MobTech

Mob研究院

『后浪』消费图鉴

—后浪系列第二弹



Mob研究院出品

Mob研究院

何为后浪？



后浪，Z世代明日之子

Mob研究院

后浪=Z世代=95后+00后，不同于X、Y世代，后浪玩着智能手机长大，被称为“移动原生代”，很多后浪还是“独二代”，他们成长于富强的祖国，物质条件更加充裕，社会阶层相对固化……未来世界是他们的舞台，等着他们大展身手

代际分布

X



1965-1980

劳动最光荣

忠诚、爱国

电话、短信

主机电脑

代际分布

Y



1981-1995

工作与生活的平衡

愤青、非主流、斜杠青年

互联网、移动网络

平板电脑&智能手机

代际分布

Z



1996-2010

自由而弹性的生活

宅、丧、佛

移动网络

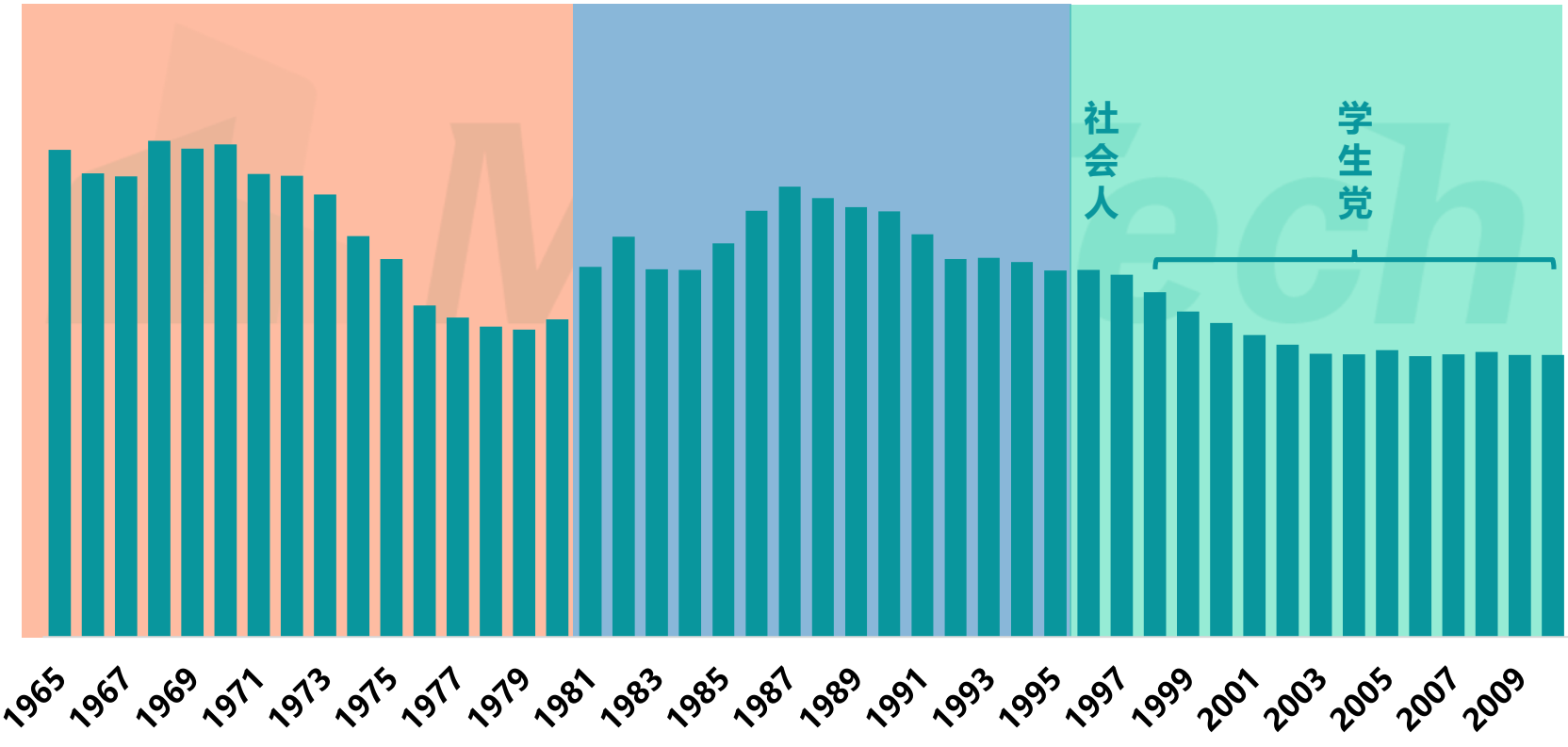
智能手机&5G手机

Source：**Mob研究院**

绝大多数后浪仍是学生党

我国Z世代有2.6亿人，占总人口的18.5%。第一批后浪刚刚走上工作岗位，更多的后浪目前还是学生党。象牙塔里的后浪涉世未深，实习工作为他们开了一扇了解社会的小窗，他们目前自主赚钱能力不高，但消费潜力巨大

X、Y、Z世代出生人口数量

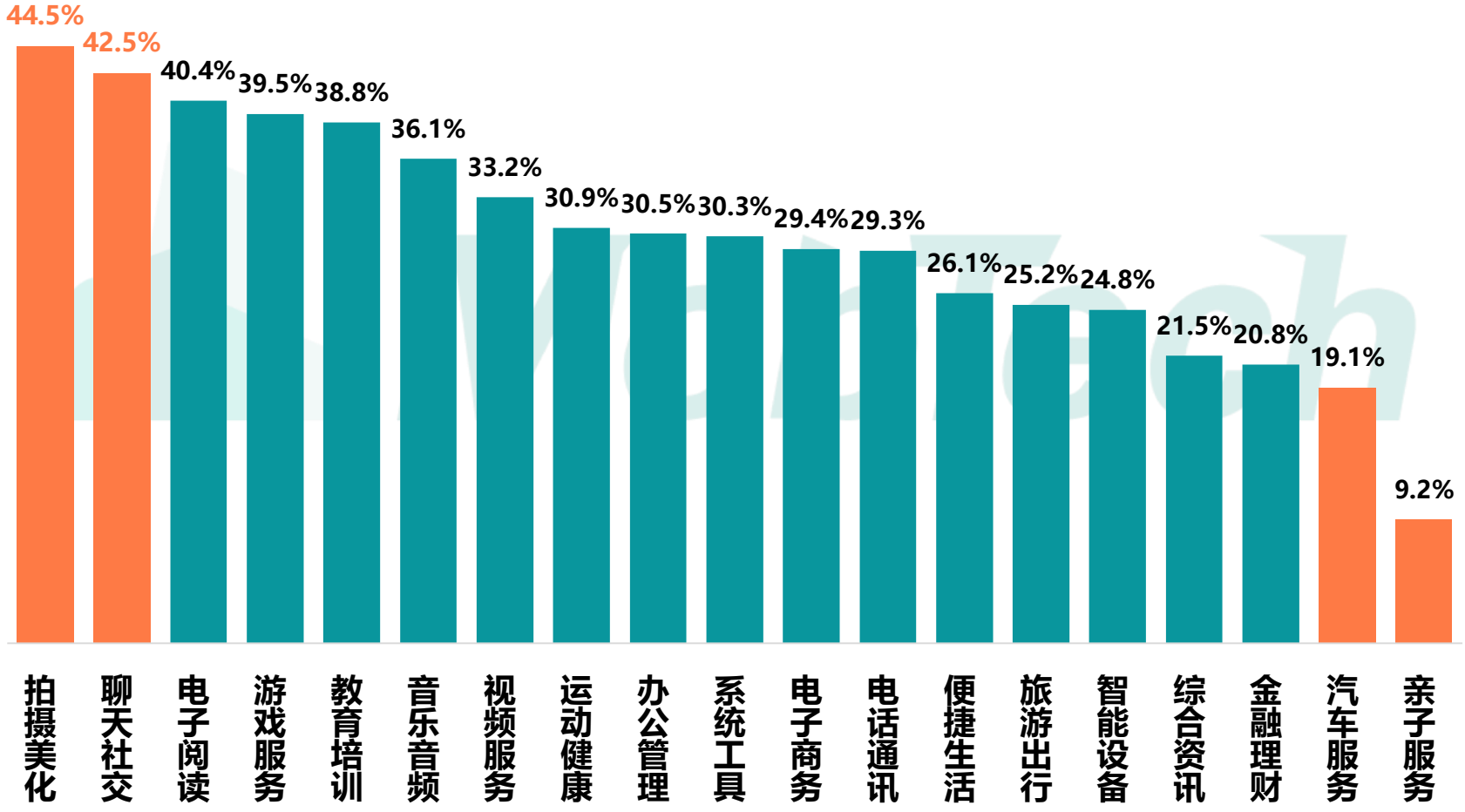


Source：国家统计局，**Mob研究院**

了解后浪，从线上行为开始

后浪被称作移动原生代，线上比线下更容易洞察他们的消费偏好。Mob研究院发现：后浪**最关注拍摄美化和聊天社交**，**最不关注汽车服务和亲子服务**，这与他们所处的时代背景和成长阶段密切相关，他们有自己独特的时代属性和个性标签

