

# 了解台灣的餐飲通路消費者

---

餐飲通路消費用戶調查 (OPUS)



# 為何信賴 CGA 作為您的消費者研究合作夥伴？



## 餐飲通路消費專家

CGA 是唯一專注於複雜的餐飲通路消費領域的機構，提供無可匹敵的專業知識



## 全球前瞻思惟領袖

CGA 透過我們的專家團隊，無縫整合來自各種來源的餐飲通路消費環境數據



## 策略夥伴關係

CGA 的專家完美合作，針對您獨特的品牌提供量身定制的可行見解和策略建議

# OPUS: 餐飲通路消費用戶調查

揭示消費者互動的關鍵面向以做出明智決策



足跡遍佈全球

OPUS 提供餐飲通路消費市場趨勢的全景視圖，足跡遍布全球20個國家：美國、加拿大、墨西哥、英國、愛爾蘭、法國、義大利、德國、荷蘭、日本、韓國、越南、台灣、馬來西亞、印尼、菲律賓、泰國、新加坡、澳洲及紐西蘭



深受全球客戶信賴

OPUS 能夠提供有關消費者與餐飲通路消費之相互關係的基礎見解，是深受全球客戶信賴的合作夥伴。OPUS 為企業提供做出明智決策所需的知識，以在競爭激烈的市場中保持領先。

# 為何您應該信任 OPUS ?

- + **無可匹配的餐飲通路消費者專家**：OPUS 是餐飲通路消費見解的主要來源，尤其可為複雜的烈酒類別（包括雞尾酒和混合飲料偏好）量身定制。
- + **業界信賴**：OPUS 深受全球領先酒商/飲料公司的信賴，已確立了其作為可靠夥伴的地位，反映了其在提供可行見解方面的可信度和有效性。
- + **專家指導成果**：OPUS 的見解由真正的餐飲通路消費專家策劃，確保對飲料行業細緻入微的了解，提升資訊的品質和相關性。
- + **增強銷售對話能力**：OPUS 為酒類/飲料品牌提供詳盡的消費者概況，獨特地促進洞察力導向的銷售對話，從而在市場上獲得競爭優勢。
- + **全面的品牌洞察**：除了銷售之外，OPUS 還提供全面的品牌和行銷洞察，可 360度全方位了解餐飲通路消費者狀況，以制定完善的策略並進行有效率的互動。





