

创造力

青年

2019

# 2019中国年轻 创造力洞察报告

**CBNDATA** × **淘宝**  
第一财经商业数据中心

© 2019 CBNDATA. All rights reserved.

# TABLE OF CONTENTS 目录

## 第一部分：线上青年创意经济发展概览

## 第二部分：线上青年创造力解析

- 2.1 始于日常，创意为生活增添一点脑洞和诗意
- 2.2 极致热爱，兴趣为创意打开无限想法
- 2.3 打破边界，科技承载创意让未来提前到来
- 2.4 回归初心，创意让传统文化迎来新生

## 第三部分：创意经济发展展望

注：本报告中“青年”指29岁以下人群





# CHAPTER ONE

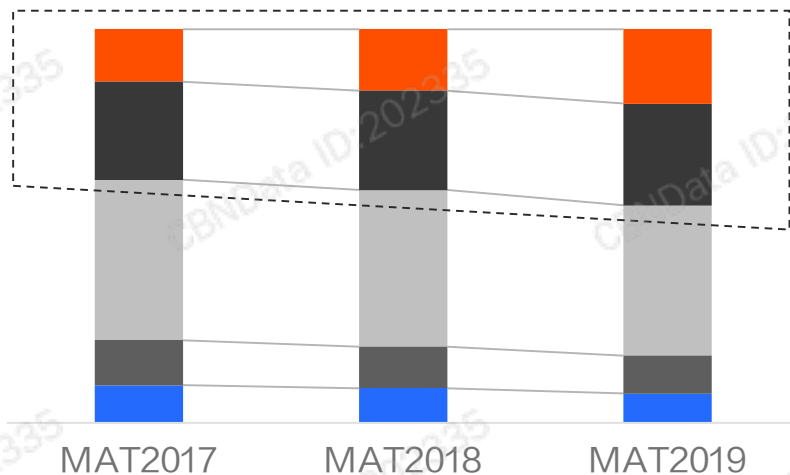
## 线上青年创意经济发展概览

## 90后及95后年轻人群正在成为淘宝卖家主力，增长潜力十足

90后及95后青年店主正在成为线上卖家的主力人群，人数占比已超越80后店主。在销售额上，80后当前仍是贡献主力，而90后及95后店主的销售额增速分别是80后的2.8和6.9倍，发展势头更强劲。

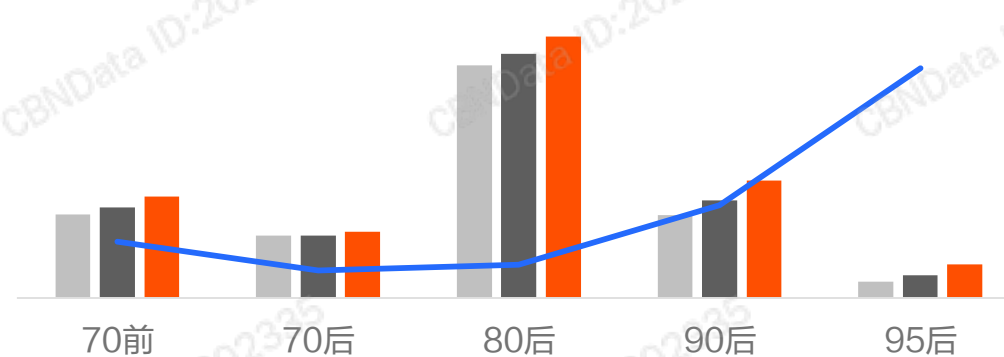
MAT2017-2019线上店主代际分布

■ 70前 ■ 70后 ■ 80后 ■ 90后 ■ 95后



MAT2017-2019线上各代际店主  
店铺销售规模趋势

■ MAT2017销售额（左轴） ■ MAT2018销售额（左轴）  
■ MAT2019销售额（左轴） — MAT2019增速（右轴）



数据来源：CBNData消费大数据

## 创造力作为青年个性底色，重要性在其店铺的经营中日益凸显

越来越多的青年店主通过贩售商品来表达自我，输出创意，受到消费者的认同。青年店铺中，近三年贩售创意商品店铺及创意商品比重逐年提升，并以快于整体创意商品市场的速度蓬勃发展。

### 创意商品定义<sup>1</sup>

#### 独创性、知识产权是核心

源自个人创意、技巧及才华，通过知识产权的开发和运用，具有创造财富和就业潜力的行业

➢商品名包含“原创设计、文创、手作、匠人、工艺、非遗、艺术家、设计师”等，品类涉及创新科技、定制服务等

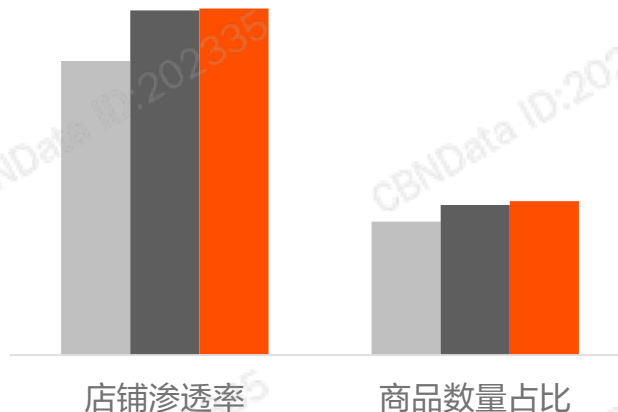
#### 2 与泛文娱相关的产品及服务

创意产业提供我们宽泛地与文化的、艺术的或仅仅是娱乐的价值相联系的产品和服务

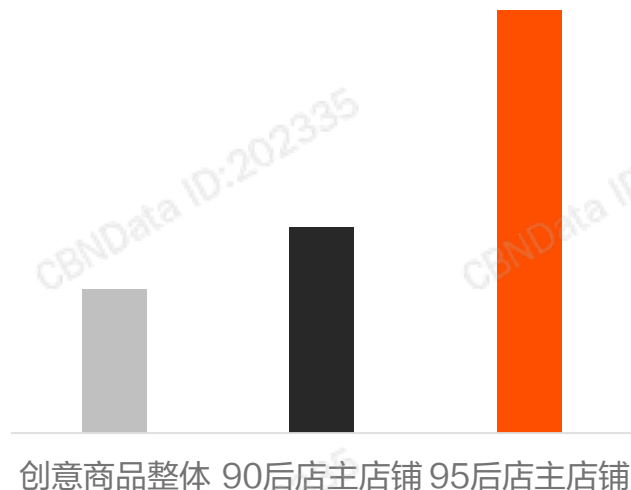
➢商品品类涉及乐器、耳机音箱、摄影设备、手办模型等

### MAT2017-2019创意商品 在线上青年店铺的渗透趋势

■ MAT2017 ■ MAT2018 ■ MAT2019



### MAT2019线上创意商品 销售额增速



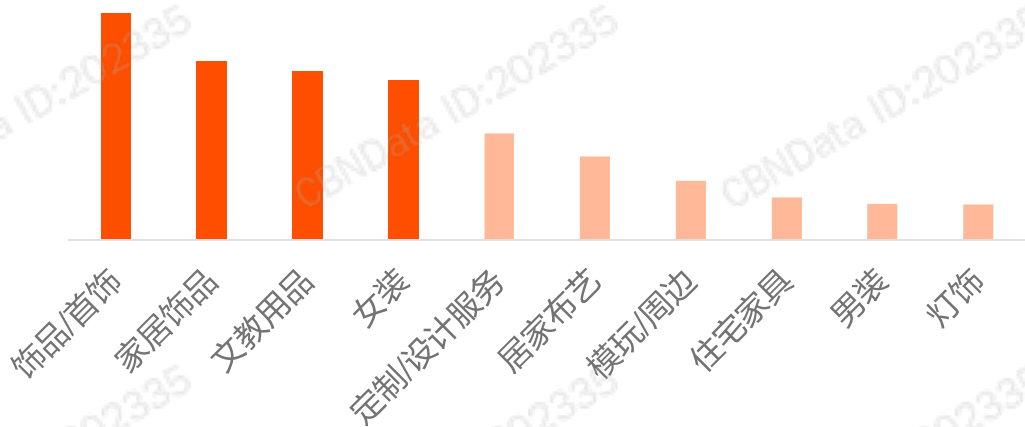
资料来源：公开资料整理  
数据说明：<sup>1</sup>后文创意商品均按此定义圈定

数据来源：CBNData消费大数据

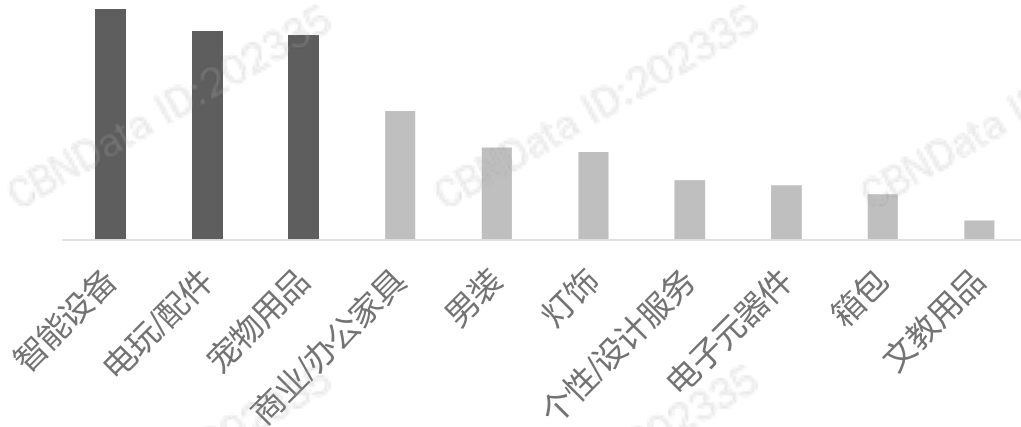
## 创意饰品、文创用品是新晋青年店主的热门贩售选择

在今年新开的青年创意店铺中，饰品、文创用品及原创设计女装在商品数量上占比最高，是热门贩售选择。同时，对比其他年龄店主在创意商品上的品类布局，智能设备、电玩等科技类商品尤其受到青年店主偏爱，创意宠物用品也偏好靠前。

