

快手Z世代

数据报告

2024.6

商业化营销业务部-数据策略组

数据说明

分析对象：

- 快手主版+极速版双端去重活跃Z世代用户的规模以及看搜买相关内容

数据周期：

- 趋势数据取2023年1月至2024年4月
- 阶段数据为2024年Q1

名词说明：

- Z世代：1995年至2009年出生且成年用户
- 新线城市：三线及以下城市
- 高线城市：二线及以上城市
- 客单价：人均消费总金额
- 品单价：商品平均消费金额

序言

Z世代。

通常指1995年至2009年出生的一代人，也被称为“互联网世代”。这代人从出生就与互联网无缝对接，以其独特的消费观和社交习惯，与互联网、短视频形成了密不可分的关系。

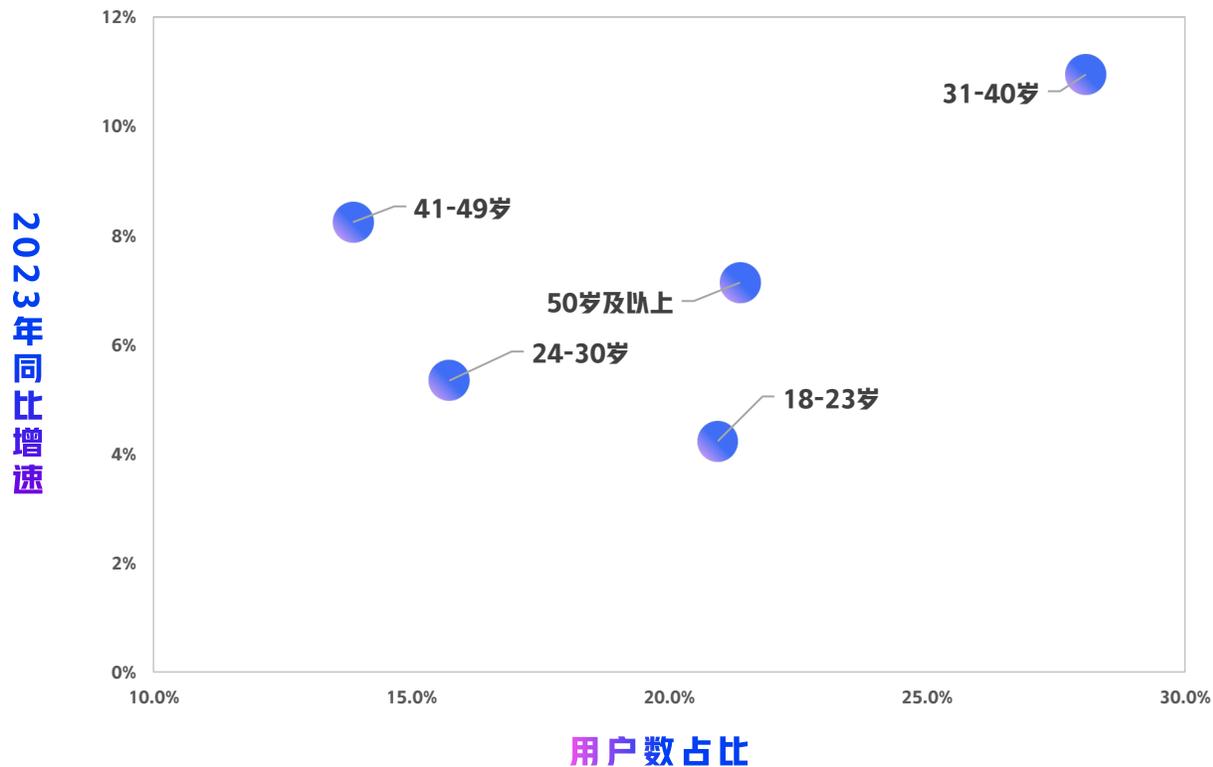
据国家统计局2023年数据显示，目前我国Z世代人群约有2.6亿人，约占2023年总人口的19%，相当于“每五个人中就有一名Z世代”。CMMS-中国市场与媒体研究发现，Z世代人群比整体人群的短视频使用率高10%，短视频以其短小精悍、生动有趣的特性，成为了Z世代展示自我、获取知识和娱乐的重要渠道。

Z世代与互联网、短视频这种密切的关联对于品牌营销具有深远的意义。Z世代消费热潮已到来，对于品牌而言，掌握Z世代用户的偏好和消费习惯，通过短视频进行高效的营销，能够迅速吸引他们的注意力，能更高效地传递品牌价值，建立情感连接。

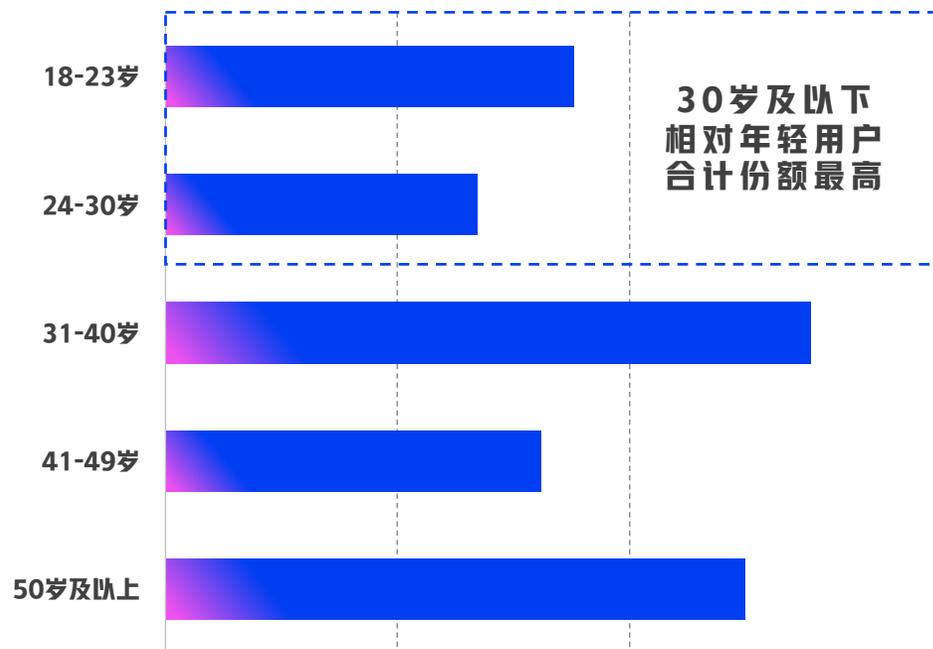
快手整体用户中年轻人高份额小增幅

2023年和2024年Q1，快手30岁及以下用户合计占比均超30%，用户份额最高。2023年18-23岁、24-30岁用户数同比均保持增长，31-40岁用户增速最快。

