

DT产品手册

第一财经
Y I C A I

DT商业观察

DT研究院

理
性
热
爱

FOREWORD

2025年, 是**DT的第十年**

十年前的DT, 和今天的DT完全不一样

从泛财经科技到商业消费, 从数据新闻到数据侠社群

从城市研究到年轻人洞察, 从关注年轻人到关注年轻化的商业

我们总在“折腾”

但至少, 我们沉淀了一些有用的东西:

敏锐的内容嗅觉、独特的切入视角

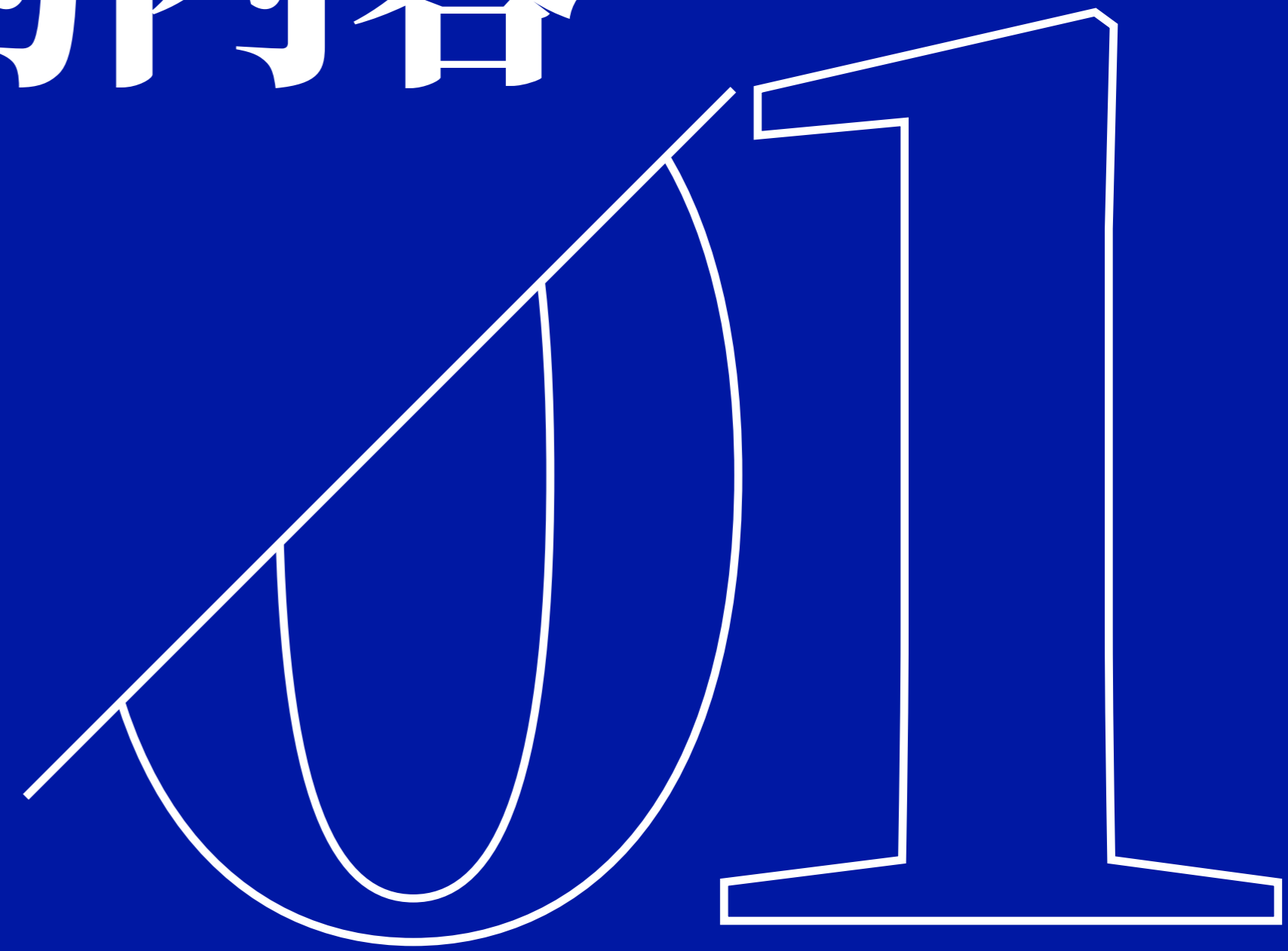
扎实的分析能力、高价值的读者

中国商业市场不同的趋势对应着消费者不同的生活方式

走到第十年的DT**致力于年轻化的商业报道, 探索大众生活背后的新商业思路**

PART 01

关于DT和TA的内容



DT商业观察 (原名DT财经)

