

从服务消费解读生活方式

新青年 LIFESTYLE 洞察报告

MDR | 美团点评研究院

目录

前言：从生活服务解读消费升级格局

- 两大消费升级趋势：需求多元、品质导向
- 新青年：消费升级引领者，生活服务消费的主力军

正文：新青年五大生活方式洞察

- 深度体验
- 自我颜控
- 活在未来
- 壕而不败
- 外向消费

从生活服务解读两大消费升级趋势

美团点评生活服务数据显示：2017年，消费升级在生活服务领域表现显著，呈现消费结构多元、品质化导向两大趋势：

需求多元

消费类目从单一到多元

品质导向

吃得更好，活得更好

聚焦“新青年”

消费升级引领者，生活服务消费的主力军

有一群需求多元、品质为先的消费升级引领者——“新青年”，他们已是生活服务消费的主力军。这群人在生活服务领域有着多元化的消费需求，更愿意为品质化的服务体验买单。

从生活服务解读两大消费升级趋势

需求多元：从单一到多元类目的消费

用户不仅热衷消费餐饮美食，还追求如酒店、电影、旅游、丽人、休闲娱乐等多元化消费内容。

时隔一年，16年仅访问餐饮的用户，17年访问多元化生活类目

餐饮



16年仅访问“餐饮”的用户

仅访问餐饮的用户占全量用户的23%

餐饮

旅游

休闲娱乐

结婚

亲子

运动健身

电影

丽人

爱车

教育培训

亲子

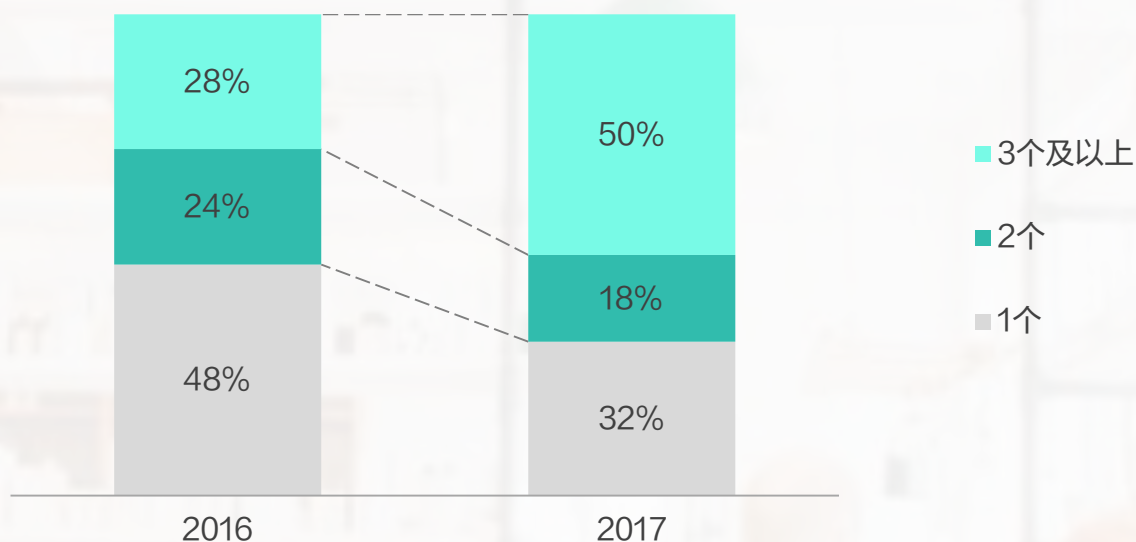
17年访问多元化生活类目

从生活服务解读两大消费升级趋势

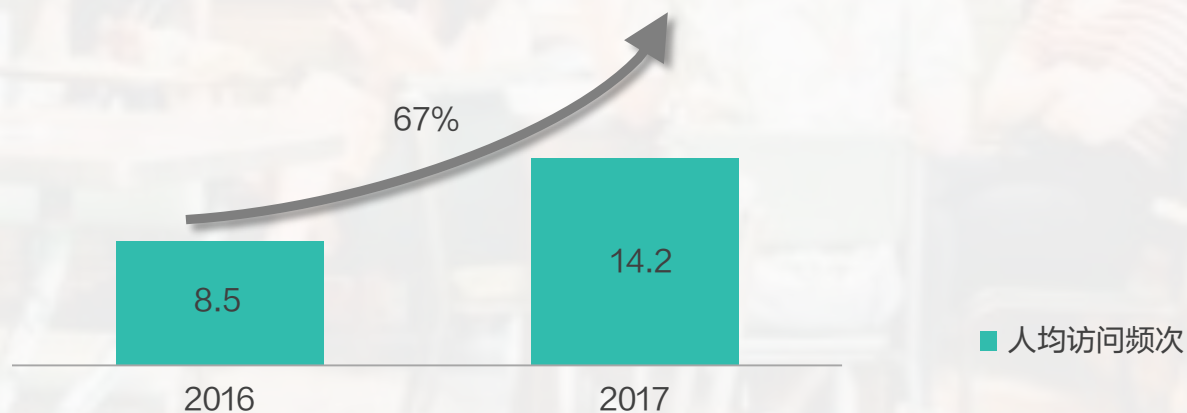
需求多元：从单一到多元类目的消费

用户对生活服务的消费需求不断增强，人均访问品类数量和访问频次增长显著。

2017年用户人均访问品类3.5个，同比增长30%



2017年用户人均每月访问频次达14.2次，同比增长67%

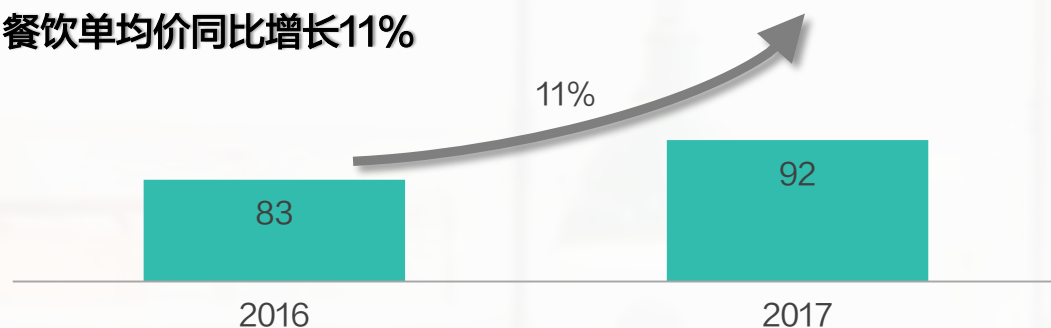


从生活服务解读两大消费升级趋势

品质导向：吃得更好，消费品质化餐饮

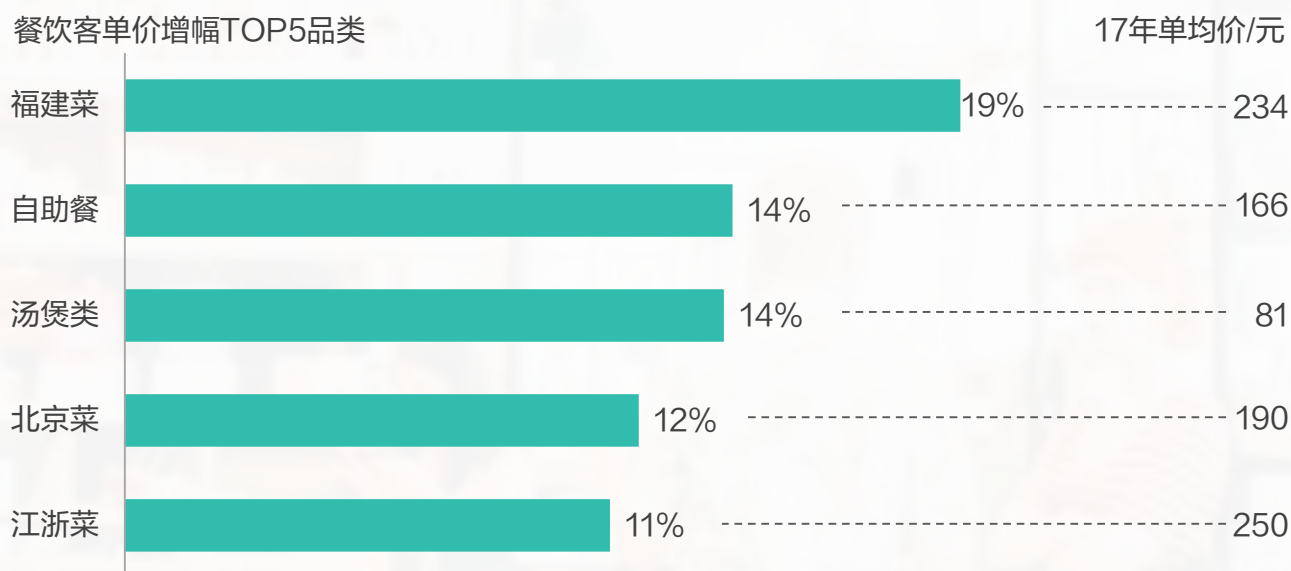
用户餐饮单均价增长显著，消费能力增强，越来越倾向在品质餐厅聚集，尽情享受饕餮大餐。

