夜间餐饮消费大数据报告

中国旅游研究院　　美团点评

- 美团的使命是“帮大家吃得更好，生活更好”。作为中国领先的生活服务电子商务平台，2018年全年，美团的总交易金额达5156.4亿元人民币。截至2018年12月31日，美团年度交易用户总数达4.0亿，平台活跃商家总数达580万。当前，美团战略聚焦 Food +Platform，正以“吃”为核心，建设生活服务业从需求侧到供给侧的多层次科技服务平台。
- 该报告基于美团点评大数据得出，中国旅游研究院给予了精心指导和帮助。

CONTENTS

1. 夜间餐饮消费总体情况
2. 夜间餐饮消费时间特征
3. 夜间餐饮消费地理特征
4. 夜间餐饮消费到店消费商圈
5. 夜间餐饮消费行为特征

01

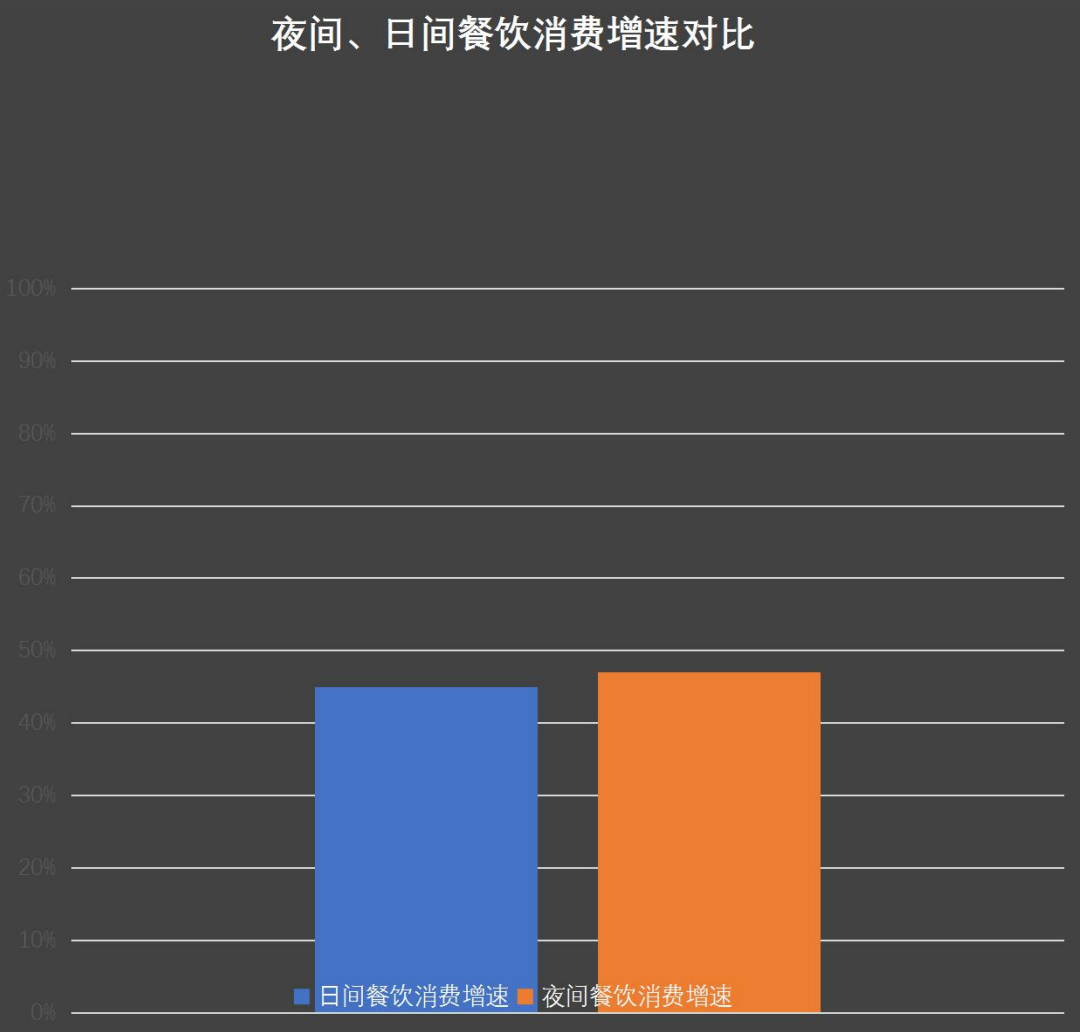
夜间餐饮消费总体情况

1.1 餐饮市场总体情况

- 据国家统计局数据，2018年全国餐饮收入实现42716亿元，比上年增长9.5%，占社会消费品零售总额的比重为11.2%，餐饮消费市场规模持续扩大，成为国内消费市场的重要力量。外卖、团餐、婚庆喜宴等新业态新模式领跑餐饮消费市场。

