



起 义

2016白电行业大数据洞察

行业趋势

行为洞察

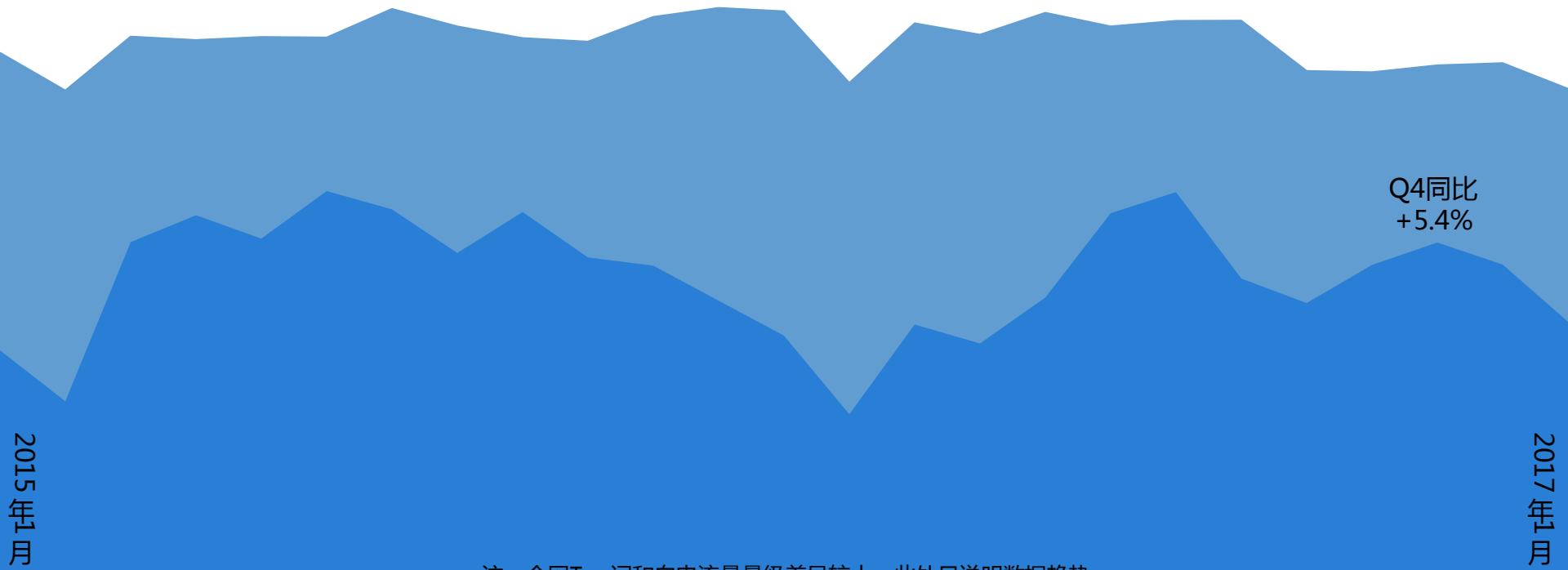
人群画像

- 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

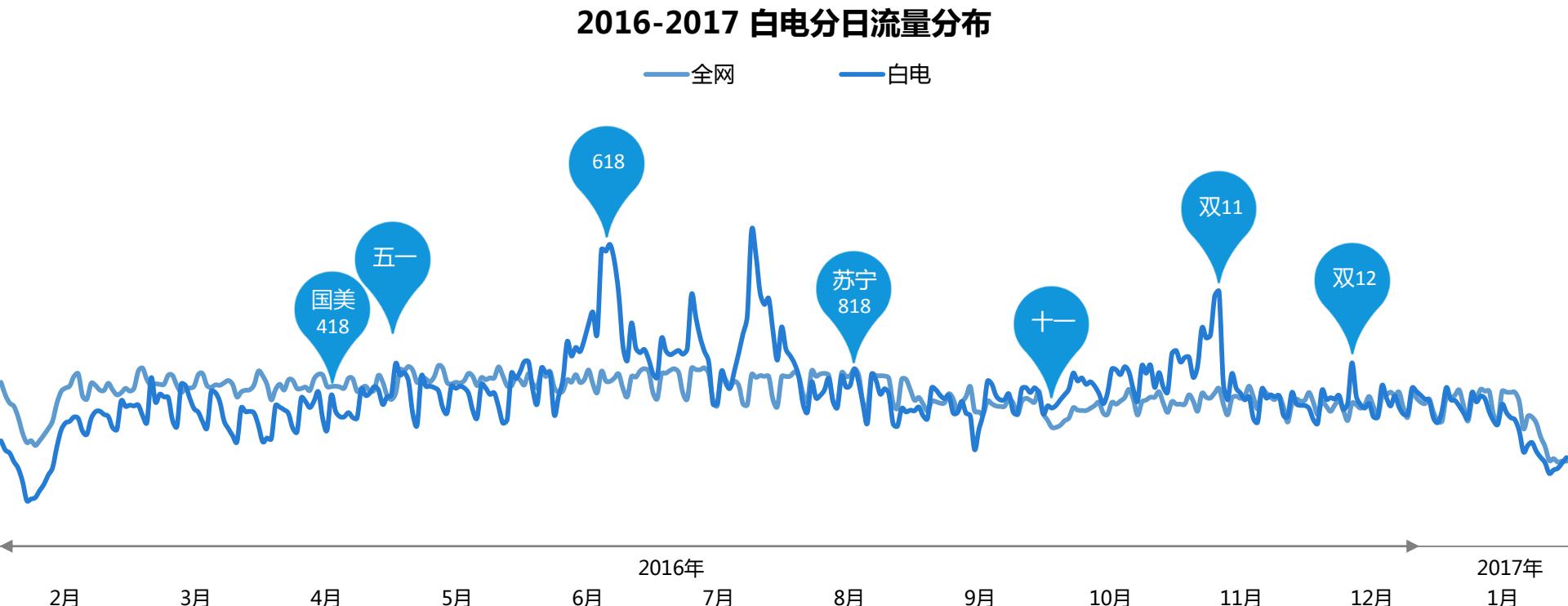
■全网 ■白电



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



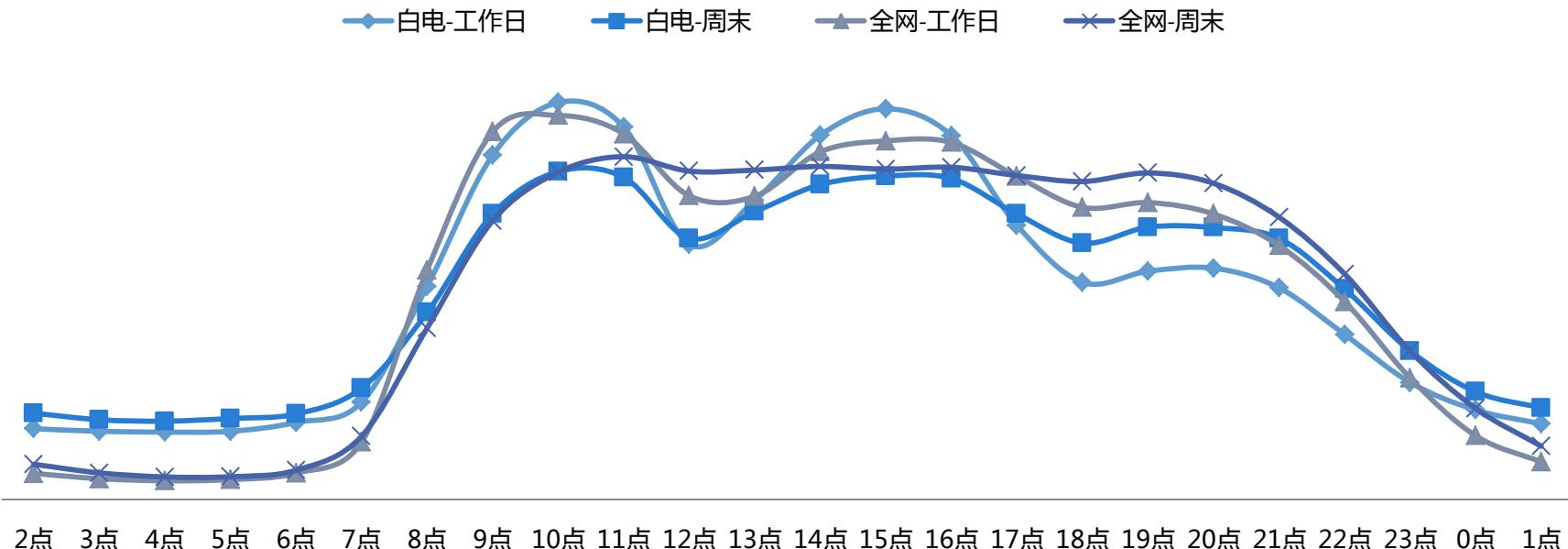
注：全网Top词和白电流量量级差异较大，此处只说明数据趋势

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

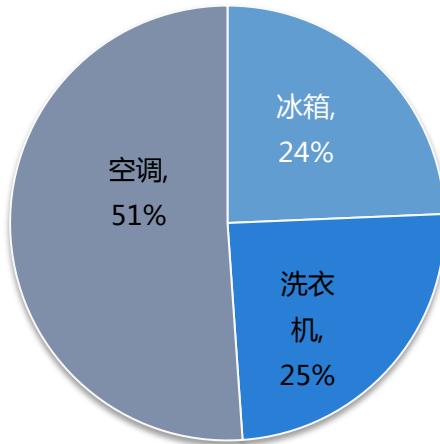


数据来源：360大数据，2016年11月-2017年1月

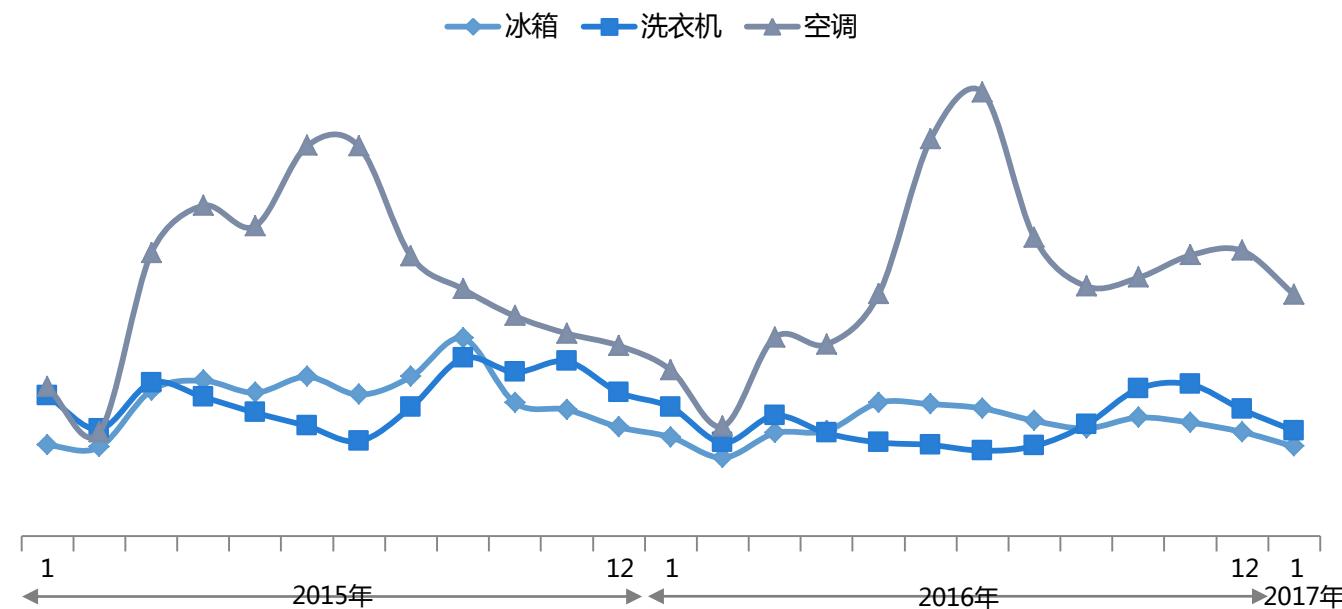
用户关注趋理性

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

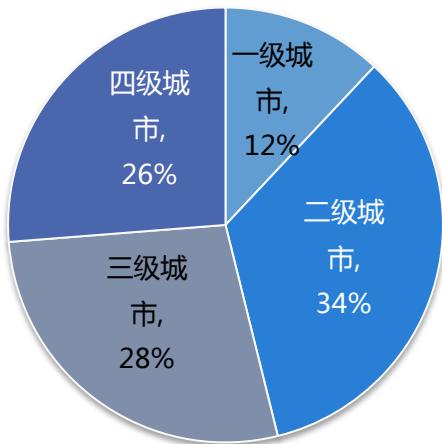


2015-2017 白电细分产业流量

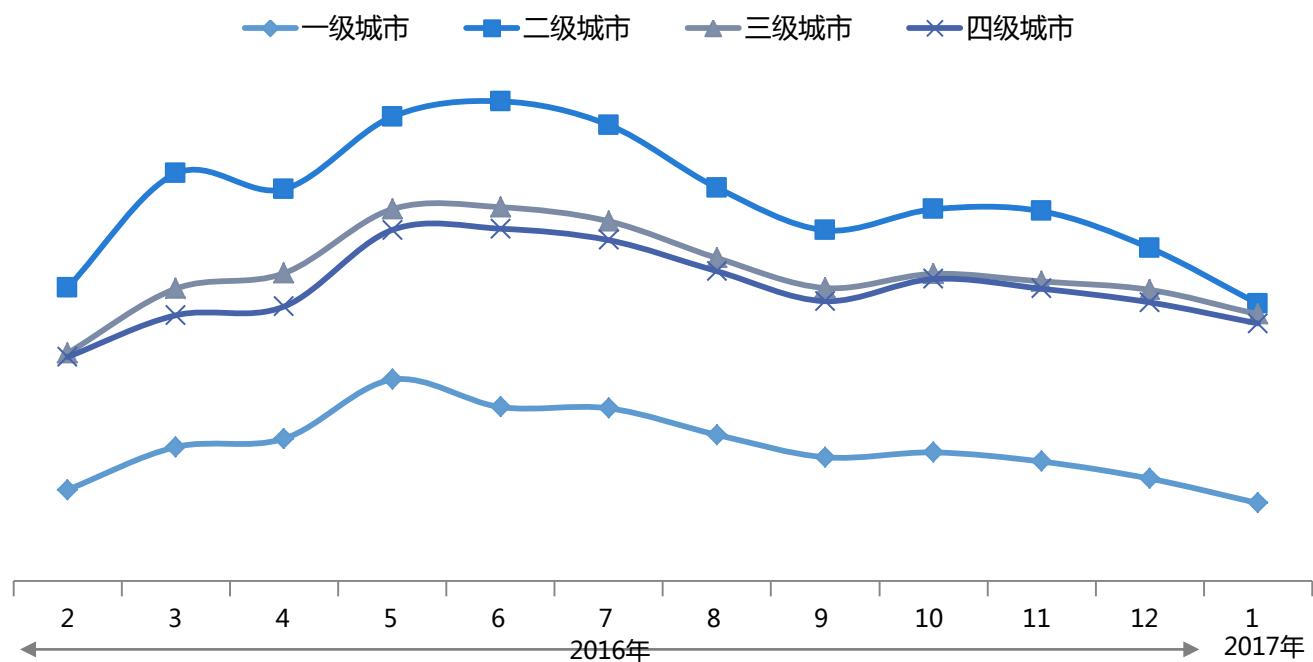


四线城市流量崛起，份额接近三线城市

冰箱不同城级流量占比

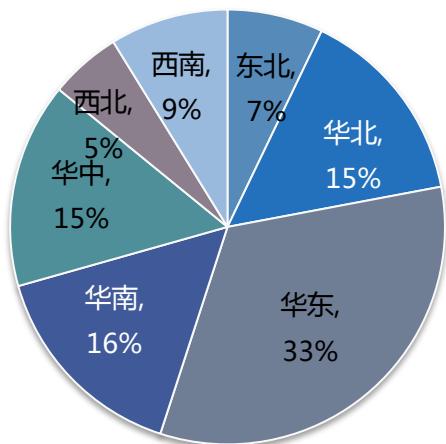


2016-2017 不同城级冰箱流量

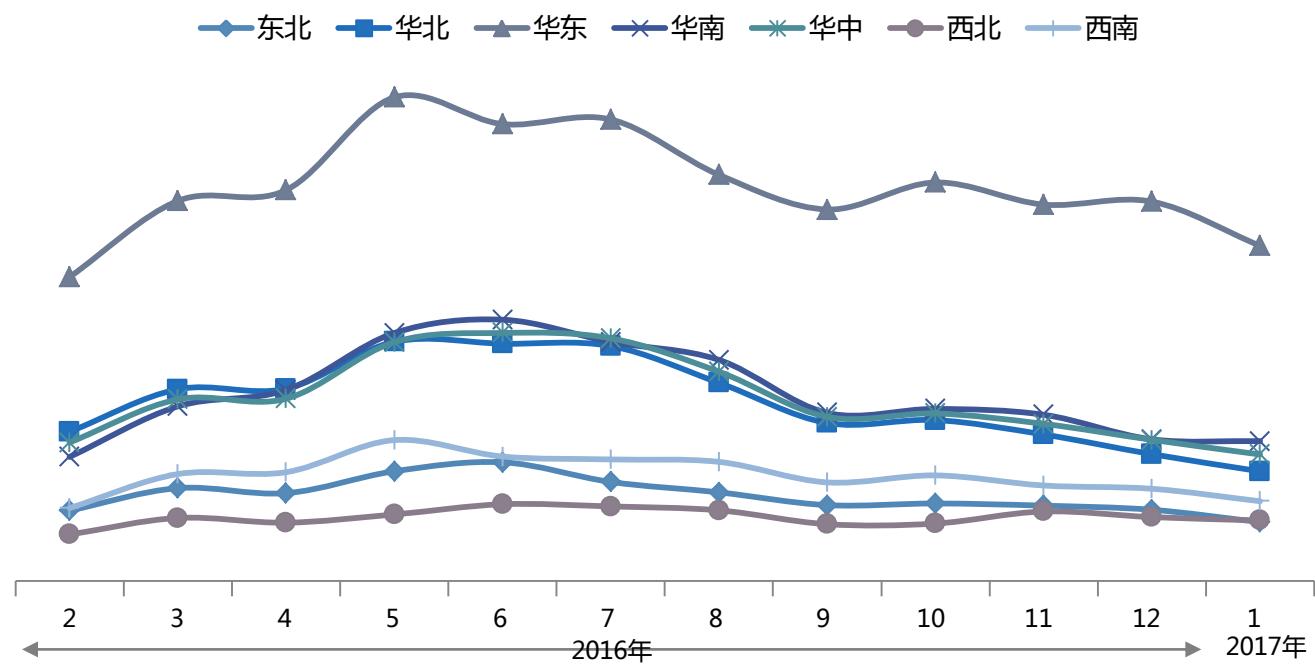


西北地区流量全年分布较为均匀、季节波动较弱

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

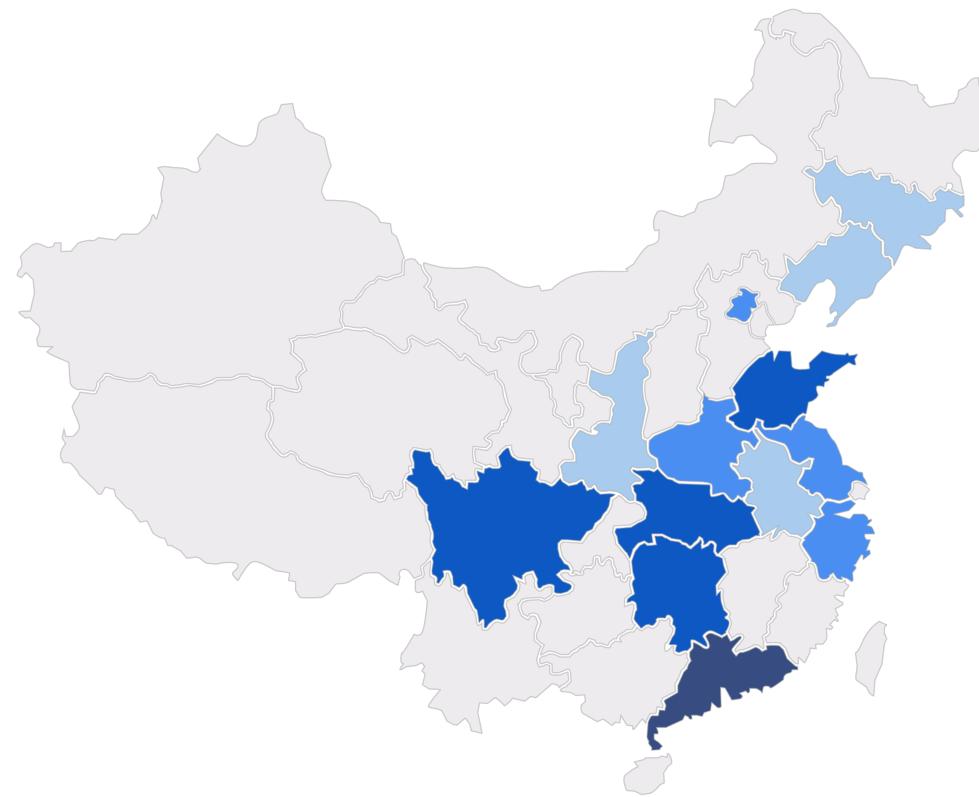
- 检索量占比：4%~8%；TGI在100左右浮动
- 对冰箱流量贡献较高，但关注度偏低

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



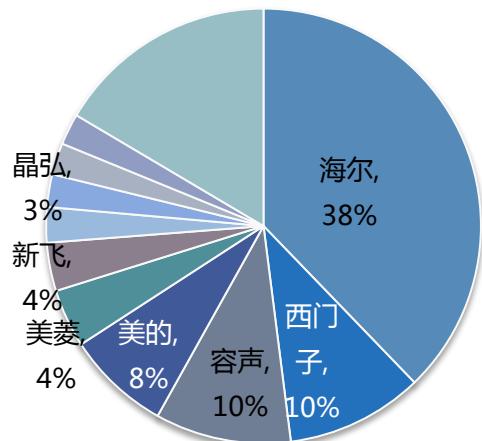
TGI指数 = $\frac{\text{行业流量的地域占比}}{\text{360总体流量的地域占比}} \times 100$ ，反映行业流量与总体的差异，TGI越高，代表该省对行业的关注程度越高，下同

