

中国新晋中产新闻资讯人群 洞察报告

2018年

蜜蜂内参

让您深入洞察整个商业世界



每天精挑细选3份最值得关注的学习资料；
不定期分享顶级外文期刊。

关注公众号：**mifengMBA**

回复“入群”加入“蜜蜂内参”城市群

(不需要转发哦.....)



扫一扫

回复“入群”

研究背景

- 随着人口结构的改变，8090后成为当前社会运行和发展的支柱，成为社会消费决策的主体。
- 其中，受益于经济和教育的发展的中高学历和收入的新晋中产人群，正从物质消费的升级走向精神的升级，也获得了社会的广泛关注。
- 而新晋中产中，具有新闻资讯阅读习惯的人群有成熟的心智，理性的判断力以及鲜明的观点，对于广告和营销活动也有自己的判断。
- 同时，内容和技术的驱动了新闻资讯平台的升级，为针对新闻资讯人群的营销提供了更多的机会。

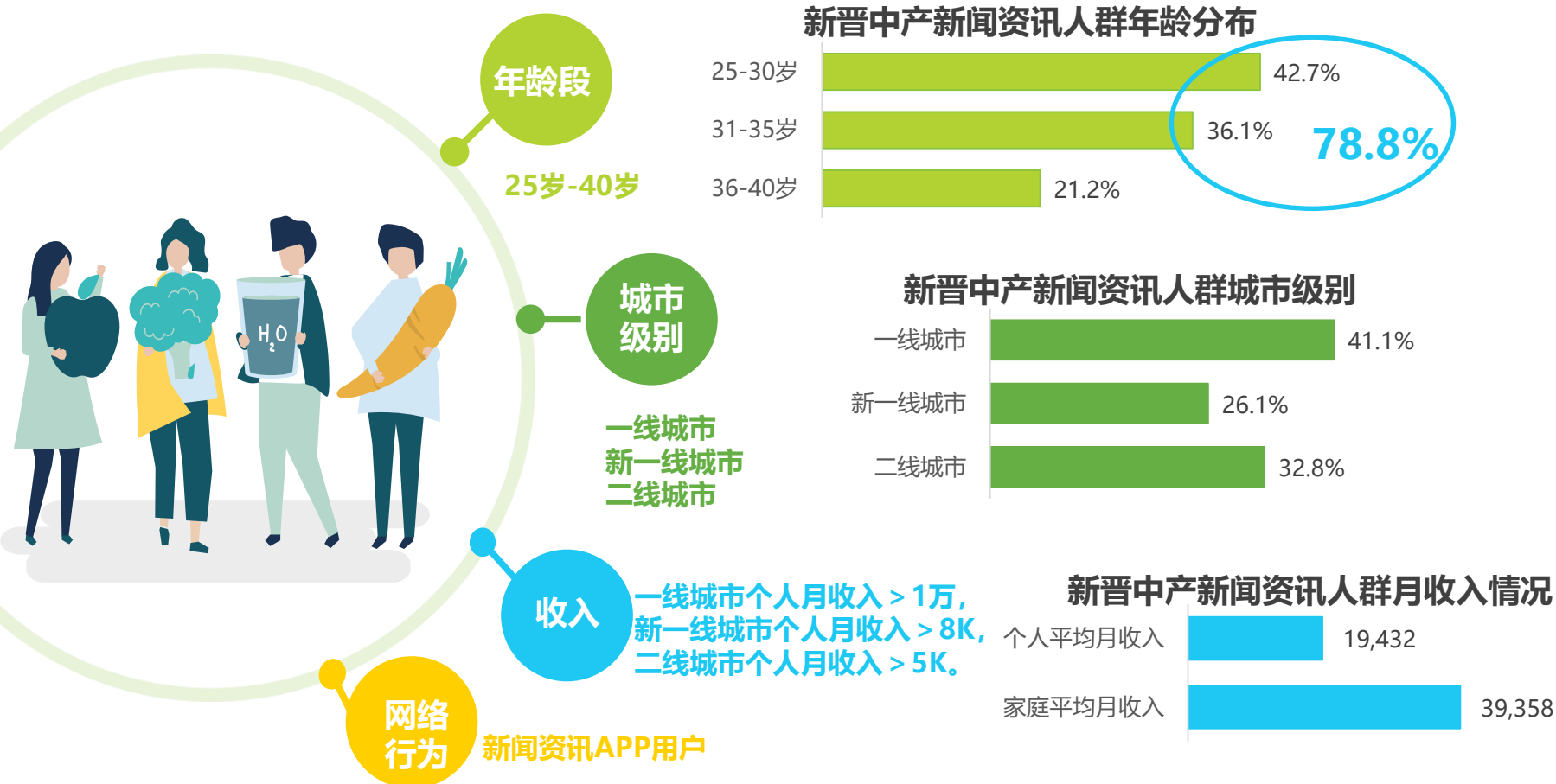
研究目的

- 通过用户问卷调查的方式，了解新晋中产新闻资讯人群画像，新闻资讯阅读行为，娱乐消费行为和广告偏好，以期为新晋中产新闻资讯人群为目标使用人群或消费人群的企业或从业者提供人群行为偏好和营销价值洞察的参考依据。



人群定义：新晋中产新闻资讯人群

一二线城市中，25-40岁的中高收入且有阅读新闻资讯习惯的用户群体，称为新晋中产新闻资讯人群



样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。



新晋中产新闻资讯人群对于新闻资讯的使用已经成为日常生活中不可或缺的部分，每次使用集中在**10-20分钟**。使用节点在通勤路上、午休和睡前达到小高峰。



新晋中产新闻资讯人群是中高收入的职场中坚力量。成长于高速发展的经济社会，接受高等教育的他们，具有鲜明的**理性、独立和自由的特质**。他们在基础的物质生活得到满足后，致力于**自我发展和提升生活质量**。



新晋中产新闻资讯人群的娱乐活动比较丰富，线上娱乐主要为**看视频、阅读、玩游戏、看直播**，线下娱乐方面，他们经常出没于**电影院、KTV、演出展览**等文化娱乐场所；在消费上对于**3C产品、金融理财、旅游**产品购买倾向大。



对于新闻资讯平台上的广告，新晋中产新闻资讯人群对**视频广告和内容植入**更容易被接受。而新闻资讯平台的深度内容则成为用户广告接受度良好的先天性优势。

新晋中产新闻资讯人群资讯阅读习惯	1
------------------	---

新晋中产资讯新闻人群画像	2
--------------	---

新晋中产新闻资讯人群娱乐消费行为	3
------------------	---

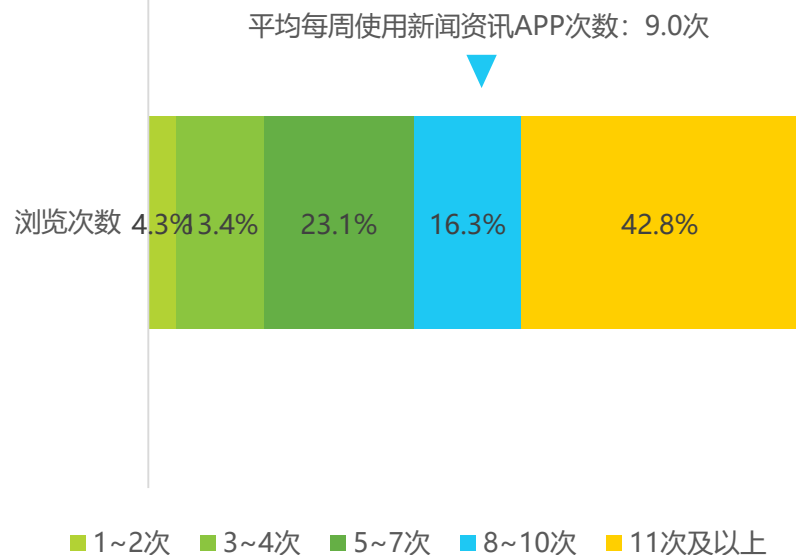
新晋中产对新闻资讯平台的广告态度和案例	4
---------------------	---

