

「数行」

教你获取95后

CB DATA

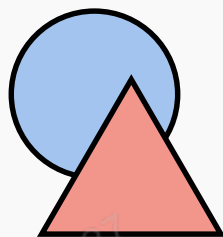
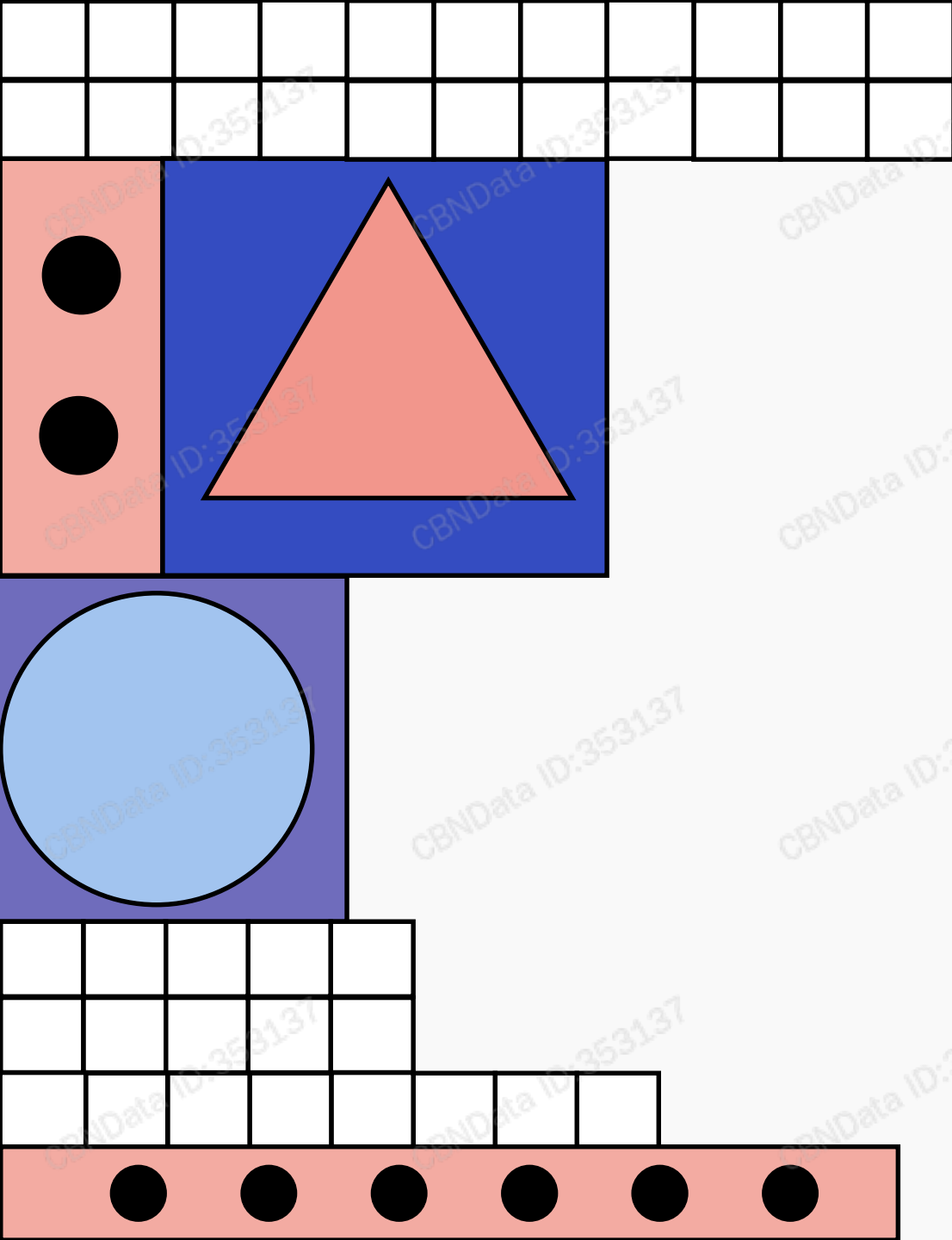
第一财经商业数据中心



天猫商家成长

CHENGZHANG.TMALL.COM
学经营秘籍 找天猫商家成长

© 2018 CBNDData. All rights reserved.

