

2021年 Z世代“潮力量”洞察报告

2021年7月

Mob研究院出品

©2021 MobTech. All rights reserved.



本报告研究对象

本报告Z世代“潮力量”定义为出生于1995-2010年之间，活跃于潮玩圈、国潮圈、追星圈以及潮鞋圈的年轻一代

Z世代主要指
出生于1995-
2010年之间的
群体



潮玩圈

寻求生活中的惊喜感和仪式感，不定期购买潮玩



国潮圈

对含有“中国”标签的服饰、食品、游戏、美妆等有浓厚兴趣



追星圈

又称“饭圈”，粉丝对爱豆爱之深沉，明星营销最大的消费群体



潮鞋圈

对球鞋有着特别的爱，“一鞋难求”的现象圈内屡见不鲜





CONTENTS

录

1

Z世代“潮力量”之“潮玩圈”

2

Z世代“潮力量”之“国潮圈”

3

Z世代“潮力量”之“追星圈”

4

Z世代“潮力量”之“潮鞋圈”

什么是潮玩？

潮玩，是潮流玩具的简称，类型主要分为手办、盲盒和BJD娃娃。手办是动漫周边盒模型，盲盒是具有随机性的玩具盒子，而BJD娃娃是球关节娃娃，可以更换服装和妆容

手办

现在手办通常分为两种，一种是收藏的模型，另一种是日本动漫周边。手办的形象大多是与动画、漫画、电影、游戏相关联。



盲盒

盲盒里面通常装的是动漫、影视作品的周边，或者设计师单独设计出来的玩偶。“盲”就在于盒子上没有标注，只有拆开才知道里面是什么。



BJD娃娃

BJD全称ball joint doll（球关节娃娃）。BJD娃娃不仅可以更换服装，还能修改化妆，调换手脚，头发，甚至眼球，圈内称为“养娃”。

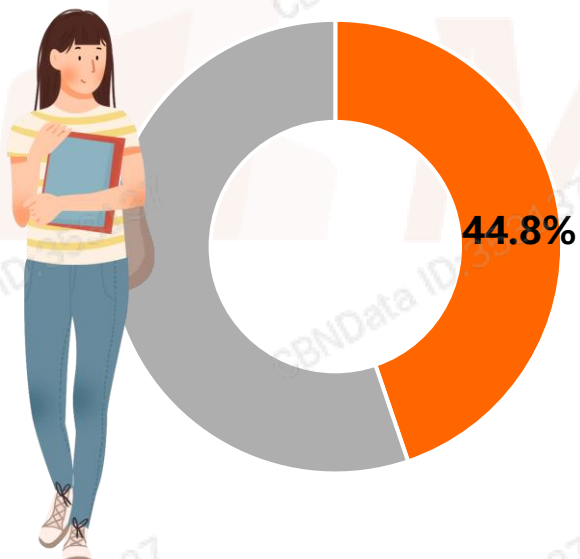


Z世代潮玩消费者特点

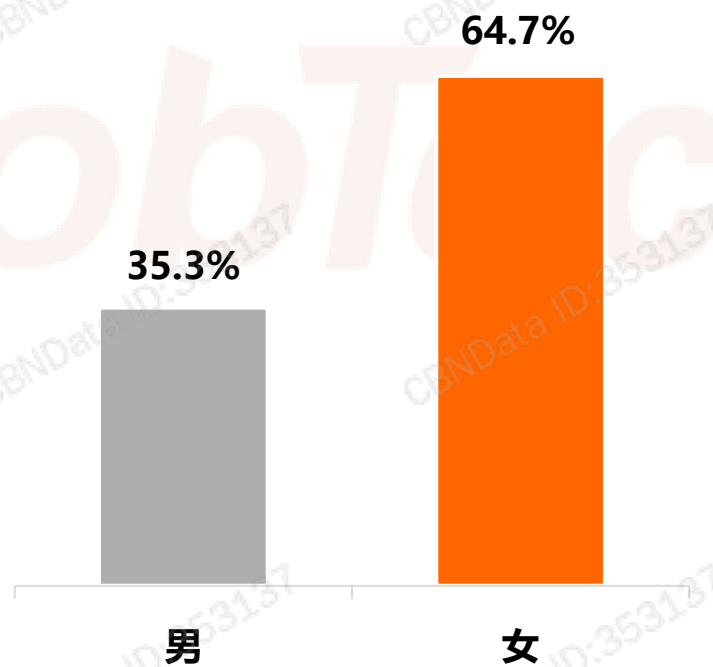
手办消费者超4成为在读学生；盲盒消费者中，女性占比是男性的近两倍；BJD娃娃消费者多分布于一线、新一线城市

