

【热搜】

接受整容、喜欢素颜,转账靠网络

网络大数据勾勒出95后新形象

95后并非我们想象中的“非主流”,他们不喜欢网红脸,有自己的审美标准,热衷社交个性化,近日,多家互联网机构发布了大数据勾勒出的95后新形象,用数据还原出这个时代年轻人最真实的喜好。

□徐晓风

接受整容
却不喜欢网红脸

作为更加勇于接受新鲜事物的新兴力量,95后对于整容的接受度相当高。QQ大数据报告显示,能接受整容的95后高达85%,并有11%的95后未来打算整容,最想整容的部位则是割双眼皮、垫鼻梁和瘦脸。但是很矛盾的是,有过半95后要求自己的另一半“原装”,不能接受整过容的他(她),认为这是虚荣的表现。近八成接受采访的95后都认为过度整容的产物“网红脸”,并不是主流审美。

“正常人都喜欢看脸,不过网红脸好像都是长一个样,卸妆去掉镜头美颜后,谁知道这个人长什么样?”对于网红脸,网友“小白”认为没有什么辨识度记不住,而且容易认错人,这就很尴尬。而正是因为95后对于“独特”的追求,比起一个模板下诞生的网红脸,95后更加钟情于有自我特色的阳光男孩和邻家女孩的形象。

唔哩创始人兼CEO钱奕说,其实95后对网红脸的排斥,体现了他们独特的价值观,就是要真实。举个例子,此前美国有一个经常教化妆艺术的网红,她出生时脸上有很大的胎记,以前都靠化妆来遮盖,后来她在网上洗去脸部化的妆,把自己真实的脸展示出来,结果反而引来一片点赞,这就说明与虚拟世界相伴而生的95后们最渴望的还是真实不故作。

两成95后
对自我审美缺乏信心

【热点】

调查显示夜猫子才是网购主力军

11月10日 周四
脸书漏洞致200万用户“离世”

社交网站Facebook突然宣布约200万人的“死讯”,包括创始人扎克伯格。在修复问题后,Facebook发表声明,承认犯下了“可怕的错误”,指出一段本应加在纪念页面的信息,被误发至其他账号。

网友点评:Facebook难道真的要非死不可?

11月11日 周五
调查显示夜猫子才是网购主力军

一组数据显示:32.5%的消费者在睡前网购;“夜猫子”才是网购界的主力军,晚间20点以后到24点,无论哪个年龄段的人群,都是购物行为最密集的。这个时段的成交笔数占总笔数的13%。



超两成以上的95后会花费30%以上的月收入用于穿衣打扮,数据显示,对于年纪小于21岁的95后,购买奢侈品的占总消费的32%,购买力绝对在线。从服饰样式及颜色的选择上,也能充分看出95后的确是“特立独行”的一代,他们喜欢充满个性的印花,也喜欢酷酷的黑色。

然而,在消费力上可圈可点的95后,对于自己的审美观并没有很强的自信。据《95后审美观报告》显示,超五成95后认为自己在审美打扮上有困扰,不知道该如何提高品位。而近六成的95后认为自己的穿衣打扮会受到周围朋友的影响。

就网络拍照“上妆”来说,95后最喜欢的是卖萌妆,手机软件“天天p图”妆容前三是萌兔、猫顶鸡和小熊猫。

七成爱素颜
日均护肤不足6元

虽然95后在穿衣打扮上花钱毫不手软,但是年轻就是资本,更多的95后偏爱素颜。赶集网近日公布的一项针对95后的颜值消费观调研大数据结果显示,70%以上的被调查95后美肤成本日均不足6元。

当代社会工作压力日益增大,网上也一直流传着“看脸的社会高颜值更有助于工作的开展”,而调研结果显示,有75%的95后选择了“我美我素颜”,而选择“化妆才上班”的只占25%。相比85后,“年轻是最大的资本,我年轻我素颜”的自信被95后新蓝领们演绎得淋漓尽致。

初入职场的95后收入有限,在美肤方面的消费并不多。数据显示,全年消费在2000元以下即日均护肤成本不足6元的95后占了70%以上,2000-5000元的消费占到21.31%,年消费在5000-10000元占7%,万元以上的仅占1.64%。

同样都是美肤,但男性和女性的目的却存在较大不同。调研数据显示,男性美肤更多的是出于工作需要和利于同事间的沟通,这两个目的占了70%左右,而单纯为了工作而化妆的女性只占36%左右,有高达49.46%的女性只是“喜欢镜子前美美的自己”而选择化妆。

大数据
为何偏爱95后?

