■ 第一发布

48.5%受众

“光棍节”抢购因“价格低”

刚刚过去的“光棍节”(11月11日),有多少单身男女“脱光”并不清楚,但是网购确是火了一把。据说,你网购了吗,成为近期的问候语。

据报道,购物狂欢节“主角”淘宝12日公布数据显示,今年“双11”24小时内,淘宝全网支付宝总销售额实现191亿元人民币,其中天猫(淘宝商城)132亿元,开售仅2.3小时就刷新了2011年“神棍节”33.6亿的天猫全天交易记录。

根据本期新京报“京报调查”(新京报《评论周刊》与清研咨询联合推出)结果,随机调查的所有受访者均在“光棍节”期间网购了。

从消费额度看,受访者的消费标准多数集中在千元以下,其中500元以下的占46.9%,500-1000元的占33.9%。某种程度说明,多数受访者购买的多为日常消费品居多。

在“光棍节”网上购物的最主要原因是什么?近半数受访者(48.5%)认为是“促销力度大,商品价格低”,还有四成多的受访者(43.8%)认为“足不出户,网上商品丰富、挑选方便”。低廉,便捷成购物的主要理由。

由于购物集中,节后快件业务量激增,快递行业面临严峻的考验。专家认为,“双11”网购“人为造就了一个类似春运人流的物流峰值”。

所以,网购消费者也面临着各种各样的难题:58.5%的受访者认为“物流延迟、破损”,56.5%的受访者认为“实物与图片或者描述不符”,46.3%的受访者认为“网购的东西质量不好”,39.4%的受访者认为“网络拥堵,选购、支付都很困难”。快递变“慢递”,成大家首要担心的问题。

调查结果显示,在今年“光棍节”期间网购的受访者中,56%的人早有购物计划,他们之所以等待在“光棍节”上网”血拼“,过半是因为网上商家“促销力度大,商品价格低”;同时,也有近四成人在“光棍节”扎堆网购的东西并非必需品。

一般而言,收入越高的群体购买力也越强,此次调查也验证了这一趋势。

交叉分析显示,月收入在2000元以下的受访者中近八成网购消费在500元以下;而月收入在8000-10000元的人中,超过四成此次网购消费金额在500-1000元,还有33%的人消费在1000元以上。

看来,很多人所说的的网购正在成生活方式,并不能说准确,因为这种“生活方式”,多数是由物价或购物时间“逼”出来的,而非一种发自内心的意愿。

新京报记者 高明勇

■ 旁边评论

“双十一”真相:一个愿打一个愿挨

刚刚过去的“双十一”,诞生了很多天文数字——淘宝系的总销售额达到了惊人的191亿元、京东商城的销售额超过了25亿元、当当的销售额超过了1亿元,其他电商也均有不同程度的斩获。

其实,被吹得玄而又玄的“双十一电商盛会”,不过是热爱搞节日促销的淘宝,在一次次试错中找出的高效突破口。自2009年起,淘宝的反复PR导致其他电商必须跟进,于是“双十一”也就成了电商行业的重头戏。

“双十一”受到淘宝青睐有这么几个原因:1.服装鞋帽是淘宝交易量的绝对主力,年末三个月的冬装销量占全年服装销量一半左右;2.12月的圣诞节是传统线下商家大促时节,媒体对互联网的猎奇导致大家误以为淘宝已可秒杀传统商家,为了避开商战,电商促销必须选在12月之前;3.年末时商户将与淘宝平台签订下年合同,淘宝要让它们懂得顺者昌逆者亡。

而对于消费者来说,选择此时网购无非就是图便宜和方便,“一分钱一分货”的道理谁都懂,甚至还有不少人就是把释放购物欲望的场所从线下挪到了线上。所以,什么秒杀不到、什么虚假促销、清理库存、以次充好、物流延迟、图货不符……统统都是浮云。

所以,“双十一”火爆背后的力量,一方面是苦心经营多年摸索出了利益最大化范式的电商,另一方面是被微博文宣打动、宁愿收不到货也要图便宜的消费者。

□伯通(媒体人)

■ 调查数据

“光棍节”,你网购了吗?

1.“光棍节”电商促销活动你消费了多少?(单选)
A.500元以下 46.9%
B.500-1000元 33.9%
C.1000-2000元 13.3%
D.2000元以上 5.9%

2.您在“光棍节”网上购物的最主要原因是什么?(单选)
A.促销力度大,商品价格低 48.5%
B.足不出户,网上商品丰富、挑选方便 43.8%
C.商场活动力度不够 4.6%
D.没原因,就是好玩 3.1%

3.“光棍节”网购,您不满意或者担心的问题主要有哪些?(多选)
A.网购的东西质量不好 46.3%
B.实物与图片或者描述不符 56.5%
C.物流延迟、破损 58.5%
D.网络拥堵,选购、支付都很困难 39.4%
E.其他 4.2%

