

2024

美国Instagram社交用户调查

【出海广告 就选维卓】

关注我们，获取最新出海营销干货报告



报告要点

- 消费者生活概况调查 (教育程度、收入)
- 消费者生活习惯调查
- 消费者对周边环境看法调查
- 消费者营销接触方式调查



概述

- 这份报告为读者提供了美国 Instagram 用户的全面概览：用户群体；用户喜好；用户反馈等。提供了有关用户的人口特征统计、生活方式、政治观点和营销接触点的见解。此外，该报告还允许读者将美国 Instagram 用户（“品牌用户”）与美国一般社交媒体用户（“类别用户”）以及美国整体在线用户（标记为“总用户”）进行比较。该报告每季度更新一次，基于 Statista Consumer Insights Global 调查的数据，该调查涵盖 56 个国家/地区的 15,000 多个品牌。

消费者调查报告细节

- **设计：** 在线调查，分割问卷设计
- **持续时间：** 约15分钟
- **语言：** 每个国家的官方语言，并提供美式英语作为替代语言
- **地区：** 56个国家
- **受访者人数：**
 - 进行扩展调查的国家/地区超过 12,000个基础调查；样本超过 2,000个
 - **样本：** 互联网用户，年龄 18 – 64 岁，按性别和年龄设定配额
- **实地考察：** 持续由1月-12月进行调查；进行扩展调查的国家一年内更新四次数据



扫描领取报告

目录



扫描领取报告

1. 市场数据概览

- 平台使用数据
- 使用时长

2. 人群受众分析

- 年龄阶段
- 性别
- 教育
- 收入
- 家庭分类
- 社区类型
- LGBTQ+少数群体

3. 消费者生活习惯

- 人生价值观
- 主要兴趣
- 爱好和休闲活动
- 体育活动
- 关注的体育赛事

4. 消费者态度

- 消费者态度
- 创新接受度
- 国家社会难题
- 政治倾向

5. 营销方式接触点

- 媒体使用情况
- 网络广告接触点
- 设备使用情况
- 社交媒体使用情况
- 线下广告接触点

第01章

概述



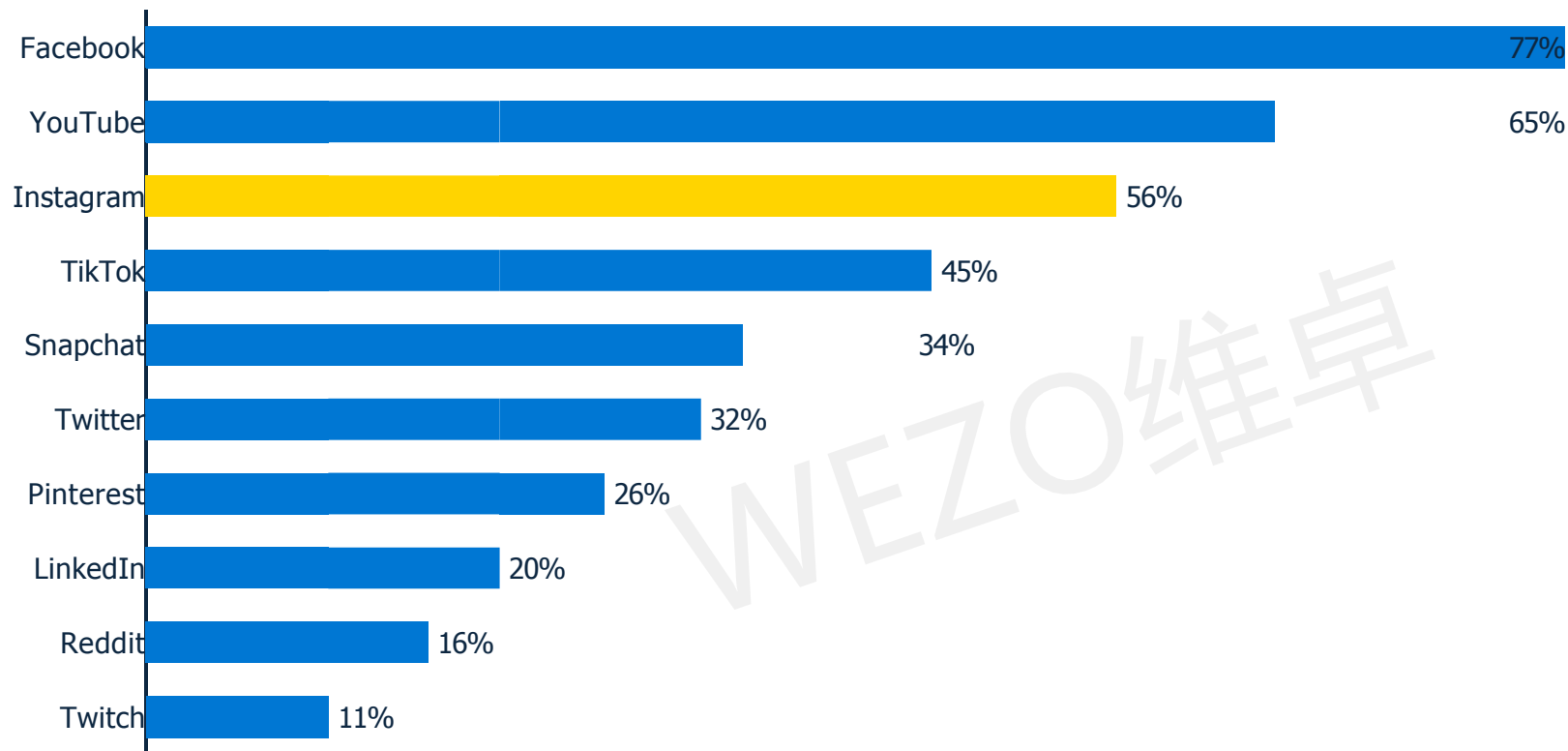


扫描领取报告

1. 市场数据概览

- 平台使用数据

美国十大最常用社交媒体平台



- 数据显示Instagram 的用户份额为 56%，是美国三大社交网络之一。排名第一第二的分别为Facebook (Meta) 以及YouTube。

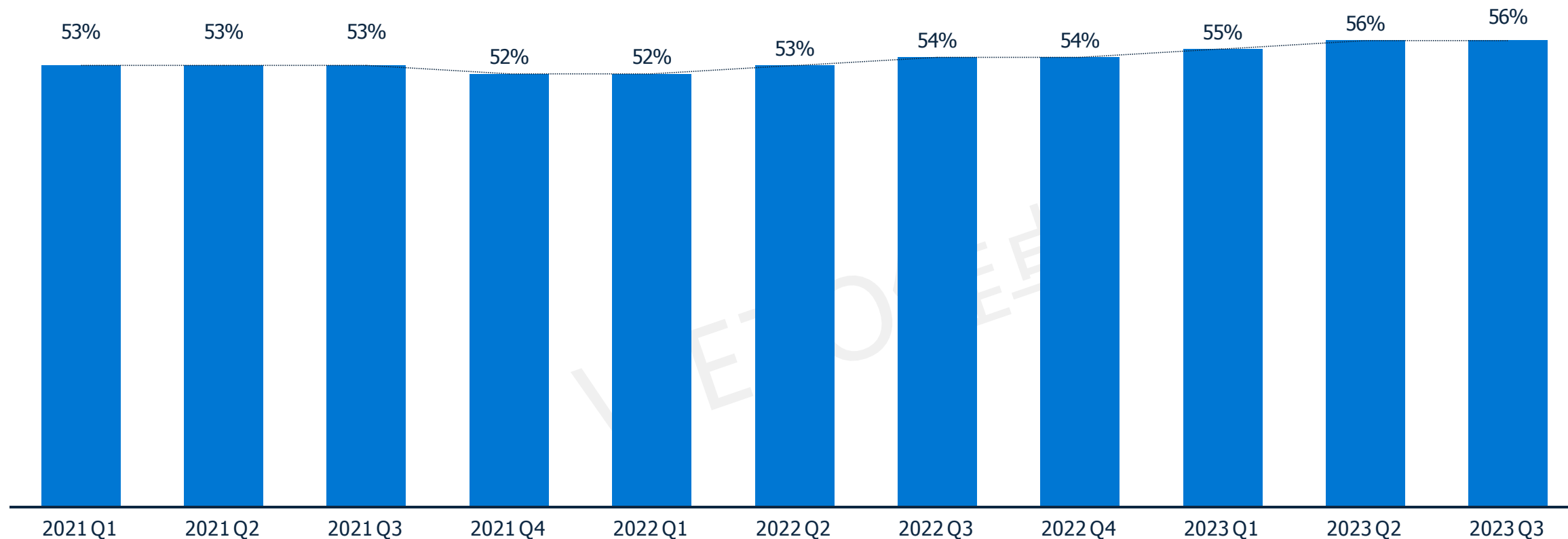


扫描领取报告

1. 市场数据概览

平台使用数据

社交媒体用户使用Instagram发展时间线



- 自 2021 年第四季度以来，社交媒体用户比例维持稳定水平缓慢增长。使用 Instagram 的社交媒体用户比例增长了 4 个百分点。

调查：“您经常使用哪些社交媒体平台？这不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；多选；基数：n=2422 - 23746 Instagram 用户，n=4557 - 42400 社交媒体用户



© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

第02章

人群受众分析



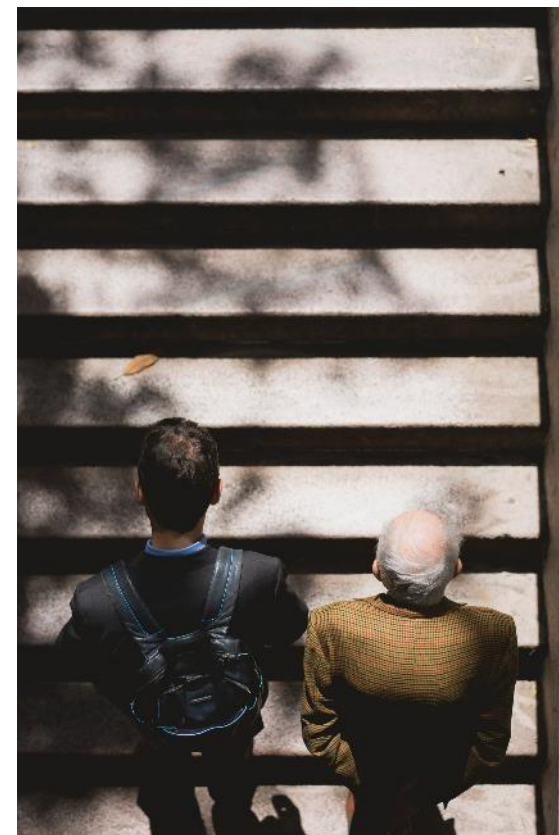
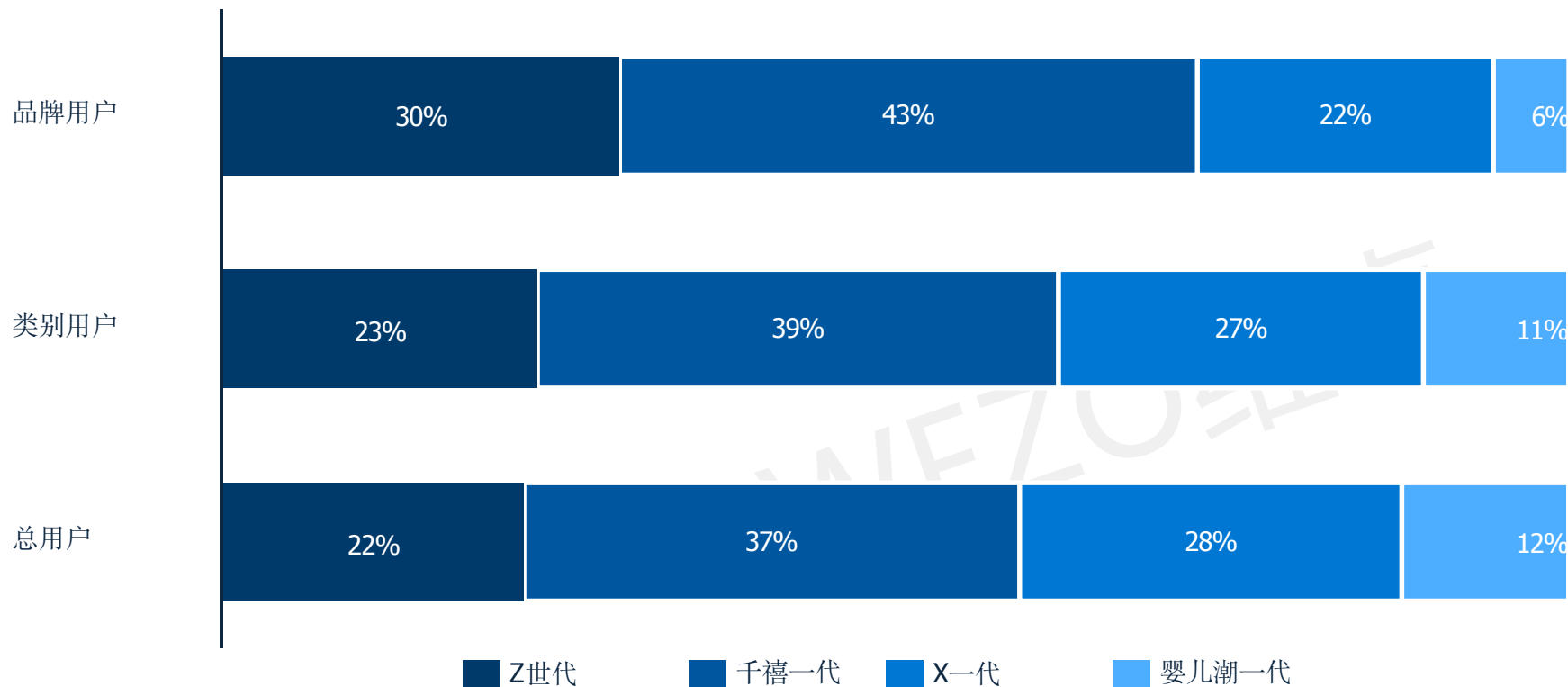


扫描领取报告

2. 人群受众分析

• 年龄阶段

美国消费者年龄



- 数据显示，在所有调查群体中Instagram 比其他社交网络更受 Z 世代欢迎，同时千禧一代用户的比例也略大于其他品牌社交媒体。

调查：‘你今年多大？’；单选；“您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；多项选择；基数：n=23746，

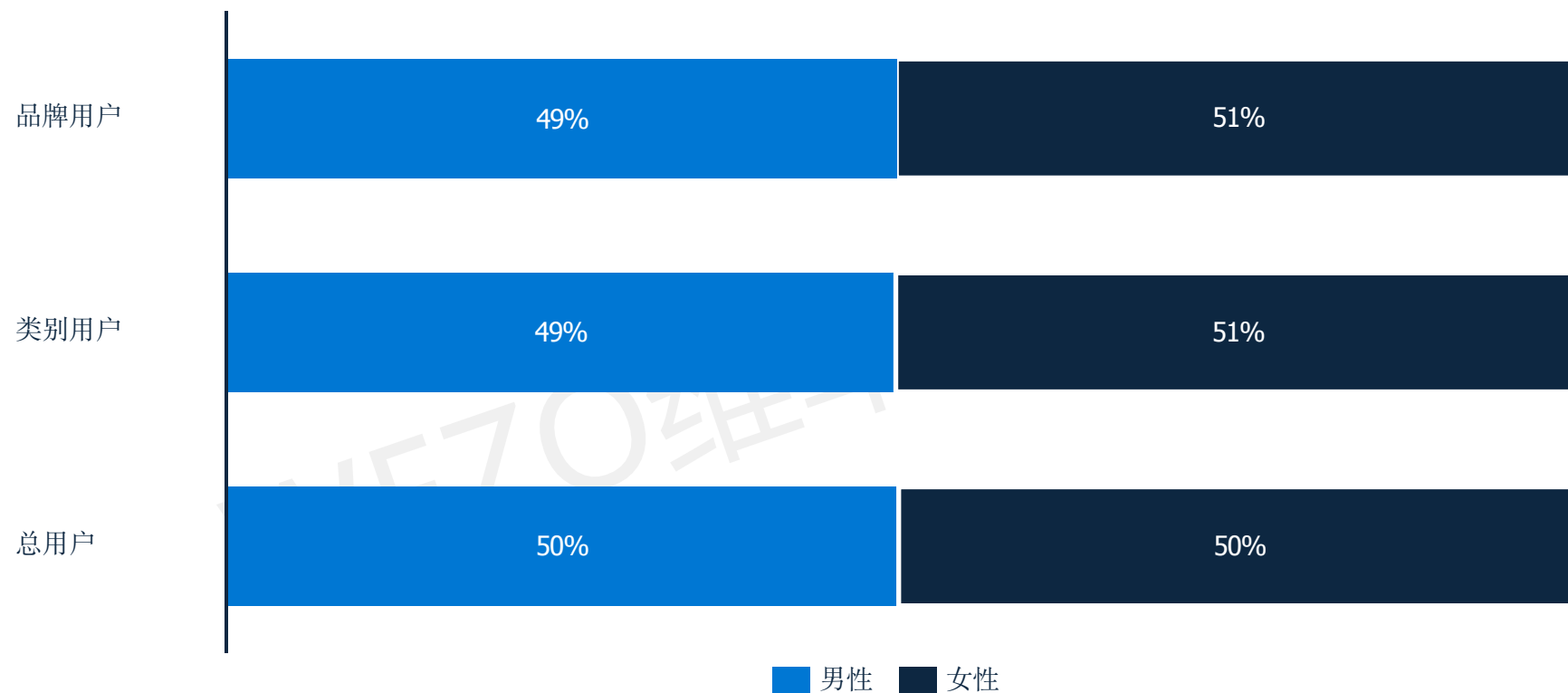
Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，总受访者