新闻阅读习惯

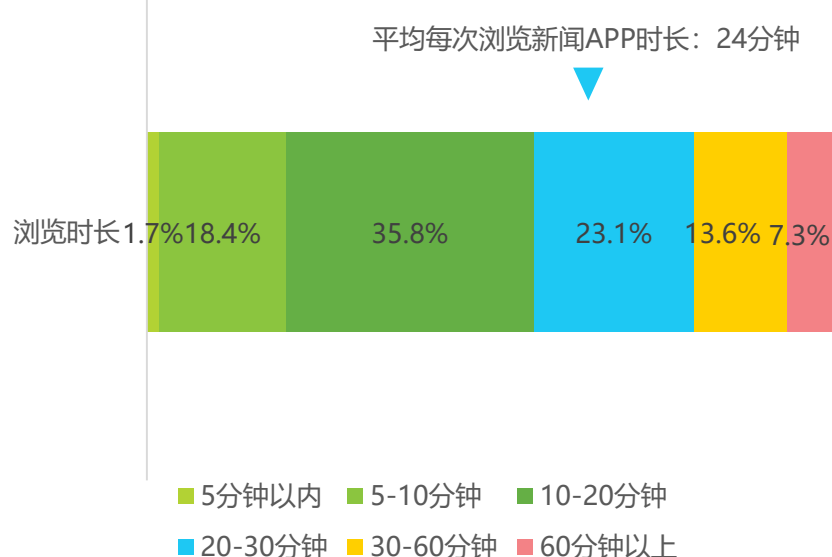
使用频率超过每天一次，平均每周浏览时长超过3小时

八成左右的新晋中产新闻资讯人群每周使用新闻APP次数在5次及以上，单次浏览新闻APP时间在20分钟以上。新晋中产新闻资讯人群平均每周使用新闻资讯APP次数为9次，超过每天一次，平均每次浏览新闻资讯APP时长为24分钟，平均每周使用新闻资讯APP时长为216分钟。

2018年中国新晋中产新闻资讯人群每周使用新闻资讯APP次数



2018年中国新晋中产新闻资讯人群单次浏览新闻APP时长



样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

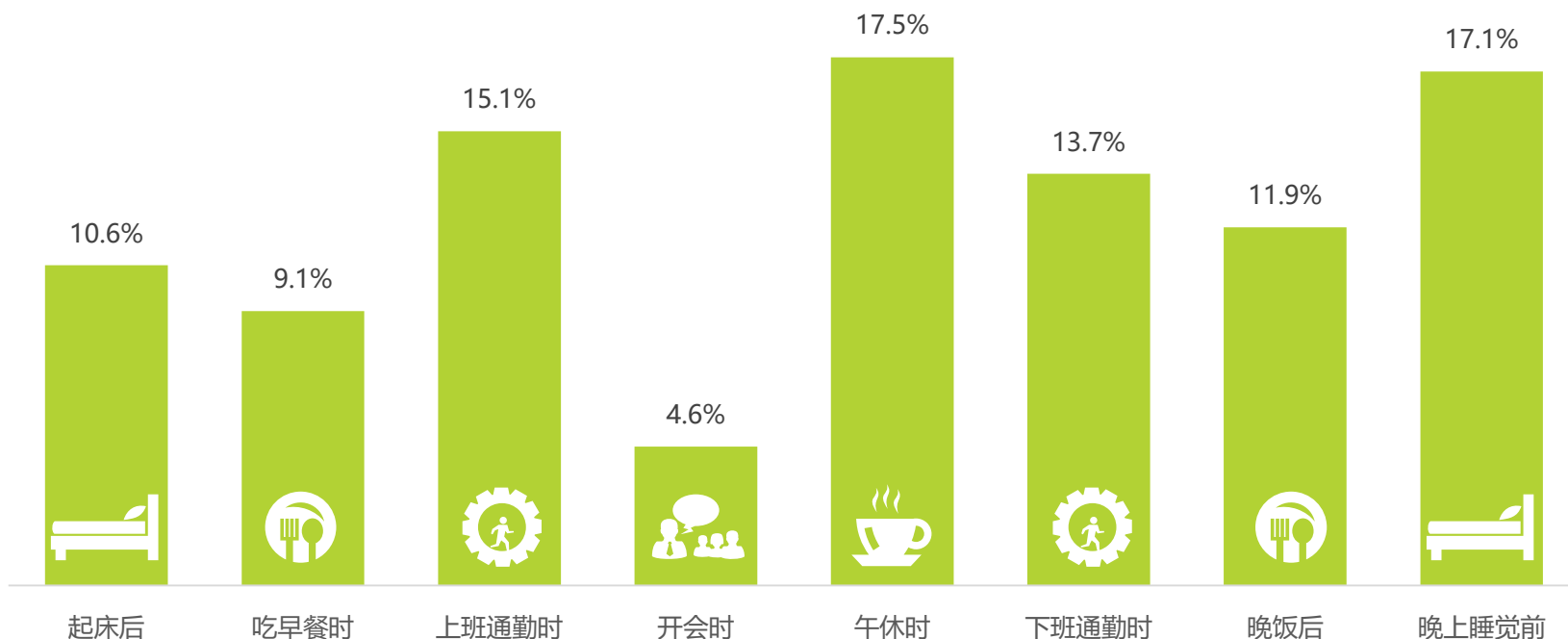
样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

新闻阅读场景

新闻阅读场景碎片化，每人新闻阅读场景大于3个

新晋中产新闻资讯人群阅读新闻时间呈现碎片化的特征，平均每人会在3个以上的场景阅读新闻。午休和晚上睡觉前是阅读新闻的高频场景，其次是上下班通勤时间。

2018年中国新晋中产新闻资讯人群新闻阅读场景



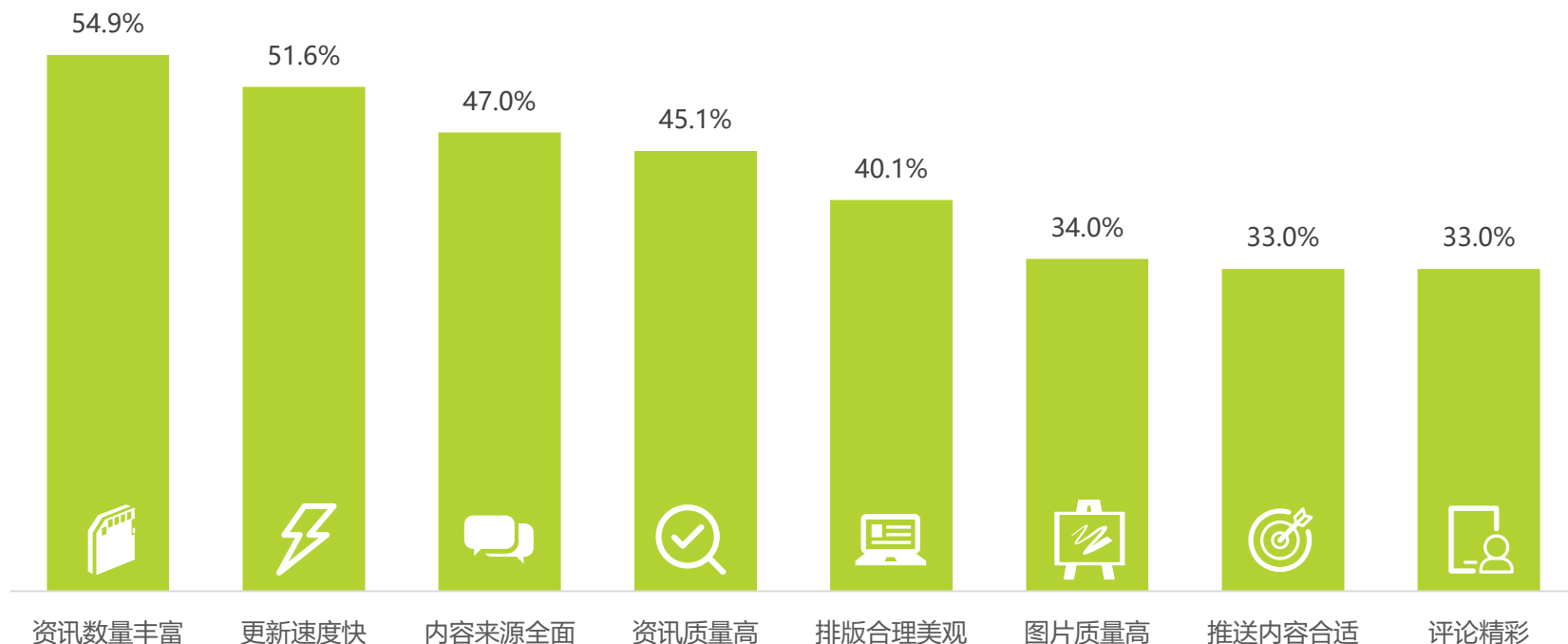
样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

