

上海市消保委发布00后消费报告

喜欢从众打卡 也青睐个性消费

昨日，上海市消保委发布了《新洞察：00后的消费理念与消费主张》报告，剖析了00后的消费现象及其内在逻辑，助力企业和品牌把握消费新趋势和新动向，更好地激发消费活力。

青年报记者 刘秦春

报告指出，00后在消费时非常注重性价比与情绪价值的双重追求。他们在日常生活中非常注重性价比，他们善于搜集各种优惠券和折扣信息，以节省每一笔支出。

在追求性价比的同时，00后也并不吝啬于为那些能够提供情绪价值的消费买单。例如，他们愿意花高价购买演唱会门票，享受现场明星与粉丝之间的互动以及粉丝间的大量互动所带来的情绪体验。这表明00后在消费决策中既理性又感性，既追求实用又追求情感满足。

同时，00后善于在从众与个性之间做出平衡取舍，既表现出从众的一面，又追求个性独特的消费。他们喜欢追随热门话题和流行趋势，通过社交媒体分享自己的生活和消费体验。同时，他们也希望通过独特的消费选择来展现自己的个性和品位。

这种看似矛盾的行为实际上反映了00后对于自我认同和社会认同的双重追求，他们既希望融入集体，又希望保持自己的独特性。

其次，作为移动互联网时代的原住民，00后擅长获取和利用信息，具有极强的信息敏锐与商业套路的识别能力。他们深谙商品品质的来源和如何获得更好的消费体验，对于传统的营销手段具有一定“免疫力”。

在消费选择时，00后更注重商品的实际价值和自己的真实需求，而不是被广告或KOL所左右。这种对信息的敏锐洞察使得00后在消费市场中更具判断力。

另外，面对生活、学业与工作的挑战，00后既从虚拟世界中获得满足感，也追求现实世界的仪式感，从虚拟与现实中获

取双重慰藉。例如大火的电视剧《繁华》引起的仪式感消费。

他们投入大量时间和精力于网络游戏，追求高等级、稀有装备和荣誉；同时，他们也注重现实生活中的仪式感，如工作前的咖啡、晚上精心记录手账等。这些体验不仅给他们带来了惬意和慰藉，还有助于缓解他们的焦虑情绪，使生活更加有条理、规律和可预测。

再者，00后十分偏爱小众文化，但与他们对环保公益的注重并行不悖。00后对兴趣点和价值观的认知更加平衡。他们因共同的兴趣爱好而结识志同道合的伙伴，形成独具特色的圈子文化。

同时，00后在环保公益等社会议题上也表现出极高的热情与参与度。他们将公益视为一种生活态度，并积极参与各类环保公益项目和活动。这种对小众文化和环保公益的关注表明00后在追求个人兴趣的同时，也积极承担社会责任。

此外，00后拥有全球化的视角和丰富的信息渠道，能够轻松接触到最新的国际潮流。然而，在消费选择上，他们更倾向于选择国货品牌，并通过社交媒体积极分享与传播国潮产品。这表明00后对中国文化有着强烈的自信，更容易接受和喜爱国货品牌。他们的消费选择正在引领着国货潮流的走向，为国潮产品的崛起创造了有利条件。

市消保委副秘书长唐健盛表示，00后的消费理念和主张正逐渐影响着整个市场。他们独特的思维方式和行为习惯以及对信息的敏锐捕捉和高效利用能力使他们在消费市场中脱颖而出。作为新时代的引领者，00后的消费趋势值得所有消费企业和品牌深入关注和研究。

吴俊珍、文雅秀德权转让及催收联合公告

上海福瑞商务咨询有限公司违法经营案

上海福瑞商务咨询有限公司违法经营案