

中国新餐饮消费行为趋势 研究报告

2018年

中国餐饮市场概览

1

新餐饮消费趋势洞察

2

- 全链路消费趋势观察
- 新中产人群餐饮消费画像

新餐饮消费走向自助化、智能化时代

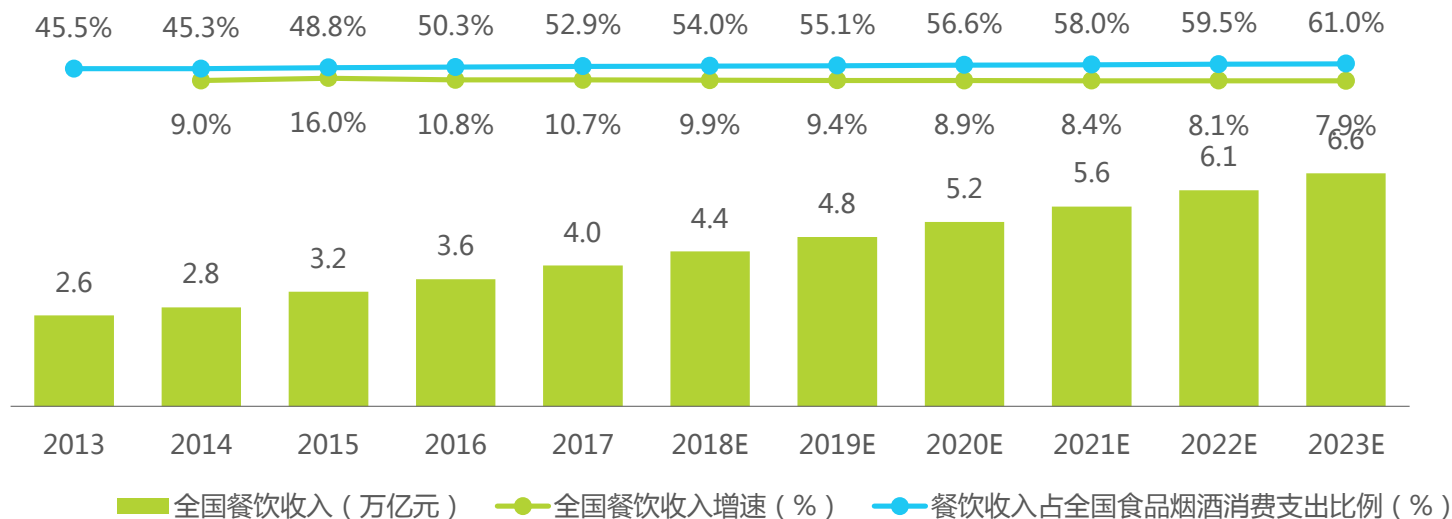
3

中国餐饮行业发展环境及现状

餐饮消费连续3年保持两位数增长，整体形势稳中向好

餐饮行业作为满足居民“衣食住行”四大基本生活需求之一的行业，规模庞大。国家统计局数据显示，2017年，全国餐饮收入达4.0万亿元，同比增长10.7%。今年1月份至4月份，全国餐饮营业额达12736亿元，同比增长10.1%，持续保持了两位数增长。中国烹饪协会会长姜俊贤在年初的一次演讲中谈到，改革开放40年来，我国餐饮业营业额从改革开放初期不到60亿元增长了700多倍，行业规模即将跨入4万亿时代；服务网点也从1978年的12万户发展到2017年的465.4万户，涉及门店超过800万个，整个行业从基础薄弱逐步发展成为在扩大内需、促进消费、稳定增长、惠及民生等各个方面都具有举足轻重作用的重要产业。

2013-2023年中国餐饮收入规模与增速



来源：2013-2017年数据来源于国家统计局，艾瑞咨询研究院绘制。

移动互联网时代的餐饮消费

新餐饮时代，全链路线上线下一体化成新趋势

随着移动互联网对于居民生活的渗透不断深入，以及80、90后等网生代消费者成为餐饮消费的主力军，当前市场对手机线上点餐、等位和支付等需求出现持续增长，同时对餐饮消费便利性、个性化和品牌化的需求也在与日俱增，这使得餐厅在功能与服务线上化、用户消费体验持续提升以及全链路线上线下一体化等维度的竞争，将成为国内餐饮行业进一步转型升级的主阵地。

至2018年中国餐饮行业互联网化发展历程

2018年餐饮消费新趋势

信息在线化

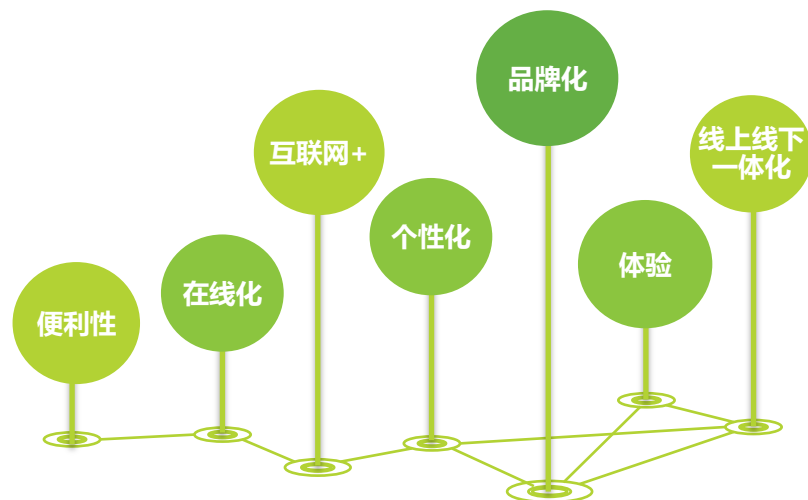
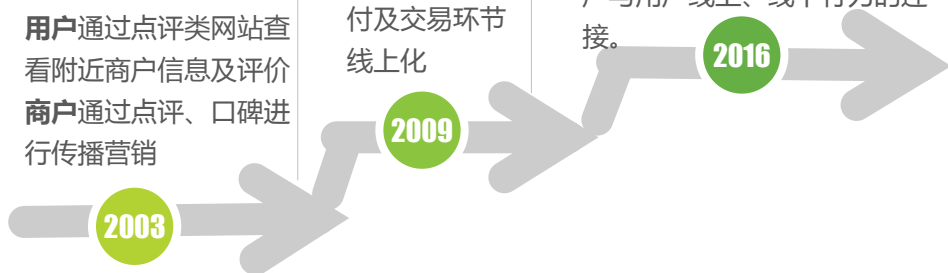
- 餐饮行业的互联网化以**点评类网站**为起点，这一阶段用户使用互联网的行为以**PC端**为主
- **用户**通过点评类网站查看附近商户信息及评价
- **商户**通过点评、口碑进行传播营销

交易在线化

- 随着移动互联网和第三方支付的高速发展，团购/外卖平台纷纷涌现
- 餐饮消费的支付及交易环节线上化

行为在线化（线上线下一体化）

- **餐厅在线化**：餐厅的线上店铺不再仅仅承担信息展示及交易的功能，顾客除就餐环节外，预订、排队、点餐、支付、开发票等过程全部可通过线上完成
- **全渠道会员**：除用户交易信息之外，通过智能化系统，实现用户全渠道消费行为数据化，打通商户与用户线上、线下行为的连接。



