

TOPKLOUT.COM

自媒体价值排行及版权经纪管理 | 克劳锐

# 他们的“快乐源泉” 年轻人内容消费洞察报告

2021.09

September

克劳锐出品



## 本报告核心发现

### 各年龄圈层关注的内容领域的代际差异明显

- 00后对帅哥美女垂类账号关注度最高，渴望填补亲密关系空缺
- 95后更关注能够产生文化认同的内容，同时追求个性化创意
- 85/90后对时尚、母婴类内容关注度最高以获取经验知识

### 随着用户年龄增长，互动欲望持续降低

- 00后/95后为内容点赞，总体互动量最高
- 85/90后总体互动量最低，倾向评论深度互动

### 年轻用户在不同内容平台上消费特点各不相同

- 在抖音追时尚，去快手看“戏精”
- 微博上追剧、追热点、找资讯参与话题讨论
- B站：看游戏、测评、纪实等专业内容
- 小红书：看“颜值”、学穿搭、获取生活技巧

### 吸引年轻圈层的内容创作特点鲜明

- 00后：视觉冲击、创意趣味、真情实感
- 95后：内容充满猎奇、制作精良、小众知识
- 85/90后：有观点有态度、贴近生活、接地气

## 报告说明

### 研究方式

- 研究方式：克劳锐研究报告基于平台官方信息、市场公开信息整理、克劳锐自有数据分析
- 研究涉及平台：抖音、小红书、微博、快手、B站

### 数据来源

- 克劳锐指数研究院
- 各平台对外公开数据、网络公开资料

### 数据周期及指标说明

- 人群年龄分布相关数据：截至2020年12月
- 热门关注领域相关数据：2021年1月1日—7月31日
- 例举案例中的数据时间段：2021年7月1日—7月31日
- 五大内容平台指：抖音、小红书、微博、快手、B站
- 具体数据指标及计算方式请参考各页标注

- 中国年轻用户群体的概况及特征
- 年轻用户群体在五大内容平台上的分布
- 年轻内容消费者关注的热门内容领域
- 各年龄段用户的内容消费行为分析
- 内容消费特点的跨平台对比
- 年轻用户群体内容消费的特征及需求
- 吸引年轻圈层内容消费者的内容创作特点

## 本报告将解答哪些问题？





# 如何定义年轻人？ 年轻内容消费者在哪？

## 年轻网民群体是网络内容消费的中流砥柱 他们被贴上多样的标签

### 年轻人的多种定义

“联合国大会将青年定义为年龄介于15岁与24岁之间的那些人。”

“中国国家统计局定义年龄介于15~34岁的为青年。”

“《中长期青年发展规划》所指的青年，年龄范围是14-35周岁。”

### 被贴上多种标签的年轻人

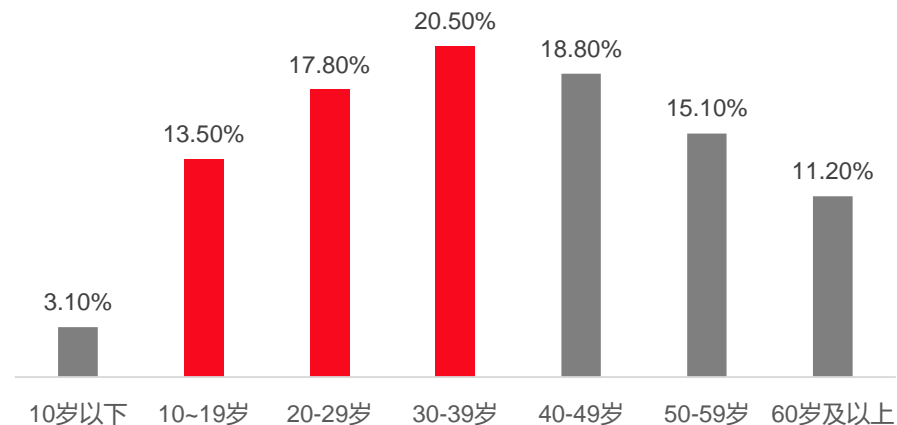
后浪、独二代、野生博主、浪藉、自来水、躺平一族

液态青年、马甲青年、斜杠青年、宝呗青年

拼单人、打工人、早八人、干饭人

佛系、宅、丧...