4.你在“光棍节”网购的东西,都是必须要买的吗?(单选)
A.是,早就计划买了 56.0%
B.不是,可买可不买 39.8%
C.不是,完全是一时冲动 4.2%

备注:所有受访者均在“光棍节”期间网购了。

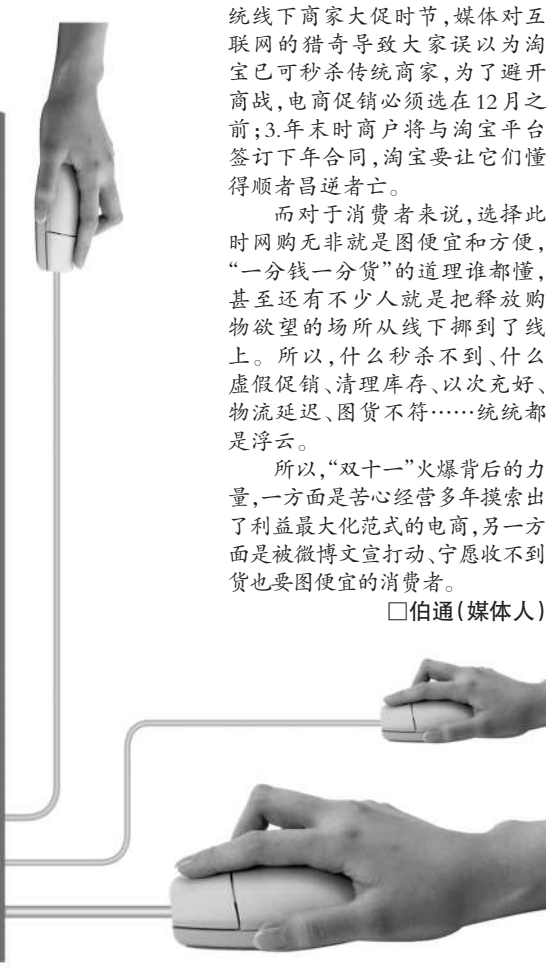
受访者背景资料

性别
男 59.0% 女 41.0%

年龄段
18岁以下 0.3%
18-24岁 18.1%
25-30岁 35.3%
31-40岁 34.8%
41-50岁 9.3%
51-60岁 1.9%
60岁以上 0.3%

教育程度
高中及以下 5.7%
大专/高职 27.4%
大学本科 55.7%
硕士及以上 11.2%

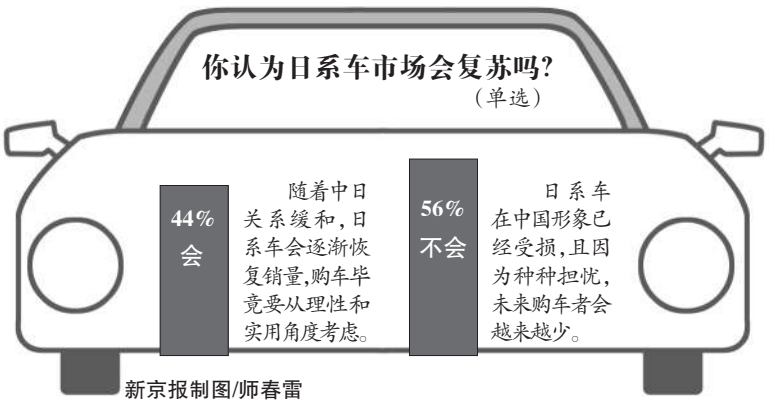
月收入(包括社保公积金、绩效提成、奖金等)
2000元以下 10.5%
2000-3500元 28.0%
3500-5000元 22.4%
5000-8000元 19.8%
8000-10000元 9.5%
10000-20000元 7.5%
20000元以上 2.3%



■ 调查选摘

44% 日系车在中国会逐渐恢复销量

中国汽车工业协会公布今年10月国内整车销售数据表明,10月日系车销量继续呈明显下降态势,且无一家进入销量前十。同时,本田宣布下调2012财年业绩预期,其中中国市场预计将从75万辆减少至62万辆。据最新的亚市调查数据显示,43.75%的日系车经销商有50%至70%的业务受到影响,31.25%的日系车商户影响业务70%以上。在销量受阻的情况下,一些日系车企不得不选择停产。



新京报制图/师春雷

摘自中国新闻网汽车频道

公民讀本 建設

京报调查

本版宗旨是“采集民意,权威解读”——就公众关注的热点话题进行调查,发布调查结果,并约请相关领域的专家学者结合调查结果进行分析点评。需要说明的是,调查数据作为一种民意表达平台,或有偏颇之处,仅供读者参考。

参与调查请登录以下网址,每周一期。
www.bjnews.com.cn
http://netranking.com.cn

新京报网

清研咨询®
Realtime Data, Deep Insight
实时数据,睿智思想

责编 高明勇 李慧翔 美编 鲁嘉 责校 庄文湄