

快手男性消费用户洞察

36Kr

MOFF 2021
摩福男人展
MENFOLK
SHOW

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

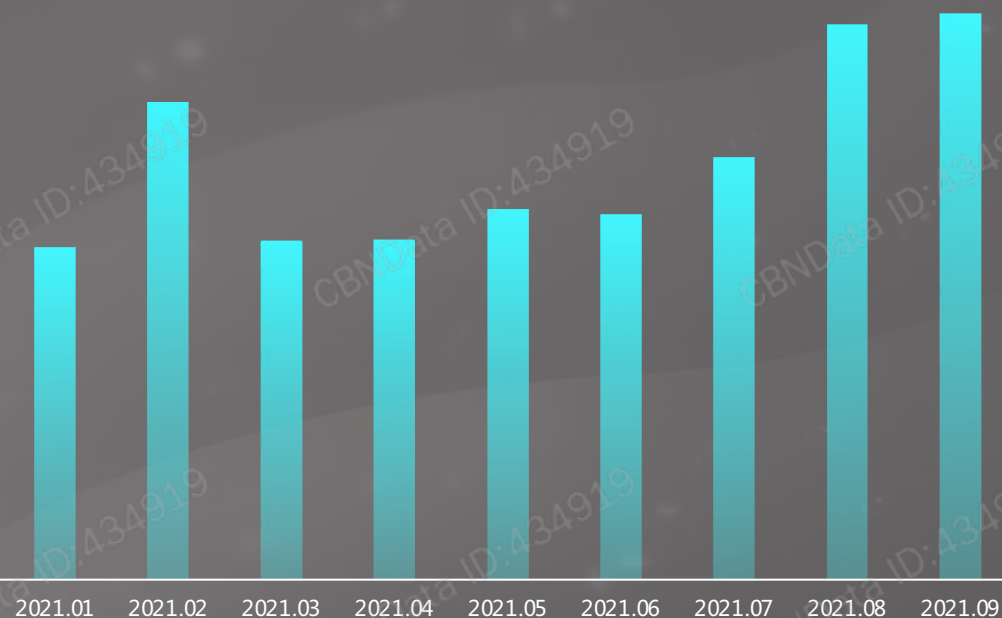
主要内容：

- 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

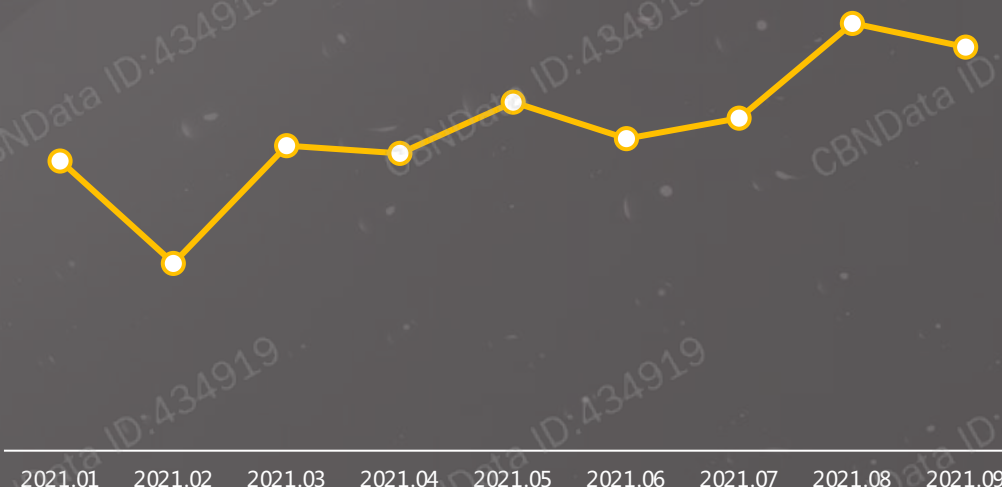
快手男性活跃用户稳定增长 消费需求持续释放

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



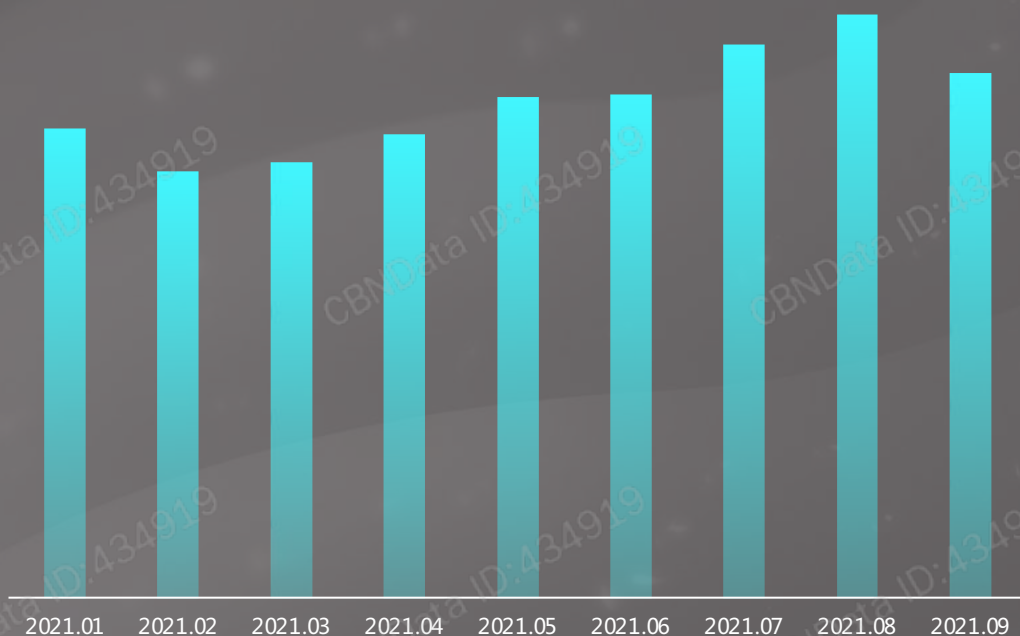
快手男性消费用户数趋势



