



iResearch

艾 瑞 咨 询

洞察趣萌晒图人群，紧跟场景 营销

走进图片社交用户，掘金商场场景营销

2017年



修图晒图已经成为年轻女性用户生活的一部分，但是95后女生人群更加追求好玩有趣；在日常生活中，喜欢个性品味独特的生活，但在品牌选择上容易受朋友口碑影响。



旅游和美食是晒图用户钟爱的话题，发布的海外照片中**43%**的照片与旅游相关，**36%**与美食相关



趣萌晒图人群在线上分享后，仍回希望将照片打印出来，趣萌用户商场打印机平均每月使用**1.4次**



针对线下喜好逛商场的年轻用户，可以打印照片的Redbox能够有效触达高学历的年轻用户。其中**72.8%**的用户为本科及以上学历，**87.9%**为女性用户

趣萌晒图人群特征解析

1

趣萌晒图人群商场场景化营销

2

彩蛋-趣萌晒图人群十二星座大联盟

3

趣萌晒图是戒不掉的瘾

39.8%的用户每天打开APP，且单次使用时长平均为40分钟

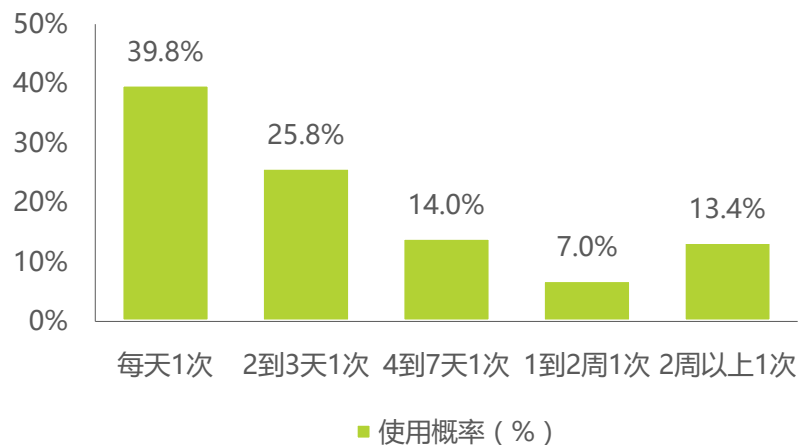


39.8%的用户每天都使用
用户使用频次为3.7次/周

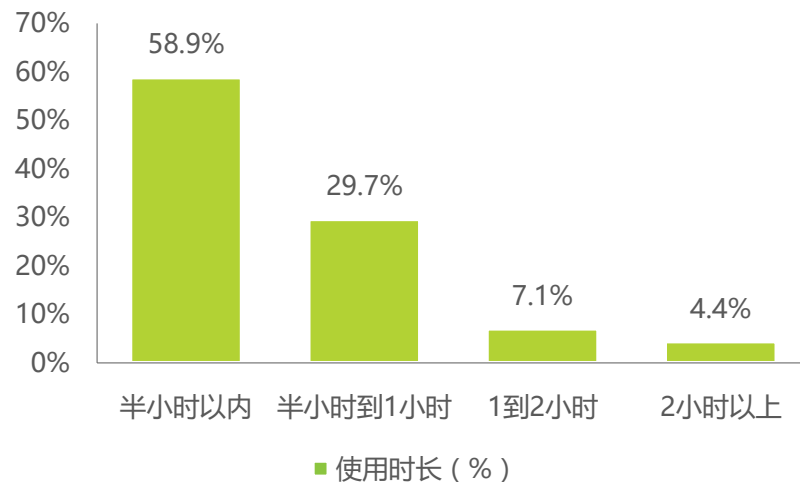


