

数码营销 - 中国 - 2019年3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



“内容和接触点都对数码营销的成功至关重要，因为消费者不想再被填满与自己无关的信息。原生广告内容将持续占据重要地位，生活方式的定位正越来越受到青睐。同时，广告商应探索新的接触点来吸引消费者，从传统渠道到新的数码服务或设备，比如聊天机器人和智能音响。”

— 李玉梅，高级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

提升短视频广告的可信度
打“生活方式”牌
探索新数码营销接触点

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

数码营销 - 中国 - 2019年3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

细分群体定义

综述

消费者

一半消费者网上休闲娱乐时间为1-3小时

数据1: 过去3个月平均每天上网休闲娱乐时长, 2018年11月

微信/微博品牌公众号最受注意

数据2: 过去3个月内消费者注意到的数码营销, 2018年11月

购物网站上的广告更易触发购买

数据3: 对数字广告的认知(按广告形式区分), 2018年11月

帮助消费者想象未来生活, 探索独特生活方式

数据4: 喜爱的广告主题, 2018年11月

愿意共享数据, 带来精准营销机会

数据5: 上网行为——信息共享, 2018年11月

“中国制造”收获青睐

数据6: 对品牌活动的态度, 2018年11月

我们的观点

议题与洞察

提升短视频广告的可信度

现状

启示

数据7: 抖音“Boss爱抖”活动, 中国, 2019年

数据8: 迪奥#一起美到发光 抖音挑战, 中国, 2018年

打“生活方式”牌

现状

启示

探索新数码营销接触点

现状

启示

消费者——您所需要了解的

每日上网休闲娱乐3.4小时

超过一半被访者注意到品牌微信/微博公众号广告

购物网站上的横幅广告更易触发购买

畅想未来生活和个性/独特的生活方式主题最受消费者喜爱

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

数码营销 - 中国 - 2019年3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

六成受访者愿意为获得线上服务共享地理位置/地址
生活方式定位吸引超过一半受访者

线上休闲娱乐时长

每日上网休闲娱乐3.4小时

数据9: 过去3个月平均每天上网休闲娱乐时长, 2018年11月

谁上网时间更长?

数据10: 过去3个月平均每天上网休闲娱乐时长(按人口统计特征区分), 2018年11月

广告影响力

品牌社交网站官方账号更具影响力

数据11: 过去3个月内消费者注意到的数码营销, 2018年11月

视频、短视频、直播平台广告三强争霸

数据12: 电视剧《军师联盟》创意中插广告, 中国, 2017年

更年轻群体触及率更高

数据13: 过去3个月内消费者注意到的数码营销(按年龄区分), 2018年11月

男性更多注意到短视频app和直播平台的广告

数据14: 过去3个月内消费者注意到的数码营销(按性别区分), 2018年11月

低线城市消费者更易接受短视频app的广告

数据15: 过去3个月内消费者注意到的数码营销(按城市线级区分), 2018年11月

对广告的认知

购物网站上的广告最能有效促使购买

数据16: 对数字广告的认知(按广告形式区分), 2018年11月

仅有可信度, 不足以在品牌官网/公众号上触发购买

数据17: 对数字广告的认知(按广告形式区分), 2018年11月

数据18: 阿里巴巴微信H5页面文字动画, 中国, 2018年

数据19: 良品铺子微信H5互动视频, 中国, 2017年

短视频app上的广告有吸引力但缺乏可信度

数据20: 对数字广告的认知(按广告形式区分), 2018年11月

数据21: 对数字广告的认知——短视频app上的品牌视频广告(按年龄区分), 2018年11月

博主促使20-24岁消费者购买

数据22: 让人想购买的数码营销(按年龄区分), 2018年11月

喜爱的广告主题

通过广告探索其他生活方式

数据23: 喜爱的广告主题, 2018年11月

数据24: 喜爱的广告主题(按年龄区分), 2018年11月

女性喜爱生活故事; 男性对民族自豪感有共鸣

数据25: 喜爱的广告主题(按性别区分), 2018年11月

父母不太可能喜欢动物/宠物主题的广告

数据26: 喜爱的广告主题(按是否有孩子区分), 2018年11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

数码营销 - 中国 - 2019年3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

精准营销

愿意为获得方便共享信息

数据27: 上网行为——信息共享, 2018年11月

不愿额外花精力给反馈

数据28: 上网行为——购物, 2018年11月

年长男性也可能分享数据

数据29: 线上行为——允许手机app开启GPS定位权限(按性别和年龄区分), 2018年11月

对品牌活动的态度

中国制造是加分项

数据30: 对品牌活动的态度, 2018年11月

数据31: 神秘博士《中国风海报》, 中国, 2019年

生活方式品牌的定位持续受宠

数据32: 对品牌活动的态度——对品牌有好感, 2017年 vs 2018年

数据33: 活出奥妙人生, 中国, 2017年

数据34: 对生活方式品牌有好感(按人口统计特征区分), 2018年11月

快闪文化需要新鲜血液

数据35: 华伦天奴Candystud工场, 中国, 2018

难与20-24岁消费者共鸣

数据36: 对品牌活动的态度——对品牌有好感(按年龄区分), 2018年11月

认识英敏特城市精英人群

线上活跃度更高, 休闲娱乐也不落后

数据37: 过去3个月平均每天上网休闲娱乐时长(按消费者分类区分), 2018年11月

开放接纳各种数码营销渠道、形式、主题

数据38: 喜爱的广告主题(按消费者分类区分), 2018年11月

愿意分享博主的贴文

数据39: 对个人博主广告的认知(按消费者分类区分), 2018年11月

附录 - 研究方法与缩写

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