

# Z世代大学生图鉴

# 何为Z世代?



# Z世代，明日之子

Z世代=95后+00后，不同于X、Y世代，Z世代玩着智能手机长大，被称为**“移动原生代”**，很多Z世代还是**“独二代”**，他们成长于富强的祖国，物质条件更加充裕，社会阶层相对固化....未来世界是他们的舞台，等着他们大展身手

代际分布

X



1965-1980

劳动最光荣  
忠诚、爱国  
电话、短信  
主机电脑

代际分布

Y



1981-1995

工作与生活的平衡  
愤青、非主流、斜杠青年  
互联网、移动网络  
平板电脑&智能手机

代际分布

Z



1996-2010

自由而弹性的生活  
宅、丧、佛  
移动网络  
智能手机&5G手机

# 绝大多数Z世代仍是学生党

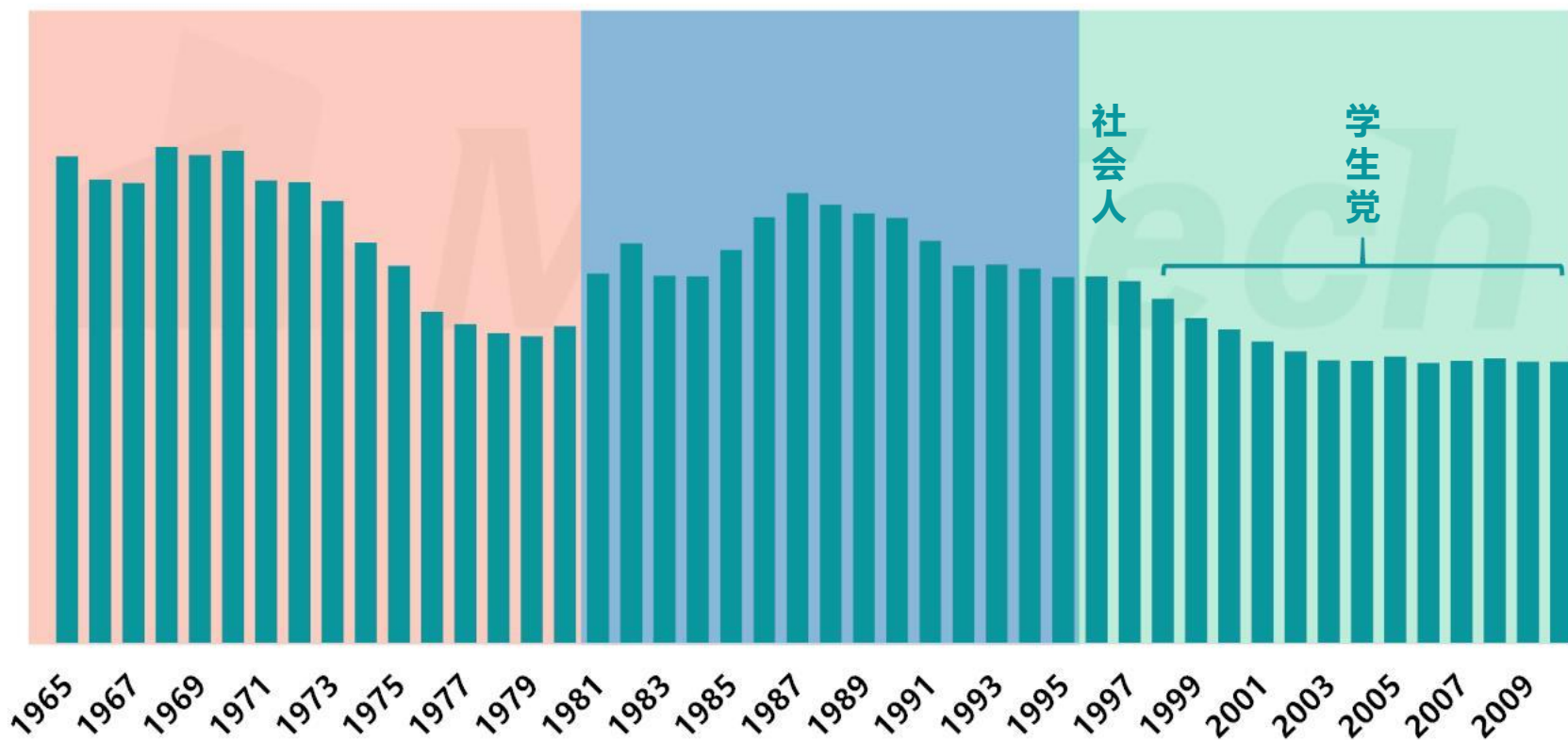
我国Z世代有2.6亿人，占总人口的18.5%。第一批Z世代刚刚走上工作岗位，更多的Z世代目前还是学生党。象牙塔里的Z世代涉世未深，实习工作为他们开了一扇了解社会的小窗，他们目前自主赚钱能力不高，但消费潜力巨大

## X、Y、Z世代出生人口数量

X世代人口3.7亿  
占总人口26.8%

Y世代人口3.4亿  
占总人口24.2%

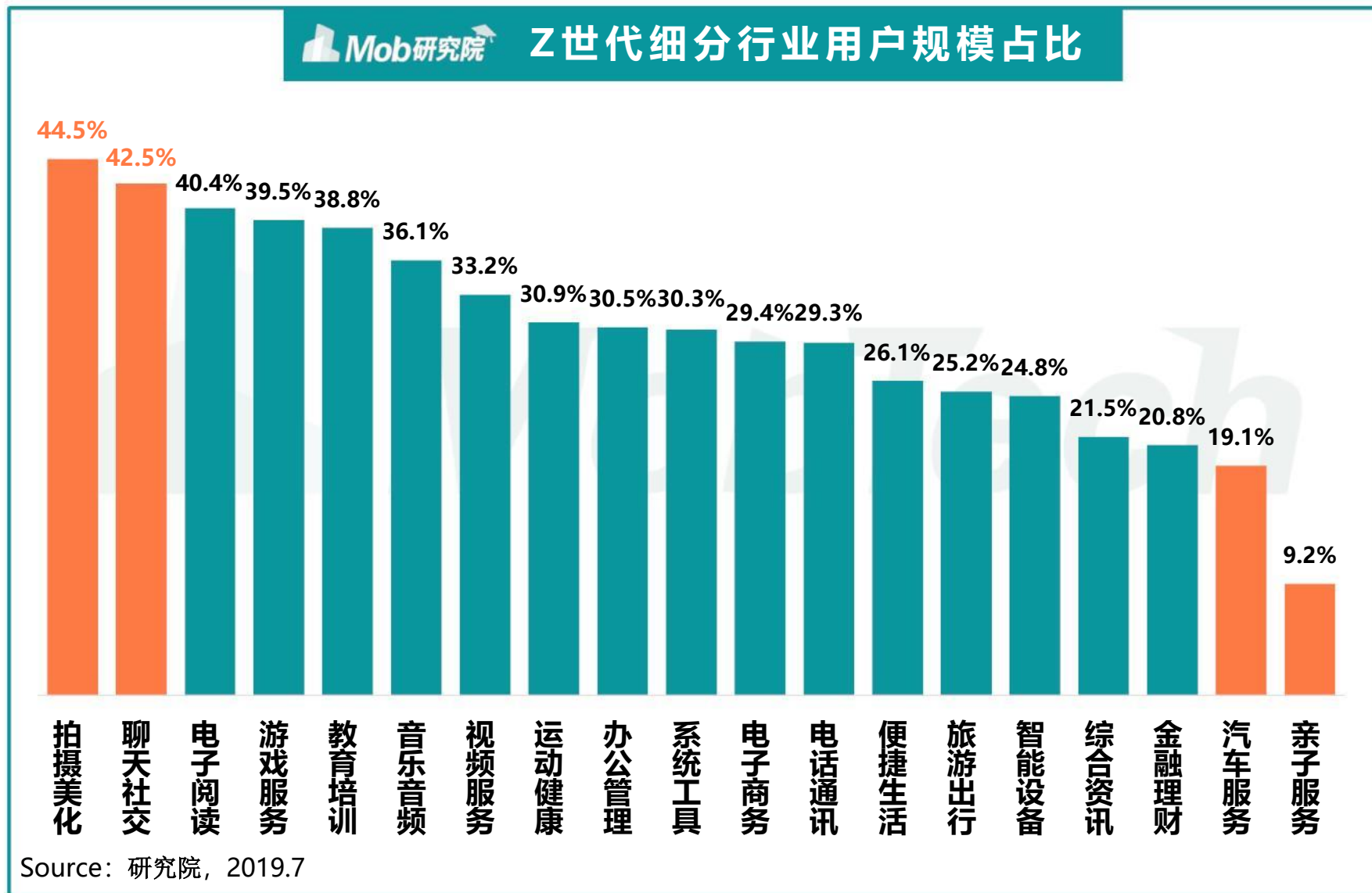
Z世代人口2.6亿  
占总人口18.5%



Source: 国家统计局, 研究院

# 了解Z世代，从Z世代的线上行为开始

Z世代被称作移动原生代，线上比线下更容易洞察他们的消费偏好。研究院发现：Z世代**最关注拍摄美化和聊天社交**，**最不关注汽车服务和亲子服务**，这与他们所处的时代背景和成长阶段密切相关，他们自己独特的时代属性和个性标签





# 目录

娱乐篇

学习篇

社畜篇

养生篇

番外：消费篇



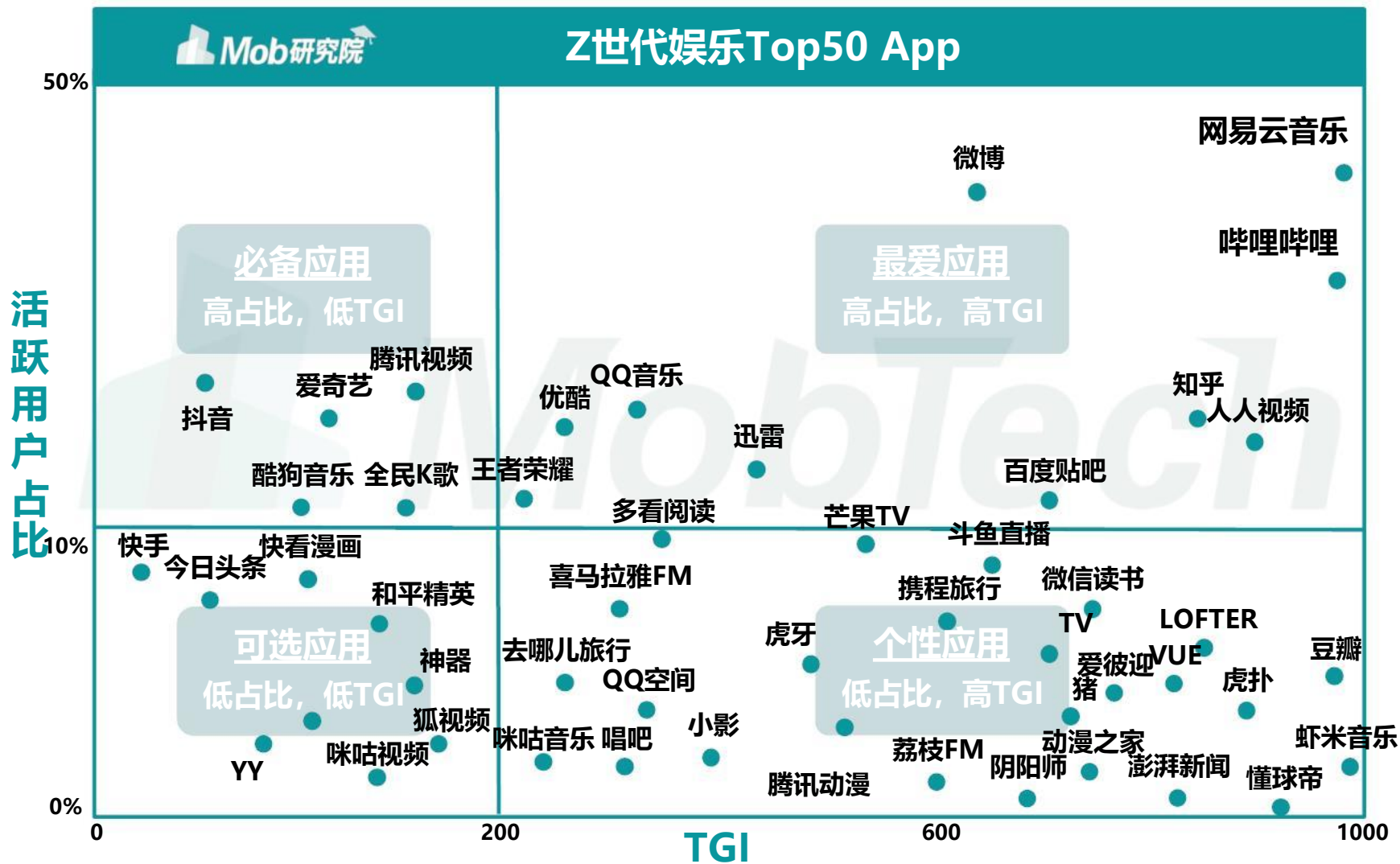
在大学好好玩，  
以后真没机会了！

## Part 01 娱乐篇

Entertainment

# 娱乐篇：要玩，就玩最个性的

在Z世代大学生最常用的50款娱乐App中，相对小众但是深得人心的**个性应用**数量最多，充分体现出Z世代追求独特、彰显个性的特点；**最爱应用**数量较少，其中**网易云音乐**和**B站**最受Z世代的欢迎

