

美妆行业2017年 618年中大促 运营指南



The background features a collection of cosmetic products including a brush, various powders, a liquid foundation bottle, and a concealer stick, arranged on a blue textured surface. On the left side, there are three overlapping network-like patterns of nodes and lines in orange, purple, and blue colors. A semi-transparent purple-to-red gradient bar is positioned horizontally across the middle of the image.

PART 01

618年中大促 活动概况



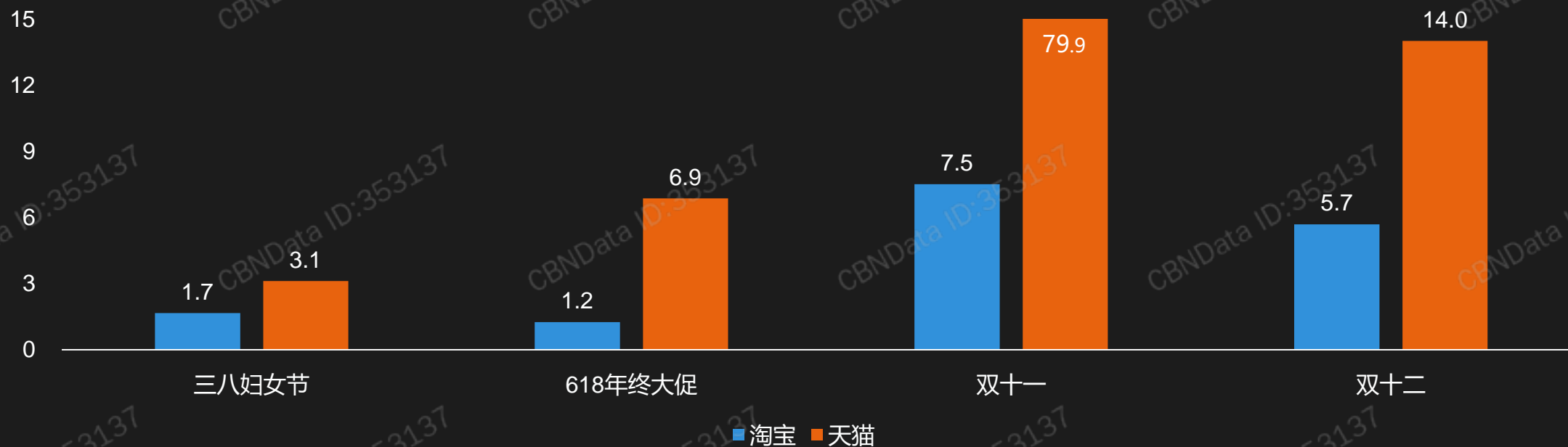
HIGHLIGHTS

TIPS1 | 根据不同层级店铺618期间流量及销量提升度，合理设置618目标

TIPS2 | 根据不同渠道的流量及销量占比，合理进行流量及销售拆分

618仅次于双十一与双十二，对天猫店铺的销售提升尤其显著，是上半年最关键的大型活动

2016年 美妆行业 各类节日日均销售额提升度

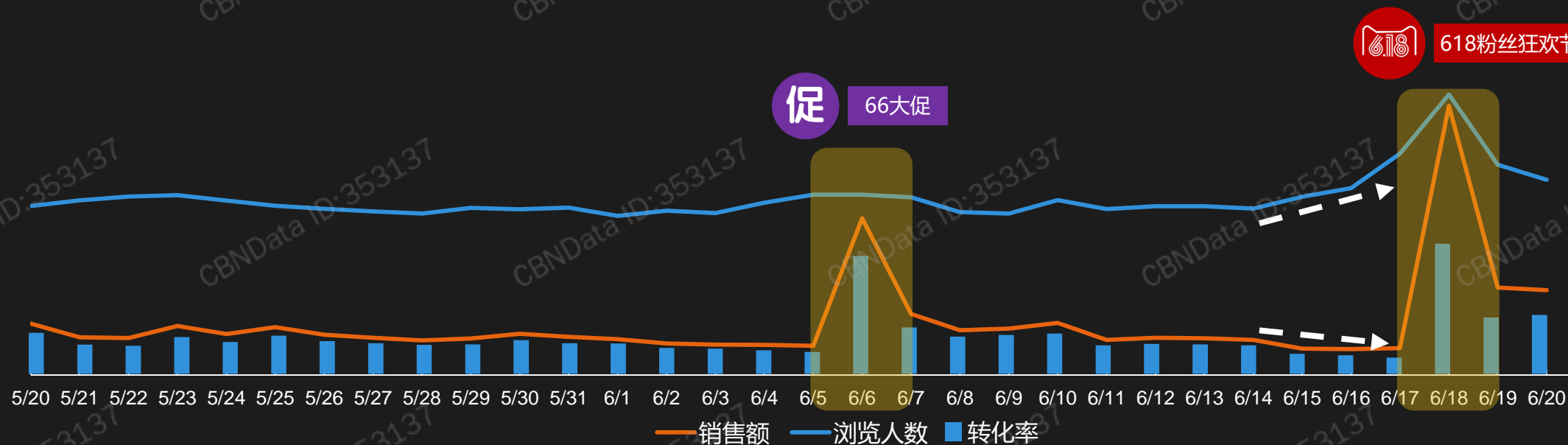


