

# 年度报告已成为许多人的“新年俗”

近年来，一年一度的“年度报告”演进为一场全民狂欢，在岁末年初推出用户的个人年度报告逐渐成为各应用平台的惯例。领取并分享自己的年度报告，也成为许多人的“新年俗”。据不完全统计，推出2024年度报告的App已超过50个，覆盖音乐、社交、购物、出行等多个领域。用户可以跟随这份报告回顾自己一年里留下的互联网足迹，比如每月的阅读时长、最常听的播客、一年的飞行轨迹等宏观数据，也可以在其中寻找到诸多生活细节，与“更多自己”重逢。



## 个人体验

App年度报告就是自己的“审美清单”

讲述人:大鸣

现在的App就像我们朝夕相处的好朋友，每秒的心情和记忆都在被它们记录。那么App年度报告就是自己的“审美清单”，能全面展示个人审美趣味。人们越来越期待拥有“足够懂我”的年度报告，期待算法可以挖掘出独一无二的“真实自我”，甚至比自己还懂自己的报告。

在信息碎片化时代，人们似乎变得很容易“健忘”，而年度报告将个人一年的生活细节提炼为时间轴上的鲜明印记，通过大数据的细腻描绘逐一展现。当我们翻阅这份报告时，也是与自己的一次重逢，可再次感受“数字印记”中的鲜活场景，进而形成独特的情感记忆。

在网络中找寻更多志同道合的朋友



讲述人:蒋MM

“2024年，你一共听过1027首歌。12月9日，你把《简单爱》这首歌曲循环了16遍……”年度报告中的数据将生活量化展现，包含社交、消费、足迹等多元数据，这为我们开辟了新颖的自我观察窗口，让我们通过各种年度数据在虚拟世界中实现自我审视。

年度报告不仅是个人一年经历的回顾，还是自己的一张社交名片。喜欢相同类型的音乐或美食的年轻人，能快速融入相似的社群。通过这种分享，我们可以被人了解、被人认同，在网络中找寻更多“同类”，找到更多志同道合的朋友。

准确洞悉全部经历的人还得是自己

讲述人:秘钥

如果我们在某应用上活动频繁，年度报告可能会偏重这些活动，而忽视我们的其他生活行为。这就无法多维度地呈现真实、丰富的我们。

所以选择自制年度报告也是一种好方法，这样的报告使用的数据更全，涵盖的内容更广，事件细节也更丰富——只有你最了解自己。毕竟，能科学全面、客观准确地洞悉这一年全部经历的最佳人选，还得是我们自己呀。因为数据记录无法全面展示人这一复杂个体。大家在感受年度报告所带来的仪式感的同时，也不能忽略对现实生活的全面感知和体验。

## App分类

### 支付类

支付类App的年度账单总能让你清晰地看见过去一年，钱到底花在了哪里。这份年度账单仿佛是特意为你准备的时间锦囊，等待着被开启。轻轻一点，一幅幅关于消费的画面如电影般在眼前掠过，它们不仅仅是数字的堆砌，更是时间无声的见证者，记录着你我一年中的喜怒哀乐、成长变化。

从早晨的第一杯咖啡，到夜晚加班时的一顿外卖；从为孩子选购的学习资料，到为家人准备的节日礼物……每一笔支付背后，都藏着一段故事，或平凡，或温馨，或充满挑战。

### 音乐类

音乐平台的年度报告主打一个个性化，意思是对于许多人来说，把自己的年度歌单截图发朋友圈也是一场比音乐品位、拼小众审美的大战，事关“文青”的尊严和灵魂纯度。

因此各大平台都把年度报告做得十足高端，什么音乐流派、音乐灵魂、音乐MBTI全安排上，最后再给用户贴一个标签：“黄昏吟游诗人”“曲调调色师”……玄之又玄的词语组合刚好对上“文青”们的追求，看不懂没关系，反正都是夸你的，一切服务于发圈好看。

### 生活类

生活服务类报告内容包括累计消费金额、一年点奶茶次数、摄入卡路里总数、飞行里程等等。比如在一些外卖平台上，每位用户都能化身热门短剧主角，在职场、豪门、甜宠、逆袭、玄幻等剧本中选择自己的第一视角，体验各种爽剧场景。有网友表示，竟然有种“我被平台照顾得还不错”的错觉。

一些出行平台更是一招制胜，将浪漫细胞发挥到了极致，记录旅行细节和美好瞬间，甚至总结用户看过山、海、日出、日落的次数。

### 社交类

在广袤的社交场域中，能够巧妙捕捉他人的视线，吸引他人评论、点赞、转发等的事物，皆可被视为社交。现如今，在一些社交平台上，这种社交无处不在。你会因为一件有趣的事而发起话题，引来网友们的点赞评论收藏，你也会因为种草一款新的护肤品后，上各种平台搜索测评……因此，“最常搜索词”“最爱的博主”“最关注的领域”等关键词已被平台纳入年度报告汇总，你的生活日常也会在年度关键词中逐一呈现。

## 一起聊个天

### 年度报告

### 记录着我们的喜怒哀乐

岁末年初，各大App纷纷推出年度报告，仿佛一场宏大的数字盛宴，让用户们乐此不疲地回顾过去一年的点点滴滴。

从社交软件的聊天记录，到音乐平台的听歌时长，再到购物平台的消费记录，数据仿佛成了我们生活的缩影，记录着我们的喜怒哀乐。

大家为啥如此在意年度报告？因为它既是个人回忆录，又能交到志同道合的朋友。大家爱看年度报告，一方面是依赖于大数据为我们量化人生，精准的数字记录着过去一年某些时间点上我们在哪里做什么，可以有效勾起回忆。另一方面，分享年度报告又是一种寻求自我认同、完成自我表达的途径。通过把年度报告截图发圈，我们分享着这一年最爱听的歌曲、最喜欢跟哪个博主互动、去过最多次的城市，从而丰满自身对外呈现的形象，筛选出社交圈子里同频共振的人，最终形成群体的认同感和归属感。

据《城报》

话题卷

