



抖音春日快占报告

酒旅&餐饮篇

2024



前言

PREFACE

2023年,中国经济企稳向好,社零稳定增长,国内旅游市场的迅速回暖,人们出行频率的逐渐增加,各类酒店、餐饮和旅游服务的消费需求稳步上升,为酒旅、餐饮行业的全面复苏注入了强大动力。据文化和旅游部统计,2023全年国内旅游总人次同比增长93.3%,全年国内旅游收入同比增长140.3%。同时,国家统计局数据显示,餐饮行业收入突破5万亿元,创历史新高。多地旅游餐饮商家迎来期盼已久的复苏,甚至是久违的小高峰。

酒旅方面,2024年第一季度前半段,抖音平台旅游相关内容实现稳定增长,发布量同比增长12%,元旦春节期间更是实现集中爆发增长。线下消费活力持续释放,多地开启“人从众”模式,游客游玩景区打卡从“新鲜”转为“习惯”。更多商家入驻平台,酒旅商家数量提升超20%,带动订单转化增长显著。商家直播场次增长70%,带动直播渠道产生的订单成倍数增长。达人有效助力商家经营,“线上种草线下拔”的消费闭环生态逐步形成。在这个过程中,商家、服务商、达人、平台及用户在供需两侧的互动粘合,共同推动抖音的酒旅业务生态逐步完善。如今抖音已经成为人们规划旅行、预订酒店的重要资讯提供平台,也正在成为国内旅游行业复苏的领军者。

同一时期,抖音平台餐饮内容投稿量同比增长86.6%,播放量同比增长30.1%,用户互动量均保持50%以上增速。不难看出,无论是餐饮企业还是消费者对餐饮内容的线上需求都呈显著增长趋势。在抖音平台上,用户主动种草搜索各类餐饮美食,这促使了越来越多的商家涌入抖音经营生意,视之为拓展业务的重要阵地,订单量相比去年同期增长99%。商家通过持续的内容经营,寻找话题制造热点,吸引用户关注。如海底捞的网红舞蹈“科目三”,在抖音上的累计播放量已经突破了十亿次。此外,线上直播也已经成为许多企业争夺用户注意力的关键手段,通过不断推陈出新,吸引消费者的兴趣,进而转化为销量增长,反哺商家对内容经营持续投入。





目录

CONTENTS

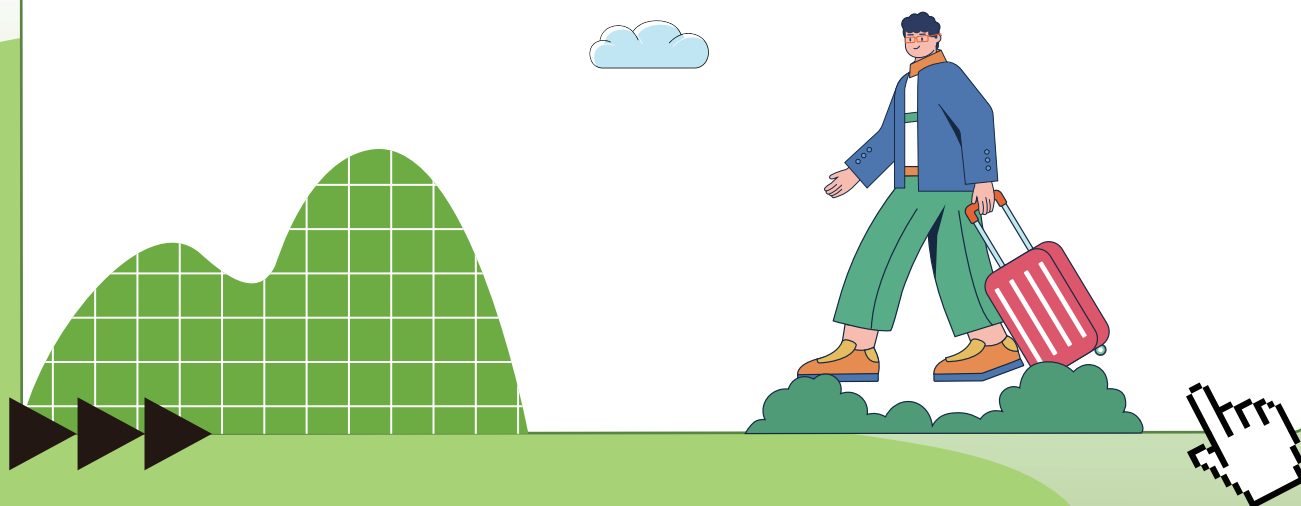
— +++

01 酒旅篇

- 1.1 全面复苏，线上旅游逐渐成为主流赛道 02
- 1.2 众声回响，高声量目的地引爆线上 08
- 1.3 内容经营，探索线上营销新路径 13

02 餐饮篇

- 2.1 春日暖阳，“人间烟火气”获得更多关注与青睐 20
- 2.2 民生百态，舌尖滋味各有喜好不同 26
- 2.3 长坡厚雪，各品类商家积极布局并驱争先 29





PART 01

酒旅篇

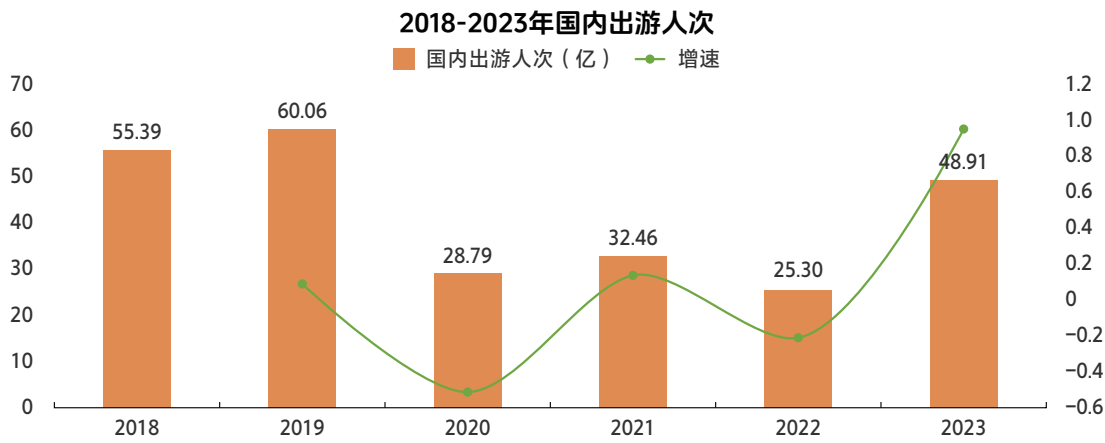
2024年第一季度前半段
抖音平台旅游相关内容实现稳定增长，发布量同比增长12%
元旦春节期间更是实现集中爆发增长

.....

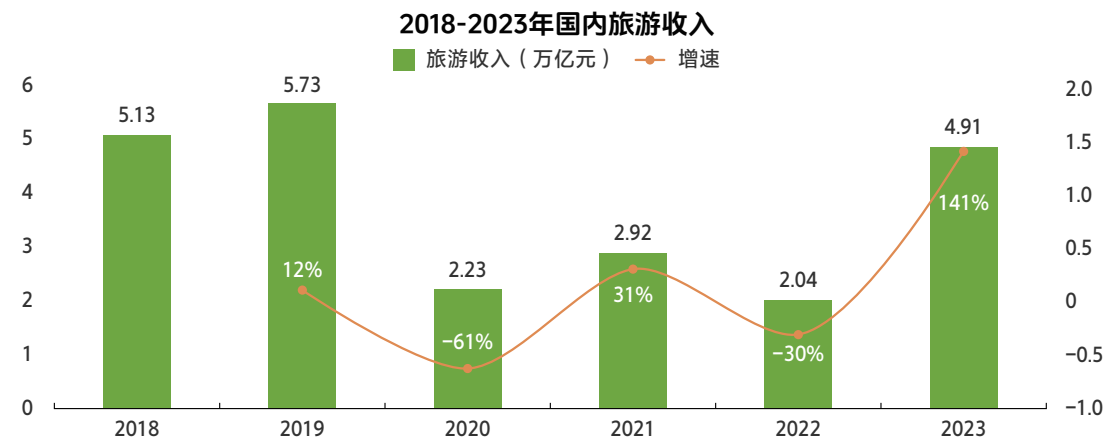
1.1 全面复苏，线上旅游逐渐成为主流赛道

酒旅行业迅速回暖，相对于2019年恢复率不断提升

人们的出行意愿得到快速释放，从需求侧有效推动了酒旅行业的快速复苏。据文化和旅游部统计，2023 全年国内旅游总人次48.91亿，同比上年同期增加23.61亿，同比增长93.3%。全年国内旅游收入4.91万亿元，比上年增加2.87万亿元，同比增长140.3%。



2024元旦春节期间，出行人次和旅游收入均超过2019年同期水平，实现强势复苏。据文化和旅游部统计，2024元旦和春节假期，全国国内出游人次分别达到1.35亿和4.74亿人次，带来旅游收入分别为797.3亿和6326.87亿元，均超过2019年可比口径。其中2024春节的出游人次和旅游收入创历史新高。



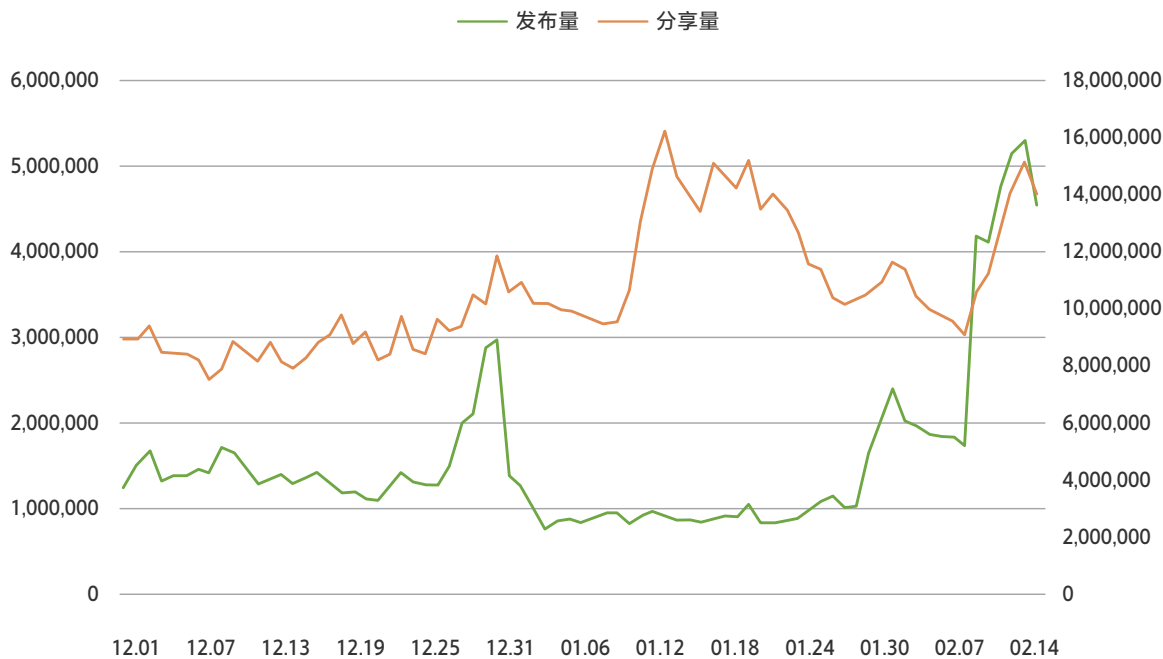
2024元旦期间	同比增长	对比2019同期增长	2024春节期间	同比增长	对比2019同期增长
出游人次 1.35亿	155.30%	9.40%	出游人次 4.74亿	34.30%	19.00%
旅游收入 797.3亿元	200.70%	5.60%	旅游收入 6326.87亿元	47.30%	7.70%

数据来源：文化和旅游部

旅游内容平稳增长，节假日推动供需放量

在2024年第一季度的前半段，抖音平台上的旅游相关内容稳定增长。报告期内正值元旦与春节两大假期的集中时段，加之学生用户群体的寒假假期，这些因素共同推动了旅游内容发布量和互动量的显著上扬，形成了时段性的波峰。相比去年同期，都呈现出了一定程度的上升。尤其在节假日期间，旅游相关内容在平台上的表现更是迎来了爆发式的增长，用户表现出对于旅游出行的高度意愿和强烈兴趣。

2023年12月-2024年2月抖音平台旅游相关内容发布量及分享量数据



数据来源：巨量引擎城市研究院，2023年12月1日-2024年2月15日

抖音平台旅游相关内容增长情况

	整体同比增幅 2024年1月1日-2月15日	元旦期间增幅 2023年12月30日-2024年1月1日 2022年12月31日-2023年1月2日	春节期间增幅 2024年2月9日-15日 2023年1月21日-27日
发布量	12%	245%	64%
播放量	—	25%	10%
分享量	38%	43%	31%

