



并肩作战 Facebook 2021电商大促马拉松

黑五
网一
埃尔布恩芬

热卖产品盘点和
细分消费者报告

FACEBOOK
f ~ ☎ ○

并肩作战 Facebook 2021 电商大促马拉松

黑五 网一 埃尔布恩芬

热卖产品盘点

在Facebook, 我们向来致力于为广告主奉上实时洞察和营销妙招, 帮助他们更顺利地推进营销计划。2021年Facebook电商大促马拉松旨在帮助广告主抓住重要大促的机遇, 让我们共同奋战年终大促季(双十一、黑色星期五、墨西哥黑五埃尔布恩芬)。

潮流盘点

我们通过社交分析找出了2021年黑五网一期间与英国、美国、波兰、阿联酋购物者及埃尔布恩芬期间与墨西哥购物者最相关的总计六大产品趋势。这些趋势囊括了从科技到家用电子产品到手工艺品等各个类别。

趋势 1号 升级游戏装备

从前: 基础的游戏装备

现在: 专业游戏组装

关键品类: 科技、电脑、笔记本电脑、游戏周边产品

原因:

自疫情开始, 人们开始寻找可用的宅家娱乐资源, 游戏行业因而实现蓬勃发展。¹

游戏风潮会继续下去, 尽管世界已逐渐从疫情中恢复, 全球46%的消费者仍然保持着每周至少玩一次电子(电脑)游戏的频率。²

因为消费者保持着玩游戏的习惯, 他们愿意升级游戏装备、游戏机和外设来提升游戏体验——近八成消费者可能会购买新的科技产品或升级他们已有的科技产品。³

沉浸式游戏体验也将增长, 因为65%的全球消费者愿意通过VR技术在数字世界中消磨更多时间。⁴

思维火花:

思维火花:

- 将补充型游戏外设捆绑出售, 方便购买
- 在传统设备之外可以构思一些新产品(例如书桌灯、控制板、电源线)来改善游戏体验
- 提供VR头戴式设备等新科技产品, 为人们带来更沉浸的体验

2号

趋势 智能家居升级

从前:

智能家居存于展望中

现在:

智能家居已成现实

关键品类:

科技、家用电器、电子产品

原因:

自2020年3月疫情开始以来, 全球70%的消费者已经改造他们的家居环境⁵, 过半消费者买了至少一件智能设备。⁶

这趋势将继续下去, 因为42%的全球消费者希望有更多的科技工具和应用程序来帮助他们经营生活(而2020年这一比例为39%)⁷。

64%的美国消费者打算在未来一年内购买一种新的智能家居科技产品⁸, 比如智能扬声器、智能家电和智能恒温器。

思维火花:

思维火花:

- 强调智能家居科技可以为消费者带来的便利
- 利用智能技术帮消费者营造更好的居家体验
- 提供智能家居普遍兼容的智能配件, 例如智能插头或扬声器
- 恰当地落实对数据和隐私的保护, 让消费者安心并免受信息丢失或来自网络的威胁



智能扬声器(下)等智能设备可以通过语音以不同方式启发消费者, 而扫地机器人等智能生态系统(左)可以让消费者自动完成日常任务

3号

趋势 自行挑选圣诞礼物

从前:

现成的礼物

现在:

DIY礼物

关键品类:

手工艺品

原因:

疫情让消费者有更多闲暇时间, 间接促进他们接触手工艺品。⁹

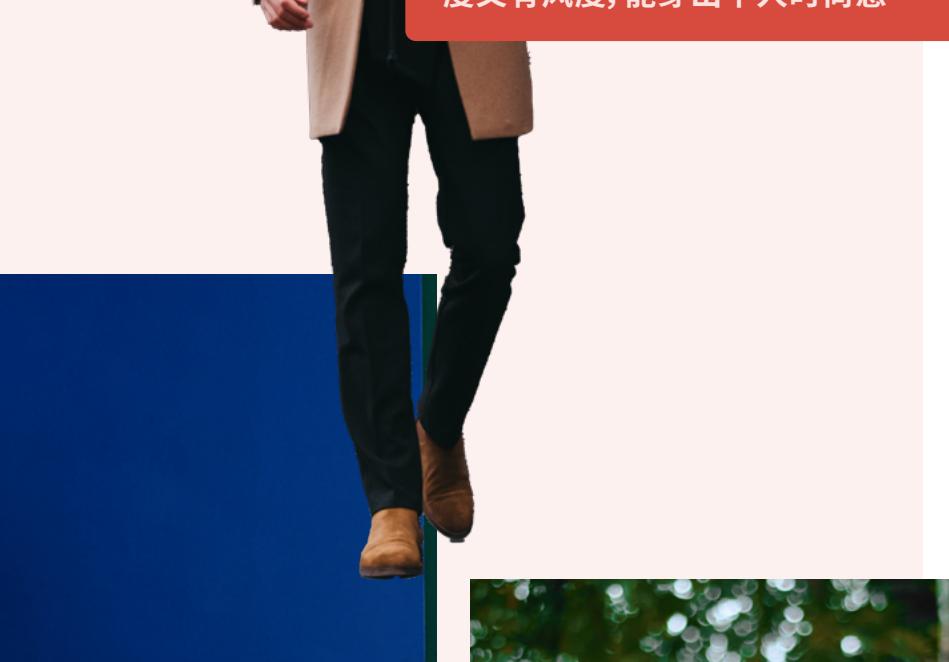
在这个节日季, 预计消费者会花更多的时间和精力制作礼物, 而不是购买现成的东西。¹⁰

消费者正在网上搜索工艺用品——过去三个月, Etsy的蜡烛制作工具包搜索量增加了1153%, 花边工具包的受欢迎程度上涨了439%¹¹。

思维火花:

思维火花:

- 设计手工艺品工具包, 让消费者能参与到成品制作中
- 为可能没有时间亲手DIY但仍然想送出个性化手工产品的消费者提供手工产品
- 对于预算相对较大的产品, 可以考虑邀请客户参与设计过程, 让他们参与创作
- 提供组装DIY产品的视频教程或分步指南



花边和蜡烛制作工具包这样简单的DIY工具包越来越受欢迎, 因为消费者希望在节日期间送出亲手制作的礼物

4号

趋势 简单的DIY套装

从前:

现成的礼物

现在:

DIY礼物

关键品类:

手工艺品

原因:

随着世界从疫情中恢复, 人们正在摒弃舒适的居家服。¹²

然而, 消费者并未就此回归快时尚, 而是正在改掉盲目购物的习惯¹³, 有92%的消费者表示节俭很重要。¹⁴

人们反而想在玩乐和实用性之间寻求平衡; 也就是说功能型时尚¹⁵; 它们能经得起时间的考验, 或是二手出售也能卖出好价。¹⁶

思维火花:

思维火花:

- 消费者正在回归疫情前的生活节奏, 考虑开发既舒适又时尚的产品线
- 考虑提供兼具实用性和娱乐性的时尚产品
- 优先考虑质量且经得起时间考验的时装设计



男士高领毛衣越来越受欢迎 - 既保暖又有风度, 能穿出个人时尚感¹⁷

口袋数量很多又轻盈的连体裤

5号

趋势 有机的、可持续性的个人护理

从前:

主打化学成分的个人护理产品

现在:

主打有机的可持续性个人护理产品

关键品类:

护肤、健康及保健、维生素及补充剂

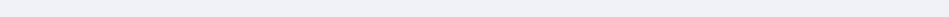
原因:

消费者对不含化学物质(如硫酸盐、邻苯二甲酸盐和类似成分)的自我护理产品需求越来越高。¹⁸

他们关注环境并寻求可持续产品, 84%的消费者表示购买包装精简的产品很重要。

思维火花:

- 用天然成分代替化学成分, 并让它成为营销重点
- 使用环保包装——在电商派送中减少包装的数量, 或考虑使用可重复使用的手提袋作为包装, 而不是为季节性礼物使用一次性包装



研究方法

本次社交分析的数据获取于2021年11月1日-11月8日, 最终收集了来自英国、美国、阿联酋、波兰及墨西哥的36,386个结果(包括网页搜索、推特贴文、Facebook主页、博客及评价)。我们所获取的潮流趋势来自聆听贴池及Pulsar捕获的关键性主题及参与度高的贴文, 同时有案头研究的结果作为补充。注意: 为了获取有意义的结论, 社交聆听的结果已经过筛选, 最终的趋势先后顺序之分。

关于图片: 所有图片皆来自公开途径, 用以配合说明产品趋势。图片著作权并不在Facebook, 且已标注了原始出处。主打产品和品牌并不代表Facebook对任何第三方的认可。

资料来源:

1 Venture Beat: 大流行后世界游戏行业应该期待什么, 发布于2021年4月, <https://venturebeat.com/2021/04/28/what-the-gaming-industry-should-expect-in-a-post-pandemic-world/>