2023年快手用户细分年龄分布及增速



2024年Q1快手用户细分年龄分布



Z世代有更强主动性和更快消费增速

快手Z世代月均搜索用户数占快手整体比例为26.3%，高于平均月活用户数占比。Z世代人均搜索次数、月均商品消费人数同比增速、消费金额同比增速均高于快手整体。

2023年快手【Z世代】分行为用户规模

2023年连续12个月活跃Z世代用户数

近**8000万**

同比增长

6%+

每千次看视频分享次数同比提升**61%**

次数和同比均**高于快手用户整体数值**

月均搜索用户数

超**1.1亿**

占整体搜索用户数比例

26.3%

高于Z世代月均活跃用户数占整体用户比例

人均搜索量高于整体用户人均搜索量**16%**

月均商品消费用户数

超**2000万**

月均消费用户数
同比增长

+25.1%

年消费金额
同比增长

+38.5%

均高于快手整体用户消费增速

Z世代高线用户浓度高且更活跃

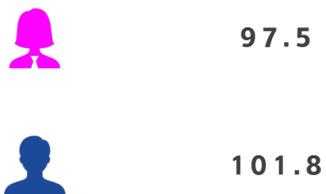
Z世代中以男性用户为主，2024年Q1 Z世代女性用户份额相对2023年提升近3个百分点。Z世代各高线用户TGI均大于100，且2024年Q1份额同比均小幅上涨。高活跃Z世代中，高线用户整体占比更高同时相比2023年有所提升。