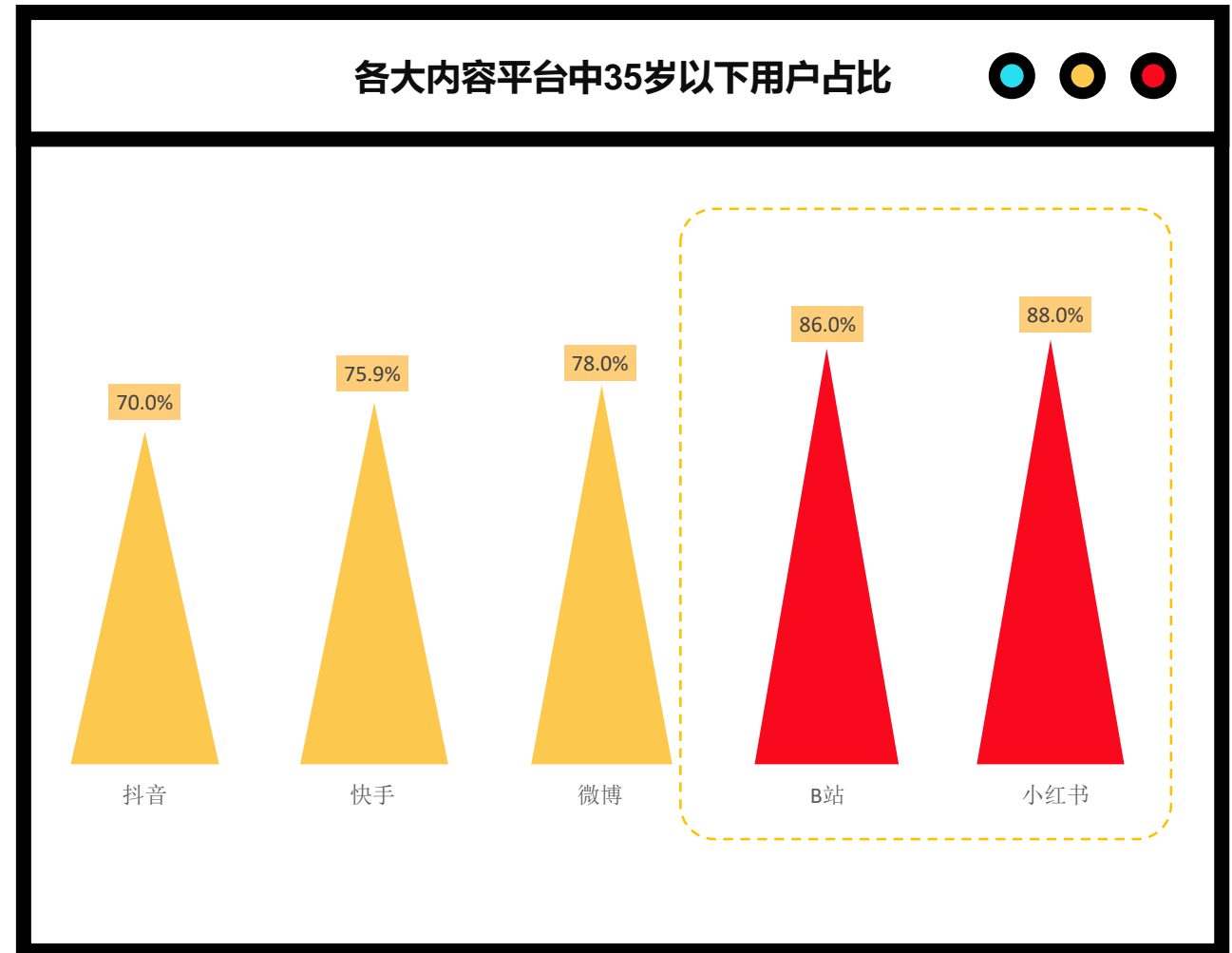
### 中国网民各年龄段占比



- 根据中国网民各年龄段占比分布<sup>1</sup>，网络内容消费群体中，主力网民用户为10~49岁（占比70.6%），**年轻网民用户**群体为10~39岁（占比51.8%）**占比过半**。

## 主流内容平台上年轻用户群体的占比均超过70%，B站和小红书上的年轻群体占比最多

- 35岁及以下的年轻用户群体占比均超7成，年轻化特征明显；
- 聚集在**小红书**和**B站**上的年轻群体相对**最多**，占比超过85%。



## 内容消费偏好上： 他们对颜值有着共同的追求，对内容有不同的兴趣 00后偏爱萌宠，95后关注娱乐，85/90后关注母婴生活

排序	00后		95后		85/90后	
	内容领域	关注度	内容领域	关注度	内容领域	关注度
TOP1	美女帅哥	20.2%	时尚	24.4%	时尚	15.0%
TOP2	游戏	12.2%	美女帅哥	12.6%	母婴亲子	8.8%
TOP3	情感	9.0%	美妆护肤	9.6%	美女帅哥	7.8%
TOP4	音乐	8.0%	游戏	6.8%	生活	7.0%
TOP5	生活	6.0%	娱乐	3.0%	美妆护肤	6.4%
TOP6	动画动漫	5.6%	情感	3.0%	美食饮品	5.6%
TOP7	时尚	4.6%	音乐	3.0%	音乐	5.6%
TOP8	萌宠	4.2%	生活	3.0%	影视综	5.2%
TOP9	明星	3.4%	幽默搞笑	1.6%	明星	5.0%
TOP10	幽默搞笑	3.2%	动画动漫	1.4%	幽默搞笑	4.6%

年轻内容消费群体是：好玩有趣、爱音乐、爱生活、爱时尚的颜值党

TA们也是：

### 00后

爱追星爱玩游戏、喜欢小动物  
又情感丰富的二次元常驻者

### 95后

主修美妆和护肤、辅修游戏  
和娱乐，既感性又有童心

### 85/90后

追星带娃两不误，爱美又爱  
吃的影视综达人



内容消费态度上：  
00后追求感官上的满足，95后注重自己的外表  
85/90后追求生活和精神层面的双重收获



### 00后

00后对颜值的关注度最高，该用户群体首要追求**感官上的满足**

### 95后

95后对时尚和美妆的关注度最高，他们除了满足娱乐需求外，更注重自己的**容貌和穿着打扮**

### 85/90后

85/90后关注**生活类干货**、吃喝玩乐内容，他们关注自己的同时，也追求**精神层面**上的满足



# 00后用户群体的内容消费行为分析

## 00后用户爱看帅哥美女怼脸拍、高颜值手作，好看才是王道

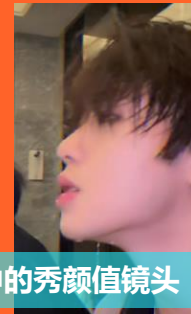
### 高颜值

- ◆ **博主的颜值**在00后用户爱看内容中占据**主导地位**；
- ◆ 热门DIY内容中变废为宝、节约成本等实用性的主题吸引00后关注，**配色好看、小清新**等元素是他们关注的重点。

