

TalkingData电商人群洞察报告

注：观点及数据来源于TalkingData

电商人群定义

01

人群定义

02

评选模型

电商人群定义：

是指统计周期内使用过电商类App的用户群体。

$$a_{ij} = i - j$$

$$i = \frac{1}{n} \sum_{k=1}^{12} \sum_{k=1}^N W_k M_k \quad j = \frac{1}{n} \sum_{k=1}^{12} \sqrt{\sum_{k=1}^N W_k M_k - i}$$

M₁：TD综合指数

M₄：应用活跃指数

M₂：口碑评价指数

M₅：APP使用行为指数

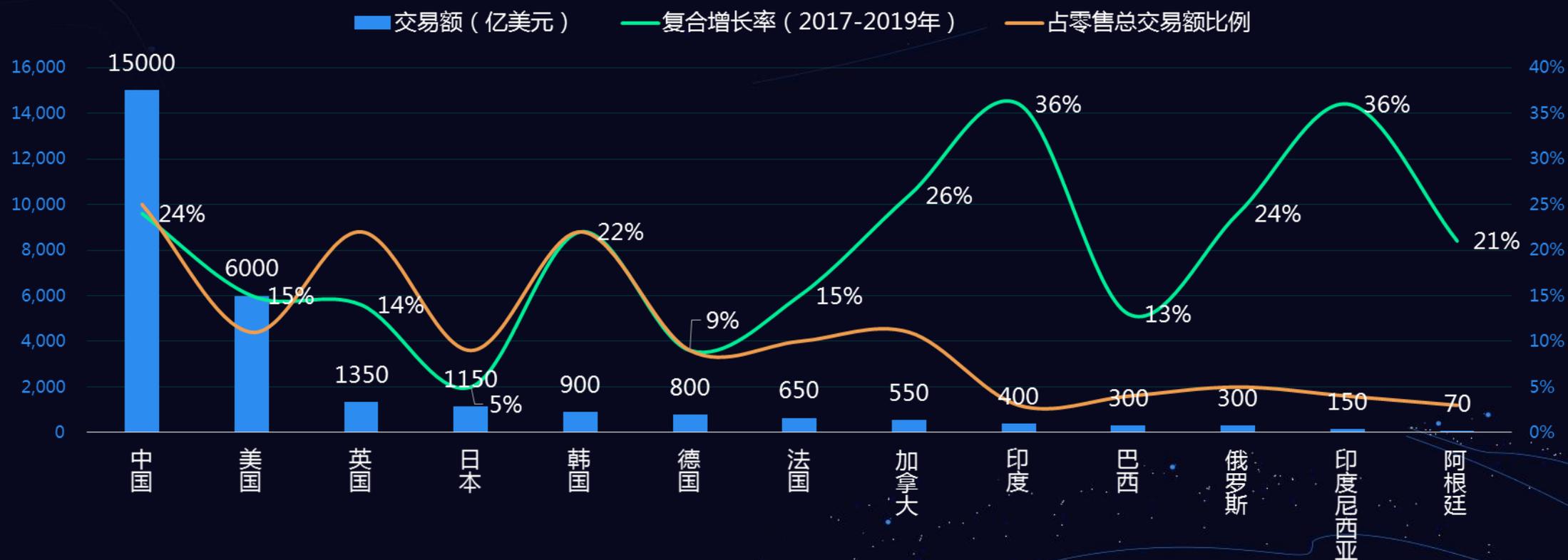
M₃：社区舆情指数