Z世代潮玩圈三类消费者画像

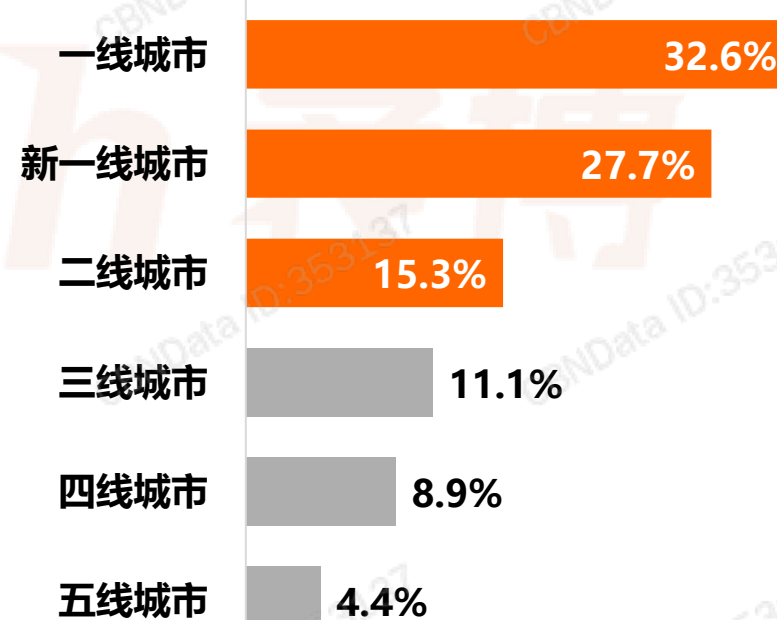
Z世代手办消费者在读学生占比



Z世代盲盒消费者性别比



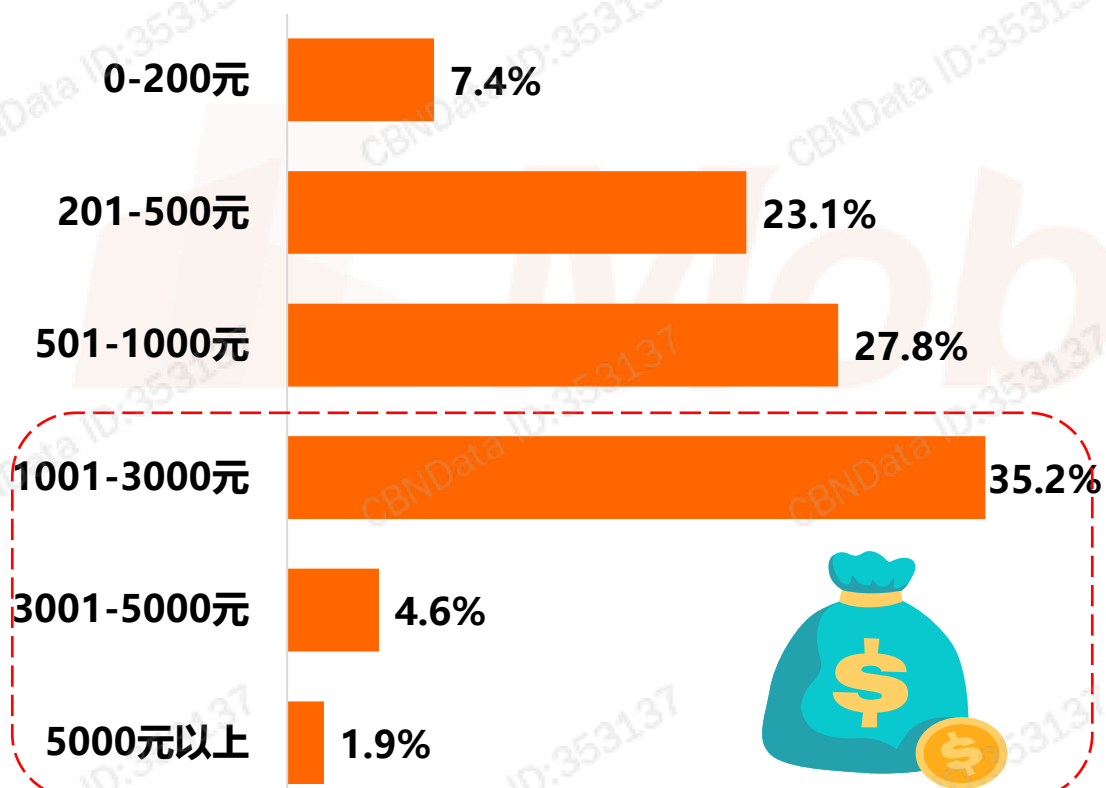
