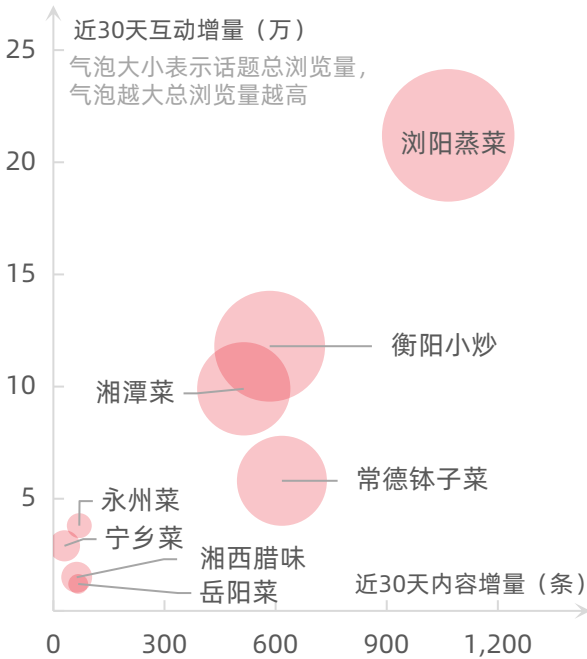
# 湘菜细分赛道被深入挖掘，多个湘菜小菜系受到关注

- 近年来，在国家、文旅行业、媒体等多方推动下，多地地域文化崛起，促使消费者对地方特色饮食文化投以较高的关注，并激起其对地方美食的浓厚兴趣
- 在这样的背景下，越来越多的湘菜细分赛道得到了深入挖掘，多个湘菜小菜系如浏阳蒸菜、衡阳小炒、湘潭菜、常德钵子菜等，在社交媒体上赢得了消费者的高度关注，而永州菜、宁乡菜等也逐渐步入消费者的视野。湘菜小菜系的蓬勃兴起，无疑为湘菜的整体发展注入了新鲜活力

湘菜三大流派特征一览

|      | 湘江流派                                                    | 洞庭湖流派                                 | 湘西流派                                 |
|------|---------------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|
| 主要城市 | 长沙、株洲、湘潭、衡阳、永州、郴州                                       | 常德、益阳、岳阳                              | 张家界、怀化、吉首、娄底、邵阳                      |
| 口味特点 | 制作精细，用料广泛，口味多变，品种繁多，菜肴浓淡分明。官府菜与民间菜巧妙结合，讲究酸辣、软嫩、鲜美、清淡、浓香 | 以烹制河鲜、家畜、家禽见长，菜品往往色重、芡大、油厚，口感则以咸辣香软为主 | 擅长制作山珍野味、烟熏腊肉和各种腌肉，口味侧重咸香酸辣，有浓厚的山乡风味 |
| 烹饪特点 | 注重刀工火候，以炒、蒸、煨、炖、煎、腊为主，特别讲究调味                            | 烹制惯用炖、烧、腊、煨、蒸、汆的方法                    | 常以柴炭作燃料，主要的烹调方式为蒸、炖、煨、煮、炒、炸          |
| 细分菜系 | 衡阳小炒、永州菜、湘潭菜、浏阳蒸菜、宁乡菜                                   | 常德钵子菜、岳阳菜                             | 湘西腊味、邵阳卤菜                            |