餐饮单均价同比增长11%

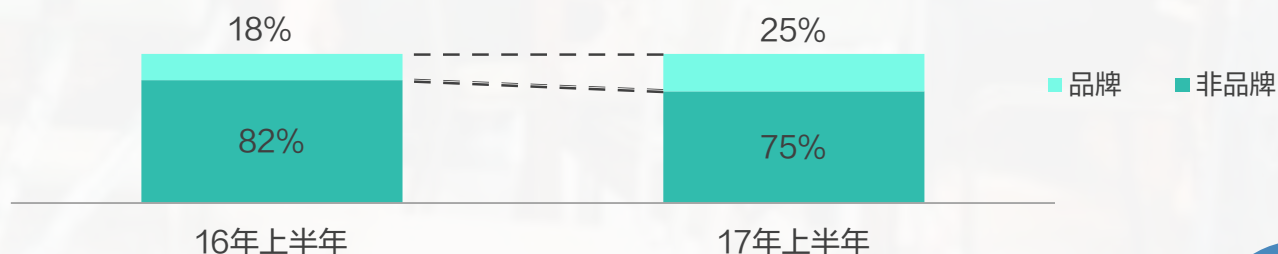


菜系均价最高增幅近1/5

餐饮客单价增幅TOP5品类



品牌商家订单量占比同比增长7%



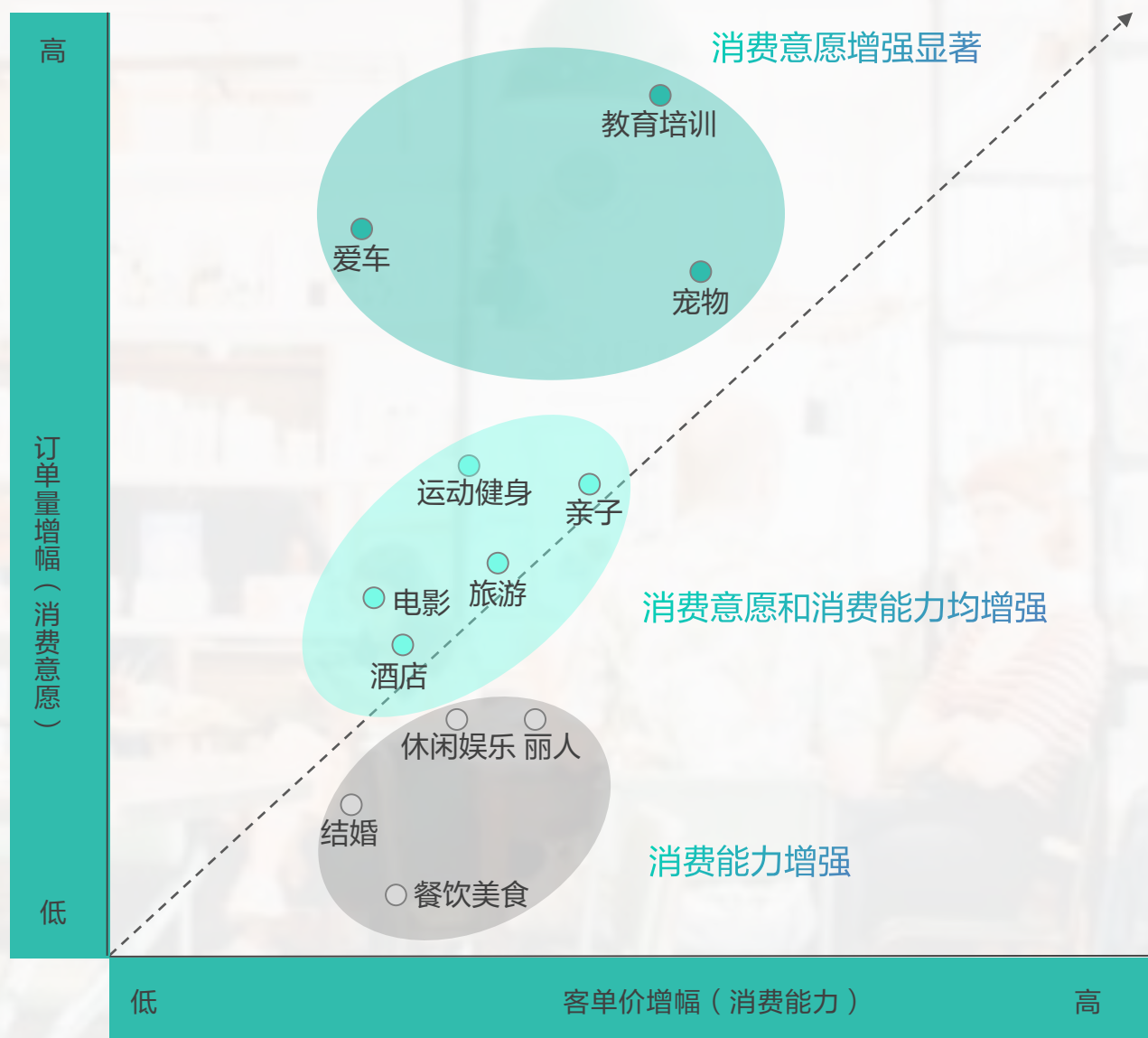
数据来源：美团点评大数据

从生活服务解读两大消费升级趋势

品质导向：活得更好，生活需求品质化增长

用户消费意愿和消费能力普遍增强，热衷在品质化生活的各个垂直领域全面投入，让生活愈加精彩。

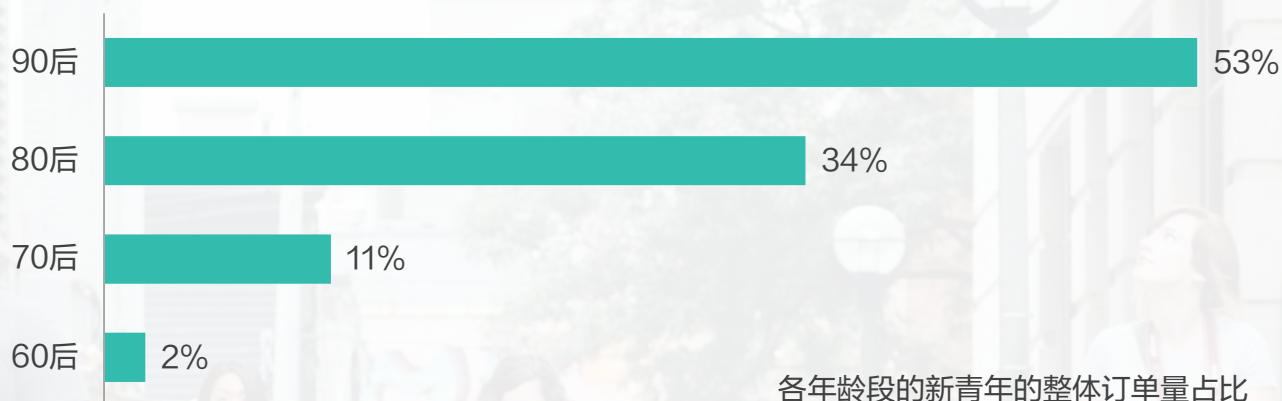
2017年生活服务类目订单量/客单价增幅分布



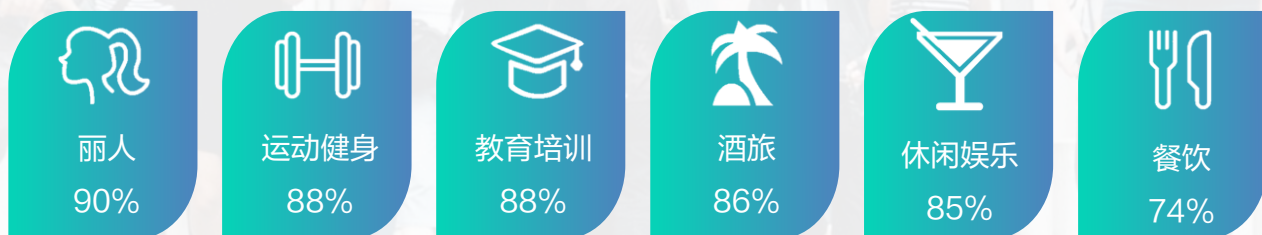
聚焦 “新青年”

