

- 首页
- 快讯
- 资讯
- 直播
- 视频
- 专题
- 活动

搜索

寻求报道

我要投稿

寻求融资

拆解95后特征：小众圈层特征显著，爱分享但更爱自己

36氪的朋友们 · 2020-08-07 关注

逆流而上的95后，也许是下一片希望的田野。

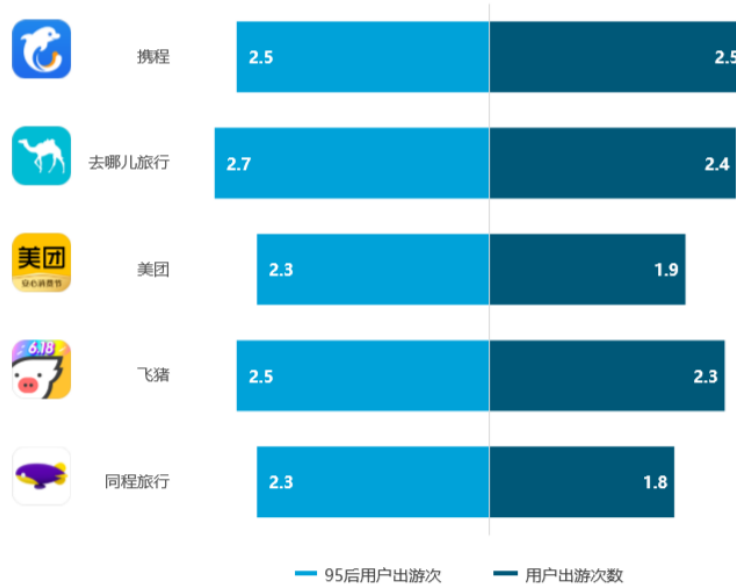
编者按：本文来自微信公众号“环球旅讯”（ID:TravelDaily），36氪经授权发布。

受疫情影响，2020年消费者对旅游出行信心大大减弱。但是央视财经发布的《2019-2020中国青年消费报告》显示，18-25岁的95后却依然对旅游出行持有高涨热情，稳居于2020年旅游预期消费首位。

根据主要在线旅游平台的用户季度出游次数统计，95后的出游频次更为频繁，高于用户平均出游次数，且超过三成在线旅游新增用户为95后，反映出其出行需求较旺盛且在持续攀升。

在今年暑期机票预订中，30岁以下的用户占比近5成，其中95后占比19.68%，90后占比18.86%，95后成为占比最高的年龄群体。酒店预订中，95后群体占比27%，相较去年同期增长近2成。

主要在线旅游平台用户季度出游次数（次）



在线旅游新增用户中95后占比(%)



下一篇

如何在不可预见的情况下做规划
A方案倒了，有B方案
36氪的朋友们
资深作者
2020-08-07

发表文章20002篇

最近内容

后疫情时代，影视解说账号4小时前

别问了，孤独时代已经来临5小时前

付了整年房租住3天就出事跑路，上万房东炸锅6小时前

阅读更多内容，狠



36氪的朋友们 资深作者

89

1

下一篇

如何在不可预测未来的情况下做规划
A方案倒了，我们还有B方案。

2020-08-07

- 首页
- 快讯
- 资讯
- 直播
- 视频
- 专题
- 活动

搜索

寻求报道

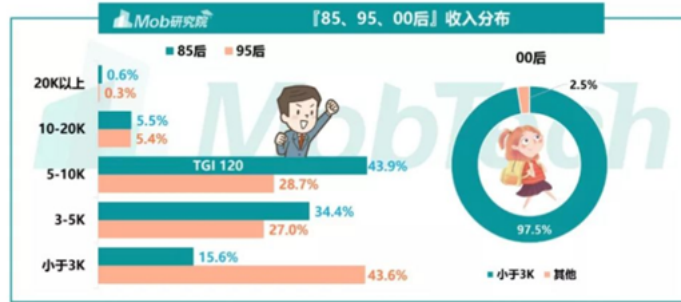
我要投稿

寻求融资

代际交替搅动传统消费格局，其有望成为新的社会意见领袖。根据《2020年中国在线旅游行业95后—用户数据报告》，95后对家庭休闲娱乐消费有决定性影响，其中95后对旅游消费决策的影响占比63.5%，而85后占比39.4%。

