

Яндекс

Яндекс

行业分析： 电子行业

Yandex
中国业务组

目录

- 俄罗斯用户对国外网店兴趣的概述
 - 用户对中国网店的兴趣度
 - 中国制造智能手机的流行度
- 电子产品的竞争分析
 - 广告商费用
 - **CPC**动态
- 俄罗斯与独联体国家对电子行业兴趣的动态
 - 地区用户的兴趣
 - 关于购买产品搜索请求的份额
- 俄罗斯与独联体国家对电子产品销售商的兴趣动态
- 不同种类的电子产品流行品牌
- 用户对手机及笔记本配件的需求动态
 - 最热销的配件种类

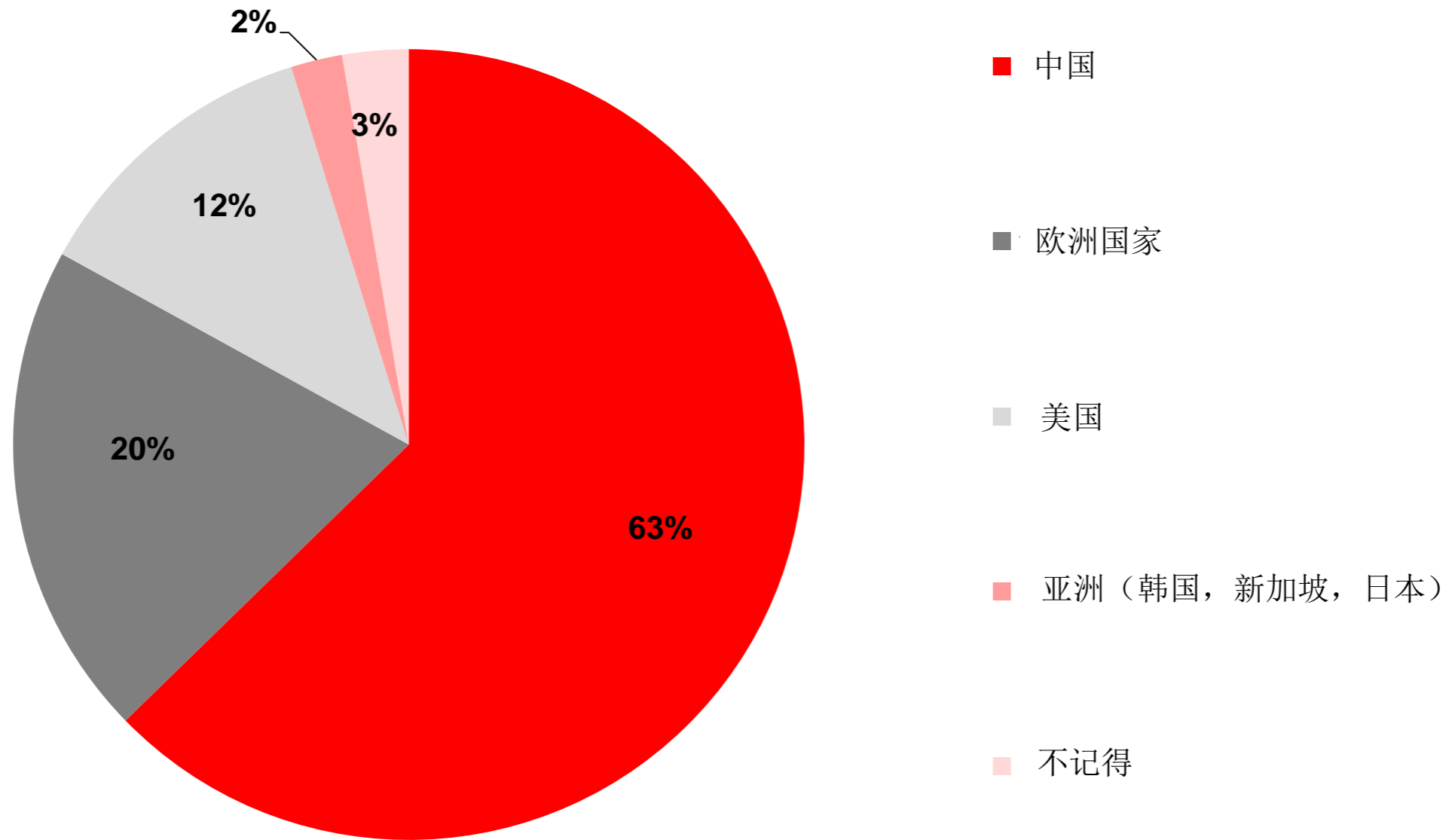
俄罗斯用户对国外网店兴趣

- ✓ 用户对国外网店的需求
- ✓ 中国与西方网店的对比
- ✓ 中国制造最热销产品的排名
- ✓ 中国制造智能手机愈发流行

中国电子产品需求动态概述

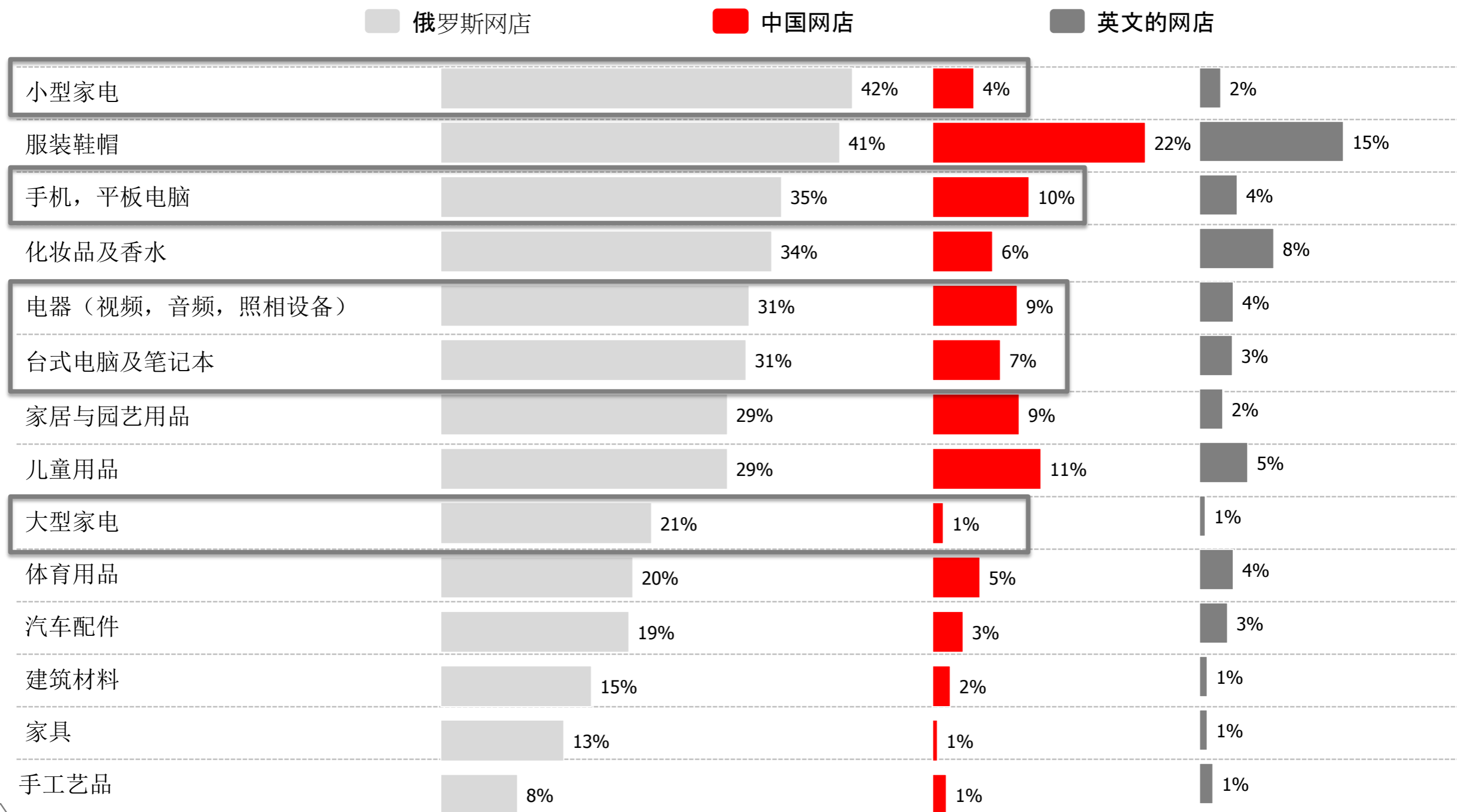
- 俄罗斯用户开始更多地在国外网店购买产品。在**2015**年用户在国外网店购买份额将占网上购买量的**60%**。
- 中国网店是最受欢迎的境外网店，大约**63%**用户在中国在线商店购买过商品。
- 电子产品在国外网店的购买份额均达**31%**。
- 智能手机，音频，视频与照相设备是用户最感兴趣的电子产品。
- 中国制造的廉价智能手机开始占据俄罗斯市场，**2014**年小米成为俄罗斯市场中**第三大**智能手机生产商（苹果与三星排**第一**与**第二**名）。