# 方法

## 餐飲通路消費用戶研究 (OPUS)

### 線上調查：

OPUS 是一項強大的定量線上調查，提供有關消費者如何使用餐飲通路消費通路，以及在造訪時如何與不同通路、場合和品類互動的基礎見解。

### 現場調查日期：

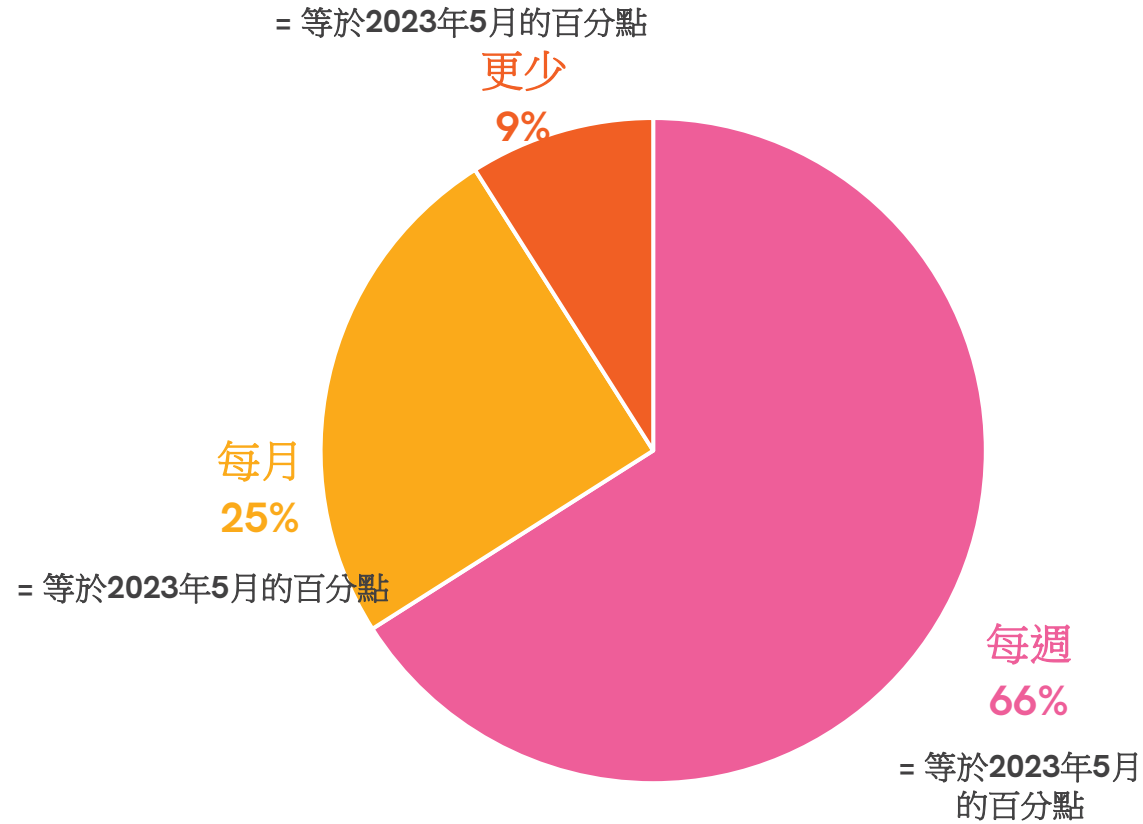
