

2010年中国网民生活群落划分 ——网民风向标系列报告之4

艾瑞咨询集团 上海·北京·广州
Internet Research, Insight Research

► www.iresearch.com.cn



人群聚类原理与改造

人群聚类的结果描述

各类人群的特征卡片



人群聚类原理与改造

生活形态问卷

基于连续样本的稳健聚类方法

- 基于44道题的生活形态问卷
 - 广告态度
 - 媒体态度
 - 品牌态度
 - 个人态度
 - 家庭态度
 - 流行态度
 - 社会态度
 - 生活态度
 - 事业态度
- 44个问题间相关性很弱
- 因子分析的降维效果不佳
 - 8个因子时累计方差太低，只有35.9%

所以：

直接使用44个问题进行聚类

问卷题目列表见后面附录

44个问卷题目列表

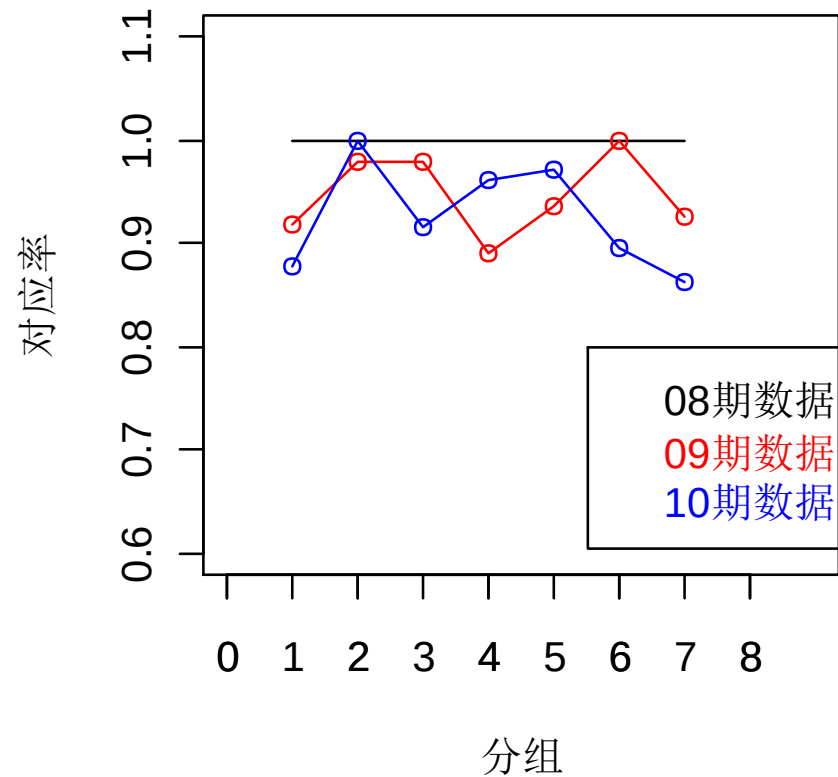
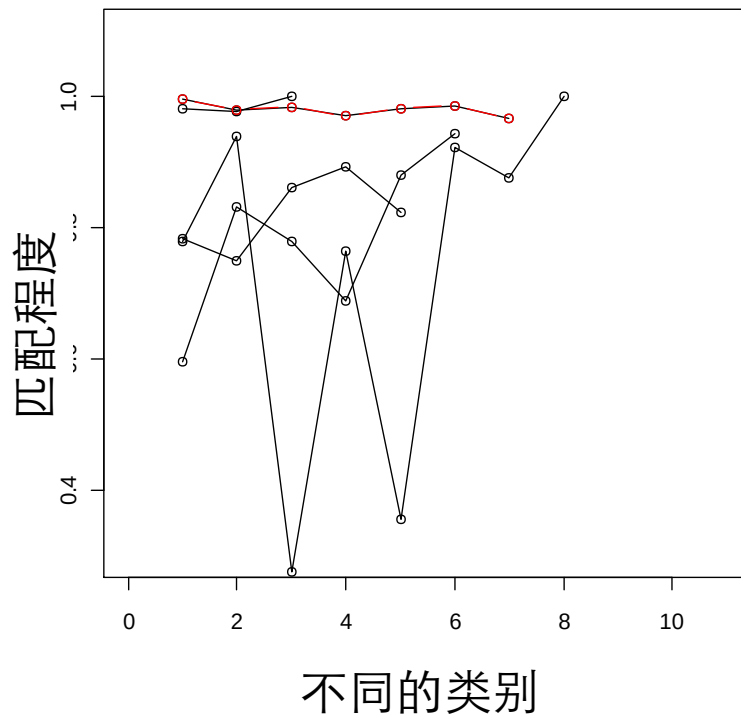
广告态度	广告是生活中必不可少的东西
广告态度	还是购买有广告的品牌比较可靠
广告态度	我经常阅读报纸及杂志中的广告
广告态度	当电视播放广告时,我通常会转换频道
广告态度	网上的广告我一般都会点击来看看
媒体态度	与其它媒体相比,我更愿意从网络中获取信息
媒体态度	我几乎每天都读报纸
媒体态度	我是一个电视迷
媒体态度	我几乎每天都收听广播
品牌态度	我喜欢的品牌,我会一直使用它
品牌态度	我喜欢尝试新的品牌
品牌态度	仿冒品的质量其实跟正品的质量差不多
消费态度	我愿意多花钱购买高质量的物品
消费态度	我喜欢购买具有独特风格的产品
消费态度	购物前,我通常会比较几家商店同类商品的价格
消费态度	在购物前,我常常征求别人的意见
消费态度	我不喜欢负债消费
个人态度	对我而言,感受到来自周边人的尊重是很重要的
个人态度	我喜欢有一个亲密的朋友圈,在我困难的时候可以帮助我
个人态度	我身边人遇到事情时常常会征求我的意见
个人态度	我在乎别人对我的看法
个人态度	我很容易受别人意见的影响
个人态度	我更喜欢自己一个人做事

