

针对“Z世代”人群社交方向 的用户调研报告

2023.3.4

目录

一、调研的背景和目的	3
1.1 调研的背景	3
1.2 调研的目的	4
二、选择调研目标用户	5
2.1 目标用户	5
三、准备调研内容及访谈提纲	6
3.1 调查问卷	7
四、分析用户问题	10
4.1 用户调研访谈记录表	10
五、调研结果分析	13
5.1 Z世代人群特点及关注点	13
5.2 Z世代人社交属性的变革	14
5.3 Z世代对社交平台的选择	15
5.4 兴趣社交的代表：Soul	16
5.5 调查问卷分析	19
六、总结报告	27
6.1 由兴趣结识同好和情感交流，正成为年轻人扩大社交圈的重要方式	27
6.2 兴趣成为年轻人彰显自我、表达自我的重要出口	28

概述：

为了打造一款能够让 Z 世代人群喜欢的社交软件，为此我利用 3~5 天时间针对 Z 世代人群做出用户访谈、调查问卷等形式来探索 Z 世代人群真实的自我独白。

z 世代是网络流行的用语，来自于美国，同时在欧洲一带也非常的流行，所指的就是出生时间为 1995 年-2009 年刚好接触网络时代的人群，善于使用互联网，并且善于使用智能产品，这一代人群走在世界的最前沿。不论是穿衣还是饮食方面都非常讲究现代化。

根据访谈的内容及调研的数据进行汇总报告，能够让人们直观的看到 Z 世代人群对于社交属性的习惯。

调研时间： 2023 年 3 月 4 日——2023 年 3 月 7 日

调研方法： 用户访谈、调查问卷、网络资料

调研区域： 中国

关键词： Z 世代、游戏社交、多元化社交、兴趣社交、剧本游戏

一、 调研的背景和目的

1.1 调研的背景

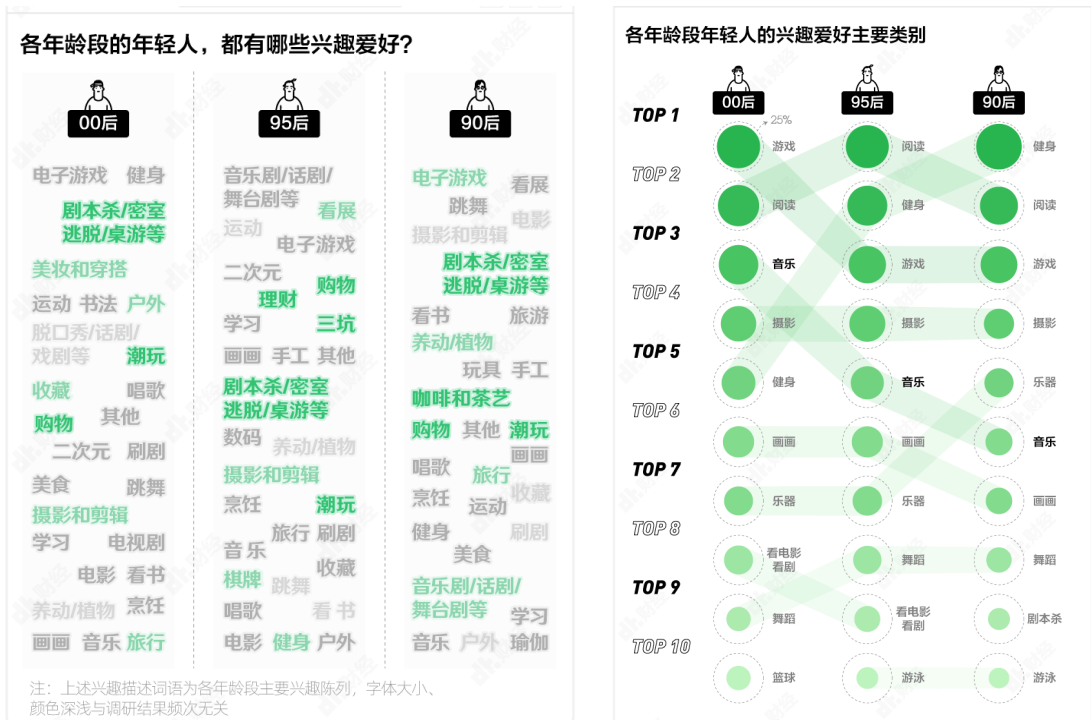
2023 年的现代社会下，互联网的主力军明显由原来的“千禧一代”转变至“Z 世代”人群。千禧一代人群他们见证了互联网的快速发展，而 Z 世代人群与千禧一代相比，Z 世代也被称为互联网一代。也可以说，千禧一代善于使用互联网，但 Z 世代习惯使用互联网。区别在于一个是后天的，一个是先天的。如今互联网社交平台日益增多。从早期的 QQ 到微信，再到微博、陌陌和探探等等，不同类型的社交平台希望通过差异化吸引更多的用户。尤其是面对 Z 世代（特指出生于 1995 年至 2010 年之间的年轻人），一些新型社交平台更具有 Z 世代特征。

如今社会了解到年轻人的社交生活基本上被归纳为兴趣社交，因相似聚集的年轻群体叫兴趣圈层，消费是以兴趣为导向，新职业要从兴趣中发展而来……

兴趣，也正在成为与年轻人建立连接的关键词。

根据新浪媒体报道，目前中国 Z 世代人口的规模约 2.64 亿，占总人口的比重不到 20%，但所贡献的消费规模已经占到 40%。

根据“DT 财经”的数据报告指出：与 90 后相比，Z 世代的兴趣更为广泛。在 00 后兴趣投入者中，超过 3 成拥有多个兴趣。



并且由图可看出年轻人的兴趣点都有多次提到剧本杀/密室逃脱/桌游等娱乐类游戏。

如今互联网社交平台日益增多。从早期的 QQ 到微信，再到微博、陌陌和探探等等，不同类型的社交平台希望通过差异化吸引更多的用户。尤其是面对 Z 世代（特指出生于 1995 年至 2010 年之间的年轻人），一些新型社交平台更具有 Z 世代特征。

对于整个社会来讲，z 世代其实非常的重要，因为从 95 年之后出生的人群占的比例非常大，并且这一代人在成长之中。享受了很多美好的事情，例如生活非常优越，美食也特别多，并且一切的事物都非常的先进。尤其是对于互联网的要求非常高，使用的电子产品也很先进，注重品牌，注重品质。

那么，在社交方面，Z 世代更青睐哪一类社交属性？

1.2 调研的目的

- (1) 探寻 Z 世代人群现在的社交属性都有哪些；
- (2) 探寻 Z 世代人群对于互联网社交的依赖以及看法；
- (3) 了解 Z 世代人群在社交方面有哪些困惑；
- (4) 调查 Z 世代游戏爱好者对于游戏属性社交的期待；
- (5) 访谈了解群聊话题对于 Z 世代人群的吸引力；
- (6) 调查多人游戏、剧本破解等娱乐类小游戏是否可以带给 Z 世代人群社交的便利；

二、 选择调研目标用户

2.1 目标用户

对 Z 世代人群（1995 年-209 年出生的人群）进行分类调查；

1. 95~99 年出生：这类人群现在大多已经上了班，属于上班族；这类人群对于社交大多用于工作沟通，或者异性朋友的选择；针对游戏社交方面多数是在下班闲暇之余放松疲倦；并且这类人群或许对于社交的渴望并不是特别强烈；

2. 00~04 年出生：这类人群现在或许刚大学毕业或许还在学历提升；这类人群属于 Z 世代主要代表人群，他们在校期间闲暇时间充裕，社交面广泛，并且因为“半只脚”踏入社会，对于各种事物都有所新奇，因此更愿意接触新鲜事物；而且校园生活的原因，这类人群在游戏社交方面多数喜欢多人游戏，例如剧本杀、狼人杀等解密探索的游戏；这类人群渴望在多人游戏中找到与自己兴趣相投的朋友；