数据来源：360大数据，2016年2月-2017年1月

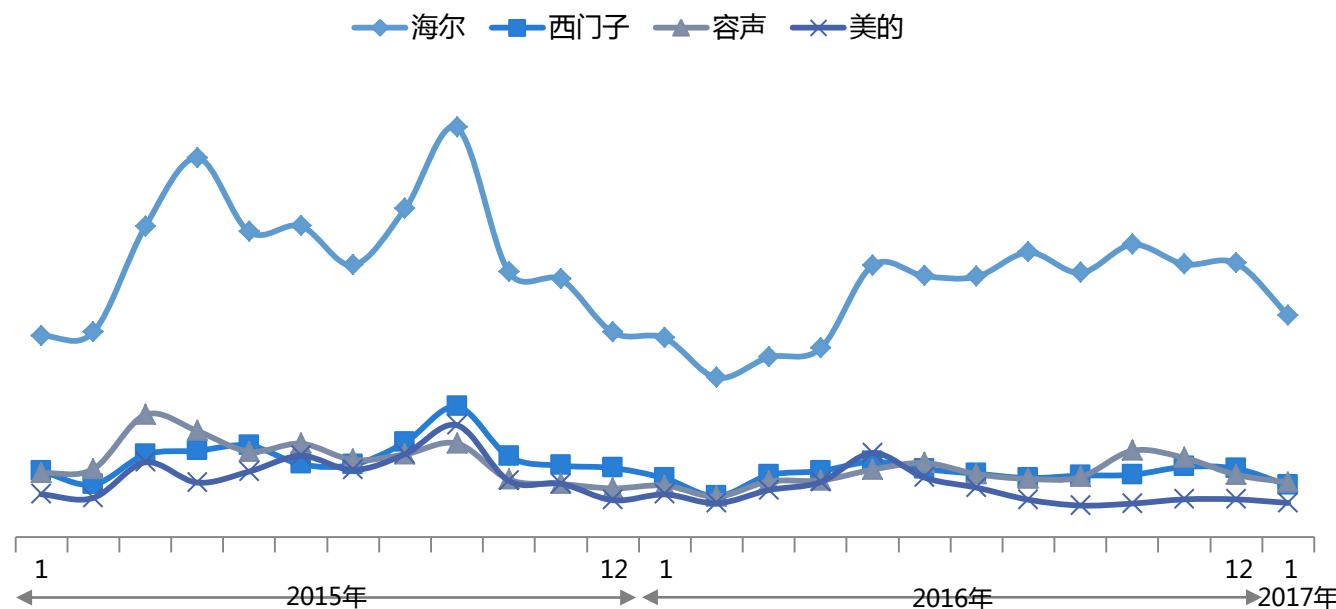
17年份额稳定

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

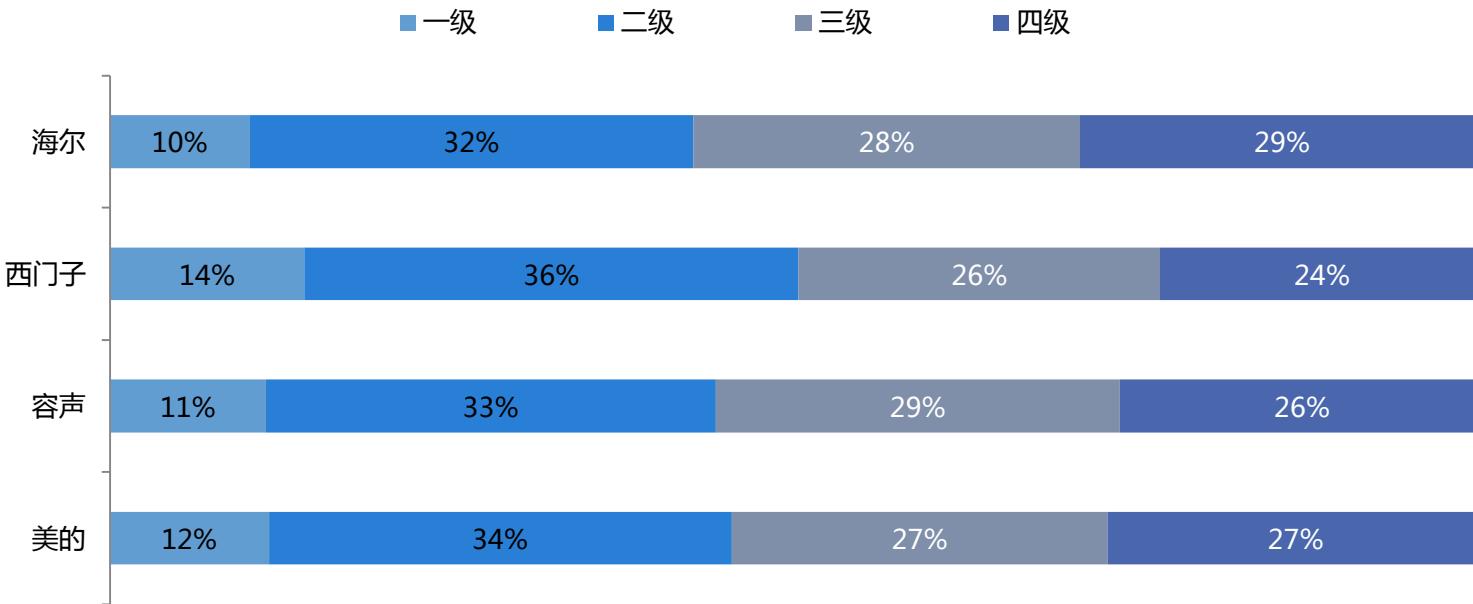


2015-2017 冰箱Top品牌流量



西门子流量一二线城市占比高

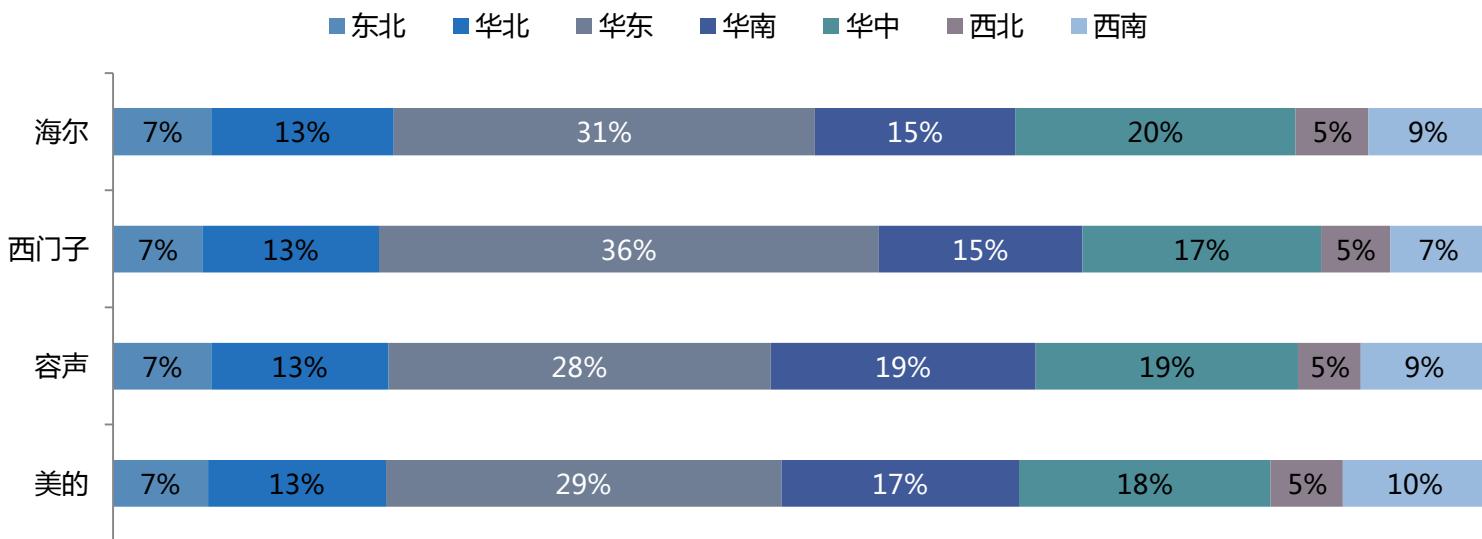
冰箱Top品牌不同城级流量占比



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

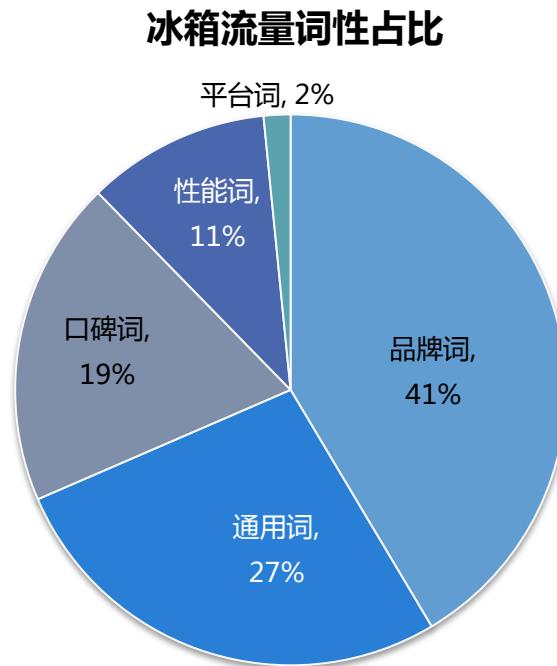
冰箱品线流量针对品牌和口碑的关注高于空调和洗衣机

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



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

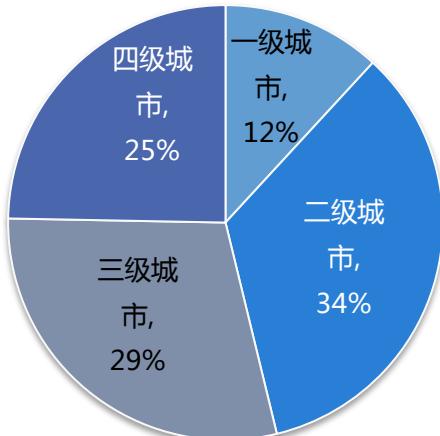
- 冰箱
- 电冰箱
- 冰箱维修
- 小冰箱
- 冰箱报价



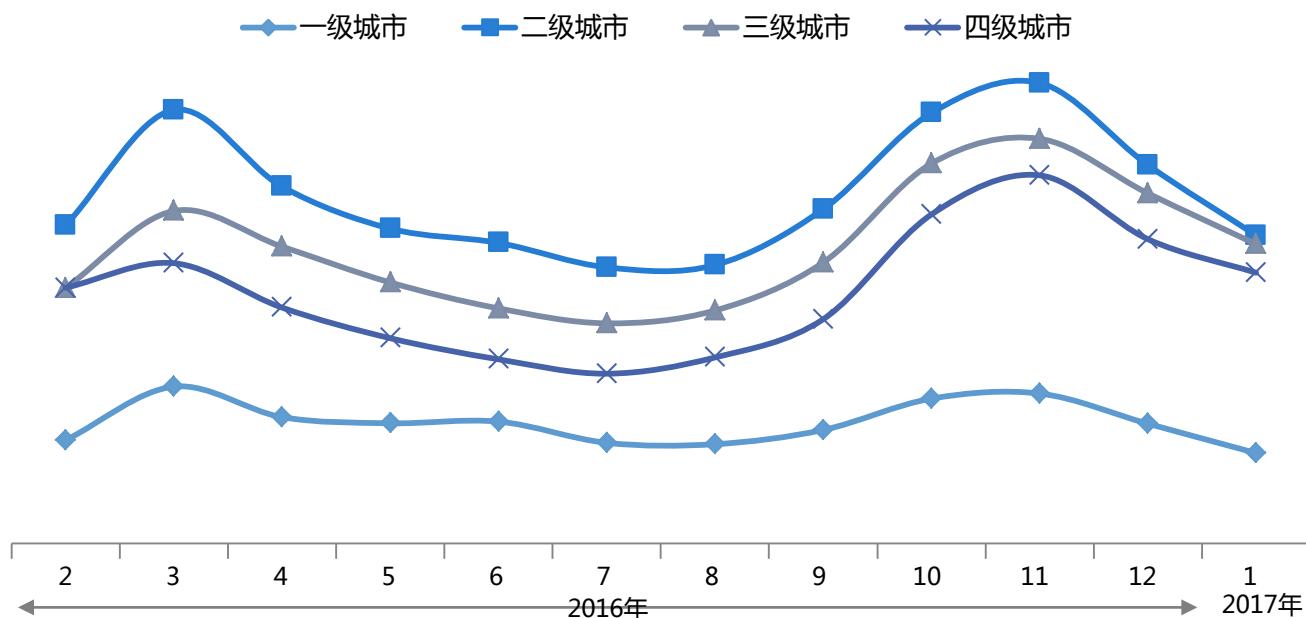
渠道下沉、一线城市疲软

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



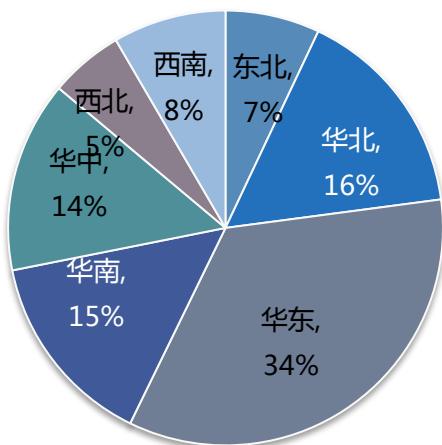
2016-2017 不同城级洗衣机流量



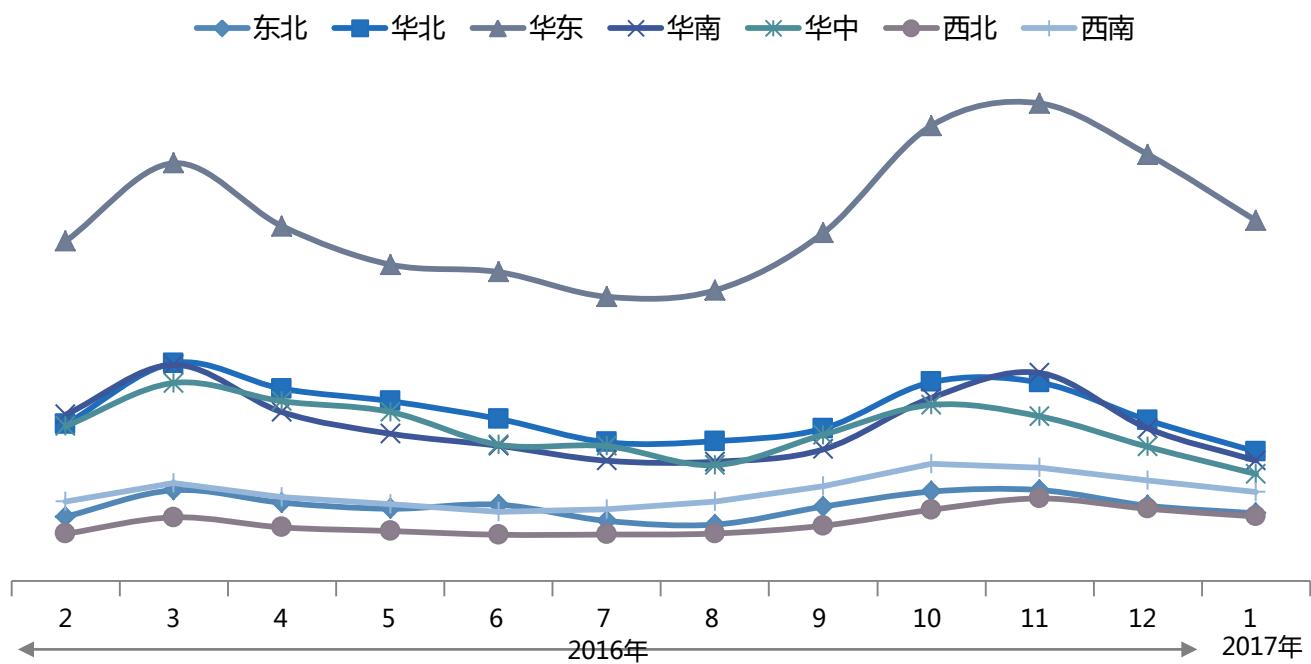


华南波峰滞后

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

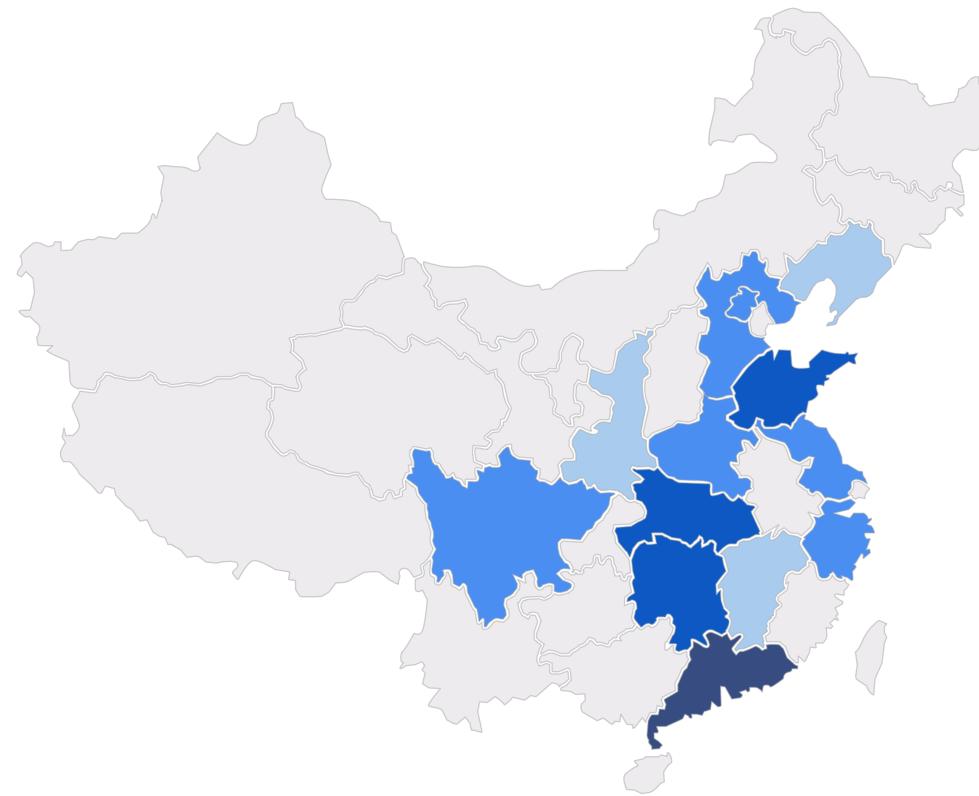
- 检索量占比：4%~8%；TGI在100左右浮动
- 对洗衣机流量贡献较高，但关注度偏低

