

立足长三角 看浙江夜经济

内容提要：美团研究院依托美团平台大数据，对长三角三省一市（浙江省、江苏省、安徽省、上海市）的夜间经济发展情况进行了比较研究。研究表明，浙江省夜间经济发展供需两旺，虽新冠肺炎疫情影响严重，但复苏势头强劲；浙江省夜间经济坚持多元发展路径，个性化、体验式的新业态新模式层出不穷。建议浙江省重视下述方面的工作，进一步发展壮大夜间经济：积极推动文化与夜间消费场景的融合；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；发挥省级夜间经济试点城市和培育城市的辐射带动作用；加大宣传和推介力度，提升浙江夜间经济的知名度和美誉度；鼓励夜间小店经济的发展，提升夜间经济活力；加强夜间经济配套保障，优化夜间营商环境，加大政策和资金支持。

关键词：夜间经济 长三角 服务消费 消费复苏

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%，成为促进消费增长的核心驱动力。夜间经济因具有服务消费属性强、拉动消费效果明显等特征，已逐渐成为各地扩大内需、加快释放消费潜力的重要抓手。在此背景下，美团研究院依托美团平台大数据，对长三角三省一市（浙江省、江苏省、安徽省、上海市）的夜间经济发展情况进行了比较研究。研究结果表明，浙江省夜间经济发展供需两旺，夜间消费占比及夜间人均消费金额均位列长三角三省一市的第二位；浙江省夜间经济受新冠肺炎疫情影响严重，但复苏势头强劲，2020年7月夜间消费金额已超去年同期水平；浙江省夜间经济坚持多元发展路径，夜食、夜购、夜游、夜娱等各具特色，个性化、体验式的新业态新模式层出不穷。

本报告数据来自美团平台，夜间时段指晚18:00至次日早6:00。“夜间消费额”是指美团平台上夜间时段内某品类（或全部品类）的交易额。“夜间消费占比”是指美团平台上某品类（或全部品类）夜间消费额在该品类（或全部品类）全天消费额中的占比。

一、浙江省夜间经济的基本特征

（一）夜间消费占比及夜间人均消费金额在长三角三省一市中均位列第二

在长三角三省一市中，浙江省 2019 年的夜间消费占比为 48.5%，排名第二，仅次于安徽省（50.1%），高于上海市（48.2%）和江苏省（47.3%）。以浙江省 2019 年夜间人均消费金额为基准（100）进行比较，浙江省在长三角三省一市中也排名第二，仅次于上海市（250.2），高于江苏省（87.7）和安徽省（34.3）（见图 1）。

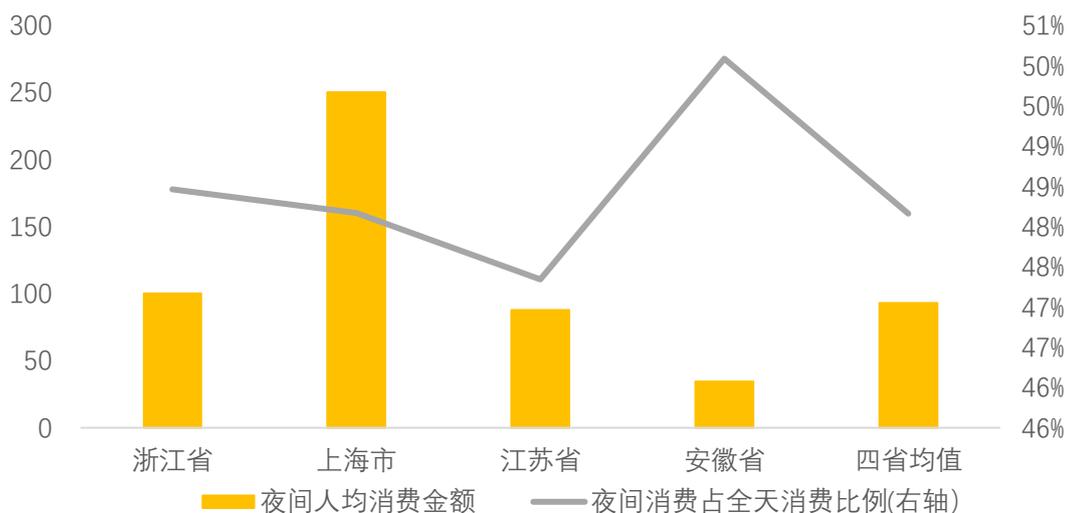


图 1 长三角 2019 年夜间消费占比及夜间人均消费金额比较

数据来源：美团平台大数据

数据说明：夜间人均消费金额为该省/市夜间消费总额与该省/市年末常住人口之比，并以浙江为 100 换算得到的相对值。品类包括：堂食、外卖、住宿、文娱（电影演出、休闲娱乐、美发美甲等）、旅游等生活服务品类。

