

湊湊火锅两家门店先后关停 海口火锅市场竞争日益激烈 价格回归+产品创新成生存之道

海口的火锅店有多“卷”？近期，知名连锁火锅品牌湊湊火锅先后关闭了cdf海口国际免税城与海口万象城两家门店，目前省内已无门店在营，暂时退出了海口火锅市场的角逐。

有观点认为，湊湊“暂退”海口市场的背后，是该品牌价格调性尚未与本地消费者有效匹配的结果。近年来，海口餐饮市场的发展愈发繁荣，在市场选择增多、竞争愈发激烈的背景下，撇去品牌既有的滤镜，保证品质并推动价格的回归，或许才是品牌长远发展的法门。

南国都市报记者 王子遥 文/图



湊湊火锅海口万象城店已停业。

湊湊海口门店先后关停 省内已无在营门店

近日，湊湊海口门店停业的消息在海口不少热爱火锅的消费者之间传播开来。

作为“火锅第一股”呷哺集团旗下主打“火锅+茶饮”模式的中高端火锅品牌，湊湊火锅于2022年6月登陆海口，在海口万象城店设下了岛内首家门店，开业当天便引来无数火锅爱好者争相排队品尝。

然而两年时间过去，这家曾经红火无比的门店却已风光不再。7月6日，记者在海口万象城3层的湊湊火锅门店前看到，门店入口已经被餐车简单地遮挡起来，店内设施虽然尚未拆除，但灯光已经全部关闭，门口的旗下茶饮品牌“茶米茶”也一同歇业，整店已然无人值守。昏暗的店内与左右营业的热闹门店形成了鲜明对比，相较其往日众多食客排队等候用餐的盛况，更是令人唏嘘。

在门店门口，湊湊火锅也放出了停止营业的通知。通知上写道，由于店铺内部调整，该店自2024年6月30日起暂停营业，并附上了储值退款的具体渠道。记者从海口万象城方面了解到，该店在海口万象城的租约已经到期，湊湊方面并未选择续租。

值得一提的是，与湊湊火锅万象城店先后关停的还有其位于cdf海口国际免税城内的门店，目前门店店址也已被免税城方面收回。

随着这两家门店的先后关停，目前湊湊火锅在海南已无在营门店。虽然在海口王府井海垦广场内仍有一家湊湊火锅挂有装修围挡，但据知情人士透露，该门店自去年底挂上围挡后至今已半年时间没有动静，已不被业界看好能够开业。

“以后吃不到湊湊了吗”“好可惜，我还蛮喜欢他们家的茶饮的”，在社交平台上，一些消费者对海口湊湊火锅的歇业表达了惋惜。

事实上，湊湊火锅的母公司呷哺集

团旗下还有平价火锅品牌“呷哺呷哺”，早在2019年底，呷哺呷哺就曾登陆海南，在海口N次方公园开设海南首店。但在开业爆火后热度逐渐下降，最终关店。企查查数据显示，呷哺呷哺餐饮管理(深圳)有限公司海口万象城店的登记状态已于今年3月29日更改为“注销”，企业经营状态也已变更为“歇业”。

缘何“掉队”？ 价格或为主导因素

在业内人士看来，价格或许是湊湊火锅逐步从海口火锅市场“掉队”的直接原因。

“作为中高端火锅品牌，湊湊在门店区位的选择上是有要求的，在价格定位方面也是较高的。”省内某连锁餐饮店市场总监陈太华直言，“但从市场口碑看，有消费者并未明显感受到与其高价格相符的产品与服务。”

这也是中高端火锅品牌必须面临的调整。从近年来写进财报的数据来看，不少火锅品牌都在选择“降价”。

2023年，海底捞的人均消费水平创下近年新低，从2022年的104.9元下跌至99.1元，跌破百元大关；和太二酸菜鱼同属九毛九集团的怂火锅的人均消费也从2022年的128元降至2023年的113元。

相比之下，湊湊火锅的人均消费虽然从2022年的150.9元下降至2023年的142.3元，但整体仍大幅领先于海底捞和怂火锅。

具体到海口，通过第三方平台比价可见，海口湊湊门店110元上下的人均消费虽不及财报当中的人均消费水平，但依旧比均价低于100元的海底捞以及百元出头的怂火锅要高些许。

据了解，怂火锅近期还进一步调整了菜单，对锅底、荤菜和素菜等多款产品均进行了降价。记者在怂火锅海口国贸店内看到，年内对菜品进行过调价的怂火锅不仅推出了9.9元的鸡肉类产品，部