Z世代BJD娃娃消费者城市等级分布



手办消费：“氪金”千元，掏空口袋又何妨

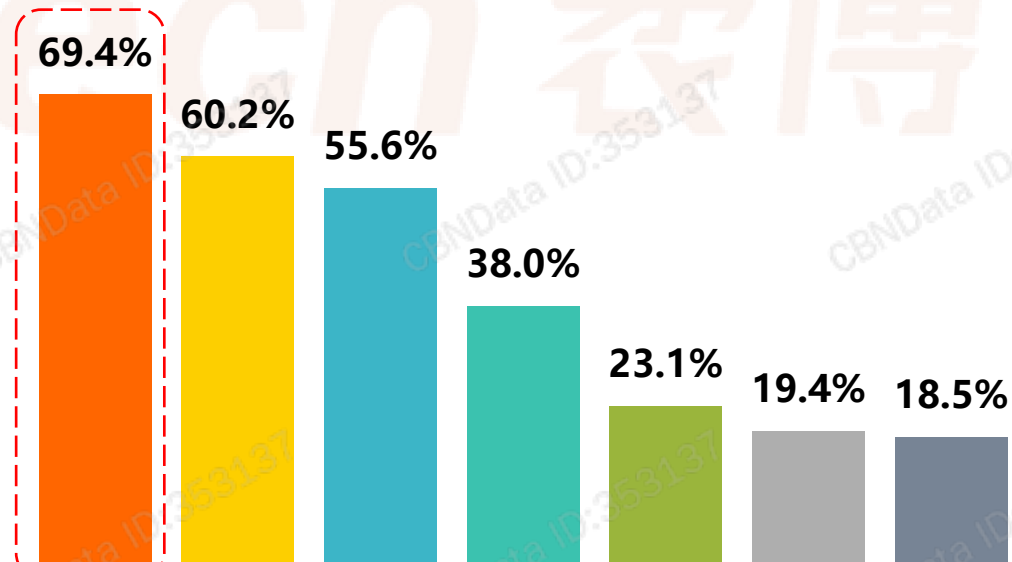
Z世代手办消费者中，超四成平均每年会花费1000元以上购买手办；他们主要的消费动机是收藏，同时设计感符合审美也十分重要

