

85、95、00后人群洞察白皮书

人群洞察系列第三弹 — 代际更替，带你见证五大经济的崛起

Mob研究院出品

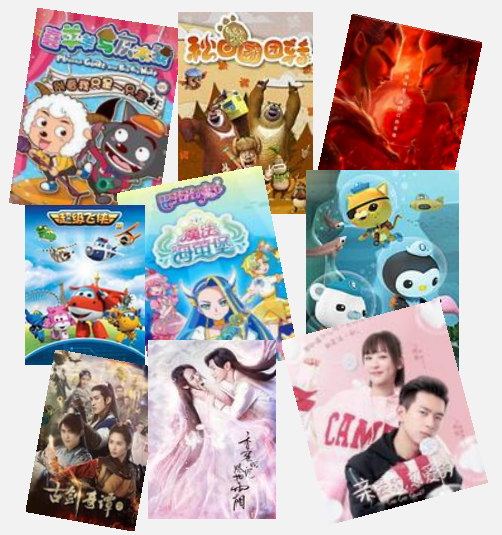
本报告旨在帮助85后消除与世界脱节的焦虑，学习95后黑话，Forever Young

[illegible]

95后
(18-24岁)



00后
(18岁以下)

[illegible]

01

『 85、95、00后』 人群现状

02

『 85、95、00后』 用户画像

03

『 85、95、00后』 移动市场偏好洞察

04

『 85、95、00后』 新锐App盘点

01

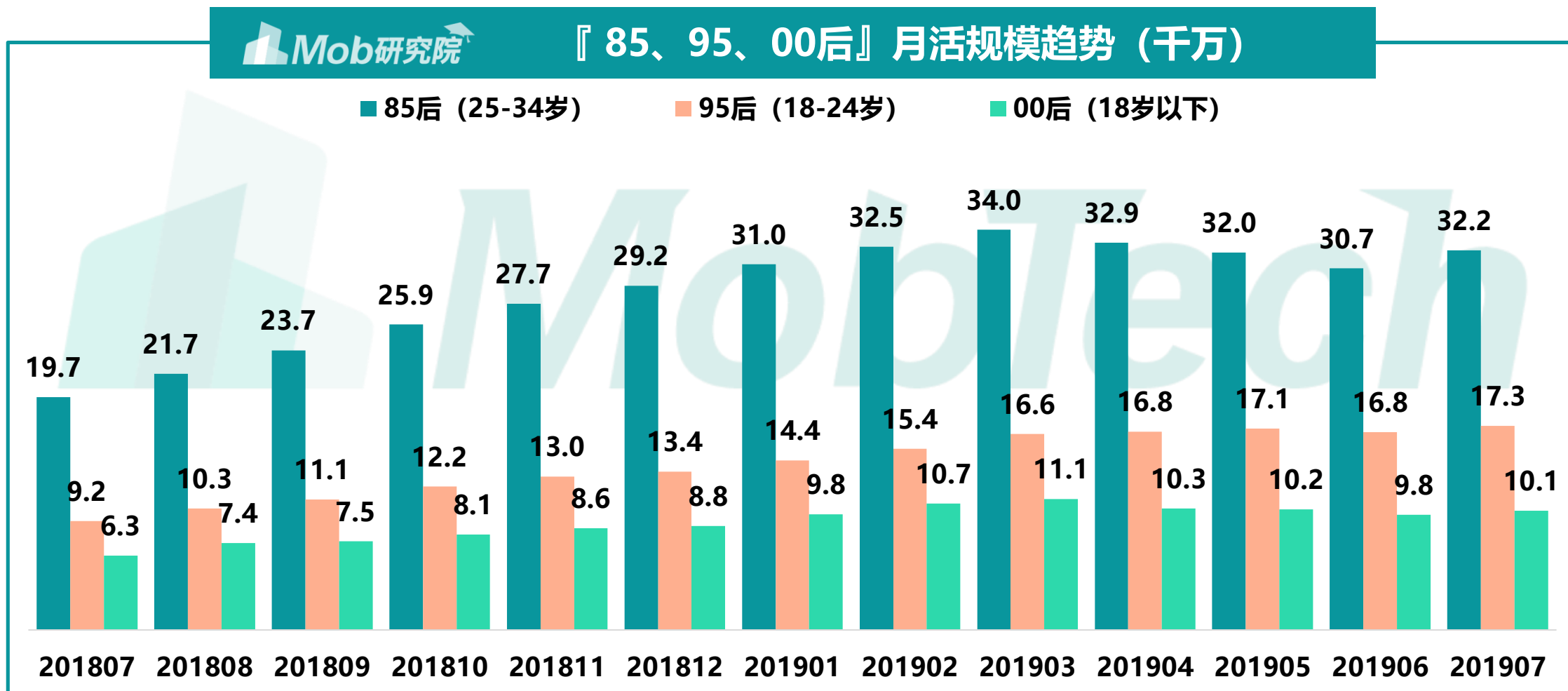


『 85、95、00后』人群现状

" Post-85s, Post-95s, Post-00s" Crowd Status

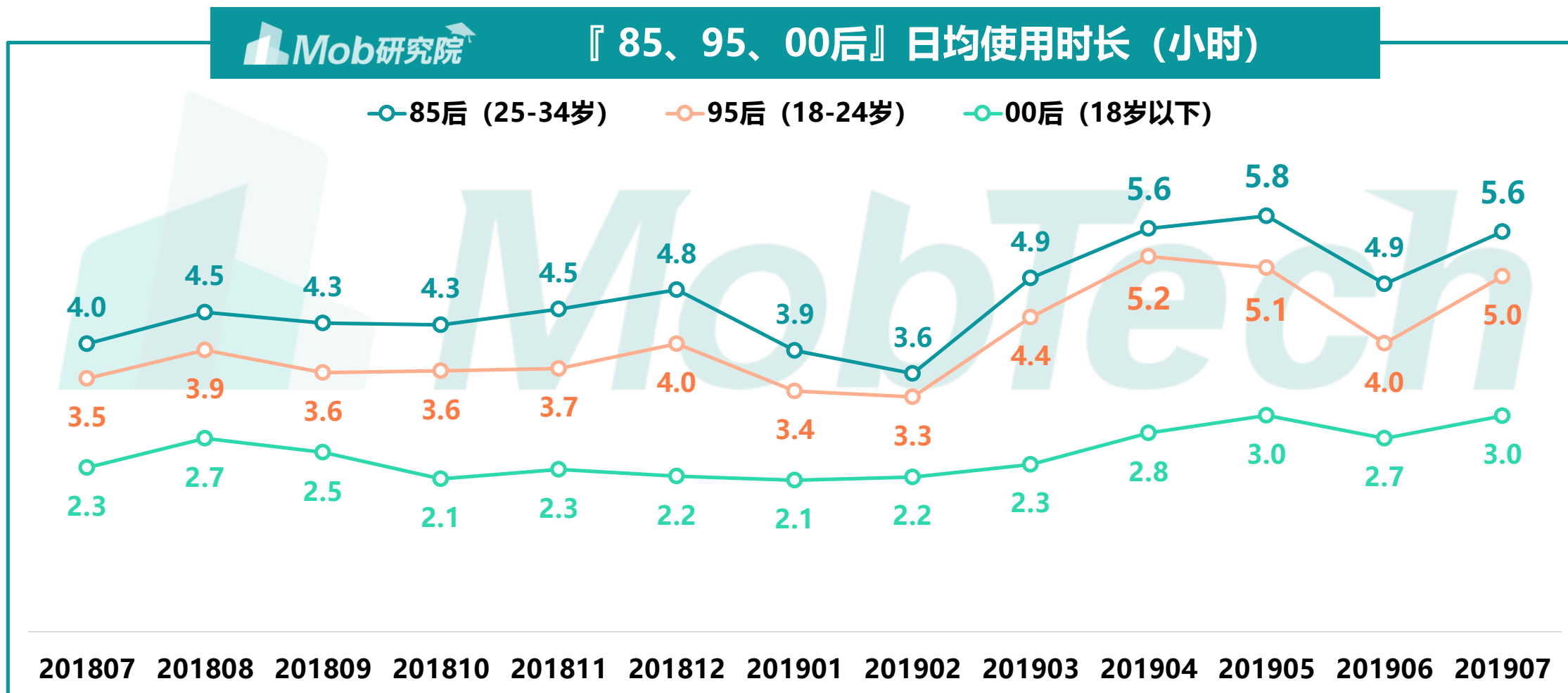
85后是中国移动网民的主体人群，总体人数破3亿

95后是增长新势力，总体人数近2亿；00后网络渗透率低，移动网民人数1亿左右



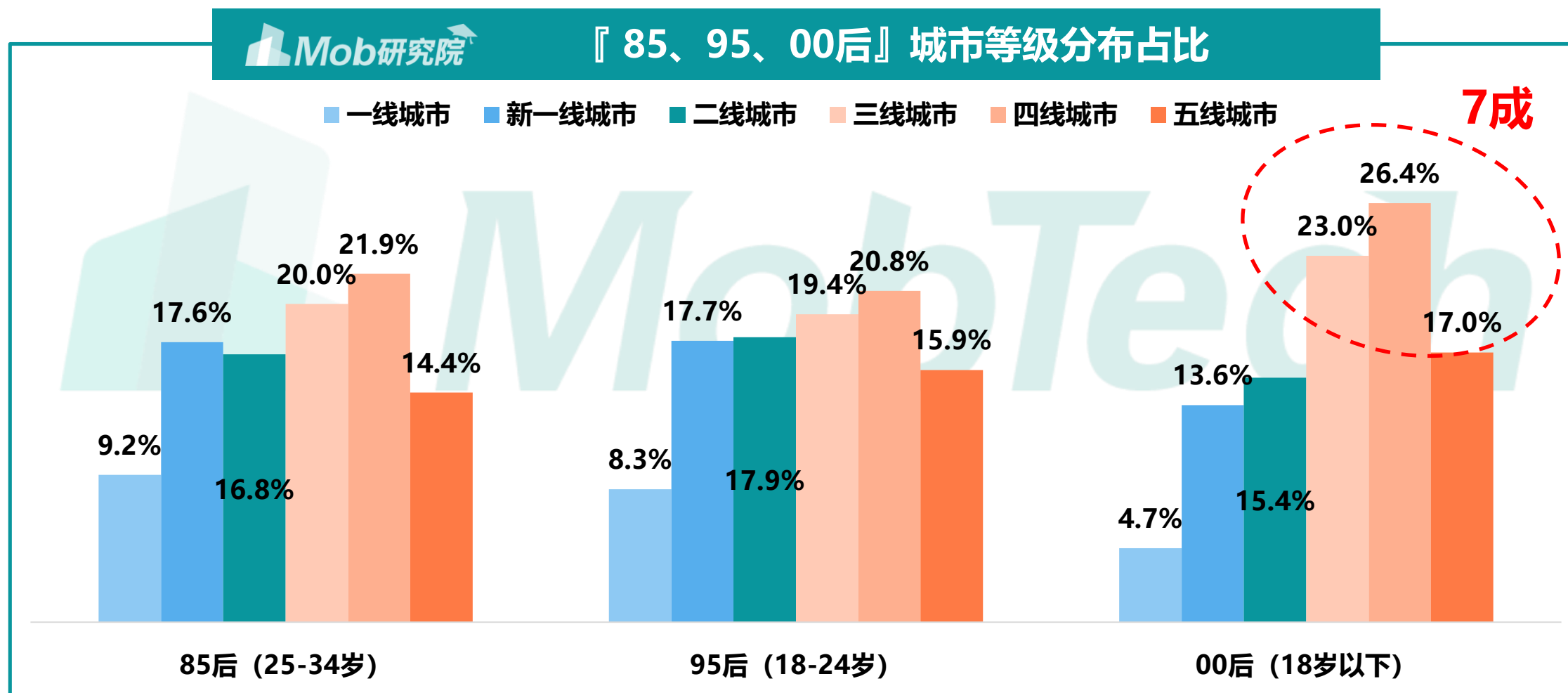
85后、95后日均使用时长突破5个小时

00后多是中小學生，慘兮兮哭唧唧，上學就被沒收手機，下學才有2小時可以打遊戲



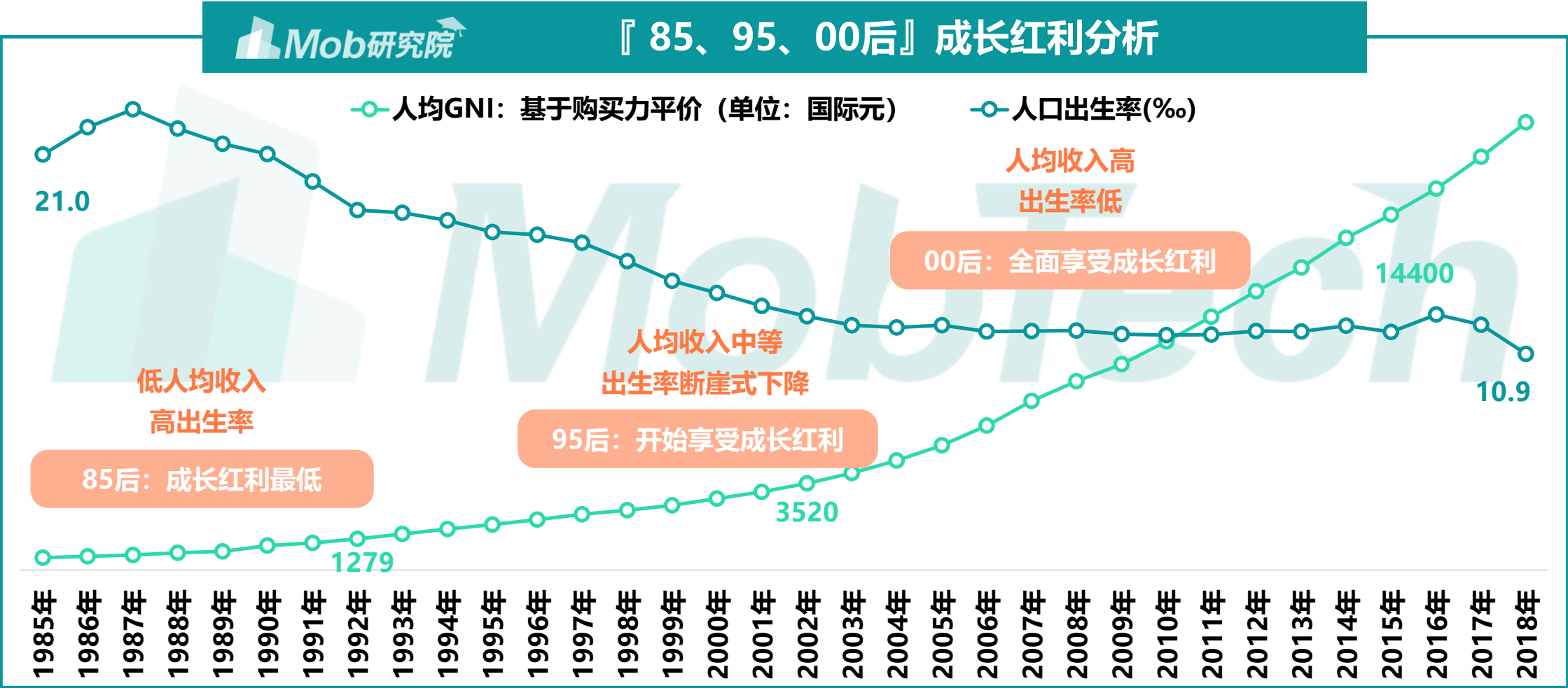
00后在三四五线城市的占比近7成

一线城市00后占比仅4.7%，高昂的生活和教育成本导致一线城市居民生育意愿低



85后成长红利最低，00后全面享受成长红利

随着人均GNI的持续走高，出生率持续走低，越是年轻的一代，享受的成长红利越多



Source: Mob研究院, 申银万国证券报告, GNI人均总收入
注: 成长红利是指人均GNI与人口出生率的差值, 即父辈财富创造能力与子代资源竞争格局的差值, 用来衡量代际资源禀赋