00后用户爱看的高颜值类作品都采用了直拍面部或物体的特写形式，视觉上放大了高颜值的画面，满足了他们对颜值的“满屏”追求。



美女帅哥类作品中的秀颜值镜头



生活记录类作品中的高颜值手作



### 高颜值作品中的用户评论

“纯欲天花板”

“我一男的喜欢看她的美甲正常吗”

“想在哥哥的鼻梁上滑滑梯”

“这个配色我爱了！！”

“求颜料链接，色调绝绝子”

“满分下颚线”

“是你和我都得不到的天花板”

“姐夫们好”



## 00后用户爱看情侣档博主秀恩爱，爱嗑真人CP

### 情侣档

- ◆ 00后用户爱看**情侣日常**，同龄的情侣档博主内容成为热门收看选择之一；
- ◆ 00后充满对恋爱的憧憬，乐于在情侣内容中学习**情侣间不同的相处模式**。

情侣档内容真实，剧情设计中的细节盘点、社死现场等都是来源于情侣日常相处的问题重现。



同居情侣秀恩爱的日常  
情侣第一次社S瞬间



#### 情侣档作品中的用户评论

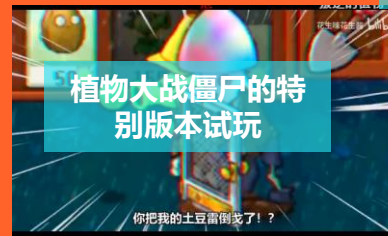


“冒昧问一句，你女朋友单身吗？”  
“细节满分”  
“各位直男们记住了吗”  
“我怀疑有人在我头顶按了监控”

“这样的男友去哪里领？”  
“母胎solo20年的我看得很开心”  
“老恋爱高手了”  
“可以带我一起和你们生活吗”

## 00后用户爱看笑点密集、真实搞笑的内容，槽点越多越好

游戏另类版本测评、搞笑内容剪辑中的幽默话术、整蛊内容中猝不及防的笑点来袭满足了00后用户的观看偏好。



情侣间整蛊内容



幽默搞笑作品中的用户评论

### 幽默搞笑

- ◆ 00后用户爱看**轻松、愉悦**的内容；
- ◆ 游戏测评、情侣档等内容中包含的**搞笑元素**，生活记录作品中包含的**整蛊元素**是00后用户的欢乐源泉。



“原本我在喝水，现在鼻子不想喝了”  
“祝你的电脑好运”  
“打开前没想到这么好笑”  
“如果是我我会换个星球生活”

“把完整版放出来吧”  
“笑不活了”  
“哈哈哈哈哈哈”  
“六路偷家太逗了”

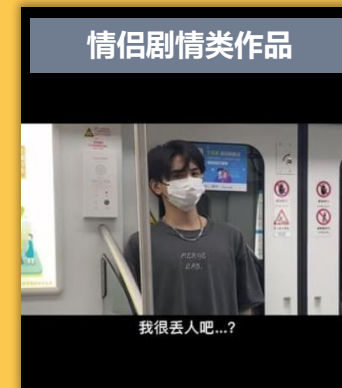
## 00后用户爱点赞好看有趣的内容，爱评论涉及情感类的内容

### 最爱点赞



- ◆ **美女帅哥类作品在抖音上的点赞量占比达59.1%：**
  - ◆ 纯欲风的舞蹈展示、换装及日常记录内容获得大量点赞
- ◆ **幽默搞笑类内容在B站上的点赞量占比达53.6%：**
  - ◆ 搞笑类内容点赞较多，内容包括整蛊片段、影视综搞笑集锦等

### 最爱评论



- ◆ **情感剧情类笔记在小红书上的评论量占比达75.3%：**
  - ◆ 相比日常记录内容，剧情类的情感内容评论量更多
- ◆ **情侣日常类作品在抖音上的评论量占比达44.5%：**
  - ◆ 情侣日常内容中，异性情侣的真实生活记录作品评论数量较多

## 00后用户在B站讨论生活日常，在微博回归校园社交圈

00后用户在抖音上偏爱对情侣日常记录作品进行互动；在快手上爱说土味情话；在微博上除了关注娱乐KOL、热搜之外，还会针对文化类、校园类等极具圈层性的内容进行讨论；在小红书上沟通和学习萌宠内容；在B站交流游戏杂谈、以及热门游戏博主的生活记录。

