

中国卤味行业发展趋势研究与未来投资分析报告 (2025-2032)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国卤味行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2025-2032）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202504/750391.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

前言：

2024年，我国头部卤味企业营收利润双降，周黑鸭、绝味、煌上煌等卤味企业门店数量大幅度缩水，造成这种情况主要原因是外部零售渠道分流、消费需求转变和经济压力等因素共同作用的结果。因此，我国卤味企业应该加快产品创新、提升供应链能力，并主动拓展多元销售渠道，才能在新一轮市场竞争中把握主动，迎来新的突破。

1、头部卤味企业营收利润双降

卤味属于一般熟肉制品，是以家禽、家畜的肉和内脏及部分水产品、蔬菜为主要原料，通过使用盐、糖、香料和其他调味料进行腌制和烹饪的食品加工品，具有味道鲜美、香味浓郁、口感独特等特点。近年，卤制品因其便于储存和携带，深受消费者喜爱，成为了我国传统食品加工中的重要组成部分，街边的卤味店随处可见，“卤味三巨头”的招牌更是遍布全国各地。

。

然而，时过境迁，随着周黑鸭、绝味食品、煌上煌陆续披露2024年财报，“卤味三巨头”均出现了营收与净利润双双下滑，且门店数量也大幅减少。根据相关资料，2024年，绝味营收为62.57亿元，同比减少13.84%，净利润大幅缩水34.04%至2.27亿元；周黑鸭收入同比下滑10.7%，至24.51亿元，净利润下降15.03%，至9820万元；煌上煌营业收入同比减少9.44%，至17.39亿元，净利润锐减42.86%，仅为4033万元，已经连续四年出现营收负增长。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

此次卤味巨头业绩下滑并非偶然。近两年，“卤味太贵”频繁登上社交媒体热搜，许多消费者抱怨价格过贵，甚至有些比肩黄金，造成这种现象的根本原因是市场竞争的加剧和消费者需求变化。例如，煌上煌则指出，消费场景的变化和消费者购买力下降，导致门店单店收入减少。同时，公司门店扩张未达预期，门店数量出现负增长，叠加促销费用提升、仓储火灾损失和商誉减值等多重因素，进一步压缩了利润空间。

之前，周黑鸭尝试通过下调客单价拉动销量，2024年客单均价下降2.51元至54.39元，但销量仍然同比减少16.83%至26159吨，其将收入下滑归因于宏观经济环境下需求不足和消费疲软。

2、周黑鸭、绝味、煌上煌等卤味企业门店数量大幅度缩水

而门店数量的变化能直接反映出卤味市场寒意。根据数据，截至2024年10月，全国卤制品门店总数约为24万家，过去一年净减少2.3万家；仅2024年上半年，三大品牌就关闭超过1700家门店。具体从卤味巨头门店来看，截至2025年4月13日，绝味食品的在营门店数为121

29家，其中有129家处于“暂停中”状态，2024年开店数仅为820家，截至目前绝味食品的开店数仅有52家。

周黑鸭和煌上煌情况也不容乐观。根据相关资料，截至2024年12月31日，周黑鸭拥有门店总数为3031家，与2023年年底的3816家相比，净减少785家，其中自营门店净减少94家至1591家，特许经营门店净减少了691家至1440家；煌上煌的总门店数为3660家，较2023年底的4497家，净减少了837家，其中直营门店减少21家至241家，加盟店减少816家至3419家。

数据来源：观研天下整理

近几年，头部卤味企业不断积极寻求内部提效和成本控制的空间，但一味靠降本增效来对冲需求下滑的空间有限。

3、原材料采购成本暴涨导致生产端压力骤增，削弱卤味行业企业盈利能力

事实上，导致我国卤味市场遇冷不仅仅只有消费环境变化，还有众多内部因素的叠加。

第一，生产成本的不可控严重压缩企业利润。根据相关资料，卤味产品高度依赖鸭类等禽肉副产品，而这些原材料价格极易受到市场波动的影响。2021-2023年，由于饲料价格持续上涨，鸭副产品市场价格同步攀升，如豆粕价格在短短两年内由每吨3000元涨至5600元，带动鸭脖等原材料价格由12元/公斤猛增至27元/公斤。