数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1-2月，2023年1-2月

用户个性化需求增长，解锁各类新式玩法

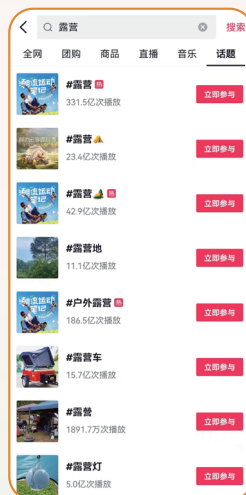
亲子游是用户在春季搜索频次最多的游玩形式

多数家庭选择在寒暑假期间带孩子从小开阔眼界，促进亲子关系。2024Q1前半季度，共有超过3600万人次搜索亲子相关内容，是近期旅游出行相关搜索频次最高的关键词。



露营游玩热情高涨

天气乍暖还寒，用户露营热度不减，作为近年来新兴的户外生活方式，周末或假期到郊外露营是如今最炙手可热的旅行选择之一。#露营在报告期内被搜索次数达到近900万次。



特种兵旅游爆发式兴起

白天开启暴走模式，晚上步履不停赶路，几天内辗转十几个景点，更有甚者，转移多个城市也不在话下。“特种兵旅游”在中国大学生群体中备受欢迎。奉行以较少的时间和金钱，打卡尽量多的景点，旅行结束后甚至不设置缓冲时间，立刻投入到日常学习和工作当中，主打的就是效率。



红色旅游受到追捧

红色旅游由于其具有学习性和故事性，受到中小学生和家长的追捧。如今红色旅游不断推陈出新，特色研学课程、红色主题党课、艺术作品、剧本游戏、展馆展厅、教育基地等，如雨后春笋般涌现，让孩子们在游玩中学习革命历史，感受革命精神，培养爱国情怀。同时，红色旅游也为家长们提供了和孩子共同学习、共同成长的机会，增强亲子关系和家庭教育的效果。



关键词

亲子

红色旅游

露营

特种兵
旅游

数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日

需求推动内容升级，人在旅途乐在分享

随着用户需求的日益升级，旅游活动的种类日渐丰富多彩，推动了旅游内容的创新与多样化。2024年一季度前半段，抖音平台上不同类别的旅游内容互动量均呈现出不同程度的增长趋势，反映出用户对于旅游信息的强烈兴趣和深度参与。

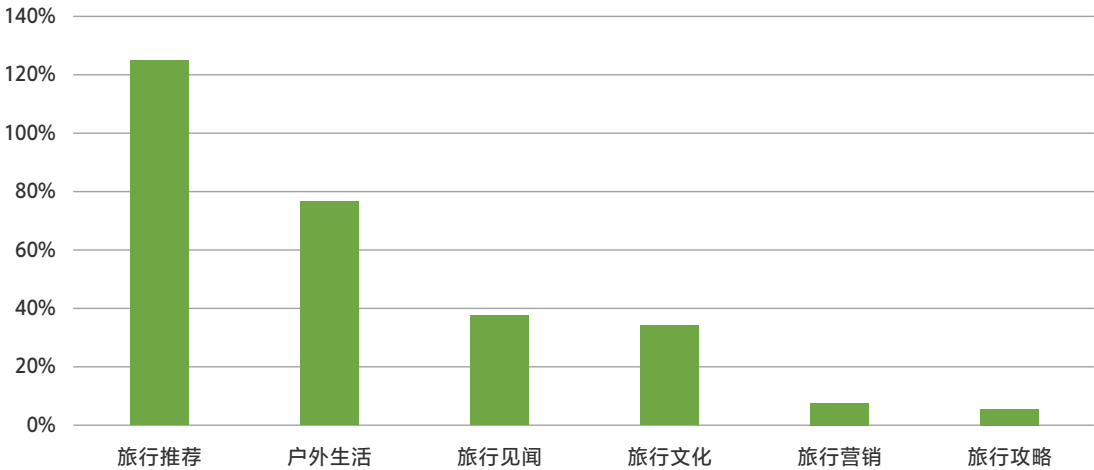
人们乐于通过镜头记录下美丽的风景、有趣的文化和独特的习俗，让更多的人能够感受到旅行的魅力和乐趣。在报告期内，旅行见闻类相关视频是展现次数最多的旅游细分内容。

旅行推荐相关内容近期也获得了极高关注，用户们乐于对推荐内容探讨交流，并将心仪的推荐分享给家人和朋友，寻求出行灵感的同时，也为他们的旅行决策提供了宝贵的参考。抖音平台作为信息分享和交流的重要场所，正成为人们获取旅游灵感、规划旅行行程的重要参考来源。此外，户外生活作为时下最热门的旅行方式之一，其相关内容也获得了大量的关注，与去年同期相比分享量实现了77%的增长。



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日

旅游细分内容分享量同比增长情况



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日，2023年1月1日-2月15日

旅游相关内容条均表现增幅TOP类别

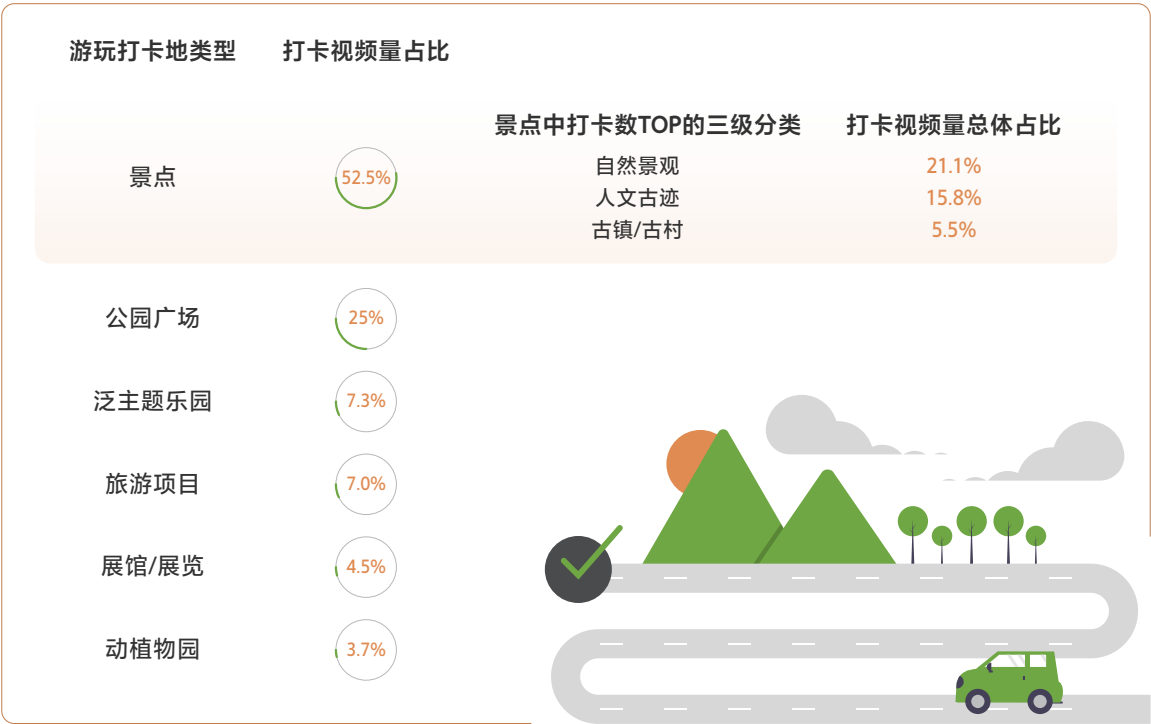


数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日，2023年1月1日-2月15日

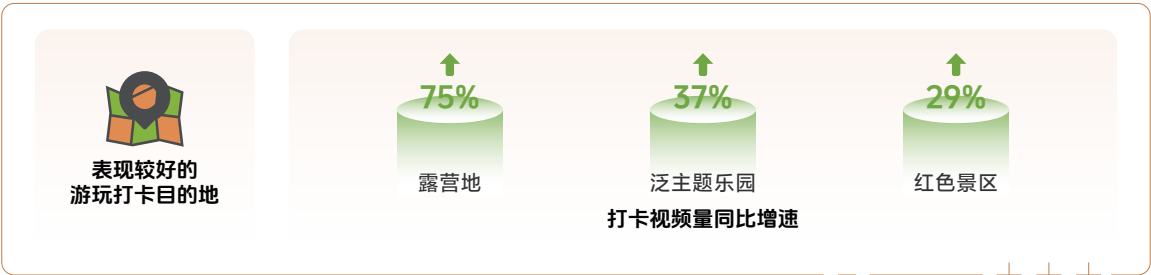
游玩打卡成为标配，细分领域增长值得关注

游玩打卡已经逐渐成为用户日常分享的生活方式，用户通过POI打卡，不只是能够标记自己曾经到过的地方，更能够在社交媒体上与朋友和关注者分享自己的生活点滴，以及在这些地方所体验到的美好瞬间。报告期内，有超过一半的用户打卡视频来自各色旅游景点，其中，自然景观、人文古迹和古镇古村是最受人们欢迎的景点类型。

值得注意的是，露营作为用户旅游项目的新兴细分市场，其打卡数量与去年同期相比增长了75%，增速领先于所有其他旅游项目细分目的地。同时，近期亲子游的热潮使得泛主题乐园成为打卡的热门目的地，与去年同期相比，打卡数量增长了37%，成为增长速度较快的目的地类型之一。而景点作为旅游打卡的基础板块，特别是在红色景区方面热度呈现显著增长，同比增长率达到了29%，成为景点中增速最快的细分市场。



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日

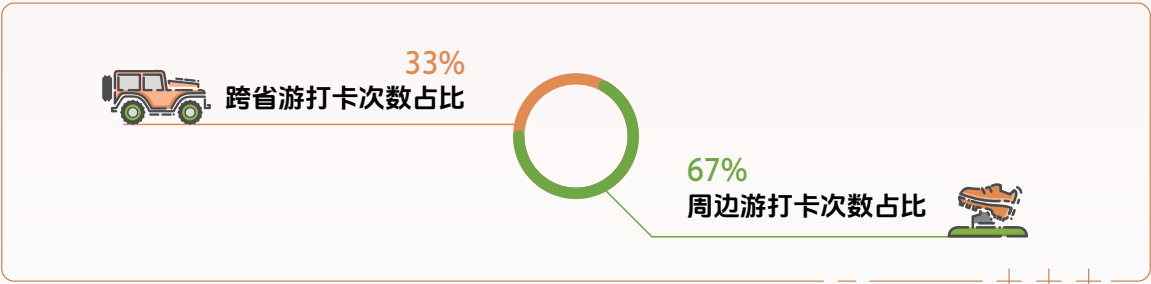


数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日，2023年1月1日-2月15日

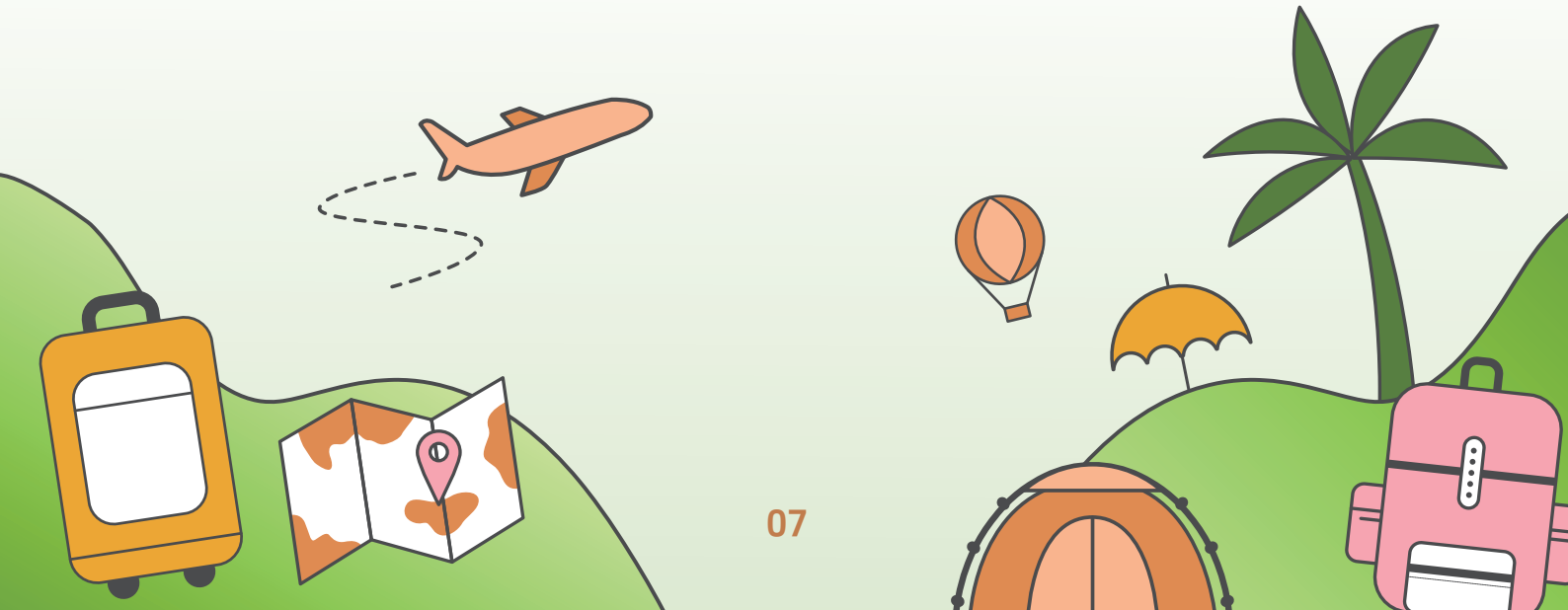
喜提最长春节假期，跨省游热度拉升

节假日密集，以及便捷的出行条件，人们不再需要利用周末时间前往距离较近的旅游目的地，有充足的时间享受诗和远方，体验不同地域的文化气息。报告期内，抖音平台记录了各个省份用户的打卡行为，远途跨省游打卡人次约占总打卡次数的三分之二。

