



# QuestMobile2020 舌尖经济洞察报告

---

2020-10-13

# 本报告研究说明



本报告主要以美食人群为核心，分析其在不同的美食生活场景下的行为特征

1) 数据选取时间：2020年8月

2) 数据来源：

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库

QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库

3) 名词释义：

**美食人群定义：** 在移动大盘中指定周期内兴趣偏好为美食的人群

**KOL：** 指关键意见领袖（Key Opinion Leader），本报告专指在微信公众号、微博、小红书、抖音、快手上持续发布内容、产生影响力的个人或者机构

美食人群作为经济活跃人群，在娱乐、购物、社交、出行、旅游等各个方面都表现出更强的消费意愿，尤其在后疫情时代，随着商业的慢慢恢复，他们是早期进入常态化消费的重要群体。

美食人群是一群什么样的人？



中国移动互联网美食人群规模达1.15亿，占移动大盘用户总体的10%，其中90及00后占比达2/3，具有较高的线上消费能力

移动互联网下的美食生活场景有什么特征？



**信息获取：**美食KOL成为KOL平台的重要组成部分，抖音、快手短视频平台美食KOL数量占比均超三成，为美食人群提供了丰富多元的美食主题内容



**线上购买：**网购及外卖服务丰富了用户的多元美食场景，美食人群成为生鲜电商的重要来源



**自主制作：**更多女性及年轻美食人群喜欢跟着美食菜谱自己制作美食



**体验分享：**社交类应用是美食爱好者分享美食乐趣的主要途径；短视频除了提供美食相关内容，同时也是美食爱好者分享美食作品的新渠道

美食人群还有哪些多元化的美食场景生活？



**美食娱乐：**更倾向多元的娱乐形式，易受时尚娱乐类KOL带货影响



**美食旅游：**新兴旅游酒店服务平台使用增长突出



**美食健康：**健康美容需求表现更为多元，信息获取以短视频形式为主

# 01

---

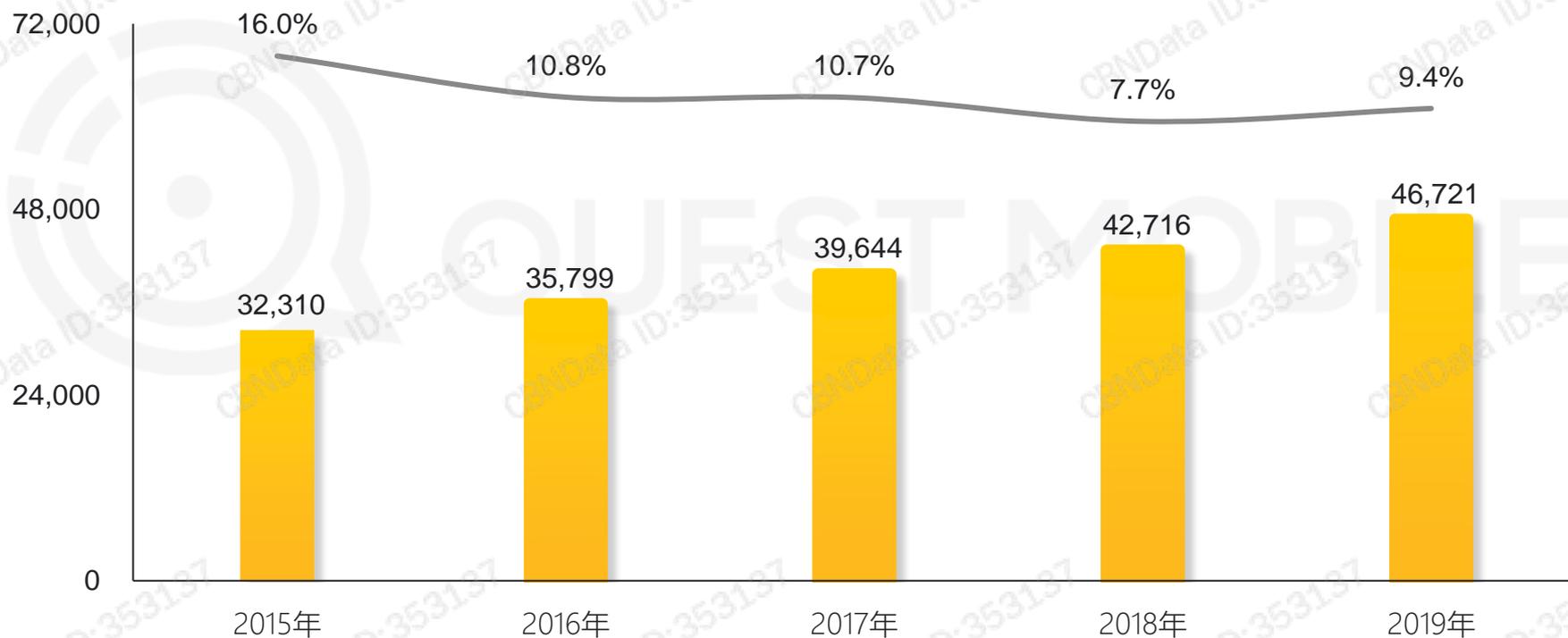
美食人群占移动大盘总体的10%，2/3为90后00后

中国餐饮业近几年一直保持稳步增长态势，2020年上半年虽然受疫情影响，餐饮业受到较大打击，但随着商业经营恢复，餐饮业依然是后疫情时代经济崛起的重要行业领域

### 中国餐饮业社会消费品零售总额

单位：亿元

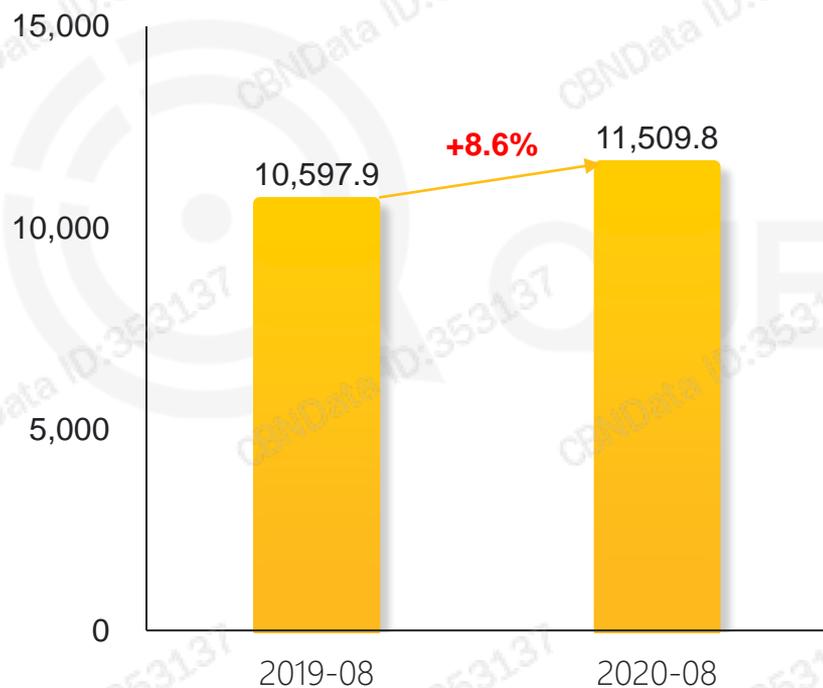
零售总额 同比



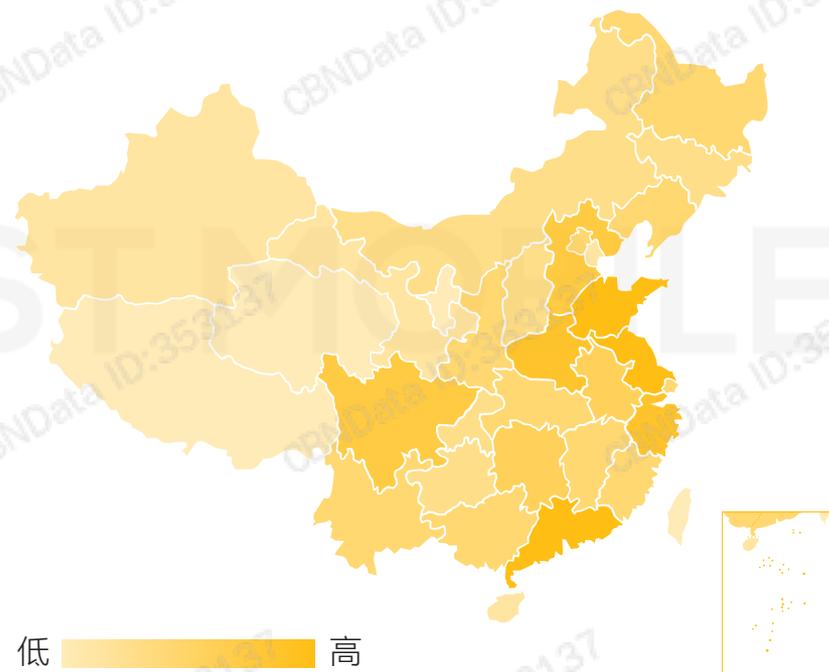
移动应用服务的多样性和便捷性，使得越来越多的人群通过移动互联网来满足自己的美食需求；移动大盘中美食人群的比例已达到10%，其地域分布与省份的经济发达程度呈正相关关系