大部分俄罗斯在线购买数量来自于中国的网店



中国电子产品比西方的更受欢迎

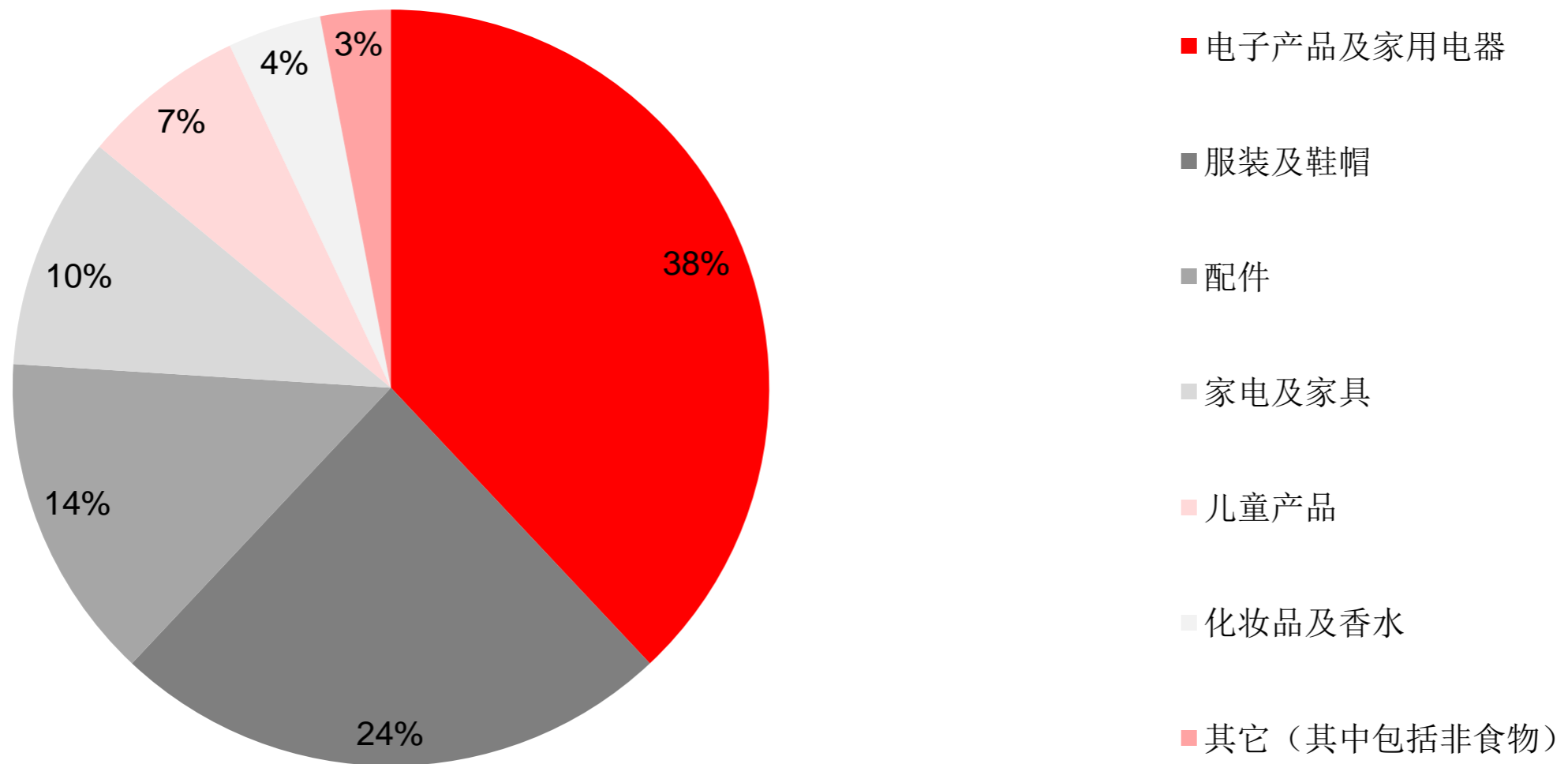
俄罗斯用户更喜欢在中国网店购买电子产品，因为价格低，产品品种也与俄罗斯和西方的网店不同



自2013年起中国制造的最热销产品排名几乎无变化

电子产品在国外网店的购买份额均达**38%**

不同产品种类在电子贸易的百分比例




中国制造与研发的品牌在俄罗斯电子消费市场中份额增长最快

小米发力俄罗斯市场 上季度在俄销售增70%

作者：亿邦动力网 来源：亿邦动力网 2015-02-05 09:20:38

【亿邦动力网讯】2月5日消息，据俄罗斯媒体Let News报道，目前，中国手机制造商小米正在与俄罗斯移动通信运营商Megafon进行接洽，双方将就小米在俄出售智能手机事宜进行磋商。

据介绍，2014年第四季度，小米在俄罗斯市场的销售额提高了70%，全年共卖出超过6000万部手机，成为俄罗斯市场的第三大智能手机生产商，仅排在三星和苹果之后。而2014年年底，苹果手机的价格在俄罗斯增长了60%以上，这也为小米进入俄罗斯提供了良好的机会。

Во II квартале 2014 г. рынок рос за счет недорогих и функциональных смартфонов локальных В-брендов Huawei, Lenovo, ZTE, а также Fly, Explay, Texet, Prestigio, говорит представитель МТС  Дмитрий Солодовников. Все они отвоевывают долю у ведущих мировых производителей: Samsung, Nokia, Sony, LG, HTC и др., подчеркивает он.

