

到底值不值得剁手？

——淘宝双 11 女装市场价格研究报告

想必大家经过双 11 的洗劫，钱包也是空空如也。那么双 11 到底值不值得剁手呢？双十二马上就要来了，我还要不要剁手呢？本文将基于淘宝上抓取的一小部分样本数据，带大家探得一二。

你的衣服都是从哪儿买的？——女装市场总览

(1) 店铺类别分布

本文抓取女装市场按照综合排序与销量排序前 100 页的商品数据。根据商品店铺标记，分别统计天猫卖家、淘宝卖家、淘宝金牌卖家的店铺比例。其中金牌卖家为淘宝店铺，淘宝卖家指除了金牌卖家外的普通淘宝卖家。

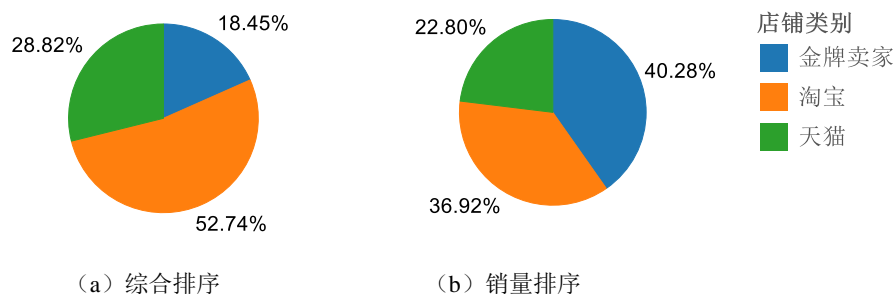
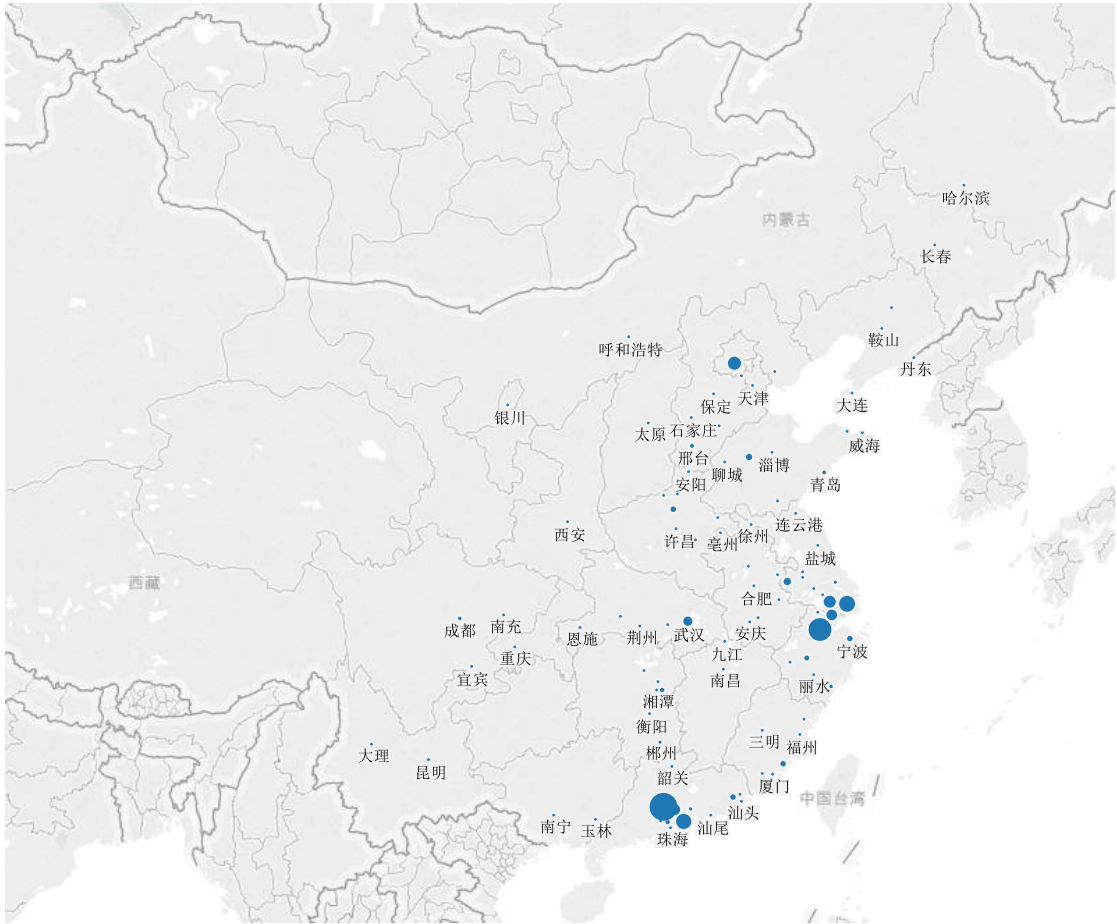