平均使用时长40分钟

2017年中国趣萌晒图用户近半年使用软件的频率



2017年中国趣萌晒图用户单次使用时长分布



来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

趣萌晒图人群特征

95后女生是主流，旅游拍照趣萌晒图是其最爱

2017年中国趣萌晒图用户特征



年轻女性

57.9%的用户是95后
71.6%的用户是女性



爱拍图

60.0%的用户会使用
拍照/修图功能



爱分享

48.0%的用户会使用
in记（上传/分享照片）



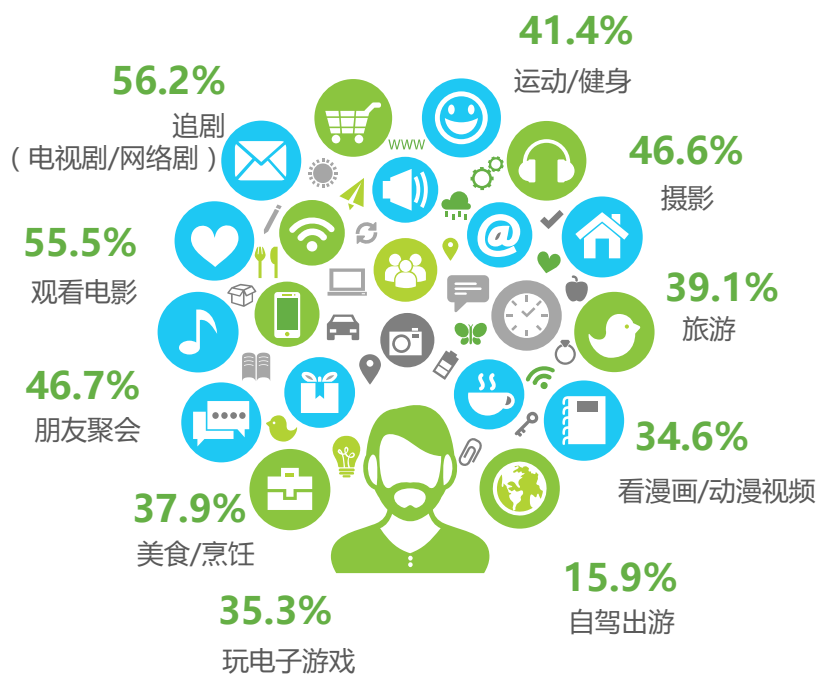
爱旅行

用户更偏爱国内和周边旅游

娱乐时尚化，社交兴趣化

除了追剧、看电影和聚会大众娱乐外，年轻人倾向健身、摄影等比较时尚化的活动

2017年中国趣萌晒图用户的业余生活



2017年中国趣萌晒图用户的社交/生活/消费/时尚观

满分7.0分



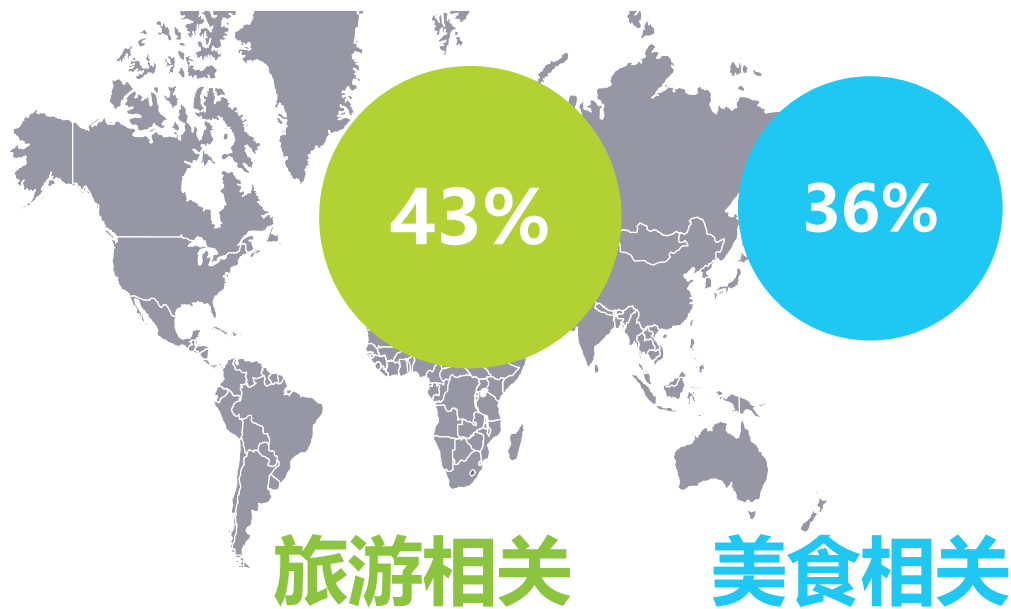
来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

