

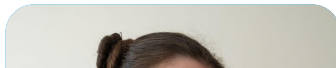
# 綠界大數據 年前檔期消費洞察分析 報告

ECPAY DATA

## 簡報聚焦重點

- ✓ 年前檔期產業趨勢分析
- ✓ 消費者需求偏好分析
- ✓ 熱門產業與整體行銷方向

Make better decisions with ECPAY DATA



# 目錄

Make better decisions with  
ECPAY DATA



01	前言	02
02	年前產業趨勢分析	03
03	年前消費者需求分析	12
04	熱門產業與整體行銷方向建議	19
05	綠界大數據服務項目	22

# 01 前言

## 分析動機

根據2024年農曆新年檔期前（2023年12月至2024年1月）的產業銷售數據分析，辨識出具備高度成長潛力與需求動能的產業。此外，針對該期間消費者需求偏好進行深入分析，並且關注銷售成長率超過10%的品項，作為2025年農曆新年檔期前的銷售策略建議。

## 數據來源

綠界大數據平台的數據來自綠界金流合作取得，經過精密的運算及重組處理後產生，每月的運算量約在180-220萬筆間。為企業提供實用的決策依據，幫助他們在競爭的市場中能夠脫穎而出。

## 名詞定義

年前檔期：本分析中提及的年前檔期為「1月」。

本分析所使用交易數據：皆採取「四捨五入進位」處理。



## 2. 年前產業趨勢分析

Make better decisions with ECPAY DATA

**分析範圍：**對比 2023 年 12月與 2024年 1月交易數據。

**分析目的：**藉由「交易金額」、「訂單數」及「平均客單價」三指標，找出在過年檔期具有成長性的產業。



# 2-1 年前檔期整體交易金額

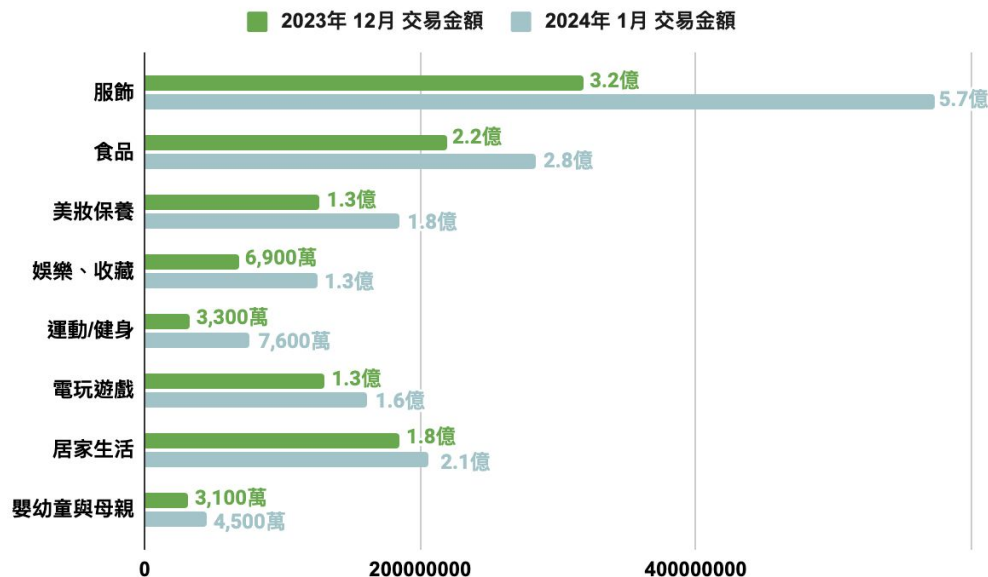
## 分析摘要

### 2023 12 vs. 2024 1 月的整體交易金額

#### 整體交易金額成長 Top5 產業：

1. 服飾 | 相比12月成長，3.2億 → 5.7億
2. 食品 | 相比12月成長，2.2億 → 2.8億
3. 美妝保養 | 相比12月成長，1.3億 → 1.8億
4. 娛樂收藏 | 相比12月成長，6,900萬 → 1.3億
5. 運動健身 | 相比12月成長，3,300萬 → 7,600萬