調查於2024年2月進行。

### 樣本：

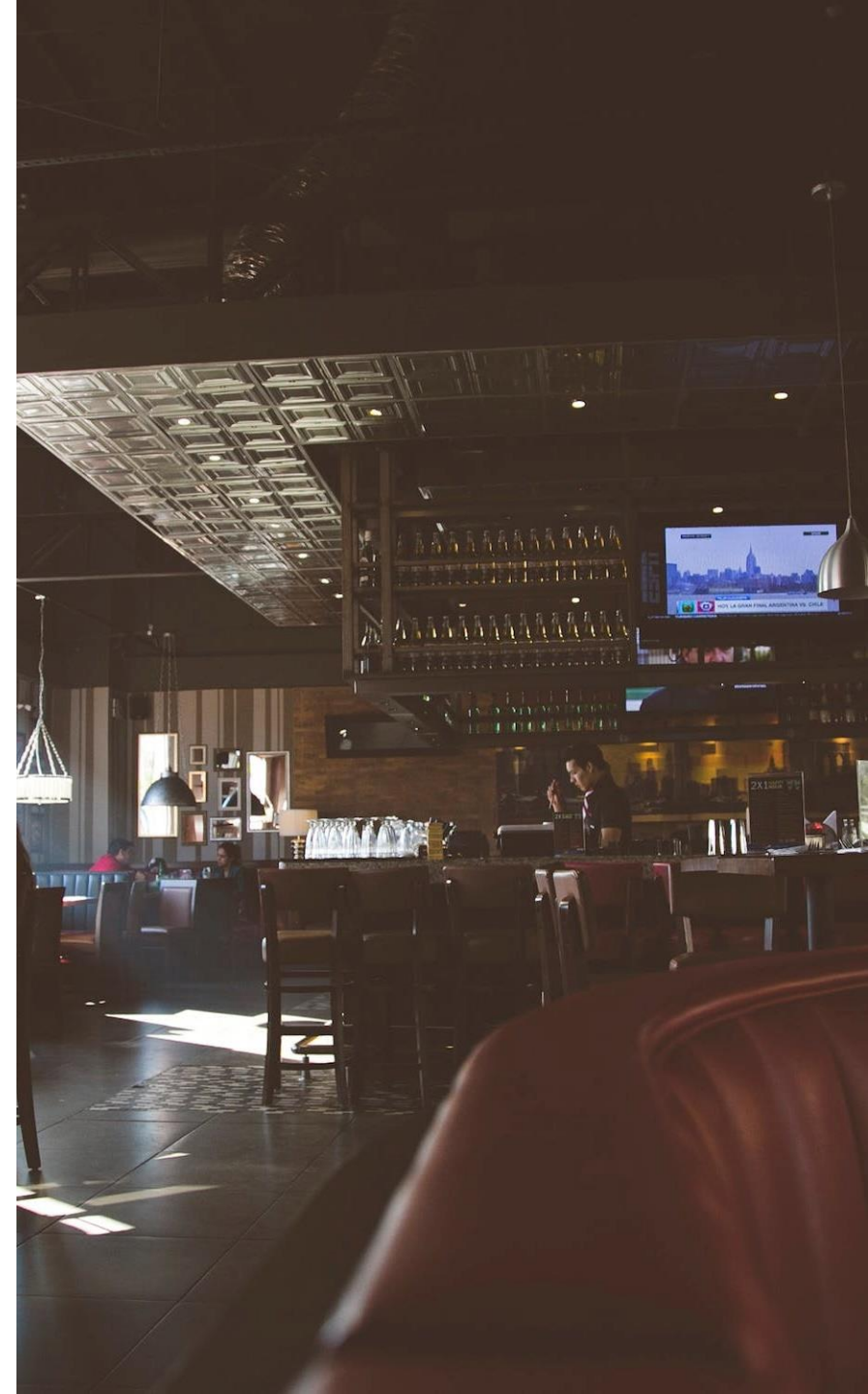
- CGA 調查了3501名台灣餐飲通路消費者。
- 所有受訪者必須並且年滿18歲、在3個月內造訪過餐飲通路場所
- 收集了具有全國代表性的不同年齡、性別和地區的消費者樣本。