美食搭配旅游,晒图用户足记记录境外游

发布的海外照片中43%的与旅游相关

2017年中国趣萌晒图用户境外游照片类型和旅游类型



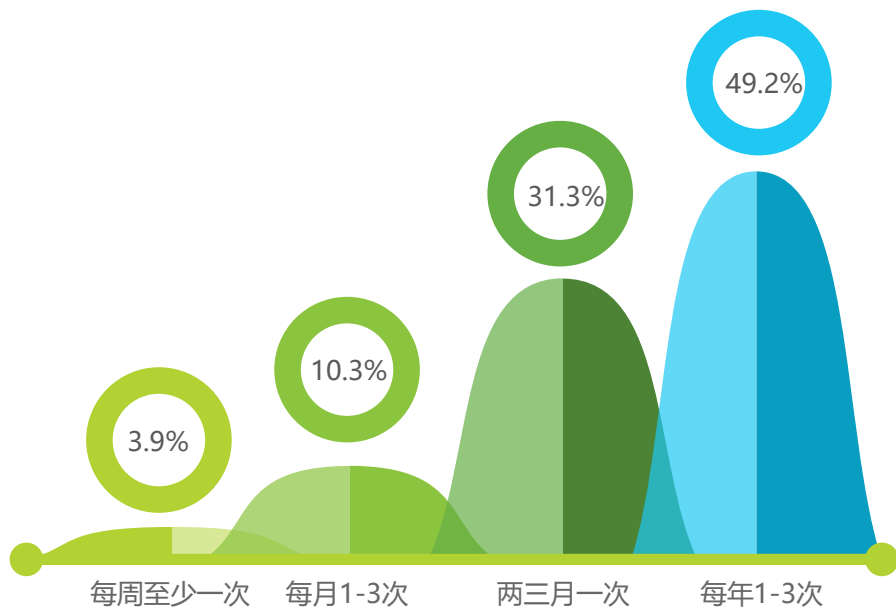
- 23.4%
出境短途游
到中国周边国家旅游
- 15.3%
出境海岛游
- 12.1%
出境长线游
到欧洲/美洲等地旅游
- 58.4%
周边游
居住城市周边旅游
- 67.1%
国内游
除了居住城市以外的其他城市旅游