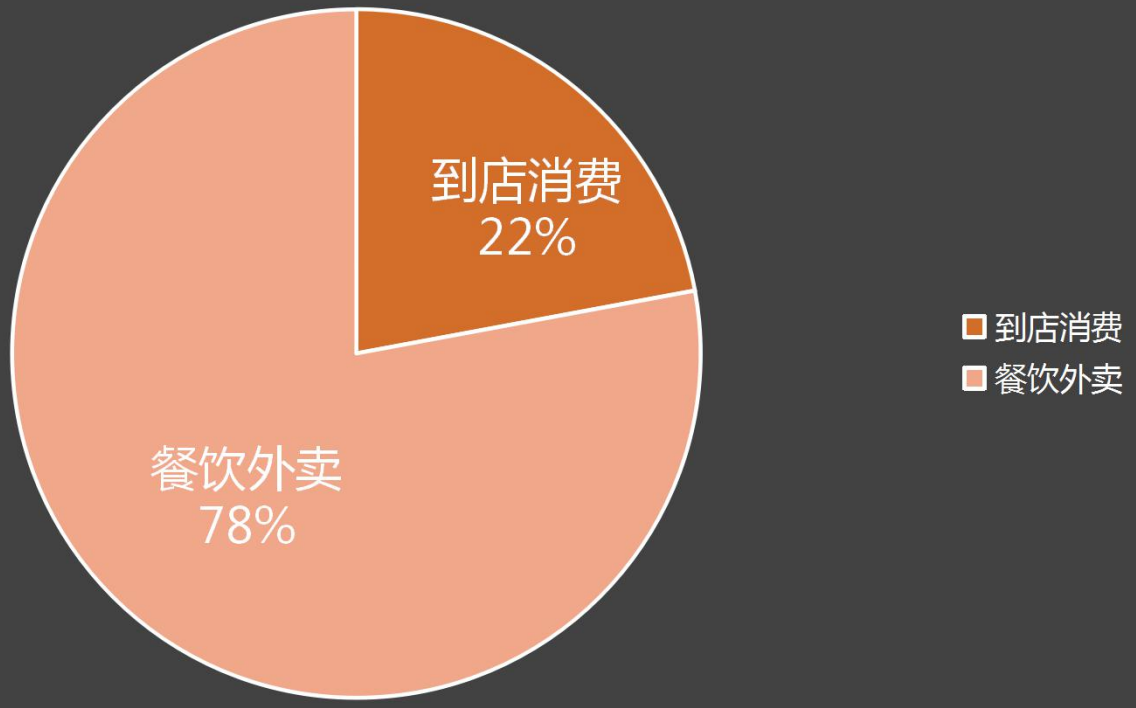
1.2 夜间餐饮消费增速更快

据美团点评大数据，2018年度平台夜间餐饮消费交易额，较2017年度增长47%，高于日间餐饮消费交易额增长率（45%）2个百分点。



注：夜间时段为18：00（含）至6：00（不含）；其余时段为日间时段。

1.3 夜间餐饮消费到店、店外比例



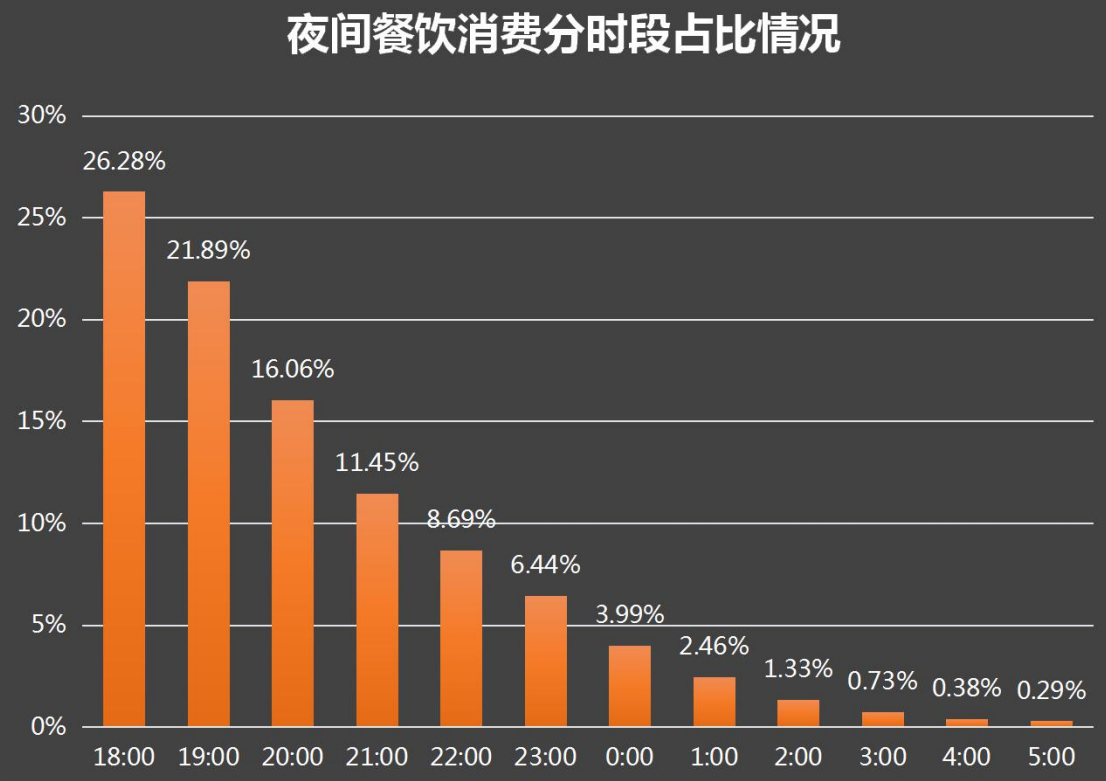
餐饮外卖和到店消费共同发展，餐饮外卖成为人们夜间餐饮消费的重要方式。

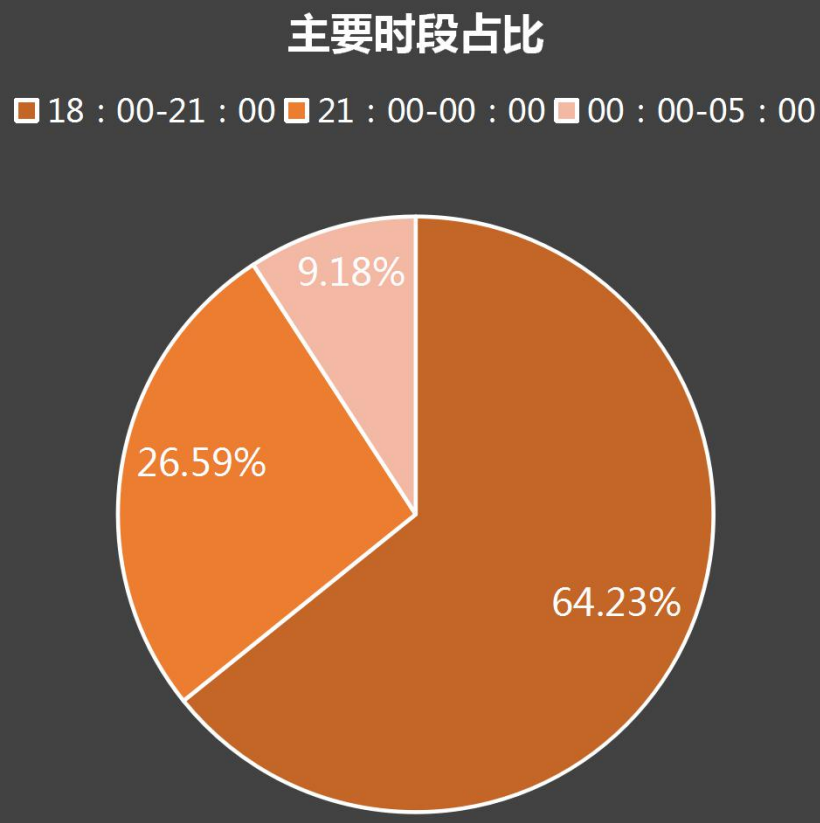
02

夜间餐饮消费时间特征

2.1 夜间餐饮消费时段集中

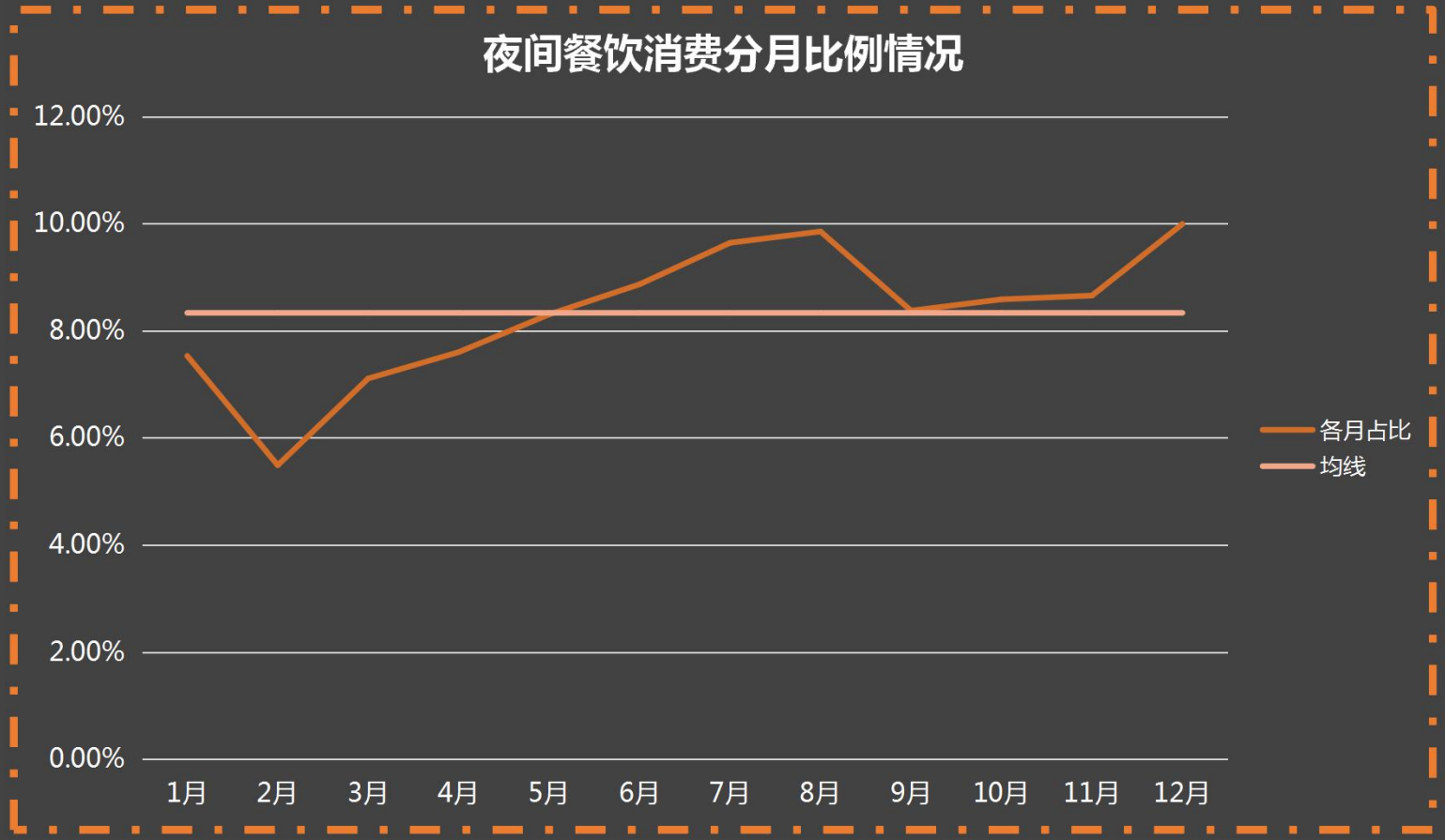
18：00至凌晨0点，是夜间餐饮消费最为集中的时段，6个小时消费额占夜间餐饮消费总额的90.82%。21：00后，餐饮消费仍然居高不下， 21：00至凌晨0点消费额占夜间餐饮消费额的比例为26.59%。凌晨0点以后，夜间餐饮仍有较多的消费行为。夜间餐饮已成为一种重要的生活和消费方式。





2.2 分月份看，夜间餐饮消费总体上呈现前低后高特征，暑期是夜间餐饮消费的高峰

各月占夜间餐饮消费比例波动较大，最高点出现在12月份，比例为9.99%，超过月平均数1.66个百分点；最低点出现在自然日最少且春节假期所在的2月份，比例为5.49%，低于月平均数2.84个百分点。夜间餐饮消费在暑期旅游高峰的7月和8月表现突出，分别高于月平均数1.31、1.52个百分点。