图 1 淘宝女装市场店铺类别比例^{1,2}

在按照销量进行排序时，淘宝金牌卖家比例达到 40%，远大于综合排序中 18.45%。这一结果，一方面表明了淘宝金牌卖家打造爆款的营销能力；另一方面表明了“爆款”的品质和服务并不理想，因而在综合排序中比例有所降低。（综合排序因素：卖家服务质量得分、商品质量得分、销量、宝贝属性、类目等）

(2) 区域分布

以综合排序中的商品店铺所属区域为研究对象，对各区域中的店铺数量进行统计，得到地理分布图，如图 2-1 所示。



注：蓝色圆点的相对大小代表样本中不同地域的店铺数量规模的差异。

图 2-1 淘宝女装市场分布¹

淘宝网女装市场主要分布于东部沿海地带与部分中部地区，其中以江浙地带和珠三角地带分布最为密集。

共形成三个梯队：

第一梯队：广州、杭州；

第二梯队：上海、深圳、北京；

第三梯队：苏州、东莞、嘉兴、武汉、南京等其他城市。

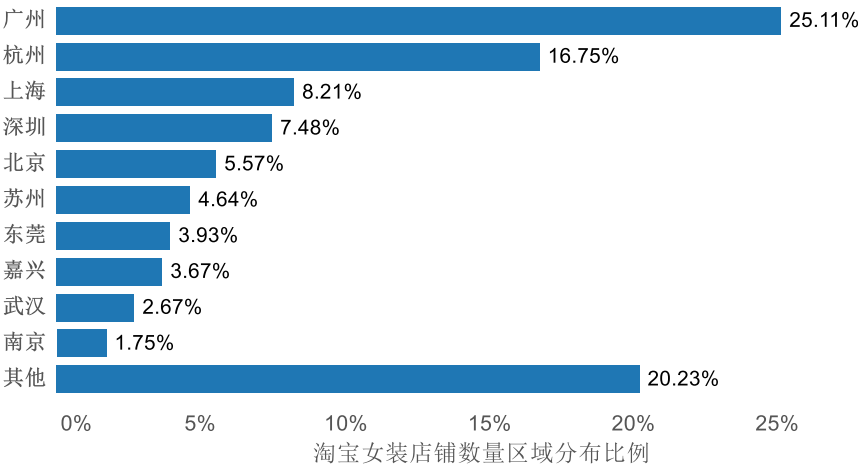