M₆：应用TGI偏好指数

其中，N代表指标因素数量，
W_k为第K个权重因素，M_k为第K个因素取值。

中国网络交易总额全球领先，近三年复合增长率达24%

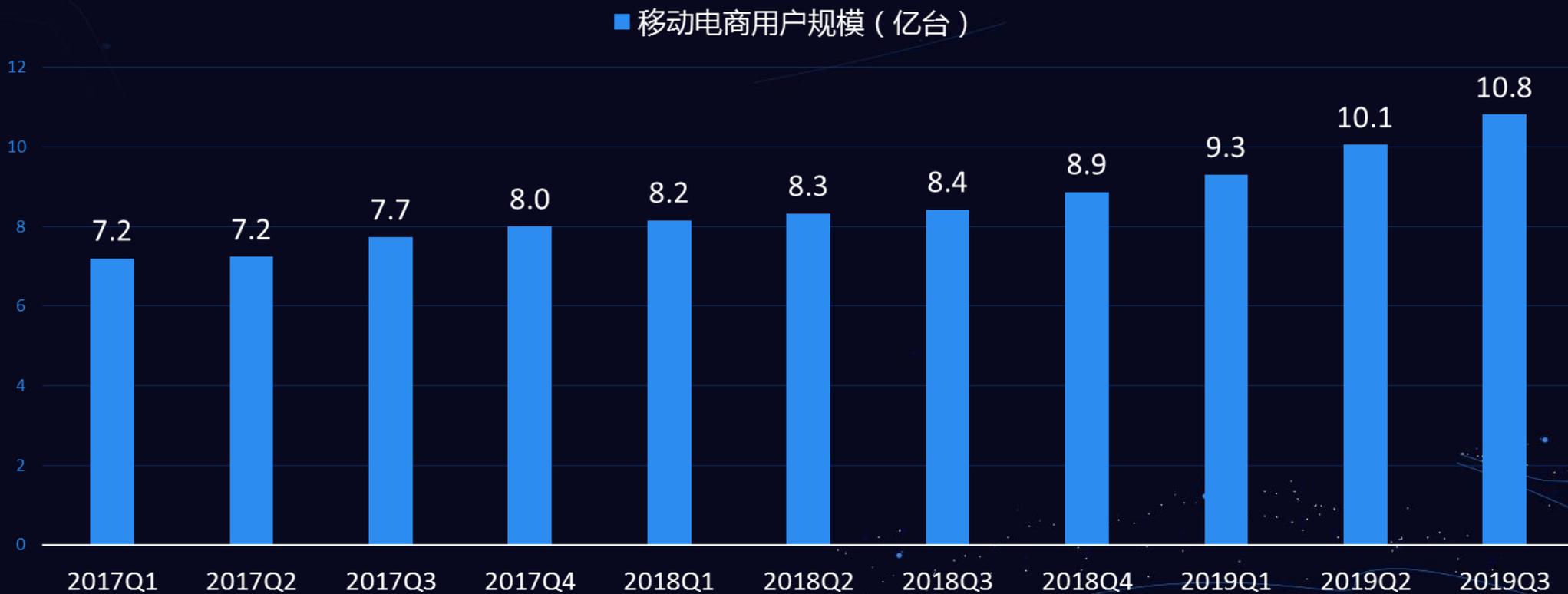
全球主要国家网络零售交易额、年复合增长率及零售总额占比



数据来源：麦肯锡《2019年中国数字消费者趋势》

移动电商行业用户体量趋于饱和

2017Q1-2019Q3 移动电商行业用户规模



电商消费人群各年龄段划分区间



19-25岁



26-35岁



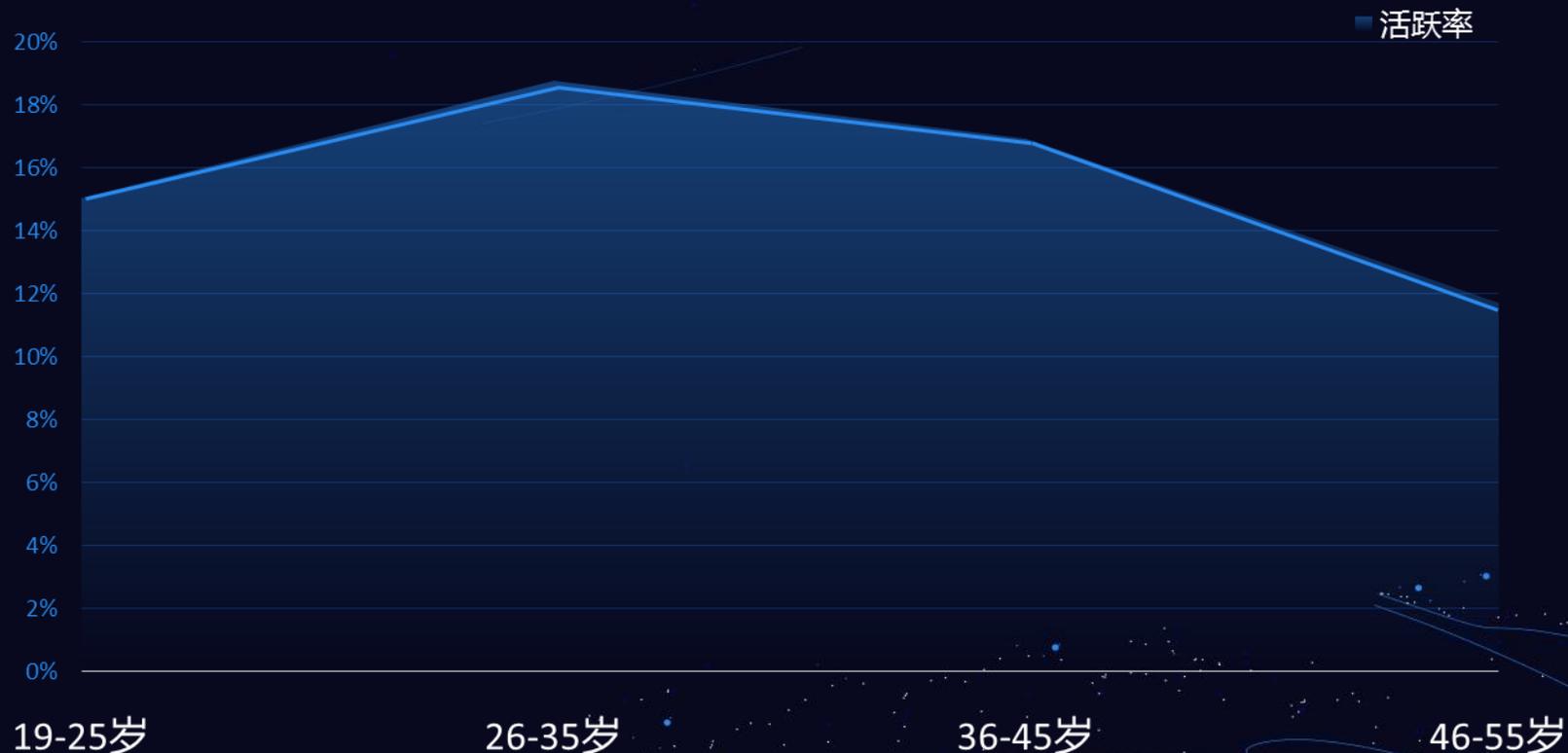
36-45岁



46-55岁

26-35岁对电商类应用有更强的粘性

各年龄阶段电商类应用活跃率趋势



各年龄段电商
