

# 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。

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

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

M<sub>1</sub>：TD综合指数

M<sub>4</sub>：应用活跃指数

M<sub>2</sub>：口碑评价指数

M<sub>5</sub>：APP使用行为指数

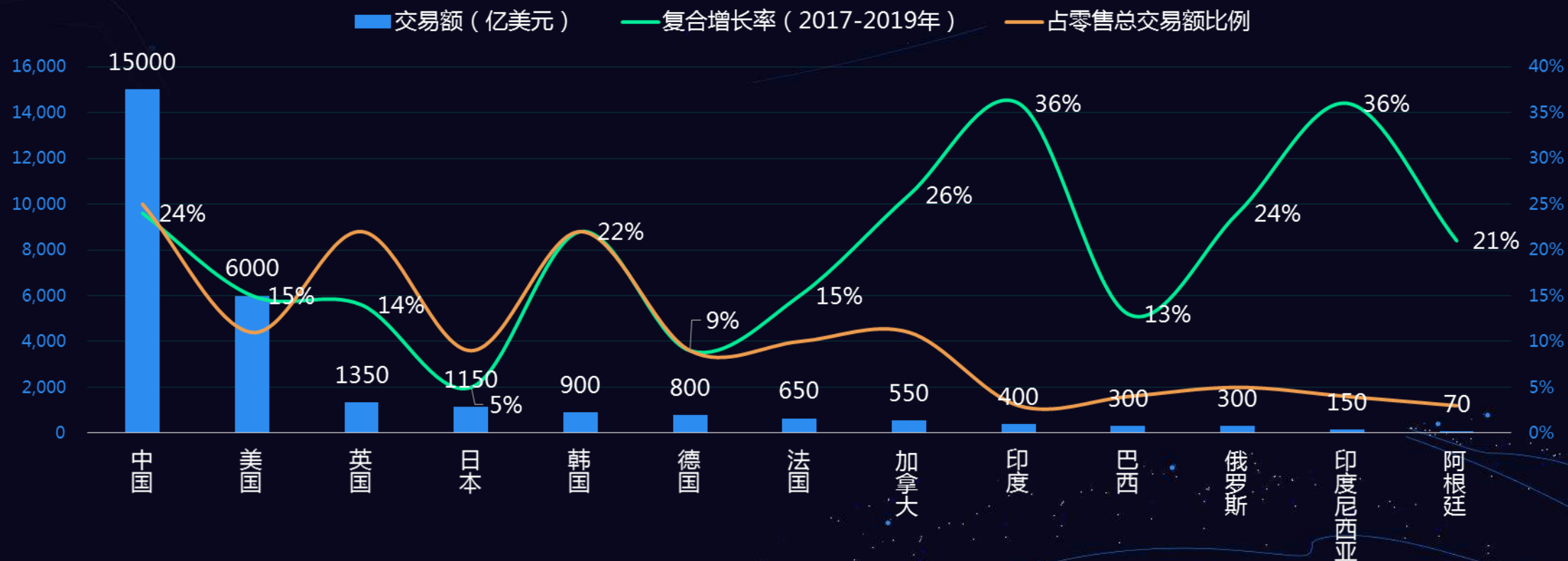
M<sub>3</sub>：社区舆情指数

M<sub>6</sub>：应用TGI偏好指数

其中，N代表指标因素数量，  
W<sub>k</sub>为第K个权重因素，M<sub>k</sub>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%

