



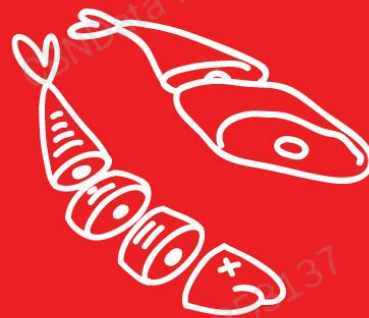
鸡年大吉！



新春快乐！

大数据呈现：一个浓浓年味里的中国

——2017年中国年货大数据报告（简洁版）



联合出品

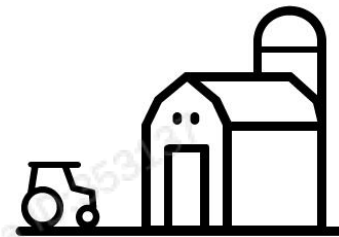
热闹年货节：土味畅销、年货升级



天猫引领消费升级，卖出超过**3.8亿**件商品，日均成交同比去年增长**42%**。



淘宝年味儿百货成交同比去年增长**36%**，淘宝年货大街仅3天就涌入**千万人**，平均每人逛店5家，上千家专家型、手艺型、农人型特色店铺涌现。



全国**2.8**万个村的村民通过农村淘宝置办年货，农村淘宝精选的**200种**土货，吸引了**365个**城市的消费者抢购，最远卖到美国、英国、澳大利亚等国家。



年味里的人

- 2017年年货节，城市消费者消费额占比超过八成，农村占比达到17%，较去年有所上升。
- 通过手机下单囤年货的交易占比超过八成，便捷的移动端已成为大部分人剁手年货的习惯性姿势。

图 农村消费者成交占比

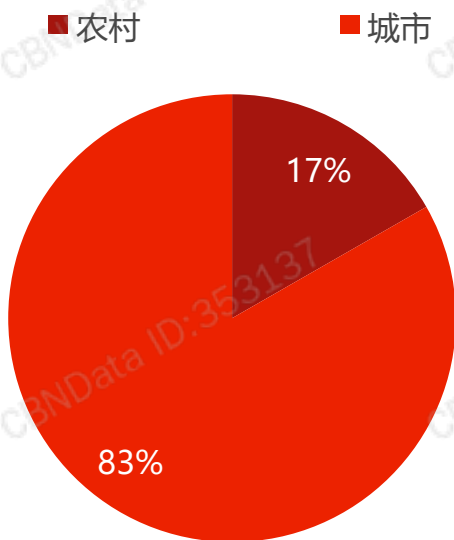
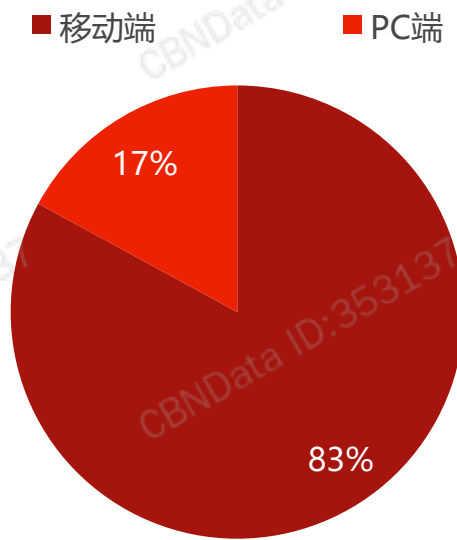


