

美国母亲人群的媒介消费研究（一）

王平译

2012年2月，Arbitron公司和爱迪生研究两个调查公司联合做了一项母亲人群媒介消费习惯的研究。调查样本为2,020名12岁以上人口，其中包括299名“母亲”人士。母亲人士的定位为家中有18岁及以下子女的女性人口。

调查显示，当今的母亲人群是一个活动范围广、兴趣多元的消费群体，她们也是广告商最为关注的消费群体之一，其繁忙的生活方式决定了其消费和社交的独特性。母亲人群紧随科技潮流，明显超越了传统的研究者的想象。母亲人群充满了社交活力，也乐于配合调查研究。

调查显示，互联网以及移动互联设备在母亲人群中高度普及。社交网站，特别是FACEBOOK网站在母亲人群中有坚实的用户基础，母亲人群用户数不断发展。

母亲人群对团购和特卖之类的网站也颇为热衷。智能手机在母亲人群中基本普及。母亲人群对传统和现代媒体兼而用之。

调查显示，过半数母亲人群的年龄在35岁以上，且绝大多数处于就业状态。

母亲人群媒体设备配置完备且更新及时

调查显示，美国母亲人群中93%的人可以随时随地使用互联网。2002年至2012年的十年间，互联网已经成为母亲人群最为依赖的媒体，在回答“互联网、报纸、电台和电视中，哪一个是你最为依赖的媒体”这一问题时，选择互联网的母亲群体人数达到58%。母亲人群使用互联网的时间较2002年增加了两倍还多。

图1 美国母亲人群的年龄和职业构成

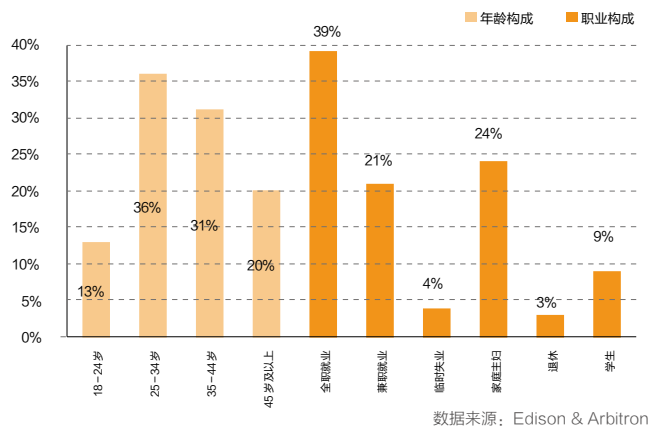
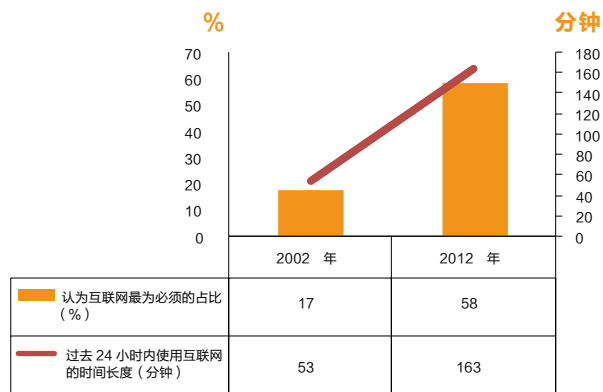


图2 母亲人群互联网使用状况



相比于12岁及以上总体人口，母亲人群使用互联网的时间更长。

调查显示，2012年，母亲人群每天总体媒介消费时间为506分钟，较10年前的2002年增加了53分钟。就其互联网接入方式而言，母亲人群中接通Wi-Fi的比例为74%，较2011年增加了14个百分点。

图3 过去24小时内母亲人群互联网使用时长

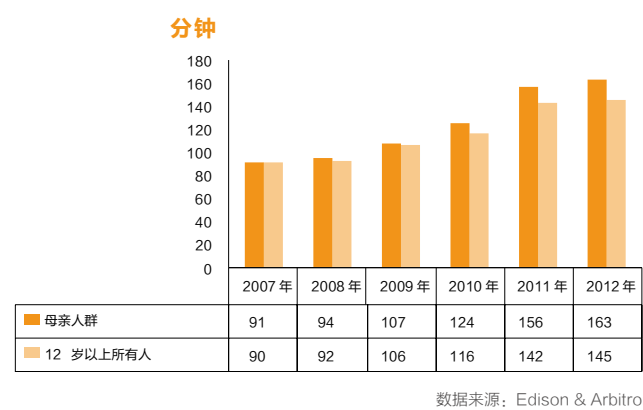
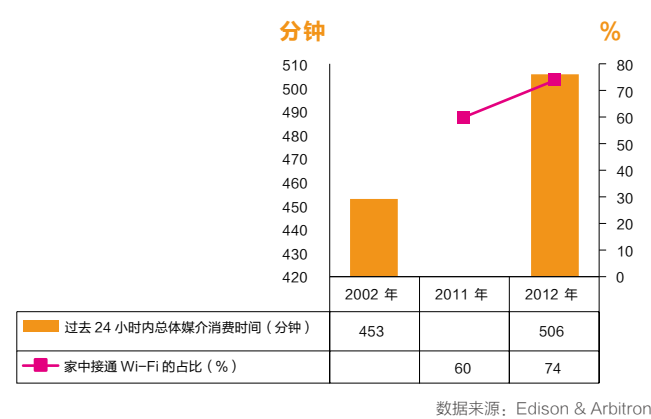


