

2023 北京国际 美食荟

北京美食专题洞察报告

巨量引擎城市研究院&抖音生活服务联合出品

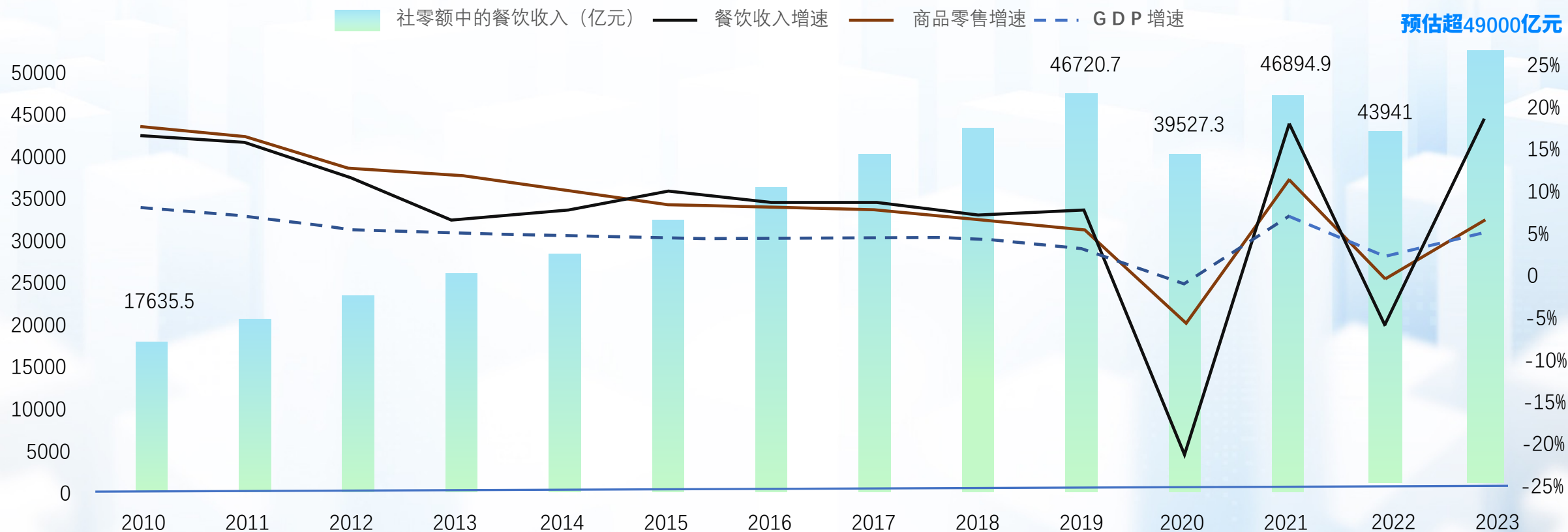


第一部分

P A R T O N E

餐饮行业概况

2010-2023全国GDP、社零额、餐饮增速等收入趋势



2023年上半年，全国餐饮收入24329亿元，同比增长21.4%；限额以上单位餐饮收入6230亿元，同比增长23.5%。夏季节点，全国餐饮收入、限上餐饮收入增速分别较上年同期上涨17.3%、12.1%；今年上半年，全国餐饮收入、限上餐饮收入增速分别比上年同期上升27.3个、28.2个百分点。

2023年上半年餐饮相关收入及同比增速

24329亿元
同比增长21.4%

全国餐饮收入

6230亿元
同比增长23.5%

限额以上单位餐饮收入

- 餐饮业收入：2023年上半年，北京餐饮收入约656.7亿元，同比增长37.3%。
- 餐饮业入局者增多：今年上半年，北京餐饮业新增注册企业7610家，与去年同期相比上涨63%。

2023年上半年北京餐饮业收入

656.7亿元
收入

37.3%
同比增长

2023年上半年北京新增餐饮企业

7610
新增企业

63%
同比增长

- 餐饮国际化趋势明显：今年上半年，北京国际美食消费在整体餐饮消费频次中的占比为7%，较2022年和2021年同期有所提高。
- 首店经济发展态势良好：今年上半年，共有548家品牌首店落户北京，其中餐饮业态首店340家，占比62%，稳居第一。

2023年上半年北京国际美食消费频次占比

7%

有所提升
较2022及2021同期



2023年上半年北京餐饮首店落户情况

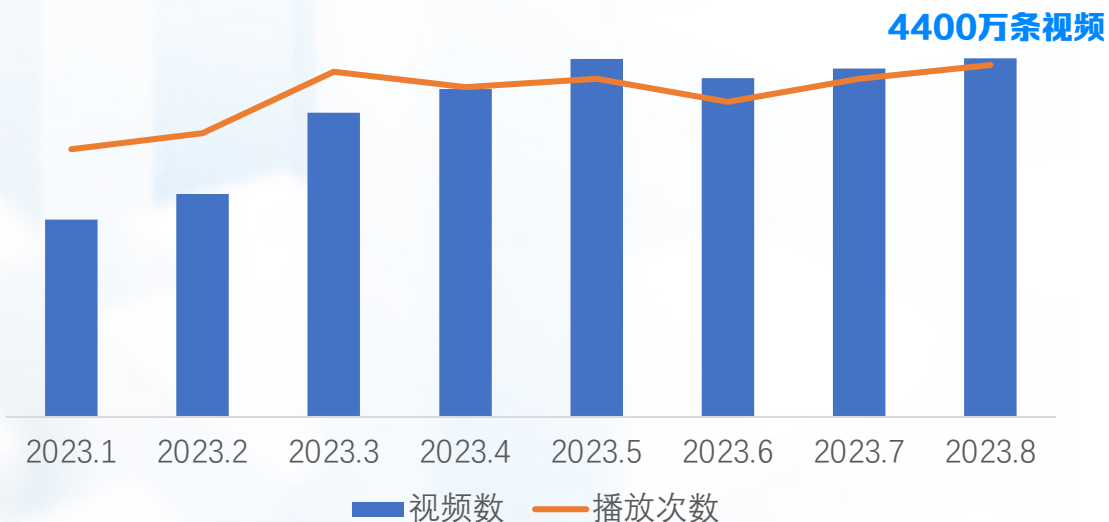
548
品牌首店

62%
餐饮占比

与餐饮行业复苏节奏一致，2023年1至8月，抖音端餐饮相关内容视频与播放呈上升趋势，8月较1月视频量增长82%，达到4400万条。其中，国际美食增速恢复更加迅速，内容增长超过100%，而本土菜系增长也接近40%。

2023抖音餐饮内容趋势

(2023.1-2023.8)



2023抖音餐饮内容增长率

(2023.1vs2023..8)

