



QuestMobile 2020年双十一网络营销洞察报告

2020-11-24

本报告研究说明

本报告主要对2020年双11期间，互联网电商平台以及广告主线上广告投放情况进行分析论述

1) **数据选取时间**：2020年10月9日-11月11日

2) **数据来源**：

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库

QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库

QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库

3) **周期定义**：

2020年双11期间：2020年10月9日-11月11日（以广告主开始投放双11广告为起始时间，以11月11日活动结束为终止时间）

01

双十一网络营销周期拉长，互动手段增多，新品牌崭露头角

双十一促销月持续热度，带动两波销售热点

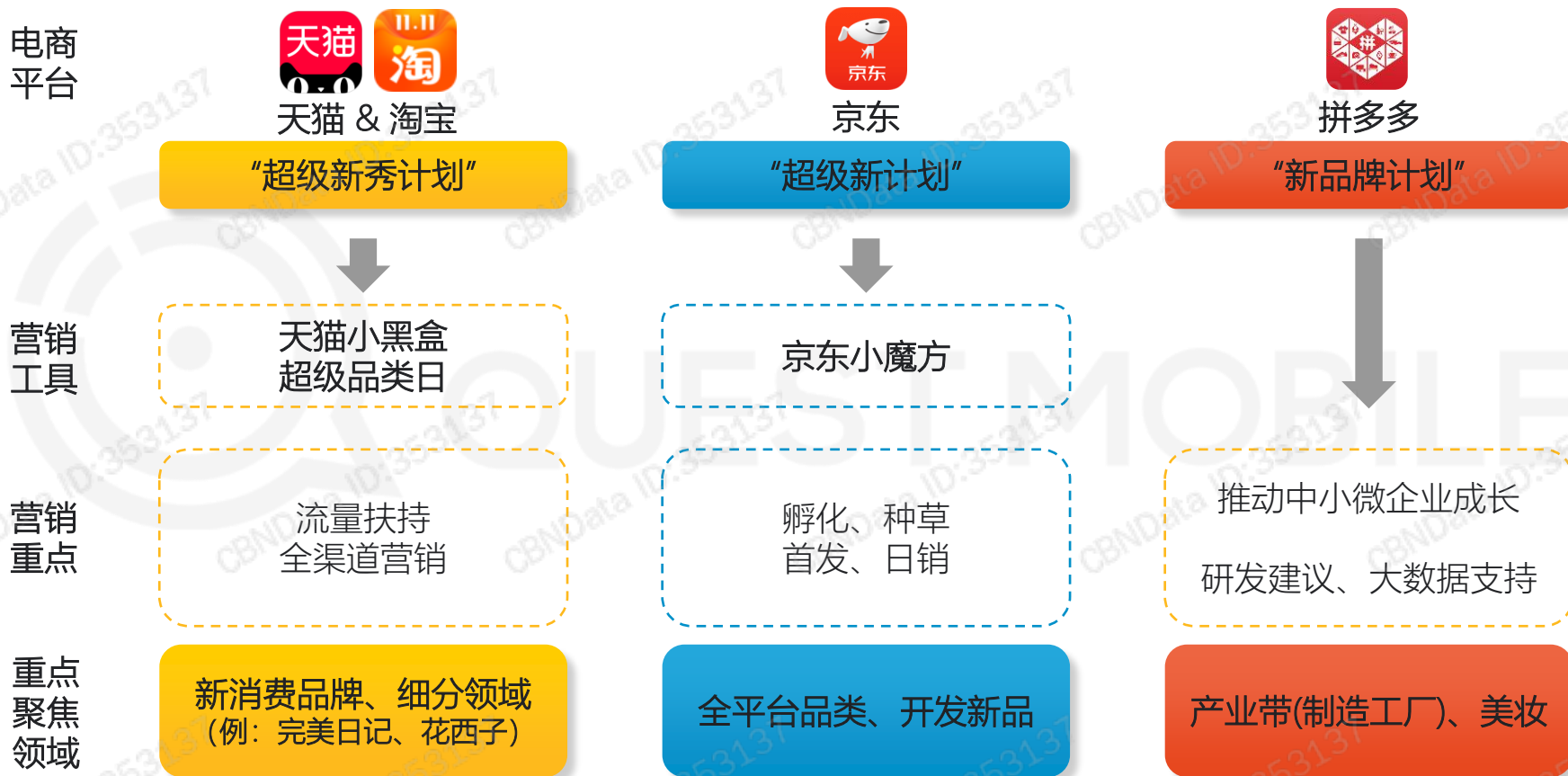
2020年各电商平台双11活动营销周期

 	全球狂欢季	活动节奏	10.21-10.31	11.1-11.3	11.4-11.10	11.11
		营销目标	第一波预售	首次抢购	第二波预售	终极抢购
			广告投放预热→加购	下单转化	预热→加购	转化
	全球热爱季	活动节奏	10.21-10.31	11.1-11.3	11.4-11.8	11.9-11.11
		营销目标	活动预售期	开门红	活动专场期	高潮期
			广告投放预热→加购	下单转化	品类预售	下单转化
	我们一起拼	活动节奏	10.20-10.31	11.1-11.10		11.11
		营销目标	预售期	预热期		售卖期
			广告投放预热→加购	预热→加购		转化
	全民嘉年华	活动节奏	10.21-10.30	10.31-11.3	11.4-11.10	11.11
		营销目标	第一波预售	开门红	第二波预售	正式期
			广告投放预热→加购	下单转化	预热→加购	转化
	特卖狂欢节	活动节奏	10.19-10.31	10.31-11.4	11.04-11.10	11.11
		营销目标	超级红包领取	开幕盛典	品牌盛典轮动	终极爆发
			广告投放预热→加购	下单转化	预热→加购	转化

头部电商平台聚焦孵化新品牌

头部电商平台利用消费者数据去帮助新品牌和新产品的孵化，并利用自身营销能力进行相应的流量投放、消费触达等，但针对重点不同。

天猫&淘宝、京东、拼多多平台新品牌计划



2020年双11期间 明星KOL去重活跃用户数及参与品牌直播间情况



注：去重活跃用户数指在统计周期内（2020年10月9日-11月11日），在指定KOL平台中浏览观看过目标KOL发布内容的去重用户数。

02

双十一互联网广告投放同比增加，头部媒介为重点投放渠道

2.1

头部媒介增长显著，广告容量同比去年双十一仍在提升

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16774