2024年12月各湘菜小菜系媒体热度表现

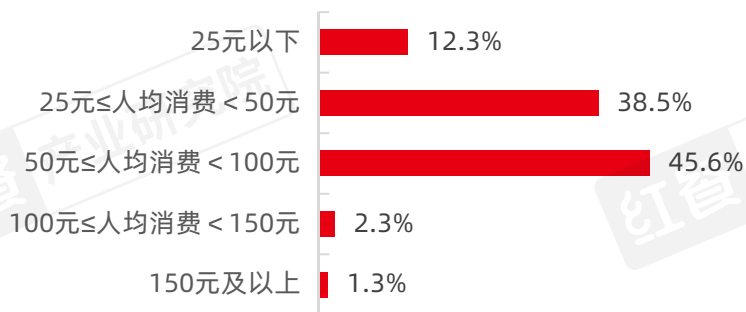


资料来源：公开信息、红餐大数据，数据统计时间截至2024年12月

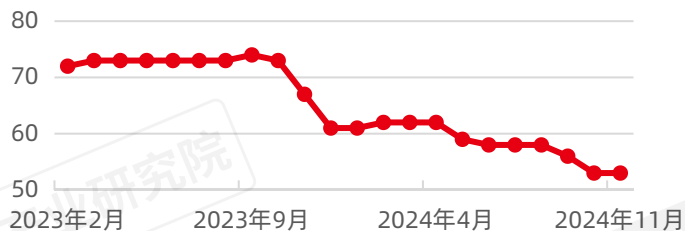
## “小而美”湘菜品牌迎来发展契机，中高端湘菜品牌深耕性价比市场

- 湘菜门店众多，覆盖多个价格带，但整体上看，仍以大众消费价格带为主。具体来看，人均消费在50元至100元之间的湘菜门店数量占比最高，达到了45.6%，紧随其后的是20元至50元区间，占比为38.5%。值得注意的是，近年来湘菜的人均消费水平呈下降趋势，从2023年2月的72元降低至2024年11月的53元
- 在这样的趋势下，近年来，部分中高端湘菜品牌通过推出平价子品牌来布局平价湘菜市场。同时，也有部分湘菜品牌采取了“小而美”的策略，通过提升性价比赢得了众多消费者的青睐

### 2024年全国湘菜人均消费占比分布



### 2023年2月至2024年11月湘菜人均消费走势



资料来源：公开信息、红餐大数据，数据统计时间截至2024年12月

### 中高端湘菜品牌以副牌布局平价湘菜市场

- ✓ **墨泉峰味**：曾入选黑珍珠餐厅榜单的墨泉峰味近年推出了子品牌市井峰味，主打的是旧时流行于长沙街巷的菜品，产品单价在20~70元之间
- ✓ **宴长沙**：高端湘菜品牌宴长沙近年推出子品牌刘大碗下饭菜，该品牌人均消费在30元左右
- ✓ **院里寻菜**：推出人均消费57元左右的子品牌宴东家

### “小而美”湘菜品牌加速扩张

- ✓ 兰湘子、湘辣辣、费大厨辣椒炒肉等走“小而美”路线的湘菜品牌瞄准了“快餐的效率、正餐的体验、亲民的价格”这一市场定位，近年来得以加速扩张，2024年门店数同比增速均超40%
- ✓ “小而美”湘菜品牌通过轻量化的门店模型、精简聚焦的产品SKU和高标准化的出餐流程降低门店运营成本，从而能够将利润让渡给消费者

# 快餐化效率、正餐化体验与大众化价格，兰湘子打造极致性价比公式

- 对于消费者而言，极致性价比意味着在支付合理价格的同时，能够享受到远超预期的产品或服务品质，从而在满足基本需求的基础上，收获额外的价值满足感
- 兰湘子凭借简化菜单以及高标准化的操作流程优化出餐效率，并从就餐环境、服务、菜品等方面提升就餐体验，加之亲民的消费价格，成功塑造了极致性价比的品牌定位，深受消费者青睐

## 快餐的效率

在出餐效率方面，兰湘子能够在点餐后**25分钟内上齐菜品**

- **简化菜单结构**：兰湘子菜单上有28道菜品、小吃3道以及主食、汤
- **统一用料**：所有菜品的主辅料、味型全国统一
- **高标准化操作流程**：所有菜品的烹饪操作控制在150秒内，因此每道菜出餐时间基本不会超过3分钟
- **技术支持**：兰湘子还在动线设计、工具上优化了出餐效率，比如自主研发切配工具，切配效率提升90%；前厅两套点菜二维码，缩短3分钟等餐时间

## 正餐的体验

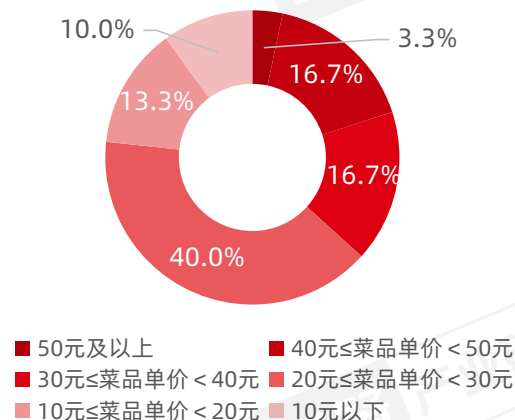
兰湘子通过**用餐环境、服务质量、菜品精致度、品牌文化**等方面，为消费者提供正餐体验

