

Out-Of-Home Dining in 2025: Performance & Consumer Trends

Dive into the data to find out how the dining category is performing in 2025, which segments are coming out on top, and how dining consumer behavior has shifted in recent years.

目录

目录.....	2
用餐概览.....	3

年度餐饮客流趋势.....3 市场餐饮客流.....
.....3 按品类细分餐饮客流.....
.....4 餐饮人口统计.....
.....6 游客收入水平.....7 餐饮消费行为趋势...
6 郊区游客占比.....8 一周内客流分布.....
.....8 大多数餐饮细分市场中的消费者重视效率.....10
总结.....11 关键结论
..... 11

咖啡与精致餐饮 看到整体访问增长最快

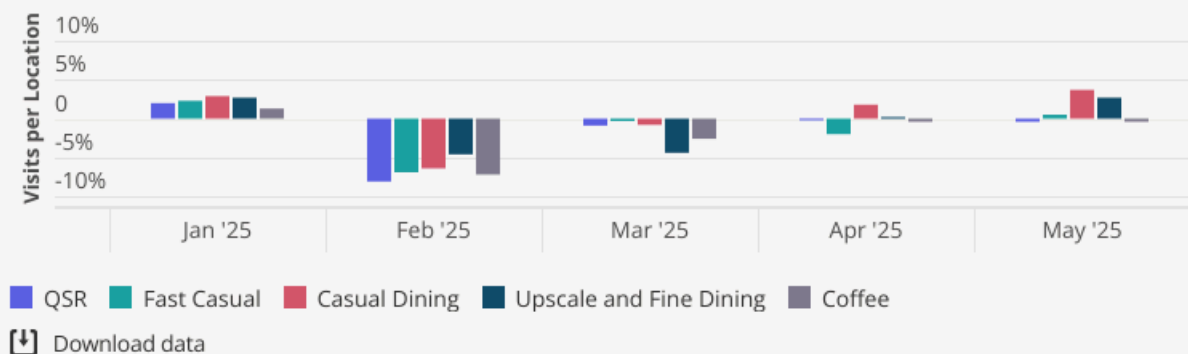
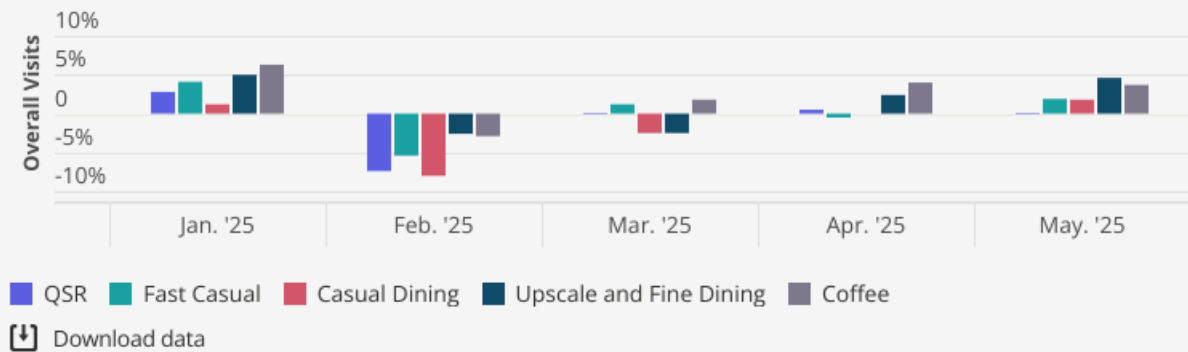
通过餐饮细分领域的访客趋势分析显示，高端餐饮和咖啡馆的整体访客趋势最为强劲，2025年1月至5月期间，这两个细分领域的访客量分别同比增长1.3%和2.6%。然而，每个地点的访客量趋势均为负值——在该期间，高端餐饮访客量同比下降0.8%，咖啡馆下降1.8%——表明大部分访客量的增长是由于扩张，而非更多拥挤的餐厅和咖啡馆。

