

首页	资讯中心	贸金人物	政策法规	考试培训	供求信息	会议展览	汽车金融	O2O实践	CFO商学院	纺织服装	轻工工艺	五矿化工
贸易	贸易税政	供应链	通关质检	物流金融	标准认证	贸易风险	贸易百科	贸易知识	中小企业	食品土畜	机械电子	医药保健
金融	银行产品	贸易融资	财资管理	国际结算	外汇金融	信用保险	期货金融	信托投资	股票理财	承包劳务	外商投资	综合行业
推荐	财资管理	交易银行	汽车金融	贸易投资	消费金融	自贸区通讯社		电子杂志		电子周刊		

组织机构/年会活动： 中国交易银行50人论坛 中国供应链金融产业联盟 / 中国供应链金融年会 中国保理年会 中国消费金融年会 第三届中国交易银行年会



www.sinotf.com 首页 >> 研究&案例 >> 研究报告 >> 列表

新闻搜索: 百度 本站

95后年轻人消费趋势洞察2020

时间：2020-03-15 22:10:02 来源： 网友评论 0 条

中国贸易金融网 · 企业贸易金融服务专家 WWW.SINOTF.COM



分析定义及说明



数据来源

分析内容中的数据来源于易观大数据分析测算模型、苏宁大数据平台等。为了保护消费者隐私和商家机密，分析内容中的数据均经过脱敏处理。



千帆说明

千帆分析全国网民，分析超过99.9%的APP活跃行为。
千帆行业划分细致，APP收录量高，分析45领域、300+行业、全网TOP4万多款APP。
千帆是数字化企业、投资公司、广告公司优选的大数据产品，2015年至今累计服务客户数量400+。



分析方法

分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。

2019/12/27

数据驱动精益求精



目录 CONTENT

微信公众号关注



95后年轻消费力快速崛起

微信号: trade_finance

02 认识95后年轻消费者

03

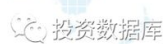
95后年轻人消费行为洞察

04

年轻人未来消费展望

2019/12/27

数据驱动精益求精



PART 1

95后年轻消费力快速崛起

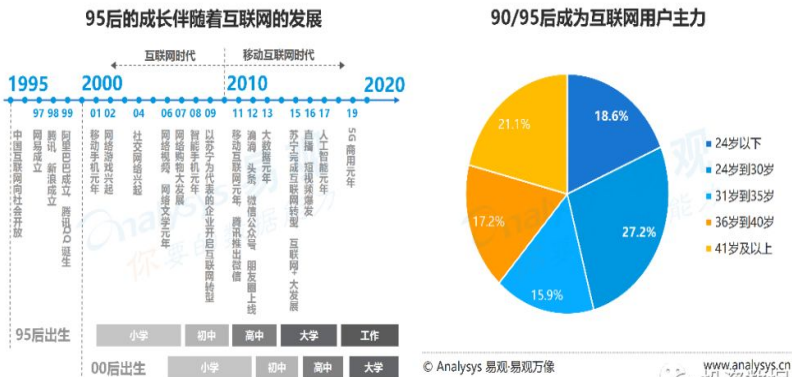
© Analysys 易观 www.analysys.cn

2019/12/27 数据驱动精益成长 投资数据库 4

95后作为互联网原住民，正逐步成为互联网用户的主力军



- 95后的成长伴随着互联网的飞速发展，线上购物、社交媒体、在线娱乐、移动支付、本地生活等从方方面面塑造着95后年轻人的消费习惯与生活方式。而随着年龄的渐渐成熟，95后人群正逐步成为互联网用户的主力军。



