

12月23日，招商银行信用卡举办第二届“总有人正年轻”主题讨论并发布“液态青年”洞察报告，同时携手B站打造招商银行B站联名信用卡，以全新视角重构与年轻人的连接，支持年轻人拥抱热爱，拥抱生活。

理解“液态世界”：不是所有的鱼，都要游进同一片海。液态没有确定的形状，可以运动，可以适应不同形状的容器。它可以被描述为“灵活，流动和不断变化”，就像当代年轻人对世界的看法和方式一样。

在他们眼中，世界不再具有主流，而个性就是主流。

以兴趣为例，招行信用卡年轻人洞察报告显示，年轻族群的兴趣正加速“出圈”。如B站平台的兴趣圈子已达7000+个，掌上生活App提供品质生活指南的“今日发现”板块运行一年累积的年轻人兴趣标签已超1200个，越来越多意想不到的兴趣圈层还在持续发酵。

这样包罗万象的爱好中，国潮现象的热度也在迅速攀升。据招行信用卡双十一“加鸡腿”活动数据统计，今年国货品牌销量较2019年同比有所增长，“泛Z世代”在李宁等国潮品牌消费额同比增长346%，成为国货消费生力军。

表面张力是液态与众不同的属性，“互相独立又紧密连接”是液态分子呈现的状态，也是“液态青年”面对生活时表现出的一大特征。