第一财经旗下年轻态财经商业媒体。关注消费、互联网、电商、文娱、科技、城市等领域，融合媒体和研究机构的禀赋，加持丰富的可视化经验，旨在厘清趋势和商业间的关系，用年轻化的视野帮助读者更清晰地认识商业世界，助力品牌企业更好地决策、沟通和连接。相关账号已积累超300万读者，是权威媒体报道的重要信息来源及行业公司的学习资料。

DT研究院

结合社交聆听、定性定量研究和多领域数据库，挖掘趋势和趋势背后的逻辑与机会，提供有数据、有体感、客观可信的人群洞察、行业分析等研究报告。

我们的成果可以在全平台看到 全平台粉丝超300万



微博



虎嗅



网易



人民网



今日头条



凤凰网



钛媒体



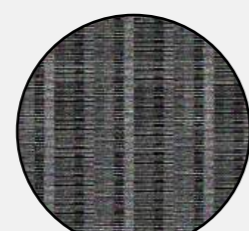
澎湃新闻



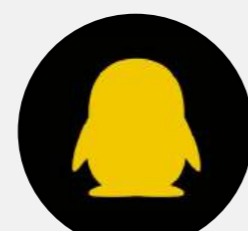
微信



搜狐



即刻



企鹅号



百家号



知乎



36氪



投资界



ZAKER



数英



红板报



小红书



一点资讯



界面新闻



创业邦



腾讯新闻



洞见研报



前瞻经济学人



报告厅



镝数聚



发现报告



199it

核心网端媒体矩阵

核心报告发布平台

DT商业观察 读者画像

- 公众号粉丝 85万+
- 以北京、上海、广东省、浙江省等
一线城市和新一线为主
- 男女比例: 5.5: 4.5
多集中于85后、90后、00后
- 微信头条阅读量 3.5万+
- 拥有大量媒体人/分析师/营销人/
企业品牌/市场中高层

这是一群正在不断重塑生活的人

也是许多品牌价值链里需要抓住的一群人



DT的内容：消费篇

DT基于消费领域围绕成熟企业和商业黑马从公司、产品层面已报道过上百个品牌。我们**结合消费者视角**去挖掘一个产品成为流行的内在动因、梳理一家企业战略布局的底层逻辑、验证一场营销成功的关键。

10w+爆款

《白象活成了康师傅羡慕不来的样子》

关键词：渠道打法、国货翻红

10w+爆款

《lululemon围猎“县城贵妇”》

关键词：运营策略、人群联结

10w+爆款

《“中国版jellycat”，被泰国女孩疯抢》

关键词：出海、消费情绪

《“开店狂魔”瑞幸，开始付出代价》

关键词：开店规模、财报拆解

《蒙牛和伊利之间，杀出了个33亿的黑马》

关键词：大单品、品牌故事

《洋快餐的万年“配角”，杀疯了》

关键词：生产供应链

DT的内容: 互联网篇

互联网平台是商业世界里流行风向、爆款案例、热点话题的核心发起者。DT保持对各大互联网平台的长期跟踪,以更贴近大众的视角不定期输出对平台趋势、案例、产品以及企业发展的深度特写。

