

TTR 台灣趨勢研究報告

2023-2024 串燒店消費趨勢洞察報告

2025 年 7 月

TEL : (02)7709-1068

Email : survey@twtrend.com

Web : www.twtrend.com

2023-2024 串燒店消費趨勢洞察報告

根據財政部統計資料顯示，臺灣餐飲業銷售額持續穩定成長，2023 年與 2024 年整體餐飲營業額均突破一兆元，顯示出國內餐飲市場的強勁動能與發展潛力。在餐飲市場多元化發展背景下，「串燒」做為大眾化的餐飲選擇，不僅有專門串燒店，也與居酒屋、夜市、酒吧等不同類型的餐飲產業結合。

為瞭解我國串燒店產業消費趨勢概況，台灣趨勢研究採用問卷調查法，在 2023 年 9 月至 2024 年 3 月年間，總共蒐集全台共 2,072 位 18 歲以上且過去一年曾有串燒店消費經驗的消費者之意見。

根據調查結果，消費者在串燒店平均每人消費為 792 元；在消費頻率方面，會去串燒店的消費者，平均每年至串燒店消費 5.6 次。

餐點多樣性為首要考量，時間因素亦受重視

調查結果顯示，在不考慮價格的前提下，有多數消費者在選擇串燒店時，最重視的是「餐點多樣性」，占比達 76.9%，其次，有 48.0% 的消費者會考慮「食材來源」，此外，「營業時間」(38.1%) 與「用餐是否限時」(33.0%) 也是消費者會納入考量的因素；顯示除了菜色豐富與食材品質，彈性的營業時間也有助於提升串燒店吸引力。

圖 1

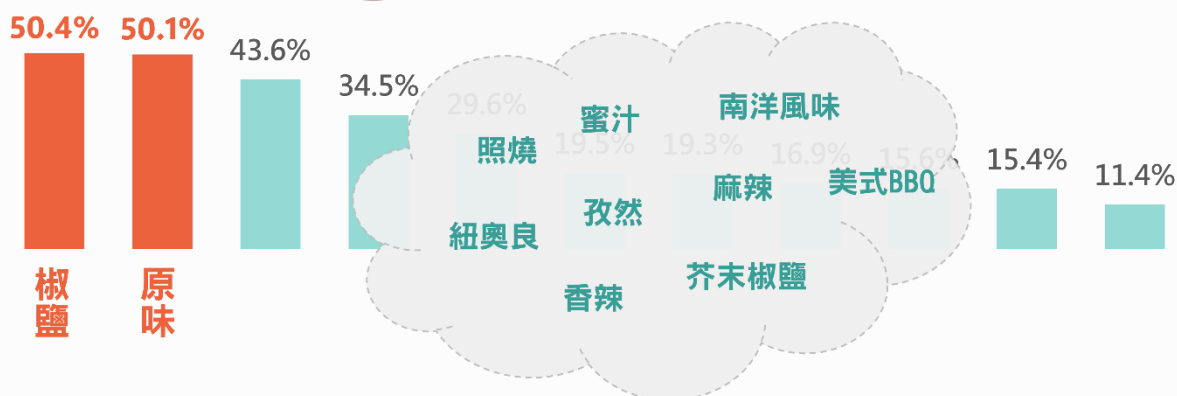
消費者選擇串燒店時，會考量的因素



簡單凸顯食材風味的「椒鹽」與「原味」最受青睞

在串燒口味偏好方面，「椒鹽」與「原味」為最受消費者喜愛的兩大口味選擇，各自約有五成左右的支持度；除了基本口味外，其他如照燒、孜然、蜜汁、美式BBQ等具有特色風味的醬料與香料，也吸引了一定比例的消費者喜愛。