快手【Z世代】画像

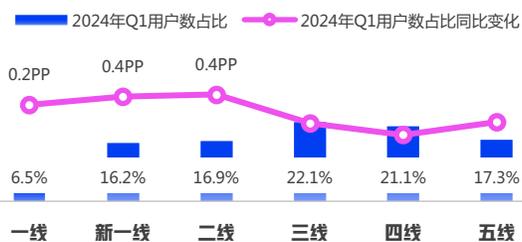
Z世代细分性别用户数分布



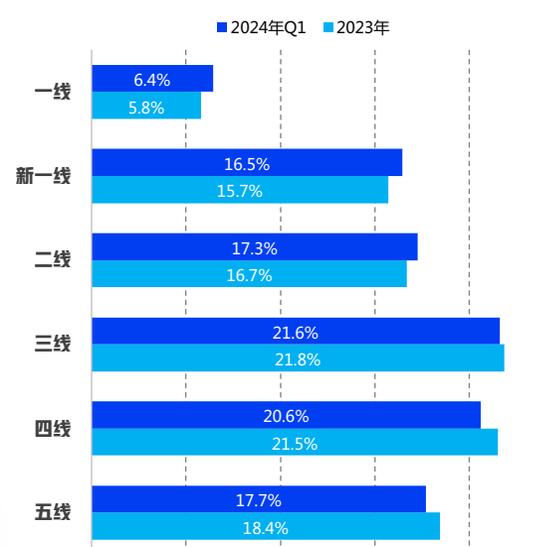
2023年TGI



Z世代细分城市等级用户数分布



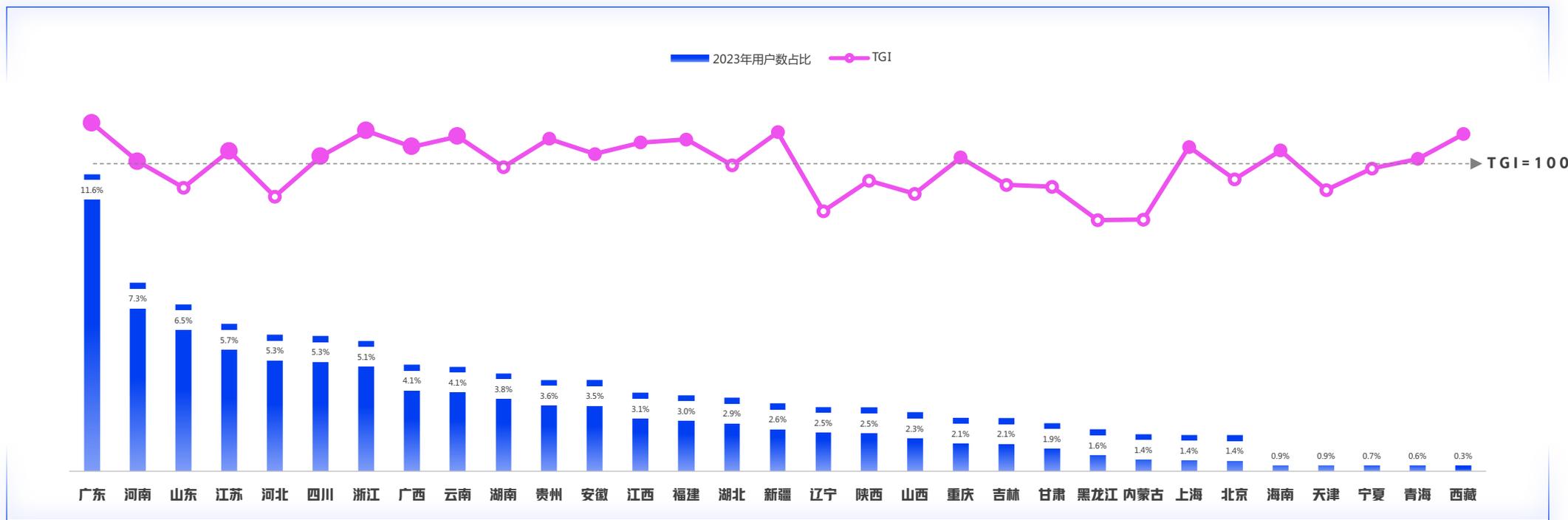
【高活跃】Z世代细分城市等级分布



南部东部用户分布更广

2023年快手Z世代各省分布中，广东用户数占比超过10%，位列第一。用户数占比TOP10省份中，六成为南部、东部省份，且TGI较高。

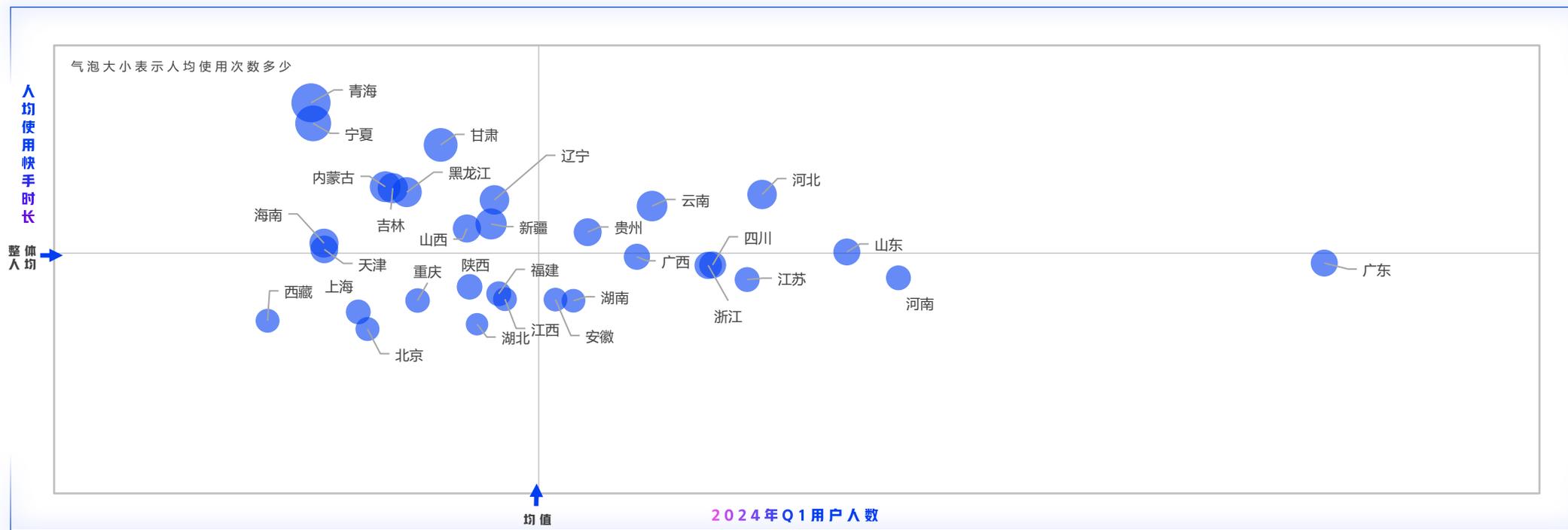
快手【Z世代】省份分布



北部西部用户粘性相对更强

2024年第一季度，山东、河北、云贵Z世代用户数占比较高的同时人均使用快手时长也相对较高；整体看，西部和东北部Z世代人均使用快手时长更长，人均使用次数也更多。

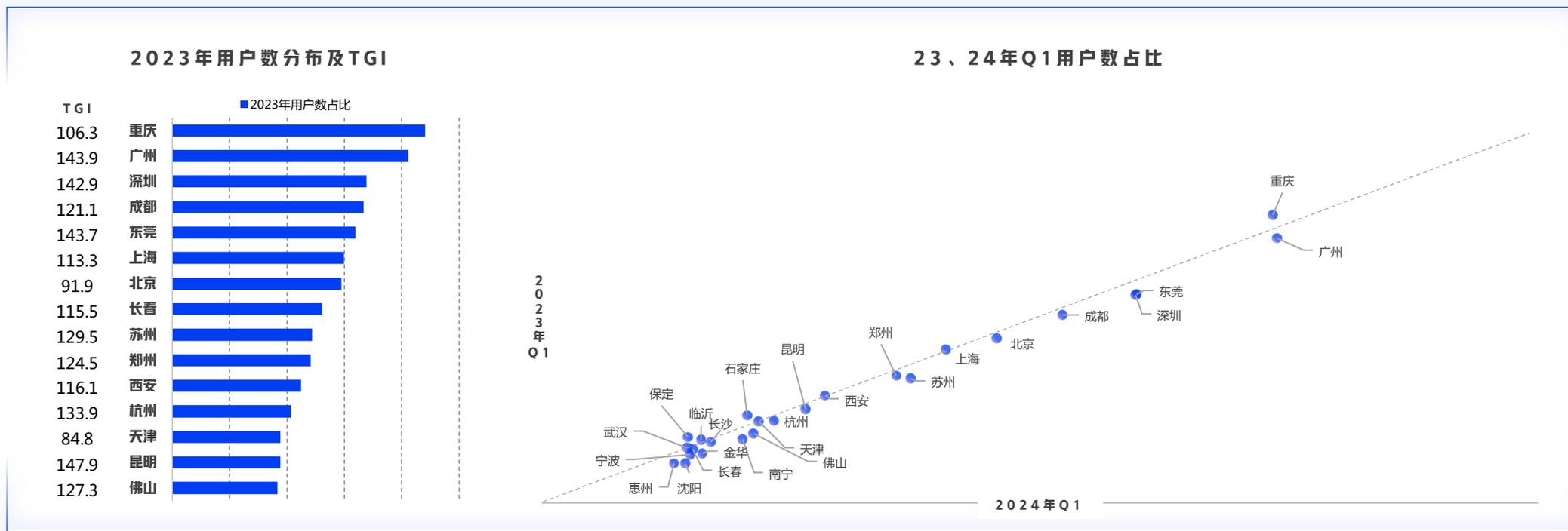
快手【Z世代】各省用户粘性对比



重庆Z世代用户人数在各城市中最高

2023年Z世代各城市分布中，重庆位列第一，TGI为106.3；广州、深圳、成都Z世代用户数位列二至四位，且TGI相对较高，同时2024年Q1的TGI相比2023年有所提升。

快手【Z世代】具体城市分布



Z世代用户数分布较高城市举例

2024年Q1，广州、重庆、佛山、临沂、毕节Z世代用户数分别在各所属城市等级中占比较高。

2024年Q1快手【Z世代】各城市等级内细分用户数分布



Z世代更是积极内容供给者

2023年1月至2024年4月期间，在快手月均每10个Z世代中就有6个用户发布过视频，高于快手整体用户发布视频比例。而在发布直播的用户中，Z世代渗透率也呈持续走高趋势。

