

经济日报携手京东发布数据——

精神消费市场潜力大

满足青年精神消费需求

物质发展环境,富足的精神成长空间,更高的教育水平,更广阔的视野,培养出了他们自信自强、担当有为的气质和风采,也催生了青年对精神文化消费的旺盛需求。

成长于崛起的中国,这届青年人具有更为独特的心理状态。调查显示,青年人特别是新潮的“95后”在投入精神活动时,并不会过度寻求他人的认可和社交层面的满足,而是专注于自己真正喜欢的领域。同时,青年人会主动用各种方式来充实自己的生活,比如工作日更喜欢阅读、观看、收听学习成长类内容,在休闲时间广泛涉猎音乐、旅游、科技等领域。此外,青年人的文化自信和民族自豪感更强烈,表现出更加积极的爱国情怀,以年轻人话语体系创作的家国叙事文艺作品越来越受欢迎。

因此,如何更好同青年群体的消费需求和情感契合,实现青年人自我价值的满足,彰显独特身份、独特归属感、独特个性体验的极致追求,成为一个重要命题。

一方面,要不断构建全方位、多样化、高质量的文化产品供给体系,在内容供应上“加量”,在传播效率上“加速”,在认同度上“加厚”,积极回应消费者所思、所想、所盼,让青年消费者获得个性化、定制化、精准化的精神消费服务,获得更具特色的文化体验、文化认知、文化享受。

另一方面,要提升公共文化服务水平,不断引导青年人提高文化品位、文明素养和审美能力,帮助青年人塑造正确的人生观、世界观、价值观。通过大力发展先进文化产业和文化事业,更好满足包括青年在内的广大消费者日益增长的高品质文化需要和精神需求,推动实现精神层面的共同富裕,从而实现社会效益和经济效益的统一。

如果说,物质是构成美好生活的骨骼和实体,那么精神就是美好生活的灵魂和血脉。国家的希望在青年,民族的未来在青年。乘着新时代东风和互联网之潮,在当代青年的引领下,中国精神文化消费市场潜力很大,必将成为推动经济增长的重要引擎。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

说数

当代青年文化素养普遍提高,兴趣爱好涉猎广泛,更加注重精神生活的充实与提升。因此,进一步了解青年消费者在提升自我、释放压力、寻找兴趣等方面的需求,能够帮助企业准确研判青年消费者在精神消费方面的特点和喜好,从而为供给侧提供产品迭代升级思路,进而提升青年人的精神消费动机,推动整个消费市场良性运行。

在影音消费上,电影行业需要进一步开发IP的潜力,特别是要挖掘更多国内好IP,深化主创、题材等对核心受众的影响力,从而与青年群体产生更多情感和文化上的共鸣。音乐界则需要更加垂直化、分众化,强化青年群体的社交需求,让更多同类型用户产生互动,激发优秀原创作品的创作氛围。

在书籍消费上,广大原创作者和出版方不仅要更加关注青年群体的需求,了解他们的所思所想,以青年人的话语体系创作更多年轻人爱看的中国故事,发挥正向价值引导作用,引领时代发展潮流。同时,还要不断吸纳新读者,拓宽阅读的广度和深度,为青年人创造更好的阅读体验和空间。



