

2018年天猫男装消费者 购买行为研究

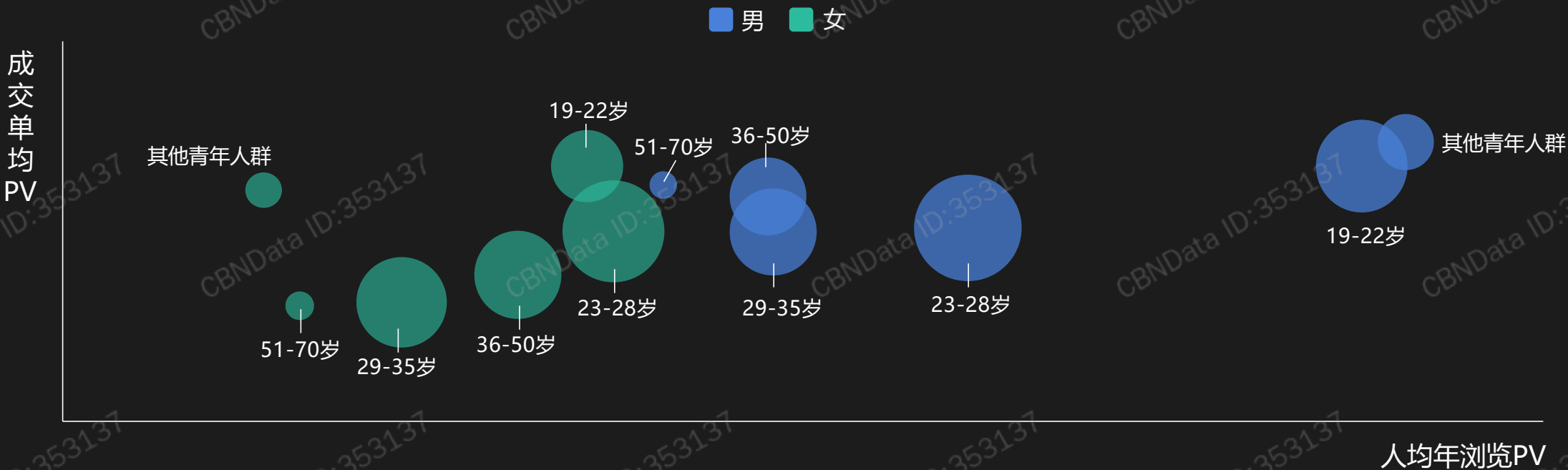
CBNData

第一财经商业数据中心

男装消费者男女占比为56%和44%，不同性别浏览行为有明显差异

- 男装消费者中女性在男装品类的浏览量普遍低于男性，19-28岁的女性在购买男装时更愿意多逛多看，28岁以上的女性在挑选男装时决策时间更短。

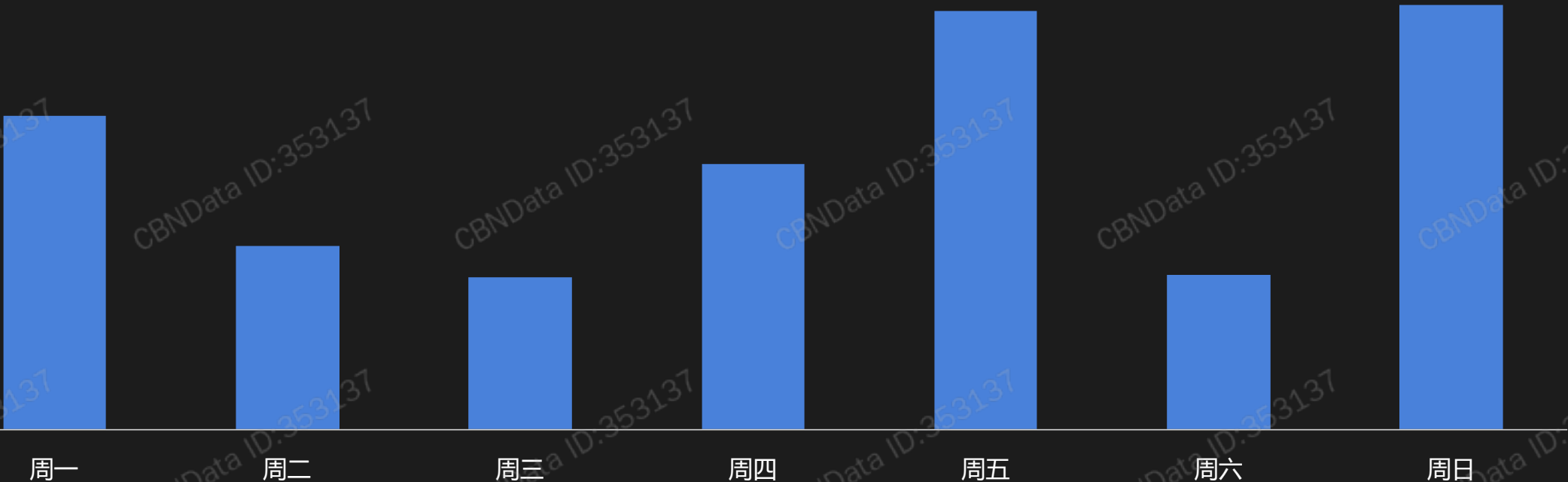
2016年Q4-2017年Q1 不同性别及年龄段男装消费者人数、人均浏览量及单均浏览量



