

2017

科技消费电子中产人群
360大数据洞察

如何圈定科技消费电子中产人群



**科技消费类电子产品
不仅仅是男人的专属**

女人同样爱科技

”

54%
MALE

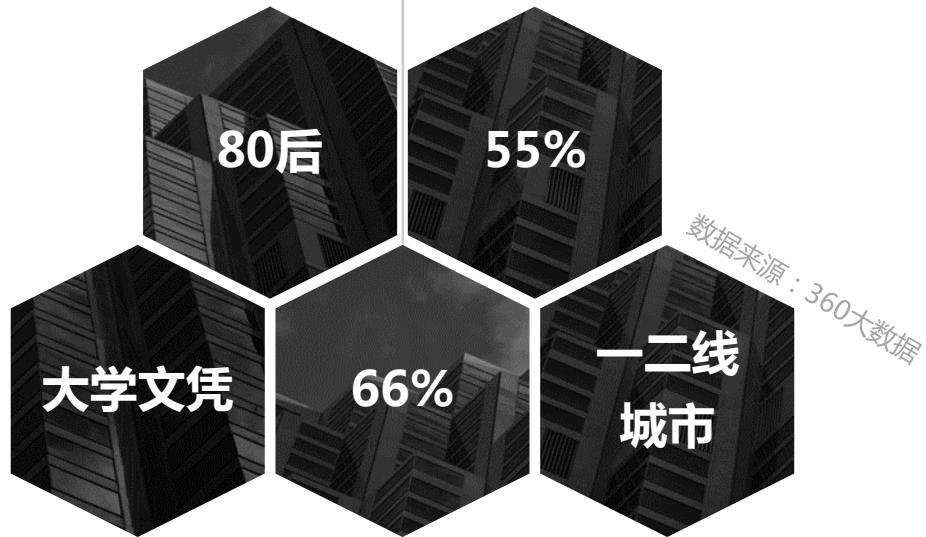


46%
FEMALE

**一二线城市
高知80后
成为科技消费电子
主流关注人群**



终于长成了大人模样可以任性买自己喜欢的“玩具”



“

五大高压行业 科技消费电子人群 主要职业分布

多数人关心你飞的有多高
很少有人在意你飞的累不累

”



光鲜亮丽的背后 是对工作的“热爱”



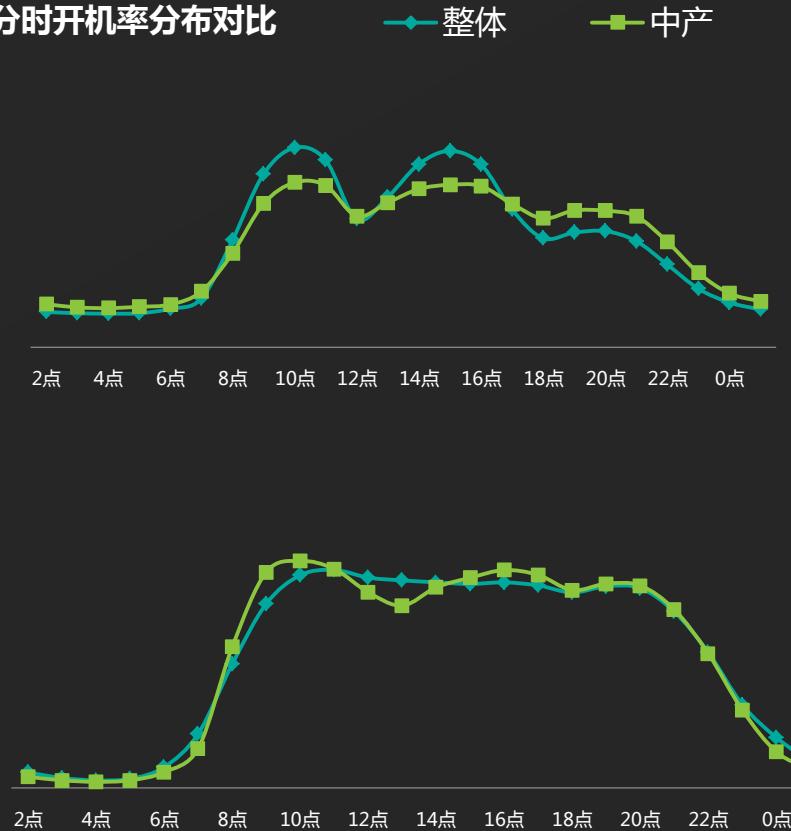
工作日



用汗水为梦想买单

，

分时开机率分布对比



注重精神领域
渴望取悦自己

除了票子、房子、车子
更想给自己找点乐子

”