- **用餐环境**：兰湘子通过灯光、桌椅、餐具以及装饰等，营造干净、整洁、亮堂的就餐环境
- **服务质量**：由服务员引导的全程用餐体验，从点餐、上菜到结账服务，餐厅服务员为消费者提供更专业、个性化的服务
- **菜品精致度**：选用高品质食材，注重烹饪技巧和味道的层次感
- **品牌文化**：兰湘子注重打造独特的品牌文化以及与顾客之间建立深厚的情感联结

## 亲民的价格

兰湘子人均消费稳定在**55元左右**。从菜品定价上看，兰湘子有**40%的菜品售价位于20~30元**这一区间

2024年兰湘子菜品定价分布



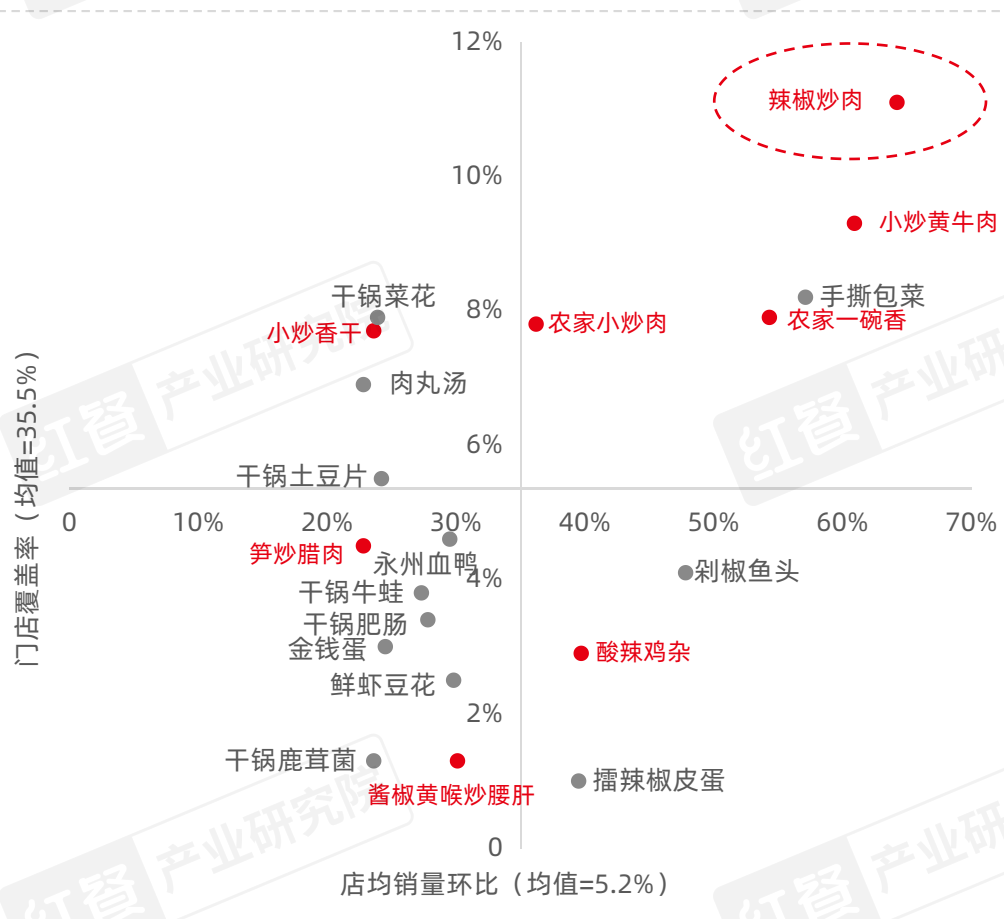
# 辣椒炒肉成为湘菜小炒“头牌”，并晋升为国民菜品

- 近年来，兰湘子、炊烟小炒黄牛肉、费大厨辣椒炒肉等品牌兴起，带领湘菜小炒热潮
- 据红餐大数据，湘菜热销菜品TOP20中，湘菜小炒菜品占据8席，其中辣椒炒肉凭借着较高的门店覆盖率和销量增长率，成为了湘菜小炒中的明星产品
- 不仅如此，辣椒炒肉的影响力逐步渗进其他餐饮赛道，比如南城香、老乡鸡、新荣记、三两粉等品牌相继推出辣椒炒肉产品。可见，辣椒炒肉已晋升为消费者备受喜爱的国民菜品

