

Z世代科技产品使用习惯 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- Z世代在广泛拥有的数字设备上的网上活动
- Z世代与科技有关的行为，包括获取信息、购买和分享
- 对新兴数字化服务/体验的认知、使用和兴趣
- Z世代将科技产品/服务应用于哪些方面
- Z世代对智能家居产品和科技的态度

随着来自全职工作和其他来源的可支配收入不断增加，Z世代已成为一支强大的消费力量。他们独立自主、雄心勃勃，并且愿意投资于科技来改善他们的生活和工作效率。

作为科技潮流的引领者，Z世代经常通过社交媒体获取有关新产品和新兴概念的信息。同时，在购买科技产品方面，他们知识丰富并且持谨慎态度，追求更先进的功能和经济实惠的选择。

英敏特数据显示，91%的Z世代尝试过至少一种调研的新兴数字化服务或体验，体现出他们对于新兴科技的高参与度和热情。他们积极采用新兴科技以简化工作并获得个性化服务，腾出时间进行更有意义的活动。

为了瞄准这些数字原住民，品牌必须了解他们的兴趣，并优化用户体验，以保持他们的参与度。此外，品牌可以提供在便利和娱乐方面为Z世代的生活增添价值的产品和服务。



"作为娴熟的科技用户，Z世代积极拥抱新兴科技并愿意投资前沿产品。同时，他们在购买决策上仍然保持谨慎和理性。针对他们的兴趣定制的科技产品/功能以及以家庭为中心的营销策略可以有效地触及这些精明的受众。此外，智能家居品牌可以通过帮助Z世代实现便捷和愉悦的居家生活，更好地吸引该群体。"

许成维，研究分析师

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义

综述

- 市场
- 消费能力增强
数据1: Z世代个人月可支配收入，2020年12月vs2023年2月
- 收入来源多样化
数据2: Z世代的收入来源，2020年12月vs2023年2月
- 兴趣领域保持稳定
数据3: Z世代兴趣领域的变化，2020年12月vs2023年2月
- 公司与品牌
- 通过传统文化的数字化吸引Z世代
- 利用虚拟体验与Z世代互动
- 面向年轻宠物爱好者的科技解决方案
- 迎合户外需求的便携式产品
- 通过怀旧营销与Z世代建立更深层次的情感联系
- 消费者
- 智能手机占据了Z世代的大部分屏幕时间
数据4: 不同设备上的网上活动，2023年
- Z世代往往是持谨慎消费习惯的科技潮流追随者
数据5: 与科技有关的行为，2023年
- Z世代高度参与并热衷于新兴的数字化活动
数据6: 数字化体验，2023年
- Z世代利用科技让生活和工作变得高效和有趣
数据7: 科技应用领域，2023年
- 智能家居产品需要在功能性之外提供更多价值，以吸引Z世代
数据8: 对智能家居产品的认知，2023
- Z世代对科技持开放态度，但也理性消费
数据9: 对科技的态度，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 推广契合Z世代兴趣的新兴科技
数据10: 使用PICO进行VR健身和Meta发布的短片《渴望非凡》(Wish for the Extraordinary)
- 通过智能家居科技帮助Z世代实现理想的生活方式

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据11: 美的通过《主人你别动》短视频营销活动推广其智能家居解决方案，2023年