显著地受季节性影响，除直辖市和特别行政区外，海南、云南、广东这些地处南方温暖气候省份的用户周边游的比例更高，而冬季气温较为寒冷的河北、内蒙古、宁夏、吉林等地的用户更多选择跨省游，沐浴温暖艳阳享受四季如春。



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日



1.2 众声回响，高声量目的地引爆线上

北国风光与南国风情各显魅力

广东、河南凭借其旅游资源丰富，加之人口基数庞大产生的高频周边游，在报告期内成为国内最热门旅游目的地省份。



#活力广东暖新春

话题播放量截至目前已超9亿，今年春节，广东非遗民俗年味火爆出圈，英歌舞、花街灯会、舞龙舞狮等传统民俗活动纷纷登上热榜，老树开新花，让这个冬天“年味”十足。



从内容条均表现来看，新疆和西藏以其独特的自然风光，吸引着用户心驰神往。壮丽的高原景色和丰富的民族文化，使得这两个地区成为了众多旅行者的向往之地。东三省则以其鲜明的季节性景色，在报告期内收获了大量用户的目光。尤其是哈尔滨在今年冬天火爆全网，冰雪大世界、冰灯艺术展览等特色活动，吸引了无数游客前来观赏和体验，丰富多彩的视频内容也使得黑龙江在完播率上领先全国其他省份。



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日

热门景区带动城市声量

一处热门景点足以让一座城市热闹非凡，这样的奇迹屡见不鲜，前有西安的大唐不夜城，现有哈尔滨的冰雪大世界。无论是重庆的洪崖洞、上海的迪士尼、北京的天安门，还是丽江的古城，每当它们在视频中亮相，总能引发用户关注与互动，并吸引人们亲身前往体验。不仅是那些耳熟能详的一线城市和新一线城市的网红景点，抖音平台上也逐渐涌现了许多不那么为人所知但同样魅力十足的旅游目的地。那些曾经鲜为人知的宝藏地，也在抖音平台的助力下进入了大众视野。



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日

围绕打造新潮好玩的广东年味，各大景区纷纷推出形式多样的节庆活动欢迎游客。如广州长隆旅游度假区“齐乐长隆”“超级巨龙节”活动，长隆野生动物世界全国首发科莫多龙展，带领游客登上青龙山、行龙脉、探真龙。在抖音上演绎了一场趣味的新年“寻”龙故事。



佛山千古情景区摇身一变成“顶流”，春节期间上演龙腾“狮”跃的广式新年，展示岭南传统年俗魅力。

另外，湖南郴州东江湖旅游区今年也一跃成为抖音用户讨论的最热门话题之一，红船招亲、舞龙舞狮等一系列民俗活动轮番上演。

国内热门景区相关视频内容播放及互动数据表现



数据周期：2024年1月1日-2月15日



“尔滨，你让我感到陌生。”

这句来自本地人的感叹，印证了哈尔滨在这个冬天的火爆。

这并不是一次偶然的爆红。为抓住市场回暖后的第一个冰雪旅游节点，黑龙江文旅与巨量引擎-云游四海IP达成合作，从2023年8月开启长线城市话题运营。线上达人全网种草，线下音乐节等活动持续加热，将城市声量累积至冬季集中释放，一举突破27亿曝光，彻底点燃哈尔滨冰雪热度，掀起全国“文旅联欢”。

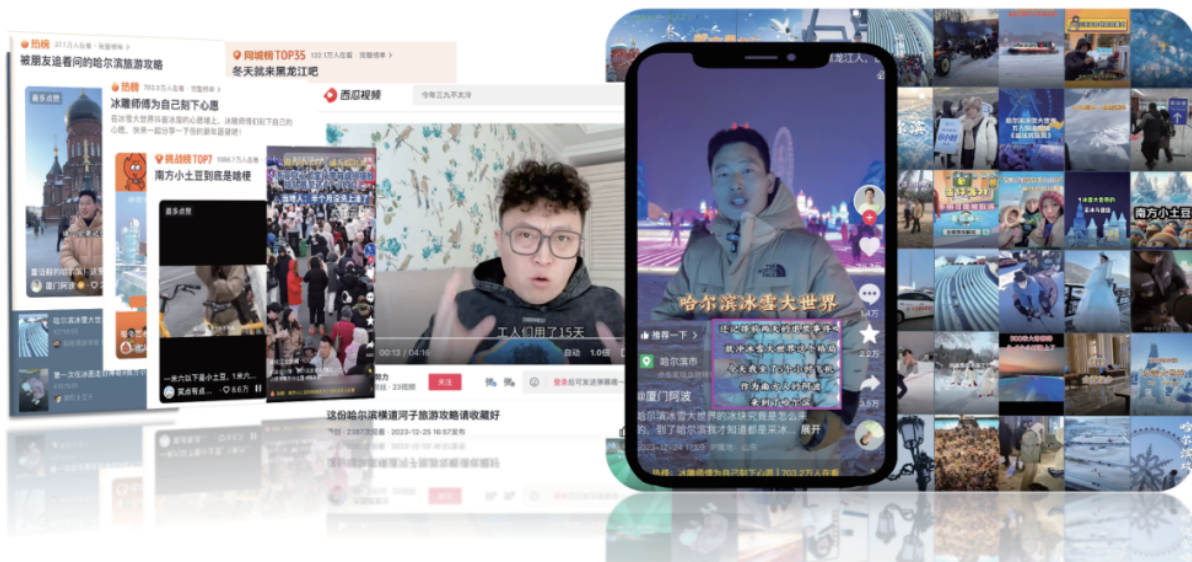
1 主打听劝：一省八市协同发力，化危为机打响声量

哈尔滨在面临冰雪大世界退票危机时，以坦诚的态度和迅速的应对措施，成功化解信任危机，转化为城市宣传的机会。借此契机，由黑龙江文旅牵头，哈尔滨、齐齐哈尔等8座城市的官方文旅号共同发起，通过官方话题和社交媒体活动，如抖音挑战赛和系列宣传片，有效吸引了公众的注意和参与，视频播放量超过3600万，增强了城市的吸引力。



2 打造市格：官达联动跨界嗨玩，一举晋升文旅顶流

哈尔滨“听劝型市格”的出现，成功吸引了年轻人，黑龙江文旅与抖音合作特邀12位达人担任文旅推荐官，并组织了一场4天3晚的冰雪体验之旅。活动中，达人团通过美食、美景、娱乐、攻略等多个维度，在抖音和西瓜视频双管齐下，展示黑龙江的旅游魅力。



3 集体开卷：“尔滨”效应持续发酵，全国文旅听劝上分



纵观这两年的文旅市场不难发现，“人设”已成为城市旅游的上分密码。哈尔滨的文旅热引发关注，截至2023年12月，哈尔滨线路游订单同比增长1880倍。2024年元旦期间，哈尔滨实现旅游总收入59.14亿元，达到历史峰值。节后抖音热榜前50中，有7个就与哈尔滨有关，热度TOP3中哈尔滨独占两元。

各地文旅局纷纷下场借鉴哈尔滨经验，河北文旅听劝改名扬言当卷王、吉林听劝搬出张起灵、河南洛阳听劝恭迎公主殿下回城、上海听劝用繁花的方式打开魔都……一波操作过后，26个省市级文旅厅抖音账号累计涨粉近600万。“哈尔滨效应”不仅重燃东北冰雪的热度，带动了全网的旅游热情，成功将线上热度转化为线下消费，促进经济复苏，更是直接开启了全国城市文旅的内卷大战，引发现象级的跨文化、跨区域大联欢。



出境游热度有序恢复



随着出入境旅游政策的不断优化，用户出境游意愿得到释放。根据中国旅游研究院数据，2023年全年出境旅游人数超过8700万人次。

虽然受国际局势不确定性影响，但用户对出境游内容的关注度仍保持“积极乐观”。2024年第一季度的前半段，抖音平台境外POI打卡用户数达82万人，视频发布数超180万条，这些内容被用户观看了超过90亿次，分享近4000万次。从打卡地分布来看，出境游目的地以港澳近程为主导，用户优先考虑的还有日韩、新马泰等中国周边泛亚太国家，以及美、英、澳等传统发达国家。

出境游热门旅游
国家&地区TOP10



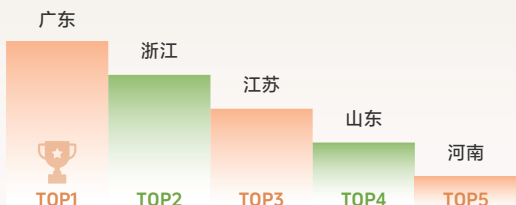
数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日

2024五一假期跨省游热度不减，近郊户外游值得关注

从旅游目的地搜索量、内容呈现量、互动量等先行指标来看，用户出行热情高涨，出行热度极可能延续到五一甚至暑期。其中，跨省游和近郊户外游值得关注。

出游半径方面，五天长假对用户选择跨省游产生积极影响，多数用户以选择跨省游为主。从报告当期种草情况及往年数据来看，广东仍是用户心所往之的旅游热门省份，四川或成为今年五一假期目的地“黑马”。

2023年五一期间旅游目的地POI打卡量TOP省份



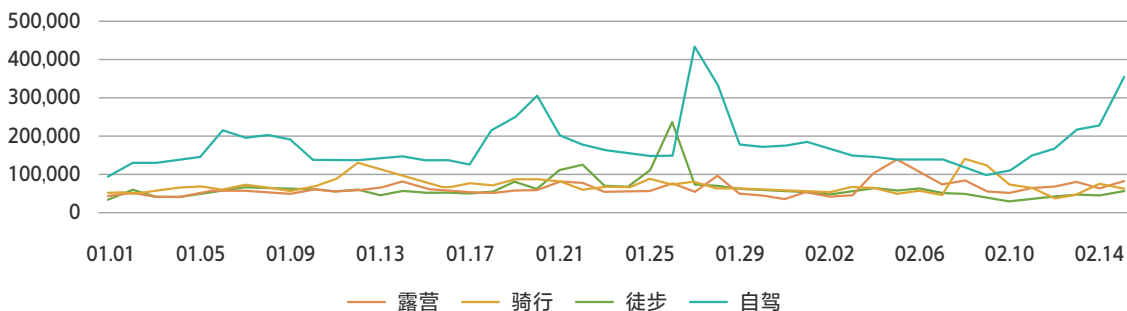
2024年1月1日-2月15日旅游目的地POI打卡视频分享量TOP省份



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1-2月，2023年4月29日-5月3日

不仅仅跨省游值得关注，随着五一期间天气转暖，冬天在家种草户外生活的用户想必会趁着五一假期来一场说走就走的户外旅行。报告期内，用户通过内容分享和评论，参与到户外生活的讨论和行程规划当中，其中，自驾更受用户欢迎。此外，露营、骑行、徒步也受到不同类型喜爱户外生活的用户的关注。

2024年1月1日-2月15日户外旅行细分方式内容分享量趋势



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日

出境游方面，今年五一期间用户目的地或仍以港澳及泛亚太国家为主。值得注意的是，报告期内，冰岛、埃及、挪威等小众旅游目的地悄然登上分享量榜单的靠前位置，由于距离中国本土较远，五天假期或难以成行，可关注国庆期间表现。

出境游目的地POI打卡视频分享量TOP国家及地区



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日

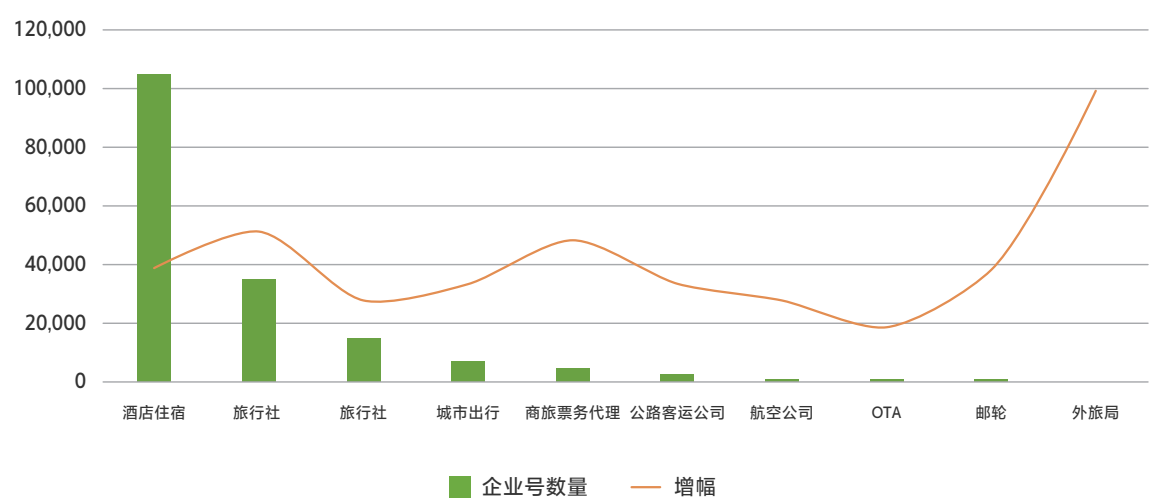
1.3 内容经营，探索线上营销新路径

商家持续加码线上经营，订单转化渐入佳境

用户出行需求的集中爆发，也带动了出行产业链上各领域商家积极加码线上经营。2024年一季度前半段，抖音平台注册出行行业企业账号数量同比增长20%，其中酒店住宿行业表现较为积极，是注册企业号最为集中的行业领域。从增长来看，除外旅局体量较小增速领先外，旅行社和商旅票务代理的商家入驻数量增长也颇为可观。