家庭态度	有无孩子对我并不重要
家庭态度	对我来说,家庭比事业更加重要
家庭态度	我很愿意把大量时间花在安排个人和家庭活动上
流行态度	我喜欢追求流行,时髦与新奇的东西
流行态度	流行与实用之间我比较喜欢流行
流行态度	对我来说了解最新的新闻和当下时事很重要
社会态度	我是社交活动中的活跃分子
社会态度	我欣赏支持公益事业的企业或品牌
社会态度	尊重传统习俗是很重要的
社会态度	对我来说实现很高的社会地位很重要
社会态度	对我来说随时随地可以被他人联系到是很重要的
生活态度	享受现在,别担心将来
生活态度	为了赚更多的钱我可以牺牲休闲时间
生活态度	我很满足于现在的生活
生活态度	我喜欢追求富有挑战,新奇和变化的生活
生活态度	我喜欢追求自然健康的生活
事业态度	我对我的成就寄以很大的期望
事业态度	工作的稳定比高收入更重要
事业态度	金钱是衡量成功的最佳标准
事业态度	我更加喜欢团队工作
事业态度	我希望被视为一个领导者

基于连续性样本稳定性确定分类数量

分7类的时候不同周的聚类稳定性最好

08周的聚类结果在其他周同样稳定





人群聚类的结果描述

不同人群比例

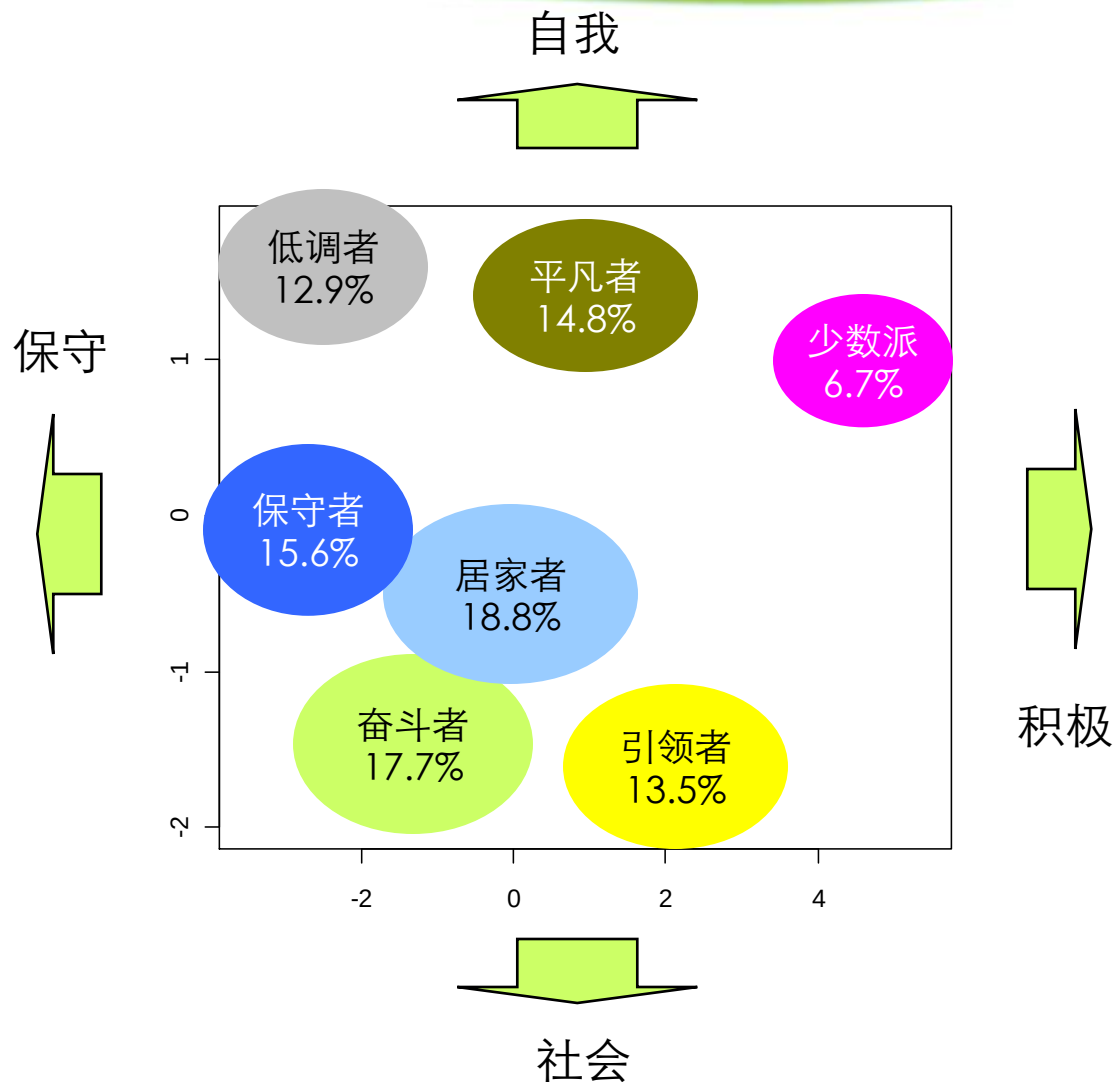
不同人群的生活形态差异

不同人群的人口属性差异

不同人群的网络行为差异

7类人群概况

