

淘宝：2012 年全国县域地区网络购物发展报告

县域网购整体情况

1、整体概况

在 2006 个县域地区中，2012 年共有超过 3000 万的人上淘宝购物，去年仅淘宝购物就花费 1790 亿元。其中，义乌年花费达 34 亿元，位居县域地区之首。（如图 1）

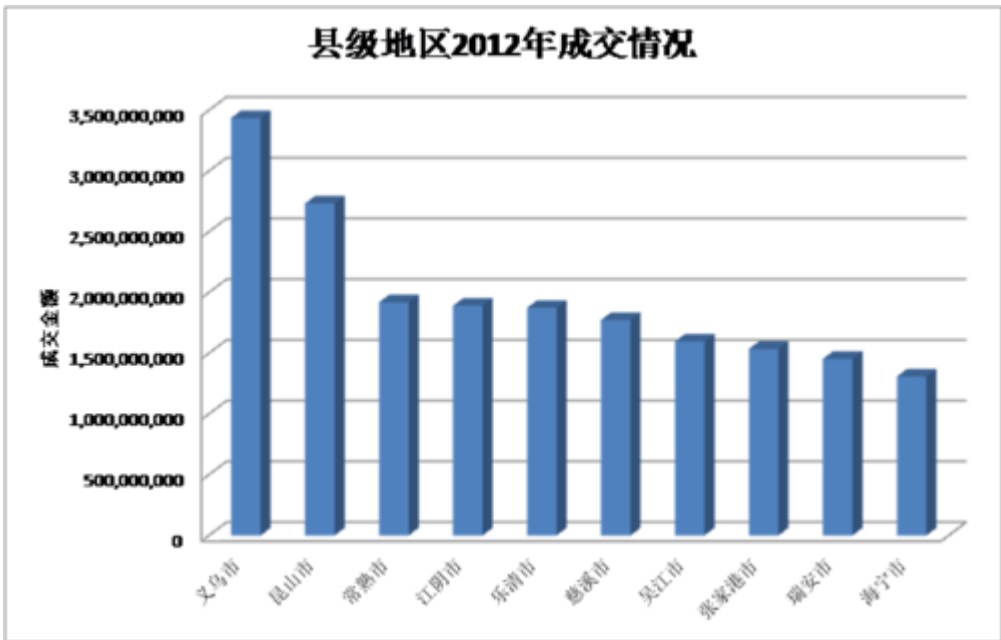


图 1.县域地区 2012 年的成交情况 来源：淘宝数据

从购买人群的性别来看，男性人数要多于女性，为 52:48；而一线城市则女性略高，男女比例为 49:51。（如图 2）

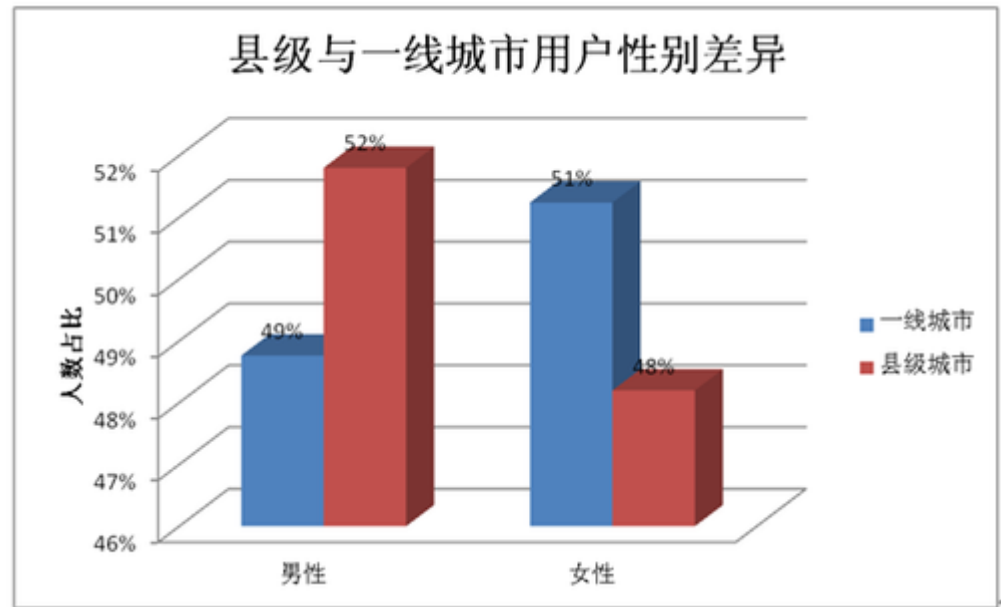


图 2.县域地区与一线城市的用户在性别组成上的差异 来源：淘宝数据

从年龄上来看，县域地区的购买主力与全国的基本一致，均为 25-34 岁年龄段。（如图 3）

年龄段	地级市	港澳台	自治州	县	县级市	直辖市
18-22岁	14%	7%	15%	12%	12%	9%
23-24岁	15%	11%	15%	14%	14%	12%
25-29岁	31%	29%	30%	32%	32%	31%
30-34岁	19%	21%	15%	19%	19%	24%
35-39岁	9%	9%	9%	11%	10%	11%
40-49岁	9%	10%	12%	11%	10%	9%
50-59岁	2%	9%	3%	2%	2%	3%
60岁以上	1%	5%	1%	0%	1%	1%

图 3.各级别地区的年龄分布情况 来源：淘宝数据

网购渗透情况

定义——主要是指网购用户占当地人口数量的比重。报告主要以淘宝用户作为样本，与统计局公布的当地的人口数做对比而得。（备注：部分地区由于统计局未有披露故不参与渗透情况分析）

在报告所涵盖的县域地区中，江苏的昆山是网购渗透率最高的地区，高达 56.41%（即每 100 个昆山人中就有 56.41 个在淘宝网购过）。其次是福建的石狮、云南的呈贡、四川的郫县、黑龙江的友谊县、浙江的义乌、江苏的吴江和太仓。（如图 4）