来源：照片类型通过企业访谈，公开资料整理。旅游类型来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

旅行舒适固然重要，安全性更要考虑

近半用户每年出游1-3次，环境舒适、口碑和安全性是选择酒店的TOP3

2017年中国趣萌晒图用户休闲游频率



2017年中国趣萌晒图用户选择酒店考虑因素TOP3



来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

品质生活也需要足够的消费力支撑

2017年中国趣萌晒图用户消费力分布图

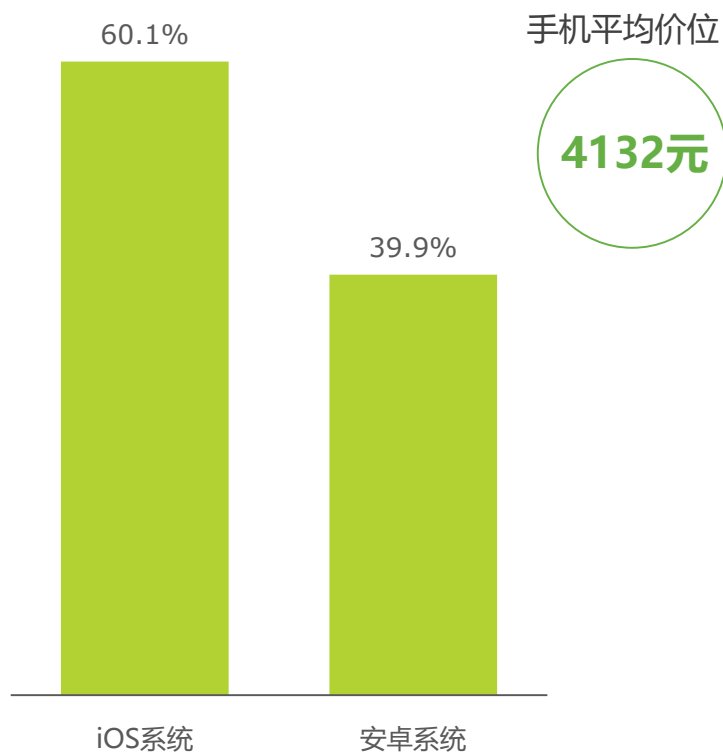


来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

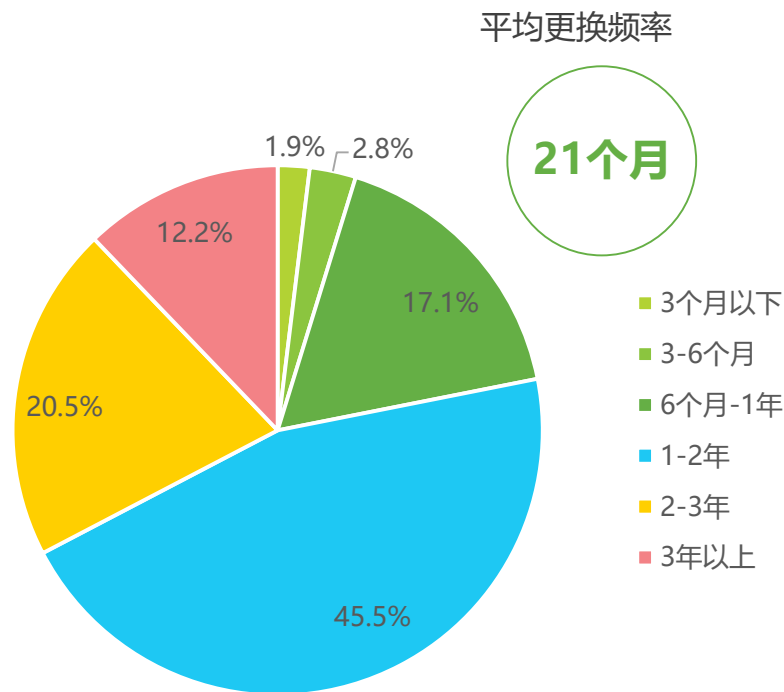
晒图开启，手机怎能落下

高价位手机助力晒图大战，iOS更为用户钟爱；用户一般会在1-2年内更换手机

2017年趣萌晒图用户手机系统使用分布



2017年趣萌晒图用户手机更换频率



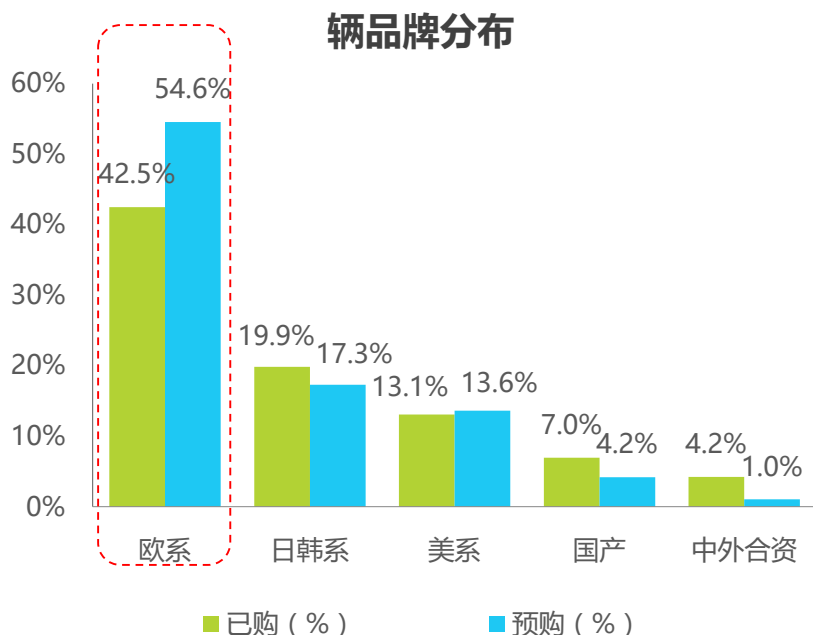
来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