02

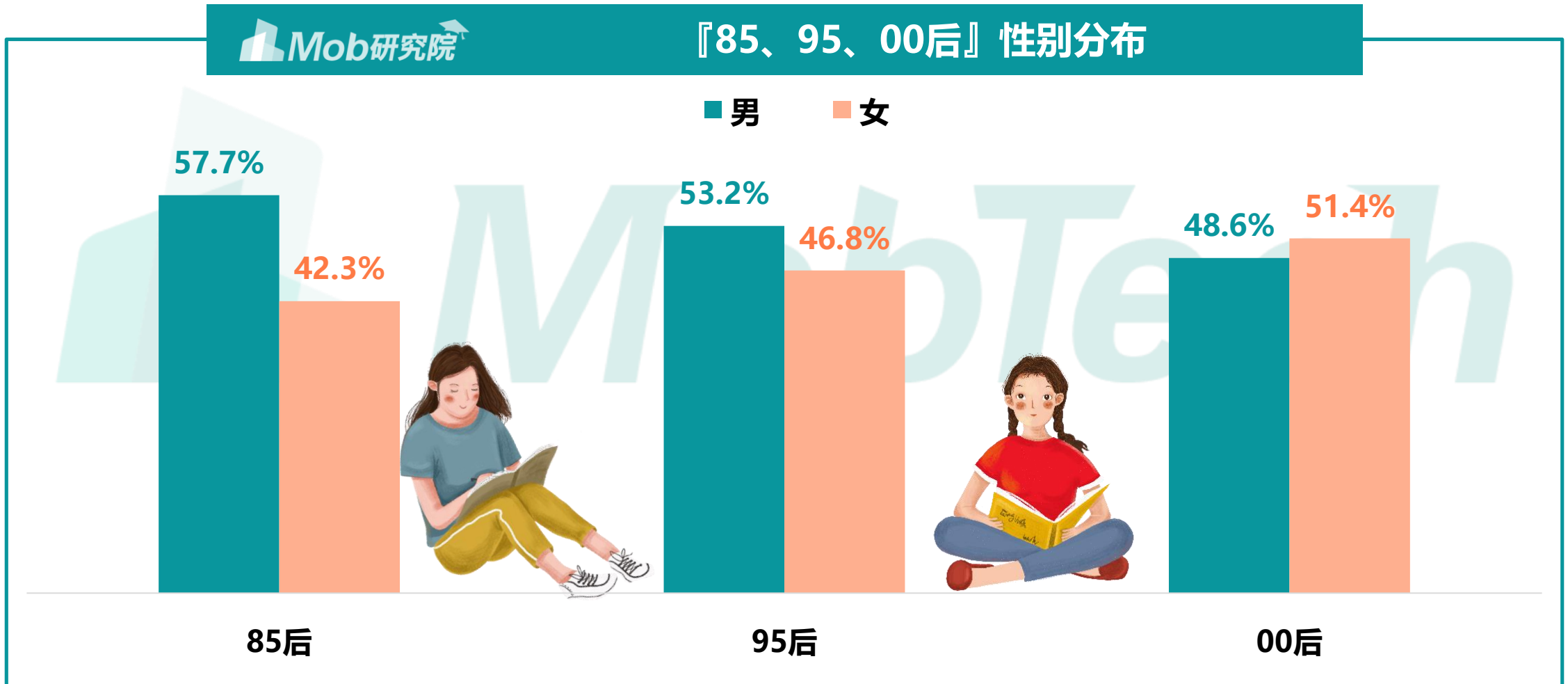


『 85、95、00后』 用户画像

" Post-85s, Post-95s, Post-00s" User Profile

从85后到00后，移动网民女性占比不断提升

85后女性比例约4成，而00后女性“撑起半边天”，比例高达51.4%

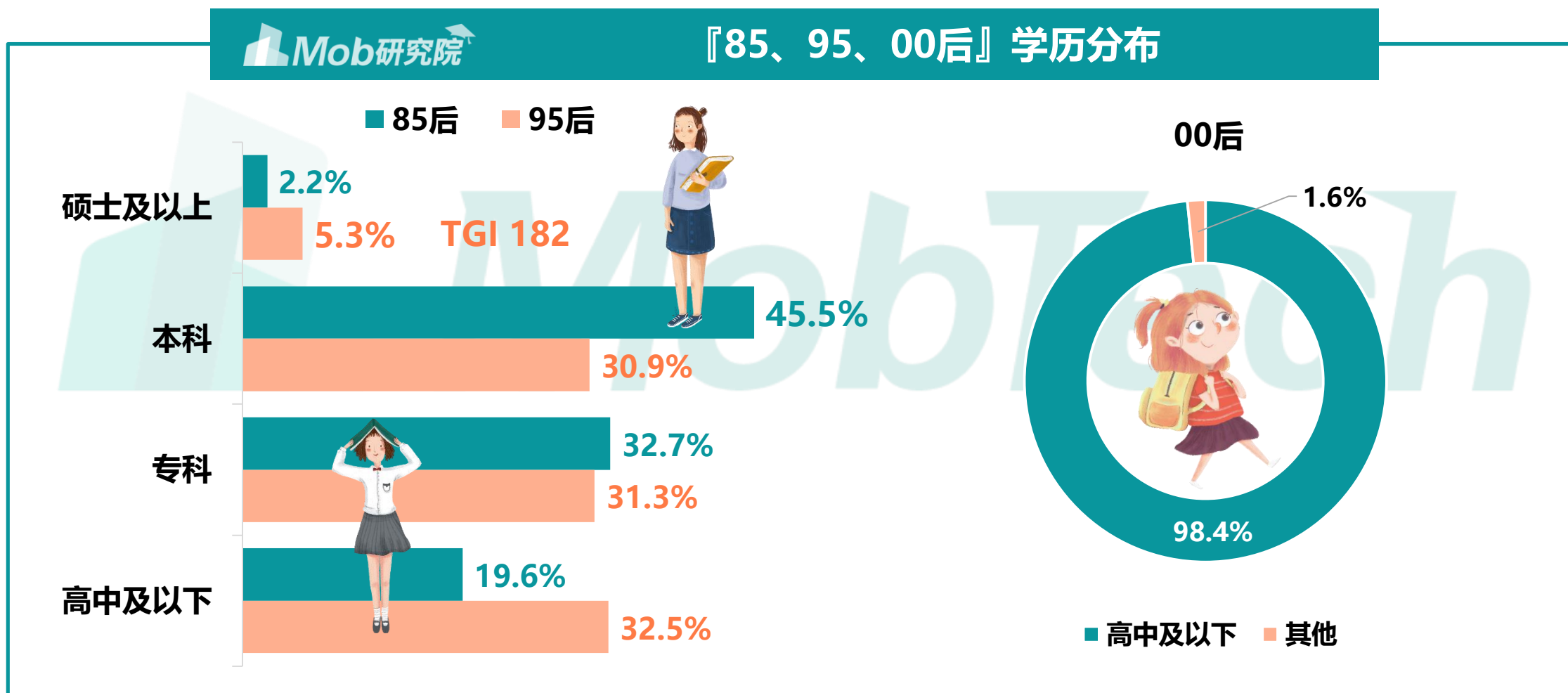


Source: 统计局, MobTech, 2019.7

注：我国新生儿男女比例严重失衡，上世纪90年代男女比例约在110左右，而在2000年后男女比例约在118左右；我们整体人口男女比例约在104左右

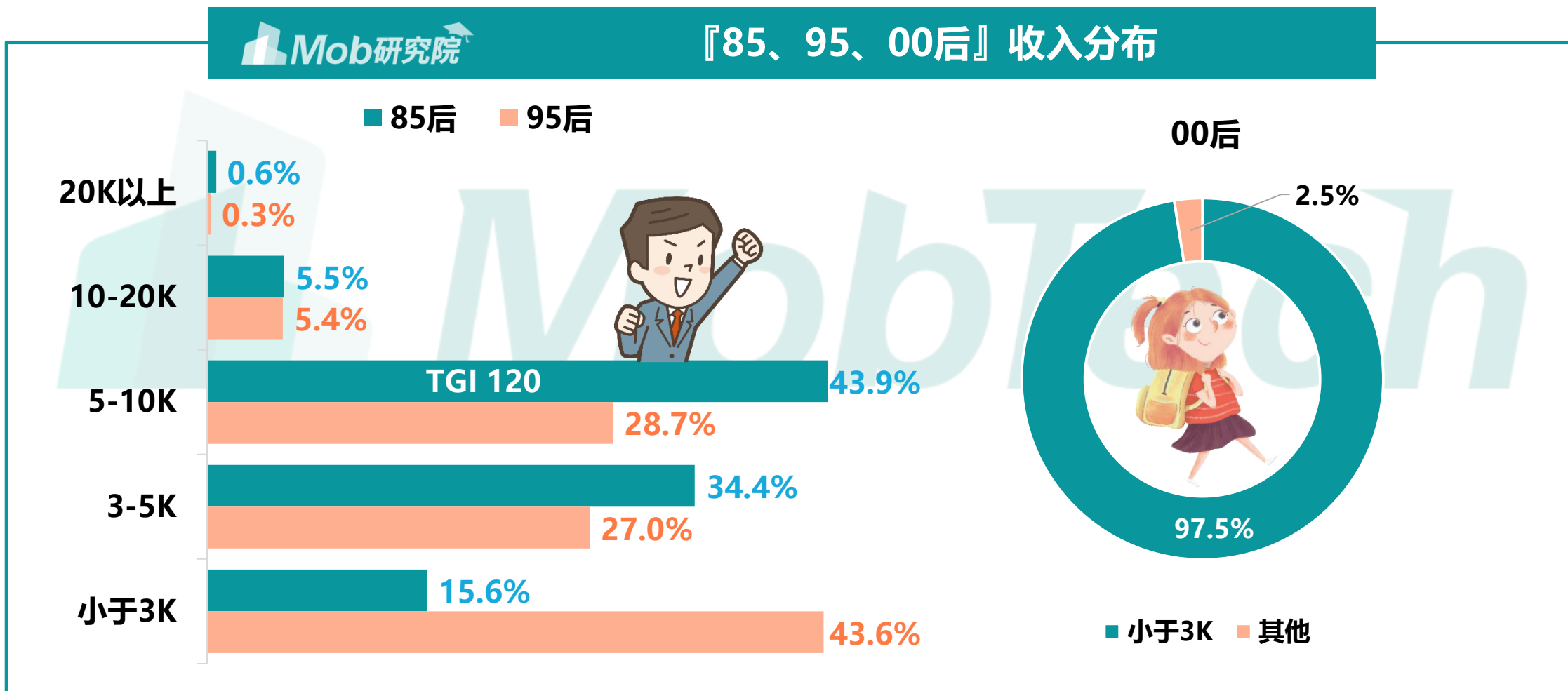
85后读完本科选择就业，而95后热衷考研进修

85后多本科学历，硕士及以上学历占比2.2%，而95后硕士学历占比上升至5.3%



年纪小不等于赚得少！95后赚钱力MAX

收入10K以上的95后比例和85后比例非常相近，几乎不相上下



近半数85后是无房人士!

85后、95后购房购车观念一致，买房比买车更重要，有房比例均大于有车比例

Mob研究院

『85后』车与房



有车

22.8%



有房

43.6%

Mob研究院

『95后』车与房



有车

9.3%



有房

15.1%

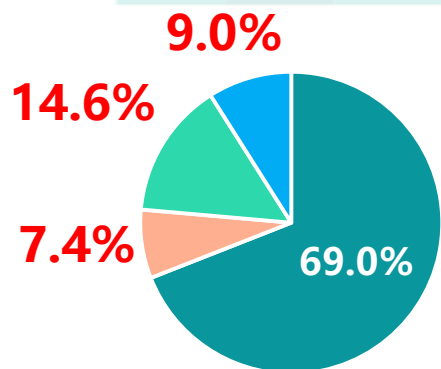
仅31%的85后升级为带娃爹妈，这届85后没那么“敢”生娃

95后中已有1成人群开始了没羞没躁的婚姻生活，有娃比例5%



已婚

72.2%

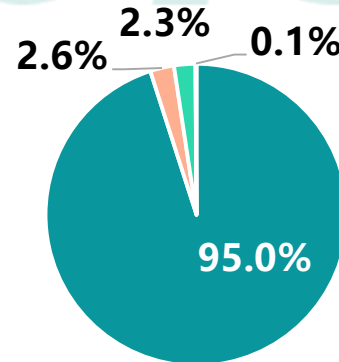


- 无未成年子女
- 0-3岁 (婴幼儿)
- 4-6岁 (学龄前)
- 7-12岁 (小学生)



已婚

10.3%

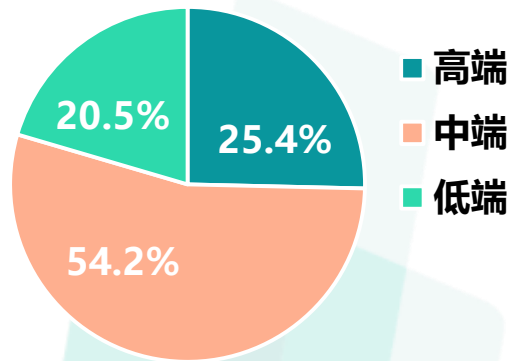


- 无未成年子女
- 0-3岁 (婴幼儿)
- 4-6岁 (学龄前)
- 7-12岁 (小学生)

85、95后购机价格敏感度相近，00后多使用平价手机

OPPO、华为、vivo三分天下，00后多使用千元以下价位的手机

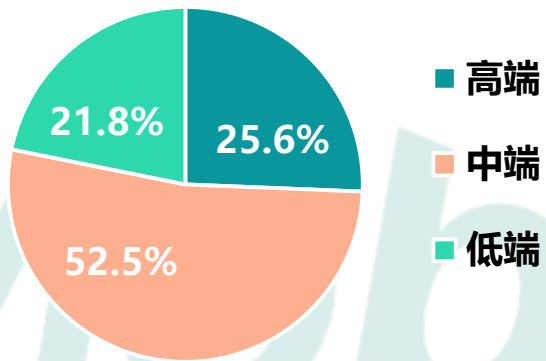
『85后』手机价位与品牌



oppo
HUAWEI
vivo
小米
SAMSUNG

手机品牌
TOP5

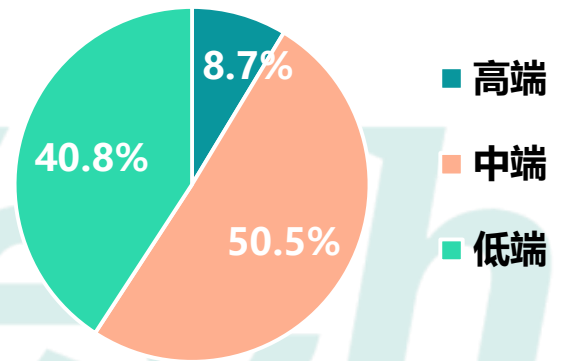
『95后』手机价位与品牌



vivo
oppo
HUAWEI
小米
SAMSUNG

手机品牌
TOP5

『00后』手机价位与品牌



oppo
HUAWEI
vivo
小米
SAMSUNG

手机品牌
TOP5

95后兴趣圈层最丰富，85后为“钱”所困、为“娃”所扰

95后处在人生的黄金时代，已脱离高考开始活蹦乱跳，还无须对生活跪地求饶

『85后』兴趣圈层

短视频达人 购物达人
理财达人 多信用卡用户
借贷一族 保险达人
股民 彩民
有车一族 房产关注者 装修一族
备孕一族 婚礼一族
亲子一族

『95后』兴趣圈层

煲剧一族 直播爱好者 海淘达人
阅读达人 电影爱好者 知识达人
体育爱好者 健身达人
求职招聘一族 外卖一族
考驾照一族
社交达人 婚恋一族

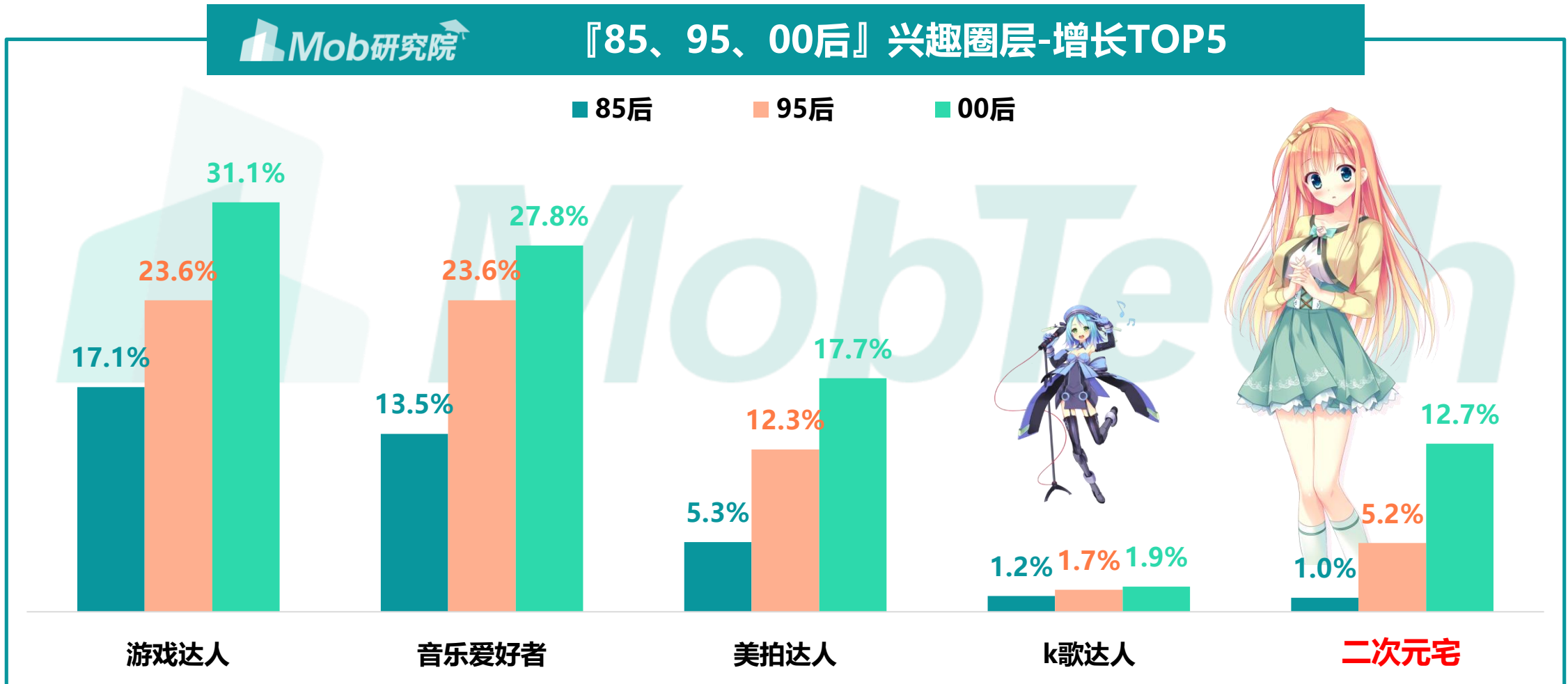
『00后』兴趣圈层

游戏达人 音乐爱好者
美拍达人 K歌达人
教育达人
二次元宅



随着00后的长大，二次元市场潜力无限

二次元宅人群占比逐年上升，二次元文化未来有望从亚文化蜕变为主流或次主流文化



小结：年轻群体正在崛起，代际更替搅动互联网格局

95后将慢慢取代85后，成为网民主体，“世界是我们的，世界终究是他们的”