## 湘菜小炒品牌一览



## 2024年12月湘菜热销菜品TOP20销量情况



资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年12月



## 精选食材、每餐现炒，兰湘子的辣椒炒肉年销量达到800万份

- 辣椒炒肉作为兰湘子的明星菜品，其市场表现尤为亮眼，年销量达到800万份，并保持着高达90%的复购率。2024年，兰湘子更是获得了弗若斯特沙利文颁发的“湘菜辣椒炒肉销量第一”的市场认证
- 在制作上，兰湘子对辣椒炒肉食材的选择极为考究，选择夹杂梅花肉的优质猪前腿部位肉，搭配新鲜精选薄皮螺丝椒，再佐以湖南小炒专用的酱油。每餐均由门店专人现切现炒，确保每一口辣椒炒肉都能把辣椒、猪肉、酱油的香气带出



▲兰湘子辣椒炒肉

### 食材选取



#### 猪肉选品标准

选用猪前腿部位肉，该部位夹杂梅花肉，整体肥瘦比例恰当，肉质纤维细腻，使肉质口感细嫩。与国内知名猪肉供应企业合作，当天新鲜配送，保证猪肉品质



#### 辣椒选品标准

采用精选薄皮螺丝椒，从种植基地直采，全国统一配送，以此确保辣椒辣味统一和品质稳定

### 烹饪方式



#### 现炒现做

- ✓ 蔬菜和鲜肉当日配送至门店，由门店专人负责辣椒炒肉的出品和品质管控
- ✓ 通过数据精准预估销量，每餐食材现切现炒

### 兰湘子辣椒炒肉市场表现

**800 万份**  
年销量

**90%**  
复购率

# 以高效出餐和优质服务强化消费者用餐体验，湘菜品牌进入精细化运营深耕期

- 随着湘菜赛道的竞争日益加剧，消费者对湘菜出品的品质和服务的要求也在不断提高。当前，不少湘菜品牌为了在众多竞争者中脱颖而出，相继推出更优质、贴心的服务，以增强消费者的用餐体验，进而提升品牌忠诚度
- 比如，农耕记包间不设置最低消费和服务费；费大厨辣椒炒肉、湘辣辣等品牌则实行一桌一煲的米饭供应，且支持免费续添；笨罗卜则根据季节变换选用不同大米烹饪；而兰湘子更是从顾客角度出发，在排队等位、上菜速度、菜品口味、纸巾、打包盒这五大环节，向顾客做出“五大承诺”，全面提升了顾客的用餐体验



## 笨罗卜

- ✓ 出餐30秒内必须端上桌
- ✓ 不同季节选用不同的大米做饭



## 费大厨辣椒炒肉

- ✓ 招牌菜品上菜后，服务员会郑重向顾客介绍菜品
- ✓ 提供免费的解辣老冰棍
- ✓ 米饭一桌一煲，且免费续加



## 农耕记

- ✓ 包间不设置最低消费，且不收取服务费



## 兰湘子

- ✓ 25分钟全上齐，超时的菜免费
- ✓ 不好吃的菜品，免费退换
- ✓ 等位超时，送指定菜品
- ✓ 餐巾纸免费使用
- ✓ 餐后打包盒免费



## 湘辣辣

- ✓ 五常大米饭一桌一煲，并且免费续加
- ✓ 菜品不满意无条件免费退换
- ✓ 服务不满意即送无门槛代金券

# 兰湘子多维度深耕精细化运营管理，全面驱动服务及消费体验升级

- 品牌服务升级需要依托精细化管理，通过消费者洞察、高效运营、规范操作、品质管控、快速响应、专业团队等手段，全面提升顾客体验
- 以兰湘子为例，其以顾客思维为核心，通过精准捕捉反馈优化体验；在后厨管理方面，则以“4D厨房”为抓手，通过标准化后厨管理提升菜品质量与出餐效率。此外，人才建设方面，兰湘子以校企合作和内部培养为支撑，构建人才储备体系，最终实现服务升级和品牌竞争力的全面提升