2. 人群受众分析

• 性别



美国消费者性别



- Instagram 男性和女性用户的比例在三个调查群体之中都相当均匀。



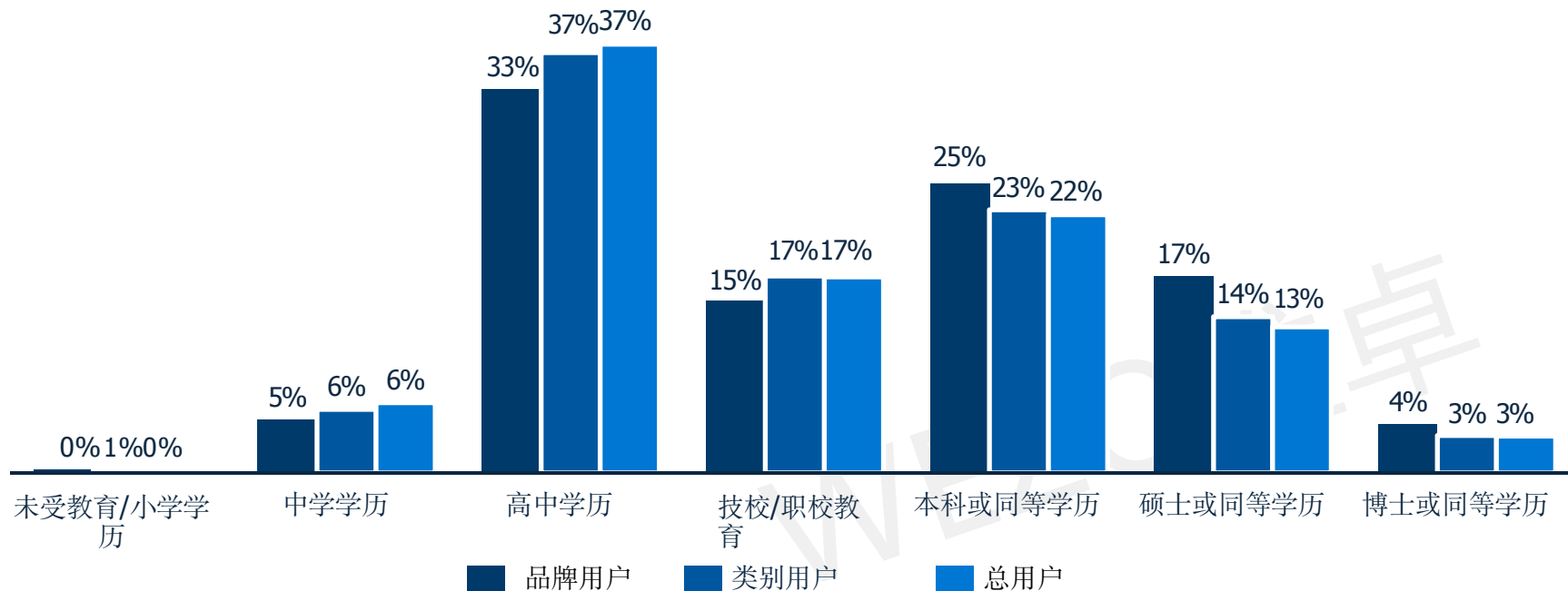
扫描领取报告

调查：‘性别’；单选；“您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；多项选择；基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，总受访者

2. 人群受众分析

• 教育

美国消费者受教育水平



- Instagram 用户拥有大学学历的比例相对较高，其他平台用户群体拥有高中学历的用户比例更大。大学生使用Instagram的比例群体在总用户中群体中更大。



扫描领取报告

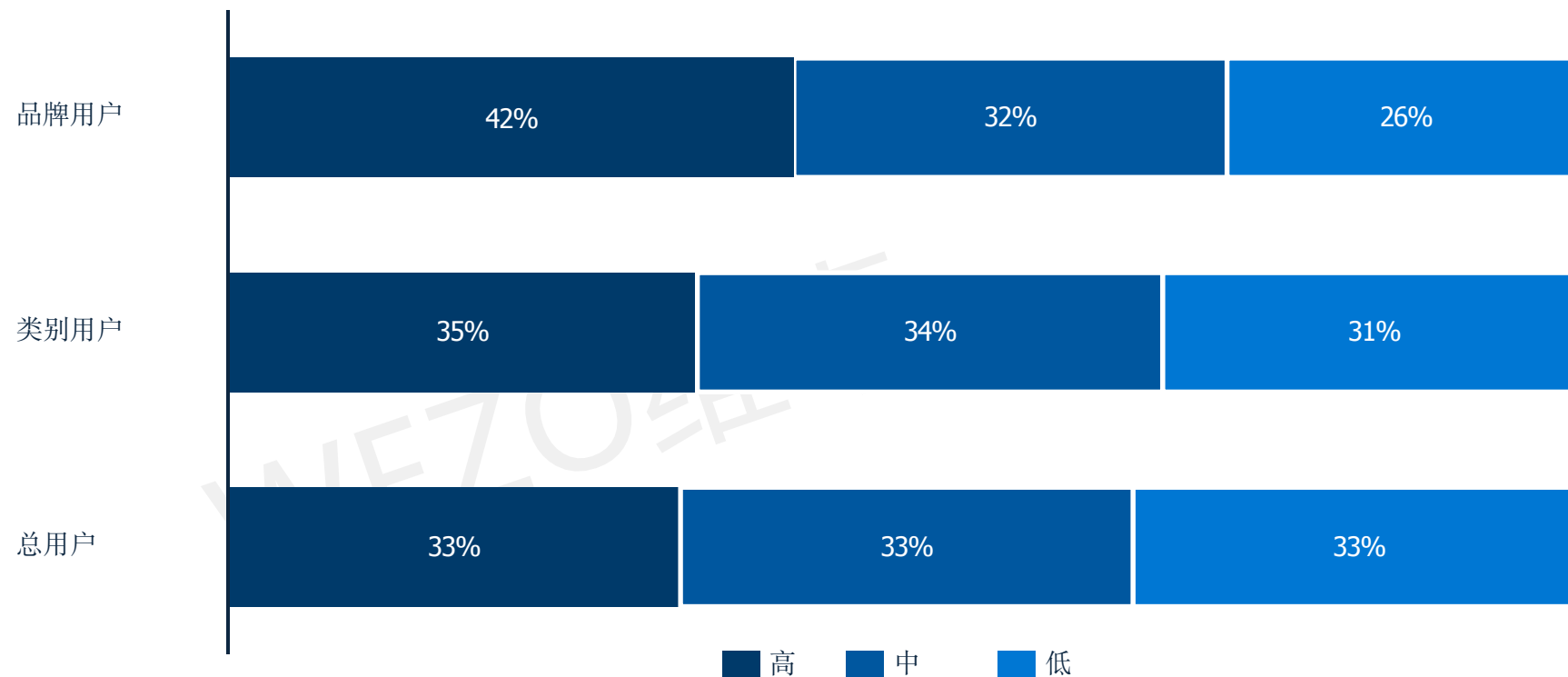
调查：‘学历水平’；单选；“您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；多项选择；基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，总受访者

2. 人群受众分析

- 收入水平



美国家庭月总收入中高、中、低三分之一的消费者比例



- 数据显示Instagram 比其他社交网络拥有更多高收入用户，高处的比例大约在7%-9%之间。

调查：根据“家庭月/年收入（当地货币）”； 单选； “您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”； 多重选择；
基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者



扫描领取报告

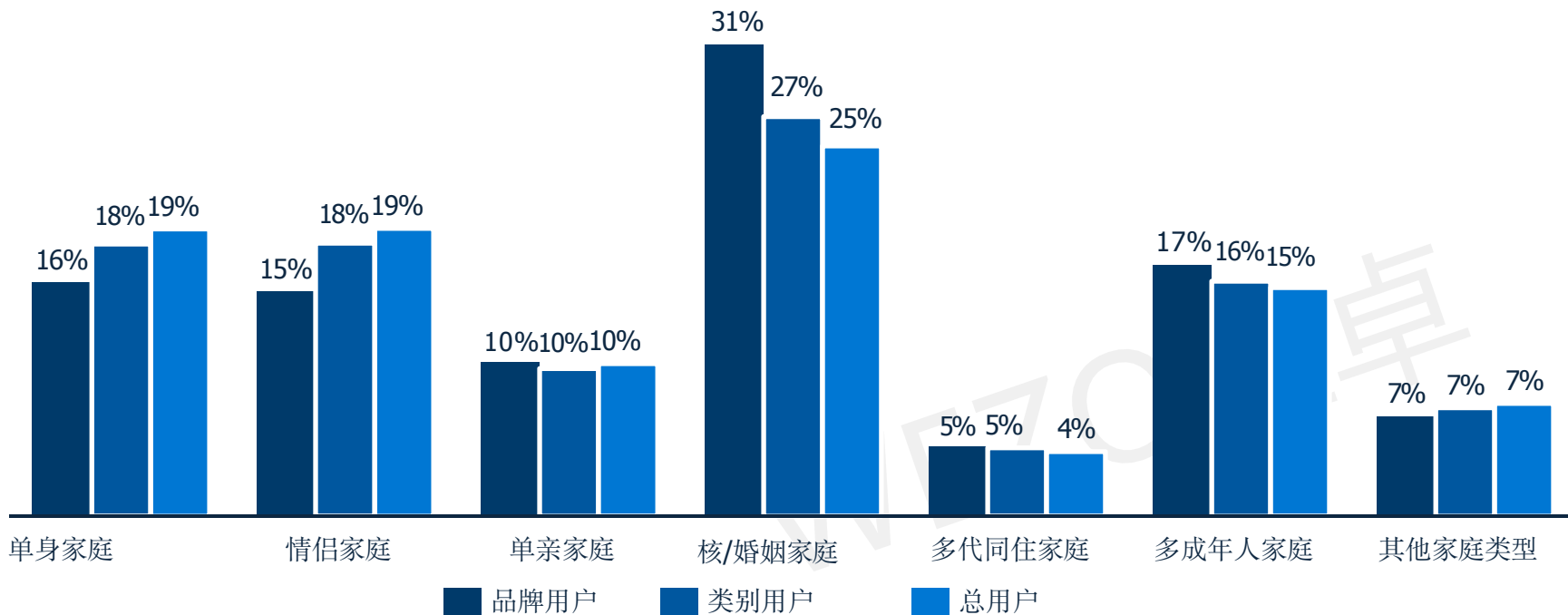


扫描领取报告

2. 人群受众分析

• 家庭分类

美国消费者居住家庭类型



- 与其他社交媒体用户相比，Instagram 用户相对更有可能生活在核心/婚姻家庭中。

调查：根据“家庭类型”；单选；“您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；多重选择；基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者



