

“虾吃虾涮虾火锅”防疫安全性 测评报告

(NCBD 餐饮测评系列)

NCBD

餐宝典 New Catering Big Data

目 录

一、测评目的	3
二、测评方法	4
三、公司概况	5
四、行业介绍	6
五、测评情况	9
六、测评结果	12
七、测评等级	14
八、结语	15
权利声明	18
免责声明	18

一、测评目的

2020 年春节，一场突如其来的疫情给整个餐饮行业几乎按下了暂停键。餐饮的主战场堂食纷纷关闭，许多餐饮企业开始通过线上外卖、售卖半成品以及直播卖货等各种形式开展自救。随着国内疫情逐渐得到控制，各地餐饮企业陆续恢复堂食，但很多人期待的报复性消费并没有出现。不少餐饮从业者坦言：停业是等死，开业是找死。

为了支持餐饮行业、刺激消费，多地政府纷纷以发放消费券的形式来鼓励民众到店进行消费，甚至还有一些地方的“一把手”带头下馆子，以实际行动支持餐饮行业的复苏。与此同时，许多餐饮企业也纷纷出台了一系列疫情防疫的措施，试图通过完善的整套防疫措施，来打消消费者心中的顾虑。

那么，对于这些餐企来说，它们是不是真的能做到让消费者放心？这些餐饮企业是不是真的有完善的防护措施？它们在员工、顾客方面是怎样防护的？外卖如何保障安全？在防护方面的对外宣传与实际的执行是否一致？以及在这些餐企中，哪些品牌做得更好，哪些品牌更能让消费者放心？

为了帮助消费者了解餐饮企业在疫情防护方面的措施与实际的执行情况，餐宝典针对部分餐饮品牌开展了疫情防护专项测评，试图还原这些餐饮企业门店在疫情防护方面的真实面貌，给消费者的消费决策提供一个参考。

二、 测评方法

本测评主要通过线下探店与企业访谈相结合的形式来进行。针对线下探店，按区域随机选择至少三个不同的门店，测评员通过暗访的形式在不同的用餐时间段内进行实地调研。

对于部分无法直接观察到的信息，测评员会在不暴露身份的前提下向店员获取相关信息。同时，我们也会侧面向企业了解相应的防御措施。最终，结合以上调研内容，完成本测评报告。



三、公司概况

创办时间： 虾吃虾涮虾火锅于2014年在北京创立，隶属于北京筷客乐园餐饮管理有限公司， 是“虾火锅”品类的开创者。

门店数量： 截至2019年底，虾吃虾涮已在全国范围内开店超过1000家，目前依然在扩张中。

所属品类： 虾火锅，定位“虾主题时尚养生火锅”。

所获荣誉： 近期获得的主要荣誉有“2019中国火锅十大品牌”“2019京城人气餐饮品牌”“2018最受欢迎加盟品牌”“2018连锁之星”。创始人牛艳曾获评“2018年度CEO峰会十大女性创业者”。

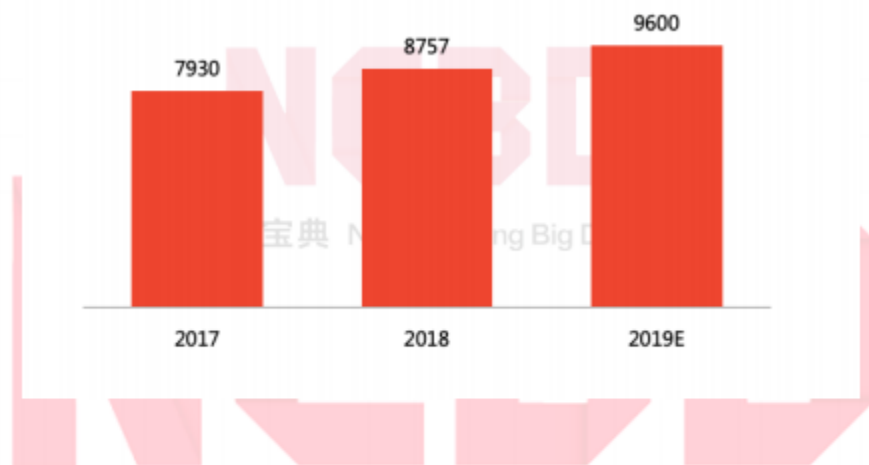
产品特点： ①聘请香港食神戴龙担任技术总顾问；②虾选用世界三大著名对虾品种之一的南美白对虾， 肉质鲜美， 含肉率高， 营养丰富；③核心调料选用天然香料及各种名贵中药材；④根据不同季节而变换锅底和配菜；⑤锅底吸取了全国各地各种汤锅的灵感， 健康养生；⑥先吃虾后涮菜， 一锅两吃。