来源：公开资料及企业访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国餐饮市场概览

1

新餐饮消费趋势洞察

2

- 全链路消费趋势观察
- 新中产人群餐饮消费画像

新餐饮消费走向自助化、智能化时代

3

样本说明

人群定义



95后

1995年1月至1999年12月出生

90后

1990年1月至1999年12月出生

80后

1980年1月至1989年12月出生

70后

1970年1月至1979年12月出生

新中产

年收入在10万以上的80后及90后

样本说明

研究方法 iClick社区在线定量问卷调查

调研时间 2018年6月

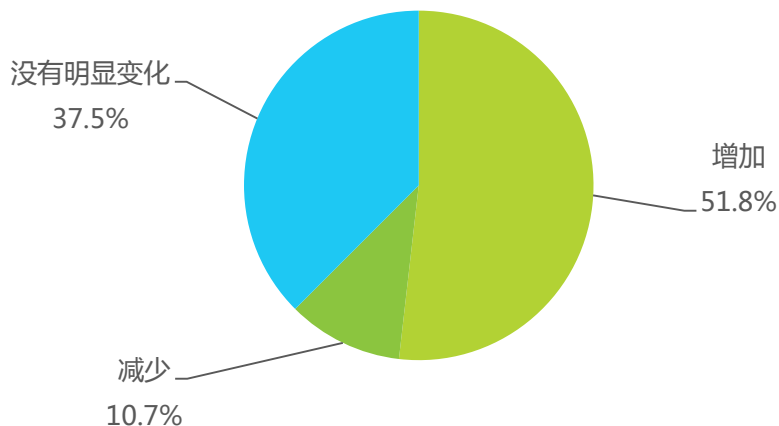
总有效样本量 1490份

生活节奏加快拉动在外就餐需求增长

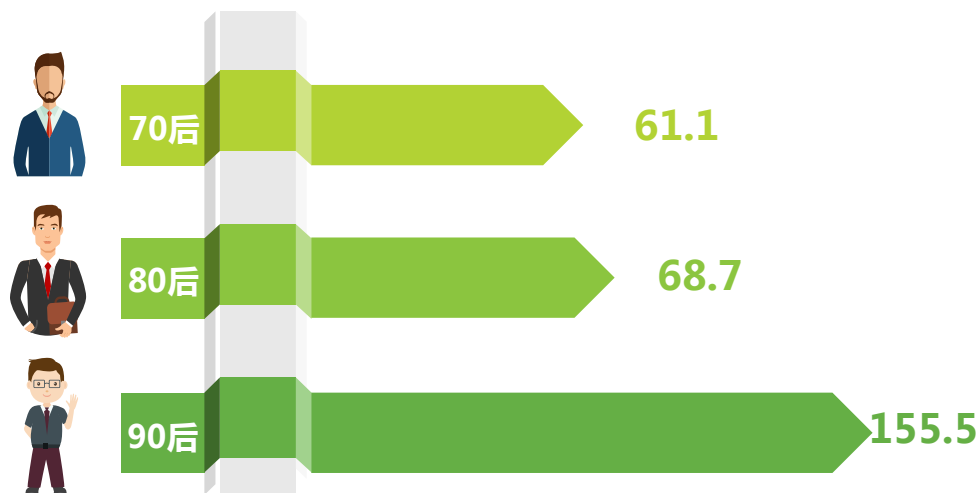
超5成消费者外出就餐频次增加

现代社会生活节奏加快，经济快速发展，大部分受访者表示愈发青睐在外就餐。与此同时，90后等网生代年轻群体更是其中主力。艾瑞调研数据显示，从外出就餐的频次变化来看，51.8%受访者最近一年外出就餐的频次在增加，仅有10.7%的消费者外出就餐频次减少。此外，42.5%的受访90后每周在家做饭次数少于4次，且每月在家做饭少于三次的比重是其他年龄段的2倍以上。

2018年中国消费者外出就餐频次变化



2018年不同年龄层级中国消费者每月在家做饭次数少于三次TGI



注释：TGI指数= [目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100，TGI值越高代表该群体特征越明显。

问题：S1.最近一年，您通过以下方式就餐的平均频率是？

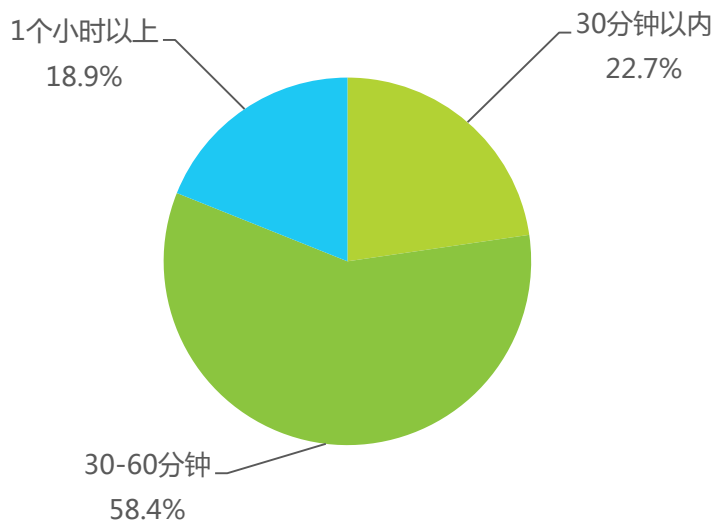
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

8成消费者外出就餐时间在60分钟内

过半消费支出控制在50-200元之间

从就餐时间来看，有58.4%的消费者外出就餐花费的时间在30-60分钟，其中18.9%的消费者外出就餐平均花费时间在1小时以上。从消费金额来看，58.3%的消费者平均每顿花费的金额在50-200元之间。