95后消费能力快速崛起，逐渐成为线上消费的中坚力量



- 成长环境优越，可支配收入较高，生活中消费需求多元的95后人群，正逐渐成为消费市场重要的新兴力量，在线上消费的用户中所占的比例不断提升。



PART 2

认识95后年轻消费者

© Analysys 易观 www.analysys.cn

2019/12/27 数据驱动精益成长 投资数据库

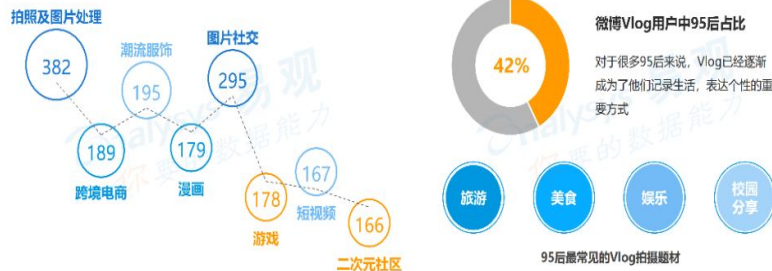
95后年轻人群追求娱乐与潮流，热爱分享生活与自我表达



- 从对各领域内移动APP的偏好来看，95后人群热爱娱乐与社交，追求潮流与个性化。
- 95后人群更乐于表达自我与分享生活，是短视频、Vlog等视频娱乐的主力人群。

95后人群对图片社交、游戏、二次元社区、潮流服饰等领域TGI偏好程度较高

95后成为Vlog的主力创作人群



数据来源：蚁坊软件《2019年第一季度微博Vlog数据研究报告》

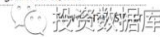
© Analysys 易观·易观万象

www.analysys.cn

© Analysys 易观

2019/12/27

数据驱动精益成长



95后陌生人社交需求强，愿尝试多元化的社交模式来寻求伙伴



- 大多是独生子女的95后热衷于各类线上社交，希望在网络世界做真实的自己，并且寻找志同道合的伙伴。
- 95后人群对于各种创新型的陌生人社交模式有着较高的尝试意愿，在匿名社交、语音社交、灵魂社交、游戏社交等领域参与度较高。

95后人群对QQ



95后人群对图



95后是各类新型陌生人社交模式的主力人群



© Analysys 易观·易观万象·易观千帆 2019年11月

2019/12/27

数据驱动精益成长

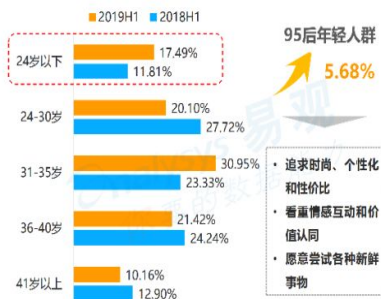


95后人群“会玩也敢花”，已成为旅行消费耀眼的新势力



- 随着消费能力的提升，“会玩也敢花”的95后年轻人逐渐成为旅行消费的主力军。95后旅行者充满好奇心，喜欢说走就走的即时满足感，且更加敢于消费，愿意花钱购买不同的体验。

在线旅游用户中95后人群占比有所提升



95后旅行用户人均花费快速提升



数据来源：飞猪《2018年年度旅行报告》

© Analysys 易观·易观千机

www.analysys.cn

© Analysys 易观



2019/12/27

数据驱动精益成长

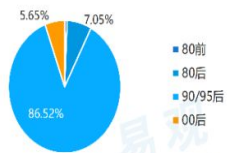
10

95后年轻人追求热情释放，偏爱更“燃”的现场娱乐



- 95后年轻人精神娱乐需求多元，爆燃的现场娱乐是他们释放青春荷尔蒙的理想场所。目前，95后人群已经成为现场娱乐消费的核心人群，演唱会、音乐节已经成为年轻人偶像打call、享受音乐热情的最大线下活动。

草莓音乐节用户不同年龄段占比



数据来源：摩登天空·易观整理

www.analysys.cn

95后是线上票务的主力人群



演唱会消费人群95后占比提升



演唱会消费人群持续年轻化，2018年95后占比达到65%以上，同比增长10%。

数据来源：中国演出行业协会·易观整理

www.analysys.cn

© Analysys 易观·易观千机 2019年11月



2019/12/27

数据驱动精益成长

11

95后择业更关注自身感受，求职时要高薪但也看重未来发展



- 95后人群在工作方面追求独立自主，更关注自身感受和自我价值的实现，他们更因为对工作失去兴趣或工作生活失衡而选择跳槽。
- 95后应届毕业生在求职时虽然依然关注高薪职位，但也充分意识到职场成长和未来发展的重要性，更加注重个人能力的提升。