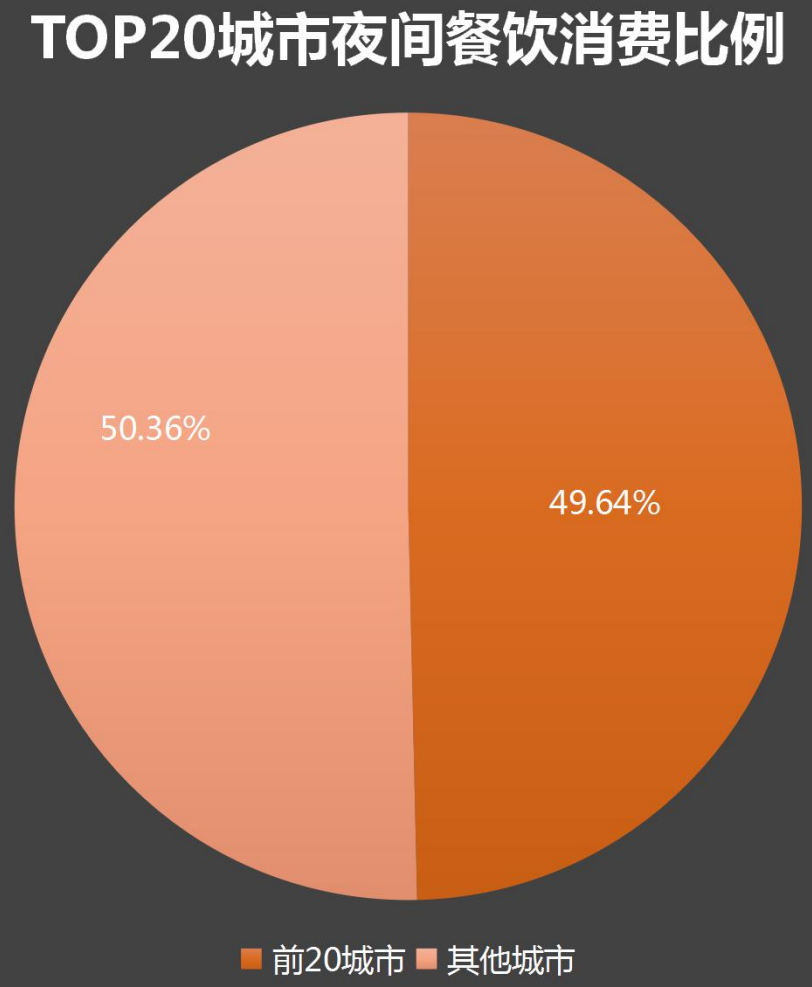


03

夜间餐饮消费地理特征

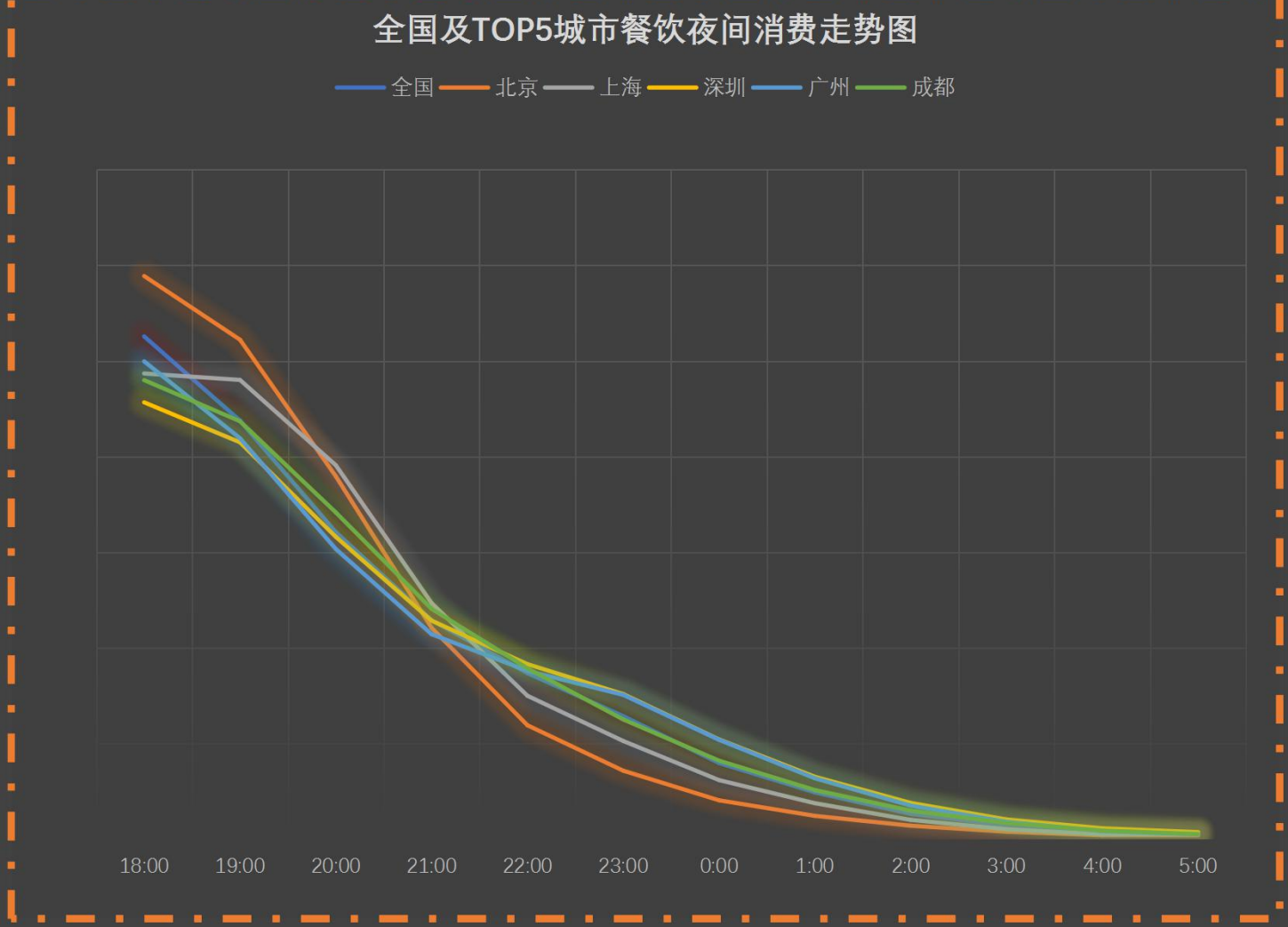
3.1 夜间餐饮消费更加集中于大城市，且较经济发展更加集中

- 夜间餐饮消费排名前20的城市，交易额占到全国总交易额的49.64%。
- 夜间餐饮消费排名前20的城市依次为：北京、上海、深圳、广州、成都、重庆、杭州、苏州、南京、武汉、东莞、西安、郑州、天津、佛山、长沙、昆明、宁波、无锡、福州。



3.2 夜间餐饮消费城市对比

选取北京、上海、深圳、广州、成都等夜间餐饮消费排名前5的城市，对比全国数据在各时段的消费比例情况，图表如下



- 北京更早进入夜间餐饮消费高峰，深圳进入夜间餐饮消费高峰最晚；成都夜间餐饮消费走势与全国平均走势重合度最高，北京分时段差异最大。
- 21-22点时间段，全国夜间餐饮消费城市间差异最小。
- 北京更早进入夜间餐饮消费低点。深圳和广州更“夜生活”，晚22点后餐饮消费比例持续高于全国平均。

3.3 南方城市夜间餐饮消费更发达

- TOP20城市中，南方城市占据16席，占比80%。
- 南方城市夜间餐饮消费高峰时段更长。
- 南方城市用户人均夜间餐饮消费额普遍高于北方城市。北京、上海、深圳、宁波、杭州平台消费用户夜间餐饮人均消费额分列前5位。

3.4 旅游城市夜间餐饮消费表现更加突出

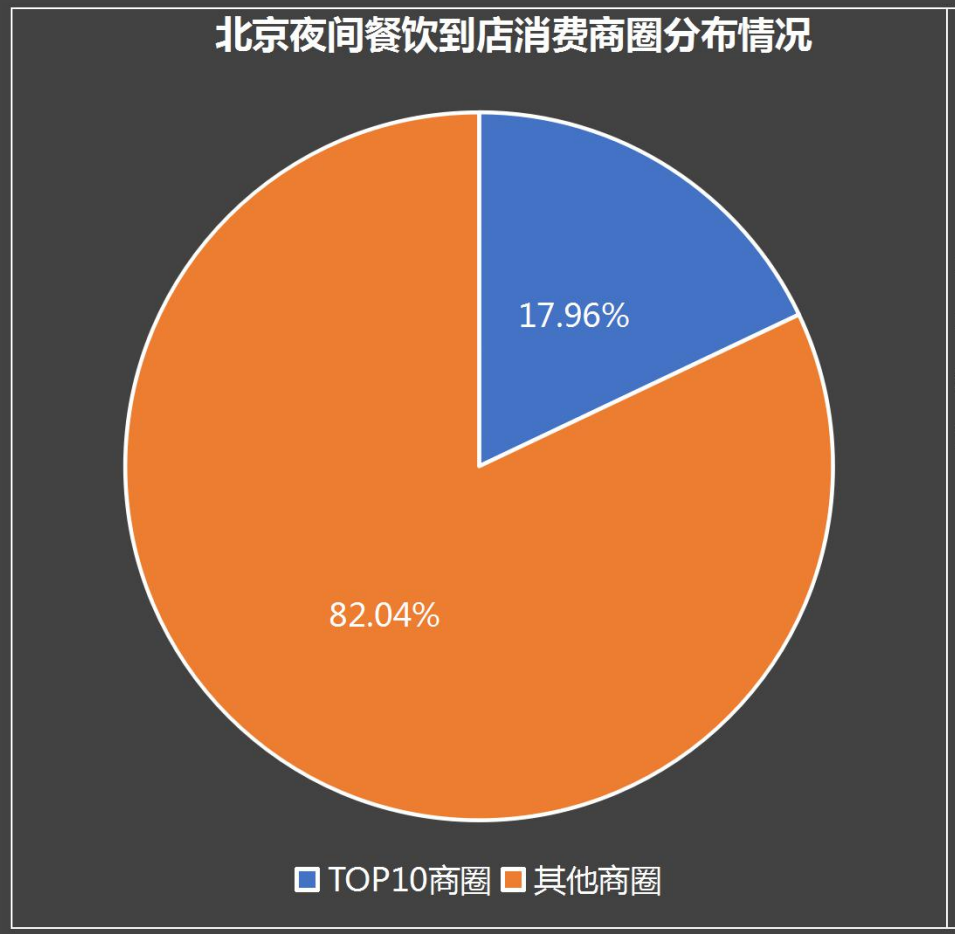
城市	GDP排名	夜间餐饮消费排名	城市	GDP排名	夜间餐饮消费排名
上海	1	2	长沙	13	16
北京	2	1	无锡	14	19
深圳	3	3	宁波	15	18
广州	4	4	佛山	16	15
重庆	5	6	郑州	17	13
天津	6	14	济南	18	不在前20
苏州	7	8	泉州	19	不在前20
成都	8	5	南通	20	不在前20
武汉	9	10	东莞	不在前20，排22	11
杭州	10	7	西安	不在前20，排21	12
南京	11	9	昆明	不在前20，排39	17
青岛	12	不在前20	福州	不在前20，排24	20

