

ISSUE
03

WHERE TO GROW

下沉式增长

你不懂的小镇青年





alimama

alimama insight

To make it easy
To do marketing anywhere



alimama

制作团队

alimama insight issue 3

出品人：alimama insight lab

作为 alimama insight 的出品方，alimama insight lab 是一个虚拟组织，由阿里妈妈营销研究中心、市场公关和营销创意中心联合成立。我们依托阿里巴巴生态大数据，基于阿里妈妈独有的研究模型和方法论，输出击中品牌商家和行业营销痛点的趋势洞察报告。当然，这里也会诞生鲜活的品牌营销案例、前沿的CMO洞见和消费市场的最新风向等，就像是一本可读的商业财经杂志。

有观点、有态度、有思辨，也更有趣、更有用，是 alimama insight 的目标；以洞察预测未来，以“a.i”驱动增长，是我们最终希望赋能品牌商家的期许。

PREFACE

前言



alimama

小镇青年消费群体

随着移动互联网对市场的全面占领，流动时代已悄然而至。这种流动性不止局限于信息的高速流动，更延展到人们的生活时空。我们追逐的热点、欣赏的明星、惯用的词汇、喜欢的商品、身边的朋友、栖身的居所、所处的组织等等，无一不如液体般高速流动，在时代的漩涡中流转。

而我们今天聚焦在小镇青年消费群体。

他们出生于上世纪80和90年代，目前工作生活在3-6线城市和村镇之中，在互联网的推动下，渠道下沉，小镇青年与都市潮流无缝衔接；面对不高的生活压力和相对充裕的闲暇时光，他们敢于消费，乐于尝鲜，成为潮流的追随者甚至弄潮儿。

小镇青年消费群体已经成为不可小觑的力量，逐渐走向大众视野。



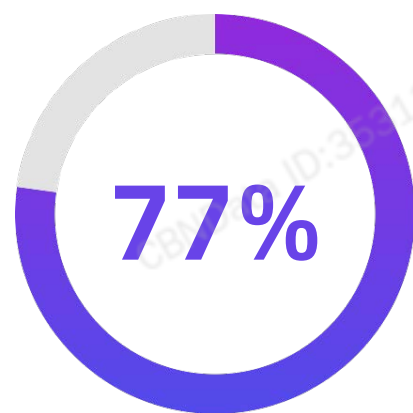
PART 1

下沉市场线上生意大势及机会类目挖掘

整体而言，近12个月淘宝天猫成交额整体依然保持高速增长

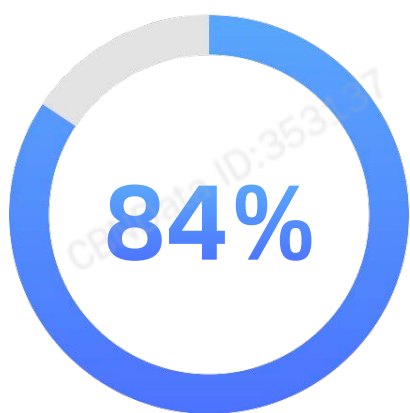
淘宝/天猫77%品类，3-6线城市成交额增速超越1-2线城市，消费者数量和货单价增长成主要推动力

而今天我们关注的小镇青年聚集的下沉市场，增长更加凸显。77%品类，3-6线城市消费成交额增速超过1-2线城市；进一步拆解发现，下沉市场的爆发缘自消费者数量的增长，以及消费升级的双重动力。84%品类3-6线城市消费者数量增长超过1-2线城市，61%品类的平均货单价同比增幅超过1-2线城市。



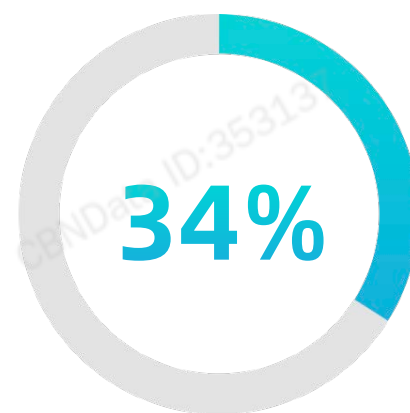
成交额增速

77%品类超越1-2线市场



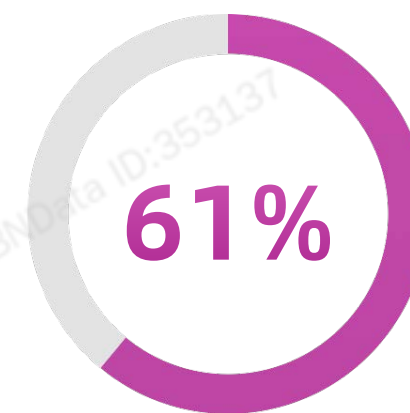
成交人数增速

84%品类超越1-2线市场



客单量增速

34%品类超越1-2线市场



货单价增速

61%品类超越1-2线市场

有空间：

90%品类3-6线城市消费者渗透率低于1-2线城市，品类下沉仍然存在较大空间

为了剥离手淘整体用户增长红利的影响，我们透过品类在不同级别城市的消费者渗透率，以及渗透率增速看品类的增长空间及增长速度。从消费者绝对渗透率看，消费者的品类认知或线上购买习惯，在3-6线城市与1-2线城市之间，仍存在一定差距。如果以1-2线城市作为标准，90%品类在下沉市场仍存在渗透增长空间。

人群渗透率增速 (小镇 > 都市)



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17057