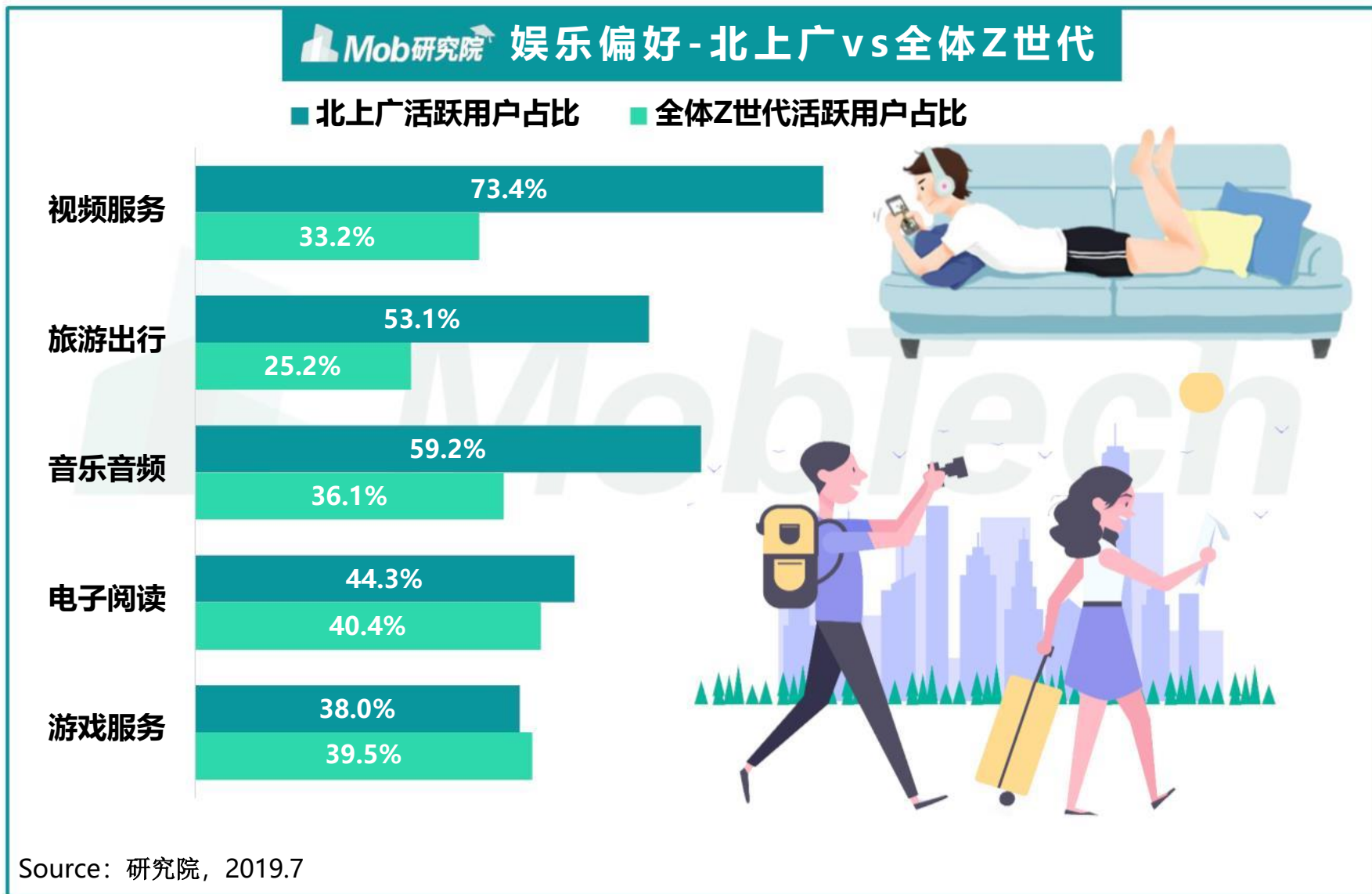


活跃用户占比：某群体中该App的活跃用户数量占群体总人数的百分比；TGI：目标群体指数，>100代表该类用户的该特征高于整体水平。Source：研究院，2019.7



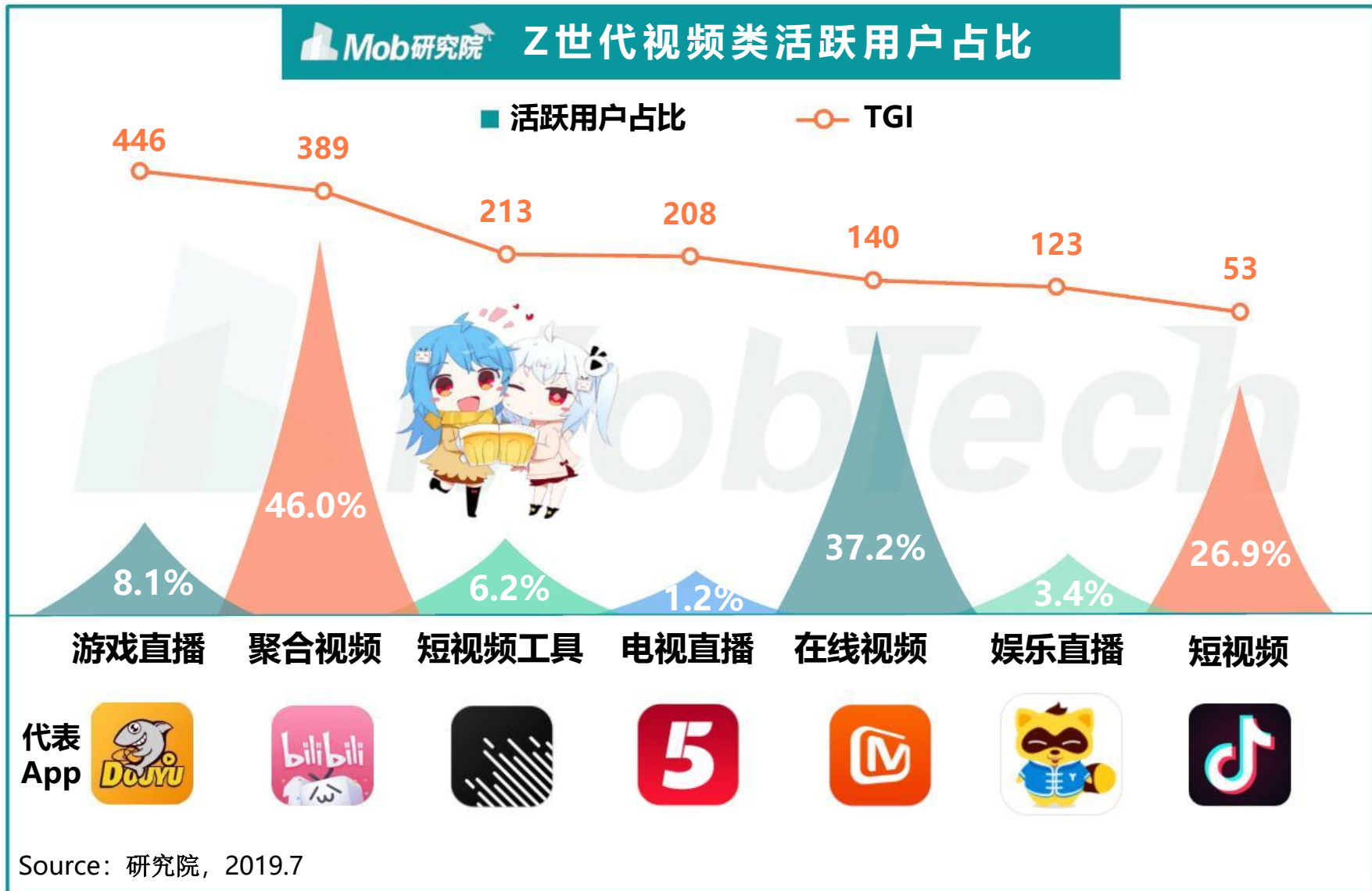
# 娱乐篇：可宅可浪北上广

相比其他的Z世代大学生，北上广大学生**娱乐花样多**，并不局限于看小说和打游戏。相对而言，他们更喜欢**看视频、出门旅游和听歌**，可谓是“宅浪双全”，静可宅在家刷刷听歌，动可出门看大好河山



# B站在手，天下我有；抖音快手？没啥看头

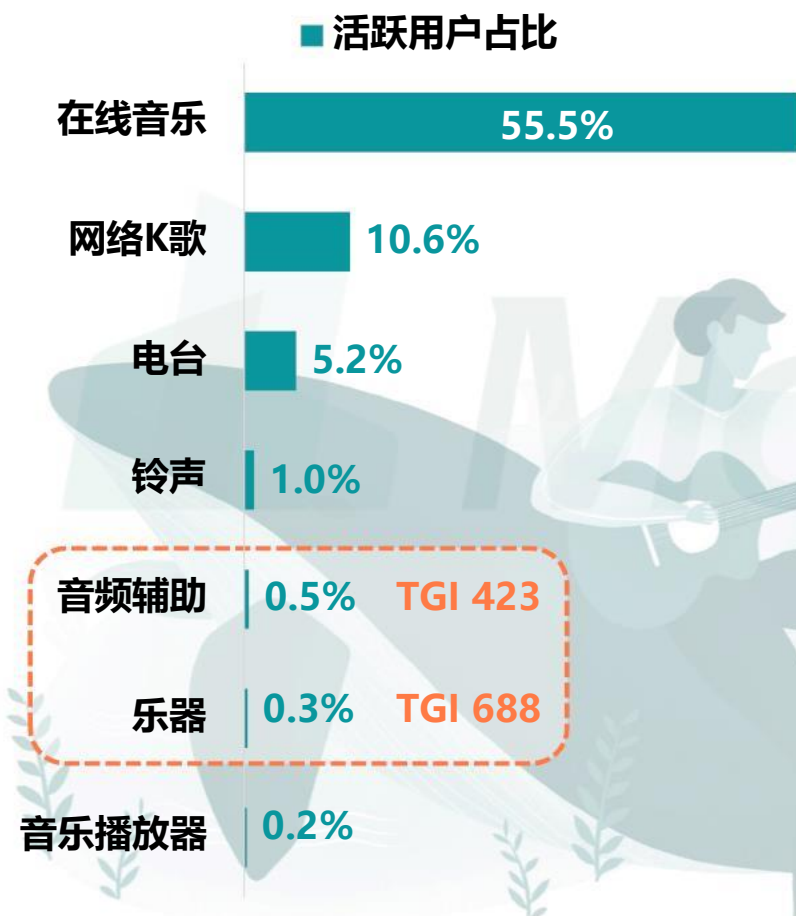
Z世代大学生最爱**聚合视频**，B站是他们的大本营和根据地；Z世代大学生偏好**游戏直播**，打游戏爽，看别人打游戏更爽；以抖音、快手等为代表的**短视频**对Z世代大学生的吸引程度则相对较一般



# 音乐：玩乐器，剪音频，全面发展我最行

除了平时听听音乐、唱唱K，Z世代大学生在音乐方面还有更为小众独特的爱好：弹吉他和剪音频。音乐剪辑、节拍器、吉他谱大全等**音频辅助类App**，以及Finger、模拟钢琴等**乐器类App**最受个性Z世代的偏爱