《电商重回良币时代》

关键词: 淘天财报

《小红书7年前就有的生活方式,怎么就成了今年顶流?》

关键词: 流行现象、社区价值

《不得不说, B站真的开始“老”了》

关键词: 商业价值、用户焕新

10w+爆款

《QQ真的不行了吗?》

关键词: 用户特写、产品观察

《年轻人喜欢脱口秀的理由,除了好笑还有什么?》

关键词: 热门IP、消费喜好

DT的内容: 人群和行业研究篇

贴合当下热门趋势和热点，定制化对特定人群/特定消费行为/特定行业的深度调研分析，输出专业的研究报告，找到洞悉年轻化消费群体和商业的切面。

《2023品牌联名消费调研报告》

关键词: 十大联名、联名消费

《2024付费电商会员体验报告》

关键词: 电商侧写、消费体验

《2025年轻人租车出行趋势报告》

关键词: 出行、年轻消费

《2023年轻人怎么看预制菜调研报告》

关键词: 争议话题、Z世代视角

《2023线上冲锋衣市场趋势白皮书》

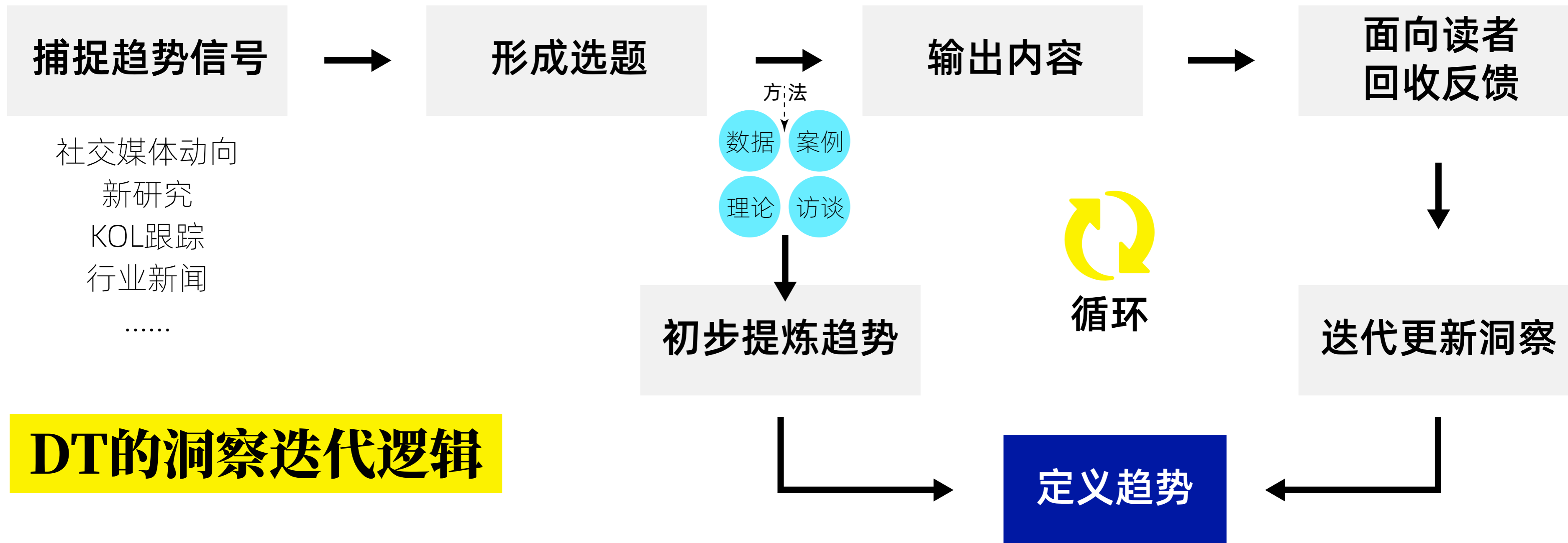
关键词: 五大趋势、六大洞察

《2024买房意愿调查报告》

关键词: 社会热点

扎实有据的洞察输出

DT积累了丰富的数据分析、内容生产与运营经验，形成“媒体+数据+研究”的内容方法论，长期跟踪**不同人群的最新趋势**，发布有洞察的内容。



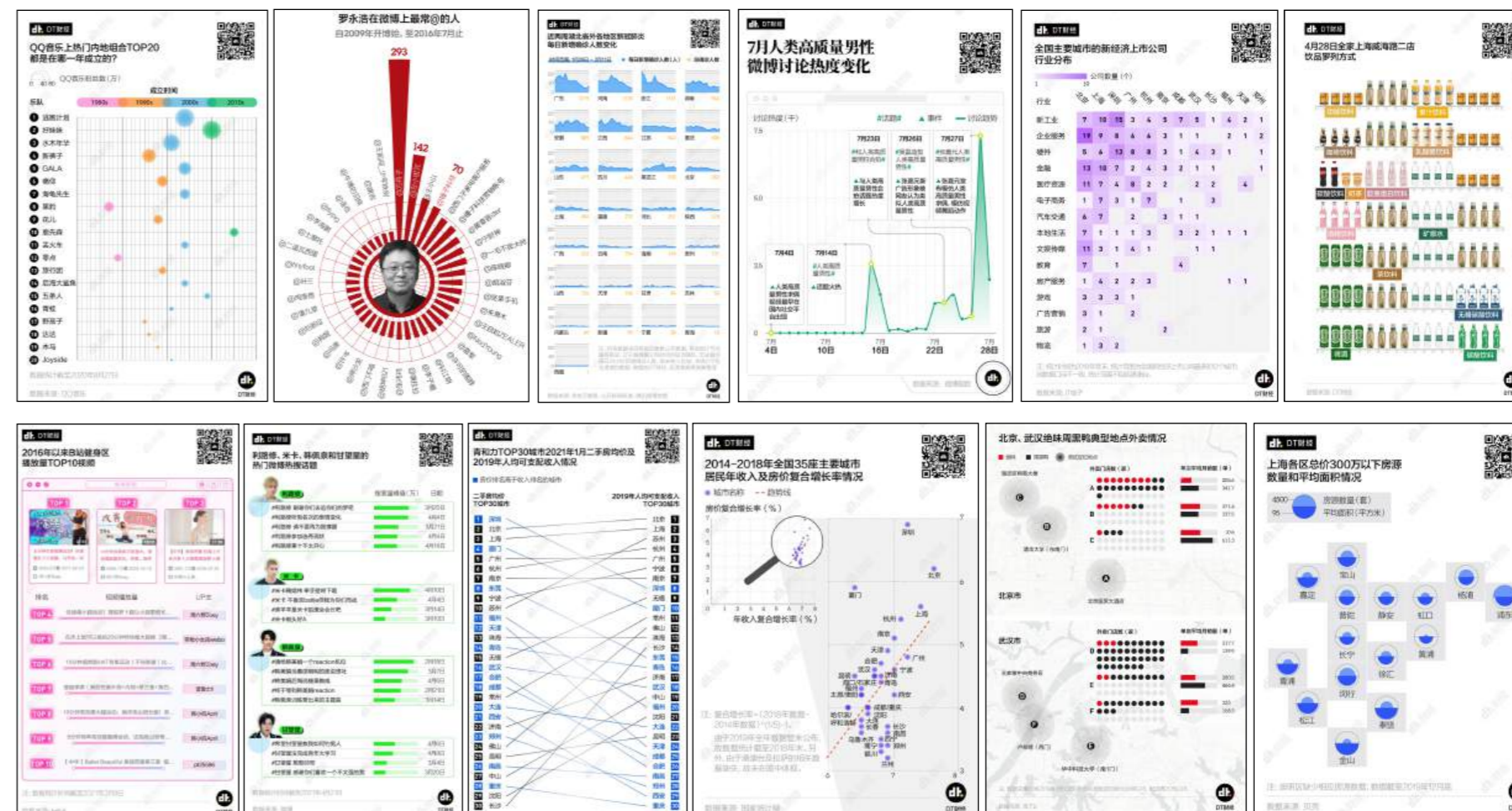
行业和大众兼顾的内容传播性

追求信息增量

不存在行业和大众的阅读边界，DT把企业也当成读者。内容上“不说空话，要说人话”，挖掘高密度的信息增量，追求言之有物的表达。在兼顾媒体选题的基础上兼顾企业诉求，实现双向奔赴。

好读好看的视觉传达

DT擅长各种形式的可视化设计，从复杂的数据或逻辑中提取关键信息并制作成图，单图也具备较强传播性。



专业媒体, 可信度高

1 内容流程专业, 提升内容价值

DT将研究应用到内容日常生产中, 基于数据和个体访谈报道现象、解释趋势、提出观点, 有理有据有说服力。

2 持续发布趋势, 获得行业信赖

DT专注于消费、互联网、文娱、城市、科技等相关领域的跟踪研究, 定期发布相关内容, 成为相关媒体、研究机构的重要信息来源。

