

中国餐饮市场 数据报告

(华北区)

组织策划 / 大众点评研究院

韩璟 周淑芳 骆雯 主编

中国商业出版社

2013版

中国餐饮市场数据报告 [华北区]（2013版）

韩璟 周淑芳 骆雯 主编

中国商业出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

中国餐饮市场数据报告 : 2013版. 华北区 / 韩璟, 周淑芳, 骆雯主编.
-- 北京 : 中国商业出版社, 2013.9
ISBN 978-7-5044-8254-9

I. ①中… II. ①韩… ②周… ③骆… III. ①饮食业 - 统计数据 - 研究报告 - 华北地区 - 2013 IV. ①F719.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第236788号

责任编辑: 张超美

中国商业出版社出版发行
(100053 北京市西城区报国寺1号)
010-63180647 www.c-cbook.com
新华书店总店北京发行所经销
上海画中画包装印刷有限公司印制

*

787*1092毫米 1/16开 18印张 305千字
2013年10月第1版 2013年10月第1次印刷
定价: 66.00

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

《中国餐饮市场数据报告 [华北区]（2013版）》编委会

组织策划：大众点评研究院

主编：韩璟 周淑芳 骆雯

编写人员：商未雄、闫剑锋、庄雄飞、曹一帆、赵柯、韩钊、冉培、凤成

版式设计：陈燕、李佳

主审：李璟、管宏

P 前言 Preface

本报告分为六个部分：分别是“北京篇”、“天津篇”、“沈阳篇”、“哈尔滨篇”、“大连篇”和“营销篇”。

“北京篇”、“天津篇”、“沈阳篇”、“哈尔滨篇”和“大连篇”通过大量的统计数据分析，客观呈现2012年10月~2013年5月期间北京、天津、沈阳、哈尔滨和大连五个城市餐饮市场竞争状况、食客菜系消费偏好和餐饮价格水平。同时报告首次呈现城市消费者外出就餐区域热谱图，以期对餐饮商户开新店选址有所启示。

营销篇立足于对各城市消费者的问卷调研分析，深度揭示了餐饮消费决策与选择偏好，并且以移动互联网时代为背景，为餐饮业主的网络营销方式提供建议和指导。

研究方法与数据来源：

报告中所涉及的餐饮统计数据，来自于大众点评，数据分析对象包含但不限于大众点评的商户主页信息、会员点评、会员调查问卷等。

本报告希望通过整理、归纳、分析大众点评平台上的基本信息及数据，形成有效的市场资料，帮助餐饮企业更为详细地了解餐饮市场的整体趋势，为餐饮企业的未来发展及决策提供参考。

研究方法：

- ✓ 网站数据分析
- ✓ 问卷调研

报告中的相关定义:

“收录增长率”的定义:

本报告中“收录增长率”是指,在某时间段内,“大众点评新收录的餐厅数量”占“截至该时间段起点时,大众点评收录的、且显示正常经营中的餐厅总数”的比例。本报告中该指标间接反映2012年10月~2013年5月期间餐饮市场餐厅数量每月的增长情况。

如“2013年5月收录增长率”是指“2013年5月1日~2013年5月31日期间,大众点评新收录餐厅的数量”占“截至2013年4月30日,大众点评收录的,且显示正常经营中的餐厅数量”的比例。

“停止收录率”的定义:

本报告中“停止收录率”是指,在某时间段内,“大众点评停止收录的餐厅数量”占“该时间段内,大众点评曾收录过的餐厅总数”的比例。本报告中该指标间接反映2012年10月~2013年5月期间餐饮市场每月关闭餐厅数量的情况。

如“2013年5月停止收录率”是指“2013年5月1日~2013年5月31日期间,大众点评停止收录餐厅的数量”占“2013年5月期间,大众点评曾经收录过的餐厅数量”的比例。

“同城受欢迎指数”的定义:

“同城受欢迎指数”是各菜系浏览量的标准化指数,代表了消费者对某个菜系的关注程度。

“热门商圈”的定义:

通过考评大众点评上,2012年10月~2013年5月期间各商圈包含的商户主页浏览量、点评数、点评质量等各种因素而排名所获得的人气商圈。

“人均消费”的定义:

根据于2012年10月~2013年5月期间,在大众点评上新增的每条点评消费记录计算所得的人均消费平均值,并排除极端偶然值。

北京篇

一、北京餐饮市场基本现状	2
1. 北京餐饮市场竞争态势	2
2. 北京消费者的菜系偏好	2
3. 北京餐饮消费水平	3
3.1 城市餐饮消费水平排名	3
3.2 北京各菜系价格水平	3
二、各菜系市场状况	4
1. 小吃市场现状	4
2. 北京菜市场现状	6
3. 火锅市场现状	8
4. 川菜市场现状	10
5. 西餐市场现状	12
6. 日本菜市场现状	14
7. 面包甜点市场现状	16
8. 江浙菜市场现状	18
9. 自助餐市场现状	20
10. 西式简餐市场现状	22
11. 粤菜市场现状	24
12. 韩国料理市场现状	26
13. 茶餐厅市场现状	28
14. 湘菜市场现状	30
15. 云南菜市场现状	32

目 录

Contents

16. 清真菜市场现状	34
17. 东南亚菜市场现状	36
18. 西北菜市场现状	38
19. 鲁菜市场现状	40
20. 东北菜市场现状	42
21. 素菜市场现状	44
22. 海鲜市场现状	46
23. 贵州菜市场现状	48
24. 湖北菜市场现状	50
三、区域消费选择与竞争态势	52
1. 区域消费选择	52
1.1 北京消费者外出就餐地点	52
1.2 北京不同菜系的热门商圈	52
2. 区域竞争态势	54
2.1 各商圈内相似价位的餐厅竞争热度	54
2.2 各商圈内不同菜系的餐厅竞争热度	59

天津篇

一、天津餐饮市场基本现状	72
1. 天津餐饮市场竞争态势	72
2. 天津消费者的菜系偏好	72

目 录

Contents

3. 天津餐饮消费水平	73
3.1 城市餐饮消费水平排名	73
3.2 天津各菜系价格水平	73
二、各菜系市场状况	74
1. 天津菜市场现状	74
2. 西式简餐系市场现状	76
3. 小吃市场现状	78
4. 日本料理市场现状	80
5. 面包甜点市场现状	82
6. 川菜市场现状	84
7. 火锅市场现状	86
8. 上海江浙菜市场现状	88
9. 海鲜市场现状	90
10. 粤菜市场现状	92
11. 西餐市场现状	94
12. 韩国料理市场现状	96
13. 烧烤市场现状	98
14. 清真菜市场现状	100
15. 自助餐市场现状	102
16. 茶餐厅市场现状	104
17. 湘菜市场现状	106
18. 鲁菜市场现状	108

目 录

Contents

三、区域消费选择与竞争态势	110
1. 区域消费选择	110
1.1 天津消费者外出就餐地点	110
1.2 天津不同菜系的热门商圈	110
2. 区域竞争态势	112
2.1 各商圈内相似价位的餐厅竞争热度	112
2.2 各商圈内不同菜系的餐厅竞争热度	115

沈阳篇

一、沈阳餐饮市场基本现状	122
1. 沈阳餐饮市场竞争态势	122
2. 沈阳消费者的菜系偏好	122
3. 沈阳餐饮消费水平	123
3.1 城市餐饮消费水平排名	123
3.2 沈阳各菜系价格水平	123
二、各菜系市场状况	124
1. 东北菜市场现状	124
2. 日韩料理市场现状	126
3. 小吃市场现状	128
4. 烧烤市场现状	130
5. 火锅市场现状	132

6. 面包甜点市场现状	134
7. 自助餐市场现状	136
8. 川菜市场现状	138
9. 西餐市场现状	140
10. 粤菜市场现状	142
11. 海鲜市场现状	144
12. 江浙菜市场现状	146
13. 西式简餐市场现状	148
14. 东南亚菜市场现状	150
15. 清真菜市场现状	152
16. 湘菜市场现状	154
三、区域消费选择与竞争态势	156
1. 区域消费选择	156
1.1 沈阳消费者外出就餐地点	156
1.2 沈阳不同菜系的热门商圈	156
2. 区域竞争态势	158
2.1 各商圈内相似价位的餐厅竞争热度	158
2.2 各商圈内不同菜系的餐厅竞争热度	161