男装消费者周内浏览时间高峰为周日、周五及周一。

2016年Q4-2017年Q1 男装品类浏览量平均周内分布

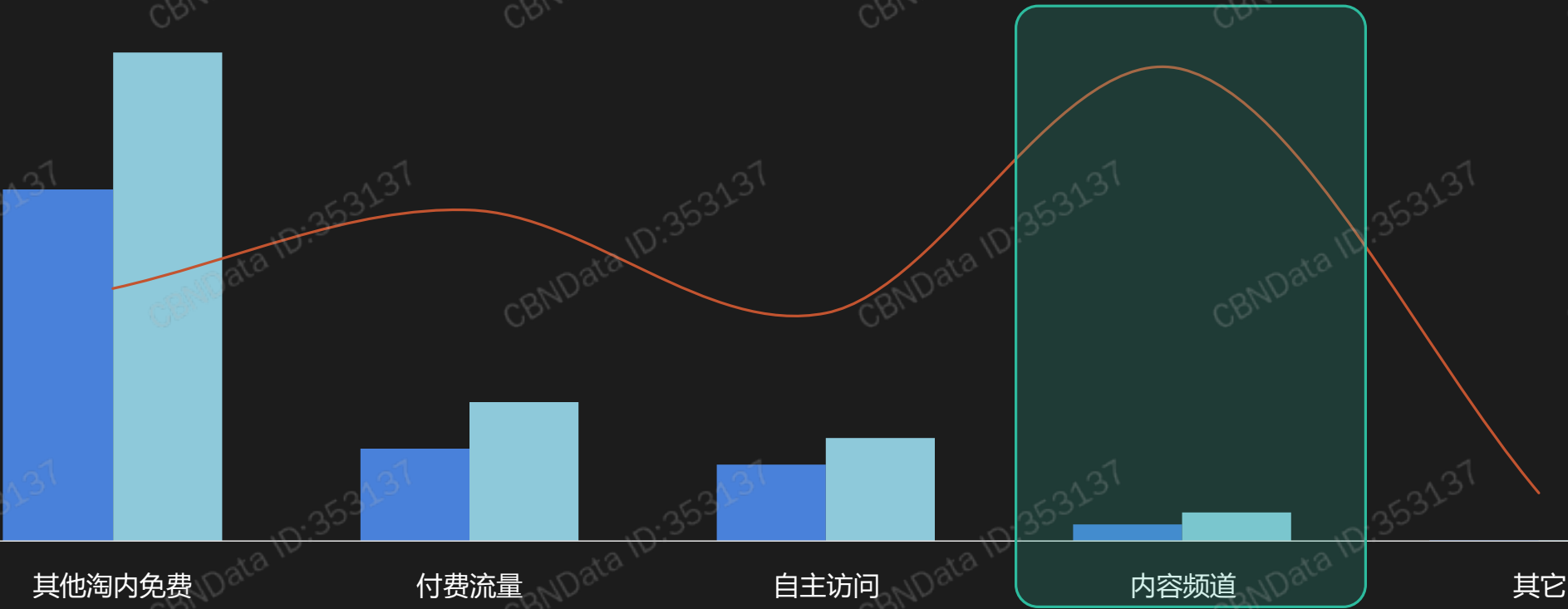
PV



男装消费者浏览渠道中，内容频道近一年增速十分突出。

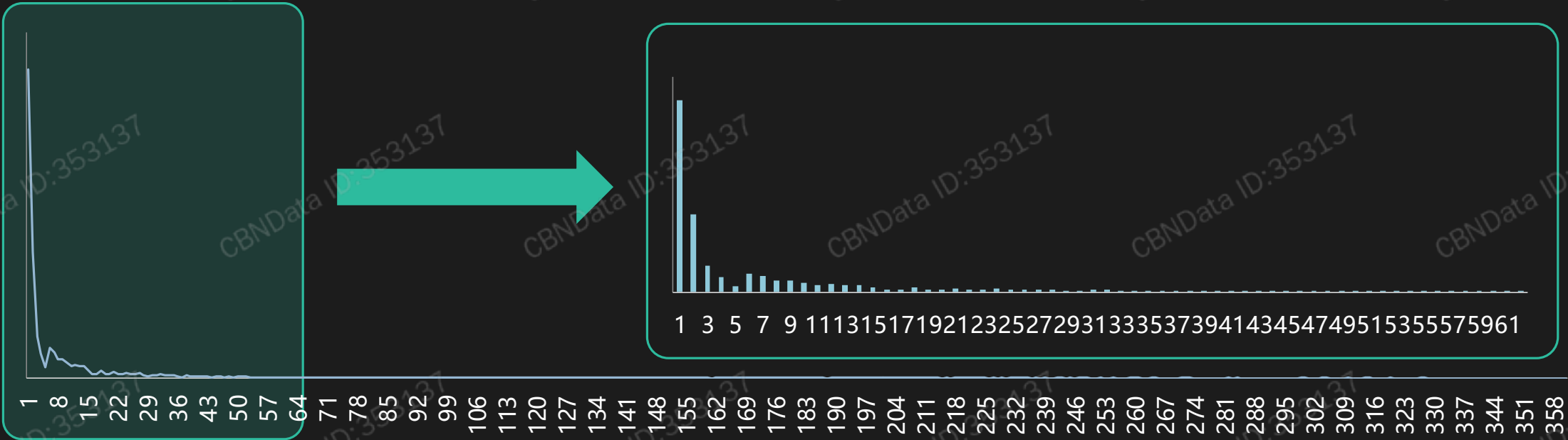
2016年前三季度vs2017年前三季度 男装各渠道流量及增速

2016前三季度UV 2017前三季度UV 增速

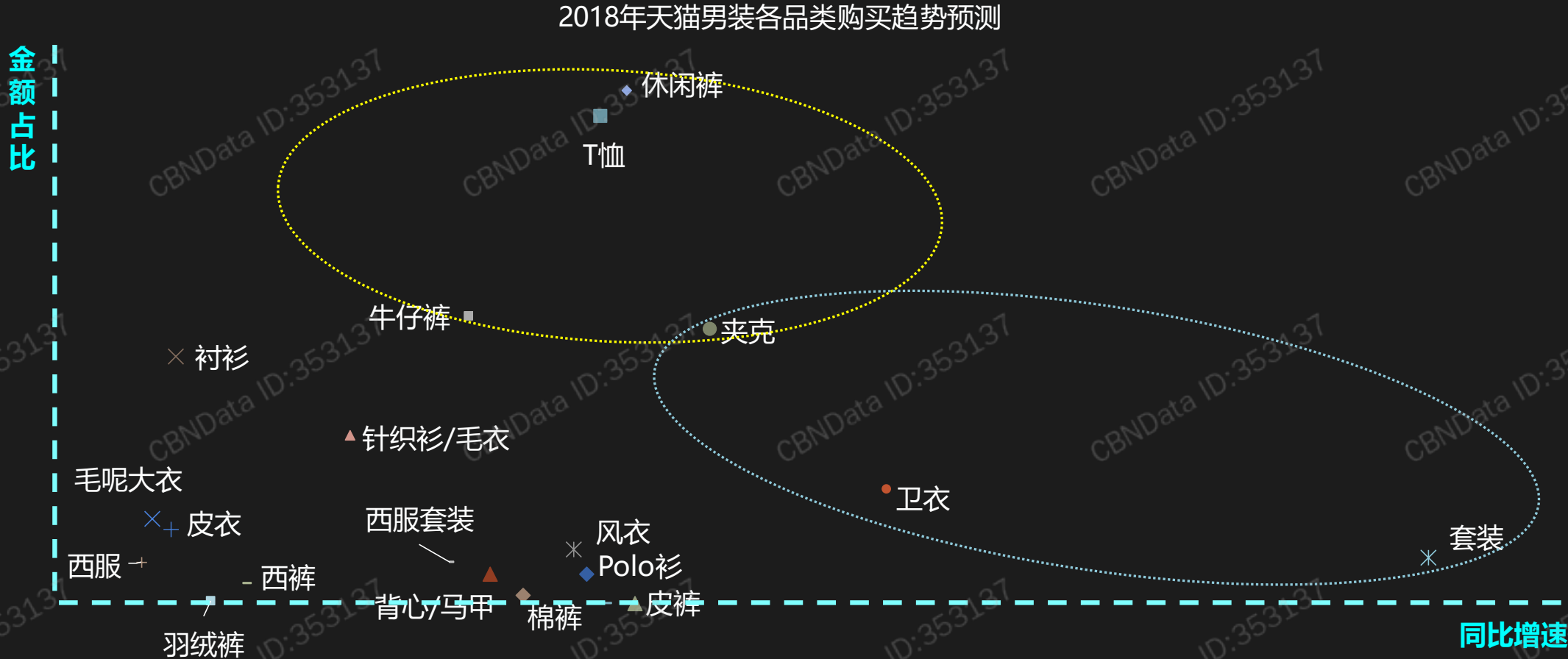


男装消费者加购后的购买高峰在加购后的1-7天，第7天存在二次高峰。

