



# CTR 数据系统介绍

---

CTR 媒介与消费行为研究  
2016年5月

CTR是国内最大市场研究公司，  
拥有19年中国市场洞察经验



中国国际电视总公司



全球最大的市场研究、洞察和咨询服务集团  
WPP集团成员公司之一



中国最大的市场资讯  
及研究分析服务提供商

央视市场研究



CTR子公司 收视率垄断品牌

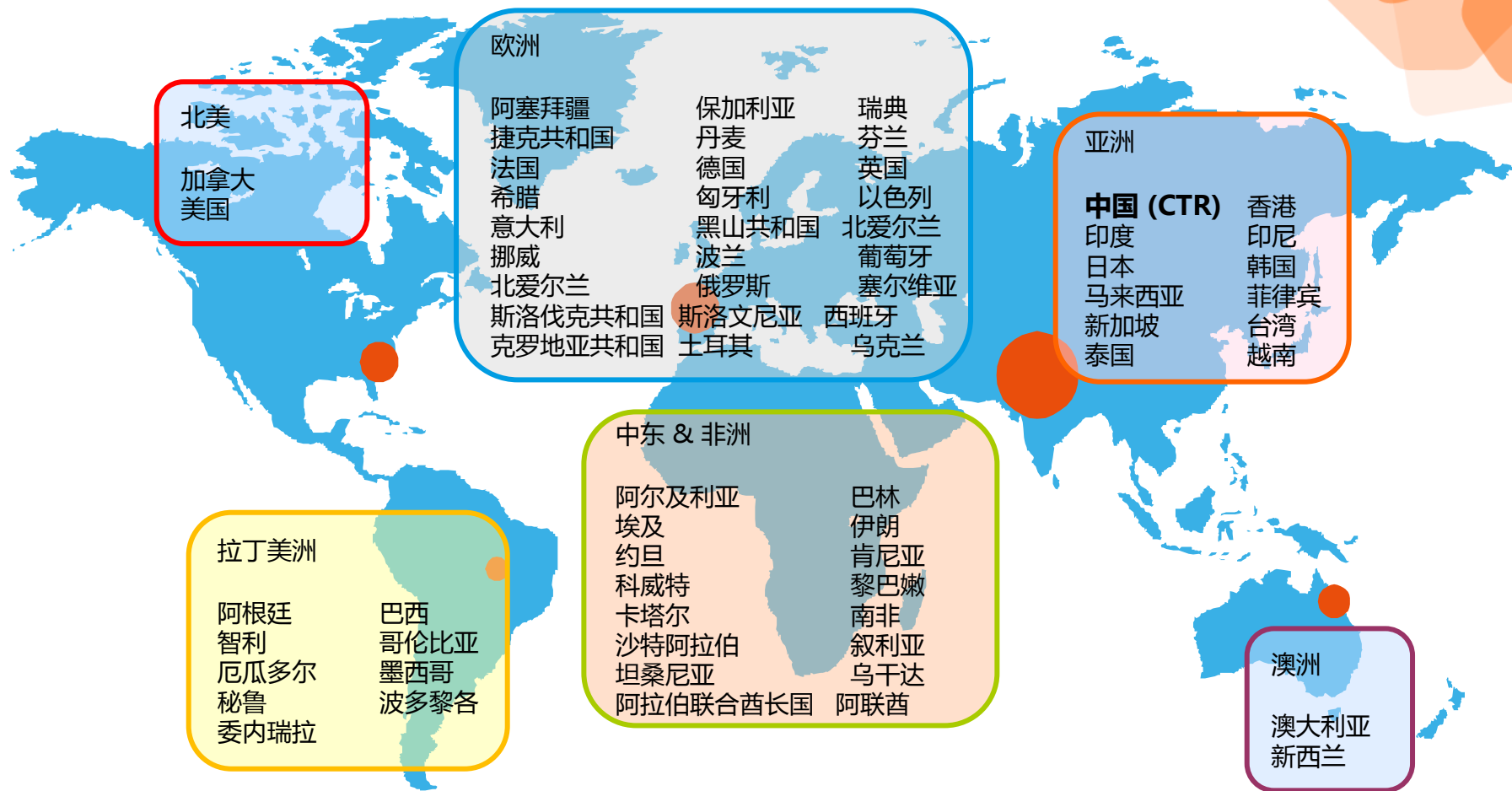
CNRS-TGI 是国内规模最大的城市居民连续性研究

CNRS-TGI<sup>TM</sup> > China National Resident Survey  
中国城市居民调查

- CNRS-TGI<sup>TM</sup> 为客户提供有关 **中国一至四线15-69岁城镇居民** 产品和品牌消费习惯、媒体接触习惯以及生活形态的同源连续性研究数据支持
- CNRS-TGI<sup>TM</sup> 于1999年根据国际规范创建，已**连续跟踪中国消费者行为、生活变迁15年之久**，代表中国60城市约**1.8亿人口的真实生活**。

# TGI 数据覆盖全球近70个国家/地区

## 每年在全球对70万消费者进行访问(中国约10万)



中国为TGI全球研究中调查样本量覆盖最大的市场

# 中国TGI数据覆盖全国七大区域60个一线至四线城市

以实际人口年龄为配额依据，真实反映消费者行为(推及1.8亿城市人口)



■ 一线城市(4个/北上广5,000/深圳2,500)  
■ 二线城市(20个/每城市样本量2,500)  
■ 三线城市(12个/每城市样本量1,600)  
■ 四线城市(24个/每城市样本量400/600)

# CNRS-TGI 数据系统可以为客户解决什么问题？

## 面对的问题

### TA定义

应该抓取的TA是谁？  
怎样从人群中区隔他们？



### 消费洞察

他们的需求是什么？  
他们在想什么？（动因）  