图 移动端成交占比



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData

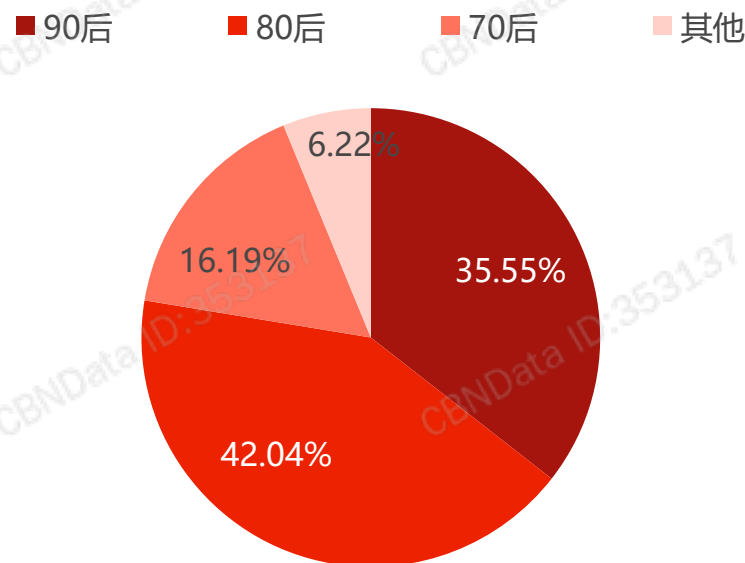
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



80后、90后引领年货消费

- 整体来看，80、90后这批新中产已成为线上囤货的主力，其消费金额占到总量的近80%。
- 从消费偏好上看，更年轻的90后们购买服装和美妆占比最多；相比，80后更偏重家庭消费，电器、居家用品、食品开支比重高于90后，与70后相当。另外，80后的母婴用品消费尤为强劲。

图 各年龄段买家消费金额占比



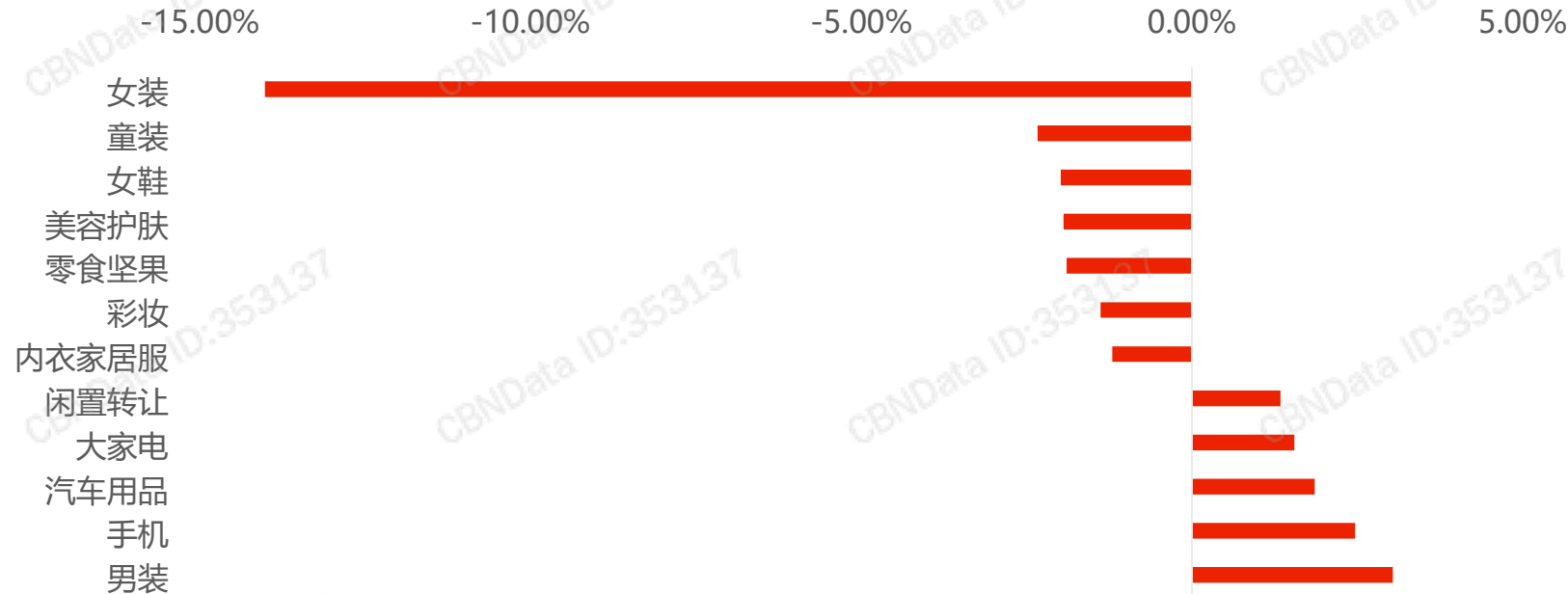
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