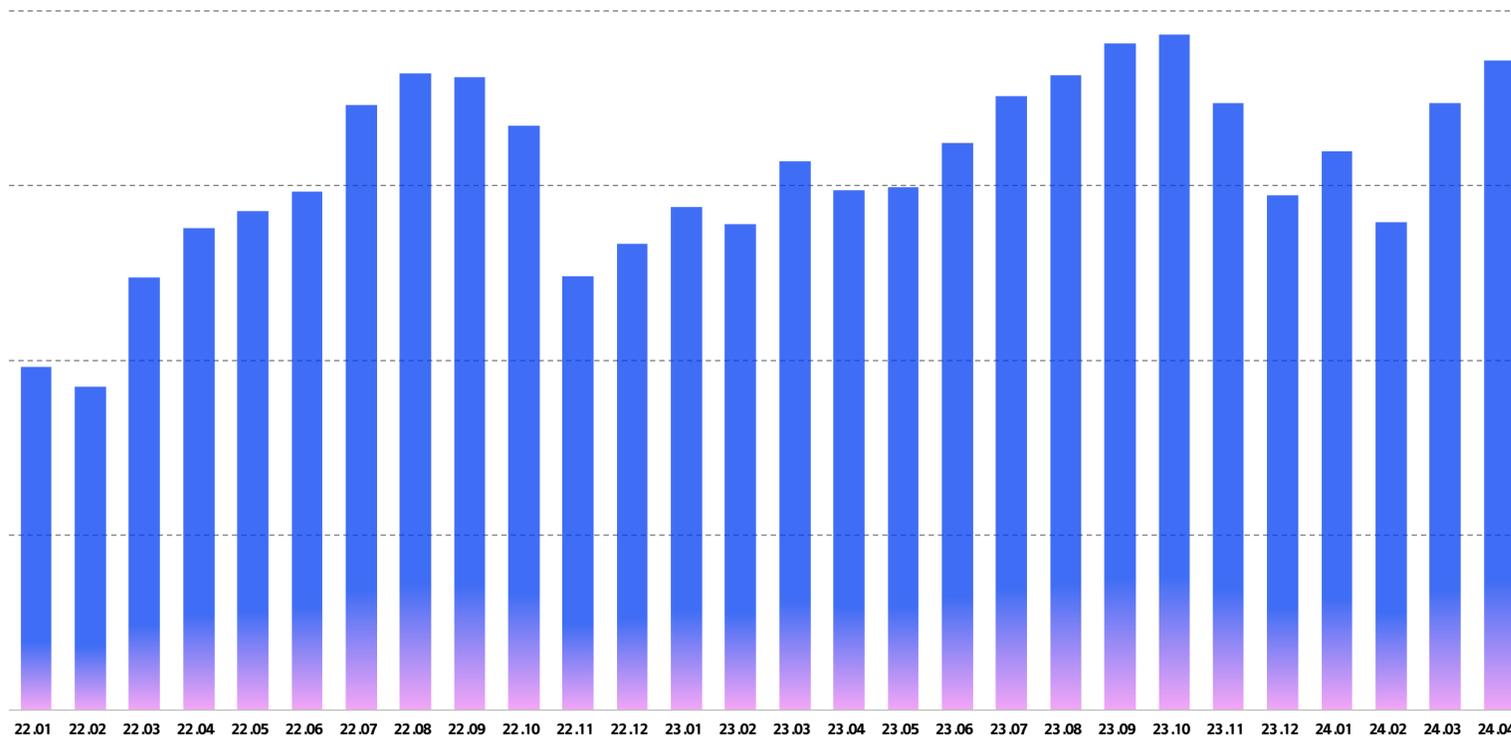
Z世代发布视频用户比例

2023年1月至2024年4月
快手Z世代中，月均发布视频用户数

占比近**60%**

高于快手整体用户**7.4PP**

Z世代用户直播开播渗透率趋势

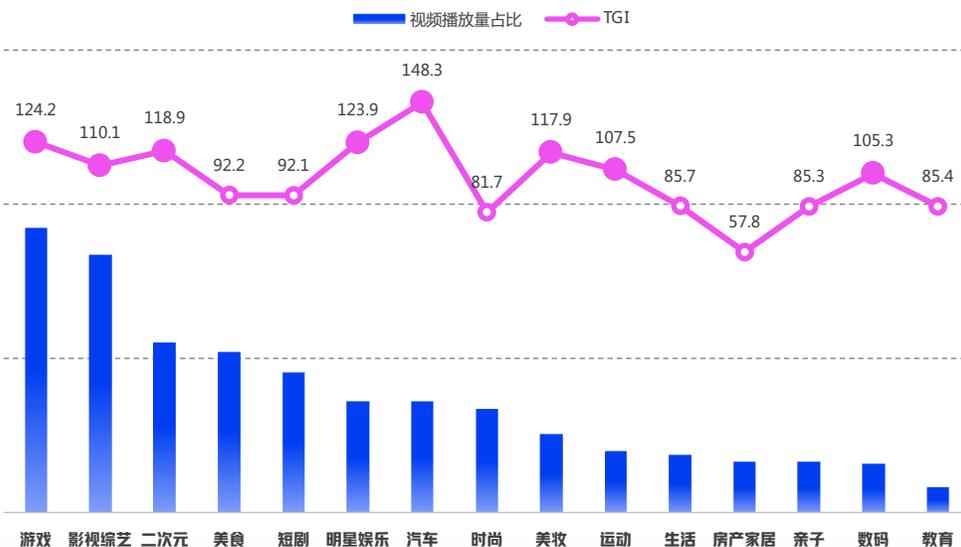


偏好汽车、明星和美妆内容

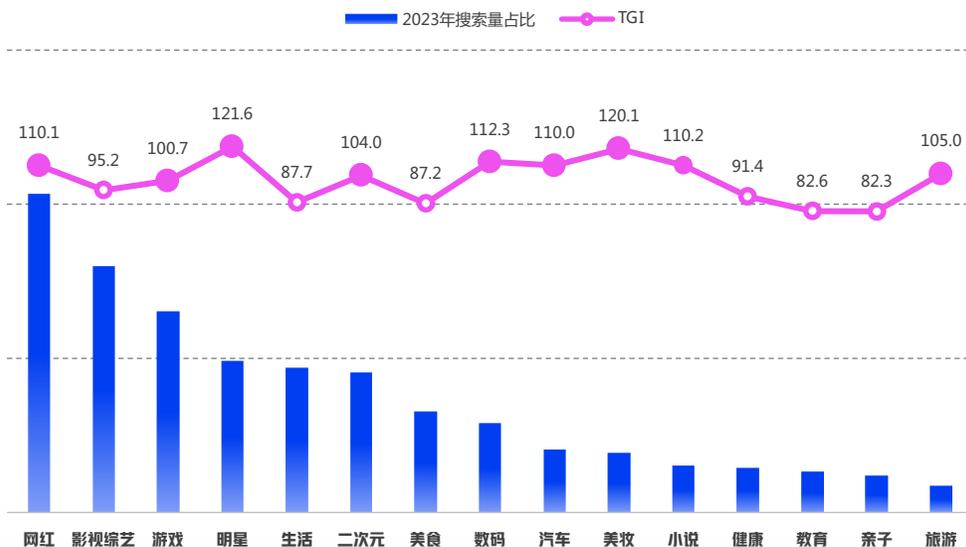
2023年，快手Z世代用户整体对游戏、影视综艺、网红等娱乐化内容最关注，对汽车、明星、美妆、数码等内容的相对关注偏好更强。

