

网购消费趋势之传统化

CBNData

第一财经商业数据中心

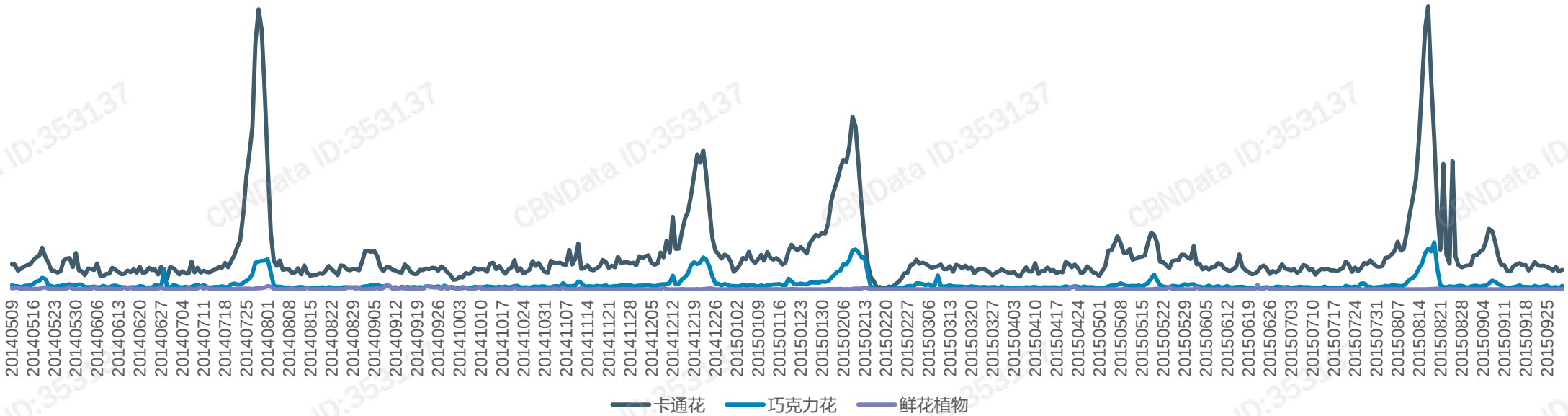
- **“传统文化”** 指的是文明演化而汇集成的一种反映民族特质和风貌的民族文化，是民族历史上各种思想文化、观念形态的总体表征
- 我国历史文化源远流长，积累了丰富的传统文化，基于传统文化的消费也根深蒂固
- 但传统文化也多与保守、落后等形象联系在一起，特别是在互联网发展日新月异的时代背景下，传统文化到底是在被发扬光大，还是止步不前，抑或是被遗弃消亡？
- 本报告试图从以下三个方面来一探究竟：
 - 传统节日
 - 民族服饰
 - 手工技艺

- 我国的传统节日非常丰富，它是传统文化的重要组成部分。
- 情人节广泛存在于全球各地，我国的传统情人节为七夕节，但西方情人节也随着西方文化传入中国而一并流行
- 清明、端午、中秋为知名度最高的传统节日，2008年，这三大节日被纳入国家法定假日，进一步增加了它们的知名度
- 本小节以上述四大节日为例，研究传统节日在互联网时代的流行现状

七夕VS情人节：双情人节秀恩爱

- 情人节共同存在于中西方传统节日里，七夕为我国传统情人节，而2月14日的情人节乃从西方传入
- 情侣们当然不会放过任何一个“秀恩爱”的机会，数据显示，两个情人节前后的相关商品成交都会出现大幅增长

