



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

2014 华日家居中国设计挑战赛

—— 蜗居时代，我做主

为中国蜗居众筹好设计，帮好设计找到好品牌并推入消费市场

90后消费偏好及网络生活

指标数据

www.horizonkey.com

张 军

零点研究咨询集团总裁

北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
/jiaju.sina.co.cn



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

90后消费偏好及网络生活

零点研究咨询集团 张军

www.horizonkey.com

北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

90后的最爱

www.horizonkey.com

北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn

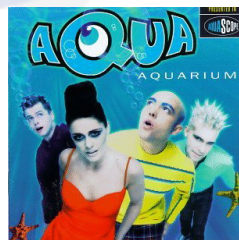
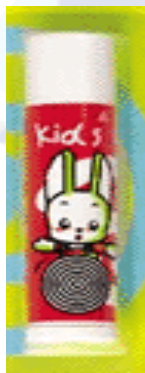


CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

他们喜欢 童真式快乐



北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.com.cn



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

他们喜欢出位而不是越轨



(C) 2005 青山刚昌 / 小学馆 陆奥テレビ・日本テレビ・小学馆プロダクション・実宝・TBS

幻彩杯



horizonkey.com

北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

他们崇尚简单、害怕繁琐

复杂的就是优质的
Complicated = Good
quality



繁琐=优质



该简单的简单，该繁琐的繁琐
Different things, different needs



用的简单



吃的繁琐

崇尚简单，害怕繁琐
Prefer simpleness, hate trouble



懒是一种享受

人生得意须尽懒

新懒人，新生活





CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

他们渴望独立，渴望自我空间



近三成（32.1%）大学生计划
一毕业就买房
过半（57.8%）大学生不愿婚
后与父母同住

数据来源：零点研究咨询集团2012年大学生消费调查

北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛

HUARI

华日家居



90后的审美

www.norizonkey.com

北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居



视觉控：他们会“以貌取物”

90后潮事儿的两大要素：

外表打扮 (**23.4%**)

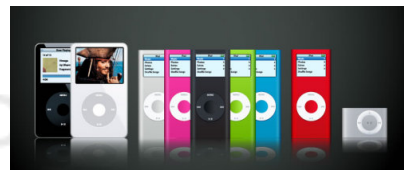
体育运动 (13.3%)



90后土事儿的两大要素：

外表打扮 (**31.8%**)

言谈举止 (11.9%)



北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn

数据来源：零点研究咨询集团2011年90后群体调查



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

他们更会“以貌取人”