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

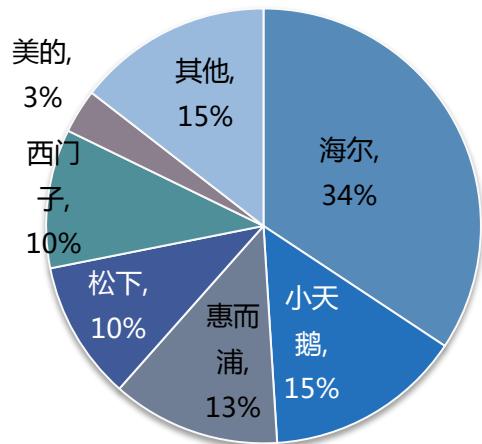
- 流量偏低、对洗衣机关注较低



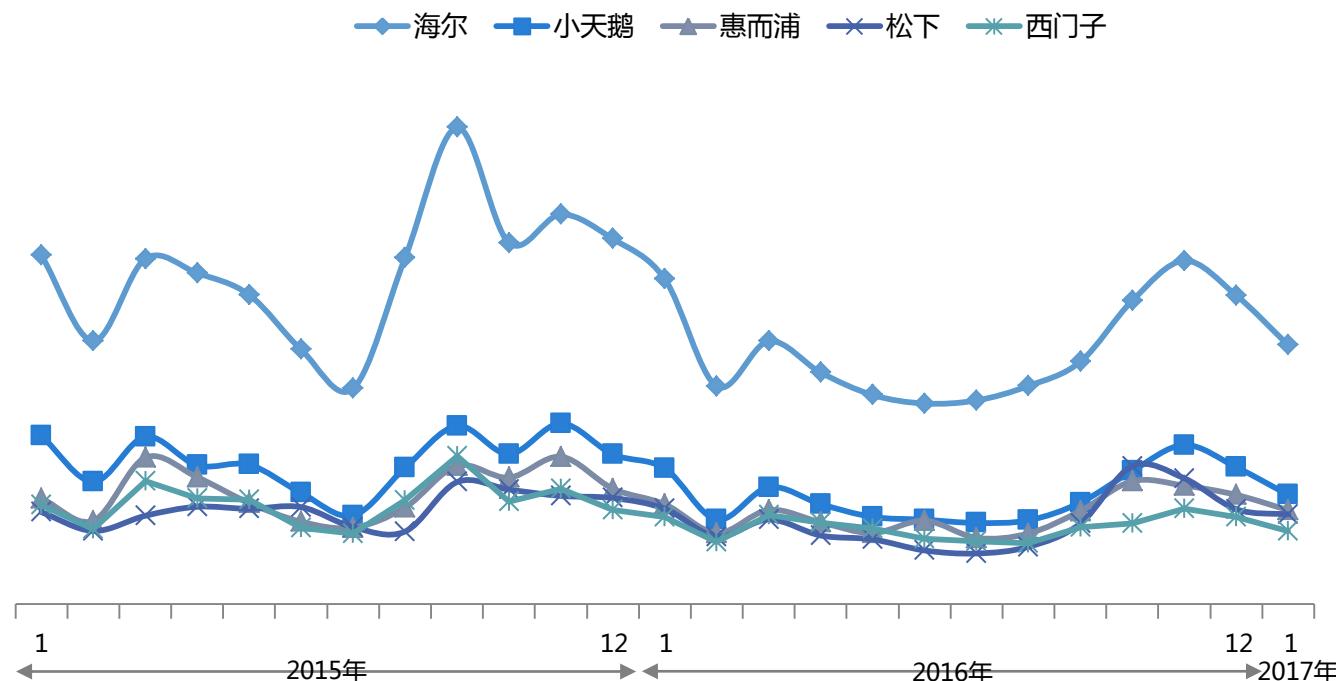


松下洗衣机份额提升

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

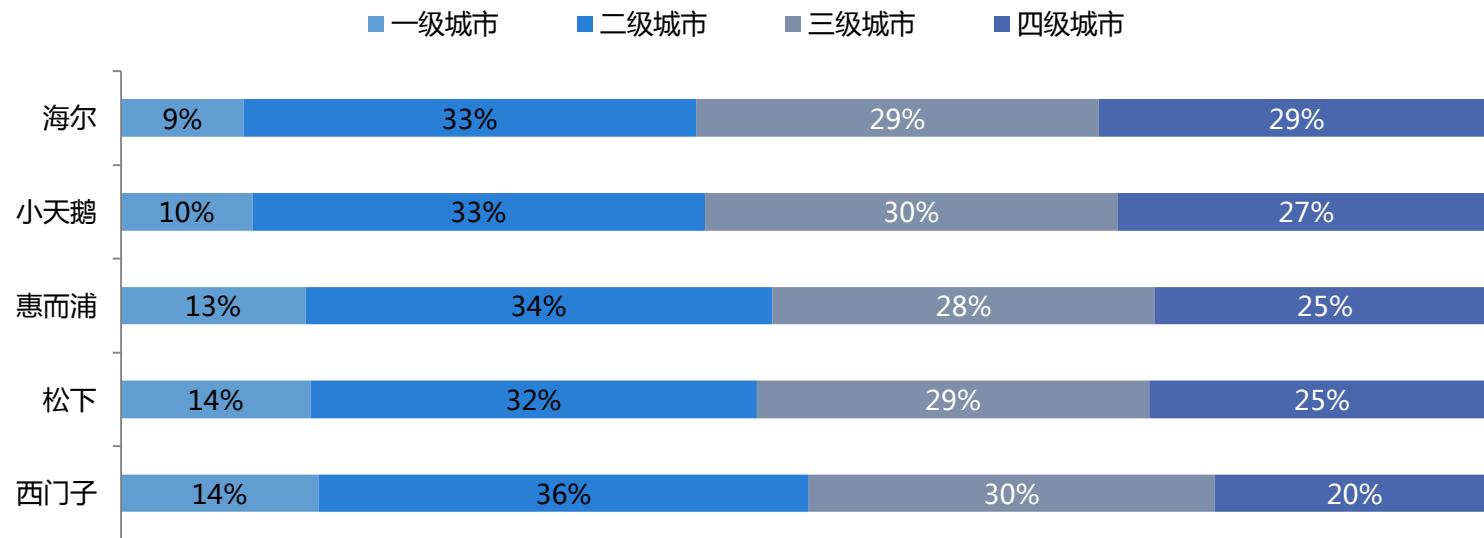
惠而浦洗衣机涵盖子品牌：三洋、荣事达等，下同



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

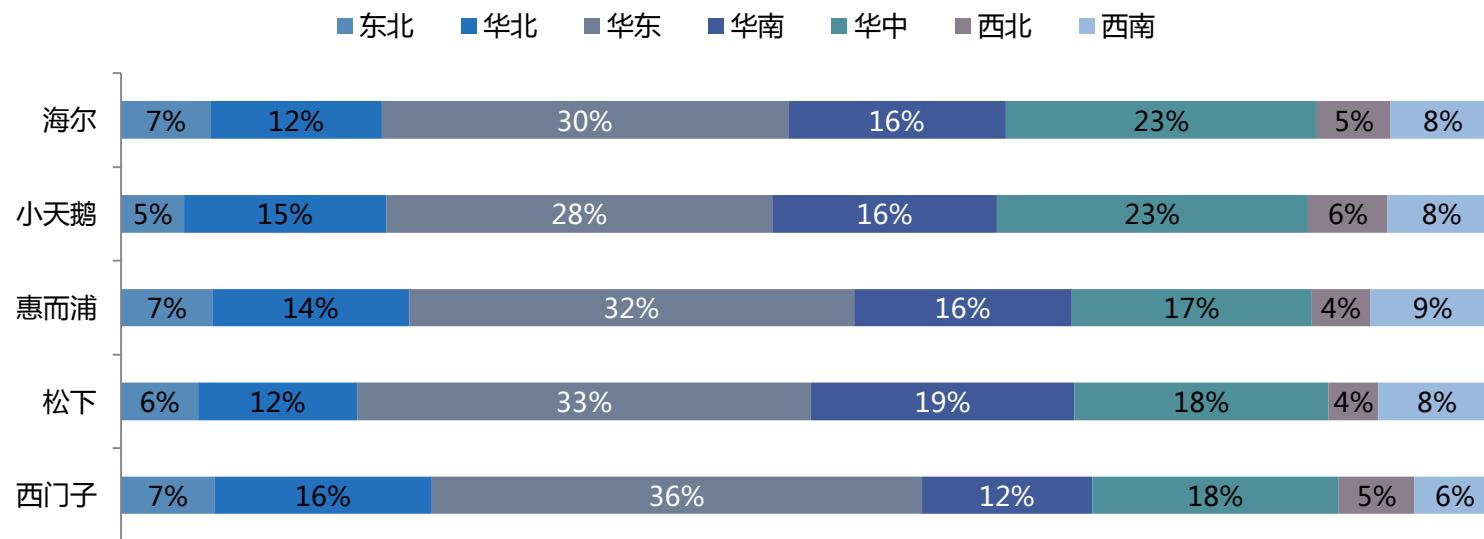




海尔和小天鹅流量区域占比均匀

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

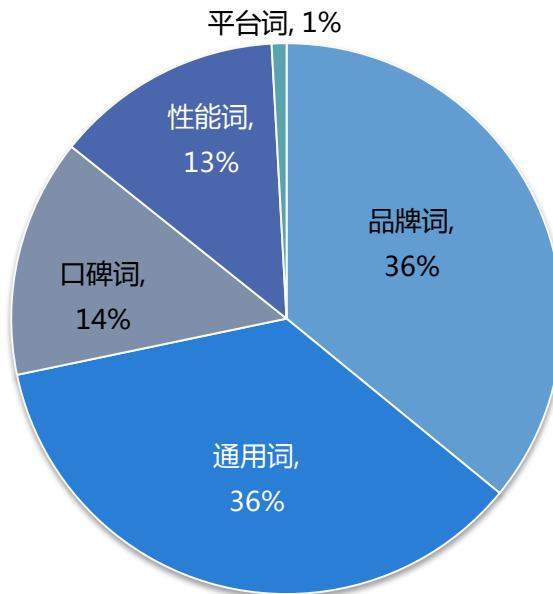
性能词流量Top5

- 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

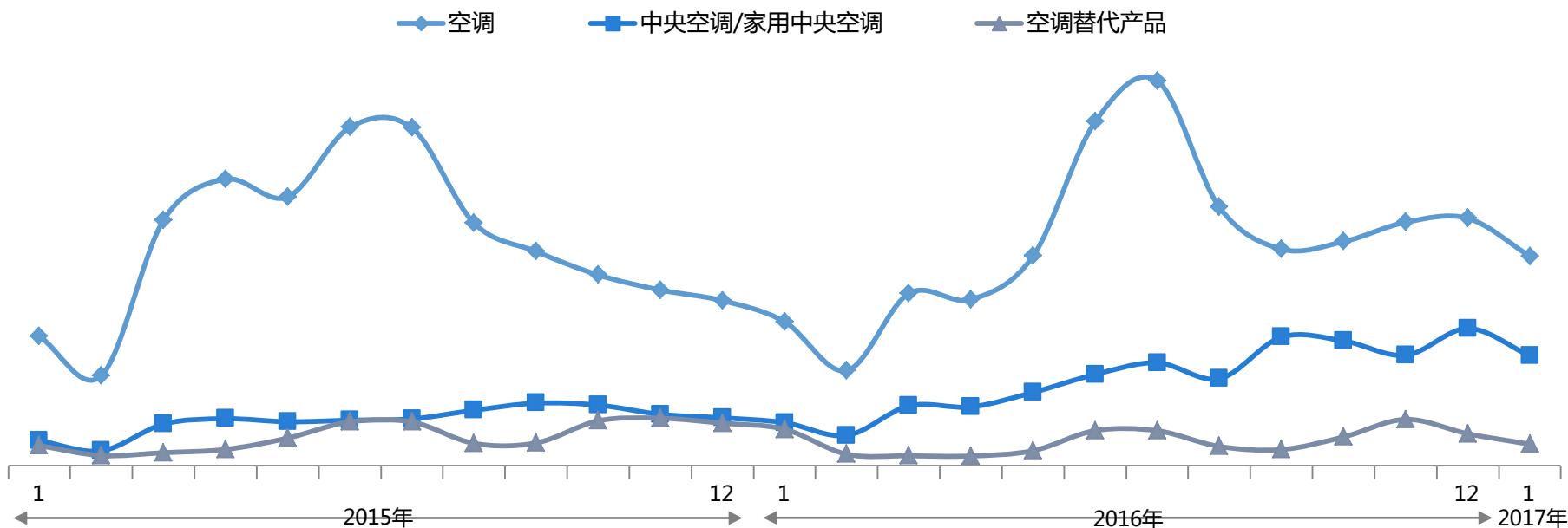
- 洗衣机
- 洗衣机维修
- 投币洗衣机
- 洗衣机怎么清洗
- 大型洗衣机



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

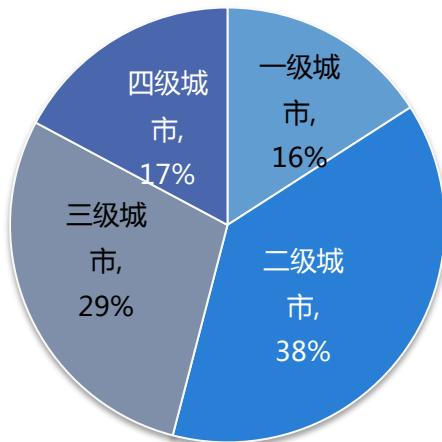
2015-2017 空调相关品线流量



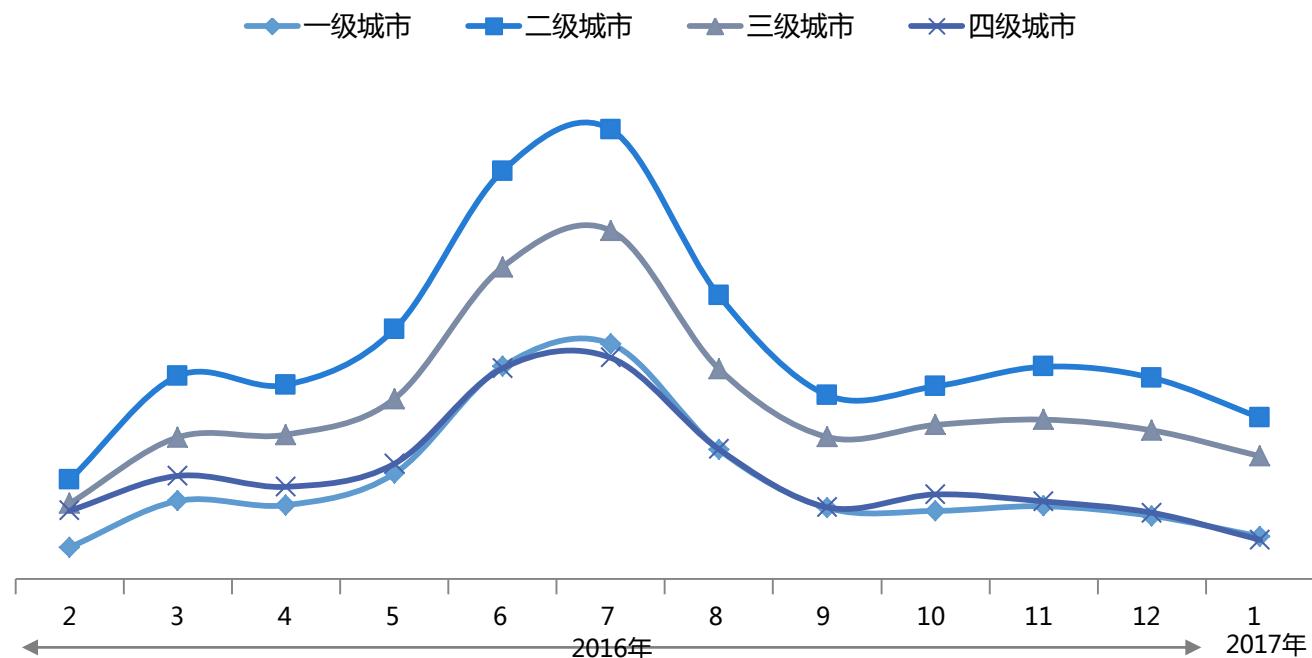


四线城市流量份额超一线

空调不同城级流量占比



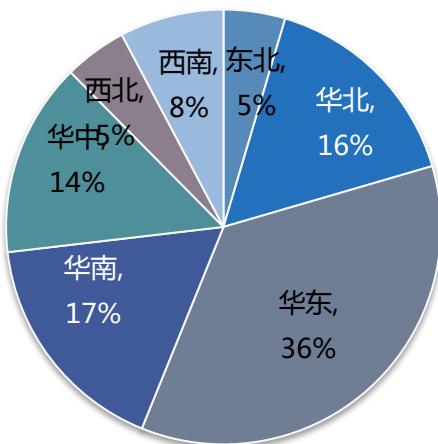
2016-2017 不同城级空调流量



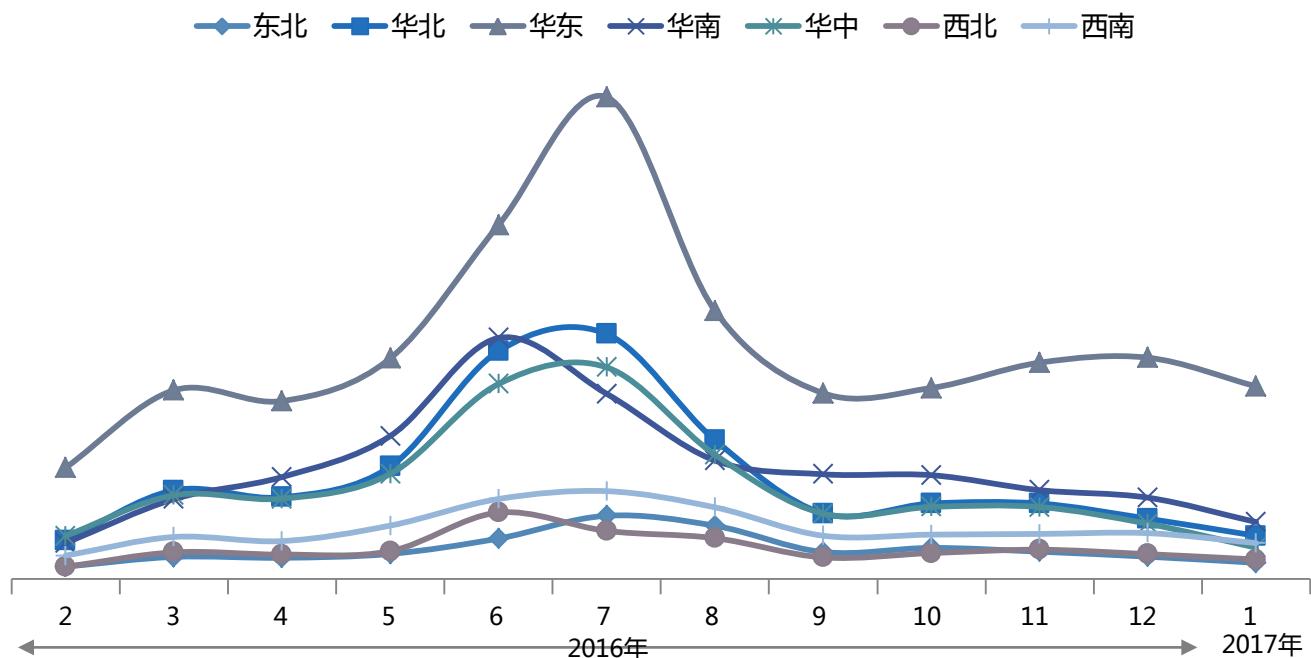


华南地区波峰提前

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

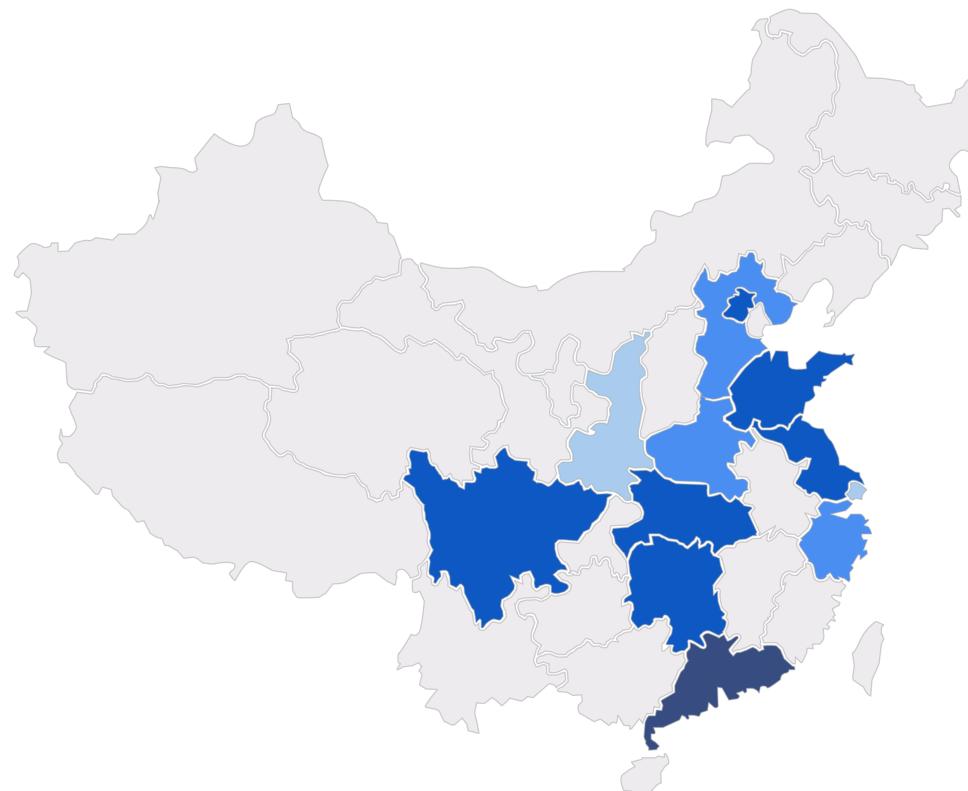
- 检索量占比：4%~8%；TGI在100左右浮动
- 对空调流量贡献较高，但关注度偏低

