

00后来袭

《腾讯00后研究报告》

00后来袭!

他们是开启新纪元的一代，随着第一批00后步入成年，属于他们的新世界也即将开启。

在这份报告中，我们想为你揭示身为“独生二代”、“与互联网共同成长一代”的00后们独特的价值观和消费观念。

腾讯社交洞察携手腾讯用户研究与体验设计部（CDC），通过专家访谈、深度访谈、生活记录、问卷调查等多层次调研，旨在于第一批00后成年之际，为他们带来一份名为“关注”的成人礼物，带来更有看点、更有价值的00后群体实录。

研究框架与主要结论

消费态度

向往专注且有信念的品牌和偶像

愿意为自己的兴趣付费

在自己能力范围内消费

内容=社交工具

KOL影响力降低

国产品牌不比国外品牌差

价值观

懂即自我

以对某领域的深刻见解和成果来定义自我

现实

积极获取资源来发展自己的领域

包容

接受同伴跟自己之间的差异

适应

知道对什么人要展现什么形象

平等

跟任何人的对话方式都是一样的

关怀

关心自己所在的群体

成长环境

阶层流动性降低

物质生活优越

移动互联网和内容大爆发

独享父母的爱

课业负担更重

家校管教更民主

研究使用理论 - 社会化理论

社会化(socialization)是人在特定的社会环境中，发展出价值观，致其行为和态度能够适应社会并积极作用于社会的过程。

人一出生是一个
独立的个体



成长时受到
社会环境的影响



发展出价值观
以融入社会



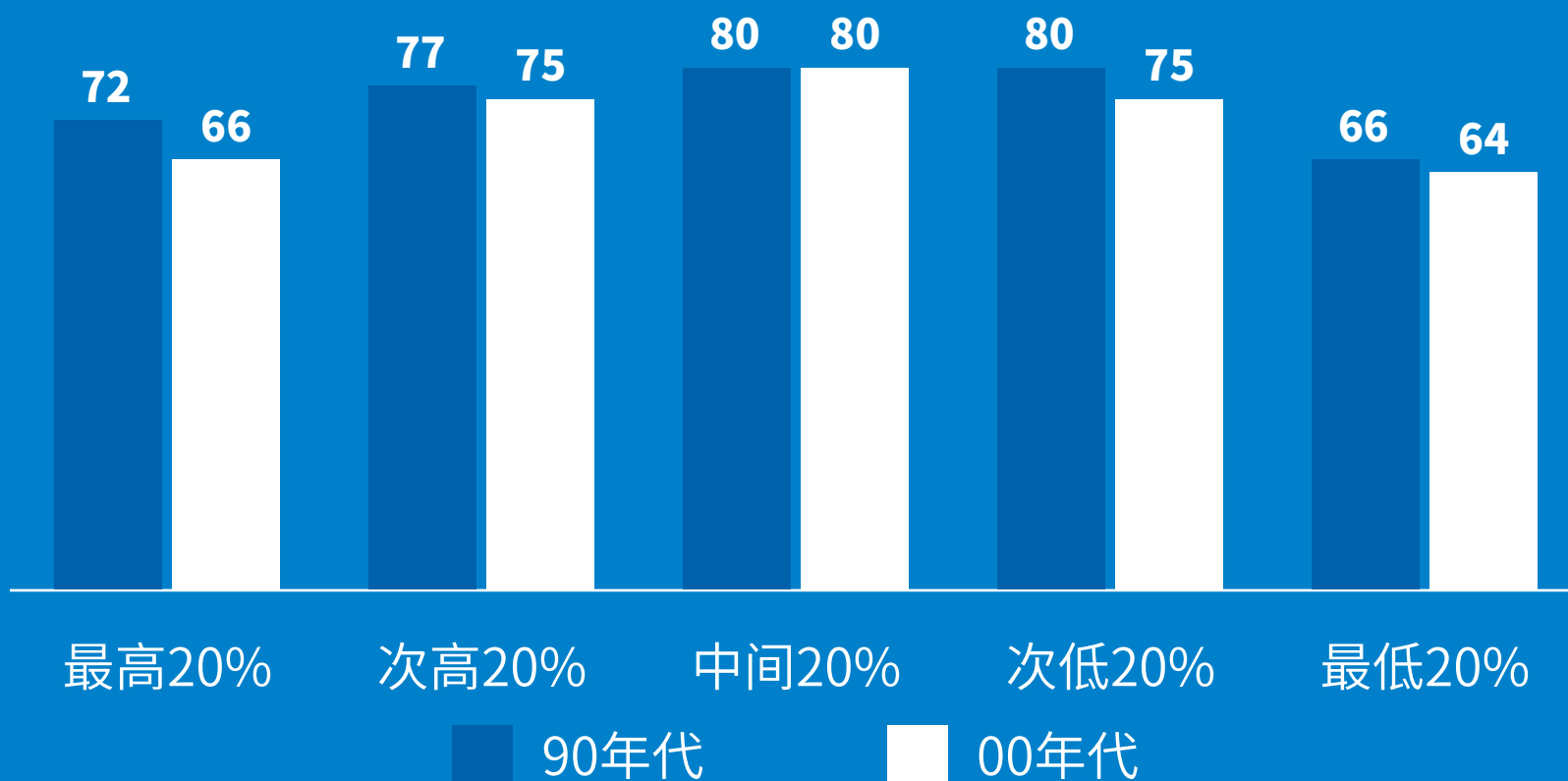


00后的成长背景

社会环境 阶层流动性降低

- 从90到00年代，中国社会流动性在大部分收入阶层都出现下降
- 收入阶层越来越固化

90和00年代不同收入阶层的流动性指数



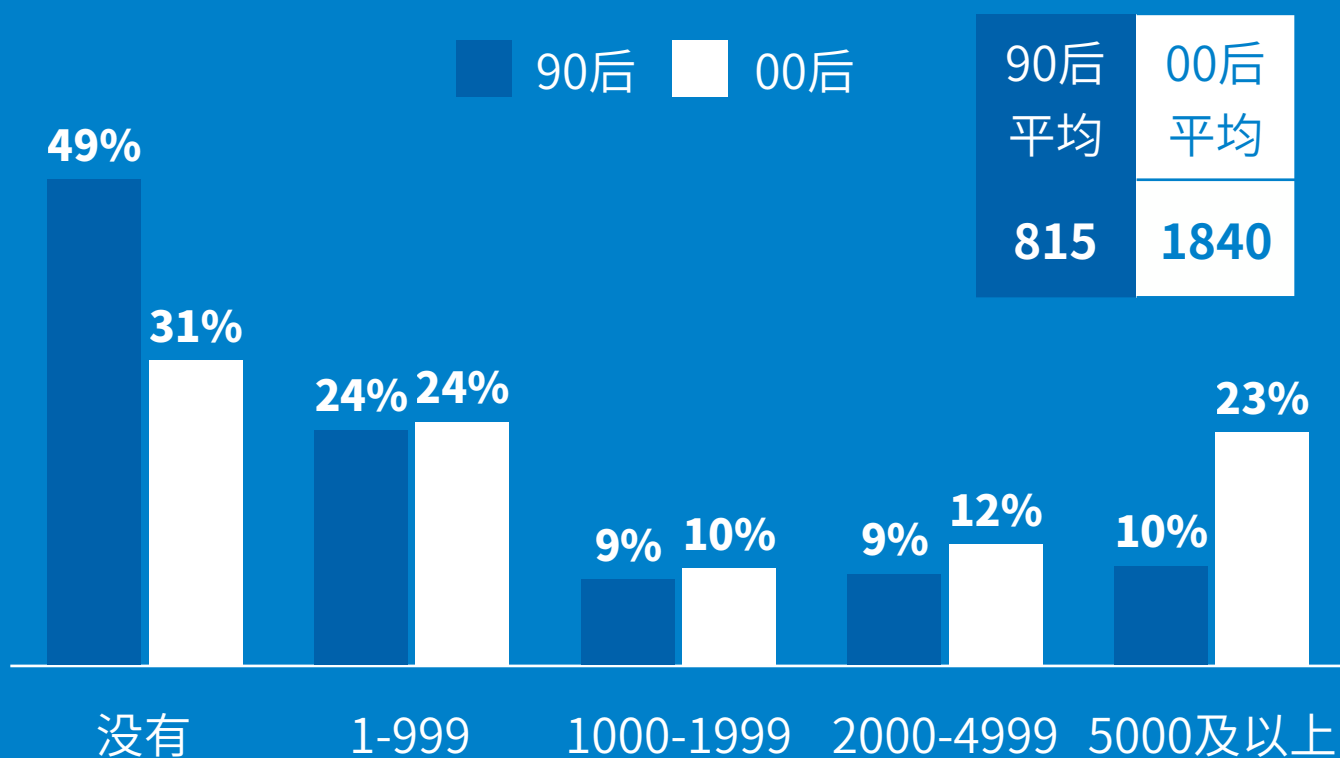
数据来源：中国的流动性 (Frank A. Cowell, 伦敦政治经济学院)

备注：流动性指数越小，一个阶层转到另一个阶层的难度越大

社会环境 物质生活优越

- 00后的存款约为90后同年龄段时的3倍，90后在同年龄段时的平均存款约815元，00后平均存款约1840元
- 00后的家庭收入更高，他们当中的更多人从小拥有走出国门看世界的机会
- 他们除了有更高的消费力，还有更大的财务自主权，有更多机会自己做决定