3 背靠第一财经, 专业创造价值

隶属第一财经, 秉承“专业创造价值”理念, 深耕人群研究领域, 从内容生产到传播均追求更加专业。



值得信赖的
长期被引用的信息来源

行业的认可

联合国开发计划署（UNDP）责任创新大赛的官方数据合作机构

虎嗅 年度财经作者

上海市政府开放数据创新应用大赛（SODA）的战略合作伙伴

百度 百家号优质作者奖

2022上海市广播电视媒体融合十大优秀案例

澎湃 湃客号三周年最澎湃创作者

第三届中国数据新闻大赛业界组一等奖

腾讯 腾讯看点影响力创作者财经领域TOP 20

2018中国应用新闻传播十大创新案例

今日头条 头条号图文内容营销价值排行榜财经领域TOP 50

上海广播电视台传媒人奖

新浪 新知推荐官·最具人气奖

新浪财经 年度财经漫画家

上海第一财经总编辑奖

36kr 年度最受欢迎专栏作者、科技商业观察者、优质内容创作者

他们都在引用我们的分析——

@人民日报

《新职业, 择业新舞台》

自由的工作状态、将兴趣与职业融合、足够实现个人价值的舞台。新职业具备受年轻人喜爱的各种因素。DT财经《青年新职业指南》调研显示, 超过五成年轻人希望尝试新职业, 更有近两成已经开始从事相关职业。

@秦朔朋友圈

《谁才是真正的消费之王? 》

618增幅下滑的背后, 是年轻人越来越瘪的荷包。根据DT研究院发布的《2023年轻人存钱调研报告》, 目前国内18-40岁的年轻人中, 53.7%的存款不到10万。

@虎嗅

《“李佳琦们”到底是谁的代理人? 》

根据DT商业观察的统计, 目前国货彩妆的一些著名单品, 如果按克计算, 其平均价格常常超出国际品牌。国货的这种溢价, 必然需要靠主播们的“支持”。

@36氪未来消费

《不打折的优衣库, 被「平替」了》

在中国, 大牌“平替”优衣库遇上了被“平替”的命运。《DT商业观察》曾经做过一期统计, 发现几乎所有优衣库的热门款都能在拼多多、1688上以不过百元的价格买到手。

@新周刊

《今年最香活法, 收割了多少抠门中产》

不仅奢侈品的高速增长被平替社会按下暂停键, 更夸张的是, 连曾经的平替品牌都被平替了。“DT商业观察”统计发现, 一家快时尚巨头的热门服装款式, 几乎都能在拼多多、1688上以不过百元的价格买到手。