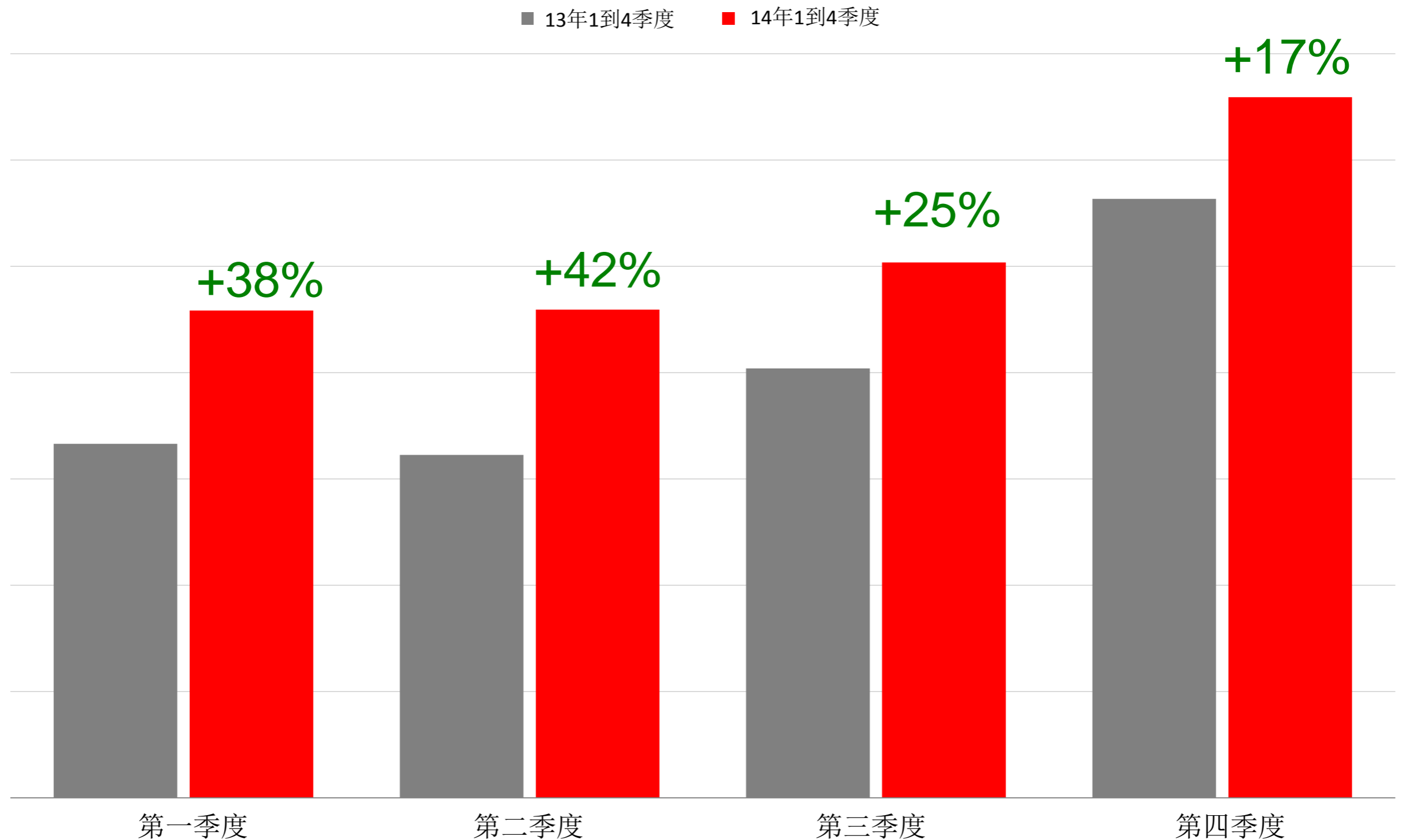
竞争分析

- ✓ 广告商费用动态
- ✓ 广告商对不同产品种类的费用支出
- ✓ 不同产品种类的**CPC**价格

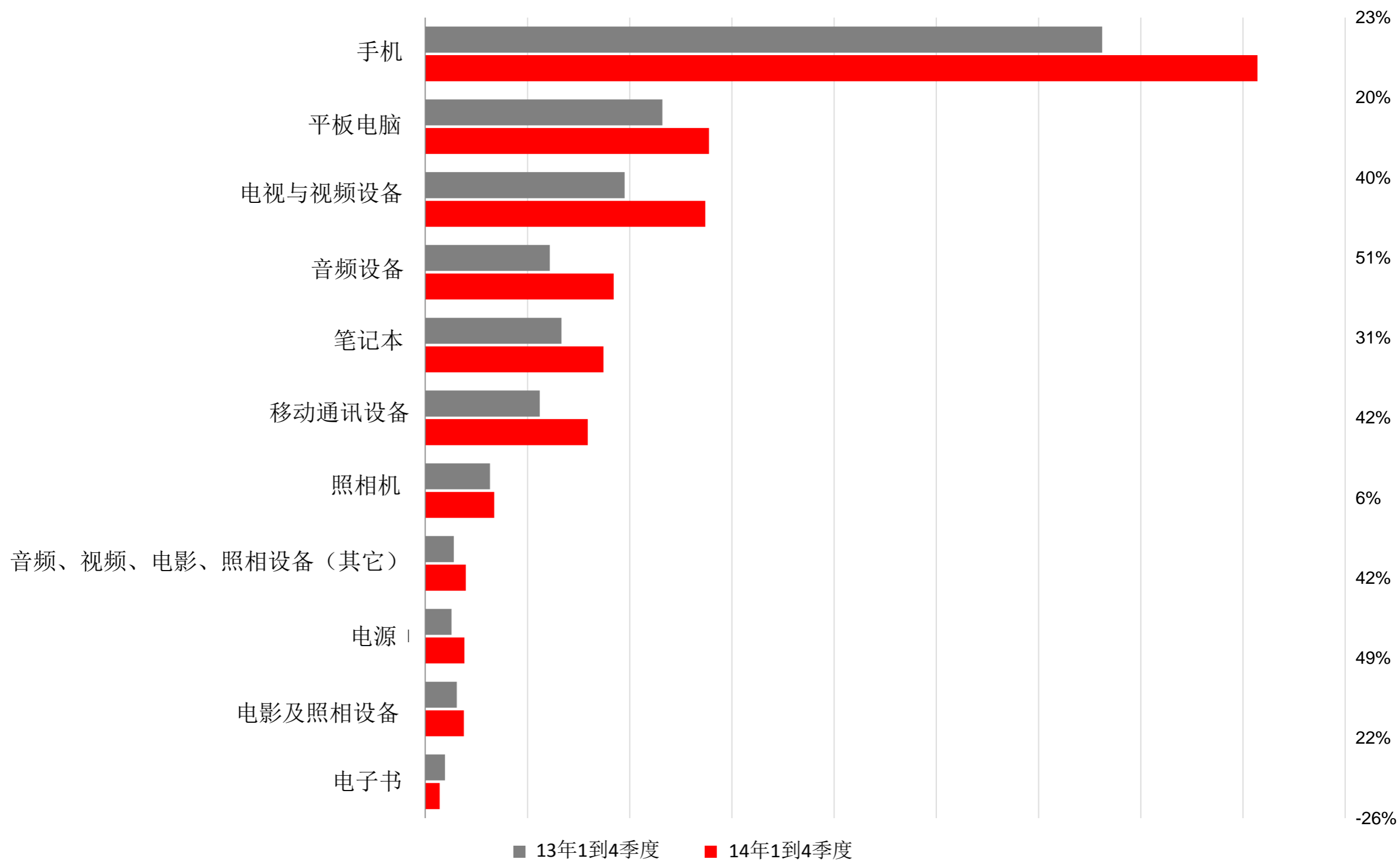
用户对中国电子产品需求概述

- 2014年第四季度广告商平均费用同比增长了17%。
- “音频设备”与“电源设备”的同比增长最大 - 51%与49%。
- 在广告商费用方面，“手机”排第一名，该产品种类的年增长率达到23%。
- 广告商费用继续增长，而大部分产品种类的平均CPC在一年内有所下降或保持稳定。意味着广告商不是通过CPC增长来追加预算，而是通过提高广告投放量和流量（网站访问量）。
- 与2013年相比，“音频、照相、视频及电影设备”与“电子书”产品种类的平均CPC有所下降。

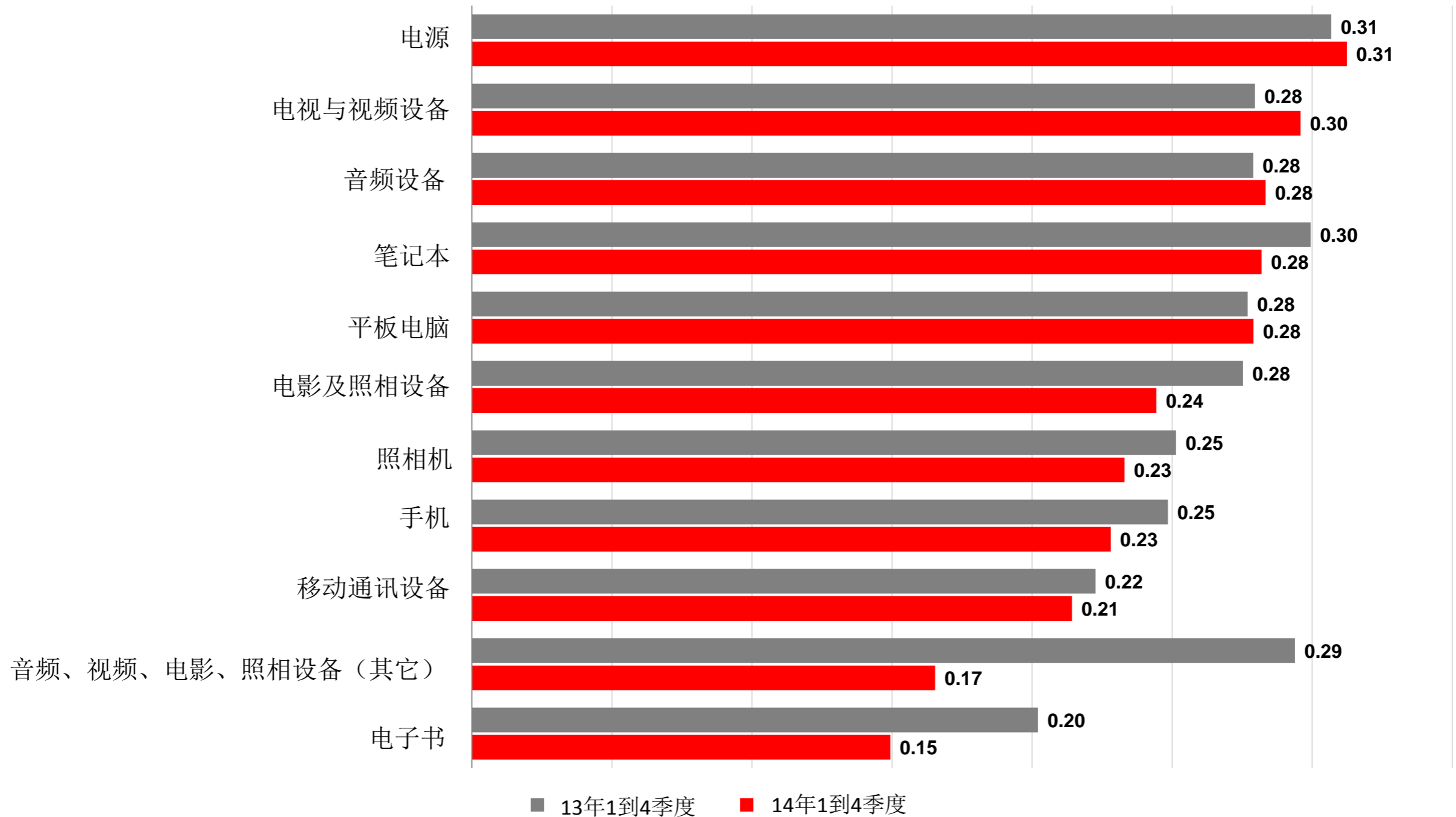
广告商2014年第四季度费用总额同比增长了17%



广告商对最热销产品种类 — “手机” 的费用增长了 23%



2014年大部分产品种类的点击价格几乎保持不变



与2013年相比，大部分产品的平均CPC没有变化或下降了1-3美分。同时“音频、视频、电影及照相设备”的CPC下降了42%，而“电子书”的CPC下降了25%。

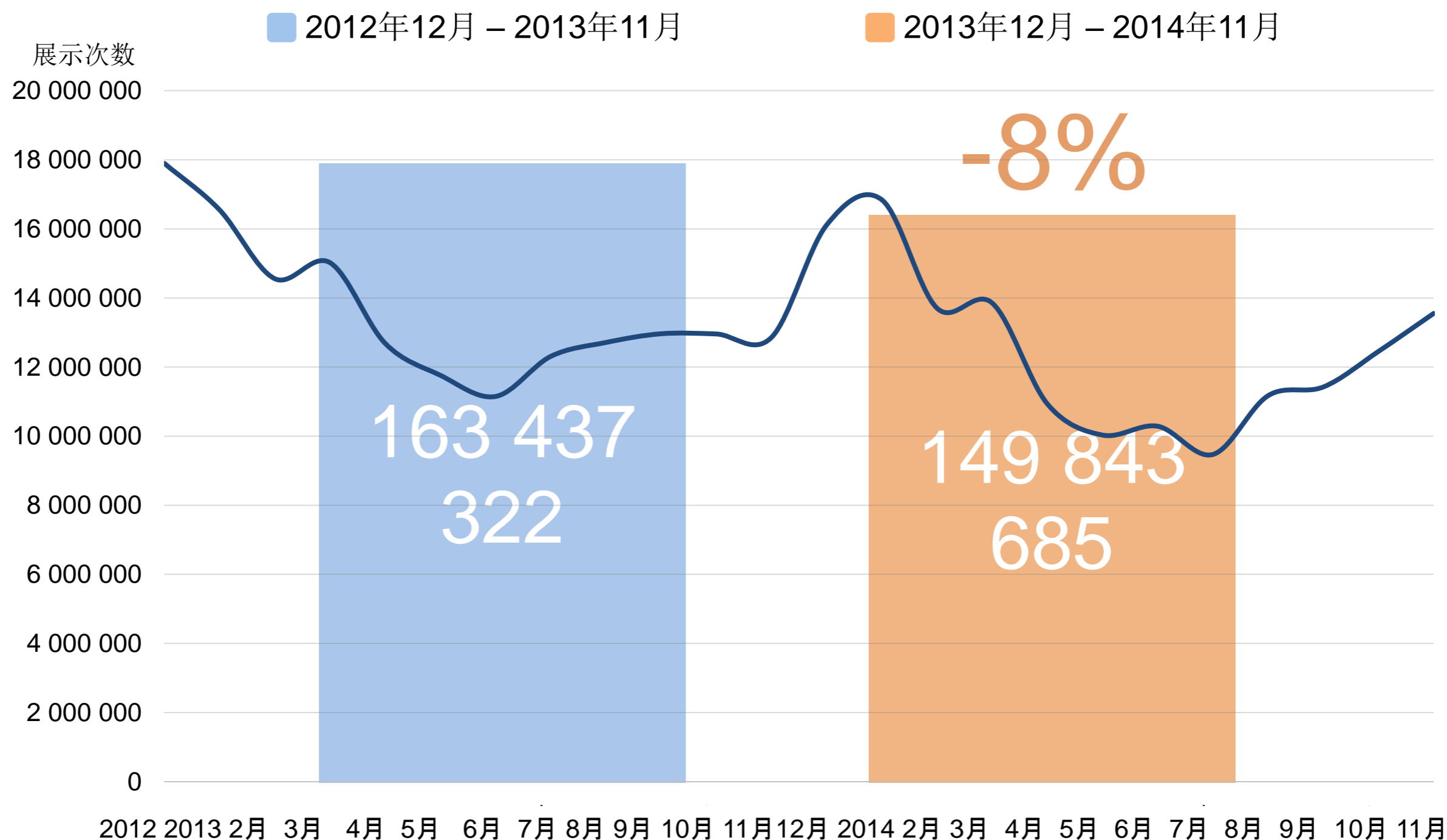
用户对电子行业的兴趣

- ✓ 用户对电子产品的需求
- ✓ 用户对中国制造电子产品的需求
- ✓ 最热搜的电子产品种类
- ✓ 不同地区对电子产品的需求
- ✓ 关于购买电子产品的搜索动态