科技消费电子中产人群兴趣指数



旅游最爱 更远的风景

世界那么大
漂洋过海去看看

”

中产人群旅游偏好



关于奢侈品 的偏爱

我爱范纪芬
别问我T可是谁

”



LOUIS VUITTON



BURBERRY
ESTABLISHED 1856



CHANEL



GIORGIO ARMANI



VERSACE



GIVENCHY



FENDI



HERMÈS
PARIS



GUCCI



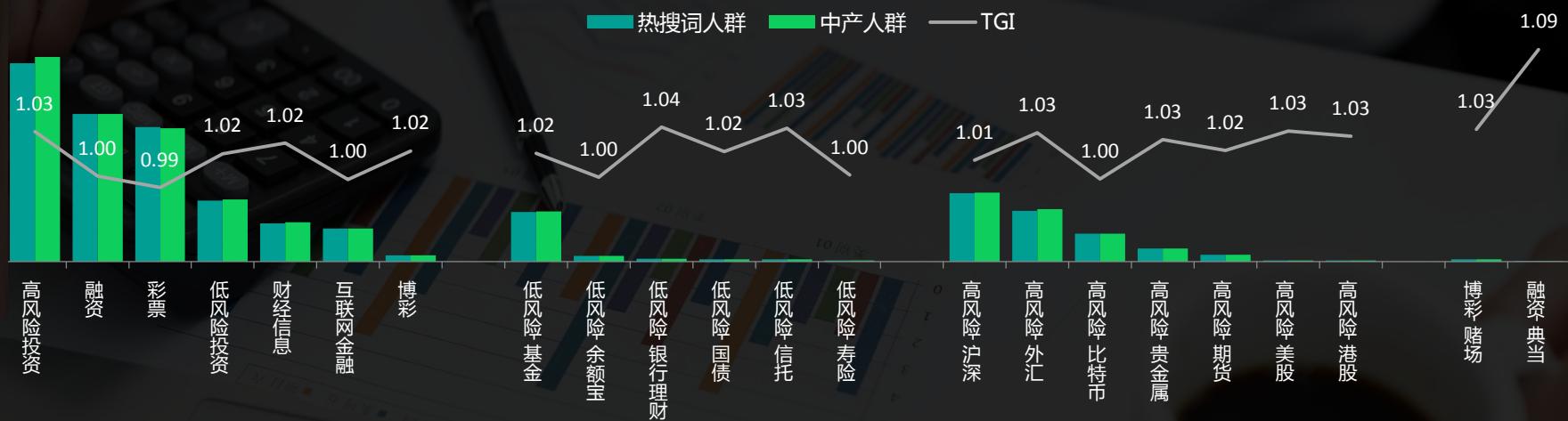
Dior



PRADA

勇于尝试高风险理财 典当也是一种生活方式

中产人群投资偏好

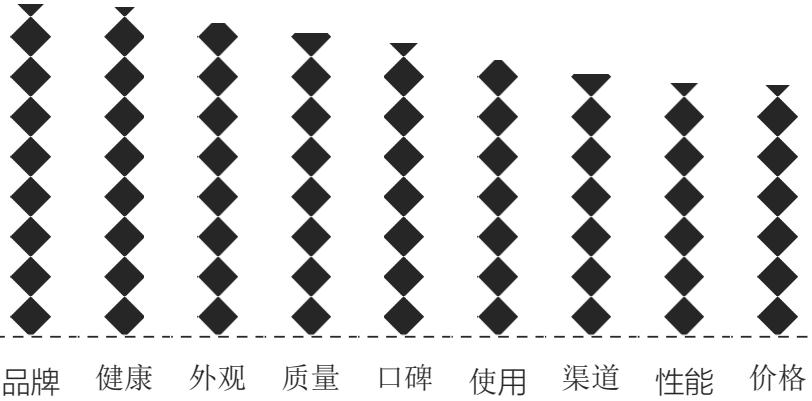


科技消费电子中产人群APP关注热度

就要一手掌握
全世界的感觉



科技消费电子中产人群关注指数



品牌 健康 外观 质量 口碑 使用 渠道 性能 价格



品牌永远是首选标准

健康是追求完美生活的基础

产品外观必须符合我的审美

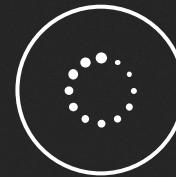
”

