

# 中国95后外出餐饮习惯研究报告

2020年





经历疫情后餐饮行业遭受重创，6月仍未恢复同期水平，将经历缓慢的消费力重塑过程。二线年轻群体相对更容易恢复餐饮消费，互联网+为疫情后餐饮消费助力；



外出就餐是重要的餐饮休闲方式，95后外出就餐频次和95前持平，热衷餐饮社交，吃出更多花样；乐于挑战新口味，打造味蕾新地图。95后工作后餐饮支出迅速上升，在大众餐饮消费（300元以下）中是支付能力最强的高潜力人群。95后是助力餐饮恢复、打造餐饮品牌力的重要群体；



95后外出就餐八大场景占比从高到低依次为：享受美食、朋友聚会、外出休闲、打卡热门餐厅、庆祝节日/生日、情侣约会、不想做饭、商务场合。八大场景的群体特征和餐饮偏好存在差异，形成餐饮新趋势：运营私域流量、打造新奇口味、融合跨界元素、营造独特氛围等；



餐饮企业通过品牌化享受粉丝红利，以独特文化和定位吸引食客尝试；95后中的尝新群体评价、分享新餐厅的意愿更强，是打造餐饮品牌的关键群体。味道好、有优惠折扣、服务好是吸引95后尝新群体的关键。信用卡APP“饭票”“大牌周五5折”等活动折扣力度大、优选可靠餐厅，是95后尝新群体更偏好的餐饮信息渠道。信用卡APP将优质客户和餐饮商户对接，助力餐饮复苏，值得关注。

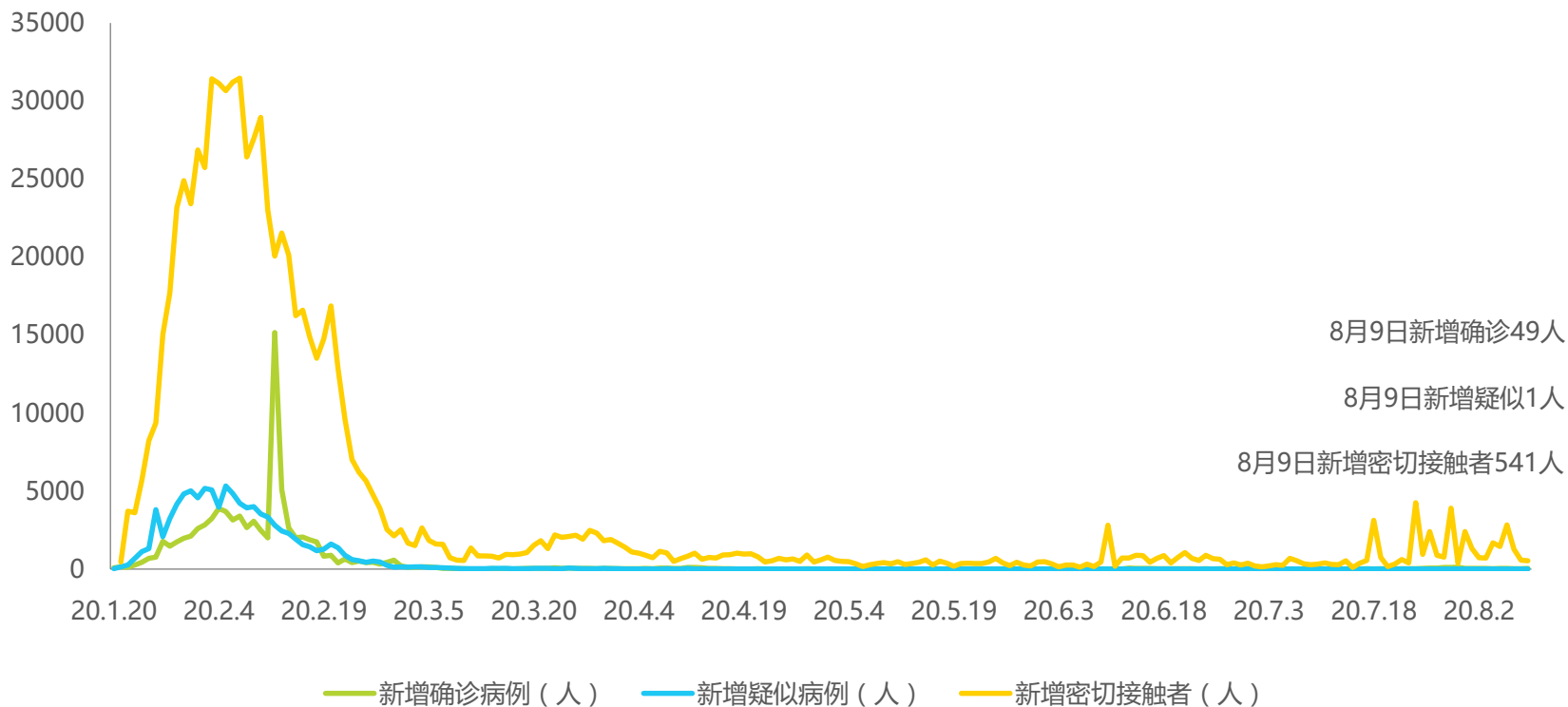
餐饮行业发展趋势	1
95后构成餐饮市场的重要客源	2
95后外出餐饮行为习惯	3
95后外出餐饮中的营销机会点	4
结语	5

