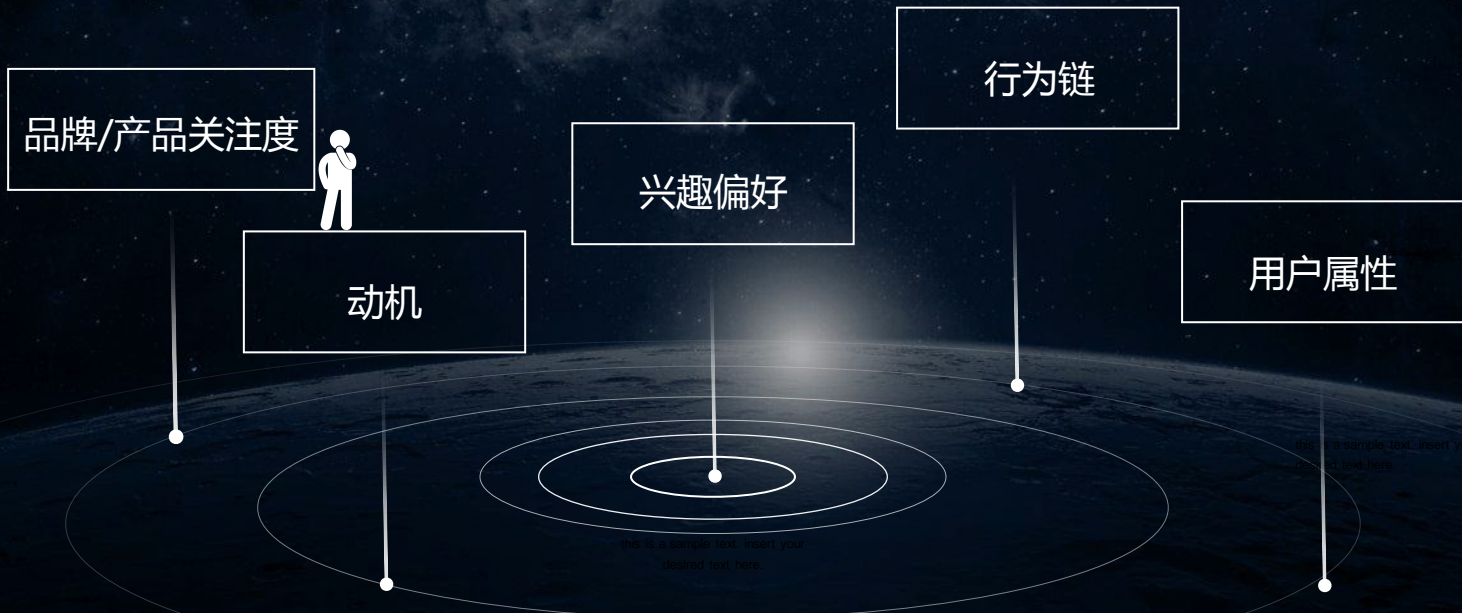


2017

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

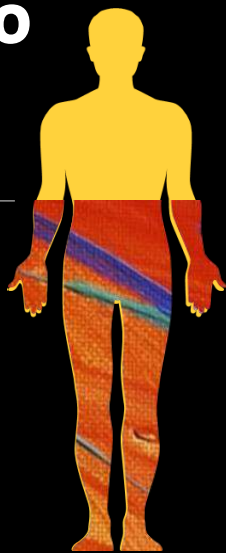


**科技消费类电子产品  
不仅仅是男人的专属**

**女人同样爱科技**



**54%**  
MALE

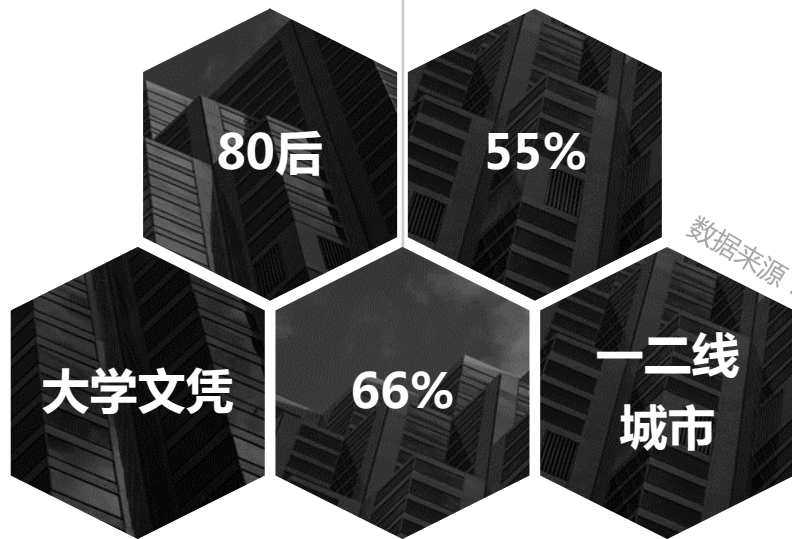


**46%**  
FEMALE