### 各平台00后热门互动内容

 抖音

颜值、情感、舞蹈

- 秀颜值博主
- 情侣博主搞笑日常

 快手

美女帅哥、情感

- 氛围感博主
- 情侣博主秀恩爱日常、土味情话

 微博

文化、校园

- 网文作家、作品相关
- 学校、社团相关内容

 bilibili

生活、游戏、动画

- 记录日常生活的Vlog
- 游戏解说/杂谈
- 动漫和番剧

 小红书

萌宠、情感

- 萌宠日常
- 恋爱短剧

## 00后用户群体内容消费代表性案例



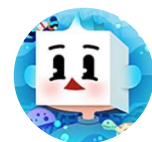
**@阿倩dd:**  
00后粉丝群体占比35.3%



内容领域：美女帅哥 粉丝量：154万+ 作品互动量：124万+

**帅哥美女类创作者，颜值高，  
作品以秀日常为主**

内容以舞蹈片段展示和换装为主，该博主的作品囊括了秀颜值、秀身材、秀日常，此类作品深受00后用户喜爱，引发大量点赞和评论



**@薄海纸鱼:**  
00后粉丝群体占比69.2%



内容领域：游戏 粉丝量：190万+ 作品播放量：427万+



科学家在监狱里做人体生物实验！但实验失败有人变异成巨



一款只有懂中文的人才能玩的游戏，外国人绝对不玩不明

**所推荐的游戏类型特别，专注于游戏解说**

作品内容是游戏讲解，UP主充分展示了游戏场景细节和玩法攻略，在游戏选择上较特别，涵盖多款小众游戏、文字游戏、猎奇游戏、微恐游戏等，引发00后用户的观看兴趣



## 00后用户群体内容消费代表性案例（续）



**@小五来了：**  
00后粉丝群体占比72.3%

小红书

内容领域：剧情、情感 粉丝量：47万+ 作品互动量：7.6万+

以第三人视角展现模范男友的特点，内容符合00后人群的内容消费兴趣

博主单人出境演绎情侣日常，剧情内容以展现“满分男友”的形象为主，比如，盘点恋爱中男生的加分细节、高情商对话合集等，高甜的恋爱类内容符合该粉丝人群的内容消费取向



话题贴合该用户人群的生活，引发粉丝热议

内容以校园生活为主，比如#在本市上大学的体验、#拿到录取通知书的感想、#普通大学生的开销等，贴近学生生活、且具有参考价值，引发00后粉丝的分享及讨论欲望



**@知名大学生：**  
00后粉丝群体占比55.8%



内容领域：幽默搞笑 粉丝量：628万+ 作品互动量：3.3万+

00后内容消费者

## “颜值即正义”

当其他人在聊三观时，00后只看五官

## 00后人群三大内容消费态度

颜值至上

- ◆ 可以没有内容，但不能没有颜值，00后是“颜粉”的主力军，爱看也爱点赞

欢乐喜剧人

- ◆ 爱看整蛊记录、游戏中的好玩操作等，用点赞表达对幽默搞笑内容的喜爱

“狗粮”党

- ◆ 钟爱嗑CP、看情侣秀恩爱，也爱用评论表达喜爱，别人的恋爱永远是最甜的



# 95后用户群体的内容消费行为分析

# 95后用户爱看专业技巧、专业知识讲解，科普就来硬核的

95后爱看边讲解边进行示范的作品，内容生动形象且便于学习和借鉴。



## 专业技巧/知识讲解

- ◆ 浅层娱乐不再是95后用户内容消费的唯一目的，他们对**知识**更加**渴望**；
- ◆ 95后用户更愿意学习**实操技能**，比如**游戏技巧讲解**、**专业赛事解说**，美妆护肤中改善面部的干货内容、**考试复习笔记**等。

### 专业技巧/知识讲解作品中的用户评论



- “请教一期修容可以吗”
- “单眼皮yyds”
- “祝大家早日上岸成功”
- “省了一笔整容钱”
- “求微笑唇教程”
- “博主企图在教会我”
- “众所周知XX战队主业拍电影”
- “UP主这波在大气层”

## 95后用户爱看不同风格的穿搭，熟记各类穿搭公式

### 时尚穿搭

- ◆ 95后用户爱看**一周穿搭挑战**、**卡点穿搭**、**情侣穿搭**等各类型穿搭分享内容；
- ◆ 95后人群正面临从校园到社会的**角色转换**，他们**有变化穿搭风格**的需求；此外，**追逐潮流时尚**也是关注穿搭的一个驱动因素。

作品中涉及的穿搭风格多样，穿搭博主们也各具特色，为95后人群提供了不同社交场合下穿衣示范。



网红踩雷单品的上身示范



微胖女孩的显瘦穿搭

穿起来会显得胯大腰圆的



不同风格的出街穿搭

### 时尚穿搭作品中的用户评论

“这套搭起来好看”  
“博主身材和我一模一样了”  
“求第二套衣服链接”  
“博主一天三套我三天一套”

“梨型身材女孩注意了，这套划重点”  
“太会买了吧”  
“给一下店铺链接”  
“衣服有了缺个人跟我拍卡点”



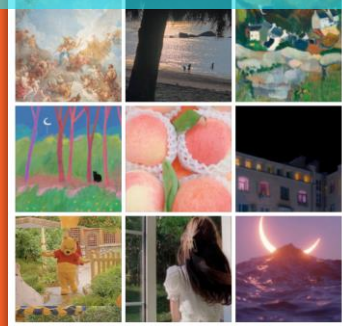
## 95后用户爱看旅行旅拍、摄影美图，带着仪式感去记录生活

### 旅拍、美图

- ◆ 95后用户喜欢看旅游/旅拍内容，他们乐于自我支配时间和精力去旅行及发展个人爱好，容易被旅拍、游记等内容种草；
- ◆ 95后用户重点关注**户外风光**的摄影美图、**壁纸集锦**内容。

