

WGSN

2026 未来消费者

WGSN帮助全球领先品牌
打造未来的消费者会钟爱的产品



我们的未来消费者预测归纳了 2026年品牌必须了解的四种消费者画像



微光派

倦怠让他们渴望更简单纯粹的生活。从田园风复兴到组建家庭，微光派在重新定义社群、关怀和成就感



自治派

他们感到无法在这个世界实现曾经的期望，因此开始制定自己的一套规则，通过叛逆抵抗和互助团体，找到属于自己的社会使命



求真派

面对虚假信息过多造成的危机态势，这群冷静理智的消费者重视事实而非虚构，重视不加修饰的透明度而非华而不实的故事。诚实的信息传递和简化的销售活动会赢得他们的信赖



协同派

这些消费者心怀好奇，肩负重要使命，要通过倡导文化逆流和人类与科技的共生，让这个快速变化的世界变得对所有人都更好

微光派

敬请了解2026未来消费者的
第一类 —— 微光派,他们通过
每一次值得纪念的微小时刻
或事件来重新定义幸福

面对不断上涨的生存成本和忙碌文化的重压，身负重担的微光派逐渐放弃传统意义上的人生里程碑，推崇更微小的愉悦体验、支持社群的网络和更容易达成的“小里程碑”。

他们选择远离公司竞争文化，通过更为私人化和可持续的视角去衡量，以重新改写成功、幸福和社群的意义，在艰难时期找到属于自己的希望曙光。他们是务实的乐观主义者，对功成名就这种社会期望抱着怀疑态度，更喜欢庆贺让日常生活变得更美好的小成就，重视困难里的一线希望，即愉悦的情绪微光。他们极为注重对自我和他人的关怀，也包括后天选择的“家人”在内（选择志同道合的亲族而非生物学定义的亲属）。WGSN自2021年以来一直在跟踪大迁徙趋势，他们成为了这股趋势的先驱，

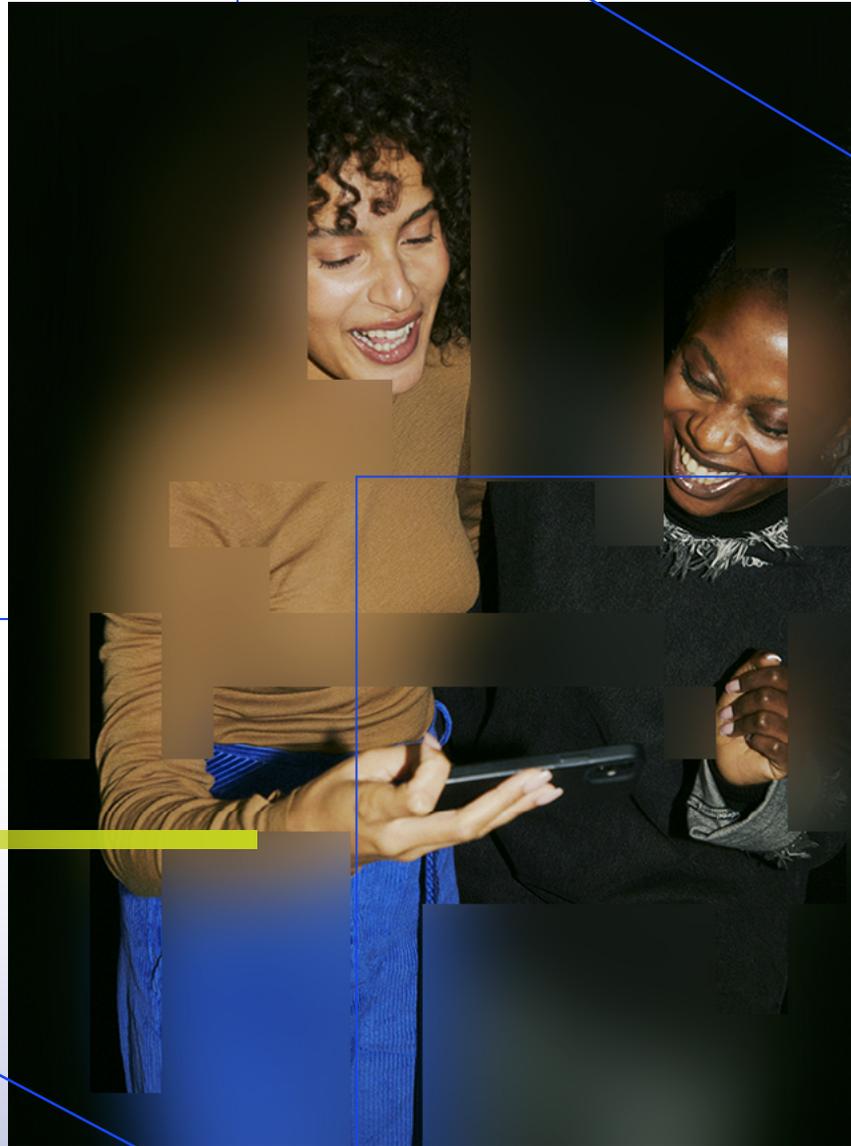
放弃城市生活方式，搬到压力更小的郊区和乡村地区，并在这个过程中振兴了当地的社区。