Z世代细分行业用户规模占比



Source：**MobTech**，2019.7

Mob研究院



目录

『后浪』消费总览

『后浪』娱乐消费

『后浪』健康消费



悦人不如悦己，
越“剁手”越快乐！

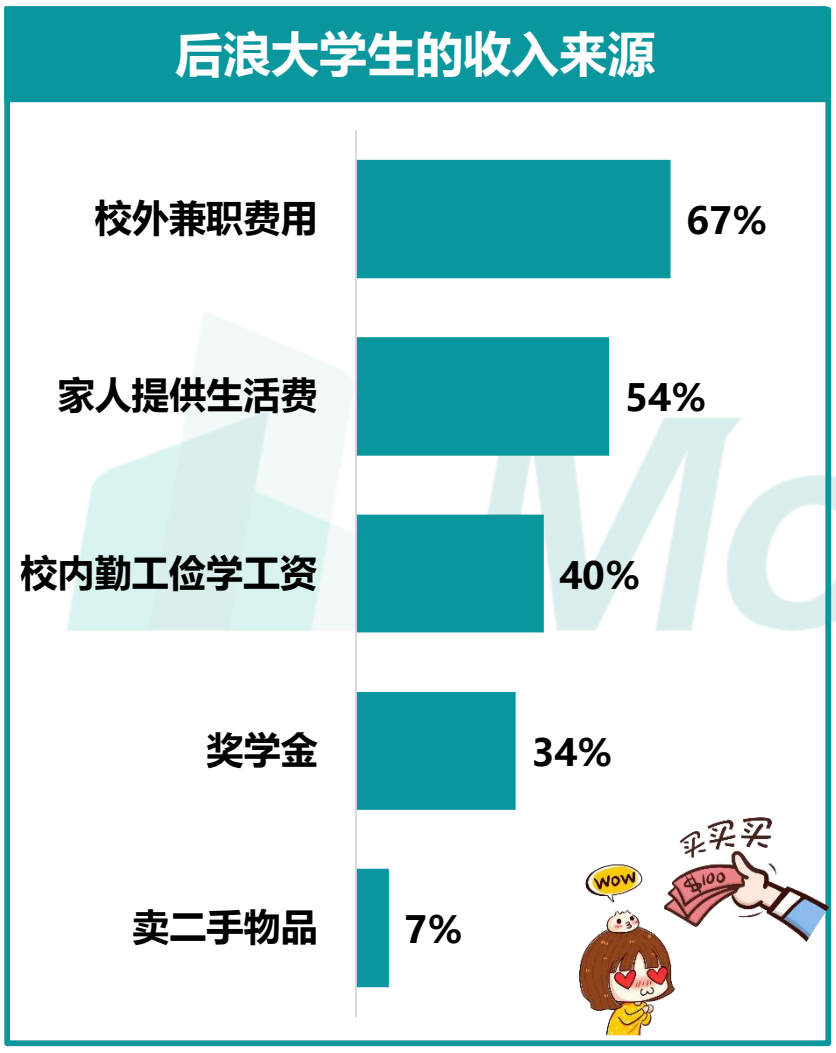
后浪消费篇

consumption

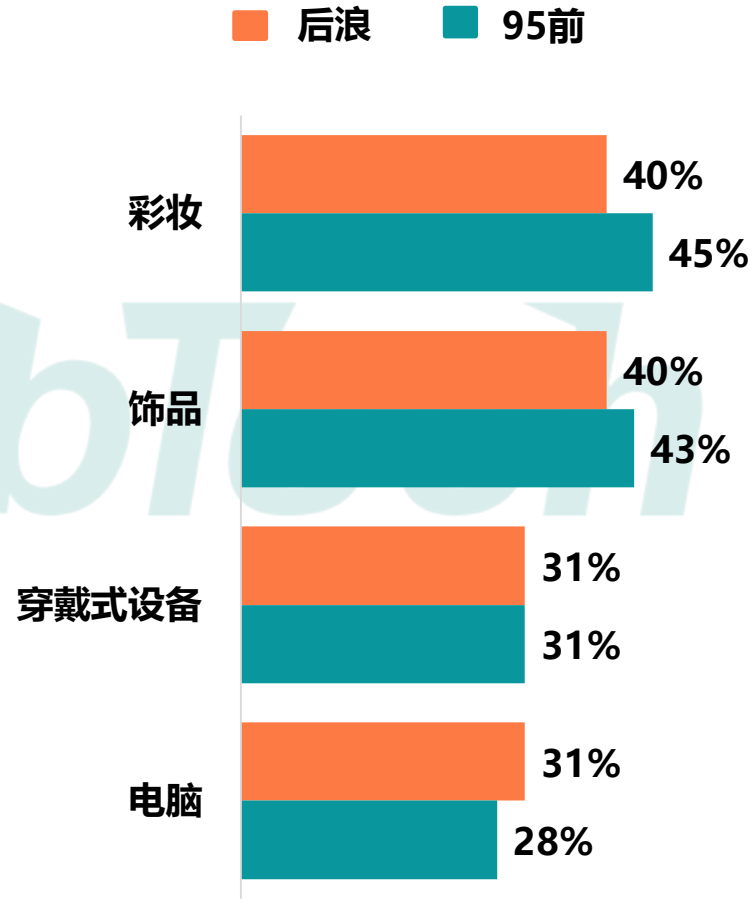
后浪，消费界冉冉升起的新星

有一种白领叫隐形贫困人口，有一种大学生叫……隐形富豪。根据调研结果，后浪月可支配收入达3501元，收入不低还没有房租压力；35%的后浪大学生有多种收入来源，通过奖学金、兼职、勤工俭学等渠道攒钱为爱发电

后浪大学生的收入来源



后浪主要消费品类渗透率



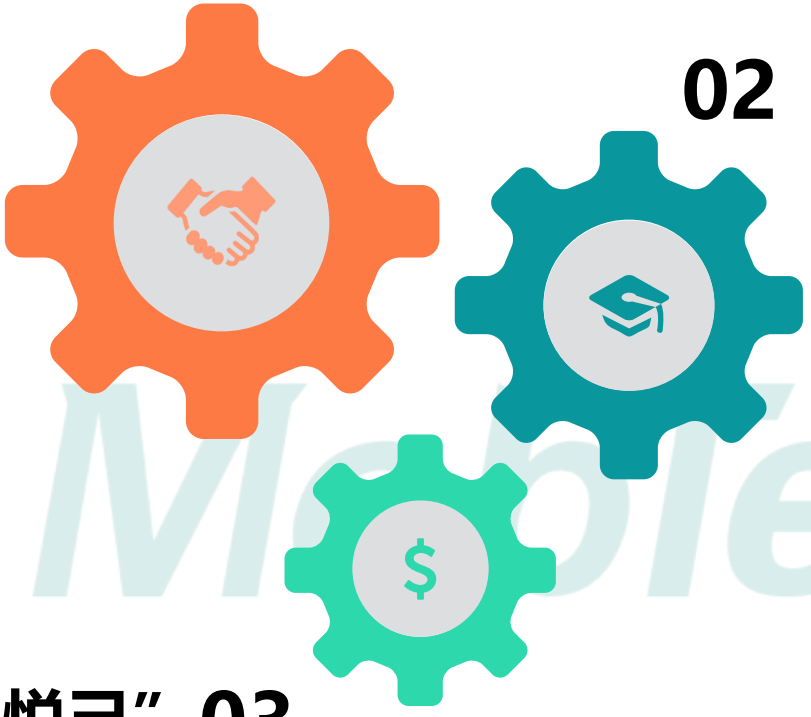
Source：《Z世代消费力白皮书》，Mob研究院

后浪消费动机：千金只买我高兴

“买”是后浪社交的通行证，他们习惯通过共同的消费偏好达成身份认同；
“买”是后浪人设的构造机，形成“兴趣-买买买-人设”的有趣闭环；
“买”是后浪悦己的万能钥，生活在快节奏的社会，把握住当下即时的快乐

01 “为社交”

后浪作为“独二代”，在成长的过程中孤独感较强，而他们寻求身份认同的方式也更加直接粗暴，把**社交圈子“买”出来**，或者是**通过“买”进入新社交圈**



02 “为人设”

后浪兴趣爱好广泛，不管是成为Vlogger、偶像站姐，还是做公开课UP主、游戏主播，每一样兴趣都需要不菲的金钱投入。后浪对人设的判断更加单纯，**花钱了才是真爱**

“为悦己” 03

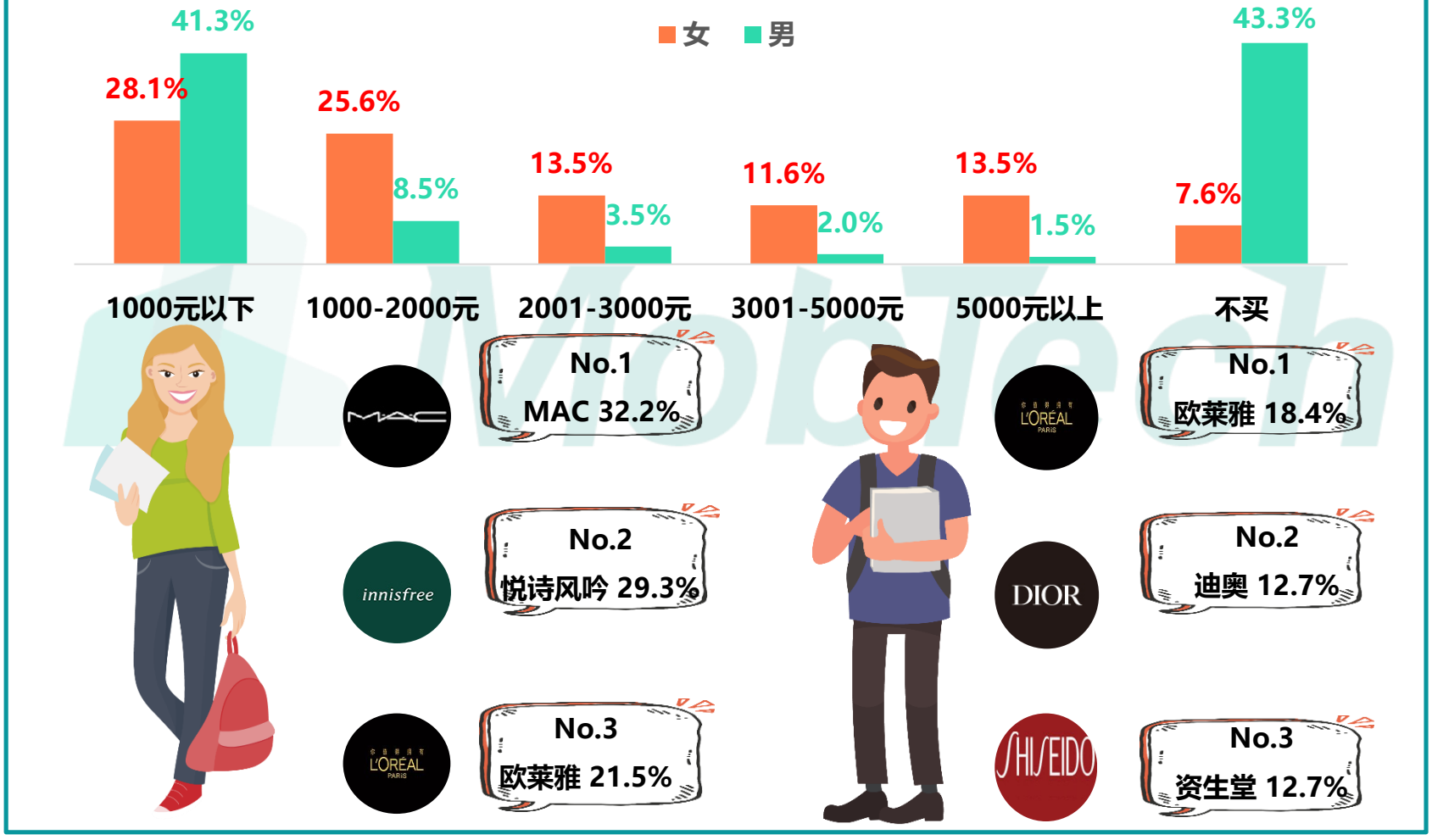
后浪生活在一个快节奏的现代社会，因此他们更加活在当下，认为拥有**“即刻”的幸福感**更为重要。31%的后浪已经开始使用分期付款，相较于X、Y世代，他们在更早的人生阶段就开始拥有高端奢侈品牌。