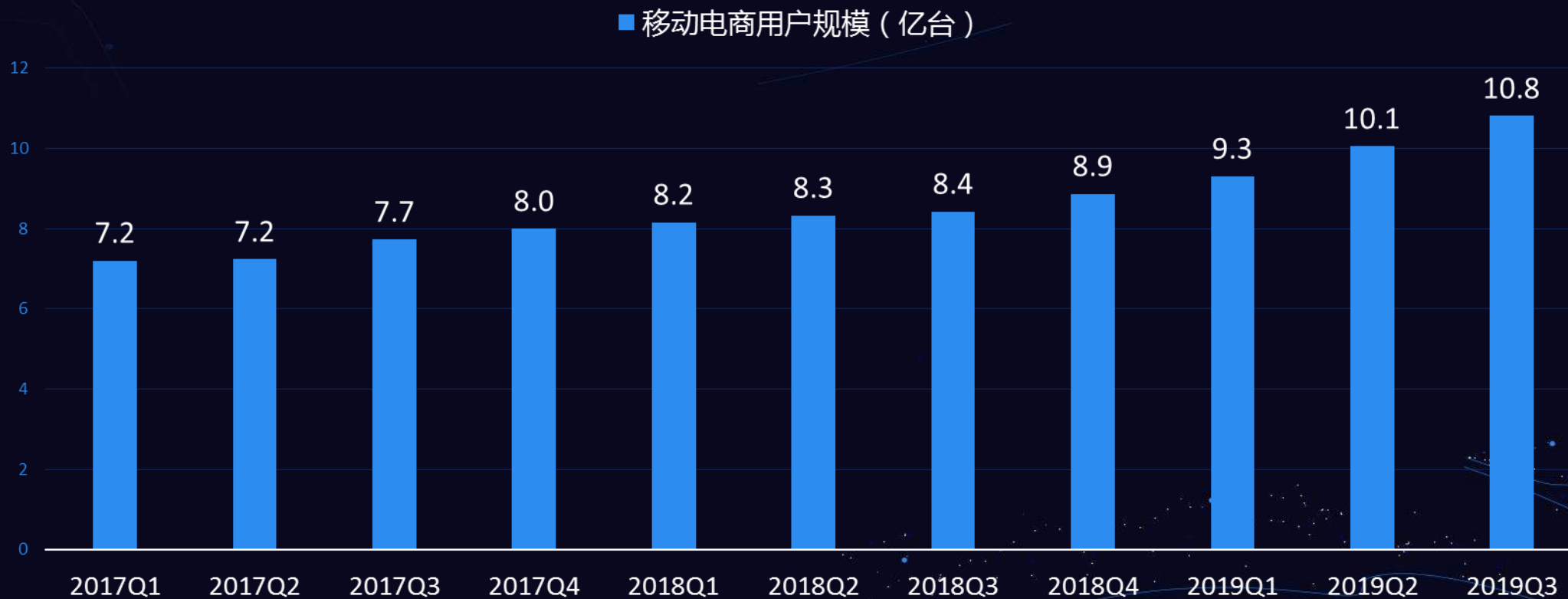
全球主要国家网络零售交易额、年复合增长率及零售总额占比



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

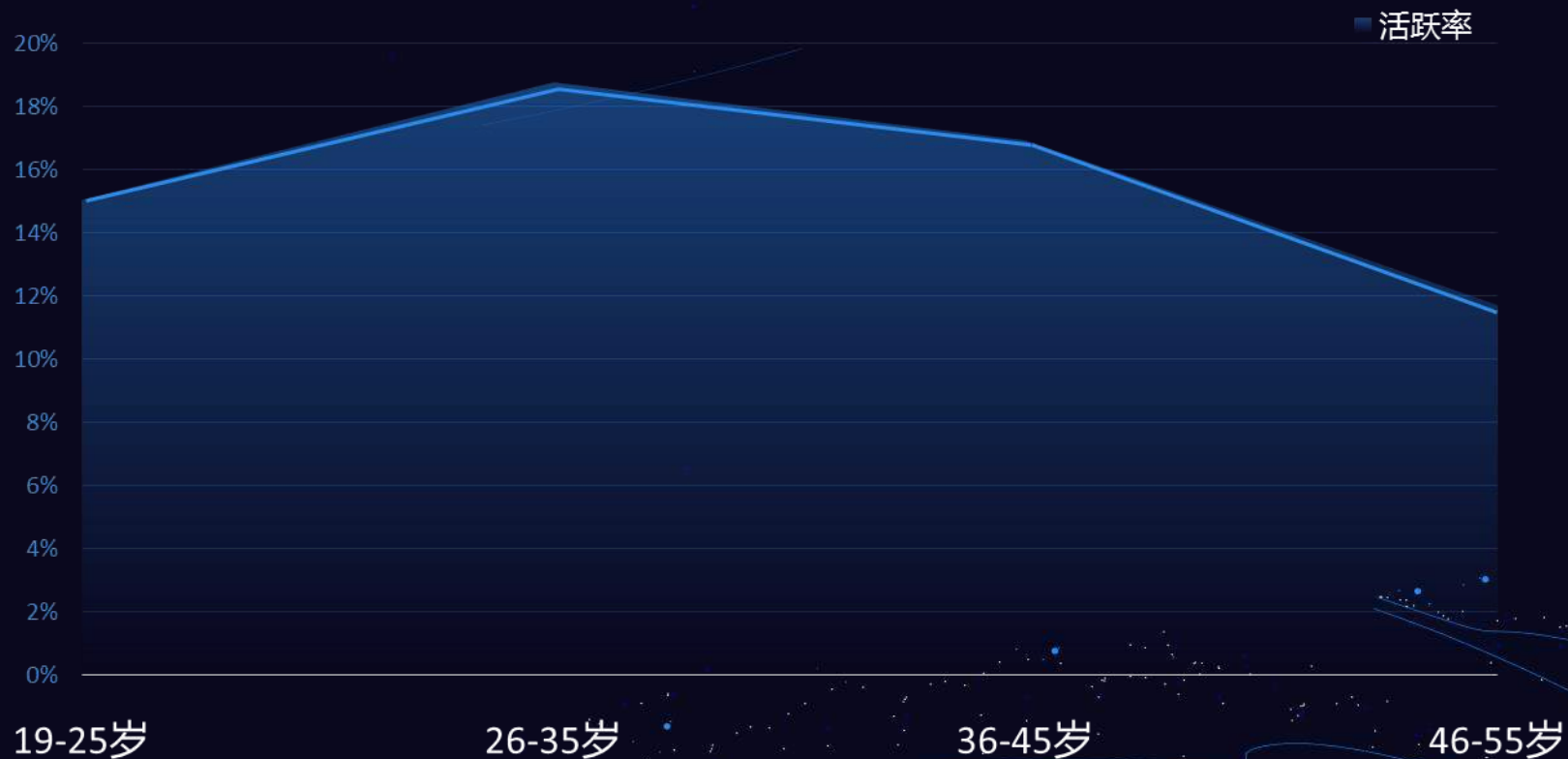