他们在做什么？（习惯）



### 媒体接触研究

如何接触到他们？  
用什么内容与他们沟通？



## 需要的数据

- 行业发展趋势
- 市场竞争格局
- 产品消费习惯
- 消费者品牌偏好
- 消费者特征描述
- 消费者生活形态
- 媒体接触点
- 媒体影响力
- .....

# CNRS-TGI 人口特征研究内容

(人口统计角度，分析消费者的消费结构和消费力)

## 消费结构

基本信息

工作情况

家庭构成

购买决策权



个人及家庭  
月均收入

个人支出

家庭支出

住房情况

## 消费力

# 覆盖 220+ 产品类别，6,000+ 品牌

(丰富的产品/品牌研究内容，聚焦市场/品牌竞争分析)

## 食品及饮料 – 64个产品类别



- 厨房食品(31个产品类别)
- 方便食品(3个产品类别)
- 休闲食品(9个产品类别)
- 乳品(8个产品类别)
- 婴幼儿食品(2个产品类别)
- 非酒精饮料(9个产品类别)
- 烟酒产品(10个产品类别)

## 生活日用品 – 72个产品类别



- 个人日常用品(18个产品类别)
- 男性日常用品(4个小类)
- 女性日常用品(28个产品类别)
- 婴幼儿产品(4个产品类别)
- 家庭日常消费品(18个产品类别)

## 耐用消费品 – 38个产品类别



- 大家电(5个产品类别)
- 厨卫电器(3个产品类别)
- IT数码产品(11个产品类别)
- 其它耐用消费品(19个产品类别)
- 汽车及相关产品(3个产品类别)

## 医药保健品 – 38个产品类别



- 药品(11个产品类别)
- 保健品(10个产品类别)
- 儿童药品(3个产品类别)

## 服装饰品 – 14个产品类别



- 时装(6个产品类别)
- 运动鞋(1个产品类别)
- 珠宝首饰/手表(7个产品类别)

## 服务及其他 – 13个产品类别



- 金融活动(11个产品类别)
- 住房装修(2个产品类别)

