

2021

消费

洞察

2021大学生 消费行为洞察报告

COLLEGE STUDENTS CONSUMER BEHAVIOR INSIGHT REPORT



m 美丽修行

发现 报告
fxbaogao.com



镝数聚
dydata.io



目录

CONTENTS



基础数据



消费洞察



人群洞察



消费趋势



消费态度



分析洞察



校果研究院 **m** 美丽修行

VIEWPOINT

报告核心观点



01 为兴趣消费 人人皆是大学生



- 大学生市场不断受到各界关注，市场潜力巨大
- 大学生爱好广泛 自成一格，并小众爱好流行
- 男生更爱电子竞技、二次元和手办模玩。女生更爱美容、娱乐和萌宠

04 不同消费领域 不同的消费诉求



- 在选择服饰鞋包上，新品牌被选择概率更高
- 美妆消费，则最喜欢做攻略，收集更多有效信息
- 消费决策上，最注重评价，其中又最愿意听好友的评价
- 消费渠道选择上，会根据不同产品而选择不同购入渠道

03 文娱消费 大学生的重度消费地



- 文娱APP中，视频、音乐仍然是主流消费
- 无论多爱文娱，大部分学生使用都有节制
- 在文娱产品上氪金的行为已经是共识，但氪金不多

04 奶茶和辣条 宿舍零食YYDS



- 决定零食的还是口味，大学生喜欢好吃的零食
- 男生更喜欢泡面，而女生更爱辣条
- 在饮料选择上，果汁和奶茶才是YYDS
- 定价3-5块是大学生最常购买的饮料

05 国货和男“颜”消费 成分至上



- “男”颜经济潜力巨大，且近两年来男性占比已提升到7.7%
- 男大学生对洗发、沐浴、香水/香氛等品类关注度明显提升
- 大学生更注重清洁、防晒、保湿这三大基础护肤步骤
- 国潮崛起，良心国货最值得关注

06 控油去屑少不了 防脱越早越好？



- 对洗衣服的要求首先是清洁，男女生不存在差异性
- 在味道上，女生的追求就比男生更多一些。女生在洗发、沐浴等产品的选择上都希望产品富有香味
- 年纪轻轻，但已经开始关注防脱产品