我们将上述这群“需求多元、品质为先”的消费升级引领者，定义为“新青年”。他们是生活服务消费的主力军。

80、90后成为新青年核心群体，贡献87%的新青年生活服务订单



6大垂直类目下，80、90后新青年平均贡献85%的生活服务订单



本报告中，将17年“总访问类目 ≥ 3 个，且消费客单价同比2016年增长38%及以上的用户”定义为“新青年”。通过对这群人生活轨迹的分析，以展现他们引领消费升级新趋势的生活状态。

深耕生活场景,洞察新青年生活方式

美团点评通过挖掘及分析新青年在生活服务场景中的个性化数据,解读出新青年生活方式的5大洞察,一睹为快!

深度体验

情调食客
资深玩家
游如土著

活在未来

奋进向上
理才专家
投资宝贝

生活方式

自我颜控

颜值正义
雕塑身材
轻食健康

壕而不败

用金钱换时间
巨资爱宠

外向消费

网红向日葵
社交玩乐家
移动种草机

本报告正文的部分内容以新青年的核心群体80、90后作为主要研究对象,通过美团点评大数据,洞察新青年群体的生活方式。

1. 深度体验

情调食客 对美食保持“仪式感”，看重服务体验，偏爱小而精餐厅；下午茶时刻是食客们撒情调的最佳时机。

外出就餐偏爱“小而精”餐厅



小而精:以小众且精美的限量菜品为招牌，且风格别致而有特色



大而全:品类、口味丰富多样，容易满足大众味蕾，较为亲民



38大城市TOP100人气餐厅的新青年评论中提及“服务”相关关键词的美食评论高达 39%

氛围
体验 设计
创新

新青年贡献91%的下午茶订单

近五成 新青年每周在线浏览甜点饮品的次数 超过5次



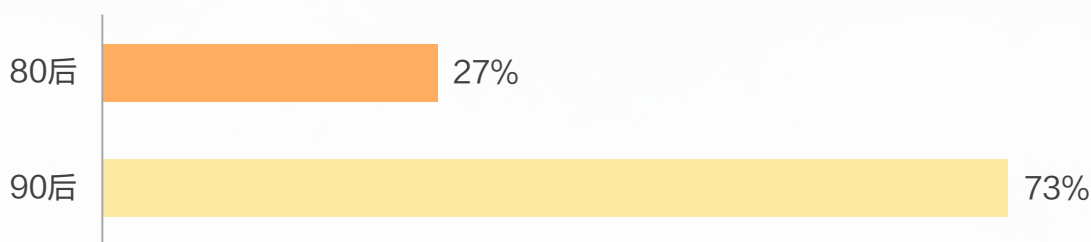
 甜品、奶茶登上下午茶TOP人气榜单

TOP排行		最受欢迎的5大品牌				
TOP1	甜品					
TOP2	奶茶果汁					
TOP3	面包蛋糕					

1. 深度体验

资深玩家 讲究玩出新鲜感与个性态度，90后新青年凸显猎奇心理，80后注重高端质感体验。

在80、90后新青年中，**90后**是玩乐主力军，贡献**7成**休闲娱乐订单



90后猎奇心理强

注重“速度”和“刺激”

休闲娱乐TOP排行

- 1 轰趴
- 2 赛车
- 3 密室
- 4 攀岩
- 5 射击

80后热衷情调生活

注重“高端”和“质感”

休闲娱乐TOP排行

- 1 马术
- 2 DIY
- 3 高尔夫
- 4 CS
- 5 保龄球

按照TGI指数排名：各年龄段休闲娱乐类目TGI>100的TOP5

TGI=[目标群体中具有某特征群体所占比例/总体具有相同特征的群体所占比例]*标准数100排行

TGI大于100表示该人群对该类目的偏好高于平均值，TGI越大表明偏好越强烈。

1. 深度体验

游如土著 “像当地人一样生活”是新青年的旅行态度。

境外用车、国内住民宿是他们“活在当地”的直接表现。

全球950个城市留下了新青年的足迹



境外游增幅第一类目为“用车”

TOP 增幅排行	TOP1	TOP2	TOP3	TOP4	TOP5
消费类目	 用车	 一日游	 门票	 休闲娱乐	 美食套餐

64% 的民宿用户是新青年



国庆期间，热门房源关键词：生活气息浓厚

长隆 江景公寓 花园复式 生活设施齐全 共享帐篷 杜甫草堂
外滩临江 西湖边 花园洋房 夫子庙 春熙路
海景房 观景落地窗 楼下是菜场

2. 自我颜控

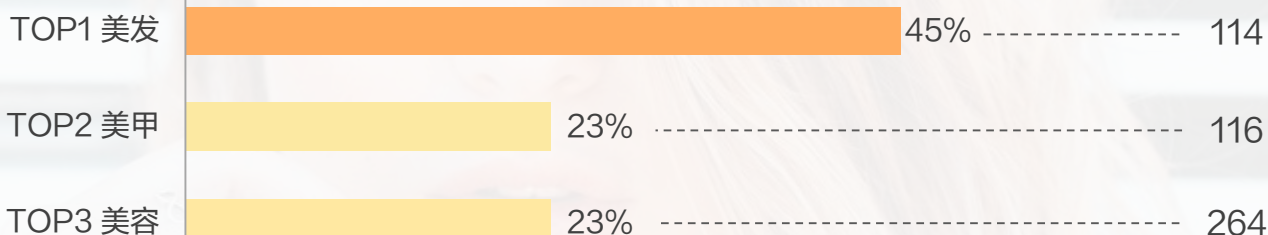
颜值正义 “爱美之心，人皆有之”——新青年女性对美的需求千姿百态，发型则是男性爱美的首要刚需。