MAT2019新开店的青年店铺  
创意商品1数量分布Top 10品类



MAT2019青年店铺对比整体店铺  
创意商品品类贩售偏好<sup>2</sup>



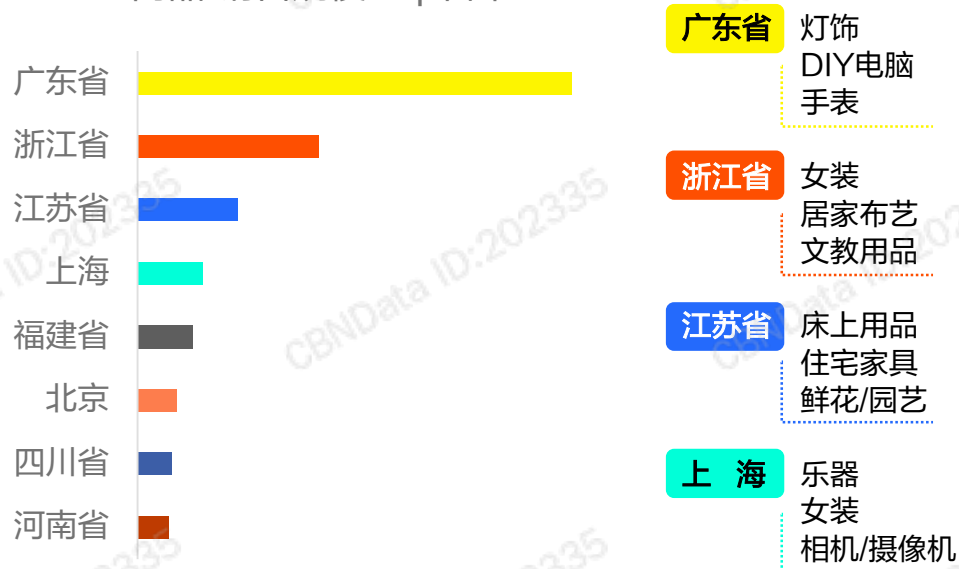
数据来源：CBNData消费大数据；数据说明：<sup>1</sup>创意商品指标包含“原创设计、工艺、手作”等，或品类涉及科技娱乐的商品；

<sup>2</sup>偏好度 = 青年店铺在各品类上的创意商品数比例 / 整体店铺在各品类上的创意商品数比例 - 1

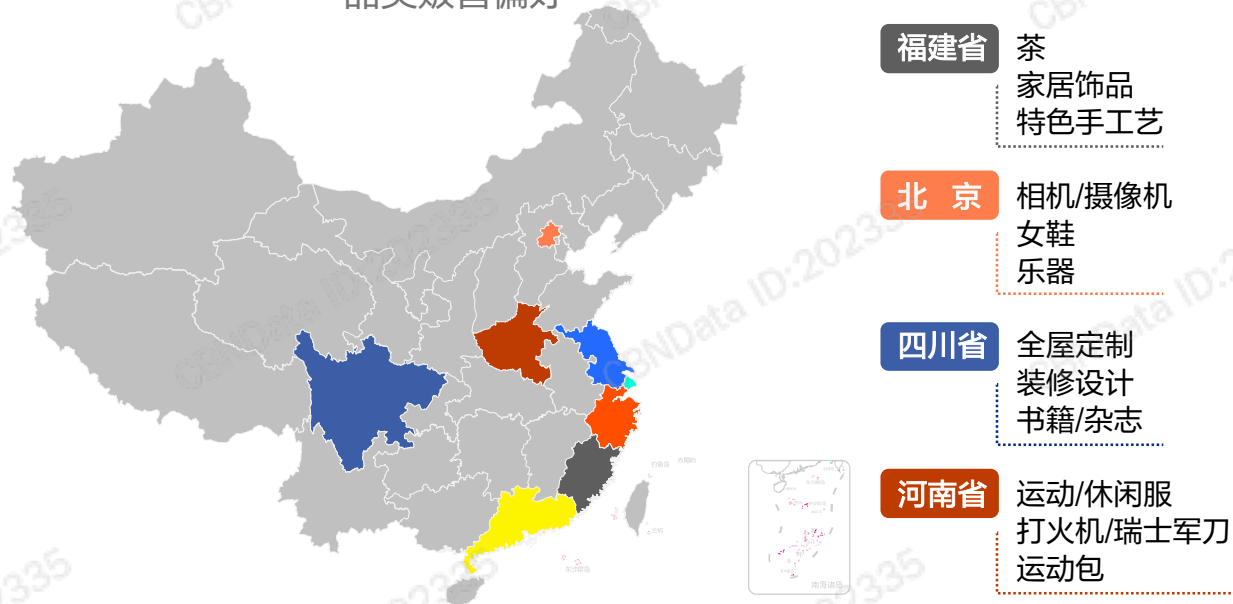
## 沿海地区的青年创意市场更成熟，因地制宜展现各方特色

近一年线上青年店铺创意商品销售规模前五名均为华南、华东地区省市，是青年创意的主要贩售据点。各地青年因地制宜向外输送创意，广东青年更爱贩售创意灯饰，浙江青年贩售原创设计服装，江苏青年更多贩售床品花艺。

MAT2019各地区青年店铺创意商品<sup>1</sup>销售规模Top省市



MAT2019 青年店铺创意商品销售规模Top省市  
品类贩售偏好<sup>2</sup>



数据来源：CBNData消费大数据；数据说明：<sup>1</sup>创意商品指标包含“原创设计、工艺、手作”等，或品类涉及科技娱乐的商品；

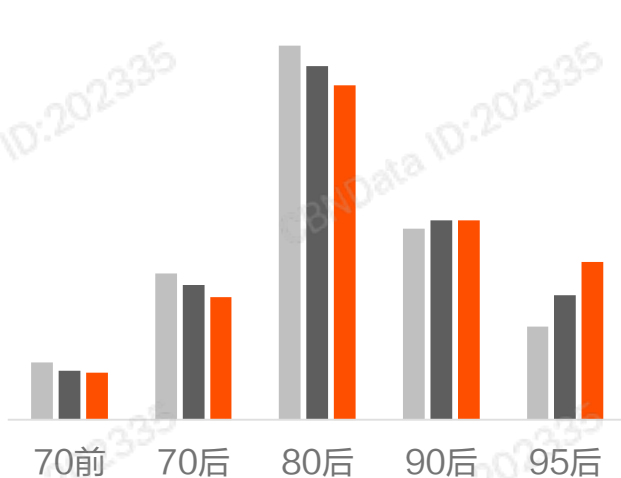
<sup>2</sup>偏好度 = 各省市青年店铺在各品类上的创意商品数比例 / 全国青年店铺在各品类上的创意商品数比例 - 1

## 年轻消费者对创意的追逐也日渐强烈，呈现个性化的消费特征

近几年90、95后年轻消费者对创意商品的消费贡献逐年走高，且增速快于整体商品，对创意商品的消费意愿突出。在消费偏好上，年轻人对数码科技类商品偏好高，95后更爱玩，90后更爱衣装。

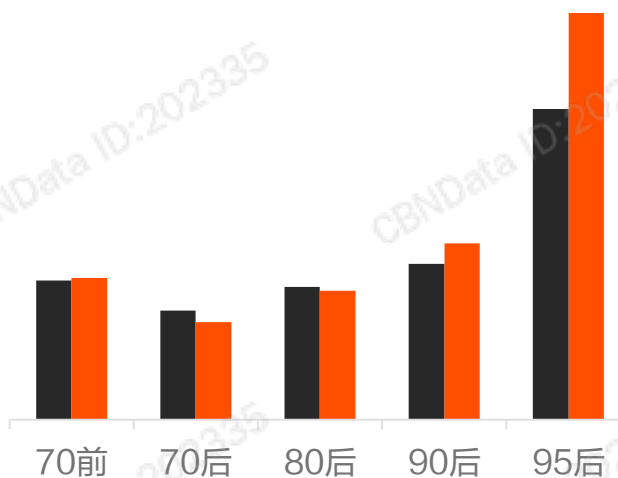
MAT2017-2019各代际线上  
创意商品<sup>1</sup>消费占比

■ MAT2017 ■ MAT2018 ■ MAT2019



MAT2019各代际线上消费增速

■ 整体商品消费增速 ■ 创意商品消费增速



MAT2019各代际消费者对创意品类消费偏好<sup>2</sup>

	80后	90后	95后
1 电子元器件		电玩/配件	电玩/配件
2 珠宝/玉石		DIY电脑	DIY电脑
3 办公家具		女装	模玩/动漫
4 文教用品		相机/摄像机	影音电器
5 住宅家具		灯饰	男鞋