各年龄段电商  
覆盖率区间

78%-79%

各年龄段电商  
TGI区间

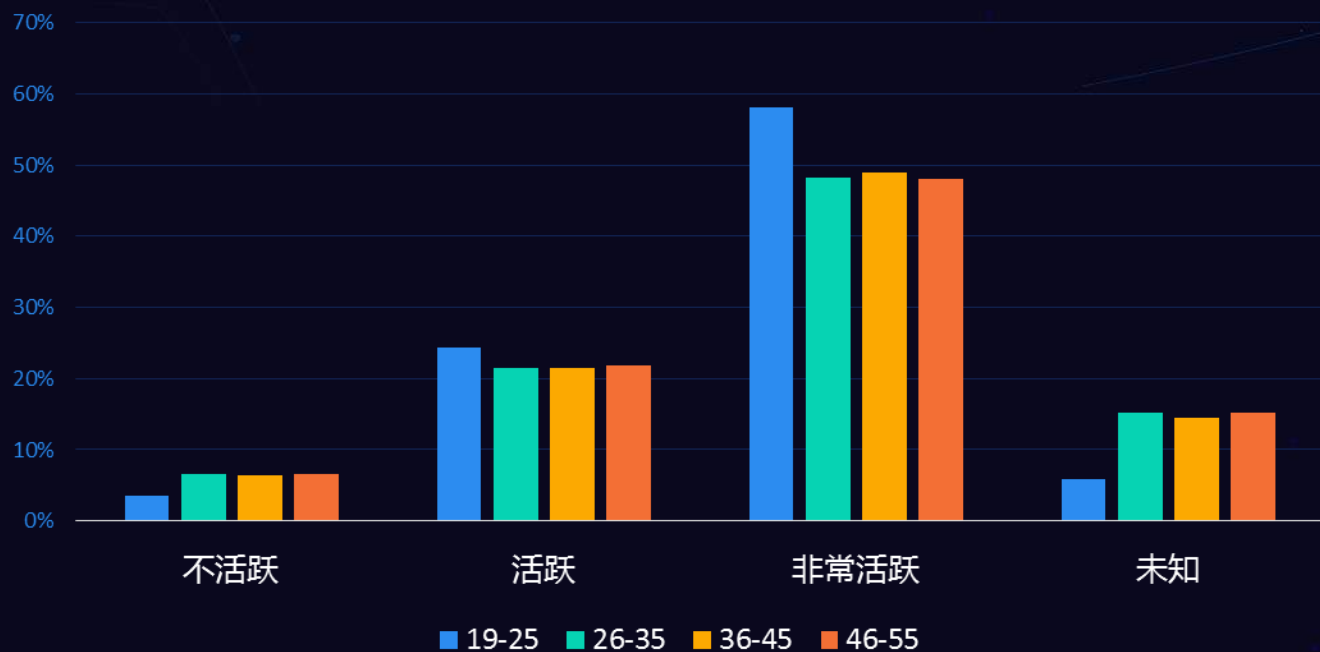
103-104

各年龄阶段电商类应用活跃率趋势



# 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