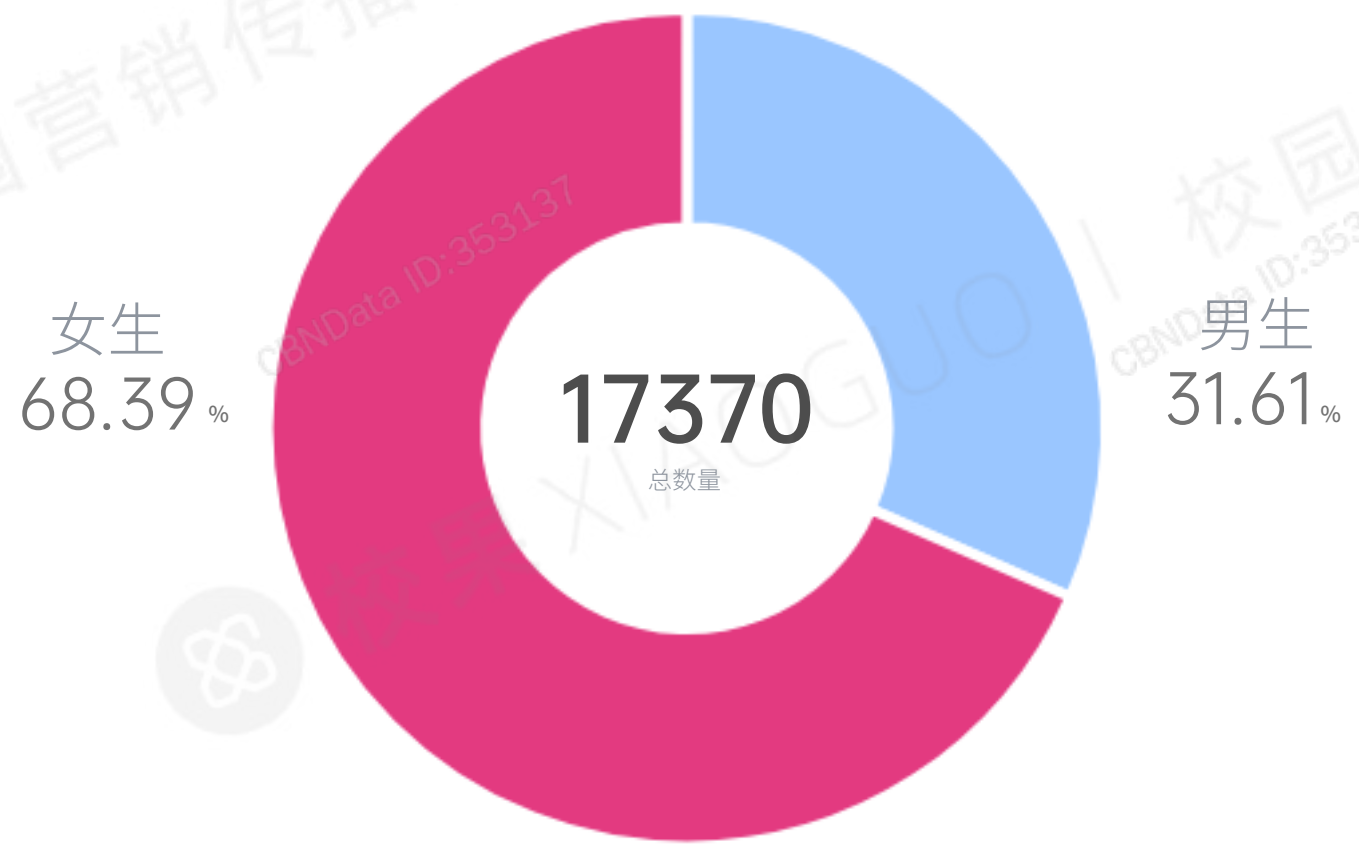
DATE DECLARATION

报告基础数据

