



起义

2016白电行业大数据洞察

行业趋势

行为洞察

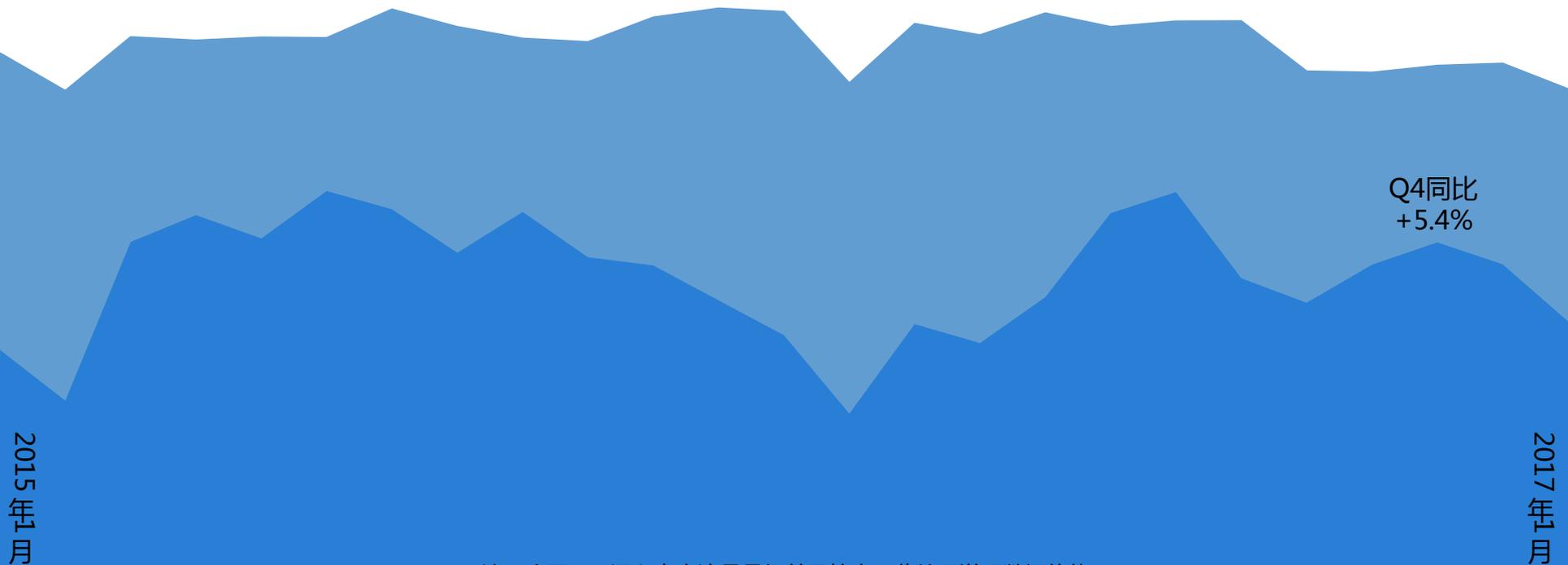
人群画像

- 白电行业整体流量稳定，16Q4同比小幅增长。
- 行业7月流量波峰超618，中央空调关注提升。
- 流量下沉，四线城市份额提升，行业呈“起义”态势。

16年流量季节性波动，Q4同比增长

2015-2017行业流量分布占比

■ 全网 ■ 白电



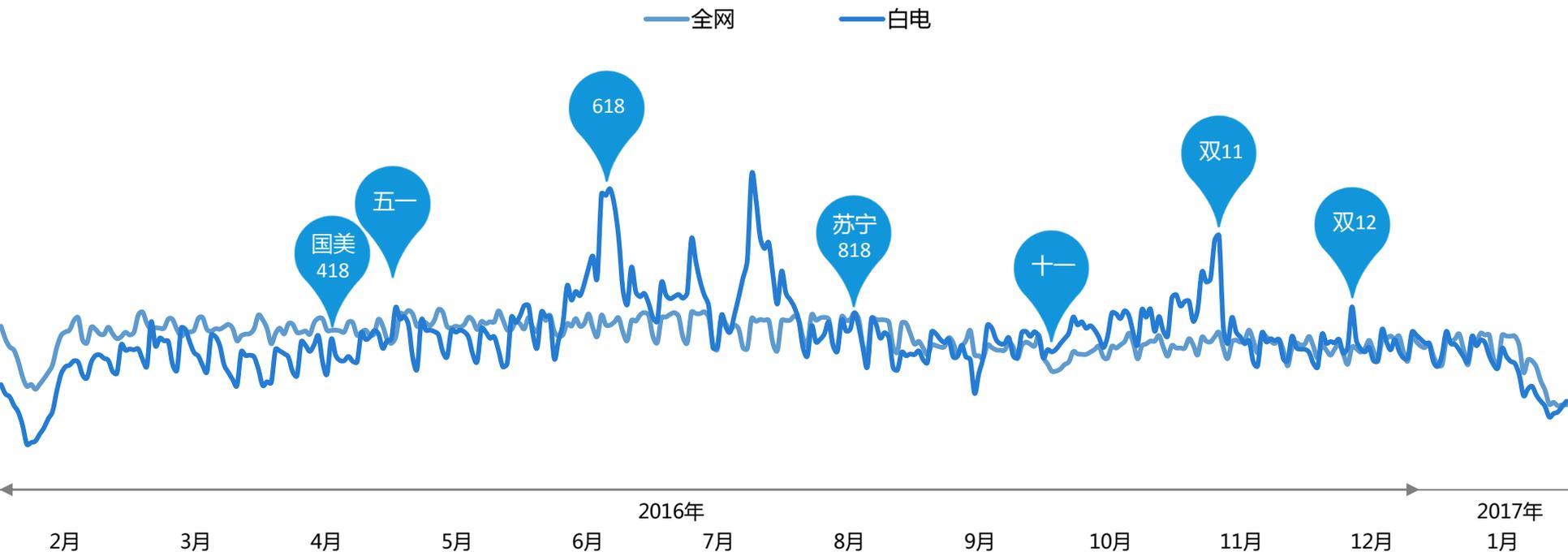
Q4同比
+5.4%

注：全网Top词和白电流量量级差异较大，此处只说明数据趋势

7月波峰超618，但配套营销活动空缺

五一十一期间，线上流量小幅提升，白电流量618超过双11，但双11预热流量持续性更强

2016-2017 白电分日流量分布

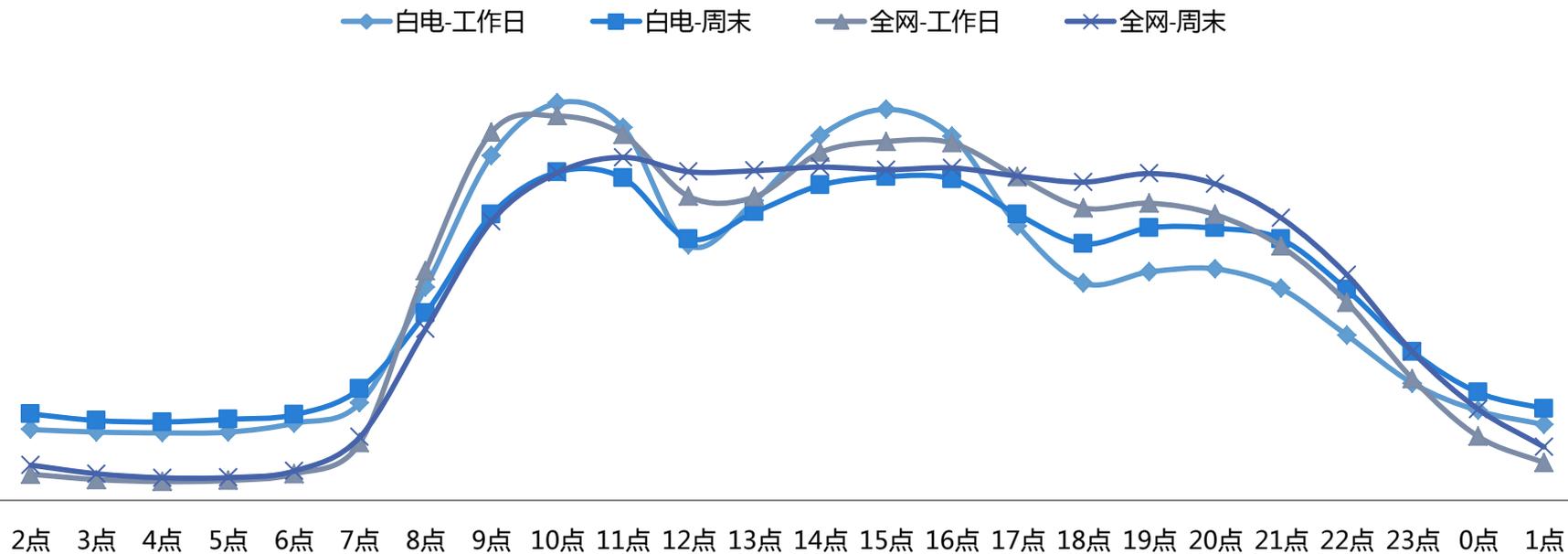


注：全网Top词和白电流量量级差异较大，此处只说明数据趋势

数据来源：360大数据

工作时段白电流量更大

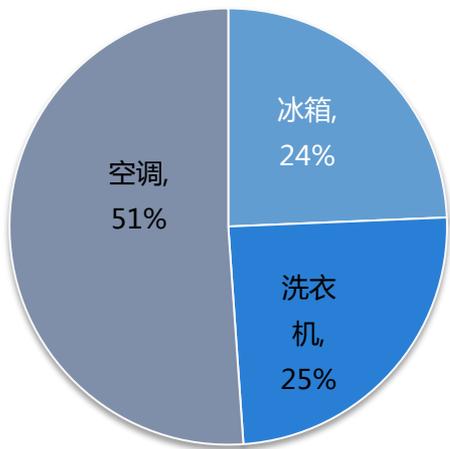
白电搜索流量分布占比-小时



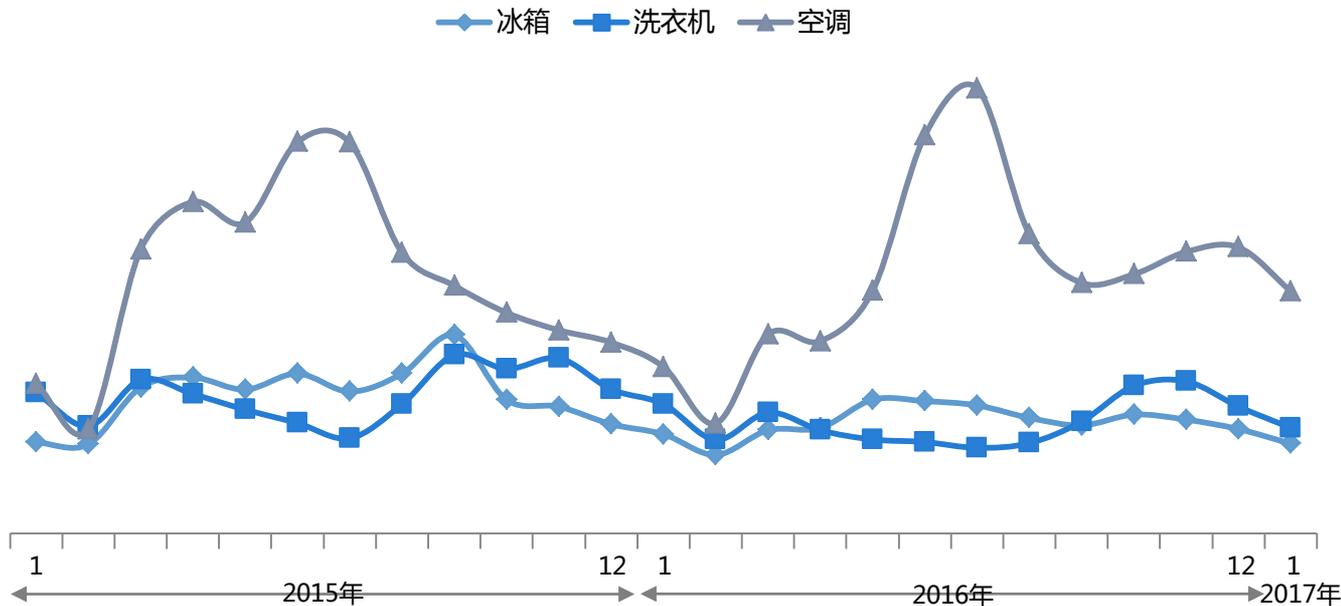
用户关注趋理性

冰洗空检索比例1:1:2，用户对白电的关注波动性变弱，营销难度加大

各细分产业流量占比

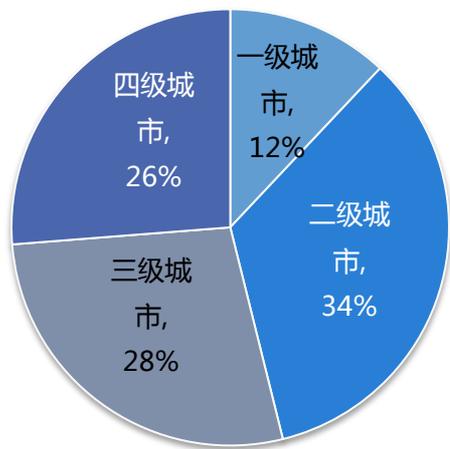


2015-2017 白电细分产业流量

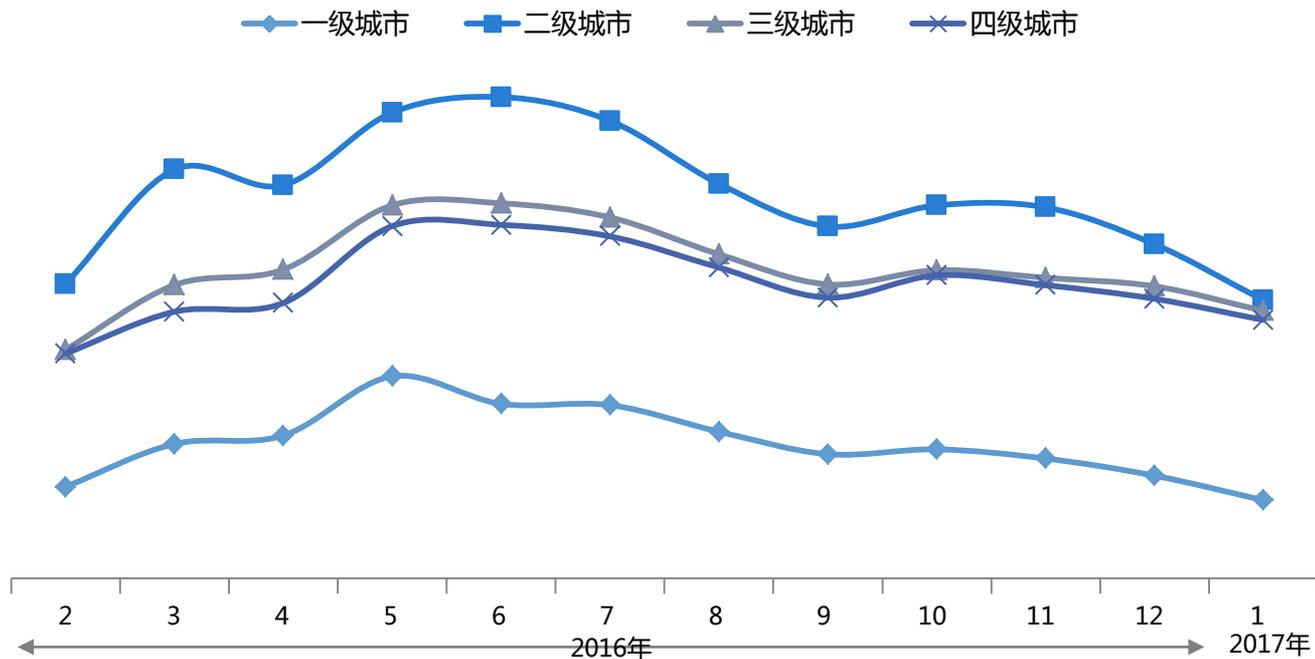


四线城市流量崛起，份额接近三线城市

冰箱不同城级流量占比

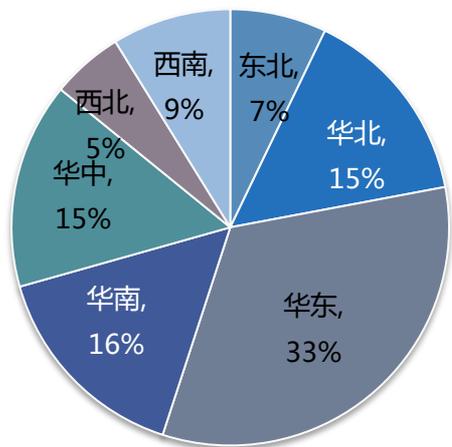


2016-2017 不同城级冰箱流量

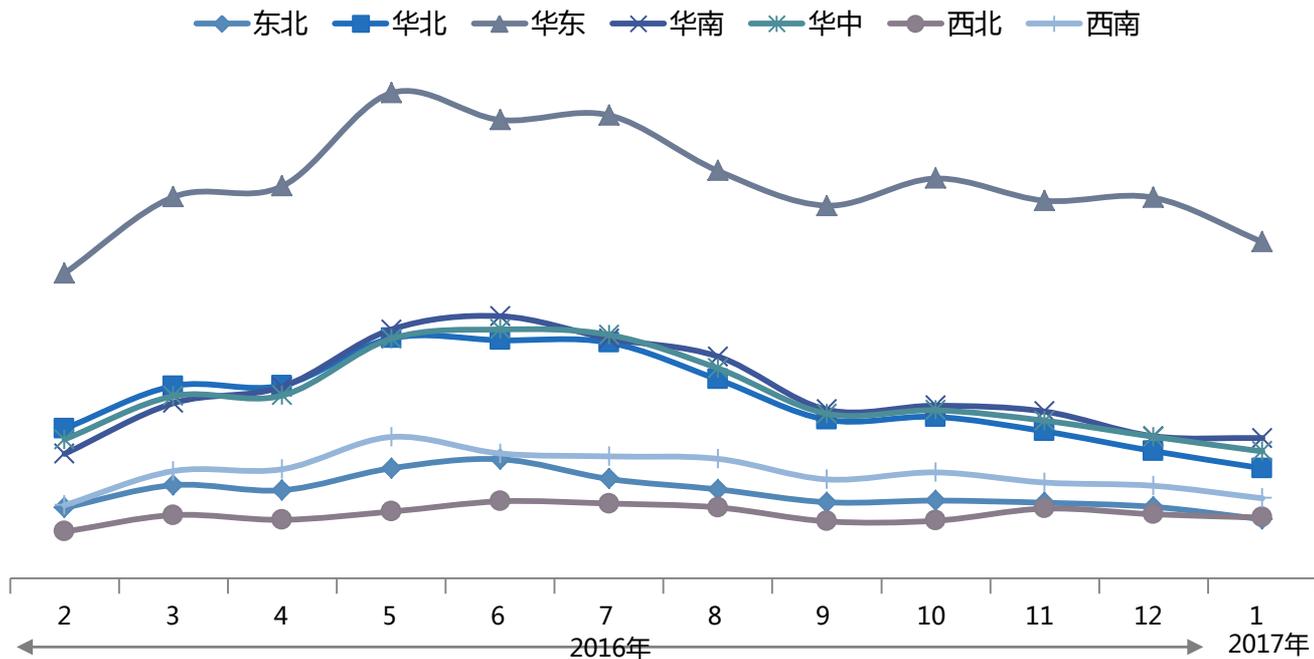


西北地区流量全年分布较为均匀、季节波动较弱

冰箱不同区域流量占比



2016-2017 不同区域冰箱流量



两湖、山东、四川更关注冰箱

广东

- 检索量占比排名第一：14.1%；TGI：102
- 对冰箱的流量贡献最高

山东/湖北/湖南/四川

- 检索量占比：4%~8%；TGI>110
- 对冰箱流量贡献较高，同时关注度较高

浙江/江苏/北京/河南

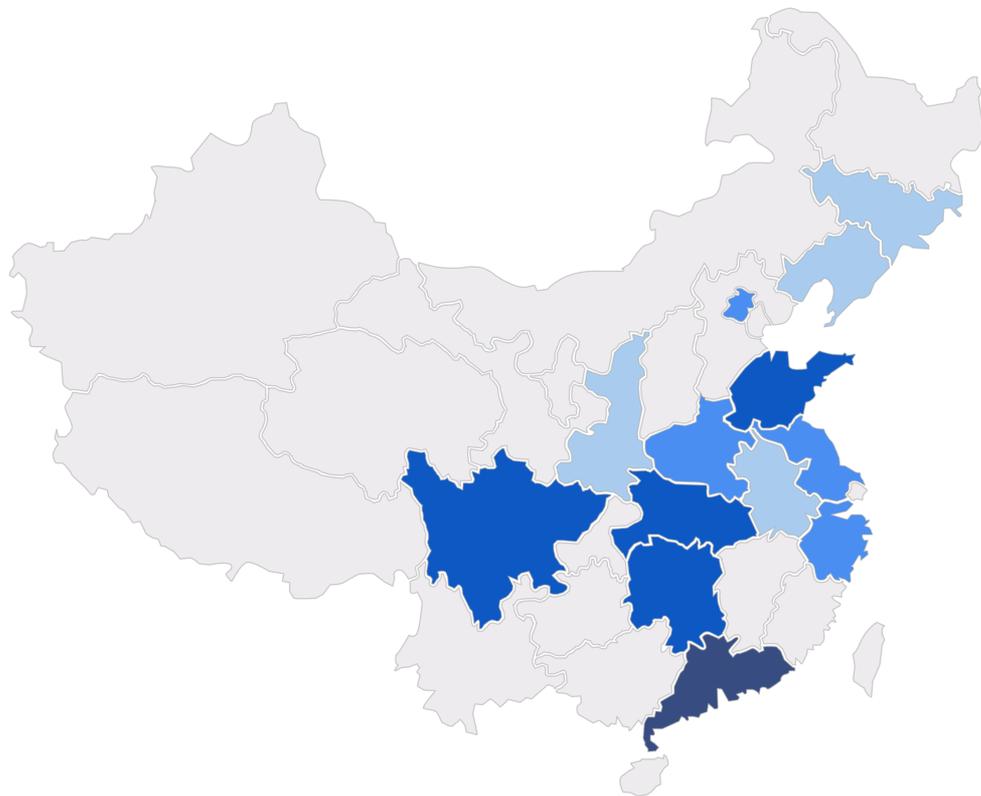
- 检索量占比：4%~8%；TGI在100左右浮动
- 对冰箱流量贡献较高，但关注度偏低

安徽/辽宁/陕西/吉林

- 检索量占比：2%~4%；TGI>110
- 对冰箱流量贡献中等，关注度较高

其他地区

- 流量偏低、对冰箱关注较低



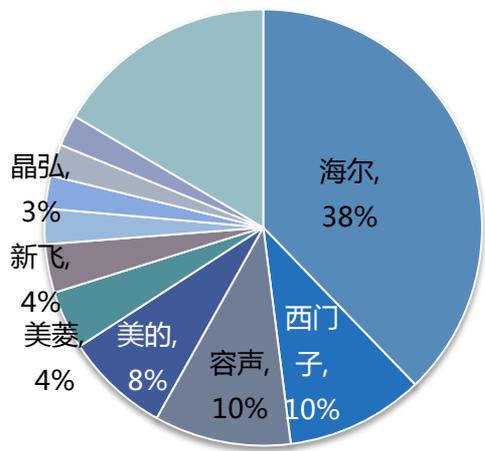
TGI 指数 = $\frac{\text{行业流量的地域占比}}{360 \text{总体流量的地域占比}} \times 100$ ，反映行业流量与总体的差异，TGI越高，代表该省对行业的关注程度越高，下同

