



# 重塑消费决策链条，内容种草成电商新标配

## 2021双十一电商行业研究报告

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2021年11月

# 极光观点



战线延长成双十一固定营销玩法，活动期间**整体移动电商行业DAU**均高于去年同期，但受用户分流到整个活动周期影响，**双十一当天DAU较去年同期略有下跌，但仍接近5亿**



作为双十一狂欢节主战场的**综合电商**，除了第一波预售日，**今年整个促销周期内行业活跃用户规模均低于去年**，但在用户人均时长上较前有大幅提升，且11月1日“尾款日”和11月11日当天迎来两次峰值，分别达到66分钟和72.4分钟



**淘系app和京东仍然是双十一战场的主角**，DAU和人均时长在预售日、尾款日等大促节点的拉动下起伏明显；其中，在双11当天淘宝DAU超4.3亿，人均时长达52分钟



电商行业已进入增量流量枯竭的发展阶段，传统电商流量获取成本高企，品牌商家把营销主阵地转向流量粘性更高的内容型平台，“**内容种草**”成为**电商品牌商家获取上游流量的标配**



以淘宝为代表的头部电商平台开始加大力度拓展内容版块，旨在从消费者购物决策环节前的链路中打入，延长用户停留时间；而以**小红书、什么值得买、知乎、抖音**为代表的**内容种草热门选手**则已发展出各具特色的种草模式