95后的颜值、爱好、就业偏向、择偶观……互联网时

援手”,并承诺将供他到大学毕业,可能的话愿意读到博士都可以。

网友点评:他的贫困是真的,只是比别人幸运一点。

11月14日 周一
减肥者周日、周一最难熬

一项调查显示,对减肥者来说,一周中最难熬的日子是周日和周一。在这两天中,人们最喜欢通过高热量食物来稳定自己的情绪。

网友点评:真正的吃货一年365天都难熬。

11月15日 周二
“假人挑战”风靡社交媒体

近日,“假人挑战”又在社交媒体掀起一股新风潮,玩法是参加者必须像假人般不动,摆出一种戏剧化的姿

代,各家机构似乎都偏爱用大数据来深扒这个年轻的群体,究竟是为了什么?

北京一位大数据分析师说,现在不管是电商,还是各种移动App,或者社交媒体,都喜欢自己或者委托相关机构来做一些95后的大数据统计,频繁针对某个类别来给95后画像,主要是因为相对于不论是消费行为还是其他上网习惯都已经比较成熟的70后、80后来说,95后这个群体还是没有定性的一代,各种消费观、行为习惯正在养成,具有很大的可塑性和相当可观的消费潜力,能够更早地分析出其特色并加以迎合和引导,这是很多互联网机构都在做的事情,他们希望借助这种分析来增加新兴用户群体的黏性和忠诚度,那么95后想什么爱什么就必须得超前知道。

钱奕也表示,虽然自己是个70后,但95后的很多东西自己也通过各种途径在了解和深入,这个群体是最有活力的网络新生代,包括95后最想知道的是什么资讯,他们的眼光看成人的世界是什么样的,究竟什么样的话题能让95后感兴趣,这些都是可以借助后台大数据手段来分析的事情。

势,仿佛世界突然静止,录制视频后发上网。目前已有葡萄牙国家队、NBA公鹿等多个球队名人参加。

网友点评:时间停止遥控器.avi。

11月16日 周三
网友热议“短时间内世界的惊人改变”

在你亲历的短短的时间内,世界有哪些惊人的改变?知乎网友热议:“谁还记得5元30M都用不完的时候?”“1999年,有人搞了一个互联网生存大赛,看看大家能否只依靠互联网生存。2016年,大概需要搞一个无互联网生存大赛,看看大家不接触互联网能否生存。”

网友点评:又暴露年龄了……

(齐小游整理)



【微博】

不要以为看了一堆
浅阅读就博览群书了

微博、朋友圈、知乎等一切浅阅读,对你有价值吗?很有价值。但这是什么价值要明白,这些是泛读,增长见闻而已,不是知识,不成体系,不能形成在某个方面的竞争力(极少数人可以)。学习,还是要看书,要练习,要实践。不要以为灌了一堆浅阅读,就是博览群书了,那不是一回事儿的。
@tinyfool

少数人对公立教育的不满,被有心人升级为公立学校不得考分考核,于是家长被迫培优。只要名校招生名额有限,就有竞争,考分竞争是减少租值耗散的最好办法。不用考分竞争,也会有其他规则。现在就是用钱竞争培优,而且作业更多。这是张五常的租值耗散定律在教育上的应用。
@陈虎平

大多数人没有一个虐待你的外婆(奶奶),反而有个溺爱你的外婆,但你很可能有个自己虐待自己的外婆:她永远先吃旧饭,然后新鲜的饭剩了一些,下餐她再先吃旧饭,无穷尽也,她于是成了一个只吃旧饭的人。最好的办法,也是最简单的办法,把剩饭倒了,她也可以顿顿吃新鲜的饭,生活质量大大提升。
@连岳

都说VR太虚,难道比那些无法实现的梦想更虚?即便再虚幻的东西,也会有某种真实的过程在后面。比如某种VR场景后面会对应于某种真实电子信号流。
@严锋

应该像潜水吧,一个人安静地面对这浩瀚的世界。你只有配合、应和水流的节奏,经过海中万物的身边。是的,你有潜伴,可以彼此提醒照顾,甚至在危急时共用呼吸器,然而没有人能取代你去游弋,你其实是独自面对海洋的。你只有有限的氧气和时间,不可以沉沦太久,终将离开。这就是你,和这世界。
@主播杨蕾

这个世界上最不适合回头看的有两样东西:一个是前任的照片,另一个是已经买回来的东西现在的价格。
@l1989127x

(三七整理)