更多内容 扫码观看

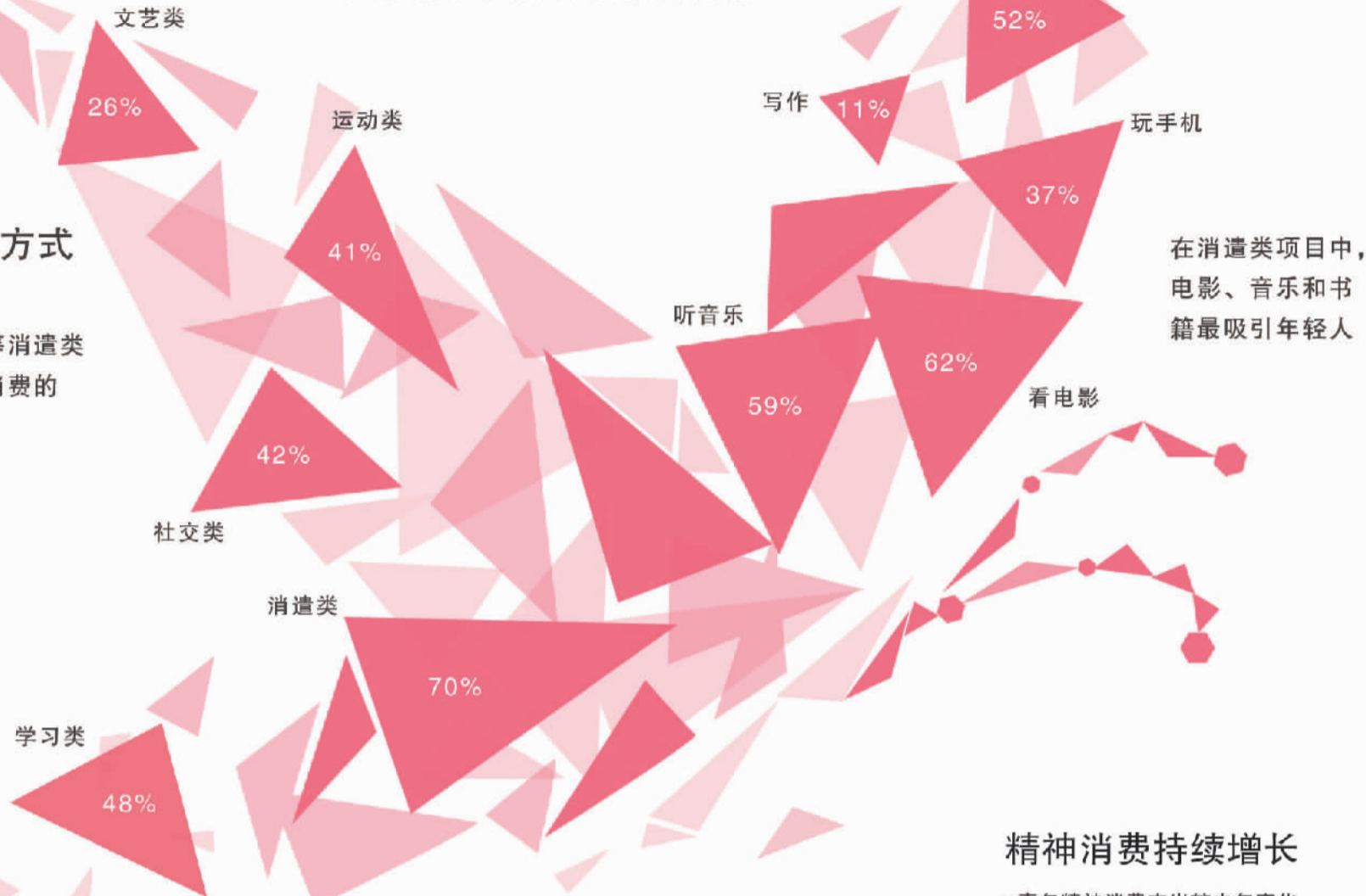
数据周期: 2022年4月

当代青年精神消费特点

精神消费主要方式

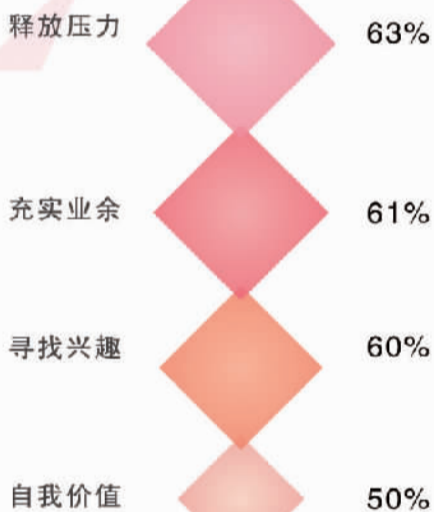
看电影、听音乐、阅读书籍、玩手机等消遣类项目是青年人精神消费的主要方式

▶ 投票率 (多选)



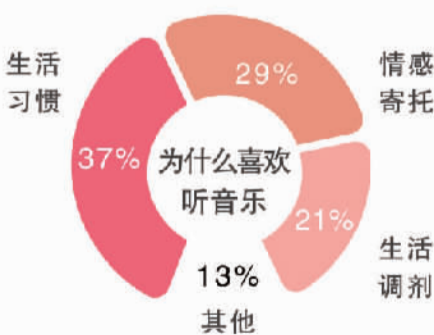
在消遣类项目中,电影、音乐和书籍最吸引年轻人

青年精神消费动机

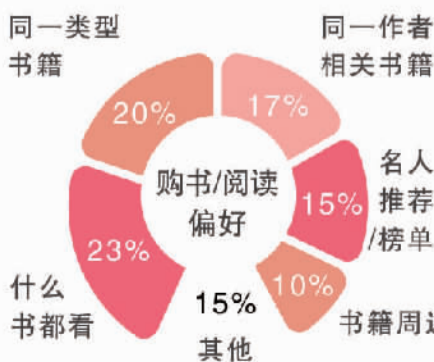


▲ 投票率 (多选)