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

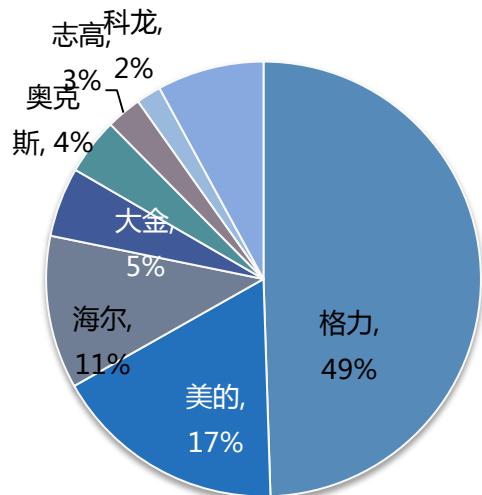
- 流量偏低、对空调关注较低



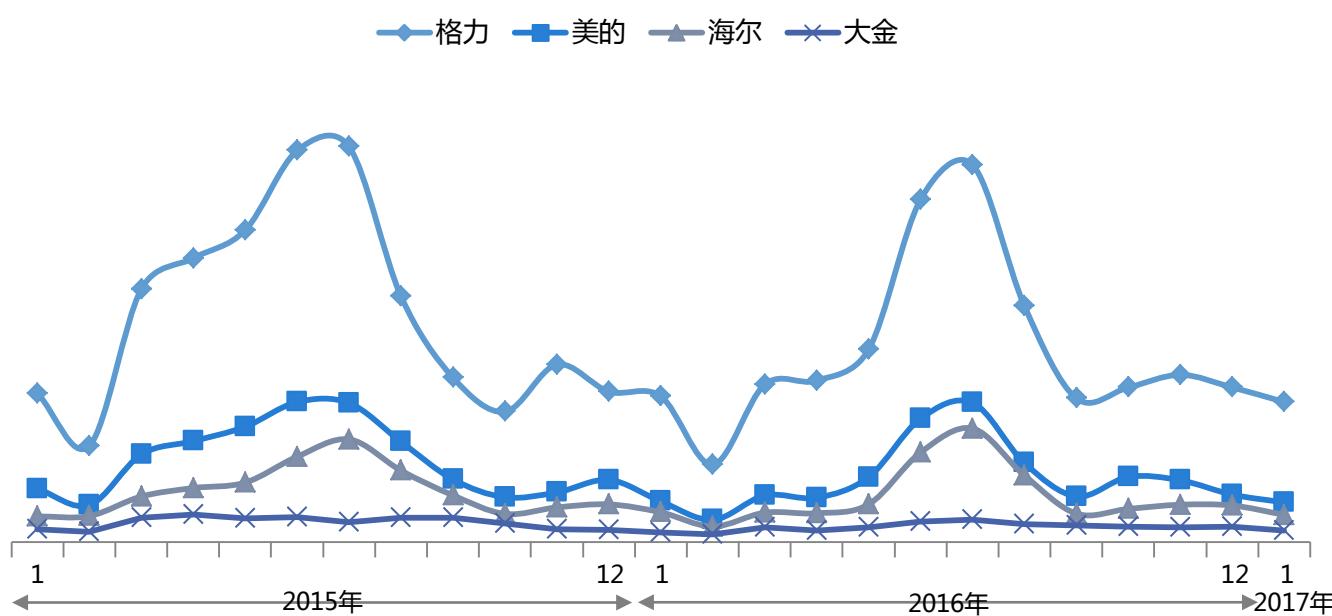
格力份额近半

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

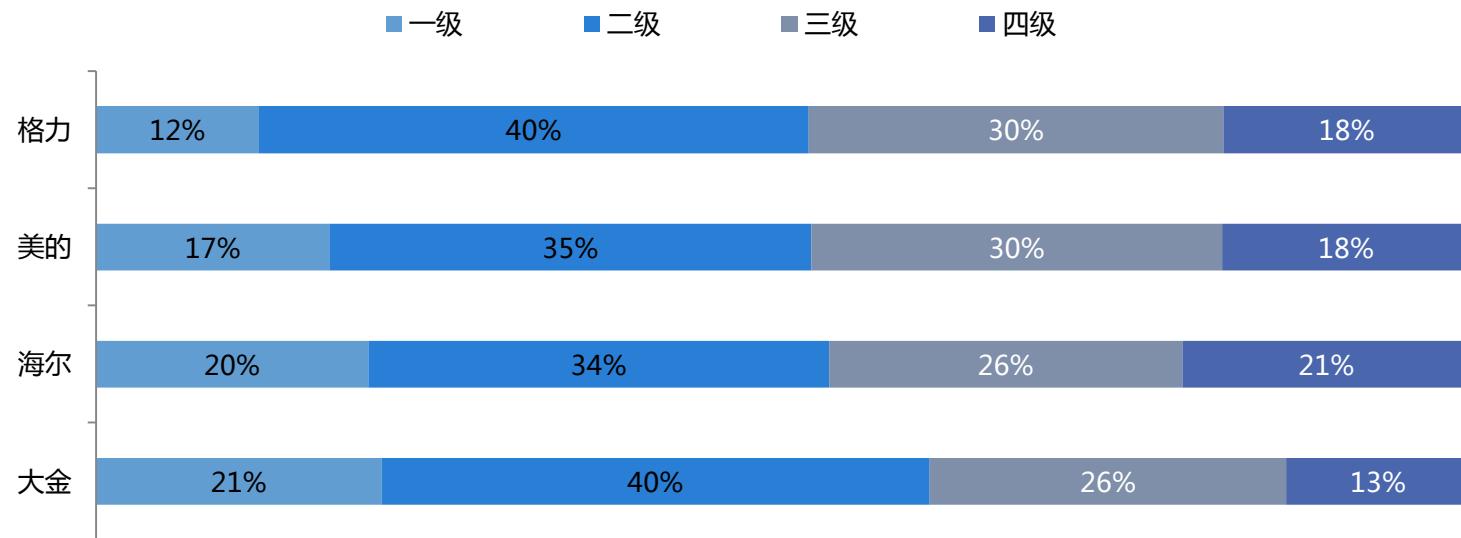




格力流量二线城市最多

大金流量一二线城市合计占比超过6成

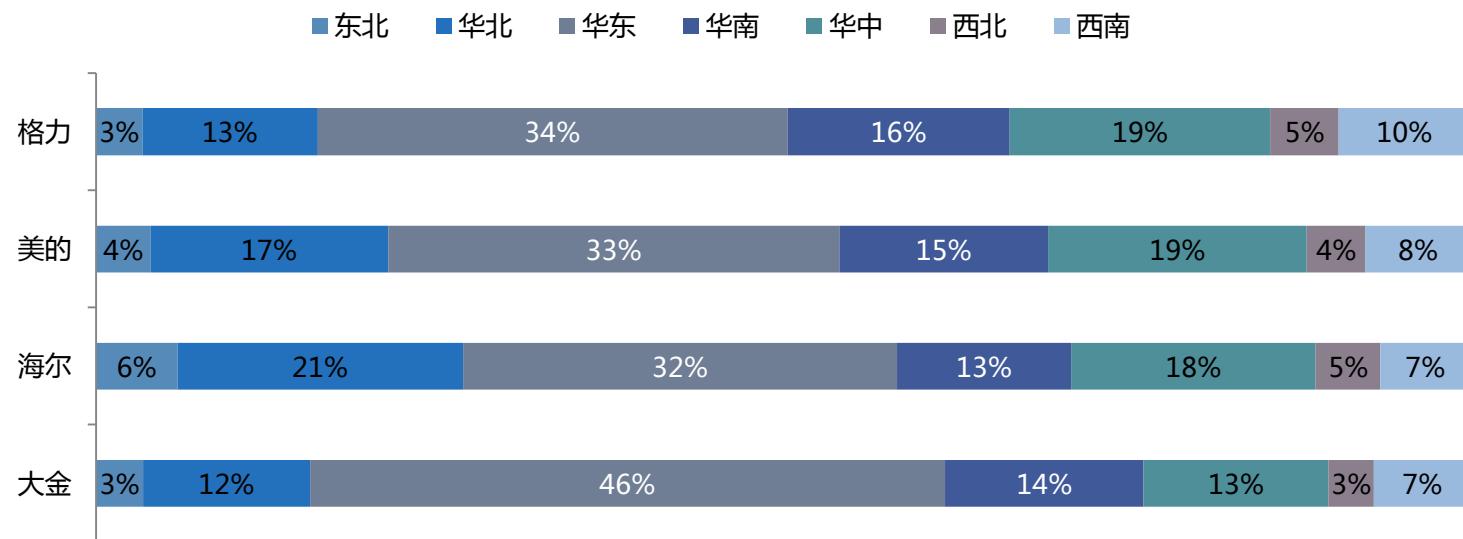
空调Top品牌不同城级流量占比



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

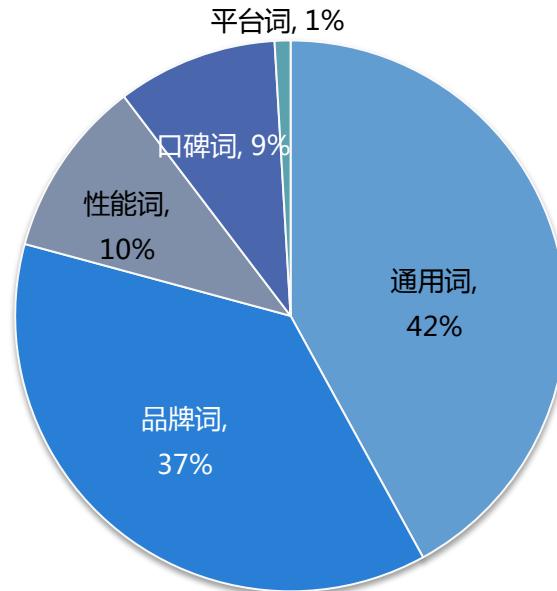
口碑词流量Top5

- 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

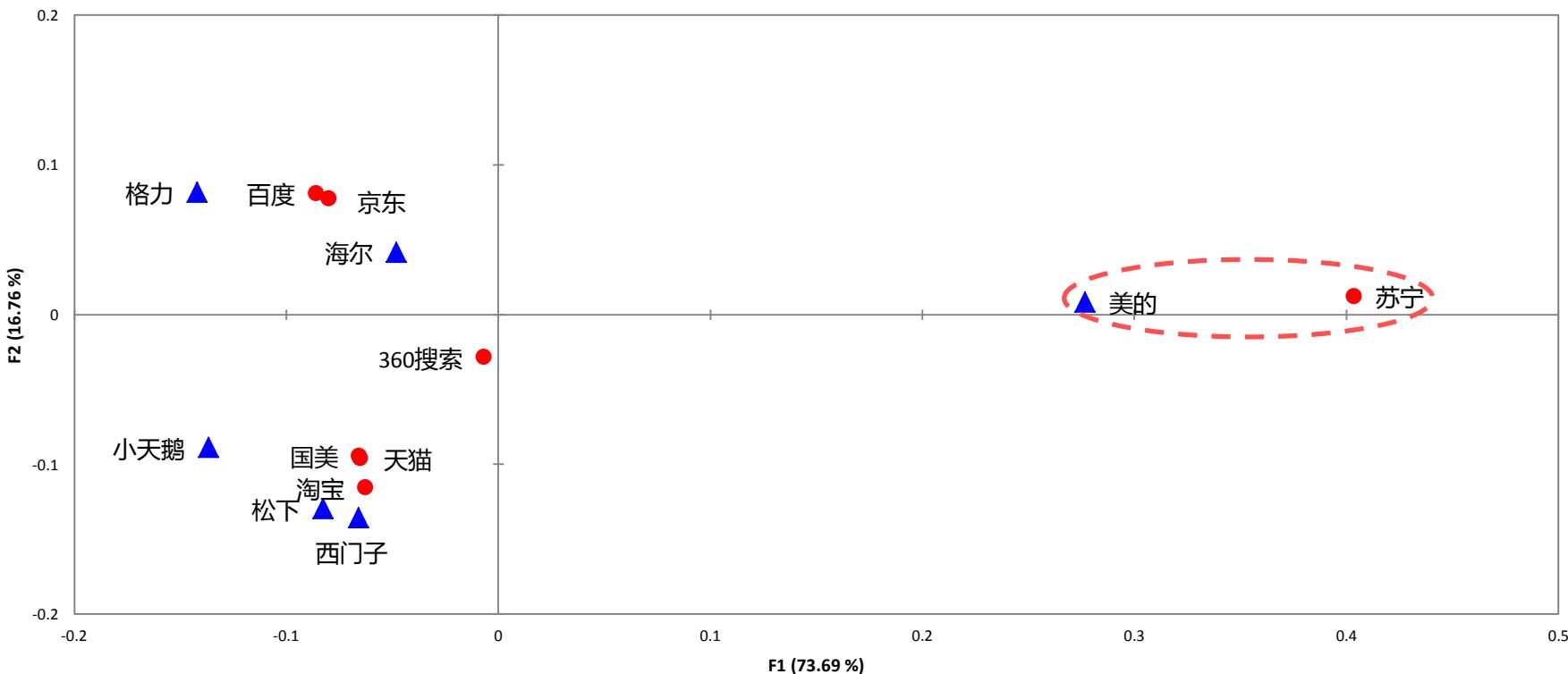


人群画像

- 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

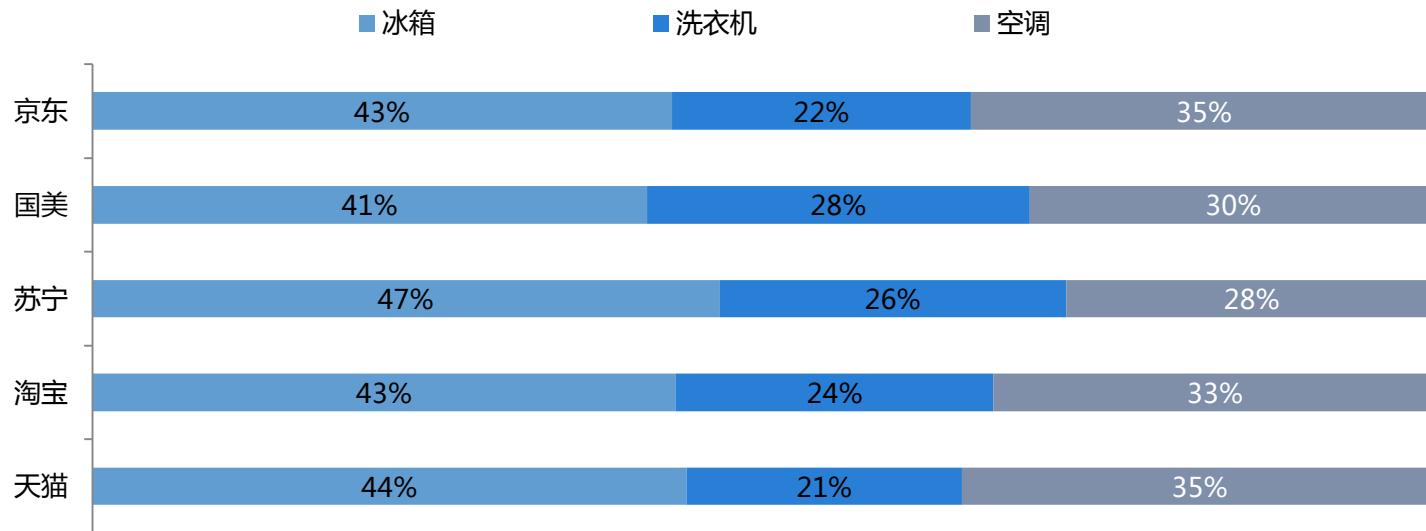




冰狮子、洗老虎、空狗猫

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



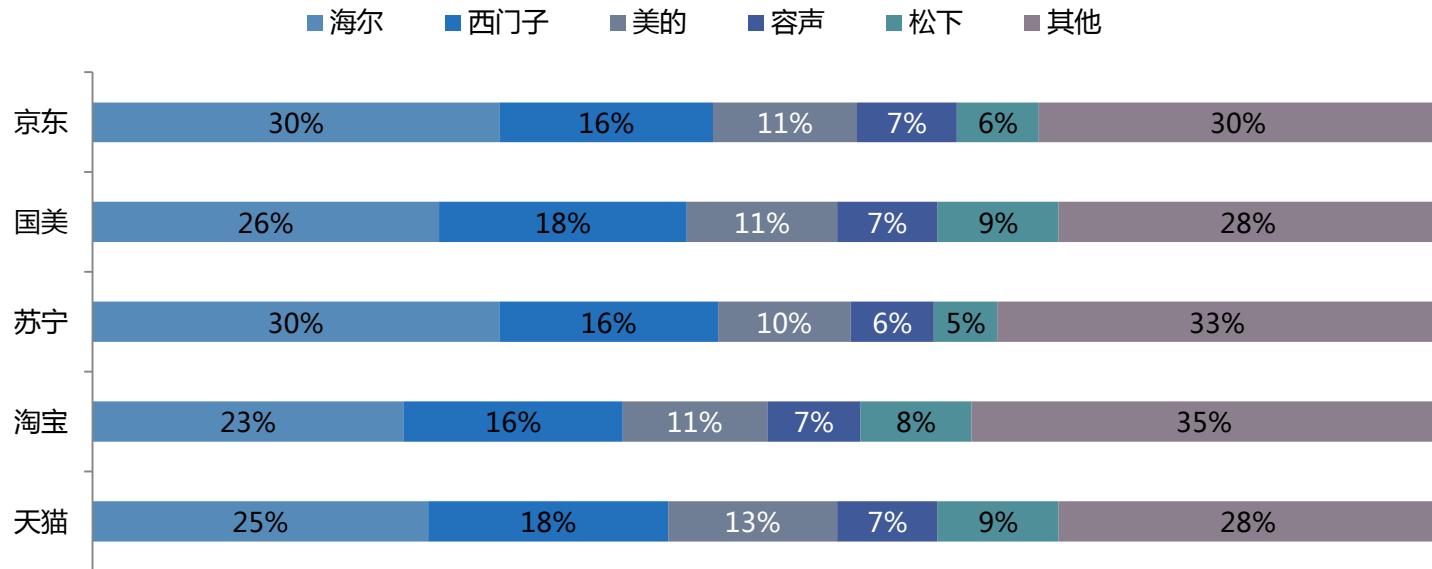
注：此处结论对应不同电商平台的吉祥物，狮子对应苏宁易购、老虎对应国美、狗对应京东、猫对应天猫

