



腾讯科技 · 春节策划

90后的数字移动生活

2014年02月10日

【内部档案 请勿收藏  和分享 】

他们来自哪里？

01 90后，年轻人。

马年春节期间，腾讯科技频道同学们进行了一系列调查访谈，同**四十余位**来自全国各地的90后小伙伴真诚交流。他们，以及他们所代表的新一代青少年——正在成为移动互联网浪潮中最活跃的力量。

02 他们和成年人**相似又不同**地，触摸这个世界。

他们来自一线
城市

也来自小城、村
镇

年龄最小的还
在读初中

最大的已经毕业
工作

一些孩子来自
中低收入家庭

但也有“高富帅”
的身影



90后：自我定义的群体

01 14-24岁是人生中最具活力和可塑性的阶段。和80后们在父辈审视中被打上一个个标签不同，90后这代人更加认同自我——他们正在新一波浪潮中，**自己定义自己**。

02 时代和时代中的人注定要**相互塑造**。透过90后眼中的移动互联网印记，我们也许可以窥见，这个时代下一站的风景。

九零后

标榜个性

重视原创

喜欢竞技冒险

喜欢新事物

重在参与

标新立异

热衷网络文化

重视朋友情谊

乐于主动分享

男孩女孩：他们的故事



另类90后“占星师”

姓名 Paco **年龄** 20岁

职业 大学生、业余占星师

所在城市 北京

武器 iPhone 4s、Kindle

最喜欢应用 知乎日报、VSCOcam、Repix、Twins Cam

安卓无爱，坚持使用iPhone 4s，交友和拍照类APP塞满了多个文件夹.....

他的游戏：《蠢蠢的死法》、《Hardest 2》、《Dumb Ways to Die》、《脑残公寓》.....

男孩女孩：他们的故事



刚刚告别校园的设计师

姓名 孙成 年龄 24岁

职业 设计师

所在城市 济南

武器 三星Galaxy S4

最喜欢应用 微信、美图秀秀、拼立得

喜欢手机拍照，对照片应用要求是“一键式处理”。
安卓在她看来，“并不像网上说的那样差……”

喜欢休息时看手机视频，功能多不多不重要，重要的是，“电影电视剧足够全”。

男孩女孩：他们的故事



大城市的外乡人

姓名 刘晓鹏 年龄 24岁

职业 公司职员

所在城市 厦门

武器 小米2A、诺基亚5330

最喜欢应用 微信、掌上公交Mybus、喜马拉雅电台

月入3000元，每月流量300M。“基本够用，家里和公司都WiFi，路上要看的内容，提前下好……”

双机一联通一移动，下一部手机他准备换个移动4G的。“到时候，也试试视频通话……”

