

“双12” 大数据解读

360数字营销

二零一六·十二·十二

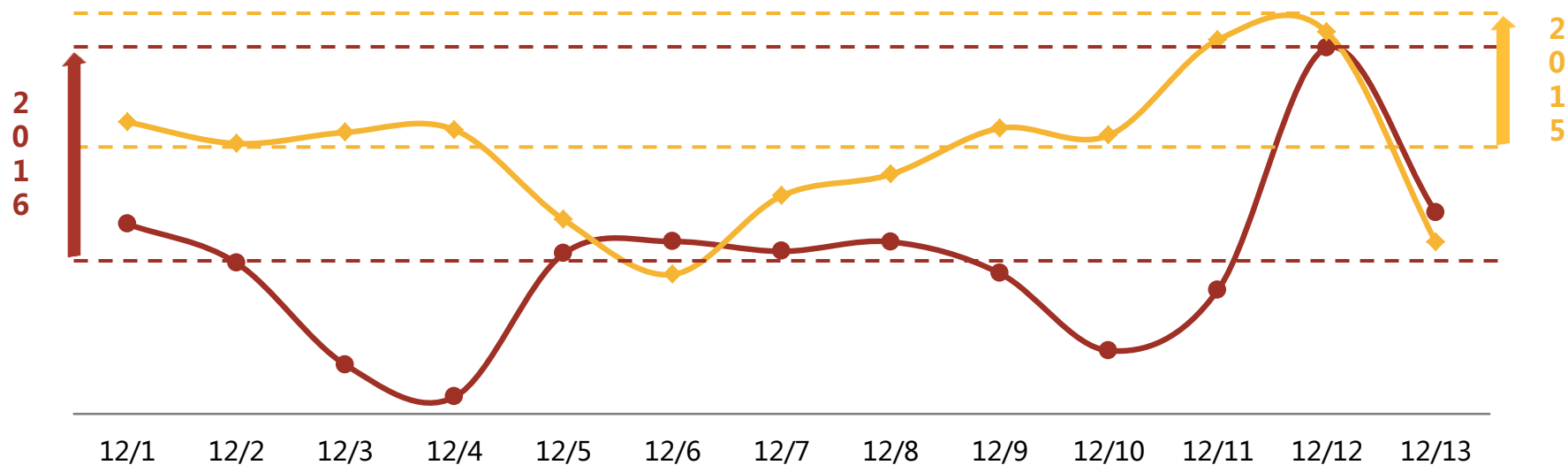


今年“双12” 浏览较同期涨幅更大

16年双12 VS 15年双12

—●— 2016浏览走势

—◆— 2015浏览走势



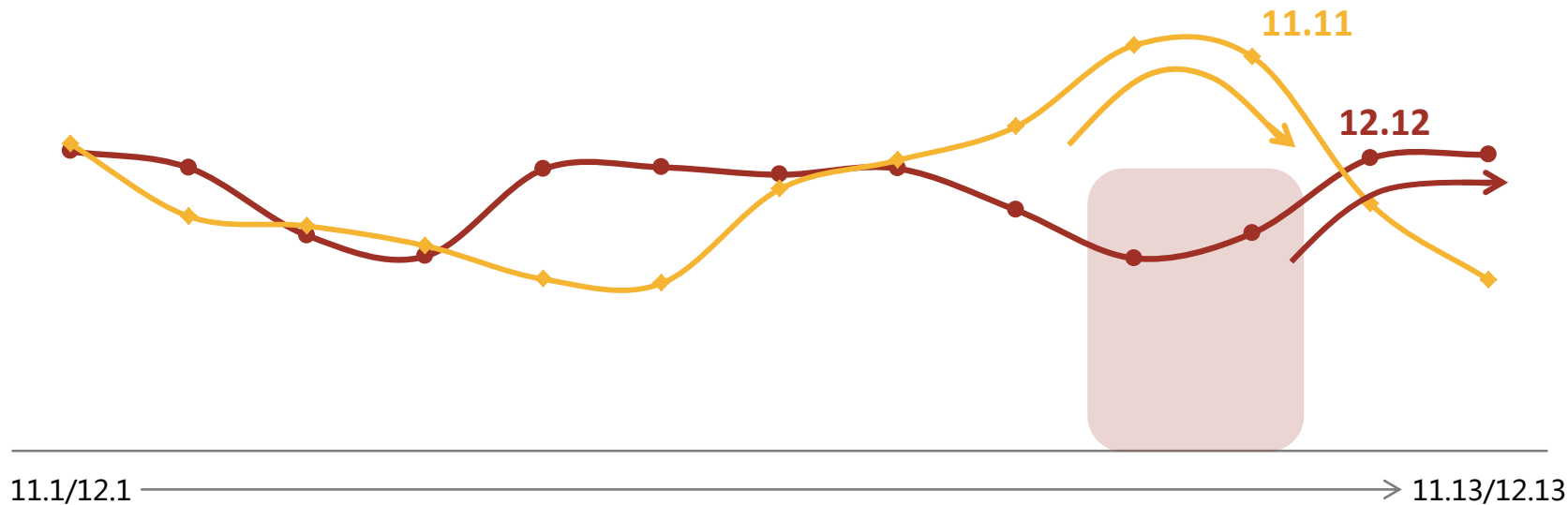
