

□ 前瞻

手机购物改变消费习惯

□ 雪儿

《中国互联网20年发展报告》显示,截至2015年10月,中国手机网购用户规模已达2.70亿人,网络交易额全球第一。随着4G移动网络的普及及智能手机的爆发式增长,现在足不出户就可以用手机解决吃穿住用行各种需求。

省钱又节约时间是手机购物带给人们最直观的感受,那么在大数据时代,手机购物到底是如何改变消费者生活的呢?近日,生活电商平台多点Dmall发布《2015智能生活报告》(简称报告),我们可以在这份报告中找到各种答案,该报告由多点联合物美集团基于470万用户52.5亿元消费数据综合分析得出的结论。

移动消费呈地域性差异

周小姐在北京一家4A公司就职,忙碌的工作与频繁的加班生活让她没有太多闲暇时间,不要说是购物,就连逛超市的时间都没有。为节约时间,周小姐选择在线购物,中午11点半打开手机订餐,不需要奔波就能准时在12点吃到香喷喷的切面与梅花肉。周小姐喜欢下午茶时刻,每到这时她又会拿出手机,购买华夫饼与蛋糕,与同事们一起享受欢乐下午茶时光。傍晚5点半,她放下手中工作,计划着自己的丰盛晚饭,她想煲鸡汤,于是便登陆选购新鲜的乡村火锅鸡,等她到家就能收到,不用花费时间逛超市就能轻松做饭。当天购买的新鲜菜品,让她心满意足。

和周小姐一样,许多一线城市白领如今的生活就是这样便捷。以往,这些都市上班族一般一周只逛一次超市,平均每次消费均在几百元左右,购买的食品大多利于收藏。但如今,低廉的价格、便捷的购物方式让他们购买愈发频繁。

报告显示,北京与华东地区用户通过多点APP平均每人每月购买产品达20.7个,每周购买牛奶达3.2次、购买蔬菜达2.5次,购买水果达4.0次、购买面包达1.3次,新鲜的食材让他们更加放心。此外,通过手机购买的柴米油盐、生活日用品平均每月消费额是626.3元,占据北京市居民月均消费的近1/4。

一线城市消费者对于生活品质与生活方式有着精致的追求,注重生活质量的同时也追求健康。但北京与华东地区的消费者在消费习惯上也存在一定差异性。北京地区用户比较青睐本地最受欢迎品牌,购买牛奶次数频繁、人次居多,占到30%左右,追求生活品质的同时讲究经济实惠,更青睐于健康经济的生活方式。而华东地区消费者倾向于更为多元购买需求,购物种类兼顾食品、日用品、酒类等,既讲究营养均衡,又追求生活享受,偏向于多元化生活方式与消费习惯。

另外,通过查阅报告还有一个有趣的新发现,手机购物不仅节省时间,还可提高用户购买生鲜水果的频次。日常饮食也更为健康,全民已进入一个“新鲜轻食”新时代。用手机逛超市的人才是真正的“健康生活家”,他们平均每次购物商品为6个以上,平均消费支出175元,其中购买水果蔬菜的费用占到80元,粮油速食仅为28元。

享受生活、经济实惠两不误

仅仅是追求健康还不够,要享受生活、经济实惠两不误。报告指出,很多用户习惯边逛边买,朝10(买零食)晚9(买晚餐),看到心仪的的商品立即就买,抛弃空间限制享受购物带来的愉悦。就连互联网加班员工也能做到工作家庭两不耽误。

报告中以百度大厦、腾讯、乐视为例,数据显示,15点左右加班群体会形成购买高峰,主要以饮料为主,来补充加班能量。而晚8点到晚10点也会出现小高峰,物流会把商品送到加班族家中,作为宵夜补给。不仅营养健康,且节约时间,再加上节约下来的来回路费钱,网购确实让消费者获得最真切的实惠。

2016春节期间酒、饮料和牛奶等饮品成为网购产品主力军,占比达到55%,如今春节已过一月有余,网络超市购物却丝毫没有热度减退的意思。全民进入日用品补货集中期。米面粮油和洗护产品购买占到所有商品的32%。节后消费者网购购买齐TOP20的单品所需要的价格仅为143.5元。

综上,网购之所以为各类人群所喜欢重要的原因就在于,网购商品的结构越来越合理、品种越来越齐全、服务越来越周到。高、中、低档商品,都可以通过网购买到。不同需求的消费者也都可以通过网购满足需要,且价格要比实体店便宜很多。