Source：《Z世代消费力白皮书》，**Mob研究院**

美妆消费：精致猪猪男孩，会呼吸的人民币

后浪的精致都藏在了购物里。都说女生爱脸如命，调研显示MAC、悦诗风吟和欧莱雅是后浪女性最爱的美妆品牌；而精致的猪猪男孩同样购买力惊人，化妆品年度消费金额5K以上的男性占比1.5%，欧莱雅、迪奥和资生堂受后浪男性欢迎

后浪化妆品年度消费金额与品牌偏好



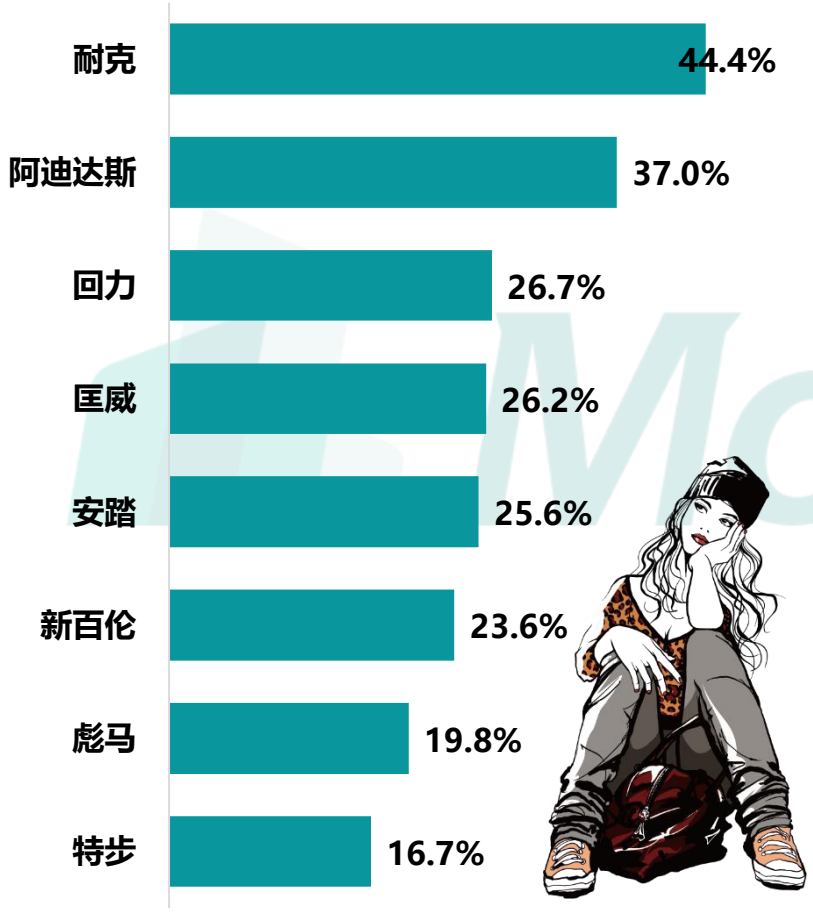
Source：企鹅智库，**Mob研究院**

服装消费：国产运动鞋，时尚时尚最时尚

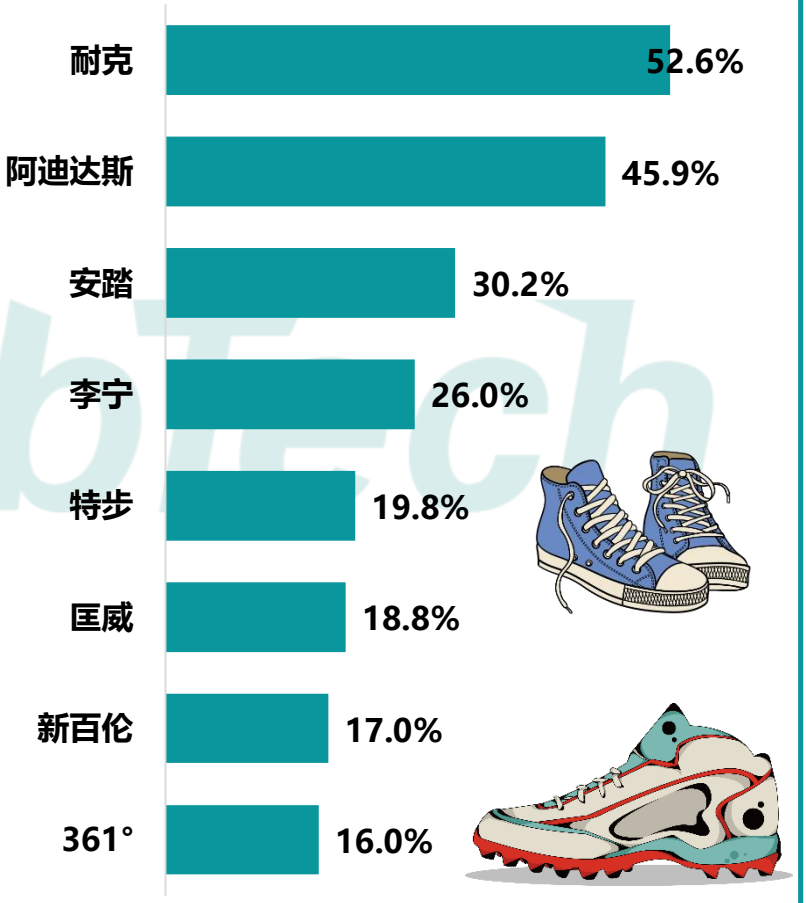
Mob研究院

在运动品牌领域，耐克和阿迪达斯拥有最广泛的知名度，同时国产品牌也收获到良好口碑，安踏、李宁、回力、特步等受到后浪喜爱

后浪女生偏爱的运动品牌



后浪男生偏爱的运动品牌

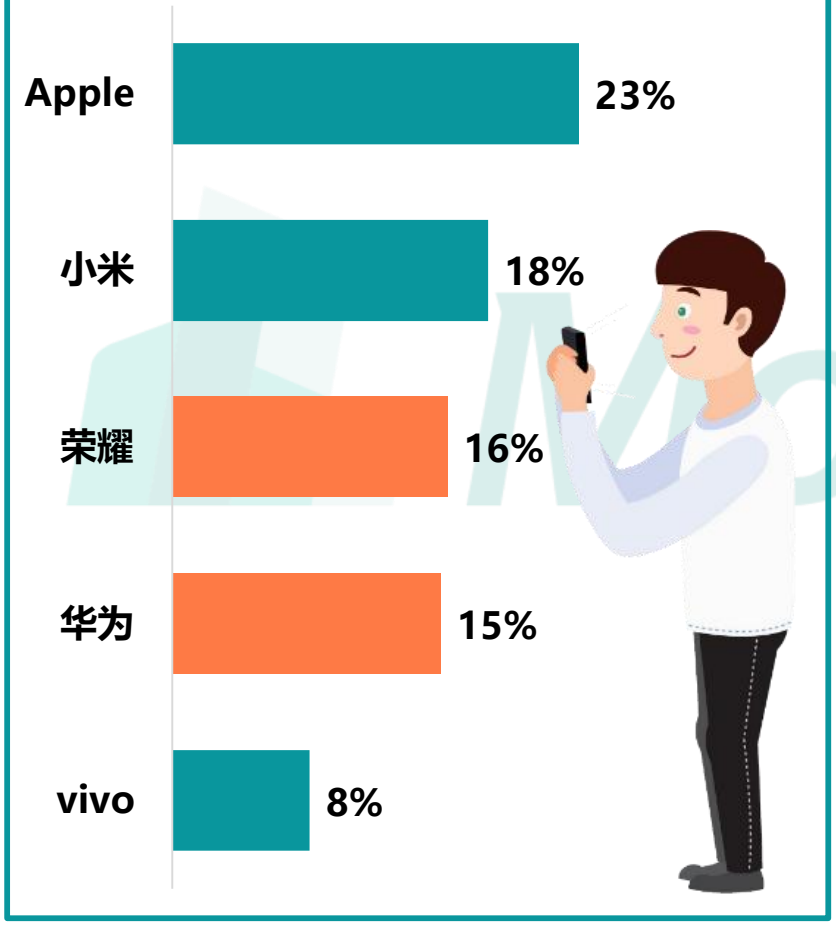


Source：企鹅智库，**Mob研究院**

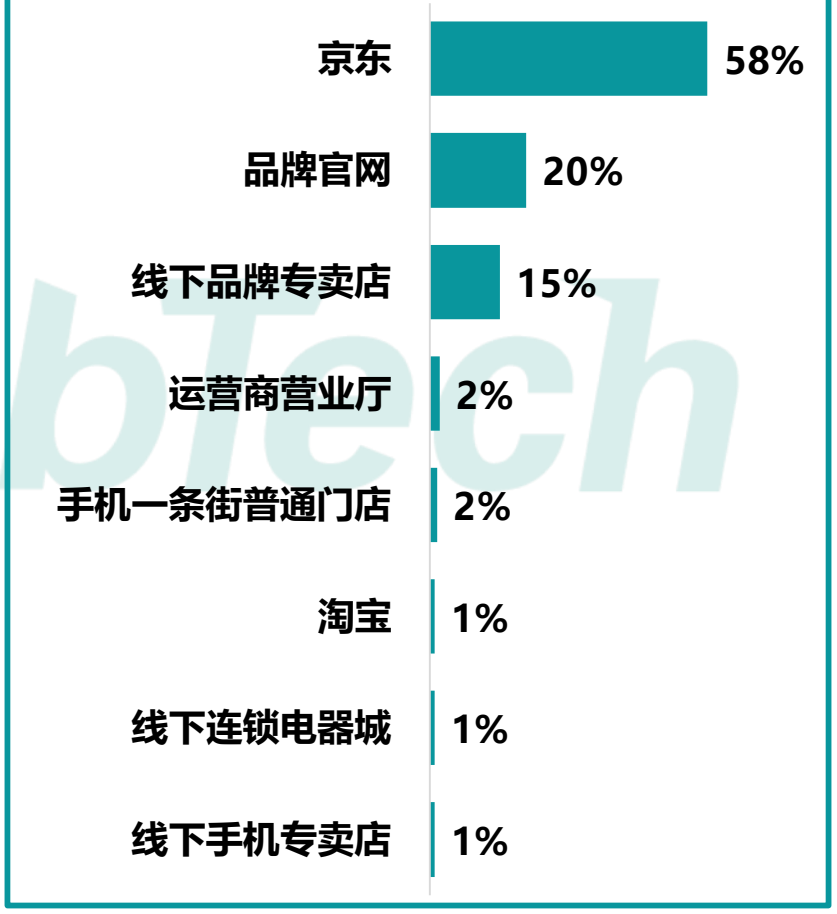
电子产品消费：开学三件套，手机最重要

手机是后浪最常用的电子产品。可以没有对象，但不可以没有手机！后浪大学生最喜欢用华为手机（荣耀、华为）。随着5G手机的面世，热爱尝鲜的大学生群体是5G手机的主力购买人群之一，京东是大学生最常选择的购买渠道

