

# Free Style

## 95后群体画像研究报告



## 蜜蜂内参

让您深入洞察整个商业世界



每天精挑细选3份最值得关注的学习资料；  
不定期分享顶级外文期刊。

关注公众号：**mifengMBA**

回复“入群”加入“蜜蜂内参”城市群

**(不需要转发哦.....)**



**扫一扫**

回复“入群”

# 目录

1 95后认知篇

2 95后消费篇

3 95后婚恋篇

4 95后移动行为篇

CHAPTER 01

# 95后认知篇

# 95后最看重的品德

## 95后：集诚信、乐于助人和孝顺于一身的爱国青年

- 95后、85后和85前的受访者对“敬业”这一品德的重视程度依次递增



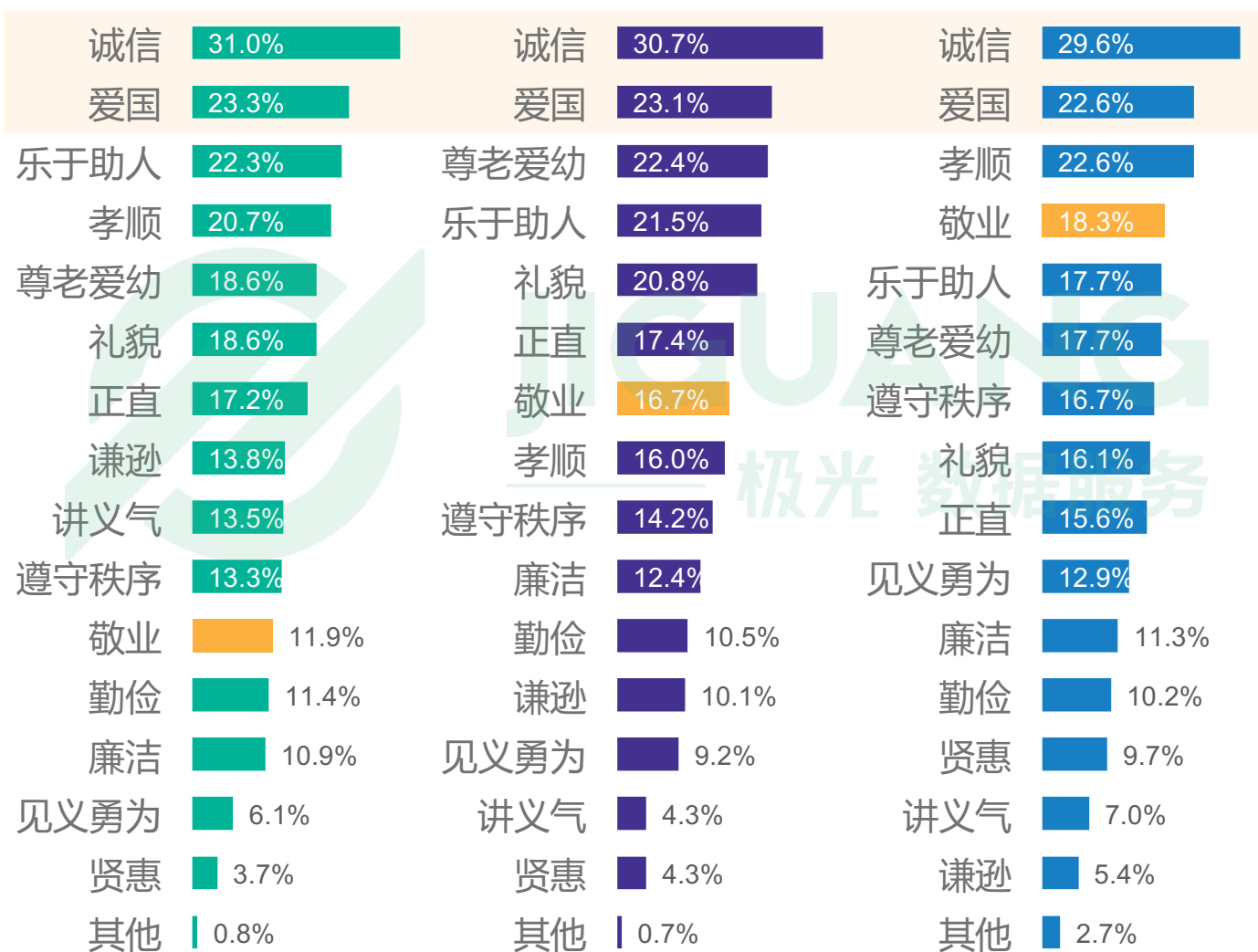
95后



85后



85前



数据来源：极光精准调研

Q：以下哪三种品德是您最看重的？(MA)

# 来自不同城市的95后看重的品德

95后特别看重诚信这一品德，尤其是来自一线城市的95后

- 42.7%的一线城市95后表示自己看重诚信这一品德，同样受95后看重的品德还有尊老爱幼、乐于助人、爱国、孝顺和礼貌

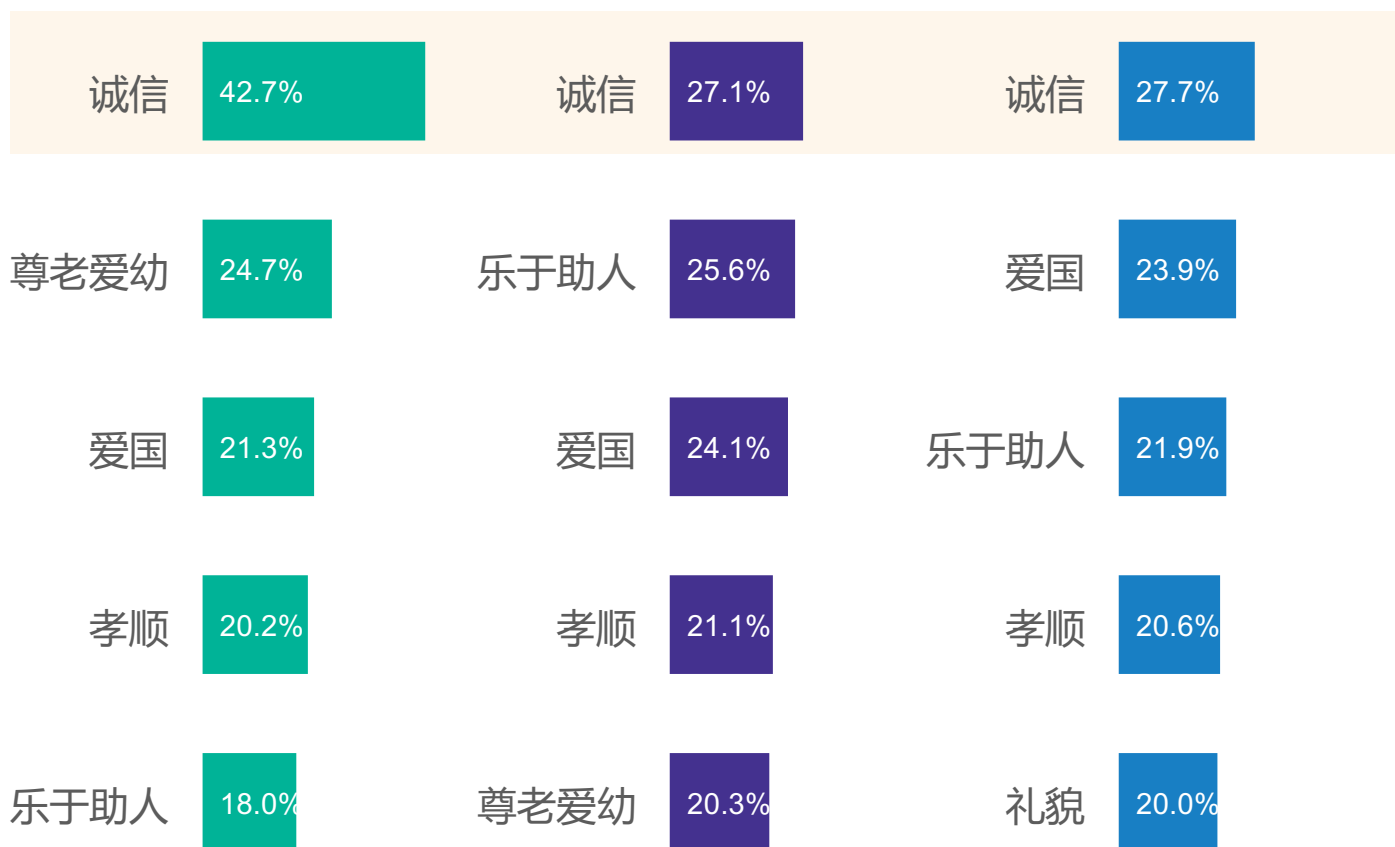


## 来自不同城市的95后最看重的品德top5

### 一线城市95后 最看重的品德

### 二线城市95后 最看重的品德

### 三线城市95后 最看重的品德



数据来源：极光精准调研

Q：以下哪三种品德是您最看重的？(MA)



