

行业洞察

外卖餐盒的新考题：海底捞收入增长121.2%，一人食要验证什么？

发布时间 2026年8月30日

发布主体 BIOTEN

[在线查看文章 PDF](#)



包装准备可以提前，结论要等数据

博碳包装 · 产业洞察

餐饮包装采购观察 · 独立产业研究

外卖餐盒的新考题：
海底捞收入增长121.2%，
一人食要验证什么？



连锁餐饮包装观察

外卖餐盒的新考题：海底捞外卖收入增长121.2%，一人食要验证什么？

海底捞集团外卖业务收入半年达20.514亿元，同比增长121.2%、占集团收入9.2%。该收入未按地域拆分，供应商可先准备三组数据。

海底捞集团外卖业务增长已经发生，包装变化尚未披露；对供应商有价值的是提前准备三项可验证数据。

集团披露的一人食和外卖站把增长从堂食延伸推向日常正餐，餐盒是否需要变化，要看一份订单的组合、配送结果和总成本。

20.514亿元和121.2%为合并集团外卖业务口径；集团业务主要在中国内地及港澳台，报告未单列外卖收入地域构成。

20.514亿元集团外卖业务收入 · **121.2%**同比增长

9.2%占集团收入；2025年同期为4.5%。这些是收入口径，不是订单量或餐盒量。

20.514亿元，先看口径

2026年8月25日，海底捞发布中期业绩。上半年集团总收入223.369亿元，同比增长7.9%；其中，合并集团外卖业务收入20.514亿元，同比增长121.2%，占集团收入9.2%，上年同期占比为4.5%。121.2%只对应外卖业务收入，不是集团总收入涨幅。

报告说明，集团业务主要在中国内地及香港、澳门、台湾地区；期末自营海底捞餐厅包括中国内地1,267家、港澳台23家，另有99家加盟餐厅。外卖收入没有按地域拆分，因此公开口径只写“集团外卖业务”，不增加全球或单一地区限定。

公司披露，增长主要来自两条线：以拌饭外卖为代表的一人食产品销售增长，使外卖从火锅延伸场景走向日常正餐；继续加密自建外卖站，提高覆盖和履约效率，并减轻门店后厨压力。

2025年，集团外卖收入已达26.576亿元，同比增长111.9%，全国布局超过1,200个外卖网点。2026年中报没有更新站点数量，1,200个只能作为历史坐标。

这组数据说明业务结构变了。外卖不再只是把堂食火锅送到家，一人食正在成为独立品类，外卖站也从门店附属环节变成更明确的履约节点。

研究资料：海底捞2026年中期业绩；海底捞2025年报

一人食为什么会把餐盒推到台前

传统火锅外卖往往围绕多人分享，锅底、食材、蘸料和餐具数量较多。一人食更接近日常快餐，主食、汤汁和小料的份量更小，订单频次可能更高，门店留给分装、合盖和核对的时间也更短。

分装增加时，主餐盒、汤盒和酱杯的接口更多，漏装和泄漏风险会上升；组合得到简化时，件数、打包动作和库存压力也可能下降。两种方向都成立，最终要看订单数据。

对供应商而言，餐盒材料只是其中一部分。一份订单所需的全部包装组合，还包括盒盖或封膜、酱杯、封签和外袋。任何一个接口出问题，都可能让整单报损或重送。

食品接触合规是底线，包装还要在真实油、水、温度和配送时间下保持完整。网络餐饮规定要求使用符合食品安全标准的容器和包装材料，完成不可复原封口；平台公开规则也要求防撒漏、防变形、汤固分装和合理堆放。

这些要求没有指定纸、塑料或某一种涂层。能否适用，仍要回到最终餐盒、实际餐品和配送条件。

研究资料：网络餐饮食品安全主体责任规定；美团外卖平台发货规范

接下来，只看三组数据

每单包装件数和组合。记录一份订单用了几个容器、哪些盖体能够共用、汤汁和小料是否必须分装。这个数字能回答一人食究竟是在增加包装，还是推动组合简化。

漏损与重送。按订单记录泄漏、变形、封签破损、错装和少件，以及由此产生的报损、赔付和重送。供应商与采购需要关注配送后的结果。

单订单包装总成本。除了餐盒、盖、杯、封签和袋的实际消耗，还要把打包时间、返工、库存尾货、漏损赔付和重送算进去。单只餐盒便宜，并不一定让一份订单更便宜。

这三组数据不变时，增长很可能主要来自菜单、渠道和外卖站密度，现有包装只是随订单放量；数据出现明显变化时，供应链才有理由判断新的容量、组合或结构机会正在形成。

纸基、可回收或可降解等环境声明，还要对应最终产品和真实城市末端；材料名称不能替代食品接触、配送表现或实际回收结果。

包装准备可以提前，结论要等数据

海底捞已经把外卖从火锅延伸业务推向日常正餐，一人食和外卖站成为清晰增长线。包装是否同步调整，公司尚未披露。

餐饮包装供应商和采购无需追着收入增幅推订单，只要把每单组合、配送结果和总成本三组数据做扎实。当品牌开始比较不同方案时，这些数据比一张材料说明更接近采购决定。

博碳包装·产业洞察·研究说明

本文基于海底捞港交所中期业绩、年度及ESG报告，以及市场监管和平台公开规则，由博碳包装独立研究整理，核验截至2026年8月30日，仅供餐饮包装产业链研究学习，不构成法律、认证、采购或投资决策依据。博碳包装与海底捞未披露投资、供应或项目关联；如对内容、数据或权益存在异议，可提出修改、说明或删除要求，我们将在收到后24小时内核查处理。

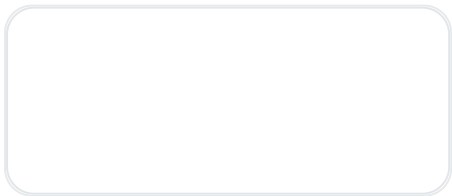
博碳观察数据与核验来源

- 01 | 海底捞 | 2026年中期业绩公告
- 02 | 海底捞 | 2025年年度报告
- 03 | 海底捞 | 2025年环境、社会及管治报告
- 04 | 市场监管总局 | 网络餐饮食品安全主体责任规定
- 05 | 美团 | 外卖平台发货规范

[阅读原文](#)

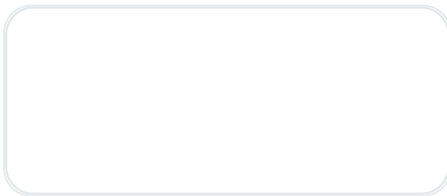
[← 返回行业洞察](#)

相关文章



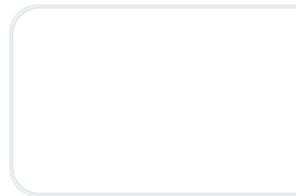
2026-08-30

肯德基全球3.4万家门店一个品牌，为什么要有那么多套包装答案？



2026-08-30

半年卖出11.1亿杯、上新51款：古茗的万店系统，包材供应商真正要扛住什...



2026-08-29

45,356家餐厅，7,740家海底捞包装升级，为何不能只...



都佰城新材料技术（上海）有限公司

+86 400 677 9978

Bioten@dbc.cn

01 博碳观察



04 博碳生物



02 公司动态



05 博碳包装



03 行业洞察



06 博碳开发者



© 2010-2026 DBC 都佰城

www.dbc.cn 中国·上海市闵行区朱建路158弄15号楼 沪ICP备2022003654号-1 隐私与数据使用 网站地图