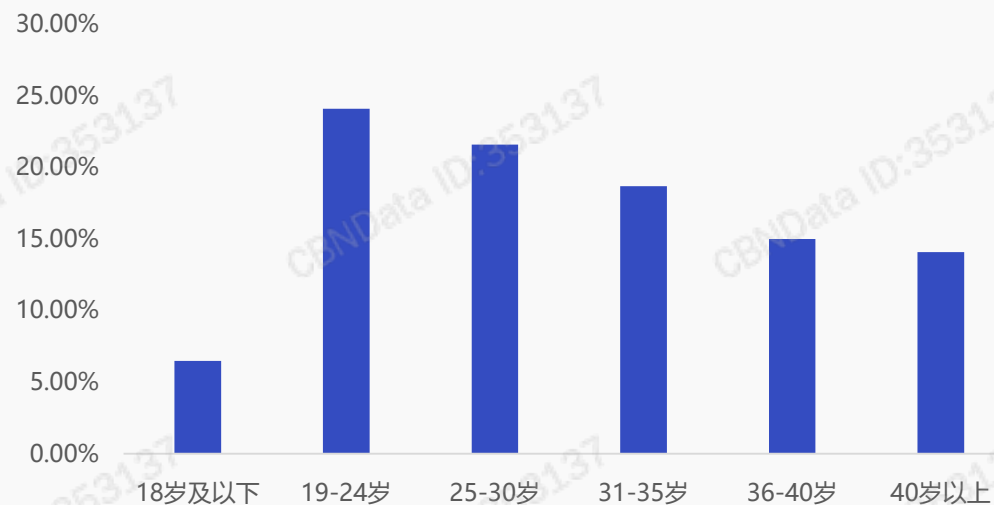


第一期：
这是你认识的95后吗？

95后，你的下一任金主

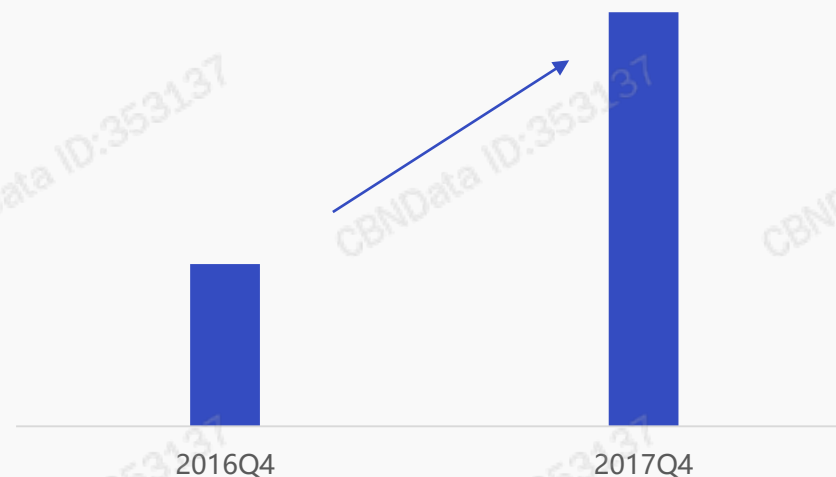
95后已占据整体电商消费者四分之一，逐渐成为网购新兴主力军；
根据淘宝数据，可以发现，近年来95后消费者线上交易金额大幅度提升。

