

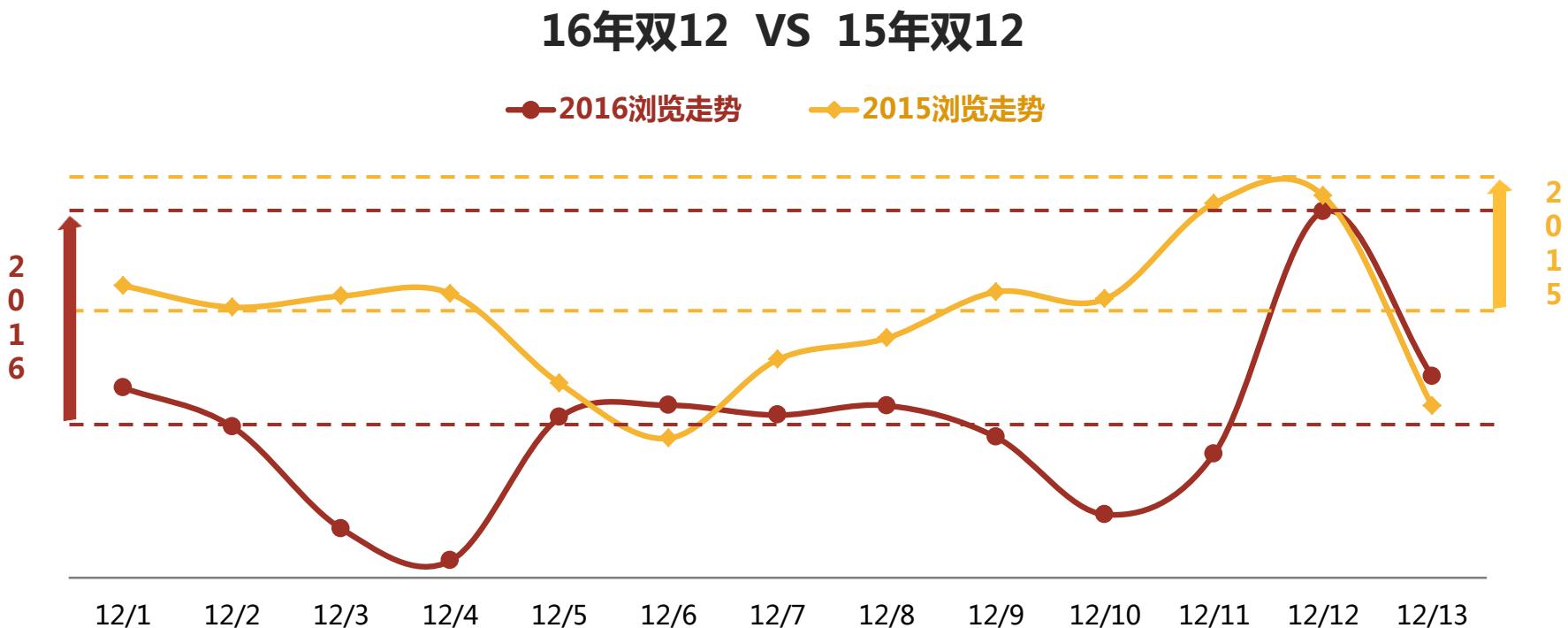
# “双12” 大数据解读

360数字营销

二零一六·十二·十二



# 今年“双12” 浏览较同期涨幅更大

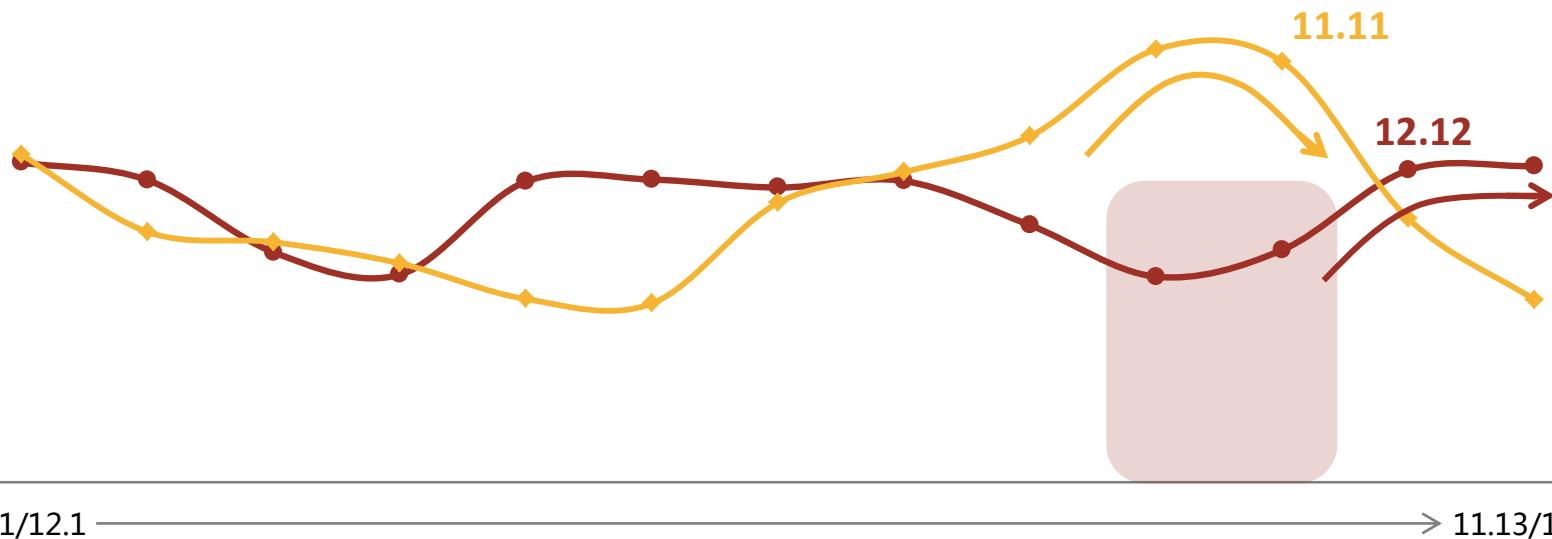