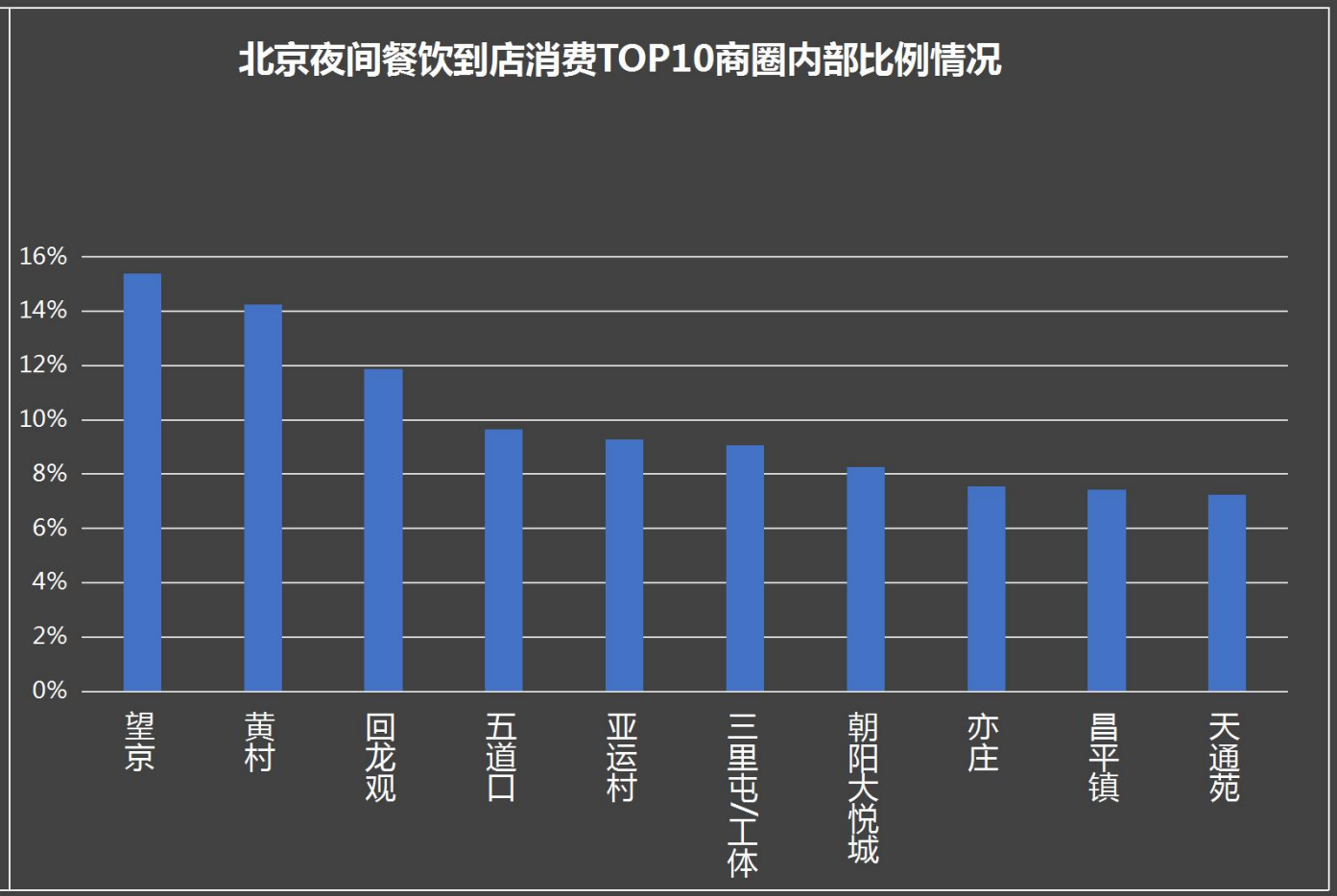
西安、昆明等知名旅游城市，夜间餐饮消费排名显著高于GDP排名

04

夜间餐饮消费到店消费商圈

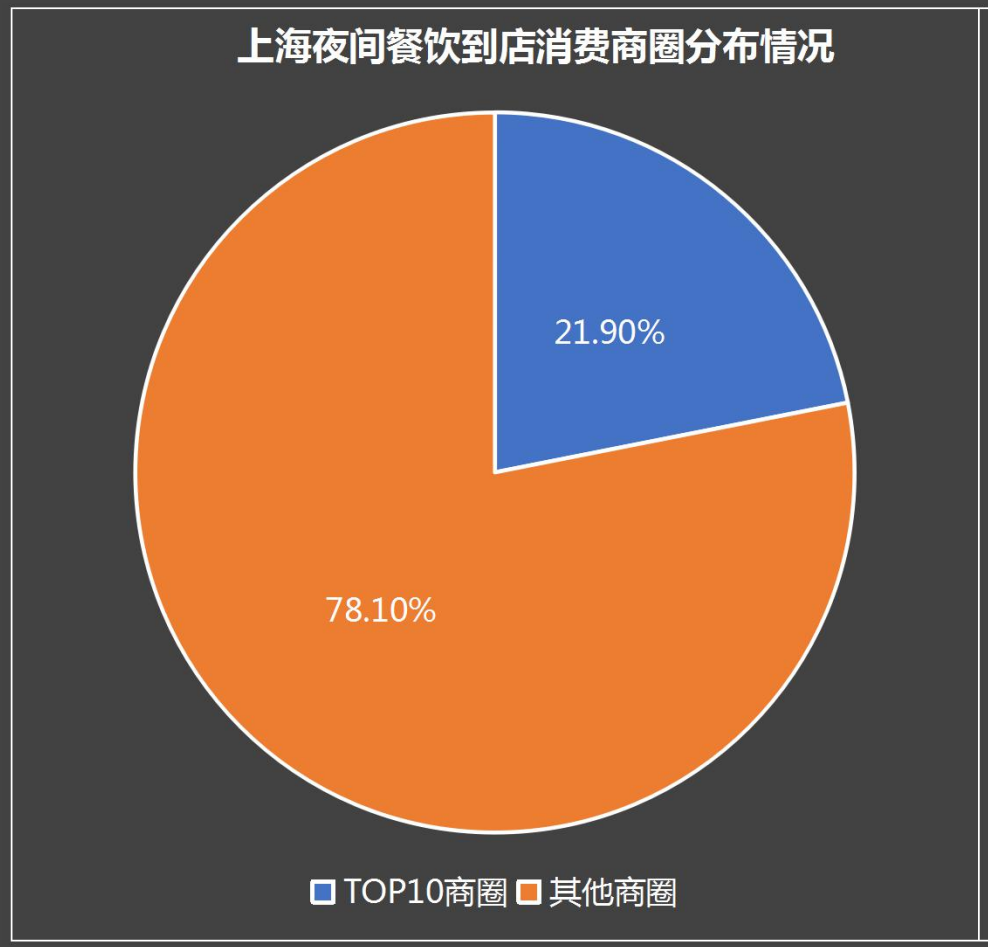
4.1.1 北京夜间餐饮到店消费商圈分析

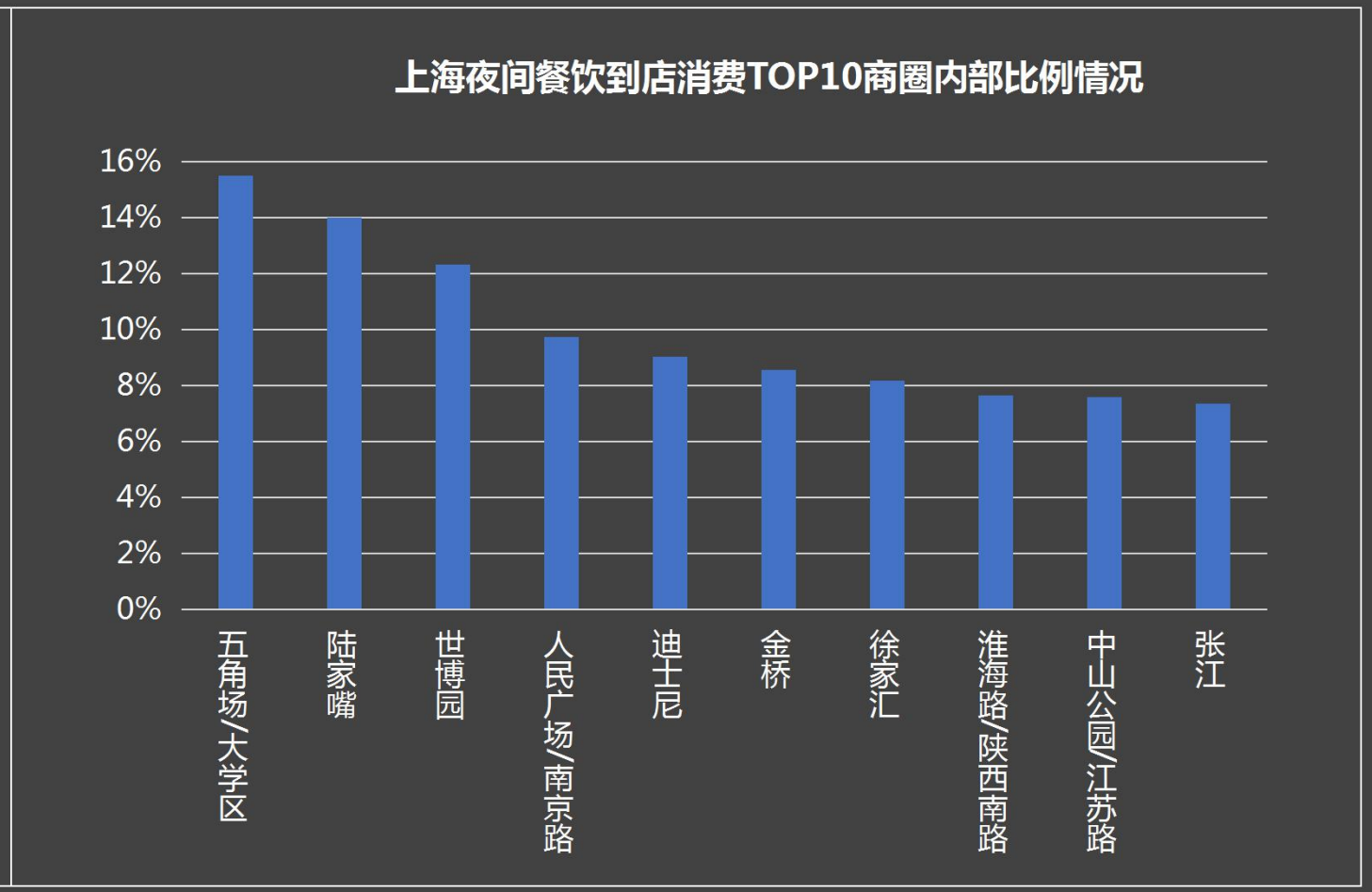




