

美团《2018 生活服务业满意度报告》

2018 年消费者对全国生活服务业好评率达 86.7%

2019 年 3 月 13 日，美团联合中国消费者报社共同发布《2018 生活服务业满意度报告》，选取线上化程度较高的生活服务业代表性领域，涵盖餐饮、酒店、丽人、休闲娱乐等重点品类，基于全量评分评价数据，从生活服务业满意度、升级趋势、科技助力行业发展三方面解读，分析 2018 年生活服务业升级。

《2018 生活服务业满意度报告》核心观点有：

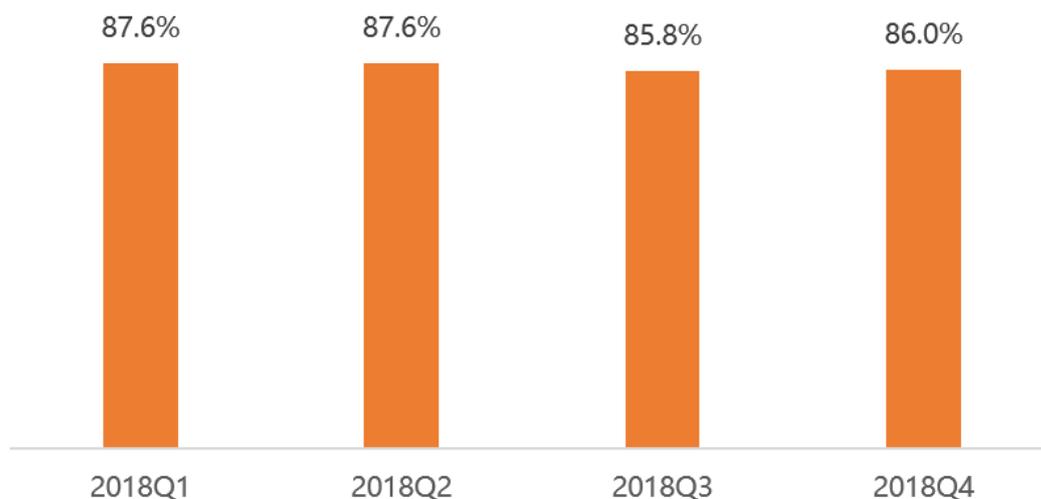
- 1.2018 年生活服务业整体满意度保持高位平稳运行，好评仍是大部分消费者对服务的主流反馈：好评率（注：本报告定义四星和五星评价为好评。好评率=消费者四五星评价数量/消费者评价总数量）达到 86.7%。
- 2.从行业看，2018 年，丽人、外卖、餐饮、休闲娱乐好评率超整体平均水平，酒店在服务品质上还有较大上升空间。
- 3.从地域看，2018 年，各地好评率都在 84%以上，东北地区好评率领跑全国，达到 89.7%。
- 4.从年龄看，消费者越年轻，消费态度越鲜明。20 岁以下人群差评率（注：本报告定义一星和二星评价为差评。某年龄段差评率=该年龄段消费者一二星评价数量/该年龄段消费者评价总数量）最高，50 岁以上人群好评率最高。
- 5.从趋势看，2018 年，生活服务业呈现服务高品质升级、精细化升级和老字号品牌升级三大趋势。

一. 生活服务业满意度总况

1. 总体情况：2018 年生活服务业整体满意度保持高位平稳运行

2018 年生活服务业满意度总体维持平稳态势，第一和第二季度好评率略高于第三和第四季度，好评仍然是大部分消费者的主流反馈：全年好评率达到 86.7%。不仅如此，在评价内容上，消费者也逐渐精细化、专业化：在评价关键词上，“热情”、“上菜速度”、“味道”、“人均”被消费者反复提及；在评价形式上，消费者不局限在星级评价，补充了更多的服务细节，让优质服务得以展现，劣质服务得到公开。