附註：整體交易金額代表市場規模！



# 2-2 年前檔期整體交易金額成長率

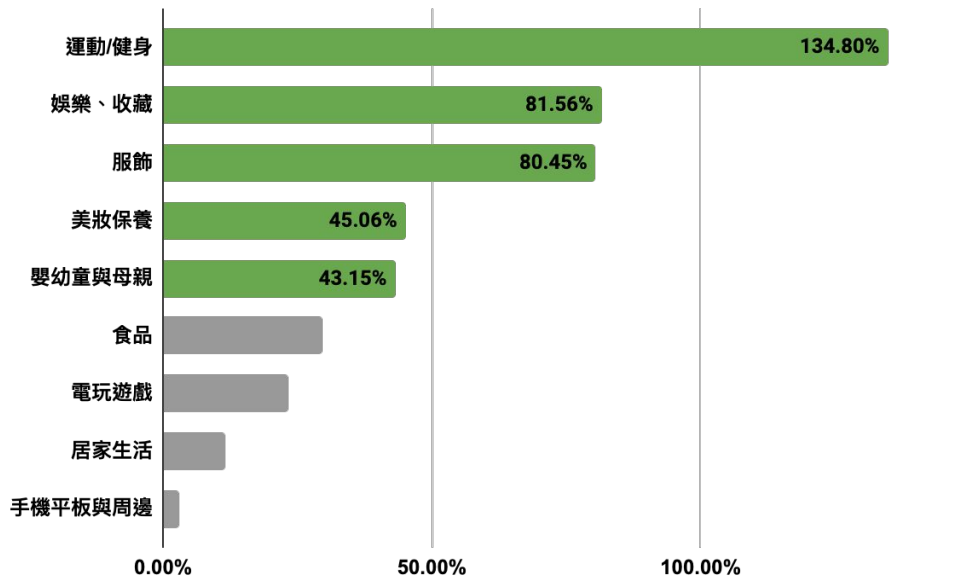
## 分析摘要

2023 12 vs. 2024 1 月的整體交易金額成長率

整體交易金額成長率 Top5 產業：

1. 運動健身 | 相比12月成長**134.8%**
2. 娛樂收藏 | 相比12月成長**81.56%**
3. 服飾 | 相比12月成長**80.45%**
4. 美妝保養 | 相比12月成長**45.06%**
5. 嬰幼童與母親 | 相比12月成長**43.15%**

附註：成長率可看出產業與自身市場規模之成長幅度，1月以運動及健身產業成長最多，高達**134.8%**！



# 2-3 年前檔期訂單數

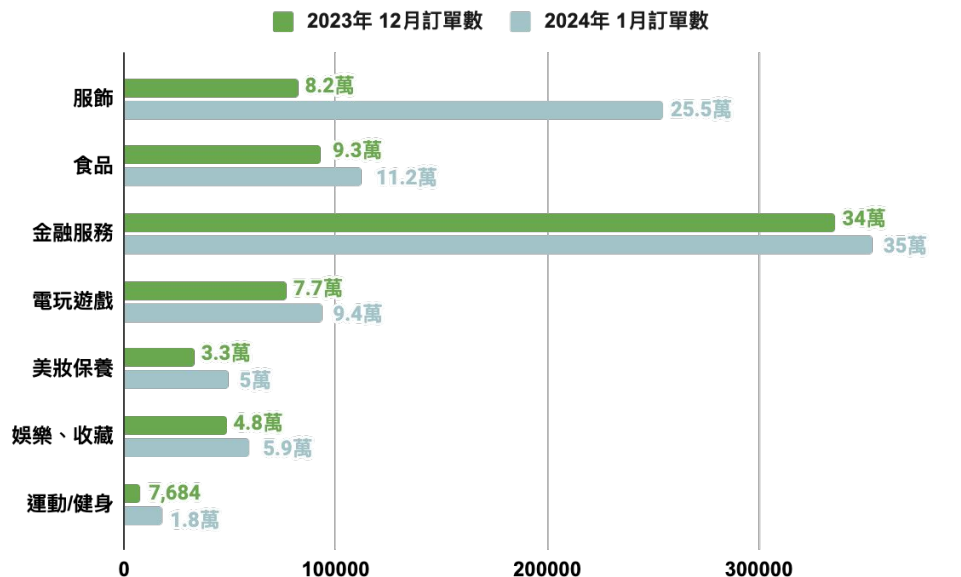
## 分析摘要

### 2023 12 vs. 2024 1 月的訂單數

#### 訂單數成長 Top5 產業：

1. 服飾 | 相比12月成長，8.2萬 → 25.5萬
2. 食品 | 相比12月成長，9.2萬 → 11.2萬
3. 金融服務 | 相比12月成長，33萬 → 34萬
4. 電玩遊戲 | 相比12月成長，7.7萬 → 9.4萬
5. 美妝保養 | 相比12月成長，3.3萬 → 5萬

