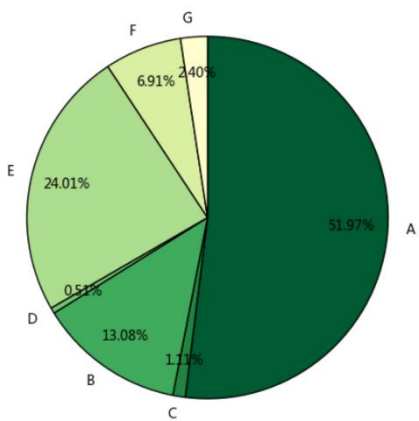


电商打折套路解析

1、 从数据中，研究出哪些是真正参与双十一活动的品牌， 且其商品数量

数据量共 27642 条，数据时间周期为 2016 年 11.05-11.14. 商品总数为 3502 个，双十一当天参与活动的商品总数为 **2335** 个，占比为 66.68%。品牌总数为 22 个：相宜本草 佰草集 欧莱雅 美宝莲 玉兰油 蜜丝佛陀 悦诗风吟 SKII 兰芝 妮维雅 自然堂 倩碧 欧珀莱 美加净 雅诗兰黛 资生堂 兰蔻 雅漾 雪花秀 植村秀 薇姿 娇兰

通过上述几个指标计算，研究出哪些是真正参与双十一活动的品牌， 且其商品数量



按照商品销售节奏分类，我们可以将商品分为 7 类

- A. 11.11 前后及当天都在售 → 一直在售
- B. 11.11 之后停止销售 → 双十一后停止销售
- C. 11.11 开始销售并当天不停止 → 双十一当天上架并持续在售
- D. 11.11 开始销售且当天停止 → 仅双十一当天有售
- E. 11.5 - 11.10 → 双十一前停止销售（重新上架，预售，彻底下架）
- F. 仅 11.11 当天停止销售 → 仅双十一当天停止销售(暂时下架)
- G. 11.12 开始销售 → 双十一后上架

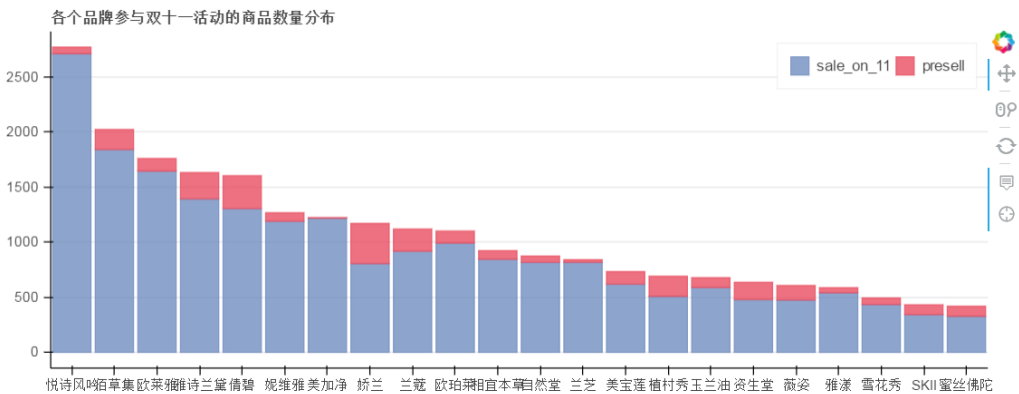
双十一当天没参加活动的商品总数为 1167 个，占比为 33.32%

双十一当天没参加活动的商品销售节奏类别为：['E', 'F', 'G']

