

2016年

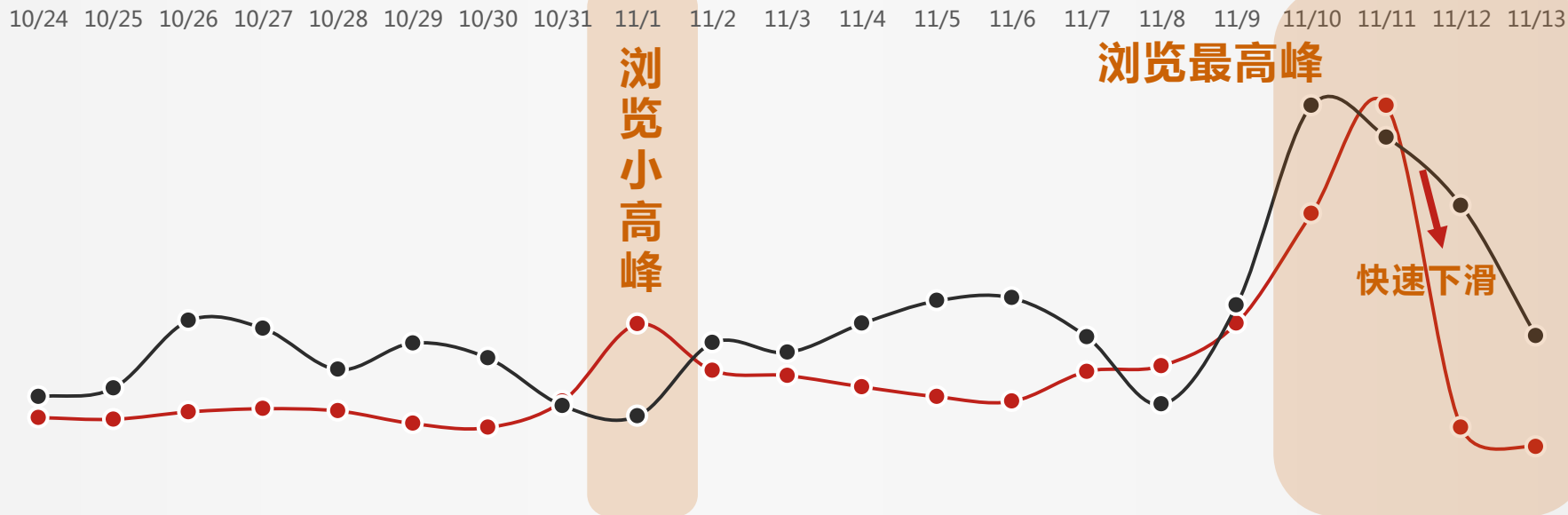
—— “双11” 大数据解读



“双11” 热情来得早，退得快

—●—2016年浏览走势

—●—2015年浏览走势



9-11点是黄金浏览时间

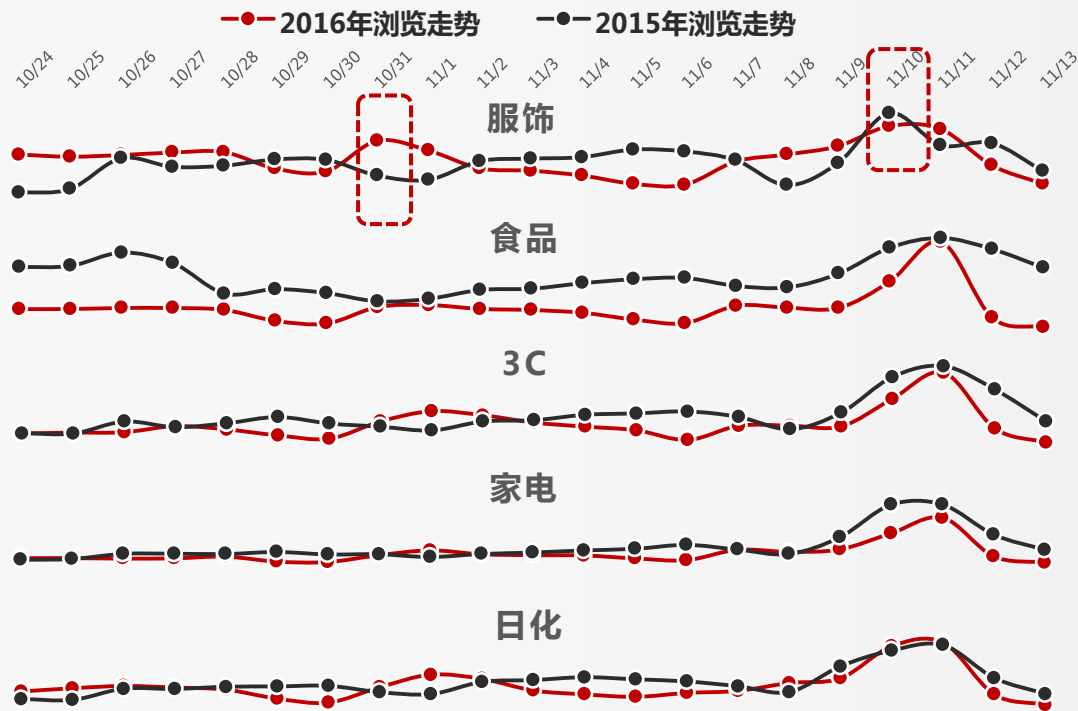
▶ 零点读秒的有你吗

11.11
