

潮玩潮鞋 “引入坑” Z世代 “潮力量” 崛起

Z世代作为新消费的主力军，新生“潮力量”，正活跃于“潮玩圈”“国潮圈”“潮鞋圈”等各大圈层。根据Mob研究院近日发布的《2021年Z世代“潮力量”洞察报告》，Z世代“潮力量”出生于1995年至2010年之间，他们之间超过四成人每年会花费1000元以上购买手办，更有超五成人每年会“剁手”3到4次买“潮鞋”。

买手办主要为收藏

盲盒抽到限量款快乐加倍

潮玩是潮流玩具的简称，目前基本被手办、盲盒和BJD娃娃一统天下。

其中，手办通常分为两种，一种是收藏的模型，另一种是日本动漫周边。而手办的形象大多是与动画、漫画、电影、游戏相关联。

盲盒则是具有随机性的玩具盒子，里面通常装的是动漫、影视作品的周边，或者设计师单独设计出来的玩偶。由于盒子上没有标准，只有拆开才知道里面是什么。这种随机的玩法也衍生了交换重复款式的社交活动。

BJD全称ball joint doll，是指球关节娃娃，不仅可以更换服装，还能修改化妆，调换手脚、头发，甚至眼球，丰富的可玩性使得这一过程在圈内被称作“养娃”。

手办消费者超四成为在读学生；盲盒消费者中，女性占比是男性的近两倍；BJD娃娃消费者则多分布于一线、新一线和二线城市。

Z世代手办消费者中，超四成平均每年会花费1000元以上购买手办，他们的主要消费动机是收藏，产品的设计感符合审美也非常重要。

盲盒消费者中，超五成平均每年购买7次以上，他们购买盲盒的主要动机是为了寻求惊喜感，拆到隐藏款快乐加倍。

BJD娃娃消费者中超两成年均花费3000元以上“领娃”，超三成花费1000元以上为了后续“养娃”。

穿汉服成国潮新潮流

重庆火锅等“中国味道”不落后

国潮，是以潮流的方式将中国风格和中国品牌结合。其中，国潮服饰、国潮味道、国风游戏和国货美妆等话题引起Z世代的强烈关注。

国潮服饰中除了国产品牌外，满满中国风的汉服也大行其道，Z世代最爱选择穿汉服游玩杭州、西安、苏州等城市，拍照、拍写真，以及同好交流是他们主要的穿着场景。

国潮味道中，重庆火锅、北京烤鸭、武汉热干面、老北京炸酱面、云南过桥米线等纷纷上榜。仅今年火爆的广西螺蛳粉作为“有味道”的食物也占据了榜七的位置。

此外，国货美妆中，除了国产品牌，产品设计的国风元素也是成为Z世代“心头好”的重要原因。比如，某品牌与中国国家地理合作推出“粉黛高原”“赤铜丹霞”“幻彩梯田”眼影盘，足够吸睛。

女性不断“入坑”潮鞋

国货力量不容小觑

潮鞋圈中，超五成人士每年会“剁手”3到4次，而女性占比不断提升成为新的特点。曾经的球鞋是男生专属，但随着穿搭文化的流行，潮鞋逐渐成为外表个性标签之一，潮鞋App中虽然男性占比高，但是女性占比今年也超过了40%，相较去年上升了4%。

值得关注的是，虽然报告中的上榜“潮鞋”品牌仍然多为国外品牌，但国潮力量的崛起也不容小觑。社交平台上穿搭博主晒国产球鞋蔚然成风，粉丝们一边打call支持国货，一边“督促”国产潮鞋赶快走出国外经典鞋款的影子，拿出更多中国设计

。

文/本报记者 陈斯

来源：北京青年报