



HELLO Z世代 2021封面超级品牌周特别报道

“2021封面超级品牌周”云发布 超122万人次在线围观

在新时代格局下，“Z世代”的崛起开启了品牌消费的又一崭新阶段——“消费元宇宙”。抓住2021年的尾巴，封面新闻、华西都市报迈出探索的步伐，尝试拥抱“Z世代”，解码这一代年轻人的消费趋势，挖掘一批“叫得响”“记得住”的新锐品牌，培育一批“出得去”“留得住”的超级品牌，促进新老品牌原力觉醒，推进产业结构升级。

11月30日，由封面新闻、华西都市报主办的“2021封面超级品牌周”在云端发布。本次云发布重磅推出了洞见·Z世代、拥抱·Z世代两大篇章。

截至发稿，本次云发布在线观看人次已超过122万，评论数量超7500条，数据还在持续增长中。

李佳琦现身云发布会 直播间网友刷屏点赞

本次活动中，封面新闻、华西都市报邀请到了最受“Z世代”年轻人欢迎的电商主播之一的李佳琦，作为本次发布会的开场嘉宾，他分享了自己对“Z世代”的认知，以及对品牌发展的看法。

“Z世代”年轻人已逐渐成为中国消费市场的主要力量，他们作为移动互联网时代的“原住民”，是直播间的主要



11月30日，由封面新闻、华西都市报主办的“2021封面超级品牌周”在云端发布。

用户。”李佳琦说，“Z世代”年轻人成长于富强繁荣的时代，对中华民族、中国文化有强烈的自信。“我认为，这对中国品牌是很好的激励，更是大国崛起的缩影。”他说。

李佳琦的出场，让云发布直播间迎来了第一个高潮，网友纷纷在直播间评论点赞，发表自己的感受。

除了李佳琦外，曾“帅出圈”的网红局长——甘孜州文化广播电视和旅游局局长刘洪也来到云发布会直播间，他

以甘孜州为例，和大家分享了“Z世代”下，文旅品牌发展面临的机遇和挑战。刘洪说，要学会与“Z世代”有效沟通，掌握他们的消费逻辑，便能把握住未来文旅发展的重要机遇。

众多知名企业进行路演 思想碰撞中解码“Z世代”

品牌是会随着时间增值的超级符号。当下，让这些超级符号实现原力觉醒，从而开启消费元宇宙的关键力量就

是“Z世代”的崛起。

因此，本次活动中除了两位重磅嘉宾外，还邀请了一众知名企业大咖来进行云路演，在思想碰撞中解码“Z世代”，探寻品牌发展之路。

在第一篇章“洞见·Z世代”中，特斯拉中国西区总经理黄磊、华硕电脑西南区品牌总监路宏、烤匠·麻辣烤鱼创始人冷艳君、元气森林商业化负责人李曦璞轮番登场，他们讲述了各自品牌发展的历程，以及对“Z世代”消费场景的理解。

事实上，不管是传统品牌还是互联网新锐品牌，都需要紧跟时代步伐，迎合年轻人的消费习惯，才能创造出新的价值与生机。

在第二篇章“拥抱·Z世代”中，峨眉电影集团党委副书记、总裁向华全，小鹏汽车副总裁、品牌公关总经理李鹏程，江小白酒馆总经理蒲俊岐，成都王府井百货总经理何佳静，成都欢乐谷副总经理杨剑川分别带来主题发言。

此次云发布的最后，还发布了“2021封面超级品牌周之Z世代热爱清单”，共分为“2021Z世代热爱消费新物种”“2021Z世代热爱消费新场景”两大消费榜单，众多被“Z世代”消费者热议和追捧的品牌脱颖而出。

华西都市报-封面新闻记者 马梦飞

探索“Z世代”消费底色

新物种、新场景与年轻人同生共长

在11月30日举行“2021封面超级品牌周”云发布会上，“2021封面超级品牌周之Z世代热爱清单”重磅出炉，共分为“2021Z世代热爱消费新物种”“2021Z世代热爱消费新场景”两大消费榜单，众多被“Z世代”消费者热议和追捧的品牌脱颖而出。

从11月初开始，华西都市报、封面新闻记者就通过专家采访、数据解读、企业访谈、探店体验、街采视频等各种形式，试图呈现和还原真实的“Z世代”生活，洞察和解析“Z世代”消费趋势。

