



# 雙11, 91APP 到底在忙什麼?

李崇維 / Nick Lee

資深工程師

# 講師簡介

# 講師簡介

TECH -  
DAY



- 待過 ODM, 外商技術客服
- AppWorks School iOS Class#4 畢業
- 2017/10 加入 91APP
- 從 iOS 寫到 Backend

# 雙 11 工作小組

TECH -  
DAY



# 前言

雙 11 的由來

# 大型 B2C 電商與購物平台的雙 11 活動

TECH -  
DAY





中心化的平台

V.S.

去中心化的品牌

# 實體品牌迎戰雙 11

TECH -  
DAY





# 實體電商的雙 11 活動

TECH -  
DAY



# 91APP 所扮演的角色 **軍火商**

TECH -  
DAY



## 1. 前台

順暢的使用者體驗並撐住流量的考驗

## 2. 後台

便利於商店設計活動、佈景意象與提供  
報表查詢業績的工具

## 3. 其他武器

推播、行銷小遊戲

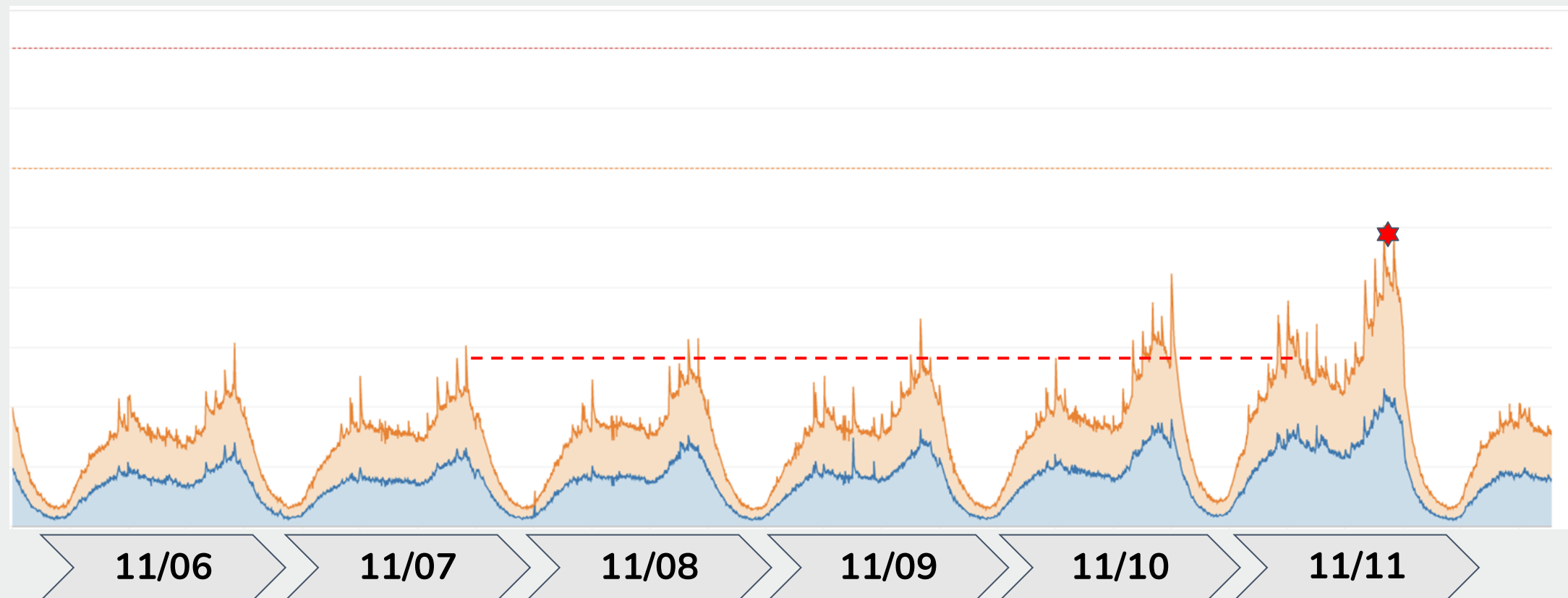


# 回到現場

談雙 11 的流量與其他影響因素

# 歷史上的雙 11 流量

TECH -  
DAY



流量平穩成長，今年呢？



# 口罩搶購

TECH -  
DAY

8/1  
上午11點

## 口罩開賣預告

(數量有限，售完為止)



