NEWS RELEASE ·HAKUHODO·

2022年10月9日

《00 后大学生兴趣爱好研究报告 2022》

博报堂生活综研(上海)发布00后大学生“动”察系列(第三弹)

2022年初的疫情反复后，开始学习新的爱好或技能的00后大学生占比47%

“志愿活动”登上“近一年内开展的兴趣爱好”榜首

“户外运动、探险运动、水上运动”等爱好均在未来1-2年内打算开展的爱好排名中上升30多名

“虚拟货币投资”在未来1-2年内打算开展的爱好排名中排名上升26位

期待元宇宙中的娱乐体验的占比达67%

“投资理财”占据未来1-2年爱好榜榜首，“创业”位居第七

然而，在校期间生活费在“1,000-2,999元”区间的00后大学生高达76%

近一年参加过付费兴趣爱好班平均数仅为0.7个

认为国内IP良莠不齐的占比为80%，比起虚拟偶像更爱真人明星的占比为77%

……

继2021年发布的《00后大学生价值观报告》及《00后大学生美容时尚生活报告》后
本次，生活综研(上海)再次携手中国传媒大学广告学院
从“00后的兴趣爱好”领域切入，帮助大家看见00后大学生的兴趣爱好生活

以下为大家分享《00后大学生兴趣爱好研究报告2022》中的内容摘要

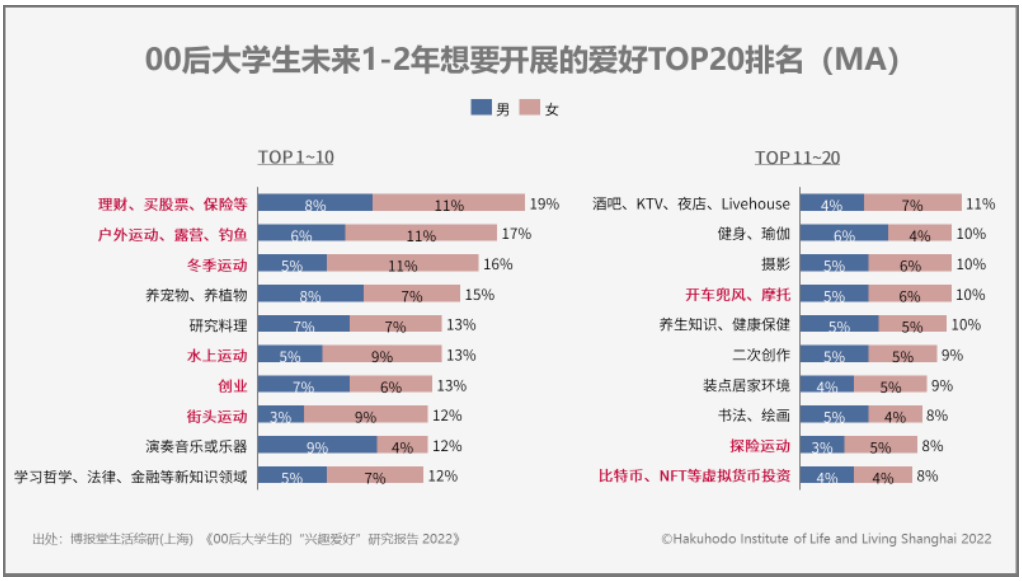


■ **报告内容简述：**

1. 爱好内容的变化——疫情激发“开展新的爱好或技能”的欲求

持续三年的疫情占据了大半校园生活，00 后大学生的兴趣内容也发生了变化。在今年的调查中，超过四成的 00 后大学生表示疫情的反复使得自己“开始学习新的爱好或技能”、“开始做对社会有贡献的活动”，变得“更不喜欢待在家里”了。**从中我们发现，“室内自娱自乐”“志愿活动”“走向室外”是 00 后大学生当下兴趣爱好特征的三个关键词。**

调查数据显示，“志愿活动”登上“近一年内开展的兴趣爱好”榜首。除此以外，或因疫情下外出受限，在家/在校时间增多的影响，“二次创作、健身/瑜伽、学习新知识、养生、理财、云体验”等不受场地限制、室内也可进行的自我提升类项目深受青睐。另外，即便在当前大学生们“足不出户、足不出校”的状态下，未来 1-2 年内各项“户外类运动”的意愿空前高涨。



00 后大学生利用增加的独处时间“学习、审视、思考”、进行一系列自我提升的同时，也希望通过做志愿活动来助力社会，以便快速“恢复”到疫情前的生活。而“露营、攀岩、拳击、滑雪”等新潮、小众户外运动的人气攀升，也折射了 00 后大学生“想通过打磨其他人难以体验到、且有一定挑战性的新爱好，来证明自身价值和能力”的欲求。

2. 爱好相关的消费状态——理性氪金、未雨绸缪

我们还注意到，“理性氪金”和“未雨绸缪”渐渐成为 00 后大学生的“爱好消费指南”。

调查结果显示，即便在一线城市高校就读的 00 后，生活费及爱好消费也并非很高。首先，从每月在校生活费来看，在“1,000-2,999 元”区间的大学生高达 76%。而近六成的 00 后大学生表示，仅愿意为爱好支付“生活费的 5%-30%”。同时，访谈中不少受访者提到每个月会拿出生活费中固定的比例用于攒钱。可见，**在手头闲钱有限的情况下，他们选择理性“为爱氪金”，能省则省。**