不从众
遵从自己的消费信仰

懒癌自救者 享生活 自动化

省得下时间
才能更好的享受生活

”



中产人群对于科技消费电子品类关注指数



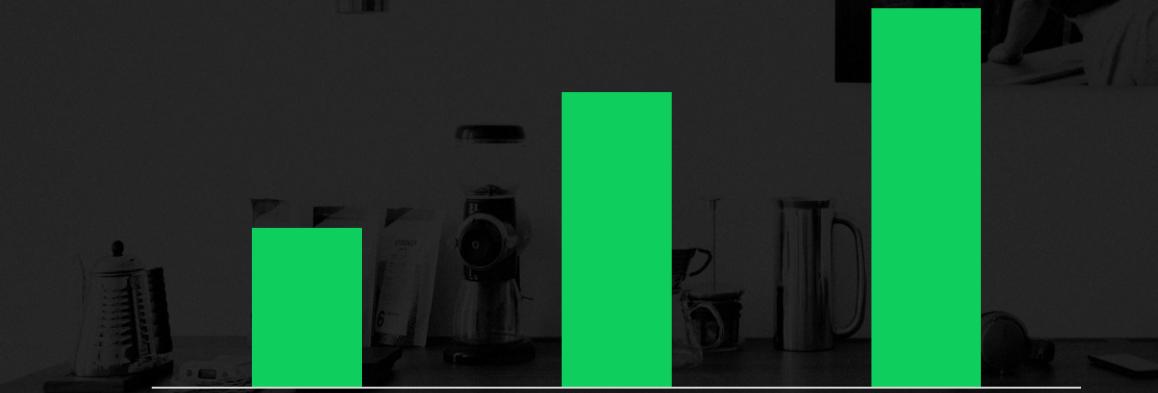
高端空调 消费领跑者

闭上眼
等风来

”



中产人群空调产品线关注指数



空调整体

中央空调

风管机

大尺寸电视
才容得下我的视野

静静享受
属于自己的高端影院

”



中产人群电视尺寸关注指数



尺寸+颜值
是我的择本标准

每天8小时腻在一起
我看顺眼才重要

”



中产人群笔记本各关注点指数

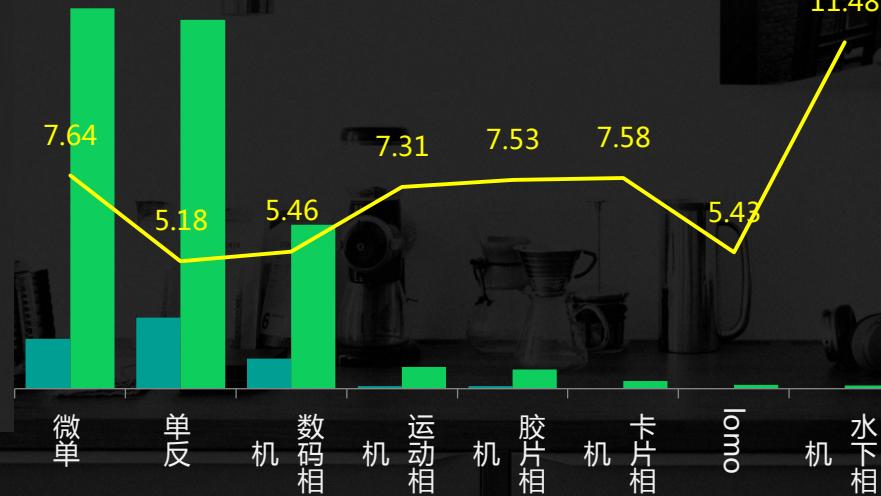


户外摄影 更侧重轻量化

我的理想生活
一只手留给手机
一只手留给相机



中产人群相机品类关注



360产品体系打通【PC+无线】全网用户生活场景，洞察全网用户行为需求

实际结合最多
打通线下

覆盖用户最广
认知打造

消费意向最强
效果转化

应用时间最长
品牌互动





“

360大数据魔方



只给你 最想要的

”



THANKS