# 国内疫情逐渐稳定，疫情防控常态化

## 单日新增确诊连续161天保持在200人以内，但仍有风险存在

从数据来看，无论是新增确诊、新增疑似还是新增密切接触者人数均在2月中旬达到顶峰，之后缓慢回落。特别是三月以来新增确诊控制在较低水平，疫情发展向好。需要注意的是，吉林、北京、新疆和辽宁均出现地区爆发的情况，未来其他省份地区仍存在聚集性疫情的可能，大家需要保持高度警惕，做好一切必要的疫情防控措施。

### 2020年1-8月新冠疫情爆发情况



注释：数据开始时间为2020年1月20日，截止时间为2020年8月9日。  
来源：国家卫健委；艾瑞咨询研究院整理及绘制。

# 消费业偶有人笑，多闻人哭

## 疫情利空线下，利好线上

疫情防控要求下，居民外出消费骤减，部分行业受国家要求暂停营业，旅游、餐饮、线下文娱（电影/演出赛事/展览等）等线下消费场景，尤其是聚集性消费场景为主的行业遭重创；家庭消费场景及线上消费成为主要消费场景，电商/新零售、在线视频、网络游戏、在线教育、生物医药等逆势上扬，迎来一波短期爆发式增长。

整体上，国家经济增长遭受打击，全年GDP将在6%以下。一方面，中国经济目前正处于中高速增长的结构调整阶段；另一方面，目前中国第三产业比重加大，受疫情影响更加深远，经济恢复将较2003年非典期间经过一个更为漫长的回弹期。

### 新冠疫情对中国经济及各典型行业的影响

“综合国内外机构的主要分析预测结果，我们认为，如果疫情在3月底或4月初进入收尾阶段，那么今年四个季度的增速可能分别为4.5%、5.0%、5.8%和5.7%，全年增速将在5.2-5.3%。疫情期间所积蓄的某些消费需求也会在疫情后释放，但像餐饮、娱乐等消费在此期间形成的损失难以弥补，同时疫情还会冲击一部分群体的消费能力。总体上讲，预计一季度整体社会消费品零售额增速可能会放缓5-6个百分点。”

——普华永道



旅游	交通
餐饮	实体零售
线下文娱	.....