『85后』

上班族，加班狗
一边焦虑，一边向前
前边不许早恋，后边赶紧结婚

要么死在相亲的路上
要么死在婚姻的围城
谁也逃不过带娃的忧伤



『95后』

学习让我快乐，一直学习一直快乐
母胎solo20年，好想谈甜甜的恋爱
斜杠青年，把兴趣升级为副业



『00后』

我的心里只有一件事，那就是学习
放学开黑，不带飞算我输
打榜应援做数据，Pick爱豆走花路



一个本命
几个墙头
追星女孩，冲鸭！

03

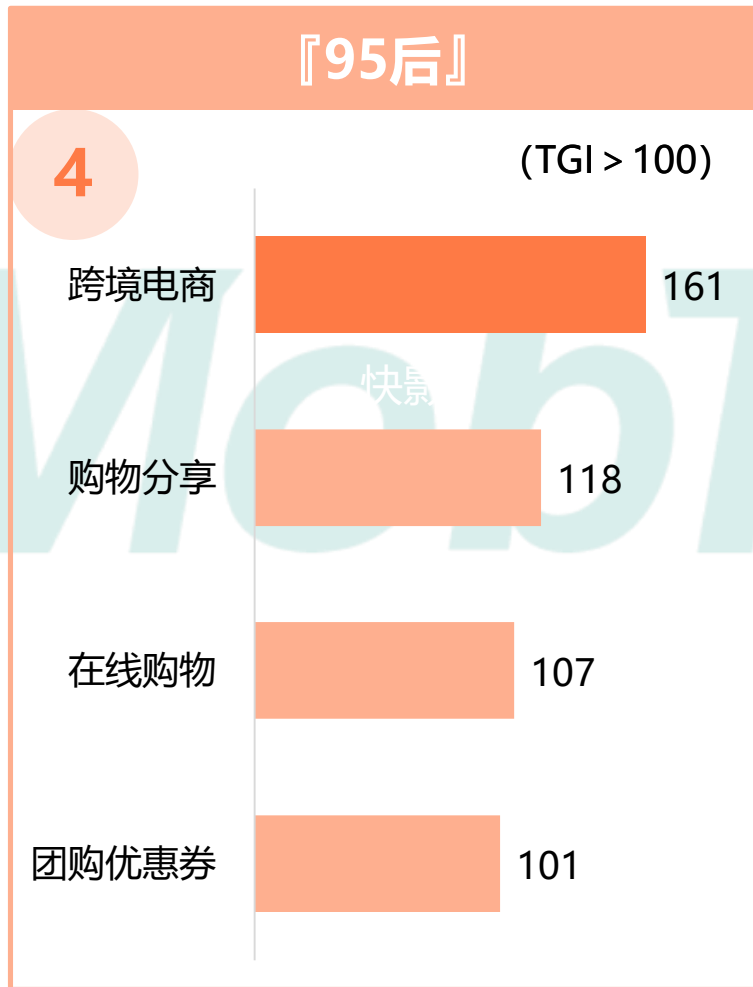
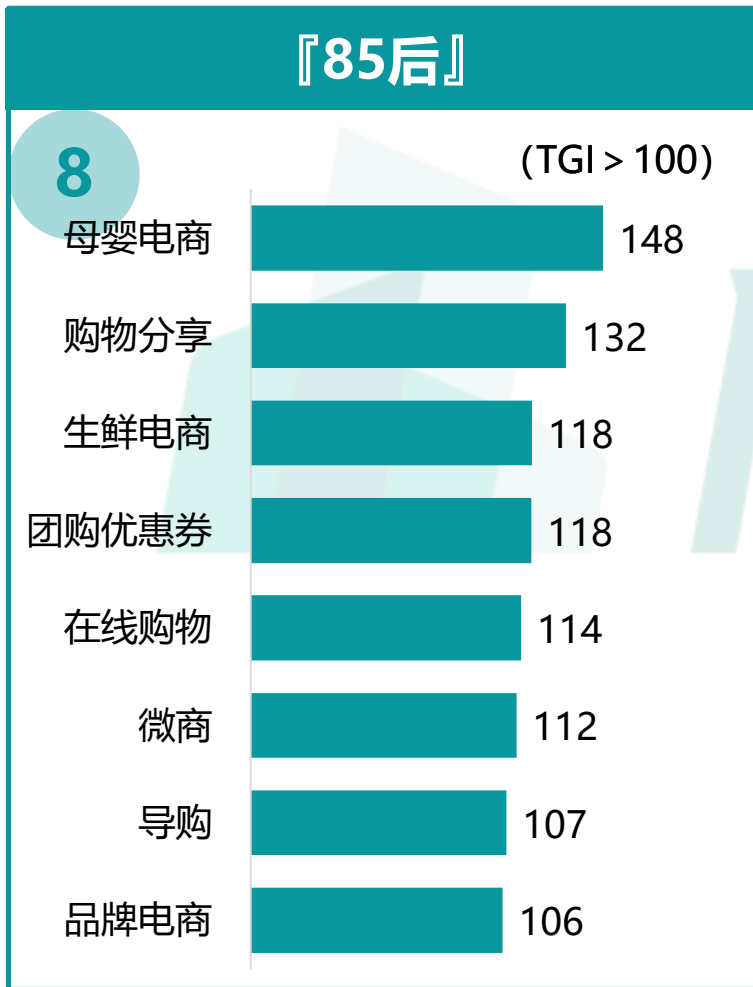


『85、95、00后』移动市场偏好洞察

Insights of "Post-85s, Post-95s, Post-00s" in various fields

电子商务：95后、00后对电商的偏好度明显低于85后

85后更热衷于线上剁手，95、00后视野开阔，喜欢全球好物



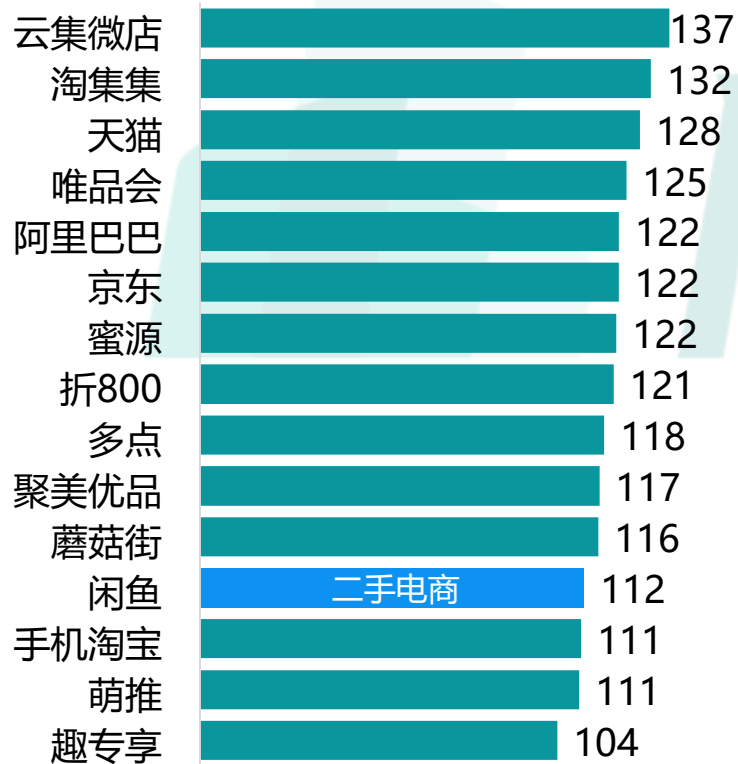


在线购物：二手电商逐渐流行，95后爱在二手平台买手机

二手交易在我国一直面临用户交易习惯培养的难题，代际更替将推动二手经济崛起

『85后』

(TGI > 100)



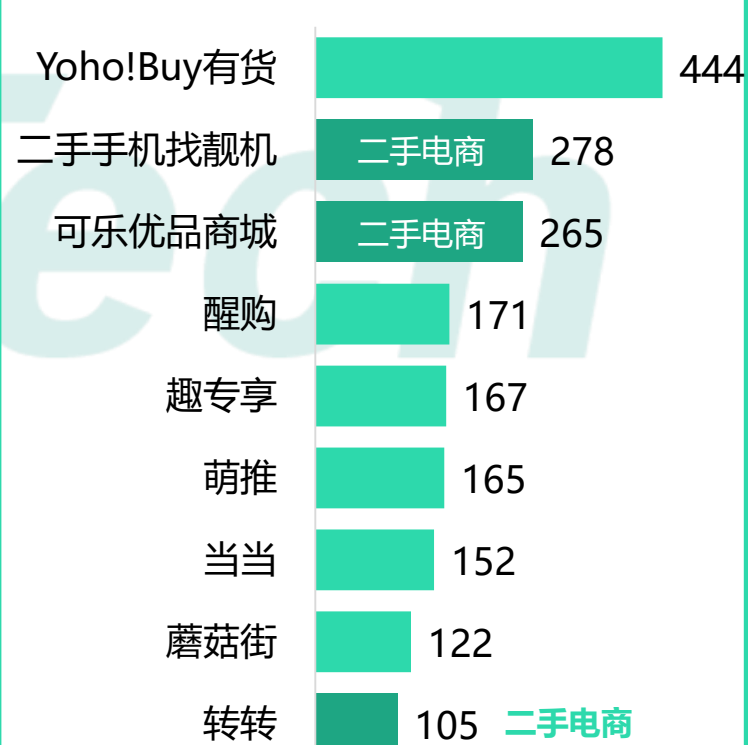
『95后』

(TGI > 100)



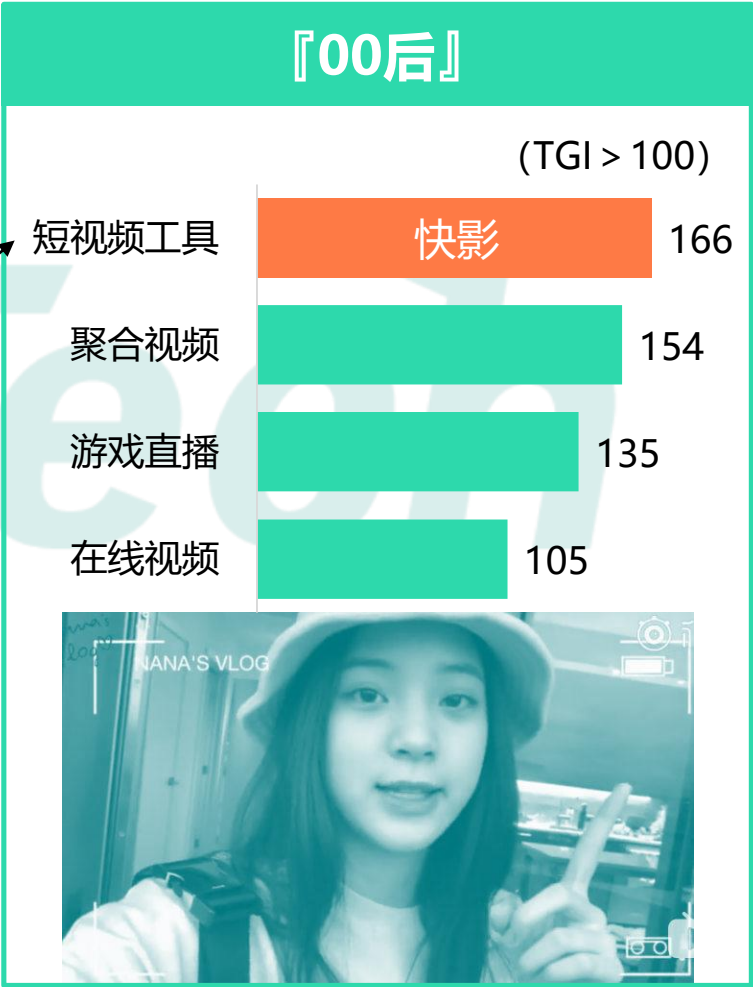
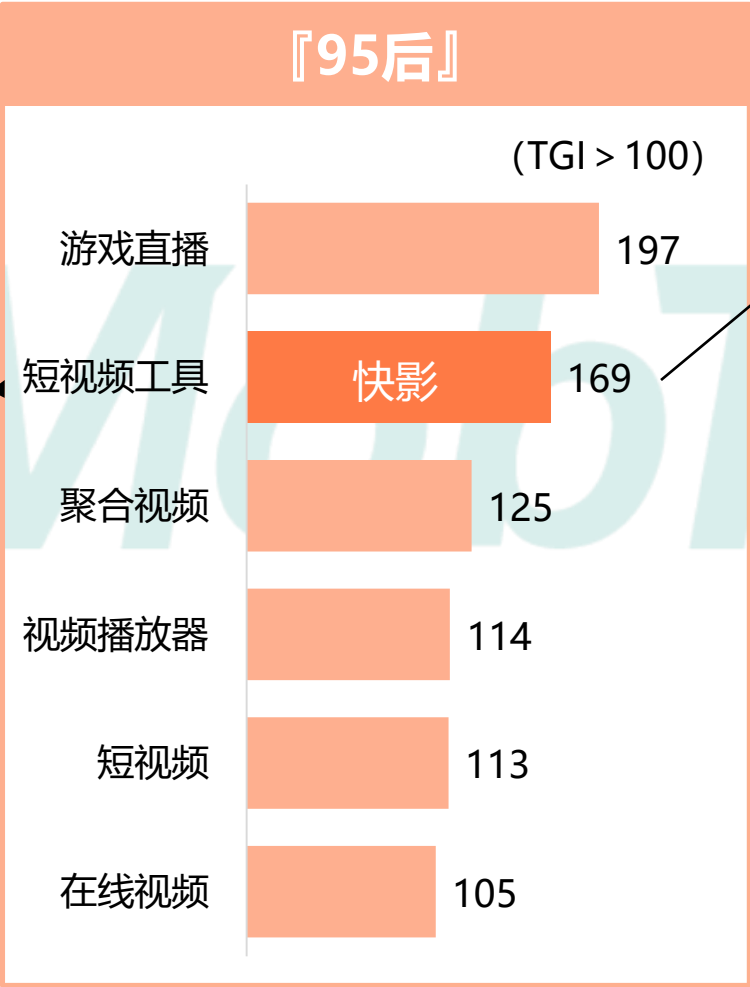
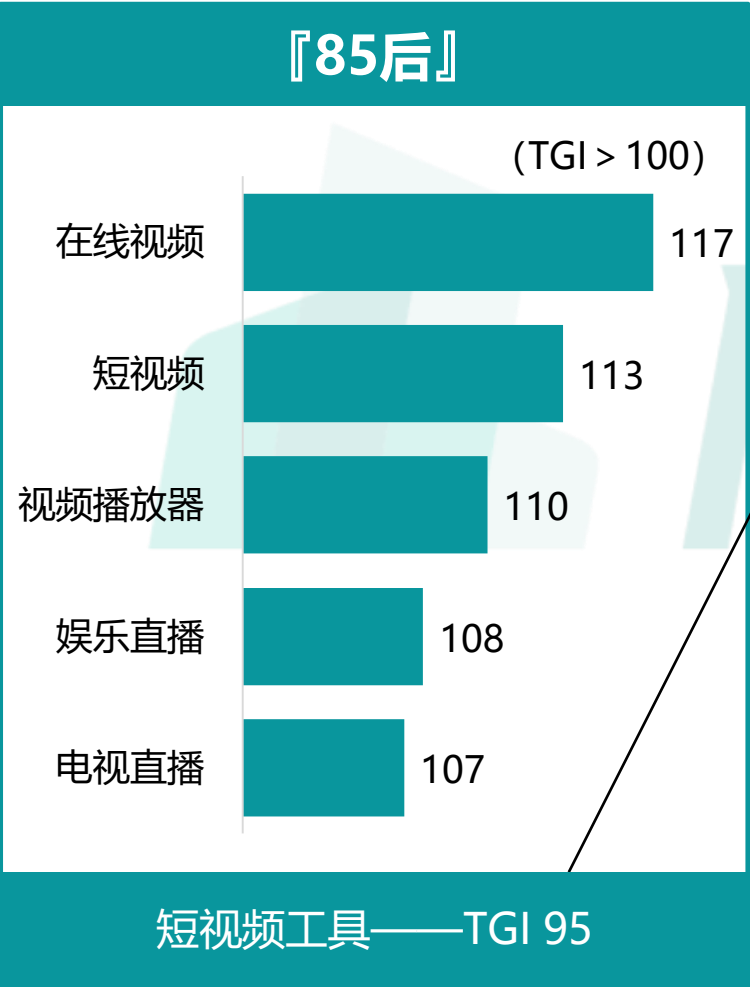
『00后』

(TGI > 100)