附註：整體交易金額代表市場需求強度！



# 2-4年前檔期訂單數成長率

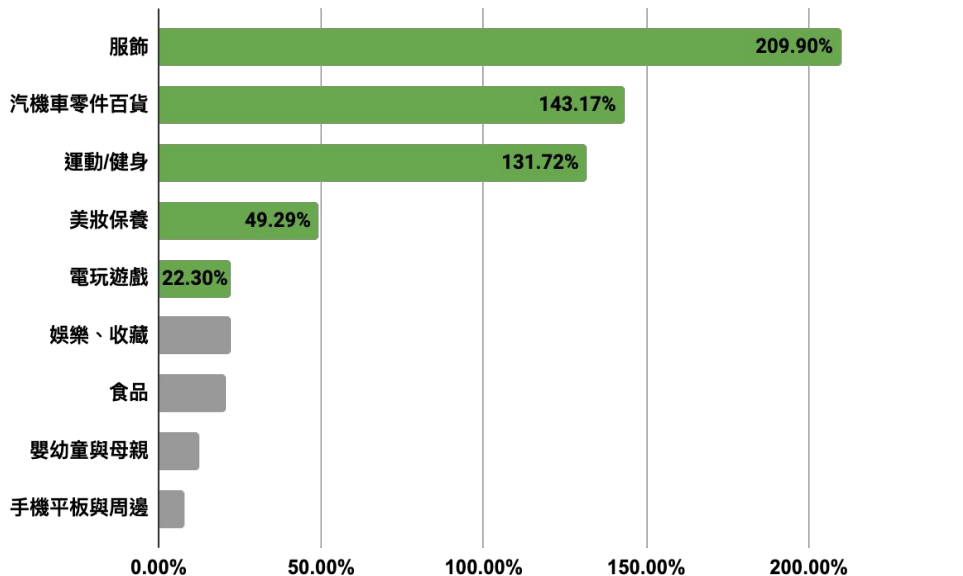
## 分析摘要

2023 12 vs. 2024 1 月的訂單數成長率

訂單數成長率 Top5 產業：

1. 服飾 | 相比12月成長**209.9%**
2. 汽機車零件百貨 | 相比12月成長**143.17%**
3. 運動健身 | 相比12月成長**131.72%**
4. 美妝保養 | 相比12月成長**49.29%**
5. 電玩遊戲 | 相比12月成長**22.30%**

附註：訂單數成長率可以看出產業的需求強度之成長幅度！1月以服飾產業成長最多，高達**209.9%**！





# 2-5 年前檔期平均客單價

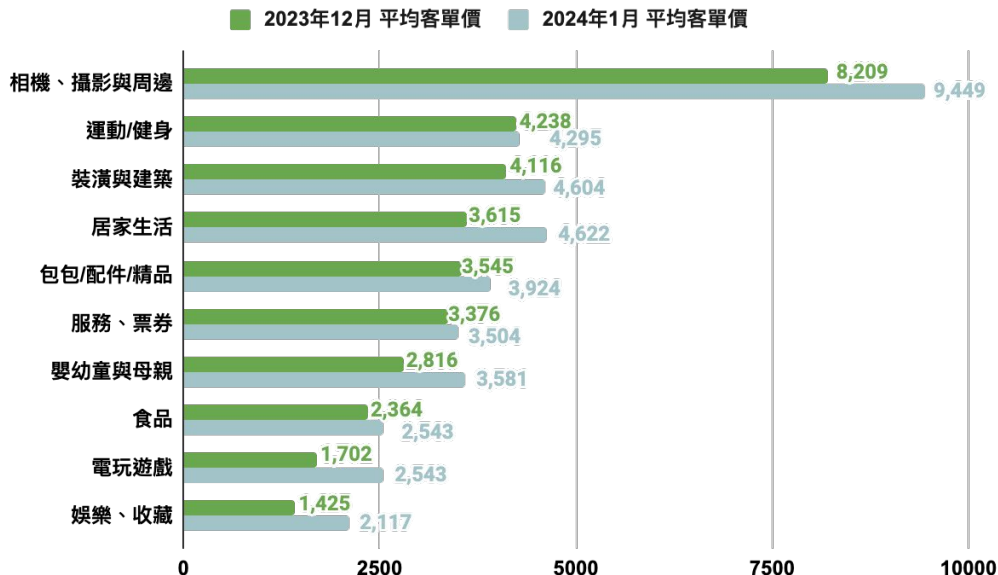
## 分析摘要

### 2023 12 vs. 2024 1 月的平均客單價

#### 平均客單價成長性 Top5 產業：

1. 相機、攝影與周邊 | 相比12月成長，\$8,209 → \$9,449
2. 居家生活 | 相比12月成長，\$3,615 → \$4,622
3. 嬰幼童與母親 | 相比12月成長，\$2,816 → \$3,581
4. 娛樂收藏 | 相比12月成長，\$1,425 → \$2,117
5. 裝潢與建築 | 相比12月成長，\$4,116 → \$4,604

