

## 针对单身消费者的营销 - 中国 - 2015年6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



“单身消费者的快乐与否在很大程度上取决于他们是否有足够的财力来满足需要和坚持兴趣。虽然在满足‘单身贵族’和不断崛起的‘独立女性’的高级需求中蕴含着巨大的商机，但品牌也有机会将重心放在那些经济不太宽裕和压力更大的单身消费者（尤其是男性消费者）身上。”

— 顾菁，高级研究分析师

### 在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 单身消费者在日常就餐习惯和休闲爱好上与非单身消费者有何不同？
- 如今的单身消费者是否对他们的生活感到满意？他们的快乐源自何处以及他们的主要顾虑是什么？他们的人生愿望是什么？
- 单身消费者对爱情和婚姻持何种态度？应该如何利用他们对找到理想伴侣的渴求？

随着中国单身人口数量的不断增加（已超过2.3亿），迎合这一消费群体的需求对于各品牌而言已变得越来越重要。如今的单身消费者不再秉持与其父母一代相同的理念或生活方式。尽管单身一族们总体上都渴望收获一份浪漫的爱情，但他们在日常生活习惯、对婚姻的态度、花销和储蓄的侧重以及生活愿景方面仍然存在差异。本报告对单身和非单身消费者的日常生活方式（如就餐和休闲习惯）进行了对比，旨在发现针对单身消费者特定需求的商业契机。这份报告同时也阐述了单身消费者对于单身的态度，在如何有效地与不同类型的单身消费者进行沟通上为品牌提供了指导。

### 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@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

# 针对单身消费者的营销 - 中国 - 2015年6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

定义

研究方法

缩写

### 综述

单身消费者和他们的生活方式概览

数据 1: 20岁及以上单身 (未婚、丧偶和离婚) 人口数量, 中国, 2004-2013年

快乐和不快乐的单身消费者

数据 2: 消费者细分 (按消费者对生活的态度区分), 2015年3月

数据 3: 消费者对单身生活的态度——对陈述表示“非常同意”或“比较同意”的消费者比例 (按心态特征群体区分), 2015年3月

单身消费者对自由和独立感到自豪

数据 4: 单身生活的好处, 2015年3月

相比单纯为了结婚而结婚, 他们更渴望一段浪漫的爱情

数据 5: 最希望达成的目标, 2015年3月

但是, 单身一族讨厌被催婚

数据 6: 单身生活的烦恼, 2015年3月

给予单身男性更多的帮助和关怀

我们的观点

### 议题和洞察

单身消费者快不快乐?

现状

启示

单身一族渴望找到婚恋对象吗?

现状

启示

“备受压力的单身男性”为市场呈现出商机

现状

启示

数据 7: 伊蒂之屋的手霜包装上标有提升情绪的讯息, 韩国, 2013年

解码“独立的单身女性”

现状

启示

### 趋势与应用

一己之力

数据 8: 便利店 (全家) 在店内餐台上提供娱乐设施的范例, 上海, 2015

看不见的性别歧视

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 针对单身消费者的营销 - 中国 - 2015年6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

[点击连接](#)

