



2

CBNData ID:202335  CBNData ID:202335  CBNData ID:202335	Oata D 202335	
CS		· · · · · · · · · · · ·
TABLE OF CONTENTS	Data ID: 2023 <sup>35</sup> ■ 第	三部分: 95/
		三部分: 95
2335	■ 第·	· 四部分:线」
CBNData ID: 302 CBNData ID: 302	大数据·全洞察	

	第一部分:	95后电子烟消费者概则	<b></b> · · · · · · 04
,BN	第二部分:	95后电子烟类型偏好	
	第三部分:	95后电子烟颜色偏好	12
			CONData ID: ?
	第四部分:	线上电子烟品牌榜单	15

数据:全洞察



■ 电子烟按原理包含: 加热不燃烧型(非燃烧)和雾化型(蒸汽型)电子烟

■ 时间维度: 2017.01-2018.12

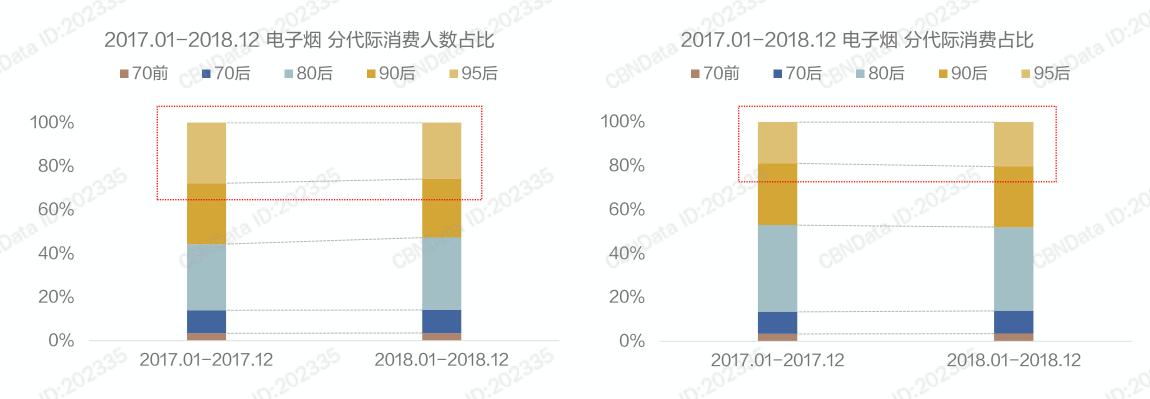
■ 地域维度: 如无特殊说明,本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市





#### 95后正在成为电子烟消费主力之一

2018年,95后在电子烟消费人数中的占比下滑,但消费金额占比却环比提升;同时,95后的电子烟消费金额占比大于消费人数占比,说明95后的电子烟消费力正在提升,并且已超过平均水平。