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

36Kr

MOFF 摩福男人展

磁力引擎 磁力数观

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

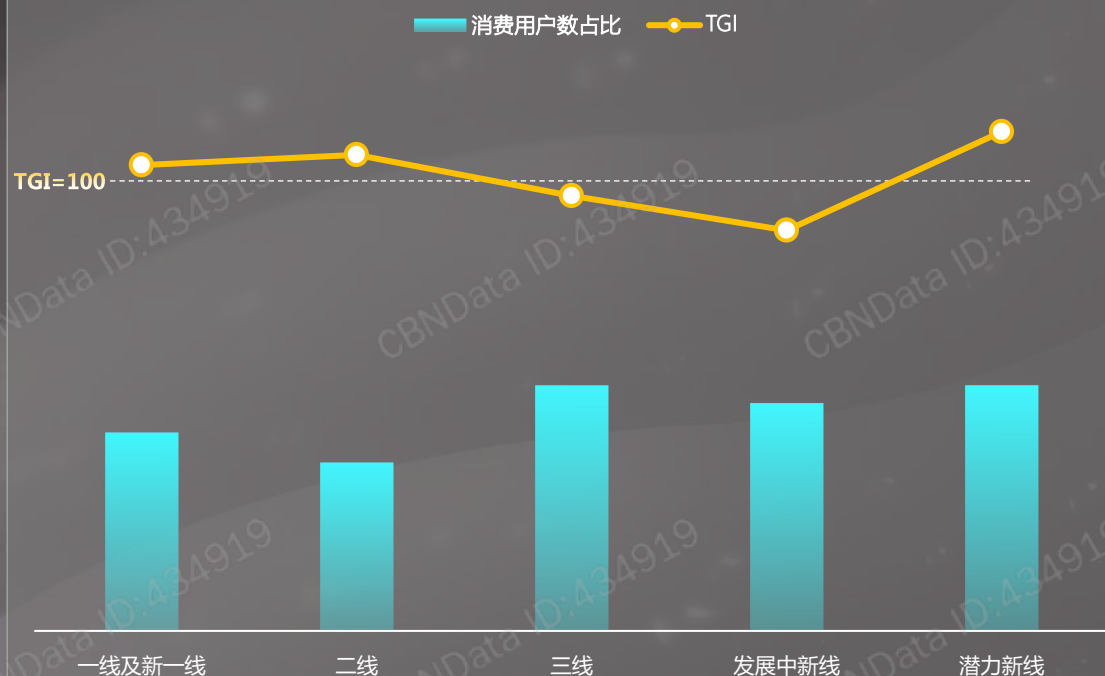
36Kr

MOFF
摩福男人展

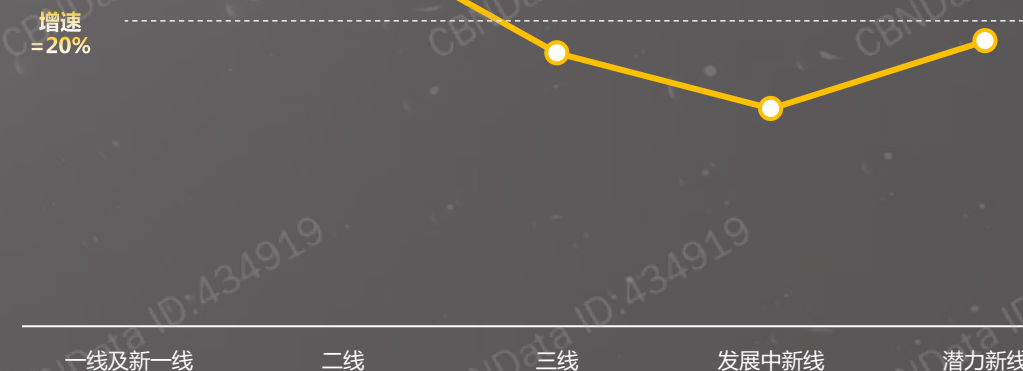
磁力引擎 磁力数观

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



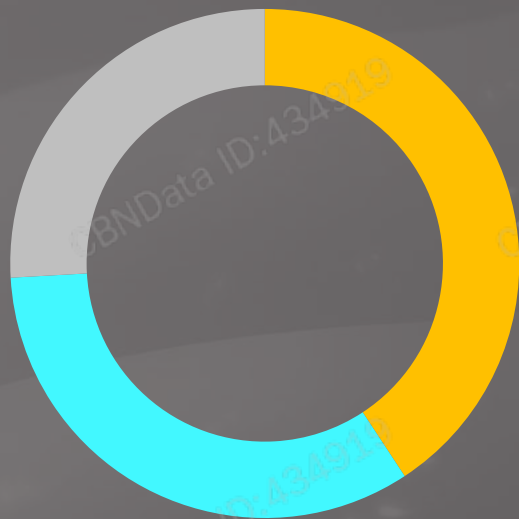
TGI = 快手男性消费用户城市线级占比 / 快手整体活跃用户城市线级占比 × 100