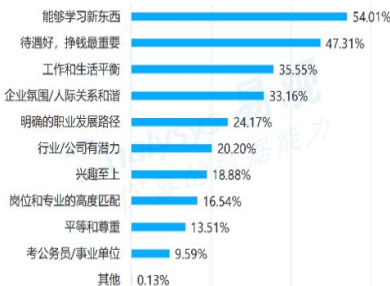
第一份工作



数据来源：LinkedIn·易观整理

www.analysys.cn

要现在也要未来，大学生求职要高薪更爱学习



数据来源：智联招聘·易观整理



2019/12/27

数据驱动精益成长

12



95后人群的消费理念复杂多元，看似矛盾实际却理性精明

Analysys 易观 你家的数据能力

95后人群的消费行为洞察

- 贷款省钱**
喜欢超前信用消费，但也注重节约省钱
- 爱大牌的实用主义者**
爱轻奢，爱大牌，也青睐去品牌化的高品质商品
- 海淘的国货爱好者**
爱跨境购物，也青睐国货品牌
- 视频种草重度用户**
偏爱互动营销，易被内容与KOL种草

2019/12/27

数据驱动精益成长

14

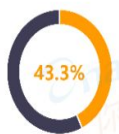
贷款省钱：95后人群剁手欲望强烈，超前信用消费越来越普遍

Analysys 易观 你家的数据能力

- 95后人群对大额消费、超前消费的接受度越来越高，愿意在自己喜爱的领域投入更多的资金，另外，分期付款、最低还款等业务，减轻了他们大额消费后的还款负担，使得95后已成为线上消费分期付款的核心人群。

43.3%的年轻人认为使用信贷产品是更精明的消费方式，其中更多的年轻人认为使用信贷产品是更精明的消费方式

使用信贷产品是更精明的消费方式



明明的消费理念

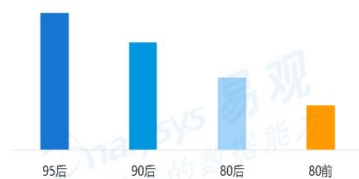
微信 trade_finance

33%

50%

36%

苏宁易购2019年双十一不同年龄段用户分期付款订单增速



- 2019年双十一期间，申请苏宁任性付的95后人群数量同比增长70%，成为分期消费新主力

数据来源：苏宁金融

© Analysys 易观

数据来源：尼尔森·易观整理

www.analysys.cn

数据驱动精益成长

15

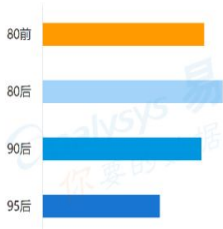
贷款省钱：95后人群同时又精明节俭，拼购省钱参与度高



- 虽然超前消费程度高，但95后人群同时也精明节俭，注重省钱。实际上，95后在消费时十分精打细算，选购商品时喜欢多方比价，浏览-下单转化率明显低于其他年龄段的用户，并且95后用户在拼购、社交电商等省钱模式下的参与度也较高。

