

针对20多岁年轻消费者的营销 - 中国 - 2015年10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



“相比年长一代，20多岁的中国消费群体特征鲜明。然而，有些时候，辈分与年龄因素会被“放大”。英敏特发现20多岁群体本身体现极大的多样性，同时他们与年长的一代也有相似点（如求同心理）。”

— 陈文文，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 消费者针对不同品类的购买行为和购买渠道偏好不尽相同
- 不同品类品牌忠诚度各不相同
- 年轻中国人对网络广告态度更加积极，适合作为目标群体
- 瞄准中国20多岁群体，运营商面临着多元化的讯息

品牌故事不仅需要关注该群体的普遍特征（如重视体验、追求愉悦感受、标榜独一无二个性），同样也需要了解该群体传统的一面（如希望与家人和其他人保持和谐的关系）。

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中国
+86 (21) 6032 7300亚洲
+61 (0) 2 8284 8100邮件：
reports@mintel.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20多岁年轻消费者的营销 - 中国 - 2015年10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

您所需要了解的

综述

市场

公司与品牌

消费者

热爱时尚

数据1: 常用生活品购买率, 2015年7月

不同品类购买渠道偏好各不相同

数据2: 常用生活品偏爱的购买方式, 2015年7月

数据3: 常用生活品偏爱的购买方式, 2015年7月

不同城市消费者购物渠道偏好大不相同

针对不同品类, 年轻消费者品牌忠实度各不相同

数据4: 常用生活品的品牌谱度分析, 2015年7月

数据5: 常用生活品的品牌谱度分析, 2015年7月

年轻中国人对网络广告态度更加积极, 适合作为目标群体

数据6: 对各种广告形式的看法, 2015年7月

20多岁中国消费者具有多样性的特征

数据7: 基于数码时代的个人价值观的聚类分析, 2015年7月8

我们的观点

关键议题和洞察

消费者针对不同品类的购买行为和购买渠道偏好不尽相同

现状

启示

不同品类品牌忠实度各不相同

现状

启示

年轻中国人对网络广告态度更加积极, 适合作为目标群体

现状

启示

瞄准中国20多岁群体, 运营商面临着多元化的讯息

现状

启示

市场——您所需要了解的

快速消费品市场的下滑

网络视频广告

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

针对20多岁年轻消费者的营销 - 中国 - 2015年10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

中国20多岁的消费群体

市场增长动力

快速消费品市场的下滑

网络广告欣欣向荣

20多岁中国消费群体的背景介绍

中国20多岁消费群体的主要特征

超连通性

数据9: 不同设备上的网络活动 (按人口特征区分), 2015年4月

我知道我想要什么

乐于分享

追求独一无二性

体验至上

谁在创新?

超连接性: 当下的重要性

新鲜到家

一键式房屋装修服务

我知道我想要什么: 大众智慧

人民音乐会

打造个人专属广告

小米集体智慧

乐于分享: 孤独者的共同故事

可口可乐台词瓶

分享你的旅程

追求独一无二性: 定制化

定制化从巧克力品类“走向”香水晶类

数据10: 娇兰Mon Exclusif Eau de Parfum, 2015年8月

体验至上: 快乐和真实

使用年轻人的语言

数据11: 百事Mojito包装, 加拿大

数据12: 蒙牛酸酸乳卡通包装, 2015年第1季度&可口可乐苹果口味芬达, 2015年第2季度

步行的乐趣

真正的旅行者

勇于尝试新体验

夏天豆芽花发夹在“开花”

消费者——您所需要了解的

热爱时尚

不同城市消费者购买不同品类的渠道偏好大不相同

针对不同品类, 年轻消费者品牌忠诚度大不相同

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

针对20多岁年轻消费者的营销 - 中国 - 2015年10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

网络视频广告的负面评论

年轻中国人对网络广告的态度积极，是目标群体首选

20多岁中国消费者具有多样性的鲜明特征

消费者——常用生活品的购买率

服饰和配饰是年轻消费者最青睐的品类

数据13: 常用生活品购买率，2015年7月

不同性别消费者表现出明显的偏好差异

数据14: 木木查白巧克力味山楂条，2015年第2季度

数据15: 常用生活品购买率（按性别区分），2015年7月

娱乐活动没有“性别”界限

数据16: 常用生活品购买率（按性别区分），2015年7月

常用生活品偏爱的购买方式

传统实体店的食物和饮料

数据17: 常用生活品偏爱的购买方式，2015年7月

追求在线时尚

在线购买美容品

数据18: 常用生活品偏爱的购买方式，2015年7月

在非英敏特城市精英人群之中，电子商务欣欣向荣

数据19: 常用生活品偏爱的购买方式（按人口特征区分），2015年7月

英敏特城市精英人群中的年轻女性青睐移动设备购物

数据20: 频繁使用智能手机购物的主要推动因素，2015年7月

不同城市消费者的购物渠道偏好大不相同

常用生活品的品牌

针对母婴产品品类，年轻消费者非常重视品牌效应

美容产品“生命”周期较短

数据21: 常用生活品的品牌谱度分析，2015年7月

针对服饰和配饰品类，关注新品上市和初次消费群体利益至关重要

食品和饮料品类中以口味为主的细分

本地生产的自主品牌存在发展商机

数据22: 常用生活品的品牌谱度分析，2015年7月

不同城市消费者的品牌忠实度存在差异

反感的广告媒体

网络视频广告的负面评论

数据23: 反感的广告媒体，2015年7月

年轻女性消费者更关心数据隐私问题

数据24: 反感的广告媒体，2015年7月

数据25: 反感的广告媒体（按城市区分），2015年7月

对待广告的看法

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

针对20多岁年轻消费者的营销 - 中国 - 2015年10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

原生广告是普遍策略

数据26: 对各种广告形式的看法, 2015年7月

相比英国同龄人, 中国年轻的消费者对广告态度更加积极

数据27: 对各种广告形式的看法, 2015年7月

相比男性, 年轻女性消费者对在线广告态度更“宽容”

数据28: 对各种广告形式的看法 (按性别区分), 2015年7月

数字世界, 演变中的个人价值观

分析背景

数据29: 数字时代的个人价值观, 2015年7月

要点因素分析

因素一: 活在当下

因素二: 追求自我肯定和保持统一的平衡点

因素三: 社交媒体的两面性

数据30: 数字时代的个人价值观, 2015年7月

20多岁中国消费者具有多样性的特征

数据31: 基于数码时代的个人价值观的聚类分析, 2015年7月

冷无缺 (17%)

他们是谁?

启示

望星者 (17%)

数据32: 数字时代的个人价值观的聚类分析, 2015年7月

他们是谁?

启示

乐观享受派 (27%)

数据33: 数字时代的个人价值观的聚类分析, 2015年7月

他们是谁?

启示

社交疲劳者 (20%)

数据34: 数字时代的个人价值观的聚类分析, 2015年7月

他们是谁?

启示

社交网络控 (19%)

数据35: 数字时代的个人价值观聚类分析, 2015年7月

他们是谁?

启示

附录——研究方法和定义

关键动因分析——方法论

分析数据说明

数据36: 经常在智能手机上购买产品的关键动因——关键动因表格, 2015年7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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

针对20多岁年轻消费者的营销 - 中国 - 2015年10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

英敏特城市精英人群

为什么要命名为英敏特城市精英人群？

他们是谁？

中国“雷人文化”

缩写词

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com