后浪大学生TOP5购机品牌



后浪大学生5G手机购买渠道

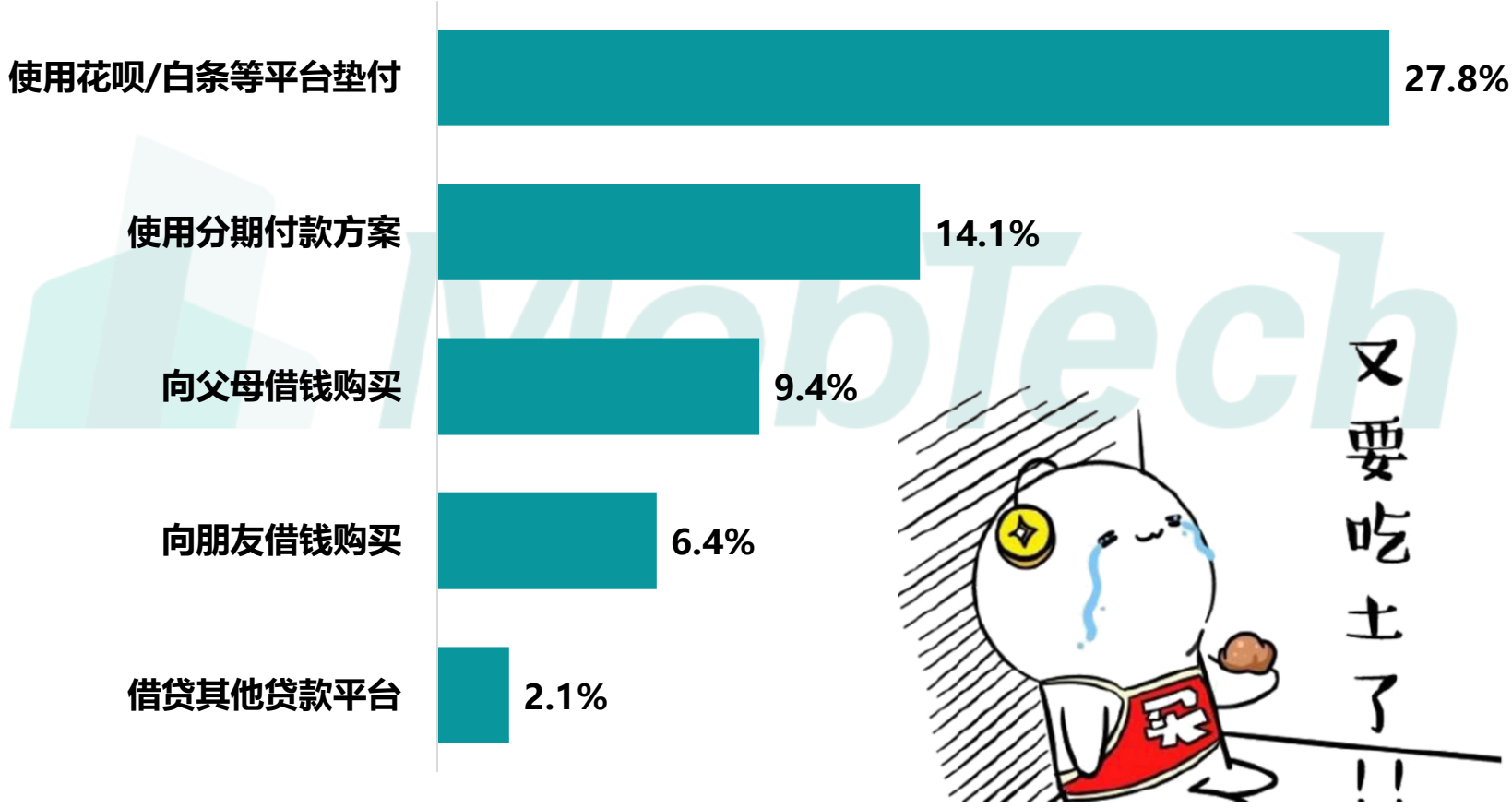


Source：《Z世代消费力白皮书》，**Mob研究院**

后浪的消费观：吃土也要买买买！

后浪在购买超过自己支付能力的商品时，使用花呗/白条等平台垫付是最常见的处理方式，分期付款作为第二种倾向更多的方式，以上两者比起向父母、朋友借钱有着更高的优先级

后浪超支后偏爱的支付手段



Source：企鹅智库，**Mob研究院**



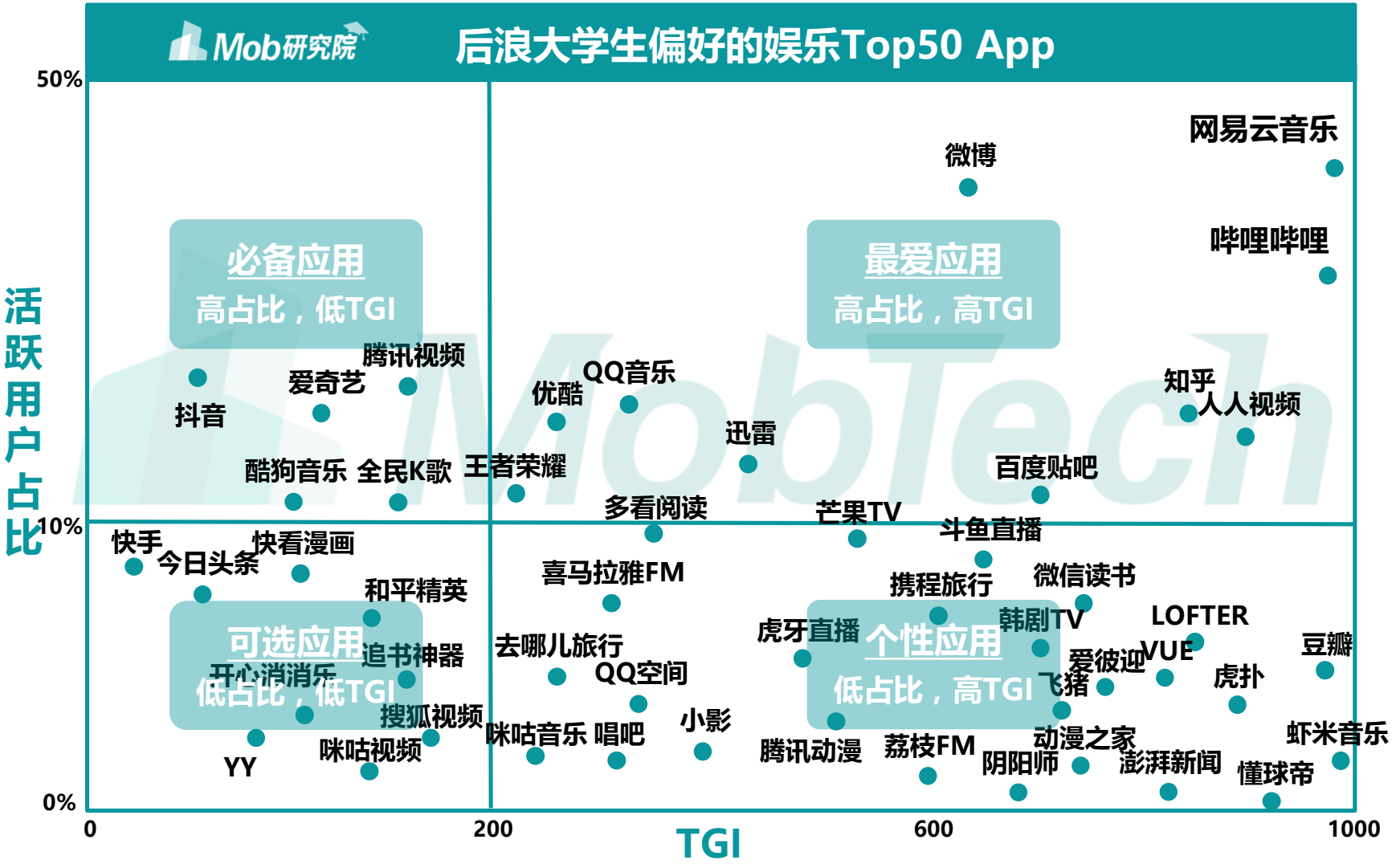
在大学好好玩，
以后真没机会了！

后浪娱乐消费篇

Entertainment

娱乐篇：要玩，就玩最个性的

在后浪大学生们最常用的50款娱乐App中，相对小众但是深得人心的个性应用数量最多，充分体现出后浪追求独特、彰显个性的特点；最爱应用数量较少，其中网易云音乐和B站最受后浪的欢迎

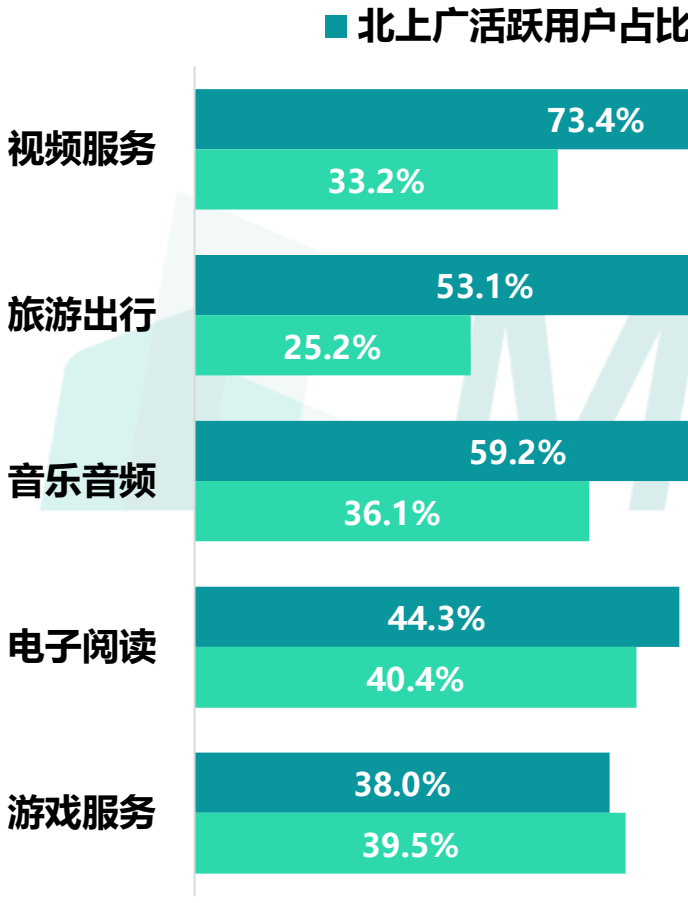


活跃用户占比：某群体中该App的活跃用户数量占群体总人数的百分比；TGI：目标群体指数，>100代表该类用户的该特征高于整体水平。Source：**MobTech**，2019.7