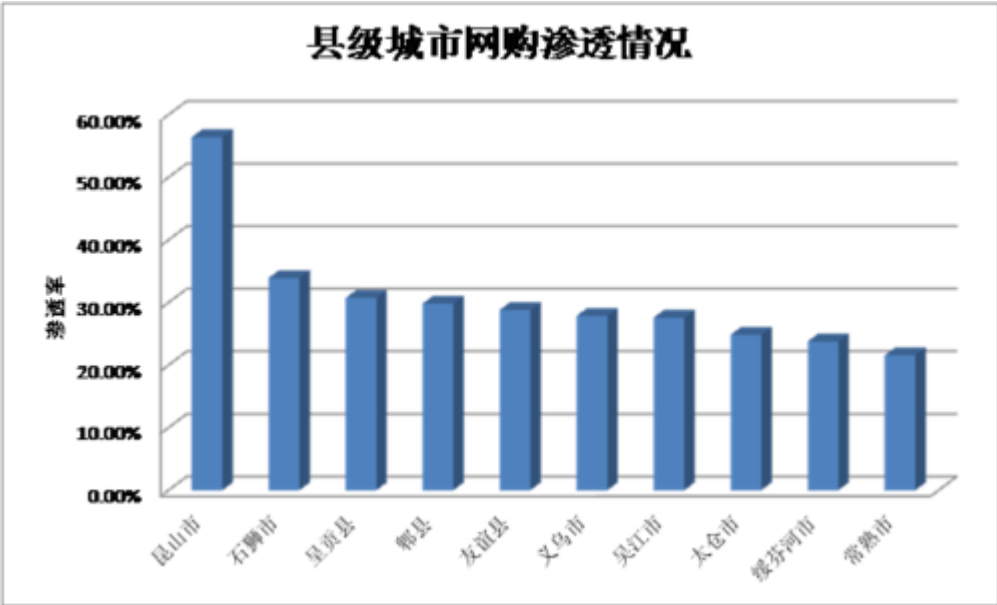


图 4.县域地区的网购渗透率排名 来源：淘宝数据

相较之下，甘肃的临夏县、东乡族自治县以及新疆的和田县三地是渗透率较低的地区，仅占当地人口的 0.26%和 0.27%。（如图 5）

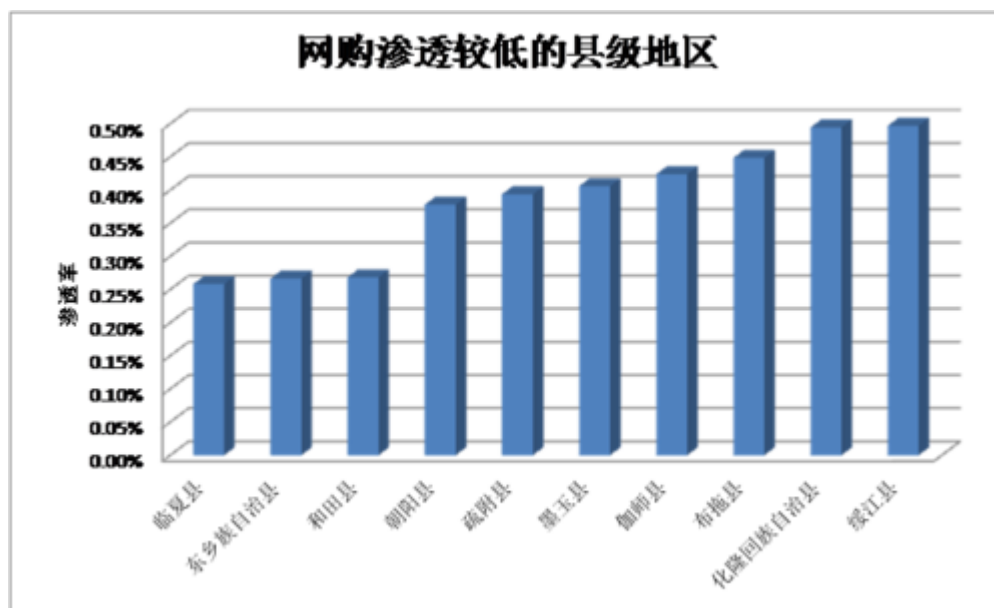


图 5.网购渗透率较低的县域地区排名 来源：淘宝数据

3、县域的消费力情况

定义——主要是指 2012 年各县域地区在淘宝上的消费情况，以及与统计局公布的其 2011 年的人均收入进行对比。（备注：部分地区由于统计局未有披露故未能进行分析）

在报告所涵盖的地区中，2012 年淘宝购物花费最多的地区是浙江的义乌，成交金额达 34.4 亿，其次是江苏昆山、常熟、江阴等地，前十均被浙江和江苏两省包揽。（如上图 1）

从年人均花费上来看，福建清流县最高，2012 年的人均花费达到了 2 万元；其次是西藏贡觉、江苏洪泽、黑龙江绥芬河、广东普宁、浙江的永康、文成和河北藁城，人均年花费都在 1.1 万以上。（如图 6）