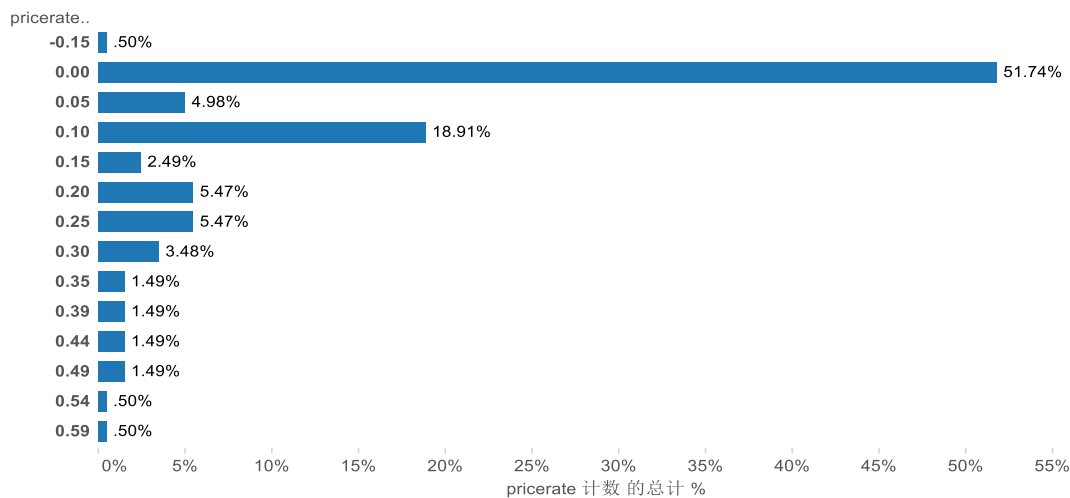
图 2-2 淘宝女装店铺区域分布比例¹

真的值得剁手吗？——女装价格 11.11 节后观察

我们以女装市场为研究对象，观察了整个淘宝市场中部分女装商品在 11.11、11.18、11.30 的价格；以及部分参与双 11 活动的天猫女装商品，在 11.11 与 11.30 的价格。从而观察，这些女装商品在双 11 期间的价格是否真正比平常的价格更低，如果更低，实际降价幅度是多少。

(1) 淘宝市场观察

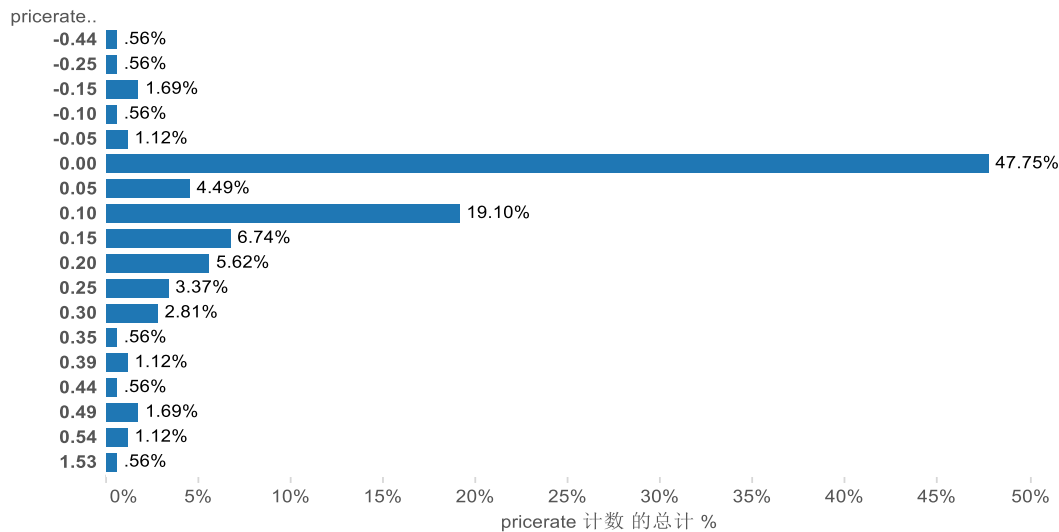
由图 3-1 可知，在双 11 一周后，约有 51.74% 的商品价格几乎没有发生变化（51.74% 的商品中，约 43.41% 的商品价格没有变化，其余 8.33% 的商品价格增长率小于 0.05）。另外一半商品的价格均有所上升，但涨幅主要集中在 0.05~0.3 之间，以 0.1 的涨幅居多。也就是说双 11 后的一周，整个淘宝女装市场价格有所回升，但是回升不大。



