

2022年轻人过年 新趋势洞察

CBNDATA × 饿了么 × NSRC 阿里新服务研究中心
第一财经商业数据中心

内容支持：饿了么市场营销及品牌合作业务中心

© 2022 CBNDATA . All rights reserved.

目录

TABLE OF CONTENTS

1

第一部分

年轻人主导“年货采办权”

2

第二部分

多维场景玩转新年货

3

第三部分

花样解锁年味新趋势

CHAPTER 01

第一部分

年轻人主导 “年货采办权”

2022 NIANHUO

和家人团聚依然是年轻人的过年主旋律

春节作为传统节日，承载了年轻人浓厚的情感和殷切的期盼。对于大多数年轻人来说，春节意味着能和家人一起团聚，能够感受传统节日独特的文化氛围，意味着告别旧岁，迎接新一年的开始。

对年轻人来说，

春节

意味着什么？

93%

和家人一起团聚

81%

感受传统节日的氛围

76%

迎接新的一年

62%

7天小长假，放松身体

数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

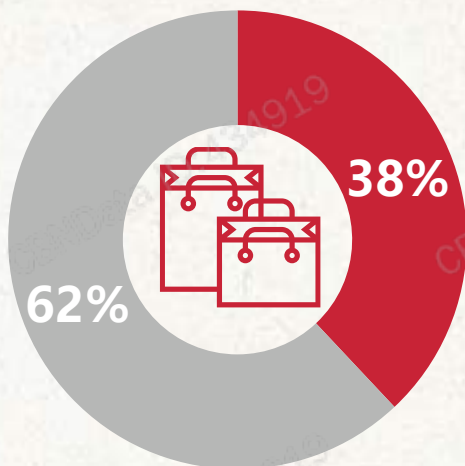
调研问题：对您而言，春节的意义是？
大数据·全洞察

年货消费主体向年轻一代靠拢，95后逐渐接过“年货采办权”

饿了么公开数据显示，已经将近4成的年货外卖由**95后**下单。阿里妈妈春节消费人群中，**90后、95后消费者**增长迅速，作为新时期的消费潜力军，年轻人们正在接过新春**年货采买权**。

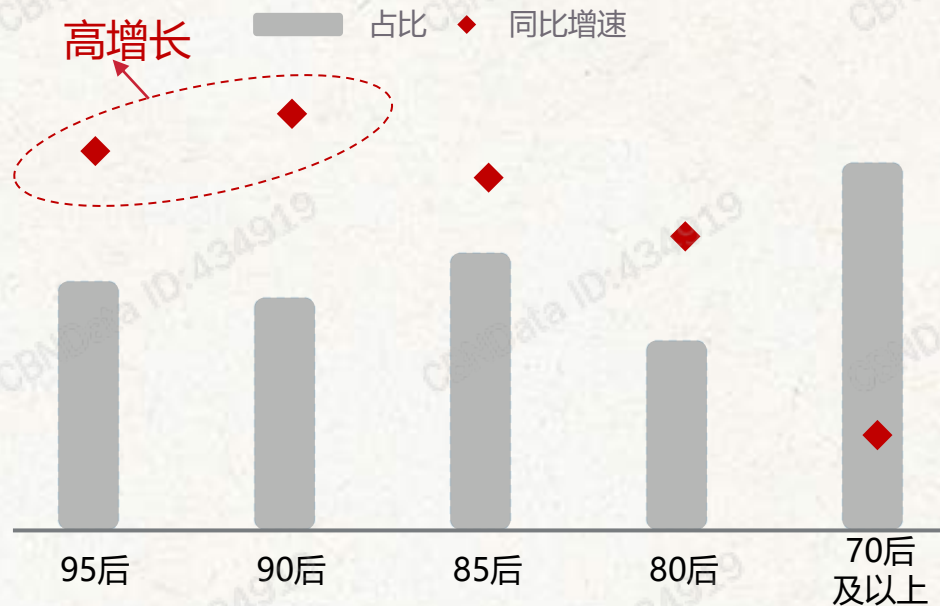
2020年夜饭“操盘手”占比

■ 95后 ■ 其他



数据来源：饿了么2020年公开数据

2020春节期间消费人群



数据来源：阿里妈妈《春节场景营销洞察》

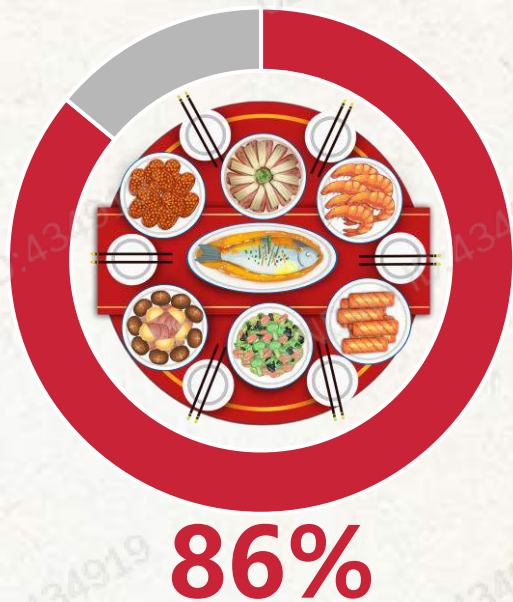
数据说明：春节期间覆盖腊八到元宵节

年轻人过年姿势千千万，办年货吃年夜饭仍是重头戏

拒绝枯燥和乏味是年轻人的生活态度，在过年这件大事上，他们同样过出了新花样。尽管聚会过年、宅家过年、吃席过年、游戏过年等过年新方式层出不穷，但绝大多数人心中，**最重要的依然是置办年货和吃年夜饭。**