81.2%的90后表示自己“关注外在美”。
成为90后的偶像，首先得“才华横溢”（49.5%）
其次是“个人形象气质出众”（44.8%）

数据来源：零点研究咨询集团2011年90后群体调查

北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn

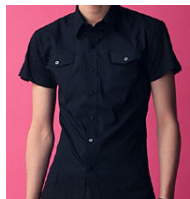


CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

他们愿意成为亮点而不是异类



北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛

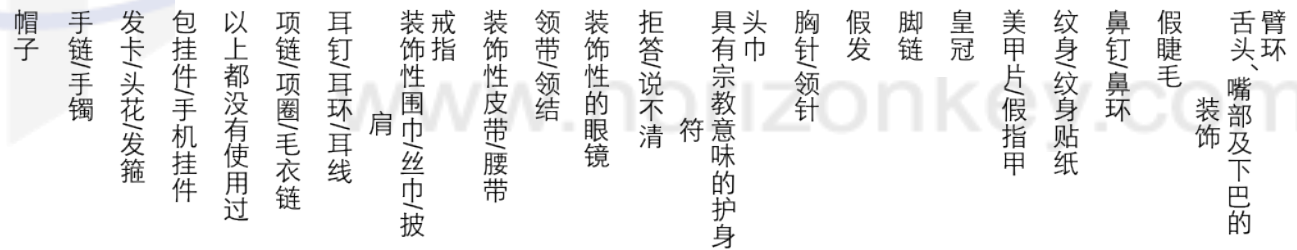


华日家居

因此，他们并不是奇装异服控

对于非主流的配饰，如“鼻钉/鼻环”、“舌头、嘴部及下巴的装饰”等，90后中学生几乎不会使用，还有16.1%的人表示没有使用过任何配饰。

附图 90后中学生平常打扮自己使用的配饰（%）



数据来源：零点研究咨询集团2011年90后群体调查

北京设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



90后眼中的设计感

www.horizonkey.com

北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
/iaju.sina.co.cn

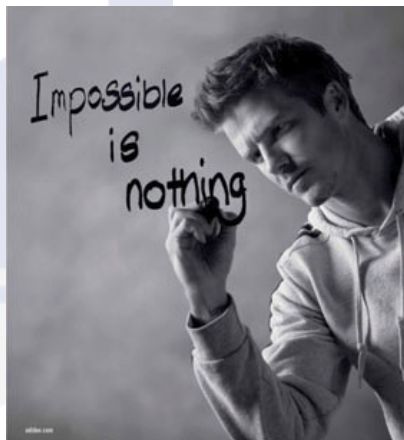


CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

他们喜欢有创造地改变、讨厌抄袭和模仿



67%的90后对“我喜欢变化，讨厌一成不变”非常认同，还有22%基本认同。



北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn

数据来源：零点研究咨询集团2011年90后群体调查



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

他们最看重人性化设计

90后谈到理想汽车时，设计人性化(38.6%)成为首先考虑的因素

设计人性化的
38.5%

质量好的
31.5%

售后服务好的
31%

科技含量高的
27.2%

环保的
26.1%



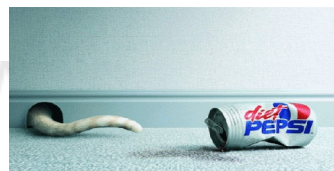


**CHINA
DESIGN
CHALLENGE**
中国设计挑战赛



华日家居

他们不要意料之中，朦胧感和想象空间很重要



北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn

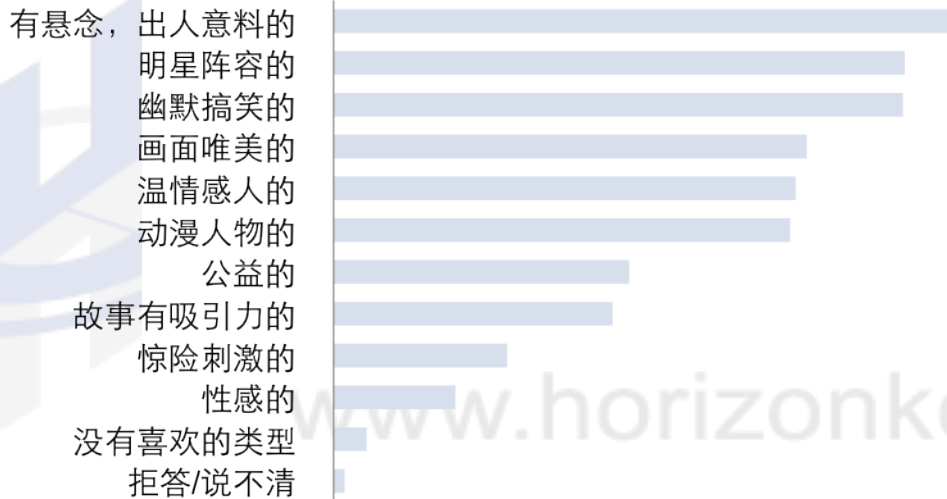


CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



因此，有悬念、有喜感比有明星更得宠

附图 90后最喜欢的广告类型（%）



北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.com.cn

数据来源：零点研究咨询集团2011年90后群体调查



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

90后的网络生活

www.horizonkey.com

北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
/jiaju.sina.co.cn



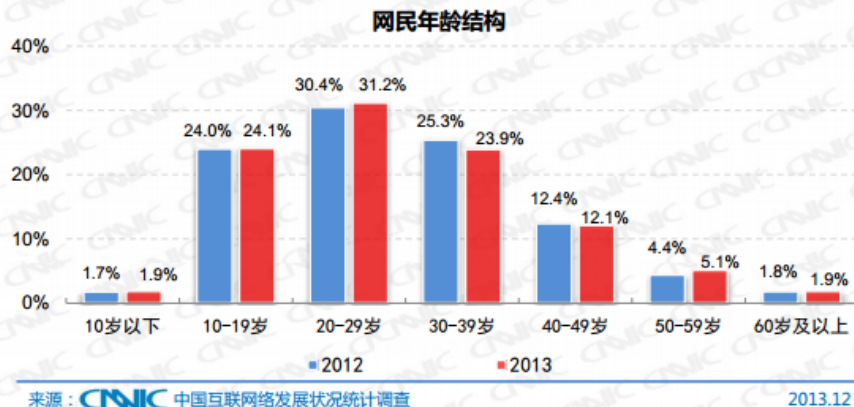
CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

他们是互联世界的主力军

截至 2013 年 12 月，我国 20-29 岁年龄段网民的比例为 31.2%，在整体网民中占比最大，和 2012 年底网民结构一致。而低龄和高龄网民略有提升，这意味着互联网的普及继续深入。