(二) 深夜供给水平高，领先长三角其他省市

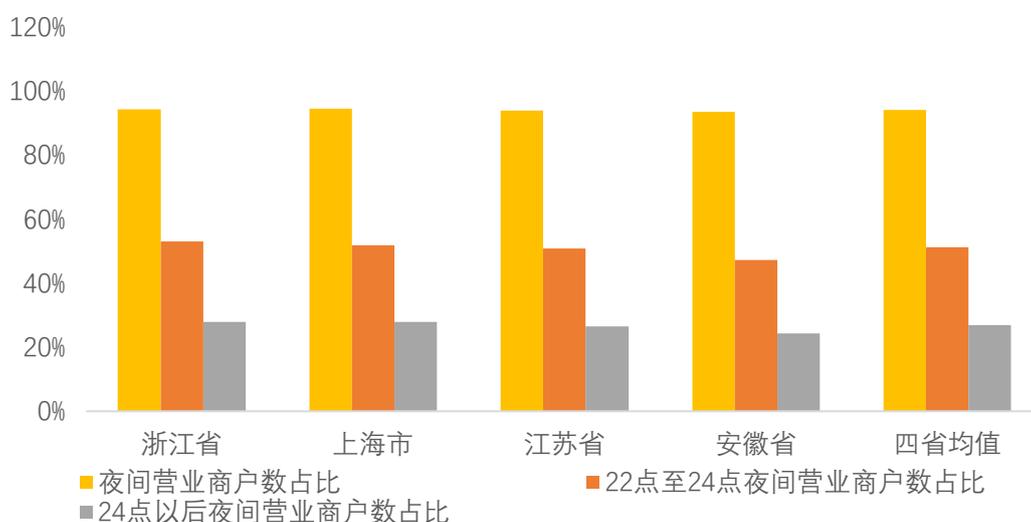


图2 长三角地区2019年夜间营业商户数占比情况

数据来源：美团平台大数据

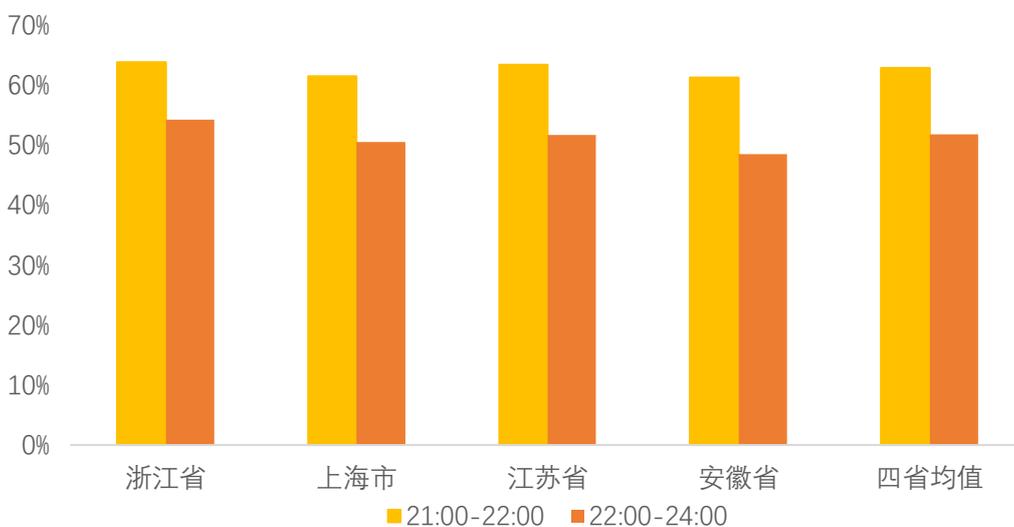


图3 长三角地区2019年21:00-24:00间营业的中小商户数占全部夜间营业商户数的比例

数据来源：美团平台大数据

2019年，有94.3%的浙江商户在夜间营业，这一水平与上海

市、江苏省相当，略高于安徽省。在 22 点至 24 点之间有 53.1% 的浙江商户还在营业，高出第二名上海市 1.3 个百分点；24 点以后，仍有 27.9% 的浙江商户持续经营，浙江省深夜供给能力排名长三角三省一市之首（见图 2）。在浙江省夜间营业商户中，九成以上为中小商户。21:00-22:00 间，中小商户对于浙江省夜间经济的贡献度为 63.9%；22:00-24:00 间，中小商户对于浙江省夜间经济的贡献度为 54.2%，均领先于长三角其他省市（见图 3）。

（三）夜间消费用户数占比在长三角地区位列第一

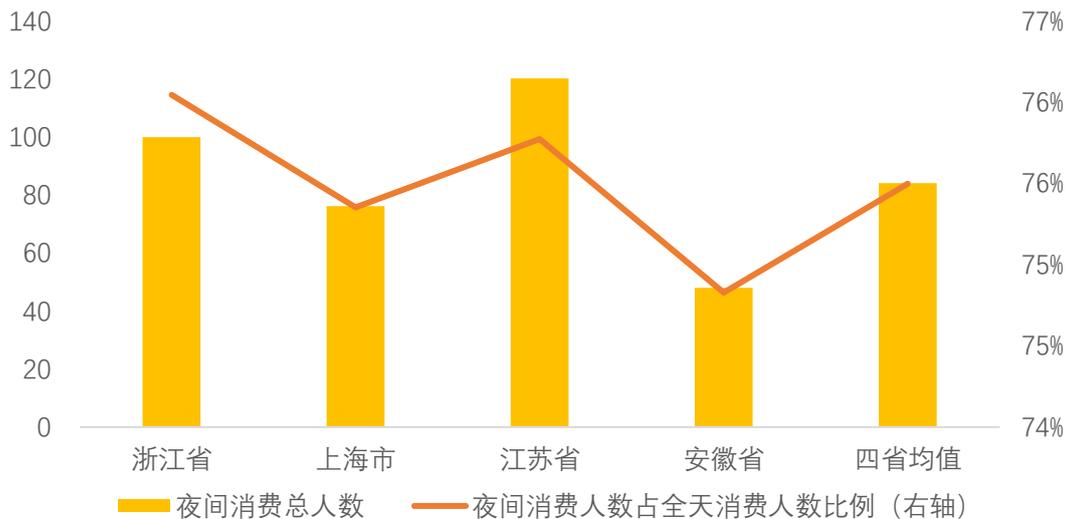


图 4 长三角地区 2019 年夜间消费用户数及占全天消费用户数比例

数据来源：美团平台大数据

在夜间消费总人数方面，以浙江省 2019 年的夜间消费用户数为基准（100）进行比较，江苏省（120.2）位列长三角地区的第一位，浙江省、上海市（76.3）、安徽省（47.9）分列二到四

位。而浙江省的夜间消费用户数占全天消费用户数的比例领先长三角其他省市，达到 76.0%，浙江省用户的夜间消费习惯已基本养成（见图 4）。

从浙江省不同年龄段夜间消费人数占比及夜间消费金额占比的情况来看，30-34 岁年龄段的夜间消费人数占比最高，达到 40.8%；而 25-29 岁年龄段的用户对夜间消费金额的贡献度更大，达到 34.1%，高出 30-34 岁年龄段用户 5.6 个百分点。相对来说，85 后夜间消费更加谨慎，90 后支付意愿更强，客单价更高（见图 5）。

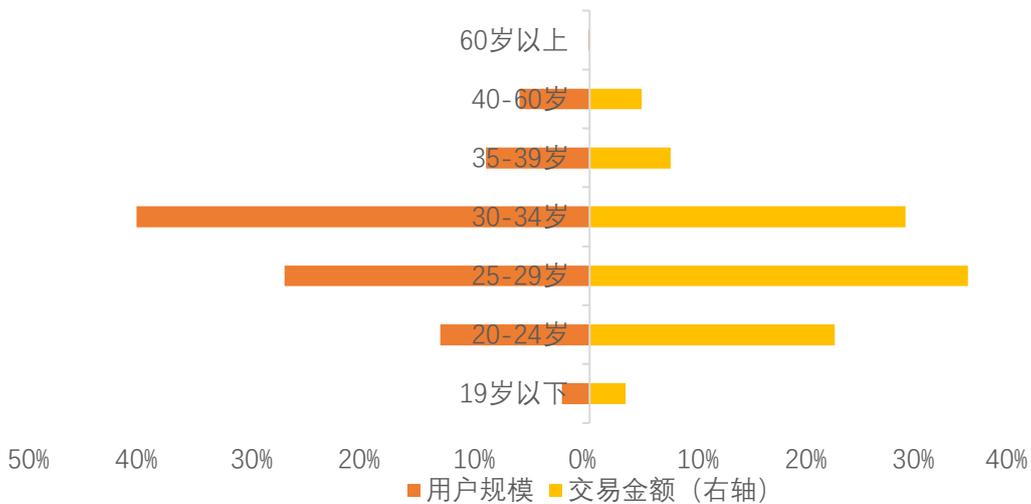


图 5 浙江省 2019 年各年龄段夜间消费用户人数及消费金额占比

数据来源：美团平台大数据

（四）夏季出现夜间消费高峰，春节假期所在月份呈现明显的夜间消费波谷

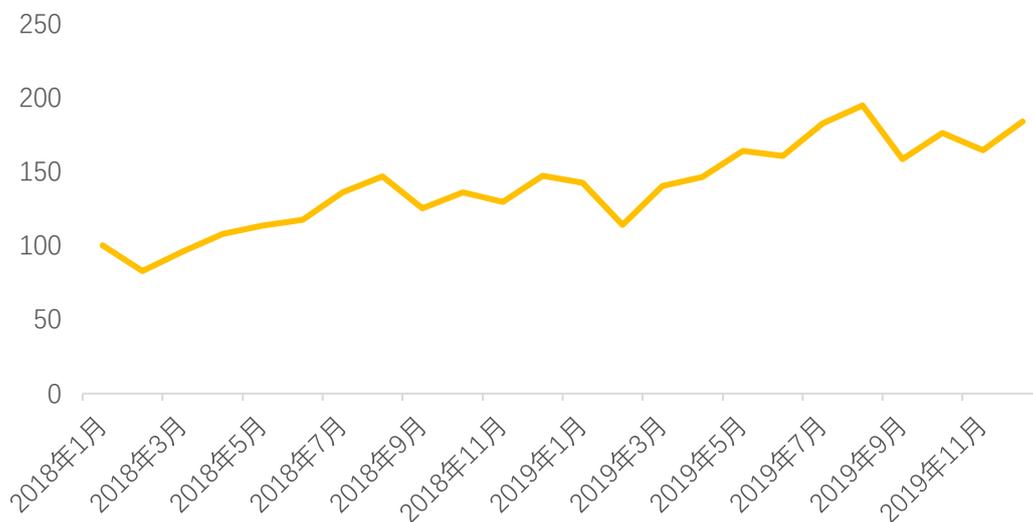


图 6 浙江省 2018-2019 年夜间消费金额走势

数据来源：美团平台大数据

数据说明：各月夜间消费金额是以 2018 年 1 月为基准 100 换算的相对值

数据分析结果显示，浙江省在夏季（7 月和 8 月）会出现明显的夜间消费高峰。从夏季来看，浙江省 2019 年 7 月和 8 月的平均夜间消费金额比 2019 年全年月均夜间消费金额高出 17.5%。此外，春节假期，受部分居民返乡过年和生活服务供给下降等因素影响，长三角的夜间消费在春节假期所在月份呈现明显的波谷（见图 6）。从不同日期类型的夜间消费情况来看，浙江省节假日的夜间消费更为红火。以 2019 年工作日的夜间日均消费额为基准 100，浙江省周末的夜间日均消费额为 113.6，节假日的夜间日均消费额为 120（见图 7）。