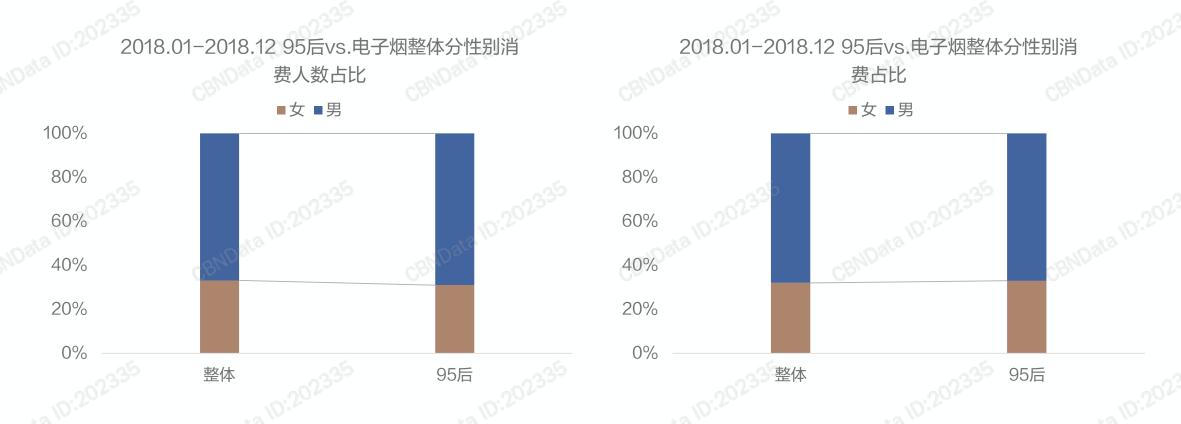


效据来源:CBNData消费大数据 数据来源:CBNData消费大数据



# 电子烟目前还是"男孩的玩具"

男性是线上电子烟的主要消费群体,人数占比超过六成;在95后电子烟消费者中,男性的占比更高。



C数据·全洞察



# 95后的女孩比男孩在电子烟上更"舍得"

从年人均消费来看,95后的女性比同龄男性在电子烟上的投入更多,并且这个差距在2018年继续加大。



数据来源: CBNData消费大数据

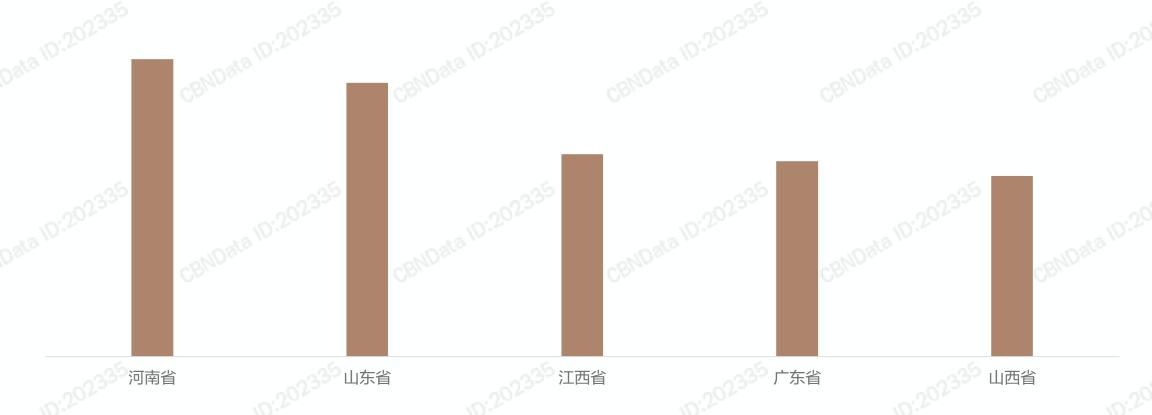
数据说明:年人均消费指数=不同性别95后年人均消费/整体电子烟年人均消费

大数据·全洞察



# 河南、山东的95后对电子烟的偏好度最高

2018.01-2018.12 95后电子烟偏好Top5省份



数据来源:CBNData消费大数据 好度=( 95后线上电子烟各省份消费占比−整体代际各省份消费占比)\*100, 大于0为偏好,否则为不偏好

大数据·全洞察





### 95后偏爱雾化型的电子烟

雾化型的电子烟是95后消费者的主要选择,并且消费呈现增长趋势。



居来源:CBNData消费大数据 数据来源:CBNData消费大数

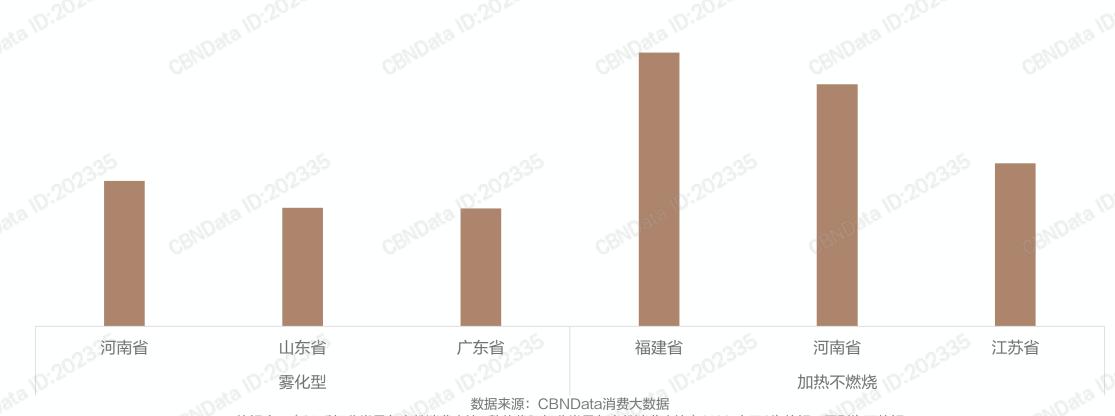
大数据·全洞察

数据来源:CBNData消费大数据 扁好度=(95后各细分类目消费占比−整体代际各细分 类目消费占比)\*100, 大于0为偏好,否则为不偏好<sub>0</sub>