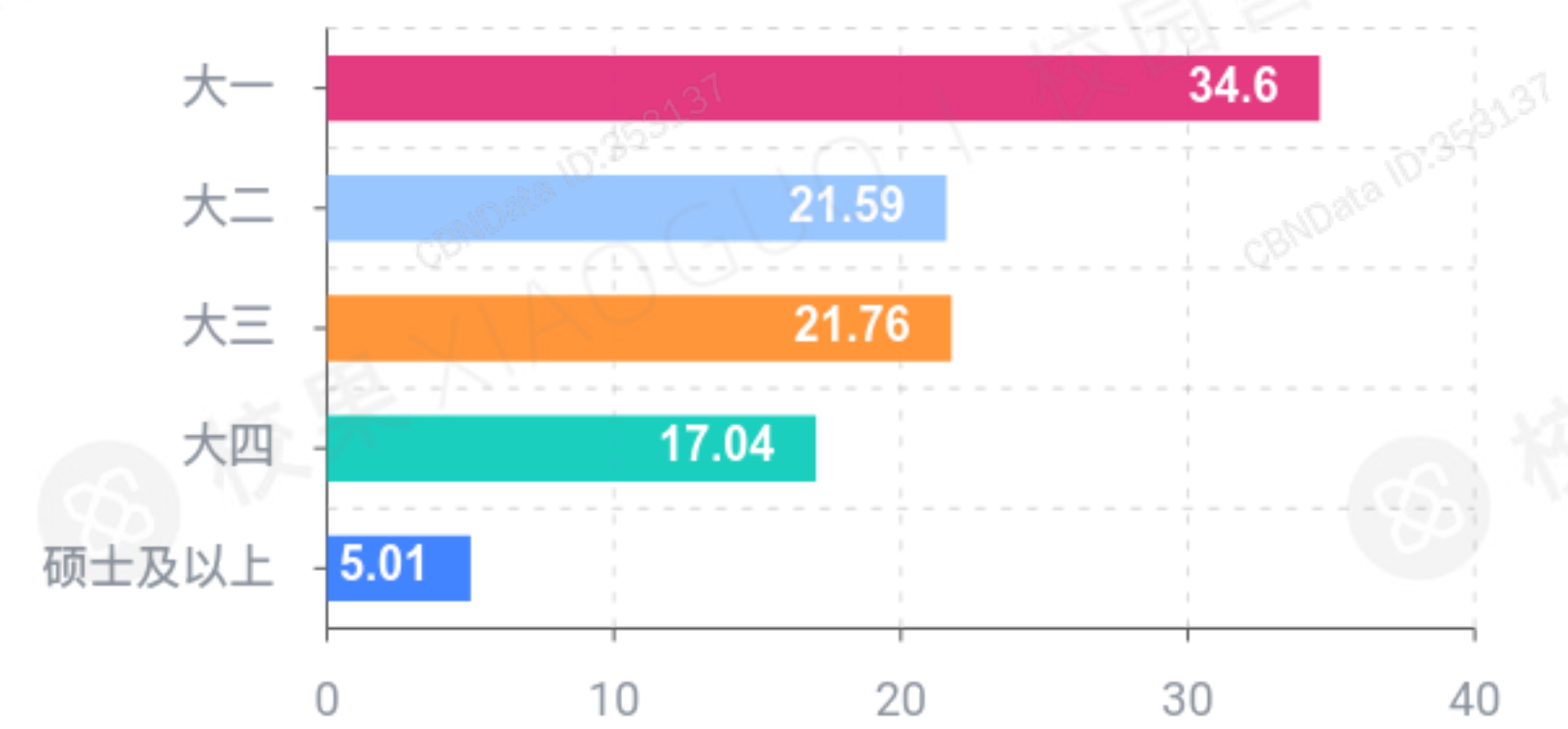


学生画像

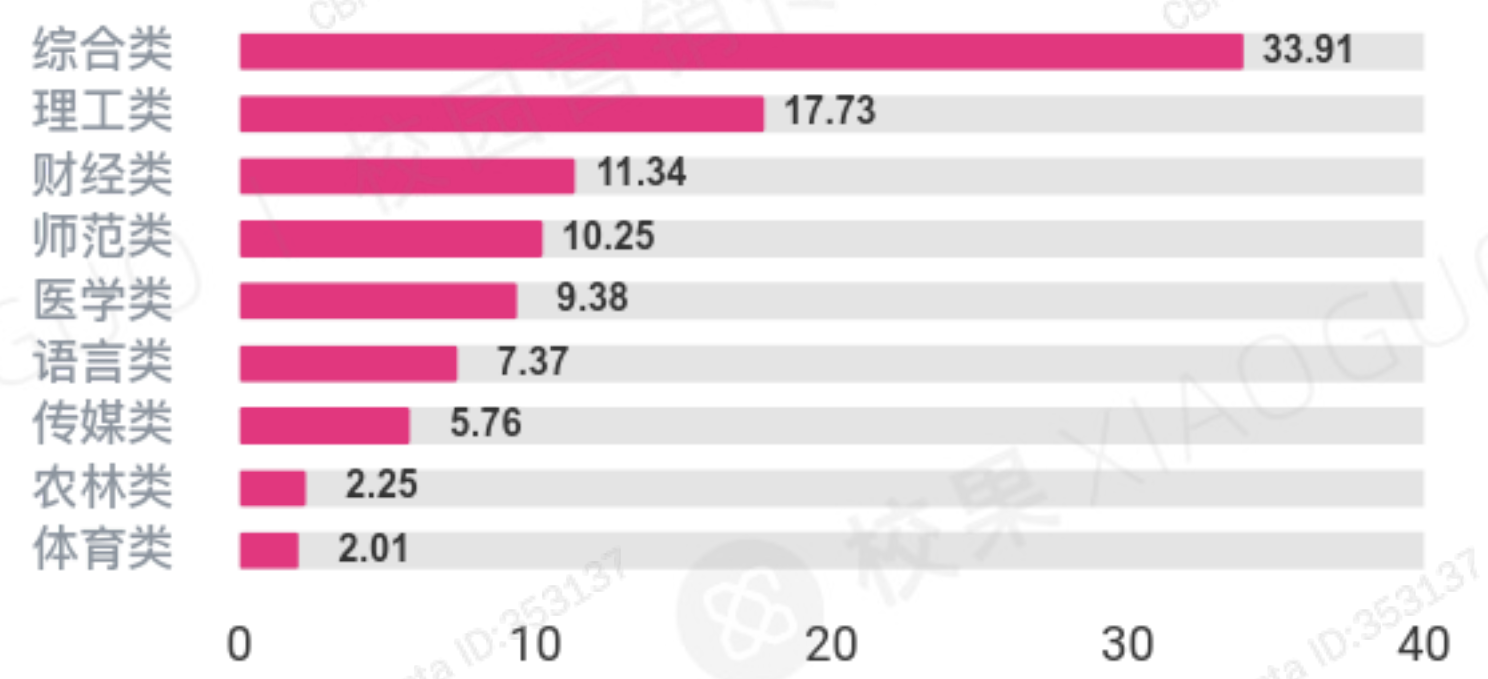
