

分年代用户网络消费习惯对比研究

CBNData

第一财经商业数据中心

目录



70后80后90后用户画像



70后80后90后行为分析



70后80后90后标签



你所不知道的事实



总结和附录

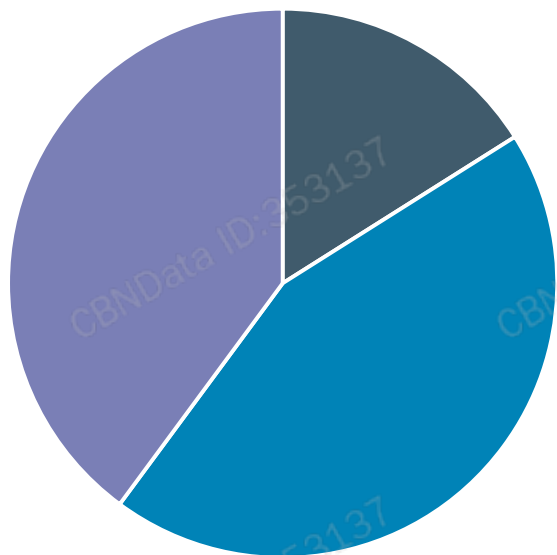
70后vs.80后vs.90后

- 提起70后，80后，90后群体人们会想起什么？脑海里立马浮现出三幅典型形象？还是黄晓明，韩寒或是吴莫愁？在70后正值壮年，80后年富力强，90朝气蓬勃的当今社会，这三代人构成了社会的主流人群，亦是电子商务平台的消费者主体；
- 通过研究这三代用户的在线购物习惯对比，能让我们更了解他们的生活状态和需求，消除一些固有的观念，还原更加生动真实的70，80，90后的群体形象与购物偏好

消费能力-份额

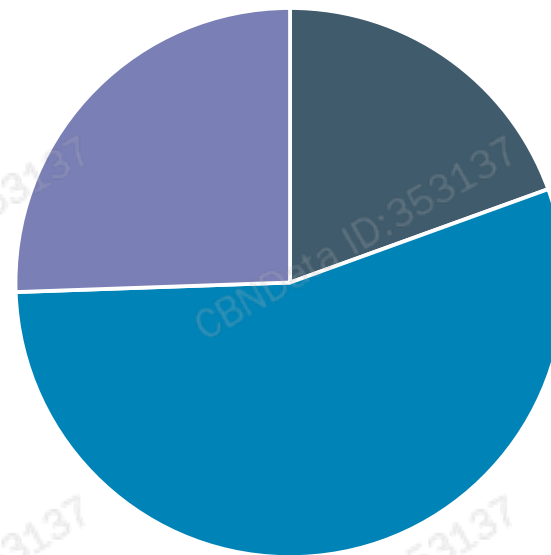
- 从人数上来看，80后与90后的消费者占据绝对的主力消费人群；
- 从消费金额来看，80后占据统治性地位，80后人群作为职场的生力军，**消费能力80后完胜**；