# 95后男孩和女孩看重的品德

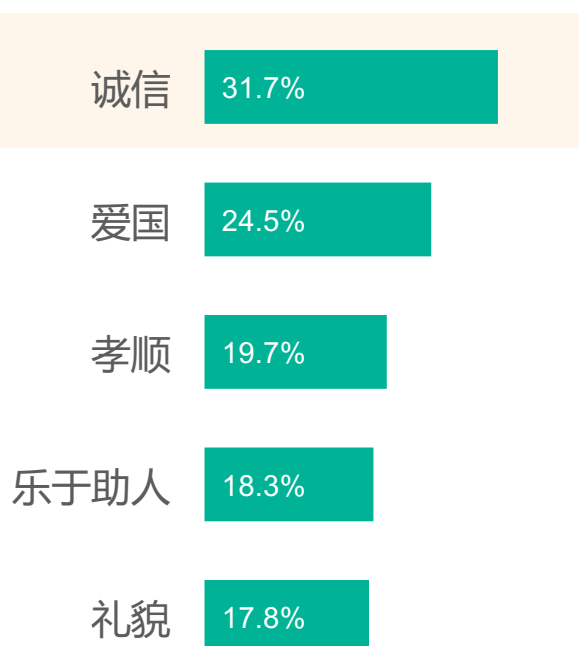
无论是95后男孩还是女孩都把诚信摆在首位

- 95后男孩最看重的品德依次是诚信、爱国、孝顺、乐于助人和礼貌，95后女孩则依次为诚信、乐于助人、爱国、孝顺和尊老爱幼

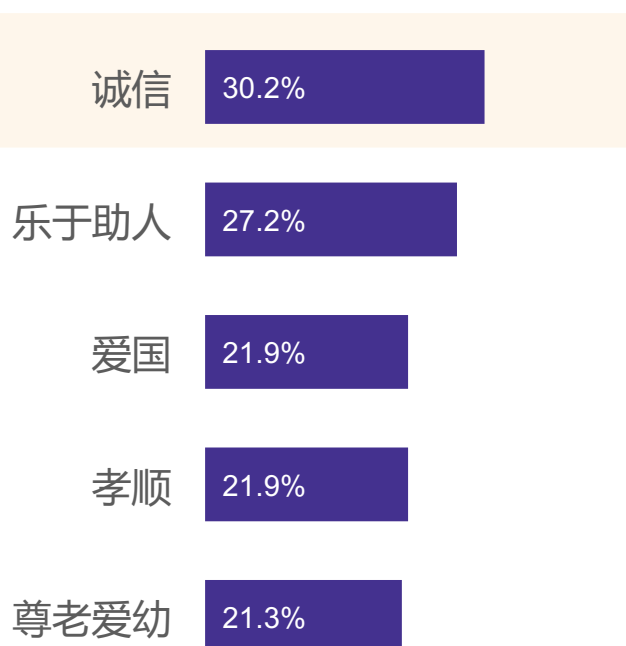
## 95后男孩和女孩看重的品德



### 95后男孩最看重的品德top5



### 95后女孩最看重的品德top5



数据来源：极光精准调研

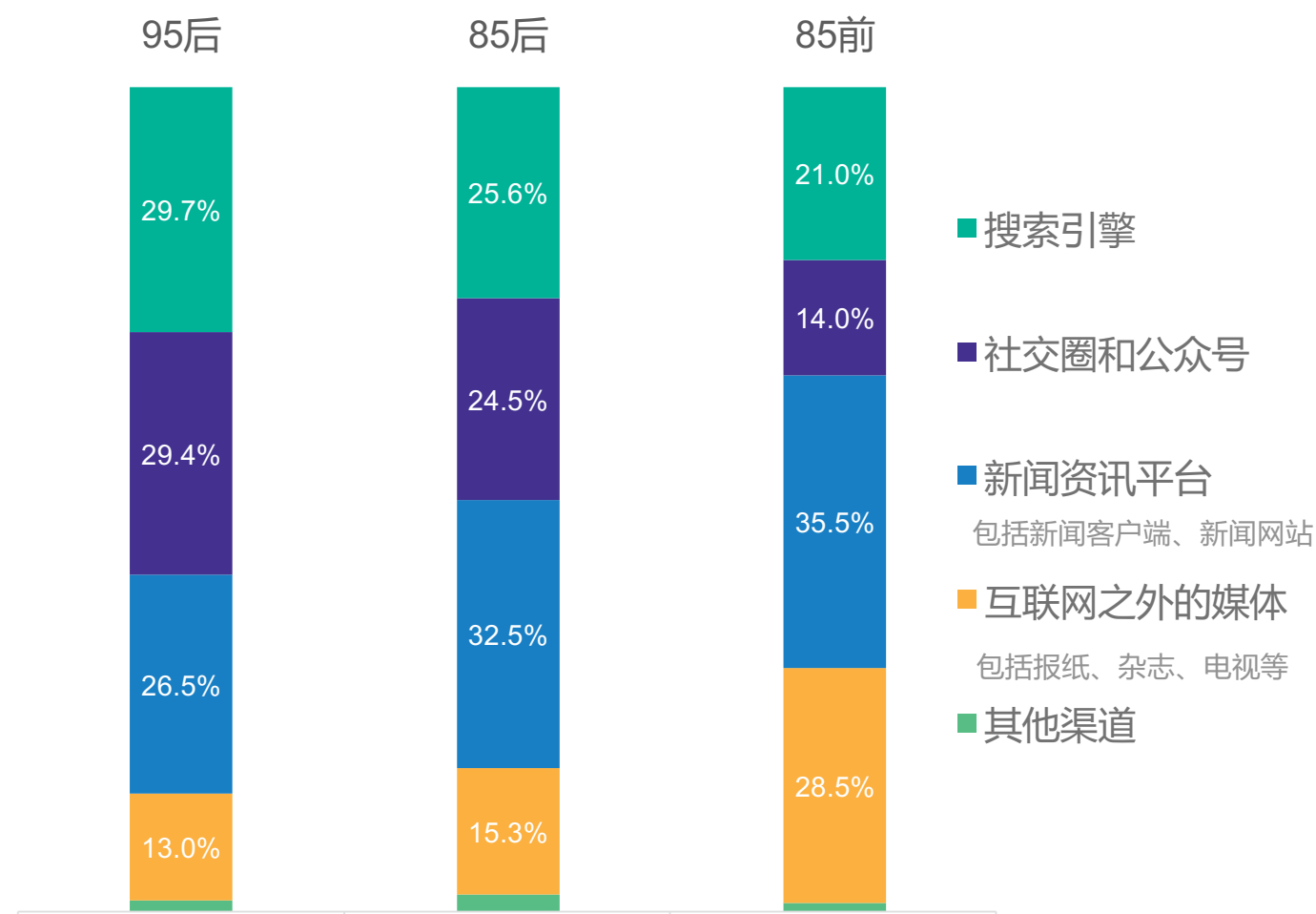
Q：以下哪三种品德是您最看重的？（MA）

# 95后了解信息的渠道

## 近三成95后获取信息的主要渠道是搜索引擎以及社交圈和公众号

- 与95后受访者不同，85后和85前受访者获取信息的主要渠道是新闻资讯平台，他们中有超过三成的人在了解信息时会优先选择新闻资讯平台
- 对比95后和85后受访者，85前受访者通过如报纸、杂志和电视等互联网之外的媒体获取信息的占比更高，通过社交圈和公众号获取信息的占比则不到15%

### 95后、85后和85前了解信息的渠道



数据来源：极光精准调研

Q：请问您最主要的信息获取渠道是什么？（SA）

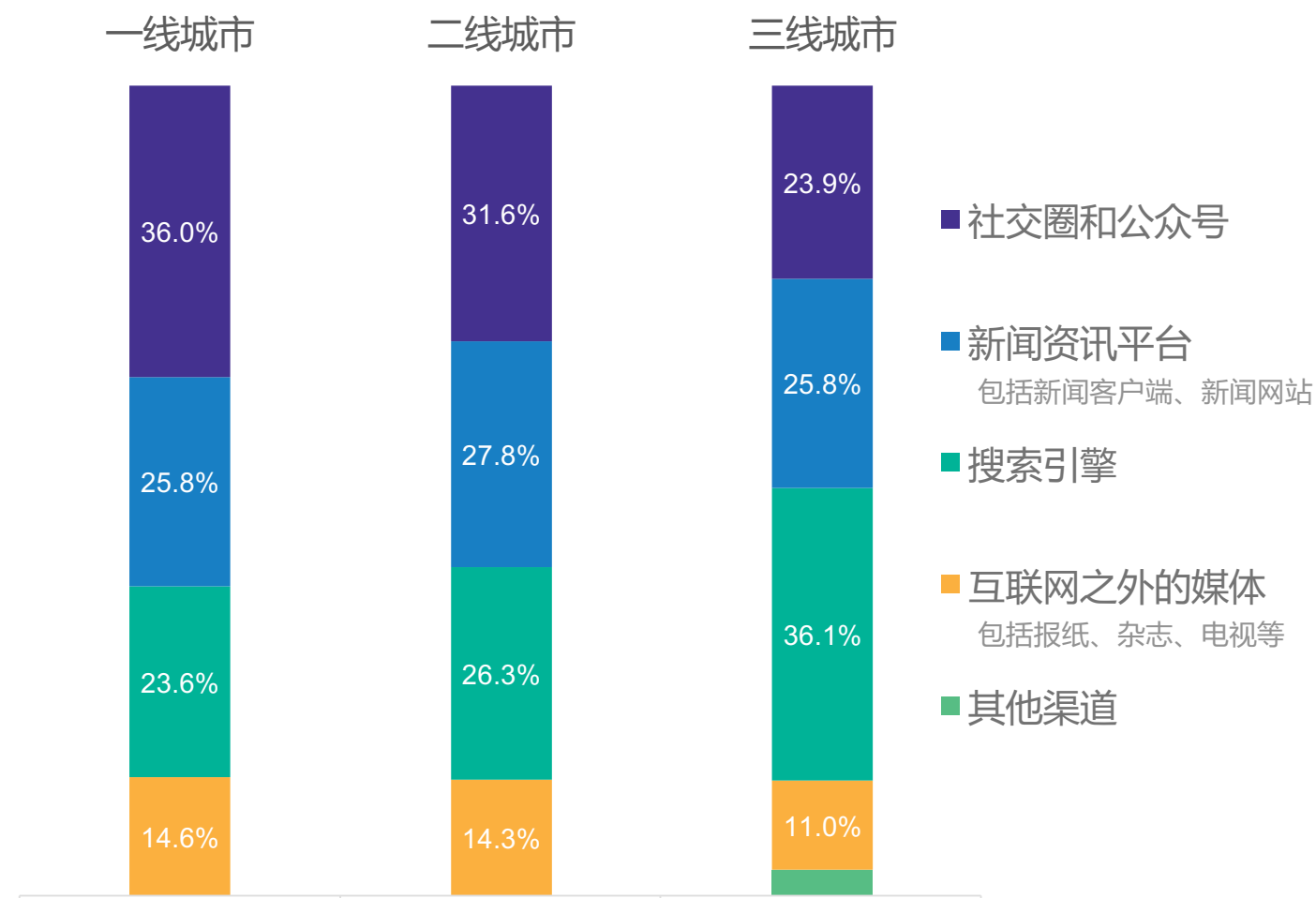


# 来自不同城市的95后了解信息的渠道

一二线城市的95后获取信息渠道跟三线城市95后有所不同

- 一二线城市的95后了解信息的主要渠道是社交圈和公众号，而三线城市的95后则更依赖搜索引擎

来自不同城市的95后了解信息的渠道



数据来源：极光精准调研

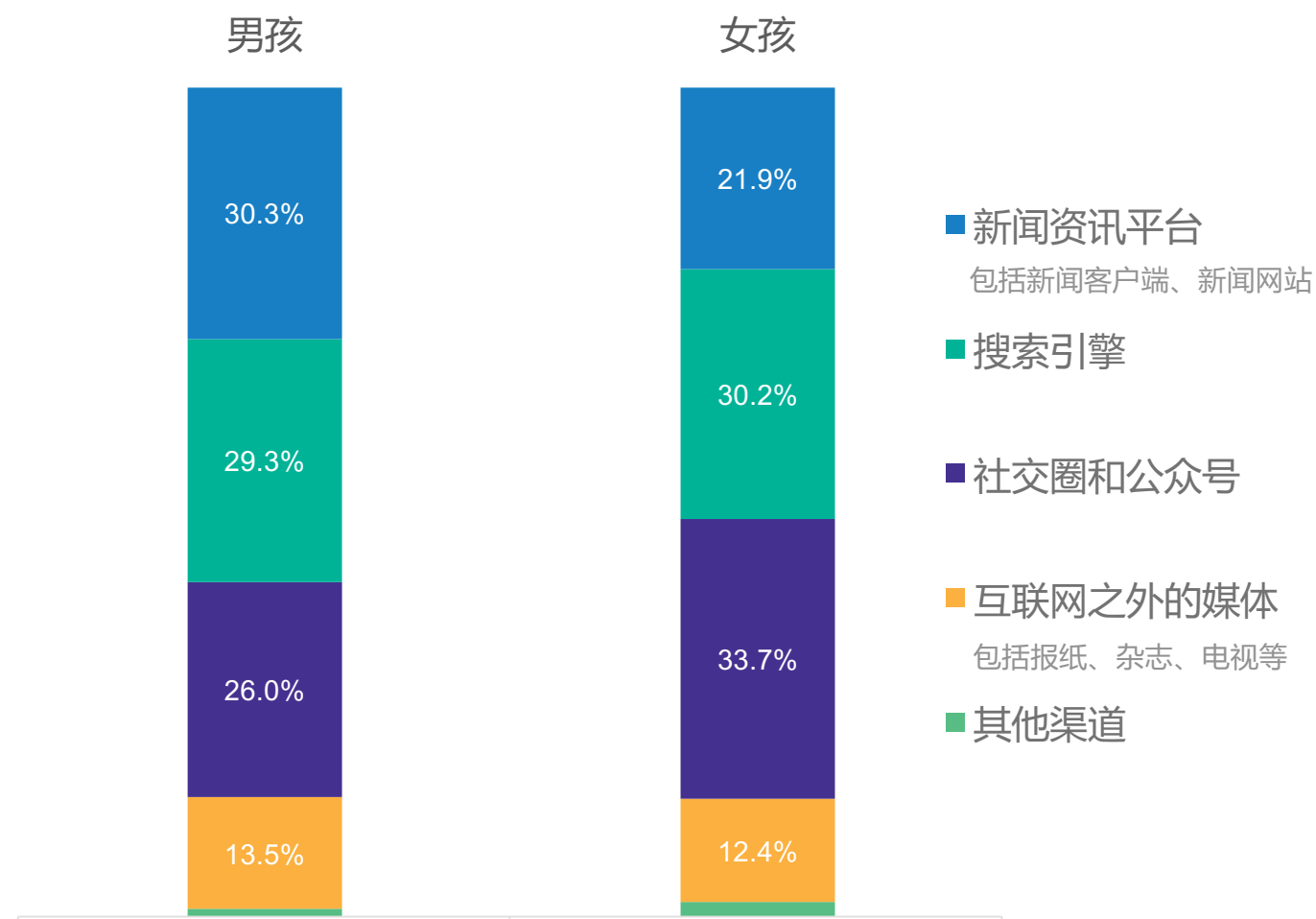
Q：请问您最主要的信息获取渠道是什么？（SA）

# 95后男孩和女孩了解信息的渠道

95后男孩最主要的信息获取渠道：新闻资讯平台  
95后女孩首先选择的信息源：社交圈和公众号

- 在95后受访者中，30.3%的95后男孩表示新闻资讯平台是自己最主要的信息获取渠道，33.7%的95后女孩表示社交圈和公众号才是信息获取首选

## 95后男孩女孩了解信息的渠道



数据来源：极光精准调研

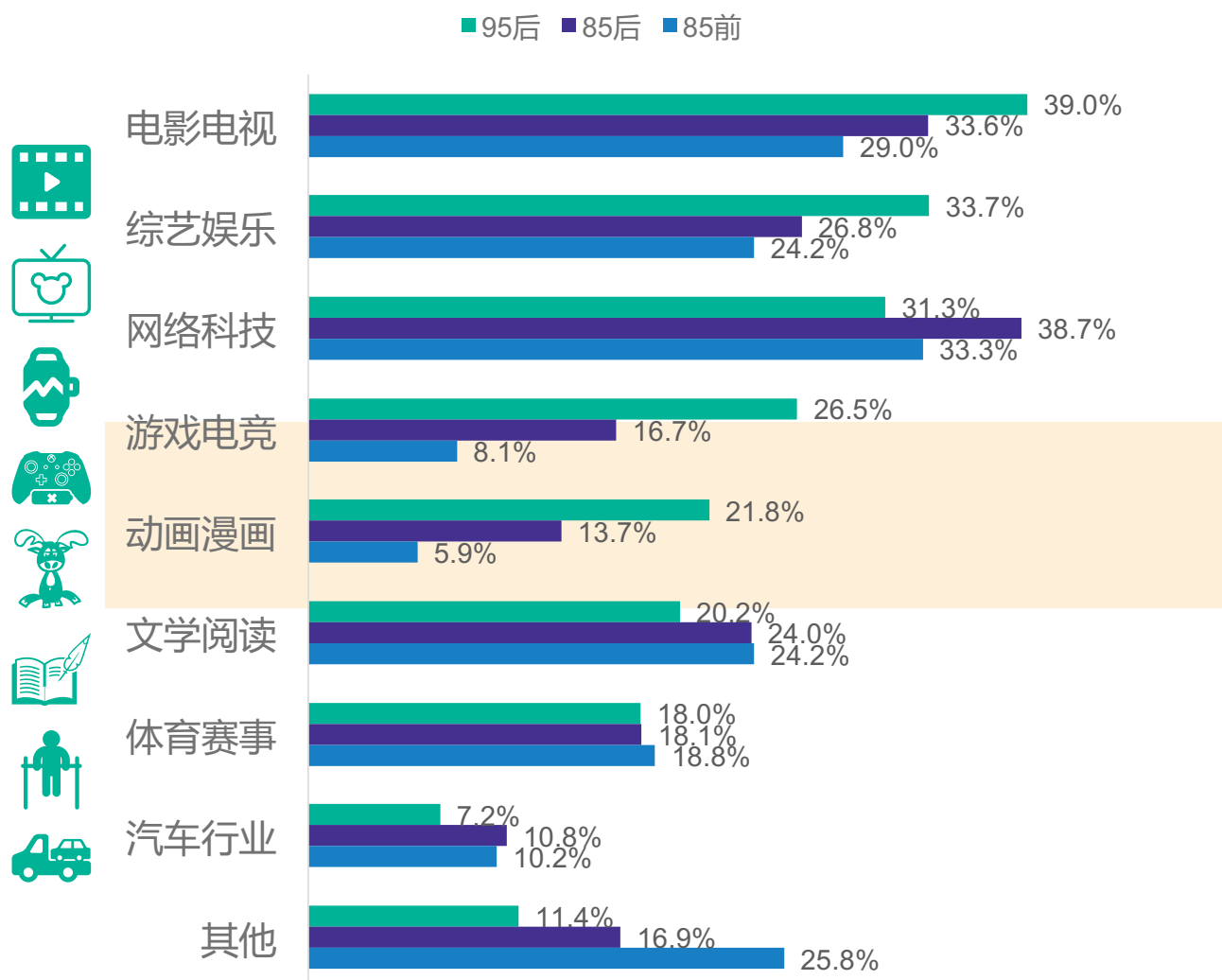
Q：请问您最主要的信息获取渠道是什么？（SA）

# 95后上网关注的内容

## 95后上网关注的内容：电影电视、综艺娱乐、网络科技

- 95后受访者对游戏电竞和动画漫画的关注度明显高于85后和85前受访者，分别有26.5%和21.8%的95后受访者表示上网时会关注游戏电竞和动画漫画
- 95后关注度绝对值最高的内容是电影电视、综艺娱乐和网络科技，分别有39.0%、33.7%和31.3%的受访者表示关注

