

针对青少年的营销 - 中国 - 2013年12月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“与前几代相比，除了社交联系更紧密，中国青少年似乎也更加自我，愿意牺牲更为传统的价值观（如关心他人）以获取当前生活方式中的利己元素。不过，社交对他们来说仍然很关键：40%的青少年表示人缘好对他们而言‘极其重要’。”

- 严以领，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 中国青少年当前的趋势如何？他们家中或其本人持有哪些科技产品？
- 他们能收到多少零花钱？他们的消费习惯如何？
- 他们使用互联网的频率如何？主要目的是什么？他们对科技的态度如何？科技又为他们的生活带来了怎样的影响？
- 他们有怎样的休闲习惯？这些习惯如何影响其消费？
- 当今的青少年重视什么？营销者该如何瞄准该消费群？

手机、在线视频和社交网络是当今青少年生活的重心，取代了一度由电视和音乐占据的主导地位。如今的青少年一半以上的闲暇时间用于与亲朋好友社交，包括面对面的交流和科技辅助的交流（互联网和手机）。然而，越来越多的证据显示，即使在与朋友碰面的时候，青少年仍然会同时使用数字通信。

这种趋势不仅反映了受个人兴趣和同侪压力影响，青少年的高度社会性及其对人际关系的重视，同时，也体现出当今青少年更青睐加入感觉更密切、更为个性化的社交网。”

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

针对青少年的营销 - 中国 - 2013年12月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

引言

本报告中，我们回答了以下关键问题：

定义

方法

综述

中国青少年市场的规模

零花钱和消费习惯

大多数青少年的零用钱是现金

青少年在特殊日子的愿望清单

科技产品的持有和使用

智能手机是青少年最常使用的科技产品

青少年使用互联网的频率日渐增长

休闲习惯和生活重心

活跃于虚拟和现实社交的一代青少年

在线休闲占主导地位，但是户外活动不容忽视

自我的一代？

关键议题

找出增加青少年旅游的密钥

投资青少年网购市场

引导青少年实现更健康的生活方式

人口背景

要点

中国的青少年是谁？

数据1：20年内出生率的降低及性别失衡的加重，1992-2001年

数据2：中国青少年人数，2001-2011年

中国的教育

青少年即将迈入成人世界

出国留学日渐盛行

当今多元化的青少年

消费者——零用钱

要点

获取零用钱的方式

数据3：过去12个月中青少年获得零用钱的方式，2013年9月

每周收到和花费的零用钱

数据4：每周收到和花费的零用钱，2013年9月

青少年尚未养成存钱的习惯

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

针对青少年的营销 - 中国 - 2013年12月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

消费者——消费习惯

要点

消费习惯

数据5: 零花钱的主要用途, 2013年9月

将钱花在食品上

书籍和文具是青少年的必需品

青少年女生投资个人形象

时尚服饰

个人护理产品 (如润唇膏、护手霜、洗发水、纸巾等)