01 “说走就走”的背后是：以自我为中心与高生活追求

95后年轻人群体在2019年的收入主要分布在3-10K。但是值得注意的是，在10-20k的收入分布占比中，85后与95后旗鼓相当，说明少部分年轻一代赚钱能力强，未来95后具备成为消费主力军的巨大潜力。



数据来源：Mob研究院《85、95、00后人群洞察白皮书》

此外，根据艾瑞咨询的《2019年95后洞察报告》，在每月花销费用上，95后每月的平均花销超过3000元，其中44%中国95后表示增加了在度假/旅游的消费金额。

95后人群消费意愿和消费潜力巨大，超前消费是他们的常态。随着其对大额消费、超前消费接受程度越来越高，以及信用卡分期付款等信贷产品的成熟，95后已经成为线上消费分期付款的核心人群。

根据企鹅智库调查，每月透支，没有结余的95后高达15%，在所有人群中占比最高。苏宁金融数据显示，近80%的95后有超支经历，近5成95后认为消费金融产品对自己的消费意愿产生较大影响。

储蓄少、负债多，却依旧不妨碍95后的“会玩也敢花”，尤其是在旅游消费上。不同于其他年龄段的消费者，一方面，95后旅行者自我意识强，更关注自我的感受，喜欢说走就走的即时满足感与自由洒脱感；另一方面，他们对生活品质有较高的追求，更加敢于消费，愿意花钱购买不同的体验。

低价的机票便成为95后游客说走就走的“导火索”。截止目前，去哪儿网数据显示，今年暑期机票均价较去年同期降低不少，许多航线还有大量1折、2折机票，有超7成95后游客在出行前1天预定机票。

基于关注自我感受、崇尚自由与追求高品质生活的特点，创造能够击中95后群体痛点与共鸣的个性化营销，包括但不限于产品的核心定位与宣传文案，推广渠道的选择等，也许是抢占95后消费心智的不错选择。此外，产品支持分期付款，也将对95后产生一定的诱惑力。

02 不求最贵，但一定要最好，且小众圈层特征显著

虽然95后储蓄少，负债多，但是依然对“诗与远方”心生向往。在《2019年95后洞察报告》中，61%的95后认为自己的生活一般，主要原因还是他们的生活现状、物质水平未达到理想情况。



