

针对青少年的营销 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

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



“尽管青少年最关注的仍是学业成就，但是由于当今社会的创业热情日益高涨，他们的学业压力有所降低。他们（包括其父母）不再像以往那样热衷于固守传统的人生路线，即上学、就业、工作、然后退休。理财服务、科技产品和在营销中使用音乐等都是市场新机遇所在。”

— 马子淳，高级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 把握机遇，帮助青少年理财
- 音乐的作用突显
- 广告中女性形象的变化
- 如何吸引初中生客群？

青少年的零用钱明显比大学生的要少。在购买服饰鞋子、洗发沐浴产品和护肤产品等方面，父母的意见对青少年的购买决策有重要影响。在休闲相关的消费选择方面，青少年自己的想法最重要，而朋友的影响十分有限。社会氛围日趋多元随意，学业成就不再像以往那样被视为重中之重。英敏特发现，在线游戏、动漫和中国电视剧在被访青少年中越来越流行。

本报告是2013年开始的中国青少年年度报告系列的第五篇。该系列报告涵盖的主题包括：青少年的生活重点、生活价值观、休闲和娱乐选择、对产品、服务和品牌的消费习惯和偏好等。报告还指出了目前流行的和新兴的生活方式趋势。

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

针对青少年的营销 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

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

报告定义

综述

消费者

学术成就仍是首要任务，但不能决定个人的未来

数据1: 青少年的焦虑，2017年8月

倾向于通过健康途径疏导负面情绪

数据2: 提及最多的前20个缓解焦虑的方式，2017年8月

个人价值观在过去3年中没有变化

数据3: 认为以下因素在生活中重要（包括“非常重要”和“比较重要”）的青少年占比，2017年8月

渴望线上生活，但对提升外在形象不太感兴趣

数据4: 不同品类的购买决策人，2017年8月

视频内容的前三大吸引人的因素：简短、明星、搞笑

数据5: 青少年最常看的视频内容，2017年8月

去餐厅是为了享受美食、和朋友相聚

数据6: 外出就餐的习惯，2017年8月

我们的观点

议题与洞察

把握机遇，帮助青少年理财

现状

启示

音乐的作用突显

现状

启示

广告中女性形象的变化

现状

启示

如何吸引初中生客群？

现状

启示

消费者——您所需要了解的

仍有学业压力并通过音乐排遣

渴望发展一技之长并参与共同创造

渴望线上生活

青少年的家庭结构

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

针对青少年的营销 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

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

独生子女减少

男宝宝不再受偏爱

数据7: 独生子女占比（按性别区分），2016对比2017年

40%的高中生不和父母同住

数据8: 和父母一起住家里的以及住校的青少年比例（按城市区分），2017年8月

数据9: 家庭结构（按居住情况区分），2017年8月

青少年的财务概况

平均每月零用钱约为500元

数据10: 平均每月获得的零用钱数量（按人口特征区分），2017年8月

数据11: 居住情况（按家庭结构区分），2017年8月

每月零用钱大约会花三分之二

数据12: 平均每月的存款金额（按人口特征区分），2017年8月

数据13: 平均每月的消费金额（按人口特征区分），2017年8月

性别不平衡在青少年早期就有所展现

数据14: 根据自己想法做决策的受访者占比（按性别区分），2017年8月

独生子女的购买力不如非独生子女？

数据15: 存钱金额和花费金额（按居住情况和家庭结构区分），2017年8月

不同类型的焦虑

半数青少年不担心学业

数据16: 青少年的焦虑，2017年8月

成熟青少年有更多烦恼

数据17: 青少年的焦虑（按教育程度区分），2017年8月

青少年女孩比男孩更焦虑

数据18: 青少年的焦虑（按性别区分），2017年8月

缓解焦虑的方式

音乐是最流行的缓解焦虑的方式

数据19: 词云——缓解焦虑的方式，2017年8月

