Z世代消費行為與電商發展契機



2023年2月





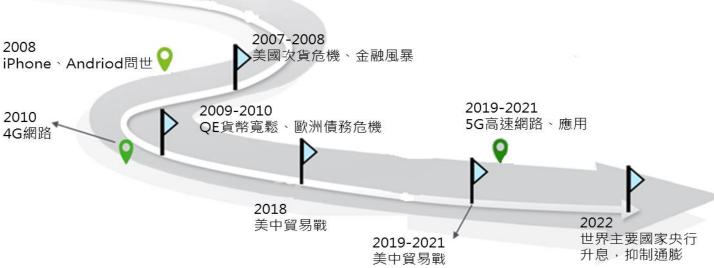
Z世代



Z世代成長環境

1995 網際網路普及及商業化 1997 Google網域註冊 2002 網路泡沫 及油價大漲 2008 iPhone、Andriod問世

Z世代將在未來10年接管全球經濟的主要活動,到 2030年Z世代的收入將達到33兆美元,並在 2031 年超過千禧世代。



Z世代消費趨勢



消費受新型 能網路媒介 影響)

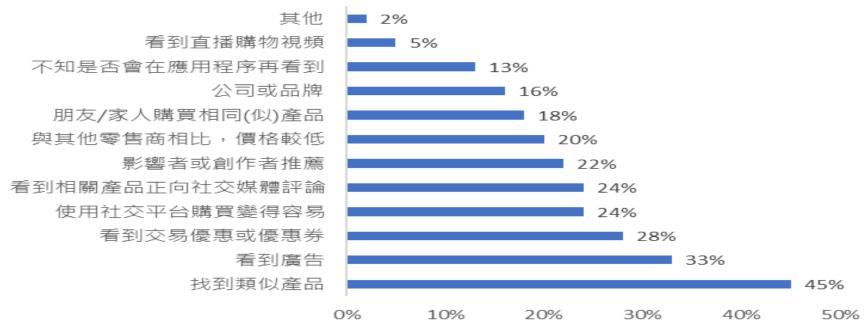
消費決策多 來自社交媒 體(網路) 更多服務及 功能,如限 量款、個性 化等

心儀或消費 具獨特故事 的個性化品 牌化等 關心永續、 環保等社會 議題化等

電商發展與消費支付行為



z世代在社交媒體購買原因



- Z世代每天使用手機至少5個小時,行銷管道除電商外,他們管道更加多元 化,包括Facebook、IG、YouTube、社群電商等社交媒體,一人同時會使 用多個社群媒體的機率相當高。
- 依Insider Intelligence公布《2023年值得關注的支付趨勢》報告來看,Z世代消費者使用其他新興數位支付技術,如行動錢包、BNPL及數位存款帳戶等。

結論



對企業的建議

- 社群電商將有助於提升潛在Z世代消費者轉單率。
- 品牌行銷強調溝通訊息,傳遞進步價值,讓Z世代產生共感 與共鳴,才能爭取他們青睞。
- 金融業應結合金融創新應用及社群媒體,掌握數位支付成長的機會。

簡報結束 敬請指教

TIER

http://www.tier.org.tw

