

新青年

文化

消费

新青年文化洞察



有数青年观察局
YOUTH & INSIGHTS

FASHION
ZOO
时髦圈儿

CBN'DATA
第一财经商业数据中心

© 2021 CBNDdata. All rights reserved.



新青年身份有着多样的X面

中国Z世代人群约2.6亿人，成长于信息时代的年轻人们，受到全方位多元文化的熏陶，Z世代有着独特而又个性的身份标签，X面的身份是Z世代的专属“人设”。

中国的Z世代人群
(1995-2009年出生)

约 **2.6亿** 人



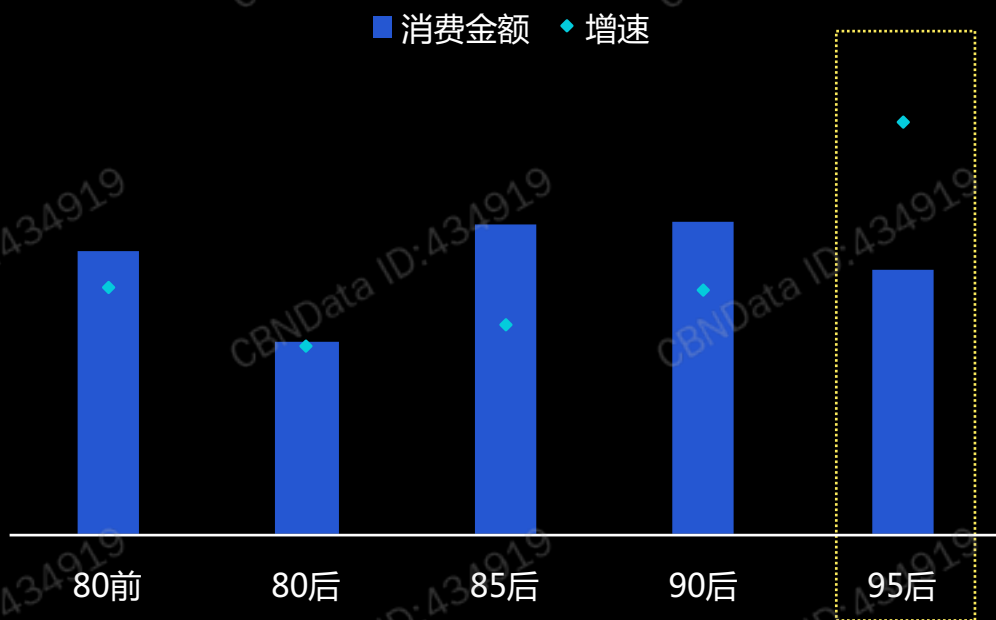
数据来源：企鹅智库《2019年Z世代消费力白皮书》

资料来源：公开资料整理

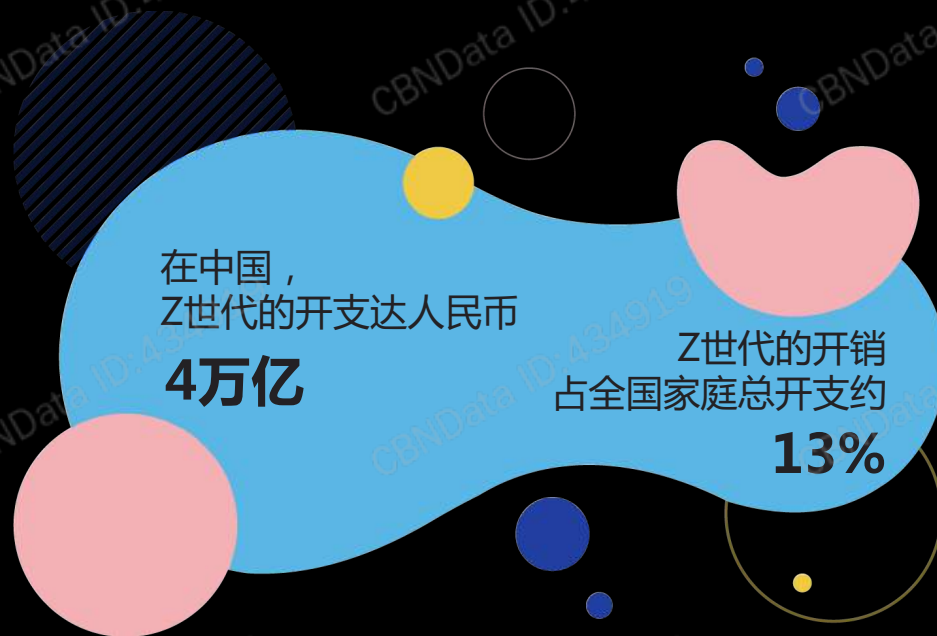
他们也是炙手可热的下一代“金主”