注：pricerate 为价格增长率， $\text{pricerate} = (\text{price}(11.18) - \text{price}(11.11)) / \text{price}(11.11)$ ；纵轴表示价格增长率区间，以 0.05 为区间间隔，-0.15 表示价格增长率在 -0.15~-0.1，0.00 表示 0.00~0.05，0.05 表示 0.05~0.1，以此类推；其中 -0.1 到 0.00 之间无值，未在图中标记。横轴表示价格增长率在该区间内的商品数量占总体的百分比。

图 3-1 淘宝女装市场 11.11-11.18 价格变化分布³

而在将近三周后的 11.30 号，仍有 47.75% 的商品价格几乎没有发生变化，且有一部分商品开始出现降价（如图 3-2 所示）。



注: pricerate 为价格增长率, $\text{pricerate} = (\text{price}(11.30) - \text{price}(11.11)) / \text{price}(11.11)$; 纵轴表示价格增长率区间, 以 0.05 为区间间隔, 其中部分区间内无值, 未在图中标记。横轴表示价格增长率在该区间内的商品数量占总体的百分比。

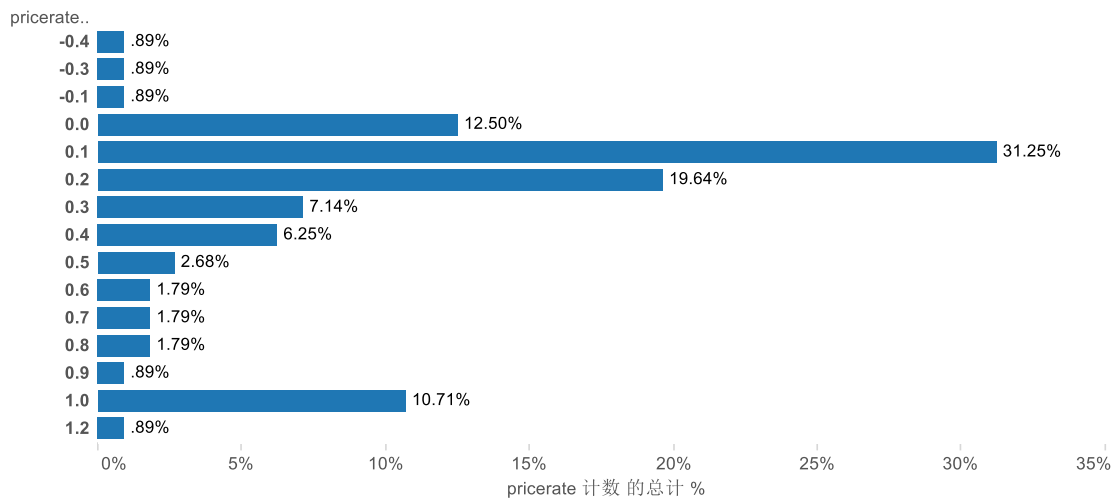
图 3-2 淘宝女装市场 11.11-11.30 价格变化分布⁴

结论: 双 11 期间, 约有一半的淘宝女装商品比平常便宜, 但只便宜了一丢丢。

(2) 天猫市场观察 (仅双 11 活动商品)

然而以上结果只是对整个淘宝女装市场的观察, 其中包括了没有参与双 11 活动的淘宝店家。那么那些明确参与双 11 活动且降价的商品表现如何呢?

我们随机观察了 110 组参与双 11 活动的天猫女装商品在 11.30 号与 11.11 号的价格变化。结果如下图 3-2 所示。



注: pricerate 为价格增长率, $\text{pricerate} = (\text{price}(11.30) - \text{price}(11.11)) / \text{price}(11.11)$; 纵轴表示价格增长率区间, 以 0.1 为区间间隔; 其中部分区间内无值, 未在图中标记。横轴表示价格增长率在该区间内的商品数量占总体的百分比。

