

国研·书院

游牧

年轻人的
消费新逻辑

青年志 著



中国发展出版社
CHINA DEVELOPMENT PRESS

游牧

青年志 著

年轻人的
消费新逻辑



中国发展出版社
CHINA DEVELOPMENT PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

游牧：年轻人的消费新逻辑 / 青年志著. —北京：中国发展出版社，2018. 8
(2018. 9重印)

ISBN 978-7-5177-0857-5

I. ①游… II. ①青… III. ①消费经济学—通俗读物 IV. ①F014.5-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第100431号

书 名：游牧：年轻人的消费新逻辑

著作责任者：青年志

出版发行：中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街16号8层 100037)

标准书号：ISBN 978-7-5177-0857-5

经 销 者：各地新华书店

印 刷 者：河北鑫兆源印刷有限公司

开 本：880mm × 1230mm 1/32

印 张：8.75

字 数：177千字

版 次：2018年8月第1版

印 次：2018年9月第2次印刷

定 价：88.00元

联系电话：(010) 68990646 67899620

购书热线：(010) 68990682 68990686

网络订购：<http://zgfcbs.tmall.com>

网购电话：(010) 68990639 88333349

本社网址：<http://www.developress.com.cn>

电子邮件：cheerfulreading@sina.com

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页，请向发行部调换



也许微乎其微，
但我们正在改变世界！

《马》

by 鸭打鹅 DuckFightGoose

You were staring at the sea

你目视着大海

Watching all the horses

看万马倾巢

Coming from the waves

踏浪而来

Passing passing by you

穿行你身旁

You were sitting on the edge

你独坐在边崖

Watching all the death

看亡灵涌动

Coming from the city

倾城而出

Passing passing by you

穿行你身旁

Ride on the horse

骑马独自游荡

Never ever look front

目却不视前方

Ride on the horse

骑马独自游荡

Never ever look front

目却不视前方

Ride on the horse

骑马独自游荡

Never ever look front

目却不视前方

.....

本书献给
在过去10年里
陪伴青年志，共同成长与探索的
年轻人、青年文化组织、商业客户和朋友家人

Ride on the horse, never ever look front...

——鸭打鹅《未来俱乐部》

对中国年轻人的理解，必须从中国社会的个体化（individualization）这一关键性的历史进程入手，才可窥以全貌。伴随过去近10年对年轻人的追踪与研究，青年志在改革开放之后出生的不同代际的年轻人身上，清晰地看到这一进程。

青年志认为，被称为“小皇帝”的独生子女的80后一代，代表了个体的萌芽。而在青春期就进入千禧年的90后，则是个体崛起时期的代表。2013年，青年志出版了《90后青年：大时代里的小世界》报告，其中我们写到，“这是自我意识前所未有强烈的一代”。

四年后的2017年，QQ浏览器发布的一份95后用户报告显示，54%的95后用户，最向往的新兴职业是“网红”。这是年轻人趋势变化的重要信号。“网红”，是新个体性阶段的标志性隐喻之一。在年轻人所向往的“网红”生活里，一台手机可以联结他与整个世界，凭借独特的自我展示和才华，撬动自由与财富，摆脱对于老板、雇主等传统组织的依赖，获得影响力和生存空间。同时，这也恰恰指明了过往工作和生活经验正在迅速崩塌。新的个体向往、具体的生活、自我与社交形态，正在基于网络化的社会、商业和文化底层新设施的成熟，演变为全新的形态。



与这样剧烈变化信号相伴随的，是在更多年轻人观念和行为习惯领域的具体变化。在过去几年，青年志继续以社会学与人类学的方法，记录与追踪中国年轻人的生活。我们围绕文化娱乐和生活方式下诸多品类，进行了数百个商业研究与咨询项目，也对外公开陆续发布了《中国年轻人性别气质多元化趋势报告》《中国年轻人创造力白皮书》以及迷航系列《迷航：消失的年龄坐标》与《迷航：迷失的中产认同》等基础研究报告。我们认为，在全球化、互联网与消费主义共同网织而成的社会新底层架构之上，中国年轻人的个体化进程在今天进入了新阶段——从“个体萌芽”到“个体崛起”，再到今天的“个体演进”。