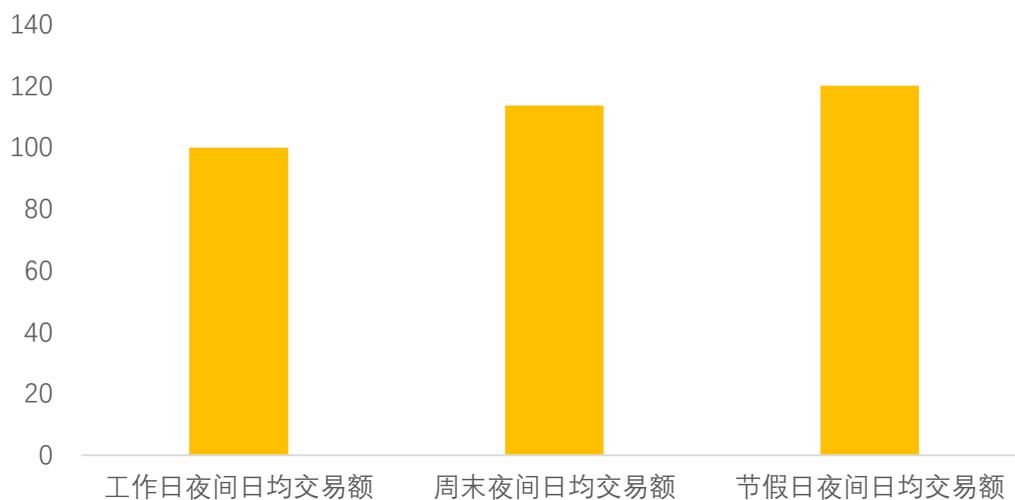


图 7 浙江省 2019 年工作日、周末及节假日夜间日均消费金额对比

数据来源：美团平台大数据

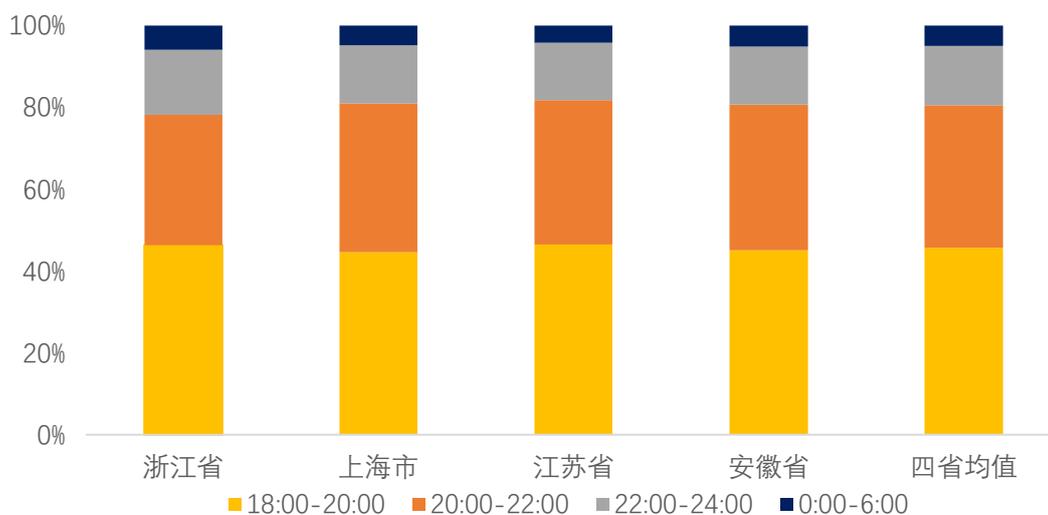


图 8 长三角地区 2019 年夜间分时间段消费额占比

数据来源：美团平台大数据

18:00-20:00 是正餐时段，这一时间段长三角三省一市的夜间消费金额在夜间消费总金额中的占比差异不大。相对来说，浙江省的深夜消费占比更大，22:00 之后的夜间消费金额占夜间消

费总金额的比例为 21.9%，在长三角三省一市中排名第一，高于第二名安徽省 2.5 个百分点（见图 8）。

（五）杭州市夜间消费金额占浙江省近四成

在浙江省各地市中，杭州市的夜间消费金额最高。2019 年，杭州市夜间消费金额占全省夜间消费总金额的 38.0%，其次为宁波（15.7%）、金华（9.7%）、温州（8.8%）、台州（7.0%）等市（见图 9）。

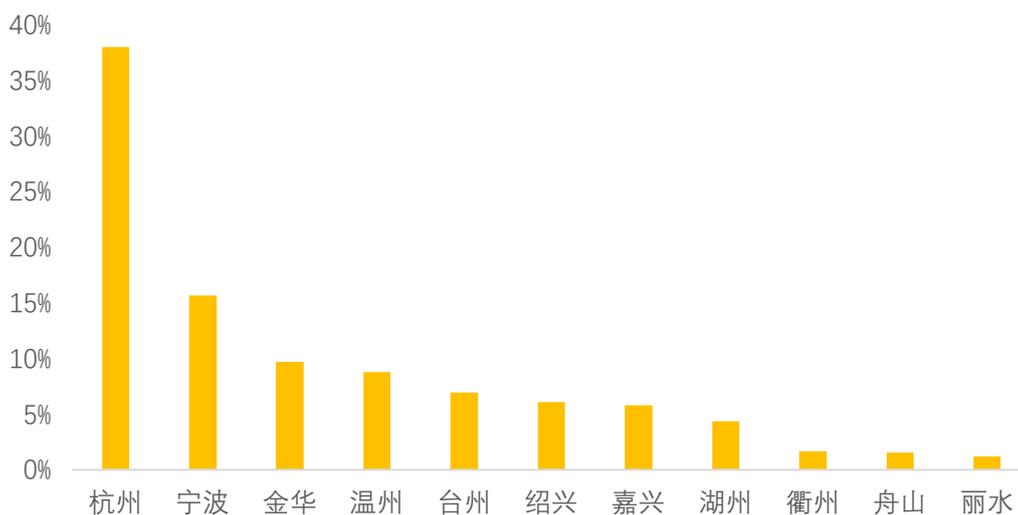


图 9 2019 年浙江省内各地市夜间消费金额
占全省夜间消费总金额的比重

数据来源：美团平台大数据

二、新冠肺炎疫情对浙江省夜间经济的影响情况

（一）浙江省夜间经济“V 型”复苏势头强劲

疫情期间，长三角三省一市的夜间经济发展均受到了疫情的严重冲击。2020 年 2 月的夜间消费占比，较正常水平均下降了

近 20 个百分点，降至 30%左右。其中浙江省的夜间经济受疫情影响最大，2020 年 2 月较 2019 年 12 月下降了 18.3 个百分点。至 2020 年 4 月，三省一市的夜间消费占比基本恢复至疫情前的水平（见图 10）。