82%
餐饮

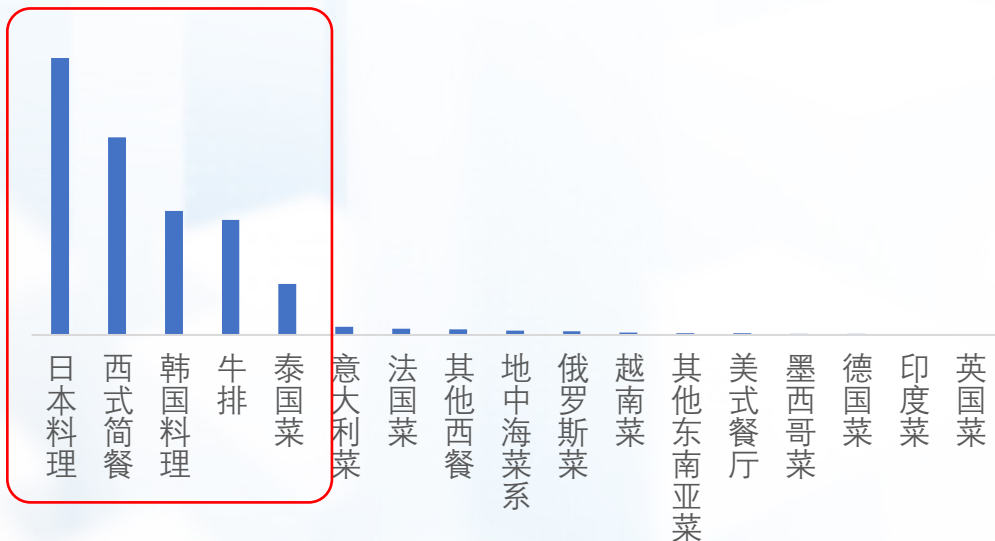
100%
国际美食

38%
本地菜

国际美食细分品类呈现出较为显著的头部效应，日本料理、西式简餐、韩国料理、牛排与泰国菜内容量呈梯级分布，并与其他国际美食拉开了较大差距。本国菜系则整体呈现梯级分布，川菜内容量名列榜首，在全国范围类影响力最大。

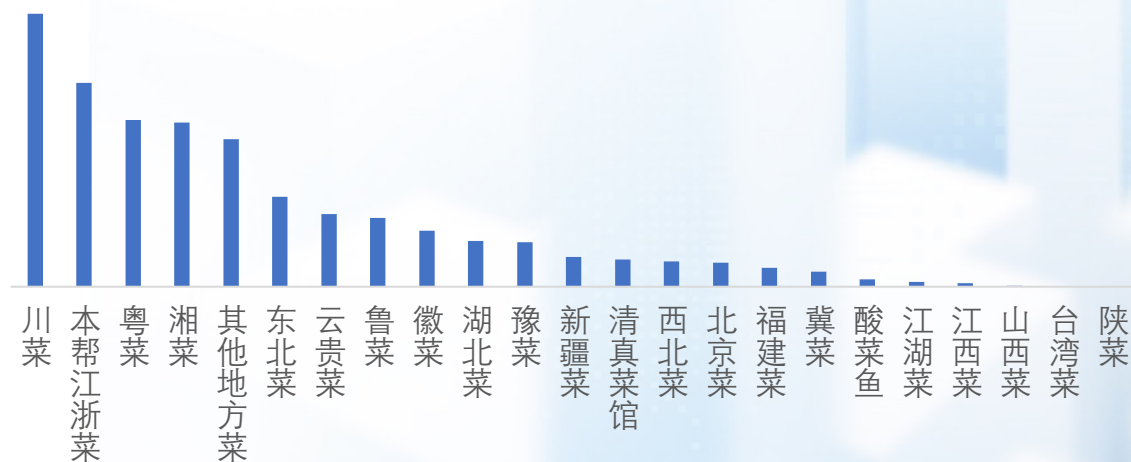
2023抖音各类国际美食打卡视频分布

(2023.1-2023.8)



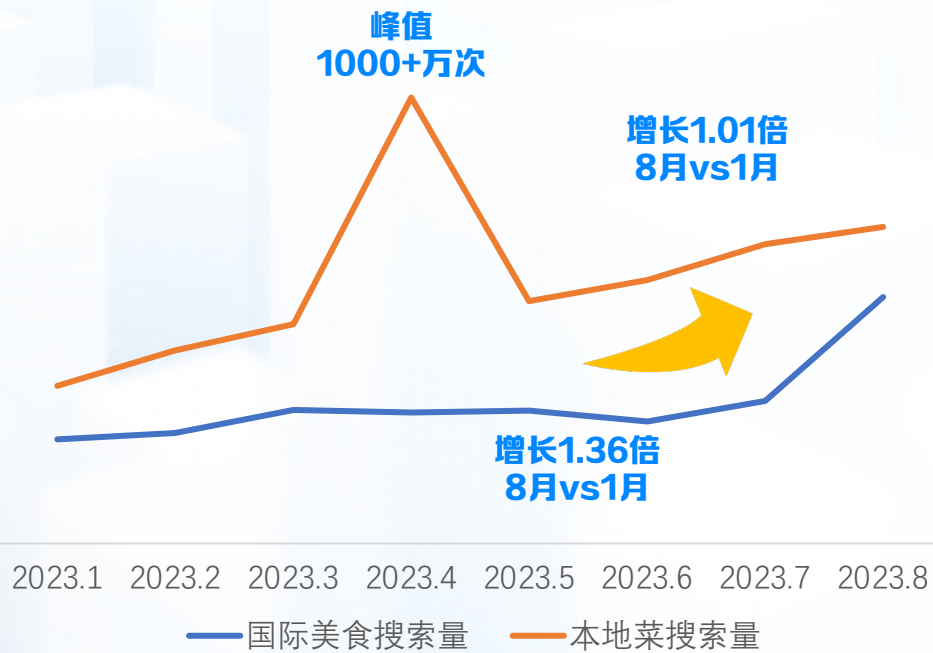
2023抖音各类本地菜打卡视频分布

(2023.1-2023.8)



在抖音搜索美食已成为用户主要习惯，8月相较1月，国际美食与本地菜搜索量分别增长超过1倍。从播放量与搜索量综合来看，本地菜影响更大，国际美食以日本料理影响最大，其他细分品类还有较大的增长空间。

2023年抖音各菜系搜索趋势
(2023.1-2023.8)

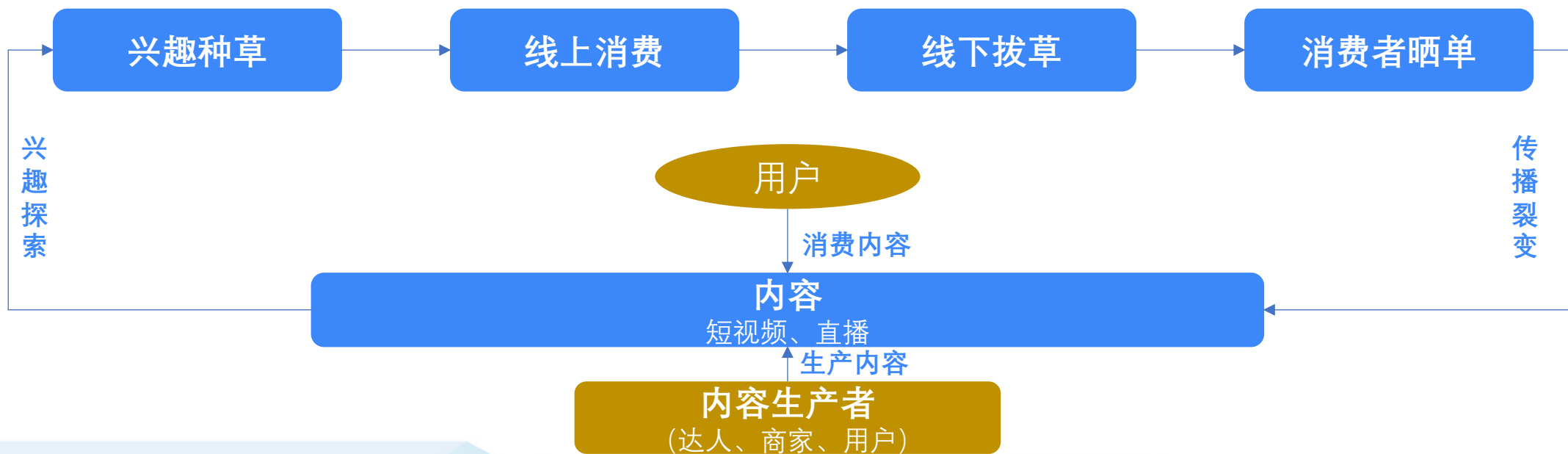


2023年抖音各菜系播放与搜索矩阵
(2023.1-2023.8)