快手【Z世代】兴趣偏好

2023年【Z世代】视频播放量TOP举例及TGI



2023年【Z世代】搜索量TOP举例及TGI

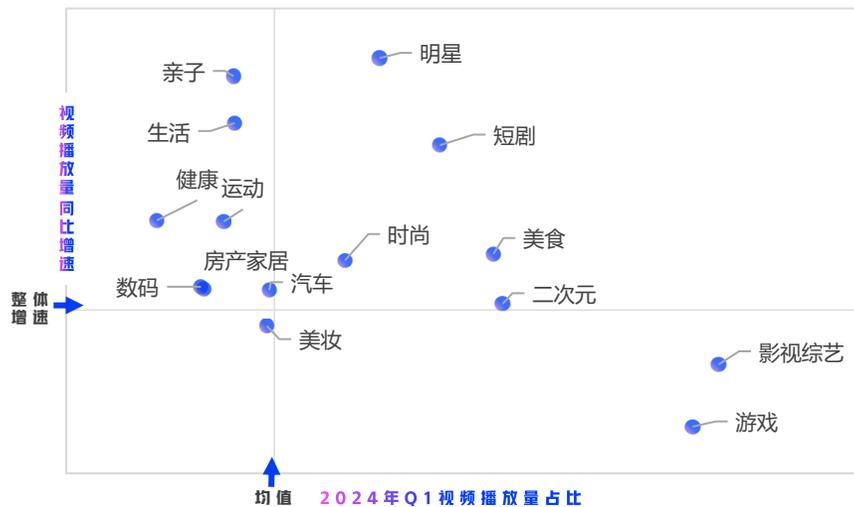


对短剧、明星及亲子等内容关注欲快速提升

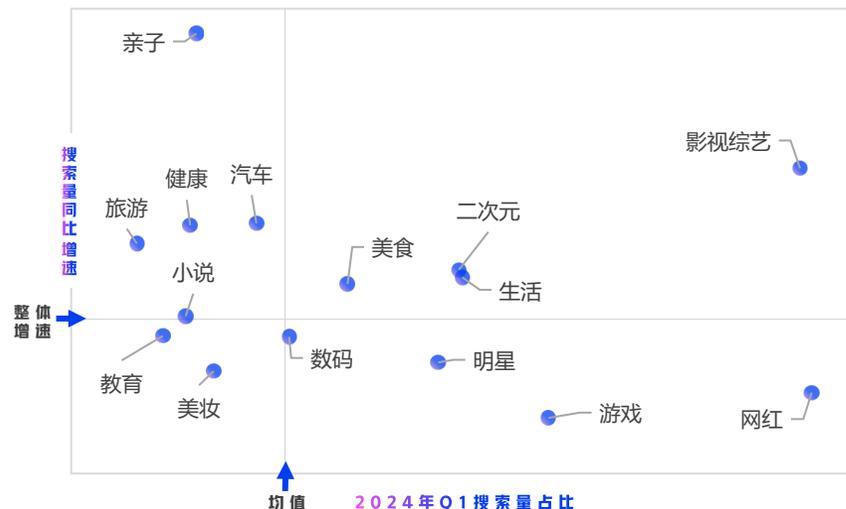
2024年Q1，Z世代看明星、短剧、亲子、生活类视频播放量同比快速增长，对亲子、影视综艺、汽车等内容的主动搜索量同比提升较多。

快手【Z世代】兴趣偏好变化情况

2024年Q1【Z世代】视频播放量TOP举例及同比增速



2024年Q1【Z世代】搜索量TOP举例及同比增速



Z世代高关注细分内容举例

2023年快手Z世代观看和搜索的内容细分多样，在快手充分表达各自兴趣喜好。如最爱看护肤内容的同时还主动搜索更多的美发和彩妆内容，喜爱看女装的同时也关注鞋的穿搭。

2023年【Z世代】细分视频播放量TOP举例

游戏	MOBA	二次元	青少年动画	美食	美食日常	短剧	都市
	休闲益智		少儿动画		美食探店		家庭
	吃鸡		漫画		美食教程		搞笑
	枪战射击		玩具短剧		美食评测		乡村
	ARPG		cosplay		户外美食		校园
时尚	女装	汽车	汽车用品	美妆	护肤	运动	篮球
	穿搭展示		汽车买卖		彩妆		台球
	鞋靴		养护维修		美发		足球
	配饰		用车知识		美甲		田径
	男装		说车评车		医美		格斗

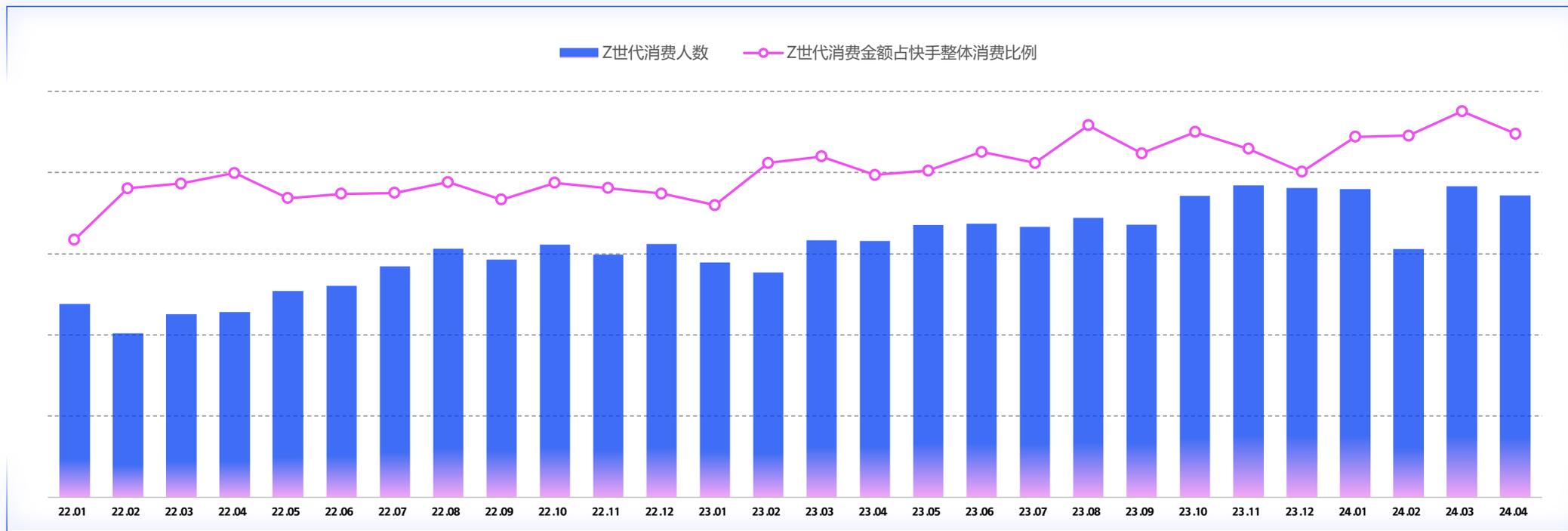
2023年【Z世代】细分搜索量TOP举例

游戏	王者荣耀	生活	生活技能	二次元	冒险动作动漫	美食	特色小吃
	和平精英		休闲钓鱼		古风穿越漫画		饮品
	迷你世界		装修设计		科幻动漫		海鲜河鲜
	穿越火线		婚礼		青春恋爱漫画		面包点心
	绝地求生		棋牌桌游		逆袭漫画		健康食疗
数码	手机	穿搭	鞋	汽车	品牌型号	美妆	美发
	电脑平板		外套		评测推荐		彩妆
	手机评测		裤子		用车知识		护肤
	手机外设		珠宝首饰		二手车		美甲
	穿戴设备		裙子		汽车改装		医美

Z世代在快手消费需求持续释放

在快手进行消费的Z世代人数整体呈持续增长趋势，2023年月均消费人数为2000万+，2024年Q1月均消费人数为2100万+，同比保持两位数增长；同时Z世代消费金额占快手整体消费比例也波动式提升。

