

亞太地區富裕人士調查 (Affluent Asia)

自1997年來，亞太區接觸重要閱聽眾排名第一的調查



行銷及品牌專家?

取得富裕人士的背景資料，並瞭解他們的行為以在重要時刻與他們接觸。



媒體專家?

瞭解這些獨特閱聽眾接觸媒體的習慣，以利用在重要的時間和地點鎖定他們。

透過亞太地區富裕調查來解決行銷挑戰：
納入在地和區域性的洞察至觀點中以推動企業成功

在亞太地區這些人是...

在台灣這些人是...

31%

擁有頂級的名牌服裝
和皮革製品 (每件
超過1000美元)

35%

擁有精品手錶
(價值超過
1000美元)

... 享受
奢侈品

28%

擁有頂級的名牌服裝
和皮革製品 (每件
超過1000美元)

32%

擁有精品手錶
(價格超過
1000美元)

35%

擁有卓越卡/
白金卡/黑卡

62%

經常使用
手機支付

... 花費
在品味上

43%

擁有卓越卡/
白金卡/黑卡

61%

經常使用
手機支付

23%

擁有共同基金/
單位信託基金

62%

擁有人壽保險

... 是精明的
投資者

34%

擁有共同基金/
單位信託基金

76%

擁有人壽保險

每年6千萬次的出差 / 休閒旅遊，
平均每人一年4次

... 空中飛人

每年620萬次的出差 / 休閒旅遊，
平均每人一年4次

獲得關於台灣的獨家富裕消費者洞察
下一次的數據產出時間：2019 年 10 月

想了解更多，請連繫：

Darren.Freeman@ipsos.com

自1997年，亞洲富裕人士調查於市場佔有重要地位，是一項完整涵蓋11個亞太地區不同城市的富裕消費者研究，富裕消費者是指在亞太區人口家庭中收入最高的20%，並廣泛地得到媒體和機構的認同。

您將可以從亞太地區富裕人士調查中獲取以下洞察：

- 媒體使用行為
- 生活方式、態度和休閒娛樂活動
- 人口與心理分佈
- 財務
- 旅遊
- 精品
- 酒類

包括以下國家：香港、大陸、新加坡、馬來西亞、臺灣、泰國、印尼、菲律賓、韓國、印度及澳洲

Affluent Asia:

APAC's #1 study since 1997 for reaching the most important audience in the region



Marketing & Brand professional?

Get access to Affluent profile and understand their behaviour to reach them when it matters.



Media professional?

Understand the media habits of this unique audience to target them where & when it matters.

Solve your next marketing challenge with Affluent Asia: bring local and regional insights into perspective to drive business success

In APAC they...

31%

own Quality / Designer Clothes & Leather goods (US\$1000+)

35%

have a Premier/ Platinum/ Black credit card

23%

own unit trust funds/mutual funds

35%

own a luxury watch (worth US\$1000+)

62%

use mobile payment regularly

62%

own life insurance

... enjoy the finest goods

... spend in style

... are savvy investors

... are always on the move

60 million work / leisure trips annually - 4 times a year

In Taiwan they...

28%

own Quality / Designer Clothes & Leather goods (US\$1000+)

43%

have a Premier/ Platinum/ Black credit card

34%

own unit trust funds/mutual funds

32%

own a luxury watch (worth US\$1000+)

61%

use mobile payment regularly

76%

own life insurance

6.2 million work / leisure trips annually - 4 times a year

Gain exclusive insights about Affluent consumers in your market
Next data release available on October 2019

For more information, please contact:

Darren.Freeman@ipsos.com

Since its creation in 1997 Affluent Asia leads as the region's most comprehensive survey of the upscale affluent market, which accounts for the top 20% by income of the APAC population, covering 11 countries across the region, and is trusted by the most influential media owners and agencies in Asia Pacific.

Affluent Asia empowers you with insights on:

- Media consumption
- Lifestyle, attitudes and leisure activities
- Demographics and psychographics
- Finance
- Travel
- Luxury
- Alcohol

In: Hong Kong, China, Singapore, Malaysia, Taiwan, Thailand, Indonesia, Philippines, Korea, India and Australia