图4 过去24小时内母亲人群总体媒介消费时长



在回答“你家中有几台设备能接入互联网”的问题时，回答有两台或三台的人数占比36%，三台或四台的占比为29%，回答五台以上的占比达到35%，这一数据显示，母亲人群中有多台设备可以接入互联网。

调查显示,母亲人群中,拥有平板电脑的占比为22%,而12岁及以上所有人口平板电脑的拥有率为16%，母亲人群平板电脑拥有率明显高于整体水平。

美国母亲人群中，听说过Facebook网站的占比为94%，过去五年内，注册和登录Facebook网站的母亲人群逐年快速增加。

图5 母亲人群拥有平板电脑的占比

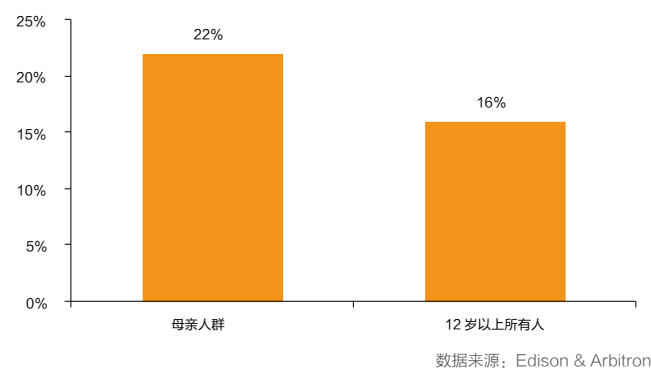
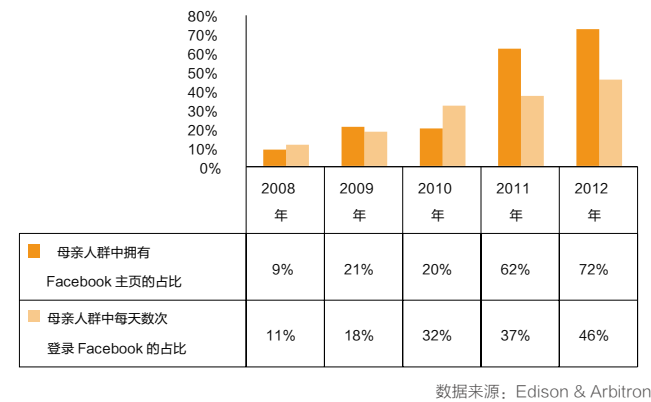


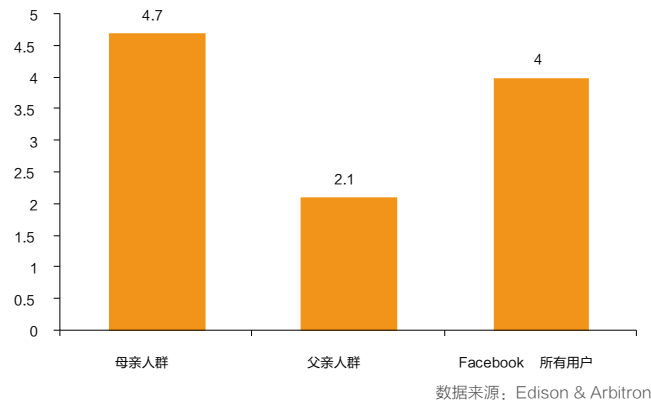
图6 母亲人群Facebook网页使用情况



母亲人群的社交更为活跃

调查显示，在拥有Facebook主页的人群中，母亲人群每天对Facebook的登录和浏览次数为4.7次，大幅度高于父亲人群以及总体平均水平，可见母亲人群是Facebook的活跃用户。