四、 行业介绍

中国的火锅主要分为四大类，川式火锅、粤式火锅、北派火锅以及其他火锅。

NCBD（餐宝典） 数据显示，2018 年中国火锅市场规模为 8757 亿元， 占整个餐饮市场的 20.5%；2019 年这一数据为 9600 亿元，如果不是疫情影响，中国的火锅市场将在 2020 年突破一万亿元大关，也会是第一个突破万亿关口的餐饮品类。

2017-2019中国火锅市场总收入及预测（亿元）



餐宝典 New Catering Big Data

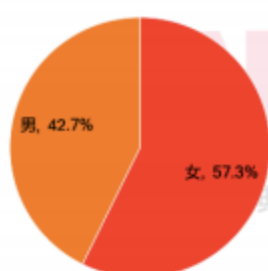
2015-2018中国火锅消费者规模

2018 年，中国的火锅消费者规模达到了 8.51 亿人，几乎是全民都爱火锅。火锅不仅征服了中国人的胃，在海外也颇受欢迎。从我国火锅的消费群体来看，女性占比 57.3%，其中 18—30 岁之间的占比接近 60%。也就是说，火锅的消费者主要是年轻女性。



数据来源：NCBD

2019中国火锅消费者性别分布



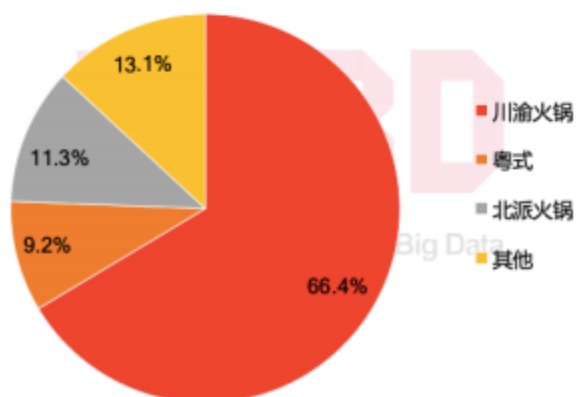
2019中国火锅消费者年龄分布



数据来源：NCBD

在整个火锅市场中，包括虾火锅在内的各类特色火锅，近些年来发展比较迅猛，出现了一批优秀的品牌。这其中，虾吃虾涮最为典型，是其中的代表，成立 5 年便开了超过 1000 家店。

2018年中国火锅细分市场结构



火锅在餐饮行业中占据如此大的比重，除了广受用户欢迎外，还与其相对易标准化、对厨师依赖性较小以及用户可参与空间较大等因素有关。根据餐宝典的研究，中国火锅行业的发展呈现出以下趋势：

- ① **进入全国性品牌竞争阶段：**在中国火锅行业，呈现新老品牌并存、单业态产品为主、连锁企业多个子品牌经营明显的特征。不同城市进入不同发展阶段，一、二线城市进入成熟转型期，三、四线城市进入发展期。另外，由品类打

造特色火锅品牌向规模化发展，火锅餐饮进入全国性品牌竞争阶段。

② **新技术在餐饮方面的应用将极大提升：**新技术在餐厅管理方面发挥的作用越来越突出。自助点餐、自动排队以及送餐机器人等技术的应用不仅提升了餐厅的管理效率，也提升了消费者的消费体验。同时，借助这些新技术，火锅餐厅能够自主掌握消费者的消费数据，进而通过大数据的分析，来指导餐厅的运营，为餐厅提供决策依据。通过大数据，让决策更加理性、科学、有依据。

③ **消费者更注重营养健康：**随着国民消费水平的提升，如今的消费者已经越来越注重吃得营养、吃得健康，尤其是火锅的主力消费群体——年轻女性。这让各类主打健康养生的特色火锅得以迅猛发展，其中以虾吃虾涮最为突出，它目前已经成长为特色火锅头部品牌，并且跻身中国十大火锅品牌之列。

④ **外卖市场快速发展：**随着在线外卖的不断发展，中国消费者已经形成了外卖消费的习惯，火锅的外卖也在蓬勃发展，未来这一趋势将继续延续。从海底捞火锅外卖的业绩来看，消费者对于火锅外卖有很大的消费需求。火锅企业需及时洞察解消费者需求，满足消费者需求。

五、测评情况

针对本报告测评对象虾吃虾涮虾火锅，餐宝典测评小分队共选择了三个门店进行测评， 分别是：北京果园总店、北京劲松店以及重庆万州万达店。以下是测评门店具体信息：

（1）门店 A：虾吃虾涮北京果园总店

门店地址： 北京通州区果园环岛西北角新华南路如家酒店底商

测评时间： 2020 年 4 月 20 日， 周一中午

客单价： 79 元/人（以大众点评数据为参考）

门店展示：



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/367161012106006111>