### 95后、85后和85前上网最关注的内容



数据来源：极光精准调研

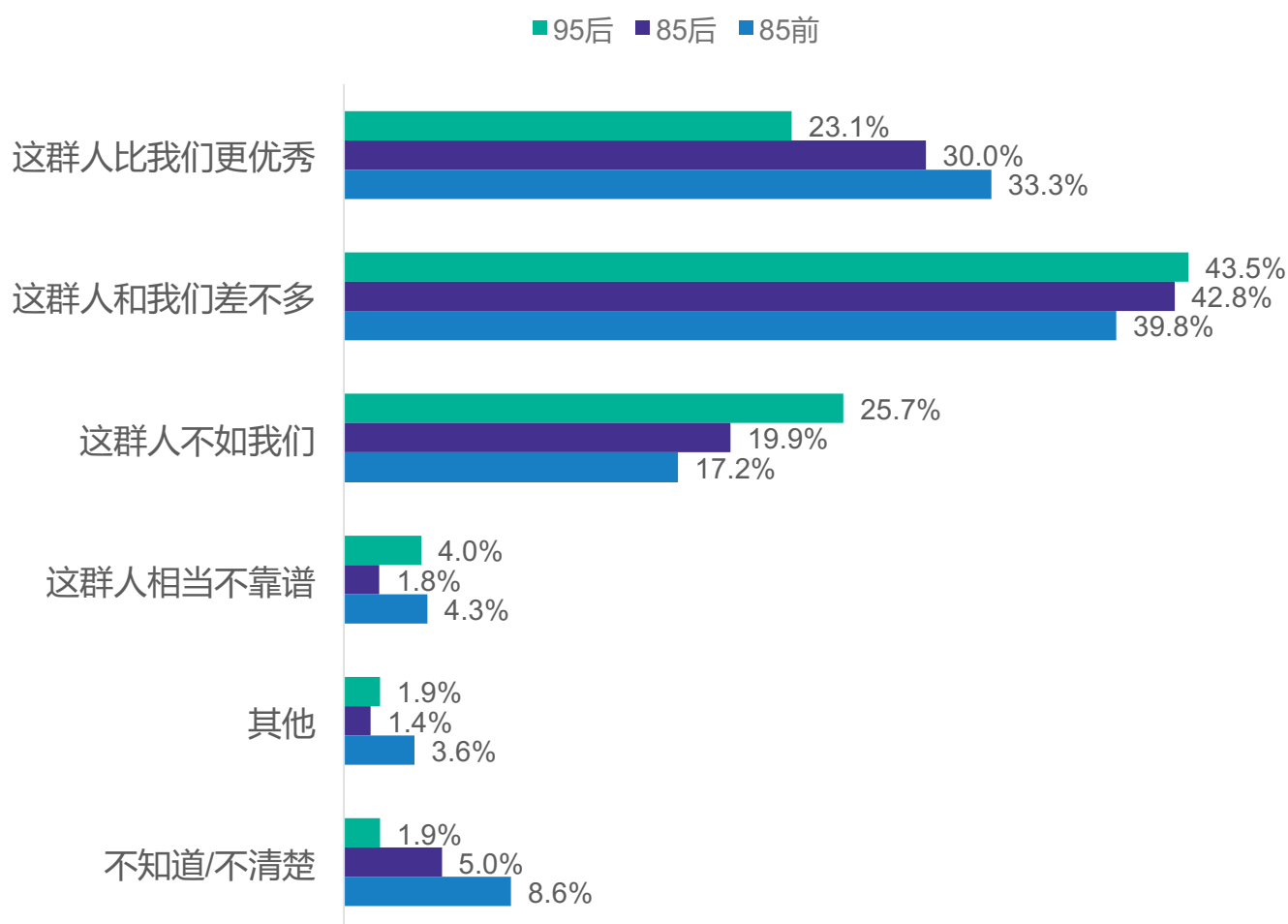
Q：请问您上网时最关注什么内容？（MA）

# 95后如何看待85后

## 95后相比其他年龄群体，对上一代人评价要低

- 43.5%的95后受访者认为比自己这一代早10年出生的人跟自己差不多，他们中有25.7%的受访者认为85后和自己这一代有一定差距，23.1%认为85后这一代比自己更优秀
- 85前对上一代人的认可度最高，他们中有33.3%的受访者认为比自己这一代早10年出生的一代人比自己更优秀

### 95后、85后和85前对比自己早10年出生这一代人的看法



数据来源：极光精准调研

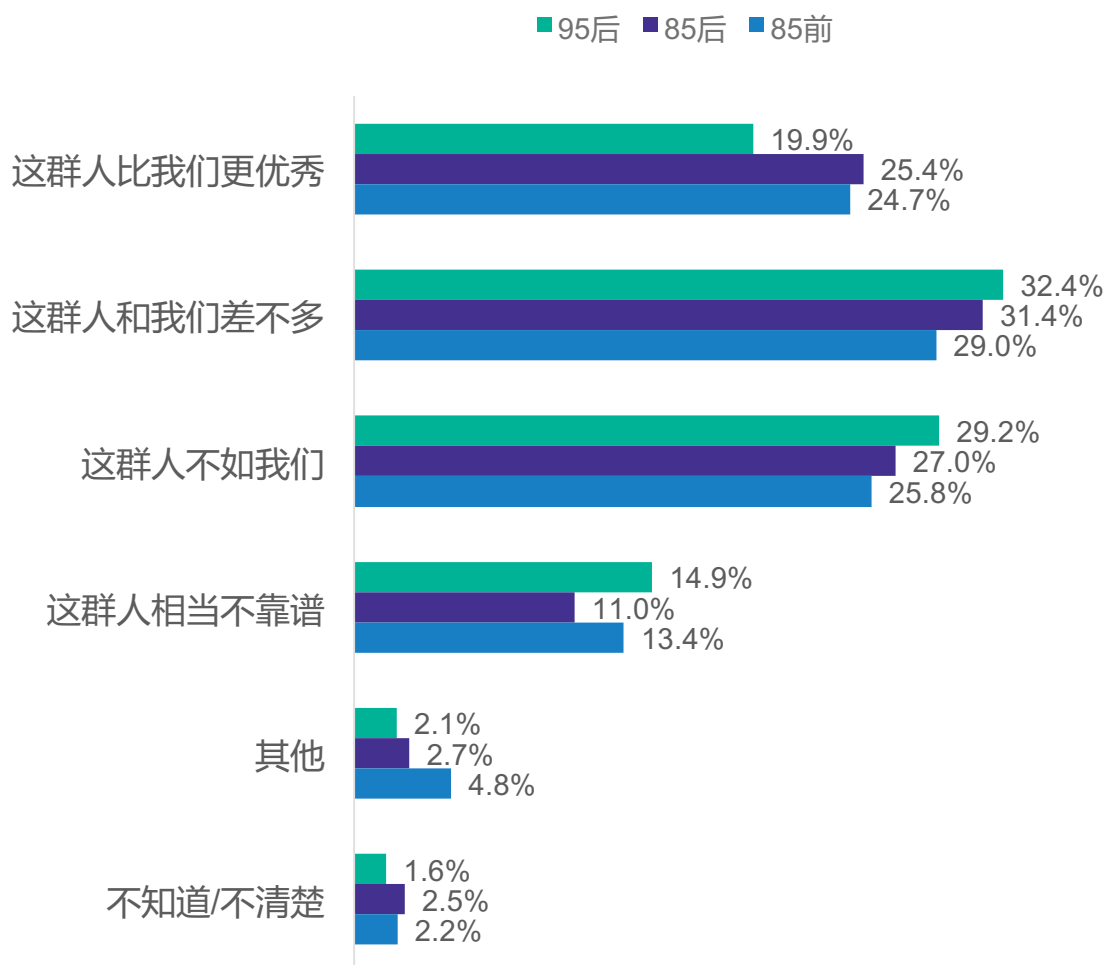
Q：请问您怎么看待比您这一代早10年出生的人？（SA）

# 95后如何看待05后

相比于其他年龄群体，95后对年轻一代评价同样不高

- 相对于85后和85前的受访者，95后对“晚辈”的认可度最低，只有19.9%的95后受访者认为比自己晚10年出生这一代比自己更优秀，而在85后和85前的受访者中分别有25.4%和24.7%的人认为“晚辈”更优秀
- 任何年龄段都有超过11%的被访者认为年轻一代“相当不靠谱”，评价不如我们的比例也比评价老一代时更高

## 95后、85后和85前对比自己晚10年出生这一代人的看法



数据来源：极光精准调研

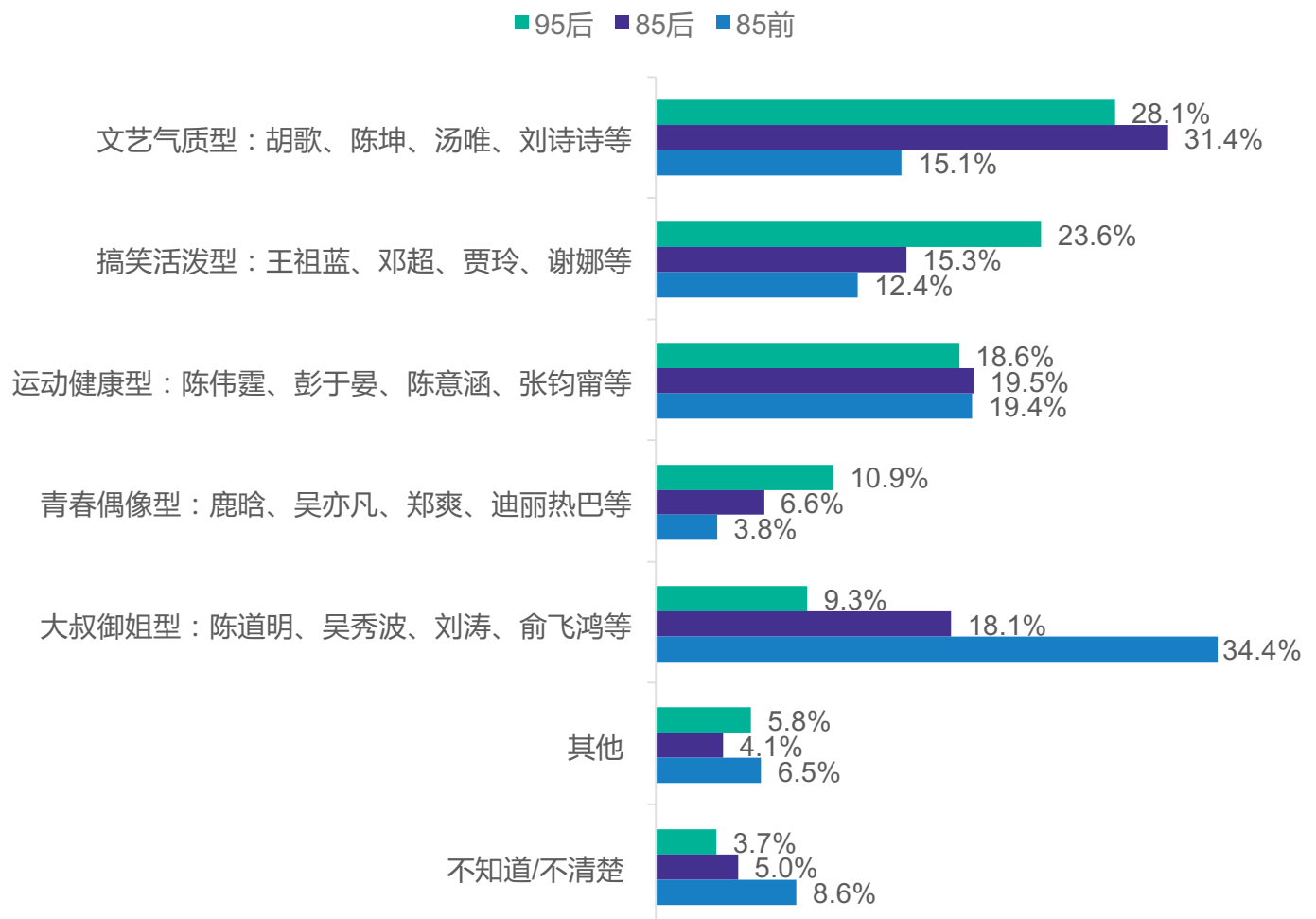
Q：请问您怎么看待比您这一代晚10年出生的人？（SA）

# 95后喜欢的明星

## 95后中喜欢搞笑活泼型明星的比例显著高于85后和85前

- 最受95后受访者青睐的明星类型是以胡歌、陈坤、汤唯和刘诗诗为代表的文艺气质型明星，其次是搞笑活泼型和运动健康型的明星，而青春偶像型和大叔御姐型的明星在95后受访者中则没有那么受追捧
- 在85后和85前受访者中最受欢迎的明星类型分别是文艺气质型和大叔御姐型

