



画与分析,形成“新时代的青年人”专题分析报告。

报告显示,在青年人群中,移动互联网的用户已经以62%的百分比大大超越PC端的38%,甚至有25%以上的用户每月需要消耗不止5G的流量,游戏类、阅读类和科技类的App成为最受青年人欢迎的App类型。在消费观念上,淘宝和京东依旧是青年人最偏爱的购物平台;外卖小哥也已经成为青年人继快递小哥后最受欢迎的“敲门人”,94%的外卖订单都由青年人贡献;苏州、北京、杭州以人间天堂之美和首都情结成功占领青年人最爱的境内旅游点,而由世界杯带火的俄罗斯突然一跃而成最热门的境外旅游点。就业方面,互联网时代,IT行业成为当仁不让的青年人才聚集地;生活工作在富有节奏感的上海,这里的青年人平均每天加班时长都要达到1.87小时,并且平均每天早晚花上1.2小时来回于家和公司之间。

另一份“2017上海青年互联网学习研究报告”是沪江联合团市委组织实施的专题调查,数据来自1771份网络问卷以及沪江后台的海量用户数据,对象为18-45岁的上海市网民。

调查数据显示,和男网友相比,女网友更愿意通过学习来提升自己,并且越是高学历的网友,提升自我的意愿也更迫切。其中,23-27岁的青年人以71.1天的人均每年学习天数成为青年群体中最爱学习的人群。相比线下学习,日渐成熟的线上培训系统因其无时间和地点限制,迅速成为信奉“时间至上”的青年人更偏好的学习方式。在学习内容的选

择方面,男性与女性的选择也呈现了两个极端,女网友偏好语言类、艺术类和生活类等较为文艺的内容,男网友则更偏向于财会金融、办公技巧和职场口语等实用类内容,考试考证、职场提升和子女教育也是驱动青年人学习的三大理由。

不断扩容的青春上海朋友圈

在2018年8月29日的签约仪式上,团市委表示将不断推进“网上共青团”。目前,“青春上海”粉丝达到近150万,电子团员证申领超过100万,青春上海ACT+注册用户超过90万,成为上海青年活动交流的标志性集散地。为做好内容传播与活动平台、福利分享,提升网上共青团的引领作用和服务作用,团市委“青春上海”在与现有8家合作伙伴,他们分别是:上海世纪出版(集团)有限公司、上海大剧院艺术中心、上海久事体育产业发展(集团)有限公司、上海电影股份有限公司、哔哩哔哩、沪江教育科技(上海)股份有限公司、喜马拉雅FM和美团点评集团顺利合作的基础上,与新一批行业龙头企业建立了新的合作伙伴关系,从更高层面整合优质内容和活动福利,提升共青团的吸引力和影响力,实现多方共赢。新一批的合作企业包括:上海汽车集团股份有限公司、东浩兰生(集团)有限公司,上海申迪(集团)有限公司,上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司,中国电信股份有限公司上海分公司,网易上海和迪卡侬(上海)体育用品有限公司。