用户对欧系车更加偏爱

不论是已购车辆和预购意向，用户都倾向购买欧系车，其次是日韩系

2017年趣萌晒图用户家庭已购及预购车



2017年中国趣萌晒图用户已购/预购车辆价位



来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

网购和商场购物对于用户而言同等重要

网购和逛街的频率和月均花费相近

80.8%

趣萌晒图用户过去3个月内网购过

79.2%

趣萌晒图用户会选择大型商场购物

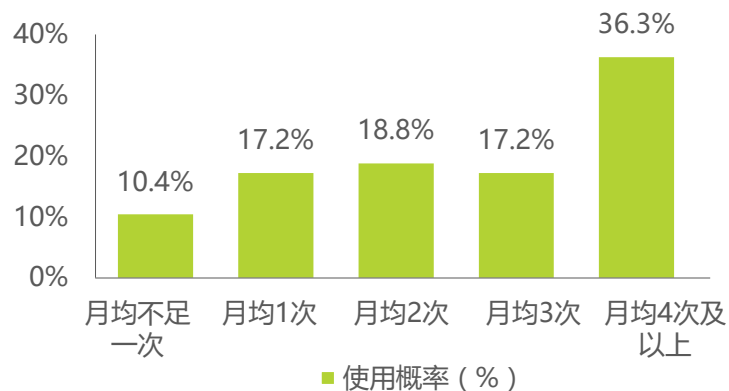
863.8
元/月

网购月均花费

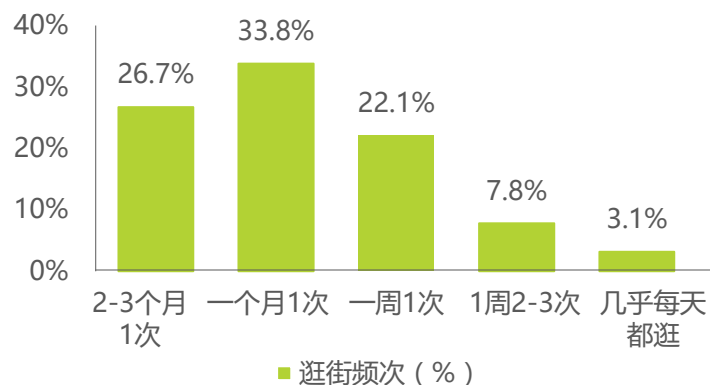
829.6
元/月

逛街月均花费

2017年趣萌晒图用户的网购频次



2017年趣萌晒图用户的逛街频次



来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

网络购物首选仍为服饰化妆品

在网购中主要集中在服饰鞋帽和化妆品中，但是图书音像、IT数码类等娱乐也在未来购物清单中

2017年趣萌晒图用户网购过的品类TOP5



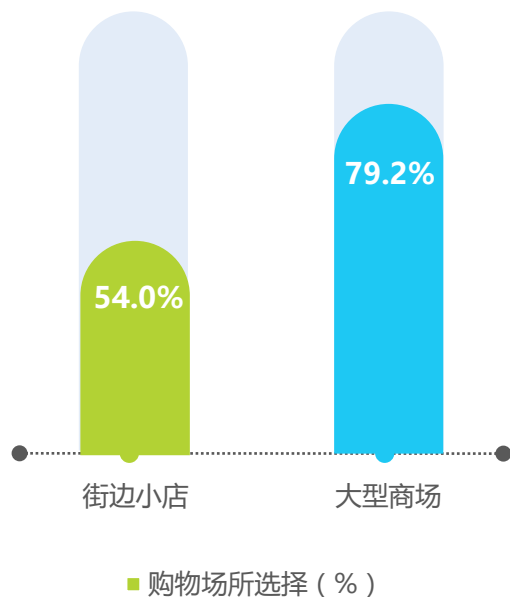