# 在過去一年，餐飲通路消費的訪問量保持穩定

在平常的3個月內，如果有的話，您多常外出前往許可的場所飲食？

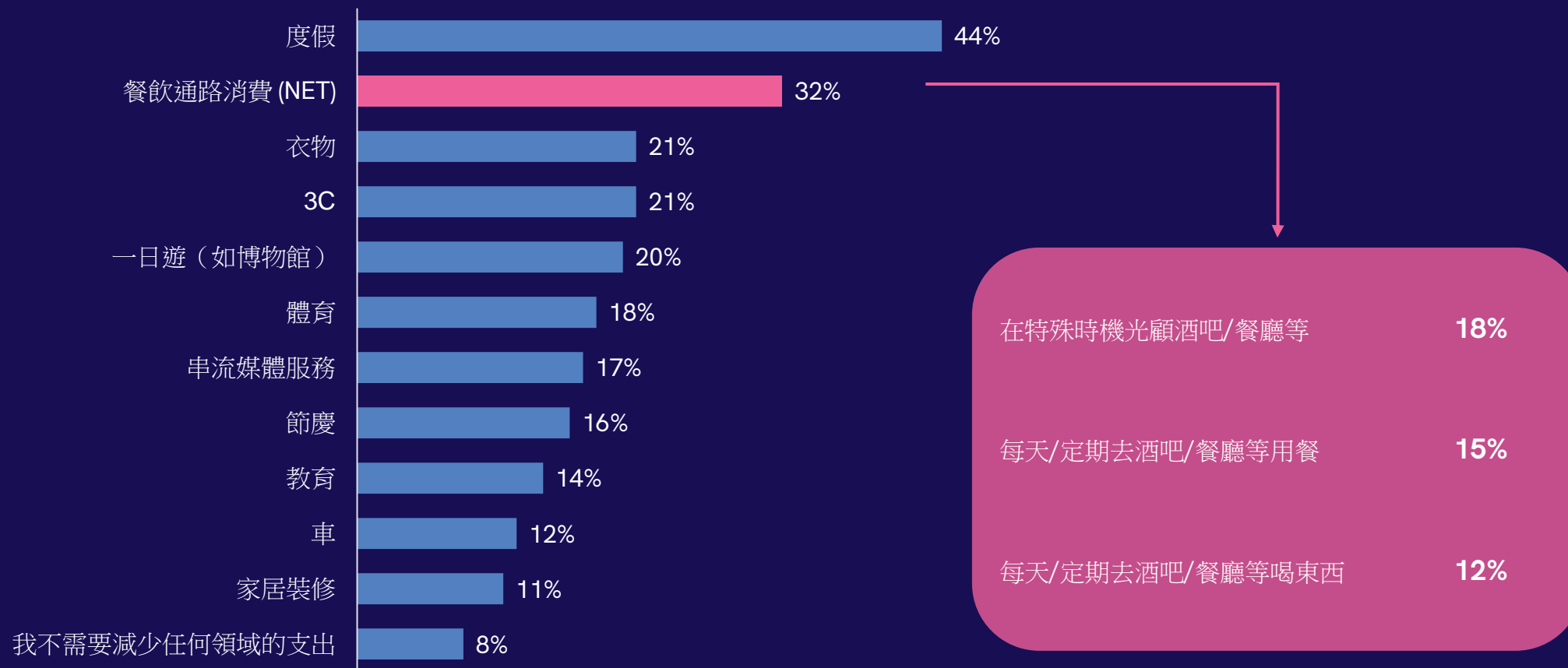


資料來源：台灣2023年5月、2024年2月 OPUS，樣本大小：3198; 3501



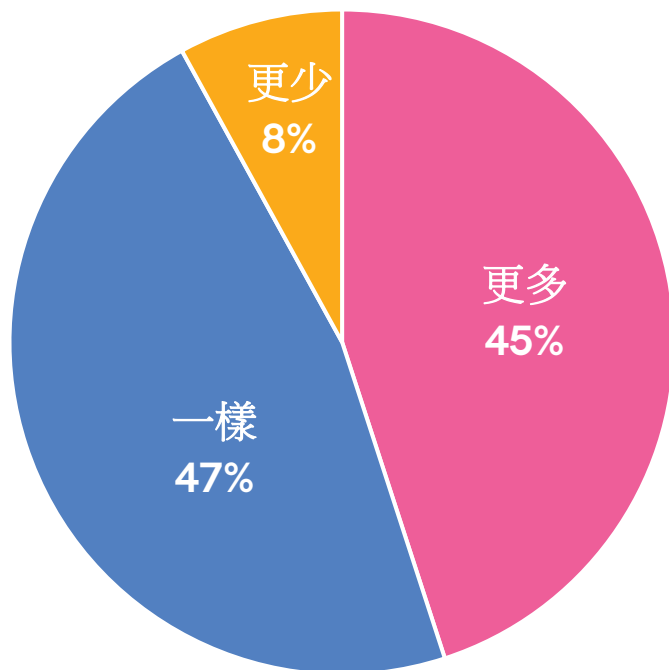
# 隨著經濟壓力的增加，消費者會優先思考到店消費的需求的必要性，而不是其他非必要支出，特別是針對特殊時機~這可能會影響品牌的長期銷售