美食人群规模

单位：万



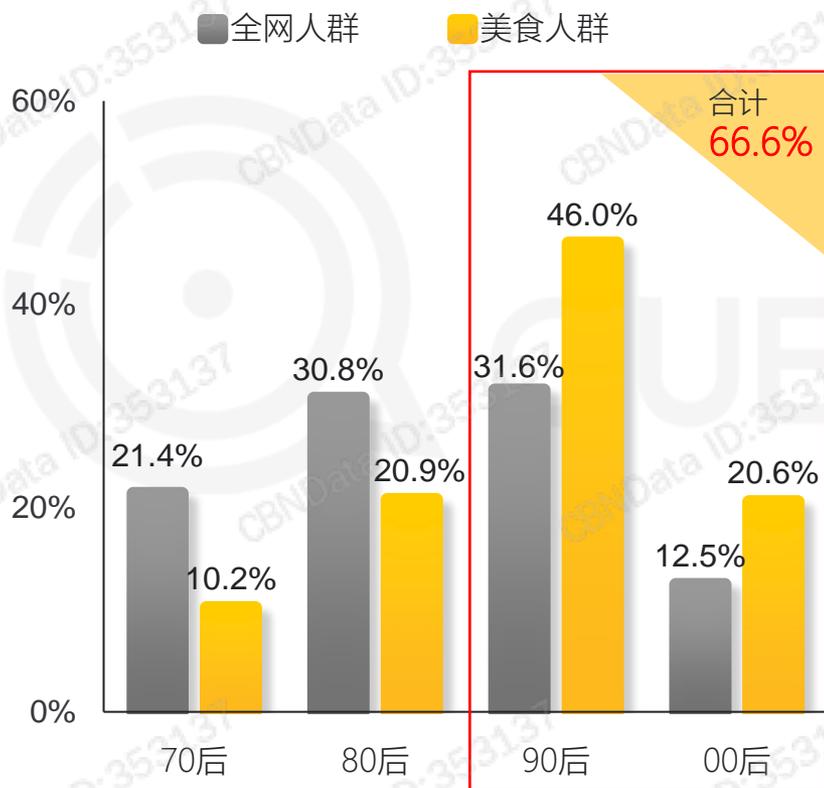
2020年8月 美食人群地域分布



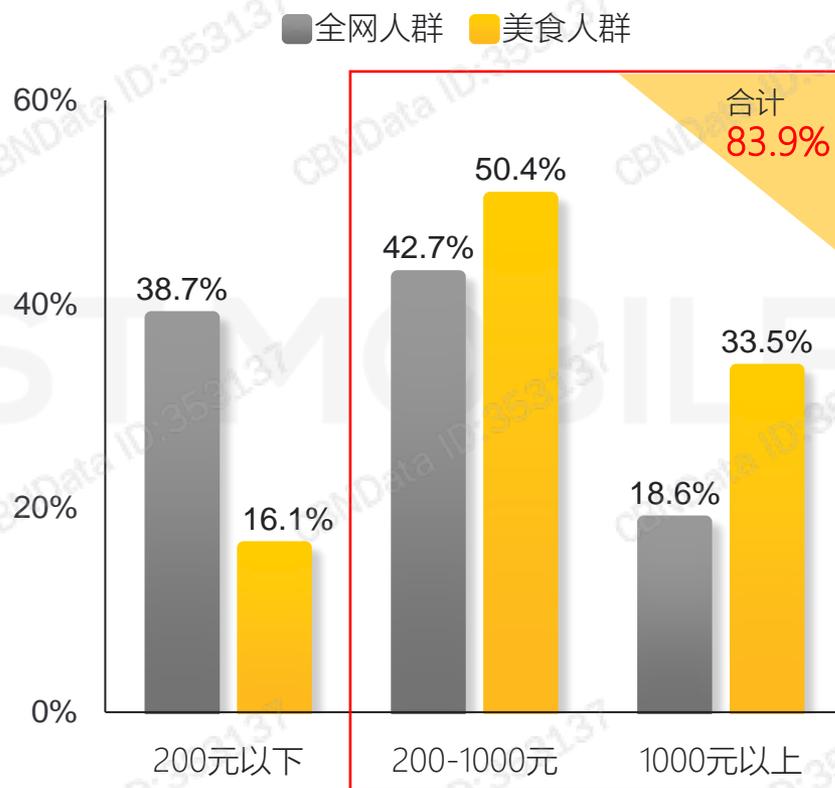
美食人群中90后及00后人群占比达2/3，虽然年轻群体占比较大，但依然拥有较强的线上消费能力



### 年代分布



### 线上消费能力



# 02

## 移动互联网促进美食生活场景越发多样及完善

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_16805](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16805)

