

2022 新消费·新流行

双11购物节品牌营销洞察报告

2022.11 克劳锐出品

研究说明

研究范围

本报告主要研究2022年双11期间，电商平台（淘宝、天猫、京东等）、主流内容平台（抖音、快手、小红书、微博、哔哩哔哩）的玩法、政策、热点话题等，以及数码家电、服装服饰、美妆个护三大消费品类、不同品牌双11营销策略特点及变化。

数据说明

数据来源：本报告中涉及的带货数据均为各平台、品牌及第三方对外公布的公开数据，其他部分数据为克劳锐监测相关数据的整理。

监测时间：2022年9月15日-2022年11月11日

核心看点

- 01 增长仍是双11主题，**精细化运营、效率提升**成为平台大促新目标
- 02 **跨内容、跨平台**经营，主播、MCN开始探索流量与商业增量场
- 03 视频号、B站双11发力直播电商，内容平台继续**“电商化”**改造
- 04 品牌大促营销升级，**“全渠道种草+跨平台直播”**成为营销标配
- 05 国货消费正当红，**“省钱营销”**成双11直接拉升GMV的最有效方式

目录

01 双11大盘变化亮点

数据亮点 | 种草玩法 | 直播变化 | 营销新发现

02 双11不同消费品类营销策略分析

数码家电 | 服装服饰 | 美妆个护

03 双11消费新趋势洞察

国货强劲 | 新消费流行 | 新锐品牌加速 | 省钱营销

Part 01

双11大盘变化亮点

数据亮点 | 种草玩法 | 直播变化 | 营销新发现

主流电商平台 2022双11开卖首日亮点数据

双11大促“增长”背后，通过精细化运营提升效率成为电商平台大促战略追求的新目标



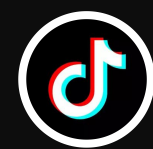
10月31日晚8点，天猫双11第一波开卖**1**小时，**102个品牌成交额破亿**，淘宝直播场观同比增速**600%**，腰部主播交易额同比增速**250%**

直播电商成绩亮眼



从10月31日晚8点至11月1日24时，京东累计售出商品超**5.5亿件**，家电全品类1分钟成交金额破**10亿**，28小时售出**家电商品超1500万件**，整体成交金额超去年11月11日全天，近5万中小品牌、近7万中小商家成交额同比增长超**100%**

中小品牌商家增势迅猛



10月31日0时，抖音双11好物节正式开启，开卖**1**小时，支付客单价同比增长**271.1%**，截至**24时**，抖音商城交易额同比增长**629.9%**，商品搜索交易额同比增长**524.1%**，跨店每满减交易额环比921大促同期增长**65倍**

货架电商交易额高增速



站外种草：品牌首选社交平台“第一波”种草，提前蓄水造势

品牌种草 核心阵地



达人种草
选品攻略



热搜造势
明星&品牌种草

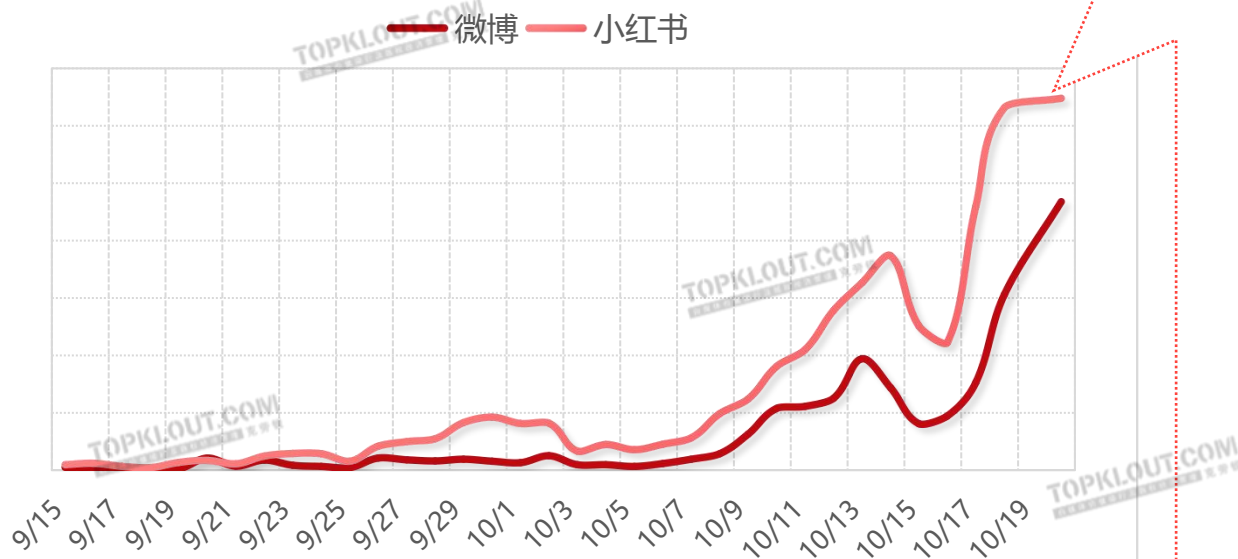


IP借势
年轻心智引导



知识渗透
品牌植入

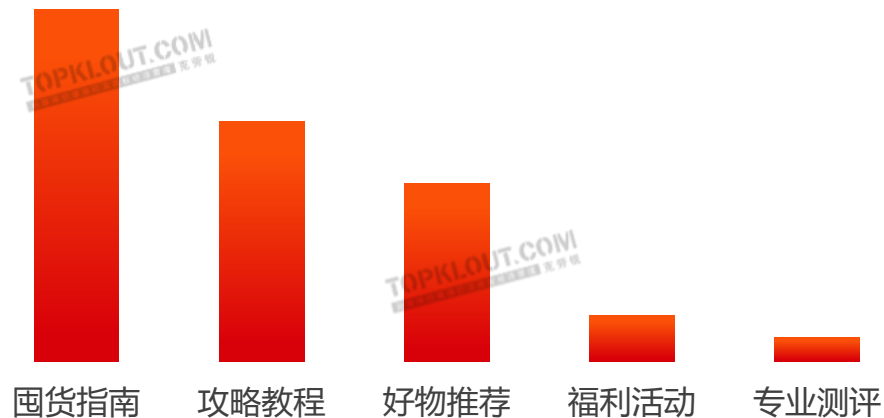
9-10月微博、小红书达人种草内容量走势



品牌内容种草解决消费者几大核心问题：

- 双11要不要买？（囤货指南——建立用户“买”的认知）
- 双11怎么买？（攻略教程——教育用户如何“买”）
- 双11买什么？（好物推荐——引导用户要买哪些）
- 双11在哪儿买？（福利活动——指导用户选渠道、选品牌）
- 双11买的好不好（专业测评——口碑占心智）

小红书“笔记种草”TOP5内容类型



站内种草：电商平台设立“站内种草”机制，打造“种草-下单”交易闭环



- 逛逛-双11大咖带你逛
- 逛逛-“星光1000”打榜赛
- 天猫-全明星计划，明星种草
- 天猫-双11全民种草计划
-

- 种草官活动-种草PK赛、京东百人种草天团、购后分享有礼
- 发现好货、短视频挑战赛
- 城市LIVE生活节
-

内容
种草

- 十咖直播计划 好物直播计划
- 超级新品计划 直播酒会 种草

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_48710