短视频平台丰富的内容，浓厚的社交氛围，能够基于用户兴趣反复获得用户关注，调动用户消费、打卡和晒单的欲望。通过“内容种草”到“线上消费”“线下拔草”，再到“消费者晒单”，普通用户真实的反馈和评价进一步在平台传播，影响不同圈层的用户。这种围绕用户兴趣的生活服务消费和经营链路，可在不影响用户好感度的基础上提升破圈的深度和广度，因而广受关注。抖音作为一款国民级的短视频应用，庞大的用户覆盖，健全的内容生态已经使其成为生活服务商家经营的重要平台。

基于内容的生活服务消费和经营链路



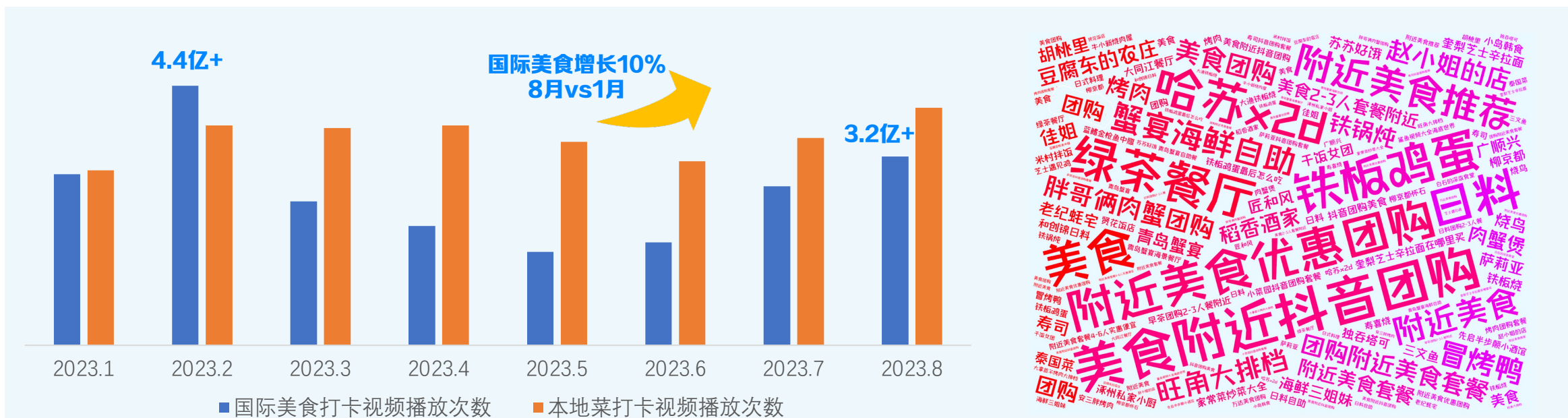
第二部分

P A R T T W O

抖音北京餐饮需求端

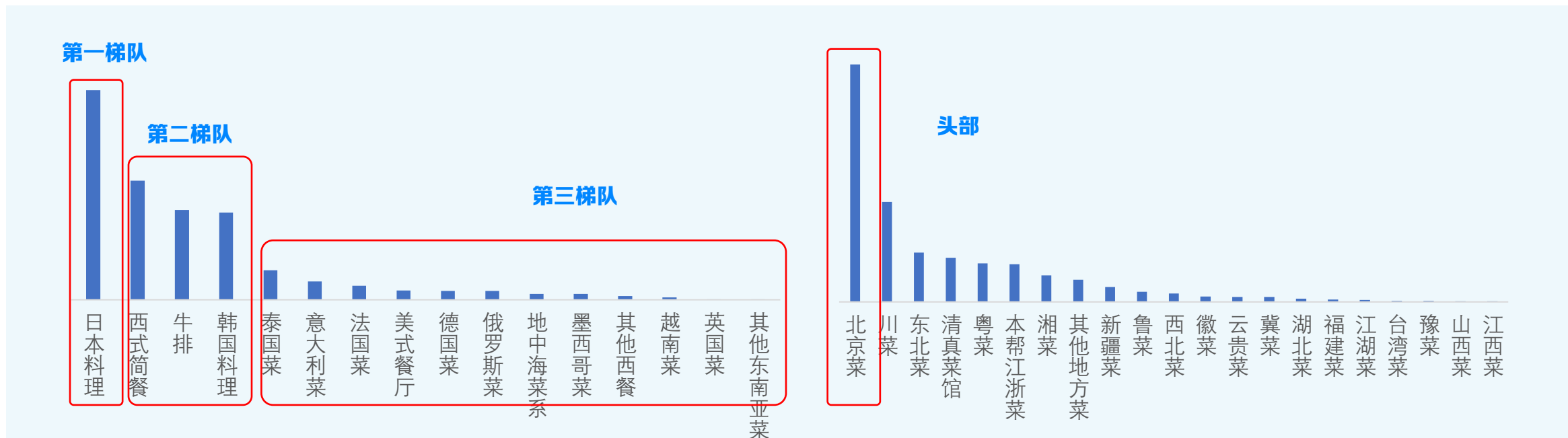
在抖音观看餐饮视频，已成为实际线下消费种草的主要场景，今年以来，北京国际美食与本地菜视频播放量整体呈现增长趋势，国际美食在2月迎来峰值，达到4.4亿，8月相较1月国际美食视频播放增长10%。相对而言，本地菜增长更加平稳。同时，在抖音搜索附近美食团购成为用户在抖音种草美食的重要方式。

2023年抖音北京国际美食及本地菜视频播放量趋势及热搜词云 (2023.1-2023.8)