## Z世代大学生音乐音频偏好



## 音频辅助类代表App



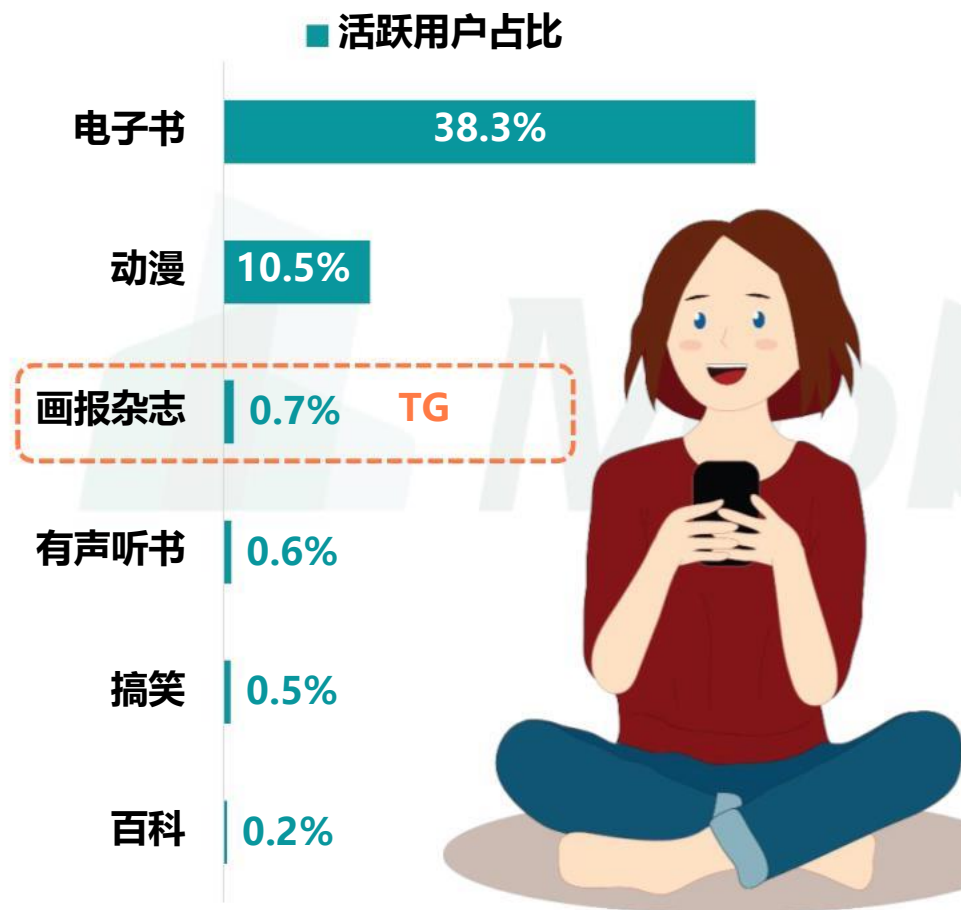
## 乐器类代表App



# 阅读：纸媒已死，但我们仍在追随

国家地理、读者、看天下等**画报杂志**是Z世代的青春记忆，陪伴他们度过了无数课后时光。尽管传统纸媒日渐式微，但这些忠实读者并未离去，Z世代大学生仍**在线**上继续**追随**着这些优质内容的生产者

## Z世代大学生电子阅读偏好

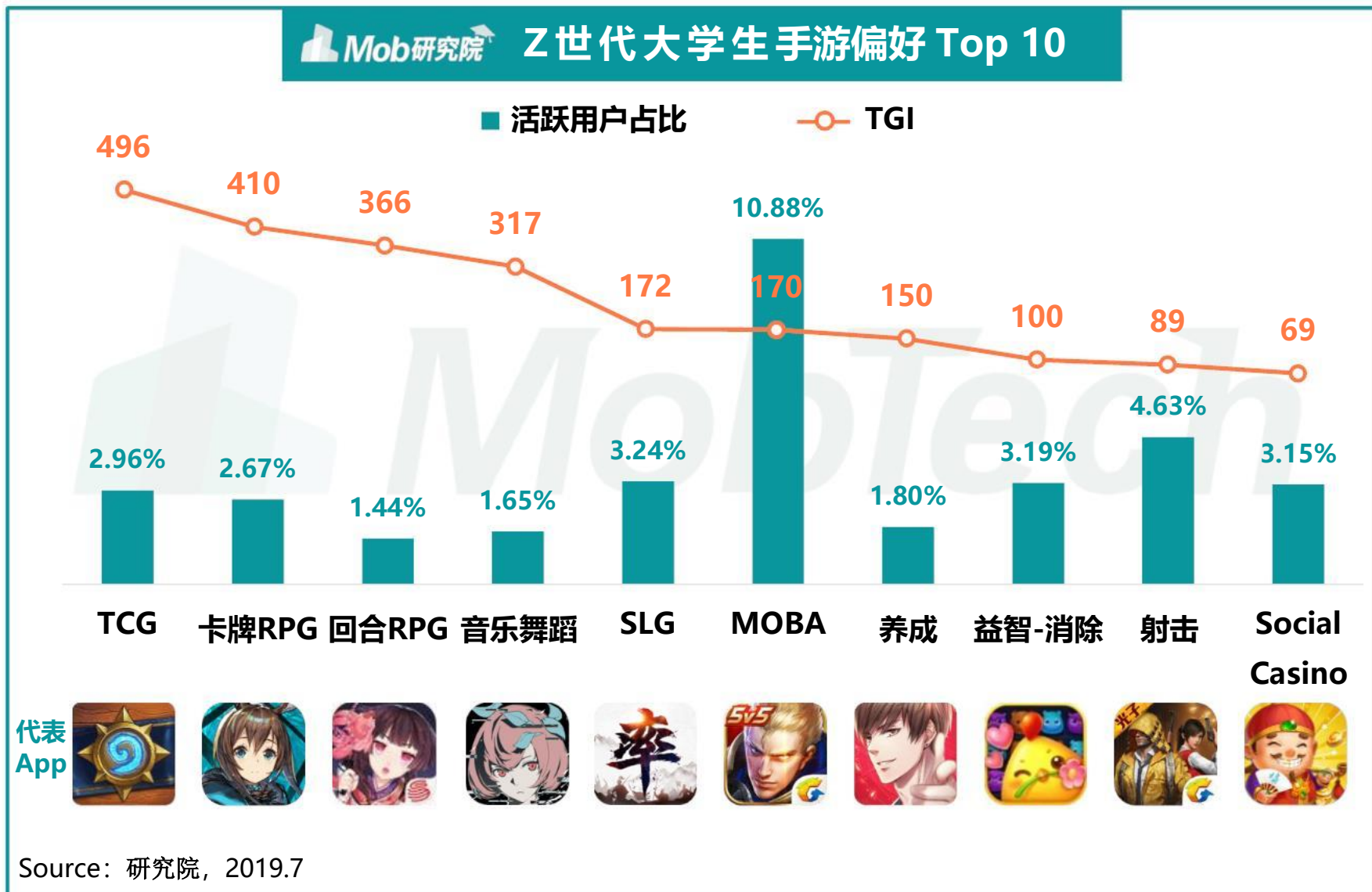


## 画报杂志类代表App



# 游戏：我们Z世代，打游戏也要玩得高级

谁说打游戏就不能练脑？Z世代大学生最喜欢玩需要**综合考验智商、反应力和配合能力的游戏**，比如最受偏爱的TCG类、卡牌RPG类、回合RPG类，以及比较火爆的MOBA类和SLG类，都属于**边玩边练脑**的手游类型

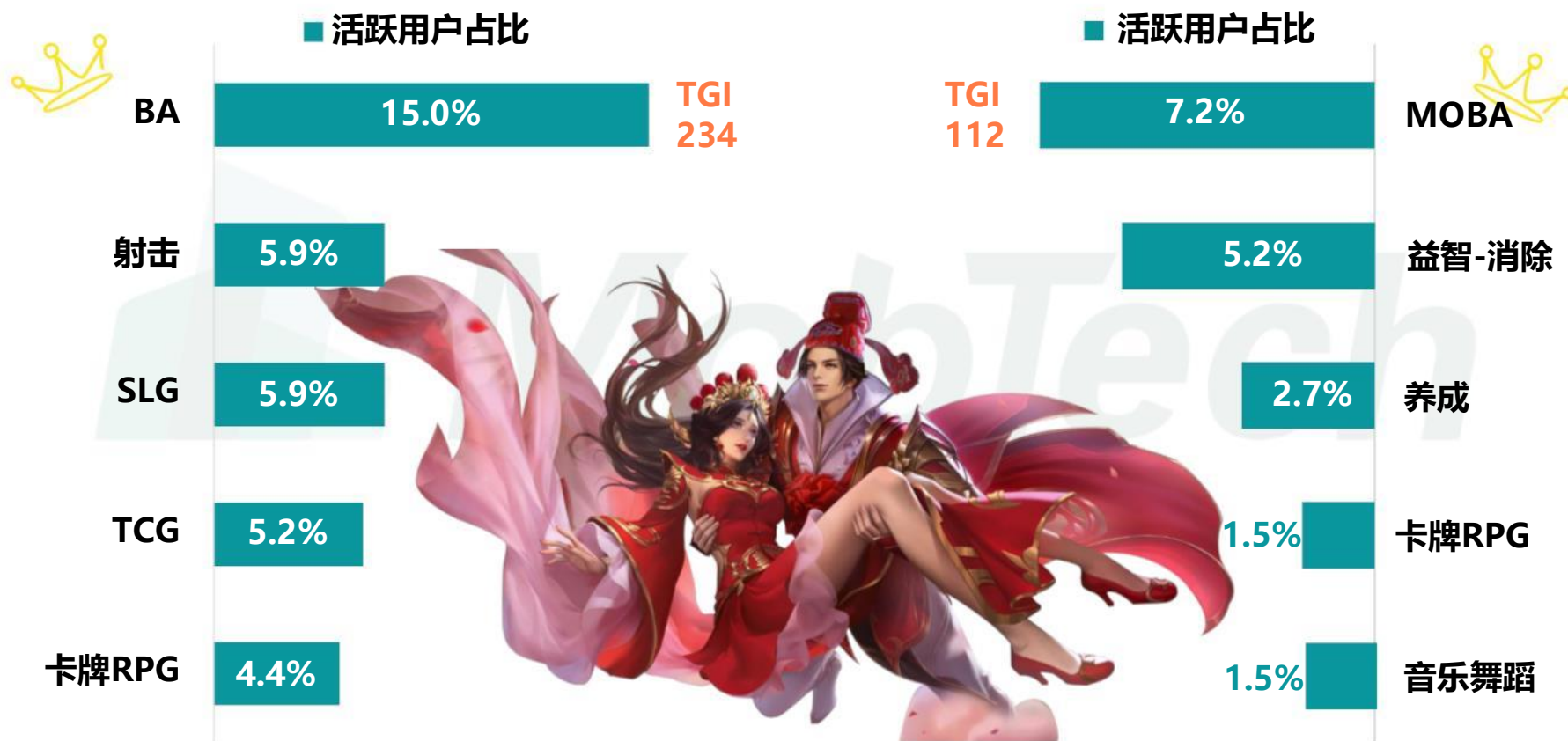


# 游戏：爱她，就带她去王者峡谷

男生女生在手游偏好方面的差异较大，男生更喜欢射击、SLG类等比较刺激的游戏，而女生则更偏向于消除、养成类等轻松休闲的游戏。但是别因此而灰心，王者荣耀等MOBA类游戏可是男女通吃！想带妹升级？那就带她去王者峡谷吧~

## Z世代男生手游偏好Top5

## Z世代女生手游偏好Top5



# 旅游：Z世代大学生的诗和远方

说走就走，向着远方不回头，越来越多的Z世代大学生选择踏出国门看风景。在出境旅游目的地中，距离较近的**泰国、日本和韩国**最受Z世代大学生的欢迎，景致丰富的欧美国家也是热门旅行地

## Mob研究院 最受Z世代欢迎的出境游目的地



TOP 1

泰国



TOP 2

日本



TOP 3

韩国



TOP 4

美国



TOP 5

新加坡



TOP 6

法国



俄罗斯



TOP 8

英国



TOP 9

马来西亚



意大利

# 旅游：北上广的周末去哪浪

博物馆里找寻京味，美术馆中感受摩登，游乐园内体验不一样的广州。在北上广Z世代大学生最关注的景点类型中，**北京**大学生偏爱**博物馆**，**上海**大学生喜欢去**美术馆**，**广州**大学生则青睐**游乐园**