第33次中国互联网络发展状况统计调查显示，截至 2013 年 12 月，我国 20-29 岁年龄段网民的比例为 31.2%，在整体网民中占比最大

图 9 中国网民年龄结构

北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛

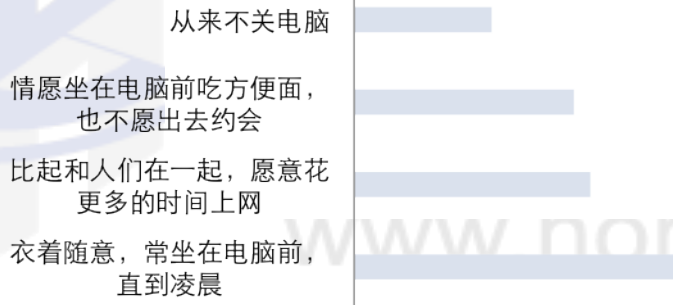


华日家居

他们上线频繁，但大多数还没有因网而宅

90后对电脑和互联网有依赖，但“网宅”并不是大多数。

附图 90后的网络依赖程度（%）



北京
设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn

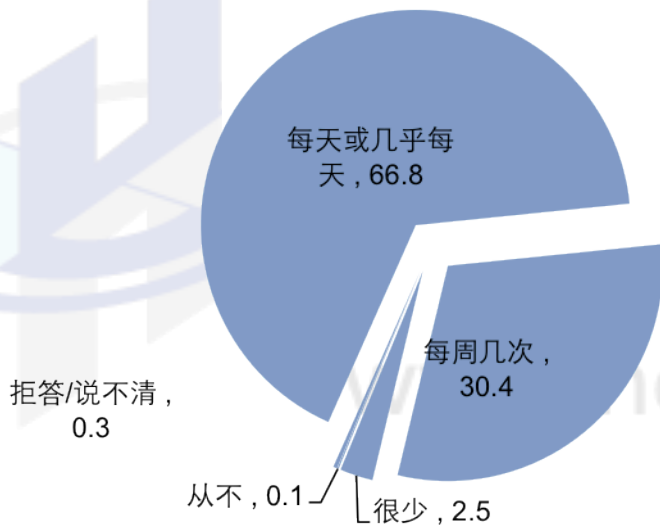


CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

调查显示：九成以上的90后大学生都经常使用网络（每天或每周几次），其中66.8%的大学生表示几乎每天都会使用网络；只有2.6%的90后大学生明确表示从不或很少使用网络，不足三个百分点。



附图 90后大学生使用网络的频率 (%)

北京设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.co.cn



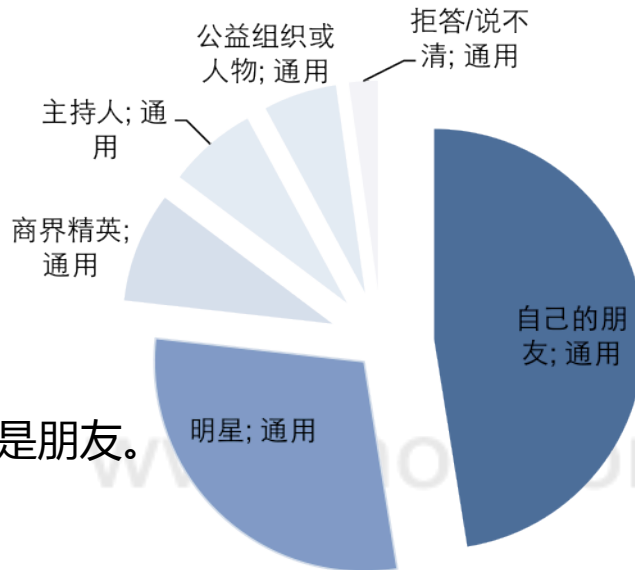
CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



他们的网络社交奉行近圈主义



他们的微关注55.4%是朋友。



附图 90后微博关注的群体





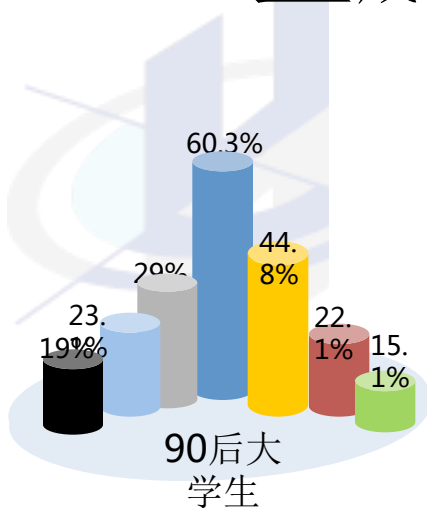
CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



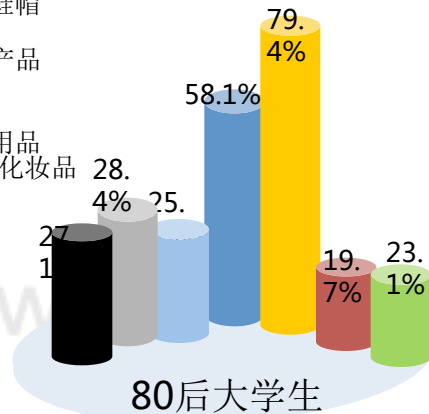
他们的消费半径借助互联网无限延伸

超 **五成**

90后大学生曾经网购过；其中84.2%的人经常在淘宝网购物。



- 服装鞋帽
- 书籍
- 电子产品
- 箱包
- 饰品
- 生活用品
- 护肤/化妆品



80后大学生们对图书的网购需求最大 (79.4%) ;

而90后们则比学长们更加青睐于装扮自己，网购服装鞋帽的人最多 (60.3%) 。

附图 80后和90后网购品类

北京设计周
BEIJING
DESIGN
WEEK



sina 新浪家居
jiaju.sina.com.cn

注：此题为多选题，应答比率之和大于百分之百。



CHINA
DESIGN
CHALLENGE
中国设计挑战赛



华日家居

2014 华日家居中国设计挑战赛 征集启动

<http://jiaju.sina.com.cn/zt/2014huaricdc/>