### 95后、85后和85前喜欢的明星类型



数据来源：极光精准调研

Q：请在以下明星里选出一个你最喜欢的类型？（SA）

# CHAPTER 02

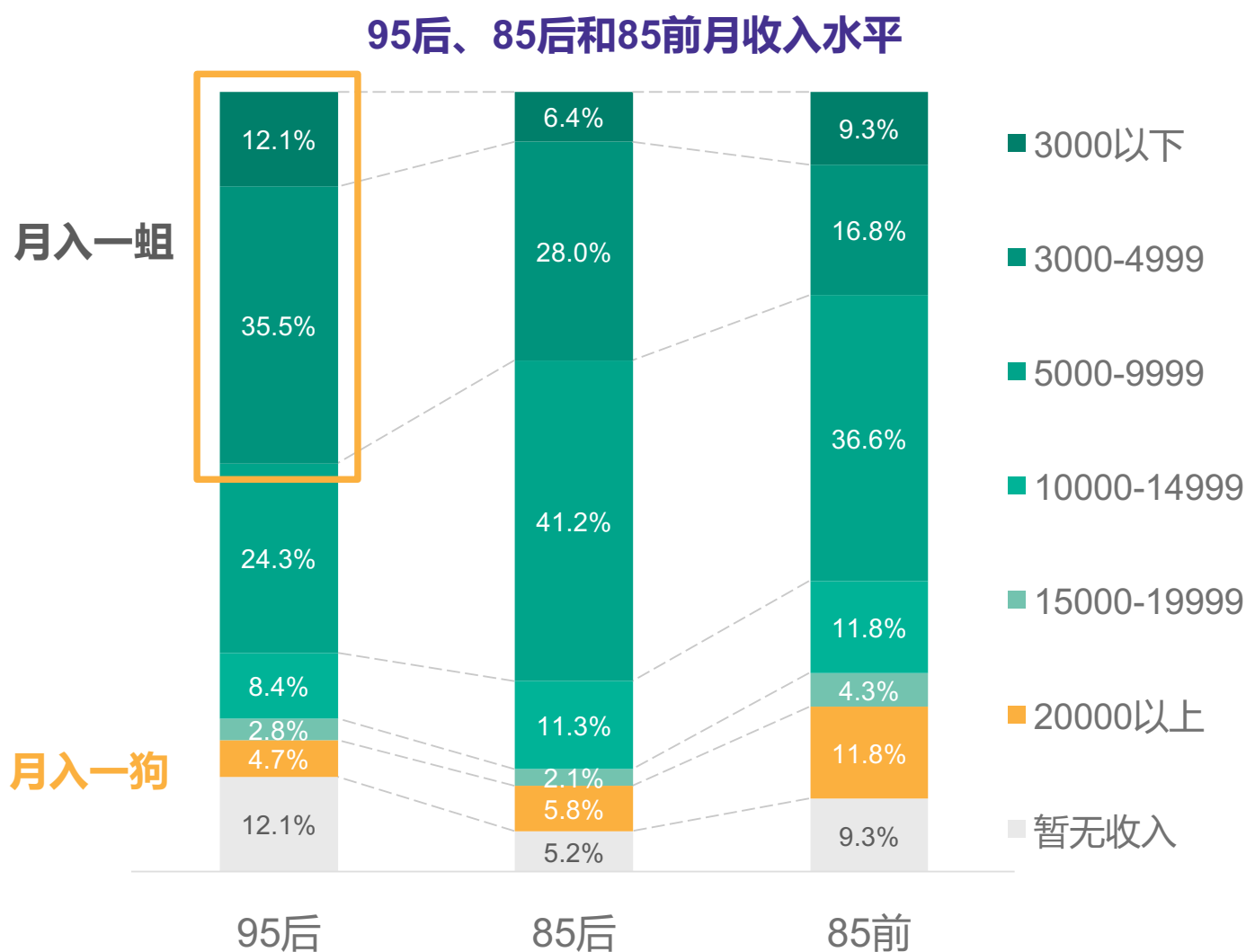
## 95后消费篇



# 95后收入水平

每十个95后就有接近五个处于月入一蛆的状态

- 47.6%的95后受访者的税前月收入不超过5000元，4.7%的95后受访者税前月收入在20000元以上



数据来源：极光精准调研

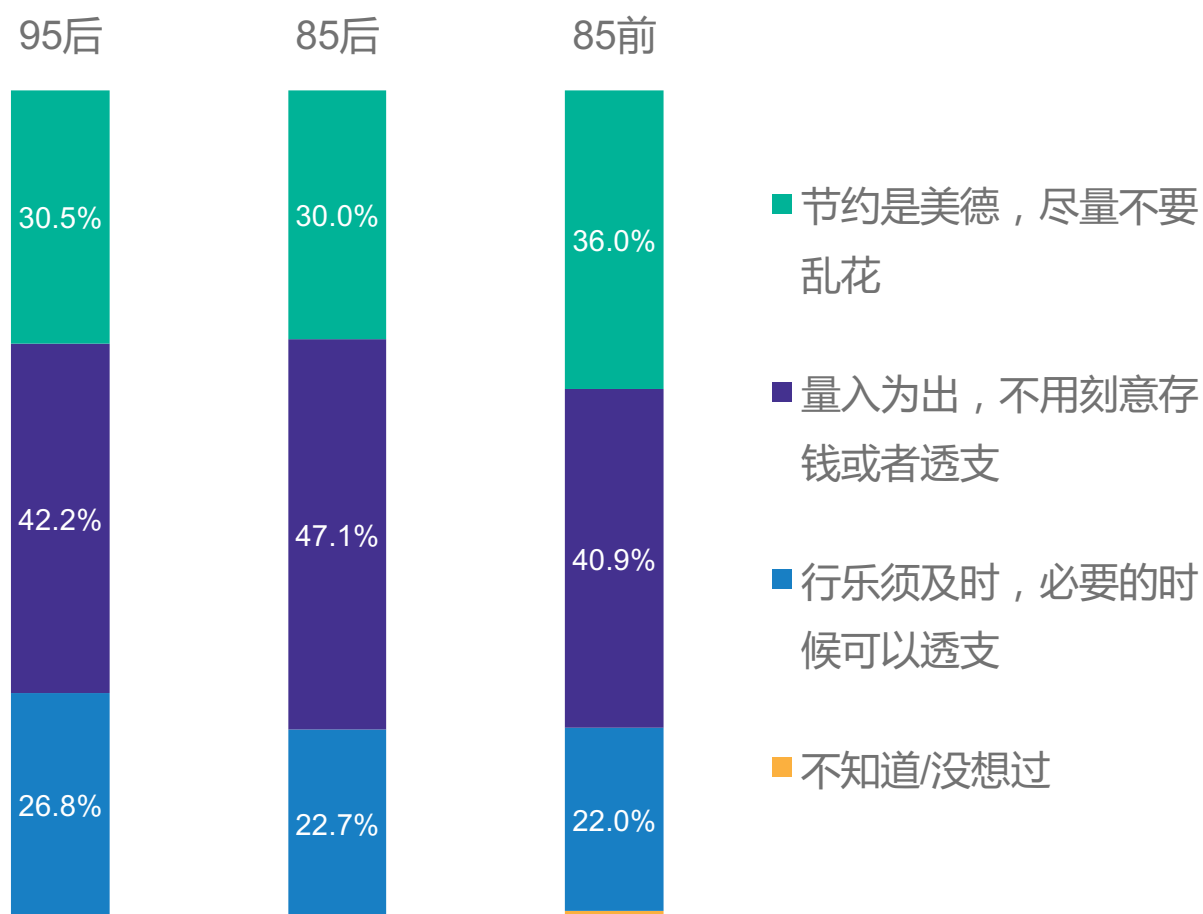
Q：请问您目前的税前月收入大概是多少？（SA），不包括学生样本

# 95后消费观念

## 95后的消费观念更为积极

- “量入为出，不用刻意存钱或者透支”这一消费观念在95后、85后和85前受访者中的认同度最高，他们中分别有42.2%、47.1%和40.9%受访者表示了对这一消费观念的认可，同时也有约三成的受访者认为“节约是美德”
- 根据调研数据统计，26.8%的95后表示行乐须及时，必要的时候可以透支，占比超过85后及85前

95后、85后和85前的消费观



数据来源：极光精准调研

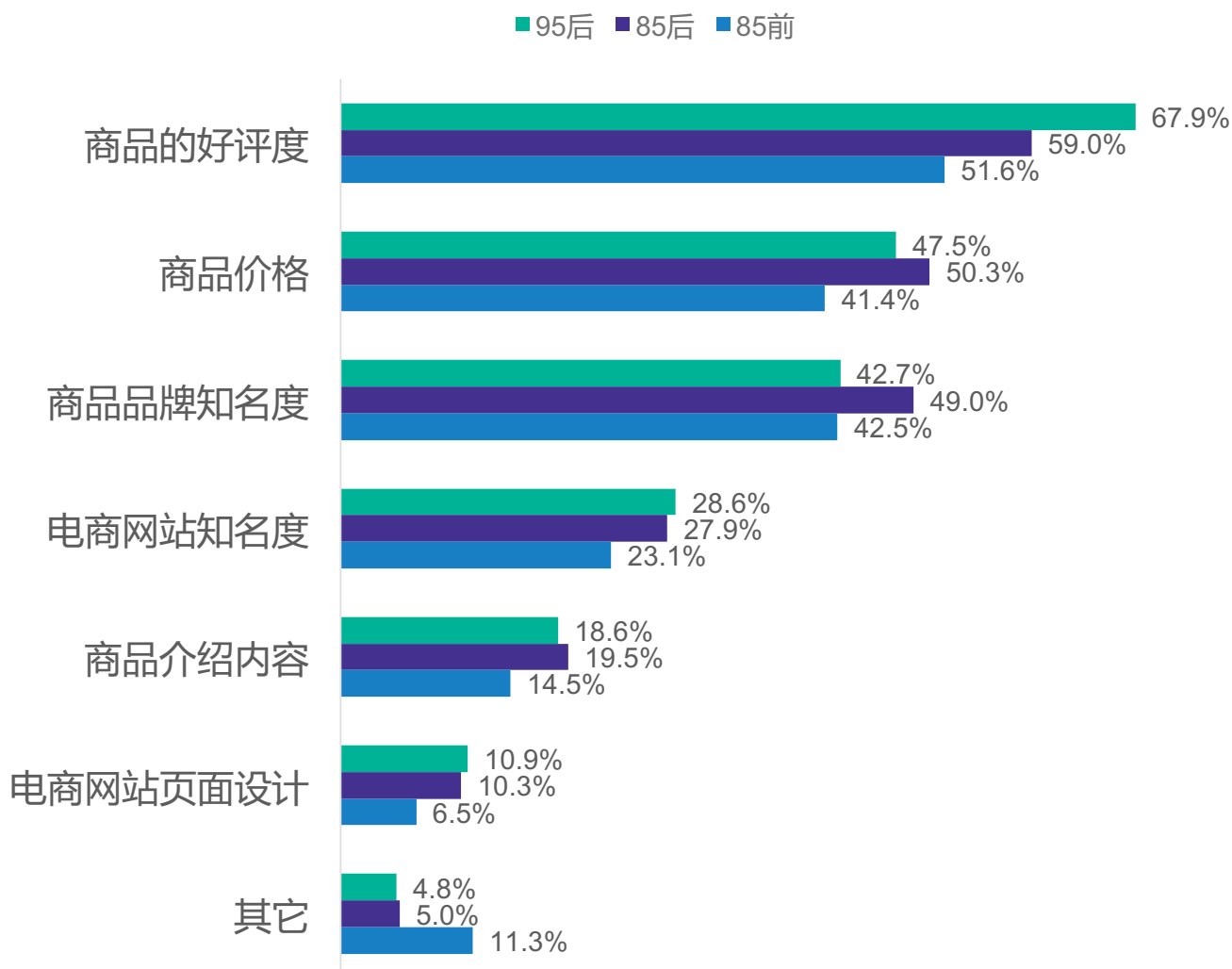
Q：您更同意以下哪种消费观念？（SA）

# 95后的网购关注点

## 95后最容易被“商品的好评度”支配

- 95后消费者在网购时最看重的因素是商品的好评度，67.9%的95后表示商品的好评度会对自己的网络购物产生影响，其次是商品价格和商品品牌知名度
- 85后受访者对价格最敏感，50.3%的85后表示商品价格会对自己的网购产生影响，而在95后和85前中只有47.5%和41.4%的受访者会受价格影响