注：图内走势点的高低不代表浏览量绝对值的高低，只做走势的分析

# “双12” 前期乏力，后期热度持续

## 16年双12 VS 16年双11

● 12.12      ▲ 11.11

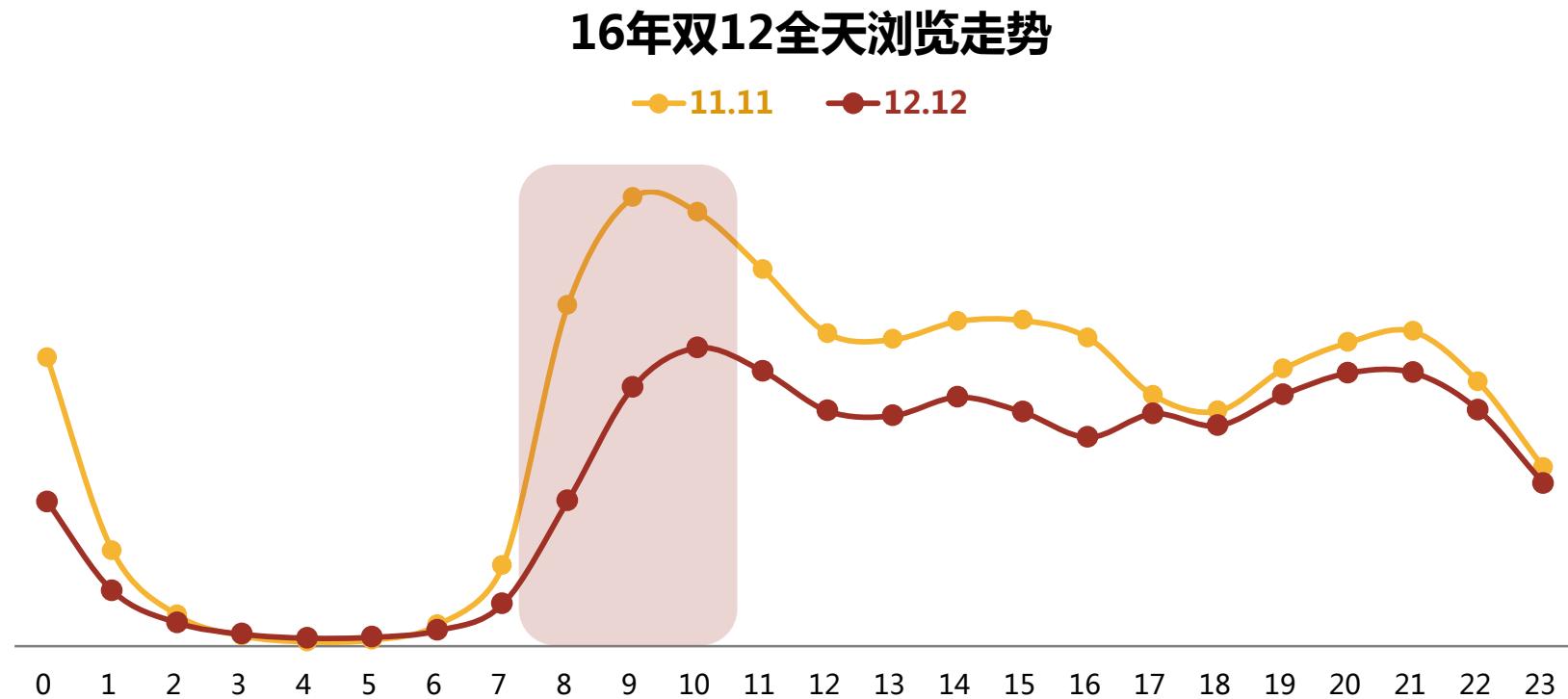


11.1/12.1

