

618原生消费 波动分析&投放建议

销售运营服务部-产品策略组

2024年5月

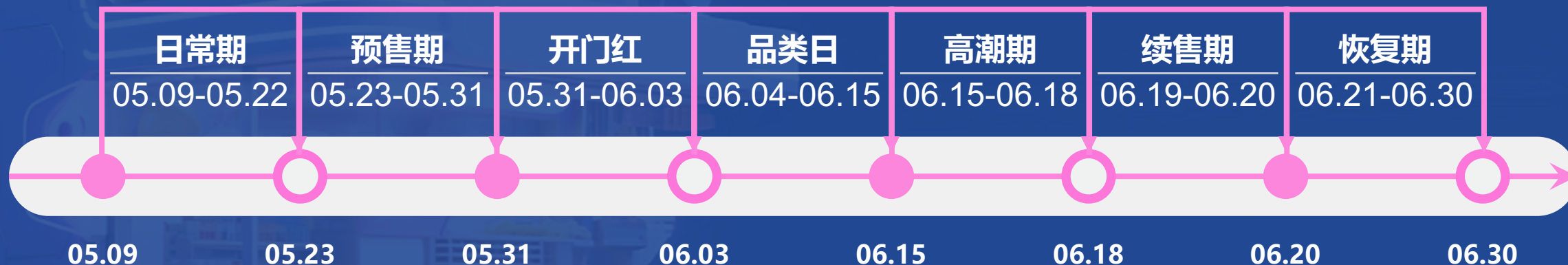


使用说明

24年京东618取消预售期，5.31日晚20:00直接开启618大促

本文中时间周期划分如下

(不同时间段消费对比均为日均消费对比)



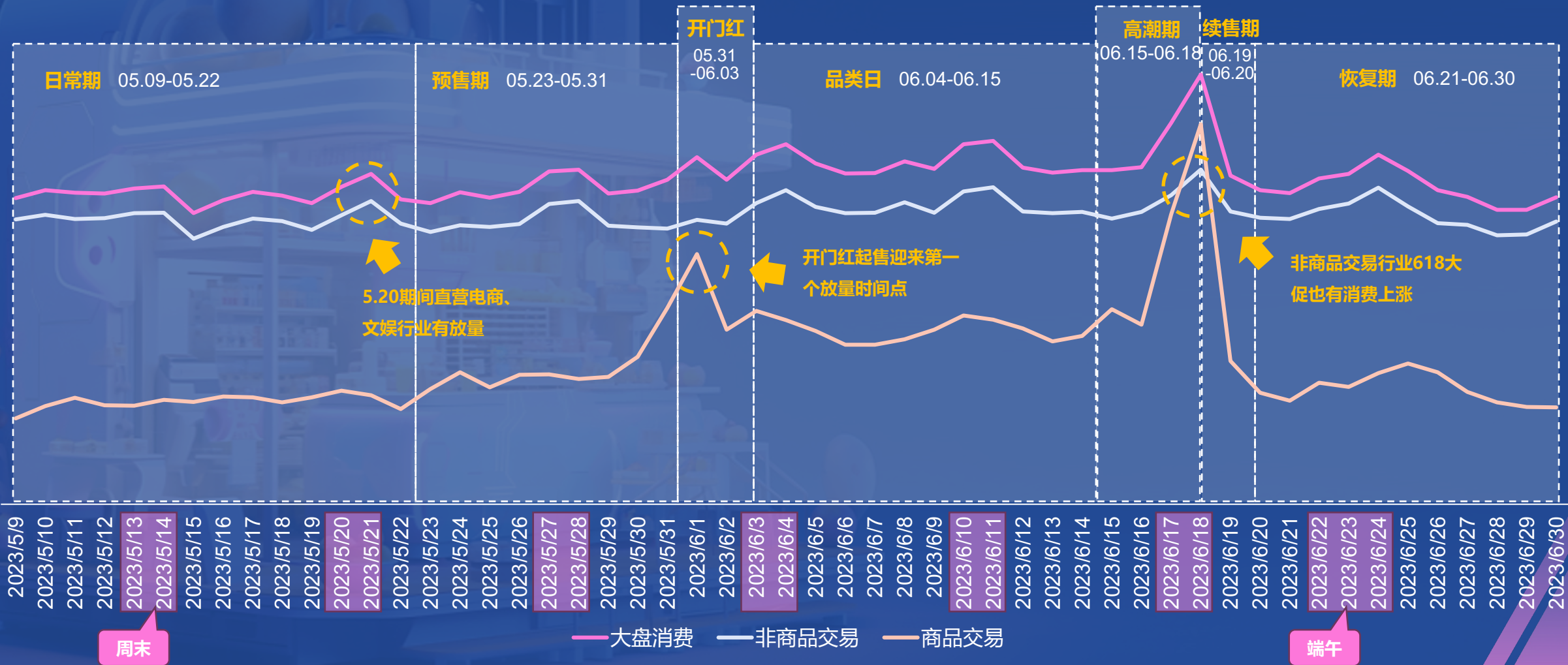
数据来源: compass -投后复盘-投放效果 (信息流) -基础数据监控-自助查询 (检索口径)

