

“大龄网购用户”悄然增加

在网络用户不断增加、网购渗透率不断升高的今天,网购不仅仅是年轻人的“专属特权”,现在,越来越多的大龄网民开始涉足网购。低价、方便、足不出户的时尚购物方式渐渐为40岁以上人群所接受。不少“大龄网购用户”呼吁市场应多推出一些适合他们年龄的商品,满足他们的网购需求。网购不再是年轻消费者的领地,或许意味着其即将迎来市场细分时代。

大龄网民激增

据艾瑞网研究报告显示,2000-2010年,中国总体网民年龄结构发生了明显变化,从“金字塔”型逐渐趋向平衡。40岁以上网民的比例从2000年的6.8%上升为2010年的18.2%,增加了一倍多。

随着“大龄网民”数量和比例的增加,网络购物市场也开始涌现出一部分“大龄客户”。无论是淘宝网这种操作相对复杂的C2C网站,还是京东商城、1号店等相对方便的B2C商城,甚至是去年夏天才流行起来的团购,到处都有“大龄网购用户”的身影。

有互联网业内人士认为,现在大多数工作都需要运用到电脑和网络,而且几乎每一个家庭都会有电脑和懂电脑的人,网购在技术上已经不是什么难题。所以很多已经退休的,或者行动不太方便的中老年消费者,也有可能成为网络购物的潜在消费群体。收入稳定、资金充足、时间充裕、掌握家庭消费“大权”等特点,也保证了中老年人群的购买力水平。

偏爱B2C网购

据百度数据研究中心针对7家大型B2C网络商城发布的网民研究结果显示,2011年2月,40岁以上的网购用户平均达到7.6%。而另一项《中国网络

购物调查报告》显示,40岁以上网民比例在淘宝网和拍拍网这两大C2C商城仅占到4.8%和1.6%。

与价格低廉、种类繁多却真假难辨、售后服务质量相对较低的C2C网站相比,大龄网购用户更偏爱讲究品质保证、品牌和时效性的成熟B2C网站。

“我女儿经常在淘宝网买东西,但有时会遇到退货不方便、收到的商品和描述不符等问题。我看着就觉得挺麻烦的。”今年46岁的李女士告诉记者,虽然有淘宝账户,但她平时很少在淘宝网买东西,原因是“麻烦”。对于大龄用户来说,支付宝账号、网银转账、旺旺聊天都比较陌生。“很多事情都不了解,怕被骗。”李女士说。

成熟的B2C网站则为“大龄网购用户”带来了不少方便。电话订购、货到付款、免费退换货等服务降低了网购的“技术含量”,提高了服务体验。虽然价格稍贵,但产品可以得到保障。“像我和同事,买衣服的话一般都会去麦考林、凡客诚品;买护肤品的话一般都是红孩子之类的;偶尔也会去1号店这些网上超市,买油、米什么的就不用自己搬了。”李女士告诉记者,现在她和几位年龄相仿的同事都是“资深网购者”了。“家里很多东西都是我们从网

上订的。”

数码、家电最吃香

根据百度数据中心发布的“3C网购调查”显示,40岁及以上网购用户在3C产品购物者中占到7.85%。手机、相机、U盘等数码产品和冰箱、洗衣机、空调等家电是“大龄网购用户”购买相对集中的领域。而相对于独立的网络购物平台,实体卖场旗下的垂直网购平台则吸引了更多大龄用户。

在新蛋网、易讯、京东商城、卓越亚马逊、当当网、苏宁易购和国美网上商城中,国美网上商城的40岁以上用户最多,达到11.2%,其次是苏宁易购,为9.4%,其余各家均在8%以下。

此外,家居用品的网购和团购项目在大龄网购人群中也比较流行。“冬天的时候,我就在凡客诚品上买过粘毛的滚轮,还在网上团购过拖把。”李女士说。

相对于3C产品,服装鞋帽等“网购大户”则并不太受大龄用户青睐。年近50岁的网民刘阿姨认为,这主要因为网站并没有足够的针对中老年人群的商品。“网上的衣服都太花哨,比较适合我儿子他们那种年龄,很少有适合我的。”刘阿姨说,如果有网上商城开始经营中老年服饰的话,她也很愿意尝试一下。

(崇晓萌)



热烈祝贺 北京稻香村荣获 全国五一劳动奖状

北京稻香村拥有110家连锁店,一个物流配送中心,300多个销售网点和独具特色的社区连锁店体系;一个占地200亩,建筑面积15万平方米的现代化生产基地;生产糕点、肉食、速冻食品、月饼、元宵、粽子等特色食品,共16大类600多个品种。



团购网站竞相烧钱“明星代言”

继2月底团宝网重金签下于娜、何润东、秦岚3位代言明星之后,从4月下旬到5月上旬不足一个月的时间内,又有3家团购网站签下代言明星。团购网站借明星代言明晰定位,使一直被诟病“同质化”的一批团购网站借机杀出重围,进一步明确自身的行业定位。

化妆品垂直团购聚美

优品4月21日签下少女偶像韩庚,开拓女性市场;58同城旗下58团购携手“穿越剧女王”杨幂,打造“神奇的网站”;中国规模最大的团购网站拉手网则拉手影帝葛优,一方面借葛优低调、朴实的形象倡导其“低碳幸福”主张,另一方面明确其行业龙头的地位。

从争市场、烧广告到签明星,团购网站开始了

新一轮争战。拉手网CEO吴波认为,团购行业已进入“新品质团购时代”。团购内容、经营模式、营销方式都在进行变革。行业领先团购企业的规模也在日益扩大,行业集中度进一步提升。有业内人士认为,明星代言反映团购网站已经打入主流消费领域。“从今年起,团购开始常态化。”

(崇晓萌)