

# 2017设计美学调研数据分析报告



# Chart I 调研数据报告

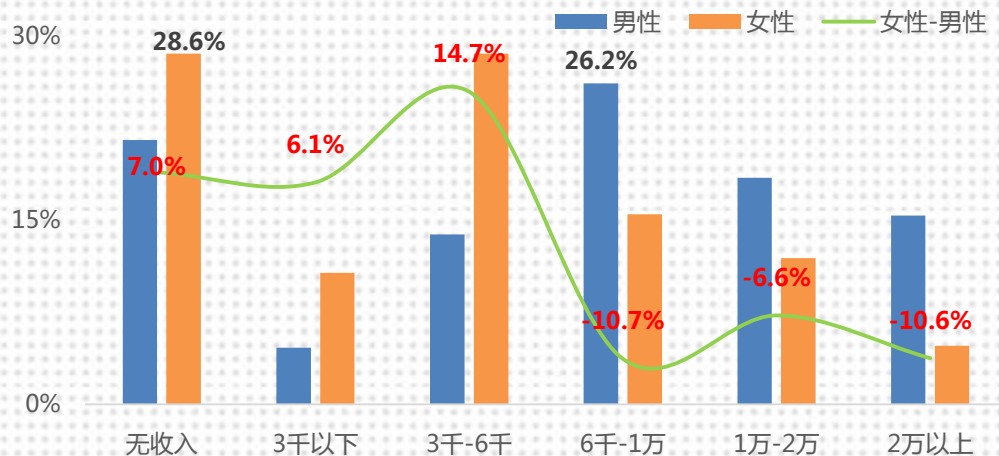
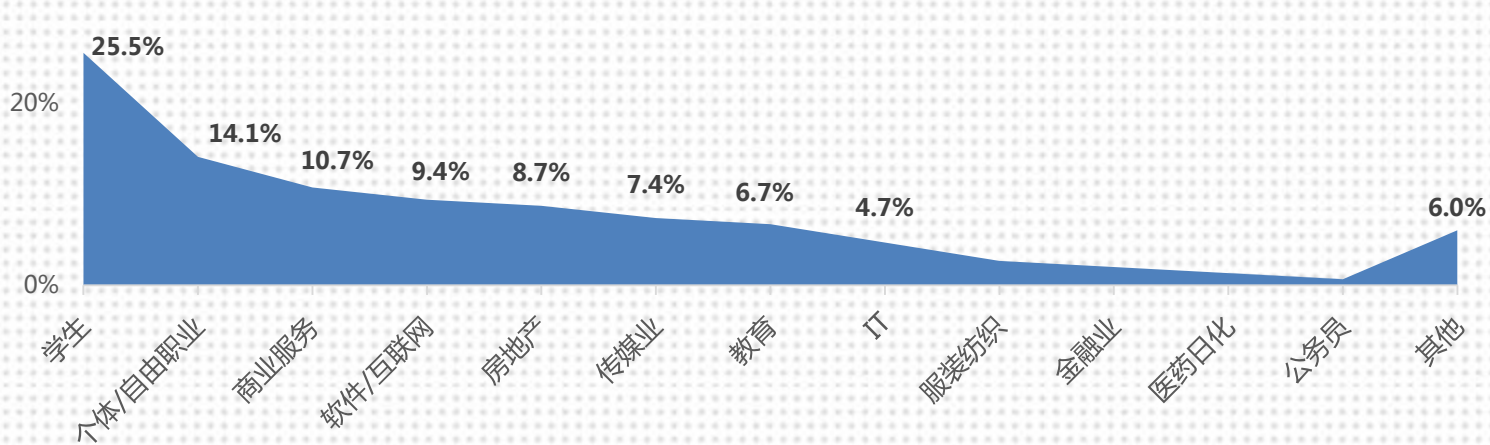
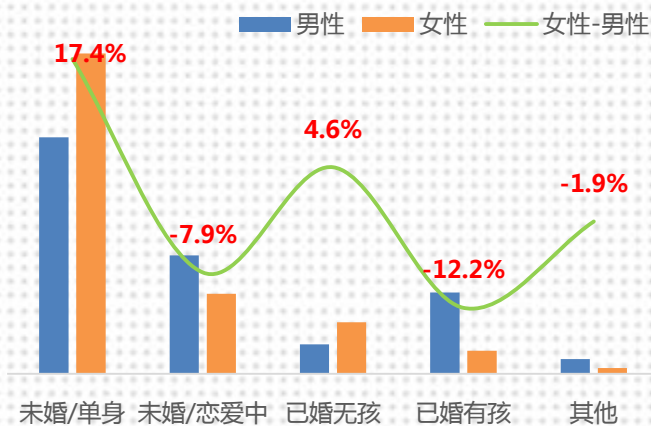
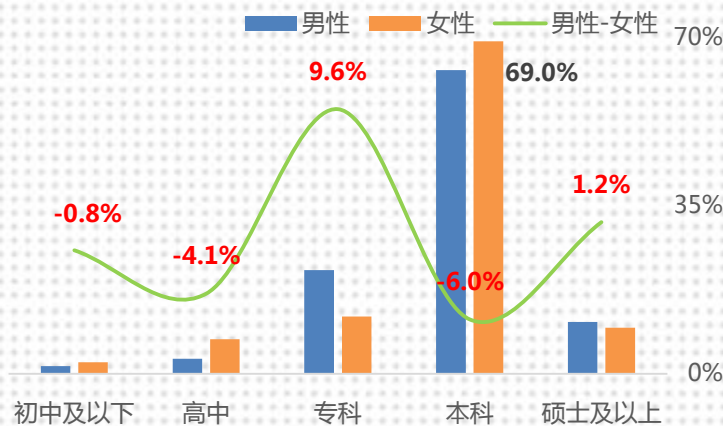
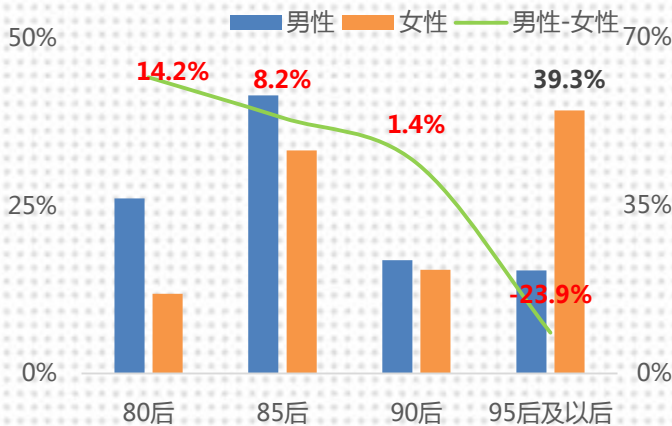
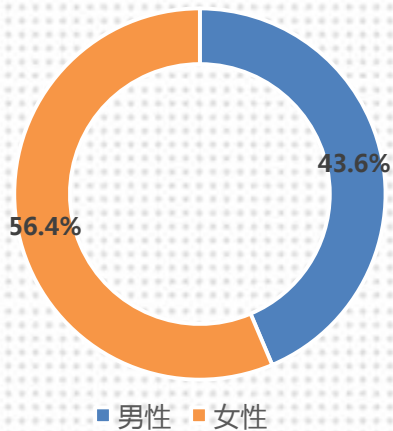




