

中国新晋中产新闻资讯人群 洞察报告

2018年



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。

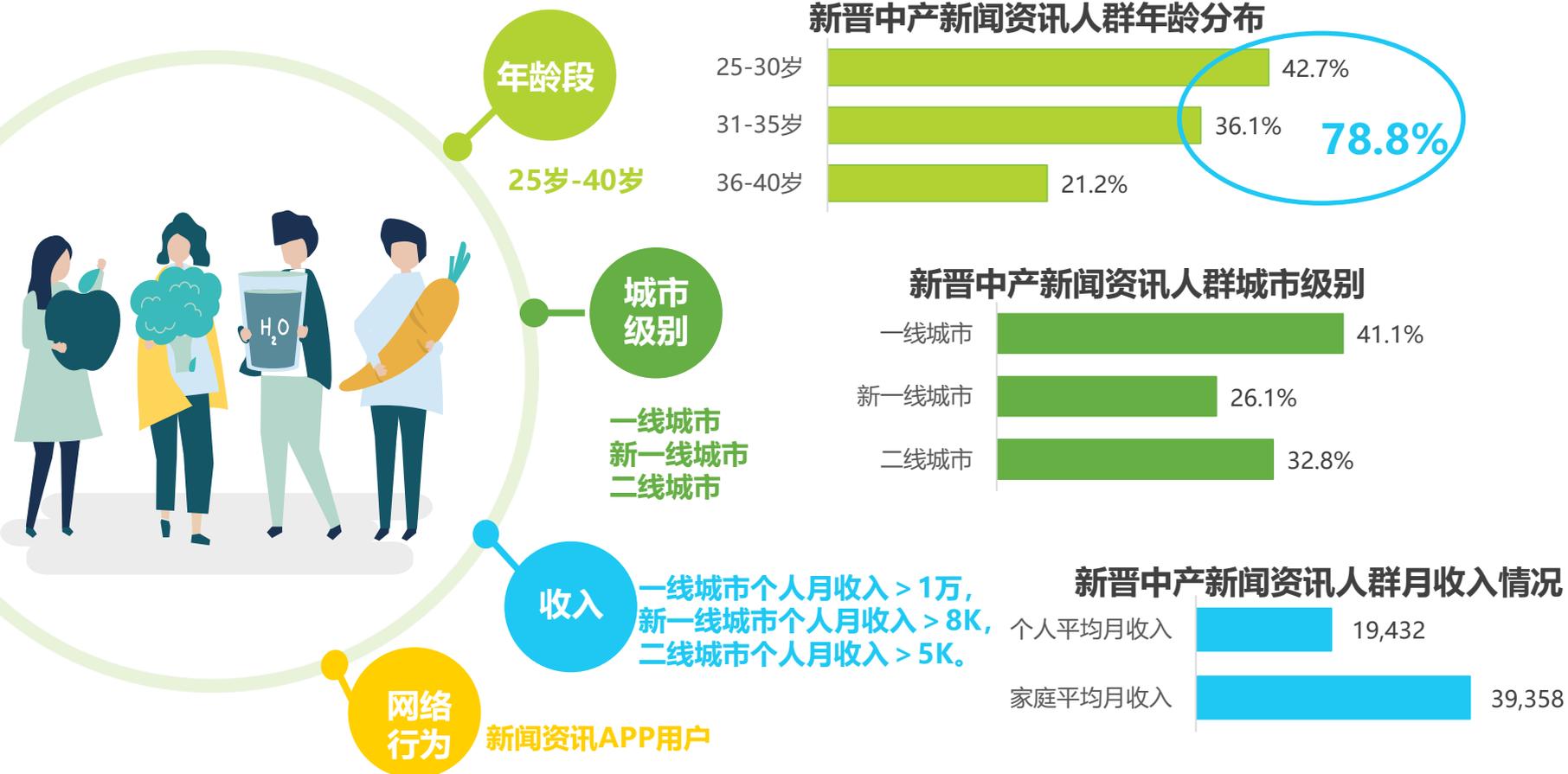
研究目的

- 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。

摘要



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

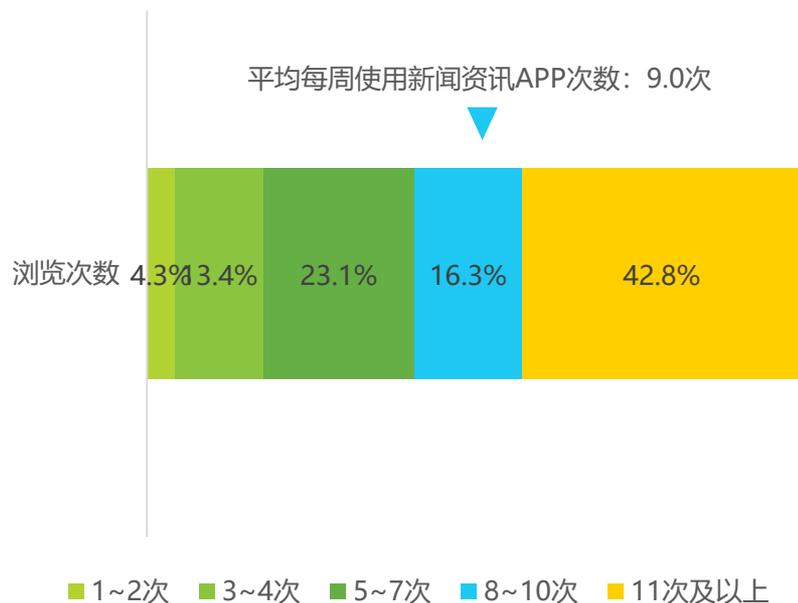