男孩女孩：他们的故事



用手机学习的大一新生

姓名 小硕 年龄 19岁

职业 大学生

所在城市 秦皇岛

武器 红米

最喜欢应用 我要当学霸、天天飞车、爸爸去哪儿

考上大学后，她把原来的功能机换成了安卓的。更多的自由时间，让她的智能手机越用越熟练。

她安装了一些学习类APP，比较喜欢能督促自己学习，以及利用碎片时间背单词的应用。

90后手机控：苹果最受欢迎



本次调查对象中，每个人**至少拥有一部手机**。和80后这代人在少年时见证了手机的诞生不同，在90后眼中，手机就像冰箱、洗衣机一样自然存在。

1/4

- 40余位90后青少年中，25%用户使用苹果iPhone系列手机

15%*2

- 使用三星和小米手机的用户均为15%

50%+

- 共有9个品牌受到本次调查中90后网友的青睐，其中5个为国产品牌

0首付

- 大部分用户的手机来自父母或亲友赠送，少部分刚毕业用户攒钱购买

意外答案

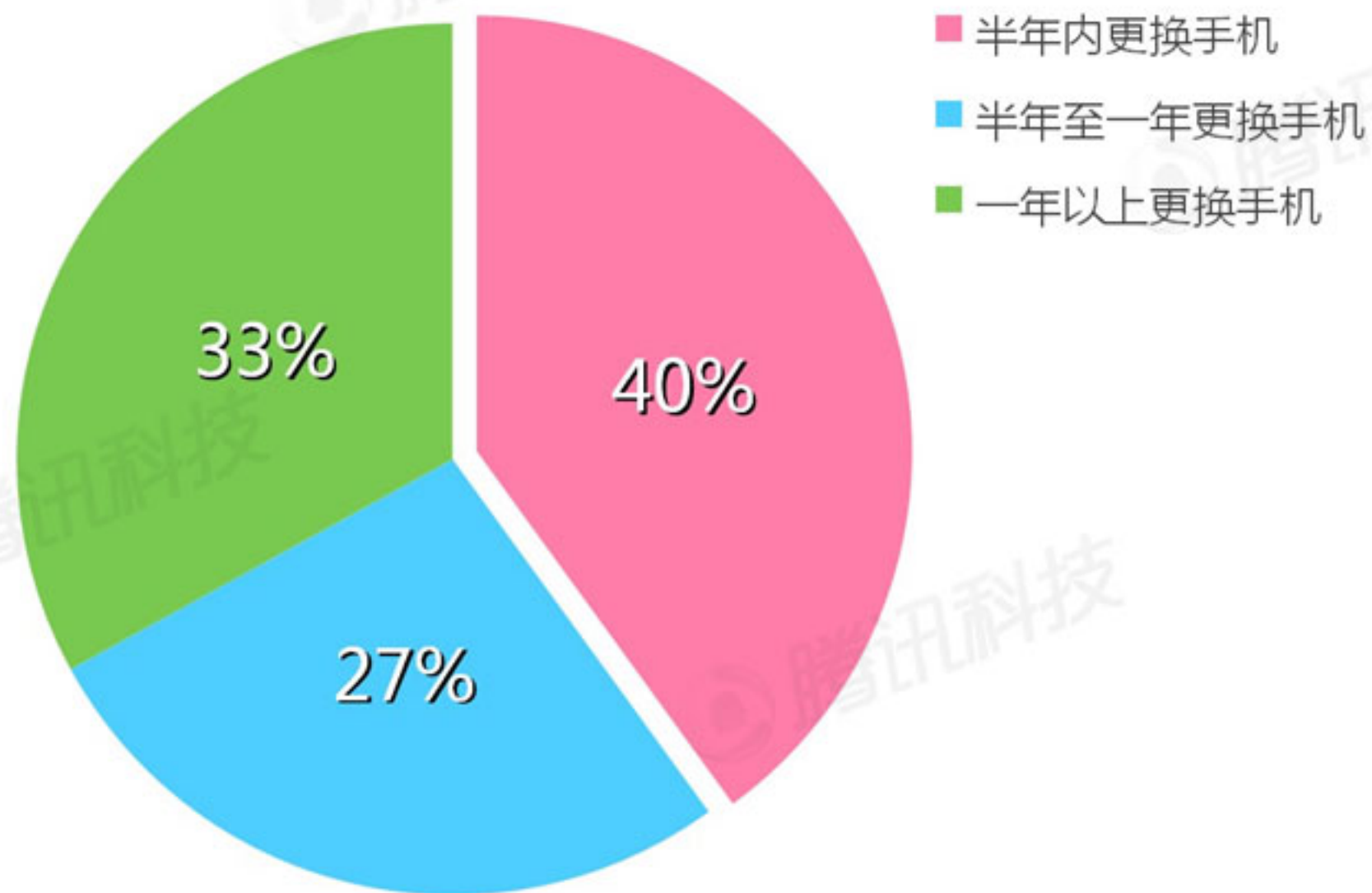
“学校集中采购，全班都是海信手机……”

“我不挑，充话费送啥手机我就用啥……”

90后换机潮：他们更“喜新厌旧”



工信部2013年初发布的报告显示，中国手机用户平均换机周期为**24个月**。然而这一规律似乎**并不适用**于90后。**40%**的用户选择在半年内更换手机。



消费欲望

一位北京19岁的女孩告诉我们，她已经更换过5部手机。

90后选网络：对4G有期待



四十余位90后用户中，使用移动手机卡最多，其次是联通、电信。在调查中，大部分用户对**4G**抱有期望，希望更快的网络能提升**移动互联**体验。



90后选应用：他们的世界大不同

01 社交类APP

90后用户的手机里，每个社交APP都有着**明确的分工**。对他们来说，每打开一个应用，就是进入一个新世界。

手机QQ

- 同学之间联系，班级群聊天

微博

- 查看明星、偶像动态，关注热点话题

微信

- 和在其他城市工作的表哥表姐沟通

百度贴吧

- 灌水、浏览、发表对学校的意见、吐槽

QQ空间

- 发布个人状态，看好友动态，彼此留言互动

我们为什么喜欢社交APP

“我们是独生子女，在家中和父母有代沟。手机让我们可以随时和同龄人交流……”