	占网民百分比	占浏览时长百分比
少数派	6.7%	6.9%
引领者	13.5%	13.0%
奋斗者	17.7%	17.5%
居家者	18.8%	19.1%
平凡者	14.8%	14.3%
保守者	15.6%	16.2%
低调者	12.9%	13.1%



基于2010年08周的iUserTracker高级属性数据

7类人群的生活形态

	占网民百分比	支持的生活态度	反对的生活态度
活跃的少数派	6.7%	普遍支持	
追求风格的引领者	13.5%	还是购买有广告的品牌比较可靠 我喜欢购买具有独特风格的产品 我身边的人遇到事情时常常会征求我的意见	仿冒品的质量其实跟正品的质量差不多
渴望认可的奋斗者	17.7%	对我而言, 感受到来自周边人的尊重是很重要的 我对我的成就寄以很大的期望	网上的广告我一般都会点击来看看 我很满足于现在的生活
生活安逸的居家者	18.8%	广告是生活中必不可少的东西 对我来说, 家庭比事业更加重要	金钱是衡量成功的最佳标准
享受现在的平凡者	14.8%	在购物前, 我常常征求别人的意见 有无孩子对我并不重要 享受现在, 别担心将来	
不追流行的保守者	15.6%		网上的广告我一般都会点击来看看 流行与实用之间我比较喜欢流行 我是社交活动中的活跃分子
较少社交的低调者	12.9%	普遍中性	我是社交活动中的活跃分子