北京TOP10商圈占比及内部比例情况

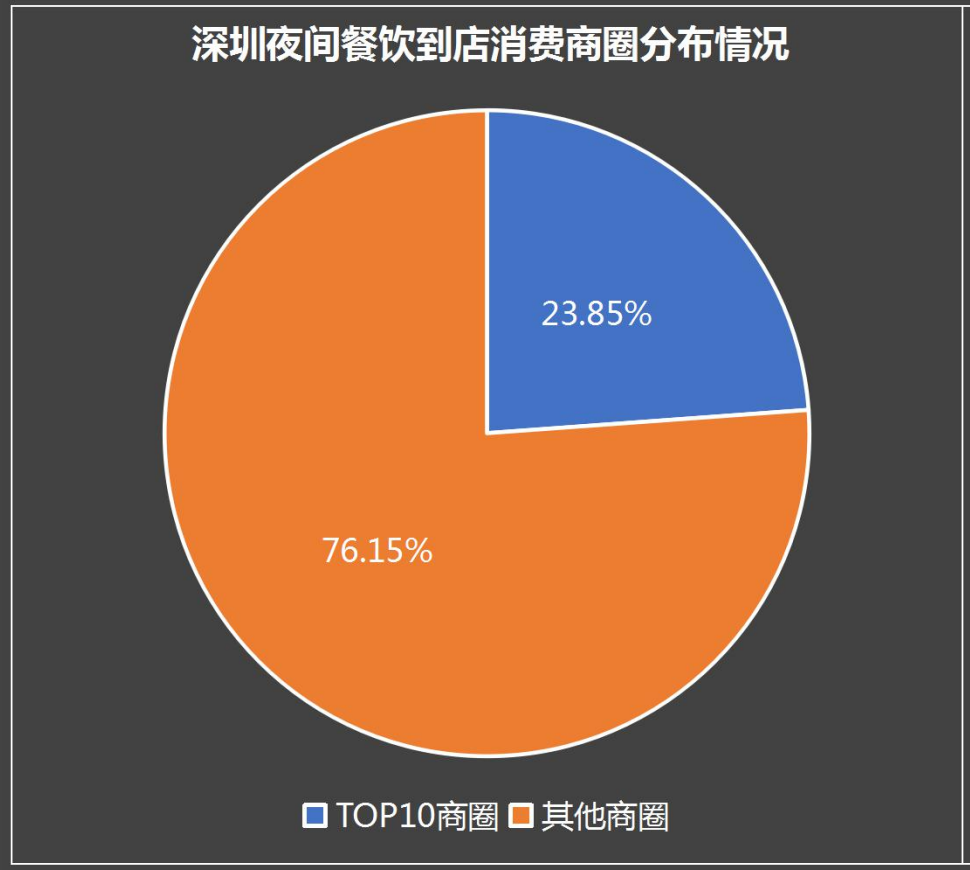
4.1.2 上海夜间餐饮到店消费商圈分析

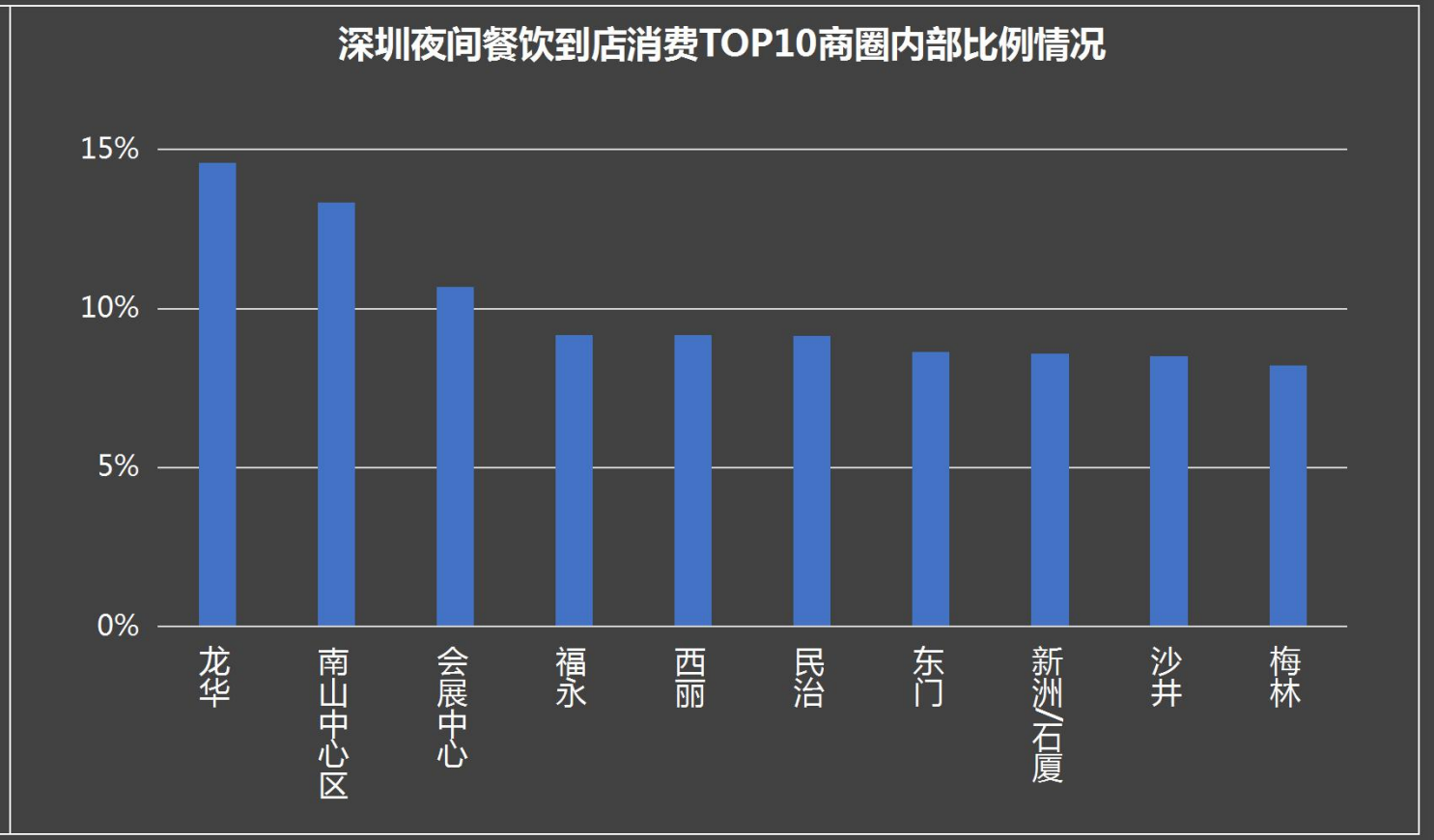




上海TOP10商圈占比及内部比例情况

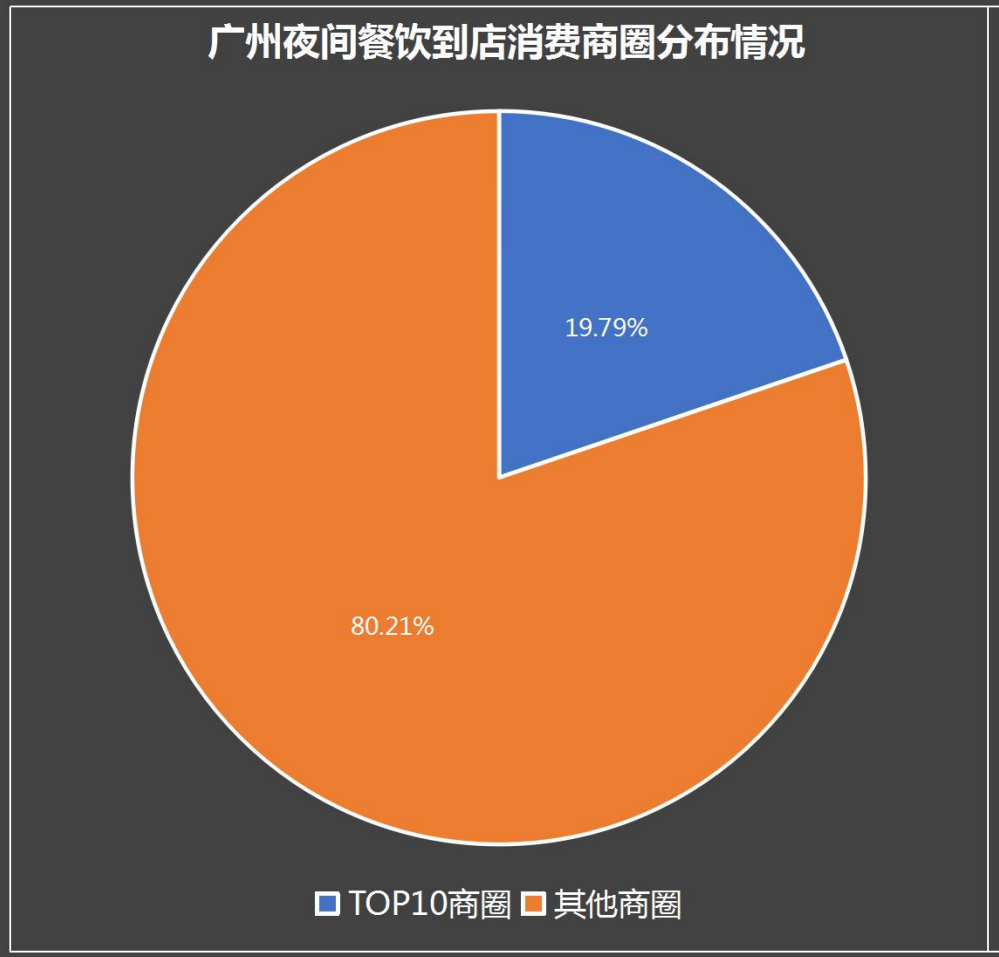