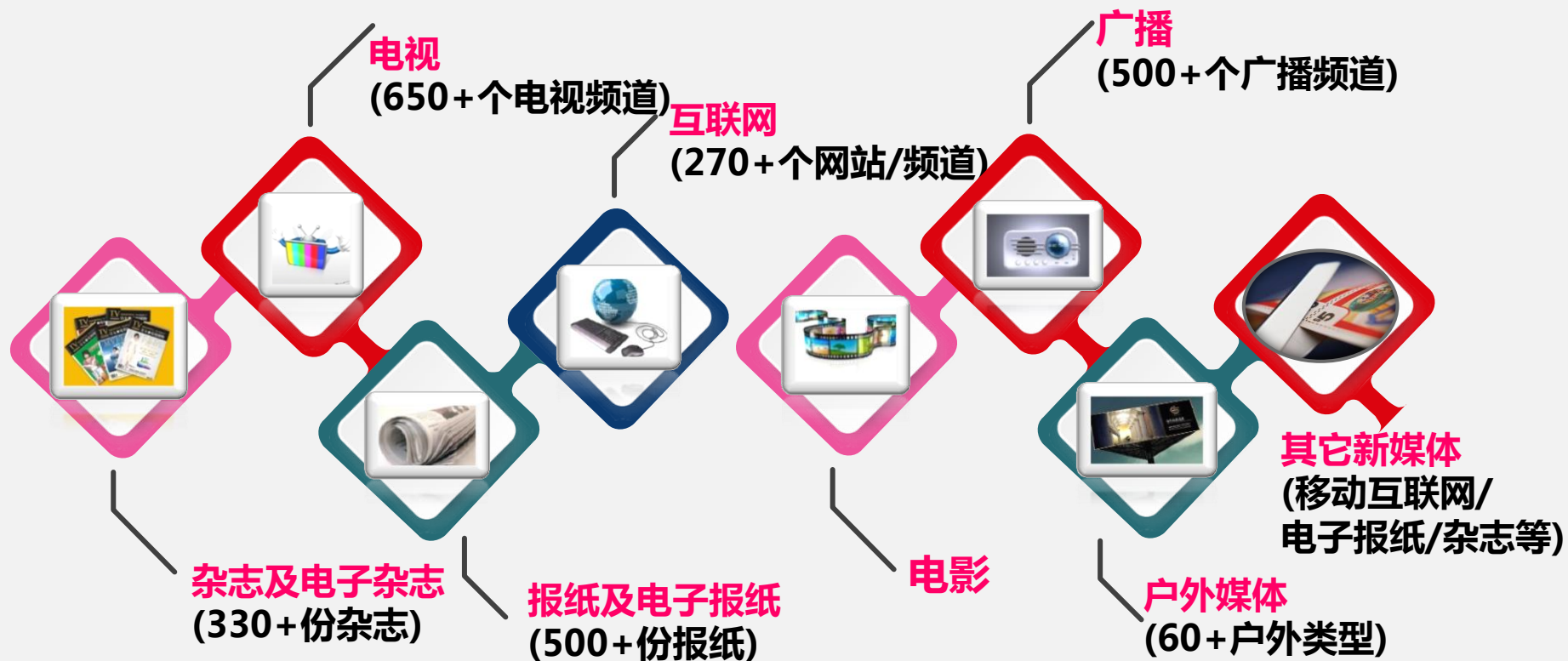
# CNRS-TGI 数据系统中的生活习惯

- CNRS-TGI 除通过日常产品与服务的消费习惯外，还从以下各方面深入洞察消费者在生活上的特征习惯。



# CNRS-TGI 媒体接触研究内容

(全面研究七大媒体及移动互联网，综合比较媒体价值及广告效果)