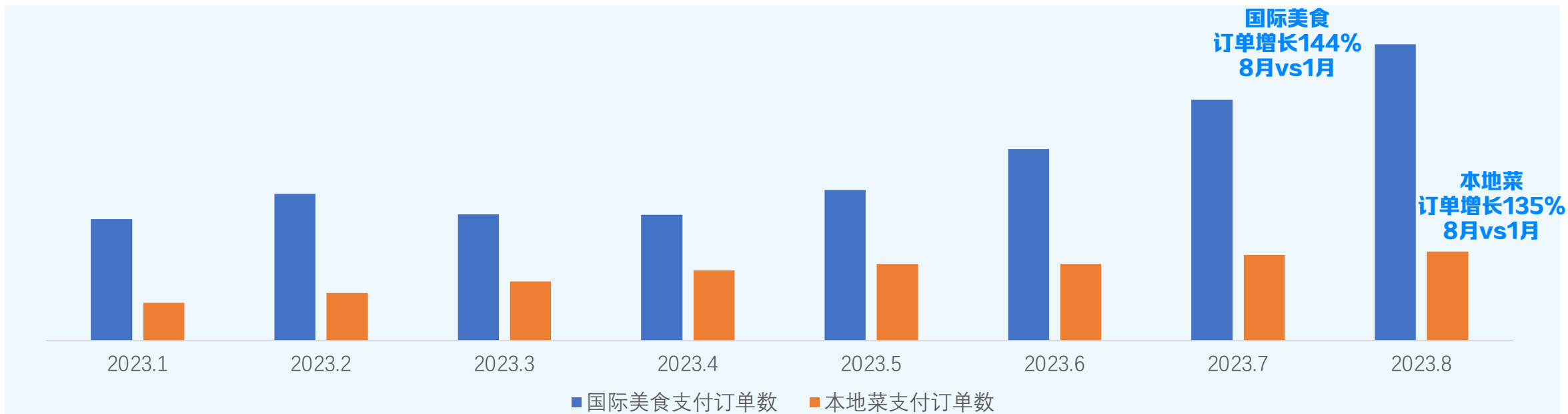
细分品类播放量来看，国际美食与本地菜呈现较为不同。国际美食以日本料理为首呈三级阶梯状，本地菜则头部效应较为显著，北京菜远远领先其他菜系。整体而言，日本料理与北京菜成为北京用户最爱看的国际美食与本地菜系视频内容。

2023年抖音北京国际美食及本地菜视频播放量趋势 (2023.1-2023.8)



随着抖音生活服务的不断完善，在抖音直接下单已经成为用户最为便捷的消费方式，边看内容边屯券正在成为潮流。2023年1-8月，国际美食与本地菜抖音团券支付订单均呈现较为显著上升趋势，8月相较1月，二者增速分别达144%与135%，从规模来看，国际美食支付订单量高于本地菜。

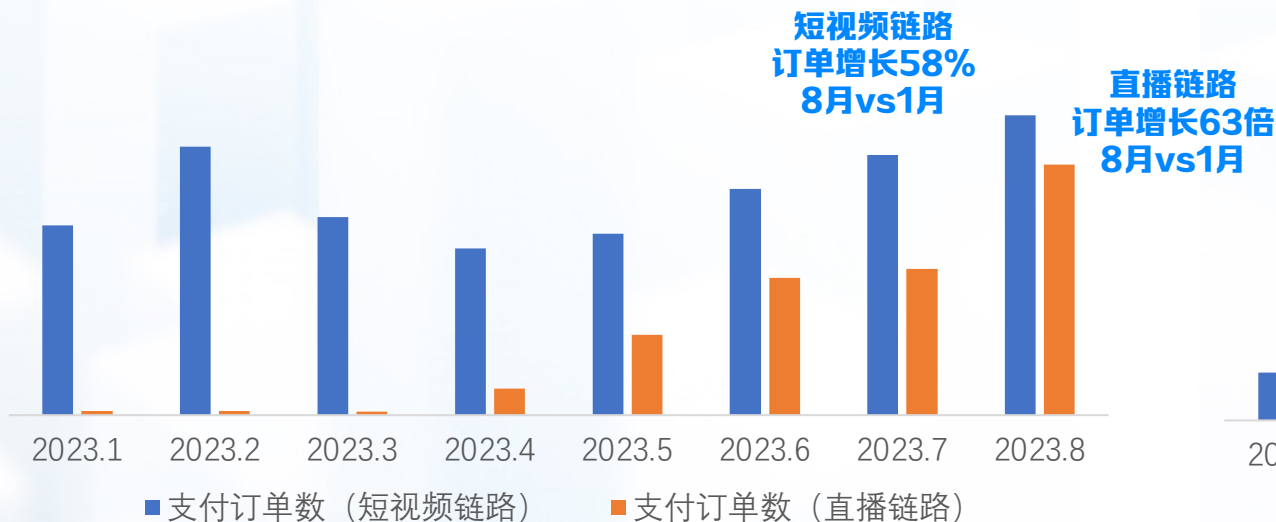
2023年抖音北京国际美食及本地菜支付订单趋势
(2023.1-2023.8)



在抖音，用户不仅可以通过短视频，也可以通过直播来观看美食相关内容，同样，用户不管在短视频还是在直播间看到心动的美食餐饮内容时都可以进行下单。2023年1-8月，国际美食短视频链路和直播链路下单增长均较为显著，尤其是直播链路，8月相较1月增长了63倍，短视频链路在基数较大的前提下，亦增长58%。相较国际美食，本地菜则整体保持平稳增长。

2023年抖音北京国际美食订单渠道

(2023.1-2023.8)



2023年抖音北京本地菜订单渠道

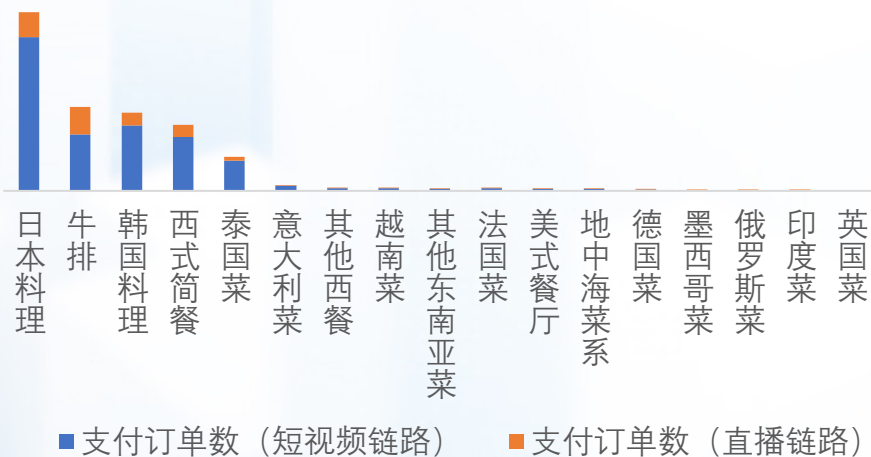
(2023.1-2023.8)



从国际美食与本地菜各细分品类来看，下单的主要是短视频链路，且拔草与种草类别具有一定的差异性。具体来看，国际美食订单中，日本料理在各链路订单均领先于其他品类。而在本地菜中，川菜超过北京菜成为下单最多的菜系，且远高于其他菜系。整体而言，日本料理与川菜是北京用户在抖音消费最多的餐饮品类团券。

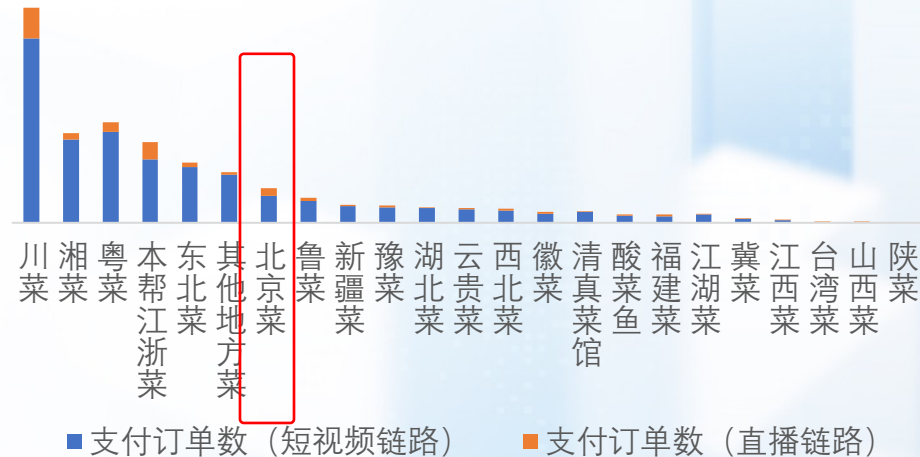
2023年抖音北京国际美食订单渠道

(2023.1-2023.8)



