

## 针对青少年的市场营销 - 中国 - 2014年11月

报告价格: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

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



“青少年正处于从父母娇宠的‘小皇帝’向担负起生活中各方面责任的转型过程中，例如，他们都需要适当地管理自己的零用钱，用以承担日常生活开支，而年龄偏大的青少年——大专和大学在校生——正积极地谋划未来职业发展，甚至准备开始担负起家庭责任。”  
— 顾菁, 高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题:

- 青少年在未来三年的个人目标是什么？
- 青少年崇拜的偶像是谁？
- 青少年在休闲时间做什么？
- 青少年收看什么电视节目？
- 青少年用智能手机做什么？
- 当他们在选择美容和个人护理用品时，最关注什么？

了解青少年在转型过程中不同阶段的特点和需求，不仅可以帮助品牌发现和攫取商机，而且能使品牌更有效地优化针对青少年的市场沟通语言。

这篇报告详细探讨了中国青少年对生活和学习的态度、未来的愿望、产品选择的考量标准以及他们的休闲娱乐习惯。涵盖了包括户外休闲活动、电视/视频节目、移动应用使用习惯和偏好等多个方面。

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

# 针对青少年的市场营销 - 中国 - 2014年11月

报告价格: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

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

研究方法

缩写

### 综述

态度和渴望

三种具有不同心态特征的青少年类型

数据1: 对态度陈述的认同 (按心态群体区分), 2014年8月

青少年渴望学业精湛和享受生活两不误

数据2: 个人目标, 2014年8月

休闲生活

青少年参与广泛的休闲活动

数据3: 最经常参加的户外休闲活动 (按性别区分), 2014年8月

男性和女性青少年的兴趣差别显著

数据4: 最经常收看的电视/视频节目种类, 2014年8月

青少年是社交网站的重度使用者

数据5: 最经常使用的移动应用, 2014年8月

产品选择要素

青少年精于产品选择

数据6: 影响青少年选择美容和个人护理产品的重要因素, 2014年8月

关键议题

青少年的多面性

品牌有机会向“学霸型”青少年营销学业优秀

市场空白: 专为青少年设计的美容产品

不仅仅是品牌——是营销公司文化的时候了

我们的观点

### 议题和洞察

当前青少年的多面性

现状

数据7: 鼓励青少年逐梦的品牌广告范例, 中国, 2013-14

品牌有机会助力“学霸型”青少年达成目标

现状

启示

市场空白: 专为青少年设计的美容产品

现状

启示

数据8: 为青少年设计的美容和个人护理用品样例, 意大利和日本, 2014年

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)

## 针对青少年的市场营销 - 中国 - 2014年11月

报告价格: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

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

不仅仅是品牌——是营销公司文化的时候了

现状

启示

### 趋势应用

助我自助 ( Help Me Help Myself )

意见领导者 ( Influencers )

新新人类 ( Generation Next )

数据9: 针对青少年的零食食品样例，中国，2014年

### 人口特征概况

要点

13-19岁的青少年占人口总数的8%。

数据10: 青少年人口，2003-18

青少年中的大多数是学生

数据11: 受教育水平，2014年8月

精通科技的青少年

数据12: 科技产品的拥有情况 ( 按城市区级区分 )，2014年8月

周围人的影响力日趋重要

数据13: 居住情况 ( 按教育程度区分 )，2014年8月

获得更强的购买决定权

数据14: 每周的零用钱 ( 按教育程度区分 )，2014年8月

### 青少年心理概况

要点

三种类型的青少年

数据15: 青少年细分，2014年8月

数据16: 对态度陈述的认同 ( 按心态群体区分 )，2014年8月

### 新时代青少年——青少年在未来三年的个人目标是什么？

要点

青少年精神：努力工作，尽情享受，拥有大梦想

数据17: 个人目标，2014年8月

青少年追求各方面的个人提高

享受生活也很重要

大专/大学生开始渴望未来职业生涯和家庭生活 ( 婚姻 )

