

快手男性消费用户洞察

36Kr

MOFF 2021
MENFOLK
SHOW
摩福男人展

磁力引擎 磁力数观

数据说明

分析对象：

- 周期内在快手上有过购买商品的男性用户及其所观看、搜索的内容和消费的商品

数据周期：

- 对比数据取2021年9月对比1月
- 占比数据用2021年9月

名词定义：

- 新线城市：三线及以下城市
- 高线城市：二线及以上城市
- 发展中新线城市：指城市规模、经济社会发展水平以及交通建设较为普通的中等城市，大部分以地级市为主，还包括个别省、自治区的省会、首府、自治州。
- 潜力新线城市：多数为西部地级行政区，同时还有少量中东部地区的中小城市

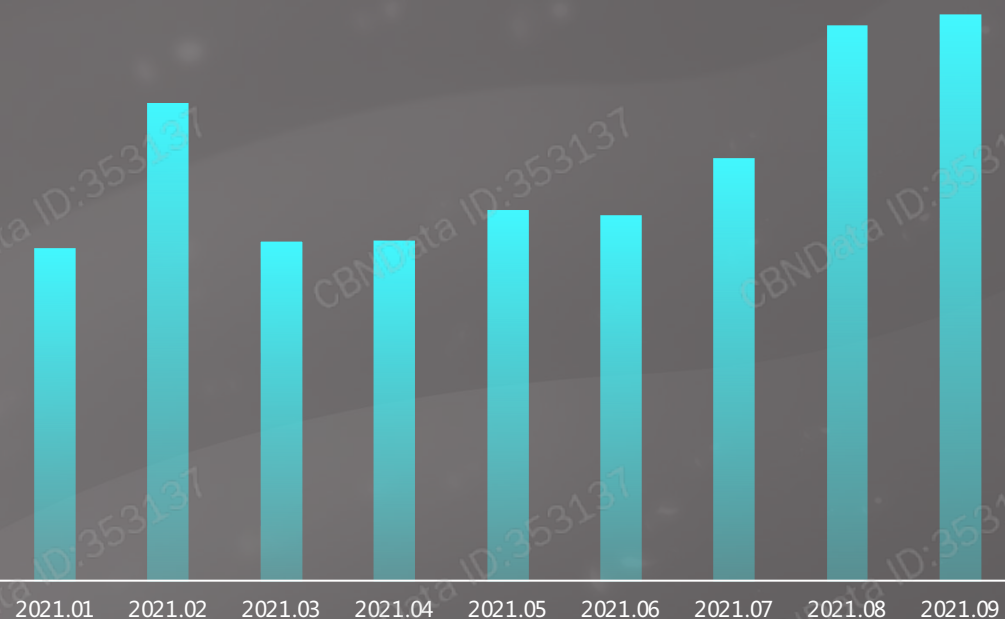
主要内容：

- 快手男性消费用户基础画像
- 快手男性消费用户关注内容
- 快手男性消费用户购买偏好

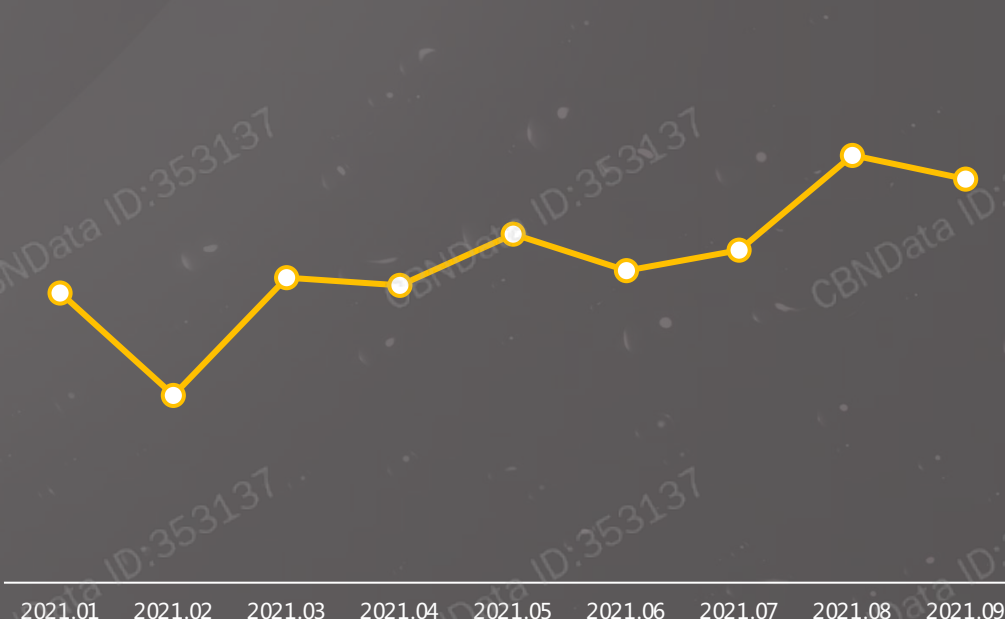