新晋中产对新闻资讯平台的广告态度和案例 4

新闻阅读习惯

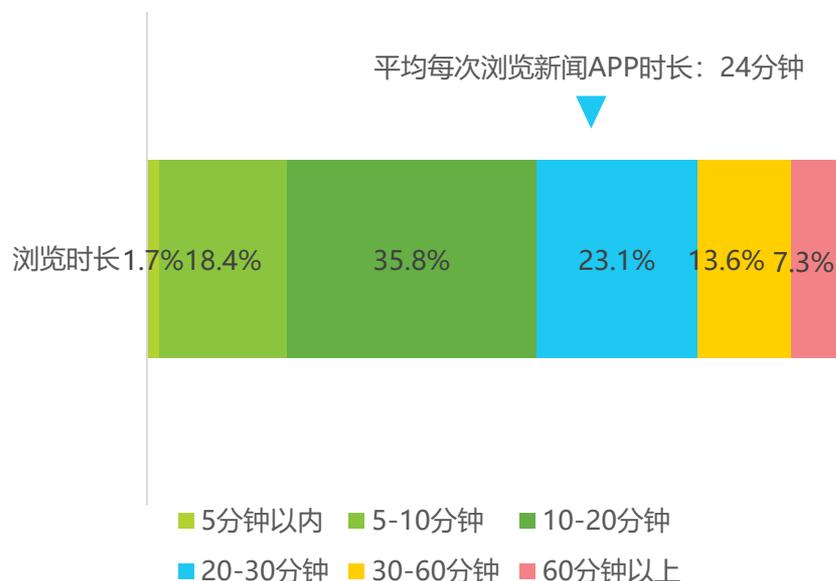
使用频率超过每天一次，平均每周浏览时长超过3小时

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。

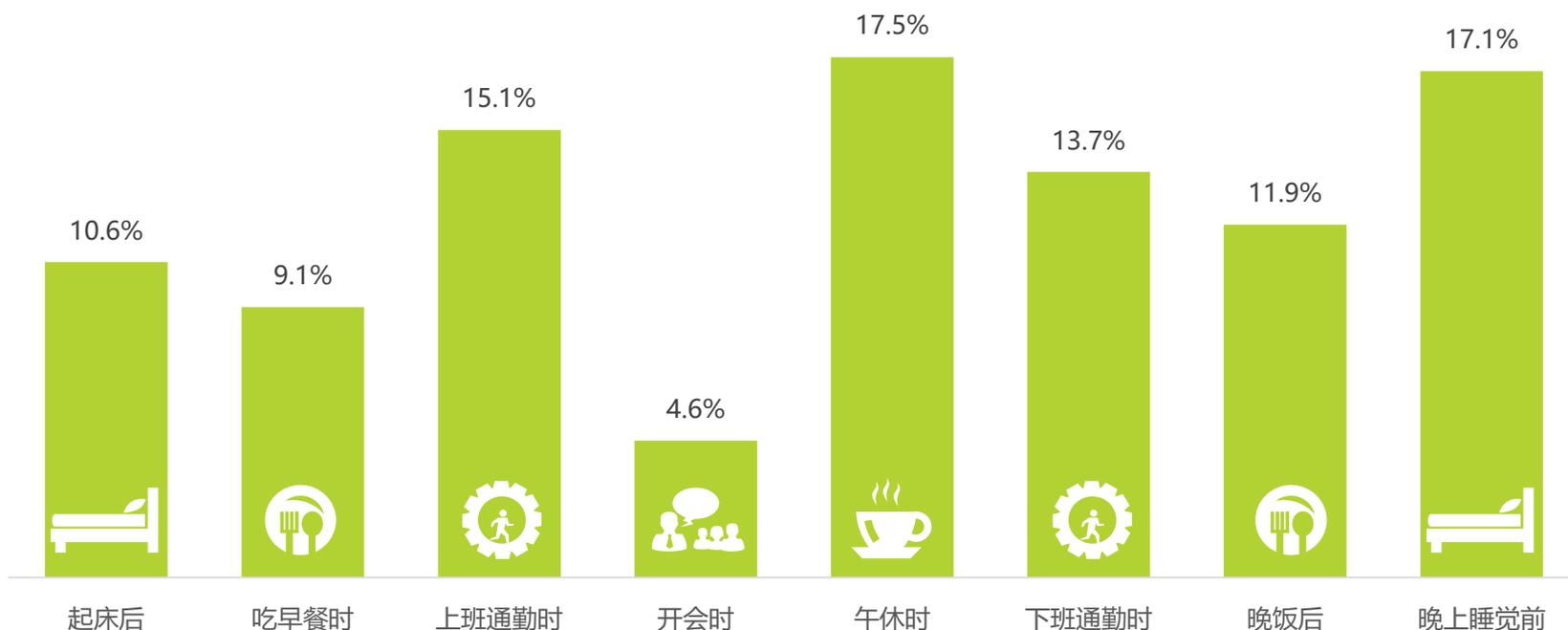
样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