# 目录

# CONTENTS

01

电商行业双十一数据表现

02

电商行业内容营销价值分析

03

电商行业展望

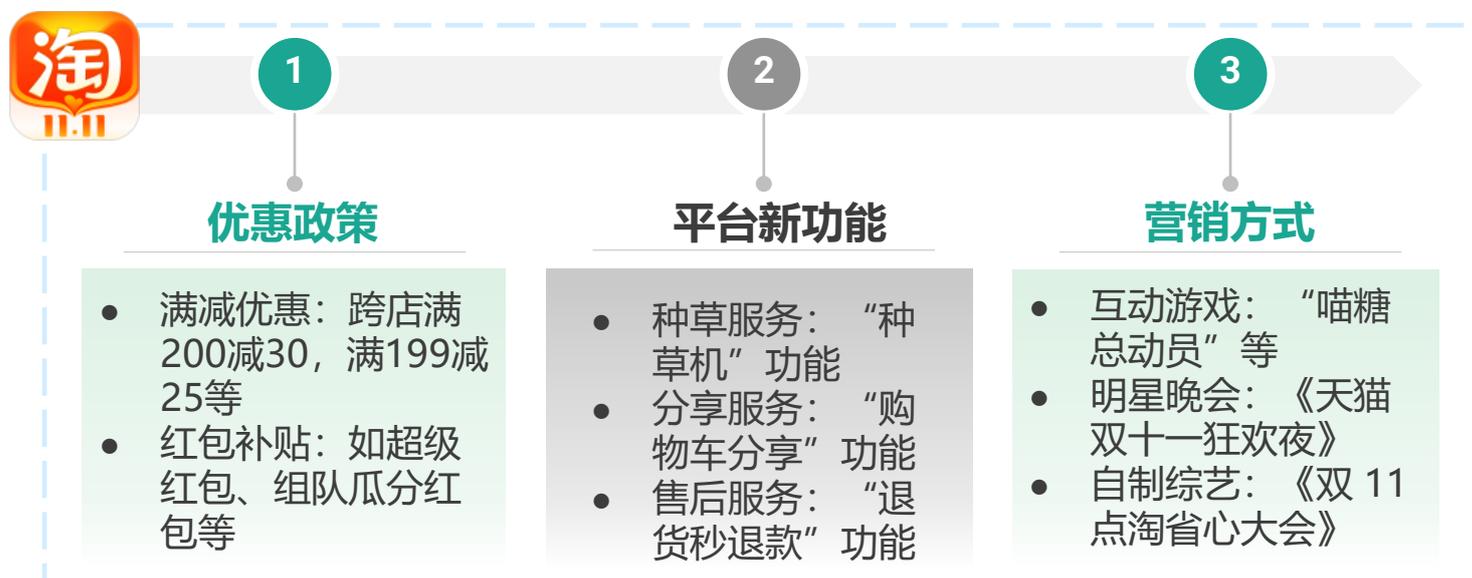
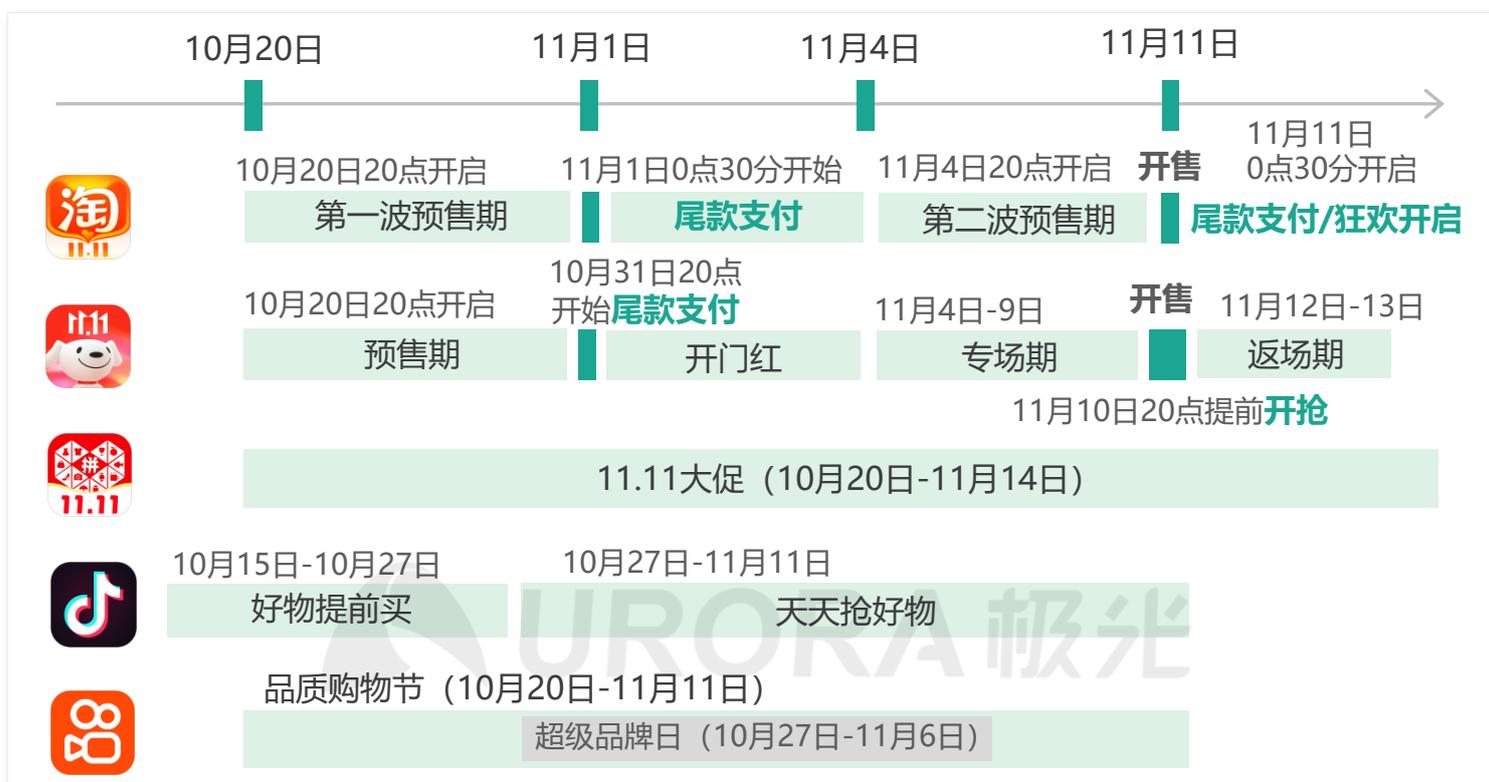
# PART 01

## 电商行业双十一数据表现



# 战线延长成固定玩法，平台上线多样玩法功能推高热度

- 今年双十一各大电商平台延续去年战线拉长的营销玩法，多个平台从10月20日开启首波预售，抖音更是将电商大促拉前至10月15日，成为今年首个开启双十一大促的平台玩家
- 以淘宝/天猫为例，除了直播电商与大促晚会，今年还增加了互动小游戏、自制脱口秀综艺等新的营销手段，为平台双十一大促持续引流