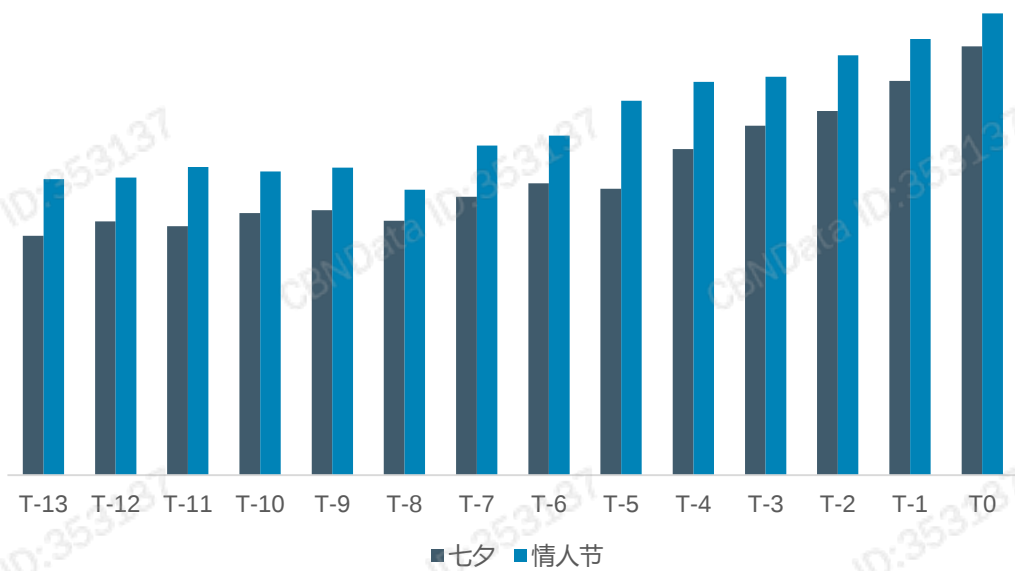
2014.5-2015.9情人节相关类目成交规模



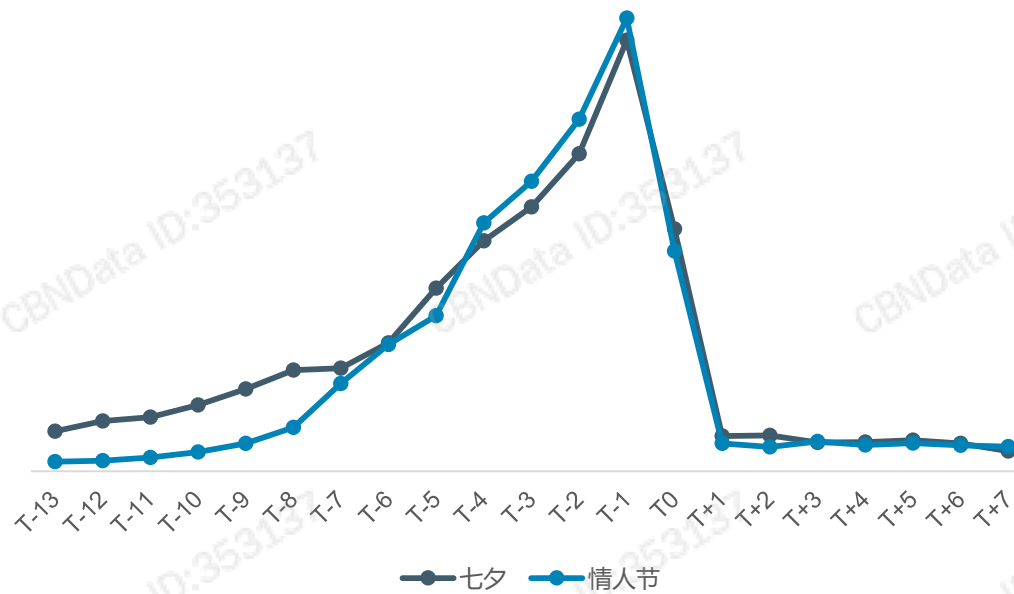
七夕VS情人节：鲜花见证爱情

- 鲜花是爱情最美的见证，每逢情人节，鲜花的价格都会大幅上涨，节前一周内，网上鲜花价格的涨幅通常都会超过50%
- 鲜花的销量也会在情人节前一周时开始攀升，并在情人节的前一天达到最高峰
- 当然也不乏用户直到情人节当天才临时抱佛脚

