

由全局至渠道： 中国餐饮市场2022年前三季度市场动态

2022年截至三季度，整体餐饮市场较去年同期**总花费下降11%**，**客流量下降13%**。整体市场经历了上半年的低谷，第三季度出现回暖趋势，**客流量同比降幅缩窄至3%**。其中**零售和快餐渠道**显示出较强的韧性，以下为您详细分析：

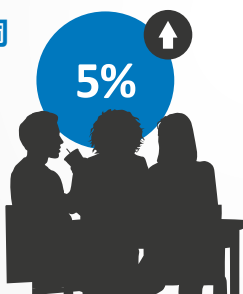
零售渠道持续表现稳定

2022年前三季度客流量较去年同期下降9%

渠道堂食客流回暖，**前三季度同比正增长1%**，**第三季度同比实现两位数正增长**

新零售和便利店販售的**熟食和预包装食品**为工作午餐以及宵夜提供了更多选择

在丰富的**促销活动**带动下，**渠道人均消费上升5%**，对比整体市场上升仅2%

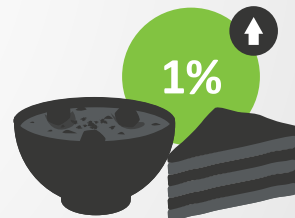


西式与中式快餐渠道多元化应对

西式与中式快餐前三季度客流**分别同比下降9%和10%**

快餐渠道纷纷通过**积极布局预制菜、社区团购**等多样灵活的方式维稳客流

前三季度早间客流量在全时段**占比增长1%**，西式和中式快餐均抓住了该时段机会积极引流，该时段渠道**客流量占比分别上升0.8%和0.3%**



全服务餐厅渠道恢复缓慢但仍有亮点

前三季度客流量**下降17%**



外带在全服务餐厅客流量恢复中起到强力作用
第三季度渠道外带客流量**同比增长43%**
相应第三季度整体渠道客流量**同比跌幅缩窄至4%**

咖啡/甜品店和饮品站客流表现平平

前三季度客流表现**略低于市场水平**

饮品站相较于21年的高速增长，今年的**扩展速度明显放缓**



中国餐饮市场正历经商业恢复期，您可充分借助NPD的深度数据，专业知识与规范分析，以期理解市场动态，把握生意契机。

数据来源：The NPD Group/CREST®，中国，2022年1月-9月。



如有疑问，或需专业助力，请致电Felicia Ke。
电话：+86 (21) 62753222 转 302 或
电邮：felicia.ke@npd.com

