

即時發布

全球外食市場增長折射出消費習慣悄然發生變化

- 餐飲在購物中心所佔比重不斷增加
- 提供優質的外食服務已成為零售計劃成功的關鍵
- 亞太地區以及非洲和中東地區引領全球飲食市場的持續增長

上海，2017年7月4日——根據戴德梁行最新發布的一份報告顯示，在全球外食消費快速增長的帶動下，餐飲在購物中心所佔比重不斷增加——在較成熟的市場，餐飲在全新及翻新商業規劃中所佔比重通常在 20% 以上。

該報告認為，由於外食開銷預計將在未來 10 年內實現持續增長，而且消費者也渴望在購物之旅中提升社交和休閒體驗，因此提供具有吸引力的餐飲服務已成為商業規劃的成功關鍵。

該報告對全球四大地區進行了評估並預測這些地區的餐飲開銷均將實現增長，其中**亞太地區**以及**中東和非洲地區**的表現最為顯著。根據牛津經濟研究院的數據，中東和非洲地區的消費開銷預計將增長近兩倍（由 1825 億美元增長至 3635 億美元），而亞太地區的消費開銷預計將增長兩倍以上（由 1.052 萬億美元增長至 2.296 萬億美元）。這兩個地區在 2026 年前的餐飲開銷年增長率預計將達到 7.4%。

戴德梁行中國區商業地產服務部董事總經理甄仕奇指出：“中國是亞太區最大的餐飲市場，消費者外食消費達 2650 億美元。全方位服務餐廳作為一個餐飲店鋪類別，2016 年銷量最高，佔餐飲總銷量的 70%，第二大類別是快速服務餐廳及快餐，銷量佔餐飲總銷量的 27%。”

雖然**歐洲和美洲**這樣較成熟市場的消費開銷不會達到相同的增長率，但這兩個地區的餐飲開銷仍將維持強勁增長，年均增長率分別為 4.9% 和 5.5%。

隨著開銷的增長，消費者的期待也將隨之提高。曾經無所不在、由快餐銷售攤點環繞著的共用就坐區組成的美食廣場正在走向消亡。雖然有能力支付更高租金的主流品牌依然佔有優勢，但業主們逐漸認識到多樣性的重要性，諸如美食廣場等其他概念在不斷演變，購物中心也趨向於打造不同的餐飲版塊。

然而，戴德梁行認為，更多的非主流、國際美食廣場市場概念將是一個潛在需求。這樣的美食廣場將融合餐廳、美食攤點和麵包坊，並銷售烹飪食品，甚至開辦烹飪學校，以增添“寓教於樂”的氛圍。目前，僅有少數國際商家提供這一模式，更多高品質商家有能力開闢並進軍這一新市場。

戴德梁行歐洲、中東及非洲地區零售研究部負責人 **Darren Yates** 表示：“購物與餐飲之間的聯繫比以往任何時候都要緊密，而且近年來餐飲店鋪取得了顯著增長，尤其是在購物中心。我們認為，考慮到提供優質飲食服務已成為主要零售目的地成功的關鍵，這一趨勢在可預見的未來仍將持續。現在，越來越多的場所正在將食用和購買食品的體驗與娛樂休閒體驗融合在一起，從而挖掘消費者在美食文化方面不斷增長的興趣。”

“雖然餐飲市場的中短期前景展望是積極的，但其近期的強勁增長顯示，在美國和英國等較為成熟的市場，競爭正在加劇。因此，如果經濟增長趨於穩健而且消費者控制可支配開銷，那麼實力較弱的運營商就會面臨困境。”

各地區具體情況

美洲地區	亞太地區
- 在美國，美食廣場和餐廳的數量極速增長，成為增長最快的零售領域。 - 在過去6年內，每年新增餐廳的數量超過2.4萬家。 - 美食廣場的開發顯著增長：未來四年美國美食廣場的整體市場規模將增長兩倍以上。 - 在拉丁美洲地區，由於新購物中心的擴張，快餐業一直不斷增長。 - 可替代概念層出不窮，以滿足對更健康方案的需求，從而能夠在比傳統美食中心更愉悅的環境中享用高品質食材和正宗的食品。 - 墨西哥城的Mercado Roma美食城等概念開闢了一條可供他人效仿的路徑。	2017-2020年，印度的飲食年銷量預計將實現最強勁的增長，增長率達到13.1%。 - 中國在過去四年的年均增長率為11.2%，但在2017-2020年的增長率預計將略降至10.7%。 - 印度尼西亞和菲律賓預計將實現強勁增長，其增長率分別為10.1%和9.6%。 - 日本的一大趨勢是具有特色的家庭式美食中心，例如功能加強的兒童遊樂區。 - 面向成人的城市美食中心也頗受歡迎。此類美食中心通過明星廚師或引進當地餐廳使其區別於競爭對手。
歐洲地區	非洲和中東地區
2016年，西班牙是歐洲最大的餐飲市場，其消費者在外食上的開銷超過英國、義大利、德國和法國。 2017-2020年，土耳其的餐飲食銷量預計將實現最強勁的增長，年均增長率為8.8%。 - 中東歐市場中羅馬尼亞、保加利亞和波蘭也將實現強勁增長。 - 開發商為快速休閒、休閒、高端休閒和時尚休閒運營商創造不同的街區。 - 無論屋頂餐廳還是美食廣場都會延續的趨勢是設立一家具有特色的餐飲旗艦店。 - 業主爭相保持領先優勢。	2017-2020年，沙特餐飲銷量將實現最強勁的增長，其年均增長率為8.8%。南非和阿聯酋預計將實現較為溫和的增長，其增長率為5.6%。 - 年輕人口的不斷增長吸引更多的國際品牌進駐。 - 由石油依賴向旅遊等其他領域轉移帶來的經濟多樣化將在中長期內支持餐飲的強勁增長。 - 在非洲，南非擁有最發達的餐飲市場，國際品牌繼續努力進軍該國市場。 - 星巴克和卡卡圈坊等運營商為國內運營商帶來了不斷增加的競爭壓力。

關於戴德梁行

戴德梁行是全球領先的房地產服務商，致力於幫助客戶轉變人們工作、購物及生活方式。我們遍布全球 70 多個國家，擁有 45,000 名員工，在大中華區設有 20 家分公司，通過兼具本土洞察與全球視野的房地產解決方案為客戶和投資者創造更大價值。戴德梁行是全球最大的房地產服務運營商之一，年營業收入達 60 億美元，核心業務包括租賃代理、資產服務、資本市場、設施服務(C&W Services)、全球企業服務、投資及資產管理(DTZ Investors)、項目管理、租戶代表以及估價及顧問服務。2017 年是 Cushman & Wakefield 品牌創立 100 週年，標誌著我們將理念付諸行動已持續整整百年。更多詳情，請瀏覽 www.cushwakecentennial.com, www.cushmanwakefield.com.tw 或關注我們的微信（戴德梁行）。

-結束-

如有查詢，媒體請聯繫：

錢穎

大中華區市場營銷及傳播部董事

電話：+86-10-8519-8040

mandy.qian@cushwake.com

黃婷鈺 協理

台灣媒體聯絡人

電話：(02) 8788-3288 轉 220

clio.ty.huang@cushwake.com

