

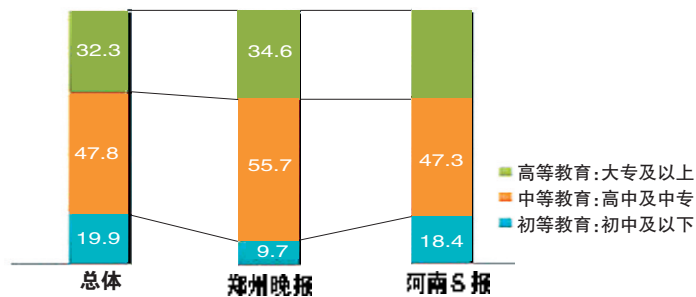


郑州第一报道——我们一直在你身边

2011年12月12日 星期一 主编 李枚 美编 李丹 校对 薛梅 版式 张妍

高教育水平的高素质人群

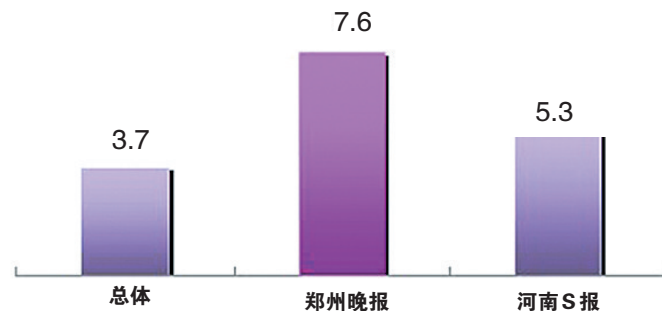
各报读者教育程度比例 [单位:%]



●《郑州晚报》“中等教育+高等教育”的读者比例最大,为90.3%。其中“高等教育”的读者比例为34.6%,高于同城竞报。读者教育程度越高,说明报纸内容的品质越高,而高教育程度读者拥有体面工作和高消费能力的可能性也更大。

对摄像机的消费潜力大

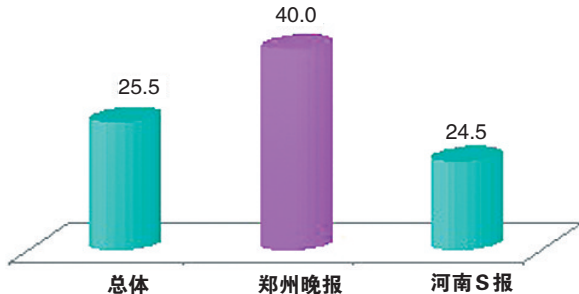
各报家庭摄像机的预购率 [单位:%]



●《郑州晚报》读者未来一年预购摄像机的读者比例达到了7.6%,高于竞报。

珠宝首饰的拥有率高

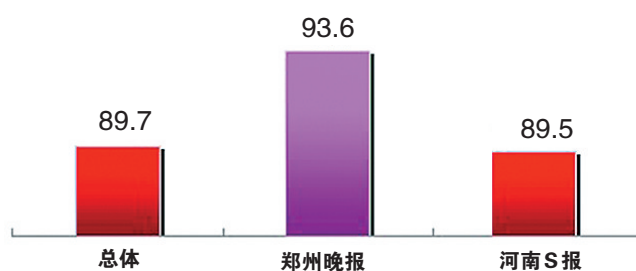
珠宝首饰的拥有率 [单位:%]



●40.0%的《郑州晚报》读者拥有珠宝首饰,远远高于其他郑州居民总体和竞报,可见其读者对于奢侈品具有较强的消费意愿和消费实力。

对空调的现实消费力强

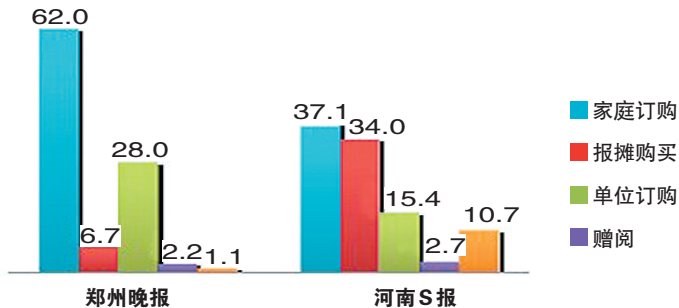
各报家庭拥有空调器的读者比例 [单位:%]



●《郑州晚报》读者家庭拥有空调的比例达到了93.6%,其数据优势明显,报纸是空调产品的理想宣传平台。

订购行为突出,凸显读者的稳定性

各报读者阅读来源 [单位:%]

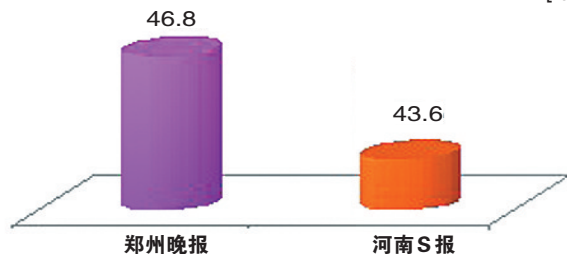


●大部分《郑州晚报》读者都是通过“家庭订购”而获得报纸,该比例高于竞报;同时单位订购《郑州晚报》的比例也很高,高于竞报。

●《郑州晚报》的订购读者比例高于竞报,凸显出其读者的稳定性。

服装消费能力强劲

过去一年购买过快速时尚/运动/户外服饰的读者比例 [单位:%]

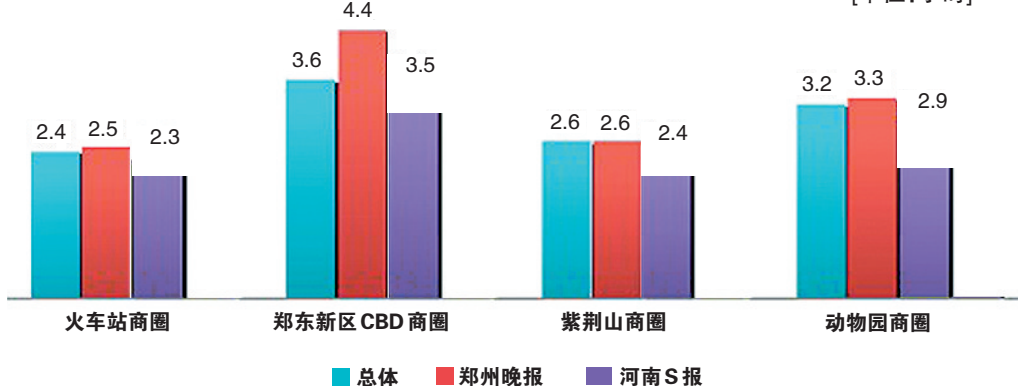


●《郑州晚报》读者过去一年购买过“快速时尚/运动/户外服饰”的比例为46.8%,该比例高于竞报;可见《郑州晚报》读者对于快速时尚/运动/户外服饰方面的产品具有旺盛的消费需求。

本版数据提供:新生代市场监测机构
报告时间:2011年11月

购物商圈逗留时间长

各报读者逗留以下商圈时间比较 [单位:小时]



●《郑州晚报》读者在“火车站商圈”、“郑东新区CBD商圈”、“紫荆山商圈”和“动物园商圈”等商圈的逗留时间较长,长于竞报,说明其读者对以上四个商圈兴趣较大,购物较细致,是这四个商圈的优势群体。