2023年抖音北京本地菜订单渠道

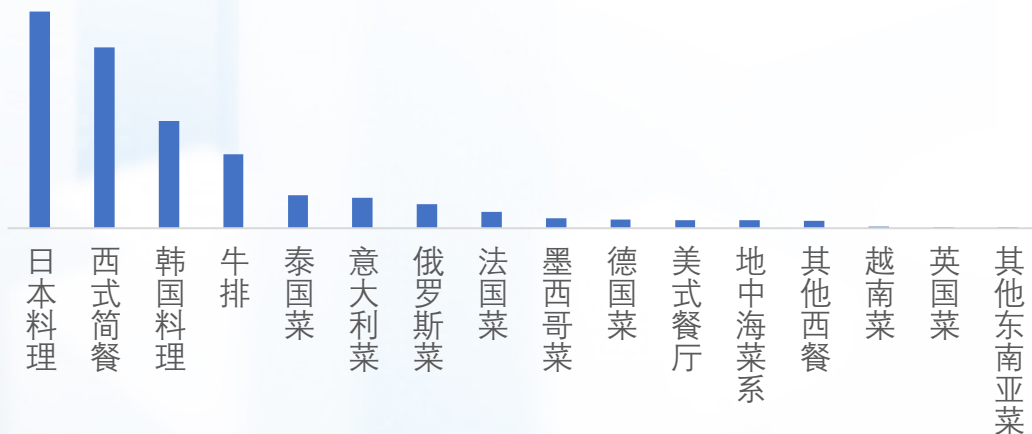
(2023.1-2023.8)



到店打卡，视频上传抖音进行晒草已经成为众多用户的就餐习惯。从国际美食与本地菜各细分品类来看，打卡与种草类别具有一定的相似性。整体而言，打卡视频具有一定的展示与观赏属性，通常与种草能够形成循环，本人的打卡视频也是别人的种草视频。具体来看，国际美食打卡视频中，与种草视频类似，日本料理、西式简餐、韩国料理、牛排打卡量分别位列前四，远高于其他品类。而在本地菜中，北京菜领先川菜成为打卡最多的菜系，且远高于其他菜系。

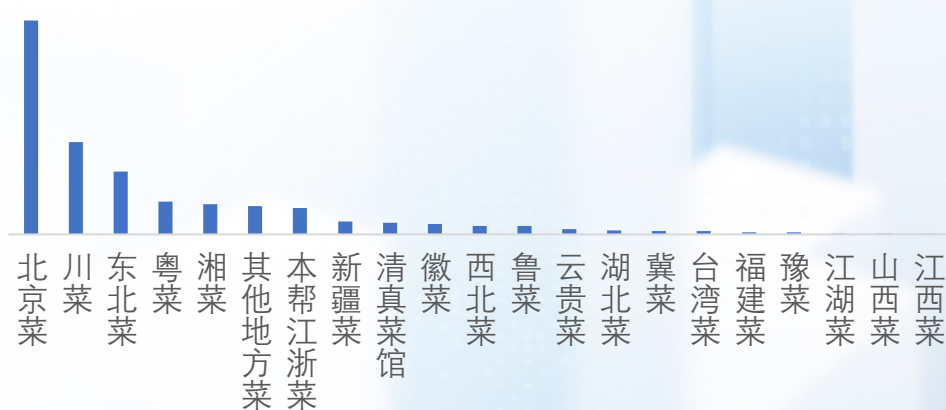
2023年抖音北京国际美食打卡视频数

(2023.1-2023.8)



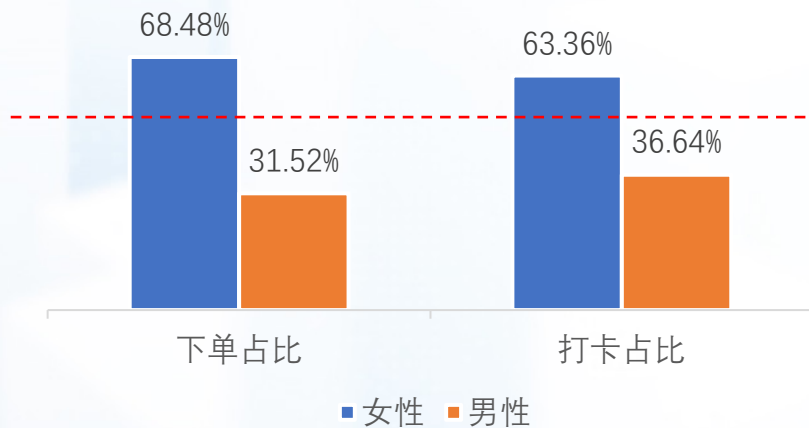
2023年抖音北京本地菜打卡视频数

(2023.1-2023.8)

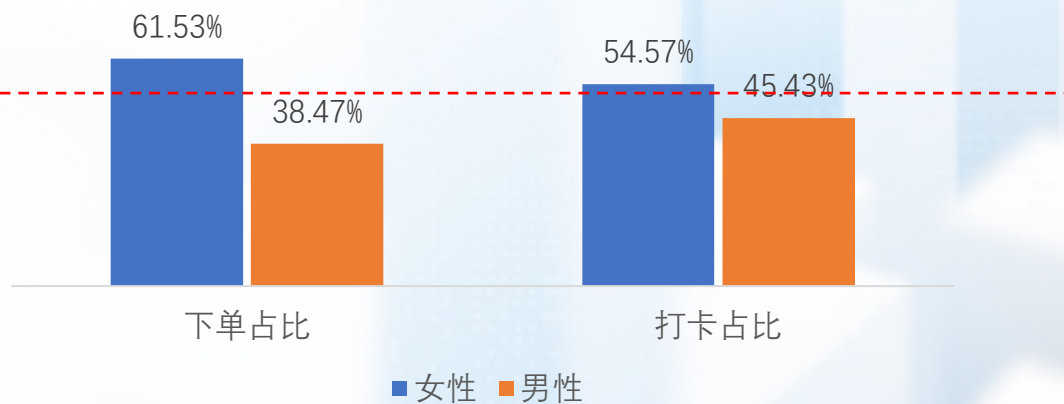


国际美食与本地菜的下单和打卡用户均呈现出女性占比更高的特征。尤其在国际美食用户中，女性的打卡及下单行为较男性更为突出，下单女性占比达到了68.48%。

2023年抖音北京国际美食用户性别分布
(2023.1-2023.8)

