

创造力

青年

2019

2019中国年轻 创造力洞察报告

CBNDATA × **淘宝**
第一财经商业数据中心

© 2019 CBNDATA. All rights reserved.

TABLE OF CONTENTS 目录

第一部分：线上青年创意经济发展概览

第二部分：线上青年创造力解析

- 2.1 始于日常，创意为生活增添一点脑洞和诗意
- 2.2 极致热爱，兴趣为创意打开无限想法
- 2.3 打破边界，科技承载创意让未来提前到来
- 2.4 回归初心，创意让传统文化迎来新生

第三部分：创意经济发展展望

注：本报告中“青年”指29岁以下人群



CHAPTER ONE

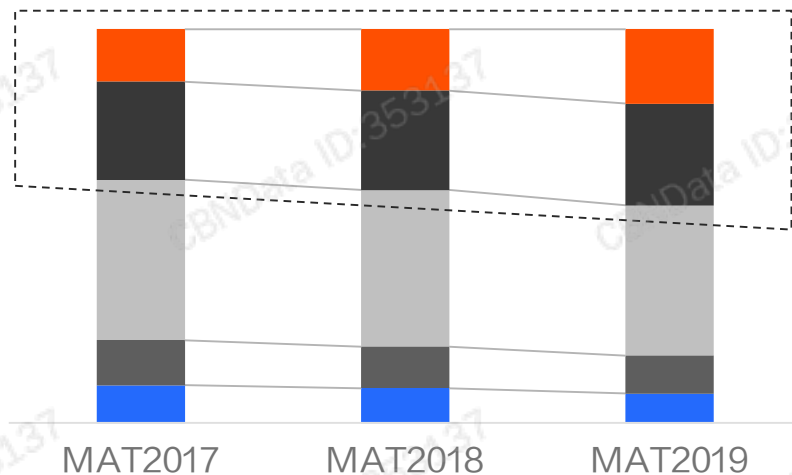
线上青年创意经济发展概览

90后及95后年轻人群正在成为淘宝卖家主力，增长潜力十足

90后及95后青年店主正在成为线上卖家的主力人群，人数占比已超越80后店主。在销售额上，80后当前仍是贡献主力，而90后及95后店主的销售额增速分别是80后的2.8和6.9倍，发展势头更强劲。

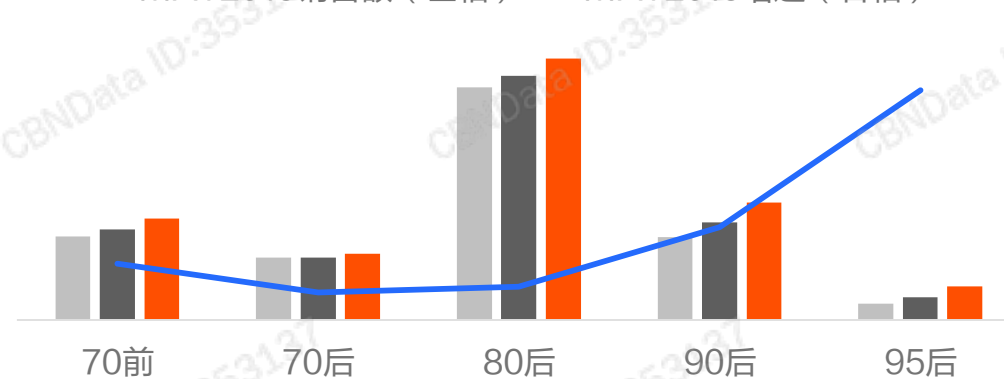
MAT2017-2019线上店主代际分布

■ 70前 ■ 70后 ■ 80后 ■ 90后 ■ 95后



MAT2017-2019线上各代际店主
店铺销售规模趋势

■ MAT2017销售额（左轴） ■ MAT2018销售额（左轴）
■ MAT2019销售额（左轴） — MAT2019增速（右轴）



数据来源：CBNData消费大数据

创造力作为青年个性底色，重要性在其店铺的经营中日益凸显

越来越多的青年店主通过贩售商品来表达自我，输出创意，受到消费者的认同。青年店铺中，近三年贩售创意商品店铺及创意商品比重逐年提升，并以快于整体创意商品市场的速度蓬勃发展。