新闻资讯APP使用体验

信息量大而优和更新速度快是新闻资讯APP的主要吸引力

丰富而全面的高质量资讯内容，以及快速的信息更新，是新晋中产新闻资讯人群对于新闻资讯APP较为认可的评价，而新闻资讯APP在推送内容机制和资讯评论区建设还有较大的提升空间。

2018年中国新晋中产新闻资讯人群对新闻资讯APP的体验评价



样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

新晋中产新闻资讯人群资讯阅读习惯

1

新晋中产新闻资讯人群画像

2

新晋中产新闻资讯人群娱乐消费行为

3

新晋中产对新闻资讯平台的广告态度和案例

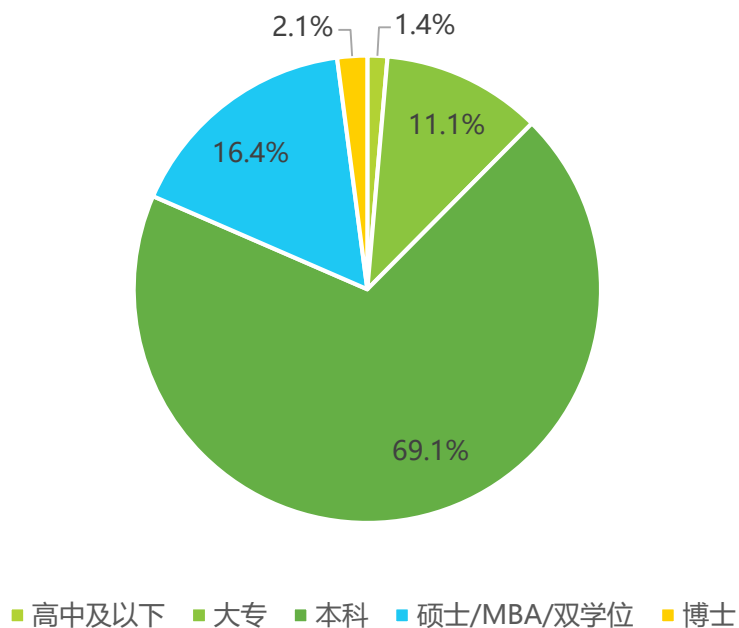
4

学历和职业

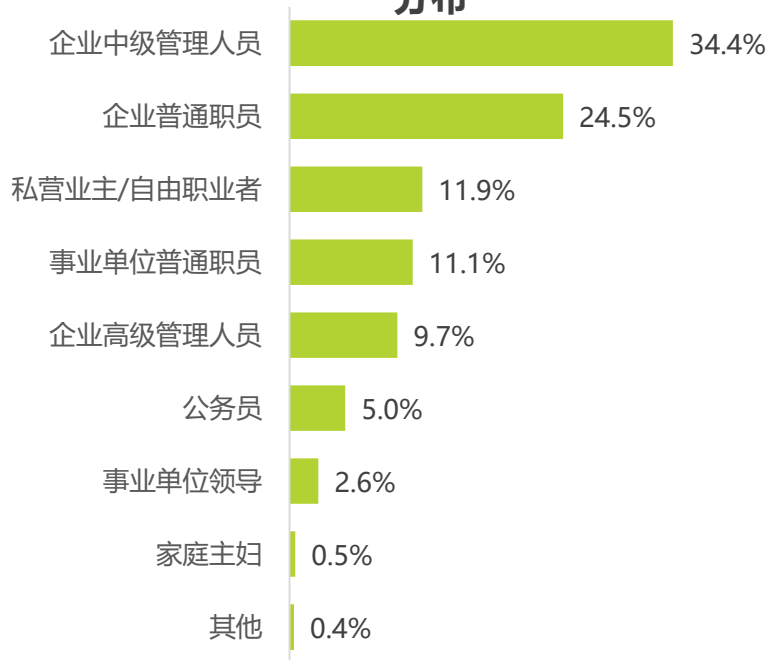
本科及以上学历占比高，多为企业中层

新晋中产新闻资讯人群是高校扩招受益人群，普遍学历较高，学历为本科及以上学历的人群占比高达87.6%，企业中级管理人员占比最高，达到34.4%。

2018年中国新晋中产新闻资讯人群学历分布



2018年中国新晋中产新闻资讯人群职业分布



样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

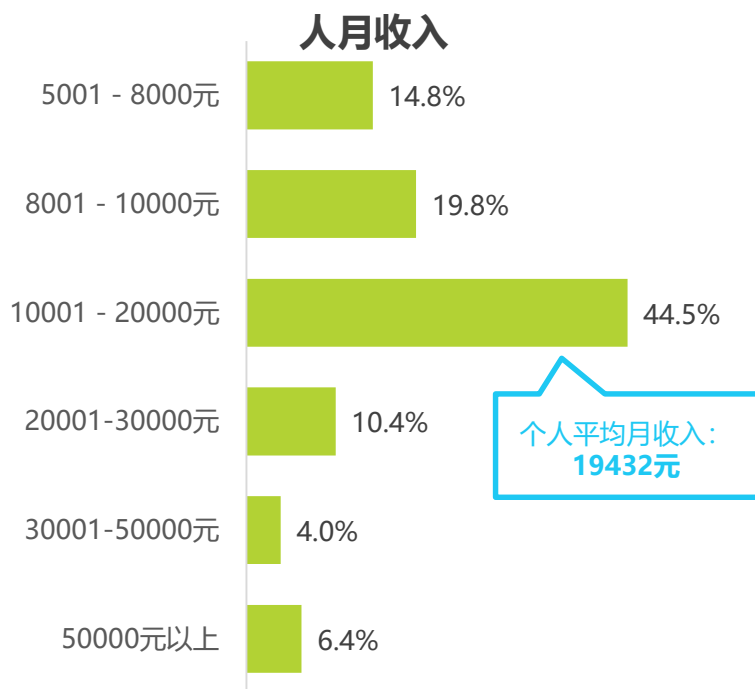
样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

