



**JIGUANG**  
—— 极光 数据服务

# 我们不一样

2018年8月小镇青年消费研究报告

极光大数据

2018年8月

# 谁是小镇青年

本报告定义：三线及以下城市18-26岁青年

- 本报告中小镇青年是指生活在三线及以下级别城市且年龄在18-26岁的青年，他们的生活状态和消费偏好与生活在一二线城市的青年有着较大的差异。极光大数据带你揭秘。



## 不一样的休闲娱乐

- 小镇青年有更多的闲暇时间
- 小镇青年的休闲娱乐方式和习惯跟一二线城市青年不一样



## 不一样的生活状态

- 小镇青年多与父母同住或自有住房，房价低，房贷/房租压力小
- 城市小，通勤耗时少



## 不一样的消费态度

- 小镇青年对品牌和潮流的态度跟一二线城市青年不同
- 小镇青年的消费观念和价格敏感程度与一二线城市青年不同



## 不一样的生活成本

- 与大城市高压力、高工资的工作相比，小镇青年的收入相对较低，但同时生活成本也较低



小镇青年

资料来源：极光调研及公开资料整理

# 核心观点



小镇青年收入低，其中七成人的支出占个人收入的80%以上，妥妥的月光族



小镇青年的饮食支出占比近三成，其次为衣物支出，得益于房价房租较低以及与父母同住比例较大，住房支出占比显著低于一二线青年



小镇青年喜欢高性价比的产品，不过于追求品牌和潮流



各项娱乐活动中，小镇青年最爱手机游戏和网络视频，但其支付意愿和花费金额低于一二线青年



根据小镇青年的消费行为态度和人口特征，可以将其划分为理性派、土豪派、节约派和享乐派四类人群：

- 理性派（22.5%）：量入为出，理性消费
- 土豪派（8.3%）：出手阔绰，追求品牌
- 节约派（42.8%）：钱少细算，能省就省
- 享乐派（23.2%）：享乐至上，先花再说