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



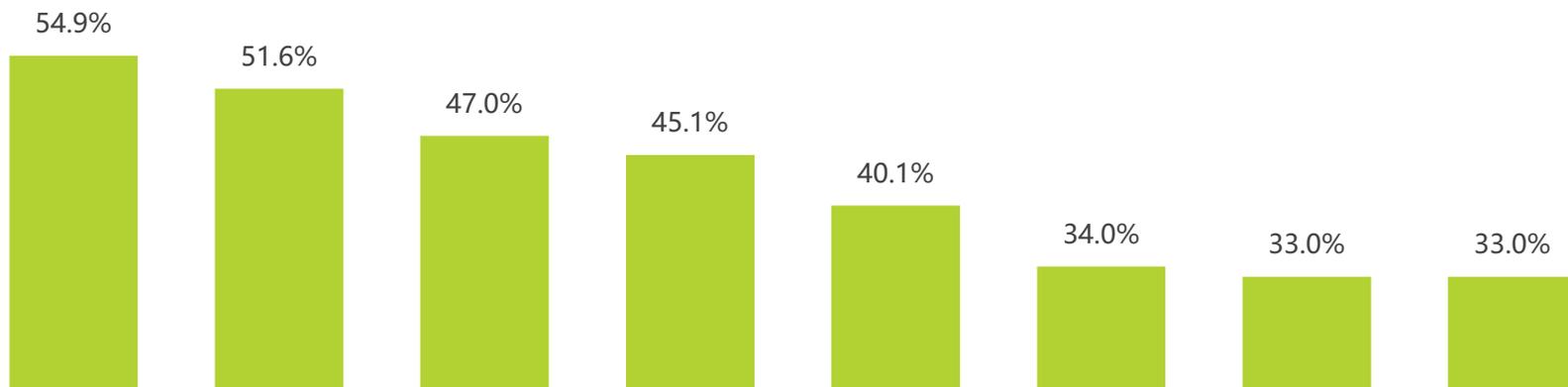
样本：N=579；于2018年8月通过ZAKER平台和艾瑞iClick社区调研获得，其中行业用户338人，ZAKER用户241人。

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



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21208