3. 05~09 年出生：这类人群大多中学阶段或者刚上大学；这类人群还未接触社会的缘故，因此对于新鲜事物的探索更为强烈；并且这类人群多数在中学或刚上大学的阶段，社交面并不是很广泛，多数还是采用传统社交和线上熟人社交相结合的方式，但是这类人群对于游戏特别痴迷，因此在玩游戏方面，他们多数采用线下相伴或进行熟人线上游戏；

三、 准备调研内容及访谈提纲

用户调研访谈记录表

访谈内容名称：探索“Z世代”人群社交方式					
访谈目的：了解Z世代人群在社交中有何困惑					
访谈方式： <input type="checkbox"/> 电话 <input type="checkbox"/> 面对面 <input type="checkbox"/> 其他_____					
访谈时间		地点		记录人	
被访者		性别		年龄	
用户现状					
用户痛点					
用户解决方案					
用户需求					
产品需求					

3.1 调查问卷



(单选) 1. 您的性别

- A. 男 B. 女

(单选) 2. 您出生的时间? (备注: Z 世代人群指 1995 年-2009 年出生的人群)

- A. 95 年~99 年 B. 00 年~04 年 C. 05 年~09 年 D. 其他

(单选) 3. 您目前的职业?

- A. 学生 B. 上班族 C. 自由职业者 D. 其他

(多选) 4. 在您的人际交往中, 您觉得您的人际关系如何?

- A. 对朋友需求不大, 对当下的社交感到十分满足
B. 好朋友不多, 渴望结交朋友
C. 朋友多, 但是关系浅, 渴望结交灵魂好友
D. 到一个地方, 就希望结交真实可触, 聊的来一起玩的新朋友
E. 其他

(多选) 5. 您目前主要通过哪些方式进行社交?

- A. 传统型社交 B. 玩游戏社交 C. 聚会参加活动 D. 经常参加兴趣小圈子
E. 加入社交俱乐部 F. 利用社交软件 G. 很少进行社交

(多选) 6. 线下社交您通常选择的方式是?

- A. 旅游 B. 参加展会 C. 熟人介绍 D. 加入兴趣社团 E. 因工作合作而社交
F. 线下玩剧本杀类游戏

(多选) 7. 线上社交您通常选择的方式是?

- A. 社群 B. 博客 C. 社交 app D. 贴吧圈子 E. 即时通讯工具
F. 打游戏社交 G. 视频会议 H. 逛论坛 I. 其他

(单选) 8. 你觉得网友与现实中的朋友相比, 给你的感觉如何?

- A. 现实中的朋友更真实可靠
B. 现实中的朋友更可靠, 但是我希望可以结交线上朋友并变成现实朋友
C. 其他

(单选) 9. 在您手机上有多少个社交 app?

- A. 1~3 个 B. 4~6 个 C. 7 个以上

(单选) 10. 平均一天, 您使用社交类 APP 的使用时间占全部手机 APP 使用时间的比例?

- A. 小于等于 25% B. 25%~50% C. 50%~75% D. 无时无刻

(单选) 11. 您是否愿意尝试一些从未下载过的社交类 APP?

- A. 愿意 B. 不愿意

(多选) 12. 您最经常使用的社交软件除了微信和 QQ 还有哪些?

- A. Soul B. MOMO 陌陌 C. 探探 D. 抖音 E. 微博 F. 百度贴吧
G. 王者营地 H. 小红书 I. 其他

(多选) 13. 在社交软件上, 什么情况您才会和陌生人做朋友?

- A. 基本了解对方, 确保安全 B. 相同的兴趣爱好 C. 仅仅因为无聊
D. 对方的某一点吸引我 E. 附近近距离, 可线下的人 F. 其他

(单选) 14. 如果当前有一款 app 既能实现 3D 娱乐游戏还能兴趣群聊, 真实可靠的多元化社交, 您愿意使用吗?

- A. 愿意 B. 不愿意 C. 其他

(多选) 15. 如果该社交软件有以下功能, 吸引您的是?

- A. 聊天 B. 分享 C. 多人话题讨论 D. 附近匹配交友 E. 延展线下活动
F. 可娱乐小游戏 G. 兴趣社区功能 H. 加入 3D 画质剧本杀游戏元素
I. 多人棋牌游戏 (例如狼人杀、三国杀等)

(多选) 16. 您觉得社交类 APP 给您的生活带来了哪些好处?

- A. 扩大交友圈子, 找到了许多兴趣相同的朋友
B. 方便快捷, 使学习和工作的效率更高
C. 方便了与亲朋好友之间的交流, 增进感情
D. 有助于认识结交心仪的伴侣
E. 其他

(多选) 17. 您放弃使用某个社交软件的原因?

- A. 该软件功能不够有吸引力
B. 该软件的交友方式不喜欢
C. 该软件的用户限制过多
D. 其他

(简答) 18. 您对线上线下可互动游戏的交友模式支持吗? 为什么?

(简答) 19. 您觉得社交软件有哪些不足的地方?

四、 分析用户问题

4.1 用户调研访谈记录表

访谈表 1:

用户调研访谈记录表

访谈内容名称：探索“Z世代”人群社交方式					
访谈目的：了解Z世代人群在社交中有何困惑					
访谈方式： <input type="checkbox"/> 电话 <input checked="" type="checkbox"/> 面对面 <input type="checkbox"/> 其他					
访谈时间	2023. 3	地点	北京	记录人	张国豪
被访者	王某	性别	男	年龄	22
用户现状					
1、大学毕业1年，现在家、无工作、无对象；					
2、生活日常打游戏、看电视、逛公园等方式打发时间；					
3、中度游戏爱好者，渴望进行网聊找到对象并且有相同的兴趣爱好；					
4、使用社交软件有：微信、QQ、鱼耳、抖音、微博；					
5、喜欢在线音乐软件；					
用户痛点					
1、关于社交方面的痛点：多数用“鱼耳”app 进行异性交友，但是无法看到对方真实信息及样貌；					
2、“鱼耳”上娱乐游戏太少，游戏更新缓慢，没意思了，剧本无创意了，导致为游戏而来的用户减少，软件上异性闲聊的人增加；					
3、在社交的同时可以听歌，跟异性进行唱歌；					
用户解决方案					
1、跟异性进行深度的交友进而转到微信上进行聊天；					
2、跟随大流加入闲聊群，对于剧本游戏的热情下降；					
3、利用第三方软件服务进行歌曲播放；					
用户需求					
1、希望在软件上加入用户实名认证，并且在玩本的时候可以看到对方的样貌；					
2、希望官方剧本内容更加丰富，小众娱乐游戏拥有更多的玩法；					
3、希望在软件聊天的同时可以跟异性朋友一起听歌；					
产品需求					
1、产品在打造泛娱乐、游戏类社交的时候需要拥有更多的玩法，这样才能保证用户使用产品时不会因为玩法的枯燥而放弃该产品；					
2、产品也需要增加1V1异性小游戏功能；					
3、产品要在游戏兴趣群聊里面要进行官方监控，防止别有用心的人发布与群聊话题不相关的言论。					

←

访谈表 2:

用户调研访谈记录表

访谈内容名称: 探索“Z世代”人群社交方式					
访谈目的: 了解Z世代人群在社交中有什么困惑					
访谈方式: <input checked="" type="checkbox"/> 电话 <input type="checkbox"/> 面对面 <input type="checkbox"/> 其他					
访谈时间	2023.3	地点	线上电话	记录人	张国豪
被访者	李某	性别	男	年龄	25
用户现状					
<p>大学毕业3年, 现在山东某建筑行业公司工作, 无对象, 工作内容无趣;</p> <p>生活日常: 打游戏、<u>网聊女主播</u>, <u>刷抖音短视频</u>等方式打发下班之余的时间;</p> <p>轻度游戏爱好者, 渴望进行<u>网聊找到“炮友”</u>并且属于低质量交友;</p> <p>使用社交软件有: 微信、抖音; 经常使用<u>微博、陌陌、探探、他趣、soul</u>等陌生人社交;</p> <p>工作内容不理想, 对于工作态度不积极;</p> <p>此人特别聪明, 且逻辑思维能力特别强;</p>					
用户痛点					
<p>陌生人社交软件上经常被骗;</p> <p>无法与自己喜欢的异性游戏互动;</p> <p>无法展现自己能力来吸引异性聊天;</p>					
用户解决方案					
<p>多加小心, 聊天使些许谨慎;</p> <p>两人转到第三方游戏平台进行游戏互动;</p> <p>只能通过聊天来使异性知道自己的优点;</p> <p>利用网上虚假信息、高质量生活照吸引异性;</p>					
用户需求					
<p>希望在软件上加入用户实名认证, 使得聊天人信息明确;</p> <p>希望社交平台加入双人娱乐小游戏使得边聊天边玩;</p> <p>希望加入推理类话题讨论, 能使得自己展露优势;</p> <p>希望在自己擅长的领域内展现自己的能力来吸引异性聊天(可以进行剧本杀等逻辑思维游戏来进行自我满足成就感);</p>					
产品需求					
<p>社交聊天的同时产品也需要增加双人小游戏功能;</p> <p>软件在用户实名登记时要严格把控;</p> <p>加入推理、剧本、破解等话题讨论的兴趣社区;</p> <p>打造用户擅长领域的话题讨论以及小游戏来使用户得到成就感;</p>					

访谈表 3:

用户调研访谈记录表



访谈内容名称: 探索“Z世代”人群社交方式					
访谈目的: 了解Z世代人群在社交中有什么困惑					
访谈方式: <input type="checkbox"/> 电话 <input type="checkbox"/> 面对面 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 网络聊天					
访谈时间	2023.3	地点	微信	记录人	张国豪
被访者	苏某	性别	女	年龄	19
用户现状					
<p>大学二年级, 聪明活泼、学习好, 有对象;</p> <p>文学爱好者, 经常浏览文学类帖子论坛;</p> <p>中度游戏爱好者, 希望在玩剧本游戏中能结交新的朋友, 并<u>于兴趣</u>爱好相投;</p> <p>喜欢在线音乐, 平常也和男朋友进行<u>连麦对唱</u>;</p> <p>国风爱好者, 喜欢古代服饰; 热爱剧本杀、推理类游戏;</p>					
用户痛点					
<p>线下玩剧本杀等游戏不方便, 没时间;</p> <p>线上社交类产品兴趣爱好心好细少, 导致无法找到与自己兴趣相投的姐妹;</p> <p>手机上不想下太多的软件, 希望社交类软件就可以满足唱歌需求;</p> <p>线上玩剧本游戏时, 无法沉浸式体验进入剧本中, 并且剧本内容枯燥;</p> <p>因长相可爱、声音甜美, 经常在玩游戏、剧本时被游戏的聊天信息栏骚扰聊天;</p>					
用户解决方案					
<p>下载剧本杀、狼人杀等游戏软件;</p> <p>在自己喜欢的游戏中<u>找兴趣</u>相投的朋友;</p> <p>利用第三方软件服务进行歌曲播放、唱歌;</p> <p>现在对于线上剧本游戏体验反馈特别不好, 准备弃坑, 不打算玩线上游戏;</p>					
用户需求					
<p>希望在软件上加入用户实名认证, 并且在<u>玩本</u>的时候可以知道对方个人简介信息;</p> <p>希望官方剧本内容更加丰富, 小众娱乐游戏拥有更多的玩法;</p> <p>希望提升剧本游戏自身内容, 使剧本游戏剧情更加丰满有趣;</p>					
产品需求					
<p>产品在打造泛娱乐、游戏类社交的时候需要拥有更多的玩法, 这样才能保证用户使用产品时不会因为玩法的枯燥而放弃该产品;</p> <p>产品需要为情侣双人<u>开通私聊</u>房间, 房间内互动功能齐全(例如: 对麦唱歌、互动游戏等);</p> <p>产品要在剧本游戏里面要进行官方监控, 防止别有用心的人发布与<u>群聊</u>话题不相关的言论。</p>					



五、 调研结果分析

5.1 Z 世代人群特点及关注点

1. Z 世代人群的特点：

这一类人群的行为模式有一定的创新性，例如思维方式与老一辈不同，处事的态度也非常的冷静，不会效仿其他的年代。有一种专注独行的感觉，经常会自我赏识，属于多样化的一类人群。接受新鲜事物比较快并且还能够很好的运用。

2. Z 世代人群已成为网络社交主力军：

相比于现实中的社交关系，Z 世代更愿意在网上展开社交活动。据调查，约有 13% 的 Z 世代群体是网络约会应用的“重度爱好者”，43% 的 Z 世代对网上约会感兴趣。为了迎合 Z 世代的网络社交需求，各大交友软件在兴趣匹配模式的基础上不断优化细分，以满足各行各业群体的交友需求。

3. “游戏”成为重要的社交货币：

在调研谈话中了解到，85% 的 13—18 岁青少年认为他们在游戏上可以轻松击败千禧一代和其他代群体。作为 Z 世代文化的重要组成部分，“游戏”已经成为了 Z 世代群体开展人际交往的一种“社交货币”。

从目前市场发展来看，全球 16 个市场的 Z 世代游戏玩家数量同比去年增加了 29%。除了娱乐休闲目的，Z 世代群体更看重“游戏”的社交属性，他们希望和认识的好友一起玩游戏，并通过共同参与结识更多新的好友。

4. Z 世代人群关注点：

多元文化，作为一个对探索世界和尝试新事物充满兴趣的一代人，Z 世代拥有比其他群体更多元的文化价值观，能够包容更加多元的生活方式，如植物性饮食、禁酒主义等。

短视频社交，在全球范围内，短视频文化的持续繁荣。自 2021 年以来，Z 世代在短视频社交平台的日活跃度增长了 47%。

游戏文化，9% 的 Z 世代认为，他们是所有代际群体中接触游戏最多的一代人。游戏已经成为了青年潮流文化的重要组成部分。

5.2 Z 世代人社交属性的变革

1. 图文社交 VS 短视频社交

微信目前虽然是 Z 世代最常用的社交平台，但是随着短视频文化的风靡，这种情况可能也随着发生变化。如今 Z 世代对于抖音、快手等短视频平台的社交热爱不亚于微信社交，

在三年疫情带来的负面情绪下，人们更需要“短平快”的娱乐内容来排遣生活压力，这也是抖音、哔哩哔哩等成功的重要因素之一。当其他年龄层的用户开始缓慢地进驻“短视频平台”时，Z 世代已经成为引领“短视频风潮”的主导用户了。

2. 表情包已经成为了一种交流的“语法”

社交媒体首先是一个社交场所，用户利用它来与朋友和家人保持联系，其次是一个休闲娱乐的场所，用户不断搜索相关趣事来填补业余时间。因此，除了新闻信息，“迷因”传播凭借“趣味性”、“可复制性”成为了社交平台上的最大热点。

迷因，也被称为模因。1976 年牛津大学动物学家道金斯在他的畅销著作《自私的基因》里首次提出的文化传递单位——迷因。他认为那些不断得到复制和传播的语言、文化习俗、观念等都属于迷因。“表情包”和“跟拍短视频”就是最为典型的网络迷因。

