

大力发展夜间经济 有效扩大内需、促进消费

——我国夜间经济发展的特征、趋势及政策建议

内容提要：夜间经济已成为新时期我国扩内需、促消费的重要载体。美团研究院研究结果表明，我国夜间经济具有高线城市深夜供给更为充足，“90后”成夜间消费主力军，夜间消费在夏冬季及部分小长假期间出现高峰，春节期间出现多级分化等特征。同时表现出线上线下深度融合，新业态新模式赋予夜间经济新的发展内涵；夜间经济发展趋向多元化、差异化、特色化、品质化；中小商家在促进夜间经济发展中发挥着重要作用等新趋势。建议各地重视下述方面的工作：鼓励夜间经济向多元化、差异化、特色化发展，与特色文化、科技等深度融合；发挥生活服务电商平台作用，构建夜间消费数字化、智慧化新场景；优化发展环境，鼓励夜间小店经济发展；加强夜间经济配套保障，优化夜间营商环境。

关键词：夜间经济 扩大内需 促进消费 消费复苏

一、发展夜间经济的重要意义

2019年，消费对我国经济增长的贡献率已达57.8%，连续六年成为经济增长的第一拉动力。其中，全国居民人均服务性消费支出同比增长12.6%，占全国居民人均消费支出的比重达到

45.9%。与此同时，消费结构的升级和需求层次的提升也日益明显。2019年我国恩格尔系数为28.2%，连续八年下降，人均GDP首次超过一万美元。根据国际经验，今后我国的服务性消费支出占比还将进一步提升，消费对于我国经济增长的拉动作用也将进一步增强。另一方面，受国内外多重因素叠加影响，近年来我国经济下行压力持续加大，如何采取有效措施激发国内消费潜力、扩大内需，加快形成以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，已是当务之急。在此背景下，夜间经济^①因具有服务消费属性强等方面的特征，正越发受到从中央政府到地方政府的重视。

夜间经济具有极强的服务消费属性。商务部有关数据显示，我国有60%的消费发生在夜间，而消费者对于夜晚服务消费的需求还在日益增加。夜间经济相较日间具有更高的“含金量”，发展夜间经济对于促进消费具有乘数效应。美团平台大数据显示，2019年我国夜间消费的单均价格比日间单均价格高20%左右，其中异地用户夜间消费客单价比日间高出17.3%。

2019年8月，国务院办公厅发布《关于加快发展流通促进商业消费的意见》，将“夜经济”列为从国家层面促进消费的二十条意见之一。随后，各地陆续推出配套政策，我国夜间经济迎来一波发展红利。但突如其来的疫情给各地经济社会发展带来了

^① 夜间经济是对18:00至次日6:00之间发生的消费活动的总称。

巨大的冲击，特别是对夜间经济影响更大。2020年2月，全国夜间消费占比（夜间消费金额/全天消费金额）较2019年12月下降了11.7个百分点，远低于过往正常水平。当前，随着各地经济稳步恢复，复工复产逐月好转，应加快推进夜间经济复苏进程。

考虑到疫情使2020年成为相对特殊的年份，本研究在分析我国夜间经济基本特征时主要基于2019年度数据，在分析疫情对夜间经济的影响时加入2020年前三季度的数据。

二、我国夜间经济的主要发展特征

近年来，我国夜间消费总额呈现较为明显的上升趋势。美团平台大数据显示，不同品类间的夜间消费占比存在差异。其中，酒吧、KTV等的夜间消费属性最强，九成以上的酒吧消费、七成以上的KTV消费都发生在夜间；外卖的夜间消费占比正以每年1-2个百分点的速度快速上升（见图1）。此外，我国夜间经济的发展在供需关系和时空分布等方面还表现出如下一些特征。

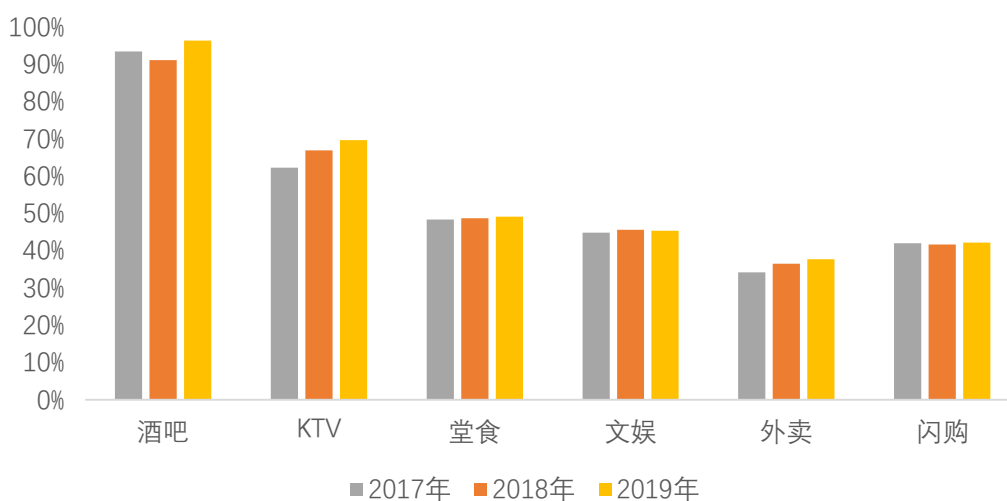


图1 2017-2019年不同品类夜间消费占比情况比较

数据来源：美团平台大数据

（一）供需关系：高线城市深夜供给更为充足，“90后”成夜间消费绝对主力，中小城市夜间经济发展存在供需结构性矛盾

总体来看，2019年全国夜间经济供给比较充足，92.1%的商户在夜间营业，64.7%的商户营业到22点以后，37.2%的商户营业到24点以后。相对来说，高线城市的商户打烊时间更晚，深夜时段的商户供给也更为充足。一线、新一线、二线城市22点以后的活跃商户数占夜间活跃商户总数的比例均超过了70%（见图2）。