# 调研用户基本信息

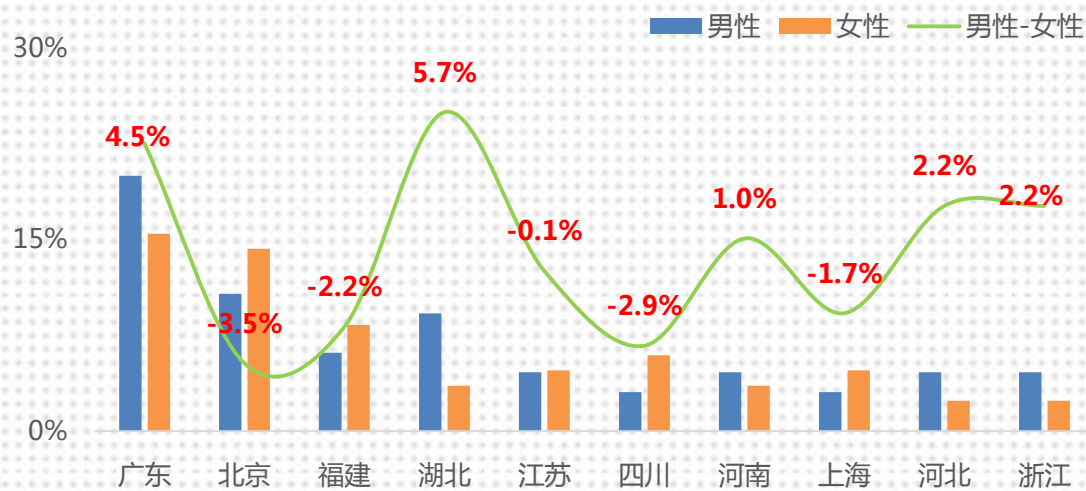
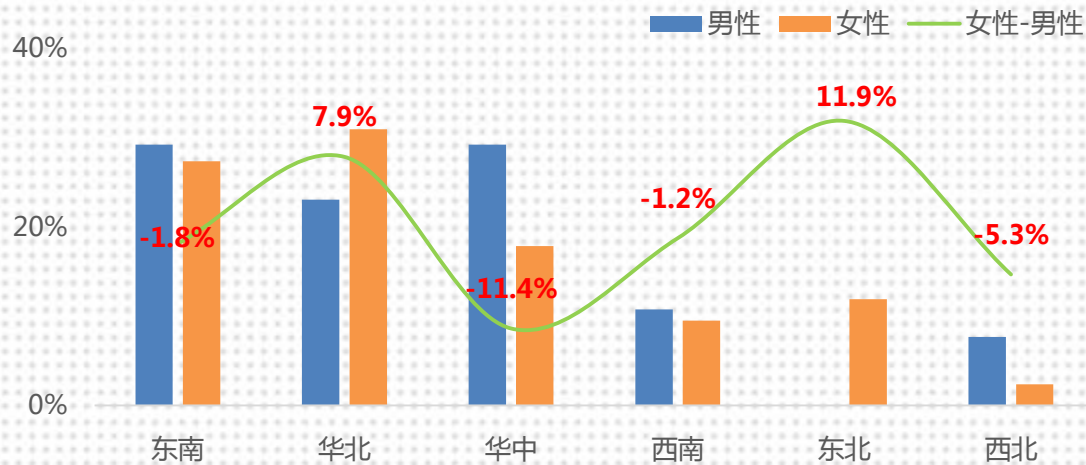
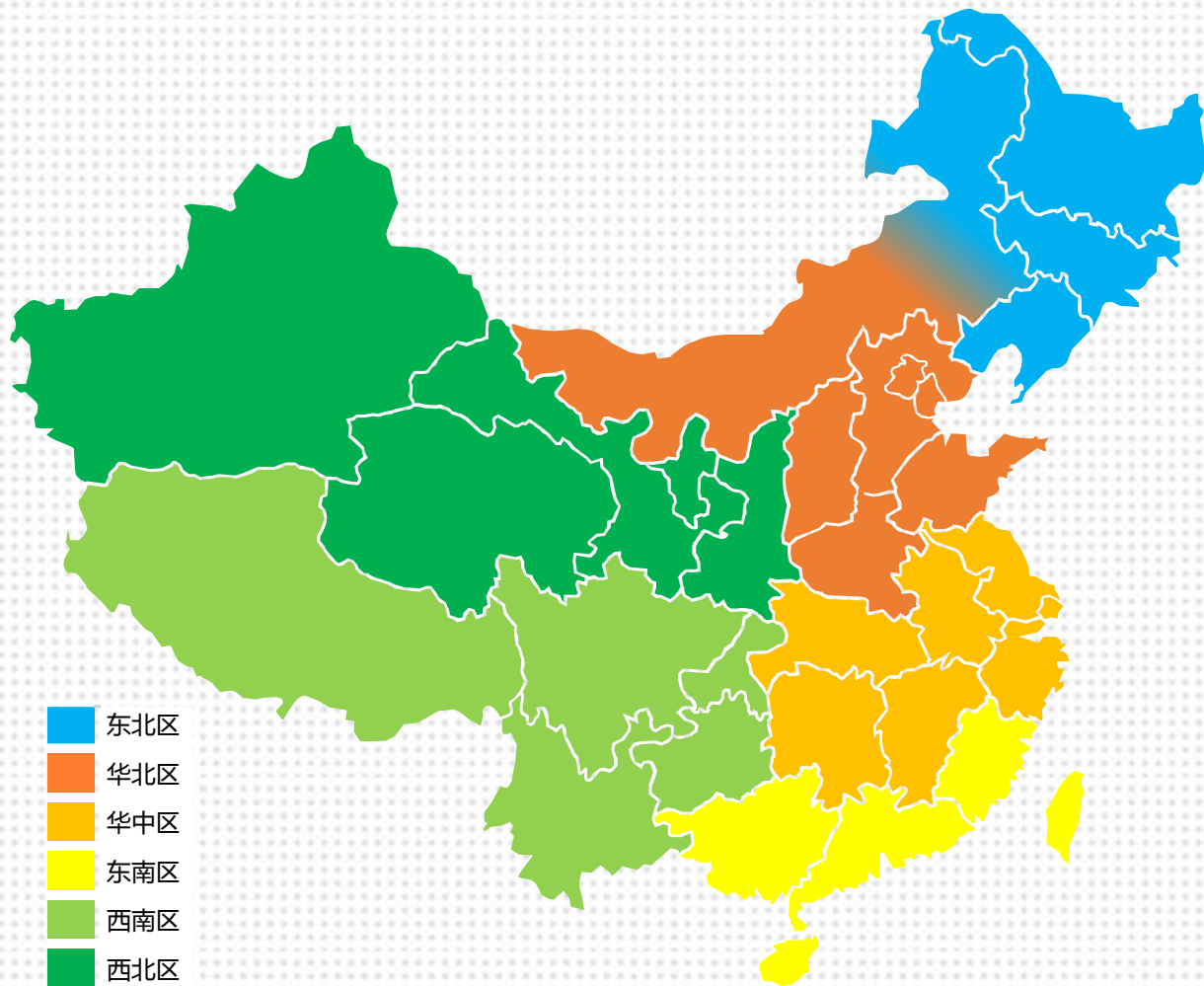


- 本次调研回收有效问卷1488份，调研用户中男性占比略高，占比56.4%。
- 从年龄分布来看，调研用户全部处于80后及以后（<37岁），主要为中青年，85后占比最大，达到36.9%，其次是95后及以后，占比28.9%。各年龄段男女分布差异较大，85后及以前男性占比较高，95后及以后女性占比较高。
- 从受教育程度来看，参与调研的用户教育水平较高，近八成的用户具有本科及以上学历，本科占比为66.4%，专科及以下占比23.5%。本科及以上学历用户女性占比较高。
- 受年龄所限，近六成调研用户的情感状况为单身，占比59.1%；女性单身的占比较高，男性恋爱、已婚有孩的占比高于女性。
- 从职业和月均收入来看，学生占比最高，其次为自由职业者、商业服务和软件/互联网等行业；收入情况，6千元以下女性占比较高。



# 调研用户地域分布

- 参与调研的用户来自全国27个省市自治区，整体来看，**东南、华北、华中三大地区的用户占比较高**，分别为28.2%、27.5%、22.8%。各地区男女性差异较大，华北地区女性用户占比较高，华中、西北地区男性用户占比较高，东北地区只有女性用户参与了调研。
- 参与调研最多的省市是广东省，占比为17.4%，其次为北京市，占比为12.8%。前10的省市中，广东、湖北、河北、浙江等地的男性用户占比较高；北京、福建、四川、上海等地的女性用户占比较高。



