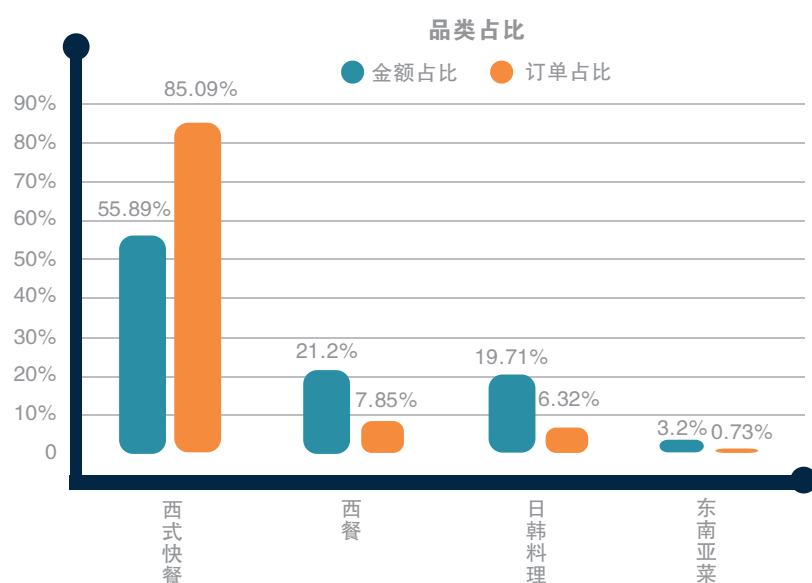


数读北京国际美食:到店消费年轻化

特点



1 西餐客单价较高



从这组数据中可以看出,北京国际美食领域西式快餐因规模优势在金额占比以及订单占比中都占据绝对优势;但同时值得注意的是,西餐业态的订单占比虽然与西式快餐相差很远,但西餐业态的交易金额占比与西式快餐之间的差异却相对较小,这也说明北京餐饮市场中西餐的客单价优势比较明显,日韩料理也存在类似情况。分析认为,一方面是因为国际美食餐厅在选址方面要求更高,承担的成本也更高;另一方面则是因为这类餐厅的原材料成本相对更高,降低成本已经成为目前很多小众国际美食餐厅正在努力的方向。

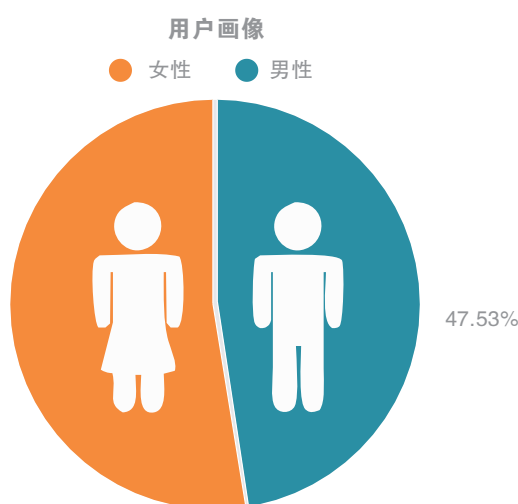
从北京国际美食餐厅数量最多的十大商圈来看,大型商业综合体以及交通枢纽占据了全部前十名。这也说明国际美食餐厅选址除了注重商圈流量外,更加注重消费群体多样的商圈和地区,这类商圈的功能更加丰富,周围消费群体构成也相对复杂,同时也兼具一些大流量网红品牌的进驻,这也说明国际美食餐厅在选址方面要求相对更高,相应的在这些区域开店的品牌所要承担的房租及其他成本也会更高,因此这些区域聚集了大量的高客单价的国际美食餐厅,它们也是目前北京餐饮市场中竞争力相对较强的品牌和餐厅。