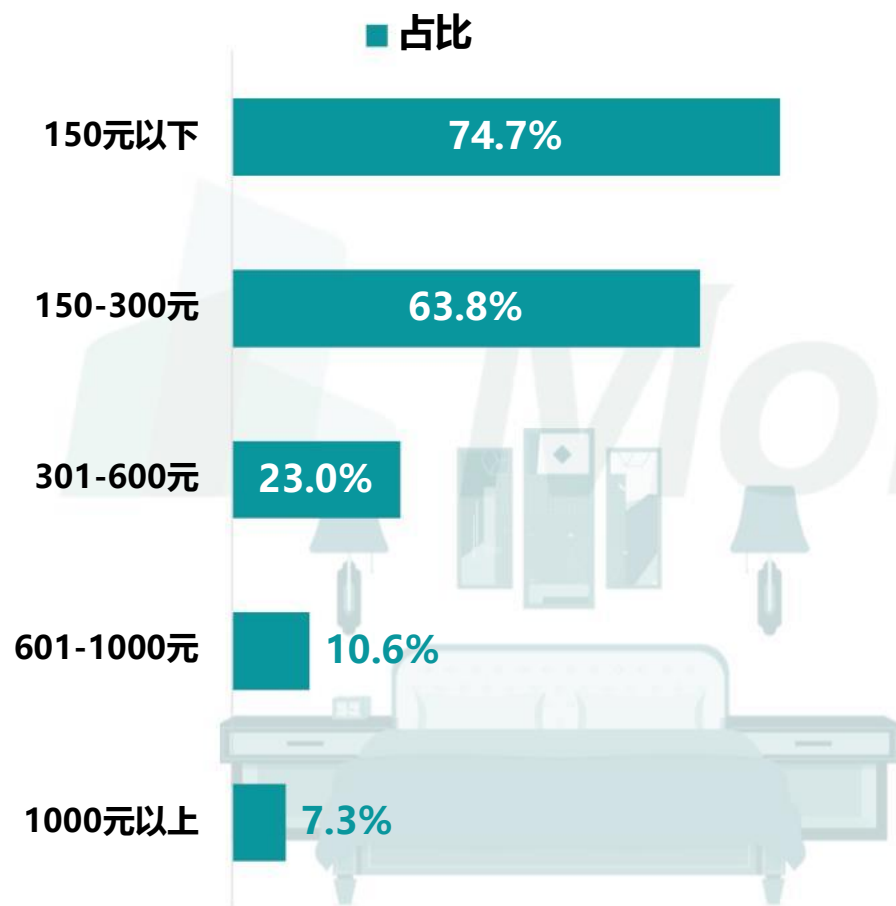




# 旅游：民宿里那无处安放的灵魂

出门在外，该住哪儿？兜里没钱的Z世代大学生，倾向于选择价位在300元以下的住宿，爱彼迎是他们最偏爱的在线旅游App。相比价格高昂且千篇一律的酒店，Z世代大学生更愿意选择高性价比、富有当地特色的个性民宿

## Z世代住宿价位选择



## Z世代在线旅游App Top 3



比起颜值，  
才华更重要！

# art 02 学习篇

Study

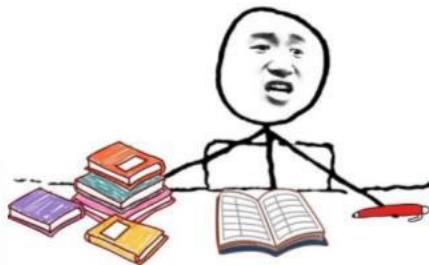


# 我心里只有一件事，那就是学习

有道词典、网易公开课、超级课程表、百词斩、考研帮、手机知网、星火英语.....  
 占据Z世代大学生手机使用时间的，除了微信、QQ、微博等超级App，还有.....  
 学习!



我太想睡觉了  
 可是学习太特么有意思了



今天谁也别想阻止我好好学习



为了学习  
 我还能再战五百年



我心里只有一件事  
 那就是学习

# 英语和网课，总得学一门

英语和网课是Z世代大学生经常进行的线上学习内容，他们最爱用**百词斩**背单词，喜欢在**网易公开课**上拓展课外知识。除此之外，星火英语、每日英语听力、中国大学MOOC等App也受到Z世代大学生的青睐

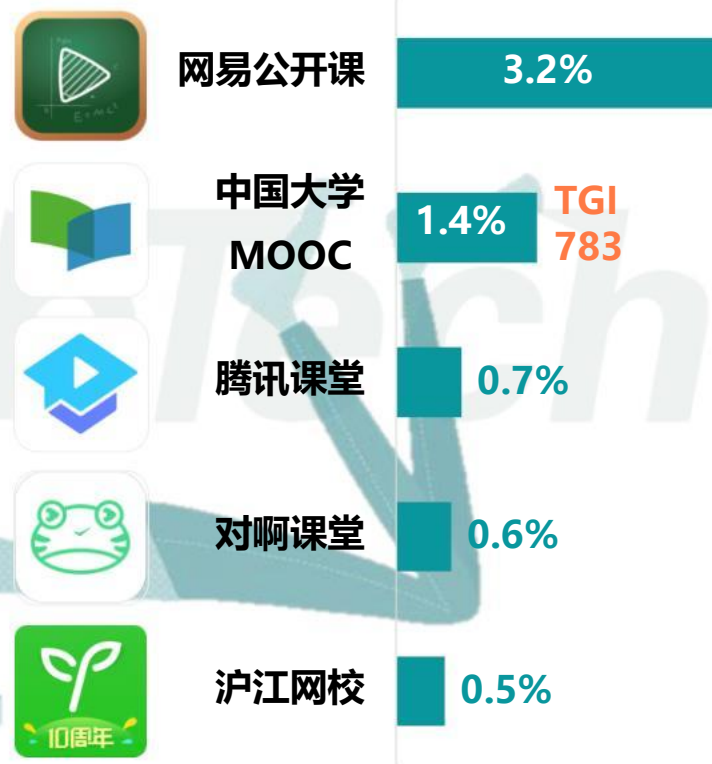
## Z世代语言学习类App Top5

■ 活跃用户占比



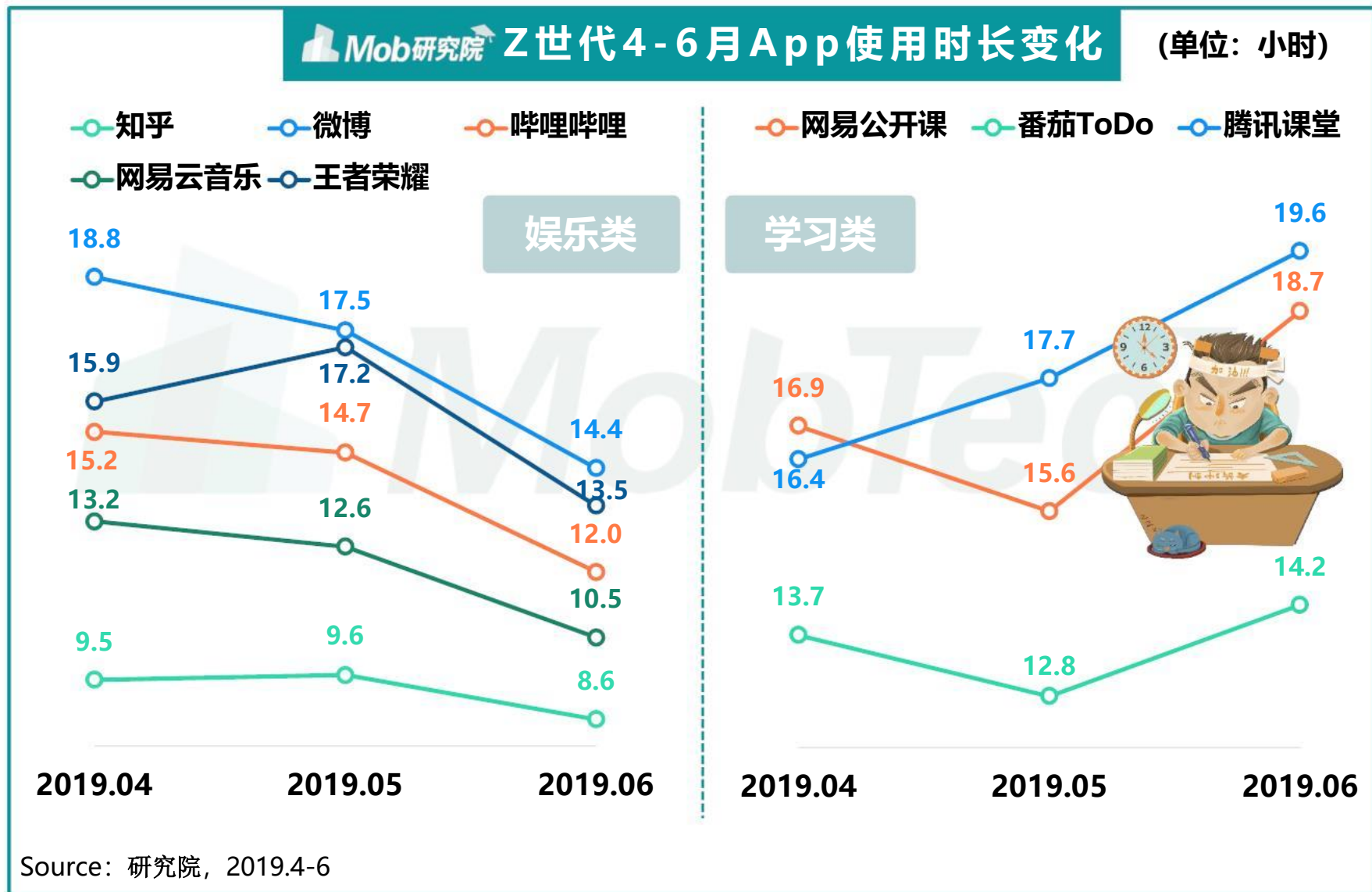
## Z世代在线教育类App Top5

■ 活跃用户占比



# 论六月考试周的自我救赎

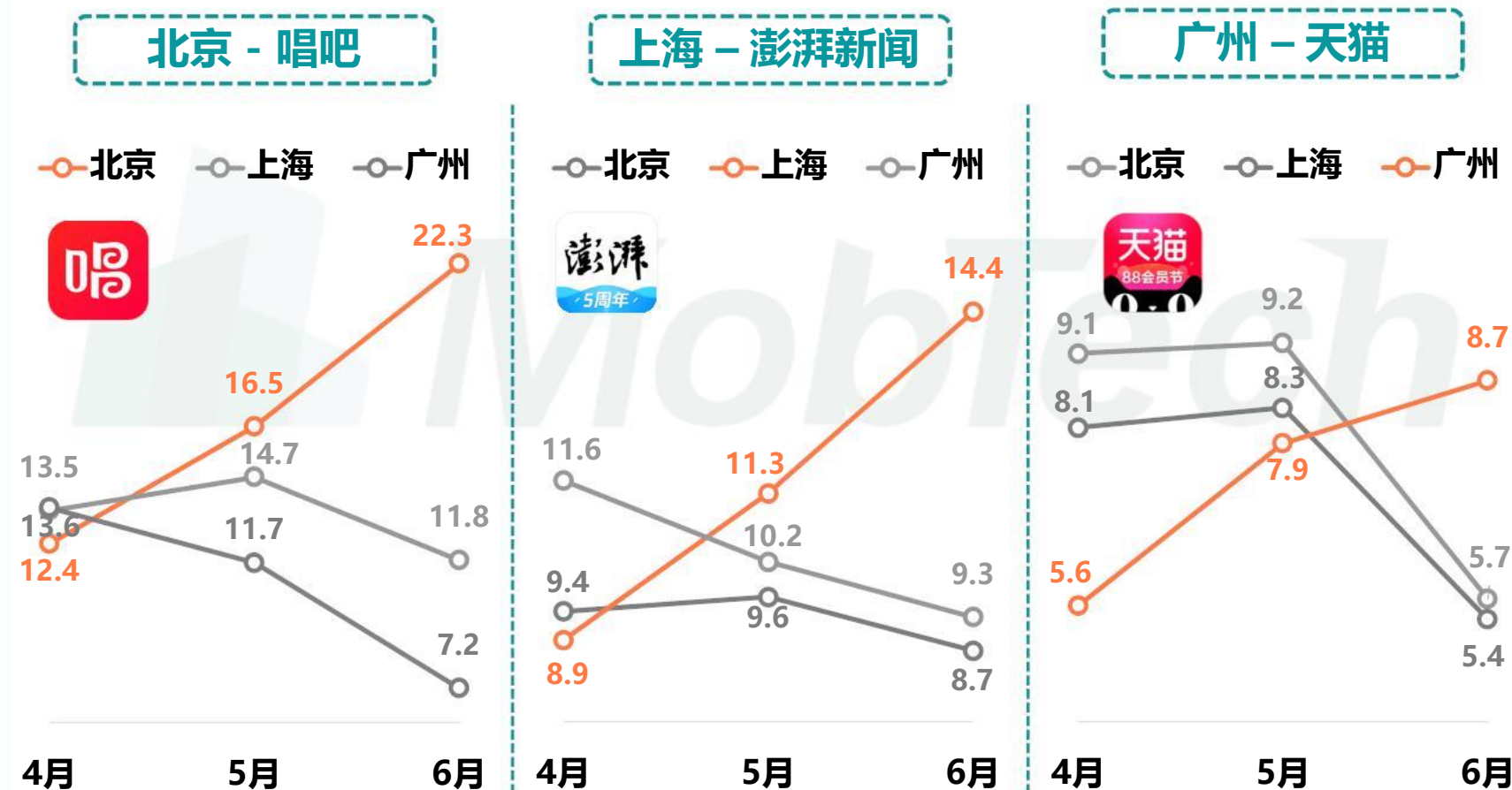
对比Z世代大学生4至6月的App月均使用时长，微博、知乎、B站等**娱乐App**在“魔鬼6月”的使用时长均有下降，而网易公开课、腾讯课堂、番茄钟等**学习App**则**大幅上升**。考试周来了怎么办？头悬梁，锥刺股，拒绝微博和知乎~