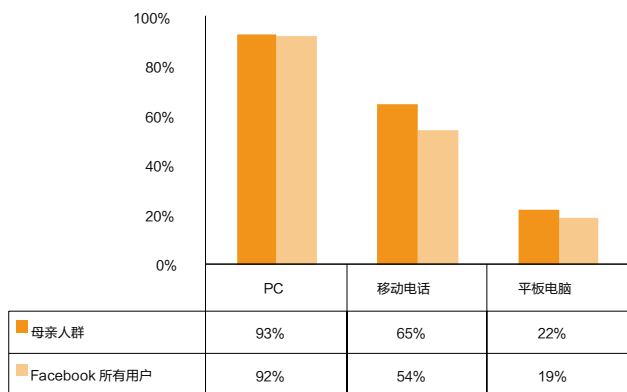
图7 过去24小时内登录Facebook网站的次数



调查显示，在拥有Facebook账户的用户中，母亲人群中的93%通过PC登录Facebook网站，相近于总体水平，通过移动电话登录Facebook的母亲人群的占比高达65%，明显高于总体水平的54%。

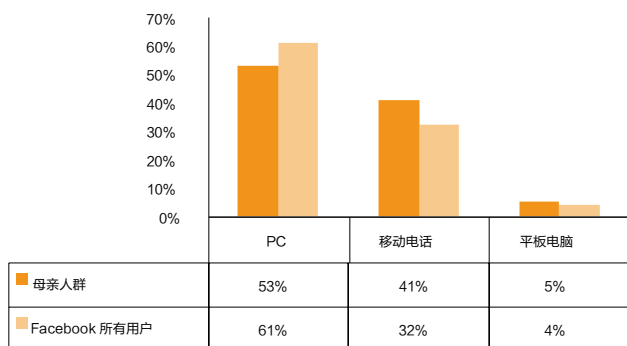
在回答“登录Facebook时，哪一类设备是使用最为频繁的设备”这一问题时，41%的母亲人群选择移动电话，这一比例接近了对PC的选择比例。在母亲人群中，智能电话已经对PC构成了明显的挑战。

图8 使用不同设备登录Facebook的占比



数据来源：Edison & Arbitron

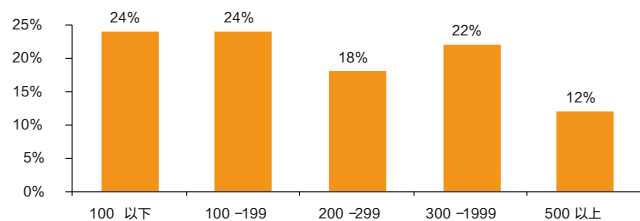
图9 登录Facebook最为频繁的设备占比



数据来源：Edison & Arbitron

调查数据显示，一个母亲Facebook用户平均拥有255个Facebook好友，母亲人群更善于通过Facebook交接朋友。母亲人群Facebook用户中，77%的同时也是她们自己孩子的好友。Facebook用户家长群体中，父亲的好友数量是263，母亲的好友数量是255。

图10 母亲人群Facebook用户中不同数量好友占比

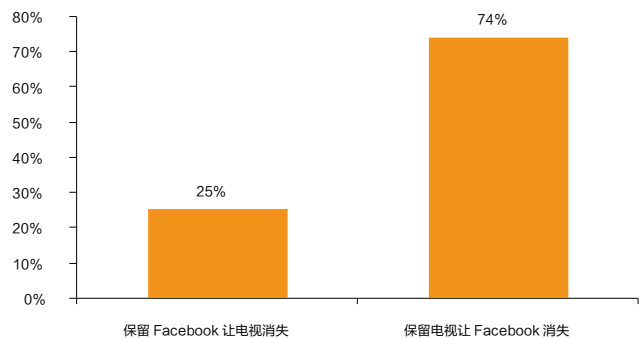


数据来源：Edison & Arbitron

在回答“假设电视和Facebook都将消失，你更愿意让哪个消失？”这一问题时，母亲人群中，74%选择让Facebook消失而保留电视，但选择让电视消失而保留Facebook的占比也达到了四分之一。

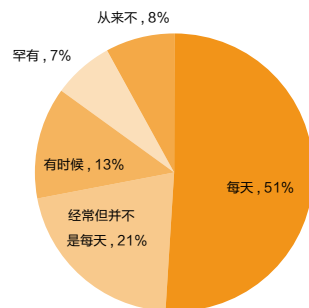
关于Twitter（推特），母亲人群中87%听说过该服务，仅有13%的回答没有听说过。就母亲人群中曾经用过Twitter服务的占比而言，2011年是9%，2012年这一比例为10%。母亲人群中，很多人听说过twitter信息，但使用twitter的人数较少。

图11 母亲人群对Facebook和电视去留的选择比例



数据来源：Edison & Arbitron

图12 母亲人群中不同程度地听说过twitter相关情况的占比



数据来源：Edison & Arbitron