@远川研究所

《9.9退烧, 瑞幸险胜》

据DT商业观察统计, 库迪咖啡是去年上半年主流咖啡品牌关店最多的一家。即便是总部有补贴, 库迪新开3426家店, 关闭318家, 约等于每新开10家就要关1家。

@吴晓波频道

《从“遥遥领先”到“泼天的富贵” | 年度财经热词盘点》

DT财经的一项用户调查显示, IP在影响消费决策的过程中, 发挥着重要作用, 超7成人为了喜欢的IP花钱, 比被品牌所吸引的比例高出超20个百分点。

@罗辑思维

《房价“鹤岗化”之后, 年轻人还想买房吗? 》

《DT商业观察》专门做了一份调研。这份调研累计回收的有效样本数是1916份, 参与的人群以一线和新一线城市的“90后”“95后”为主。这也是当下最有可能买房的群体之一。报告里提到了这么几个关键结论。

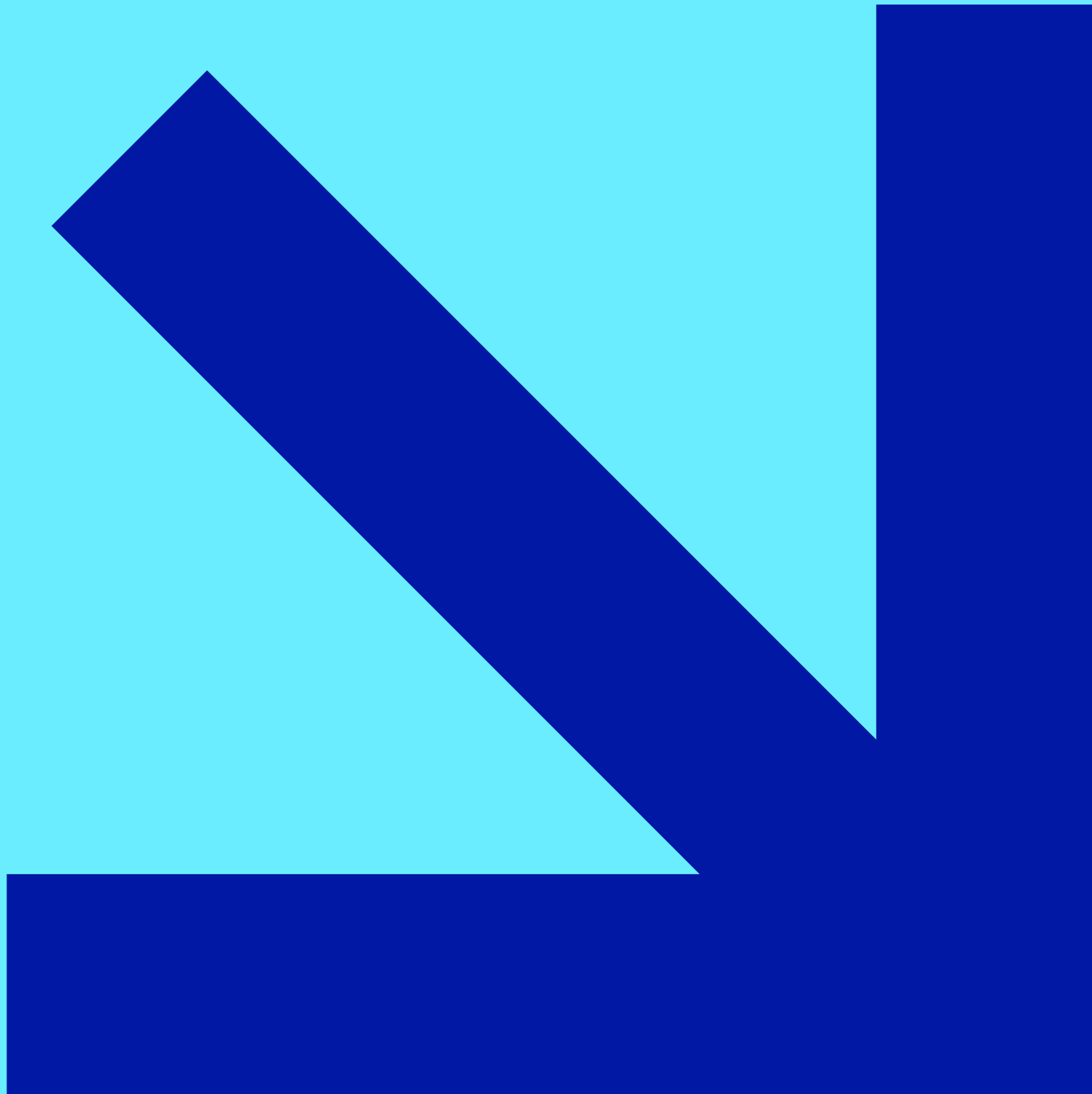
PART 02

DT的合作案例

(部分举例)