# CNRS-TGI 中的互联网研究

2015加入meter数据，更真实反映消费者互联网实际访问



# CNRS-TGI 中互联网所涉及指标

**CNRS-TGI**

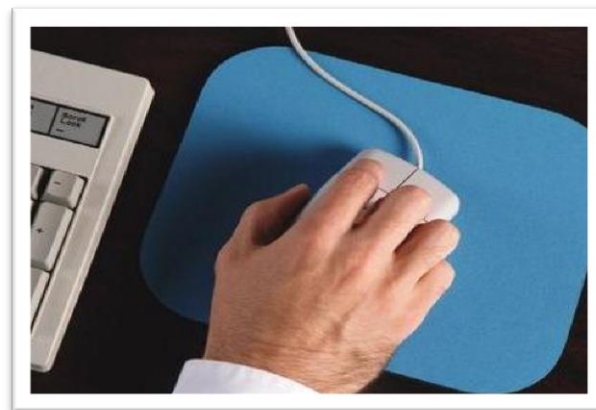
**200+网站**

**Meter监测**

**2,000+网站**  
**30,000+APP**



访问过/使用过/做什么事情/方式



访问过/使用过/做什么事情/方式  
访问使用频率/访问使用时间/PV数/

# 移动端监测超过三万个APP

Music	Video	Game	Travel	Photography	Radio	Entertainment
Tools	Navigation	Notes	Finance	Health	Medi-Care	Food
English Education	Children Education	Education	News	Social	IM	Consumption
Online Shopping	Book	Magazine	Efficiency	Business	ART	Local Life Service
Online Phone	Brand	Sports	Fitness	Weather	Newspaper	Smart Hardware