数据来源：360大数据，2016年2月-2017年1月

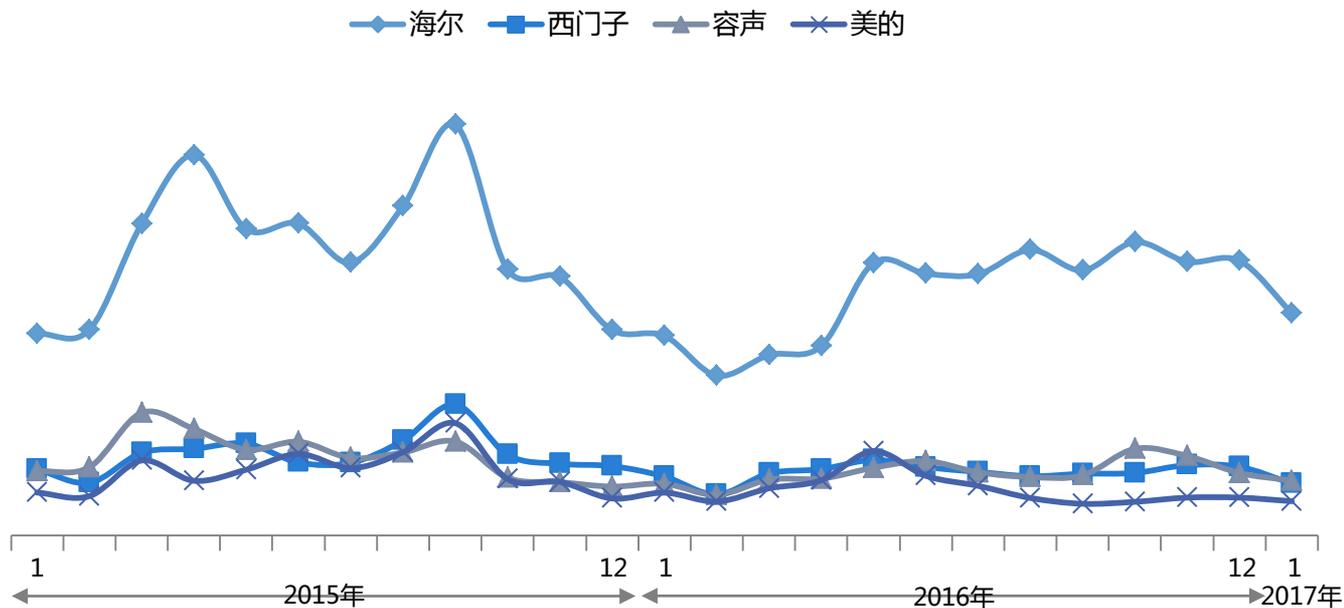
17年份额稳定

冰箱行业长尾品牌多，竞争激烈，但格局相对稳定

冰箱品牌流量占比

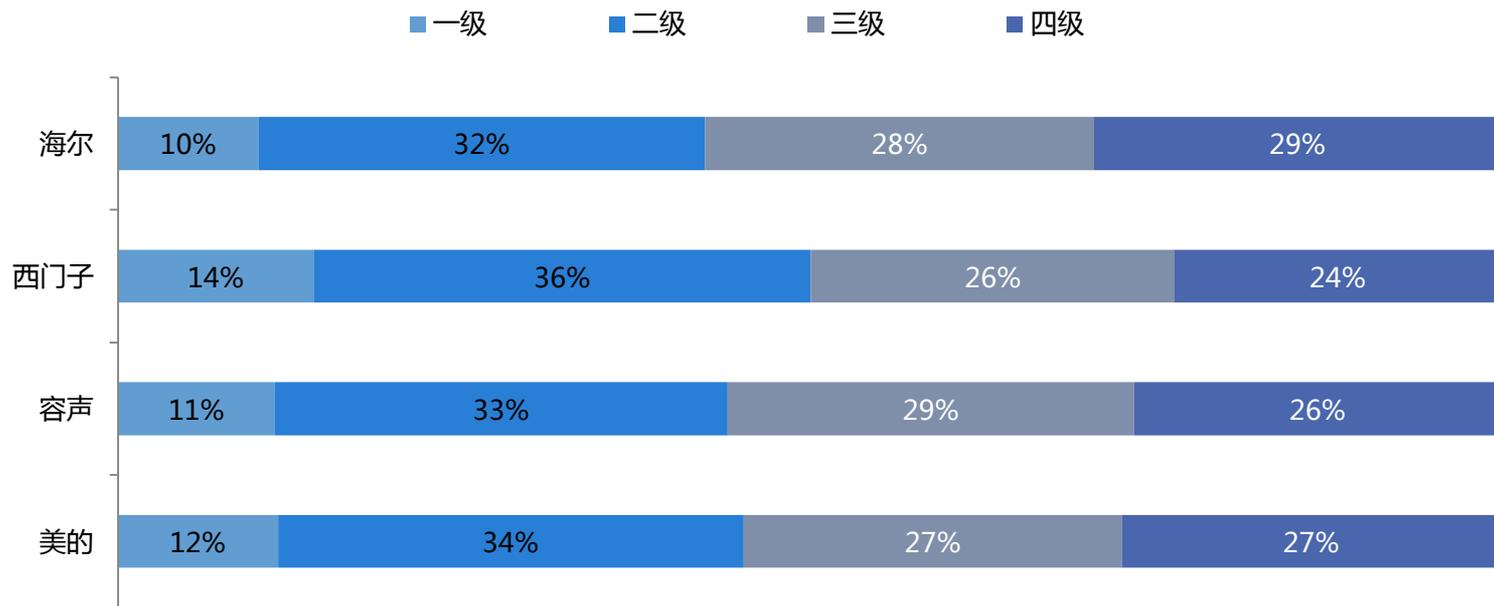


2015-2017 冰箱Top品牌流量



西门子流量一二线城市占比高

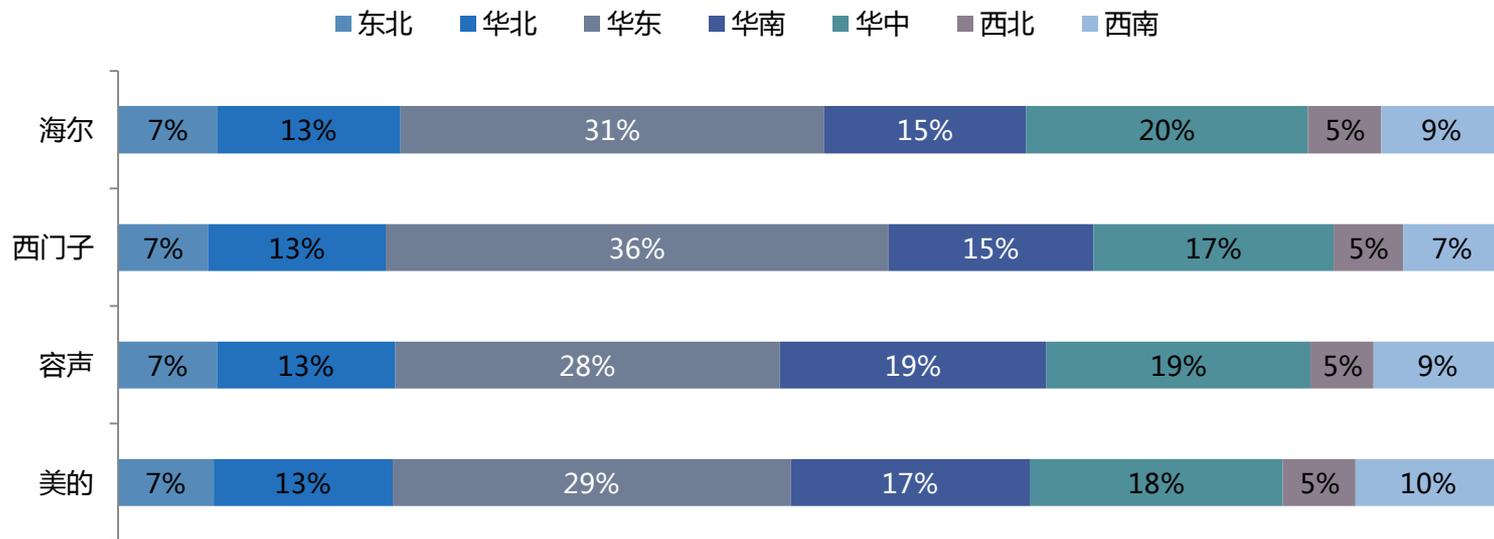
冰箱Top品牌不同城级流量占比



西门子流量华东占比超过三分之一

海尔在华中流量占优势，美的流量西部地区占比较高

冰箱Top品牌不同区域流量占比



品牌营销成果显著，冰箱流量重口碑

冰箱品线流量针对品牌和口碑的关注高于空调和洗衣机

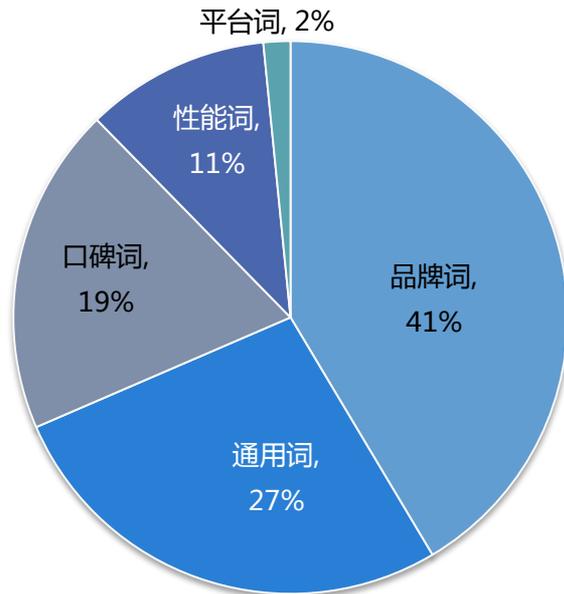
性能词流量Top5

冰箱尺寸
双开门冰箱尺寸
冰箱温度调节
对开门冰箱
双门冰箱尺寸

口碑词流量Top5

冰箱哪个牌子好
冰箱排行榜
冰箱冷藏室结冰
冰箱不制冷是什么原因
冰箱保鲜室结冰怎么办

冰箱流量词性占比



品牌词流量Top5

海尔冰箱
海尔冰箱官网
容声冰箱
西门子冰箱
美的冰箱

通用词流量Top5

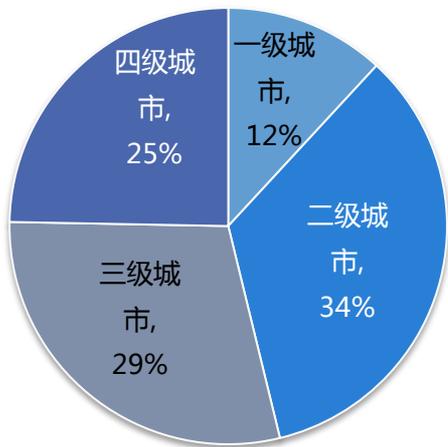
冰箱
电冰箱
冰箱维修
小冰箱
冰箱报价



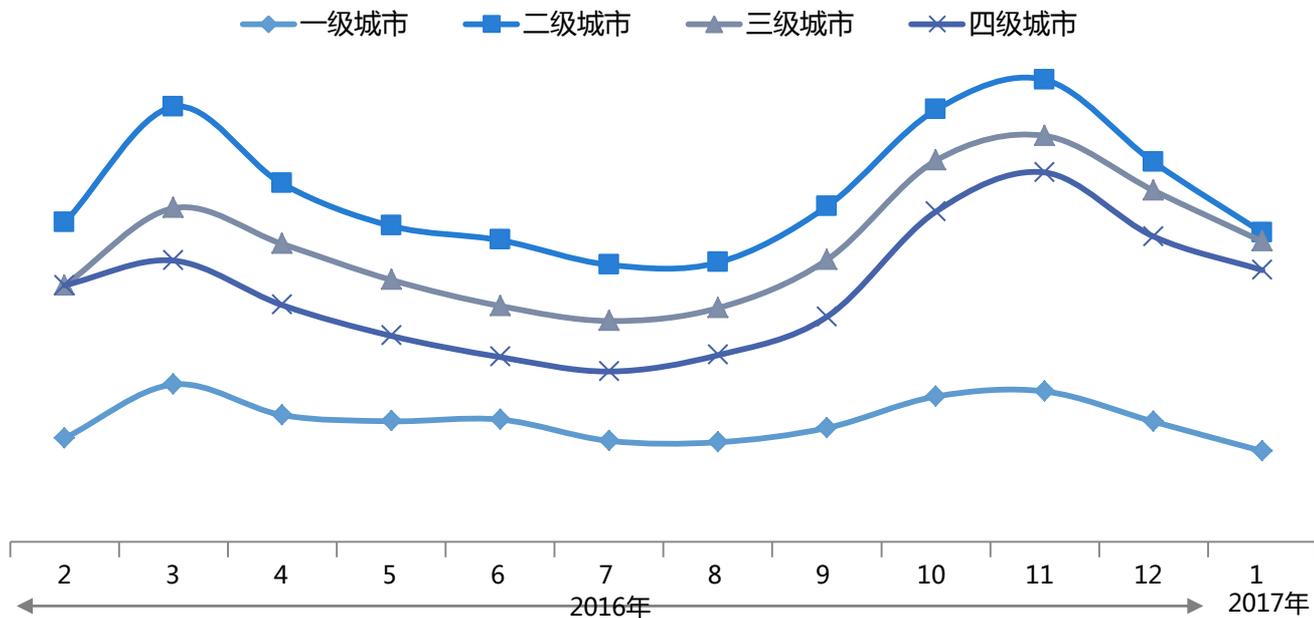
渠道下沉、一线城市疲软

一线市场增量刺激小，居住环境季节温差小，洗衣机需求分散，全年都是营销重点

洗衣机不同城级流量占比



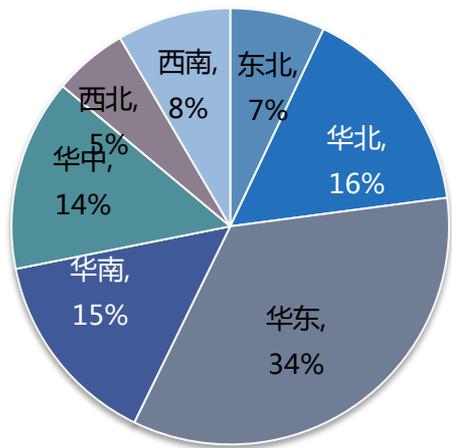
2016-2017 不同城级洗衣机流量



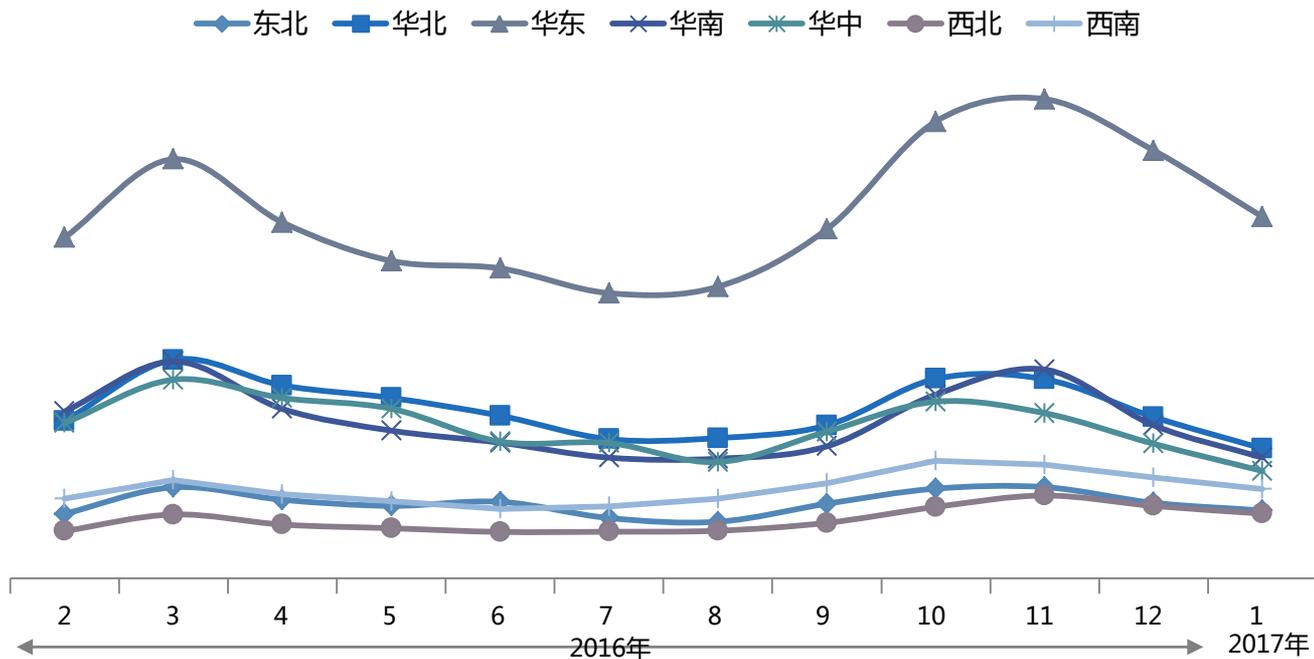


华南波峰滞后

洗衣机不同区域流量占比



2016-2017 不同区域洗衣机流量





山东、两湖更关注洗衣机

广东

- 检索量占比排名第一：14.0%；TGI：101
- 对洗衣机的流量贡献最高

山东/湖北/湖南

- 检索量占比：4%~8%；TGI>110
- 对洗衣机流量贡献较高，同时关注度较高

江苏/浙江/河南/北京/河北/四川

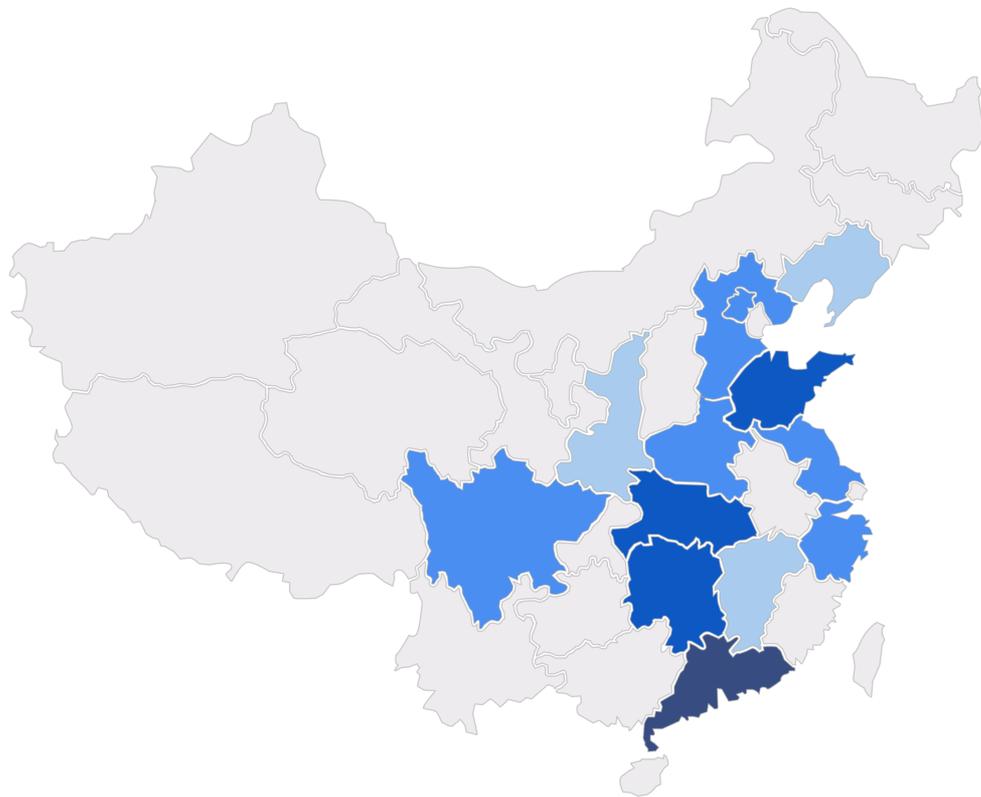
- 检索量占比：4%~8%；TGI在100左右浮动
- 对洗衣机流量贡献较高，但关注度偏低