收入水平

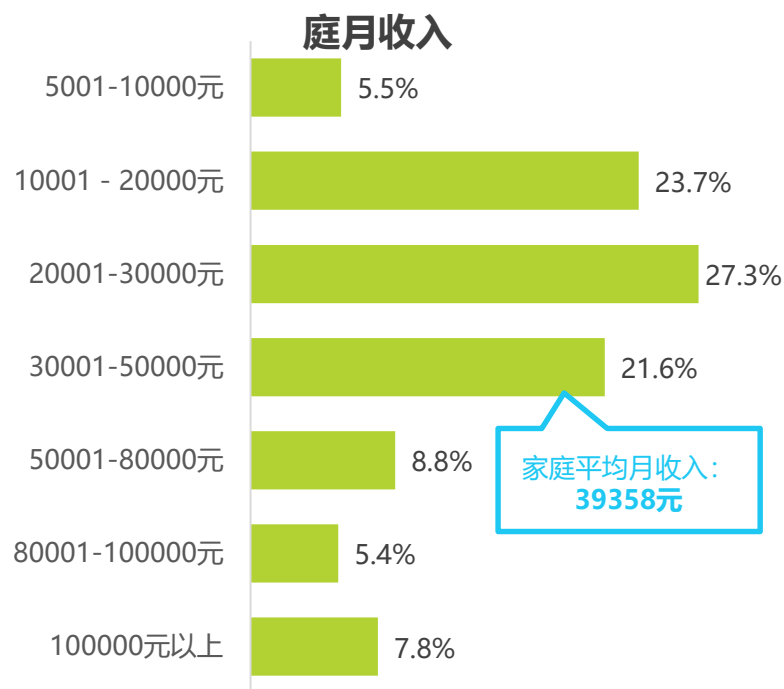
充裕的收入是丰富的娱乐消费的保障

新晋中产新闻资讯人群个人月收入集中在1万元到2万元区间，个人平均月收入19432元；七成以上的家庭收入集中在1万元到5万元区间，家庭平均月收入为39358元。

2018年中国新晋中产新闻资讯人群个人月收入



2018年中国新晋中产新闻资讯人群家庭月收入



样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

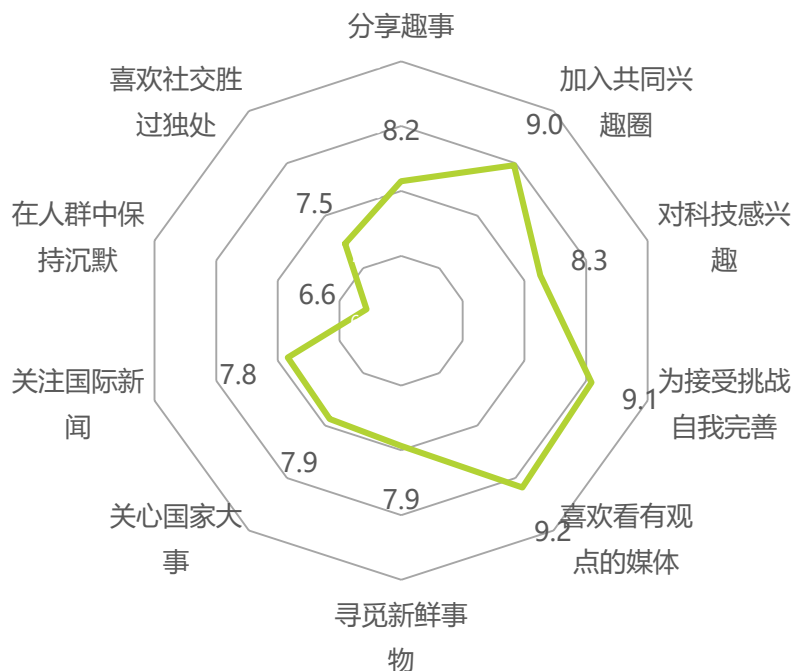
价值观和消费观

物质与精神并重，被科技和品质打动，为思想深刻折服

新晋中产新闻资讯人群是与时俱进，有奋斗精神的现代社会的中流砥柱；他们有思想爱表达，拒绝人云亦云也不愿做“沉默的大多数”，喜欢有观点的媒体；喜欢和有共同兴趣爱好的人交流探讨，利用互联网提供的新连接方式，结交三观相似的同道中人。他们热爱新科技，并愿意为高品质付费。他们拥抱新潮流新事物，是科技产品狂人和发烧友。

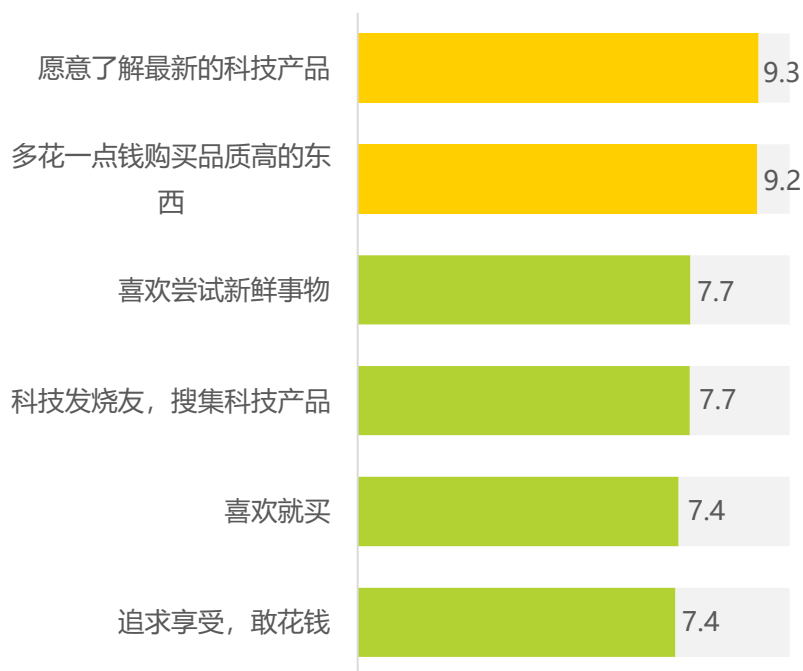
2018年中国新晋中产新闻资讯人群

价值观



2018年中国新晋中产新闻资讯人群

消费观



样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

个性特征

理性行事，独立人格

作为社会的中流砥柱，理性、独立和自由是新晋中产新闻资讯人群共有的特质。典型的新晋中产男性新闻资讯用户思维理性、嗅觉敏锐、思想正直、行为低调；典型的新晋中产女性新闻资讯用户张扬个性、情感丰富、阳光乐观。