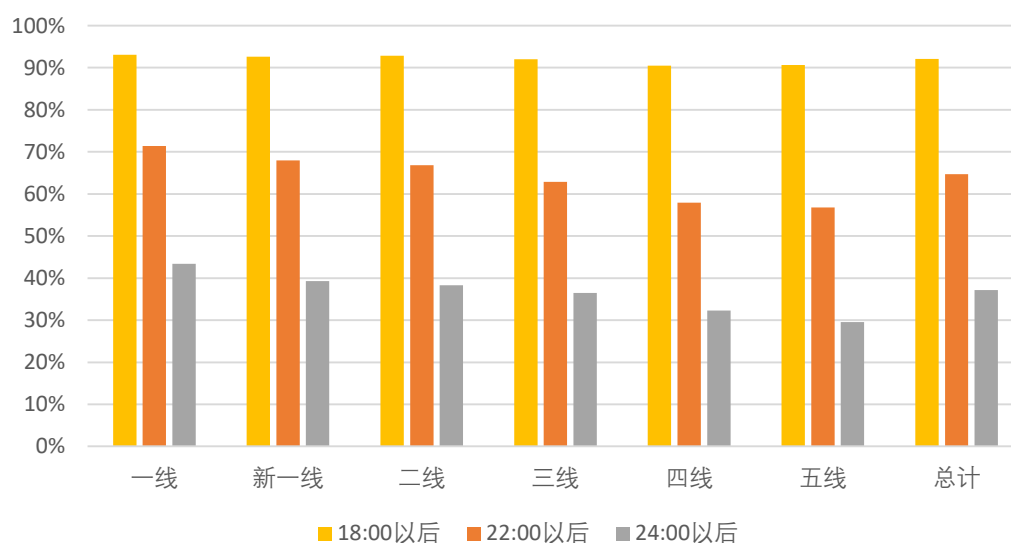


图2 2019年我国夜间不同时段活跃商户数占比

数据来源：美团平台大数据

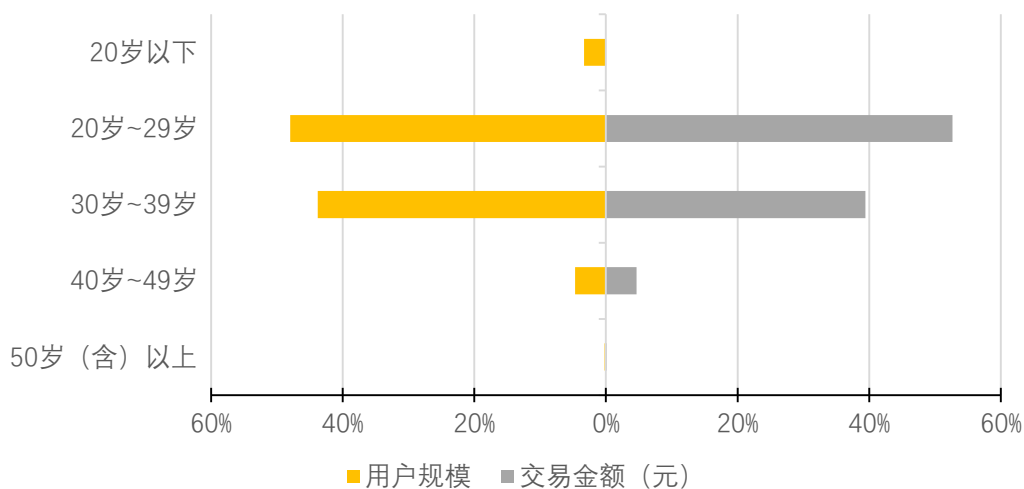


图3 2019年我国各年龄段夜间消费用户人数及交易金额占比

数据来源：美团平台大数据

“90后”已超越“80后”成为夜间消费的主力军。2019年，20-29岁年龄段的夜间消费用户以占全部夜间消费用户48.0%的人数占比贡献了52.7%的夜间消费金额。30-39岁年龄段用户则以43.8%的夜间消费人数占比，贡献了39.4%的夜间消费金额（见图3）。

多数城市在长期的发展过程中形成了相对平衡的夜间消费供需关系，但不同城市间依然存在较大差异。东南沿海的广东、福建等省，大部分城市夜间消费“供需两旺”，厦门更是以略低于全国中位数的供给水平满足了远高于全国其他城市的夜间消费需求。相对来说，三亚作为全国知名旅游城市，夜间商户供给水平还有待提升；一些滨海旅游城市的夜间消费潜力还有待进一步释放（见图4）。