# 95后电子烟细分类目偏好度Top3省份

2018.01-2018.12 95后电子烟细分类目偏好度Top3省份

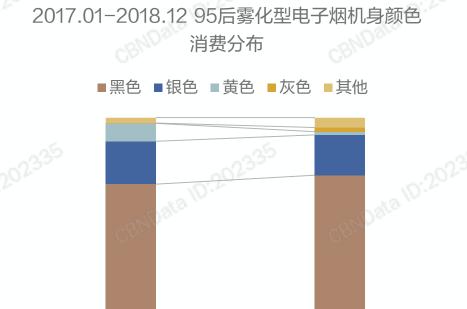




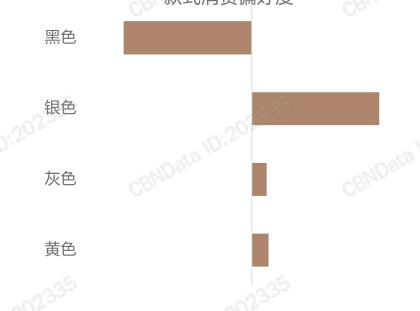


### 常见的黑色机身将难以满足95后

黑色是目前95后在电子烟机身上最普遍的选择,但偏好度却低于银色、灰色和黄色等目前较为小众的颜色。



2018.01-2018.12 95后对雾化型电子烟机身颜色 款式消费偏好度



数据来源: CBNData消费大数据

2018.01-2018.12

2017.01-2017.12



### 在电子烟的颜色选择上,"男女有别"

男性和女性消费者对于电子烟机身的颜色,有截然相反的偏好,95后亦是如此;虽然95后女性最喜爱黑色机身的电子烟,95后男性却对银色表现出了很高的偏好度。

2018.01-2018.12 不同代际间不同性别对雾化型电子烟机身颜色偏好度

偏好度	70	前	<sub>5</sub> 70	后	80	)后	90	D后	95	后
V <del>III</del> XJ /文	女	男	女	男	女	男。20	女	男。	女	男
黑色	1.88	-4.48	5.00	-3.81	7.20	-0.64	6.95	-2.33	3.22	-6.34
银色	<b>−1.69</b>	4.29	-4.93	3.95	-6.85	0.30	-6.22	1.94	-2.43	5.92
灰色	-0.79	-0.61	-0.68	-0.75	-0.90	0.17	-0.62	0.94	-0.79	0.94