36氪的朋友们 资深作者

89

1

下一篇

如何在不可预测未来的情况下做规划
A方案倒了，我们还有B方案。

2020-08-07

- 首页
- 快讯
- 资讯
- 直播
- 视频
- 专题
- 活动

搜索

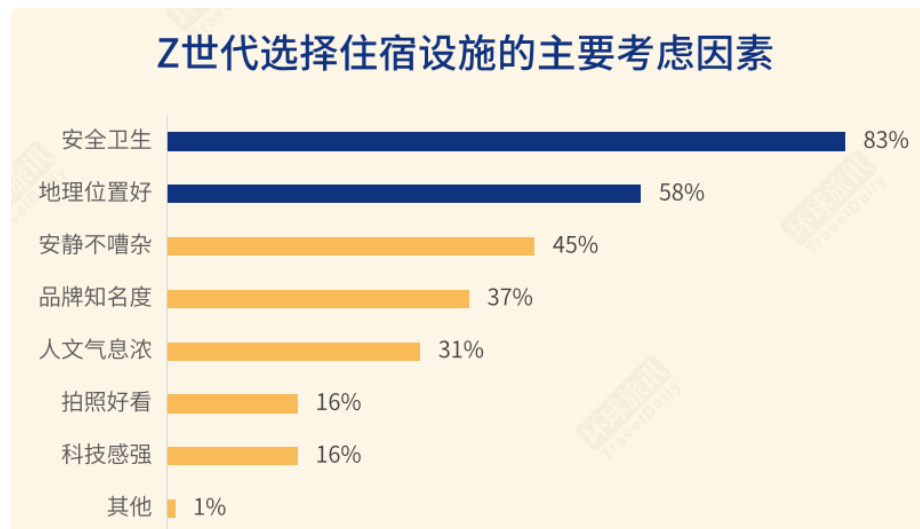
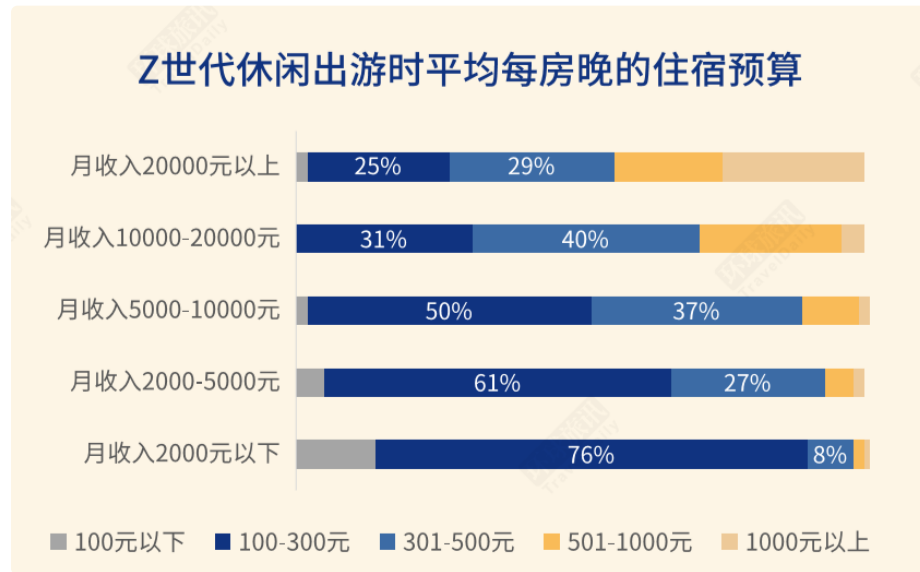
寻求报道

我要投稿

寻求融资

《2019-2020中国青年消费报告》显示，住宿偏好方面，80后、90后的选择均以经济型酒店为主，占比均超过65%，90后更加看重住宿的价格，选择经济型酒店的比重更高；在高档豪华型酒店的选择上，80后的消费占比明显高于90后的消费占比。

Z世代的旅游花销水平与收入水平呈正相关关系。100-500元每房晚的预算符合80%Z世代消费者的预期。事实上，对于住宿的选择，Z世代同其他年龄段的旅游消费者一样，安全卫生与地理位置是其首要考虑因素，但“拍照好看”、“科技感强”等反而不是他们重点关注的要素。



数据来源：环球旅讯《Z世代旅游消费趋势洞察报告》

除了高性价比的产品，符合95后审美的小众圈层产品也深受其喜爱，热衷于为自身兴趣与爱好买单。因文化娱乐产业的兴起，95后消费群体受到明星、Vlogger、品牌的影响更为直接，粉丝经济、IP经济、种草经济、品牌效应、小众社群都对95后的消费产生影响，一场演唱会、一部影视剧也可以是去旅行动因。

粉丝经济的时代，偶像已经成为消费品。根据《2019年95后洞察报告》，2019年41%的95后在过去一年的平均消费金额高达1365元。



36氪的朋友们 资深作者

89

1

下一篇

如何在不可预测未来的情况下做规划

A方案倒了，我们还有B方案。

2020-08-07

人群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强烈的归属感并乐于为此买单，由圈层文化带来的消费潜力不断释放。

