

低线城市：社交媒体使用习惯 - 中国 - 2020年9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



“低线城市消费者通过社交媒体来实现从了解消费趋势到深度接触品牌，从选购产品到分享消费经验的全过程。对于想要打入下沉市场的品牌来说，打造将资讯、娱乐、社交和购买融为一体平台和内容尤为重要。就平台而言，实现场景化、呈现高密度信息的社交电商平台和提供多样化的本地服务的品牌购物社群是品牌提升销量转化的重要战场。”

— 邵愉茜，初级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 社交电商的优势
- 微信电商的生态
- 短视频内容的偏好
- KOL营销的关键
- 分享打卡的动因
- 对个人隐私的态度

低线城市消费者在社交媒体上展现出不输一、二线城市的活跃度，线下渠道的局限性也让他们依赖线上渠道来实现从了解消费趋势到接触品牌方，从选购产品到分享消费经验的全过程。品牌想要打入下沉市场，势必要充分利用社交电商、购物社群等线上渠道和大数据工具来获得低线城市消费者的青睐和信任。

本报告通过定量（基于2019-2020年多份英敏特报告的定量数据）和定性分析（基于2020年对10个三线或以下城市的20位受访者的深入访谈），对不同线城市消费者的消费行为和态度进行比较。本报告主要探讨了低线城市消费者对社交媒体作为信息渠道和购物渠道两方面的诉求，同时结合一系列商业案例阐释了品牌和平台在低线城市增强竞争力的有效策略。

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

低线城市：社交媒体使用习惯 - 中国 - 2020年9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

引言

报告关键议题

报告范围

目标和研究方法

定量研究方法

数据1: 每个城市的取样结构如下所示:

定性研究方法

数据2: 定性研究采访城市

数据3: 定性研究中的被访者属性一览

综述

社交电商的优势：场景化的高密度信息

数据 4: 在社交电商平台的购买品类（按城市线级区分），2020年4月

微信电商的生态：多样化的本地服务

数据 5: 社交电商相关行为（按城市线级区分），2020年4月

数据 6: 电商平台联想，2020年4月

短视频内容的偏好：有代入感的过程体验

数据 7: 短视频热门内容（按城市线级区分），2020年4月

KOL营销的关键：影响力源自“会拼”

数据 8: 对电商平台的态度（按城市线级区分），2020年4月

数据 9: KOL特色（按城市线级区分），2019年5月

分享打卡的动因：人人有一个“网红梦”

数据 10: 社交平台上的内容分享（按城市线级区分），2020年4月

对个人隐私的态度：对人性化推荐的期待

数据 11: 对app内数据安全的态度（按城市线级区分），2019年9月

我们的观点

中国低线城市简介

低线城市人口规模与消费能力

三线以下城市消费规模的扩大和占比的升高

数据12: 城市人口及消费规模（按城市线级区分），2018年末

可支配收入和人均消费实力的增长

数据13: 人均工资vs人均消费品零售额（按城市线级区分），2018年

疫情以来的消费信心

数据14: 各产业占GDP比重（按城市线级区分），2018年全年

数据15: 财务状况的变化，回答‘变好了’的百分比（按城市线级区分），2020年4-7月

数据16: 对未来财务状况信心，非常有信心-比较有信心（按城市线级区分），2020年4-7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

低线城市：社交媒体使用习惯 - 中国 - 2020年9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

消费者人口结构概览

不同线城市间教育差距的缩小

数据 17: 被访者受教育水平, 2017-2020年6月

数据 18: 汽车拥有情况、健身房会员拥有率 (按城市线级区分), 2017-2020年6月

消费者在移动端的活跃程度

数据 19: 网上活动 (按城市线级区分), 2020年4月

社交电商的优势：场景化的高密度信息

定量数据揭示了什么不同？

获取资讯和购买产品一步到位

数据 20: 在社交电商平台的购买品类 (按城市线级区分), 2020年4月

赠品小样让消费者有更多尝试机会

数据 21: 渠道特征 (按城市线级区分), 2019年12月

定性分析给出了什么解释？

低“试错成本”的冲动消费

“真人秀”和大量信息的“同框”