热门旅拍、摄影美图内容形式包括MV风格的短视频、图片集锦等，其背景以自然风光为主。

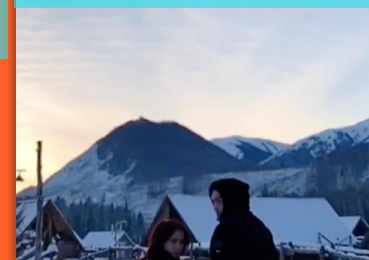
混搭风格高清壁纸集锦



旅拍合集，背景为山、河、草原等自然风光



雪山打卡、雪景旅拍



#### 旅拍、美图作品中的用户评论

“求滤镜修图教程”

“我也想拍这种”

“十分想去打卡了”

“超级适合做锁屏壁纸”

“氛围感拉满”

“好喜欢这种感觉”

“看到这个就很想去苗寨”

“早知道去三亚的时候这样拍了”

TOP-3

13%

涉及该类内容占比

数据来源：克劳锐指数研究院  
数据周期：截至2021年7月31日

数据说明：内容占比根据五大内容平台中95后粉丝占比TOP-500账号的热门作品数据计算得出  
计算方式：内容占比=综合各平台当月热门作品中涉及该类内容的作品占比

# 95后用户爱点赞有干货的内容，爱评论有个性、有真情实感的内容

## 最爱点赞



- ◆ 游戏技巧讲解视频在B站上的点赞量占比达79.8%：
  - ◆ 游戏技巧讲解作品以大量教学内容获得高点赞
- ◆ P图/拍照教学笔记在小红书上的点赞量占比达31.6%：
  - ◆ 拍照姿势教学、美图APP分享、P图等技巧干货内容获得大量点赞

## 最爱评论



- ◆ 两性相关内容在抖音上的评论量占比达55.8%：
  - ◆ 探讨婚姻问题及情感问题的内容产生大量评论
- ◆ 奇葩类测评笔记在小红书上的评论量占比达39.5%：
  - ◆ 拔草类测评比种草类测评更能够吸引95后

## 95后用户在B站对着鬼畜剪辑发出“感叹”，在小红书Mark干货知识

95后用户群体在抖音探讨情感问题；在快手上收集萌娃表情包、看戏精日常；在微博上讨论影视综中明星及素人的日常、欣赏时尚美图；在B站学习游戏技巧、看鬼畜剪辑、学时尚穿搭；在小红书参考学霸考试笔记、学习美妆护肤干货。

