

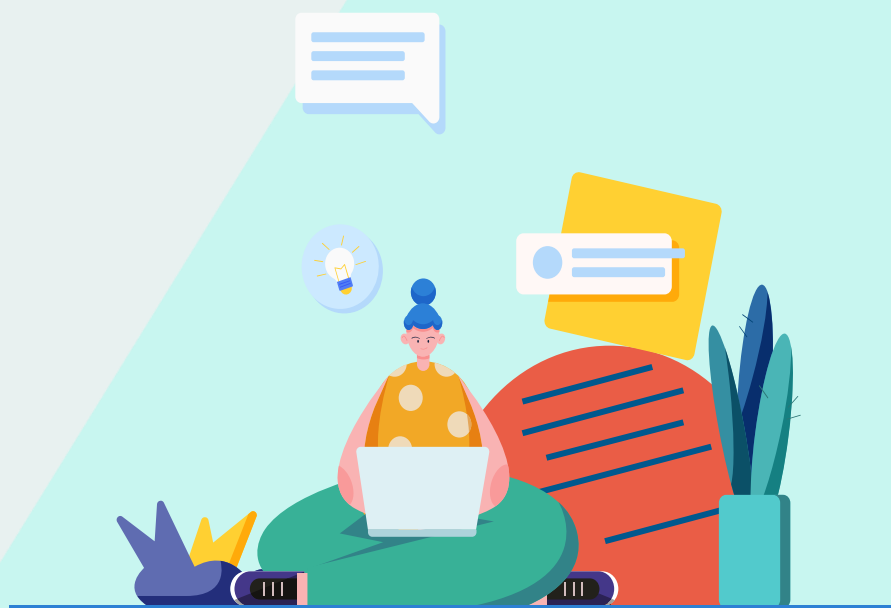


文化觉醒时代，宝藏国货 迎复兴机遇

—2021新青年国货消费研究报告

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2021年9月



序言

近年来，在年轻人不断增强的国家荣誉感以及民族文化自信等因素驱动下，国产品牌迎来了新的发展机遇；据此，极光推出《2021新青年国货消费研究报告》，对当代年轻人的民族认同感、对国货的态度以及消费情况进行多方位洞察，为国产品牌的发展提供营销建议

极光发现



疫情下的中国速度使年轻人深感国家的强大，超七成年轻人认为我国优越的社会制度和先进的科学技术能让他们对国家的未来发展更具信心



当代年轻人已然成为了发展传统文化的主力军，超四成的年轻人乐于承担传统文化“传承者”的角色，身体力行让更多人认识和感受到传统文化之美



在日常消费中，分别有70%的90后以及近80%的00后消费者以购买国产品牌为主，新生代消费群展现出更高的国货消费偏好



经济发展水平越高的地区，人群消费受进口商品的影响越明显；一线城市中以购买国产品牌为主的人群占比约为66%，而三线及以下城市的人群比例达到80%以上



年轻人对中国文化的热爱不只是“嘴上说说”，有近半数的00后在实际消费中因产品融入了国风元素而购买国货；而在众多类型的国风元素当中，古风元素最“吸粉”

目录

CONTENTS

01 年轻人民族认同感与文化自信

02 年轻人对国货的态度与消费决策

03 国产品牌营销展望与建议

PART 01

年轻人民族认同感与 文化自信

在衣食住行中，年轻人感受到国家优越的社会制度以及“硬核”的经济科技实力；在网络媒介上，他们从日趋成熟的文娱产业以及迥异于他国的传统文化美学中感受到了国家强盛的文化软实力；“软硬兼施”下，当代年轻人形成了更加坚定的国家荣誉感以及文化自信

「此生无悔入华夏」，这届年轻人是自信的一代，也是坚定的一代

- 以90后、00后为代表的年轻人们出生和成长在中国综合国力高速提升与强盛的年代，他们具备着极强的民族自信与民族认同，他们强大的国家自信、坚定的国家信念正是来源于他们自身对中国以及对世界多方位的深入了解；这种自信与信念有着强劲的内在生命力，同时也促使这代年轻人对中华文化的传承与发扬有了更深的使命感与责任感

年轻人的国家荣誉感与认同感

86.3%

「当别人批评中国人的时候，我感觉像在批评自己」

96.4%

「如果有下辈子，我还愿意当中国人」

国家
认同感



国家
荣誉感

94.3%

「我经常为国家取得的成就而感到自豪」

93.7%

「不管中国发生什么事情，即使有机会离开，我也会留在中国」



陈小姐
22岁
应届毕业生

“

我从未觉得我的祖国比别人差，如科技发展及影响力，还有一方有难八方支援的中国心更让人振奋！

”

数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 取数周期：2021.09

此处数据统计范围为90后和00后人群

「爱要大声说出来」，年轻人有着较强的爱国表达欲望

- “爱表达”是当今年轻人非常重要的一个特性，作为“网生代”的年轻人们，他们除了会积极分享观点、不吝于对祖国“表白”，同时也喜欢利用自己的“脑洞”创作出多种形式的内容，从言语到行动来掌握中国文化传播的话语权