个体演进时期的加速到来，与过去几年宏观环境的剧烈变化有密切关系。从2011年的智能手机元年，到2014年雷军提出“风口论”，到今天一夜铺开的共享经济和人工智能的高速发展，我们目睹了新事物潮水般的涌现，财富机遇的持续闪现，感受到了创新与无限可能的兴奋与乐观，还有面对前所未有的复杂世界与未来风险的焦虑与迷茫——这是一个机遇攀升，风险升级，当下急剧变化从而与不断迫近的未来融为一体的“大平原时代”。

毫无疑问，商业世界也正在感受到这样的剧烈变化。对过去一百年建立在现代社会的现代商业来说，过往的经验正在失效。商业需要寻求新方法，重新为自己所面对的全新个体消费者创造价值。过去几年，我们读到了越来越多来自各互联网平台以及第三方商业服务机构的数据与报告，主题从

90后、95后乃至00后等年轻群体理解，到围绕“消费升级”等商业创新领域。这些报告普遍以今天丰富的量化数据为切口，描绘与呈现变化，但均缺乏更系统的理解框架，往往有见局部而非全貌，泛泛了解但无法深入明白，数据越多越迷失的困惑。

青年志的这份长文报告，仍然试图从个体化这一底层涌动的根本性变化着手，更为透彻深入、全局系统地去理解今天年轻人的变化。我们希望，与更多的年轻人、机构组织一起探讨，在一个快速变迁的中国，面对个体化进程的最新挑战，当下的年轻人是如何去理解与实践的？一个演进个体有哪些可能？同样，对于作为社会组织的商业机构，又应该如何应对与承担今天与未来？个体与组织，又可以如何去改变这个社会？

我们将个体演进时期的年轻人称为“**游牧青年**”。他们脱嵌（disembedding）于既是保障也是束缚的家园故土——例如上一代的教育与职业路径、性别与婚姻规范等，更加自主地追逐寻找梦想的水草之地，塑造自我的形态。因此，他们一方面拥有更高度的自治性，强大、丰富、深刻、复杂、自主；但另一方面，又更具有更高度的流动性，敏感、脆弱、分裂、多变、自反。

是的，我们的确认为，年轻人更放松和勇敢了。不再是四年前我们所看到的，面对风险退守日常小世界的风险规避者。在理想生活的构筑上，他

们能够更加放下外界的眼光，追求放松自如的“任性自得”。在自我的发展与决策上，他们对内更感性敏锐，对外更开放吸纳，追求真正的自我创造的“动态自我”。而在与他人关系的处理上，他们更加独立，追求更懂得协商互惠的“流动共生”。

但独自游牧在这个高速变幻的平原，**丧与疲惫，急躁与计算，抑郁与孤独，都是真实又强烈的内心感受。**学会坚强与独立，学会付出与爱，学会承担责任，学会真正的创造，从每一个当下中寻找未来，是他们必须完成的修炼。

我们理解这个动荡不安的时代所带来的冲击，不仅是个人，也包括组织。无论年龄、职业或者阶层，每个人都焦虑于如何更前瞻地看到发展趋势、规避风险、抓住机遇，成长为一个能适应快速变化，给予自身安全感的强悍个体。无论大小、新旧、营利或非营利，所有组织都焦虑于行业风口飘忽不定，用户缺乏忠诚，人才流动加速，竞争格局混乱复杂，挣扎于如何开创更精准更长久的商业模式。

我们自己是研究者，也是青年。我们始终相信，通过持续的沉浸与抽离生活世界，在个体与社会之间不断来回思索，淬炼时代与人群底层的文化洞察，能够帮助我们在这样的时代里安身立命。我们更希望将这些思考与发现分享给年轻人，帮助成长中的年轻人互相联结，在个体演进的时代一路为

