

百度商品行业研究

百度营销中心

2020年2月

百度商品行业分析方法论

WHY



行业大势分析

- 总：整体规模及趋势
- 子：子行业规模及趋势

来源：搜索大数据，百度指数

WHO



人群属性

- 年龄
- 省份
- 城市

来源：百度观星盘

WHERE



线上

- 搜索点击流向

来源：搜索大数据，除小程序

WHAT



关注点

- 需求关注点

来源：搜索大数据

WHEN



时段

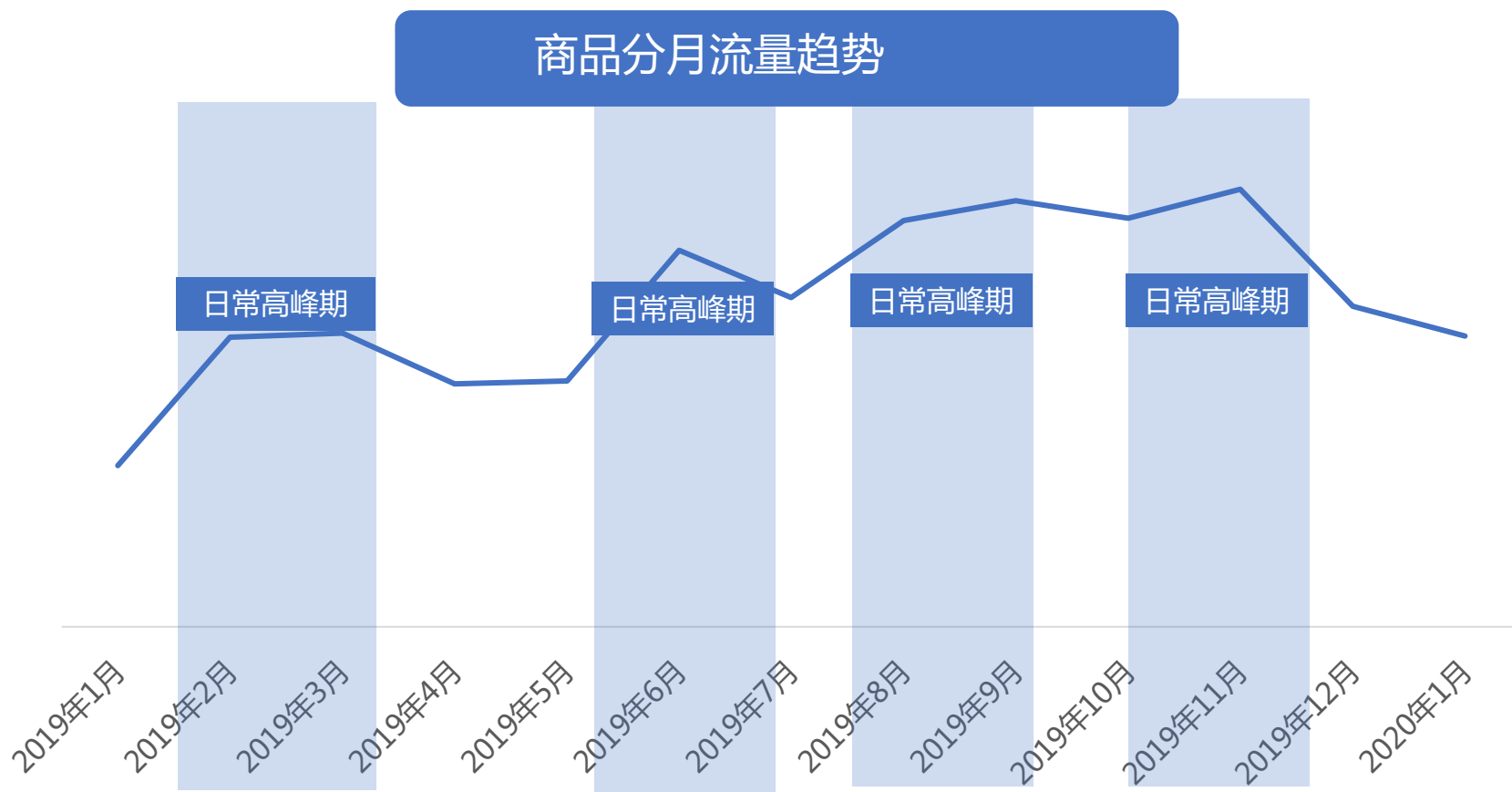
- 搜索时段：淡旺季/日时段
- 资讯浏览时段：日
- 视频观看时段：日

