



餐饮行业：2026春节 餐饮消费者洞察

报告解读

餐饮行业：2026 春节餐饮消费者洞察

- 一、研究背景评估
- 二、范围与边界确认
- 三、核心摘要提炼
- 四、关键数据抓取与呈现
- 五、风险与机遇诊断

一、研究背景评估

项目	说明
研究机构	库润数据 (KuRun Data)
权威性依据	库润数据是一家专注于消费者洞察的市场研究机构, 通过在线调研等形式开展定量研究, 拥有成熟的研究模型和数据分析能力。报告基于 525 份有效样本, 数据采集方法规范, 能够反映一定范围内的消费者行为特征, 在消费研究领域具有一定参考价值。
样本数量	525 份有效样本, 全部为年夜饭在餐厅就餐的家庭。
研究时间范围	2026 年春节期间, 调研时间点应在春节后不久, 报告发布于 2026 年。
时效性评估	报告聚焦 2026 年春节餐饮消费, 数据新鲜, 对当年春节餐饮趋势具有强时效性, 能为餐饮行业从业者提供即时参考。

二、范围与边界确认

维度	覆盖范围
细分行业	餐饮行业, 重点研究春节期间的消费者就餐行为, 包括年夜饭就餐方式、餐厅类型选择、菜品偏好、预订行为、消费价格感知等。
地域市场	中国大陆, 调研对象为全国范围内的消费者, 但未明确具体城市分布。
用户群体	年夜饭在餐厅就餐的家庭消费者, 覆盖不同年龄、家庭结构的群体, 重点关注年轻一代 (年夜饭主理人) 的消费特征。

三、核心摘要提炼

序号	核心观点与关键结论
----	-----------

序号	核心观点与关键结论
1	团圆饭“去仪式化”趋势明显 ：55.6%的家庭选择“部分在家做饭+部分外出就餐”的混合模式，年夜饭形态多元化，年轻人主导的餐桌不再局限于传统菜肴，火锅、烤肉等也能成为主角。
2	餐桌“小型化”成为主流 ：48.2%的消费者团圆饭为4-6人小规模聚餐，大家族团圆模式逐渐被核心小家庭温馨相聚取代，“面子”和排场在年轻一代中淡出。
3	年夜饭预订周期长，线上与线下渠道并重 ：78.9%的家庭至少提前一周预订，16.6%提前一个月；预订方式中电话预订（33.5%）、线下门店预订（30.3%）、线上平台（18.7%）三分天下。
4	消费者对涨价持理性态度，质价比优先 ：78.9%的消费者能接受20%以内的涨价；影响体验的因素中，“价格虚高”并非核心，菜品质量、环境、服务才是关键，消费者反对的是“不合理涨价”。
5	地方特色和创新融合菜受青睐 ：51.8%的消费者偏爱“地方特色年味菜品”，40.8%偏好“创新融合菜系”，37%守护传统年味；餐厅类型中，家常菜馆/本地特色餐厅最受欢迎（35.6%）。
6	预订困难和就餐环境拥挤是主要痛点 ：41.5%的消费者认为就餐环境拥挤，37%感觉菜品质量不如平时，33.1%认为预订困难，这些是影响春节外出就餐体验的核心因素。

结尾总结表：

维度	核心结论
就餐方式	混合模式主导，年夜饭形态多元化
用餐规模	4-6人小家庭聚餐成主流
预订行为	提前周期长，线上线下并重
价格感知	理性看待涨价，质价比优先
菜品偏好	地方特色与创新融合菜受追捧
体验痛点	环境拥挤、品质下滑、预订难

四、关键数据抓取与呈现

序号	关键数据	数据来源
1	55.6%的家庭选择“部分在家做饭+部分外出就餐”的混合模式	本报告第 4 页
2	48.2%的消费者团圆饭为 4-6 人小规模聚餐	本报告第 6 页
3	78.9%的家庭至少提前一周预订年夜饭，其中 16.6%提前一个月	本报告第 6 页
4	年夜饭预订方式：电话预订 33.5%、线下门店预订 30.3%、线上平台 18.7%	本报告第 8 页
5	影响春节外出就餐体验的因素：就餐环境拥挤 41.5%、菜品质量不如平时 37%、预订困难 33.1%	本报告第 9 页
6	78.9%的消费者能接受 20%以内的涨价幅度	本报告第 11 页
7	餐厅类型偏好：家常菜馆/本地特色餐厅 35.6%、传统老字号 19.6%、特色地方菜餐厅 16.2%	本报告第 13 页

五、风险与机遇诊断

类型	具体内容
主要挑战与风险	<ol style="list-style-type: none"> 就餐体验下滑风险：41.5%消费者遭遇环境拥挤，37%感觉菜品质量下降，春节旺季容易出现服务短板，影响品牌口碑。 预订管理难度大：33.1%认为预订困难，线上平台预订占比仅 18.7%，说明数字化预订渗透率不足，预订流程不畅可能导致客流流失。 价格敏感与理性消费：虽然 78.9%接受 20%以内涨价，但消费者对“不合理涨价”反感，定价不合理可能引发负面评价。 菜品质量不稳定：37%消费者认为菜品质量不如平时，春节高客流下出品一致性是挑战。 传统与创新平衡难：37%偏好传统年味，40.8%偏好创新融合，餐厅需兼顾不同客群需求，否则可能失去部分消费者。
潜在增长机会	<ol style="list-style-type: none"> 混合就餐模式常态化：55.6%选择“部分在家+部分外出”，餐饮品牌可推出“年夜饭外带套餐”“预制菜礼盒”等，

类型	具体内容
	<p>满足家庭组合需求。</p> <ol style="list-style-type: none">2. 小家庭场景产品开发：48.2%为 4-6 人聚餐，可设计适合小家庭的分量套餐，避免浪费，提升性价比。3. 线上预订优化：线上预订仅 18.7%，仍有巨大提升空间，餐厅可加强线上渠道建设，提供便捷预订体验，提前锁定客流。4. 地方特色菜品创新：51.8%偏爱地方特色年味菜品，结合地方饮食文化开发特色菜，可形成差异化竞争。5. 品质稳定与体验提升：针对环境拥挤和品质下滑痛点，可通过预约限流、增加人手、标准化出餐等方式优化，提升顾客满意度。6. 价格策略透明化：消费者理性看待涨价，餐厅可提前公示春节价格调整，并强调品质保证，增强信任感。