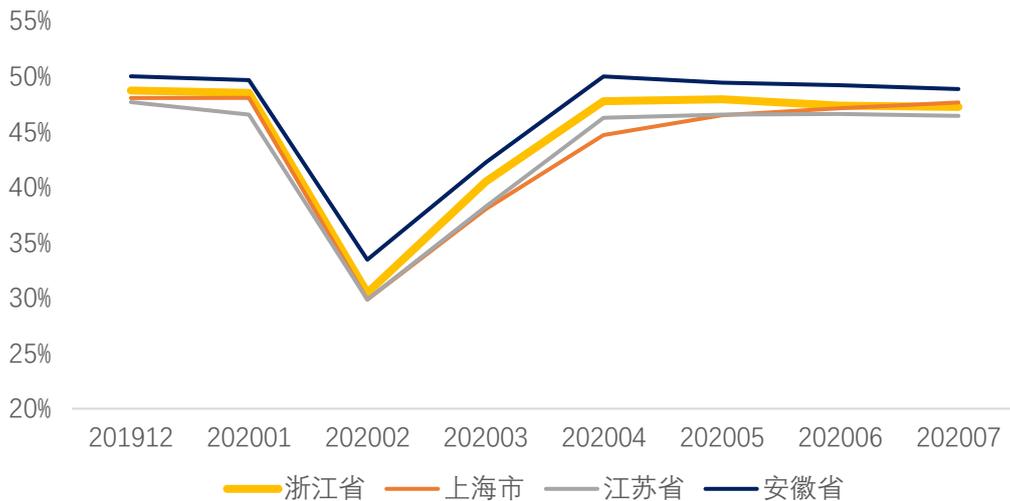


图 10 疫情前后长三角地区夜间消费占比变化情况

数据来源：美团平台大数据

（二）外卖在疫情期间起到夜间消费稳定器的作用

对比 2020 年 2 月与 2019 年 12 月数据可以发现，夜间消费属性强的品类均受到了疫情的严重冲击，酒吧、KTV 的夜间消费占比分别下降 42.4 和 16.1 个百分点。此外，堂食、文娱等“到店”类消费受疫情影响也非常严重，夜间消费占比分别下降了 18.1 和 21.1 个百分点。相对来说，外卖的夜间消费占比即使在疫情最严重时也基本保持稳定（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，将餐品送给外出

受限的广大市民，满足了刚需类消费需求，成为疫情期间保障居民日常生活、稳定消费的重要力量。

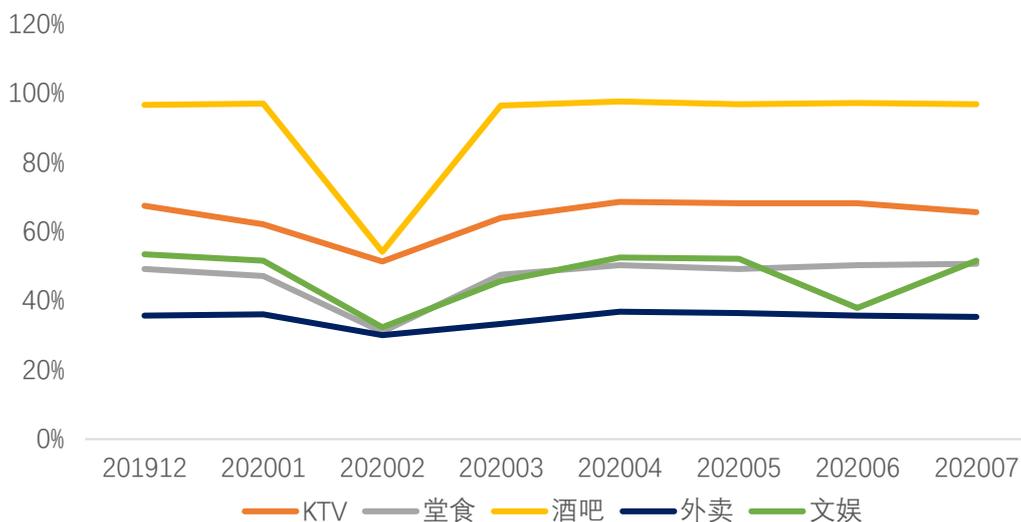


图 11 疫情前后浙江省各品类夜间消费占比变化情况

数据来源：美团平台大数据

（三）夜间消费加速回补，已超去年同期水平

截至 2020 年 7 月，浙江省夜间消费总额已达到 2 月的 9.1 倍，夜间消费金额提升幅度位列长三角三省一市之首。2020 年 7 月浙江省的夜间消费占比已回升至 47.2%，相比 2 月提高 16.7 个百分点，提升幅度位列长三角地区的第二位（见图 12）。从同比情况来看，2020 年 7 月浙江省夜间消费金额相比去年同期上升 12.9%，在长三角地区同比增幅最大。疫情期间，线上消费的优势进一步凸显；疫情得到有效控制后，人们被压抑已久的消费需求加速释放，都有效促进了浙江省夜间消费的加速回补（见图 13）。

