



2026 春节餐饮消费者洞察

库润数据出品

消费者洞察

定量研究

餐饮类



Preface

/ 前言

研究目的&意义

有人坚持亲手包饺子，有人果断下单佛跳墙，有人在电话里反复确认年夜饭的预订，有人在社交媒体上分享"反向过年"的体验。这些看似琐碎的日常选择，实则构成了中国餐饮消费最真实、最鲜活的底层数据。库润数据通过对这份525人样本的深度分析，试图回答一个根本性问题：在这个充满不确定性的时代，中国人对"团圆饭"的期待，到底发生了什么变化？

人群数量

525份（年夜饭选择在餐厅吃的消费者）区域覆盖：国内一线、新一线、二线及三四线城市。

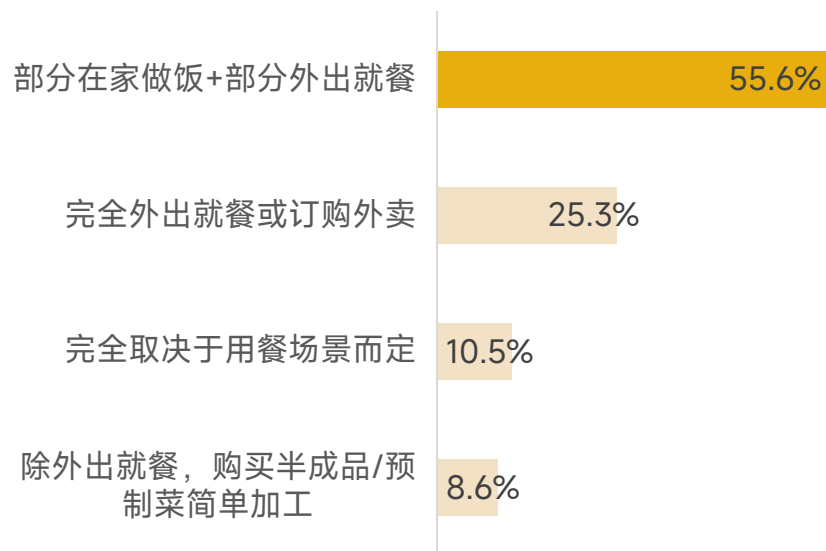
趋势一

团圆的"去仪式化"

用预制菜解决"硬菜"，用堂食保证体验，用烹饪保留"家的味道"

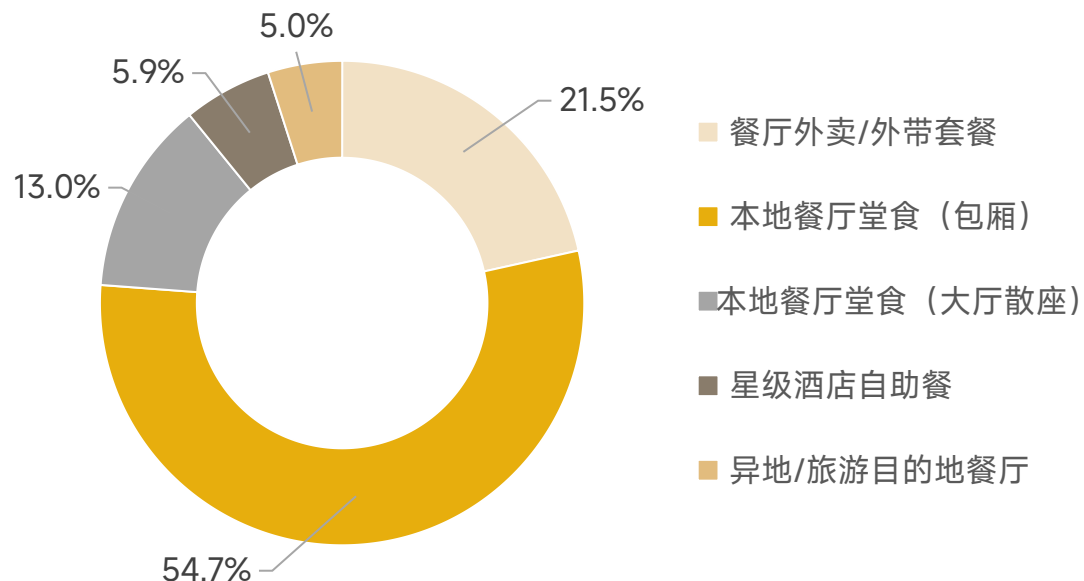
年夜饭的形态在变得多元，当年夜饭主理人的交接棒来到了年轻一代，火锅、烤肉.....都能成为年夜饭的主角。而这顿年夜饭也不一定非要在家里吃，越来越多的人选择在饭店预订年夜饭。库润数据对此展开了调研，我们通过在线调研的形式，与525个年夜饭在餐厅就餐的家庭进行了对谈，他们之中有25.3%在春节期间完全依赖外出就餐和外卖，55.6%的家庭选择了"部分在家做饭+部分外出就餐"的混合模式。

