



# QuestMobile 2021年双十一预售期洞察报告

---

2021-11-10

# 本报告研究说明



本报告主要对2021年双十一电商营销布局及第一波抢购期流量数据和营销数据结果进行分析论述。

1) **数据选取时间**: 2021年10月20日-11月03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**:

2021年双十一期间: 2021年10月20日-11月11日

2021年双十一预售期: 2021年10月20日-11月03日 (本报告中, 将第一波预热期与销售期定义为预售期)

4) **名词定义**:

**投放费用**: 第三方估算费用, 受不可控因素影响, 不代表广告主真实投放费用。选定周期根据实际抓取的广告量和媒体的刊例价, 基于广告类型、广告投放量等进行多重加权计算, 以媒体实际总收入 (公开发布或访谈获得) 进行校准修正。

## 01 电商营销 与用户分析

- 双十一营销节奏观察
- 主要电商平台预售期流量数据情况观察
- 双十一大促期间用户特征分析

## 02 品牌营销 动作分析

- 典型行业广告投放分析
- 典型品类及品牌投放分析
- 典型品牌热度指数分析

## 03 媒介投放 分析

- 预售期整体投放分布
- 典型行业投放媒介策略

# 01

---

电商平台预售期热度同比增长，营  
销节奏和玩法成常态

# 1.1

---

主要电商平台战线拉长，整体大促  
营销节奏已固定

## 2021年双11 典型电商平台营销节奏概览



注：根据各平台公布的双十一活动信息等公开资料整理。

天猫拉长消费种草期，通过互动游戏的裂变、电商直播，推动双11的持续热度；京东则通过晚会引流，提前开启抢购，并推出快速配送服务，加速交易转化

2021年双11 天猫和京东用户营销策略概览



注：根据各平台公布的活动内容及公开资料整理，不代表平台全部的营销活动。

# 1.2

---

高峰期前移，预售期热度同比增长

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\\_29215](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_29215)