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%

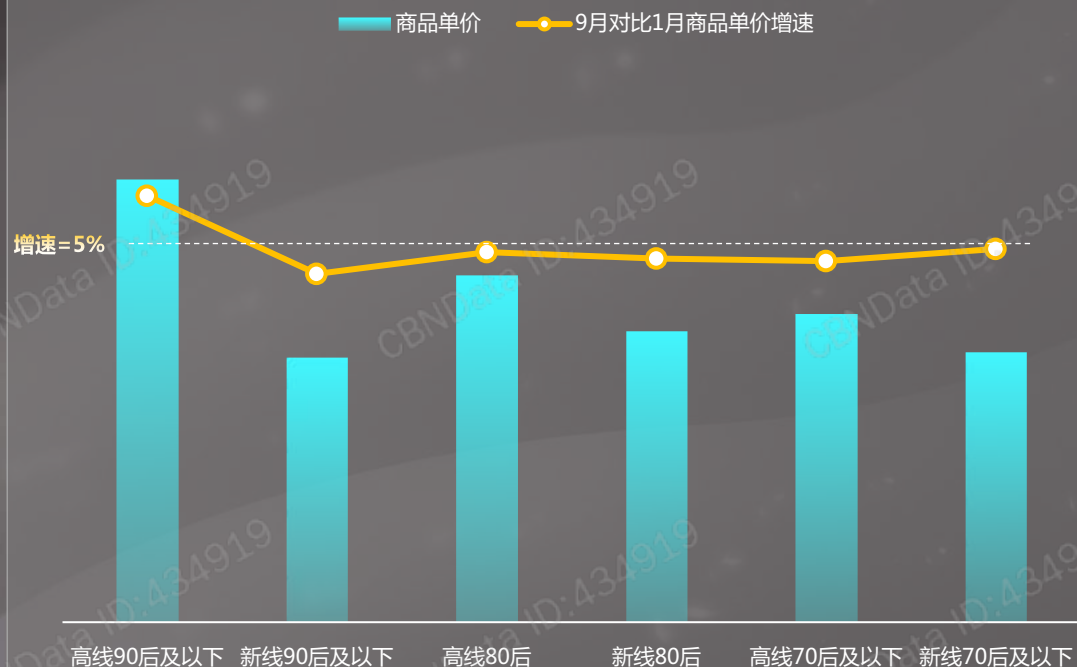
TGI = 快手男性消费用户年代占比 / 快手整体活跃用户年代占比 × 100

90后消费加速

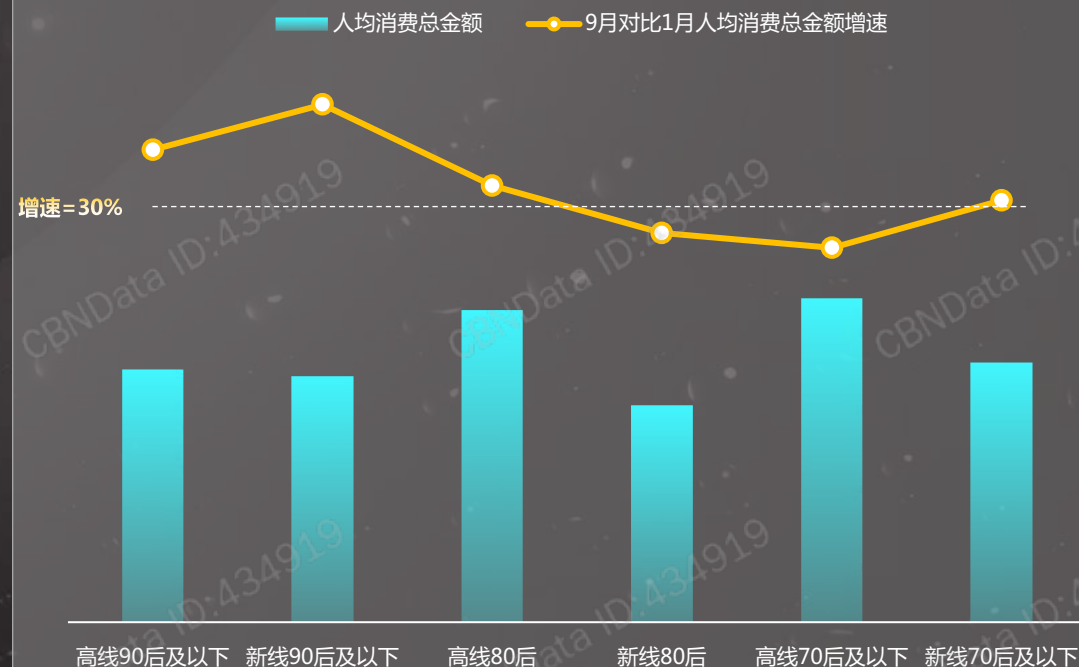
商品单价和人均消费在快速增长

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

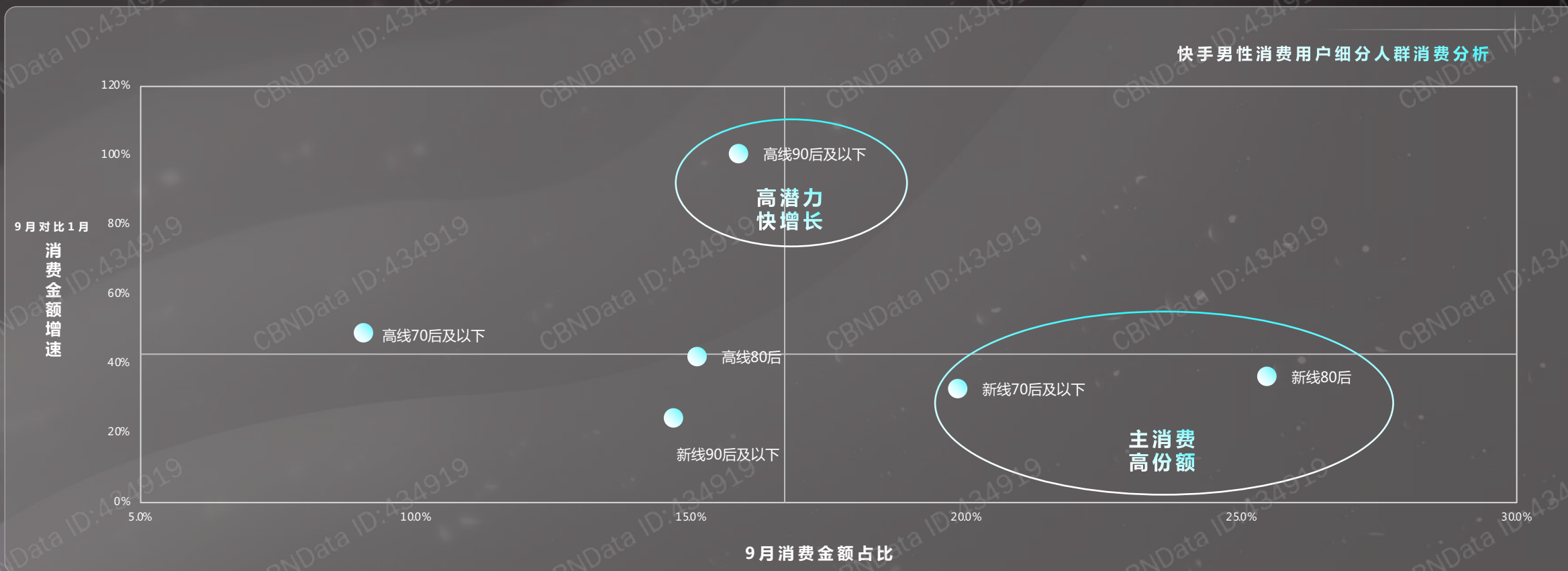


人均消费总金额



消费全面增长 高线90后潜力大

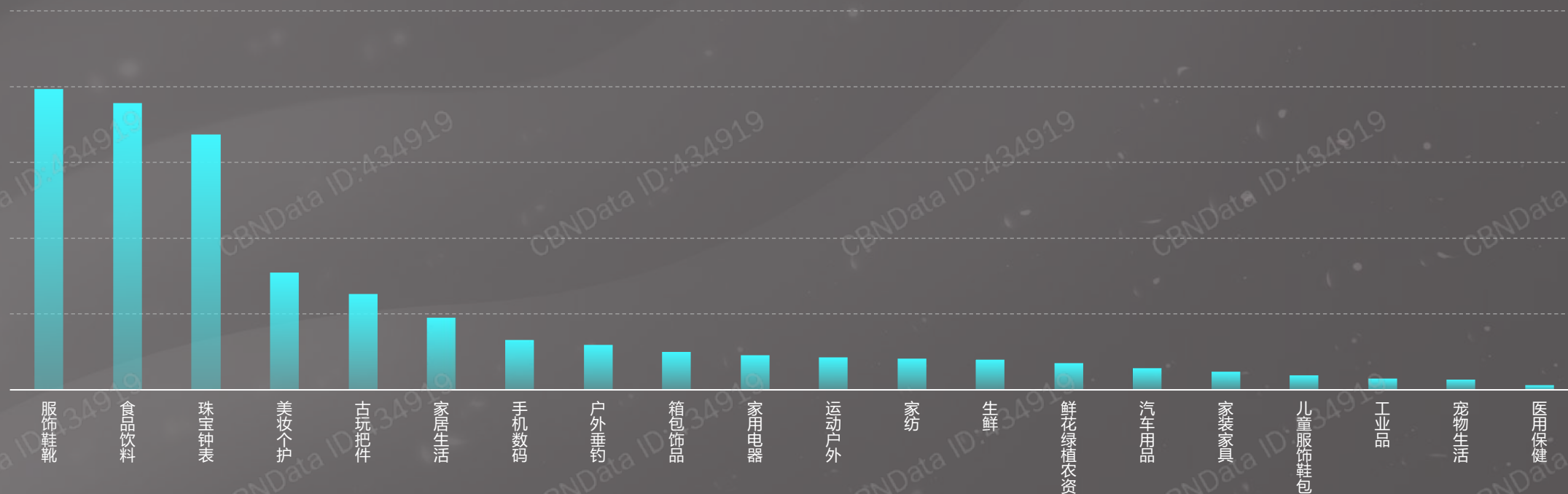
快手男性消费用户中新线80后和新线70后及以下用户总消费金额最高；
9月对比1月，高线90后及以下用户消费金额增长超过100%，是快手男性消费高潜人群。