附註：平均客單價代表市場需求強度！



# 2-6 年前檔期平均客單價成長率

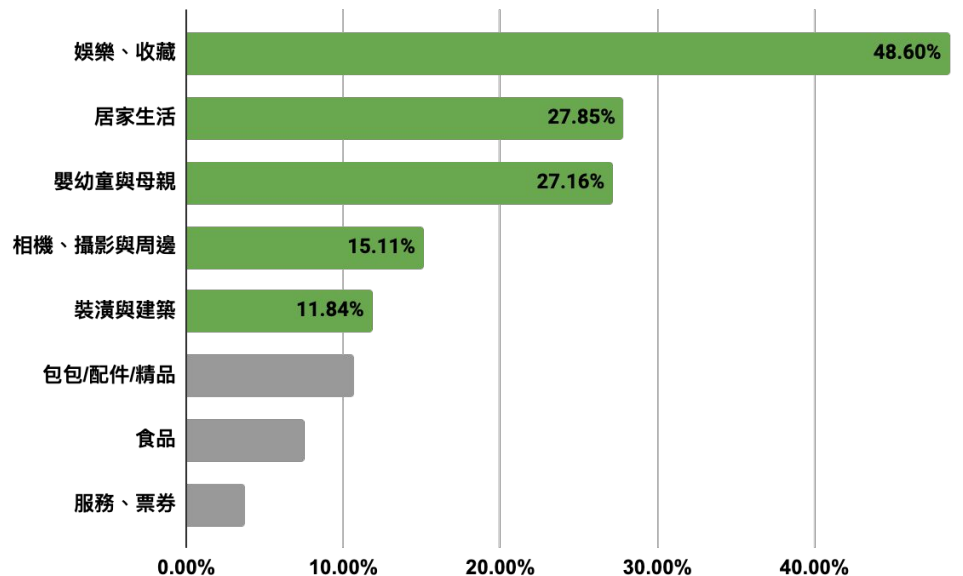
## 分析摘要

2023 12 vs. 2024 1 月的平均客單價成長率

平均客單價成長率 Top5 產業：

1. 娛樂與收藏 | 相比12月成長**48.6%**
2. 居家生活 | 相比12月成長**27.85%**
3. 嬰幼童與母親 | 相比12月成長**27.16%**
4. 相機、攝影與周邊 | 相比12月成長**15.11%**
5. 裝潢與建築 | 相比12月成長**11.84%**

附註：平均客單價成長率可看出產業與自身市場需求之成長幅度，1月以娛樂與收藏產業成長最多，達**48.6%**！



# 2-7 年前檔期：成長率顯著之產業趨勢



## 運動與健身

- 交易金額 成長 134.8%
- 訂單數 成長 131.7%
- 客單價 成長 1.33%

新年健身計劃及健康趨勢之推動



## 娛樂與收藏

- 交易金額 成長 81.56%
- 訂單數 成長 22.18%
- 客單價 成長 48.6%

新品發佈與限量收藏品需求增加



## 嬰幼兒與母親

- 交易金額 成長 43.15%
- 訂單數 成長 12.57%
- 客單價 成長 27.16%

季節性需求（冬季保暖和健康防護）的增長

## 美妝與保養

- 交易金額 成長 45.06%
- 訂單數 成長 49.29%
- 客單價 衰退 2.8%

基礎護膚需求增加，但產品價格平均偏低。

## 服飾

- 交易金額 提升 80.45%
- 訂單數 提升 209.9%
- 客單價 衰退 41.8%

年初促銷策略較多導致低價訂單多

## 2-8 總體交易金額、訂單數以及平均客單價交叉分析

### 運動與健身

1月的整體交易金額 (+134.8%) 以及訂單數 (+131.7%) 都有顯著的成長，可能的原因為許多消費者新年的健身計劃驅動進而購買相關的健身器材、補充品等，顯著推高整體交易金額及訂單數。但客單價僅小幅上漲 (+1.33%)，許多高頻次產品（如蛋白粉）銷售帶動訂單數提升，但漲幅有限，說明單筆交易金額並未顯著提升。

### 娛樂與收藏

1月的整體交易金額 (+81.56%) 以及客單價 (+48.6%) 明顯提升，主要原因為限量收藏品、聯名之稀缺性以及粉絲群體對於高價收藏品的忠誠度高，進而提升交易金額與客單價，相對來說由於商品單價較高，購買數量有限，所以訂單數的成長 (+22.18%) 幅度就有限。

### 嬰幼童與母親

1月由於冬季對嬰幼童保暖、護膚品相關的需求提升，帶動整體交易金額提升 (+43.15%) 以及高價產品如嬰兒車、進口奶粉需求提升，因而推高客單價 (+27.16%)，但由於母嬰受眾都是屬於剛性需求居多，產品更注重品質，因此訂單數成長幅度 (+12.57%) 低於交易金額以及平均客單價。

### 美妝與保養

1月消費者更多集中在基礎的護膚品，如洗面乳以及護膚水，而這類型的商品單價較低，但需求量大，因此推高訂單數 (+49.29%)，但拉低平均客單價 (-2.8%)。

### 服飾

1月因過年節日消費者的穿搭需求提升而帶動交易金額 (+80.45%)，由於年初促銷活動以及消費者購買的大多數為基礎款或促銷品，因此訂單數激增 (+209.9%)，但平均客單價大幅下降 (-41.8%)。