注：图内走势点的高低不代表浏览量绝对值的高低，只做走势的分析

“双12” 前期乏力，后期热度持续

16年双12 VS 16年双11

—●— 12.12

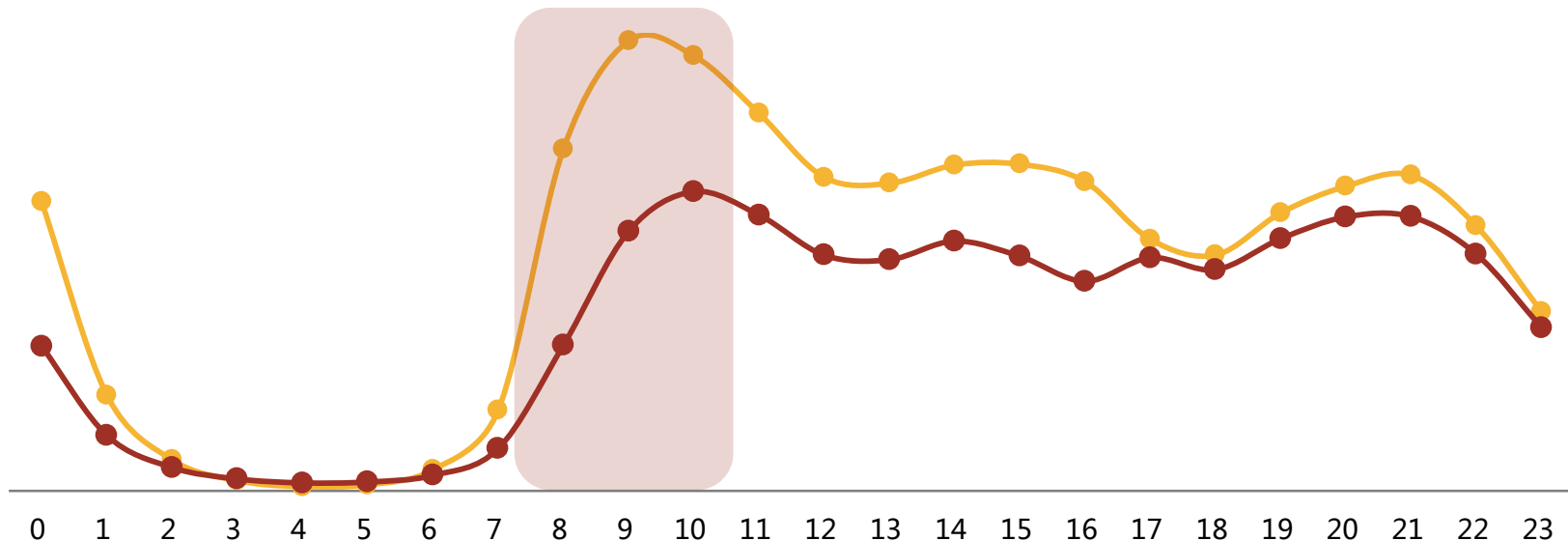
—◆— 11.11



早8点至10点是黄金浏览时间，比“双11”浏览量更为稳定

16年双12全天浏览走势

—●— 11.11 —●— 12.12