娱乐篇：可宅可浪北上广

相比其他地区，北上广的后浪们娱乐花样多，并不局限于看小说和打游戏。相对而言，他们更喜欢看视频、出门旅游和听歌，可谓是“宅浪双全”，静可宅在家刷剧听歌，动可出门看大好河山

娱乐偏好-北上广vs全体后浪







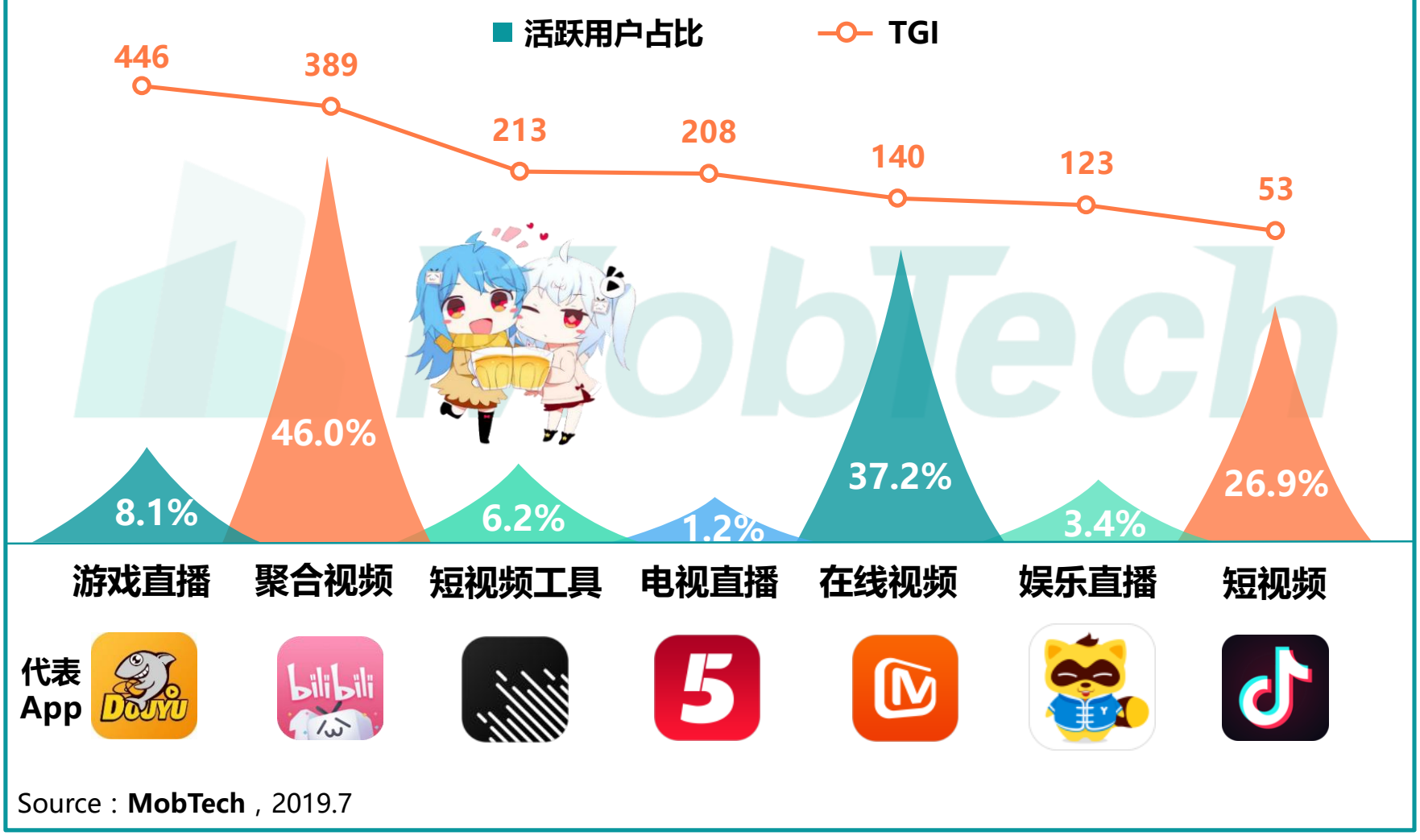
Source：**MobTech**，2019.7

B站在手，天下我有；抖音快手？没啥看头

Mob研究院

后浪大学生们最爱聚合视频，B站是他们的大本营和根据地；他们偏好游戏直播，打游戏爽，看别人打游戏更爽；以抖音、快手等为代表的短视频对后浪大学生的吸引程度则相对较一般

Mob研究院 后浪在视频类App活跃用户占比



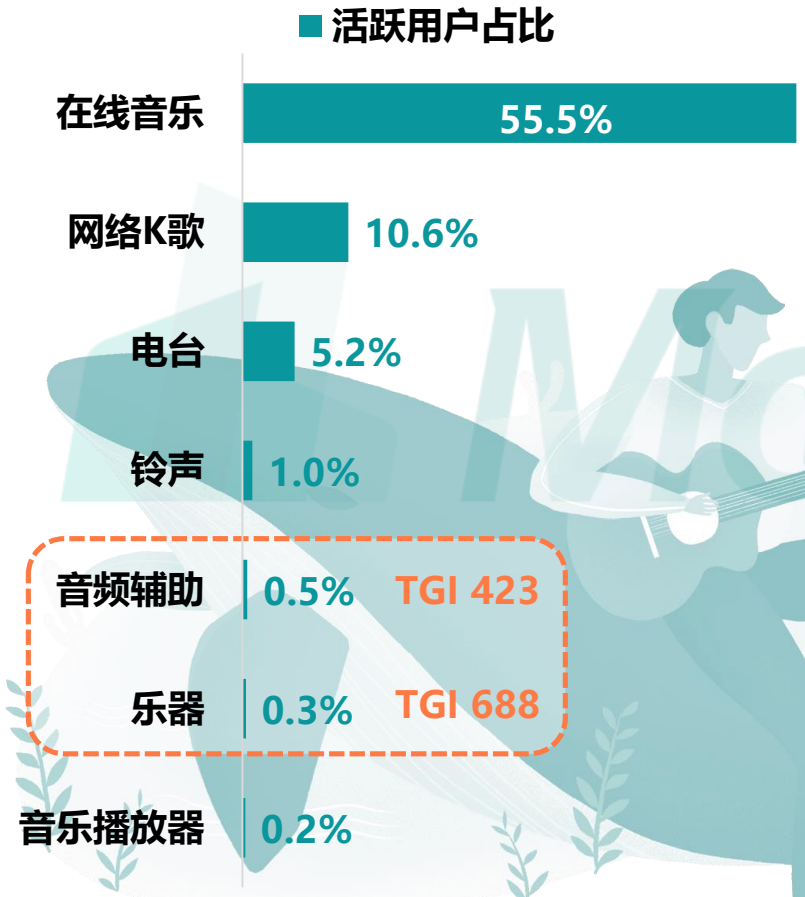
Source：**MobTech**，2019.7

音乐：玩乐器，剪音频，全面发展我最行

Mob研究院

除了平时听听音乐、唱唱K，后浪大学生在音乐方面还有更为小众独特的爱好：弹吉他和剪音频。音乐剪辑、节拍器、吉他谱大全等音频辅助类App，以及Finger、模拟钢琴等乐器类App最受个性后浪大学生的偏爱

音乐音频App偏好



音频辅助类代表App

音乐剪辑　音频剪辑大师　节拍器

吉他尤克里里调音器　吉他谱大全　吉他谱搜索

乐器类代表App

Finger　模拟钢琴

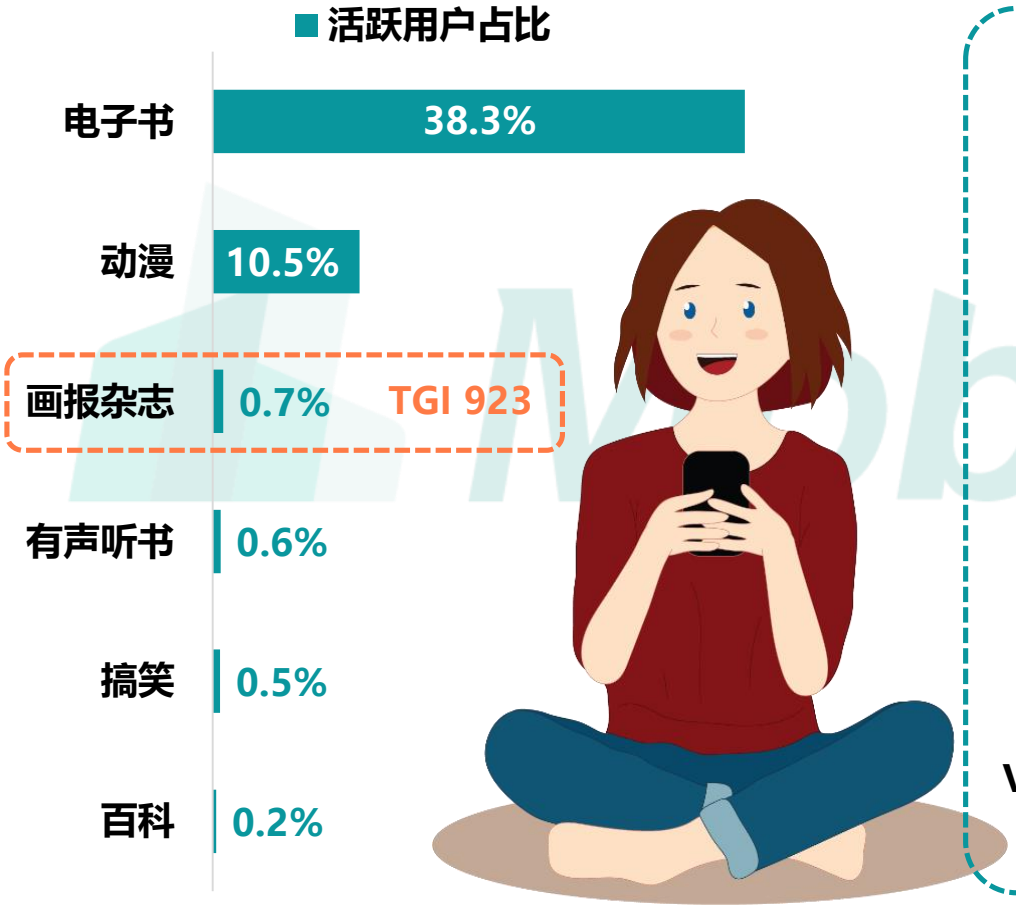
Source：**MobTech**，2019.7

阅读：纸媒已死，但我们仍在追随

Mob研究院

国家地理、读者、看天下等画报杂志是后浪大学生们的青春记忆，陪伴他们度过了无数课后时光。尽管传统纸媒日渐式微，但这些忠实读者并未离去，后浪大学生们仍在线上继续追随着这些优质内容的生产者