创意商品定义¹

独创性、知识产权是核心

源自个人创意、技巧及才华，通过知识产权的开发和运用，具有创造财富和就业潜力的行业

➢商品名包含“原创设计、文创、手作、匠人、工艺、非遗、艺术家、设计师”等，品类涉及创新科技、定制服务等

2 与泛文娱相关的产品及服务

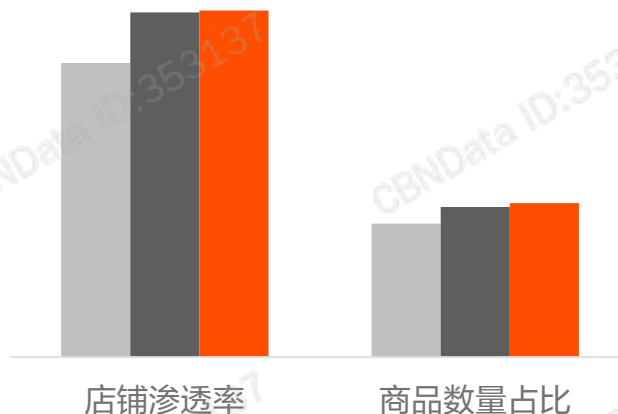
创意产业提供我们宽泛地与文化的、艺术的或仅仅是娱乐的价值相联系的产品和服务

➢商品品类涉及乐器、耳机音箱、摄影设备、手办模型等

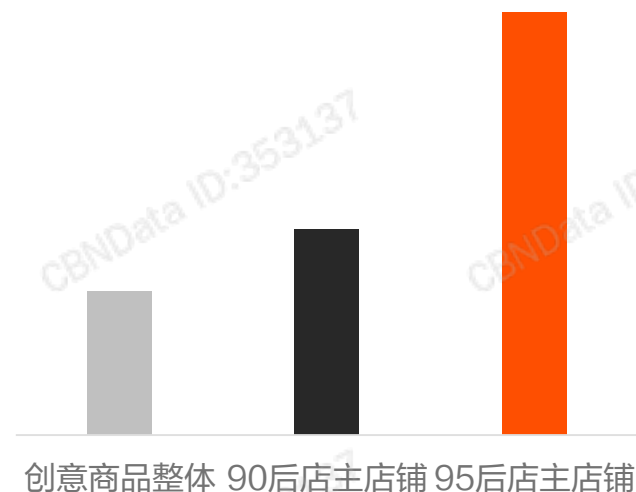
资料来源：公开资料整理
数据说明：¹后文创意商品均按此定义圈定

MAT2017-2019创意商品 在线上青年店铺的渗透趋势

■ MAT2017 ■ MAT2018 ■ MAT2019



MAT2019线上创意商品 销售额增速

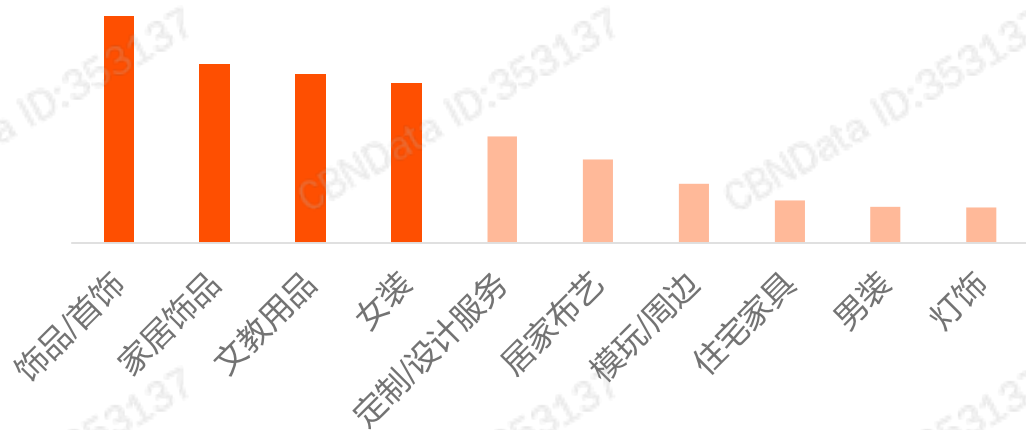


数据来源：CBNData消费大数据

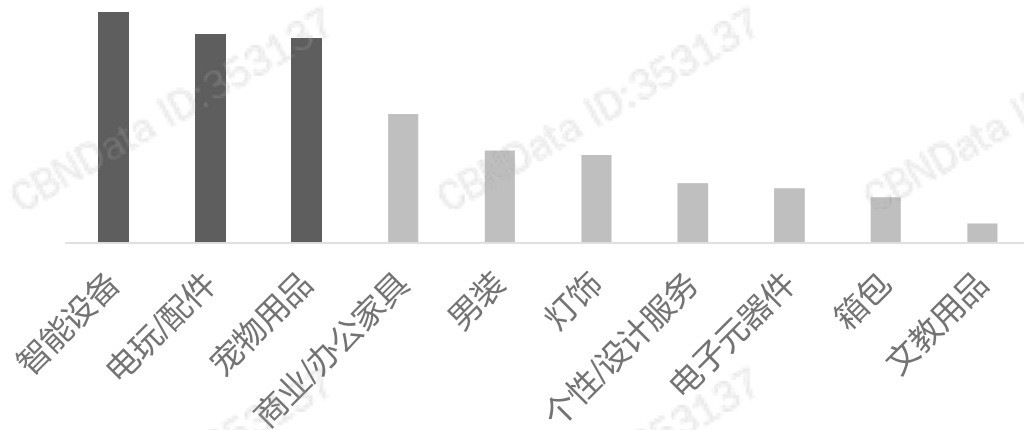
创意饰品、文创用品是新晋青年店主的热门贩售选择

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。

MAT2019新开店青年店铺
创意商品¹数量分布Top 10品类



MAT2019青年店铺对比整体店铺
创意商品品类贩售偏好²



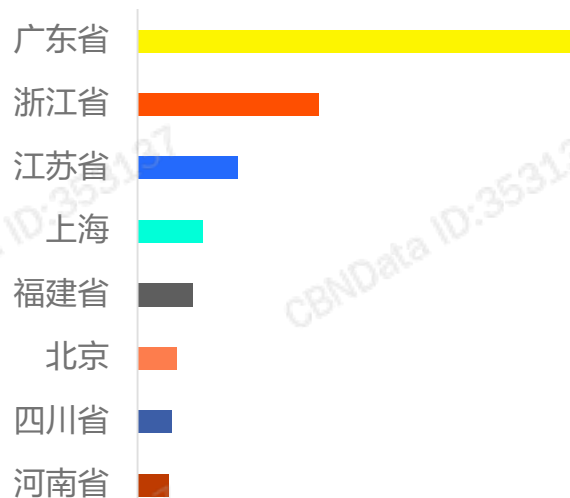
数据来源：CBNData消费大数据；数据说明：¹创意商品指标包含“原创设计、工艺、手作”等，或品类涉及科技娱乐的商品；

²偏好度 = 青年店铺在各品类上的创意商品数比例 / 整体店铺在各品类上的创意商品数比例 - 1