随着年轻的Z世代们逐步迈入社会，围绕于Z世代的商业机遇便不断涌现，作为新消费人群的Z世代们消费能力毫不逊色，成为了社会各界关注的焦点。

MAT2020线上各代际消费贡献



数据来源：CBNData 《2020互联网消费生态大数据报告》



数据来源：OC&C 《无国界的一代》

新青年八大文化表达



青年时尚文化



当下潮流文化



潮玩手办文化



文化自我认同



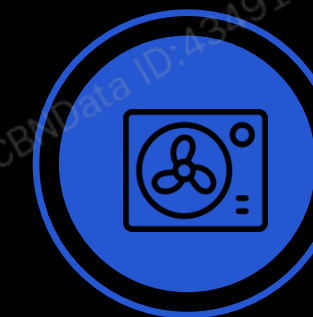
热血电竞文化



可持续消费文化



明星红人文化

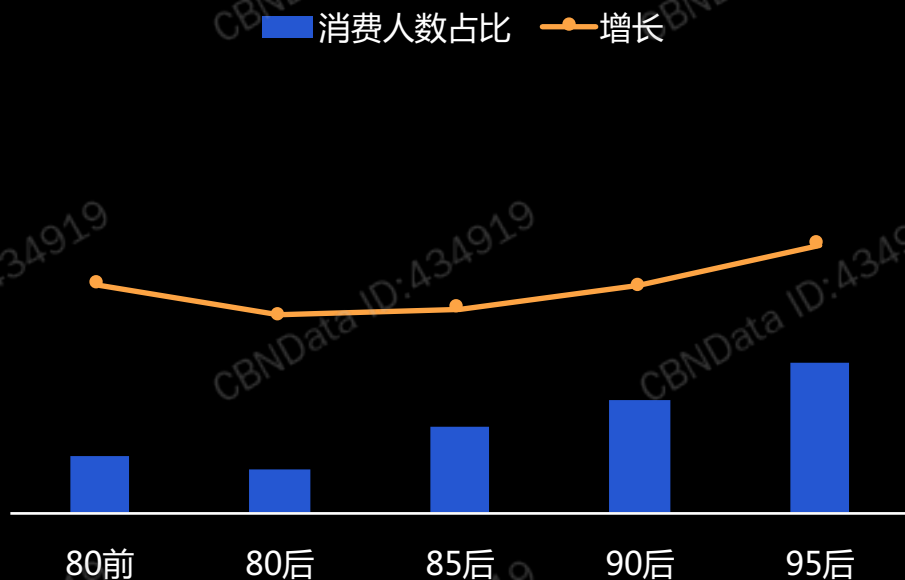


智慧极客文化

青年时尚文化：新青年消费大军崛起，个性表达审美

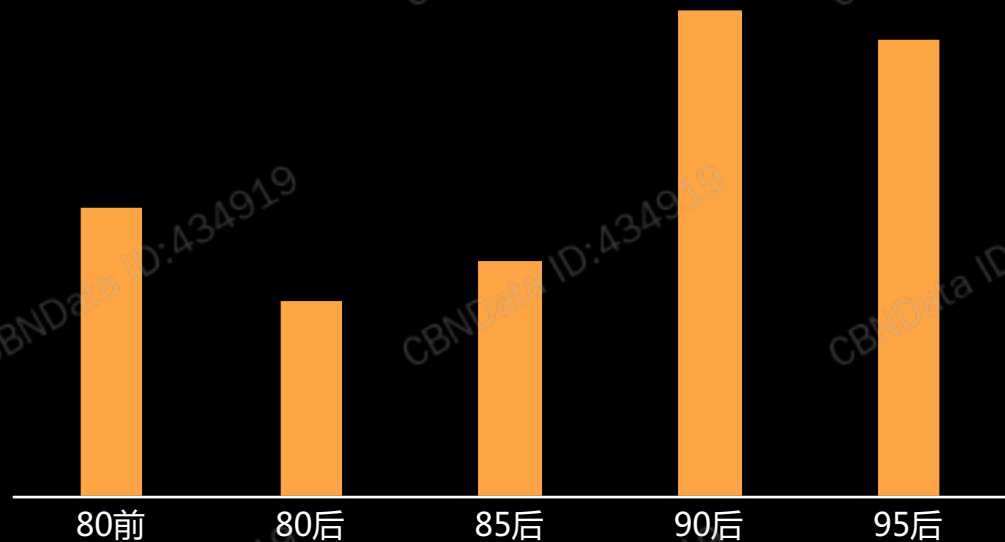
无所谓大众或者小众，年轻人追求的是第一眼就释放的个性自我表达，因此年轻人更爱追逐时尚潮流，时尚相关消费者中90后和95后占比更高，同时他们更愿意为时尚品牌一掷千金。