数据来源：CBNDATA消费大数据；数据说明：<sup>1</sup>创意商品指标题包含“原创设计、工艺、手作”等，或品类涉及科技娱乐的商品；

<sup>2</sup>偏好度 = 各代际在各品类上的创意商品消费金额比例 / 整体人群在各品类上的创意商品消费金额比例 - 1





# CHAPTER TWO

## 线上青年创造力解析

始于日常 | 极致热爱 | 打破边界 | 回归初心



**始于日常**

创意为生活增添一点脑洞和诗意

**极致热爱**

兴趣为创意打开无限想法

**打破边界**

科技承载创意让未来提前到来

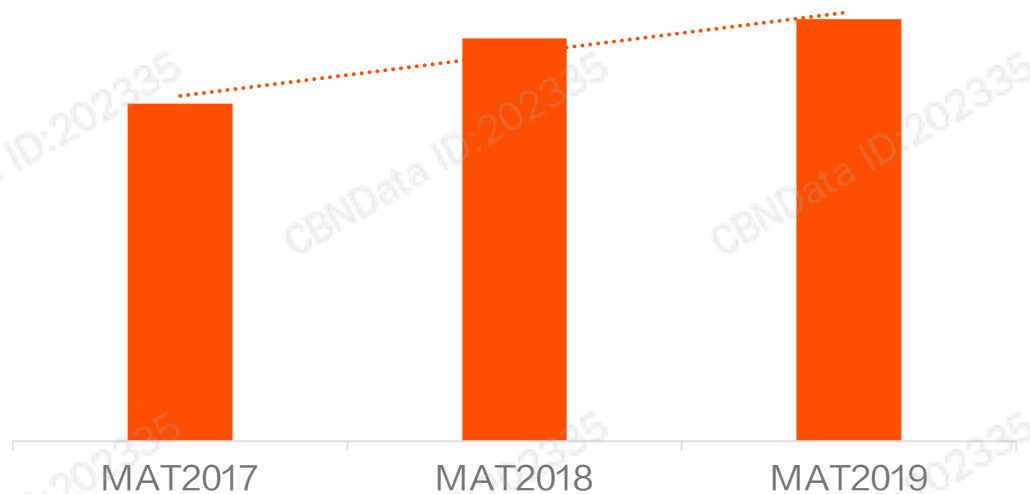
**回归初心**

创意让传统文化迎来新生

## 味蕾体验不断刷新，青年美食家将跨界创意进行到底

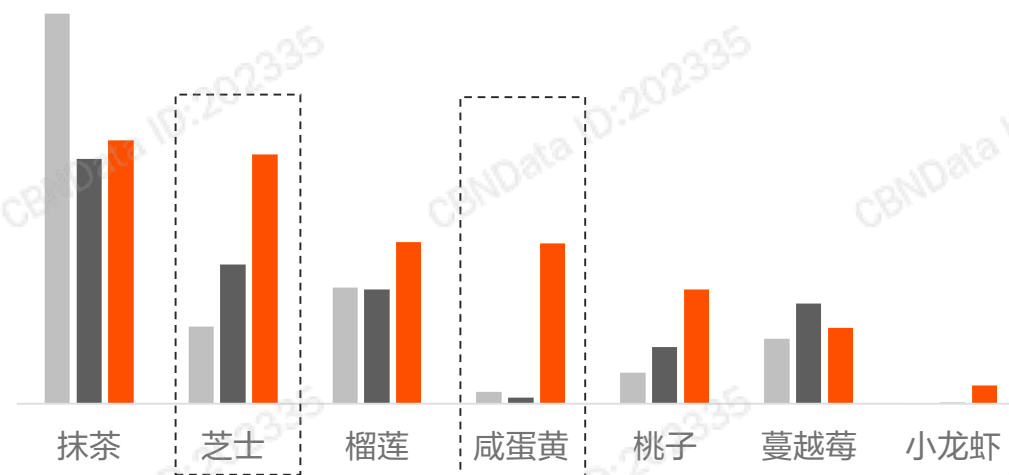
青年美食店铺刮起创意风潮，贩售手作、创意食品的店铺比例逐年走高。口味的创新不断丰富着消费者的味蕾体验，抹茶热度犹存，芝士风味稳健增长，咸蛋黄则是本年度创意风向标，涨势突出。

MAT2017-2019线上青年食品店铺  
创意商品<sup>1</sup>渗透趋势



MAT2017-2019线上青年食品店铺  
创意口味商品销售额趋势

■ MAT2017 ■ MAT2018 ■ MAT2019



数据来源：CBNData消费大数据；数据说明：创意商品指标题包含“原创设计、工艺、手作”等，或品类涉及科技娱乐的商品

## “新概念” 美食治愈年轻人的焦虑，或表达对生活的调侃

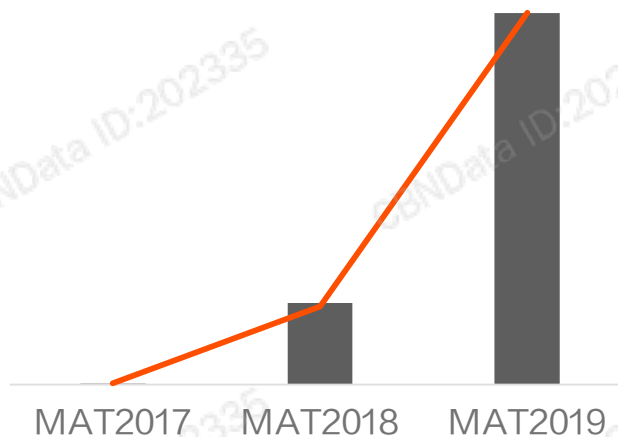
在形式和营销方式上突破常规的“新概念”美食也是青年表达创意的方式。表达对生活调侃的单身粮层出不穷，尤其是“包”治异地恋、“包”治女友的猪饲料礼包，近一年销售额增速达357%。

线上青年店铺“新概念”零食举例

狗屎糖 麻将巧克力  
空投箱零食 卫生棉棉花糖  
巨型猪饲料 熬过异地恋零食  
空投箱零食 空投箱零食  
星空烟花棒棒糖 猫爪棉花糖 单身狗粮  
糖果扭蛋机 可以吃的勺 杜蕾斯qq糖  
投篮糖果机