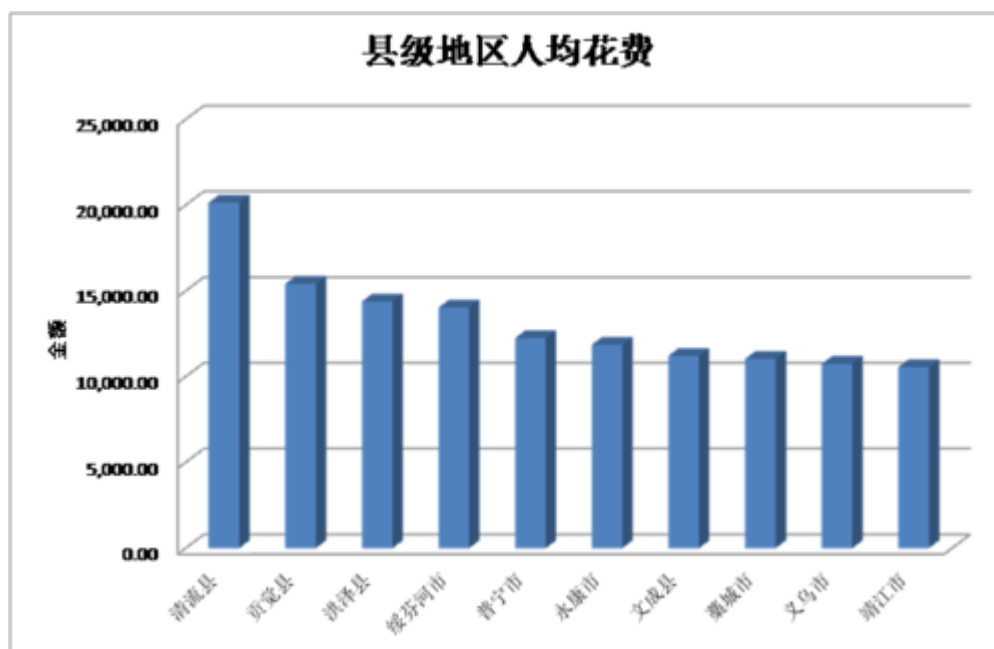
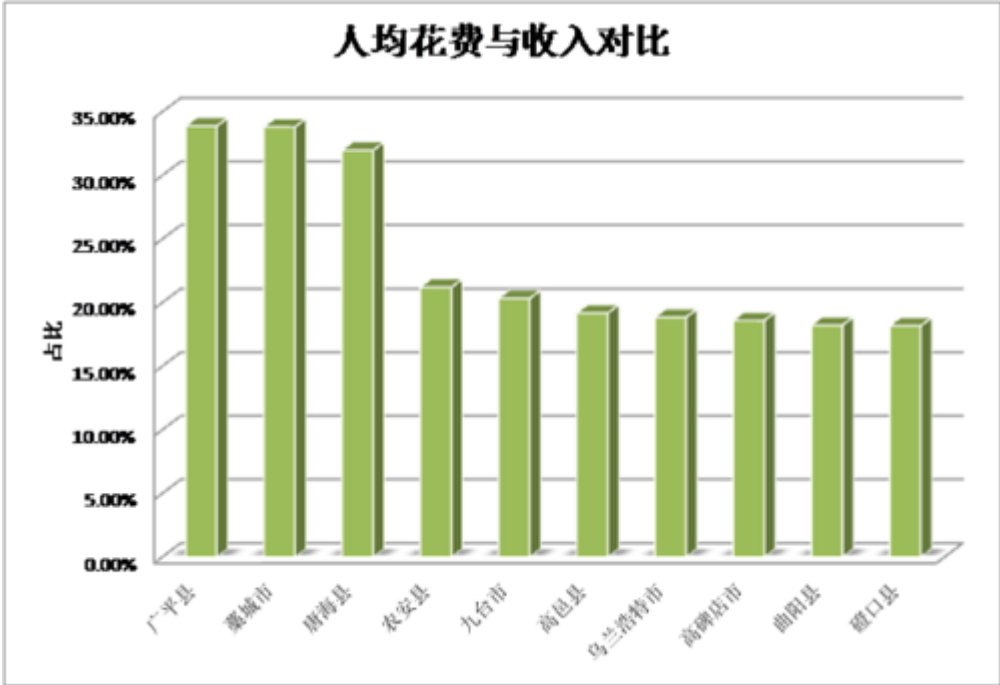


图 6.县域地区人均花费排名 来源：淘宝数据

根据统计局关于县域地区 2011 年人均工资的数据来看，2012 年人均淘宝花费占 11 年收入最多的地区是河北广平、莱城和唐海县，占比都超过了 30%。这意味着，这三个县域地区的人，仅在淘宝上，就把前一年的收入花掉了近三分之一。（如图 7）

图 7.县域地区 2012 年的人均网购花费与 2011 年的人均收入对比 来源：淘宝数据



4、结论：

以上数据可以发现，县域地区的网购发展存在着不均衡的情况。从渗透率来说，以江浙沪、广东、北京等地区为代表的经济相对较发达地区，其网购发展更高。这是由于这些地区贸易来往较多，物流业较发达。同时，经济水平和互联网普及率也更高。而相对来说，西北部地区则相对渗透率要更低一些。

而从人均消费上来说，则能发现，部分网购渗透并不高的地区，人均花费反而要比渗透率高的地区更多。除了存在“一人购买多人享用”的情况之外，还是因为网购所提供的价格优势、丰富的商品给相对落后地区带来的刺激。