用户对电子产品需求动态概述

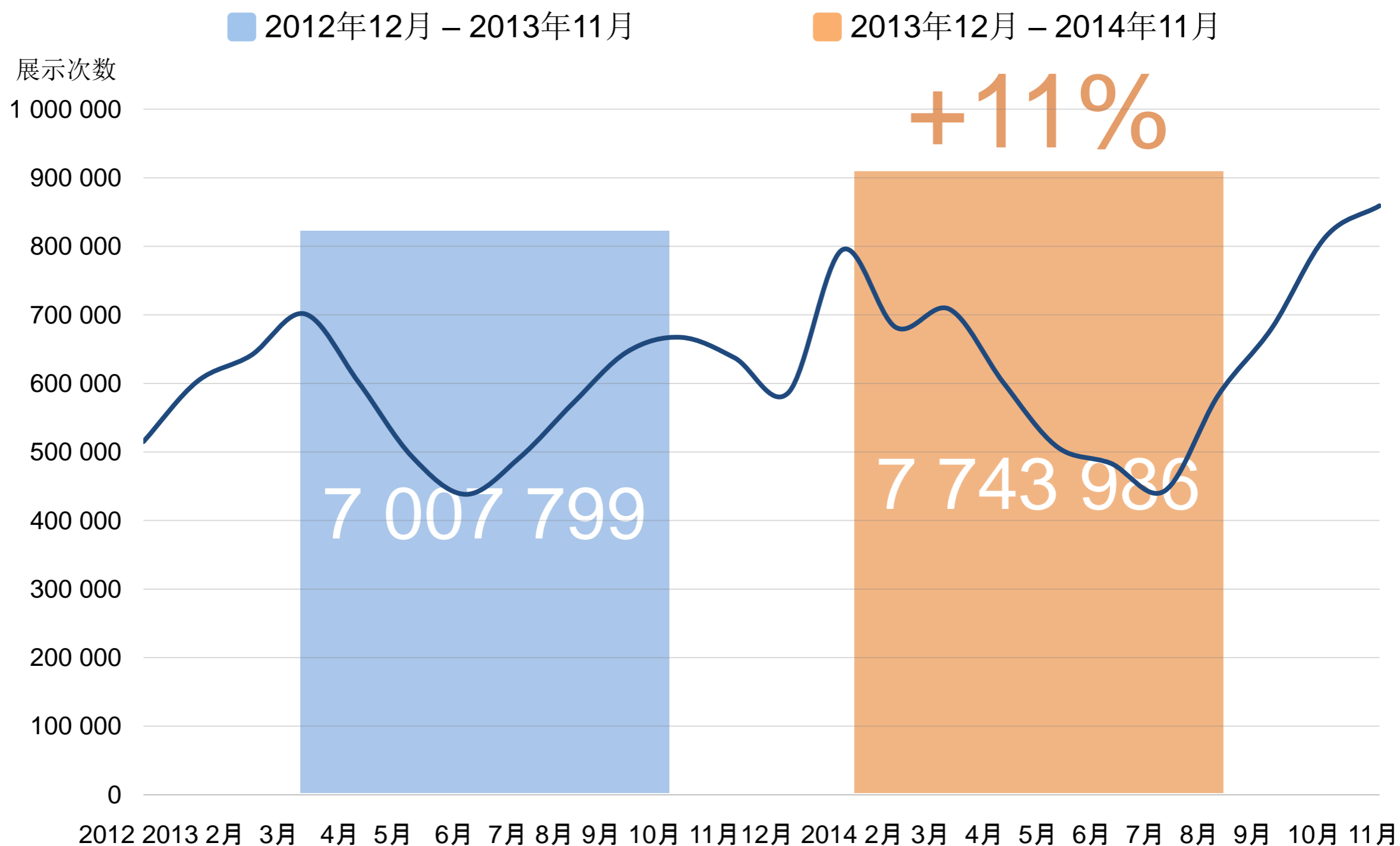
- 尽管自**2013**年起用户对电子产品的总需求小幅下降（**-8%**），用户对**中国制造**的电子产品的需求提高了**11%**。这再次显示，俄罗斯用户对**中国产品**兴趣的增加。
- **用户对所有电子产品种类的需求一般从7-8月开始一直到新年期间提高**。是由于电子产品经常作为节日礼物。**2月23日和3月8日**期间也是**需求剧增的时期**（俄罗斯和独联体国家假期）。用户对**照相和视频设备的需求在夏季提高**，用户会在暑假之前购买此类电子产品。建议在此期间投放相应广告并追加预算。最好在这段时间内进行优惠活动或提供折扣促销。同时也需考虑货物运输时间（**2-3周**），故需提前开始投放相关广告。
- **80%**在**Yandex**搜索电子产品的用户来自俄罗斯，**20%**的用户来自独联体国家。如果广告展示地区只限于俄罗斯，客户会丢失**20%**的受众群体。故为扩大受众覆盖面，广告展示地区务必包括独联体国家。
- 只有**15%**的用户输入购买电子产品的搜索请求（如：“购买平板电脑 便宜”），而其余大多用户输入更广泛的搜索请求（如：“哪种平板电脑最好”）。所以广告商在其广告中同时需要使用广泛的关键词组，否则一部分用户会看不到他的广告。

自2013年来用户对电子产品的需求小幅下降



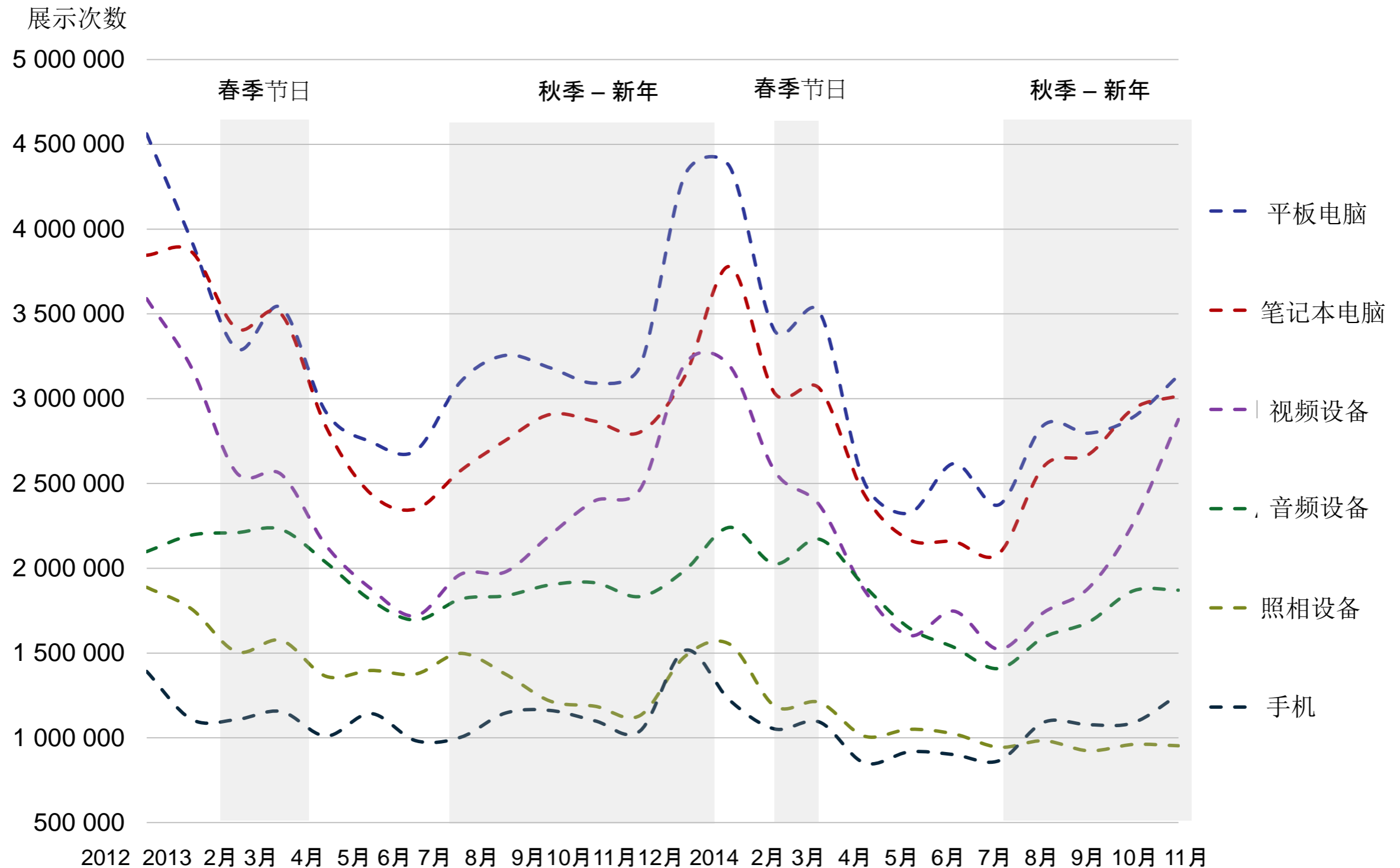
自2013年来用户对电子产品的总需求下降了8%。不过电子产品仍然是Yandex搜索最大规模的产品种类。根据粗略估计，关于电子产品的搜索请求占Yandex总请求量的0.4%。

