

网上个人用户的特征分析：网上消费者的特征分析 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E7_BD_91_E4_B8_8A_E4_B8_AA_E4_c40_62734.htm

网上个人用户的特征分析 网上消费者的特征分析根据前面关于网上个人用户的情况分析，可以将网上消费者的特征归纳如下：1.男性居多统计资料表明，无论在国内还是在海外，在过去几年里，网上购物者多为男性。耐用消费品和不动产，如汽车、摩托车、房屋等，都是男性关注的对象。值得指出的是，这种局面正在被打破，男性为主的网上消费者市场格局将不会持续太久。据Nielsen/NetRatings机构1999年底的调查表明，随着更多的妇女上网，美国网民的性别差距已经开始缩小，尤其是1999年圣诞节购物狂潮阶段，网上购物男女人数达到了平衡，各占50%。一些经营玩具、宠物、个人护理用品、小百货、健身健美、家庭及婴幼儿用品网站，如toysrus.com、ivillage.com、women.com等的女性购物者已经占到了65%。最近一项研究表明，女性控制着75%的家庭消费资金，而且家庭80%的消费计划也都是由女性作决定，因此根据女性的消费习惯分析，专家认为，在以后的几年时间里，女性网上购物(尤其在大众消费商品)人数将后来居上，超过男性，开始全面主导网上消费者市场。2.中青年为主中青年消费者，尤其是青年消费者在上网者中占有绝对的比重。这批人一般都崇尚创新、自由等特质，很容易被新事物所影响，而且接受新观念、新知识快。他们也很愿意在网络上购物，因此青年人喜欢的电脑、CD唱片、游戏软件、体育用品等都是网上的畅销商品。这类市场目前是网络市场最拥挤的地方，也是商家最为看好的

一个市场。3.具有较高的文化水准Internet要求其使用者熟悉计算机及网络操作及快速阅读的能力。因此，文化水准较高的人士，如教师、学生、科技人员和政府官员的上网比例较高。另外，从职业和个人兴趣方面来看，上网者多为相关电脑职业者或爱好者，他们因工作或兴趣的需要而接触到网络，正是由于这些原因，计算机软硬件的销售十分看好，网上书店的生意也非常红火。计算机软件销售商Sausage Software从事Web页面制作软件的销售，其目标市场明确界定为编辑和出版商。著名的Amazon网上书店的成功更是这方面的典型实例。4.中等收入阶层上网用户大都属于中等收入水平，否则难以维持上网费用。近两年来，随着Internet的普及，上网费用有所降低，但对低收入阶层来说，网上消费仍然有一段距离。5.主要集中于少数几个经济发达地区美国的上网者约占全世界网民总数1/3，在我国，北京、上海、广东、江苏4个上网人数最多的地区，网民就占了全国上网人数的51.3%，其中，北京网民占全国网民的1/5。综上所述，网上购物与网上消费者的整体特征及个人可支配的消费金额有很大关系，而目前网上购物的主力是年龄分布在20~35岁且受过较高学历教育、经济收入较宽裕、地理上高度集中于少数经济发达地区的男性网上个人用户。这些特征表明网上消费者更注重自我，个性化需求突出；他们有自己的想法，对自己的判断力非常自负，而且头脑冷静，擅长理性分析，不易为广告或潮流所左右；同时，他们反应敏锐，对新事物有着孜孜不倦的追求，并且接受迅速；他们兴趣十分广泛，有强烈的好奇心，喜欢追根问底；好胜而缺乏耐心也是目前网上消费者的一个显著特征，如果浏览一个站点很费时间，他们会很轻易地

去访问别的站点。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接
下载。详细请访问 www.100test.com