2018年生活服务业好评率



*季度好评率=该季度好评（四星+五星）数量/该季度评价总数量

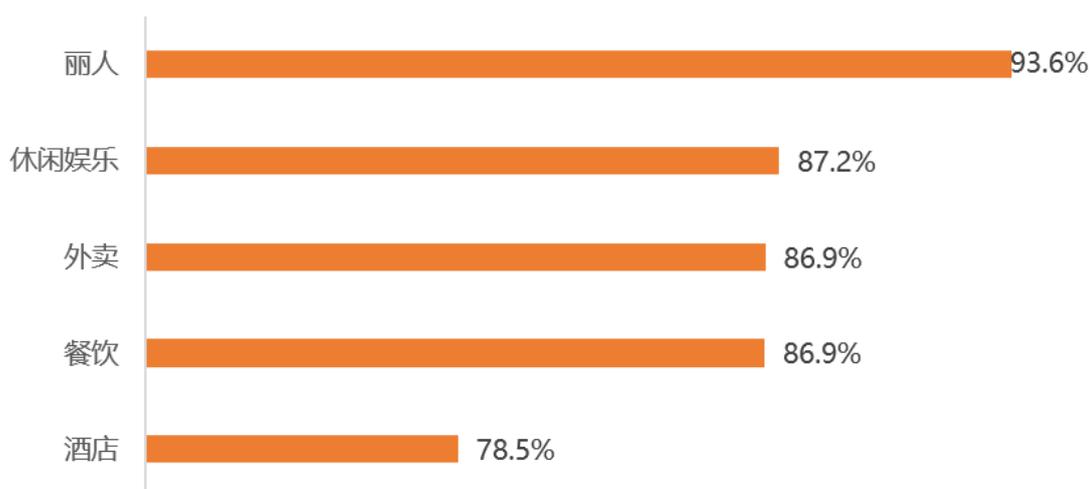
美好生活是每个人的心之所向。2019 年初，美团曾发布“2019 黑珍珠餐厅指南”。虽然黑珍珠餐厅人均消费高达 836 元，但 2018 年这些餐厅的食客数量仍有三至七成显著增加。由此来看，除了追求性价比最优化，消费者们也在追求更好、更美味的食物和峰值体验。消费者对高品质服务的追求也推动更多商家供给加速。2018 年，美团人均消费 80 元以上的餐饮商家数量相较 2017 年增长了 25%。

2. 品类分布：丽人、休闲娱乐、外卖、餐饮超整体平均水平

从垂直行业来看，丽人、休闲娱乐、外卖、餐饮好评率超过行业平均水平，酒店业在服务质量上还有较大提升空间。

细分到详细类目，丽人行业的好评率高主要来自于纹身、美睫纹绣、舞蹈，好评率分别为 98.6%、96.4%和 95.9%。外卖和餐饮行业的好评率主要来自饮品和水果生鲜。其中饮品好评率 91.7%，水果生鲜以 87.2%居于其后。休闲娱乐行业中，深受年轻一代喜爱的轰趴、DIY 手工坊、桌游等娱乐项目好评率超 93%。酒店行业中，星级对服务质量影响明显。消费者对四、五星级的好评率（86.2%、86.1%）明显高于二、三星酒店（76.9%、81.1%）。