### 95后、85后和85前的网购关注点



数据来源：极光精准调研

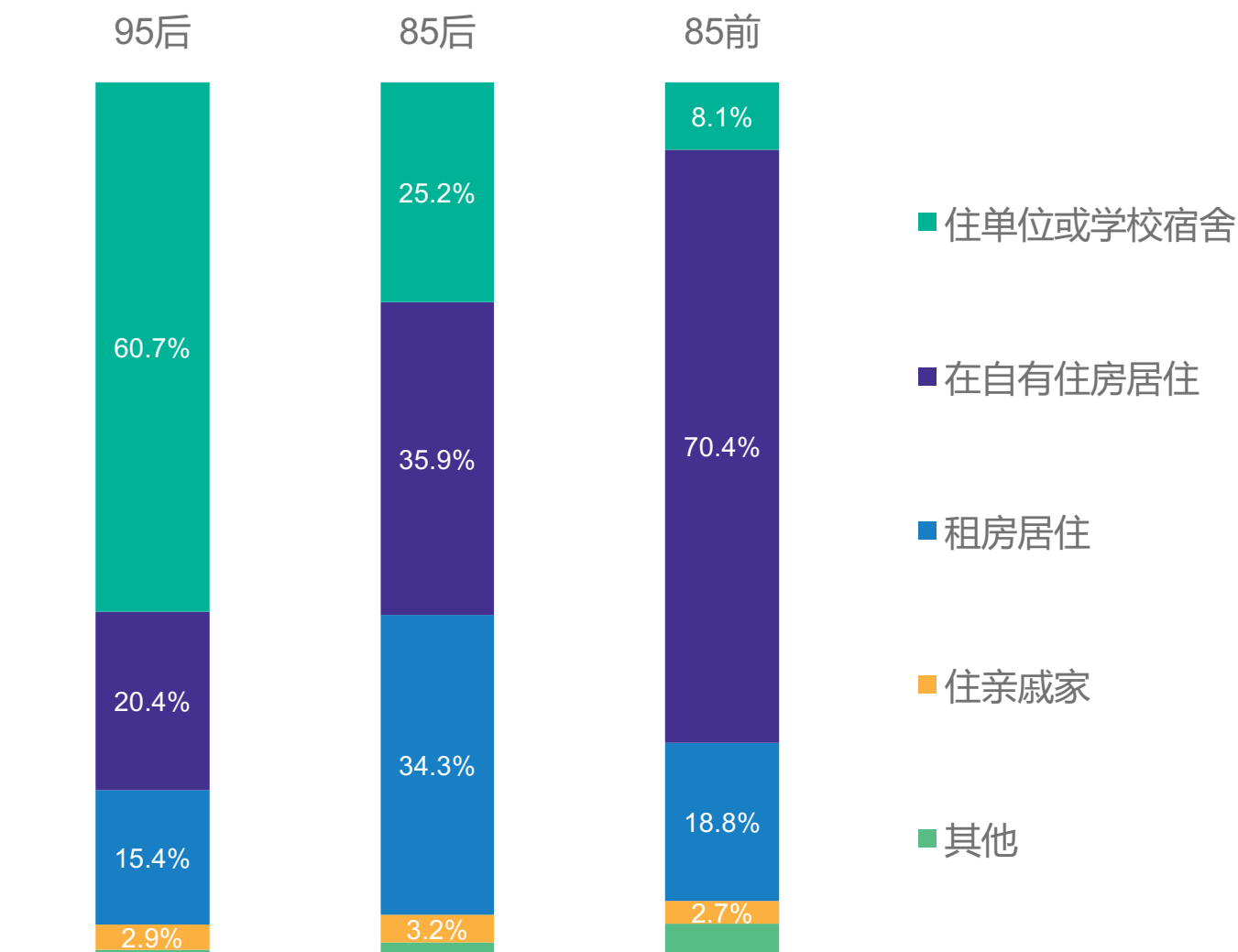
Q：请问以下哪些因素会对您的网络购物产生影响？（MA）

# 95后住房情况

## 六成95后目前住在单位或学校宿舍

- 在95后的受访者中，60.7%的受访者目前住在单位或学校宿舍，20.4%的受访者在自有住房居住，15.4%的受访者租房居住，2.9%的受访者住亲戚家
- 在85后和85前受访者中，在自有住房居住的受访者占比分别为35.9%和70.4%

### 95后、85后和85前的住房情况



数据来源：极光精准调研

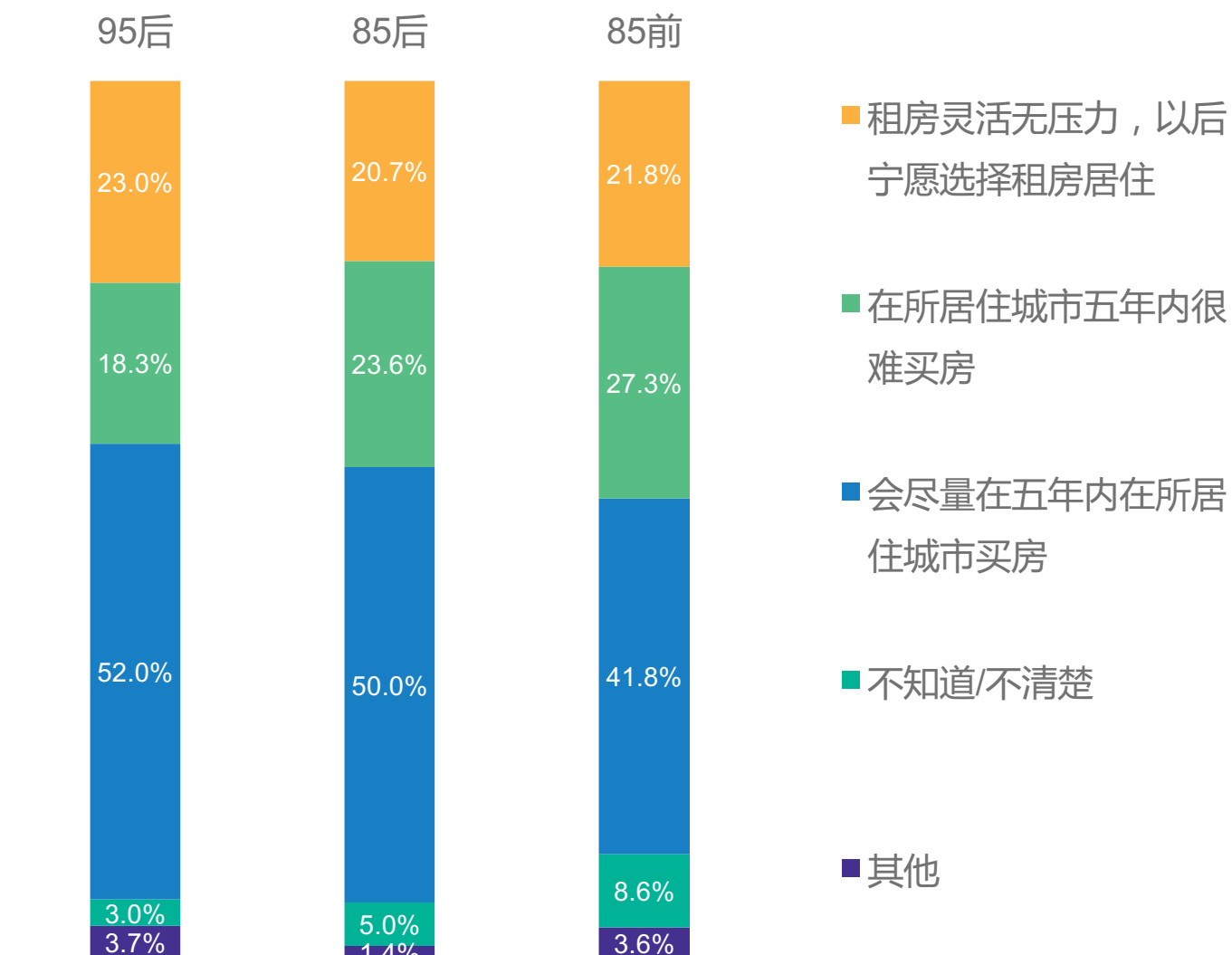
Q：请问您目前的居住状态是？（SA）

# 95后对租房的态度

## 52%的95后会尽量在五年内在所居住城市买房

- 在95后、85后和85前受访者中，表示“会尽量在五年内在所居住城市买房”的占比分别为52.0%、50.0%和41.8%，目前不在自有住房居住的95后受访者对买房的期望比85后和85前高
- 95后对租房的接受度大于85后和85前，23.0%的95后受访者表示租房灵活无压力，以后宁愿选择租房居住

95后、85后和85前对租房的态度



数据来源：极光精准调研

Q：请问下列哪个观点符合您的认知？（SA）

CHAPTER 03

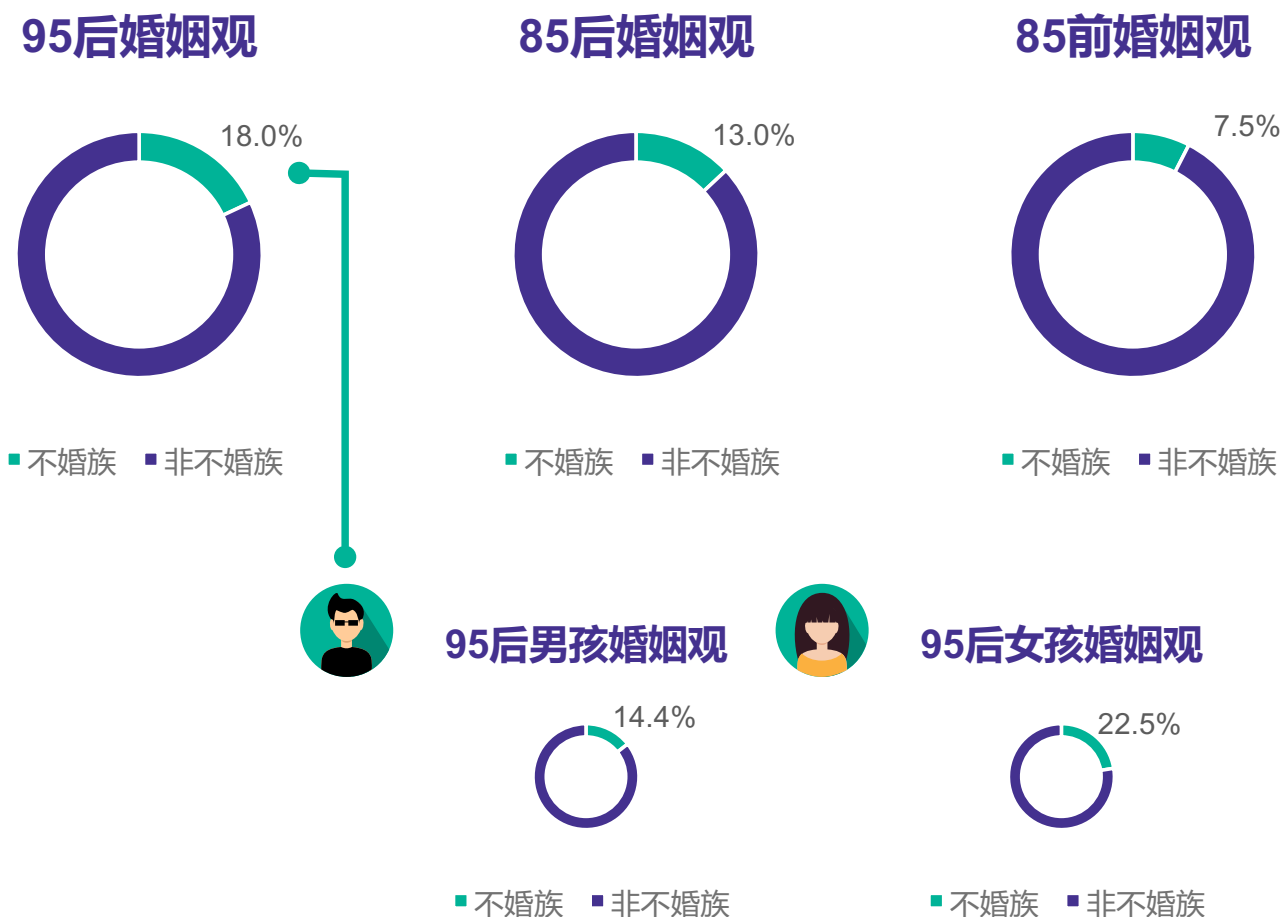
**95后婚恋篇**

# 95后婚恋观

18%的95后是不婚族；95后女孩不婚倾向高于男孩

- 不婚族在85前、85后和95后受访者中的占比逐渐增加，在85前中的占比不足10%，在85后和95后中的占比分别为13.0%和18.0%
- 95后女孩的不婚倾向高于男孩，不婚族在95后女性受访者中所占的比例达到22.5%，而在95后男性受访者中占比为14.4%

## 95后、85后和85前不婚族占比



数据来源：极光精准调研

Q：请问以下哪种观点是否符合您的婚姻观？（SA）



# 95后婚恋观

95后对待婚姻的态度比85后和85前更谨慎，同时对离婚的接受度也更高

- 85后对婚姻忠诚度的期望最低，10.3%的认为“婚姻是一种形式，结婚了也有可能出现婚外情”
- 95后对婚姻最“悲观”，15.5%的受访者认为婚姻是爱情的坟墓，