如果您的可支配收入因成本上升而減少，您計劃在未來12個月內優先考慮以下哪一項消費？

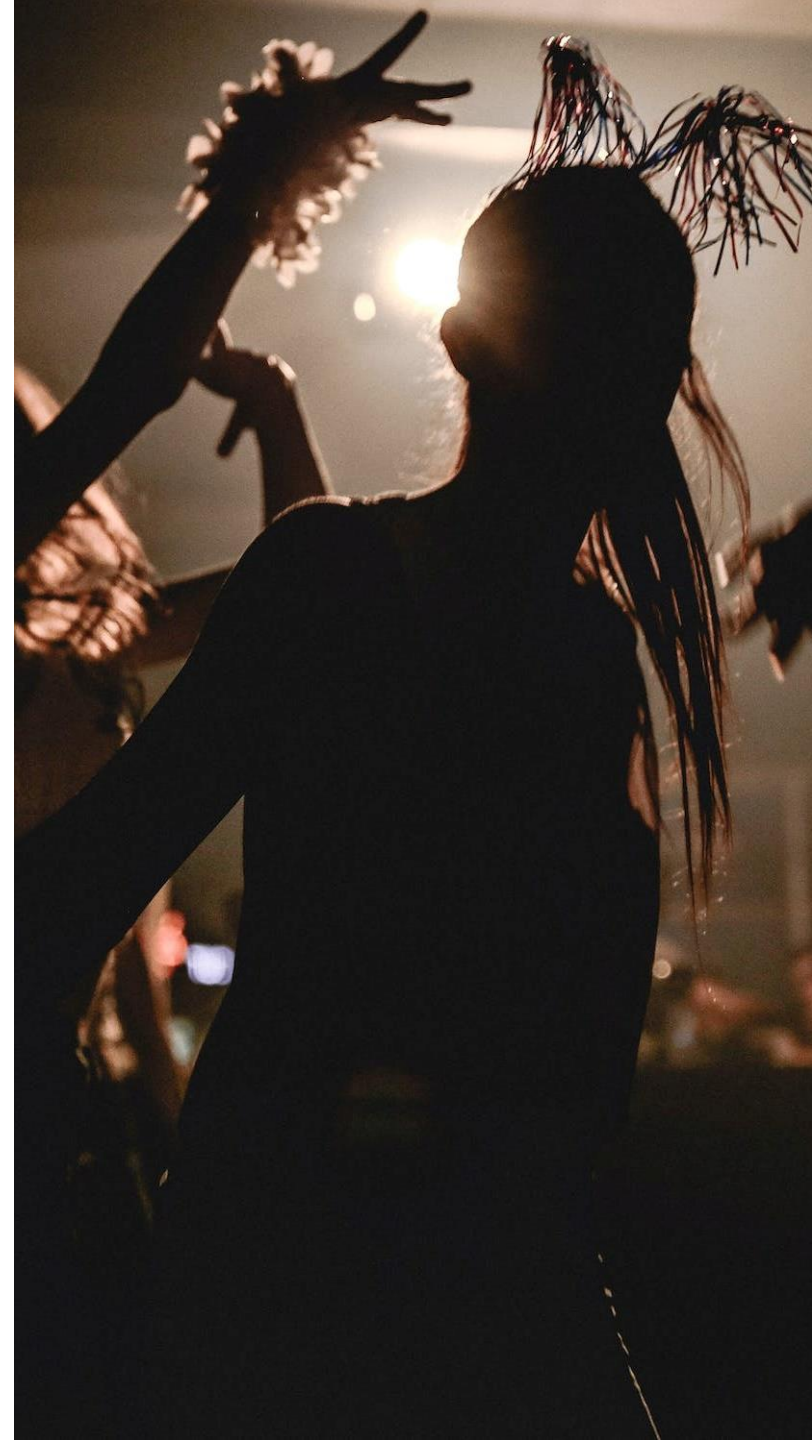


# 消費者並不想在**2024**年期間犧牲他們的餐飲消費次數，大多數人相比**2023**年會有更多或與之相同的餐飲消費的頻率

考慮到**2024**年，與**2023**年相比，您預計您前往餐飲場所的次數如何？

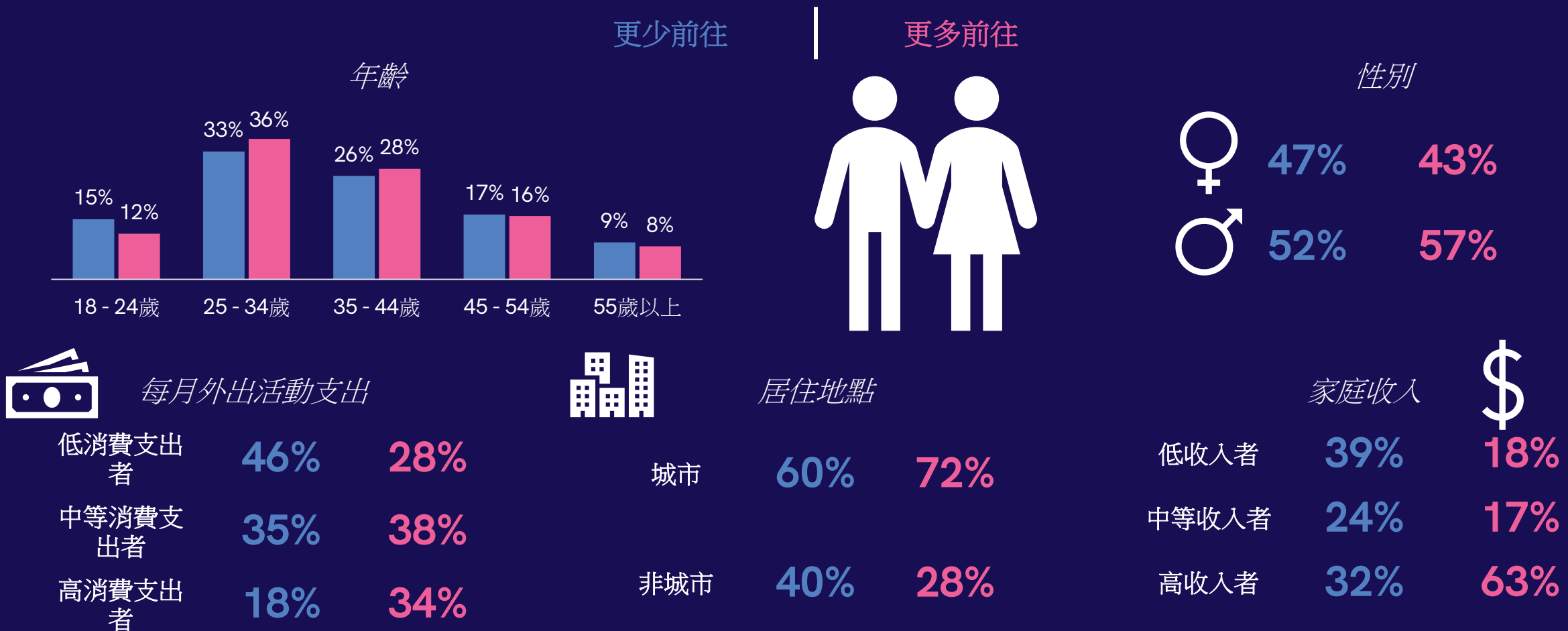


資料來源：台灣2024年2月 OPUS，樣本大小：3498



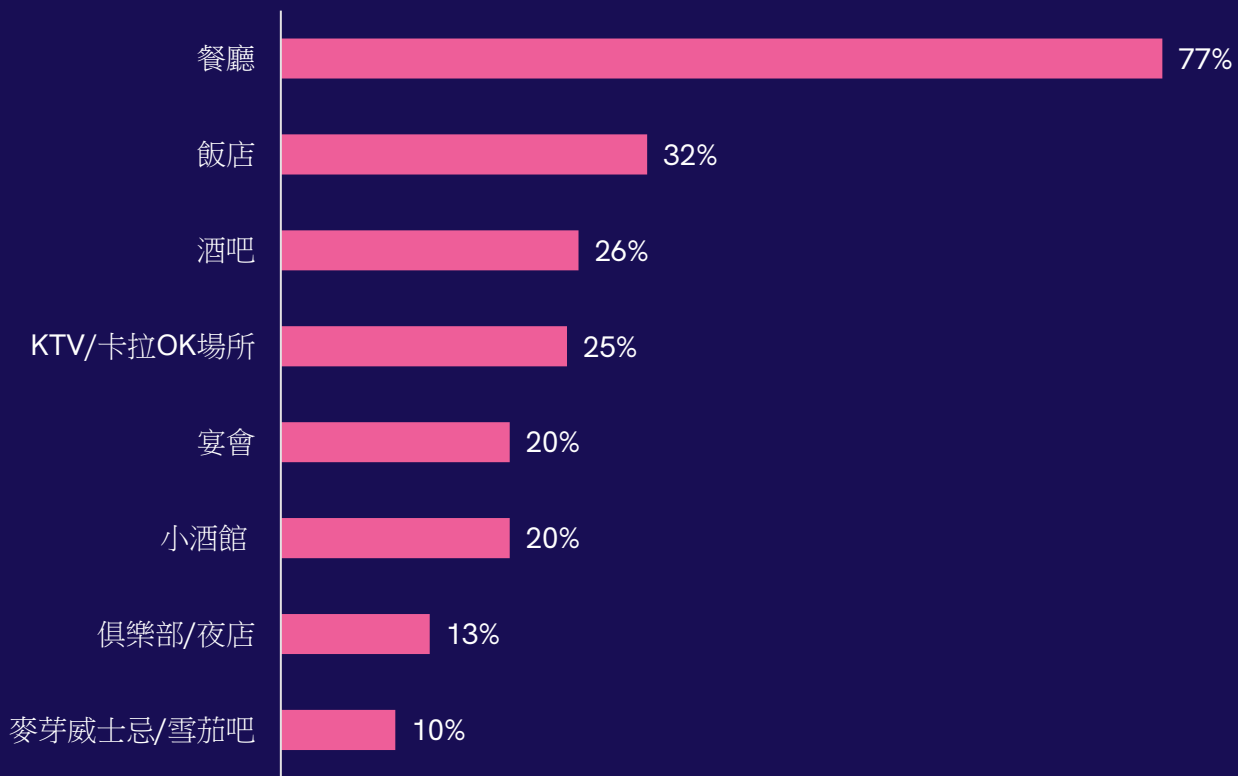


# 高端餐廳可能會在餐飲通路消費場所變得更加主流，因為目前推動前往餐飲通路消費的人群是居住在城市的中年、高收入和高消費男性



# 中式或亞洲料理餐廳，是目前台灣餐飲通路消費最受歡迎的餐廳類別

在3個月的時間裡，您通常會造訪哪些場所？