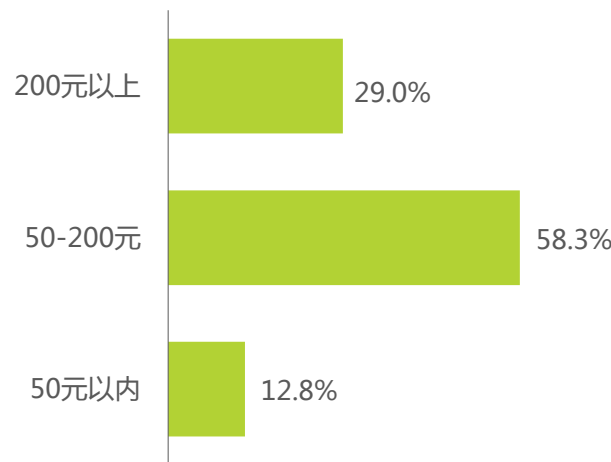
2018年中国消费者外出就餐从到店到离开花费的时间



问题：A24. 最近一年，您外出就餐时，从到店到吃完离开，实际平均一顿饭花费多少时间？

来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

2018年中国消费者外出就餐花费的金额



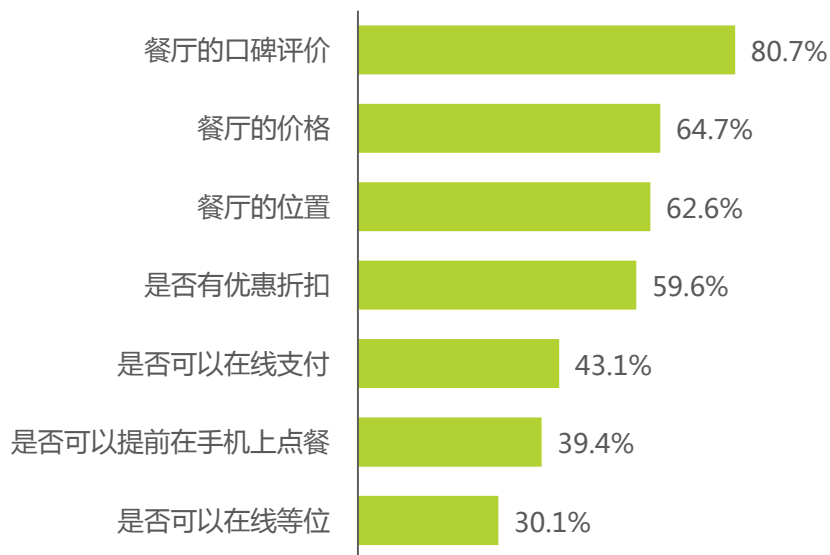
问题：A25. 最近一年，您外出就餐时平均每餐的消费金额是？

来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

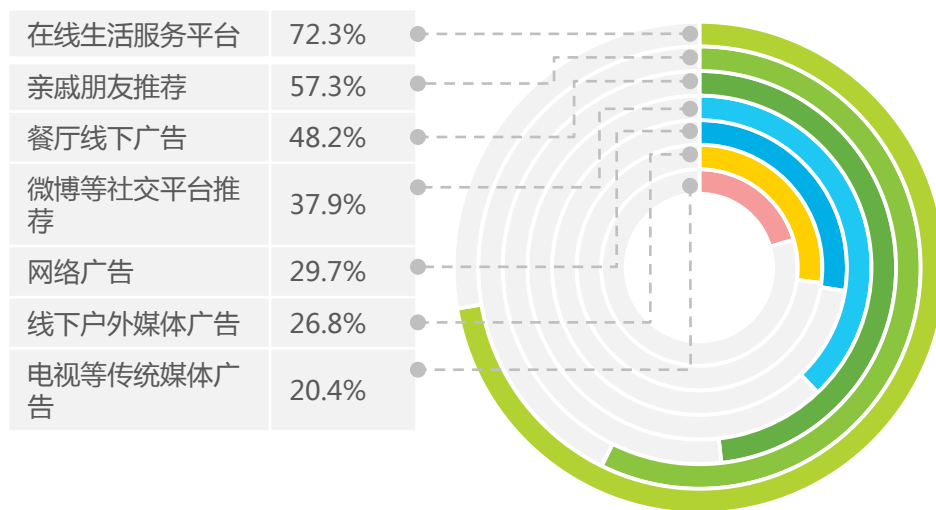
选餐厅重口碑，四成在意能否手机点单

从信息获取渠道来看，随着餐饮行业互联网渗透程度不断提升，在线生活服务平台已经成为消费者查看餐厅信息、挑选餐厅最主要的渠道；其次，亲戚朋友的推荐也是消费者获取餐厅的重要渠道之一；此外，口碑评价、价格、位置是消费者在选择餐厅时的前三考虑因素，其中80.7%的消费者在选择餐厅时会考虑餐厅的口碑评价。就此而言，提升餐厅的口碑值不但能帮助餐厅提升老客复购的频率，更能帮助餐厅吸引更多的新客前来就餐。

2018年中国消费者选择餐厅时的主要考虑因素



2018年中国消费者了解餐厅信息的渠道



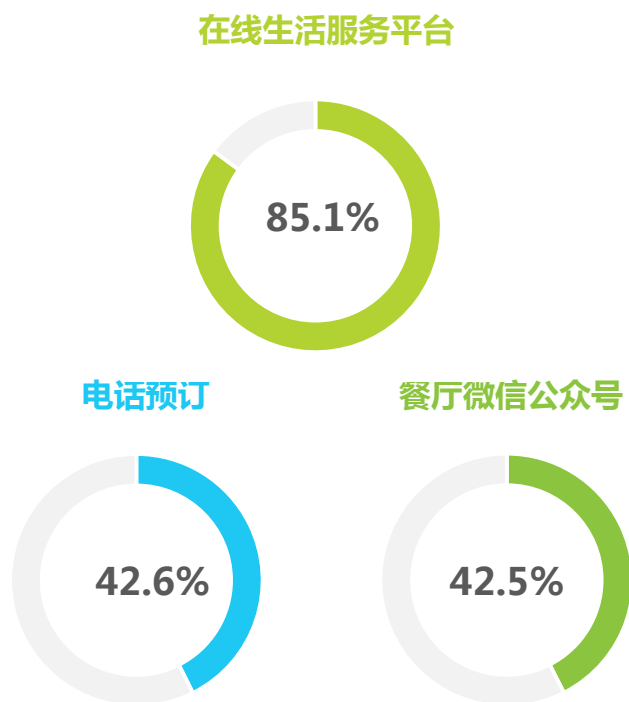
问题：A4.以下哪些因素会影响您对餐厅的选择？
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

问题：A2.您通常是通过以下哪些渠道了解餐厅信息的？
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

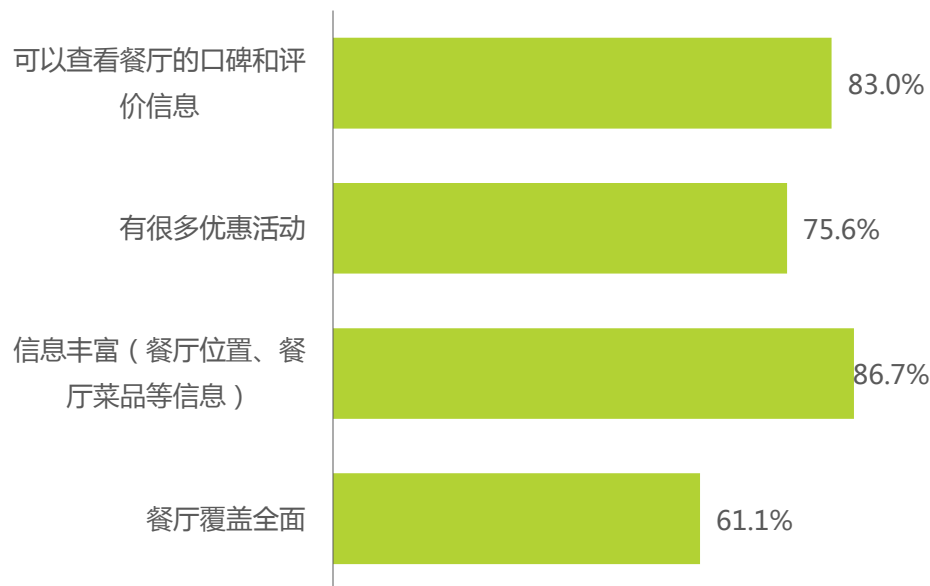
选餐订位首选在线生活服务平台

从预订行为来看，在线生活服务平台由于其方便快捷、信息丰富等特性，已成为消费者外出就餐时预订餐厅的主要方式。在预订过餐厅的消费人群中，有85.1%的消费者曾通过在线生活服务平台预定餐厅，超餐厅微信公众号及电话预定等渠道近一倍。

2018年中国消费者预订餐厅的方式



2018年中国消费者选择在线生活服务平台获取餐厅信息的原因



问题：A5.您通常通过什么方式预订餐厅？

来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

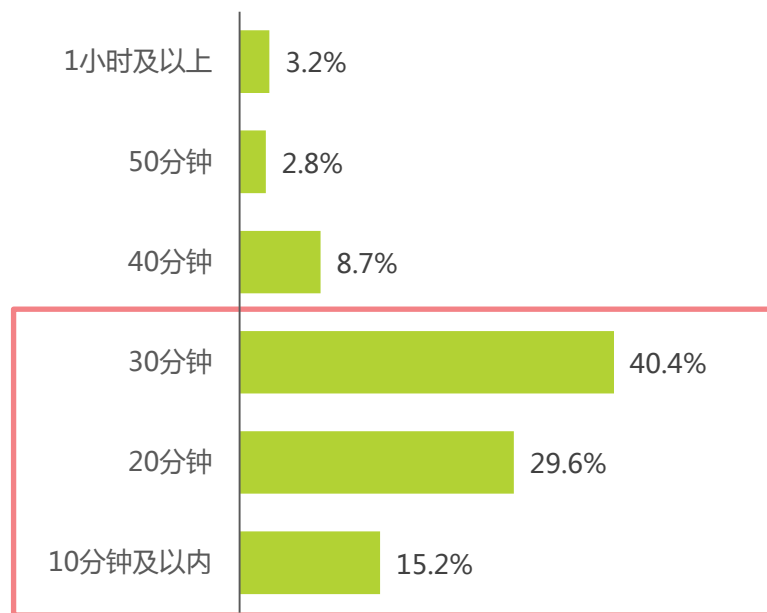
问题：A3.您选择通过在线生活服务平台（如：口碑、美团、大众点评等）获取餐厅信息的原因是？

