

西式休闲餐饮店 - 中国 - 2022年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 新冠疫情对西式休闲餐饮市场的影响
- 西式休闲餐饮店设计新潮流
- 消费者的就餐偏好
- 吸引消费者光顾餐厅的因素
- 消费者对菜单设计的兴趣
- 消费者对西式休闲餐饮的态度

有地方特色的菜式（53%）和独家招牌菜（50%）是最能吸引消费者就餐的两大因素。由于新冠疫情仍在继续，消费者诉诸西式休闲餐饮，希望借此来一场舌尖上的旅行。

零星疫情持续为西式休闲餐饮市场的复苏带来不确定性。占据该市场主体的中小企业在逆境中艰难求存。

受不可预测的封控措施影响，餐饮品牌更加注重外卖配送服务的投资，导致竞争激化。寻求差异化竞争的西式休闲餐饮品牌，不妨聚焦宠物主人这一不断壮大的细分群体的需求。此外，提供更加透明、详细的菜品信息，例如标注营养成分和调味品，也有助品牌从日益风行的健康饮食潮流中分一杯羹。



“新冠疫情持续对西式休闲餐饮市场的复苏构成严重威胁。面对不可预测的封控措施，投资外卖配送服务和开设只提供外卖窗口等更灵活的门店类型是提高品牌韧性的关键。除此之外，品牌可从丰富区域和招牌美食发力，为消费者献上一场舌尖上的旅行。品牌还要提高餐品信息的透明度，迎合消费者对健康饮食潮流不断增长的需求。”

—— 黄梦菲，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场
- 零星疫情减缓市场复苏步伐
数据1: 西式休闲餐饮市场总销售额，2019-2022年
- 纵享饮食和健康饮食需求同时存在
- 旅行限制促使消费者寻求舌尖上的旅行
- 消费者
- 消费方式从堂食转向外卖送餐上门
数据2: 消费方式变化，2022年
- 繁忙时段确保堂食服务和用餐空间的同时，还要兼顾外卖配送效率
数据3: 购买行为，2022年
- 在吸引新消费者方面，独特风味、品牌网络口碑和优惠活动同等重要
数据4: 吸引就餐因素，2022年
- 味道好和食材新鲜有助吸引回头客
数据5: 复购要素，2022年
- 菜单设计应提供更多信息
数据6: 菜单设计，2022年
- 多元菜单和灵活空间受欢迎
数据7: 对西式休闲餐饮的态度，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 利用外卖配送服务发掘蓬勃发展的宠物文化
- 现状
- 启示
数据8: 针对宠物营销示例，中国，2021-2022年
数据9: 汉堡王皇堡狗粮海报，美国，2018年
数据10: 皇堡狗粮的建议用量，韩国，2021年
- 确保信息透明，协助消费者培养健康的饮食习惯
- 现状
- 启示
数据11: 麦当劳健康饮食指南，中国，2022年
数据12: 麦当劳营养计算器，中国，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据13: 麦当劳500大卡套餐（总热量不高于500大卡），中国，2022年

数据14: 沃歌斯添加配料示例，中国，2022年

- 打造多功能空间，拥抱灵活的生活方式
- 现状
- 启示

数据15: 星巴克1971客厅广告，2022年

数据16: gaga鲜语 × 前檐书店，中国，2021年

市场规模

- 西式休闲餐饮市场尚未恢复至疫情前水平
- 数据17: 西式休闲餐饮市场总销售额，中国，2019-2022年

市场因素

- 新冠疫情：疫情零星爆发限制外出活动
- 数据18: 未来3个月的防疫措施，2022年
- 新冠疫情：兼顾纵享饮食和健康饮食需求
 - 西式餐饮习惯越来越受欢迎
- 数据19: 中国留学人数和留学回国人数，中国，2016-2019年

市场份额

- 疫情期间市场集中度提高
 - 持续投资外卖配送、数字化和非现场消费助力必胜客业绩保持稳健
 - 高性价比助力萨莉亚业绩快速触底回升
 - 达美乐借助外卖配送服务实现快速增长
- 数据20: 头部品牌的市场份额，中国，2020-2021年