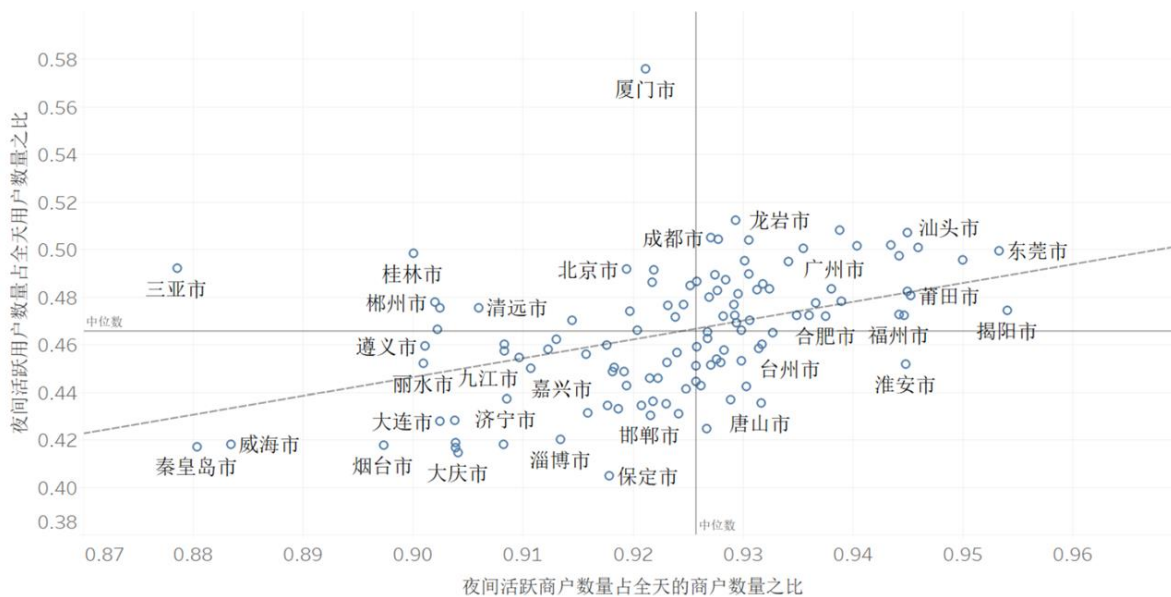


图 4 2019 年全国一线至三线城市夜间供需情况比较

数据来源：美团平台大数据

中小城市夜间消费的供需结构性矛盾更为突出。在三线及以上城市夜间消费占比方面，TOP10 城市中三线城市占据 8 席（见表 1）。麦肯锡《2020 年中国消费者调查报告》显示，中低线城市“年轻购物达人”相比大城市的年轻人拥有更多的空闲时间外出就餐、追逐最新潮流趋势和购买高档产品。不过中小城市的夜间消费供给较为单一，集中在餐饮、KTV、酒吧等传统品类，高线城市夜间消费场景中较为普遍的休闲娱乐、文艺演出等在中小城市的夜间消费中占比较小。有闲且有较高消费意愿，与供给结构相对单一之间的矛盾，制约着中小城市夜间消费品质的进一步提升。

表 1 各城市夜间消费占比排名 TOP20

夜间消费占比排名	城市	城市等级
1	揭阳市	三线
2	莆田市	三线
3	南平市	三线
4	潮州市	三线
5	宁德市	三线
6	惠州市	二线
7	泉州市	二线
8	柳州市	三线
9	肇庆市	三线
10	龙岩市	三线

数据来源：美团平台大数据，样本为一线至三线城市

（二）时间特征：夜间消费在夏冬季及部分小长假期间出现高峰，春节期间出现多级分化

受季节和小长假等因素的影响，夜间消费随时间的波动比较明显。盛夏、隆冬及国庆假期，各级城市均会出现夜间消费的高峰，且低线城市的峰值效应更加明显。春节是各级城市夜间消费出现多级分化的特殊时段，高线城市受居民外出过年影响，夜间消费降幅明显。而大量人员返乡也使得低线城市的夜间消费出现短期上涨。

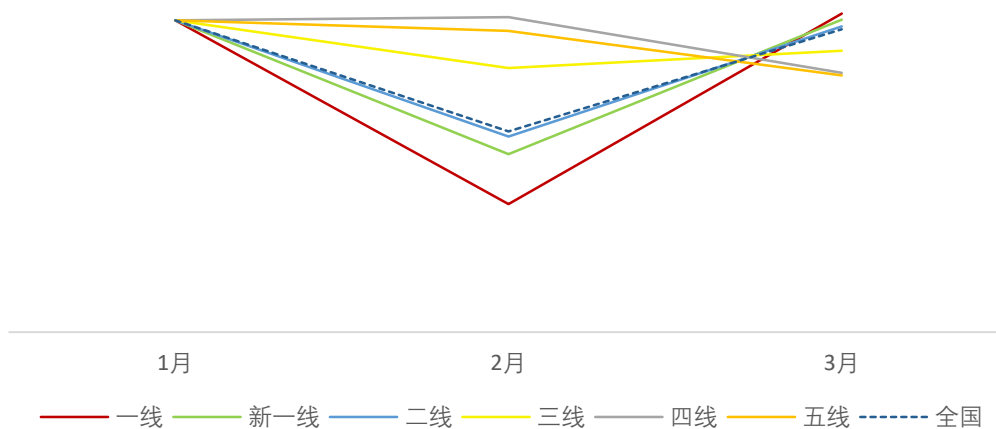


图 5 各级城市 2019 年 1-3 月夜间交易总额变化情况

数据说明：各级城市 2-3 月的数值是与其 1 月夜间交易额比较的相对值

数据来源：美团平台大数据

18:00-22:00 是夜间消费的“黄金四小时”，这一时间段的消费额占到夜间消费总额的七成以上。近年来，22 点以后的夜间消费额占夜间消费总额的比例一直在稳步提升，我国居民的“深夜消费”习惯正在逐渐养成。