来源：搜索/信息流/视频大数据



总体流量趋势：假期和电商节是释放商品需求的传统旺季

商品流量整体呈现分月逐步提升的趋势，下半年需求持续旺盛且在11月达到巅峰；近期需求呈现反弹增长。

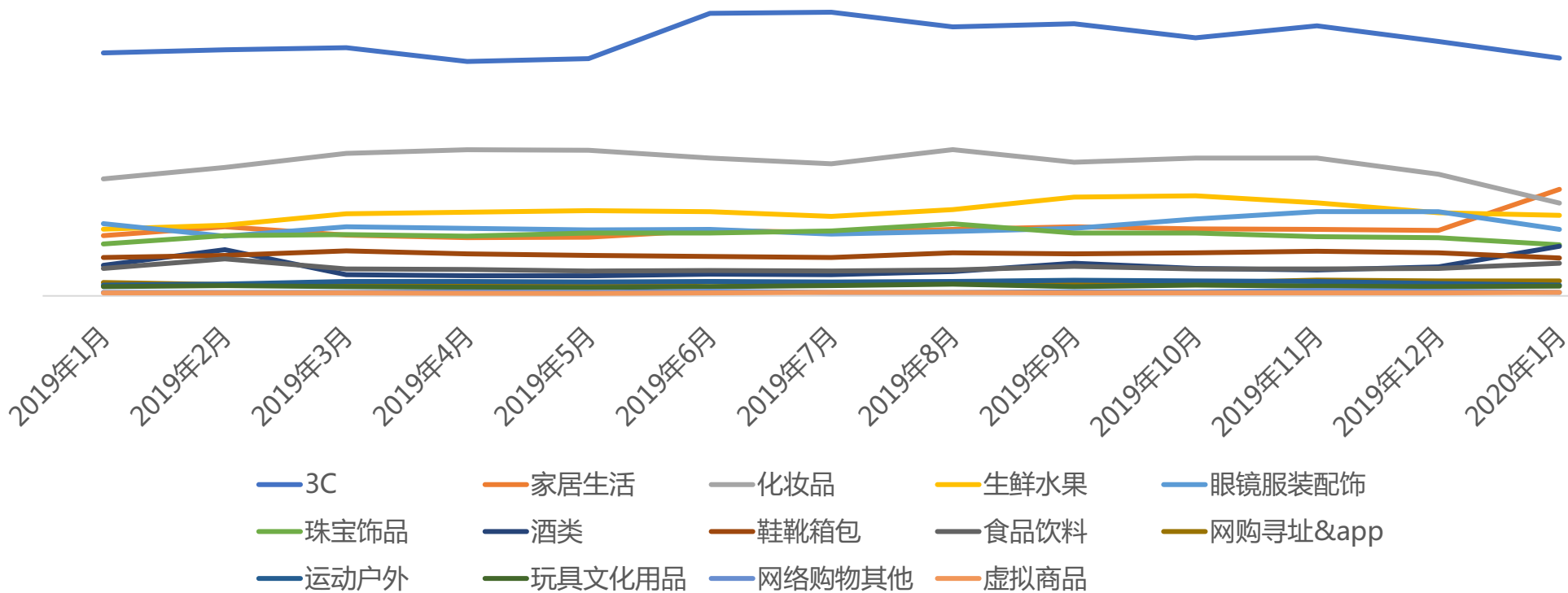




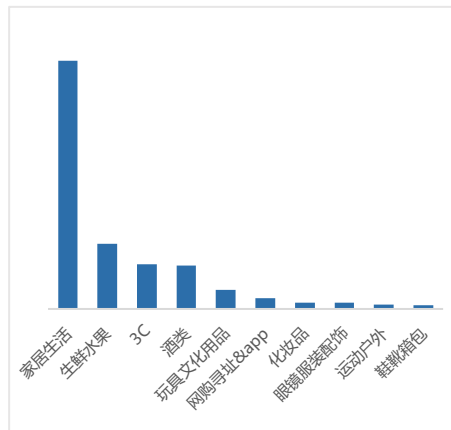
细分行业流量趋势：3C需求最旺，宅在家家居生活品 / 生鲜水果 / 酒类需求攀升

通过细分行业分月流量趋势可看出：3C行业稳居第一，尤其在下半年需求持续旺盛；家居生活品在近期宅在家时需求大幅度提升，排名第二；酒类及食品饮料在近期需求也快速提升。