相比之下，全服务休闲餐厅总体到访量下降了1.5%，而每个门店的到访量在2025年1月至5月期间保持稳定（同比增长+0.2%）。在过去的十二个月里，多家休闲餐厅连锁企业进行了规模调整——包括 [红龙虾](#)，[TGI 周五晚上](#)，和 [Outback Steakhouse](#) – 这影响了总访问量。但数据显示，他们的资源调整是有效的，因为剩余的地点成功吸收了流量并保持了去年的性能水平。而且月度数据也为乐观提供了很多理由，5月份的流量在整体和每个地点的访问量基础上都上升了——这表明休闲餐饮领域在2025年下半年发展前景良好。

与此同时，快餐店和快休闲连锁店的人均客流量均出现小幅下降（分别下降1.5%和1.2%）。同时，快餐店的总人流量也下降了（下降0.8%），而快休闲连锁店的人流量略有上升（上升0.3%），这表明快休闲市场比快餐市场扩张得更为积极。但这两个市场在5月份有所脱钩，快休闲连锁店的总人流量和人均客流量同比增长，而快餐店的人流量保持不变，人均客流量略有下降——这可能是由于快休闲的目标消费群体相对更为富裕。

Visits to Dining Categories are Holding Steady for the Start of 2025

Overall Visits & Visits per Location by Dining Segment Compared to 2024



用餐人口统计

大部分细分市场的游客收入水平保持稳定

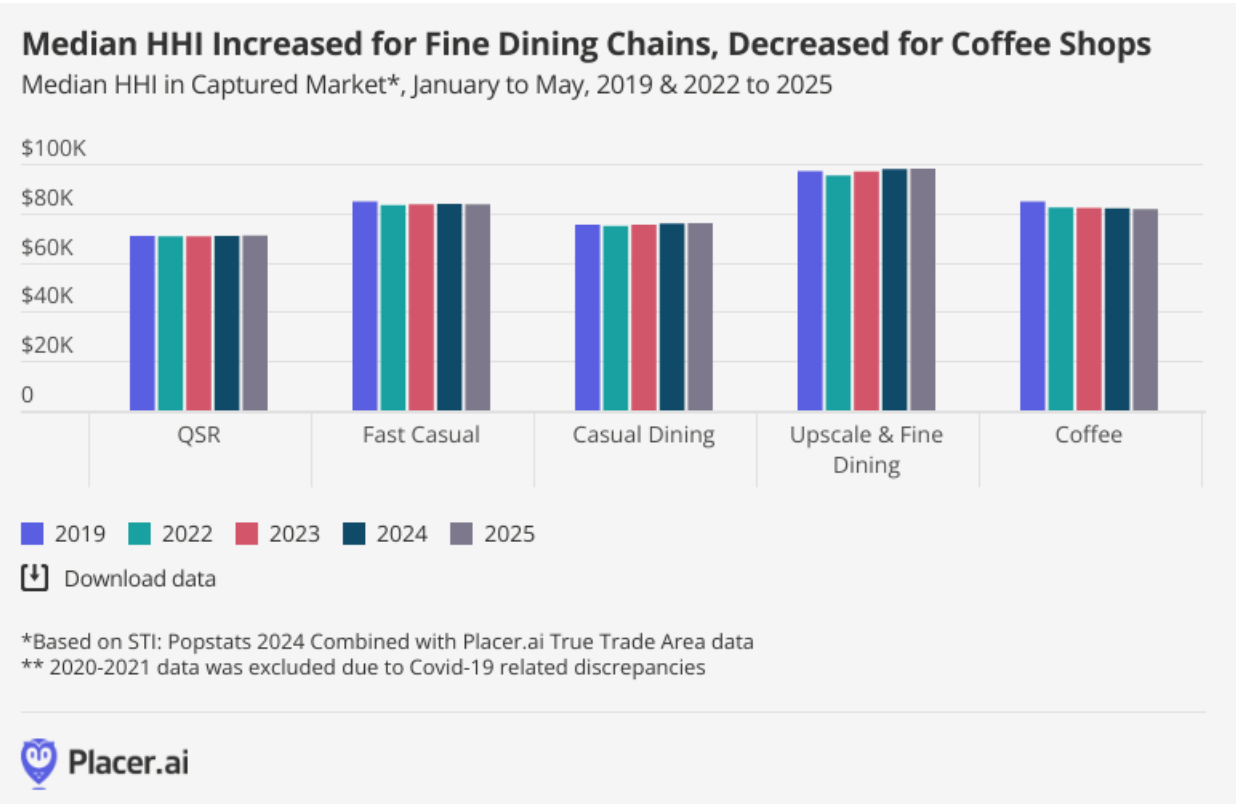
分析不同餐饮细分市场中访客随时间的收入水平表明，每个细分市场都遵循着略微不同的趋势——访客收入上的差异或许有助于解释一些当前的流量模式。