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

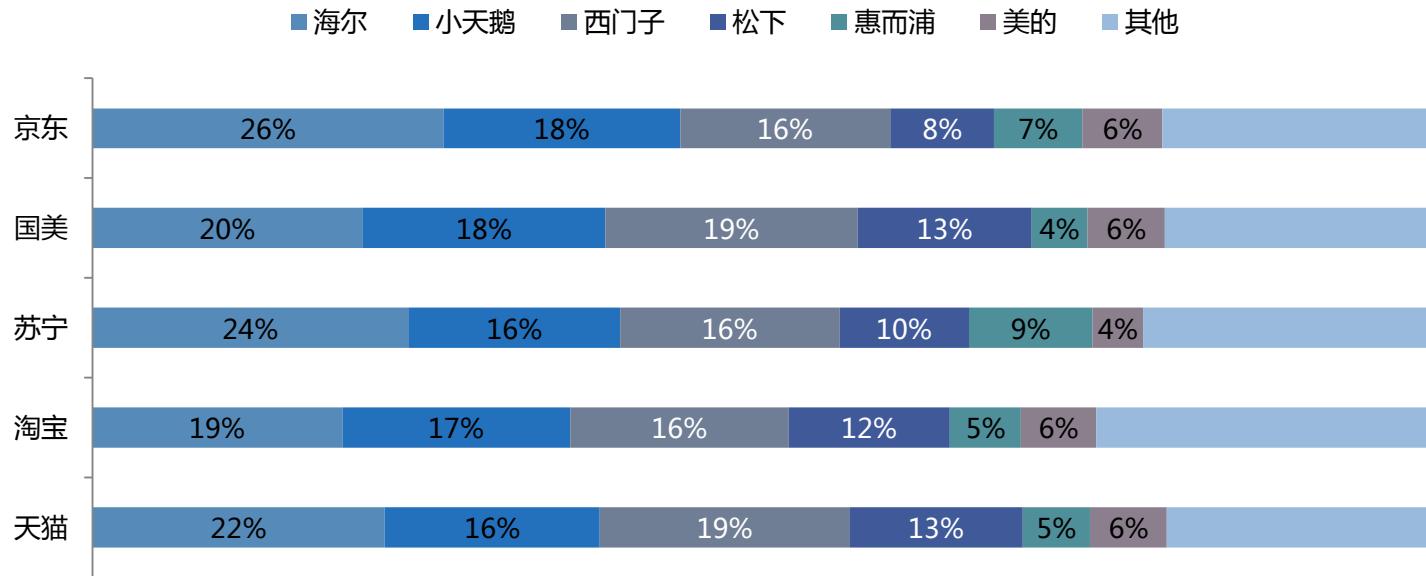
各电商平台冰箱品牌流量占比





淘宝平台Top品牌流量占比较低

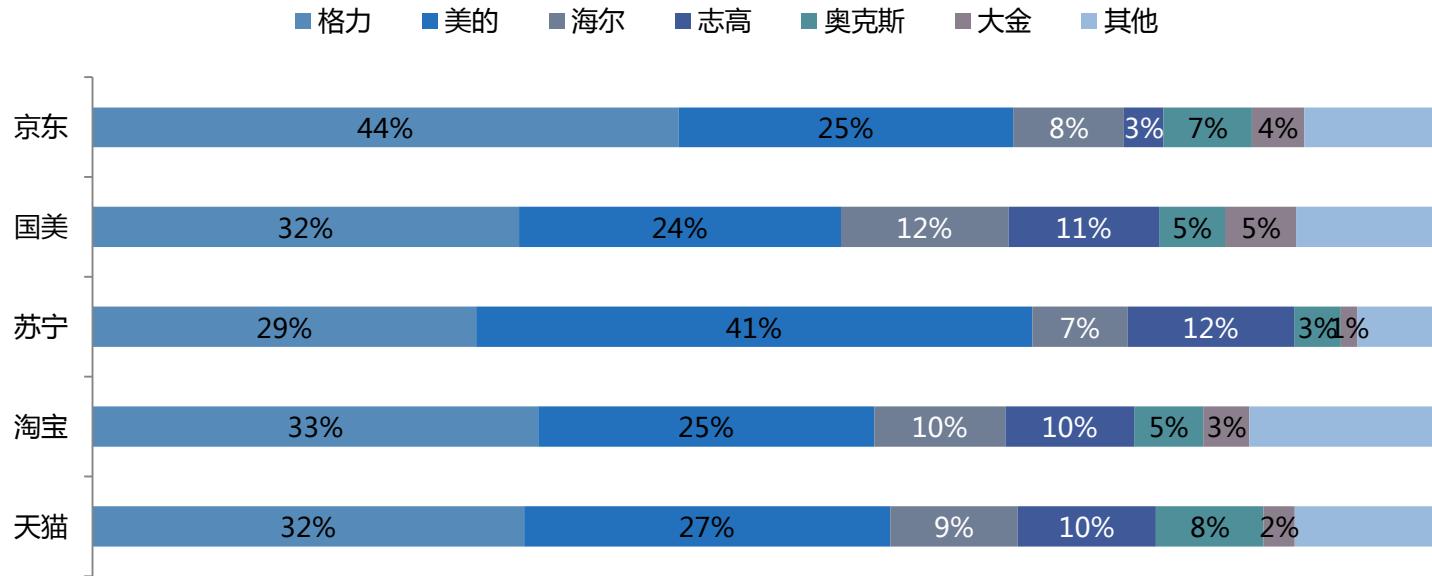
各电商平台洗衣机品牌流量占比





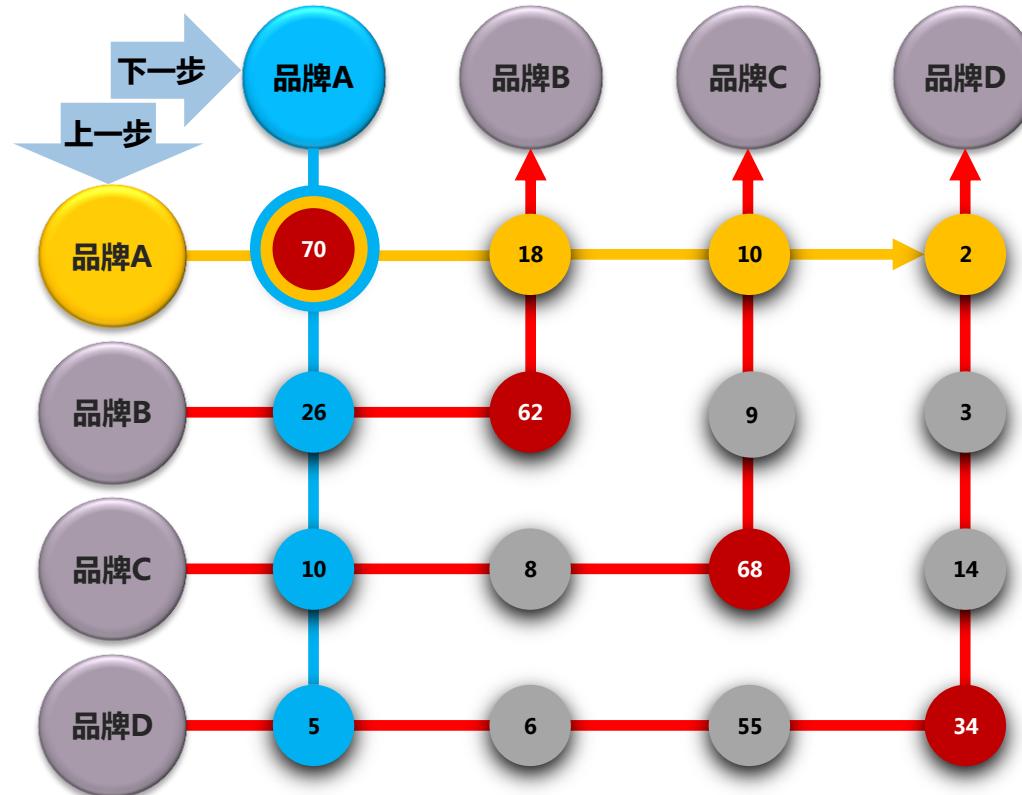
京东格力、苏宁美的空调流量优势明显

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

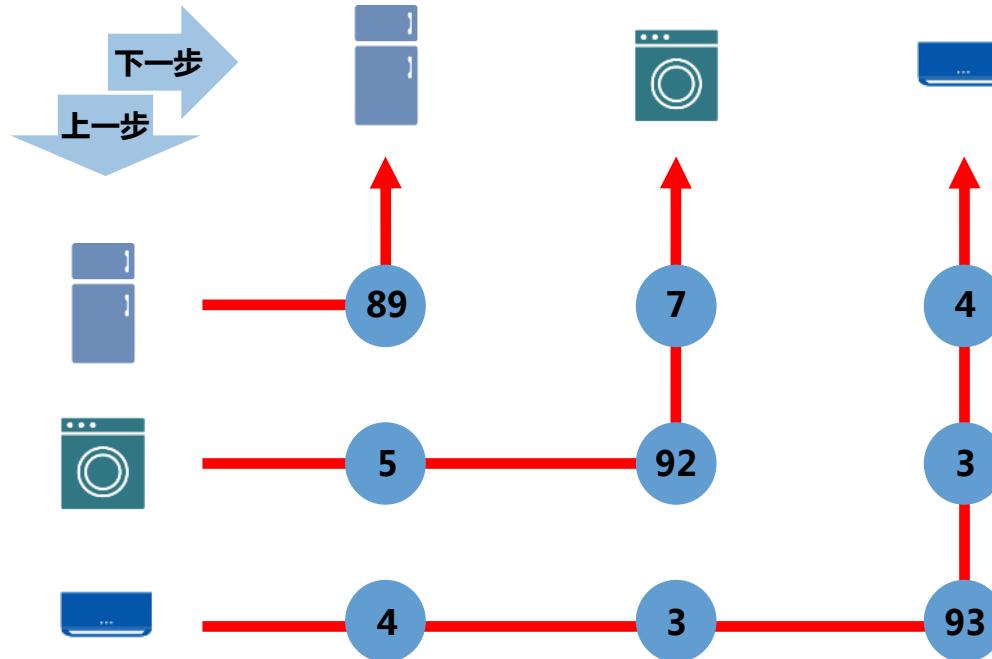


**品牌自身忠诚度评估
品牌竞争力检测**

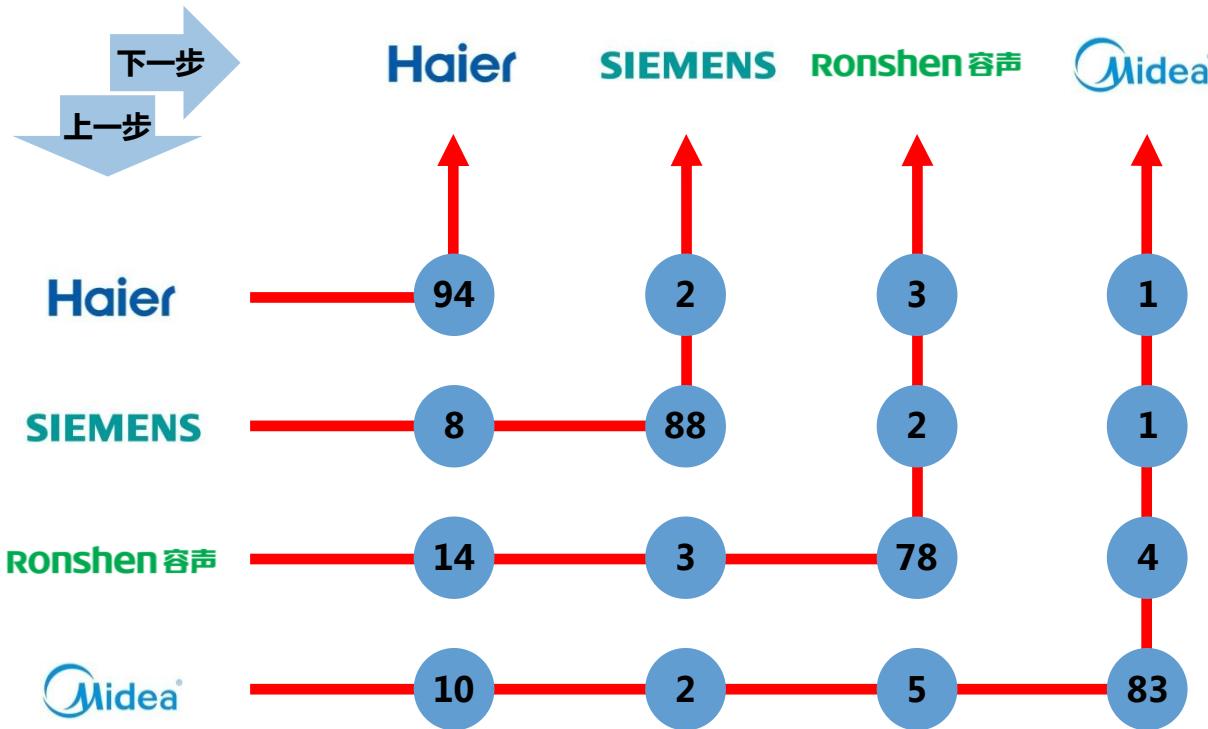
**品牌之间竞争关系评估
竞争对手及竞争程度判断**

**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

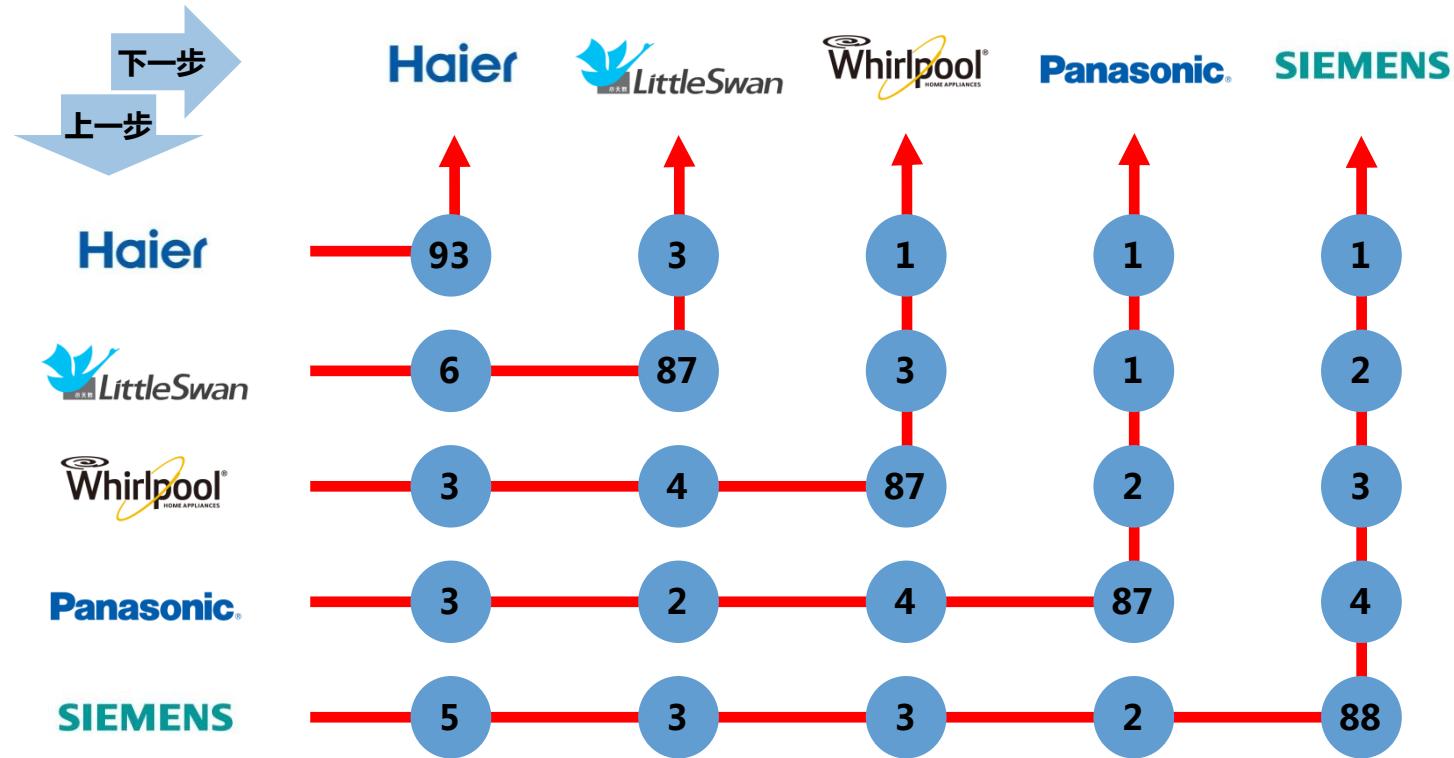