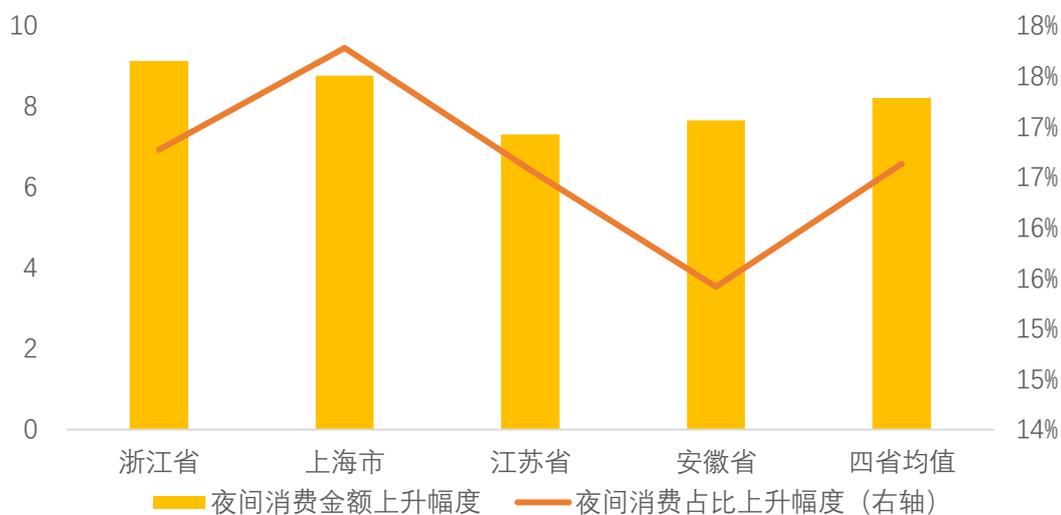


图 12 长三角地区 2020 年 7 月相比 2 月夜间消费金额及夜间消费占比上升幅度

数据来源：美团平台大数据

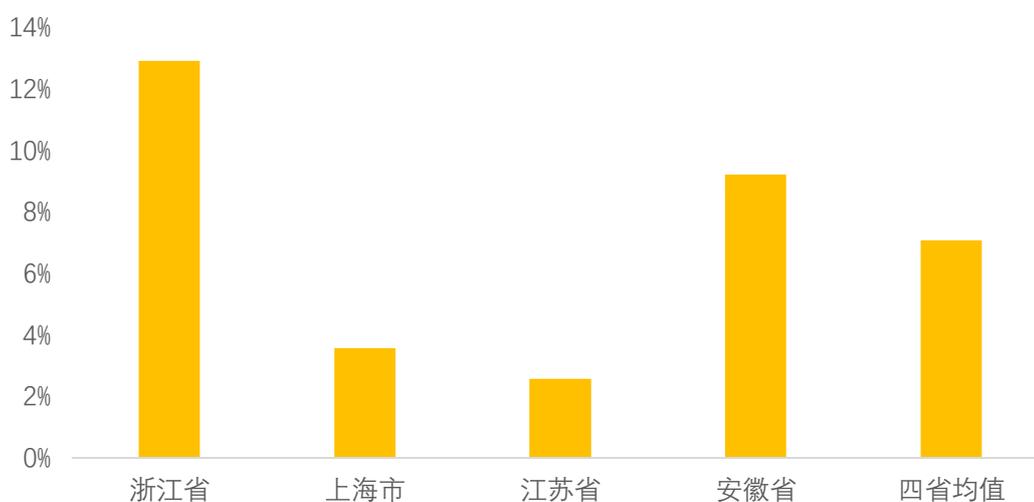


图 13 长三角地区 2020 年 7 月夜间消费总额同比变化情况

数据来源：美团平台大数据

三、浙江省夜间经济坚持多元化发展路径

(一) 外卖成深夜餐饮消费主要方式，小吃快餐、火锅、本帮江浙菜是夜间最受欢迎的餐饮品类

浙江省夜食消费总额在长三角地区排名第二。以浙江省2019年夜食消费总额为基准(100)进行比较,江苏省最高,达124.7,其次为浙江省、上海市(86.1)和安徽省(39.6)。在人均夜食消费金额方面,浙江省同样在长三角地区排名第二。以浙江省2019年人均夜食消费金额为基准(100)进行比较,上海市最高,达207.3,其次为浙江省、江苏省(90.4)和安徽省(36.4)(见图14)。

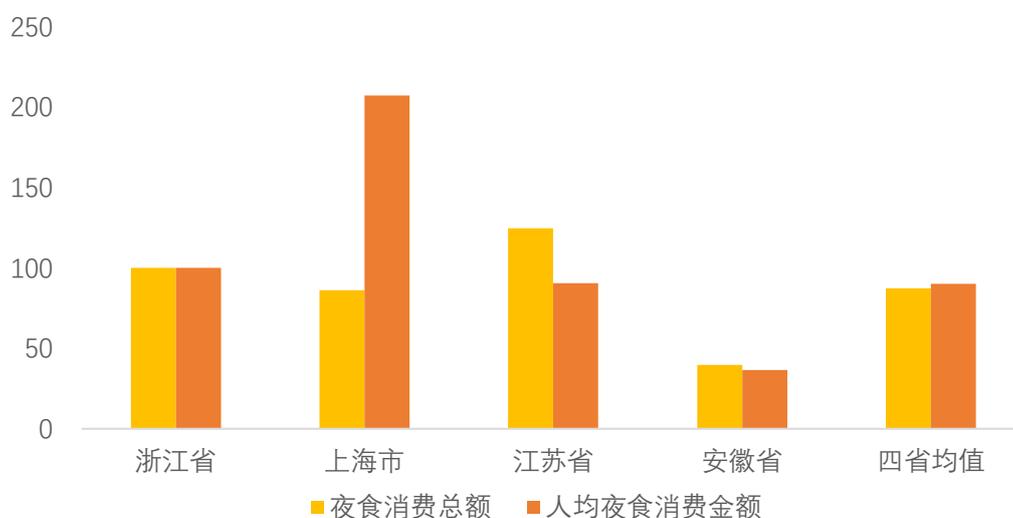


图14 长三角地区2019年夜食消费总额及人均夜食消费金额

数据来源：美团平台大数据

数据说明：各省/市夜食消费总额及人均夜食消费金额是分别以浙江省为基准100换算得到的相对值

从消费方式来看，浙江省堂食夜间消费占比为 54.1%，低于安徽省（58.6%）、上海市（55.4%）水平，高于江苏省（53.3%）水平。浙江省外卖夜间消费占比为 34.5%，低于安徽省（35.7%）、江苏省（34.8%）水平，高于上海市（33.2%）水平（见图 15）。

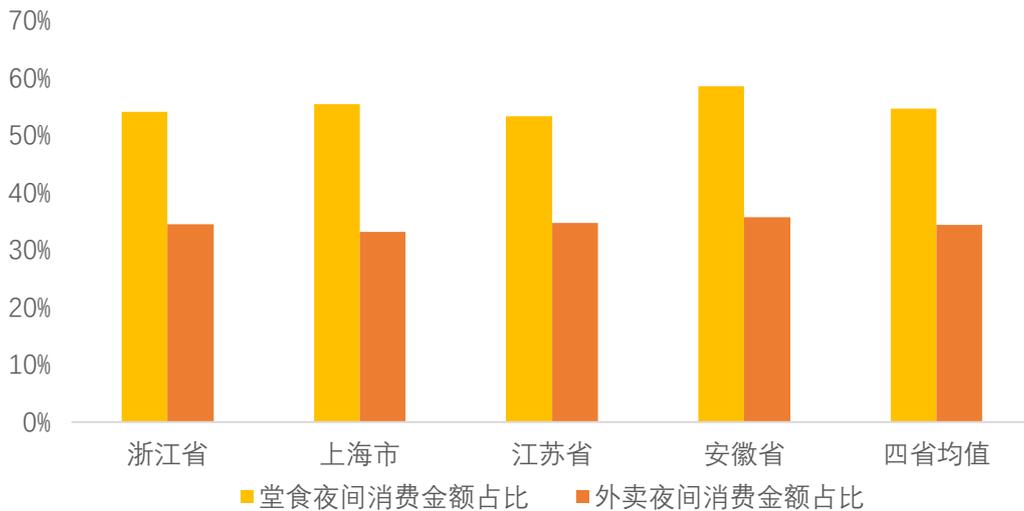


图 15 长三角 2019 年堂食和外卖夜间消费占比

数据来源：美团平台大数据

从夜食消费的分时段特征来看，外卖已成为深夜餐饮消费的主要方式。18:00-21:00 间，浙江省堂食订单量与外卖订单量基本相当。21:00 之后，外卖订单量占同时段餐饮订单量的比例明显增加。0:00 以后更是有八成以上的餐饮订单来自外卖（见图 16）。

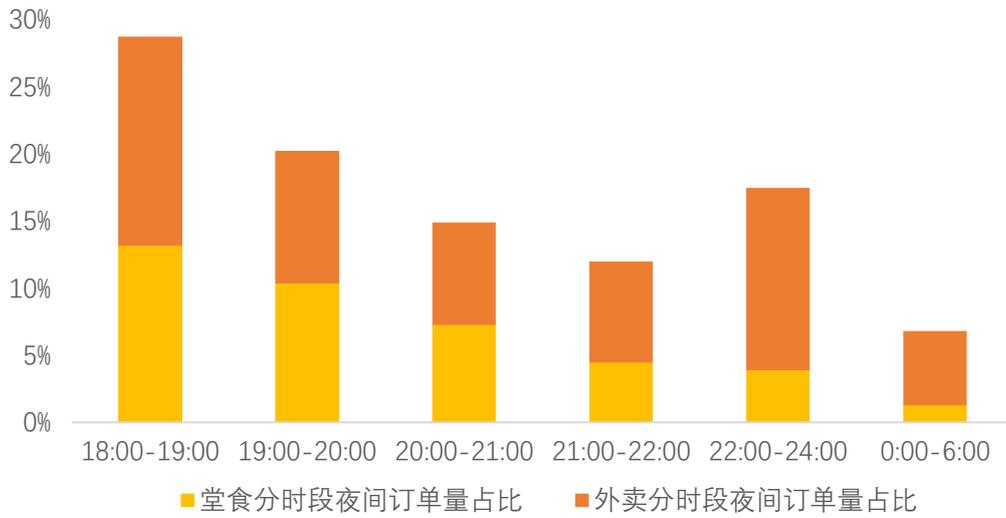


图 16 浙江省 2019 年夜食品类分时段订单量占比

数据来源：美团平台大数据

表 1 浙江省 2019 年夜食消费额及夜间人气 TOP 榜单

排名	夜食消费额 TOP10 品类	夜间人气 TOP10 餐饮品牌
1	小吃快餐	古茗
2	火锅	华莱士
3	本帮江浙菜	福建沙县特色小吃
4	西餐	正新鸡排
5	烧烤	杨国福麻辣烫
6	日本菜	1 点点
7	特色菜	肯德基
8	川菜	新时沏
9	饮品店	张亮麻辣烫
10	面包甜点	三米粥铺

