

管理  
实务  
MANAGEMENT PRACTICAL

2010 年淘宝网用户消费行为分析报告

► P44

管家养成记

► P48

外贸 B2C，美丽之外有荆棘

► P52

会员营销不仅是打折

► P58

老革命的新痛点

► P62

食器也要讲格调

► P66

对症下药，提升客单价

► P68

华丽女鞋市场命门

► P70



报告

Report

# 2010 年淘宝网用户消费行为分析报告

本刊独家发表 2010 年淘宝网用户消费行为分析报告，让你更加了解网购人群的消费喜好，在 2011 年

对于一个商家来说,了解了自己目标群体的消费行为,就等于挖到了宝。长期在淘宝网这个平台活跃的卖家们,当然也希望能知道淘宝网用户的消费行为习惯,可以对来年的新品、客户维护等一系列工作中取得先机。

如何解读 2010 年淘宝网用户消费行为分析,让大家在 2011 年中抢滩市场,占得一席之地。这对线上卖家来说尤为重要,也许你能发掘这份报告潜在的价值。

### 2010 年整体增长趋势

中国互联网产业的发展,网民成熟度的增长,为国内电子商务领域的飞速增长提供了有利的条件。淘宝网作为国内电子商务的领军企业,相比 2009 年,2010 年成交的金额、笔数、消费者等均有大幅的增长。

据了解,近三年淘宝网每年几乎都以 100% 的速度在增长,这也说明了电子商务的成熟,网购已经成为一种新的商业模式,网络购物已经被大家认可和接受。

有数据显示,相比 2009 年,2010 年人

均消费金额增长了 36%,人均年消费笔数增长了 35%,2010 年人均每月成交 3 笔。同时以往大家认为不适合在网上交易的行业也有大幅增长,例如珠宝、钻石、翡翠、黄金等行业,相比 2009 年,2010 年全年淘宝网成交金额增长 75%。

### 2010 年成交效率及用户特征

数据显示,2010 年淘宝网每分钟都有商品被快速地售卖,2010 年全年每分钟接近 400 万的销售件数,这是线下实体店所不能比拟的,而如果你是商家,你发现这其中的源动力,或许你可以发现更大的蛋糕,冲得更加凶猛。

据悉 2010 年整个淘宝网消费者男女比例基本均等,男性网购人数略高于女性;从年龄和性别交叉看女性网购群年龄较男性偏大一些。如图一可知,卖家们可将目标集中在 18 岁至 34 岁,他们是网购消费群体的主力军,占了所有用户的 84%。

再来观察图二,18 岁至 34 岁区间的买家,他们在淘宝网上的购买力相当惊人。

如果卖家能做出适合他们的产品,就能在 2011 年在淘宝上继续稳扎阵地,前行。

2010 年淘宝网平均每分钟销售商品件数

类型	数值	类型	数值
网络件数	3972359.26	手机邮数	36.62
笔记本台数	2.91	化妆品件数	880.44
衣服件数	863.75	书籍本数	85.24

CHART 1 年龄分布

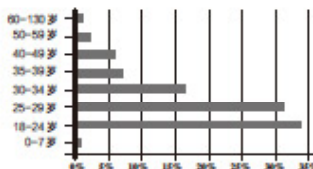
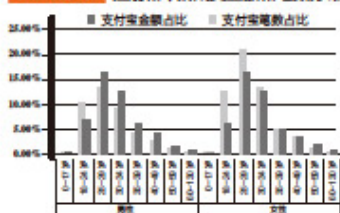


CHART 2 性别和年龄成交金额和笔数分布



### 2010 年网购消费者风向标

购物和人们日常生活息息相关,人们日常衣、食、住、饰等都需要通过消费来完成,你知道 2010 年淘宝网上,用户流行色、流行款式、流行品牌、流行的食物等,往往这些信息会各个类目卖家们带去一丝光明,知道明年的产品根据今年的消费趋势风向标来判定 2011 年主打款式,或许下面对你的帮助会很大。

CHART 3 2010 年最受欢迎的女装颜色

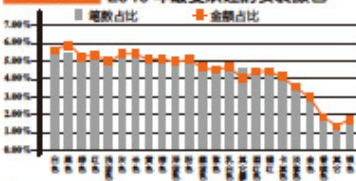
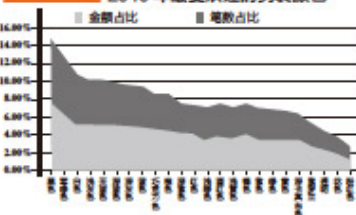


CHART 4 2010 年最受欢迎的男装颜色



由两张图可以看出,作为主色调的白色、黑色依然主导潮流,备受消费者青睐。2010 年男性喜欢的颜色和女性之间存在较大差异,男性以黑色、军绿色、白色为主。从两张图可以看出,黑色与白色永远是服装类目的主色调,把黑白两色的调调凸显出来,相信在 2011 年,服装类目的卖家设计出有质感的黑白两色衣服,应该广受欢迎。