海尔冰箱攻防优势明显



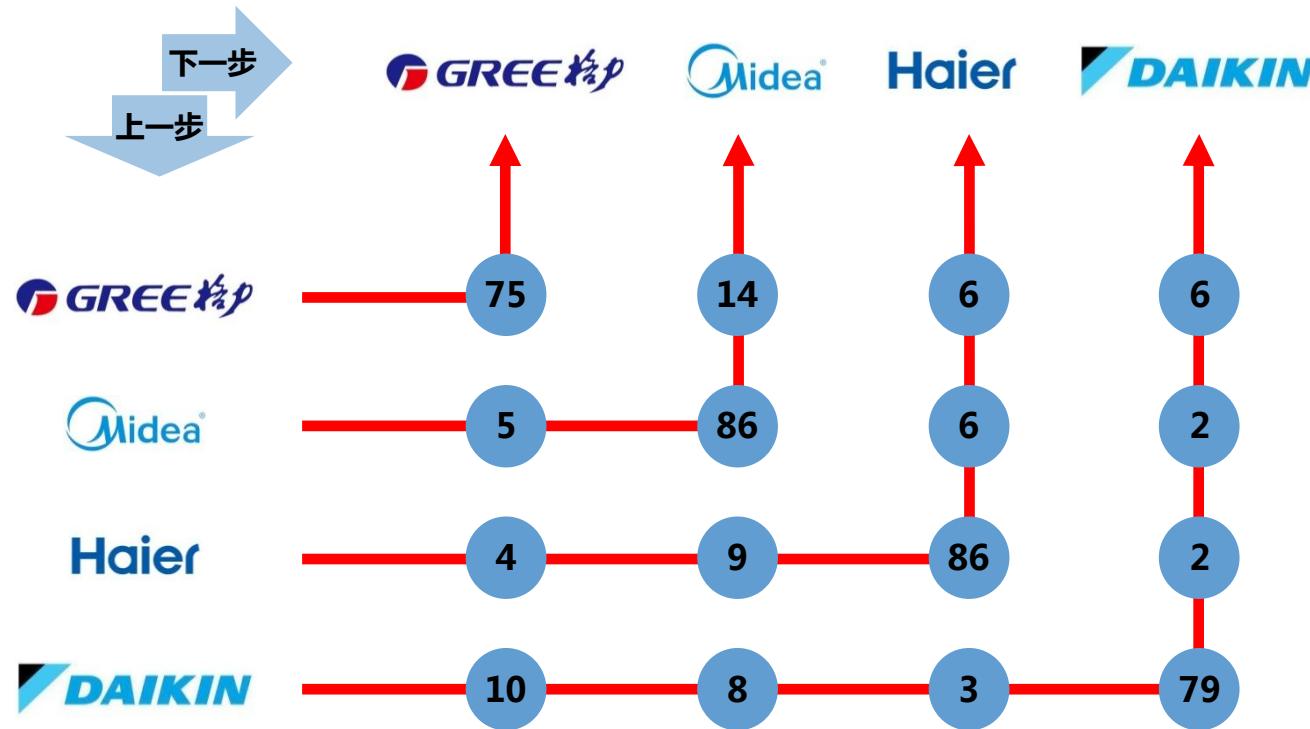


洗衣机品线用户忠诚度高，海尔具品牌优势





美的针对格力空调流量的抢夺较多



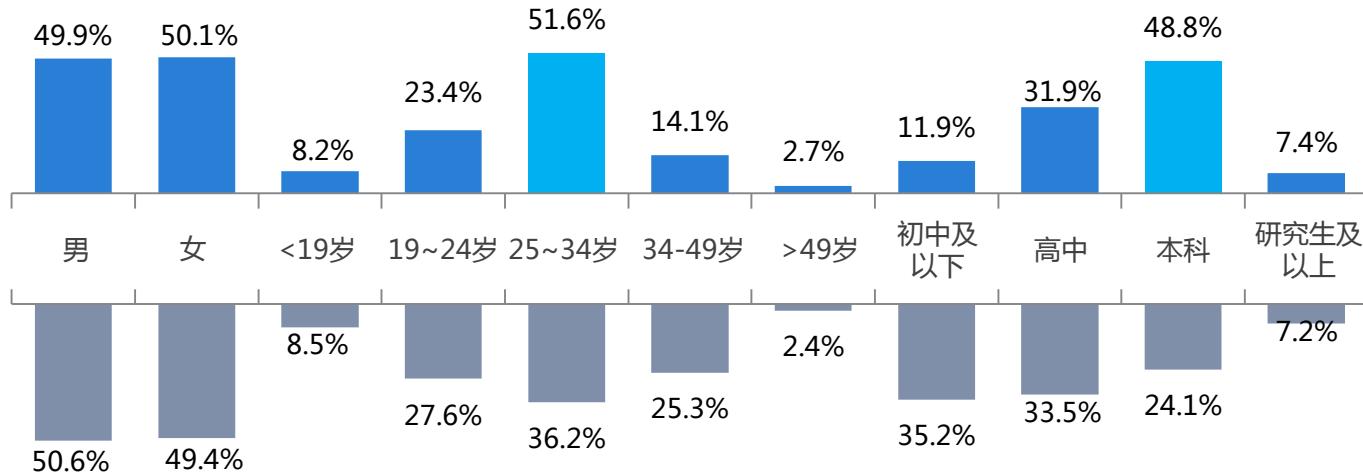
人群画像

- 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。



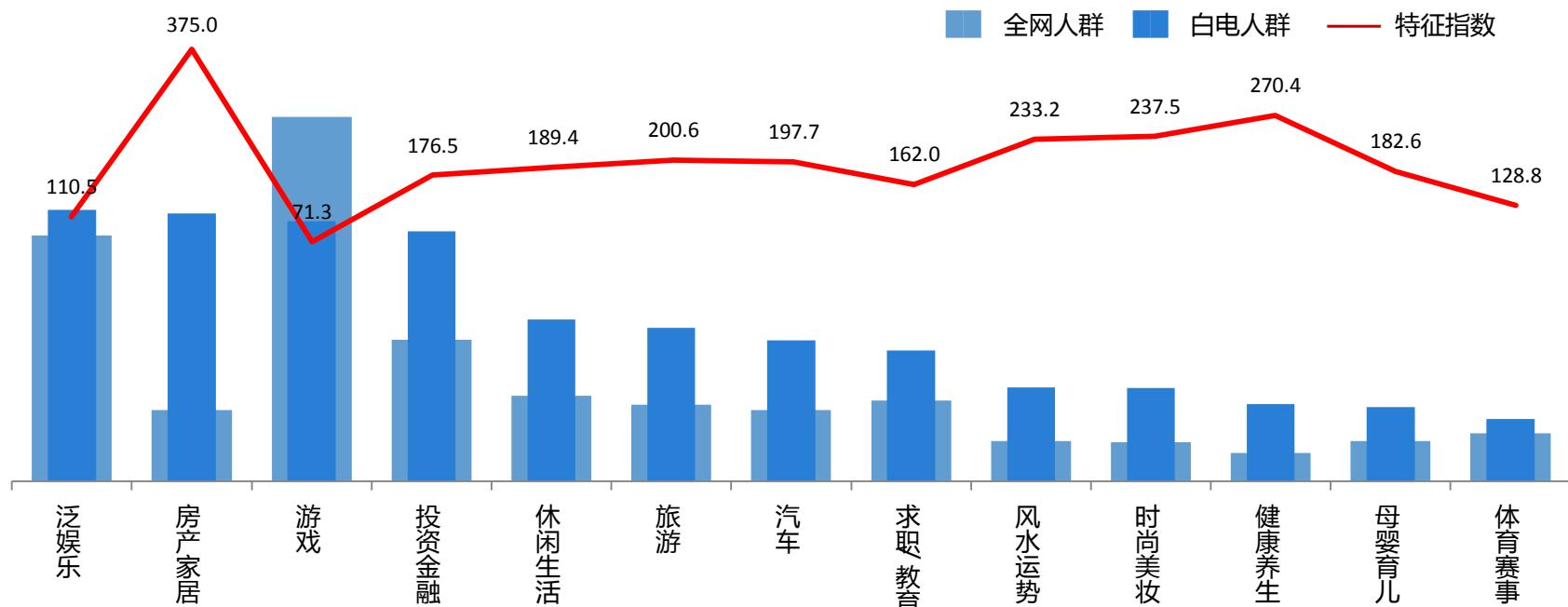
白电用户为25-34岁高学历人群

白电行业



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

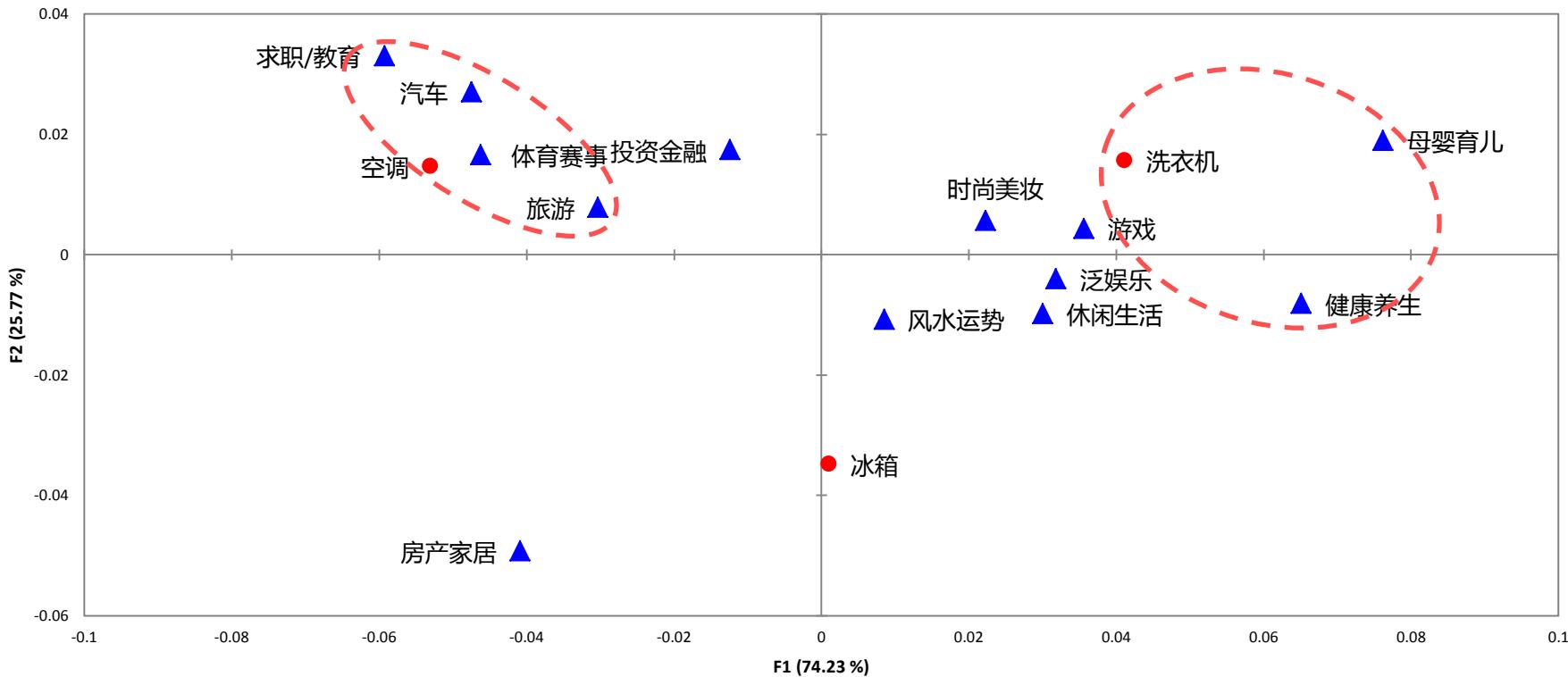


特征指数 = $\frac{\text{行业人群的兴趣占比}}{\text{360总体人群的兴趣占比}} \times 100$ ，反映行业人群与总体的差异，指数越高，代表行业人群对该兴趣关注越多，下同

