



“中国智能家居设备的渗透率依然很低，该市场还有待发展。除了丰厚的优惠，在线服务的平台/供应商需要找到其他的方法提高消费者的忠诚度。投放在线广告时，商家和品牌可以将口碑营销的策略放在首位，以吸引中国消费者。”

— 李宇静，高级研究分析师

### 在这篇报告中我们回答了以下问题：

- “错过恐惧症”的消失？
- 在线游戏大众市场，何为上策何为下策？
- 在线服务平台/运营商如何在未来立足？
- 如何定位不同的智能家居设备消费者

能连接上网的智能设备，24小时昼夜提供的在线服务，被推送给消费者的数百万的在线广告，给人们带来乐趣和成就感的在线游戏以及更复杂的内容融汇在一起，将互联网变成我们现实之外的另一个家。我们之中的很多人也由此而“生活”在线上。

本篇报告对互联网用户的行为进行了分析。报告分析了消费者智能家居设备的拥有情况以及未来可能会使用的在线服务。同时，本篇报告还调查了中国互联网用户对在线广告、在线游戏和互联网影响的态度等。

## 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@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

## 在线生活 - 中国 - 2016年10月

报告价格: £3273.17 | \$3990.00 | €3636.82

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

## 概述

## 您所需了解的情况

## 报告定义

数据1: 低/中/高家庭月收入群体的定义 (按城市线级区分)

数据2: 东部、南部、北部、中部和西部地区消费群体的定义

## 综述

## 消费者

## 智能家居设备

数据3: 智能家居设备的拥有情况和未来购买意愿, 2016年6月

## 在线服务

数据4: 消费者对使用没有优惠的在线服务的态度, 2016年6月

## 在线游戏

## 口碑是关键

数据5: 使在线广告可信的特征, 2016年6月

## 保护消费者远离危险

数据6: 对待网络安全的态度, 2016年6月

## 大多数人对互联网改变生活持积极态度

数据7: 互联网带来的生活变化, 2016年6月

## 我们的观点

## 议题和洞察

## “错过恐惧症”的消失？

## 事实

## 启示

在线游戏大众市场，何为上策何为下策？

## 事实

## 启示

在线服务平台/运营商如何在未来立足？

## 事实

## 启示

如何定位不同的智能家居设备消费者

## 现状

## 启示

数据8: 对态度陈述的认同 (按消费者细分区分), 2016年6月

## 消费者——您所需要了解的

## 智能电视和智能机顶盒最流行

丰厚的补贴优惠不是关键驱动力

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 在线生活 - 中国 - 2016年10月

报告价格: £3273.17 | \$3990.00 | €3636.82

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

## 口碑是关键

在线游戏已成为最普遍的娱乐活动

消费者认为互联网对生活有正面影响

消费者理性地跟随科技潮流

数据9: 消费者对于购买智能设备的态度, 2016年6月

智能电视和智能机顶盒是最普遍的设备

数据10: 智能家居设备的拥有情况和未来购买意愿, 2016年6月

高收入人群以及有孩子的家庭更倾向拥有小众智能家居设备

数据11: 智能家居设备的渗透率(按家庭月收入和中是否有小孩区分), 2016年6月

哪个品类有潜力成为下一个赢家?

数据12: 智能家居设备的购买意愿, 2016年6月

谁对智能设备持怀疑态度?

数据13: 消费者对于智能设备好处的态度, 2016年6月

数据14: 认为智能设备既没有使他们的生活更方便也没有帮他们每天节省更多时间的比例(按人口特征区分), 2016年6月

数据15: 智能设备的拥有情况(按消费者细分区分), 2016年6月

## 消费者对在线服务的使用意愿

“线上生活”的时代

数据16: 消费者对使用在线服务的态度, 2016年6月

数据17: 消费者对使用在线服务的态度(按个人收入区分), 2016年6月

价格和售后服务至关重要

数据18: 消费者对在线服务选择的的态度, 2016年6月

数据19: 消费者对于在线服务态度的交叉分析, 2016年6月

丰厚的补贴优惠是培养消费习惯的关键吗?

数据20: 消费者对使用没有优惠的在线服务的态度, 2016年6月

谁是核心用户?