快手男性活跃用户稳定增长 消费需求持续释放

2021年1月至9月，快手活跃男性用户和有购物消费的男性用户数整体均呈稳定增长趋势。

快手活跃男性用户数趋势



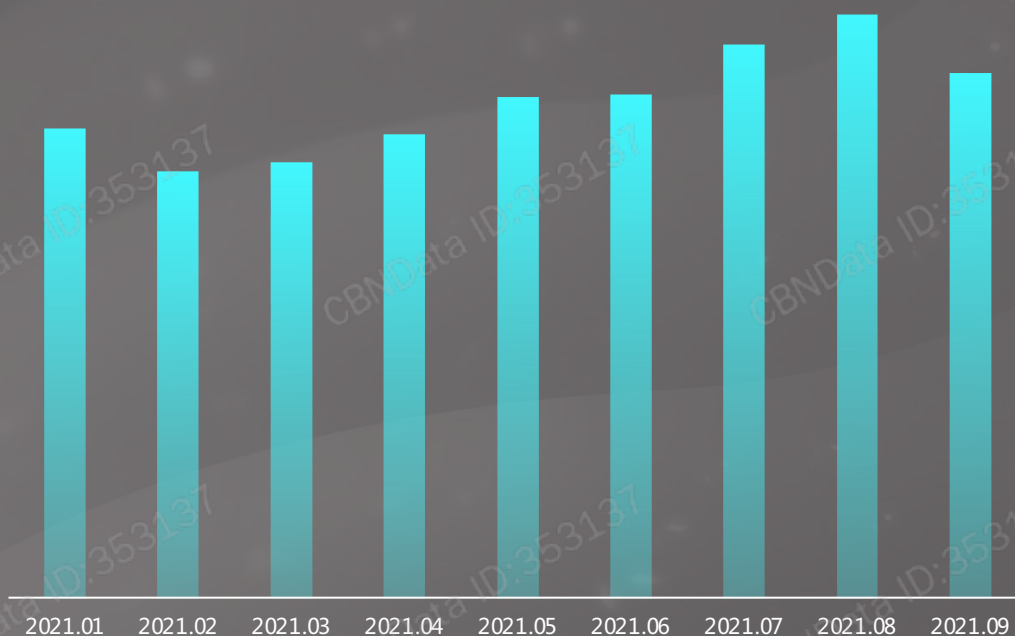
快手男性消费用户数趋势



沉浸式体验 快手男性消费用户使用黏性更强

相对于快手整体男性用户，有消费的男性用户使用快手时间更长，且整体呈增长趋势。

快手男性消费用户人均使用快手时长趋势



18.9%+

2021年9月对比1月
快手男性消费用户人均使用快手时长增速

1倍+

2021年前9月
快手男性消费用户日人均使用快手时长
对比快手整体男性用户日人均使用快手时长

高活跃强互动 参与内容更积极

2021年9月相比快手整体用户，男性消费用户人均观看、点赞、评论、分享量分别高98.8%、46.9%、70.1%和81.7%。

2021年9月快手男性消费用户对比快手整体用户更活跃