春节期间就餐情况 N=525



题目:今年春节期间，下述哪种就餐方式符合您的实际情况？（单选）

年夜饭就餐情况 N=525



题目:今年年夜饭您是在哪里吃的？（单选）

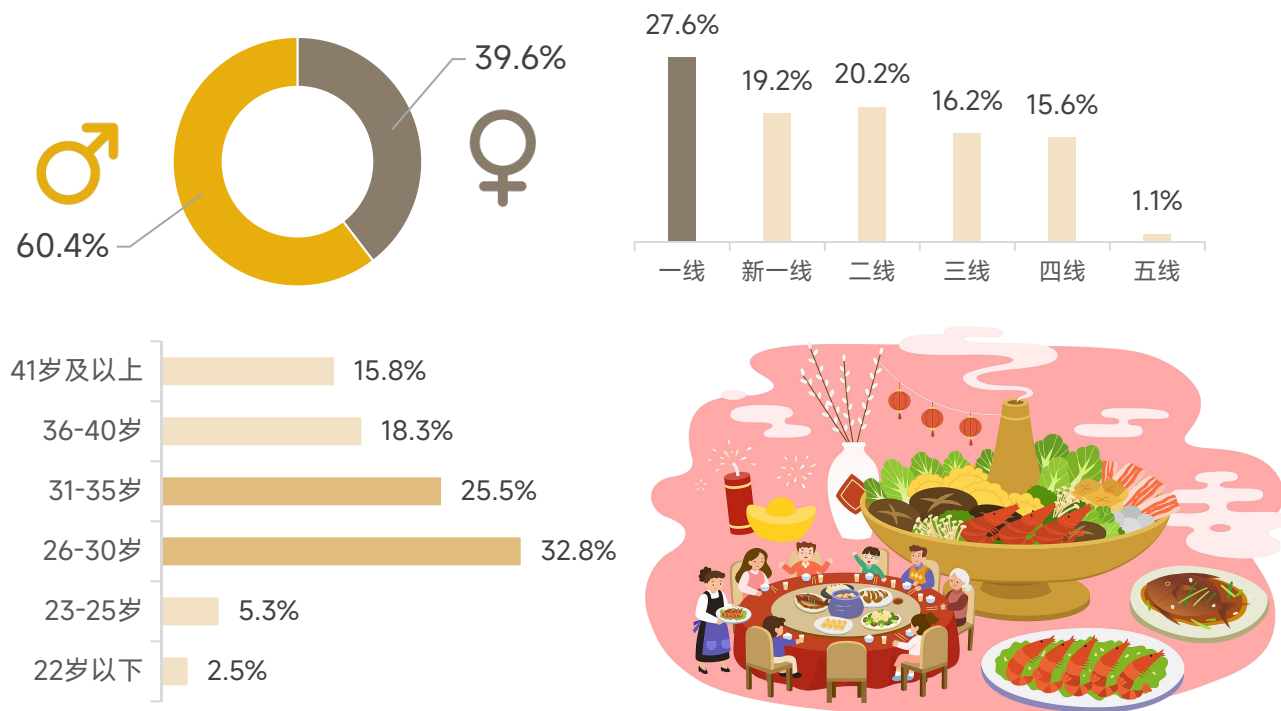
趋势二

餐桌的"小型化"
小家过大年

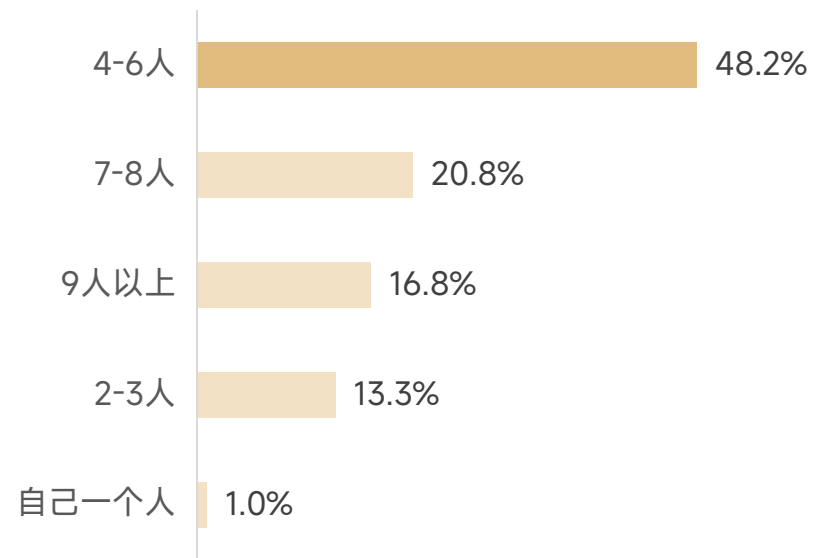
年轻一代的年夜饭主理人们让"团圆"的定义变得更加务实和弹性

调研结果显示, 48.2%的消费者今年团圆饭是4-6人的小规模聚餐。传统意义上"七大姑八大姨"的大家族团圆, 正在让位于核心小家庭的温馨相聚, 年轻人独立成家、地域流动加速、生活节奏加快, 让"团圆"的定义变得更加务实和弹性。排场、大家族与面子的叙事在年轻一代的餐桌上逐渐淡出。

本期被访消费者基本情况 N=525



年夜饭用餐人数 N=525



题目.您是几个人一起吃的年夜饭? (单选)