辽宁/陕西/江西

- 检索量占比：2%~4%；TGI>110
- 对洗衣机流量贡献中等，关注度较高

其他地区

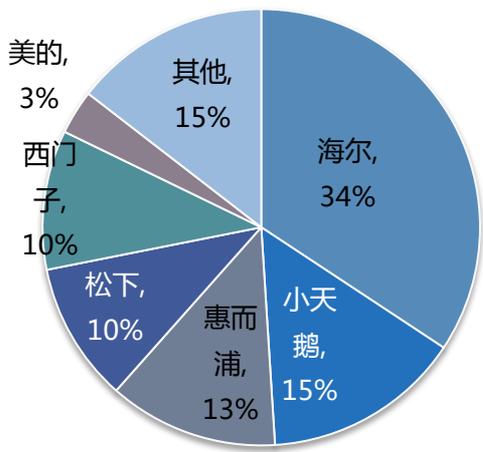
- 流量偏低、对洗衣机关注较低



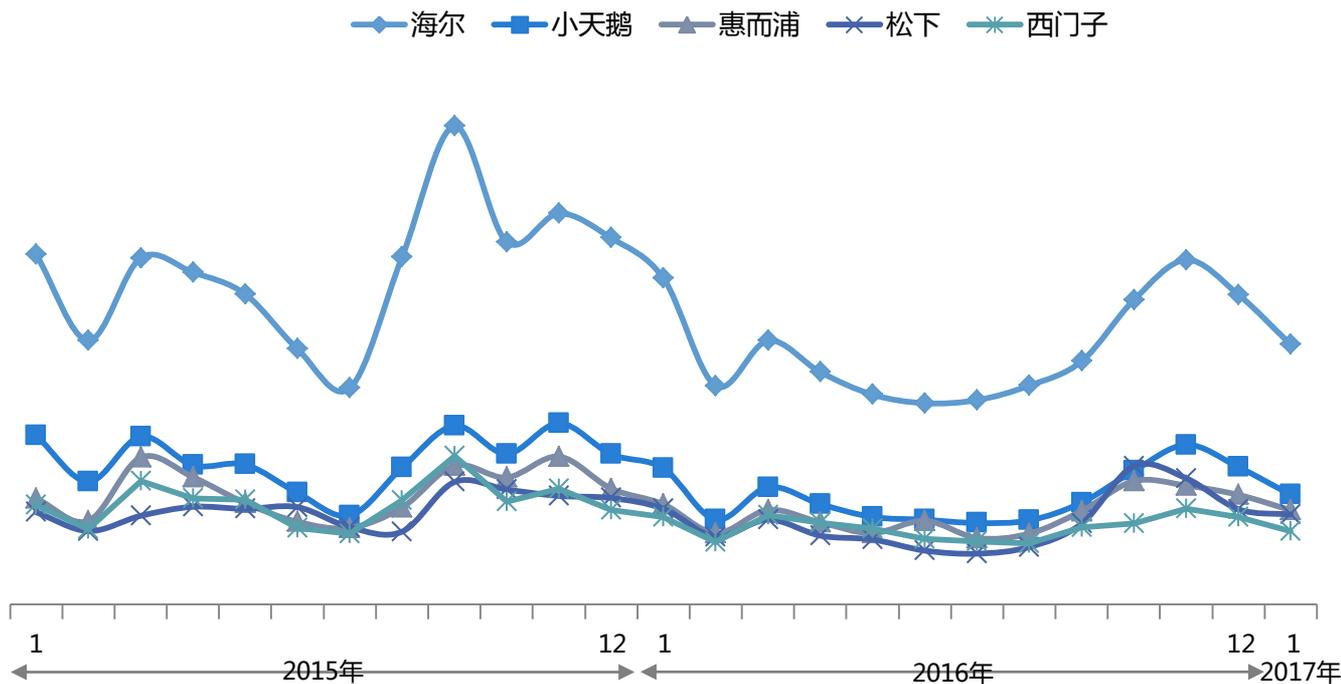


松下洗衣机份额提升

洗衣机品牌流量占比



2015-2017 洗衣机Top品牌流量



数据来源：360大数据

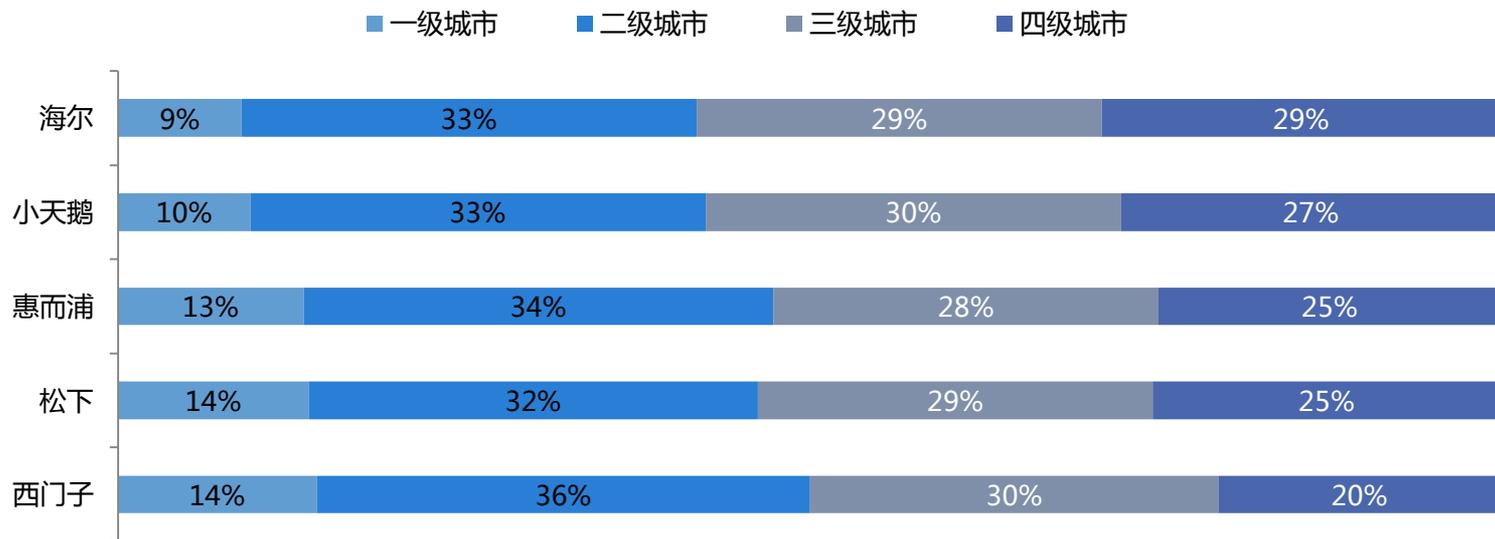
惠而浦洗衣机涵盖子品牌：三洋、荣事达等，下同



三四线城市更倾向行业Top品牌

一二线城市品牌选择多样化

洗衣机Top品牌不同城级流量占比

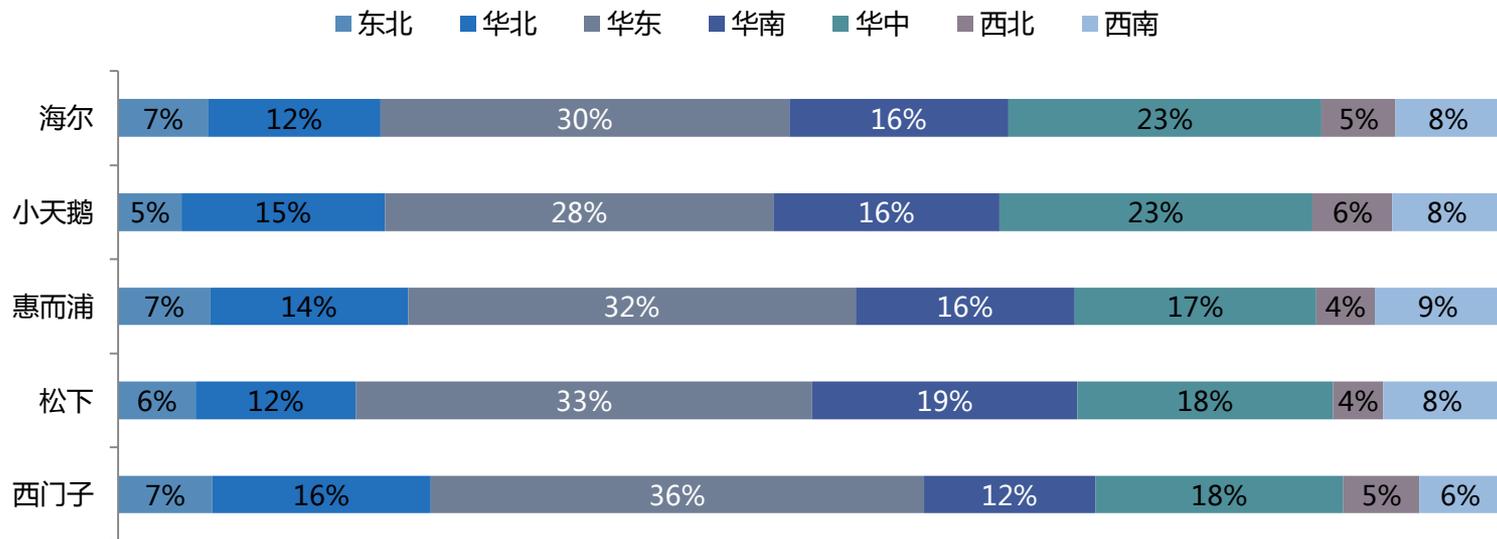




海尔和小天鹅流量区域占比均匀

西门子流量华北和华东合计占比超过50%，松下流量华南占比较高

洗衣机Top品牌不同区域流量占比





流量需求点分布均匀

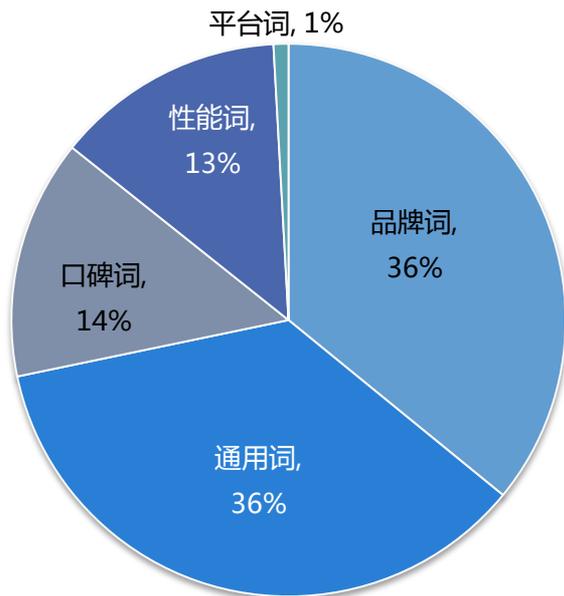
性能词流量Top5

- 全自动洗衣机
- 双桶洗衣机
- 洗衣机尺寸
- 滚筒洗衣机尺寸
- 洗衣机全自动

口碑词流量Top5

- 洗衣机质量排行榜
- 洗衣机哪个牌子好
- 洗衣机品牌排行榜
- 三洋洗衣机怎么样
- 滚筒洗衣机哪个牌子好

洗衣机流量词性占比



品牌词流量Top5

- 海尔洗衣机
- 小天鹅洗衣机
- 西门子洗衣机
- 小天鹅洗衣机官网
- 三洋洗衣机

通用词流量Top5

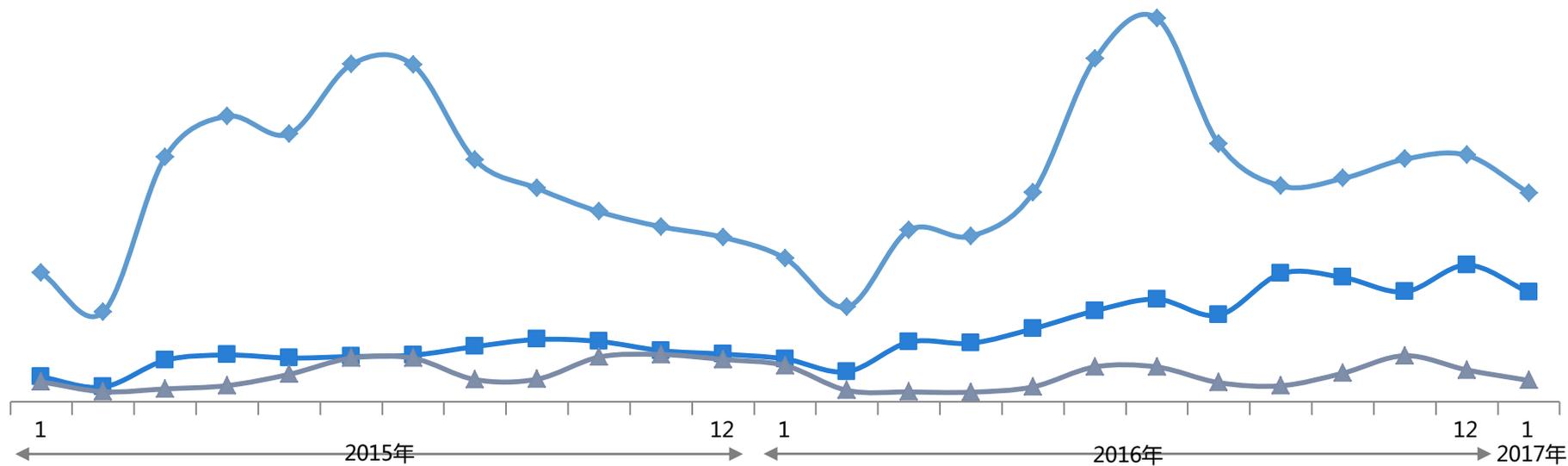
- 洗衣机
- 洗衣机维修
- 投币洗衣机
- 洗衣机怎么清洗
- 大型洗衣机

中央空调流量提升

其他体感温度调节电器不会对空调造成威胁

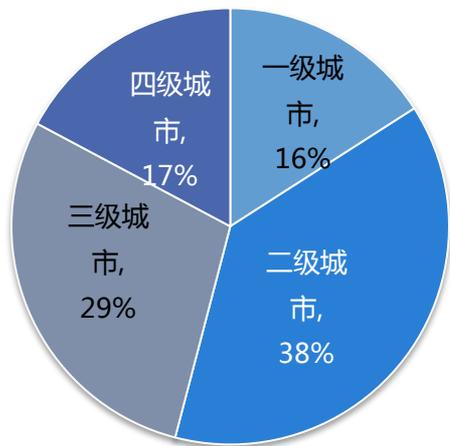
2015-2017 空调相关品线流量

—◆— 空调 —■— 中央空调/家用中央空调 —▲— 空调替代产品

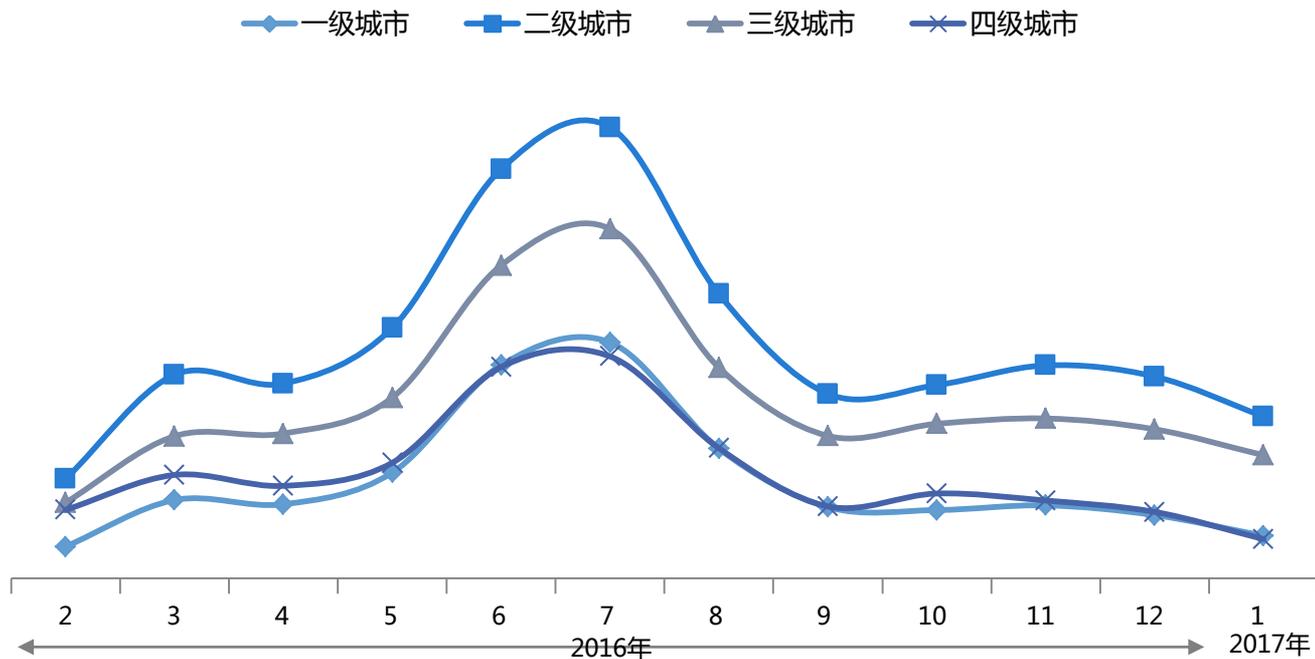


四线城市流量份额超一线

空调不同城级流量占比

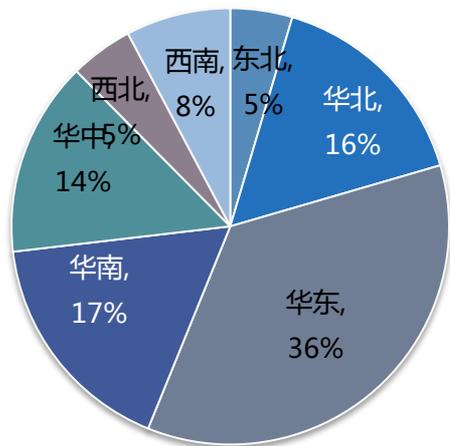


2016-2017 不同城级空调流量

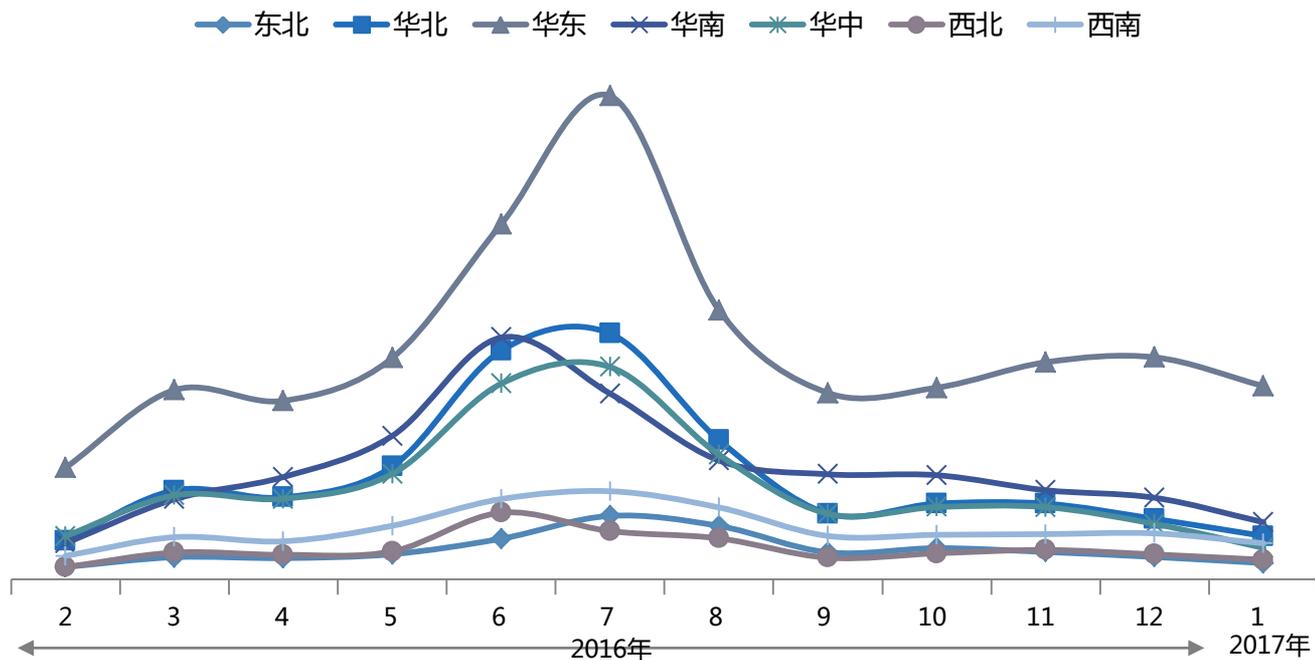


华南地区波峰提前

空调不同区域流量占比



2016-2017 不同区域空调流量



流量更集中，华东沿海、两湖、北京、四川更关注

广东

- 检索量占比排名第一：13.8%；TGI：100
- 对空调的流量贡献最高

山东/江苏/北京/湖北/四川/湖南

- 检索量占比：4%~9%；TGI>110
- 对空调流量贡献较高，同时关注度较高

浙江/河南/河北

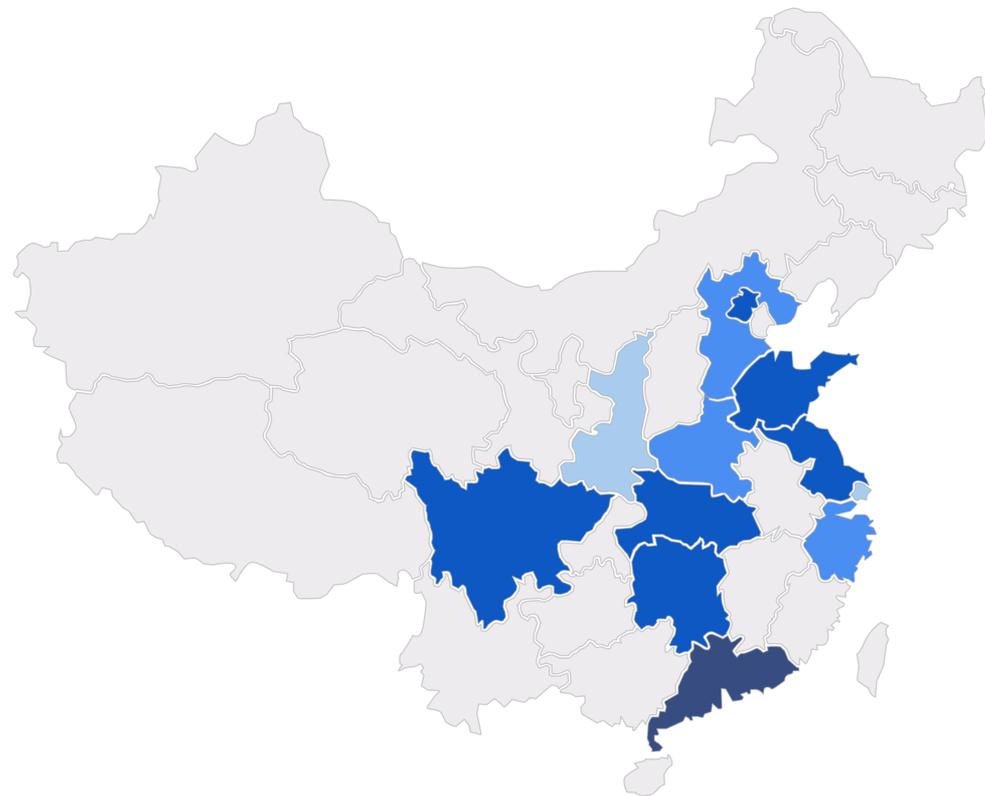
- 检索量占比：4%~8%；TGI在100左右浮动
- 对空调流量贡献较高，但关注度偏低