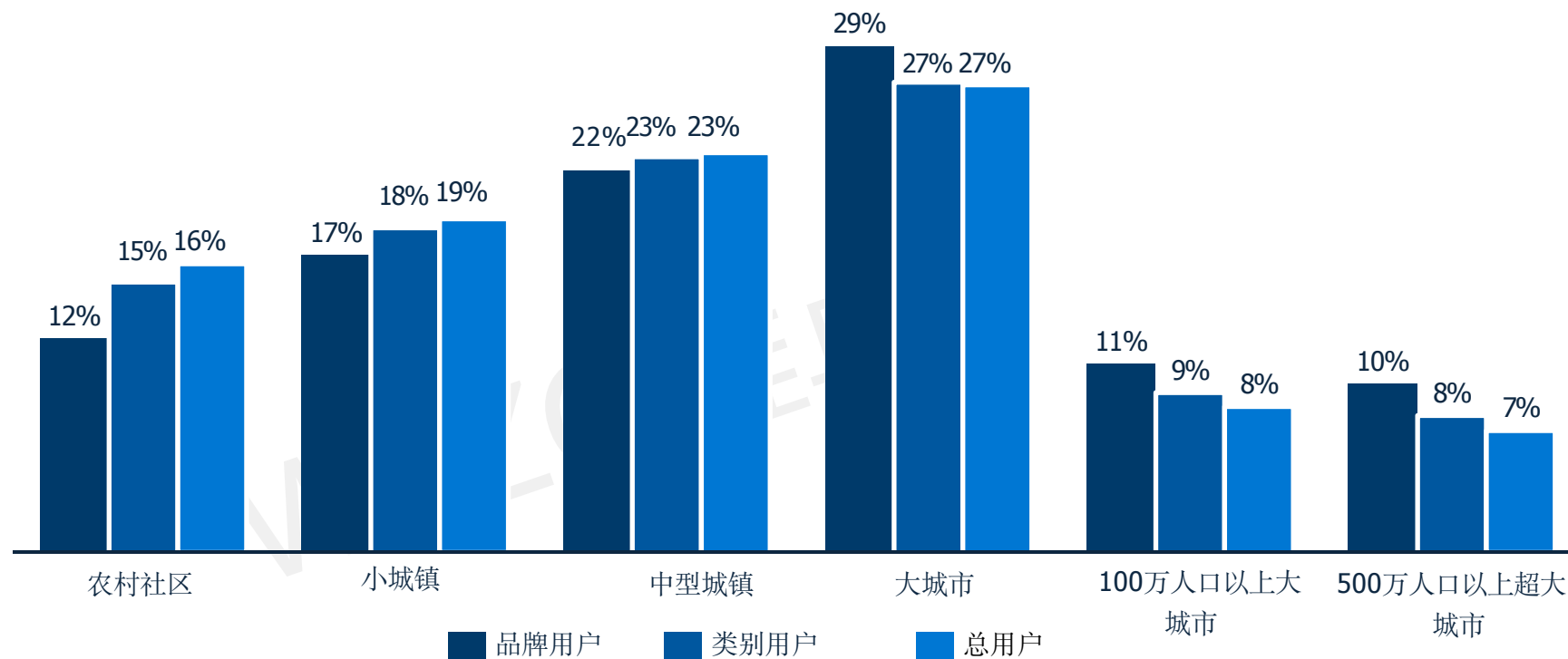
扫描领取报告

2. 人群受众分析

• 社区类型



美国消费者居住的社区



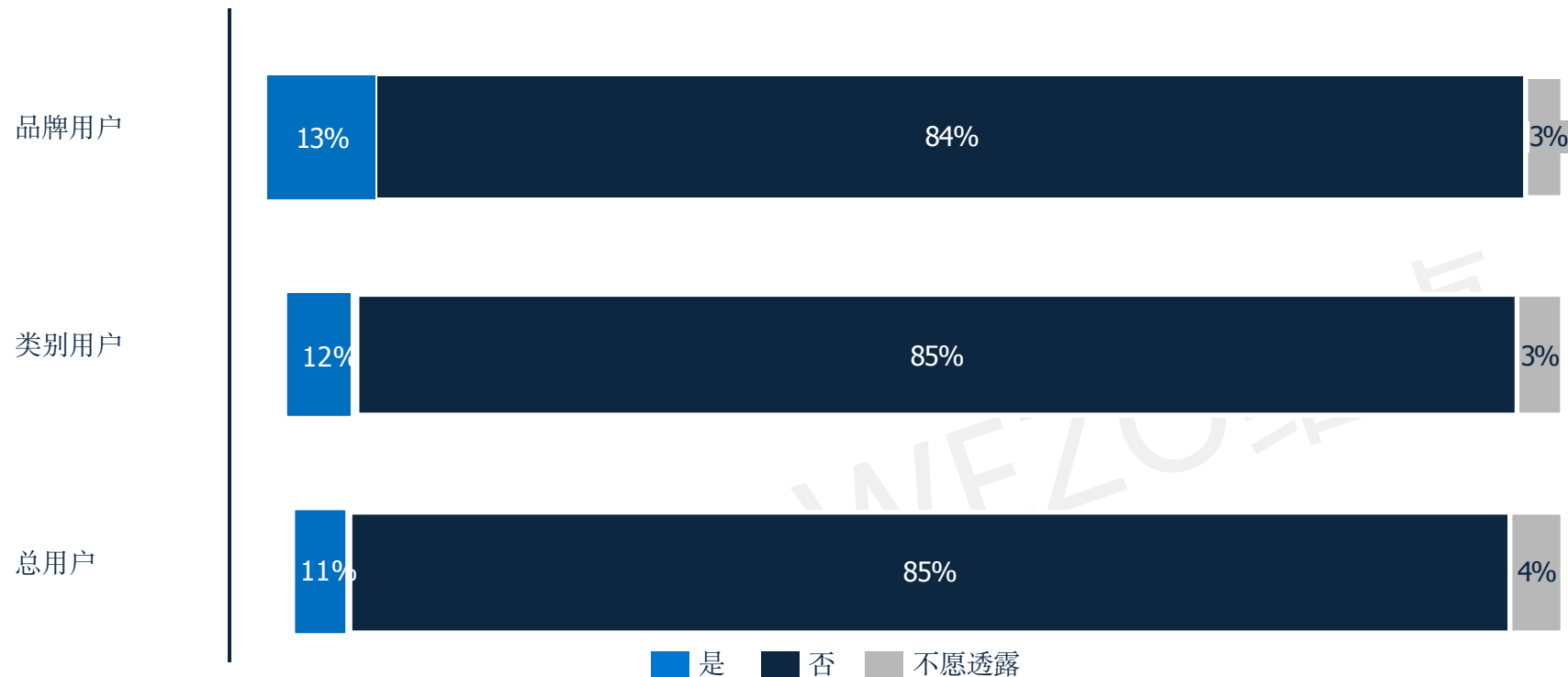
- 总体而言，Instagram 用户比社交媒体用户更有可能居住在大城市或者中型城镇，百万人口以上大城市用户较少。

调查：根据“家庭类型”； 单选； “您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”； 多重选择； 基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者

2. 人群受众分析

• LGBTQ+少数群体

美国消费者的 LGBTQ+ 占比



- 13% 的 Instagram 用户认为自己是 LGBTQ+ 社区的一部分，比例略高于其他消费者群体。



扫描领取报告



调查：根据“是否为LGBTQ+性少数群体”；单选：“您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；多重选择；
基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者

第03章

消费者生活习惯



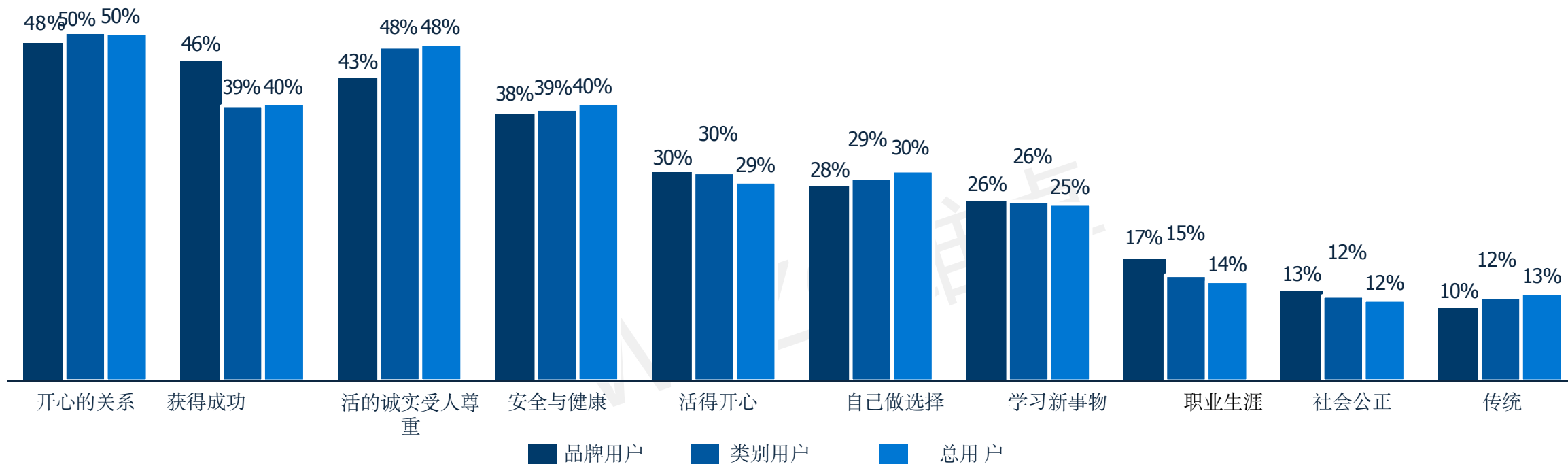


扫描领取报告

3. 消费者生活习惯

• 人生价值观

美国消费者最重要的生活价值观



- 对于 Instagram 用户来说，获得成功这项人生价值观的比重比其他社交媒体用户在内心中的比重要更高。

调查：”生活价值观。”；多选；“您经常使用哪些社交媒体平台？这不包括即时通讯工具，例如WhatsApp。”；多选；基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者