MAT2017-2019线上青年店铺  
猪饲料礼包贩售趋势

■ 销售额（右轴） — 店铺数（左轴）



数据来源：CBNData消费大数据

线上贩售的猪饲料礼包举例



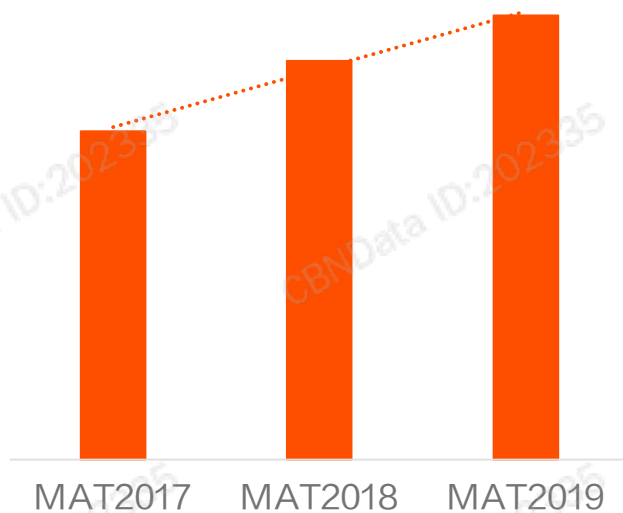
图片来源：网络



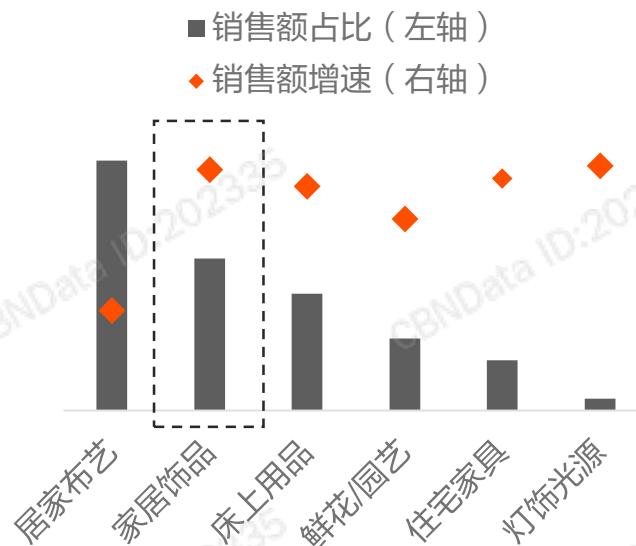
## 手作风在青年家居店铺兴起，给诗和远方腾出空间

手工制作商品也为日常居住的空间增添诗意，在青年家居店铺的渗透率不断提升。其中，家居饰品的手作趋势最为明显，手作工艺扇、摆件、相框等的销售额占比提升迅速。

MAT2017-2019线上青年家居店铺手作商品渗透趋势



MAT2019线上青年家居店铺手作商品贩售趋势



MAT2019线上青年家居店铺手作商品销售占比提升Top 10

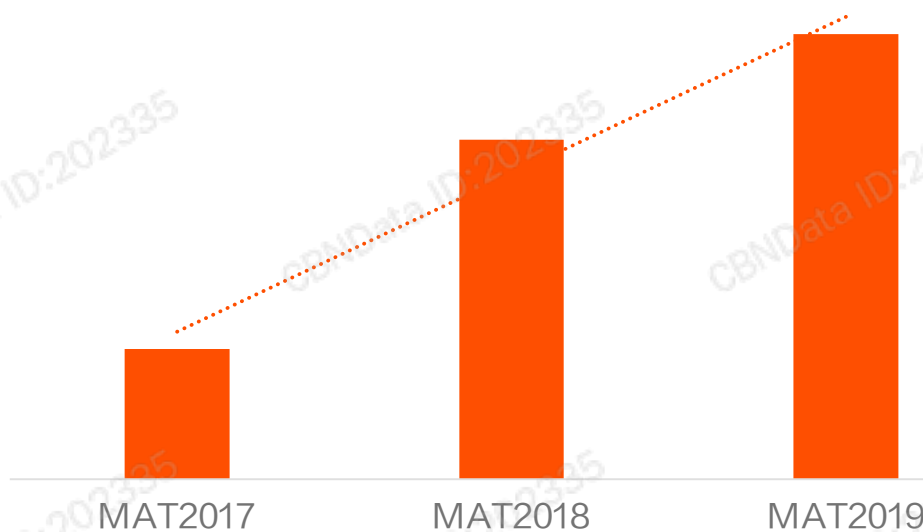


数据来源：CBNData消费大数据

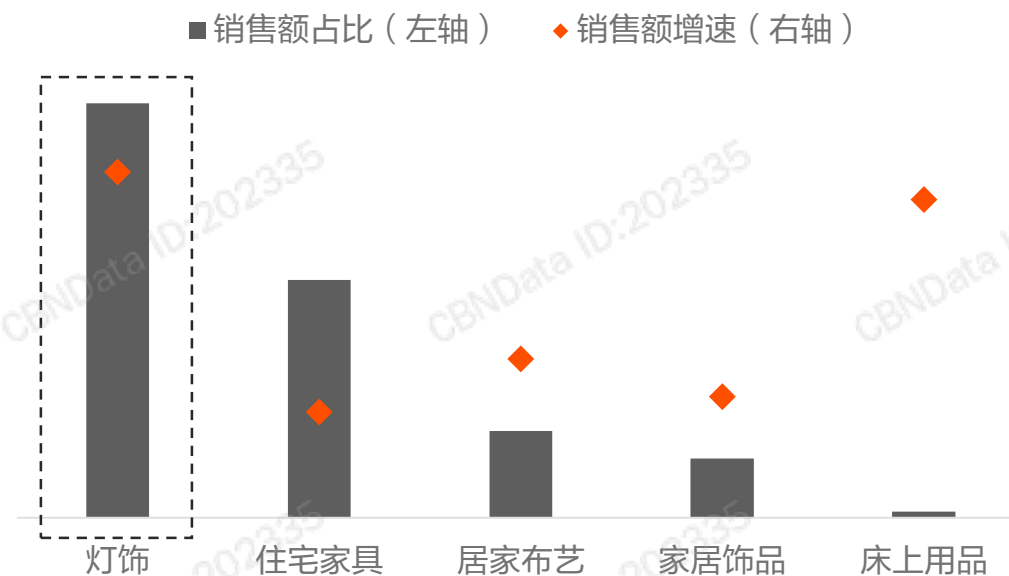
## 原创设计多品类渗透，彰显宅居空间的别致匠心

原创设计的家居商品在青年店铺的数量占比也在提升，并围绕人居空间在各品类中蔓延，尤其在灯饰品类表现亮眼。

MAT2017-2019线上青年家居  
店铺原创设计商品数占比趋势



MAT2019线上青年家居  
店铺原创设计商品贩售趋势



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：灯饰及住宅家具数据量级与其他品类差异大，作等比缩放处理，图标高度仅反映相对关系

大数据·全洞察

**始于日常**

创意为生活增添一点脑洞和诗意

**极致热爱**

兴趣为创意打开无限想法

**打破边界**

科技承载创意让未来提前到来

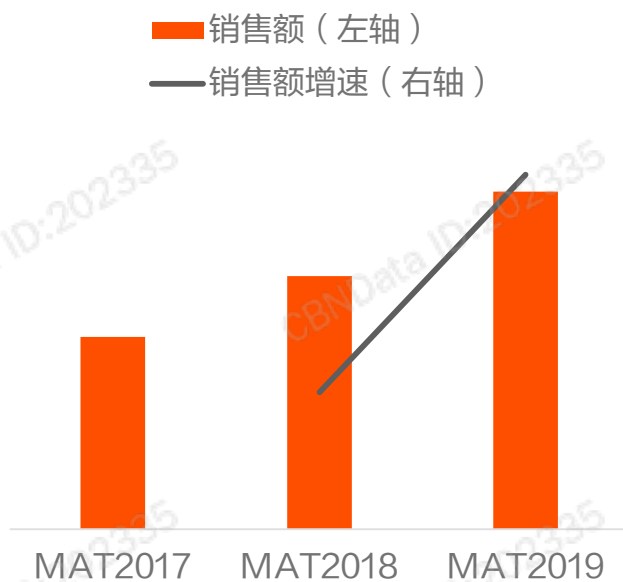
**回归初心**

创意让传统文化迎来新生

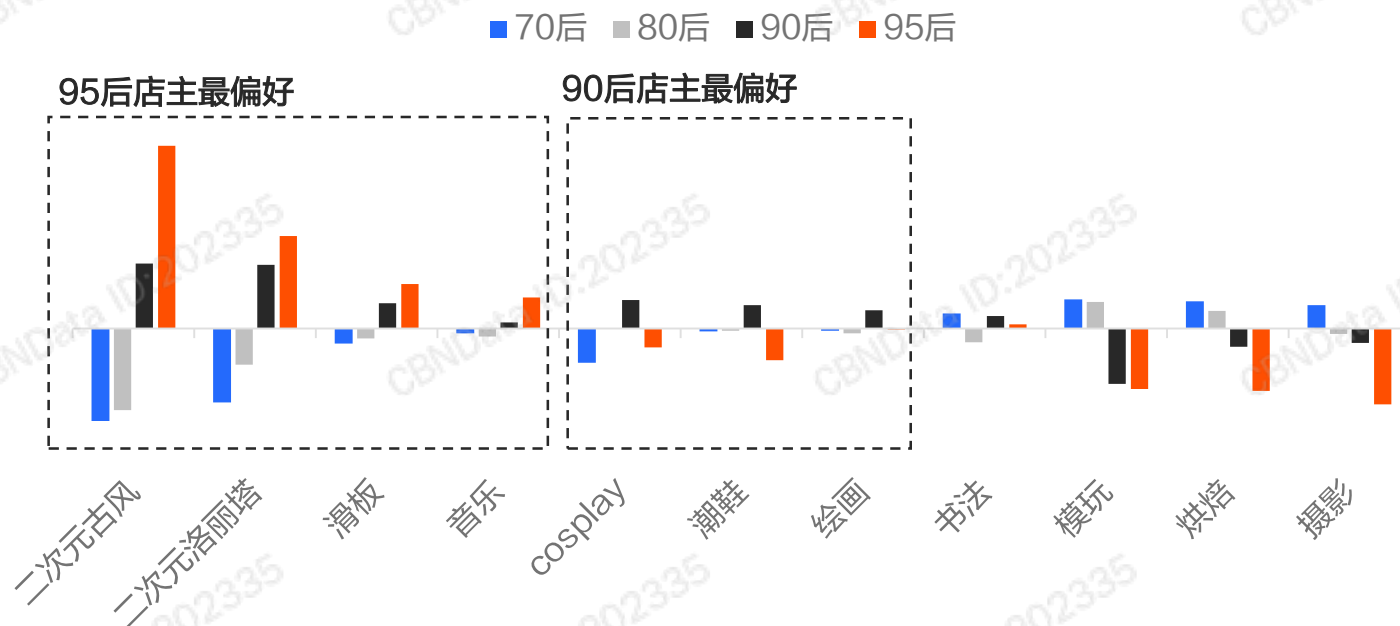
## 兴趣打开创意：二次元、街头文化、音乐等是青年店主偏好经营的兴趣圈层

各种兴趣圈层在线上加速爆发，销售额提速增长。不同代际店主对兴趣圈层的经营有着明显的偏好，95后店主对古风、洛丽塔（lo娘）等圈层偏好突出，90后店主则贩售Cosplay相关商品以及潮鞋等，并以此为锚点迸发创意灵感。

MAT2017-2019线上兴趣圈层  
商品贩售趋势



MAT2019线上不同代际店主各兴趣圈层商品贩售偏好<sup>1</sup>



数据来源: CBNData消费大数据

数据说明: <sup>1</sup>偏好度 = 青年店铺在各品类上的创意商品数比例 / 整体店铺在各品类上的创意商品数比例 - 1

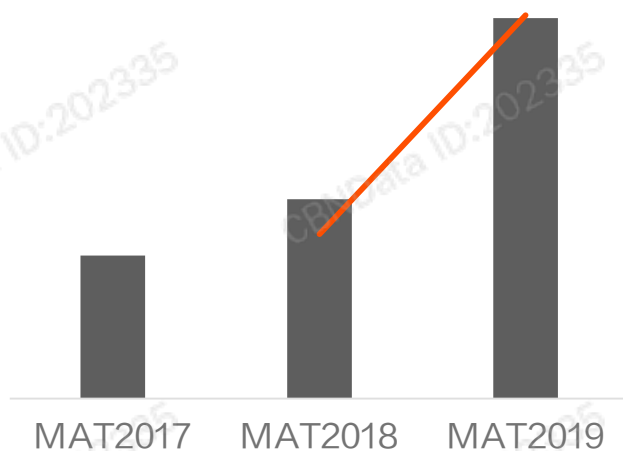


## 泛二次元圈：更细分、更还原的次元信仰

泛二次元圈的青年店铺近两年销售规模提速增长，圈层更加垂直。其中“lo娘”服装自成一股风潮，相关配饰增长尤为明显，体现出对细节的深度追求。

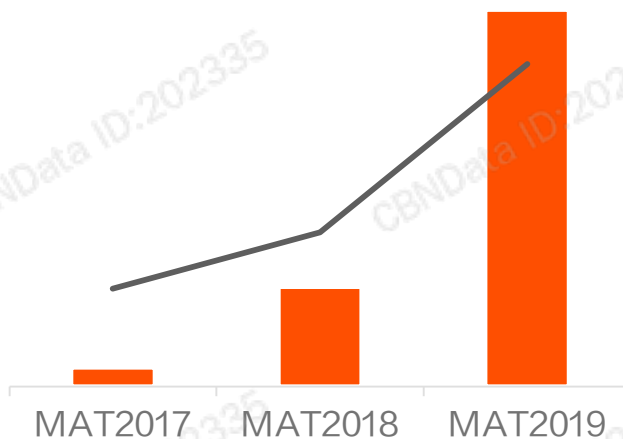
MAT2017-2019线上青年店铺  
泛二次元<sup>1</sup>商品贩售趋势