有数据显示,修身型和直筒型最受女性欢迎,占据了 60% 的市场份额;2010 年韩版风格最受女性欢迎,这也和网购人群的年龄结构有一定的关系,同时韩版服装也是 2010 年的流行趋势。同时就女性服装行列,均码、M、L 码列为尺码前 3;女性偏爱的鞋跟高度为中跟(3-5cm),占据了 70% 多的



市场份额。

相比女性喜欢的款式,男性则表现得比较简约,2010 年男式服装版型和风格走直筒和时尚休闲趋势。

看来在 2011 年,卖家们应该卯足劲,设计出买家喜欢的穿衣风格,这样对自己抢滩市场份额有益而无害。>>

TOP	(文胸-内裤) 套装品牌	女装品牌	男装品牌	童装/童鞋/ 孕妇装品牌	情趣内衣品牌
1	婷妃	ONLY	Dior/迪奥	西松屋	Night Fire/夜火
2	宜格	Zara	Jack Jones/杰克琼斯	Uniqlo/优衣库	Suzie/苏泽尔
3	Pigeon/贝亲	韩国 SZ	Levi's/李维斯	Disney/迪士尼	以比赞
4	安妮芳	Ochirly/欧时力	Calvin Klein/凯文克莱	Carter's/卡特	极度诱惑
5	琪孕儿	andostore	Septwolves/七匹狼	丽婴房	原素
6	妈咪秘密	Abercrombie Fitch	Goldlion/金利来	Nissen	奥黛之恋
7	今生宝贝	Etam/艾格	Armani/阿玛尼	童泰	那一夜
8	婷美	淑女屋	Meters Bonwe/美特斯邦威	千趣会	维多利亚的秘密
9	妈咪咪	Vero Moda	Polol/保罗	Bobdog/巴布豆	正丽
10	六甲村	Levi's/李维斯	Abercrombie Fitch	Gap	凯蒂妮



住

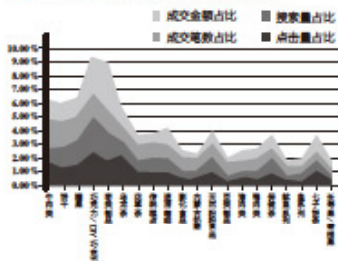


食

新疆的和田玉枣、内蒙古的牛肉、温州的鸭舌等一系列的土特产风靡淘宝网。但它们却并非2010年消费者在食品中的主流消费，依旧以巧克力、牛肉、饼干等为主。而2011年，特产卖家如何整合自己的货源优势，期待他们再次掀起购买土特产的浪潮。

2010年牛肉类特产食品销量高居榜首，最受消费者欢迎。而近期新疆、四川等地的土特产也是吸引了众多的淘宝网民来购买，而这些都属于地区性的卖家来掌控，在2011年，多整点其他地区的土特产，能让买家一站式购物，或许对店铺流量、成交笔数、成交金额都会有所上浮。

CHART 9 2010年最受欢迎的特产



牛肉类品牌	饼干品牌	糖果品牌	茶叶	巧克力
-------	------	------	----	-----

1 双鱼	AJI	不二家	森丹	德菲丝
2 香记	格力高	悠哈	艺福堂	费列罗
3 草原旭日	好丽友	乐天	中闽弘泰	Dove/多芬
4 棒棒娃	名好记	徐福记	尚喜茶品	乐天
5 黄胜记	乐天	春光	立顿	卜珂
6 禧香米	Crown 可拉美	阿尔卑斯	凤山牌	Houstage/好时
7 牛浪汉	卡夫	森永	一农	MEIJI/明治
8 冠云	御之林	旺旺	凤凰山	AMOVO 魔帝
9 书生	北田	优之良品	猴牌	LOVE ENVOY
10 牛头牌	咀香园	采芝斋	天福茗茶	瑞士莲



玩

有人喜欢3C数码、有人好宠物、亦有人喜欢毛绒玩具，各有爱好，众口难调。抓住时机，主动出击，看看消费者喜欢什么类型的玩具吧。

TOP	笔记本	数码
1	Apple/苹果 Ipad	Canon/佳能
2	Lenovo/联想 IdeaPad Y460	Sony/索尼
3	Samsung/三星 R 全能系列	Canon/佳能
4	Lenovo/联想 T60	Canon/佳能
5	ASUS/华硕 Eee PC	Canon/佳能
6	Samsung/三星 N 便携系列	Fujifilm/富士
7	Lenovo/联想 L3000 G450	Samsung/三星
8	Apple/苹果 MacBook Pro	Canon/佳能
9	Haseo/神舟 优游系列	Sony/索尼
10	Lenovo/联想 Ideapad Y450	Canon/佳能

分析厨房电器、厨房用品、生活电器、家居、家具等类目消费者在2010年的消费状况。而传统品牌一枝独秀，偶尔会有几个优秀的淘品牌在夹缝中求生存，2011他们能否突出重围，设计生产出买家乐意的产品。

