

解构 2011 年度网购消费特征 探析各地趋势

淘宝网数据盛典 公布首份 2011 年度趣味数据



□ 付莹莹

“每分钟卖 2358 件衣服,全年出售衣服连起来的长度可以往返月球两次。”2月27日,淘宝网数据盛典公布 2011 年一系列消费数据。通过对网购人群的消费习惯进行分析,预测 2012 年的流行趋势,以地图的形式展现中

国不同地区的消费偏好和特色。

淘宝网数据盛典公布数据显示,2011 年淘宝网单日成交额最高达到 438 亿元,发生在 12 月 12 日,超过北京、上海单日的零售业销售额之和,是上一年同期的 3 倍。其中,仅当天凌晨第一个小时就成交了 278 万笔,交易额突破 475 亿元,消费速度是世界消

淘友的 2011

2011 年,是淘宝网服务在消费者生活方方面面的一年。在这一年,淘宝网的服饰流行在每个城市的大街小巷,平均每 10 个网民购买了 24 件衣服;家居、家电产品售出 31 亿件,相当于每 10 个网民的家中有 6 件物品来自于淘宝;数码产品售出了 21 亿件,饰品售出 1.3 亿个,玩具卖出 8364 万套。

2011 年,也是电子商务在移动互联网上发力的一年,让消费者在移动中体会网购的乐趣。数据显示,2011 年手机淘宝的全年成交额达到 108 亿元,是上一年的 6 倍,日交易值达到 2 亿元。

2011 年,亦是大件商品进一步接轨互联网的一年,数十万的单笔成交已稀松平常,手机淘宝上也出现了单笔 22.5 万元的交易。去年 12 月份,淘

宝房产更是创造了单日成交 957 套价值 12 亿元的神话。

2011 年,还是淘宝网打造出一站式出行服务平台,让用户轻松出行的一年,从机票、酒店预订到门票、导游、租车等度假旅游产品三驾马车“一条龙”服务。全年淘宝旅行交易额达 109 亿元,并在 12 月 21 日创下同类网站单日在线交易量的最高纪录,单日交易量一举超过 8 万张,相当于每秒钟就售出 1 张机票。

网购的发展和网民的旺盛需求也催促着淘宝卖家和物流业的快速成长。仅 2011 年 12 月 12 日,淘宝网有 421 家店铺的单日成交超过了 100 万,1644 家的单店成交超过了 10 万,其中交易额最高的前十强有 9 家属于淘宝网原创网货品牌。在 2011 年,淘宝网和天猫商城每天的包裹量逾 800 万,占整个快递业总包裹量的近六成。如果将这些包裹堆起来,每个月可以盖一座胡夫金字塔。

2011,淘友想要什么?

在过去的 2011 年,你想要什么?

根据淘宝网数据盛典公布的 2011 年搜索热词,每个地区的消费者所需迥异。重庆人素来以火辣闻名,无论是性格还是身材,而从淘宝网数据来看,也与这一认知相符。2011 年,重庆人最关心的是非常挑身材的皮衣、皮裤,在风格方面,呈现出冰火两重天,休闲风和性感的豹纹控平分秋色。

与之不同,北方和西部地区,则更多呈现出其特有的地域文化。从淘宝网数据来看,北京地区传承了其身后的文化底蕴,用户搜索量最大的是十字绣,体现出北京人细腻的一面。同时,北京人也爱文艺,爱摄影,单反相机的搜索量也居前。甘肃,中国西部脏腑,成为淘宝上的“西部牛仔”,无论男女对牛仔系列的热衷度都是极高。除此之外,甘肃的“陶三彩”文化也从数据中可见一斑。2011 年,甘肃人除了牛仔搜索量最高之外,“陶三彩”也是其关注的焦点。

南方网购大省广东,充分体现了其包容和多元的一面,无论是“休闲”、“复古”还是“日韩”,都是广东女性的至爱。而广东男性则钟情休闲系、运动系。此外,“假发”也是广东消费者搜索

较多的关键词,“百变”是其不变的宗旨。而华南地区的广西人是不折不扣的手机控,不管是苹果还是三星、诺基亚,都是他们的最爱。贵州用户则以婚恋为主,婚纱、喜糖等关键词都在前列。

中部地区则以服装为主,湖北、湖南、江西热搜的关键词都是各类服饰。区别在于,湖北地区钟爱时尚品牌,尤其是“H&M”;湖南不论男女,最喜欢的是“恒源祥”羊绒衫;江西则是最想晒幸福的地区,“情侣装”搜索量极高。