营销活动

- 设计多功能空间，丰富堂食体验
- 数据21: gaga鲜语 × 前檐书店，中国，2021年
- 数据22: 必胜客电影主题餐厅，中国，2022年
- 携手主打特定食材的品牌，突显天然和新鲜
- 数据23: gaga鲜语 × 一坐一忘gaga table活动，中国，2021年
- 通过活力满满的早午餐犒劳身体和味蕾
- 数据24: O'mills瑜伽早午餐，中国，2021年

新产品趋势

- 通过高端食材构建品牌独特性
- 数据25: Green & Safe与悦璞食堂高端食材示例，中国，2021年
- 非常适合生酮饮食
- 数据26: O'mills生酮披萨，中国，2022年
- 当季食材滋味更为鲜美

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

数据27: gaga鲜语季节限定菜单示例，中国，2021年

消费方式变化

- 外卖送餐上门的普及度提升
数据28: 消费方式变化，2022年
- 从堂食转变为点外卖
数据29: 消费方式变化——更频繁（按线下点餐并堂食更不频繁的消费者区分），2022年
数据30: 复购要素（按部分消费方式——更频繁区分），2022年
- 利用宠物食品外卖吸引宠物主人
数据31: 消费方式变化——外卖送餐上门更频繁（按居住情况区分），2022年
数据32: 菜单设计（按与宠物同住的被访者区分），2022年

购买行为

- 午餐和晚餐是主要用餐时段
数据33: 购买行为，2022年
- 借助兴起的早午餐和下午茶，营造欢快的氛围
数据34: 对西式休闲餐饮的态度——部分描述语句（按部分描述语句区分），2022年

吸引就餐因素

- 评分APP里的用户好评影响消费者的偏好
数据35: 吸引就餐因素，2022年
数据36: 吸引就餐因素——评分APP里的用户好评（按城市区分），2022年
数据37: 吸引就餐因素——评分APP里的用户好评（按居住情况区分），2022年
- 菜单制作要重视独特性
数据38: 吸引就餐因素——有地方特色的菜式（按城市区分），2022年
- 营造异域氛围，吸引外企职员
数据39: 部分吸引就餐因素（按公司/机构性质区分），2022年

复购要素

- 食物品质是吸引消费者再次光顾的关键
数据40: 复购要素，2022年
- 考虑在写字楼开设更多门店
数据41: 复购要素——知名连锁品牌（按公司/机构性质区分），2022年
- 利用新鲜的食材吸引家庭用餐者
数据42: 部分复购要素（按居住情况区分），2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据43: 万禾都市农场的新鲜宣称，中国，2022年

数据44: 柴米多的天然宣称，中国，2021年

菜单设计

- 借鉴包装食品的宣传方式，提供透明、详实的信息
数据45: 菜单设计，2022年
数据46: 麦当劳原味板烧鸡腿堡的营养信息，中国，2022年
- 强调低升糖指数食品的益处以瞄准女性消费者
数据47: 菜单设计——部分宣称（按性别区分），2022年
- 减盐外卖菜单走俏
数据48: 对西式休闲餐饮的态度（按担忧钠含量的受访者区分），2022年

对西式休闲餐饮的态度

- 消费者青睐味道好、连锁店和套餐
数据49: 对西式休闲餐饮的态度，2022年
- 打造更加灵活休闲的氛围
数据50: 对西式休闲餐饮的态度——部分描述语句，2022年
- 提升堂食用餐体验以吸引年轻消费者
数据51: 对西式休闲餐饮的态度——部分描述语句，2022年
数据52: 对西式休闲餐饮的态度部分描述语句——不同意（按年龄区分），2022年

美食达人

- 他们是谁？
数据53: 美食达人类型，2022年
数据54: 美食达人类型（按代际区分），2022年
- 挑剔消费者关注营养.....
数据55: 菜单设计（按美食达人类型区分），2022年
-情绪化食客寻求更注重细节的菜单选择

附录——研究方法 & 缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。