数据来源：美团平台大数据

在夜间餐饮消费的不同品类中，小吃快餐、火锅和本帮江浙菜占据了浙江省夜食消费额的前三位。浙江小吃品种繁多，多以米面为主料，配料广泛又精细，运用蒸、煮、煎、烤、烘、炸、炒、余、冲等多种技法，形成咸、甜、鲜、香、酥、脆、软、糯、松、滑各色俱有的糕团点心、面食、豆品等小吃系列，吴山酥油饼、蟹黄汤包、绍兴臭豆腐、舟山海鲜面、宁波汤圆等中外驰名。而人气最旺的夜食品牌则集中在奶茶饮品（如古茗、新时沏）及快餐类（如华莱士、福建沙县特色小吃）品牌（见表1）。

（二）夜购行为在各时段分布较均匀，三成发生在深夜

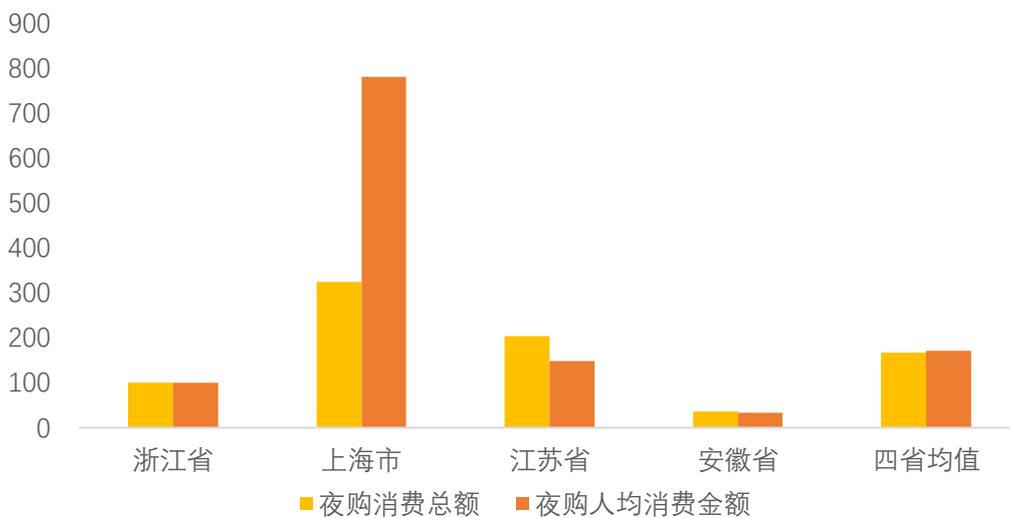


图 17 长三角地区 2019 年夜购消费总额及人均夜购消费金额

数据来源：美团平台大数据

数据说明：各省/市夜购消费总额及人均夜购消费金额是分别以浙江省为基准 100 换算得到的相对值

浙江省夜购消费金额在长三角三省一市中排名第三。以浙江省 2019 年夜购消费金额为基准（100）进行比较，浙江省低于上

海市（324.6）和江苏省（204.6）水平，高于安徽省（36.9）水平。在人均夜购消费金额方面，浙江省在长三角地区也排名第三。以浙江省 2019 年人均夜购消费金额为基准（100）进行比较，浙江省低于上海市（782.0）和江苏省（148.3）水平，高于安徽省（33.9）水平（见图 17）。

夜购行为在夜间各时段的分布比较均匀，18:00-21:00 之间每小时均分布了 17%-18%左右的订单量。21:00 之后，夜购行为有所减少。22:00 之后的深夜，仍集中了 30%左右的夜购订单量（见图 18）。在夜购消费品牌方面，浙江省人气夜购 TOP3 品牌分别为世纪华联、世纪联华和乐购超市（见表 2）。

表 2 浙江省 2019 年夜购人气 TOP10 品牌

排名	人气 TOP10 品牌
1	世纪华联
2	世纪联华
3	乐购超市
4	芙蓉兴盛
5	华联超市
6	好又多超市
7	FamilyMart
8	华润万家
9	罗森
10	快客