上海/陕西

- 检索量占比：2%~4%；TGI>110
- 对空调流量贡献中等，关注度较高

其他地区

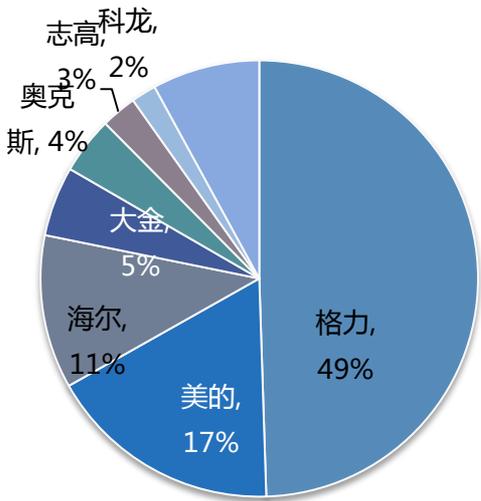
- 流量偏低、对空调关注较低



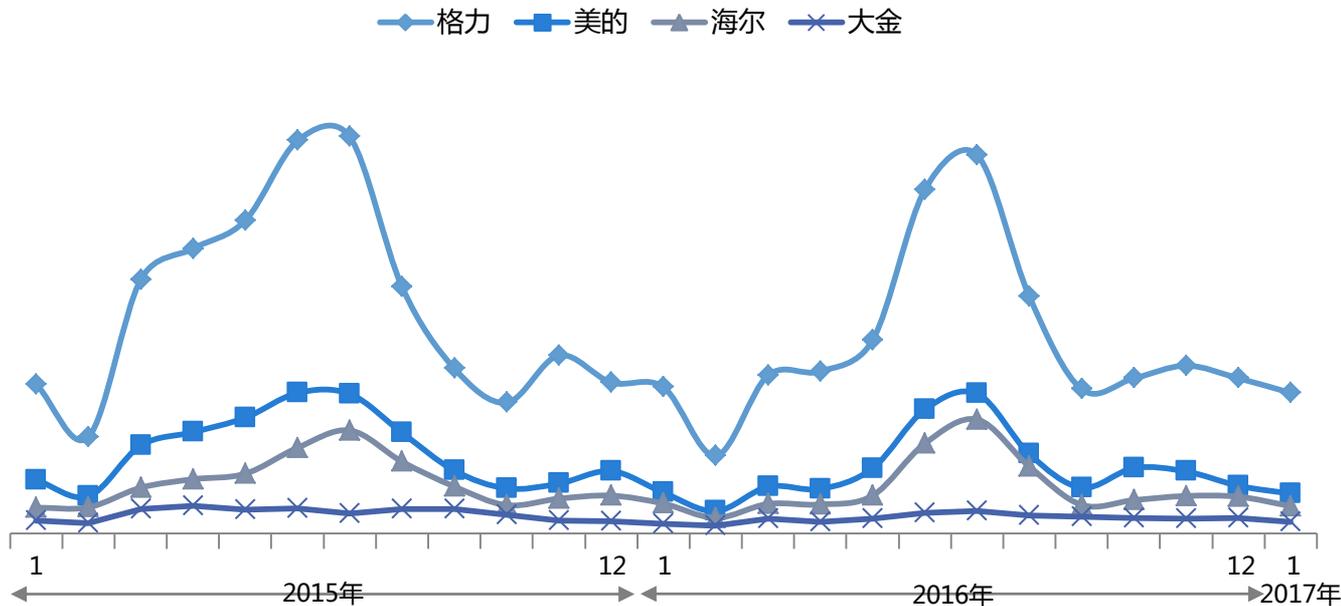
格力份额近半

格力份额49%，优势依旧明显

空调品牌流量占比



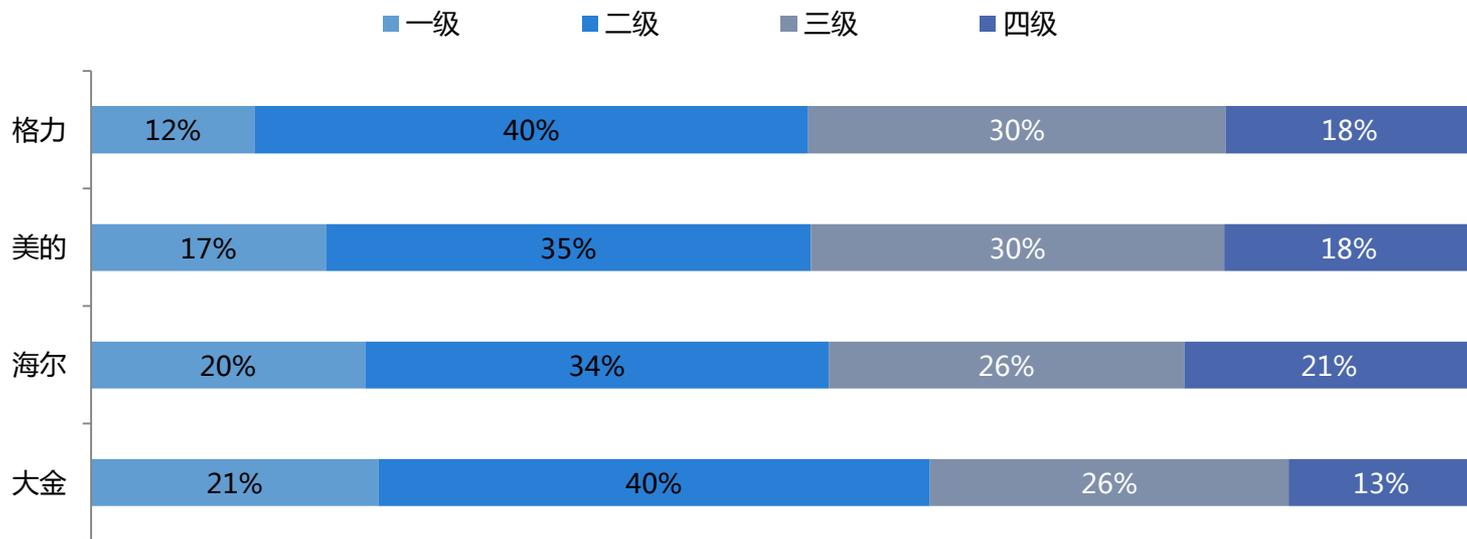
2015-2017 空调Top品牌流量



格力流量二线城市最多

大金流量一二线城市合计占比超过6成

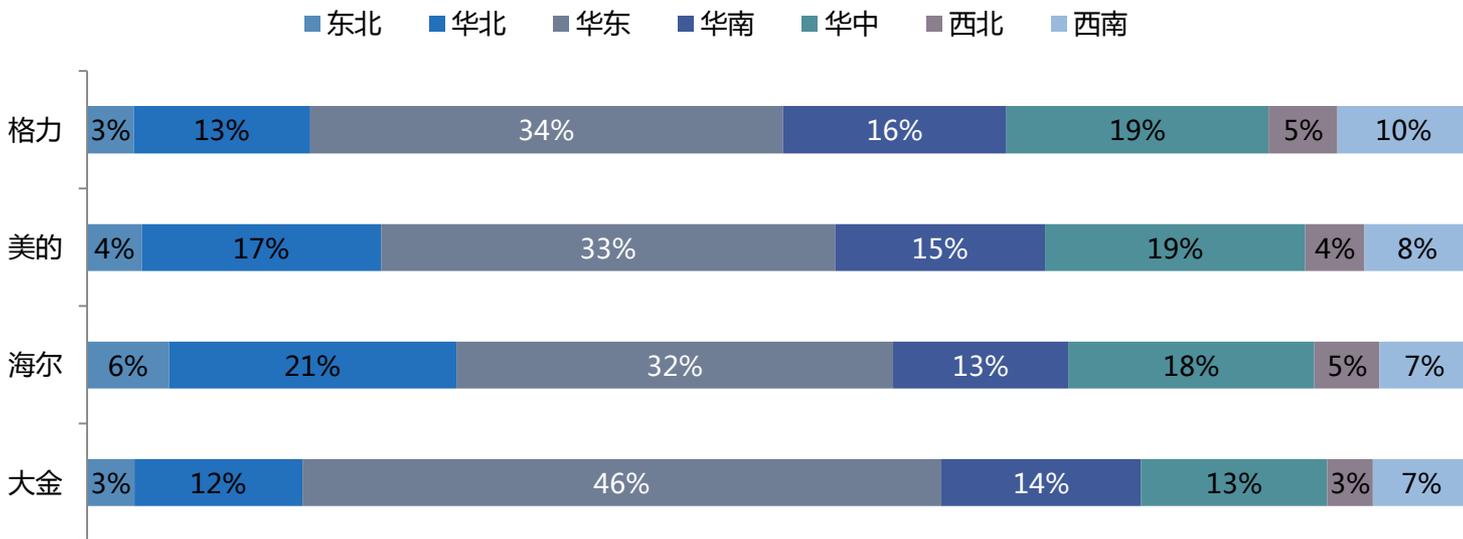
空调Top品牌不同城级流量占比



南格力、北海尔、东大金

格力在华南、西南流量占优势；海尔在华北、东北流量占比优势更突出；大金华东流量占比接近50%

空调Top品牌不同区域流量占比



流量更多集中在泛需求阶段

用户对通用词的关注最高，针对泛需求用户的品牌曝光，空调品线蕴含更肥沃的土壤

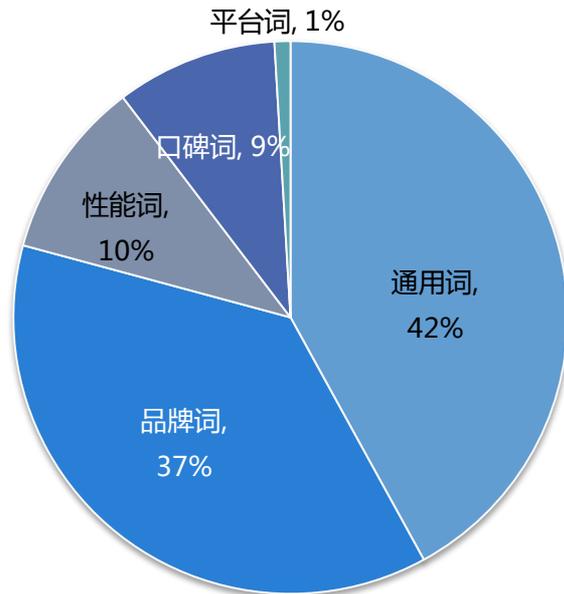
口碑词流量Top5

空调排行榜前十名
空调排行榜
奥克斯空调怎么样
空调哪个牌子好
美的空调怎么样

性能词流量Top5

变频空调和定频空调的区别
空调定频和变频的区别
变频空调
空调匹数
空调变频和定频的区别

空调流量词性占比



通用词流量Top5

空调
中央空调
空调维修
家用中央空调
空调品牌

品牌词流量Top5

格力空调
美的空调
海尔空调
大金空调
奥克斯空调

行业趋势

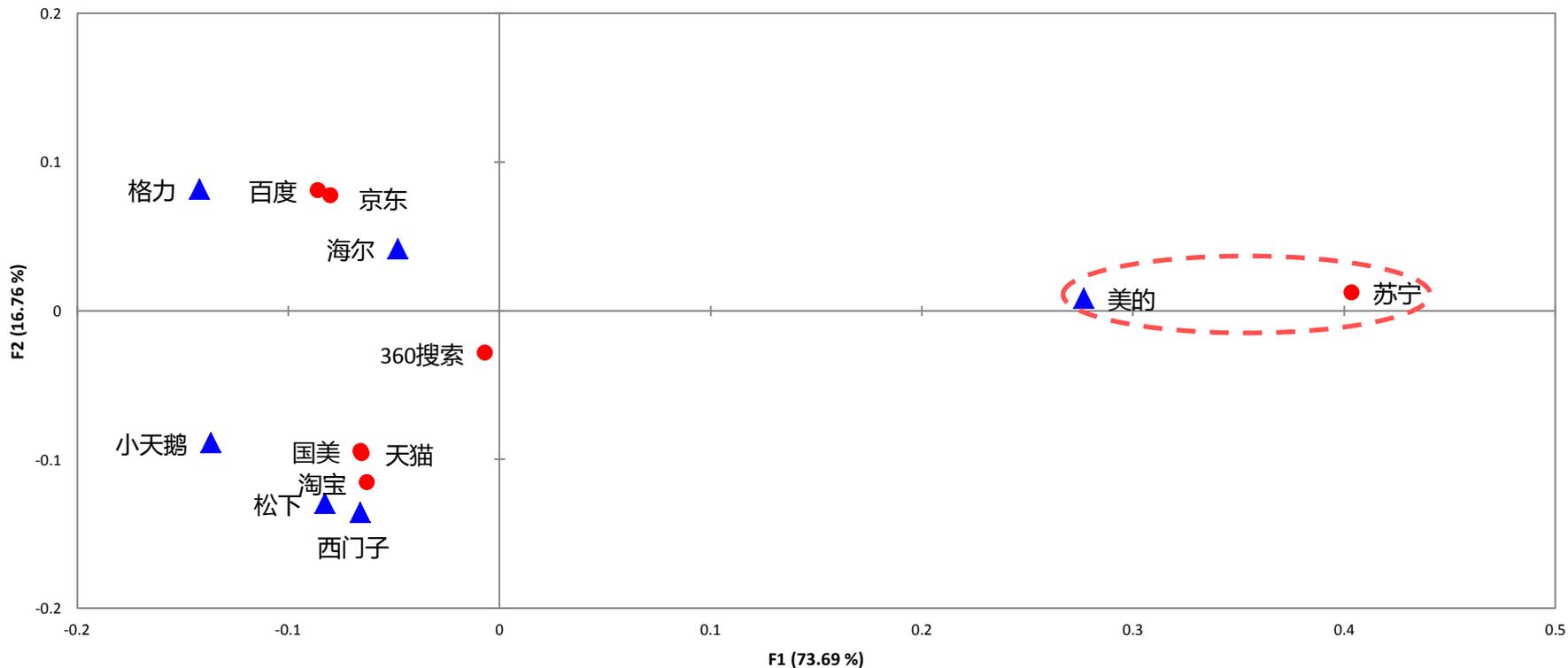
行为洞察

人群画像

- 电商平台品线关注呈现“冰狮子、洗老虎、空狗猫”特征。
- 用户对冰箱洗衣机共同关注的情况较多，空调流量独立性更强。

苏宁和美的交叉流量较大

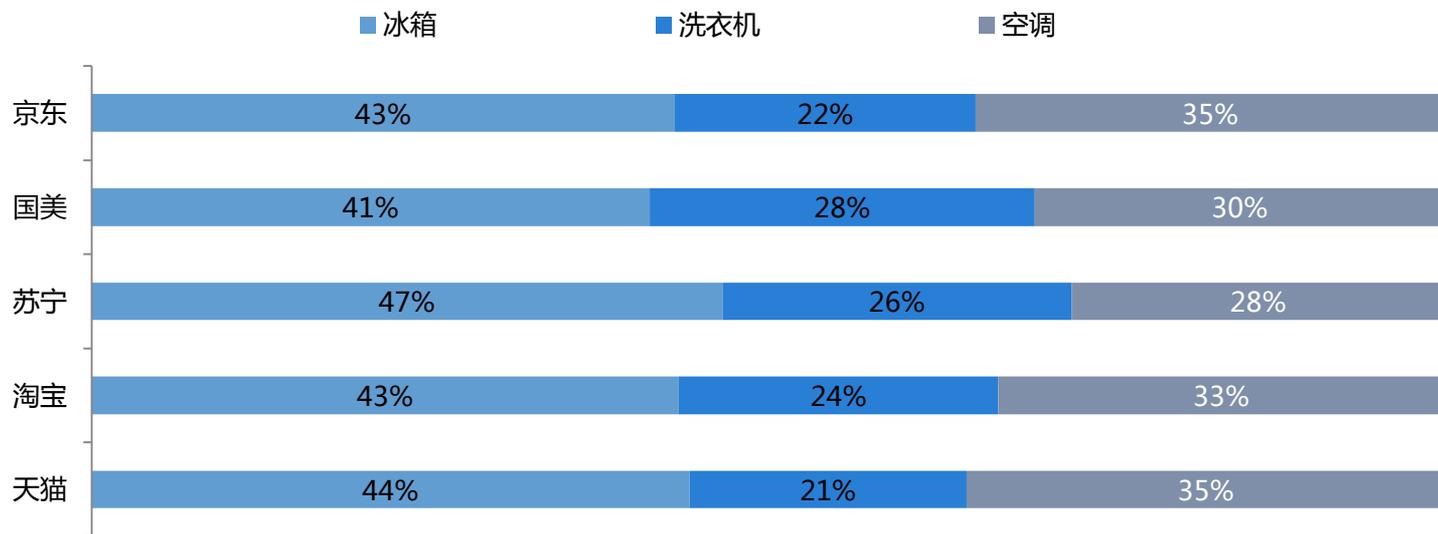
不同品牌流量来源对应分析



冰狮子、洗老虎、空狗猫

苏宁冰箱流量占比最高，国美洗衣机流量、京东和天猫空调流量大

各电商平台品线流量占比



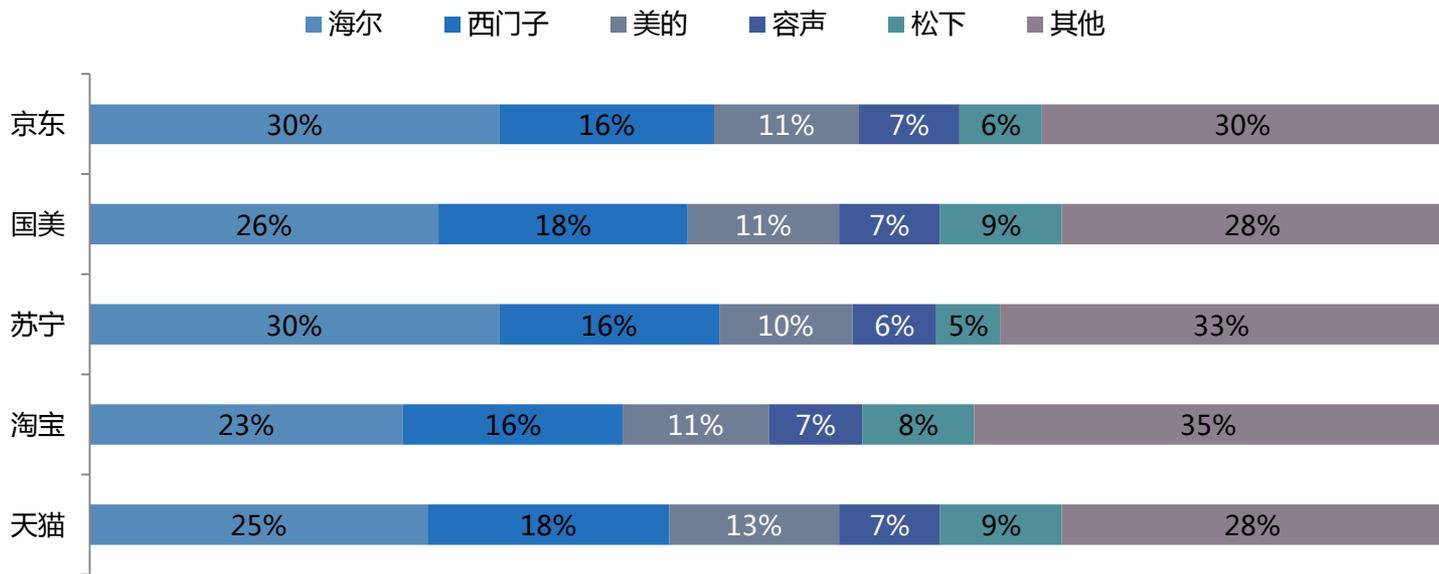
注：此处结论对应不同电商平台的吉祥物，狮子对应苏宁易购、老虎对应国美、狗对应京东、猫对应天猫