美发、美甲、美容 登上女性美业榜首，对美的需求千姿百态



丽人订单占比排名

单均价/元



TOP排行	TOP1	TOP2	TOP3	TOP4	TOP5
90后女性偏好	 脱毛整容	 化妆祛痘	 美容美体	 美甲美睫	 美发
80后女性偏好	 产后塑形	 舞蹈瑜伽	 美容美体	 医学美容	 纹身纹绣

按照TGI指数排行：各年龄段女性的丽人类目TGI>100的TOP5

男性贡献 **28%**的丽人订单，谁说男人不爱美？



“美发”成为男性颜值管理的首要刚需



新青年五大生活方式洞察

2.自我颜控

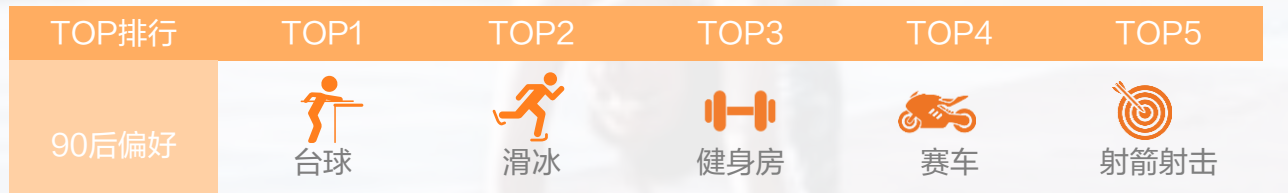
雕塑身材 除了漂亮脸蛋儿，新青年也通过对身材的科学管理，创造高“颜”值，追求身材健美和凹凸有致。