2020年线上时尚相关消费不同代际人数占比



数据来源：CBNData消费大数据，时尚相关消费根据品牌圈定，主要包含奢侈品牌

2020年线上时尚相关消费不同代际客单价增速



数据来源：CBNData消费大数据

年轻人对于时尚也有自己的独特见解，不跟风，不屈从权威，在自我设定的场合里，玩转时尚游刃有余；而时尚大牌也纷纷用年轻化的方式持续靠近新青年。

超越流行

1. 潮牌设计师

时尚年轻化

Balenciaga 更换创意总监
Demna Gvasalia
(Vetements 创始人)

Louis Vuitton 更换男装艺术总监
Virgil Abloh
(Off-White 创始人)

2. 跨界联名

DOREAMON x GUCCI

Louis Vuitton x 英雄联盟

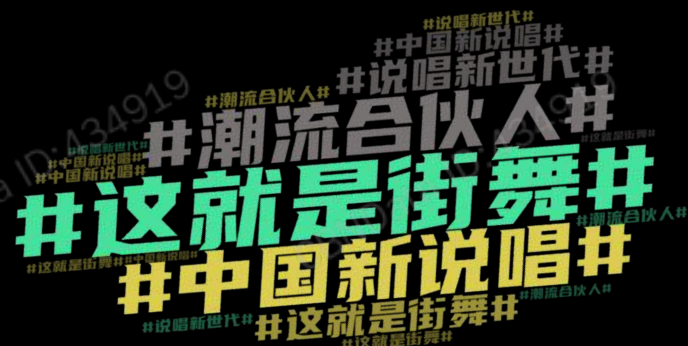
资料来源：公开资料整理

6

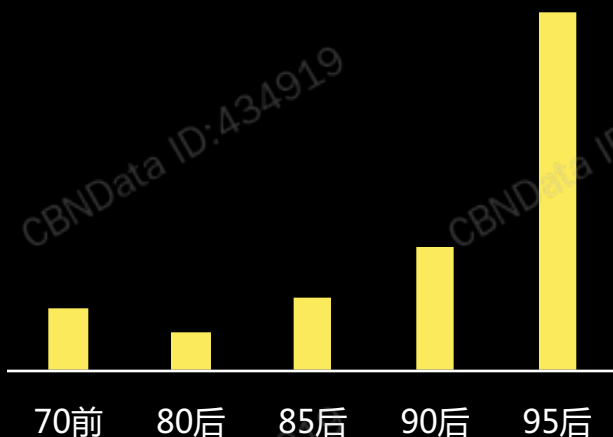
当下潮流文化：流行文化碰撞时尚，擦出潮流火花

对于风华正茂的年轻人而言，流行文化带来时尚感悟，形成了年轻人的最IN潮流文化。近年来，随着潮流类综艺节目的大热，嘻哈、街舞等亚文化不断走进社会的视野，受到了Z世代的青睐。

线上潮流品类潮流综艺相关
搜索词各代际搜索热度



数据来源：微博话题



数据来源：CBNDATA消费大数据

95后喜爱的潮流元素



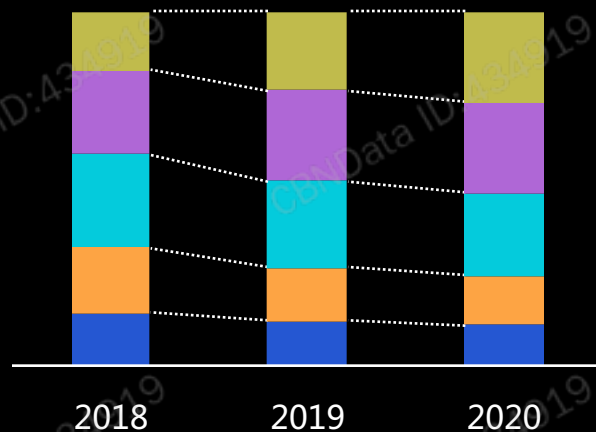
数据来源：CBNDATA消费大数据

潮玩手办文化：手办模玩背后，通往的是想象和情怀

模玩手办的Z世代消费者蓄势待发，成为他们最烧钱的爱好。千亿市值的泡泡玛特，通过盲盒机制颠覆了人们对商业的想象，几十块钱的盲盒里，有着各种各样的小型“惊喜”，成为很多年轻人追捧的单品。