### 各平台95后热门互动内容

 抖音

美女帅哥、情感、幽默搞笑

- 情感问题、情侣博主秀日常
- 热门舞蹈跟拍
- 游戏吸睛操作剪辑

 快手

萌娃、日常记录

- 萌娃日常段子、萌娃表情包
- “戏精”类的日常分享内容

 微博

影视综、摄影美图

- 影视综相关作品中明星及素人的日常分享
- 壁纸、摄影美图等

 bilibili

游戏、鬼畜、时尚

- 端游的技巧讲解、攻略解说
- 动漫作品二创、鬼畜剪辑作品、时尚穿搭教学

 小红书

美妆护肤、时尚、教育

- 美妆护肤知识、测评等内容
- 成人考试、资格证考试等备考笔记



## 95后用户内容消费代表性案例



**@杂乱无章:**  
95后粉丝群体占比52.5%



内容领域：动漫、情感 粉丝量：517万+ 作品互动量：206万+

**2D漫画改动画，以极具真实感  
的情感故事打动用户**

作品特点是把漫画中的片段连接，配上旁白后将漫画变为动画，作品中大量探讨婚恋的主题受95后用户喜爱，引发关注和点赞



**@上单老祖:**  
95后粉丝群体占比72.0%



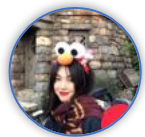
内容领域：游戏 粉丝量：73万+ 作品播放量：164万+

**专注讲解一个游戏，话风搞笑**

UP主专攻英雄联盟端游的上单位置打法讲解，从不同角度切入讲解游戏，比如，如何给队友安全感、不同英雄的详解等，剪辑有趣，画风搞笑



## 95后用户内容消费代表性案例（续）



**@陈呐喊lyn:**  
95后粉丝群体占比66.5%

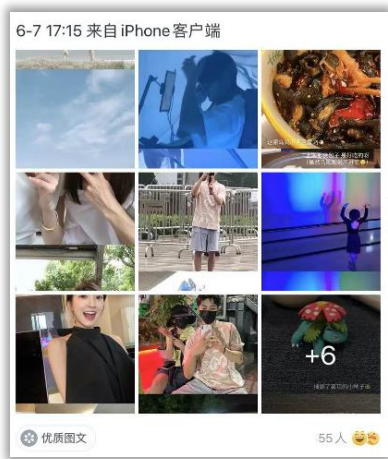
小红书

改善眼睛部位的干货教学，直击需求痛点

作品内容是单眼皮女生的变美方法，精准定位了想要改善眼部周围观感又崇尚自然美的用户人群。



内容领域：美妆护肤 粉丝量：67万+ 作品互动量：8.1万+



生活碎片记录，时尚是一种感觉和态度

内容是记录生活日常的图文和Vlog，这位时尚博主的风格十分随性，不刻意追求时尚的态度受用户认可，引发点赞



**@：杨凯雯rr**  
95后粉丝群体占比57.6%



内容领域：时尚 粉丝量：224万+ 作品互动量：5.1万+

## 95后内容消费者

## “拒绝一成不变的生活”

风格在变、妆容在变、P图技巧也要变

## 95后人群三大内容消费态度

## 时尚青年

- ◆ 爱看断舍离、云开箱，乐于尝试不同穿搭且风格多变
- ◆ 爱看旅拍、摄影美图、种草小众打卡地

## 婚恋观重塑

- ◆ 对讨论两性的内容有极高的互动欲望
- ◆ 乐于表达对恋爱观、婚姻观的看法

## 电竞社交

- ◆ 在B站上看技巧详解、在抖音上看赛事集锦、在微博给战队打call
- ◆ 电竞已成为新的社交方式，95后爱看更爱点赞





# 85/90后用户群体的内容消费行为分析

## 85/90后用户爱看育儿类内容，关注自身的实际需求

### 母婴亲子

- ◆ 85/90后用户作为**新晋宝妈宝爸**，他们**需要同龄人、以及专业人士分享的育儿知识**；
- ◆ 85/90后从母婴育儿类内容中获得了科学带娃的**参考答案及建议**

产品分享、饮食类教程、产后焦虑缓解、二胎政策等是85/90后用户关注的热门内容。

科普小孩窝沟封闭



16款宝藏App



好用育儿APP分享

专业育婴师分享如何陪孩子



宝妈分享婴幼儿辅食小知识



母婴亲子作品中的用户评论

TOP-1  
28%  
涉及该类内容占比

“身体力行是对孩子最大的影响”  
“今天还在想咋办呢，解决方法就来了”  
“正在犹豫生不生二胎”  
“女孩在乎爱，男孩在乎尊重”

“作为儿童口腔医生，觉得你的科普最到位、最简洁”  
“太及时雨啦”  
“研究表明，宝宝就是对叠词感兴趣呀”

## 85/90后用户爱看90年代影视剧的讲解、音乐串烧，怀旧流行

### 影剧综讲解

- ◆ 85/90后人群爱看20世纪末、21世纪初的**影视剧作品讲解、影视剧二创、金曲盘点**等；
- ◆ 这些影视作品是85/90后人群生活成长中经历过的经典，他们在看剪辑、讲解作品时会**激发回忆、产生情感共鸣**以及**时代认同感**。

热门影视综的解说多围绕高分老片展开，新剧出现频率较低，还包括怀旧金曲盘点等。

早期经典香港电影、电视剧作品的解说

世纪初金曲盘点  
热门歌曲串烧

那些传唱度过亿的神曲

影视综讲解作品中的用户评论

“小伙伴们都来追剧”

“最爱的港剧”

“当年没看懂的现在懂了”

“不出意外十年之后还是这些作品”

“从现在开始全体起立，不用坐下”

“重温经典”

“我可以再看亿遍”

“演技炸裂”

TOP-2

23%

涉及该类内容占比

数据来源：克劳锐指数研究院

数据周期：截至2021年7月31日

数据说明：内容占比根据五大内容平台中85/90后粉丝占比TOP-500账号的热门作品数据计算得出

计算方式：内容占比=综合各平台当月热门作品中涉及该类内容的作品占比

## 85/90后用户爱看真实的生活记录内容，享受生活

生活记录、生活百科、家居家装等生活类内容中真实感性的情感流露以及实用的技巧受到85/90后人群喜爱。



### 生活记录作品中的用户评论

## 生活

- ◆ 85/90后喜欢的生活类内容，该类内容**贴近普通人的日常**，能够从中获得对生活的启迪，也能够获取**生活技能**的增长。

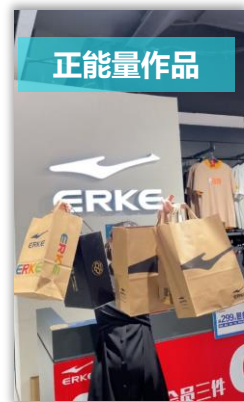


“后悔当初没有记录下这些”  
“真心建议B站开个结婚区”  
“北漂报道”  
“是生活该有的样子”

“带入感极强”  
“这样的家我愿意996做家务”  
“我已坚持，谢谢你”  
“投来羡慕的目光”

## 85/90后用户爱点赞有干货、正能量的内容，爱评论有情怀、有参考价值的内容

### 最爱点赞



- ◆ 母婴育儿笔记在小红书上的点赞量占比达85.9%：
  - ◆ 生动且专业的育儿经验分享点赞数较高
- ◆ 正能量作品在抖音上的点赞量占比达38.1%：
  - ◆ 结合新闻时事与热点，并且激发用户的爱国情怀，获得高点赞量

### 最爱评论



- ◆ 旅游攻略笔记在小红书上的评论量占比达74.4%：
  - ◆ 疫情过后国内旅游行业开始复苏，热门景点的攻略激发用户的讨论欲望
- ◆ 影视综解说在B站上的评论量占比达59.3%：
  - ◆ 经典影视综作品二创在B站上欢迎度高，影视解说内容获得高评论量