## 顾客思维：兰湘子精准捕捉顾客的声音，迅速响应并优化品牌体验

### 堂食 桌访

直接与顾客面对面沟通，获取最真实、最直接的反馈，确保第一手的产品和服务改进意见

### 线上 意见 征集

通过分析顾客在社交媒体平台和本地生活平台的评价，了解顾客的需求和痛点，并据此优化服务和产品

### 举办 品鉴会

通过社交活动与年轻顾客互动，收集他们对品牌的全面反馈，增强品牌粘性并推动裂变传播

## 后厨管理：“4D厨房”管理体系提高兰湘子门店的运营效率和菜品质量

兰湘子后厨实施严格的规范化管理，从食材原料的选取、清洗、切配、储存，再到加工成成品，每个环节都有严格的标准。此外，兰湘子借助“4D厨房”管理体系，确保了各项规范的有效执行

### 兰湘子“4D厨房”管理体系四大要素

整理到位

责任到位

执行到位

培训到位

## 人才建设：校企联手为品牌和行业持续培养并输送专业人才



### 校企联合定向训练班：

- ✓ 厨师：与新东方等烹饪学校合作，开展厨师定向培养
- ✓ 员工：与多所旅游学院联合，进行管培生定向培训和输出



### 建立自有商学院：

- ✓ 通过自有商学院提前储备并培养人才

# 湘菜产业链发展日益完善，年产值超6,000亿元

- 随着湘菜市场的不断扩张，产业链也日趋成熟。据湖南商务部数据，目前湘菜产业链年产值超过6,000亿元。与此同时，在地域文化日益瞩目的背景下，消费者对地域美食的正宗味道愈发重视，促使众多湘菜品牌深入探索并精选湘菜食材，进而带动了湖南地理标志农产品供应链的发展建设
- 同时，湘菜上游企业近年来也在逐渐崛起，比如湘菜调味料企业辣妹子在全国设有 24 个办事处，营销网络遍布近 30 个省市，2024 年预计全年营收 8.6 亿元；而聪厨、王栏树、彭记坊等企业深耕湘菜预制菜行业多年，已经形成稳定的渠道布局并占据了一定的市场份额
- 此外，不少湘菜品牌近年来积极搭建供应链体系，在食材原料方面，鉴于湘菜所需食材种类繁多，多数品牌倾向于外购。然而，值得注意的是，农耕记建设了自有黑龙江五常大米种植基地。仓储运输方面，兰湘子、湘辣辣等湘菜品牌积极搭建自有仓储物流体系



祁东黄花菜

衡东黄贡椒

祁阳槟榔芋

宁乡花猪

浏阳鸡肠子辣椒

攸县香干

罗洲冬瓜

樟树港辣椒

怀化腊肉



2024年全国部分湘菜品牌供应链建设情况

| 品牌名称    | 食材原材料       | 仓储             | 物流配送               |
|---------|-------------|----------------|--------------------|
| 兰湘子     | 全国集中采购      | 全国5个中心仓、13个前置仓 | 第三方承运体系            |
| 费大厨辣椒炒肉 | 原产地直购       | /              | /                  |
| 炊烟小炒黄牛肉 | 原产地直购       | 全国30个分仓        | 第三方物流配送体系          |
| 农耕记     | 黑龙江五常专属大米基地 | 10,000平方米食品加工厂 | 位于深圳的8,000平方米供应链公司 |
| 湘辣辣     | 原产地直购       | 有统一仓储体系        | 有统一物流体系            |

资料来源：公开信息，红餐产业研究院整理

## 湘菜出海成热点，多个湘菜品牌迈向海外市场

- 近年来，越来越多的餐饮品牌走出国门，开拓海外市场。相关数据显示，在2021年海外中式餐饮营收已经达到2,611亿美元，占国际餐饮市场的9.9%，并且预计2026年海外中式餐饮营收将会进一步增长至4,098亿美元
- 出海热潮同样吹进了湘菜赛道，农耕记、彭厨、味上湘菜馆等湘菜品牌正积极布局海外市场。然而，从整体情况来看，在中式正餐出海的品类中，湘菜品牌所占比重仍然较低，仅为5.3%。湘菜品牌拓展海外市场，在海外政策、饮食文化、食材供应、团队组建等方面仍面临诸多挑战