数据源为5月的电商站内流量数据，品线占比与报告上文并不矛盾，此处只对比平台差异

数据来源：360大数据，2016年5月

海尔在京东和苏宁流量优势更强

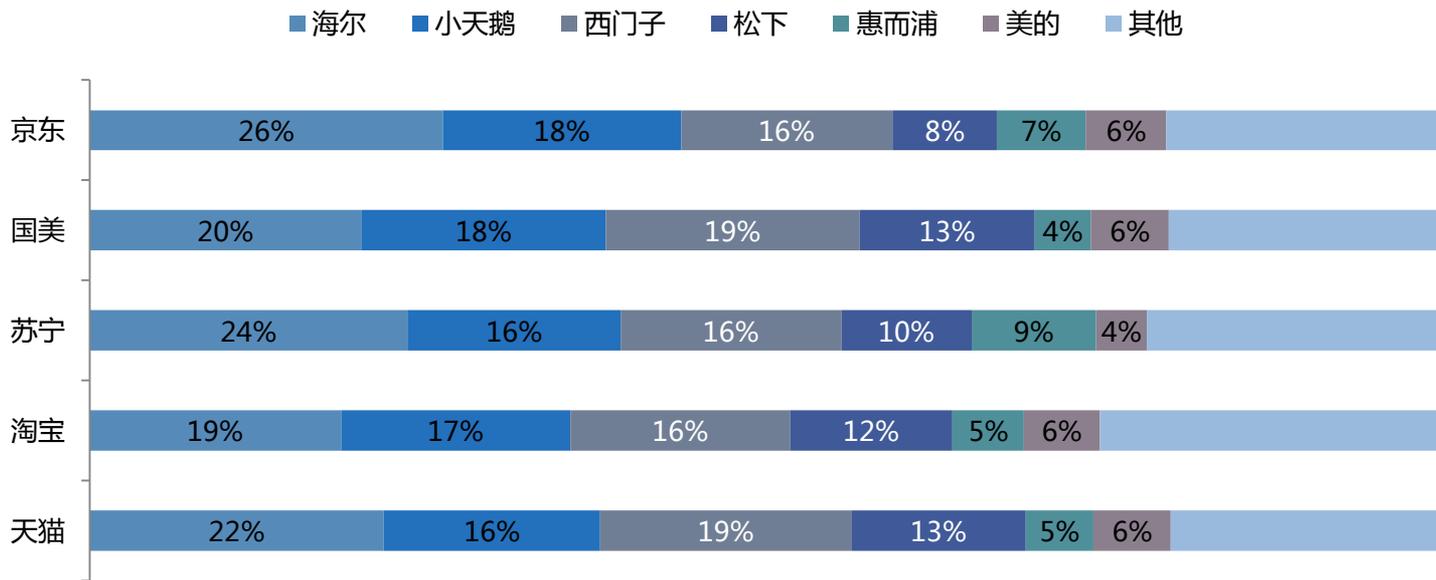
各电商平台冰箱品牌流量占比





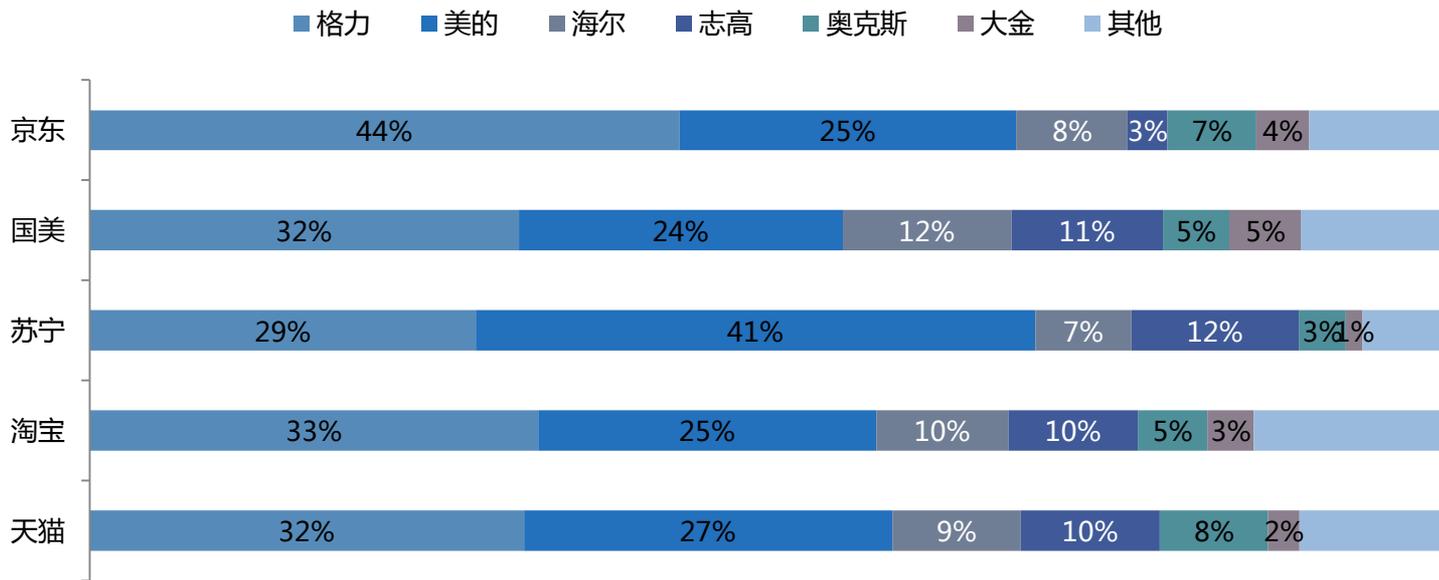
淘宝平台Top品牌流量占比较低

各电商平台洗衣机品牌流量占比



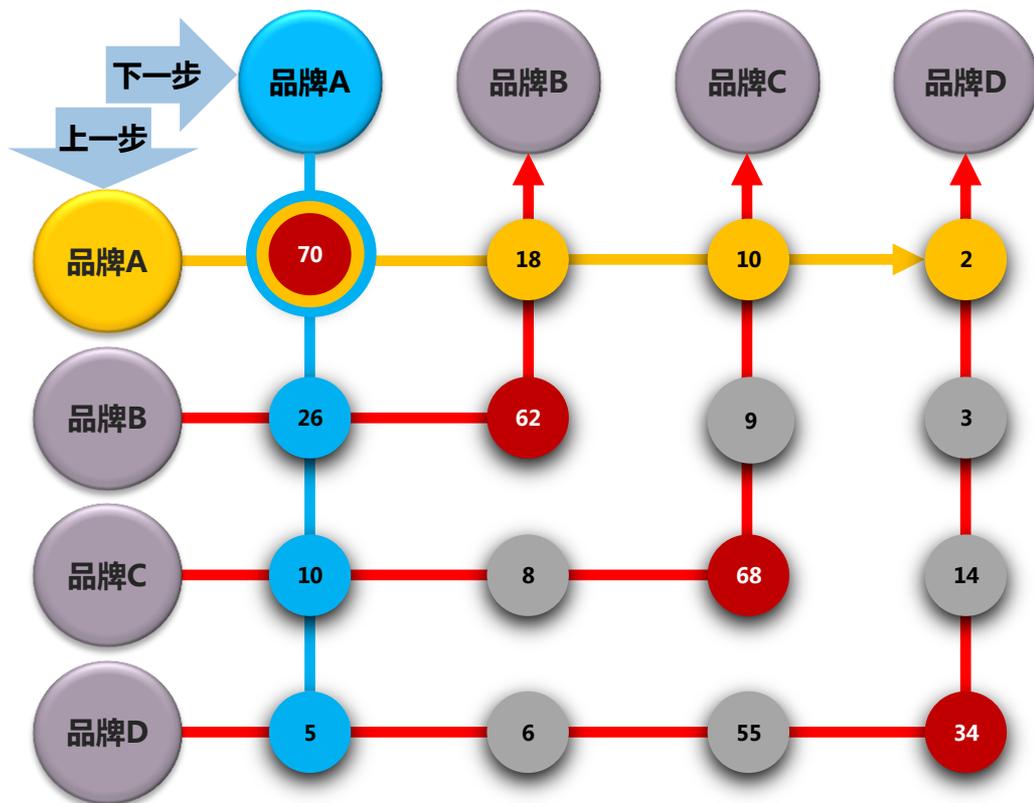
京东格力、苏宁美的空调流量优势明显

各电商平台空调品牌流量占比



品牌忠诚叛变模型

通过用户对品牌关注路径的还原，帮助品牌判断竞争关系、市场变化、自身竞争力

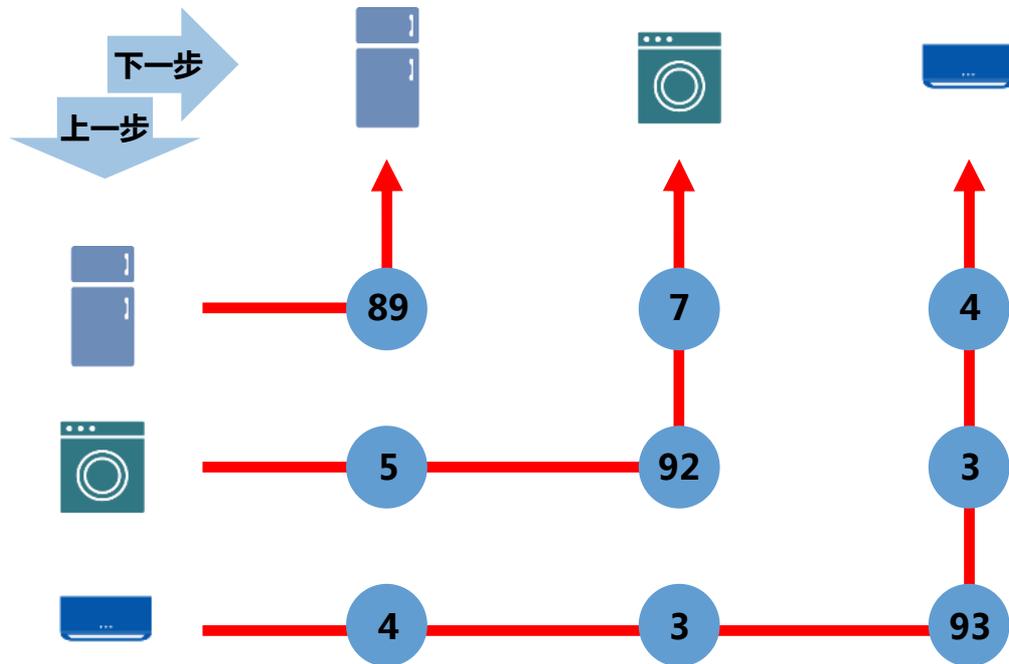


品牌自身忠诚度评估
品牌竞争力检测

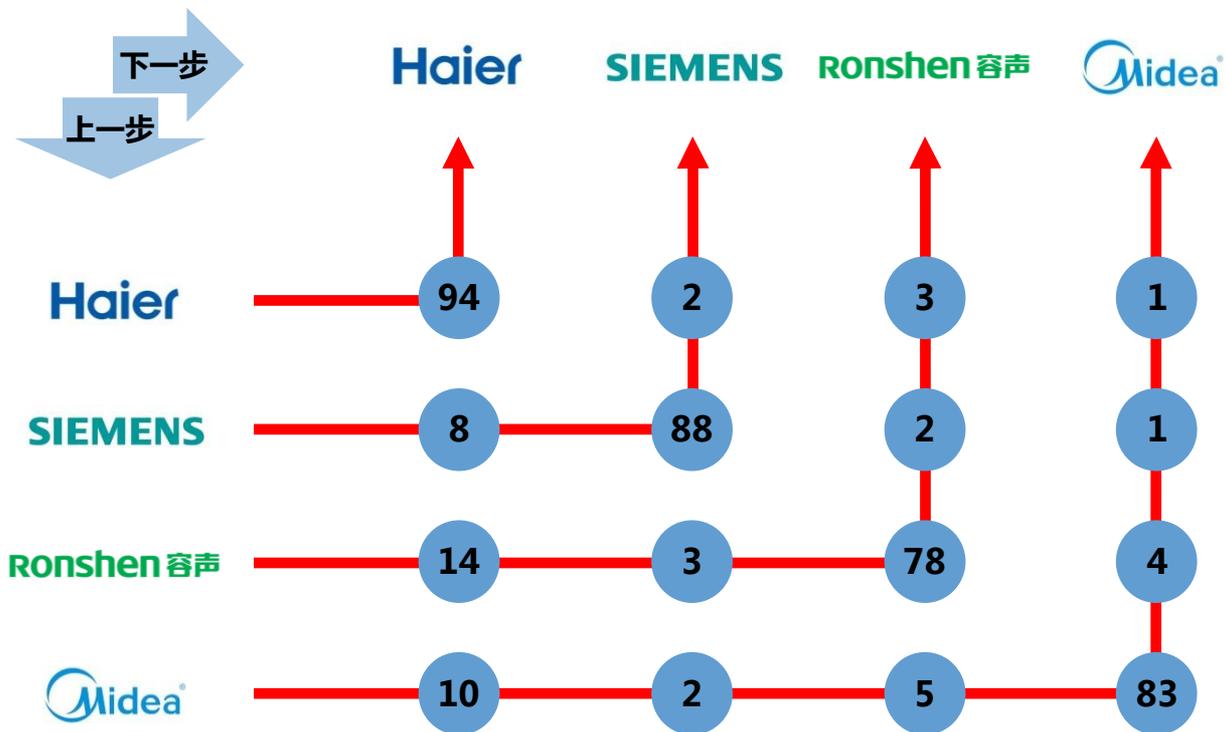
品牌之间竞争关系评估
竞争对手及竞争程度判断

量化品牌竞争潜力
市场竞争趋势判断

冰箱洗衣机共同关注情况较多，空调流量独立性较强