© 2023 Wezo. - All Rights Reserved

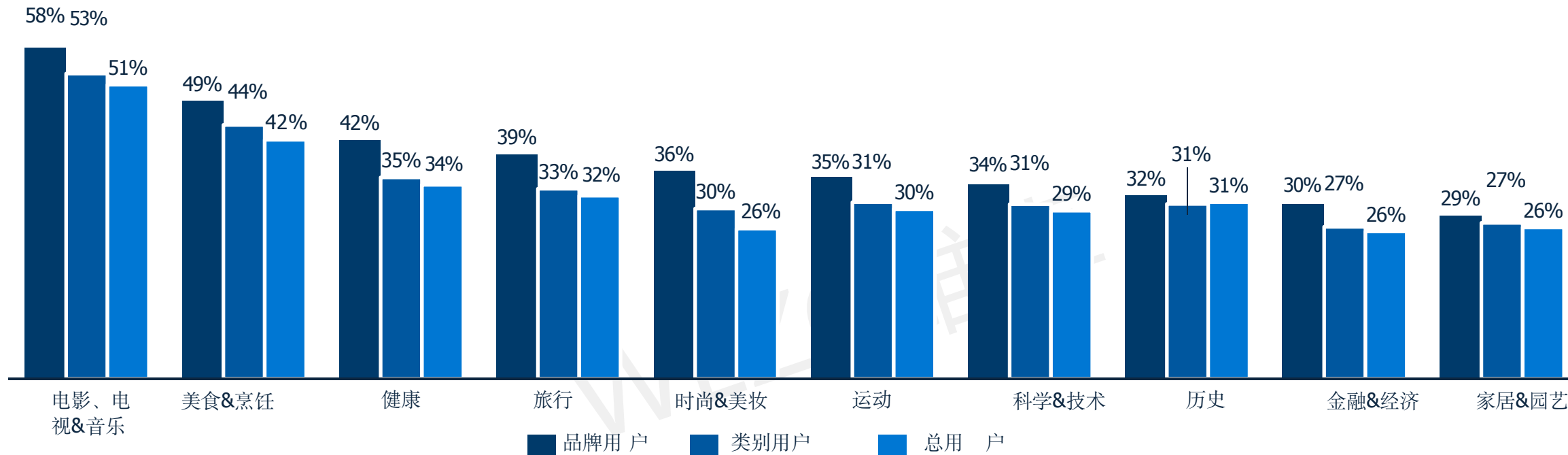


扫描领取报告

3. 消费者生活习惯

• 主要兴趣

美国Instagram用户十大兴趣爱好



- 时尚和美容是Instagram用户相对普遍的兴趣，同时在电视电影音乐方面的兴趣也比一般消费者群体要更加感兴趣。在各个兴趣方面，Instagram用户兴趣爱好都比其他群体要更深一些。

调查：”兴趣爱好。”；多选；“您经常使用哪些社交媒体平台？这不包括即时通讯工具，例如WhatsApp。”；多选；基数：n=23746，Instagram用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者

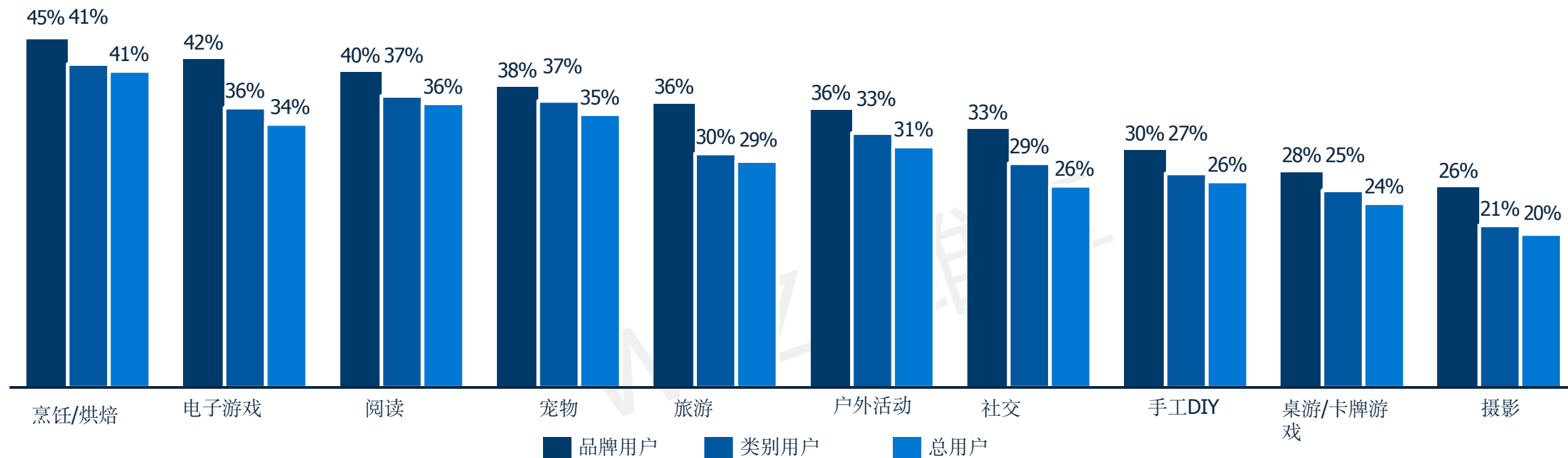


扫描领取报告

3. 消费者生活习惯

• 爱好和休闲活动

美国Instagram用户十大爱好&休闲活动



- 与其他社交媒体用户相比，Instagram 用户更有可能将旅行作为一种爱好。与其他消费者群体对比，Instagram用户对旅行的爱好更为突出。

调查：“兴趣活动”；多选；“您经常使用哪些社交媒体平台？这不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；Multi Pick；基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者

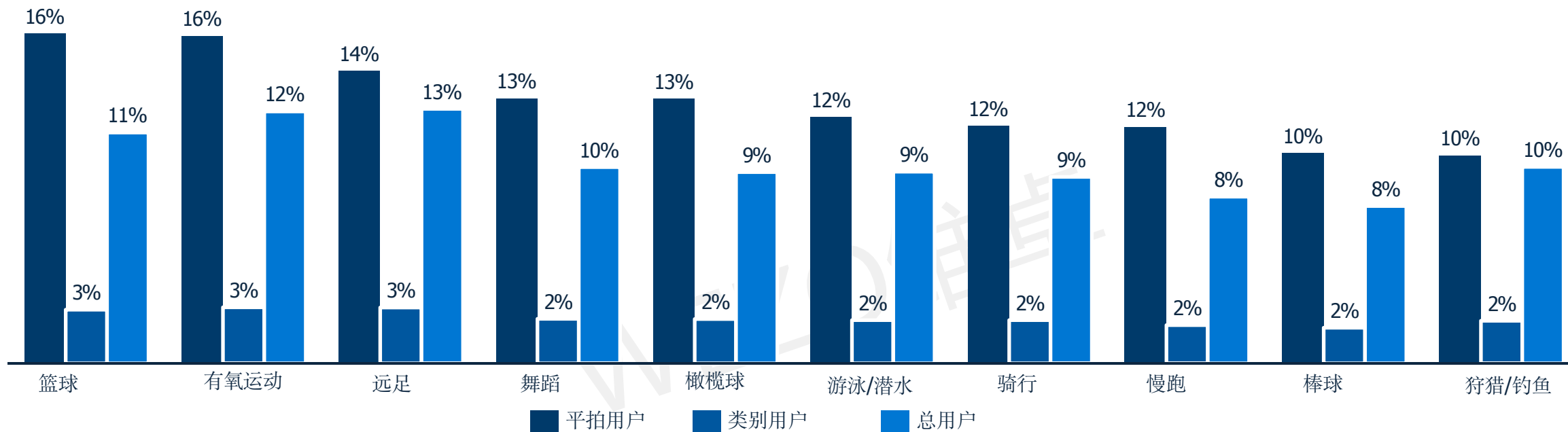


扫描领取报告

3. 消费者生活习惯

• 体育活动

美国 Instagram 用户十大体育活动



- Instagram 用户比其他社交媒体用户对篮球活动的兴趣更为浓厚，对篮球赛事相关内容关注度更高。

调查：“体育爱好”；多选；“您经常使用哪些社交媒体平台？这不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；Multi Pick；基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者

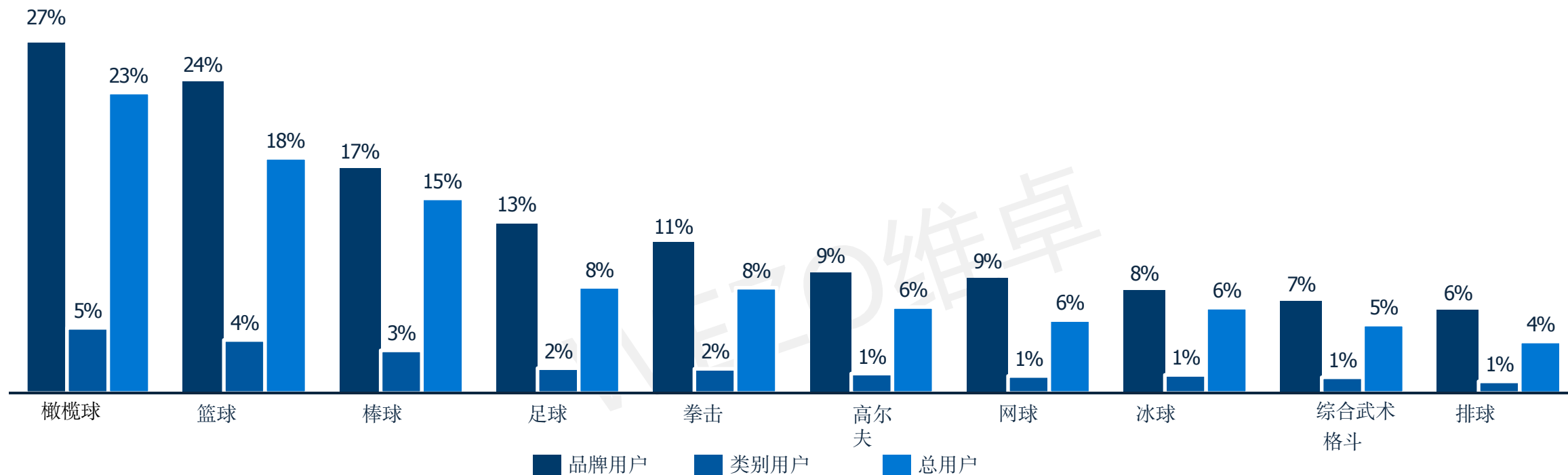


扫描领取报告

3. 消费者生活习惯

- 关注的体育赛事

美国Instagram用户最喜欢十大运动



- Instagram 用户比其他社交媒体用户更有可能关注美式足球（橄榄球），其次是篮球、足球等球类运动。

调查：“体育赛事”；多选；“您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；多选；基数：n=8375，Instagram 用户，n=2763，社交媒体用户，n=17813，所有受访者