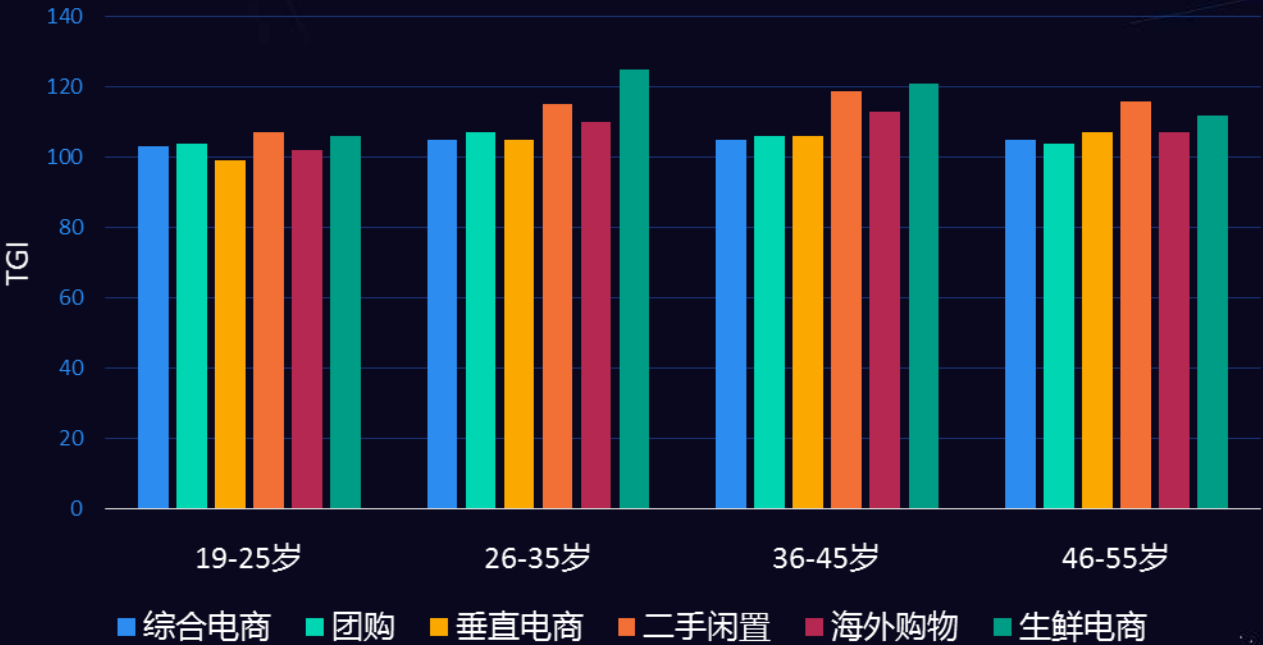


## 19-25岁大额网购消费特征更明显

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

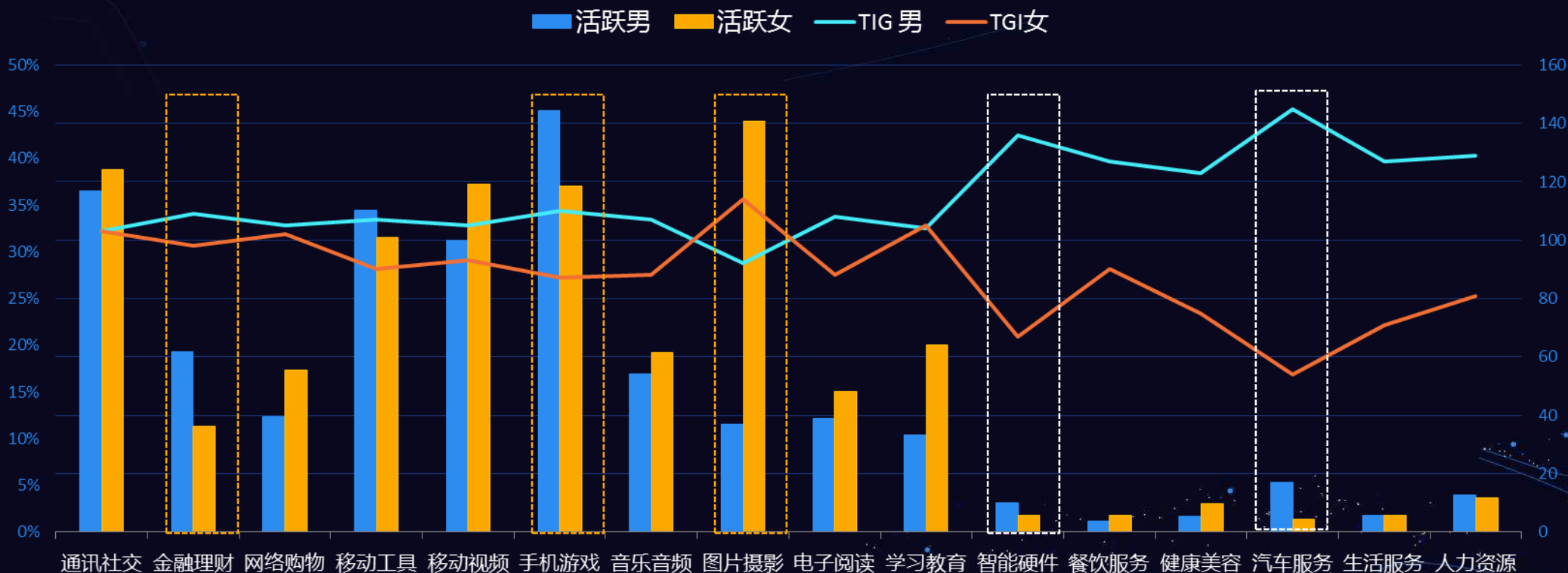


36-45岁