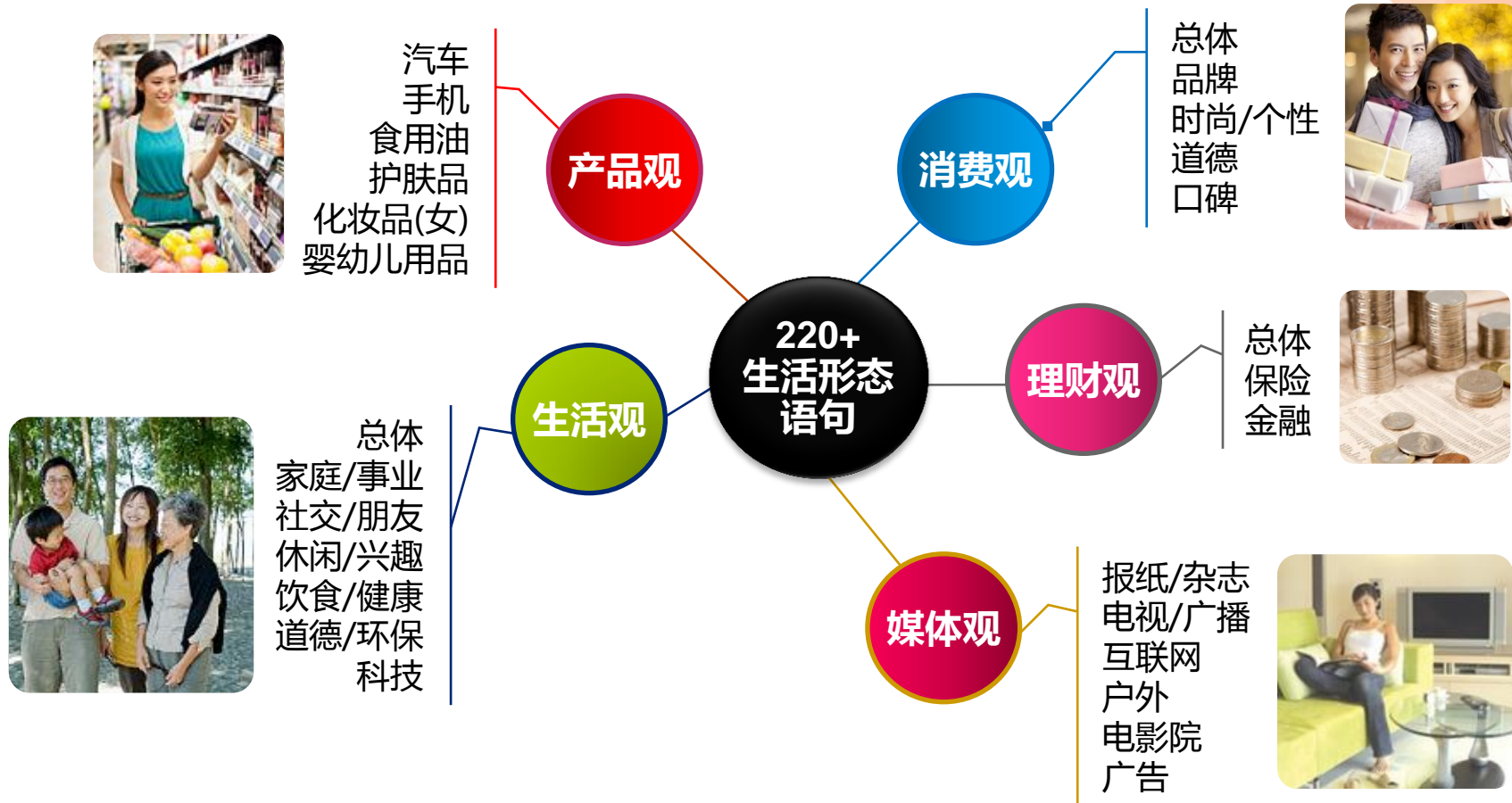
⋮

# 覆盖68类主流网站及二级页面

IT	TMT	Encyclopedia	Finance	Real Estates	Furniture	Education	Mom & Baby	Cars	Q&A
B2B	Price bid	Shopping share	Cross border EC	Group purchase	Online Shopping	Insurance	Lottery	E-payment	Securities
Fund	Money	Online Banking	Portal	Security	Download	E-drive	Mobile App store	Blog	SNS
Dates	Forum	Weibo	Map	Telecom	Email	Classified	Public benefit	health	Travel Service
Travel	Ticket	Job	Life Service	logistics	Video Guide	Online TV	Online Video	Search	Web Navigation
Comics	Fashion	Sports	Astrology	Music	Entertainment	Reading	Local Media	E-newspaper	News
Online radio	Mobile Games	Mobile game download	Online game	Web game	Game portal	Ad platform			