抖音酒旅行业企业号数量及增速



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年2月15日，2023年2月15日

酒旅相关注册企业号数量
增速TOP行业

增速	↑ 79%	↑ 31%	↑ 28%
行业	外旅局	旅行社	商旅票务代理

数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年2月15日，2023年2月15日

得益于商家勤耕不辍的内容经营，平台订单转化表现也渐入佳境。2024年一季度前半段，平台酒旅类支付订单同比增长近50%。不同细分行业呈现显著差异，我们对产业链上不同行业的订单量及订单量增速进行分析，景点、酒店住宿和旅行社的内容声量及订单基数较大，增速相对放缓，为高渗透品类。航空公司、OTA、城市出行虽订单基数小，但呈现高速增长上涨，为机会品类。



订单量

2024年01月01日-
2024年02月25日

2023年01月01日-
2023年02月25日

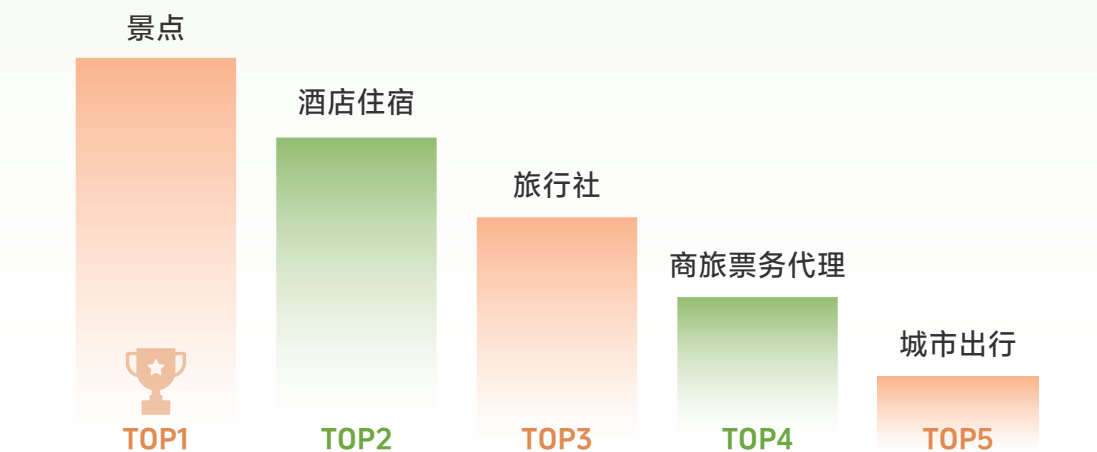


同比增长 50%↑



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月25日，2023年1月1日-2月25日

酒旅商家订单量TOP5细分行业



酒旅细分行业商家
订单量增长情况

增长

行业

↑
2550%

航空公司

↑
410%



↑
245%

城市出行

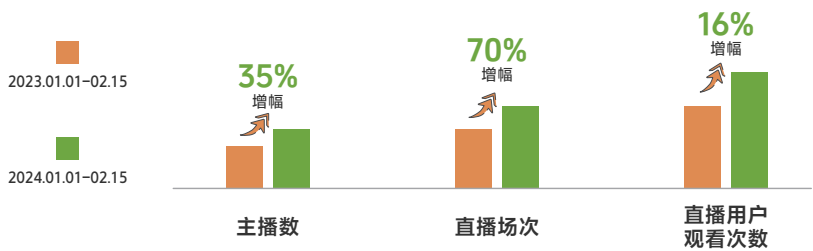
数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日，2023年1月1日-2月15日

直播为商家持续注入活力与商机

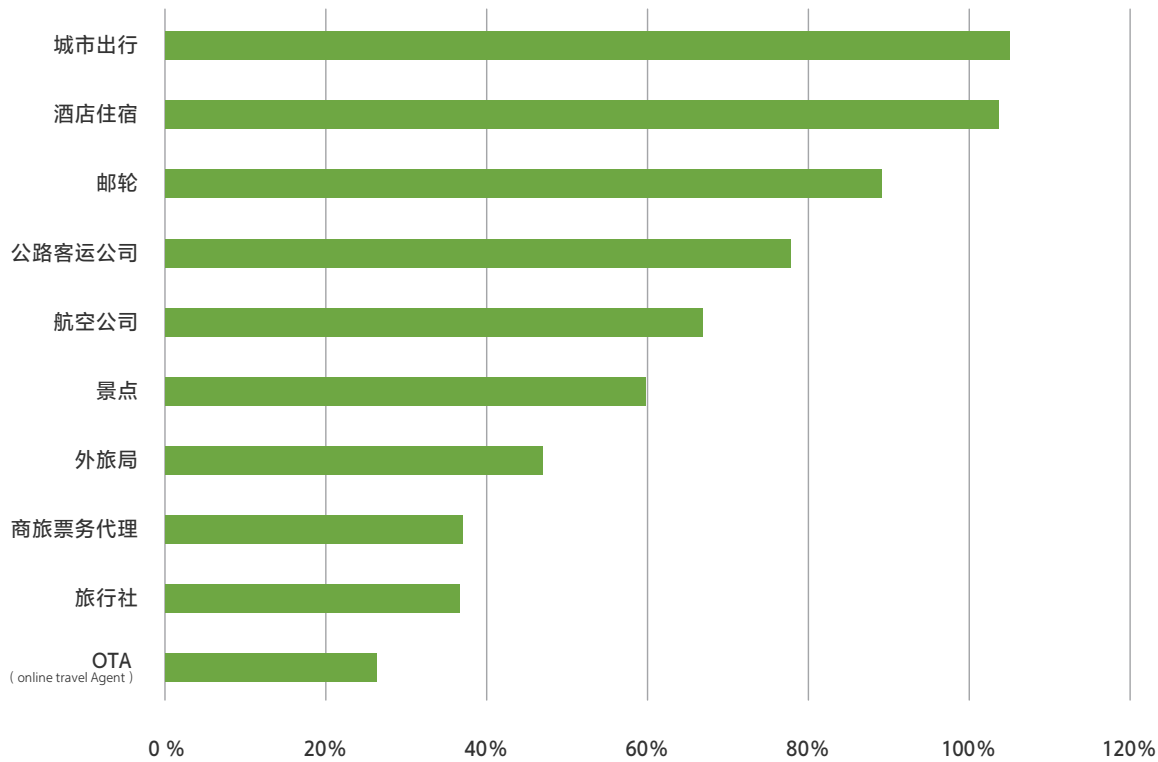
直播已成为各行各业在抖音平台上的一种流行推广方式，尤其在酒旅行业中，它以其直观和真实的特点，成为商家线上营销的突破口，为商家带来了生意增量。在2024年第一季度前半段，抖音平台上酒旅相关的商家直播场次同比增长70%，直播作为酒旅行业线上营销关键手段的影响力正在不断扩大。其中，城市出行、酒店住宿类直播场次增长幅度更是超100%，越来越多的用户正在通过直播获取出行和住宿信息。

人们出行热情释放，以及商家持续直播种草加持，用户在出行过程中对旅游产业链上不同类别产品的切实需求为商家带来生意机会，订单的增长证明了酒旅行业直播策略的有效性，也给予商家直播积极性的正向反馈。

酒旅商家直播数据增长情况

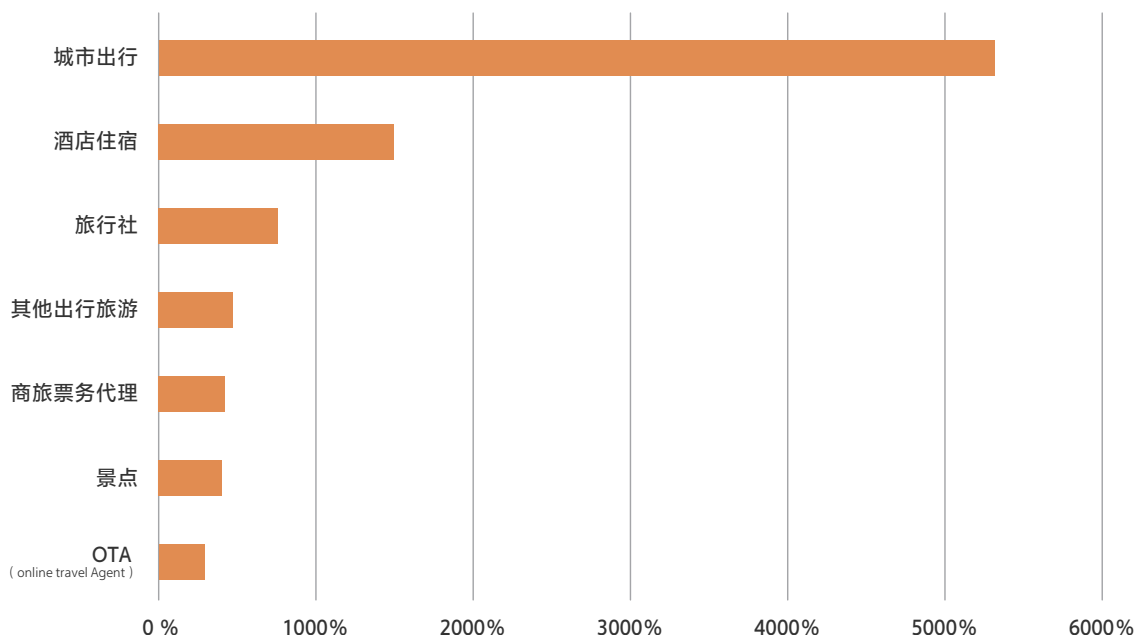


抖音酒旅行业细分商家直播场次增速



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日，2023年1月1日-2月15日

酒旅行业商家直播渠道订单量同比增速



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日，2023年1月1日-2月15日

达人助力商家有效经营

抖音平台也成长起来一定量级的旅行和酒店达人，他们作为意见领袖，拥有一定的话语权和影响力，通过发布旅游攻略、酒店测评等提供专业讲解，通过在抖音平台的分享来为商家带来品牌知名度，吸引用户游玩景点、预订酒店，提高商家收益。

在内容展现方式上，直播相较于短视频的互动性更强，可以实时向兴趣用户传递优惠信息，直观展示景区或酒店内容。再结合短视频内容即时可见的特点，能够更好地满足用户需求，更大程度将兴趣用户转化为下单用户，帮助商家提高收益。

通过数据可以看出，万粉以上达人产生的游玩&住宿类生活服务订单增长明显，通过直播渠道产生的订单更是同比激增近17倍，占总体订单比重从2023年的0.3%提升到了4.4%。

万粉以上达人产生
游玩住宿类订单

直播渠道 同比增速 1689%
短视频渠道 34%

万粉以上达人通过直播渠道
产生游玩住宿类订单占比

2023 0.3%
2024 4.4%

数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日，2023年1月1日-2月15日

邂逅春天，赏花图鉴——酒旅春季热点事件回顾

春季是旅行的最佳时节，万物复苏、春风拂面，人们渴望短暂放下城市里工作生活的攘攘喧嚣，安排一次放松身心的自然之旅，去寻找那些被遗忘的自然美景，体验不同的生活方式。

漫步在古城小镇的街头巷尾，享受春日阳光带来的温暖和诗意，看盛开的花朵与古老的建筑交相辉映。乘船游湖，欣赏春水碧波的湖泊美景，观察湖边的动植物如何迎接春天的到来。登山远眺，领略生机盎然、山花烂漫的自然风光，体验大自然的神奇魅力。

