

北京 国际美食消费趋势报告

BEIJING INTERNATIONAL FOOD CONSUMPTION TREND REPORT

INTERNATIONAL

FOOD



美食财经

扫码
关注更多
报告内容

商业那点事儿

北京本地生活研究中心 出品

数据来源：
饿了么口碑
智囊机构：
北京本地生活研
究中心
城市数据团

“国际美食”是近两年对于“西餐”的一个新提法，出现这个变化的一个重要因素就是国内餐饮市场国际美食领域的快速发展。国际美食的发展并不单纯地表现为门店数量的激增，也表现在这一领域正在呈现出的细分化、连锁化、品牌化、标准化等多个方面。北京作为国际交往中心，有着发展国际美食的先天优势，这里有旺盛的市场需求、充足的市场空间以及丰富的产业链资源，这些吸引着国际美食品牌和餐厅争相进入北京餐饮市场，共同构成并推动北京国际美食领域的发展，同时也在促进着中餐与国际美食之间的文化交流、技艺碰撞，促进餐饮行业融合发展。

北京国际美食三大亮点

北京国际美食细分化

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，其中曾经相对小众的东南亚菜也排名前列，并且在东南亚菜中也开始出现了一些以新加坡菜、越南菜等细分的东南亚菜为主打的品牌，甚至开始出现以越南河粉这一单品为主打的餐饮品牌。除此之外，日料、韩餐等在国内餐饮市场已经具备一定规模的国际美食品类中也早已出现了多层次、多样化的细分发展趋势。

江户前寿司创始人姜炳升曾在接受北京商报记者采访时表示，外来餐饮品类细分化发展是必然趋势，因为不同区域的市场需求，消费能力有很大差别，企业需要根据市场的特点制定品牌甚至不同门店的定位和策略，强化突出优势品类或产品，获取在该品类中的先机。正因如此，江户前寿司在创立之初就直接选用了品类的名称作为品牌名称。

东南亚菜网红品牌Susu创始人李雪柏也向北京商报记者透露，Susu除了继续寻求合适的位置开设主品牌门店外，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。

连锁化发展

从门店分布情况来看，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、安全为最核心的消费需求，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。

综合型商圈即消费客群更加多样的商圈是国际美食餐厅的必争之地，兼具消费、景区功能的王府井以及商务、消费的国贸国际美食品类分布更为均衡。韩国城、望京仍然是日韩料理的聚集地；而写字楼商圈上地、中关村则是西式快餐的天下。这也说明目前国际美食餐厅的分布仍不够均匀，亦是有连锁化发展计划的国际美食品牌的发展空间。

夜间国际美食需求增长

随着北京“夜经济”的持续升温，啤酒、烤串、小龙虾等品类虽仍为“深夜食堂”最热销的餐饮品类，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。

在夜宵主要市场之一的外卖平台上，相较于传统中餐，国际美食外卖的笔单价较高，其中受到部分国际美食本身单价较高的影响。另外，部分国际美食各个价格区间的笔单价变化差异并不大，这也说明价格不再是影响消费者的决定因素，更多消费者根据喜好和需求进行选择。另外，分析认为，在国际美食外卖中最受欢迎的披萨等品类更适合聚餐场景，这也是致使国际美食外卖笔单价更高的原因之一。

从今年开始，不少国际美食品牌也开始了夜宵市场的布局，除了增设24小时门店的麦当劳外，肯德基宅急送也专门为了夜宵市场推出了串类产品，一时引发热议。另外，还有一些专门做夜宵的外卖餐厅也增加了披萨、意面等国际美食品类。可以预见的是，未来会有更多的国际美食餐厅结合“夜经济”发展以及自身发展需要有针对性地布局夜宵市场，它们也将会为北京的夜宵市场注入新的活力。

北京不同国际美食门店增速