存款金额（元）



00后到访过的国家TGI*



数据来源：“从90后到00后：中国少年儿童发展状况调查报告”，《中国青年研究》，2017年2月版

*TGI指数=目标人群的标签占比/大盘用户的标签占比X 100。TGI低于100代表该类用户拥有某特征的占比低于活跃大盘用户，高于100则代表高于活跃大盘。

科技环境

移动互联网和内容大爆发

- 中学是价值观形成的重要时期，00后中学时期是手机上网时代
- 众多社交平台在这一时间段出现，比起90后所在的PC时代，上网时间更多，内容更丰富

● 90后中学时代 ● 00后中学时代

2002

2012

PC时代

通过个人电脑进行本地局域网共享的时代

网络时代

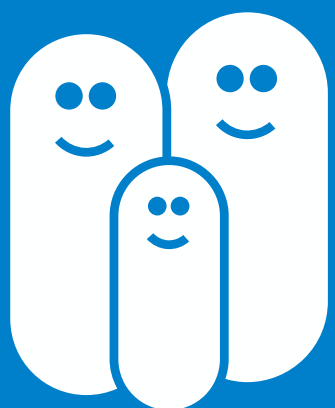
通过互联网作为媒介连接各方面信息的时代

移动互联网与社交媒体时代

结合移动通信与互联网
基于用户关系的内容生产与交换
用移动端联接互联网的时代

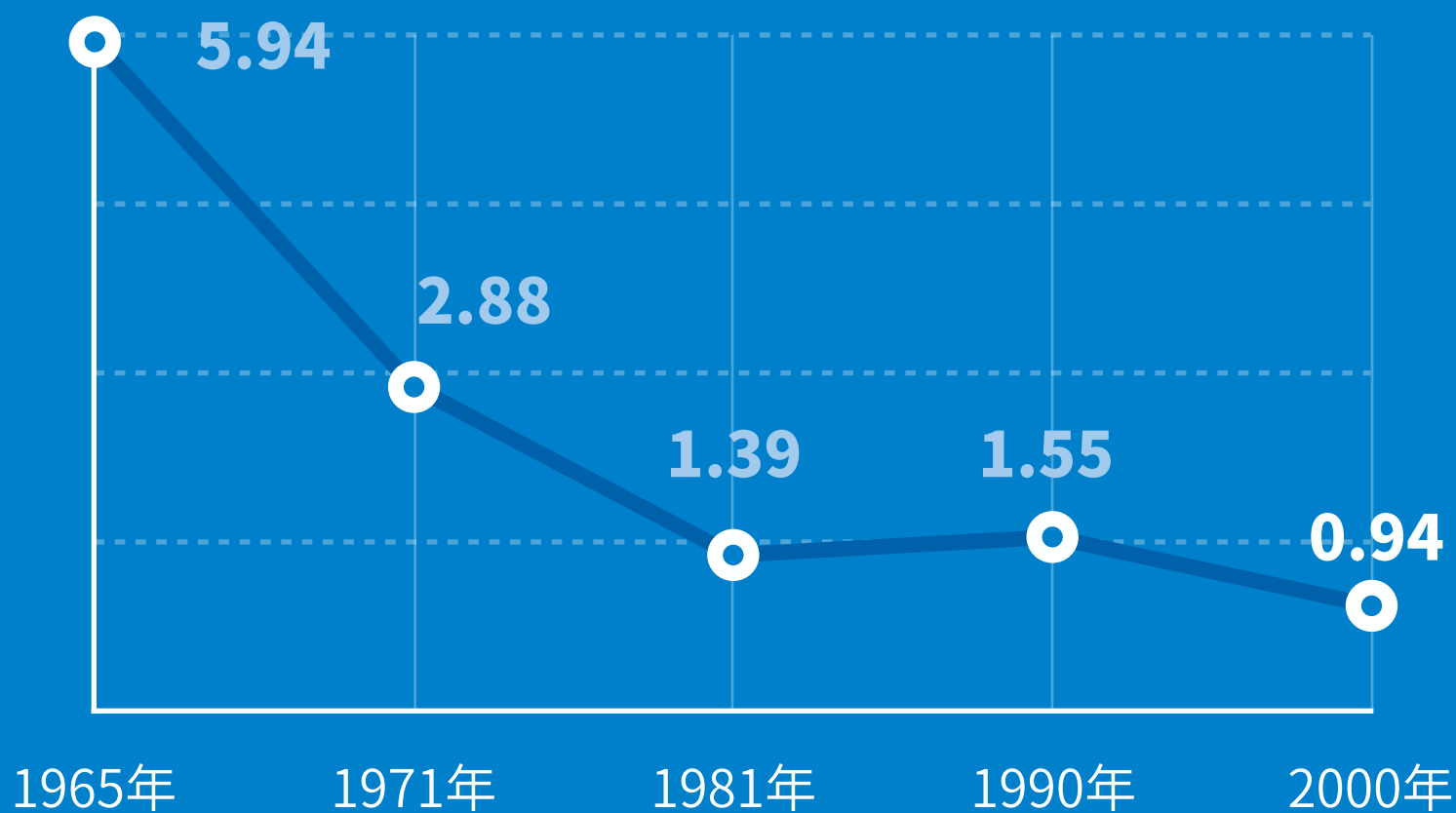
家校环境 独享父母的爱

- 00后这一代平均每户子女个数低于1
- 他们不用像80或90后那样跟兄弟姐妹瓜分父母的爱和资源



中国城市家庭
生育子女个数变迁

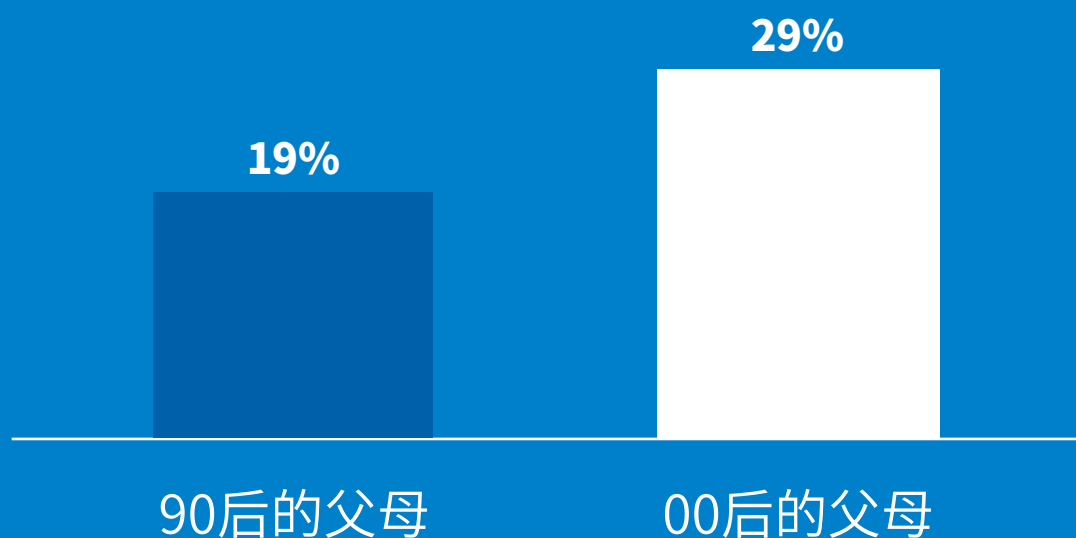
子女数量 (个)



