

# 消费市场“新”意足, 激活发展“新动能”

## 美团持续助力上海服务消费市场提质扩容

近日, 上海市人民政府办公厅《本市促进服务消费提质扩容的实施方案》指出, 至2027年, 上海将在服务消费各领域形成一批新增增长点, 全面提升上海服务消费的国际知名度、品牌集聚度、商业活跃度、消费便利度和政策引领度, 服务零售额占社会零售总额的比重超过50%。

沉浸式的社交互动新场景、数实融合的数字化消费新体验、引领潮流的节庆消费新趋势……龙年以来, 各种新场景、新技术、新供给在上海百花齐放, 为上海消费带来勃勃生机。

需求牵引供给, 消费革新驱动供给革新。美团持续助力激活上海消费市场新动能, 通过聚焦服务消费新场景, 打造大众点评必吃榜市场等IP市集, 发力服务消费新技术应用, 开启低空经济新赛道, 不断发挥平台优势, 推进商旅文体展深度联动, 持续放大五五购物节和上海旅游节等节庆活动溢出效应。

美团相关负责人表示, 未来, 美团将通过多样化的零售场景创新和科技支持, 持续为消费者带来更好的服务消费体验, 为上海2024“消费促进年”贡献力量。



▲集市的火热人气进一步外溢, 带动周边服务零售消费整体上扬。

### 顺应消费多元化趋势 打造经济发展增长点

汪小姐的排骨年糕、爷叔的和平饭店、李李的“至真园”……开年以来, 电视剧《繁花》的热映提高了人们对上海的关注度。

“从进贤路出发, 依次途经国际饭店, 来到剧中商人巨鳄盘踞的黄河路, 见证剧中谈判的沪联商厦, 到达阿宝的根据地和平饭店, 结束在汪小姐工作的外贸大楼。”

美团数据显示, 2024年1月以来“繁花”为关键词的搜索量显著升高, 1-2月日均点评搜索量超过1万次, 单日点评搜索量峰值为2.6万次, 有效带动“黄河路”、“南京东路”等热点街区商旅文相关服务消费融合发展。

走一趟轻松惬意的城市漫步、做一次都市丽人的美甲体验、来一场即买即达的美食盛宴……美团数据显示, 上海人民广场/南京东路商圈春节期间消费热度成功跻身全国前五。从细分品类来看, 消费者追求当下即期满足的消费意愿仍然强烈, 即时零售消费、悦己消费显著增长。2024年1-2月上海地区以美团餐饮外卖为代表的即时零售消费同比增长超过两成, 皮肤管理、美甲消费指数同比分别增长100%和93.2%。

消费者在为热爱买单的同时, 也持续激活文娱演出、酒店住宿、文旅餐饮等上海本地消费。2024年以来, 上海市生活服务消费市场总体保持平稳增长态势, 主要业态消费均好于上年同期。今年1-2月上海地区生活服务消费指数同比增长30%, 其中, 到店餐饮、丽人、休闲娱乐消费指数同比分别增长53.8%、61.2%、93.5%。

民以食为天, 以到店餐饮为例, 上海为全国上榜餐厅数量第一的城市, 必吃榜上榜商户数达141家。其中区域连锁品牌商户超百家, 占比达75%, 扎根街头巷尾的小店超20家。包括上榜餐厅的同品牌门店在内, 超300家门店上线“必吃套餐”, 将深受消费者喜爱的餐品, 以更优惠的价格端上餐桌。

“我是上海本地人, 小店最早开在自家房子里, 后来店里生意越来越好。”兴兴·海派本帮菜营业了23年, 是上海的必吃榜商户。上海老客人就算跨省也要吃这一口本帮味, 本异地新客人也不断被“必吃榜”种草, 打卡并成为回头客, “上榜之后, 我们虽然从老店搬到新店, 空间大了一倍, 但依然天天排队。”鲍永丽说。

本地生活服务平台带动外来消费增长潜力释放。据美团数据显示, 2024年1-2月外地来沪游客“吃喝玩乐”消费同比增长58.5%,



▲“必吃榜”人气餐厅人生一串的摊位人声鼎沸。

客单价同比增长3.9%。综合人口跨城流动与美团消费数据推算, 2024年1-2月外地来沪的客流量中有25.2%会通过美团进行线下到店场景消费, 该占比比较2023年同期有明显提高。

其中, 在节庆活动期间, 亲子游乐类消费项目相对更受欢迎。主题乐园因为拥有丰富多样的休闲娱乐场景, 同时能满足大量消费者的游玩需求, 在春节假期期间的消费频次较高。据美团数据显示, 春节假期上海海洋公园入园人次同比增长超98%, 旗下上海海昌奥特曼主题酒店和海洋度假酒店“双酒店”均呈满房状态, 而位于浦东新区的兔窝窝亲子乐园也有较高的搜索热度。与此同时, 围绕亲子主题的消费活动成为春节假期休闲娱乐消费市场的重要组成部分。儿童乐园的日均消费同比增长144.3%, 高于全国平均水平。

### “一刻钟生活圈” 开启低空经济新赛道

近年来, 上海持续推进“15分钟社区生活圈”建设。在这“15分钟社区生活圈”, 美团的无人机“圈”出了一条条别样精彩的路线, 打造了一个个充满想象力的消费新场景。