“我们在各自家里，通过手机聊网游，聊作业进展……我们还和分开的小学同学联系……”

90后选应用：他们的世界大不同

02 游戏类APP

对青少年而言，游戏是逃不开的话题。随着手机游戏的爆发，90后在游戏选择上更为发散，主流游戏和奇葩应用乱花迷眼。

用户喜好几乎涵盖一年来所有热门游戏。喜欢尝鲜，游戏安装卸载频繁

碎片化、短时程游戏较受欢迎。部分有网游经历用户喜欢重度、付费游戏

找你妹、神庙逃亡、保卫萝卜2、植物大战僵尸、疯狂猜系列关注高

微信、手机QQ成为热门平台，天天酷跑、天天爱消除等火热

我们怎么“玩”游戏？

“不停的WiFi，不停的下载，不停的尝试，不停的删除……游戏这么多，很多玩过的，我都不记得了……”

90后选应用：他们的世界大不同

03 视频类APP

很多用户都会安装**不止一个**视频软件，大家更看重电影和电视剧的片源多少，以及**流畅清晰**程度。至于功能——在视频领域，**功能不重要**。

最新大片有没有？

最火爆的电视剧更新了吗？

用户的真实需求

美剧、英剧、韩剧有没有？

经典老片找得到吗？

愿意为视频付费吗？

90后更尊重原创精神，“电影院看一部电影花80元，在视频APP上看花5-10块钱，我愿意付钱……”

90后选应用：他们的世界大不同

04 图片类APP

大部分90后用户会优先选择**手机自带**拍照和美图应用。对摄影有兴趣的用户会安装较多滤镜类APP，并愿意为此**付费**。

拍照

- 自带应用成为首选，高端摄影者会选择安装甚至购买其他APP

滤镜

- 少数摄影“极客”喜欢复杂的滤镜，大部分用户更青睐“一键优化”

美颜

- 90后用户更爱自拍，对美颜产品的需求同样是“便捷、一键变身”

图片编辑

- 年轻人喜欢记录生活，到此一游后，拼图类软件是社交分享的必备

自拍后的强需求

“好的美图APP，会让我的自拍变得更漂亮，但每个人又能认出来，照片里的人还是我……”

90后选应用：他们的世界大不同

05 音乐类APP

对于任何一个时代的年轻人来说，音乐都是最好的伙伴。90后用户在选择音乐类APP时，更重视歌曲库的**数量和质量**，并且喜欢听“**陌生的歌**”。

抱怨

功能同质化，每个APP都很像

版权导致歌曲被分流，被迫安装多个应用

喜欢

年轻用户更青睐酷狗、QQ音乐、天天动听等APP

90后用户中不乏音乐电台迷，荔枝FM和喜马拉雅电台受欢迎

90后的音乐电台情节

“里面播放的歌很多是自己没听过的……我们喜欢变化、尝试和冒险，音乐电台就是一场听觉的冒险。”

90后选应用：他们的世界大不同

06 教育类APP

“我买手机（iPad）是要用来学习的……”你相信这个理由吗？随着智能设备的应用越来越丰富，用它来学习，也并非完全不可能。

翻译、公开课类应用受欢迎

用户看重翻译效率和课程实用性

有道词典、金山词霸、网易公开课、沪江听力酷

学习辅助工具有一定市场

反感说教，喜欢无厘头、亲切幽默的设计风格

超级课程表、我要当学霸

学习的秘密

“很多人在地铁里玩游戏，我过去也一样……现在我看公开课。我感受到自己变得不一样了……”

性别导致的选择差异



90后选择手机应用时，在一些领域存在明显的“性别差异”。女孩偏爱美图、拍照类APP；男孩比较喜欢**重度游戏**。另一个有趣现象是：无论男女，很多90后**并不热衷**网购。

男孩

几乎不使用美图类软件，
喜欢复杂高端滤镜

常用快播、迅雷、暴风影音等观看视频

几乎不选择网上购物，偶尔用淘宝、天猫和京东

有网游经验的玩家偏爱**重度手机游戏**

.....

女孩

喜欢美图秀秀、美人相机.....看重“一键美颜”

更喜欢优酷、爱奇艺、腾讯视频

偶尔用团购类APP，美团、聚美优品、美丽说

更喜欢休闲游戏

.....

