

科技领域中品牌的重要性 - 中国 - 2016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



“中国消费者愿意为了喜欢的科技品牌支付更多。持续沟通产品服务创新、开设实体店、借助营销活动与粉丝和用户互动，以及履行社会负责有助品牌提升在中国消费者中的受欢迎度。”

徐天韵，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题:

- 品牌对于科技产品购买的重要性
- 构建口碑
- 在高收入者中培育粉丝

中国科技市场竞争加剧、分化突出。由于中国消费者乐意喜欢的品牌支付更多，所以培育自己的粉丝对科技品牌而言至关重要。

为了提升品牌人气，持续创新必不可少。向消费者宣传创新之举也同样重要，例如让其有机会在实体店体验最新产品。其次，在营销传播中与粉丝们互动可以帮助品牌提升口碑，而口碑是影响中国消费者品牌喜恶的重要因素。最后值得一提的是，为了吸引高收入消费者，积极履行社会责任可以帮助品牌脱颖而出。

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

科技领域中品牌的重要性 - 中国 - 2016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

综述

您所需要了解的

本报告所讨论的产品

个人电脑

手机

电视

相机

游戏机

可穿戴数码产品

人口统计分类

家庭收入

个人月收入

综述

市场趋势

科技通信支出稳步增长

数据 1: 消费支出 (按类别区分), 2015年

智能手机举步维艰

公司与品牌

重点企业

竞争策略

创新亮点

消费者

科技市场竞争激烈

数据 2: 科技品牌认知率和使用率, 2016年3月

苹果是中国最受欢迎的科技产品品牌, 三星和华为力争第二

数据 3: 最喜欢的科技产品品牌, 2016年3月

产品质量是偏爱某个科技产品品牌的最重要原因

数据 4: 最喜欢科技产品品牌的原因 (按品牌区分), 2016年3月

BAT是最受青睐的互联网公司

数据 5: 最喜欢的互联网服务品牌, 2016年3月

使用方便是互联网服务品牌成功的基石

领先品牌各领风骚

数据 6: 最喜欢互联网服务品牌的原因 (按品牌区分), 2016年3月

多数消费者是潜在的科技品牌忠诚用户

全面生态系统有助提高忠诚度

数据 7: 对于科技品牌的态度, 2016年3月

通过促销吸引现有用户再次购买

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

科技领域中品牌的重要性 - 中国 - 2016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 8: 对于科技品牌的态度 (续), 2016年3月