按照TGI指数排行：各性别运动健身类目TGI>100的TOP5

90后新青年 尽情挥洒汗水，热情高涨，订单占比高达 56%





按照TGI指数排行：90后运动健身类目TGI>100的TOP5

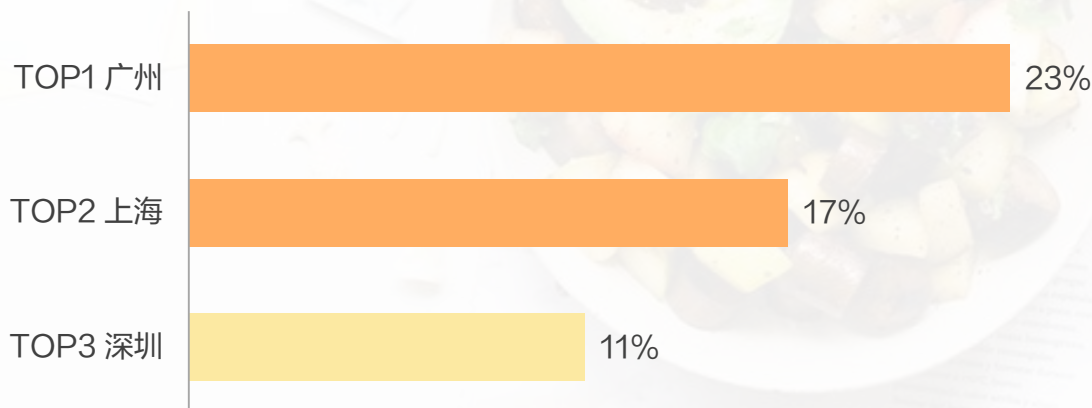
2. 自我颜控

轻食健康 崇尚“内外兼修”的主流健康观，身体是颜控革命的本钱，健康饮食有助身体由内而外散发魅力光芒。

新青年贡献了**92%**的健身餐订单，女生订单占比高达**七成**



广上深 领跑健身餐市场，总订单占比**超过五成**



3. 活在未来

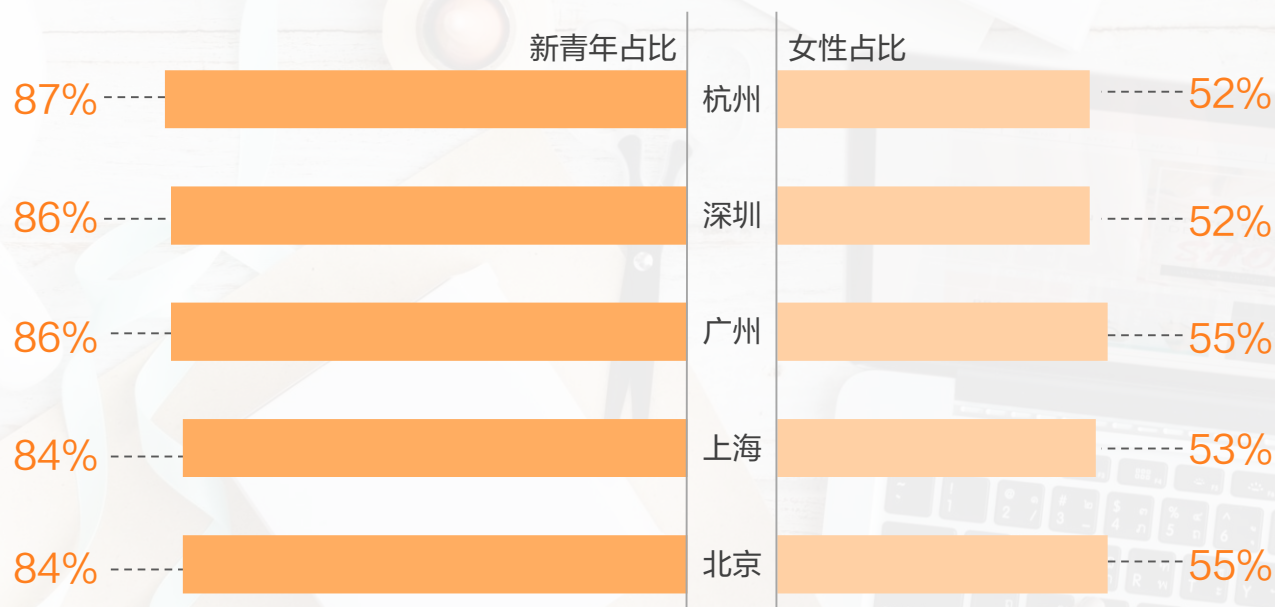
奋进向上 奉献夜晚时间投入事业“前线”，一线城市
新青年砥砺奋进，北上广深杭的夜晚由奋进者点亮。

北上广深杭 领跑全国加班城市TOP5



TOP排行	TOP1	TOP2	TOP3	TOP4	TOP5
城市	 上海	 北京	 深圳	 广州	 杭州

新青年在TOP5加班城市占比均 **超85%**，女性占比高达 **55%**



数据逻辑：选取晚上7点后配送到办公区/写字楼外卖订单，并按订单量降序排序

3. 活在未来

理才专家 热衷自我增值，热情高涨，不断加强软、硬技能，才华横溢。

90后更愿意为兴趣投资，80后更注重技能类学习



TOP排行	TOP1	TOP2	TOP3	TOP4	TOP5
90后偏好	吉他	声乐	摄影	大学辅导	花艺
80后偏好	书法	会计	驾考	美容化妆	烘焙

按照TGI指数排行：各年龄段教育培训类目TGI>100的TOP5

女生自我投资更多
贡献 **79%**的教育培训订单



男生自我投资更贵
单均投入**1008元**，高出女性**18%**



女性偏爱气质修养类，男性重视技能音乐类



TOP排行	TOP1	TOP2	TOP3	TOP4	TOP5
女性偏好	厨艺	摄影培训	古筝	美容化妆	绘画
男性偏好	驾考	大学辅导	架子鼓	吉他	声乐

按照TGI指数排行：各性别教育培训类目TGI>100的TOP5

3. 活在未来

投资宝贝 新青年开始培育下一代软实力，深谙“寓教于乐”的教育理念；身为人父人母，各尽其责。

宝贝投资全家齐上阵：爸爸负责游乐，妈妈负责教育



父母	订单占比	TOP1偏好类目	TOP2偏好类目
爸爸	26%	 婴儿游泳	 亲子乐园
妈妈	74%	 幼儿园	 早教中心

80后宝爸宝妈积极培养下一代的 **软实力**



TOP排行	偏好类目	亲子单均价	同比增长百分比
TOP1	 亲子游乐	¥ 92	 21%
TOP2	 幼儿教育	¥ 145	 30%

步入婚姻的90后做好“**准爸妈**”的打算



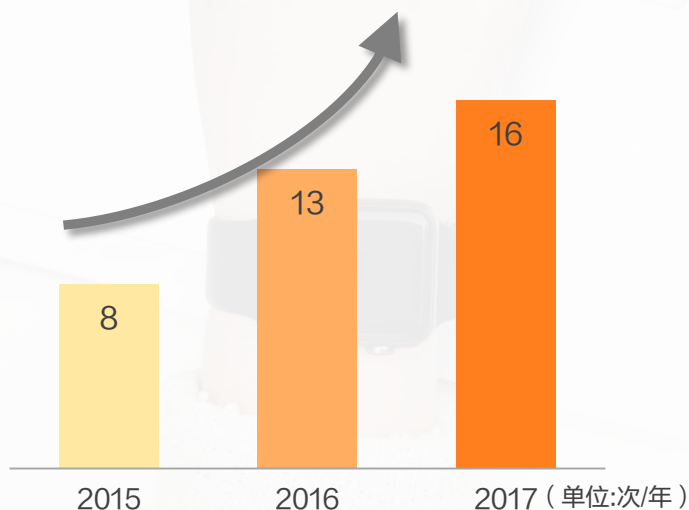
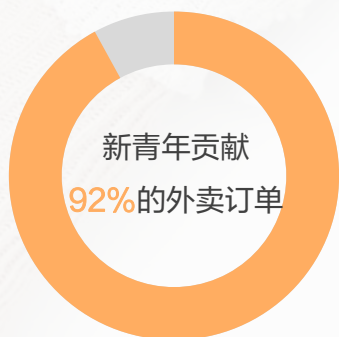
TOP排行	偏好类目	亲子单均价	同比增长百分比
TOP1	 孕产护理	¥ 181	 12%
TOP2	 孕妇写真	¥ 650	 27%