覆盖率区间

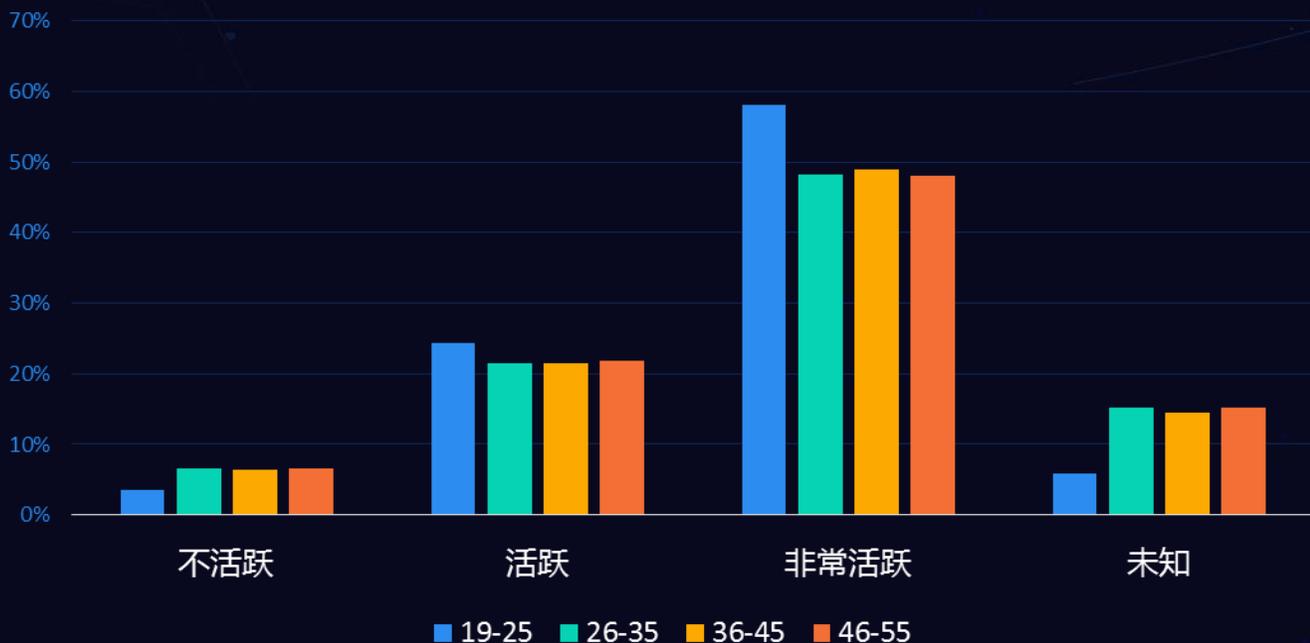
78%-79%

各年龄段电商
TGI区间

103-104

网购已成为95后的消费习惯，电商内活跃度及消费额度凸显

不同年龄段 电商消费活跃度

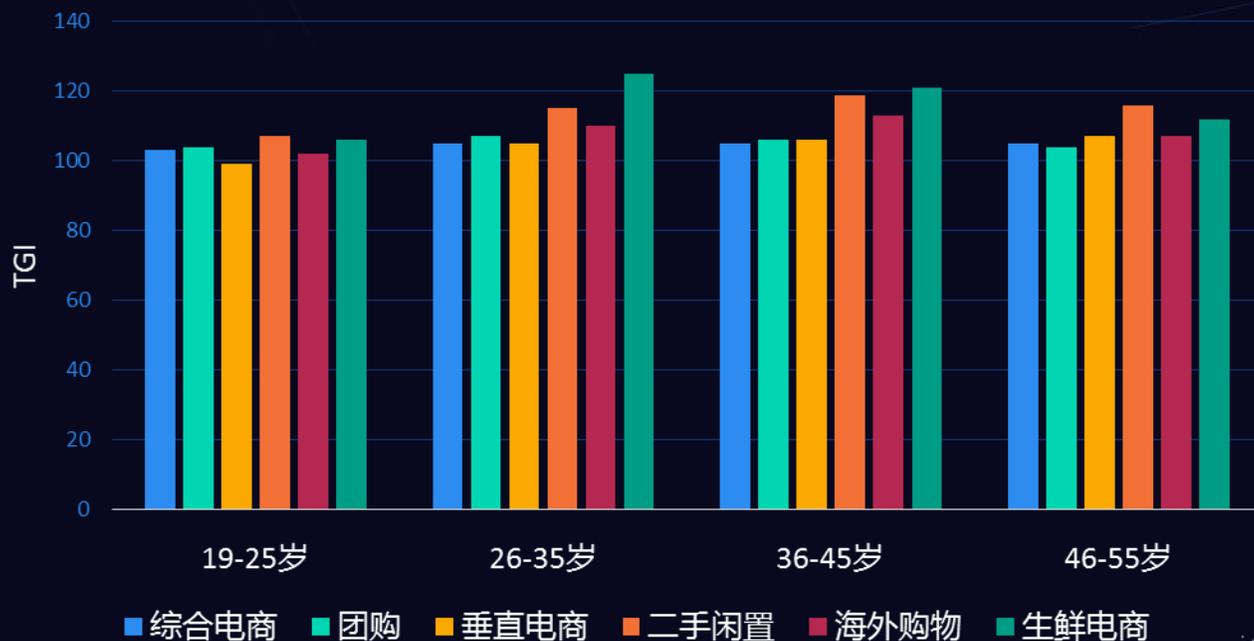


19-25岁大额网购消费特征更明显

综合指标	19-25岁	26-35岁	36-45岁	46-55岁
0-500	82.12%	89.06%	88.38%	88.76%
500-2000	13.20%	8.77%	9.23%	8.83%
2000-5000	3.65%	1.84%	2.01%	2.02%
5000-10000	1.02%	0.32%	0.38%	0.40%