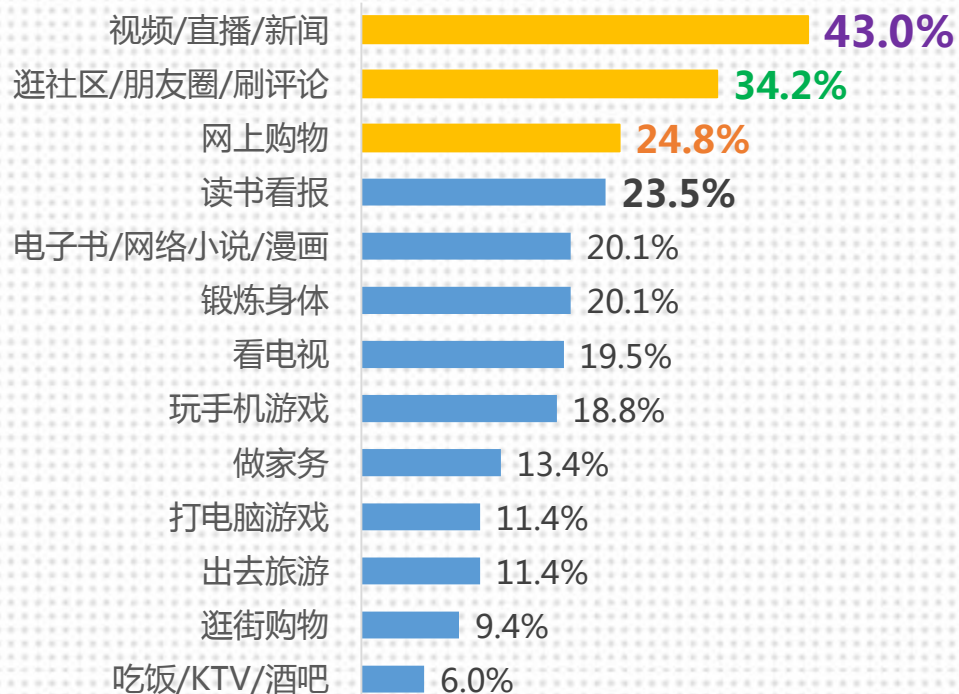
调研用户占比前10省市



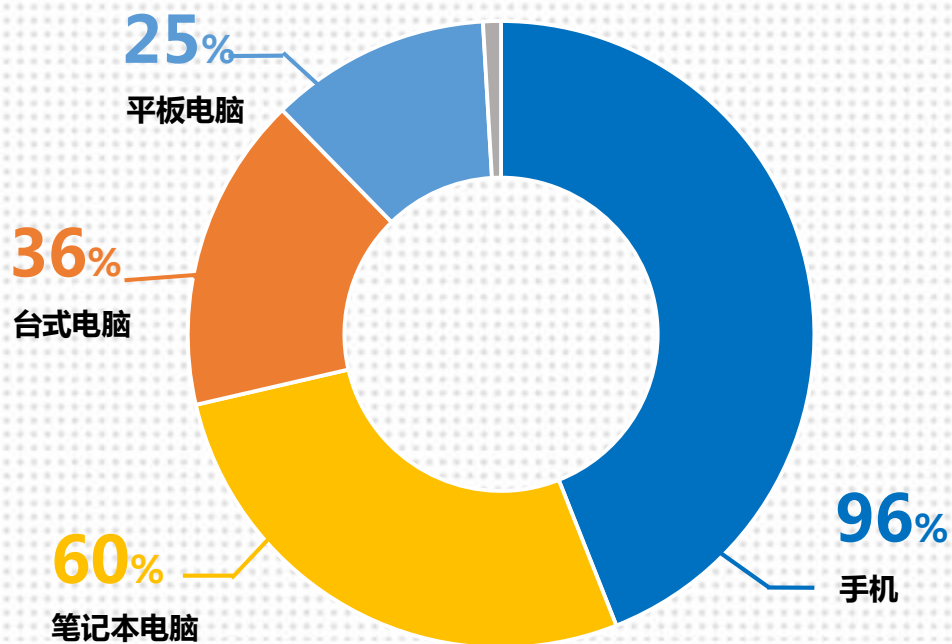
# 上网行为习惯



- 调研数据显示，设计美学用户打发闲暇时间的首选消遣为“上网看视频、直播、浏览新闻等”，占比43.0%；其次为“上网逛社区，刷朋友圈，刷评论”，占比34.2%，第三为“网上购物”，占比24.8%。前三项选择皆与网络“不分家”，可见，**无网难欢**。
- 调研用户上网设备使用习惯，手机使用占比96.0%，笔记本电脑使用占比59.7%，台式电脑使用占比35.6%。**调研用户已经很难离开WiFi。**



您平时是怎么打发空闲时间的？

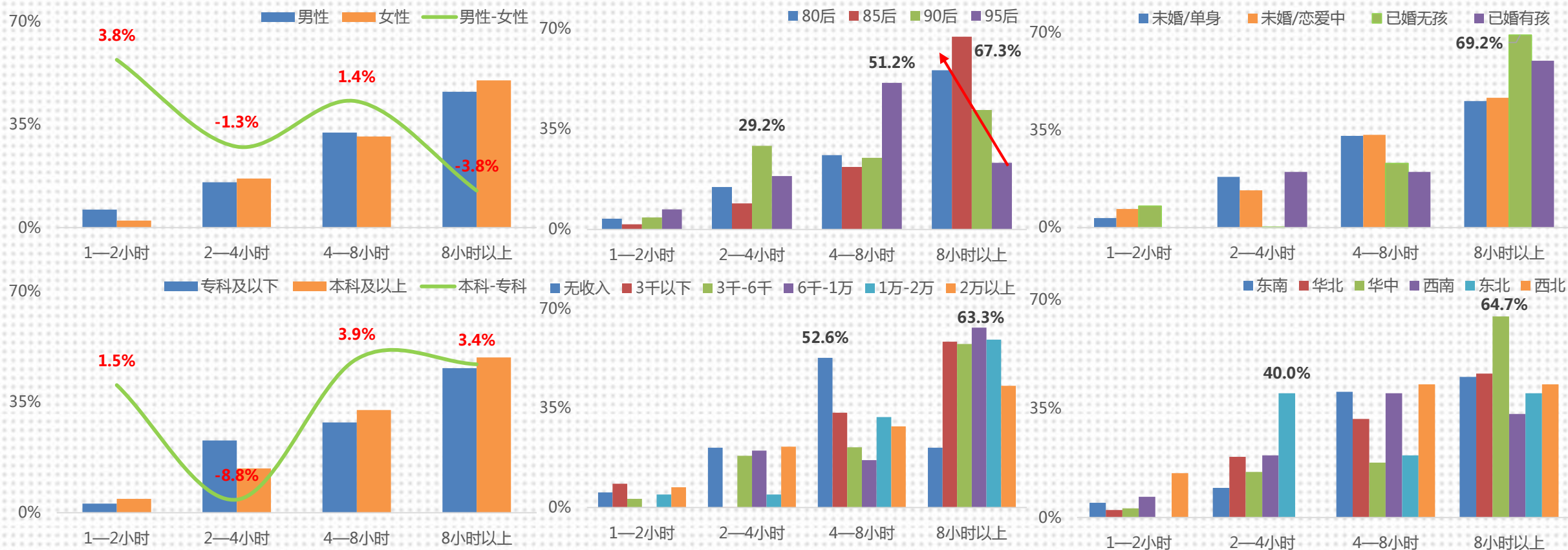


您经常使用的上网设备是？

# 上网时长分析



- 近半数调研用户每天上网时长在8小时以上，占比48.3%；其次是4-8h和2-4h，占比分别为31.5%和16.1%。
- 从性别差异来看，**女性每天上网时长较多**。女性上网时长8h以上的占比高于男性，1-2h的占比比男性低。
- 从年龄差别来看，**年龄越长每天上网时长8h以上的占比越高**。近七成85后上网时长超过8h；半数多95后上网时长在4-8h；90后上网时长2-4h占比相对较高。
- 从婚姻状况来看，**已婚用户每天上网时长较多**。已婚用户每天上网时长8h以上的占比远高于单身用户，单身用户每天上网时长4-8h的占比相对较高。
- 从受教育程度来看，**本科及以上学历用户每天上网时长较多**，其每天上网时长4小时以上的占比高于专科及以下用户。
- 从月均收入差异来看，收入3千-2万的用户每天上网时长8h以上的占比相对较高；超半数无收入用户每天上网时长在4-8h。
- 从地域差别来看，华中地区用户每天上网时长8h以上的占比远高于其他地区用户，占比64.7%；近四成东北地区用户每天上网时长2-4h；东南、西南、西北地区用户每天上网时长4-8h的占比相对较高。