7类人群的人口特征

选项	少数派	引领者	奋斗者	居家者	平凡者	保守者	低调者
男	55.1%	56.3%	62.1%	50.9%	59.0%	48.8%	56.7%
女	44.9%	43.7%	37.9%	49.1%	41.0%	51.2%	43.3%
18岁及以下	18.2%	10.6%	14.3%	10.5%	19.7%	8.6%	9.5%
19-24岁	33.1%	27.8%	37.1%	17.6%	31.0%	23.6%	24.7%
25-30岁	21.4%	24.0%	20.9%	20.9%	22.3%	23.9%	25.1%
31-35岁	9.4%	13.1%	15.3%	11.0%	16.7%	15.3%	15.3%
36-40岁	8.4%	10.2%	14.5%	7.0%	12.7%	10.6%	10.6%
40岁以上	9.4%	14.2%	7.1%	21.2%	9.0%	14.5%	14.8%
在校学生	15.9%	14.9%	20.8%	13.6%	24.3%	14.8%	12.3%
销售人员	9.5%	9.4%	11.5%	7.6%	9.0%	6.1%	9.5%
技术人员	19.6%	20.0%	20.1%	18.3%	20.7%	22.1%	20.1%
专业人士	17.4%	16.3%	16.9%	13.4%	13.4%	12.5%	10.1%
文职/办事人员	20.8%	21.0%	2.4%	2.4%	12.1%	21.5%	21.8%
工人	3.6%	3.3%	3.2%	3.2%	5.5%	5.2%	5.2%
教师	6.2%	7.2%	4.2%	9.7%	7.4%	4.9%	4.9%
其他	7.0%	7.9%	8.4%	8.3%	6.1%	9.2%	8.6%
1000元以下（不含无收入）	13.5%	10.5%	11.9%	9.6%	10.8%	9.8%	10.0%
1000 - 2000元	27.2%	27.2%	8.8%	28.6%	28.2%	34.5%	31.2%
2000-3000元	18.5%	24.5%	22.2%	26.4%	21.3%	21.9%	21.9%
3000 - 5000元	14.5%	16.8%	14.7%	17.2%	13.9%	16.0%	16.0%
5000元以上	13.4%	12.7%	7.6%	9.1%	8.1%	5.7%	7.1%
无收入	12.9%	9.2%	14.8%	9.2%	17.6%	12.0%	10.6%
初中及初中以下	4.8%	1.8%	2.6%	1.6%	2.6%	1.4%	3.2%
高中（中专）	17.2%	12.6%	12.2%	14.0%	18.2%	14.5%	17.0%
大学专科	25.6%	29.3%	32.1%	30.7%	27.0%	30.7%	34.0%
大学本科	46.1%	49.8%	46.4%	46.7%	46.5%	46.4%	40.9%
硕士及以上	6.4%	6.6%	6.7%	7.0%	5.8%	6.9%	4.8%

男性比例高

年龄偏大

在校学生偏多

30岁的比例高于其他类

收入两极化

高学历高收入

低学历

7类人群的网络行为

时长TGI	少数派	引领者	奋斗者	居家者	平凡者	保守者	低调者
综合门户	104.6	101.2	99.3	104.6	95.3	99.0	97.1
新闻门户	113.5	94.0	100.4	99.3	108.8	98.7	91.4
搜索引擎	106.8	100.9	110.6	97.1	97.9	92.6	97.0
交友社区	78.4	105.4	97.9	93.6	121.6	99.8	94.8
娱乐网站	35.5	83.7	89.0	116.5	63.4	40.3	254.9
音乐网站	89.1	151.3	70.9	78.9	142.1	88.3	
体育网站	121.1	118.0	51.1	148.0	85.7		
网站导航	113.2	96.0	99.2	95.1			
网上购物	102.5	94.1	98.0	101.2	108.6		
旅行网站	178.5	108.0	112.1	76.8	91.3		
社区博客	71.9	124.1	99.5	93.7	104.5	92.8	
文学网站	63.2	114.7	77.5	108.7	119.1	121.8	
网络游戏	70.1	64.6	95.4	85.8	150.6	104.0	
IT网站	5	84.1	101.4	106.6	120.5	85.1	119.5
软件下载	4	88.9	215.3	73.1	80.0	70.9	72.1
汽车网站	75.2	142.9	72.0	130.2	9	9	112.9
房产网站	72.9	116.9	110.2	122.9	8	7	98.2
网上招聘	92.5	102.2	141.0	64.4	110.9	85.3	105.1
在线视频	136.1	91.7	103.5	93.3	110.3	86.5	99.8
时尚网站	152.8	86.6	99.1	104.8	102.4	106.3	69.4
其他网站	83.9		97.8	103.2	101.2	105.0	102.2