数据来源：360大数据，2016年11月-2017年1月

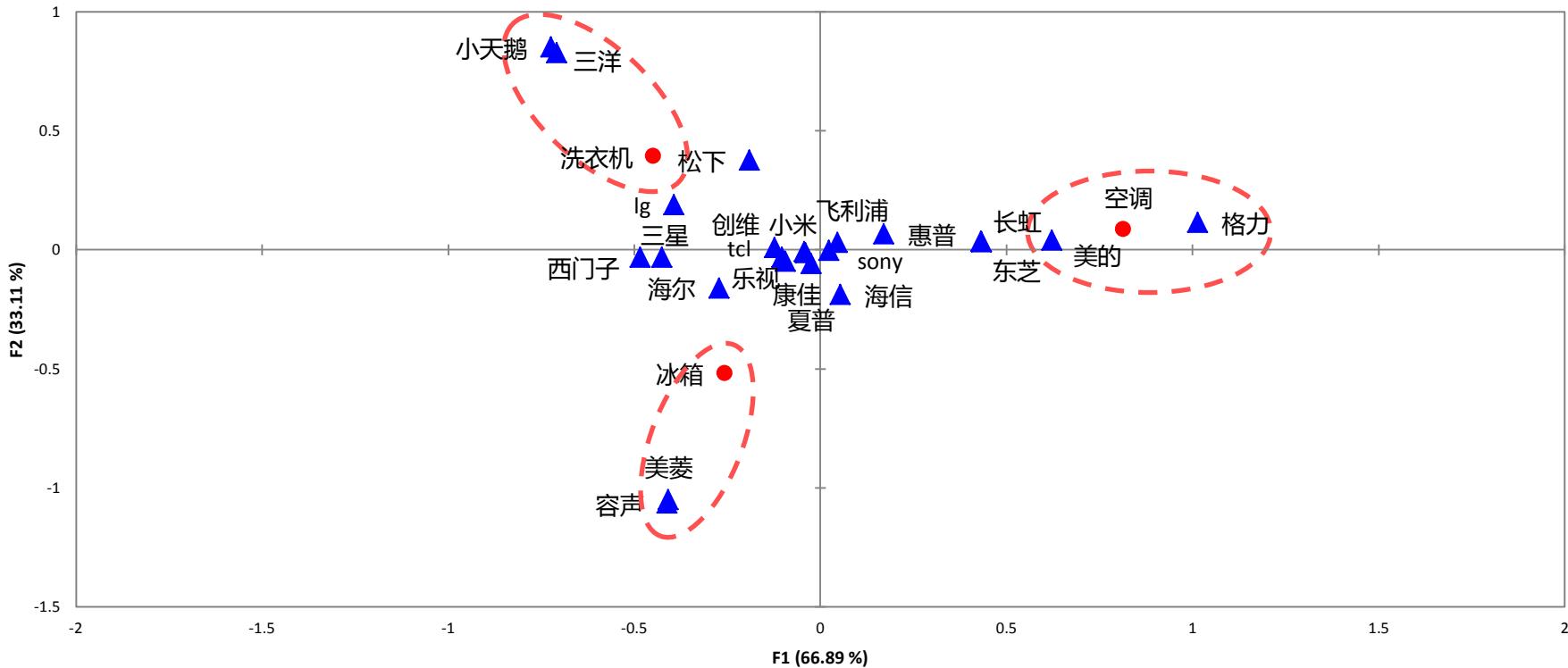
洗衣机人群更关注母婴育儿和健康养生

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

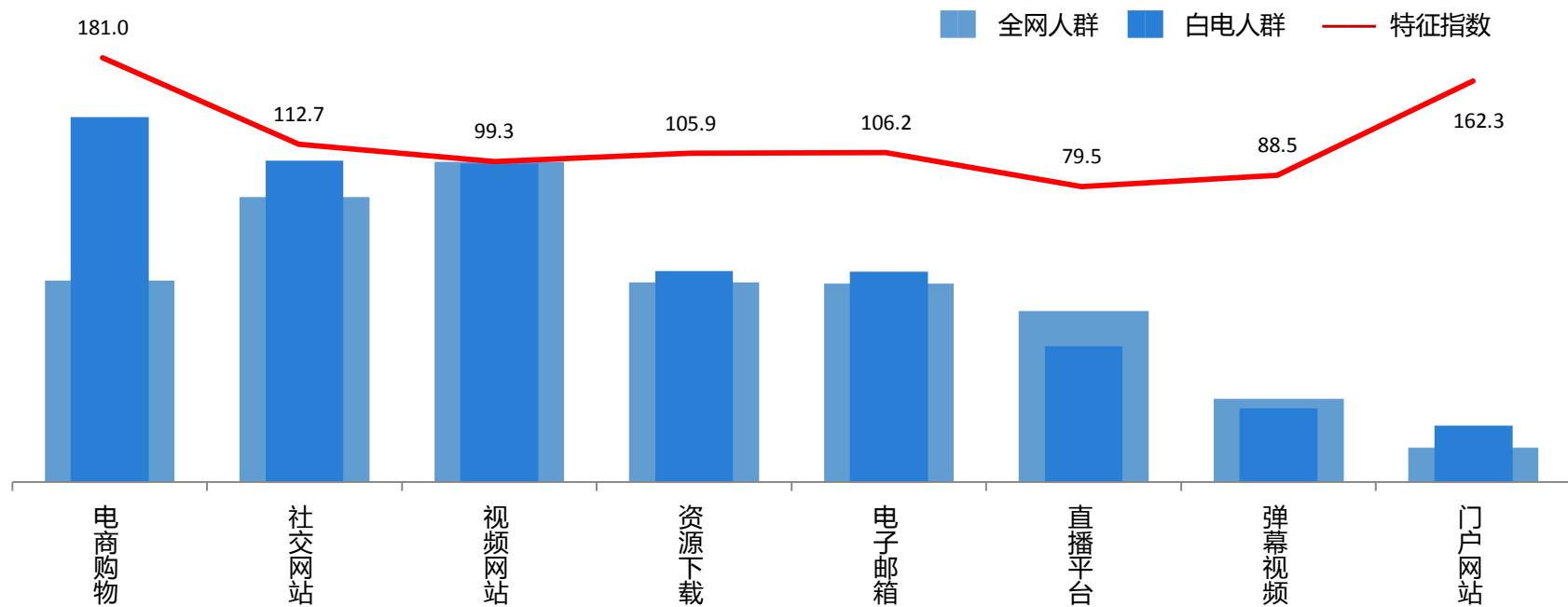
不同品线人群电器品牌偏好对应分析





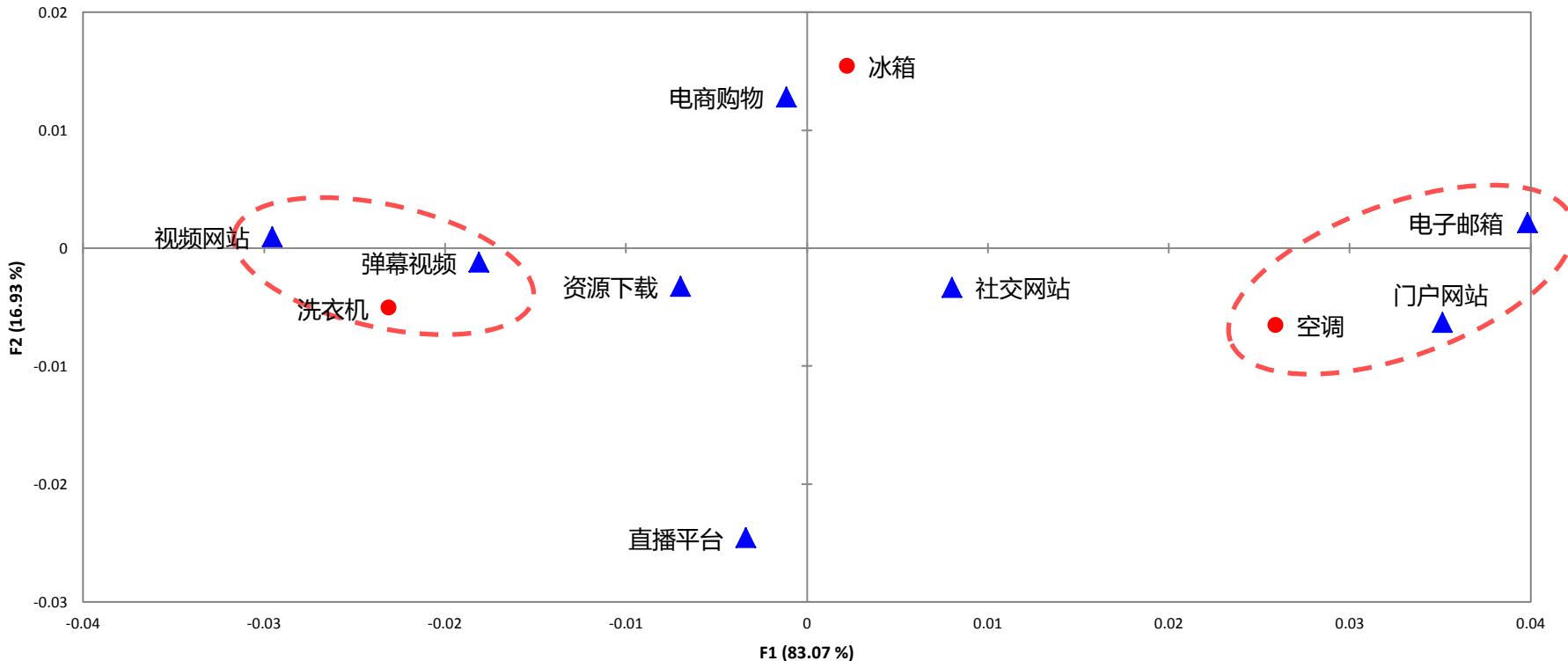
行业人群喜欢浏览电商和门户网站

白电人群互联网行为偏好分布



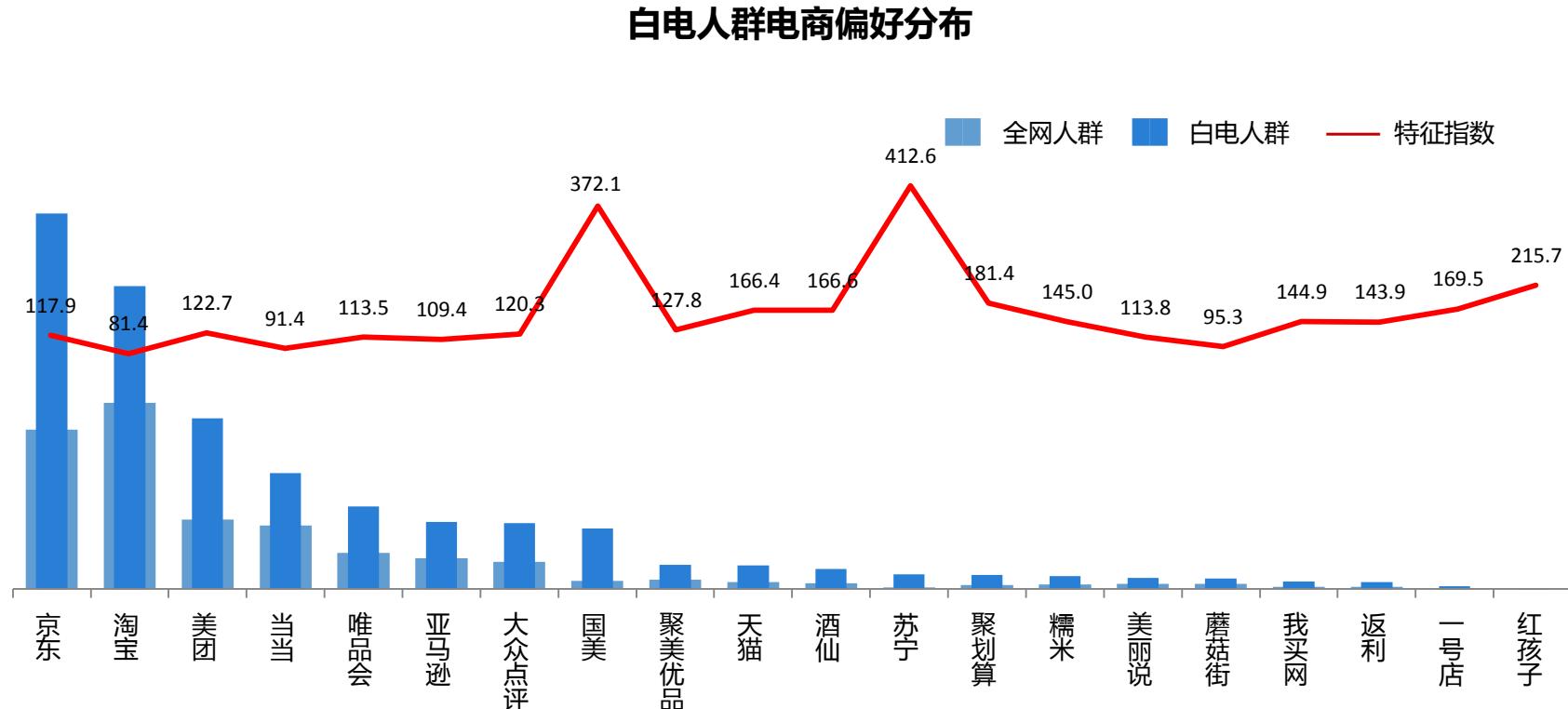
空调人群更多浏览电子邮箱和门户网站

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



数据来源：360大数据，2016年11月-2017年1月



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

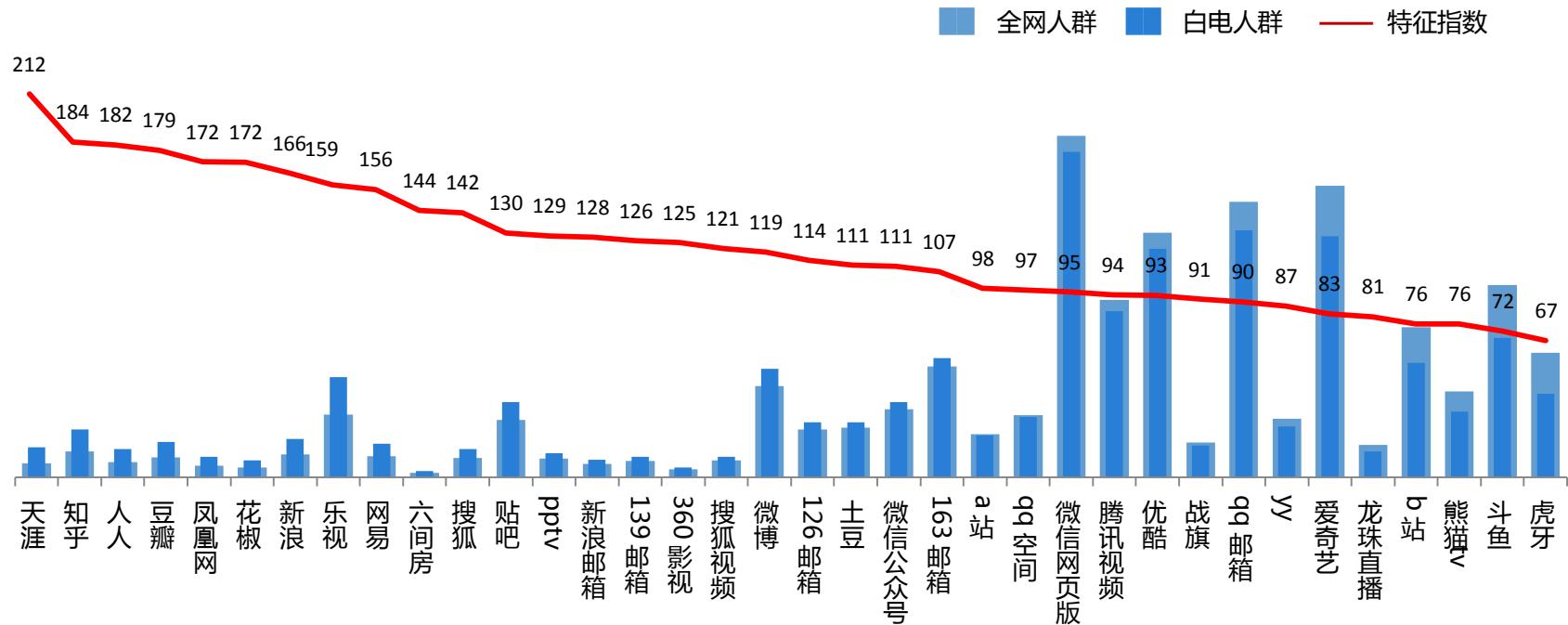