2 全球监测, 数据获知于2021年11月

3 Cision: 全球新闻指数报告, 数据获知于2021年11月, <https://www.prnewswire.com/news-releases/new-survey-finds-70-of-consumers-improved-home-during-covid-19-more-than-half-used-smart-devices-30120187.html>

4 全球监测, 数据获知于2021年11月

5 Digital Business Lab: 圣诞节购物者行为调查报告, 发布于2020年11月, <https://digital-business-lab.com/2020/11/digital-gift-cards-christmas-drive-business-pandemic/>

6 Digital Business Lab: 圣诞节购物者行为调查报告, 发布于2020年11月, <https://digital-business-lab.com/2020/11/digital-gift-cards-christmas-drive-business-pandemic/>

7 Businesswirte: 在价值160亿美元的商品卡市场中, 电子礼品卡增速最快, 发布于2021年4月, <https://www.businesswirte.com/news/home/20210428005615/en/New-Research-from-Incisiv-eGift-Cards-Are-Fastest-Growing-Segment-of-the-160-Billion-Gift-Cards-Market/>

8 https://www.thetimes.co.uk/article/made-in-britain-2020-homemade-crafts-have-swept-the-nation-and-8978199

9 https://www.thetimes.co.uk/article/made-in-britain-2020-homemade-crafts-have-swept-the-nation-and-8978199

10 Nielsen: 全球监测, 数据获知于2021年11月

11 CR Fashion Book: 实用型的是运动休闲风尚, 发布于2021年7月, <https://www.crfashionbook.com/fashion/a37094772/is-utility-the-new-athleisure/>

12 CR Fashion Book: 实用型的是运动休闲风尚, 发布于2021年7月, <https://www.crfashionbook.com/fashion/a37094772/is-utility-the-new-athleisure/>

13 Nielsen: 全球监测, 数据获知于2021年11月

14 Nielsen: 全球监测, 数据获知于2021年11月

15 Twitter, Hollister: 时尚与生活方式, 2021年11月, <https://twitter.com/hollister/status/1456044771990913027>

16 Twitter, Hollister: 时尚与生活方式, 2021年11月, <https://twitter.com/hollister/status/1456044771990913027>

FACEBOOK

KANTAR

研究方法

本次社交分析的数据获取于2021年11月1日-11月8日, 最终收集了来自英国、美国、阿联酋、波兰及墨西哥的36,386个结果(包括网页搜索、推特贴文、Facebook主页、博客及评价)。我们所获取的潮流趋势来自聆听贴池及Pulsar捕获的关键性主题及参与度高的贴文, 同时有案头研究的结果作为补充。注意: 为了获取有意义的结论, 社交聆听的结果已经过筛选, 最终的趋势先后顺序之分。

关于图片: 所有图片皆来自公开途径, 用以配合说明产品趋势。图片著作权并不在Facebook, 且已标注了原始出处。主打产品和品牌并不代表Facebook对任何第三方的认可。

资料来源:

1 Venture Beat: 大流行后世界游戏行业应该期待什么, 发布于2021年4月, <https://venturebeat.com/2021/04/28/what-the-gaming-industry-should-expect-in-a-post-pandemic-world/>

2 全球监测, 数据获知于2021年11月

3 Cision: 全球新闻指数报告, 数据获知于2021年11月, <https://www.prnewswire.com/news-releases/new-survey-finds-70-of-consumers-improved-home-during-covid-19-more-than-half-used-smart-devices-30120187.html>

4 全球监测, 数据获知于2021年11月

5 Digital Business Lab: 圣诞节购物者行为调查报告, 发布于2020年11月, <https://digital-business-lab.com/2020/11/digital-gift-cards-christmas-drive-business-pandemic/>

6 Digital Business Lab: 圣诞节购物者行为调查报告, 发布于2020年11月, <https://digital-business-lab.com/2020/11/digital-gift-cards-christmas-drive-business-pandemic/>

7 Businesswirte: 在价值160亿美元的商品卡市场中, 电子礼品卡增速最快, 发布于2021年4月, <https://www.businesswirte.com/news/home/20210428005615/en/New-Research-from-Incisiv-eGift-Cards-Are-Fastest-Growing-Segment-of-the-160-Billion-Gift-Cards-Market/>

8 https://www.thetimes.co.uk/article/made-in-britain-2020-homemade-crafts-have-swept-the-nation-and-8978199