不仅如此,互联网金融带给消费者的便捷服务,也在从另一个层面改变着中国人的消费与观念。正是居民消费的启动,拉动经济增长,经济增长速度的恢复与加快又会带动就业,就业的好转又进一步拉动消费,形成消费与经济的良性互动。

此外,电商品牌也在积极探索寻找新的消费热点。“造节”等活动不断激发更多商家创造消费的新方法、新手段和新平台,使消费源动力越来越强,从而更好地发挥消费对经济的拉动作用。消费者在商家竞争中变得更加精明,也更愿意选择安全和有品质保障的产品。

(作者为移动互联网独立观察员)

□ e流行

手机购物改变消费习惯

□ 雪儿

《中国互联网20年发展报告》显示,截至2015年10月,中国手机网购用户规模已达2.70亿人,网络交易额全球第一。随着4G移动网络的普及及智能手机的爆发式增长,现在足不出户就可以用手机解决吃穿住用行各种需求。

省钱又节约时间是手机购物带给人们最直观的感受,那么在大数据时代,手机购物到底是如何改变消费者生活的呢?近日,生活电商平台多点Dmall发布《2015智能生活报告》(简称报告),我们可以在这份报告中找到各种答案,该报告由多点联合物美集团基于470万用户52.5亿元消费数据综合分析得出的结论。

移动消费呈地域性差异

周小姐在北京一家4A公司就职,忙碌的工作与频繁的加班生活让她没有太多闲暇时间,不要说是购物,就连逛超市的时间都没有。为节约时间,周小姐选择在线购物,中午11点半打开手机订餐,不需要奔波就能准时在12点吃到香喷喷的切面与梅花肉。周小姐喜欢下午茶时刻,每到这时她又会拿出手机,购买华夫饼与蛋糕,与同事们一起享受欢乐下午茶时光。傍晚5点半,她放下手中工作,计划着自己的丰盛晚饭,她想煲鸡汤,于是便登陆选购新鲜的乡村火锅鸡,等她到家就能收到,不用花费时间逛超市就能轻松做饭。当天购买的新鲜菜品,让她心满意足。

和周小姐一样,许多一线城市白领如今的生活就是这样便捷。以往,这些都市上班族一般一周只逛一次超市,平均每次消费均在几百元左右,购买的食品大多利于收藏。但如今,低廉的价格、便捷的购物方式让他们购买愈发频繁。

报告显示,北京与华东地区用户通过多点APP平均每人每月购买产品达20.7个,每周购买牛奶达3.2次、购买蔬菜达2.5次,购买水果达4.0次、购买面包达1.3次,新鲜的食材让他们更加放心。此外,通过手机购买的柴米油盐、生活日用品平均每月消费额是626.3元,占据北京市居民月均消费的近1/4。

一线城市消费者对于生活品质与生活方式有着精致的追求,注重生活质量的同时也追求健康。但北京与华东地区的消费者在消费习惯上也存在一定差异性。北京地区用户比较青睐本地最受欢迎品牌,购买牛奶次数频繁、人次居多,占到30%左右,追求生活品质的同时讲究经济实惠,更青睐于健康经济的生活方式。而华东地区消费者倾向于更为多元购买需求,购物种类兼顾食品、日用品、酒类等,既讲究营养均衡,又追求生活享受,偏向于多元化生活方式与消费习惯。

另外,通过查阅报告还有一个有趣的新发现,手机购物不仅节省时间,还可提高用户购买生鲜水果的频次。日常饮食也更为健康,全民已进入一个“新鲜轻食”新时代。用手机逛超市的人才是真正的“健康生活家”,他们平均每次购物商品为6个以上,平均消费支出175元,其中购买水果蔬菜的费用占到80元,粮油速食仅为28元。

享受生活、经济实惠两不误

仅仅是追求健康还不够,要享受生活、经济实惠两不误。报告指出,很多用户习惯边逛边买,朝10(买零食)晚9(买晚餐),看到心仪的的商品立即就买,抛弃空间限制享受购物带来的愉悦。就连互联网加班员工也能做到工作家庭两不耽误。

报告中以百度大厦、腾讯、乐视为例,数据显示,15点左右加班群体会形成购买高峰,主要以饮料为主,来补充加班能量。而晚8点到晚10点也会出现小高峰,物流会把商品送到加班族家中,作为宵夜补给。不仅营养健康,且节约时间,再加上节约下来的来回路费钱,网购确实让消费者获得最真切的实惠。

