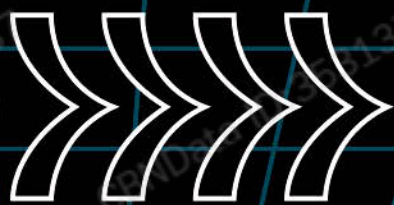


进击的 新势力

95后 短视频冲浪与
消费图鉴 2021



THE EMERGING
FORCE OF POST 95s

SHORT VIDEO

CONSUMPTION INSIGHTS 2021



巨量引擎



OMG
Omnicom Media Group



创业邦
CYZON

序言



23:23

76%

如今的 95 后年轻势力在移动互联网占据着流量高地，是品牌营销必争的“C 位”人群。他们牢牢掌握网络话语权，掀起了“内容共创”的潮流，将“圈层营销”的概念第一次带入主流视野。他们对意见领袖的“恰饭行为”异常“包容宠溺”，但同时又对广告营销方式十分“敏感挑剔”。

进入 2021 年，全民短视频和直播的风潮结合 5G 技术逐步成熟，不仅具备营销价值，也有很大的转化潜力，不断驱动着用户消费。仅上半年，短视频广告在典型互联网媒介广告中以 42.6% 的收入占比排名第一，95 后正是短视频领域的“弄潮儿”，他们活跃在各大平台，追逐热点，同时也引领新的内容风潮和消费风尚，对其他代际人群产生着巨大影响。

对品牌来说，该如何通过优质的短视频内容激发与他们的深入互动，从而达到传播及销售转化的效果？

【巨量引擎】【宏盟媒体集团 OMG】【创业邦】联合发布《进击的新势力：95 后短视频冲浪与消费图鉴 2021》，将以短视频为切入点，深入挖掘 95 后的短视频消费行为，为提高品牌和产品认知并促进销售转化提供相关营销建议。

【爷的青春回来了】

【给我整破防了~】

我就是无情的点赞机器

妈妈问我为什么跪着看视频

泪目了!!! 泪目了!!!

针不戳!! 针不戳!!

什么是快乐星球??

【宝藏博主，爱了爱了】

瑞斯拜~瑞斯拜~



TARGET
POPULATION

研究对象

本文研究对象是1995年及以后出生的已成年人群,即1995-2003年期间出生的人群。下文统称为“95后”。

THE DATA SHOWS

数据说明

1	数据来源	巨量算数 95后人群的短视频消费和直播购物行为来源为内部平台
	时间周期	2020年-2021年9月(除特殊说明外)
2	用户调研	OMG & 巨量算数: 《95后人群消费行为调研2021》
	调研方法	在线问卷调研,通过抖音平台进行大规模精准问卷投放,覆盖全国一线到五线城市的95后人群;有效样本量=2937
	调研时间	2021年8月
3	用户专访	《OMG:95后消费者个性化访谈》
	调研方法	居住于一二线城市的95后进行1v1专访,受访者N=10位
	调研时间	2021年8月
4	数据来源	第三方调研数据库平台,数据及观点由OMG分析整理 CNRS(中国城市居民调研)60Cities,2020Q4 Datastory数说故事社交聆听大数据,2021

名词解释:

TGI: 样本人群较总人群的偏好度,数值越大说明该人群较总体人群对该事物的关注度更高, $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} \times 100$

核心发现



独而不孤，聚而能欢，屏前一人屏后千万同好

虽然 95 后大部分都是独生子女，但是他们并不孤单，因身后有着千万同好圈层，能成为他们分享自己喜爱内容的对象。



线下社恐，线上蹦迪，焦虑与自洽模式来回切换

95 后拥有着自己独特的一套语言体系，跟风伪社恐，这是拒绝线下敷衍社交的保护色。成长在一个变化迅速的时代下，他们不断地在“内卷”与“躺平”中交替。



刷看不够，转评赞示态度，优秀视频宣传编外人员

“怒刷”还不够，95 后还会评论点赞以示态度。“孤芳不自赏”，对于他们热爱内容，还会自发成为内容宣传的编外人员。



洞悉内容吸睛法则，才气值拉满的意见领袖新势力

95 后时刻具备灵感，才气值拉满，成长为各个领域的意见领袖。扎根某些特定圈层，拥有一定的话语权。



海纳信息快速决策，理智先行，大胆跟进，买在当下

购物需求是根本，在种草过程中，海纳多边的建议，对各方建议的优劣势了如指掌，大胆“剁手”，不论金额大小都爱分期，需要满足当下的快乐。

注释：

“内卷”：网络流行语，很多高等学校学生用其来指代非理性的内部竞争或“被自愿”竞争。现指同行间竞相付出更多努力以争夺有限资源，从而导致个体“收益努力比”下降的现象。

“躺平”：网络流行词，指无论对方做出什么反应，你内心都毫无波澜，对此不会有任何反应或者反抗，表示顺从心理，选择最无所作为的方式反叛裹挟。年轻人选择躺平，就是选择走向边缘，超脱于加班、升职、挣钱、买房的主流路径之外，用自己的方式消解外在环境对个体的规训