微光派需求

微光派需要能够振奋情绪的产品、服务和体验，以期为日常生活带来微小却重要的改善。微光派的思维方式跳出了常规的社会期望，期待品牌以他们的人生阶段为考量设计产品，而非实际年龄。所有能够以切实具体、简单可行的方式，创造关怀、社群和幸福感的物事物，都将吸引微光派消费者。



策略

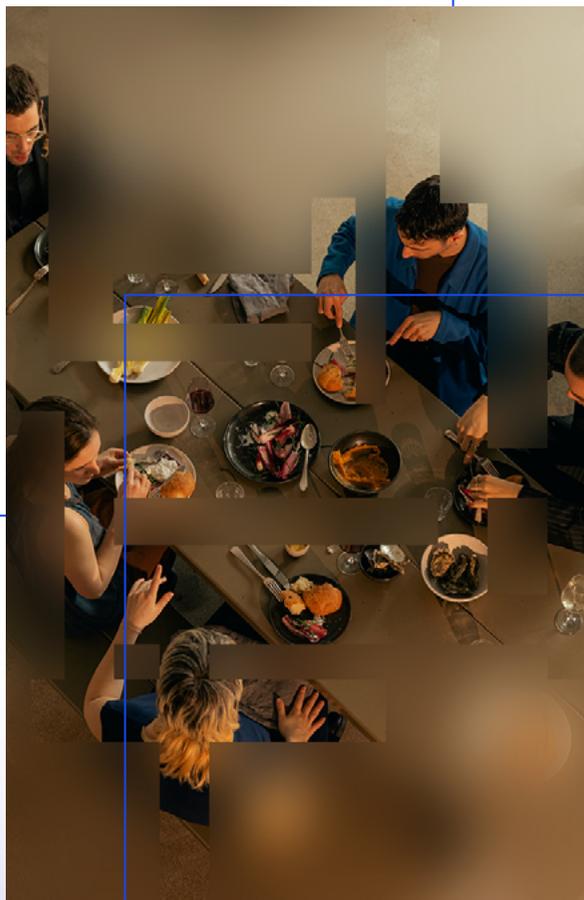


赢得微光派青睐的
四大策略

1

庆祝小成就

界定什么才是最能引起消费者共鸣的“小里程碑”，无论是宠物纪念日、一辆新车还是转变的健康生活方式，尽力打造能够推动和庆贺这些小里程碑事件的产品和服务。对人们获得的小小成就提供支持，是赢得消费者信赖和长期忠诚的有效方式。



