



出品/联商网&搜铺网

撰文/牧之

2021年，餐饮业依旧艰难。

据企查查

数据显示，超过100万家餐饮门店在2021年关闭。冰冷的数字下，埋葬的是餐饮从业者的煎熬与无奈。

在疫情反复、经济起伏以及消费疲软等多重不利因素之下，客流下滑，业绩承压已成行业面临的普遍困境，纵然强如海底捞也无法避免大规模关店的残酷现实。

餐饮行业面临着重新洗牌，优胜劣汰依旧是永恒的生存法则。

据联商网零售研究中心的不完全统计，2021年至少有25家餐饮品牌出现大规模关

店或直接阵亡，涉及火锅、茶饮、烘焙、面食米粉等多个品类，知名品牌如海底捞、呷哺呷哺、德克士、茶颜悦色、新元素、许留山等。

2021年部分餐饮品牌阵亡及闭店名单

品牌	定位	城市	闭店时间	备注
海底捞	火锅	全国	11月5日-12月31日	关店300家
呷哺呷哺	火锅	全国	8月	关店200家
德克士	快餐	全国	全年	关店近百家
茶颜悦色	茶饮	长沙	11月	关店80家
新元素	轻食	全国	12月14日	新元素进入破产清算阶段, 门店将陆续全部关闭
宜芝多	烘焙	全国	6月	门店全关, 预付卡终止兑付并理赔
LADY M	烘焙	北京	第四季度	北京多家门店关闭
许留山	甜品	全国	全年	退出香港市场、大陆近150家门店注销
浮力森林	烘焙	杭州	7月7日	关厂闭店
味千拉面	面食快餐	全国	全年	关店超30家
面包新语	烘焙	西安	2月23日	退出西安市场
乐乐茶	茶饮	全国	第三季度	全国多地关店, 退出重庆、西安
狗不理	特色中餐	北京	3月	退出北京市场, 天津大本营也在收缩
乔乔的粉	快餐	郑州	9月	海底捞副牌, 门店全关
大牟田	日料	北京	11月	海底捞副牌, 门店歇业
捞派有面儿	面食快餐	成都	11月	海底捞副牌, 门店全关
佰麸私房面	面食快餐	郑州	11月	海底捞副牌, 门店全关
趣小面	面食快餐	北京	11月	陆正耀创业项目, 门店已改名
东海堂	烘焙	广州	8月26	正式歇业, 鼎盛时期曾在广州拥有超过100家门店和300多家分销点
优莎蜜尔	烘焙	海口、三亚等	12月25日	多家门店关闭, 拖欠员工工资
三上日料	日料	杭州、宁波	2月	杭州、宁波5家门店全部关闭
长沙金牛角王	中西餐厅	长沙	2月3日	亏损严重, 无力经营, 已正式闭店
小蛋壳炸鸡	小吃	金华	1月	郑爽的炸鸡店, 涉嫌非法经营, 已被下架
斗篷火锅	火锅	成都	第四季度	创始人Angelababy, 品牌首店已关闭, 退出成都
煌飞鸿功夫酒楼	特色中餐	南京	8月9日	停业闭店

备注/数据来源于媒体公开报道
出品/联商网零售研究中心
统计/牧之

联零售 商天下
www.linkshop.com

联商APP, 日均3万+
零售核心中高管的选择



火锅：行业洗牌，赛道变天

近日，郑州一家火锅店因贴出的一张写满“辛酸史”的停业公告走红网络，被网友戏称为“2021最惨火锅店”。该店开业半年，先是遇上郑州“7·20”特大暴雨停业，又接连经历疫情，总共停业3次，在亏了几十万的情况下，还面临股东退股、房租续交、供应商结账款等各种压力。

郑州“最惨火锅店”的遭遇是整个火锅赛道2021年心酸历程的一个缩影。不过，这个火锅店还算幸运，起码还活着，而很多同行已经倒下了。企查查数据显示，2021年火锅相关企业吊销注销的有3.8万家，可谓惨烈。即便头部连锁巨头，也难逃大规模关店的命运。火锅界的绝对“扛把子”海底捞都不得不及及时止损，宣布2021年底前关停门店300家。有着“小火锅之王”称号的呷哺呷哺，也宣布关闭200家并且当年不再拓店。



此外，有着明星光环的网红火锅店也显现颓势。Anglebaby旗下的斗塗火锅，品牌首店已经关闭，并且退出成都市场。而郑恺退出火凤祥一事，也在坊间闹得沸沸扬扬。明星火锅店仅靠明星带来的流量优势，往往也只能昙花一现。

不过，在海底捞、呷哺呷哺等传统巨头大规模关店的同时，一些新品牌却逐渐崛起，频频爆出融资传闻，展现出蓬勃的生命力，呈现一片欣欣向荣之景。火锅赛道似有变天之势。

2021年8月初，以“大刀腰片”为特色的新锐火锅品牌周师兄宣布已完成亿元A轮融资；9月初，粤式火锅代表捞王传出赴港上市的消息；同月，以海鲜火锅行运打边炉为主品牌的“行运集团”也获得数千万元Pre-A轮融资；11月份，有媒体爆出，巴奴毛肚火锅完成5亿元A轮融资……

纵观整个火锅赛道，川渝火锅影响力出现下滑趋势，而具有地域特色的火锅迎来蓬勃发展。如老北京火锅、沙茶火锅、潮汕牛肉火锅、泰式火锅、港粤打边炉等日渐风靡。未来，在品类融合和升级下，火锅赛道或将扩容出可观的市场规模，这将是新品牌的绝佳机遇。