原材料采购成本暴涨导致生产端压力骤增，大幅削弱企业的盈利能力。因此，卤味品牌通过提价来保住利润，但是频繁的价格上调让消费者越来越敏感，纷纷减少卤味消费频次，甚至转向其他休闲食品或者渠道。

第二，消费需求持续减弱，冲击卤味巨头市场扩张步伐。例如，绝味食品业务模式依赖加盟快速增加门店数量，在消费热情高涨时会为企业带来营收增长，但市场需求趋弱，加盟商信心随之动摇，扩张速度放缓。根据上述内容可知，2024年绝味开店数仅为820家，2025年至今绝味食品的开店数仅有52家。

数据来源：观研天下整理

在此情势下，部分卤味企业开始重新调整经营重心，由追求数量转向提升单店运营质量和盈利能力，如绝味食品在最新公告中将“提升单店业绩”和“保障加盟商生存”列为核心任务。不过，在终端售价持续高企、消费需求尚未恢复的背景下，单店收入提升的空间有限，我国卤味行业整体增长空间持续被压缩。

4、消费渠道与场景多元化、消费者需求变化等因素阻碍卤味行业发展

除了上述内部因素影响外，我国卤味行业外部环境也发生深刻变化，其主要表现在消费需求的转移。

首先，消费渠道多元化不断分流传统卤味门店客流。近几年，随着量贩零食店、电商平台、即时配送和社区团购等新兴零售渠道，凭借更丰富的产品选择、更便捷的购买方式和更灵活

的促销策略，不断蚕食卤味行业原有市场。例如，“零食很忙”“来伊份”等量贩零食店不断推出卤味产品，满足消费者对即食和休闲食品的需求。

与此同时，商超渠道变革对卤味行业冲击非常大。近年来，经过“调改”后的各大商超明显加大自有加工商品的布局。例如，胖东来和步步高通过供应链优化和商品结构升级，大幅提升门店加工商品的销售占比，成为业绩增长的新引擎；山姆会员店依靠自加工和创新熟食单品，进一步提升用户的复购率和满意度。

相比之下，传统卤味门店大部分依赖加盟扩张、标准化菜单，缺乏灵活性与快速反应能力，其创新能力和供应链整合能力有限，难以与商超在产品、成本和渠道等方面抗衡。

其次，消费者饮食习惯和需求也不断变化，尤其是疫情后，国内经济环境承压，市场消费回归理性，越来越多消费者注重产品的性价比和便利性。而且，随着健康饮食理念逐步深入人心，传统卤味以重口味、高油高盐为主的产品难以吸引新一代消费者。