数据来源：美团平台大数据

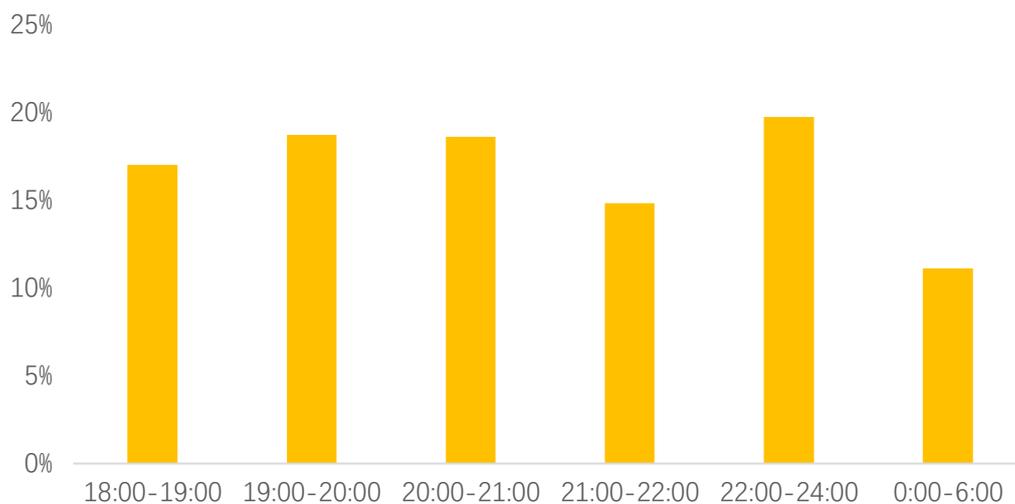


图 18 浙江省 2019 年夜购分时段订单量占比

数据来源：美团平台大数据

(三) 夜游消费金额在长三角地区位列第一

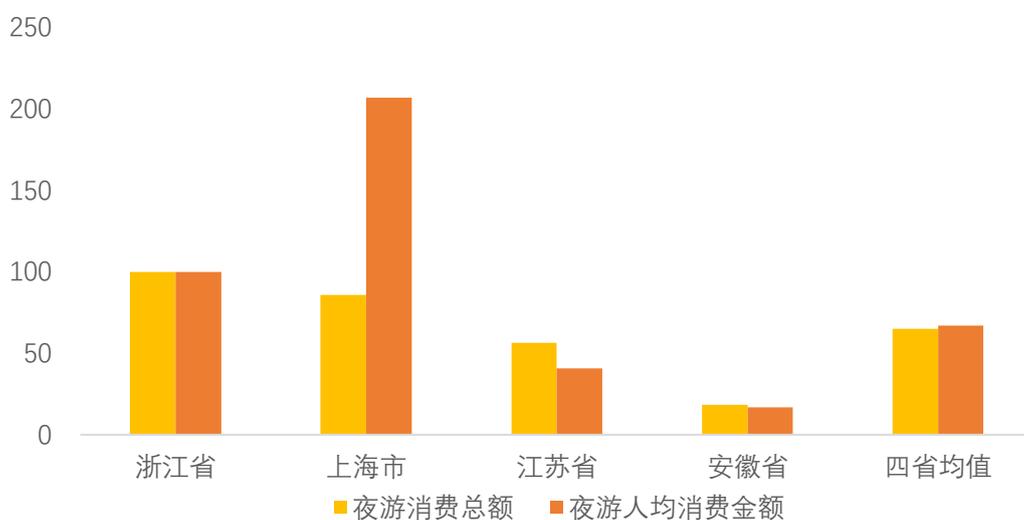


图 19 长三角地区 2019 年夜游消费总额及人均夜游消费金额

数据来源：美团平台大数据

数据说明：各省/市夜游消费总额及人均夜游消费金额是分别以浙江省为基准 100 换算得到的相对值

浙江省是我国知名旅游胜地，古镇风貌、水乡特色、山海文化等赋予了浙江旅游“诗画浙江”的金名片。以浙江省2019年夜游消费总额为基准（100）进行比较，浙江省夜游消费总额在长三角地区排名第一，高于上海市（85.9）、江苏省（56.4）和安徽省（18.2）。在人均夜游消费金额方面，浙江省在长三角地区排名第二，仅次于上海市（206.9）（见图19）。

近年来，乌镇西栅、南浔古镇、鼓楼3D灯光秀、海宁盐官观夜潮、安吉天荒坪电站观星等夜游特色景点的打造，为浙江省吸引了大量的过夜游客。2019年，浙江省的异地夜间消费用户数占比（夜间消费中异地用户数占总用户数的比重）为35.2%，在长三角地区排名第二，仅次于上海市（45.5%），高于安徽省（32.3%）和江苏省（30.7%）。其中，来自长三角其他省市的占比为13.2%，长三角以外地区的占比为22%（见图20）。

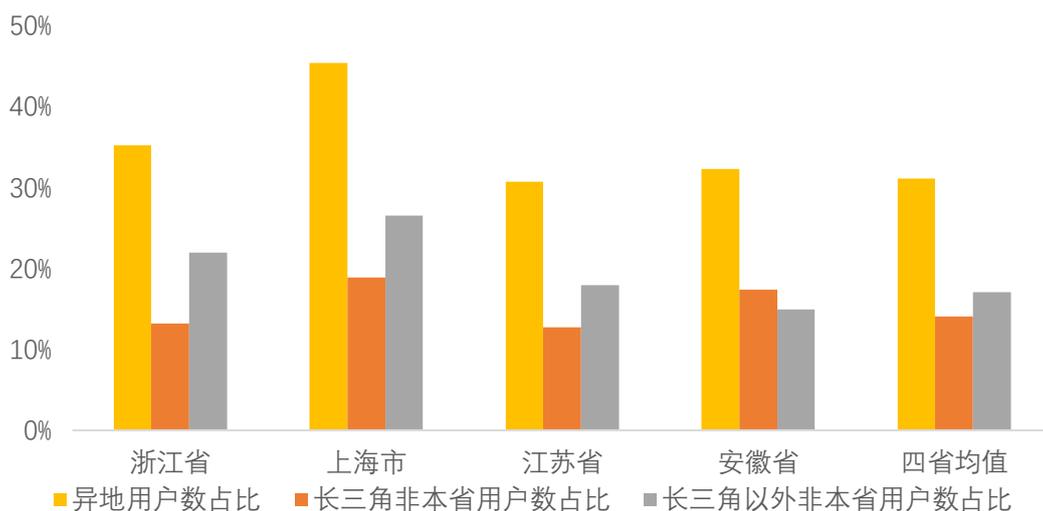


图20 长三角地区2019年夜间消费异地用户数占比

数据来源：美团平台大数据

（四）19:00 进入夜娱高峰期，唱 K、看电影、做美容是浙江人夜间娱乐的最爱

以浙江省 2019 年夜娱消费总额为基准（100）进行比较，浙江省夜娱消费总额在长三角地区排名第三，低于上海市（147.7）、江苏省（115.1）水平，高于安徽省（33.7）水平。在人均夜娱消费金额方面，以浙江省 2019 年人均夜娱消费金额为基准（100）进行比较，浙江人均夜娱消费总额在长三角三省一市中排名第二，仅次于上海市（355.9），高于江苏省（83.4）、安徽省（30.9）水平（见图 21）。