年货这件事儿：女主“细软”、男主“硬装”

- 无论男性女性，过年买新衣、美美地过年都是通理。
- 女性不仅大量购买护肤、彩妆品自用外，还为家人添置新衣（童装、家居服）等细软物品；男性则更爱买大家电、汽车用品等“硬装”，为住宅和爱车换新。

图 男女对不同品类商品的消费差异



注：消费差异=男性消费金额占比-女性消费金额占比，负值绝对值越大代表女性偏好度高，正值越大代表男性偏好度越高。

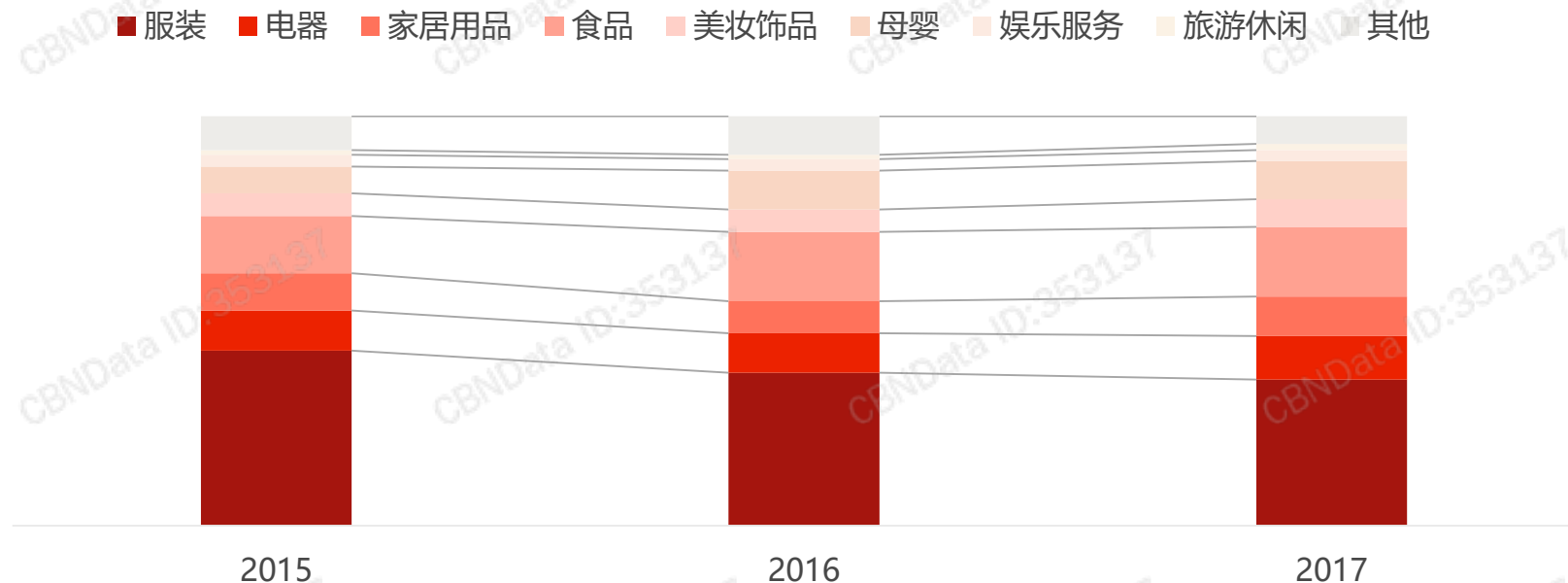
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