苏宁易购各年龄用户浏览-下单转化率对比

精挑细选的95后消费者转化率更低



数据来源：苏宁易购，2019年11月数据

© Analysys 易观

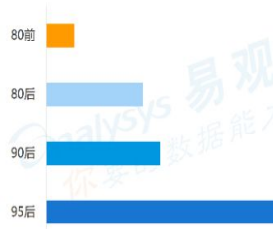
www.analysys.cn

2019/12/27

数据驱动精益成长

苏宁拼购95后用户消费金额增速显著高于其他年龄段用户

其他年龄段用户



数据来源：苏宁易购，增速数据为苏宁拼购2019年1-11月与2018年1-11月相应消费金额同比增长率

© Analysys 易观

投资数据智库

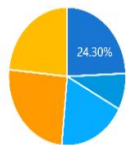
16

爱好大牌的实用主义者：95后成为轻奢大牌消费的新兴力量



- 富裕的家庭环境以及日渐提升的收入水平使得95后成为奢侈大牌的新兴消费主力，奢侈品包包、大牌美妆以及高端护理产品等成为95后的购买目标。

95后人群成为奢侈品电商APP的主力人群之一



- 24岁以下
- 24岁到30岁
- 31岁到35岁
- 36岁到40岁
- 41岁及以上

© Analysys 易观 易观万像

www.analysys.cn



- 95后占中国线上奢侈品消费者的59%
- 50%的95后奢侈品消费者一年花费超过5万元购买奢侈品

数据来源：OC&C Strategy Consultants · 易观整理

2019/12/27

www.analysys.cn

数据驱动精益成长

苏宁易购95后用户消费增速最快的轻奢品牌

LA MER 海蓝之谜 +1706%	TIFFANY & CO. +490%
BVLGARI 宝格丽 +217%	HERMÈS PARIS +138%
SK-II +133%	ESTÉE LAUDER 雅诗兰黛 +116%

数据说明：①数据来源于苏宁易购；②图中百分比为增幅，指的是苏宁易购2019年1-11月与2018年1-11月相应品类或商品销售同比增长率

© Analysys 易观

投资数据智库

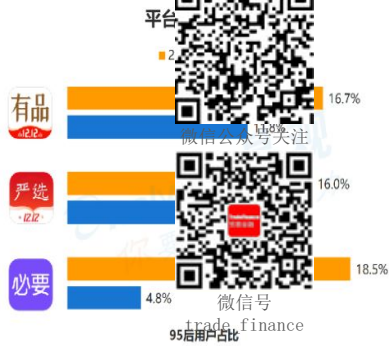
17

爱好大牌的实用主义者：95后的消费也呈现去品牌化趋势



- 95后年轻消费者并不盲目追求大牌，在部分品类上更关注商品本身，消费呈现去品牌化的趋势。

95后人群对必要、严选及有品等去品牌化电商平台的关注度



© Analysys 易观 易观千帆

www.analysys.cn

2019/12/27

数据驱动精益成长

苏宁极物95后年轻人消费前五的品类



数据说明：①数据来源于苏宁易购；②图中百分比为增幅，指的是苏宁易购2019年1-11月与2018年1-11月相应品类或商品销售同比增长率

© Analysys 易观

投资数据智库

18

海淘的国货爱好者：95后是跨境消费中潜力巨大的新生力量



- 年轻消费者乐于尝试和探索新事物，期望通过消费去触摸世界。随着收入增长以及消费能力的不断提高，95后已经逐步成为跨境消费的主力军。

95后人群已经成为跨境电商APP的主力用户



2019年1-11月苏宁国际
95后用户消费金额同比增速
+262%

苏宁国际95后年轻人消费前三品类



数据说明：①数据来源于苏宁易购；②图中百分比为增幅，指的是苏宁易购2019年1-11月与2018年1-11月相应品类或商品销售额同比增长率

© Analysys 易观·易观干帆

www.analysys.cn

© Analysys 易观

2019/12/27

数据驱动精益成长

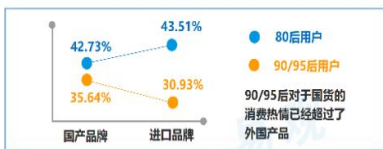
19

海淘的国货爱好者：95后也是国货品牌的积极拥护者



- 95后伴随着互联网成长，信息的便捷让他们对于消费的选择更加敏锐、挑剔。95后不再只盲目追求国外品牌，他们也愿意支持优质的国货，这将有力的促进国内消费品牌的发展，带动各个品类的消费升级。