东部一向以江、浙、沪等网购大省(市)示人,无论从人口还是金额来说,基本包揽前三。从搜索量来看,上海人最爱名牌,coach、burberry、gucci 等都是其钟爱;江苏男女差异较大,男人都迷乔布斯,苹果的各种产品都是其最爱搜索的;而江苏女人则对包包皮有独钟,超越了服饰。俗语道“穷玩车、富玩表”,一向被视为富裕的浙江人,“手表”的搜索量也极高。此外,“拖鞋”、“MP4”等,也是其钟爱的产品,体现出浙江人热爱生活的一面。

淘宝眼中的淘友

2011 年,时尚界风云多变。秋裤席卷重来,再也不畏惧在厚重的裤子之下,而是外穿变身“leg-ging”登入各时尚达人衣橱;丝瓜也不再只是食物,提取成水跻身大护肤品行列。而在 2011 年,淘宝网上各地消费又呈现出什么特征呢?

浙江榜首次数最多 宁波、舟山最抢眼

作为中国网购的发源地,浙江几乎在各种商品销售上都位列前茅。从淘宝盛典公布的榜单来看,浙江省成为上榜首最多的省份。无论是最爱老婆的男人,还是最贤惠的媳妇,抑或是最潮的母亲等榜单上,浙江的用户都占据着无可撼动的第一位置。其中,宁波等地表现较为突出。

在最疼爱老婆的男人地区榜单中,宁波以 78.3%的高比例荣登榜首。这一榜单公布,也让众未婚女性大呼“嫁人要嫁宁波男”。除此之外,宁波也成为最容易“撞衫”和“最居安思危”的城市。数据显示,在 2011 年淘宝热卖女装产品中,宁波女性购买最为集中,“撞衫”指数达 231%,即 1000 个人里面有 23 个人穿着相同。而最“居安思危”,则是以 2011 年网购急救用品为考量,宁波地区有 0.58%的用户购买过急救用品,成为覆盖最多的城市,人均购买 469 件。不过,在最“居安思危”榜单中,金华虽然在人数上不如宁波地区,但在“装备”上,却成为全国第一,人均消费急救用品达 32678 元。

在最贤惠的女性地区排名中,浙江省又再一次凸显老大地位。只不过,第一由宁波换成了舟山。2011 年,舟山女性用户为男性购买用品人数比例高达 2398%,人均消费 90172 元。此外,舟山也成为最疼老公的老婆、最爱健身的男性、最爱买吉他的城市等。

图表 1 说明:每百位女性用户购买男性用品的城市排名

上海老人最潮 港台都是摄影控

虽然“摄影穷三代,单反毁一生”,不过摄影带给人们的快乐,仍是让摄影乐此不疲。从淘宝

网数据盛典发布的数码相机消费报告来看,被单反“毁”得最多的地区无疑是港台地区。数据显示,2011 年台湾地区购买单反相机人均花费达 6310.47 元,比第二名香港多了近 4000 元。不过从购买人数上来说,香港购买数码相机的用户比例达 3.63%,位居第一,台湾以 3.17%列第二位。

有趣的是,单反相机的网购主力再也不是身强力壮的青年了,而是 50 岁以上的中老年人。淘宝网数据显示,50 岁以上用户购买单反镜头、配件等商品的人均消费金额达到 4604.52 元,几乎是其他年龄段的 2 倍。

图表 2 说明:50 岁以上用户地区排行

而在中老年人中,则要数上海老年人最潮了。数据统计显示,50 岁以上网购者最多的地区是上海市,每 10 万淘宝用户中有 89 人是 50 岁以上老年人。其次是浙江,每 10 万人中有 56 人是 50 岁以上老人,江苏 51 人,排第三。这也说明,老年人是否潮与当地网购发展的情况有关。

除了书本之外,吉他也是文艺青年的最爱。数据显示,最爱买吉他的城市在浙江舟山,不过最爱买吉他的男性集中在云南丽江,女性集中在香港。

另外,数据也显示,文艺青年以 80 后居多,26-34 岁年龄段占 63%。其中,女性购买乐器、书籍等总人数比男性多 60 余万,说明女性比男性更文艺一些。

山西人最孝顺 安徽人最爱宠物

历史上,山西是一个重视孝道的省份,而在今天,山西人依旧传承这样的美德。据淘宝网发布的最新数据显示,2011 年,30 岁以下年轻人中,在淘宝网购买老年人用品人数最多的就是山西人,每 100 个人里就有 7.04 个人购买了老年人用品。此外,山西人也是最爱在淘宝上买钻石的人群,消费金额占总珠宝购买金额的 29.4%。