除此以外，破 1,000 万的应届生大军面对疫情加深就业难的环境下，部分大学生为有效规避将来的不必要竞争、给自己探索更多出路，开始“未雨绸缪”。我们发现“未来 1-2 年想要开展的爱好”中，“理财、买股票、保险”位于第一；“创业”“虚拟货币投资”“学习哲学、金融、法律等新知识领域”也榜上有名。**通过兴趣爱好，为将来寻找出路的意识在萌生。**



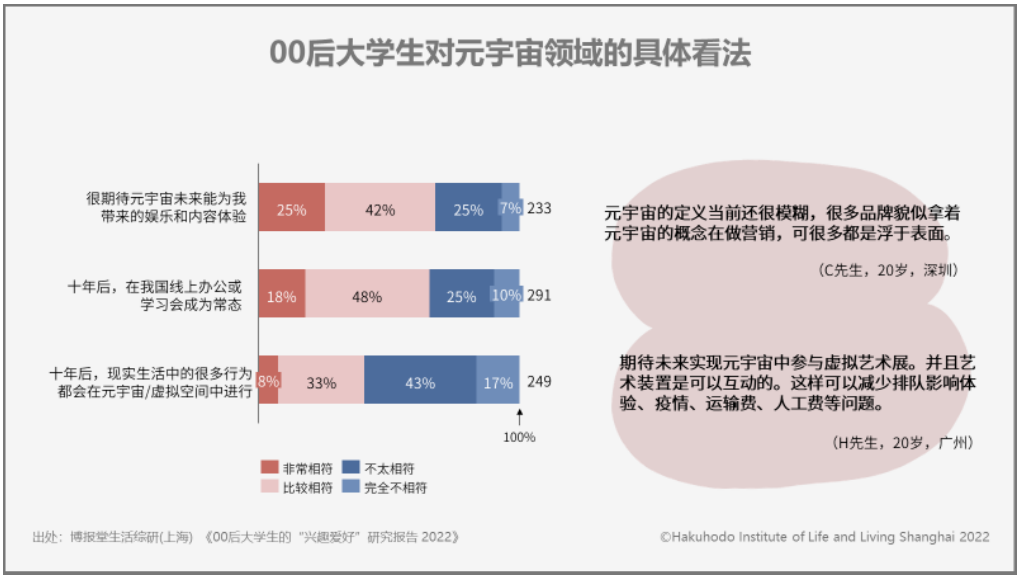
无论是对待“金钱”还是“未来规划”，均能感受到 00 后大学生“想通过灵活分配现有手头资源，不断创造出附加价值为将来做准备”的特点。

3. 对待潮流趋势的态度——并非一味“冲浪”的互联网“破浪”者

对于时下网络上大热的“IP/虚拟偶像/元宇宙”话题，00 后大学生怎么看呢?

我们看到，**“IP”与“虚拟人物/偶像”虽整体认知度较高，却并非是“盲目支持”的态度。**比如，认为“国内 IP 还处于起步阶段、较为良莠不齐”的 00 后大学生占比高达 80%；考虑到“虚拟偶像背后的程序设计并非真情实感”等原因，77%的 00 后大学生认为“比起虚拟偶像，更青睐真人明星”。

即使是“元宇宙”这一火热的话题，大部分 00 后大学生也呈现出“充满期待”却又“冷静观望”的态度。数据显示，随着 5G、AR 等技术的发展，67%的 00 后大学生很期待未来元宇宙能带来的娱乐和内容体验，且有 41%的 00 后大学生相信“十年后现实生活中的行为会在元宇宙中进行”。即便他们期待“未来在元宇宙中进行线上体验”，但访谈中，也提到“这一概念当下还很模糊”“品牌方的诸多元宇宙营销依然浮于表面”等看法。



从小置身于信息漩涡之中的 00 后，并非一味“跟风”、也并非对潮流趋势皆“照单全收”，而是对当下潮流拥有自己的考量和判断。从中我们感受到，00 后大学生比起在互联网上“冲浪”，更像是在“破浪”。“不被信息的浪潮淹没、拒绝同质化跟风”或许是他们常年与网络“共生”而形成的独特态度。

■ **报告垂询：**

自 2021 年起，博报堂生活综研(上海)与中国传媒大学广告学院持续开展“00 后大学生系列研究”，截至目前已针对其“价值观”“美容时尚生活”“兴趣爱好生活”等主题进行了研究。也敬请期待未来持续推出的相关研究成果！

欲了解《00 后大学生兴趣爱好研究报 2022》及 00 后系列报告，
欢迎垂询：博报堂生活综研(上海) 邮箱 news@hakuhodo-shzy.cn
博报堂生活综研(上海)官网：https://www.shenghuozhe.cn/
博报堂生活综研(上海)公众号：HAKUHODO_SHZY