# 北上广考试周迷惑行为大赏

在忙碌的考试周，Z世代大学生们也懂得**劳逸结合**：北京大学生打开了“唱吧”，K歌一首解千愁；上海大学生则刷起了“澎湃新闻”，比起学习，外面的世界真是格外有趣；而广州的大学生则逛起了“天猫”，用买买买缓解压力

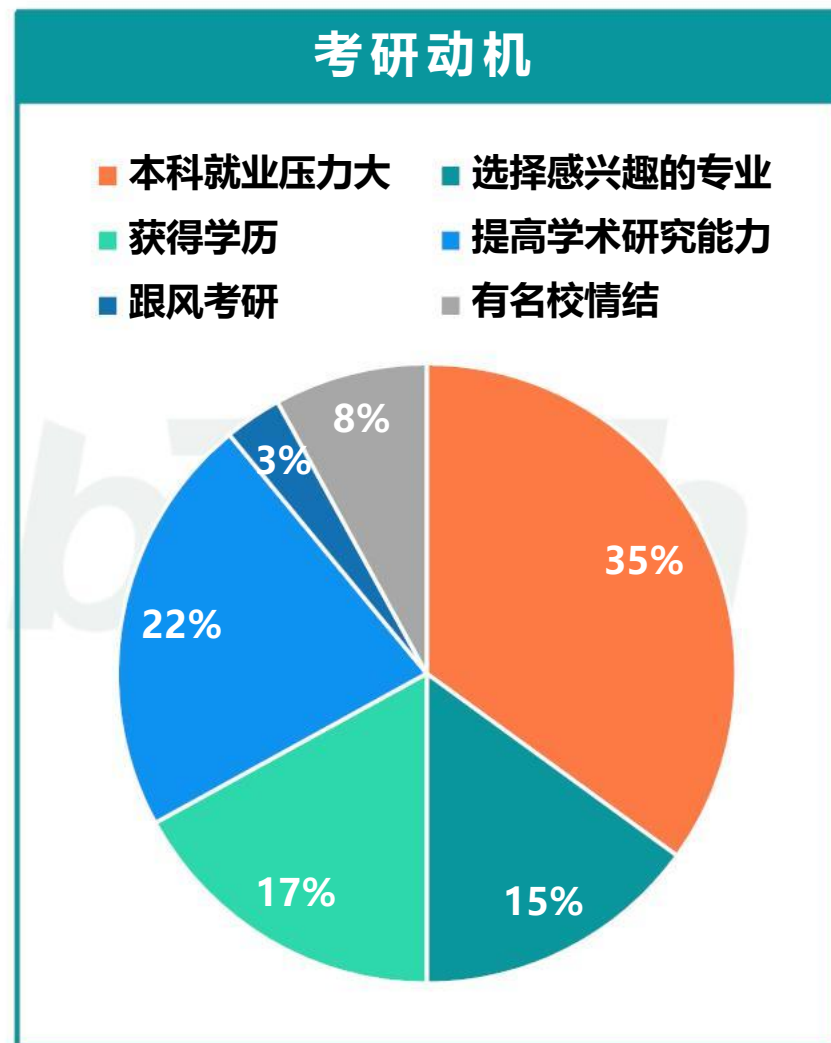
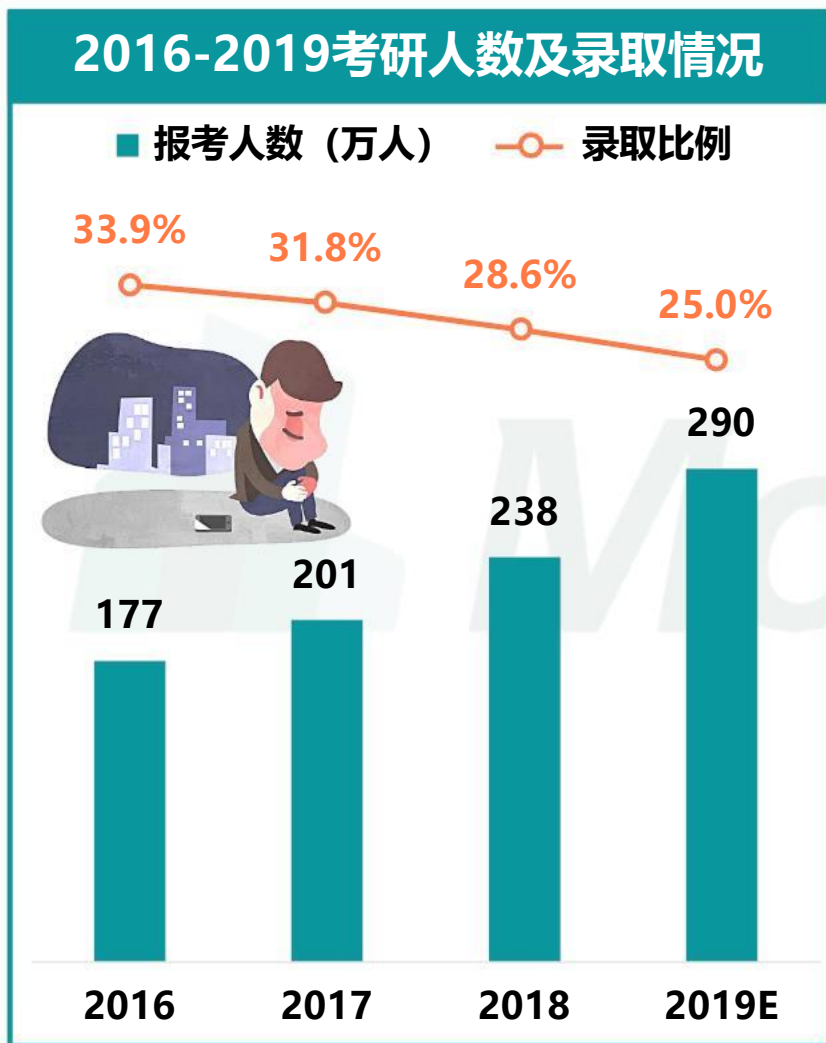
Mob研究院 北上广4-6月App使用时长变化 (单位：小时)



Source: 研究院, 2019.4-6

# 千军万马独木桥，考研之路难上难

考研一年更比一年难，**报考人数不断走高**，2019年已达290万人，而**录取比例却连年走低**，2019年预测值仅为25%。那为何Z世代大学生还要挤上考研这座独木桥？根据中国教育在线的调研结果，**本科就业压力大**成为最主要的考研动机





谁也逃不掉当**社畜**，  
你不是一个人！

## Part 03 社畜篇

Employment



# 走出象牙塔，社畜压力大

第一批Z世代开始走出象牙塔步入社会，他们在求职大军中的占比达到了**30%以上**，比起前辈他们更爱使用“**实习僧**”和“**应届生求职网**”。学习新东西，担心做不好，Z世代作为职场新人“**在社会被当做畜生一样压榨**”，压力很大！

## Mob研究院 不同年龄人群求职APP使用情况



18岁及以下

2.9%



斗米兼职  
TGI 128



兼职猫  
TGI 88



18-24岁

31.0%



实习僧  
TGI 418



应届生求职网  
TGI 340



25-34岁

47.0%



脉脉  
TGI 142



智联招聘  
TGI 127



35-44岁

12.3%



脉脉  
TGI 201



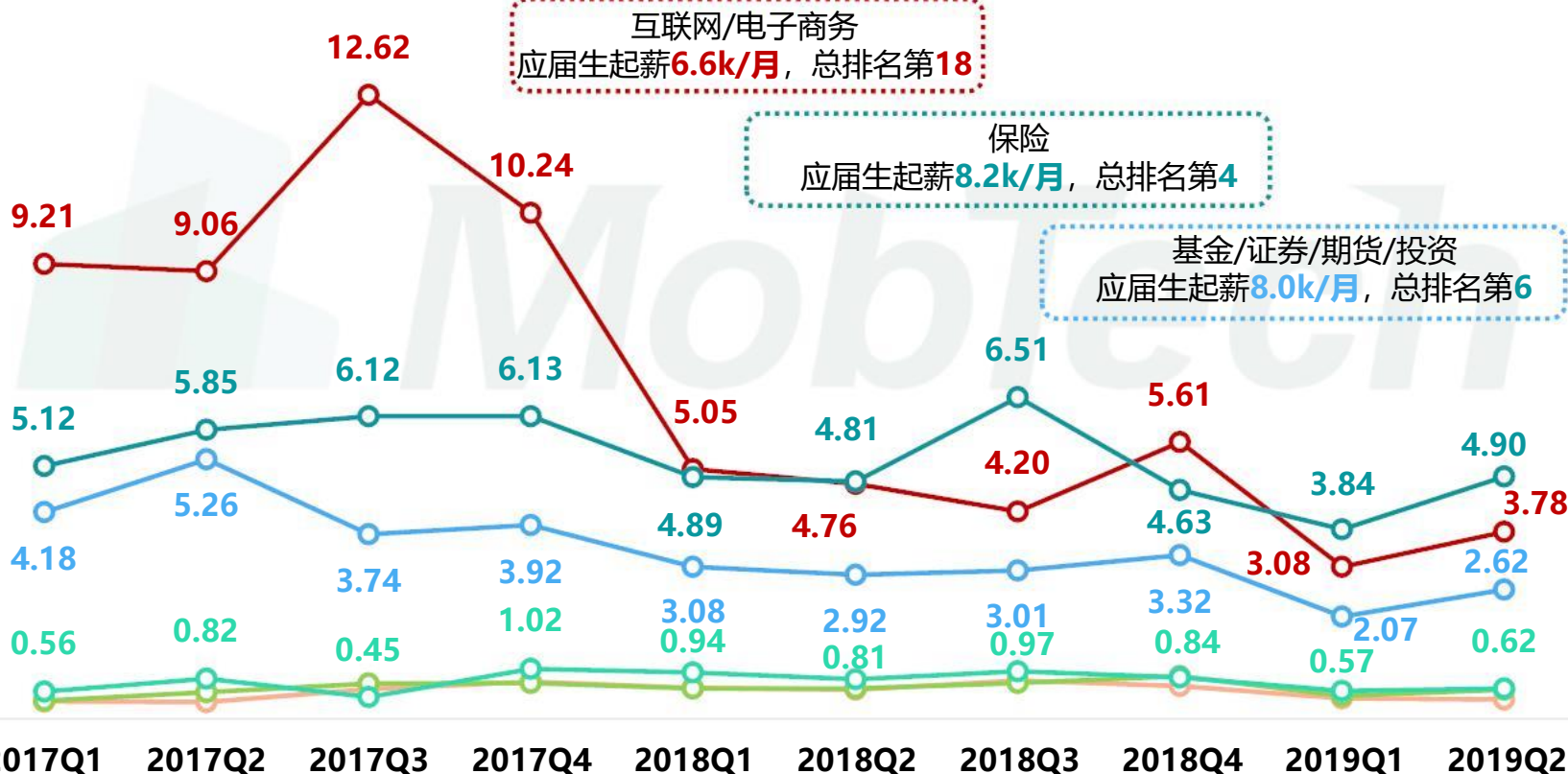
猎聘  
TGI 198

# 最难就业季? No! 没有最难, 只有更难

在薪酬方面占据绝对优势的**互联网**和**金融行业**成为突破阶层的热门行业选择。然而, 随着行业趋于饱和, 岗位供求比降低, 人才需求门槛变得更高。**社会机遇减少**和**上升通道缩小**使得Z世代大学生的就业形势变得愈发严峻