9 https://www.thetimes.co.uk/article/made-in-britain-2020-homemade-crafts-have-swept-the-nation-and-8978199

10 Nielsen: 全球监测, 数据获知于2021年11月

11 Nielsen: 全球监测, 数据获知于2021年11月

谁在搜索?// 消费者细分

- 尝鲜新技术的人
- 充满抱负的职场新人
- 成年游戏玩家
- 时尚达人
- DIY爱好者



研究方法

本次消费者细分通过Pulsar的Audience工具完成, 数据来自2021年11月1日至11月8日的社交媒体分析中在美国、英国、波兰、阿联酋及墨西哥获取的8233个社交媒体资料。

请注意:被选中展示的网红和品牌并不代表Facebook对任何第三方的认可。



分类1 尝鲜新技术的人

尝鲜新技术的人非常依赖社交媒体。他们积极关注经常接触的品牌的社交媒体动态。与普遍的消费者相比,他们会更多关注在技术领域有创新的品牌,并且会更看重产品的功能。

如何触及他们

年龄段 18-34岁
爱好 科技及最新创新
社交媒体行为 平日比较活跃,主要在上班时间的中午12点到下午5点之间
设备 精通移动设备,但是台式机仍然被普遍使用



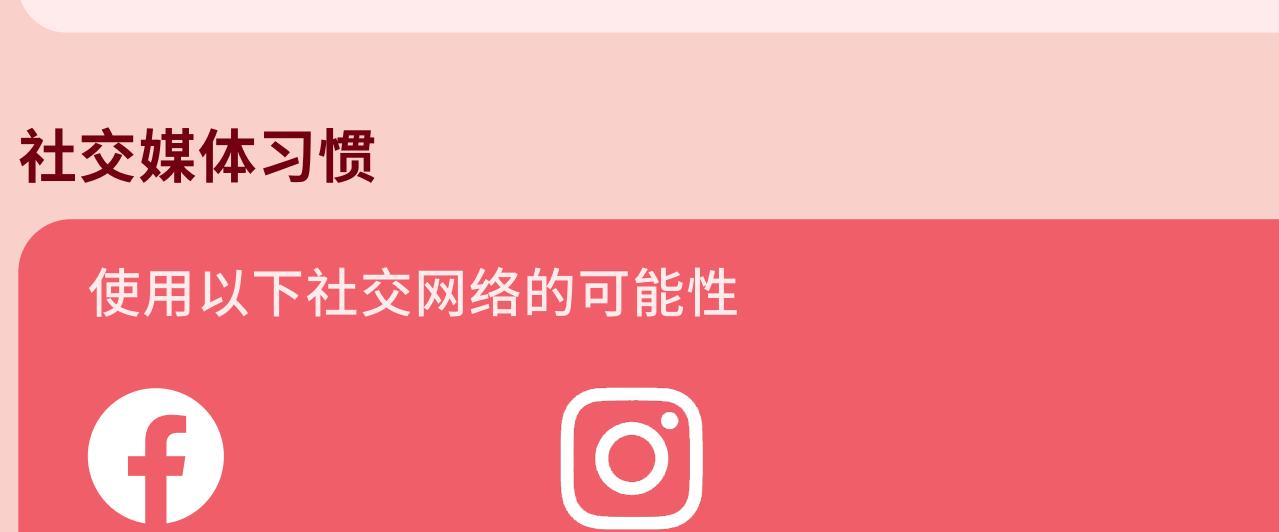
尝鲜新技术的人购物会受到科技品牌的影响,其次是朋友和家人的推荐及产品功能。

影响购买决策的重要因素



社交媒体习惯

使用以下社交网络的可能性



他们在Facebook和Instagram上关注的网红:



@TechCrunch
专注于创业者和创业团队的技术新闻及分析

覆盖度:1015万



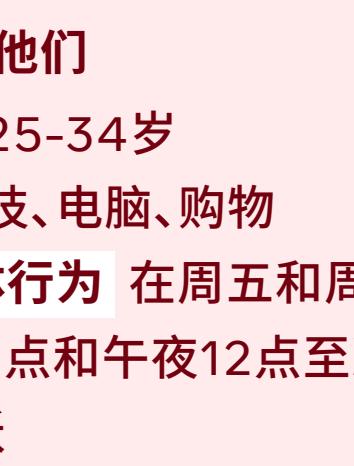
@WiredScience
涵盖对未来技术的评价及博文

覆盖度:1026万



@Verge
涵盖对未来生活的畅想及科技推广

覆盖度:287万



分类2 充满抱负的职场新人

充满抱负的职场新人密切关注新闻。他们关心社会在如何改变、如何提高自己,并了解世界各地发生的最新情况。他们的选择是出于对稳定和独立的渴望。他们想要的是有助提升自我的产品、配件的升级以及能够让他们高效工作且看起来很专业的产品。