消费所指日常所需 注重提升品质生活

快手男性消费用户购买金额最多的是服饰鞋靴、食品饮料与生活日常息息相关的商品；其次是珠宝钟表、美妆个护、古玩把件、家居等提升生活品质的商品。

9月消费总额TOP商品举例



满足自我爱好与需求 更加关注家庭消费

9月对比1月，快手男性消费用户除了对保健、虚拟服务、垂钓等商品消费增速较快外；对家居和孩子相关商品也有较快的消费增速。

消费总额增速TOP商品举例

9月对比1月

保健

20倍+

虚拟服务

16倍+

珠宝钟表

4倍+

垂钓

3倍+

健身

1倍+

箱包饰品

1倍+

宠物

1倍+

家纺

16倍+

生鲜

4倍+

自行车

3倍+

奶粉辅食

1倍+

家装家具

3倍+

童车童床

7倍+

孕妇产品

2倍+

婴童寝居

1倍+

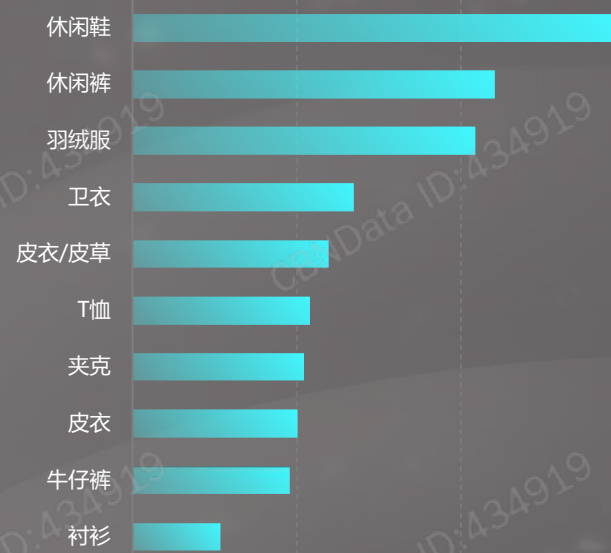
绿植

1倍+

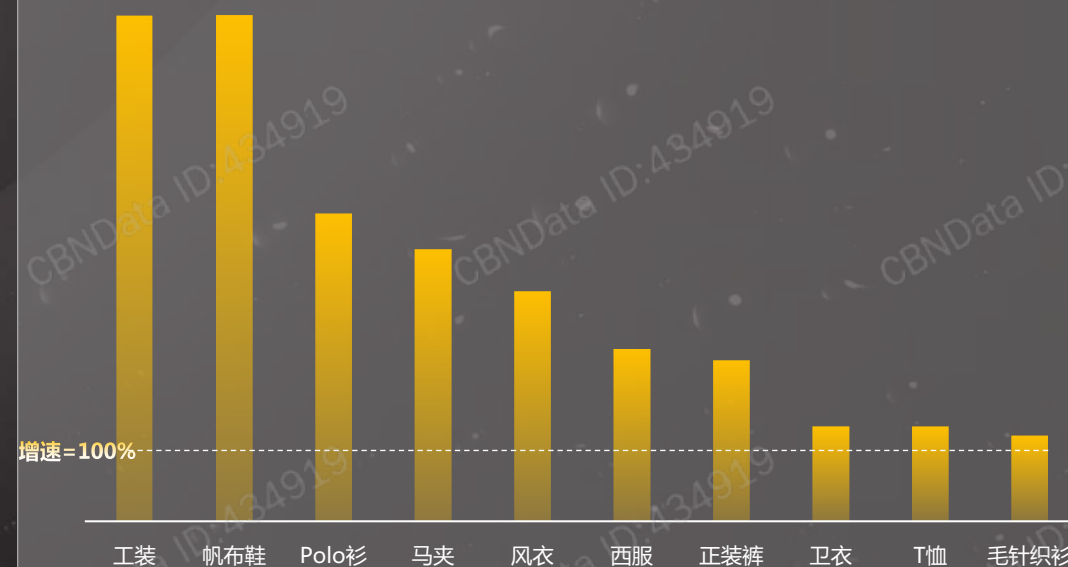
服饰兼顾商务 鞋靴偏好休闲

快手男性消费用户更偏好购买休闲鞋、休闲裤；对比1月，工装、帆布鞋、Polo衫消费总额增速更快。

9月服饰鞋靴
细分商品消费总额TOP举例



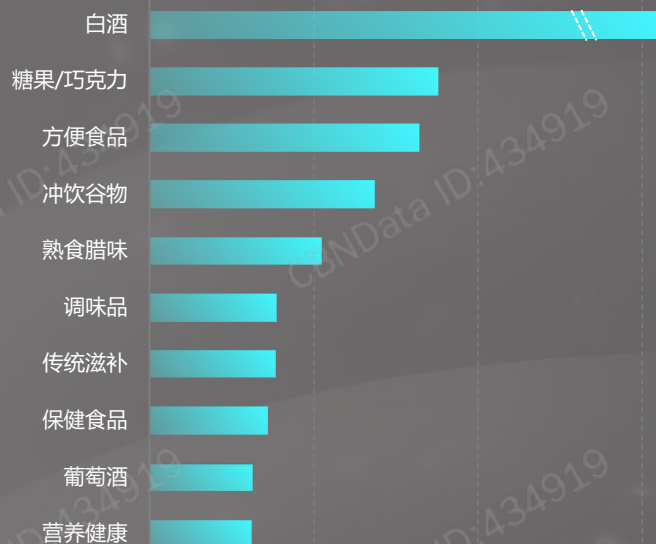
9月对比1月服饰鞋靴
细分商品消费总额TOP中增速较快商品举例



喝酒饮茶均喜好 爱速食也爱养生

食品饮料中白酒消费总额最高，其次是巧克力和方便速食食品；
快手男性消费用户注重食品养生，也越来越愿意在快手购买节日食品。

9月食品饮料
细分商品消费总额TOP举例



9月对比1月食品饮料
细分商品消费总额TOP中增速较快商品举例



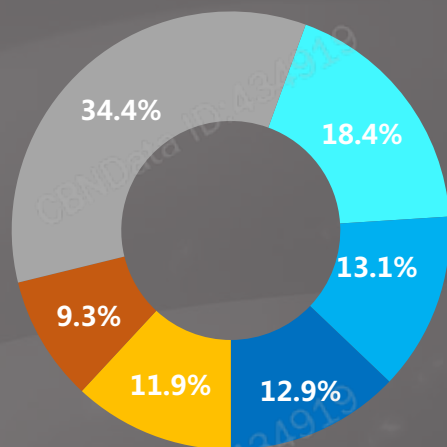
左图\只表明数据绝对值的展示有缩紧并不影响排名

黄金是首选 蜜蜡玉石消费需求快速释放

珠宝钟表类中黄金消费总额最高，琥珀蜜蜡、玉髓、时尚手表消费总额快速增长。

9月珠宝钟表
细分商品消费总额TOP举例