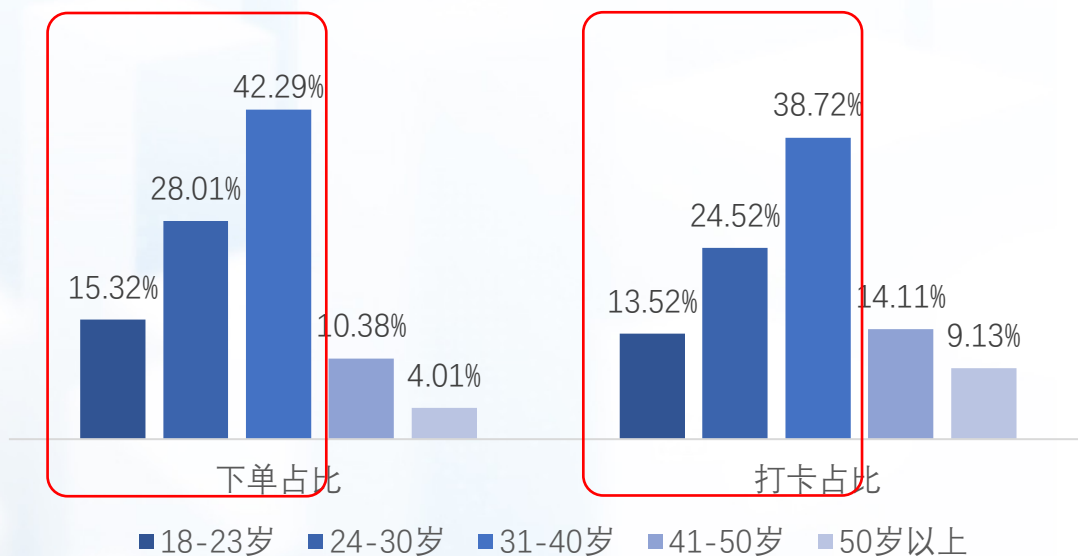


2023年抖音北京本地菜用户性别分布
(2023.1-2023.8)

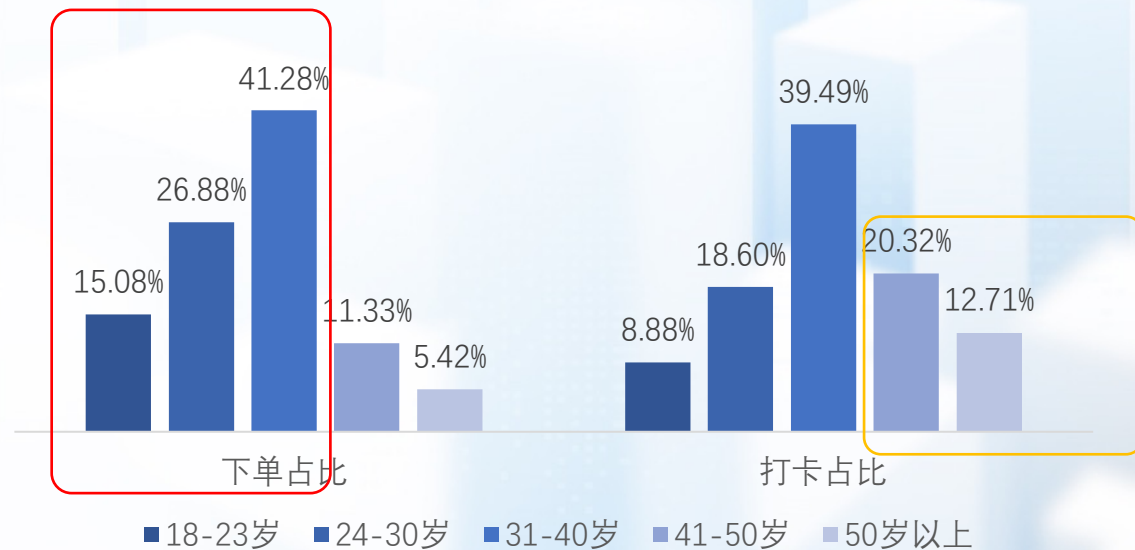


从年龄角度来看，整体呈现年轻化，31-40岁用户是国际美食与本地菜的共同消费主力，下单和打卡比例均在4成左右，领先于其他群体。18-30岁用户群体在国际美食的下单与打卡均有较大比重，达到4成左右。而本地菜中，41岁以上打卡用户占比高于18-30岁人群。

2023年抖音北京国际美食用户年龄分布
(2023.1-2023.8)



2023年抖音北京本地菜用户年龄分布
(2023.1-2023.8)



第三部分

PART THREE

抖音北京餐饮供给端

220万+
全国餐饮达人

120万+
全国“活跃”餐饮商家门店

抖音北京国际美食活跃商家数量及探店达人
(2023.8)

900+

商家门店
数量

900+

达人数量

抖音北京本地菜活跃商家数量及探店达人
(2023.8)

3000+

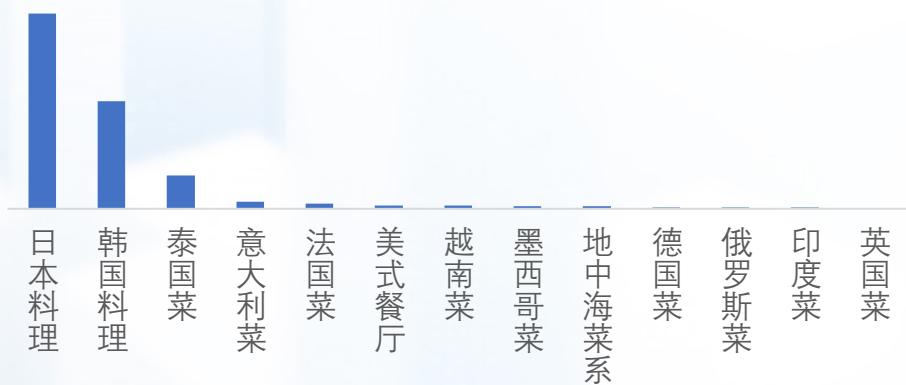
商家数量

2000+

达人数量

从商家和团单供给来看，国际美食在商家供给与团单数量呈现出较强的相关性，日本料理、韩国料理、泰国菜等商家数量庞大且团单依旧如此。综合来看，西方美食还有较大的增长空间，包括更多的商家入驻，更多的团单提供。

2023年抖音北京国际美食活跃商家数
(2023.1-2023.8)

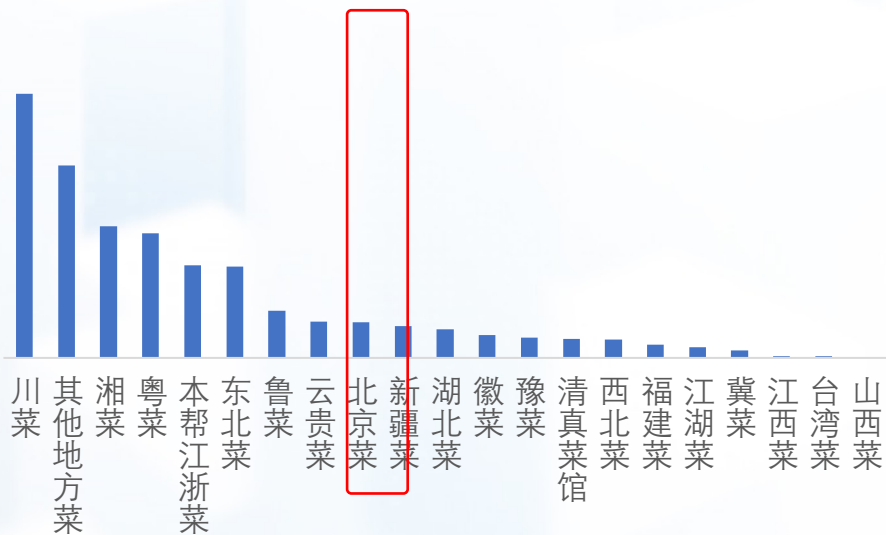


2023年抖音北京国际美食团单数量
(2023.1-2023.8)

