



这群 12 到 26 岁的年轻人，**平均每天会花费 6-9 个小时**，使用社交媒体，包括 **YouTube、微信、Instagram、Facebook、微博、QQ、抖音** 等广受欢迎的移动 App。

满文化自信，推崇国潮。Z 世代开始陆续进入职业生涯，并将在未来十年成为社会中最重要中坚力量。

从 X 世代到 Y 世代，现在已经成为了“后浪”Z 世代的天下。根据国家统计局 2018 年的数据，Z 世代约占我国总人口的 19%，其中三分之一已经成年。此外，经济发达地区和东北地区的 Z 世代人口显著少于其他世代，这就意味着 Z 世代中的大部分人口集中在下沉市场，并且呈现出向下沉市场更加集中的趋势。而腾讯在 2019 年发布的数据则显示，Z 世代足足贡献了 40% 的整体消费。可以毫不夸张地说，Z 世代将赢得世界。

生活在手机里的一代

手机早已成为每个人生活中必不可少的一分子，对 Z 世代而言更是如此。作为手机使用最娴熟的一代，“网络世代”“数字原住民”，早已成为他们身上的固定“标签”。

这群 12 到 26 岁的年轻人，平均每天会花费 6-9 个小时，使用社交媒体，包括 YouTube、微信、Instagram、Facebook、微博、QQ、抖音等广受欢迎的移动 App。在他们眼里，物理世界和数字世界并不是两个独立的实体，而是一个紧密融合的多维度空间。在这个空间中，数字世界发生的事情，和眼前的事情一样重要，甚至更加重要。智能手机不再只是一

个工具，而是自我的某种数字延展，生活中的诸多重要时刻，都发生在口袋大小的设备和社交平台上。

Z 世代将社交媒体视为生命意义的重要部分。“如果不发社交媒体，我干这事儿有啥意思？”这是来自 Z 世代的灵魂拷问。

之前深圳一位 15 岁初中女生张宇宣花半小时写了一首原创英文歌曲《SHE》（女孩），并将创作过程制作成短视频上传到 B 站。凭借“开口脆”的嗓音、优美的词曲、场景简单却略带高级感视频画面，张宇宣收获一众粉丝的追捧。短短几天时间，视频点击量就超过了 800 万次，迅速火出了圈。

人们这才发现这位宝藏女孩从 2019 年开始，已经在多个主流音乐网站、社交网站发布了 20 多首中英文原创歌曲，类型包括流行音乐、民谣、说唱等。从词曲创作、剪辑、编曲、混音到 MV 视频拍摄，所有的作品都是她独立完成，创作工具则是用她的一台电脑、一部手机、一个麦克风和一副耳机。

除了发布个人原创音乐作品外，她还与许多音乐博主合作。其中就有与她同岁、拥有 400 万粉丝的爱尔兰女孩艾莉·夏洛克和来自以色列的一对“音乐夫妇”等。因为惊叹于粉丝给自己写的评论实在是过于精彩，趁着 15 岁生日的时候，她索性把 32 位粉丝的评论串成了一首民谣歌曲《三十二段留言》。这个

作品播放量也超过 185 万次。

在张宇宣的作品中，家里随手可以拿起的保温杯、笔袋、脸盆、矿泉水瓶等，都是她音乐创作的道具。此外，她不但会创作原创歌曲，录制创意视频，还会尝试编曲翻唱自己喜欢的歌曲，显露出独特音乐天赋和品味。她说自己写歌的初衷就是记录生活。

张宇宣的经历非常具有代表性。从自我兴趣出发，逐渐成为某个领域的 KOL（意见领袖），将新媒体的创意产业视为未来的职业方向，不少人希望将 Vlogger（视频博主）作为终身职业。无疑，社交媒体的充分渗透和推荐算法的彻底普及，让个体的每次表达都总是会有人赞同，反过来又进一步刺激个体，更敢于表达和自信。

当互联网的作用日益从获取信息转向分享信息，“人设”被 Z 世代广泛接受，在不同的平台上展示不同侧面的自我。每个社交平台针对不同的目的，一个平台还有多个马甲。

朋友圈是给长辈和同事看的，抖音展示的是精修过的自己，Soul 上则放得最真实的灵魂。而色彩丰富、功能繁多的 QQ 才是最常用的社交软件——等级、空间装扮、游戏排名都是日常讨论的话题。Z 世代将每天大部分的时光都留给了不同尺寸的屏幕，从智能手机、笔记本电脑、台式机到平板电脑……

根据 QuestMobile 发布的《2020 年 Z 世代洞察报告》来看，Z 世代的触媒方式有视频、手游、在线音乐、手机漫画这四种类型。由此可见，Z 世代更注重感官刺激的形式。

从消耗时长来看，视频方式是 Z 世代最喜爱的触媒方式，每日人