院校地区



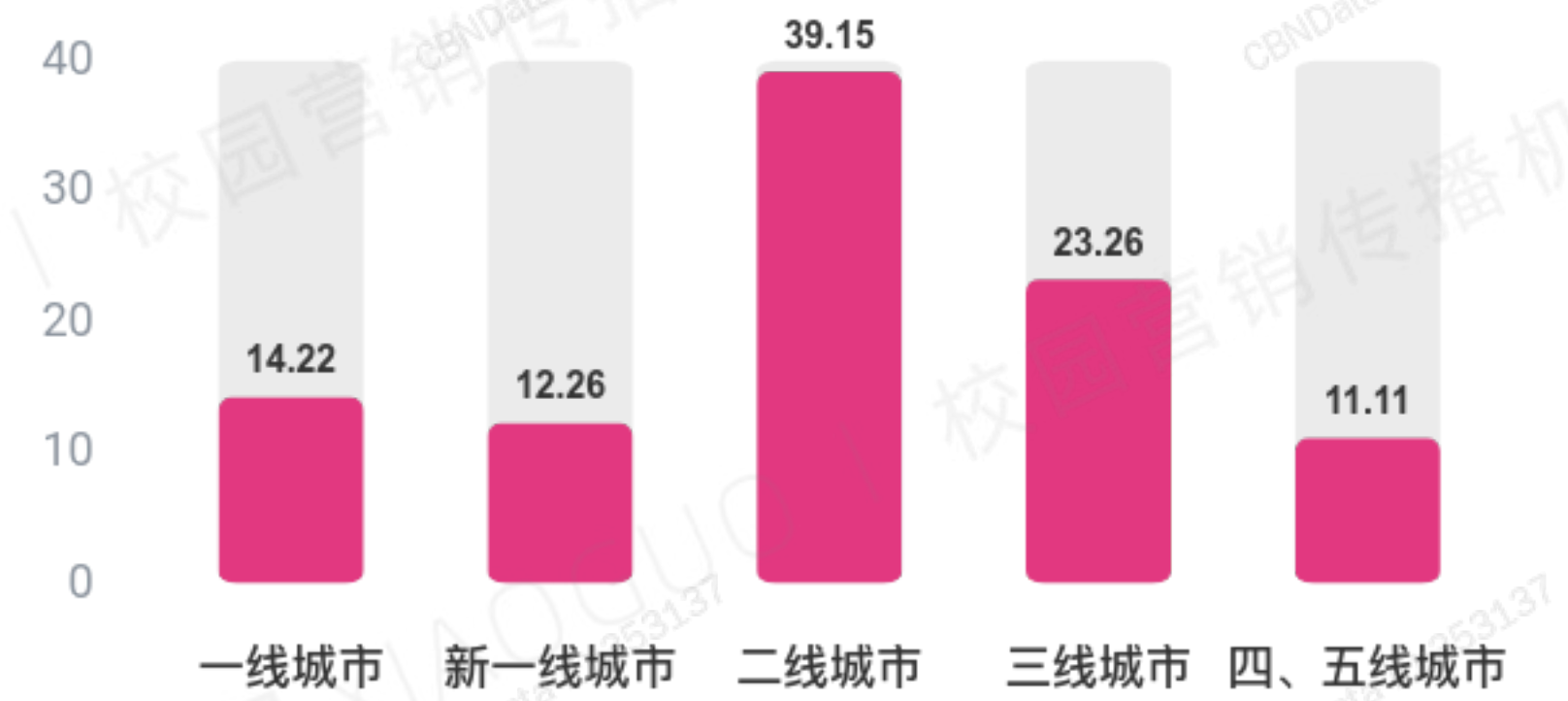
调研对象年级分布 (单位/%)