2016年Q4-2017年Q3 男装类目 加购各时间购买订单占比

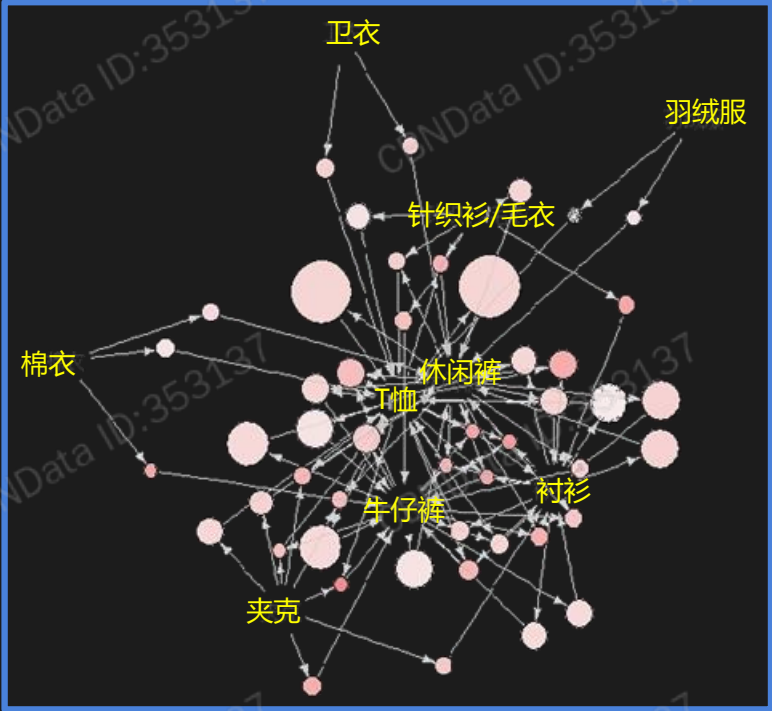


2018年男装消费将继续偏好的品类：休闲裤、T恤、夹克为重点；此外，卫衣、风衣、POLO衫潜力较大。

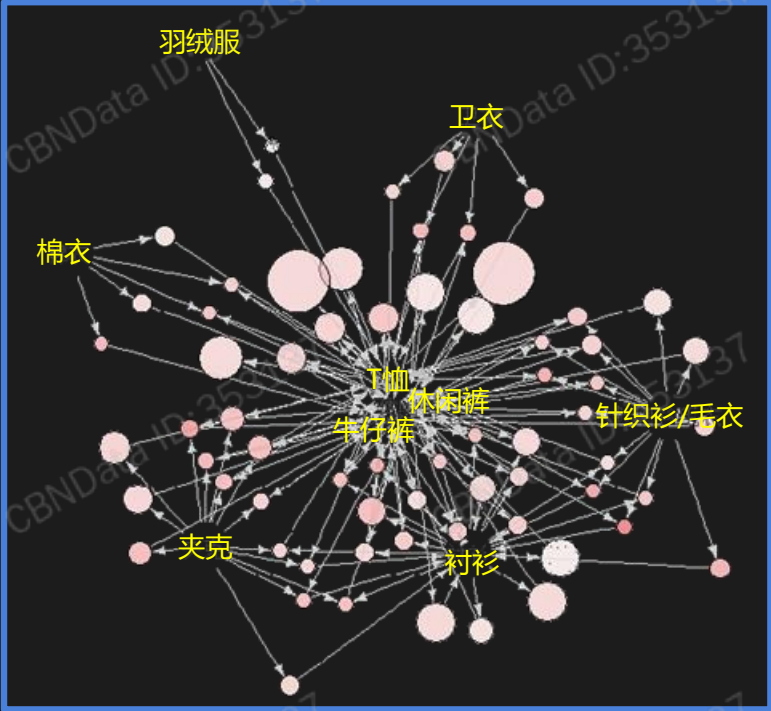


通过连续三年购买消费者的关联品类购买，分析男装消费者穿搭变化，T恤、休闲裤、牛仔裤持续成为热门的搭配购买选择。

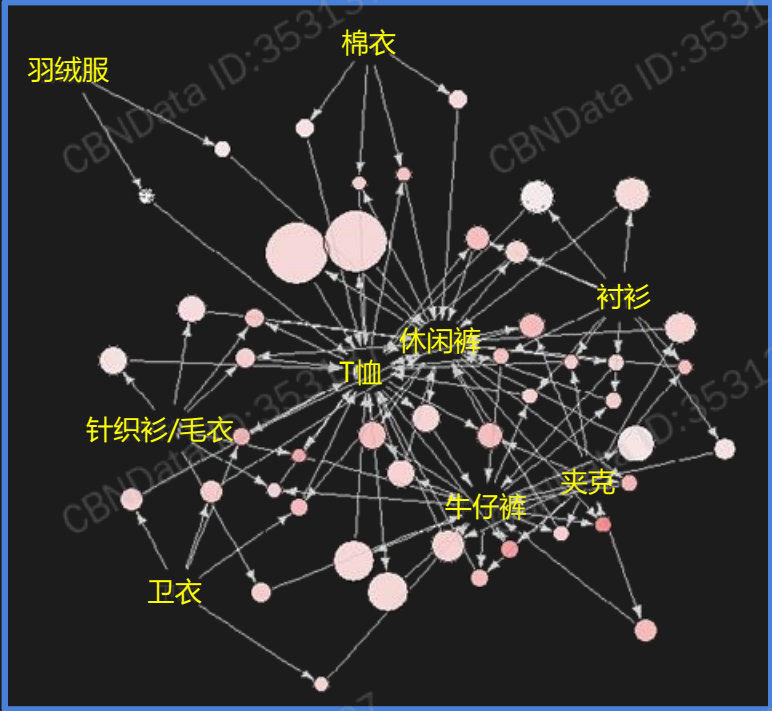
2015年购物篮分析



2016年购物篮分析



2017年购物篮分析