年轻人花式过年大揭秘

置办年货，吃年夜饭



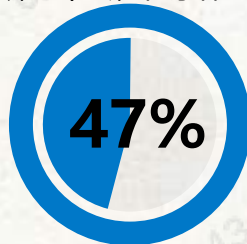
聚会过年

(老同学聚会、朋友聚餐)



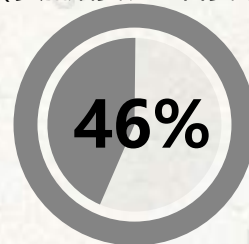
宅家休息

(哪也不去，在家休息)



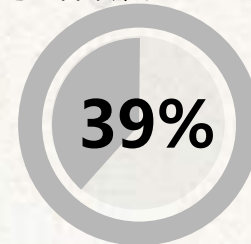
吃席过年

(参加婚宴、生日宴等)



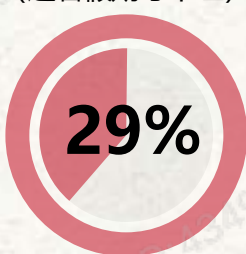
游戏过年

(相约王者荣耀、“吃鸡”)



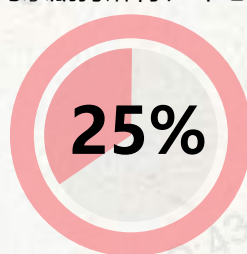
学习充电

(趁着假期考个证)



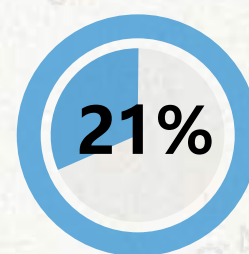
麻将过年

(约亲朋打麻将、斗地主)



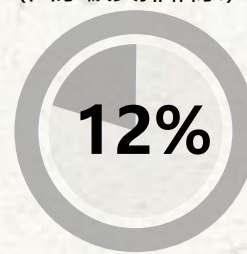
出门旅游

(趁着长假，带家人出门旅游)



相亲过年

(回家被安排相亲)



数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

调研问题：您今年更偏好怎么过春节？
大数据·全洞察

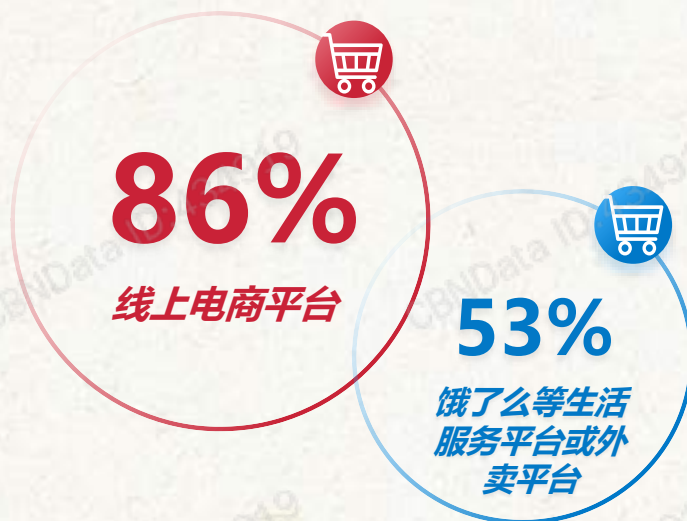
倡导“就地过年”，进一步助推年轻人线上办年货

疫情常态化防控背景之下，多地发出“**就地过年**”的倡导。为减少人员流动与接触，年货购买渠道逐渐转到线上平台。调研数据显示有53%的消费者将目光投向了饿了么等生活服务平台或外卖平台。**平台丰富的货品品类、超高性价比以及高效配送**成为他们选择线上渠道的重要因素。



数据来源：公开资料整理

消费者年货购买渠道选择



数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

调研问题：您购买年货的方式通常是？
大数据·全洞察

年货消费线上渠道选择因素



数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

调研问题：为什么会通过这样的方式购买年货？

CHAPTER 02

第二部分

多维场景玩转新年货

NIANHUO · 2022

年货使用场景多，吃喝玩乐全包罗

消费者年货采购使用场景变得愈发多样，**囤年货大礼盒、备年夜饭大餐、买零食大礼包**过年是主要的消费场景需求。为满足多元场景消费诉求，饿了么等生活服务平台或外卖平台同样在年货节期间推出商超零售采买、大size供给等方式，向用户传递浓浓年味。