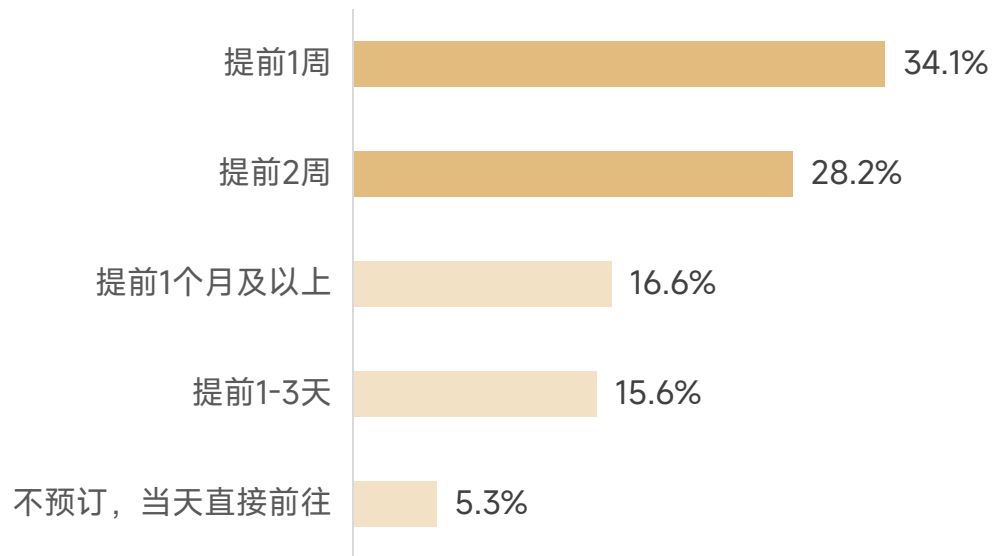
趋势三

**年夜饭订餐方式
线上与线下都需要**

定到一桌年夜饭也是一门技术

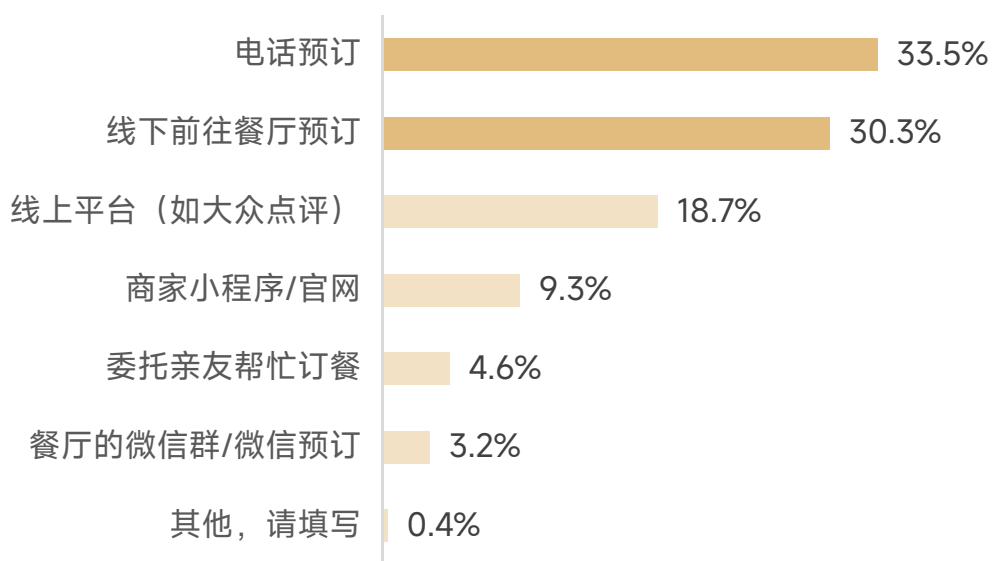
78.9%的家庭至少提前一周预订年夜饭，其中16.6%的家庭甚至提前一个月就已经预订。33.5%的家庭通过电话预订；30.3%的家庭直接线下前往餐厅预订；18.7%的消费者通过线上平台预订。