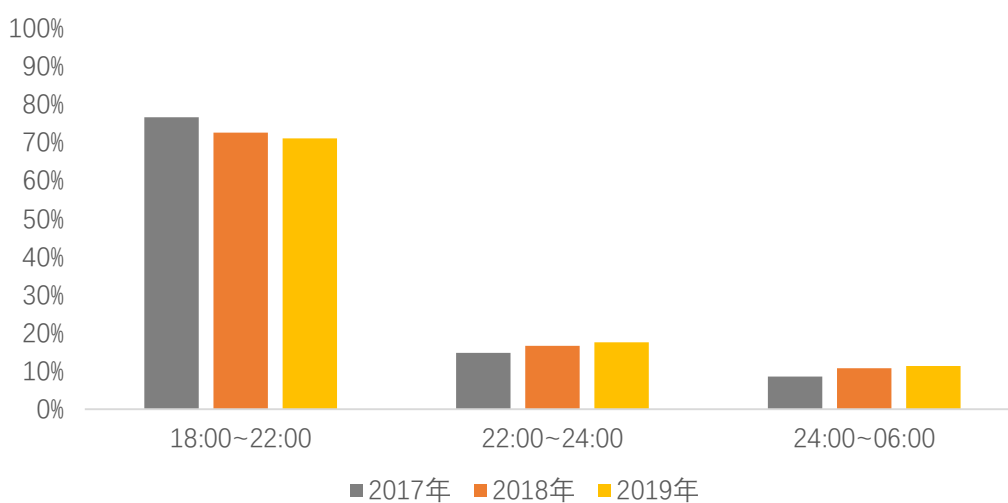


图 6 近年来我国分时段夜间消费金额占夜间消费总金额的比重

数据来源：美团平台大数据

（三）空间分布：夜间经济发展程度南北差异明显，三类城市表现突出

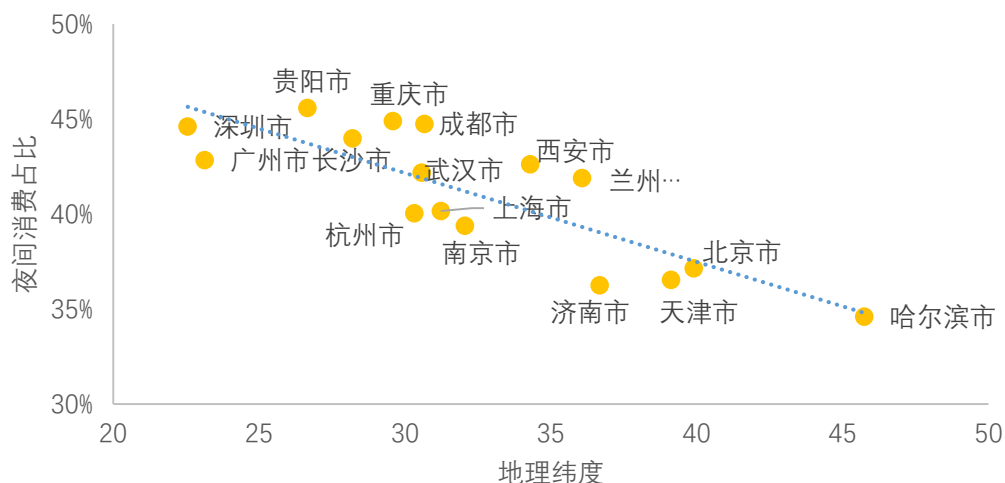


图7 主要城市夜间消费占比与地理纬度的关系

数据来源：美团平台大数据

“南热北冷”既是南北气候差异的体现，也是夜经济当下的发展特点。夜间消费占比与城市的地理纬度密切相关，纬度越低的城市一般夜间消费的占比越高（见图7）。

但相似纬度的城市，夜间经济的发展情况也不尽相同。研究团队选取夜间消费总额、夜间消费人均金额、夜间消费占比、夜间活跃商户占比、夜间消费用户占比五个指标，对三线及以上的城市进行聚类分析，发现有三类城市的夜间经济发展情况表现比较突出（见表2）。

表2 三类城市夜间经济发展水平比较

	夜间消费总额	夜间消费人均金额	夜间消费占比	夜间活跃商户占比	夜间消费用户占比
北上广深、成都	6.70	2.04	0.21	0.42	1.70
东南沿海城市	-0.27	-0.25	1.29	0.35	1.23
东部沿海城市及中部省会城市	1.10	1.09	0.16	0.48	0.67