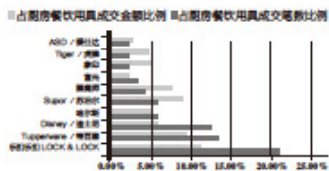
厨房作为家庭中心必不可少且最为重要的一部分，厨房餐饮用具也是日常生活中备受关注的用品。2010年，淘宝网上乐扣乐扣、特百惠、迪士尼品牌厨房餐饮用具品牌占总成交量的40%多的份额。

2010年淘宝网最受欢迎的厨房电器品牌为九阳，远远高于其它品牌。不同于厨房电器的生活电器，美的、飞利浦、艾美特高居前三甲。由此可见，在淘宝用户的消费行为可以看出，他们对传统品牌的电器喜好远大

于淘品牌，作为淘品牌的代表，小熊电器能否在2011年突出传统品牌的包围，塑造电气行业中淘品牌的典型？

与电器有着相同命运的则是床上用品，2010年床上用品和生活用品中洁丽雅销量高居榜首，上榜的淘品牌也仅仅只有九州鹿一

CHART ④ 2010年厨房餐饮用具品牌 TOP10



家而已。

惊喜的是，在2010年，便携式家居、家具在网上掀起了一阵风潮。在不被所有人所看好的前提下，家居用品崛起了像林氏木业、美好家、美亿佳等淘品牌，备受网民的追捧与喜欢。

品牌	占厨房电器成交笔数比例	占厨房电器成交金额比例
1 Jiyoung/九阳	26.8%	27.8%
2 Midea/美的	12.5%	15.1%
3 Bear/小熊	11.8%	3.5%
4 Supor/苏泊尔	5.3%	4.3%
5 Galanz/格兰仕	3.5%	3.8%
6 TONZE/天际	3.4%	1.6%
7 Donlim/东菱	1.6%	1.7%
8 Peskoe/半球	1.6%	0.5%
9 科慕	1.1%	0.2%
10 Philips/飞利浦	1.1%	1.6%

数据显示，手机配件最受消费者青睐，占据了很大的市场份额。随着生活质量的提升，大家对自己所用的手机饰品的要求也是逐年增加。而手机饰品的个性化趋势也在逐渐增加，开发新的3C数码配件，被更多的买家所喜欢，追求潮流的小年轻所爱，也许成交笔数与金额在2011年有大幅的增长也不定。

笔记本联想作为国内电脑领军企业，表现出其强劲的领军气质，在前10位里面占据了4个席位；ipad作为2010年苹果的新产品，以其独特的魅力占据第一位。手机市场，诺基亚一家独大的局面有所改善。

宠物狗里而贵宾最受大家喜欢，其销量占整体宠物狗市场份额的17%多。而对养狗的卖家来说，贵宾可以是你2011年重点培育的小狗，市场有这样的需求。

相机	手机	
bus 105	Nokia/诺基亚	5230XM
DSC-W350	Capitel/善信	S718
IXUS 210	LG	KU990
IXUS 130	BlackBerry/黑莓	8310
IXUS 95 IS	Nokia/诺基亚	5800Tube
FinePix AV105	Sony Ericsson/索尼爱立信	w595
ES70	Motorola/摩托罗拉	A1200e
EOS 500D 数码相机	BlackBerry/黑莓	8830
DSC-W320	OPPO/欧普	其它OPPO型号
PowerShot SX210 IS	Apple/苹果	iPhone 3GS(16G)



爱美之心，人皆有之，更何况是淘宝网的用户们，追求时尚、美丽的他们，对化妆品、装饰品都会有自己独特的消费理念。

2010年淘宝网最受欢迎的彩妆香水类品牌，国际品牌占据大的市场份额。不光是彩妆、香水、美发等产品的热销都是一些国际大牌，而在美妆、精油、手表等饰品的选择中，网民更多地选择了坚挺的国际品牌。

一度被大家认为不可能通过网络交易的贵重物品，例如珠宝、黄金等，现在淘宝上也有很大的市场，2010年数据显示翡翠在此类产品中最受欢迎。

在配饰包中，最受欢迎的颜色为黑色、军绿色、巧克力色；包的款式单肩包最受欢迎，简约不简单。

或许2010年淘宝用户的消费行为不能代表2011年他们的消费行为，但是这些数据留给我们的难道仅仅是回忆吗，分析这些数据，优化自身的产品，提升自己的品牌价值，也许2011年淘宝卖家会取得更大的成功，而全国众多网民想对电商说：“淘宝卖家，2011，看你的。”

CHART ⑤ 2010年彩妆/香水/美发/工具热门品牌 TOP10

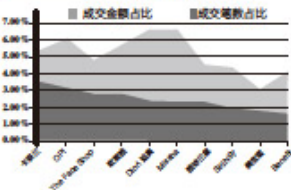
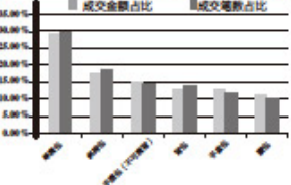


CHART ⑥ 2010年最受欢迎的包的款式



编辑：自礼\_tbc