外出休闲娱乐也是青少年的一个优先支出项目

游戏被低估

科技产品方面的花费较低原因可能在于价格

消费者——休闲习惯

要点

学期内的闲暇时间主要用在家庭作业和补习班上

数据6: 青少年在学期内和周末/节假日闲暇时间的活动, 2013年9月

户外活动

随时随地上网

与体育/运动相比, 看电视是首选的休闲活动

体育/运动优先玩数字游戏

消费者——科技产品的使用

要点

互联网的使用

数据7: 青少年上网的方式, 2013年9月

上网的主要目的

数据8: 青少年上网的主要目的, 2013年9月

在数字时代, 社交是青少年生活的重中之重

观看视频——第二受欢迎的活动

青少年男生仍是网络游戏的主要玩家

青少年日益热衷于通过科技产品与他人沟通交流

数据9: 对高科技产品的态度, 2013年9月

消费者——礼物偏好

要点

青少年最希望在特殊日子收到的礼物

数据10: 青少年最希望在特殊日子收到的礼物, 2013年9月

钱最重要

高科技 (和高成本) 礼物特别受欢迎

基于性别的传统营销仍举足轻重

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

针对青少年的营销 - 中国 - 2013年12月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

旅游新热潮

追求时尚的青少年

享受生活的青少年

互联网和科技产品导致书籍、漫画、DVD及CD的需求下降

消费者——生活重心和自身诉求

要点

青少年重视的个人品质

数据11: 个人品质的重要程度, 2013年9月

自我主义

健康第一

都是为了所谓的人气——与时尚挂钩的受欢迎度

勤奋刻苦型与无忧无虑型

并未充分重视创造力

消费者——科技产品的持有情况

要点

青少年家中拥有的高科技产品

数据12: 家里拥有的高科技产品, 2013年9月

青少年家中的笔记本电脑正被平板电脑所取代

借力父母对教育的重视

智能手机使其他便携式设备在青少年市场风光不再

数据13: 自己拥有的高科技产品, 2013年9月

安卓手机已经开辟了低端市场

智能手机改变了青少年与同龄人互动的方式

年龄差异

数据14: 个人拥有的手机(智能手机和基础型手机)(按年龄区分), 2013年9月

这意味着什么

关键议题——找出增加青少年旅游的密钥

要点

旅行——青少年的优先事项, 然而预算是个障碍

数据15: 最希望在特殊日子收到的礼物, 2013年9月

使最后一分钟旅行更加便捷

大龄青少年的父母度假频率更低

数据16: 入住中国宾馆/酒店的目的(按家中小孩年龄区分), 2013年8月

紧随家庭度假的习惯

科技有助于培养青少年的度假习惯

这意味着什么

关键议题——投资青少年网购市场

要点

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

针对青少年的营销 - 中国 - 2013年12月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

青少年密切关注时尚潮流

他们愿意将钱花在形象上

网购时尚单品日益流行

数据17: 过去12个月内通过在线渠道购买过的商品, 2013年2月

充分利用青少年乐于在网上分享资源的愿望

数据18: 网上购物习惯, 2013年2月

用户评价网站: 青少年在线服装市场的未来走向

数据19: 消费者对网上购物的态度, 2013年2月

购物不仅仅是买东西, 也是一种休闲活动

数据20: 青少年在学期内和周末/节假日闲暇时间的活动, 2013年9月

为购物体验增添社交元素

礼品卡/网上信用卡有助于促进网上购物

这意味着什么

关键问题——引导青少年实现更加健康的生活方式

要点

健康是当前青少年最注重的生活品质

数据21: 个人品质的重要程度, 2013年9月

增加对体育锻炼的兴趣以保持健康

专为青少年设计的运动和能量食品

目前中国市场上一些瞄准青少年的食品和饮品

数据22: 瞄准青少年的产品, 中国, 2013

这意味着什么

附录——家里拥有的高科技产品

数据 23: 家里拥有的高科技产品, 2013年9月

数据 24: 最普遍的家里拥有的高科技产品 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 25: 第二普遍的家里拥有的高科技产品 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 26: 家里拥有的其他高科技产品 (按人口统计区分), 2013年9月

附录——自己拥有的高科技产品

数据 27: 自己拥有的高科技产品, 2013年9月

数据 28: 自己拥有的高科技产品 (按人口统计区分), 2013年9月

附录——获得零用钱的方式

数据 29: 获得零用钱的方式, 2013年9月

数据 30: 最普遍的获得零用钱的方式 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 31: 第二普遍的获得零用钱的方式 (按人口统计区分), 2013年9月

附录——每周获得的零用钱数额

数据 32: 每周获得的零用钱数额, 2013年9月

数据 33: 最普遍的每周零用钱数额 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 34: 第二普遍的每周零用钱数额 (按人口统计区分), 2013年9月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

针对青少年的营销 - 中国 - 2013年12月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

附录——每周花费的零用钱金额

数据 35: 每周花费的零用钱金额, 2013年9月

数据 36: 最普遍的每周花费的零用钱金额 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 37: 第二普遍的每周花费的零用钱金额 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 38: 零用钱的主要用途 (按每周花费的零用钱金额区分), 2013年9月