第04章

消费者态度



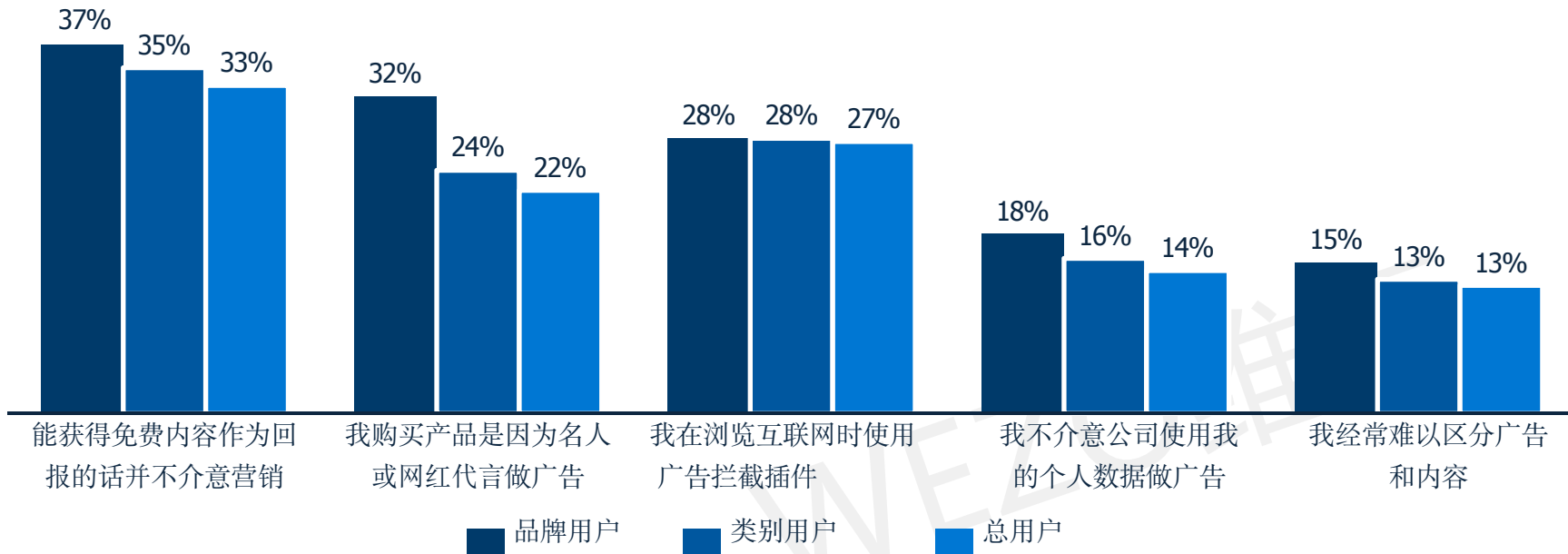


扫描领取报告

4. 消费者态度

• 消费者态度

美国消费者对社交媒体&营销共同态度



- 值得注意的是，32%的Instagram用户购买产品是因为名人或有网红代言。这也意味着网红营销体系对INSTAGRAM用户的影响要更大。

调查：“对社交媒体营销态度”；多选；“您经常使用哪些社交媒体平台？这不包括WhatsApp等即时通讯工具。”；Multi Pick；基数：n=23746，Instagram用户，n=42400，社交媒体用户，n=10021，所有受访者

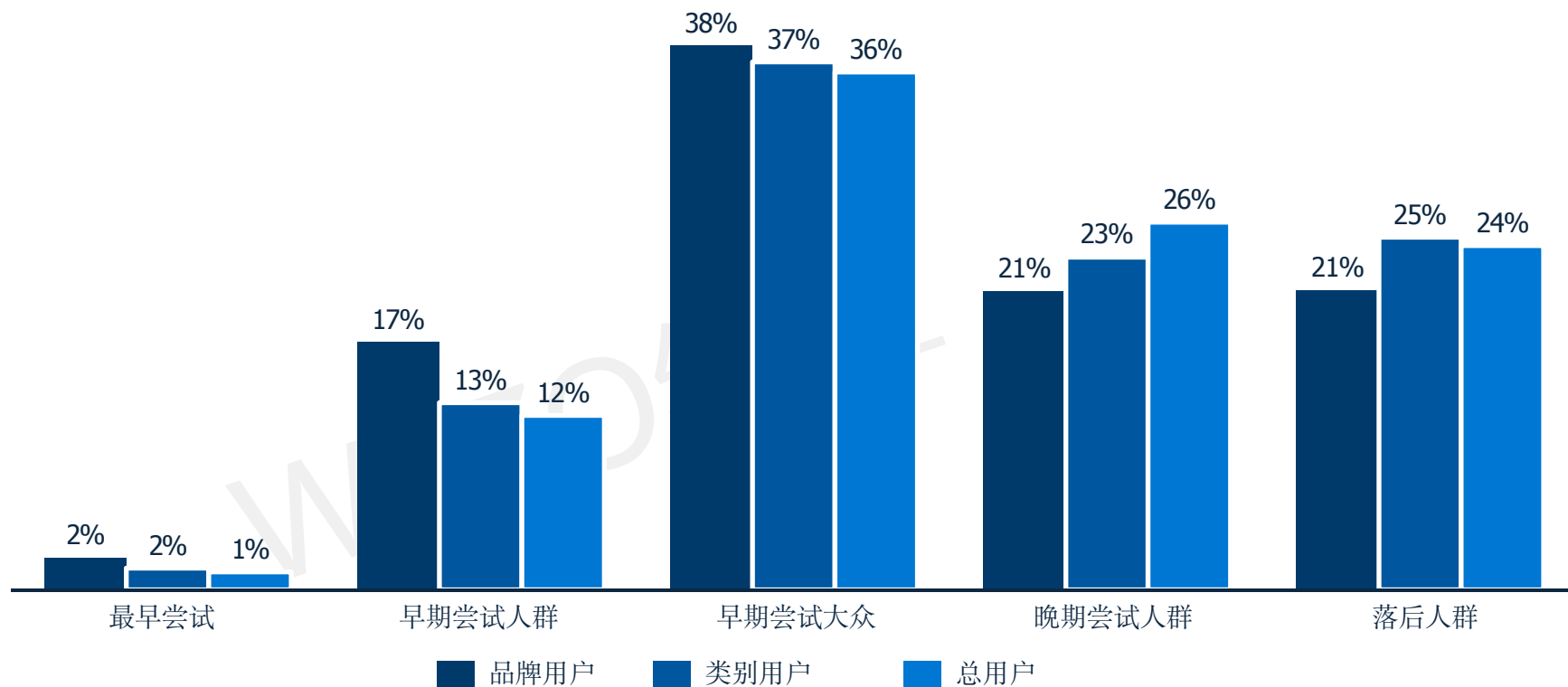


扫描领取报告

4. 消费者态度

• 消费者态度

基于消费者对创新产品接受程度分类



- 17% 的 Instagram 用户是新产品的早起尝试人群，比其他社交媒体用户以及一般消费者更加早接触新产品。

调查：根据“创新技术接受程度”重新编码； 多选； “您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”； 多选； 基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者

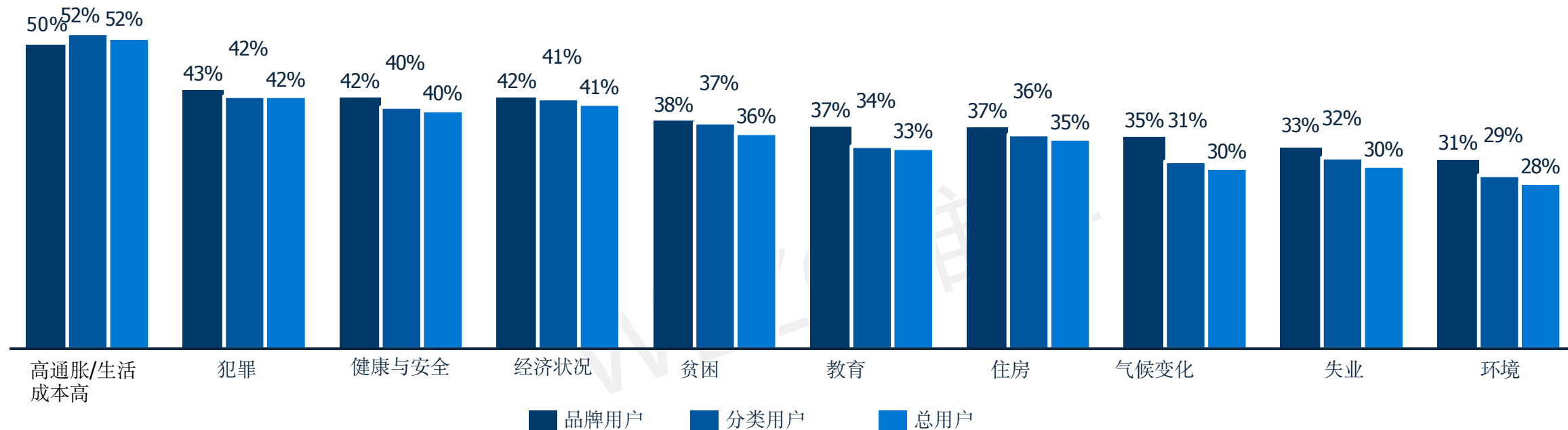


扫描领取报告

4. 消费者态度

• 国家社会难题

美国Instagram用户认为美国面临的10个最重要问题



- 50% 的 Instagram 用户认为物价上涨、通货膨胀和生活成本是需要解决的问题；同时Instagram用户会比其他用户群体更加关心教育以及气候变化问题。