数据18: 认为在未来三年一定会去实现/想要去实现个人目标的青少年比例 ( 按教育程度分析 )，2014年8月。

品牌有机会向青少年进行学业营销

品牌有机会向青少年营销“好看的外表”

### 新时代青少年——青少年崇拜的偶像是谁？

要点

演艺明星仍然是最受追捧的偶像

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)

## 针对青少年的市场营销 - 中国 - 2014年11月

报告价格: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

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19: 最受追捧的名人，2014年8月

数据20: 最受追捧的演艺明星的来源国（按性别区分），2014年8月

### 男性青少年追捧体育明星

数据21: 最受追捧的体育明星（按收入和城市级别区分），2014年8月

## 新时代青少年——青少年在休闲时间做什么？

### 要点

#### 青少年参与广泛的休闲活动

数据22: 最经常参加的户外休闲活动（按性别区分），2014年8月

#### 有明显的地域差异

数据23: 最经常参加的户外休闲活动（按城市级别区分），2014年8月

## 新时代青少年——青少年收看什么电视节目？

### 要点

#### 电视综艺节目和体育赛事在青少年中最受欢迎

数据24: 最经常收看的电视/视频节目种类，2014年8月

#### 青少年越来越热衷收看韩剧

数据25: 最经常收看的电视剧产地，2014年8月

#### 校园生活和情景喜剧是青少年最感兴趣的电视剧主题/类型

数据26: 最经常收看的电视剧类型（按性别区分），2014年8月

#### 随着青少年步入成年，他们对都市生活剧越来越感兴趣

数据27: 最经常收看的电视剧类型（按教育程度区分），2014年8月

## 新时代青少年——青少年用智能手机做什么？

### 要点

#### 青少年是社交网站的重度使用者

数据28: 最经常使用的移动应用，2014年8月

数据29: 社交类移动应用的使用（按人口群体区分），2014年8月

#### 电信运营商有机会针对青少年移动应用的使用习惯提供定制产品

数据30: 最经常使用的移动应用（按性别和教育程度区分），2014年8月

#### 新移动应用有望帮助青少年平衡学习和娱乐需要

## 新时代青少年——当他们在选择美容和个人护理用品时，最关注什么？

### 要点

#### 青少年精于产品选择

数据31: 影响青少年选择美容和个人护理产品的重要因素，2014年8月

数据32: 影响青少年选择美容和个人护理产品的重要因素（按人口群体区分），2014年8月

#### 不同级别城市和区域的影响因素呈现各异

数据33: 影响青少年选择美容和个人护理产品的重要因素（按城市级别区分），2014年8月

## 附录——科技产品拥有情况

数据34: 科技产品拥有情况，2014年8月

数据35: 科技产品拥有情况（按人口统计区分），2014年8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)

## 针对青少年的市场营销 - 中国 - 2014年11月

报告价格: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

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36: 科技产品拥有情况, ( (按人口统计区分) (续), 2014年8月