商品二级行业分月流量趋势



疫情爆发期需求结构陡变

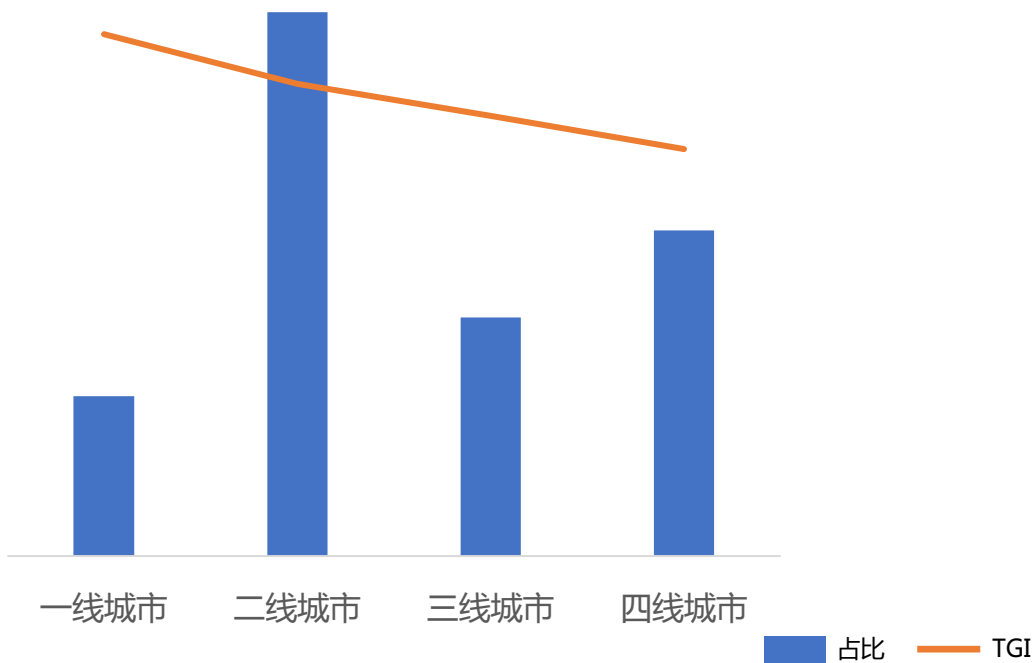




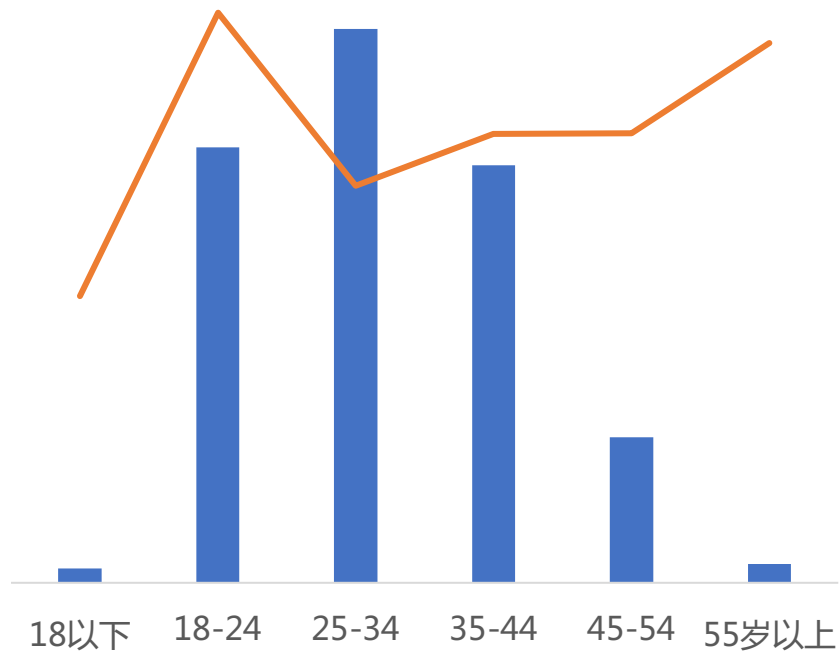
家居生活-人群：老幼生活质量是永恒的主题

从地域分布看，二、四线城市对家居生活类商品需求更大，一、二线城市偏好更高；
从年龄分布看，18-44岁用户对家居生活类商品需求占比超8成，18-24岁和55岁以上用户偏好更高。

用户地域分布 (2020年1月)