海外  
中式餐饮营收

2,611亿美元

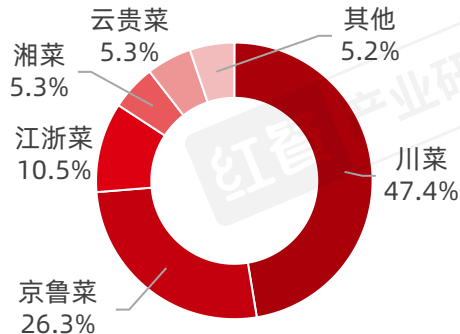
2021年

占国际餐饮市场的9.9%

4,098亿美元

2026年

我国中式正餐出海样本品牌  
所属菜系分布（不完全统计）



湘菜品牌扩展海外市场，仍面临诸多挑战：

- 不同国家的政策法规要求不同
- 不同地区中餐市场发展阶段存在差异
- 饮食文化上的差异
- 当地的营运团队管控成本高
- 海外市场缺乏湘菜食材供应企业



农耕记在2023年11月开出新加坡首店，2024年2月开出马来西亚首店。目前，农耕记已在海外开设十余家门店



2024年5月，彭厨在马来西亚开设了首家海外门店



2024年7月，味上湘菜馆在日本东京的直营门店正式开业

资料来源：弗若斯特沙利文、《中国餐饮出海发展报告2024》、公开信息，红餐产业研究院整理

# 03

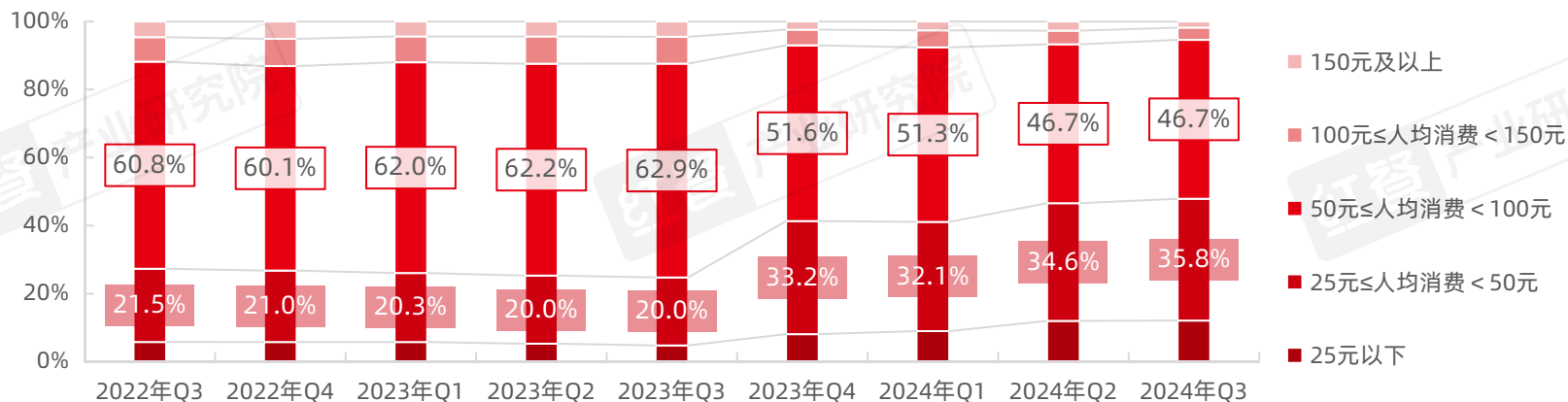
**潜在机遇与未来展望：连锁品牌  
在50元左右价格带存机遇，湘菜  
小炒赛道有望加速增长**

## 对连锁湘菜品牌而言，50元左右的价格带存机遇

### 机遇一

近年来，随着消费者对高性价比餐饮消费的需求持续增长，25~50元这一价格带的湘菜广受青睐。连锁品牌布局这一价格带，相对于夫妻小店更具品牌优势、成本优势以及服务与体验优势

2022年第三季度至2024年第三季度全国湘菜门店人均消费占比分布



- 正如前文所述，湘菜门店的人均消费集中分布于50~100元，其次是20~50元。然而，近年来，湘菜门店的人均消费逐步向中低价位倾斜
- 具体来看，人均消费在25~50元的湘菜门店数占比从2022年第三季度的21.5%逐步增长至2024年第三季度的35.8%，而人均消费在50~100区间的湘菜门店数占比则逐步收缩，从2022年第三季度的60.8%降低至2024年第三季度的46.7%