伴，更勇敢坦荡，强悍茂盛地生长。

我们还认为，商业组织要找到今天的创新方向，必须回归商业更本质的社会与文化属性。商业组织应该在这个秩序失范的时代里，看到未来游牧个体再嵌入（re-embedding）的必然趋势，承担作为社会组织所肩负的重构社会契约与共同体想象的使命。面对年轻的员工与消费者，商业组织要接纳与理解今天游牧个体的真实状态，与他们同行共创，帮助自己和他们获得重新安身立命的信心和方法。只有这样，才能适应今天高速变化与高速碎片化的社会现状，才能在变化中形成真正的趋势性判断，以趋势驱动策略，推动商业创新。

这份研究，以中国一、二线城市中18~30岁的年轻人为主要研究对象，试图在这样一个复杂混沌的时代，讲述青年志呼吸与观测青年文化的方法与思考框架，分享青年志对于这个时代的观察以及前瞻性的趋势判断。接下来，我们首先会介绍本次研究的对象与方法，接着将深入阐释个体演进时期的宏观背景——“大平原时代”，今天“游牧青年”的核心向往与焦虑以及核心行动准则。之后，我们将论述个体如何在日常生活中应对个体化的三大命题，提出他们对于生活、自我、与他人关系的三大向往、相关焦虑和实践，以及对应的商业启示。最后在结尾，我们将对商业未来作出前瞻，并系统阐述和探讨，商业在今天社会与文化的新情境下，应该具备的新角色、新使命、新能力与新方法，推动商业创新。



关于研究对象与研究方法的说明——谁是我们讲述的年轻人？

本次研究，我们关注的是正在一、二线城市学习和工作，从18岁到30岁之间的年轻人。他们以90后和95后为主，包括部分85后；以年轻的工作者与大学生为主，包括了部分高中生。工作者包括多个行业的全职工作者，以及部分自由职业者与创业者。这些年轻人成长于中产家庭和工薪家庭。^①

因此本次研究，我们没有涉足来自相对贫困和富裕上层家庭的年轻人。同时，我们所选取的研究对象，既包括普通主流年轻人，也包括在生活、自我探索和社交上有更前沿观念和行为的年轻人。这些年轻人，经常会被普通年轻人认可与羡慕，成为他们向往的自我和生活的榜样。

在研究方法上，本次研究是社会学和人类学为根基的定性研究，而非以量化数据为基础的定量研究。具体研究内容上，涉及年轻人的生活方式消费、文化内容消费、社交关系、学习工作与职业发展、性与性别等年轻人开展生活时的关键领域。在研究中，我们参考了青年志2013年发布90后报告之后，团队内部多年持续积累的青年文化趋势追踪研究成果，关注年轻人底层身份认同与行为变化的多个基础研究项目，以及数百个年轻人商业研究和咨询项目的沉淀。

① 依据城市经济发展整体状况和人均收入，城市可以划分为不同等级。通常来说，一线城市包括北京、上海、广州和深圳。二线城市是相对发达的省会城市，以及非省会城市中经济发展水平与之相当的城市。

同时，我们也开展了为期2个多月的针对性的深入调查工作，交叉使用案头研究、人类学访问、专家访谈、共创工作坊等多种研究方法。在调查过程中，我们进入年轻人最真实的日常生活当中，和他们一起聊天吃饭、一起玩乐共创，以同理心进行观察、交流和理解，获得最鲜活生动的一手材料。此外，我们还访谈了风险投资的投资人、商业媒体人，参考了大量学术文献，以及各种机构的相关定性定量研究报告，以更全面地理解今天宏观环境的变化与年轻消费者的变化。

第一章 宏观图景：个体化进程与“大平原”式的中国情景 …003

从80后的个体萌芽到90后的个体演进，今天中国年轻人进入了个体演进的新阶段，重新去回答个体化的三大命题：安全感的获得、自主决策的实践以及与社会联结。大平原时代意味着无法捕捉的风险与频繁涌现的机遇共同出现，成为今天年轻人回答个体化三大命题的时代底色。