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

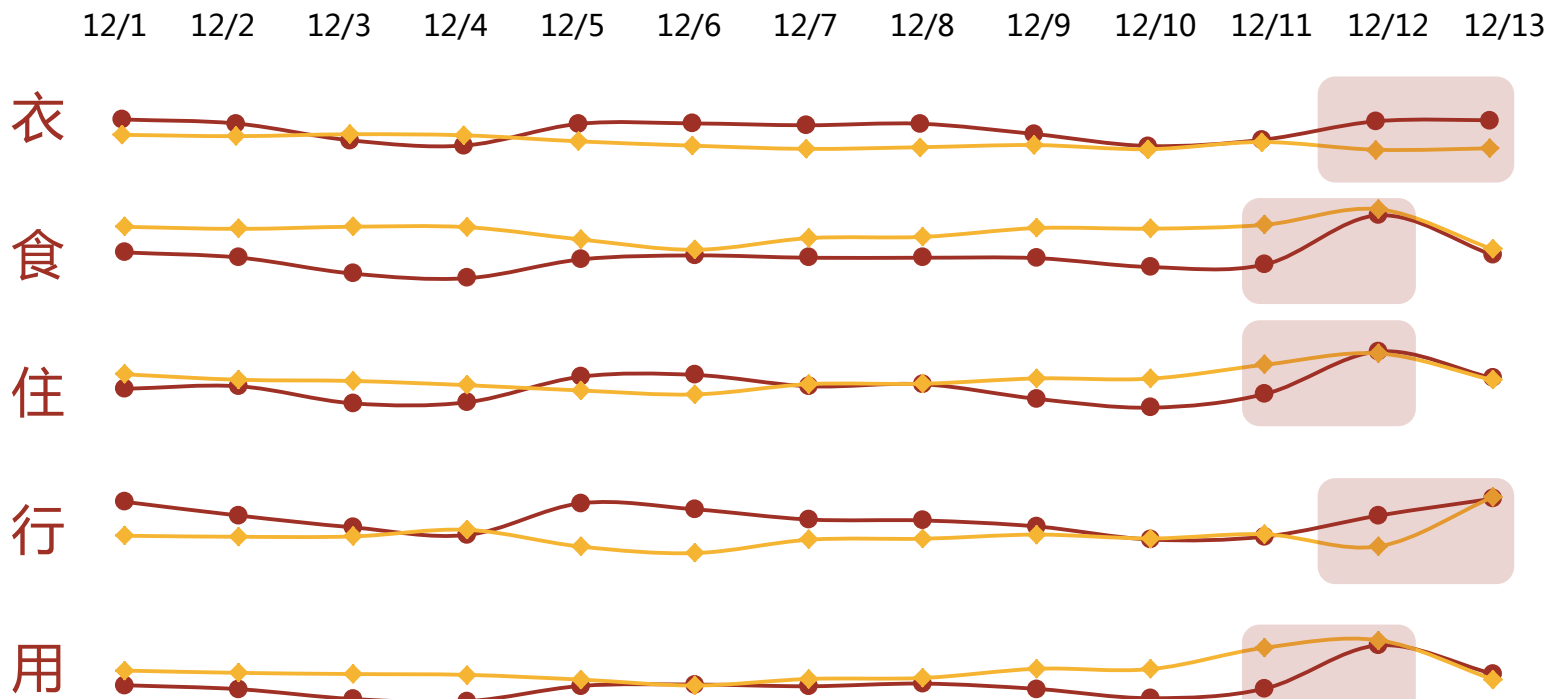
2016

今非昔比

2015

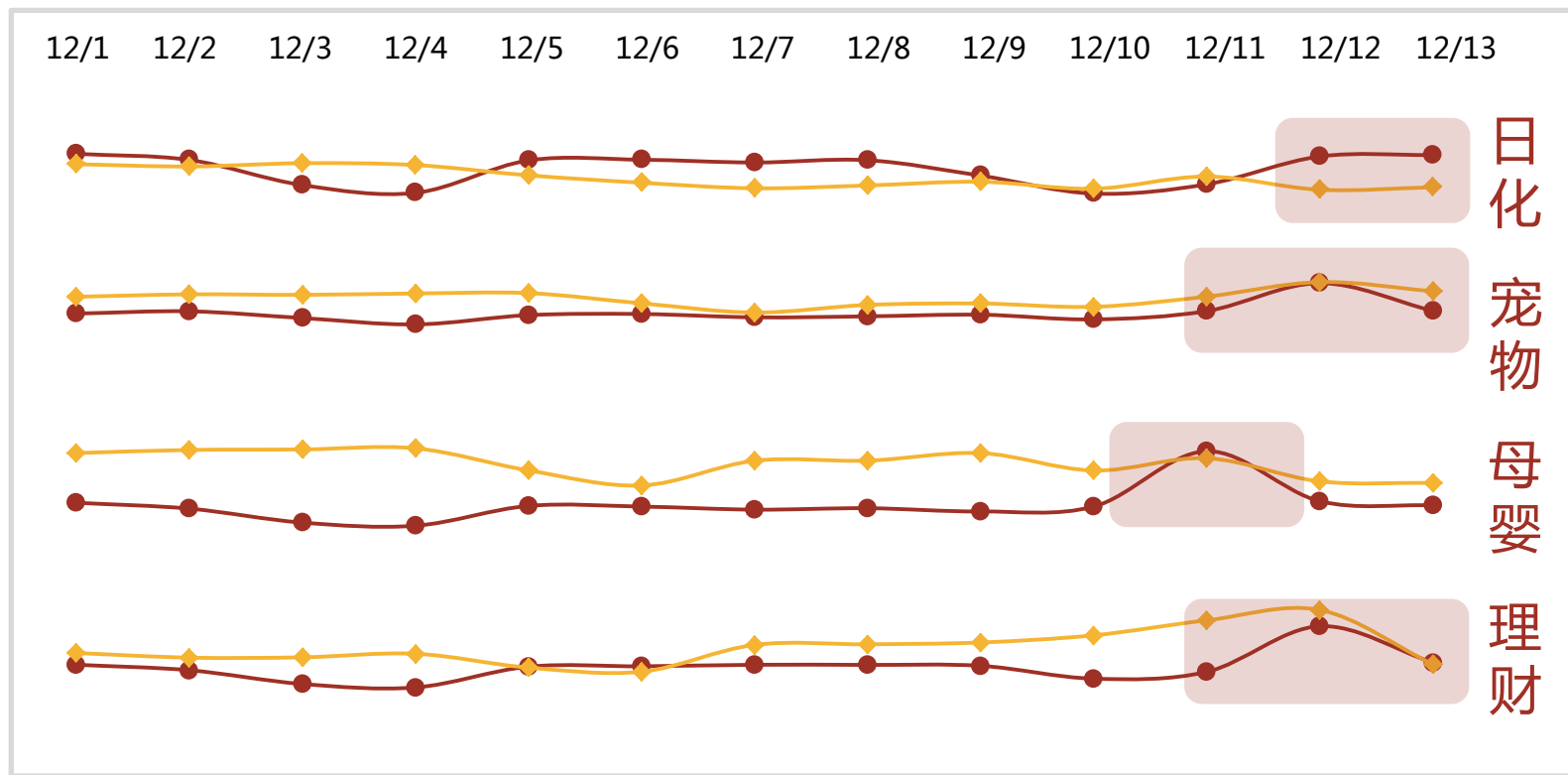
刚需“吃住用” 双12当天涨幅明显，汽车同比增幅最大

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