分小时
浏览走势



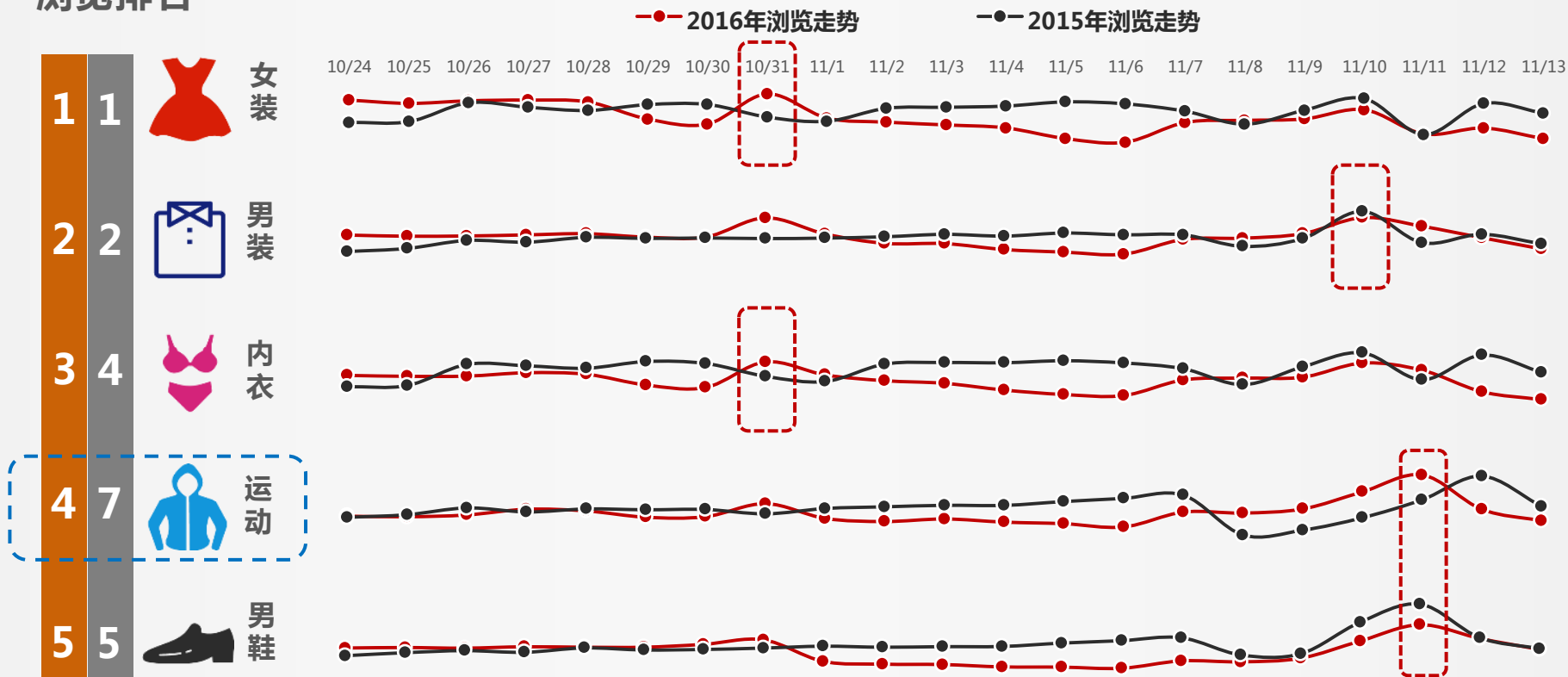
0点浏览量处于较高水平，9点达到最高峰，此后逐步下滑

服饰的高峰期更加提前

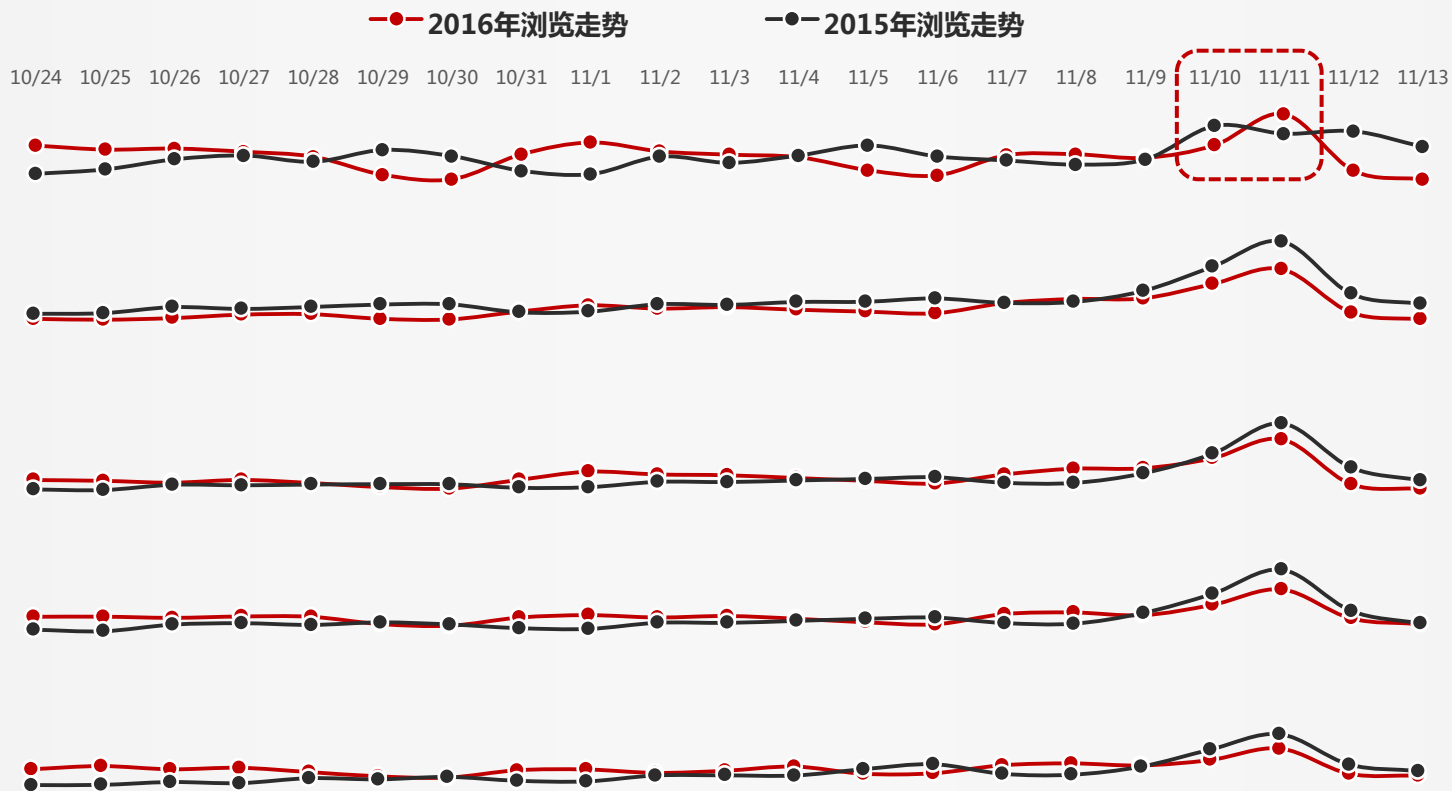


运动服饰关注度高，女装在10.31达浏览高峰

浏览排名



进口食品关注度提升，生鲜浏览高峰期较同期延后一天



浏览排名

生鲜



1 1

酒水



2 2

零食



3 3

进口



5 4

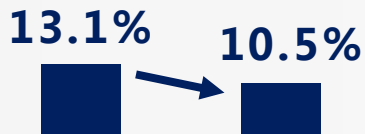
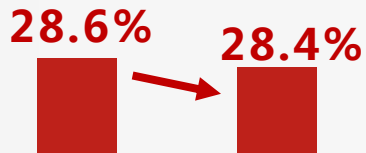
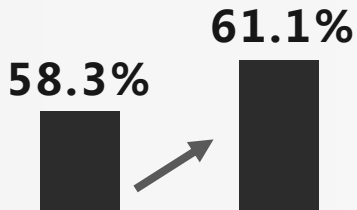
特产