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

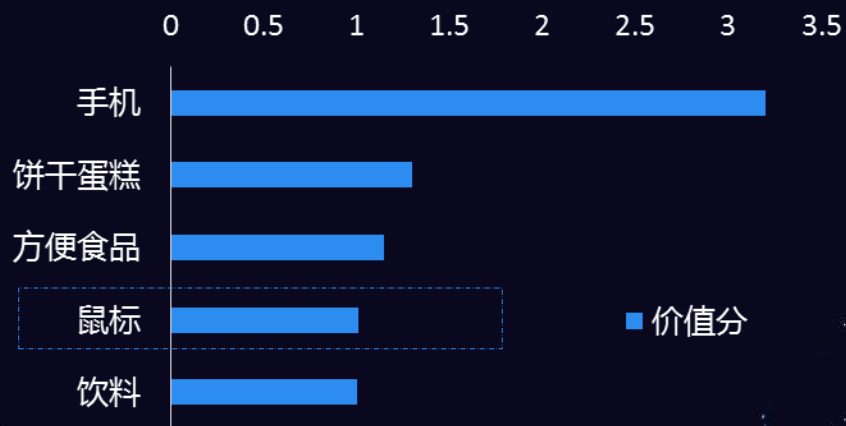


**TGI 101**  
综合电商

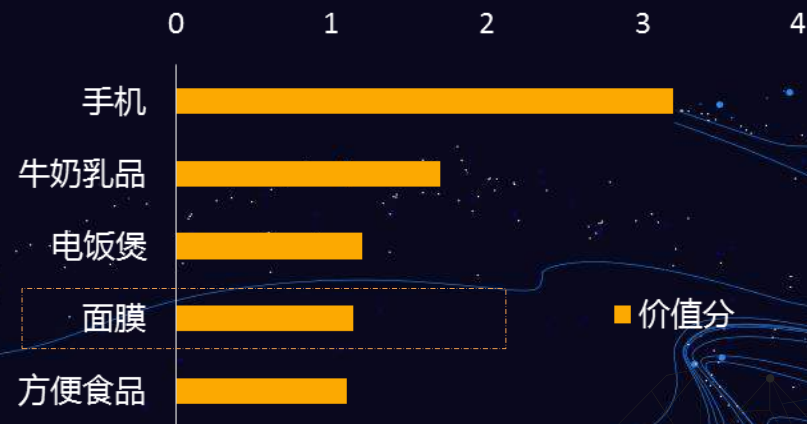


**TGI 101**  
团购