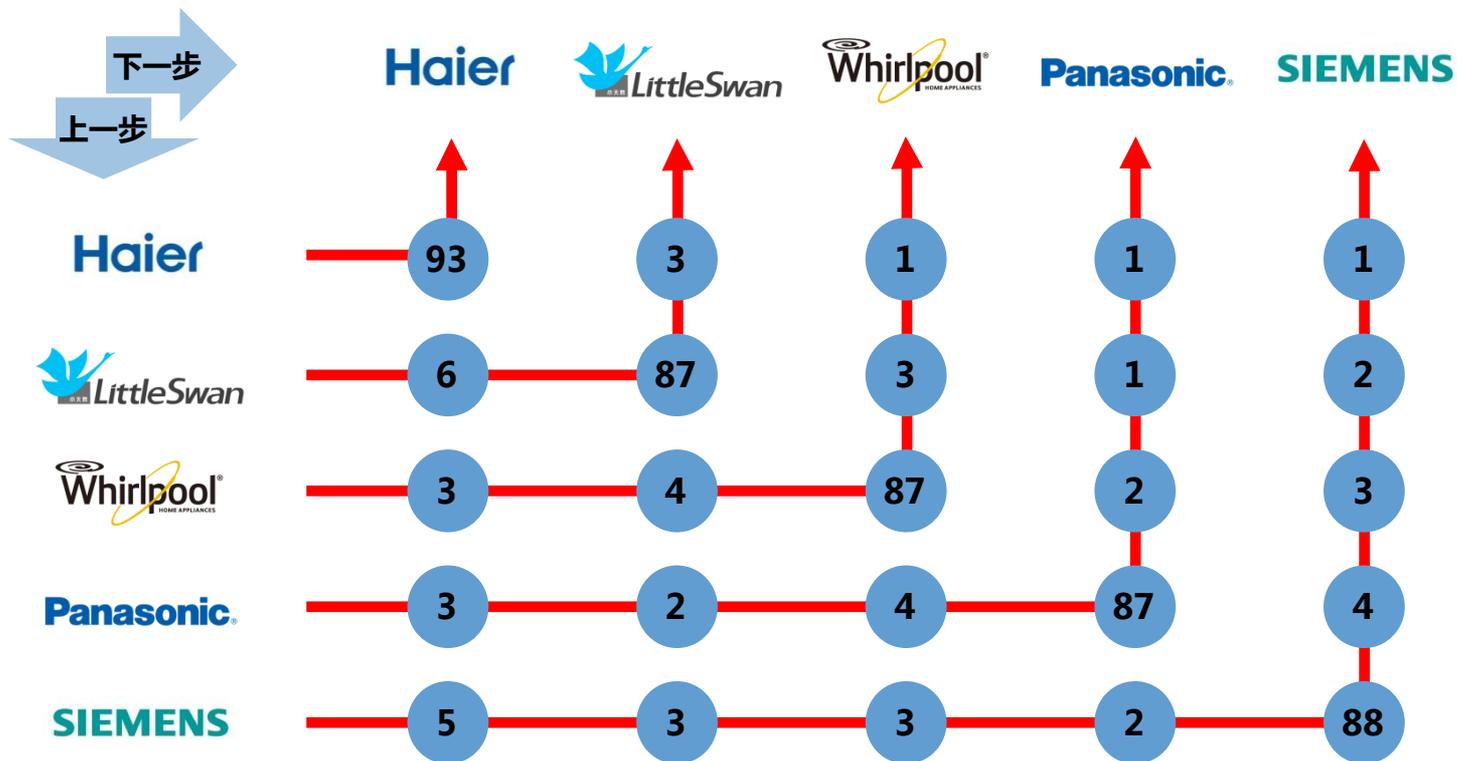


海尔冰箱攻防优势明显

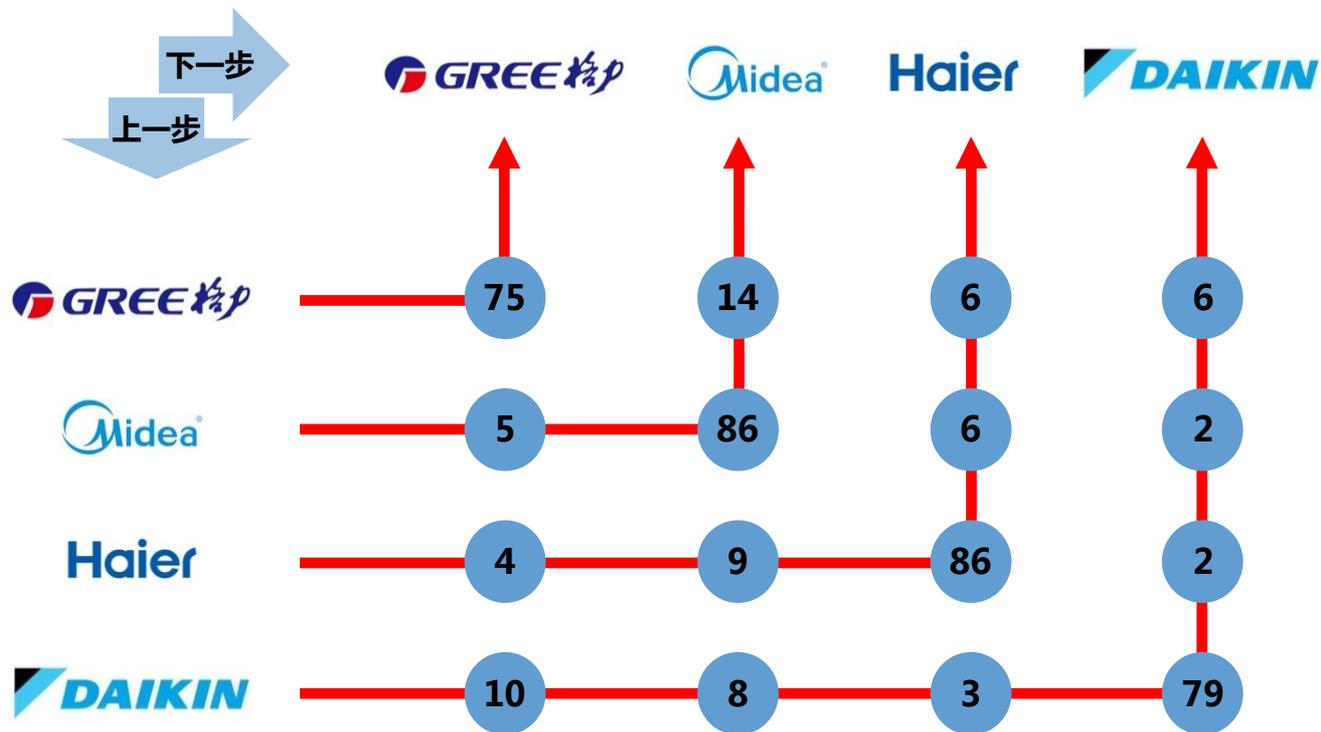




洗衣机品线用户忠诚度高，海尔具品牌优势



美的针对格力空调流量的抢夺较多



行业趋势

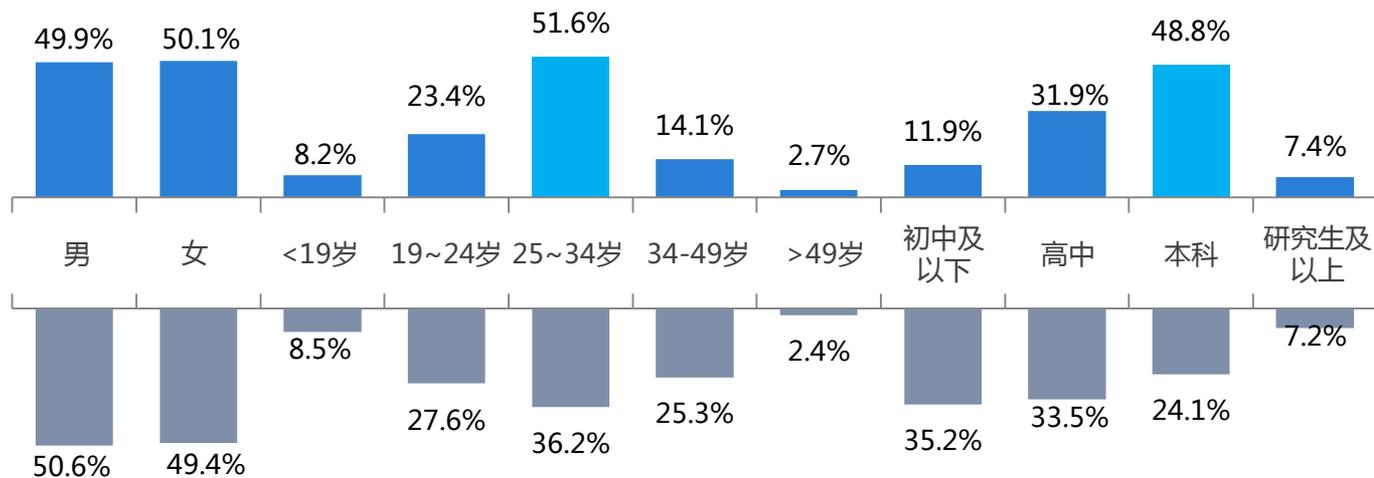
行为洞察

人群画像

- 用户主要为25-34岁高学历人群，日常关注房产家居和健康养生，喜欢浏览电商和门户网站，常逛天涯、知乎、人人和豆瓣，购物兴趣以家电、家装、汽车为主。

白电用户为25-34岁高学历人群

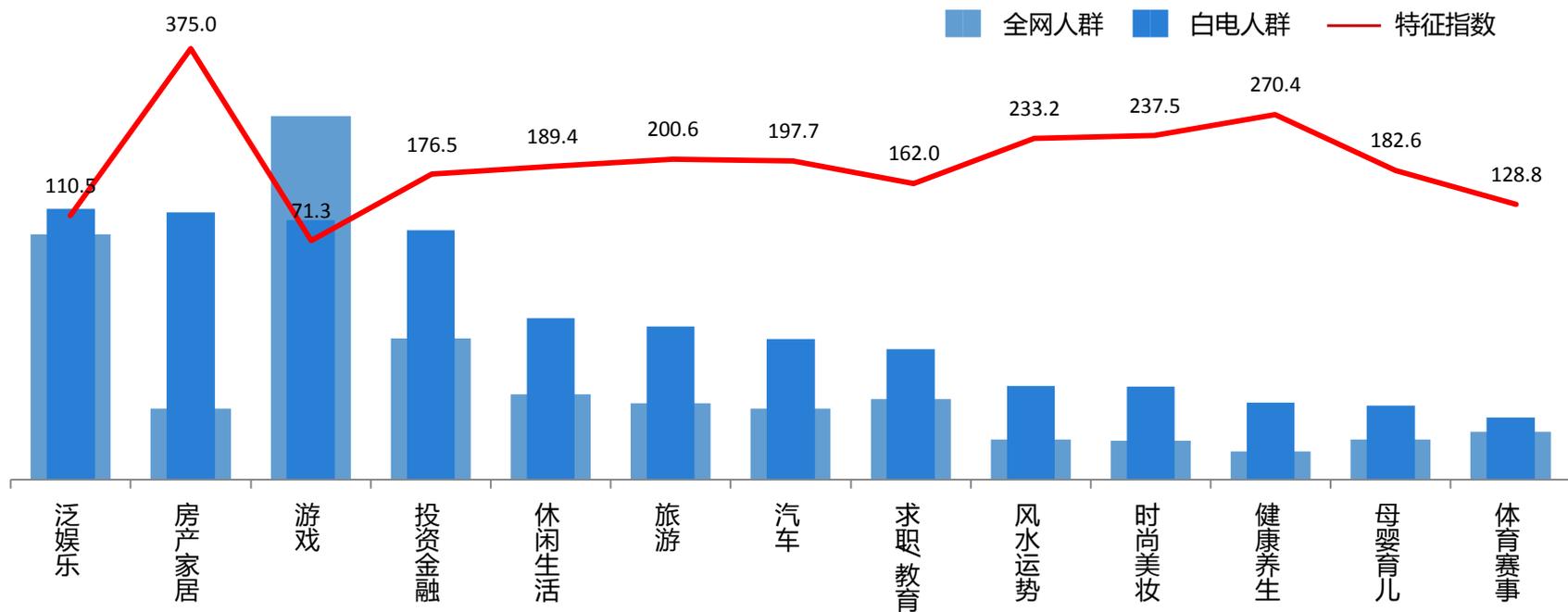
白电行业



360搜索

白电人群日常关注房产家居和健康养生

白电人群兴趣点分布

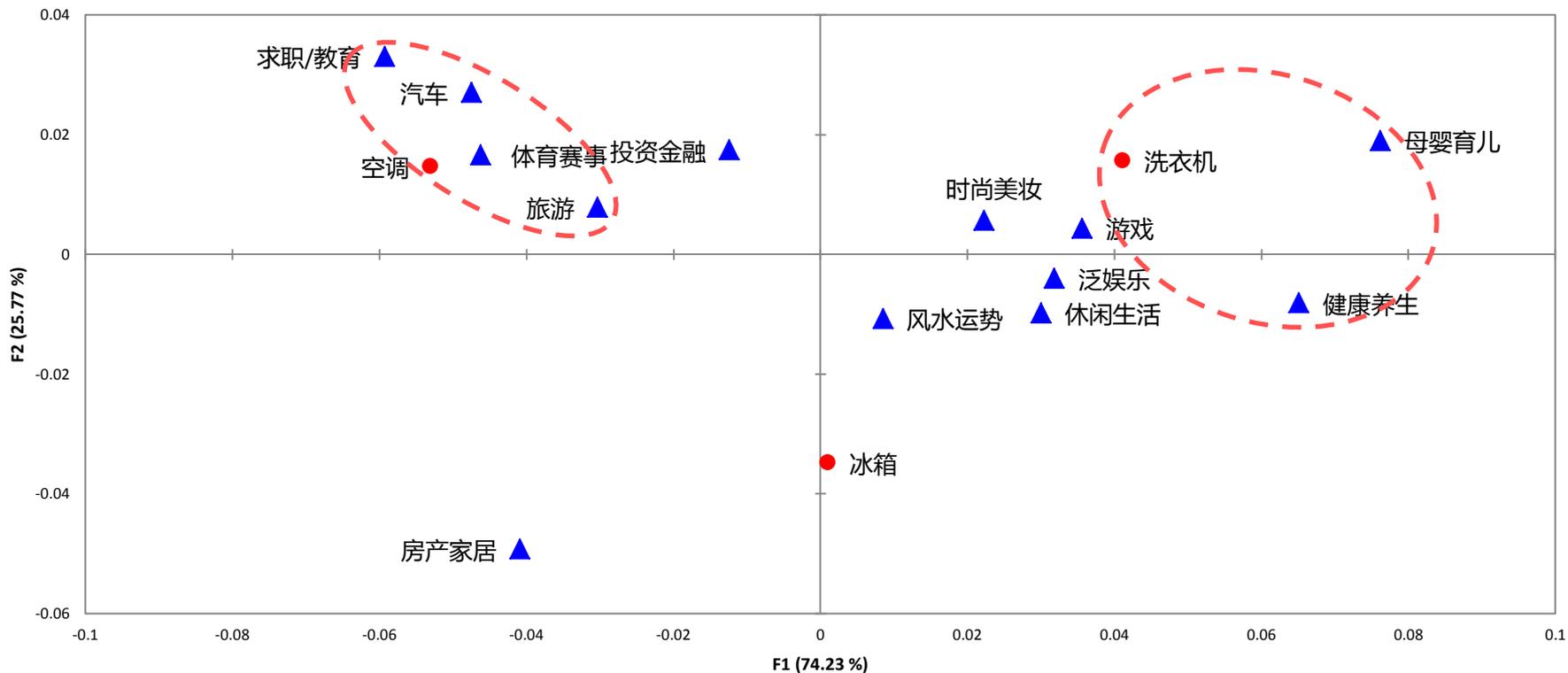


特征指数 = $\frac{\text{行业人群的兴趣占比}}{360 \text{ 总体人群的兴趣占比}} \times 100$ ，反映行业人群与总体的差异，指数越高，代表行业人群对该兴趣关注越多，下同