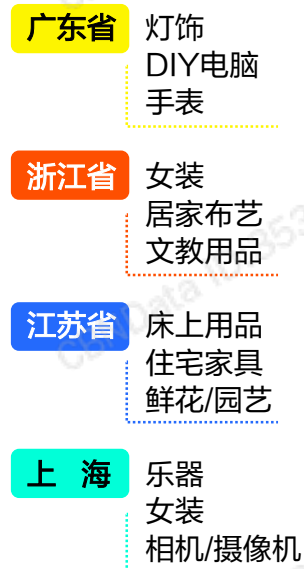
沿海地区的青年创意市场更成熟，因地制宜展现各方特色

近一年线上青年店铺创意商品销售规模前五名均为华南、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。

MAT2019各地区青年店铺创意商品¹销售规模Top省市



MAT2019 青年店铺创意商品销售规模Top省市
品类贩售偏好²



数据来源：CBNData消费大数据；数据说明：¹创意商品指标包含“原创设计、工艺、手作”等，或品类涉及科技娱乐的商品；

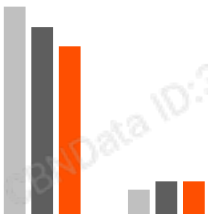
²偏好度 = 各省市青年店铺在各品类上的创意商品数比例 / 全国青年店铺在各品类上的创意商品数比例 - 1

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、95后年轻消费者对创意商品的消费贡献逐年走高，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。

MAT2017-2019各代际线上
创意商品¹消费占比

■ MAT2017 ■ MAT2018 ■ MAT2019



MAT2019各代际线上消费增速

■ 整体商品消费增速 ■ 创意商品消费增速



MAT2019各代际消费者对创意品类消费偏好²

	80后	90后	95后
1 电子元器件		电玩/配件	电玩/配件
2 珠宝/玉石		DIY电脑	DIY电脑
3 办公家具		女装	模玩/动漫

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_17032