## 男性电商消费偏好TOP 5 外设鼠标上榜

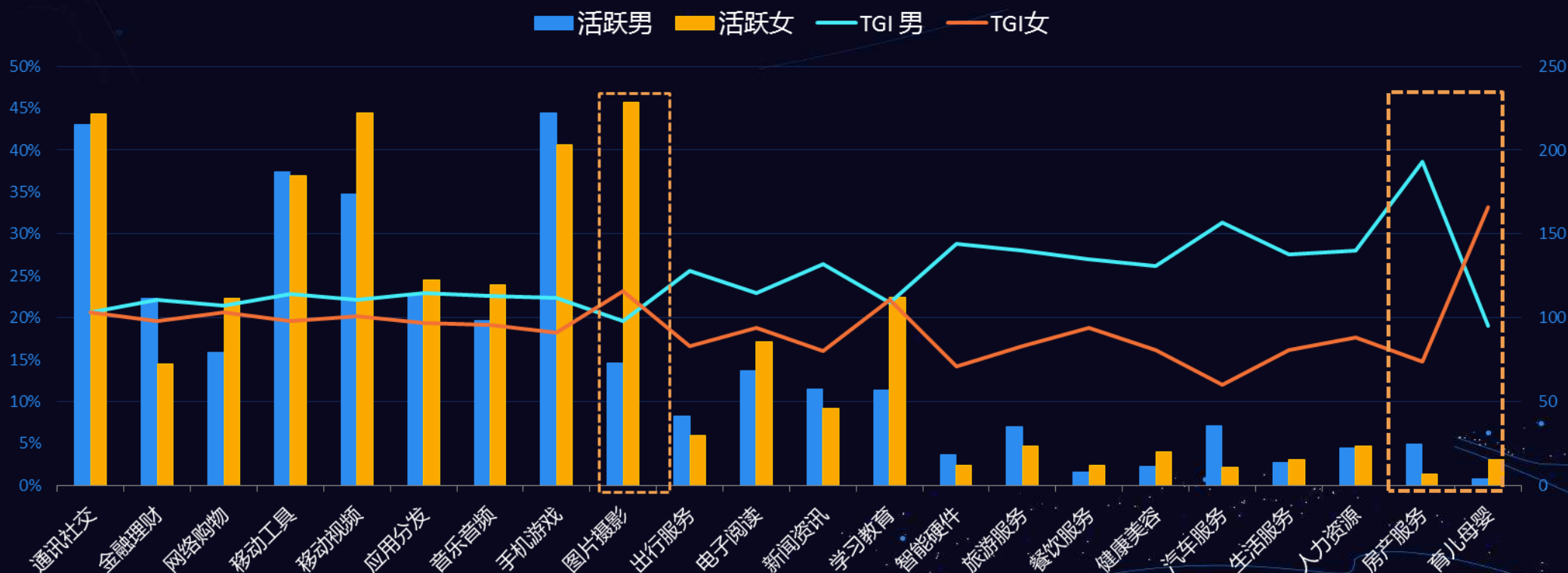


## 女性电商消费偏好TOP 5 面膜、电饭煲上榜



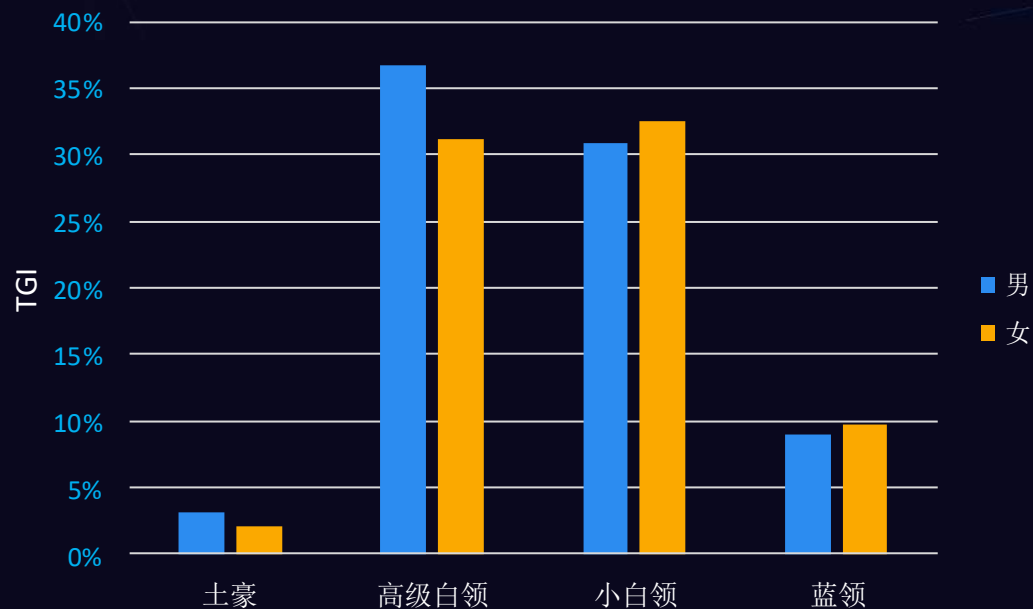