中国产品流程度提高11%



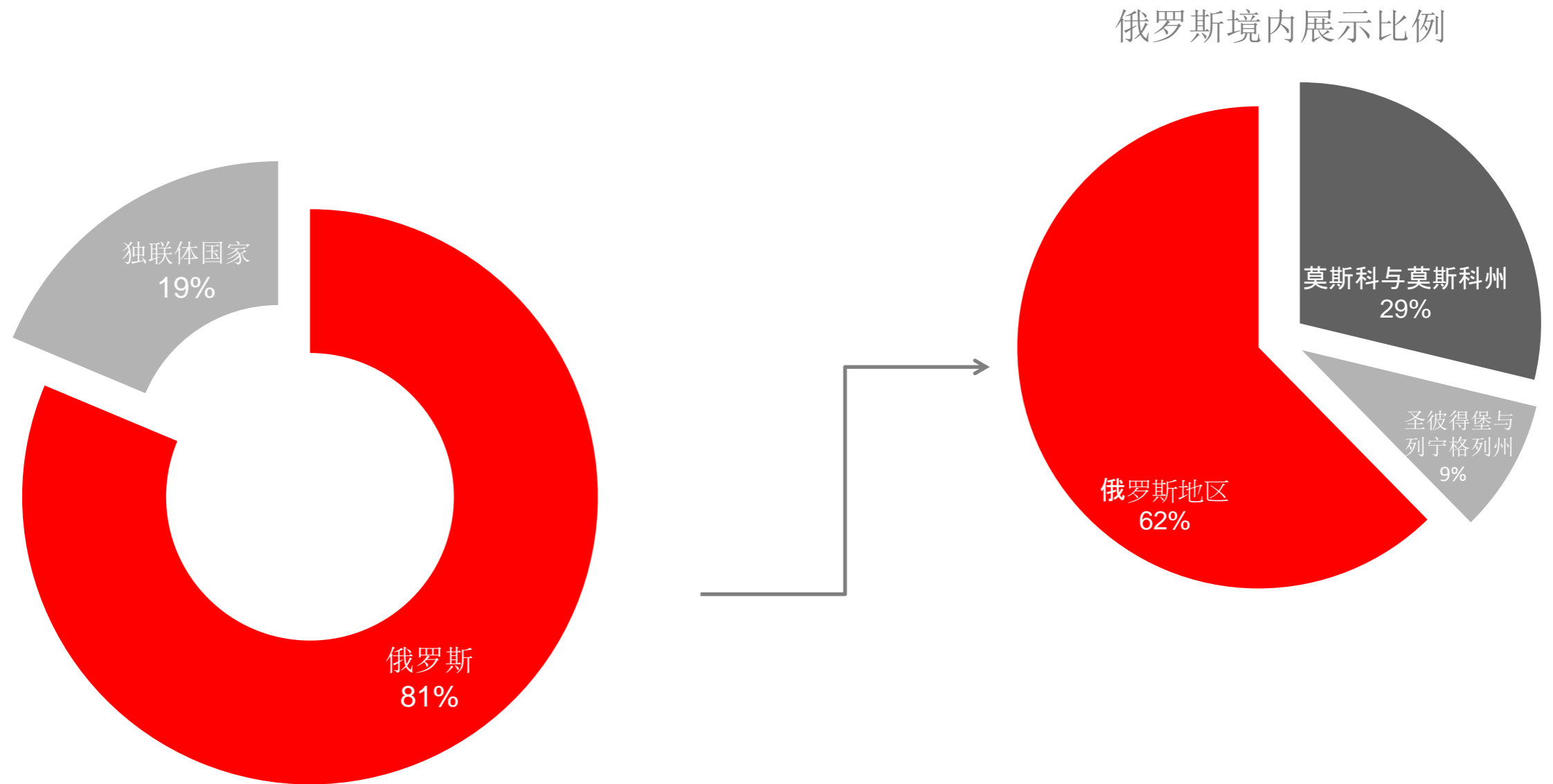
据图表显示，用户对中国制造的产品需求在总需求份额中不断增加。廉价与丰富的品种是中国产品的主要优势。

不同产品种类的流行度动态



据图表显示，从下半年一直到新年假期用户对电子产品的需求增加。春季假日（2月23日，3月8日）也是需求高峰时期。

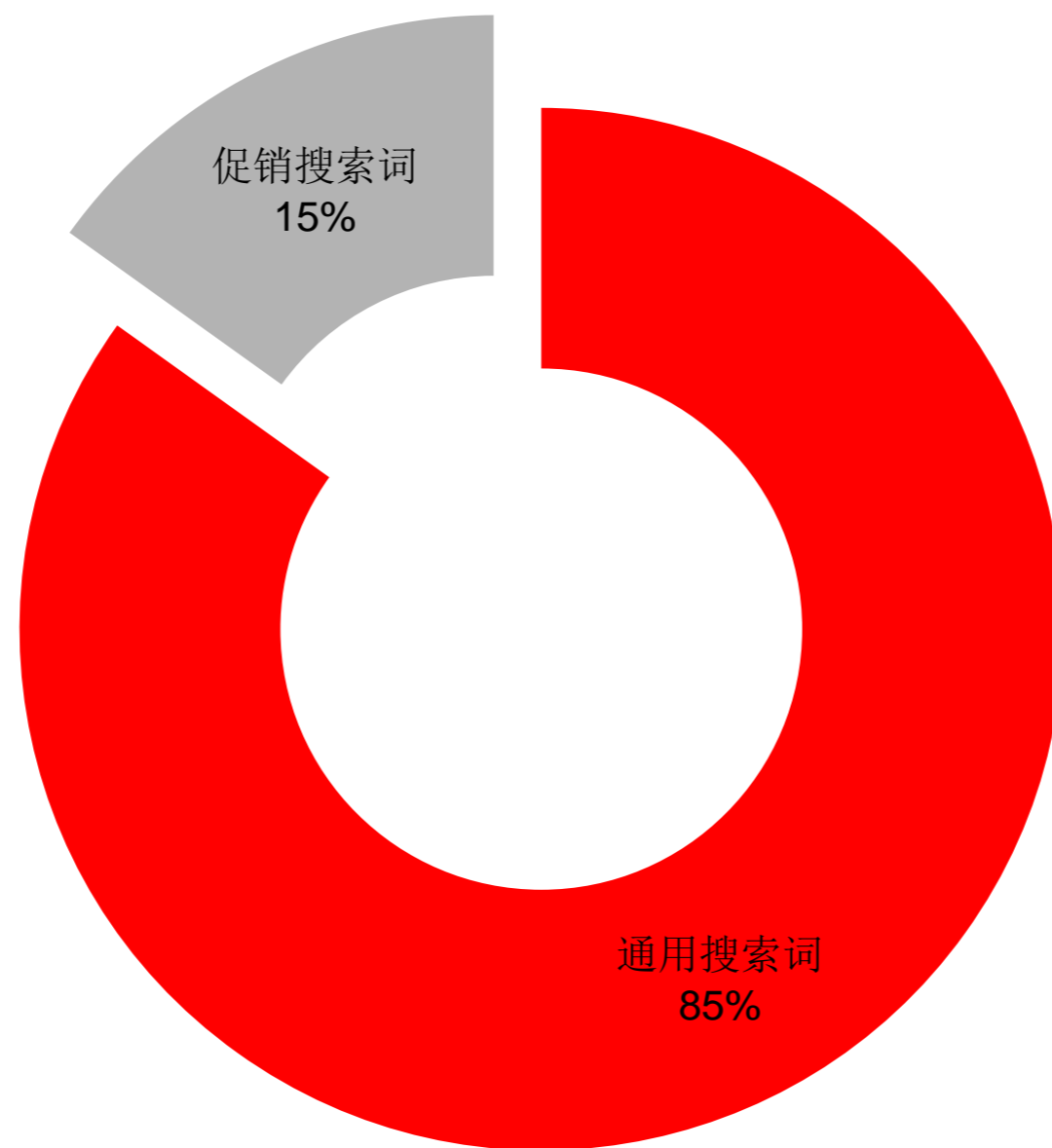
俄罗斯地区对电子行业兴趣的份额占40%



80%在Yandex搜索电子产品的用户来自俄罗斯，20%的用户来自独联体国家。如果广告展示地区只限于俄罗斯，客户会丢失20%的受众群体。所以为了扩大受众覆盖率，广告地理定向务必包括独联体国家。

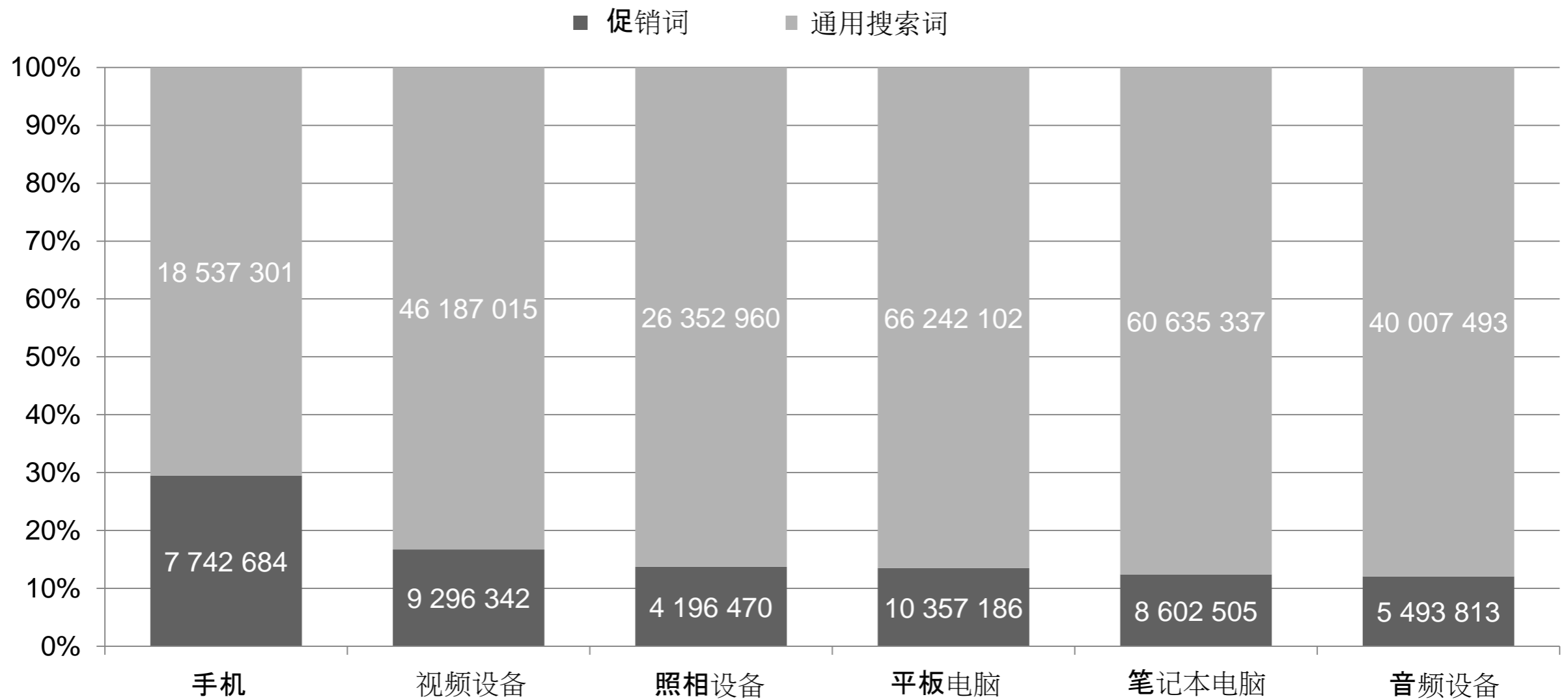
同时设置俄罗斯地理定向时，需选择所有地区，因为大约40%流量来自于俄罗斯地区。

电子产品种类的交易搜索词份额占15%



只有**15%**的用户输入购买电子产品的搜索请求（如：“*购买平板电脑 便宜*”），而其余大多用户输入更广泛的搜索请求（如：“*哪种平板电脑最好*”）。所以广告商在其广告中需同时使用广泛的关键词组，否则一部分用户会看不到他的广告。