年轻人表达爱国情怀的行为类型

1

言论发表型

- 35.2%的年轻人经常就国家的时事热点发表个人观点，用事实说话，用理性叙事的方式表达自己的爱国心

35.2%

37.8%

25.3%

2

内容传播型

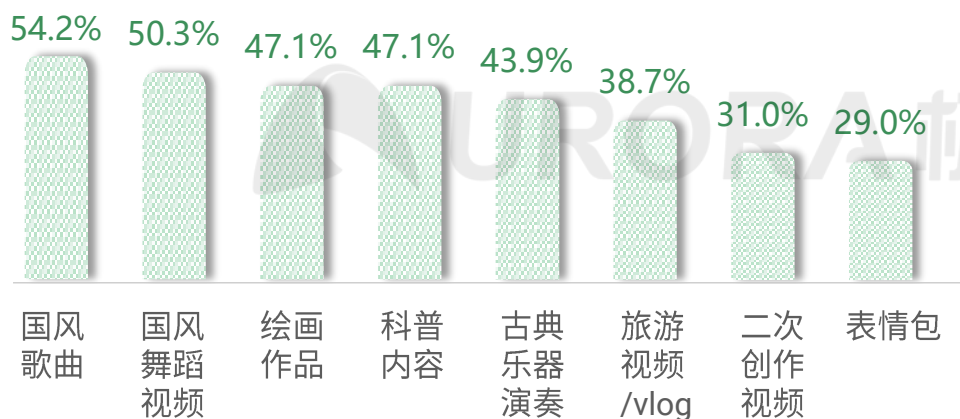
- 25.3%的年轻人经常制作和发布一些跟中国文化相关的原创内容，将爱国情感与自身才华融合起来

3

情感宣泄型

- 37.8%的年轻人经常在互联网公开表达对祖国的情感，他们认为情感表露是最直观的爱国行为体现

内容传播型年轻人的制作内容形式偏好



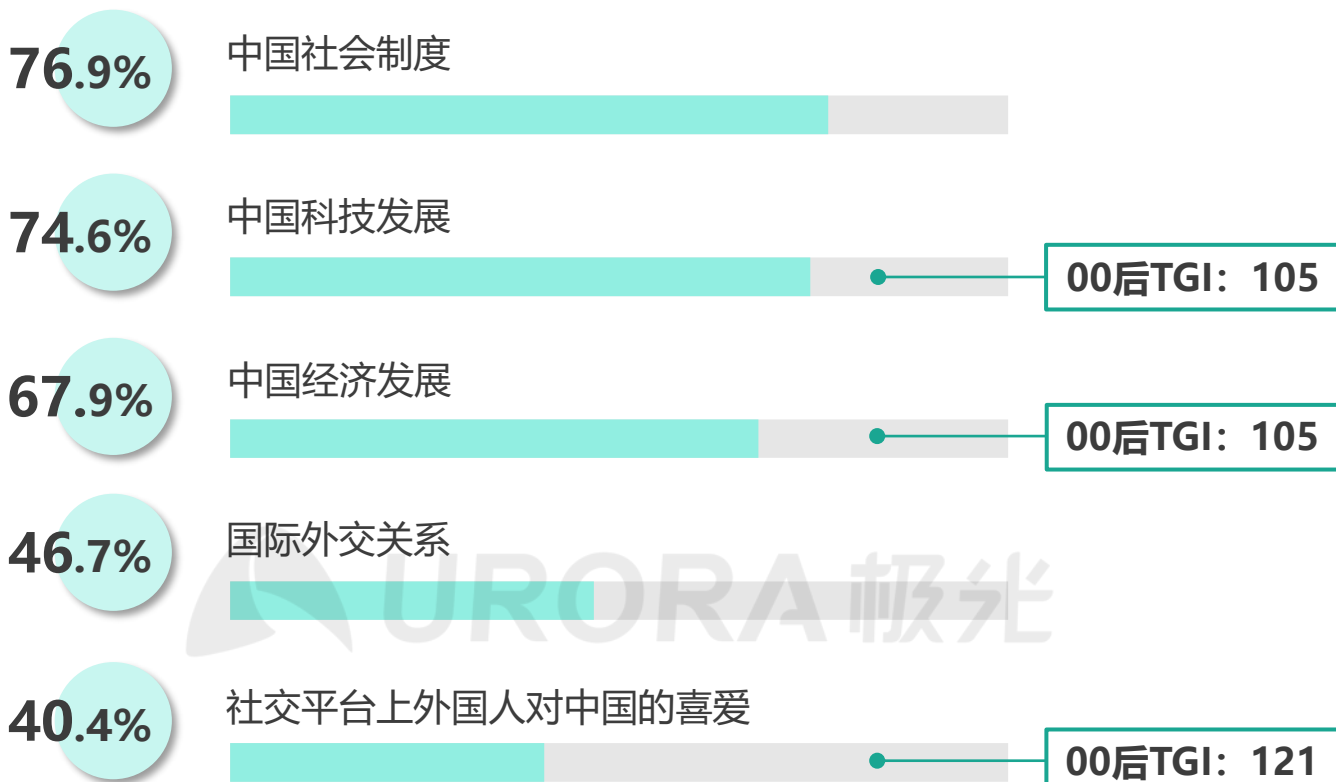
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 取数周期：2021.09

此处数据统计范围为90后和00后人群

当代年轻人们更坚定地走文化强国道路

- 在经历了“魔幻2020年”后，疫情下的中国速度使年轻人深感国家的强大，超七成年轻人认为我国优越的社会制度和先进的科学技术能让他们对国家的未来发展更具信心
- 相比其他代际人群，年轻人们更能从文化软实力输出中感受到国力的强盛，他们更加认为文化输出是提高国家影响力的必要部分，对于他们来说，既要经济强国，也要讲好中国故事

年轻人感受国家影响力的来源因素



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_27231