+98.8%

人均观看量

+46.9%

人均点赞量

+70.1%

人均评论量

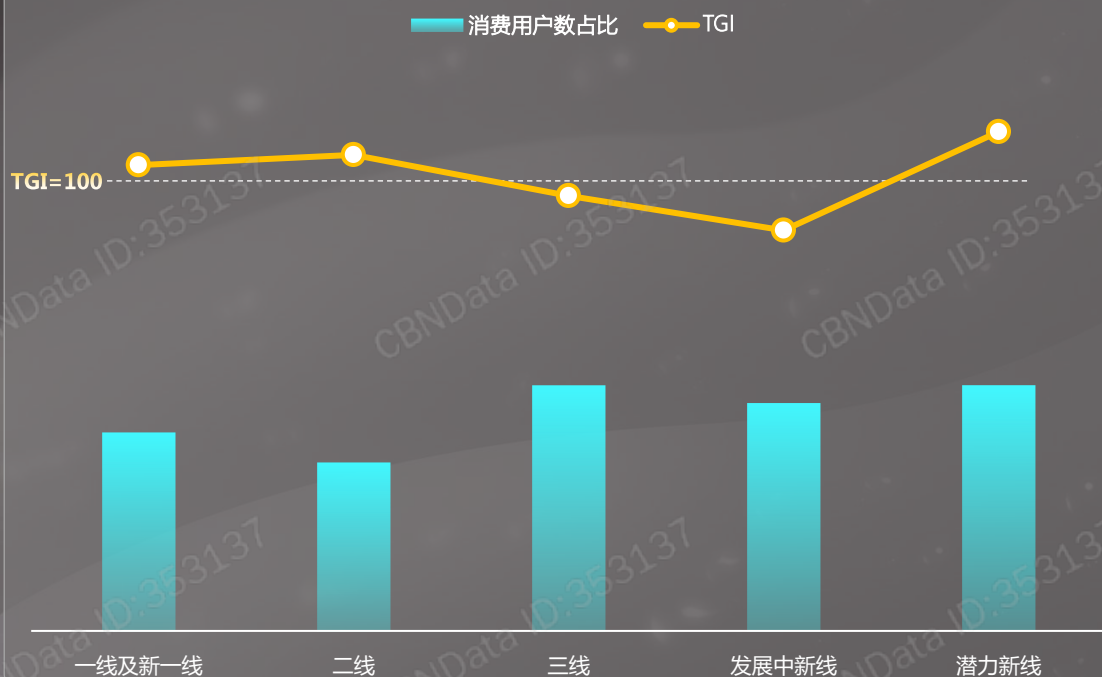
+81.7%

人均分享量

全线参与 高线城市男性保持较强购物欲

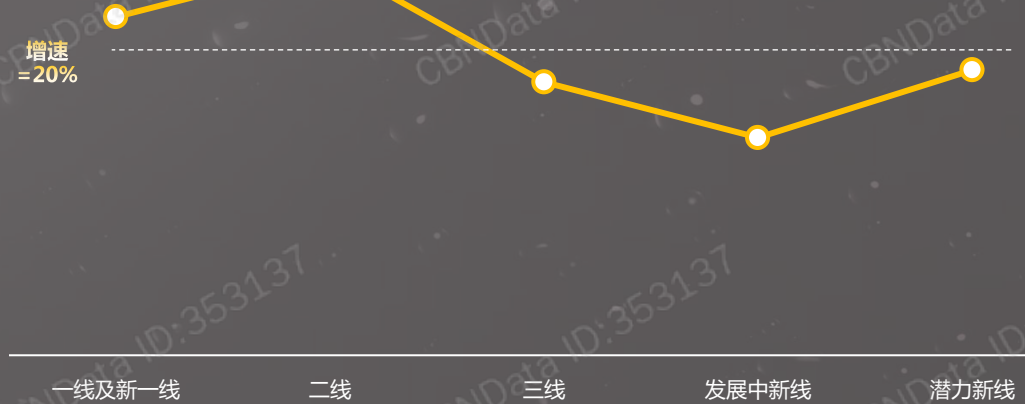
2021年9月对比1月二线及以上城市男性消费用户数量增速更快。

9月快手男性消费用户城市线级分布



9月对比1月快手男性消费用户数增速

增速 = 20%



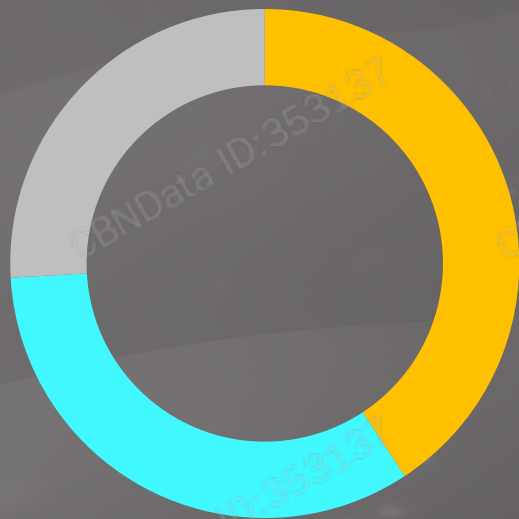
TGI = 快手男性消费用户城市线级占比 / 快手整体活跃用户城市线级占比 × 100

90后用户基数最大 80后在快手购物人数增长最快

9月份快手男性消费用户中90后及以下占比最高，其次是80后用户；对比1月，在快手购物的男性中80后人数增速最快，为24.6%。

