



动游戏的元素，可以增加观众体验，也有助于常看常新。”一位戏剧创作者曾如是说。

为兴趣埋单，也是理性消费者

可以说，如今这个时代，人人都在关注 Z 世代，仿佛抓住了这巨大的消费潜力，就抓住了未来的消费市场。从前文一些案例，Z 世代的一些消费关键词已初露端倪——个性、小众、兴趣。

复旦中学的高一学生郑婷芮，虽然年纪尚小，手中可支配金额尚少，却已是“个性”消费的追随者。

“不管是衣服鞋子还是什么，都比较喜欢小众一些、有设计感一些的东西。”她表示，因为不太喜欢和别人撞衫，“就算是一件简单的白 Tee，也想有一些特别的设计”。

不过，郑婷芮却并不会为“设计”乱花钱，她的消费理念是“量

入为出，货比三家。买的东西性价比高就更开心”。前段时间，她在淘宝看中一个布袋子，是印象派的大师的作品，“只花了三十几块钱，而且实物还蛮有质感的，觉得物超所值”。虽然还受到父母羽翼的庇护，但郑婷芮已经有了储蓄的概念，“可能因为自己没有经济独立，所以大手大脚花钱会有压力。喜欢存钱，不喜欢月光”。

郑婷芮的消费观是 Z 世代的一个缩影。根据《中国青年报》的统计，64.61% 的大学生都有享受过薅羊毛的乐趣。他们拼单团购、蹲直播间的优惠券、找特价平台……总之无所不用其极，就是为了买东西划算些。

买东西要划算的观念之外，这一届年轻人还让“闲置经济”成为一股潮流。根据 MobData 研究院的数据显示，这些年线上闲置交易额正在不断攀升，从 2018 年的 7420 亿元到 2020 年的突破万亿元。以闲鱼为例，数据显示，闲鱼上 90 后比例

超 60%，其中 35% 为 Z 世代。

一方面，喜欢的东西买多了，总有那么一些会闲置，“既然自己不爱了，不如把它交给爱它的人，还能换回一些流动资金补补血”。

另一方面，闲鱼的服务种类也很多元。比如奢侈品添了划痕、意外磨损，许多年轻人选择在闲鱼上找修复师修复。在追求精致、品质、潮流时“阔绰”，但在真正的消费过程中理性、实用、节制。

在中古和二手中淘换着快乐和实惠，专家们认为，这体现了年轻人“让浪费变消费”的成熟消费观；而兴趣消费、情感消费、脑洞消费的流行，则表明闲鱼已经成为“创造力经济”的萌芽地。

另一个有趣的现象是，为兴趣熬夜“爆肝”的同时，Z 世代还有一个显著的特点——惜命。

阿里健康公布的数据，2020 年“6·18”期间，平台眼部保健类产品销售同比增长 4126%，蛋白粉同比增长 751%，维生素类产品同比增长 387%。其中 Z 世代成消费主力，活跃用户同比增长 126%。

为了获得年轻人的青睐，各大主流厂商推出了“加姜汁且可加热的”暖胃可乐、喝不胖的巧克力奶昔、“0 卡”气泡水等“朋克养生”食品，即食燕窝、花胶、鱼胶成了最受欢迎的即时滋补品。

对此，行业分析师表示：“现在年轻人很愿意吃保健品，比如睡眠不好，想快速解酒等等，这些都是新人群的新需求。”

诚然，一代人的消费观很难被简单粗暴地定义，但相信未来 Z 世代还会用自己的热爱影响消费，重塑属于他们世代的消费文化。☑

下图：潮流 IP 卡通嗷呜熊全球巡展在虎丘贰柒艺术商墅举办再掀“潮玩热”。