未参与双十一当天活动的商品中：

暂时下架商品的数量为 242 个，重新上架商品的数据量为 110 个，预售商品的数据量为 453 个。

商品总数为 3502 个，真正参加活动的商品商品总数为 **2788** 个，占比为 79.61%。



2、哪些商品真的在打折呢？

- ① 针对每个商品，评估其打折的情况
- ② 针对在打折的商品，其折扣率是多少
- ③ 按照品牌分析，不同品牌的打折力度

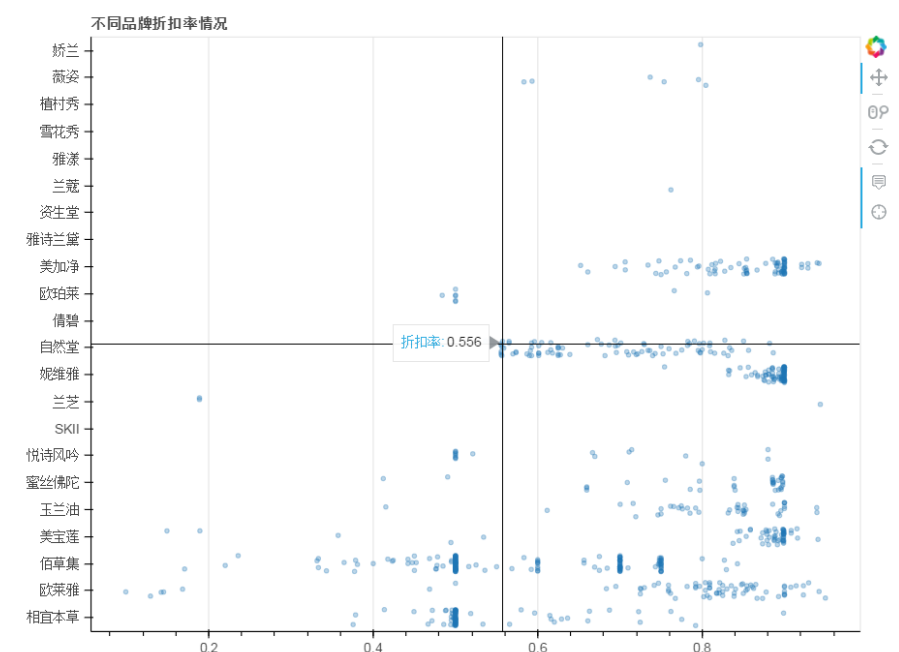
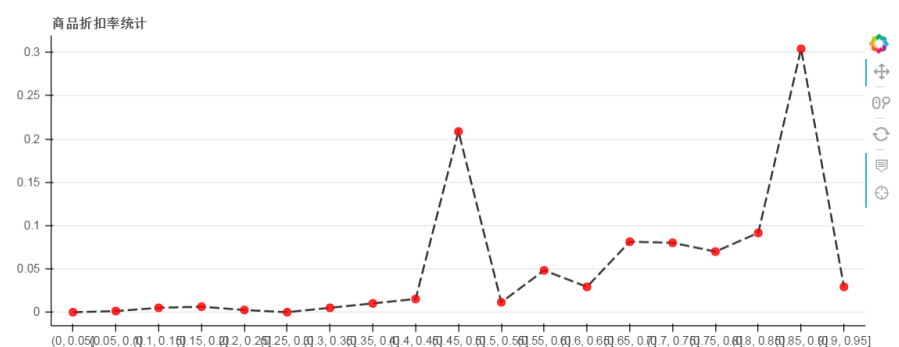
① 打折情况评估方法：