在全球范围内，有 40% 的 Z 世代社交媒体用户深度参与“迷因传播”。对 Z 世代群体来说，“迷因”是他们每个月浏览次数最多的内容——比浏览普通内容的可能性高出 46%。对 Z 世代来说，结合了视频、图像和文本的表情包几乎已经成为了他们交流的语法，他们可以使用模板来创建自己的表情包，在网络上引发新一轮的“复制狂欢”。

3. 二次元文化

想要了解 Z 世代的兴趣，我们可以先从了解他们的生活环境开始。大部分 Z 世代依旧是独生子女，父母的爱都给了一个孩子，加上我国经济水平不断提高，促使 Z 世代有更多更广泛的兴趣爱好，这引发了在二次元文化和懒宅经济的流行；

很多 Z 世代的人混迹 B 站和 A 站，在他们眼里，只有二次元的世界中才能找

到共鸣、治愈和爱。二次元的世界相对单纯简单，认为搞笑、励志题材的动漫能给他们很多治愈和温暖。

懒宅经济：由于容易在互联网上获取社交、兴趣的补给，所以懒宅经济在 Z 世代中悄然而生。他们懒得出门、懒得做饭、懒得逛街…这一系列的懒，为懒宅经济奠定了基础，这样一来 Z 世代的消费习惯逐渐从线下更多的转变为线上，靠外卖续命，线上聊天，网上剁手购物，这样促成了互联网电商经济不断发展的重要驱动力。

尽管 Z 世代的他们又懒又宅，但这并不代表他们没有社会责任感，据微播易数据统计发现，Z 世代对就业、创业、城市发展、文化传承等内容关注程度也很高，这也导致了地区新闻、政务信息、环保责任、法律学习等内容经常刷爆热搜。像是 B 站 up 主中国政法大学教授、刑法老师@罗翔说刑法荣获 2020 年度最高人气 UP 主、bilibili 2020 百大 UP 主。也基于 Z 世代对法律话题的关注。此外，由于 Z 世代爱好广泛，一些小众圈层如饭圈、手账圈、cos 圈、汉服圈、jk 圈、电竞圈人群基数群体也在日渐增长，更多属于 Z 世代的语言、文化、价值开始流行，所带来的衍生的经济价值也日益规模化、体系化。

5.3 Z 世代对社交平台的选择

根据千趣 GKURC 调查结果（该项调查是多项选择），Z 世代对社交平台的选择，微信（80.47%）第一、QQ（75.92%）第二、微博（27.18%）第三。排在第 4-7 位的分别是 Soul（8.23%）、陌陌（6.31%）、TT 语音（4.69%）、探探（4.58%）。

Z世代对社交软件的选择——GKURC



这一调查结果表明，微信、QQ 和微博是 Z 世代目前使用较多的三大社交平台，更具普适性。其中微信和 QQ 都出自腾讯系，表明在社交工具方面腾讯系具有领先优势。这份问卷调查有两个明显的特征：

一是微信作为老社交平台仍然受欢迎，部分 Z 世代接受陌陌和 Soul。

作为最早的社交平台之一，微信并没有因其他社交平台的崛起而失去用户，反而在 Z 世代人群中同样有较强的影响力。微信受欢迎或源于两个方面。一是微信的定位是熟人社交，通过微信交流已经成为惯性；二是微信作为社交工具通过不断创新对用户有持续的吸引力。

陌陌和 Soul 作为后来者，和三大社交平台不具有完全的可比性。一方面是三大社交平台影响力和用户基础更大，另一方面是陌陌和 Soul 相对更年轻，更符合 Z 世代行为习惯。因此，部分 Z 世代倾向使用陌陌和 Soul。

用户对微信的使用频次表明对微信的依赖程度并未减弱。作为国民级社交平台，微信在熟人社交平台中具有老大地位，而 Z 世代形成使用习惯以后，在工作学习中已经很难离开微信。

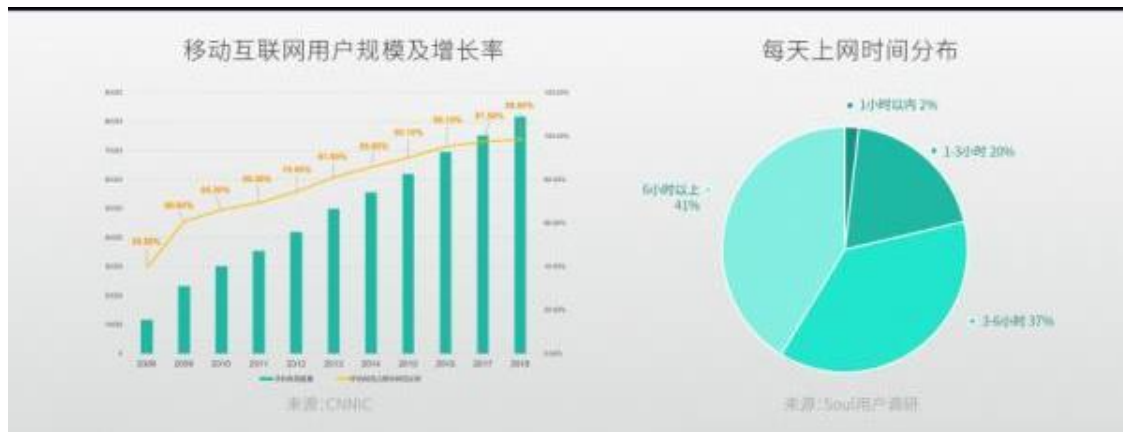
二是 QQ 并未遇冷，微博信息分享具有比较优势。

尽管新兴社交平台不断诞生，不过 QQ 并未遇冷。和微信相比 QQ 更有私密性而且在公私兼顾方面有一定优势。比如，发送大容量文件，微信有一定的限制，而 QQ 不会受到限制。相对于微信和 QQ，微博更具有信息分享、科普、及时获取海量信息的功能。总体来看，其他类型社交平台优势不明显，相比而言，陌陌和 Soul 在 Z 世代的影响力中比较大。

5.4 兴趣社交的代表：Soul

1. 兴趣广泛的新新人类

根据 Soul 对用户进行的调研显示，约 80%的用户每天上网 3 小时以上，约 40%用户每天花费至少 6 小时上网。



信息化的时代让年轻人开拓出了更多兴趣领域。值得注意的是，具有科普教学意义的文史哲类话题排在了休闲娱乐类的影视综艺、游戏、动漫类话题之前。



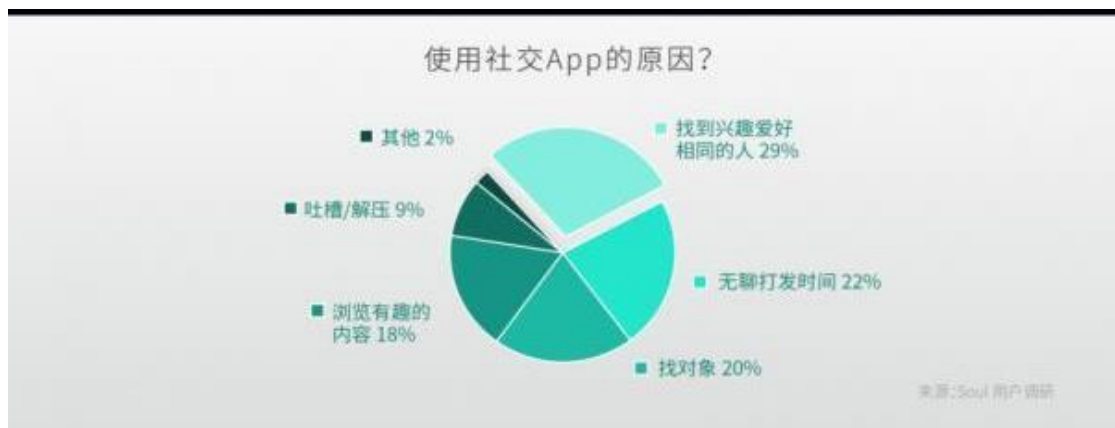
报告进一步解析了 Z 世代独特的成长背景下，对社交的渴求。Z 世代作为独生一代，渴望得到同龄人的理解和倾听；与此同时，面临日渐沉重的升学、考研、求职等压力，他们更习惯于遨游在移动互联网的世界中，寻找志趣相投的年轻人。

