



# 《2019 中国年轻创造力洞察报告》：95 后创意店铺增速高 7 倍



喜欢传统文化的，把榫卯做成“中国版乐高”；爱吃的，捣鼓出“茅台冰淇淋”；迷上未来科技的，折腾出能抬起一辆车的“外骨骼机甲”……今年的淘宝造物节上各类神物、神人层出不穷，展示了中国年轻人最有创意的一面。

近期，第一财经商业数据中心（CBNData）联合淘宝发布《2019 中国年轻创造力洞察报告》。基于 CBNData 消费大数据，以线上 29 岁以下青年店主为主要研究对象，通过分析他们的店铺运营情况，洞察中国线上创意产业的发展现状及未来。

报告显示：

01、90 后和 95 后青年店主人数占比超 80 后，正成为线上卖家的主力人群

在今年的“第七届中国淘宝村高峰论坛”上，有非常多年轻的 90 后、95 后网商参加。而报告研究也表明，目前，90 后和 95 后的青年网商人数已逐渐成为卖家的主力人群。

数据来源：CBNData 消费大数据

02、在销售额上，80 后当前仍是贡献主力，但 90 后和 95 后店主的销售额增速非常强劲

让 80 后得以安慰的是，报告显示，销售额贡献仍以 80 后店主为主。虽然如此，80 后也不能放弃努力，因为 90 和 95 后店主的发展势头更强劲。

数据来源：CBNData 消费大数据

### 03、近三年贩售创意商品店铺及创意商品比重逐年提升

淘宝上的年轻人已经成中国创意经济的主力，淘宝年轻人店铺中近四成都在“折腾”创意商品。尤其是95后，他们开起创意店铺的势头更是惊人，平均增速比整体高出近7倍。

### 04、创意饰品、文创用品是新晋青年店主的热门贩售选择

在今年新开的青年创意店铺中，饰品、文创用品及原创设计女装在商品数量上占比最高，是热门贩售选择。同时，对比其他年龄店主在创意商品上的品类布局，智能设备、电玩等科技类商品尤其受到青年店主偏爱，创意宠物用品也偏好靠前。

### 05、沿海地区的青年创意更成熟，华南、华东地区省市是青年创意的主要贩售据点

近一年线上青年店铺创意商品销售规模前五名均为华南和华东地区省市，是青年创意的主要贩售据点。各地青年因地制宜向外输送创意，广东青年更爱贩售创意灯饰，浙江青年贩售原创设计服装，江苏青年更多贩售床品花艺。

### 06、年轻消费者对创意的追逐也日渐强烈，呈现个性化的消费特征

近几年，90后、95后年轻消费者对创意商品的贡献逐年走高，且

增速快于整体商品，对创意商品的消费意愿突出。在消费偏好上，年轻人对数码科技类商品偏好高，95后更爱玩，90后更爱衣装。

基于线上青年创意经济的发展现状，《报告》从“始于生活”、“忠于兴趣”、“钟情科技”、“归心文化”四个方面，对线上青年创造力展开解析，并对中国青年线上创意经济的未来进行展望。

### 倾注情趣

吃的是脑洞；活的是诗意。“颜值不够高，谁看你内涵”，对人如此，对物品亦是如此。在颜值经济的当下，产品包装要么高大上，要么趣十足。从《报告》可见，脑洞与诗意是当代线上青年店主“贩卖生活”的两大关键词。

### 经营兴趣

支持“次元”信仰；助燃“上脚”狂热；续力音乐“发烧”。年轻人“忠于兴趣”的特质，恰恰是他们“脑洞大开”的万能钥匙。《报告》显示，各种以经营“兴趣”圈层的店铺在线上加速爆发，按店主代际来看，95后

**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\\_38005](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38005)