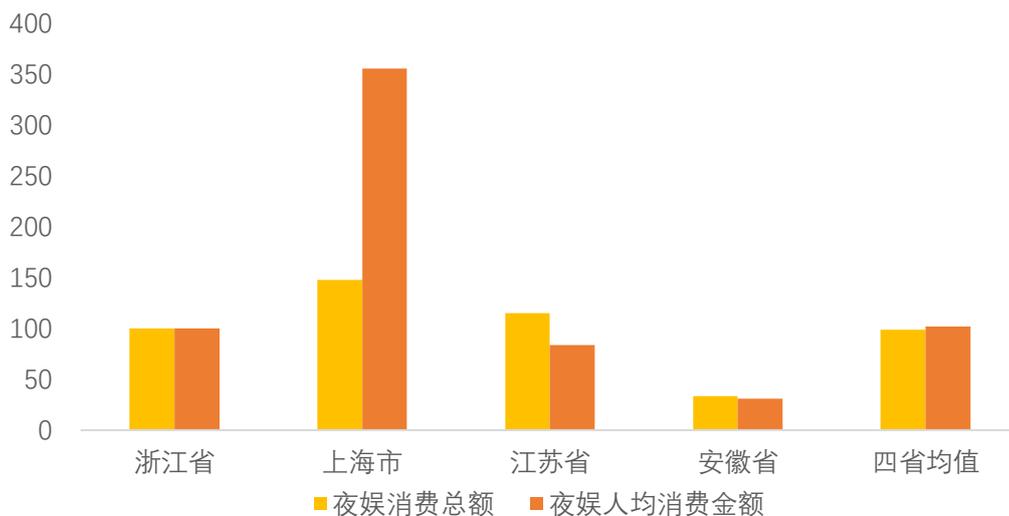


图 21 长三角地区 2019 年夜娱消费总额及人均夜娱消费金额

数据来源：美团平台大数据

数据说明：各省/市夜娱消费总额及人均夜娱消费金额是分别以浙江省为基准 100 换算得到的相对值

从夜间娱乐行为的时段分布来看，19:00 以后迎来夜间娱乐高峰，19:00-20:00 间的夜娱消费订单量占整个夜间时段总订单

量的 23.5%，其次为 20:00-21:00 时段，夜娱消费订单量占整个夜间时段订单量的 21.4%（见图 22）。

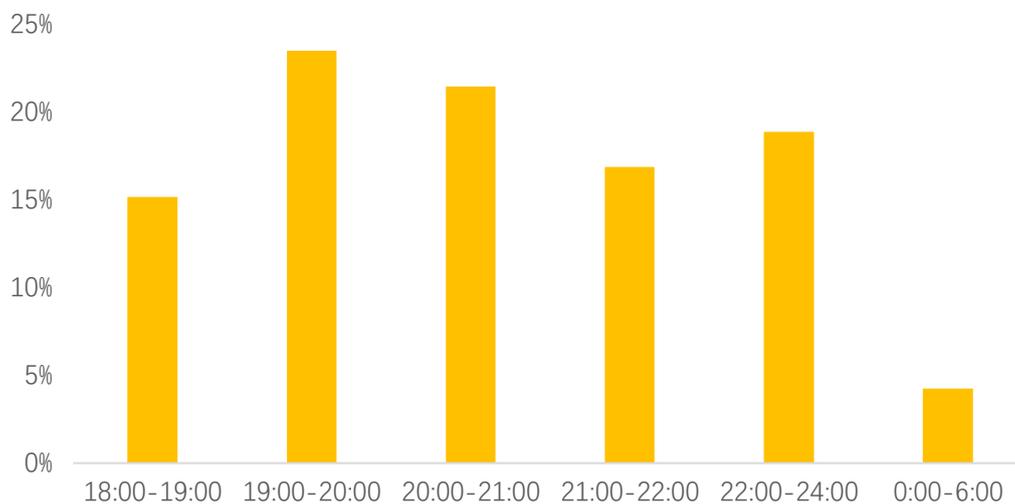


图 22 浙江省 2019 年夜娱品类分时段订单量占比

数据来源：美团平台大数据

表 3 浙江省 2019 年夜娱品类消费额及人气 TOP 品牌前 5 名

排名	夜娱品类	人气 TOP5 品牌
1	KTV	万达影城
2	电影演出赛事	横店影视
3	丽人	足本纪
4	酒吧	啱加啱量贩 KTV
5	运动健身	天空之城游乐体验世界

数据来源：美团平台大数据

浙江人夜间最喜欢的休闲娱乐方式是唱K、看电影和做美容，在这三个品类方面的夜间消费金额最多，其次为去酒吧和运动健

身。夜间人气最旺的休闲娱乐 TOP5 品牌为万达影城、横店影视、足本纪、呷加呷量贩 KTV 和天空之城游乐体验世界（见表 3）。

（五）新业态不断涌现，个性化、体验式的消费模式蓬勃发展

随着我国经济转向高质量发展阶段，人民对美好生活的向往不断升级，也催生出一系列消费新业态新模式。浙江省 2017-2019 年新业态夜间交易金额复合增长率达到 82.5%，在长三角三省一市中位列首位（见图 23）。从细分情况来看，美容塑形、入住特色酒店、数字技术体验等新业态、新模式是最受消费者喜爱的夜间休闲娱乐方式（见表 4）。

表 4 浙江省 2019 年新业态夜间交易额 TOP10 品类

排名	新业态品类
1	保护颜值
2	边住酒店边看大电影
3	边住酒店边玩电竞
4	产后保持身材
5	沉浸式体验
6	吃调性
7	独享电影
8	给宠物留下记忆
9	和朋友一起过生日
10	机器人提供服务

数据来源：美团平台大数据

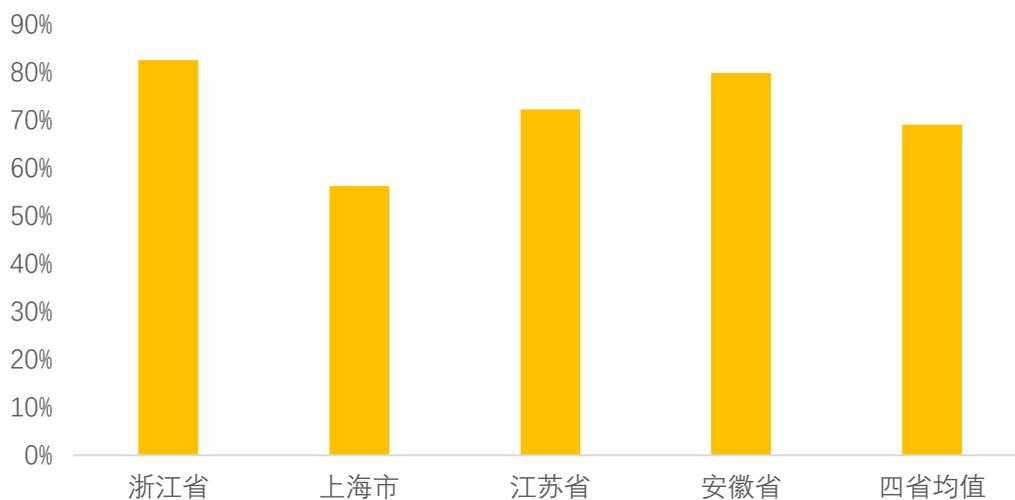


图 23 长三角新业态夜间交易金额复合增长率

数据来源：美团平台大数据

四、发展壮大浙江省夜间经济的政策建议

夜间经济是一个城市的名片，是城市经济开放度和活跃度的晴雨表。发展夜间经济，可以激活城市活力、促进就业、提升消费，带动文化、旅游、住宿、餐饮等多个行业发展，满足人民群众日益增长的美好生活需要。近年来，浙江省陆续出台《浙江省商务厅等 14 部门关于印发加快夜间经济发展促进消费增长实施意见的通知》、《关于开展省级夜间经济试点城市创建工作的通知》、《浙江省人民政府办公厅关于提振消费促进经济稳定增长的实施意见》等政府工作文件，其中多次提及加强夜间经济整体规划布局、打造地标性夜生活集聚区、创新夜间经济业态模式、丰富夜间经济消费场景、加快夜间经济数字化等战略布局和政策措施，为浙江省夜间经济的发展奠定了基础，指明了方向。建议

在此基础上关注如下方面，进一步提升浙江省夜间经济发展水平。

一是积极推动文化与夜间消费场景的融合。“夜间经济”不能仅仅是白天经济的延续，必须要有与白天不一样的、更吸引人的消费体验。要注入科技、文化、艺术等元素，通过文化与旅游融合、文化与科技融合，充分利用新业态发展的潜在优势，引导和支持省内各地市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。在进一步完善“食、游、购、娱、体、展、演”等在内的多元夜间消费市场的同时，大力塑造夜间经济特色，打造夜间消费品牌。充分挖掘浙江省不同地区独特的人文传统和深厚的文化内涵，鼓励发展老字号、品牌餐饮、时尚酒吧、精品购物等业态，尽快实施夜间经济主题品牌创建工程，打造一批群众认可度高、经营特色鲜明的夜间经济品牌项目。

三是要发挥省级夜间经济试点城市和培育城市的辐射带动作用。要从城市繁荣度、商业成熟度、夜间消费活跃度、业态完善度、环境美化度、消费舒适度、政策引领度等多个维度，打造布局合理、管理规范、各具特色、功能完善的夜间经济试点城市（区域），形成与高质量发展、高品质生活相匹配的夜间经济体系。

四是加大宣传和推介力度，提升浙江省夜间经济的知名度和

美誉度。依托世界浙商大会、国际文化节等展会平台，通过承办国内外大型活动，在文创、艺术、旅游、美食等领域积极寻求国际合作，充分展示浙江省夜间经济形象。同时要健全对外宣传和城市形象推广机制，建立与国内外主流媒体的战略合作关系，借助国内外媒体专业能力和国际影响力推介浙江夜间经济。特别要拓展多渠道的传播途径，充分发挥本土知名企业家、音乐人、电影明星、技艺大师等名人效应，用好现代新媒体传播工具。

五是鼓励夜间小店经济的发展，提升夜间经济活力。中小商家是繁荣夜间经济的重要力量，要通过创新监管理念和方式，实行包容审慎监管，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。要注重品质和口碑提升，在线上线下树立品牌形象，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。

六是加强夜间经济配套保障，优化夜间营商环境，加大政策和资金支持。把握后疫情时代消费需求加速释放的重大机遇，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。支持在浙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。从财政扶持、金融支持、土地保障等方面加大对浙江省夜间消费型城市基础设施建设的支持。特别是要健全金融基础设施服务体系，推进国际化结算和货币兑换平台建设，大力发展电

子支付、移动支付等新兴支付方式，全面提高支付与结算的便利性。

美团研究院 厉基巍 刘婉莹 魏诗谣 许紫媛