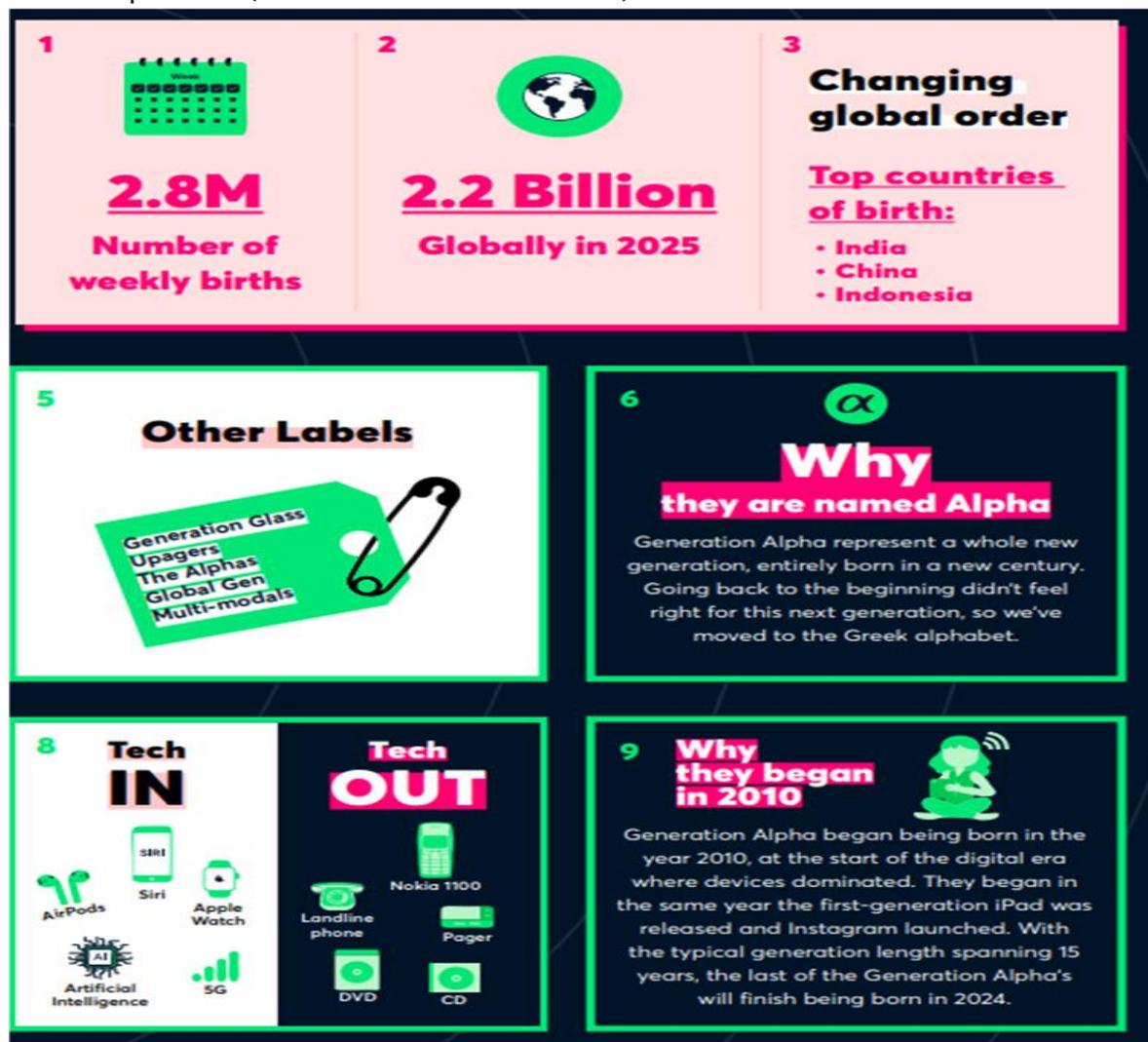


新世代Alpha：將會是如何的一個世代？

Alpha世代將成為有史以來最大的新世代，也將是迄今為止擁有最強消費能力的一代。GAM Investments的精品基金經理人Swetha Ramachandran針對此一更數位化、更具可持續性一代，闡述其可能如何影響精品行業的消費。

X世代為1965至1980年出生，Y世代通常被稱為“千禧世代”，出生於1980至1995年之間，Z世代則生於1995至2010年，而出生於2010至2024年者將被命名為Alpha世代，為完全出生在21世紀的第一代。

圖 1：Alpha世代(出生於2010至2024年之間)