90/95后成为国货品牌消费新势力



苏宁易购部分国货品牌95后消费增速



数据说明：①数据来源于苏宁易购；②图中百分比为增幅，指的是苏宁易购2019年1-11月与2018年1-11月相应品类或商品销售额同比增长率

© Analysys 易观

www.analysys.cn

© Analysys 易观

2019/12/27

数据驱动精益成长

20

视频种草重度用户：95后人群偏爱互动营销，易被“种草”



- 95后年轻人喜好娱乐与社交，偏爱直观且互动的营销方式。直播、短视频、社交媒体等进一步发展丰富使得种草、拔草已经成为这届年轻人的日常。相比其他年龄用户，95后对于网红博主推荐的物品有更高的接受度。且95后人群已经成为直播电商、短视频带货等种草平台的主力用户。

不同年龄用户对种草平台接受度



95后已经成为各种种草平台的主力人群



数据来源：微博2018年数据·易观整理

www.analysys.cn

© Analysys 易观·易观干帆 2019年11月

2019/12/27

数据驱动精益成长

21

95后人群不同的消费偏好，折射出不同的生活方式与态度

Analysys 易观
你的数据能力

95后人群五大消费偏好

健康养生
要趁早



懒吃懒住
不出门



颜值即是
正义



“吸猫撸狗”
孤而不独



“引领”
潮流市场



2019/12/27

数据驱动精益成长

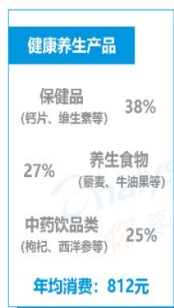
投资数据库

健康养生：95后人群“朋克”养生，运动食补齐上阵

Analysys 易观
你的数据能力

- 95后年轻人一边保持着熬夜、喝酒、饮食不规律等不健康的生活方式，另一边惜命的他们也早早地开始了健康养生。
- 脱发、失眠、肥胖等是90/95后年轻人最常见的健康问题，而运动、食补、保健、购置保险等均是他们的养生手段。

90/95后健康养生消费品类TOP3



苏宁易购健康养生相关品类95后人群

消费金额同比增速



数据说明：①数据来源于苏宁易购；②图中百分比为增幅，指的是苏宁易购2019年1-11月与2018年1-11月相应品类或商品销售额同比增长率

© Analysys 易观 · 《90后健康养生大揭秘2019》

www.analysys.cn

© Analysys 易观

2019/12/27

数据驱动精益成长

投资数据库

懒人经济：95后人群懒吃懒住，追求便捷与舒适的生活

Analysys 易观
你的数据能力

- 95后年轻人喜欢便捷舒适的生活，对于方便速食及餐饮外卖有着强烈的需求，目前95后已经成为外卖平台的主力消费人群。
- 除了吃喝的便捷之外，95后也追求居住上的方便与舒适，扫地机器人、智能洗碗机等解放双手的智能家居用品是他们的生活必备。

95后成为餐桌常客



© Analysys 易观 易观千帆 2019

www.analysys.cn

苏宁易购方便速食品类
消费中95后占比达到

47.05%

点单消费中
95后占比达到

27.5%

苏宁易购智能家居相关品类95后人群

消费金额同比增速



数据说明：①数据来源于苏宁易购；②图中百分比为增幅，指的是苏宁易购2019年1-11月与2018年1-11月相应品类或商品销售额同比增长率

© Analysys 易观

2019/12/27

数据驱动精益成长

投资数据库

颜值经济：95后为颜值花钱不手软，乐于尝试美容美体仪器



- 95后年轻人群为颜值花钱毫不手软，在美妆消费上增速快于其他年龄用户，逐渐成为美妆消费的主力人群。
- 除了美妆之外，95后对于各类美容美体仪器接受度更高，愿意用高科技的方式来塑造更美的自己。