9月快手男性消费用户数年代分布

90后及以下 80后 70后及以上



TGI

9月对比1月用户数量增速



90后及以下

68.4

11.5%



80后

128.3

24.6%



70后及以上

139.7

22.1%

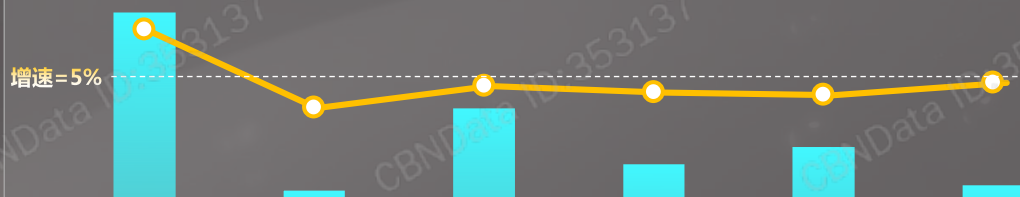
TGI = 快手男性消费用户年代占比 / 快手整体活跃用户年代占比 × 100

90后消费加速 商品单价和人均消费在快速增长

90后人均消费金额快速增长，高线90后及以下用户商品单价消费最高。

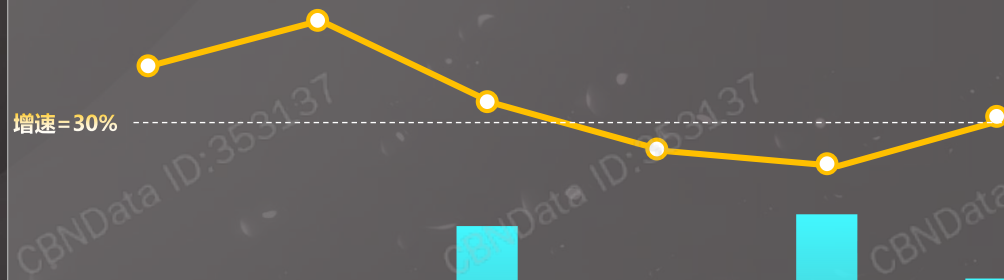
购买商品单价

商品单价 9月对比1月商品单价增速



人均消费总金额

人均消费总金额 9月对比1月人均消费总金额增速



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_29345