图文篇



服饰品牌合作案例



DT x 太平鸟——品牌升级项目

《太平鸟，一个中国时尚品牌的跃升样本》

作为一个拥有近30年历史的品牌，太平鸟对年轻人持续产生吸引力的原因是什么？



DTx北面——CNY项目

《“打工人，沉迷过“户外年”》

北面户外新品与CNY穿搭的双向奔赴



DT x 蕉下——防晒衣标准项目

《防晒衣，摸着羽绒服过河》

蕉下凭什么引领防晒衣的新标准



DTx安踏——产品发布项目

《疯狂内卷的羽绒服赛道，如何打造极致单品？》

传奇单品背后，安踏难以复制的奥运科技和精神内核

食品饮料合作案例



DTx老乡鸡——菜品溯源项目

《老乡鸡，没有秘密》

20万字“小作文”背后
老乡鸡值得信赖的原因



DTx霸王茶姬——郑钦文代言项目

《霸王茶姬的作业，复制不了》

霸王茶姬与郑钦文的合作如何给
行业打样？



DTx白象——新品项目

《白象变“红”，为何让年轻人上头？》

在回答“如何更贴近年轻消费者”
这个问题上，白象大辣娇提供了一个精彩的案例



DTx肯悦咖啡——百店项目

《餐饮巨头，向咖啡市场投下一枚“深水炸弹”》

当连锁餐饮巨头选择入局咖啡新品牌，它是同质化市场里的
全新变量



DTx喜茶——健康标准项目

《2024新茶饮深度观察：年轻人需要怎样的一杯奶茶？》

从消费趋势来看，喜茶引领茶饮开启健康精细化的4.0“成分时代”



美妆洗护品牌合作案例



DTx谷雨——亚洲皮肤科大会项目

《新中式美白, 被打工人封神》

如果拉大视角去看, 中国美白行业的产品消费, 经历了一轮轮变化与迭代



DTx巨子生物——315项目

《这个品牌在315这天多走一步, 只愿中国成分少走10年弯路》

打破“卡脖子”难关, 重组胶原蛋白凭的是什么?



DTx养元青——双11项目

《半年只发22张的防脱特证, 凭什么它拿到了?》

国货开始摘掉“平替”的帽子, 重新回到年轻人的视野



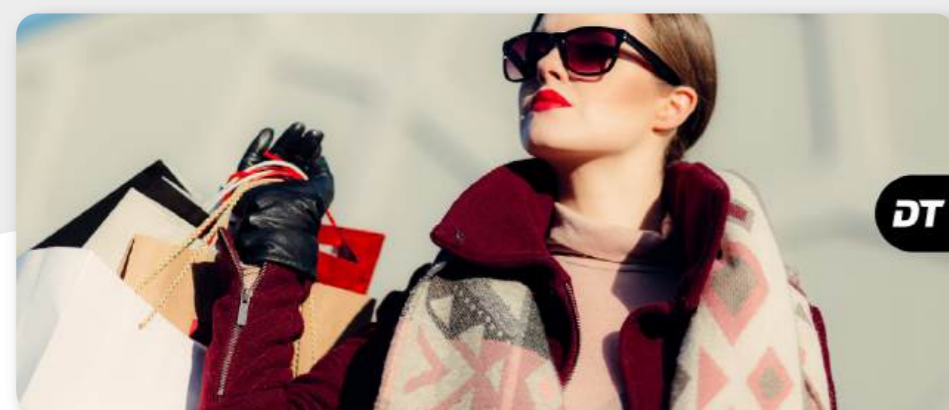
互联网平台案例-商业营销类



DTx小红书——国货正当红项目

《下一个国货顶流, 为什么是它?》

这届消费者, 为什么在小红书上决策买国货美妆?



DTx天猫——超级发布项目

《50个全球大牌, 在「天猫双11超级发布」觉醒》

从日常到大促, 天猫仍然是品牌首要的经营阵地和发声平台



DTxB站——乌江榨菜联名项目

《B站新操作, “榨”干年轻人》

联名往前走了一步, B站在陪伴年轻人吃饭的场景里, 坐得更“实”了



DTx巨量——种草大会项目

《年轻人想买啥, 抖音种草大会的3个发现》

从时尚、亲子、家居三个角度入手, 找到年轻人春天里的种草新主张

互联网平台案例-内容电商类



DTxB站——电视消费项目

《投影仪失宠, 大电视“上位”》

硬核的干货给B站年轻人带来的不止信息增量, 还有情绪价值



DTx快手——榴莲项目

《小城贵妇, 在快手上爆买榴莲》

在一定程度上, 快手的榴莲热, 对应的是榴莲从小众逐渐走向大众的趋势



DTx小红书——618买手项目

《从这份数据, 看小红书买手的4个趋势》

“买手时代” 近一年, 小红书买手生态发生了新变化



DTx抖音电商——服饰上新项目

《服饰大牌, 扎堆奔向抖音电商》

抖音电商是怎么成为潮流趋势发源地的?