生活服务业主要品类好评率



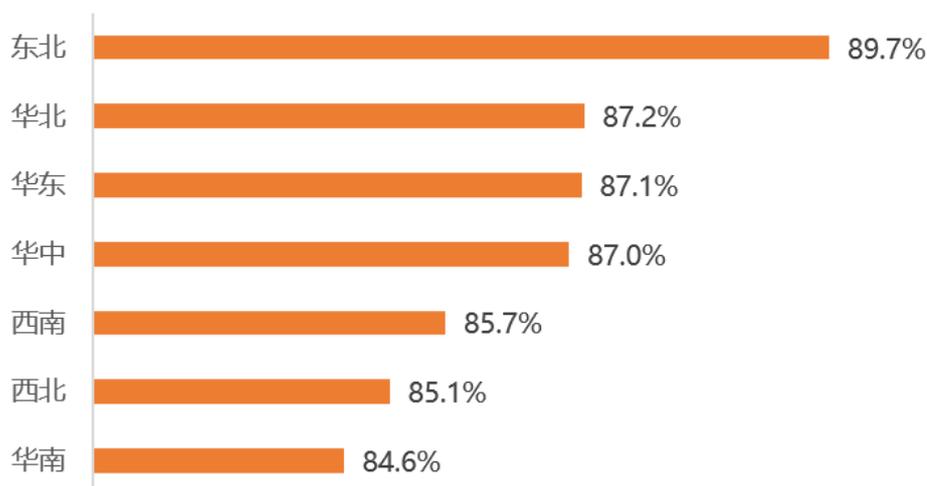
*品类好评率=该品类好评（四星+五星）数量/该品类评价总数量

3. 地域分布：北方城市消费好评率领跑全国，一线城市消费意识崛起

从地域看，各地好评率都在 84%以上，其中东北地区好评率领跑全国，达到 89.7%，超出全国平均水平（86.5%）3.2 个百分点。西部地区好评率较低，西南和西北地区分别为

85.7%和 85.1%。东西部在好评率上差距较大，实有不平衡现象存在，亟待通过供给侧改革提升服务水准、优化服务结构。

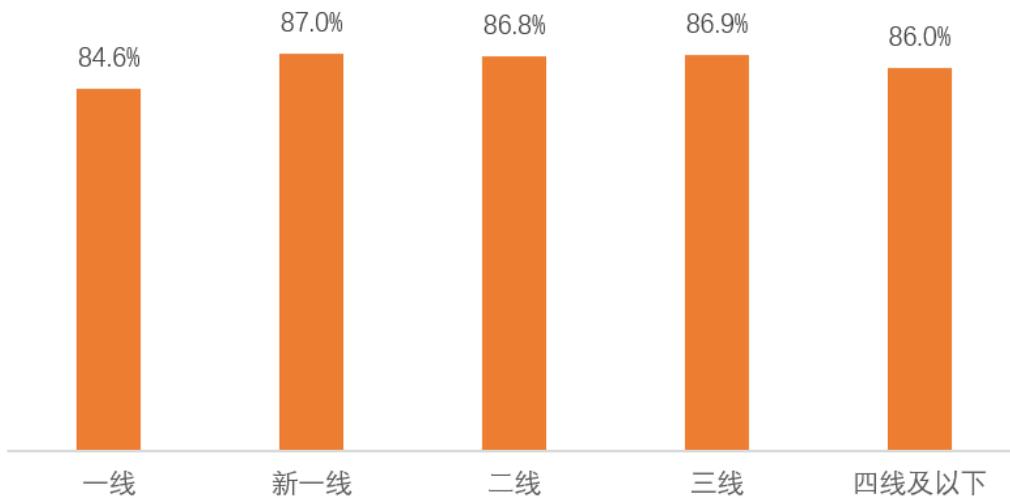
不同区域消费者生活服务业好评率



*地区好评率=该地区好评（四星+五星）数量/该地区评价总量

从不同线级城市看，好评率呈现出中间高，两头低的情况。一线和四线及以下城市的好评率低于其他线级城市，新一线、三线城市好评率居于领先。由于好评率数据来自用户，受制于主观感受的局限性，好评率低一方面可能因为该地区城市服务业质量的确有待提高，另一方面也存在该地区用户对服务要求较高的可能。