资料来源：极光调研及公开资料整理

注：小镇青年分群中未显示占比较小的其它群体

# 目录

1 小镇青年群体画像

2 消费结构与态度

3 休闲娱乐购物消费

4 小镇青年分群分析

CHAPTER 01

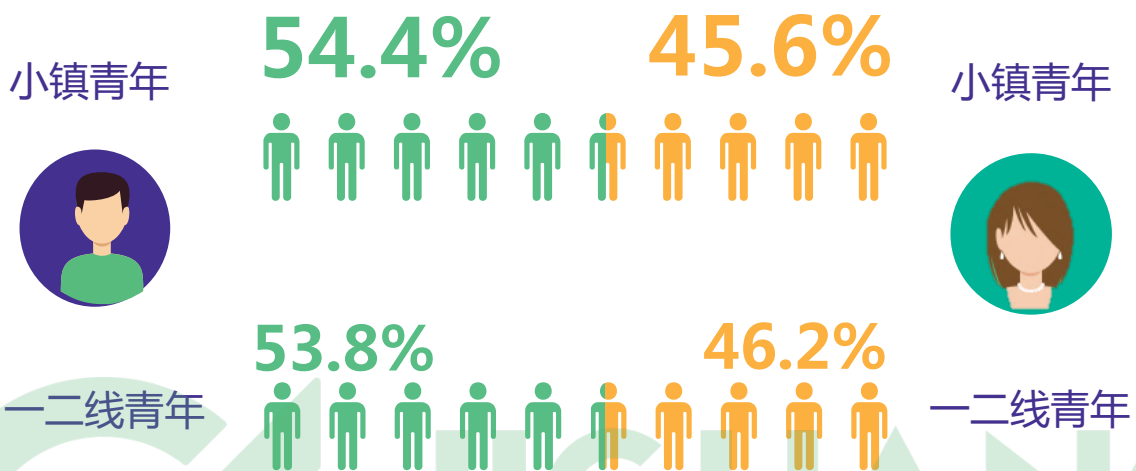
# 小镇青年群体画像

# 小镇青年性别分布和婚恋情况

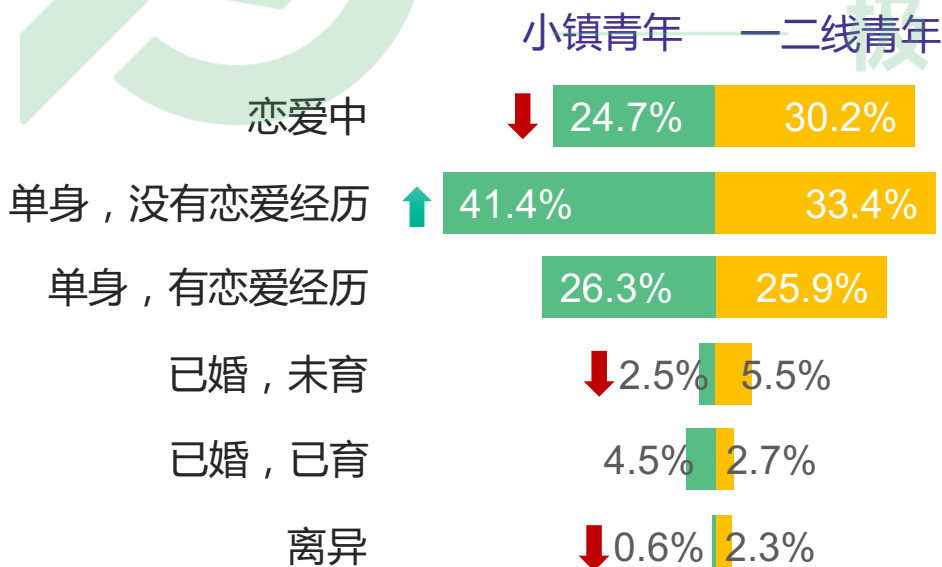
## 男性比例略高，单身比例较高

- 性别方面，无论是小镇青年还是一二线青年，男性比例均略高
- 婚姻状况方面，小镇青年的单身比例较高，特别是没有恋爱经历的比例最高

### 性别分布



### 婚姻状况



↑表示在95%置信度上显著高于一二线青年 ↓表示在95%置信度上显著低于一二线青年

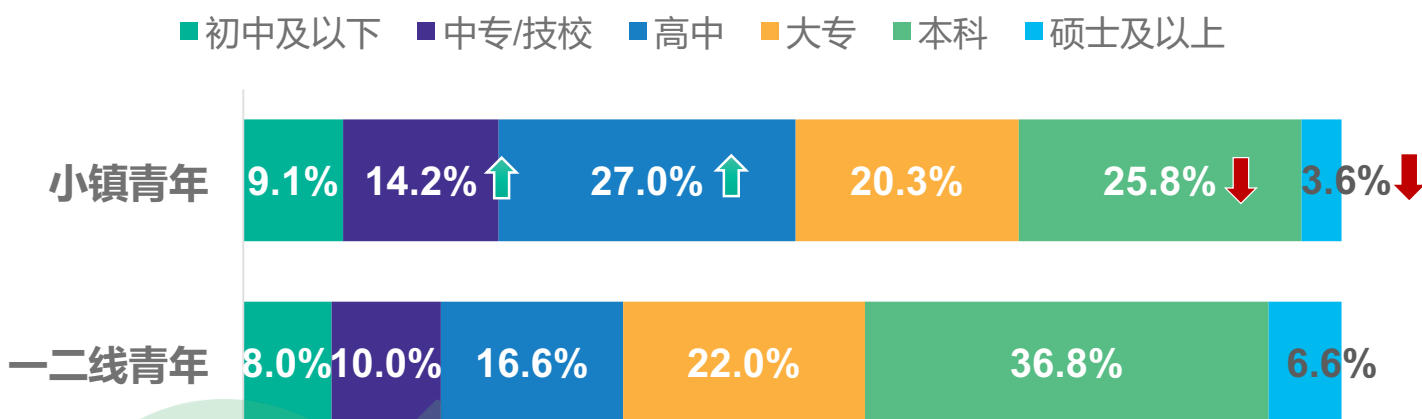
资料来源：极光大数据（性别）和极光调研（婚姻状况），取数周期：2018.07-08