小资必买

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

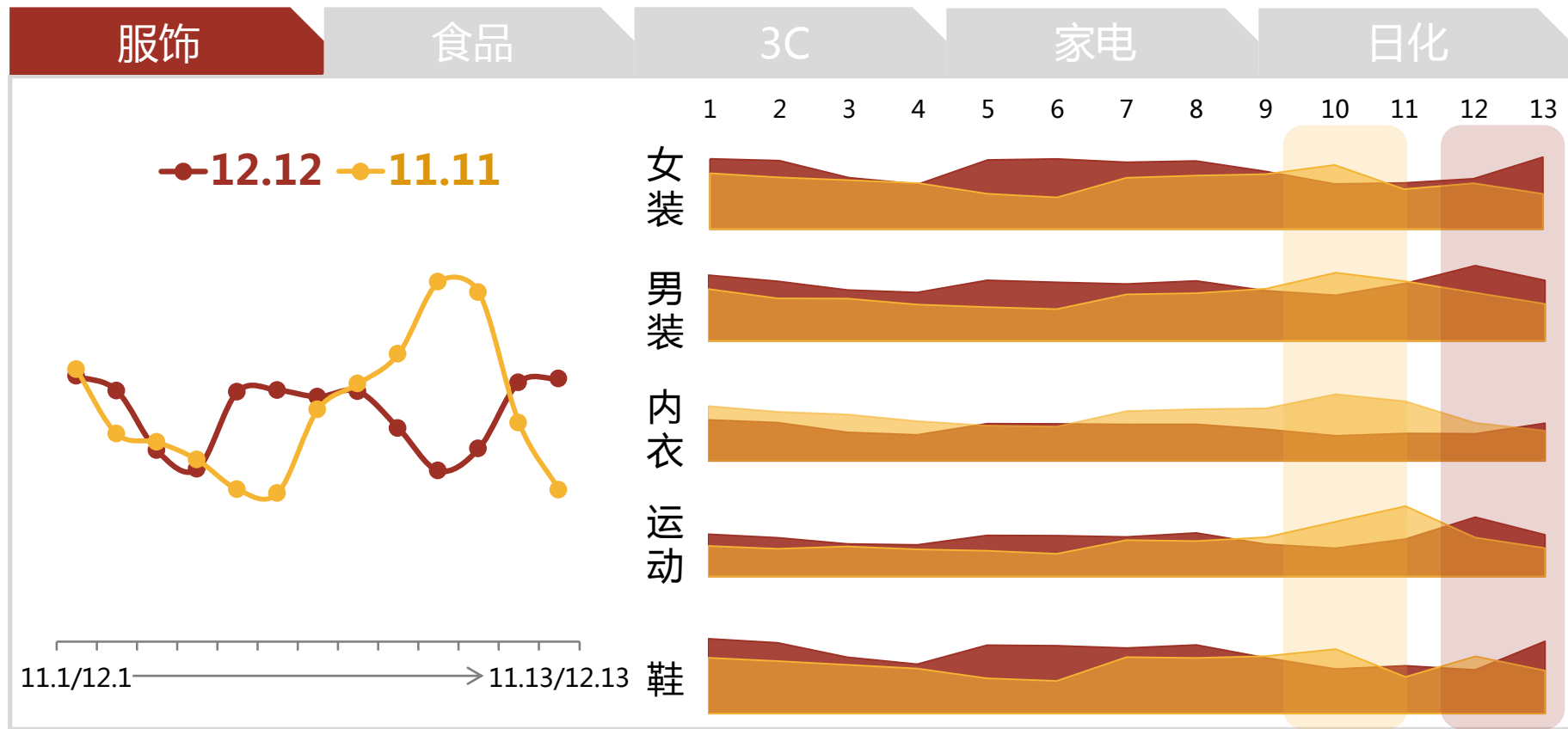
日新月异

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

11.1/12.1

