

July 2022

低线城市：社交生活研究 - China

“低线城市有着强烈的“熟人社会”属性，信息乃至资源的交流与分享都是低线城市消费者借以确认并拉近关系的重要话题和内容。低线城市消费者正积极在社交电商关注熟人购物动态，通过线下团购寻求共同体验的交集，以维护人际交往，这些行为都给品牌营销提供了机会。回应低线城市消费者的社交诉求，品牌可以把握办公场景、朋友圈和线上购物节的关键场景，除价格促销之外更多地关注社交内容的加持，无论是创新互动玩法增加社交参与度鼓励二次传播，还是利用好直播秀模拟线下真实体验打消购物顾虑，都能够用趣味和人情味打动低线城市消费者，帮助他们克服差评印象。”

Upcoming Reports**Marketing to Young Parents in Lower Tier Cities - China - 2022****Beauty in Lower Tier Cities - China - 2022**

低线城市：美容与个护 - 中国 - 2022年

Spending Habits in Lower Tier Cities - China - 2022**Car Owners in LTC - China - 2022****Usage of Appliances and Devices in Lower Tier Cities - China - 2022**

低线城市：车主研究 - 中国 - 2022年

低线城市：针对年轻父母的营销 - 中国 - 2022年

Eating in Lower Tier Cities - China - 2022

低线城市：饮食与健康 - 中国 - 2022年

低线城市：消费热点研究 - 中国 - 2022年

Social Life in Lower Tier Cities - China - 2022

低线城市：家电与智能设备 - 中国 - 2022年