# 3. 年前消費者需求分析

Make better decisions with ECPAY DATA

**分析範圍：**對比 2023 年 12月與 2024年 1月交易數據。

**分析目的：**藉由「銷售成長率顯著之標籤」以及「消費者購物之高峰時段」來分析消費者的需求偏好。



# 3-1 年前檔期高成長率標籤

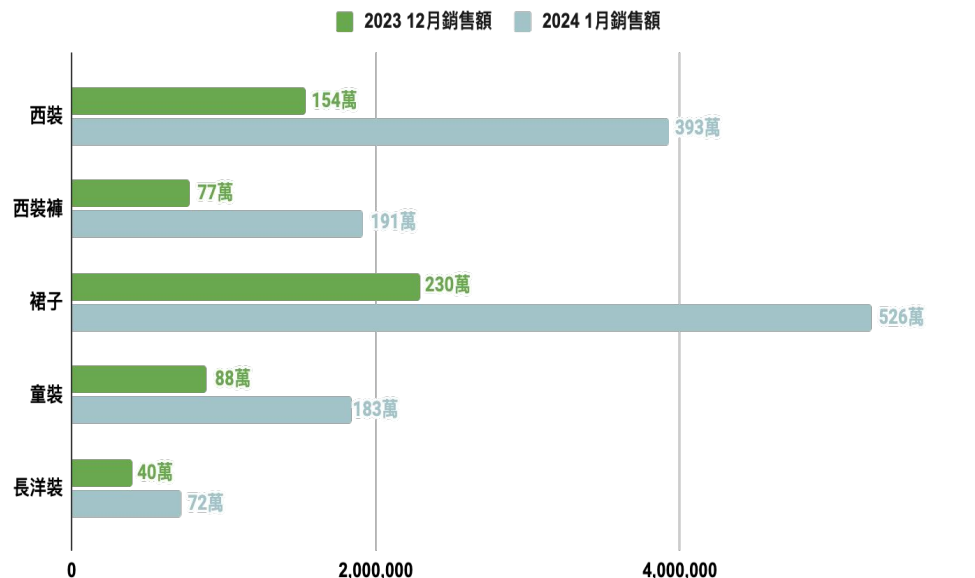
## 分析摘要

### 2023 12 vs. 2024 1月 服飾產業之高成長率標籤

#### Top5 高成長率之標籤：

1. 西裝 | 交易金額成長率 155.16%
2. 西裝褲 | 交易金額成長率 148.18%
3. 裙子 | 交易金額成長率 129.21%
4. 童裝 | 交易金額成長率 107.05%
5. 長洋裝 | 交易金額成長率 80.74%

附註：標籤成長率可看出消費者的需求偏好以及成長幅度，1月服飾產業之「西裝」標籤成長最多，達**155.16%**！



# 3-2 年前檔期高成長率標籤

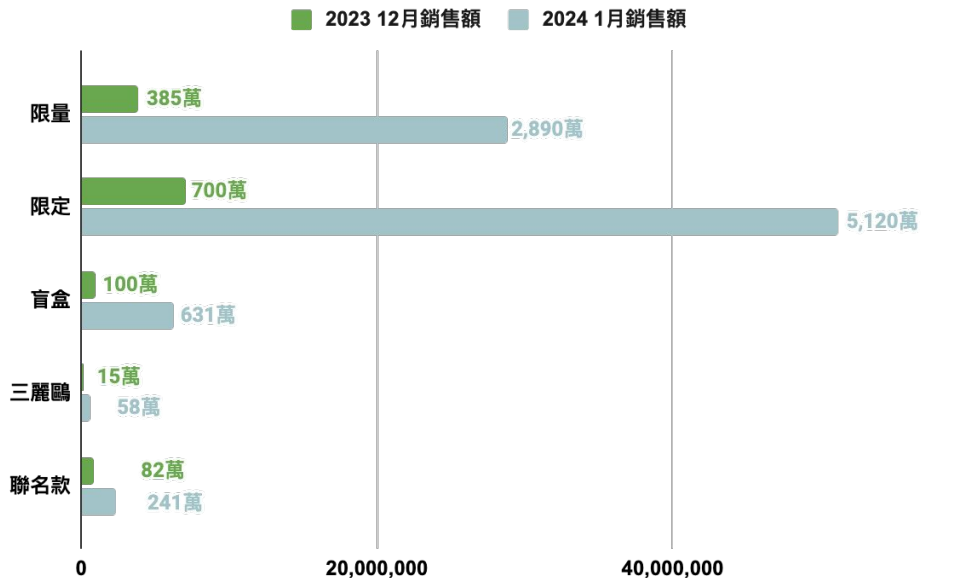
## 分析摘要

2023 12 vs. 2024 1月 娛樂與收藏產業之高成長率標籤

Top5 高成長率之標籤：

1. 限量 | 交易金額成長率 650.63%
2. 限定 | 交易金額成長率 624.83%
3. 盲盒 | 交易金額成長率 530.18%
4. 三麗鷗 | 交易金額成長率 290.37%
5. 聯名款 | 交易金額成長率 193.51%