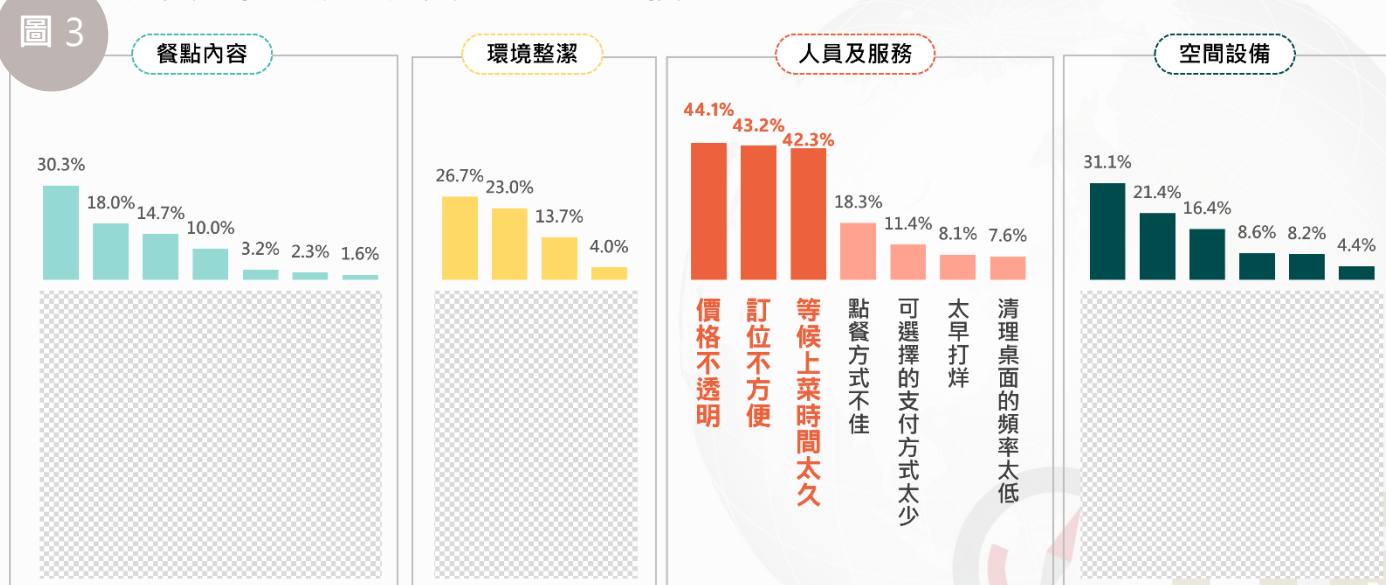
圖 2 消費者的串燒口味偏好



價格不透明、訂位不便與等候上菜時間太久為消費三大困擾

進一步瞭解消費者在串燒店的用餐體驗及困擾，調查結果顯示，消費者在串燒店用餐時，最常遇到的問題為「價格不透明」、「訂位不方便」及「等候上菜時間太久」，比例均超過四成，這些痛點也牽動著消費者的再訪意願及推薦他人意願，將是未來串燒店提升服務品質與競爭力的關鍵方向。