为何不网购

大多数90后尚未完成经济独立，购物并非生活的重点。且所属的阶段尚未养成强烈的购物需求。一位16岁的女孩表示，网上服装很好看，但“不太适合中学生穿。”

90后最关心的四个问题

01 关心电量

90后喜欢数字生活，更愿意拥抱移动时代。对于众多“机不离身”的年轻人来说，手机的续航能力非常重要。

很多年轻人喜欢轻便，对于移动电源产品并不感冒

续航能力成为阻碍90后移动数字生活的关键瓶颈之一

对游戏、拍照、社交的偏爱，让90后成为重度手机使用者

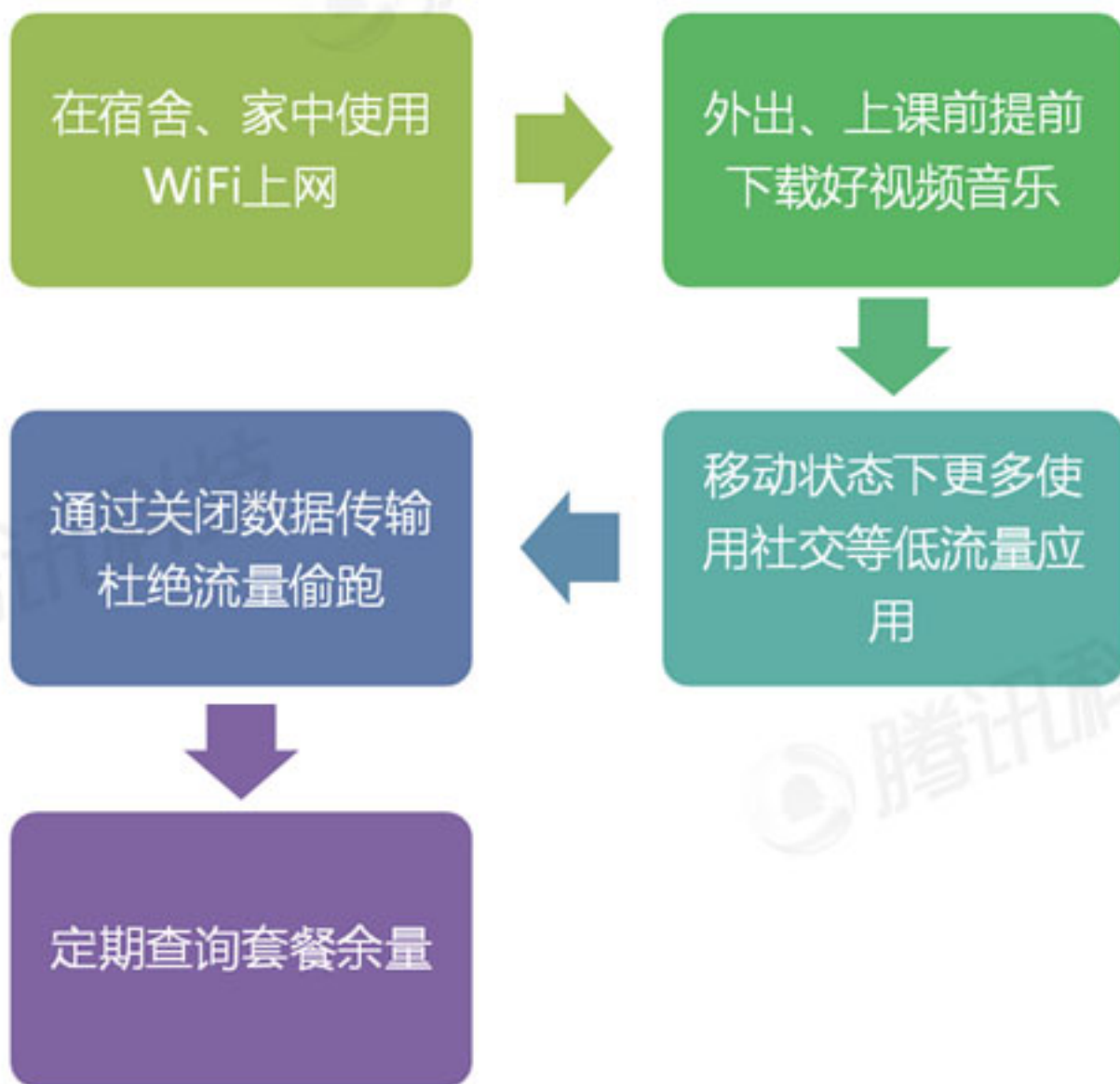
“他们”说

“为什么手机电量没有进步，反而把手动换电池的功能给取消了……”