■ 黄金 ■ 和田玉 ■ 时尚手表 ■ 翡翠成品 ■ 彩色宝石 ■ 其他



9月对比1月珠宝钟表
细分商品消费总额TOP中增速较快商品举例

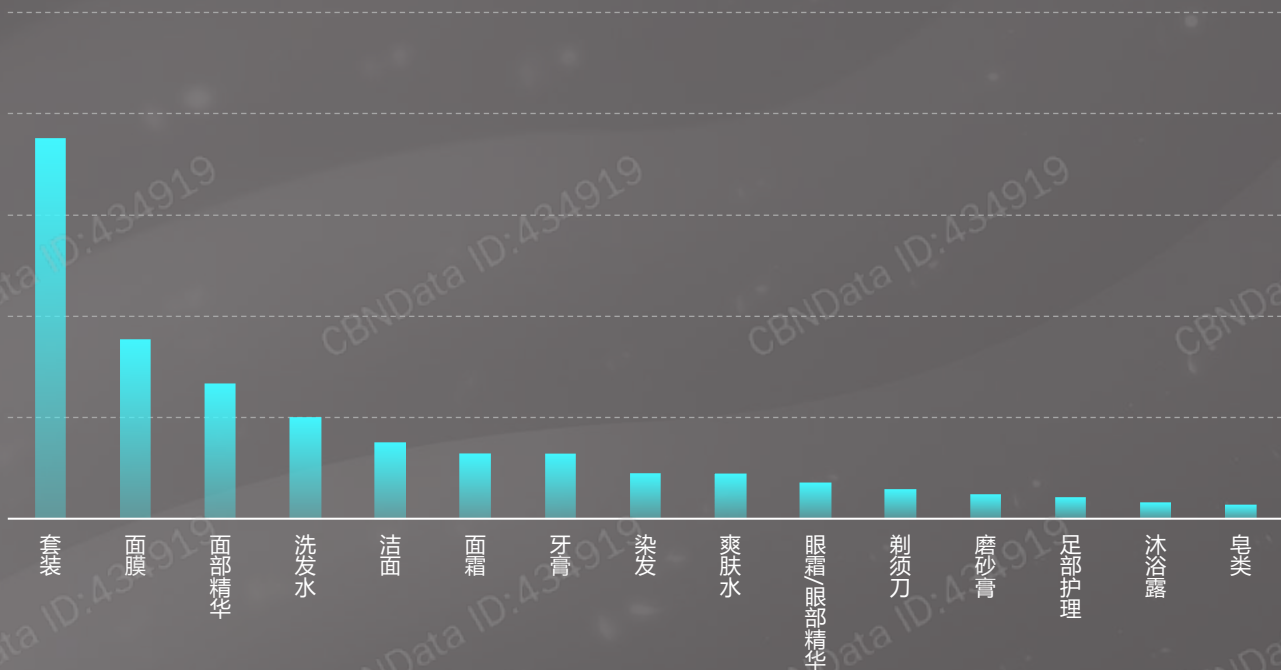


右图/只表明数据绝对值的展示有缩紧并不影响排名

男士不止基础美妆 保养护理精致化

套装、面膜、精华为热销品；香体走珠和护理产品愈发受男士欢迎。

9月美妆个护
细分商品消费总额TOP举例



9月对比1月美妆个护
细分商品消费总额TOP中增速较快商品举例

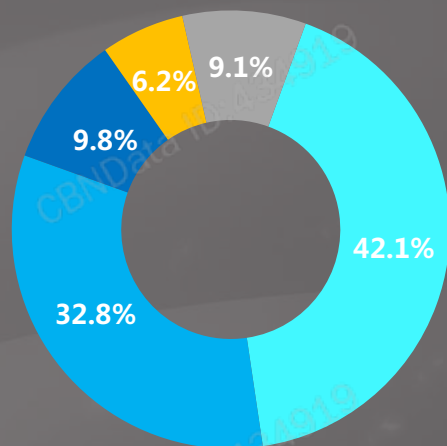


古玩兴趣更聚焦 热爱收藏钱币和把玩串珠

钱币和木艺珠串消费总额合计占比超七成；紫砂、瓷器等器具消费快速增长。

9月古玩把件
细分商品消费总额TOP举例

■ 钱币 ■ 木艺珠串 ■ 书法绘画 ■ 木质把件 ■ 其他



9月对比1月古玩把件
细分商品消费总额TOP中增速较快商品举例



注重家居日用安全 厨房消费热情高

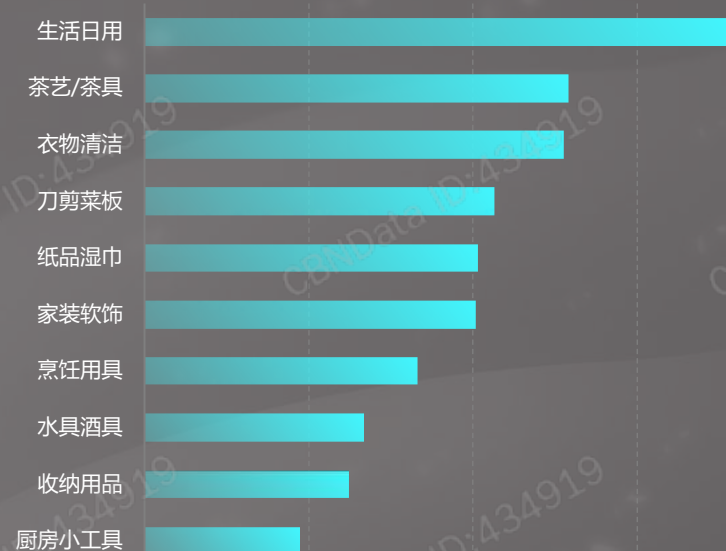
36Kr

MOFF
摩福男人展

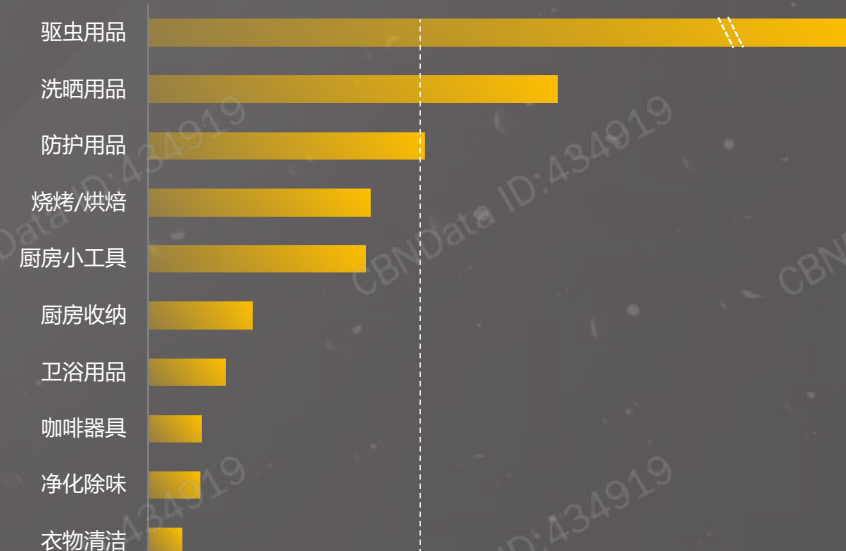
磁力引擎 磁力数观

日用品和茶具购买总额相对较高；驱虫、洗护、防护家居用品购买增速较快；对厨房用品也有较高需求。

9月家居生活 细分商品消费总额TOP举例



9月对比1月家居生活 细分商品消费总额TOP中增速较快商品举例



增速 = 10倍

右图\只表明数据绝对值的展示有缩紧并不影响排名

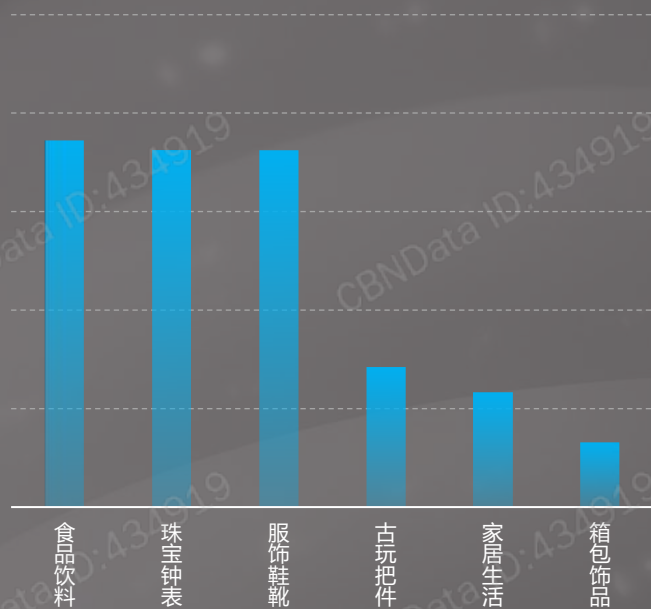
消费大同中存小异

购物偏好随年龄和人生阶段不同有所差异

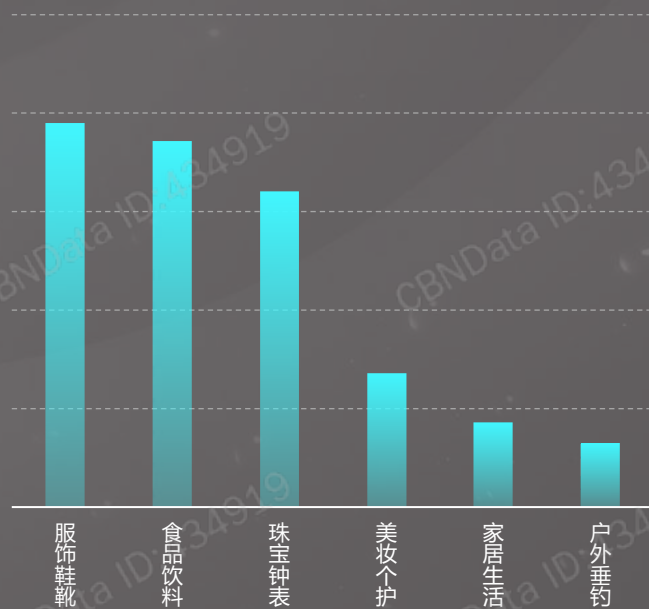
70后及以上男性用户购买食品饮料、珠宝钟表、服饰鞋靴总额最多，相对喜欢购买古玩把件、箱包饰品；80后和90后及以下用户消费总额前三均是服饰箱包、食品饮料和珠宝钟表，80后相对偏好户外垂钓，90后及以下用户相对喜爱购买手机数码和户外运动。