二手闲置与生鲜电商属于全年龄段需求

各年龄段垂直电商偏好TGI



全年龄段对二手闲置及生鲜电商均有较强偏好



二手闲置



生鲜电商

19-25岁

除二手闲置、生鲜电商以外，该年龄段更倾向**团购**，或与其年龄段经济收入有限有一定关联。

26-35岁

除二手闲置、生鲜电商以外，该年龄段更倾向**海外购物**，或随着收入的提升与社会地位的变化对购物的“视野”更为宽泛。

36-45岁

该年龄段对于**二手闲置**和**海外购物**的需求处于“顶峰”期，或与该年龄段生活压力增长有所相关，更为注重二手变现与购买。

46-55岁

该年龄段对生鲜电商的偏好有所降低，在**垂直类电商**方面偏好度有一定提升。

各年龄段人群画像及应用消费特征



19-25岁



26-35岁

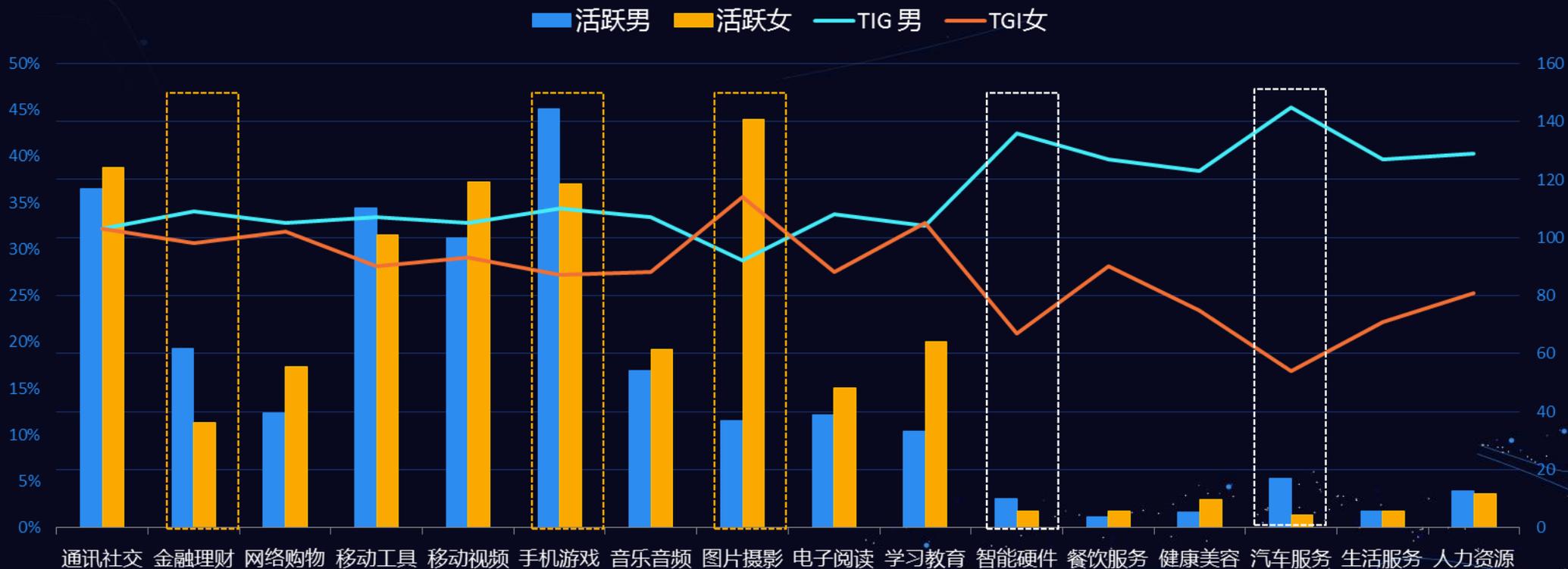


36-45岁



46-55岁

男性活跃于手游 偏好汽车与智能硬件，女性依赖图片摄影软件



女性偏好海淘 护肤控，男性偏好生鲜 高级宅



男性消费者
电商偏好



TGI 141
生鲜电商



TGI 137
二手闲置



女性消费者
电商偏好



TGI 124
海淘

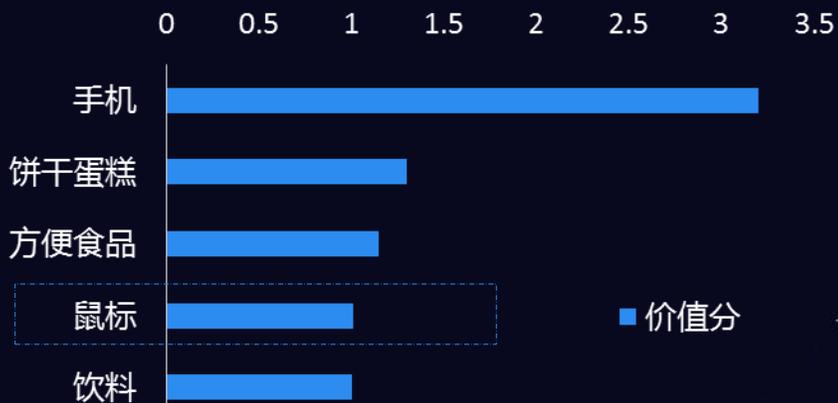


TGI 101
综合电商

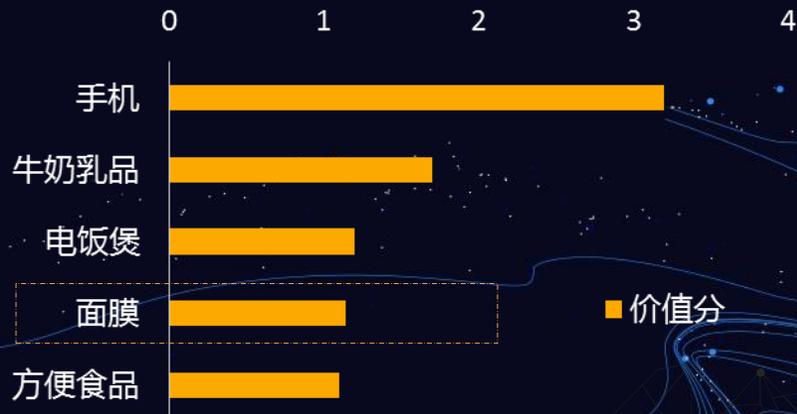


TGI 101
团购

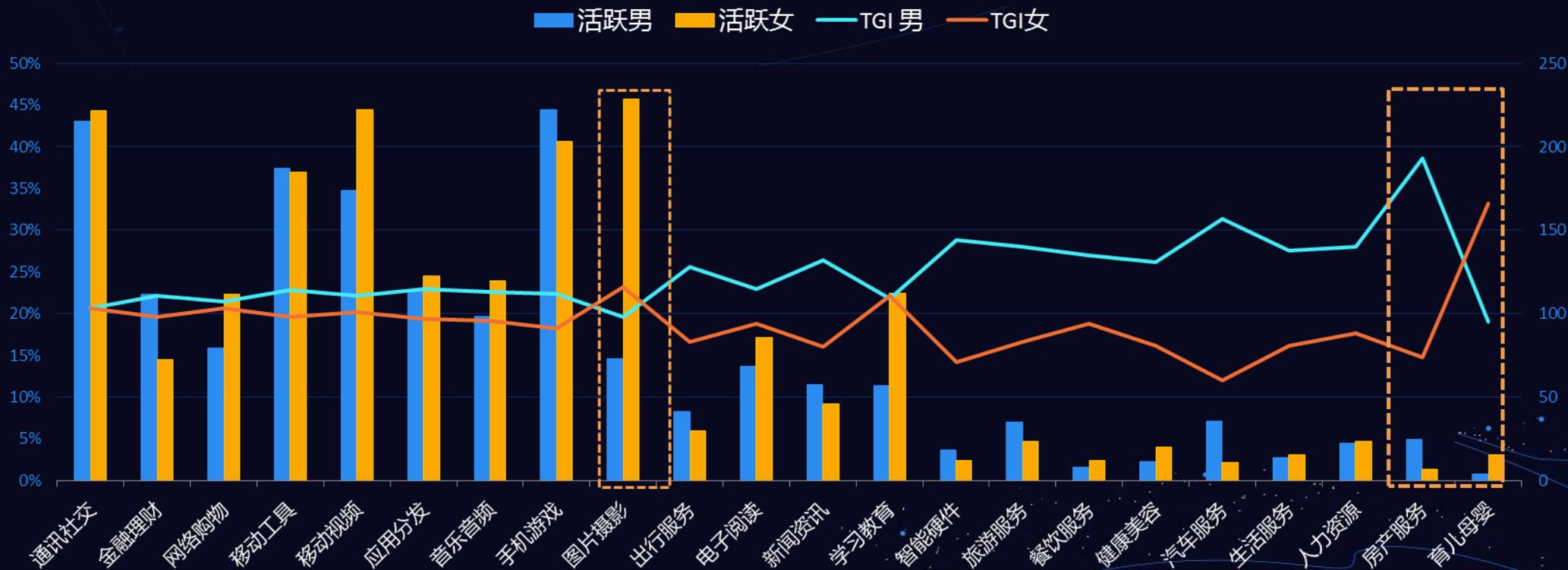
男性电商消费偏好TOP 5 外设鼠标上榜



