

## May 2023

## 针对Z世代的营销 - China

"Z世代同时做加法和减法，以寻找生活的平衡，而非‘什么都想要’。一方面，他们渴望更多高质量的体验和丰富的社交网络与互动，另一方面，他们希望找到方法将自己从无关紧要的琐事、无效社交和‘信息茧房’中解放出来，从而缓解焦虑，更好地享受生活。为Z世代提供安全感、对生活的掌控感和身心健康的品牌能够赢得他们的信任，并且极有可能获得他们的忠诚度。"

## 针对年轻家庭的营销 - China

"年轻父母对养育孩子的态度发生了明显改变。他们越来越重视‘陪伴’在孩子成长过程中的作用。随着减轻孩子学习负担的需求日益明确，保护孩子们的童心和创造力正成为更重要的事。科技的发展不仅改变了教育和信息来源的形态，也在影响家长对孩子未来发展方向的思考方式。与此同时，年轻父母对自我实现的追求并没有在育儿期间停止。他们希望孩子成为自己动力和灵感的源泉，而不是束缚。儿童品牌在与消费者沟通时，需要展现出‘与孩子一同成长’的姿态，避免‘说教者’的形象。"

— 张泽龙，高级研究分析师

## April 2023

## Marketing to Gen Z - China

"Gen Zers are doing both addition and subtraction to find balance in life, instead of 'wanting it all'. On the one hand, they long for more high-quality experience and enriched social network and interactions, while on the other hand, they seek solutions to free themselves from unimportant things, invalid socialisation ..."

Marketing to Young Families -  
China

"The attitudes of young parents towards childcare have changed remarkably. They increasingly focus on the role of 'companionship' in the development of their children. As the need to reduce children's study load becomes clearer, the protection of children's childlike innocence and creativity is becoming a more important issue ..."

## Upcoming Reports

Consumer Spending Sentiment -  
1H - China - 2023Marketing to Over-55s - China -  
2023

中国消费者 - 中国 - 2023年

## 消费意愿 —— 上半年 - 中国 - 2023年

The Chinese Consumer - China -  
2023

针对55岁以上人群的营销 - 中国 - 2023年