

夜生活 - 中国 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“中国夜生活市场不小也有强大增长潜力，但目前的市场供给仍然有限。各行各业的夜生活，包括餐饮、娱乐、购物、运动健身和文化类活动，都有大展拳脚的机会。总体来说，中国消费者夜间大多想要放松或减压，但如今的夜生活有更多体验活动和新乐趣。具体而言，英敏特在夜间旅游和文化活动（艺术和表演）中看到致胜良机。
— 牛钰，品类总监

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 各类夜生活中，放松与减压是主调
- 为休闲活动带来更多新奇

英敏特估计，2018年消费者在夜生活上（包括休闲和娱乐、旅游、餐饮服务、交通和购物）的支出接近10亿元人民币，相当于中国同年GDP（国内生产总值）的11%。政府已出台20项措施来推动未来几年夜间经济的发展，这让我们更有理由密切关注这一市场。

英敏特研究显示，结束了一天漫长的工作之后，大部分中国消费者都想要休闲和放松。随着经济的快速发展，消费者比以前更加关注健康，这为品牌开拓了广泛的机遇，来帮助人们放松和减压。

体验是消费者的另一追求。无论是在中国还是在全球，各大品牌一直在旅游、娱乐和文化活动、餐饮服务和零售等诸多行业创造着“新纵享或独一无二”的夜间休闲体验。中国市场越来越需要服务供应商提供更广泛的新选择给到消费者。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

夜生活 - 中国 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

综述

夜间消费市场规模与发展潜力大

据估计，每年夜间消费约占GDP的11%

晚睡现象为夜间经济带来潜在增长点

消费者在夜晚寻求放松

对消费者来说，政府支持发展夜间经济意味着更好的设施和更多选择

夜间消费的供给面需要迎头赶上

夜宵菜单创新有更多机会

健康的生活方式激发消费者健身的兴趣以及晚上“远离”手机

消费者

年轻人、一线城市和南部地区消费者夜生活时间更长

数据1: 计算所得的工作日夜晚活动时间长度，2019年8月

数据2: 计算所得的工作日夜晚活动时间长度（按代际区分），2019年8月

数据3: 计算所得的工作日夜晚活动时间长度（按城市线级区分），2019年8月

数据4: 计算所得的工作日夜晚活动时间长度（按区域区分），2019年8月

大部分人花销不太多，但高消费群体的规模可观

数据5: 过去6个月，每周晚上的平均花费，2019年8月

人们对健身和文化活动的兴趣越来越浓，而酒吧越来越不受欢迎

数据6: 过去6个月夜晚活动的频率，2019年8月

数据7: 未来的夜晚活动趋势，2019年8月

比起挑战，更喜欢轻松

对某些群体来说，新奇感能成为一种差异化的吸引力

所有年龄群体都喜爱文化类场所

数据8: 夜晚活动偏好，2019年8月

相比夜生活时长，消费意愿对夜晚活动的选择影响力更大

数据9: 对夜晚活动的态度和人口统计特征概况（按夜生活时长和花费区分），2019年8月

我们的观点

议题与洞察

各类夜生活中，放松与减压是主调

现状

启示

数据10: 上海的减压馆，中国，2019年

数据11: 带有“功能性——压力&睡眠”宣称的食品和饮料新品所占的比例，全球和中国，2012-2019年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

夜生活 - 中国 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据12: 快消品牌涉及夜间护理场合示例，中国，2019年

为休闲活动带来更多新奇

现状

启示

市场——您所需要了解的

消费者夜间支出占GDP的11%

晚睡现象为夜间经济带来潜在增长点

消费者在夜晚寻求放松

外卖服务让夜宵更普及

健康的生活方式激发下班后健身的兴趣

“屏幕时间”更长，人们需要“断舍离”

夜间旅游也有机会

对消费者来说，政府支持发展夜间经济意味着更好的设施与更多选择

更多酒店餐饮品牌进军夜宵市场

夜间旅游开始蓬勃发展

文化类场所迎头赶上

市场概述

市场规模估算方法

据估计，每年夜间消费约占GDP的11%

数据13: 消费者支出（按品类区分），单位：十亿元人民币，2018年

体验驱动的夜间经济可以进一步发展

市场增长动力

熬夜

消费者在夜晚寻求放松

外卖服务让夜宵的触及面更广

健康的生活方式激发健身活动的兴趣，尤其是下班后

数据14: 办理的健身房会员卡（按城市线级区分），2016-2019年

“屏幕时间”更长，需要“断舍离”

夜间旅游大有可为

数据15: 花费更多的原因（按品类区分），2019年5月

数据16: 博物馆、艺术表演场馆和公共图书馆的数量，2013和2017年

数据17: 博物馆、艺术表演场馆和公共图书馆访客数量，2013和2017年

对消费者来说，政府支持发展夜间经济意味着更好的设施与更多选择

市场中的企业：趋势观察

中国正在新兴什么？

酒店餐饮品牌涉足中国夜宵市场

数据18: 肯德基夜宵菜单，2019年

数据19: 奈雪酒屋，2019年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

夜生活 - 中国 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

“夜游”开始蓬勃发展

数据20: 上海野生动物园, 2019年8月

数据21: 北京市珐琅厂夜游会, 2019年7月

数据22: 故宫元宵灯会, 2019年2月

文化类场所迎头赶上

数据23: 1200 Bookshop 不打烊书店

全球市场带来什么灵感?