## Mob研究院 中国就业市场景气指数(CIER)

—互联网/电子商务 —基金/证券/期货/投资 —保险 —印刷/包装/造纸 —环保 —电气/电力/水利



注: CIER指数=市场招聘需求人数/市场求职申请人数, 该指数涉及了52个行业

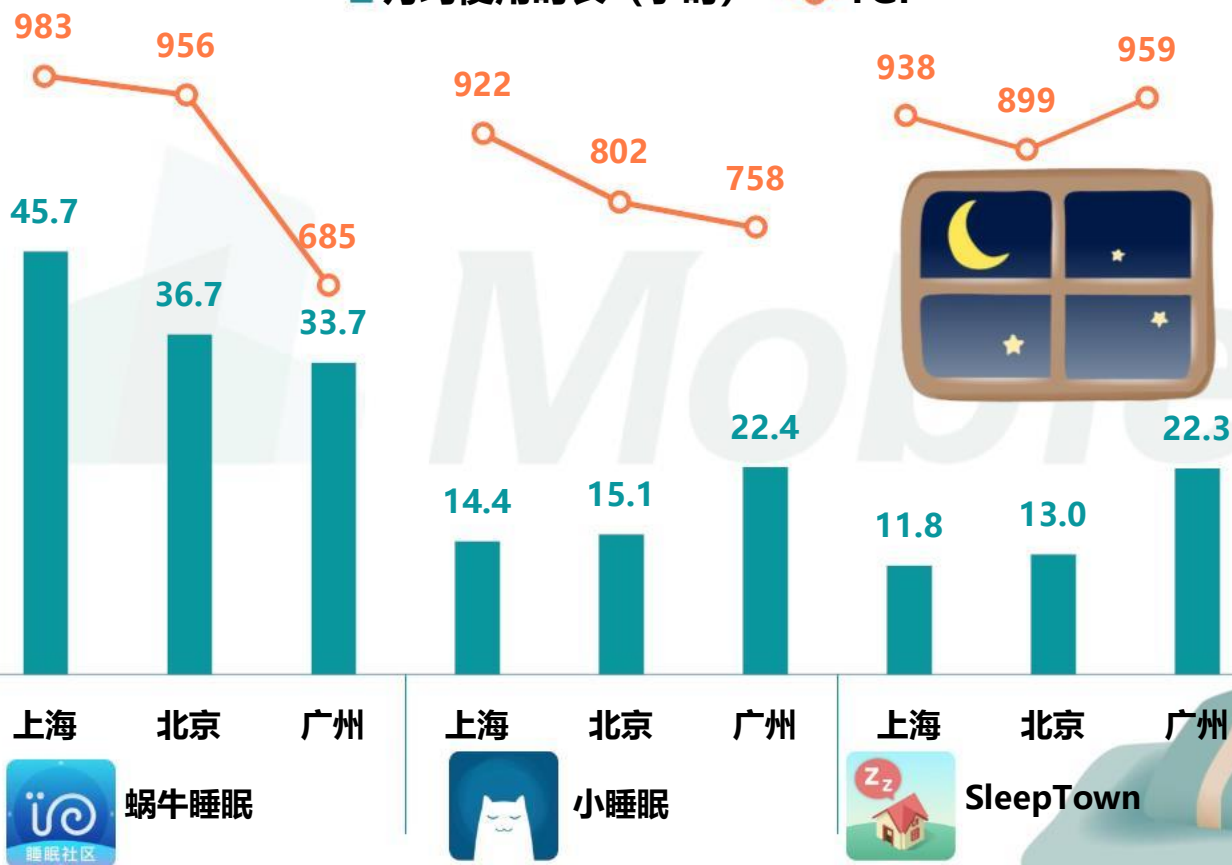
Source: 智联招聘、中国人民大学中国就业研究所(CIER), 智联招聘(应届生起薪数据), 研究院

# 被忽略的焦虑一代，谁关心我睡得好不好

如果说中年人的焦虑来自于失业养娃的**真实焦虑**，那么Z世代的焦虑是刚刚接触社会的茫然彷徨，是幻想中的独立自由与现实生活中“社畜”的**落差焦虑**。辗转难眠的Z世代大学生，求助于睡眠类App来提高自己的睡眠质量

## Mob研究院 睡眠类APP受到Z世代的欢迎

■ 月均使用时长 (小时)    ○ TGI



# 丧佛宅”，Z世代社畜的自我修养

宅是Z世代的**自有属性**；丧是Z世代的**应激反应”**；佛是Z世代**生存的保护色**。社畜的焦虑是迫于外界压力的无可奈何，顶着佛系文化的保护伞，Z世代内心仍然向往更好的生活并为之努力



## 宅

- **宅文化源头：**出生率降低带来的是Z世代的高孤独感，这使他们更注重个人精神世界，二次元文化因此得到快速发展。
- **宅文化本质：**宅在家里打游戏、看动漫、上网是Z世代普遍的放松与娱乐方式。社会竞争压力的增大使Z世代更愿意在网络上展示真实的自我。



## 丧

- **丧文化源头：**社会机遇减少和上升空间缩小使这一代年轻人产生了疲惫感与无力感。Z世代不再挣扎反抗，失去动力和热情是丧文化的特征。
- **丧文化本质：**丧”文化并不是万念俱灰，更多的是一种自嘲和宣泄。Z世代青年一面嘴里喊“丧”，一面却咬牙拼搏未来为了迎接更好的生活。

佛系三连：  
都行 可以 没关系



## 佛

- **佛系文化源头：**佛系”文化是丧文化的衍生，是当代青年对这个社会的快节奏和压力的不适应和无声的反抗。
- **佛系文化本质：**佛系”更多的是一种旷达。Z世代不希望在工作生活中琐碎问题而耗费精力影响心情，于是常常采取佛系”态度，进行自我消解和安慰。

# 不甘做社畜，我的未来我做主

GAP YEAR（间隔年）和创业是越来越多的Z世代毕业后的选择。Z世代并不是甘于做社畜的一代，通过公益行动和创业活动，Z世代在发展兴趣爱好的基础上实现了自我的价值

## 【为什么选择 Gap Year】



作为“独二代”，越来越多的Z世代在结束学业后选择利用间隔年去旅行、学习，或是审视思考人生。

GAP  
YEAR

## 【为什么选择创业】

Z世代成长环境优越，面临的经济压力较小，因此，他们更希望将爱好与职业相结合，渴望通过自主创业去实现自我价值。



创业时代

## 【Gap Year做什么】



Z世代的间隔年并不是单纯出游和吃喝玩乐。他们热衷于国际化的支教、环保义工、医疗义工等公益行动，他们希望能为创造更好的世界贡献上自己的一份力量。

## 【创业做什么】

Z世代是成长于互联网的一代，他们更偏爱于海淘、O2O、自媒体等新兴互联网创业项目。同时，Z世代女性创业比例逐渐升高，社交网络ONO创始人徐可是典型代表。





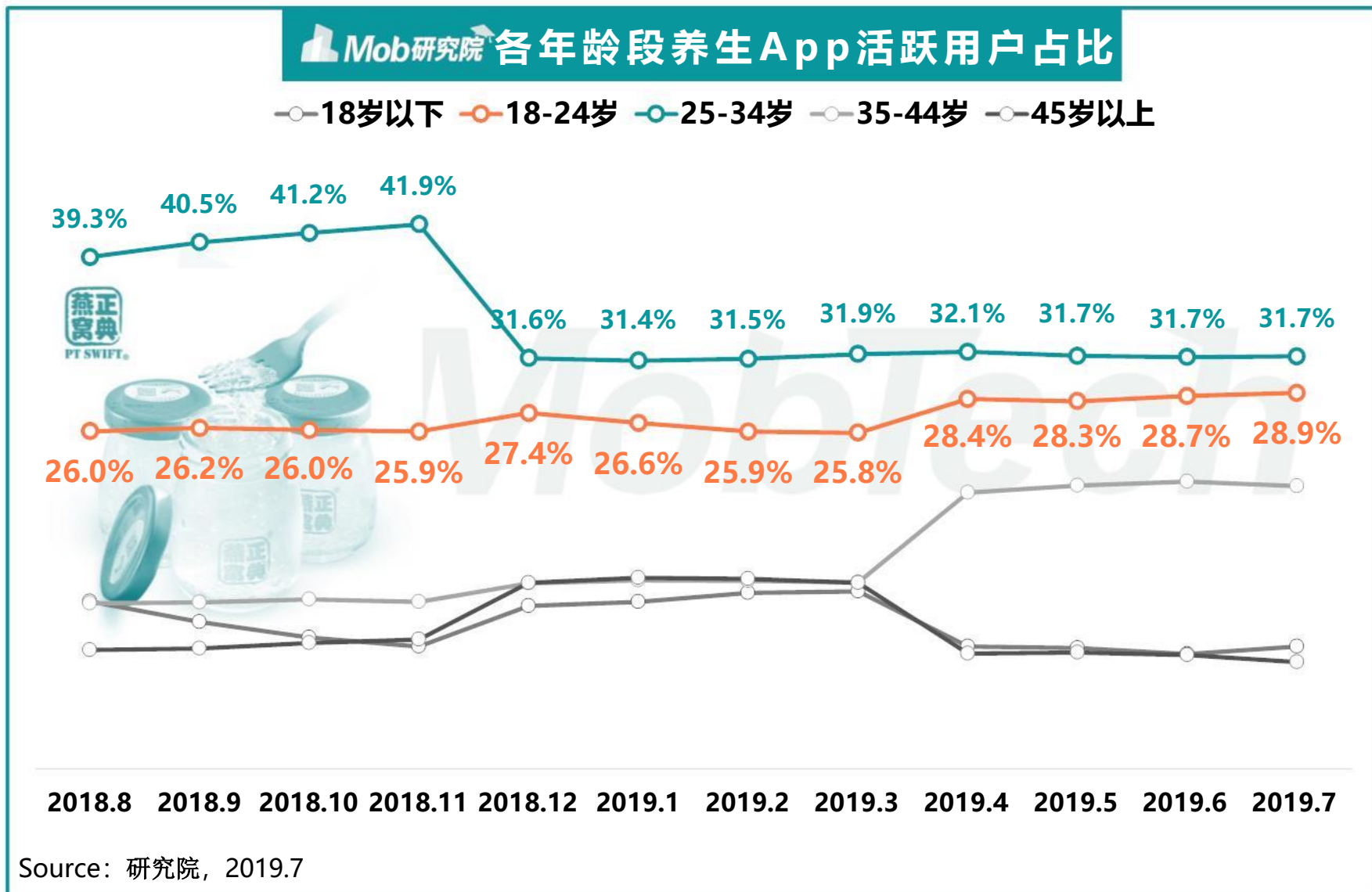
好好**养生**，  
别趁年轻瞎折腾！

## Part 04 养生篇

Healthy Life

# 谁说养生的都是中老年人？

在过去一年对养生App的使用中，Z世代占比稳居第二，是养生市场的中坚力量。80、90后对养生的热度逐渐回落，而Z世代对养生App的爱好则以良好的态势上涨，在未来，**Z世代可能成为养生的最大群体**



# 少年养生派，保温杯里泡枸杞

Z世代很小就被父辈们灌输了“养生”理念，他们在意的不仅仅是食物的味道，对健康食品的意识 and 需求都很高。在Z世代看来，科学的饮食摄入不仅能挽救日渐发虚的体质，还能够提升颜值。气色好，才是真的好！

## Z世代最爱购买的养生食品



TOP1

蜂蜜



TOP2

枸杞



TOP3

乳清蛋白



TOP4

养生茶



TOP5

酵素



都说喝茶养颜，  
感觉比起化妆品，  
真正的气色好人会  
显得更精神”

——养生达人·小江

合理的营养搭配  
和科学代餐才是健  
康的减肥方式，可  
以越吃越漂亮~”