## 95后非不婚族的婚恋观

婚姻需要非常慎重，  
应该在各方面条件成熟  
之后再结婚

82.5%

14.6%

婚姻可以允许冲动，如果不  
合适可以离婚

婚姻是一种承诺，结婚  
了就要对另一半忠贞不  
二

89.3%

7.4%

婚姻是一种形式，结婚了也  
有可能出现婚外情

婚姻是爱情的升华，对  
婚后生活充满期待

82.2%

15.5%

婚姻是爱情的坟墓，对婚后  
生活已有觉悟

## 85后非不婚族的婚恋观

81.8%

13.2%

88.4%

10.3%

84.7%

13.4%

## 85前非不婚族的婚恋观

80.2%

11.0%

90.1%

6.4%

84.9%

9.9%

数据来源：极光精准调研

Q：请问以下哪种观点是否符合您的婚姻观？（SA）

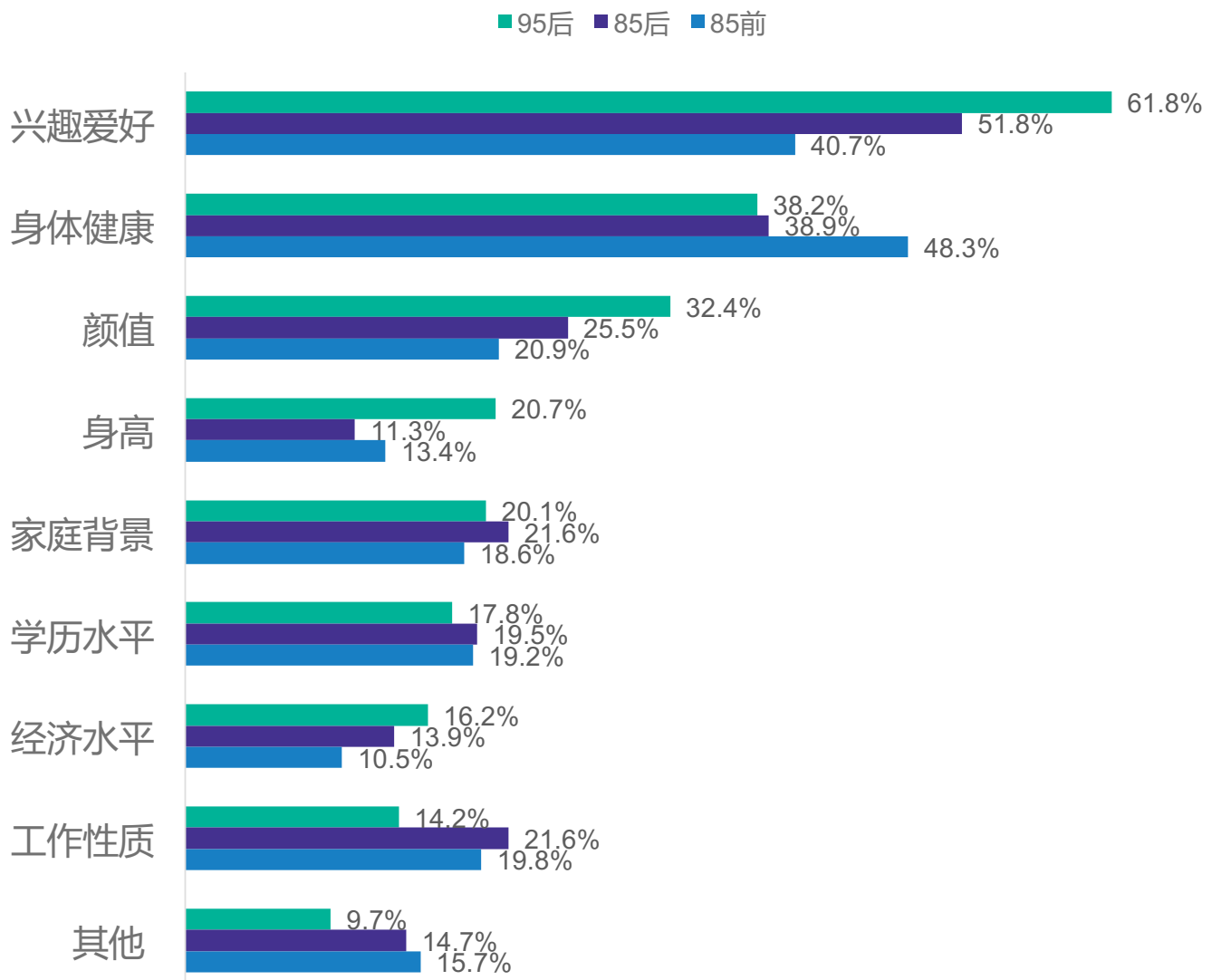
\*均不同意以上观点的选项未显示

# 95后对另一半的期望

## 95后更关注对方的兴趣爱好与颜值

- 85前在择偶时会特别关注对方的身体健康情况，他们中有48.3%的受访者表示更看重这一点
- 95后受访者在择偶中更注重对方的外形，32.4%的95后表示在寻找另一半时会看重颜值，20.7%会看重身高

### 95后、85后和85前的择偶要求



数据来源：极光精准调研

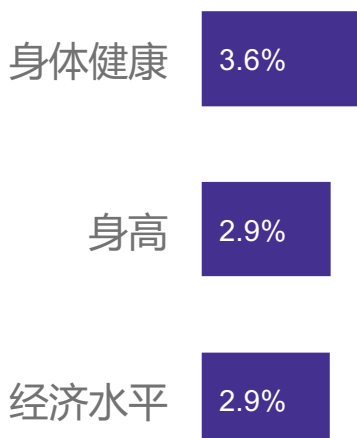
Q：请问您在择偶中比较看重哪些方面？（MA）

# 来自不同城市的95后的择偶偏好

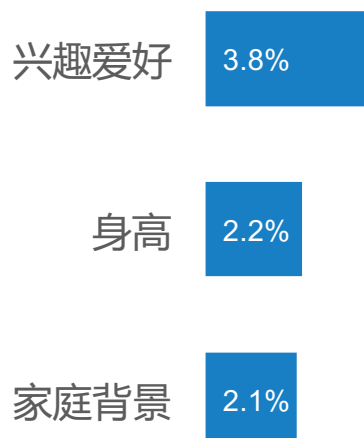
一线城市95后相对注重考察另一半的学历水平，二线城市和三线城市95后则相对对另一半的身体健康和兴趣爱好更为重视



## 二线城市95后的择偶偏好



## 三线城市95后的择偶偏好



数据来源：极光精准调研

Q：请问您在择偶中比较看重哪些方面？（MA）

\*择偶偏好=某择偶要求在目标95后样本中的占比-某择偶要求在95后整体样本中的占比

# 95后男孩和女孩的择偶偏好

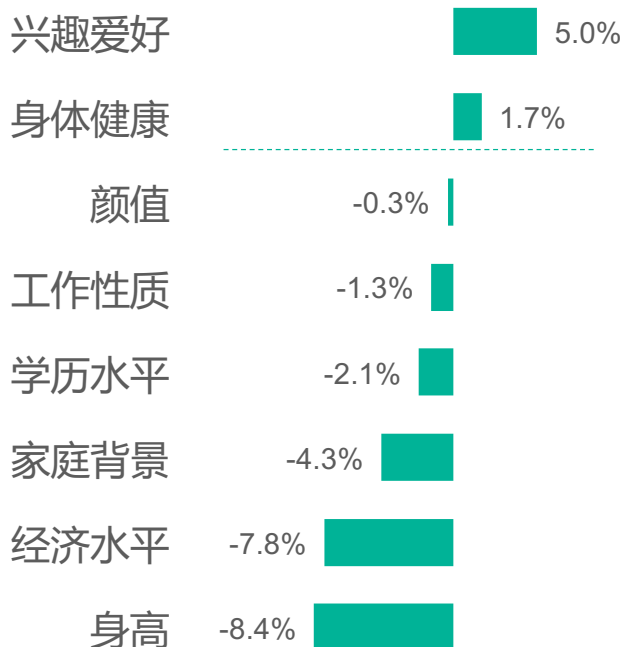
## 95后女孩对另一半的要求比95后男孩苛刻

- 95后男孩相对于95后整体受访者，更看重对方的兴趣爱好和身体健康
- 相对于95后整体受访者，95后女孩的择偶要求显得比较苛刻，对男方的身高、经济水平、家庭背景、学历水平、工作性质和颜值都有要求

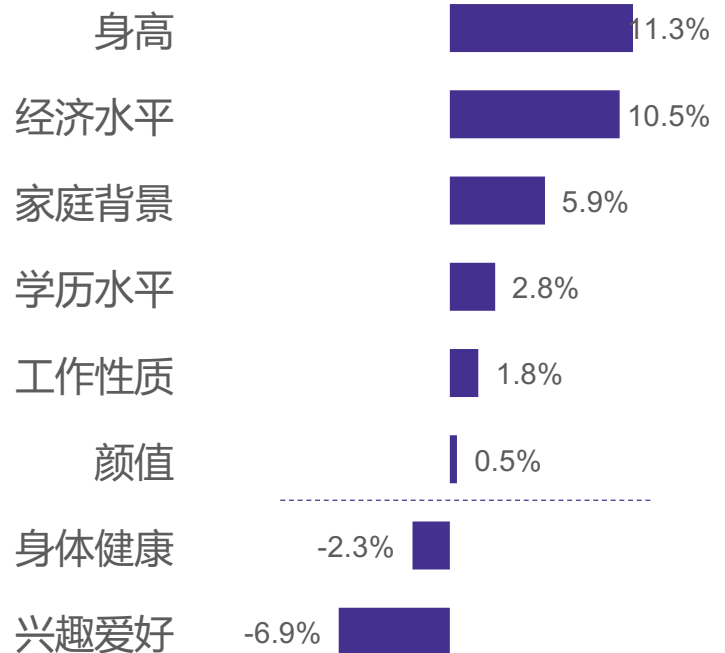
### 95后男孩和女孩的择偶偏好



#### 95后男孩的择偶偏好



#### 95后女孩的择偶偏好



数据来源：极光精准调研

Q：请问您在择偶中比较看重哪些方面？（MA）

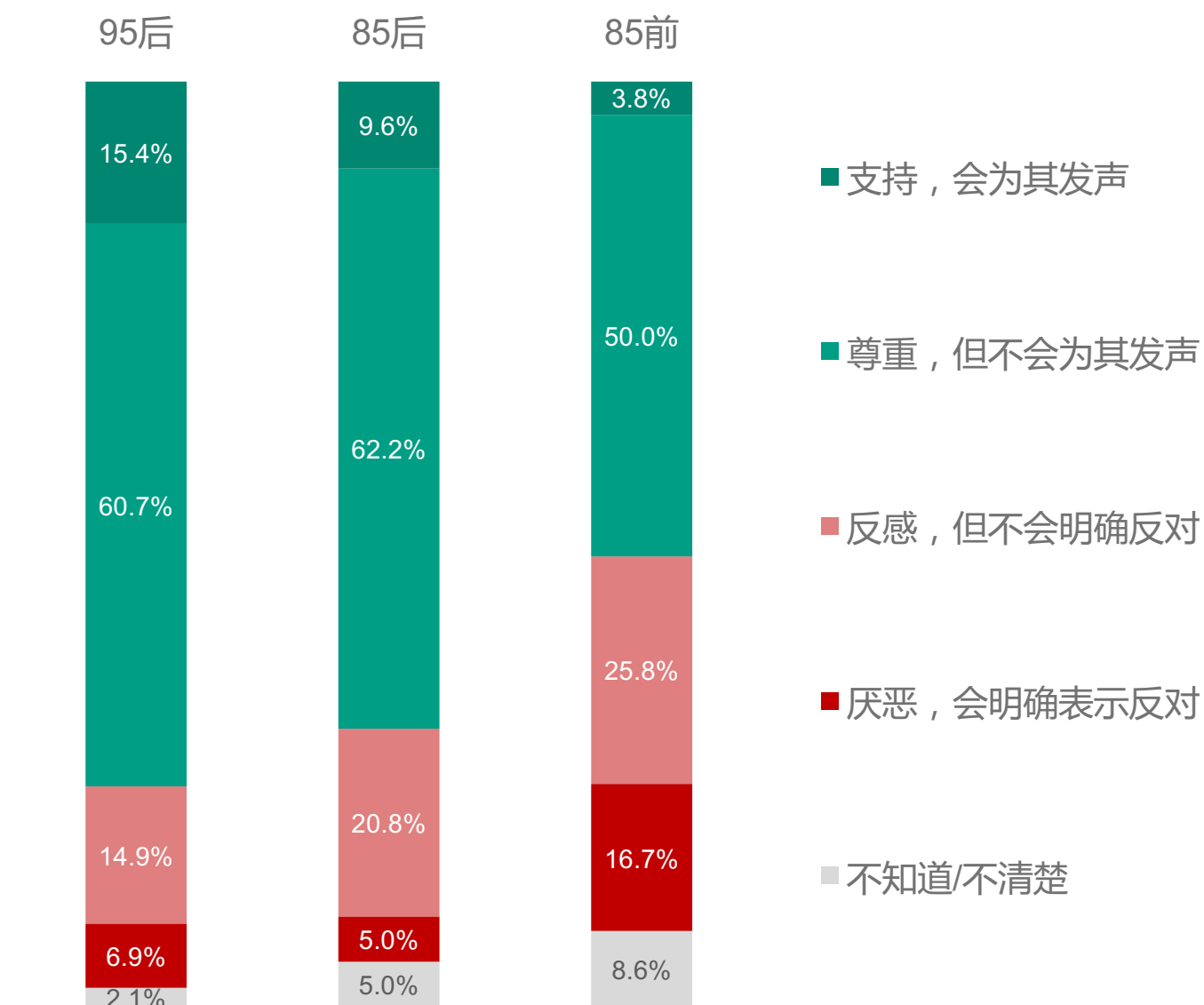
\*择偶偏好=某择偶要求在目标95后样本中的占比-某择偶要求在95后整体样本中的占比