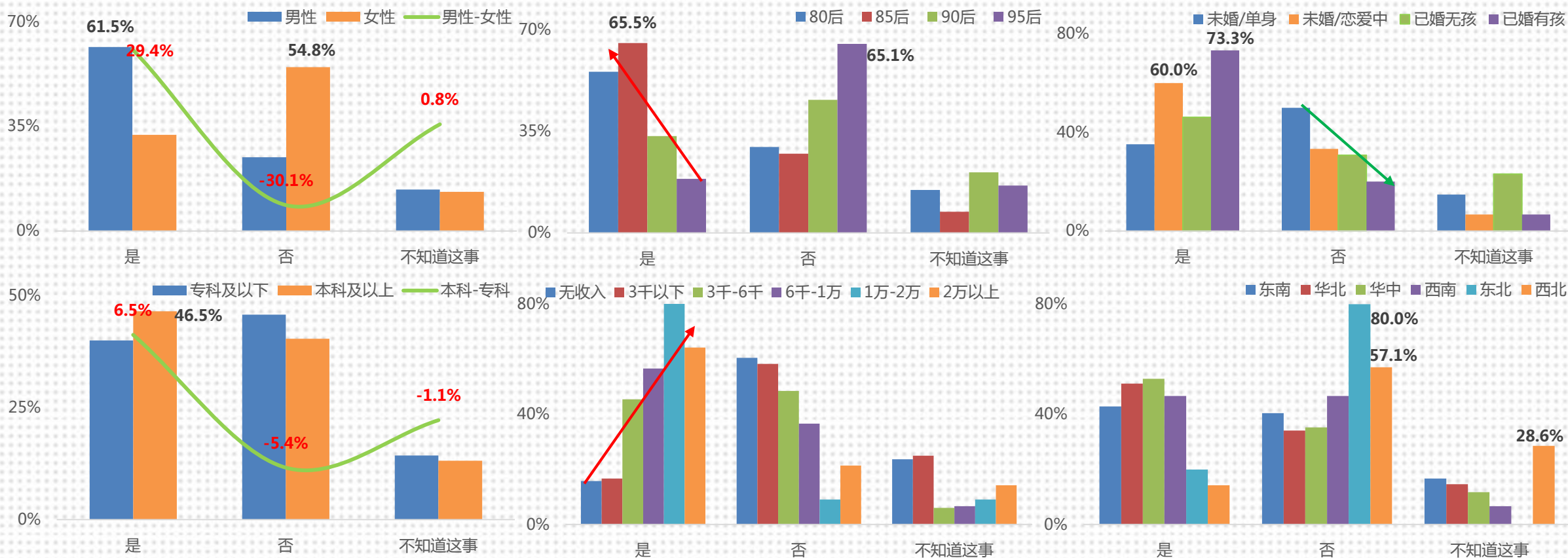


您平均每天的上网时长？



# 是否认证分析

- 近半数的调研用户是微博认证的设计美学博主，占比45.0%；未认证的用户占比41.6%，还有13.4%的调研用户不知道认证这回事。
- 从性别差异来看，**男性认证的占比远高于女性**，不知所云的占比男女相当。
- 从年龄差别来看，**年龄越长认证的占比越高**。
- 从婚姻状况来看，**恋爱中和已婚有孩用户认证的占比较高**；单身用户未认证的占比较高，已婚无孩用户不知道认证的占比相对较高。
- 从受教育程度来看，本科及以上用户认证的占比高于专科及以下用户，不知所云的占比男女相当。
- 从月均收入差异来看，**收入越高认证的占比越高**，收入3千以下的用户不知道认证这回事的占比相对较高。
- 从地域差别来看，八成东北地区用户未认证；西北地区用户未认证和不知道认证这回事的占比较高。

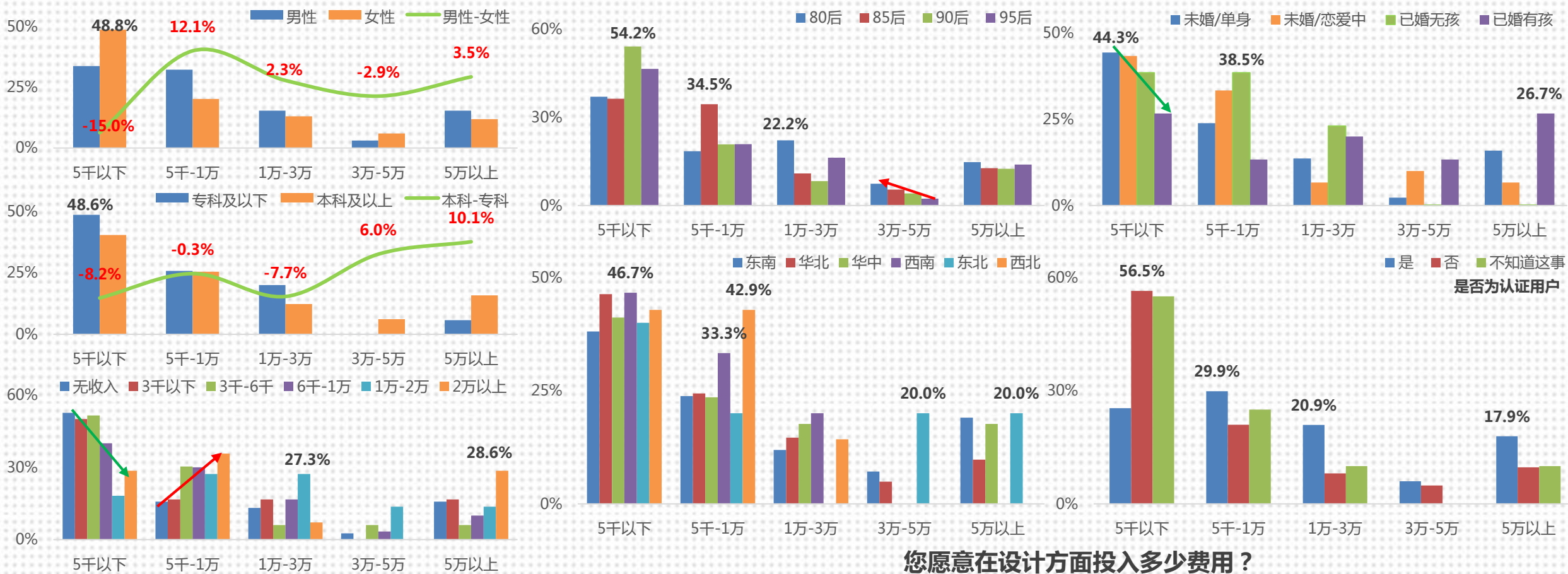


您是否认证（知名）设计美学博主？

## 投入费用分析



- 调研用户愿意在设计方面投入5千元以下的占比最高，占比42.3%；其次是5千-1万，占比25.5%。
- 从性别差异来看，**男性愿意在设计方面投入的费用相对较高**。女性5千元以下的占比远高于男性，5千-3万、5万以上的占比低于男性。
- 从年龄差别来看，90后及以后愿意投入5千以下的占比相对较高；85后愿意投入5千-1万的占比相对较高；80后愿意投入1万-3万的占比相对较高。
- 从婚姻状况来看，未婚用户愿意投入5千以下的占比较高；已婚无孩用户愿意投入5-1万的占比相对较高；已婚有孩用户愿意投入5万以上的占比相对较高。
- 从受教育程度来看，专科及以下用户愿意投入5千以下、1万-3万的占比相对较高；本科及以上用户愿意投入5万以上的占比相对较高。
- 从月均收入差异来看，**收入越高愿意投入5千以下的占比越低，投入5千-1万的占比越高**。收入2万以上用户愿意投入5万以上的占比相对较高。
- 从地域差别来看，华北、西南地区用户愿意投入5千以下的占比相对较高，西北地区用户投入5千-1万的占比相对较高；东北地区用户投入3万以上的占比相对较高。
- 结合是否认证的情况来看，认证用户愿意投入5千-3万、5万以上的占比相对较高；未认证用户愿意投入5千以下的占比较高。