2

成为关怀一方

微光派在努力抵抗倦怠和快速恢复文化(这种文化期望人们在怀孕或疾病等重大生活变化后“迅速恢复状态”),他们对品牌的期望亦是同样。让关爱自我、关爱他人和关爱地球成为品牌的使命,探索企业如何帮助人们培养更优秀、更健康的习惯,无论是促进更优质的休息、更正念的零食习惯还是更环保的消费行为。

3

投资乡村复兴

随着人们追求大城市之外更实惠、更环保的生活方式，大都市的魅力正在减弱。微光派成为这种变化趋势中的先驱，品牌必须主动去能够触及他们的地方。例如在新的地点开分店，或者创造有助于人们放下负担、逃离城市生活的产品和服务，哪怕只是短暂地放下。

4

打造便利的第三空间

第三空间指家庭、职场、学校等常规社会环境之外的空间，它们对微光派消费者有着独特的吸引力，因为他们把社群和沟通视为健康幸福的内在因素。将您的品牌与这些第三空间联系起来，无论是在公园举办的锻炼活动，还是在店铺举办的学习活动，打造难忘的体验，把重点放在给消费者提供积极的助益上，而非销售上。



wgsn.com网站提供更多消费者洞察和策略。

——→ [联系我们](#)，成为会员

微光派驱动因素



微光派 相关数据

道德消费

+62%

社交媒体围绕合乎道德观念的巧克力产品的讨论度同比增长

— WGSN趋势走势图

WGSN

追求愉悦

49%

受访者更愿意光顾给他们带来愉悦感觉的品牌

— VML

消除疲惫

42%

日本、澳大利亚、美国、英国、法国、德国受访员工表示感到精疲力尽

— Future Forum Pulse的调查

微光派 相关数据

疗愈的兴趣爱好

745亿美元

2031年全球艺术品和手工制品的预计市场规模, 较2021年的441亿美元有大幅增长

— Business Research Insights

注重个人护理

26%

头发健康作为讨论话题
在社交媒体美妆网红中的渗透率

— WGSN趋势走势图

心理健康正念

120亿

全球每年因为抑郁和焦虑
而损失的工作日数

— 世界卫生组织

人群演变

2024

回忆制造者

回忆制造者放弃对于完美的追求,选择专注于当下,清理所有阻碍他们的冗余

2025

时间守卫者