唯三个YoY游客增长的分段——非正式餐饮、高端餐饮和咖啡——也拥有最高的占有市场中位家庭收入(HHI)。儘管高端和正式餐飲連鎖的占有市場中位HHI在COVID之後下降，但它已經隨著時間穩定回升，現在達到98.0K美元——略高於2019年1月至5月之間的97.1K美元中位HHI。這可以解釋該分段面對廣泛消費風險時的韌性。同時，快頓和咖啡連鎖的中位HHI略有下降。

或许由于在空间中的积极扩张——包括 [戴夫辣鸡](#) 和 [荷兰兄弟](#) – 这 可能扩大了这些细分市场的覆盖范围，推动了访问量的增长，并降低了贸易区域的中位HHI。

像高端餐饮一样，休闲餐饮的交易区域中位数HHI随着时间的推移也略有上升——但这一细分市场仍然面临客流量下降的问题。这可能意味着，尽管消费者转向休闲餐饮可能提升了该细分市场的交易区域中位数HHI，但这可能仍然不足以弥补因预算收紧而流失的顾客。

QSR细分市场的交易区域中位HHI保持非常稳定——该细分市场的访问量也相当一致——在2019年至2025年之间保持在70.6K至70.9K美元之间——这或许可以解释为什么该细分市场的年度访问量保持相对稳定。



