

全服务餐厅 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“放之四海而皆准的万全之策在中国餐饮行业已不适用。消费者对各式美食的偏好、异域风味和综合消费体验已经为餐饮市场开辟了全新的市场动态。英敏特已确认出全服务餐厅的四大类用餐者，餐饮经营者可以针对这四种类型来谨慎地定制菜单和进行店内设计，以增强餐厅的吸引力。这四种类型是：寻求熟悉和价值至上者；菜单创新寻求者；富有的国际美食迷恋者和大致中立者。”

— 刘欣琪，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 休闲和高档餐厅可以在社交氛围和趋势定位方面加以完善
- 消费者对健康菜式的需求 vs. 更具创新性和融合不同风味的菜肴选择
- 卡路里含量和均衡营养 vs. 使用时令原料和有机原料创新
- 特殊主题优惠和短期特别活动为餐饮服务行业带来新能量

现如今，在中国最流行的休闲活动之一就是外出就餐。消费者热衷于发掘各种国际美食、创新式用餐方式以及能提高整体用餐体验的附加服务。消费者的这种热情推动了餐饮服务市场的整体增长。

虽然大众餐厅品牌通过多元化获得了新的收入来源，但小众餐厅的大量涌现使其很难有卓越突出的业绩表现。以前，高质量的健康饮食被大力倡导，以缓解消费者对食品安全和环境的担忧。但在决定去哪家全服务餐厅用餐时，口味更有可能是影响消费者选择餐厅的首要考虑因素。季节性菜单创新以及能体现地域特色的多口味融合菜肴将更具吸引力。

购买
这篇报告地址：
store.mintel.com电话：
欧洲，中东，非洲
+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邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

全服务餐厅 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

定义

研究方法

综述

市场

未来五年的增长放缓

数据1: 中国全服务餐厅的销售总额, 2010-2020年

消费者

目标消费群体

数据2: 目标群体, 2015年10月

菜单的设计对年长男性消费者更重要, 而20多岁的用餐者更看重餐厅环境

数据3: 对全服务餐厅的态度, 2015年10月

中式休闲餐厅人气最高

数据4: 在过去6个月内光顾不同类型的全服务餐厅的频率, 2015年10月

消费者对休闲和高档餐厅的看法

数据5: 不同类型的餐饮场所的特点, 2015年10月

朋友和家庭聚会

数据6: 在过去6个月中在全服务餐厅的用餐场合, 2015年10月

定制优惠激增

数据7: 吸引人的店内特色设计和活动, 2015年10月

融合了不同风味的创新菜肴

数据8: 在全服务餐厅感兴趣的菜单设计, 2015年10月

我们的观点

议题和洞察

休闲和高档餐厅可以在社交氛围和趋势定位方面加以完善

现状

启示

消费者对健康菜式的需求 vs. 更具创新性和融合不同风味的菜肴选择

现状

启示

卡路里含量和均衡营养 vs. 使用时令原料和有机原料创新

现状

启示

数据9: 对全服务餐厅的态度 (按人口群体区分), 2015年10月

特殊主题优惠和短期特别活动为餐饮服务行业带来新能量

现状

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

全服务餐厅 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

启示

数据10: 吸引人的全服务餐厅特色 (按对全服务餐厅持不同态度的目标群体区分) , 2015年10月

市场 —— 您所需了解的情况

- 全服务餐厅市场的稳定增长
- 休闲餐厅主导市场
- 电子平台有助于提高整体市场增长

市场规模及预测

- 全服务餐厅市场保持健康增长
 - 数据11: 全服务餐厅的销售总额和门店总数, 中国, 2010-2015年
- 未来五年的增长放缓
 - 数据12: 中国全服务餐厅的销售总额, 2010-2020年
 - 数据13: 中国全服务餐厅的销售总额, 2010-2020年

市场因素

- 小型餐厅和小众餐厅将呈上升趋势
- 餐饮行业呈多元化增长
- 使用当季/时令原料和当地食材制作的菜品能拯救颓势中的高档餐厅吗?
- 高级烘焙连锁店和咖啡店抢夺了白领消费者吗?
- 电子平台的发展

主要竞争者—— 您所需要了解的

- 休闲餐厅专注于提供定制化优惠
- 短期特别活动和试吃活动体现出日益增长的文化影响
- 从农场到餐桌趋势持续发酵

公司 与品牌

- 必胜客
- 外婆家
- 沃歌斯

谁在创新?