我们整理了2023春季在抖音平台上旅游出行相关的热点事件，春日好风光、赏花、踏青露营是春季出现频次最多的高热话题。

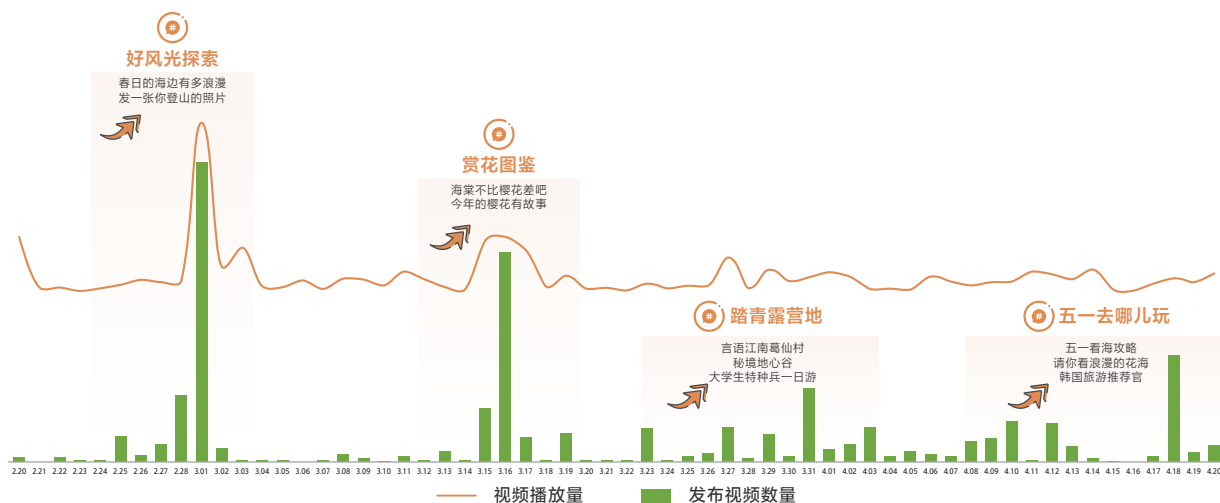
2023年酒旅春季热度趋势图



23年春季热门事件

邂逅春天、春天的温柔都在粉色里
2大热点趋势领先，大家对解封后的春日充满向往与期待

2023年酒旅春季内容发布&播放热度节奏趋势



23年春季热榜回顾

淄博烧烤、夜樱、私藏打卡地、特种兵打卡等热点词频频登上热榜

春日好风光

最是一年春好处，绝胜烟柳满皇都。春日美好稍纵即逝，何不带上爱人好友、三五知己，共寻春光、同享春色，来一场春天里与美景的邂逅。

2023春季风景话题热度TOP

泰山倒挂的天梯
隐匿在云南大山深处的古村落
总要去趟爱情山吧

同比增速
1024万+
1010万+
940万+

2023春季风景话题投稿量TOP

山顶的风景一定值得
来泰山一睹人间盛世颜
可以看看你们拍的山海吗

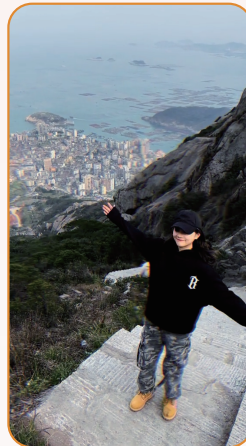
相关视频数
4万+
1.3万+
1万+

2023春季风景话题播放量TOP

#新疆与你交换四季
#目的地图文攻略
#心动海岸线

话题播放量
8.7亿+
8.4亿+
3.3亿+

#山顶的风景一定值得



点赞量12万+ 互动量10万+

#烟雨中的葛仙村



点赞量54万+ 粉丝200万+

赏花攻略

在公园里漫步，欣赏春花烂漫的景象，感受春天的美好和生命的活力。走进田野，看春天的田野如何从沉睡中苏醒，绿意盎然，一片生机勃勃的景象。

#又到了赏花拍照的季节



点赞量2万+ 粉丝107万+

#最美婺源油菜花



点赞量38.5万+ 粉丝22万+

2023春季赏花话题热度TOP

江苏樱花盛开
广西鹿寨县桃花开啦
2023赏花时间表

热度值
1064万+
1030万+
1022万+

2023春季赏花话题投稿量TOP

在春风里看一场樱花飘雪
郁金香是春天浪漫天花板
可以看看你们拍的山海吗

相关视频数
5.6万+
5.2万+
1万+

2023春季赏花话题播放量TOP

#在春风里看一场樱花飘雪
#今年的樱花有故事
#当春雪遇上盛开的花

话题播放量
3.3亿+
1.9亿+
1.7亿+

踏青露营地

露于山谷中，与自然为邻，拉上帐篷就是家，迈出帐篷就是山川湖海。徒步、烧烤、钓鱼、观星，与花鸟为伴，与鱼虫为侣，回归本真，感受野趣。

2023春季踏青露营话题热度TOP

又是羡慕野外露营的一天
露营是成年人的过家家
春天就是要和好友一起去露营

热度值
442万+
421万+
418万+

2023春季踏青露营话题投稿量TOP

踏青游玩来这里采春茶吧
户外露营的正确打开方式
又到了春游踏青的季节啦

相关视频数
1.6万+
9600+
4040+

2023春季踏青露营话题播放量TOP

#适合周末打卡的旅游胜地推荐
#春光正好去露营
#五一小众宝藏旅行地

话题播放量
7600万+
1398万+
1216万+

#打卡宝藏露营地

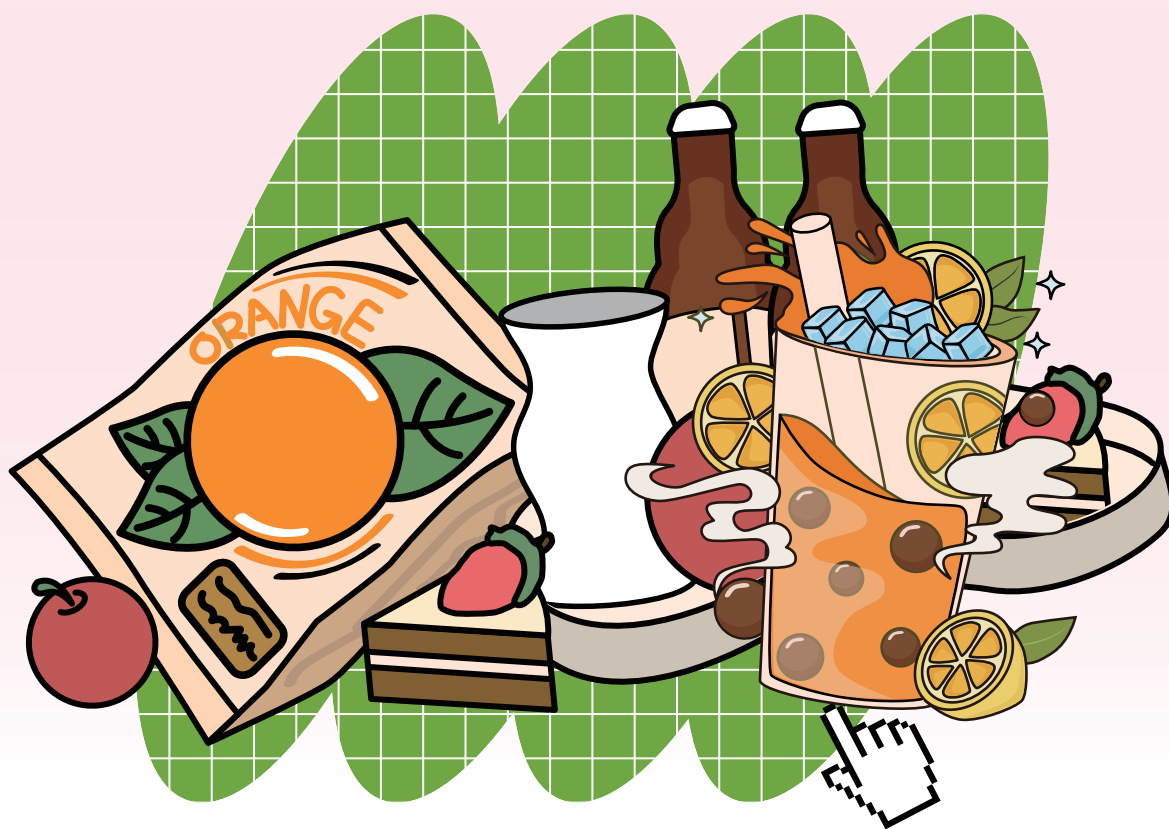


本地KOC 粉丝7.6万+

#精致女生露营都做了些什么



点赞量34万+ 粉丝660万+



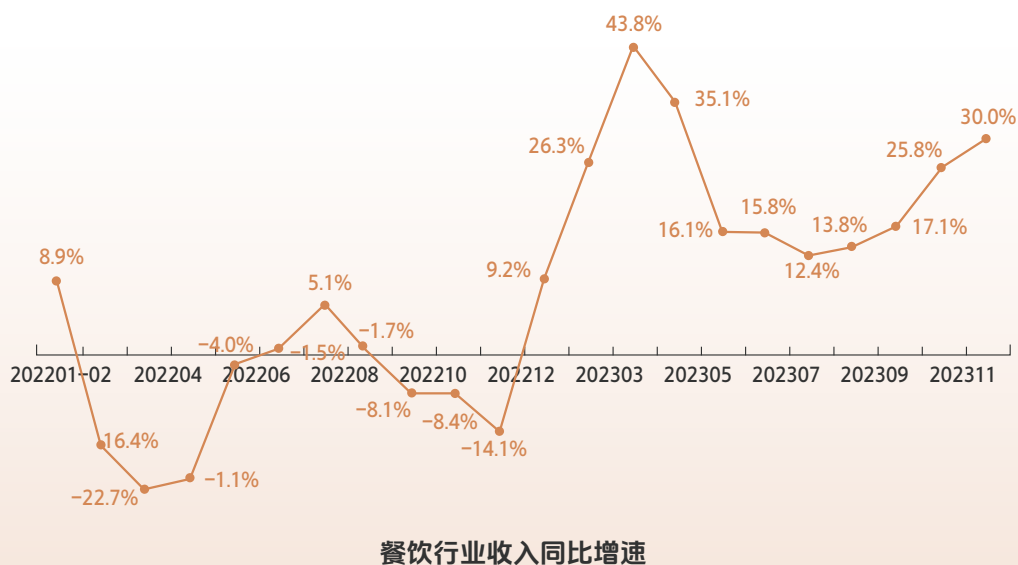
PART 02

餐饮篇

2.1 春日暖阳，“人间烟火气”获得更多关注与青睐

餐饮行业领跑消费市场迎来强势复苏

随着社会经济回升向好，促消费政策发力，2023年餐饮行业在国内消费市场中复苏表现亮眼。国家统计局数据显示，餐饮行业收入同比上涨20.4%，创历史新高。在社会消费品零售总额中，增速领跑其他消费行业。在23年四季度表现尤为亮眼，同比增幅达24.3%。



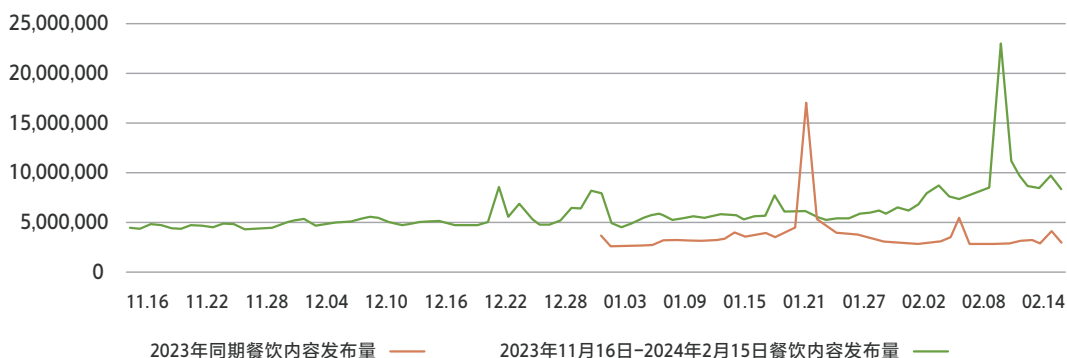
数据来源：国家统计局



受益于整体行业的复苏势头，2024年第一季度的前半段，抖音平台上的餐饮相关内容同比和环比均实现了双位数增长。在节假日期间，许多用户选择在抖音上分享他们的快乐时光，平台的餐饮内容发布量在2024年除夕当天达到了峰值，相比去年同期提升了34%。春季时节万物复苏，吸引着饕客们食指大动，用户们热衷于在节日期间浏览各种美食内容，这些内容的播放量显著高于平均水平，随着我国餐饮行业的复苏和用户消费热情的提高，抖音平台已经成为人们分享和获取节日美食信息的重要渠道。

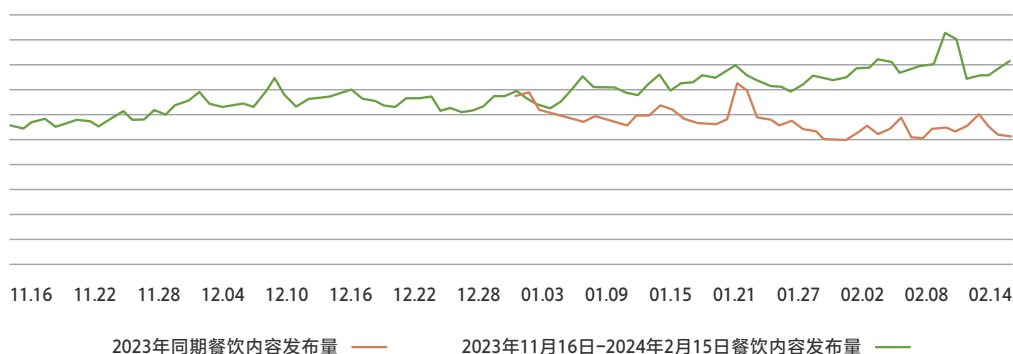
在当前餐饮相关内容总量持续增长的趋势下，用户互动量保持着高于播放量的增速，这不仅体现了内容消费的活跃，也反应了板块整体内容质量的持续提升。2024年第一季度的前半段，与餐饮相关的内容迎来了显著的用户参与热潮。与2023年同期相比，用户点赞数、评论数、分享数均呈现了明显的增长趋势，餐饮相关内容实现了数量和质量的同步提升。