# CNRS-TGI 中的生活形态

- CNRS-TGI 除了客观实际的买什么/用什么外，还通过以下220+语句，解析消费者的生活观点，了解行为背后的动因。

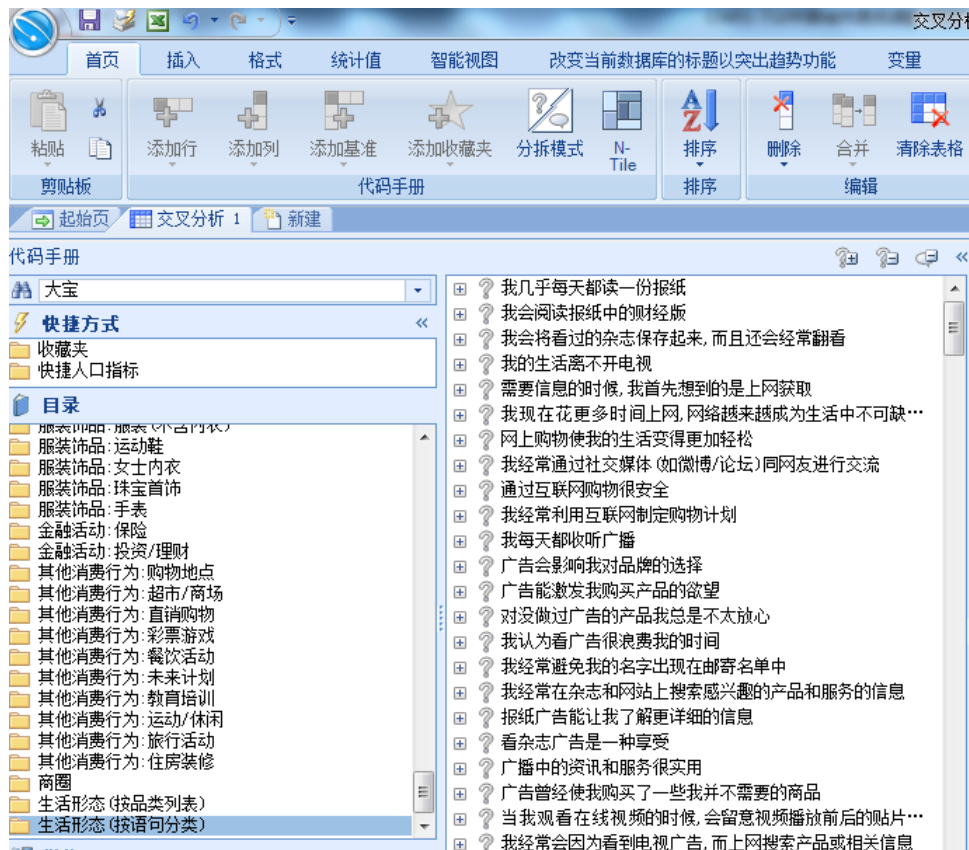


# CNRS-TGI数据系统提供分析软件，实现便捷化深度挖掘

telmar



Clear Decisions



交叉分析

对应分析

聚类分析

象限图分析

# 交叉分析：帮助企业多维度交叉分析，了解消费者背景等全方位信息

- 蒙牛忠实消费者比例最高

## 鲜奶消费者品牌选择情况

饮用过该品牌鲜奶的消费者

		蒙牛	伊利	三元	光明
最经常饮用该品牌鲜奶的消费者	<b>蒙牛</b>	col% row% 57.3 100.0	46.6 62.0	38.4 61.4	35.2 8.8
	<b>伊利</b>	10.9 64.2	22.4 100.0	7.3 39.4	17.2 14.5
	<b>三元</b>	29.2 60.4	28.8 45.4	52.9 100.0	20.6 6.1
	<b>光明</b>	1.6 45.9	1.6 33.8	0.7 19.2	25.0 100.0

