



休闲服务行业深度报告：海伦 司优质运营提速扩张 酒馆业 规模及标准化培育空间大



海伦司冲刺 IPO，规模持续扩张

海伦司成为国内规模最大的线下连锁酒馆，截至最后实际可行日期，酒馆数达 371 家，覆盖超 80 个城市，全部为直营酒馆。公司股权结构及核心高管层稳定，近三年营收和业绩稳健增长，凭借较强的管理能力和标准化程度，其盈利能力和成本控制能力在餐饮赛道较优质。

酒馆行业：市场分散，标准化管理和细分定位助集中度提升（1）行业格局：国内酒馆行业竞争格局分散，2020 年 CR5 收入占比仅 2.2%，与传统餐饮业相比，酒馆相对特殊的消费场景和目的决定特色文化和社交氛围对客流粘性意义更大。目前国内酒馆业整体规模处快速增长期，且年轻群体对酒水消费需求的提升为该业态提供需求保障。下沉市场酒馆数量增速明显快于高线城市，随着品牌逐渐规模化扩张，下沉市场成为扩张主力区域，头部品牌将受益行业规模扩大和集中度提升的双击作用；（2）竞争壁垒：酒馆行业产品差异有限，消费场景具特殊性，因此除传统餐饮业的供应链掌控、门店及员工管理激励、管理层经验等壁垒外，数字化转型带来的协同效应，及私域流量运营作用将被放大，差异文化属性带来的品牌认同及社交属性重要性突出。员工流动率较高的情况下，良好的人才储备是持续拓店的重要保障。产业链协同及规模效应带来的性价比成为消费者选择关键；（3）对比：

部分知名酒馆仍主打差异定位、持续创新和文化特色导流，资源优势和能力塑核心壁垒，但不同细分定位或产生蓝海市场。

海伦司：清晰定位细分市场，打造优质性价比

海伦司定位年轻及大学生客群，未来重点拓展下沉市场。产品端凭借自有品牌规模和成本优势及供应商管控打造高性价比，聚焦酒饮产品；门店持续快速扩张，未来3年拓店计划较快；运营数据优质且单店仍具培育空间，单店利润率出色支撑开店空间；公司数字化与技术能力出色，为协同产业链及降本增效提供较强动力；整体定位清晰抢占蓝海市场，特色营销及会员打造逐步成熟。

趋势：打造特色文化长板，持续增强运营

酒馆场景化特征加强，品牌将加强特色文化长板竞争力的打造；市场格局及集中度提升；小酒馆形态不断丰富，自有产品研发和产业链渗透率加强，运营和创新能力持续提升。长期或有其他业态转型延展酒馆业态，但仍主要以延长消费时间为目的。

风险提示：细分赛道竞争对手发力下沉市场；夜间娱乐消费市场崛起分流消费时间；行业流动性增大，人员储备要求高等。

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_33383