2016春节期间酒、饮料和牛奶等饮品成为网购产品主力军,占比达到55%,如今春节已过一月有余,网络超市购物却丝毫没有热度减退的意思。全民进入日用品补货集中期。米面粮油和洗护产品购买占到所有商品的32%。节后消费者网购购买齐TOP20的单品所需要的价格仅为143.5元。

综上,网购之所以为各类人群所喜欢重要的原因就在于,网购商品的结构越来越合理、品种越来越齐全、服务越来越周到。高、中、低档商品,都可以通过网购买到。不同需求的消费者也都可以通过网购满足需要,且价格要比实体店便宜很多。

不仅如此,互联网金融带给消费者的便捷服务,也在从另一个层面改变着中国人的消费与观念。正是居民消费的启动,拉动经济增长,经济增长速度的恢复与加快又会带动就业,就业的好转又进一步拉动消费,形成消费与经济的良性互动。

此外,电商品牌也在积极探索寻找新的消费热点。“造节”等活动不断激发更多商家创造消费的新方法、新手段和新平台,使消费源动力越来越强,从而更好地发挥消费对经济的拉动作用。消费者在商家竞争中变得更加精明,也更愿意选择安全和有品质保障的产品。

(作者为移动互联网独立观察员)

□ e流行

手机购物改变消费习惯

□ 雪儿

《中国互联网20年发展报告》显示,截至2015年10月,中国手机网购用户规模已达2.70亿人,网络交易额全球第一。随着4G移动网络的普及及智能手机的爆发式增长,现在足不出户就可以用手机解决吃穿住用行各种需求。

省钱又节约时间是手机购物带给人们最直观的感受,那么在大数据时代,手机购物到底是如何改变消费者生活的呢?近日,生活电商平台多点Dmall发布《2015智能生活报告》(简称报告),我们可以在这份报告中找到各种答案,该报告由多点联合物美集团基于470万用户52.5亿元消费数据综合分析得出的结论。

移动消费呈地域性差异

周小姐在北京一家4A公司就职,忙碌的工作与频繁的加班生活让她没有太多闲暇时间,不要说是购物,就连逛超市的时间都没有。为节约时间,周小姐选择在线购物,中午11点半打开手机订餐,不需要奔波就能准时在12点吃到香喷喷的切面与梅花肉。周小姐喜欢下午茶时刻,每到这时她又会拿出手机,购买华夫饼与蛋糕,与同事们一起享受欢乐下午茶时光。傍晚5点半,她放下手中工作,计划着自己的丰盛晚饭,她想煲鸡汤,于是便登陆选购新鲜的乡村火锅鸡,等她到家就能收到,不用花费时间逛超市就能轻松做饭。当天购买的新鲜菜品,让她心满意足。

和周小姐一样,许多一线城市白领如今的生活就是这样便捷。以往,这些都市上班族一般一周只逛一次超市,平均每次消费均在几百元左右,购买的食品大多利于收藏。但如今,低廉的价格、便捷的购物方式让他们购买愈发频繁。

报告显示,北京与华东地区用户通过多点APP平均每人每月购买产品达20.7个,每周购买牛奶达3.2次、购买蔬菜达2.5次,购买水果达4.0次、购买面包达1.3次,新鲜的食材让他们更加放心。此外,通过手机购买的柴米油盐、生活日用品平均每月消费额是626.3元,占据北京市居民月均消费的近1/4。

一线城市消费者对于生活品质与生活方式有着精致的追求,注重生活质量的同时也追求健康。但北京与华东地区的消费者在消费习惯上也存在一定差异性。北京地区用户比较青睐本地最受欢迎品牌,购买牛奶次数频繁、人次居多,占到30%左右,追求生活品质的同时讲究经济实惠,更青睐于健康经济的生活方式。而华东地区消费者倾向于更为多元购买需求,购物种类兼顾食品、日用品、酒类等,既讲究营养均衡,又追求生活享受,偏向于多元化生活方式与消费习惯。

另外,通过查阅报告还有一个有趣的新发现,手机购物不仅节省时间,还可提高用户购买生鲜水果的频次。日常饮食也更为健康,全民已进入一个“新鲜轻食”新时代。用手机逛超市的人才是真正的“健康生活家”,他们平均每次购物商品为6个以上,平均消费支出175元,其中购买水果蔬菜的费用占到80元,粮油速食仅为28元。