交易搜索词的份额（根据产品种类）



购买照相设备，平板电脑，笔记本与音频设备的搜索请求（如：“购买平板电脑 便宜”）在其它电子产品种类搜索请求（如：“哪个平板电脑最好”）的份额均为**14%**。购买手机搜索请求的份额则高出两倍 – **29%**。这可能与已经形成的购买习惯有关系，用户已经习惯了网上购买手机，所以直接输入“购买手机”搜索请求。

用户对零售商的兴趣

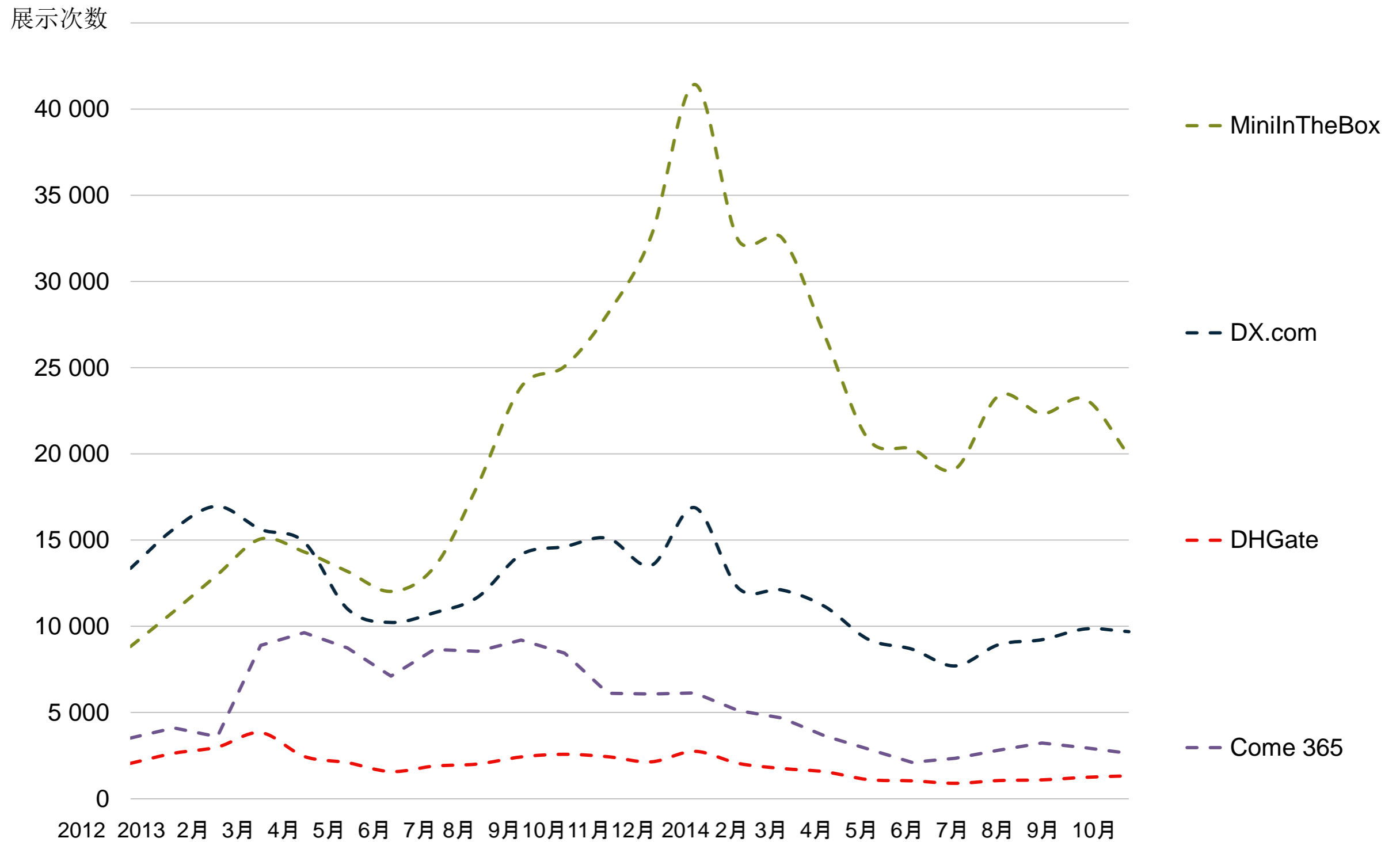
用户对零售商兴趣的概述

- 自7月起一直到新年假期所有对零售商的需求呈现增长。
- 用户对零售商电子产品的需求与整个电子行业需求趋势一样：2月23日与3月8日需求呈现增长。
- 自2014年中旬起，**Aliexpress**电商平台的流行度迅速增长，俄罗斯用户需求的同比增长率为141%，独联体国家用户需求的的同比增长率为220%。
- **MiniInTheBox**（俄罗斯与独联体国家），**Ebay**（俄罗斯），**Come365**（独联体国家）也是掌握用户需求的领先者。
- 由于广告商对两个市场的评估与为品牌推广投入资金的规模不同，所以俄罗斯与独联体用户对零售商兴趣的增长速度也不同。在此提醒，独联体国家用户关于电子产品的搜索请求占Yandex相关搜索量的20%。