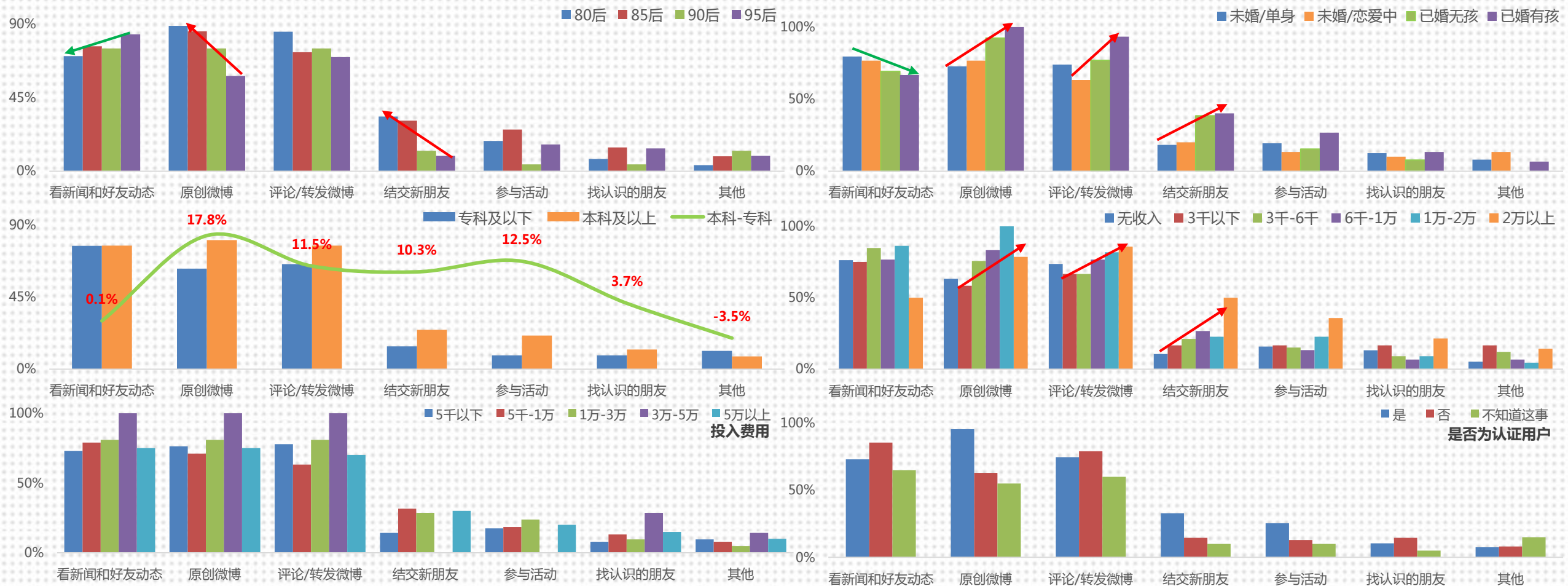




# 微博日常活动分析



- 在微博里调研用户常做的事情有“看新闻和好友动态”“发原创微博”“评论和转发微博”，占比分别77.2%、76.5%、74.5%。基本不受性别和地域的影响。
- 从年龄差别来看，**年龄越长看新闻和好友动态的占比越低，发原创微博和结交新朋友的占比越高。**
- 从婚姻状况来看，**依单身、恋爱、结婚、有孩的顺序用户发原创微博、评论和转发微博、结交新朋友的占比越高；看新闻和好友动态的占比越低。**
- 从受教育程度来看，本科及以上用户发原创微博、评论和转发微博、结交新朋友、参与活动等的占比高于专科及以下用户。
- 从月均收入差异来看，**收入越高发原创微博、评论和转发微博、结交新朋友的占比越高。**
- 结合用户愿意在设计方面投入的费用来看，愿意投入3万-5万的用户看新闻和好友动态、发原创微博、评论和转发微博的占比较高。
- 结合是否认证的情况来看，认证用户**发原创微博、结交新朋友、参与活动**的占比相对较高；未认证用户看新闻和好友动态、评论和转发微博的占比相对较高。



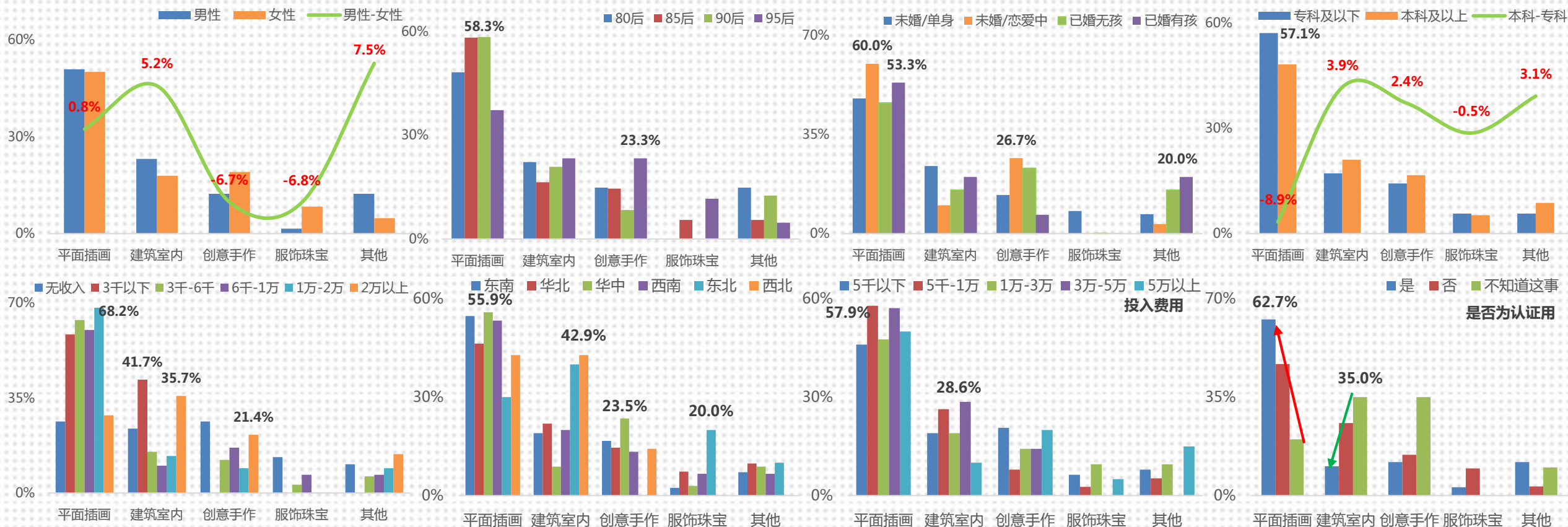




# 关注领域分析



- 关于设计美学，过半数调研用户关注**平面插画**，占比50.3%；其他关注较多的领域是**建筑室内与创意手作**，占比分别为20.1%与16.1%。
- 从性别差异来看，男性关注“建筑室内”和其他的占比高于女性；女性关注“创意手作、服饰珠宝”的占比高于男性。
- 从年龄差别来看，85后和90后关注“平面插画”的占比相对较高，95后关注“创意手作”的占比相对较高。
- 从婚姻状况来看，恋爱中的用户关注“平面插画、创意手作”的占比相对较高；已婚有孩用户关注“平面插画”和其他的占比相对较高。
- 从受教育程度来看，专科及以下用户关注“平面插画”的占比较高，关注“建筑室内、创意手作、服饰珠宝”的占比低于本科及以上用户。
- 从月均收入差异来看，收入3千-2万的用户关注“平面插画”的占比较高；2万以上用户关注“建筑室内、创意手作”的占比相对较高。
- 从地域差别来看，东南、华中、西南地区用户关注“平面插画”的占比较高；东北、西北地区用户关注“建筑室内”的占比较高。
- 结合愿意在设计方面投入的费用来看，投入5千-1万、3万-5万的用户关注“平面插画、建筑室内”的占比较高；投入5万以上用户关注“创意手作”的占比较高。
- 结合是否认证的情况来看，六成以上的认证用户关注“平面插画”领域；不知认证是怎么回事的用户关注“建筑室内、创意手作”的占比较高。