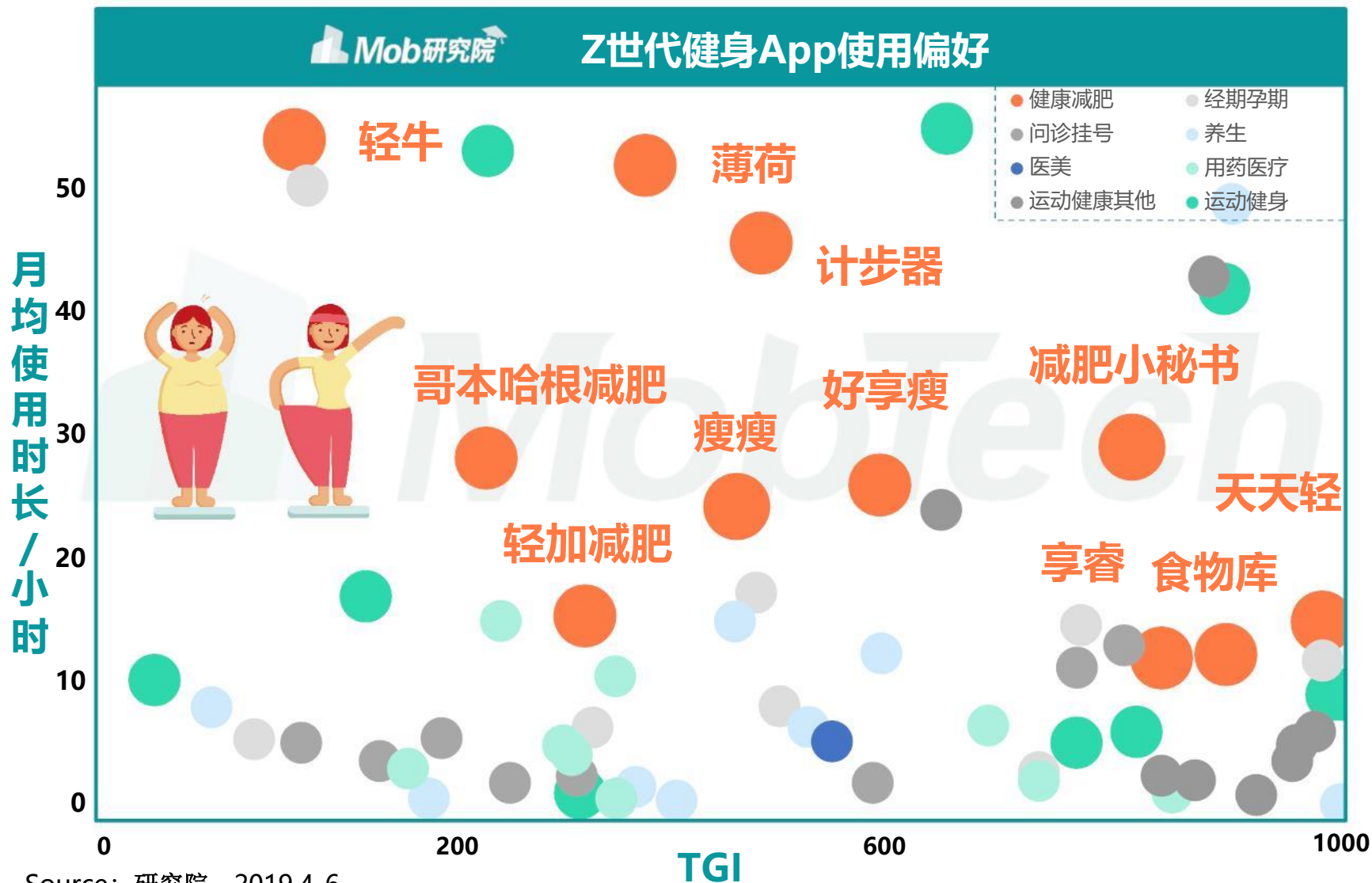
——营养达人·小陈





# 为了变成小蛮腰，动感单车普拉提

管住嘴，还要迈开腿，**健康饮食与运动相结合**的方式是Z时代心中最佳的反油腻方案。Z世代大学生喜欢通过运动减肥来进行身材管理，他们对诸如**轻牛**、**薄荷**等健康减肥类App偏好度最高，月均使用时长仅次于运动健身类App



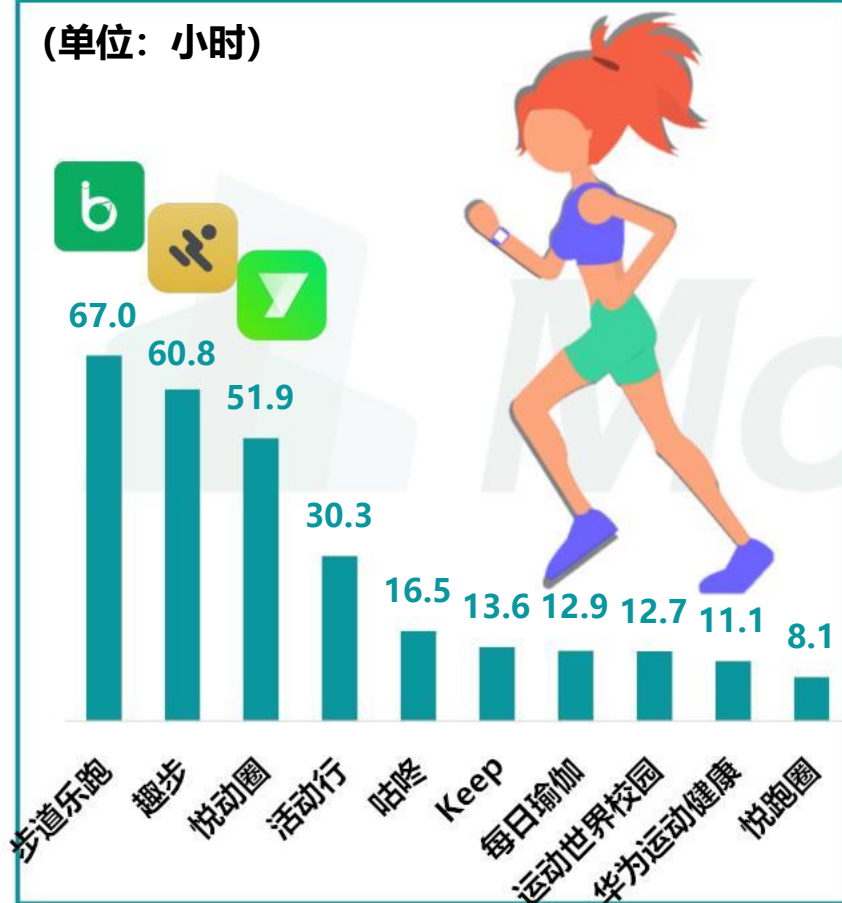
Source: 研究院, 2019.4-6

# 拒绝宅宅深呼吸，晨跑夜跑游几米！

在所有高占比健身类App中，跑步类App最受北上广大学生的欢迎。此外，Keep”在北上广大学生中认可度最高，使用占比在健身类App中一骑绝尘，平均每十个北上广高校学生就有一个安装Keep

## Z世代大学生健身App使用时长

(单位：小时)



## Z世代大学生健身App使用占比



Source: 研究院, 2019.4-6

注：月均使用时长指的是用户每个月使用该类App的平均时长，以小时为单位

# 朋克养生是Z世代最后的倔强

Z世代不愿像长辈一样规规矩矩养生，他们不想丢掉年轻人的青春活力，但不佳的身体素质和逐渐提高的健康意识促使他们开始拿起保温杯养生。于是，朋克养生成为Z世代在“青春”和“健康”之间的最大妥协



# 小结：不愿被定义、被标签的Z世代

Z世代越来越多的在消费市场崭露头角，从“教培、泛娱乐”到“求职招聘、知识付费”，再到“潮牌、奢侈品电商、医美、健身减肥”，甚至出现在养生市场。虽然他们**不愿被标签**，但他们诞生在活跃的商业世界，**早已被标签**





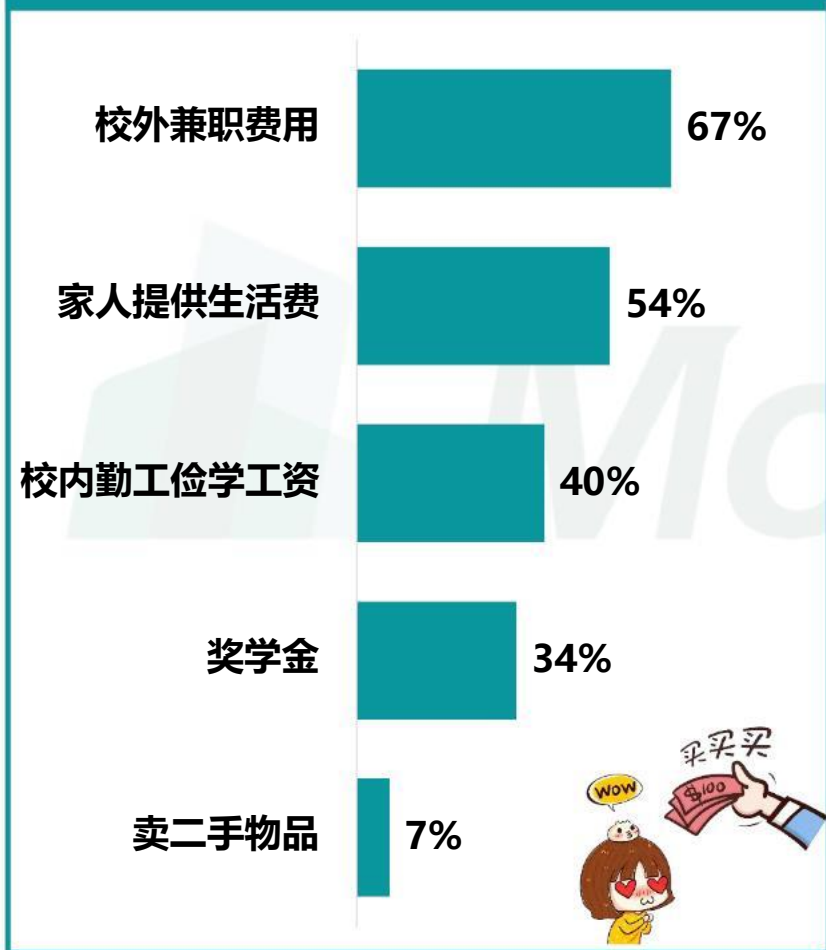
悦人不如悦己，  
越剁手越快乐！

番外：消费篇  
consumption

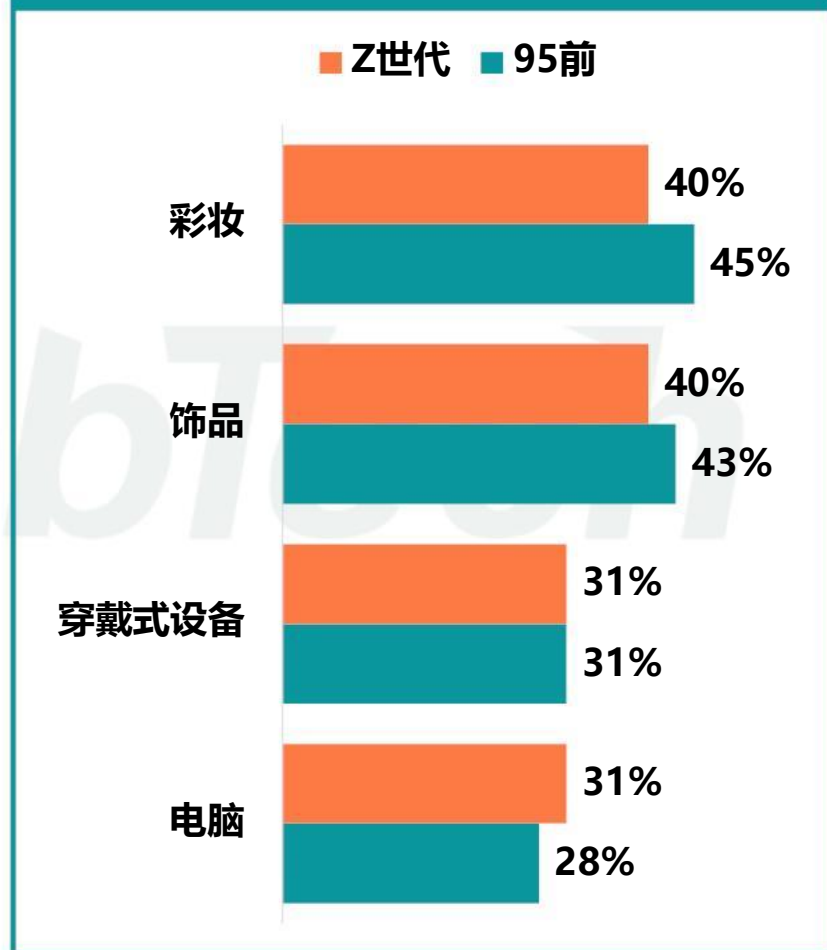
# Z世代，消费界冉冉升起的新星

有一种白领叫隐形贫困人口，有一种大学生叫....隐形富豪。根据调研结果，Z世代月可支配收入达3501元，收入不低还没有房租压力；35%的Z世代大学生有多种收入来源，通过**奖学金、兼职、勤工俭学**等渠道攒钱为爱发电

## Z世代大学生的收入来源



## Z世代主要消费品类渗透率



# Z世代消费动机：千金只买我高兴

买”是Z世代**社交**的通行证，他们习惯通过共同的消费偏好达成身份认同；  
买”是Z世代**人设**的构造机，形成**兴趣-买买买-人设**”的有趣闭环；  
买”是Z世代**悦己**的万能钥，生活在快节奏的社会，把握住当下即时的快乐

## 01 为社交”

Z世代作为“独二代”，在成长的过程中孤独感较强，而他们寻求身份认同的方式也更加直接粗暴，把**社交圈子**“买”出来，或者是**通过**“买”进入新**社交圈**