→ 11.13/12.13

注：图内走势点的高低不代表浏览量绝对值的高低，只做走势的分析

早8点至10点是黄金浏览时间，比“双11”浏览量更为稳定



注：图内走势点的高低不代表浏览量绝对值的高低，只做走势的分析

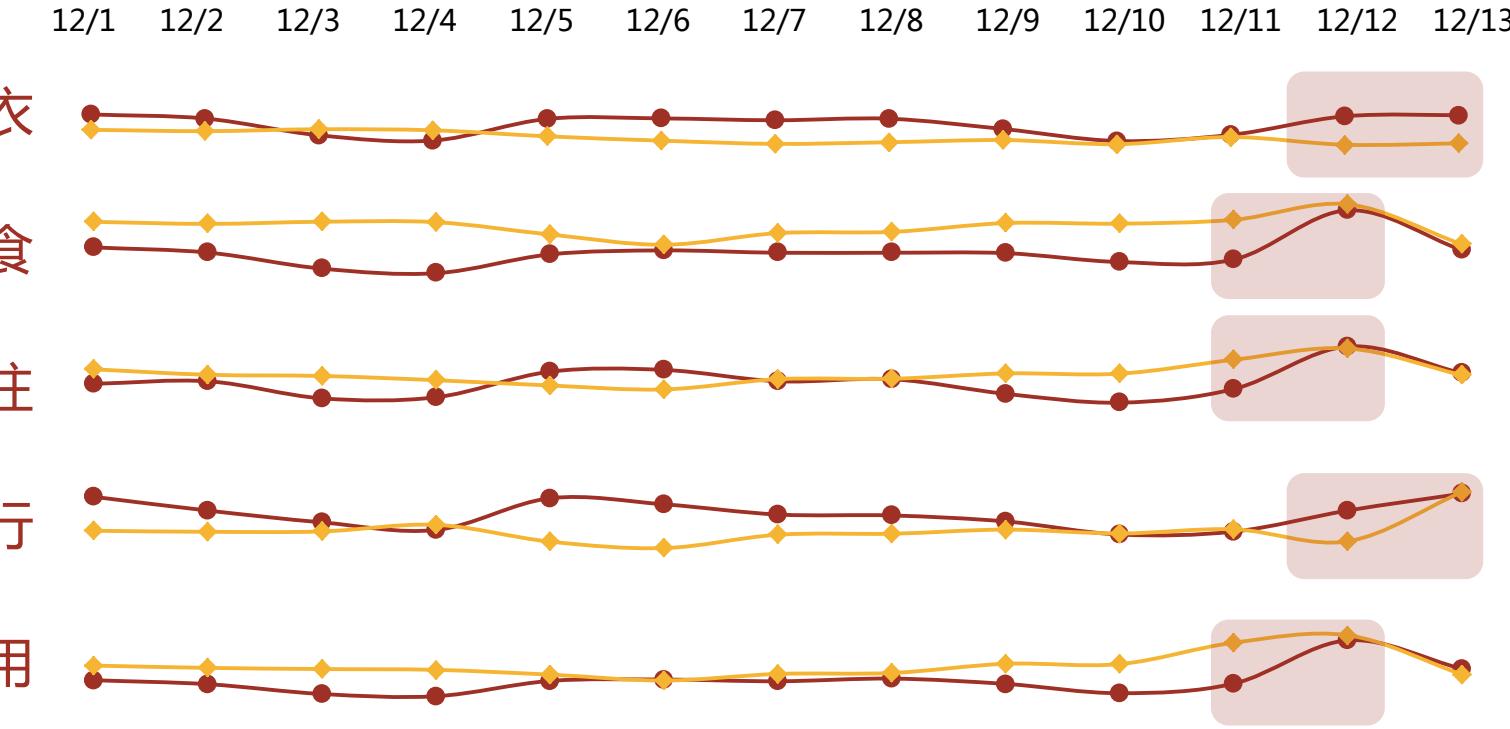
2  