注：通过五个指标对全国各城市夜间经济的发展情况进行 k-means 聚类分析，表中数据为各类城市相应指标标准化后的平均值。

数据来源：美团平台大数据

第一类城市包括北上广深及成都。这五个城市经济实力强、居民收入水平高，在夜间消费总额和人均消费金额方面大幅领先于其他城市。同时一线城市居民通常工作压力大、加班时间长，夜间往往是其消费的主要时段，因此夜间消费的用户占比也较高。具体来讲，北京的夜间消费总额最高，上海的夜间人均消费金额最高，深圳的夜间活跃商户和用户占比均领先于其他城市，而成都则以较强的综合实力跻身“夜间经济一线城市”之列(见表3)，气候条件、生活习惯、地域文化等共同造就了成都活跃的夜间经济。

表3 北上广深成都五类指标标准化均值比较

	夜间消费总额	夜间消费人均金额	夜间消费占比	夜间活跃商户占比	夜间消费用户占比
北京市	8.78	2.45	-1.18	-0.26	1.40
上海市	7.89	2.65	-0.30	0.13	1.15
深圳市	6.36	2.36	1.00	1.30	2.12
广州市	5.70	1.27	0.49	0.72	1.81
成都市	4.76	1.50	1.04	0.21	2.02

数据来源：美团平台大数据

第二类城市主要包括东南沿海的二三线城市，代表城市有泉州、南宁、佛山等。这些城市的居民已养成夜间娱乐和消费的生

活习惯，夜间消费占比远高于其他城市，夜间消费用户数占比仅次于第一类城市，但这些城市的人均夜间消费金额并不高。

第三类城市主要包括东部沿海城市以及中部省会城市，代表城市有宁波、南京、西安等。东部沿海城市经济实力较强，商业发达；中部省会城市首位度高，多集中省内资源重点发展。这些城市夜间消费市场活跃，夜间活跃商户数占比最高，同时城市居民收入水平较高，夜间消费总额、人均消费金额均较高。

（四）新冠肺炎疫情对夜间消费的影响较日间更严重

美团平台大数据显示，疫情最为严重的2月份，各城市的夜间消费占比均明显下降，全国夜间消费占比由2019年12月的46.7%下降到2020年2月的35.0%，下降了11.7个百分点（见图10）。这表明疫情期间夜间消费出现了明显的萎缩。从4月份开始，多数城市夜间消费占比已恢复至疫情前水平，出现二次疫情的城市，夜间消费复苏程度相对较低。

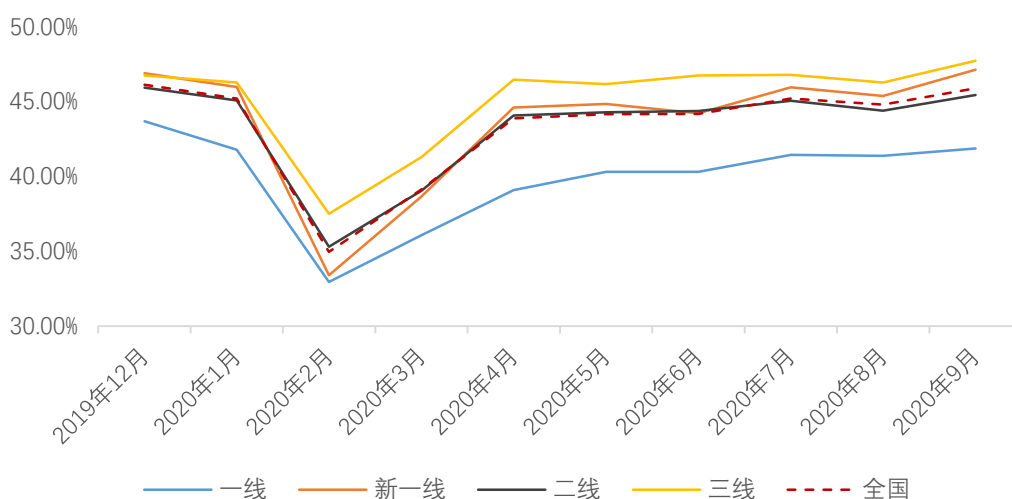


图 10 疫情前后各级城市夜间消费占比变化趋势

数据来源：美团平台大数据

夜间消费属性越强的品类受疫情影响越大。相比之下，外卖的夜间消费占比基本保持稳定（见图 11）。疫情期间，美团首创无接触配送方式，在保证卫生防疫安全的同时，将餐品和日常生活用品及时配送给广大市民，满足了刚需类消费需求，成为疫情期间保障居民日常生活、稳定服务消费的重要力量。

