HAPPYGO
快樂多一點

# 消費者百貨餐飲偏好調查

GO SURVEY 市場研究顧問 Market Research Consulting

Mar, 2017

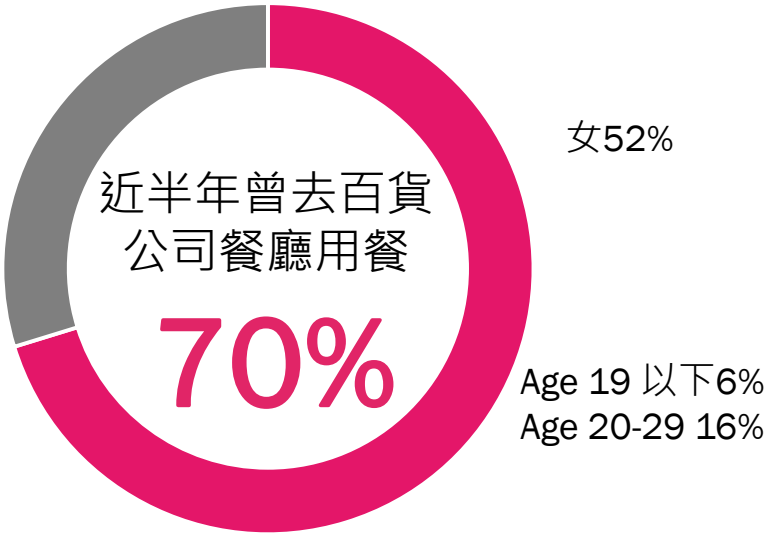
# 消費者小確幸 吃經濟發酵中

- 近2年台灣經濟成長低迷，整體餐飲長紅，2016/Q4創歷年單季營收新高，年增率達6.02
- 消費者在百貨公司除了在低客單美食街吃飯外，中高客單的餐廳也是在經濟不景氣中，消費者的另一種小確幸
- 7成的人近半年曾在百貨餐廳用餐，其中20-29歲年輕客層也佔16%。

**經濟成長低迷 vs. 餐飲業績長紅**

| | | 國內生產毛額 GDP 年增率 | 餐飲業營收 年增率 |
|---|---|---|---|
| 2012 | | 2.06 | 3.71 |
| 2013 | | 2.20 | 0.70 |
| 2014 | | 4.02 | 3.21 |
| 2015 | | 0.72 | 2.72 |
| | Q1 | 4.01 | 1.90 |
| | Q2 | 0.66 | 2.56 |
| | Q3 | - 0.70 | 2.26 |
| | Q4 | - 0.79 | 4.27 |
| 2016 | | 1.40(f) | 3.70 |
| | Q1 | - 0.23 | 3.06 |
| | Q2 | 1.13 | 2.33 |
| | Q3 | 2.03 | 3.49 |
| | Q4 | 2.58 | 6.02 |