# 95后如何看待同性恋

60.7% 95后表示尊重同性恋的性取向，15.4%的95后会支持同性恋并会为其发声

- 95后受访者对同性恋的接纳程度最高，15.4%的受访者表示支持
- 有21.8%的95后受访用户表达了对同性恋的反感或厌恶，低于85后和85前受访者的占比（25.9%和42.5%）

## 95后、85后和85前对同性恋的态度



数据来源：极光精准调研

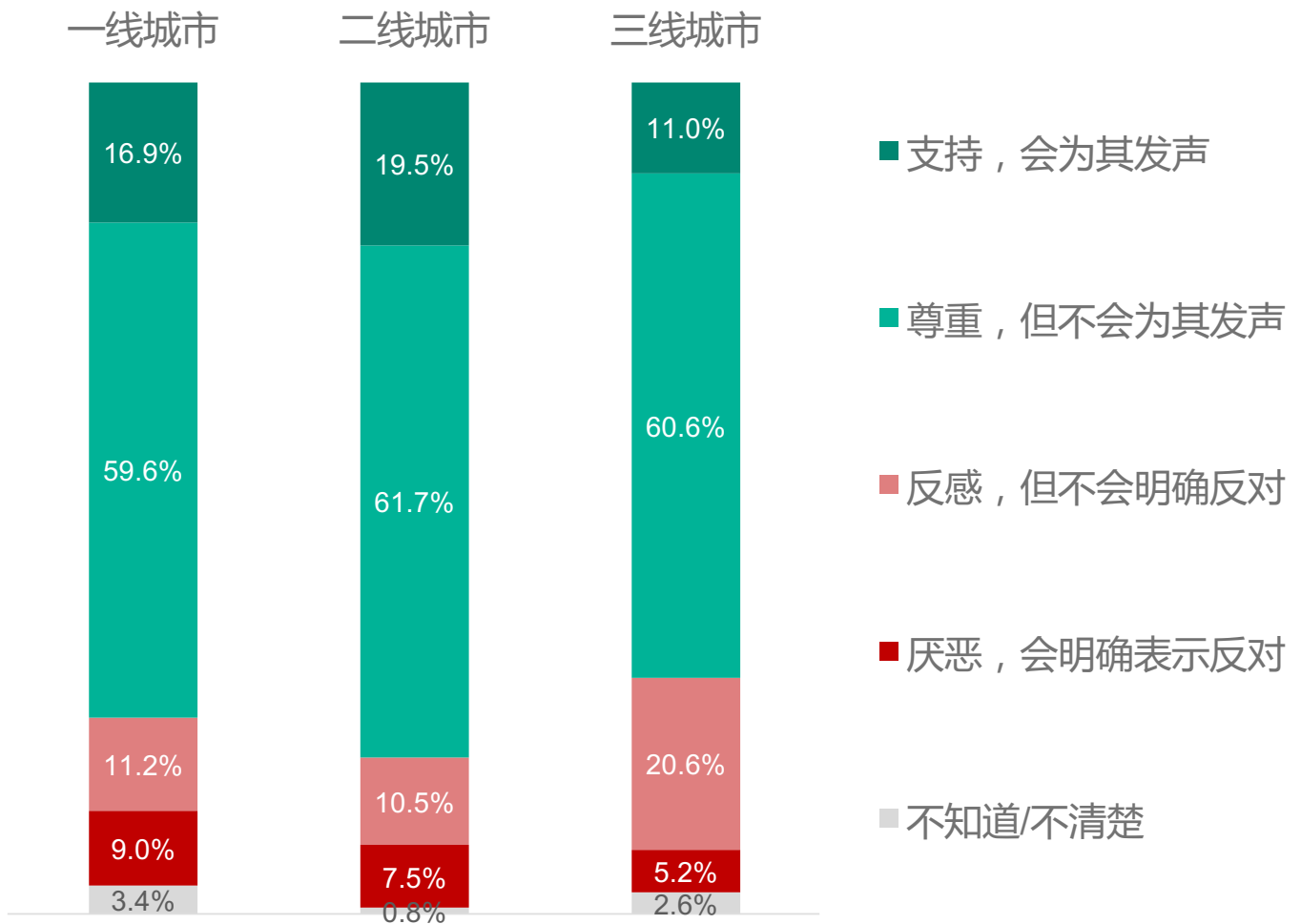
Q：请问您对同性恋的态度是？（SA）

# 来自不同城市的95后如何看待同性恋

## 二线城市95后对同性恋接纳度最高

- 在二线城市的95后受访者中，61.7%的受访者表示会尊重同性恋，19.5%的受访者表示会支持同性恋并为其发声
- 三线城市的95后对同性恋的接纳度相对较低，20.6%的受访者表示反感，5.2%的受访者则明确表达了厌恶之情

### 来自不同城市的95后对同性恋的态度



数据来源：极光精准调研

Q：请问您对同性恋的态度是？（SA）

# 95后男孩和女孩如何看待同性恋

近九成95后女孩表示尊重、支持同性恋，她们中近三成的人会为同性恋发声

- 在对待同性恋问题上，95后女孩的接纳度明显高于95后男孩，表示尊重同性恋的95后男孩和女孩比例在六成左右，而95后女孩中表示支持同性恋并会为其发声的受访者占27.2%，远高于男孩受访者所占的5.8%
- 三成95后男性受访者对同性恋的态度并不友好，他们中的21.2%的受访者表示反感同性恋，更有11.5%的受访者对同性恋感到厌恶并明确表示反对

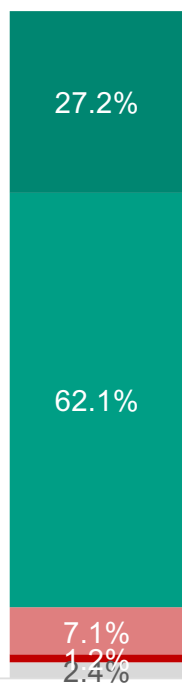
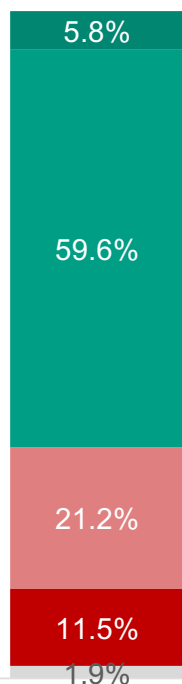
## 95后男孩和女孩对同性恋的态度



男孩



女孩



- 支持，会为其发声
- 尊重，但不会为其发声
- 反感，但不会明确反对
- 厌恶，会明确表示反对
- 不知道/不清楚

数据来源：极光精准调研

Q：请问您对同性恋的态度是？（SA）



CHAPTER 04

# 95后移动行为篇

# 95后安装app数量分布

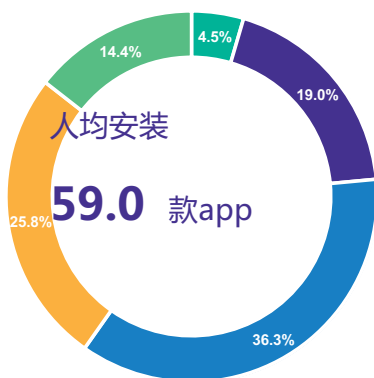
## 95后人均安装59款app

- 在95后、85后和85前三组人群中，85后人均安装的app数量最多，人均安装62.9款，85前和95后人均安装app数量分别是59.5和59.0款

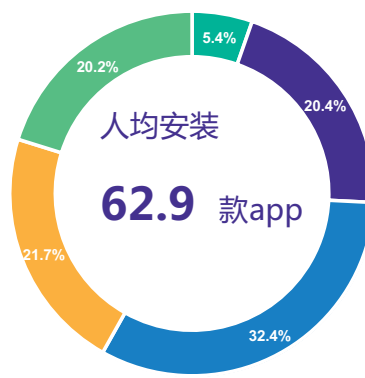
### 95后、85后和85前的app安装数量分布

■ 20款以下 ■ 21-40款 ■ 41-60款 ■ 61-80款 ■ 80款以上

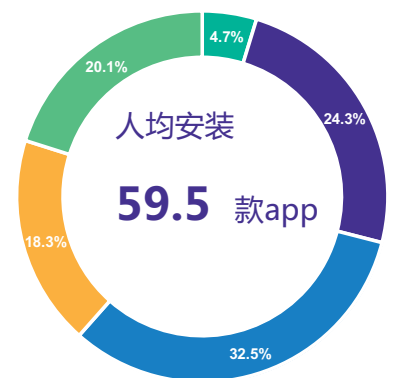
#### 95后安装app数量分布



#### 85后安装app数量分布



#### 85前安装app数量分布



# 95后app安装概况

在95后中渗透率最高的app：微信、QQ、支付宝、手机淘宝、新浪微博

- 在95后、85后和85前三组人群中，微信渗透率均居于榜首，其中85后对微信最为依赖，渗透率高达91.5%
- 手机QQ在95后人群中安装比例最高，达到85.3%
- 新浪微博在95后、85后人群中的渗透率均进入前五，其渗透率在两组人群中分别达到53.3%和41.4%

## 95后、85后和85前的app安装概况

### 95后渗透率top10 app

### 85后渗透率top10 app

### 85前渗透率top10 app

微信	90.1%	微信	91.5%	微信	89.9%
QQ	85.3%	QQ	80.5%	QQ	72.2%
支付宝	75.4%	支付宝	76.9%	支付宝	58.6%
手机淘宝	65.7%	手机淘宝	64.0%	手机淘宝	47.3%
新浪微博	53.3%	新浪微博	41.4%	百度地图	37.3%
百度网盘	45.0%	美团	39.4%	高德地图	34.9%
美团	39.9%	百度地图	36.5%	腾讯视频	33.1%
WiFi万能钥匙	39.7%	百度网盘	33.3%	讯飞语音+	30.8%
讯飞语音+	36.5%	WiFi万能钥匙	32.8%	爱奇艺	29.0%
网易云音乐	34.6%	高德地图	31.9%	新浪微博	28.4%

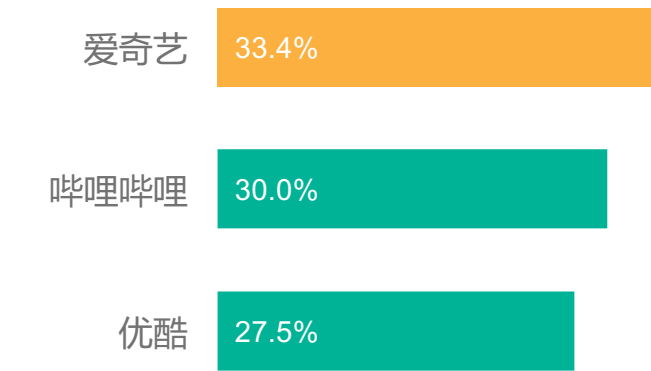
# 95后app安装概况——细分品类

在95后中渗透率最高的视频播放app是爱奇艺

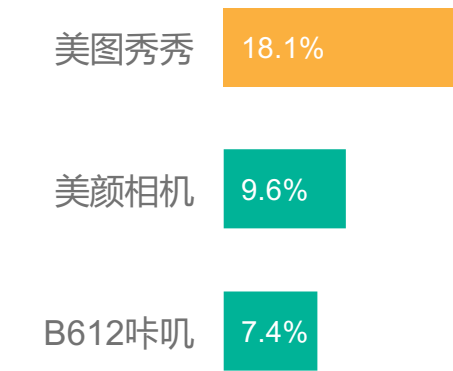
在参与统计的95后中，渗透率最高的视频播放app是爱奇艺，拍P图app是美图秀秀，音乐电台app是网易云音乐，游戏app是王者荣耀。