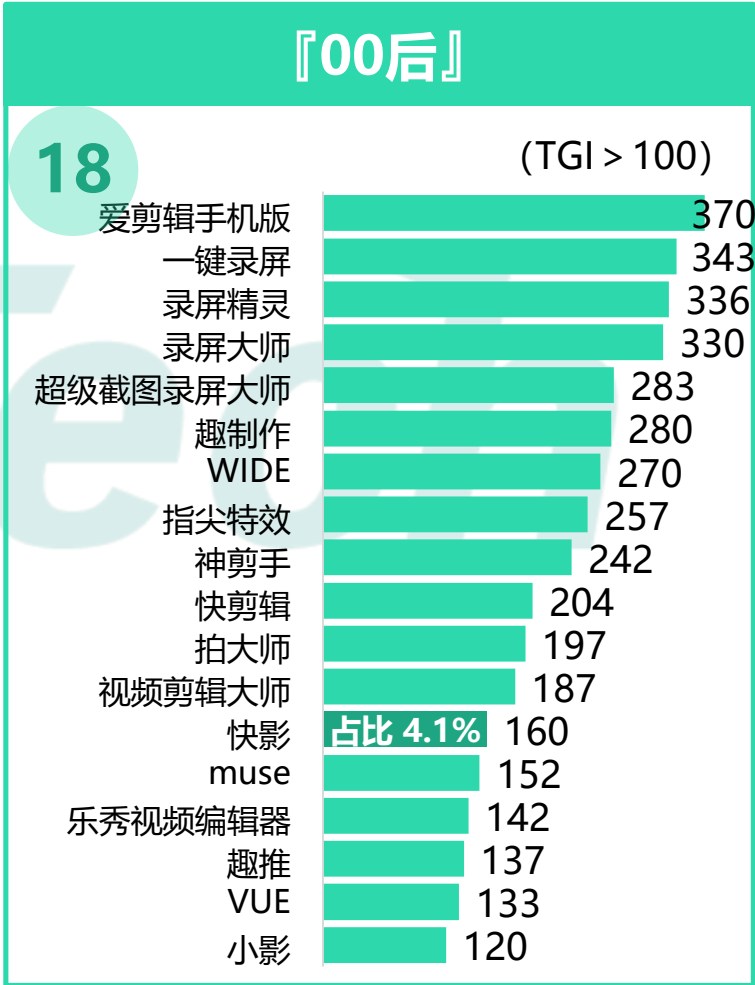
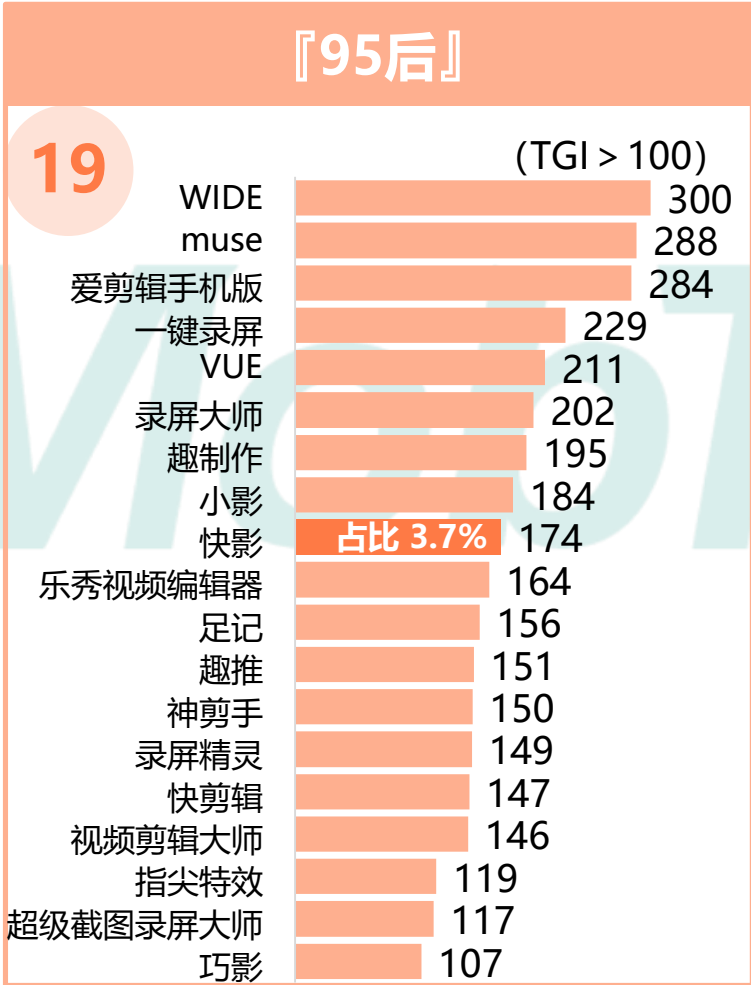
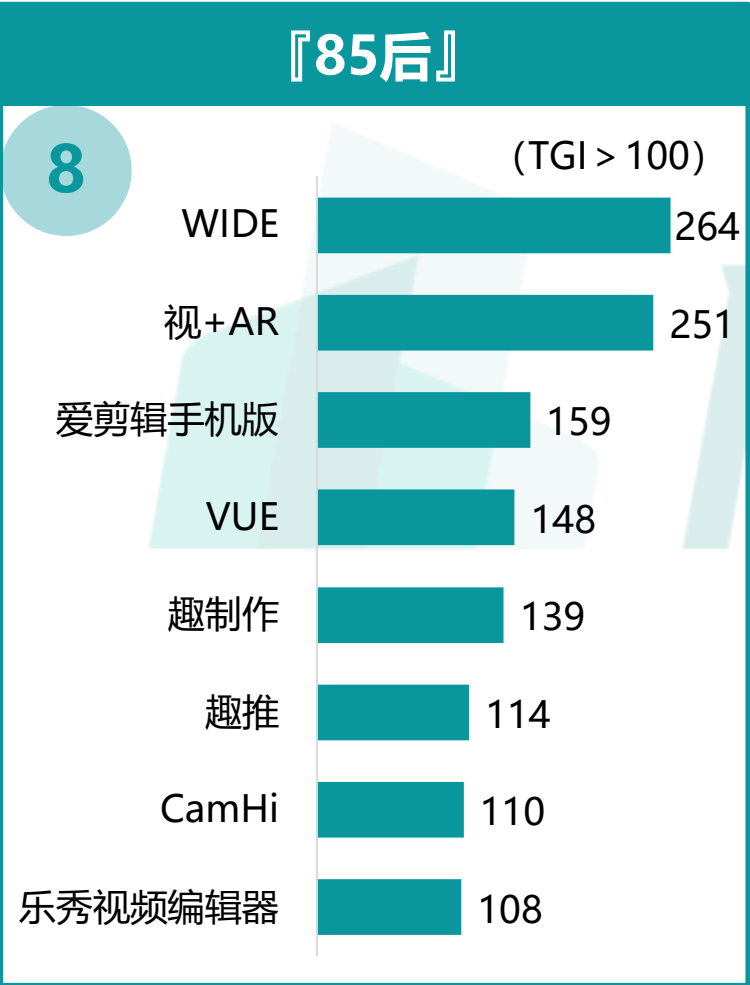
视频服务：UP主、Vlogger红得飞起，视频经济迎来转型

85后爱看视频，00后爱剪视频，从被动接收到主动创造，自制视频经济兴起



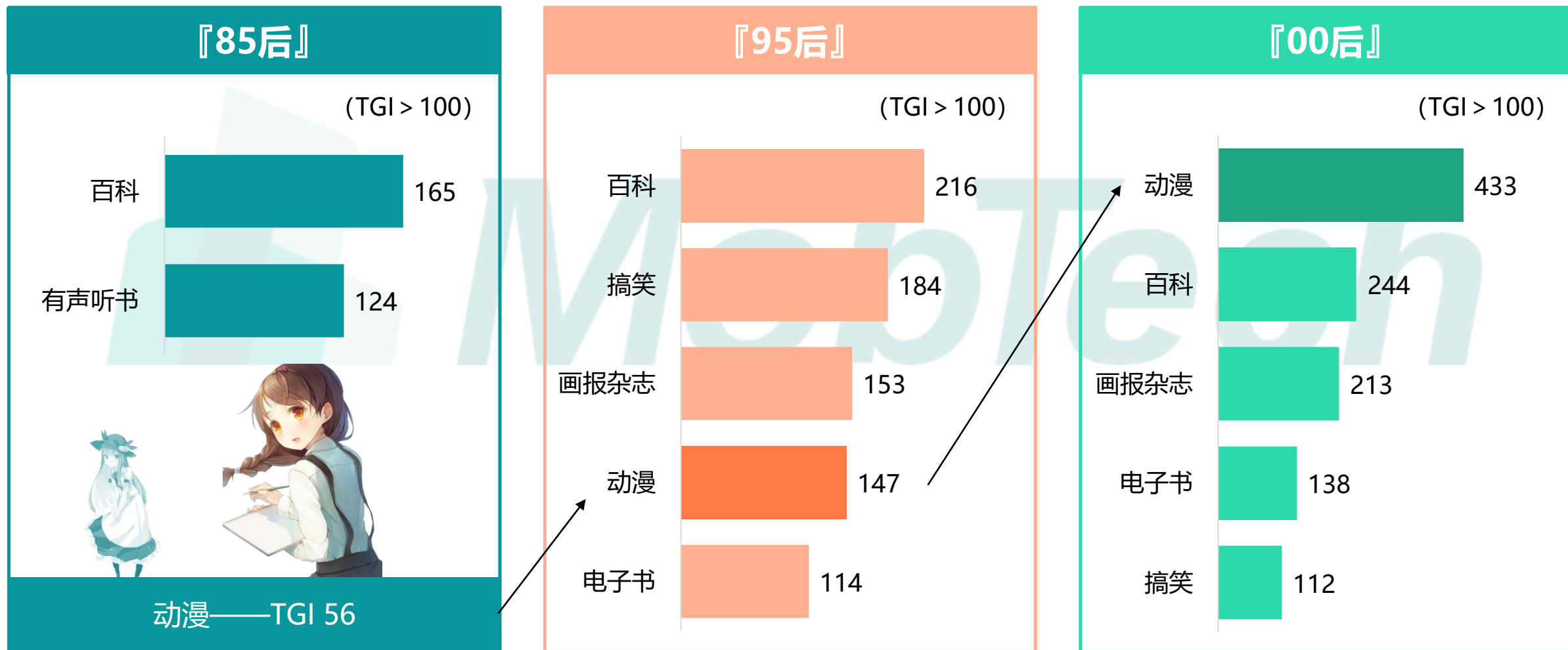
短视频工具：剪视频很复杂？“快影”一下，你就知道

95后高TGI的剪视频App有19款，视频剪辑门槛不断降低，拍视频剪视频日渐寻常



电子阅读：电子屏改变阅读习惯，动漫阅读受年轻一代喜爱

阅读的载体从纸质书到手机屏，文学的载体也随之从字到画，动漫阅读将越来越主流



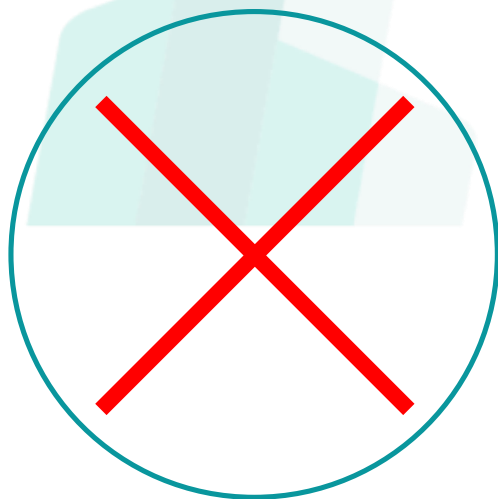
动漫阅读：00后中有26%的人都爱快看漫画

85后无一款高TGI的动漫App，而95后有17款，00后有20款

『85后』

0

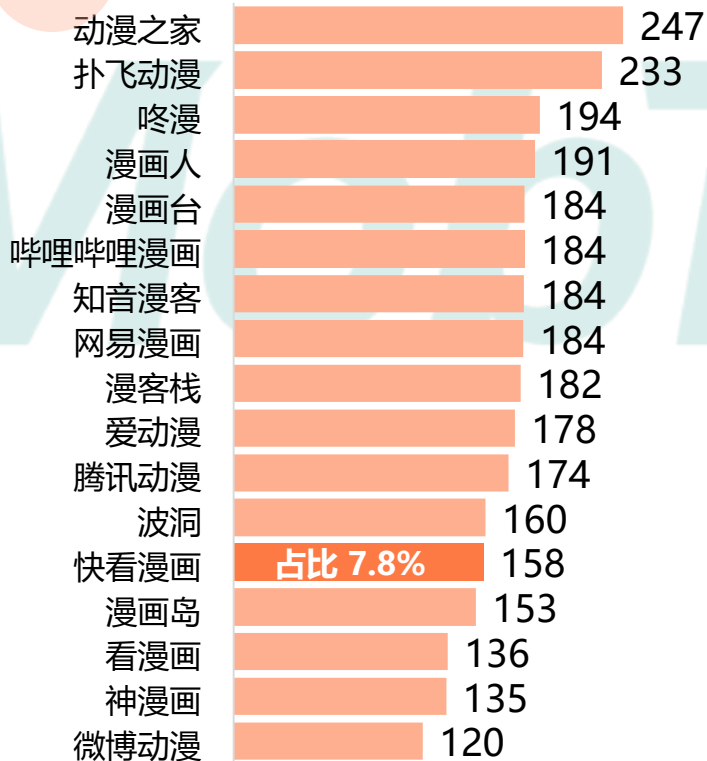
(TGI > 100)



『95后』

17

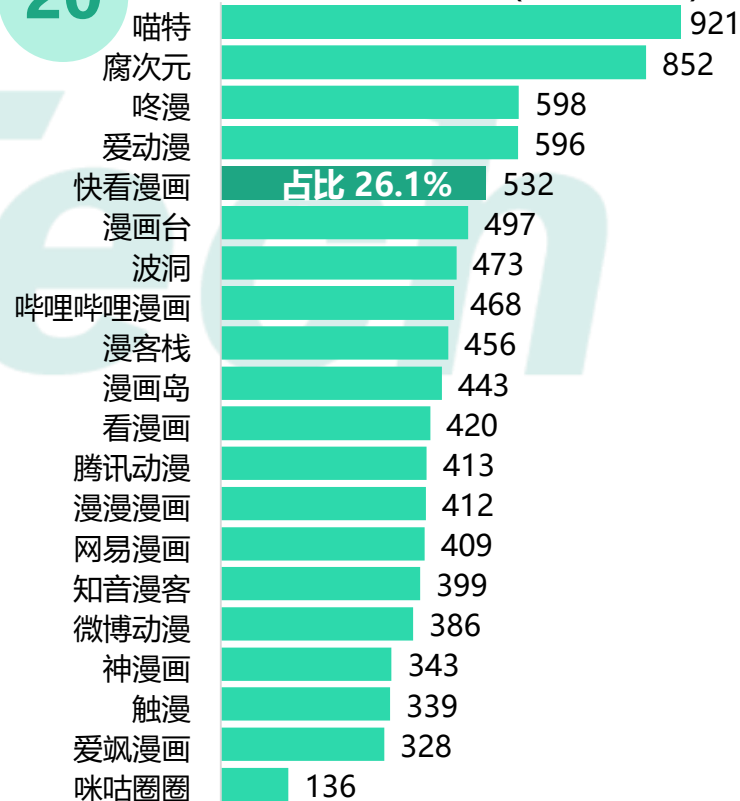
(TGI > 100)