90后最关心的四个问题

02 敏感流量

大多数90后尚未离开校园。在**经济独立**前，大家对于流量、话费较为敏感。大学宿舍中**WiFi网络**日益普及。



“他们”说

“常听别人说，有恶意软件偷流量，所以会经常查看后台，即时关闭休眠应用……”

90后最关心的四个问题

03 抱怨网络

尽管很多大城市已经建设了3G甚至4G网络，但在部分中小城市和村县，无线网络并未满足年轻人的期待。

年轻人好动，
移动上网频繁

小城市免费无线
热点较少

年轻人喜欢的
视频应用对网
络要求高

很多校园教室
无WiFi

“他们”说

“小城市信号不太好，热点更少。有时候拿着手机，却找不到麦当劳……”

90后最关心的四个问题

04 担心安全

在对手机安全性表示担心的年轻人中，**安卓用户**的比例更高。除了技术层面的安全顾虑外，年轻人也是**手机诈骗**的主要对象之一。



“他们”说

“自己没有发现过病毒，但感觉手机并不安全……”

90后对“下一个”的期待

01 下一个手机

90后**乐观自在**，对生活充满期待。他们希望下一部手机更时尚，更好用——最重要的是，用**自己赚的钱**来买。

下一部手机



更多人期待新旗舰



三星、苹果依然是主流选择



对大屏、大电池、时尚外观有期待

“他们”说

“这一部是充话费送的。毕业了靠自己赚钱再买个好的……”

90后对“下一个”的期待

02 下一个应用

尽管每个人手机里都有不少APP，但90后还是对“下一个”应用充满期待。生活化、本地化的服务应用期望值更高，关键的一点是——别有广告。

下一个应用

可以方便预订车票酒店

少点广告，最好没有广告

帮我们找到老朋友，老同学

“他们”说

“看着那些设计粗糙、恶劣弹窗的广告，我有时宁愿买付费版……”

信朋友 不信广告

大部分90后生活在“**集体**”环境中。同学之间推荐应用，更容易形成传播。

90后一代更加自主，他们拒绝相信泛滥的广告，如果不是能打动人心的作品，广告甚至会形成**反效果**。



偏爱 自带应用

90后对于手机自带应用依赖较高，通过**预装**、**刷机**植入的应用可以获得不错的市场。

这一特点在图片类软件上表现尤为明显，大部分用户使用系统**自带**APP。



透视90后的数字生活

热衷 社交分享

90后对社交的热情很高，为传播提供了氛围。

很多受90后喜欢的产品，或通过社交平台植入应用，或打通社交分享——总之，都在社交上做了良好设计。

直接植入或
合作

打通分享传
播

应用开放平台

产品内容或游戏
成绩分享

微信平台

泛发到兴趣组、
朋友圈

微博平台

产品定向传播
(红包、情人卡)

透视90后的数字生活

喜欢 新鲜感

90后年轻人的欣赏和审美**尚未固化**，对音乐、视频等内容
的选择，并无明显的趋同性。
在合理范围内，增加**随机性**设计
逻辑的应用，更有可能在年轻
用户身上建立粘性。