调查：‘社会难题’；单选；“您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；多项选择；基数：n=23746，

Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，总受访者

4. 消费者态度

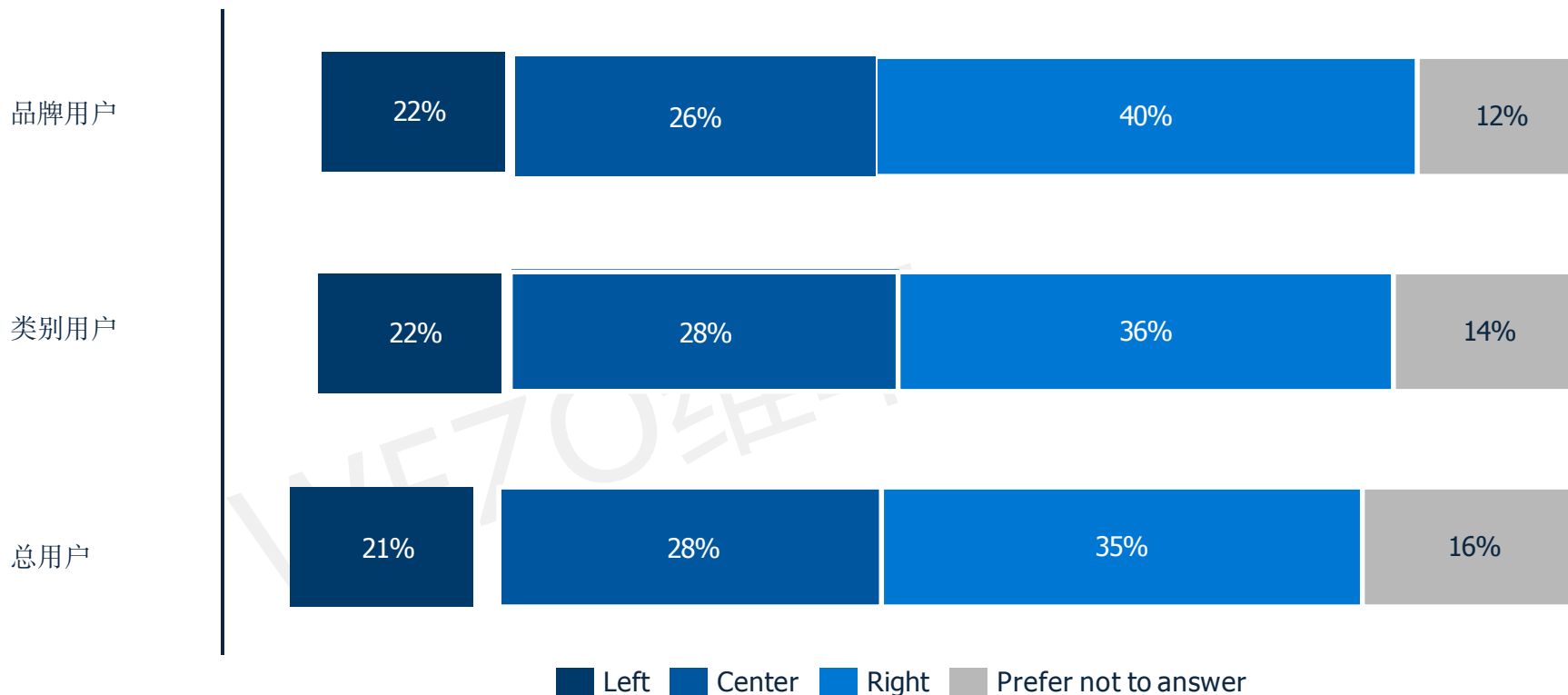
- 政治倾向



扫描领取报告



美国消费者政治态度



- 40% 的 Instagram 用户有更右倾的政治观点，比例略高于其他用户群体。

调查：“政治观点”单选；“您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；多重选择；基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者

第05章

营销方式接触点



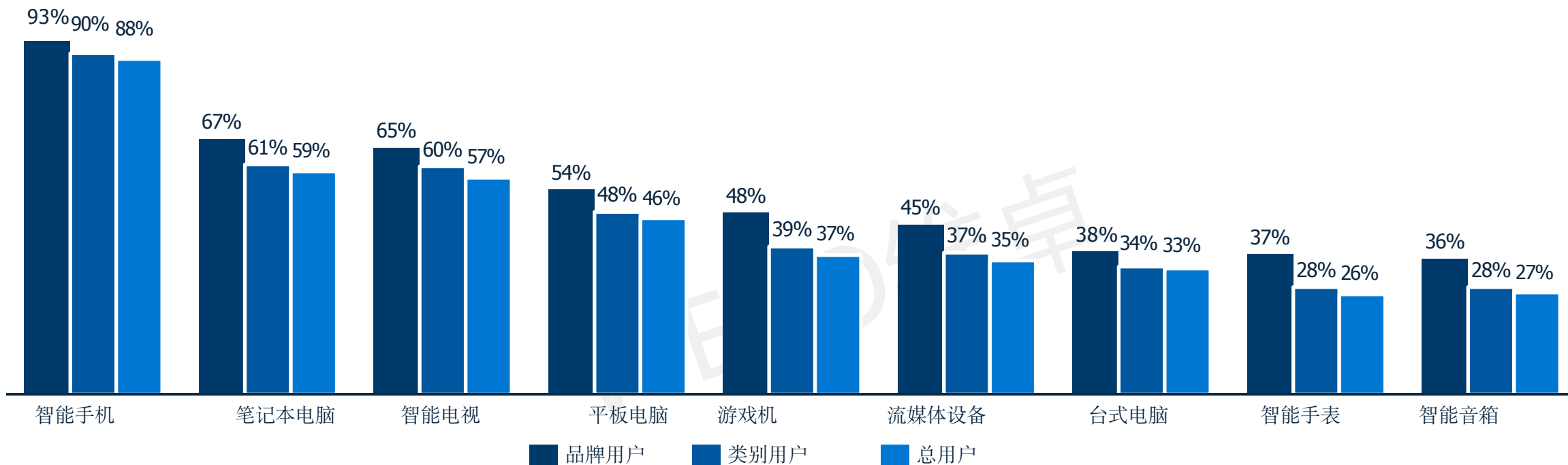


扫描领取报告

5. 营销方式接触点

• 设备使用情况

美国消费者经常使用的上网设备



- Instagram 用户通过游戏机访问互联网的频率高于普通社交媒体用户，Instagram 用户相比起其他用户群体，对游戏可能更加感兴趣。

调查：“使用设备”单选；“您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；多重选择；基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者



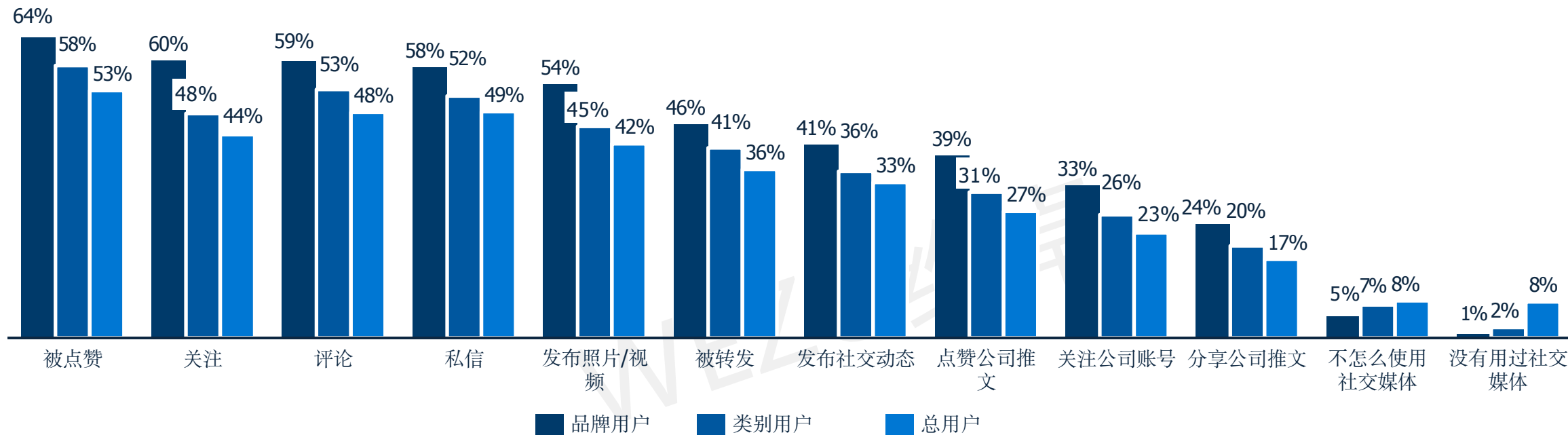


扫描领取报告

5. 营销方式接触点

• 社交媒体使用情况

美国用户主要社交媒体活动



- 在社交媒体上，Instagram 用户比其他社交媒体用户更频繁地与公司互动。各类社交媒体动态都高于其他消费者群体。

调查：“社交媒体活动”单选；“您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；多重选择；基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者