## 85/90后用户在小红书上学习育儿经，在B站讨论影音类内容

85/90后用户群体在抖音偏爱时尚穿搭类、在快手上偏爱搞笑短剧；在小红书上学习母婴育儿知识；在微博上看科技资讯、美妆护肤测评和教学；在B站上讨论影音类内容。

### 各平台85/90后热门互动内容

 抖音

美食饮品、时尚、汽车

- 美食饮品类包括探店、家庭自制美食教程
- 汽车内容中包括驾驶注意事项、以及资讯等内容

 快手

幽默搞笑、生活记录、美食

- 搞笑类短剧、家常菜教程、吃播等内容受该用户人群喜爱

 微博

科技、美妆护肤

- 科技内容聚焦数码3C类产品分享
- 护肤产品测评、美妆教学、仿妆内容热门

 bilibili

影视综、音乐

- 影视综内容包括电影点评、电影盘点、剧情讲解等

 小红书

母婴亲子

- 85后/90后把小红书当成讨论母婴产品、婚育经验、育儿经验的主要交流阵地

## 85/90后用户内容消费代表性案例



**@德善在北漂：**  
85/90后粉丝群体占比46.3%



内容领域：美食饮品 粉丝量：140万+ 作品互动量：2.9万+



**不只有美食，情侣北漂生活记录，烟火气十足**

以一日三餐的制作过程作为北漂生活记录的重点，画面简单，有大量旁白，真实且接地气，受85/90后用户喜爱



**@电影最TOP：**  
85/90后粉丝群体占比32.1%



内容领域：影视综 粉丝量：382万+ 作品播放量：18万+



**高能神作讲解，带着用户一起回顾影视综中的高光时刻**

不同于大部分短视频博主片段剪切式的影视解说，这位UP主的单集长度在30分钟左右，解说内容专业具体，带领用户一起回顾经典高分作品

## 85/90后用户内容消费代表性案例 (续)



**@育婴师安安米琪：**  
**85/90后粉丝群体占比70.0%**

小红书

三胎妈妈及育婴师身份权威性加持，内  
容体现其专业度

博主的三胎育儿经验增加了内容的广度，加  
上专业育儿师的身份、以及科普时孩子的出  
镜，让用户产生信任感



内容领域：母婴 粉丝量：215万+ 作品互动量：1.7万+



从功能出发，美妆产品全面测评

内容以图文形式的美妆及护肤产品的功  
效介绍、测评、试色为主，从平价产品  
到贵妇品牌都有涵盖



**@胡宇宣：**  
**85/90后粉丝群体占比53.1%**



内容领域：美妆 粉丝量：400万+ 作品互动量：2.7万+

85/90后内容消费者

## “花钱买确定性”

曾经攒钱买皮肤、如今赚钱买奶粉



## 85/90后人群三大内容消费态

经验主义

- ◆ 钟爱看买家秀、专业人士分享等
- ◆ 并且乐于点赞和分享生活经验

崇拜经典

- ◆ 爱看经典影视剧作品、爱听经典老歌，乐于观看和评论

新爱国青年

- ◆ 既接受和欣赏异国文化，同时又有强烈的民族自豪感，理性爱国，乐于观看点赞正能量内容



# 年轻用户群体的内容消费特征是什么样的？

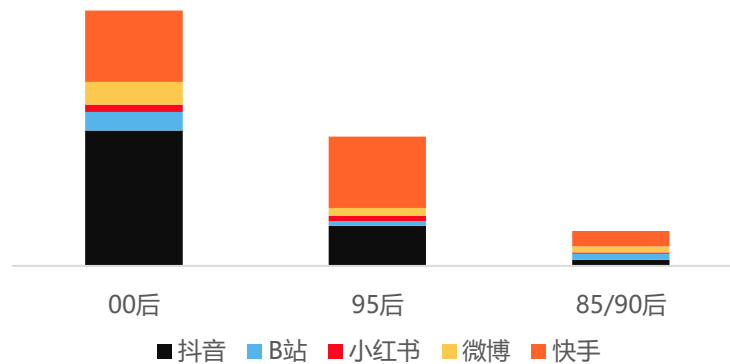
## 年轻用户群体重点内容消费跨平台对比

	00后	95后	85/90后
抖音	纯欲风颜值博主、 情侣的搞笑日常	两性婚恋观、 热门舞蹈跟拍	实用穿搭教程、 家常美食教程
快手	土味情话语录、 情侣秀恩爱	萌娃表情包、 “戏精”博主日常	自制美食教程、 大胃王吃播
微博	娱乐KOL、网文相关 学校、社团等校园内容	热门影视综作品相关 时尚记录	数码3C产品 美妆测评和仿妆
小红书	情感类撒狗粮剧情、 萌宠日常	美妆/P图教程、时尚穿搭、 备考笔记	婴幼儿的育儿知识、 旅游攻略
bilibili	生活记实vlog、番剧、 游戏测评、杂谈	鬼畜视频、时尚穿搭教学、 热门端游技巧教学	专业详细的影视剧讲解、 电台形式的热门歌曲串烧