资料来源：红餐大数据，数据统计时间截至2024年12月

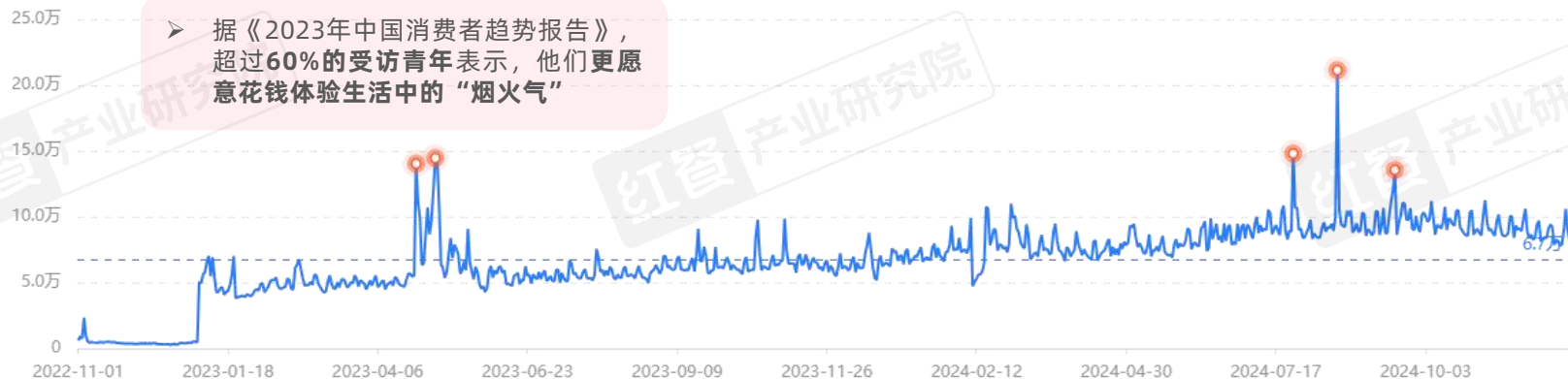


## 消费者对烟火气的需求增加，湘菜小炒赛道有望获得进一步的增长

### 机遇二

湘菜小炒具有浓厚的市井风情和烟火气息，加之高性价比的定位，能够契合当下消费者的需求，这一赛道正展现出蓬勃的发展势头，有望迎来新一轮的加速增长

2022年11月至2024年12月“小炒”关键词在抖音平台的搜索指数走势



- 生活节奏逐步加快，人们生活压力随之增长，近年来，消费者对真实、温暖和接地气生活的渴望越来越强烈，通过餐饮消费体验生活中的“烟火气”，既能治愈心理，又能提供情感价值，以及满足对仪式感、社交属性和性价比的追求
- 在这样的趋势下，具有浓厚市井气息和烟火气的小炒类餐饮消费热度越来越高。尤其是湘菜赛道中，近年备受消费者欢迎的湘菜小炒，这一细分赛道有望迎来进一步的发展

资料来源：巨量算数，数据统计时间截至2024年12月，红餐产业研究院整理

## 湘菜发展仍存在三大痛点，其蕴含着品牌突围的关键方向

### 机遇三

湘菜赛道目前仍存在品牌同质化、供应链不完善、人才缺乏等痛点，但这些痛点同时也意味着巨大的机遇。那些能够率先在这些方面取得显著成绩的品牌，将有望脱颖而出

### 湘菜赛道主要的三大痛点

01

**品牌同质化问题：**随着湘菜连锁品牌的增多，品牌同质化问题日益凸显。许多品牌在菜品、装修风格、服务流程等方面缺乏特色，难以形成独特的品牌形象，从而难以吸引和留住消费者

02

**品牌供应链建设不完善：**湘菜连锁品牌要实现跨区域发展，必须建立完善的供应链体系。然而，目前许多湘菜连锁品牌在供应链方面存在短板，如食材采购不稳定、物流配送成本高等问题，影响了品牌的扩张速度和经营效益

03

**高素质湘菜人才缺乏：**湘菜行业高素质人才的缺乏也是制约连锁品牌发展的一个重要因素。目前，湘菜行业在人才培养方面还存在不足，如高等教育结构不完善、专业培训机构缺乏等，导致行业人才短缺，难以满足连锁品牌快速发展的需求

# 湘菜发展趋势：全国布局、多元发展、体验革新与文化交融

- 综上所述，湘菜市场仍有较大的发展空间。可以预见的是，湘菜市场未来将加速全国化布局，湘菜品牌需要提升用餐体验和品牌创新水平，以满足多元化的消费需求。与此同时，湖湘文化的深度融合将为湘菜品牌注入更强的文化内涵和市场竞争能力