- 利用以家庭为中心的策略向Z世代推广科技

数据12: PICO和华为通过以家庭为中心的营销活动来推广其科技产品，2023年

市场格局

- 消费能力增强

数据13: Z世代个人月可支配收入，2020年12月vs2023年2月

- 收入来源多样化

数据14: Z世代的收入来源，2020年12月vs2023年2月

- 兴趣领域保持稳定

数据15: Z世代兴趣领域的变化，2020年12月vs2023年2月

市场亮点

- 通过传统文化的数字化吸引Z世代

数据16: 腾讯的中国传统乐器数字化保护项目以及金沙遗址博物馆的数字藏品，2023年

- 利用虚拟体验与Z世代互动

数据17: 百事可乐的元宇宙空间，2023年

- 面向年轻宠物爱好者的科技解决方案

数据18: 联想宠物护理机A7 Pro和绒绒世界app，2023年

- 迎合户外需求的便携式产品

数据19: 适合户外使用的三星Freestyle投影仪，2023年

- 通过怀旧营销与Z世代建立更深层次的情感联系

数据20: vivo翻拍中国经典动画片以及松下的怀旧营销，2023年

不同设备上的网上活动

- 智能手机占据了Z世代的大部分屏幕时间

数据21: 不同设备上的网上活动，2023年

- 有兄弟姐妹的Z世代倾向于在智能手上花更多时间

数据22: 在智能手机上的网上活动，是独生子女的Z世代vs非独生子女的Z世代，2023年

- 注意在电脑使用方面的性别差异

数据23: 在台式/笔记本电脑上的网上活动（按性别区分），2023年

与科技有关的行为

- Z世代往往是持审慎消费习惯的科技潮流追随者

数据24: 与科技有关的行为，2023年

- Z世代高收入者是品牌忠实粉丝和科技尝鲜者

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据25: 与科技有关的行为——信息获取行为（按个人月收入区分），2023年

- Z世代高收入者对售后和租用服务感兴趣，而低收入者热衷于二手交易

数据26: 与科技有关的行为——购买行为（按个人月收入区分），2023年

- 专注于与Z世代中的职场人士建立联系

数据27: 与科技有关的行为——信息获取行为，Z世代职场人士 vs 全日制学生，2023年

数字化体验

- Z世代高度参与并热衷于新兴的数字化活动

数据28: 数字化体验，2023年

数据29: 尝试过以下数字化服务/体验的Z世代对继续使用这些服务/体验的兴趣，2023年

数据30: 没有尝试过以下数字化服务/体验的Z世代对尝试这些服务/体验的兴趣，2023年

- 富裕的Z世代对基于AI的服务表现出热情

数据31: 数字化体验——有过，且会继续（按“有钱有闲生活方式人群”区分），2023年

- 消费能力较低的Z世代寻求在现实生活中无法实现的娱乐体验

数据32: 数字化体验——没有过，但有兴趣尝试（按“有钱有闲生活方式人群”区分），2023年

科技应用领域

- Z世代利用科技让生活和工作变得高效和有趣

数据33: 科技应用领域，2023年

- 年轻女性关注健康科技和创意工具

数据34: 科技应用领域（按性别区分），2023年

- 一线城市的Z世代更多地利用科技提高效率，而其他群体则更多地用于娱乐

数据35: 科技应用领域（按城市线级区分），2023年

对智能家居产品的认知

- 智能家居产品需要在功能性之外提供更多价值，以吸引Z世代

数据36: 对智能家居产品的认知，2023

数据37: TURF分析——对智能家居产品的认知，2023年

- 年轻女性追求便捷和仪式感的体验，而年轻男性注重智能生活的趣味性

数据38: 对智能家居产品的认知（按性别区分），2023年

- 有兄弟姐妹的Z世代认为智能家居产品是方便的工具，而独生子女倾向于视其为“伙伴”

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据39: 对智能家居产品的认知，是独生子女的Z世代vs非独生子女的Z世代，2023年

- 为年轻夫妇/情侣带来愉悦和难忘的时光

数据40: 对智能家居产品的认知——增添生活乐趣的玩具（按情感状况区分），2023年

对科技的态度

- Z世代对新科技感到兴奋，但过多的新兴概念也会让他们感到困惑

数据41: 部分对科技的态度，2023年

- 年轻消费者对专属和前沿的科技产品感兴趣

数据42: 部分对科技的态度，2023年

- Z世代倾向于在科技产品上理性消费

数据43: 部分对科技的态度，2023年

- 先进的智能功能和高科技的品牌形象能够打动Z世代

数据44: 部分对科技的态度，2023年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写
- TURF分析——研究方法

数据45: 对智能家居产品的认知

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。