

中國大陸網購用戶購買頻次及時間分佈

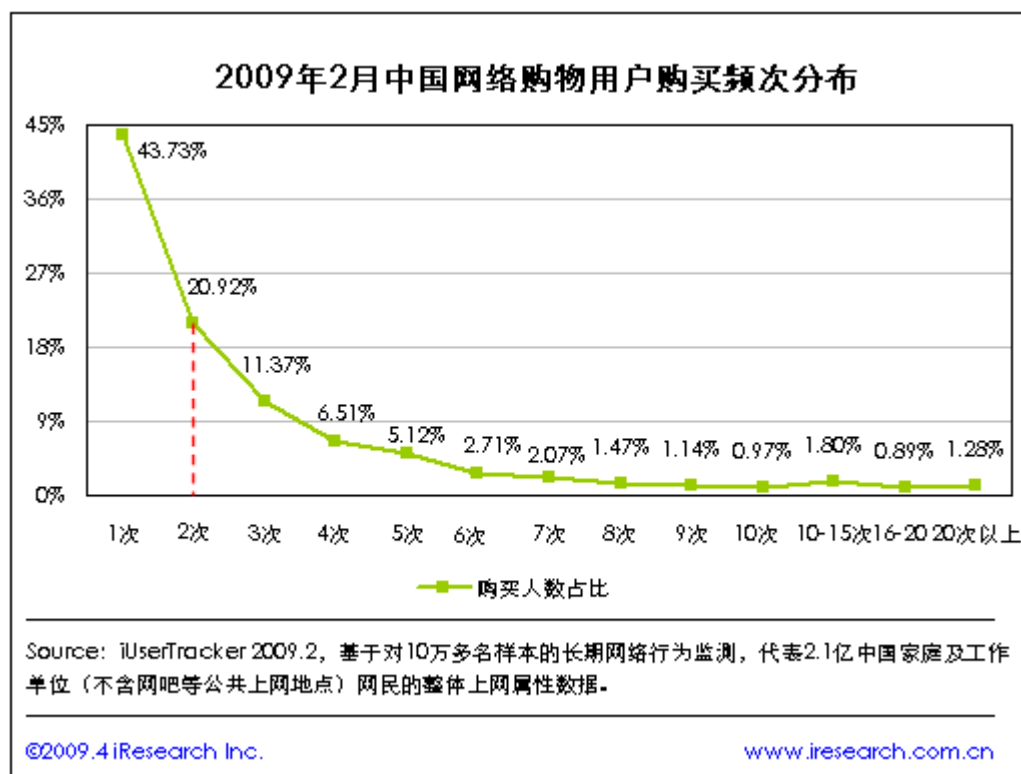
資料來源：艾瑞諮詢 分析師張豔平 劉毅

根據艾瑞諮詢研究院最新研究成果，2009年2月，中國家庭及辦公線民中（不含網吧等公共上網地點），網路購物用戶購買頻次及購物時間呈現以下特徵：

- 月度購買2次以上用戶占比超六成
- 周購物高峰集中在工作日
- 日購物高峰集中在中午12點前後和晚上9點左右

月度網購2次以上用戶占比超六成

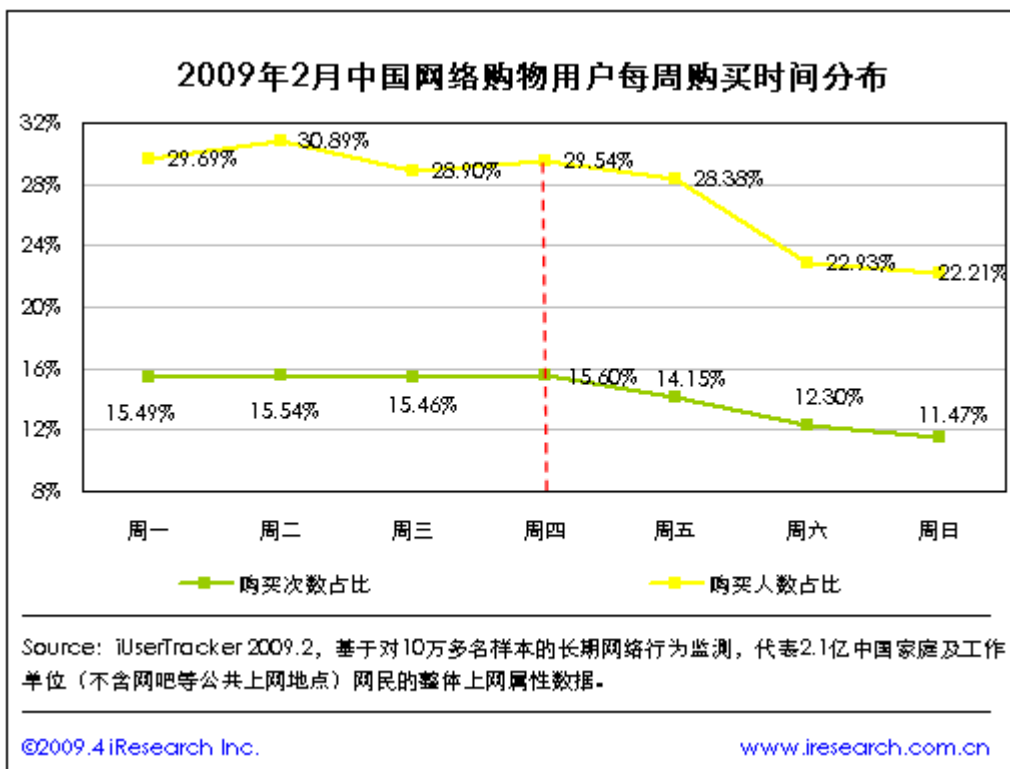
根據艾瑞統計資料顯示，09年2月，網購用戶月購買次數集中在1-3次，其中月度購買2次以上的用戶占比達64.65%。從購買次數來看，月購物1-3次占整體購物總次數的比重為36.16%。



周購物高峰集中在工作日

艾瑞統計用戶周購物時間分佈資料發現，用戶購物高峰集中在工作日，特別是週一至週四，用戶購物次數占比均在 15.5% 左右，購物人數占比接近 30%。相比而言，週六周日是一周之中的“購物淡季”，無論是購物次數占比、還是購物人數占比均比平時下降多個百分點。