消费者年货使用场景调查

79%

给家里囤
年货



大型商超、便利店
等零售业务

75%

准备年夜饭



生鲜、冷链、半成品、酒水等

74%

购买年味
零嘴



大size零食礼包、
水果、蜜饯干果等

66%

走亲访友



(礼盒装)
零食干果、酒水乳
饮、生鲜水果等

56%

日常用品
储备



米面粮油、清洁用
品、防疫物品等

48%

假期犒赏



奶茶果汁、炸鸡披萨、
烤串炸串等

饿了么年货节供应

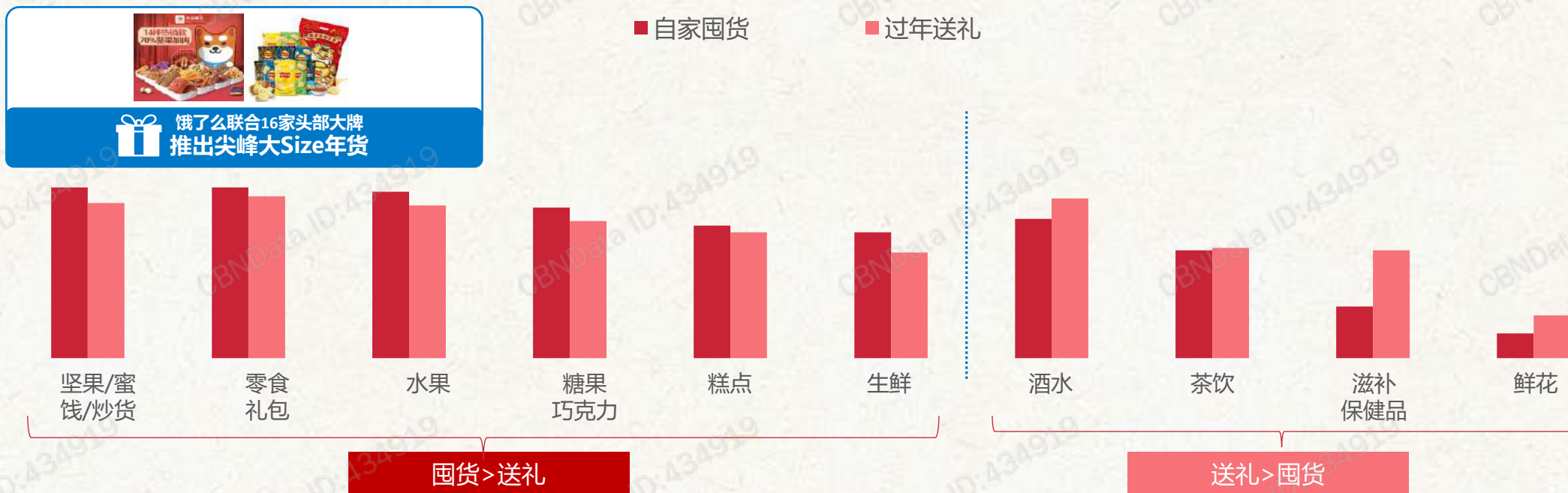
数据来源：CBNData 2022年01月调研数据，图片源自网络

调研问题：您春节期间购买年货是为了？
大数据·全洞察

坚果零食人气高，oversize年货成新宠

在**自家囤货**及**过年送礼**两大年货消费场景下，坚果/蜜饯、零食礼包、水果是最受偏好的品类，而酒水、滋补保健品、鲜花则在送礼场景下更受欢迎，其中大分量年货更适合分享和欢聚。

不同场景下消费者购买年货品类偏好



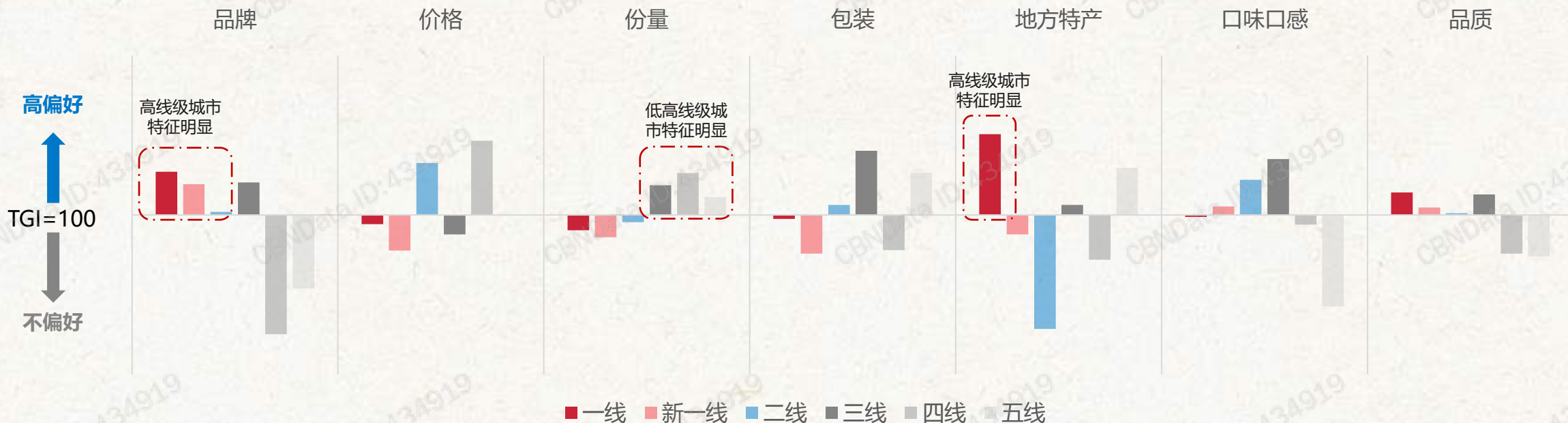
数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

