

今日头条 奢侈品行业洞察报告



导语

全球经济走势逐渐呈现放缓趋势，但中国奢侈品市场发展依旧势头不减，追求美好生活的中国消费者，在奢侈品领域持续表现出持续强劲的购买力。奢侈品品牌在中国充满机会。

与机会并存的是激烈的竞争。诸多奢侈品品牌在中国市场深耕多年，赢得消费者信任，中国早已是全球领域最具战略意义的营销市场。基础设施持续发展，国民收入水平提高，以及移动互联网的高普及率，孕育着巨大的奢侈品营销土壤。越来越多奢侈品品牌，借助移动营销手段，加入中国市场份额的争夺战之中。

今日头条是国内最大的综合信息平台之一，也是国内最早将推荐技术应用于信息分发的资讯产品之一，致力于连接人与信息，让优质、丰富的信息得到高效、精准的分发，为用户创造价值。头条号是今日头条旗下开放的内容创作与分发平台，截至2019年3月，头条号账号总数已超过160万，日均内容发布量60万条，日均内容阅读/播放量超过50亿次，国家机构&其他组织账号超过8万。

巨量引擎联合头条指数，从国内移动用户内容关注的角度，全面洞悉奢侈品行业的市场反馈及发展趋势。近两年，移动用户越来越高频次地通过今日头条平台关注奢侈品资讯，而平台上呈现的奢侈品内容数量和内容形式也越发丰富。数据研究发现：

- ▶ 关注奢侈品资讯的用户有着独特的兴趣图谱；
- ▶ 爆款内容与奢侈品品牌口碑之间良性循环；
- ▶ KOL的创作风格可引发用户不同态度，进而引发不同的消费决策；
- ▶ 短视频营销成为奢侈品营销的新风潮。

中国消费者关注什么单品？日常兴趣是什么？对营销有何指引？头条指数将一一为你解读。

目录

contents

01

今日头条奢侈品内容大盘趋势

02

今日头条奢侈品细分人群洞察

03

今日头条奢侈品细分品类洞察



01

今日头条 奢侈品内容大盘趋势



「
u
x
n
r
y
b
o
o
p
s

part 1

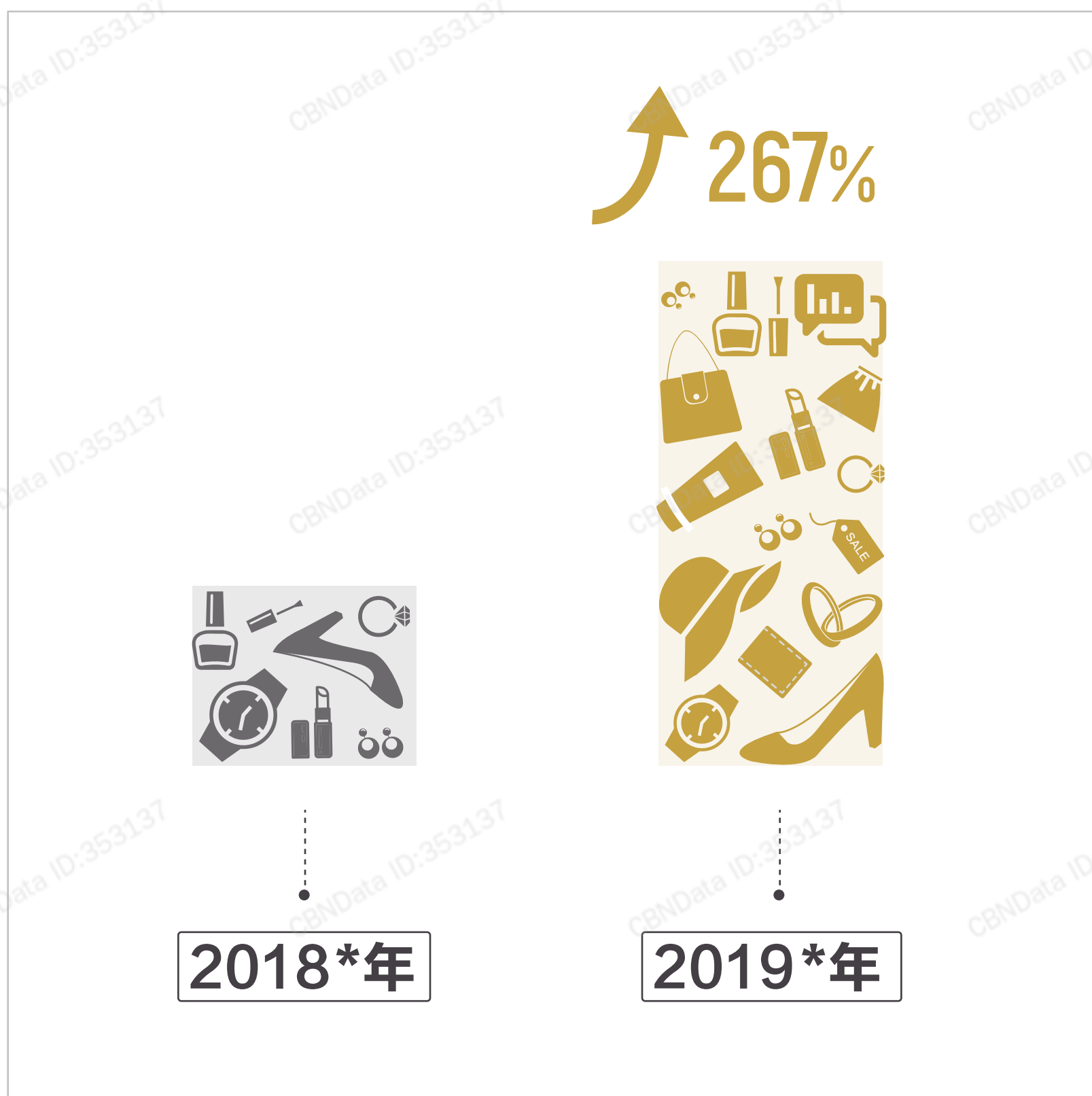
奢侈品内容关注整体概况



头条成为用户消费奢侈品 内容的主阵地之一

今日头条奢侈品热度增长势头猛烈，2019*年对比2018*年同期热度指数增加**267%**。

奢侈品热度指数对比



数据来源：头条指数

说明：为统计和分析最新数据变化，2019年的统计时间为2018年6月1日-2019年5月31日；2018年的统计时间为2017年6月1日-2018年5月31日。

时尚大事件与节日庆典 激起用户狂欢 新年+情人节“买买买”创高峰

奢侈品双季（秋冬、春夏）品牌发布会，创造了大量的行业资讯，由此引发用户关注与讨论。

借势年轻人喜爱的节日，围绕节日氛围易将行业热度推上高潮。

奢侈品过去一年热度指数趋势



数据来源：头条指数

数据时间：2018年6月1日-2019年5月31日

从轻度围观到态度表达， 奢侈品关注用户有着 强烈消费主张

平台奢侈品内容不断增加，用户的互动参与感也越来越强，核心互动指标同比增幅都在**200%**以上，评论的增幅尤为突出。

今日头条奢侈品相关资讯 2019*年VS2018*年同比增幅

文章

+206%

阅读

+278%

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_17079

