



阿里发布文娱消费大数据， 95后vs 85后 文化观念存在 差异



这个五一假期之前，全国两会公布了召开时间，北京市也将突发公共卫生事件一级响应降为二级响应，包括文化娱乐在内的各行各业的复工复产提速扩面。近日，阿里文娱联合阿里创新事业群，推出了《青年文娱消费大数据报告》，揭示出我国文娱消费在年轻人群体中的发展趋势。

该报告显示，从 85 后到 95 后，文娱消费趋势正在不同年代的年轻人群体中产生巨大的变化。随着中国本土流行文化的崛起，国产电影、中国流行音乐以及相声、曲艺等传统艺术得到了当代年轻人的追捧，国潮成为 95 后文娱消费的关键词。

95 后成为观演市场增长新动力

近年来，随着国潮的崛起，中国流行音乐、相声、曲艺等民族艺术以及中国特色的脱口秀逐渐成为文娱消费的热潮。过去一年，95 后观演人均年消费高达 893 元，年增长幅度高出整体人群 11%，比 80 前人群增幅高 24%，成为观演市场的增长新动力。不仅如此，95 后跨城观演人数超 88 万人，较 2018 年同比增长 71%，占全年龄总比例的 56%。由此可知，95 后在观演市场的消费意念更加强烈。

相比之下，85 后在观演市场的消费意向与 95 后产生了极大的差异，大麦数据显示，85 后偏爱传统观演项目，其中话剧歌剧、专业剧场、体育

比赛三大项目占比接近七成，占比分别为 25.5%、22.5%、21.7%。而 95 后更集中于演唱会、曲艺以及展览。值得一提的是，曲艺分类中相声等传统艺术在年轻人群体中日益风靡，这体现了文化界的国潮崛起。

在音乐方面，95 后更喜欢改变和创新，具有改编特色的中国风是 95 后的最爱，据唱鸭数据显示，琵琶版周杰伦的《告白气球》、古筝版陈粒的《光》、唢呐版 MC 梦珂的《惊雷》成了最受欢迎的改编歌曲 TOP3。

在演唱会市场方面，大麦数据显示，TF boys 牢牢占据 95 后市场，王俊凯、王源、易烊千玺包揽 95 后购票用户占比的前三名，而 85 后占比 TOP3 则是任贤齐、郑伊健和陈小春，两代人有明显的差异。从购票用户数量来看，周杰伦、林俊杰则是跨越了两代人的文化差异，同时受到 95 后和 85 后的追捧。

95 后不仅爱听更爱唱，现在的 95 后早就不满足 85 一代单调的听歌方式，每晚 20-22 点，是 95 后发出云合唱语音弹幕的高峰期，最近大火的《惊雷》《冬眠》都被多次云合唱。

95 后成院线电影主力军

随着时代的发展，电影市场格局也发生了改变。95 后贡献了 2019 年整体票房的 29%，成为电影市场的票房中坚。

95 后成为主力观影人群，热门电影题材也随着 95 后的文化喜好而改变，书旗数据显示，95 后受近年科幻热潮感染，选择用《三体》《银河帝国》《流浪地球》等科幻书籍来丰富自己的想象力。此外，95 后还经常观看《人性的弱点》《复旦名师陈果：好的孤单+好的爱情》《墨菲定律》等励志书籍来获取人生感悟。

这一变化直接体现在电影市场，灯塔专业版和淘票票数据显示，95 后观影票房中，国产电影占了总票房的 80%。其中，科幻类、剧情类、动画类电影持续升温，全年票房增长率分别达到 12%、10%、7%；反之，喜剧类、动作类、奇幻类电影则逐渐降温，增长率分别为-22%、-11%、-5%。

在视频网站愈发火热的当下，追剧也成为 95 后文娱生活不可或缺的一部分。报告显示，2020 年优酷剧集《乡村爱情 12》成为 95 后人群的看剧首选。出人意料的是，95 女性看剧榜单中，《法证先锋 IV》等硬核剧集榜上有名，95 后男性则对《冰糖炖雪梨》等爱情剧集颇感兴趣，优酷的宠爱剧场也得到年轻人的喜爱。

在疫情期间，虽然线下影院因为特殊原因不能开业，但优酷等在线视频平台推出更多优质内容，极大程度上慰藉了庞大的市场需求。

充实自己，95 后学习欲高涨

在日愈多元的文化观影响之下，95 后在生活中也更“精力充沛”，堪称斜杠青年一代。夸克搜索数据显示，95 后是搜索各类技能学习的主要人群，占全年龄的 80%。其中，考证大全、菜谱教程和美容护肤成为 95 后最想学习的三类技能。而在通过考试获取的各类证件中，95 后最重视驾照、普通话以及教师资格证。

丰富的精神文化发展让 95 后在其他的文娱消费领域也更加多元。据夸克数据显示，当代 95 后用户堪称技能过硬的斜杠青年——驾照、教师资格、雅思、托福，哪一样都没有错过，还精通各类居家菜谱和护肤教程，单拎出来个个都是技能过硬的中华小当家，在衣食住行方面的技能要比 85 后更丰富。

与此同时，古风潮流也是 95 后追捧的关键，汉服、古风妆、拱手礼这些都

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_37986