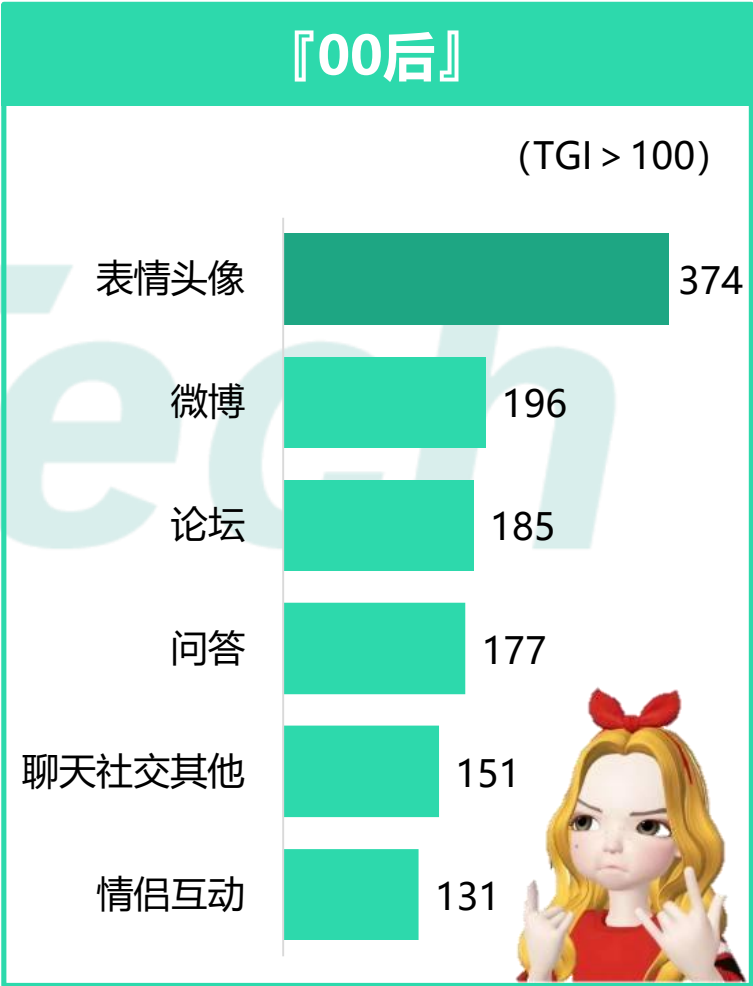
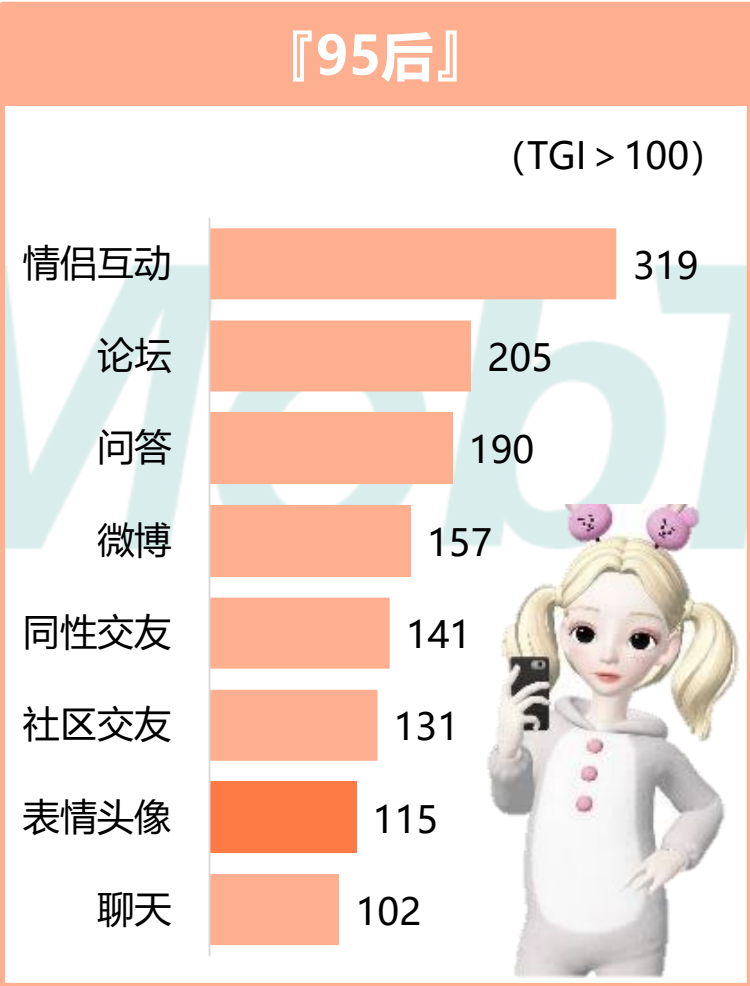
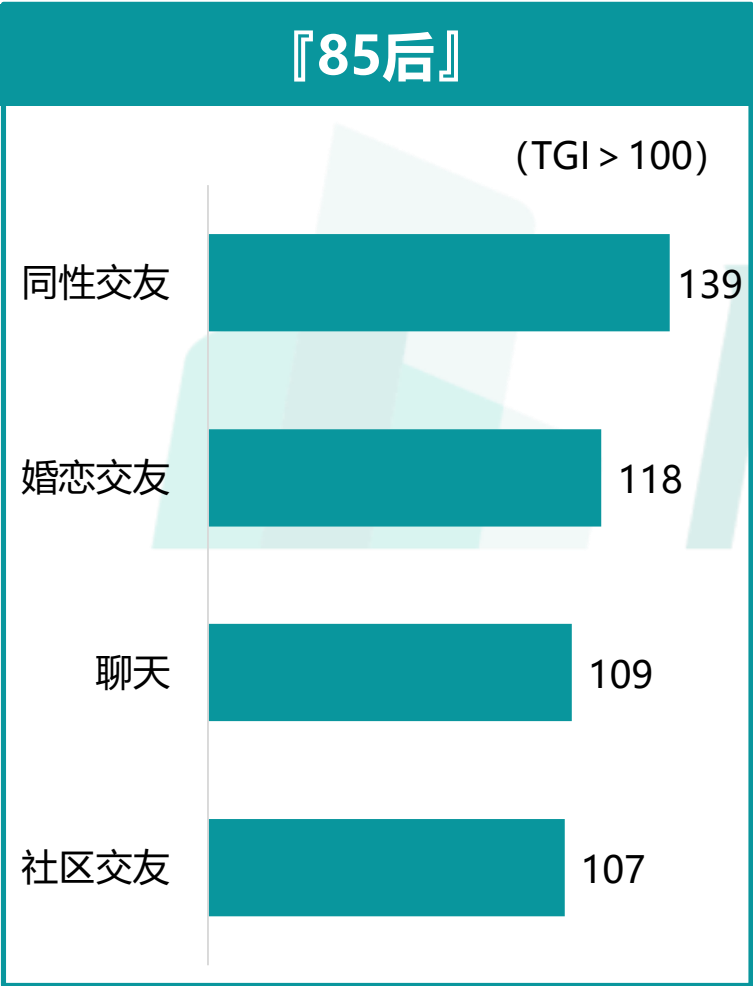
『00后』

20

(TGI > 100)

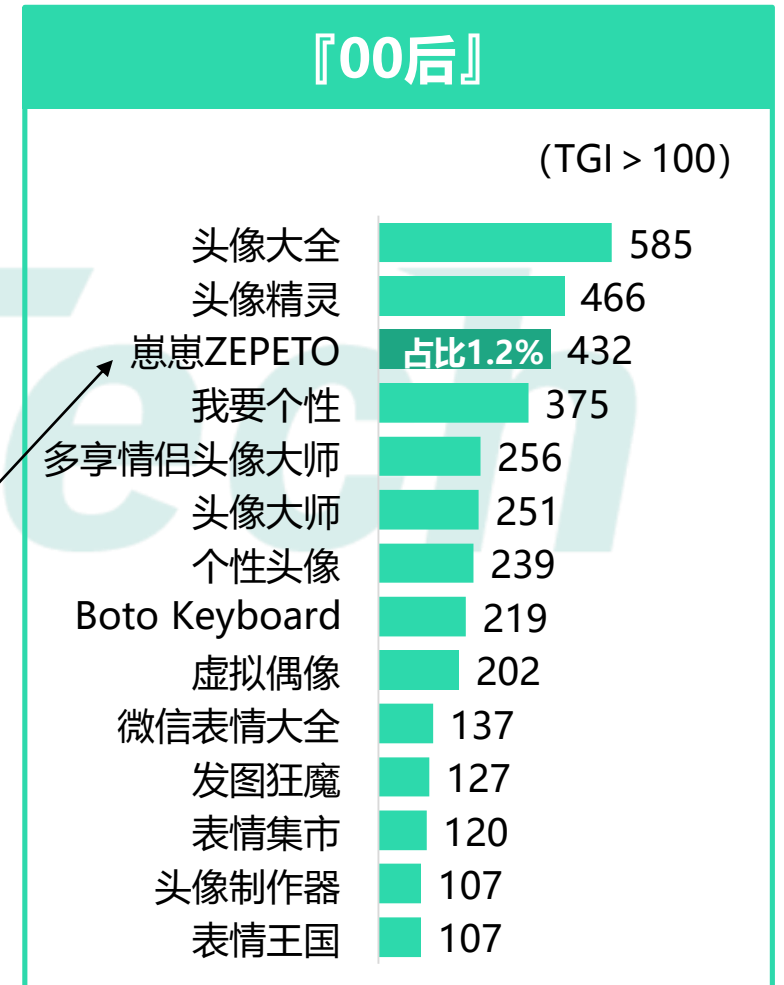
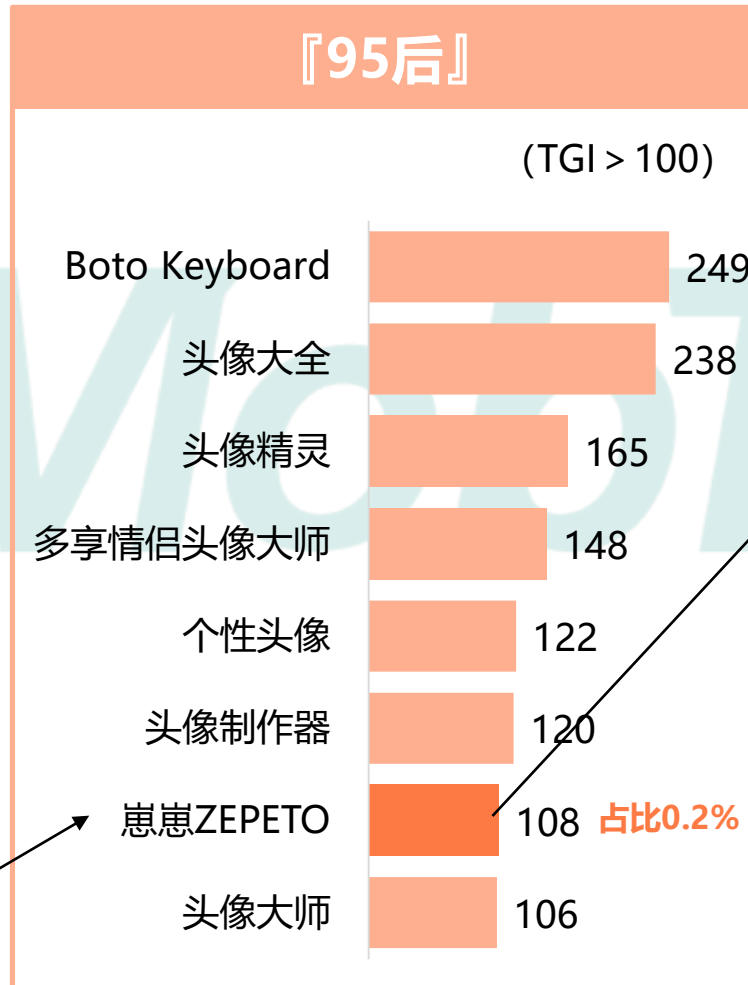
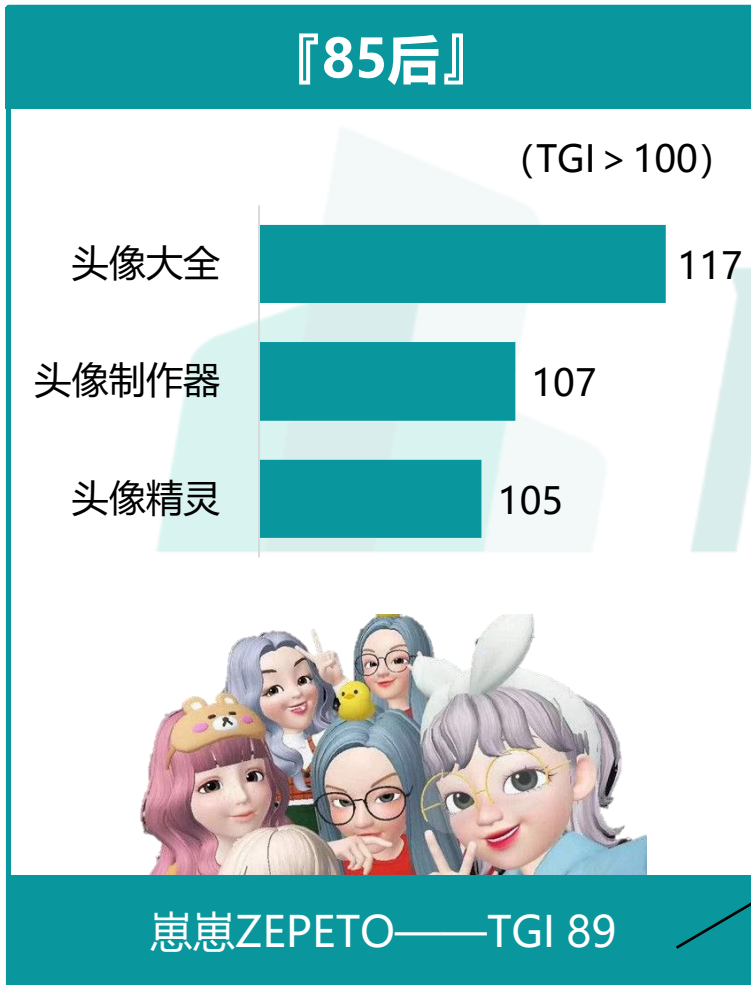


由于00后的社交互动多在线上完成，虚拟人物头像成为00后经营人设的必备品



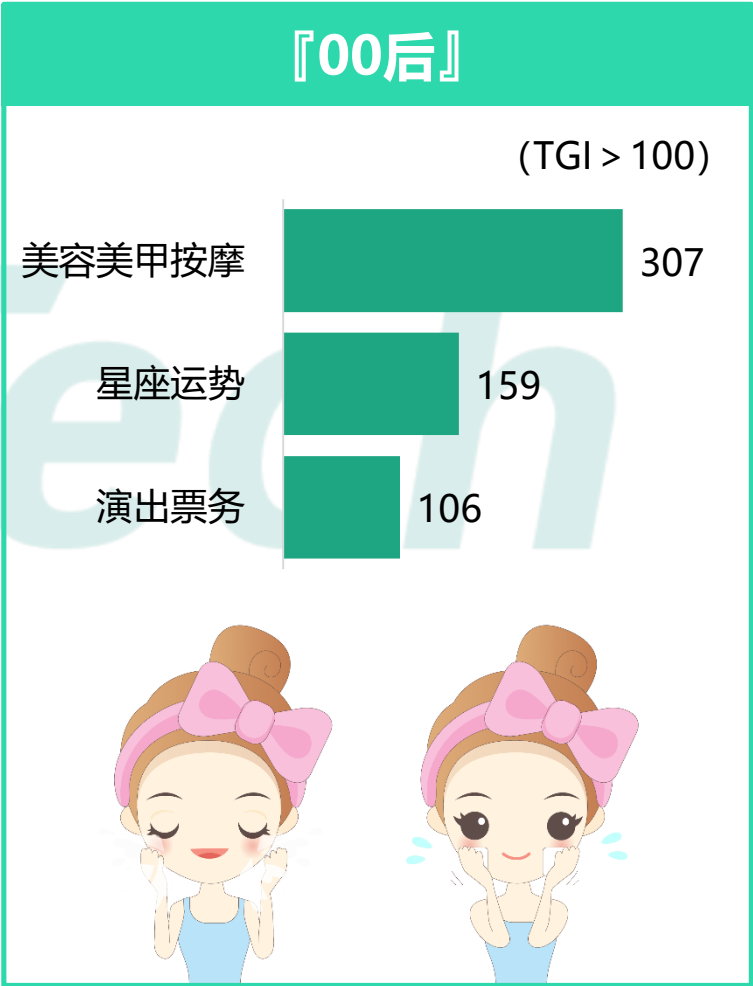
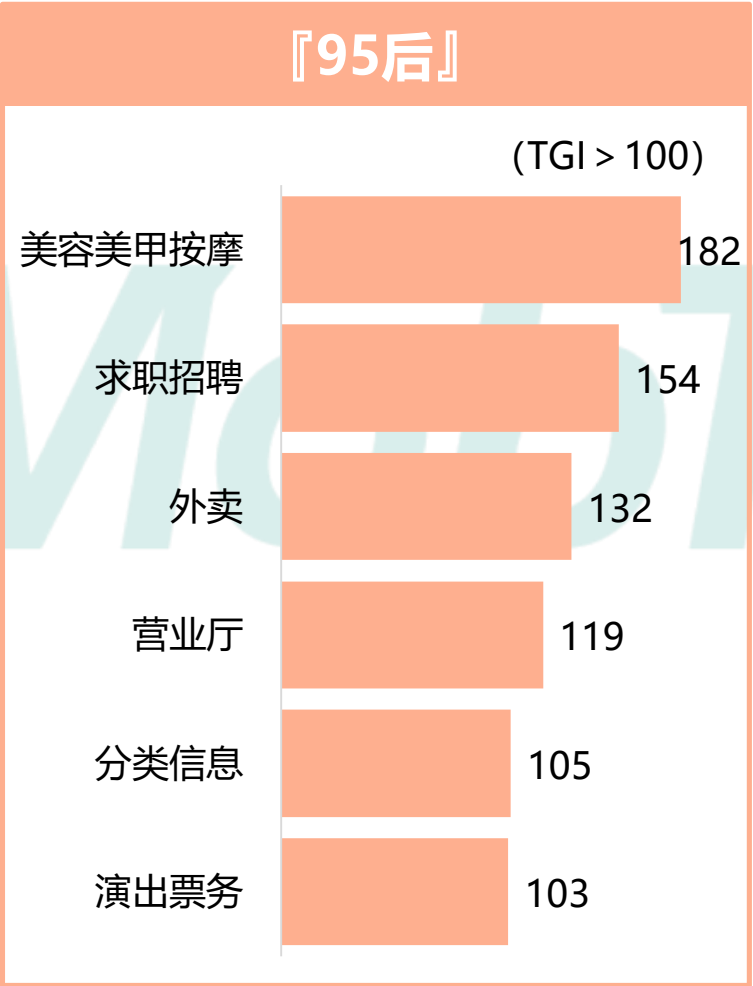
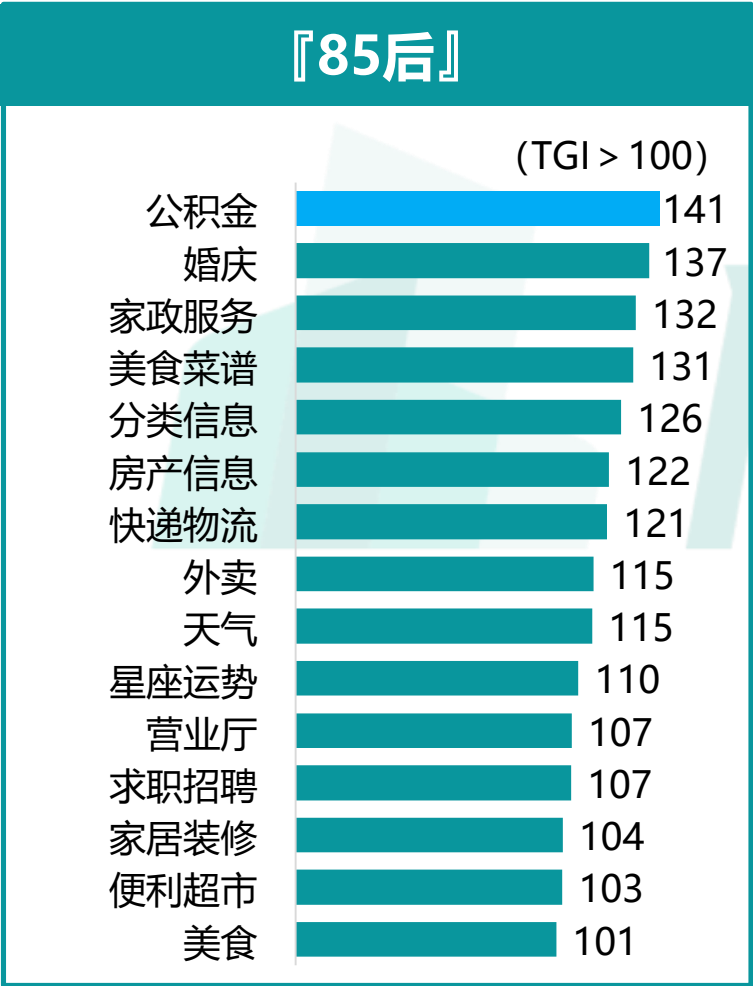
表情头像：ZEPETO花里胡哨？虚拟审美大放异彩