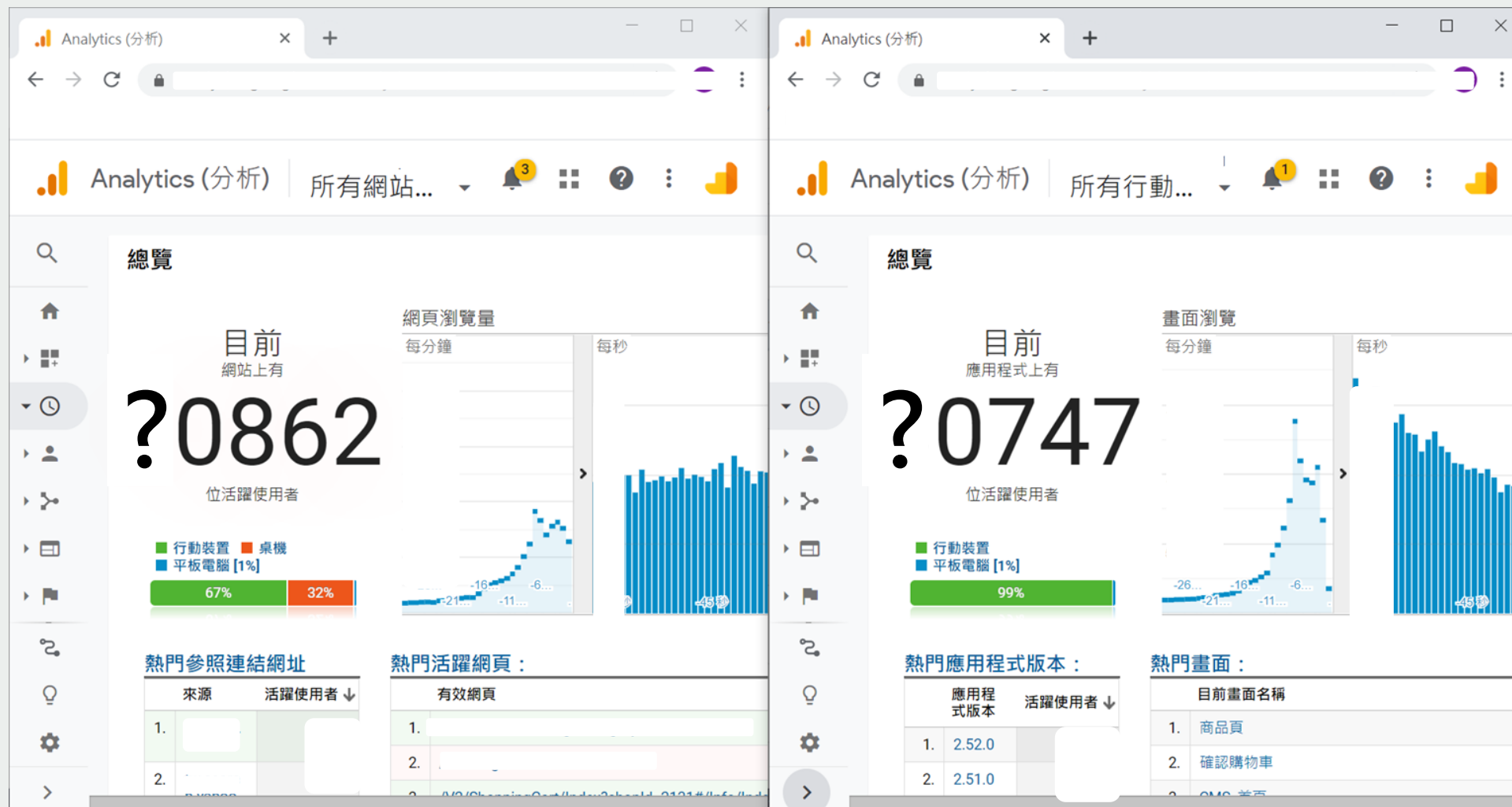
中衛醫療口罩、  
兒童口罩系列

網購限定▶



# 搶購所帶來的人流

TECH-  
DAY



# 除了人流還有...

TECH -  
DAY

搶購程式

帳號設定 時間設定 執行狀況 序號認證

帳號	密碼	搶購商品網址
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		

搶購商品時間 2020/10/25 下午 03:22:46

現在時間

22:59:09

☐ 除錯模式

開始執行

儲存設定

建議最多帳號數量

7

康是美 自動購買 搶 口罩 搶中衛口罩 搶書 搶 switch 機器人

5.0 ★★★★★ | 2 評價 | 4 已售出

\$1,600

運送 免運費 運費 \$0 ✓

數量 

- 1 +

 還剩6件

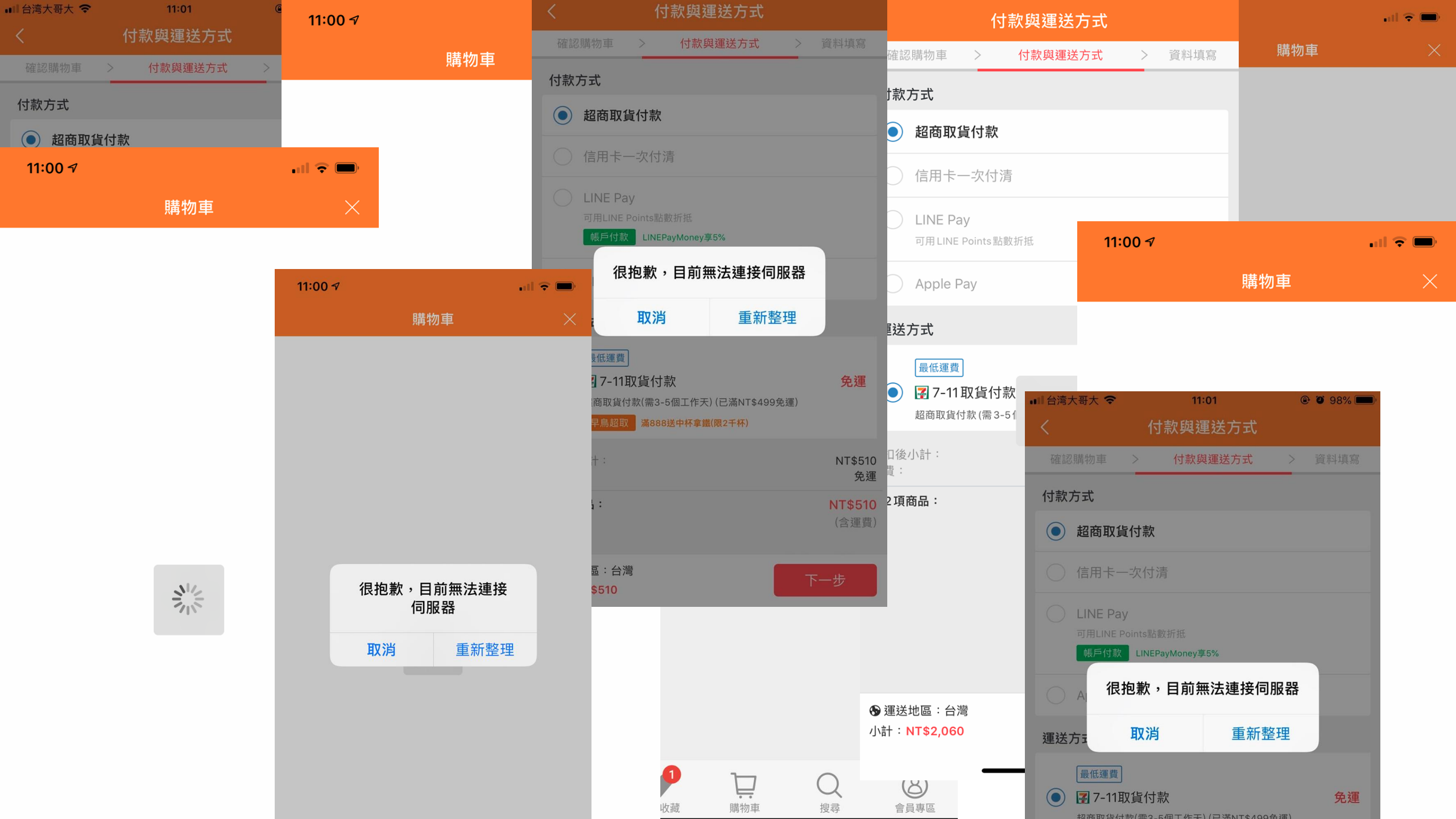
加入購物車

直接購買

22:59:09

22:59:35

22:59:05



付款方式

☒ 超商取貨付款

付款方式

☒ 超商取貨付款

☐ 信用卡一次付清

☐ LINE Pay

可用LINE Points點數折抵

帳戶付款 LINEPayMoney享5%

很抱歉，目前無法連接伺服器

取消

重新整理

付款方式

☒ 超商取貨付款

☐ 信用卡一次付清

☐ LINE Pay

可用LINE Points點數折抵

帳戶付款 LINEPayMoney享5%

☐ Apple Pay



很抱歉，目前無法連接伺服器

取消

重新整理

最低運費

7-11取貨付款 免運

超商取貨付款(需3-5個工作天)(已滿NT\$499免運)

早鳥超取 滿888送中杯拿鐵(限2千杯)

計： NT\$510 免運

費： NT\$510 (含運費)

區：台灣 \$510

下一步

最低運費

☒ 7-11取貨付款

超商取貨付款(需3-5個工作天)

口後小計： 費：

2項商品：

運送地區：台灣

小計：NT\$2,060

付款方式

☒ 超商取貨付款

☐ 信用卡一次付清

☐ LINE Pay

可用LINE Points點數折抵

帳戶付款 LINEPayMoney享5%

☐ A

運送方式

很抱歉，目前無法連接伺服器

取消

重新整理

最低運費

☒ 7-11取貨付款

超商取貨付款(需3-5個工作天)(已滿NT\$499免運)