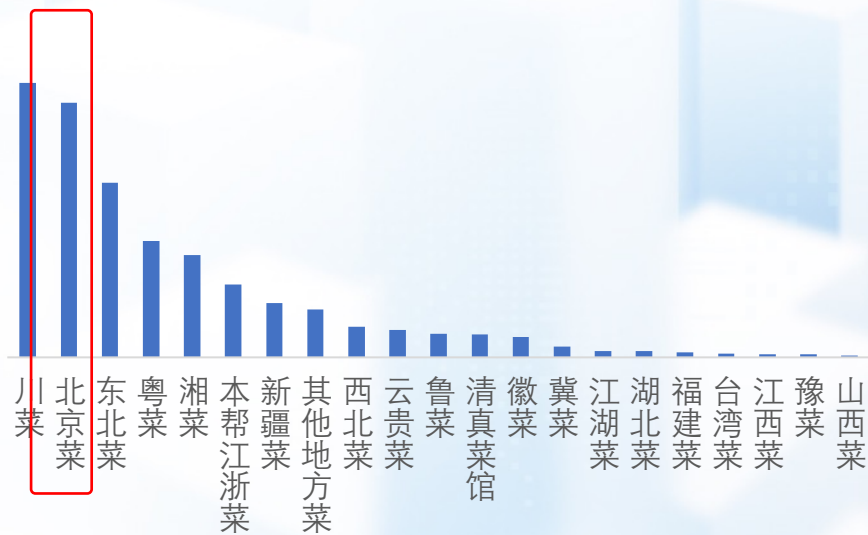


从商家和团单供给来看，川菜均名列第一，其他本地菜在商家供给与团单数量呈现出一定差异。从北京菜供给来看，商家数量仅位列第九，而团单数量则位列第二。可以看出，本地菜商家与团券之间不够匹配，团券还需投入更大力度，让用户能买到自己心动的本地菜团券。

2023年抖音北京本地菜活跃商家数
(2023.1-2023.8)

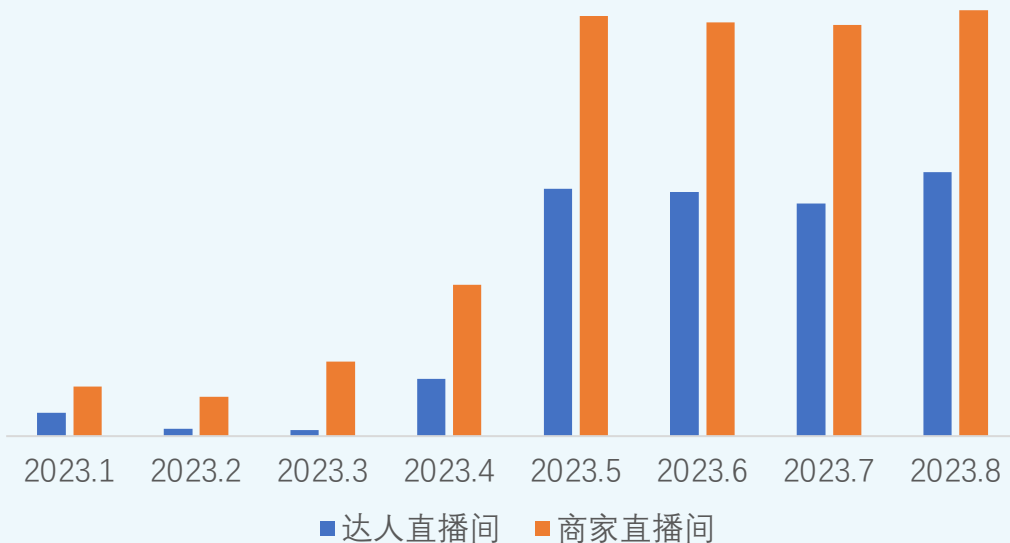


2023年抖音北京本地菜团单数量
(2023.1-2023.8)

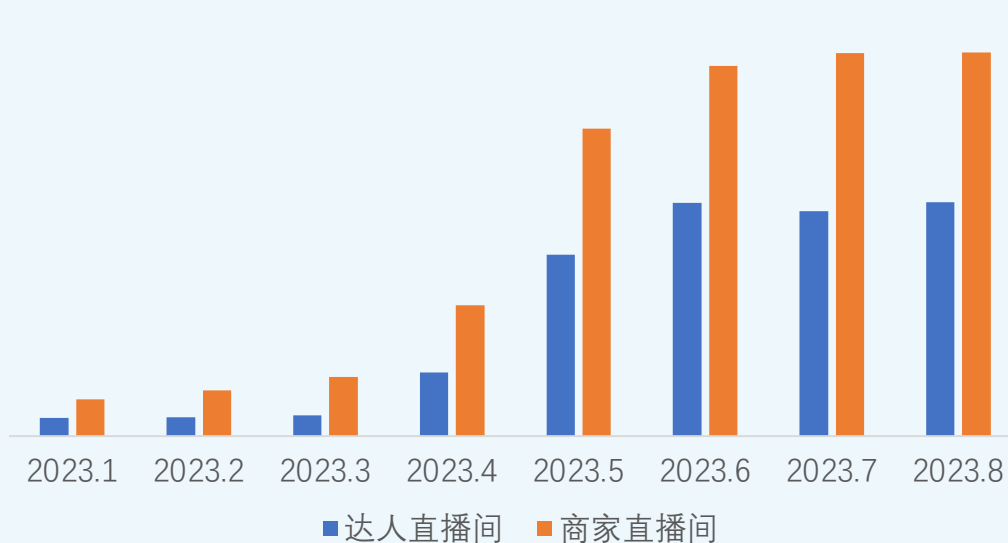


直播作为新的消费渠道，更沉浸的体验，更心动的感觉，不管是达人讲解还是商家自播，都让用户逐渐适应在直播间下单，整体来看，达人与商家直播间呈快速增长的趋势，自1月以来，直播间数量在经历了快速增长，5月之后基本在高位保持稳定。

2023年抖音北京国际美食直播间增长趋势
(2023.1-2023.8)

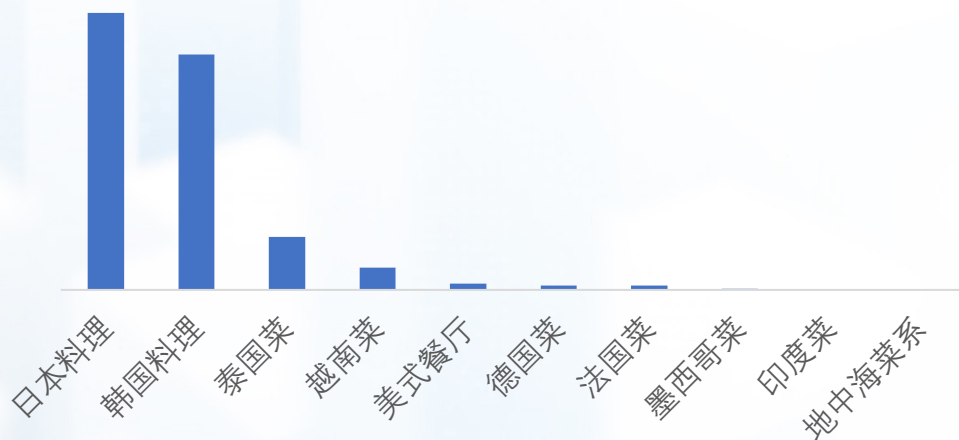


2023年抖音北京本地菜直播间增长趋势
(2023.1-2023.8)

