

洞察 Z 世代，如何在破圈中重塑商业逻辑

新闻晨报记者 钱鑫

当 2026 年的晨光穿透城市的天际线，Z 世代不再只是时代的旁观者，而是以清醒的头脑、温柔的目光和坚韧的行动，在现实与数字之间书写属于自己的新叙事。

第十四届上海零售风云榜由上海报业集团指导，由新闻晨报主办的一次大型的消费者评选活动。微博、微信等平台滚动推广，线上、线下联动投票，《新闻晨报》特别滚动报道……超过百万人次的消费者进行了投票，第十四届上海零售风云榜颁奖仪式日前圆满收尾。

探索智能消费的风口

在这个智联万物的时代，科技与消费的共生、链接与体验的融合，正以突破性的力量重塑着商业消费的新生态。我们不仅仅是在打造一种全新消费模式，而是一次跨越数字壁垒，探索智能消费与链接服务未来方向的全新征程。

上海市文化创意产业促进会会长王亚元先生在致辞中说到，近年来，我们欣喜地看到，越来越多的上海零售企业主动拥抱文化创意。日前，上海市政府发布了《上海探索“促消费”新思路，发布 28 条措施涉及六大行业领域》，其中文旅商体展联动将是重要领域。作为上海市文化创意产业促进会，我们始终致力于推动文化与各产业的跨界融合。我们坚信，未来的零售，不仅是交易的场所，更是文化的容器、社交的平台、城市的客厅。我们共同来讲述城市故事、展现海派文化，共创上海更加璀璨的明天。

上海购物中心协会秘书长钱文艺介绍说，到目前为止，上海的购物中心已超过 600 家。购物中心作为新业态、新零售的重要载体，为上海打响“上海购物”品牌发挥主导作用。上海购物中心也在根据上海市政府有关商业发展规划，致力于提升“上海购物品牌”的影响力，抓住文旅商体展联动，充分发挥上海购物中心在商业零售服务领域中的创新性、地标性、时尚性的引领作用，把上海打造为世界一流的国际消费之都。

新闻报社党委书记、新闻晨报主编杨伟中先生介绍说，回顾 2025 年新闻晨报从特刊报道的深度挖掘，到随申 HI 平台的整合传播，从创意全案服务，到文旅商体展线下场景的无缝植入，我们正在实现从“观察者”到“连接者”再到“赋能者”的角色跃迁。2026 年新闻晨报将通过“全媒体传播+场景链接+线下互动+文创设计”的三维联动体系，打破资源壁垒，探索媒体在数字智能时代进行突围的“创新方案”。我们更希望帮助文旅商体展各个领域实现资源互通、跨界联动，实现“媒体赋能与品牌生长”的双向奔赴。在此基础上，我们将重点打造诸如“上海零售风云榜”这样的“上海消费引力场”IP。这不仅是媒体角色的跃迁，更是城市叙事方式的升维——以内容为舟、技术为桨、场景为岸，让每一次传播都成为消费引力的策源地，让每一场联动都化作城市活力的加速器。

如何更好链接 Z 世代

在光影交错的舞台上，机器人随着节奏律动，精准而流畅地演绎着舞蹈。机械臂划出优美弧线，LED 双眼闪烁情感光芒，刚与柔、力与美的融合令人惊叹。机器人用独特方式诠释音乐灵魂，带来未来感十足的视觉盛宴。在颁奖盛典的开始，机器人租赁服务平台擎天租带来了一场颇具科技感和梦幻感的机器人舞蹈表演。

本次零售风云榜还邀请了百联 ZX、擎天租、米哈游、上海动漫协会的相关人士，大家共同探讨他们眼中的“Z 世代”和吸引“Z 世代”的秘诀，各自分享了他们的商业洞察。

与会者聚焦二次元 IP 与商业、科技的融合创新，明确 2026 年行业新趋势：以优质内容为核心，IP 化运营为路径，技术赋能为支撑，线下场景为载体，将成为商业增长的新引擎。

他们，在数字的洪流中筑岛——2026 新闻晨报 Z 世代洞察报告

新闻晨报商业事业部总监 钱鑫

通过新闻晨报记者的采访、智库资料、读者调查、社群线上问卷，涵盖了 Z 世代在生活、工作、社交、娱乐等多方面的洞察，总结了 10 大洞察，这也是新闻晨报第三年发布《Z 世代洞察报告》。

新闻晨报 Z 世代十大消费洞察包括：1.K 型消费，双面人生；2.内核国潮，从“中国风”到“中国造”的信仰跃迁；3.精神布洛芬，移动的“情绪伙伴”；4.AI 生存法，让 AI 成为“效率外挂”；5.“痛”并快乐着，为自己而燃；6.“闲鱼宇宙”，开放式的生活实验场；7.萌宠互养，和毛孩子情感共生；8.药食同源，新中式食养；9.反内卷契