我们的观点

议题与洞察

品牌对于科技产品购买的重要性

现状

启示

构建口碑

现状

启示

在高收入者中培育粉丝

现状

启示

市场——您所需要了解的

科技通信支出稳步增长

智能手机经过多年强劲增长后陷入颓势

国家政策和消费者兴趣推动市场增长

市场趋势

科技通信支出稳步增长

数据 9: 消费支出 (按类别区分), 2015年

数据 10: 中国消费者在科技和通讯上的支出和增速, 2011-2015年

智能手机经过多年强劲增长后陷入颓势

数据 11: 智能手机总销售量和增速, 中国, 2011-2025年

国家政策和消费者热情推动市场增长

公司与品牌——您所需要了解的

国外企业的最新进展

国内企业的最新进展

科技品牌构建全面生态系统

互联网服务品牌借力VR、节日营销和在线金融服务

体验店帮助建立品牌形象和展示产品

智能设备走进更多领域

肩负道德责任

重点企业

国外企业

苹果公司

三星集团

微软公司

谷歌

亚马逊公司

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

科技领域中品牌的重要性 - 中国 - 2016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

国内企业

百度公司

阿里巴巴集团

腾讯控股有限公司

华为技术有限公司

小米公司

竞争策略

构建全面生态系统

利用VR的力量

节日营销

在线金融服务成为互联网服务品牌的必备

谁在创新？

体验店帮助建立品牌形象和展示产品

华为在日本东京的第一家体验店

大疆在深圳开店介绍无人机

卡西欧为Exilim数码相机打造体验店

数据 12: 卡西欧K11购物中心实体店，上海，2015年5月

智能设备走进更多领域

儿童智能手表

智能宠物喂食器

数据 13: FeedPeek智能宠物喂食器，亚洲消费电子展，2016年5月

The ONE智能钢琴

数据 14: The ONE智能钢琴教室，亚洲消费电子展，2016年5月

肩负道德责任

苹果变绿

微信救援

消费者——您所需要了解的

科技市场竞争激烈

BAT继续主导市场，苹果和华为在一线城市聚人气

领先科技品牌面临用户流失以及招买新用户的挑战

苹果是中国最受欢迎的科技产品品牌，三星和华为力争第二

产品质量是偏爱某个科技产品品牌的最重要原因

BAT是最受青睐的互联网公司

使用方便是互联网服务品牌的基石

多数消费者是潜在的科技品牌忠诚用户

创新功能可能会促使消费者转换品牌

创新可以激发消费者对品牌的兴趣

付费服务前景乐观

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

科技领域中品牌的重要性 - 中国 - 2016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

科技品牌认知率和使用率

科技市场竞争激烈

数据 15: 科技品牌认知率和使用率, 2016年3月

使用率下降揭示出一个更分散的市场

BAT继续主导市场

苹果和华为在一线尝试聚人气

数据 16: 领先科技品牌的一线城市用户, 2016年3月和2014年7月

三星、索尼、联想、谷歌流失用户

数据 17: 领先科技品牌的流失用户, 2016年3月

小米、亚马逊、索尼、华为需要提高使用率

小米可以通过差异化策略吸引不同人口特征的消费群

华为正在强化品牌识别度

亚马逊需要吸引更多男性消费者

索尼应该继续提供高质产品

数据 18: 领先科技品牌的非用户, 2016年3月

最喜欢的科技产品品牌

苹果是最爱

华为紧咬三星

数据 19: 最喜欢的科技产品品牌, 2016年3月

国际科技品牌人气更高

年轻消费者倾心国内品牌

相当一部分40多岁的消费者没有最喜爱的科技产品品牌

数据 20: 最喜欢的科技产品品牌(按人口统计区分), 2016年3月

最喜欢科技产品品牌的原因

产品质量是吸引粉丝的基础

数据 21: 最喜欢科技产品品牌的原因, 2016年3月

领先的科技品牌各显风骚

数据 22: 最喜欢科技产品品牌的原因(按品牌区分), 2016年3月

最喜欢的互联网服务品牌

BAT是最受青睐的互联网公司

年龄较大和收入较低的消费者不太关注互联网服务品牌

数据 23: 最喜欢的互联网服务品牌, 2016年3月

百度在年轻消费者中更受欢迎

腾讯和阿里巴巴受到各个人口特征消费群的喜爱

商务解决方案提高微软和谷歌人气

数据 24: 最喜欢的互联网服务品牌(按人口统计区分), 2016年3月

最喜欢互联网服务品牌的原因

使用方便是互联网服务品牌的基石

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

科技领域中品牌的重要性 - 中国 - 2016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 25: 最喜欢互联网服务品牌的原因, 2016年3月

百度在免费服务上表现不俗

腾讯凭借移动服务受到认可

阿里巴巴凭借服务种类取胜

微软口碑良好

新浪应该发挥其作为信息来源的竞争优势

谷歌致力社会责任出众

数据 26: 最喜欢互联网服务品牌的原因 (按品牌区分), 2016年3月

对于科技品牌的态度

多数消费者是潜在的科技品牌忠诚用户

溢价源自创新

全面生态系统有助提高忠诚度

消费者希望科技品牌能彰显社会地位

数据 27: 对于科技品牌的态度, 2016年3月

创新功能可能会促使消费者转换品牌

30多岁和40多岁的消费者更看重功能

数据 28: 对于科技品牌的态度 (续), 2016年3月

创新可以激发消费者对品牌的兴趣

数据 29: 对于科技品牌的态度 (续), 2016年3月

通过促销吸引现有用户再次购买

付费服务前景乐观

数据 30: 对于科技品牌的态度 (续), 2016年3月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群更青睐国际品牌

数据 31: 最喜欢的科技产品品牌 (按消费者分类区分), 2016年3月

品牌领导人值得信赖的品牌更受英敏特城市精英人群青睐

数据 32: 最喜欢科技产品品牌的原因 (按消费者分类区分), 2016年3月

英敏特城市精英人群对互联网服务的价格敏感度更低

数据 33: 对于科技品牌的态度 (按消费者分类区分), 2016年3月

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

英敏特城市精英人群

为什么要定义“英敏特城市精英人群”？

缩写

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