



并肩作战 FACEBOOK 2021电商大促马拉松

跨境电商大促 营销日历

FACEBOOK

全球线上销售已攀升至比疫情前更高的水平，大促日则一次又一次站上了跨境销售舞台的C位。Facebook精心打造的发现式营销商务系统，是整套端到端的解决方案，能将产品推送至最有可能喜欢它们的顾客眼前。

“跨境电商无疑蕴藏着巨大机遇。我们无时无刻都想为投身跨境事业的您们提供支援，帮助您们创造需求，推动增长。我们始终将您的业务成功铭记于心。在即将到来的电商大促马拉松中，我们会继续成为您最值得信赖的战略业务合作伙伴。”



Dan Neary
Facebook亚太区总裁

为了帮助您们一刻不落地抓住消费者的心, 我们专门为每一个大促日准备了一系列配套活动。

例如: 斋月



2021年3月24日
斋月前网络研讨会



2021年3月29日那一周
研讨会后洞见总结



2021年4月5日
建议从该日开始营销

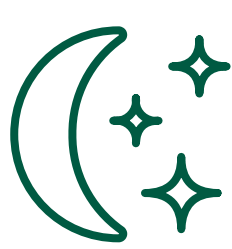


2021年4月12日至5月12日
实际的斋月庆祝



2021年4月12日那一周
实时产品趋势

持续一整年的电商大促马拉松，
马上开启征程大步往前冲！
点击逐一了解每个大促日。



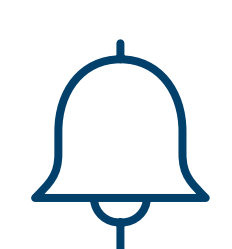
斋月
2021年4月12日-5月12日



母亲节
均在五月，具体日期因国家而异



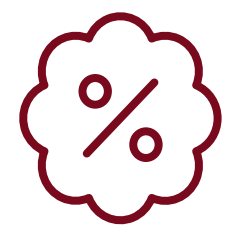
墨西哥热销节
2021年5月23日-31日



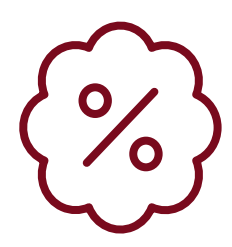
返校季
各国日期不同，大致分布在8月下旬/9月上旬



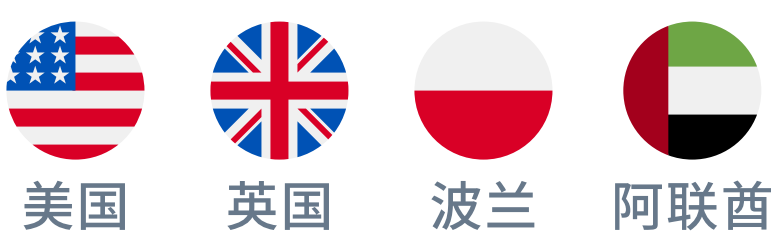
光棍节
2021年11月11日



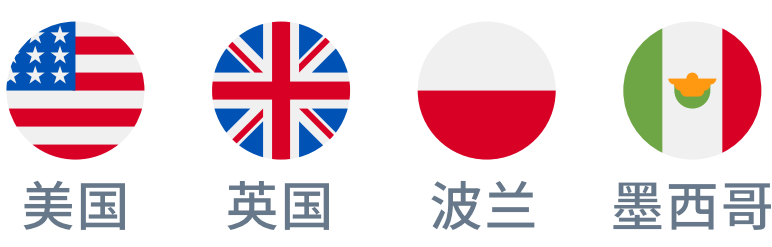
埃尔布恩芬
2021年11月19-22日



黑色星期五¹ / 网络星期一²
¹2021年11月26日
²2021年11月29日



情人节
2022年2月14日



*这些大促日往往关联到全球的许多市场。国家的图标指的是我们将重点关注并获取相关洞察的市场。

1级:旺季大促销

旺季大促销:不论是计划已久的“大型拔草”，还是冲动“剁手”，商业性节日往往会令业绩冲上短暂高峰。立刻开始着手部署。

- #1 促销只维持很短的时间, 营造出一种紧迫感
- #2 靠促销活动推动, 促销通常是限时或随时变化的
- #3 促销通常适用于全店商品, 覆盖很多品类
- #4 既有计划已久的购物, 也有冲动购物