国际美食商圈热度排名



2 大型综合商业体及交通枢纽是国际美食聚集地

3 女性消费者更喜爱国际美食

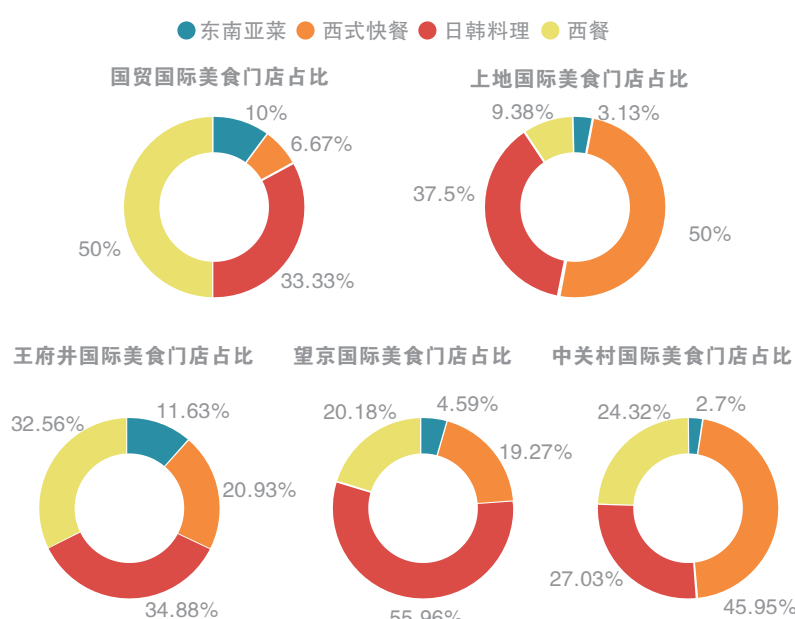


相比之下女性消费者更爱消费国际美食,在北京国际美食餐厅中,有大量的网红西餐厅、甜品店、咖啡店、下午茶店等,这类餐厅往往是女性消费群体的最爱,也能吸引大量的女性消费者前去门店打卡。此外,由于本次统计中将轻食也纳入了国际美食领域,而轻食正符合当下许多女性健康、减肥的餐饮消费需求,这也是造成国际美食领域女性消费者更多或者贡献订单更多的原因之一。

趋势

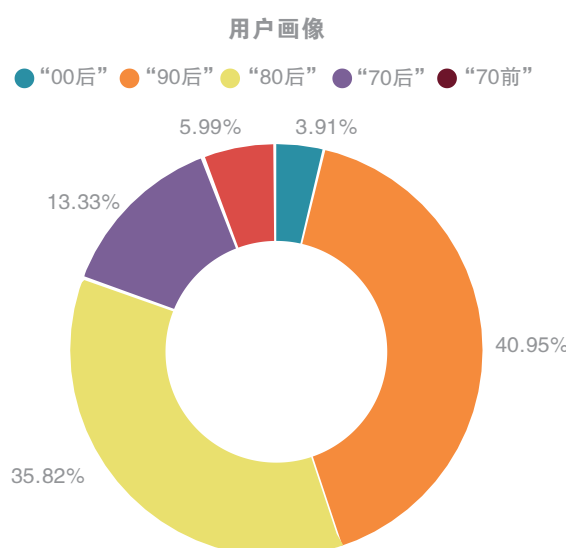
在本次抽样的五大商圈中,王府井和国贸商圈兼具办公、购物、商务、旅游等功能,因此所面向的消费群体也更加多样化,促使该区域不同定位、品类的国际美食发展更为均衡,并且从数据表现不难看出,这两大商圈对于新兴起的东南亚菜这类相对小众的国际美食餐厅有很大的吸引力。而上地、中关村两大商圈则以写字楼为主,这类商圈也适合西式快餐的驻扎,但不难看出,目前选出的这几大商圈中各类国际美食都有分布,这也意味着北京消费者对于国际美食的需求分布越发旺盛也更加分散,为国际美食餐厅开店发展提供了新思路。

五大商圈国际美食门店占比



1 国际美食品类分布更加分散

2 适应年轻消费群体是国际美食餐厅主要课题



从到店消费国际美食的用户年龄段分布来看,“80后”、“90后”消费者是国际美食消费的绝对主力,可以预见的是,“00后”在其中的占比将逐渐上升。年轻消费群体对于新鲜事物的接受程度更高,肯德基、麦当劳、星巴克的品牌陪伴着他们成长,并且已经成为年轻消费群体最常消费的国际美食品牌。主要面向年轻消费群体也意味着国际美食品牌和餐厅需要更强的创新能力适应这部分消费群体的消费需求、消费习惯和喜好,当然这也是促进北京国际美食发展的动力之一。

在北京国际美食到店订单量、交易金额前10名中多数为快餐、休闲简餐品牌,沃歌斯是上榜的唯一一家以轻食为主打的餐饮品牌。而近两年,无论是在线上还是线下,轻食门店数量都在快速增长,并且已经开始出现迭代的情况。沃歌斯本身的产品结构及口味特点也在不断调整,以适应当下的消费需求。这类品牌正在改变消费者轻食=沙拉的印象,它们正在尝试通过各类方式向消费者传达健康、均衡膳食的理念,也在逐步引导消费者对于饮食健康重要性的认知,而这也将是轻食品类未来发展的潜力所在。

订单量前10 (排名根据品牌首字母)



交易金额前10 (排名根据品牌首字母)



3 轻食餐厅极具发展潜力