4.1.3 深圳城市夜间餐饮到店消费商圈分析

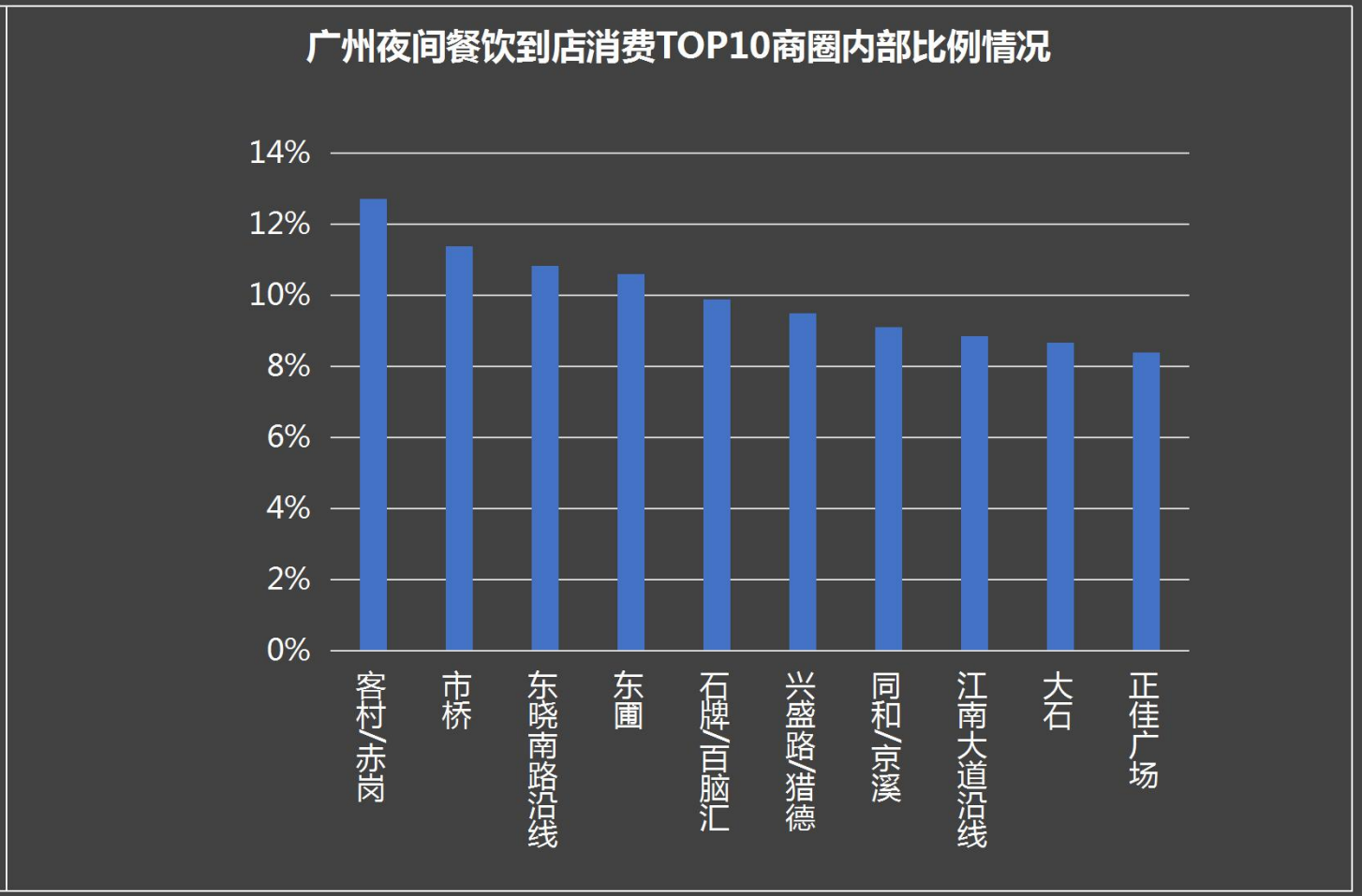




深圳TOP10商圈占比及内部比例情况

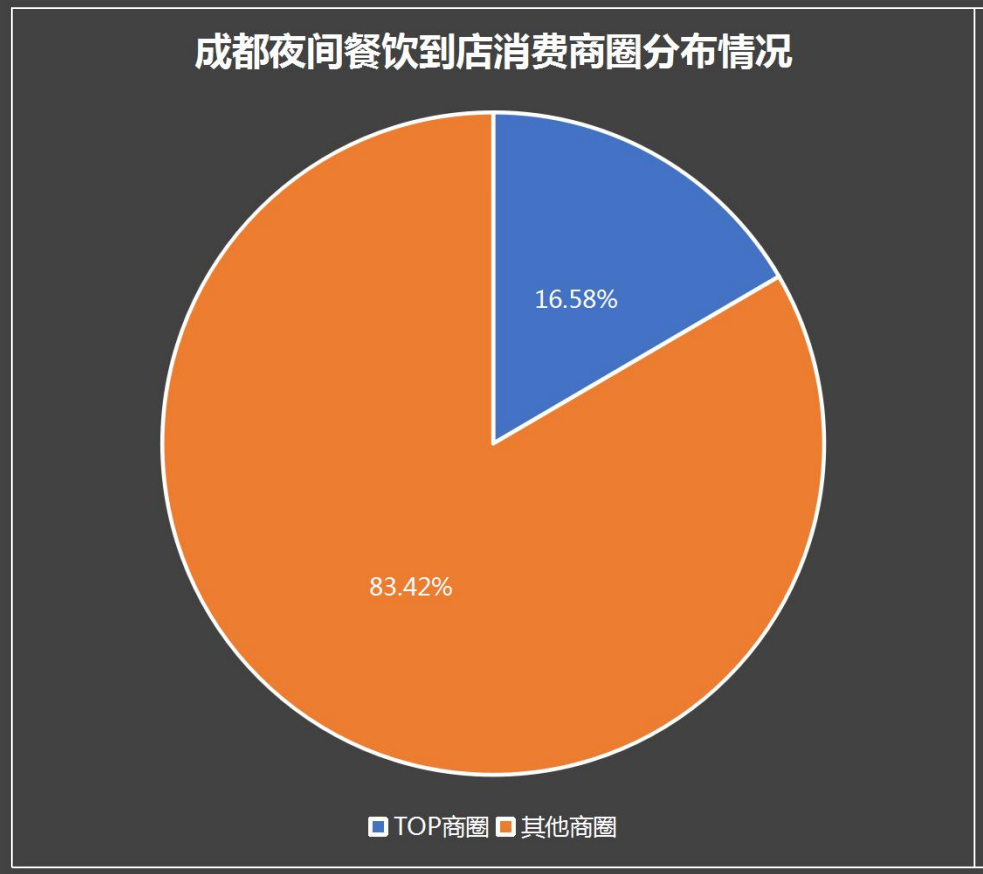
4.1.4 广州城市夜间餐饮到店消费商圈分析

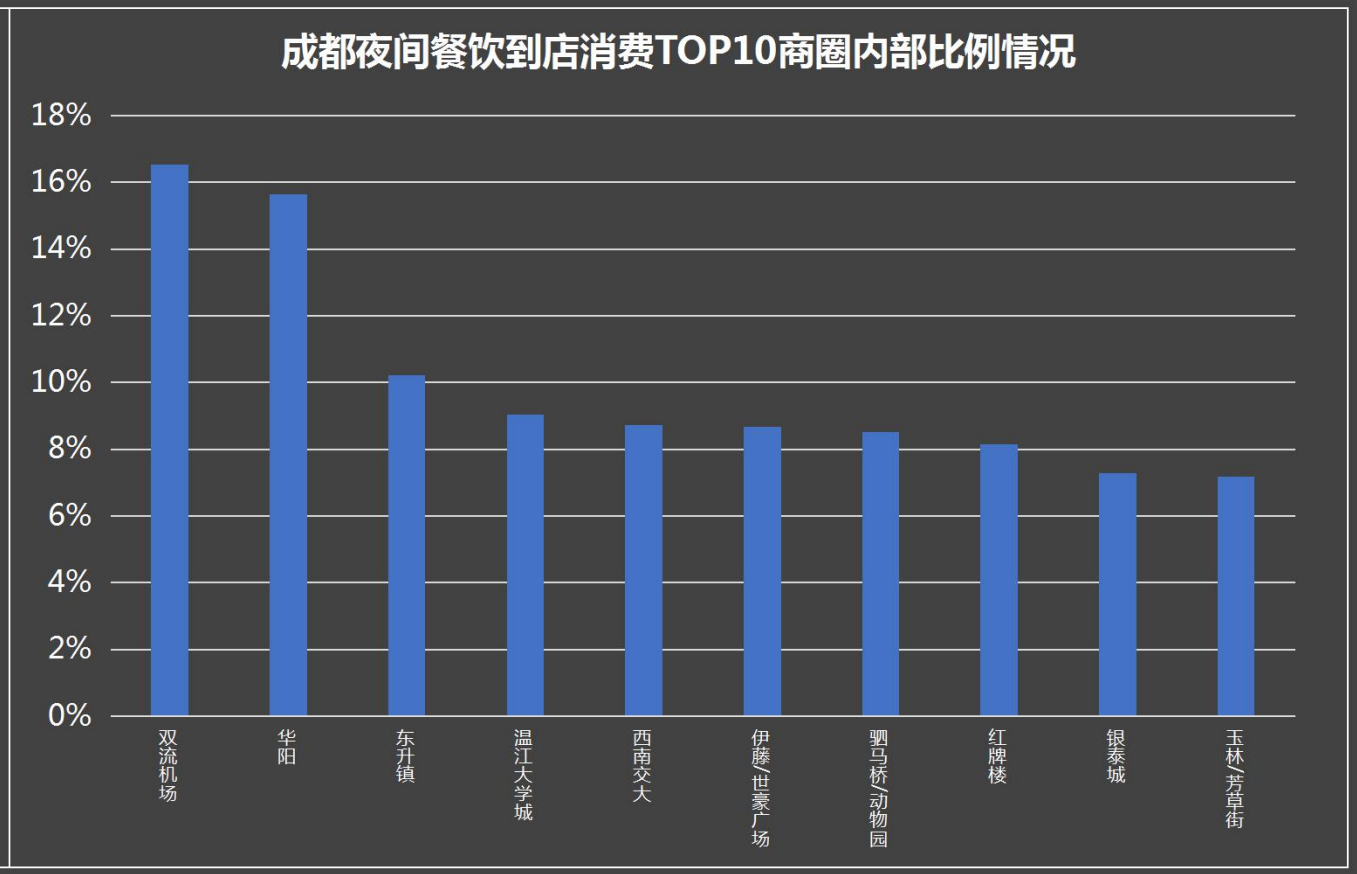




广州TOP10商圈占比及内部比例情况

4.1.5 成都城市夜间餐饮到店消费商圈分析





成都TOP10商圈占比及内部比例情况

4.2 夜间餐饮与旅游相关度高

- 餐饮是旅游的基本要素之一，也是一种重要的休闲和旅游产品。
- 夜间餐饮消费相比GDP排名更加靠前的东莞、西安、昆明、福州等城市，旅游知名度更高。
- 旅游热点商圈、商业步行街夜间餐饮到店消费表现突出。