图 3-3 天猫女装双 11 活动商品 11.11-11.30 价格变化分布⁵

与整个女装市场价格行情不同的是, 双 11 后, 将近 90% 的双 11 女装商品确实涨价了。但超过 50% 的商品涨价幅度没有超过 0.3, 且主要涨价幅度集中在 0.1~0.2 之间。但是也有约 10% 的商品涨价幅度达到了 1。这表明参与双 11 活动的天猫市场商品大部分节后涨幅不大, 但是也确实有一部分品牌天猫店在双 11 期间有五折优惠。

总而言之, 到底要不要剁手呢? 双 11 确实在降价, 但是真正值得剁手的大力度降价并不多。也就是说如果一折两折对您没有诱惑, 那就不要熬夜剁手啦。如果你能万里淘沙, 找到那些 10% 的大减价商品, 也算是收获满满。

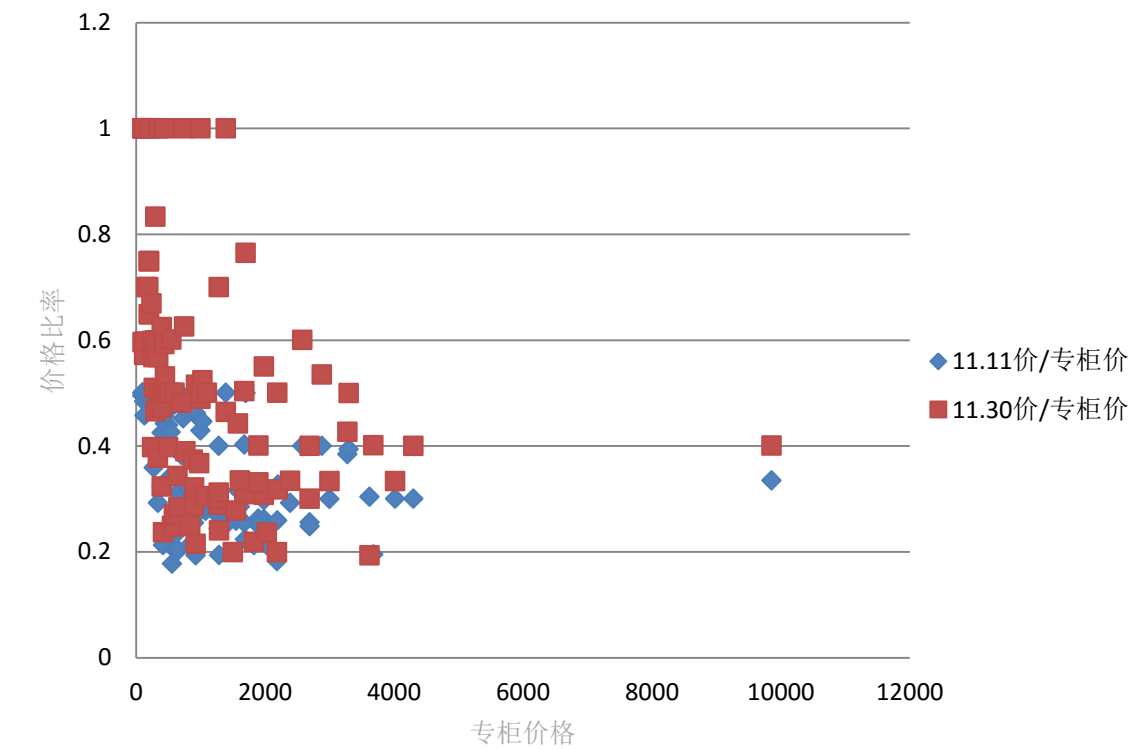
结论: 天猫女装双 11 活动商品, 全都比平常便宜, 但是大部分只便宜了一丢丢; 所幸, 还有一丢丢商品是真的便宜了不少。

如何比别人剁得漂亮？——双 11 秘籍

既然你仍然选择剁手，一定要找到那些属于你的 10% 的减价商品。那就让我给你传授些秘籍，保你比别人剁得更漂亮。

秘籍一：看专柜价

淘宝中许多商品都有一个专柜价，即该商品在实体专柜店的价格。双 11 期间，很多商品的价格比专柜价看起来少了很多，很多人一激动就剁手了。那么这些专柜价真的具有参考对比价值吗？我们对比了部分天猫双 11 活动商品在 11.11 号的价格与专柜价的比值，及 11.30 日和专柜价的比值。即对比这些商品在双 11 期间的折扣力度和平常的折扣力度。