成交人数占比



■ 70后 ■ 80后 ■ 90后

销售额占比

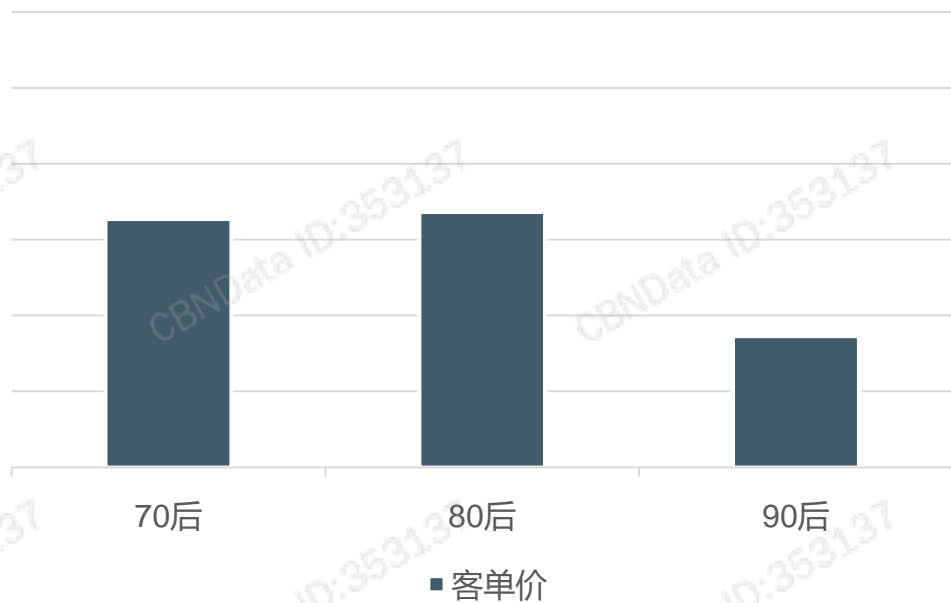


■ 70后 ■ 80后 ■ 90后

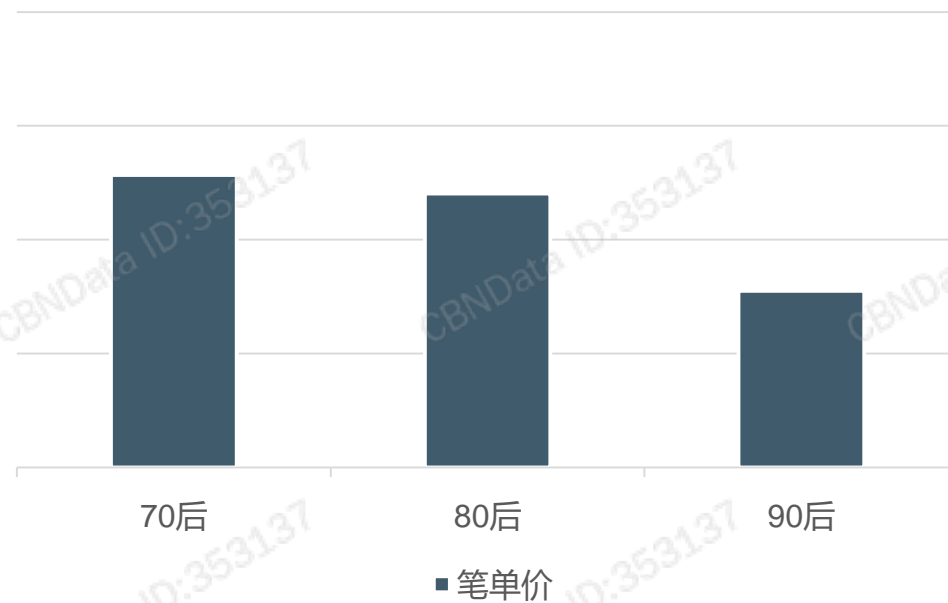
消费能力-单价

- 客单价来看70后，80后的高购买能力体现无疑，平均客单价为90后2倍；
- 笔单价来看，70后最高，说明70后的高消费档次导致其购买商品平均价格会更高；而90后由于受其收入水平限制，购买商品的平均价格较低；