如何触及他们

年龄段 25-34岁
爱好 新闻,政府,教育,法律,科学,社会
社交媒体行为 周三和周五晚上(下午6点至晚上11点)较为活跃
设备 台式机和移动设备使用频率大致相同



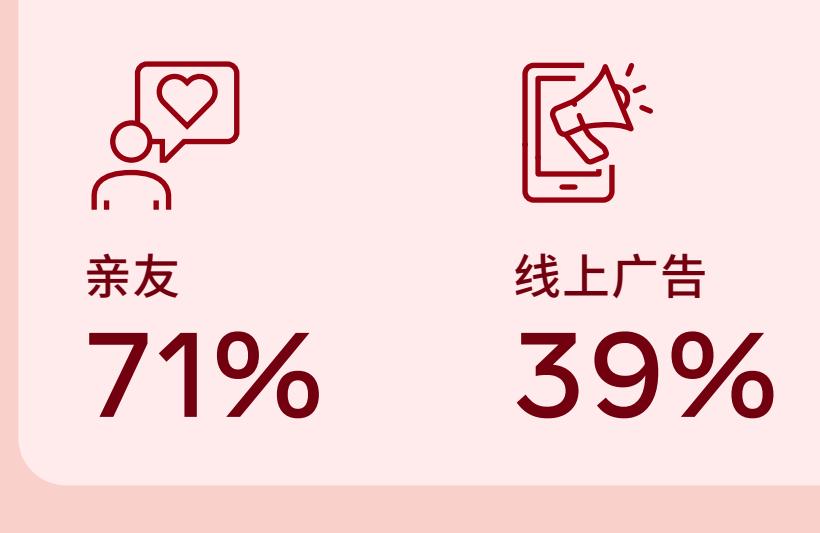
为了做出购买决定,充满抱负的职场新人会优先向社交圈寻求意见,其次才是品牌名称和线上广告。

影响购买决策的重要因素



社交媒体习惯

使用以下社交网络的可能性



他们在Facebook和Instagram上关注的网红:



@nytimes
纽约时报,关注突发新闻的全国性报纸

覆盖度:5080万



@El_Uiversal_Mx
墨西哥的全国性报纸,关注社会最新消息

覆盖度:620万



@CNN
突发新闻频道,关注世界各地的最新情况

覆盖度:5510万



分类3 成年游戏玩家

成年游戏玩家大多已身处职场,且最有可能是男性。他们在周五晚上和周末上网,寻找最新的游戏以及能提升游戏体验的小工具。

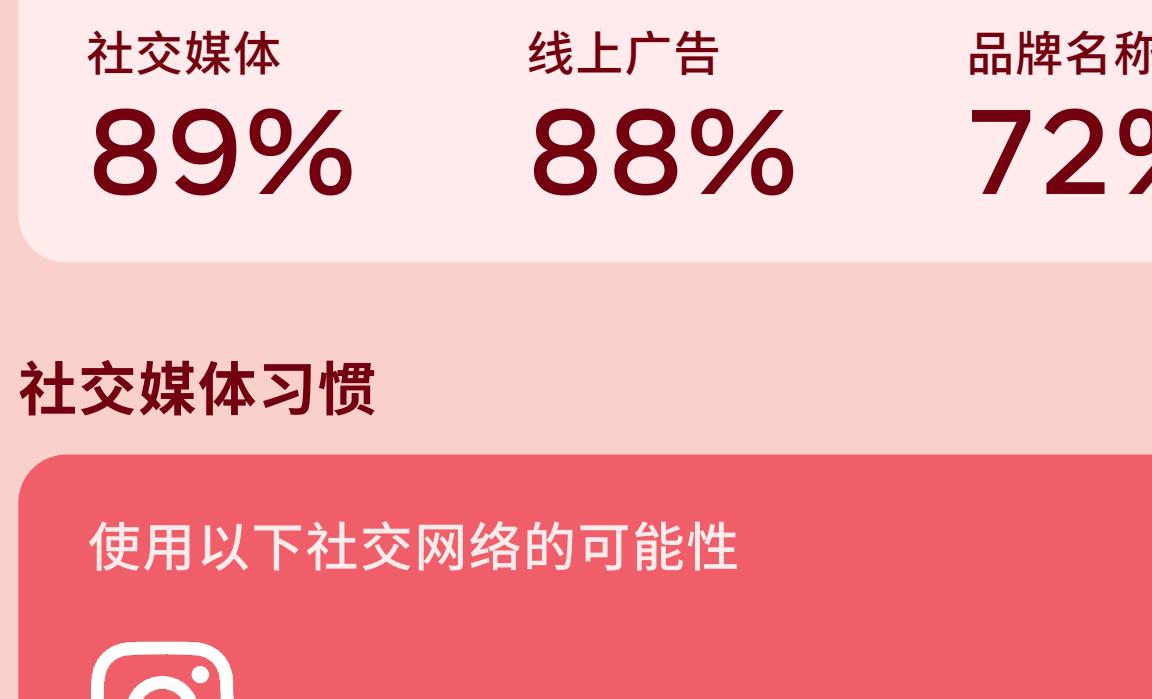
如何触及他们

年龄段 25-34岁
爱好 科技、电脑、购物
社交媒体行为 在周五和周末的下午6点至晚上11点和午夜12点至凌晨5点之间较为活跃
设备 台式机和移动设备



与普遍的消费者相比,成年游戏玩家最有可能受到朋友和家人及产品本身功能影响购买决定。

影响购买决策的重要因素



社交媒体习惯

使用以下社交网络的可能性



他们在Facebook和Instagram上关注的网红:



@Xbox
具备移动侦测线的游戏机品牌

覆盖度:1695万



@amazon
美洲最大的电商市场

覆盖度:400万



@Playstation
美国最大的游戏机品牌

覆盖度:2297万



分类4 时尚达人

时尚达人更有可能是女性,她们的时尚眼光很敏锐,会跟风顶级名人的最新设计和搭配,并且会在网上密切关注人们对对此的接受度。他们也会被广告及促销吸引,做出冲动购买行为。

如何触及他们

年龄段 18-24岁
爱好 购物,风格及时尚
社交媒体行为 在工作日较为活跃(中午12点至晚上11点)
设备 台式机及移动设备

影响购买决策的重要因素

社交媒体习惯

使用以下社交网络的可能性

他们在Facebook和Instagram上关注的网红:

@vogue
涵盖最新流行趋势的高级时装杂志

覆盖度:1440万

@KimKardashian
名人网红,拥有自己的香水及时装品牌

覆盖度:7050万

@ELLE
涵盖时尚、美容、名人及流行文化的杂志

覆盖度:680万

分类5 DIY爱好者

DIY爱好者通常在18-24岁或35-44岁之间,并在社交媒体上关注许多定制产品生产商。他们关注社会及各种爱好和兴趣,并希望从其他DIY网红那里获取灵感。他们也相对容易做出冲动购买行为,尤其是在接触社交媒体和线上广告时。

如何触及他们

年龄段 18-24岁,35-44岁
爱好 社会,兴趣爱好,购物
社交媒体行为 周一至周三的午夜12点至凌晨5点较为活跃
设备 台式机

DIY爱好者可能会从社交媒体中寻找灵感,并且容易受到在线广告和品牌的影响。

影响购买决策的重要因素

社交媒体习惯

使用以下社交网络的可能性

他们在Facebook和Instagram上关注的网红:

@jackieainai
也被称为“蜡烛女士”,为她名下的Forvr Mood商场定制一系列蜡烛

覆盖度:71.4万

@FatKidDeals
一名在全球电商购物网帮大家寻找最划算交易的内容创作者

覆盖度:57.9万

@lunarlane
珠宝手艺人,用原材料制作耳环、手镯和戒指

覆盖度:2.53万

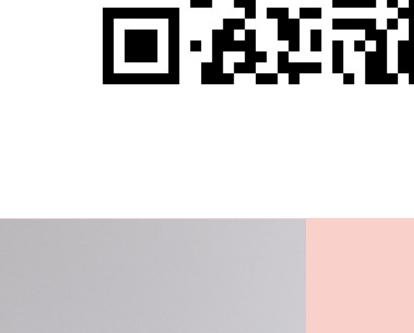
FACEBOOK



KANTAR



关注我们的微信官方账号,
第一时间获取有关大促马拉松的推送



报名参加Facebook
2022情人节大促攻略线
上研讨会,及时抓住时机,

迎来2022年第一个大促
日的销售开门红!

