

サマリ版

# Z-Generations

「Z世代」に関するトレンド集

## *Trend-Hunt Report*

*Up-to-date Market Trends  
in China*

*December*

*2021*



具体的な「行動/事象/情報（＝点）」から、  
市場やTAの概況やインサイト（＝線/面）を把握し、  
商品開発やブランド規定に資す

中国の微博、小紅書、TikTokなどのSNS、大手ニュース記事APPでの話題になった行動/事象/情報を集め、それらを俯瞰して見渡すことから「新しい意識や行動のうねり」を見出していく。

統計データや定量的な数字では見出せない、「新しい気づき」を提供することが、本手法の目的



## Quick Summary | 3 Approaches

**New  
Keywords**

注目ワード

**Big  
Trends**

トレンド理解

**Core  
Insight**

インサイト深掘



# Quick Summary | 抽出する (選び出す)

## New Keywords

注目ワード

1. 国潮品牌
2. 完美日记
3. 花西子
4. 男颜经济
5. 懒人经济
6. 自热食品
7. 夜经济
8. 男性美容
9. 盲盒
10. 剧本杀
11. 密室逃脱店
12. 文艺复兴
13. 懒人美食
14. 露营
15. 小酌
16. 原神
17. 摩尔庄园
18. 电竞市场
19. 社恐
20. 饭圈化
21. 天天基金
22. 三坑
23. BJD娃娃
24. 美睡养生
25. 无性别
26. 福瑞控
27. 虚拟偶像
28. 精致穷
29. ITlb
30. 玲娜贝儿
31. 圈内流行
32. 内容社区
33. 废话文学
34. 凡尔赛文学
35. YOLO家族
36. 工具人



### Big Trends

トレンド理解

## 1 新市場を生む2.6億人のデジタルネイティブ

早ければ小学生のころからスマホを使い、SNSと共に成長してきたZ世代。

デジタルツール/情報を自然と使っており、「夜経済」「懒人経済」などの新市場でも中心に存在。

伝統的価値観や観念にとらわれない、新しいライフスタイルが生まれる、カテゴリーの震源地となっている

## 2 10年超の「国潮トレンド」で育った「国産認可者」

「海外文化の流入期」を若年期に過ごした80后などと異なり、北京五輪・上海万博などの国内イベント、

また10年代前半の国産SNS・IT企業の超成長期、10年代後半の中国ブランドの高品質化の中で成長してきたZ世代。

長く中国市場にあった「海外への憧れ」が薄く、むしろ「中国発の革新性」を見出して評価したいという傾向

## 3 「良いもの」よりも「共感できるもの」

全体的なモノの高品質化（悪品の駆逐）と、KOL経済化による情報量の過多を背景に、

「どれが最も良い/コスパが良いか」という視点よりも、「共感できるか否か」の重要度が上がっている。

情報戦略上は、What to Say、How to Sayだけでなく、「誰が言うのが」＝「Who to Say」がカギとなりやすい



1. デジタルネイティブならではのIT/SNS慣れ
2. 自信のなさによる「社恐」と「知識欲」
3. 「競争と成長」への諦観

## 「自分だけの新人生探し」

### Core Insight

インサイト深掘

「匿名映え」

Cf.  
福瑞控,  
虚拟偶像,...

「創作遊び」

Cf.  
三坑,  
BJD娃娃,...

「知的体験」

Cf.  
剧本杀,  
文艺复兴,...



- 企業様向けには、完全版として、計46枚の「トレンドシート」を含めたレポートの販売を行っております
  - ・ コンサルタントによる解説/質疑と併せてご納品することも可能となります
- レポートに関するお問い合わせ、また、類似調査についてのご相談は、[info@lemming.ltd](mailto:info@lemming.ltd)、もしくは、会社ウェブサイト [www.lemming.ltd](http://www.lemming.ltd) からご連絡下さい



× 46 枚