在3個月的時間裡，您通常會造訪下列哪些餐廳？

中式或亞洲（如日本/韓國）



83%

熱炒店



56%

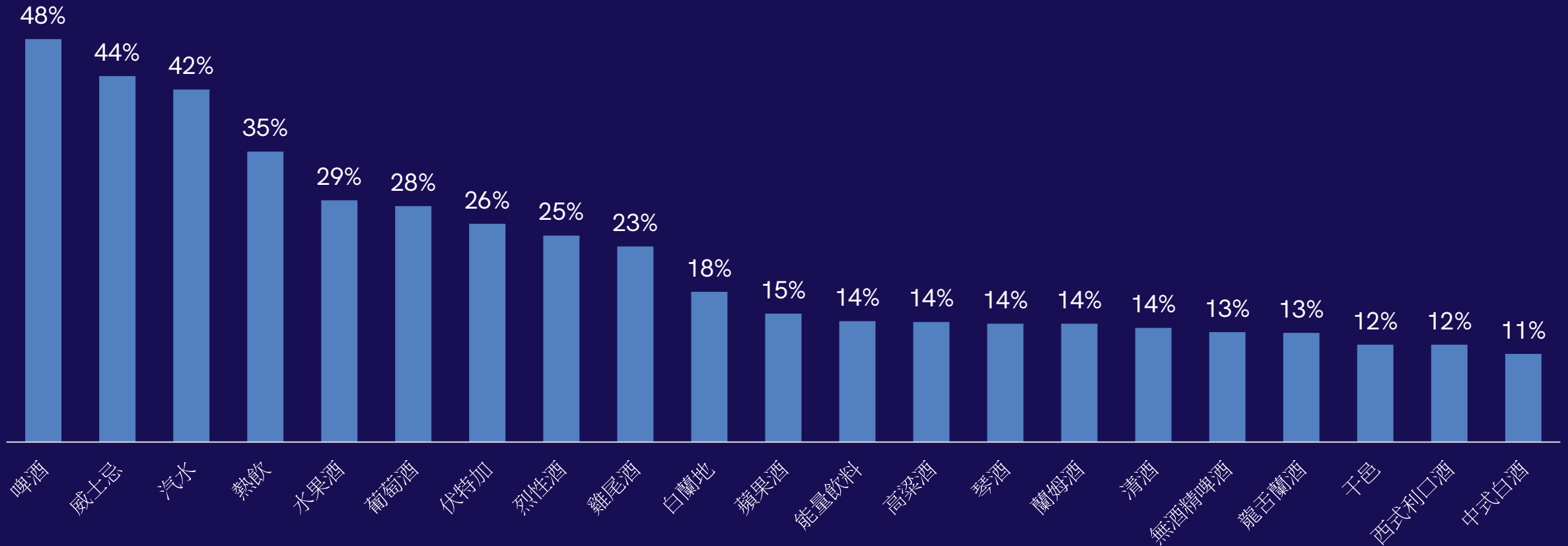
西式（義大利/美式）



67%

啤酒和威士忌仍然是最受歡迎的內用飲料類別，  
而其他酒類的消費者群體則更為集中，未來可以針對目標客群進行分析和定位

您通常在外出時飲用下列哪一種飲料（例如在咖啡館、酒吧、餐廳或其他類似場所）？



# CGA 解決方案 如何幫助您最大 化餐飲通路消費 通路策略？



# CGA 的客製化消費者解決方案可在亞洲各地提供

在推出前測試行銷和銷售材料，以及衡量場所銷售效果的工具



## 影響調酒師

了解調酒師如何看待您的品類/品牌、他們如何推薦以及您可以如何影響他們，這樣您就可以對購買途徑產生直接而切實的影響，並透過影響有影響力的調酒師來促進您的品類/品牌的銷售。