附註：標籤成長率可看出消費者的需求偏好以及成長幅度，1月娛樂與收藏產業之「限量」標籤成長最多，達**650.63%**！



# 3-3 年前檔期高成長率標籤

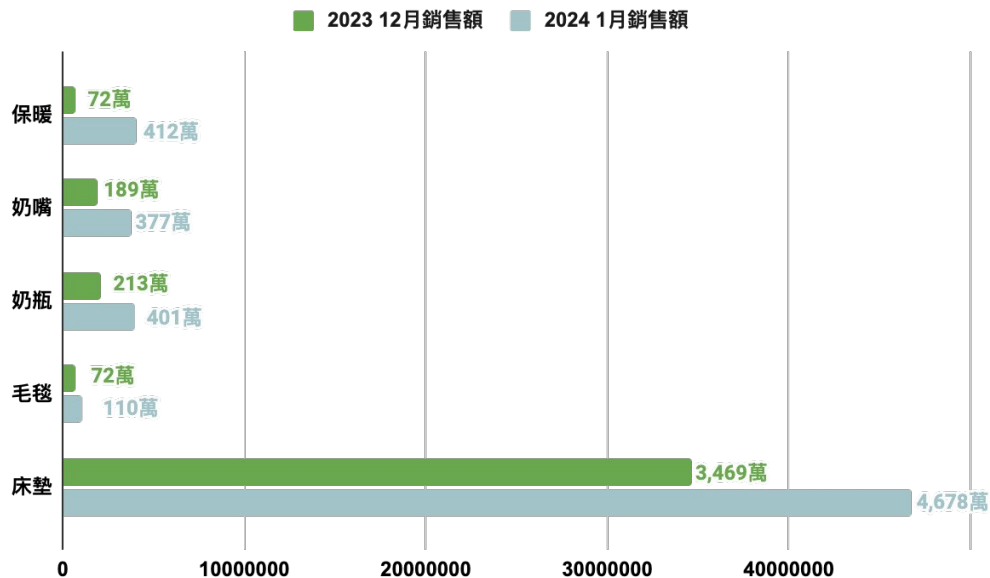
## 分析摘要

2023 12 vs. 2024 1月 嬰幼兒與母親產業之高成長率標籤

Top5 高成長率之標籤：

1. 保暖 | 交易金額成長率 469.35%
2. 奶嘴 | 交易金額成長率 99.65%
3. 奶瓶 | 交易金額成長率 88.43%
4. 毛毯 | 交易金額成長率 52.67%
5. 床墊 | 交易金額成長率 34.84%

附註：標籤成長率可看出消費者的需求偏好以及成長幅度，1月嬰幼兒與母親產業之「保暖」標籤成長最多，達**469.35%**！





# 3-4年前檔期高成長率標籤

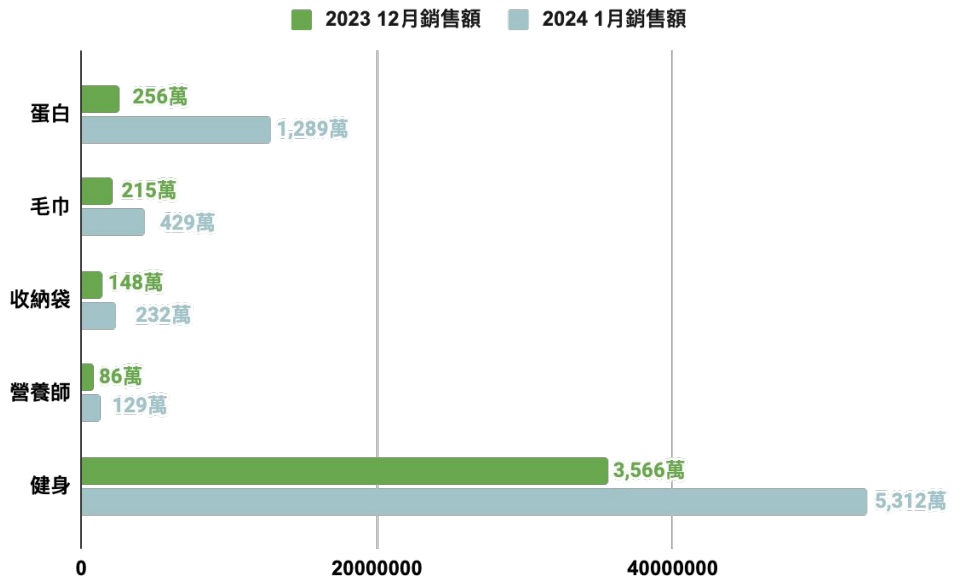
## 分析摘要

### 2023 12 vs. 2024 1月 運動與健身產業之高成長率標籤

#### Top5 高成長率之標籤：

1. 蛋白 | 交易金額成長率 403.25%
2. 毛巾 | 交易金額成長率 99.77%
3. 收納袋 | 交易金額成長率 56.87%
4. 營養師 | 交易金額成長率 49.03%
5. 健身 | 交易金額成長率 48.96%