抖音餐饮内容发布量数据



投稿量 | 同比增幅 **86.6%** | 环比增幅 **34.3%** | 同比增幅 **30.1%** | 环比增幅 **18.3%**

抖音餐饮内容播放量数据



同比增幅 | 点赞量 **45.0%** | 评论量 **43.1%** | 分享量 **94.5%**

数据来源：巨量引擎城市研究院，2023年11月16日-2024年2月15日，2023年1月1日-2月15日

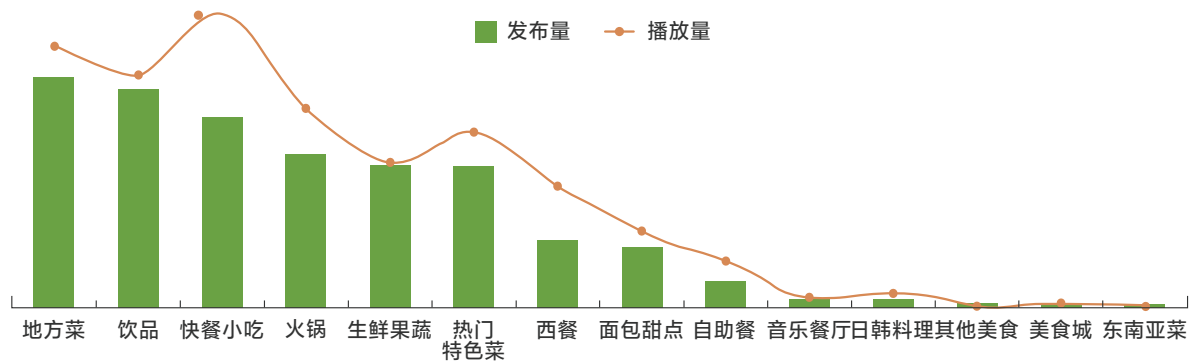
餐饮内容细分多元，满足用户个性化选择



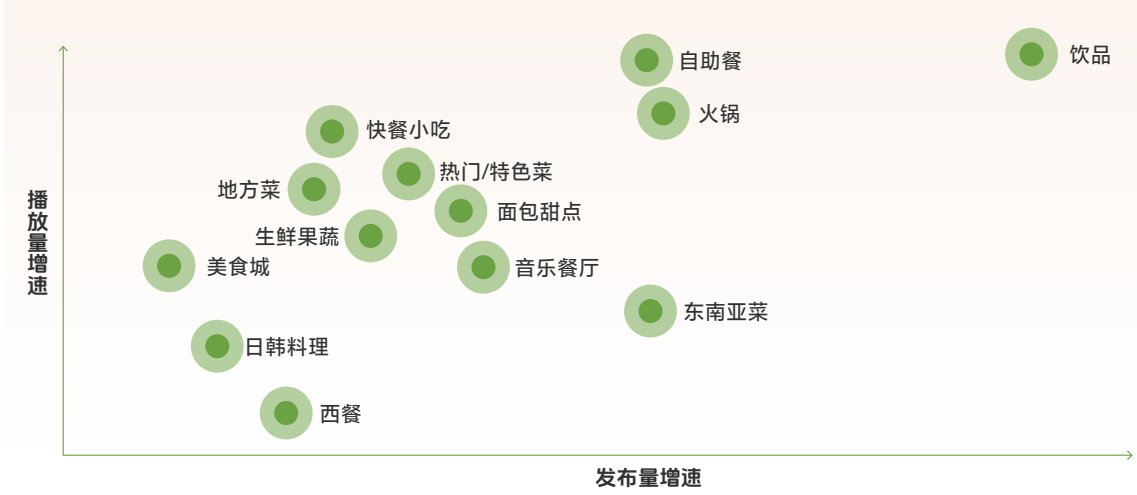
可供用户选择的品类更加丰富多元，从传统中餐到异域美食，用户都能看到自己喜欢的菜品。地方菜、快餐小吃和饮品是近期最受创作者和用户关注的美食类型。

从趋势来看，饮品赛道备受关注，在供需双侧的增速都表现突出。此外，火锅和自助餐较上年同期热度增长明显，双侧增长速度均超过平均水平，这些细分赛道的火热在互动量数据中也得到了相应体现。东南亚菜近来受到了内容创作者们的追捧，内容发布热度较高。饮品赛道中，茶饮果汁投稿量增长220%，播放量增长47%，是近期热度最高的细分品类。

餐饮细分赛道内容投稿量及播放量分布



餐饮细分赛道内容发布量及播放量同比增幅情况



细分赛道内容互动 同比增长情况	点赞量增长TOP赛道		评论量增长TOP赛道		分享量增长TOP赛道		完播量增长TOP赛道	
	1.饮品	2.自助餐	1.饮品	2.火锅	1.自助餐	2.火锅	1.自助餐	2.火锅
	3.火锅		3.音乐餐厅		3.饮品		3.饮品	

饮品赛道细分品类内容 发布量及播放量同比增幅	发布量增速		播放量增速	
	茶饮果汁	220%	47%	咖啡厅
				109%
				13%

数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日，2023年1月1日-2月15日



中国历史悠久、幅员辽阔，由于气候、物产、文化上的诸多差异，各地方菜系也有着不同的风味特点。地方菜中，川菜以其麻辣口味和丰富的菜式深受用户喜爱，而本帮江浙菜则以清淡雅致、讲究刀工和调味平衡著称，报告期内，两者仍是最受用户欢迎的地方菜系。而湘菜以其独特的酸辣口感和鲜明的地方特色，热度明显提升，成为高热度品类，吸引了众多美食爱好者的目光。供需侧增幅领先的山西菜在互动量增长上也表现良好，西北菜在用户分享量上相比上年同期增幅超5倍。在条均表现上则是各地菜系各有所长。

地方菜赛道细分品类变化趋势

地方菜赛道发布量及播放量



2024年1月1日-2月15日

地方菜赛道发布量及播放量



2023年1月1日-2月15日

发布量增长 - 增幅

TOP1 山西菜-127%
TOP2 江湖菜-100%
TOP3 陕菜-96%

播放量增长 - 增幅

TOP1 山西菜-88%
TOP2 酸菜鱼-44%
TOP3 江湖菜-31%

点赞量增长 - 增幅

TOP1 山西菜-91%

评论量增长 - 增幅

TOP1 山西菜-66%

分享量增长 - 增幅

TOP1 西北菜-500%

数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日，2023年1月1日-2月15日



地方菜



完播率TOP1
新疆菜



条均点赞TOP1
云贵菜



条均评论TOP1
湖北菜



条均分享TOP1
西北菜

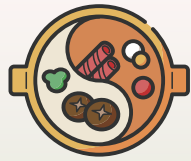


条均播放TOP1
潮汕菜

数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日



川渝火锅以其丰富的菜品选择、浓郁的油脂风味锅底和新兴网红小吃甜品，始终牢牢吸引着大量用户关注；而快餐以其方便快捷的特点，也一直以来受到用户的青睐，稳居日常餐饮选择前列。



火锅赛道细分品类发布量及播放量



快餐小吃赛道细分品类发布量及播放量



		发布量增长TOP1	增幅		播放量增长TOP1	增幅		点赞量增长TOP1	增幅		评论量增长TOP1	增幅		分享量增长TOP1	增幅
火锅		牛羊肉火锅	161%	牛羊肉火锅	81%	椰子鸡火锅	154%	牛羊肉火锅	46%	羊蝎子火锅	388%				
快餐小吃		米粉米线	127%	螺蛳粉	97%	生煎/锅贴/小笼	121%	米粉米线	99%	生煎/锅贴/小笼	422%				

数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日，2023年1月1日-2月15日

火锅	完播率TOP1	条均点赞TOP1	条均评论TOP1	条均分享TOP1	条均播放TOP1
	牛羊肉火锅	椰子鸡火锅	云南火锅	打边炉/港式火锅	焖锅

快餐小吃	完播率TOP1	条均点赞TOP1	条均评论TOP1	条均分享TOP1	条均播放TOP1
	饺子/馄饨	生煎/锅贴/小笼	快餐	生煎/锅贴/小笼	生煎/锅贴/小笼

数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日

对美食餐饮的搜索, 视频所呈现的动态形式相较于图片文字的静态记录更具吸引力。丰富多样的搜索结果不仅能满足用户原有的搜索需求, 还能激发他们的新兴趣点, 因此在搜索场景中, 餐饮美食类内容的流量分布越来越高。

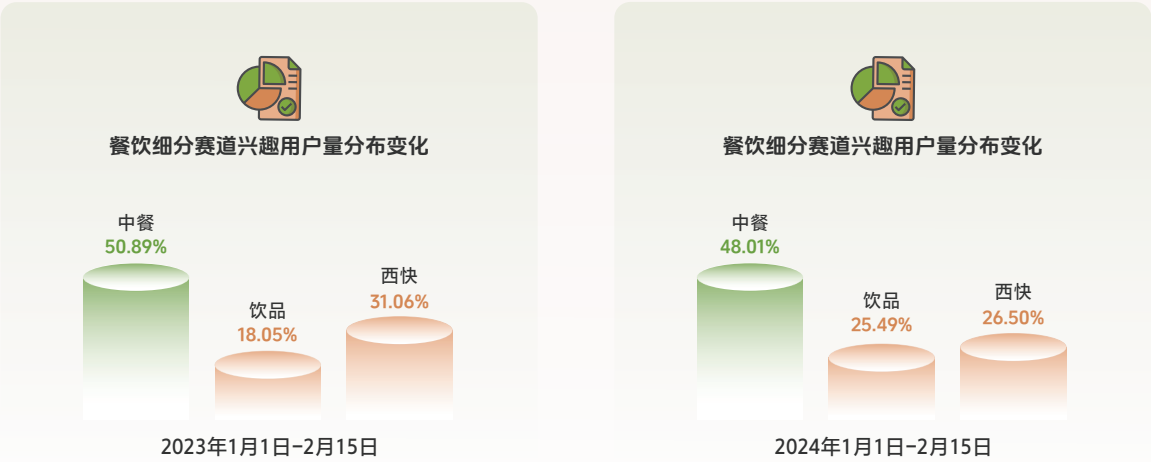


25

2.2 民生百态，舌尖滋味各有喜好不同

用户群体基本稳定，内部存在结构性变化

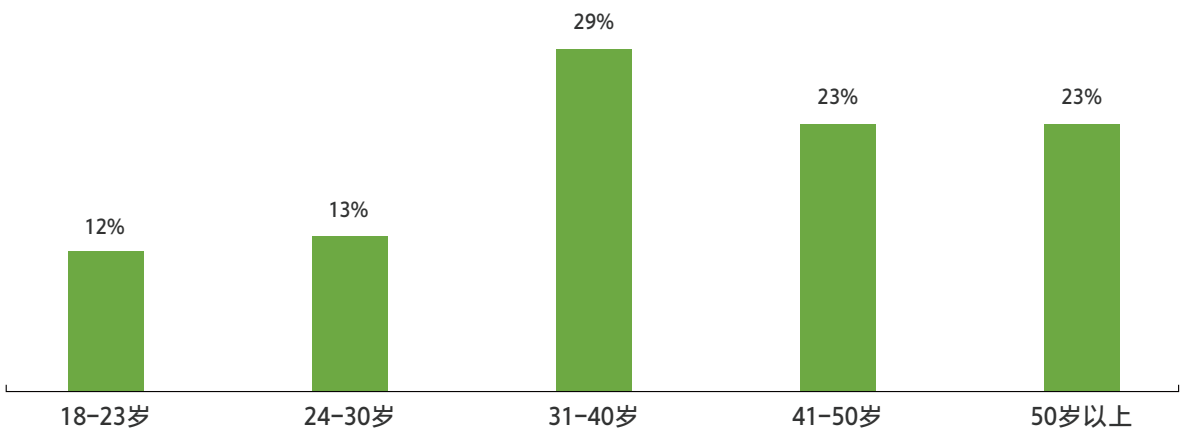
中餐赛道菜系种类繁多、烹饪形式多样，受众群体更为广泛，数量上占到总体近一半体量。饮品赛道在过去的一年中增长迅速，兴趣用户数量结构性增长超7%。



兴趣用户群体的性别分布较为平衡，女性对中餐有着略微的偏好，而男性在饮品和西式快餐方面的兴趣略显突出。在年龄结构上，超过半数的用户年龄介于31至50岁之间。年轻用户群体（24岁以下）特别偏爱饮品，随着年龄的增加，他们的兴趣逐渐转向中餐和西式快餐。地域上，约三分之二的用户来自三线及以下城市，高线城市用户更加热衷于饮品，而低线城市用户则更偏爱西式快餐和中餐。

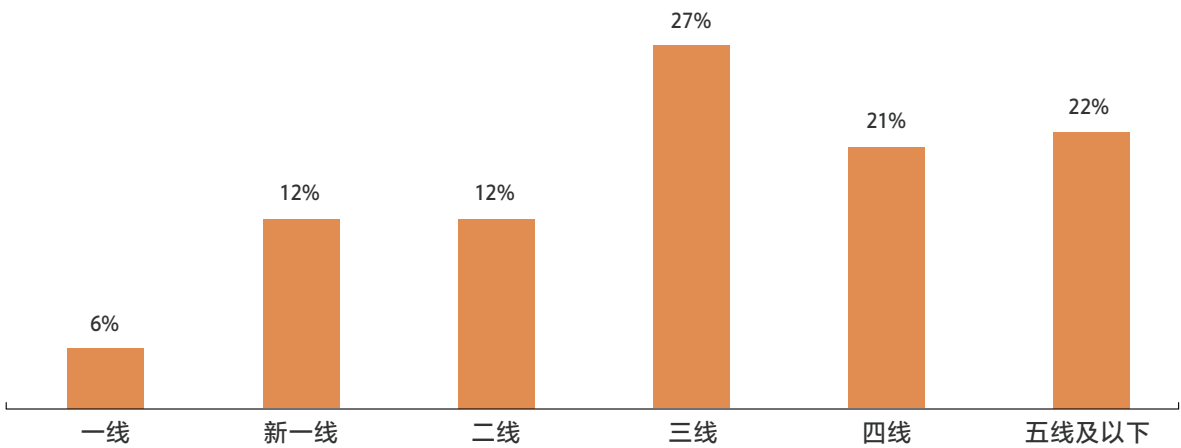


餐饮用户年龄分布及偏好度



年龄	18-23岁	24-30岁	31-40岁	41-50岁	50岁以上
中餐偏好度	89	104	104	101	104
饮品偏好度	126	97	92	96	92
西快偏好度	96	96	101	102	102