2018年中国新晋中产新闻资讯人群个性标签



样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

新晋中产新闻资讯人群资讯阅读习惯

1

新晋中产新闻资讯人群人群画像

2

新晋中产新闻资讯人群娱乐消费行为

3

新晋中产对新闻资讯平台的广告态度和案例

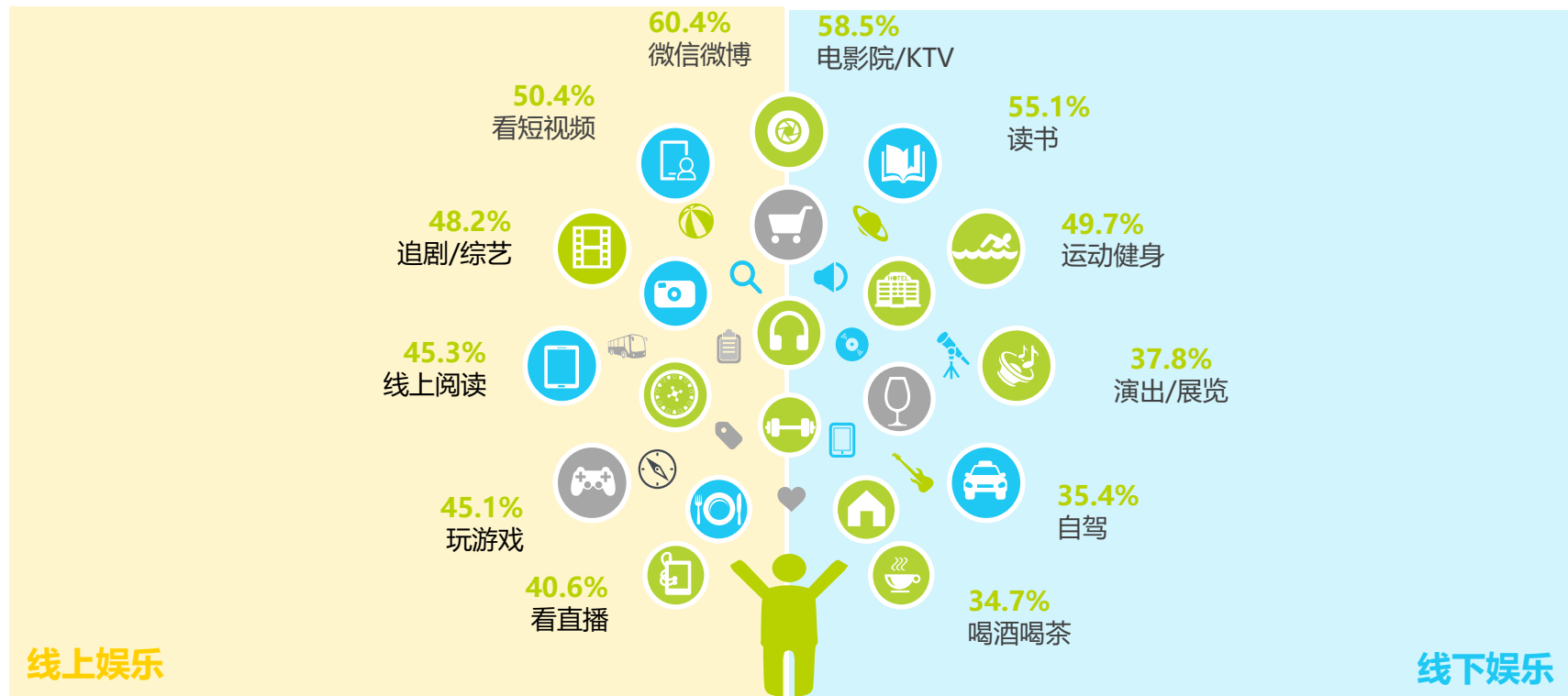
4

休闲娱乐行为

“把时间浪费在美好的事物上”

线上娱乐方面，新晋中产新闻资讯人群玩转社交媒体、看视频、阅读、玩游戏、看直播，线下娱乐方面，他们经常出没于电影院、KTV、演出展览等文化娱乐场所，愿意花时间维护自己的健康和身材。娱乐放松身心的同时，他们也不忘通过阅读纸质书或电子书给自己充电。

2018年中国新晋中产新闻资讯人群线上线下娱乐活动



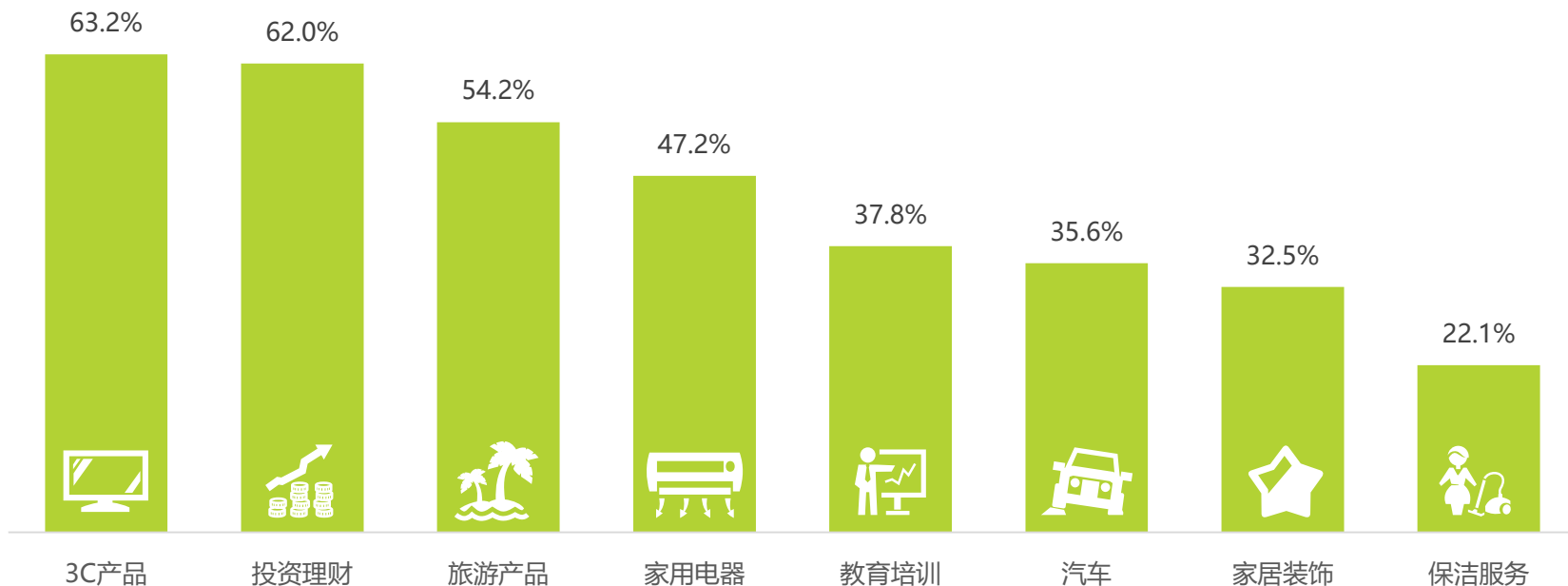
样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

未来一年内消费计划

对于3C产品、金融理财、旅游产品购买倾向大

3C数码产品、金融理财产品和旅游产品是新晋中产新闻资讯人群未来一年内最为倾向购买的三个品类；体现出他们在生活必需品得到满足后，在消费结构层面，他们不仅局限于产品的购买，更对于增添财富、扩展视野、自我发展、节省时间的服务也产生了浓厚的兴趣。