年夜饭预订周期情况 N=525



题目.您提前多久预订年夜饭？（单选）

年夜饭预订方式数 N=525

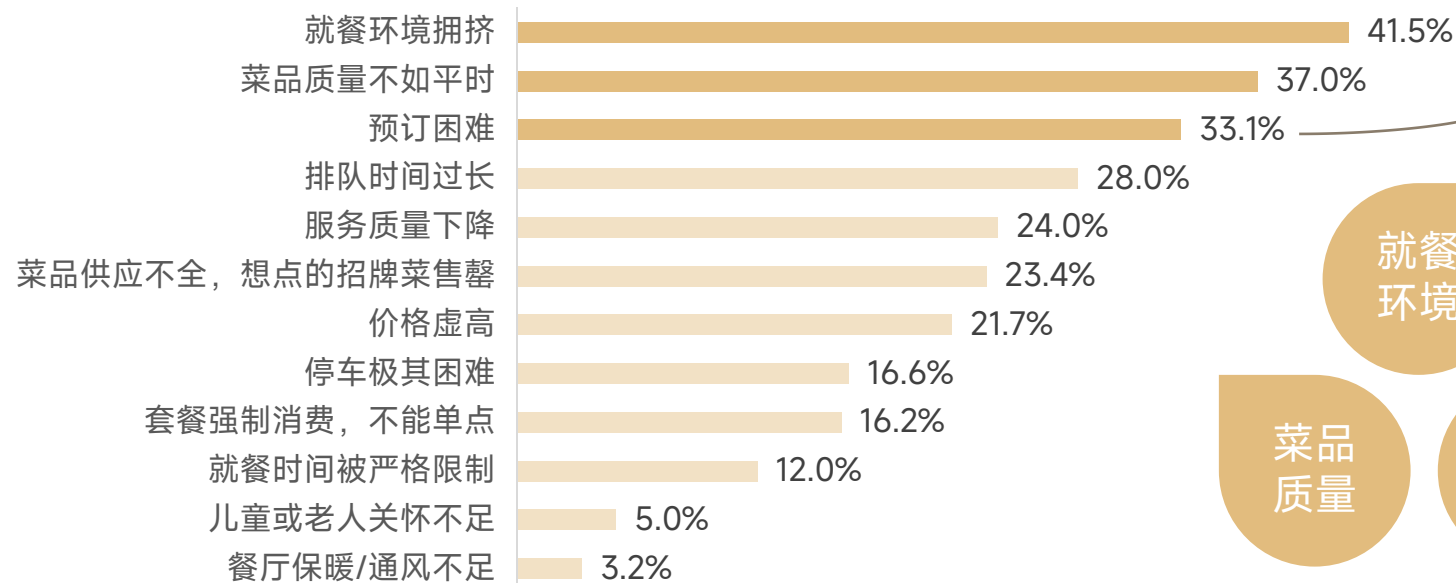


题目.您是通过什么渠道预订的春节餐饮？（单选）

预定靠抢是影响消费者春节外出就餐体验因素Top3

本期调研结果显示，影响消费者春节外出就餐体验因素Top3分别是：就餐环境拥挤（41.5%）、菜品质量不如平时（37%）、预订困难（33.1%）。春节堂食的桌子靠“抢”似乎是个心照不宣的“潜规则”。规范预定规则，提升预订体验也将是春节期间餐饮门店的必修课。

影响消费者年夜饭聚餐的因素 N=525