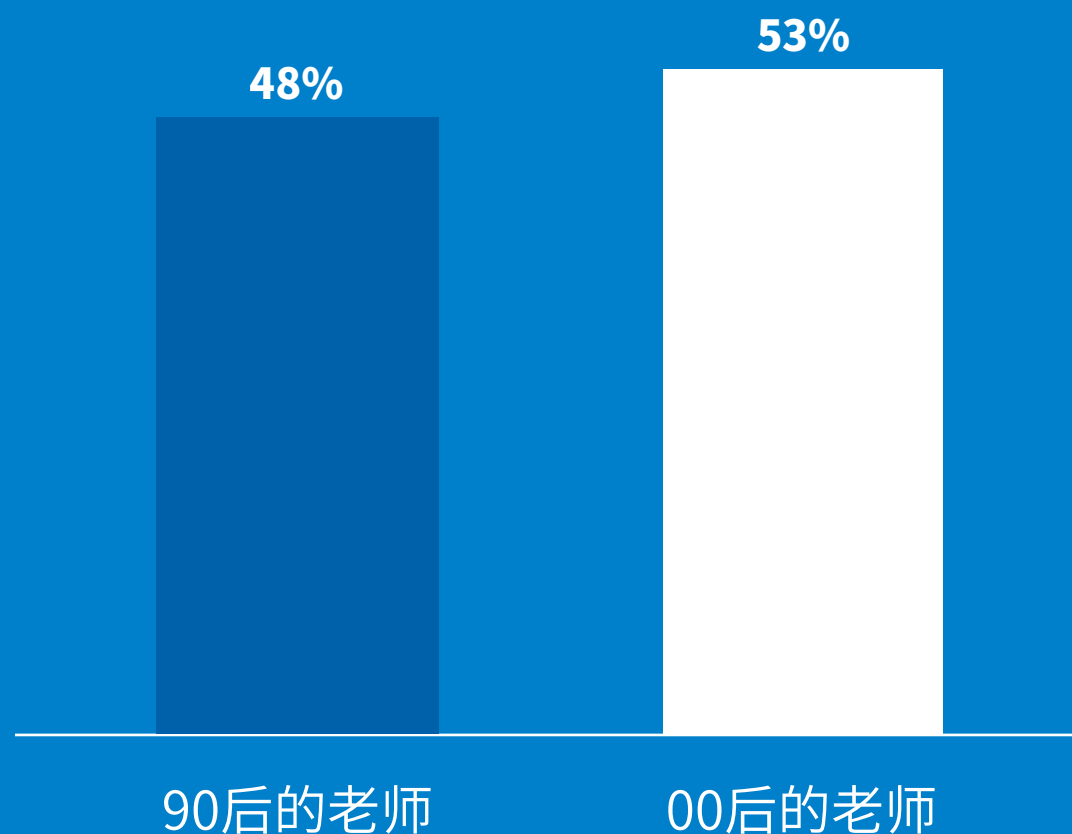
家校环境 家校管教更民主

- 愿意听子女意见的00后的父母比例较90后多10%
- 而允许学生辩解的00后的老师占比也较90后的增加5%
- 无论是在家里或学校，00后都有更多的发声机会

愿意听孩子意见的父母占比



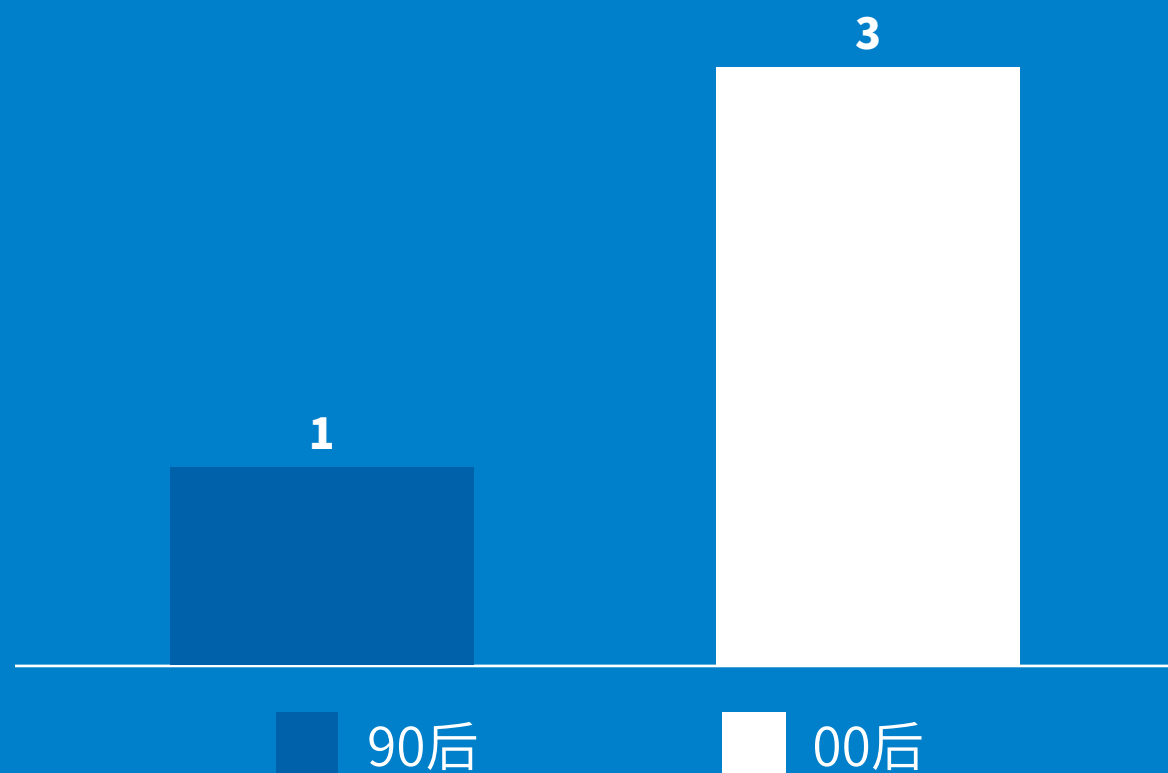
允许学生辩解的老师占比



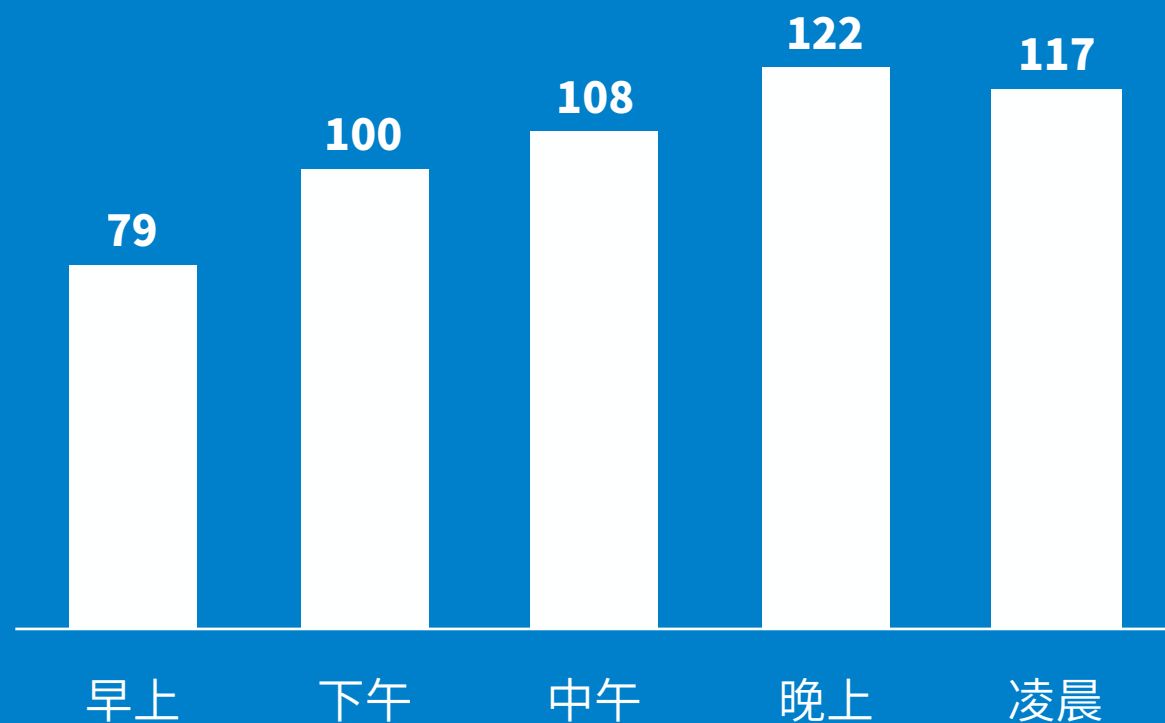
家校环境 课业负担更重

- 00后参加课外班的时间达到90后的3倍
- 他们的课业压力更重，以至于娱乐时间被集中压缩在了晚上和凌晨

平均课外班的时间（小时）



00后听音乐时间段TGI*



数据来源：“从90后到00后：中国少年儿童发展状况调查报告”，《中国青年研究》，2017年2月版；腾讯社交洞察

*TGI指数=目标人群的标签占比/大盘用户的标签占比X 100。TGI低于100代表该类用户拥有某特征的占比低于活跃大盘用户，高于100则代表高于活跃大盘

00后的六大价值观

懂即自我

对己

平等

现实

对事

包容

对人

关怀

对社会

适应

懂即自我

以对某领域的深刻见解和成果来定义自我

价值观

懂即自我

行为反应

高效地发现
并学习兴趣领域

早早地认识自我

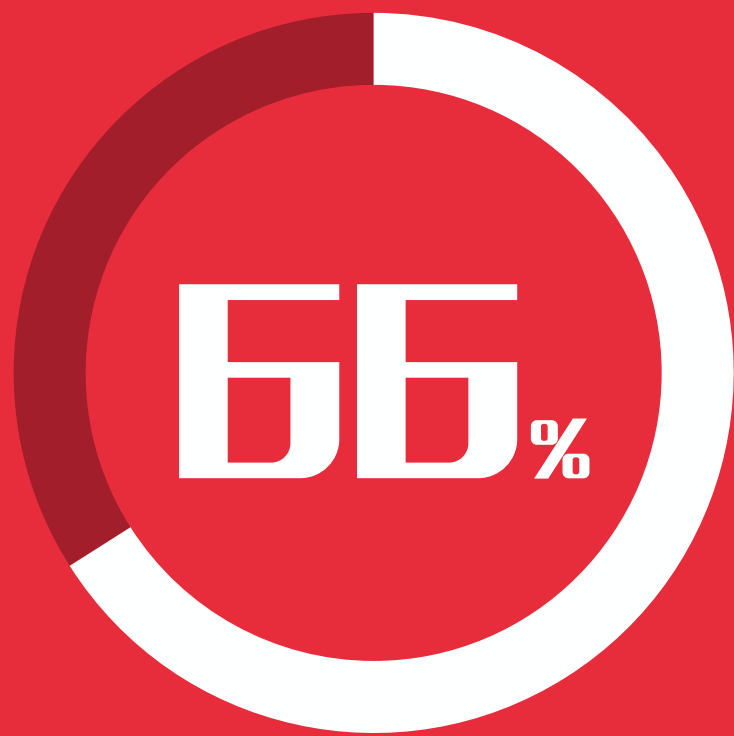
成长背景

移动和互联网
和内容大爆发

物质生活优越

早早地认知自我

- 66%的00后表示“有很多决定都是我自己做的”
- 他们有更多的财务自主，习惯自己做决定，对自我的认知强
- 而且他们高效地尝试多种兴趣，能早早地认定自身所长



有很多决定都是我自己做的

我还有一项爱好是花式篮球，上个学期，我进入学校的花式篮球队，跟学校去美国那边交流，我就觉得这个花式篮球，就特别酷，而且又能加强体力，不过花式篮球我是没怎么坚持下来的，因为花式篮球的话，我本来在这方面没什么天赋，我全部都是在电脑上面的天赋，我就把花式篮球放弃了，继续编程。