快手【Z世代】消费趋势



高线及女性Z世代表现出相对更强消费兴趣

无论2023年还是2024年Q1，Z世代消费用户中，一线、新一线、二线TGI远高于新线，且有增长态势；Z世代女性消费用户数占比更高，且TGI也相对更高。

快手【Z世代】消费用户画像

Z世代消费用户数-城市分布



Z世代消费金额-城市分布



Z世代消费用户数占比-性别分布



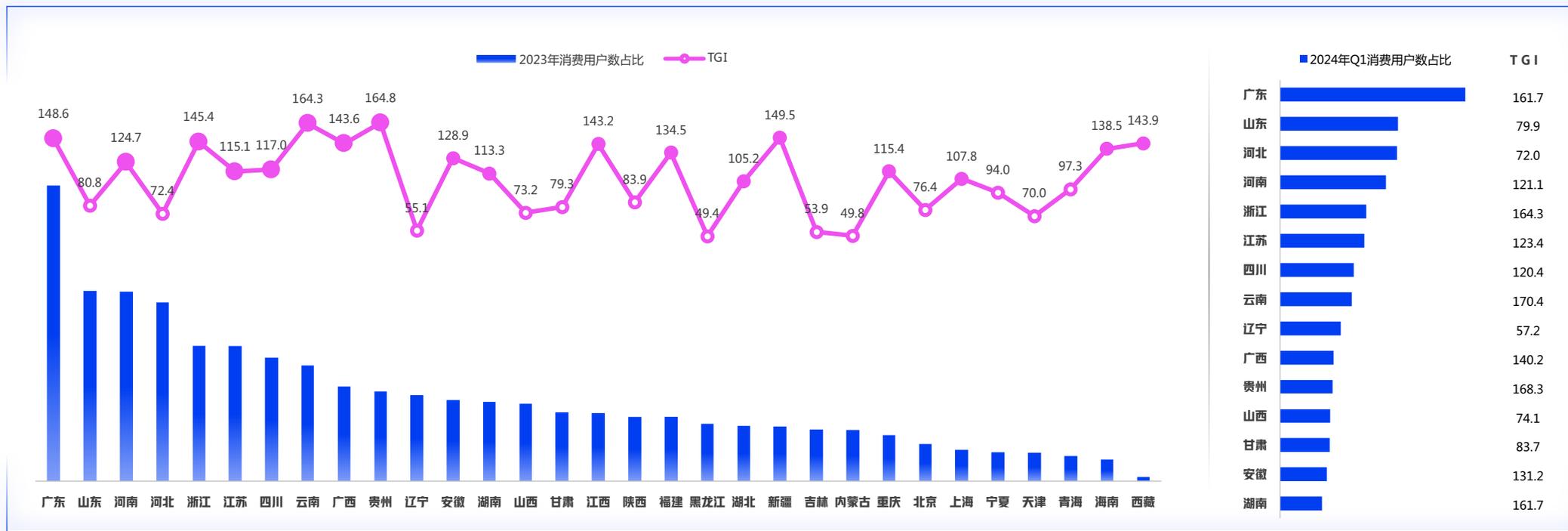
Z世代消费用户数TGI-性别分布



“两东双河”是消费用户大省

2023年Z世代消费用户中，广东、山东、河南、河北四省用户数合计占比接近三分之一。消费用户数TOP省份中，广东、河南、浙江、江苏、四川、云南等省份TGI较高。

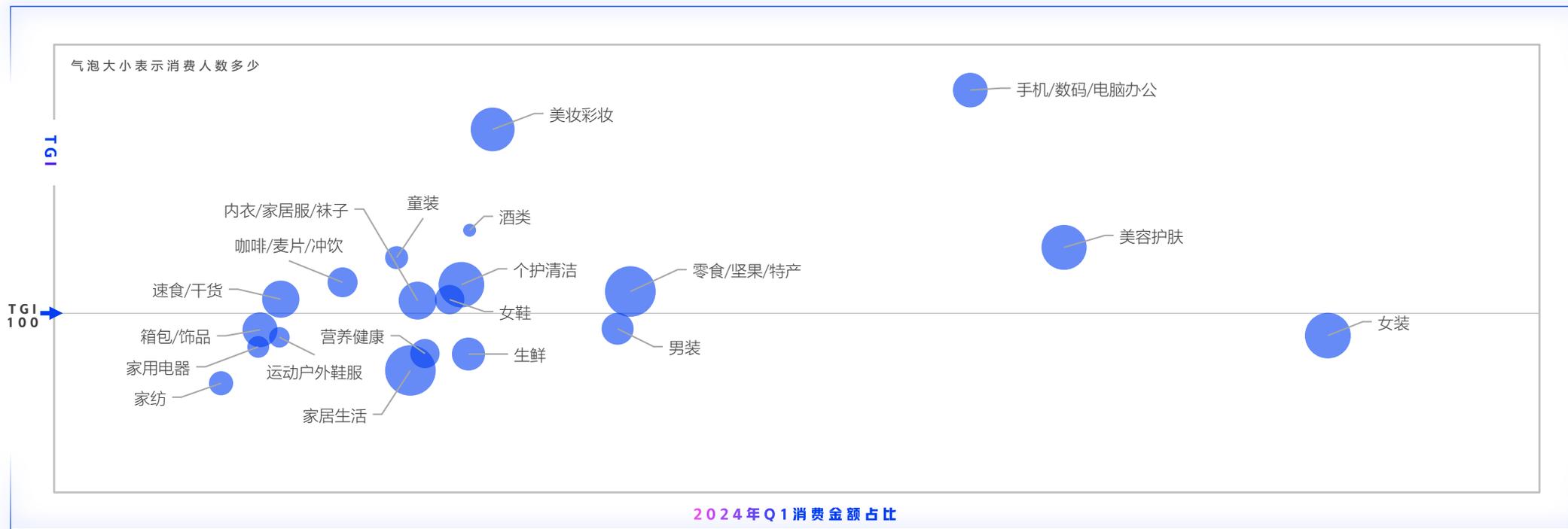
快手【Z世代】消费用户TOP省份举例



女装和护肤是Z世代核心消费品

2024年Q1，快手Z世代购买商品中，女装、美容护肤、手机/数码/电脑办公分列前三。在消费金额TOP的商品中，Z世代对手机/数码/电脑办公、彩妆、零食/坚果/特产、酒类等表现出较强消费偏好。