2018-2020 线上模玩手办
不同年龄层消费额占比

■ 80前 ■ 80后 ■ 85后 ■ 90后 ■ 95后



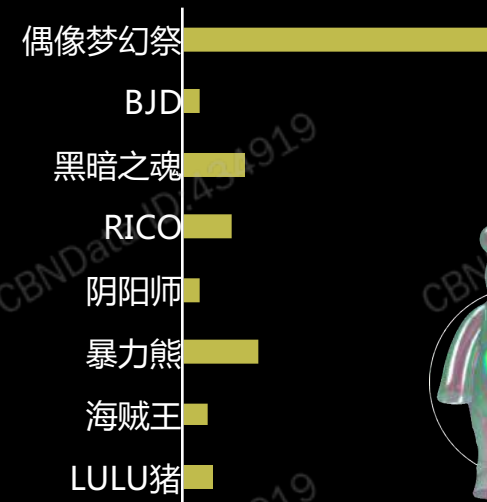
数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：研究类目包含机甲模型，手办，潮玩盲盒

95后喜爱的热门手办模玩IP

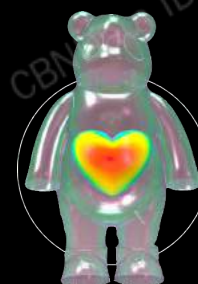


数据来源：CBNDATA消费大数据

2020 95后热门手办/模玩IP
消费额同比增速



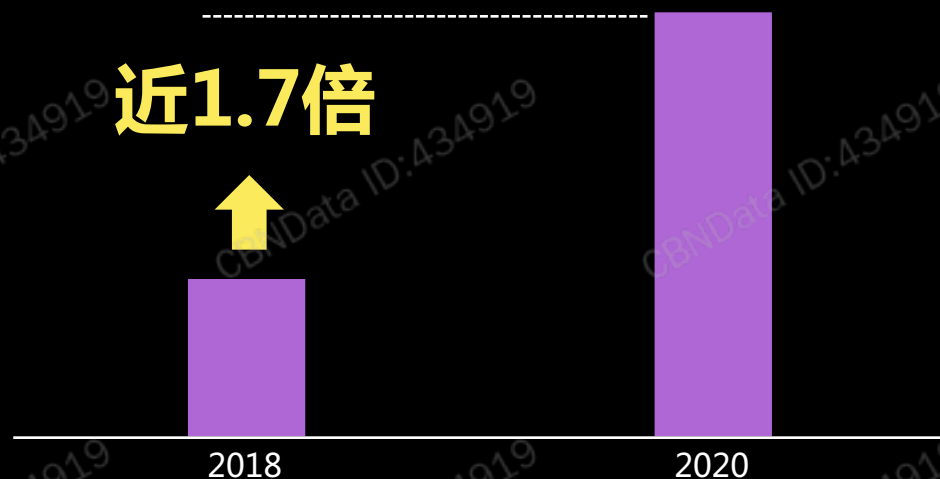
数据来源：CBNDATA消费大数据



文化自我认同：“穿越”的Z世代，中国元素成为符号

古风服装维持高速增长，日常街头也时常能看见身着古风服饰的Z世代，古风服装已迈向常服的趋势；除了服装外，许多文化类的文创IP，如故宫、敦煌等，也正在收割年轻人的喜爱。