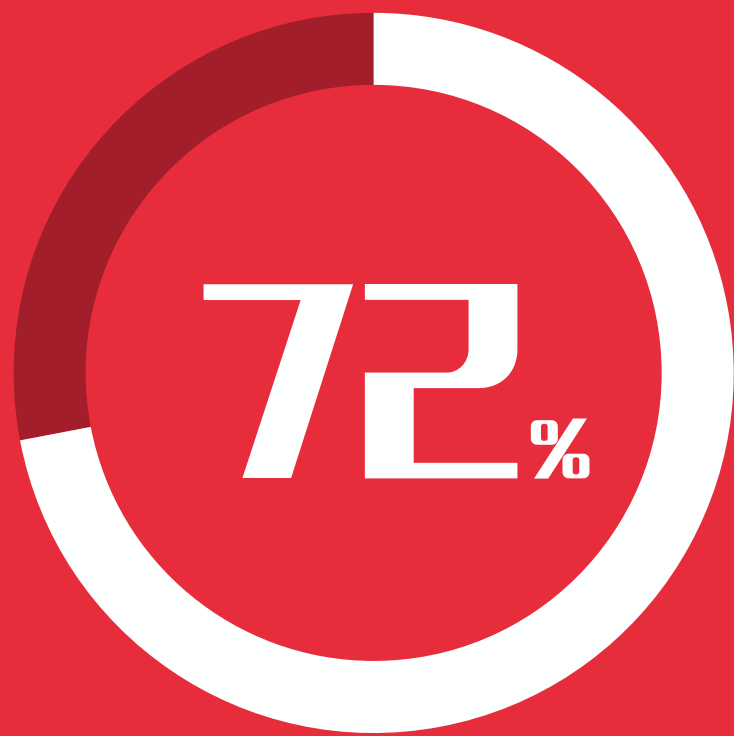
——北京，男，小学六年级，国际学校

我觉得自己篮球和足球可能打得不是那么好，所以会把更多的时间分配给乒乓球，就是说，我自己擅长的东西更愿意去做。篮球和足球的话，和同学、朋友一起玩就行了，就没有说一定要打到非常的好。

——成都，男，初一，重点学校

领域的深度更能代表自己

- 移动互联网让这一代人能高效地尝试不同领域，领域的广度不再稀奇
- 他们倾向以领域的知识深度，甚至是创造，来代表自己
- 72%表示“个人在某领域的深刻见解和成果更能代表自己”



比起消费和事业
个人在某领域的深刻见解
和成果更能代表自己

我平时爱好就是看看小说，写写小说。因为毕竟不可能是每个作者写出来东西你都是完完全全喜欢的，就像你喜欢一本小说，你不可能每个情节都十分喜欢，有些时候，你想构建自己中间的世界，想把自己心中的世界表现出来，就构建成了一本小说的世界。

——成都，女，初三，普通学校

我喜欢一个唱见的主播，也做游戏，叫迷路的牙刷，我给他刷了一年，刷了好几万，从他500粉到现在17万，一点点看着长大的；当时做粉丝视频剪了3天。熬夜剪的。一张张对，找配乐，把图片转换卡在音乐的点上，要对上说的话，还有音轨，还有一些特效，要一张张插...他就是我一手养大的。

——北京，女，高二，职业中学

现实

积极获取资源来发展自己的领域

价值观

现实

行为反应

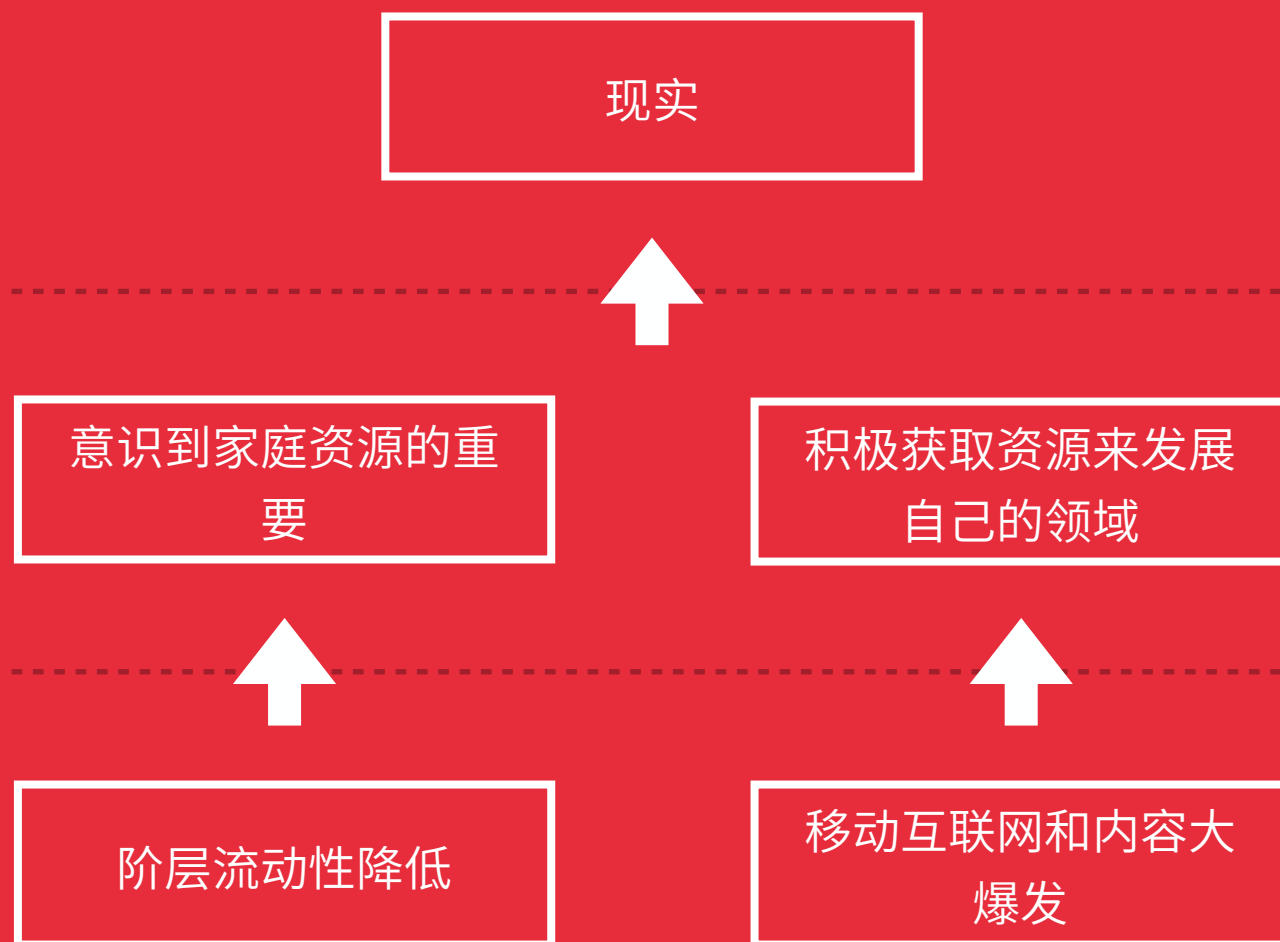
意识到家庭资源的重要

积极获取资源来发展自己的领域

成长背景

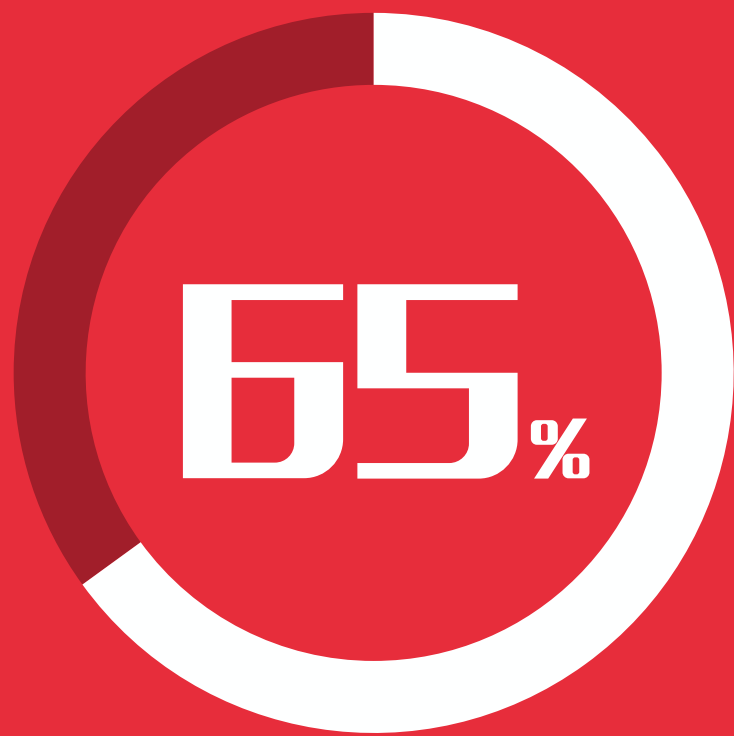
阶层流动性降低

移动互联网和内容大爆发



意识到家庭资源的重要

- 00后意识到原生家庭资源决定了自己的发展
- 他们不羞于利用家庭资源去发展自己的兴趣



我知道家庭资源是
未来发展的重要因素

大家应该都知道微软设计了一款软件叫做CSDN，它就是个人工智能软件，我就很喜欢研究这种智能人工软件，钢铁侠用的贾维斯，然后就是说，来研究它们这些编程是怎么编出来的。平时的话呢，作业写完了，就会跟着我们公司IT部门的那些人，在那编程，有的时候还自己编程一些游戏什么的。