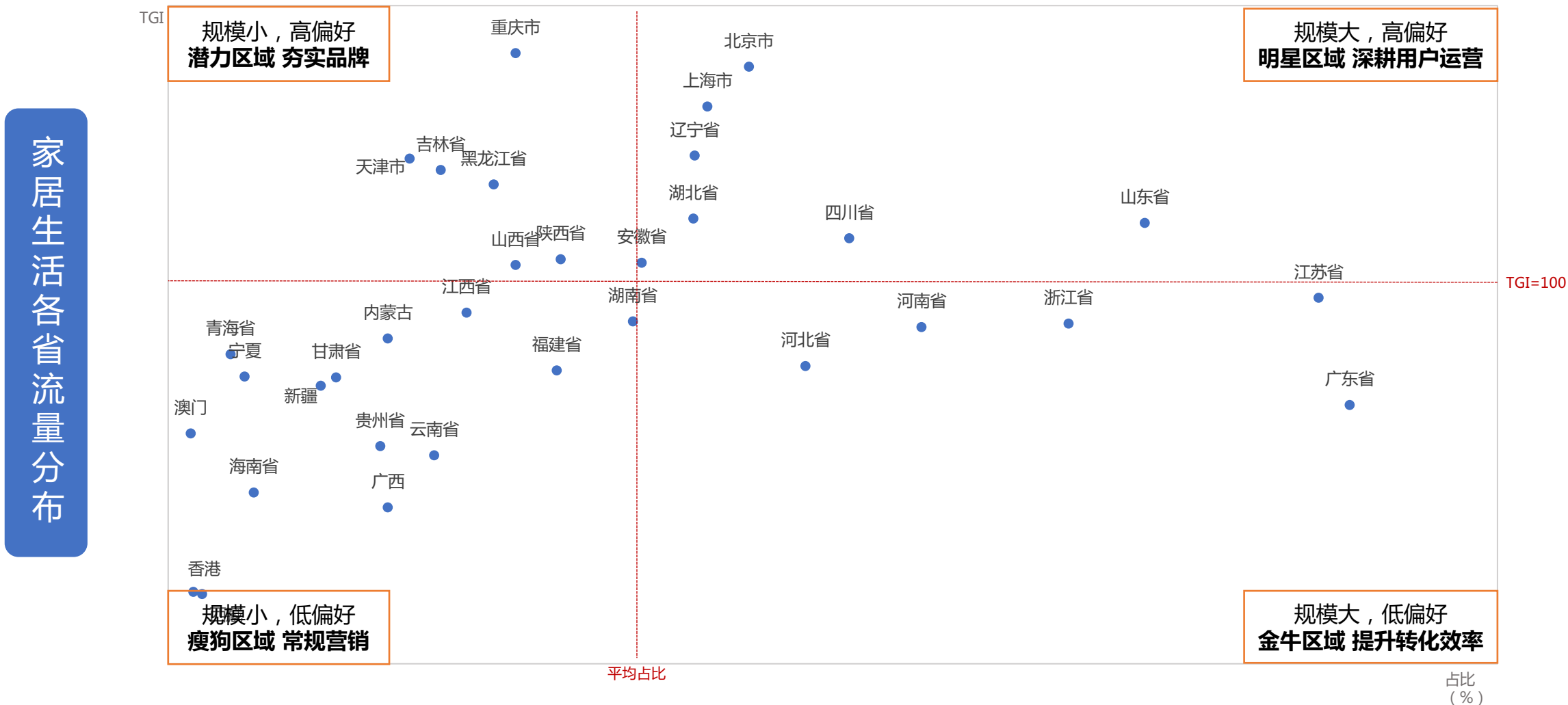
用户年龄分布 (2020年1月)