数据来源: CBNData消费大数据

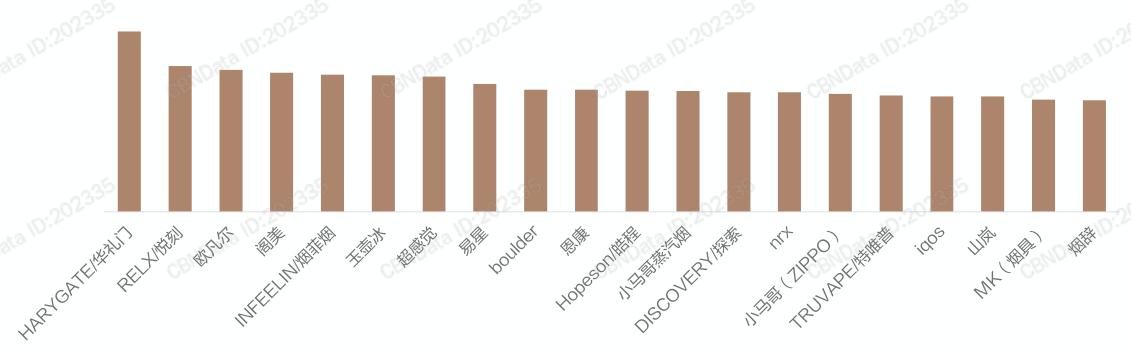
大数据:全洞察





# 电子烟综合指数TOP20品牌

#### 2018.01-2018.12 电子烟品牌综合指数



数据来源: CBNData消费大数据

综合指数 = ( 0.5\*销售额指数+0.3\*复购率指数+0.2\*人均消费指数 ) \*100

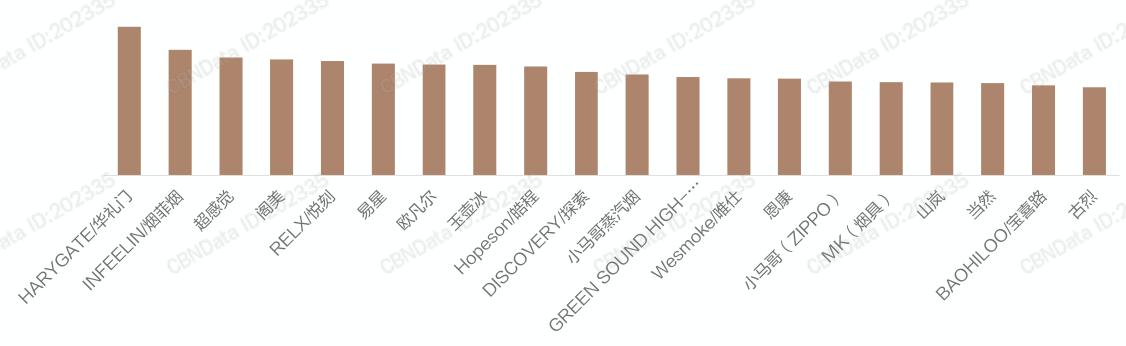
销售额指数 = Log(品牌销售额/各品牌平均销售额) 复购率指数 = Log(品牌复购率/各品牌平均复购率)

人均消费指数=Log(品牌人均消费金额/各品牌平均人均消费金额)



## 95后电子烟综合指数TOP20品牌

2018.01-2018.12 95后品牌综合指数



数据来源: CBNData消费大数据

宗合指数 = ( 0.5\*销售额指数+0.3\*复购率指数+0.2\*人均消费指数 ) \*100

消售额指数 = Log(品牌销售额/各品牌平均销售额) 复购率指数 = Log(品牌复购率/各品牌平均复购率)

人均消费指数=Log(品牌人均消费金额/各品牌平均人均消费金额)

数据:全洞察 17



数据来源: CBNData消费大数据, 天猫消费者洞察

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据,全方位洞察消费特征和行业趋势,助力商业决策。

为保护消费者隐私和商家机密,本报告所用数据均经过脱敏处理。

# COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容(包括但不限于文字、 图片、图表、标志、标识、商标、商号等)版权均归上海第一财 经数据科技有限公司(以下简称"我司")所有。

凡未经我司书面授权,任何单位或个人不得复制、转载、重制、 修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或 全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的,均属于侵犯我司版权的行为,我司将追究其法律责任,并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

# ABOUT US **关于我们**

报告作者: 魏鹏

视觉设计: 庄聪婷 孙昕彤

联系我们: Data@dtcj.com

商务合作: BD@dtcj.com

加入我们: JOB@dtcj.com

### 第一财经商业数据中心介绍:

第一财经商业数据中心(CBNData)是由第一财经和阿里 巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运 营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源,拥有全球 最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。

「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心,构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品;「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景,为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业,用内容连接用户,以"数据+媒体"的倍增效应,全面提升中国商业世界的运行效率。

# FOLLOW US **关注我们**

更多数据 扫码关注



CBNData官网



CBNData官方微信号

CBNDATA 第一财经商业数据中心 大数据·全洞察