Aliexpress - 在线零售的领先者

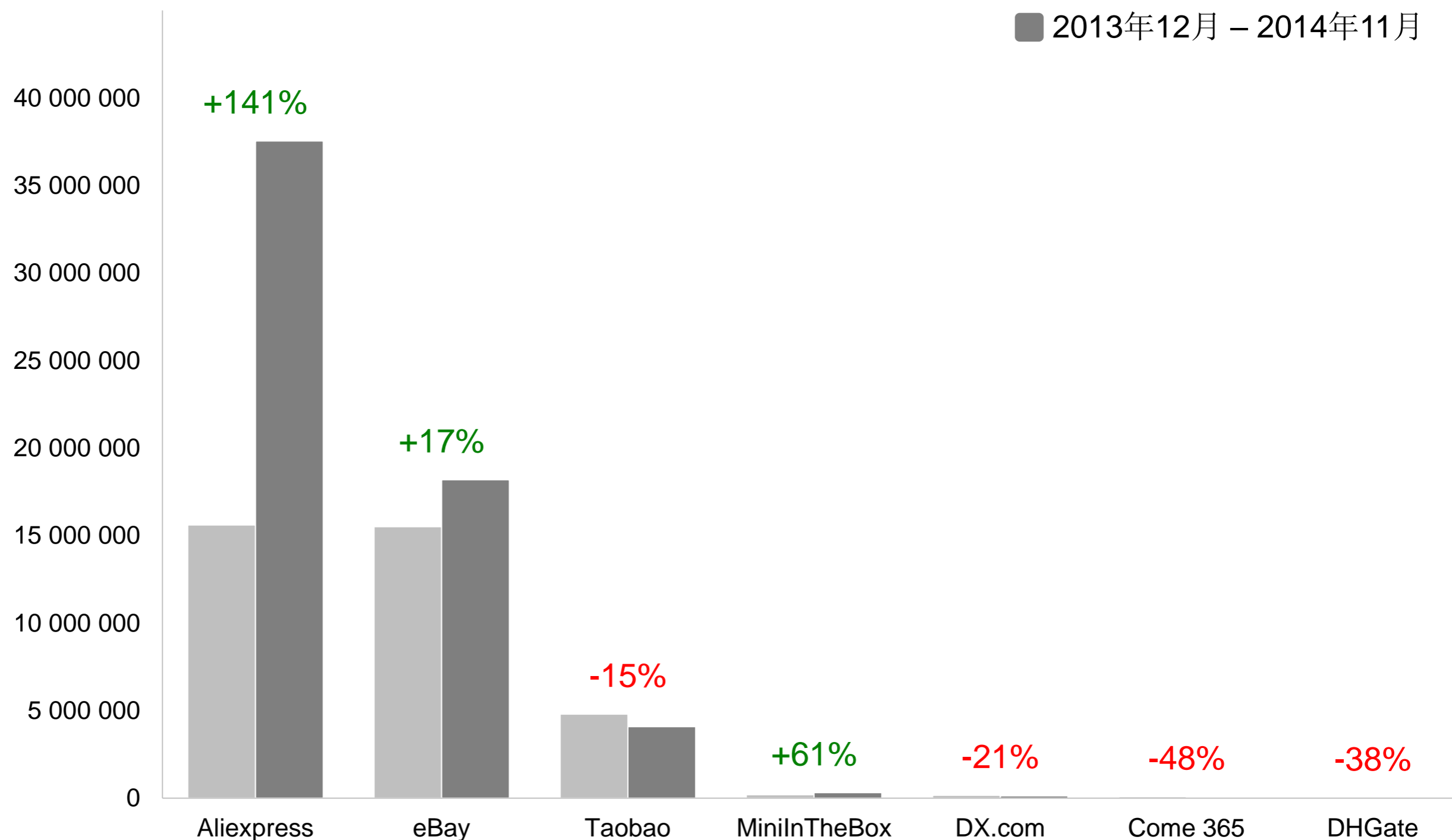


用户对不太熟知的品牌MiniInTheBox的需求呈现最大增长

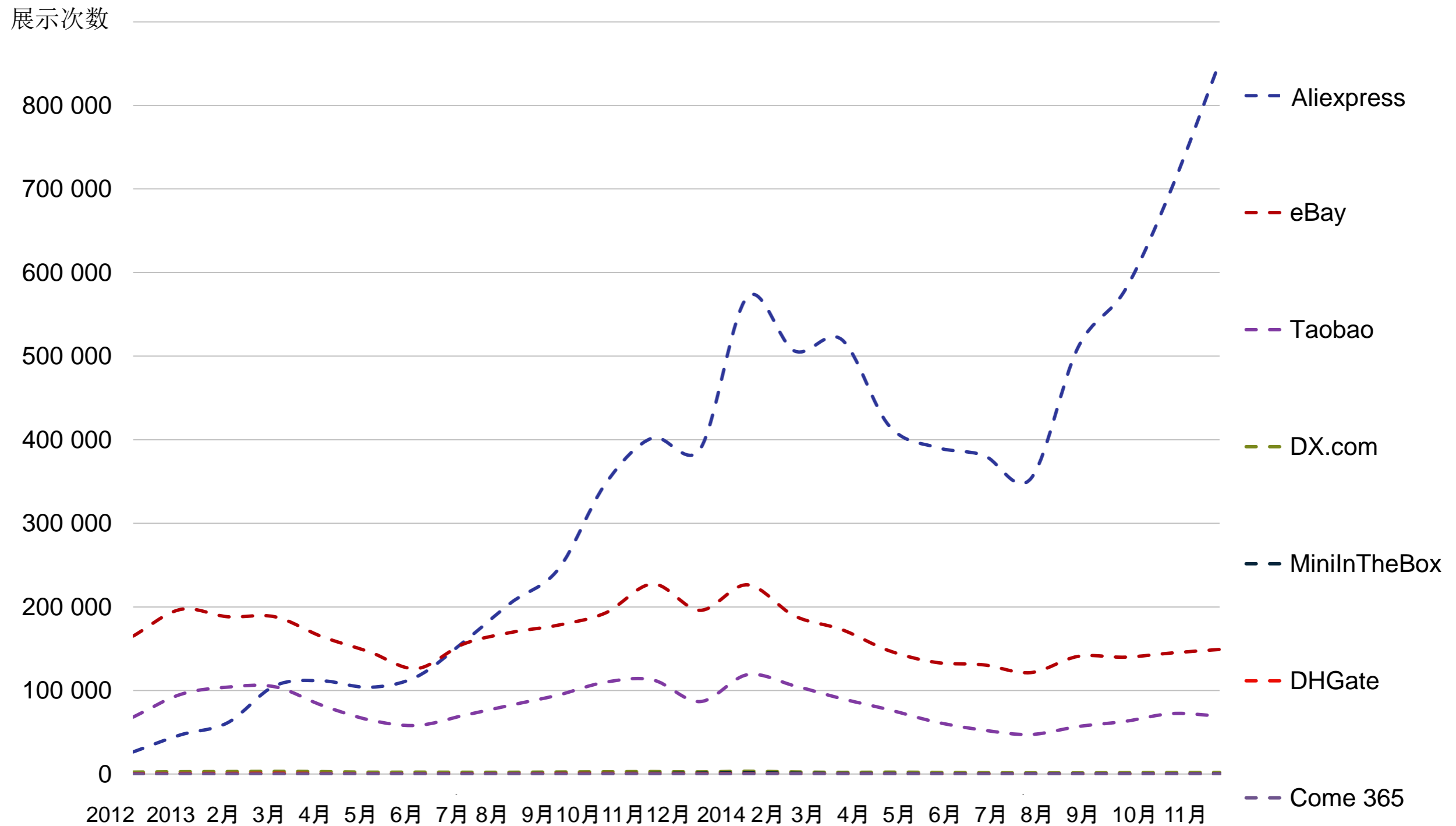


用户对Aliexpress, Miniinthebox与Ebay的兴趣增长最高

■ 2012年12月 – 2013年11月
■ 2013年12月 – 2014年11月

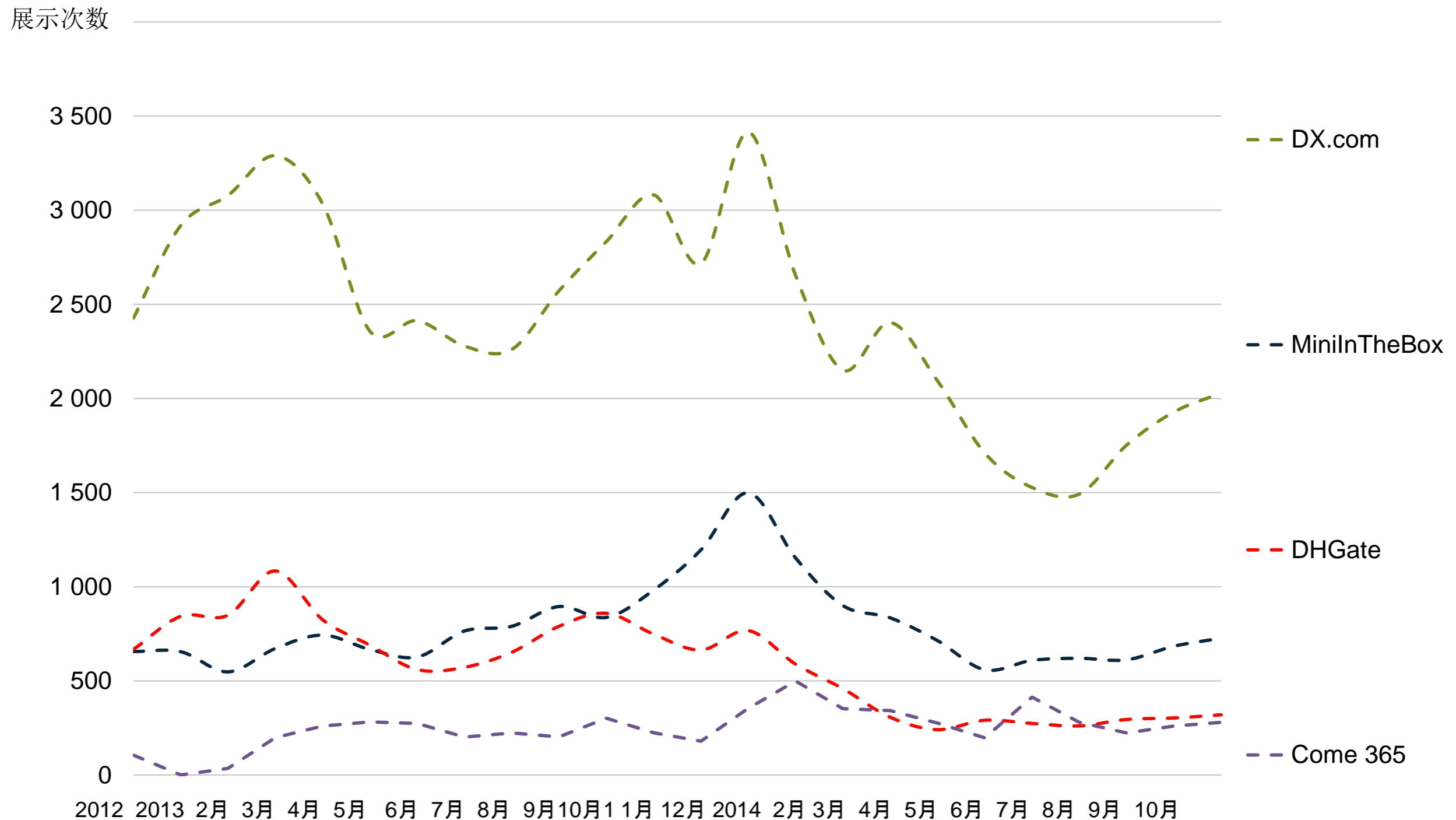


零售商品品牌在俄罗斯和独联体国家的知名度动态相同



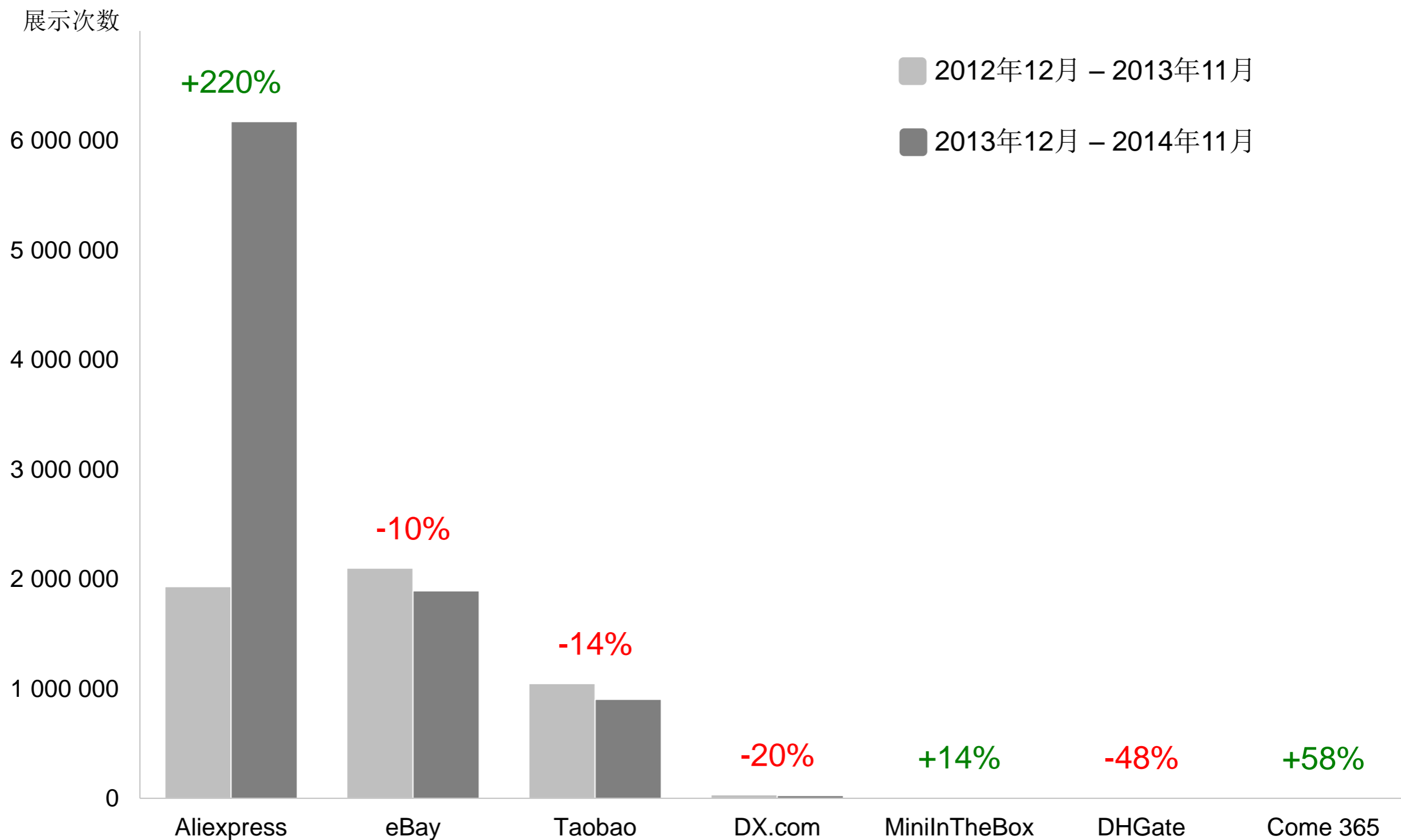
零售商品品牌在俄罗斯和独联体国家的知名度动态相同：**Aliexpress, Ebay, Taobao**作为领先者。

