

对意见领袖的态度 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“互联网新时代赋予‘听众’和‘发言者’更多的沟通方式。社交媒体的可及性和快捷性孕育KOL数量呈指数增长，特别是网红。这是一种通过人性化功能吸引消费者的全新触点，了解消费者对他们的态度对于品牌发展至关重要。”

— 陈泓月，高级分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 网红人尽皆知，独树一帜是成功关键
- 内容和平台都重要，但并不是获得线上成功的全部
- 商业价值可期，但需谨慎计划推进

社交媒体和社交网站正成为人们日常生活中不可避免的一部分。大众消费者每天生成大量数据，同时接受海量信息。与此同时，KOL（关键意见领袖）在这个数字化领域被赋予了全新的意义和使命。新兴类别KOL和网红的崛起重塑了消费者及其渴望喜好。探究消费者对KOL的看法以及业界应该如何相机行事至关重要。

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

对意见领袖的态度 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

您所需要了解的

报告定义

综述

消费者

KOL，无人不知

数据 1: 消费者对于KOL及其相关概念的认知度，2018年4月

信息来源的重要特点不同

数据 2: 不同信息源的特点，2018年4月

消费者为了乐趣和放松关注网红

数据 3: 消费者关注网红的原因，2018年4月

消费者的网红偏好不同

数据 4: 消费者最喜欢的网红，2018年4月

消费者对“网红”热潮保持理性

数据 5: 消费者对网红的态度，2018年4月

消费者购买决定时会参考KOL意见

数据 6: KOL意见在购买决策中的重要性，2018年4月

消费者对KOL有更多期待

数据 7: 消费者希望更多能看到KOL发表的内容类型，2018年4月

我们的观点

议题与洞察

网红人尽皆知，独树一帜是成功关键

现状

启示

内容和平台都重要，但并不是获得线上成功的全部

现状

启示

商业价值可期，但需谨慎计划推进

现状

启示

市场格局

社交媒体在中国崛起

KOL的经济价值是否合理？

成功案例

冯提莫

数据 8: 冯提莫出席武汉的活动

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

对意见领袖的态度 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

紫襟

数据 9: 紫襟的喜马拉雅FM页面

张大奕

数据 10: 张大奕淘宝店铺

创新

人工智能介入

数据 11: Miquela Sousa的Instagram页面

优衣库 vs. KOL

数据 12: KAWS为优衣库设计的产品图像

消费者——您所需要了解的

人尽皆知的概念

网红要有趣才能吸引消费者

消费者不会轻易为了网红而花钱

消费者重视KOL的意见

消费者对KOL的认知度

消费者知道什么是KOL

数据 13: 消费者对于KOL及其相关概念的认知度，2018年4月

数据 14: 不会关注网红的消费者比例（按代际区分），2018年4月

低线城市消费者对认知到KOL文化认知度更高

数据 15: 消费者对于意见领袖及其相关概念的认知度（按城市线级区分），2018年4月

数据 16: 消费者的在线活动频度，2018年4月

对不同信息源的态度

消费者对不同信息源的态度不一

数据 17: 不同信息源带有的特点，2018年4月

亲近的人最值得信赖

数据 18: “值得信赖”的信息源（按信息源类型区分），2018年4月

数据 19: 消费者对家人/朋友信息源的态度，2018年4月

消费者认为不同KOL信息源特性不同

数据 20: 消费者对待不同信息源的态度（按KOL类型区分），2018年4月

数据 21: “独特”的信息源，2018年4月

消费者为何关注网红

消费者寻找的是休闲和共鸣，而非说教

数据 22: 消费者关注网红的的原因，2018年4月

男性消费者更受身材外貌吸引

数据 23: 消费者因为网红颜值高/身材好而关注网红的比例（按性别区分），2018年4月

消费者不会轻易在网红身上花钱

数据 24: 消费者为网红花钱的原因，2018年4月

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

对意见领袖的态度 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

谁是消费者的最爱？

网红现象并未形成较高的消费者粘性

数据 25: 消费者的网红偏好，2018年4月

年轻人对网红呼声更高

数据 26: 消费者的网红偏好（按年龄区分），2018年4月

数据 27: 消费者的网红偏好（按年龄和性别区分），2018年4月

泛娱乐内容受欢迎

数据 28: 消费者最喜欢的网红，2018年4月

数据 29: 消费者喜欢的网红类型，2018年4月

头部为王及长尾效应同时在发生

数据 30: 消费者最喜欢的网红，2018年4月

微博是网红主要活跃平台，但网络直播及短视频正迎头赶上

数据 31: 消费者最喜欢的网红关注平台，2018年4月

消费者对网红的态度

消费者显示出成熟和理性

数据 32: 消费者对网红的态度，2018年4月

数据 33: 对模仿网红的态度（按年龄区分），2018年4月

年龄影响消费者对网红背书的谨慎度

数据 34: 认同“网红只是为了钱而推荐产品”的消费者比例（按年龄区分），2018年4月

数据 35: 对网红背书的态度，2018年4月

网红对购买决策影响有限

数据 36: “触发我购买”的不同信息源，2018年4月

数据 37: 网红在购买中的角色，2018年4月

数据 38: “逛网红店和买网红商品是我购物最重要的一部分”，2018年4月

数据 39: 消费者对说法的同意（按家庭收入区分），2018年4月

购买和KOL

消费者看重网上意见领袖的意见

数据 40: 意见领袖的意见对于消费者购买不同品类产品决策的重要性，2018年4月

女性消费者在购买时更看重KOL的意见

数据 41: 网上意见领袖对购买决策影响的重要性指数（品类区分），2018年4月

数据 42: 意见领袖的意见对于女性消费者购买不同品类产品决策的重要性，2018年4月

数据 43: 意见领袖的意见对于男性消费者购买不同品类产品决策的重要性，2018年4月

期望KOL发表的内容类型

期待KOL发表有趣严谨的内容

数据 44: 消费者希望更多能看到意见领袖发表的内容类型，2018年4月

如何通过内容转化更多的购买行为

数据 45: 有购买意愿的消费者希望更多能看到KOL发表的内容类型，2018年4月

认识英敏特城市精英人群

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

对意见领袖的态度 - 中国 - 2018年8月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

英敏特城市精英人群愿意了解KOL对奢侈品和汽车的看法

数据 46: 意见领袖的意见对于消费者购买决策的重要性（按消费者分类区分），2018年4月

英敏特城市精英人群更热衷了解品牌信息

数据 47: “请问您想更多看到网上意见领袖发表哪些内容？”，2018年4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