数据周期: 2023.05.09-2023.06.30

时间划分: 参考2023年头部电商平台618活动日历

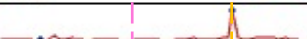
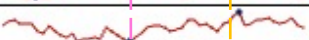
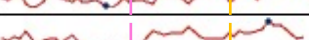
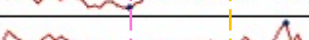
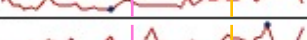
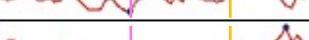
2023年618前后原生消费趋势

- 2023年“618”节点前后，商品交易行业放量时间点较为集中（6.1和6.18为主要放量点），开门红至高潮期消费趋势有明显上涨，其他时间段较为平缓
- 受直营电商，文娱，游戏行业影响，618前后周末期间非商品交易行业消费会有小幅上涨，23年618受生活服务平台冲量带动非商品交易消费增长
- 非关键节点非商品交易行业仍有拿量空间，大盘整体竞争度相对平缓



2023年618期间放量行业数据分析

- 2023年“618”节点前后，买量行业消费增长同样明显，共同争夺618大促期间大盘流量
- 生活服务行业头部效应明显，受平台客户影响带来618期间的大幅消费增长
- 6.01-6.18期间，受大促影响，大盘CPM会有一定上涨，需关注自身竞争力情况

行业组	分日消费、展现、CPM趋势			各阶段日均消费环比					
	消费趋势	展现趋势	CPM趋势	预售期环比日常期	开门红环比日常期	品类日环比日常期	高潮期环比日常期	续售期环比日常期	恢复期环比日常期
大盘				1.96%	8.36%	10.08%	19.38%	3.54%	2.01%
商品交易				32.11%	98.43%	69.94%	154.55%	24.34%	12.65%
非商品交易				-0.76%	0.25%	4.70%	7.22%	1.66%	1.05%
母婴用品				234.95%	374.54%	256.70%	470.74%	24.79%	32.91%
生活服务				-5.69%	-5.15%	0.53%	70.14%	6.07%	5.13%
软件				-3.94%	7.95%	27.43%	40.05%	28.47%	20.01%
通信				3.28%	43.56%	40.73%	35.27%	67.64%	5.88%
医疗服务				-5.47%	9.33%	33.76%	34.10%	33.72%	60.57%
交通出行				7.79%	3.50%	11.16%	29.65%	23.81%	23.39%
文化传媒				8.03%	10.51%	14.16%	23.67%	9.53%	14.59%
旅游服务				0.42%	-0.50%	17.85%	19.34%	33.99%	28.47%
教育培训				-2.68%	2.78%	19.99%	13.67%	13.84%	18.93%
化工及能源				-5.44%	1.71%	2.25%	9.75%	13.07%	21.49%
直营电商				-0.82%	0.72%	1.56%	6.65%	7.49%	6.89%
整形美容				-6.28%	-0.77%	0.94%	1.63%	-3.85%	-4.28%
物流业				-11.82%	-12.94%	3.43%	0.63%	11.32%	38.10%

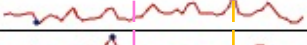
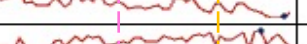
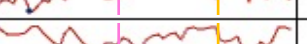
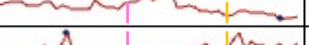
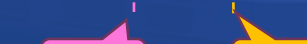
06.01