2017年趣萌晒图用户未来半年网购物品类TOP5



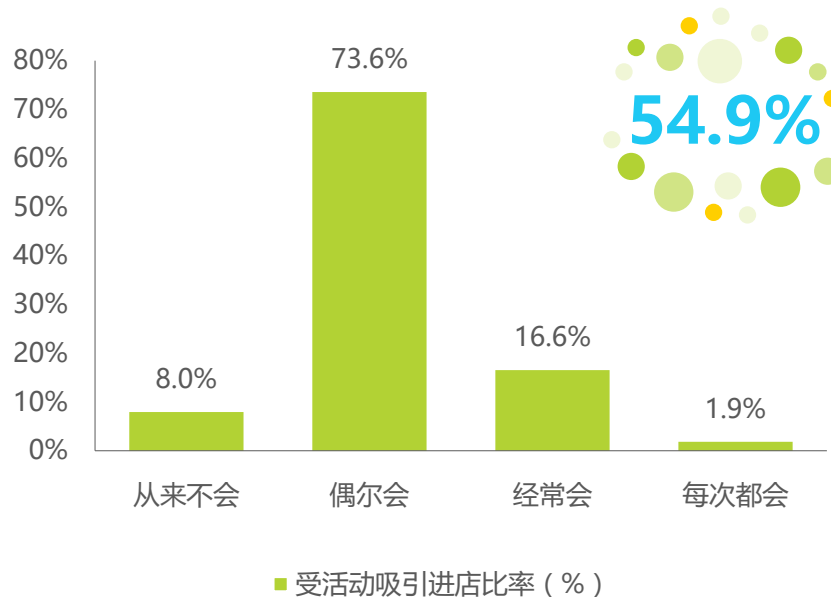
大型商场购物是逛街首选

过半用户会因为店面做活动而进店

2017年中国趣萌晒图用户购物场所选择



2017年中国趣萌晒图用户受活动吸引进店比率



N=1491 逛街的用户

来源：N=1595，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

注释：进店频率=每次都会+经常会*0.8+偶尔会*0.5。
来源：N=1491，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

趣萌晒图人群特征解析

1

趣萌晒图人群商场场景化营销

2

彩蛋-趣萌晒图人群十二星座大联盟

3

趣萌用户商场打印机平均每月使用1.4次

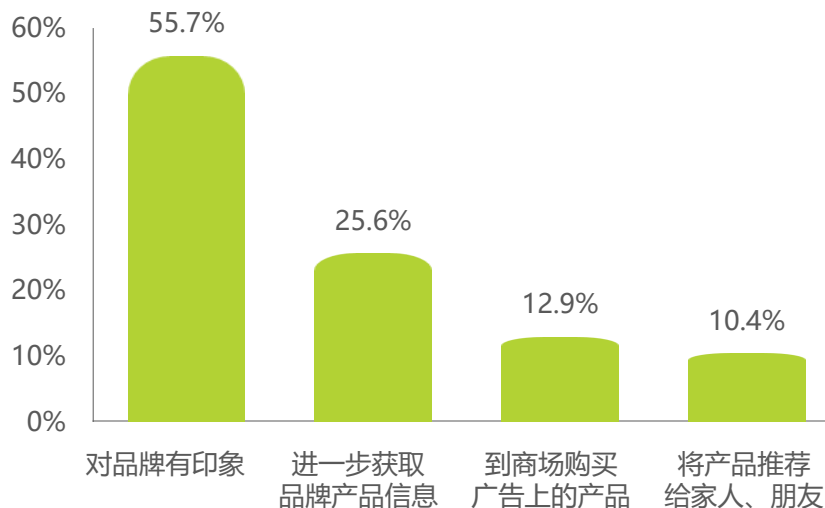
iResearch
艾瑞咨询

打印机的场景植入广告有效促进品牌转化

2017年中国趣萌晒图用户线下图片打印机的使用频率



2017年中国趣萌晒图用户在线下图片打印机观看到广告后的行为



■ 趣萌晒图用户观看到广告后的行为 (%)

