

中国95后洞察报告

艾瑞&上汽大通&种子计划

2019年



摘要



生活状态：95后对物质和精神生活都有**高要求**，接近4成95后对当前生活状态表示满意。对于未来规划，多数以**找工作**为主，期望自己能**不断提升成长**。95后的父母对孩子较为**尊重开放**，会尽可能满足孩子的基础生活要求。



消费：95后每月花销超过3000元，生活较为**富足**。多数95后**消费理性**，具有一定理财意识。**网上购物**已成日常。95后习惯通过互联网获取品牌信息，喜欢**国产数码**品牌。



娱乐：**看电影**、**电视剧**和**听音乐**是95后最主要的兴趣爱好。主要安装的APP是社交类和音乐类，对不同社交平台关注的内容有明显不同，微信端重视**内容和深度**，微博端重视**娱乐和广度**。关注热门电影，也爱**经典老片**，**古装正剧**是最爱。



亚文化：95后成长环境优越，更乐意进行文化娱乐消费。超过半数95后**追星**，愿意为**偶像经济**买单。95后已成为二次元文化圈的主力，不吝啬付费购买**周边产品**。也爱玩游戏，**竞技对战**类游戏人气高，**移动端**成为主流游戏设备。

研究说明	1
95后的现在和未来	2
95后的物质追求	3
95后的兴趣娱乐	4
95后亚文化生活	5

研究方法

本次研究结合了生活日志记录及定量问卷调研的方法

共计回收29份日志，覆盖全国各省市。深入探索95后多方面表现

定性
+
定量

共计回收1030份问卷，覆盖全国各省市。覆盖95后多方面行为

生活日志

- 日常生活
- 价值观
- 消费观
- 生活态度
- 人际关系
- 未来规划

定量问卷

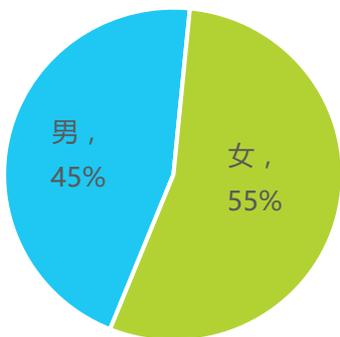
- 日常生活
- 行为爱好
- 线上触媒习惯
- 价值观
- 消费观
- 汽车生活