互联网平台案例-用户趋势类



DTx闲鱼——中产鸡娃项目

《花200万鸡娃的新中产，都输给了闲鱼上的95后辣妈》

交换母婴闲置越来越普遍，年轻父母流行起“闲鱼式养娃”



DTx小红书——变美灵感项目

《小红书女孩化妆，主打一个“听劝”》

为什么小红书上总有那么多美护新趋势？



DTx美团——秋天奶茶项目

《打工人职场社交新流行：囤一杯》

从“奶茶续命”和“奶茶社交”两个角度，看看打工人喝奶茶的新姿势



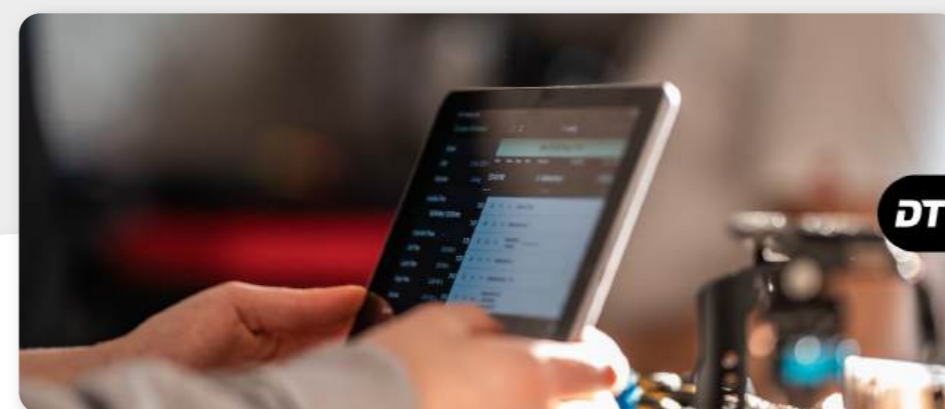
互联网平台案例-文化娱乐类



DTx腾讯视频——综艺招商大会项目

《大众娱乐, 迈入Gap time时代》

大环境的变化, 让大家从延迟满足到即时享受, 从放眼未来到着眼当下, 从向往Gap Year到注重Gap time



DTx优酷——综艺项目

《不撕逼的明星综艺, 有多“圈粉”?》

《盲盒旅行局》的出现, 为综艺市场注入了一泉活水, 用自己的成功实践, 为综艺节目的创新提供一个生动的样本



DTx快手——暑期短剧项目

《短剧飞升, 快手上桌》

为什么在快手追短剧正在成为流行?