2018年2月电子商务应用用户年龄结构



来源：iUserTracker，基于对40万名家庭及办公（不含公共上网点）样本网络行为的长期监测数据获得

2016-2017第四季度
95后消费者交易金额增长情况



数据来源：CBNDATA《淘系内容营销专题研究-95后微淘》



他们的小金库，超出你想象

2017年应届毕业生中，42%毕业生的月薪在4001~6000元。

95后学生群体：消费项目增加，月花费高达3000元以上。

6000元+

2017年沪广深95后平均月薪

5%

月入2万以上95后人数占比

80000元+

14%的95后
通过游戏等获得额外收入

95后大学生每月花费清单

> 3000

吃 聚会 服饰 化妆品 游戏 交通 数码

2000-3000

吃 聚会 服饰 化妆品 游戏 交通

1500-2000

吃 聚会 服饰 化妆品 游戏

1000-1500

吃 聚会 服饰

>1000

吃

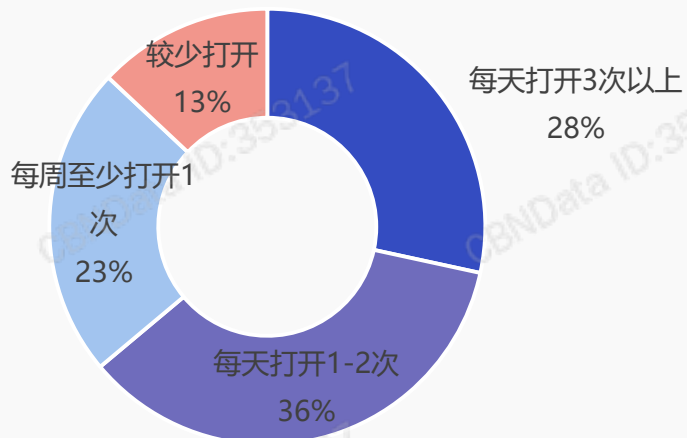
数据来源：群邑移动、城市画报、58集团数据研究院、极光大数据



他们的剁手力，超前又超强

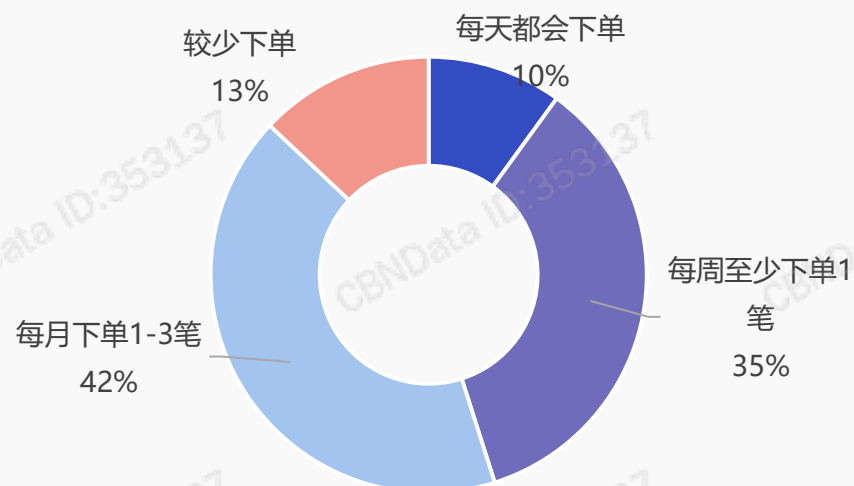
根据艾瑞咨询调研数据显示，超过六成95后每天至少浏览一次电商网站，10%的95后每天都会下单；45.1%的95后是重度网购用户，每周至少下一笔。