注：横轴为专柜价格，按照专柜价格从小到大排列。纵轴为价格比率，其中蓝色菱形方格代表双 11 价格/专柜价的比值，红色方格代表 11.30 号价格/专柜价；前者可以看成双 11 折扣力度，后者可看成平常该商品的折扣力度。若红色方格和蓝色菱形格距离越近，就代表两者的折扣力度越近，那么双 11 期间该商品的折扣力度与平常的折扣力度越相近。

图 4-1 天猫女装双 11 活动商品专柜价对比图⁵

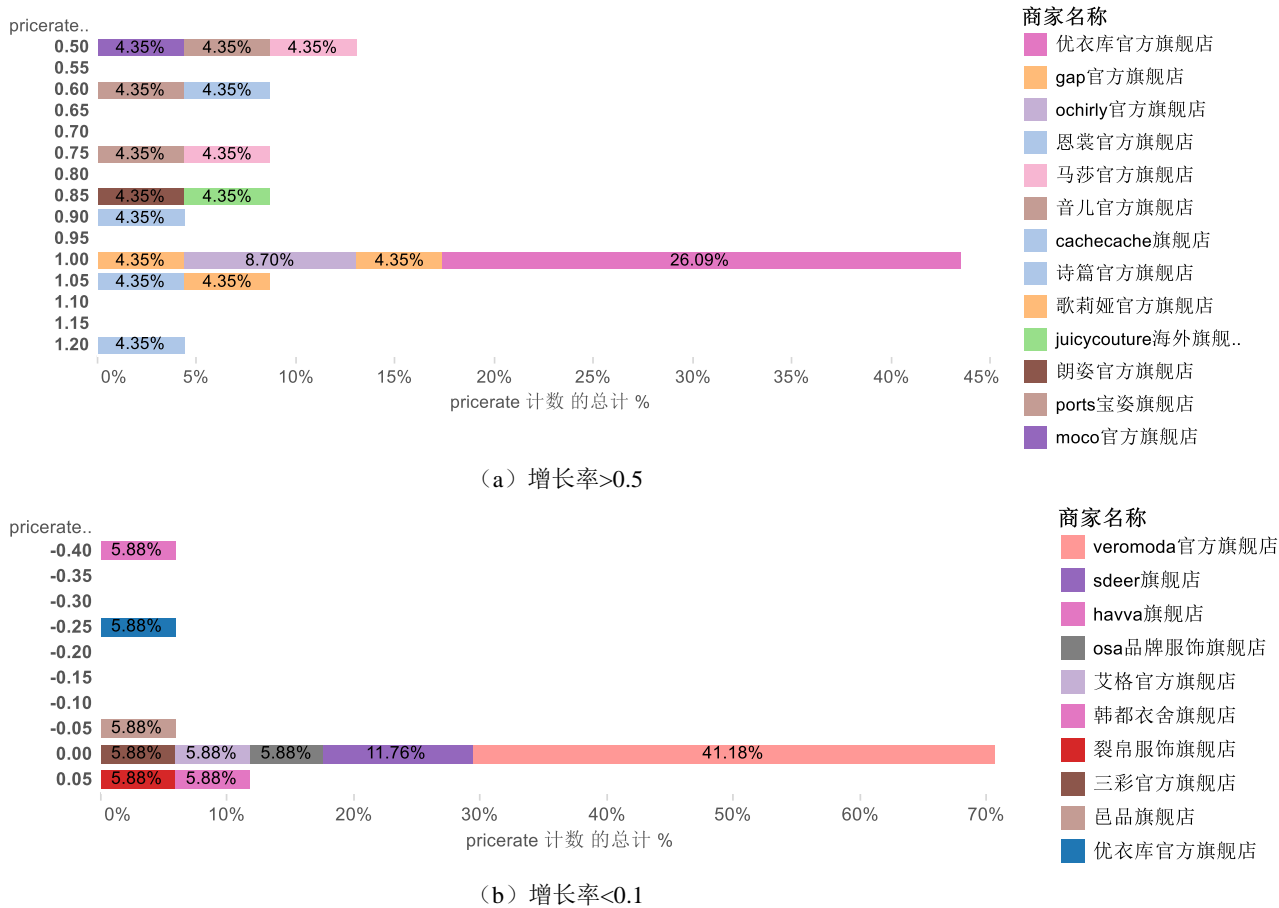
从图 4-1 中我们也能明显看出这样一个趋势：随着价格降低，红色点群与蓝色点群的分离程度越明显，这表明低价商品在双 11 期间的折扣力度相对于平常更大。而高价商品在双 11 期间的实际降价幅度并不高。甚至有许多低价商品在双 11 过后回归到了专柜价，而那些高价商品，双 11 过后并没有回归到专柜价，仍然处于折扣状态。