注：节日日均销售额提升度=节日期间日均销售额/全年除去节日外日均销售额

618对天猫商家销量提升度约为平日6.6倍，为66大促的1.7倍

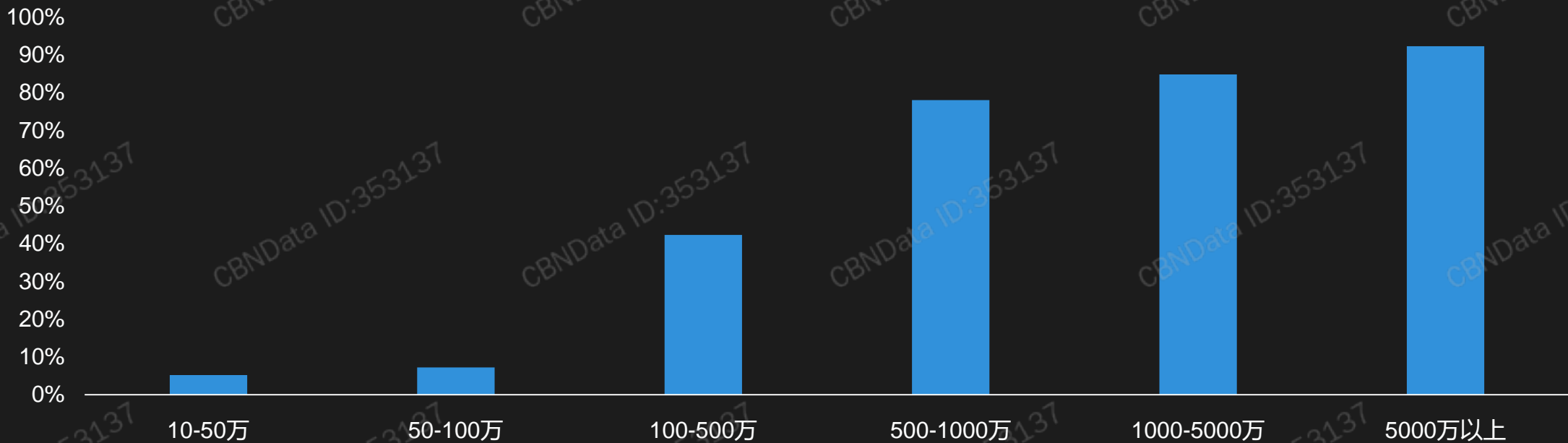
- 纵观天猫618五波活动，618当日活动效果最好，浏览人数，销售额及转化率都达到顶峰。
- 618粉丝节活动前4天是美妆引流关键时点，建议商家把握好预热节奏。

天猫美妆活动前后30天浏览人数及销售额分布



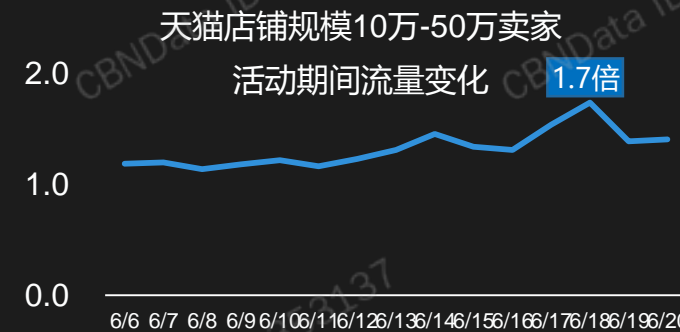
618整体招商范围较大，500万以上规模店铺，80%都可以参与

2016年 618粉丝狂欢节 美妆行业天猫不同规模店铺的参与率

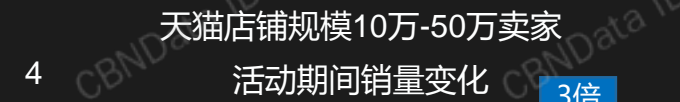
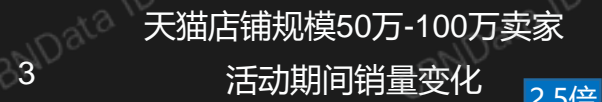
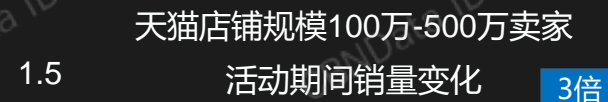


注：618粉丝狂欢节美妆行业天猫不同规模店铺的参与率=参与618粉丝狂欢节的美妆行业天猫不同规模的店铺数量/2016年618期间有成交记录的美妆行业天猫不同规模的店铺数量

618期间整体UV提升约在1至2倍之间



618整体销量提升较大，千万级以上的天猫大卖家销量提升度在5倍以上，百万级小商家提升约3倍左右



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_17266