调研问题：您在过年送礼/自家囤货时，一般会选购什么年货？
大数据·全洞察

不同地域年货偏好差异大，一线城市更注重品牌和地方特产

不同城市线级之间对年货购买因素偏好度具有明显差异，**高线级城市**更偏好地方特产及知名品牌，而**低线级城市**则更看重年货份量是否充足。

不同城市级别年货购买考量因素偏好度分布



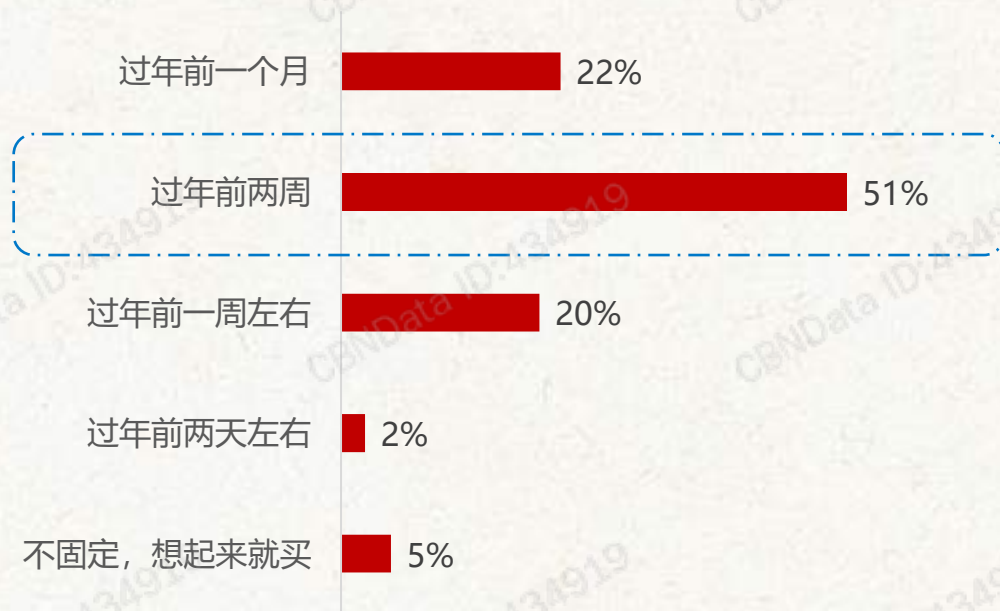
数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

数据说明：TGI=不同城市级别年货购买因素占比/整体人群年货购买因素占比*100，TGI>100表示偏好

年货不必早早囤，7成年轻人五千元以内搞定年货

丰富充足的年货品类和高效的配送方式使得年货的采买不再需要早早规划，超半数消费者的年货采购时间集中在**过年前两周**左右。而在年货预算的规划上，有四成左右的消费者将年货预算定在**两千元至五千元**左右。