  以上海为例，迪士尼商圈夜间餐饮到店消费占全市范围的1.97%。

  以成都为例，宽窄巷子商圈夜间餐饮到店消费占全市范围的1.06%。

  以昆明为例，南屏步行街商圈夜间餐饮到店消费占全市范围的5.08%。

05

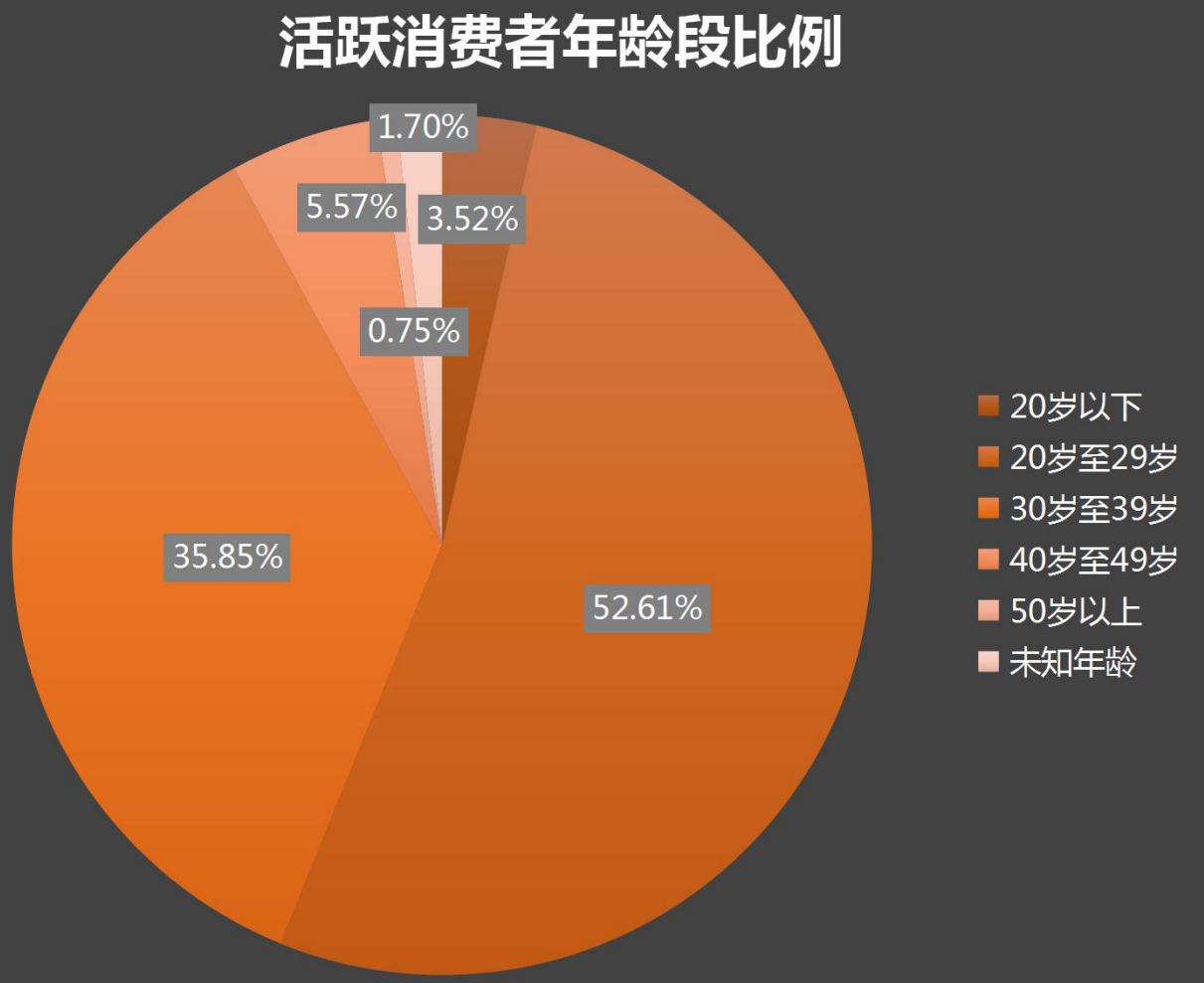
夜间餐饮消费行为特征

5.1 移动互联网成为夜间餐饮在线消费主要方式

新技术带动消费者消费方式和习惯的改变。美团点评等互联网在线生活服务平台大大提升了夜间餐饮消费的线上化率。移动互联网、移动支付的迅猛发展带来了消费者消费习惯的养成和改变，移动终端已成为夜间餐饮消费预定和点餐的主要方式，PC端已基本淡出人们的夜间餐饮消费预定和点餐行为。

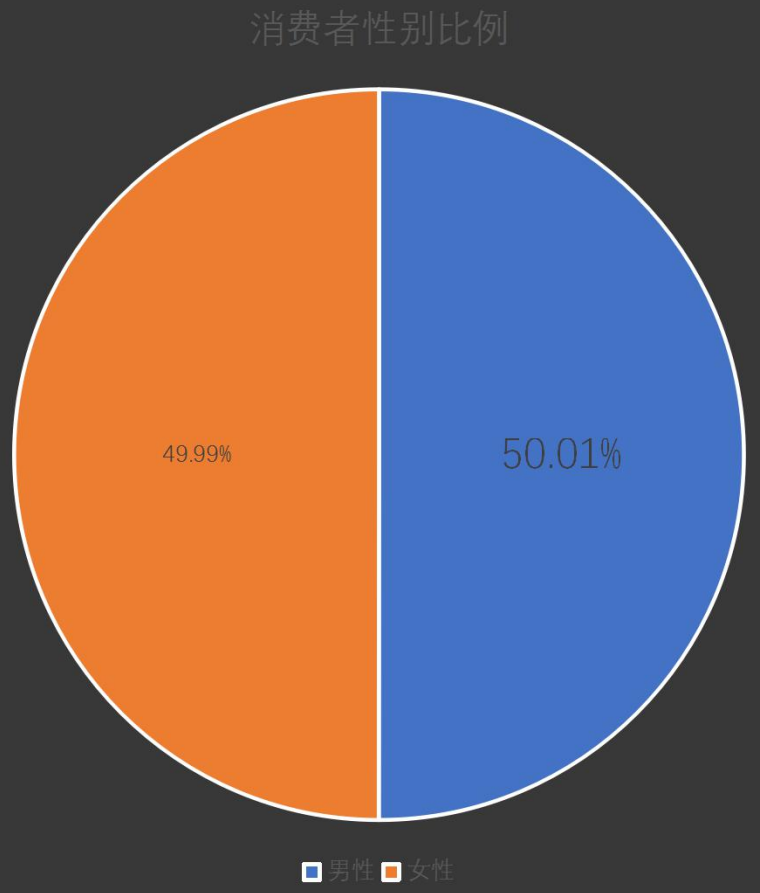
5.2 年轻人更爱夜间餐饮消费

数据显示，20岁至30岁、30岁至40岁两个年龄段的消费者是夜间餐饮消费的主力，两个年龄段活跃消费者占比超过达88.46。同时20岁以下年龄段的活跃消费者占比3.52%，显著高于50岁以上年龄段活跃消费者0.75%的比例，00后未来有望成为夜间餐饮消费新的增长点。



5.3 男女“吃货”各占半边天

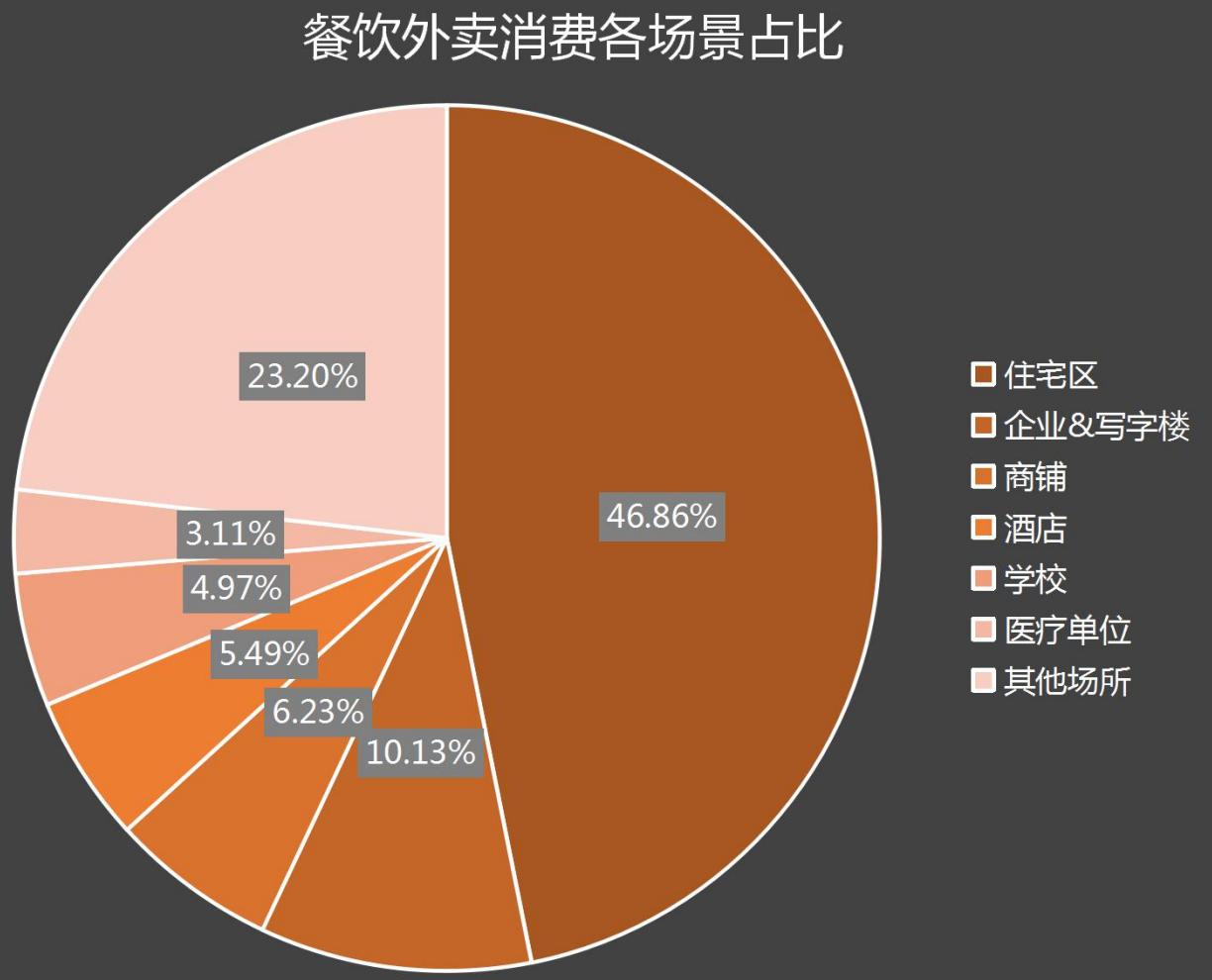
- 夜间餐饮消费行为的消费者中，男性占比50.01%，女性占比49.99%。
- 不同于其他消费领域女性比例一般显著大于男性的情况，夜间餐饮消费男女比例基本平衡。



5.4 消费场景多元化

随着餐饮外卖的蓬勃发展，消费者除了直接到店进行夜间餐饮消费以外，外卖也成为夜间餐饮消费的重要方式。

从餐饮外卖消费场景看，更加多元化，企业&写字楼、酒店、学校等非住宅区场景总消费额已经超过住宅区消费额。餐饮外卖已经不仅是在住宅里餐饮的一种选择，而是已经深入到了工作、生活、学习、旅游等各个领域。



谢谢观看