年轻和中等收入消费群体更可能会使用在线服务来方便生活

数据21: 没有优惠活动的情况下, 希望使用和食物、旅行和交通相关的在线服务的消费者(按年龄和个人收入区分), 2016年6月

没有优惠活动的情况下, 高收入群体更愿意使用上门的在线服务

数据22: 没有优惠活动的情况下, 希望使用在线预约上门服务的消费者(按个人收入区分), 2016年6月

高学历者和父母们更有可能在线上学习/学习

数据23: 没有优惠活动的情况下, 会在线上学习/学习的消费者(按家中是否有小孩和受教育程度区分), 2016年6月

金融和医疗保健等相关在线服务主要针对的是年龄较大的消费者

数据24: 没有优惠活动的情况下, 希望使用金融和医疗保健等相关在线服务的消费者(按年龄区分), 2016年6月

## 在线广告的可信度

什么在驱动口碑传播?

数据25: 使在线广告可信的特征, 2016年6月

有使用产品/服务过程的视频有助于提高广告权威性

行业专家胜过意见领袖和名人

数据26: 使在线广告可信的特征(按个人收入区分), 2016年6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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 在线生活 - 中国 - 2016年10月

报告价格: £3273.17 | \$3990.00 | €3636.82

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27: 使在线广告可信的特征 (按地域区分), 2016年6月

如何让在线广告的作用最大化

数据28: 使在线广告可信的特征 (按所选特征区分), 2016年6月

### 在线游戏

在线游戏成为普遍的休闲方式

数据29: 在线游戏的渗透率 (按人口特征区分), 2016年6月

玩在线游戏使用的设备

手机有望超过台式机/笔记本电脑, 成为玩电脑游戏的主要设备

数据30: 玩在线游戏使用的设备 (按人口特征区分), 2016年6月

游戏机有待提高

数据31: 玩在线游戏使用的设备 (按所选设备区分), 2016年6月

城市差异

数据32: 玩在线游戏使用的设备 (按城市区分), 2016年6月

大约三分之一的在线游戏玩家使用三种或三种以上的设备

数据33: 在线游戏设备的频度分析 (按人口特征区分), 2016年6月

玩在线游戏的目的

大多数人玩在线游戏是为了缓解压力、打发时间

数据34: 玩在线游戏的目的 (按人口特征区分), 2016年6月

游戏机玩家更可能享受亲密友谊

数据35: 消费者使用设备和目的的交叉分析, 2016年6月

谁在玩付费在线游戏?

数据36: 曾经为在线游戏花过钱的消费者, 2016年6月

数据37: 曾经为在线游戏花过钱的消费者所占比例 (按玩在线游戏的目的区分), 2016年6月

在线游戏是知识产权的下一个前哨阵地

数据38: 消费者对在线游戏及相关产品的态度, 2016年6月

### 在线生活的影响

把控生活

数据39: 对网上信息的态度, 2016年6月

保护人们免遭风险

数据40: 对待网络安全的态度, 2016年6月

大多数人还是对互联网改变生活持积极态度

更多的富裕、受过良好教育的消费者想要成为网络红人

数据41: 对互联网影响的的态度, 2016年6月

### 消费者——认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群最早使用智能设备

数据42: 消费者对于智能设备的态度 (按消费者分类区分), 2016年6月

数据43: 智能家居设备的拥有 (按消费者分类区分), 2016年6月

英敏特城市精英人群更注重质量

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 在线生活 - 中国 - 2016年10月

报告价格: £3273.17 | \$3990.00 | €3636.82

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44: 消费者对于在线服务的态度 (按消费者分类区分), 2016年6月

英敏特城市精英人群通过玩在线游戏认识朋友、获得成就感

数据45: 消费者对于在线游戏的态度 (按消费者分类区分), 2016年6月

数据46: 玩在线游戏的目的 (按消费者分类区分), 2016年6月

英敏特城市精英人群更有可能相信用户评论和专家意见

数据47: 在线广告可信的特征 (按消费者细分区分), 2016年6月

### 附录一—研究方法 with 缩写

研究方法

缩写

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)