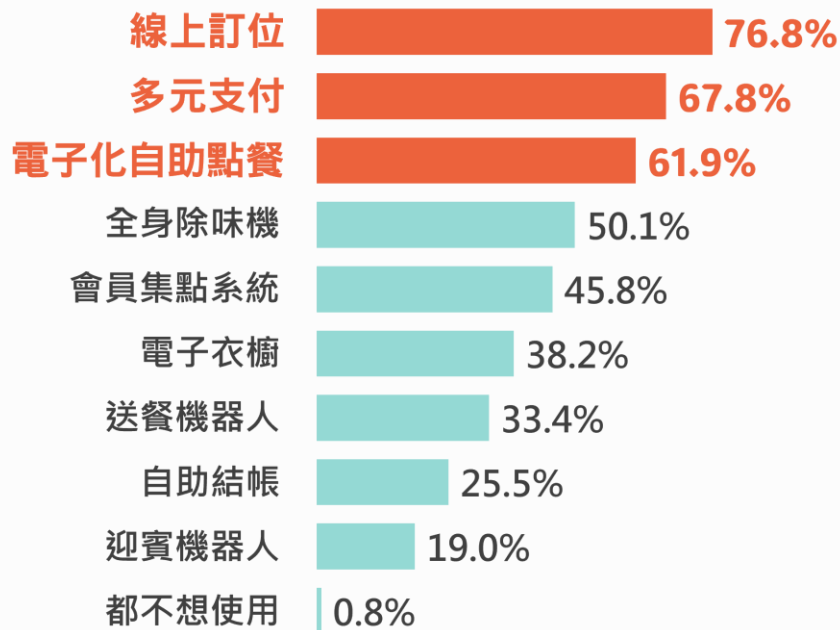
圖 3 消費者在串燒店消費時，感到困擾的問題



消費者期待串燒店提供線上訂位、多元支付、電子化自助點餐

隨著科技應用日益多元，消費者在串燒店用餐時，最感興趣的科技服務為「線上訂位」，比例達 76.8%，其次為「多元支付」與「電子化自助點餐」，比例分別為 67.8%與 61.9%。整體而言，消費者期待餐飲體驗不僅侷限於餐點本身，若串燒店能導入相關科技服務，將有助於吸引習慣使用數位工具的族群，提升顧客消費體驗。

圖 4 消費者在串燒店有興趣使用的科技服務

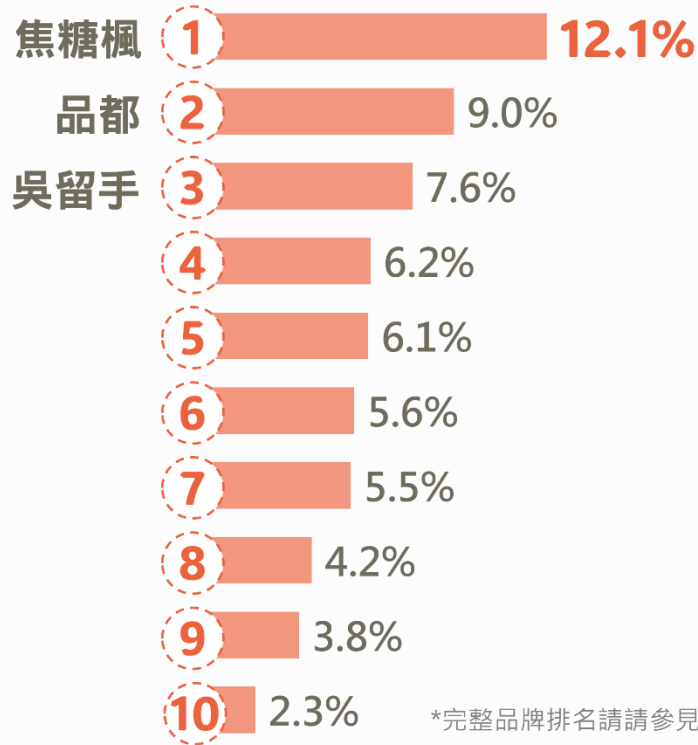


連鎖串燒品牌「焦糖楓」最具知名度

為瞭解消費者對串燒品牌的認知程度，本研究在未提示品牌的情況下，請受訪者自由填寫心中浮現的串燒品牌。調查結果顯示，在前十名串燒品牌中，多數為在臺灣擁有多家分店的連鎖品牌；其中，主打平價串燒的「焦糖楓」脫穎而出，有 12.1%的消費者在未提示的情況下，第一時間聯想到該品牌，為所有串燒品牌中知名度最高者（完整品牌排名請參見完整版報告）。

圖 5

串燒店品牌知名度前十大品牌



*完整品牌排名請參見完整版報告

台灣趨勢研究發布《2023-2024 串燒店消費趨勢洞察報告》，以電子報告書的形式，全面解析臺灣串燒產業的市場現況，協助掌握消費者偏好。完整版報告除揭示當前各串燒品牌的知名度，亦深入分析主要的串燒消費族群、不同類型餐點對消費者的吸引力，以及消費者在用餐過程中常見的痛點與可提升其消費意願的關鍵因素。如有興趣購買完整版報告，歡迎點選下方連結購買：

<https://report.twtrend.com/courses/yakitori>

完整報告