→ 11.13/12.13

生鲜

酒水

零食

进口

特产

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



电脑关注度接近双11，手机热度不再，数码不温不火

服饰

食品

3C

家电

日化

—●—12.12 —●—11.11

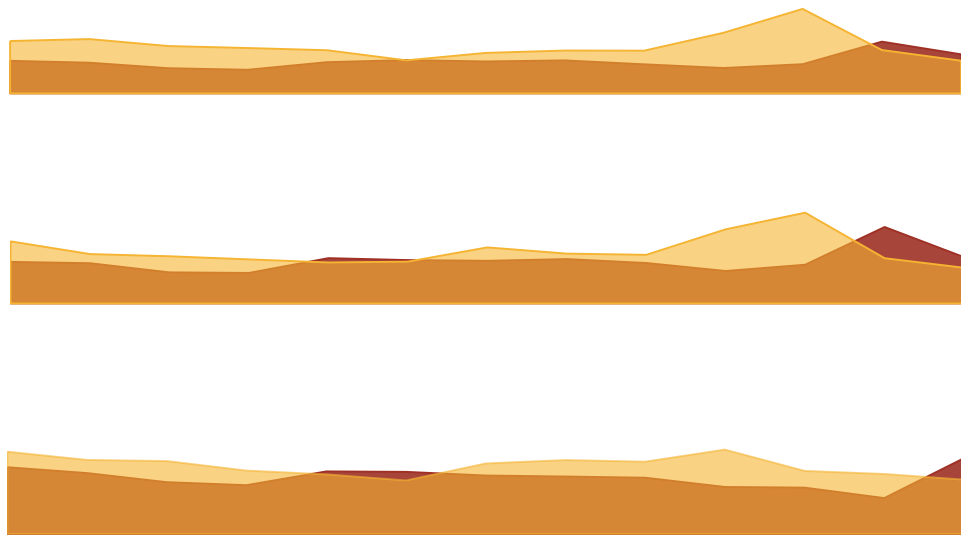