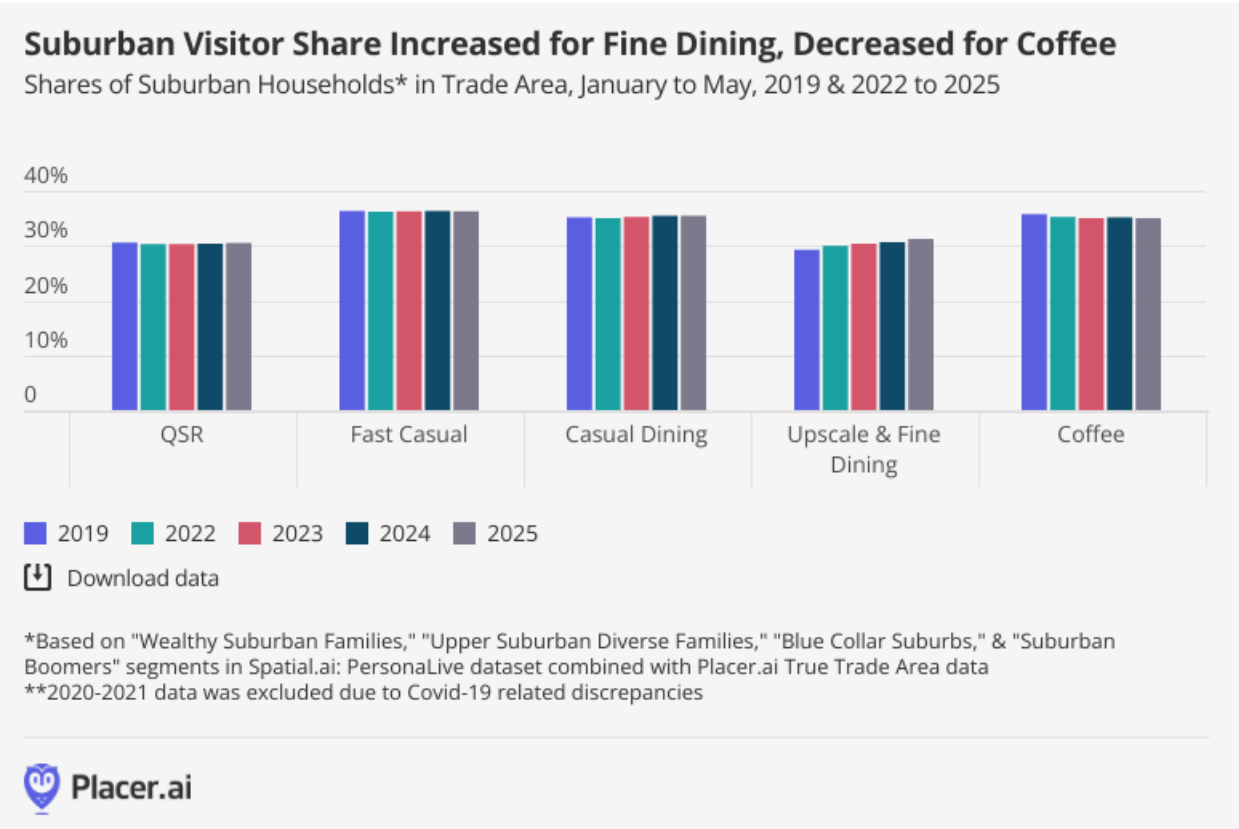
郊区餐饮模式

深入心理图谱细分分析显示，尽管高端餐饮在2025年1月至5月期间吸引了来自最高收入地区的游客，快餐连锁店吸引了郊区最多份额的游客，其次是休闲餐饮和咖啡。QSR吸引的郊区游客份额最小，仅在2025年1月至5月期间，该品类的捕获市场份额中只有30.5%属于郊区。 [空间.ai](#)： [人物直播](#) 郊区路段。

但是，自2019年以来的数据显示，在一些类别的捕获市场中，郊区观众的份额占比虽然小但很重要。而且，尽管百分比变化很小，但这些代表每年数十万的就餐者。

数据显示，高端餐饮连锁在目标市场的郊区份额有所增加，而其在咖啡连锁目标市场的份额有所下降。QSR、快餐休闲和休闲连锁的郊区访客份额保持相对稳定。

这或许表明，COVID-19 大流行及其后续的远程和混合工作模式仍然影响着消费者的就餐习惯，使郊区地点如高端餐饮连锁店的向往体验受益，同时减少了通常与通勤和办公室工作相关的日常咖啡购买需求。与此同时，QSR、快休闲和休闲餐饮领域的稳定性可能表明，这些类别继续满足郊区对便利性和日常就餐的持续需求，基本未受高端餐饮和咖啡领域看到的重新分配影响。