免運



RECAP

# 如何面對雙十一的海量數據： 分析 TB 級日誌的實踐

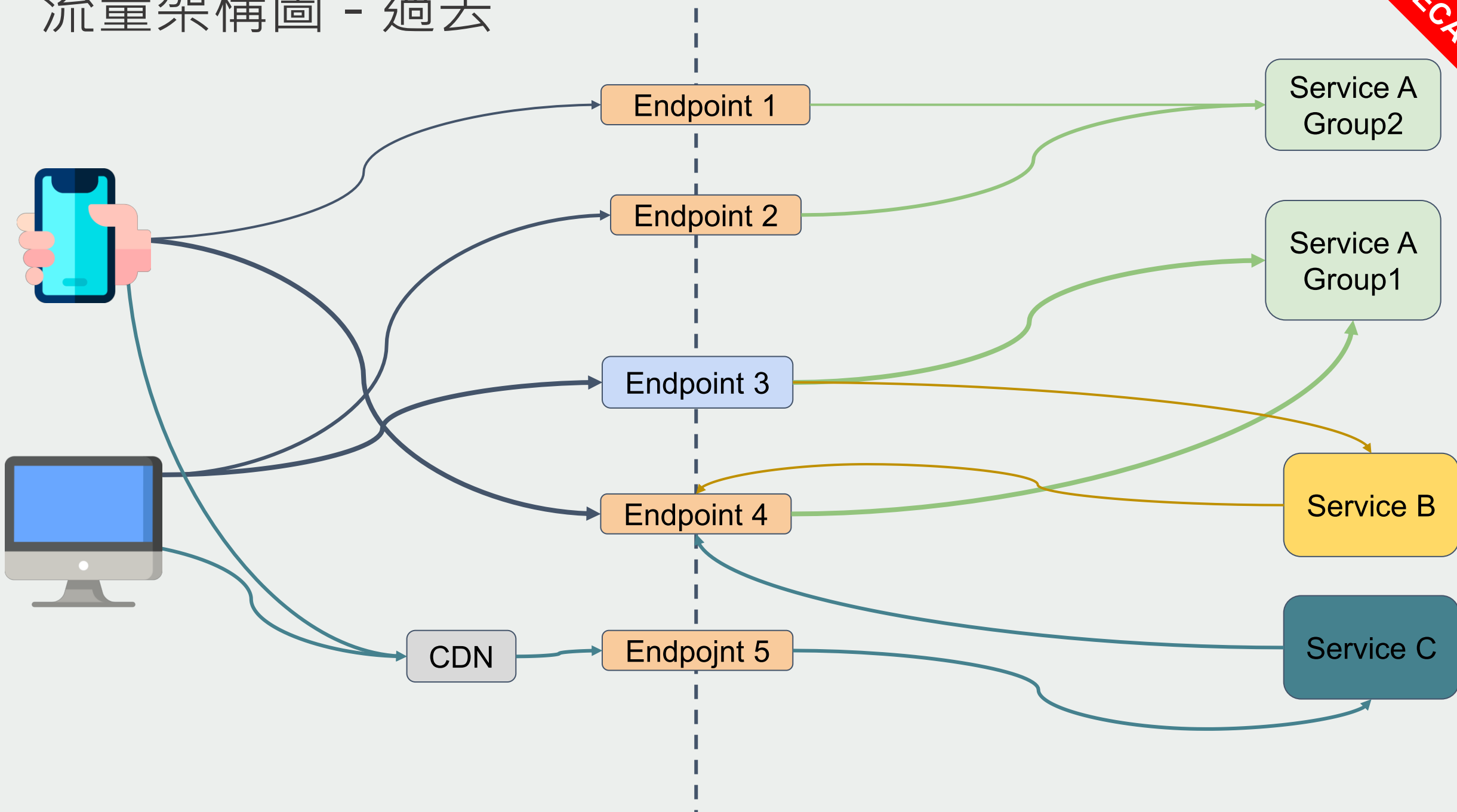
徐靖翰 / Hans Hsu

Infra Team  
Sr.Engineer



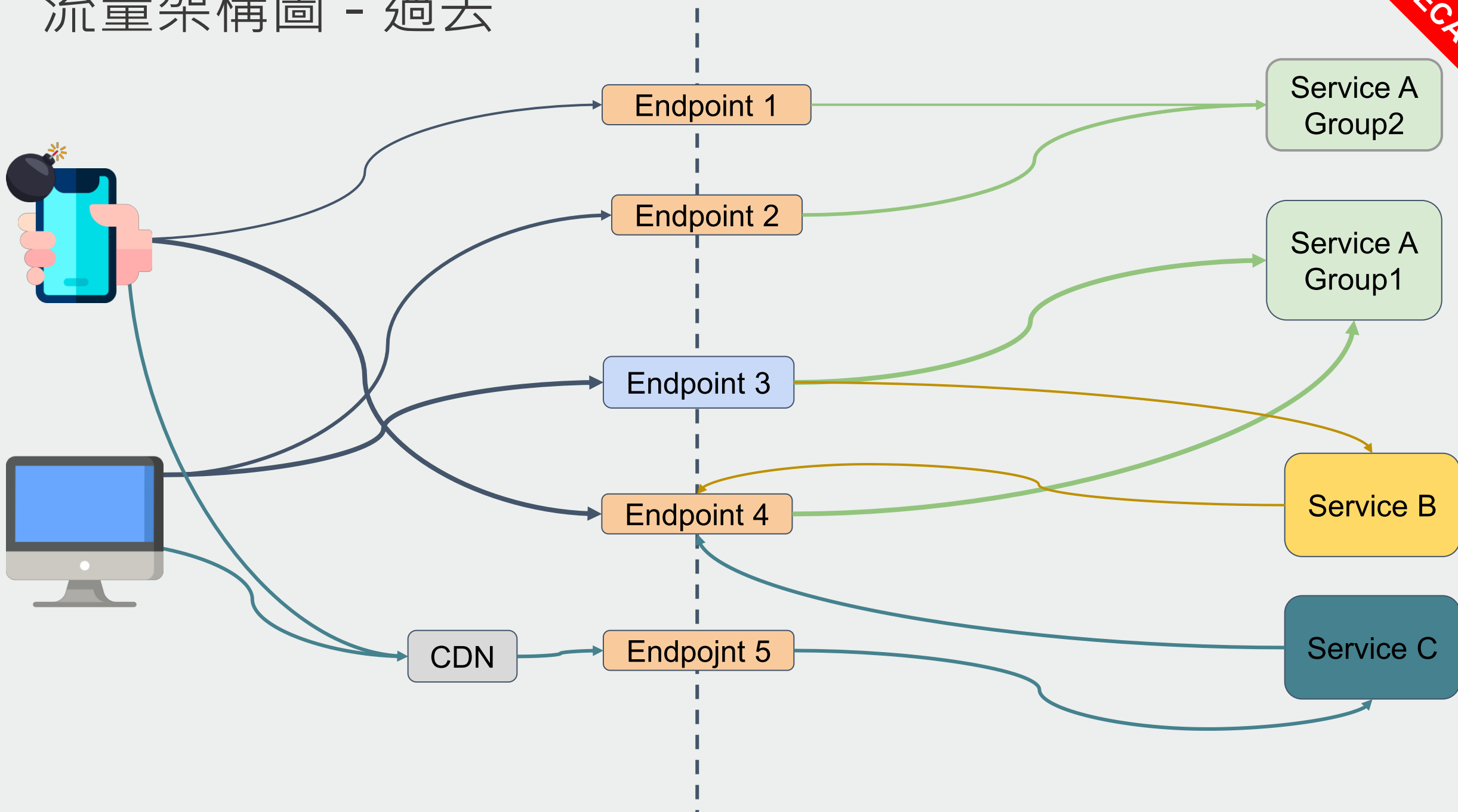
# 流量架構圖 - 過去

RECAP