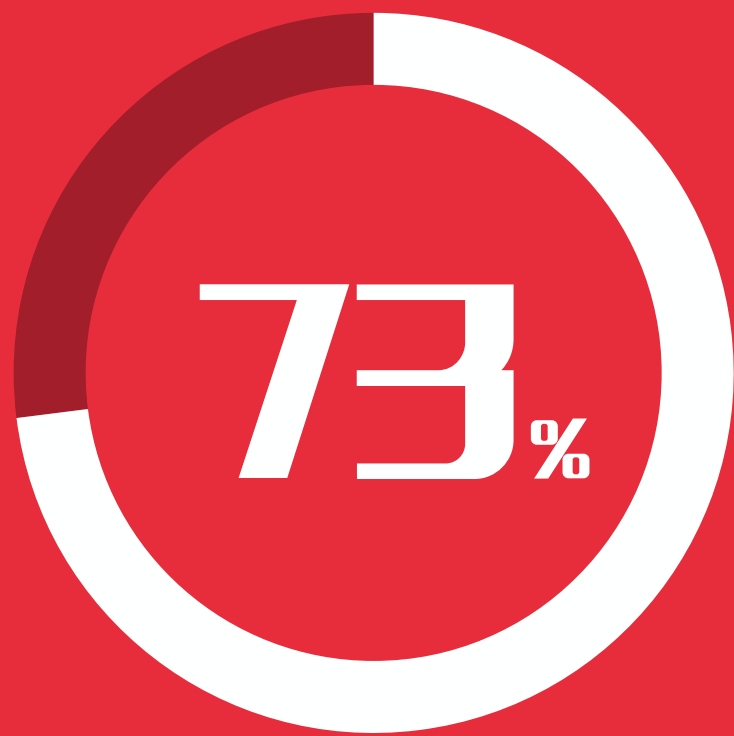
——北京，男，小学六年级，国际学校

我们喜欢吃西餐，学的也是这个，我以后可以开一家店，家里面给一点资金，也算是做生意。我自己可以偶尔去做做饭。

——北京，男，高二，职业中学

积极获取资源 来发展自己的领域

- 就算原生家庭无法向00后提供资源，他们也会积极地向外获取
- 而且，移动互联网的发达降低了获取家庭以外资源的难度



我会主动地获取资源
来发展自己感兴趣的领域

打游戏的时候有时候会加好友，主要是因为他们的技术比较好，有时候一起玩的时候可以抱大腿，赢了还可以去炫耀一下。以前刚开始的时候，因为不是很熟悉，我需要别人指点一下，后来我知道了，所以我就不和他们打了。

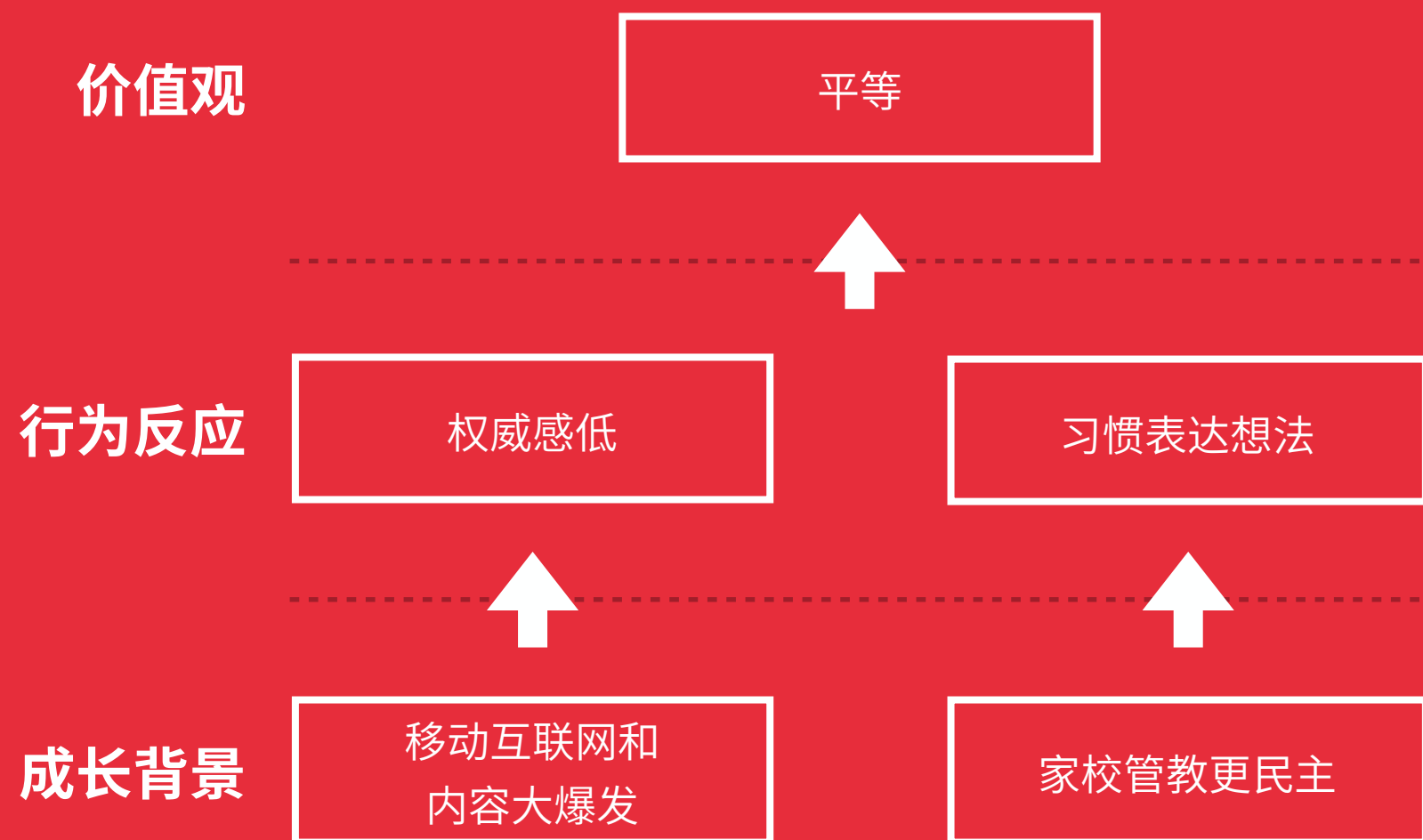
——上海，男，初二，重点学校

打架子鼓这件事情也没跟其他的人多聊，因为人家根本不懂，跟这种不懂的人聊天是浪费时间。我搜过跟架子鼓相关的一些东西，还搜过一些人，就是搜一些打鼓的人，还加他们的微信，因为这样曲子更多，打的更爽一点，我下次可以去学校里表演。

——上海，男，小学五年级，重点学校

平等

跟任何人的对话方式都是一样的



权威感低

- 在移动互联网时代，00后认为有些事情专家也未必掌握
- 在00后搜索关键词中，我们可以看到“什么意思”“怎么读”“翻译”等字眼呈现高频

69%

如果遇到不懂的问题，
在询问专家后我还是会自己去查资料



00后腾讯社交搜索关键词词云

之前看到一个短篇：一个孩子，他可以做任何事情。他可以去外面去跑去跳、去玩泥巴、去和别人打架。但是他也做女生的事情。完全不受性别控制，想穿什么就穿什么。我想这样是很有趣的。但是现在的大人，就好像我们班主任成天讲，我们班的女生应该安静，他作为教育工作者，竟然给学生输入这样严重的观点，肯定会影响到学生的。

——佛山，女，高三，普通学校

习惯表达想法

- 父母和老师都乐于聆听00后的意见
- 这让他们习惯跟任何人沟通自己的想法，甚至是社会和国家大事

53%

我在长辈面前勇于发表自己的想法

45%

我会对社会和国家发生的大事发表自己的意见

我们校长那天抓到我点外卖，是学校自己食堂的问题让我吃不上饭，我还不能自己通过我自己的方法去解决我吃饭的问题，我就直接和他吵起来了。这件事你是错的就是没有对，就算是再比我大，再是我的长辈你错就是错。

——北京，女，高二，职业中学

……我以前有跟她说过那个幼儿园，叫红黄蓝，还有那个被杀了的女孩，还有她的妈妈。我们要学政治，也会去关注这些社会新闻。那些教师对小孩儿下狠手，肯定会从正义的角度去说一下这个老师，没有尽到老师的义务。

——北京，女，初三，重点学校

包容

接受同伴跟自己之间的差异

价值观

包容

行为反应

渴求对同辈的
归属感

尊重他人的不同

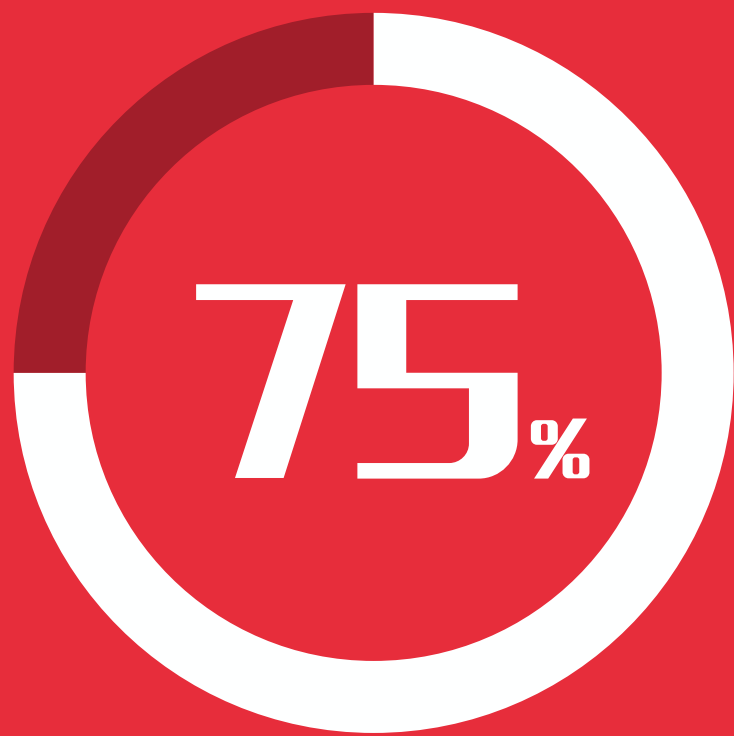
成长背景

课业负担更重

移动互联网
和内容大爆发

渴求对同辈的归属感

- 00后是彻底的独生一代
- 而且，他们的课业更沉重，让他们更珍惜和朋友互动的机会



我希望能够有更多的时间
跟同伴在一起

学校不是有额外兴趣班报嘛，我说想去跆拳道，爸爸说踢足球都已经踢这么累了，还去跆拳道，你就不要去了，以前叫你去你不去，现在又说去了。我朋友是训练跆拳道，也学足球，我是学足球，我们俩就想一起。