2017年中国95后电商平台浏览频率

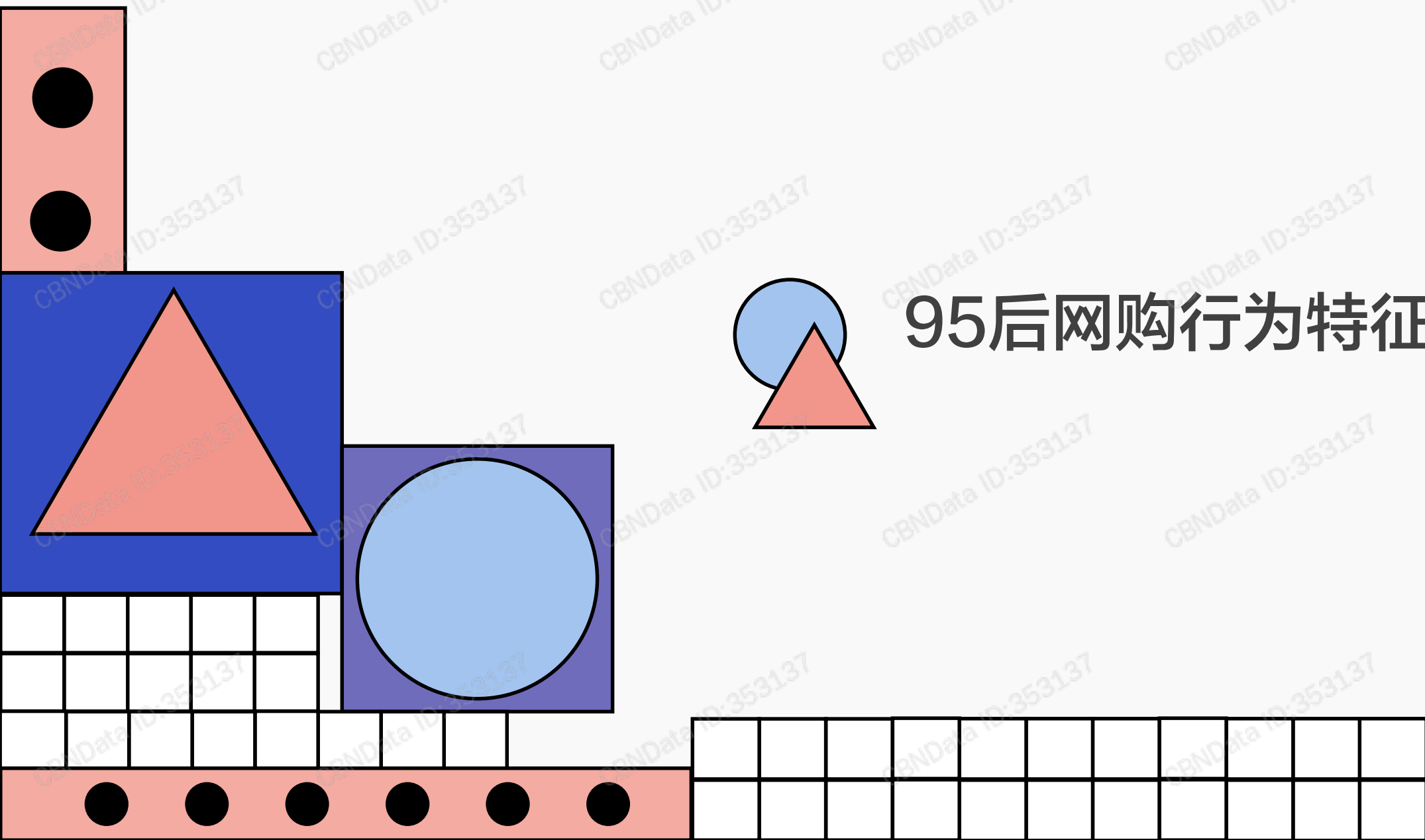


数据来源：艾瑞咨询

2017年中国95后网购频率



数据来源：艾瑞咨询



95后网购行为特征

95后品牌忠诚度相对较低，喜欢尝鲜

与95前相比，95后没有固定的品牌偏好，喜欢尝试新品。
商品好评度是95后购买决策中最为关注的购买因素。

2018年中国70s/80s/90s 品牌选择观念

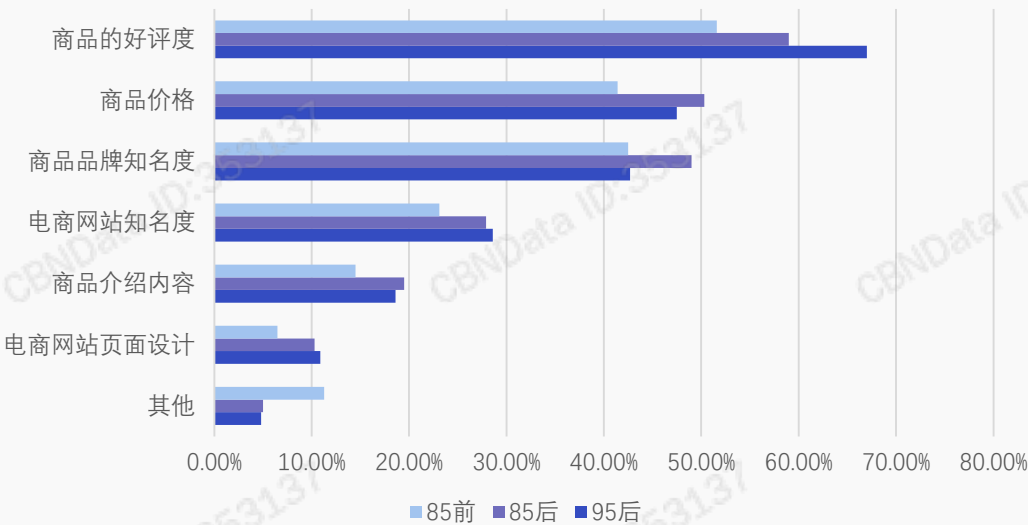


TGI:目标年龄段同意该观点的人群占比/其他年龄段同意该观点的人群占比*100

数据来源：艾瑞咨询

大数据·全洞察

95后 85后 85前网购关注点



数据来源：极光精准调研

货比三家，95后堪称精明型消费者

数据显示，34%的95后在购买服装时至少浏览4家线上线下销售点；
当购买美容健康产品时，这一比例增加至48%。

34%



服装

4%

48%



健康美容产品

8%

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17204