不同线级城市生活服务业好评率

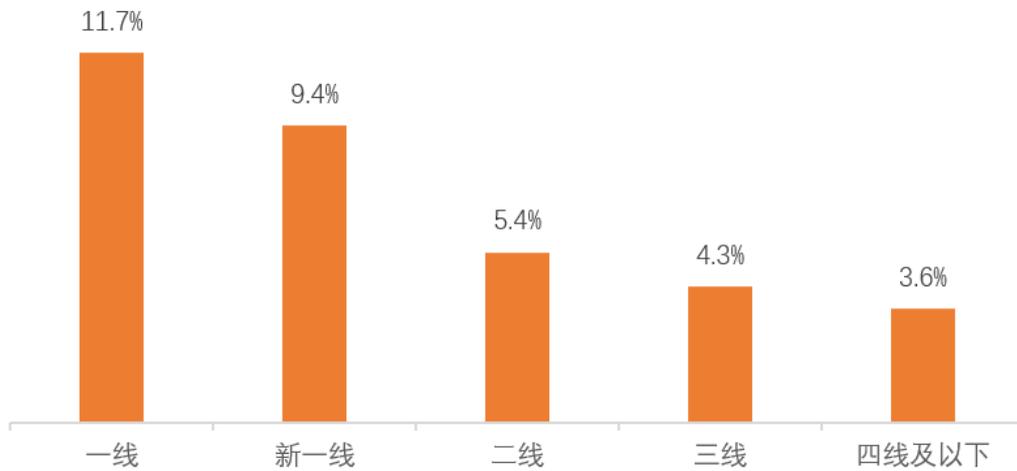


*线级城市好评率=该线级城市好评（四星+五星）数量/该线级城市评价总量

*线级城市划分依据：（1）2018年4月新一线城市研究所发布的《2018中国城市商业媒体排行榜》，用170个品牌、19家互联网公司和数据机构的城市大数据，为338个中国城市重新分级。（2）338个城市以外的市县纳入四线及以下部分

为进一步探究原因，我们提取了优质商户供给数据。可以看出，一线城市的四星以上商户占比明显高出其他线级城市。一线城市的优质商户供给高，却好评率低，这从另一方面佐证了一线城市好评率低可能来自消费者对服务要求高。被互联网培养多年的一线城市消费者消费意识正在崛起，他们辨别服务质量的能力正在增强，并积极通过自己的点评行为对商户进行制约和监督。

不同线城市四星以上商户占比



*商户星级：根据用户对该商户的评分加权聚合计算得出

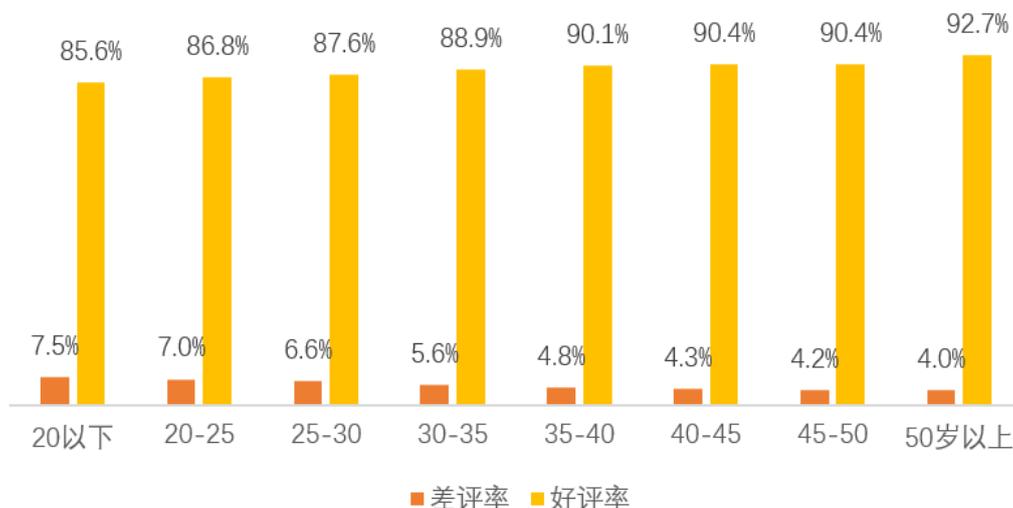
*线城市四星以上商户占比=该线城市四星以上商户数量/该线城市有评价的商户总数

从细分城市看，北方城市好评率领跑全国，沿海城市上榜率高。一线城市北京以 87.6%的好评率拔得头筹，上海、深圳位居其后。新一线城市中，沈阳、天津、青岛位列前三，分别为 90.2%、89.2%和 88.0%。二线城市中，南通、徐州并列第一 89.9%，潍坊、大连位居第二 89.4%。三线城市中，淄博、吉林、秦皇岛位列前三，分别为 91.1%、91.0%和 90.7%。

