



图片由AI生成

随着气温不断攀升,夜间餐饮正成为拉动消费增长的重要力量。其中火锅品类凭借其社交属性与场景延展性,在夜间消费市场展现出强劲势能。这一现象背后,以某火锅餐饮为代表的头部品牌通过“产品创新×场景革命×供应链协同”的三维联动,不仅实现夜间客流增长,更探索出一条可复制的业态升级路径。其核心逻辑并非简单的价格竞争,而是以差异化体验重构消费价值,为火锅行业在夜经济的突围提供了范本。

夜经济热潮涌动

火锅业如何以“产品+场景+供应链”熔铸增长新引擎

□ 华西社区报记者 杨春梅

产品创新

从风味研发到场景适配的全链路突破

在夜宵时段,消费者对产品的需求更聚焦于“差异化体验”与“即时满足感”。某火锅品牌的实践表明,产品创新需构建“风味研发—食材溯源—区域适配”的闭环体系。例如,其夜宵主题店推出的跳水美蛙鱼锅底,精选湖南、湖北、安徽等地的A级牛蛙,通过非遗马井老坛泡菜工艺与淡爽拉格啤酒的融合,打造出酸爽麻香的复合味型,成为年轻消费者社交分享的“味觉符号”。这种将地域食材、传统工艺与现代口味结合的创新模式,既保障了产品品质,又形成了独特的记忆点。

记者了解到,除核心锅底外,还针对夏季夜宵场景推出“瓜瓜派对”蔬菜拼盘、“瀑布大鱿鱼片”等造型独特的涮品,以及芭乐莓莓牛油果饮品、椰椰柚子冰激凌等解腻产品。这种“主食+小吃+饮品”的组合策略,不仅丰富了夜宵矩阵,更通过高颜值与趣味性提升客单价。数据显示,夜宵时段的产品组合销售占比已超过传统套餐,成为拉动营收增长的新引擎。

场景革命

低执行成本与高传播回报的平衡艺术

夜经济的核心是“时间经济”,如何让消费者在有限时段内获得超值体验,是场景革命的关键。当传统宵夜陷入同质化竞争时,夜宵主题店以“火锅 Livehouse”模式破局:在专业声学设计的空间内,I型消费者可在静音区享受蔬菜拼盘,而E型人群在狂欢区随DJ节奏互动,两类区域通过隔音幕墙实现共融。这种设计看似增加人力成本,实则通过弹性排班与时段聚焦,使夜段翻台效率达到传统模式的2倍以上。更值得借鉴的是其“大唐侍郎”对诗活动,仅需服务生掌握部分唐诗与荔枝兑换规则,却催生百万级社交传播,印证了“低执行成本、高传播回报”的场景创新逻辑。

政策赋能与系统战

夜经济时代的竞争新范式

夜经济的爆发式需求对供应链提出更高要求。通过“中央厨房预加工+区域中心店灵活调配”的组合,实现标准化与

抗风险能力的平衡。例如,其鲜切主题店涵盖牛肉、羊肉、海鲜等品类,通过区域中心店的弹性储备,确保24个城市门店的食材新鲜度与供应稳定性。这种模式不仅降低库存压力,更通过规模效应提升议价能力。

《餐饮业促进和经营管理办法》的出台,为火锅行业的场景实验提供制度保障。政策明确鼓励“业态融合创新”,支持企业探索“火锅+文旅”“火锅+社区服务”等新模式。对企业而言,需建立“三线并行”的落地框架:前端用主题店打造体验样板,中台构建区域特色食材数据库,后端通过弹性供应链协议控制风险。

火锅行业的竞争已进入“系统战”阶段。实践表明,夜经济的增长引擎在于将产品创新转化为场景体验,再通过供应链协同实现规模化复制。当火锅与夜经济深度融合,这场关于“舌尖上的时间战争”,才刚刚开始。对于从业者而言,唯有以用户需求为导向,构建“产品—场景—供应链”的闭环生态,方能在夜经济的浪潮中占据先机。