不同年龄男性用户消费总额TOP商品举例

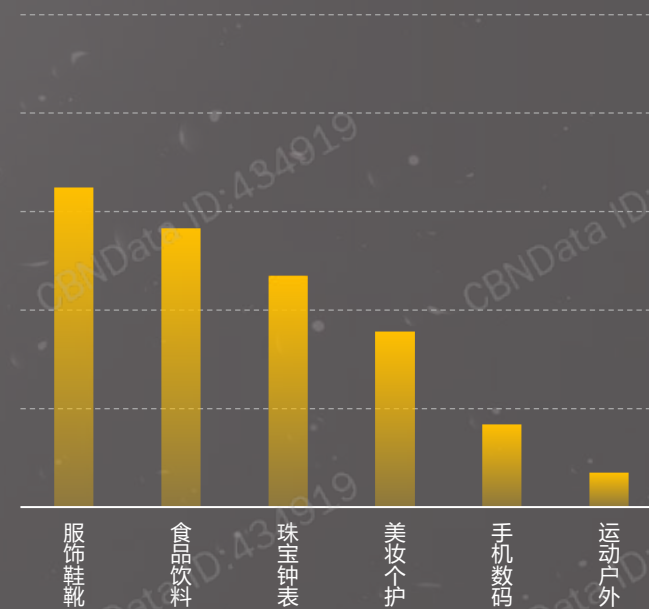
70后及以上



80后

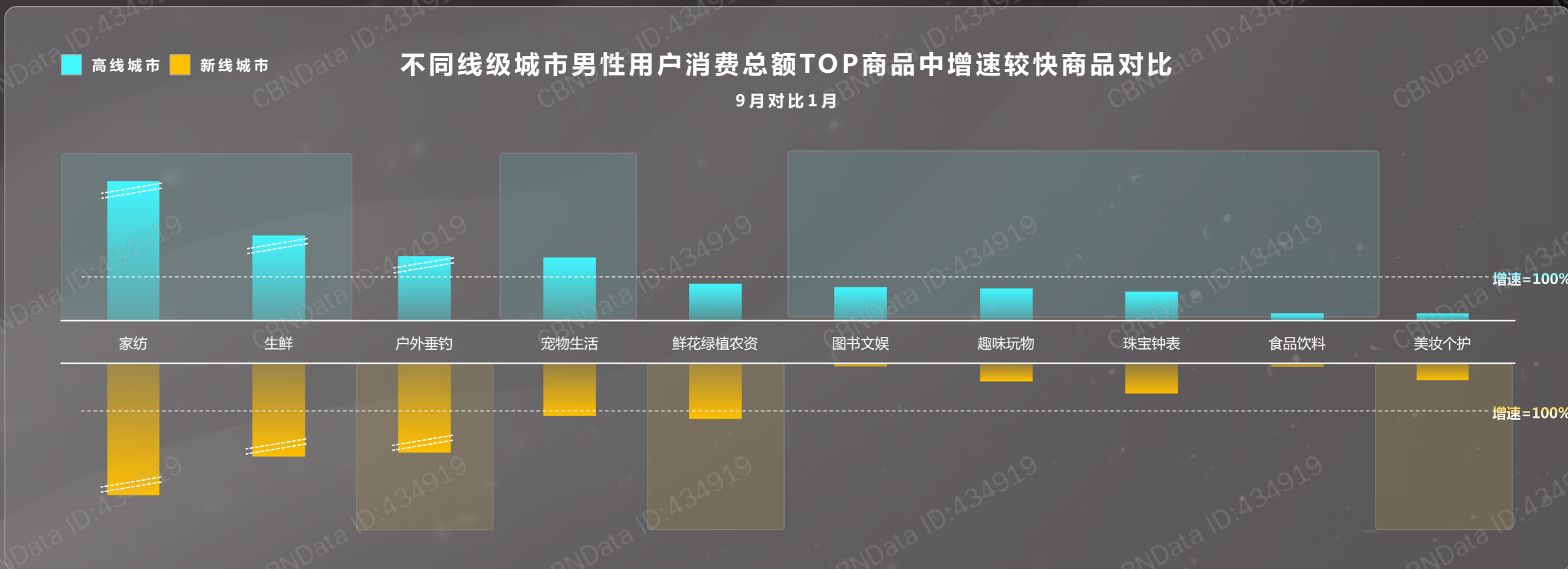


90后及以下



高线购买家庭用品增速更快 新线自我消费更积极

9月对比1月，快手高线男性用户购买家纺、生鲜、宠物生活商品增速相对更快；
新线男性用户购买户外垂钓、鲜花绿植、美妆个护商品增速相对更快。



图中/只表明数据绝对值的展示有缩紧并不影响排名

消费升级

品牌类商品消费需求在快手快速释放

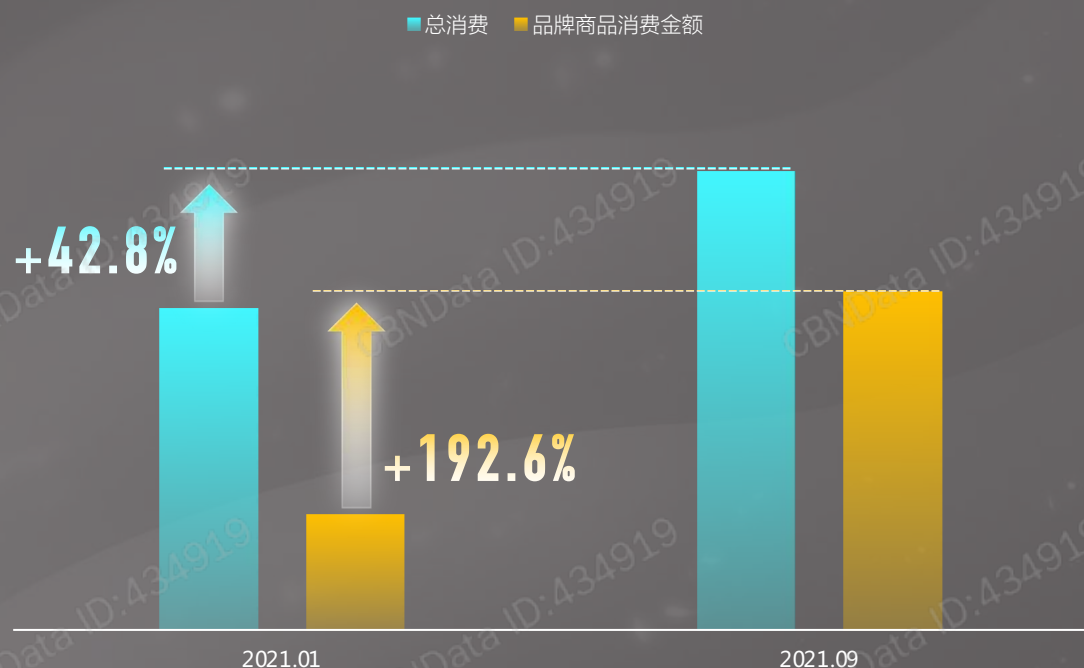