茶饮：加速内卷，两极分化

2021年，茶饮赛道风起云涌，可谓十分高光。

6月底，奈雪的茶挂牌上市，正式成为新茶饮第一股；7月份，喜茶完成5亿美元融资，刷新中国新茶饮估值记录；在河南水灾中的感人表现而又一次爆火出圈的蜜雪冰城，门店突破2万家，同时也获得一笔20亿元的战略投资；一点点、茶百道、书亦烧仙草等腰部品牌门店数量超过5000家；沪上阿姨也逐步向5000家门店靠近，同时也获得了一笔近亿元的A+轮融资……

不管是头部还是腰部，新茶饮品牌不断获得融资，也说明资本市场对茶饮赛道依旧信心十足。不过，在疫情影响和行业内卷的情况下，新茶饮赛道也呈现出“冰火两重天”。

2021年11月10日，茶颜悦色官方微博发文称，长沙有87家店临时关闭。关店原因是疫情之下客流锐减，业绩承压。正所谓祸不单行，茶颜悦色业绩问题又引发降薪内讧，相关话题迅速登上热搜。作为网红品牌，茶颜悦色善于营销、博眼球和吸引流量，而此次因负面上热搜也是走下坡路的体现。想要保持竞争优势，茶颜悦色需要有“去网红”的勇气，真正地深耕产品，优化供应链。



此外，门店不足百家的乐乐茶在2021年退出重庆、西安等市场。乐乐茶副总经理郭思含曾在公开采访中表示，品牌目前处在相对初级的发展阶段，从效率和战略布局的角度出发，近一年会聚焦在华东的一二线城市。上海是乐乐茶的诞生之地，江浙沪是乐乐茶的大本营。

其实在此之前，乐乐茶还卷入一场被“抛弃”的风波中。当时有媒体报道称，喜茶和元气森林都有意收购乐乐茶。不过，这一消息随后被各方否认。喜茶创始人聂云宸

甚至公开表示：“此前经过中间人介绍的确有过一段时间接触，但在深度了解内部情况、业务数据和状况后已经彻底、完全、坚决放弃。”这种曝光式鄙视也把乐乐茶推向了极其尴尬的境地。

目前的新茶饮赛道，喜茶、奈雪的高端地位暂时无人可以动摇，基本稳居第一梯队；蜜雪冰城、沪上阿姨等品牌主攻下沉市场，遍地开花，跑出了万店、千店规模。这个有着几千亿规模的赛道，已然加速内卷，竞争非常激烈，两极分化也日趋严重。

新茶饮赛道的玩家很多，并且还在不断增加，想要赢就要保证能一直留在牌桌上，而不被踢出局，这需要实力。

烘焙：乘风国潮，新势力崛起

在烘焙赛道，网红品牌很容易诞生，也很容易衰落与消亡。远的如徹思叔叔，近的如LADY M。在行业竞争和疫情冲击之下一些传统烘焙品牌日渐式微甚至消亡。

202

1年2月

，老牌烘焙品

牌面包新语退出西安市场；6

月份，上海知名烘焙品牌宜芝多

门店全

关；7月7日，

浙江浮力森林关厂闭店；8月

26日，广州知名烘焙品牌东海堂正式歇业；第四季度，LADY M北京多家门店关闭；12月28日，海南烘焙品牌优莎蜜尔被爆拖欠员工工资，多数门店已经关闭.....

有旧人哭，自然少不了新人笑。传统品牌消逝的同时，烘焙新势力横空出世。2021年，资本市场刮起一股“新式烘焙热”。墨茉点心局、虎头局等新锐品牌乘风国潮，迅速走红，并取得资本市场和年轻顾客的双重认可。

墨

茉点

心局成立

短短一年就开店20

家，2021年融资三次，其中两轮融资

过亿，今日资本

和美团龙珠相继入局。虎头局在仅有四家门店的时候就受到资本垂青，2021年7月

完成第二次融资，金额为5000万美元，红杉资本、IDG资本、纪源资本等全部加入。此外，爸爸糖手工吐司、月枫堂、泽田本家等品牌也纷纷获得融资，烘焙新势力一时间成为资本的“新宠”。



墨茉点心局logo为狮子头，装饰复古又潮流的红蓝霓虹灯，虎头局则采用橙、银、灰作为门店主色，二者颇具国潮风范。它们的横空出世，给烘焙赛道注入了新鲜血液。不过作为网红品牌，这些新锐品牌要想在烘焙市场中站稳脚跟也并非易事。

网红品牌有着很大的尝鲜属性，这点尤其对年轻消费者有吸引力。当尝鲜过后，如何吸引消费者复购则需要靠产品说话，持续的研发能力和产品战略是基础，也是破局品牌同质化的一大利器。而更重要的是，商业模式能否跑通，盈利能力能否持续，这些也是决定着品牌能走多远。

结语

任何行业没有常青树，优胜劣汰是自然法则，有消亡自然就有新生。

民以食为天，餐饮这一古老的行业应该永远不会消亡。即便在不利的条件下，具备独特客户价值的餐饮企业依然会保持良好的发展势头。

国家统计局发布的数据显示，2021年，全国餐饮收入46895亿元，同比增长18.6%；限额以上餐饮收入10434亿元，同比增长23.5%，基本恢复至疫前水平。虽然有品牌阵亡或大规模关店的现象发生，但餐饮业依旧具有惊人的自愈能力和强大的发展势能。

2022年，餐饮企业仍然无法摆脱原料、人力以及租金等三大成本持续上涨所带来的巨大挑战。与此同时，在行业竞争以及外部挑战的双重冲击下，餐饮行业的汰换率还会继续走高。即便这样，餐饮业在不久的将来一定可以跨越周期，走出低谷。

道阻且长，行则将至。餐饮人，加油！