新加坡“夜间动物园”

夜间博物馆

健身空间

夜间旅游“如火如荼”

数据24: “梵高-罗斯加德”(Van Gogh-Roosegaarde) 自行车道

数据25: 白川乡冬季点灯活动

消费者——您所需要了解的

大多数人认为自己的夜生活未被工作侵占

大多数人不会花费太多, 但高消费群体的规模可观

节省做家务的时间, 增加家庭亲密关系时间

有娱乐性的“灵活”运动健身与文化类的夜生活是明日之星

KTV与夜店逐渐“失宠”

夜晚活动的核心是放松

晚上的个人时间

大多数受访者的生活朝九晚五, 晚上有充足的个人时间

数据26: 工作日下午班与睡觉时间, 2019年8月

数据27: 计算所得的工作日夜晚活动时间长度, 2019年8月

较年轻的一代: 工作得更晚、睡觉得更晚

数据28: 工作日下午班与睡觉时间(按代际区分), 2019年8月

数据29: 计算所得的工作日夜晚活动时间长度(按代际区分), 2019年8月

一线城市与南部地区的夜生活时间更长

数据30: 工作日下午班与睡觉时间(按城市线级区分), 2019年8月

数据31: 计算所得的工作日夜晚活动时间长度(按城市线级区分), 2019年8月

数据32: 工作日下午班与睡觉时间(按区域区分), 2019年8月

数据33: 计算所得的工作日夜晚活动时间长度(按区域区分), 2019年8月

四分之三的消费者周末时23:00-1:00睡觉

数据34: 工作日与周末的睡觉时间比较, 2019年8月

夜晚活动的趋势

对健身的兴趣提升, 而去夜店不再那么流行

数据35: 过去6个月内夜晚不同活动的频率, 2019年8月

数据36: 未来的夜晚活动趋势, 2019年8月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

夜生活 - 中国 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

多行业回应消费者对健身与文化方面的兴趣

新型的互动或沉浸式娱乐活动或走红

三成单身人士表示每晚都进行娱乐活动

家长（有孩家庭）在家务与文化活动上花的时间更多

数据37: 过去6个月内夜晚活动的频率（按家庭构成区分），2019年8月

KTV与夜店逐渐“失宠”

数据38: 去KTV或夜店/迪斯科的时间减少的原因，2019年8月

数据39: 部分去KTV或夜店/迪斯科的时间减少的原因（按代际区分），2019年8月

平均花费

近半数被访者每周花费低于500元，但高消费者的比例也颇为可观

数据40: 过去6个月内每周晚上的平均花费，2019年8月

女性与90后倾向于花费更多

数据41: 过去6个月内每周晚上的平均花费（按性别区分），2019年8月

数据42: 过去6个月内每周晚上的平均花费（按代际区分），2019年8月

数据43: 过去6个月内每周晚上的平均花费（按城市线级区分），2019年8月

数据44: 过去6个月内每周晚上的平均花费（按夜晚时间小时数区分），2019年8月

高消费者更乐意参与有挑战性的活动

数据45: 未来的夜晚活动趋势（按花费细分区分），2019年8月

对夜晚活动的态度

与家人共度夜晚胜过独处，但更多90后享受“自我时光”

数据46: 对夜晚活动的偏好，2019年8月

比起挑战，更喜欢放松

新鲜事物对不同群体的吸引力程度不同

数据47: 对夜晚活动的偏好（按过去6个月内每周晚上的平均花费区分），2019年8月

数据48: 对夜晚活动的偏好（按偏好呆在家中或外出区分），2019年8月

各年龄段皆偏好文化类场所

数据49: 对夜晚活动的偏好（按代际区分），2019年8月

按花费与时间分类的消费者细分

消费意愿比夜晚时长更能影响夜晚活动选择

数据50: 对夜晚活动的态度和人口统计特征概况（按夜生活时长和花费区分），2019年8月

人口统计特征概况

夜间需求

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群在工作日有更好的工作与生活的平衡

数据51: 工作日的夜生活时长（按消费者分类区分），2019年8月

英敏特城市精英人群引领时髦、活跃与新潮的夜生活

数据52: 对夜晚活动的理解（按消费者分类区分），2019年8月

数据53: 对夜晚活动的理解（按消费者分类区分），2019年8月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

夜生活 - 中国 - 2019年11月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据54: 对夜晚活动的偏好（按消费者分类区分），2019年8月

数据55: 对夜晚活动的偏好（按消费者分类区分），2019年8月

数据56: 对夜晚活动的偏好（按消费者分类区分），2019年8月

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com