最后，熟食、预制菜、烘焙面点等其他加工食品品类不断丰富，进一步分食卤味的消费场景。

那么，我国卤味企业应该加快产品创新、提升供应链能力、健康化转型，并主动拓展多元销售渠道，才能在新一轮市场竞争中把握主动，迎来新的突破，进而纾解企业面对的困境。

我国卤味企业发展建议

建议

释义

产品革新

预制卤味：盒马推出“当日卤”系列，抢占家庭消费场景；卤味+烘焙（虎头局麻薯卷）、卤味火锅底料（绝味）等。

渠道升级

直播电商占比突破15%（2023年），锁鲜包装技术延长线上产品保质期。

健康化转型

国家卫健委减盐政策推动行业配方调整，天然香辛料使用率提升20%。

供应链优化

绝味建设自动化工厂，单店配送成本下降8%；紫燕构建“中央厨房+冷链配送”体系。

资料来源：观研天下整理（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国卤味行业发展趋势研究与未来投资分析报告（2025-2032）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国	卤味	行业发展概述
第一节	卤味	行业发展情况概述
一、	卤味	行业相关定义
二、	卤味	特点分析
三、	卤味	行业基本情况介绍
四、	卤味	行业经营模式
		(1) 生产模式
		(2) 采购模式
		(3) 销售/服务模式
五、	卤味	行业需求主体分析
第二节 中国	卤味	行业生命周期分析
一、	卤味	行业生命周期理论概述
二、	卤味	行业所属的生命周期分析
第三节	卤味	行业经济指标分析
一、	卤味	行业的赢利性分析
二、	卤味	行业的经济周期分析
三、	卤味	行业附加值的提升空间分析
第二章 中国	卤味	行业监管分析
第一节 中国	卤味	行业监管制度分析
		一、行业主要监管体制
		二、行业准入制度
第二节 中国	卤味	行业政策法规
		一、行业主要政策法规
		二、主要行业标准分析
第三节 国内监管与政策对	卤味	行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】			
第三章 2020-2024年中国	卤味	行业发展环境分析	
第一节 中国宏观环境与对	卤味	行业的影响分析	
一、中国宏观经济环境			
二、中国宏观经济环境对	卤味	行业的影响分析	
第二节 中国社会环境与对	卤味	行业的影响分析	
第三节 中国对磷矿石易环境与对	卤味	行业的影响分析	
第四节 中国	卤味	行业投资环境分析	
第五节 中国	卤味	行业技术环境分析	
第六节 中国	卤味	行业进入壁垒分析	
一、	卤味	行业资金壁垒分析	
二、	卤味	行业技术壁垒分析	
三、	卤味	行业人才壁垒分析	
四、	卤味	行业品牌壁垒分析	
五、	卤味	行业其他壁垒分析	
第七节 中国	卤味	行业风险分析	
一、	卤味	行业宏观环境风险	
二、	卤味	行业技术风险	
三、	卤味	行业竞争风险	
四、	卤味	行业其他风险	
第四章 2020-2024年全球	卤味	行业发展现状分析	
第一节 全球	卤味	行业发展历程回顾	
第二节 全球	卤味	行业市场规模与区域分	卤味 情况
第三节 亚洲	卤味	行业地区市场分析	
一、亚洲	卤味	行业市场现状分析	
二、亚洲	卤味	行业市场规模与市场需求分析	
三、亚洲	卤味	行业市场前景分析	
第四节 北美	卤味	行业地区市场分析	
一、北美	卤味	行业市场现状分析	
二、北美	卤味	行业市场规模与市场需求分析	
三、北美	卤味	行业市场前景分析	
第五节 欧洲	卤味	行业地区市场分析	
一、欧洲	卤味	行业市场现状分析	
二、欧洲	卤味	行业市场规模与市场需求分析	
三、欧洲	卤味	行业市场前景分析	

第六节 2025-2032年全球	卤味	行业分	卤味	走势预测
第七节 2025-2032年全球	卤味	行业市场规模预测		
【第三部分 国内现状与企业案例】				
第五章 中国	卤味	行业运行情况		
第一节 中国	卤味	行业发展状况情况介绍		
一、	行业发展历程回顾			
二、	行业创新情况分析			
三、	行业发展特点分析			
第二节 中国	卤味	行业市场规模分析		
一、	影响中国	卤味	行业市场规模的因素	
二、	中国	卤味	行业市场规模	
三、	中国	卤味	行业市场规模解析	
第三节 中国	卤味	行业供应情况分析		
一、	中国	卤味	行业供应规模	
二、	中国	卤味	行业供应特点	
第四节 中国	卤味	行业需求情况分析		
一、	中国	卤味	行业需求规模	
二、	中国	卤味	行业需求特点	
第五节 中国	卤味	行业供需平衡分析		
第六节 中国	卤味	行业存在的问题与解决策略分析		
第六章 中国	卤味	行业产业链及细分市场分析		
第一节 中国	卤味	行业产业链综述		
一、	产业链模型原理介绍			
二、	产业链运行机制			
三、	卤味	行业产业链图解		
第二节 中国	卤味	行业产业链环节分析		
一、	上游产业发展现状			
二、	上游产业对	卤味	行业的影响分析	
三、	下游产业发展现状			
四、	下游产业对	卤味	行业的影响分析	
第三节 中国	卤味	行业细分市场分析		
一、	细分市场一			
二、	细分市场二			
第七章 2020-2024年中国	卤味	行业市场竞争分析		
第一节 中国	卤味	行业竞争现状分析		

一、中国	卤味	行业竞争格局分析
二、中国	卤味	行业主要品牌分析
第二节	中国 卤味	行业集中度分析
一、中国	卤味	行业市场集中度影响因素分析
二、中国	卤味	行业市场集中度分析
第三节	中国 卤味	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征		
二、企业规模分 布	特征	
三、企业所有制分布特征		
第八章	2020-2024年中国 卤味	行业模型分析
第一节	中国 卤味	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理		
二、供应商议价能力		
三、购买者议价能力		
四、新进入者威胁		
五、替代品威胁		
六、同业竞争程度		
七、波特五力模型分析结论		
第二节	中国 卤味	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述		
二、行业优势分析		
三、行业劣势		
四、行业机会		
五、行业威胁		
六、中国 卤味		行业SWOT分析结论
第三节	中国 卤味	行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述		
二、政策因素		
三、经济因素		
四、社会因素		
五、技术因素		
六、PEST模型分析结论		
第九章	2020-2024年中国 卤味	行业需求特点与动态分析
第一节	中国 卤味	行业市场动态情况
第二节	中国 卤味	行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 卤味