享受生活、经济实惠两不误

仅仅是追求健康还不够,要享受生活、经济实惠两不误。报告指出,很多用户习惯边逛边买,朝10(买零食)晚9(买晚餐),看到心仪的的商品立即就买,抛弃空间限制享受购物带来的愉悦。就连互联网加班员工也能做到工作家庭两不耽误。

报告中以百度大厦、腾讯、乐视为例,数据显示,15点左右加班群体会形成购买高峰,主要以饮料为主,来补充加班能量。而晚8点到晚10点也会出现小高峰,物流会把商品送到加班族家中,作为宵夜补给。不仅营养健康,且节约时间,再加上节约下来的来回路费钱,网购确实让消费者获得最真切的实惠。

2016春节期间酒、饮料和牛奶等饮品成为网购产品主力军,占比达到55%,如今春节已过一月有余,网络超市购物却丝毫没有热度减退的意思。全民进入日用品补货集中期。米面粮油和洗护产品购买占到所有商品的32%。节后消费者网购购买齐TOP20的单品所需要的价格仅为143.5元。

综上,网购之所以为各类人群所喜欢重要的原因就在于,网购商品的结构越来越合理、品种越来越齐全、服务越来越周到。高、中、低档商品,都可以通过网购买到。不同需求的消费者也都可以通过网购满足需要,且价格要比实体店便宜很多。

不仅如此,互联网金融带给消费者的便捷服务,也在从另一个层面改变着中国人的消费与观念。正是居民消费的启动,拉动经济增长,经济增长速度的恢复与加快又会带动就业,就业的好转又进一步拉动消费,形成消费与经济的良性互动。

此外,电商品牌也在积极探索寻找新的消费热点。“造节”等活动不断激发更多商家创造消费的新方法、新手段和新平台,使消费源动力越来越强,从而更好地发挥消费对经济的拉动作用。消费者在商家竞争中变得更加精明,也更愿意选择安全和有品质保障的产品。

(作者为移动互联网独立观察员)

□ e流行

手机购物改变消费习惯

□ 雪儿

《中国互联网20年发展报告》显示,截至2015年10月,中国手机网购用户规模已达2.70亿人,网络交易额全球第一。随着4G移动网络的普及及智能手机的爆发式增长,现在足不出户就可以用手机解决吃穿住用行各种需求。

省钱又节约时间是手机购物带给人们最直观的感受,那么在大数据时代,手机购物到底是如何改变消费者生活的呢?近日,生活电商平台多点Dmall发布《2015智能生活报告》(简称报告),我们可以在这份报告中找到各种答案,该报告由多点联合物美集团基于470万用户52.5亿元消费数据综合分析得出的结论。

移动消费呈地域性差异

周小姐在北京一家4A公司就职,忙碌的工作与频繁的加班生活让她没有太多闲暇时间,不要说是购物,就连逛超市的时间都没有。为节约时间,周小姐选择在线购物,中午11点半打开手机订餐,不需要奔波就能准时在12点吃到香喷喷的切面与梅花肉。周小姐喜欢下午茶时刻,每到这时她又会拿出手机,购买华夫饼与蛋糕,与同事们一起享受欢乐下午茶时光。傍晚5点半,她放下手中工作,计划着自己的丰盛晚饭,她想煲鸡汤,于是便登陆选购新鲜的乡村火锅鸡,等她到家就能收到,不用花费时间逛超市就能轻松做饭。当天购买的新鲜菜品,让她心满意足。

和周小姐一样,许多一线城市白领如今的生活就是这样便捷。以往,这些都市上班族一般一周只逛一次超市,平均每次消费均在几百元左右,购买的食品大多利于收藏。但如今,低廉的价格、便捷的购物方式让他们购买愈发频繁。

报告显示,北京与华东地区用户通过多点APP平均每人每月购买产品达20.7个,每周购买牛奶达3.2次、购买蔬菜达2.5次,购买水果达4.0次、购买面包达1.3次,新鲜的食材让他们更加放心。此外,通过手机购买的柴米油盐、生活日用品平均每月消费额是626.3元,占据北京市居民月均消费的近1/4。

一线城市消费者对于生活品质与生活方式有着精致的追求,注重生活质量的同时也追求健康。但北京与华东地区的消费者在消费习惯上也存在一定差异性。北京地区用户比较青睐本地最受欢迎品牌,购买牛奶次数频繁、人次居多,占到30%左右,追求生活品质的同时讲究经济实惠,更青睐于健康经济的生活方式。而华东地区消费者倾向于更为多元购买需求,购物种类兼顾食品、日用品、酒类等,既讲究营养均衡,又追求生活享受,偏向于多元化生活方式与消费习惯。