就餐
环境

菜品
质量

预订
情况

美团及大众点评2026年年夜饭预订订单量同比激增超3倍。

美团App“年夜饭预定”页面显示，截至2月13日上午11时，广州市除夕年夜饭的线上预订量已超过1.2万单。

大众点评数据显示，上海除夕年夜饭线上预订量已突破4.4万单。

北京多家老字号“年夜饭两个月之前就订满了，中午两波、晚上两波全都满。”

题目.请您选出最影响您春节外出就餐体验的三个方面（多选，限3项）

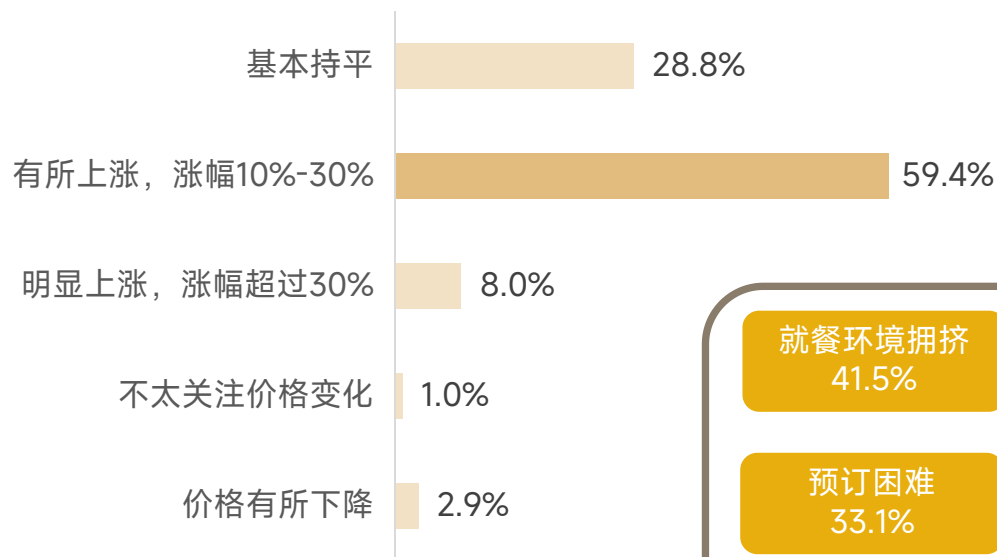
趋势四

消费的"理性化"
从"价格盲从"到"价值判断"