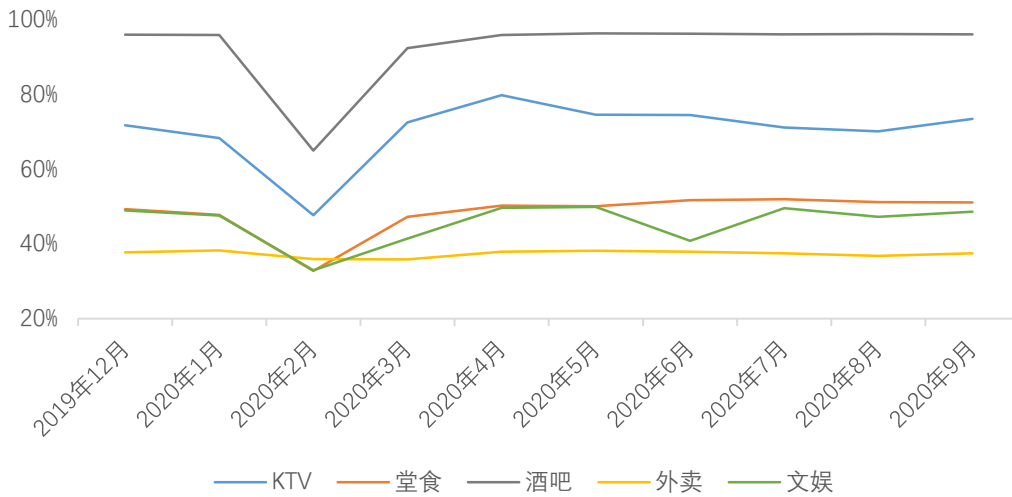


图 11 疫情前后各品类夜间消费占比趋势

数据来源：美团平台大数据

截至 2020 年 9 月，全国夜间消费占比已回升至 45.9%，基本恢复到 2019 年 12 月的水平。相比 2 月份的全国夜间消费总额，9 月份的全国夜间消费总额上涨了 439.4%，其中，湖北各巿在疫情得到有效控制后夜间经济复苏速度快，在 2020 年 9 月相比 2 月夜间消费金额提升幅度最大的 TOP10 城市中，湖北省占据四席。此外，河南省南阳市、信阳市夜间消费金额涨幅也很大，

9月份的夜间消费总额达到2月份的10倍以上（见图12）。

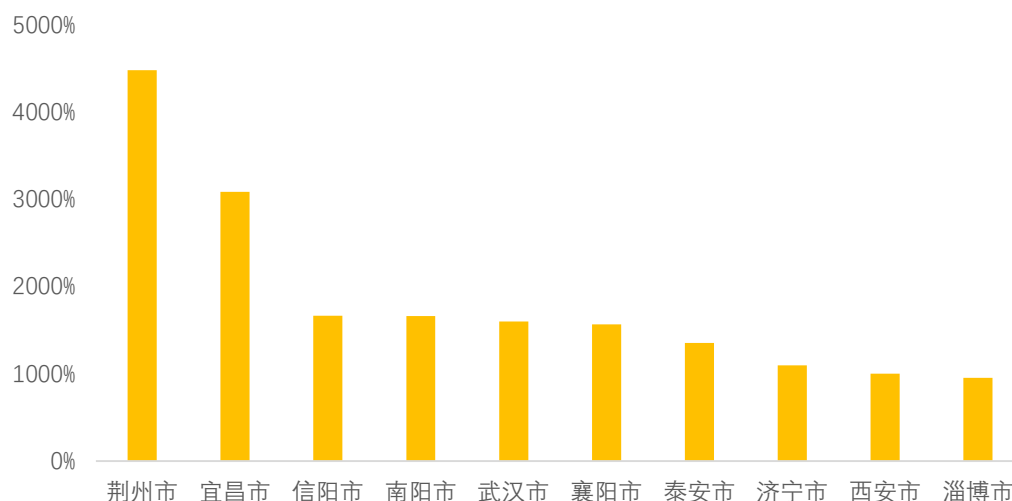


图12 2020年9月相比2月夜间消费金额提升幅度TOP10城市

数据来源：美团平台大数据

从同比情况来看，2020年9月全国夜间消费金额相比去年同期已增长37.2%，超过九成的城市夜间消费总额已经超过去年同期水平，人们被压抑已久的消费需求正在加速释放。其中夜间消费同比上升幅度最大的城市为海南省三亚市，2020年9月的夜间消费金额同比去年同期增长71.8%，其次为广东省的揭阳市和湖南省长沙市，分别增长62.7%和57.8%（见图13）。

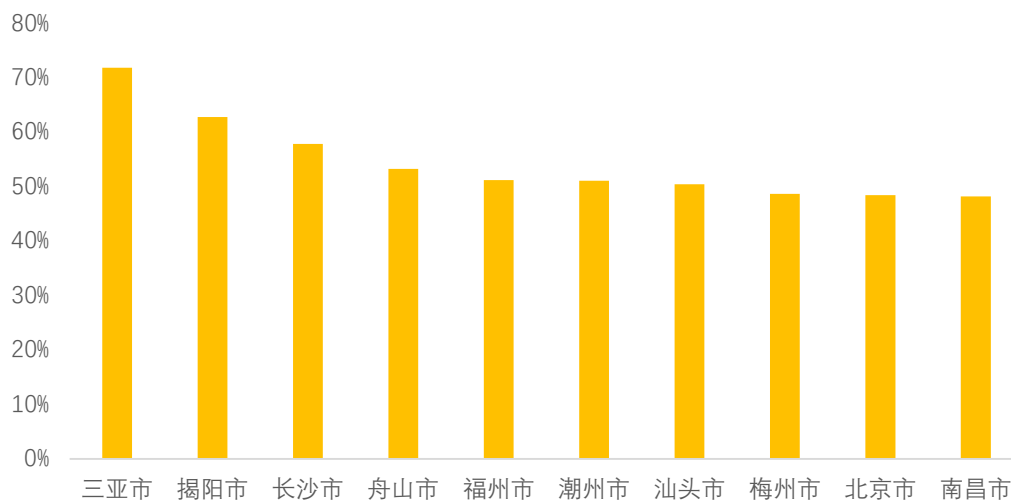


图 13 2020 年 9 月夜间消费总额同比增幅 TOP10 城市

数据来源：美团平台大数据

三、夜间经济发展的新趋势

近年来，我国夜间经济的内涵日益丰富，消费品质不断提升，更加注重个性化、特色化，呈现出一些发展新趋势。

（一）线上线下深度融合，新业态新模式赋予夜间经济新的发展内涵

近年来，以平台经济、共享经济为代表的数字经济蓬勃发展，深刻影响着我国经济社会生活的各个方面。线上渠道的拓展，改变了传统线下经营主要依靠区位的价值判断体系，创造出更加丰富的消费场景，既为消费者提供了便利，也为广大商家实现了引流和创收。在此背景下，一些夜间消费新业态新模式涌现出来，为夜间经济的发展注入了新动能。