另外,通过查阅报告还有一个有趣的新发现,手机购物不仅节省时间,还可提高用户购买生鲜水果的频次。日常饮食也更为健康,全民已进入一个“新鲜轻食”新时代。用手机逛超市的人才是真正的“健康生活家”,他们平均每次购物商品为6个以上,平均消费支出175元,其中购买水果蔬菜的费用占到80元,粮油速食仅为28元。

享受生活、经济实惠两不误

仅仅是追求健康还不够,要享受生活、经济实惠两不误。报告指出,很多用户习惯边逛边买,朝10(买零食)晚9(买晚餐),看到心仪的的商品立即就买,抛弃空间限制享受购物带来的愉悦。就连互联网加班员工也能做到工作家庭两不耽误。

报告中以百度大厦、腾讯、乐视为例,数据显示,15点左右加班群体会形成购买高峰,主要以饮料为主,来补充加班能量。而晚8点到晚10点也会出现小高峰,物流会把商品送到加班族家中,作为宵夜补给。不仅营养健康,且节约时间,再加上节约下来的来回路费钱,网购确实让消费者获得最真切的实惠。

2016春节期间酒、饮料和牛奶等饮品成为网购产品主力军,占比达到55%,如今春节已过一月有余,网络超市购物却丝毫没有热度减退的意思。全民进入日用品补货集中期。米面粮油和洗护产品购买占到所有商品的32%。节后消费者网购购买齐TOP20的单品所需要的价格仅为143.5元。

综上,网购之所以为各类人群所喜欢重要的原因就在于,网购商品的结构越来越合理、品种越来越齐全、服务越来越周到。高、中、低档商品,都可以通过网购买到。不同需求的消费者也都可以通过网购满足需要,且价格要比实体店便宜很多。

不仅如此,互联网金融带给消费者的便捷服务,也在从另一个层面改变着中国人的消费与观念。正是居民消费的启动,拉动经济增长,经济增长速度的恢复与加快又会带动就业,就业的好转又进一步拉动消费,形成消费与经济的良性互动。

此外,电商品牌也在积极探索寻找新的消费热点。“造节”等活动不断激发更多商家创造消费的新方法、新手段和新平台,使消费源动力越来越强,从而更好地发挥消费对经济的拉动作用。消费者在商家竞争中变得更加精明,也更愿意选择安全和有品质保障的产品。

(作者为移动互联网独立观察员)

□ e流行

手机购物改变消费习惯

□ 雪儿

《中国互联网20年发展报告》显示,截至2015年10月,中国手机网购用户规模已达2.70亿人,网络交易额全球第一。随着4G移动网络的普及及智能手机的爆发式增长,现在足不出户就可以用手机解决吃穿住用行各种需求。

省钱又节约时间是手机购物带给人们最直观的感受,那么在大数据时代,手机购物到底是如何改变消费者生活的呢?近日,生活电商平台多点Dmall发布《2015智能生活报告》(简称报告),我们可以在这份报告中找到各种答案,该报告由多点联合物美集团基于470万用户52.5亿元消费数据综合分析得出的结论。

移动消费呈地域性差异

周小姐在北京一家4A公司就职,忙碌的工作与频繁的加班生活让她没有太多闲暇时间,不要说是购物,就连逛超市的时间都没有。为节约时间,周小姐选择在线购物,中午11点半打开手机订餐,不需要奔波就能准时在12点吃到香喷喷的切面与梅花肉。周小姐喜欢下午茶时刻,每到这时她又会拿出手机,购买华夫饼与蛋糕,与同事们一起享受欢乐下午茶时光。傍晚5点半,她放下手中工作,计划着自己的丰盛晚饭,她想煲鸡汤,于是便登陆选购新鲜的乡村火锅鸡,等她到家就能收到,不用花费时间逛超市就能轻松做饭。当天购买的新鲜菜品,让她心满意足。

和周小姐一样,许多一线城市白领如今的生活就是这样便捷。以往,这些都市上班族一般一周只逛一次超市,平均每次消费均在几百元左右,购买的食品大多利于收藏。但如今,低廉的价格、便捷的购物方式让他们购买愈发频繁。

报告显示,北京与华东地区用户通过多点APP平均每人每月购买产品达20.7个,每周购买牛奶达3.2次、购买