Mob研究院 Z世代平均每年手办消费金额分布



Mob研究院 Z世代消费手办的消费动机

- 收藏为主，放那看也开心
- 对IP作品及人物的喜爱
- 买来送人，精选好礼
- 追逐潮流，别人有的我也想要
- 设计感十足，符合审美
- 手办忠实粉丝，看到就想买
- 折扣力度大，价格美丽



注：Q5.你平均每年购买手办花费多少钱？ Q6.你购买手办的主要动机是？ Z世代样本量N=500

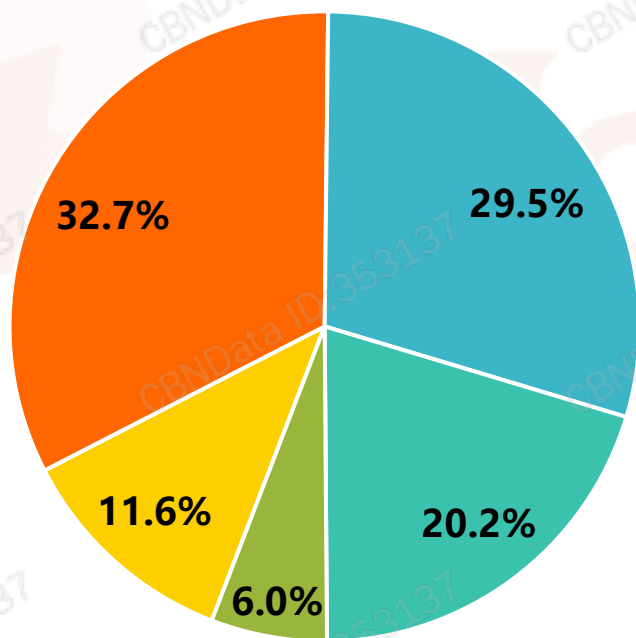
Source：库润数据KuRunData调研数据

盲盒消费：购买7次以上超5成

Z世代盲盒消费者中，超5成平均每年购买7次以上，他们购买盲盒的动机主要是为了寻求惊喜感，拆到隐藏款快乐加倍

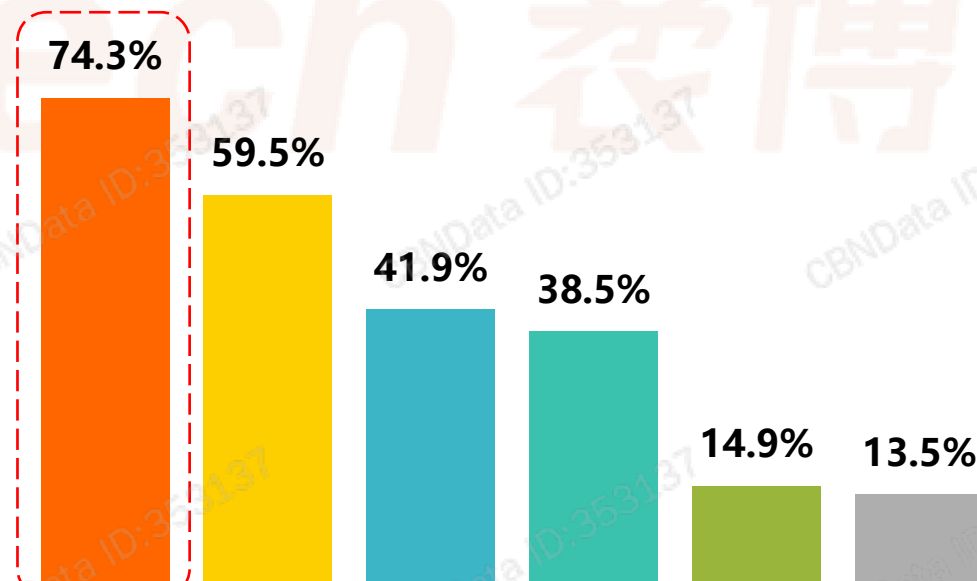
Mob研究院 Z世代平均每年购买盲盒次数

1-3次 4-6次 7-9次 10-20次 20次以上