0  
1  
6

今非昔比

2  
0  
1  
5

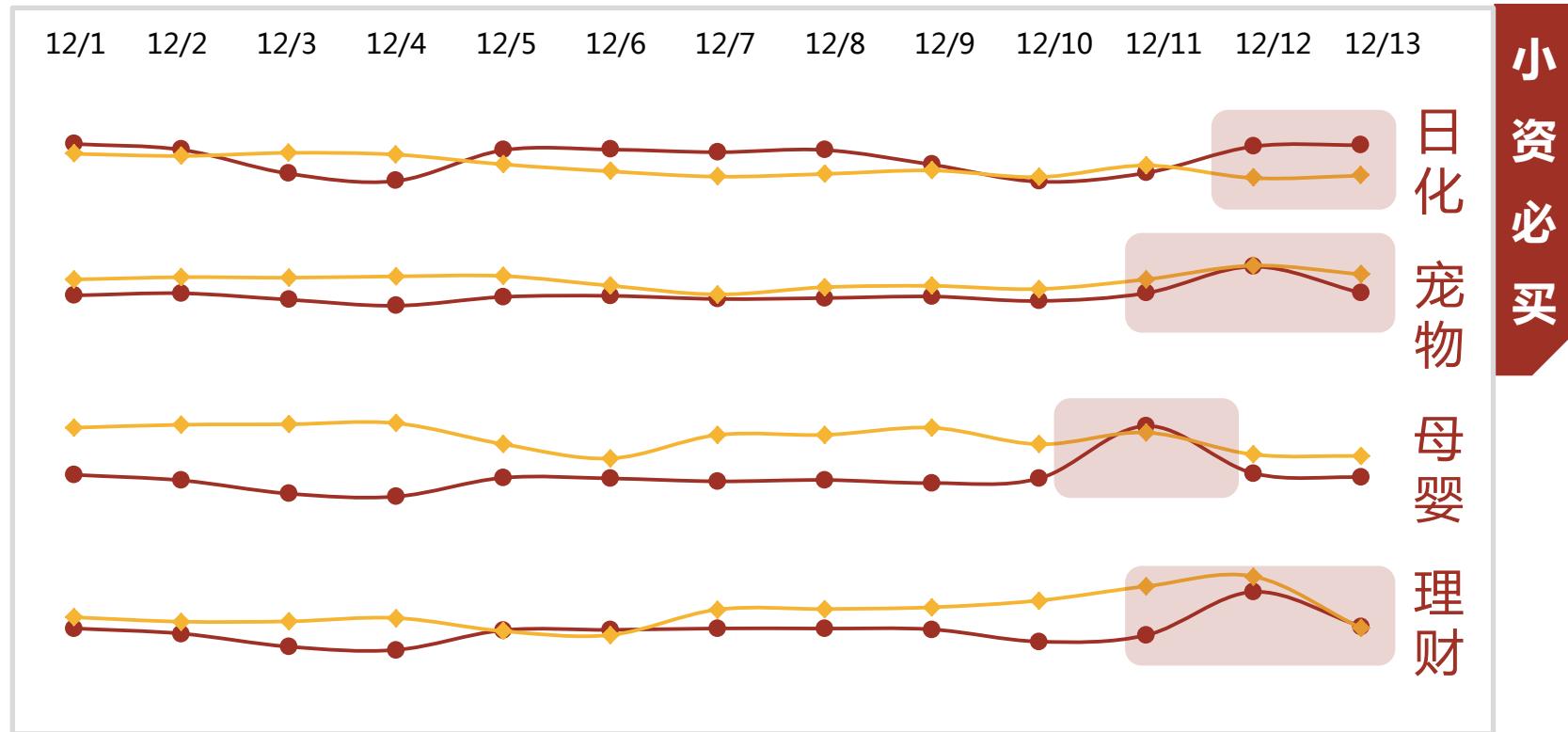
# 刚需“吃住用” 双12当天涨幅明显，汽车同比增幅最大

小康必备



注：衣、食、住、行、用分别代表服饰、食品、家装家居、汽车、3C&家电；图内走势点