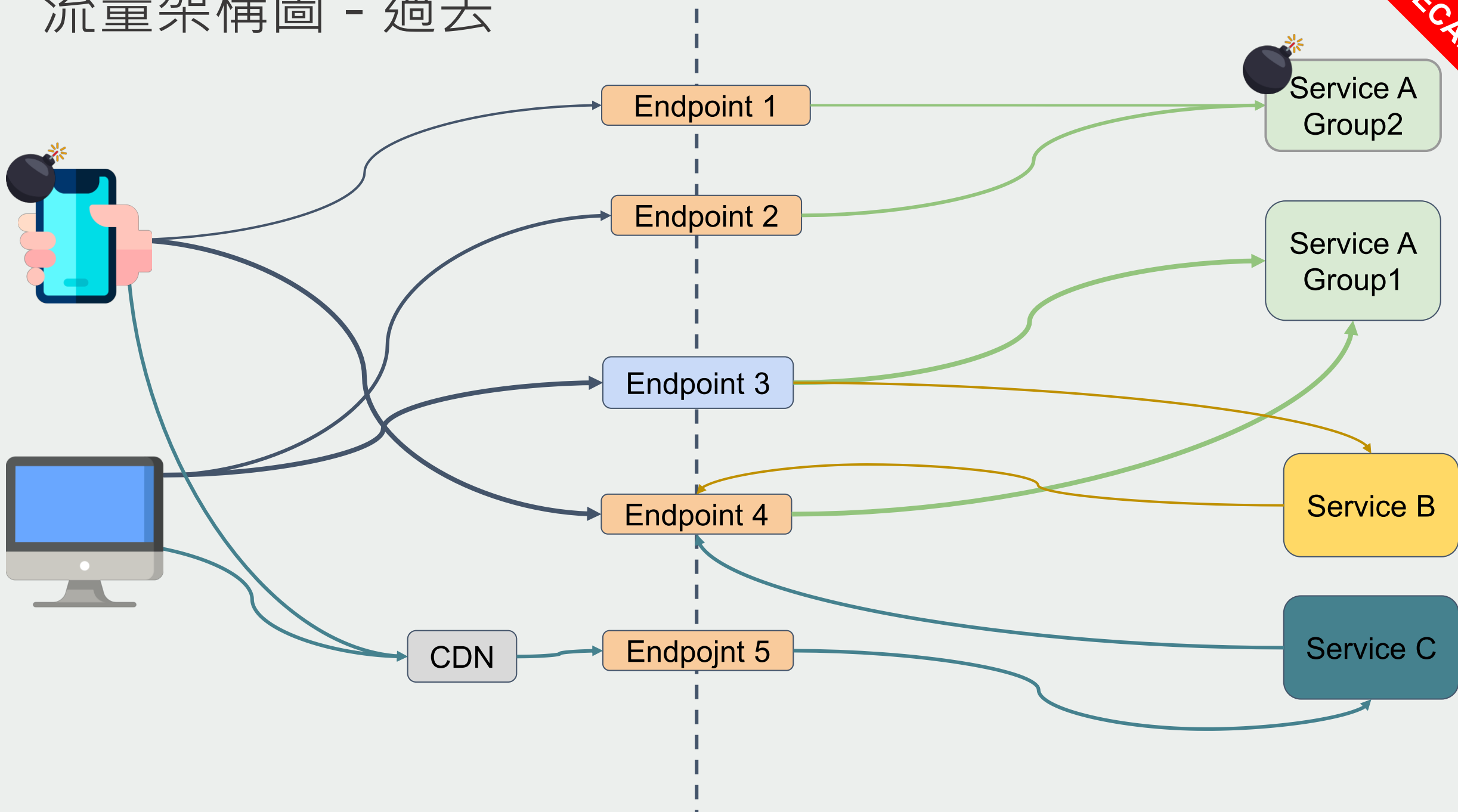
# 流量架構圖 - 過去

RECAP



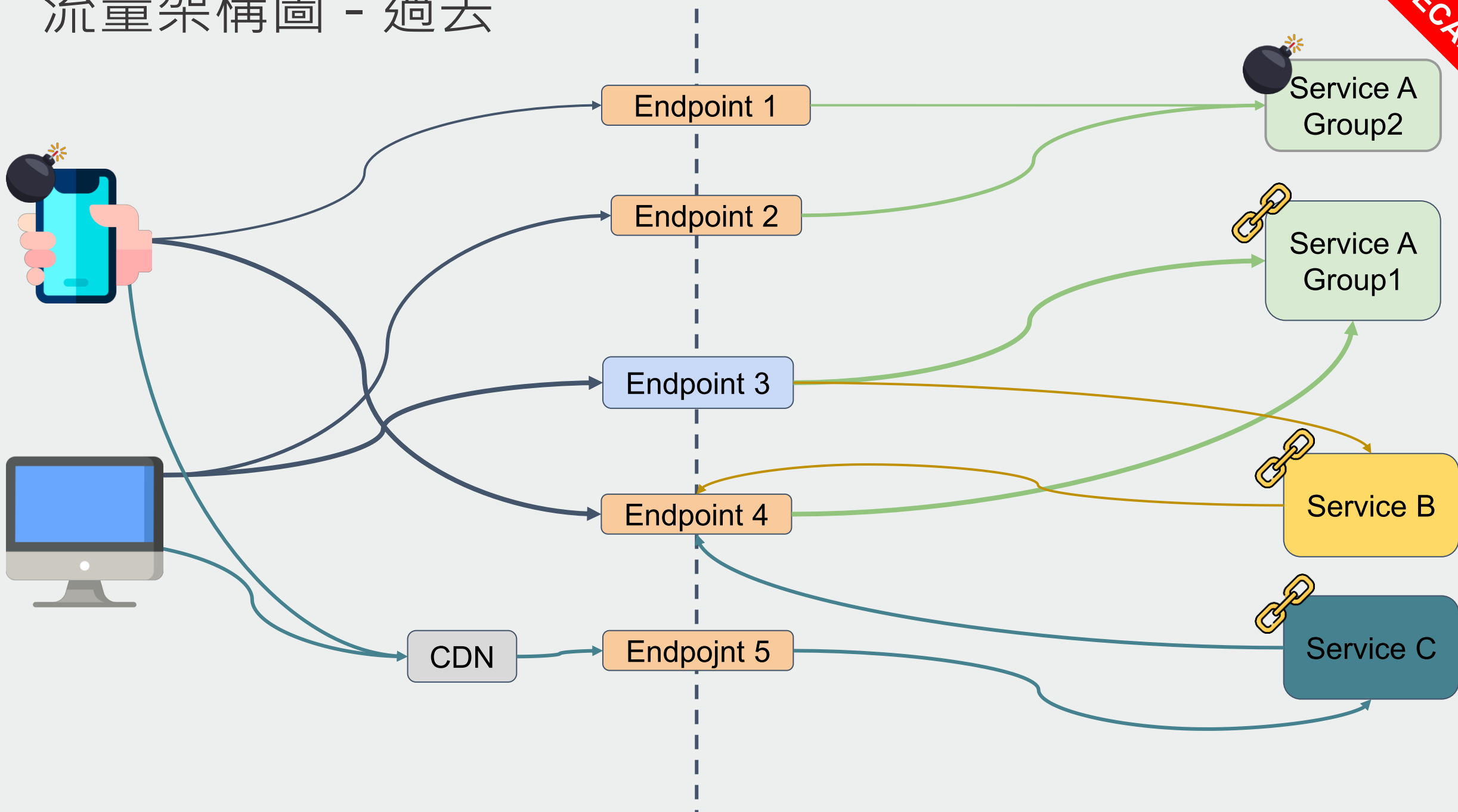
# 流量架構圖 - 過去

RECAP



# 流量架構圖 - 過去

RECAP





TECH -  
DAY





TECH -  
DAY

# 人員組成

TECH -  
DAY

91APP 研發團隊 (約 200 人)