真打折：商品的价格在 10 天内有波动、双 11 价格为 10 天内最低价、不存在涨价现象

不打折：商品价格无变化

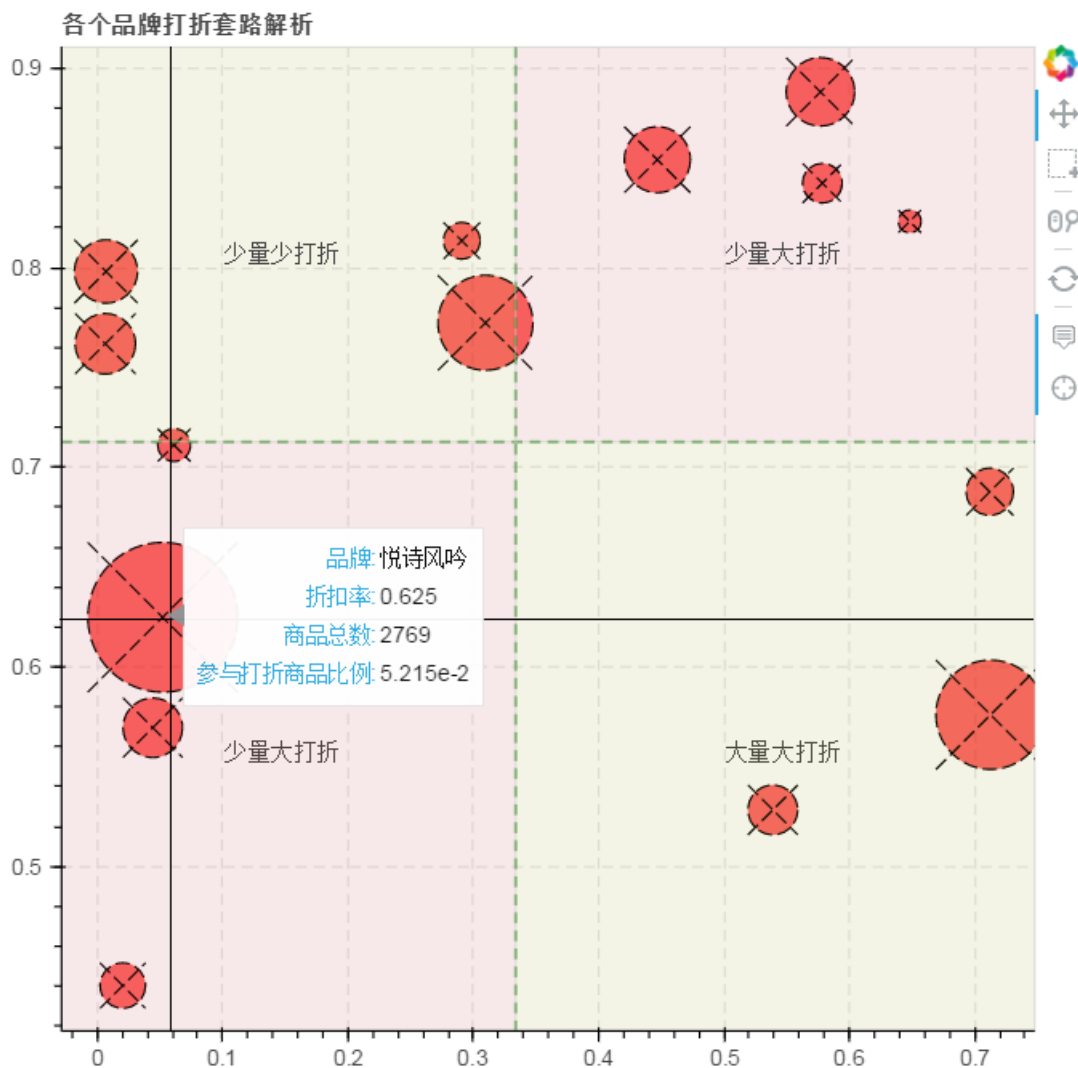
- ③ 折扣率 = 双十一当天价格 / 双十一之前价格
- ④ 作图过程中，清除掉折扣率大于 95% 的数据，相当于没打折

真打折的商品数量约占比 24.73%，不打折的商品数量约占比 75.27%



3、商家营销套路挖掘？

- ① 解析出不同品牌的参与打折商品比例及折扣力度，总结打折套路
- ① 折扣力度为该品牌所有打折商品的折扣均值



结论：

少量少打折：包括雅诗兰黛、娇兰、兰蔻、薇姿、玉兰油等共 5 个品牌。

少量大打折：包括悦诗风吟、兰芝、欧珀莱等 3 个品牌。该类品牌的打折商品较少，但折扣力度较大。

大量小打折：包括妮维雅、美宝莲、蜜丝佛陀等 3 个品牌。该类型有半数以上的商品都参与了打折活动，但折扣力度并不大。

大量大打折：包括相宜本草、佰草集、自然堂等三大国产品牌。这些品牌不仅有 90%以上的商品参与了折扣活动，而且折扣力度很大。