年货总概览：除了吃，美妆、家居用品份额增长迅速

- 随着消费者线上购物观念的成熟，年货消费品类结构也随之变化。服装作为年货中规模最大的品类，其份额在近三年不断减少。
- 食品、美妆饰品、母婴、旅游休闲等体现生活品质的领域，近三年的占比规模明显扩大。

图 年货消费结构变迁



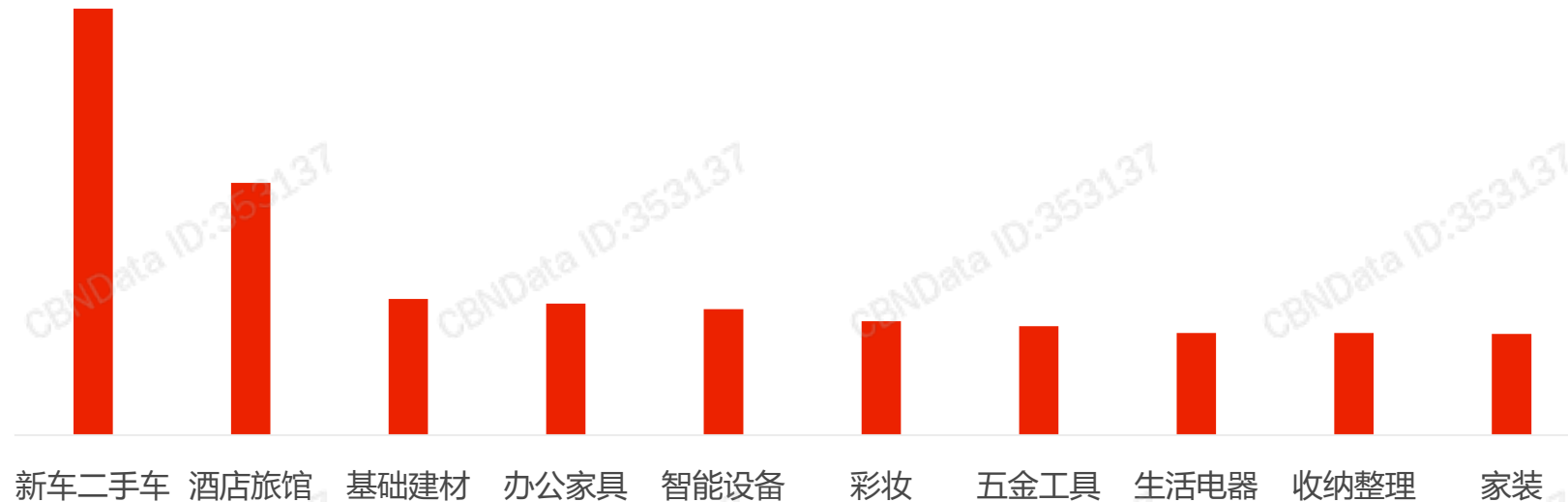
来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



最IN年货：网上买车、酒店预订增速最快

- 随着电商渠道的渗透和消费者网购习惯的养成，汽车、基建材料、家具、家装等大物件成为人们在网上喜闻乐见的年货商品，其销售额占比较去年增长迅猛。
- 同时，智能设备，以及酒店预订所代表的旅游过年方式，体现了消费升级大潮下，人们对生活品质的不断追求。

图 2017年销售额占比增速最快的十大年货



来源：阿里大数据 制图：DT财经 CBNData



东部沿海城市的年货节买卖最热闹

年货收货地排行	年货发货地排行
上海	广州
北京	金华
深圳	上海
广州	深圳
杭州	杭州
苏州	北京
重庆	苏州
成都	温州



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_17278