06.18

按高潮期环比日常期环比值降序排列

2023年618期间受影响行业数据分析

- 2023年“618”节点前后，本地行业受影响明显，部分行业会有提前控量避让情况。建议保持基建，合理调整出价。

行业组	分日消费、展现、CPM趋势			各阶段日均消费环比					
	消费趋势	展现趋势	CPM趋势	预售期环比日常期	开门红环比日常期	品类日环比日常期	高潮期环比日常期	续售期环比日常期	恢复期环比日常期
大盘				1.96%	8.36%	10.08%	19.38%	3.54%	2.01%
商品交易				32.11%	98.43%	69.94%	154.55%	24.34%	12.65%
非商品交易				-0.76%	0.25%	4.70%	7.22%	1.66%	1.05%
游戏				15.26%	3.72%	6.22%	-0.25%	-5.33%	3.76%
机械设备				-4.13%	-9.90%	-1.99%	-5.88%	-6.51%	7.93%
商务服务				-8.63%	-6.09%	0.15%	-6.98%	-2.42%	-11.65%
金融服务				-2.97%	-6.45%	3.49%	-8.64%	-8.28%	-16.46%
房产家居				-7.98%	-7.50%	-6.18%	-9.16%	-11.95%	-10.20%
招商加盟				-8.57%	-9.37%	-6.86%	-12.31%	-9.46%	-12.79%
电子电工				-4.90%	-5.15%	-7.87%	-15.20%	6.52%	43.17%
网络服务				38.05%	41.05%	-19.54%	-15.42%	-14.88%	-23.97%
保健品/药品				-5.94%	6.92%	17.86%	-15.51%	-20.50%	-34.82%
文体器材				-19.81%	-28.11%	-16.64%	-19.18%	-12.18%	-18.58%
农林牧渔				-8.54%	-16.67%	-12.39%	-19.49%	-21.00%	-22.19%
箱包服饰				-20.98%	-19.33%	-16.52%	-20.00%	-25.41%	-37.02%
医疗器械				-7.37%	-8.52%	-5.16%	-21.88%	-17.82%	-25.93%
食品饮料				-30.29%	-21.88%	-20.34%	-34.44%	-32.21%	-43.68%
社会公共				-73.48%	-62.19%	-38.67%	-34.76%	-34.21%	-25.62%
IT/消费电子				-2.54%	6.22%	-41.69%	-39.63%	-59.73%	-49.33%
日用消费品				-17.69%	-20.38%	-18.55%	-40.36%	-24.20%	-32.74%