墨西哥热销节

9.54亿美元

2020年墨西哥热销节 共计产生了9.54亿美元 的销售额, 相比2019年 暴增82%。

资料来源: Statista,《墨西哥大促给线上零售带来的价值》;报告发布于2020年6月

双十一 光棍节

56%

相比十月的平均销售而言, 2020年双十一当天的销售上涨了56%。

资料来源: Criteo,《大中华区及东南亚的双11:2020年纪录及对双12的预测》;报告发布于2020年11月

黑色星期五/网络星期一

108亿美元

到2020年网络星期一下落下帷幕为止, 总计消费额达到了108亿美元, 同比上年增长了15%。

资料来源: Adobe,《2020年网一周的奇迹:网购站上历史舞台》;报告发布于2020年12月

埃尔布恩芬

10个中有4个

10个墨西哥人中就有4个表明, 他们计划只在2020年埃尔布恩芬时才进行网购。对其中半数人而言, 这是他们的网购初体验。

资料来源: 福布斯,《2020年墨西哥黑五:每10个网民中就有7人会网购》;报告发布于2020年11月

2级: 文化与节庆

文化与节庆:过节要备上哪些物品?为消费者奉上贴心提示,购物、过节两手抓。

#1 促销根植于文化活动,延伸至一个较长的时间段

#2 某些特定品类才会有促销活动

斋月

Tunjangan Hari Raya

是付给所有印尼工人的宗教节日津贴,用于购买食物和新衣服。

资料来源: Janio Asia,《2020年印尼斋月及开斋节的线上购物洞察》;2020年3月出版。

返校季

677亿美元

2020年美国返校季,计划购物的总支出达到677亿美元,其中小学生的返校季计划支出达到339亿美元。

资料来源:全国零售联盟,《备战在家学习,新冠疫情让返校季花费提升至历史高水平》;报告发布于2020年7月

3级：送礼不踩雷

送礼不踩雷：帮消费者选出应景礼物，共度美妙时刻。

#1 推动销售的主要因素是送礼物的需求及社群氛围

#2 营销只针对特定受众

#3 参与促销的商品并不多

情人节

218亿美元

2020年美国情人节的总消费额达218亿美元，有52%的消费者都打算庆祝这一活动。

资料来源：国家零售联盟，《情人节消费达218亿美元》；2021年1月出版

母亲节

267亿美元

2020年美国母亲节总消费额达到267亿美元。

资料来源：Statista,《美国母亲节的计划性总支出》；报告发布于2020年4月

2021

一月

					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

二月

	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						

三月

	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

四月

				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

符号图例

- ✳ 此标识意味着这是规划跨境营销活动时需要考量并优先部署的季节性时刻。同样是 Facebook 2021 年电商大促马拉松所推荐的重要时刻。
- 🚩 此标识意味着这是规划跨境营销活动时需要考量的季节性时刻。

*启动日期已标注在日历上

关键日期

- 🚩 **1月1日**
新年：全球
- 🚩 **2月7日**
超级碗：美国及加拿大
- 🚩 **2月12日**
中国新年：亚洲
- 🚩 **2月14日**
情人节：全球
- 🚩 **3月8日**
国际妇女节：全球
- 🚩 **3月17日**
圣帕特里克节：
加拿大, 英国, 美国, 欧洲
- ✳ **3月24日**
斋月活动启动日
- ✳ **3月31日**
母亲节活动启动日
- 🚩 **4月2日-4日**
受难日及复活节：全球
- ✳ **4月12日-5月12日***
斋月：马来西亚, 印度尼西亚, 新加坡, 土耳其, 阿联酋
- ✳ **4月21日**
热销节活动启动日
- 🚩 **4月29日-5月5日***
黄金周：日本

2021

五月

						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

六月

		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

七月

				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

八月

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

符号图例

✳ 此标识意味着这是规划跨境营销活动时需要考量并优先部署的季节性时刻。同样是 Facebook 2021 年电商大促马拉松所推荐的重要时刻。



此标识意味着这是规划跨境营销活动时需要考量的季节性时刻。

*启动日期已标注在日历上

关键日期



5月1日
劳动节:全球



5月9日
母亲节:美国



5月10日
母亲节:墨西哥



5月13日
开斋节:
马来西亚, 印度尼西亚,
新加坡, 土耳其, 阿联酋



5月23日-31日*
墨西哥热销节



5月26日
母亲节:波兰



6月20日
父亲节:全球



7月4日-5日*
独立日:美国



7月14日
返校季活动启动日



8月13日-15日*
盂兰盆节:日本



8月30日那一周*
墨西哥返校季

2021

九月

			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

十月

					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

十一月

	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

十二月

			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

符号图例

- ✳ 此标识意味着这是规划跨境营销活动时需要考量并优先部署的季节性时刻。同样是 Facebook 2021 年电商大促马拉松所推荐的重要时刻。
- 🚩 此标识意味着这是规划跨境营销活动时需要考量的季节性时刻。

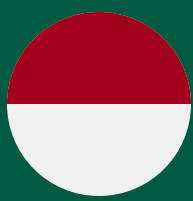
*启动日期已标注在日历上

关键日期

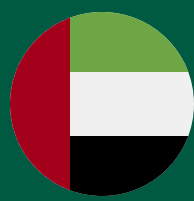
- ✳ **9月1日那一周***
英国返校季
- ✳ **9月15日**
双十一, 黑色星期五, 网络星期一及埃尔布恩芬活动启动日
- 🚩 **9月18日**
慕尼黑啤酒节: 德国
- 🚩 **9月21日**
中秋节: 香港, 马来西亚, 台湾, 新加坡
- 🚩 **10月31日**
万圣节: 全球
- ✳ **11月11日**
双十一: 印度尼西亚
- ✳ **11月19日-22日***
埃尔布恩芬: 墨西哥
- 🚩 **11月25日**
感恩节: 美国
- ✳ **11月26日**
黑色星期五: 美国, 英国, 波兰, 阿联酋
- ✳ **11月29日**
网络星期一: 美国, 英国, 波兰, 阿联酋
- ✳ **12月15日**
情人节活动启动日
- 🚩 **12月25日**
圣诞节: 全球
- 🚩 **12月26日**
节礼日: 全球
- 🚩 **12月31日**
除夕夜: 全球



斋月



印尼



阿联酋

长达一个月的宗教及精神反思, 并以节日庆祝活动收尾, 穆斯林会吃饭、祈祷并交换礼物。

品类:

- 服装及配饰
- 家居及园艺
- 玩具及游戏

斋月

关键日期



2021年3月24日
斋月前网络研讨会



2021年3月29日那一周
研讨会后洞见总结



2021年4月5日
建议从该日开始营销

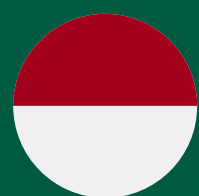


2021年4月12日至5月12日
实际的斋月庆祝



2021年4月12日那一周
实时产品趋势

斋月



印尼

第三周



斋月购物高峰期通常在第三周到来
(2020年上涨了42%)

资料来源: Janio Asia, 《2020年印尼斋月及开斋节的线上购物洞察》; 2020年3月出版。

最常网购的品类:



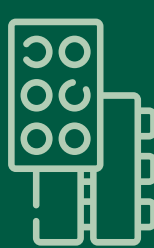
1st

穆斯林
时尚



2nd

消费电子产品



3rd

玩具
及游戏

资料来源: Janio Asia, 《2020年印尼斋月及开斋节的线上购物洞察》; 2020年3月出版。

影响消费者购物的几大因素:

个人化



折扣券



最近的品牌广告



品牌忠诚度



资料来源: Marketing Interactive, 《品牌如何在印尼的斋月节购物中取胜》; 2020年3月出版。

斋月



阿联酋



开斋周

阿联酋斋月购物的高峰期则在开斋那一周到来 (时尚类销售增长70%)

资料来源:Redseer,《中东及北非消费者在斋月中如何规划他们的时尚类购物》;报告发布于2019年5月



社交媒体

社交媒体是阿联酋时尚类购物中最有影响力的媒体因素,而Facebook的社媒影响力最大

资料来源:Arcs&Curves,《斋月社媒营销最全指南及趋势:中东及北非地区》;报告发布于2021年2月



36%

夜晚9点至凌晨5点的零售销售增长了36%,很多人夜幕降临后会购物

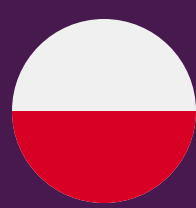
资料来源:Creative 971 by Shopify Plus,《斋月对阿联酋地区电商的影响》;报告发布于2019年5月



母亲节



美国



波兰



墨西哥

在这一天通过礼物向母亲表达感谢, 母亲节具体日期因国家而异。

品类:

- 服装及饰品
- 家居及园艺
- 保健及美容

母亲节

关键日期



2021年3月31日
母亲节前网络研讨会



2021年4月5日那一周
研讨会后洞见总结



当地母亲节的2-3周前
建议从该日开始营销



2021年5月9日
美国母亲节



2021年5月10日
墨西哥母亲节



2021年5月26日
波兰母亲节



2021年5月9日那一周
实时产品趋势

母亲节



美国



86%

尽管受疫情影响,2020年有86%的消费者都庆祝了母亲节,在礼物和庆祝上的人均支出为205美元。

资料来源:国家零售联盟,《零售的假日及季节趋势:母亲节》;获取于2021年3月

2020年首三大送礼品类:

25%



家庭用品

24%



书或唱片

19%



电子产品

资料来源:Digital Commerce 360,《85%的消费者打算庆祝母亲节》;获取于2020年5月



54%

2020年的母亲节,54%的Z世代消费者打算网购

资料来源:Engine,《母亲节调查揭露了美国人疫情年代的消费即探访计划》;报告发布于2020年5月

63%



母亲节到来的六天之前,珠宝零售商的销售就上涨了63%

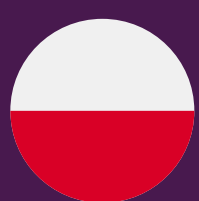
59%



同时间段美容产品零售商的销售上涨了59%

资料来源: Business Wire,“零售营销科技公司(Bluewire)公布了2019年母亲节的买家趋势及购买行为”;报告发布于2019年5月

母亲节



波兰



144%

从18年到19年, 有关母亲节礼物的搜索上涨了144%。

资料来源: Think with Google,《提前为来年规划的绝佳季节日历》; 获取于2021年3月



53%

53%的波兰购物者在手机上搜索产品, 对于18-24岁的人群, 这一比例上升到76%。

资料来源: Kantar/Google,《智能买家研究:波兰》; 报告发布于2019年5月

热卖品类



35%

化妆品



12%

膳食补充剂



12%

家居用品

资料来源: Money Poland,《母亲节礼物》; 报告发布于2018年5月

母亲节



墨西哥



53%

53%的墨西哥人觉得母亲节是最重要的购物节日, 比例超过情人节(52%)和儿童节(51%)。

资料来源: 墨西哥互联网协会,《对墨西哥2019年电商的研究》年龄18岁以上, 样本数量1759人, 报告发布于2020年2月



10%

由于母亲节和夏季的到来, 2019年第二季度, 墨西哥最大零售商沃尔玛的纯利润上涨了10%。

资料来源: Reuters,《母亲节惊喜助力沃尔玛净利润攀升》, 新闻发布于2019年7月



42个

墨西哥城中有42个市场因疫情原因在母亲节期间关闭, 以防止过于热情的人群聚集。

资料来源: PBS News Hour,《为了防止人们在母亲节过于热情, 市场有所关闭》, 新闻发布于2020年5月



墨西哥热销节



墨西哥

为了促进电商销售而在全国范围内开展的网上促销活动。

品类：

- 服装及配饰
- 电子产品
- 玩具及游戏

墨西哥热销节

关键日期



2021年4月21日
热销节前网络研讨会



2021年4月26日那一周
研讨会后洞见总结



2021年5月2日那一周
建议从该日开始营销



2021年5月23日-31日
实际的热销节时间段



2021年5月23日那一周
实时产品趋势

墨西哥热销节



墨西哥



50%

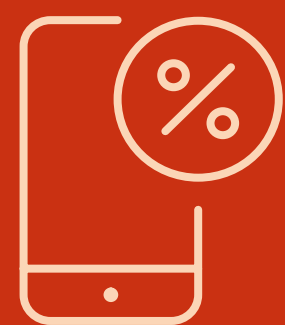
50%的墨西哥零售商在2020年4月-6月间实现了线上销售业绩翻倍，热销节就在这段时间之中。

资料来源: 拉丁美洲商业故事,《50%的墨西哥零售商实现了线上销售业绩翻倍》; 报告发布于2020年9月

55美元

所有品类的平均单品销售额为55美元——电子类产品则以146美元的平均单品销售额一举领先。

资料来源: Xataka Mexico,《2020年热销节创历史新高》, 报告发布于2020年6月



80%

80%的购物者使用社交媒体来探索热销节促销产品。社交媒体是最受欢迎的信息来源,紧随其后的是网页广告(57%)和电视广告(42%)

资料来源: Xataka Mexico,《2020年热销节创历史新高》, 报告发布于2020年6月



第三大重要的购物节

热销节(和黑五捆绑在一起)占比68%,仅次于圣诞节(78%)和埃尔布恩芬(72%)。

资料来源: Emarketer,《2020年热销节有助于重振遭遇重创的墨西哥经济》, 报告发布于2020年6月



返校季



美国



英国



墨西哥

夏末的一段时间, 学生们购买东西为新学年做好准备

品类:

- 服装及配饰
- 电子产品
- 家具
- 保健及美容

返校季

关键日期



2021年7月14日
返校季前网络研讨会



2021年7月19日那一周
研讨会后洞见总结



2021年8月1日那一周
建议从该日开始营销



2021年8月30日那一周
墨西哥返校季



2021年9月1日那一周
英国返校季



2021年9月6日那一周
美国返校季



2021年8月23日那一周
实时产品趋势

返校季



美国



41%

41%的美国家庭计划主要在网上购买返校必需品并且直接在家中收货。

资料来源：Numerator, 2020年返校季数据；
获取于2020年3月

1016亿美元

返校购物 (包括大学) 的合并支出达到1016亿美元。

资料来源:国家零售联盟, 2020年返校季; 获取于2020年3月

返校季买家最热衷的品类:



学校必需品



个人护理



衣服及配饰



鞋子



资料来源：国家零售联盟, 2020年返校季; 获取于2020年3月

返校季

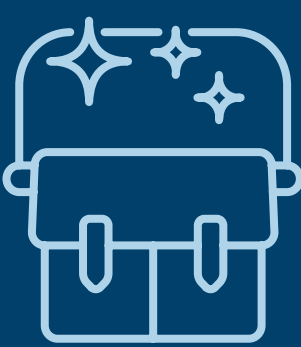


英国

191英镑

英国每个孩子的返校物品平均花费达191英镑。

资料来源: Statista,《2019年英国每个孩子的返校物品平均花费》;报告发布于2019年9月



49%

49%的家长表明, 比起以前, 现在他们感觉要购买时尚的返校物品这方面的压力更大了。

资料来源: Mintel,《花费清算:英国人的返校支出达12亿英镑》;报告发布于2019年8月

返校季



墨西哥

3人中有1人



2020年，每3个墨西哥家长就有1个计划专门在网上为孩子购买返校必需品。

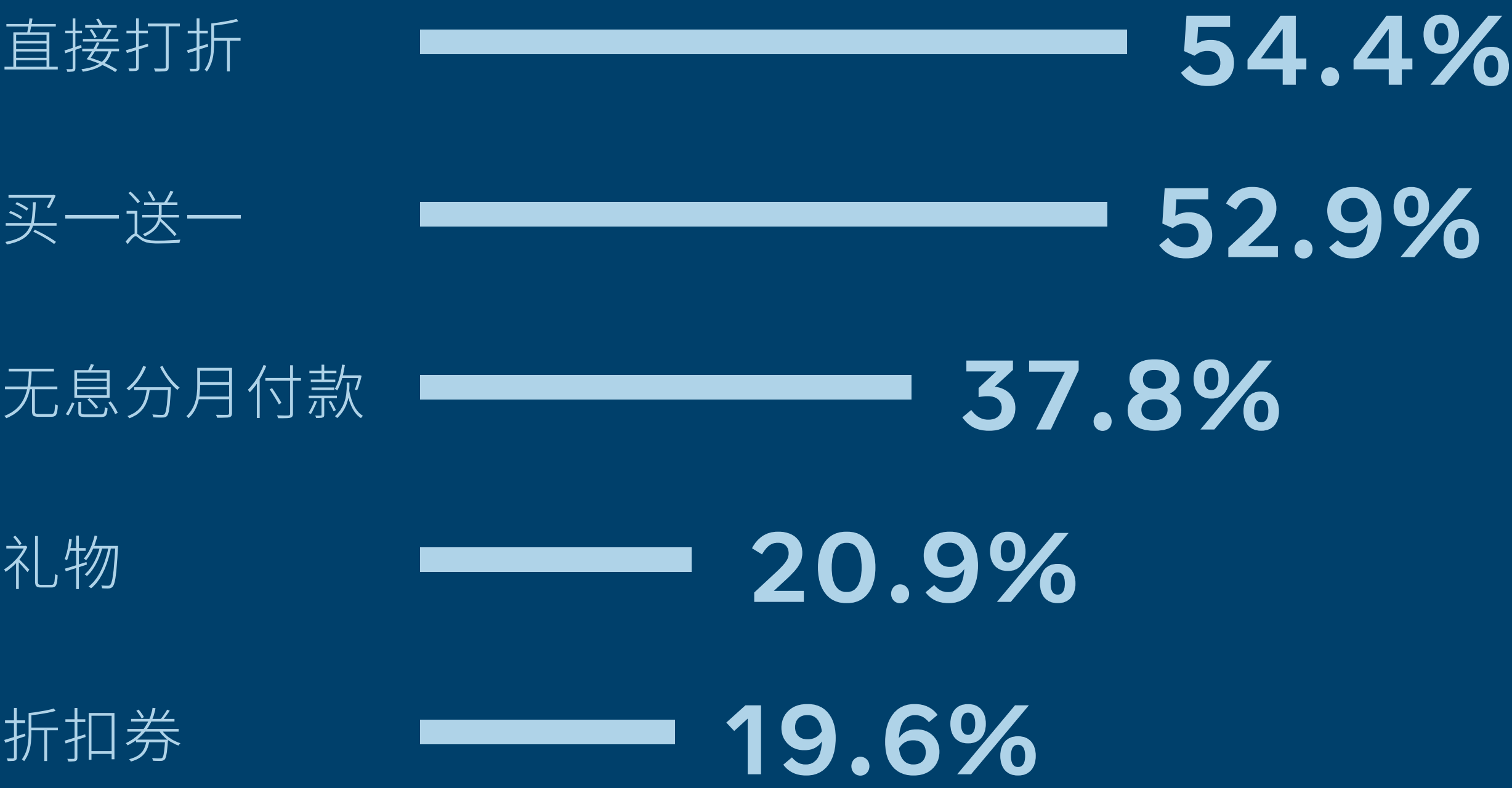
资料来源: Statista, 《2020年8月在墨西哥返校季购买返校必需品的主导渠道》; 数据获取于2021年3月

197美元

每个返校的墨西哥小孩的平均支出，不包括教科书和电子文章

资料来源: Marketing4ecommerce, 《10个墨西哥人中就有6个在网上搜索返校促销》; 报告发布于2020年7月

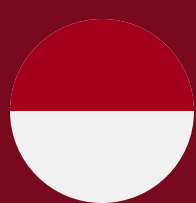
促销季偏好的促销手段



资料来源: InformaBTL, 《返校季：概览墨西哥消费者的购物》; 报告发布于2019年9月



双十一 光棍节



印尼

这购物狂欢节已越来越受欢迎,从中国走向了全世界,消费者期待着这一天会有年度最大的折扣力度。

品类:

- 服装及配饰
- 电子产品
- 保健及美容

双十一 光棍节

关键日期



2021年9月15日
双11/黑五/埃尔布恩芬
前网络研讨会



2021年9月20日那一周
研讨会后洞见总结



2021年10月18日那一周
建议从该日开始营销

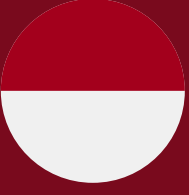


2021年11月11日
实际的双十一庆祝

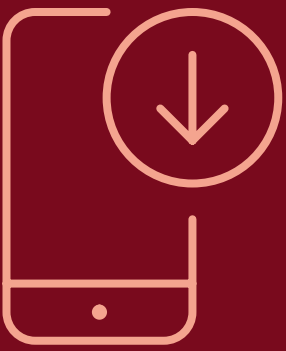


2021年11月26日那一周
实时产品趋势

光棍节



印尼

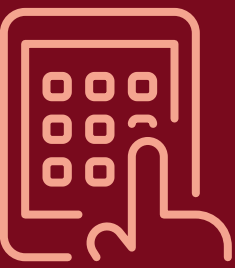


49%

49%的印尼人在疫情期间下载了一个新的手机购物程序。

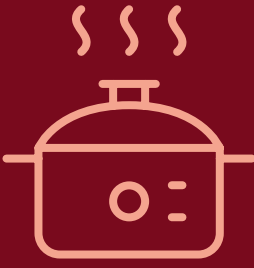
资料来源: Criteo,《大中华区及东南亚的双11:2020年纪录及对双12的预测》;报告发布于2020年11月

平均购物车产品价值:



28美元

电子产品



14美元

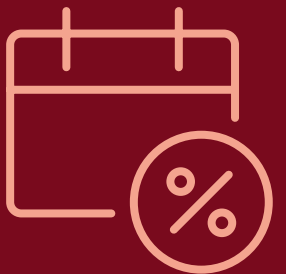
家具



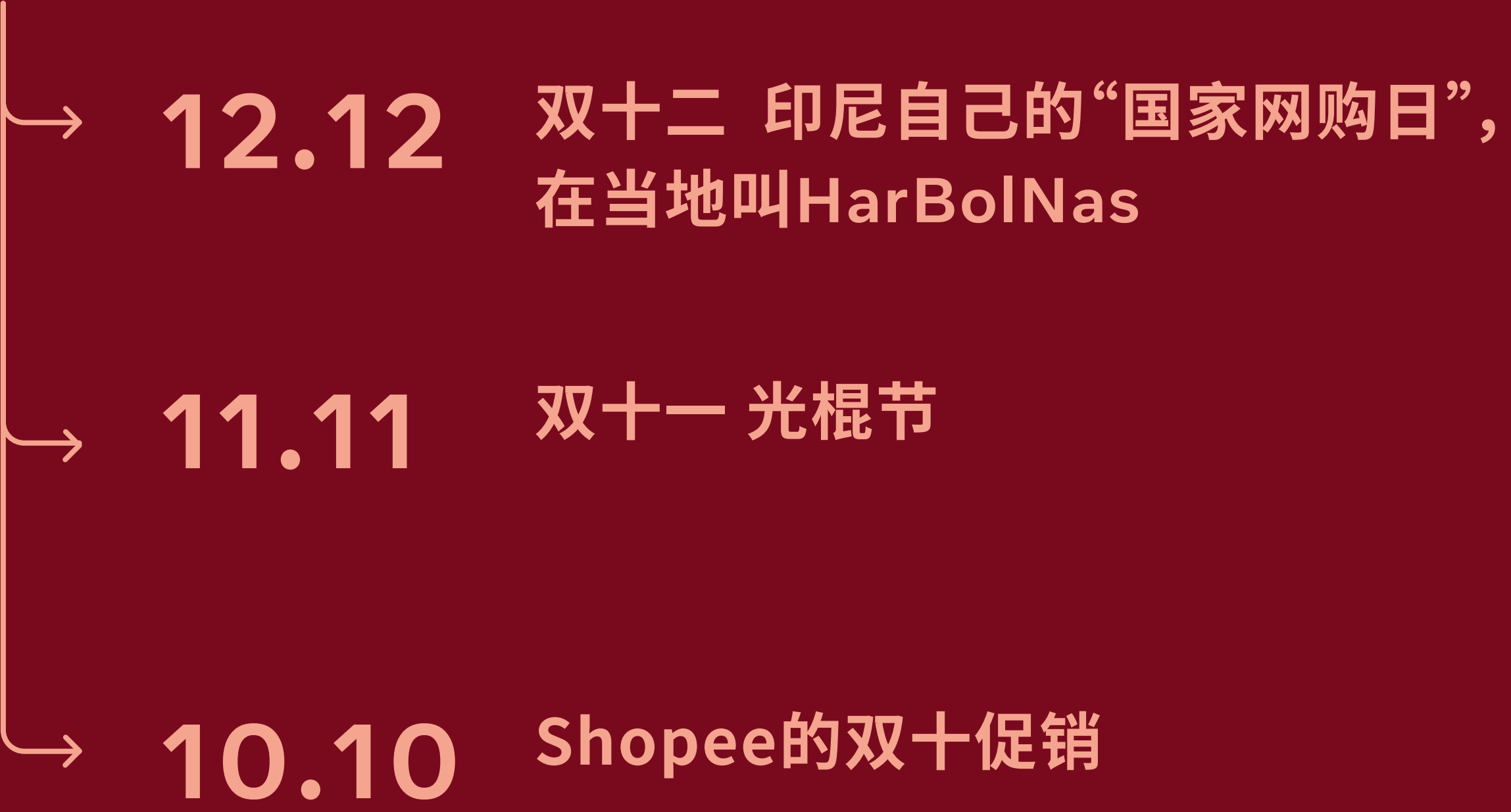
14美元

时尚

资料来源: Iprice,《2019年印尼双十一线上购物交易中的有趣发现》;报告发布于2019年11月



印尼购物者全年都活跃于电商,在年末的网购活动中更是尤其活跃:



资料来源: Janio Asia,《印尼第四季度线上消费者概览》;报告发布于2019年10月



埃尔布恩芬



墨西哥

也叫“好周末”，一年一度的购物活动，于墨西哥革命纪念日之前的周末举行

品类：

- 服装及配饰
- 电子产品
- 家居及园艺
- 保健及美容
- 玩具及游戏

埃尔布恩芬

关键日期



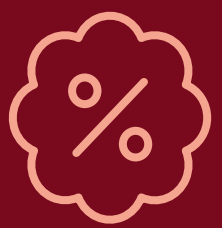
2021年9月15日
双11/黑五/埃尔布恩芬
前网络研讨会



2021年9月20日那一周
研讨会后洞见总结



2021年10月25日那一周
建议从该日开始营销



2021年11月19-22日
埃尔布恩芬活动

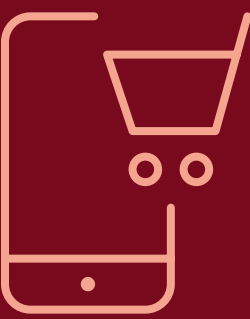


2021年11月26日那一周
实时产品趋势

埃尔布恩芬



墨西哥



47%

47%的墨西哥消费者选择在2020年埃尔布恩芬期间网购来避免人潮拥挤。45%的人选择网购则是为了节省时间和交通费。

资料来源: Statista, 《2020年墨西哥消费者选择网购的主要原因》;报告发布于2020年12月



4.7倍

相比正常情况下的两周销售情况, 埃尔布恩芬的平均日销售增长了4.7倍, 第一天的销售情况最佳。

资料来源: Macarta, 《2020年埃尔布恩芬调查》; 获取于2021年3月

2020年埃尔布恩芬的畅销品类:



时尚

45%



电子

34%



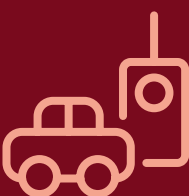
家用电器

27%



美容及
个人护理

25%



玩具

24%

资料来源: AMVO, 《2020年埃尔布恩芬成果报告》;报告发布于2020年12月



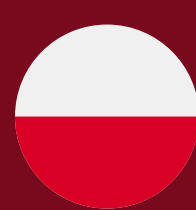
黑色星期五/网络星期一



美国



英国



波兰



阿联酋

感恩节后的周末,也被视作一年中最后一个大型购物节。

品类:

- 服装及配饰
- 电子产品
- 保健及美容
- 玩具及游戏
- 运动产品

黑色星期五/网络星期一

关键日期



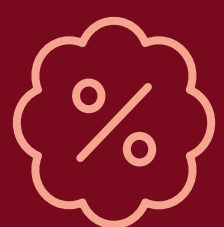
2021年9月15日
双11/黑五/埃尔布恩芬
前网络研讨会



2021年9月20日那一周
研讨会后洞见总结



2021年10月25日那一周
建议从该日开始营销

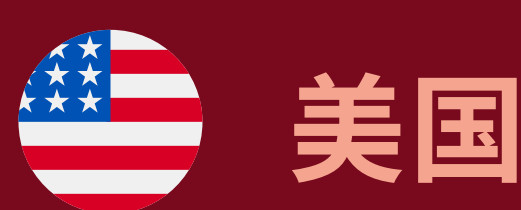


2021年11月26-29日
黑五/网一所在的周末



2021年11月26日那一周
实时产品趋势

黑色星期五/网络星期一



39%

39%的美国消费者计划在黑五网购。

资料来源: Simon-kucher, 《全球黑五预测:零售商需要将有购买意愿的买家吸引到他们的网店中》;报告发布于2020年11月



40%

40%的网上消费支出在移动端进行,同比上年增长了25%,因为消费者更乐意在网上而不是实体店购物。

资料来源:Adobe, 《2020年网一周的奇迹:网购站上历史舞台》;报告发布于2020年12月

和十月日均相比, 2020年网一周各品类需求的增长:



294%

玩具

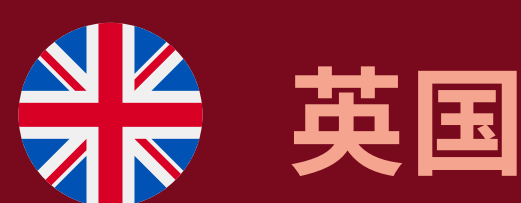


278%

个人护理

资料来源:Adobe, 《2020年网一周的奇迹:网购站上历史舞台》;报告发布于2020年12月

黑色星期五/网络星期一



114%

英国2020年黑五销售相比2019年增长了114%

资料来源: Criteo,《2020年全球黑五销售回顾》;报告发布于2020年12月



87%

87%的英国买家在网一周期间主要在网上购买零售品牌,而不是在高街商店购物。

资料来源: Namogoo,《2020年黑五:帮助您将转化至少提升5%的独家洞察》;报告发布于2020年8月

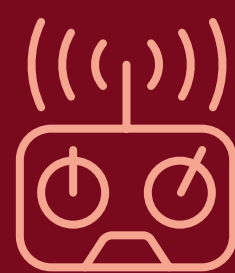


76%

76%的英国买家表明,疫情之后,他们更乐意在黑五期间网购,而不是去实体店购物。

资料来源: Statista,《2018-2020年英国消费者在黑五/网一购物时的偏好渠道》;报告发布于2020年11月

黑五热卖品类



47%

电子及科技



33%

时尚

对圣诞袜,袜内礼物和点心的需求也上升到31%。

资料来源: PwC,《2020年黑五及网一》;报告发布于2020年11月

黑色星期五/网络星期一



波兰



74%

74%的波兰人计划在2020年黑五网购，相比2019年上升了 6%。

资料来源: Deloitte, 《3/4的波兰人会在黑五购物》; 报告发布于2020年11月

停止交易

从2020年开始，波兰的所有商店周日都不做生意，这导致了线上销售的增加。

资料来源: Radio Poland, 《半数波兰人选择网购圣诞礼物》; 报告发布于2018年11月

消费者
在黑五的计划消费额度

124美元
女性

资料来源: Trusted Shops, 《黑五及网一——波兰人如何庆祝购物节?》; 报告发布于2020年10月

228美元
男性

黑五草单中的热门品类



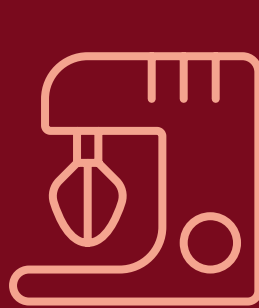
75%

服饰及配饰



53%

室内设计产品



37%

家居电子/
家用电器

资料来源: Statista, 《2020年波兰黑五最热门的品类》; 获取于2020年3月

黑色星期五/网络星期一



阿联酋



168%

相比2019年, 2020年阿联酋的黑五销售暴增168%。

资料来源: Criteo, 《2020年全球黑五销售回顾》; 报告发布于2020年12月

400美元

阿联酋买家愿意在2020年黑五及网一中花费400美元购物, 而全球平均值在265美元之间。

资料来源: Alarabiya News, 《新冠疫情会冲击黑五消费——但沙特和阿联酋是例外》; 报告发布于2020年11月



65%

65%的阿联酋买家表明, 2020年的黑五, 他们更愿意在网上而不是实体店购物。

资料来源: Alarabiya News, 《新冠疫情会冲击黑五消费——但沙特和阿联酋是例外》; 报告发布于2020年11月

10人中有4人



每10个阿联酋买家中就有4个计划在2020年黑五期间比上一年购买更多的玩具、游戏产品、文化产品及美容产品。

资料来源: Gulf Today, 《每10个阿联酋买家中就有4个计划今年网购更多产品》; 报告发布于2020年11月



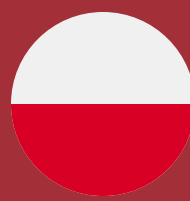
情人节



美国



英国



波兰



墨西哥

对人们，特别是情侣而言有特殊含义的日子。在这一天，人们通过礼物来表达他们对彼此的爱和感激。

品类：

- 服装及配饰
- 保健及美容

情人节

关键日期



2021年12月15日
情人节前网络研讨会



2021年12月21日那一周
研讨会后洞见总结



2022年1月24日那一周
建议从该日开始营销



2022年2月14日
实际的情人节日期

情人节



美国



38%

38%的美国消费者计划2021年情人节在网上购买一份礼物。

资料来源: 国家零售联盟,《2021年关于情人节消费的年度调查》;报告发布于2021年1月

165美元

2021年美国消费者在爱人身上的平均计划消费金额为165美元

资料来源:国家零售联盟,《疫情为今年情人节计划带来的三大改变》;报告发布于2021年2月

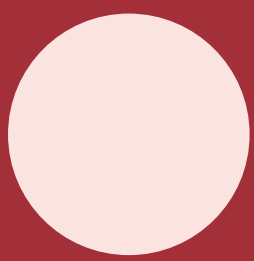
2020年, 购物者计划花费:



58亿美元



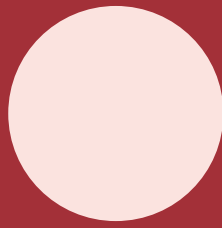
珠宝



29亿美元



服装



23亿美元



鲜花



20亿美元



礼品卡



13亿美元



贺卡

资料来源:国家零售联盟,《信心满满的消费者和更广泛的购买导致情人节消费计划创下新高》;报告发布于2020年1月

情人节



英国



76%

76%的英国人计划在2021年庆祝情人节, 相比2018年的69%有所上涨。

资料来源: Finder UK, 《情人节消费数据》;报告发布于2021年1月



50%

50%的情人节购物者在2月的前两周就买完了礼物。

资料来源: Currencies direct, 《靠2020年情人节畅销产品最大化您的线上收入》;报告发布于2020年2月

Z世代



消费最高的年龄组, 预算为41英镑。

资料来源: Finder UK, 《情人节消费数据》;报告发布于2021年1月

3人中有1人



每3个英国人中就有1人会查看Facebook获取情人节礼物灵感。

资料来源: Statista, 《2020年英国情人节礼物的灵感来源》;获取于2021年3月

情人节



波兰



63%

2017-2019年间，波兰人的情人节消费增长了63%。

资料来源: Notes from Poland, 《随着“西方”节日盛行，波兰人在情人节的消费有所上涨》；获取于2020年2月



23%

23%的情人节礼物搜索是大致的搜索，不局限于特定品牌。

资料来源: Statista, 《2020年波兰情人节礼物相关的最受欢迎的谷歌搜索占比》；获取于2021年3月

1月的第一周



此时已经开始出现情人节的相关搜索。

资料来源: Think with Google, 《提前为来年规划的绝佳季节日历》；获取于2021年3月



42%

42%的波兰人预期的情人节花费在26-78美元之间。

资料来源: Statista, 《您在情人节礼物上花了多少钱？》；获取于2021年3月

情人节



墨西哥

4.7亿美元

2020年墨西哥人的情人节消费达到4.7亿美元。

资料来源: Mexico News Daily,《情人节的心动也预期会带来销售量的上升》;报告发布于2020年1月



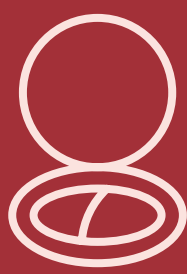
628%

2011-2021年, 情人节的网购增长了628%。

资料来源: La Prensa Latina,《情人节网购量比过去十年大增321%》;报告发布于2021年2月

根据2019年的一项调查, 受访女性最想要的情人节礼物。最想要的礼物:

31%



鲜花

37%



香水

41%



衣服

资料来源: Statista,《2019年, 墨西哥女性最想从男性那里收到的礼物》; 获取于2021年3月



只需一次登记,即可参加今年的所有
大促网络研讨会,马上扫码报名



更多高质资源,尽在Facebook 2021电商
大促马拉松的官方网站,立即扫码前往



通过微信官方账号联系我们,
让 Facebook为您提供更多帮助

FACEBOOK