“仅春节7天，电影票房损失70亿，餐饮零售损失5000亿，旅游市场损失5000亿，仅这三个行业的直接经济损失就超过一万亿，这一万亿，占到了2019年第一季度GDP的4.6%。”

——经济学家任泽平团队



电商/新零售
在线视频
网络游戏
在线教育
生物医药

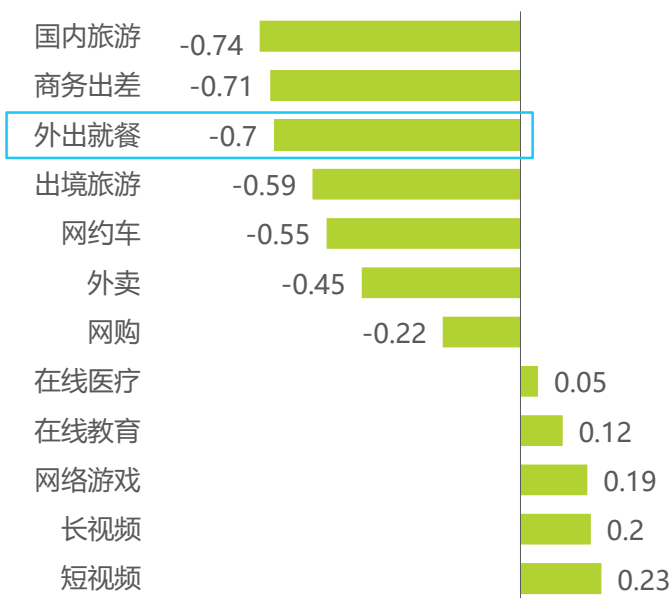
- 吸收部分线下需求，生鲜采购助力新零售模式火爆
- 行业渗透率已较高，且受物流限制，爆发式增长难长期为继
- 观看时长大增，付费会员增加，短视频下载创新高
- 广告主预算大概率受影响，未来一段时间视频变现难度加大
- 玩家数量和时长大增，头部游戏公司氪金数据喜人
- 用户红利接近瓶颈，版本号约束仍在，供需增长皆需努力
- 停课不停学，头部企业暂时开放课程拓展用户，渗透率提高
- 市场竞争激烈，短期流量如何转化为长期市场份额待考量
- 传统防护、在线医疗、医药电商等多领域需求爆发
- 目前供需不匹配，且需求在疫情结束后将会冷却