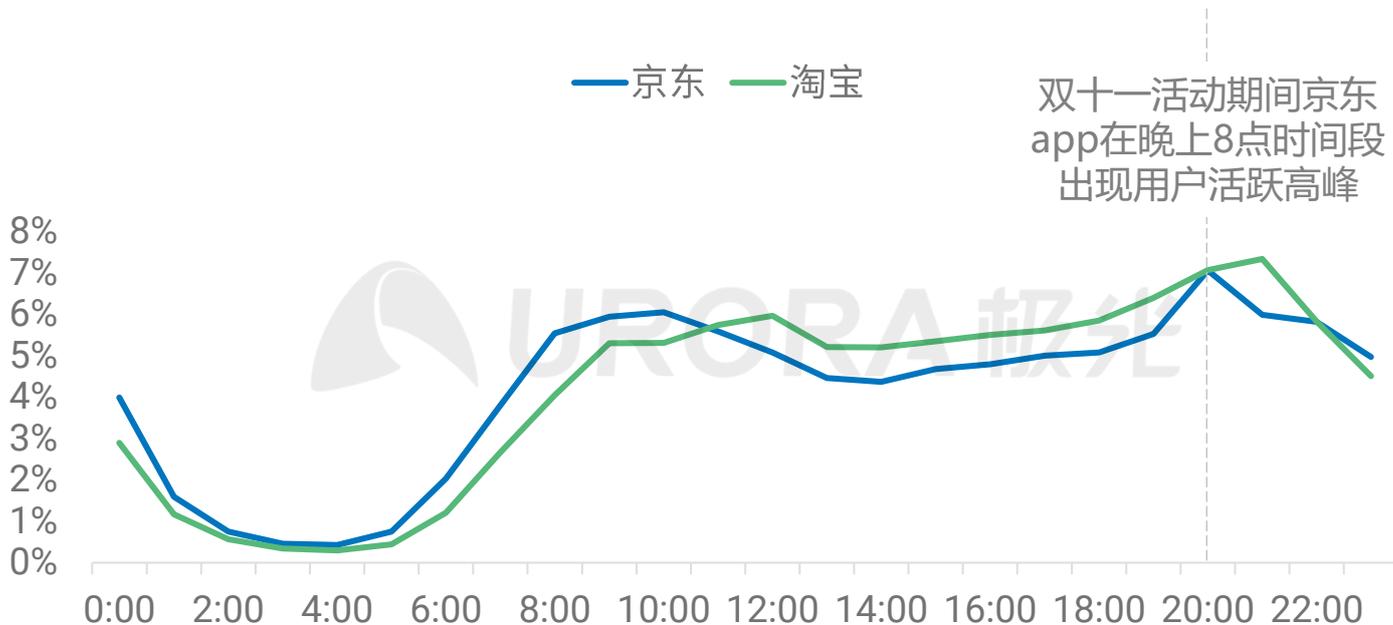


数据来源：公开资料整理

# 不熬夜“剁手”，“晚8点抢购”模式或将成为双十一常态

- 跟往年大促传统的“零点抢购”玩法不同，今年双十一为了倡导广大用户“不熬夜抢购”，以京东、淘宝为代表的主流电商平台均把预售、付尾款等活动的开启时间从凌晨12点提前至晚上8点，且京东把“晚8点”贯彻整个活动周期，这种模式不仅提升了用户的购物体验，获得消费者认可，而且有利于商家乃至行业的健康发展

2021年10月20日-11月11日主流电商平台用户启动次数时间段分布均值



在双十一前夕，京东发起“晚8点”模式，且“晚8点”模式不仅限于一个时间点，而是贯彻整个活动周期：分别是“10月20日晚8点预售开启”，“10月31日晚8点支付尾款并且10.31-11.11京东app每天晚8点下红包雨”，“11月10日晚8点提前开抢”



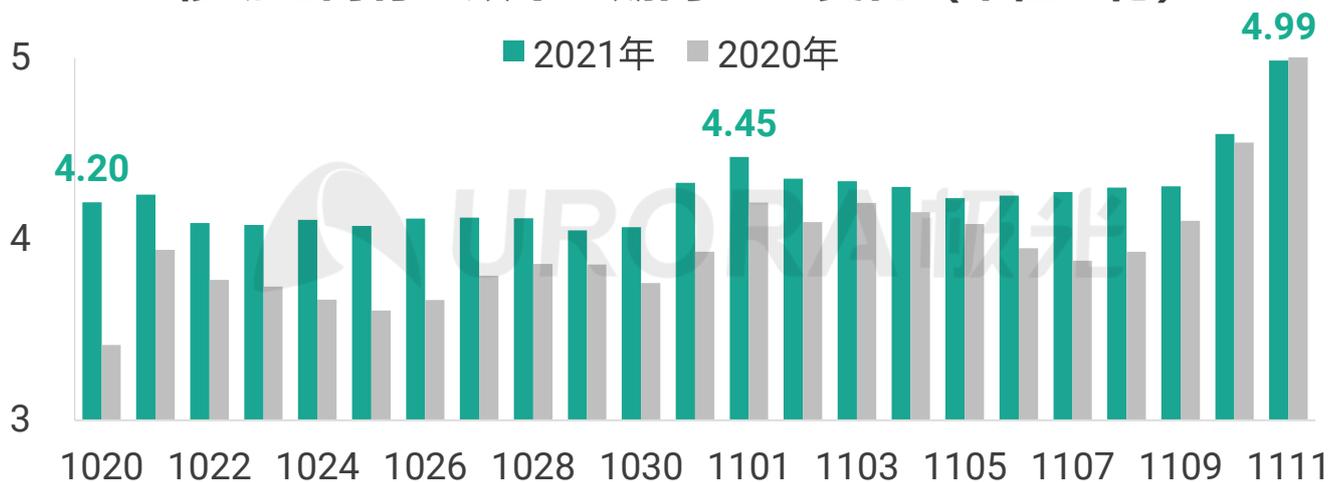
淘宝/天猫也将两波预售时间都提前到了晚上8点进行：分别是10月20日晚8点启动第一波预售，11月4日晚8点开启第二波预售