中国社会个体化命题：理解年轻人的关键视野 …006

何为“大平原”：被拉平的当下与未来 …009

“大平原”情景：风险与机遇的双重升级 …011

第二章 游牧青年：演进个体的核心向往与焦虑 …021

游牧青年拥有更强的个体性，但也被迫卷入急剧变化的大平原，因此他们更强悍自主，但也更流动复杂。他们向往的自我，是淡定的工匠，灵活的创新者与有格局的前瞻者。但在现实中，却面临着丧与疲惫，急躁与计算，抑郁与孤独的挑战。

游牧青年：复杂流动的现代个体 …024

大平原上的游牧青年：从当下创造未来 …025

理想游牧自我：视野清晰的前瞻者、耐心淡定的小工匠与持续开放的创新者 …026

优秀游牧者的行动纲领：全局视野、自定节奏、开放协作、感性自知 …029

游牧的疲惫与焦虑：丧、急、郁 …031

游牧疲惫的抚慰：“佛系”与“吸猫” …037



第三章 理想生活：从“品质生活”到“任性自得” …043

在处理安全感与理想生活上，今天年轻人想要的是有猫有快递，充满了爽与高潮，每一刻都能“任性自得”地生活。这包括对生活节奏与自我风格能全局掌控；日常所用都具有基础品质乃至五感沉浸的时刻自得；以及能随时开演，一秒切换，有病有毒的戏剧日常。因此品牌不应只作为“生活创新者”，更要通过身份自适、场景积木与私化体验，成为新一轮消费升级中的“生活共建者”，创新身份认同感营销，生活方式营销以及体验营销。

从“品质生活”到“任性自得”？ …046

任性自得之“全局掌控”：自主掌控生活脉动、自主定义

自我风格 …051

任性自得之“时刻自得”：精明任性、基础品质、氛围沉浸 …061

任性自得之“戏剧日常”：日常戏精、有毒有病、即刻转换 …072

“任性自得”所带来的焦虑与困扰 …082

获得“任性自得”的积极实践 …084

围绕“任性自得”的商业启示：从生活创新者到生活共建者 …085

第四章 自我决策：从“兴趣寻找”到“动态自我” …103

在自主决策的实践上，年轻人希望围绕技能形成“动态自我”——“能有freestyle”，对内希望自省敏锐理解自我、对外则不断开放学习，更能会玩能造，有所创造与产出，以变化应对变化。因此品牌应成为“自我激发者”而不只是“兴趣养成者”，专注于激发价值观自省、建立文化体系与协助自我管理，创新态度营销，兴趣、内容营销，以及品类养成营销。

水月的故事：从cosplay到塔罗世界 …106

从“兴趣寻找”到“动态自我”？ …109

- 动态自我之“自省敏锐”：日常自我反思、激发身体思考、
系统性自我理解 ...111
- 动态自我之“开放学习”：干货快求、边缘刷新、多重技能 ...123
- 动态自我之“会玩能造”：真热爱真投入、有产出能变现、
能原创有风格 ...133
- “动态自我”所带来的焦虑和困扰 ...140
- 围绕“动态自我”的积极实践 ...143
- 围绕“动态自我”的商业启示：从“兴趣养成者”到
“自我激发者” ...144

第五章 与他人关系：从“独而不孤”到“流动共生” ...157

在与他人的关系上，年轻人希望像与猫相处一样，实现“流动共生”的共处。陌生人之间可以即兴愉悦，互相启发，朋友之间能跨界搞事儿，与父母恋人则是能亲密又独立。因此品牌应该成为“关系增值者”而不只是“关系粘合者”，通过独处空间、文化影响力与社交增值来实现，创新社会化媒体营销，互动营销和影响力营销。

- 蹦蹦和她的小酒馆 ...160
- 从“独而不孤”到“流动共生” ...163
- 流动共生之亲密关系的“猫式相处”：重神交、独立不牺牲、
同理协商 ...165
- 流动共生之中度关系的“跨界搞事”：强调跨界盘活、
重视合作规则、注重日常维护 ...175
- 流动共生之弱度关系的“即兴愉悦” ...183
- “流动共生”所带来的焦虑和困扰 ...193
- 围绕“流动共生”的积极实践 ...194
- 围绕“流动共生”的商业启示：从关系粘合者到关系增值者 ...195