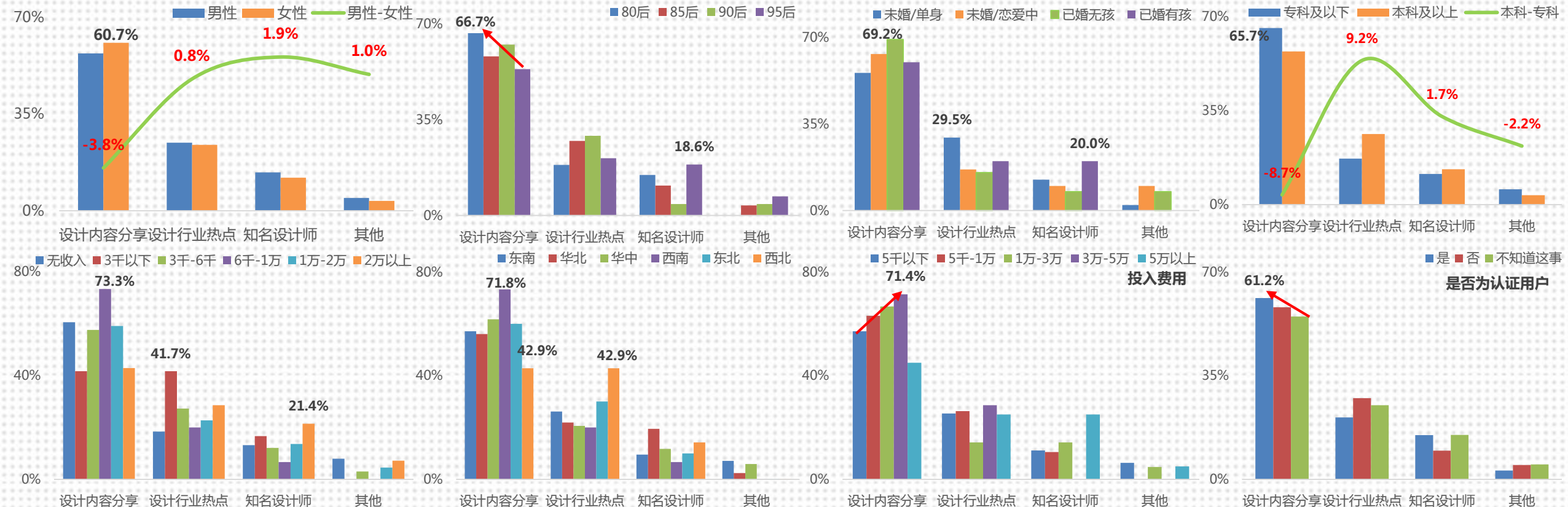


您最关注设计美学领域的什么内容？

# 关注信息分析



- 近六成调研用户关注**设计内容分享**的信息，占比59.1%；其次为**设计行业热点和知名设计师**，占比分别为24.2%与12.8%。
- 从性别差异来看，女性关注设计内容分享的占比高于男性；其他信息男女关注度相当。
- 从年龄差别来看，**年龄越长关注设计内容分享的占比相对越高**。85后和90后关注行业热点的占比相对较高，95后关注知名设计师的占比相对较高。
- 从婚姻状况来看，恋爱中和已婚无孩用户关注设计内容分享的占比相对较高；单身用户关注行业热点的占比相对较高，有孩用户关注知名设计师的占比相对较高。
- 从受教育程度来看，专科及以下用户关注设计内容分享的占比较高，关注设计行业热点和知名设计师的占比低于本科及以上用户。
- 从月均收入差异来看，七成多6千-1万用户关注设计内容分享；收入3千以下用户关注行业热点占比相对较高；收入2万以上用户关注知名设计师的占比相对较高。
- 从地域差别来看，七成多西南地区用户关注设计内容分享；西北地区用户关注设计行业热点的占比相对较高。
- 结合愿意在设计方面投入的费用来看，除投入5万以上用户之外，**投入费用越高关注设计内容分享的占比越高**；投入5万以上用户关注知名设计师的占比相对较高。
- 结合是否认证的情况来看，六成以上的认证用户关注设计内容分享的信息；未认证用户关注设计行业热点和知名设计师的占比相对较高。



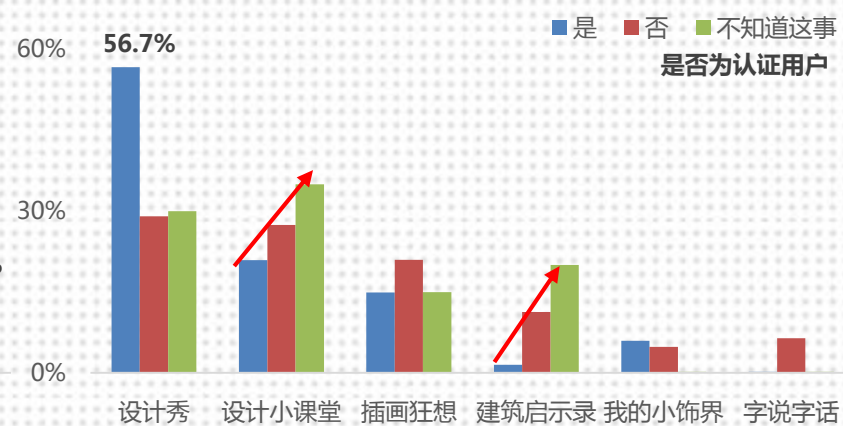
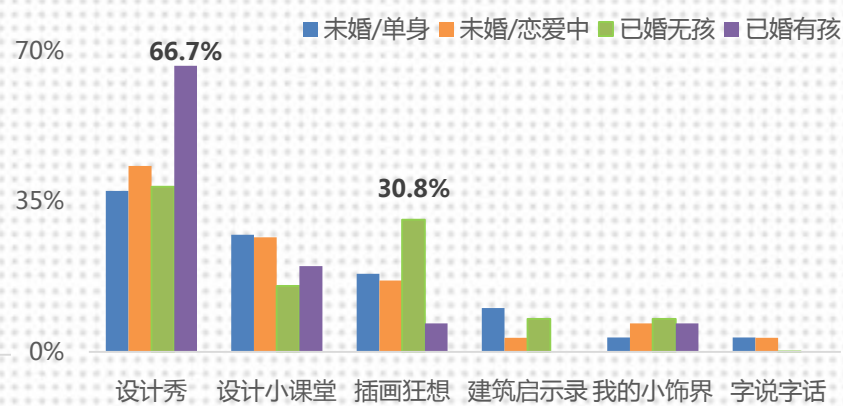
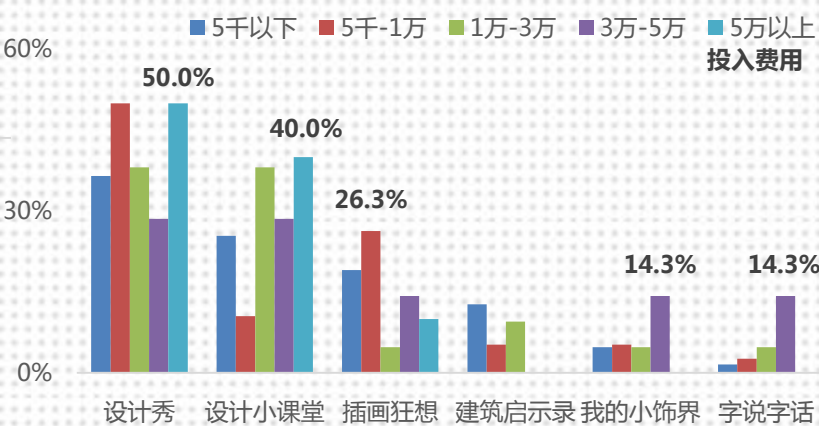
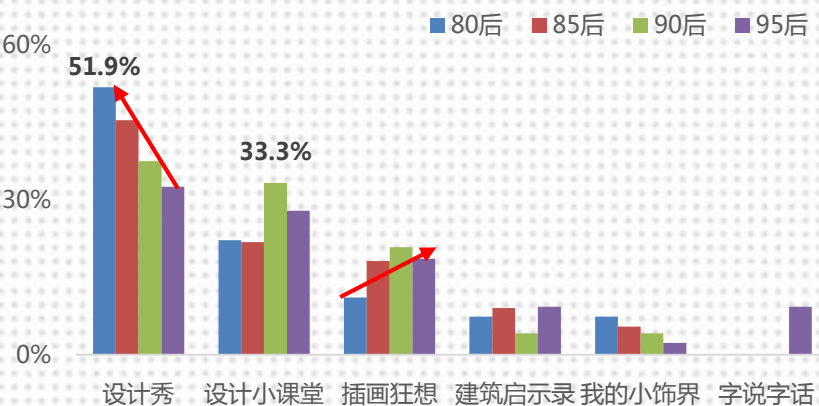
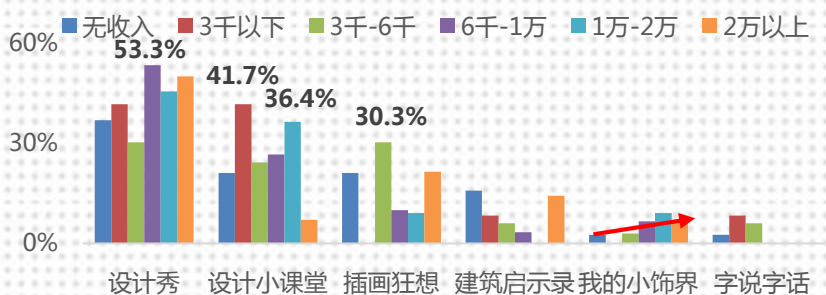
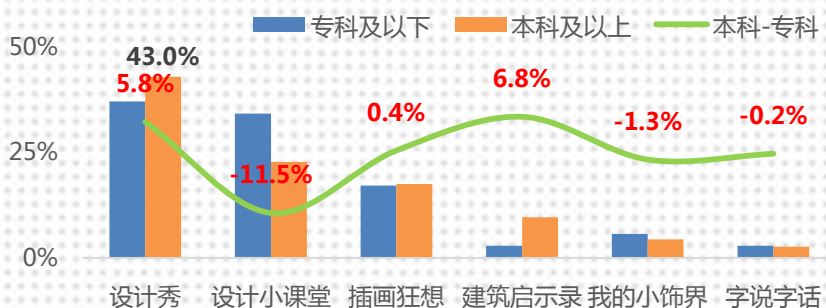
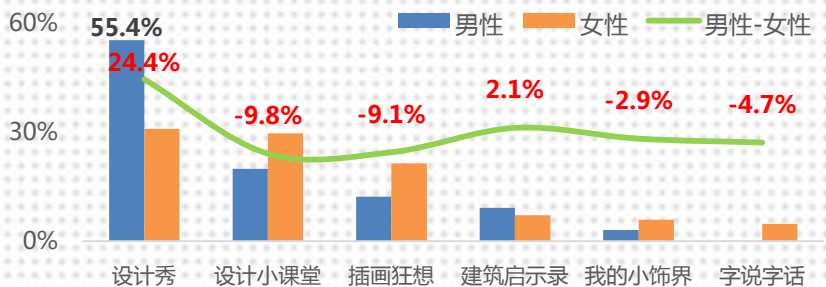
您希望从微博上获取哪些设计领域的信息？