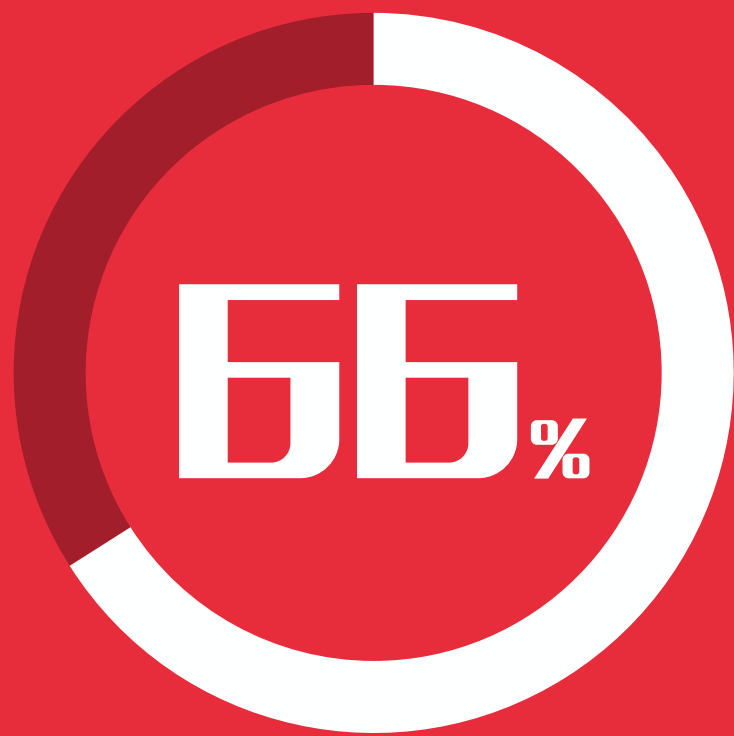
——佛山，男，小学四年级，普通学校

寒暑假的时候，我们去吃饭，假如4个人，第一次吃饭是我请，第二次吃饭再约出去是另一个人请，是轮流的。所以我就觉得把每个月的零花钱存在一起，变成能吃一次特别豪华的大餐的时候，就叫同学来吃。

——北京，女，小学六年级，普通学校

尊重他人不同

- 00后在社交平台上了解到他人的观点
- 就算意见不一，他们也能玩在一起



当我看到朋友观点和
自己不一样时第一行为
反应是表示理解

我通常会看腾讯动漫上的动漫（狐妖小红娘），有时候会发弹幕。发弹幕的话首先就是想把自己的观点说出来，然后再听一下别人的观点。如果我和别人的观点不一样，我会从他的角度来想这件事情，因为每个人的思考角度不一样嘛。

——成都，男，初一，重点学校

我们俩特别神奇，她一直是好学生的路线，她小学就是特优秀上的重点中学，然后我就是那种特别一般的学生，就是那种女生里面特别能嗨、特别能闹的。然后她初一的时候，就是完全不说话那种。但是我们俩现在特能聊得来，聊一些八卦什么的。

——北京，女，初三，重点学校

适应

知道对什么人要展现什么形象

价值观

适应

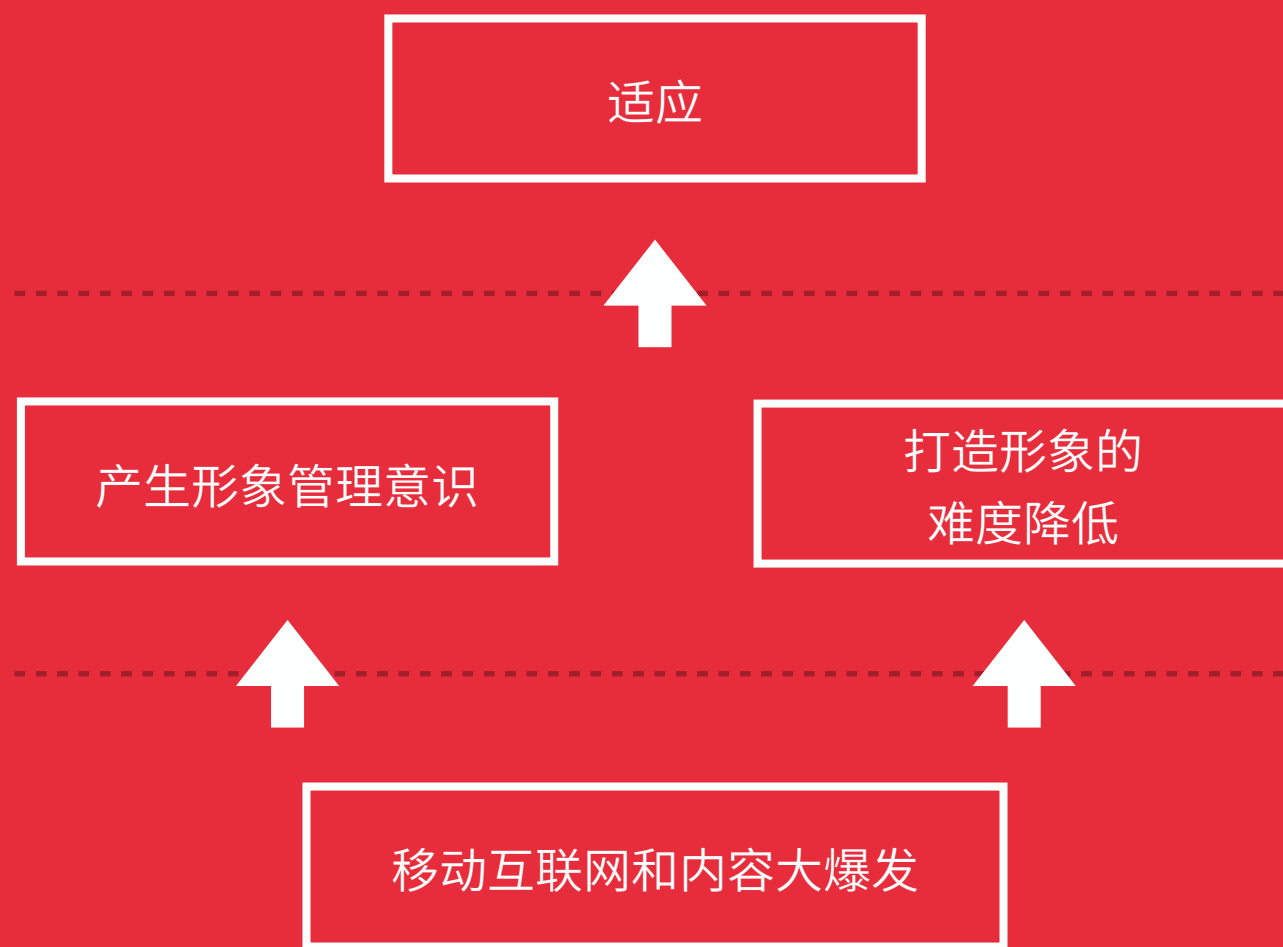
行为反应

产生形象管理意识

打造形象的
难度降低

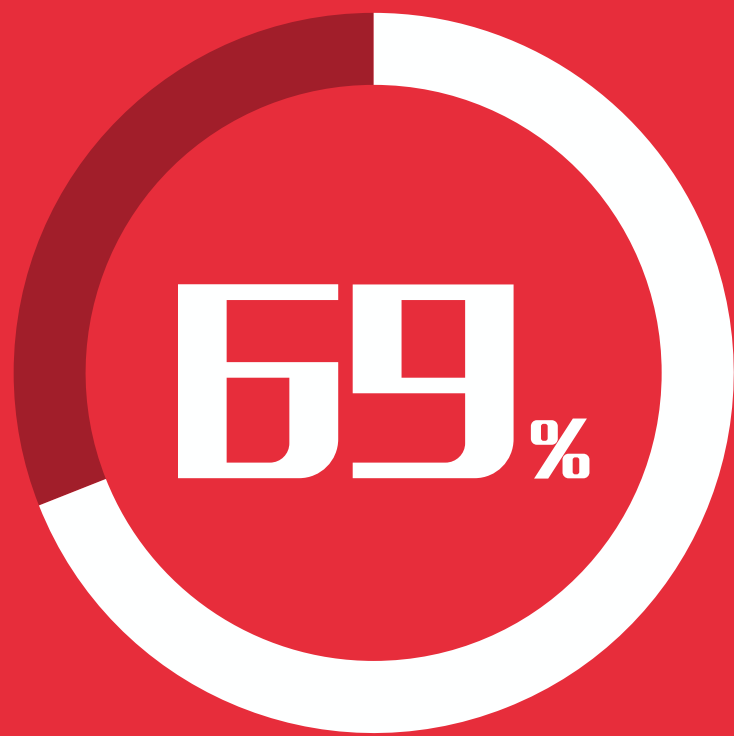
成长背景

移动互联网和内容大爆发



产生形象管理意识

- 00后在社交平台发现他人不一定能接受自己的观点
- 他们会根据不同群体控制自己的言行



我会在不同人面前
展现不一样的自己

我记得有一次，有一个同学他追的一个偶像好像是发生了什么事，和另一个偶像的粉丝发生了一点争执，就骂了另外一个人，骂得特别难听。每个人都有不同的想法，有些人是中立，有些人是偏激，不喜欢的观点就不看喽，不会说去干扰人家的观点，每个人的观点都不一样，保留自己的意见。

