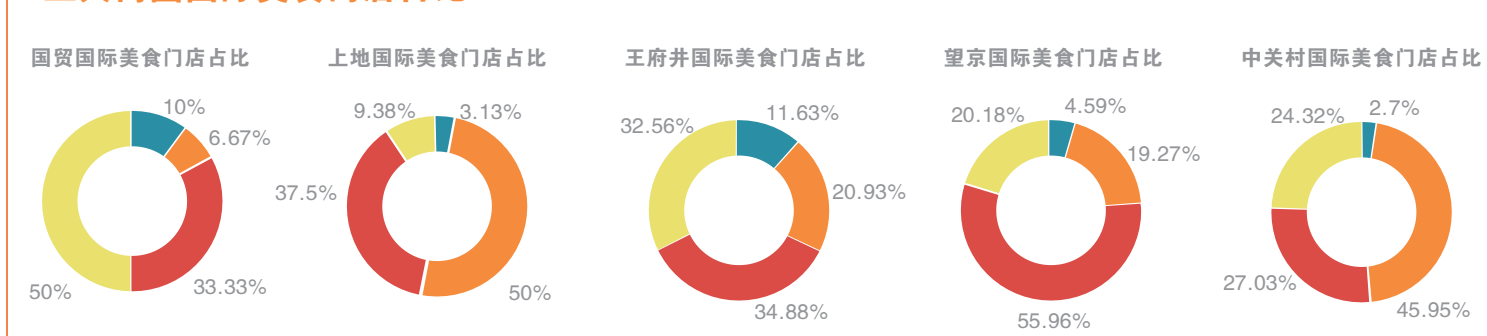


北京国际美食呈连锁细分发展趋势

“北京开放、包容的餐饮市场环境正在吸引越来越多的国际美食品牌进驻。这其中不仅包括Shake Shack这样从国外一直火到国内的品牌，还有格鲁吉亚餐厅、Susu这样的小众国际美食品牌，它们共同推动着北京国际美食市场的稳步发展。我们可以感受到日料品类的强势崛起，也能感受到东南亚菜掀起的浪潮，还能看到轻食品类的增长和快速迭代。北京本地生活研究中心即将发布首份针对北京国际美食发展及消费趋势的《2019北京国际美食消费趋势报告》，《报告》也将从品类、商圈、外卖、到店等不同角度分析解读北京国际美食市场的发展现状和趋势，并将同时发布北京国际美食消费地图指南。”

五大商圈国际美食门店占比



小众品牌崛起 订单份额增速明显

随着餐饮市场结构多元化，消费者对各种菜系的接受度和需求都有所提高，多元化的需求催生不少外来菜系走进国门，品类开始向细分方向发展，西餐、韩料、新加坡菜等国际美食在北京的门店数量和订单份额逐渐上升。其中，较为小众的新加坡菜和意大利菜订单份额增速明显，这说明小众国际美食品牌对于国内餐饮市场的数字化接受程度越来越高，开始通过上线外卖平台的方式做线上运营，而非从前单纯依靠线下堂食；另一方面也说明北京餐饮市场的国际美食品类及业态正在增长，这类菜品的迅速增长离不开消费者对创新消费、意识消费的热情和追捧。

同时，随着北京“夜经济”持续升温，啤酒、烤串、小龙虾等品类虽仍为“深夜食堂”最热销餐饮品类，但根据北京国际美食夜间订单量增幅情况来看，消费者晚餐和宵夜选择更加多元化，国际美食逐渐成为夜间饮食消费的重要选项。国际美食在夜间的需求量呈现上升趋势，并且增速很快，尤其是小

众菜品。根据数据显示，2018年1月-2019年7月期间，西班牙菜门店数量和订单数量同比增幅分别为300%和1000%，泰国菜、马来西亚菜、墨西哥菜等品类门店数量和订单数量增幅都在100%以上。

价格不再是影响消费的决定因素，更多消费者根据自己喜好和需求进行选择，以法国菜为例，在各个价格区间内，笔单价占比相差并不大，相对较为平稳。不过，从整体数据对比来看，相比于传统中餐，国际美食的笔单价较高，尤其是在20-40元、60元以上区间内，这受部分国际美食本身单价相对较高的影响。格鲁吉亚菜格·秀色创始人Sophia曾对北京商报记者表示，成本问题依旧是最大的挑战。由于菜系的特殊性，格·秀色的厨师每隔半年就会亲自去格鲁吉亚人肉背回一些调料和特质食材。另外，为了不让食材青黄不接，估清问题也是目前所需继续解决的，这也是当下这类餐饮品牌所面对的问题。