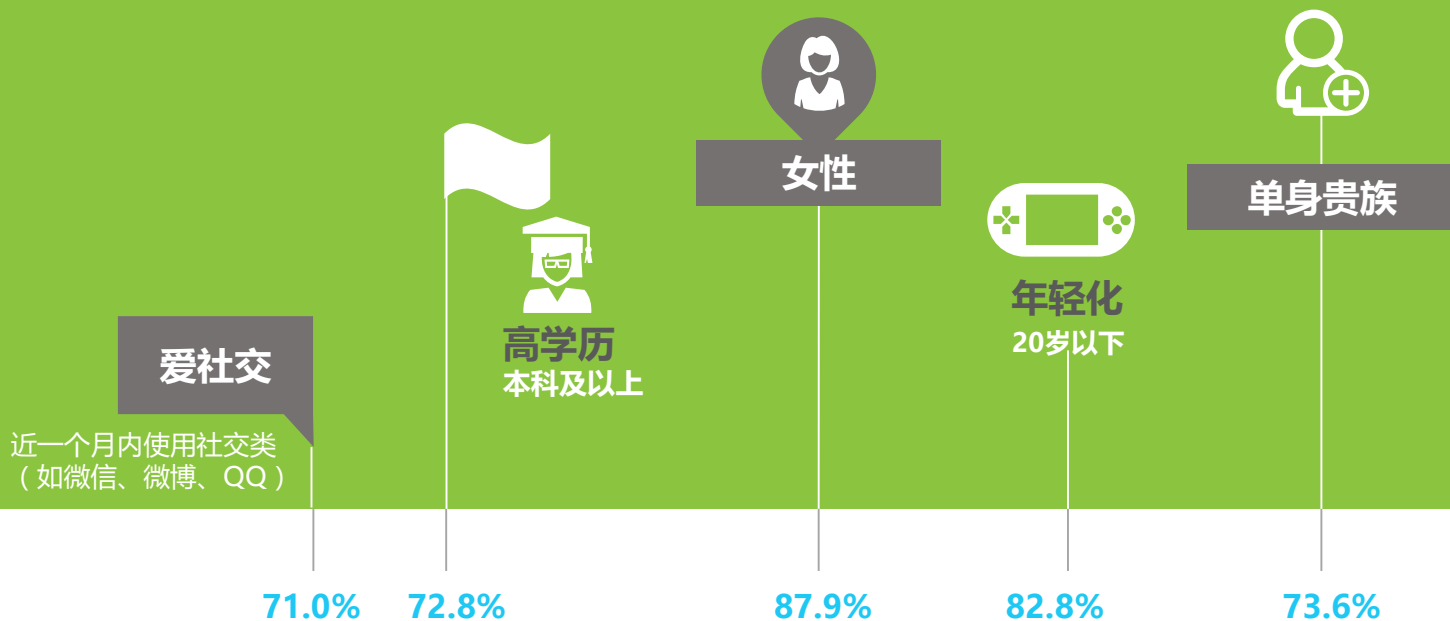
来源：N=265，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

来源：N=781，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

商场图片打印机营销对象

高学历年轻女性

2017年中国线下图片打印机的用户特征



N=379

针对线下喜好逛商场的年轻用户，可以打印照片的Redbox能够有效触达高学历的年轻用户。

来源：N=781，于2017年4月通过in平台问卷调研形式获得。

商场场景化营销的特点

2017年中国场景化营销的特点



场景化营销：

场景营销是指基于对用户数据的挖掘、追踪和分析，在由时间地点、用户和关系构成的特定场景下，连接用户线上和线下行为，理解并判断用户情感、态度和需求，为用户提供实时、定向创意的信息和内容服务。通过与用户的互动沟通，树立品牌形象或提升转化率，实现精准营销的行为。