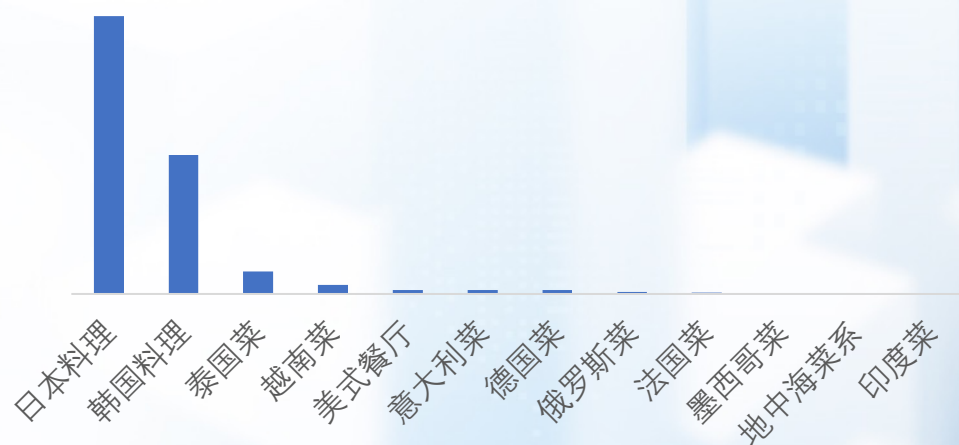


直播间讲解的商品类别，通常受限于商品供给。从国际美食达人和国际美食商家直播间分布看，日本料理、韩国料理、泰国菜数量位列前三。随着其他西式餐饮商家的不断入驻，其他菜系的国际美食直播间数量还有巨大的增长空间。

2023年抖音北京国际美食达人直播间分布
(2023.1-2023.8)

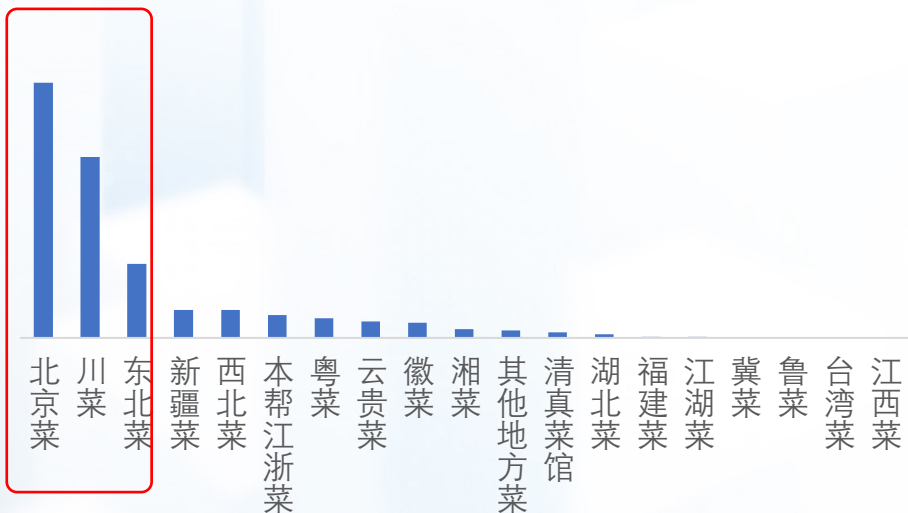


2023年抖音北京国际美食商家直播间分布
(2023.1-2023.8)

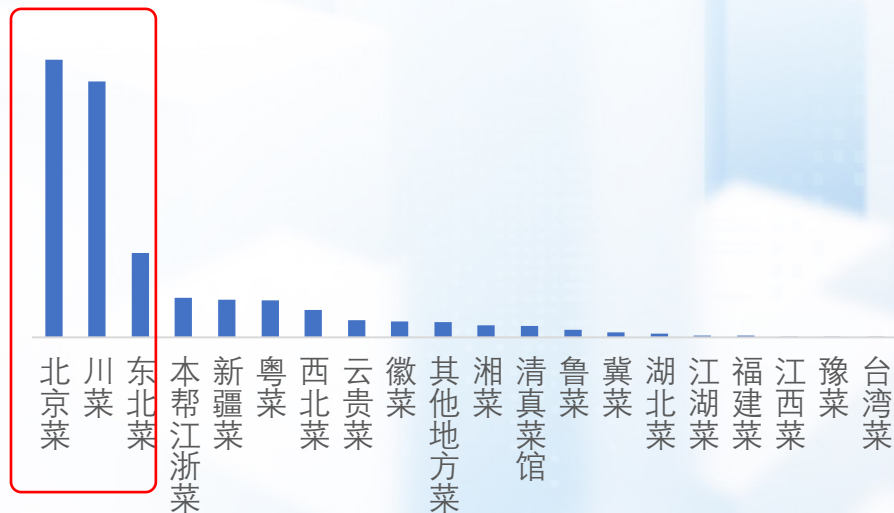


在达人与商家直播间中，北京菜与川菜均位列第一、二位，远超其他本地菜品类。基于用户观看习惯与消费特点，增加其他细分菜系的商家入驻与团单供给，能够有效拉动直播间数量提升，并以此形成良性循环。

2023年抖音北京本地菜达人直播间分布
(2023.1-2023.8)



2023年抖音北京本地菜商家直播间分布
(2023.1-2023.8)



第四部分

PART FOUR

北京餐饮趋势展望

今年以来，北京餐饮行业迎来复苏，国际美食品类消费不断增长，市场信心加快恢复，品质化、数字化发展特征明显。抖音等线上平台已经成为链接用户与商家之间的桥梁，未来，餐饮行业将依托线上平台的加持，充分理解用户需求，进一步优化供应品类及供应链路，迈向高质量发展新航程。

复苏

餐饮收入

37.3%
同比增长

2023年上半年

企业数量

63%
同比增长

2023年上半年

数字化

国际美食
内容消费

10%
增长

2023年1月vs8月

国际美食
直播下单

63倍
增长

2023年1月vs8月

北京餐饮行业整体呈现出女性化、年轻化的发展趋势，挖掘与满足国际美食用户需求成为未来餐饮行业发展的重要方向。在细分品类上，还需进一步打破头部集中效应，不断培育和孵化更多细分品类，满足市场多元化需求，改变当前日本料理与川菜长期独占鳌头的格局。

女性化 年轻化



2023年1-8月



2023年1-8月

头部集中



2023年1-8月



2023年1-8月

声明

本报告由【巨量引擎城市研究院】制作。报告中文字、数据受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎城市研究院所有。

【巨量引擎城市研究院】对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过cityocean@bytedance.com联系我们。

【巨量引擎城市研究院】是巨量引擎旗下的专业城市研究机构，在各省市区设置区域研究中心。依托抖音、今日头条等内容平台的数据能力以及外部合作伙伴的支持，通过形式多样的研究内容和数据产品，实现社会价值与商业收入的同步发展，致力于打造中国领先的城市品牌营销及影响力研究平台。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处【巨量引擎城市研究院】。

巨量引擎城市研究院

邮箱：cityocean@bytedance.com

地址：北京市朝阳区七圣中街融中心A座



巨量引擎城市研究院