行业成本结构分析

第四节 卤味

行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 卤味

行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国

卤味 行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 卤味

行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 卤味

行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 卤味

行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 卤味

行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国

卤味 行业区域市场现状分析

第一节 中国 卤味

行业区域市场规模分析

一、影响 卤味

行业区域市场分布 的因素

二、中国 卤味

行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 卤味

行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 卤味

行业市场分析

(1) 华东地区 卤味

行业市场规模

(2) 华东地区	卤味	行业市场现状
(3) 华东地区	卤味	行业市场规模预测
第三节 华中地区市场分析		
一、华中地区概述		
二、华中地区经济环境分析		
三、华中地区	卤味	行业市场分析
(1) 华中地区	卤味	行业市场规模
(2) 华中地区	卤味	行业市场现状
(3) 华中地区	卤味	行业市场规模预测
第四节 华南地区市场分析		
一、华南地区概述		
二、华南地区经济环境分析		
三、华南地区	卤味	行业市场分析
(1) 华南地区	卤味	行业市场规模
(2) 华南地区	卤味	行业市场现状
(3) 华南地区	卤味	行业市场规模预测
第五节 华北地区 卤味 行业市场分析		
一、华北地区概述		
二、华北地区经济环境分析		
三、华北地区	卤味	行业市场分析
(1) 华北地区	卤味	行业市场规模
(2) 华北地区	卤味	行业市场现状
(3) 华北地区	卤味	行业市场规模预测
第六节 东北地区市场分析		
一、东北地区概述		
二、东北地区经济环境分析		
三、东北地区	卤味	行业市场分析
(1) 东北地区	卤味	行业市场规模
(2) 东北地区	卤味	行业市场现状
(3) 东北地区	卤味	行业市场规模预测
第七节 西南地区市场分析		
一、西南地区概述		
二、西南地区经济环境分析		
三、西南地区	卤味	行业市场分析
(1) 西南地区	卤味	行业市场规模

(2) 西南地区	卤味	行业市场现状	
(3) 西南地区	卤味	行业市场规模预测	
第八节 西北地区市场分析			
一、西北地区概述			
二、西北地区经济环境分析			
三、西北地区	卤味	行业市场分析	
(1) 西北地区	卤味	行业市场规模	
(2) 西北地区	卤味	行业市场现状	
(3) 西北地区	卤味	行业市场规模预测	
第九节 2025-2032年中国	卤味	行业市场规模区域分布	预测
第十二章	卤味	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节 企业一			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
(1) 主要经济指标情况			
(2) 企业盈利能力分析			
(3) 企业偿债能力分析			
(4) 企业运营能力分析			
(5) 企业成长能力分析			
四、公司优势分析			
第二节 企业二			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			
(1) 主要经济指标情况			
(2) 企业盈利能力分析			
(3) 企业偿债能力分析			
(4) 企业运营能力分析			
(5) 企业成长能力分析			
四、公司优势分析			
第三节 企业三			
一、企业概况			
二、主营产品			
三、运营情况			

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 卤味 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 卤味 行业未来发展前景分析

一、中国 卤味 行业市场机会分析

二、中国 卤味 行业投资增速预测

第二节 中国 卤味 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 卤味 行业规模发展预测

一、中国 卤味 行业市场规模预测

二、中国 卤味 行业市场规模增速预测

三、中国 卤味 行业产值规模预测

四、中国 卤味 行业产值增速预测

五、中国 卤味 行业供需情况预测

第四节 中国 卤味 行业盈利走势预测

第十四章 中国 卤味 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 卤味 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 卤味 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 卤味 行业品牌营销策略分析

一、 卤味 行业产品策略

二、 卤味 行业定价策略

三、 卤味 行业渠道策略

四、 卤味 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202504/750391.html>