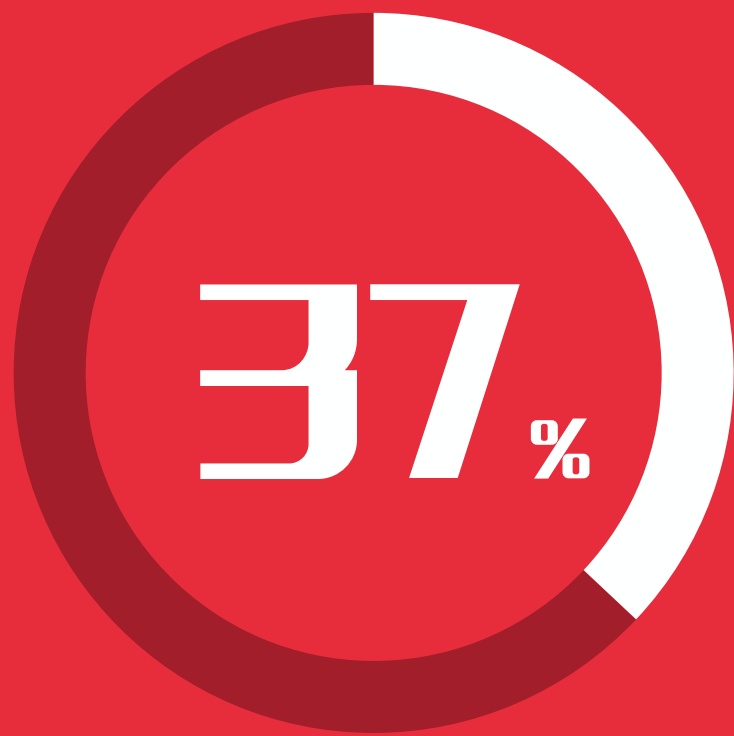
——佛山，女，初二，私立学校

我在社交软件里发过英雄联盟的段位，发了之后大家的反馈更多的是那种嘲讽，像什么“你怎么才这种分段”，我感觉他们都在吹牛，但不会影响我再发。

——上海，男，高二，私立学校

打造形象难度降低

- 现在只要用APP去制造内容，就可以控制自己在不同平台上的形象
- 不像以前线下社交为主的年代，打造形象靠互动时的即时行为和外表



别人对我的看法并不会
因为我在社交平台上发布的内容
而有所改变

我之前发过一个图，和吴亦凡一起合影，但是是P的，用的天天P图，无缝衔接，真的是无缝衔接。首先把吴亦凡变成黑白，然后我的脸变成他的色泽度还有燥变，看起来就很真了。朋友圈有很聪明也有很愚蠢的那种，愚蠢的那些真的会信的，就觉得搞笑。

——上海，女，高三，重点学校

我平时喜欢弹吉他，在App上建了一个电台，放的都是自己弹的，发电台是给朋友听的。

——佛山，女，高三，普通学校

关怀

关心自己所在的群体

价值观

关怀

行为反应

产生群体意识

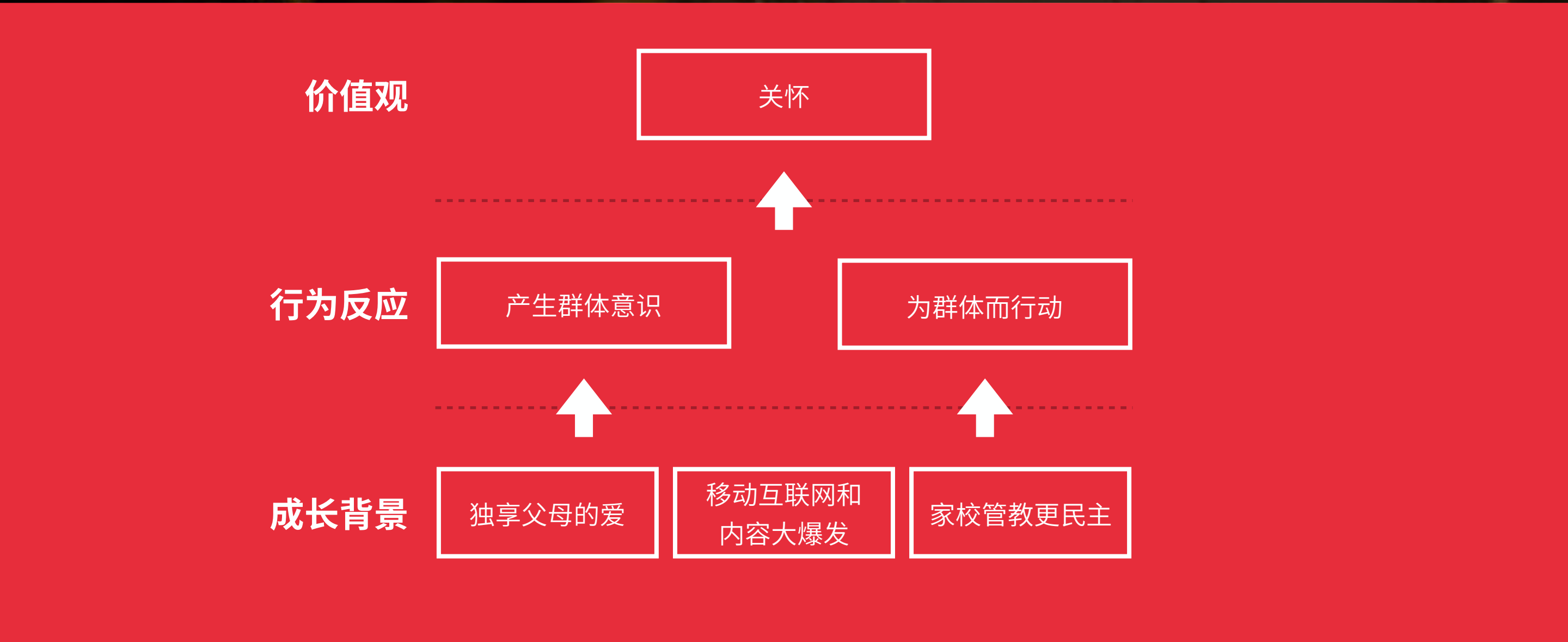
为群体而行动

成长背景

独享父母的爱

移动互联网和
内容大爆发

家校管教更民主



产生群体意识

- 00后独享父母的爱和资源，56%表示“对现在的生活很满意”
- 而且他们看到社交平台上的不同意见，发展出同理心
- 所以他们有精力去关心自己的群体，61%认为“群体利益比个人利益更重要”

56%

我对现在的生活很满意

61%

群体利益比个人利益更重要

我爸对我很好，他基本上每天5点40分起来，然后帮我出去买早饭。因为我爸是常年漂泊在外面的，也不是很常回家，但是回家他会在家里住一段时间。我初一到初三，只要他在家，他每天早上会给我买早饭，晚上的话，如果他在家就会帮我们做晚饭。

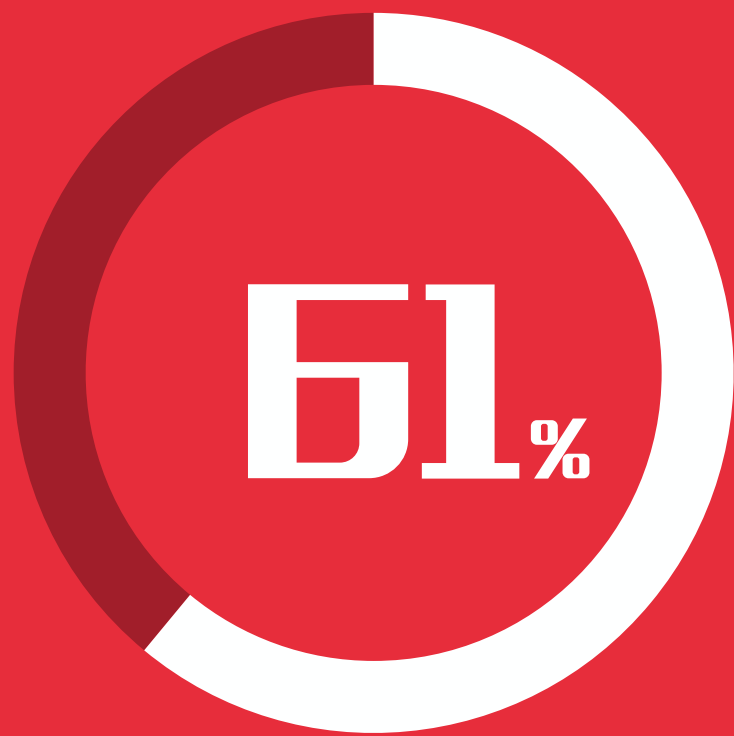
——上海，女，高三，重点学校

我们一个班大概45、46个人的样子，我跟班里同学关系非常好，老铁了，假如说我没有带钱，或者有一些特别难的题，他们都主动来帮我，我也会主动地帮他们。放了学会踢一会儿球。遇见节假日的时候，有时候还会约出去一起玩，比如说去卡拉OK唱歌或者去看电影。

——成都，男，初二，重点学校

为群体做出行动

- 家校环境鼓励00后表达自己的想法
- 他们不仅会留意所在群体的大事，还会做出行动



我会关注社会和国家发生的大事
不管和自己有没有关系

……我以前有跟她说过那个幼儿园，叫红黄蓝，还有那个被杀了的女孩，还有她的妈妈。我们要学政治，也会去关注这些社会新闻。那些教师对小孩儿下狠手，肯定会从正义的角度去说一下这个老师，没有尽到老师的义务。

——北京，女，初三，重点学校

我遇到那种拿着一个苹果，然后在那儿捧着，特别叫嚣那种人，我一般都会白他一眼，崇洋媚外。我觉得像我们中国的东西做得比外国东西好，有很多比外国东西好。苹果系统漏洞特多，比如说偷窥你的个人隐私这些的，特多。