数据来源：360大数据，2016年11月-2017年1月

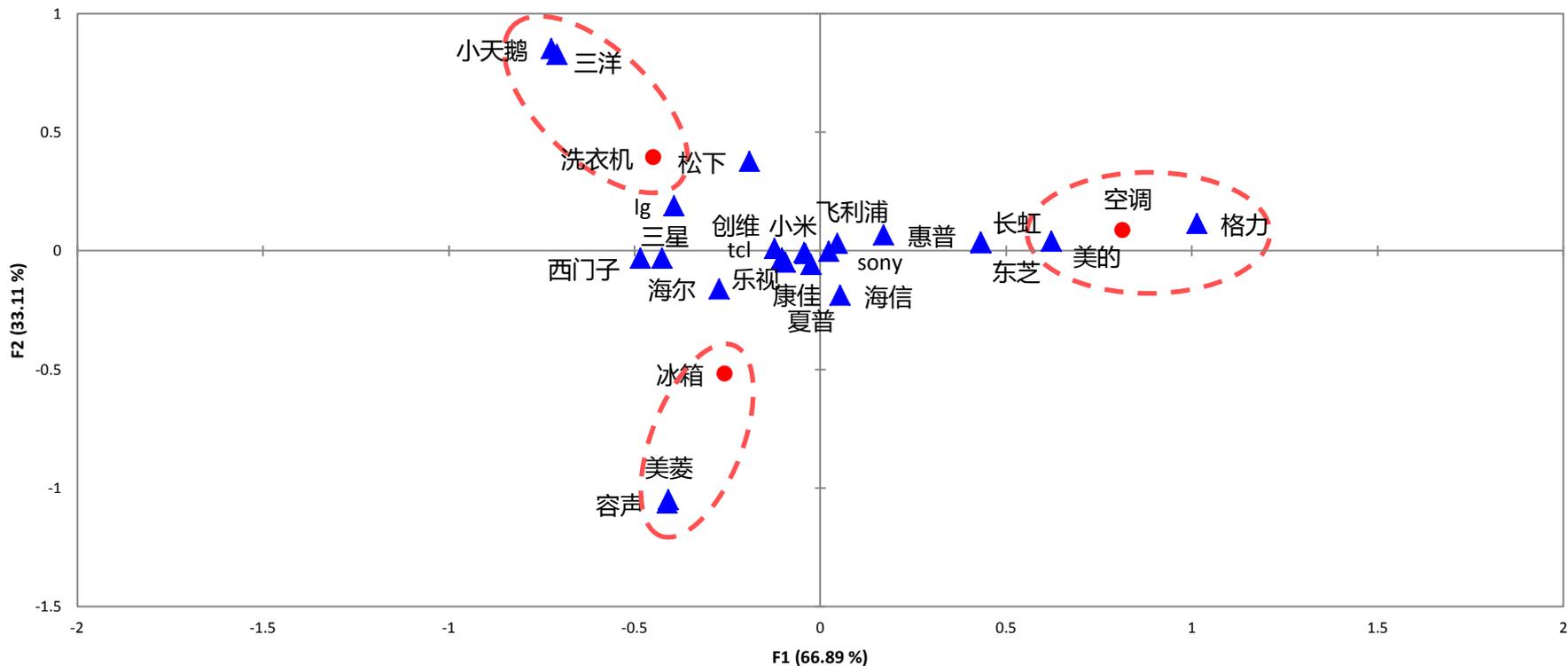
洗衣机人群更关注母婴育儿和健康养生

不同品线人群兴趣点对应分析



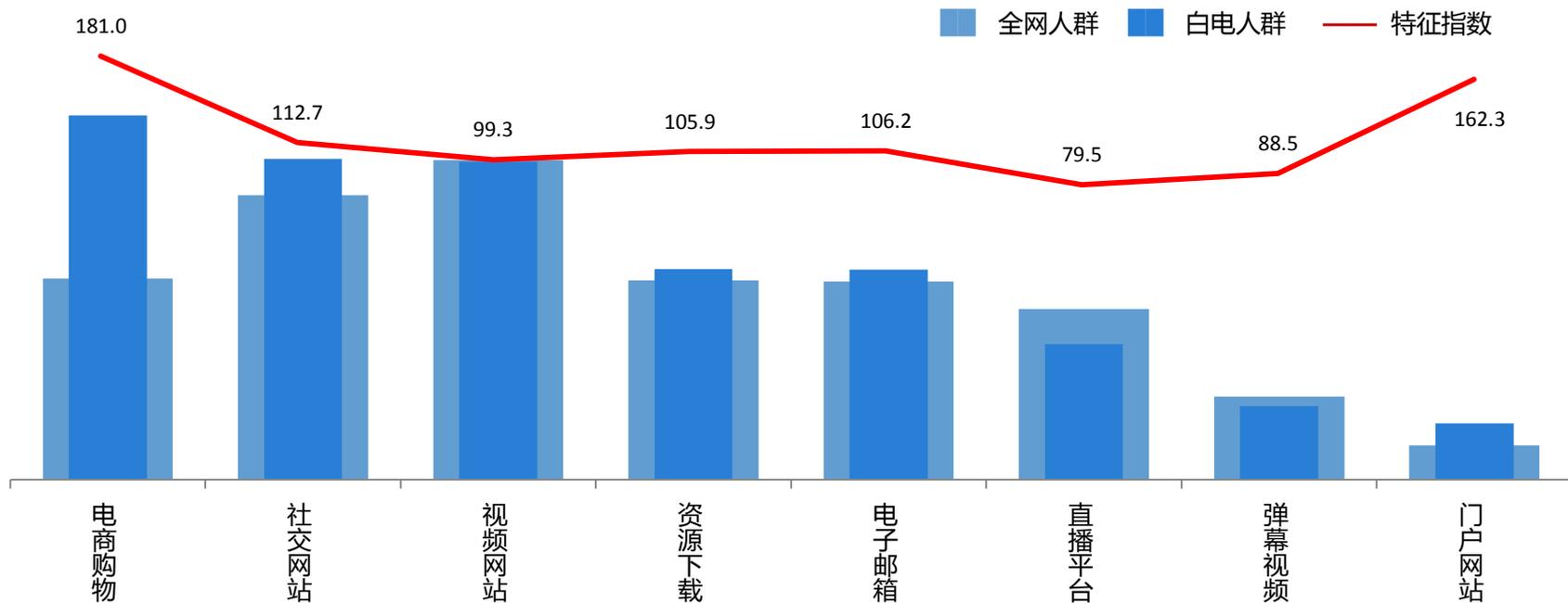
用户对美的空调的认知度强于美的冰洗

不同品线人群电器品牌偏好对应分析



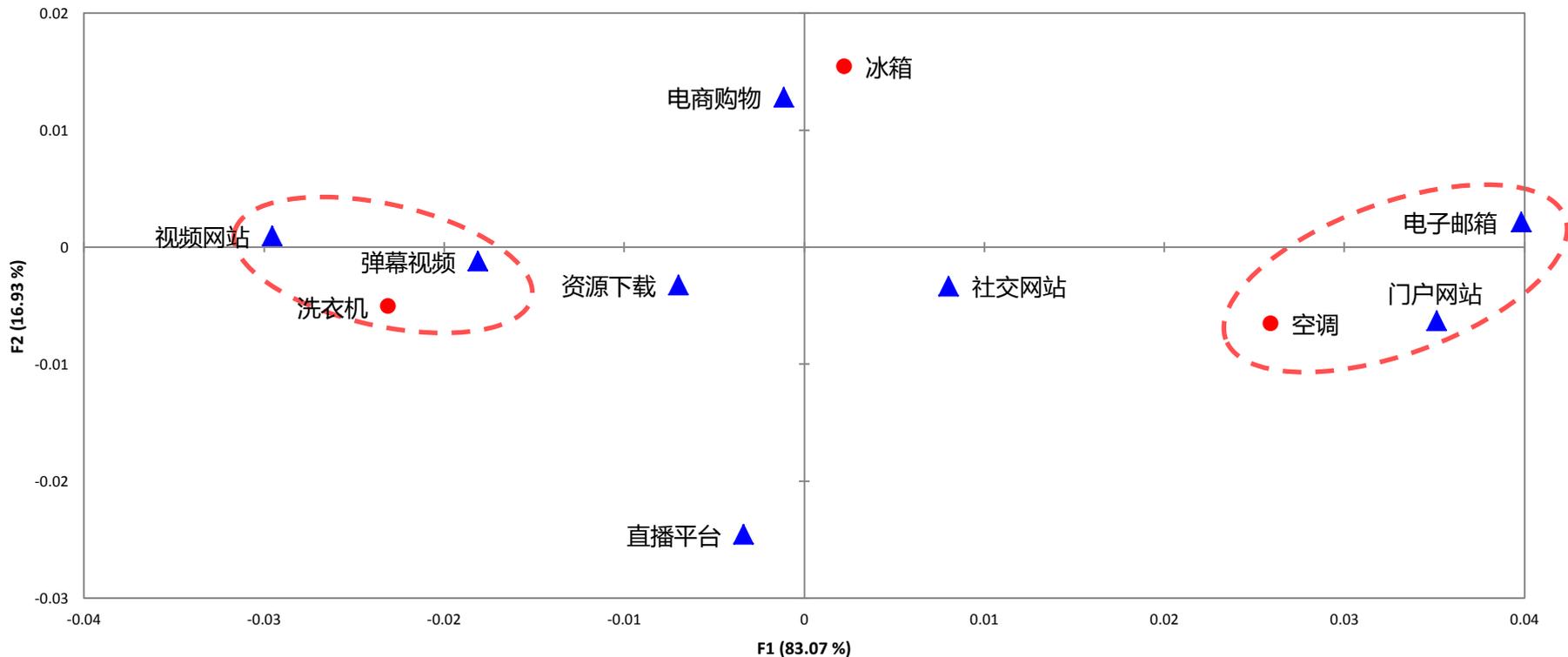
行业人群喜欢浏览电商和门户网站

白电人群互联网行为偏好分布



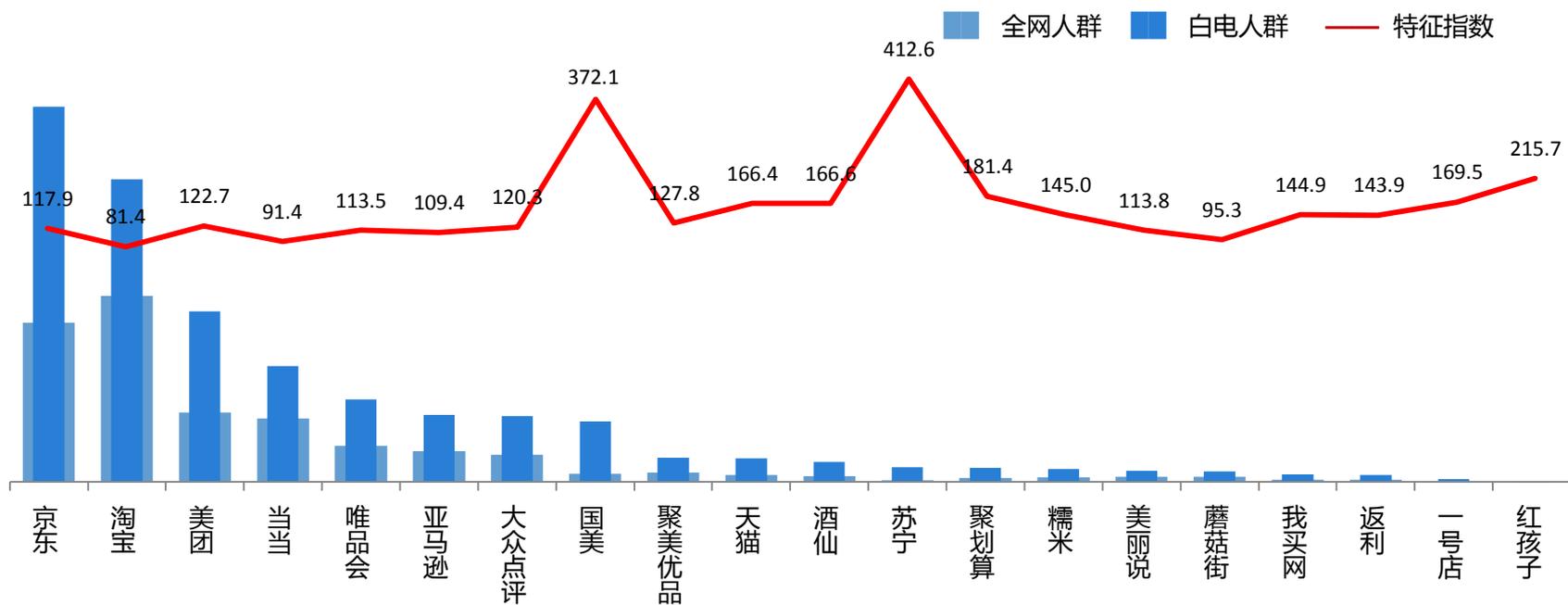
空调人群更多浏览电子邮箱和门户网站

不同品线人群互联网行为偏好对应分析



白电用户最关注的电商是京东，国美苏宁白电属性更强

白电人群电商偏好分布



白电人群购物兴趣以家电、家装、汽车为主

白电人群购物兴趣指数Top20-大类

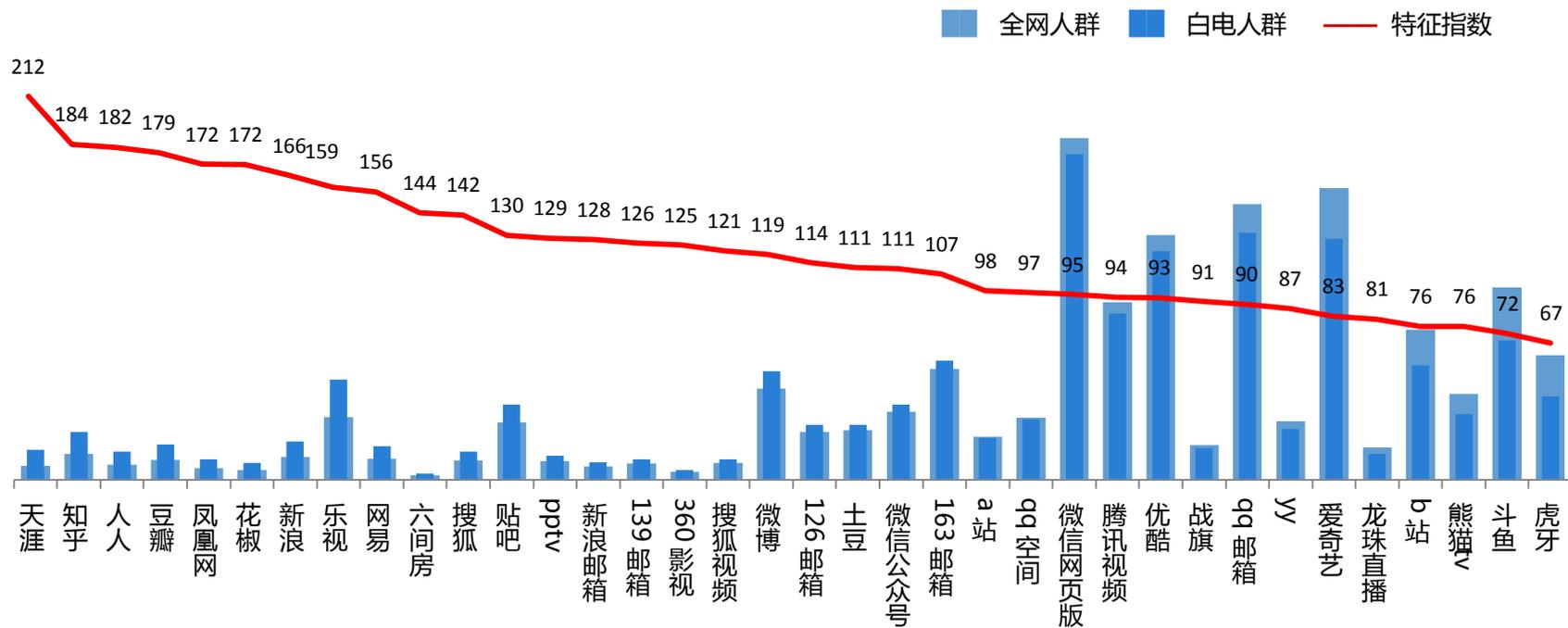
图书音像-家居书籍
家电办公-厨房电器
汽车用品-汽车
家居建材-家具
医药保健-中西药
家电办公-生活电器
家居建材-家装建材
图书音像-工业/农业
图书音像-食品饮料
汽车用品-修车工具
图书音像-医学卫生
汽车用品-电动车/滑板车