的高低不代表浏览量绝对值的高低，只做走势的分析

# 母婴高峰提前，宠物理财热度短暂，日化持续高关注



注：图内走势点的高低不代表浏览量绝对值的高低，只做走势的分析

12



12

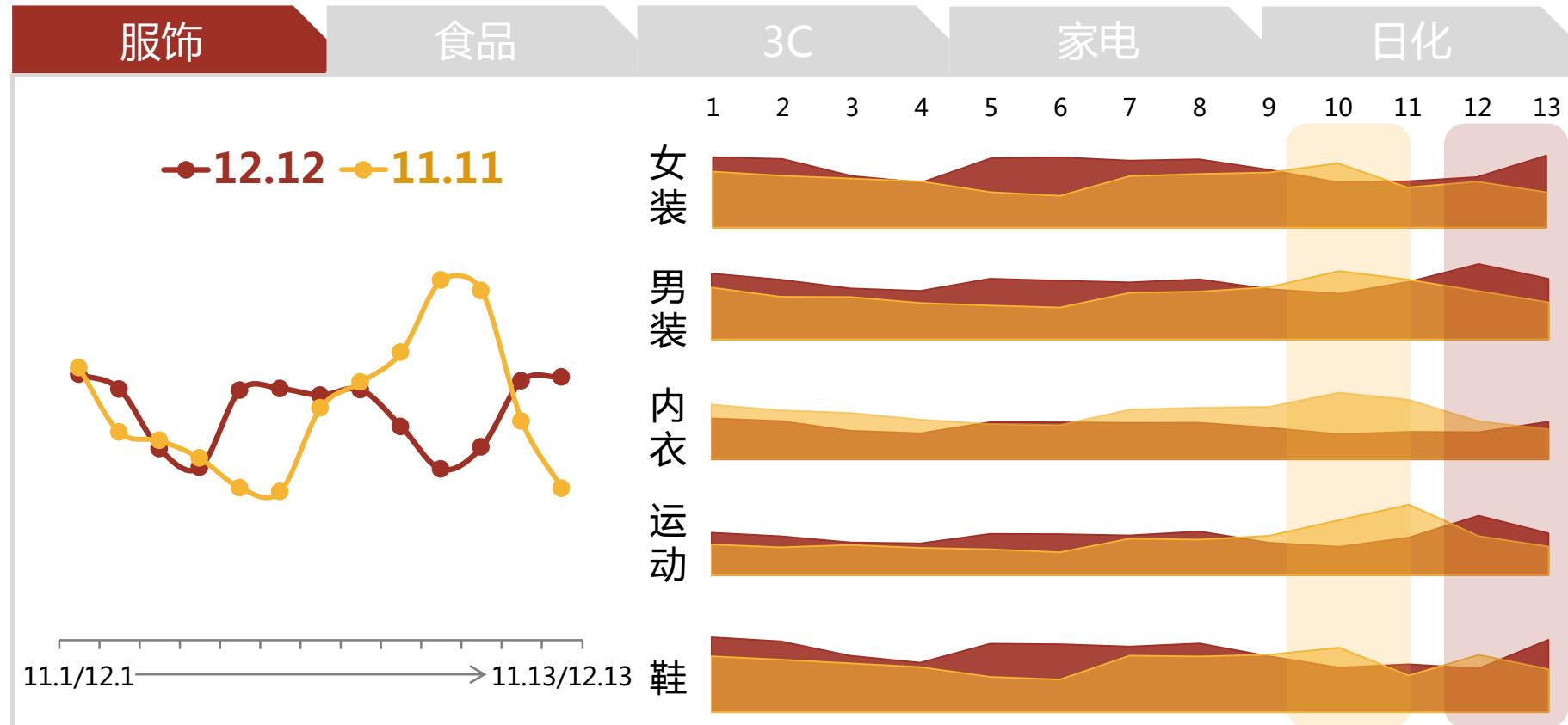
日 新 月 异

11