2018-2020 95后 线上汉服销售趋势



数据来源：CBNData消费大数据

95后喜爱的文化类文创IP消费增速

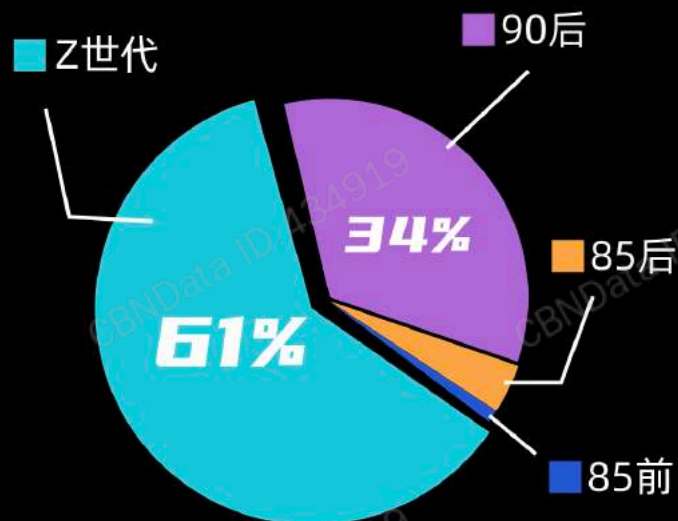


数据来源：CBNData消费大数据

热血电竞文化：巾帼不让须眉，Z世代女性玩家成潜力股

游戏已经成为全球年轻人的通用语言，数据显示，电竞爱好者超过六成是Z世代。女性虽在人数上比男性玩家略逊一筹，但目前女性电竞人数已超三分之一。

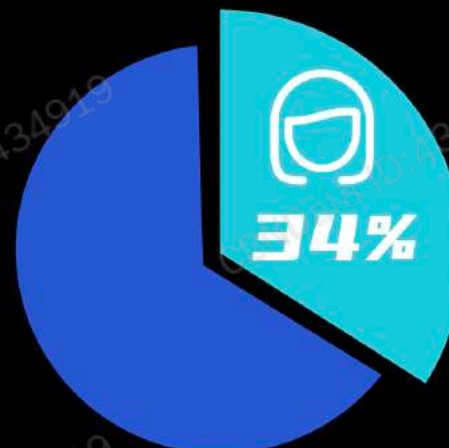
电竞玩家不同年龄层人数占比



数据来源：虎牙

电竞玩家男女人数分布

■ 男性 ■ 女性

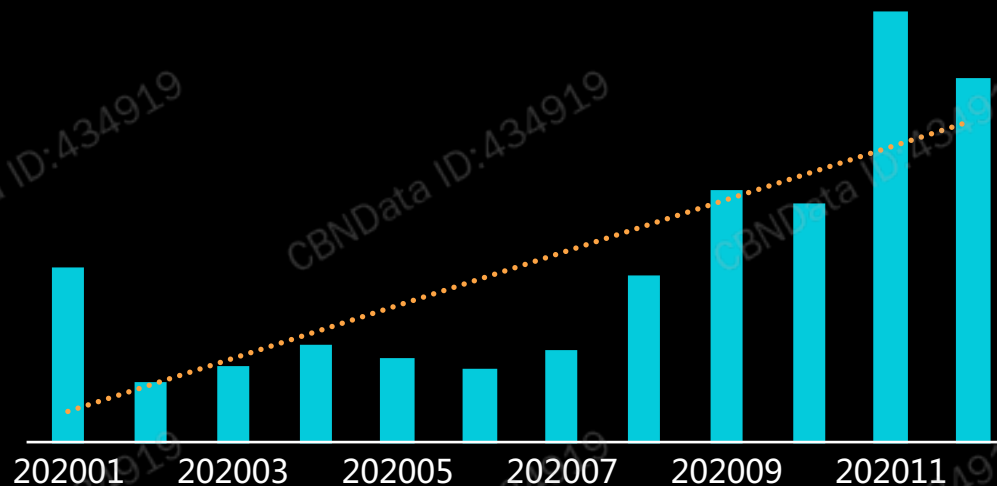


数据来源：虎牙

热血电竞文化：电竞圈也“追星”，粉丝经济创造爆款

电竞赛事超过三成的营收是由粉丝观赛门票、收看直播和购买衍生品所贡献，粉丝经济应运而生；Z世代对于电竞选手和俱乐部的喜爱，正带动周边产业的快速发展。

淘宝EDG旗舰店Z世代消费规模



数据来源：CBNData消费大数据

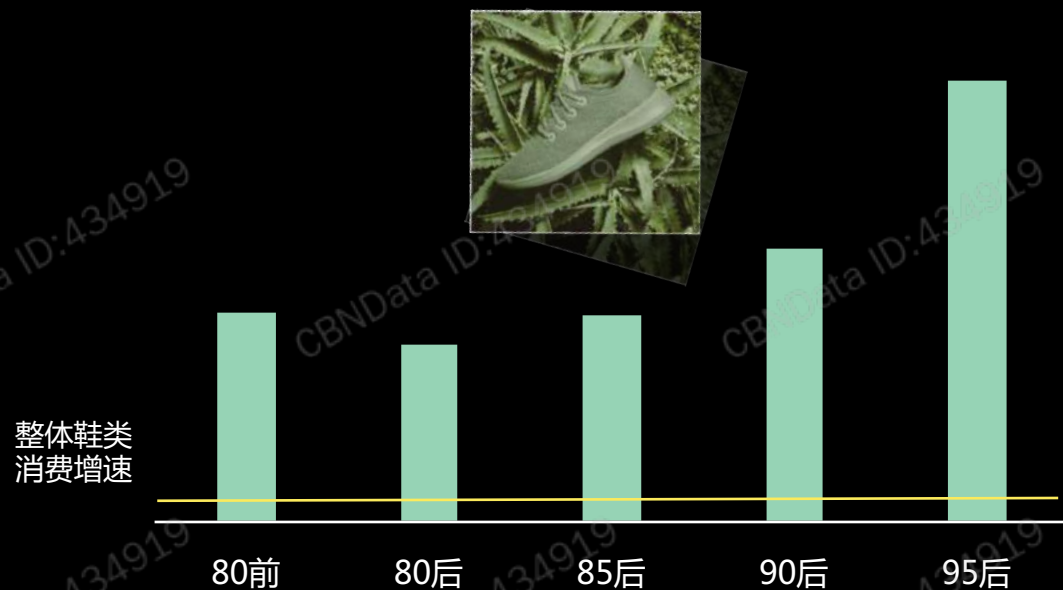


图片来自互联网

可持续消费文化：年轻一代的“明天观”