场景化营销越来越呈现出融合趋势，线上与线下同时而且两者间界限渐被打破。

商场营销从线下场景出发，利用趣萌年轻用户线上行为特征数据，在其逛街打印照片时连接线上场景，再作用于线下品牌营销，实现了基础的营销闭环。

1 瞬时性

要求场景营销做到实时化，每个时刻的营销都随场景变化。

2 连续性

要求场景营销做到无缝连接，不间断进行。

3 关联性

要求场景营销能做预判，准备多套营销方案随场景而变。

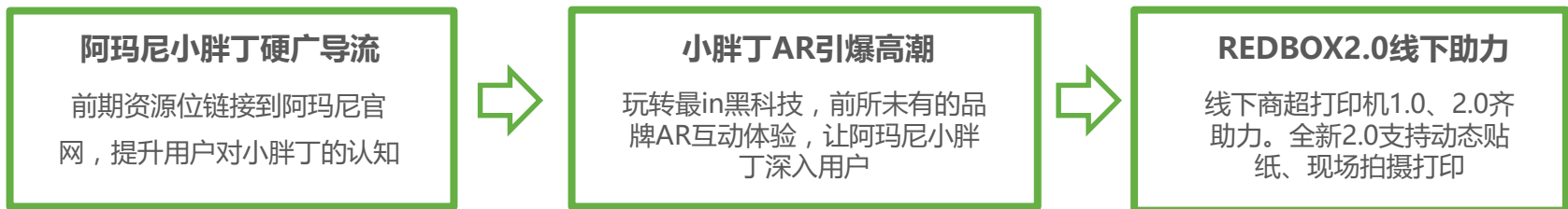
4 情感性

要求场景营销契合用户在不同场景下的情感诉求。

营销案例

整体推广机制线上线下结合，既增加品牌知名度也结合商场场景促进店面营销

2017年中国in APP和Redbox整体推广机制



阿玛尼小胖丁硬广导流

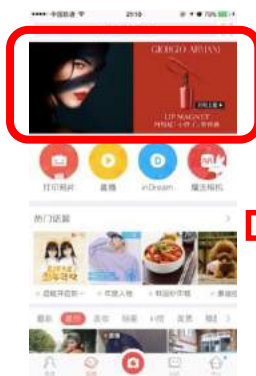
前期资源位链接到阿玛尼官网，提升用户对小胖丁的认知

小胖丁AR引爆高潮

玩转最in黑科技，前所未有的品牌AR互动体验，让阿玛尼小胖丁深入用户

REDBOX2.0线下助力

线下商超打印机1.0、2.0齐助力。全新2.0支持动态贴纸、现场拍摄打印



发现页跳转官网
12月30日-12月31日



发现页跳转小胖丁AR
1月12日 - 1月17日



AR玩法：人脸识别+3D+天空
视频可保存分享



#阿玛尼小胖丁#
内容沉淀永久

朋友圈等外部渠道传播



REDBOX曝光+动态贴纸互动+打印一体化

来源：通过企业访谈，公开资料整理。

趣萌晒图人群特征解析

1

趣萌晒图人群商场场景化营销

2

彩蛋-趣萌晒图人群十二星座大联盟

3

彩蛋

趣萌用户星座大联盟

原来你是这样的12星座

Look at your ! WOW !

追剧达人狮子座

70.0%的狮子座在最近一个月内使用过视频软件

实物为真金牛座

23.6%的金牛座经常使用“打印商城”
22.4%的金牛座喜欢在in上上传“手工照”

游戏爱好者天秤座

52.3%的天秤座在最近一个月内使用过游戏软件

萌萌哒白羊座

47.0%的白羊座认为in给自己的感觉是“萌萌哒”

天蝎座的最爱是自己

75.0%的天蝎座在in上最常上传的照片是个人照



最新尝鲜射手座

26.7%的射手座在in中最常用的是AR相机



玩心在线双子座

21.8%的双子座在最近一个月使用过“直播”软件
(YY、映客等)

旅游美食处女座

51.9%的处女座通常在in上传的是旅游类照片
46.2%的处女座通常在in上传的是美食类照片

爱心充盈巨蟹座

18%的巨蟹座从事教育行业



爱物达人摩羯座

27.8%的摩羯座通常在in上传物品照
(化妆品、护肤品、配饰等)

社交控水瓶座

56.3%的水瓶座会在in记上传/分享照片
43.7%的水瓶座会在in上点赞/评论/转发

心理低龄化双鱼座

30.6%的双鱼座用户年龄 \geq 25岁



十二星座

还有什么我们不知道的秘密？

公司介绍/法律声明



公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

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。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载
TECH DRIVES BIGGER DREAMS

