

標題: 一次搞懂外食選擇和成長趨勢

餐飲業競爭越來越激烈，同時也面臨市場需求快速變化的壓力，許多餐飲業者不敵高房租或無法快速跟上消費者口味的改變而退出。根據主計處最新的統計數據，餐飲業的年銷售額為 \$7,350 億元，年增長率為 6%，依舊維持在高檔。此外，外送市場近年也快速崛起，估計收入超過 \$300 億新台幣，因此吸引了許多餐廳和平台供應商投入戰場。

根據益普索 (Ipsos) 最新發表的《外食市場研究報告》顯示，有高達 7 成的民眾每周外食或外帶七次以上，更有 2 成以上的民眾餐餐外食。2019 年益普索的《百大影響力品牌研究報告》的調查結果也完全驗證了整體餐飲業的成長與趨勢。百大品牌中的 8 個餐飲品牌有 6 個品牌 2019 年的影響力比 2018 年提升 (詳見表 1)。

餐飲品牌影響力排名		
品牌	整體排名 2019	整體排名 2018
麥當勞	18 ↑	20
星巴克	24 ↑	27
肯德基	42	42
摩斯漢堡	59 ↑	76
85 度 C	64 ↑	73
達美樂披薩	77 ↑	78
必勝客披薩	86 ↓	48
王品	90 ↑	98

表 1.

當細看民眾的外食習慣時發現，早餐的外食比例是一天之中最高的一餐，有高達 8 成的民眾早餐習慣到早餐專賣店買豆漿、米漿或奶茶外加其他餐點，其次則是便利商店(35%)、西式速食店(32%)或中式快餐店(23%)購買早餐。除了午餐、下午茶、晚餐和宵夜的外送，許多外送平台也加入早餐外送的行列。目前有超過一半的消費者會打電話訂餐，無論在 APP 或網頁上訂餐有近三成的消費者早上會點外送 (詳見圖 1)。在三成的比例中有 30%為住在北部的消費者，而中南部的比例僅佔 10%左右，由此顯示早餐外送仍有相當的成長空間。

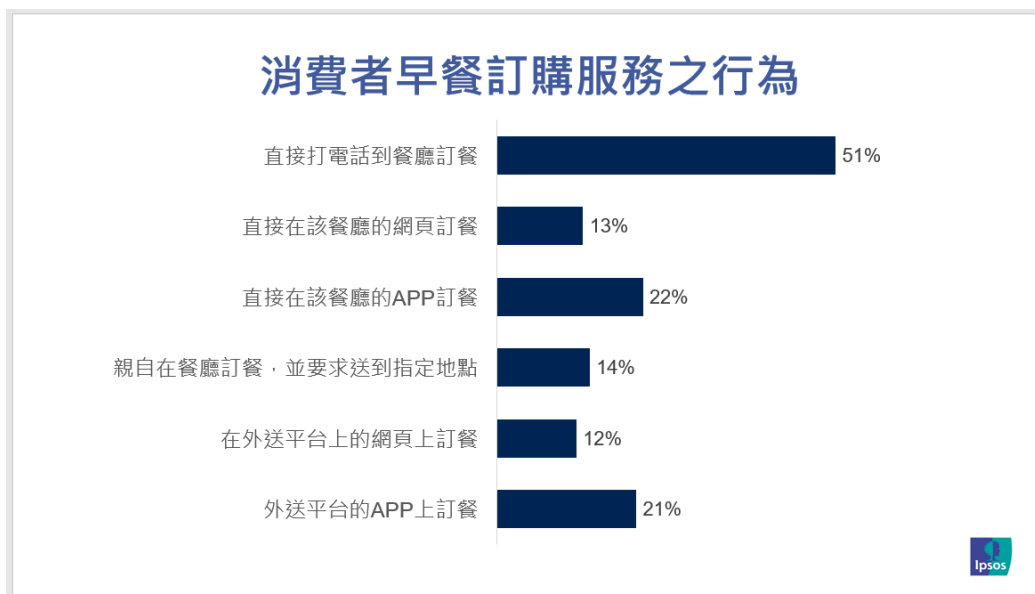


圖 1.



益普索新聞稿

發稿日: 2019 年 12 月 18 日

面對競爭激烈且變化快速的外食市場，餐飲業者除了可以與外送平台合作來提高銷售額，同時也必須改變其服務模式來因應消費者口味和購買行為的轉變。這也考驗著各餐飲品牌行銷團隊如何快速的因應市場變化，並即時地搭上時事議題。

【給編輯的話】

1. 益普索市場研究股份有限公司 Ipsos

Ipsos是全球頂尖的专业市場調查研究機構，在世界各地九十個國家及地區設有分公司，在挖掘顧客經驗，執行品牌行銷調查，我們具有創新的思維與運用最先進的科技。我們是世界頂尖企業執行長最信賴的企業顧問，我們也有熟悉各產業的專家協助測量、模擬和管理顧客與員工關係。此外，益普索是台灣唯一取得國際市場研究標準認證ISO 20252的市場研究機構。想瞭解更多益普索提供的專業市場調查服務，請瀏覽: <https://www.ipsos.com/en-tw>

2. 以上資料引用煩請註明資料來源 Ipsos 益普索

3. 新聞聯絡人

公關行銷專員 曾子耘 Claire Tseng

(02) 2701-7278 ext.306