“可持续时尚”是鞋服领域非常流行的概念，尤其年轻一代在选择时尚单品时会期待所选品牌能践行可持续理念，承担起更多社会责任；Allbirds,以及众多国产品牌等品牌积极推动行业可持续发展进程，建立了与消费者基于环保价值观的共鸣。

2020年线上可持续材料鞋各代际消费规模增速



数据来源：CBNData消费大数据

咖啡渣X衣服



资料来源：公开资料整理

可持续消费文化：绿色生活，还要吃出来

当代年轻人对环保理念的追求同样体现在饮食上，能有效减少温室气体排放的植物肉受到Z世代青睐，其中零食类植物肉是年轻尝鲜党的心头好。

植物肉的出现大幅
减少温室气体的排放



数据来源：国家气象局

2020 天猫植物肉年轻尝鲜党
各产品形态增速TOP5



数据来源：CBNData《线上植物肉消费人群洞察报告》
数据说明：选取消费规模占比大于等于0.05%的产品形态

2020 天猫植物肉
年轻尝鲜党热门产品关键词



数据来源：CBNData《线上植物肉消费人群洞察报告》

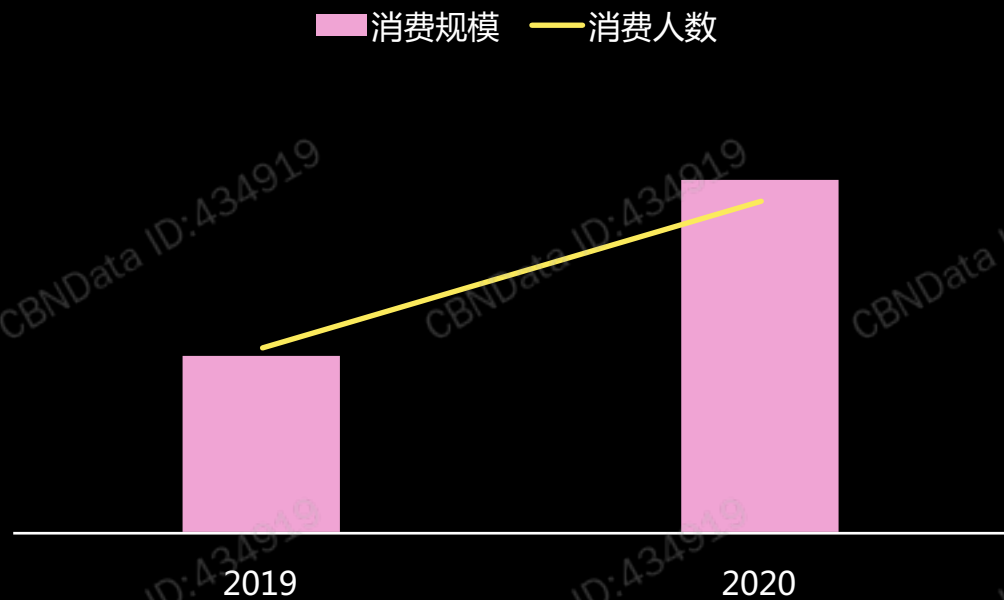
明星红人文化：“明星同款”成为年轻人穿衣风尚标

相较于冰冷的消费推荐，年轻人更喜欢有社交力的温度互动，因此KOL或明星同款带货实力不容小觑，越来越多年轻人将自己的idol当做时尚icon，“明星同款”逐渐成为年轻人的潮流风向标。