结论：从实际折扣力度上说，双 11 期间，低专柜价商品往往比平常便宜许多，而高专柜价商品并没有比平常便宜多少。

秘籍二：选品牌

同样是天猫品牌店，但是不同的品牌店的真正降价幅度不同。图 4-2（a）展示的是天猫女装双 11 活动商品 11.30 号相对于 11.11 号的价格增长幅度大于 0.5 的商家分布。我们可以看到像优衣库、gap、马莎等高街品牌及 ochirly、恩裳等高端女装在相对于平常的减价力度较高（由于样本数量有限，此处的商家排名并不准确）。而由图 4-2（b）可知，像 veramode、sdeer 等店的商品双 11 后价格几乎没有变化。对于前者，双 11 是抢购的好机会，而对于后者，在双 11 熬夜抢货并不划算。所以识别真降价和假降价的品牌对减少双 11 后悔程度，十分重要。

结论：有的品牌只在双 11 降价，有的品牌一直是双 11 价。

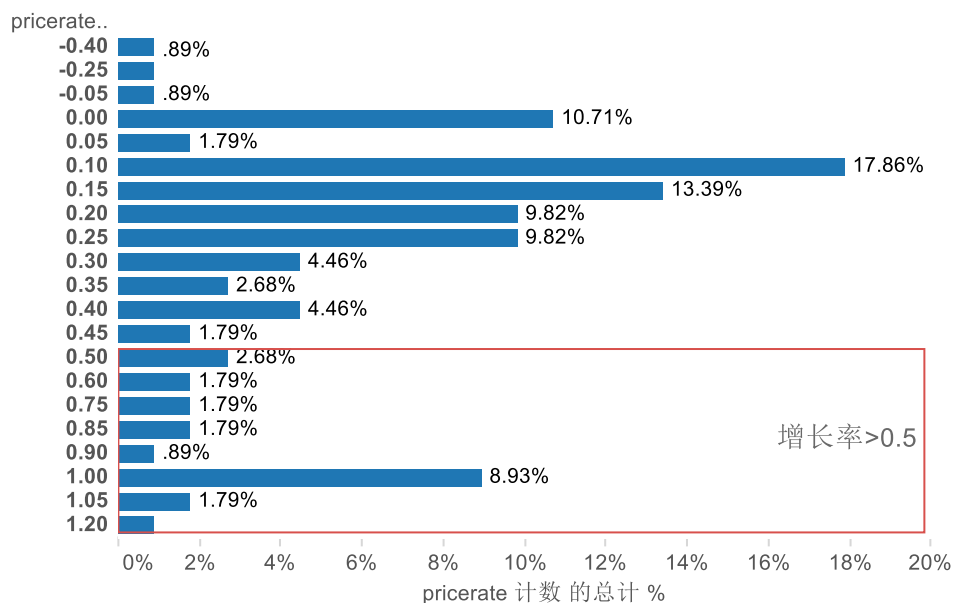


注：pricerate 为价格增长率， $\text{pricerate} = (\text{price}(11.30) - \text{price}(11.11)) / \text{price}(11.11)$ ；纵轴表示价格增长率区间，以 0.05 为区间间隔。横轴表示价格增长率在该区间内的商品数量占总体的百分比。颜色代表商品所属商家，百分比代表商家比例。