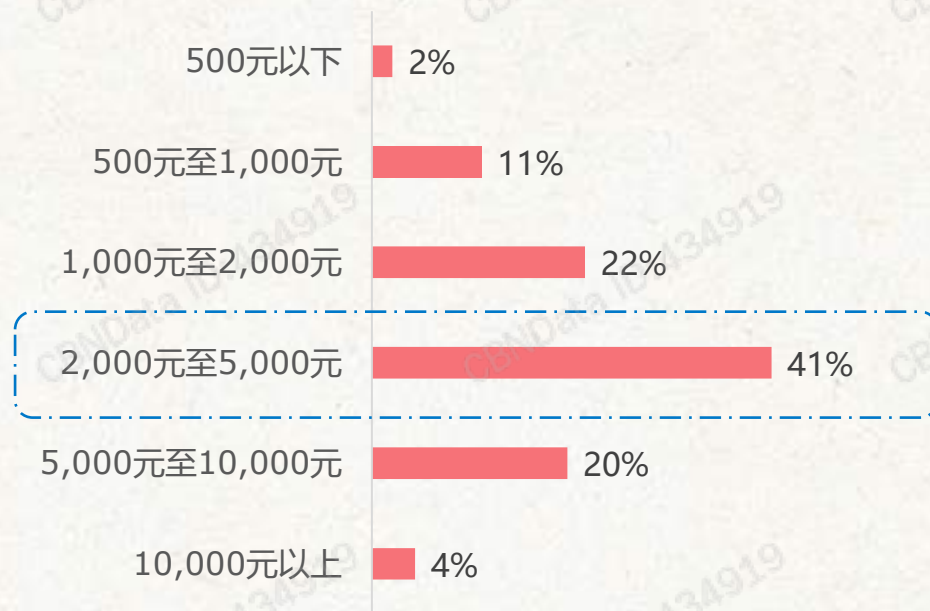
消费者年货采购时间调查



数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

调研问题：您一般在什么时间采购年货？

消费者年货采购预算调查



数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

调研问题：您在过年期间采购年货的经济预算大概是多少元？

CHAPTER 03

第三部分

花样解锁年味新趋势



2022 NIANHUO
2022 NIANHUO

年夜饭新吃法 | 懒人经济盛行，半成品预制菜成功俘获当代年轻人

凭借着简单方便的烹饪方式、丰富多样的菜品选择，**半成品预制菜**成功俘获当代年轻人**“懒宅馋”**场景下的用餐需求。据饿了么数据显示，随着春节假期的临近，饿了么平台预制菜品订单量**同比增长超过70%**。

线上配送平台预制菜购买情况



数据来源：饿了么2021年公开数据

数据说明：*预制菜：指经过分切、腌制、调味等预加工后的成品或半成品，可以通过加热等方式直接食用的便捷菜品。用现代标准化通过中央厨房集中生产；科学包装；采用急速冷冻技术保存，以及时保障菜品的新鲜度和原味。

消费者选购预制菜的原因



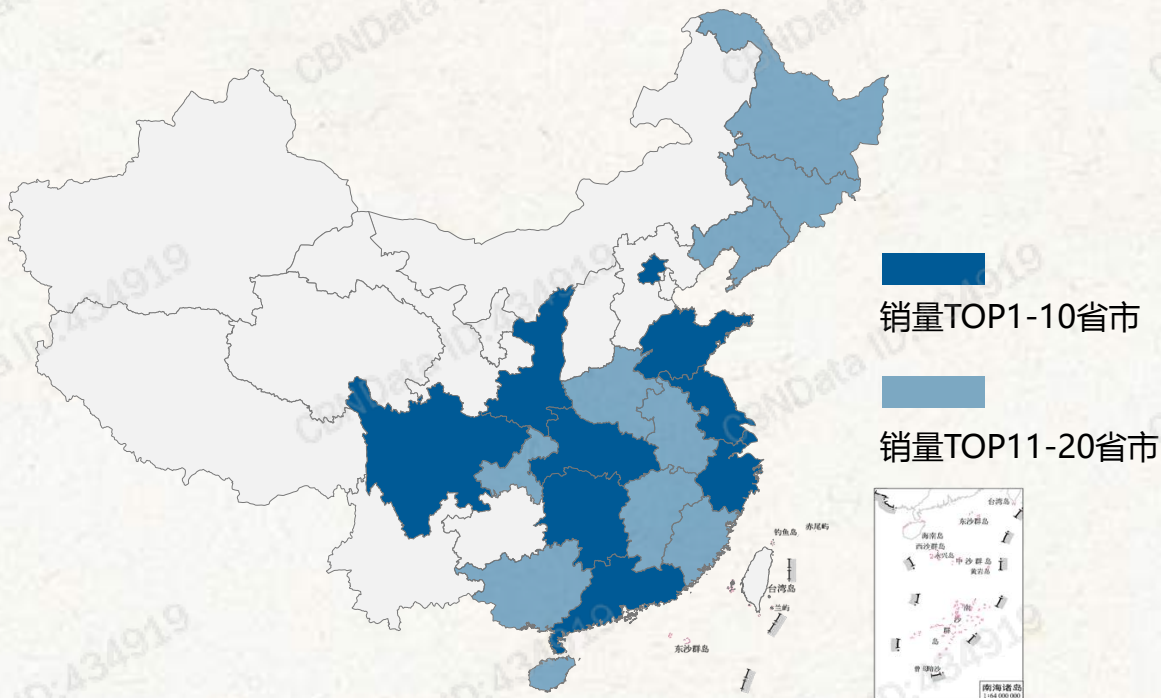
数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

调研问题：您一般是出于什么原因选择购买半成品菜品？

年夜饭新吃法 | 上海北京“干饭人”更偏爱高效的半成品年夜饭

“生命不息，干饭不止。” **东部及中部省市**成为年夜饭预制菜消费的主要区域，而**上海、北京**则牢牢占据“干饭”主力军城市。其中山东、陕西两地近两年线上预制菜消费排名增长迅速，逐渐成为潜力“饕餮”省份。