数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 取数周期：2021.10-2021.11  
App启动次数时间段分布 = 某app各时段的启动次数/当日总启动次数

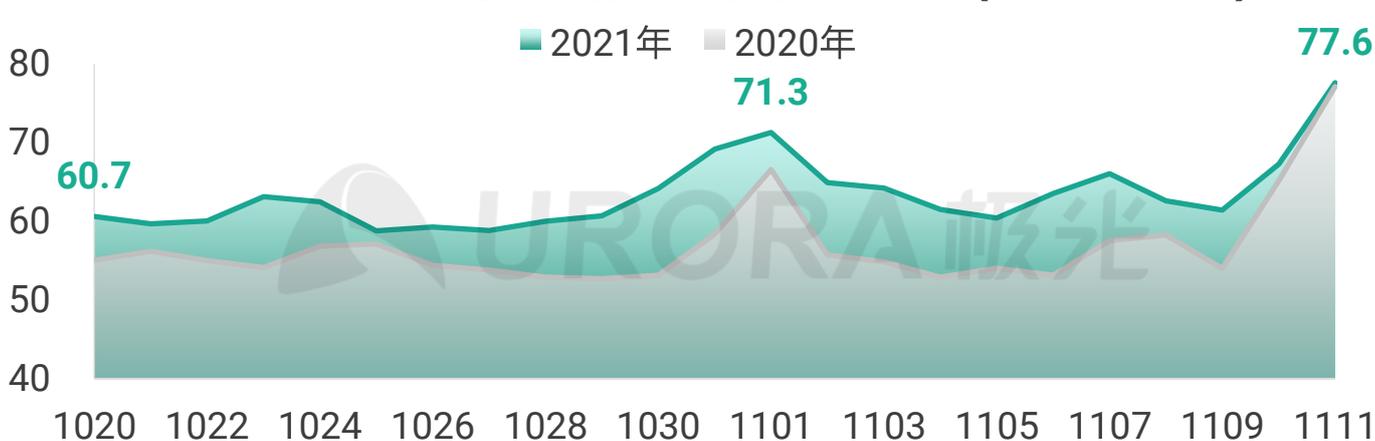
# 拉长促销周期激发消费潜力，双11当天近5亿人参与狂欢

- 自10月20日首波预售开启以来，移动电商行业DAU即登上高位，10月20日当天DAU为4.2亿，较去年同期大幅上升23.1%；整个活动期间行业DAU均高于去年同期，拉长战线制造多轮热点的玩法显现成效，但受用户分流到整个活动周期影响，双11当天DAU较去年同期略有下跌，但仍达到4.99亿
- 时长方面，行业单日人均使用时长节节高升且超过去年同期，近一个月的促销时间成功锁住用户，11月1日“尾款人”平均剁手时间为71.3分钟，双11当天更冲击77.6分钟

### 移动电商行业双十一期间DAU变化（单位：亿）



### 移动电商行业双十一期间人均时长变化（单位：分钟）



移动电商行业包括综合电商、跨境电商、社区电商等不同细分行业

数据来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 取数周期：2020.10-2021.11

# 综合电商行业双十一流量增长难掩疲态，时长迎来双高峰

- 综合电商行业是双十一狂欢节的主战场，预售日的提前让10月20日当天的DAU上升至3.68亿，较去年同期增长7.8%；然而除了预售日，今年整个促销周期内行业活跃用户规模均低于去年，虽然人均时长相比去年大幅提高，用户粘性增强，但传统综合电商的流量无可避免被短视频电商等新兴形式瓜分
- 双11当天行业DAU登顶，4.51亿人这一天聚集在各大综合电商平台；时长方面今年“双高峰”特征明显，综合电商行业单日人均使用时长在11月1日“尾款日”和11月11日当天迎来两次峰值，分别达到66分钟和72.4分钟

## 2021年双十一综合电商行业DAU变化（单位：亿）



## 2021年双十一综合电商行业人均时长变化（单位：分钟）

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\\_30138](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_30138)