比如，7月份，摩登天空宣布草莓音乐节将会在海南雅居乐清水湾的旅游区沙滩上举行，以“旅游+音乐”的产品模式，某程度上释放了小众圈层消费者潜力，且有一定的品牌叠加效应。

03 具有爱分享、爱互动的社交天性

作为移动数字原生代和社交媒体原生代，95后年轻人喜欢娱乐与社交，自发式地分享自身经历。《Z世代旅游消费趋势洞察报告》显示，超过70%的Z世代热衷于分享自己的旅行经历。

除了提供优质的产品与出圈的体验，旅游企业围绕95后用户“爱分享”、“爱互动”的社交天性，提供一定的激励政策，或者以真挚的服务态度，给了他们一个不得不点评、分享的理由，会为旅游产品本身带来巨大的流量，将消费者转化为KOC，为自身品牌站台。

除了点评分享赠送早餐券、限时返现等，一对多的“管家式”服务也可以为消费者制造分享“压力”。黄山的白云宾馆，从入住开始，酒店的管家就会添加你的微信，发送周边攻略信息、日出与日落时间、最新天气动向、酒店活动等，并且及时响应客户的个性化问题。离店时还会赠送一份当地特色的纪念品，此时，顺势抛出的点评请求，自然显得合情合理，让人难以拒绝。

85后与95后代际交替初显，95后新生代对旅游有着显著的个性化群体特征，为旅游业孕育了更多新机遇。旅行需求的个性化已成为行业共识，从同质化竞争中突围核心在于产品创新和品牌打造，如何深入理解和满足游客的个性化需求，更是旅游发展的关键课题。

随着95后的崛起，短视频、达人直播带货等极具感染力的形式，仍将是旅游产品的营销主流渠道，营销的娱乐、社群、社交属性也将更加凸显。未来，小众市场营销渠道或将成为主流。

本文经授权发布，不代表36氪立场。如若转载请联系原作者。

参与评论

登录后才能参与讨论哦...

登录后参与讨论

0/1000 提交评论

请回复有价值的信息，无意义的评论将很快被删除，账号将被禁止发言。

- 首页
- 快讯
- 资讯
- 直播
- 视频
- 专题
- 活动

搜索

寻求报道

我要投稿

寻求融资



36氪的朋友们 资深作者

89

1

下一篇

如何在不可预测未来的情况下做规划
A方案倒了，我们还有B方案。

2020-08-07

95后绝大多数还在上学 消费潜力不容小觑 内循环中若想以消费为主导 供给侧改革国内大中小企业应细致
调查95后的消费行为 以年轻人为导向

您可能也喜欢这些文章

- 首页
- 快讯
- 资讯
- 直播
- 视频
- 专题
- 活动

搜索

寻求报道

我要投稿

寻求融资

你以为5岁宝宝背会1000个单词靠死记硬背？用这个方法错不了！

PR (北京读我科技公司)

“五一”出游迎来四大新趋势

疫情结束，你会在什么时间出游？

“五一安心出游”带动旅游逐步复苏

来自黄山的好食材项目招商，品牌授权、产地直供。全国加盟热线...

PR (黄山岩谷生态农业有限公司)

五一出游热，报复性旅游快来了？

有道小图灵，把握8-12岁少儿编程启蒙黄金期！少儿编程启蒙课程...

PR (有道精品课)

VR小众推荐：“VRxx”听烂了？来看这份清单吧

产品观察 | 深度拆解「Timing」：疫情期间 DAU 超百万的学习社区

Recommended by

关于36氪

合作伙伴

36氪AF

城市加盟 商务合作

寻求报道 关于我们

我要投稿 联系我们

投资者关系 加入我们



iOS & /

44

本站由 阿里云 提供计算与安全服务 违法和不良信息举报电话：010-58254120 举报邮箱：jubao@36kr.com 网上有害信息举报

© 2011~2018 北京多氪信息科技有限公司 | 京ICP备12031756号 | 京ICP证150143号 | 京公网安备11010502036099号