- 从惊喜活动到口味融合趋势
- 非同寻常的试吃活动
- 量身定制的膳食计划
- 从农场到餐桌、绿色生态和可持续趋势持续发酵
- 有趣的店内特色

消费者——您所需要了解的

- 普通年轻消费者的需求?
- 促进高档餐厅复苏的解决方案
- 高收入者认为提供有地域特色的菜肴比餐厅的氛围更加重要
- 外国风味餐厅有机会与生活方式品牌合作

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

全服务餐厅 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目标消费群体

数据14: 目标群体，2015年10月

寻求熟悉和价值至上者

人口群体

特征

菜单创新寻求者

人口群体

特征

富有的国际美食迷恋者

人口群体

特征

大致中立者

人口群体

特征

对全服务餐厅的态度

四个关键态度指标

数据15: 对全服务餐厅的态度，2015年10月

菜单对年长男性消费者更重要，而20多岁的用餐者更看重餐厅环境

数据16: 对全服务餐厅的态度（按人口群体区分），2015年10月

数据17: 对全服务餐厅的态度（按人口群体区分），2015年10月

外卖服务促使餐厅推出更多的小吃选择

数据18: 叫外卖的频率，2014年11月

数据19: 对全服务餐厅的态度（按人口群体区分），2015年10月

全服务餐厅的就餐频率

中式休闲餐厅人气最高

数据20: 在过去6个月内光顾不同类型的全服务餐厅的频率，2015年10月

数据21: 在过去6个月内光顾不同类型的全服务餐厅的频率，2015年10月

数据22: 在过去6个月内光顾不同类型的全服务餐厅的频率（按人口群体区分），2015年10月

外国高档餐厅的前景

数据23: 在过去6个月内光顾不同类型的全服务餐厅的频率（按人口群体区分），2015年10月

对不同类型的餐饮场所的看法

对应图分析方法

数据24: 不同类型的餐饮场所的特点，2015年10月

休闲餐厅

数据25: 不同类型的就餐场所的特征（按人口群体区分），2015年10月

数据26: 不同类型的就餐场所的特征（按人口群体区分），2015年10月

高档餐厅

数据27: 不同类型的就餐场所的特征（按人口群体区分），2015年10月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

全服务餐厅 - 中国 - 2016年1月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

相比咖啡店，休闲和高档餐厅需要完善哪些方面？

全服务餐厅的用餐场合

朋友和家庭聚会

数据28: 在过去6个月中在全服务餐厅的用餐场合，2015年10月

数据29: 在过去6个月中在全服务餐厅的用餐场合，2015年10月

商务相关活动

数据30: 在过去6个月中在全服务餐厅的不同用餐场合（按对全服务餐厅持不同态度的目标群体区分），2015年10月

店内特色

定制优惠激增

数据31: 吸引人的店内特色设计和活动，2015年10月

数据32: 吸引人的全服务餐厅特色（按对全服务餐厅持不同态度的目标群体区分），2015年10月

通过定期举办的惊喜活动拉拢用餐者

数据33: 吸引人的全服务餐厅特色（按对全服务餐厅持不同态度的目标群体区分），2015年10月

利用生活方式品牌为富有的国际美食迷恋者增添高端化

数据34: 吸引人的全服务餐厅特色（按对全服务餐厅持不同态度的目标群体区分），2015年10月

菜单设计

融合了不同风味的创新菜肴

数据35: 在全服务餐厅感兴趣的菜单设计，2015年10月

数据36: 对全服务餐厅提供的菜单的兴趣（按对全服务餐厅持不同态度的目标群体区分），2015年10月

健康新意义

数据37: 对全服务餐厅提供的菜单的兴趣（按对全服务餐厅持不同态度的目标群体区分），2015年10月

更多适合朋友聚会的具有时尚和休闲氛围的小吃场合

数据38: 对全服务餐厅提供的菜单的兴趣（按对全服务餐厅持不同态度的目标群体区分），2015年10月

决策树分析

研究方法

外国风味餐厅有机会进一步增加与生活方式品牌合作

数据39: 对全服务餐厅的态度——决策树分析——分析结果，2015年10月

数据40: 对全服务餐厅态度的卡方自动交互检测分析，2016年10月

认识英敏特城市精英人群

为什么要命名为英敏特城市精英人群？

他们是谁？

数据41: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征（按性别、年龄和个人收入区分）

数据42: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征（按婚姻状况、城市级别和教育水平区分）

英敏特城市精英人群更有可能在全服务餐厅庆祝特殊日子

数据43: 过去6个月中在全服务餐厅的不同用餐场合（英敏特城市精英人群 vs 其他人群），2015年10月

附录——市场规模及预测

预测方法

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com