万物皆可到家，消费者足不出户即可享受到美食、购物、娱

乐等各种生活服务，是我国夜间经济发展的鲜明特色。晚 9 点到 12 点是夜间外卖订单的高峰期，目前全国约六成餐饮外卖商家晚上 10 点后仍在营业，约四成商家深夜 12 点之后依然提供外卖服务。外卖品类也正在从餐饮向非餐饮拓展，生活超市、生鲜果蔬、医疗健康等非餐品的订单占比日益提升。

直播等互联网新营销模式促进夜间消费。直播作为一种自带快速引流特性的媒介，通过实时展示互动的形式，使消费者能更加直观、真实、全面地了解产品的特性，从而激发购买欲。疫情推动了全民直播时代的到来，迈向 5G 时代也给直播行业带来了更大的想象空间。艾媒咨询数据显示，2019 年中国在线直播行业用户规模达 5.04 亿人，预计 2020 年将增至 5.26 亿人。直播对夜间消费的带动作用日益凸显。重庆、昆明、深圳、广州等地纷纷探索直播新模式，央视新闻客户端连线“昆明名嘴”岳力开展“大嘴款昆明”特别直播活动，展示昆明南强街巷的餐饮美食和休闲娱乐文化；深圳市政府牵头举办“线上购物节”，打造“云逛街”“云购物”消费体验，借助场景化直播挖掘夜间消费潜能。直播正成为各地夜间经济越来越重要的“打开方式”之一。

（二）夜间经济发展趋向多元化、差异化、特色化、品质化

我国夜间经济经历了三个发展阶段：第一阶段是改革开放初期各地不断发展起来的“夜市”，主要提供餐饮和服装出售等相对单一的服务；第二阶段是酒吧、KTV、舞厅等逐渐本土化、规

模化，一定程度上丰富了人民群众的休闲娱乐生活；再到近十年来，随着城镇化的加速推进和居民消费水平的不断提高，夜间经济已逐渐发展成为集“吃住行游购娱”于一体的综合性服务消费体验，也成为人民群众追求美好生活的重要组成部分。这一趋势，一方面导致各类功能集中的商业综合体、夜经济集聚区、夜地标等不断涌现；另一方面也推动“餐饮+观演”“购物+休闲娱乐”“社交+健康”等不同业态的混搭，以及体验式、娱乐式、互动式、沉浸式等新消费模式的出现。

但在功能复合化、业态多元化发展的同时，各地夜间经济也面临同质化的困境。据此，打造夜 IP、突出城市个性正成为各地夜间经济发展的必然选择。例如，南京依托“夜读鼓楼”“夜健鼓楼”“夜娱鼓楼”等 IP 进行定向销售，提升消费能级；济南开设泉水船宴、明湖船宴等特色宴席，打造夜晚“船游泉城”系列产品；三亚打造“红色娘子军演艺公园”项目，延伸演出服务，突破门票经济等，深挖城市地域文化特色，将其融入夜生活，提升夜生活的文化内涵。

与此同时，我国城乡居民消费逐渐由满足物质生活转向满足精神文化生活，尤其是城市白领等年轻群体，作为“夜经济”的消费主体，他们通常工作压力较大，白天人际交往时间被压缩，因此在夜间消费中的社交需求更强。同时年轻白领大多注重生活质量、希望自我提升并有较高的消费水平，更加追求享受型消费以及知识型消费。国内一二线城市逐渐涌现出文体融合型的夜间

经济模式，例如夜间博物馆、夜间电影话剧、不打烊书店、24小时健身房等等。

（三）中小商家在促进夜间经济发展中发挥着重要作用

中小商家是提供生活服务供给的主力军。2020年6月，美团研究院针对服务业小店的发展情况开展了问卷调查（共回收有效问卷1.2万份），调查结果显示，员工人数5人及以下小店的占比为89.4%，年营业收入少于50万元的小店占比达88.7%。这些小店像毛细血管一样扎根各个城市，不仅提供多元化的服务，还能彰显一方风土人情，同时汇聚而成的万亿市场也拉动消费的重要力量。2020年7月，商务部等7部门联合印发《关于开展小店经济推进行动的通知》，小店经济发展迎来春天。而夜间消费以服务消费为主，培育好小店经济对于夜间经济的发展具有重要意义。

服务业小店存在“散、小、弱、差”的特征，营销能力不足、获客能力弱，相应的夜间持续经营的意愿也容易动摇。当前，各行各业数字化、智慧化进程不断加速，多数小店也有强烈意愿希望提升经营管理信息化水平，实现数字化发展，但受限于自身能力和资源条件举步维艰。总而言之，推进小店夜间经济需要政府、协会、平台各方的协力培育与大力支持。