# 人員組成

TECH -  
DAY



# 人員組成

TECH -  
DAY



# 人員組成

TECH -  
DAY





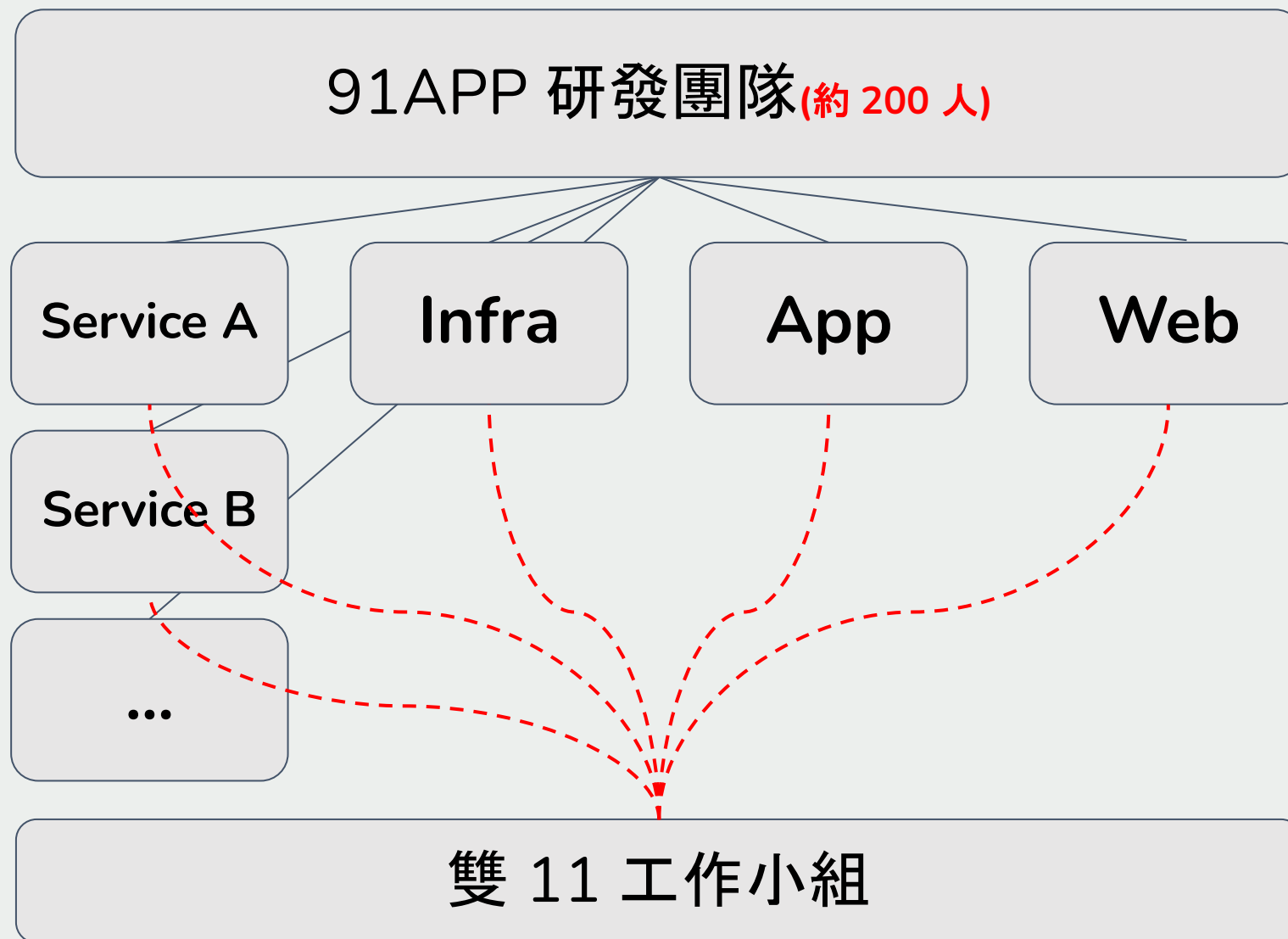
# 人員組成

TECH -  
DAY



# 人員組成

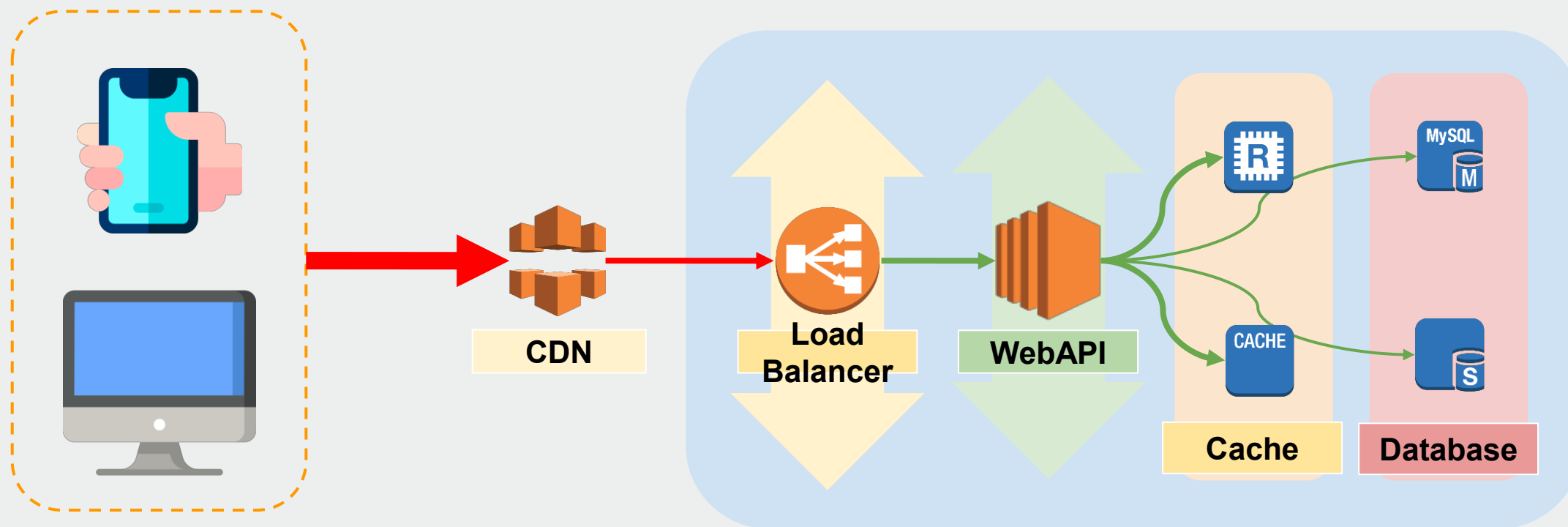
TECH -  
DAY



我們調整了什麼？