后浪大学生电子阅读偏好



画报杂志类代表App

杂志迷　博看期刊　国家地理

看理想　读者杂志　经济学人

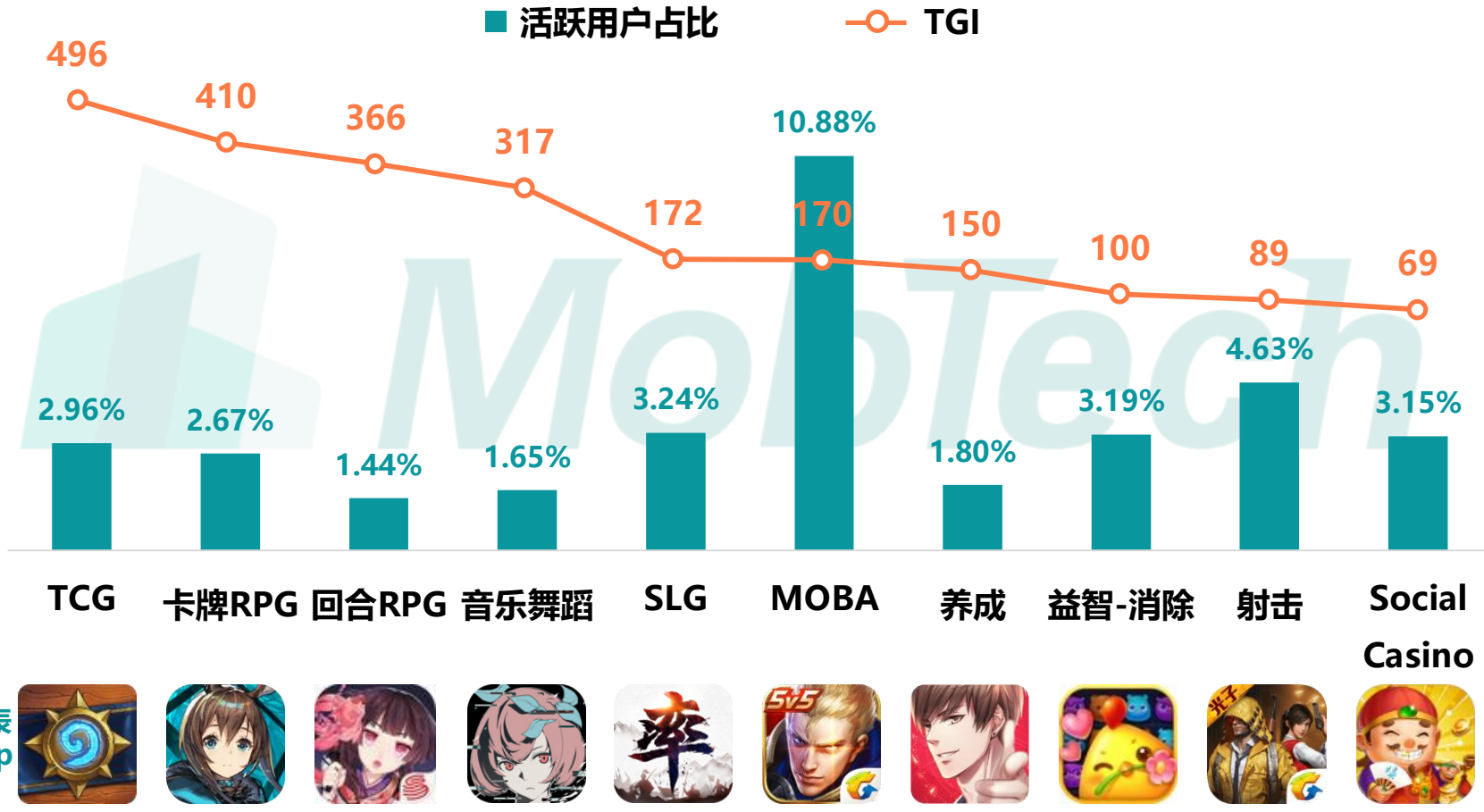
Vista看天下　意林　VOGUE

Source：**MobTech**，2019.7

游戏：打游戏也要玩得高级

谁说打游戏就不能练脑？后浪大学生最喜欢玩需要综合考验智商、反应力和配合能力的游戏，比如最受偏爱的TCG类、卡牌RPG类、回合RPG类，以及比较火爆的MOBA类和SLG类，都属于“边玩边练脑”的手游类型

后浪大学生手游偏好 Top 10

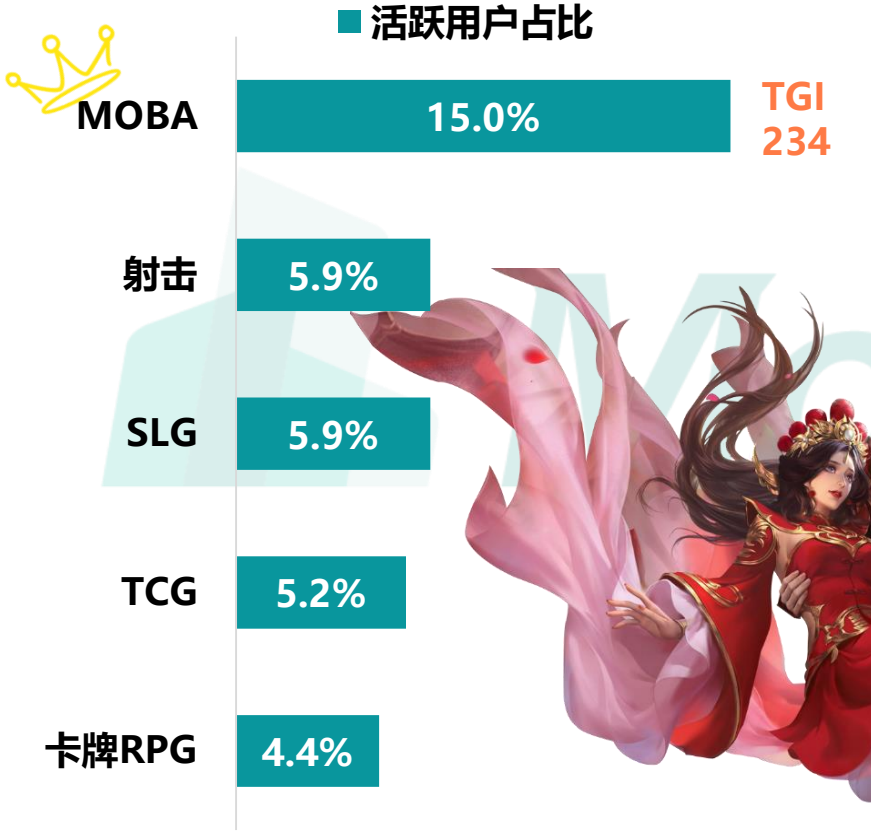


Source：**MobTech**，2019.7

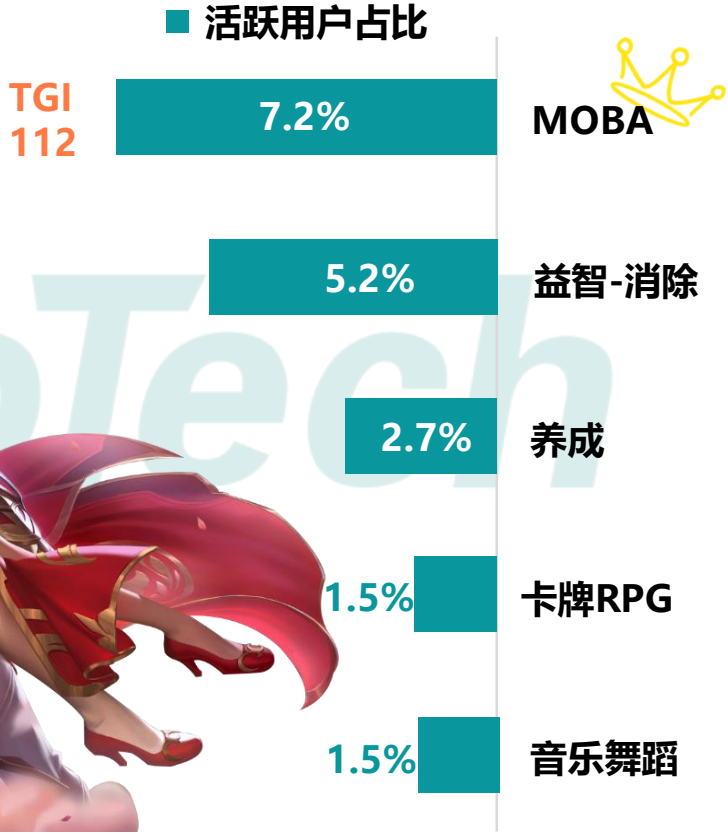
游戏：爱她，就带她去王者峡谷

男生女生在手游偏好方面的差异较大，男生更喜欢射击、SLG类等比较刺激的游戏，而女生则更偏向于消除、养成类等轻松休闲的游戏。但是别因此而灰心，王者荣耀等MOBA类游戏可是男女通吃！想带妹升级？那就带她去王者峡谷吧~