艾瑞分析認為，周購物高峰集中工作日，與中國購物主體用戶的工作及購物習慣緊密相關。中國網購用戶以女性、19-35 歲用戶群為主體（具體比例參考艾瑞研究院文章：2009 年 2 月中國網路購物用戶屬性特徵），這部分用戶因平時工作的原因，工作日接觸互聯網的時間長，購物也多集中在工作時間；週末作為工作人群休息的時間，更多地會選擇外出逛街或遊玩，因此導致網路的使用包括網購的頻次都出現明顯降低。



日購物高峰集中在中午 12 點前後和晚上 9 點左右

艾瑞諮詢統計資料顯示：用戶白天的購物高峰出現在 12 點前後，8 點-11 點用戶購買次數占比明顯增加很快，特別是 10 點-11 點這個時間段，網購次數及人數占比均出現大幅提升；14 點達到白天購物的最高峰，此後購物次數及人數占比均開始緩慢回落。

用戶晚上的購物高峰出現在 20 點-22 點，特別是 21 點，網購次數占比達到一天之中的最高峰。

艾瑞分析發現，對於購物用戶中的工作人群來說，上午 10 點-12 點臨近午休時間，下午 13:00 開始剛投入工作，這些時間內工作用戶可利用相對空閒的時間去流覽購物網站並下單；對購物用戶中非工作人群而言，上午 10 點以後以及下午 13 點-16 點正是使用互聯網的較佳時期，也自然是網上購物的較好時期；同時，晚上 21 點左右多是用戶休息時間，流覽網頁及各種網路服務的使用比例相對也比較高，因此也是用戶網購的小高峰之一。