附註：標籤成長率可看出消費者的需求偏好以及成長幅度，1月運動與健身產業之「蛋白」標籤成長最多，達**403.25%**！



# 3-5 年前檔期高成長率標籤

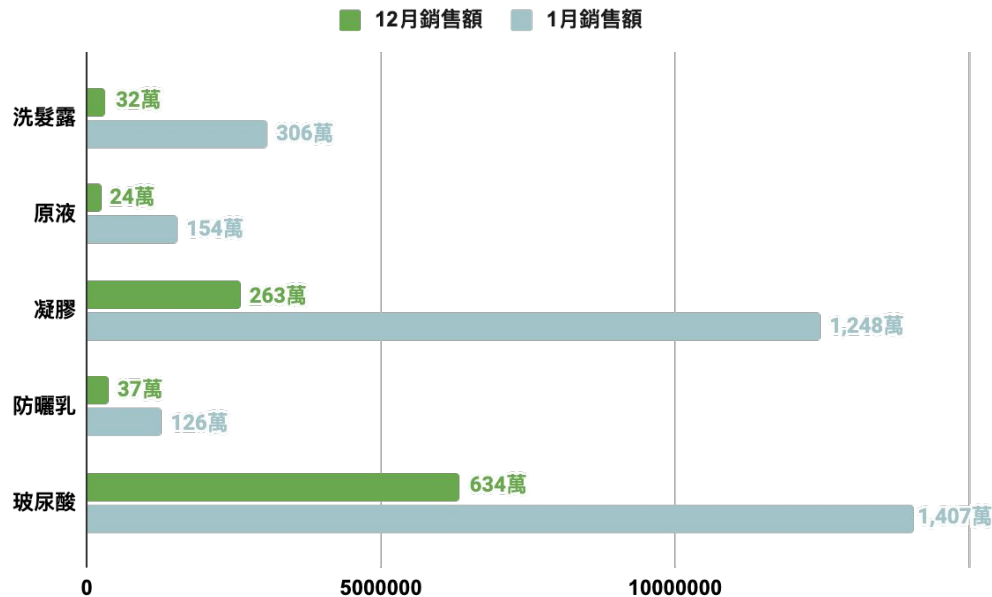
## 分析摘要

2023 12 vs. 2024 1月 美妝與保養產業之高成長率標籤

### Top5 高成長率之標籤：

1. 洗髮露 | 交易金額成長率 867%
2. 原液 | 交易金額成長率 533.43%
3. 凝膠 | 交易金額成長率 374.73%
4. 防曬乳 | 交易金額成長率 236.02%
5. 玻尿酸 | 交易金額成長率 121.89%

附註：標籤成長率可看出消費者的需求偏好以及成長幅度，1月美妝與保養產業之「洗髮露」標籤成長最多，達**867%**！



# 3-6 年前檔期消費者購物之高峰時段

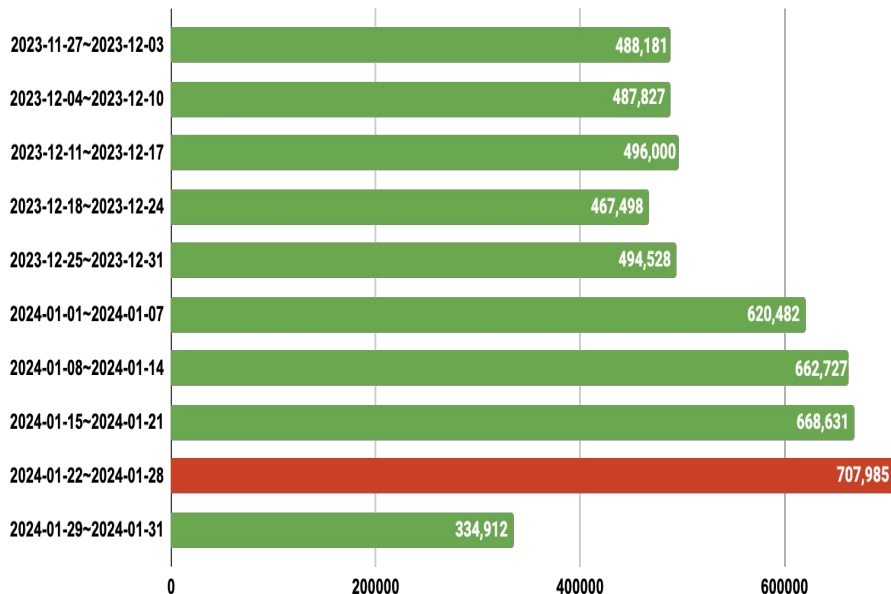
## 分析摘要

分析2023年12月-2024年1月 消費者購物之高峰時段（以訂單數作為分析），協助客戶排促銷活動的最佳時間。

購物最高峰之時段Top3：

1. 2024-01-22-2024-01-28
2. 2024-01-15-2024-01-21
3. 2024-01-08-2024-01-14

附註：數據顯示消費者購物之最高峰時段落在**2024-01-22-2024-01-28**，且最高峰購物時段之訂單數來到**707,985**！



# 4. 熱門產業與整體行銷方向建議

Make better decisions with ECPAY DATA

**熱門產業定義：**「交易金額」、「訂單數」及「平均客單價」交叉分析後，其中一種以上指標成長率有在前5名，或相比12月成長率明顯之產業。

**整體行銷方向：**結合熱門產業趨勢、銷售成長率高的標籤以及消費者購物之高峰時段，提供其他產業行銷方向建議。



# 4-1 熱門產業行銷方向建議

## 運動與健身

由**綠界大數據後台分析**結果顯示「**蛋白**」相關之標籤顯著成長（**+403.25%**）。春節期間戶外活動需求增加（如跑步、健走），對即時蛋白補充品需求也隨之增加，因此應將重點聚焦於推廣蛋白粉，蛋白棒以及蛋白飲品相關產品，針對客單價微幅上漲（**+1.33%**）可以推出相關的「春節燃脂修復組」（如蛋白飲+運動配件/搖搖杯or彈力繩等）或是透過滿額贈方式（如消費者滿指定金額即贈送專屬運動收納包）進一步提升客單價。