去年12月27日, 杨浦区首条美团无人机配送航线在五角场合生汇至凯德国正中心开航。周边用户在订购外卖时, 可选择无人机配送, 体验“3公里15分钟达”的服务——一份生煎打包后, 最快七八分钟就能送到降落点, 最大程度保留了刚出锅时的风味。这背后, 是美团持续在科技创新上的投入, 用科技成果拓展新型消费与服务消费边界。

截至2023年12月底, 美团无人机已在上海、深圳等城市11个商圈落地了25条航线, 配送服务覆盖了办公、景区、市政公园、医疗、校园等多种场景, 并累计完成用户订单超22万单。

低空经济与“15分钟社区生活圈”的结合, 是“科技助实”在上海的又一新探索。《本市服务消费提质扩容的实施方案》指出, 将加强物联网、人工智能、大数据等新技术在服务消费领域的应用, 促进服务消费的数字化融合。根据规划, 美团无人机未来还将就商业空间与数字化服务融合拓展进行更多探索, 通过“三公里15分钟达”的配送服务, 把幸福“圈”在社区居民身边。

### 拓展服务消费新场景 加码服务消费新供给

到商圈市集打卡, 在夜上海体验沉浸互动, 跨年期间, 超千万客流涌入上海各大商圈、街区, 消费市场热闹非凡。“上海的潮夜新愿市集太好看了, 体验感也非常好。”来自新疆的一位郭姓游客由衷为上海的跨年体验点赞, 她说, 最大的感受是除了购物, 还有蹦迪、魔术展等互动的内容, 很合年轻人的胃口。

夜幕降临, 东方明珠广播电视塔外, 上海本地亲子乐园、潮流洗浴、潮玩体验等休闲玩乐商家, 在“潮夜新愿市集”里摆摊营业, K歌大赛、亲子课程互动、热红酒蹦迪、沉浸式魔术表演等新奇有趣的互动内容, 吸引了不少市民游客打卡体验。

2023年12月22日, 上海启动“跨年迎新购物季”活动, 美团与上海东方明珠广播电视塔联合举办潮流夜生活“潮夜新愿市集”,

大众点评必吃榜与BFC外滩金融中心联手举办“必吃榜新年主题市集”, 美团团购“美好成团”活动在打浦桥日月光中心等多个热门商场落地线下快闪。在这些活动中, 数百家实体商户在美团的牵线搭桥下, 通过线上联动促销、线下创意市集, 沉浸式展现年轻多元、潮趣玩酷的“夜上海”新场景, 以多重方式激活冬日消费, 助力打造上海城市夜经济的新名片, 也用新服务点亮消费市场。

夜经济已经成为上海消费新的增长极, 线上线下联动的玩乐消费新模式, 为商家带来增量的同时, 也为申城冬日消费“再添一把火”。美团数据显示, 刚刚过去的冬季, 上海夜间休闲玩乐消费规模位居全国首位。过去一年, 上海夜间商业持续繁荣, 文娱设施丰富多元, 消费、休闲等不同领域的夜间活跃度均可圈可点。

多年来, 美团始终致力于帮助实体商户提升数字化水平, 提高商户创新能力, 也推动消费潜能释放。一个个鲜活的案例, 显示了“场景创新”的价值。水裹·汤泉生活上海五角场店自去年底新开业后, 迅速成为消费者的热门打卡地, 并进入春节期间全市休闲娱乐消费单量top10商户。该类店融合洗浴、酒吧、美食、轰趴馆、电影放映厅、电玩运动馆等多业态场景, 营造了年轻潮流的消费环境, 并提供“一站式吃喝玩乐洗”欢聚场, 成为假日里老少咸宜的在沪过年理想度假方式, 成为服务消费多业态融合创新的典型案例。

美团数据显示, 杨浦区春节期间生活休闲消费额同比增速38.2%, 位列全市第一, 新业态和新供给有效带动区域释放服务消费的增长潜力。亮眼的数据背后, 是活力满满的超大规模消费市场, 是上海经济蓬勃向上的生长力量, 也是供给创新的成果。

美团不仅聚焦服务消费新场景, 助力商圈消费扩容和数字化升级, 还聚焦服务消费新供给, 有效带动区域服务消费增长。面对即将到来的踏青赏花季, 美团又将有新动作——联动重点运营街区、古镇、头部市集品牌, 联合开展线下用户互动促消费活动, 并提供线上营销宣传阵地和商业解决方案, 聚集多品类吃喝玩乐品牌, 打造特色的商业氛围, 为本地用户带来丰富的消费娱乐体验。

2024年美团将围绕促进上海服务消费的主题, 重点打造“环球美食节”、“黑珍珠市集”、“必吃榜市集”等活动, 激发上海餐饮消费创新发展的新动能; 在“上海国际咖啡文化节”、“上海旅游节”、“上海体育消费节”等多项文旅体重点工作中开展多项主题活动, 推出线上线下联动IP, 持续助力上海服务消费市场的提质扩容。



▲上海用户在凯德·国正中心等候送餐。