分素菜产品价格也下调至6.6元，以求提升菜品的整体性价比。而形成对比的，是今年2月调价后的湊湊却被部分网友曝出锅底与部分菜品价格上涨，在社交平台引发讨论。

陈太华认为，在其他中高端火锅纷纷下调价格水平的背景下，湊湊的市场竞争力被进一步削弱，流量逐渐下滑也是大势所趋；而其菜品价格以及品牌方对国内经营区域整体的决策判断，是湊湊从海口“退场”的决定性因素。

湊湊母公司呷哺集团在2023年财报中明确，基于其客单价相对于市场内其他竞争对手而言仍处于较高的水平，2024年，湊湊会暂缓对于二、三线城市的下沉步伐，新开计划集中于一线城市及部分二线城市中较发达的城市及区域，新门店将会极度慎重地评估选址点位，其投资回收期也将由原来的14个月优化至12个月，以加快资金回收速度。依据相关说法不难推测，湊湊将把重心逐步挪回一线城市进行发展，对于其他地区的门店从开店到经营，都将采取更加审慎的态度。

“海南火锅市场有一定特殊性和复杂性，比如消费者对口味的偏好呈现多元化特点——海南本地居民倾向于清淡口味，但来自全国各地的游客对火锅口味的需求却多样复杂，对价格的敏感度也有所不同。”海底捞相关负责人分析道。

市场繁荣推动竞争愈烈 价格回归系大势所趋

从另一角度，湊湊的“退场”也是省内餐饮市场繁荣，竞争愈发激烈的缩影。

随着海南加快自由贸易港与国际旅游消费中心建设，越来越多的餐饮首店进入海南。单从火锅行业来看，近年来就有朱光玉、湊湊、楠火锅、萍姐火锅、谭鸭血等一众连锁火锅品牌先后在海口等地开设门店，有效助推了岛内火锅行业乃至餐饮行业的火爆。

企查查数据显示，以海口市为例，2022年海口火锅相关企业注册数量为66家，2023年火锅相关企业注册数量增至122家，截至今年6月，年内共有62家火锅相关企业在海口注册，先后入局海口餐饮市场。在大众点评等第三方相关平台搜索“火锅”关键词，仅能够显示出的海口各类大小火锅店就足有上百家之多。

餐饮市场的繁荣也直观体现在数据上——海南省统计局公开的数据显示，2023年，海南省餐饮收入达350.95亿元，同比增长34.4%，大幅领先于20.4%的全国餐饮收入同期增速；今年1-5月，海南省餐饮收入135.79亿元，同比稳步增长2%，继续保持上升势头。

伴随着市场的繁荣，竞争也随之而来。事实上除了湊湊之外，海底捞也曾在海南门店方面进行过调整，谭鸭血老火锅近年来也陆续优化了门店布局，先后关闭了其海甸岛店、国贸店、远大购物中心店以及海口京航店等。

“良性的市场竞争有利于市场的长期健康发展。在竞争激烈的市场格局下，以火锅为代表的餐饮品牌应在保持品质的基础上提升产品性价比，同时在产品以及营销手段方式探索更多创新，以满足如今消费者多样化、个性化的需求。”海南省酒店与餐饮行业协会秘书长陈刚坦言。

如今，部分火锅品牌已在用实际行动进一步贴合海南市场与消费者。以海底捞为例，在产品侧发力的海底捞在头部连锁火锅品牌中率先推出了颇具海南本地特色的海鲜糟粕醋锅底；为适应海南夏季市场，海底捞还于近期在海南市场同步推出了夏季系列主题新品，部分门店还推出了DIY冰粉等活动。

“政府对餐饮业的扶持政策以及海南自贸港建设，为火锅市场提供了良好的发展环境。在我们看来，海南火锅市场还有很多待发掘空间。”海底捞相关负责人介绍称，未来海底捞在海南市场还将继续进行区域特色化尝试，推出更多定制化服务和菜品。

在食品产业分析师朱丹蓬看来，目前国内餐饮行业已经处于消费端不断倒逼产业端创新升级迭代的节点上，需要餐饮品牌逐步调整自身的价格体系与产品矩阵，加大服务升级的力度以及对客户粘性的维护。

“我们可以看到，有越来越多的餐饮消费者将消费的核心需求放在了质价比与性价比上，也就是说在保证质价比的前提下，消费者愈发看重具体餐饮品牌能否提供更高的性价比产品，这也是整个餐饮行业不断发展的一个很具体的结果。在这一过程中，价格的回归可以说是大势所趋，对于餐饮品牌保证市场占有率，提升核心竞争力与抗风险能力都有着积极影响。”朱丹蓬表示，随着火锅行业的持续发展，价格的回归无论对于品牌方的发展、产业链上下游的夯实乃至消费者的需求，或许都是一条更为健康和能够寻求共赢的大道通途。