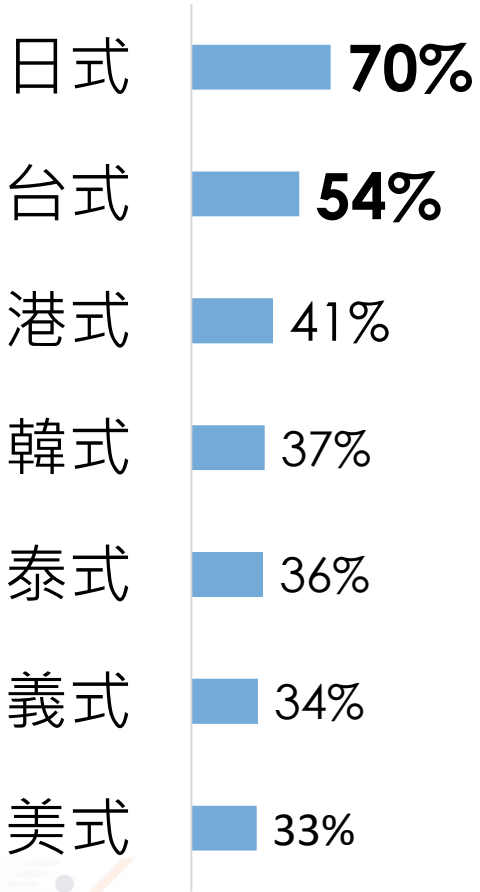
資料來源: 經濟部統計處



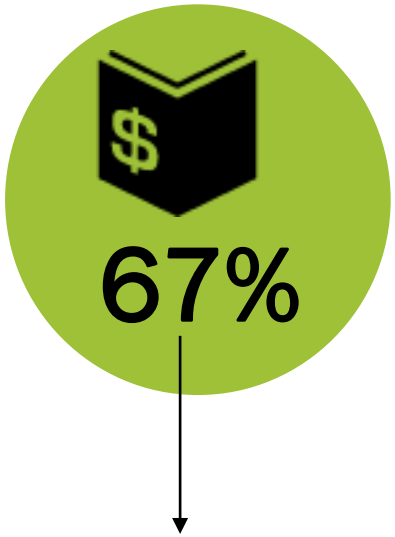

資料來源: GO SURVEY, 2017/1

# 台灣消費者仍偏好日式.台式及港式餐飲
# 3/4的消費者每月至少要去百貨餐廳消費1次

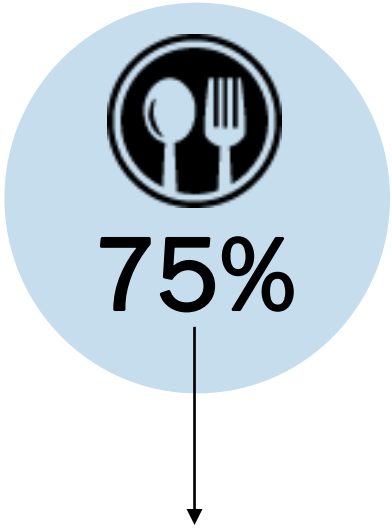
## 偏好餐廳類型



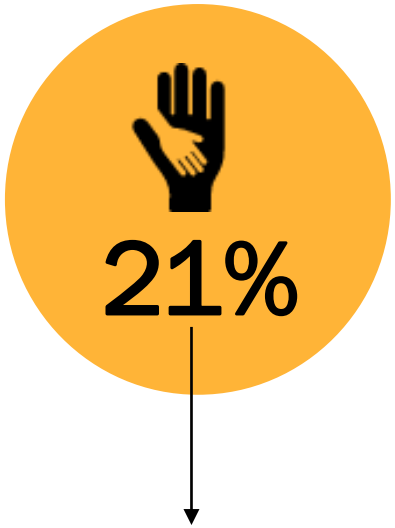

- Age 40以上更偏好台式餐廳類型
- Age 39以下消費者對韓式餐飲有較顯著的偏好




平均每人
花費$500



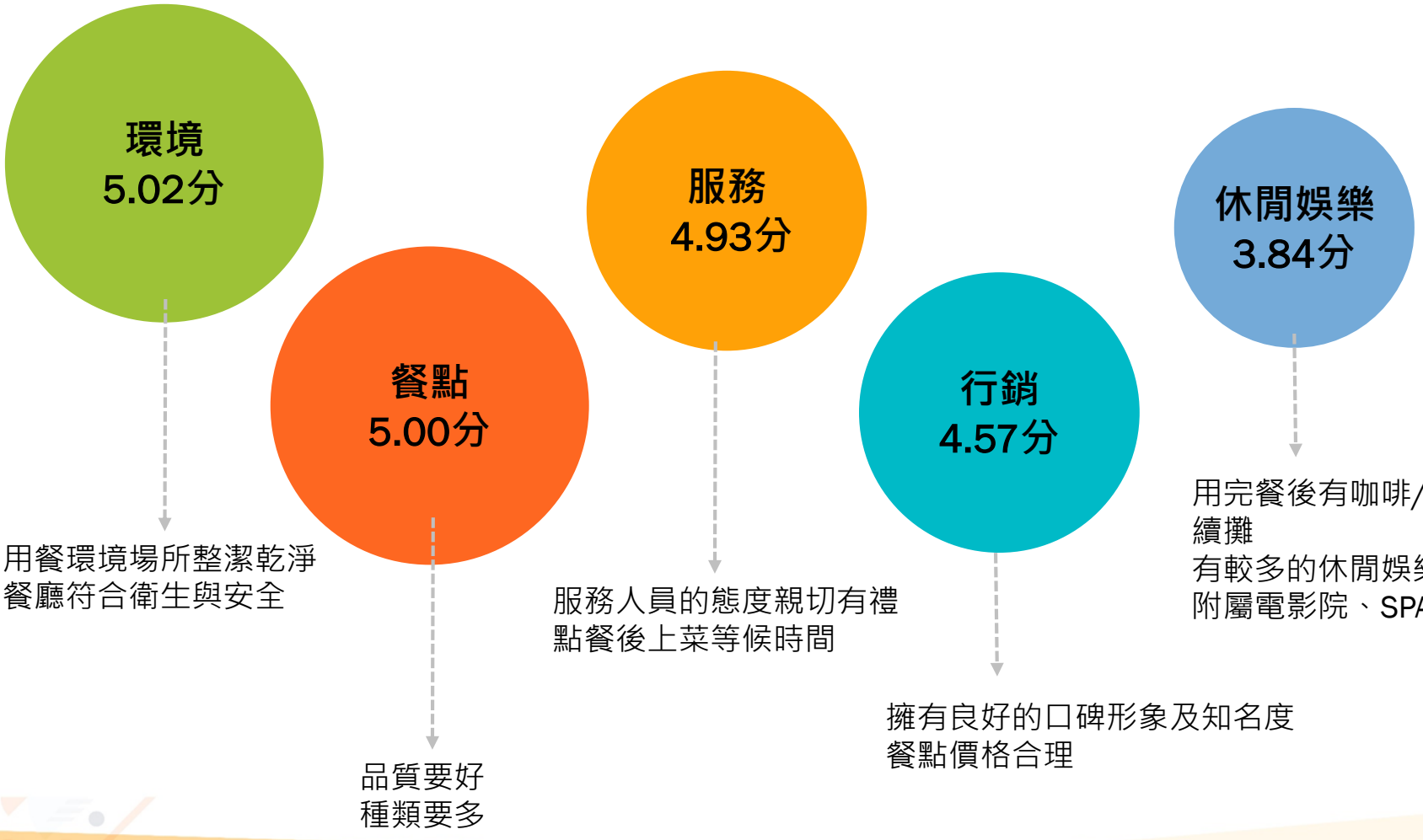

至少一個月
去一次




特別休假
去百貨餐廳