苏宁易购颜值经济相关品类95后人群消费金额同比增速



苏宁易购95后消费前五的美容仪品牌



苏宁易购95后消费前五的洁面仪品牌



数据说明：①数据来源于苏宁易购；②图中百分比为增幅，指的是苏宁易购2019年1-11月与2018年1-11月相应品类或商品销售额同比增长率

© Analysys 易观

2019/12/27

数据驱动精益求精

25

宠物经济：95后以宠物为身心伴侣，引领宠物消费升级



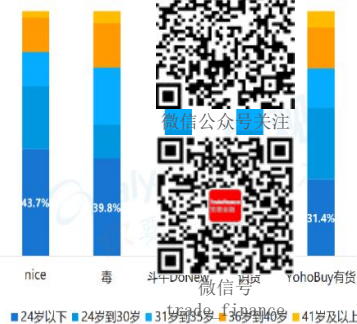
- 养宠物成为95后年轻人的一项重要生活方式，随着95后人群的消费升级，宠物消费领域内的品类

潮流消费：95后人群追求个性穿搭，是潮流市场的主力军



- 流量明星、潮流综艺、国潮崛起等诸多因素将潮流文化进一步推向大众，而注重穿搭、紧跟潮流的95后年轻人群是潮流消费的主力军。

95后成为潮流消费APP的主力人群



苏宁易购95后潮流消费增速较快



数据说明：①数据来源于苏宁易购；②图中百分比为增幅，指的是苏宁易购2019年1-11月与2018年1-11月相应品类或商品销售同比增长率

© Analysys 易观

2019/12/27

数据驱动精益求精

27



年轻人圈层消费逐渐常态化，跨界联动与文化出圈成为趋势

- 年轻人善于通过兴趣结交同好，形成丰富多彩的圈层文化，他们对各自的圈层有着强归属感和高参与度并且乐于为所爱买单，由圈层文化带来的消费潜力正不断释放。近年来，随着不少圈层的群体基础不断扩大，圈层文化与大众娱乐、消费市场之间的跨界与合作逐渐增多，刺激着圈层消费潜力的不断释放。

多元化的兴趣使得年轻人形成多种圈层



跨界联动助力圈层文化走向大众



2019/12/27

数据驱动精益成长

29

年轻人泛娱乐的生活方式正推动内容与消费的加速融合

- 年轻人泛娱乐的生活方式正影响着他们的消费行为，他们在各种视频、音乐、游戏、动漫等内容中寻找乐趣，在消费中也更倾向于娱乐化、互动化、内容化的方式。越来越多的年轻人既是消费者也是内容的生产、分享者，他们正加速内容与消费的融合。

内容电商走向常态

直播电商、短视频等内容逐渐成为年轻人的主流

消费相关内容的生产越来越普遍

年轻人加速了开箱、测评、推荐等消费相关内容的生产与分享

内容IP消费开发加速

IP联名款受年轻人喜爱，内容IP在消费品方面的开发正快速发展

2019/12/27

数据驱动精益成长

30

来源：易观分析

0 0
顶一下 踩一下

[收藏] [打印] [关闭] [返回顶部]

分享到

相关热词搜索 洞察 人群 趋势

本文来源： 作者：（责任编辑：七夕）

下一篇：[2019金融业白皮书](#)

相关新闻

2019金融业白皮书

面对疫情，金融业财税应对指南——担保、融资租赁、

薪智2019年度薪酬白皮书

【报告】《中国中小企业跨境电商白皮书》（PPT）

薪智报告 | 2019三季度市场薪酬数据白皮书

通行证: 密码: [登陆](#) 注册通行证 已有0位网友发表了看法

我也来说两句!

验证码: [发表评论](#)

[关于我们](#)—[广告服务](#)—[合作伙伴](#)—[人才招聘](#)—[征稿启事](#)—[友情链接](#)—[网站留言](#)—[网址收录](#)—[网站声明](#)

服务电话: 010-51269901 服务信箱: Services@sinotf.com

违法不良信息举报中心 北京网络行业协会 京ICP备17070881号

Copyright©中国贸易金融网 www.贸易金融.com All Rights Reserved 版权所有 复制必究 站长统计 京公网安备11010102002331

贸易金融客户端



微信公众号关注



微信号
trade_finance