# 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

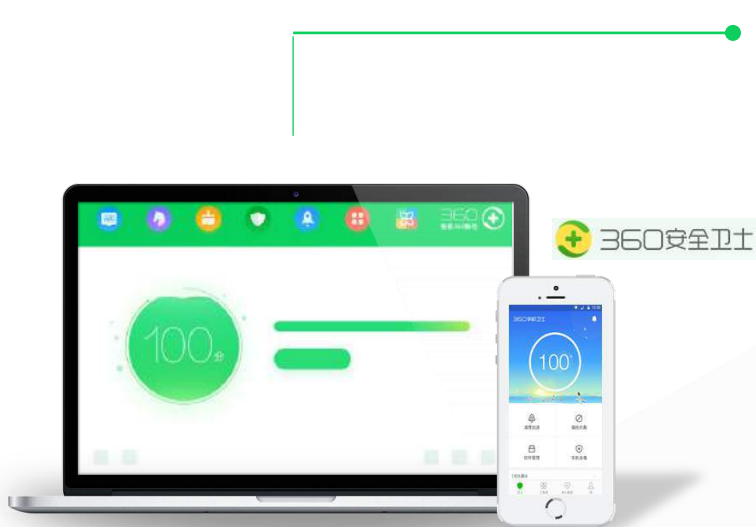
科技消费电子人群  
主要职业分布

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

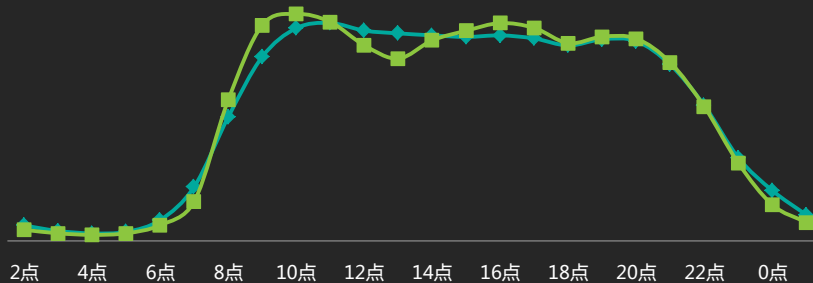
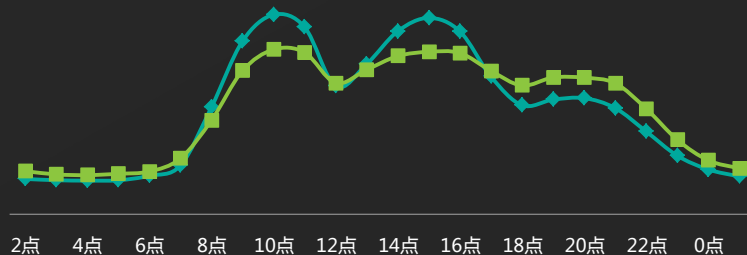
周末