## 娛樂與收藏

由**綠界大數據後台分析**結果顯示「**限量**」相關之標籤顯著成長（**+650.63%**）。1月許多品牌與IP合作推出的限量聯名商品吸引粉絲搶購，因此應將重點推廣限量商品、稀缺收藏品及新品，相較於交易金額及客單價，訂單數成長幅度較小（**+22.18%**），若是要進一步提高訂單數，可透過分階段搶購（如上午為IP周邊、晚上為高端收藏，並設計倒數計時展示上架時間，吸引消費者進入並購買）。

## 嬰幼兒與母親

由**綠界大數據後台分析**結果顯示「**保暖**」相關之標籤顯著成長（**+469.35%**）。2024年1月22寒流來襲，加之醫療建議帶動需求，因此應將重點推廣冬季保暖產品（如嬰幼兒服飾，保暖睡袋）等等，由於母嬰消費的剛性需求，可以提供「新生兒冬季保暖清單」「過年走春保暖穿搭推薦」，推薦從0-12個月嬰兒的保暖必備用品，並提升高價產品的銷售（如高端組合包）。

## 美妝與保養

由**綠界大數據後台分析**結果顯示「**洗髮露**」相關之標籤顯著成長（**+867%**）冬季頭皮狀況改變以及角質分泌物提升，因此應將重點聚焦於洗髮護理相關產品，由於平均客單價下滑（**-2.8%**），可以推出「限量高價抽獎活動」如滿額可參加1次的抽獎機會，其獎品包括高端護髮機器，限量香氛等等，刺激消費者提高單筆消費金額。

## 服飾

由**綠界大數據後台分析**結果顯示「**西裝**」相關之標籤顯著成長（**+155.16%**）。由於年後轉職潮以及婚禮高峰期進而帶動成長，因此應將重點放在西裝品類的推廣，強化正式場合的穿著需求。由於平均客單價下滑較明顯（**-41.8%**），可針對高價產品進行跨品類銷售，如西裝+襯衫+高級領帶，單獨購買價值10,000元，組合優惠價只要9,000元。

# 4-2 年前檔期整體行銷策略方向建議

## 高峰時期之「限時搶購」

數據顯示消費者購買高峰時段為**2024-01-22至2024-01-28**，表示消費者於過年前開始大量購物及備貨，每天可以安排限時搶購的時段（如早上10點以及晚上9點），並在每個時段設置不同品類，滿足需求並提高轉化率。

## 跨品類組合促銷

透過消費者的購物需求和痛點，打造對應的「主題套裝」，促進跨品類銷售（如**年後轉職春節穿搭組合**，**服飾（西裝外套）+美妝（基礎護膚組合）**組合價9折以及可獲得限量禮包），提高單次消費金額並帶動整體銷售成長。

## 節日氛圍之「情境化行銷」

透過「春節話題」營造整體過年前的購物熱潮，推出**新春限定**的「福袋」或「節慶禮盒」，強化消費者對過年的期待（如美妝產業可推出護膚+彩妝小福袋，小容量搭配經典商品）並提高轉換率。

## 年節檔期間之顧客體驗優化

年前檔期間電商訂單量龐大，因此打造順暢的購物體驗可以有效提高消費轉化率，如提供「**快速配送保障**」，確保消費者在過年前收到商品，也可設立「延遲賠償機制」增加信任感。搭配期間限時免運活動（如全館滿399免運），也可降低消費者猶豫門檻。

## 精準行銷與數據運用

利用**綠界大數據標籤精準投放廣告**，找出年底節慶有高度需求的受眾精準投放。

# 5. 綠界大數據服務項目

Make better decisions with ECPAY DATA

服務項目：精準標籤分析、獨家廣告技術、品牌全方位健檢。



# 綠界大數據分析平台 特色功能

## 精準標籤分析

- 找出關鍵熱門品項，從而提高品牌含金量！

## 獨家廣告技術

- 比對近億筆交易資料，找出精準受眾投放，創造更高的廣告效益！

## 品牌全方位健檢

- 深度剖析品牌概況，提供清晰明確方向，助品牌營收高速成長！





# 綠界大數據應用

每天都有上萬筆交易資料可供分析利用  
讓你的商業決策有憑有據

點擊 [綠界大數據分析平台](#) 

註冊即享 7天 免費試用

任何問題請洽：

info@ecpaydata.com.tw