调研对象院校类型分布 (单位/%)



调研对象所在地区分布 (单位%)



01

人群洞察

Crowd Insight

大学生人数不断增加，大学生市场逐步扩大，大学生消费行为越来越值得研究和探索。他们会因为什么而买单呢？

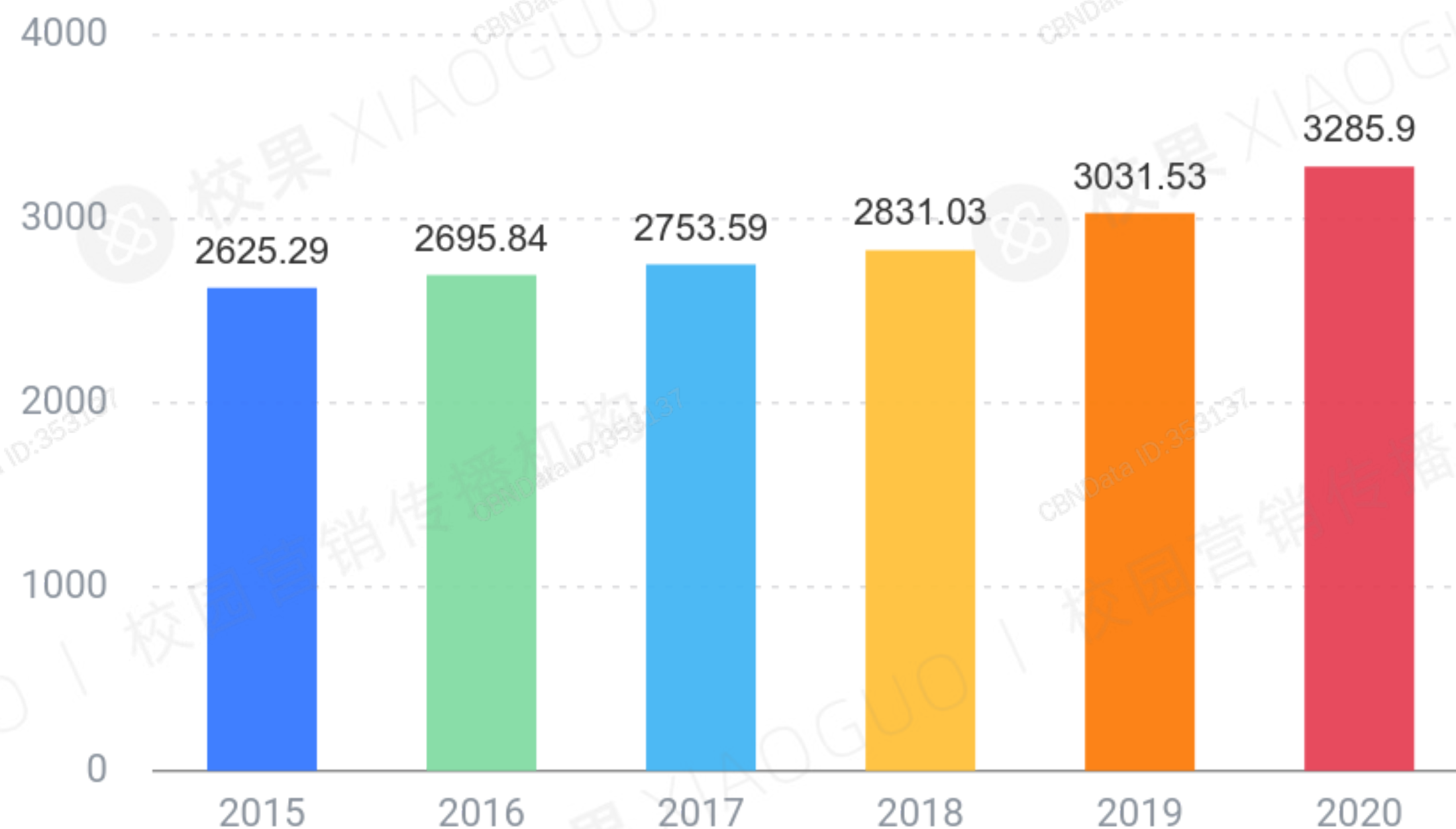
● 校果研究院 **m** 美丽修行



01 在校大学生人数递增 消费规模扩大

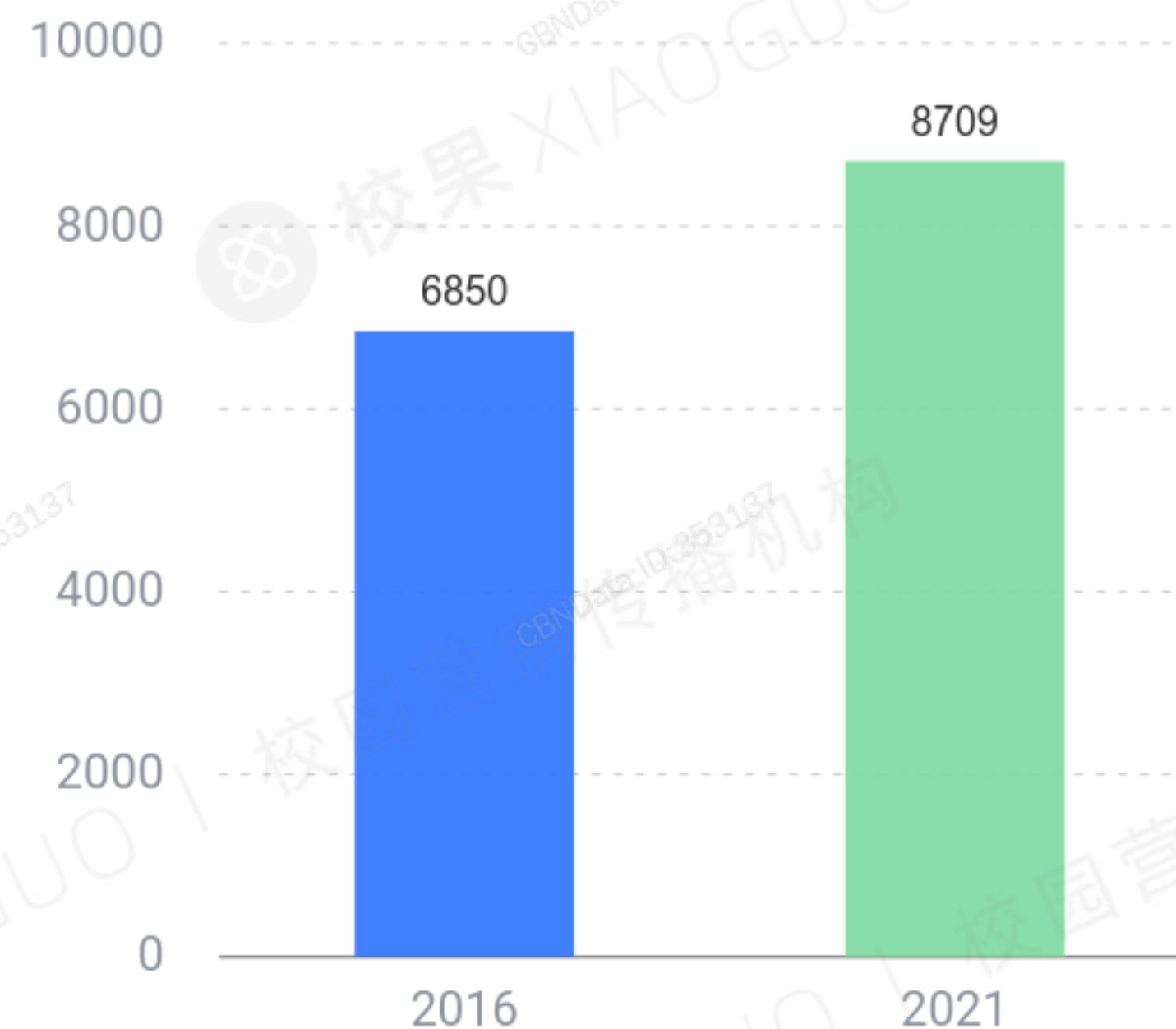
自2015年起，大学生群体的人数不断且稳步增长，同时带动大学生消费份额也有明显的增长，大学生市场不断受到各界关注，市场潜力巨大。随着大学人数不断增长，据教育部公开的数据，2020我国高等教育总规模达4183万人，其中在校普通本专科生人数达3285万人。随着人数的增加，高校消费市场规模也在不断扩大，据本次调研统计，大学生平均每月可支配生活费为2082元，预计2021年大学消费市场规模可达8709亿元。