快手【Z世代】商品消费偏好



Z世代细分商品消费举例（一）

2024年Q1，女裤、套装/礼盒、手机、坚果礼盒、男裤分别是Z世代在女装、美容护肤、手机/数码/电脑办公、零食/坚果/特产、男装中消费金额较高细分商品。

2024年Q1快手【Z世代】消费金额TOP商品举例

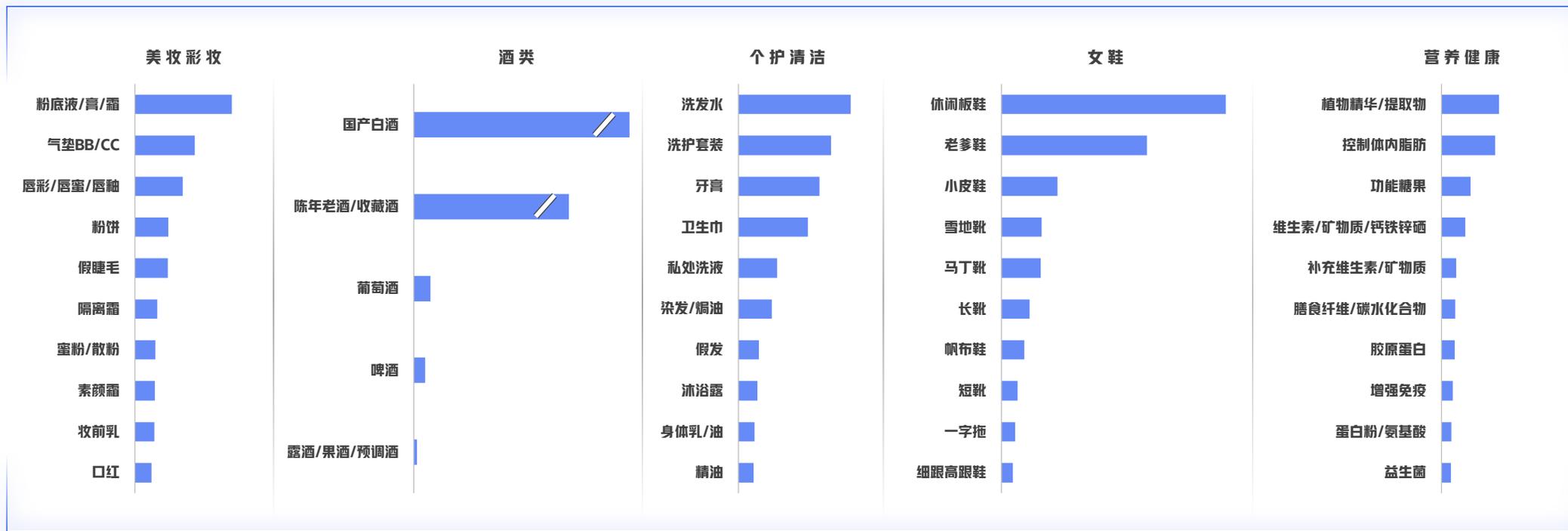


注：“//”仅代表绝对数值的缩进，不影响实际排名；数据为2024年Q1

Z世代细分商品消费举例（二）

2024年Q1，粉底液/膏/霜、国产白酒、洗发水、休闲板鞋、植物精华/提取物分别是Z世代在美妆彩妆、酒类、个护清洁、女鞋、营养健康商品中消费金额较高细分商品。

2024年Q1快手【Z世代】消费金额TOP商品举例

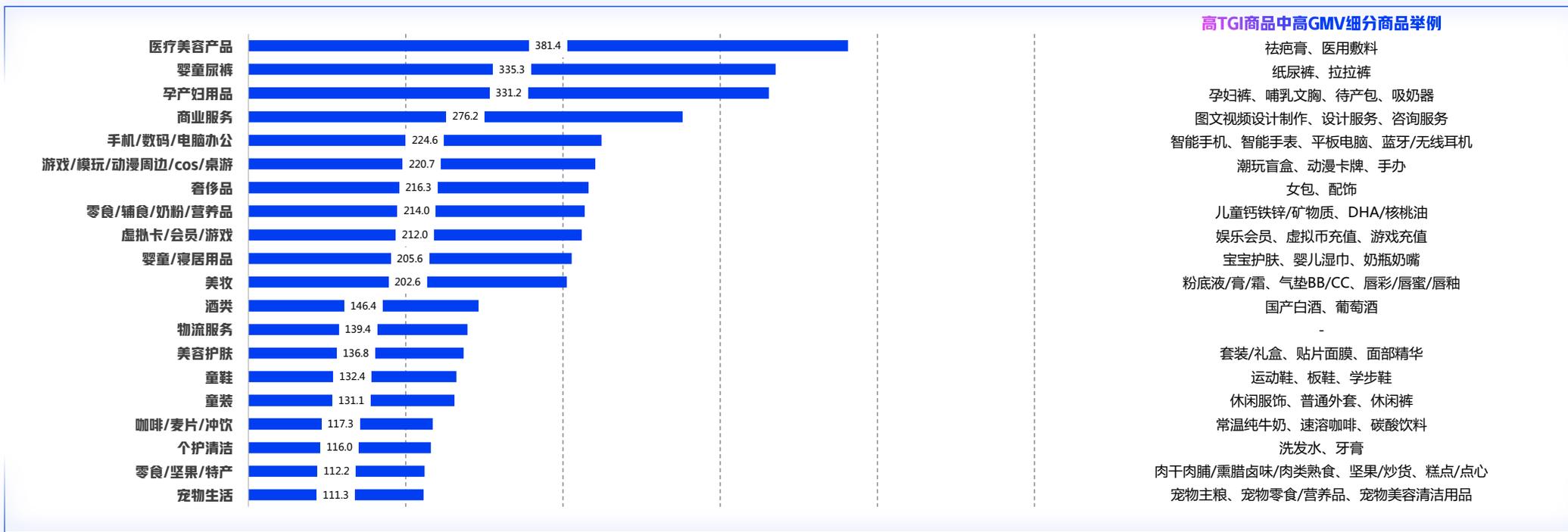


注：“//”仅代表绝对数值的缩进，不影响实际排名；数据为2024年Q1

对于变美、人生阶段和潮流消费有极强偏好

2024年Q1，快手Z世代对医疗美容产品、婴童尿裤、孕产妇用品、手机/数码/电脑办公、游戏、奢侈品等商品消费TGI均大于200。

2024年Q1快手【Z世代】消费高TGI商品举例

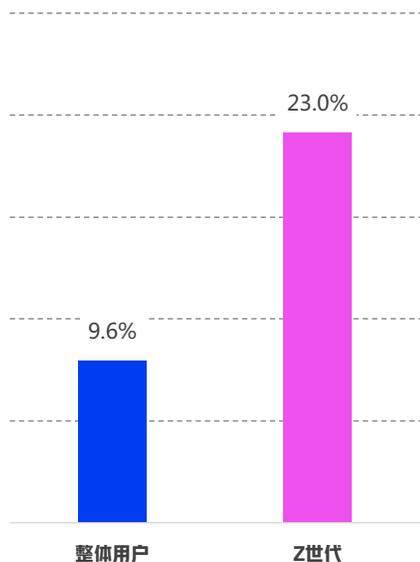


Z世代消费力增长可期

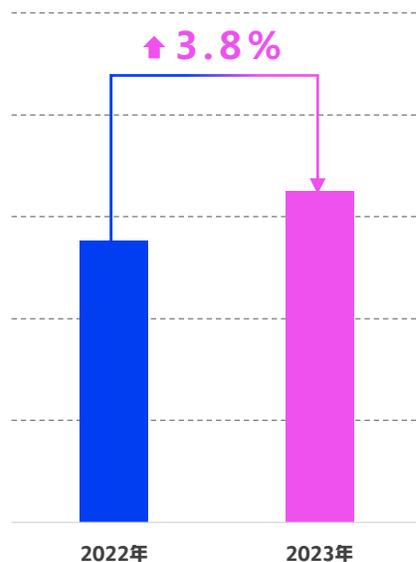
2023年快手Z世代人均消费金额增速高于快手整体用户人均消费金额增速，Z世代2023年和2024年Q1品单价同比均在提升，且2024年Q1增速相对2023年更快。