■ 销售额（左轴） — 增速（右轴）



MAT2017-2019线上青年店铺  
洛丽塔商品贩售趋势

■ 销售额（左轴） — 商品数（右轴）



MAT2019线上青年店铺  
洛丽塔商品数量增速Top 品类

■ 配饰



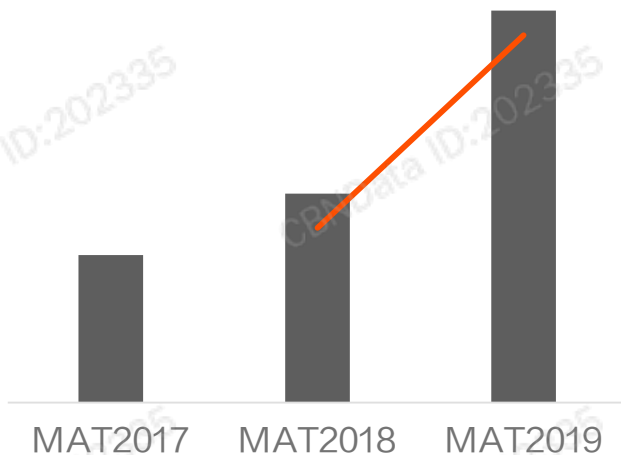
数据来源：CBNData消费大数据  
数据说明：<sup>1</sup>“泛二次元”包含cosplay、二次元古风、二次元洛丽塔品类  
大数据·全洞察

## 潮鞋圈：令潮鞋玩家疯狂的定制服务

潮鞋成为近两年的热门话题，不仅带动买手店销售规模的大幅扩增，也催生了不少周边衍生市场，爆改定制店铺及鞋模手办店铺应运而生，越来越多青年店家参与其中，以满足潮鞋玩家狂热的追捧。

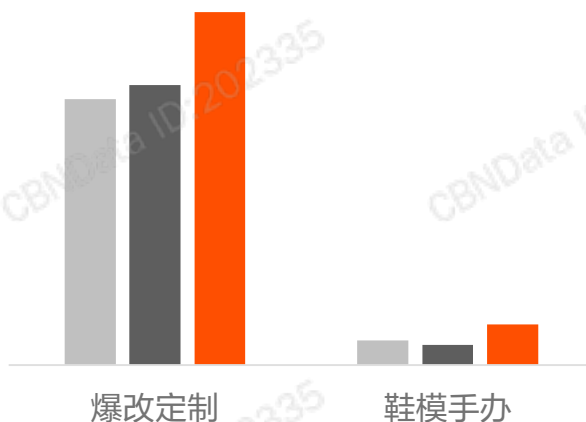
MAT2017-2019线上青年潮鞋  
买手店销售规模趋势

■ 销售额（左轴）    — 增速（右轴）



MAT2017-2019线上青年潮鞋  
鞋周边店铺数量趋势

■ MAT2017 ■ MAT2018 ■ MAT2019



线上販售的定制/鞋模商品举例

鞋模手办：  
AJ乐高积木



球鞋定制：  
OW联名鞋带  
SHOELACES鞋  
带配件

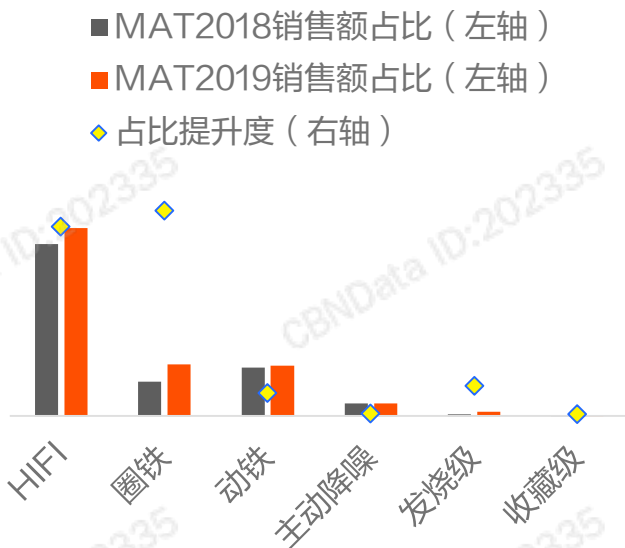


数据来源：CBNData消费大数据；图片来源：网络

## 音乐圈：为乐发烧的极致攻略

为音乐爱好者“制造”好声音是音乐店铺不变的主题，青年店铺不断对外输出HIFI、圈铁等高品质耳机元素，让好声音更加唾手可得。同时也是小众器乐的开荒侠，引入和推广多元乐器；以卡林巴琴为例，借助青年店铺不断走红。

MAT2017-2019线上青年店铺  
耳机音质卖点<sup>1</sup>贩售趋势



线上青年店铺小众乐器举例

Array mbira  
卡林巴 莱雅琴 箜篌  
古琴 Shruti box 卡祖笛  
手碟 马林巴

MAT2017-2019线上青年店铺  
卡林巴琴贩售趋势

■ 销售额（右轴） —●— 店铺数（左轴）



数据来源：CBNData消费大数据；图片来源：网络  
数据说明：<sup>1</sup>各音质卖点不互斥，基数为全年耳机销售额



**始于日常**

创意为生活增添一点脑洞和诗意

**极致热爱**

兴趣为创意打开无限想法

**打破边界**

科技承载创意让未来提前到来

**回归初心**

创意让传统文化迎来新生

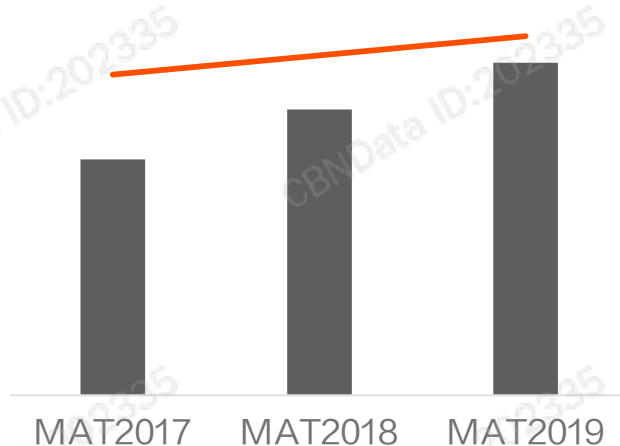


## 未来科技的距离不断被拉近，青年创客影响力提升

线上科技类商品市场规模稳步提升，未来科技正触及更广泛的消费者；而青年店主在其中扮演着日益重要的角色。

MAT2017-2019线上科技类商品贩售趋势

■ 科技商品销售额（左轴）  
— 青年店铺销售额占比（右轴）



数据来源：CBNDATA消费大数据

科技类商品举例



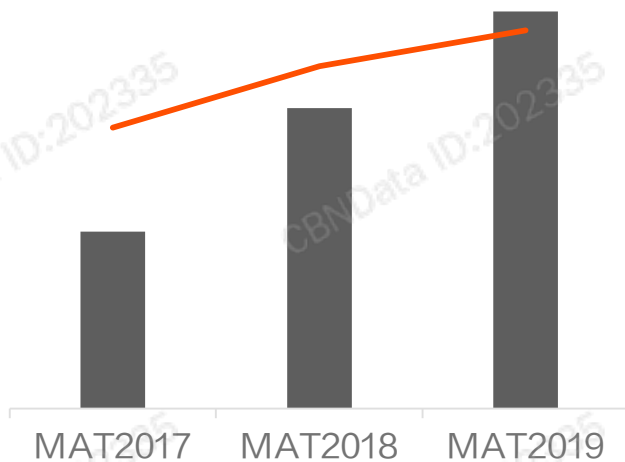
图片来源：网络

## 3D打印走入大众生活，让创意想法随时变现

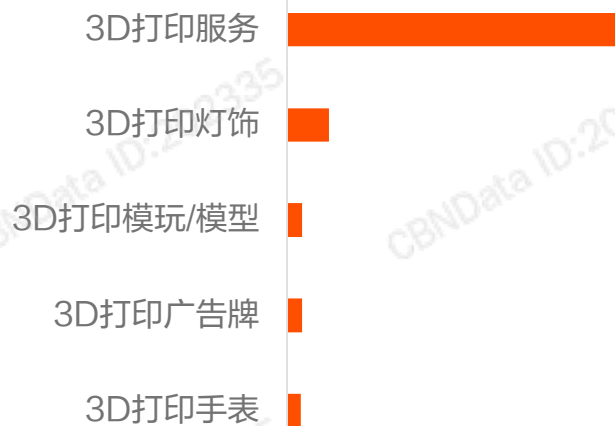
3D打印不再只是展会上的体验品，越来越多的青年创客从贩卖机器到贩卖服务、甚至贩卖设计。线上青年店铺3D打印相关商品的销售规模不断扩大，尤以3D打印服务最受大众欢迎，兼具科技感与美感的3D打印灯具也崭露头角。