# 举办活动兴趣分析



- 调研用户最感兴趣的活动中是“设计秀”，占比41.6%；其次是“设计小课堂”和“插画狂想”，占比分别25.5%和17.4%。
- 从性别差异来看，男性喜欢“设计秀”的占比高于女性；女性喜欢“设计小课堂”和“插画狂想”的占比高于男性。
- 从年龄差别来看，**年龄越长喜欢“设计秀”的占比越高，喜欢“插画狂想”的占比越低。**90后喜欢“设计小课堂”的占比相对较高。
- 从婚姻状况来看，近七成已婚有孩用户喜欢“设计秀”；已婚无孩用户喜欢“插画狂想”的占比相对较高；未婚用户喜欢“设计小课堂”的占比相对较高。
- 从受教育程度来看，本科及以上学历用户喜欢“设计秀”“建筑启示录”的占比相对较高，喜欢“设计小课堂”的占比相对较低。
- 从月均收入差异来看，收入6千-1万、2万以上用户喜欢“设计秀”的占相对较高；收入3千以下、1万-2万的用户喜欢“插画狂想”的占比相对较高。
- 结合用户愿意在设计方面投入的费用来看，愿意投入5万以上的用户喜欢“设计秀、设计小课堂”的占比相对较高；投入5千-1万的用户喜欢“设计秀、插画狂想”的占比相对较高；投入3万-5万的用户喜欢“我的小饰界、字说字话”的占比相对较高。
- 结合是否认证的情况来看，近六成认证用户喜欢“设计秀”活动；未认证用户喜欢“设计小课堂、建筑启示录”的占比相对较高。



您就目前@微博设计美学 举办的活动哪些最有兴趣？

# Chart II 调研“微榜单”





## 资讯排行榜



●调研数据显示，设计美学用户最感兴趣的资讯为“**微博大V账号的专业内容、个人观点、行业分析等**”，兴趣整体占比为55.3%；看来“专家”的话还是可信的。其次为“**娱乐、时尚、搞笑等信息**”，兴趣整体占比为49.3%；说明，生活少不了八卦和乐趣。第三为“**电影、电视剧、视频等**”，兴趣整体占比为45.3%；说明，娱乐是不可或缺的。

| 资讯我最大     | 兴趣排名 | 完全不感兴趣 | 不太感兴趣 | 一般    | 比较感兴趣 | 非常感兴趣 | 趋势线 |
|-----------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-----|
| 微博大V账号信息  | 1    | 4.0%   | 10.0% | 28.7% | 36.7% | 18.7% |     |
| 娱乐/时尚/搞笑  | 2    | 8.0%   | 12.7% | 27.3% | 36.0% | 13.3% |     |
| 电影/电视剧/视频 | 3    | 6.7%   | 8.7%  | 36.7% | 34.7% | 10.7% |     |
| 国内外热点新闻   | 4    | 2.7%   | 6.7%  | 44.0% | 30.7% | 13.3% |     |
| 朋友动态      | 5    | 2.7%   | 7.3%  | 48.7% | 28.7% | 11.3% |     |
| 本地文化活动信息  | 6    | 16.7%  | 18.7% | 28.7% | 22.0% | 12.0% |     |
| 本地新闻      | 7    | 4.7%   | 14.0% | 44.7% | 21.3% | 11.3% |     |
| 明星/名人动态   | 8    | 11.3%  | 19.3% | 36.0% | 16.7% | 13.3% |     |
| 小说/动漫     | 9    | 24.7%  | 17.3% | 24.7% | 17.3% | 10.7% |     |
| 游戏        | 10   | 24.0%  | 23.3% | 33.3% | 10.0% | 5.3%  |     |
| 本地生活服务信息  | 11   | 28.0%  | 23.3% | 29.3% | 9.3%  | 6.0%  |     |
| 直播        | 12   | 31.3%  | 26.0% | 29.3% | 4.7%  | 4.7%  |     |
| 网上特卖/广告推广 | 13   | 50.0%  | 24.7% | 14.0% | 4.0%  | 2.7%  |     |

说明：排名按照感兴趣占比（比较感兴趣+非常感兴趣）从高到低。

# 兴趣频道排行榜



毋庸置疑，“设计美学”频道是设计美学用户的最爱，兴趣整体占比为82.0%；其次为“旅游”频道，兴趣整体占比为60.0%；第三为“音乐”频道，兴趣整体占比为60.0%（非常感兴趣占比略低）。看来，创意来源于生活，而生活离不开旅游与音乐。

| 频道   | 兴趣排名 | 完全不感兴趣 | 不太感兴趣 | 一般    | 比较感兴趣 | 非常感兴趣 | 趋势线 |
|------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-----|
| 设计美学 | 1    | 3.3%   | 2.7%  | 10.7% | 28.0% | 54.0% |     |
| 旅游   | 2    | 6.0%   | 8.0%  | 22.0% | 41.3% | 18.7% |     |
| 音乐   | 3    | 2.0%   | 4.7%  | 29.3% | 42.0% | 18.0% |     |
| 搞笑   | 4    | 3.3%   | 6.7%  | 30.0% | 44.7% | 12.7% |     |
| 影视   | 5    | 4.0%   | 5.3%  | 30.0% | 42.7% | 14.7% |     |
| 美食   | 6    | 3.3%   | 5.3%  | 30.0% | 35.3% | 21.3% |     |
| 摄影   | 7    | 6.0%   | 5.3%  | 34.0% | 28.0% | 22.0% |     |
| 生活   | 8    | 7.3%   | 8.0%  | 36.7% | 37.3% | 6.0%  |     |
| 科技   | 9    | 12.7%  | 14.0% | 30.0% | 30.0% | 10.0% |     |
| 文学   | 10   | 6.0%   | 14.0% | 38.7% | 26.7% | 10.0% |     |
| 购物   | 11   | 6.0%   | 17.3% | 38.0% | 25.3% | 10.0% |     |
| 新闻   | 12   | 8.0%   | 10.7% | 40.7% | 30.7% | 4.7%  |     |
| 动漫   | 13   | 15.3%  | 18.0% | 32.7% | 17.3% | 12.0% |     |
| 美女   | 14   | 13.3%  | 26.0% | 30.0% | 20.0% | 6.0%  |     |
| 教育   | 15   | 16.7%  | 15.3% | 38.7% | 24.0% | 0.7%  |     |