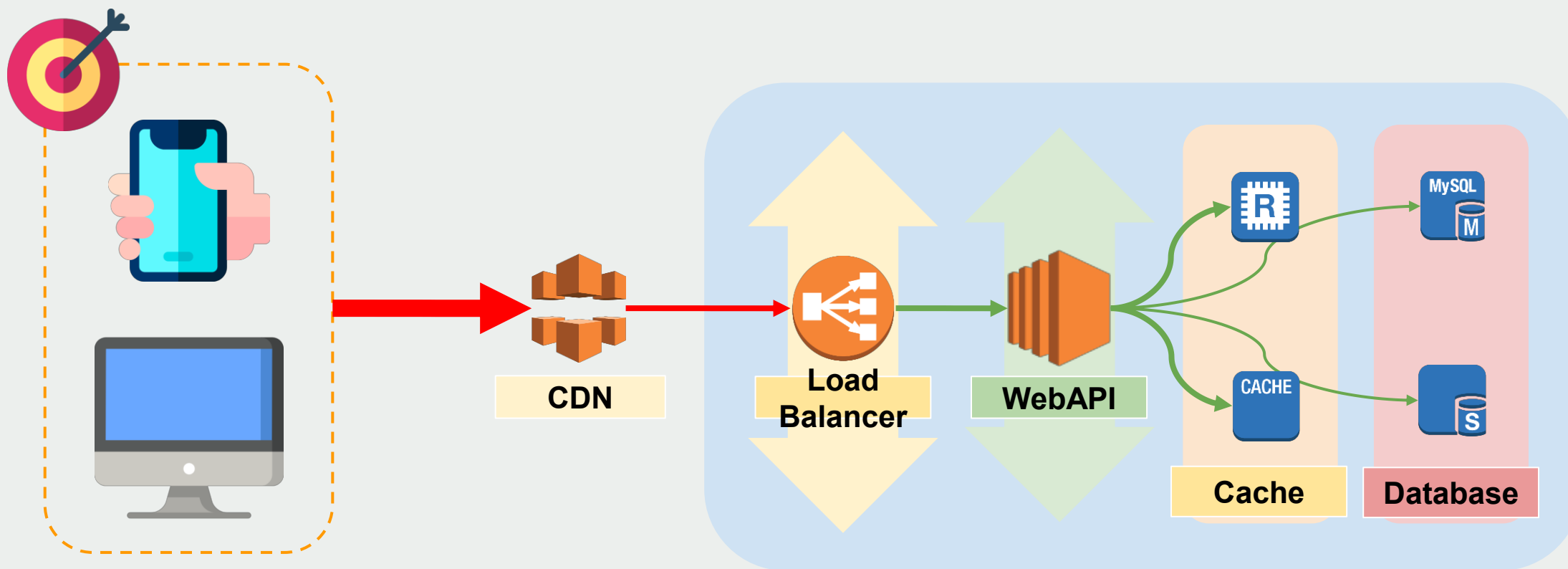
# 細項盤點

TECH -  
DAY



# 細項盤點

TECH -  
DAY



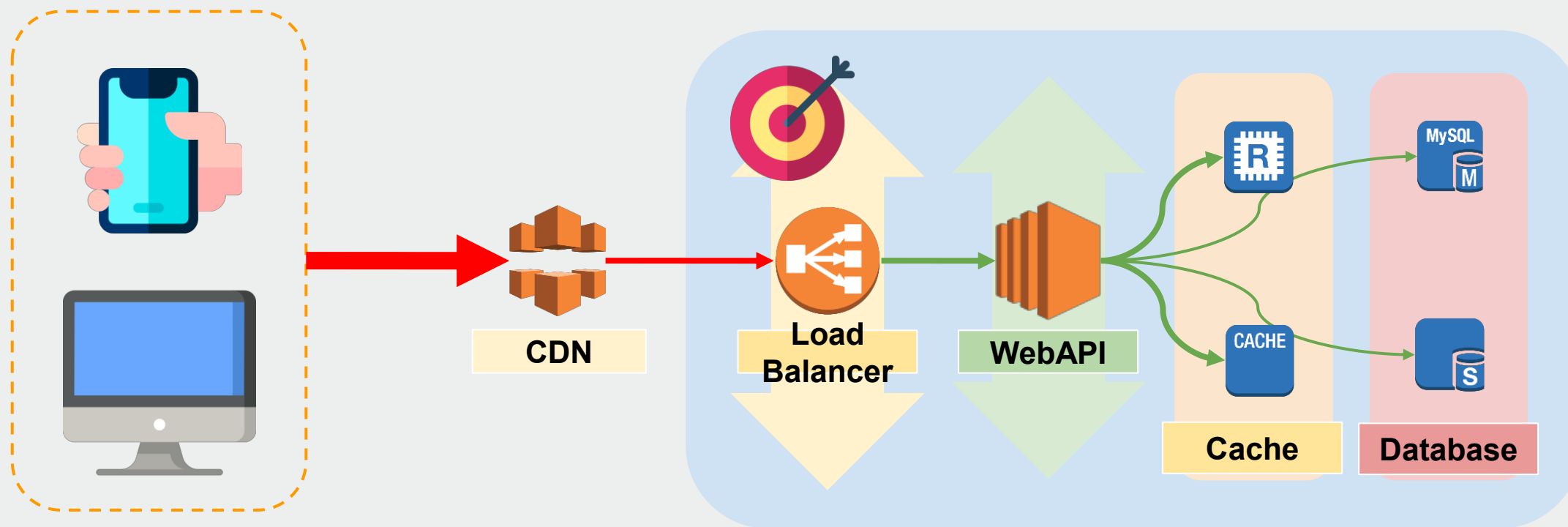


# 前端優化

1. 盤點前端 API，針對 CDN 切分 Domain。
2. 程式碼迭代，移除舊有或不再使用的 API。
3. 優化使用者體驗，減少白頁與等待的時間。
4. 排隊機制優化。