MAT2017-2019线上青年店铺  
3D打印相关商品贩售趋势

■ 销售额（左轴） — 店铺数（右轴）



MAT2017-2019线上青年店铺  
3D打印相关品类  
销售额增量Top 5



线上贩售的3D打印商品举例

3D打印灯饰



3D打印模型服务



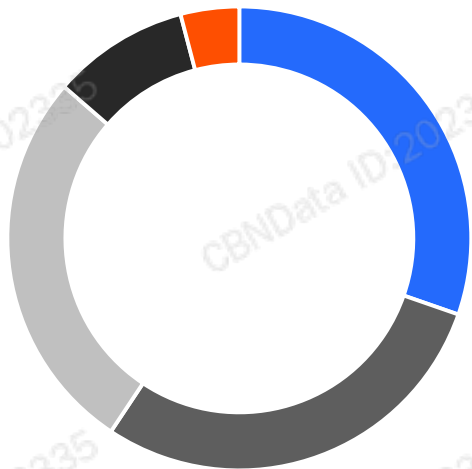
数据来源：CBNData消费大数据；图片来源：网络

## 全民Vlogger浪潮已来，专业设备为其助力

年轻人是Vlog最热切的记录者，对Vlog相关商品消费贡献超七成。青年卖家同样是这股浪潮的大力推动者，近一年Vlog设备相关店铺及销售额跃升，其中防抖云台的销售规模最为突出。

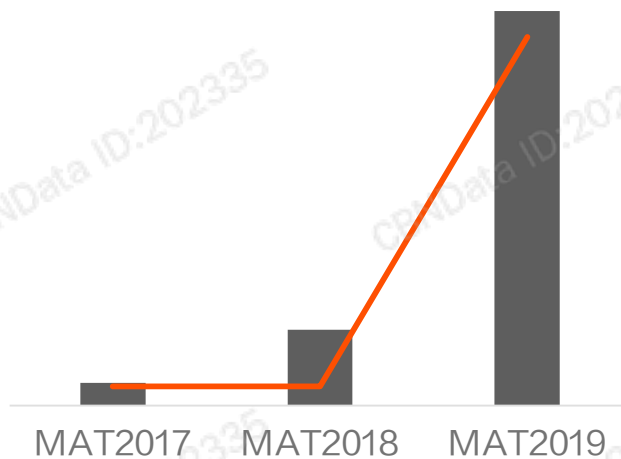
MAT2019线上Vlog相关商品  
消费代际分布

■ 95后 ■ 90后 ■ 80后 ■ 70后 ■ 70前

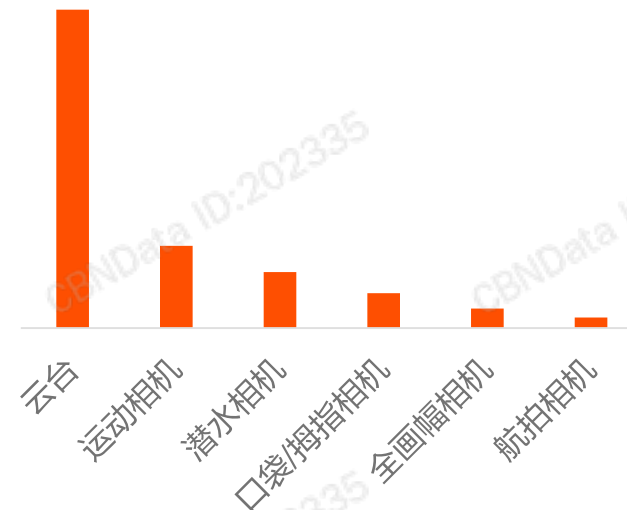


MAT2017-2019线上青年店铺  
Vlog相关商品贩售趋势

■ 店铺数 (左轴) ■ 销售额 (右轴)