餐饮兴趣用户地域分布及偏好度



城市类型	一线	新一线	二线	三线	四线	五线及以下
中餐偏好度	96	101	99	98	101	103
饮品偏好度	112	100	104	98	95	101
西快偏好度	95	97	99	104	103	93

数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日

用户对美食的偏好存在显著地域特征



全国不同的地域风俗文化迥异，也体现在了美食的选择上各有千秋。报告期内，餐饮用户数量最多的省份是河南，其次分别为广东、江苏、山东、安徽、四川、浙江、湖南、云南、湖北。

大体来看，西南省份喜爱中餐，东南沿海省份对饮品的偏好度更高，中部省份则对西快的接受程度更好。



分城市看，餐饮兴趣用户数量排名前十的城市分别是重庆、上海、成都、北京、广州、西安、郑州、深圳、苏州和武汉。对这些城市进行归类，我们可以大致看出，麻辣之乡关注中餐，南方都市喜好饮品，文化古都则更喜欢尝试异域美食。

	重庆	上海	成都	北京	广州	西安	郑州	深圳	苏州	武汉
中餐偏好度	107	98	106	103	91	103	100	89	97	99
饮品偏好度	102	120	96	92	112	97	90	118	120	96
西快偏好度	90	98	83	96	92	107	112	93	101	86

数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日

2.3 长坡厚雪，各品类商家积极布局并驱争先

内容增长吸引商家持续积极入场

稳定增长的内容和需求多元的用户，带动了更多商家入驻经营生意，餐饮动销商家数量稳定增长。快餐小吃因其消费的即时性特点，成为了众多消费者的首选，这也使得快餐小吃类商家在所有入驻商家中所占的比例位居首位。

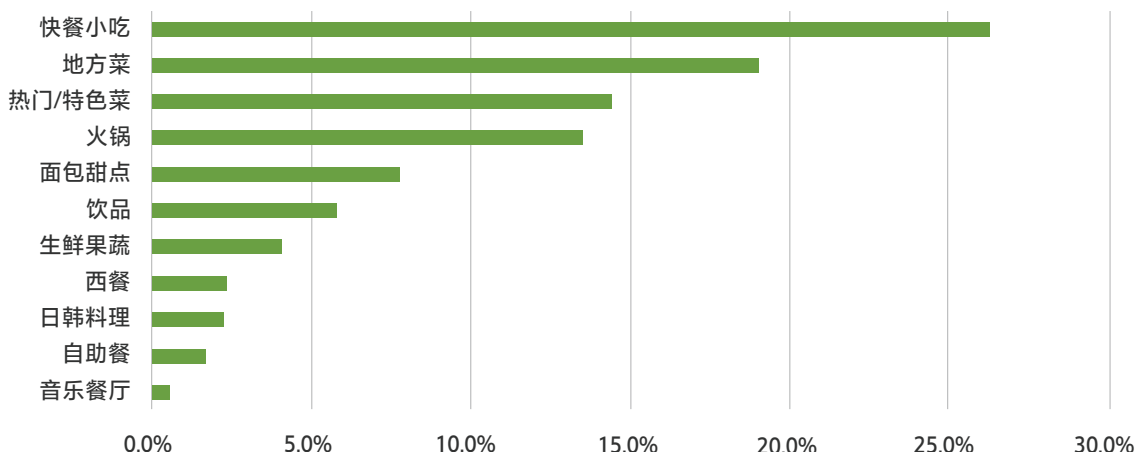
在商家入驻相对更积极的快餐小吃和地方菜赛道的细分品类中，川菜和快餐以绝对优势领衔各自赛道。

餐饮商家数量增长情况

截至2024年02月15日 餐饮企业号数量累计184万+个

相较2023年01月15日 同比增长4%

认领POI的餐饮企业号数量占比



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日

地方菜赛道商家数TOP5
细分品类

占比

TOP1
川菜

21%

TOP2
湘菜

10%

TOP3
粤菜

8%

TOP4
本帮江浙菜

7%

TOP5
东北菜

7%

快餐小吃赛道商家数TOP5
细分品类

占比

TOP1
快餐

32%

TOP2
小吃

15%

TOP3
面馆

13%

TOP4
熟食

13%

TOP5
米粉米线

8%

数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日

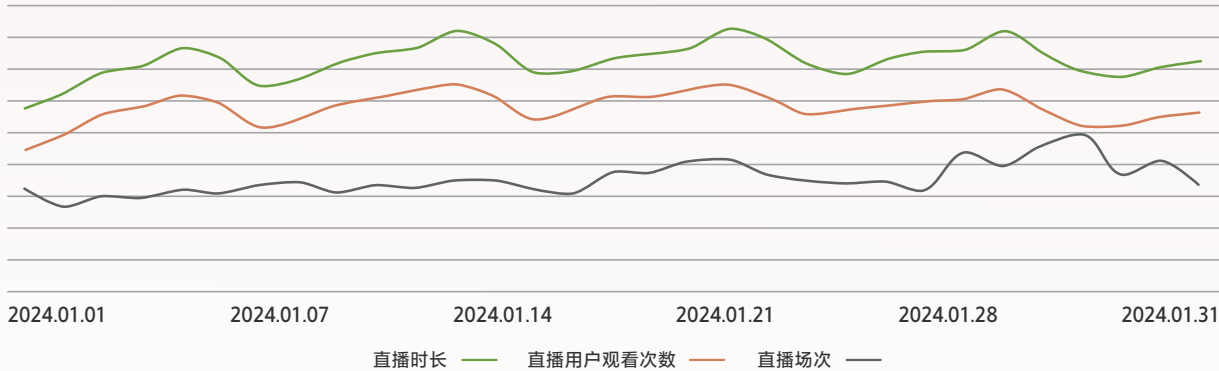
直播模式已经成为商家推广和运营的常规动作，
快餐小吃是直播渗透最高的品类



越来越多的商家通过直播形式向用户实时呈现美食内容，截取2024年1月份直播数据可以看出，商家直播的场次和时长呈现出每周规律的波动上升趋势，其中每逢周五成为了商家的直播高峰时段，吸引用户利用周末时间线下拔草体验美食。

从细分赛道来看，快餐小吃和地方菜因其商家数量本身体量较大，在直播供需表现上位居前列，而面包甜点相对则更受用户青睐。

2024年1月抖音平台餐饮商家直播数据表现趋势



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月

直播场次TOP3餐饮赛道



用户看播人次TOP3餐饮赛道



数据周期：2024年1月1日-2月15日

商家直播和用户看播数据增速趋近于线性回归，说明商家直播的主动性显著影响了用户的观看兴趣。从赛道来看，西餐和面包甜点品类直播模式的成长性更好，需求和供给两侧增速同频上扬。

餐饮商家直播及看直播增速表现



数据周期：2024年1月1日-2月15日，2023年1月1日-2月15日

平台下单数量翻番，直播拉动用户餐饮消费趋势明显



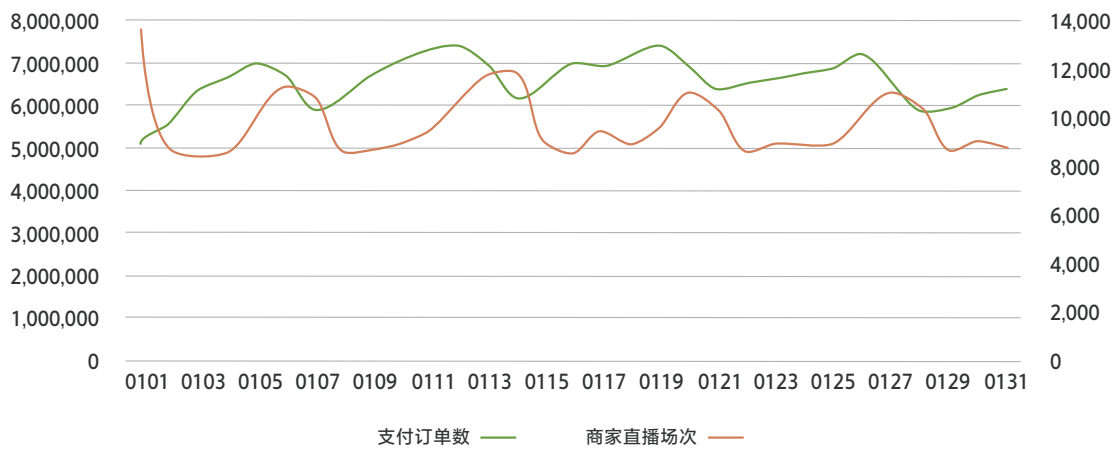
2024年第一季度的前半段，抖音平台餐饮订单支付数量同比增长近100%，快餐小吃、火锅、热门/特色菜等品类用户消费增长迅速。用户利用周末时间线下拔草美食已成为趋势，商家通过每周五高峰时段直播种草对用户产生前置影响，进而转化订单形成销量增长。

由于春节期间人们有更多闲暇时间用于自己在家烹饪中餐美食，用户更愿意在平台下单购买自己相对更不擅长制作的饮品和西餐。相比去年，在今年春节期间快餐小吃、火锅和热门/特色菜的消费成长更为快速。



数据周期：2024年1月1日-2月15日，2023年1月1日-2月15日

商家线上直播带动用户线下拔草



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月

春节期间（除夕-初六） 订单量TOP5餐饮赛道	TOP1	TOP2	TOP3	TOP4	TOP5
	饮品	西餐	快餐小吃	火锅	面包甜点

春节期间（除夕-初六） 订单量同比增长TOP5餐饮赛道	快餐小吃	火锅	热门/特色菜	饮品	面包甜点
占比	152%	145%	137%	121%	108%

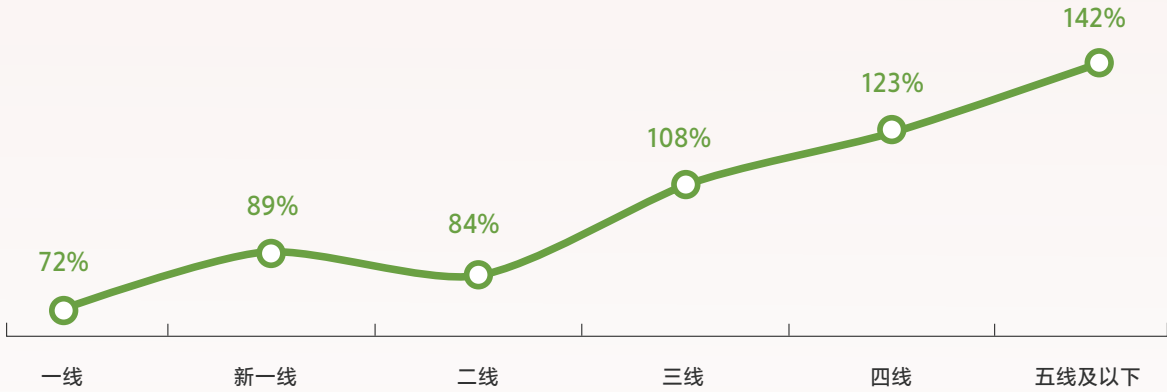
数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年2月9日-15日，2023年1月21日-27日

平台服务下沉低线城市效果明显



从地区分布来看，低线城市的订单量增长幅度更为显著。在拥有百万兴趣用户的以上城市中，商丘、周口、南阳、邯郸和保定的订单量增幅位居前列。而在一线及新一线城市中，郑州、沈阳、西安、广州和合肥的订单量增长速度最为迅猛。

分城市类型餐饮订单量增幅



百万兴趣用户以上城市 订单增速TOP5	商丘	周口	南阳	邯郸	保定
增幅	184%	146%	145%	136%	129%
一线及新一线城市 订单增速TOP5	郑州	沈阳	西安	广州	合肥
增幅	126%	115%	111%	104%	103%

数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日，2023年1月1日-2月15日

达人为商家带来有效线索



创作达人持续输出优质内容，为用户提供实用信息的同时，也为商家带来生意线索。2024年第一季度的前半段，达人发布内容转化订单量累计超4000万个，占总订单量19%。细分赛道中，生鲜果蔬、东南亚菜、西餐和日韩料理转化率更高，综合来看，用户在自己相对不熟悉的美食领域更愿意参考达人意见，以增加付费信心，说明用户在选择异国美食或新型食品时，达人评价和推荐的重要性。