——成都，男，初三，重点学校

00后的消费态度

懂即自我

向往专注且有信念的品牌和偶像

愿意为自己的兴趣付费

现实

在自己能力范围内消费

平等

KOL影响力降低

包容

内容=社交工具

适应

关怀

国产品牌不比国外品牌差

他们向往 专注且有信念的品牌和偶像

- 00后投入自己擅长的领域，同样希望所消费品牌和偶像也是这样
- 他们会了解品牌和偶像背后的理念和故事，不只是一要跟别人消费的不一样

60%

我喜欢的品牌都在自己经营的领域
有独到的见解和成果

92%

我认为偶像也应该坚持自己的兴趣

我上次看那个黑莓它们家店，现在很多国外的一些总统都用黑莓，我很意外，它们为什么会招一些总统喜欢，是不是因为很安全，会不会被人给侵入什么的，还有它们的材质，我后来就研究了一下，他们这种总统都是定制的，都是有专门的安全芯片，然后我就开始喜欢上了黑莓。

——北京，男，小学六年级，国际学校

因为我觉得吴亦凡是个比较有上进心、长相和他的才华都兼得的一个男孩子，为什么喜欢他，因为我觉得他的努力上进从他打篮球方面就可以体现出来，他之前因为身高只有0.5的差距不能进NBA，但是他之前在洛杉矶练球的时候，他也见过两三点钟凌晨的洛杉矶，说明他真的是很认真在练球。

——上海，女，高三，重点学校

愿意为自己的兴趣付费

- 00后以某领域的深刻见解和创造来定义自我
- 他们愿意为此投入，62%表示“对自己感兴趣的领域投入很多时间和金钱”



我会对自己感兴趣的领域
投入很多时间和金钱

我平时喜欢做黏土蛋糕。父母每个月给我50块零花钱，我差不多每个月花40块钱或者多一点，剩下的钱，比如10多块的，我就攒下来，差不多攒3次，就用这些钱在京东上买东西，买黏土。

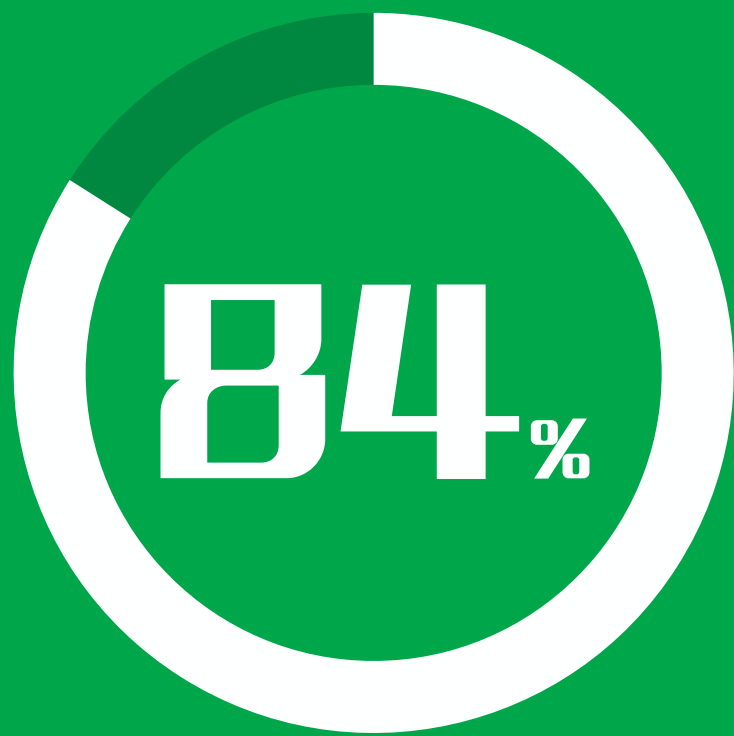
——北京，女，六年级，普通学校

我喜欢吴亦凡，跟吴亦凡相关的活动，比如他的路演，电影，演唱会什么的我有机会都会参加。路演的门票在喂饭上面看到就买了，就是在电影院，那些主演会来，看一场电影再看真人。我之前还在网上定制了一个吴亦凡头像的钢化膜。

——上海，女，高三，重点学校

在自己能力范围内消费

- 00后的自我认知高，知道自己能够消费到什么
- 消费力不足的时候先靠自己



我不会消费超出
自己能力范围的东西

我去过东方明珠兼职过，暑假那次挣了四千多块，一个月能挣两千差不多。做一休一，一天上12个小时。挣钱就是为了买自己喜欢的东西。

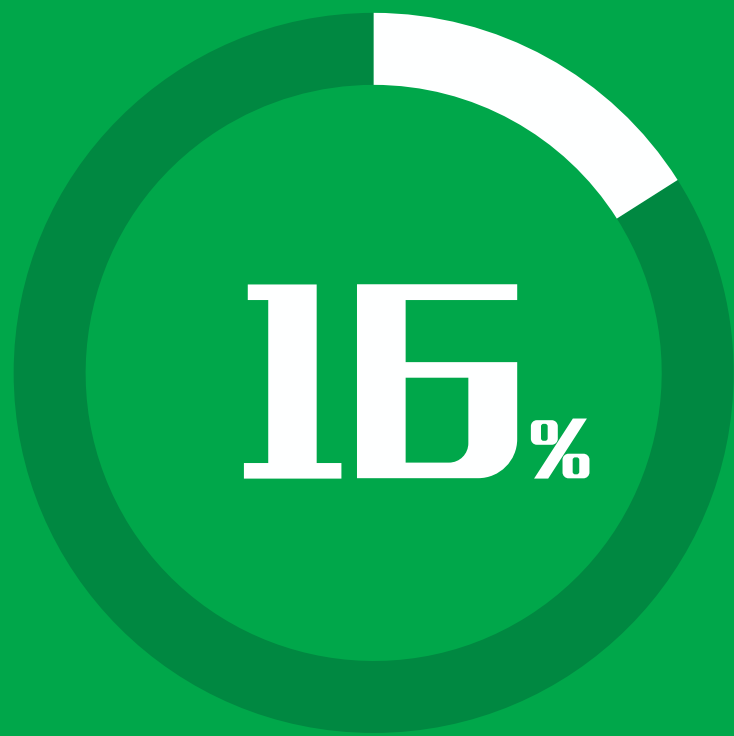
——上海，男，高二，私立学校

钱的重要程度的话，还可以，有饭费就可以了，有一部分就是够自己花，就是想买的就可以买。实在不行平常上学的时候做一些剪辑什么的挣一点钱。自给自足挺好的。

——北京，女，高二，职业中学

KOL影响力降低

- 00后认为KOL跟粉丝之间的关系功利化
- 差别对待粉丝让KOL的可信度降低



博主或主播离我的距离更近
推荐的商品比明星的更值得相信

我不会因为博主或者主播推荐买东西，我觉得他们很有商业性质，他们推荐的店铺我买过，质量不是很好，垃圾的真的很垃圾。有些博主真的不行，你看这条裤子就是我在他们家买的，这个线就是歪的，就是不直。

——上海，女，高三，重点学校

现在的主播和以前性质不一样了。你刷钱了你就是大佬你说什么都可以。你想听什么我放给你听，主播就是这样拉人，就是为了生计就是可以不理这些顾客的弹幕，只理大佬的弹幕。

——北京，女，高二，职业中学

内容=社交工具

- 00后渴求跟同辈的互动，而内容是他们激发互动的工具
- 内容更是他们展示自身所长的方式

60%

我会在社交平台上发一些内容给朋友
以激发我们之间的互动

50%

我会在社交平台发布内容
来展现自己精通某些领域

如果我买了（王者荣耀）传说系列的皮肤，就会发到网上去，打游戏每次都能赢，还可以炫耀。火影忍者我有几个英雄了，也会发到朋友圈之类的。有时候跟其他小朋友一起，我就会玩给他看，炫耀下我有几个英雄了这些。”

——成都，男，小学四年级，重点学校

国产品牌不比国外品牌差

- 学校洋溢着爱国的情绪
- 支持国产是00后关心国家的一种方式

超过一半

00后认为国外品牌不是加分项

其实我觉得华为也挺不错的，因为当时我们政治老师就是用华为和苹果作比较的，然后就说华为比较创新。我现在的手机是我小姨给我买的，如果让我自己选的话我会选华为。

——佛山，女，初二，私立学校

我们现在看得更多的漫画是历史类的，我不看日本的，因为日本很坏，还有就是日本的那些漫画我觉得真的有一点太过于异想天开。我们全班基本上都不喜欢日本。有时候拿着漫画看，看看越来越不好看了，然后又去看自己的《三国演义》去了。

——成都，男，小学四年级，私立学校

消费态度

向往在专注领域有深刻见解的品牌

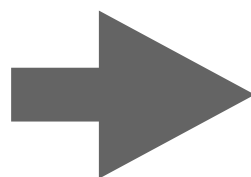
愿意为兴趣付费

在自己能力范围内消费

KOL的影响力降低

内容=社交工具

国产品牌不比国外品牌差



品牌启示

注入专注、有信念的品牌内涵

跟消费者的兴趣领域绑定

减少借款顾虑

超级用户将崛起

创造激发互动的内容

国外光环减弱后要紧贴本土需求

每一个世代都拥有
属于自己时代的社交标记

扫描二维码，关注腾讯社交广告，获取更多资讯



版权所有：本报告所有内容版权与解释权归腾讯公司所有，未经书面许可，任何公司及个人均不得使用本书中数据用于商业行为。

报告转载：未经授权，不得转载。如需转载，请联系腾讯社交广告公众号：[e_qq_com](https://mp.weixin.qq.com/s/e_qq_com)

声明：本报告数据及相关分析仅供参考，部分数据来源于第三方客观数据。腾讯不对本报告数据及相关内容的真实性、合法性作出任何承诺，任何主体基于本报告作出的任何商业决策腾讯不承担任何法律责任。所有报告中展现的与被访者有关的信息均已获得被访者授权。