写博客
抒发观点

社交和体育

网络娱乐

买车买房

关注旅游和
时尚

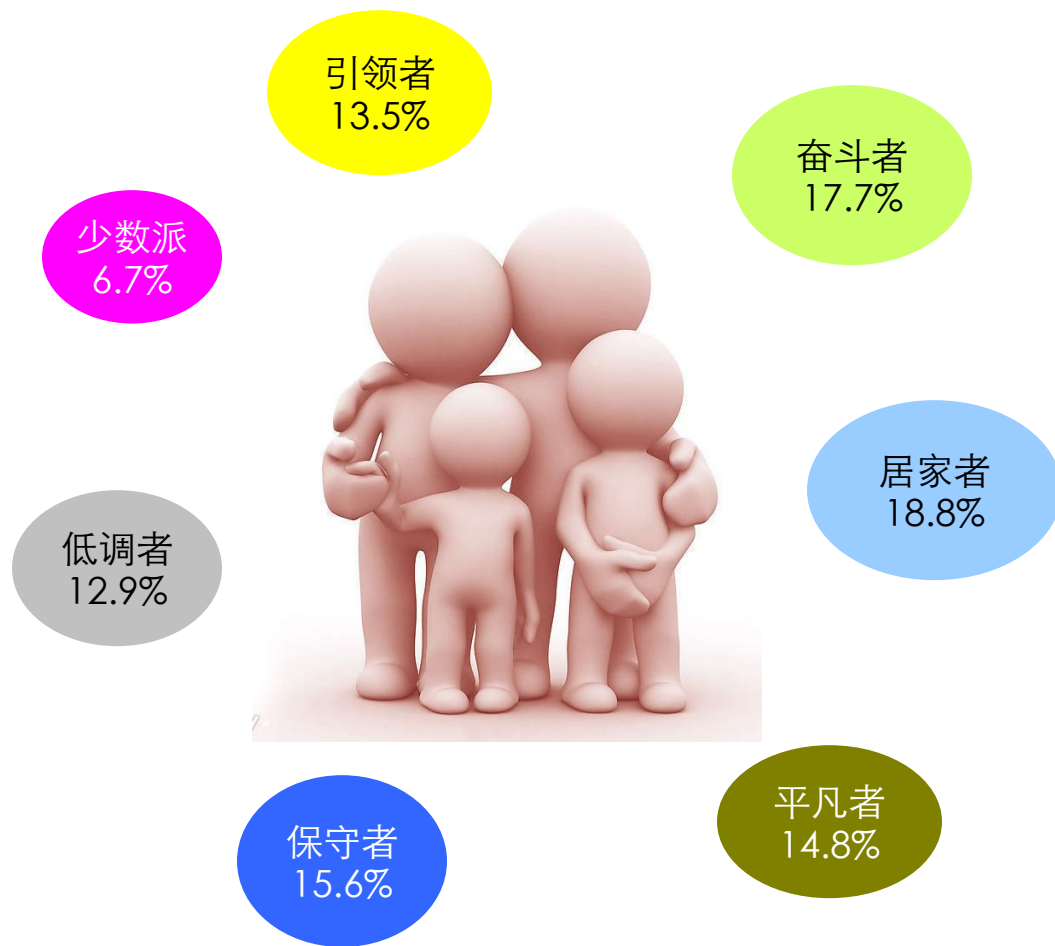
网络文学与
游戏

忙于找
工作

这7个类别只是代表了7种相对集中和普遍的人群心理特征。

虽然可以根据这种划分方法，将不同的人打上标签，但那只是代表这个人 and 7个类别中的某一类比较相近。但这个人同时也可能具有其他类别的某些特征，只是相对来说不那么显著。

后面的7类人群特征卡片可以有助于他们更好的理解这7种人群的特点





7类人群的特征卡片

少数派
6.7%

引领者
13.5%

奋斗者
17.7%

居家者
18.8%

平凡者
14.8%

保守者
15.6%

低调者
12.9%

活跃的少数派 6.7%

- 人口特征
 - 年龄偏低
 - 高收入和低收入的都有
- 爱去的网站
 - 旅行，在线视频



- 生活与价值观
 - 广告关注，重视品牌
 - 意见传播，追求成就
- 人口特征
 - 社会中坚
 - 高学历，高收入
- 爱去的网站
 - 社区博客，汽车



渴望认可的奋斗者17.7%

- 生活与价值观
 - 广告弱接触
 - 渴望被尊重
 - 追求成就
- 人口特征
 - 初入职场，男性居多
- 爱去的网站
 - 音乐，软件下载，招聘



安逸生活的居家者18.8%

- 生活与价值观
 - 认同广告
 - 家庭生活
 - 放低成就，看轻金钱
- 人口特征
 - 中高年龄，中高收入
- 爱去的网站
 - 汽车，房产，数字杂志



享受现在的平凡者14.8%

- 生活与价值观
 - 看轻品牌，不在乎周围
 - 不要小孩，看重金钱
- 人口特征
 - 在校学生
- 爱去的网站
 - 社区交友，体育



不追流行的保守者 15.6%

- 生活与价值观
 - 保守生活
 - 信息接触少
 - 不追流行，不求地位
- 人口特征
 - 中等年龄，女性多
- 爱去的网站
 - 网络游戏，电子邮件



较少社交的低调者 12.9%

- 生活与价值观
 - 屏蔽广告
 - 较少社交
- 人口特征
 - 中等年龄，低学历
- 爱去的网站
 - 娱乐





了解更多艾瑞产品服务信息

请联系我们

www.iresearch.com.cn