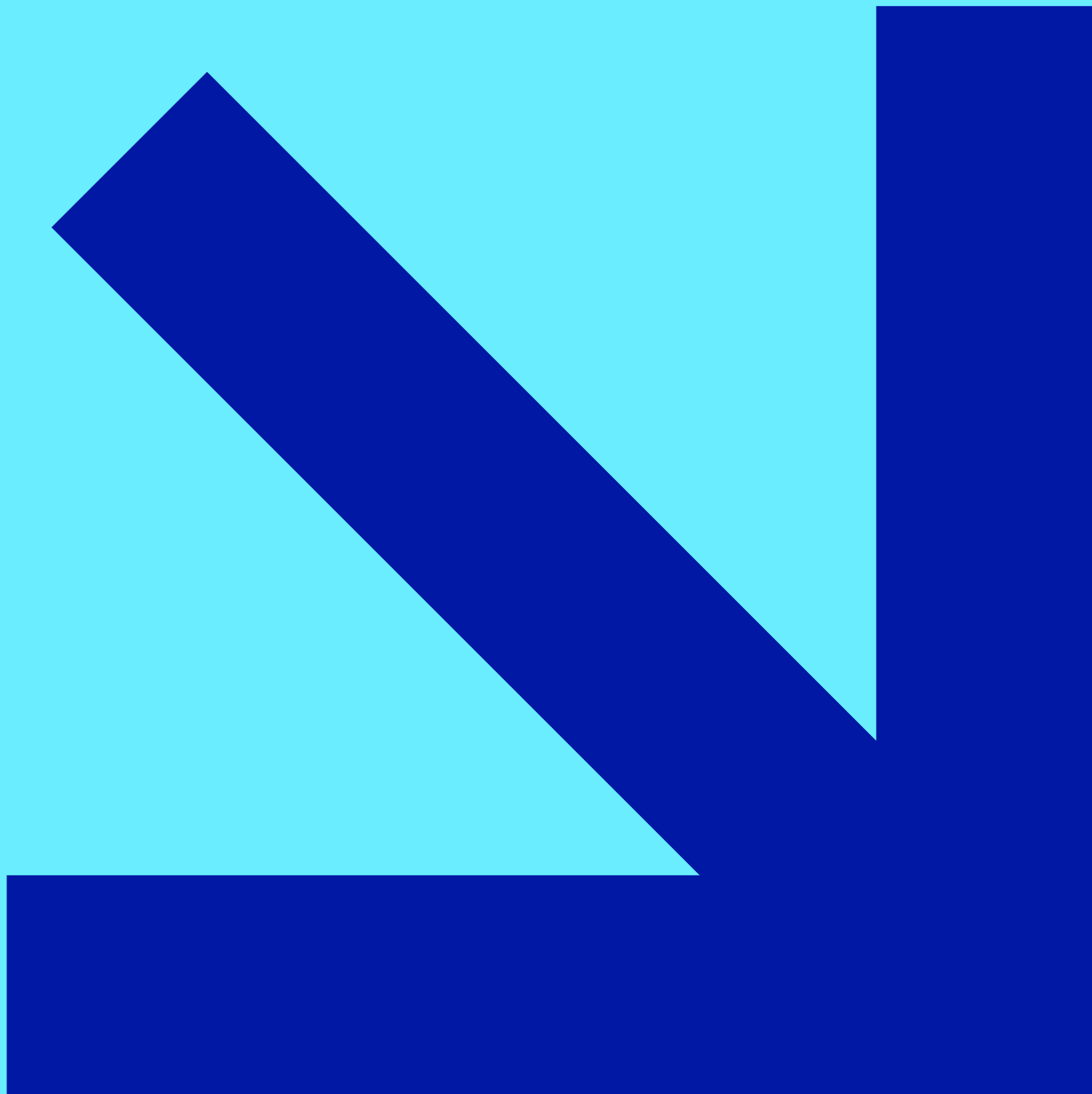


DTx爱奇艺——潮流消费项目

《都说国潮火, 潮流消费这门生意怎么做?》

从内容IP延展出品牌IP, 正在成为更容易打动年轻人的一种商业模式

报告篇



01

行业趋势, 我们有在开拓



1800余位消费者全景式洞察
精简护肤的标准



透过六个天猫新百亿市场消费数据
总结户外市场六大趋势和新变化



梳理手机快充技术现状与发展脉络
结合平台数据和定量调研深度分析



深度对谈健康品牌和平台负责人
洞悉健康营销的痛点和未来趋势



02

圈层联结, 我们也有积累



以“新中产”和“户外出行”
构建产品人群心智关联



锚定户外运动爱好者
呈现“户外运动走向硬核”的洞察

03

青年人洞察, 我们持续深耕



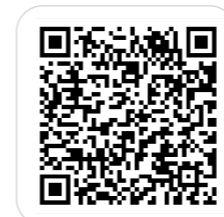
捕捉一年生活显学



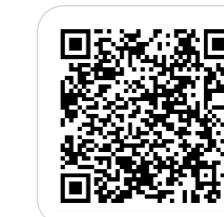
洞悉当代青年对于理想家的期待和需求
总结具体的打造“理想家”的建议



重新定义“新职业”标准
在合理框架下明确UP主是一种新职业



购买新品决策链路研究



04

平台商业化, 我们小有研究



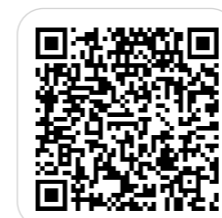
七大车生活风向标
为行业带来新鲜的场景化内容洞察



勾勒出以情绪主导的年度十大生活
以及情绪背后的商业洞见



年轻人对品牌广告的
13个新发现



依托B站年轻人近一年的观看与互动行为数据
找到当下年轻人妆护生活的主要趋势



2025DT内容栏目概览

看, 这就是流行 紧跟全网热点, 数据复盘流行背后的因素

叮! 查收新趋势 关注大众有体感的中长期趋势, 解读品牌变化和消费者洞察

嚯! 商业黑马来了 定期跟踪电商榜单亮眼的品牌, 拆解黑马突围的方法论

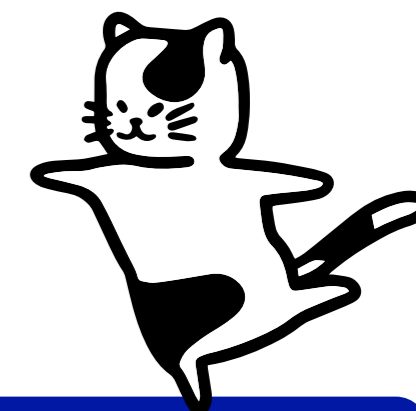
啊! 是大公司 重点关注知名企业的新动作/新业务和重大节点

WOW! DT报告出炉! 用一手调研数据, 挖掘品牌关注的真·消费趋势

瞧瞧这营销 拆解出圈案例, 总结营销方法论

追踪这一周 持续追踪每周的流行趋势和商业大事件

100个商业小问题 关注与大众生活息息相关的热点问题



扫描二维码
下滑查看栏目案例

研究+传播

双重专业保障



作为第一财经旗下创新团队,DT拥有专业的洞察研究、内容生产和运营团队,在研究中注重挖掘目标受众感兴趣的话题,打造好读、好看、好懂的优质作品。

身处庞大、纷繁、不确定的商业世界里,我们希望用年轻化的视角捕捉到那些有用、确定性的东西,让一些讨论可以变得有序且理性。



2025,

我们期待与你有更多的交流与碰撞