### 中国单身消费者概览

要点

20岁以上的单身人口超过2.3亿

数据 9: 20岁以上消费者的婚姻状况，中国，2013年

单身人口持续上升

数据 10: 20岁以上总人口中单身人口所占比例，中国，2013年

自由是单身消费者的快乐之源

数据 11: 对生活的态度（按情感状态区分），2015年3月

单身消费者重视个人理财

数据 12: 对花销和未来规划的态度（按情感状态区分），2015年3月

### 为什么消费者享受单身生活？

要点

单身消费者认为自己自由且独立

数据 13: 单身生活的好处，2015年3月

25-39岁的女性高收入者和来自一线城市的消费者更有可能享受单身生活

数据 14: 单身生活好处的平均值（按人口统计区分），2015年3月

相比男性，女性对单身生活的态度更积极

数据 15: 单身生活的好处（按性别区分），2015年3月

数据 16: 百利甜酒营销传播范例，中国，2015年

数据 17: 百利甜酒营销传播范例，中国，2015年

25岁以上消费者能看到单身生活的更多好处

数据 18: 单身生活的好处（按年龄区分），2015年3月

赚得越多，就越享受单身生活

数据 19: 单身生活的好处（按个人月收入区分），2015年3月

### 单身消费者的最大烦恼是什么？

要点

来自他人的压力比找不到好对象更令他们烦恼

数据 20: 单身生活的烦恼，2015年3月

数据 21: 对朋友或家人催促相亲/结婚的压力感到厌烦的消费者（按人口统计区分），2015年3月

大多数消费者仍然期待找到另一半

数据 22: 担心年纪变大了找不到好对象的消费者（按人口统计区分），2015年3月

对未来生活保障的担忧仍然存在

数据 23: 担心“错过了最佳生育年龄”的消费者（按年龄区分），2015年3月

一线城市的高收入者还有其它的担忧

数据 24: 单身消费者选择的烦恼平均值（按人口统计区分），2015年3月

情感支持和帮手服务可以吸引高收入者

数据 25: 单身生活的烦恼（按收入区分），2015年3月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 针对单身消费者的营销 - 中国 - 2015年6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

### 单身消费者的人生愿望

#### 要点

职场成就、甜蜜爱情和更好的经济状况是单身消费者最渴望实现的目标

数据 26: 最希望达成的目标, 2015年3月

旅行也是高收入单身消费者最想实现的目标

数据 27: “去更多没去过的地方旅游”是消费者选择的三大最想实现的目标之一(按人口统计区分), 2015年3月

愿望随着年龄的不同而呈现差异:

数据 28: 最希望达成的目标(按年龄区分), 2015年3月

90后(20-24岁)单身消费者: 发展技能, 武装自己

数据 29: 传达90后未来梦想的品牌营销传播范例, 中国, 2015年

85后单身消费者: 坚持职业梦想, 在财务上做好充分准备

数据 30: 传达25-29岁单身消费者未来梦想的品牌营销传播范例, 中国, 2015年

30岁以上的单身消费者: 用旅行的方式来逃脱他们熟悉的环境

数据 31: 传达30岁以上单身消费者未来梦想的品牌营销传播范例, 中国, 2015年

### 单身消费者的休闲生活

#### 要点

单身生活不会妨碍消费者定期参与家庭外的休闲活动

数据 32: 过去六个月内进行的休闲活动(按情感状态区分), 2015年3月

单身消费者倾向于与朋友们一起参与休闲活动

数据 33: 与谁一起参与休闲活动(按情感状态区分), 2015年3月

数据 34: 在过去六个月内与朋友一起进行过休闲活动的消费者比例(按性别区分), 2015年3月

定位独立的单身消费者的商机

数据 35: 在过去六个月内自己一个人进行过休闲活动的消费者比例(按性别区分), 2015年3月

针对富有单身消费者的演出活动

数据 36: 在过去六个月内观看过现场演出/比赛(如足球赛、音乐会)的消费者(按年龄和收入区分), 2015年3月

### 单身消费者的就餐习惯

#### 要点

相比非单身消费者, 单身消费者更有可能不吃早餐

数据 37: 就餐习惯, 2015年3月

数据 38: 习惯不吃早餐的单身消费者(按人口统计区分), 2015年3月

单身消费者如何解决一日三餐?

单身消费者也为自己做饭

数据 39: 解决一日三餐的方式, 2015年3月

全服务餐厅vs快餐厅

外送vs买完带走

### 不同类型的单身消费者

#### 要点

三种类型的单身消费者

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 针对单身消费者的营销 - 中国 - 2015年6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 40: 基于对生活的不同态度而进行的消费者细分，2015年3月

数据 41: 消费者对单身生活的态度——对陈述表示“非常同意”或“比较同意”的消费者比例（按心态特征群体区分），2015年3月

### 单身贵族

数据 42: “单身贵族”的人口特征（按心态特征群体区分），2015年3月

数据 43: 单身生活的好处（按人口统计区分），2015年3月

### 积极脱单者

数据 44: “积极脱单者”的人口特征（按心态特征群体区分），2015年3月

数据 45: 进行休闲活动的方式——在过去六个月内与朋友一起进行过休闲活动的消费者比例（按心态特征群体区分），2015年3月

### 御宅族

数据 46: 过去六个月内进行的休闲活动（按心态特征群体区分），2015年3月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)