快手【Z世代】品客单价

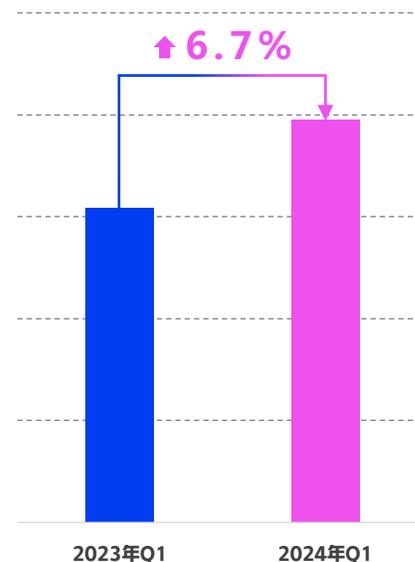
2023年客单价同比增速



2023年Z世代品单价



2024年Q1 Z世代品单价

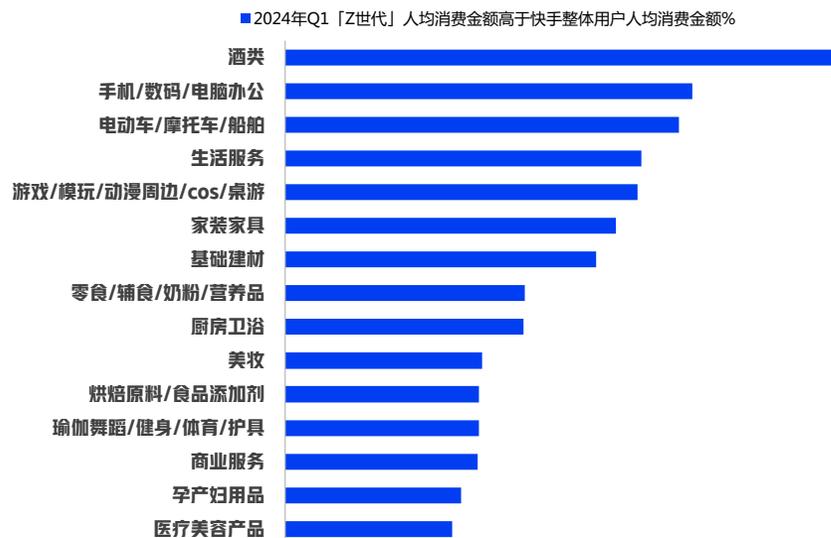


对于心仪商品愿意支付更高费用

Z世代在酒类、手机/数码/电脑办公、游戏、家装家具等商品的品、客单价均高于快手整体用户。对美妆彩妆、零食等商品有更高的客单价，对于珠宝、护肤等商品的品单价更高。

快手【Z世代】品/客单价高于快手整体用户举例

【Z世代】客单价高于整体用户客单价商品举例



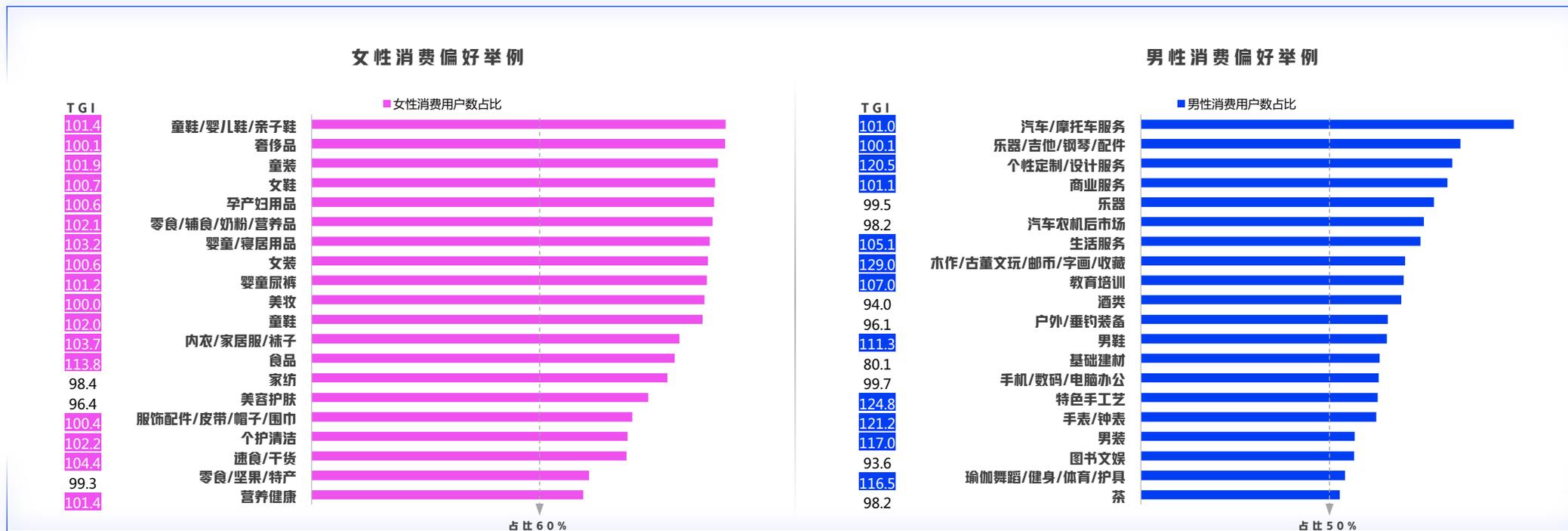
【Z世代】品单价高于整体用户品单价商品举例



女性对孩子和家庭消费偏好更强

2024年Q1，快手Z世代中女性消费用户对孩子饮食和鞋服、女装女鞋以及家庭消费品的消费TGI更高；男性整体对于个人兴趣消费TGI更高，如文玩字画收藏、特色手工艺、手表等。

快手【Z世代】分性别消费用户偏好



高线Z世代悦己消费偏好更显著

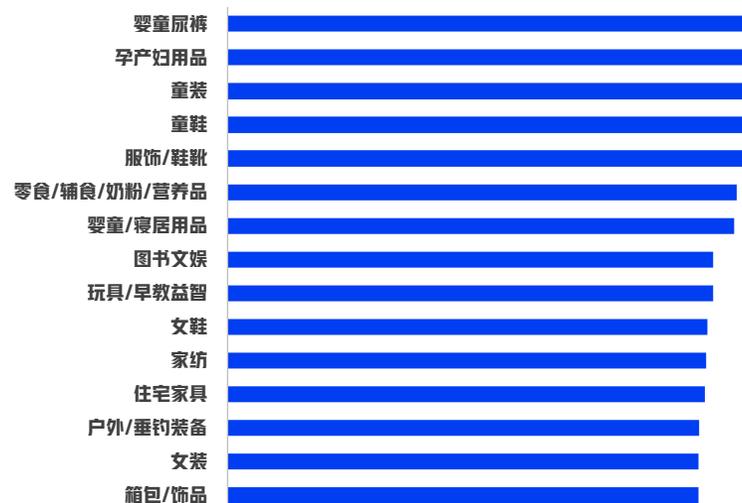
2024年Q1，高线Z世代用户在男鞋、男装、酒类、营养健康、美容护肤、运动户外鞋服等商品消费TGI较高；新线Z世代在婴童尿裤、童装、童鞋等商品的消费人数占比更高。

快手【Z世代】分城市等级消费用户偏好

【Z世代】高线城市消费TGI举例



【Z世代】新线城市消费人数占比>60%举例



谢谢

快手Z世代数据报告

获取更多数据报告请打开 [报告汇总](#) 并点击【营销案例】版块

KuaiShouAD 品牌版

广告形态

刊例价查询

样式预览

营销案例