## 01

### 湘菜全国化 发展提速

湘菜的发展根基牢固地扎根于长沙，且在我国南部与东部区域广泛分布。未来，随着湘菜创业热潮阵营的不断壮大，湘菜品牌将凭借持续的产品迭代与创新，灵活调整以适应全国各地消费者的口味差异，稳步向全国市场渗透

## 02

### 湘菜用餐体验 逐步升级

当前，部分湘菜品牌正通过优化门店服务、升级就餐环境等多个方面，率先为消费者带来更佳的用餐体验。展望未来，将有更多品牌顺应市场趋势，加入这一行列，湘菜品牌将通过不断深化服务创新，提供更为个性化的服务和更为舒适的就餐环境，吸引更多消费者

## 03

### 品牌创新 多元化

湘菜品牌间的竞争将不再仅仅聚焦于菜品的口味，而是全面扩展到品牌定位、门店运营模式、供应链构建以及产品创新等多个维度。展望未来，市场对湘菜品牌的综合实力将提出更高的要求，品牌创新将会更多元化

## 04

### 湖湘文化 持续融合渗透

未来，湘菜品牌将会进一步将湖湘文化深度融入湘菜菜品、品牌调性和品牌故事，加强文化属性与情感共鸣，增强消费者对湘菜品牌的文化认同感与忠诚度

## 关于我们

### 红餐产业研究院

红餐产业研究院隶属于红餐网，是国内首个专注餐饮产业发展的研究机构。红餐产业研究院聚集了产业大数据、专业研究团队、产业专家智库、产业核心媒体等资源，秉持专业、严谨、客观的原则，为餐饮企业、供应链企业、投资机构和政府组织等提供高质量的研究和咨询服务，推动餐饮品牌建设、餐饮产业升级迭代，助力产业实现高速发展。红餐产业研究院的研究成果包括行业报告、案例研究、专业榜单等多种形态。其中，每年发布的年度《中国餐饮发展报告》、餐饮行业“红鹰奖”榜单和产业“红牛奖”榜单，及各类产业深度报告，在业内产生巨大影响力，受到广泛好评

### 红餐大数据

“红餐大数据”小程序，收录超过32,000个餐饮品牌、2,000余家餐饮产业上下游企业，致力于为用户提供大数据查询和分析服务，旨在通过全方位、精细的数据呈现，为餐饮从业者、投资方、意向创业者提供决策参考



扫码查看红餐大数据



扫码关注红餐智库

## 关于我们

### 兰湘子

兰湘子湘菜小炒，专为解决更多白领一族的美食体验和用餐效率问题；上菜快，吃得爽，湘菜热销榜；兰湘子产品由湖南湘菜大师团队领衔出品；是首个入驻skp的湘菜品牌，也是湘菜小炒品类开创者；2022年大众点评必吃榜上榜品牌；全国门店超300家，年均接待人次破5,000万，荣获尚普咨询“湘菜第一品牌”，沙利文权威认证“中国湘菜餐厅门店数量领先”、“湘菜辣椒炒肉销量第一”、餐宝典“新湘菜第一品牌”、“湘菜门店数量第一”、“湘菜门店增长第一”等多项权威品类认证



微信公众号  
打开微信扫一扫



微博官方号  
打开微博扫一扫



抖音官方号  
打开抖音扫一扫



微信视频号  
打开微信扫一扫



兰湘子官网



# 报告说明

## 1. 数据来源说明

1) 红餐大数据，源于对餐饮门店公开数据的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析；2) 桌面研究，基于对餐饮行业已有公开资料的搜集整理；3) 行业访谈，面向餐饮行业的创业者、高级管理人员和资深从业者进行访谈并获取信息；4) 红餐调研数据，针对餐饮消费者或餐饮从业者开展的定量问卷调研；5) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规，经用户合法授权采集数据，同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告

## 2. 数据周期

报告整体时间段：2024年1月—2024年12月

## 3. 数据指标说明及样本量

具体请参考各页标注

## 4. 免责声明

红餐所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，红餐也不例外。红餐依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，红餐不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与红餐无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担

## 5. 版权声明

本报告为红餐所作，报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护，部分内容采集于公开信息，所有权为原作者所有。未经本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定

报告主笔：黎奇奇

# 感谢观看

研究报告合作请联系

张经理 199 6625 2467



扫描二维码添加好友