消费者愿意为"品质提升""服务优化""节日氛围"支付溢价，质价比优先

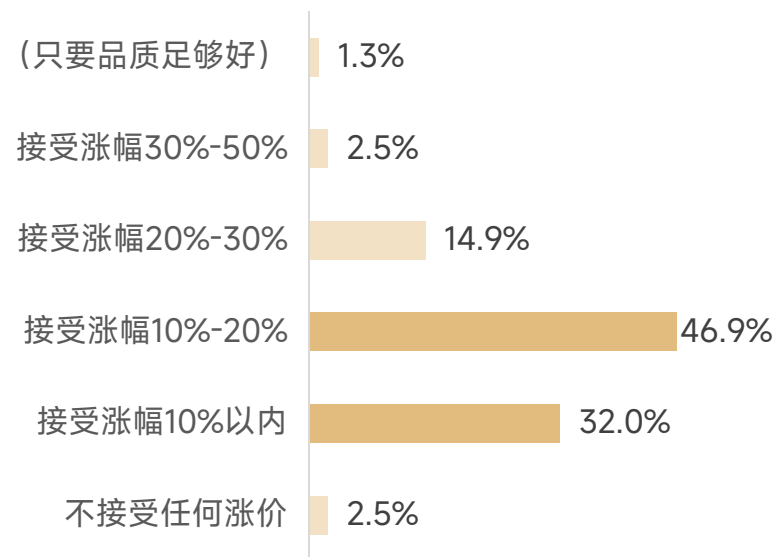
59.4%的消费者认为今年“年夜饭”价格较日常上涨10%-30%；28.8%的消费者则认为与日常基本持平。“年夜饭”涨价消费者怎么看？调研结果显示，78.9%的消费者能接受20%以内的涨价幅度。在对影响消费者年夜饭体验的因素进行调研的过程中发现，“价格虚高”并非是关键影响因素，低于“菜品质量”、“环境”与“服务”等重要性。这些数字揭示了一个重要信号：消费者反对的不是涨价本身，而是“不合理的涨价”。

年夜饭涨价情况 N=525



题目.您觉得今年春节餐饮价格与平时相比？（单选）

消费者对于涨价的态度 N=525



题目.如果春节期间餐饮价格比平时高，您能接受的涨幅范围是？（单选）

就餐环境拥挤
41.5%

菜品质量不如平时
37%

预订困难
33.1%

价格虚高
21.7%

消费者体验制约因素

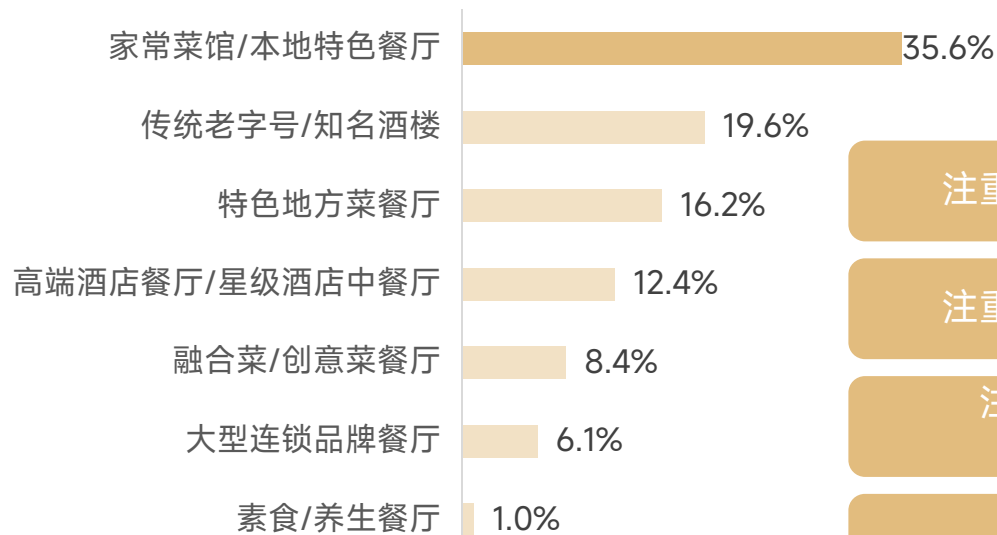
趋势五

口味"回归"
春节偏爱"地道寻味"