4.人群分布：30 岁以下消费者态度更为鲜明

从年龄看，年龄越小，消费者消费态度越鲜明。50 岁以上人群好评率最高，20 岁以下人群差评率最高。互联网发展影响下的青少年，在消费态度上，呈现与上一代“以和为贵”的观念截然不同的特性，爱憎分明。

不同年龄段消费者好评率和差评率



*该年龄段消费者好评率=该年龄段消费者中的好评（四星+五星）数量/该年龄段的消费者全部评分数量

*该年龄段消费者差评率=该年龄段消费者中的差评（一星+二星）数量/该年龄段的消费者全部评分数量

二. 服务升级趋势分析

当前消费升级已是大势所趋，2018年9月，国务院曾发《关于完善促进消费体制机制进一步激发居民消费潜力的若干意见》，进一步鼓励消费潜力释放。作为消费的重要增长点，生活服务业对经济增长扮演着不可或缺的角色。

从美团数据来看，2018年生活服务业呈现以下特点，升级趋势明显。随着供给侧持续优化、服务质量持续提升，2019年生活服务业或将继续扩大升级。

1. 服务高品质升级

美团数据显示，人均消费越高，五星商户占比越高。人均消费在200元以上的五星商户占比（10.9%）明显高于人均消费在50元以下的五星商户占比（0.4%）。相较于2017年，人均消费在200元以上的五星商户占比上升2.8个百分点，品质提升明显。

五星商户占比		
人均消费 (元)	2017	2018
50 元以下	0.5%	0.4%
50-100	3.6%	3.7%
100-150	6.6%	7.3%
150-200	9.2%	10.3%
200 元以上	8.1%	10.9%

*五星商户占比=五星商户数量/商户总数量

*商户星级：根据用户对该商户的评分加权聚合计算得出

从消费侧看，2018 年，消费者个税免征额、人均可支配收入进一步提升。根据国家统计局数据，2018 年前三季度，全国居民人均可支配收入 21035 元，比上年同期名义增长 8.8%。

腰包鼓了，消费者也乐于为高品质服务体验付出一定的成本。致力于打造“中国人自己的美食榜”的黑珍珠餐厅指南国内 22 城有 232 家餐厅入选，182 家餐厅的客单价在 500 元以上。

观点：周晓燕：提前 3 个月花几千块预订餐厅，不是菜值得，而是氛围值得

周晓燕，2019 黑珍珠餐厅指南理事，中国烹饪大师，淮扬菜非物质文化遗产传承人，扬州大学旅游烹饪学院院长。曾参与《舌尖上的中国 2》，展示“淮扬三把刀”的第一刀——三鲜脱骨鱼、三套鸭的刀功及“蓑衣刀法”切兰花芦笋。

“现在大家在餐饮上的消费已经从‘生存消费’转为‘精神享受’，消费者花很多钱吃一顿大餐，不是为了吃饱，而是为了美味、为了服务，是一种精神文化需求的满足，他们认为吃得值得，

愿意为一顿美食专程走一趟，这个趋势和消费群体都是在上升的。

我个人而言，前年就曾经为了上海的 UV 餐厅‘Ultraviolet by Paul Pairet’（黑珍珠三钻、米其林三星）提前 3 个月花几千块预订，但我认为这是值得的，不是菜值得，而是音乐、灯光、氛围和餐饮的混合搭配，让就餐的体验变为了美食、文化和艺术的综合体，这也是值得我们中餐去学习的。”