图表 5 说明:购买钻石金额最多的地区排行榜

爱老人之余,也要善待宠物。淘宝网数据显示,2011 年,购买狗狗用品最多的省份是安徽省,每 1 万个人中有 16 人购买过狗粮。此外,在城市排名中,安徽也占据了前十名中的半壁江山。而在猫咪用品的购买中,安徽省仅以微弱之差距居第二。在生活中,也不乏出现许多安徽“爱宠一族”为了让自己的宠物更时髦,常送去沐浴、洗桑拿等,他们对宠物的喜爱可见一斑。

图表 6 说明:每万人中购买狗粮最多的用户地区排行榜

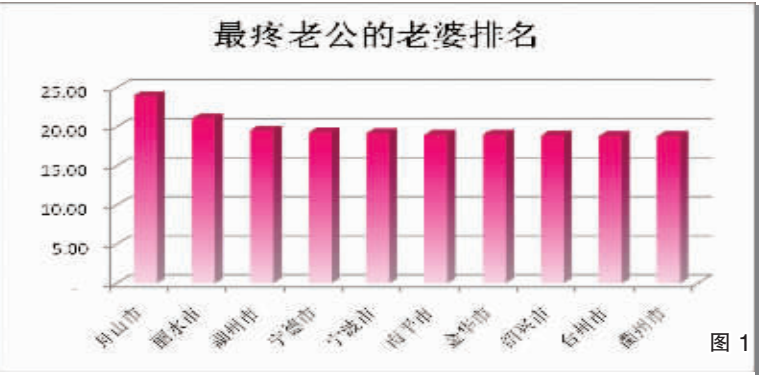


图 1

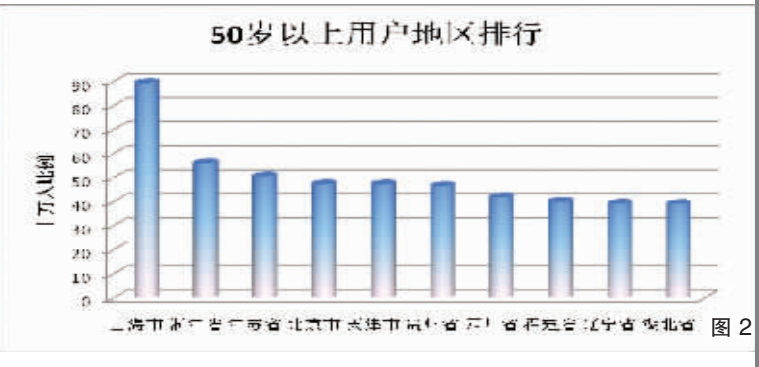


图 2

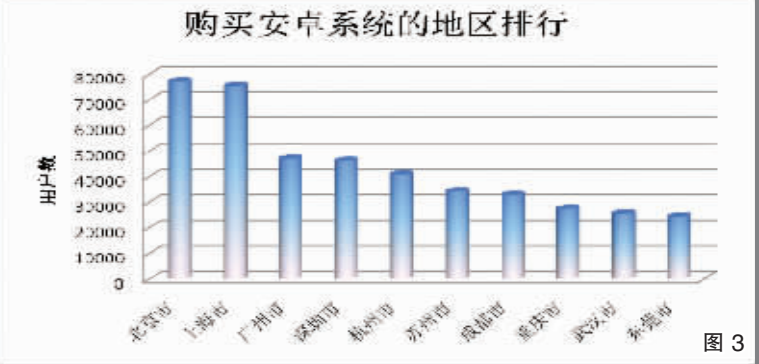


图 3

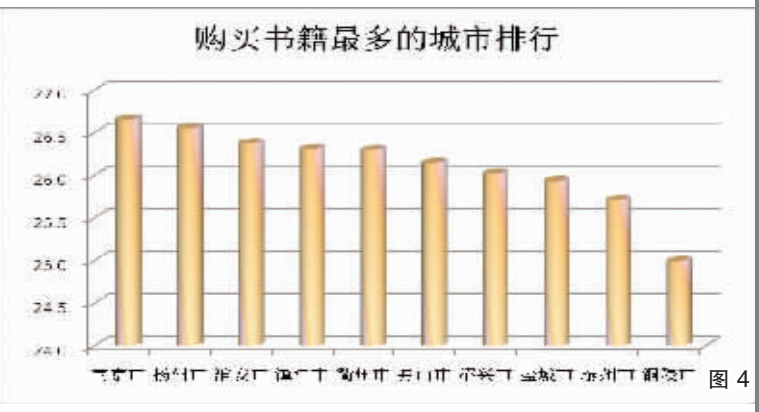


图 4

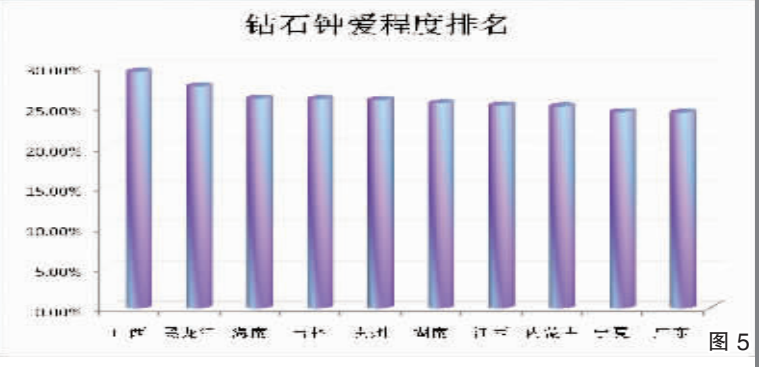


图 5

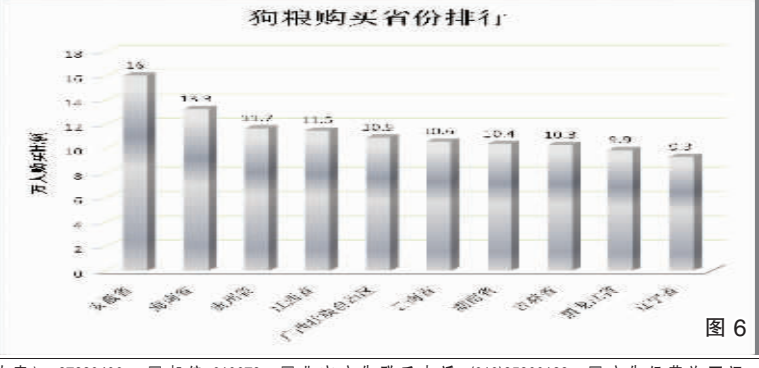


图 6

孟庆辉:搜索引擎营销关键在于花钱少效果好

“搜索引擎营销关键在于提升效果,如何让企业投放关键词花钱少且更精准、效果更好,才是根本。”开眼数据——精实万维软件(北京)有限公司副总裁孟庆辉日前在首届“速途网产业年会暨中国互联网年度风云榜发布盛典”上作主题演讲时表示。

