

TOPKLOUT

2020

双11购物节洞察报告

克劳锐出品

2020.11



报告说明



研究范围:

本报告主要研究双11期间（10月21日-11月11日），主要电商平台（淘宝、天猫、京东、苏宁、拼多多）及部分社交平台（抖音、快手、微博）的玩法、政策、话题热度等，以及社交平台+明星/头部主播/品牌在玩法上的特点、变化。



数据说明:

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

2020年双11核心亮点

平台特色

- 天猫**IP人格化**运营，借助社交传播渗透1号开卖认知，为双11造势
- 京东巧借**脱口秀**，高能段子渗透品牌信息，占据年轻用户的心智
- 苏宁**电竞**闯入决赛，捆绑电竞撬动新消费群体

双11前夕

- 各大主播率先在微博、抖音“开战”：发新歌、拍MV、开演唱会...
不断**强化个人IP形象**，扩大影响力
- 主播在社交平台发布**直播预告、种草清单**，提前锁定用户
- 品牌官宣代言人，**话题互动**扩大活动声势，借**粉丝经济**吸引流量

双11期间

- 5大平台，7场晚会，大小屏联动、明星与平台用户同台演出...**双11晚会**将电商与娱乐深度绑定
- 明星空降直播间，匹配人设的**互动活动+微博热搜**，持续曝光为直播间导流
- 头部主播“不要睡、尾款人、直播间敲锣”**自造热梗**，引发群体共鸣，掀起**全民造词**的热潮



CONTENTS



双11亮点



双11预热期玩法分析



双11数据盘点



双11核心洞察

PART 01

双11亮点

直播带货打头阵，双11列车前进的推动力

平台



- 从电商平台到短视频平台再到社交平台，直播带货已成为双11购物节各平台的重要布局。
- 平台纷纷打造直播矩阵、升级场景体验，推出专属赛道/会场，进行官方百亿补贴等

主播



- 专业主播、网红、明星、总裁、主持人、名人、村播、买手...
- 2020年，参与直播带货的人群边界不断拓宽，在双11期间更加常态化

品牌



- 从商家自播到线上线下联动，从爆品秒杀到新品推出，直播打通和加速了消费者的购买链路，已成为品牌线上销售的重要渠道

电商内容化，平台更好逛

淘宝首页改版



天猫云养猫



京东云营业



天猫官方爆款清单



- 首页头部横版banner下移，改为竖版，除图片外，可以**放对比图和视频**
- 猜你喜欢上移至首页，与信息流融为一体
- 点进猜你喜欢，增加了“微详情页”，一直下滑可**浏览无限的商品**
- 加强了**短视频信息流**内容及推荐

- 今年双11天猫不盖楼，推出了超级星秀猫养猫活动，可云养成舞蹈猫、歌手猫、说唱猫3种形态，**迎合了年轻群体的偏好**。养猫过程与双11活动相结合，在加强用户**社交互动**的同时，完成了商品/品牌的**曝光**
- 此外，还上线官方旗舰店贩卖周边，连载“星秀猫成长日记”系列漫画，**打造星秀猫IP**

- 今年天猫双11的官方爆款清单，以直播+脱口秀的形式呈现，将**商品内容场景化**
- 在贴近生活的金句和热梗中，为消费者提供爆款产品和流行趋势；借脱口秀演员，直观地展示产品和使用场景，为“逛商品”**增添了趣味性**

内容电商化，营销场景外的流量变现

小红书

8月，上线**视频号**

9月，启动“啄木鸟”计划，严打社区虚假推广

10月：



10月，微博直播全面升级：

- 与**微博小店**全面打通



快手

8月，**微赞直播**和快手实现打通

9月：

- 成立**电商学院**，发力商家培训
- 快手电商正式推出“**快手好物联盟**”
- 快手直播间上线“**直播间小铃铛**”

10月：

- 推出“产地好主播挑战赛”，**扶持潜力黑马主播**



7月，**苏宁易购**与抖音达成深度合作，全量商品入驻**抖音小店**

9月，抖音启动**品牌服务商招募**

10月：

- 抖音直播正式**切断第三方外链**
- 抖音电商推出全新数据产品“**抖店罗盘**”
- 直播间开放**录屏**和回溯录制功能
- 在商品橱窗页上线“**招商合作**”

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_16785