家居建材-家纺布艺
医药保健-保健器械
汽车用品-安全/防盗用品
家电办公-影视音响
日用百货-口腔护理
日用百货-厨具餐具
家电办公-个人护理
家居建材-家居饰品

白电人群购物兴趣指数Top20-小类

家电办公-消毒柜
汽车用品-车载冷暖箱
图书音像-家用电器技术
家电办公-油烟机/燃气灶
家居建材-套装门
图书音像-生活百科书籍
家居建材-整体卫浴
家电办公-热水器
家电办公-空调扇
家居建材-整体厨房
家电办公-微波炉
家电办公-平板/液晶电视
家居建材-床褥/床笠
家居建材-窗帘
家居建材-冰箱贴
图书音像-家居装修书籍
家居建材-床垫
家电办公-电压力锅
家居建材-装饰材料
图书音像-军事人物

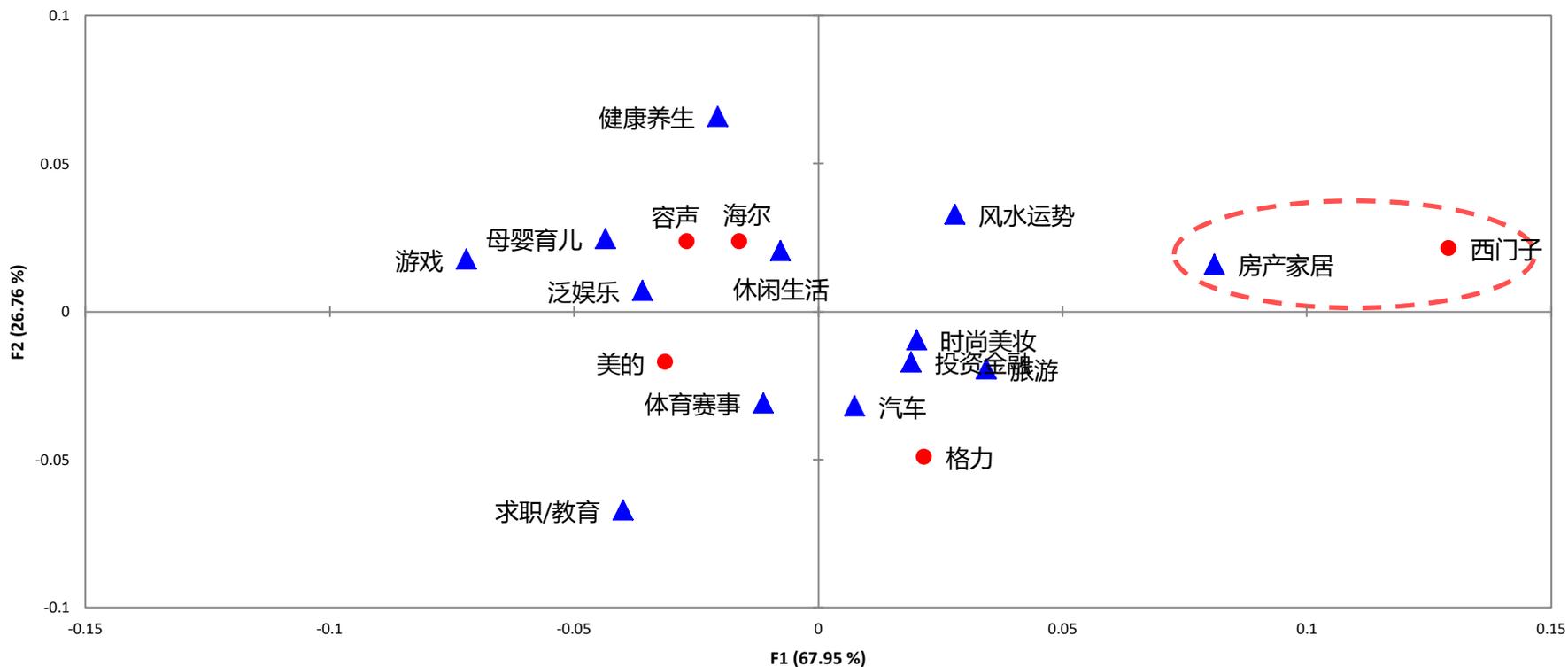
行业人群常逛天涯、知乎、人人和豆瓣

白电人群其他网站偏好分布



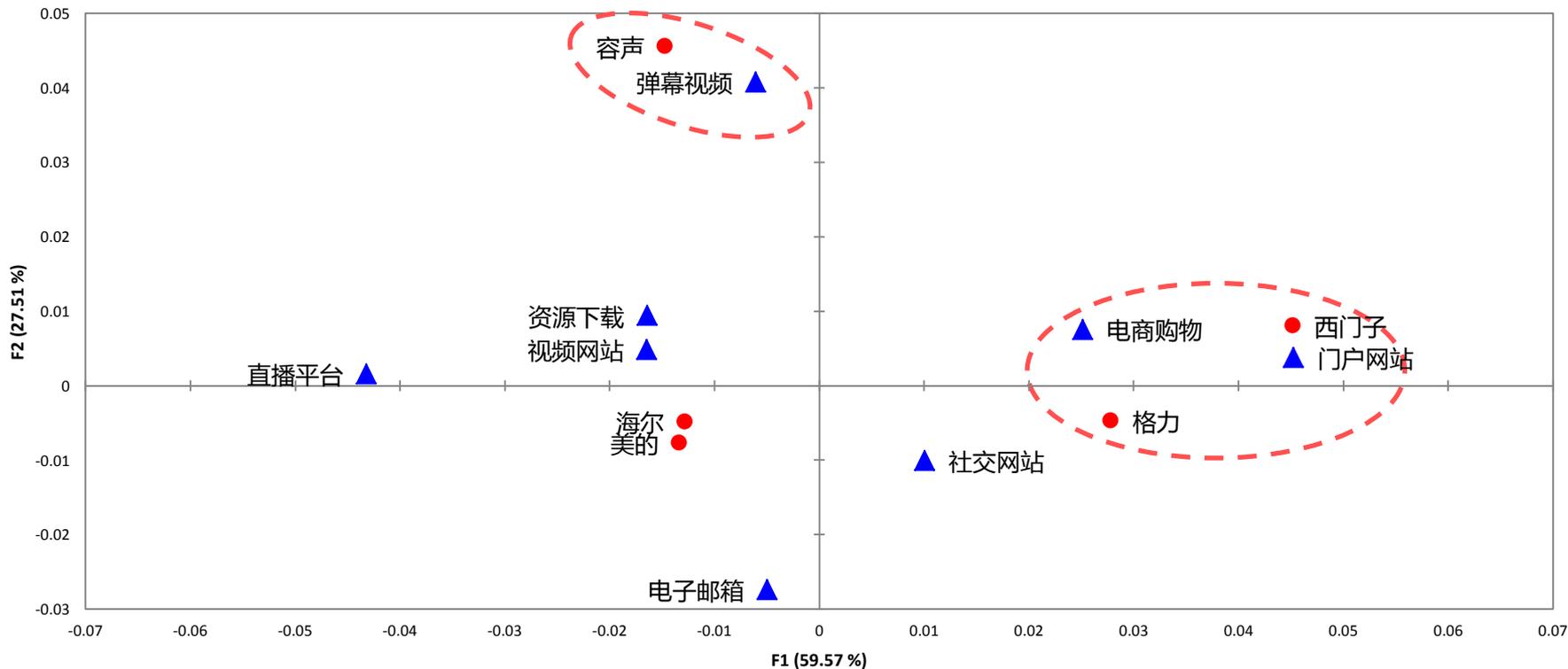
海尔和容声人群兴趣点高度重合

不同品牌人群兴趣点对应分析



西门子、格力人群偏好电商和门户，容声人群好弹幕

不同品牌人群互联网行为偏好对应分析



总结

2016年白电行业

流量稳定、季节波动

渠道下沉

品线：
中央空调关注提升

行为：
冰洗一起关注

人群：
高消费能力