4 5

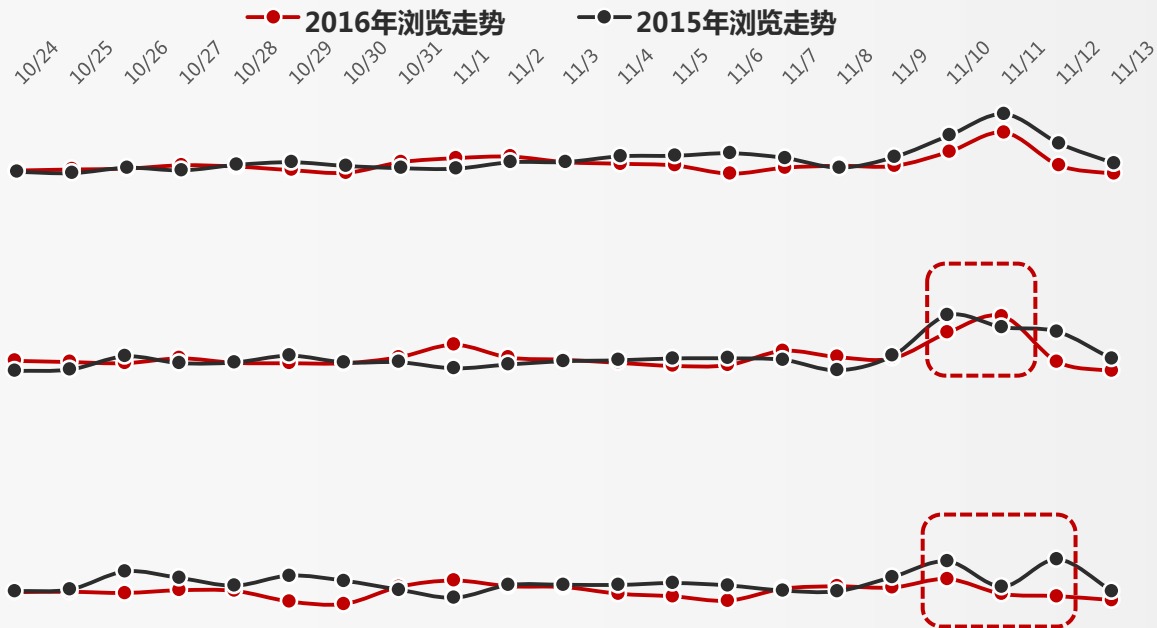
手机浏览占比提升，数码11.11当天反而不“火”