### 附录——青少年在休闲时间做什么？

数据37: 最常参加的户外休闲活动, 2014年8月

数据38: 最常参加的户外休闲活动, ( (按人口统计区分), 2014年8月

数据39: 最常参加的户外休闲活动 (按人口统计区分) (续), 2014年8月

数据40: 最常参加的户外休闲活动 (按人口统计区分) (续), 2014年8月

### 附录——青少年收看什么电视节目？

数据41: 最常收看的电视/视频节目种类, 2014年8月

数据42: 最常收看的电视/视频节目种类 (按人口统计区分), 2014年8月

数据43: 最常收看的电视/视频节目种类 (按人口统计区分) (续), 2014年8月

数据44: 最常收看的电视/视频节目种类 (按人口统计区分) (续), 2014年8月

数据45: 最常收看的电视剧产地, 2014年8月

数据46: 最常收看的电视剧产地, ( (按人口统计区分), 2014年8月

数据47: 最常收看的电视剧产地, ( (按人口统计区分) (续), 2014年8月

数据48: 最常收看的电视剧类型, 2014年8月

数据49: 最常收看的电视剧类型 (按人口统计区分), 2014年8月

数据50: 最常收看的电视剧类型 (按人口统计区分) (续), 2014年8月

数据51: 最常收看的电视剧类型 (按人口统计区分) (续), 2014年8月

### 附录——青少年用智能手机做什么？

数据52: 最常使用的移动应用, 2014年8月

数据53: 最常使用的移动应用 (按人口统计区分), 2014年8月

数据54: 最常使用的移动应用 (按人口统计区分) (续), 2014年8月

数据55: 最常使用的移动应用 (按人口统计区分) (续), 2014年8月

### 附录——当他们在选择美容和个人护理用品时，最关注什么？

数据56: 选择个人护理产品的要素, 2014年8月

数据57: 选择个人护理产品的要素 (按人口统计区分), 2014年8月

数据58: 选择个人护理产品的要素 (按人口统计区分) (续), 2014年8月

数据59: 选择个人护理产品的要素 (按人口统计区分) (续), 2014年8月

### 附录——青少年在未来三年的个人目标是什么？

数据60: 个人目标, 2014年8月

数据61: 个人目标——出国留学 (按人口统计区分), 2014年8月

数据62: 个人目标——让自己更好看/帅气 (按人口统计区分), 2014年8月

数据63: 个人目标——让自己身材更好 (如减肥、健身) ( (按人口统计区分), 2014年8月

数据64: 个人目标——赚更多钱 (如找到好工作、做兼职) (按人口统计区分), 2014年8月

数据65: 个人目标——创业 (如自己开网店) (按人口统计区分), 2014年8月

数据66: 个人目标——去我想去的地方旅游 (按人口统计区分), 2014年8月

数据67: 个人目标——谈恋爱 (按人口统计区分), 2014年8月

数据68: 个人目标——出名 (如参加电视选秀) (按人口统计区分), 2014年8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)

## 针对青少年的市场营销 - 中国 - 2014年11月

报告价格: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

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69: 个人目标——发展特长 (如体育、艺术等) (按人口统计区分), 2014年8月

数据70: 个人目标——学习成绩好, 成为学霸 (按人口统计区分), 2014年8月

## 附录——青少年的生活态度

数据71: 青少年的生活态度, 2014年8月

数据72: 青少年的生活态度——使用小众品牌更能体现我独特的个性 (按人口统计区分), 2014年8月

数据73: 青少年的生活态度——我对自己的外形很有自信 (按人口统计区分), 2014年8月

数据74: 青少年的生活态度——用高档的产品 (如iPad、穿名牌衣服) 会让我觉得很有自信/优越感 (按人口统计区分), 2014年8月

数据75: 青少年的生活态度——与其谋划未来, 不如多花时间享受现在的生活 (按人口统计区分), 2014年8月

数据76: 青少年的生活态度——比起成为众人的焦点, 我更喜欢过平凡的生活 (按人口统计区分), 2014年8月

数据77: 青少年的生活态度——只有学习成绩好才会有美好的未来 (按人口统计区分), 2014年8月

数据78: 青少年的生活态度——在获取成功的道路上, 个人努力比家庭背景更重要 (按人口统计区分), 2014年8月

数据79: 青少年的生活态度——我对自己的未来感到有些迷茫 (按人口统计区分), 2014年8月

数据80: 青少年的生活态度——我希望能摆脱父母的干预, 获得更多自由空间 (按人口统计区分), 2014年8月

数据81: 青少年的生活态度——和周围成功的同龄人相比 (比如我有才华、有钱), 我会觉得缺乏自信 (按人口统计区分), 2014年8月

## 附录——青少年心理细分

数据82: 心态特征群体 (按人口统计区分), 2014年8月

数据83: 个人目标 (按目标群体区分), 2014年8月

数据84: 青少年的生活态度 (按心态特征群体区分), 2014年8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)