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