2021年9月对比1月，快手男性消费用户总消费金额增长42.8%，品牌类商品消费增长192.6%；
9月品牌类商品消费占比由1月的36.0%上涨至73.7%。

36Kr

MOFF 摩福男人展

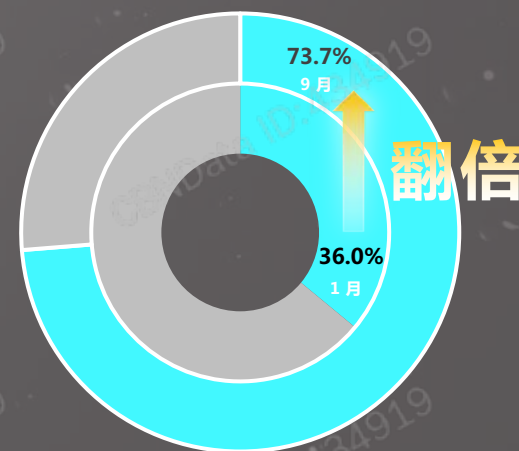
磁力引擎 磁力数观

快手男性消费用户消费总额增速



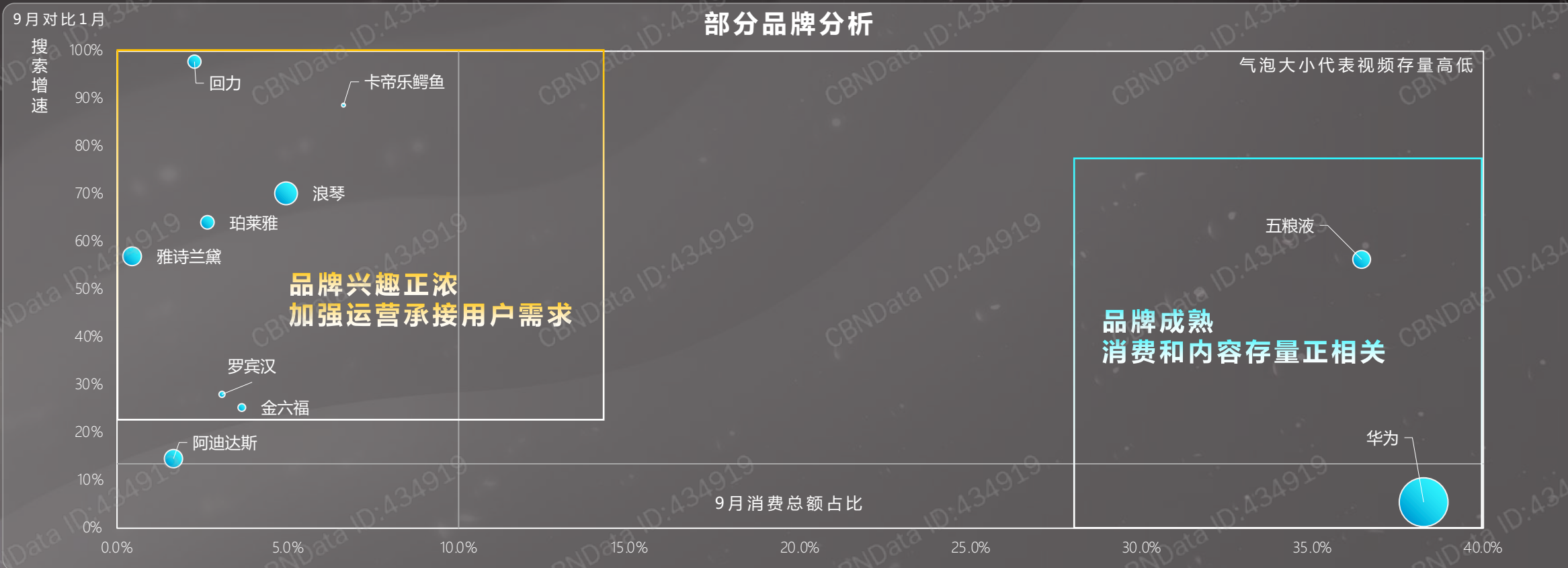
快手男性消费用户品牌商品消费占比

■ 品牌商品消费金额占比 (Brand Consumption Amount Ratio) ■ 非品牌商品消费金额占比 (Non-brand Consumption Amount Ratio)



