

「千禧世代」消費模式

2017-07-18

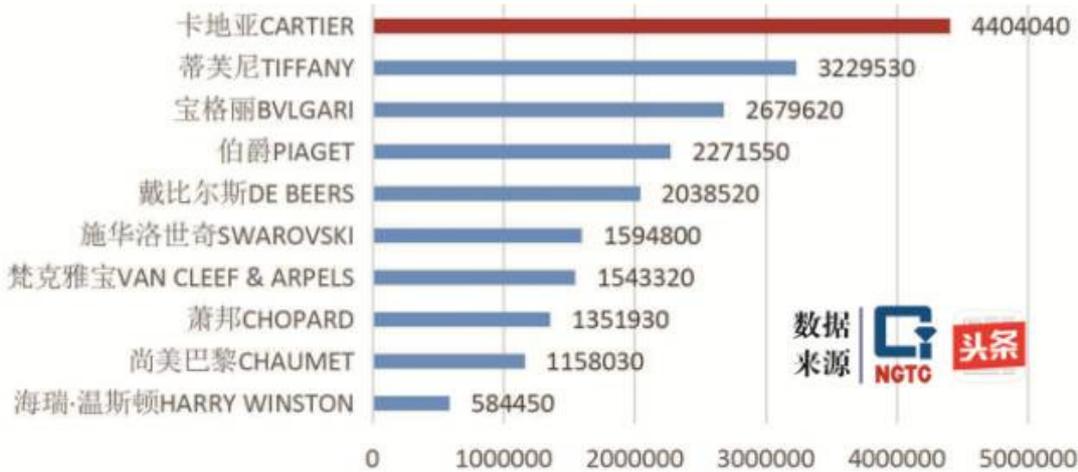
JMA 編輯 (資料來源：国家珠宝玉石质量监督检验中心)

《2016-2017 中国文化消费市场白皮书（珠宝和腕表类）之钻石指数报告》在 3 月香港国际珠宝展正式发布。《白皮书》采样 5 亿中国消费者，首次运用互联网大数据全面调研钻石市场所得出的消费关注指数。全面解读了 2016-2017 年度钻石消费领域的大众文化消费市场、个性化定制消费市场和投资收藏消费市场的关注热点与趋势，深度剖析“千禧一代”的钻石消费观与互联网时代的消费行为的变革。



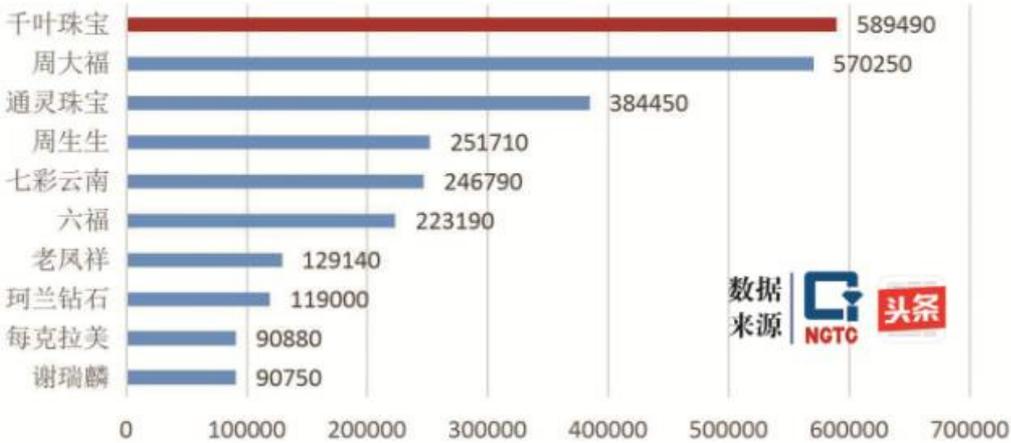
卡地亚、蒂芙尼、宝格丽依旧是“千禧一代”的关注热点，会讲故事的珠宝，对他们依旧有强大的吸引力。按照今日头条发布的网友关注数，国外品牌的新闻阅读量明显高于国内品牌，无论是新闻曝光还是文化传播，国外品牌的营销能力依旧占据上风。

千禧一代最关注的国际珠宝品牌TOP10
(按阅读数)



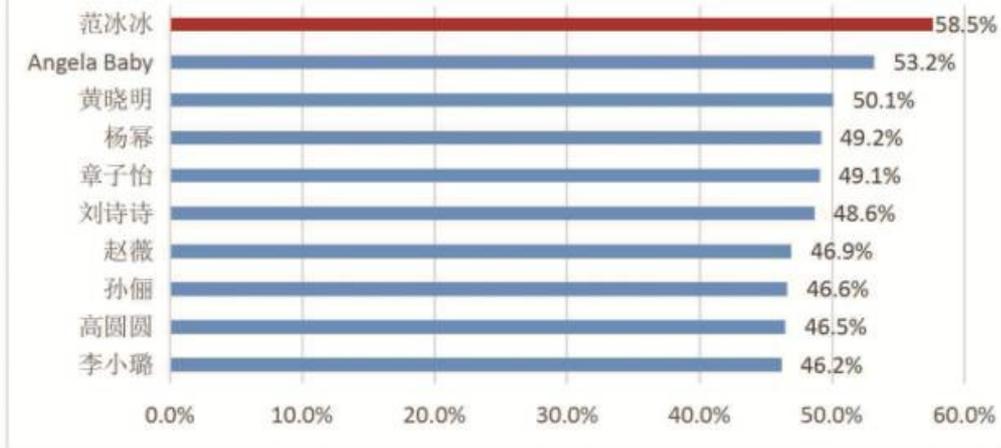
IP 剧、明星代言吸引年轻人的眼球，前三名最受关注的国内珠宝品牌中两个品牌是 IP 剧热门品牌，安妮·海瑟薇所代言的千叶珠宝 2016 年发力明显，会讲故事的珠宝与明星跨界相融合，吸引了更多年轻人的关注。

千禧一代最关注的国内珠宝品牌TOP10
(按阅读数)



18 岁以下消费者最关注的明星是赵丽颖、范冰冰、杨幂，而 18-23 岁的消费者则最关注范冰冰、杨幂、刘诗诗；24-30 岁的消费者最关注范冰冰、章子怡、赵薇。黄晓明与 ANGELABABY 的婚礼在 2016 年引爆媒体关注，也上榜成为最受关注的明星 CP。

爱钻石的千禧一代最关注的明星排行
(按用户占比)



数据来源 NCTC 头条

如何让“千禧一代”爱上你的品牌？