哈尔滨篇

一、哈尔滨餐饮市场基本现状	166
---------------	-----

目 录

Contents

1. 哈尔滨餐饮市场竞争态势	166
2. 哈尔滨消费者的菜系偏好	166
3. 哈尔滨餐饮消费水平	167
3.1 城市餐饮消费水平排名	167
3.2 哈尔滨各菜系价格水平	167
二、各菜系市场状况	168
1. 东北菜市场现状	168
2. 小吃市场现状	170
3. 西餐市场现状	172
4. 烧烤市场现状	174
5. 自助餐市场现状	176
6. 川菜市场现状	178
7. 面包甜点市场现状	180
8. 火锅市场现状	182
9. 韩国料理市场现状	184
10. 粤菜市场现状	186
11. 鱼菜/海鲜市场现状	188
12. 日本料理市场现状	190
13. 清真菜市场现状	192
三、区域消费选择与竞争态势	194
1. 区域消费选择	194
1.1 哈尔滨消费者外出就餐地点	194

目 录

Contents

1.2 哈尔滨不同菜系的热门商圈	194
2. 区域竞争态势	195
2.1 各商圈内相似价位的餐厅竞争热度	195
2.2 各商圈内不同菜系的餐厅竞争热度	197

大连篇

一、大连餐饮市场基本现状	204
1. 大连餐饮市场竞争态势	204
2. 大连消费者的菜系偏好	204
3. 大连餐饮消费水平	205
3.1 城市餐饮消费水平排名	205
3.2 大连各菜系价格水平	205
二、各菜系市场状况	206
1. 海鲜市场现状	206
2. 东北菜市场现状	208
3. 日本料理市场现状	210
4. 西餐市场现状	212
5. 火锅市场现状	214
6. 川菜市场现状	216
7. 韩国料理市场现状	218
8. 烧烤市场现状	220

目 录

Contents

9. 自助餐市场现状	222
10. 粤菜市场现状	224
11. 东南亚菜市场现状	226
12. 西式简餐市场现状	228
13. 江浙菜市场现状	230
14. 新疆/清真市场现状	232
15. 小吃市场现状	234
16. 面包甜点市场现状	236
三、区域消费选择与竞争态势	238
1. 区域消费选择	238
1.1 大连消费者外出就餐地点	238
1.2 大连不同菜系的热门商圈	238
2. 区域竞争态势	240
2.1 各商圈内相似价位的餐厅竞争热度	240
2.2 各商圈内不同菜系的餐厅竞争热度	241

营销篇

一、消费者的餐饮消费选择与决策	246
1. 消费者外出就餐频次	246
2. 消费者外出就餐动机	246
3. 消费者消费决策影响因素	247

目 录

Contents

4. 消费者选择餐厅的渠道分析	248
二、客户流的在线营销方式	248
1. 关键词——优先展示，品牌曝光	249
1.1 关键词推广的核心价值是什么	249
1.2 关键词应该怎么做	250
2. 团购与电子优惠券——互利互补的优惠营销模式	251
2.1 消费者优惠消费使用习惯	251
2.2 团购与优惠券的互利互补作用	253
2.3 团购应该怎么做	258
2.4 电子优惠券的内容策划要点	261
3. 电子会员卡——管理和维护良好的会员关系	262
3.1 留住老客户是商户经营之本	263
3.2 电子会员卡的核心价值是什么	263
三、移动互联时代的营销趋势	264
1. 手机定位与精准营销	264
1.1 移动互联时代消费者的手机使用习惯	265
1.2 手机查找周边商户成为典型使用场景	267
1.3 预约预订——提升消费者服务满意度	268

目 录

Contents

附录一：大众点评华北区消费者情况

270

1 北京篇

B e i j i n g