互联网带来了虚拟审美，虚拟审美又以其巨大的幻想空间俘获了00后



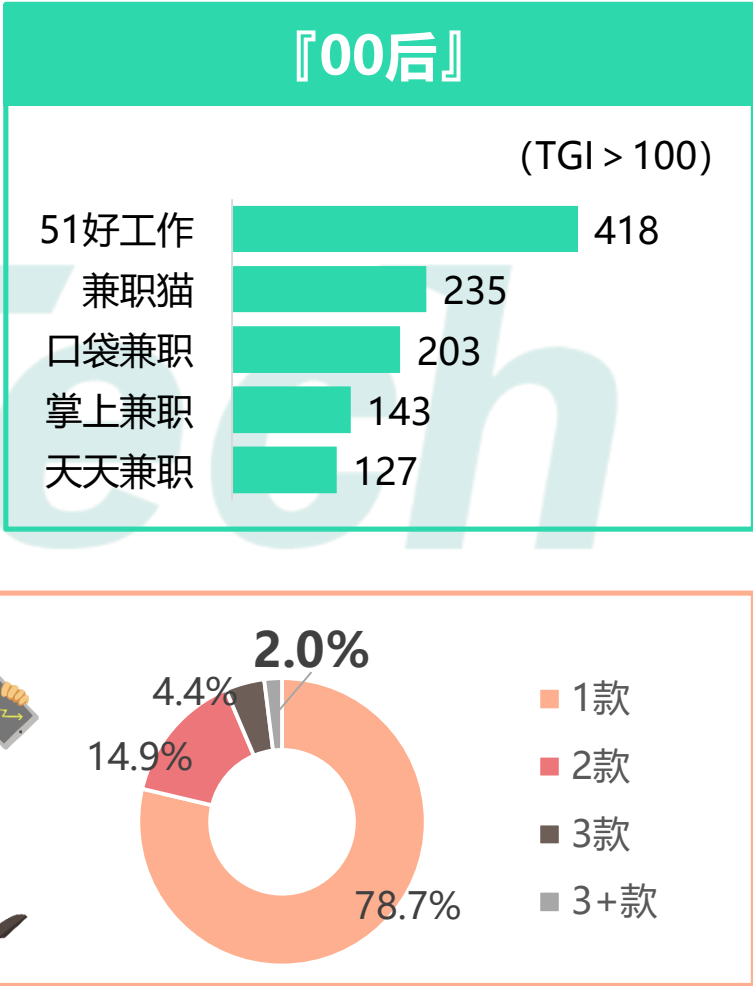
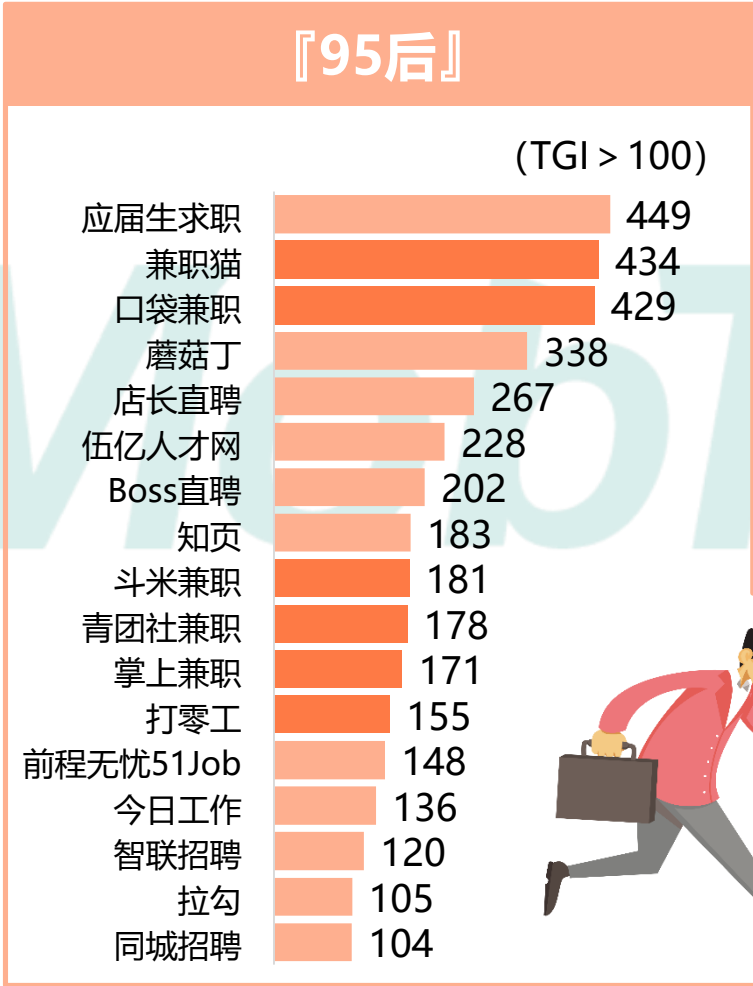
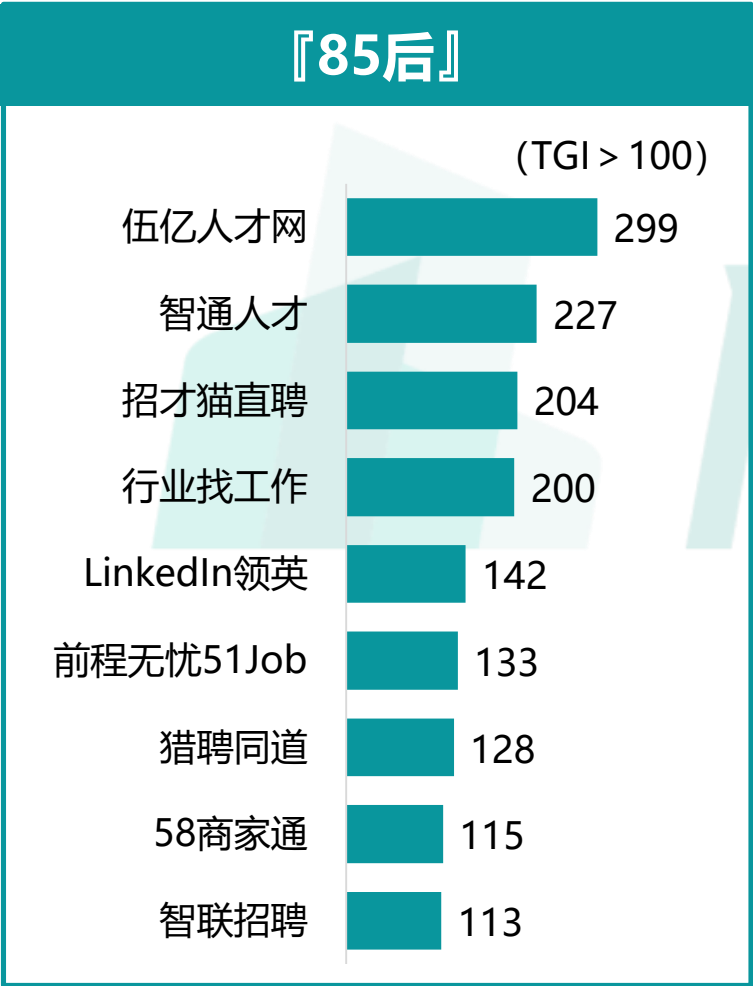
便捷生活：85后的生活一地鸡毛，最关注公积金类App

85后的生活“柴米油盐酱醋茶”，00后的生活“琴棋书画诗酒花”



求职招聘：斜杠青年95后，花样兼职PK “生活” 大魔王

95后秃头少年最忧虑职业发展，约2%的95后安装了3+款求职招聘类App



教育培训：这届85后爹妈太爱儿童教育

85后仅在儿童教育领域TGI > 100，或是导致“00后线上教育全面开花”的最大成因

『85后』

(TGI > 100)

儿童教育

125



『95后』

(TGI > 100)

课程表

416

词典翻译

146

语言类教育

145

在线教育

126

综合教育

121

『00后』

(TGI > 100)

综合教育

334

作业

332

在线教育

312

语言类教育

312

词典翻译

251

教育工具

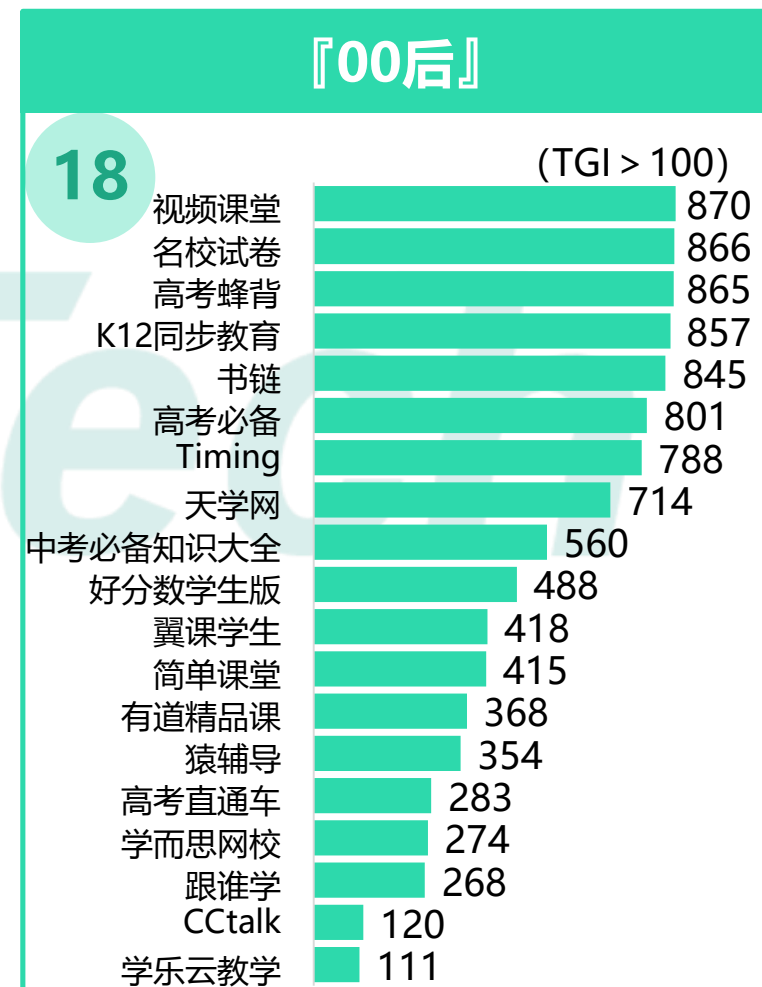
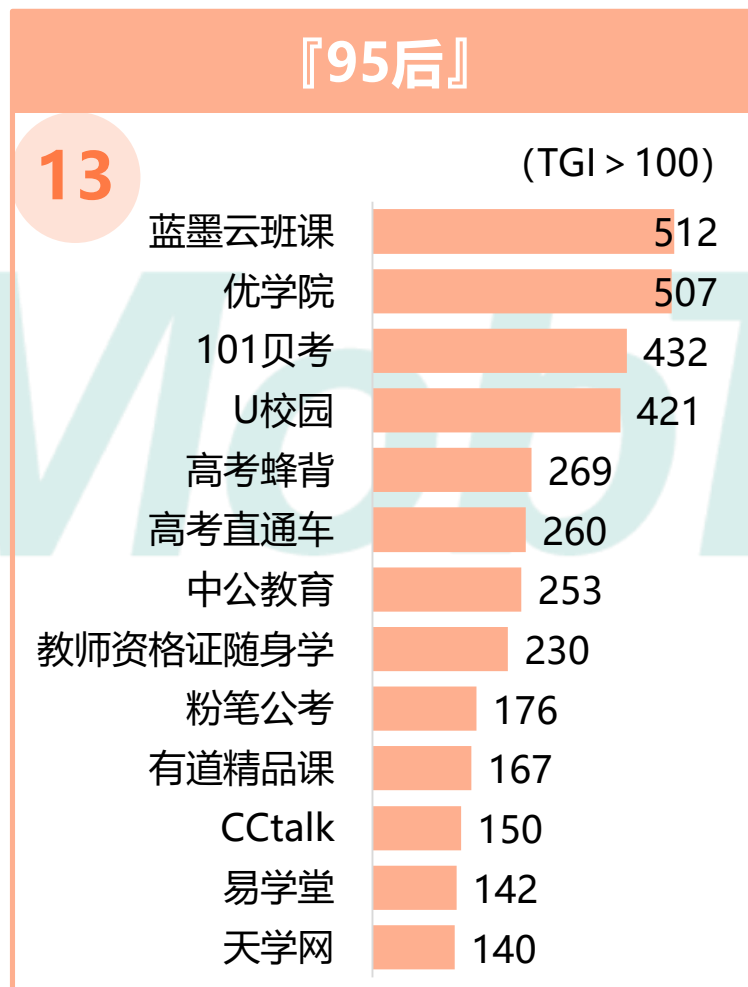
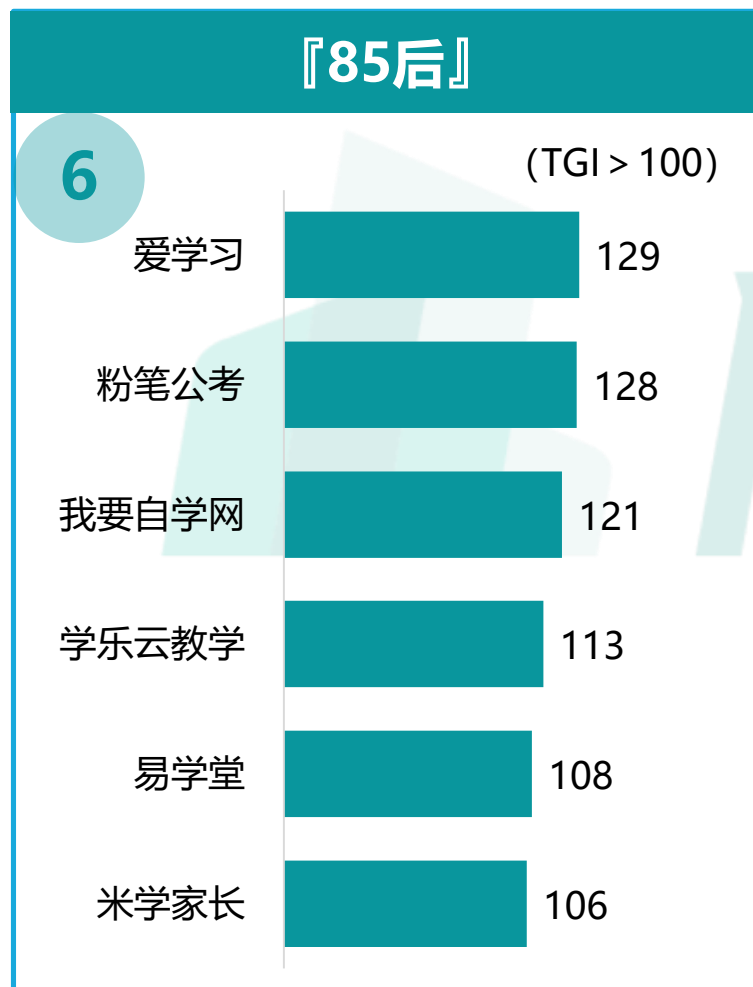
116