目录

CONTENT



Part.1

95 后：大人，时代变了！

02

消费 理财

11

生活 婚恋

15

文化 态度

21

社交风格

25

媒介偏好

27



Part.2

95 后：我倒，你也上网冲浪吗？

30

狂“刷”

32

爱“PO”

44

愿“听”

50

疯“抢”

56



Part.3

95 后：营销策略三部曲！

64



声明

76

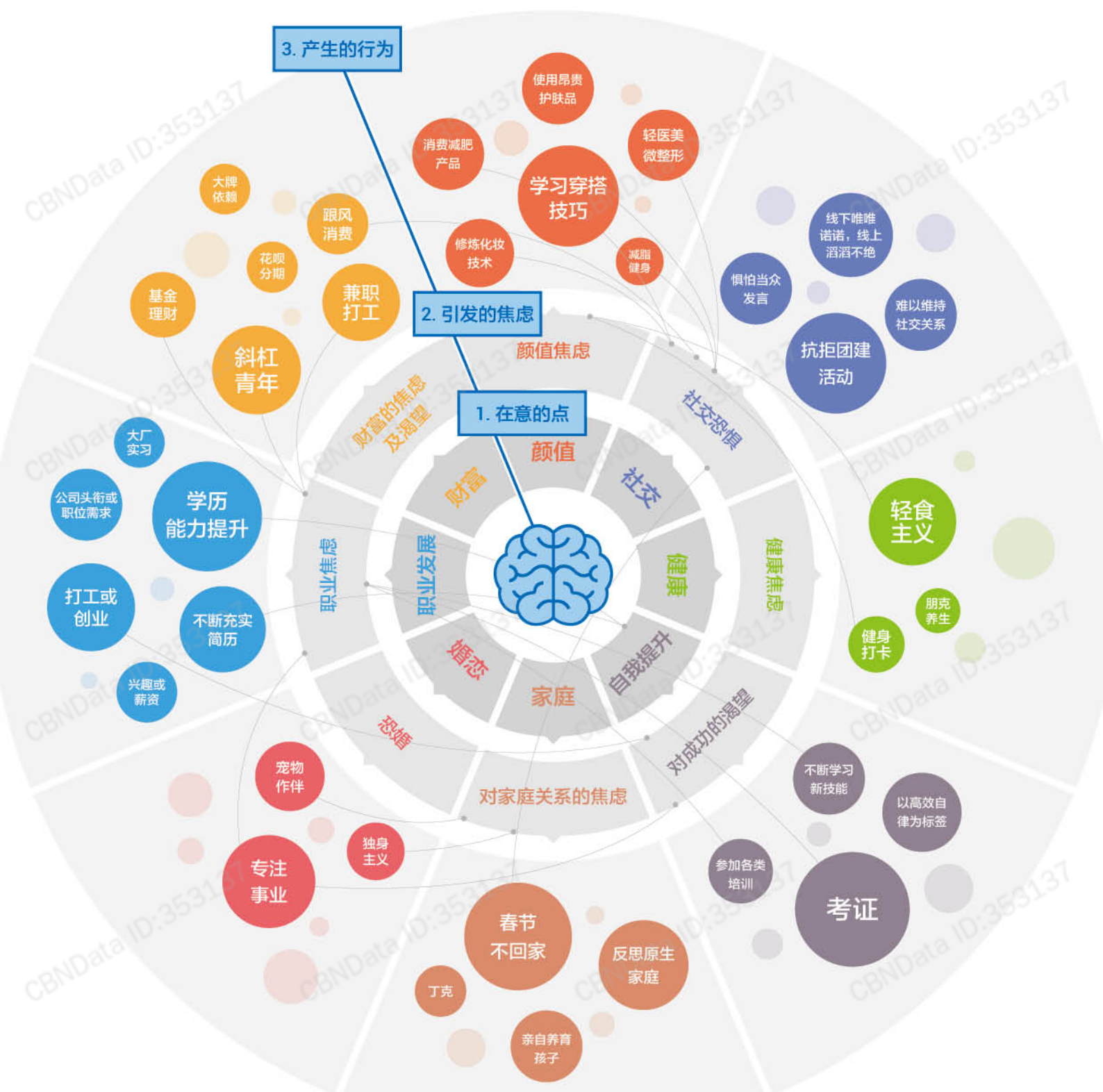
01

进击的
新势力

Times Changed!

95后：
大人，
时代变了！

95 后的脑回路



说明：脑回路指 95 后的思维想法及行为。示意图仅供参考

95 后的成长轨迹伴随国家的强大、经济的腾飞、数字网络的飞速发展



他们见证了国家举办奥运会
世博会等世界级活动

95 后年纪尚轻，童年时期便见证了国家的强大，他们比其他代际有着更开阔的眼界



他们见证了国家从全球金融危机
中恢复的速度，GDP 的高速增长

95 后大部分为独生子女，甚至部分为“独二代”，他们拥有着比其他代际更优越的物质条件

95 后作为家中的“独宠”，相对其他代际他们更善于表达自己的观点及需求

城镇居民人均可支配收入 (元 / 年)



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_28940