2021年夜饭期间线上预制菜品销量趣味地图



数据来源：饿了么，城市排名按订单量计算

数据说明：年夜饭期间覆盖腊月廿八到大年三十

年夜饭期间线上预制菜品销量TOP10省市排名变化

省份/直辖市	2021年排名	2020年排名
上海	1	1
北京	2	2
四川	3	4
山东	4	15
江苏	5	7
湖北	6	3
广东	7	6
陕西	8	12
湖南	9	8
浙江	10	9



“干饭”
主力城市



潜力“饕餮”
省份

数据来源：饿了么，城市排名按订单量计算

数据说明：年夜饭期间覆盖腊月廿八到大年三十

年夜饭新吃法 | 就地过年也要有仪式感，一个人也要好好享用年夜饭

即使“就地过年”也要过出精致仪式感，“一人食”年夜饭需求不断涌现。同时各个餐饮品牌在线上也推出“一人食”年夜饭套餐，为就地过年的人送上一份热腾腾的年味大餐。

“一人食”需求涌现



“第一年自己在外面过春节，听上去惨兮兮，但实际太爽了，不用去一些不想去的饭局，还能在家里坐等收红包，点自己想吃的菜，**外卖装盘，撒点芝麻也还是这么回事儿了。**”



“**过年不管在哪里，一个人也要吃顿好的**，年夜饭这种专业的东西还是交给专业的人来做，我就负责吃就好啦。外卖一顿大餐，一个人也要有过节的仪式感。”

数据来源：微博、小红书公开数据

餐饮品牌线上推出“一人食/小份量”年夜饭套餐 (示例)

一人食

小份量

(2-3人套餐)

四季民福

望湘园

南京大牌档

绿茶餐厅

眉州东坡

临家闽南菜

桂满陇

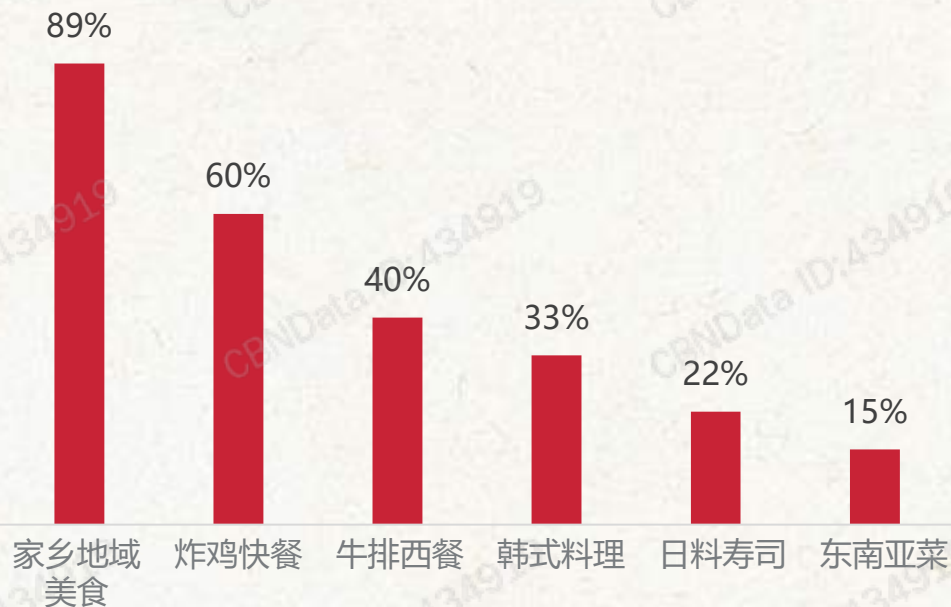
西贝莜面村

数据来源：公开资料整理

年夜饭新吃法 | 居外更思乡，9成年轻人异地过年时用外卖循回家乡味

有将近9成消费者表示在异地过年时，**家乡地域美食是最令人牵肠挂肚的风味**。作为吸纳外来人口最多的北京、上海承载了太多异乡人对家乡的思念，2021年年夜饭期间，云南菜、江浙菜、西北菜、川湘菜、徽菜成为线上的高偏好菜品，而外卖平台凭借着**丰富的地方菜系**为异乡“打工人”送去一份地道家乡味。

异地过年时，偏好的美食风味



数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

调研问题：异地过年时，您比较喜欢吃什么风味的美食？

在城市不断发展过程中，各地区人口不断流动和迁居，据百度地图《2020年度中国城市活力研究报告》显示，**北京、上海**在强吸纳人口地市排名中位居前茅，承载了许多异乡人的梦想与青春。

2021年夜饭期间饿了么平台 北京vs上海 地域菜系偏好度词云
(TGI>100) (词云不包含个地方本地菜系)



