

夜间经济推动行业发展，市场规模达到千亿级别

美食+美酒
+氛围感

“长满”年轻人的小酒馆火了

国内年轻人对生活方式的消费狂热，从新式茶饮、咖啡，蔓延到了酒馆。据艾媒咨询发布的《2021-2022年中国小酒馆行业发展趋势及标杆案例研究报告》(以下简称《研究报告》)数据显示，2021年中国小酒馆行业市场规模为1280.4亿元，同比上升26.2%。预计中国小酒馆行业规模在2023年达到1487.8亿元。

小酒馆的经营时间主要集中在夜间，是为消费者供应酒饮小食的夜间娱乐场所。因此，夜间经济也成为小酒馆行业发展的最大助推力量。据商务部发布的《城市居民消费习惯调查报告》显示，夜间经济消费规模已占总体零售额的六成，其中酒吧占整体的19%，仅次于餐饮消费的22%。夜间经济规模从2019年的26万亿元增至2022年的30万亿元以上，未来仍将继续增长。

在市场规模达到千亿级别和夜间经济快速发展趋势下，小酒馆加速前进。



A 着力营造“带感”氛围

概念上，小酒馆是一种向消费者提供酒精饮料为主、餐饮为辅的场所，比起酒吧，小酒馆在餐饮方面有更多的选择，环境氛围也会更倾向于适合喝酒聊天、沟通感情。

目前中国小酒馆模式主要有三种：一种是清吧模式，以轻音乐为主，环境安静，部分清吧提供现场驻场等表演活动；一种是日咖夜酒模式，白天是咖啡馆，晚上变身为小酒馆，原咖啡馆通过增加夜间消费场景，延长了经营时段，扩大了营收范围；还有一种就是餐酒并行模式的复合型餐饮，可满足顾客差异化需求，提升门店坪效，增加品牌矩阵的丰富度。

中国小酒馆行业与欧美国家相比起步较晚，在2000年以前，小酒馆经营模式较为粗放，以餐加酒水的街边小店为主，如为顾客提供花生米、萝卜干等下酒菜的小馆子。2009年，以海伦司为代表的新派经济型酒馆问世，高性价比成为这一类酒馆的核心优势，其规模效应和连锁效应推动了小酒馆行业的迅速发展。2014年，胡桃里“音乐+美食+美酒”的模式成为业内高端小酒馆的一面旗帜。

2019年，来源于法国巴黎的餐厅形式“Bistro”进入中国市场，据不完全统计，2019年开始，成都开出的Bistro(或给自己冠名Bistro)的数量已超过20家。这一种

通常被翻译为小酒馆、小餐馆的餐厅形式，最初以提供平价菜式及性价比高的葡萄酒为主，如今Bistro在国内有了诸多演变，如自然酒馆、中式Bistro、Bistronomy(小酒馆美食学)等。

2021年，海伦司登陆港股上市，成为国内第一家上市的小酒馆企业；部分餐饮品牌，如凑凑开设“凑凑小酒馆”，入局小酒馆行业。

无论是哪一种模式，快速轻松的餐与轻松愉悦的酒确实是当代小酒馆的重要组成内容。越来越多在高速节奏下生活的人们，不断寻求一个不被过多打扰、深度放松，两三好友愉悦交流的场合。

在现今小酒馆遍地开花的时代，小酒馆的卖点更多的是一种由食物和酒带来的临场体验感，店面整体带来的氛围感。经《研究报告》调研发现，64.5%的受访消费者表示，“前往小酒馆是为了放松心情缓解压力，其次为娱乐玩耍、喜欢喝酒、喜欢酒馆的环境气氛”的用户占到三成以上。小酒馆为消费者提供了夜间第三社交空间，成为消费者夜间休闲娱乐的选择之一。59.7%的受访消费者选择小酒馆时优先考虑小酒馆的氛围。在华经产业研究院发布的《2022-2027年中国小酒馆市场全景评估及投资规划建议报告》(以下简称《建议报告》)中，72.1%的受访消费者更看重小酒馆的氛围。

消费人群以一二线城市为主 女性更爱在小酒馆里微醺



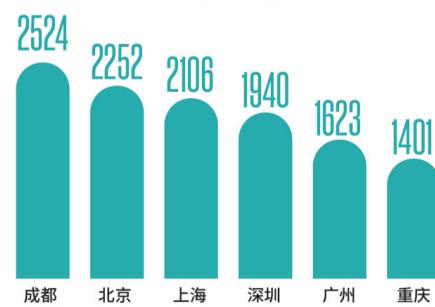
消费群体以在校大学生和上班族为主



成都街头走一走 小酒馆遍地有

2021年中国主要城市小酒馆数量统计

(单位：家)



B 行业竞争日益加剧

根据海伦司招股书数据，中国酒馆行业是一个庞大且快速增长的市场，预计到2023年全国酒馆将达到4700家。同时，小酒馆的收入在2015年到2019年间以8.7%的速度增长，预计2025年整个小酒馆赛道将会达到近2000亿元的市场规模。

2022年中国夜间经济发展规模突破42万亿元，夜间经济的迅速发展，为小酒馆这类以夜间经营为主的新消费业态带来了巨大的发展潜力。行业发展的利好吸引市场涌入大量新企业，前期抢占市场的最好方式是通过不断开店来扩大规模。据联商网发布的《2023年度中国小酒馆连锁品牌TOP20》数据显示，优布劳UR BREW精酿酒馆开店数量最多，有2000多家，海伦司小酒馆开店数量700多家，先启半步颠小酒馆300多家。目前尚未出现覆盖全国的企业，未来行业赛道有较大的发展空间。

据东亚前海证券发布的《餐饮行业系列深度：知秋晓春，从英国看中国酒馆行业发展演进——酒馆行业深度报告》预测，我国酒馆行业开店空间为21.65万家，25年间行业将以CAGR7.55%的速度开店，最终在2047年达到饱和状态。同时，小酒馆行业2020年三家以上门店的仅占5%，CR5(指行业中前5名的企业占据的市场份额)仅为2.2%，占比最高的海伦司仅占1.1%。作为对比，同期的茶饮、咖啡行业CR5均超过50%，小酒馆行业集中度仍能继续提高。

竞争日益激烈的小酒馆也在持续吸引资本的注意。据《研究报告》数据显示，2021年8-9月，小酒馆行业融资次数5次，猫员外、锐肆酒馆等连锁品牌相继获得融资。近一次融资发生在今年5月，精酿餐酒馆品牌TAGSIU获得了近千万元的融资。

不过，相比新式茶饮、美妆连锁等成熟的业态，小酒馆作为新兴业态目前被资本关注的程度还不够高。当赛道愈发成熟后，资本的关注点也会被抬高，这对一些小酒馆品牌来说也是机会。