约，划出身心的护城河、10.“搭子 30”时代，重当下，轻契约。

Z 世代站在潮流浪尖，以独特审美与果敢态度，重塑时尚、文化与消费的轮廓。翻开《2026Z 世代洞察报告》，探寻这代人心中诗意的和远方，解析他们在时代浪潮中留下的独特印记。

在二次元垂类赛道与国潮背景下的进阶思考

百联 ZX 研策拓展高级经理 徐建

百联 ZX 以“Z Era (Z 世代)+ X (无限可能)”为品牌内核，秉持“Play Together”（与同好好玩）的经营理念，致力于打造中国二次元文化标杆商业。构建了清晰的三大场域产品形态谱系：旗舰型（ZX 创趣场）、核心型（ZX 造趣场）、嵌入型（ZX LAB），通过差异化定位，推进一线及新一线城市核心商圈拓展。作为“中国首座聚焦二次元文化的商业体”，2025 年，ZX 创趣场数据表现强劲，全年客流突破 1000 万人次、单日最高客流突破 9 万+，销售额超 4.5 亿元；ZX 造趣场主打“二次元 PLUS 生活方式”，年客流同比提升超 90%，首店占比超 70%；而 ZX LAB 则于 10 月如期呈现，聚焦街区嵌入轻量化体验与融合。百联 ZX 已通过空间沉浸式营造、圈层情绪经营及全产业链构建，累计举办各类活动 1400+ 场，积累活跃会员超 50 万+，全网曝光量超 4 亿次。

百联 ZX 的核心优势在于强大的 IP 资源整合与跨界创新能力。2025 年通过《未定事件簿·天缘宝宝》、《光与夜之恋》等联动快闪，以及 Bilibili World (BW) 分会场、高校联合大型泛 ACG 舞台 live 等现象级活动，持续实现破圈传播与业绩突破。

面向未来，百联 ZX 将不仅限于商业空间运营，更将主动从“空间运营商”进阶为“综合型 IP 运营商”。将深度布局专业服务输出、IP 内容运营（快闪）等新业务，重点联动孵化国漫国潮内容，串联跨产业消费，助力商业转型与城市更新，联合产业链伙伴，共同构建可持续发展的二次元商业生态。

机器人如何重塑次元经济

机器人租赁服务平台擎天租首席营销官 CMO 李可为

次元经济正从“观看经济”升级为“共鸣经济”，IP 的本质是人格映射与理想投射。相较于传统 COS，“机器人化”成为 IP 物理化的进化新方向，且 IP 机器人具备客观存在、不塌房、持续稳定的优势，实现 IP 平权。

擎天租秉持“租赁即平权”理念，开创 RaaS (Robot as a Service) 模式，将“IP 机器人化”打造成人人可用的基础设施。不同于传统路径，这里租赁的核心并非硬件，而是穿越次元的情感 IP。擎天租致力于让每个梦想中的角色都能被真实拥抱，让用户以租赁形式轻松触及“本命”IP，在次元经济中搭建起情感连接的桥梁，为用户带来独特的情感共鸣与互动体验。

场景即引力

米哈游高级公共事务经理 许林泉

米哈游以“场景即引力”为核心理念，激活消费与文旅新动能。其旗下《原神》《崩坏：星穹铁道》等数字 IP，以“共鸣”为核心驱动力，构建了独特的“点线面”引力场。“点”上，与肯德基等品牌开展跨界联动，将日常消费升级为社交事件；“线”上，打造线下地标，让 IP 深度融入城市肌理，将打卡人流转化为消费客流；“面”上，举办“原神 FES”嘉年华、“星铁 LIVE”演唱会等现象级活动，吸引百万玩家“为爱奔赴”，显著带动餐饮、住宿等假日经济增长。在实体消费端，米哈游表现同样亮眼，天猫旗舰店在双 11 期间登顶潮玩销售榜，周边产品在海外市场亦供不应求。这种“体验-消费-再体验”的良性循环，既强化了社群归属感，也让数字 IP 与实体经济深度融合，释放出巨大商业价值，彰显了优质内容对市场的强大驱动力。

中国二次元经济：定义下一代文化与消费新增长级

上海动漫协会秘书长 张炜

二次元经济已从亚文化升级为“数字文创新消费”，成为文化消费新增长极。2019-2024 年上海二次元产业规模从 704 亿增至 3950 亿，年复合增长率 41.1%，带动文旅、酒店等相关消费大幅增长。用户以学生（48%）和白领（32%）为主，愿为情感联结、身份认同付费，小红书等平台成为核心社交阵地。其核心资产是 IP、游戏、动画、潮玩等领域涌现诸多热门 IP，展现出强劲商业潜力。行业存在内容创新缺口、IP 衍生蓝海等机遇，但也面临头部依赖、原创薄弱等挑战，还需跨越创新、变现等四大壁垒。未来，AI 融合、IP 生态化、出海模式化将成趋势，二次元经济正重塑消费与投资逻辑，前景广阔。

嘉宾分享结束后，还进行了一场精彩的圆桌论坛，共同探讨“如何连接 Z 世代”。