情人节时期鲜花成交价格



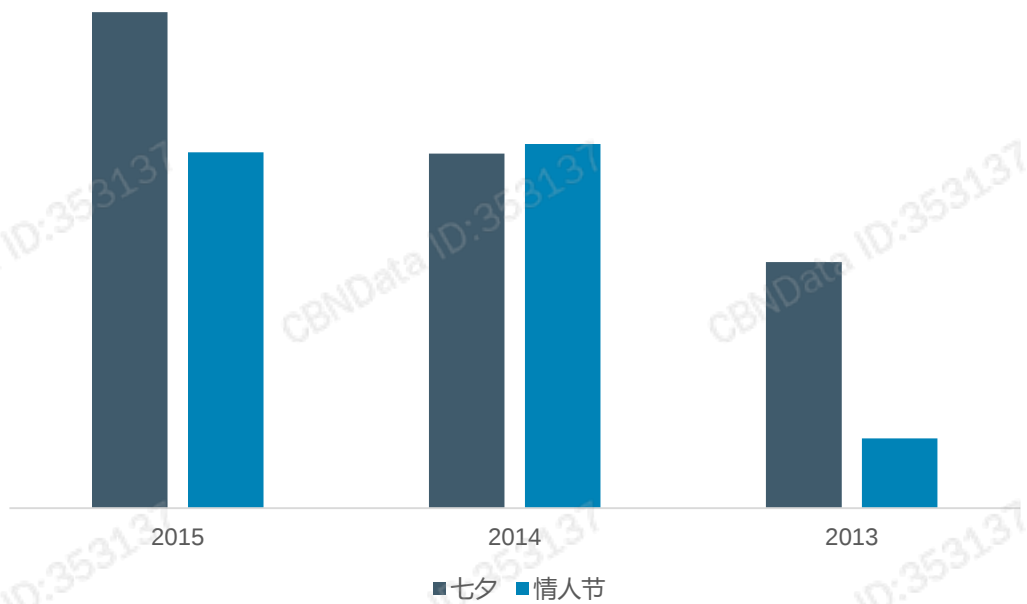
情人节时期鲜花销售规模



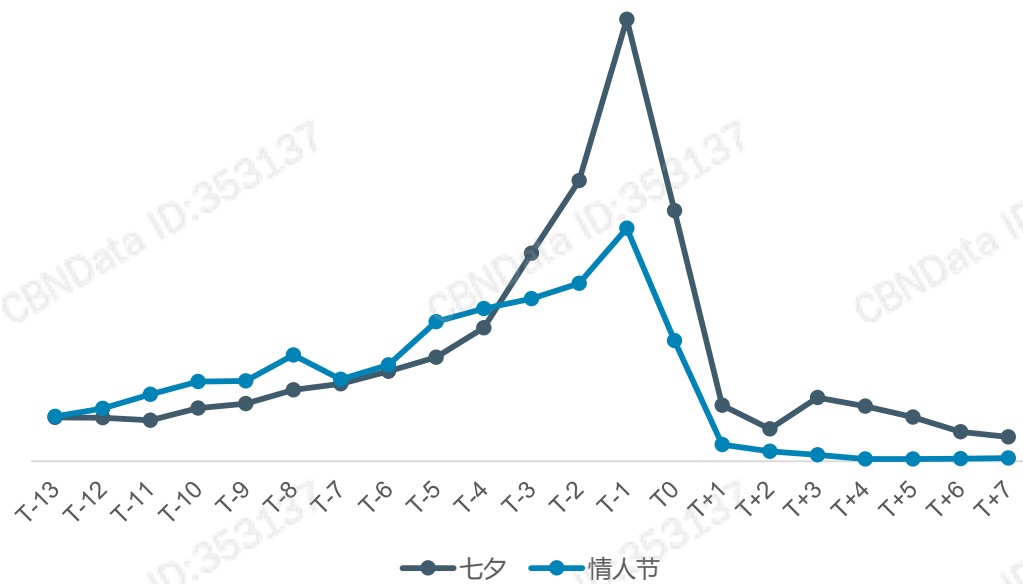
七夕VS情人节：传统情人节是最爱

- 受西方文化在中国的广泛传播，2月14日的西方情人节在中国的知名度极高，但是从淘宝鲜花的成交规模来看，七夕节的鲜花成交却是要高于情人节，并且还在保持快速增长的态势
- 与情人节相比，七夕节期间的商品成交时段更加集中，基本上要等到七夕前的三天左右成交才会大幅增长
- 七夕节更受欢迎，但是情侣们对七夕的准备却不如情人节充分