数据20: 提及最多的前20个缓解焦虑的方式，2017年8月

运动在青少年的生活中扮演重要角色

互联网（尤其是在线游戏）提供了更轻松的休闲方式

人际关系相关的问题更多通过沟通解决

数据21: 采用沟通作为缓解焦虑的方式的受访青少年的占比——与平均值作比较（按人口统计特征区分），2017年8月

重要的人生价值观

个人价值观在过去3年中没有变化

数据22: 认为以下因素在生活中重要（包括“非常重要”和“比较重要”）的青少年占比，2015年对比2017年

数据23: 认为“身体健康”在生活中非常重要的青少年比例，2013-2017年

不会固守传统学习方式

哪个更重要：知识面广还是一技之长？

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

针对青少年的营销 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

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24: 认为以下与知识和技能相关的因素在生活中非常重要的青少年占比, 2017年8月

能力强重于颜值高?

数据25: 认为以下与个性和形象相关的因素在生活中非常重要的青少年占比, 2017年8月

成熟青少年的金钱和形象意识更强

数据26: 认为以下因素在生活中重要(包括“非常重要”和“比较重要”)的青少年占比(按教育程度区分), 2017年8月

数据27: 认为有钱买自己喜欢的东西是生活中非常(比较)重要的青少年占比(按人口统计特征区分), 2017年8月

数据28: 担心“我家是否有足够的钱”的青少年占比(按人口统计特征区分), 2017年8月

购买决策人

3个不太相关的类别: 玩具、化妆品及护肤品

数据29: 不需要购买下列类别的青少年占比, 2017年8月

数据30: 在线游戏玩家的对比(按年龄和性别区分), 2017年8月

数据31: 不需要购买玩具和化妆品的青少年占比(按年龄区分), 2017年8月

休闲类产品通常由自己作出购买决策

数据32: 休闲类产品的购买决策人, 2017年8月

购买形象提升类产品时父母扮演的角色

数据33: 形象提升类产品的购买决策人, 2017年8月

数据34: 形象提升类产品的购买决策人——自己决策vs家长角色(按教育程度区分), 2017年8月

数据35: 洗发和沐浴产品的购买决策人(按教育程度和居住情况区分), 2017年8月

明星和媒体对青少年的购买决策影响有限

数据36: 认为媒体和明星对下列品类产品的购买决策影响最大的青少年占比, 2017年8月

最常看的视频内容

更渴望观看浓缩的视频内容

数据37: 最常看的视频内容, 2014年对比2017年

动漫和中国电视剧蒸蒸日上

数据38: 表示在过去6个月中观看动漫、中国电视剧和时尚节目最多的青少年占比(按年龄和性别区分), 2017年8月

数据39: 表示在过去6个月中观看游戏和体育最多的青少年占比(按年龄和性别区分), 2017年8月

明星和搞笑的内容是最新吸引人的两大特征

偏好因性别和地区而异

数据40: 各类视频内容偏好的变化(按性别区分), 2014年对比2017年

数据41: 各类视频内容的偏好(按性别区分), 2017年8月

数据42: 表示在过去6个月中观看时尚节目最多的青少年占比(按地区区分), 2017年8月

外出就餐的习惯

往往共同决定餐厅选择

数据43: 餐厅和电影的决策人, 2017年8月

数据44: 外出就餐的习惯——决策人(按教育程度和性别区分), 2017年8月

关键意见领袖不是有影响力的信息来源

数据45: 外出就餐的习惯——信息来源(按年龄和地区区分), 2017年8月

受欢迎的餐厅特色: 物美价廉、中式饭菜、美味可口

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

针对青少年的营销 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

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46: 外出就餐的习惯——餐厅特征，2017年8月

家和学校两点一线，外出就餐是调剂

数据47: 外出就餐的习惯——餐厅特征和食物类型，2017年8月

往往会点多种美味的（或不太健康的）菜肴一起品尝

数据48: 外出就餐的习惯——食物类型，2017年8月

数据49: 外出就餐的习惯——食物类型（按性别区分），2017年8月

附录——研究方法和缩写

研究方法

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