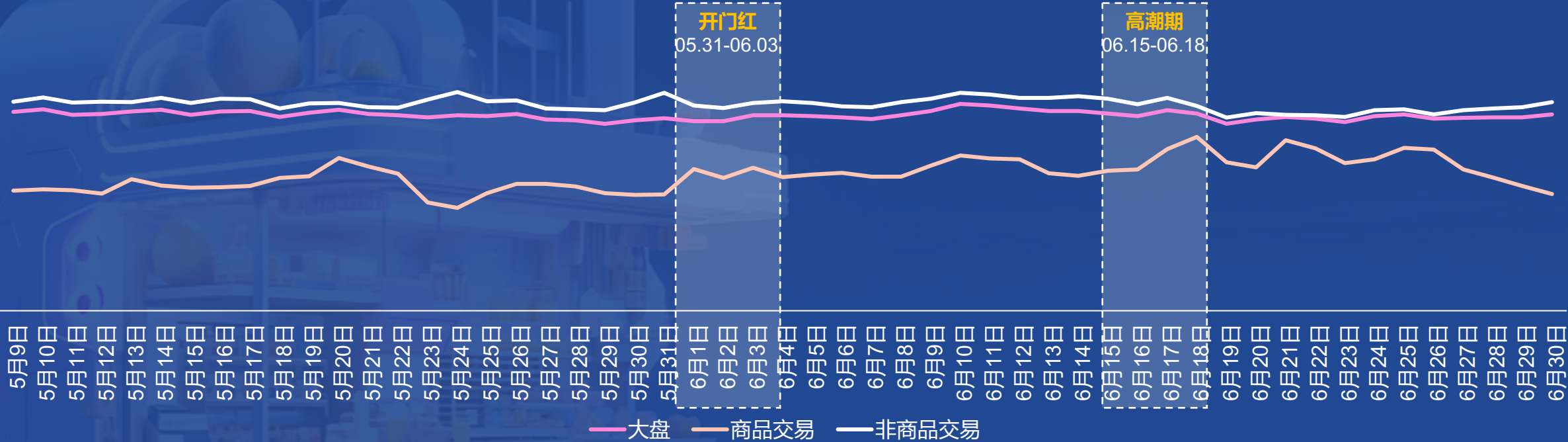
06.01

06.18

按高潮期环比日常期环比值降序排列

2023年618期间CPM变化趋势

• 2023年“618”关键节点（6.01-6.18）会通过提价等方式提升自身竞争力。但大盘整体CPM趋势平缓，其他行业客户可通过保持基建和稳定出价来保证流量稳定性



行业组	各阶段CPM环比					
	预售期环比日常期	开门红环比日常期	品类日环比日常期	高潮期环比日常期	续售期环比日常期	恢复期环比日常期
大盘	-2.92%	-3.21%	0.12%	-0.37%	-4.59%	-2.44%
商品交易	-9.25%	3.35%	9.43%	22.14%	13.46%	13.99%
非商品交易	0.12%	-0.04%	1.30%	0.27%	-6.18%	-4.12%