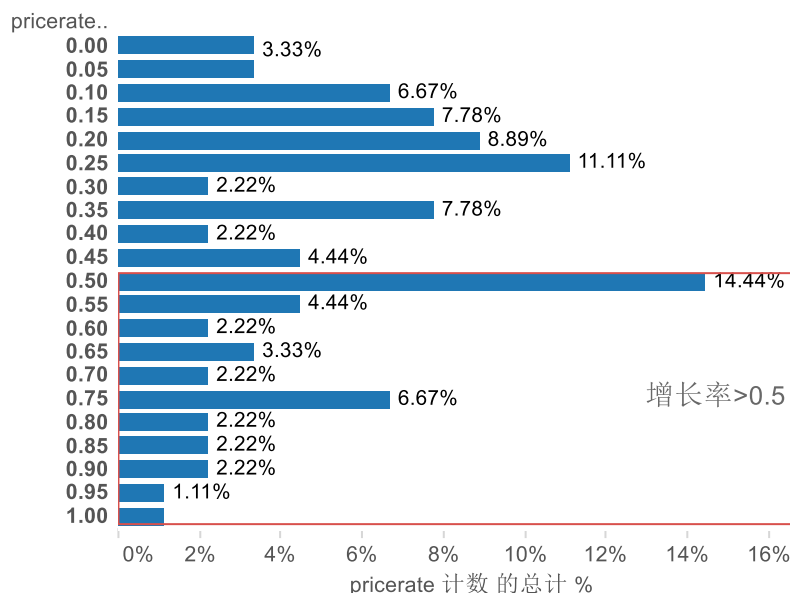
图 4-2 天猫女装双 11 活动商品 11.11-11.30 价格变化分布⁵

秘籍三：选种类

讲了这么久的女装商品，最后我可能要告诉您最值得买的商品可能并不是女装。



(a) 天猫女装双 11 商品 11.11-11.30 涨价分布⁵



(b) 天猫美妆双 11 商品 11.11-11.30 涨价分布⁶

图 4-3 天猫女装与美妆双 11 商品价格变化对比

由图 4-3 可知，相比于女装商品，双 11 的美妆商品在双 11 后价格几乎全面上涨。且增长率大于 0.5 的区域中，美妆商品的比例明显高于女装商品。这说明，美妆市场相对于女装市场，在双 11 期间的降价幅度更大。所以，如果您一定要剁手，美妆商品是个不错的选择。

结论：双 11 期间，美妆商品比女装商品实际降价力度更大。

附：数据来源

1. 2015 年 11 月 11 日抓取女装市场按照综合排序前 100 页的商品数据，共 9600 个样本；
2. 2015 年 11 月 29 日抓取女装市场按销量合排序前 100 页的商品数据，共 9600 个样本；
3. 2015 年 11 月 18 日抓取淘宝女装市场按综合排序前 100 页商品，将其和数据来源 1 中的数据按照 id 进行连接，获得 244 个有效样本数据。
4. 2015 年 11 月 30 日在淘宝网上抓取 3 号数据来源中 244 个有效样本商品的价格数据。最终获得 212 个有效样本数据（其余部分被过滤，因为商品下架）。
5. 2015 年 11 月 11 日在天猫活动页抓取 116 个天猫双 11 活动商品数据；在 11 月 30 日，再次抓取这部分商品的价格数据，获得 110 有效样本。
6. 2015 年 11 月 11 日在天猫活动页抓取 190 个天猫双 11 活动商品数据；在 11 月 30 日，再次抓取这部分商品的价格数据，获得 161 有效样本。

2015 年 12 月 4 日星期五