四、推进我国夜间经济发展的政策建议

夜间经济是一个城市的名片，代表着一个城市的品位和形象，是城市经济开放度和活跃度的晴雨表。发展夜间经济可以进一步

扩大内需，促进消费，满足人民群众对美好生活的向往。建议各地在疫情防控和经济社会发展统筹推进的过程中，大力发展夜间经济，重视下述方面的工作。

（一）鼓励夜间经济向多元化、差异化、特色化发展，积极推动特色文化、科技与夜间经济深度融合

一是积极推动文化与夜间消费各场景的融合。要注入科技、文化、艺术等元素，从“重形式”转向“重内容”、“重体验”，通过文化与旅游融合、文化与科技融合，引导和支持各地开展具有国际范中国味儿、主题鲜明、高品质的夜间文化休闲、演艺体验活动。

二是完善“食、游、购、娱、体、展、演”等在内的多元夜间消费市场，营造更多夜间消费场景，塑造沉浸式文化体验空间，兼顾市井文化、高档文化、新兴文化，为本地居民及外地游客均能提供良好的消费环境。

三是借鉴伦敦自然博物馆 Life in the Dark 特展、杭州印象西湖实景演出、大型歌舞《宋城千古情》、西安“大唐不夜城”、重庆两江夜游、西双版纳“澜沧江湄公河之夜”等夜间旅游体验项目的发展经验，鼓励和支持相关旅游景点开放夜间旅游线路并开发夜间旅游体验项目，鼓励和支持博物馆、科技馆、展览馆、美术馆、音乐厅延长营业时间并组织开展特展或主题活动，发展夜间旅游。

四是引导夜间体育消费新风尚。支持体育运动项目经营单位

延长营业时间，创建体育旅游休闲基地，发展年轻人喜欢的电子竞技运动，在具备条件的公园增设体育健身设施和运动场地，满足各地市民特别是年轻人的体育消费需求，不断丰富体育健身和体育竞赛表演市场。

（二）发挥生活服务电子商务平台的作用，构建夜间消费的数字化、智慧化场景

通过美团、大众点评等生活服务电子商务平台获取夜间消费信息、进行消费和在线评价是夜间消费的重要形式。目前，餐饮外卖、“闪购”（通过线上下单线下即时配送上门的网络购物模式）等“互联网+生活服务”已经成为各地市民特别是年轻人夜间消费的新选择。建议各地政府充分发挥生活服务电子商务平台的作用，支持餐饮外卖和“闪购”等新模式发展，提高商户夜间经营能力和营业收入，激发线上夜间消费活力，发展夜间到家服务，形成线上线下夜间经济融合互动、双向繁荣的局面。要引导夜间消费场所拓展智能化、网络化全渠道布局，增加互联网、大数据、AR、VR等现代技术的应用，打造一批智慧商圈、智慧景区，构建场景化、立体化、智能化的消费环境。

（三）优化发展环境，鼓励夜间小店经济的发展

一是创新监管理念和方式，实行包容审慎监管。比如，可区分大中型餐饮和小餐饮的实际情况，对符合申请食品经营许可条件的，探索食品经营许可的告知承诺制、信用审批制、一证多址等创新做法，优化许可准入服务。

二是鼓励小店树立持续的经营理念，积极延长营业时间，提供夜间服务。注重品质和口碑提升，在线上线下树立品牌和形象，提升专业特色，打造“小而美、小而精”的小店夜间经济发展格局。

三是合理规划商业设施，为服务业小店发展提供夜间经营载体。如结合“一刻钟生活服务圈”建设，发挥小店深入社区的特点，繁荣社区夜间消费；坚持工作和生活融合，在产业集聚区布局一批休闲娱乐、教育培训、医疗健康、特色餐饮、生活美容等生活服务特色小店；强化商圈、步行街建设，通过精细规划科学搭配一批特色户、精致化小店，打造服务消费生态，提升夜间经济活力。

（四）加强夜间经济配套保障，优化夜间营商环境

一是加大城市精细化管理的力度。要加强规划引领，通过编制夜生活集聚区发展规划，完善区域空间布局，加强各类设施配套，打造一批地标性夜生活集聚区。同时，要创新管理模式，引导夜间经济市场规范发展。做好夜间经济的试点工作，引导季节性夜市规范有序发展。要建立夜市运营管理规定，在登记、设施、区域、标识、时段、卫生等方面建立夜市运营统一管理标准。可试点实施包容审慎监管，在夜间特定时段，允许有条件的夜间经营单位适当占道，扩大经营区域。

二是加强夜间交通组织。在充分论证基础上，结合各区需求，试点在夜间特定时段将部分道路调整为分时制步行街。优化夜生

活集聚区及周边动静态交通组织管理，在周边区域增加夜间停车位、出租车候客点、夜班公交线路等。要指导夜生活集聚区开展夜间灯光造景，做好街景打造、装饰照明、标识指引等工作，营造良好夜间消费氛围。

三是加大政策和资金支持。用好市政基础设施配套费等建设资金，加大对商圈、特色商业街区市政配套设施的支持力度。用好各类产业发展资金，加大对夜间消费性服务业重点领域、重大项目和重大活动的支持力度。支持在金融机构开展包括消费金融在内的多种金融服务，促进信用消费。

四是通过编制夜间消费指南、开发 App、发布夜游地图等方式，线上线下联动对夜间经济进行宣传和推广，方便市民和外地游客进行夜间消费。