## 95后app安装概况——细分品类

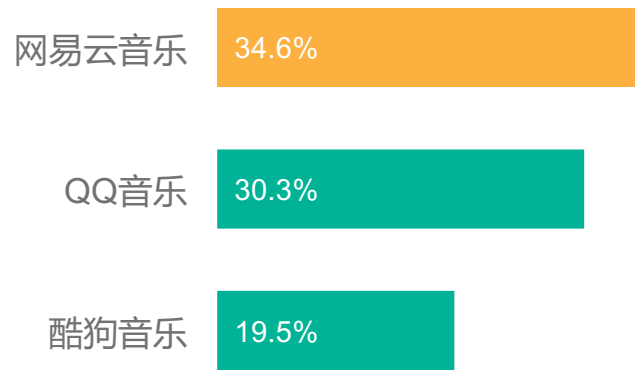
95后渗透率top3视频播放app



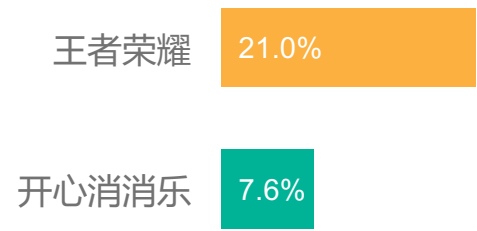
95后渗透率top3拍照P图app



95后渗透率top3音乐电台app



95后渗透率top2游戏app

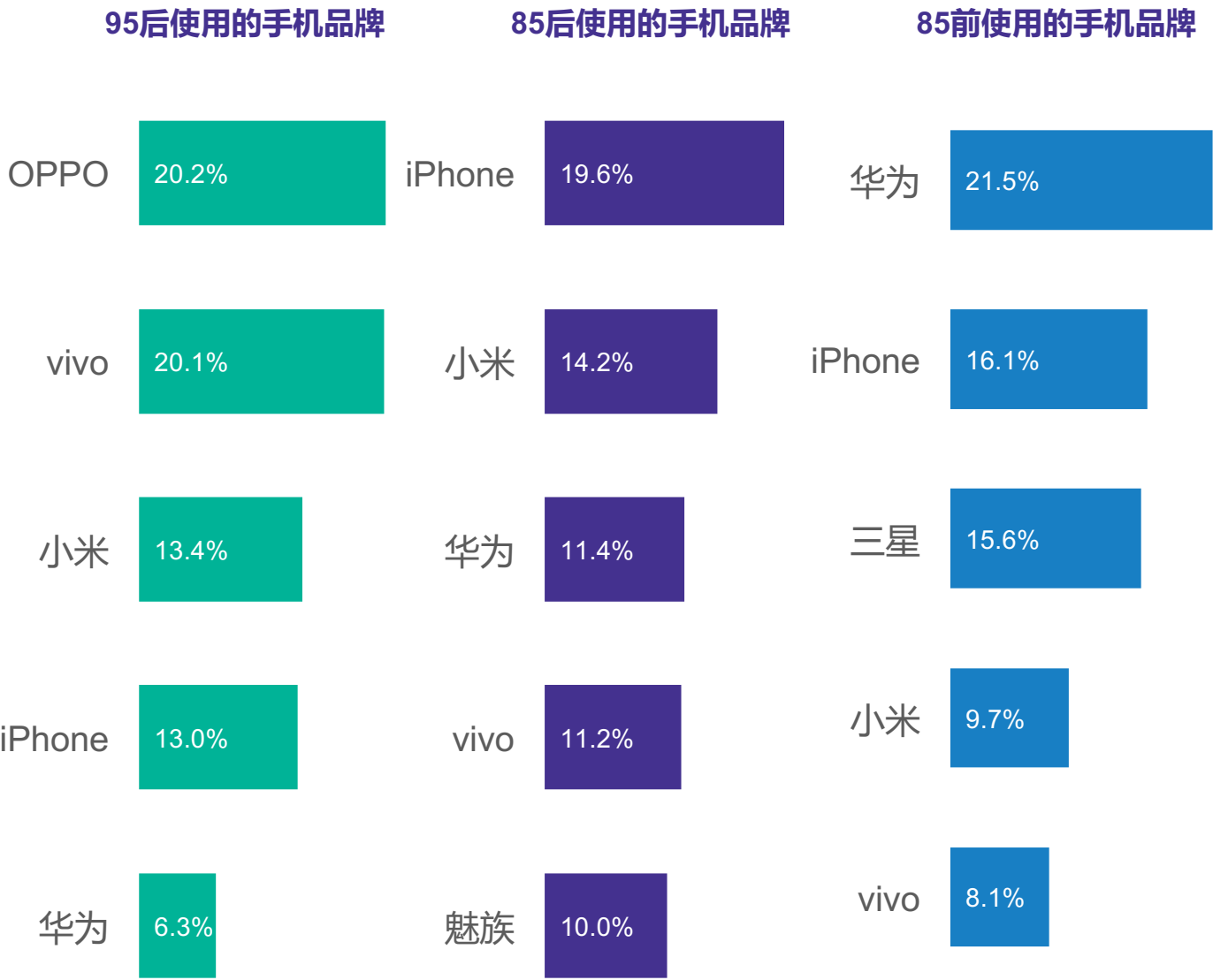


# 95后使用的手机品牌

OPPO是95后最青睐的手机品牌，逾两成95后正在使用小米

- 95后、85后和85前最青睐的手机品牌分别是OPPO、iPhone和华为

## 95后、85后和85前使用的top5手机品牌

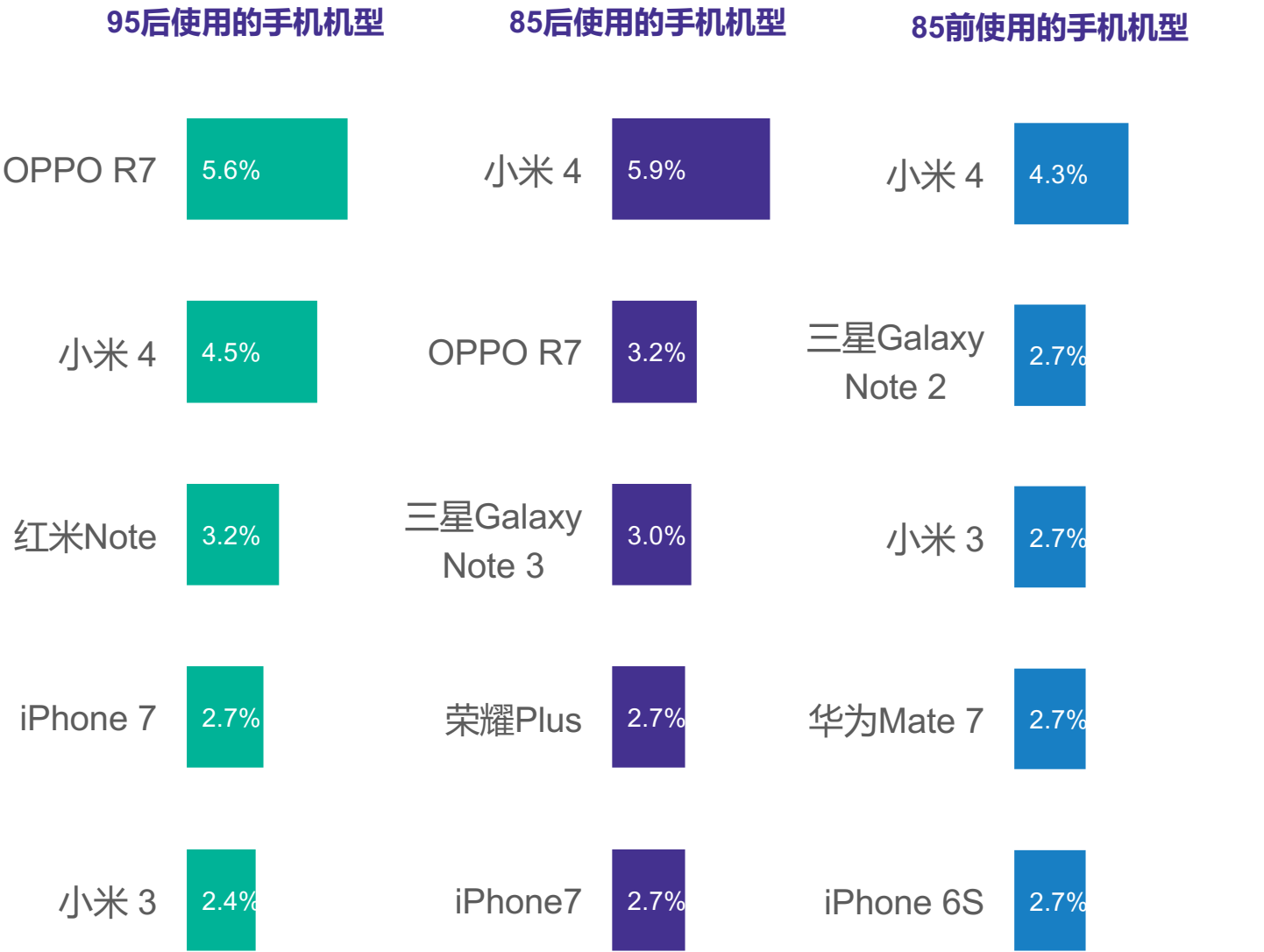


# 95后使用的手机机型

## OPPO R7是最受95后喜爱的机型

- 95后、85后和85前最青睐的手机机型分别是OPPO R7、小米4和小米4

### 95后、85后和85前使用的top5手机机型

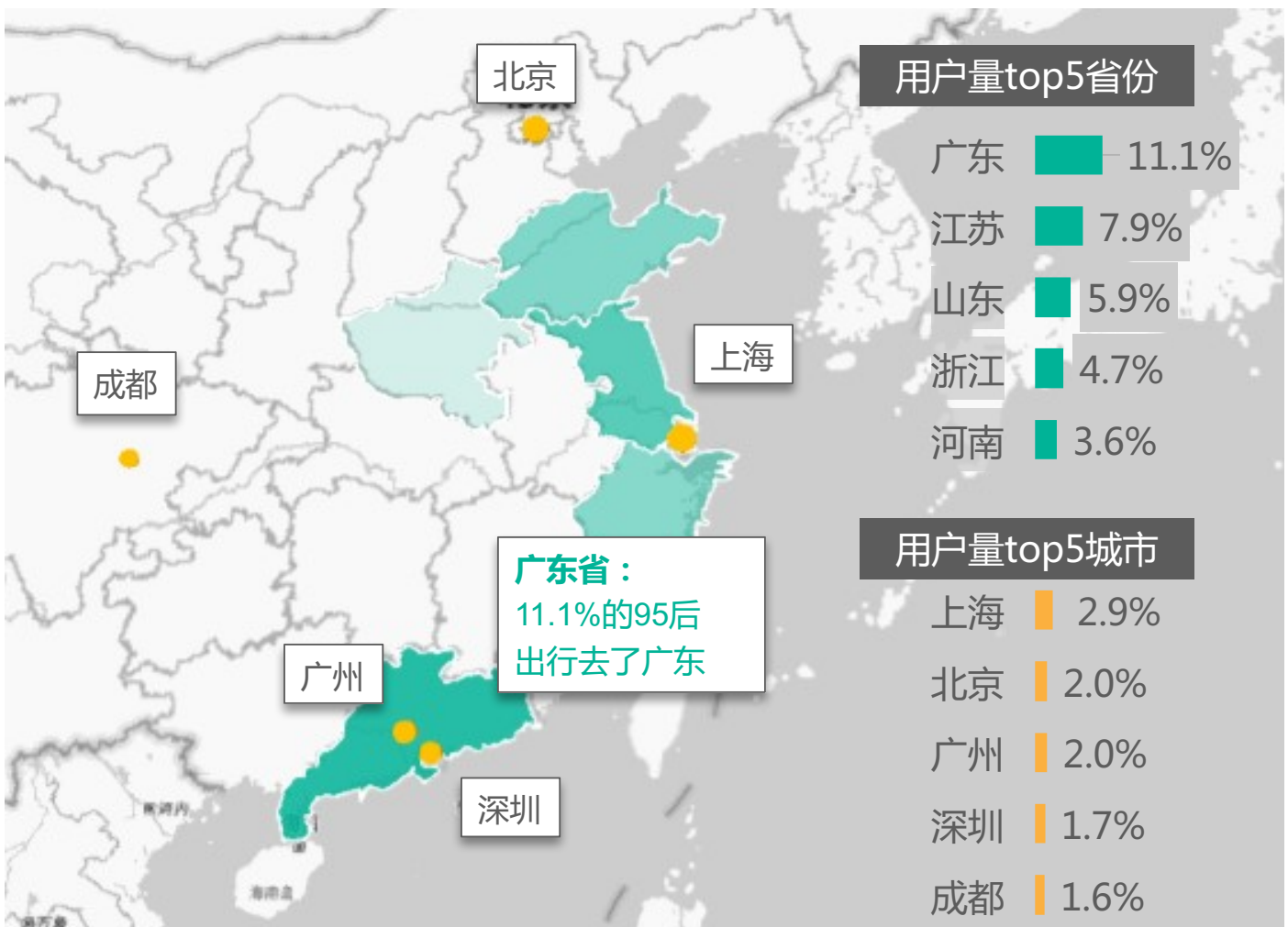


# 95后出行首选目的地

## 魔都是95后人群出行的首选城市

- 95后人群出行首选的城市：上海、北京、广州、深圳、成都

### 95后出行首选目的地









# 蜜蜂学堂年卡

让更多人享受到知识与成长的快乐

~~3999元~~

4999元

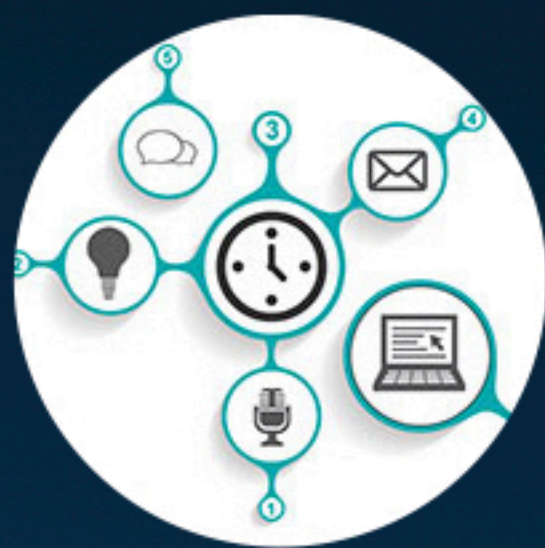
购买之日起一年内有效

WOW

马上购买



## 我可以得到什么



蜜蜂微课

超过1000小时的微课  
每周新增3节课程  
价值2299元



蜜蜂笔记

超过3000页的蜜蜂笔记  
(PPT版本)  
每月新增100页  
每月新增一本书的思维导图  
价值1299元



PPT模板

每月一份50页的PPT模板  
(包含可视化模版)  
价值399元