73%
粉丝会付费支持大V账号，购买代言产品

数据来源：华扬数字《时尚2020，潮Z看！Z世代时尚消费洞察报告》

2019-2020天猫“明星同款”女装消费趋势



数据来源：CBNData《女装时尚消费趋势洞察报告》

智慧极客文化：智慧时代，玩科技是Z世代的DNA

成长在互联网大浪潮下，Z世代对于科技有着深刻的认知，他们十分擅长用网络上的大量资讯和资源来充实自己，成为新新人类的自我修养。

中国**82%**的Z世代渴望使用尖端科技

97%认为科技已经成为他们正规教育中的一部分

96%认为我们正在进入人机合作的新时代

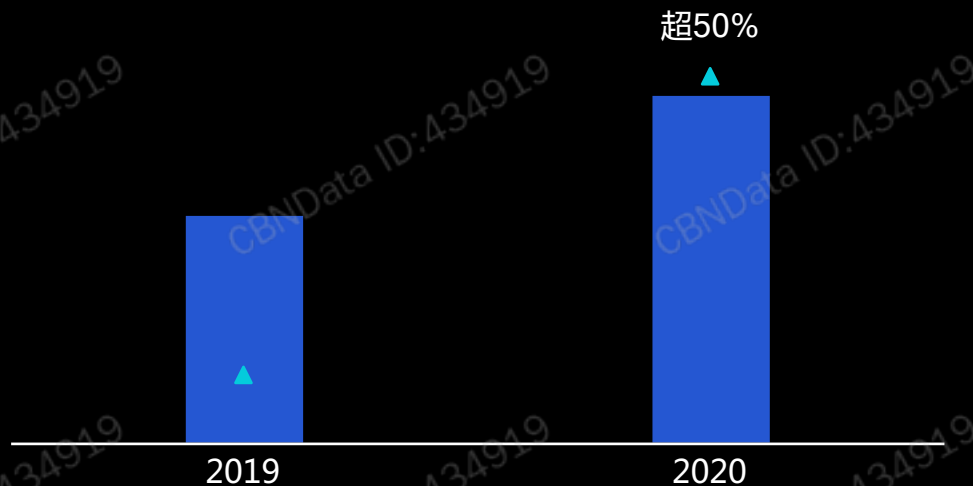
数据来源：戴尔科技集团Z世代调查



智慧极客文化：全民氪金，日常生活全面智能化

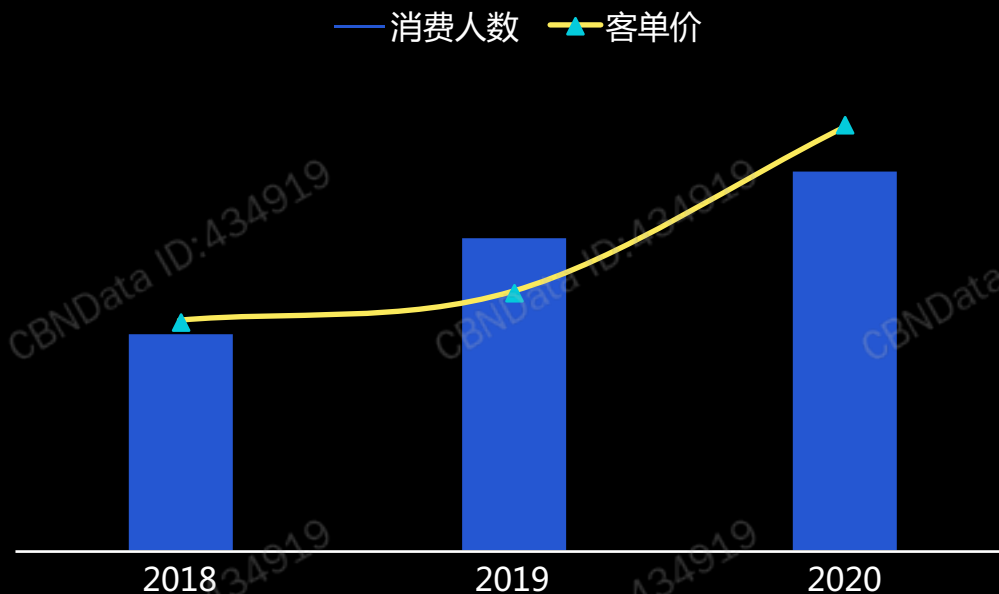
Z世代消费者的热爱不仅局限在娱乐新科技、黑科技，更在于全方面地打造高科技生活应用，2020年Z世代智能家居消费人数及客单价均有显著提升。