来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

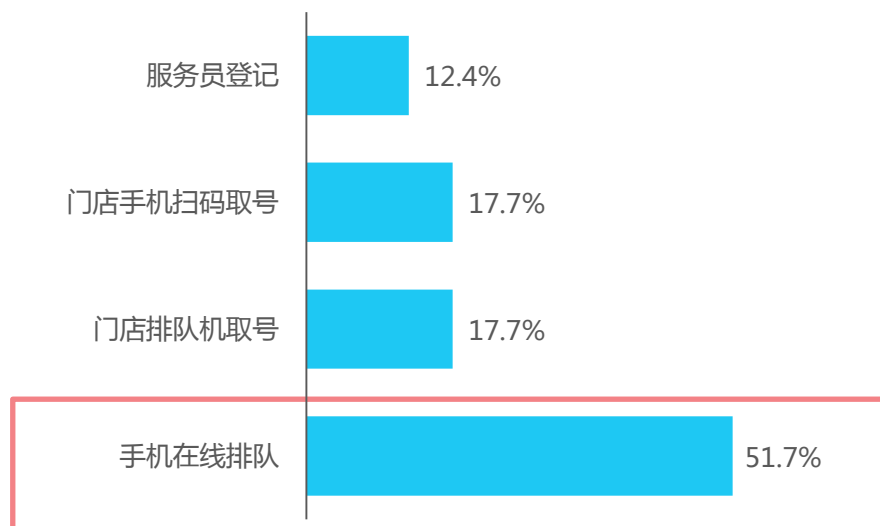
超半数消费者最希望用手机在线排队

调查显示，85.2%的消费者外出就餐时能接受的最长等位时间不超过30分钟，15.2%的消费者希望等位时间能够在10分钟以内，仅有3.2%的消费者能接受1小时以上的等位时间。排队方式方面，当前消费者使用最多的方式是门店排队机取号，但在有选择的情况下，有51.7%的消费者希望能够通过手机在线排队等位。

2018年中国消费者外出就餐时能接受的最长等位时间



2018年中国消费者外出就餐时最希望选择的等位方式



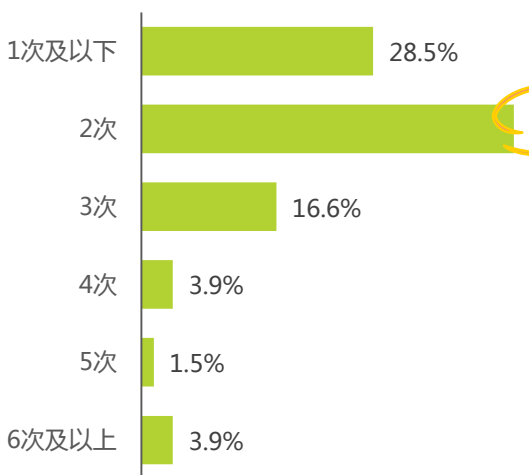
问题：A7. 您外出就餐时，到店之后能接受的最长等位时间是？
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

服务三次未响应流失近半消费者

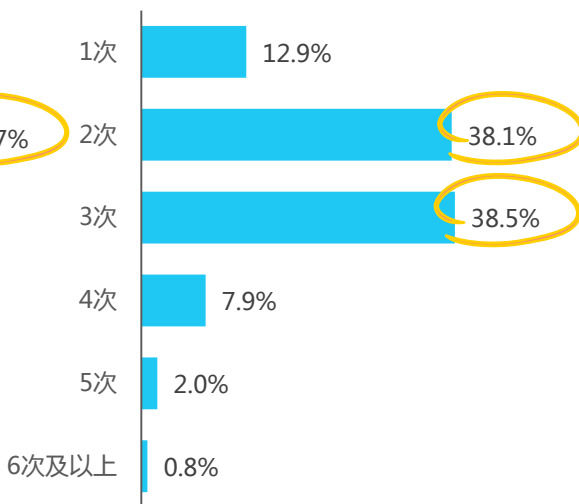
调研数据显示，目前有49.4%的消费者会经常通过服务员点餐，不断涌入的线下点餐需求对餐厅服务能力提出了极大考验，有71.5%的受访者表示，外出就餐时通常需要召唤2次以上才会有服务员响应。但对消费者而言，约五成人认为在召唤2次未响应时，自己的就餐体验就会变差。而当召唤第3次时，50.8%的消费者会放弃就餐。

2018年中国消费者外出就餐时召唤服务次数及体验

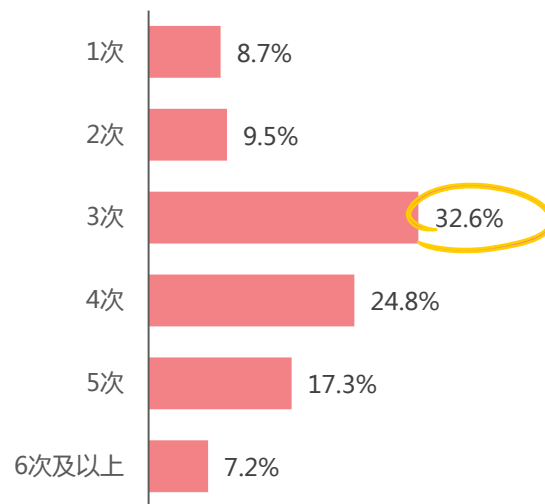
通常召唤服务次数



会导致体验变差的最多次数



会放弃就餐的最多次数

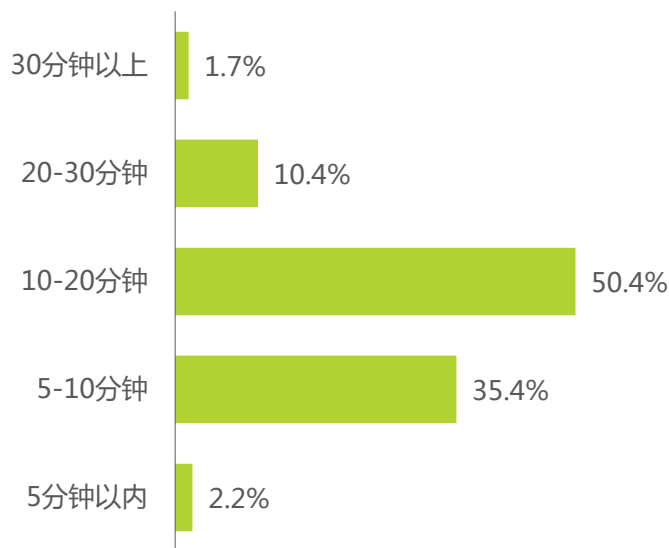


问题：A10.最近一年，您外出就餐时经常使用哪种方式点餐？
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