儿童教育

108

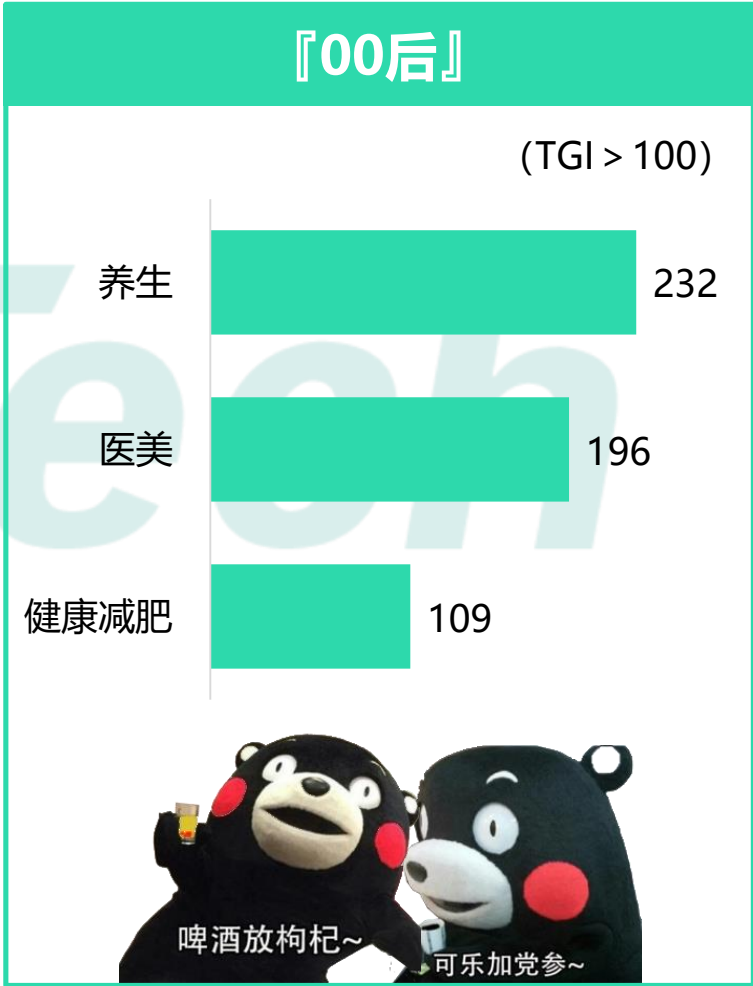
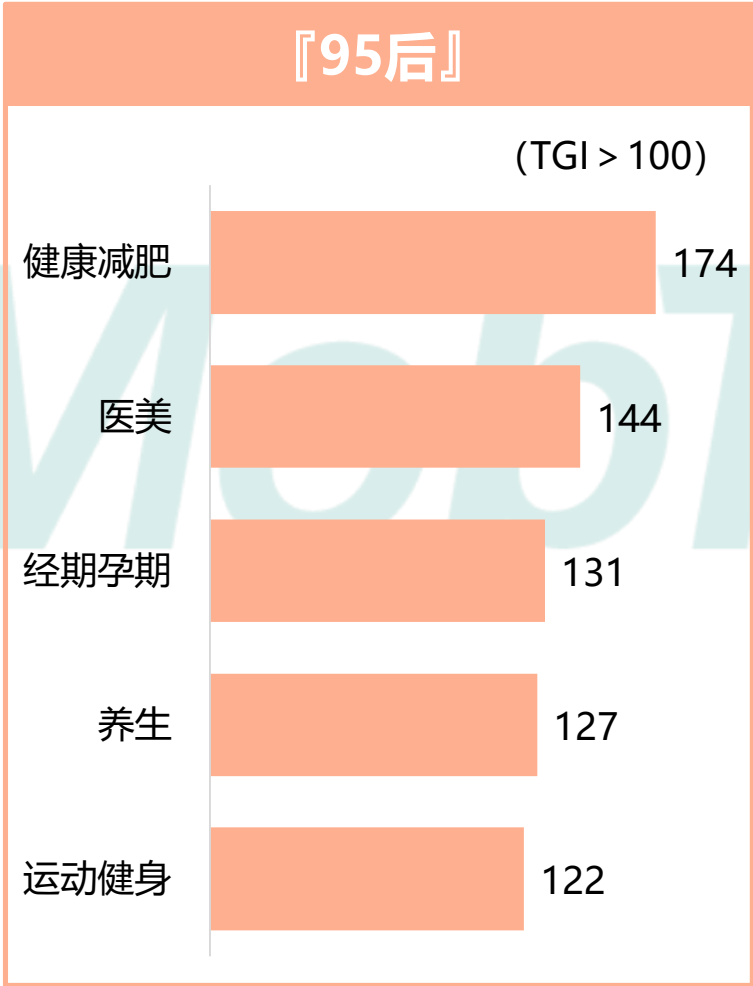
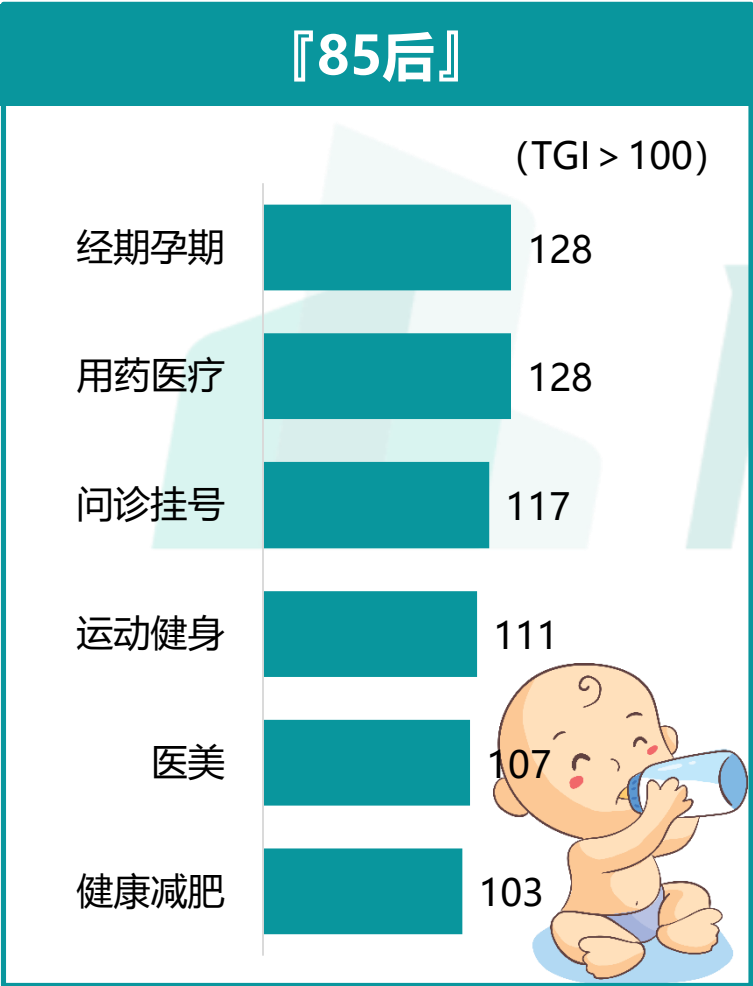
综合教育：00后高考高压在前，所谓减负，越减越负

00后在综合教育领域有18款高TGI的App，而95后只有13款，85后只有6款



运动健康：85后关注医和孕，00后带动养生、医美市场走俏

养生、医美成为年轻人的一种生活方式，00后对养生类App的偏好度高达232

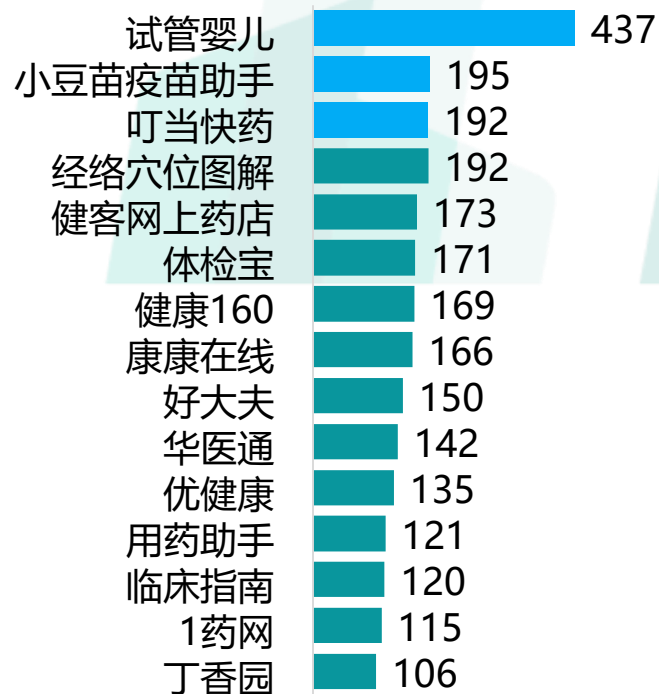


用药医疗：叮当快药助力85后新手爸妈优雅养娃

生娃养娃是一个年轻家庭的头等大事。首先，你要有个娃，85后对试管婴儿App的偏好度高达437。其次，如何优雅养娃？离不开小豆苗、叮当快药等App

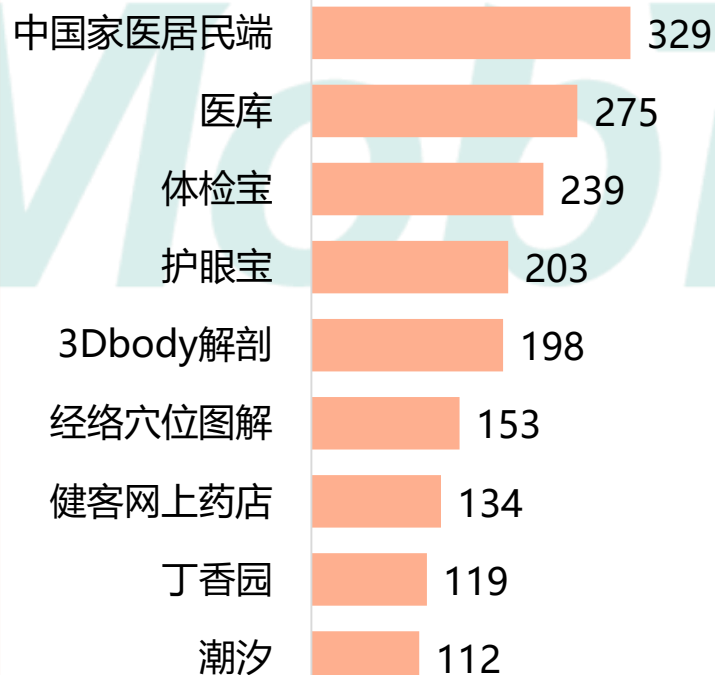
『85后』

(TGI > 100)



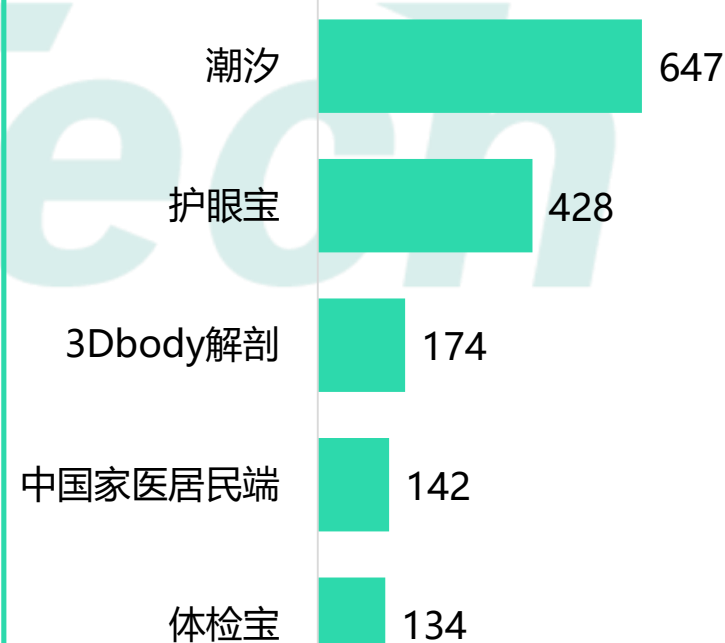
『95后』

(TGI > 100)

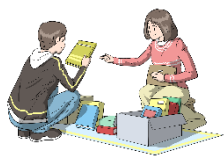


『00后』

(TGI > 100)



小结：五大经济崛起，消费互联网下半场，谁能够突出重围？



二手经济

- **商业类型：**二手交易平台，如二手手机、二手车、二手书、二手奢侈品等
- **代表企业：**闲鱼、转转、可乐优品



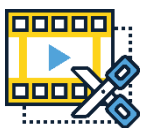
二次元经济

- **商业类型：**动漫、虚拟人物头像
- **代表企业：**快看漫画、ZEPETO



二孩经济

- **商业类型：**儿童教育、儿童用药医疗、试管婴儿等
- **代表企业：**作业帮、叮当快药



自制视频经济

- **商业类型：**自制视频平台、视频剪辑工具等
- **代表企业：**B站、快影



斜杠经济

- **商业类型：**兴趣培训、兼职招聘、知识付费等
- **代表企业：**知到、兼职猫、知乎

04



『 85、95、00后』新锐App盘点

Insights of "Post-85s, Post-95s, Post-00s" in various fields

新锐No1：可乐优品【二手手机交易平台】

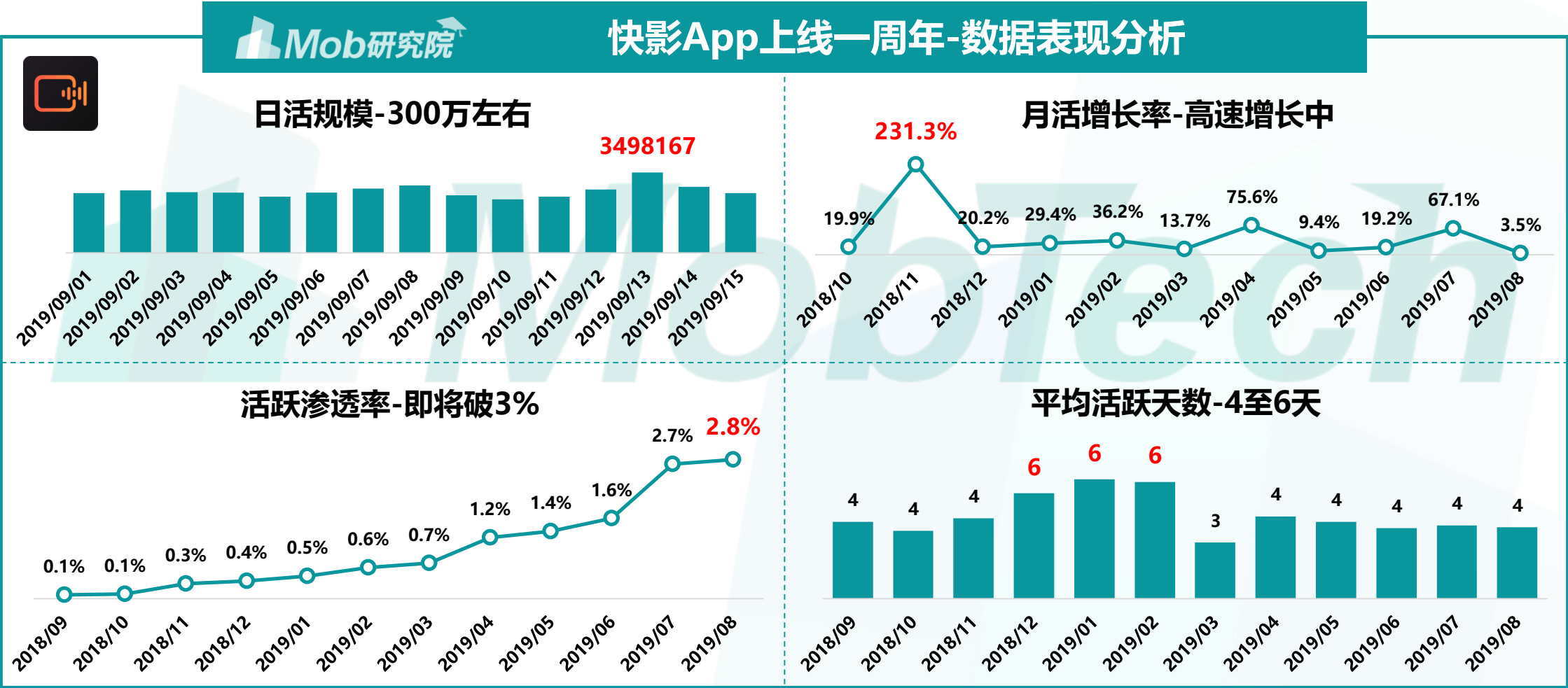
二手闲置万亿级市场规模，虽大浪淘沙，但各类二手电商平台仍大有可为



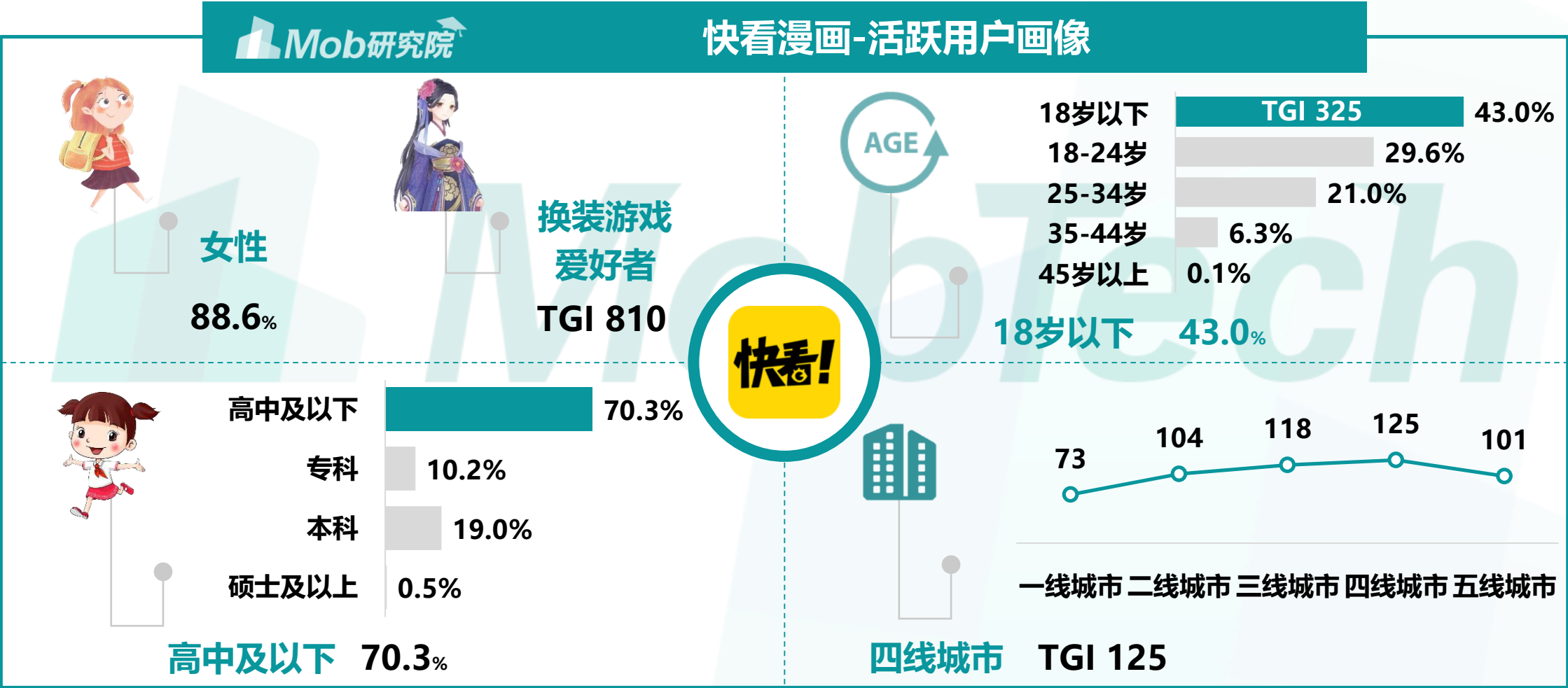
可乐优品瞄准手机存量市场，切入电子产品高价值赛道，提供非标品的“标品化服务”，背靠阿里电商，掌握渠道优势。从“回收宝-C2B”到“可乐优品-B2C”，不止步于二手经济，进阶为循环经济。旗下还有拿趣用、换机侠、闪修侠等，构建多品牌矩阵，完成手机后市场的闭环布局。未来随着手机市场从4G转5G，将加速二手手机市场的存量解锁。