女性电商消费偏好TOP 5 面膜、电饭煲上榜

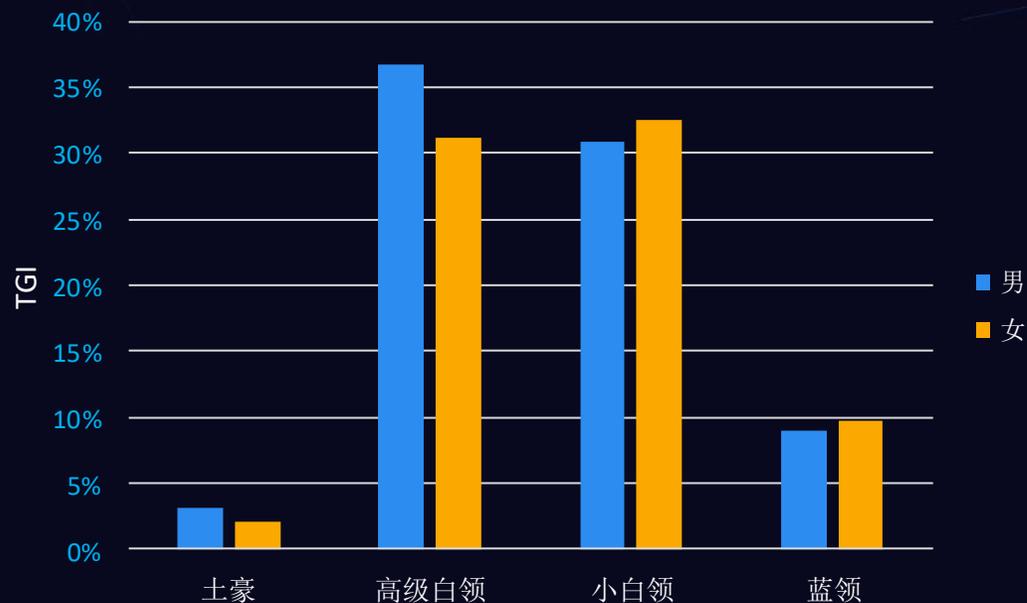


房产及育儿母婴活跃显著，女性对图片摄影依赖性高



男性电商购买力偏强，女性更注重面部护理

男性电商购买力偏强 同时不排除为女性买单数据



男性消费者
电商偏好 TOP1
手机周边

- TOP 1 手机壳
- TOP 2 手机贴膜
- TOP 3 数据线
- TOP 4 移动电源
- TOP 5 蓝牙耳机

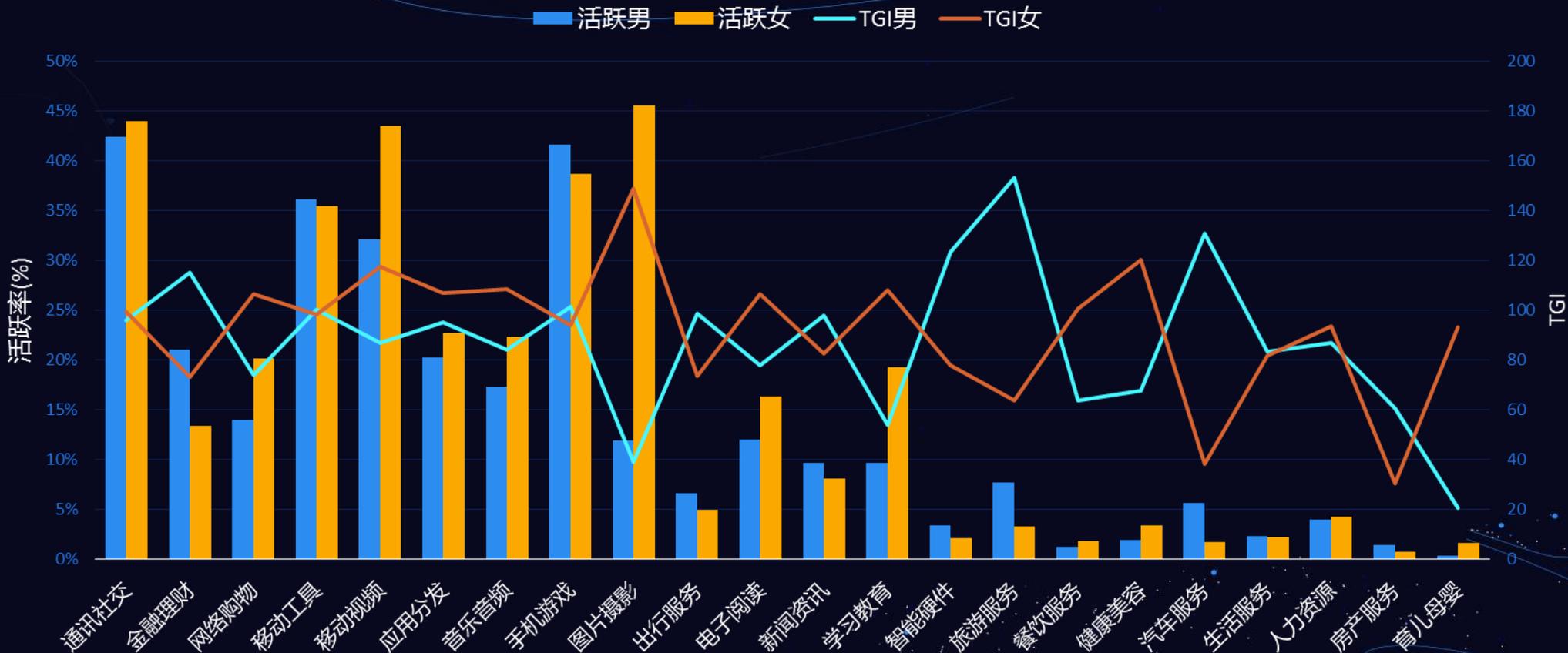


女性消费者
电商偏好 TOP1
面部护肤

- TOP 1 面膜
- TOP 2 洁面
- TOP 3 乳液/面霜
- TOP 4 防晒
- TOP 5 面部精华

