

潮玩



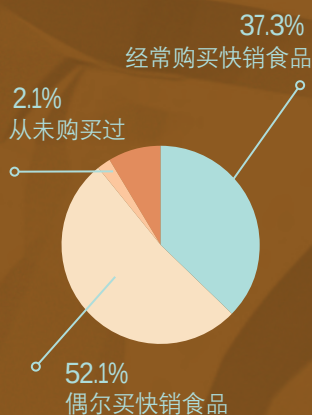
Z世代思想新潮乐于接受新事物，数据显示，Z世代关注泛潮流类产品如3C和手办潮玩的人群占比接近18%。泡泡玛特凭借Molly IP推出的系列衍生品叠加盲盒玩法，迅速成为市场爆款，扭亏为盈，靠的就是Z世代消费者。



食品



快节奏生活下，Z世代这类年轻群体越来越偏爱便捷的生活方式，零食和速食产品备受青睐。数据显示，



当然，这并不意味着Z世代不重视产品质量。57.3%的Z世代群体购买快销食品是出于“猎奇”心态，而购买**便利性、品质**也是重要的考量因素。

养生



虽然年纪还小，但不妨碍Z世代在养生道路上先行一步。除了轻养生和日常的蜂蜜水、枸杞茶、阿胶咖啡、青汁茶饮等滋补产品也在改变传统的食用方式，以零食化和饮品化的产品形式吸引年轻群体加入药食同源的“重养生”之中。

数据显示，平均每位城市常住居民年均花费超过1000元用于健康养生。



理财



没错，虽然刚刚踏入社会没几年，但Z世代的理财意识可不差。正所谓“你不理财，财不理你”，超80%的Z世代投资者都**购买过基金**，超30%的人群**炒过A股**，基金最受Z世代偏爱。并且，年轻人的保险意识正逐步崛起，超20%的受访群体开始购买保险为自己增加保障，以此来对冲风险和降低生活的不确定性。

宠物消费

宠物给Z世代不可替代的陪伴感

55%的Z世代把宠物当孩子

27.8%的Z世代当亲人

8.7%的Z世代会把动物当宠物



Z世代对于宠物日常口粮的选择也趋向于天然健康的食材，《报告》显示，原肉主粮和零食的增速都是整体行业增速的6倍以上。