2. 服务精细化升级

随着消费水平的提高，消费者对服务的要求也在日益“刁钻”，对口味、环境的需求日益凸显。精耕细作每个环节成为生活服务业的努力方向。

口味是餐饮商家的头等大事。在健康、安全的前提下，用户对食材新鲜、配料选择的要求也日渐提升。以美团商家口味评分首位“季悦火锅”为例，香港广场店 3800 多条评价中，“食材新鲜”的细节就被用户口口相传：“每周两次从法国空运来的 Gil 顶级生蚝”、“肉质 Q 弹爽口”、“肉质鲜嫩”（引自用户评论）。

环境也是决定服务水平的重要因素。环境决定心情，心情影响味蕾。以美团商家环境评分首位“领仕扒房”为例，该餐厅的环境一直为消费者称赞，甚至成为仪式感生活的象征。在 2000 多条点评中，消费者大多选择到这里过纪念日、生日、求婚。评价该餐厅“有格调，装修雅致，光线昏暗，银质烛台和蜡烛摇曳的火光，桌上摆满了玫瑰花瓣，浪漫的红色晕染进玻璃酒杯。”（引自用户评论）

3. 中华老字号品牌升级

自 2006 年商务部启动“振兴老字号工程”和 2017 年商务部等 16 部门联合印发《关于促进老字号改革创新发展的指导意见》以来，一众老字号企业以厚重的文化底蕴为基础，锐意进

取，积极融入新时代消费潮流，通过互联网收银、增加外卖、跨界合作等多种方式升级品牌、提升服务。

美团外卖平台上的老字号品牌好评率为 89.1%，高出外卖好评率（86.9%）2.2 个百分点，行业平均好评率 2.4 个百分点。在老字号餐饮商户好评率排名中，“紫光园”、“西贝莜面村”、“庆丰包子铺”等榜上有名。它们在数字浪潮中，始终坚守中国味道，凭借优质贴心服务、互联网高效管理赢得一众消费者的喜爱。

案例：大壶春：老字号也能成网红

创立于 1932 年的大壶春起源于一家茶馆，老板为了照顾顾客的新需求，开始尝试做生煎，由于选材严格、口味独特，久而久之还开辟了生煎的新流派。作为一家有着近九十年历史的老字号小吃店，“匠人精神”一直是大壶春长盛不衰的秘诀：手工打造的纯铁锅、大师傅严格把握的发面时间、工厂直供的馅料面粉……作为第一个成为网红店的老字号小吃店，“排队”一直是大壶春面对的一个甜蜜的烦恼。每到饭点儿，门店的排队情况非常严重。此时，大壶春选择了美团小白盒和智能 POS，使得每位顾客在收银上花费的时间大大缩短。

2017 年，苹果 CEO 库克和美团 CEO 王兴在大壶春四川中路旗舰店（上海市）里共同体验了美团推出的智慧餐厅服务，包括相机点餐、地图订座等功能。而大壶春四川中路旗舰店，也因为两位 CEO 的这次聚餐，从此成为了粉丝们必去签到的地点。

三．科技助力生活服务业效率提升、行业发展

1.科技助力生活服务业效率提升、服务水准提升：

1) 标准研制：共同推进生活服务业领域标准

2018年12月25日，美团与中国标准化研究院签署战略合作协议，成立标准化工作联合小组，双方将致力于生活服务领域的国家标准预研、团体标准和企业标准研制等工作，共同推动标准化发展。目前美团参与的各项标准研制工作包括：个人信息安全、人工智能、绿色仓储与配送等领域国家标准；配送服务领域行业标准；以及餐饮服务、共享住宿等领域的多项团体标准。未来，在美团中标院标准化联合工作小组指导下，各项标准化工作都将获得更为科学、有序的指导，对于各项工作的推进与落实具有积极意义。