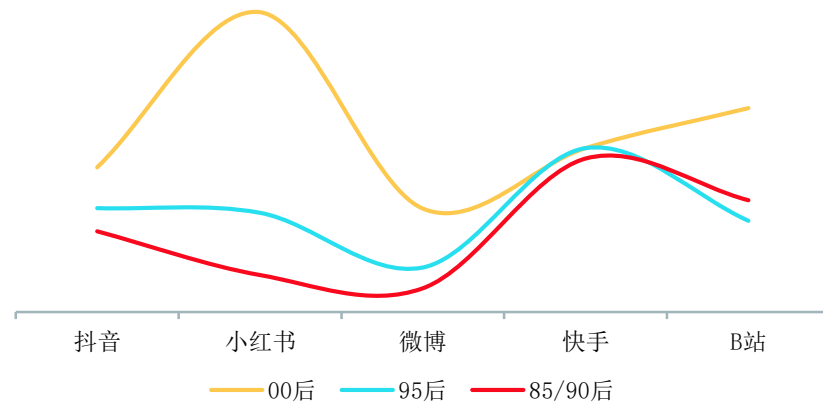
## 年轻用户群体内容互动偏好： 00后爱互动爱点赞，85/90后 更想通过评论表达自己

- ◆ **00后更爱互动**：00后不吝啬于表达对内容的喜爱，乐于点赞、评论，该用户人群的在各内容平台的互动总量最高，在小红书平台的点赞明显多于评论
- ◆ **95后的内容互动较均衡**：95后的内容互动总量适中，点赞和评论无明显突出表现，快手平台上的点赞高于评论的情况最突出
- ◆ **85/90后互动更“理性”**：85/90后在各平台上普遍互动低，乐于对干货内容、正能量内容进行评论，倾向以评论的方式进行深度互动

各年龄段用户互动总量对比



各年龄段用户在不同内容平台上的赞评比



## 00后渴望填补亲密关系空缺，95后追求圈层认同与个性创意，85/90后需要获取经验知识

00后

内容需求：娱乐主导、获得精神归属感、填补亲密关系空缺

- ◆ 偏爱娱乐：相比实际内容更注重感官体验和个人感受
- ◆ 需要情感共鸣：渴望建立情感链接以及在他人身上获得情感共鸣

95后

内容需求：提升自我价值、满足小众兴趣需求、人设标签有特色

- ◆ 文化自信：认同自身文化、以及小众圈层，专注于发展业余爱好
- ◆ 追求个性化：不满足常规内容，寻求创意及个性化表达

85/90后

内容需求：快速获取经验知识、获得社交资产、寻求情感认同

- ◆ 实用导向：获取与生活和家庭相关的功能性资讯及经验，向往美好生活
- ◆ 注重情绪性表达：关注正能量内容、经典影视内容，具有时代认同感



# 克劳锐发现：吸引年轻圈层内容消费者的内容创作特点

## 00后内容消费者

视觉冲击感强烈  
有创意性趣味性  
要真情实感



## 95后内容消费者

角度猎奇  
制作精良  
有稀缺性知识



## 85/90后内容消费者

有观点输出  
有社会热点  
贴近生活、需求落地



# LEGAL STATEMENT

## 法律声明

克劳锐指数研究院

### 版权声明

本数据报告为克劳锐制作完成，报告中所有的内容，包括但不限于文字、图片、图表、标识、商标等均属克劳锐所有，并受相关商标及著作权的法律保护，部分文字和图片来源于公共信息，所有权归原著者所有。

未经本公司（克劳锐）书面授权，任何组织和个人不得以任何形式复制、转载、修改、重制本报告部分或全部内容。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》及相关法律、公约的规定，属于侵犯克劳锐版权的行为。一经发现，克劳锐将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

### 免责条款

本报告行业数据及相关市场监测主要来源于公司研究人员案头研究、行业访谈、市场调查、及其他研究方法与克劳锐监测产品数据、统计预测模型结合所得；受调研方法、调研范围、调研样本的限制，该报告中所涉及数据仅代表调研周期内调研对象的基本情况，仅服务于本报告撰写周期内的调研目的，所涉及的企业数据、样本分析结果仅为市场和用户提供基本参考，克劳锐对该报告的数据和观点不承担法律责任。

# 克劳锐 立足数据 服务自媒体生态

## 全球领先自媒体价值排行及版权经济管理机构

提供专业自媒体大数据价值评估体系、多维度商业价值判定、深度行业观察报告及高效的版权经济管理等一站式综合服务。



克劳锐小助手



克劳锐官方微信



克劳锐指数小程序

克劳锐官网（获取更多报告）：[www.topklout.com](http://www.topklout.com)

克劳锐指数研究院邮箱（报告合作需求）：[research@topklout.com](mailto:research@topklout.com)

更多需求请联系克劳锐小助手！

## 克劳锐核心业务

### 自媒体价值排行

自媒体榜单覆盖28大垂直行业，品牌榜单覆盖8大行业，合作榜单20多家企业单位。

### 行业洞察报告

行业报告年产出百余份，为新媒体从业者梳理行业规则、树立行业标杆。成为自媒体人生存发展必备的参考资料。

### 版权经济管理

上千位自媒体人版权签约，成功为自媒体人提供版权监测，维权诉讼，版权交易等全方位服务。

### 新媒体生态圈活动

新媒体行业峰会论坛，从自媒体人到品牌，全力搭建新媒体商业交流及资讯探讨平台。

### 自媒体“奥斯卡” TOPKLOUT AWARDS

一年一度新媒体界颁奖盛典，千人峰会荟聚内容行业TOP人物，百大奖项见证自媒体人年度荣耀。

TOPKLOUT.COM

自媒体价值排行及版权经纪管理 | 克劳锐

THANKS!

2021.09

August

克劳锐出品