2019-2020Z世代线上硬核科技产品销售额



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：硬核科技产品包括无人机、VR眼镜、智能家居

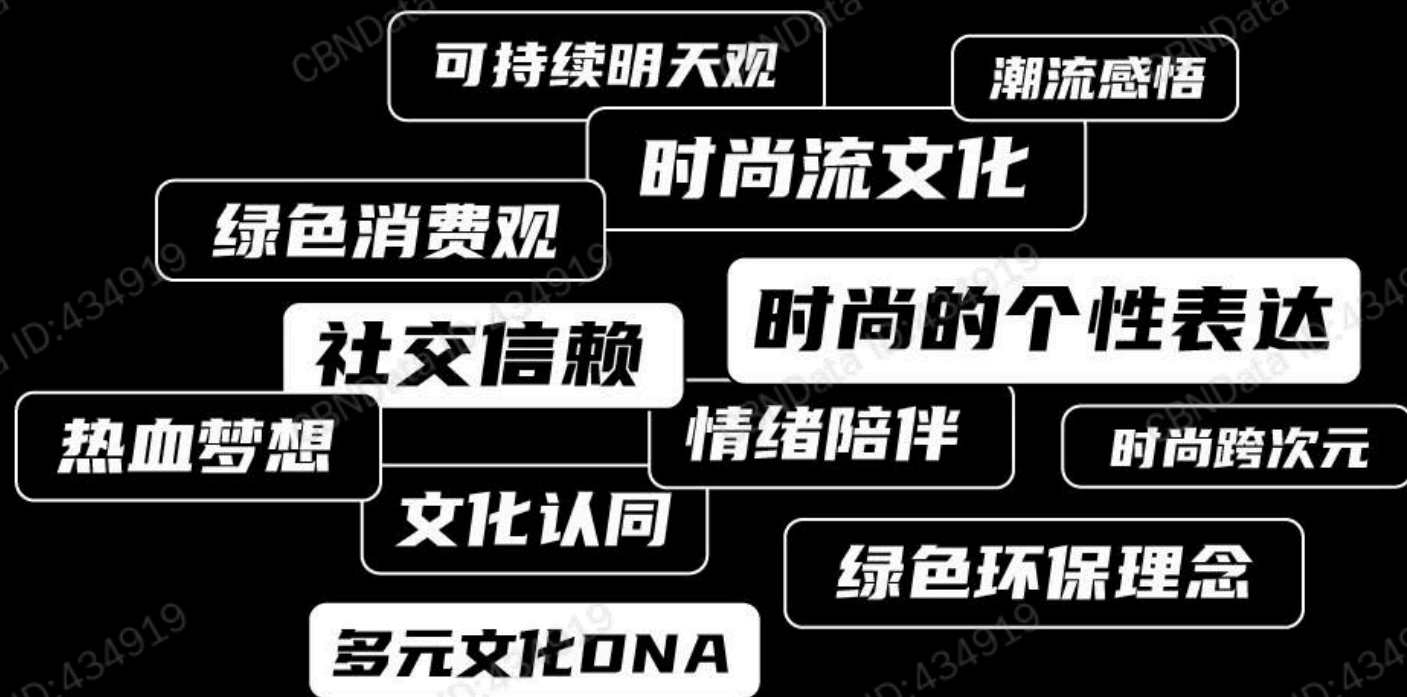
2018-2020 Z世代线上智能家居消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

当我们谈论 新青年文化 时，究竟在谈论什么？

新青年文化是现代青年们自我表达、自我认同乃至自我实现的一种表征性存在。文化形成的驱动往往是多元的，形态与内核也在发生变化，但不变的是，包容、开放、发展的信息环境下，青年们正在探寻真我和寻找“同温层”的路上，坚持一次次有态度的“自我表达”。



DATA COVERAGE 数据说明

报告作者：刘一璇 唐昭玮 何非亚

视觉设计：文瑀

联系我们：Data@cbndata.com

商务合作：BD@cbndata.com

加入我们：JOB@cbndata.com



数据来源：CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：

数据时间段: 2017.1.1-2021.12.31

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明



本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）隶属于上海文化广播影视集团（SMG），是由第一财经与阿里巴巴于2015年共同发起成立的，面向品牌企业提供数字化增长解决方案的大数据服务商

依托SMG、第一财经及阿里巴巴的优势资源，CBNData以全域消费数据库为核心竞争优势，充分发挥全媒体势能，以AI技术为驱动，以多元场景为延展，面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。

■ 有数青年观察局：

有数青年观察局是第一财经商业中心(CBNData)旗下的创意内容IP，专注观察现代青年的生活和热点。有数青年观察局 IP 通过趣味条漫、数据长图、态度青年专访等多样形式输出创意内容，同时通过话题联动、品牌跨界、青年人意见沙龙等形式与各大优质品牌展开合作，彰显青年态度，探究青年视角下的世界万象。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



有数青年观察局
官方公众号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察