上菜速度整体满意度较高

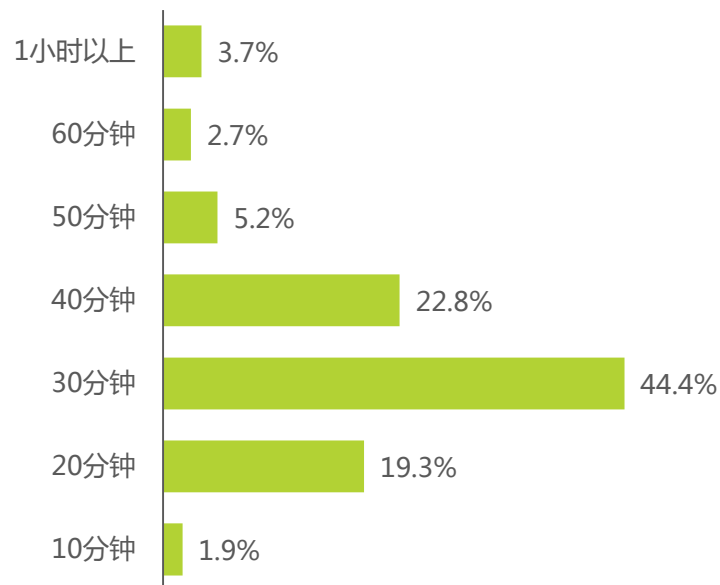
50.4%的消费者表示，外出就餐时的平均上菜速度为10-20分钟，而12.1%的消费者外出就餐时通常上菜时间会超过20分钟。在对上菜时间的容忍度方面，44.4%的消费者表示上菜时间超过30分钟就不会再去该餐厅就餐，19.3%的消费者表示能接受的最长上菜时间为20分钟。

2018年中国消费者外出就餐时通常的上菜时间



问题：A21.最近一年，您外出就餐时通常上菜的时间是多久？
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

2018年中国消费者外出就餐时能接受的最长上菜时间

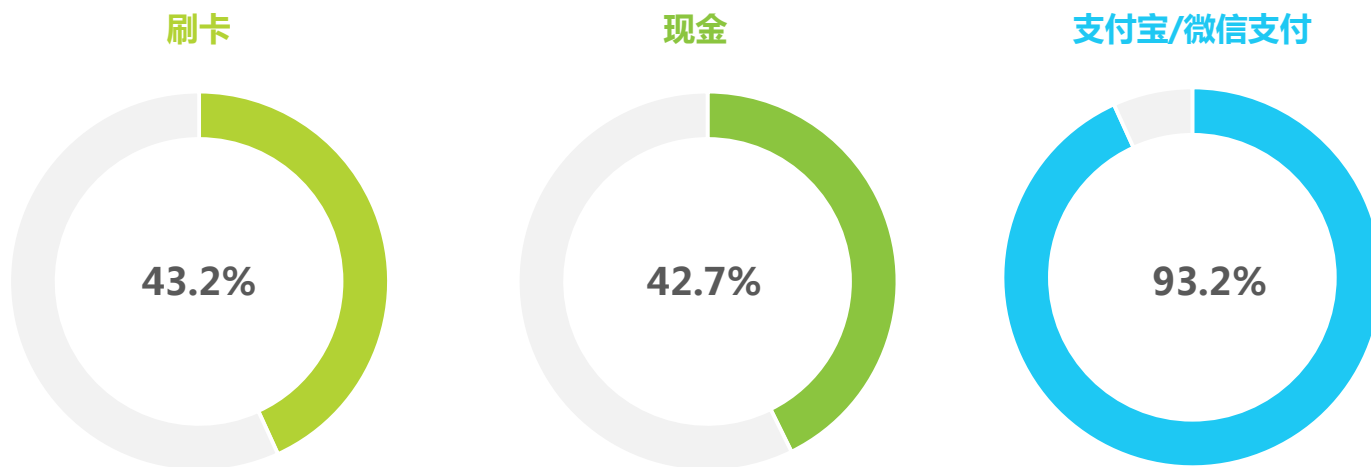


问题：A23.上菜时间超过多久您不会再去该餐厅消费？
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

移动支付成就餐主流结账方式

移动支付已成为消费者最主流的选择，93.2%的消费者外出就餐时通常会选择支付宝/微信支付，仅有42.7%的消费者通常会选择现金支付，移动支付已成为消费者外出就餐时最主流支付方式。

2018年中国消费者外出就餐时通常使用的支付方式



问题：A26.最近一年，您外出就餐时通常选择什么方式支付？
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

近六成消费者希望能自助开票

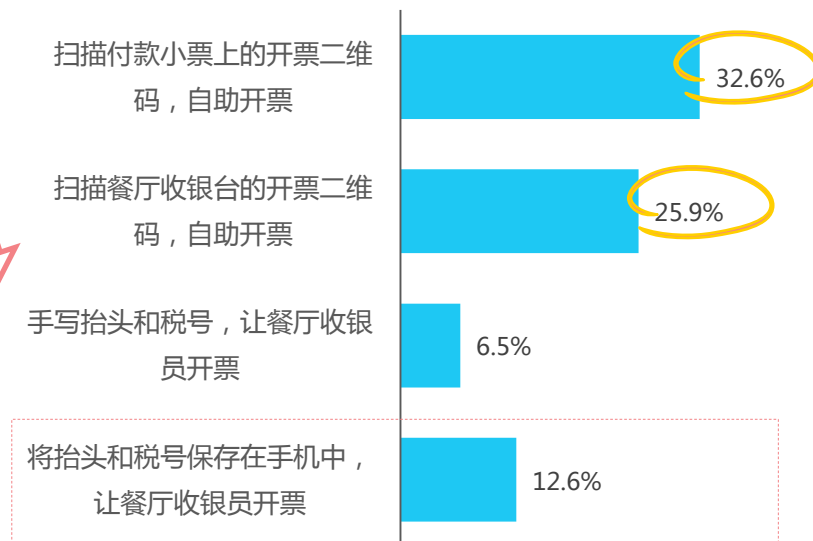
当前消费者最经常选择的开发票方式是将抬头和税号保存在手机中，让餐厅收银员开票。但58.5%的消费者更希望能自助开票，同时扫描付款小票上的开票二维码自助开票是消费者时下最愿意使用的开发票方式。

2018年中国消费者外出就餐时开发票的方式

通常选择的方式



最希望使用的方式



问题：A29.最近一年，您外出就餐时通常通过什么方式开发票？A30.未来您最希望通过以下哪种方式开发票？
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