数据来源：巨量引擎城市研究院，2024年1月1日-2月15日



以“春”为场景，通过场景化能力，唤醒更多用户创造生活方式的动力，进而探索生活的“新鲜感”。在这个时候，我们可以品尝到春笋的脆嫩、莴笋的清新、菠菜的绿意和芥菜的爽口，这些春令食材不仅能满足食客的味蕾，更是大自然赋予我们的礼物。而到了晚春，菠萝的甜美、枇杷的甘润、桑葚的浓郁和樱桃的鲜嫩，这些水果的轮番上阵，更是让人感受到了生活的丰富多彩。利用这些季节性食材，创造出属于春天的美好生活方式，体验生活中的每一个“新鲜”瞬间。

春笋



脆嫩鲜美，誉为“素食第一品”
有“尝鲜无道春笋”之说。

芥菜



“报春菜”之一，
口感清脆、鲜嫩多汁。

菠菜



根红叶绿，以春季为佳，
对解毒、防春燥颇有益处。

莴笋



望春青笋，又称“春菜”，
最适合春季吃的蔬菜之一。



菠萝



春季的菠萝香味浓郁、口感水润，
适合在干燥的春天食用。

桑葚



春季滋补良药，味甜多汁、
酸甜适口。

枇杷

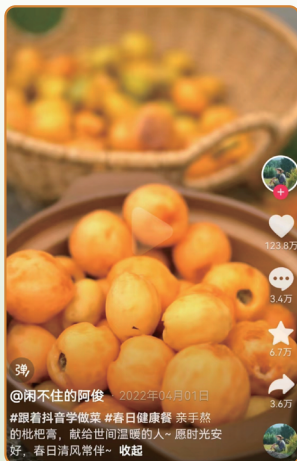


口感香甜，
具有清肺止咳化痰功效。

樱桃



“春果第一枝”，果实肉厚、
味美多汁、营养丰富。

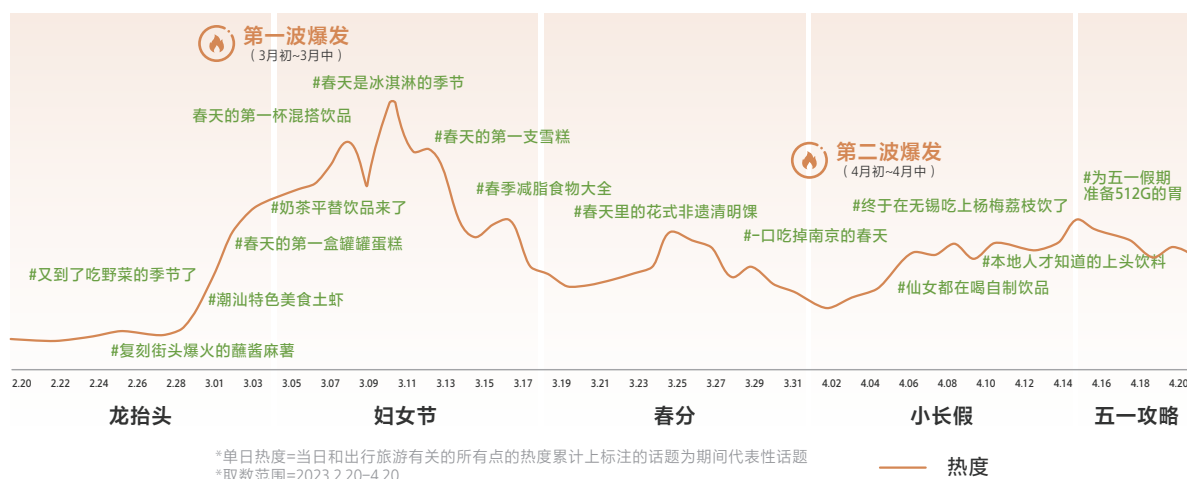




春风轻拂，万物复苏，春季限定美食盛宴也悄然拉开序幕。这不仅是一场味蕾的狂欢，更是一次探寻春天味道的奇妙之旅。

在微凉的春风中，品尝着清甜中带着丝丝凉意的第一支雪糕，那可是在春日里令人翘首期待的一份小确幸。闲暇时光，煮一杯奶茶，茶香奶韵，每一口都是生活的缩影。探寻春季限定美食，不仅仅是满足口腹之欲，更是在忙碌的生活中，寻找一份属于自己的稳稳的幸福。

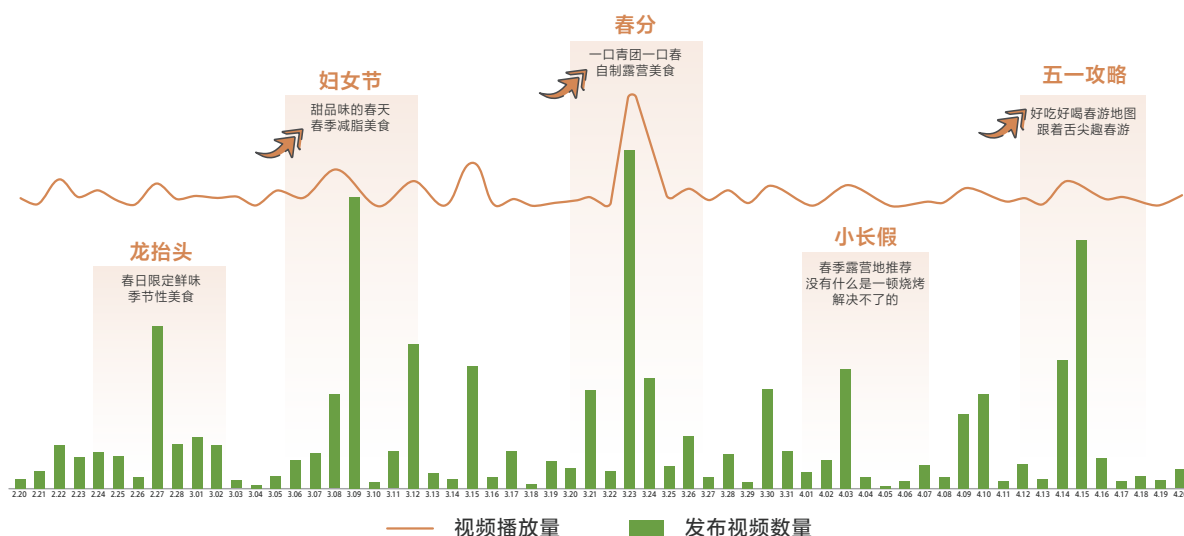
2023年餐饮春季热度趋势图



23年春季热门事件

春季限定的味道、春季的第一支雪糕2大热点趋势领先，
自制饮品也具有较高热度

2023年餐饮春季内容发布&播放热度节奏趋势



23年春季热榜回顾

香椿、春天的味道、雪糕、烧烤、青团等
热点词频频登上热榜



对地域美食的好奇心



中国地大物博、幅员辽阔，风俗民情不尽相同。探寻地方美食，是每个城市和乡村独特的味道。这些美食不仅代表着当地的饮食文化，也反映出不同地域的风土人情。



2023
春季美食话题
热度TOP

淄博烧烤炸裂整个烧烤界
爱上南宁从卷筒粉开始
潮汕究竟有多少种小吃
来邯郸吃一个人的小火锅
江苏第一波小龙虾开吃
长沙小吃能有多好吃
总要吃一次东北盒饭吧
陕西美食大赏
让人闻风丧胆的广东美食

热度值 1183万+
热度值 133万+
热度值 1107万+
热度值 1097万+
热度值 1056万+
热度值 1055万+
热度值 1021万+
热度值 1021万+
热度值 1006万+

#潮汕究竟有多少种小吃



点赞量4.1万 互动量9万+

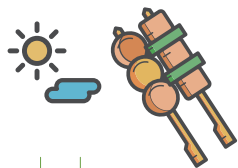
#江苏第一波小龙虾开吃



点赞量6.3万 品牌王军红



对季节限定美食的抢先分享



春天是新鲜的季节，是美味的季节。每一口都是自然的馈赠，每一味都带着生机勃勃的气息，品尝春天的味道，万物复苏的美好“食”光，更要“鲜”声夺人。

2023
春季美食投稿量
话题TOP

春天的第一支雪糕
2023年的第一个西瓜
又到了吃槐花的季节
又到了开榴莲盲盒的季节
春天是冰淇淋的季节
又到了炫樱桃的季节
又到了吃桑葚的季节
春天是吃艾叶粑粑的季节
用芒果冰淇淋迎接夏天

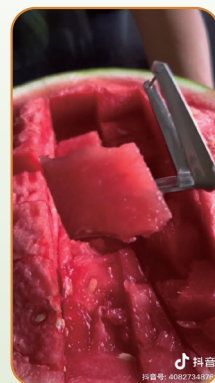
投稿数 7万+
投稿数 3.8万+
投稿数 3.5万+
投稿数 3.06万+
投稿数 2.7万+
投稿数 2.7万+
投稿数 2.3万+
投稿数 1.4万+
投稿数 1.2万+

#春天的第一支雪糕



点赞量5.8万 互动量11万+

#2023年的第一个西瓜



点赞量11.4万 点赞量30万+



沉浸式氛围感拉满



春天里，万物生。是时候带上冬眠苏醒的味蕾，去寻找那些藏在街头巷尾的美食了。无论是那家有着几十年历史的小吃店，还是那个在网络上爆红的新晋美食打卡地，都值得我们一一探访，只为一品春日美食的独特韵味，感受自然赠与的清新与美好。



2023
春季用餐话题
播放量TOP

这样吃烤肉才过瘾

播放量 23.9亿+

今年首顿小龙虾安排了吗

播放量 21.3亿+

沸腾火锅局

播放量 8.6亿+

#这样吃烤肉才过瘾



点赞量1.7万

#沸腾火锅局



点赞量1.3万

#在整个咖啡界
也是相当炸裂的



点赞量21.1W 互动量30W+

#被这些奶茶小料
狠狠拿捏住了



点赞量1.1W 互动量1.2W+



2023
春季饮品话题
播放量TOP

在整个咖啡界也是相当炸裂的

播放量 13.6亿+

适合春天去的咖啡馆推荐

播放量 1.16亿+

被这些奶茶小料狠狠拿捏住了

播放量 1.5亿+



2023
春季寻味话题
播放量TOP

春日限定鲜味图鉴

播放量 19.3亿+

春日生活局

播放量 13.8亿+

浅尝一下人间四月天

播放量 7.5亿+

#春日生活局



点赞量10.1万 互动量 11万+

#浅尝一下人间



点赞量30.1万 互动量60万+

结语

CONCLUSION

展望2024, 我们认为, 酒旅和餐饮市场的主旋律或将从“强势复苏”渐进至“创新繁荣”。纵观整个生活服务产业, 正处在“供给迎合需求”向“供给创造需求”的发展模式转变阶段, 无论酒旅或是餐饮, 只有具备创造用户需求的能力的商家才能市场中脱颖而出。

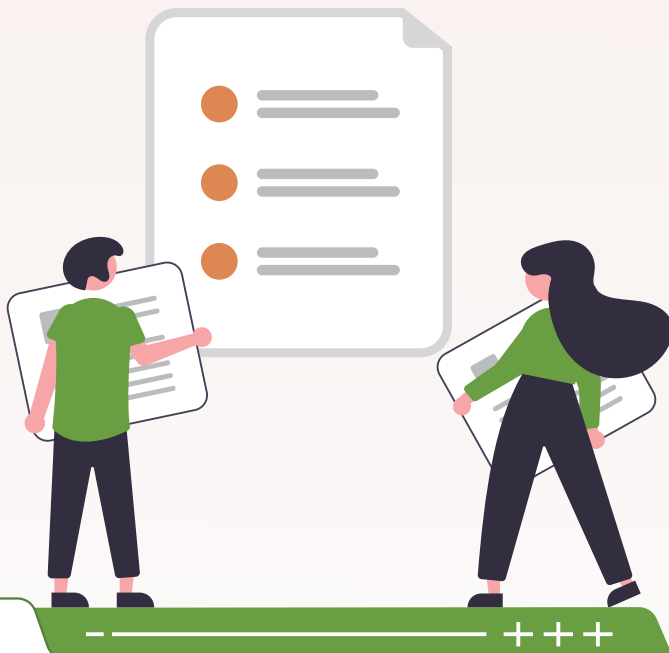
而从用户到商家, 从供应商到消费者, 整条产业链的核心参与者都在流量的大潮中沉浮, 每一个话题都有可能在平台上引爆声量, 每一条优质内容都有可能被流量放大影响力, 从而让大众看到、感知、共情、消费。

从现在到未来, 我们或许会看到越来越多的商家在抖音经营生意。在产业发展模式转变的关键阶段, 抖音平台致力于架起商家和终端用户之间的桥梁, 打通从内容到交易的“最后一公里”, 为商家提供更加高效的运营环境, 也为用户营造更为舒适便捷的使用体验。



声明

STATEMENT



本报告由【巨量引擎城市研究院】与【益普索中国】联合制作。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与益普索中国消费科技研究院所有。

【巨量引擎城市研究院】与【益普索中国】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。



【益普索中国】

益普索Ipsos是全球最大的市场研究咨询公司之一，业务遍及全球90个市场，员工超过18,000人。在市场和用户理解、品牌、声誉、创新、客户体验、创意评估、渠道表现等领域提供75项专业的研究和咨询解决方案，服务范围涵盖快消、消费电子、零售、汽车、金融、医疗医药、互联网与新科技等诸多行业。

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】与【益普索中国】。