情人节期间鲜花成交规模

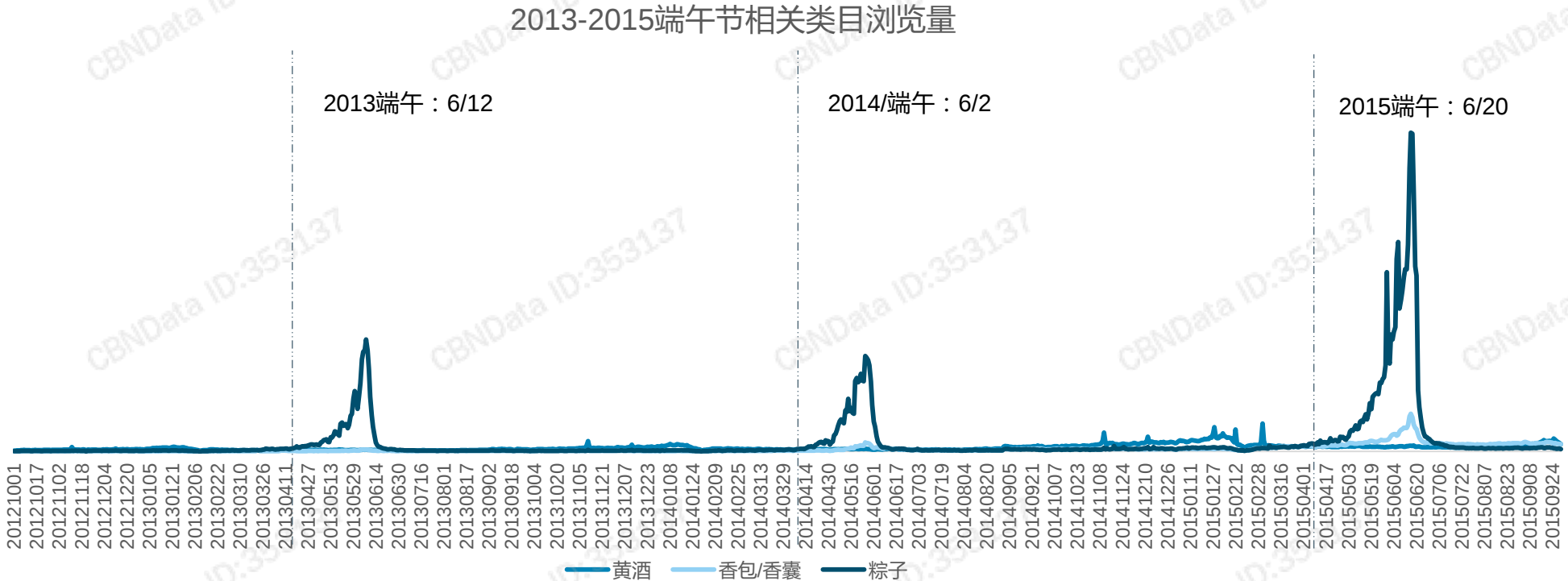


2015年情人节时期鲜花销售规模



端午节：赛龙舟是节日

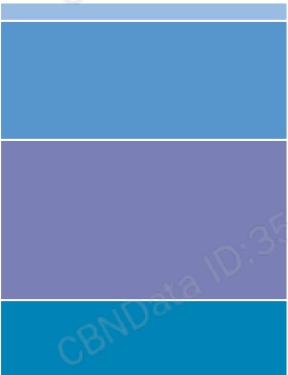
- 端午节原是一个纪念爱国诗人屈原的日子，赛龙舟、做香包、吃粽子、饮雄黄是端午传统风俗。
- 端午前夕，人们相关用品的需求会增加明显



端午节：节庆用品人群偏好迥异

- 网上与端午节相关的代表性商品主要为粽子、黄酒和香囊
- 粽子作为一种特色食品，其年龄分布比较均匀；黄酒主打滋补强身的功效，更受中年人喜爱；香囊的年轻人占比则明显高于其他品类

2015Q1-Q3 食品行业细分类目消费者年龄分布



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_17384