饮用过蒙牛鲜奶的消费者中，57.3%最经常选择的品牌也是蒙牛

忠诚消费者

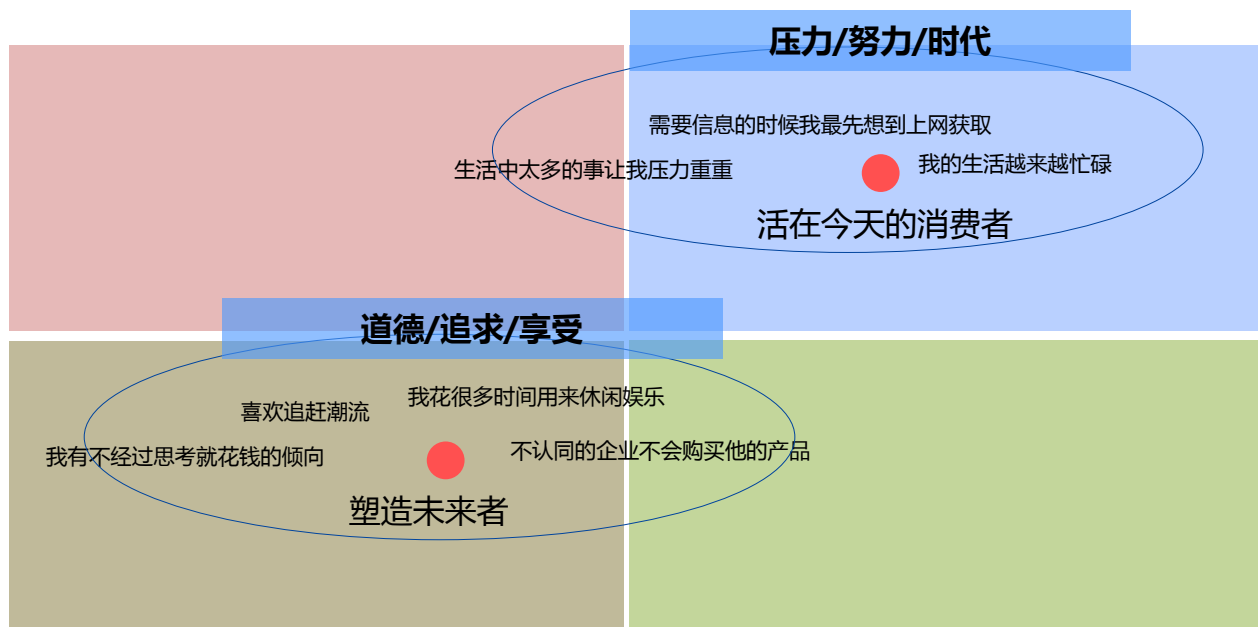
8.8%最经常喝蒙牛的消费者喝过光明

游离消费者

# Correspondence 对应分析：挖掘消费者的生活形态

- 消费者按照不同的生活观可划分为“活在今天的消费者”，“塑造未来者”等不同人群

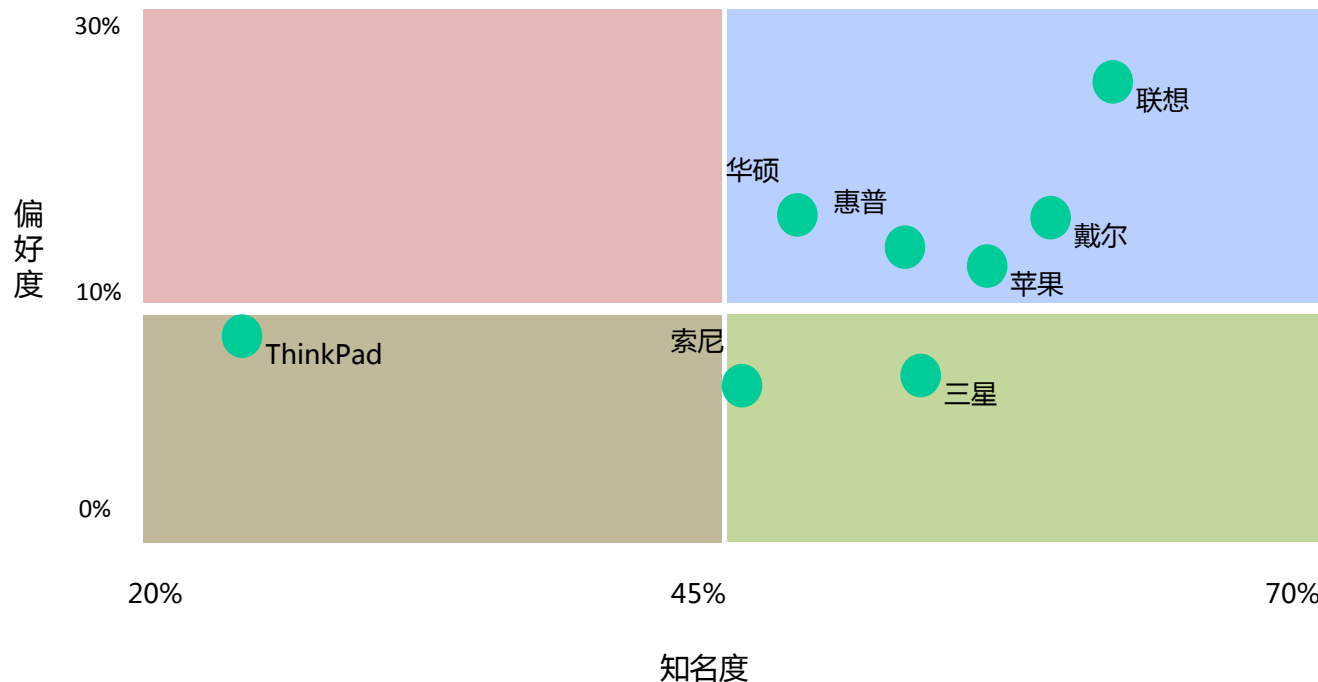
## 消费者观念划分



# P Maps/View Points/Quad Map 象限图分析： 了解品牌/品类市场的表现

- 联想、戴尔、苹果表现较优，三星知名度的优势没有充分的转化为品牌购买

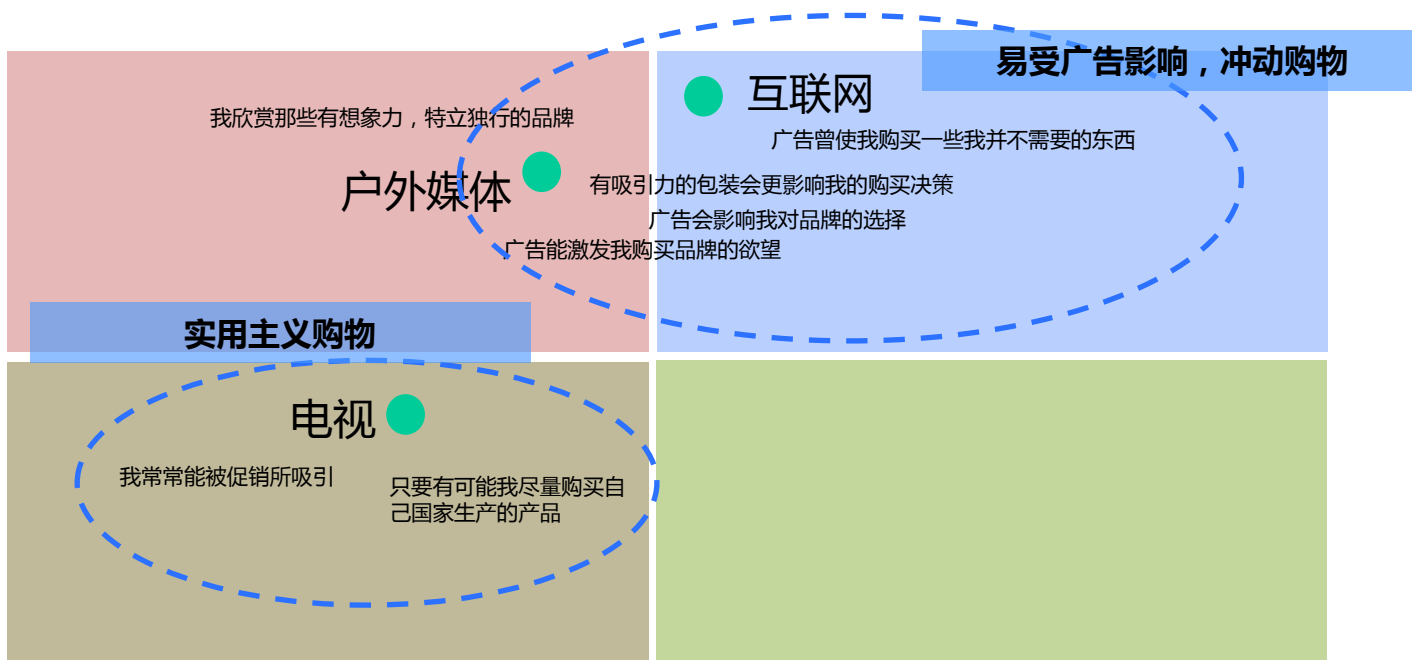
## 品牌知名度-偏好度地图



# 聚类分析：帮助细分市场中不同类型的消费者，企业可针对性制定不同营销组合

- 互联网重度用户易受广告影响，购物比较冲动。电视重度用户购物更加实际

## 不同媒体重度受众对各语句的认同程度



# 我们的产品标准遵从先进国际质量控制体系



- 中国质量协会六西格玛管理推进工作委员会委员，**六西格玛**注册绿带初审单位

ISO20252

- 通过SGS(通标标准技术服务有限公司)第三方现场审核，符合**ISO20252**市场调查行业国际标准规定的各项服务要求



- 贯彻执行**ISO9001:2008**质量体系认证，CTR是国内首家通过ISO9001质量体系认证的市场研究公司

ESOMAR  
WORLD RESEARCH

- ESOMAR是世界性的**专业研究人员协会**，CTR的多位研究专家是ESOMAR的忠实会员，严格遵守市场和社会研究的国际行业准则

# 我们的客户





Thank you |



ISO 9001