70,80,90后客单价



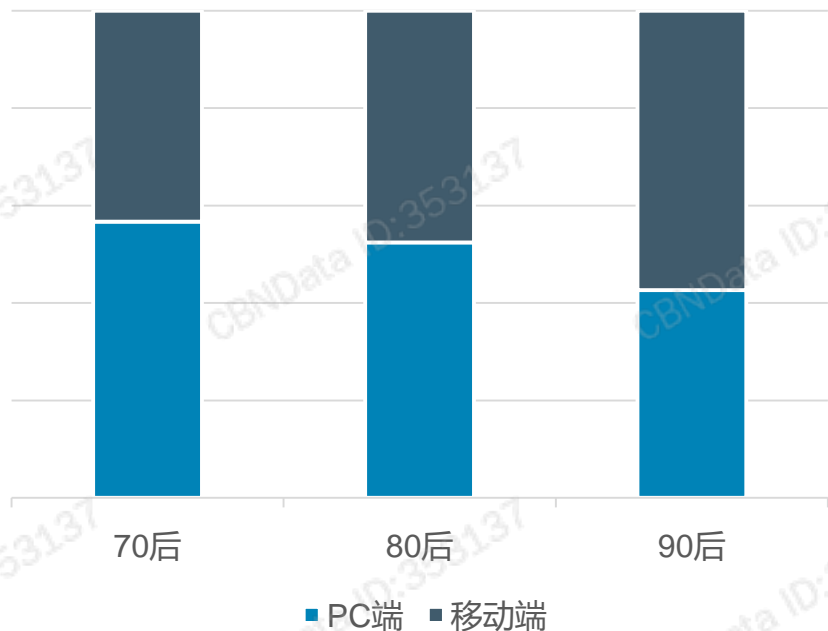
70,80,90后笔单价



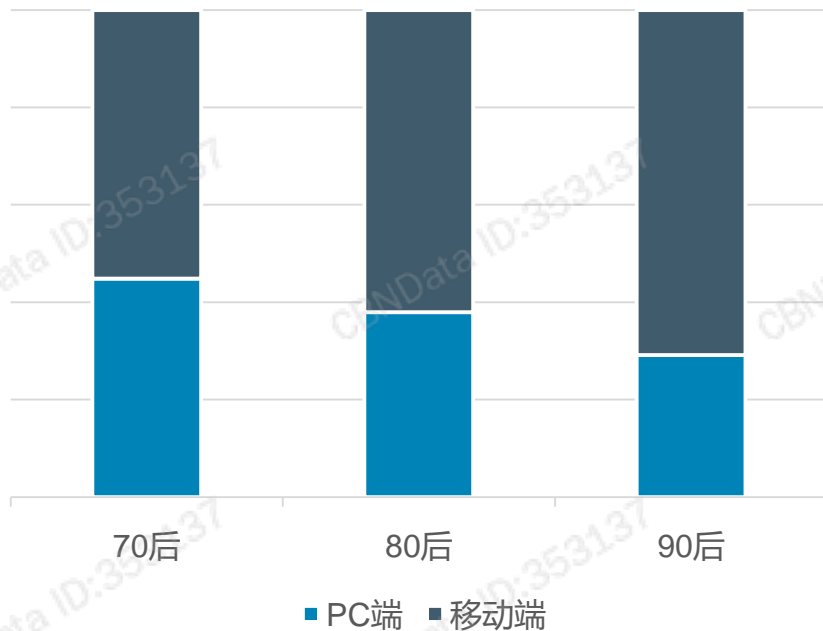
移动电商趋势

- 移动设备是3个群体都比较偏爱的购物设备，而且越是年轻的群体越喜爱用移动端购物，90后群体使用移动端成交的商品接近七成，说明90后是不折不扣的**移动控**；
- 从成交金额来看，对于70后与80后PC端仍占据多数，综合考虑说明人们仍习惯在显示信息更多，对比更方便的PC端来购买**贵重，大件**商品，而移动端多用来购买**轻量，低价**的商品；

移动/PC端成交金额对比



移动/PC端成交笔数对比



- 除去人口结构因素，90后消费额占比在一些经济相对不发达省份会更加突出，而经济发达地区由于成熟的消费者结构，各年龄层次分布比较平均，更接各年龄段的消费水平；

90后成交额占比最高和最
低的省份排名

排名	省份
TOP1	江西省
TOP2	海南省
TOP3	安徽省
Bottom3	辽宁省
Bottom2	北京
Bottom1	上海

80后成交额占比最高和最
低的省份排名

排名	省份
TOP1	上海
TOP2	北京
TOP3	天津
Bottom3	山西省
Bottom2	贵州省
Bottom1	江西省

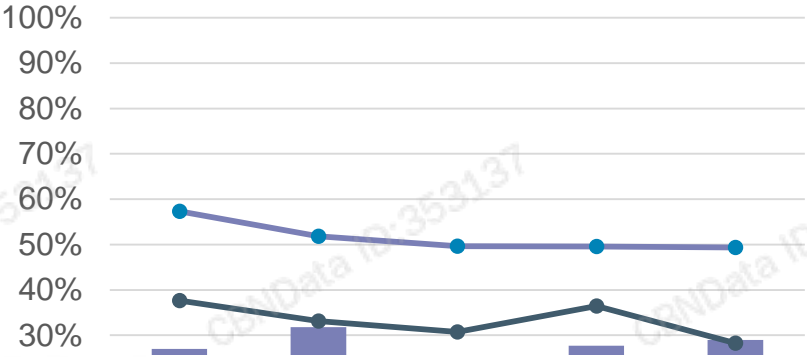
70后成交额占比最高和最
低的省份排名

排名	省份
TOP1	黑龙江省
TOP2	新疆
TOP3	云南省
Bottom3	海南省
Bottom2	广东省
Bottom1	西藏

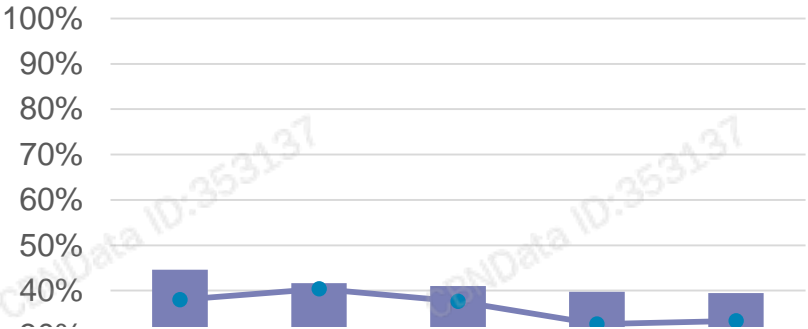
地域分布-90后城市分布

- 90后人数占比最多的多为三、四线城市，均占总购物人数的一半左右，客单价均等于或稍低于全国平均，但由于人数较多，因而贡献了更多的消费；
- 90后消费能力最强的集中于沿海经济发达地区，但由于消费结构较为成熟，人数与消费占比低于全国平均水平；
- 说明低层级城市中，**90后群体为最活跃，最先接受电商的消费者群体**，因此人数占比最高；而发达城市成熟的消费结构导致90后人数和消费总额占比均低于平均水平，总的来说**90后消费能力地域差异较小**；

90后成交人数占比最高的城市Top 5



90后客单价最高的城市Top 5



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_17379