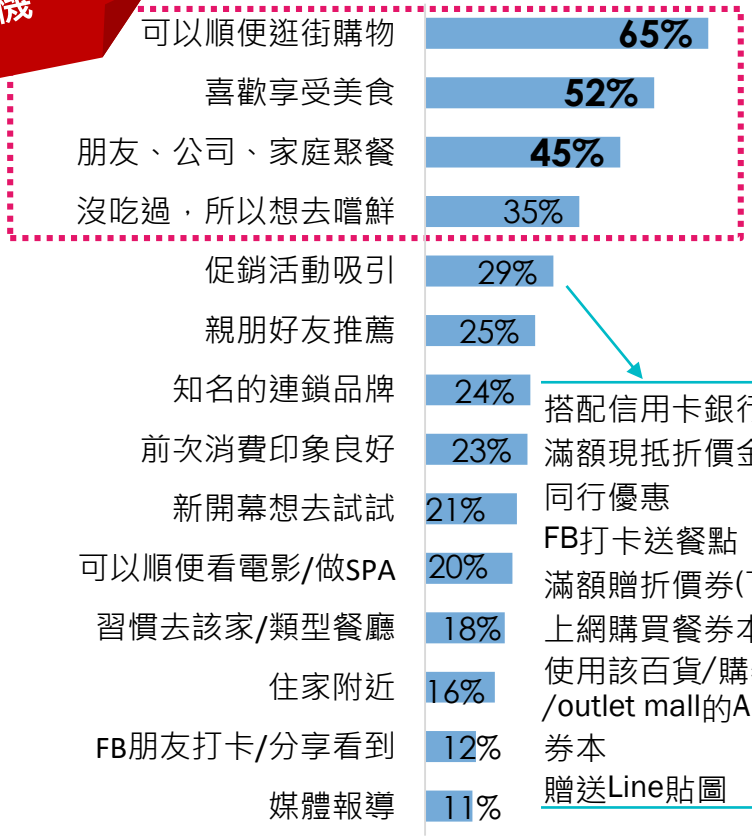
Base：最近半年有去新北市及台北市百貨公司

# 消費者除了吃的餐點重要外，環境與服務更是消費指標

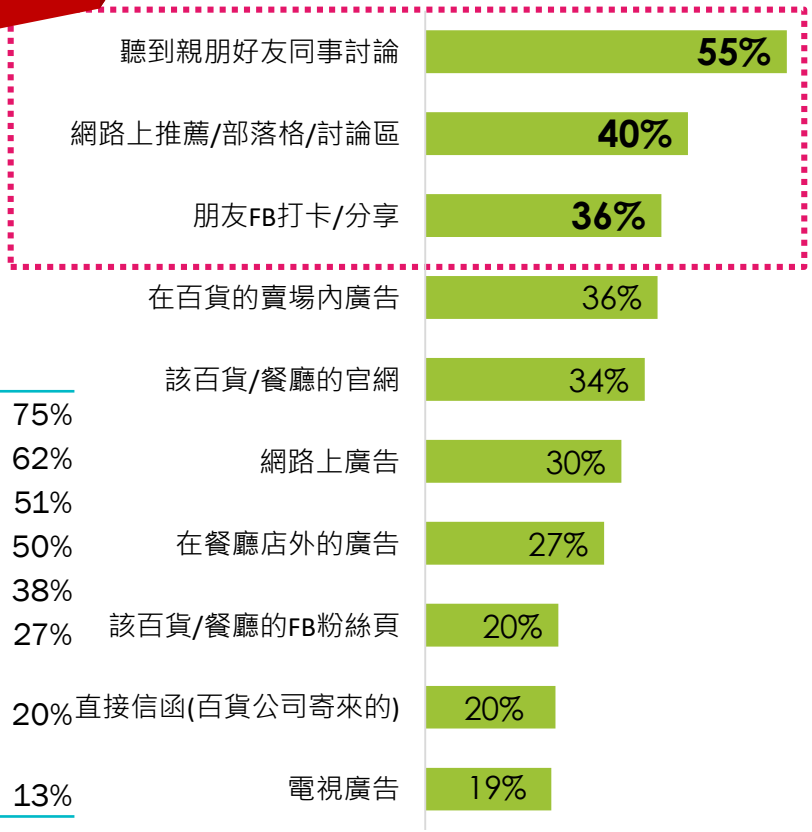


# 逛街購物、享受美食+口碑行銷=吸引消費者

## 動機




## 訊息管道Top10




| | |
|---|---|
| 搭配信用卡銀行打折優惠 | 75% |
| 滿額現抵折價金額 | 62% |
| 同行優惠 | 51% |
| FB打卡送餐點 | 50% |
| 滿額贈折價券(下次抵用) | 38% |
| 上網購買餐券本 | 27% |
| 使用該百貨/購物中心/outlet mall的APP購買餐券本 | 20% |
| 贈送Line貼圖 | 13% |

# 全台TOP10 消費者喜好的百貨餐廳

| | |
|---|---|
| 瓦城泰國料理 | 42.2% |
| 勝博殿 | 27.8% |
| 饗食天堂 | 25.0% |
| 鼎泰豐 | 24.3% |
| 古拉爵義式屋餐廳Cafe Grazie | 18.2% |
| 翰林茶館 | 16.3% |
| Mr. Onion 天蔥牛排 | 14.9% |
| 聚北海道昆布鍋 | 14.7% |
| 一風堂 | 13.4% |
| 元定食日式料理 | 12.2% |
| 銀座杏子豬排 | 12.1% |
| 金色三麥 | 11.8% |
| 涓豆腐精緻韓式料理 | 11.6% |
| 漢來海港餐廳 | 11.6% |
| 欣葉 | 10.5% |
| 乾杯 | 10.3% |

*Thank You!*

HAPPYGO

GO SURVEY 市場研究顧問 Market Research Consulting