品牌关注存差异 强化运营承接用户需求

9月对比1月，快手男性消费用户对回力、卡帝乐鳄鱼、金六福等品牌的关注快速提升，可适当增加视频内容及其他运营策略承接用户需求。



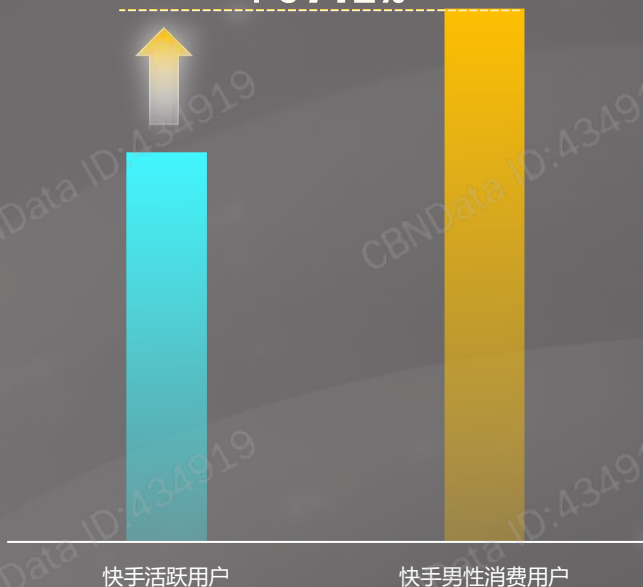
华为视频存量，回力、卡帝乐鳄鱼搜索增速有所缩紧，但不影响排名

主动搜索 快手男性消费用户更积极获取兴趣

2021年9月对比1月，快手男性消费用户人均搜索次数比快手整体活跃用户高37.2%，对游戏、生活、汽车内容更关注。

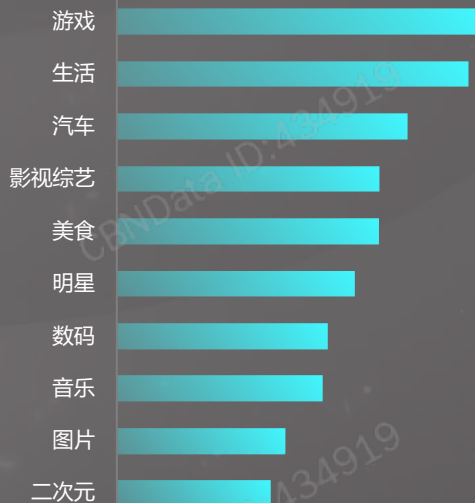
人均搜索次数

+37.2%



快手男性消费用户搜索偏好

TOP 搜索量举例

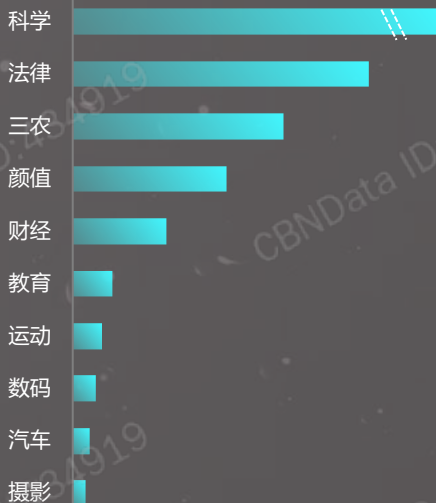


TOP 搜索TGI举例



TOP 搜索增速举例

9月对比1月

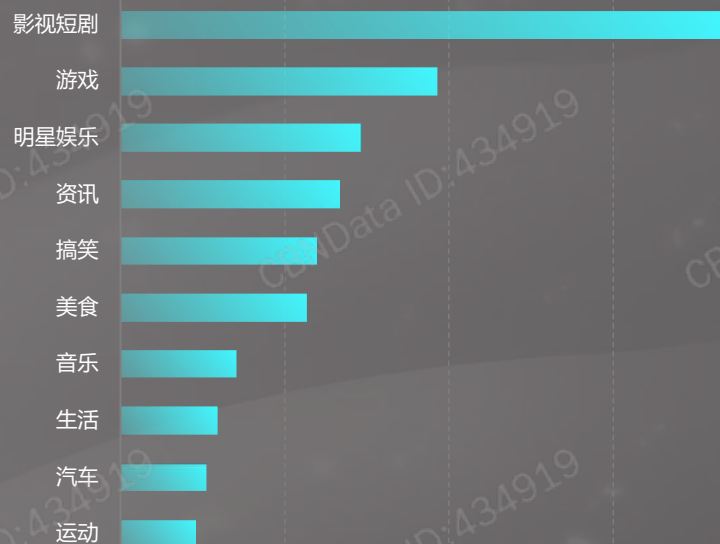


TGI = 快手男性消费用户搜索占比 / 快手整体活跃用户搜索占比 × 100；右图只表明数据绝对值的展示有缩紧并不影响排名

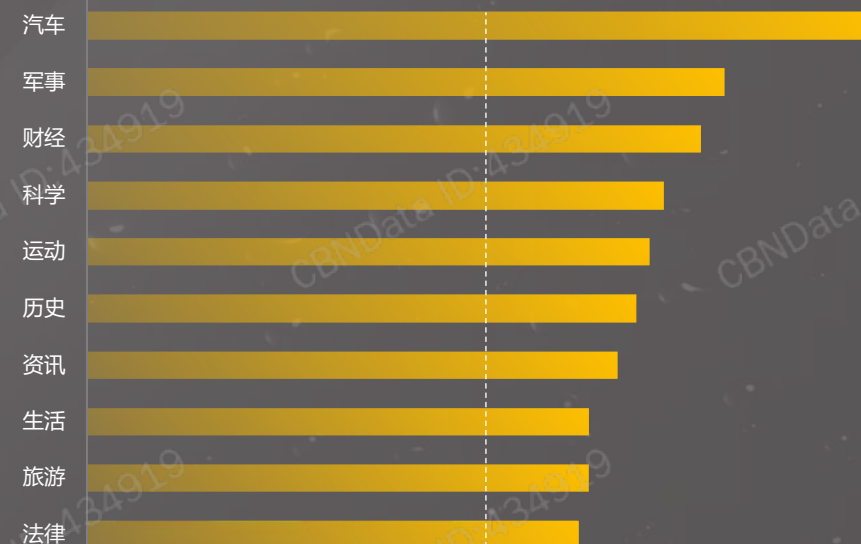
兴趣丰富且均衡 爱娱乐爱游戏

影视短剧、游戏、明星娱乐视频观看量最高，汽车、军事、财经等视频内容的观看TGI高于快手整体用户。

9月TOP视频观看量举例



9月TOP视频观看量TGI举例



TGI=100

TGI = 快手男性消费用户视频观看量占比 / 快手整体活跃用户视频观看量占比 × 100

谢谢观看



关注“磁力数观”公众号
获取更多快手数据报告

36Kr

MOFF 2021
摩福男人展
MENFOLK
SHOW

磁力引擎 磁力数观