11.1/12.1 → 11.13/12.13

手机

电脑

数码

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



家电类商品关注度比双11有所下滑，后期仍有关注

服饰

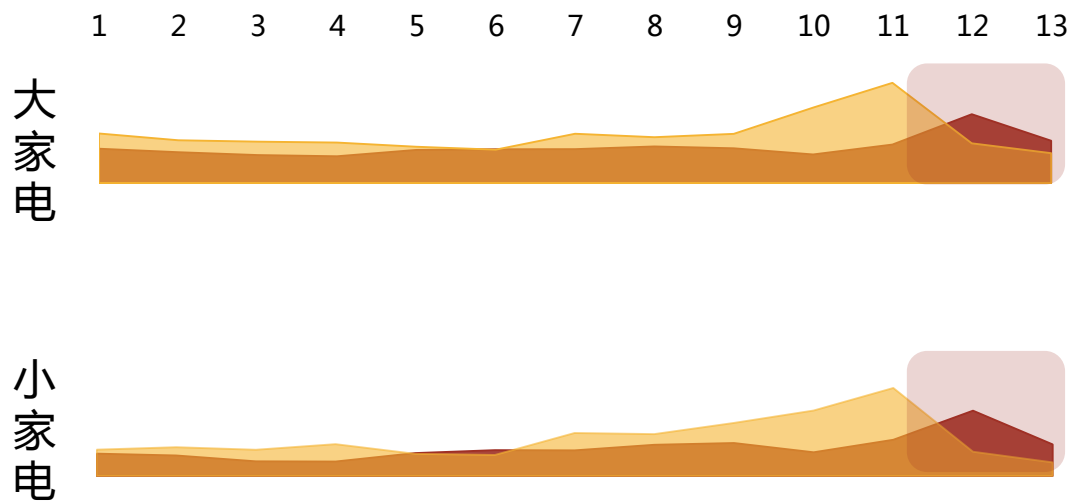
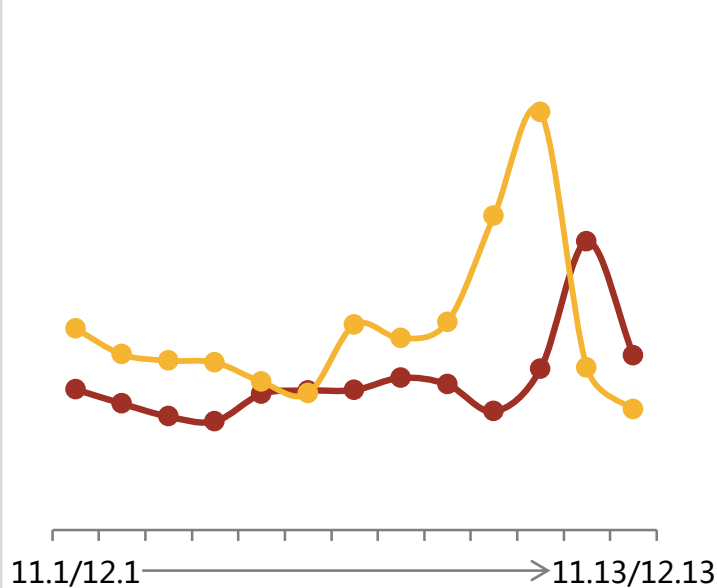
食品