历年在校大学生人数变化（单位/万）



数据来源：教育部

大学生消费市场份额（单位/亿）

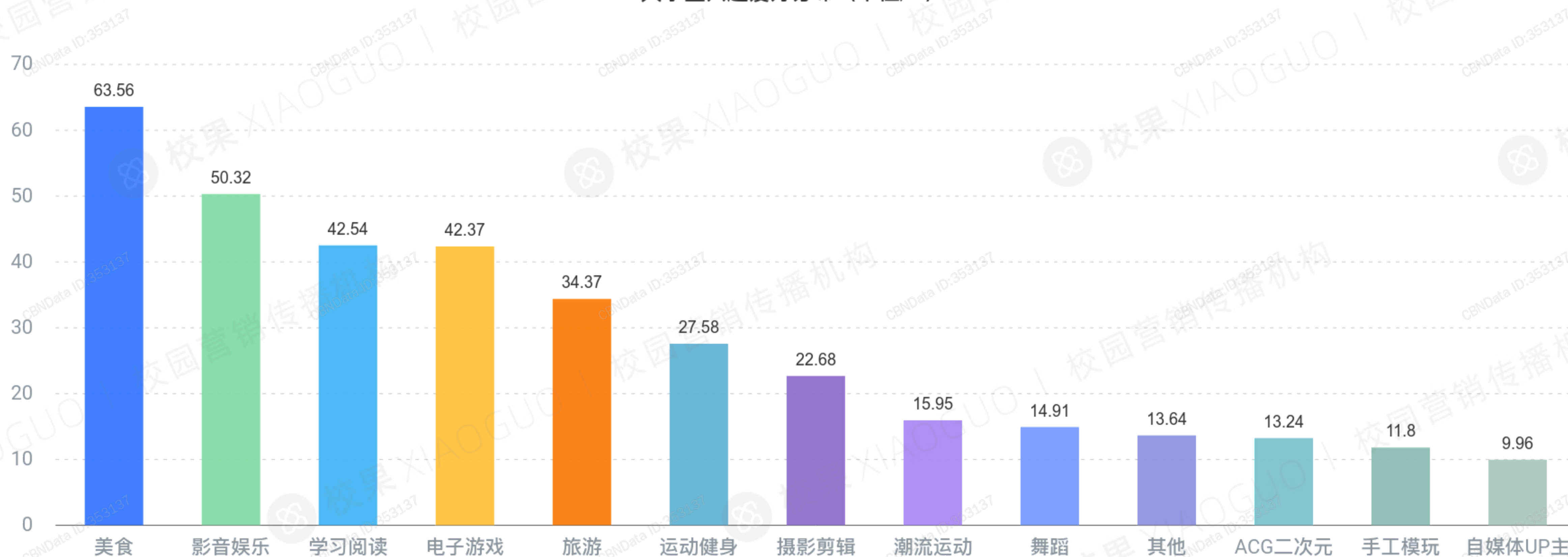


数据来源：
 「2016中国校园市场发展报告」
 x「校果研究院」

02 爱好广泛 自成一格

大学生的兴趣榜单当中，美食、影音娱乐以及学习阅读是大学生的三大兴趣爱好，与此同时电子游戏、旅游、健身等爱好也不断占据大学生的兴趣榜单。

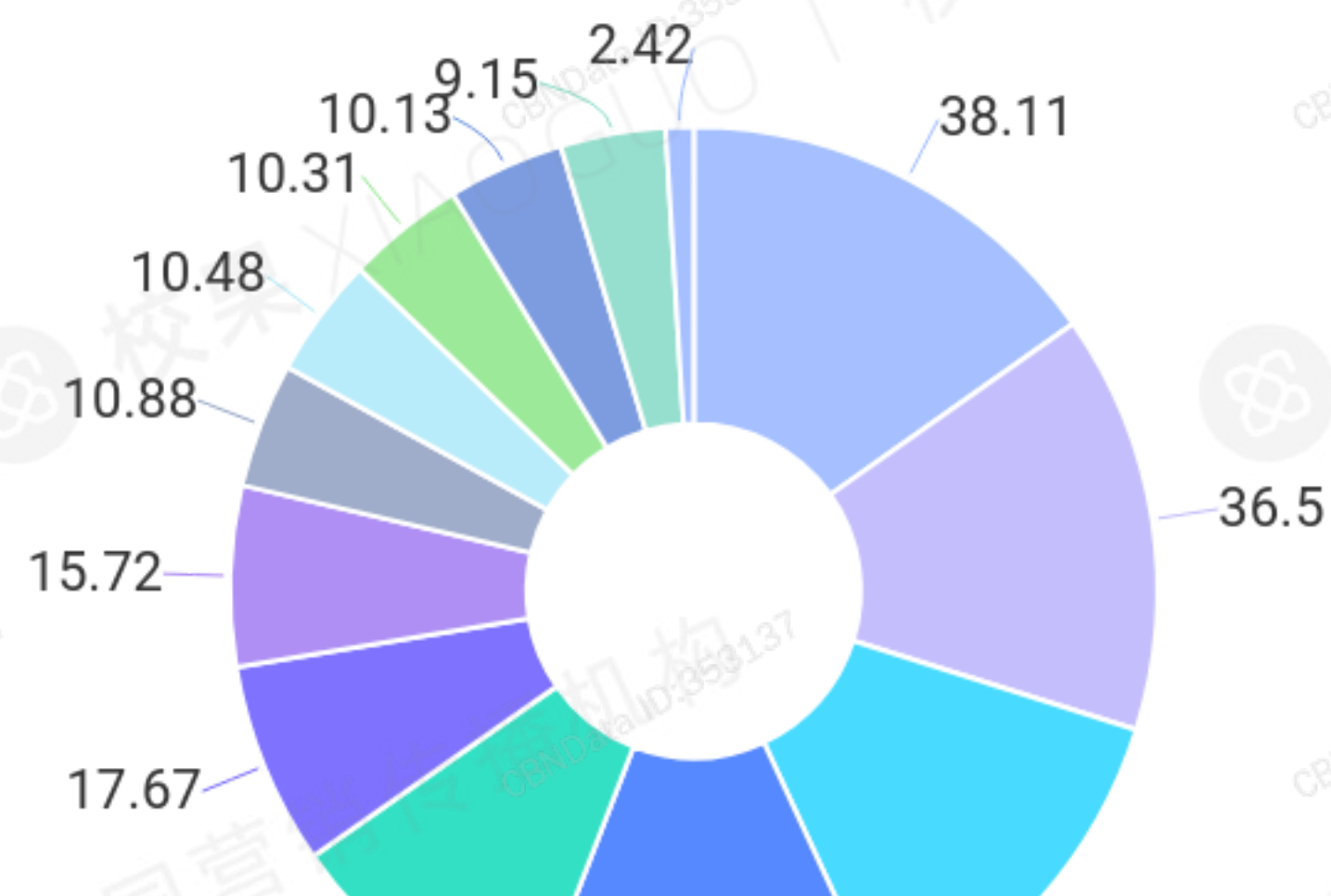
大学生兴趣爱好分布（单位/%）



03 小众爱好 成为流行

大学生愿意为兴趣付费，当然在大学生小众爱好兴趣维度中，男女生存在明显的差异性，男生更爱电子竞技、二次元和手办模玩，女生更爱美容、娱乐和萌宠。

大学生小众圈层爱好分布（单位/%）



男生、女生小众圈层爱好分布TOP



TOP 1

电子竞技



TOP 1

美容时尚



TOP 2

二次元



TOP 2

娱乐周边



TOP 3

手办模玩



TOP 3

萌宠

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_37703