注：圆圈大小代表：支持度 (support)；颜色深浅代表：提升度 (lift)；箭头代表不同产品间的联系

注：2015年图中，支持度范围：0.081-0.405，提升度范围：0.945-1.252

注：2016年图中，支持度范围：0.083-0.444，提升度范围：0.958-1.295

注：2017年图中，支持度范围：0.081-0.428，提升度范围：0.952-1.309

男装穿搭风格发生变化，2017年潮流夹克逐渐取代衬衫，成为t 恤、牛仔裤的最佳搭配品类。

2017年关联购买支持度下降前十大组合

购买组合	支持度增幅
休闲裤=>衬衫	-0.26
T恤,休闲裤=>衬衫	-0.18
牛仔裤=>衬衫	-0.17
针织衫/毛衣=>衬衫	-0.13
夹克=>衬衫	-0.12
T恤,牛仔裤=>衬衫	-0.12
休闲裤,牛仔裤=>衬衫	-0.11
T恤,夹克=>衬衫	-0.09

2017年关联购买支持度上升前十大组合

购买组合	支持度增幅
T恤,牛仔裤=>夹克	+0.11
休闲裤,牛仔裤=>夹克	+0.10
夹克=>休闲裤	+0.01
卫衣=>休闲裤	+0.01
夹克=>T恤,休闲裤	+0.01
T恤,夹克=>休闲裤	+0.01
休闲裤,夹克=>T恤	+0.01
T恤,T恤,休闲裤	+0.01

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_17239