2. 世界很大，他们需要新的栖息地

根据 Soul 对用户进行的调研显示，约 90% 的用户希望通过社交应用扩大自己的交友圈，同时超过半数的 Z 世代用户认为，微信和 QQ 无法充分满足他们的需求。报告分析，即时通讯类应用虽然提供了有效便捷的沟通的功能，但该类应用难以帮助年轻人快速有效地拓展交友圈和找到同好。因此新一代社交网络的出现能吸引现阶段需求不满的用户，实现细分领域之间用户的迁移。

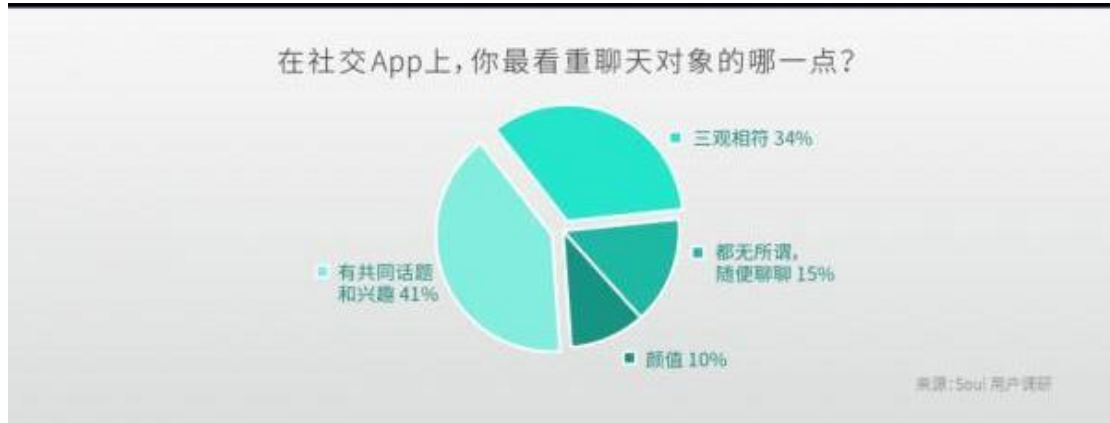


根据报告中用户使用社交应用的原因显示，约半数的年轻人希望能找到兴趣相同的人和浏览有趣的内容。报告分析，Z世代的年轻人渴望更多元化的线上体验；他们憧憬看见更大的世界，遇见更多兴趣相仿的同好和玩伴。对于前卫的Z世代而言，社交应用已不局限于人与人的交流；他们还希望进行内容消费、关系拓展、放松解压。由此，年轻人希望有新的栖息之地催生了类似 Soul 等新一代社交网络的诞生。



3.向只看脸的线上社交 Say No

在用户心理方面，调研显示，Z世代的社交选择已颠覆了传统认知：超过70%的用户认为线上交友最重要的是三观或兴趣一致；仅有10%的用户表示颜值是重要的标准。Z世代的年轻人已然拒绝了盲目看脸的线上社交时代，告别了唐突的搭讪和尬聊。



报告指出, Z 世代通过内容生产和内容消费展开社交, 同龄人之间的互相欣赏和共情作用为 Z 世代开启自然的社交通道。新一代社交网络 Soul 等帮助 Z 世代开启了属于他们的社交模式, 通过对 UGC 内容的合理引导和产品研发的智能内容推送, 促使 Z 世代的年轻人在内容消费的过程中自然地找到三观和兴趣相符的朋友。通过连接有趣的人和内容, Soul 平台上的社交话题和场景自然而然地被建立了起来, 同龄人们互相欣赏, 在健康的彼此吸引中展开社交。

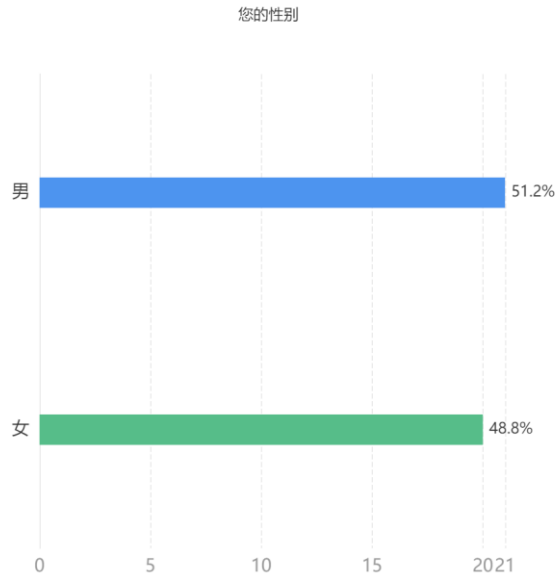
4.要诗与远方, 也要铲屎撸猫

在用户行为方面, 据统计, 年轻人在社交平台上最爱记录生活、展示才艺。分析发现, 友好轻松的线上环境让年轻人得以敞开心扉, 在虚拟世界中与人讲述日常生活中的喜怒哀乐。

报告罗列了 Soul 用户帖中的高频标签。其中, 文艺类标签居多, 如摄影、吉他、电影、旅行、文学等。在放松的线上场景中, 年轻人展示了他们诗意而又充实的“灵魂”。

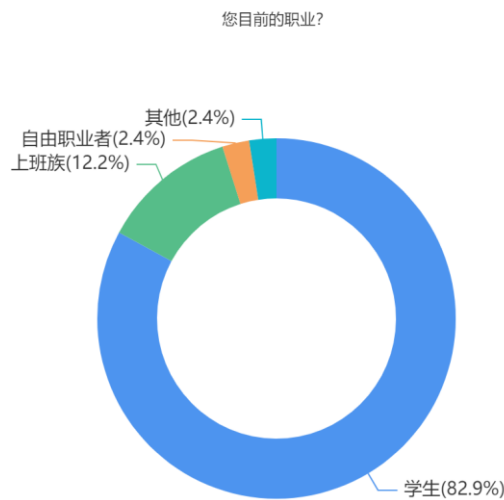
5.5 调查问卷分析

根据我自己 3~5 天的调查问卷 50 份数据来看: 该数据专门针对 Z 世代人群, 为保证数据的准确性, 抽取男女比例大约 1: 1 共 40 份数据进行分析;



分析数据如下：

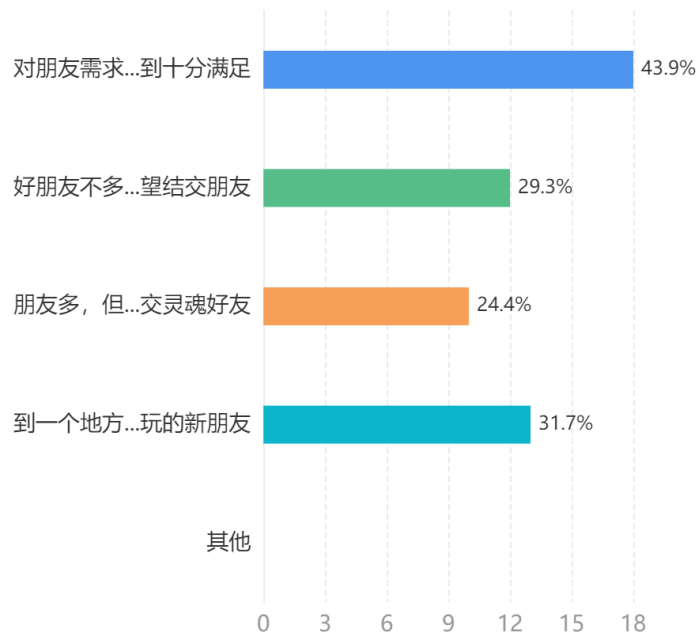
1. 由图可看出，Z 世代人群现在大多为学生；因为 00~09 年的人群多为在校大、中学生；部分 95~99 年人群 20%~30%为在校硕士。