好听的外文歌
曲

趣味性、知识
性内容

民国复古范

洗牌模式随机
推送

离你最远的用
户喜欢吃什么

陌生人照片里
的故事

这些数学公式
你还记得吗

拒绝 严肃说教

在年轻人眼中，这个世界不应该是**严肃的**。

如果你的产品在设计上多一些活泼甚至**无厘头**的想法，可能会激发他们的关注和传播。

产品名字

调侃无厘头，
立刻抓眼球

欢迎界面

随机某一国家祝福语

风格设计

动感、清新，
暖色调

应用内互动

可呆萌，可
搞怪

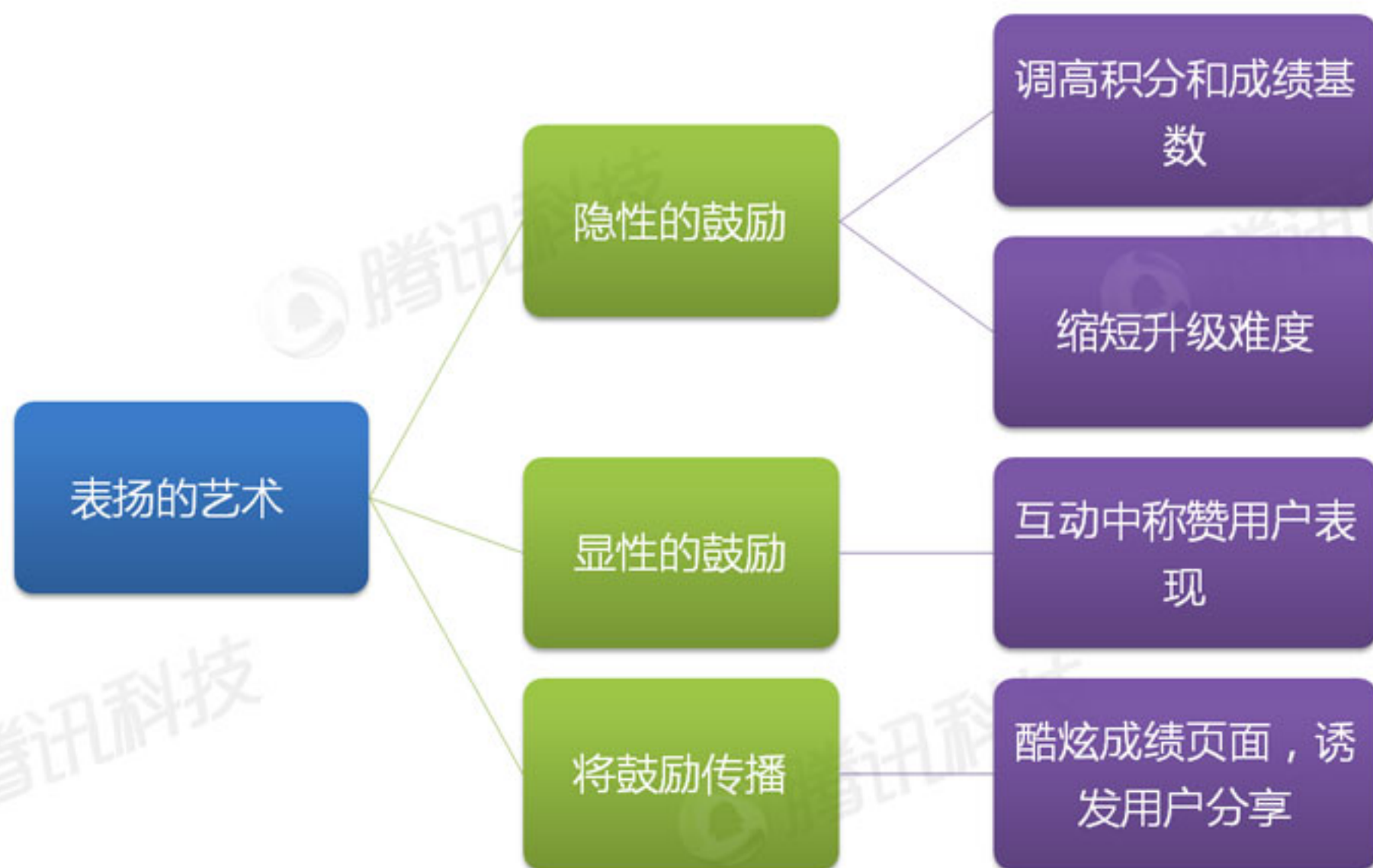
分享预置

图片到文字，
精心策划

渴望 得到鼓励

年轻人比成年人更渴望得到**表扬**与**认可**——不论在现实生活中，还是数字世界里。

在产品设计中突出更多**鼓励**环节，让年轻人感受到你的世界里**充满善意**。





感谢关注

扫描左侧二维码或搜索“qqtech”
关注腾讯科技微信号，回复“战略档案”
获取更多内容。

总 监 制：杨福

监 制：龙兵华 靳志辉

统 筹：宗秀倩 孔令舒 刘珊云

制 作：王冠 豆瑞星 于春慧 杜连强

调 查：罗松 雷建平 王可心 孙实 范晓东 梁辰 朱旭冬 王鑫 范蓉 刘静

【内部档案 请勿收藏  和分享 】