3C

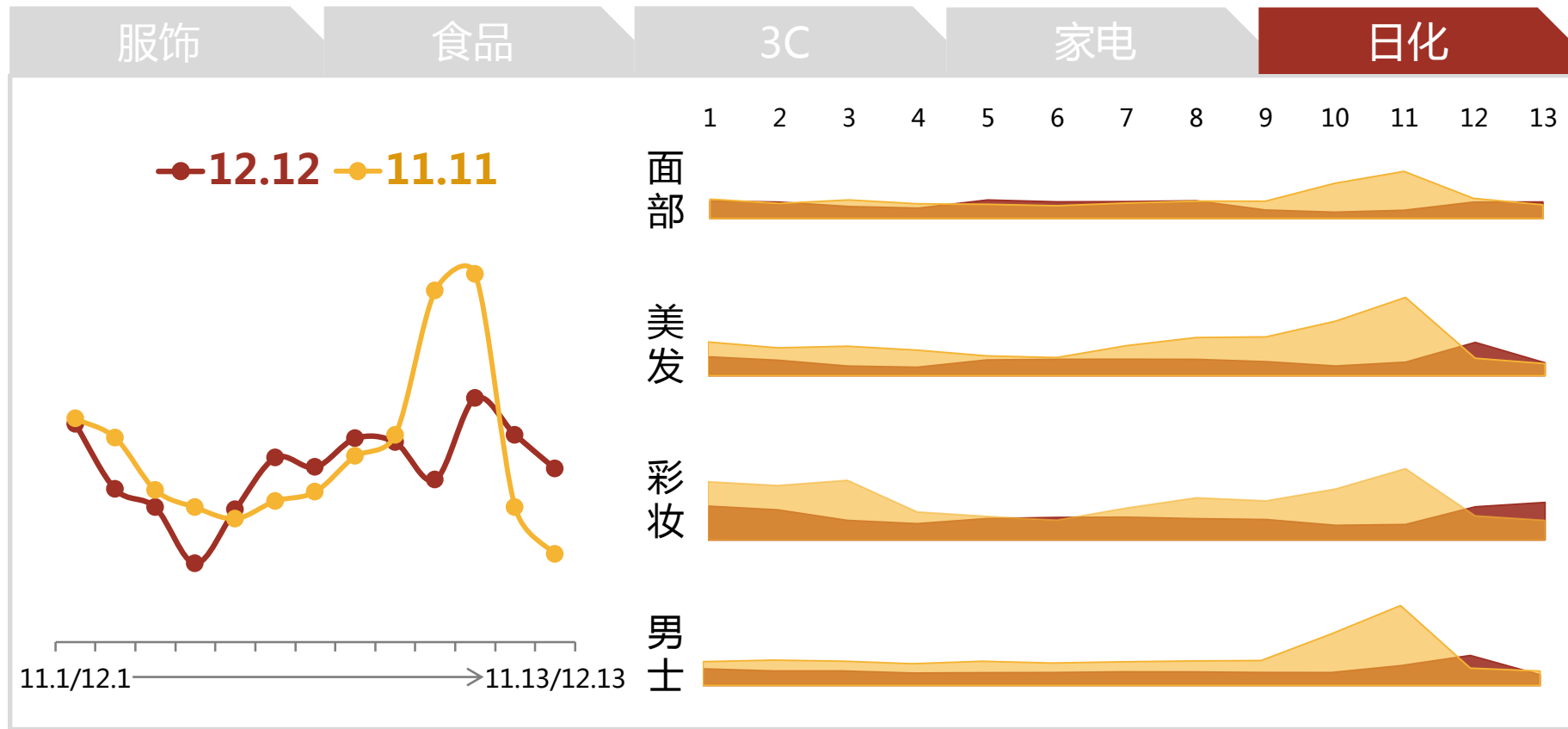
家电

日化

—●—12.12 —●—11.11



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

手机 始终
名列榜首

华为 苹果
小米等
品牌词增多



谢 谢

360营销研究院
出品