春节偏爱"地道寻味"，消费者用实际行动证明，家乡的味道最懂自己的胃

今年的年夜饭，35.6%的家庭选择了家常菜馆/本地特色餐厅，19.6%的消费者选择了传统老字号/知名酒楼。鱼、鸡和海鲜成为餐桌必点菜。在对消费者最喜爱的“春节特色菜品或服务”的调研中，我们发现51.8%的消费者偏爱“地方特色年味菜品”，40.8%的消费者偏好“创新融合菜系”，37%的家庭则是传统年味的守护者。

餐厅类型偏好情况 N=525



注重实惠与地道风味

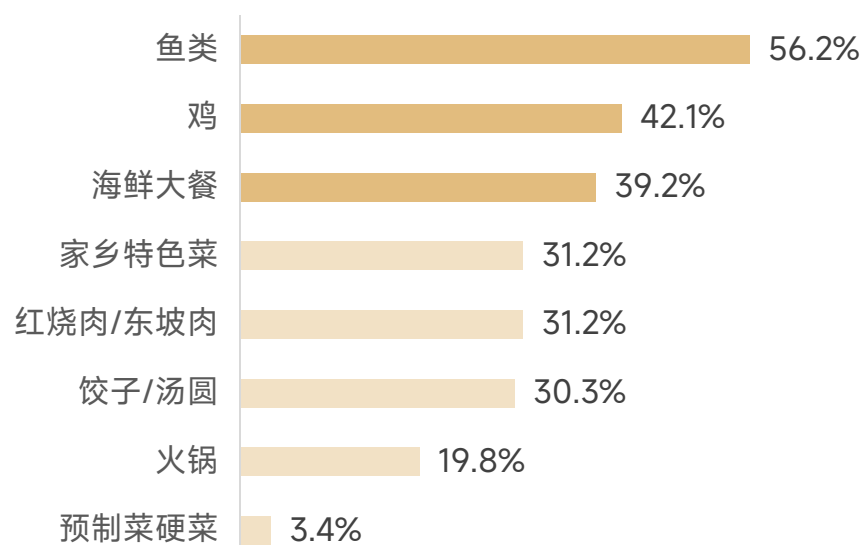
注重经典年味与口碑

注重环境、服务
仪式感

注重新颖体验
口味创新

题目:今年年夜饭您选择的餐厅类型是? (单选)

餐厅类型偏好情况 N=525



题目:春节期间，您餐桌上的"必点菜"是? (多选)

toluna*

METRIXLAB
a toluna company

 库润数据
a toluna company

4377+
Employees

Canada
USA

Netherlands
UK
Rotterdam
Germany
France
Spain
Italy
Romania
Israel
EA

India
China
Korea
Japan
Hong Kong
China
Thailand
Malaysia
Singapore

Brazil

Australia

CMRA会员、ESOMAR会员
MRSHK会员，
国家统计局涉外调查证书。



📍 Shanghai

📍 Beijing

📍 Changzhou

📍 Guangzhou



成熟的全周期的研究模型

行业

- 宏观环境调研
- 服务运营标准研究
- 行业竞争/上下游研究

人群

- 人群定位/细分
- 态度与行为

客户体验

- *品牌满意度
- *品牌推荐度
- *品牌忠诚度

新产品开发

- 概念测试
- 命名测试
- 包装测试
- 货架测试
- 需求测试
- 创意筛选
- 价格测试
- 产品试用

媒体及创意测试

- 渠道及营销定位
- 广告前测
- 广告后测

品牌

- 品牌健康
- *品牌认知
- *品牌使用
- *未来使用意愿
- *品牌形象
- *品牌资产



欢迎关注官方公众号

如需转载、合作、获取报告
欢迎私信联系或咨询 mkt@kurundata.com

上海库润信息技术有限公司
www.kurundata.com