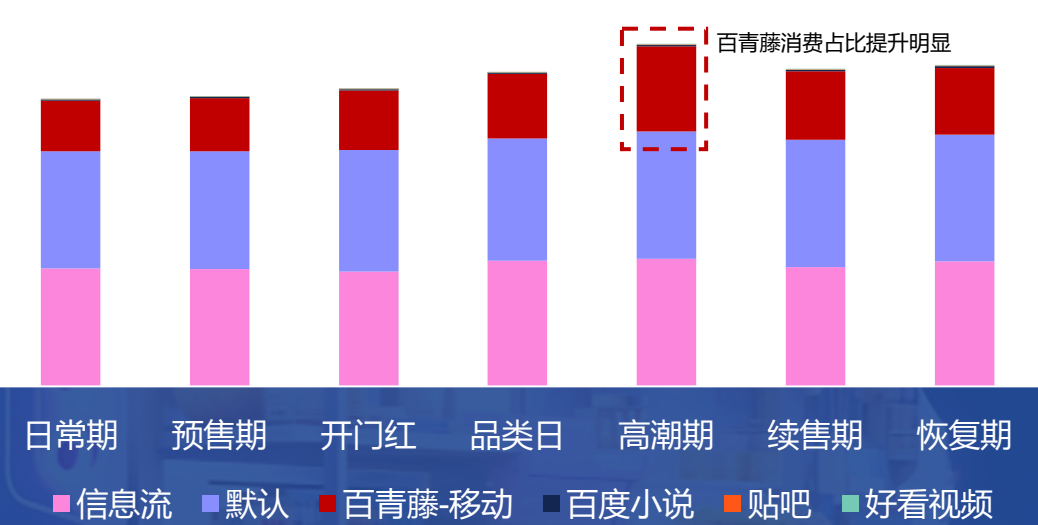
2023年618对比日常期分行业展现、CPM环比分析

• 2023年“618”关键放量期（6.15-6.18）本地行业长尾流量会受影响，建议客户及时关注自身竞争力变化



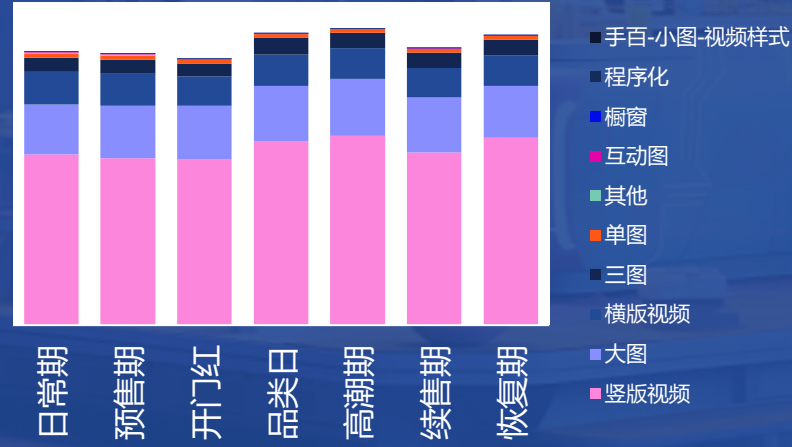
2023年618高潮期放量行业版位/样式消费占比分析

放量行业流量组成

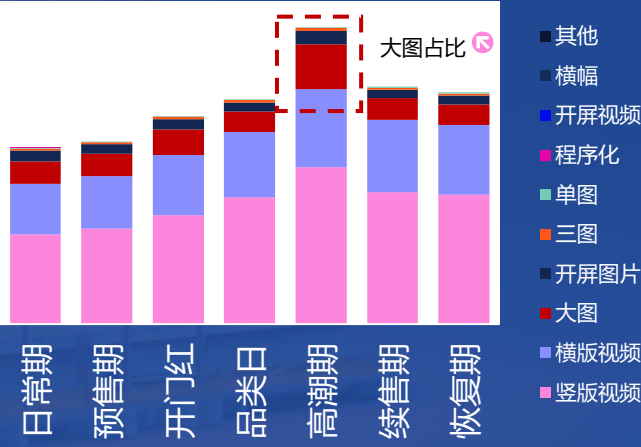


- 2023年“618”节点前后，**放量行业主要消费版位以站内和默认为主**，高潮期百青藤消费占比有明显提升。
- 放量行业素材样式主要以竖版视频为主**，高潮期百青藤版位大图素材消费占比会有明显提升。
- 其他行业可以根据自身情况动态调整主投版位和素材样式保持自身的竞争力。