数据来源：饿了么；词云颜色随机，词越大表示偏好度越高

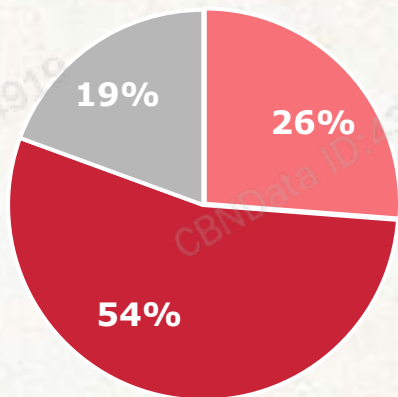
数据说明：年夜饭期间覆盖腊月廿八到大年三十；菜系TGI=某地域某菜系订单量占比/全国某菜系订单量占比*100，TGI>100表示偏好

拜年新趋势 | 人未到礼先行，年货异地下单让年味提前送达

尽管不在家人身边，但通过外卖就可以将心意传达，有近八成的消费者表示，在异地过年时，肯定或者有考虑过通过外卖平台**远程为家人下一份新春年货**，其中水果、生鲜、养生滋补品最受到消费者青睐。

异地过年时，您有考虑过通过外卖平台远程为家人下单年货吗？

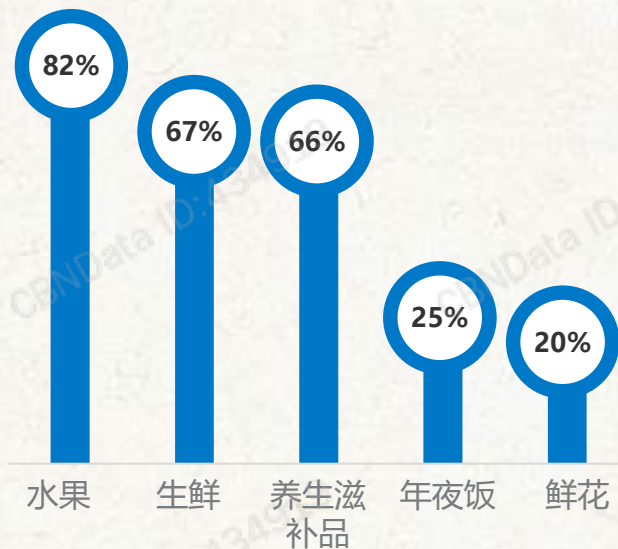
■ 肯定会 ■ 有考虑过 ■ 从未考虑过



数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

调研问题：异地过年没能和家人在一起时，您有考虑过通过外卖远程为家人下单年货吗？

异地下单年货品类偏好调查



数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

调研问题：您想要通过外卖为家人下单哪些年货呢？
大数据·全洞察

饿了么年货节活动



强推商超、生鲜、水果、零食干果、绿植鲜花等零售品类，满足消费者年货采买需求。



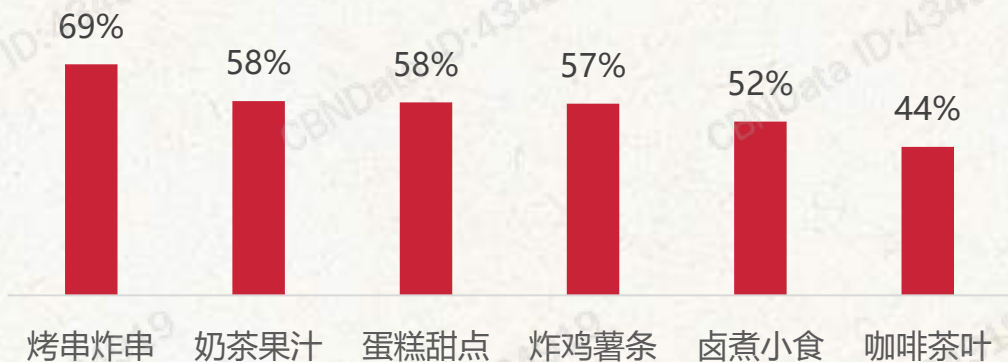
资料来源：饿了么；图片源自网络

社交新选择 | 奶茶烤串成为过年气氛组担当

数据显示2021年春节期间，**奶茶外卖订单同比增长超3倍**，在春节期间放肆享用烤串、奶茶、蛋糕，成为年轻人的过年期望。细分至不同城市级别，一线青年对咖啡茶叶、蛋糕甜点尤为青睐，而新一线&中线青年们则更热衷于炸鸡烤串、奶茶果汁。