# 房产及育儿母婴活跃显著，女性对图片摄影依赖性高



# 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

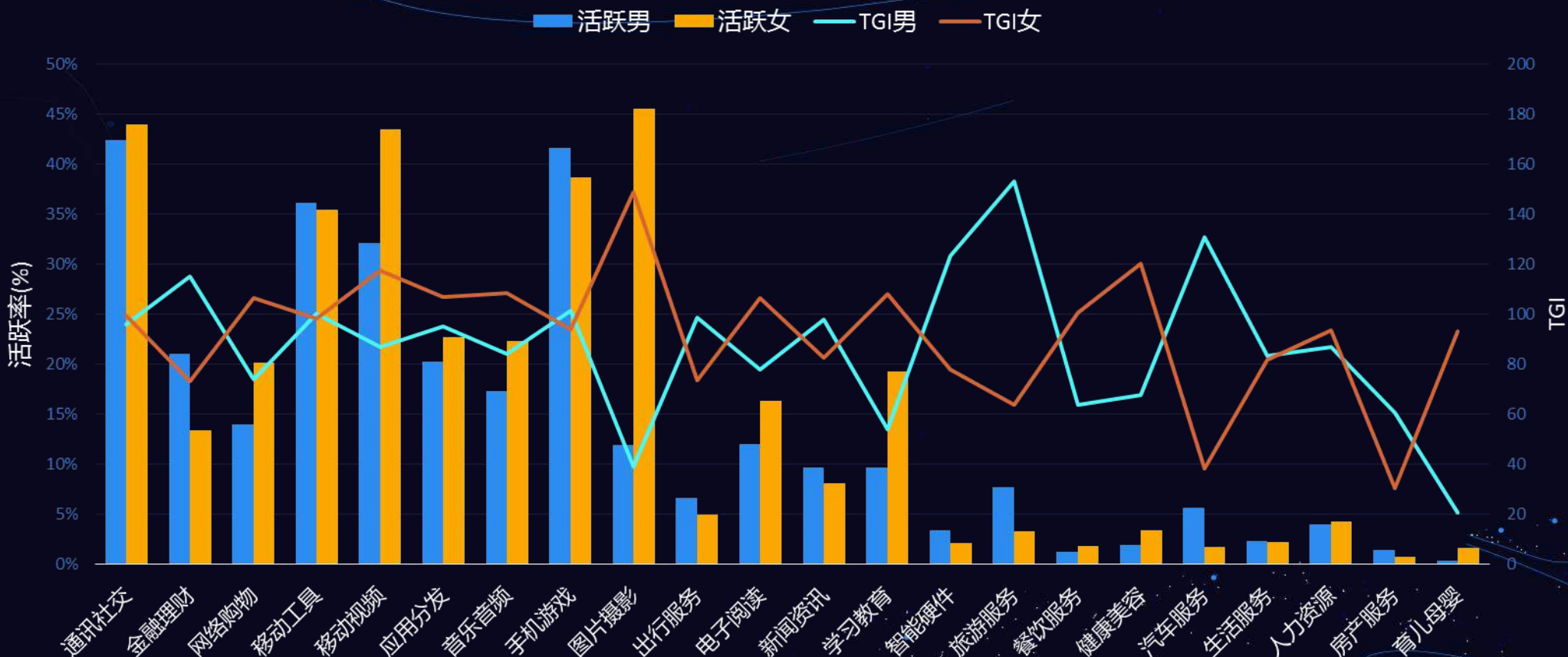
- TOP 1 手机壳
- TOP 2 手机贴膜
- TOP 3 数据线
- TOP 4 移动电源
- TOP 5 蓝牙耳机