來源：www.generationalpha.com僅用於說明目的，無法保證預測會實現。

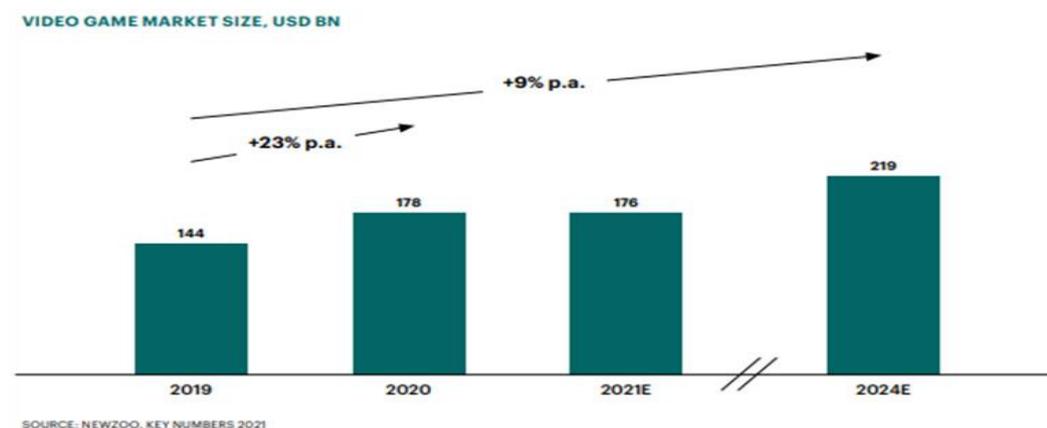
為Alpha世代命名的人口統計學家Mark McCrindle估計，到此當前十年的中期，該世代將包含超過20億年輕消費者。作為21世紀出生的第一代，以及千禧世代的孩子，他們被認為具有以下特點：

預計Alpha世代將成為有史以來人數最多的一代，出現於世界正經歷亞洲結構性崛起之際——此與該世代大多數人所在地區相吻合——主要是在中國和印度不斷擴大的中產階級內。他們顯然是數位化的一代：Alpha世代是TikTok、Roblox和Instagram世界中的一部份，而對此一世代來說，這些企業已不是創新顛覆者，而是既有世界的一部分。遊戲化是他們生活中必不可少的一部分——從教育到愛好。此與遊戲平台Roblox相關，因12歲以下兒童約占該平台每日活躍用戶的一半。

Alpha世代具可持續性觀念：雖然對千禧和Z世代消費者來說也很重要，但預期Alpha世代將與可持續性產生特別強烈的共鳴，因為他們將完全處於迫在眉睫的氣候緊急威脅下成長。已有約81%的Alpha世代父母表示，孩子影響他們向可持續性的消費行為轉變。

預估Alpha世代將成為有史以來最多人數的一代，他們也有望成為有史以來擁有最強消費能力的一代。德勤(Deloitte)的研究(2021)引用一項學術研究，該研究指出兒童早在3歲時就開始識別品牌、與其關係，甚至表達偏好。毫不奇怪，消費品牌已經在尋找與這些未來消費者互動的方法，並試圖透過他們最活躍的媒體贏得忠誠度——例如，透過視頻遊戲，此行業在2021年已佔據三分之二全球個人精品行業的規模。遊戲可以提供具吸引力的機會，作為品牌與年輕消費者互動的平台，並採用難以復制“IRL”(在現實生活中)的方式進行宣傳。西班牙精品品牌Balenciaga於2020年12月推出完全以電玩遊戲形式(Afterworld)的秋冬系列，讓玩家經歷仙境般的未來世界，沿途路過穿著破洞牛仔褲和金屬盔甲靴的化身。

圖 2：預估2024年全球遊戲產業將增長至 2,190 億美元



過去表現並不是未來結果或當前或未來趨勢的可靠指標。僅用於說明目的。無法保證預測會實現。

最近，義大利精品巨頭Moncler透過Fortnite以8至18美元的價格銷售配件和造型，進入遊戲的商品銷售市場。在全球最大的精品市場中國，Burberry為王者榮耀角色設計服裝，這是中國最受歡迎的電玩遊戲之一。為遊戲開發具有該品牌標誌性的風衣和格子的新造型，僅適用於中國玩家。

時尚和精品對遊戲的意義在於，虛擬服裝是遊戲文化的關鍵——提供一種在虛擬世界中“裝扮”化身的方式。年輕的Alpha世代遊戲玩家在更早的時候就已建立此種聯結，為精品品牌提供與未來新一代消費者建立聯繫的機會，這些消費者可能會選擇越來越虛擬的自我表達方式，例如透過虛擬時尚和NFT，能夠靈活而深思熟慮地抓住這些機會的品牌可能會在瞬息萬變的環境中確保自己的營運持久性。遊戲也有可能為精品品牌的可持續發展努力中發揮作用，因為它們為個人提供許多“虛擬”試穿的機會。他們還可以為公司提供機會，向遊戲玩家“預售”商品，這些商品是在售出後生產的，以最大程度地減少生產浪費，並為品牌提供消費者需求的即時反饋機制。我們相信並非所有品牌都能平等地利用這些機會——Kering、Moncler、adidas和LVMH等則是目前在與遊戲連結的精品企業中處於領先地位。我們認為從不斷變化的趨勢和消費者行為中，辨別潛在受益者和表現最差的公司，是最大化該行業投資潛力的關鍵。

【台中銀投信獨立經營管理】本基金經金管會核准或同意生效，惟不表示絕無風險。基金經理公司以往之經理績效不保證基金之最低投資收益；基金經理公司除盡善良管理人之注意義務外，不負責本基金之盈虧，亦不保證最低之收益，投資人申購前應詳閱基金公開說明書。有關基金應負擔之費用已揭露於基金之公開說明書中，投資人可至公開資訊觀測站中查詢。本基金投資涉及新興市場部分，因其波動性與風險程度可能較高，且其政治與經濟情勢穩定度可能低於已開發國家，也可能使資產價值受不同程度之影響。投資人因不同時間進場，將有不同之投資績效，過去之績效亦不代表未來績效之保證。本文提及之經濟走勢預測不必然代表本基金之績效，本基金投資風險請詳閱基金公開說明書。公開說明書備索，或至本公司網站<https://www.tcbisct.com.tw>，或公開資訊觀測站<http://mops.twse.com.tw>查詢下載。