# 細項盤點

TECH -  
DAY

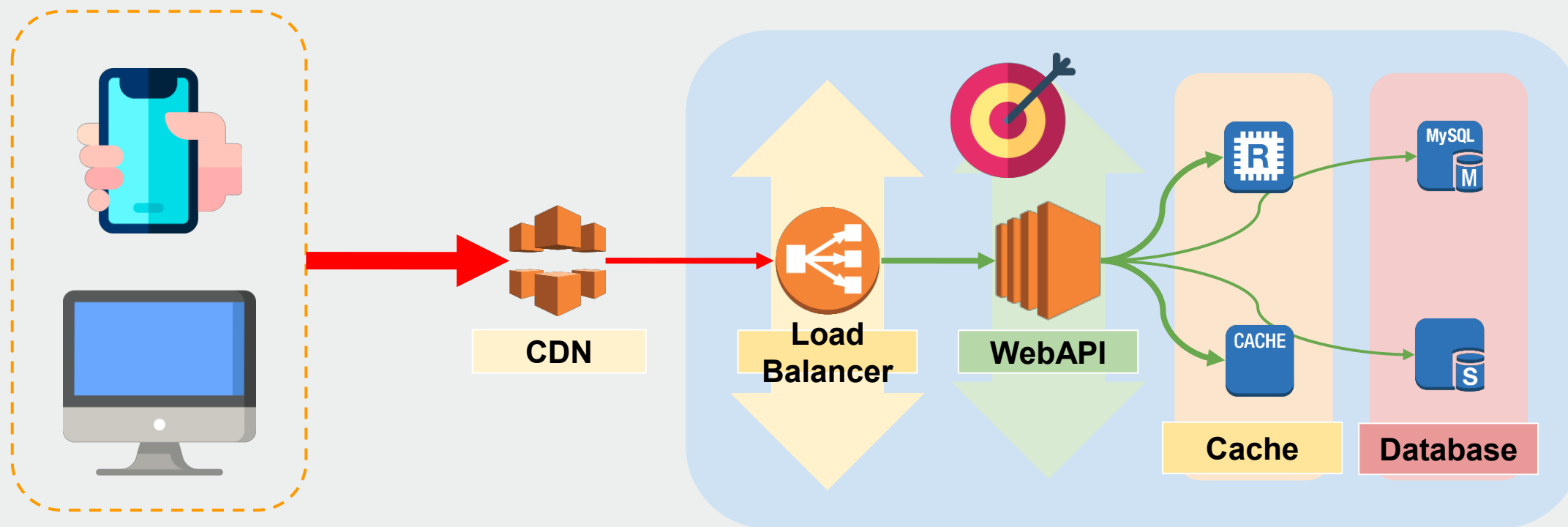


# Infra 優化

## 1. Rate Limter / WAF 限速策略優化。

# 細項盤點

TECH -  
DAY



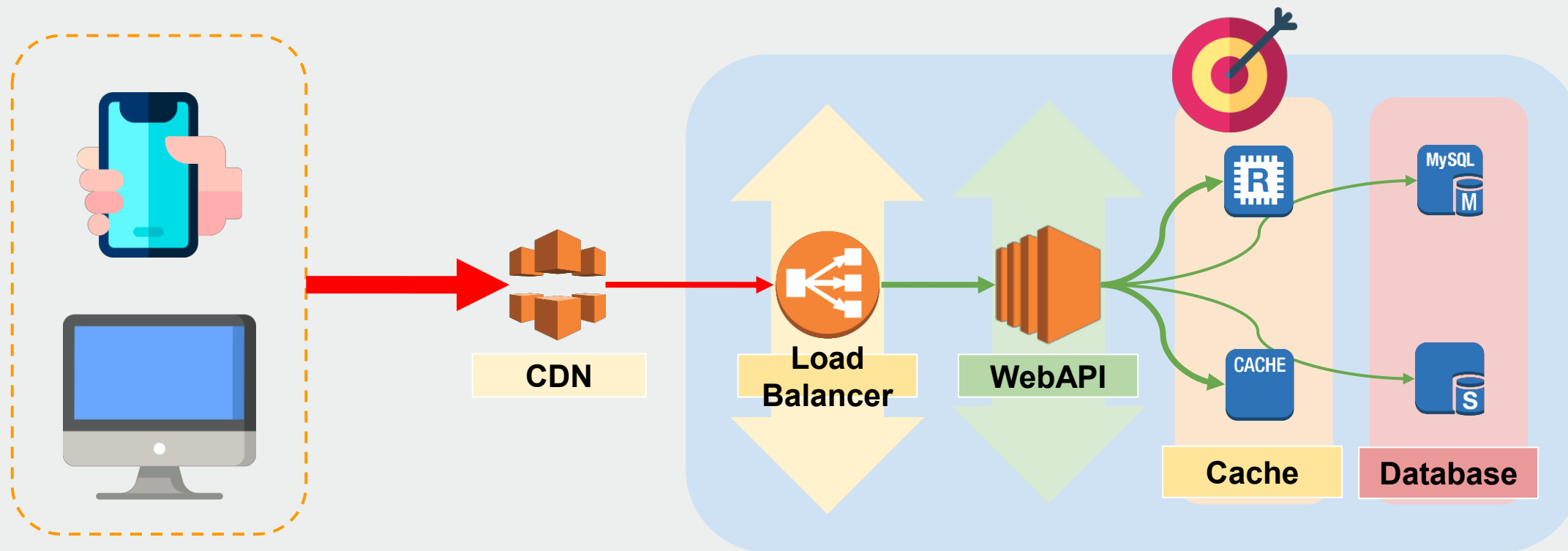
# 後端優化

1. 排隊機制優化。
2. 針對流量高的 API 加上限速器，避免重複流量。
3. 外部服務串接加上 Retry 與斷路器。



# 細項盤點

TECH -  
DAY

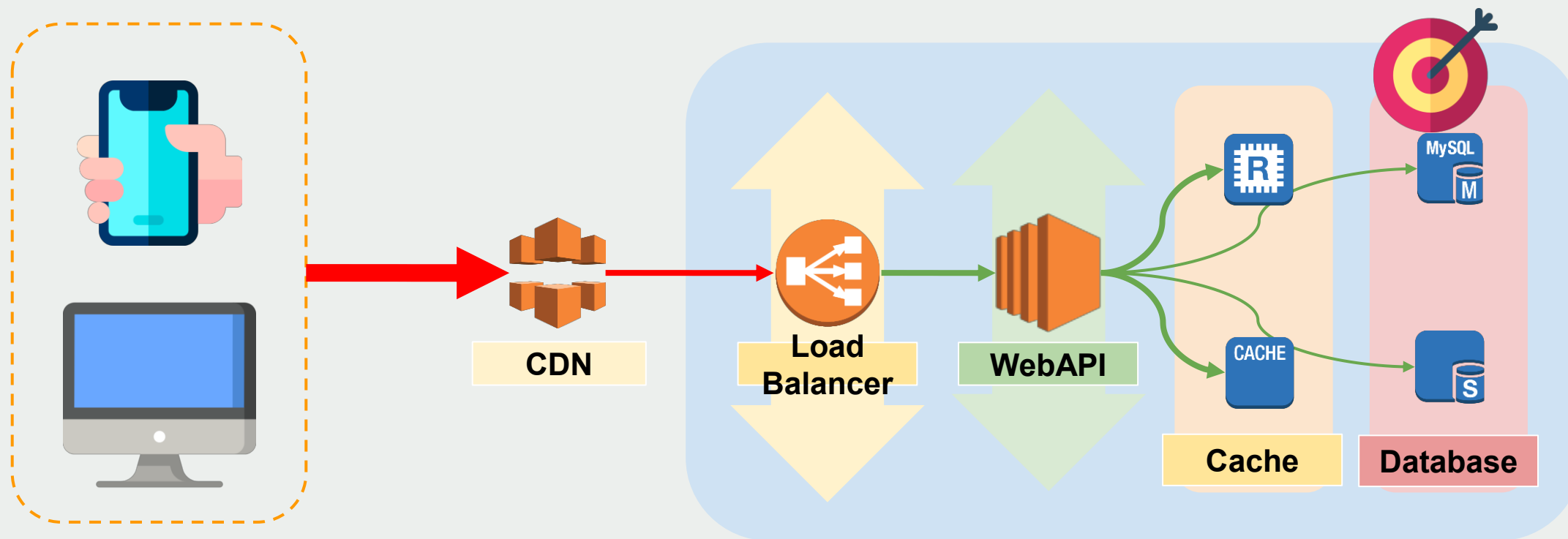


# Redis 優化

1. 調整 Cache 結構，提高復用率與命中率。
2. Redis 分流，避免單一節點頻寬瓶頸。

# 細項盤點

TECH -  
DAY



# 資料庫優化

1. SQL 效能優化。
2. 讀寫分離，平均分攤流量。
3. 調整交易層級鎖定範圍。





# 6月

7月

8月

9月

# 10 月

# 11月

[illegible]

一	二	三	四	五	六	日
	🤪					
🤪						
			🤪			🤪
			🤪			
			🤪		🤪	
	🤪				🤪	
					🤪	
		🤪			🤪	
						🤪
						🤪
						🤪
			🤪			
🤪	🤪					
🤪						🤪
	🤪					🤪
					🤪	
			🤪			
🤪		11/11				

06/02 開始第一次的口罩搶購

一	二	三	四	五	六	日
	😄					
😄						
			😄👩			😄
			😄			
			😄		😄	
	😄				😄	
					😄	
👩						
		😄			😄	
👩						😄
		👩	👩	👩		😄
👩	👩		👩	👩		😄
👩		👩	😄	👩		
	👩		👩			
😄	😄👩			👩		
	👩					
😄		👩	👩			😄
👩	😄👩	👩	👩	👩		😄
👩			👩			
👩			👩		😄	
👩			👩			
👩			😄👩			
😄		11/11				

06/02 開始第一次的口罩搶購

07/02 開始第一次的搶購回顧

一	二	三	四	五	六	日
	🧐					
🧐						
			🧐🧑			🧐
			🧐			
			🧐		🧐	
	🧐				🧐	
					🧐	
🧑						
		🧐			🧐	
🧑						🧐
		🧑	🧑	🧑		🧐
🧑	🧑		🧑	🧑		🧐
🧑		🧑	🧐	🧑		
	🧑		🧑			
🧐	🧐🧑			🧑		
	🧑					
🧐		🧑	🧑			🧐
🧑	🧐🧑	🧑	🧑	🧑		🧐
🧑			🧑		🧐	
🧑			🧑			
🧑			🧐🧑			
🧐		11/11				

06/02 開始第一次的口罩搶購

07/02 開始第一次的搶購回顧

口罩搶購 **25** 場

站立討論了 **34** 次