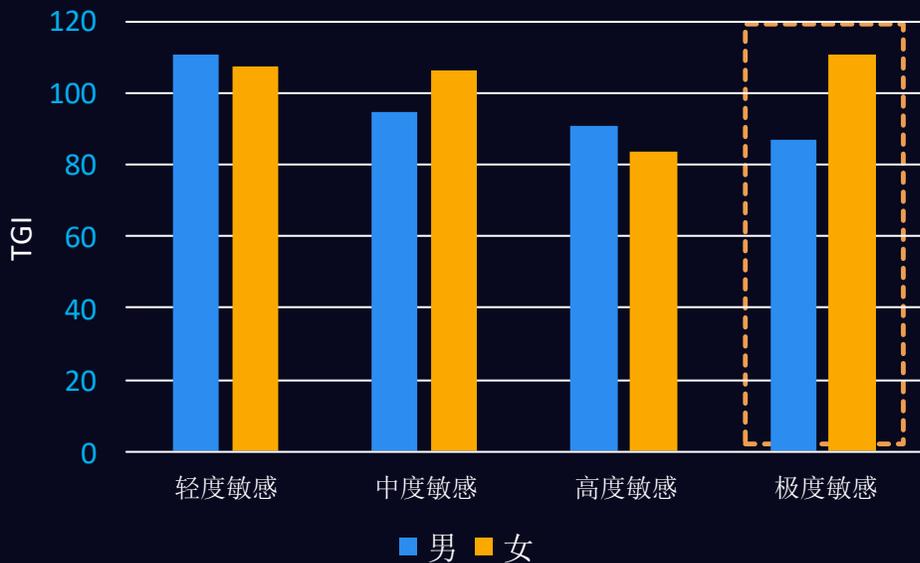
男性偏好旅游服务，女性注重健康美容与人力资源

36
|
45



女性容易被电商促销所吸引，男性偏好二手及票务

女性对电商促销表现出更高的敏感度



男性消费者
网购兴趣特征

二手闲置 TGI 142

娱乐票务 TGI 139

生鲜电商 TGI 128

手机数码 TGI 103



女性消费者
网购兴趣特征

海外购物 TGI 139

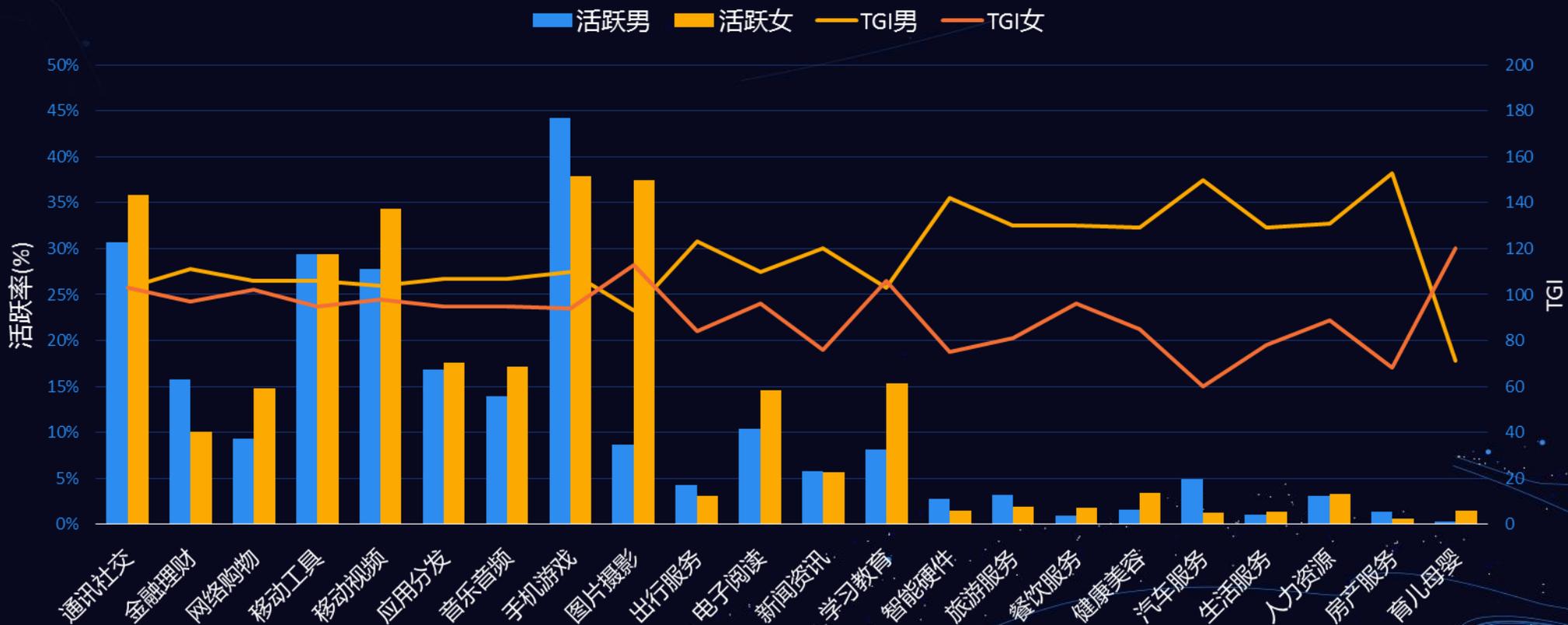
个护化妆 TGI 120

服饰首饰 TGI 108

鞋靴箱包 TGI 102

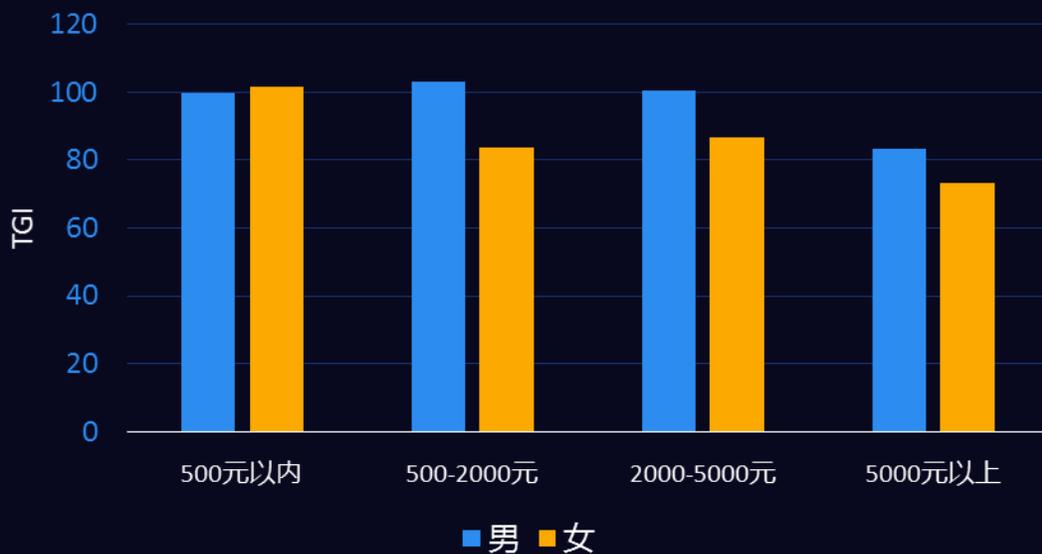
整体移动互联网活跃度较低，男性更注重健康

46
|
55



女性更偏好小额消费，消费品类整体偏好个护健康和食品

女性网购500元以内客单价TGI指数高于男性



消费者网购品类偏好



男性消费者

偏好品类TOP5



剃须



洁面



话费充值



方便食品



熟食腊味



女性消费者

偏好品类TOP5



卸妆



烘焙原料



肉干肉脯



面膜



爽肤/化妆水

电商消费人群各年龄段特征描述



19-25岁
初入职场

男性偏好手游、高级宅

女性偏好海淘、护肤控



26-35岁
职场中坚

男性房产需求提升

女性母婴育儿消费提升



36-45岁
职场高层或领域专家

男性相对更偏好旅游

女性注重健康美容消费



46-55岁
职场“老司机”

男性注重健康应用及消费

女性注重个护健康及食品