家居生活-人群：中部和东部区域更关注家居生活质量

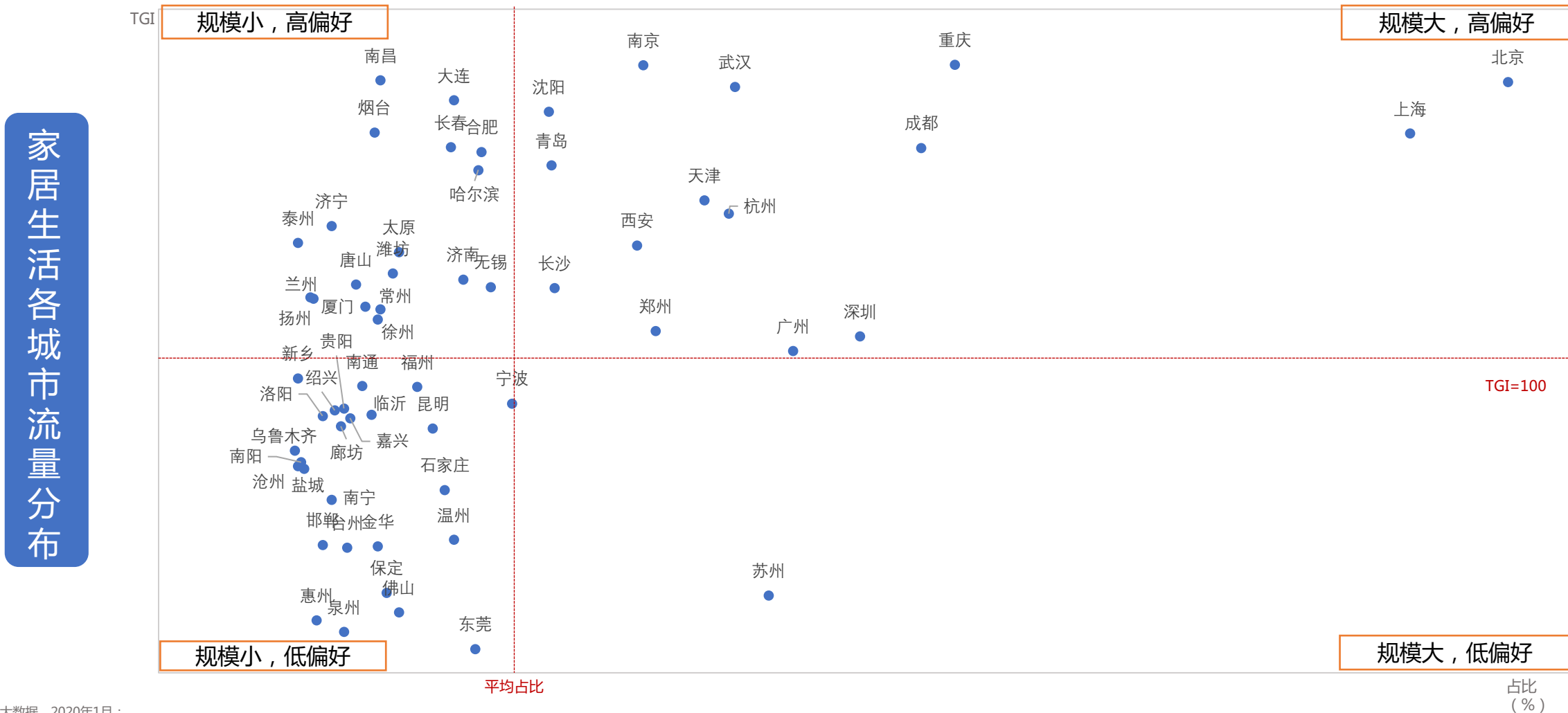
从省份人群占比和TGI看，人口大省及发达地区对家居生活类商品需求更突出，比如山东、四川、北京、上海等，近期倍受关注的是“N95口罩多久换一次”“84消毒液”“猪肚怎么洗”等话题。