MAT2019线上青年店铺  
Vlog相关卖点<sup>1</sup>销售贡献

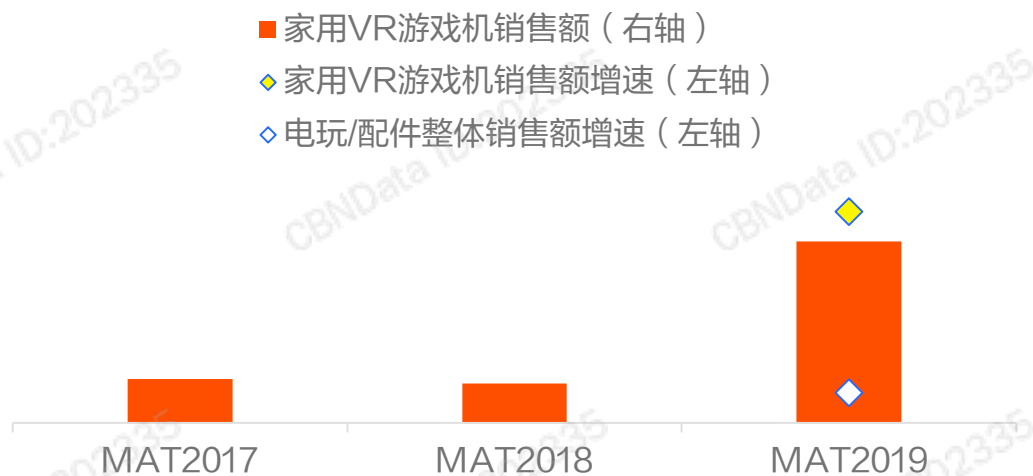


数据来源：CBNDATA消费大数据；图片来源：网络  
数据说明：<sup>1</sup>各vlog设备卖点不互斥，基数为整体Vlog商品销售额

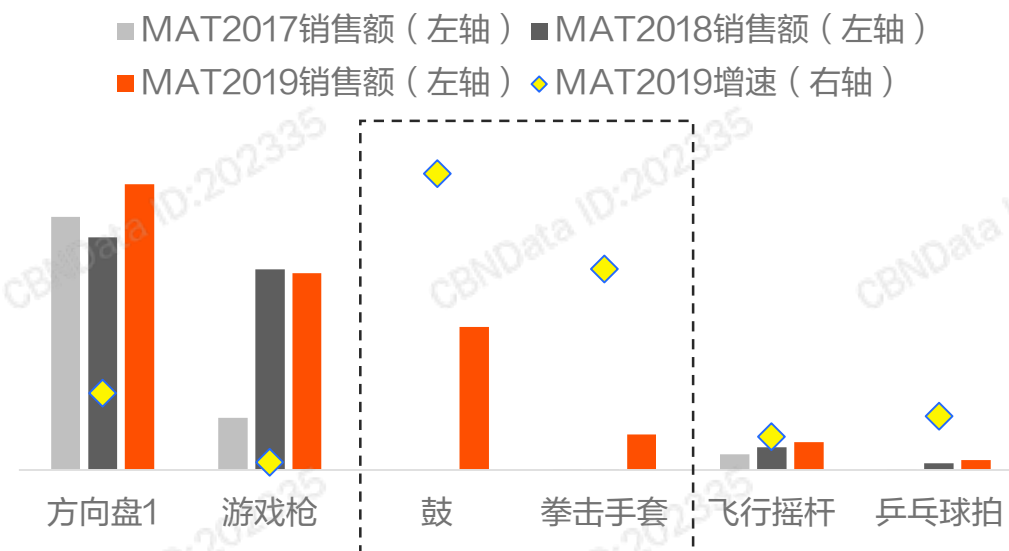
## 打破虚拟和现实疆界，缔造“真实”乐园

“爱玩”的青年店主也是VR游戏的积极推广者，通过VR游戏机和各式游戏配件丰富玩家游戏体验。继方向盘、游戏枪之后，鼓控制器、拳击手套等热度渐起。

MAT2017-2019线上青年店铺VR游戏机  
贩售趋势



MAT2017-2019线上青年店铺游戏配件贩售趋势



数据来源：CBNData消费大数据；  
数据说明：1方向盘数据量大幅高于平均，做缩放处理，图表高度仅代表相对关系





**始于日常**

创意为生活增添一点脑洞和诗意

**极致热爱**

兴趣为创意打开无限想法

**打破边界**

科技承载创意让未来提前到来

**回归初心**

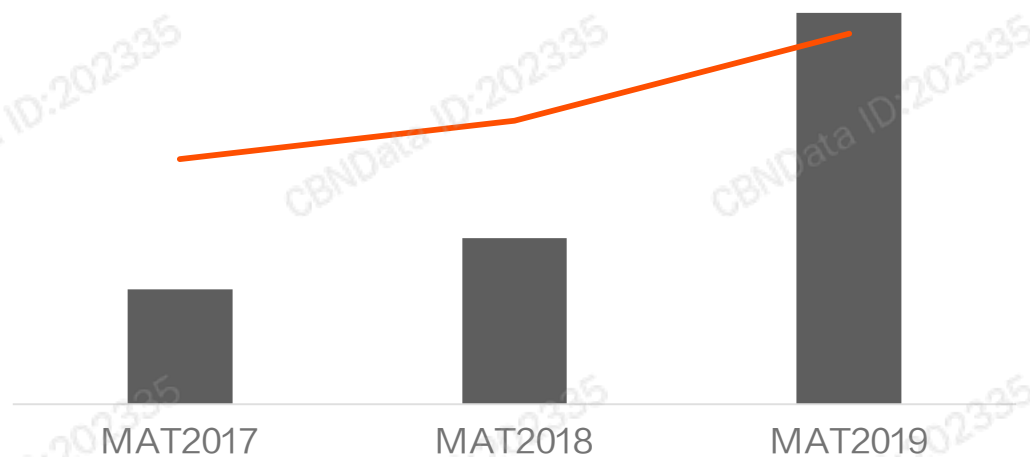
创意让传统文化迎来新生

## 拥抱传统，非遗经典在青年传承人手中发扬光大

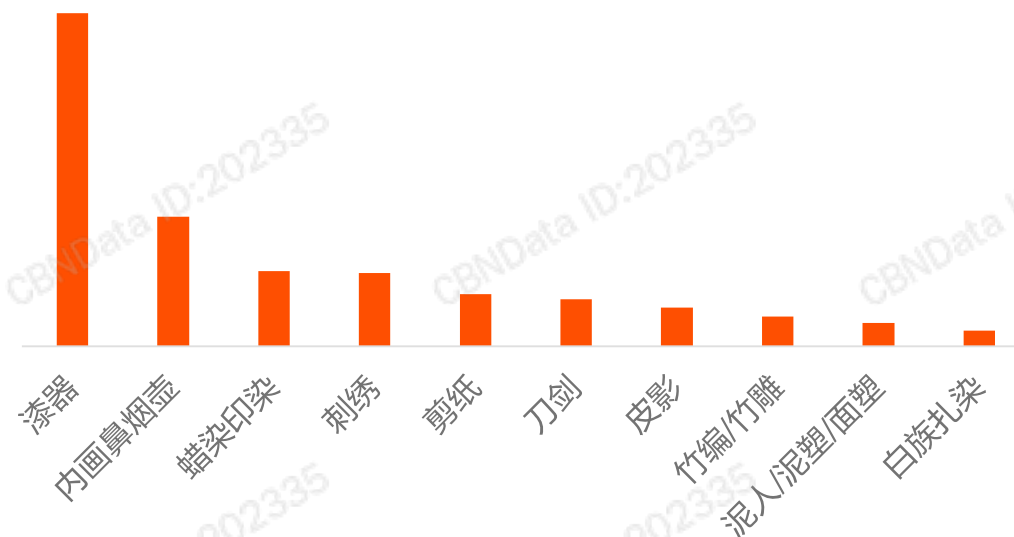
非物质文化遗产在青年手中传承，销售规模不断扩大，相关店铺数量加速扩增。青年店铺贩售的非遗手工艺品品类丰富，今年尤其以漆器、鼻烟壶和蜡染印染的销售增量最大，受到热捧。

MAT2017-2019线上青年店铺  
非遗相关商品贩售趋势

■ 销售额（右轴）    — 店铺数（左轴）



MAT2019线上青年店铺  
非遗手工艺细分品类销售额增量Top 10

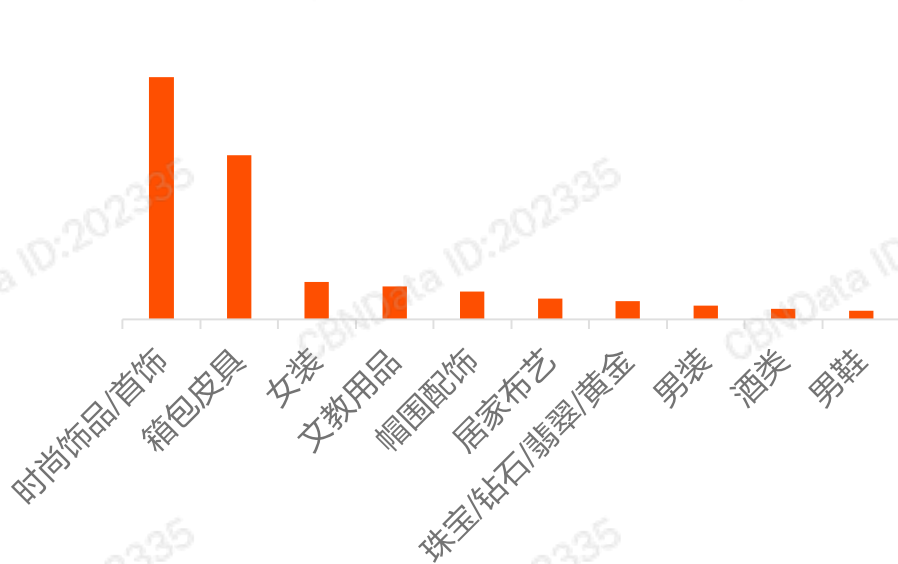


数据来源：CBNData消费大数据

## 结合现代潮流，实现非遗新生

除了传承经典非遗手工艺，青年店主也将传统文化与现代潮流进行结合，基于非遗元素进行再创造。饰品和箱包皮具的销售额提升最多，触达更广泛的消费者。

MAT2019线上青年店铺非遗概念商品  
销售额增量Top 10



线上贩售的非遗概念商品举例



银饰毛衣链



皮影书签



非遗手工蓝染工艺

自然植物染料，扎染和晕染的双重手法，具有艺术感。

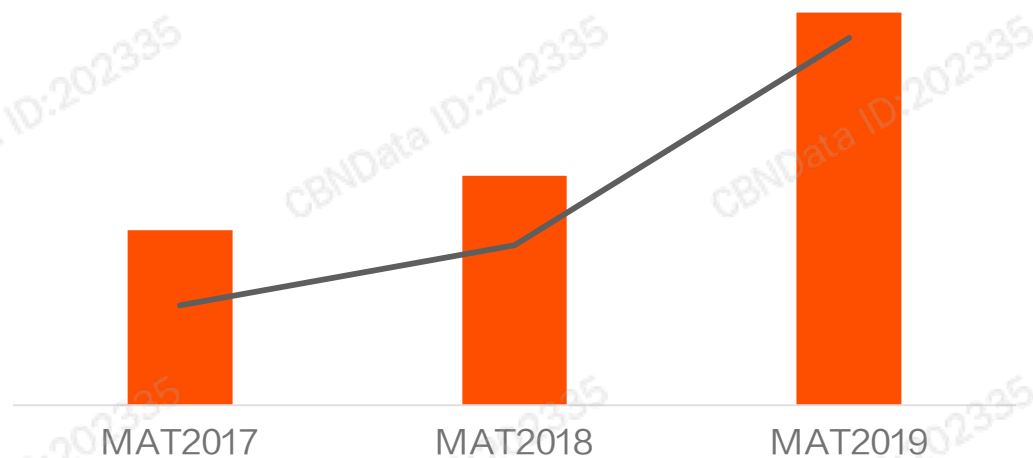
数据来源：CBNData消费大数据；图片来源：网络

## 国风出圈：从成人延伸到孩童，由汉服迈向饰品包袋

青年店主也为国风市场的兴起推波助澜，越来越多的青年販售古装、汉服等，且销售规模加速提升。同时，也将这股热潮从女性消费者延展到男性、甚至孩童，也带动古风饰品、包袋等服饰配件的快速发展。