后浪大学生男生手游偏好Top5



后浪大学生女生手游偏好Top5





Source：**MobTech**，2019.7

旅游：后浪的诗和远方

说走就走，向着远方不回头，越来越多的后浪大学生选择踏出国门看风景。在出境游目的地中，距离较近的泰国、日本和韩国最受后浪的欢迎，景致丰富的欧美国家也是热门旅行地

Mob研究院最受大学生欢迎的出境游目的地



TOP 1

泰国



TOP 2

日本



TOP 3

韩国



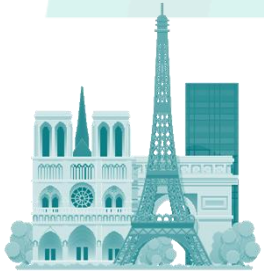
TOP 4

美国



TOP 5

新加坡



TOP 6

法国



TOP 7

俄罗斯



TOP 8

英国



TOP 9

马来西亚



TOP 10

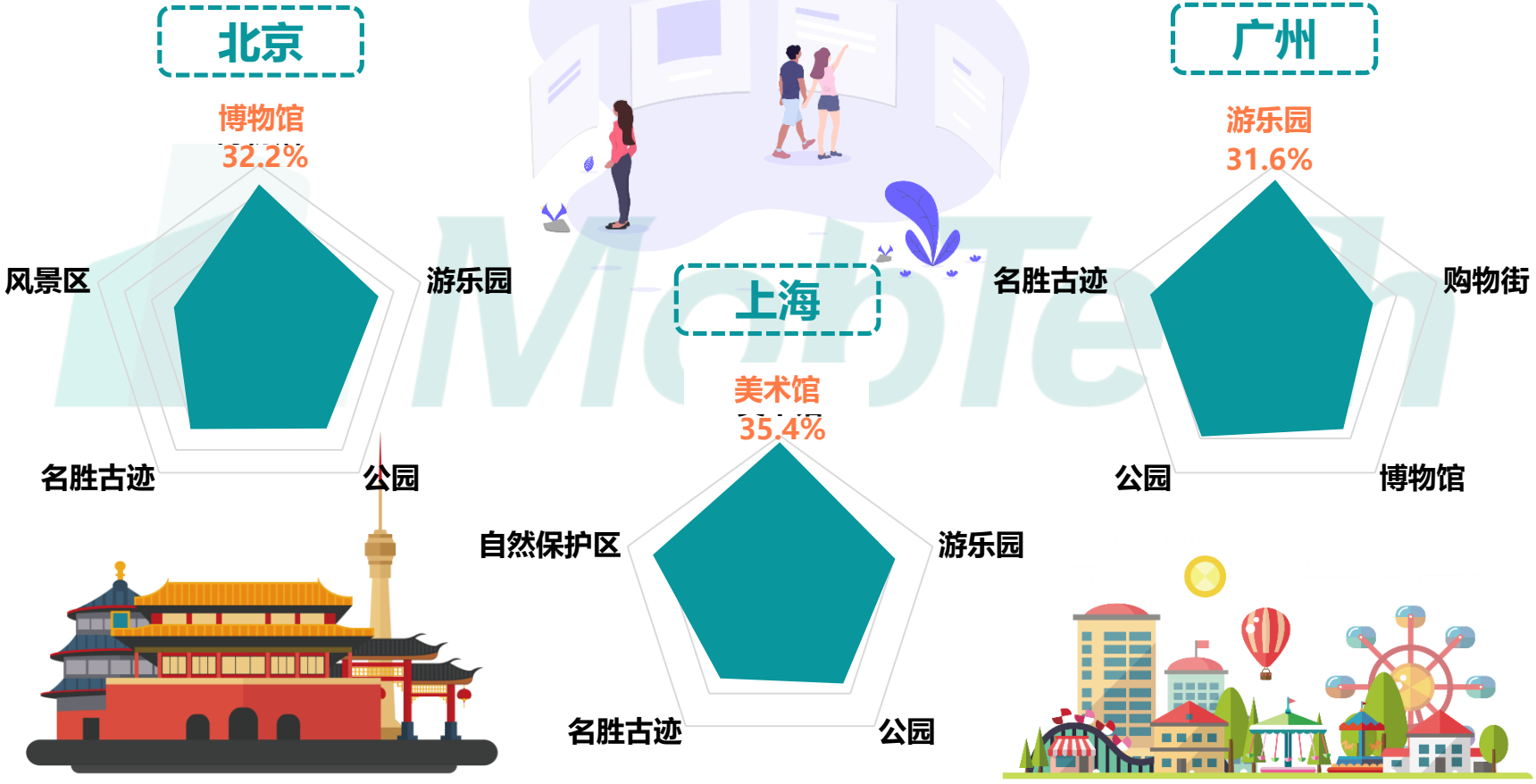
意大利

Source：**Mob研究院**根据公开资料整理

旅游：北上广的周末去哪浪

博物馆里找寻京味，美术馆中感受摩登，游乐园内体验不一样的广州。在北上广后浪最关注的景点类型中，北京大学生偏爱博物馆，上海大学生喜欢去美术馆，广州大学生则青睐游乐园

Mob研究院 北上广最关注的景点类型 Top5

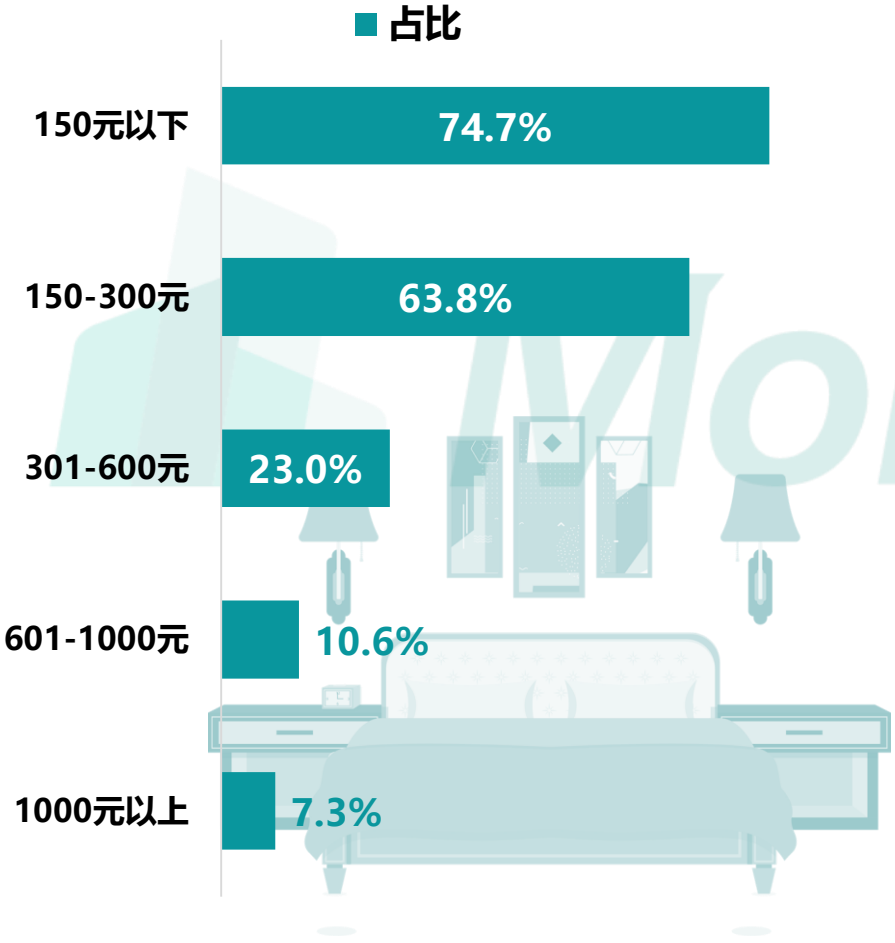


Source：**MobTech**，2019.7

旅游：民宿里那无处安放的灵魂

出门在外，该住哪儿？兜里没钱的后浪大学生，倾向于选择价位在300元以下的住宿，爱彼迎是他们最偏爱的在线旅游App。相比价格高昂且千篇一律的酒店，后浪大学生更愿意选择高性价比、富有当地特色的个性民宿

后浪大学生住宿价位选择



后浪大学生在线旅游App Top3



Source：**MobTech**，2019.7



好好养生，
别趁年轻瞎折腾！

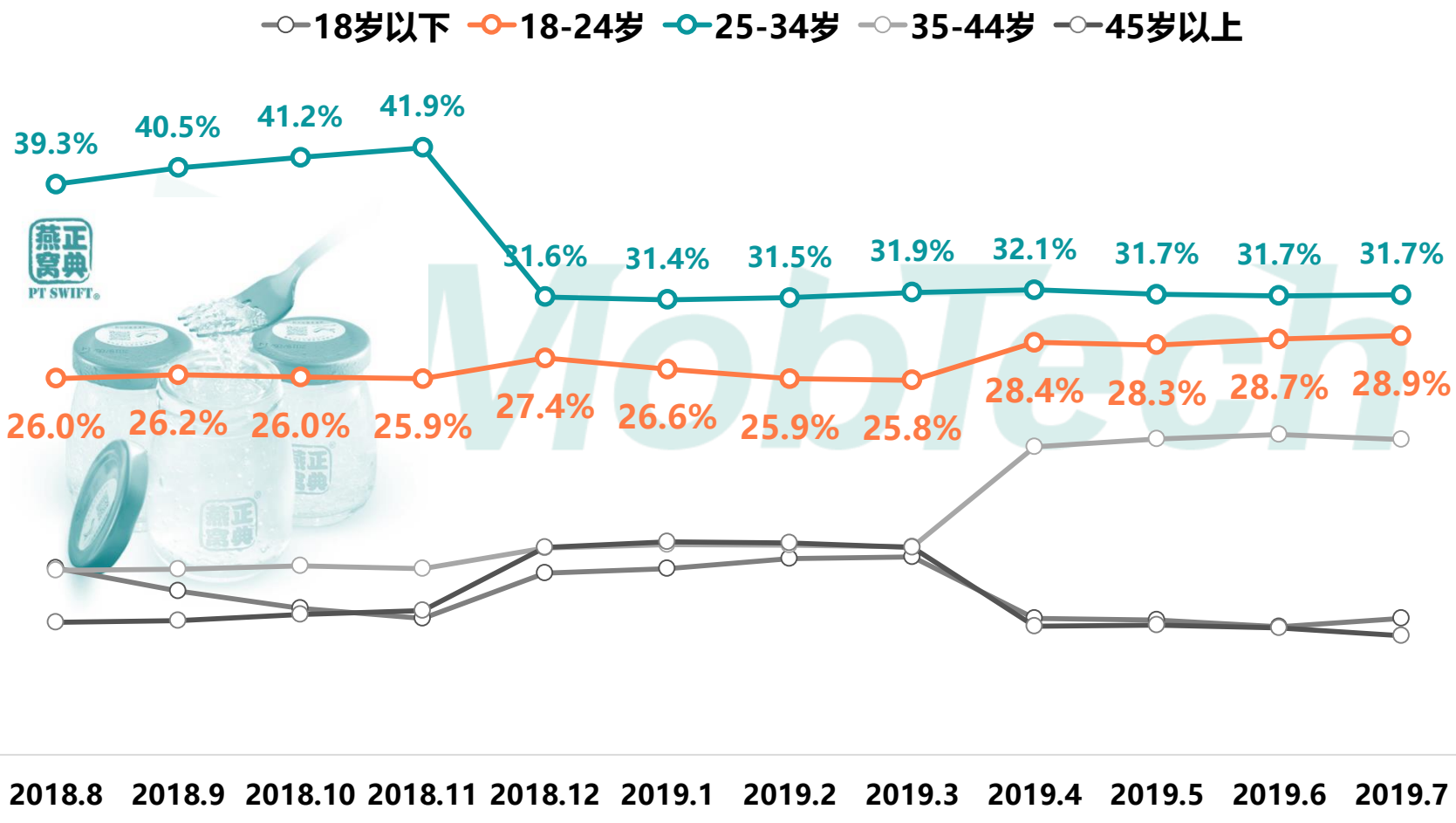
后浪健康消费篇

Healthy Life

谁说养生的都是中老年人？

在过去一年对养生App的使用中，后浪占比稳居第二，是养生市场的中坚力量。80、90后对养生的热度逐渐回落，而后浪对养生App的爱好则以良好的态势上涨，在未来，后浪可能成为养生的最大群体

Mob研究院 各年龄段养生App活跃用户占比



Source：**MobTech**，2019.7

少年养生派，保温杯里泡枸杞

后浪很小就被父辈们灌输了“养生”理念，他们在意的不仅仅是食物的味道，对健康食品的意识和需求都很高。在后浪看来，科学的饮食摄入不仅能挽救日渐发虚的体质，还能够提升颜值。气色好，才是真的好！