# 餐饮业受到冲击 6月仍未恢复同期水平

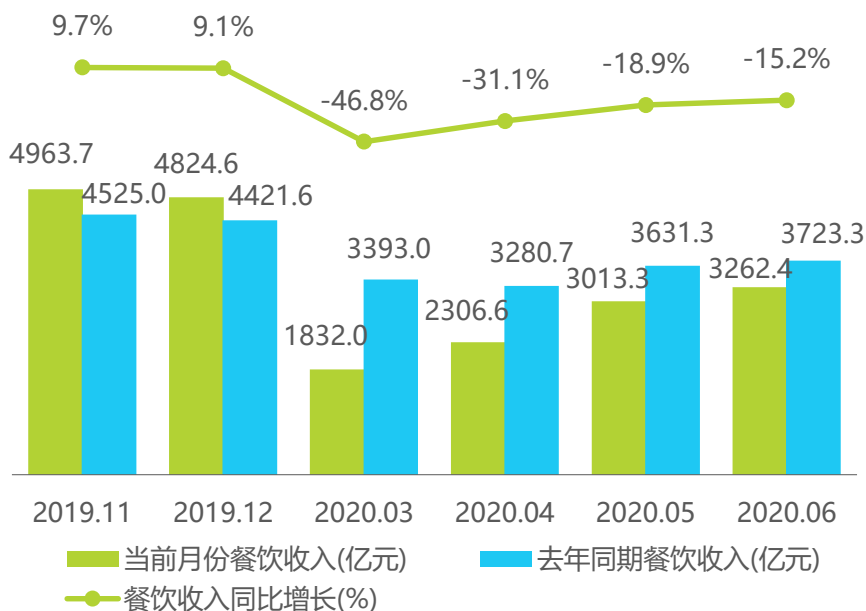
## 受疫情影响线下消费行业收到较大冲击

疫情期间由于防疫举措要求，线下活动行业受到巨大冲击，国内旅游、商务出差和外出就餐等行业消费者消费水平下滑显著。以餐饮行业为例，2020年3月份餐饮收入同比去年近乎腰斩，随着疫情逐渐稳定以及各行业开始复工复产，4-6月份逐渐好转餐饮收入同比下滑幅度不断收缩。

### 新冠疫情期间2月份中国部分行业用户消费趋势



### 2020年中国餐饮行业收入及同比增长情况



注释：用户消费趋势是艾瑞通过用户调研数据处理得出的指数，疫情期间及疫情结束后用户消费指数均基于与2019年用户消费行为做对比，数值于-1至1之间波动，0说明与2019年持平，越接近1代表增长越多，越接近-1代表下降越多；仅代表用户调研结果。  
来源：艾瑞咨询2020年2月23日发布的《疫情影响下的用户消费指数趋势报告》。

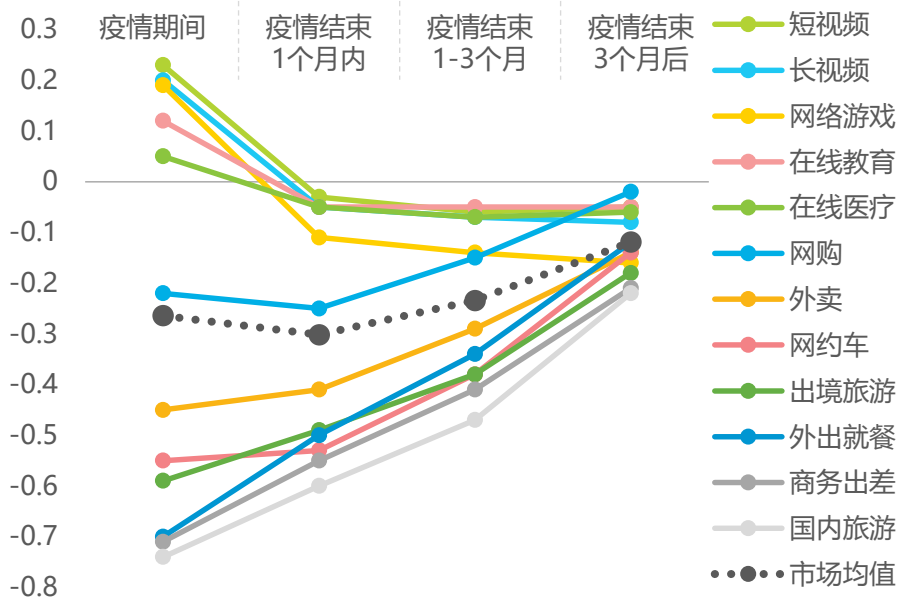
注释：2020年1月和2月份数据缺失。  
来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