按照TGI指数排行：各年龄段/性别亲子类目TGI>100的TOP2

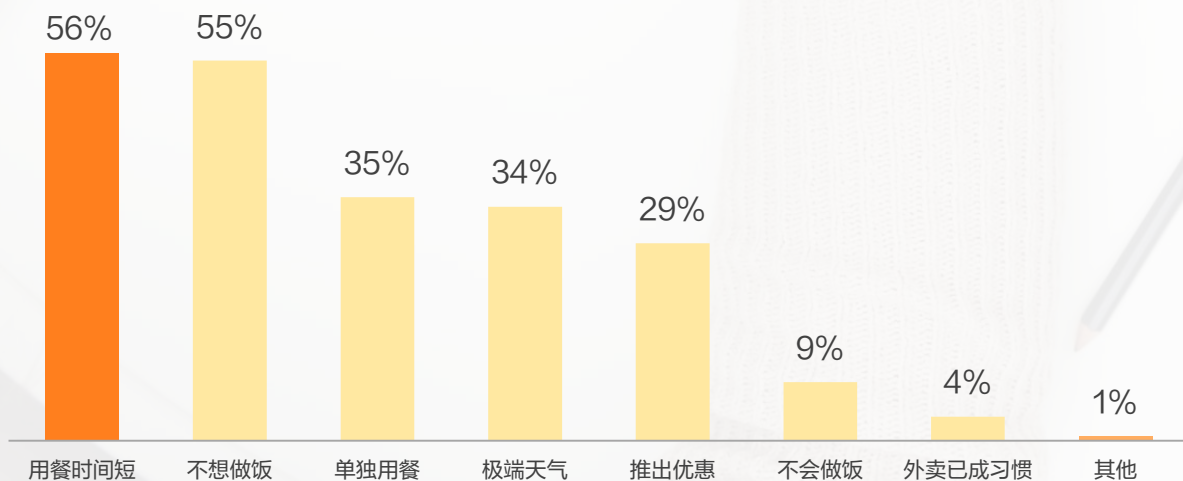
4. 壕而不败

用金钱换时间 花钱点外卖成为新青年快节奏生活的省时利器。

92% 的外卖订单由新青年贡献，消费次数 逐年猛涨



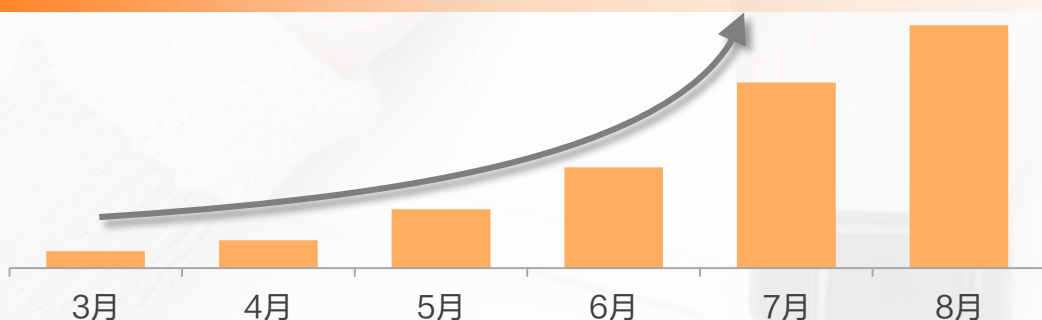
56% 的新青年因“用餐时间短”而选择定外卖



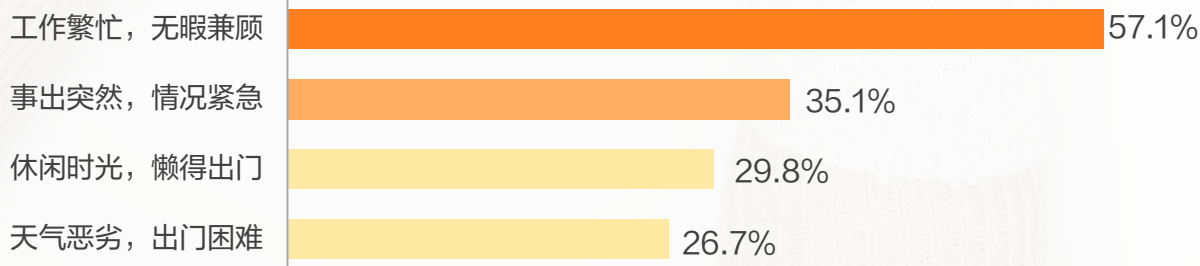
4. 壕而不败

用金钱换时间 跑腿代购成为新青年工作繁忙时的生活好助手。

2017年跑腿业务的订单量月增速超过70%



工作繁忙 成为新青年使用跑腿业务的重要原因



帮买帮送各有所需, **网红奶茶店及西式快餐** 引来跑腿热潮

TOP排行	TOP1	TOP2	TOP3	TOP4	TOP5
帮我送	餐饮 	生鲜 	鲜花 	文件 	服饰 
帮我买	喜茶 	一点点 	肯德基 	麦当劳 	验孕棒 