受访者信息

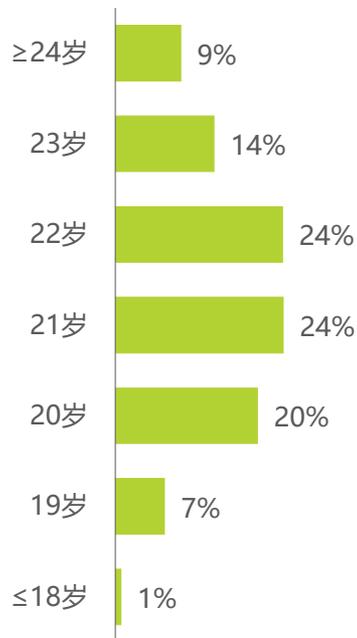
男女基本均分，覆盖各年龄、各年级和各专业的95后受访者

2019年中国95后受访者基本信息分布图

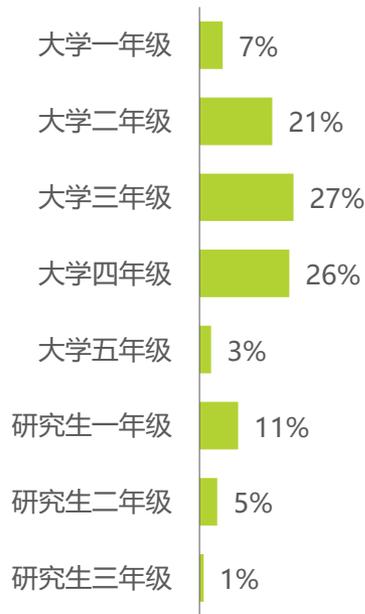
性别分布



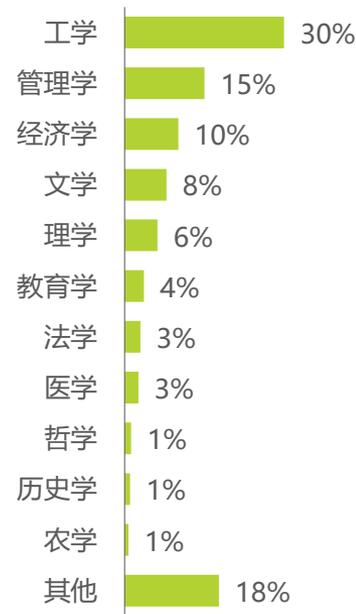
年龄分布



年级分布



专业分布

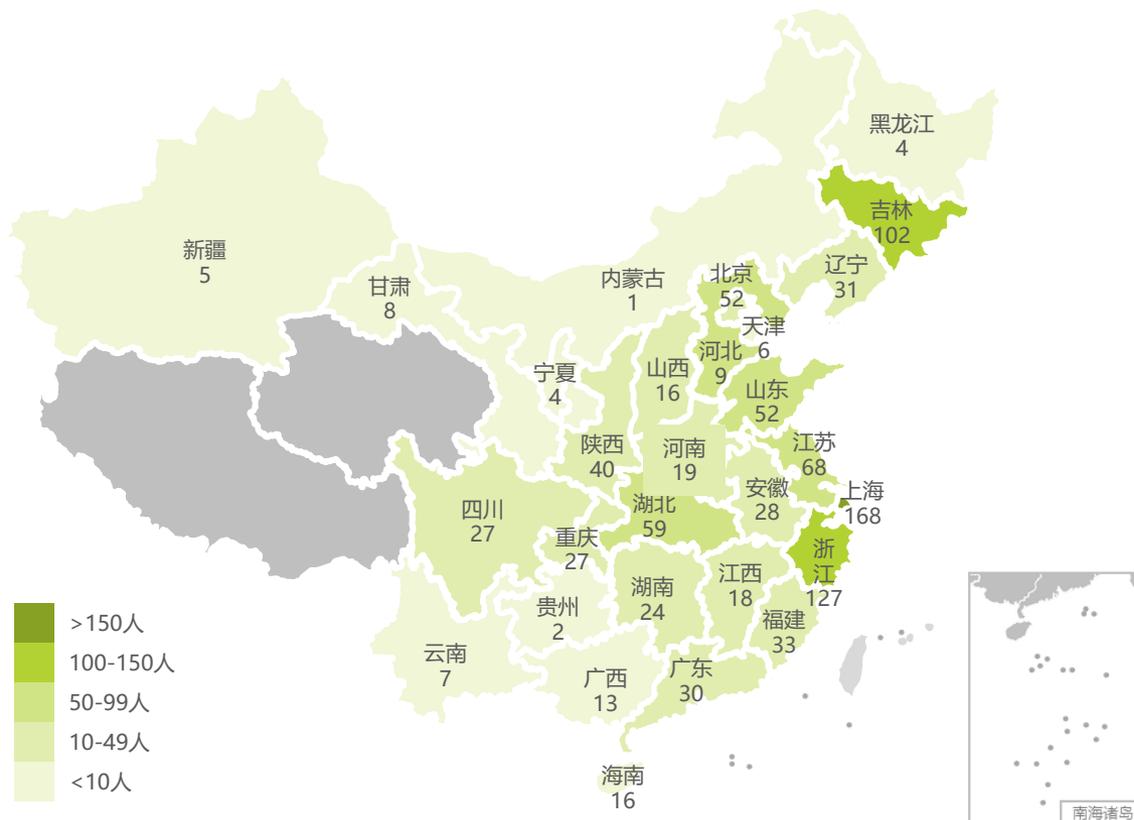


样本：所有被访者N=1030；于2019年7月艾瑞联合上汽大通、种子计划通过iUserSurvey调研获得。

受访者信息

受访者来自全国各省市院校

2019年中国95后受访者就读大学所在地区



就读大学所在地区	数量 (人)
上海	168
浙江	127
吉林	102
江苏	68
湖北	59
山东	52
北京	52
陕西	40
福建	33
辽宁	31
广东	30
安徽	28
重庆	27
四川	27
湖南	24
河南	19
江西	18
山西	16
海南	16
广西	13
河北	9
甘肃	8
云南	7
天津	6
新疆	5
宁夏	4
黑龙江	4
青海	2
贵州	2
内蒙古	1
其他 (含港澳台、海外)	32

样本：所有被访者N=1030；于2019年7月艾瑞联合上汽大通、种子计划通过iUserSurvey调研获得。

研究说明

1

95后的现在和未来

2

95后的物质追求

3

95后的兴趣娱乐

4

95后亚文化生活

5

生活满意度

物质及精神方面均有高需求

95后在物质和精神方面均有较高的需求。精神方面，他们希望有目标、有计划、有更充实的生活；物质上，他们期待经济自由、满足更高的消费需求。当前61%的95后认为自己的生活还不够满意，主要原因是他们缺乏明确的目标及高度自律，此外，物质水平也未达到理想情况。

2019年中国95后对生活的满意度



“我对自己的生活不满意”

生活态度

“迷茫”、“理想与现实的矛盾”



“我觉得自己的生活一般”

“有点小累，但是坚持就会成功”



“我对自己的生活很满意”

“有爱有光在路上”、“知道未来想要什么”

“日常的需求都可以得到满足，知足常乐”

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_21012

