

# 反向挺进直播 美团新图谋

直播巨头纷纷加入  
本地生活战团——

文/图 羊城晚报记者 沈钊 实习生 许小薇

近日,美团在App首页固定了直播入口,低价秒杀的团购套餐、即点即送的外卖餐饮、囤货专用的酒旅票券……美团在本地生活的各个业态均在直播入口发力。面对抖音、快手、小红书等平台在本地生活领域的不断进军,美团选择反向加码直播“新赛道”。值得一提的是,2020年至今,美团在直播领域已经做过不止一次探索,此次“老瓶装新酒”是否真的能讲出新故事来?

## A 巨头之间相互切入腹地

本地生活指的是人们在自己所在的城市或地区内进行的日常生活活动和服务。这包括各类型商业、服务和社交活动,如购物、用餐、娱乐、美容美发、健身、家政服务等。在互联网的下半场,本地生活领域受到了前所未有的关注。艾瑞咨询数据显示,2025年本地生活市场规模预计增长至35.3万亿元,而与此同时,2021年本地生活线上渗透率却仅有12.70%。这块万亿美元级别的市场,仍然存在巨大的想象空间。

而在最近几年,几乎所有掌握流量的平台,均希望参与进来分一杯羹,本地生活市场的竞争进一步加剧:抖音生活服务在今年年初就定下了1500亿元交易总额的“小目标”,且目标在不久后便被进一步上调。而就在8月7日,有消息传出,抖音生活服务上半年支付交易总额已超1000亿元,主要由到店业务(含到店餐饮、到店综合)与酒旅业务贡献。

快手方面,从去年9月将本地生活业务升级为独立业务部门后,今年已初步在青岛、哈尔滨等城市完成开城,后续将继续扩大核心运营城市。快手CEO程一笑在去年Q1业绩公

布后电话会上表示,快手Q2会把本地生活业务复制到更多城市,“在商品方面也将扩展品类,除到店餐饮以外,增加到店综合、酒旅、门票等本地商品”。

小红书在今年4月开设了本地生活官方账号“土拨薯”,发布相关内容运营、扶持政策等信息。随后,小红书上线了团购功能并发布了“食力发店计划”和“探照灯计划”,从咖啡奶茶等的团购场景逐步切入到店餐饮业务。

此外,拼多多在App首页的充值中心内开放了“本地生活”入口,用户可以购买品牌的电子兑换券后到店核销,类似于美团的团购;其在微信上推出的“快团团”小程序商品种类涉及水果生鲜、母婴玩具、数码电器等90多个行业,堪称“微信上的美团”。

面对多重挑战,美团不得不应对这一场“守擂战”:美团聚拢了6亿具有较高消费能力的用户,他们有通过视频获取信息的习惯;400万本地商家活跃在美团,其中九成是中小商家,他们也有高效获客的需求。在本地生活的战场,逐渐形成了多个巨头相互切入对方腹地的局面。



美团直播截图

实际上,美团做直播绝非心血来潮,记者梳理发现,其在直播领域的布局,可以追溯到2020年。彼时,美团在疫情的特殊环境下,建设了面向各业务场景的直播技术,以适应酒旅、餐饮等本地商家通过更多形式向消费者展现商品服务的需求。此外,在2022年4月,美团上线直播助手App,帮助商家通过美团进行直播。

但是,如果要论美团何时吹响进军直播领域的号角,有观点认为应从今年4月算起。4月18日,美团“神券节”首场直播开启,数据显示,美团外卖订单量同比增长近50%,DAU年同比增长达75%,参与活动

的百大餐饮品牌交易额周增速均值超30%。在整个神券节活动期间,美团共计卖出1000吨小龙虾、5000万个汉堡、1亿杯奶茶、1000万杯咖啡,成交转化率非常高。

随后的每个月的18日,哪怕“恰逢”电商大促“6·18”、“神券节”的直播再无缺席。而直播也确实成了美团的新增长点:QuestMobile数据显示,今年5月美团外卖、大众点评App用户月人均时长分别为96.9分钟、64分钟,同比提升19%、21.7%;此外,2023年5月、6月神券节直播活动当天,该App的日活跃用户规模均突破2000万。应该说,经历了

3年的发展美团直播已经搭建了完整的技术和运营能力。

在今年7月12日,有部分网友发现,美团App首页出现了“美团直播”,点击后即会跳转到直播聚合页面。该页面中除了美团官方直播间外,还聚集了“吃住玩”等不同领域的品牌商户。8月7日下午羊城晚报记者进入该页面时候看到,“美团旅行官方直播”直播间观看量已经突破百万;“美团广佛团购官方直播”直播间观看量约5万;此外,ME-LAND、幸运咖外卖、住玩周边之瑰丽华南等直播间观看量分别从几万到数十万不等。

## B 官方直播间场观人数已破百万

的百大餐饮品牌交易额周增速均值超30%。在整个神券节活动期间,美团共计卖出1000吨小龙虾、5000万个汉堡、1亿杯奶茶、1000万杯咖啡,成交转化率非常高。

随后的每个月的18日,哪怕“恰逢”电商大促“6·18”、“神券节”的直播再无缺席。而直播也确实成了美团的新增长点:QuestMobile数据显示,今年5月美团外卖、大众点评App用户月人均时长分别为96.9分钟、64分钟,同比提升19%、21.7%;此外,2023年5月、6月神券节直播活动当天,该App的日活跃用户规模均突破2000万。应该说,经历了

3年的发展美团直播已经搭建了完整的技术和运营能力。

在今年7月12日,有部分网友发现,美团App首页出现了“美团直播”,点击后即会跳转到直播聚合页面。该页面中除了美团官方直播间外,还聚集了“吃住玩”等不同领域的品牌商户。8月7日下午羊城晚报记者进入该页面时候看到,“美团旅行官方直播”直播间观看量已经突破百万;“美团广佛团购官方直播”直播间观看量约5万;此外,ME-LAND、幸运咖外卖、住玩周边之瑰丽华南等直播间观看量分别从几万到数十万不等。

3年的发展美团直播已经搭建了完整的技术和运营能力。

在今年7月12日,有部分网友发现,