新锐No2: 快影【短视频剪辑工具】

谁说工具类App没有春天？快手旗下，依托短视频红利，工具应用成为新刚需

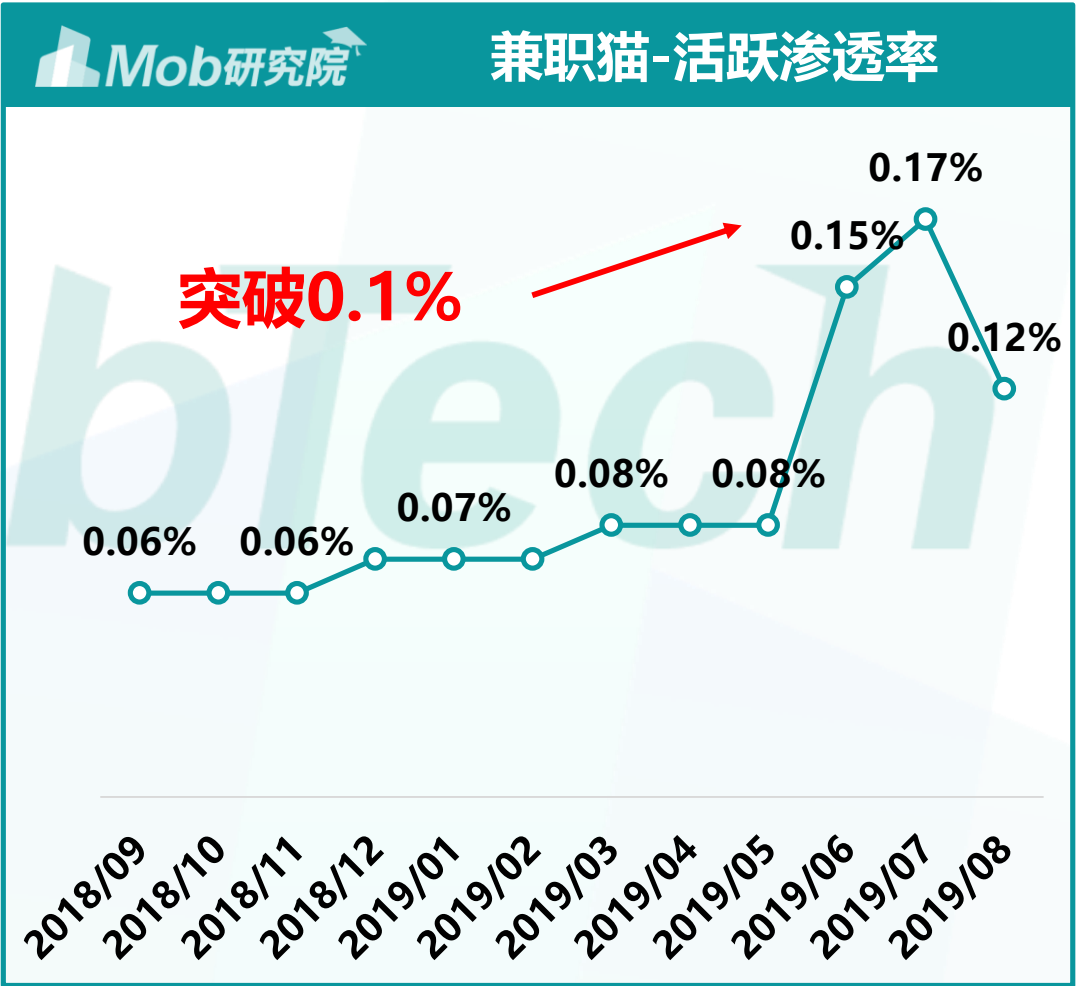
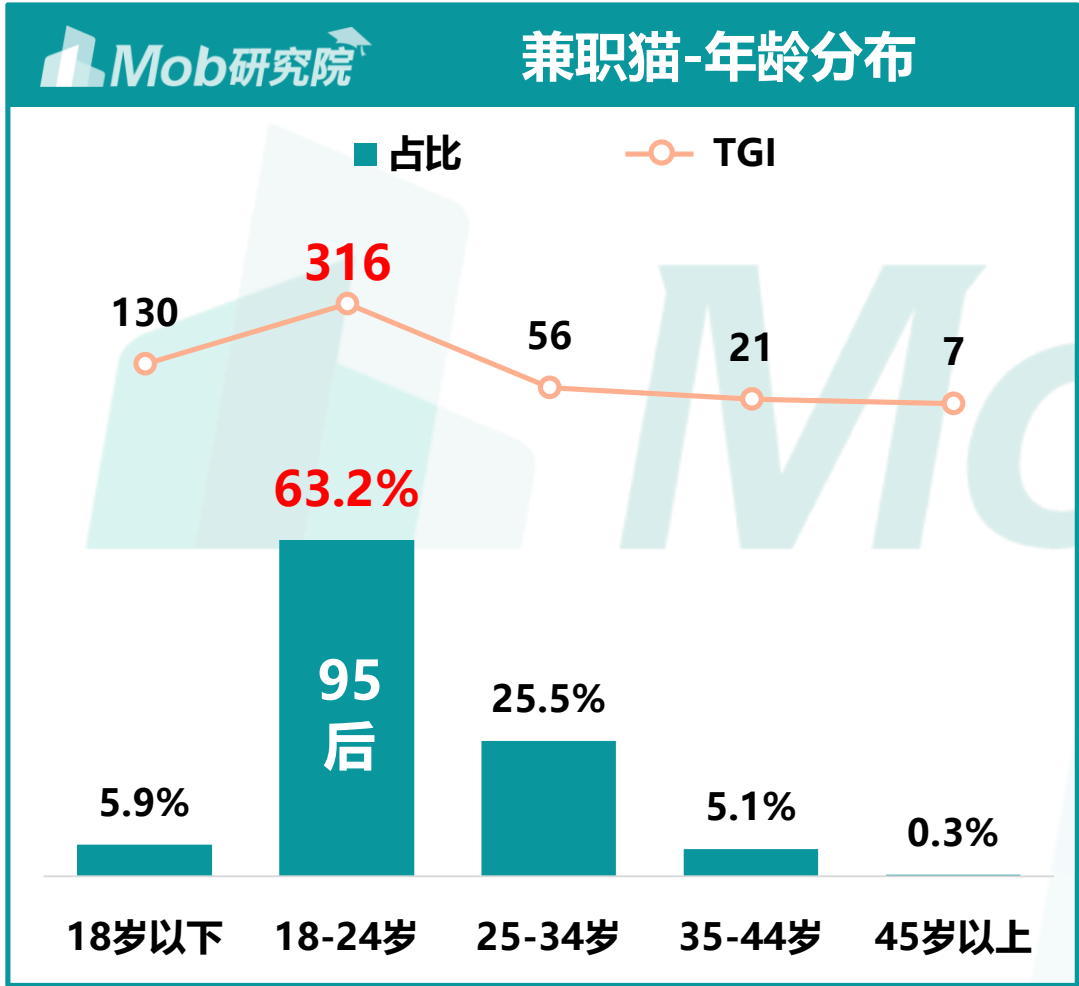


伴随00后成长，成为00后不可或缺的青春记忆，快看漫画未来可讲的故事还有很多



新锐No4：兼职猫【灵活用工服务平台】

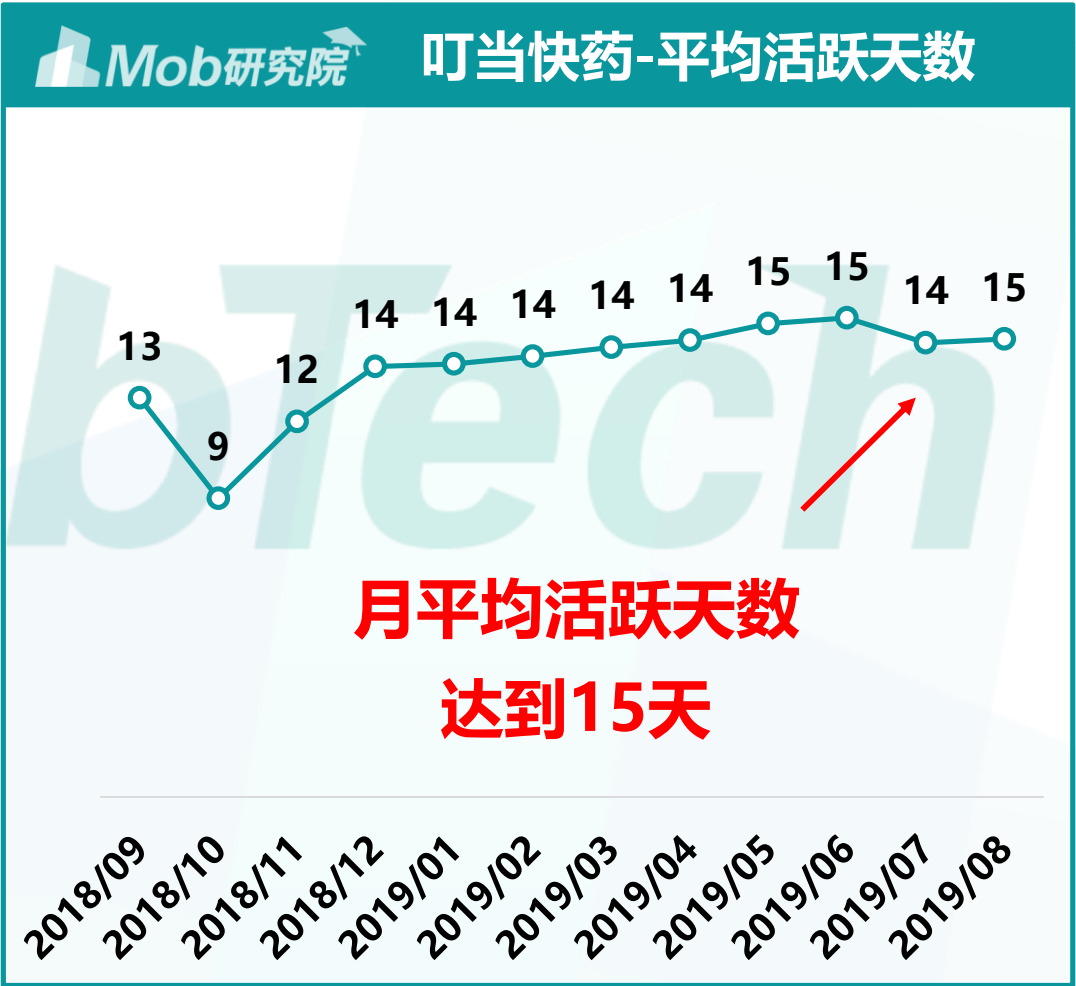
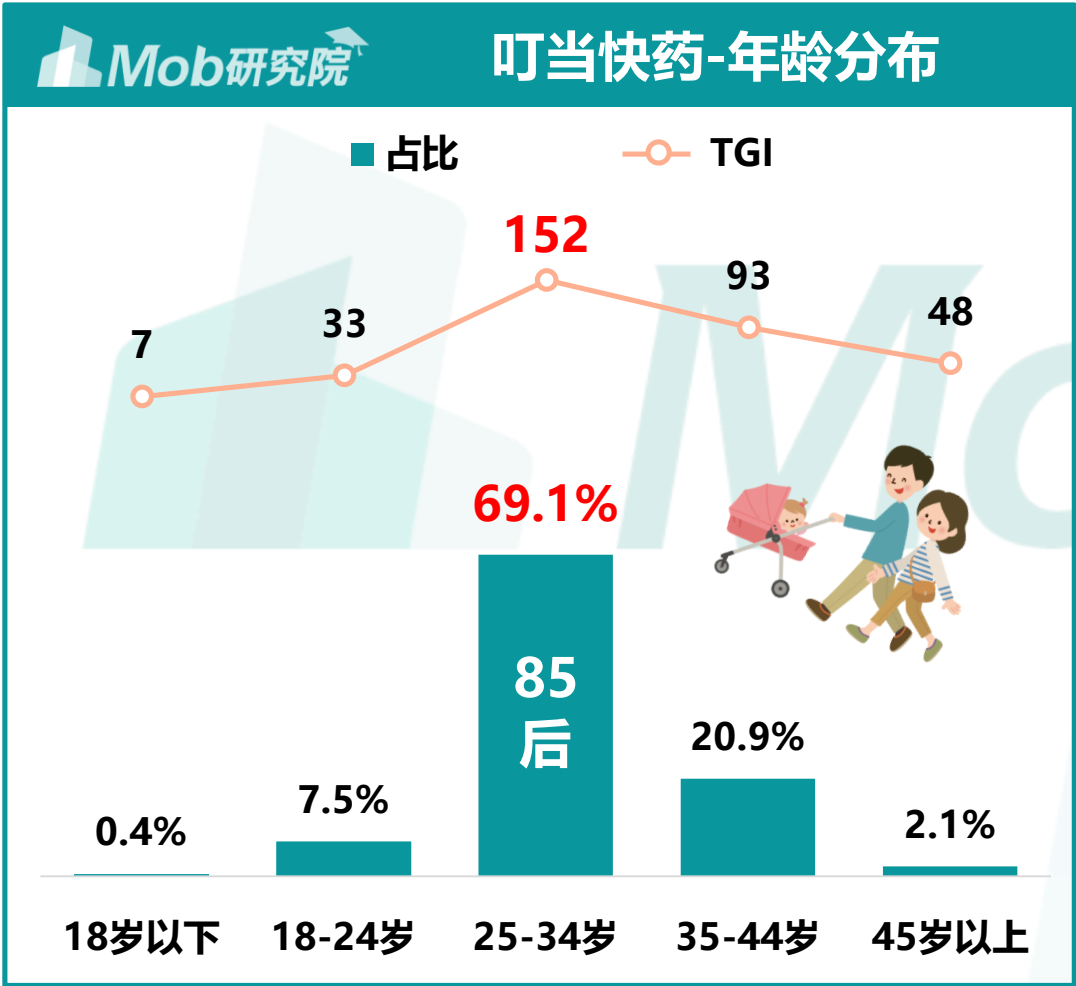
国外灵活用工比例30%多，而我国普及率却不到10%，斜杠经济市场空间巨大



Source: MobTech, 2018.9-2019.8, 活跃渗透率：在统计周期(日/周/月)内，该App的活跃设备数占所有活跃设备数的比例

新锐No5: 叮当快药【O2O医药电商平台】

医疗新零售的引领者，随着新一代用户消费理念的更新、消费场景的拓宽，未来可期



Source: MobTech, 2019.8, 平均活跃天数: 在统计周期(日/周/月)内, 该App活跃用户每月使用该App的平均天数

1.数据来源

Mob研究院报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2018.09-2019.09

具体数据指标请参考各页标注

3.版权声明

本报告为Mob研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。



全球领先的第三方全景数据服务平台

研究报告合作

赵先生

zhaozhch@yoozoo.com

获取更多信息/转载/媒体合作

欢迎联系合作负责人：大琪

微信：Mobtech888（备注：公号名/媒体平台名）

电话：18916207269



关注我们