餐饮消费者行为趋势

尽管QSR、快餐休闲、休闲餐饮、精致餐饮和咖啡都属于更广泛的餐饮范畴，但数据显示，在访问这五个类别时，消费者的行为模式存在明显差异。

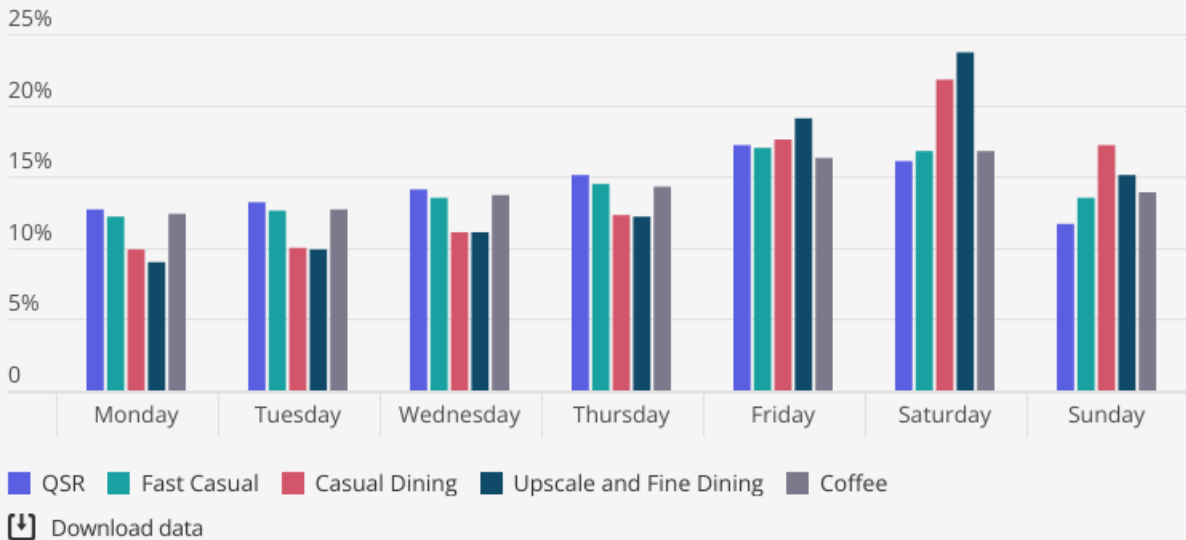
有限服务引导工作日访问份额，全面服务主导周末

有限服务细分市场，包括快餐服务（QSR）、快休闲餐厅和咖啡店，通常在平日看到更高的访问份额，而全服务细分市场——休闲餐厅和高端餐厅——则获得更高的周末访问份额。深入分析显示，快餐服务（QSR）拥有最大的平日访问份额，有72.3%的流量发生在周一至周五之间，其次是快休闲餐厅（占平日访问的69.8%）和咖啡店（占平日访问的69.4%）。观察工作周内的趋势显示，快餐服务在周一至周四获得的访问份额略高于其他有限服务细分市场。同时，咖啡店似乎获得周五访问份额最小——为16.3%，而快休闲餐厅为17.0%，快餐服务（QSR）为17.2%。

在全服务方面，休闲餐饮和精致餐饮连锁的周末到访份额相对相似（分别为39.0%和38.8%），但精致餐饮在周五也迎来了访问量的增长（占每周访问量的19.1%），因为消费者选择以节庆的方式开启周末。

Restaurant Visitation Varies with Limited Service Leading Weekdays and Full Service Leading Weekends

Share of Visits by Day of Week for Jan - May '25



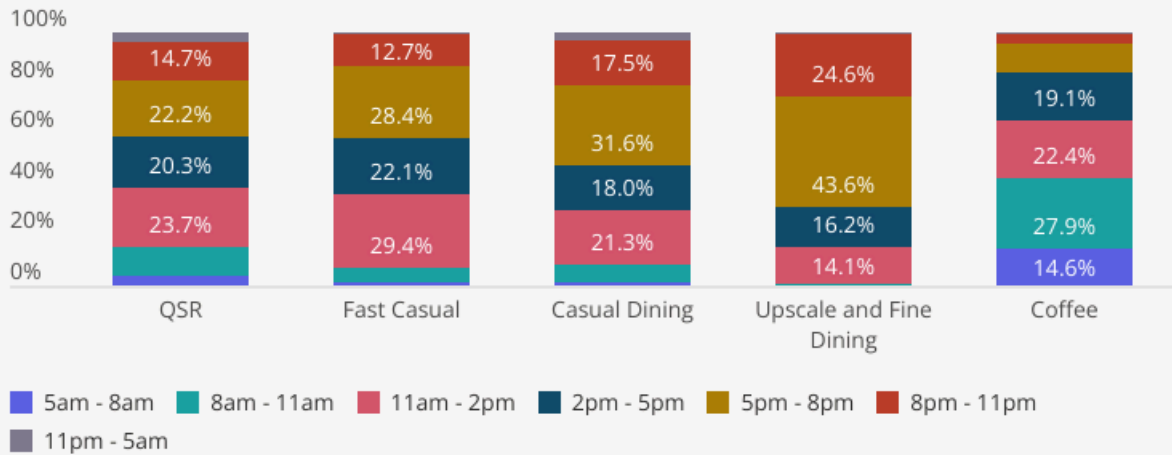
每个片段拥有不同的时段

小时访问模式在各个区间也有所不同。咖啡是清晨访问的意料之中的领导者，有14.6%的访问发生在早上8点之前，几乎三分之二（64.9%）的访问发生在下午2点之前。快餐简餐引领午餐高峰（11点到下午2点之间有29.4%的访问），休闲餐饮连锁店获得下午（下午2点到下午5点）访问的最大份额，而高端餐饮连锁店获得晚餐访问的最大份额，近70%的访问发生在下午5点到晚上11点之间。快餐店引领夜间访问份额——4.1%的访问发生在晚上11点到早上5点之间——其次是休闲餐饮连锁店（夜间和隔夜访问份额为3.2%），这可能是由于24小时餐厅的流行。

这表明每个用餐时段都有效地“拥有”一天中的不同部分，从早晨的咖啡仪式和快速午餐休息到悠闲的晚餐和深夜的渴望。

Coffee Leads Morning Visits, QSR and Fast Casual Lead the Lunch Shift and Upscale Leads Evening and Late Night Dining