许多新生品牌力量亮相榜单，其背后反映出经济发展的新动向：拥有新国货、新地标、新科技等新概念的品牌纷至沓来，与“Z世代”消费者同频共振。

新国货、新娱乐、新消费 它们与“Z世代”年轻人同生共长

与几年前相比，中国的消费群体发生了巨大改变，“Z世代”年轻人已成为消费主力军。

众所周知，“Z世代”通常是指1995年-2009年出生的人，他们伴随着移动互联网的蓬勃发展长大，热衷于社交媒体和电子商务，追求悦己生活，喜欢挑战自我，他们和其他时代的年轻人有着鲜明的对比，在个性、生活习惯上都有差异。

“Z世代”年轻人究竟喜欢什么？运动、看书、绘画、跳舞这类常规定义的兴趣爱好，还是电竞、潮玩、剧本杀、理财、养宠这些新消费项目？

在11月30日发布的“2021Z世代热爱消费新物种”榜单中，或许能窥见一二。

以王者荣耀为代表的电竞手游、以元气森林为代表的饮料品牌出现在榜单中，背后正是我国电竞行业高质量发展的一个缩影，也是国产品牌崛起的见证。国潮站上新起点，也给企业和品牌提出了新的课题。

实现“双碳”目标是大势所趋。在“2021Z世代热爱消费新物种”榜单中，新能源汽车特斯拉Model Y、小鹏P5成功入选，年轻品牌在并肩前行。

随着乡村振兴战略拉开大幕，“Z世代”不仅关注潮流动向，也为农业发展带来了新思路，特色农产品成为了他们的新选择，“巴州大罗黄花”“达州脆李”出现在榜单中，也证明了这一点。

新地标、新生活、新餐饮 新场景探索“Z世代”的消费底色

2021年，层出不穷的消费“新场景”落地，“Z世代”朝气蓬勃促使新技术带来新体验，购物、娱乐方式也越来越丰富和多元。

对于新的消费理念，封面新闻综合多个大数据报告，得出了一份“Z世

代”消费观察报告。报告显示，“Z世代”的消费特性是追逐个性、新奇的应用场景。

例如，在“2021Z世代热爱消费新场景”榜单中，就有众多新老品牌出现，传统品牌拥抱“Z世代”，让消费场景焕发新生；新品牌跟随“Z世代”，创造出新的机遇。

例如，上榜的蓝光矿泉就提出了生活新概念。不同于以往的小瓶矿泉水，蓝光矿泉将目光聚焦于年轻人的生活场景，以健康活力赢得年轻人的心。四川顺丰速运有限公司也首次推出“形象店+共配驿站”的模式，创新了寄递服务体验。

以烤匠·麻辣烤鱼、小龙坎火锅为代表的潮流新餐饮也是新消费中的一抹亮眼色彩，烤匠·麻辣烤鱼就善于和年轻人玩在一起，以颜值和味道打开“彼此心扉”，再深入探索“Z世代”的新社交场景。

消费新地标更是“Z世代”年轻人的娱乐谈资。如成都伊藤洋华堂、成都王府井百货……在这里，年轻人不再是单纯的“逛和买”，而是感受新场景带来的沉浸式消费体验。

以此来看，抓住“Z世代”年轻人的心和胃，就需要品牌和企业走进年轻人的生活，下沉和入圈，理解与信任，以沟通的姿态与年轻人做朋友，探寻新消费的鲜活底色。

华西都市报-封面新闻记者 朱珠

2021封面超级品牌周之 Z世代热爱清单

“2021Z世代热爱消费新物种” (排名不分先后,按首字母拼音排序)

- 巴州大罗黄花
- 达州脆李
- 荣耀 HONOR
- 淘宝
- 天猫
- 特斯拉 Model Y
- 王者荣耀
- 小鹏 P5
- 元气森林

“2021Z世代热爱消费新场景” (排名不分先后,按首字母拼音排序)

- 必胜客
- 成都佛罗伦萨小镇
- 成都欢乐谷
- 成都合生汇
- 成都融创乐园
- 成都时代奥特莱斯
- 成都 SM 广场
- 成都王府井百货
- 成都远洋太古里
- 成都伊藤洋华堂
- 烤匠·麻辣烤鱼
- 蓝光矿泉
- 泸州银行
- 四川顺丰速运形象服务站
- 蔚来 NIO House(In99)
- 小龙坎火锅
- 小鹏旗舰体验中心(成都太古里)
- 自贡银行