浏览占比



2015 2016

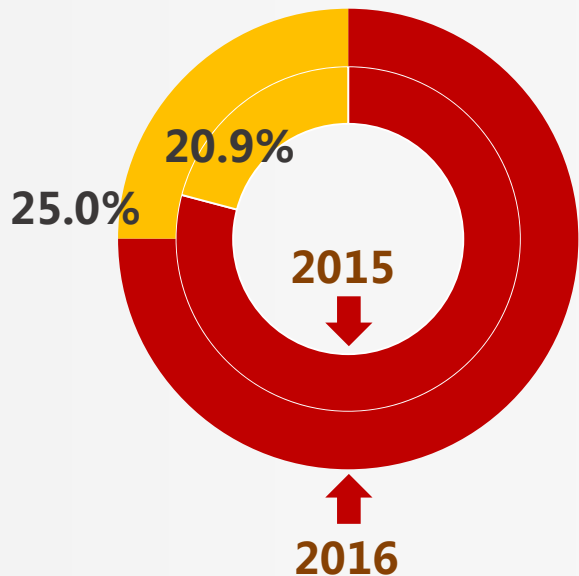
浏览走势



小家电浏览占比提升，大家电浏览高峰较同期延后一天

浏览占比

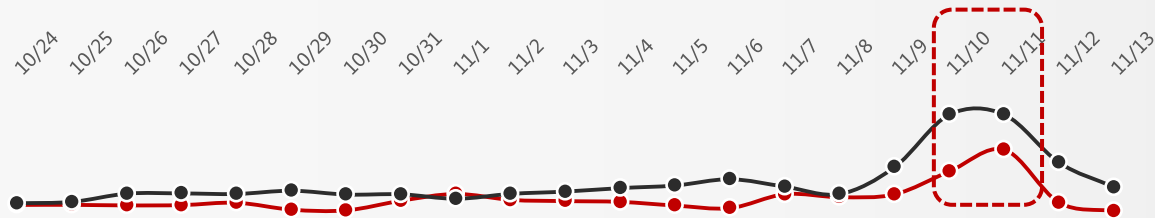
■ 大家电 ■ 小家电



浏览走势

大家电

—●— 2016年浏览走势 —●— 2015年浏览走势



小家电

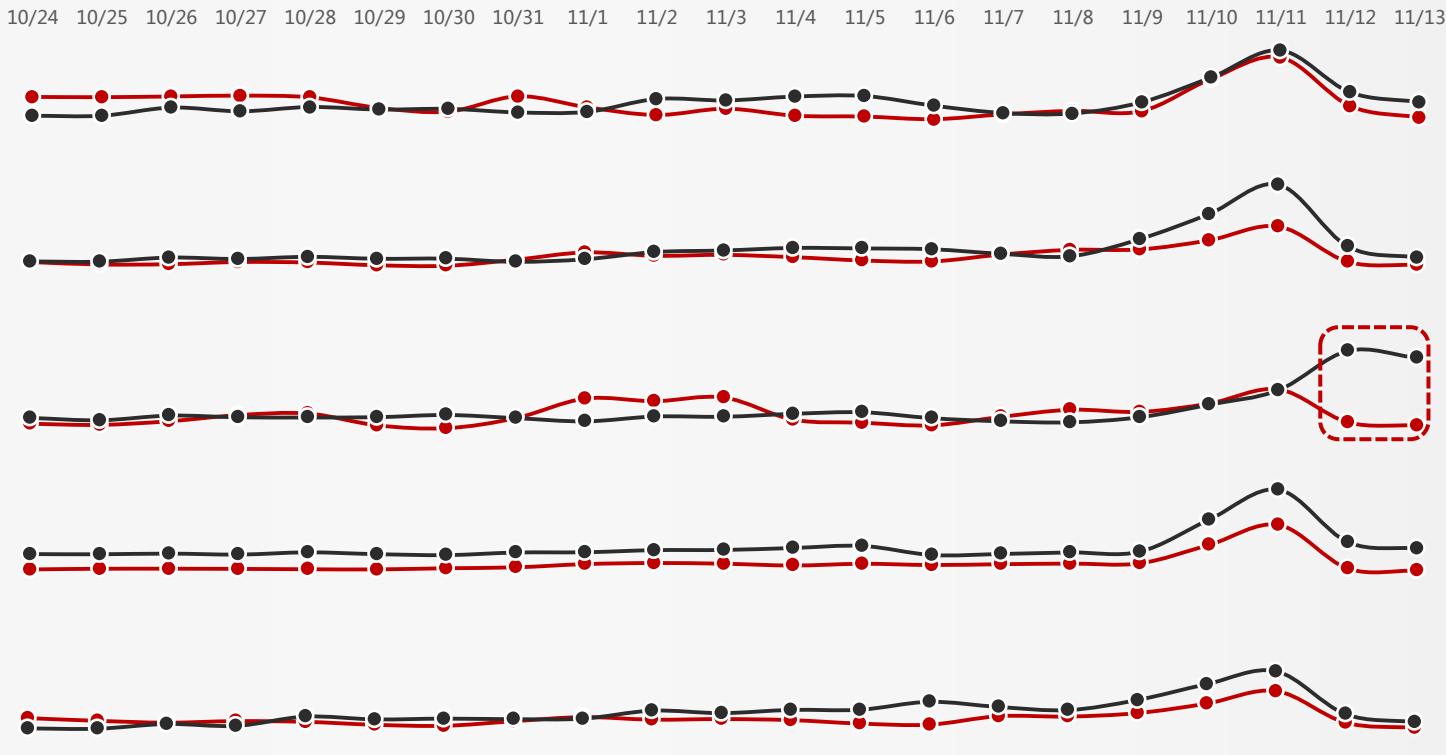


男士化妆品今年受到更多关注

浏览排名

—●— 2016年浏览走势

—●— 2015年浏览走势



海尔领跑家电，华为领跑3C

3C-TOP品牌-占比



家电-TOP品牌-占比





雅诗兰黛、巴黎欧莱雅更受“剁手党”的青睐

高端美妆TOP品牌-占比



大众美妆TOP品牌-占比



11.11晚会，TFboys力压众明星

双11晚会明星搜索TOP10



谢谢

Thank you

360营销研究院