中国餐饮市场概览

1

新餐饮消费趋势洞察

2

- 全链路消费趋势观察
- 新中产人群餐饮消费画像

新餐饮消费走向自助化、智能化时代

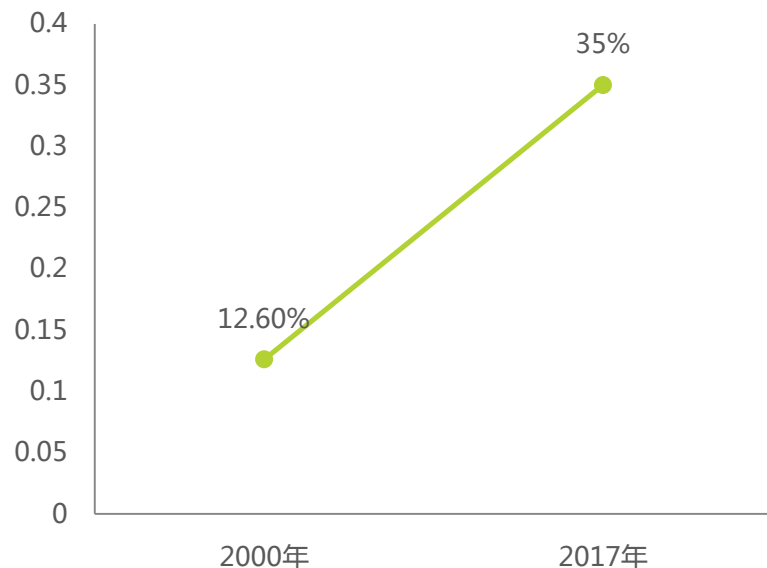
3

新中产人群研究背景

国内中产规模稳步增长，新中产更具消费潜力

根据瑞信（Credit Suisse）《2017年全球财富报告》，在世界11亿中产中（财富介于1万至10万美元），中国所占比例由2000年的12.6%迅速升至2017年的35%，全球中产群体的人口预计到2022年将增加2.3亿，至逾12亿人，中国所占比例也将升至40%。目前中国的中产群体已形成了相对可观的规模，同时规模还在不断扩大。随着社会的发展，更多80、90后也将进入富足化阶段，成为最具消费实力的新中产人群。随之而来的，是国内消费群体结构的整体重塑，以及餐饮消费市场需求的全面更替。

中国中产财富人群在全世界中产财富人群的占比



注释：中产财富人群为年收入在1万-10万美元人群
来源：瑞信（Credit Suisse），艾瑞咨询

中国中产人群特性及发展趋势

中产人群特性

中产具有较高的经济资本，普遍购买力较强、消费意愿也较为强烈，代表着国内最活跃的消费力量，是中国主流消费人群。

新中产人群特性

新生代中产是在变化加速的新时代诞生的80后、90后年轻中产人群，新中产更加注重生活品质、精神消费、个人兴趣培养、健康生活、智能科技等方面，不愿意将就，同时注重效率也是他们鲜明特性的体现。

中产人群发展趋势

随着经济的发展，国内中产将会不断壮大，消费潜力巨大，而80、90后代表的新中产也将成为最具消费实力人群。

注释：中产群体指年收入在10万元以上的人群，新中产群体指年收入在10万元以上的80后及90后
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

新中产人群餐饮消费画像

人群定义

新中产：年收入在10万以上的80后及90后



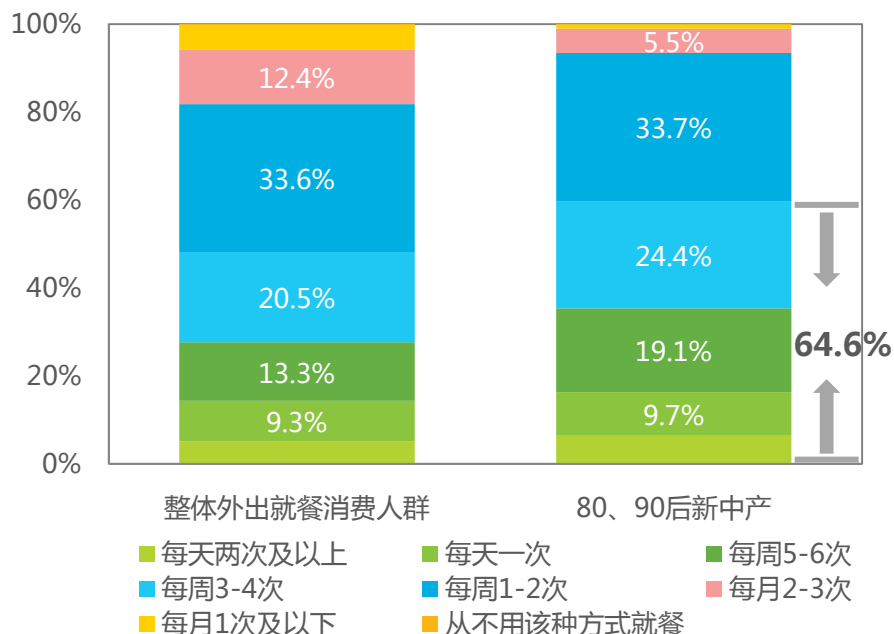
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

新中产餐饮消费“两高”明显

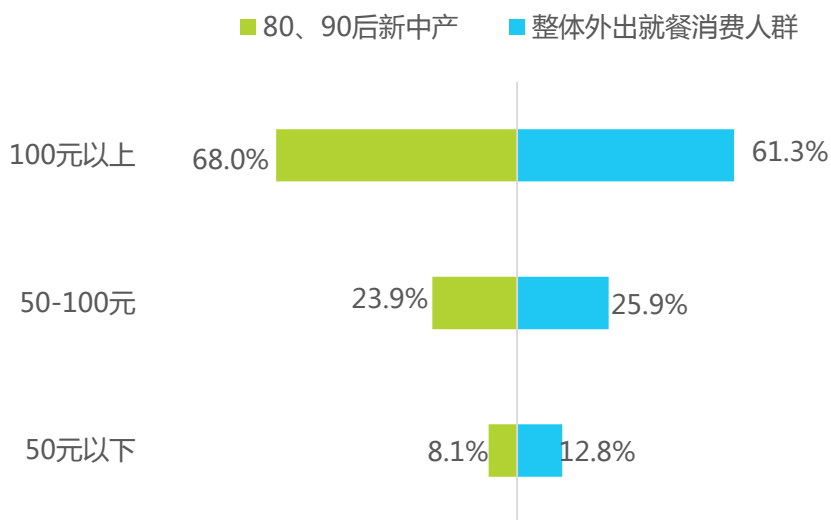
64.6%每周外出就餐超过3次

根据艾瑞调研数据，随着餐饮市场愈发年轻化，以80、90后为主的新中产正在成为餐饮消费的主力军。其中，64.6%的新中产每周会外出就餐超3次，高出整体水平16.4个百分点；同时，在消费金额方面，新中产人群花费金额普遍高于其他人群，并有近七成新中产消费者表示平均就餐消费金额会超过100元。“高频次”“高消费”成为新中产的最重要特征，让其在餐饮市场中扮演愈发重要的角色。

2018年中国消费者外出就餐消费频次分布



2018年中国消费者外出就餐消费金额分布



问题：Y2.请问您出生的年份是？S1.最近一年，您通过以下方式就餐的平均频率是？——外出就餐

来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

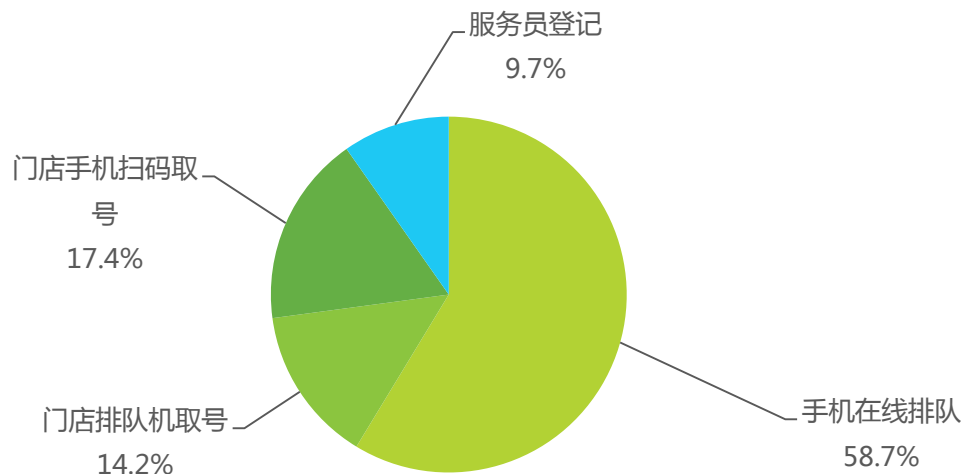
问题：Y2.请问您出生的年份是？A25.最近一年，您外出就餐时平均每餐的消费金额是？
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