数据 39: 最希望在特殊日子收到的礼物 (按每周花费的零用钱金额区分), 2013年9月

附录——零用钱的主要用途

数据 40: 零用钱的主要用途, 2013年9月

数据 41: 零用钱最普遍的主要用途 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 42: 零用钱第二普遍的主要用途 (按人口统计区分), 2013年9月

附录——做得较多的活动

数据 43: 做得较多的活动, 2013年9月

数据 44: 最普遍的做得较多的活动——上学时的休闲时间 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 45: 第二普遍的做得较多的活动——上学时的休闲时间 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 46: 做得较多的其他活动——上学时的休闲时间 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 47: 最普遍的做得较多的活动——周末、寒暑假、国定假日时的休闲时间 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 48: 第二普遍的做得较多的活动——周末、寒暑假、国定假日时的休闲时间 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 49: 做得较多的其他活动——周末、寒暑假、国定假日时的休闲时间 (按人口统计区分), 2013年9月

附录——过去3个月上网的方式

数据 50: 过去3个月上网的方式, 2013年9月

数据 51: 过去3个月最普遍的上网方式 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 52: 过去3个月第二普遍的上网方式 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 53: 过去3个月上网的主要目的 (按过去3个月上网的方式区分), 2013年9月

附录——过去3个月上网的主要目的

数据 54: 过去3个月上网的主要目的, 2013年9月

数据 55: 最普遍的过去3个月上网的主要目的 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 56: 第二普遍的过去3个月上网的主要目的 (按人口统计区分), 2013年9月

附录——对高科技产品的态度

数据 57: 对高科技产品的态度 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 58: 最普遍的对高科技产品的态度 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 59: 第二普遍的对高科技产品的态度 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 60: 最普遍的做得较多的活动 (按对高科技产品的态度区分), 2013年9月

数据 61: 第二普遍的做得较多的活动 (按对高科技产品的态度区分), 2013年9月

附录——最希望在特殊日子收到的礼物

数据 62: 最希望在特殊日子收到的礼物, 2013年9月

数据 63: 最普遍的最希望在特殊日子收到的礼物 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 64: 第二普遍的最希望在特殊日子收到的礼物 (按人口统计区分), 2013年9月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

针对青少年的营销 - 中国 - 2013年12月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 65: 最希望在特殊日子收到其他的礼物 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 66: 最希望在特殊日子收到的礼物 (按最普遍的做得较多的活动区分——上学时的休闲时间), 2013年9月

数据 67: 最希望在特殊日子收到的礼物 (按第二普遍的做得较多的活动区分——上学时的休闲时间), 2013年9月

数据 68: 最希望在特殊日子收到的礼物 (按最普遍的做得较多的活动区分——周末、寒暑假、国定假日时的休闲时间), 2013年9月

数据 69: 最希望在特殊日子收到的礼物 (按第二普遍的做得较多的活动区分——周末、寒暑假、国定假日时的休闲时间), 2013年9月

数据 70: 最希望在特殊日子收到的礼物 (按做得较多的其他活动区分——周末、寒暑假、国定假日时的休闲时间), 2013年9月

附录——个人品质的重要程度

数据 71: 个人品质的重要程度, 2013年9月

数据 72: 个人品质的重要程度——外貌 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 73: 个人品质的重要程度——无忧无虑 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 74: 个人品质的重要程度——紧跟潮流时尚 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 75: 个人品质的重要程度——成绩优秀 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 76: 个人品质的重要程度——努力、勤奋 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 77: 个人品质的重要程度——独立 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 78: 个人品质的重要程度——身体健康 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 79: 个人品质的重要程度——身体健康 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 80: 个人品质的重要程度——积极参与各类活动 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 81: 个人品质的重要程度——积极参与各类活动 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 82: 个人品质的重要程度——与众不同、有个性 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 83: 个人品质的重要程度——发展才艺 (按人口统计区分), 2013年9月

数据 84: 个人品质的重要程度——活跃于网络 (按人口统计区分), 2013年9月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com