饿了么数据显示，2021年春节期间，奶茶、咖啡等外卖订单均有较大增幅，其中，奶茶的外卖订单量同比**增长超3倍**

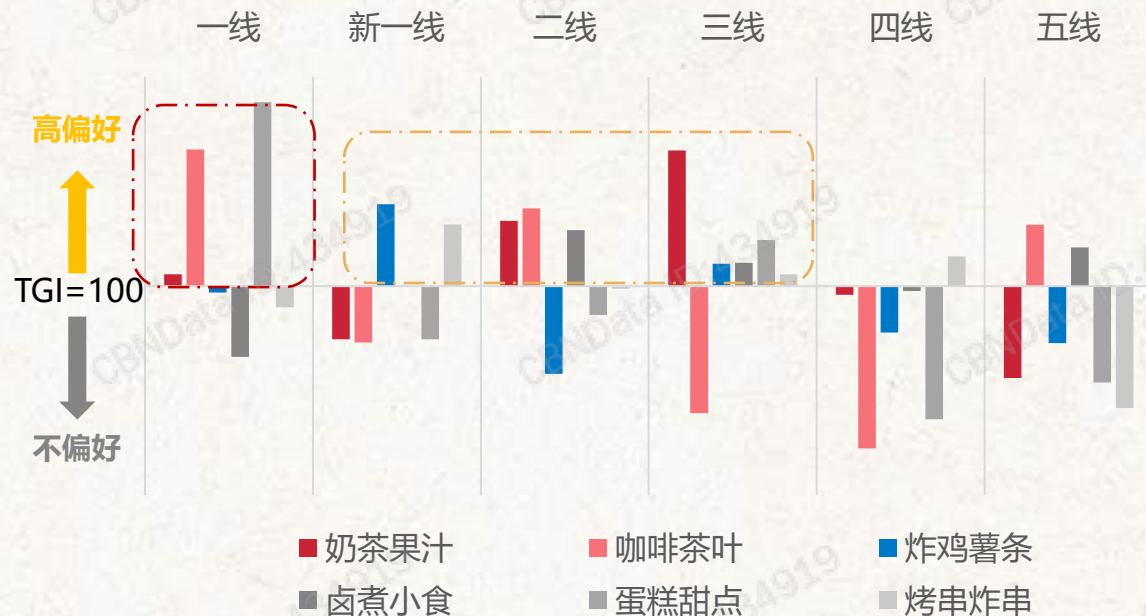
过年期间，消费者希望吃到的外卖小食调查



数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据，饿了么2021年公开数据

调研问题：您在过年期间，希望吃到哪些外卖小食？

不同城市级别消费者过年期间外卖小食偏好度对比



数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

数据说明：TGI=不同城市级别小食偏好占比/整体人群小食偏好占比*100，TGI>100表示偏好

社交新选择 | 电影扑克麻将稳居前三，桌游密室剧本杀人气飙升

过年不枯燥，攒局不停歇。当代年轻人们不甘于过年宅家的乏味，努力寻找新乐子。调研发现，**看电影、打扑克/打麻将**成为过年期间最受期待的娱乐活动，而各类**桌游卡牌、密室/剧本杀**活动也成为年轻人新年交友聚会的新潮流。



数据来源：CBNDATA 2022年01月调研数据

调研问题：您在过年期间，希望和朋友/家人参加哪些娱乐活动？

大数据·全洞察

社交新选择 | 东北人成“台球王者”，华南人“嗜宠如命”

细分至不同区域来看年轻人的过年娱乐活动偏好，华中、华东、华南区域消费者更爱参加美甲美发、密室/剧本杀、KTV、扑克麻将等娱乐活动。横向对比不同活动偏好，台球娱乐在东北地区偏好度远超其他地区，而华南人们则对撸猫/撸狗表现出更大的兴趣。

不同地域消费者过年娱乐活动偏好度对比

	东北	华北	华中	华东	华南	西南	西北
看电影	83	105	107	100	99	106	97
扑克麻将	106	99	106	103	103	104	83
打游戏	85	100	109	101	97	107	99
KTV	65	103	110	103	120	90	100
运动	70	86	97	90	113	136	100
桌游卡牌	104	117	92	107	99	87	91
密室/剧本杀	98	111	93	116	122	76	76
美甲/美发	35	97	140	133	133	77	67
台球	138	100	98	83	119	84	96
猫咖/狗咖	138	126	86	95	161	46	57

数据来源：CBNData 2022年01月调研数据

数据说明：TGI=不同区域过年娱乐占比/整体人群过年娱乐活动占比*100，TGI>100表示偏好
大数据·全洞察

DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：CBNData 调研数据、饿了么、公开资料整理

具体指标说明：

CBNData 调研数据

- 投放对象：为保证研究质量，甄别曾经购买过年货的人群为有效样本；问卷针对年轻消费群体，甄别00后、90后、80后人群为有效样本；
- 样本数量：N=1,000
- 性别配额：男性：女性=1：1

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

若无特殊说明，调研数据皆从1000人的问卷结果总结得出。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明



本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权归上海应帆数字科技有限公司（以下简称“我司”）及饿了么双方共有。

凡未经版权方书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯版权方版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

报告作者：胡文静、魏宇彤
视觉设计：庄聪婷、张国磊
联系我们：Data@cbndata.com
商务合作：BD@cbndata.com
加入我们：JOB@cbndata.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）隶属于上海文化广播影视集团（SMG），是国内领先的消费研究机构及数字化增长服务商，致力于洞察消费行业前沿动态，提升企业品牌的运营及决策效率。

CBNData以跨领域数据库为核心竞争优势，充分发挥全媒体势能，以AI技术为驱动，以多元场景为延展，面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