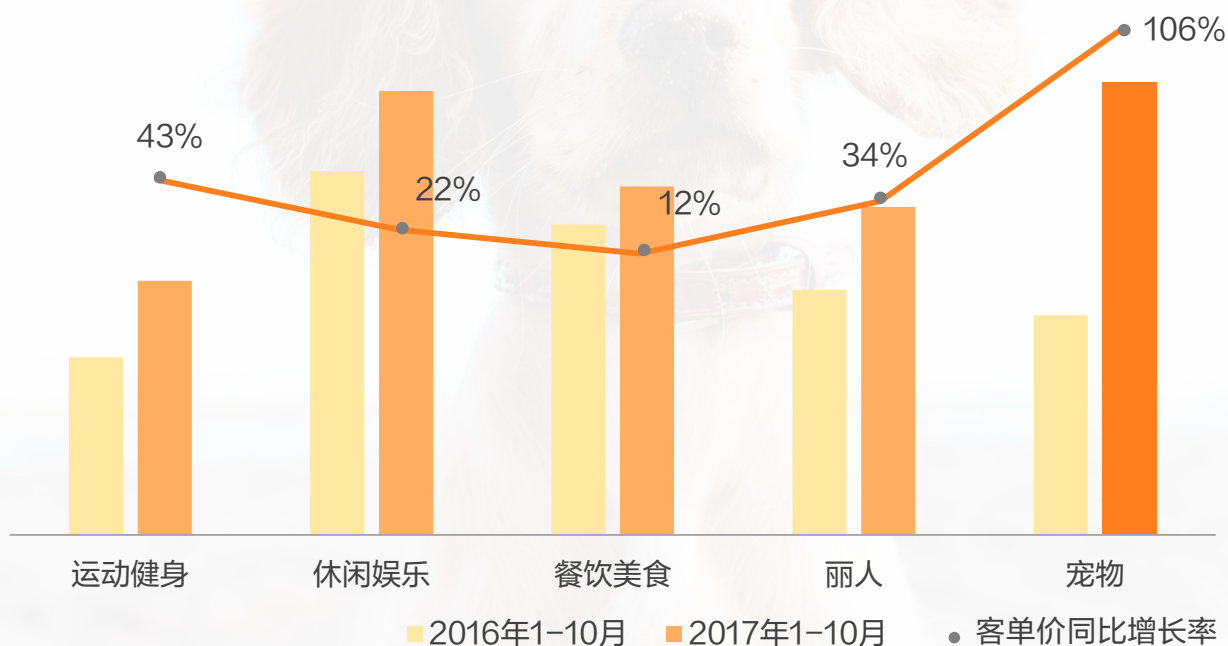
4. 壕而不败

巨资爱宠 愿意为陪伴自己的爱宠们花费更多金钱，对宠物投入增幅甚至超过自己，可谓“人不如狗”。

92% 的宠物订单来自未育新青年



未育新青年的宠物客单价增幅超过餐饮美食 8倍

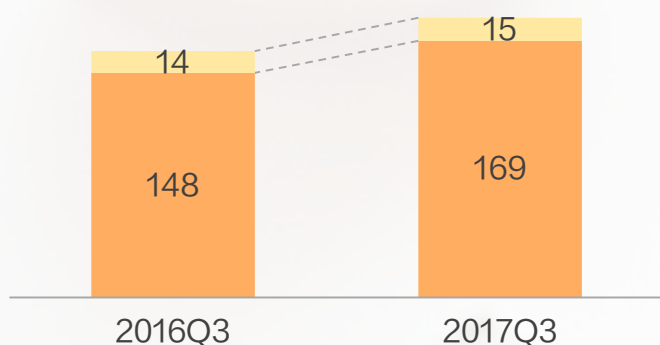


5.外向消费

网红向日葵

新青年不论男女，对网红店都充满好奇心，热爱网红店的新青年还有一大共同兴趣即“拍照”。

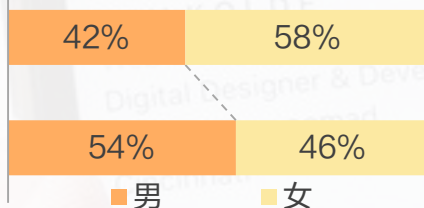
网红店的日均浏览量高出餐饮大盘10倍



追捧网红店的男性高达 **54%**
比餐饮大盘的男性占比高出 **12%**

餐饮大盘门店

网红餐饮店



追捧网红餐厅的新青年最爱“拍照”



TOP排行	TOP1	TOP2	TOP3	TOP4	TOP5
偏好类目	 摄影	 运动	 电影	 时尚	 旅游

按照TGI指数排名：2017年追网红店的新青年兴趣类目TGI>100的TOP5

5.外向消费

社交玩乐家

吃喝玩乐不仅是自我享乐，还是融入朋友、家人生活的最好方式。

48% 约吃饭局，胡吃海喝



52% 约聚KTV，以歌会友

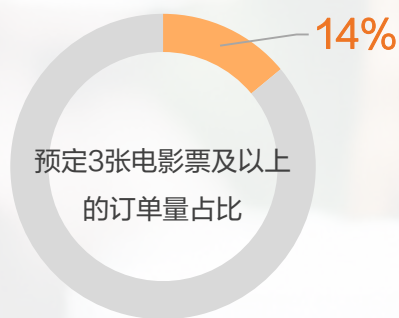


同比增长 7%



同比增长 32%

14% 相约影院，观看精彩大片



同比增长 32%

5. 外向消费

移动种草机 乐于分享，勇于表达对本生活的态度，
回复/点赞/晒图是其三大动作，拔草/种草是其网络常用语。

38大城市TOP100人气餐厅中

高达82% 的分享人群为新青年



回复、点赞、晒图 成为新青年表达自我的三大动作，在美食评论中：



拔草、种草 成为新青年点评常用语



颜值高口碑好
好吃
满意
种草
服务好
菜品新颖
味道不错
网红
无功无过
主题餐厅
拔草
环境很好
不推荐



让大家吃得更好，活得更好

用户在生活服务领域不断积累的消费行为，逐渐构成、塑造了他们的生活方式。而美团点评所洞察的新青年五大生活方式，不仅是这一最引领生活服务消费浪潮的群体独特的自我展现，更是对未来更多消费群体追求美好生活趋势的体现。

因此，美团点评也将在生活服务领域不断深耕，来实现让大家“吃得更好，活得更好”的企业使命。



感谢观看
欢迎转载

MDR | 美团点评研究院