11

# 相比双11高峰提前，双12则是当天爆发后劲足



# 双11囤粮后食品需求度下滑，进口食品关注度超越双11

服饰

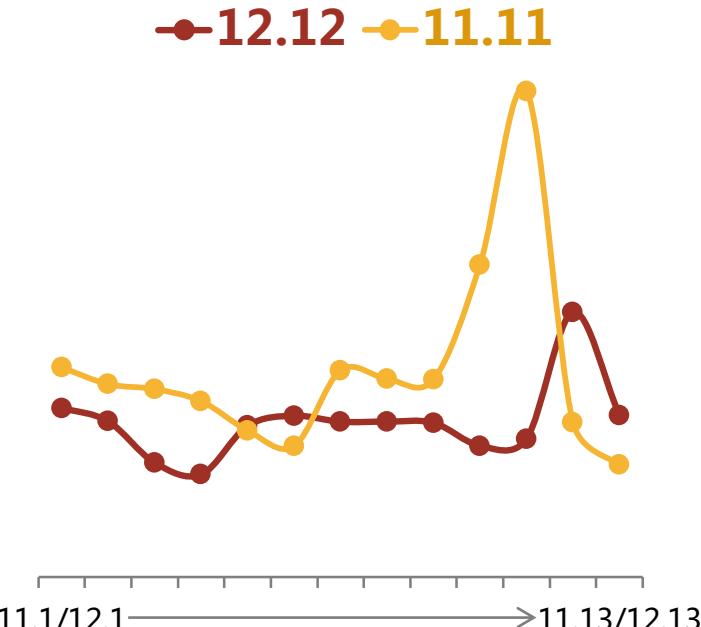
食品

3C

家电

日化

●—12.12 ○—11.11



生鲜

酒水