排队不想再“傻等”

近六成新中产最愿用手机在线排队

在新中产消费者外出就餐最想用的等位方式方面，艾瑞调研数据显示，58.7%的80、90后新中产消费者选择手机在线排队，是这类人群最愿选择的等位方式，而仅有9.7%的新中产消费者会选择通过服务员登记等位。

2018年中国新中产消费者外出就餐最愿选择的等位方式



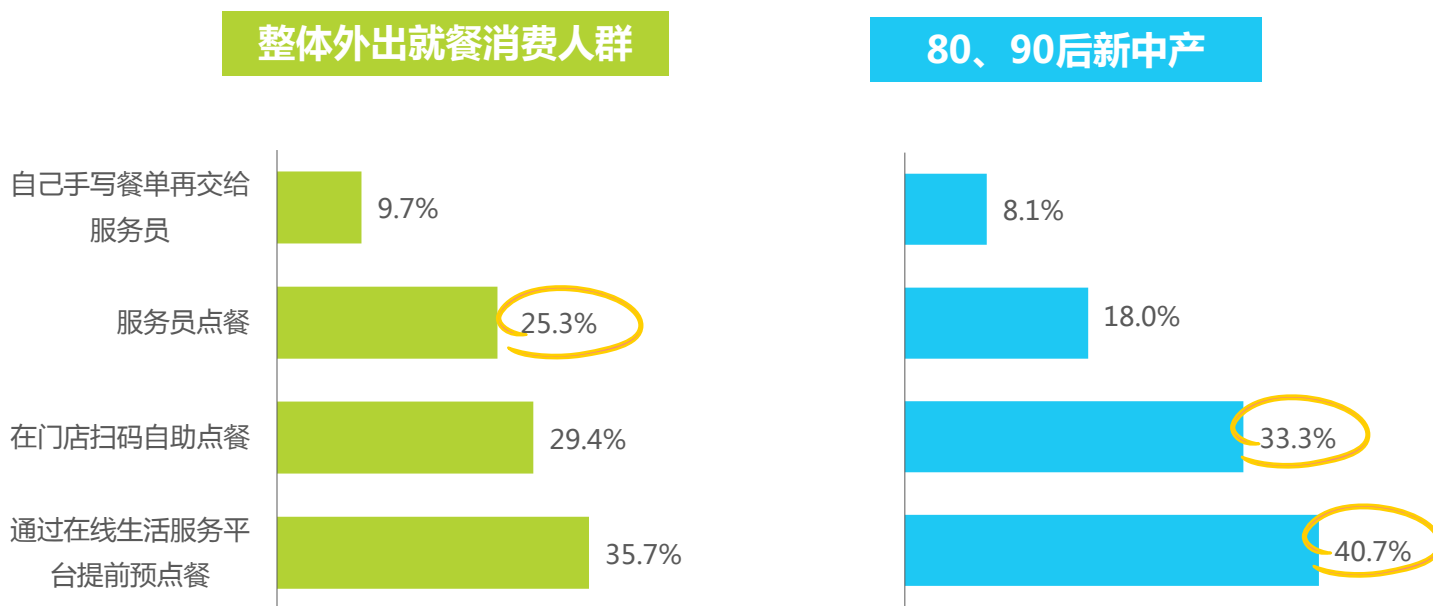
问题：Y2.请问您出生的年份是？最近一年，在以下方式都可以选择时，最倾向于通过哪种方式排队等位？——最愿意选择的等位方式
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

愿在自己的世界里安静吃饭

四成新中产偏爱提前预点餐

从点餐方式的意愿来看，在可以选择的情况下，通过在线生活服务平台提前预点餐和在门店扫码自助点餐是80、90后新中产最希望使用的点餐方式，而其他餐饮消费人群仍对服务员点餐方式有较好印象。

2018年中国餐饮消费者最希望使用的点餐方式



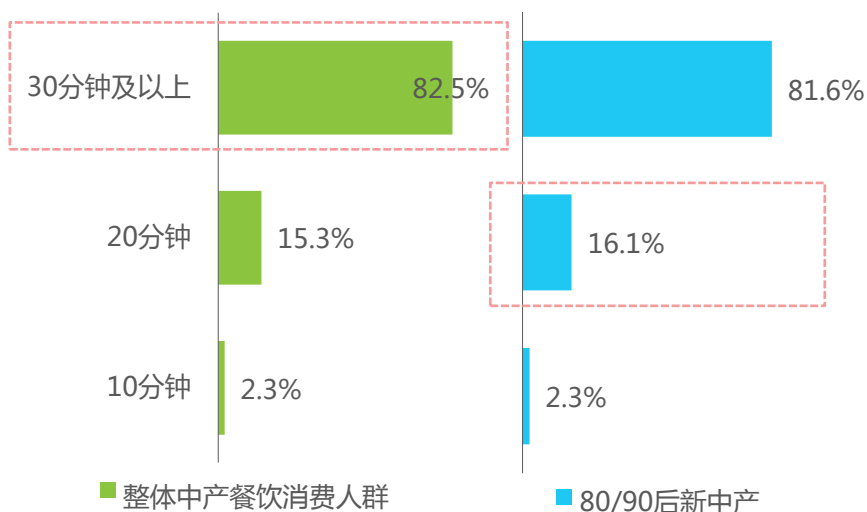
问题：Y2.请问您出生的年份是？ A12.在以下方式都可以选择的情况下，您更喜欢通过哪种方式点餐？
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

唯有服务得我心

新中产就餐更重体验

根据艾瑞调研数据，相对于整体中产餐饮消费人群来说，80、90后新中产更要求上菜效率，有16.1%的新中产消费者仅能接受20分钟以内的上菜时间。此外，新中产人群也更为看重就餐时的服务体验，15.9%的新中产召唤服务员超过2次没有响应就放弃在该餐厅就餐，是整体水平的1.11倍。

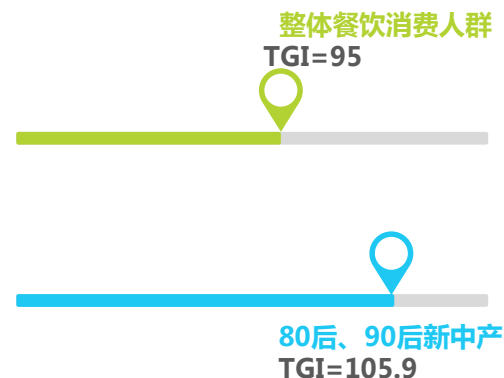
2018年中国消费者外出就餐时忍受上菜时间的临界点



2018年中国消费者外出就餐时对召唤服务次数的体验



召唤服务员2次没有响应
放弃在该餐厅就餐
(TGI)



问题：Y2.请问您出生的年份是A23.上菜时间超过多久您不会再去该餐厅消费？
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

TGI指数= [目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100，TGI值越高代表该群体特征越明显。

问题：Y2.请问您出生的年份是？A14.召唤服务员超过多少次仍没有服务员响应您会选择放弃在该家餐厅就餐？

来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

佛系新中产：饭要从容吃

四成90后新中产外出就餐时间多于50分钟

在外出就餐时间方面，新中产平均时长显著高于较其他群体，并且这一时长随着年龄降低而出现快速增长趋势。其中，40.7%的90后新中产外出就餐时间花费会在50分钟以上，人数占比高出80后新中产近17%。

2018年中国不同年龄层次中产阶级外出就餐时间(TGI)