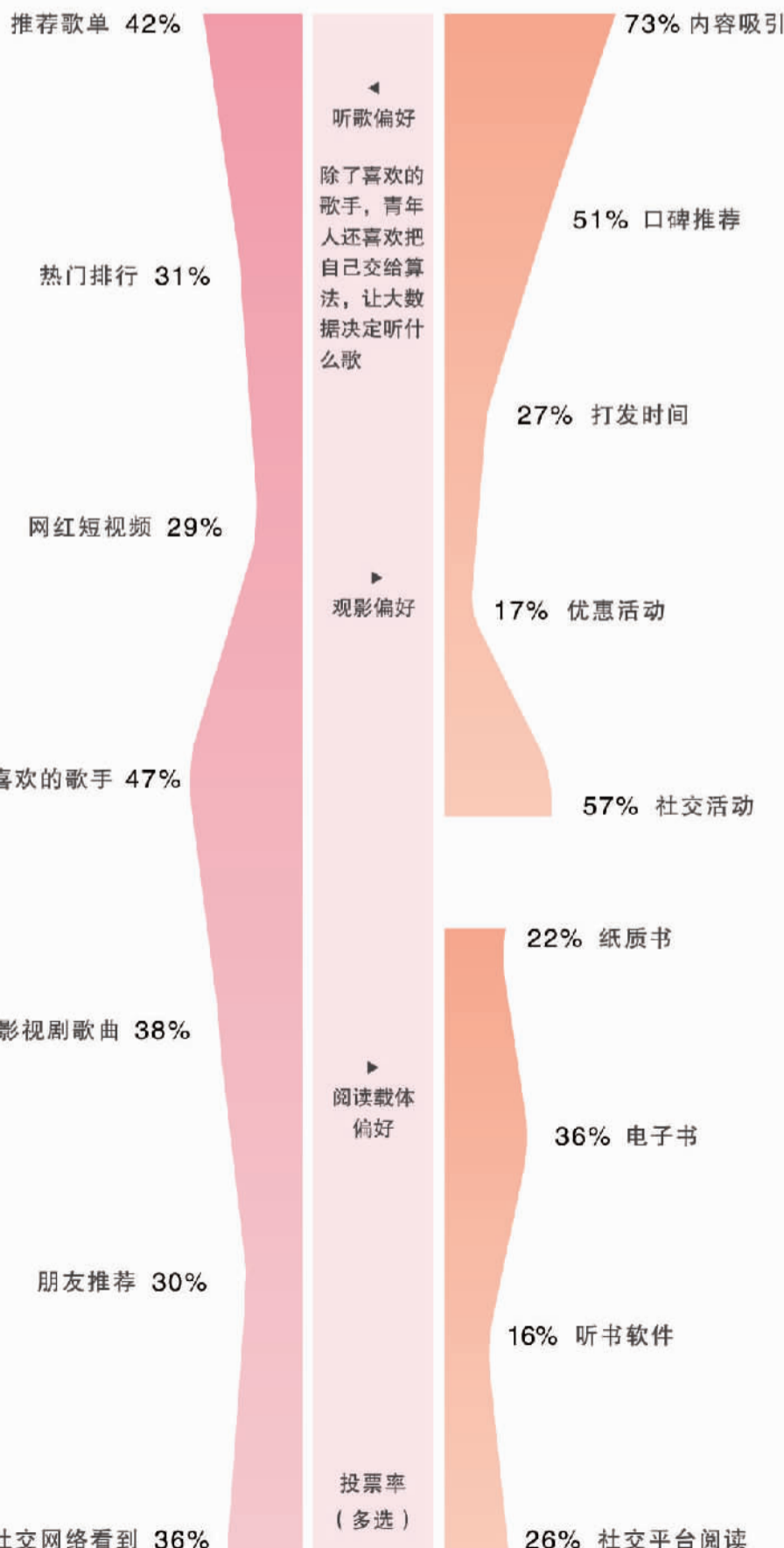
音乐



阅读



青年人精神消费偏好



听歌偏好
除了喜欢的歌手,青年人还喜欢把自己交给算法,让大数据决定听什么歌

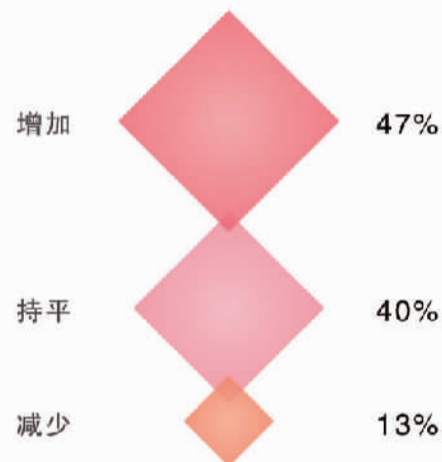
观影偏好

阅读载体偏好

投票率 (多选)

精神消费持续增长

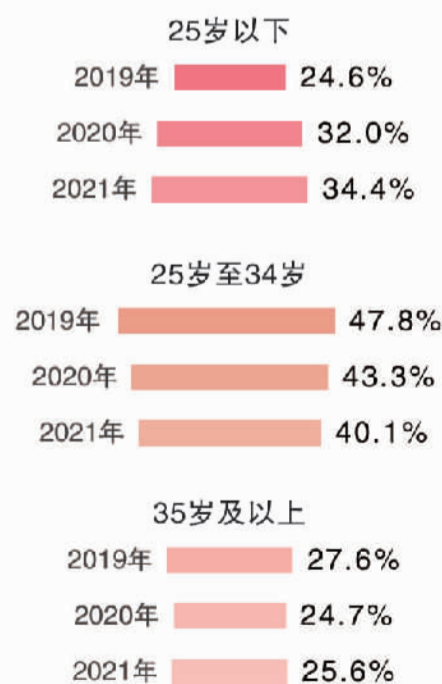
▼ 青年精神消费支出较去年变化情况占比 (单选)



电影

观众整体结构年轻化趋势明显

▼ 不同年龄段观影人次占比



(来源: 猫眼)