图书音像-家居书籍
家电办公-厨房电器
汽车用品-汽车
家居建材-家具
医药保健-中西药
家电办公-生活电器
家居建材-家装建材
图书音像-工业/农业
图书音像-食品饮料
汽车用品-修车工具
图书音像-医学卫生
汽车用品-电动车/滑板车
家居建材-家纺布艺
医药保健-保健器械
汽车用品-安全/防盗用品
家电办公-影视音响
日用百货-口腔护理
日用百货-厨具餐具
家电办公-个人护理
家居建材-家居饰品

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

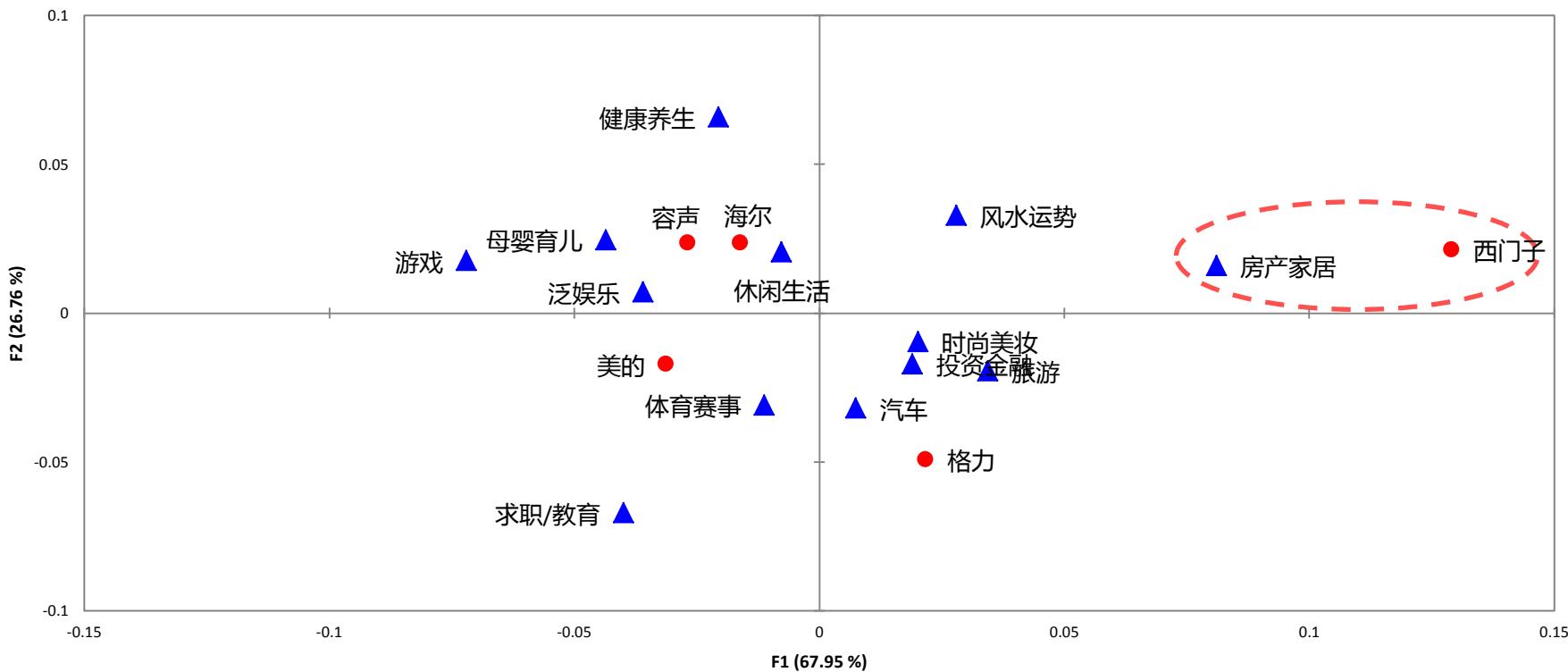
行业人群常逛天涯、知乎、人人和豆瓣

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

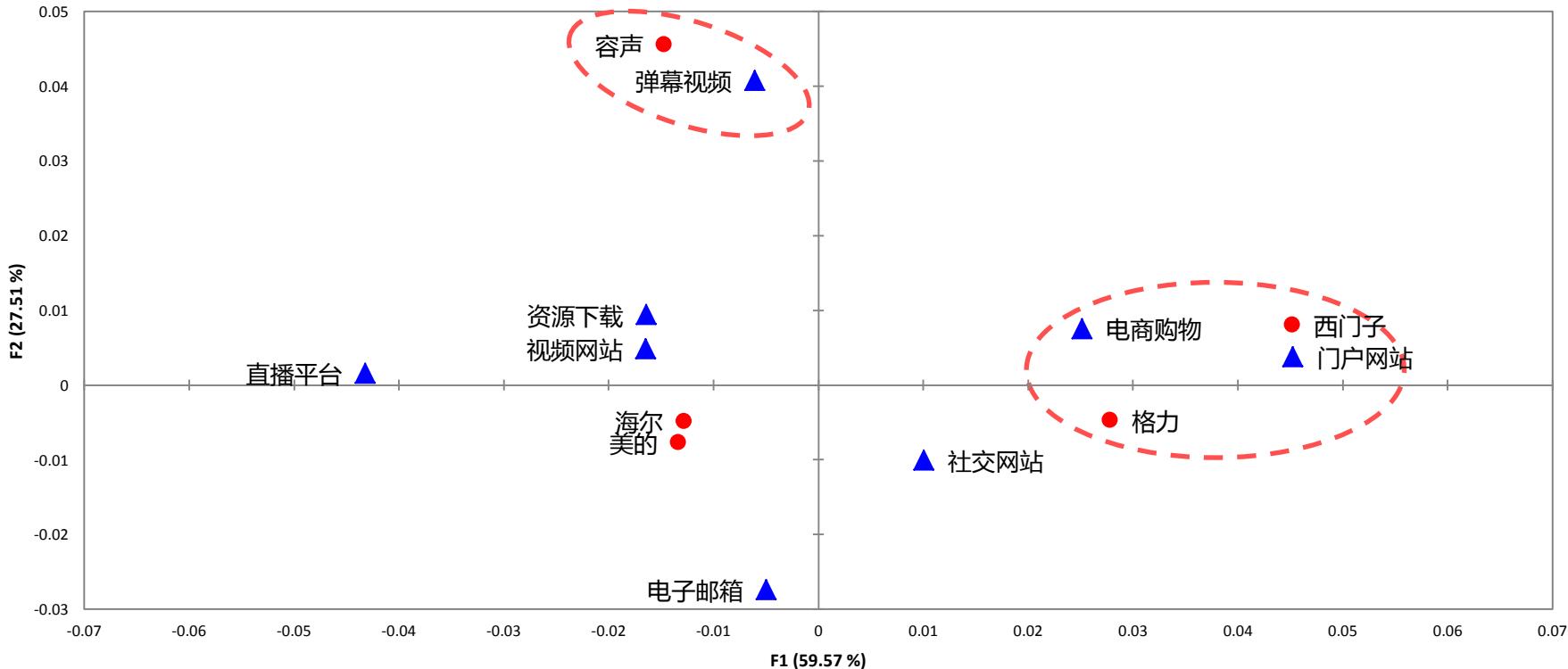
不同品牌人群兴趣点对应分析





西门子、格力人群偏好电商和门户，容声人群偏好弹幕

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