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

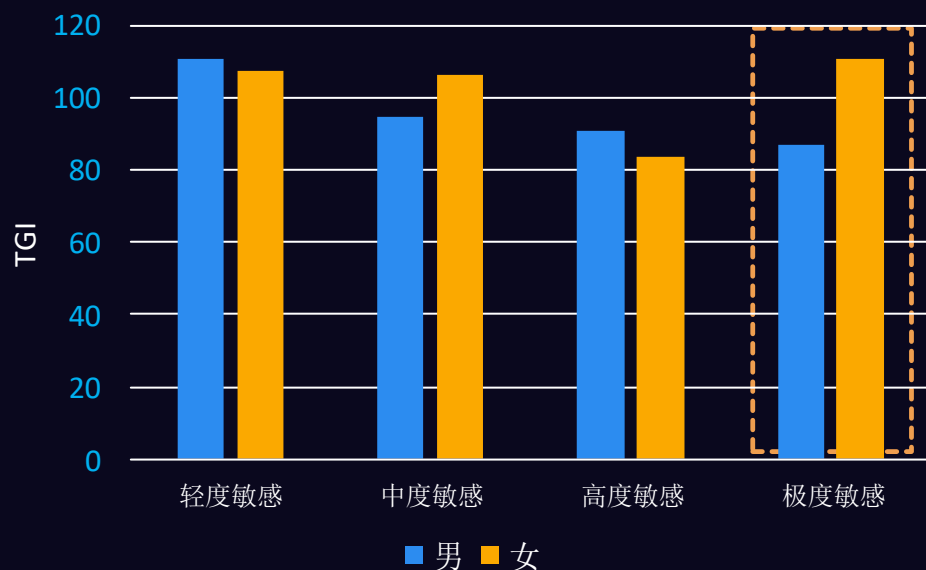
# 男性偏好旅游服务，女性注重健康美容与人力资源





# 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

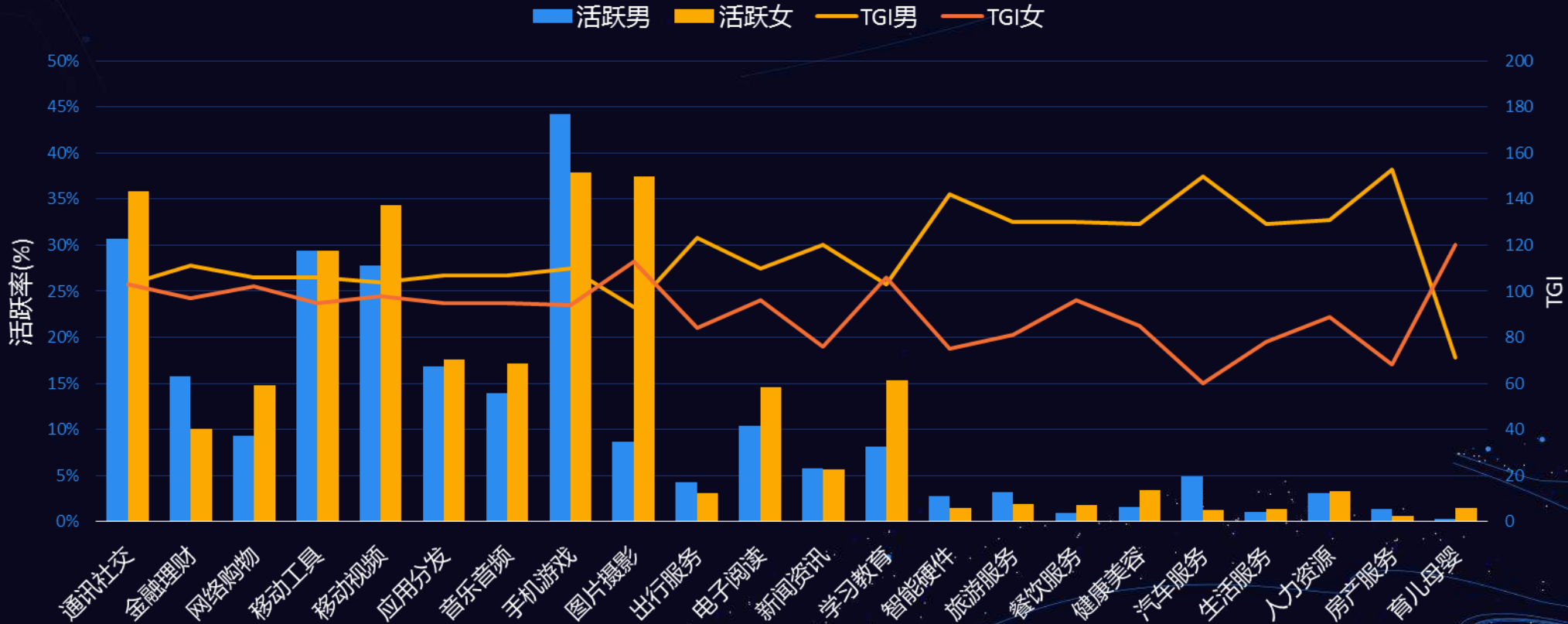


服饰首饰 TGI 108



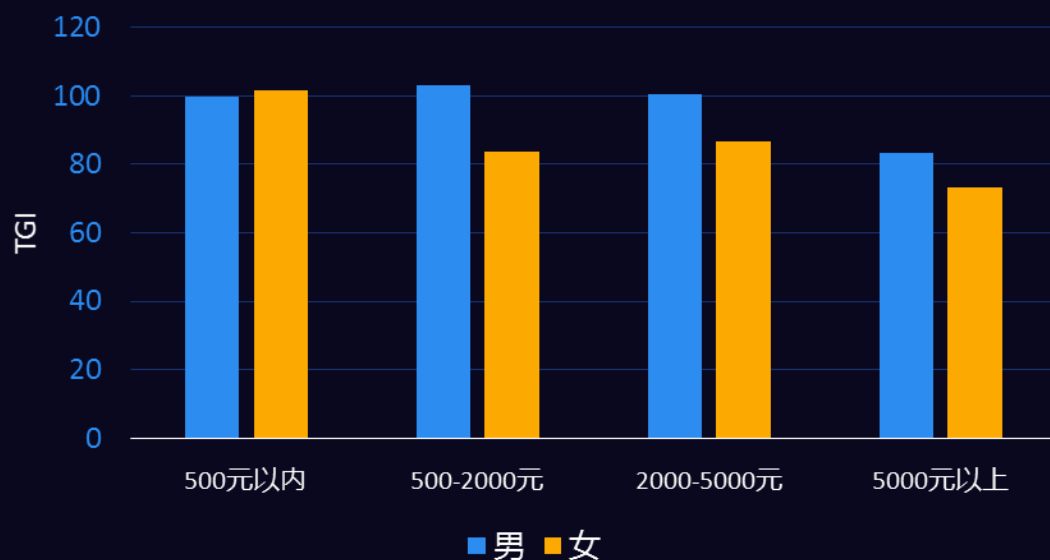
鞋靴箱包 TGI 102

# 整体移动互联网活跃度较低，男性更注重健康



# 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