一	二	三	四	五	六	日
	🧐					
🧐						
			🧐👩			🧐
			🧐			
			🧐		🧐	
	🧐				🧐	
					🧐	
👩						
		🧐			🧐	
👩						🧐
		👩	👩	👩		🧐
👩	👩		👩	👩		🧐
👩		👩	🧐	👩		
	👩		👩			
🧐	🧐👩			👩		
	👩					
🧐		👩	👩	👩		🧐
👩	🧐👩	👩	👩	👩		🧐
👩			👩		🧐	
👩			👩			
👩			🧐👩			
🧐		11/11				

06/02 開始第一次的口罩搶購

07/02 開始第一次的搶購回顧

口罩搶購 **25** 場

站立討論了 **34** 次

**N** 次的假日搶購

Hangout Meeting



# 寫在 2020.11.11 之後

TECH -  
DAY



# 寫在 2020.11.11 之後

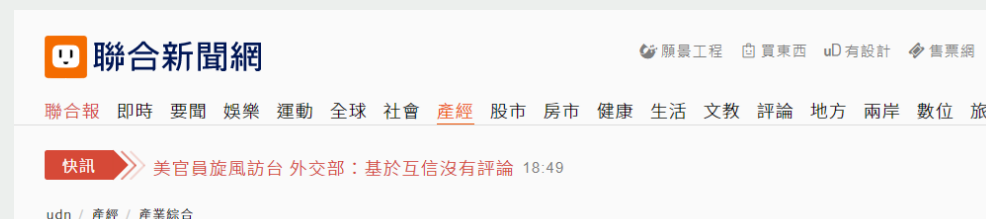
TECH -  
DAY



91APP：實體品牌OMO策略奏效 雙11單日業績年增5成

# 寫在 2020.11.11 之後

TECH -  
DAY



雙 11 單日成交總額成長 **52 %**

雙 11 單周實體品牌交易總額提升 **270 %**

電商代營運業績成長 **355 %**

91APP指出，數位轉型與虛實融合成功，越來越多實體品牌應用OMO加入雙11戰局締造佳績，今年各品牌在整點搶購活動表現，更是一大躍進。根據91APP最新數據顯示，今年雙11單日每小時交易總額年增率皆成長攀升，且最高增幅達到75%，除了OMO促銷活動策略奏效，從前期暖身門市引導顧客下載APP、APP推播預告、線上折價券發送、廣告導流等，91APP全力協助數位布局，活動當日實體電商利用多樣化促銷機制與系統交易穩定性，讓雙11整點搶購活動順暢執行。

今年雙11品牌實體電商的總體流量，相較過去高出10倍以上，為讓所有品牌網站及APP在每檔促銷活動能順利上線，消費者能順暢下單，91APP加大系統承載量，確保高峰階段瞬間巨量湧入能夠穩定交易。

91APP：實體品牌OMO策略奏效 雙11單日業績年增5成

# 尾聲

TECH-  
DAY

	Todo	In Doing	Progress Done(Monitor)	Pending	Verify	Done.
Emergency						
DBA						
RDS						
PX						
eCom						
OMO						
UXD						
GIIN Data OmniERP						
HD						
四季子 						

佈告欄

\* 表單填病至週五

11/15

範例:

夏秋中心压測

↑ Title

START DATE

9/26

Jerome

11/11

↓ Finish Date

Thanks for your listening.

謝謝你的聆聽。