Mob研究院 Z世代购买盲盒的购买动机

寻求惊喜感，拆到隐藏款快乐加倍 收藏为主，放那看也开心
对IP作品的喜爱 盲盒忠实粉丝，爱到就想买
跟风购买，身边人都买我也买 二手交易，小赚一笔



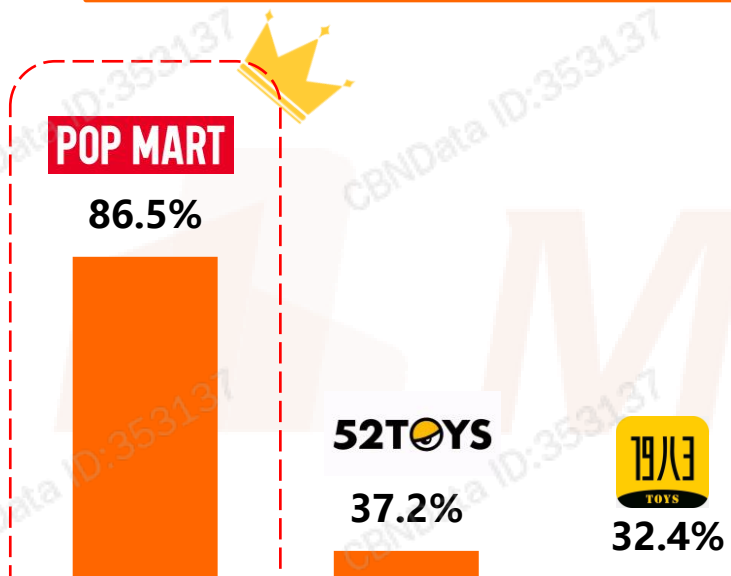
注：Q7.你平均每年购买几次盲盒？ Q9.你购买盲盒的主要动机是？ Z世代样本量N=500

Source：库润数据KuRunData调研数据

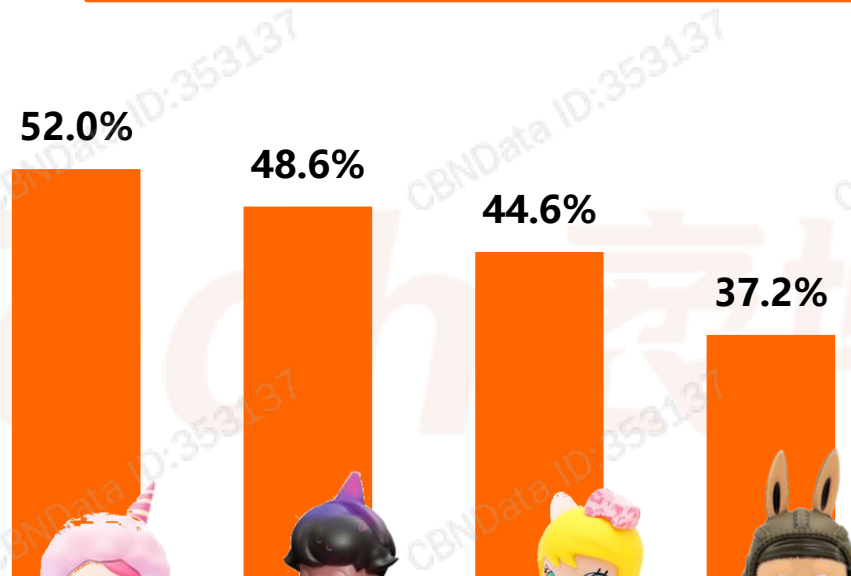
盲盒消费：泡泡玛特俘获“芳心”

泡泡玛特成为最受Z世代盲盒消费者欢迎的盲盒品牌，PUCKY系列成为最喜爱的IP

Mob研究院 Z世代喜爱的盲盒品牌调研



Mob研究院 Z世代喜爱的盲盒IP调研



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_22235