这对品牌来说意味着什么？

“直播场景化”的消费实践

案例分析：天猫Club 618直播探店

数据 22: 天猫Club超级探店, 2020

案例分析：京东直播的云音乐节尝试

数据 23: 京东直播X草莓音乐节, 2020

微信电商的生态：多样化的本地服务

定量数据揭示了什么不同？

购物社群成为品牌方接触消费者的捷径

数据 24: 社交电商相关行为 (按城市线级区分), 2020年4月

购物社群的口碑在于优惠和便利

数据 25: 平台联想, 2020年4月

定性分析给出了什么解释？

多样化的本地服务是购物群的加分项

线上结合线下的社群模式更有可信度

这对品牌来说意味着什么？

利用微信电商精细化运营私域流量

案例分析：波奇宠物社群

数据 26: 波奇宠物社群, 2020

案例分析：西贝莜面村的顾客福利群

数据 27: 西贝莜面村亲子体验营, 2020

短视频内容的偏好：有代入感的过程体验

定量数据揭示了什么不同？

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

低线城市：社交媒体使用习惯 - 中国 - 2020年9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

娱乐搞笑的主题受欢迎

数据 28: 短视频热门内容 (按城市线级区分), 2020年4月

“接地气”的内容优化让平台和品牌常新

数据 29: 对看短视频的态度, 2020年4月

定性分析给出了什么解释?

了解过程的体验加强了参与感和代入感

这对品牌来说意味着什么?

不满足于搞笑, 有趣还得有料

案例分析: Keep将运动的“有苦有甜”融入日常

数据 30: Keep “这也算Keep”, 2019

案例分析: 启初在抖音发起澡教舞挑战赛

数据 31: 启初“启蒙要趁早”, 2019

KOL营销的关键: 影响力源自“会拼”

定量数据揭示了什么不同?

网红推荐影响波及各线城市

数据 32: 对电商平台的态度 (按城市线级区分), 2020年4月

实用和专业是脱颖而出的资本

数据 33: KOL特色 (按城市线级区分), 2019年5月

定性分析给出了什么解释?

拼搏经历打动人, 影响力令人信服

这对品牌来说意味着什么?

“会拼”让博主带货更具感染力和说服力

案例分析: 雅诗兰黛跨界体育传达女性力量

数据 34: 张伟丽DW底妆大片, 2020

案例分析: 死磕视频质量的up主“老师好我叫何同学”

数据 35: up主“老师好我叫何同学”的哔哩哔哩主页, 2020

分享打卡的动因: 人人有一个“网红梦”

定量数据揭示了什么不同?

追新追热的分享亦为一种“人设”社交

数据 36: 社交平台上的内容分享 (按城市线级区分), 2020年4月

在线上呈现“美化”的自己

数据 37: 对社交媒体的态度 (按城市线级区分), 2019年11月

定性分析给出了什么解释?

“积极人设”和背后的网红梦

这对品牌来说意味着什么?

增加社交元素, 助推消费者的网红梦

案例分析: 北京现代的订阅用车服务

数据 38: 北京现代钢铁侠版昂希诺试驾体验, 2019

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

低线城市：社交媒体使用习惯 - 中国 - 2020年9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

案例分析：999今维多推出限量版“免疫历”

数据 39: 999今维多“免疫历”，2020

对个人隐私的态度：对人性化推荐的期待

定量数据揭示了什么不同？

更期待信息的“价值转换”

数据 40: 对app内数据安全的态度（按城市线级区分），2019年9月

对精准的产品服务推荐的肯定

数据 41: 对新零售的态度（按城市线级区分），2019年9月

定性分析给出了什么解释？

通过个性化推荐节省时间

个性化推荐还需要更人性化

这对品牌来说意味着什么？

通过使用个人信息推广人性化推荐

案例分析：NIKE+ APP的个性化体验

数据 42: Nike run club，2020

案例分析：京东基于大数据工具的宠物档案

数据 43: 京东“我的宠物档案”，2020

附录——缩写

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