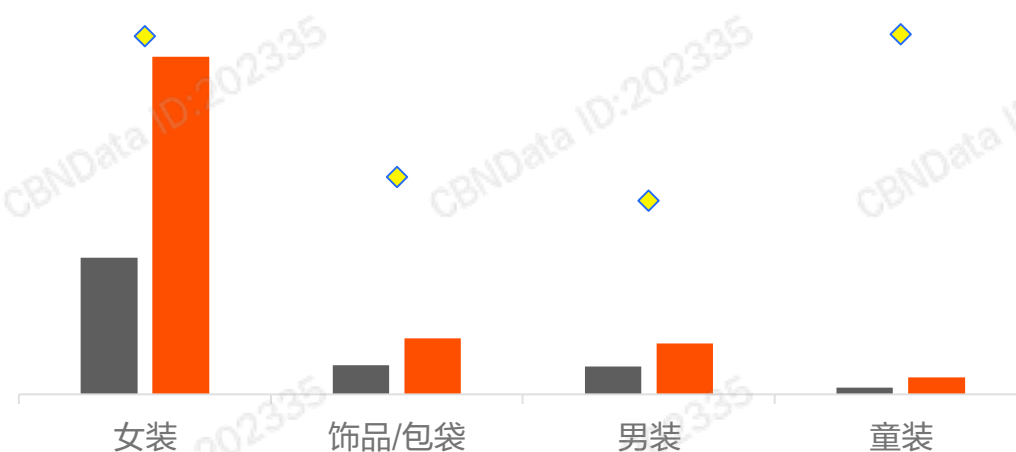
MAT2017-2019线上青年店铺  
古装/汉服市场贩售趋势

■ 店铺数（左轴） — 销售额（右轴）



MAT2017-2019线上青年店铺古装/汉服市场  
分品类贩售趋势

■ MAT2018销售额（左轴） ■ MAT2019销售额（左轴）  
◆ MAT2019销售额增速（左轴）

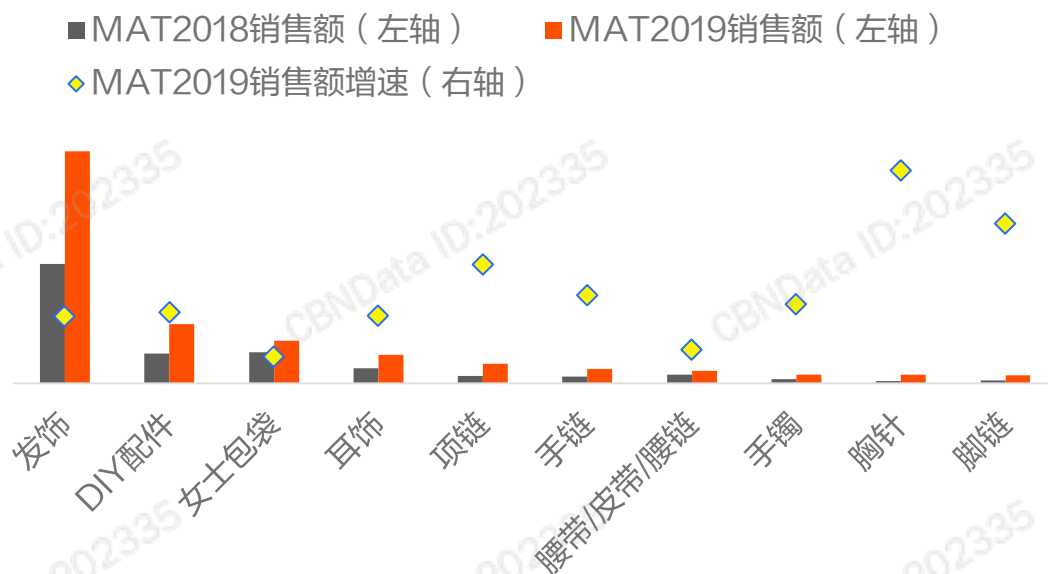


数据来源：CBNData消费大数据

## 精细还原钗饰细节，歌颂大美中国风

各种古风配饰作为完成整套穿搭的点睛元素，呈现出不同程度的增长。青年店铺古风发饰增量尤为显著，胸针、脚链等小品类也快速提升。同时配饰的细节也更考究，以发饰为例，钿子、华胜等细分类型均有销售，还原国风之美。

MAT2018-2019线上青年店铺古装/汉服配饰  
販售趋势



线上販售的古风发饰举例



数据来源：CBNData消费大数据；图片来源：网络





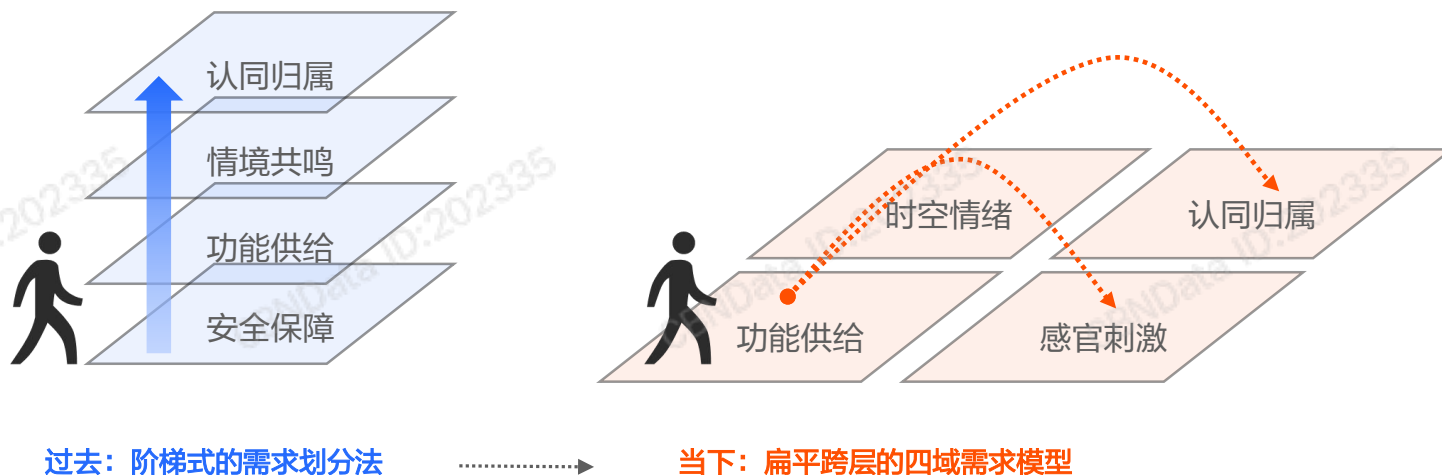
# CHAPTER THREE

## 创意经济发展展望

## 消费者需求模式升级，创意产业对城市发展的推动作用将日益彰显

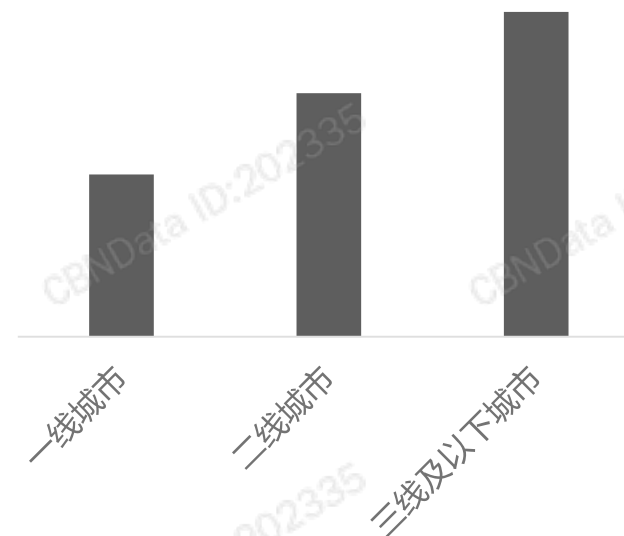
当前消费者越来越多地寻求跳跃性的需求供给，而创意商品用创造性的方式满足消费者的功能诉求，唤起好奇、惊喜、新颖等诸多情感体验，以获得消费者的认同归属感，成为刺激需求的巨大动力，并将向线城市不断渗透。

消费者需求模式升级



资料来源：阿里妈妈《下沉市场洞察报告》

MAT2019线上各线级消费者  
创意商品消费增速

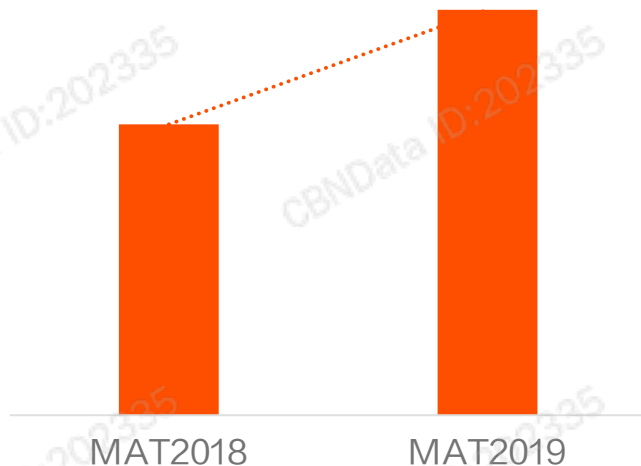


数据来源：CBNData消费大数据

## 创意亦能带动中国智造出海，越来越多的创意品牌将在世界舞台闪耀

除了刺激内需，也有越来越多的创意商品受到海外消费者的青睐，近一年线上销往海外的创意商品销售额呈较大幅度增长。越来越多的创意品牌将走向更广阔的舞台，向世界展示国家名片。

MAT2018-2019线上创意商品<sup>1</sup>  
销往海外的销售规模



创意品牌出海案例

大疆无人机



中国科技圈的“独角兽，消费者眼中的“国货之光”。

柔宇柔性屏



中国唯一可以与三星抗衡的柔性屏技术公司，全球最薄柔性显示屏的生产方。

数据来源：CBNData消费大数据；资料来源：网络

数据说明：<sup>1</sup>创意商品指标包含“原创设计、工艺、手作”等，或品类涉及科技娱乐的商品

## 创意实现成本不断降低，未来创客的热情将更自由地释放

创意成本降低，更多人才涌入  
后起之秀不断壮大



随着数字化信息流打通、技术和平台服务越来越便利，创造的门槛降低，各种一技之长都能借力线上平台得到低成本的实现和变现，试验市场反馈，从而吸引更多人才涌入创意市场。市场上的创客也将呈愈发年轻化、低线级渗透趋势。

数据加持，丰富创客思路  
创意更易直击痛点



同时，数据网络的完善使得对用户需求的把握变得更加容易和精准，助力创客随时捕捉消费市场动向，包括功能痛点以及情感诉求，为创客的创造力提供灵感方向，并即时进行修正。

在新营销、新技术的助力下  
进入越来越广大的市场



在创意商品投入市场之后，精准推送、会员积累、内容营销、KOL种草等依托互联网科技的运营手段将帮助品牌更有效地吸引并积累客流。并可与消费者进行共创研发，实现用户对品牌创造力的反哺。



青年是未来创意经济重要推力，需结合自身兴趣与才华优势，并以此为锚点发展青年特色创造力。

## 青年以自身兴趣与优势为锚点发展创意





# DATA COVERAGE 数据说明



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：

MAT2017：2016.7.1-2017.6.30

MAT2018：2017.7.1-2018.6.30

MAT2019：2018.7.1-2019.6.30

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

报告作者：张歆悦

视觉设计：邹文佳 庄聪婷

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com

## ■ 第一财经商业数据中心介绍：

**关于第一财经商业数据中心（CBNData）**是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。



FOLLOW  
US  
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号





CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据·全洞察