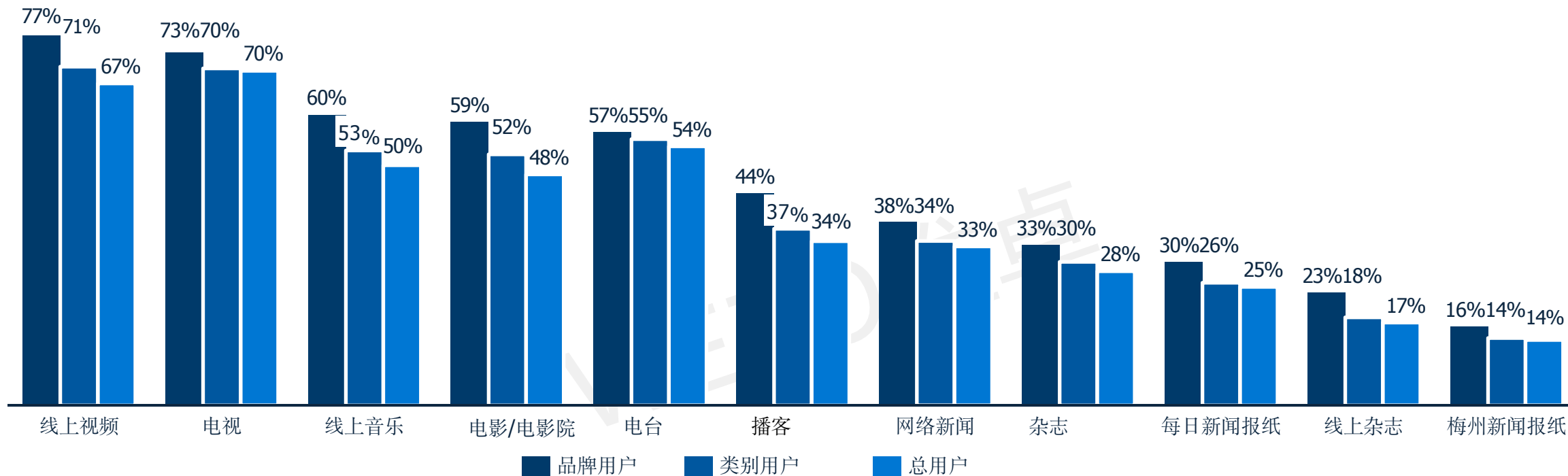


扫描领取报告

5. 营销方式接触点

• 媒体使用情况

美国消费者过去 4 周使用的媒体类型



- Instagram 用户通常比社交媒体用户更频繁地收听网络音乐内容、线上视频等内容。

调查：“过去 4 周您使用过哪些媒体？”； 多选：“您经常使用哪些社交媒体平台？这不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”； 多项选择；
 基数：n=22558, Instagram 用户, n=6757, 社交媒体用户, n=45229, 所有受访者

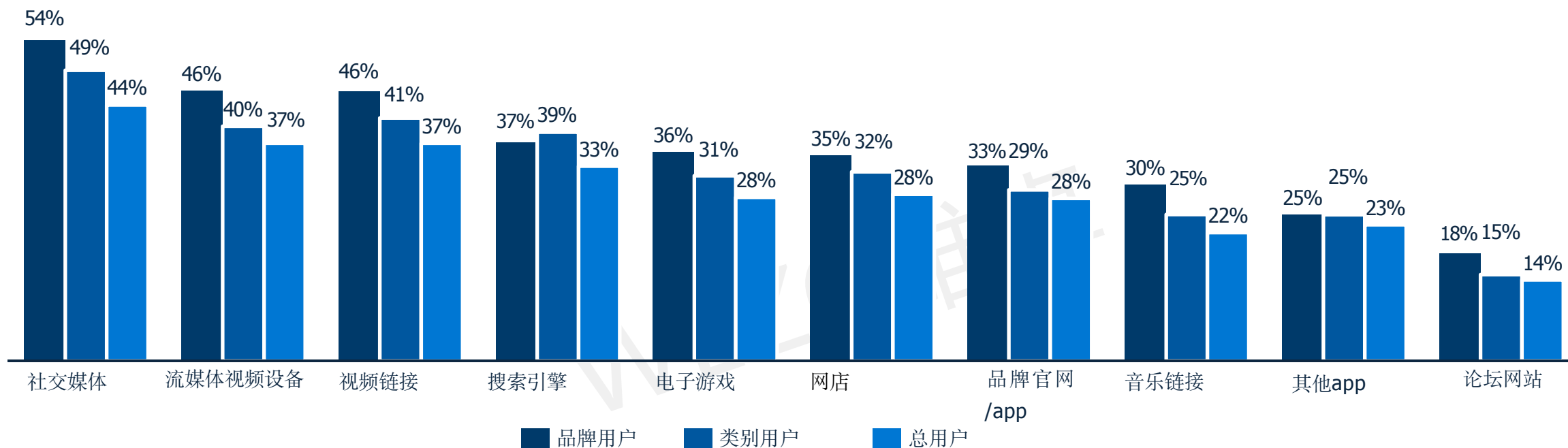


扫描领取报告

5. 营销方式接触点

• 网络广告接触点

美国 Instagram 用户在过去 4 周内接触数字广告的前 10 媒介



- Instagram 用户记得比其他社交媒体用户更频繁地在视频流媒体服务上看到广告，Instagram 用户将比其他用户群体更频繁接触视频娱乐内容。

调查：“广告媒介”单选；“您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；多重选择；基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者





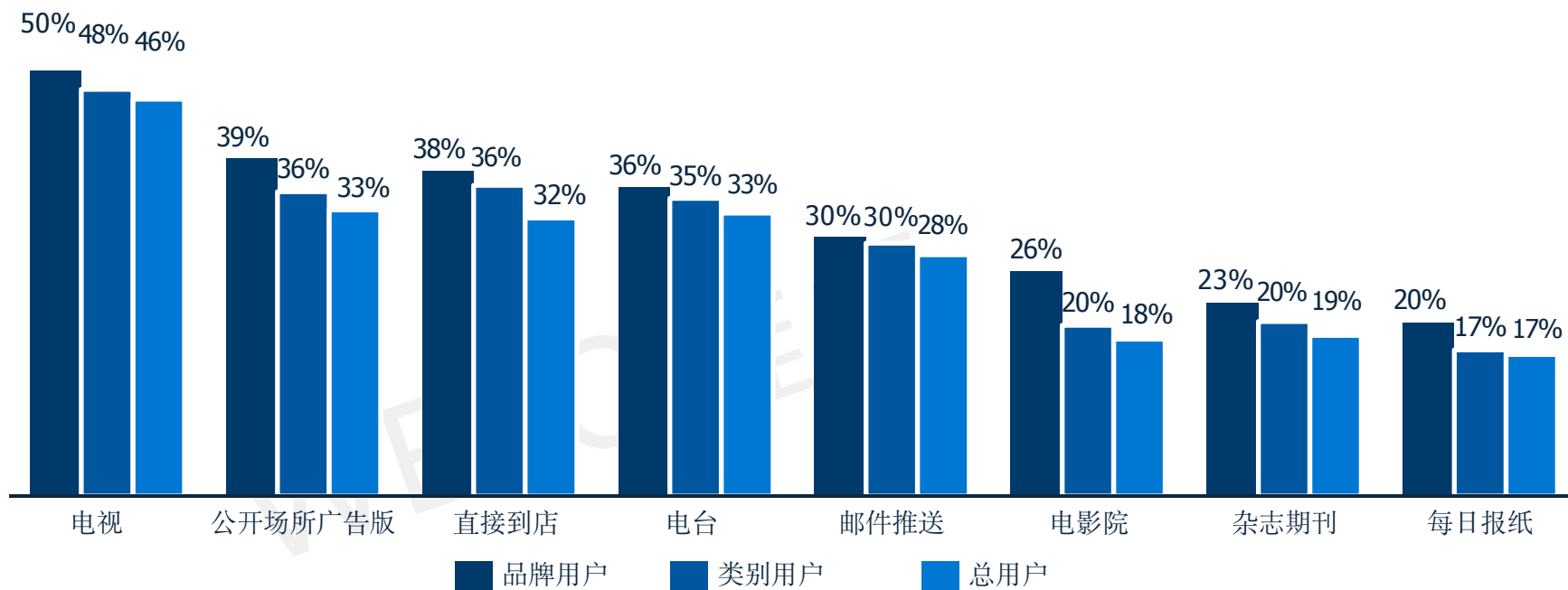
扫描领取报告

5. 营销方式接触点

• 线下广告接触点



过去 4 周美国消费者接触过非数字广告的地方



- Instagram 用户比其他社交媒体用户更容易记住他们在电影/电影院中看到的广告，结合用户对视听体验的兴趣，Instagram 用户比其他用户群体更能对视觉感受产生深刻印象。

调查：“线下广告媒介”单选；“您经常使用哪些社交媒体平台？不包括 WhatsApp 等即时通讯工具。”；多重选择；基数：n=23746，Instagram 用户，n=42400，社交媒体用户，n=60115，所有受访者

数据来源



扫描领取报告

Consumer Insight

WEZO 维卓

版权声明



扫描领取报告

- 本报告著作权由维卓出海研究院整理而成，部分数据、文字或图片素材采集于公开信息，仅为说明问题之引用，所有权为原作者所有。
- 未经允许，不得以任何形式或手段复制、抄袭、影印、翻译本报告的任何部分。
- 凡转载、摘编或利用其它方式使用本报告文字、数据、观点的，应注明来源（WEZO维卓公众号），同时不能删减或改写内容。
- 报告内容仅供一般性参考，不能用于商业用途，不应视为针对特定事务的意见或依据。
- 若有业务输出需求，欢迎联系维卓商务经理：18630366650（郭先生）。

WEZO维卓

关于维卓出海研究院

洞悉全球，发掘商机

服务客户



扫描领取报告

WEZO维卓旗下行业研究分析品牌，致力于通过科学、有效的研究体系，帮助中国出海企业洞察全球数字营销行业发展脉络，把握出海增长机遇，为出海企业提供持续、长效的发展价值。

目前，我们已成功发布20+份精心打造的行业报告，涵盖了电商、游戏、移动应用、品牌客户等多个领域。欢迎下载报告，与我们一同探索全球市场的机遇与未来!



出海广告 就选维卓

【智慧营销 驱动未来】

关注我们，获取最新出海营销干货报告