注释：TGI指数= [目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100，TGI值越高代表该群体特征越明显。

问题：Y5.您的职业是？A24.最近一年，您外出就餐时，从到店到吃完离开，实际平均一顿饭花费多少时间？

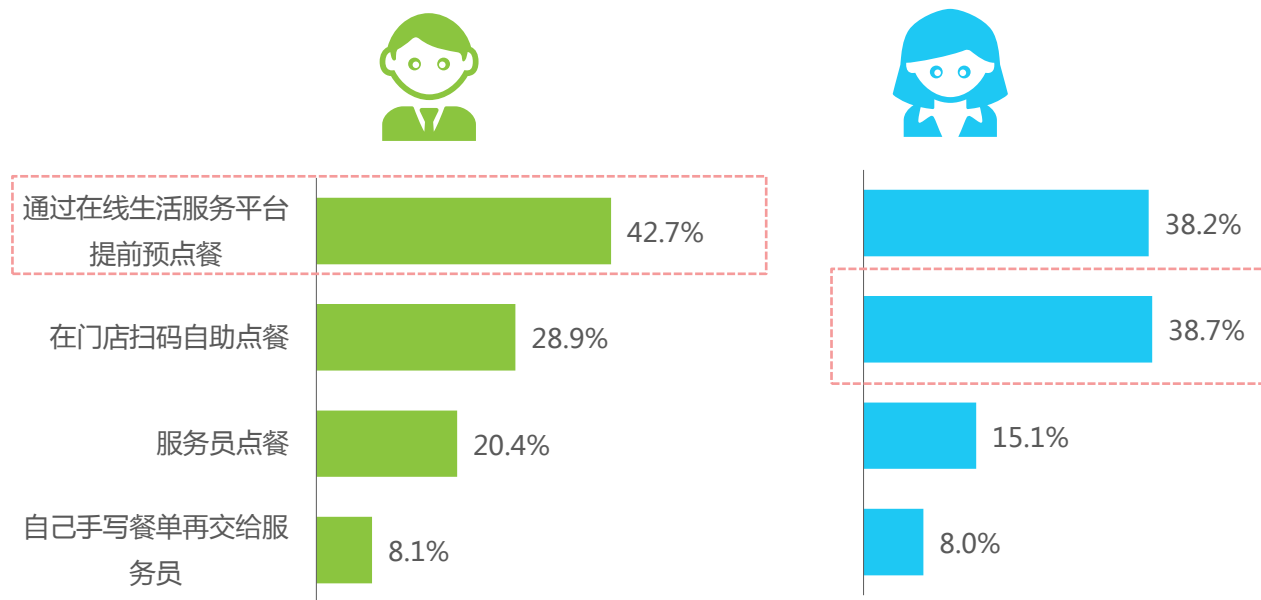
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

饮食男女大不同

男性重效率，女性重体验

从性别维度来看，男女新中产最希望使用的点餐方式不尽相同。根据艾瑞调研数据，42.7%的男性新中产最希望使用在线生活服务平台提前预点餐，在免去排队之苦的同时，按时有效率地享受美味。相对而言，女性新中产更在意便捷性和私密性，近八成在点餐时更希望在线自助完成。

2018年中国不同性别新中产人群最希望使用的点餐方式



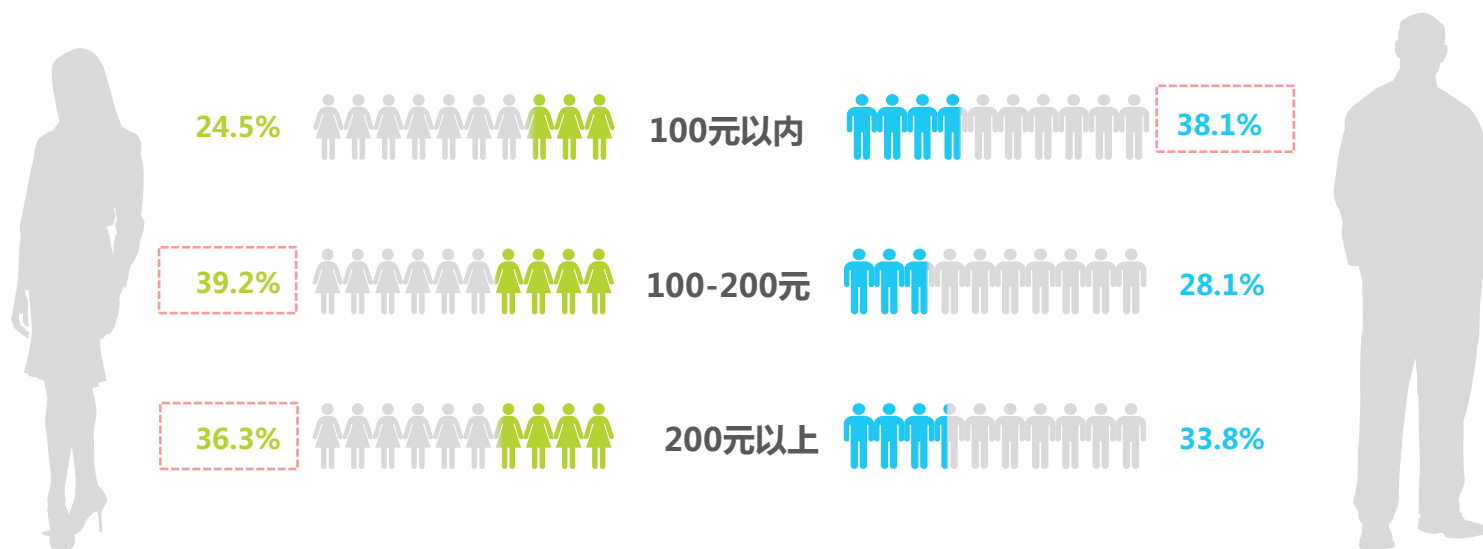
问题：Y1.请问您的性别是？A12.在以下方式都可以选择的情况下，您更喜欢通过哪种方式点餐？
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

饮食男女大不同

男性在意性价比 女性吃饭不将就

此外，在新中产人群中，男女消费结构也有较大区别。其中，75.5%的女性新中产消费者外出每次外出就餐花费在100元以上，且每次餐饮花费在200元以上占比36.3%，愿为餐食品质和就餐体验付出更多；相对而言，男性每次外出花费多控制在200元以内（76.2%），高性价比的餐食才是其就餐首选。

2018年中国不同性别新中产平均每次外出就餐花费



问题：Y1.请问您的性别是？A25.最近一年，您外出就餐时平均每餐的消费金额是？
来源：艾瑞咨询于2018年6月通过iClick调查获得，总样本量N=1490

中国餐饮市场概览

1

新餐饮消费趋势洞察

2

- 全链路消费趋势观察
- 新中产人群餐饮消费画像

新餐饮消费走向自助化、智能化时代

3

新餐饮消费走向自助化、智能化时代

全流程提升效率优化体验成制胜市场关键

综上所述，随着互联网对居民生活渗透的深入，越来越多消费者习惯通过在线渠道满足自己对餐饮的各类需求，通过在线生活服务平台挑选、预定餐厅也已成为消费者就餐时的常规选择。与此同时，以新中产为代表的一批主流餐饮消费人群，除了一如既往重视餐食的品质安全外，也会越来越关注餐饮全流程的效率和体验，这使得新技术、新体验将成为餐饮行业下一步发展的重心，逐步用智慧化、数字化的经营理念迎合年轻消费者的喜好，而移动化、自助化、智能化的新餐饮体验也将成为未来餐饮的重要发展方向。

2018新餐饮消费对商家提出了优化服务全链路的要求



关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询