# 餐饮业将经历缓慢的消费力重塑过程

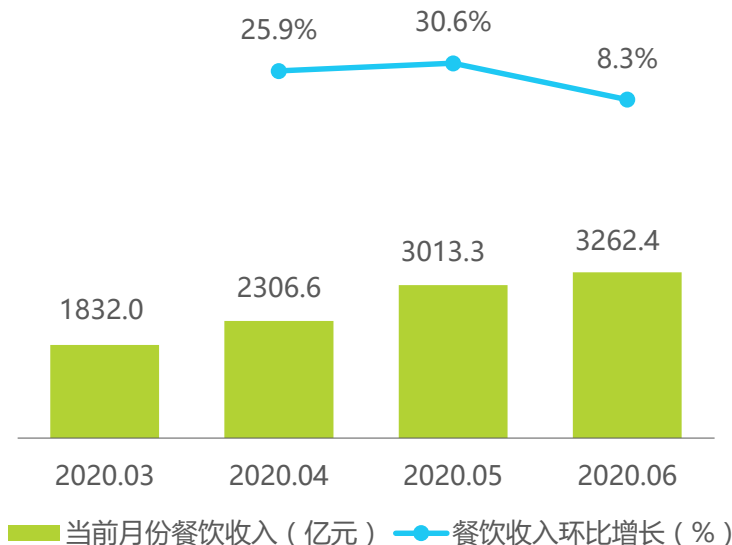
## 消费力重塑期较长，但一切都将慢慢向好发展

现阶段仍存在地区聚集性疫情，疫情结束时间节点尚不明确，用户消费增长动力不足，疫情结束后3个月仍不能达到2019年的消费水平。（2003年非典结束后，行业的恢复周期基本在3个月以内，部分行业甚至一个月后即快速反弹。）以餐饮行业为例，疫情期间用户消费趋势下滑显著，到疫情结束三个月后经过快速反弹上升到达市场均值，却依旧低于去年同期水平。现实数据来看，2020年4月份环比增长25.6%，5月份环比增长30.6%餐饮业收入快速回复，但随着复产复工潮的红利结束，增长动力疲软缓慢速度恢复。

### 新冠疫情之下中国部分行业用户消费趋势



### 2020年中国餐饮行业收入及环比增长情况



注释：用户消费趋势是艾瑞通过用户调研数据处理得出的指数，疫情期间及疫情结束后用户消费指数均基于与2019年用户消费行为做对比，数值于-1至1之间波动，0说明与2019年持平，越接近1代表增长越多，越接近-1代表下降越多；仅代表用户调研结果。  
来源：艾瑞咨询2020年2月23日发布的《疫情影响下的用户消费指数趋势报告》。

注释：2020年1月和2月份数据缺失。  
来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院整理及绘制。

# 二线年轻群体相对更容易恢复餐饮消费

iResearch

艾 瑞 咨 询

## 疫情结束3个月后消费指数-0.12，二线城市复苏相对更快

到店餐饮是本次疫情中受影响最严重的行业之一，受政策要求，多地餐饮门店在春节期间陆续歇业，目前开业时间未知；但在政策性停业之前，疫情前期仍有部分用户有外出就餐行为；此外，部分地区未做强制性停业要求。

从数据来看，疫情期间居民外出就餐消费指数为-0.70，疫情结束3个月后恢复到-0.12；各类人群中，二线城市、男性、30岁以下、家庭月收入2-3万元、未婚的用户受疫情影响相对较小，疫情后恢复较快

### 新冠疫情之下中国居民外出就餐消费趋势

		疫情期间	疫情结束 1个月内	疫情结束 1-3个月	疫情结束 3个月后			疫情期间	疫情结束 1个月内	疫情结束 1-3个月	疫情结束 3个月后
整体		-0.70	-0.50	-0.34	-0.12	年龄	30岁及以下	-0.63	-0.44	-0.32	-0.15
省份	湖北省	-0.81	-0.57	-0.42	-0.27		31-40岁	-0.72	-0.54	-0.35	-0.11
	其他省份	-0.70	-0.50	-0.33	-0.11		41岁及以上	-0.83	-0.55	-0.34	-0.07
线级	一线	-0.70	-0.51	-0.35	-0.13	家庭 月收入	1万元及以下	-0.74	-0.55	-0.39	-0.18
	新一线	-0.70	-0.49	-0.32	-0.13		1-2万元	-0.73	-0.53	-0.34	-0.10
	二线	-0.66	-0.46	-0.28	-0.04		2-3万元	-0.64	-0.44	-0.28	-0.07

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_20867](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_20867)



云报告  
https://www.yunbaogao.cn

云报告  
https://www.yunbaogao.cn

云报告  
https://www.yunbaogao.cn