家居生活-人群：关注无锡、常州、唐山、济宁等中小城市的家居生活需求崛起

从人群占比top60的城市看，北京、上海、重庆、成都、武汉等城市对家居生活类商品的需求都很突出。

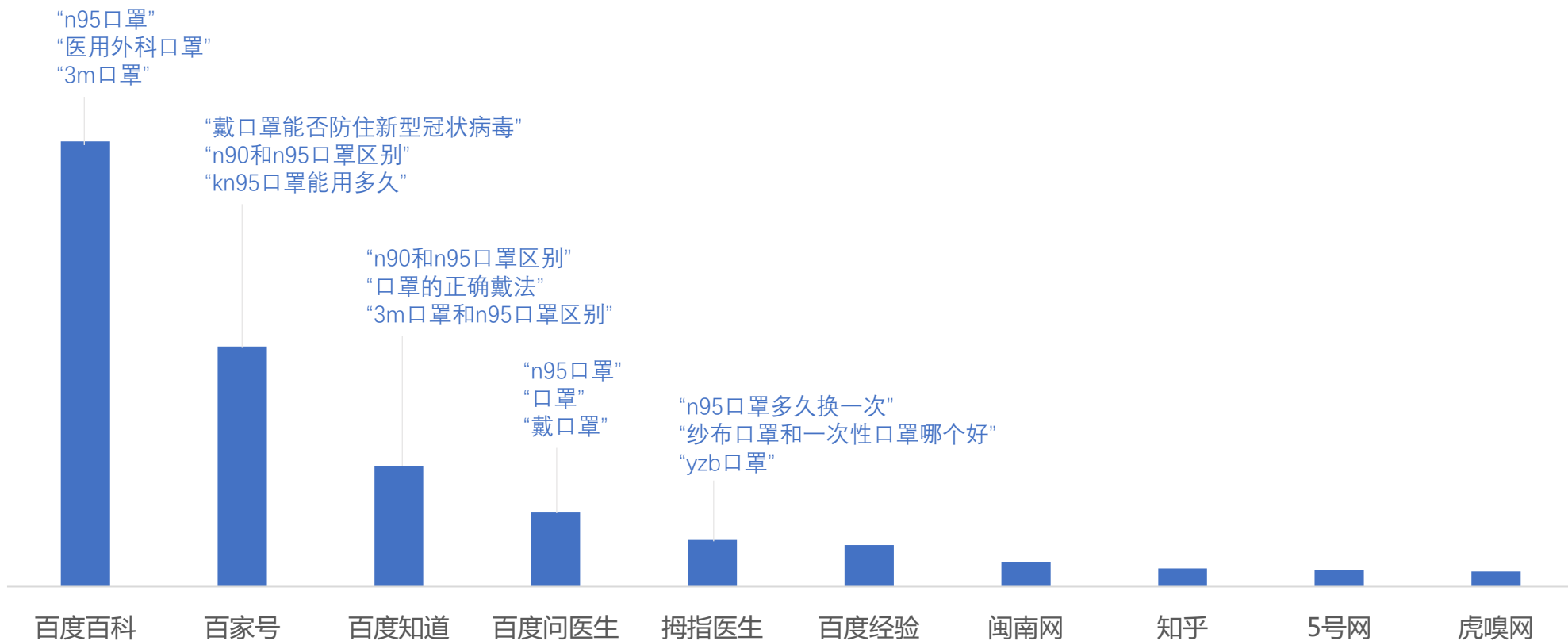




家居生活-TOP10点击去向：百度百科、百家号和百度知道等内容矩阵充分满足家居生活品质需求

从点击去向分析：家居商品类需求快速增长，百度百科、百家号、百度知道和百度问医生等核心内容矩阵充分满足用户的需求。

家居生活行业近期TOP10点击去向分布

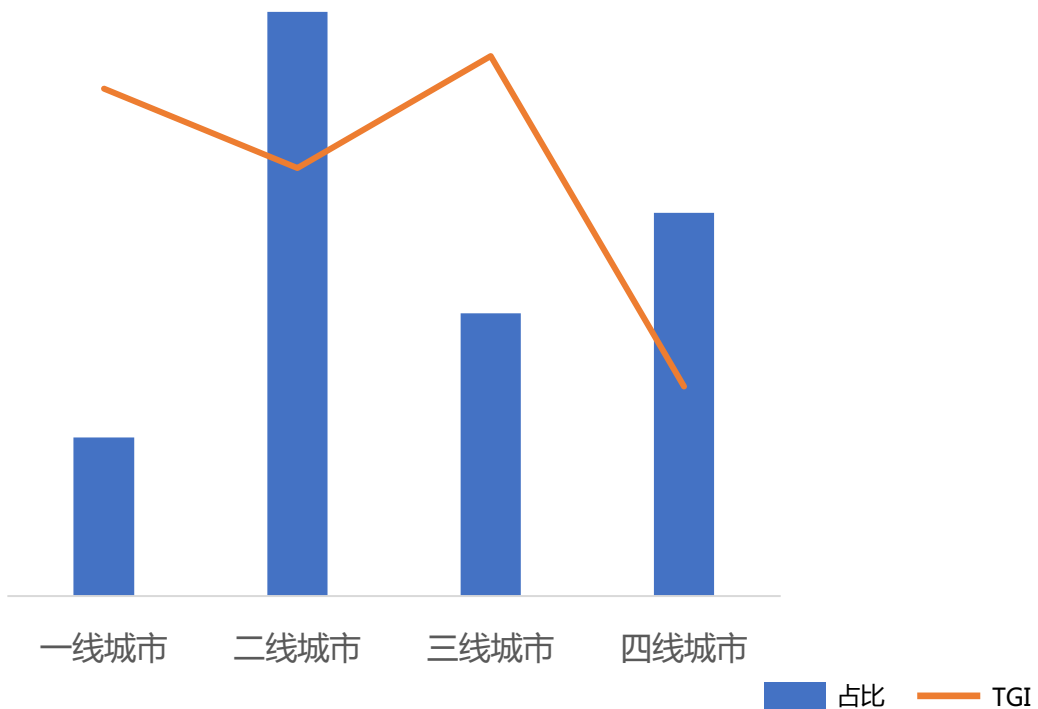




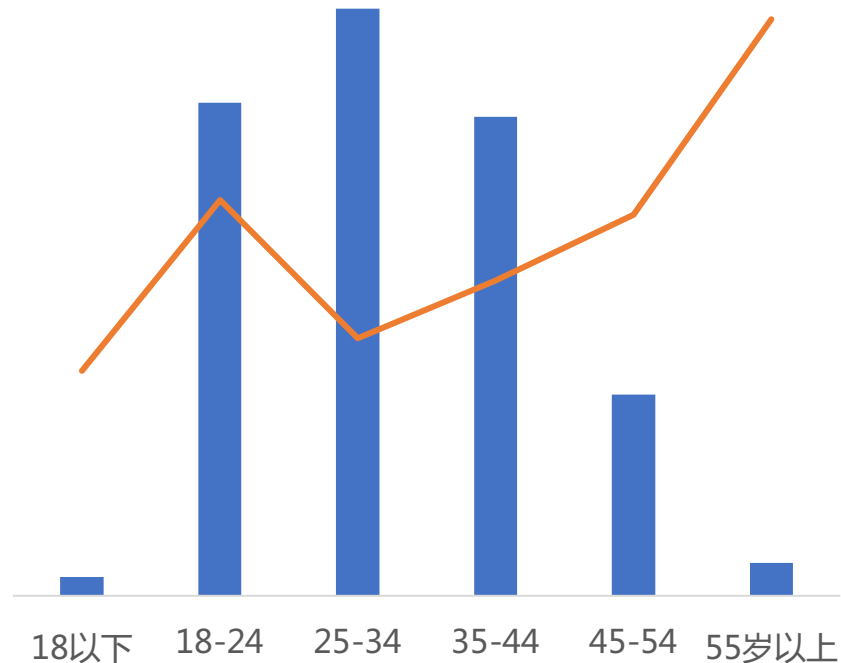
生鲜水果-人群：合格的吃货从尝鲜开始

从地域分布看，二线城市对生鲜水果类商品需求最大，一、三线城市偏好更高；
从年龄分布看，18-44岁用户对生鲜水果类商品需求高，18-24岁和45岁以上用户偏好更高。

用户地域分布 (2020年1月)



用户年龄分布 (2020年1月)