2018年中国新晋中产新闻资讯人群未来一年计划购买的产品



样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

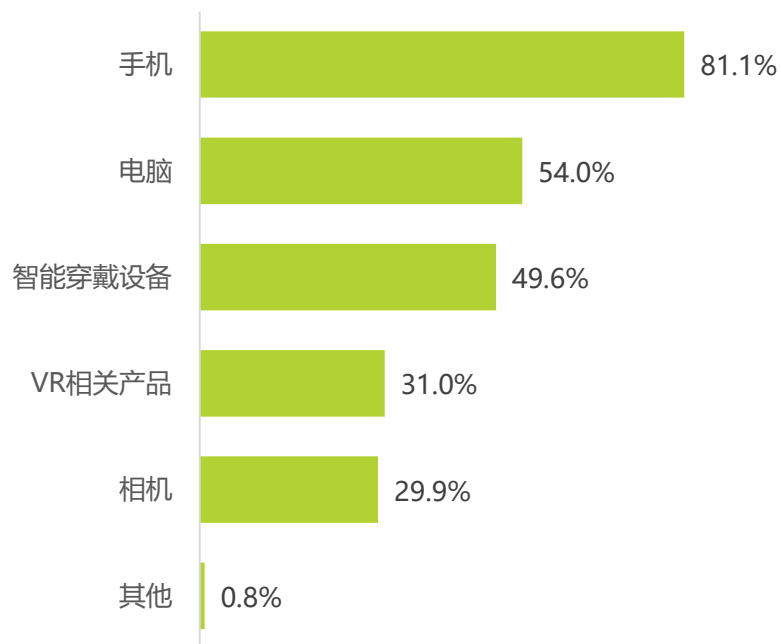
3C产品：计划购买产品类型和购买渠道

iResearch
艾瑞咨询

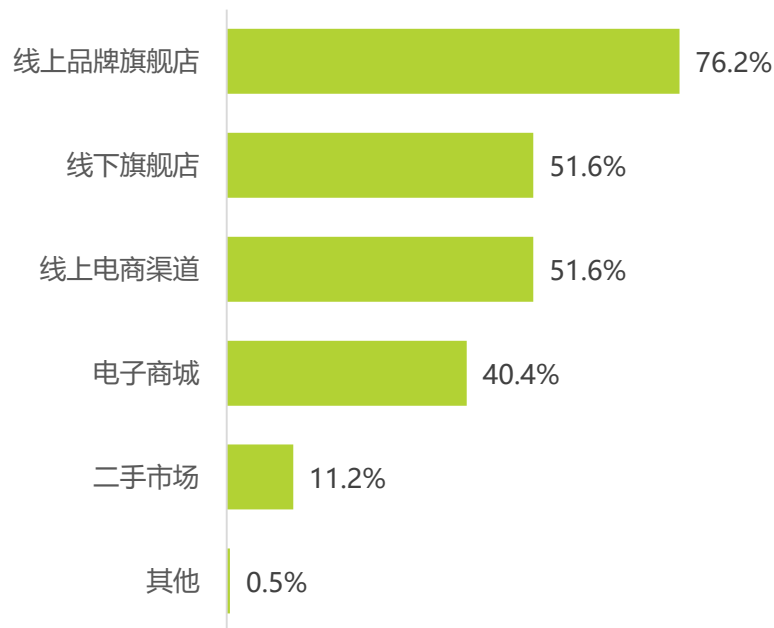
对手机的需求依然旺盛，偏爱官方旗舰店

手机和电脑仍是新晋中产新闻资讯人群计划购买的主流产品，对于智能穿戴设备和VR产品的需求也不容小觑。购买渠道方面，新晋中产新闻资讯人群偏爱有正品和服务保证的旗舰店。

2018年中国新晋中产新闻资讯人群未来一年计划购买的3C产品



2018年中国新晋中产新闻资讯人群购买3C产品的渠道



样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

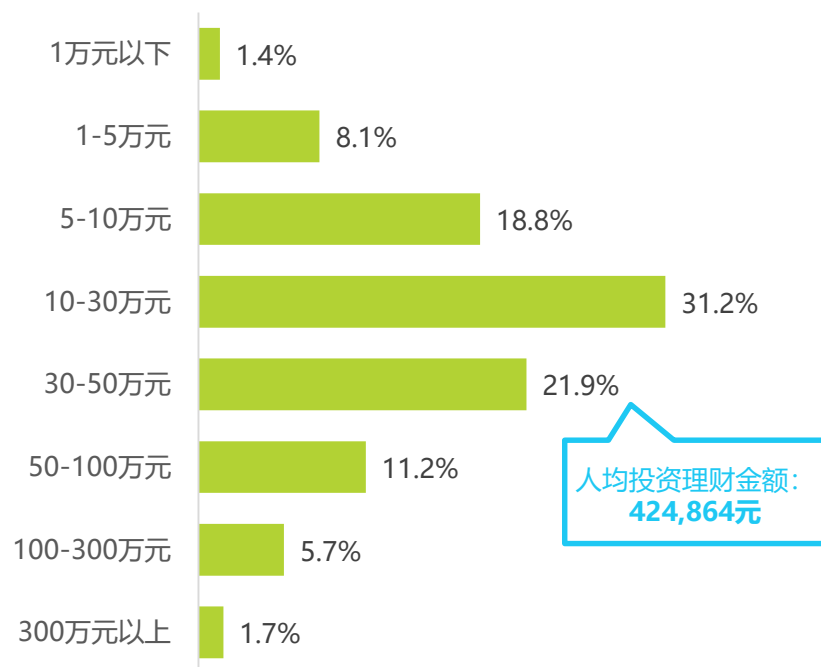
样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

投资理财：金额规模和产品类型

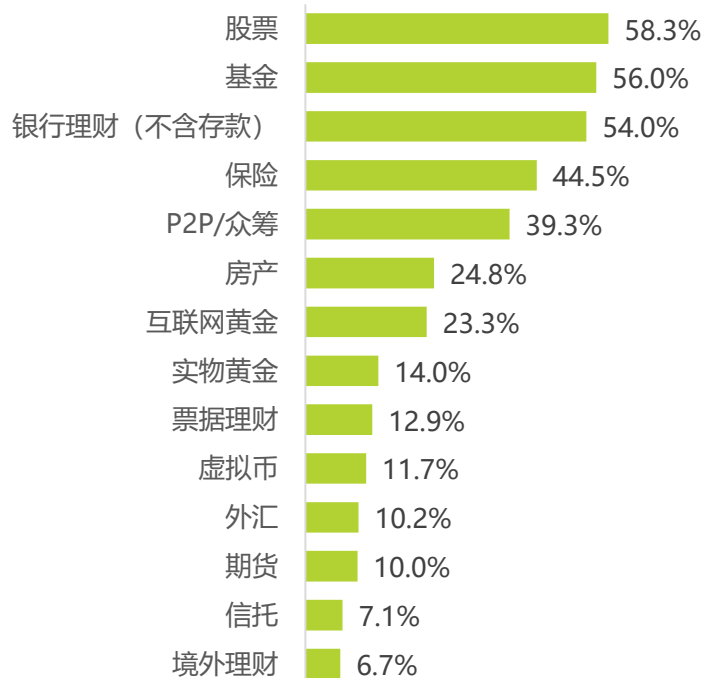
投资规模集中在10-50万元区间，投资相对激进

半数以上的新晋中产新闻资讯人群当前投资理财金额在10-50万元之间，人均投资理财金额为424864元；投资行为相对激进，风险较高的股票和P2P/众筹占较高比例。

2018年中国新晋中产新闻资讯人群当前投资理财金额规模



2018年中国新晋中产新闻资讯人群过去一年投资理财产品类型



样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

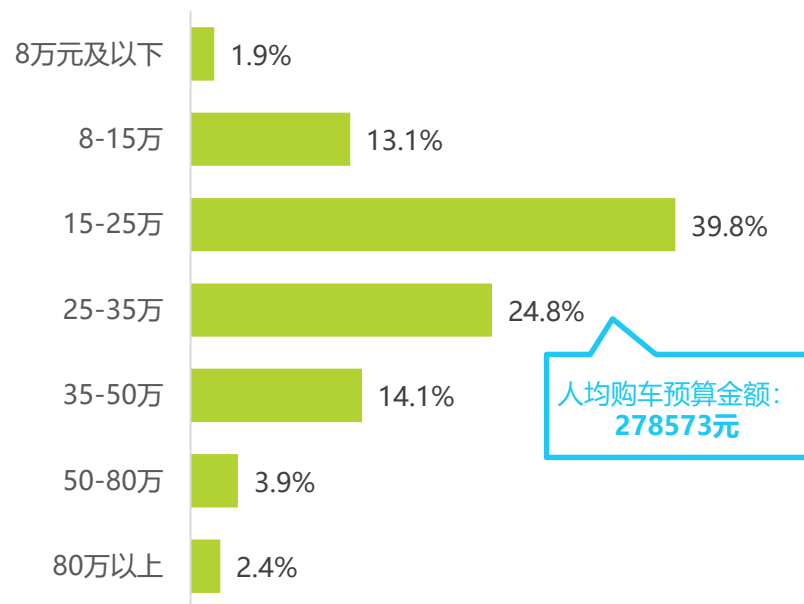
样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