2) 六大服务：全方位提升供给侧效率

美团通过六大服务为中小微企业发展提供强力支持，帮助商家提升供给侧效率。

- 营销服务：助力生活服务业商家开拓市场
- 配送服务：增强生活服务业商家产品送达能力
- IT 服务：提升生活服务业商家信息化水平
- 供应链服务：优化生活服务业商家供应链管理
- 经营服务：提高生活服务业商家经营管理效率
- 金融服务：助力破解生活服务业商家融资难题。

以配送服务为例，美团通过智能调度系统实现实时配送网络，智能化装备保证用餐安全。

- 智能调度系统：在 AI 技术支持下，美团智能调度系统，可以针对不同配送场景进行智能调度，根据骑手的实时位置进行订单匹配，高峰期每小时执行约 29 亿次路径规划算法，确保运力系统处于最优状态。

- 智能化装备：基于语义理解、声纹识别、大数据、室内定位等多项核心能力，美团配送打造了智能电动车、智能安全头盔、高级温控消毒餐箱、智能语音助手、蓝牙定位装置等智能化装备，加入蓝牙、GPS、压力传感器、陀螺仪、湿度和温度传感器等智能化模块，通过人机耦合、交互联动的方式，将 AI 的智慧赋予骑手。
- 实时配送网络：美团已建成并运营着全球范围内规模最大的实时配送网络。2017 年，美团通过自有配送网络完成了约 29 亿单配送。

3) 五大学院：授人以鱼不如授人以渔

在美团的一项针对商家的调研中，51%的餐饮老板行业经验在 3 年以内，66%的老板学历水平为高中及以下，需要加强学习成长。

2017 年，美团相继成立餐饮学院、袋鼠学院、美业学院、美酒学院和亲子学院，为商家们提供学习和培训平台。以美团餐饮学院为例，学院汇聚行业资深专家讲师，自主拍摄和研发上百门、涵盖餐饮行业 18 个模块的课程，提升餐饮人专业能力。

2. 政企合作，推进供给侧改革，促进行业有序发展：

1) 政企共建互联网消费维权协作机制：提升服务水平、提高处理效率

2018 年 6 月，美团与江苏省消保委系统建立互联网消费维权协作机制，双方将共同探索中国经济新常态下的网络消费与消费者权益保护工作，加强网络商品交易、服务监管工作水平，构建网络时代消费维权工作新机制。协作包括双方合作建立并不断完善互通对接的处理机制、建立消费投诉处理的绿色通道、定期开展“互联网+”时代消费者权益保护的交流合作和考察活动等。

2) 政企共推“食品安全锁”：为食品安全保驾护航

2018 年 6 月，美团与上海市徐汇区市场监管局合作推出“食品安全锁”。首批 5 万份已开始在美罗城商区和日月光商区免费试点，消费者只需在美团外卖菜品栏选择食安锁，餐饮店

商家就会使用食安锁对餐品外包装加封。因为食安锁一旦拆开无法重新接回，消费者可凭此判断餐品在配送过程中是否原封不动，杜绝了餐品被提前打开包装的可能，为食品安全保驾护航。

3.平台防控稳中有序，初见成效：

“天网”“天眼”：共筑餐饮市场“防火墙”

“天网”“天眼”系统是美团自主研发的“入网经营商户电子档案系统”和“餐饮评价大数据系统”。“天网”系统是维护线上餐饮市场平稳有序的一道“防火墙”。入网经营的商户首先要在“天网”系统中建立电子档案，防止“幽灵商户”或者“李逵李鬼傻傻分不清楚”的现象出现。

“天眼”系统，即餐厅评价大数据系统。“天眼”以美团积累的消费者对餐厅的点评数据为基础，通过语义识别分析技术，将海量评价数据中有关食品安全的内容进行量化和结构化，并通过数据分析可视化地展现出来，生成有利于发现食品安全问题、加强监管执法的数据信息。

天网系统的架构