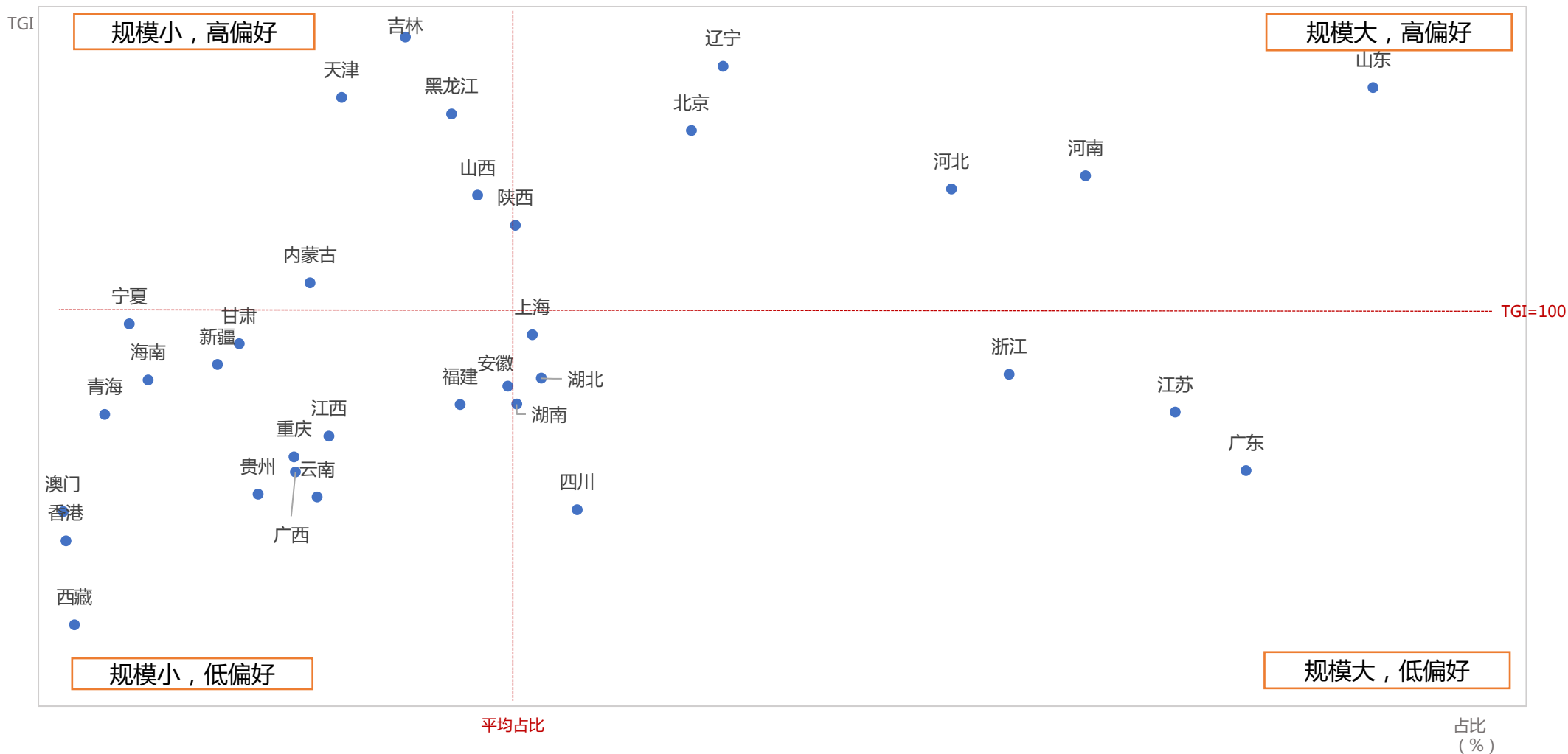




生鲜水果-人群：吃喝不分家，美酒配美食

从各省份人群占比和TGI看，山东、河南、河北、辽宁、北京等省对生鲜水果类商品需求更大，同时偏好更强。

生鲜水果各省流量分布





生鲜水果各城市流量分布

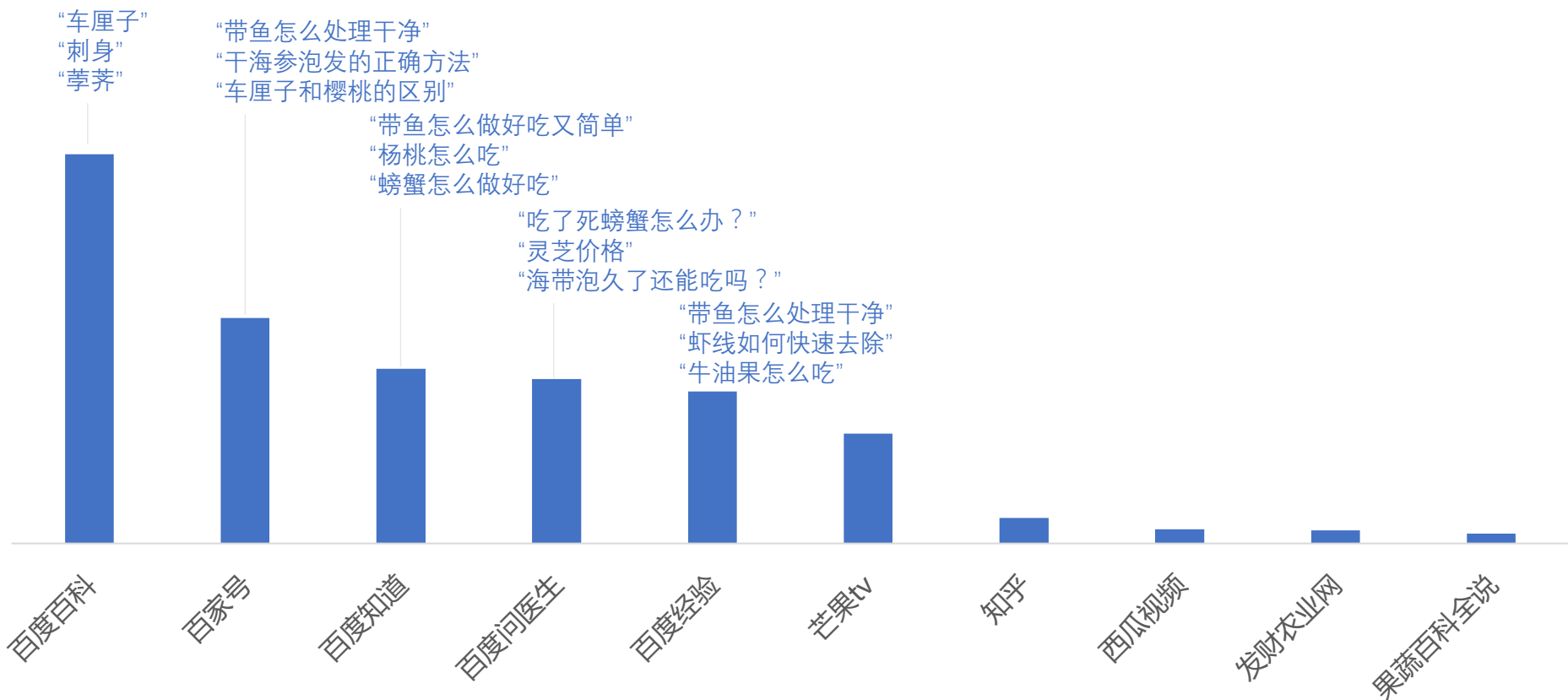




生鲜水果-TOP10点击去向：百度百科、百家号和百度知道等内容矩阵满足生鲜水果知识类需求

从点击去向分析：生鲜水果知识类需求快速增长，用户关注生鲜水果的防护作用和健康吃法。百度百科、百家号和百度知道等内容矩阵充分满足用户需求。

生鲜水果行业近期TOP10点击去向分布





回顾&总结

WHY
行业大势

- 3C
- 家居生活
- 生鲜水果

WHO
人群属性

- 家居一二线偏好更高，生鲜一三线偏好更强，酒类三线偏好更强。
- 关注中小城市的家居生活需求崛起

WHERE
线上点击

- 百度百科、百家号、百度知道等**百度平台**，**购物平台**，**官网等**，**建设内容与商铺私域阵地**

WHEN
淡旺季

- 流量逐步提升，**假期和电商节**为需求旺季，近期需求同比增长7%

谢谢观看

百度营销中心