因此在研发针对 Z 世代用户的产品时，要多考虑学生群体的因素；

2. 由数据可看出，由于大多为在校学生的缘故，生活在大学圈里，有 43.9% 人认为对朋友需求不大，现阶段以满足；但也有 29.3% 认为朋友不多渴望结交朋友并且还有 31.7% 的人喜欢到达某一新地就结交朋友；

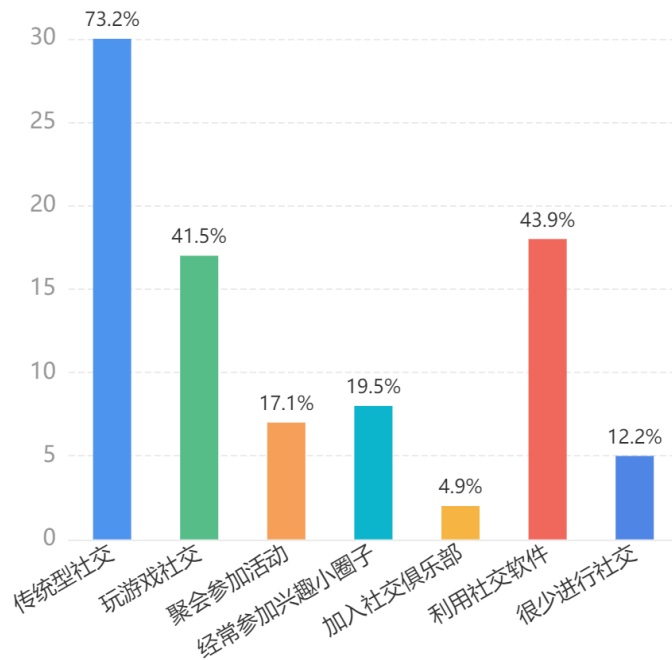
在您的人际交往中，您觉得您的人际关系如何？



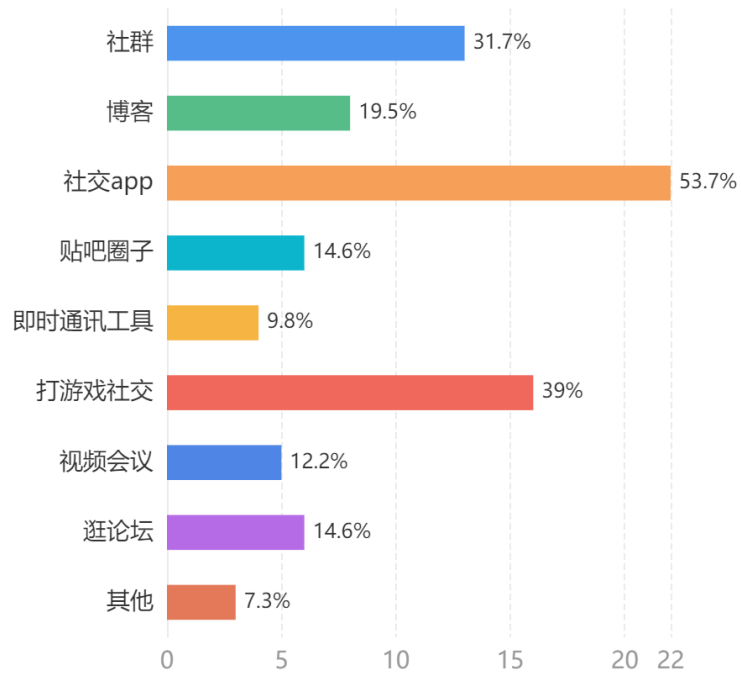
因此可看出 Z 世代人群在新的环境里渴望结交朋友, 但当环境收悉并且待的时间长了就由此厌倦了; Z 世代人群喜欢挑战新鲜事物;

3. 由数据可看出 Z 世代人群除了传统型社交外更多的为社交软件社交及游戏社交;

您目前主要通过哪些方式进行社交?