用汗水为梦想买单

分时开机率分布对比

— ◆ — 整体

— ■ — 中产



# 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

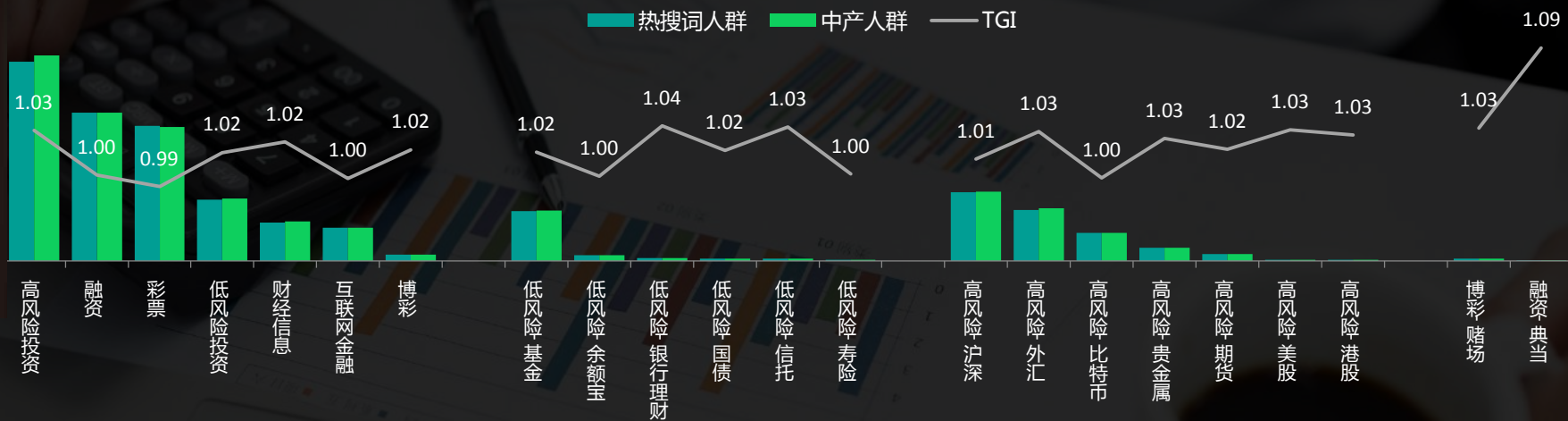
我爱范纪芬  
别问我T<sub>0</sub>是谁

”



# 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



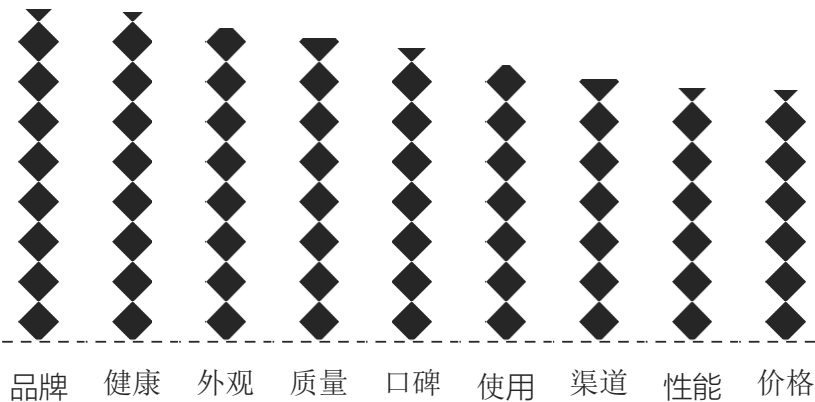
就要一手掌握  
全世界的感觉



## 科技消费电子中产人群APP关注热度



## 科技消费电子中产人群关注指数



**不从众**  
遵从自己的消费信仰

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

”

# 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产品关注指数



# 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

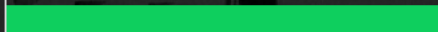
尺寸



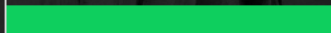
外观



用途



配置



cpu



显卡



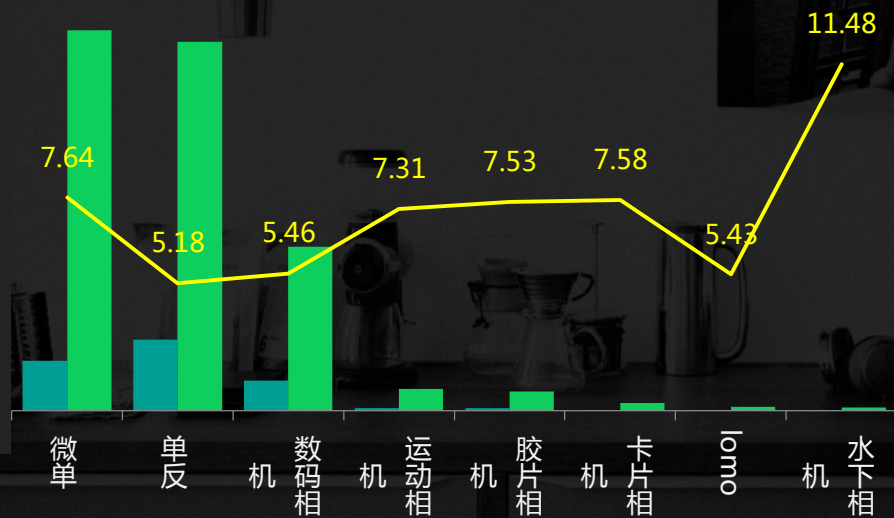
# 户外摄影 更侧重轻量化

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

手机、Wi-Fi、智能硬件等  
现实需求场景

搜索、下载、导航  
即时需求场景

消费意向最强  
效果转化



覆盖用户最广  
认知打造

安全、浏览、通讯  
刚性需求场景

新闻、视频、娱乐、直播  
粘性需求场景

应用时间最长  
品牌互动



“

# 360大数据魔方



只给你 最想要的

”



An aerial photograph of a city, likely New York City, showing a river and numerous skyscrapers. A semi-transparent network of white lines and dots is overlaid on the image, suggesting a global or digital theme. The word "THANKS" is centered in a large, white, serif font, flanked by two horizontal white lines.

— THANKS —