汽车：购车类型和预算

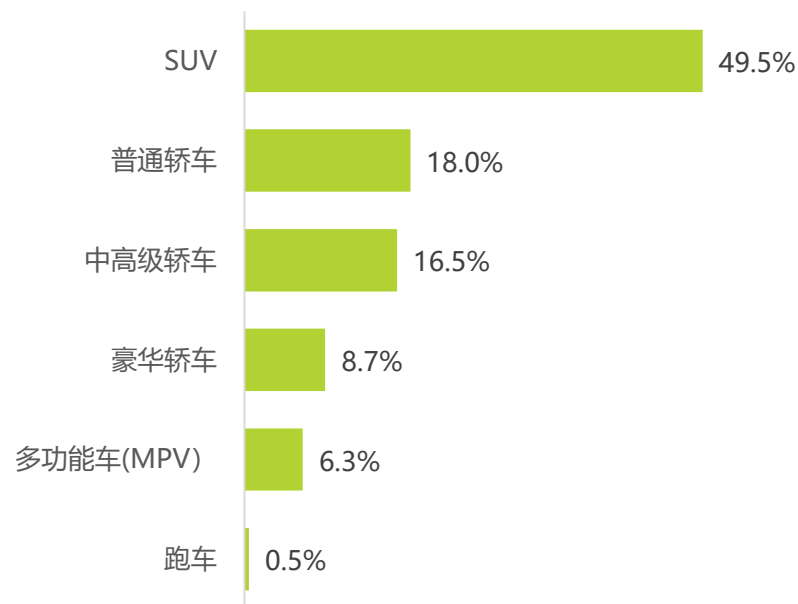
人均购车预算27万元，偏好SUV

SUV车型在新晋中产资讯人群计划的购车类型中一骑绝尘，他们的购车预算集中在15-35万区间，人均购车预算为278573元。

2018年中国新晋中产新闻资讯人群购车预算金额



2018年中国新晋中产新闻资讯人群计划购车类型



样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

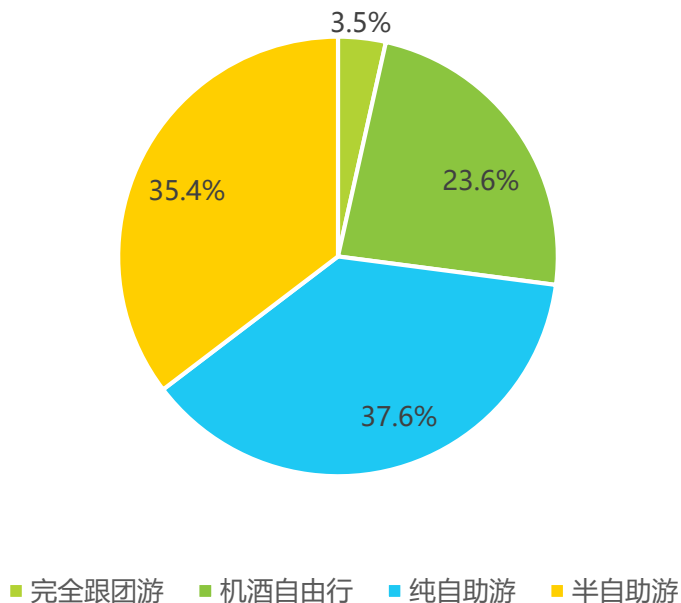
样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

旅游：旅行方式和预算

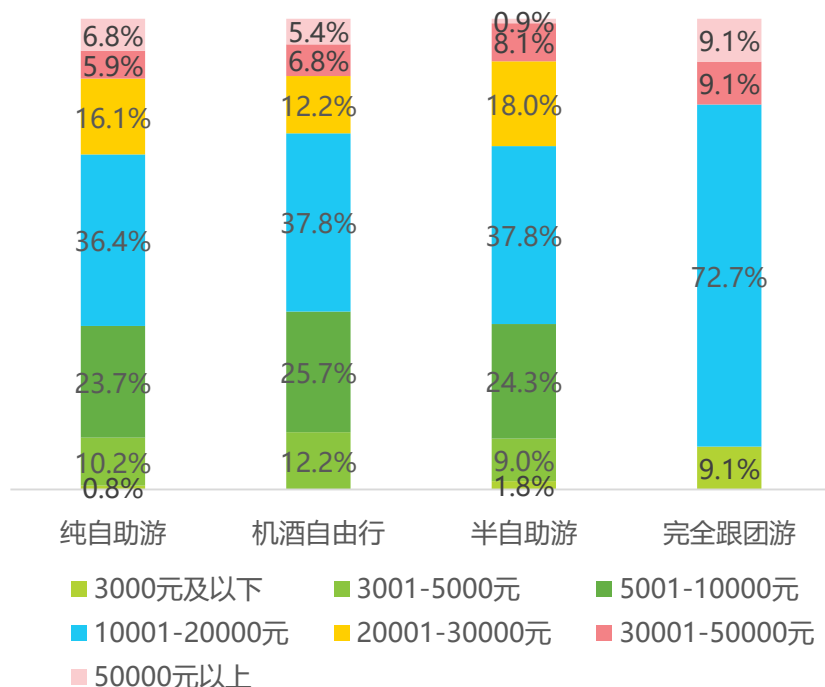
纯自由行最受喜爱，未来一年人均旅游预算17273元

未来一年，新晋中产新闻资讯人群基本抛弃规划死板的完全跟团游，而可控性强、行程灵活的纯自助游则广受喜爱。未来一年人均旅游预算为17273元，其中计划完全跟团游的人群旅游预算大多集中在1万元到2万元区间，而计划纯自由行的人群预算浮动范围则更大。