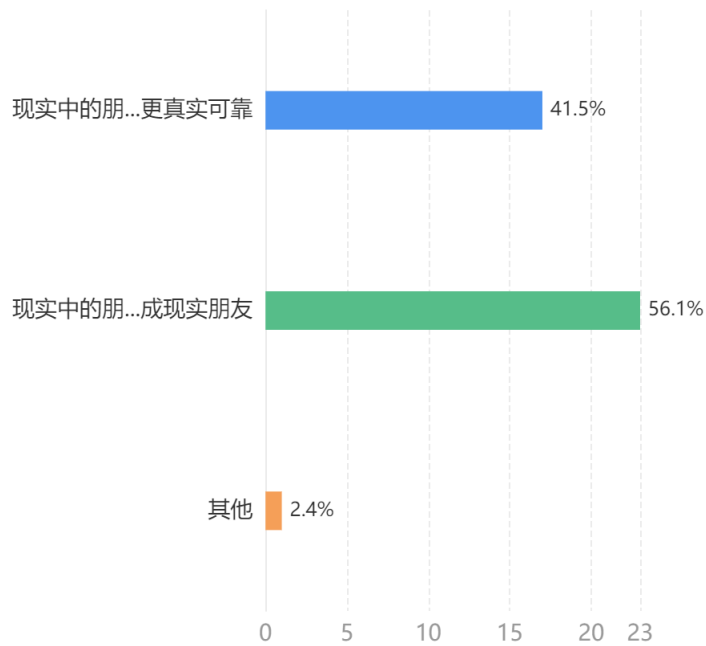


线上社交您通常选择的方式是？



4. 由该数据可看出，大家都认为现实中的朋友更加可靠，但是仍然还有 56.1% 的人喜欢结交网络朋友并且改变成为现实朋友；

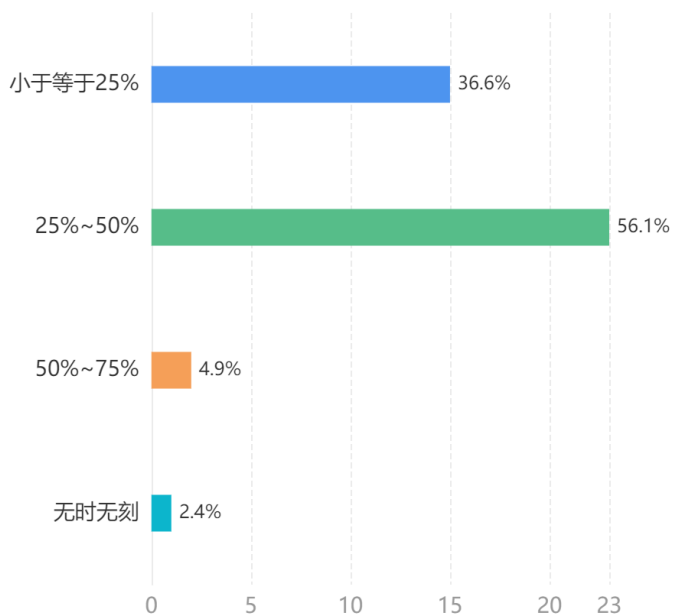
你觉得网友与现实中的朋友相比，给你的感觉如何？



由此也可得出大家对于交友一致还是觉得朋友放到现实中更为可靠；

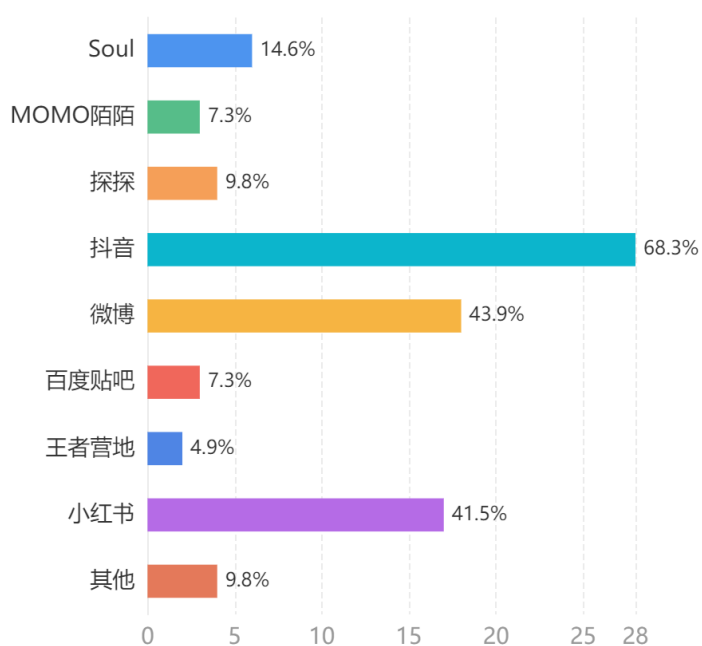
5. 由图可了解到对于 Z 世代人群来说，平常网上社交时间还是蛮多，可占比手机使用时间的 25%~50%。

