

# 第三年度“双11”调研

2020年的中国购物狂欢节能否给零售商和品牌带来显著的销量提升?

# 11.11 双十一

## 参与规模



参与“双11”的主要原因是：



拒绝参与“双11”的主要原因是：



## 2020 最热门的消费品类 2019



## 新冠疫情

总体来说，中国消费者认为新冠疫情对他们的消费行为影响不大



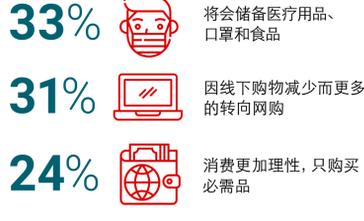
但是，消费者的财政状况确已受到疫情影响



对新冠疫情可能反弹的担忧确实存在



这导致了不同的购物偏好

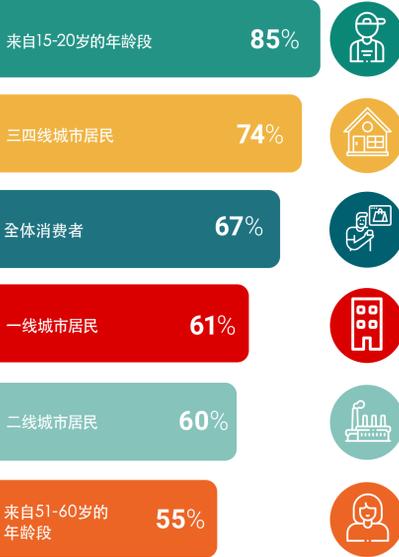


## 促销渠道

直播越来越受欢迎



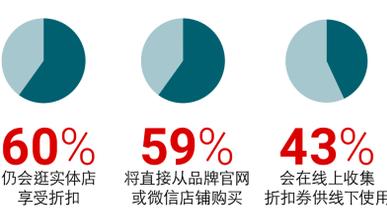
在过去 12 个月曾通过直播购买商品的中国消费者：



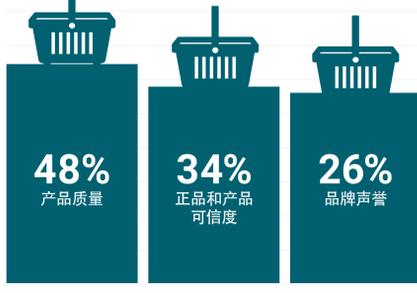
今年消费者观看直播的三大原因：



虽然网购是今年“双11”的主力，但消费者也打算通过其他方式参与其中：



选择品牌的三大标准为：

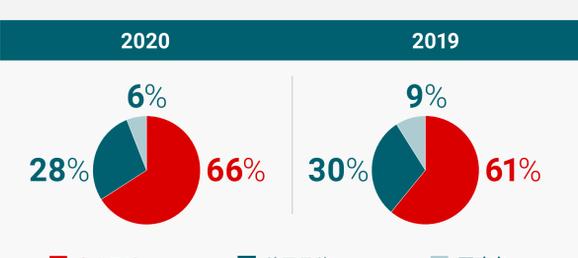


消费者认为品牌方可在以下方面改善“双11”的购物体验：



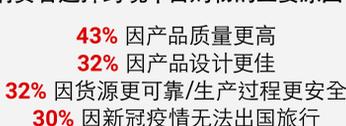
## 消费偏好

与去年相比，相较于外国品牌，消费者更加偏好本土品牌



但是 **82%** 仍会通过跨境电商平台购物

消费者选择跨境平台购物的主要原因：



**57%** 超过一半的消费者计划减少购买美国商品

不少中国消费者将减少购买美国商品的具体原因是：

**62%** 表示这是出于爱国情怀 (与去年相比增长11个百分点)



中国消费者发现网购奢侈品更为方便



中国是当前购买奢侈品的首选国：