Share of Visits by Time of Day for Jan - May '25



Download data



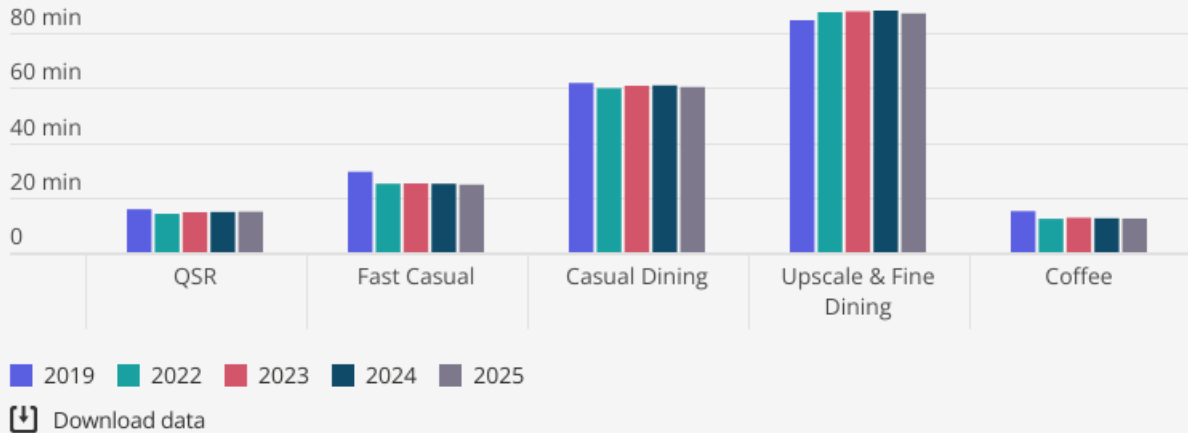
大多数细分市场的简短访问

对平均访问时长的分析还揭示了一种虽小但持续的疫情后餐饮行为转变。在2025年1月至5月期间，几乎所有餐饮细分市场的平均驻留时间都短于2019年同期。这种效率趋势在限服务类别如QSR、快餐简餐和咖啡店中都很明显，表明对速度和便利性的重视仍在继续。

这一趋势的一个显著例外是高端和精致餐饮，与新冠疫情前的水平相比，平均访问时长实际上有所增加。这可能表明，虽然大多数细分市场的访问变得更加交易化，但消费者正将精致餐饮更多地视为一种延续的、深思熟虑的体验，从而加强了它作为值得前往的场合的地位。

Visits to All Dining Segments Except Fine Dining Shorter Than Pre-COVID

Average Visit Duration, January - May, 2019 & 2022 to 2025



*2020-2021 data was excluded due to Covid-19 related discrepancies



关键点

- 总体餐饮客流基本持平，但增长集中在特定区域。** 虽然2025年初全国餐饮访问量几乎未变，但犹他州、爱达荷州和内华达州等西部州表现出适度增长，而中西部和南部各州以及华盛顿特区则出现了下降。
- 高端餐饮和咖啡连锁店正通过扩张增长，而不仅仅是更忙碌的地点。** 这两个区域是唯一总访问量有所增长的，但其每个地点的访问量实际上减少了，表明开设新店是他们增长的主要驱动力。
- 高收入消费者推动了弹性类别的增长。** 看到访客增长的部分——精致餐饮和咖啡——也吸引了具有最高家庭收入中位数的顾客，这表明尽管经济面临压力，富裕消费者仍在进行餐饮消费。
- 远程工作不断重塑餐饮习惯。** 自2019年以来，高档餐厅的郊区顾客比例有所增加，而咖啡连锁店的顾客比例则有所下降。这反映了对“目的地”餐饮的需求增加，即更倾向于在家附近用餐，而非通勤式的咖啡采购。

5. **限服务餐厅拥有平日；全服务餐厅赢得周末。** 快餐店、快时尚餐厅和咖啡连锁店的大部分客流来自周一至周五，而休闲餐厅和精致餐厅则在周末迎来显著的客流高峰。

6. **每个用餐时段主导一天中的特定时间段。** 消费者访问时间按小时高度可预测：早晨咖啡领先，午餐快休闲达到高峰，休闲餐饮占据下午，高档餐饮拥有晚餐时段，而QSR捕获深夜人群。