门店数量增加 品类分布不均

根据饿了么口碑提供的数据显示，今

年1-7月北京王府井、国贸、中关村、望京、上地五大商圈中的西式快餐、日韩料理、西餐、东南亚菜四大国际美食品类的门店增幅分别为32.54%、29.34%、19.02%、17.11%，涨势明显，但同时五大商圈由于商圈功能及周围消费群体的差异，也导致了各个商圈国际美食品类分布差异非常明显。

王府井、国贸两大商圈上述四大品类国际美食门店分布相对比较均匀，各品类之间占比差异较小，这也说明这两大商圈中的客群构成相对比较复杂，对于国际美食的需求更为旺盛，并且这两大商圈餐饮人均消费价格也相对较高，这就为不同定位、不同品类的国际美食品牌、餐厅进驻该区域提供了发展空间，因此这两大商圈也成为国际美食品牌的聚集地，相应的这两个商圈国际美食餐厅之间的竞争也更加激烈。

而中关村、上地两大商圈中占比最高的国际美食品类是西式快餐，这背后最主要的原因就是这两大商圈主要以写字楼商圈为主，消费群体构成也相对比较单一，主要以白领上班族为主，这部分消费群体用餐时间相对集中，用餐需求也相对简单，以快速、便捷、安全为核心的消费需求，这种需求与西式快餐的特点契合度较高，同

时白领也是各快餐品牌的核心目标客户群体，因此这两大商圈也是西式快餐品牌的必争之地。但相比其他商圈，这两大商圈的国际美食品类相对单一，尤其是小众国际美食品牌，选择在此开店的非常少。

从目前北京不同商圈的国际美食品类分布情况来看，北京虽然吸引了大量国际美食品牌和门店进驻，但品类分布却并不均匀。北京商报记者也了解到，导致品类分布不均的一个比较重要的原因就是目前多数国际美食品牌的连锁化程度较低，并且不少小众国际美食品类仍处于市场探索阶段，因此选择王府井、国贸这类综合型商圈的试错成本相对较低，并且由于小众国际美食单体餐厅的食材成本相对更高，因此这类餐厅也需要在人均消费较高的商圈开店，以提升门店客单价，维持餐厅的运营。

国际美食 呈连锁化、细分化趋势

日料已经成为北京、上海等城市中的大众主流国际美食品类，不仅门店数量仍然保持着较高增速，以日料为代表的国际美食品牌也开始在国内展开连锁化、细分化

发展趋势，江户前寿司创始人姜炳升在接受北京商报记者采访时表示，中国日料市场正在随着整个产业链的成熟而朝着多层次、细分化、连锁化方向发展，日料品牌也开始针对市场的变化做多品牌、单品类的发展，而这样的发展趋势也将推动中国日料市场进入新的发展阶段。

四叶寿司副总裁李一然对此也表示认可，他认为产业链的发展正在加速国内日料市场的发展，但在新的阶段也会暴露出行业发展的痛点，比如现阶段日料行业存在着很多原材料来源不明、门店不符合食品安全规定的问题，在这一业态建立起相应的开店标准，让大家在标准的加持下规范化发展，这样才有助于日料这一业态的长期可持续发展。

东南亚菜网红品牌Susu创始人李雪柏也正在计划引进越南米粉机，尝试孵化越南米粉单品，探路连锁化发展的可能。在她看来，国际美食正在迎来连锁化发展的好时机，品牌需要从之前单店经营的思路向连锁发展思路转变，提升产品标准化，为日后发展铺路。

北京商报记者 郭诗卉 郭缤璐 数据来源：饿了么 口碑

玩转京菜美食

2019 第三届 中国京菜 美食文化节

THE THIRD CHINA BEIJING CUISINE CULINARY CULTURAL FESTIVAL

游世园 逛京城 品京菜

TO VISIT EXPO 2019 TO STROLL AROUND BEIJING TO TASTE BEIJING CUISINE DISHES



主办单位：市商务局 承办单位：北京烹饪协会
 支持单位：北京世园局 市经济信息化局 市民族宗教委 市文化和旅游局 市市场监督管理局 市国资委 市文资办
 协办单位：北京商报社 北京老字号协会 北京市餐饮行业协会 饿了么 中国全聚德（集团）股份有限公司
 北京世园璞築酒店 北京世园会生活体验馆 北京首农食品集团 各区饮食行业协会



扫码关注 京菜美食促销