# 小镇青年教育背景

小镇青年学历较低，本科以上差距明显；小镇青年国外留学工作经历比重也远低于一二线城市青年

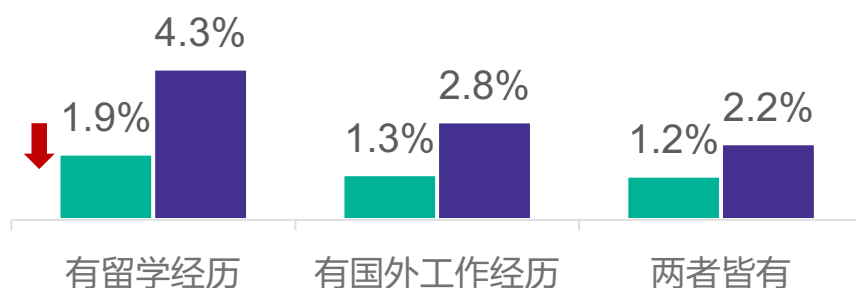
- 小镇青年本科及以上学历占比不足三成，显著低于一二线城市青年
- 小镇青年中有海外经历的占比极低，显著低于一二线城市青年

## 学历分布



## 国外留学与工作经历

■ 小镇青年 ■ 一二线城市青年



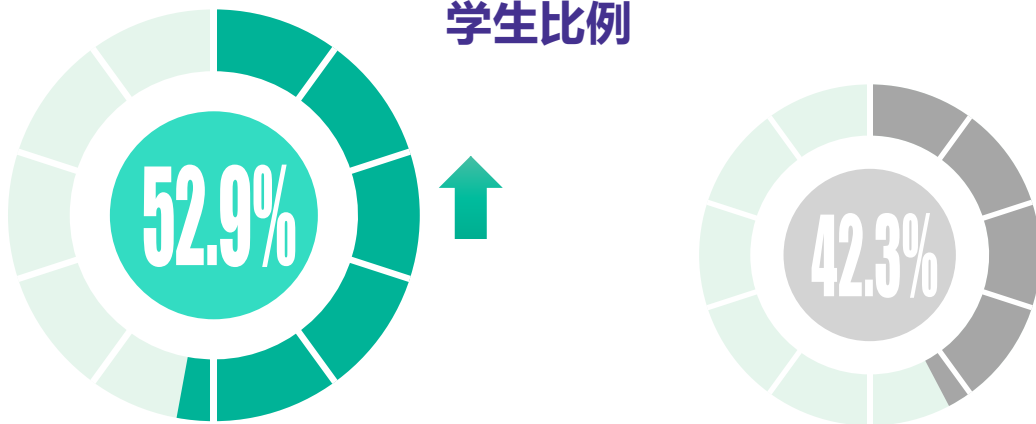
↑表示在95%置信度上显著高于一二线城市青年 ↓表示在95%置信度上显著低于一二线城市青年  
资料来源：极光调研，取数周期：2018.07-08

## 小镇青年主要身份

小镇青年学生占比过半且高于一二线青年，但其企业管理人员占比则显著低于一二线青年

- 小镇青年在企业管理人员/经理/高管、教师/医生/律师比例显著低于一二线青年，侧面反映出低级别城市的青年职业机会较少、职业发展较慢
- 学生比例高，说明这部分人群存在不稳定因素，毕业之后可能会有相当一部分人转移去一二线，进一步降低三四线劳动力数量

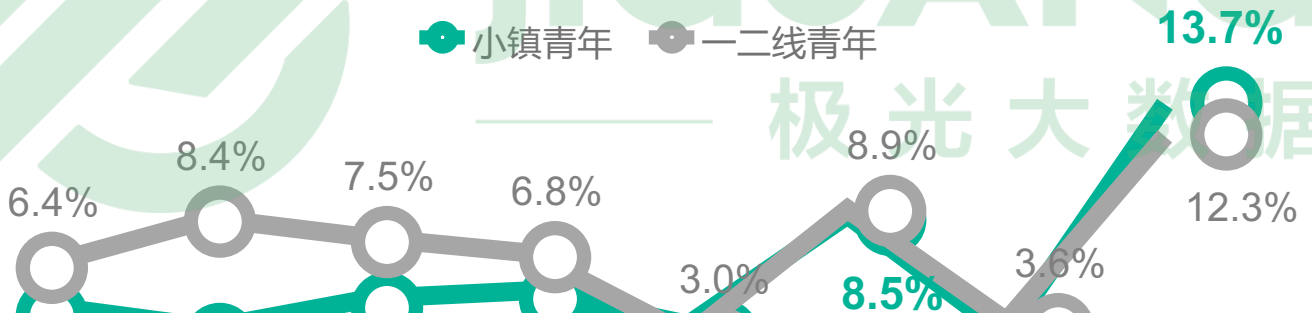
### 学生比例



### 小镇青年学生比例

### 一二线青年学生比例

### 职业比例



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\\_22109](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_22109)