平均一天，您使用社交类APP的使用时间占全部手机APP使用时间的比例？



6. 由图可看出对于 Z 世代人群而言，社交属性还是挺广泛的；并且大多喜欢新媒体短视频社交，微博及小红书类占其次；

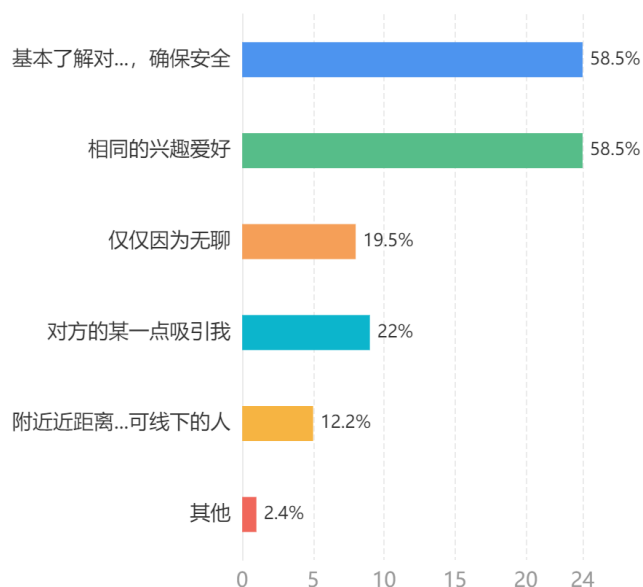
您最常使用的社交软件除了微信和QQ还有哪些？



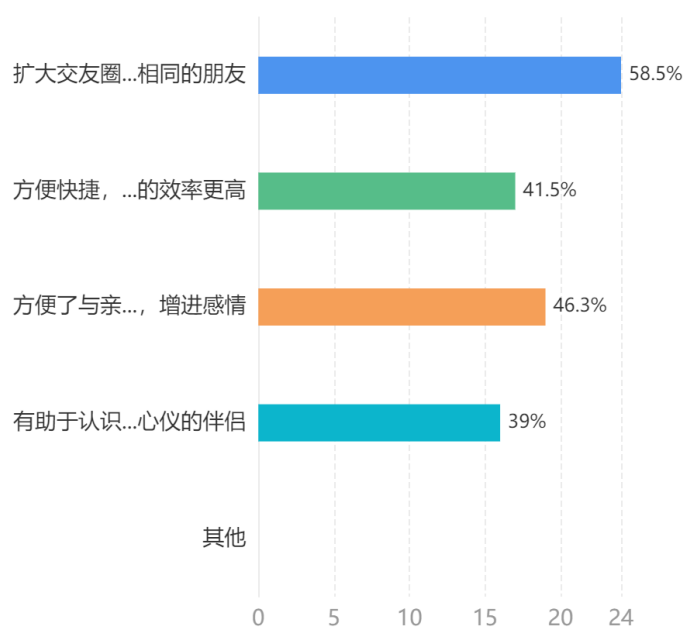
7. 对于 Z 世代人群而言，网上陌生人交友且和对方确定朋友关系的因素主要在于

大家有相同的兴趣爱好以及在确保自身安全的前提下；由此也可对比出与其他世代相比 Z 世代对于自己交友方面，兴趣爱好相投更加的看重；

在社交软件上，什么情况您才会和陌生人做朋友？

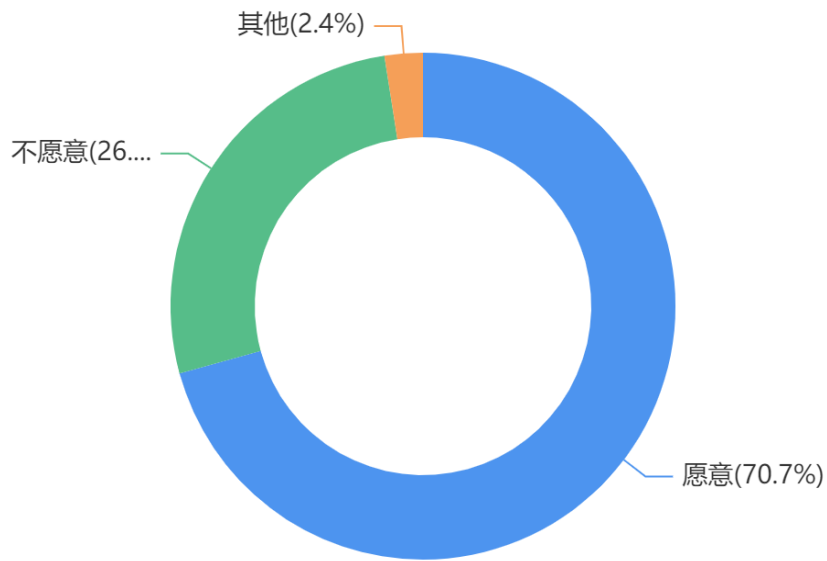


您觉得社交类APP给您的生活带来了哪些好处？

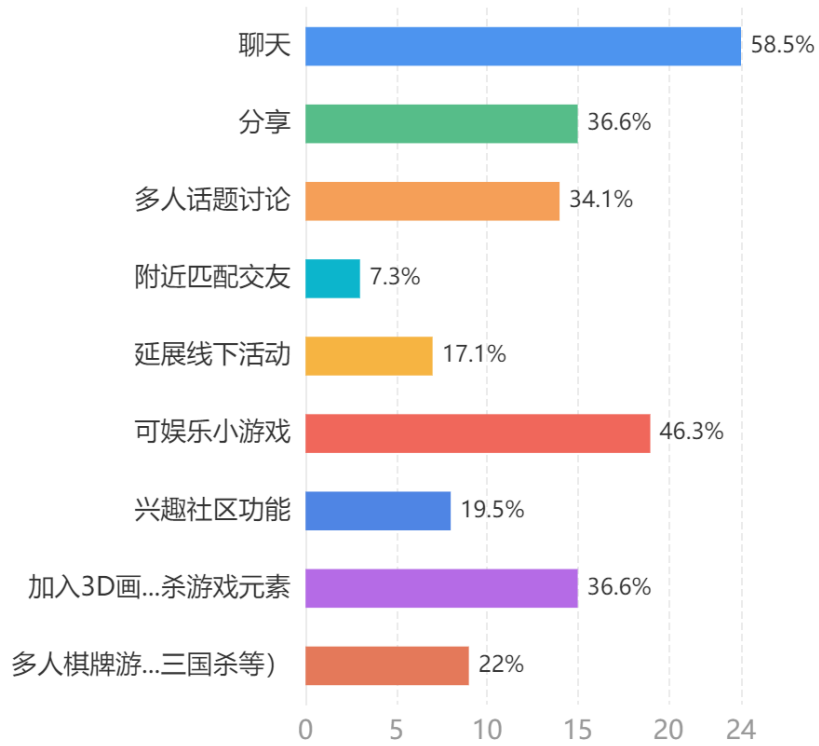


8. 由数据可以知道对于 Z 世代人群而言，他们除了喜欢在社交软件上聊天外还注重的标签为：3D 娱乐、娱乐小游戏、剧本杀棋牌类游戏、多人话题讨论等功能。

如果当前有一款app既能实现3D娱乐游戏还能兴趣群聊，真实可靠的多元化社交，您愿意使用吗？

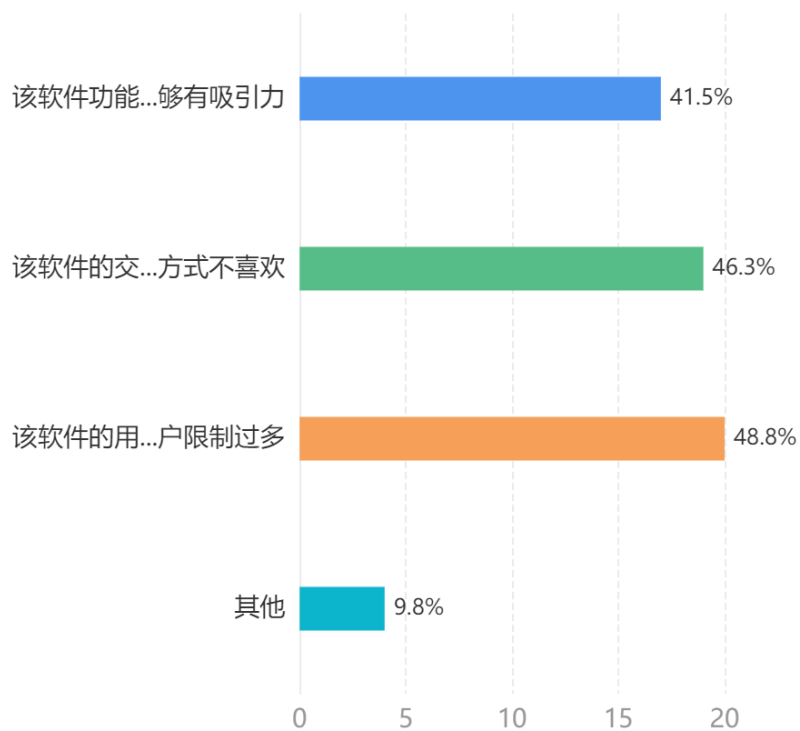


如果该社交软件有以下功能，吸引您的是？



9. 一个软件的兴衰都有他背后的原因，那没对于 Z 世代而言，当他们卸载放弃一款社交软件时的原因主要是：软件的用户限制比较的，导致用户在使用社交时无法得到与线下一样的体验。

您放弃使用某个社交软件的原因？



六、 总结报告

新一代社交网络已逐渐建立起了积极、健康的内容生态。年轻人在欣赏优质帖子的过程中，不仅能陶冶情操、放松身心，还能领略饱含正能量的人物精神和励志事迹，收获有益有趣的线上社交体验。

从报告可以看出，社交行业已迈入成熟期，年轻人更希望能在活泼生动的线上场景中拓展关系；年轻人也更倾向于在社交平台上发表心情感悟、日常记录、才艺展示，在生产内容和消费内容的过程找到志趣相投的朋友；海量的用户原创内容不仅包含了年轻人日常生活中的阳光幽默，也展示了年轻人多才多艺、弘扬传统文化的一面。

并且根据兴趣在任何领域，如果已经具备专业度，就能靠它赚钱。我们看到，越来越多年轻人打破兴趣爱好只是玩玩的刻板印象，玩着就把钱给赚了。

一些年轻人足够专业，兴趣就发展为职业，真正成为了一种实用技能。我们曾发布过青年新职业报告，其中有一大类新职业，就由曾经那些“不务正业”的兴趣爱好发展而来，比如说剧本杀编剧、球鞋鉴定师、职业 COSER、潮玩设计师等

6.1 由兴趣结识同好和情感交流，正成为年轻人扩大社交圈的重要方式



对于 Z 世代兴趣投入者，同好至关重要，过半人会通过寻找同好来发展兴趣爱好。对于年轻人，以兴趣为起点的同好，并不等同于现实生活中的朋友——但同好可能更重要。

Z 世代成长生活在不确定性、流动性更强的时代，客观上长期稳定的友情难以维持。他们更自由也更缺少归属感，现实中的情感无处安放，所以需要有一个共同的容器，去消解孤独感和不安全感。

兴趣同好部落，是当下普遍存在的集体情感容器。

6.2 兴趣成为年轻人彰显自我、表达自我的重要出口

在年轻人的兴趣爱好链条中，“自己”“自我”不仅出现于发展兴趣的契机口，也存在于目的端——在兴趣里自我表达，在表达里强调自我。

过去年轻人自我表达可以通过诗歌、散文……如今则更加广泛，大家在各自的兴趣爱好中都可以创造，成为创作者。

这得益于互联网普及，使得文化工业生产的各个专业化环节，成为普通人也可以获得的资源。年轻人能更容易地拥有生产技能与传播渠道，于是积极主动地参与文化生产，创造自己的意义、快感与身份认同。

结尾:

以上就是我此次调研的主要内容。我主要用了兴趣社交、游戏社交、多元化社交来为 Z 世代人群贴上明显“标签”，在 Z 世代人群里探索性尝试将兴趣发展为谋生技能，在传统工作中创造兴趣新玩法，希望人生可以因热爱而活。

Z 世代多为独生子女，他们从小到大经历了不少孤独，因而对于社交有着强烈的需求意愿。互联网的大发展，不仅能让 Z 世代在虚拟空间里结交到很多朋友，还能通过种种方式给他们带来心灵上的治愈与温暖。

如果真要说 Z 世代与曾经的 80 后、90 后年轻人有什么不同，最大的不同莫过于“圈层”的概念了。在互联网包围中出生的 Z 世代，比以往的年轻人更依赖网络，在海量信息的冲击下，不同价值观、不同生活态度、不同兴趣爱好的人在广阔的互联网海洋中都能找到属于自己的精神家园，与志同道合的人社交，形成独特的圈层文化。

这些圈层更像是一个个去中心化的孤岛，彼此互不干涉各自的生活。因此 Z 世代的年轻人，是千人千面的一代年轻人，其中有一些圈层，从小众走到了大众面前，但更多情况下还是美美与共，不同面相折射出这个世代的丰富多元。

在这次调研的结尾，我们还问了大家对于现代网络社交的意义在哪，被选最多的答案是实现自我满足价值。

现实孤独成为常态后，寻求归属成为这届年轻人的重要命题。互联网帮助他们脱离现实身份、通过兴趣重构自我，以此找到同好和部落。于是学习获得技能、消费获得品味和符号、交流创造话语体系，以此跟其他群体区分开来，形成认同感、归属感和安全感。

而自我是贯穿年轻人整个兴趣链条的价值关键词。热爱来源于自己真的被触动，也可能是被综艺、视频、社交媒体等共同塑造的，但在决定的当下，标准就是自己。投注热爱的目的也是为了自我，表达自我、身份认同、自我思辨、为自己而反抗、实现自己的价值……

在这个意义上，实用、归属、自我，关于兴趣，也关于年轻人更广意义上的价值判断。