搜索引擎营销 SEM (Search Engine Marketing),即根据用户使用搜索引擎的方式,利用用户检索信息的机会尽可能将营销信息传递给目标用户。简单说,搜索引擎营销就是基于搜索引擎平台的网络营销,也就是通过利用人们对搜索引擎的依赖和使用习惯,在人们检索信息的时候尽可能将营销信息传递给目标客户。作为一种新兴的网络营销形式,SEM 已成为当前众多企业最主流的营销方式之一。

众所周知,搜索引擎营销的核心无疑是优化企业与业务相关的关键词,达到在搜索引擎上最好的排位,让互联网用户最容易搜索到,从而起到推广和宣传企业与产品并进而促进销售的目的。孟庆辉认为,“其方法不外乎通过搜索引擎相关关键词购买、投放,或通过对自身网站的 SEO 优化等方式来实现。企业最关注的无疑是其最高的性价比,即以最小的投入,获最大的来自搜索引擎的访问量,并产生相应的商业价值。因此,花钱少、更精准、效果好,才是企业搜索引擎营销关注的核心”。

“开眼数据就是专注于致力提升客户网络广告的效果,让用户的钱花得更值!”孟庆辉表示。“作为一家第三方服务公司,开眼数据主要是基于海量广告投放数据分析,帮助用户科学提高网络广告投放的性价比。”

另据了解,开眼数据不久前刚刚推出了一款致力于企业搜索营销的平台型产品,跨越了智能竞价、关键词工具、竞争分析 SEM 的所有业务,能够帮助企业用户实现海量关键词自动竞价,即时抓取互联网相关词汇,给出该关键词在各大搜索引擎的竞争情况,最强竞争对手等一系列参数,辅助增加新词决策;批量为已有词表增加前缀与后缀;新增关键词可直接无缝对接各大搜索引擎后台,直接发布;可选定或输入关键词出价,实时获取搜索量、竞争程度、排位等搜索引擎竞价后台数据;并可实时了解关键词竞争热度及竞争对手的投放情况与竞争态势。

“其核心就是降低用户网络广告投放价格,帮助用户提高推广效果。同时,这也是业内第一个个性化的平台系统,具有较强的互通性,用户可随时升级。”孟庆辉介绍说。

(速途网)