后浪最爱购买的养生食品



TOP1

蜂蜜



TOP2

枸杞



TOP3

乳清蛋白



TOP4

养生茶



TOP5

酵素



“都说喝茶养颜，感觉比起化妆品，真正的气色好人会显得更精神”

——养生达人·小江

“合理的营养搭配和科学代餐才是健康的减肥方式，可以越吃越漂亮~”

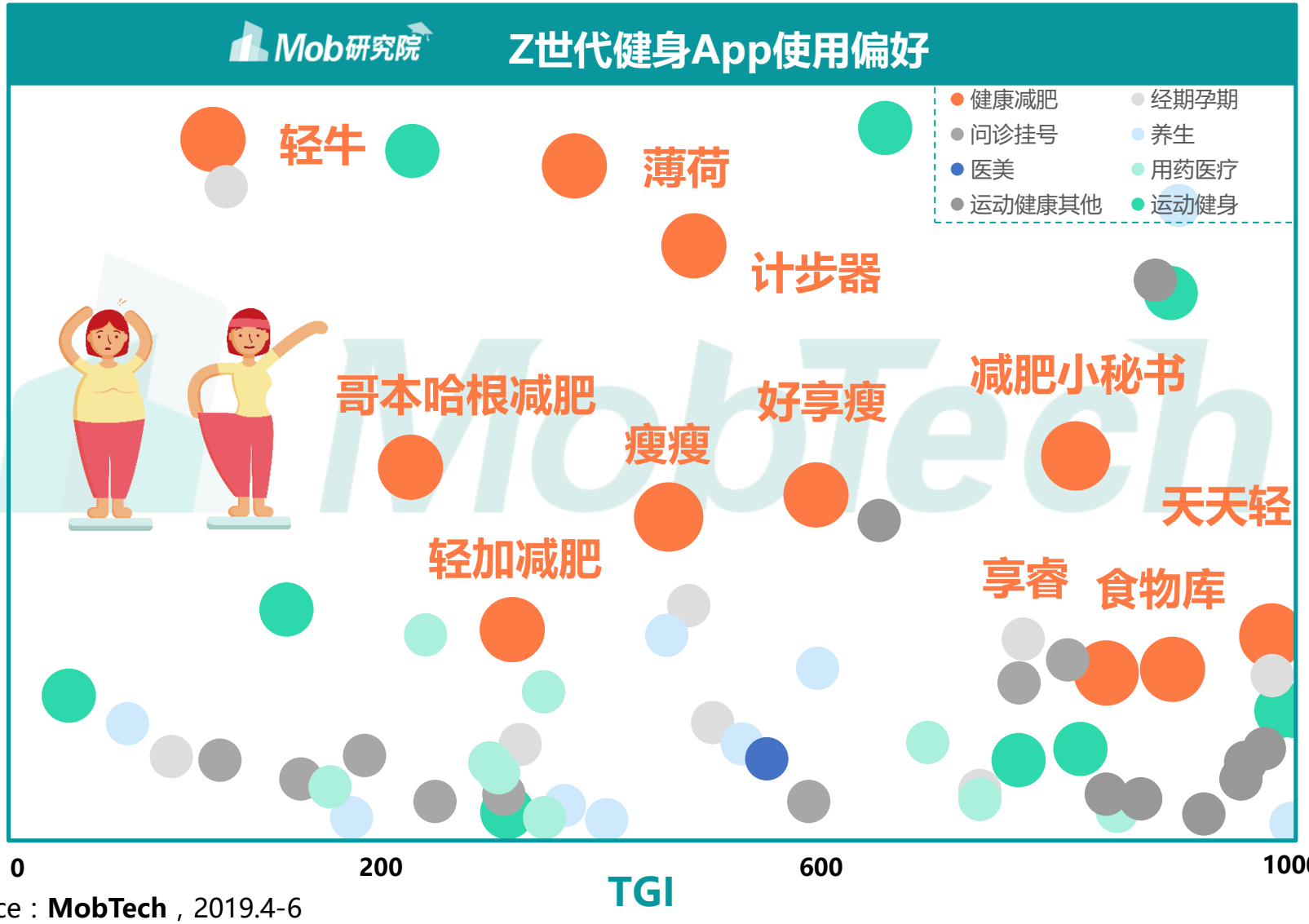
——营养达人·小陈



Source：阿里数据， **Mob研究院**

为了变成小蛮腰，动感单车普拉提

管住嘴，还要迈开腿，健康饮食与运动相结合的方式是后浪心中最佳的反油腻方案。后浪大学生喜欢通过运动减肥来进行身材管理，他们对诸如轻牛、薄荷等健康减肥类App偏好度最高，月均使用时长仅次于运动健身类App



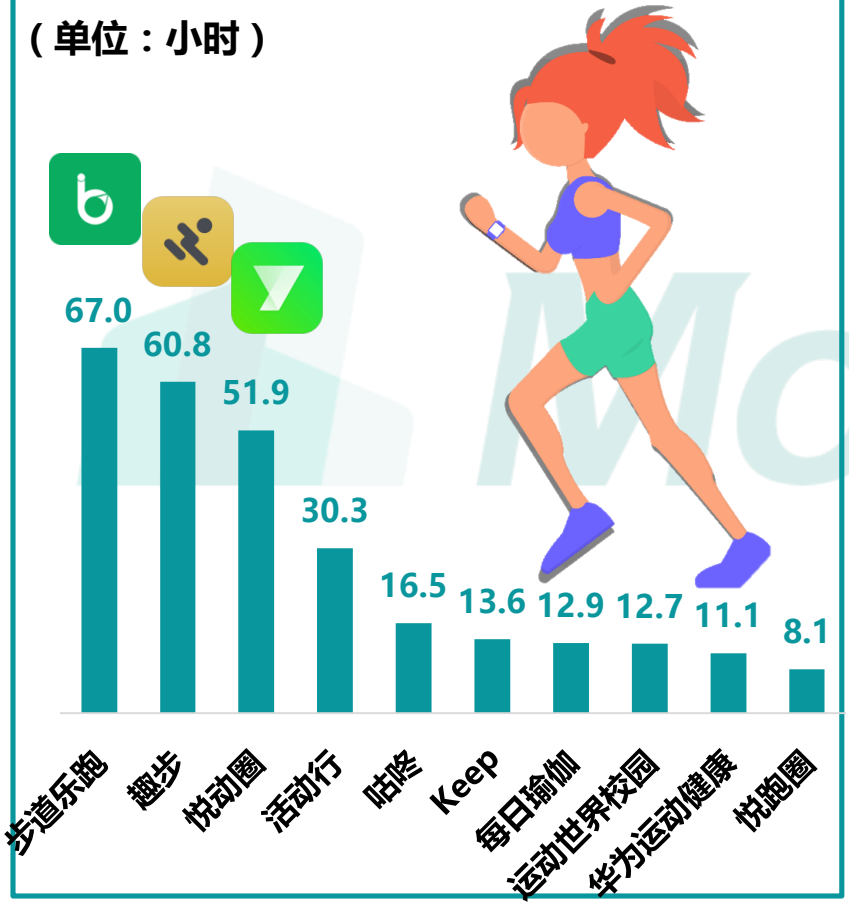
Source：**MobTech**，2019.4-6

拒绝肥宅深呼吸，晨跑夜跑游几米！

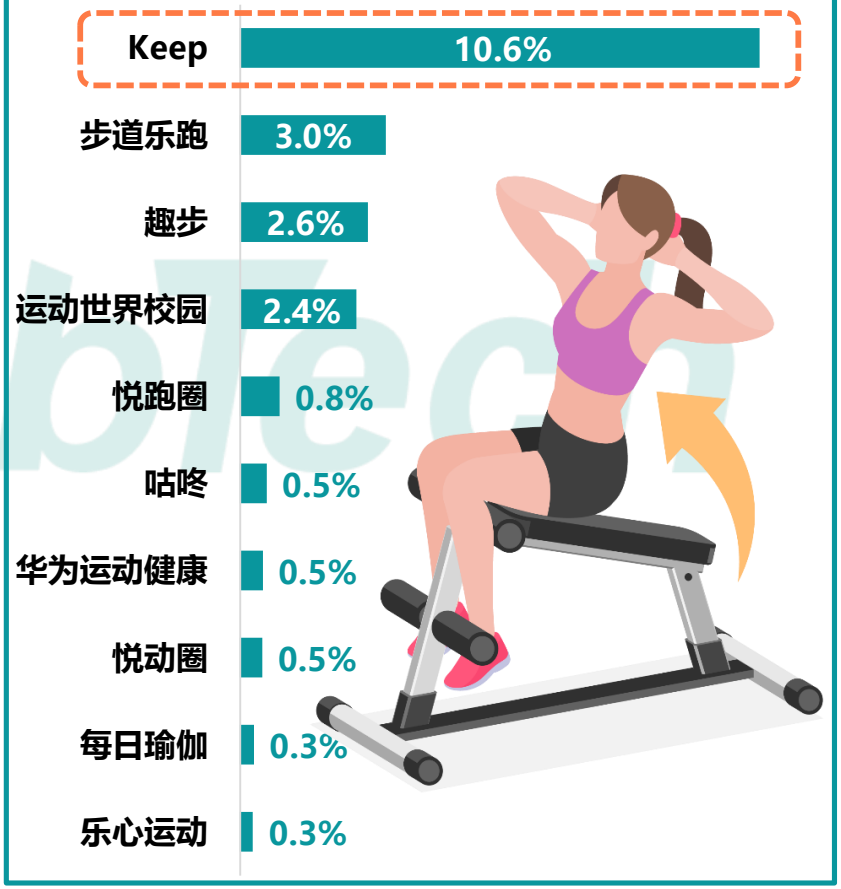
Mob研究院

在所有高占比健身类App中，跑步类App最受北上广大学生的欢迎。此外，“Keep”在北上广大学生中认可度最高，使用占比在健身类App中一骑绝尘，平均每十个北上广高校学生就有一个安装Keep

后浪大学生健身App使用时长



后浪大学生健身App使用占比



Source：**MobTech**，2019.4-6
注：月均使用时长指的是用户每个月使用该类App的平均时长，以小时为单位

朋克养生是后浪最后的倔强

后浪不愿像长辈一样规规矩矩养生，他们不想丢掉年轻人的青春活力，但不佳的身体素质和逐渐提高的健康意识促使他们开始拿起保温杯养生。于是，朋克养生成为后浪在“青春”和“健康”之间的最大妥协



Source：**Mob研究院**

报告说明

1.数据来源

Mob研究院报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2018.06-2019.06

具体数据指标请参考各页标注

3.版权声明

本报告为Mob研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

Mob研究院

全球领先的第三方全景数据服务平台

研究报告合作

赵先生

zhaozhch@yoozoo.com

获取更多信息/转载/媒体合作

欢迎联系合作负责人：大琪

微信：Mobtech888（备注：公号名/媒体平台名）

电话：18916207269

关 注 我 们