## 02 为人设”

Z世代兴趣爱好广泛，不管是成为Vlogger、偶像站姐，还是做公开课UP主、游戏主播，每一样兴趣都需要不菲的金钱投入。Z世代对人设的判断更加单纯，**花钱了才是真爱**

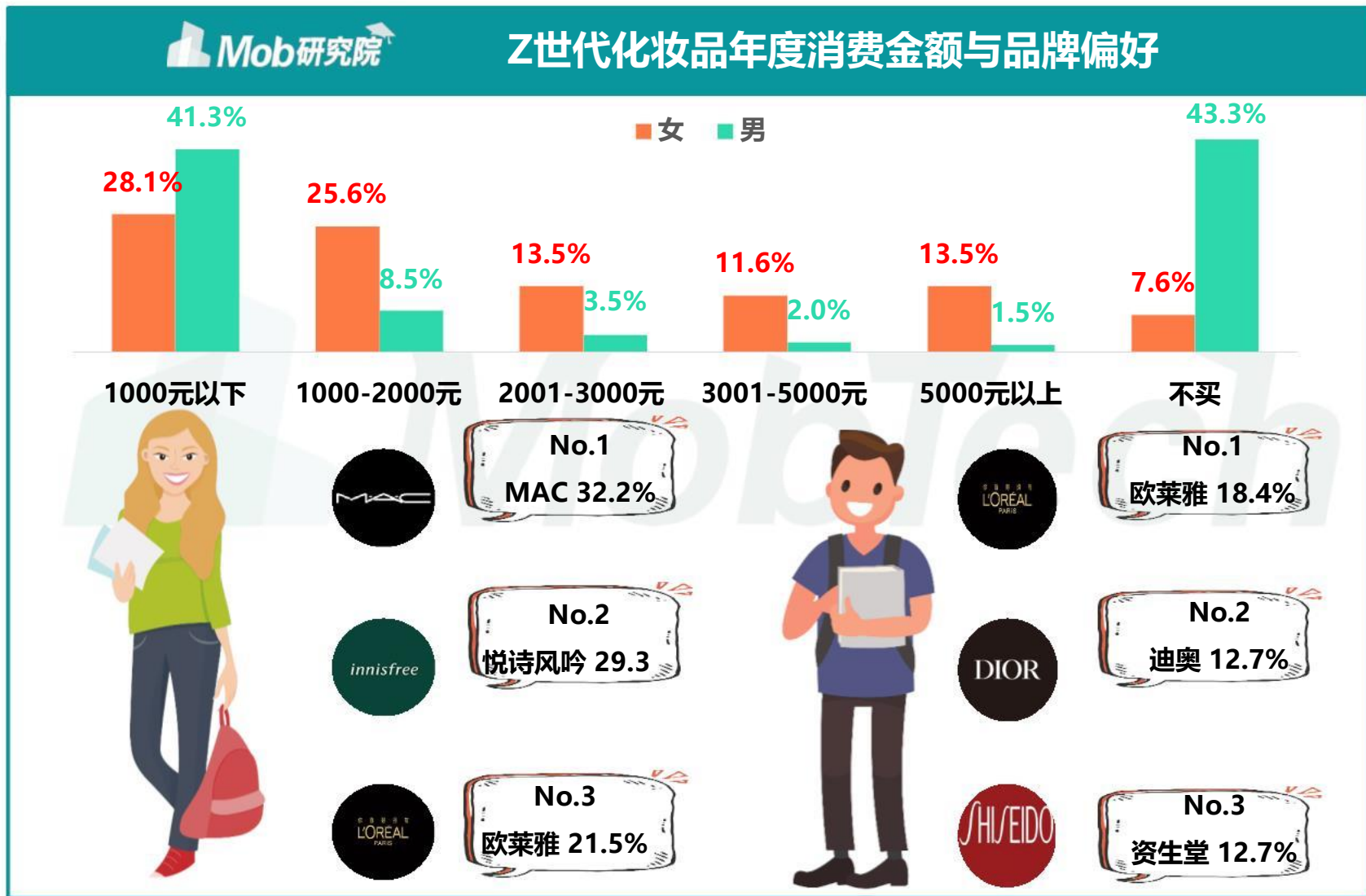


## 为悦己”03

Z世代生活在一个快节奏的现代社会，因此他们更加活在当下，认为拥有**即刻”**的**幸福感**更为重要。31%的Z世代已经开始使用分期付款，相较于X、Y世代，他们在更早的人生阶段就开始拥有**高端奢侈品牌**。

# 美妆消费：精致猪猪男孩，会呼吸的人民币

Z世代的精致都藏在了购物里。都说女生爱脸如命，调研显示MAC、悦诗风吟和欧莱雅是Z世代女性最爱的美妆品牌；而精致的猪猪男孩同样购买力惊人，化妆品年度消费金额5K以上的男性占比1.5%，欧莱雅、迪奥和资生堂受Z世代男性欢迎



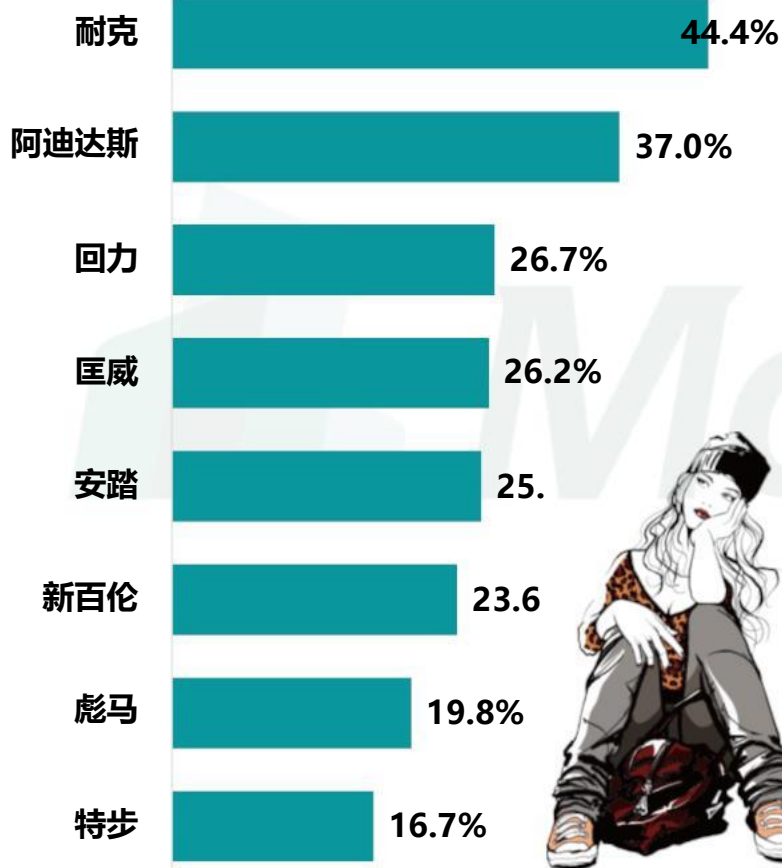
Source: 企鹅智库, 研究院



# 服装消费：国产运动鞋，时尚时尚最时尚

在运动品牌领域，耐克和阿迪达斯拥有最广泛的知名度，同时国产品牌也收获到良好口碑，安踏、李宁、回力、特步等受到Z世代喜爱

## Z世代女生偏爱的运动品牌



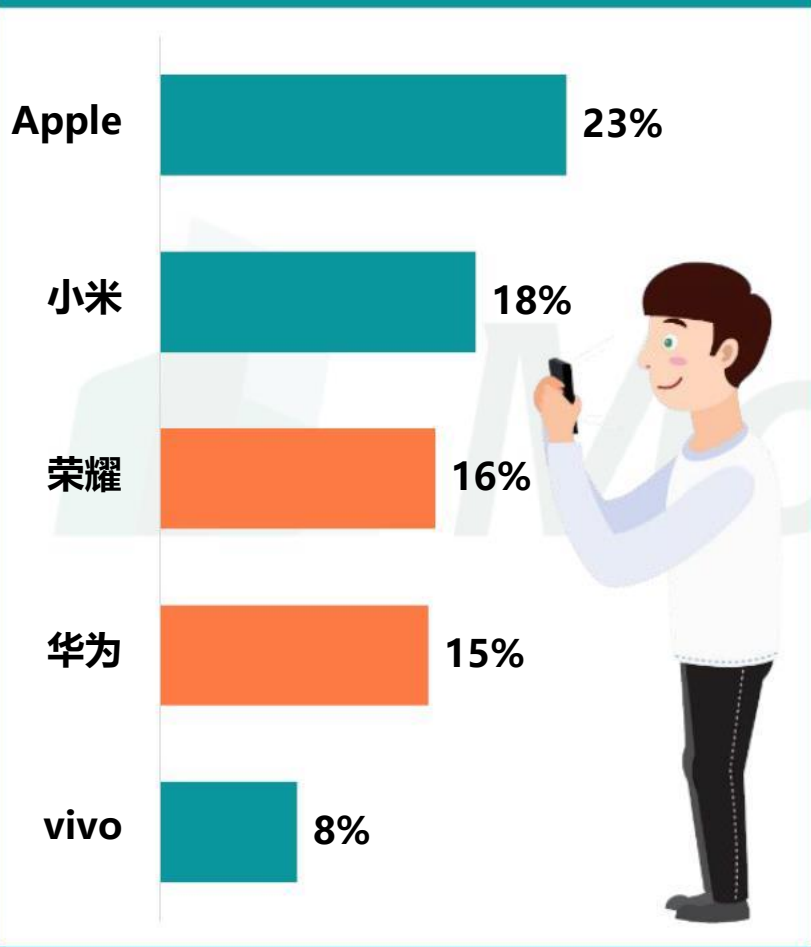
## Z世代男生偏爱的运动品牌



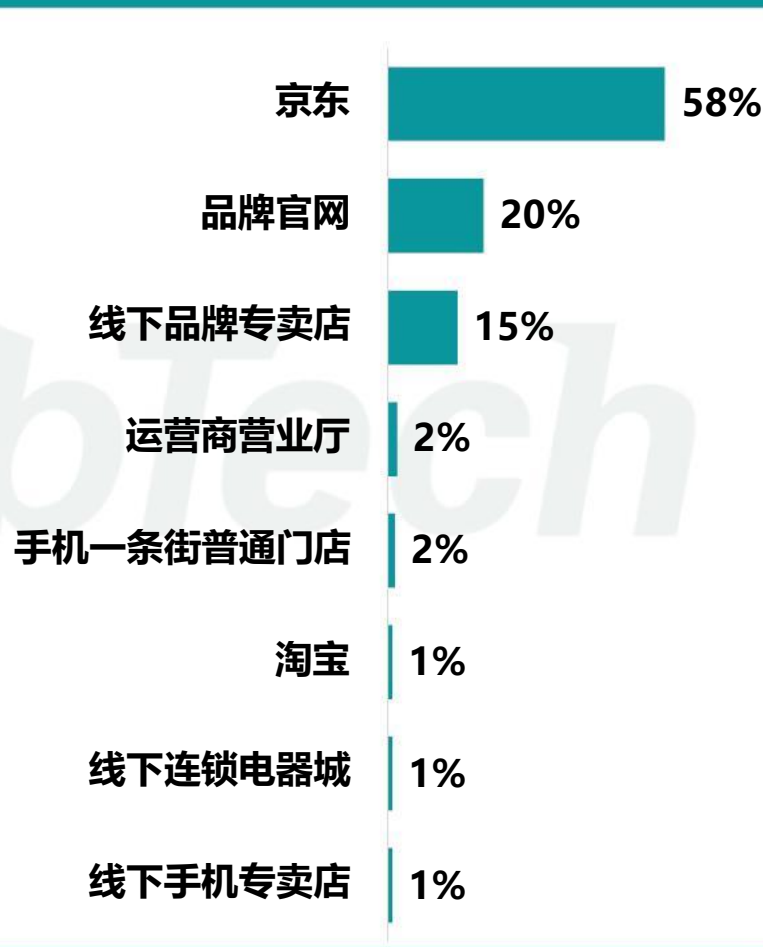
# 电子产品消费：开学三件套，手机最重要

手机是Z世代最常用的电子产品。可以没有对象，但不可以没有手机！Z世代大学生最喜欢用华为手机（荣耀、华为）。随着5G手机的面世，热爱尝鲜的大学生群体是5G手机的主力购买人群之一，京东是大学生最常选择的购买渠道

## Z世代大学生TOP5购机品牌



## Z世代大学生5G手机购买渠道



# Z世代的消费观：吃土也要买买买！

Z世代在购买超过自己支付能力的商品时，使用花呗/白条等平台垫付是最常见的处理方式，分期付款作为第二种倾向更多的方式，以上两者比起向父母、朋友借钱有着更高的优先级