2018年中国新晋中产新闻资讯人群未来一年计划旅游方式



2018年中国新晋中产新闻资讯人群未来一年旅游预算



样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

新晋中产新闻资讯人群资讯阅读习惯

1

新晋中产新闻资讯人群画像

2

新晋中产新闻资讯人群娱乐消费行为

3

新晋中产对新闻资讯平台的广告态度和案例

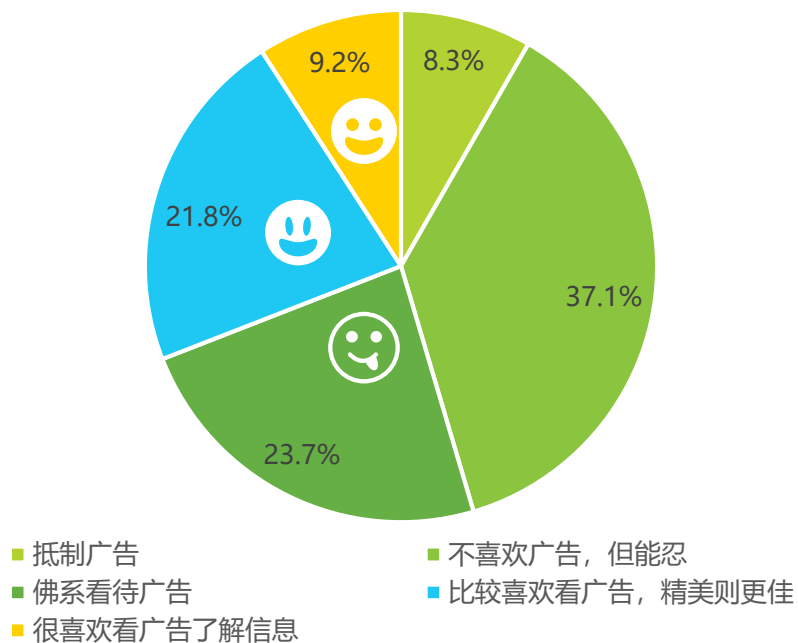
4

广告态度和偏好广告形式

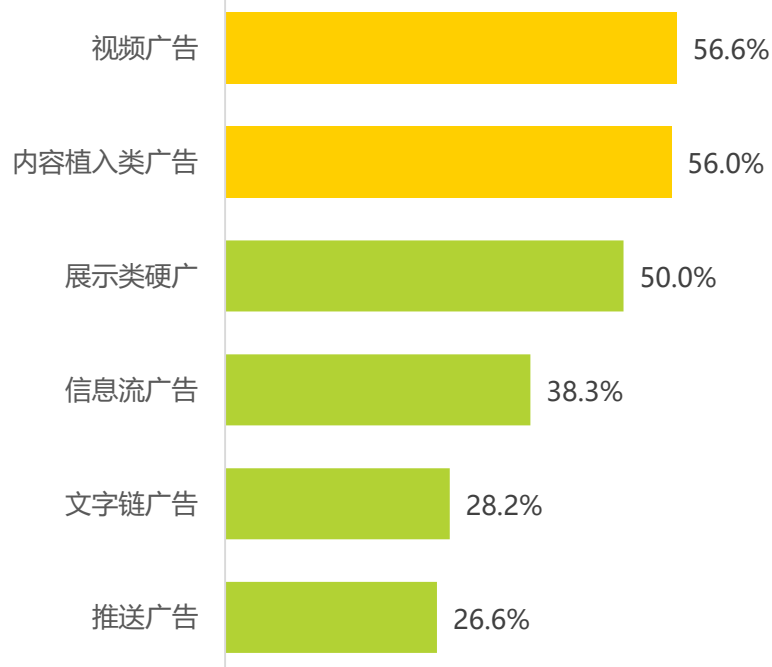
易接受精美和信息丰富的广告，视频广告和内容植入受欢迎

仅有不到10%的新晋中产新闻资讯用户表示不能忍受广告，而制作精美的广告更易脱颖而出，也有近10%的用户表示喜欢通过广告来了解信息。在创意和用户友好程度更胜一筹的视频广告和内容植入类广告是新晋中产新闻资讯人群最能接受的广告形式。

2018年中国新晋中产新闻资讯人群的
广告接受程度



2018年中国新晋中产新闻资讯人群较
为接受的广告形式



样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

如何打动新晋中产新闻资讯人群

2018年中国新晋中产新闻资讯人群画像和行为梳理



- 新晋中产新闻资讯人群的有较可观的新闻浏览时长，新闻阅读场景丰富。
- 内容丰富多元，观点有趣，更新迅速的新闻资讯平台促成用户长时间阅读，认真阅读，和频繁阅读新闻的习惯。
- 新晋中产新闻资讯人群是中高学历和中高收入的人群，具有独立的思考和理性的思辨精神，喜欢观点鲜明的媒体，有明确的喜好。
- 新晋中产新闻资讯人群愿意为高科技和高质量买单，且愿意通过一定的消费来积累更多的财富，提升生活效率，增添生活乐趣，提升思想境界，来达成自己的美好人生。

针对新晋中产新闻资讯人群的品牌营销建议

- 通过用户浏览行为数据，准确了解用户兴趣点，**寻找与消费者契合的对话语境**，有针对性地帮助消费者达成每个人心中的美好人生。
- 新晋中产新闻资讯人群具有理性的精神和独立的思考，难以被简单的口号洗脑，**营销活动应以真情动人，更要以理服人。**
- 针对新晋中产新闻资讯人群更偏向制作精美和信息丰富的广告的偏好，**制作走心和内容完整的故事更有机会收获用户长久的注意力。**

案例：真实故事和真情实感打动消费者

腾讯新闻X英特尔《新经济革命下的赛跑》营销案例及效果梳理



营销效果

- 《新经济革命下的赛跑》纪录片上线不到10天播放量近380万
- 英特尔品牌热度上升达192%
- 曝光量突破1.7亿



案例：寻找与消费者相契合的对话语境

iResearch

艾 瑞 咨 询

今日头条X奇瑞捷豹路虎程序化投放营销案例及效果梳理



+

依托大数据定制人群标签

依托今日头条DMP平台，为客户定制四个车型潜在客群的标签。包含人群**基本属性**、**兴趣标签**和**消费属性**。

+

针对不同购买诱因对症下药

寻找对分期和低价敏感的购买诱因标签，通过**个性化广告素材**，针对不同人群推送广告。

+

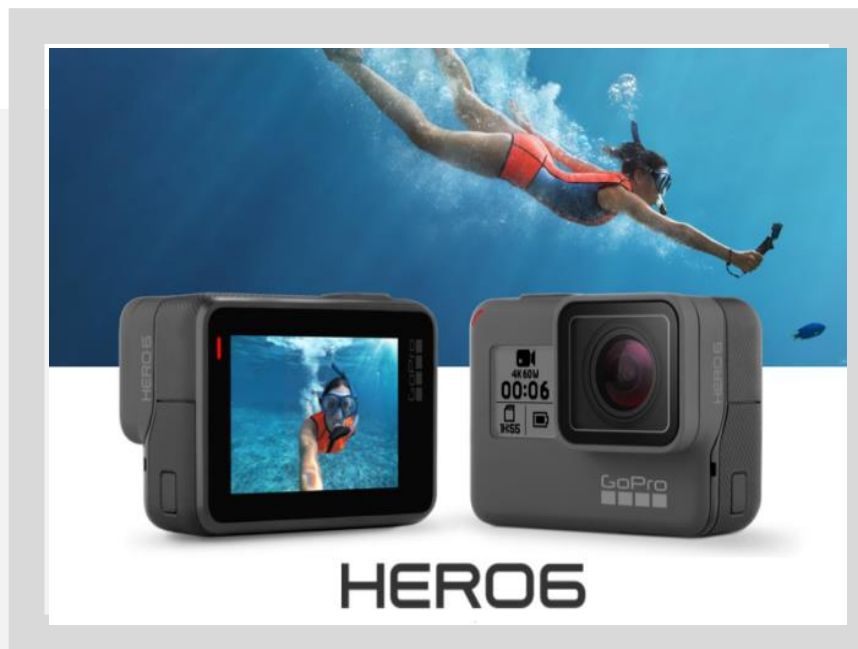
多资源位智能分发，跳转天猫旗舰店，促进转化

多资源位智能分发，信息流引导跳转天猫官方旗舰店，**缩短转化路径**，提升转化效率。

营销效果

曝光总量超1.46亿，信息流广告总点击超290万，最高CTR达3.01%。推动到店率提升15%。

案例：结合产品特性与消费者走心沟通



大曝光
1.1亿品牌曝光



高点击
220W文章点击



强互动
3.5W试用报名



ZAKERx GoPro整合营销项目

组合化品牌创意表达+精准用户沟通，达成品牌口碑实效转化

创新性地采用创意强曝光+深度内容+线下体验+产品销售的整合策略，深度解剖GoPro产品特性，切合用户使用场景进行深度沟通。较短时间内提升GoPro HERO6的曝光度和影响力；更结合商城与数码社群裂变传播玩法，形成强效的商品口碑转化，以及强大的口碑外溢效应。

来源：公开资料整理。

各平台广告优势及对新晋中产新闻资讯人群吸引力小结



腾讯新闻

广告优势：集内容制作、营销和运营分析能力于一体的品牌故事编辑团队，以真实故事帮品牌打动消费者，提升广告的观感和共情值。

人群吸引力：在内容为王的时代，通过“**有观点的广告**”，喻情于理，以纪实的内容和有质感的呈现方式，打动新晋中产新闻资讯人群挑剔的广告“味蕾”。

今日头条

广告优势：DMP投放精准定向37个兴趣类别和32个商业兴趣分类，有效触达对于特定促销形式有偏好的核心用户群体。

人群吸引力：迎合新晋中产新闻资讯人群**对与兴趣相符的广告偏好**，通过用户喜闻乐见的购买激励方式提升广告的接受度，进而提高点击率。

ZAKER

广告优势：平台搞机团凭借科技潮人用户实测，从用户视角，以多元媒体形式，360°呈现最新的科技数码产品。

人群吸引力：紧抓新晋中产新闻资讯人群**热爱科技产品的消费倾向**，以深度科技产品文章精准吸引中高消费能力的科技发烧友。

关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询