时间守卫者通过日常仪式和有意义的体验,创造更加丰富多彩的生活,把注意力放在能够为他们的世界增添价值的事物上

2026

微光派

这个世界给人的感觉越来越大、运转越来越快,压力与日俱增,而微光派消费者不再关注达成社会期望,转而注重提升日常的快乐和成就感



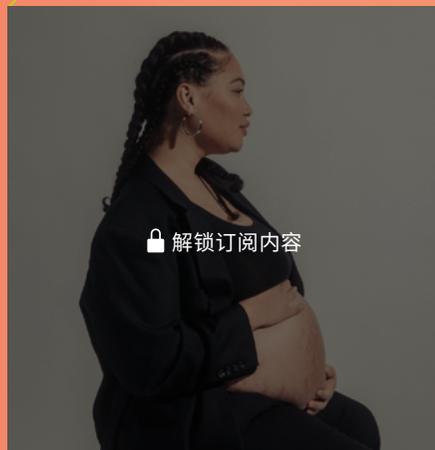
马上行动

探索这些消费者情绪和其他推动 2026年变革的未来消费者画像

微光派



自治派



求真派

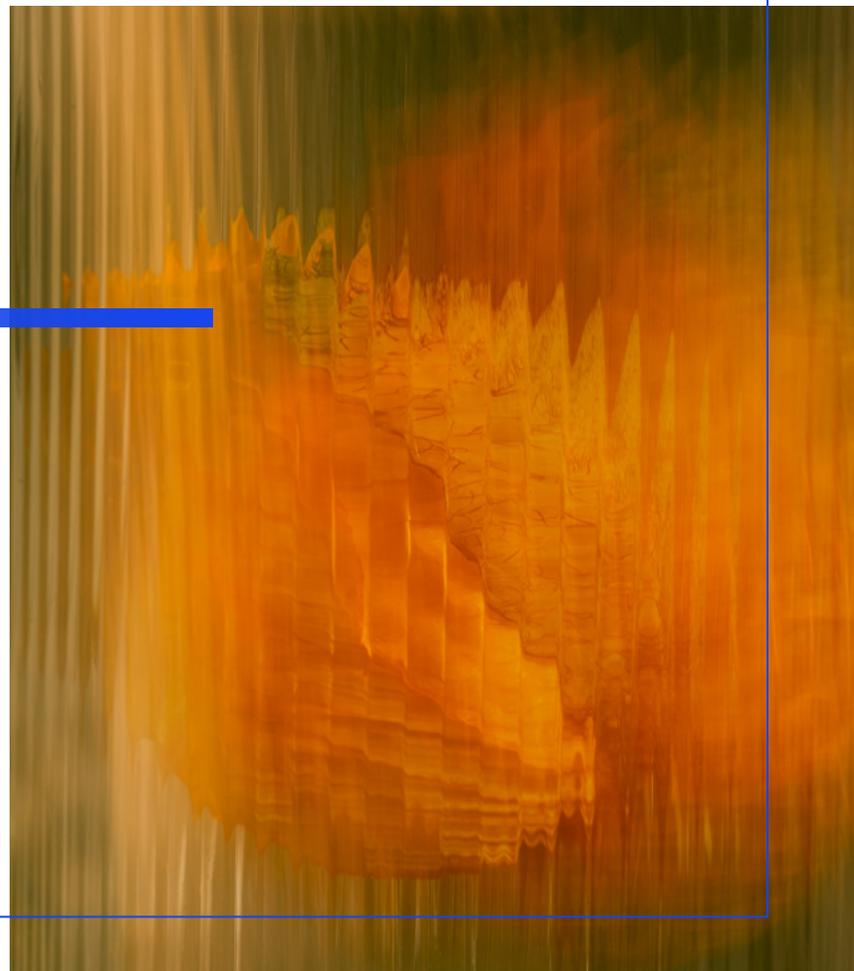


协同派



——> [申领完整版2026年预测报告](#)

WGSN是世界领先的趋势预测机构，深受全球大品牌和创新品牌的信赖。



关于WGSN

我们的分析依据

WGSN通过独特的STEPIC分析依据，带来全球趋势的整体蓝图。该分析法追踪了六大支柱的最新动态，分别是社会、科技、环境、政治、行业和创意。为确保最大的准确性，我们将这些定性调查与WGSN趋势走势图相结合。这是我们的预测分析产品，融合了来自于社交媒体、搜索关键词、电商数据、秀场、消费者情绪的各项数据源，为品牌指明了值得投资的趋势，投资力度和投资时机。

1

观察

STEPIC

社会
科技
环境
政治
行业
创意

■ WGSN专有数据

■ WGSN专家团队

2

分析

美学关联

■ 数据解析
与模型构建

■ 深度研讨

3

预测

消费者洞察

■ 生活风尚

■ 产品设计

4

聚焦

商业市场

5

反复评估

← 持续监测 →

关于WGSN

我们的视角能够帮助企业了解重要变化并采取及时行动，以期为未来的需求创造最佳的产品和服务。



从人们穿戴的服饰、使用的护肤品、品尝的食物、使用的科技，到选择放置在家里的家居产品，我们的专业知识涵盖了能够触及人们日常生活的各项产品和服务。无论您的消费者处于哪个领域，我们都知晓相关趋势，预测未来。



WGSN的专家遍布世界各地，提供真正的全球视角，解读将会塑造未来的重要趋势，Mindset咨询业务还提供更深层次的定制服务。

——→ **联系WGSN**，了解我们如何为您的业务提供未来保障