## 優化吧牆展示

為您的品牌解鎖最有效的吧牆展示策略，並向消費者測試不同的設計；為您提供根據數據的建議，幫助營運商合作夥伴在吧牆上為您的品牌進行最佳定位，並衡量投資回報率，使您能夠在正確的空間進行投資並推動銷售。



## 優化菜單設計

測試菜單以了解酒類和您的品牌的最佳佈局和位置，包括價位和特別優惠。透過優化菜單設計，您和合作夥伴營運商可以對消費者及其飲料選擇產生最大的影響，從而推動銷售並實現收入最大化。



## 優化 PoS 行銷材料

測試特定品牌的 PoS 材料和商品設計，以評估對消費者認知和購買可能性的影響，透過在投資前測試不同的想法來消除啟動全國行銷計劃的風險。



## 完美服務

CGA 可以衡量投資於培訓和實施完美服務對您品牌的影響，讓您了解完美服務如何增加品牌和場地的銷售額，以及未來應在哪些方面提高活躍度。



## 活化品牌和菜單

測試菜單和促銷名稱，以評估其對吸引消費者並促成購買的可能性的影響。這可用於幫助酒商/飲料商及其合作夥伴評估效果，以確保啟動這些行銷計劃的投資效率。

# 聯絡我們

如欲了解更多資訊或與團隊成員交談，請聯繫：



**Louis Liao**

客戶業務

[Louis.liao@nielseniq.com](mailto:Louis.liao@nielseniq.com)



**Scott Elliot**

拓展市場董事總經理

[Scott.x.Elliott@nielseniq.com](mailto:Scott.x.Elliott@nielseniq.com)



**Jo Stephenson-Thompson**

客戶服務總監

[Jo.stephensonthompson@nielseniq.com](mailto:Jo.stephensonthompson@nielseniq.com)