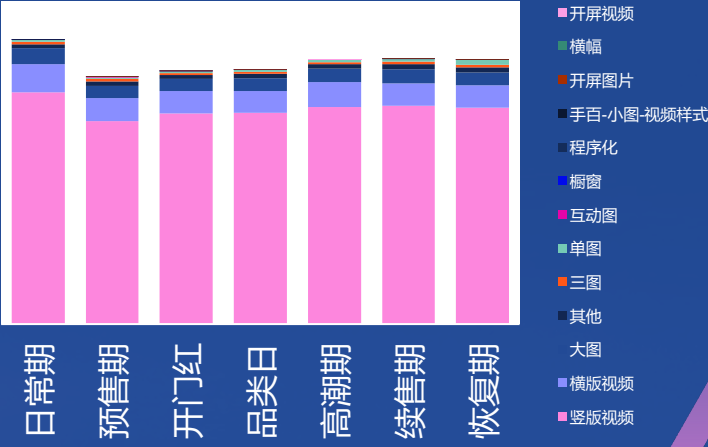
放量行业手百样式组成



放量行业百青藤样式组成



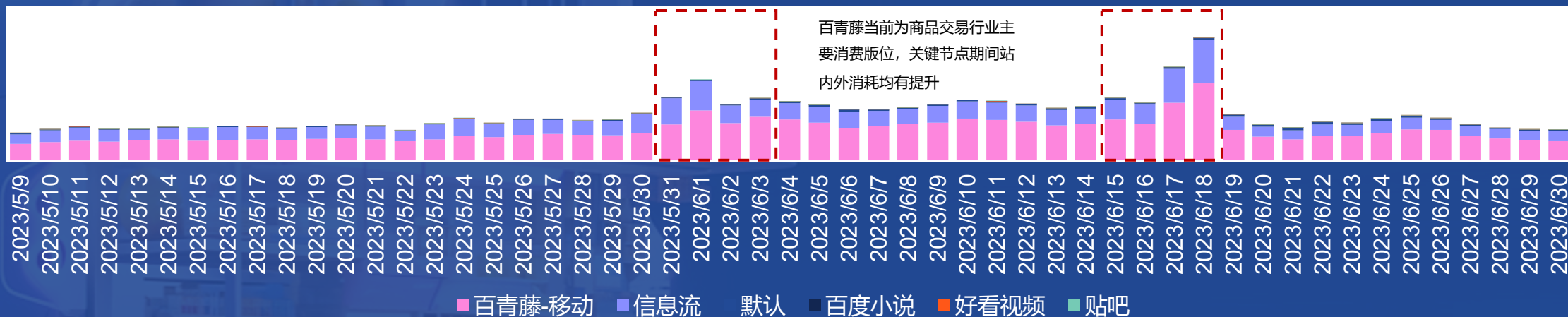
放量行业默认样式组成



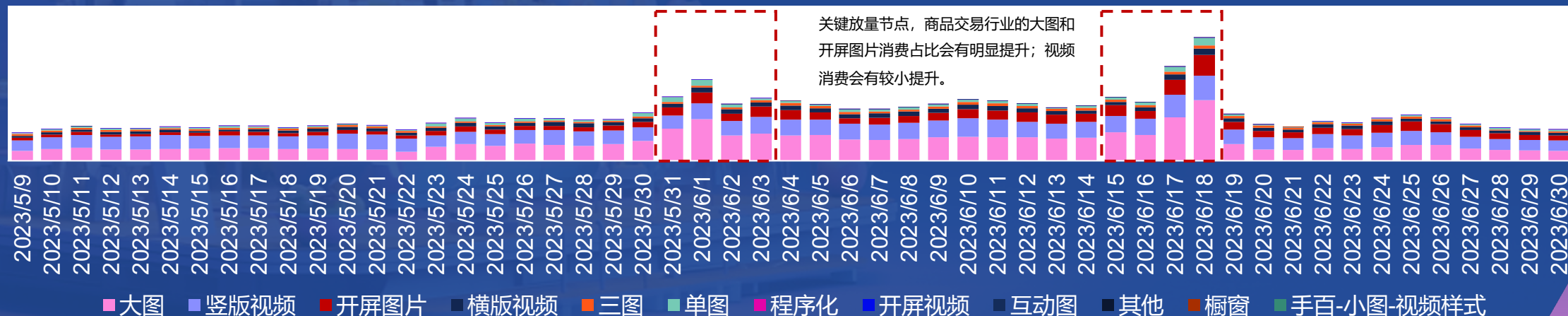
2023年618期间商品交易行业流量/样式变化分析

- 2023年“618”节点前后，商品交易在百青藤版位的消费占比会进一步提升，素材样式会以图片素材（大图和开屏图片）为主，其他行业可以根据自身情况动态调整主投版位和素材样式保持自身的竞争力。

商品交易行业流量组成消费占比变化图



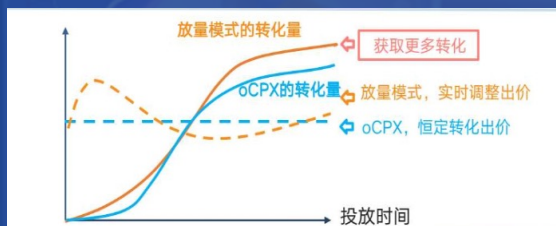
商品交易行业素材样式消费占比变化图



信息流投放产品-助力补量

放量模式

原理：系统基于您所设置的预算，根据竞争环境的变化，**自动为您竞价**，系统由低到高探索能曝光的最优出价，为您争取在预算许可下的最大转化量，实现快速放量。



预算设置

- 1、转化成本低于500元，建议预算：转化成本*5-20个转化数；
- 2、转化成本≥500元，参考历史投放中消费最好的单元日消费设置

注意：建议预算最高不超过2000，最低不低于500元。

继承优质计划

继承优质计划是通过继承主体下相似且优质计划的投放特征，**帮助新计划加快速度过冷启期**，提高投放初期探索效率，进而帮助广告主提升冷启速度与通过率的提效工具。

使用后对比使用前

冷起速度+20%

冷起成功率+140%

一键起量

一键起量是一款由系统自动探索，短期快速获取流量、**加速模型验证与数据累积的起量工具**。客户在新/老计划预算内独立设置一笔起量预算，用于系统在原计划探索流量基础上短时间内积极拓展探索，**扩大探索范围**，帮助计划快速起量。

计划冷起

起量预算设置为10倍浅层出价

计划重起

起量预算设置为50%目标出量

计划扩量

起量预算设置为当前常规出量

AI智能投放

前期自动探量→中期智能盯盘→长期稳定获客

自动分配素材预算

帮助优质素材脱颖而出获得更多系统资源与预算，提升获客量级

获客增加

上移智投项目控成本

项目维度统一控制成本，聚合智投项目下所有计划转化数据，成本更稳定

投放更稳

简化创编

多计划打包为智投项目，无需为计划/单元单独设置转化目标和成本

人效更高

618原生消费 波动分析&投放建议

销售运营服务部-产品策略组

2024年5月