说明：排名按照感兴趣占比（比较感兴趣+非常感兴趣）从高到低。



# 网络服务排行榜



●设计美学用户使用最多的网络服务是“即时通讯”，其次是“社交网络”，第三为“搜索引擎”；使用较少的服务有秒拍、看直播、网上金融理财等服务。由此说明，设计美学用户喜欢交流、聊天、学习等，不擅长理财、自拍、玩直播等。

| 网络服务   | 使用排名 | 从不使用  | 较少使用  | 一般    | 较多使用  | 使用频繁  | 趋势线 |
|--------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|
| 即时通讯   | 1    | 2.0%  | 4.0%  | 12.7% | 22.7% | 57.3% |     |
| 社交网站   | 2    | 4.0%  | 1.3%  | 12.7% | 36.0% | 42.7% |     |
| 搜索引擎   | 3    | 7.3%  | 6.7%  | 17.3% | 39.3% | 24.7% |     |
| 听音乐    | 4    | 4.0%  | 9.3%  | 24.7% | 34.0% | 24.0% |     |
| 外卖订餐   | 5    | 8.0%  | 13.3% | 24.7% | 23.3% | 28.0% |     |
| 地图导航   | 6    | 12.7% | 10.7% | 28.7% | 26.0% | 18.0% |     |
| 影视剧/视频 | 7    | 16.0% | 17.3% | 20.0% | 21.3% | 21.3% |     |
| 网上购物   | 8    | 6.7%  | 22.7% | 30.0% | 19.3% | 18.0% |     |
| 网上学习   | 9    | 7.3%  | 17.3% | 39.3% | 24.0% | 8.7%  |     |
| 发电子邮件  | 10   | 22.0% | 16.7% | 25.3% | 24.0% | 8.7%  |     |
| 共享单车   | 11   | 30.0% | 19.3% | 19.3% | 16.0% | 14.0% |     |
| 小说/动漫  | 12   | 26.7% | 16.7% | 24.0% | 16.7% | 12.0% |     |
| 看新闻资讯  | 13   | 14.0% | 24.7% | 36.0% | 19.3% | 2.7%  |     |
| 看美图    | 14   | 25.3% | 18.0% | 32.7% | 10.0% | 10.7% |     |
| 泡论坛贴吧  | 15   | 28.7% | 16.7% | 30.7% | 15.3% | 5.3%  |     |
| 玩手游    | 16   | 34.0% | 24.7% | 18.7% | 11.3% | 9.3%  |     |
| 招聘求职   | 17   | 35.3% | 22.0% | 21.3% | 12.0% | 5.3%  |     |
| 秒拍/快手  | 18   | 46.0% | 18.0% | 21.3% | 8.7%  | 2.7%  |     |
| 看直播    | 19   | 43.3% | 21.3% | 22.0% | 6.7%  | 2.7%  |     |
| 网上金融   | 20   | 52.7% | 24.0% | 12.0% | 4.7%  | 2.7%  |     |

说明：排名按照使用频繁度占比（较多使用+使用频繁）从高到低。

## 网络流行语排行榜



●设计美学用户认为2017年上半年最给力的网络流行语是“扎心了，老铁！”，其次是“请开始你的表演”；第三是“惊不惊喜？！意不意外？！”。这种排名看起来很有文艺范。

| 网络流行语              | 给力排名 | 没听说过 | 不知所云  | 一般吧   | 给力    | 非常给力  | 趋势线 |
|--------------------|------|------|-------|-------|-------|-------|-----|
| 扎心了，老铁！            | 1    | 1.3% | 2.7%  | 40.7% | 26.7% | 26.7% |     |
| 请开始你的表演            | 2    | 0.7% | 6.7%  | 38.7% | 28.0% | 24.0% |     |
| 惊不惊喜？！意不意外？！       | 3    | 2.0% | 4.7%  | 40.7% | 31.3% | 20.0% |     |
| 我能怎么办？我也很绝望啊       | 4    | 2.7% | 4.0%  | 40.7% | 24.7% | 26.0% |     |
| 厉害了我的哥！            | 5    | 2.0% | 5.3%  | 40.7% | 32.7% | 16.7% |     |
| 你的良心不会痛吗？！         | 6    | 1.3% | 6.7%  | 40.0% | 26.0% | 22.7% |     |
| 我可能上了一个假大学！        | 7    | 2.0% | 5.3%  | 41.3% | 30.0% | 18.0% |     |
| 我有一句mmp我一定要讲       | 8    | 5.3% | 8.0%  | 36.0% | 25.3% | 22.0% |     |
| 万一实现了呢？            | 9    | 0.7% | 3.3%  | 49.3% | 30.7% | 14.7% |     |
| 墙都不扶，就服你           | 10   | 2.0% | 7.3%  | 43.3% | 21.3% | 23.3% |     |
| 还有这种操作？！           | 11   | 1.3% | 4.7%  | 46.7% | 29.3% | 14.7% |     |
| 老哥，稳               | 12   | 3.3% | 8.0%  | 42.7% | 24.0% | 19.3% |     |
| 当然是选择原谅她啊          | 13   | 7.3% | 8.0%  | 38.7% | 21.3% | 22.0% |     |
| 皮皮虾，我们走。           | 14   | 3.3% | 12.0% | 40.7% | 27.3% | 14.7% |     |
| 你尽管复习，考到了算我输！      | 15   | 8.0% | 6.0%  | 45.3% | 29.3% | 9.3%  |     |
| 你有freestyle吗？      | 16   | 5.3% | 11.3% | 43.3% | 18.0% | 19.3% |     |
| 嘤嘤嘤，信不信人家拿小拳拳砸你胸口！ | 17   | 6.0% | 10.7% | 45.3% | 22.7% | 13.3% |     |
| 全都是套路。             | 18   | 1.3% | 3.3%  | 58.7% | 24.0% | 10.7% |     |

说明：排名按照给力占比（给力+非常给力）从高到低。



# 网络服务消费排行榜



●设计美学用户最热心的网络消费行为是“**视频会员**”（看来影视剧的魅力最大）；其次是“**高品质音乐**”；第三是“**会员特权**”。消费行为也暴露设计美学调研用户对“直播”行业不太感冒。

| 网络消费类型         | “剁手”榜 | 不感兴趣  | 一毛不拔  | 偶尔出血  | 家常便饭  | 砸锅卖铁 | 趋势线 |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-----|
| 视频会员           | 1     | 20.7% | 14.0% | 37.3% | 20.0% | 6.0% |     |
| 高品质音乐          | 2     | 16.0% | 19.3% | 42.7% | 15.3% | 4.7% |     |
| 会员特权           | 3     | 32.0% | 10.7% | 35.3% | 13.3% | 6.7% |     |
| 网络小说/漫画/IP产权作品 | 4     | 35.3% | 18.0% | 28.7% | 12.0% | 3.3% |     |
| 游戏充值           | 5     | 46.7% | 13.3% | 28.0% | 10.0% | 0.7% |     |
| 直播消费           | 6     | 67.3% | 14.7% | 13.3% | 2.7%  | 0.0% |     |

# Thank you