零食

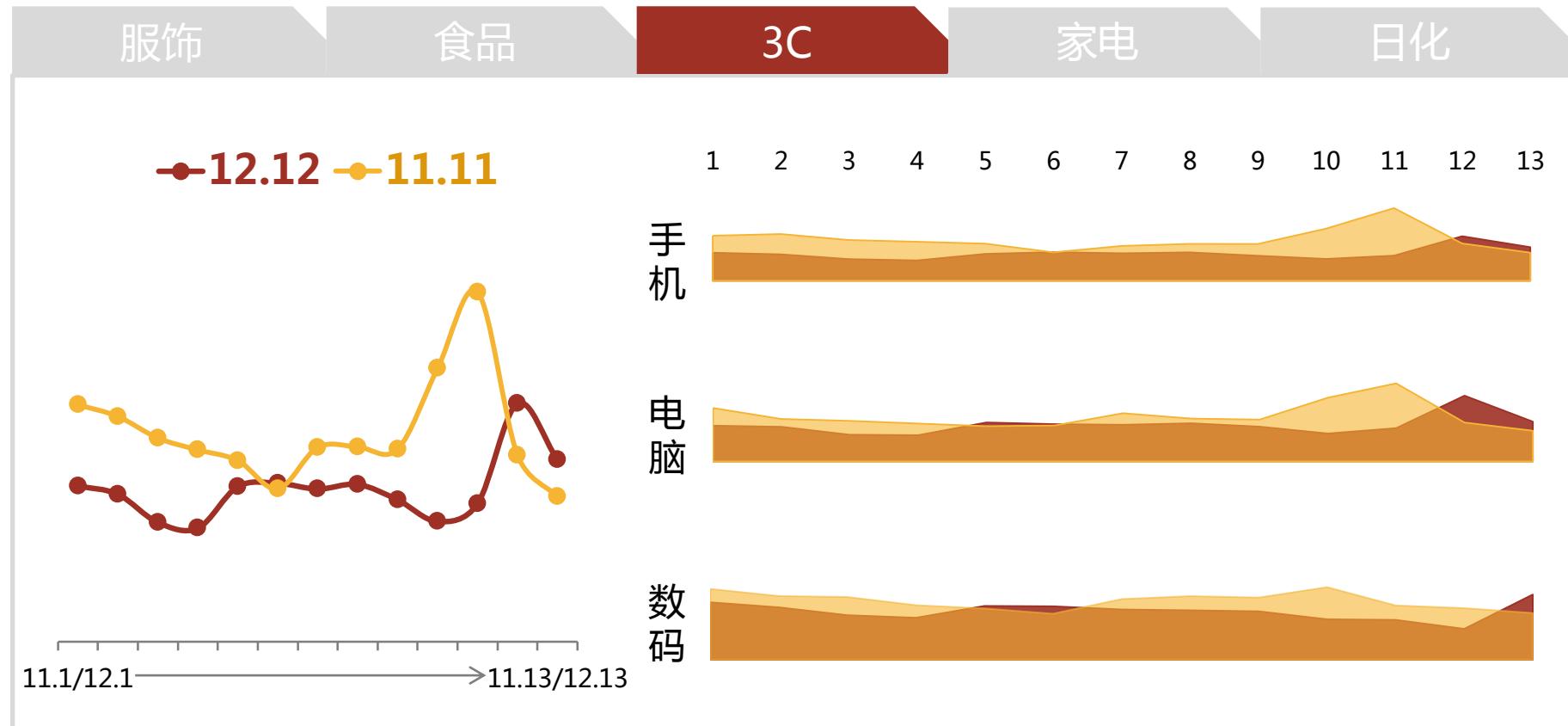
进口

特产

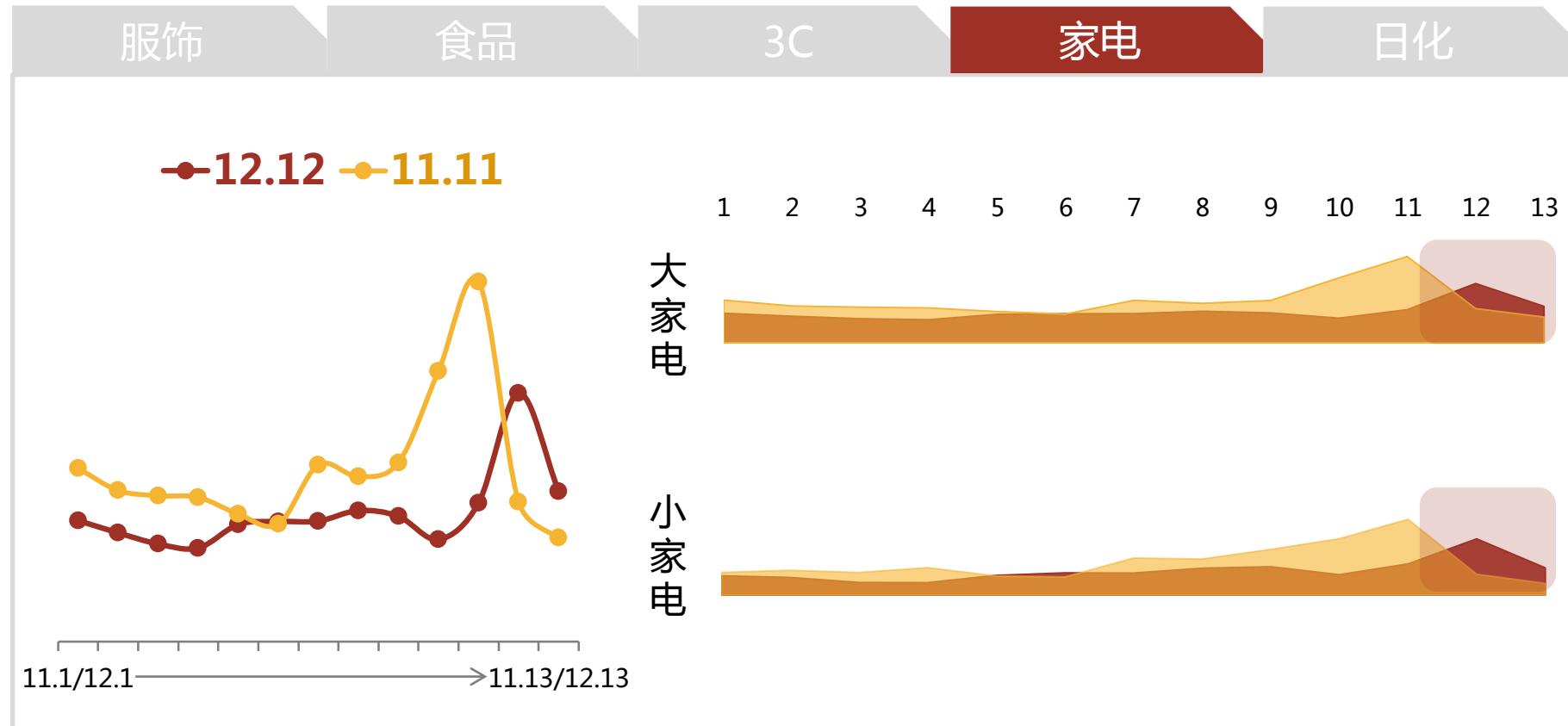
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

11.1/12.1 → 11.13/12.13

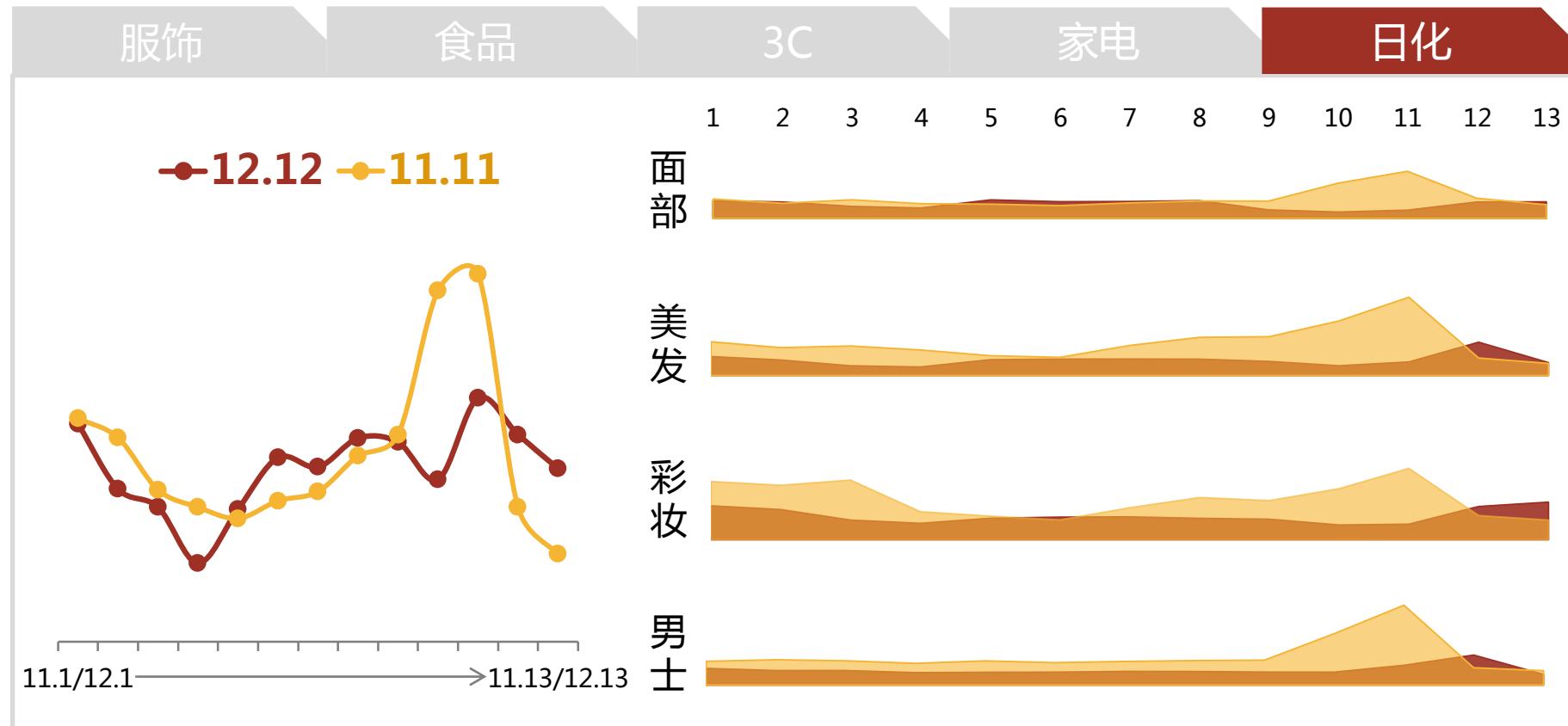
# 电脑关注度接近双11，手机热度不再，数码不温不火



# 家电类商品关注度比双11有所下滑，后期仍有关注



# 经过双11的疯狂囤货，日化关注度比双11大幅下降



耳 目 一 新

# 站内搜索涨幅翻倍，空气净化器入围TOP10



电商TOP站内搜索词  
■ 2015 ■ 2016



谢 谢

360营销研究院  
出品