不被熟知的Dx.com品牌在独联体国家的知名度最高



在不被熟知的品牌之间，Dx.com是独联体国家的领先者，而MiniInTheBox是俄罗斯地区的领先者。

Aliexpress, Miniinthebox与Come365知名度提高最多



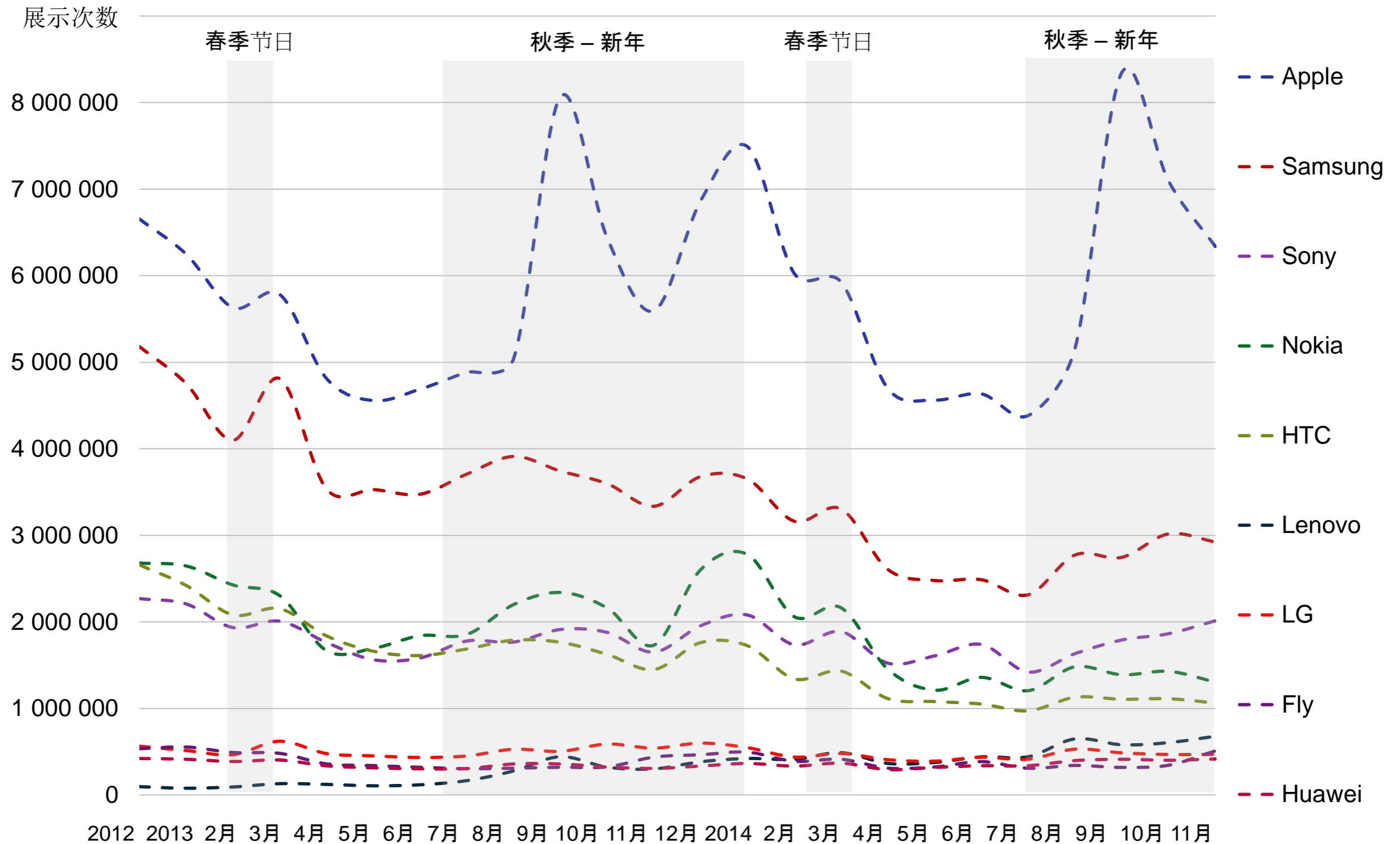
用户对品牌的兴趣

- ✓ 手机
- ✓ 平板电脑
- ✓ 笔记本电脑
- ✓ 视频及音频设备
- ✓ 照相设备

不同电子产品品牌的需求动态概述

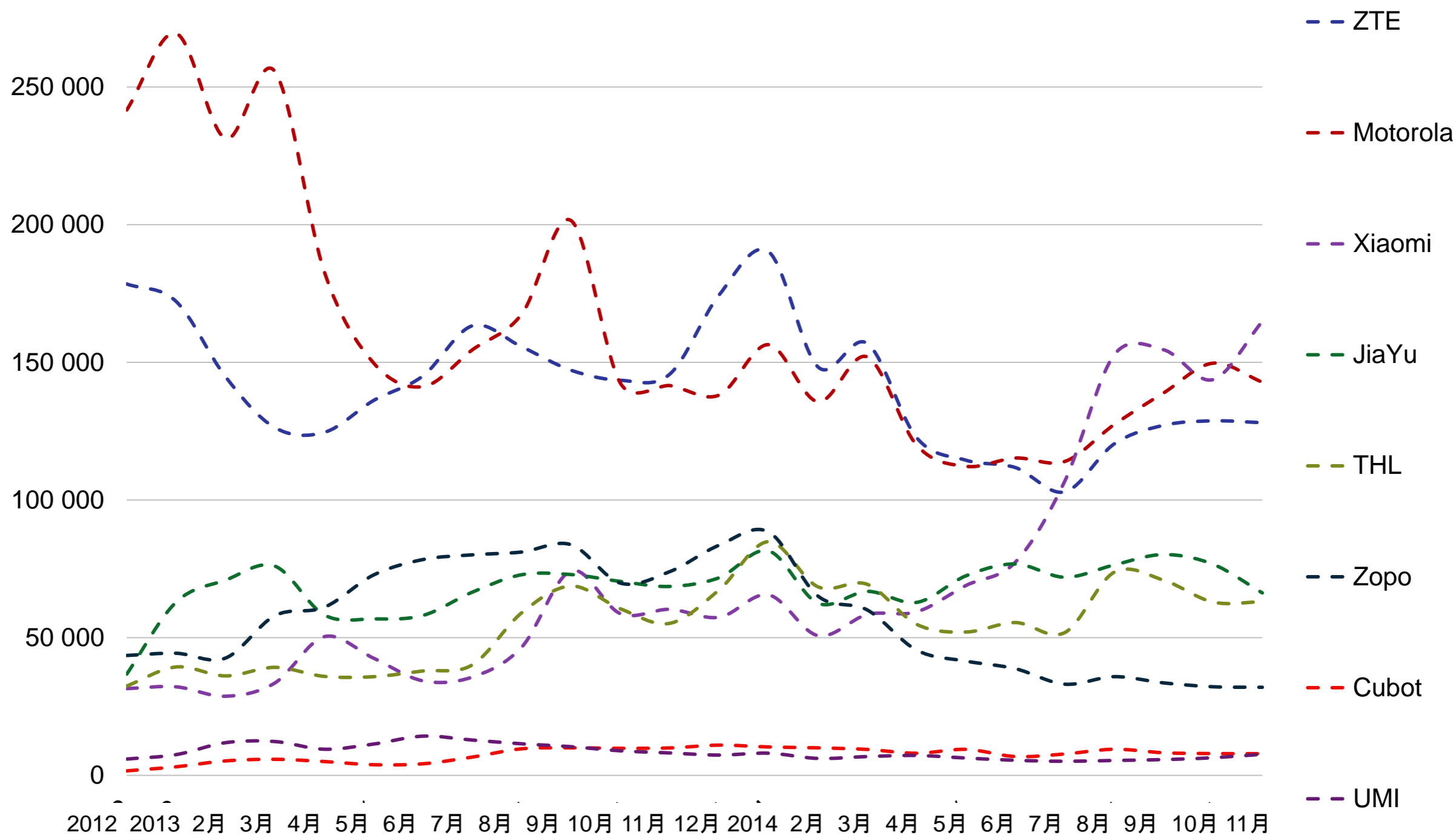
- 自7-8月开始到新年假期俄罗斯用户对所有电子产品的需求增长。
- 与其它电子产品一样，用户对品牌产品的兴趣春季假日增长（2月23日和3月8日）。
- 夏季时用户对照相及视频设备的需求显著提高，因为用户会在休假前购买这些电子设备。
- 用户对**Apple**品牌手机和平板电脑的需求最高。
- 用户对不同品牌笔记本电脑的需求动态相同。笔记本电脑产品种类中没有明显的领先者，用户对**Asus**，**HP**，**Apple**，**Lenovo**及**Acer**品牌的兴趣较平等。
- 用户仍然对**Canon**与**Nikon**品牌的照相设备最感兴趣。

手机品牌流行度动态 – Apple为领先者



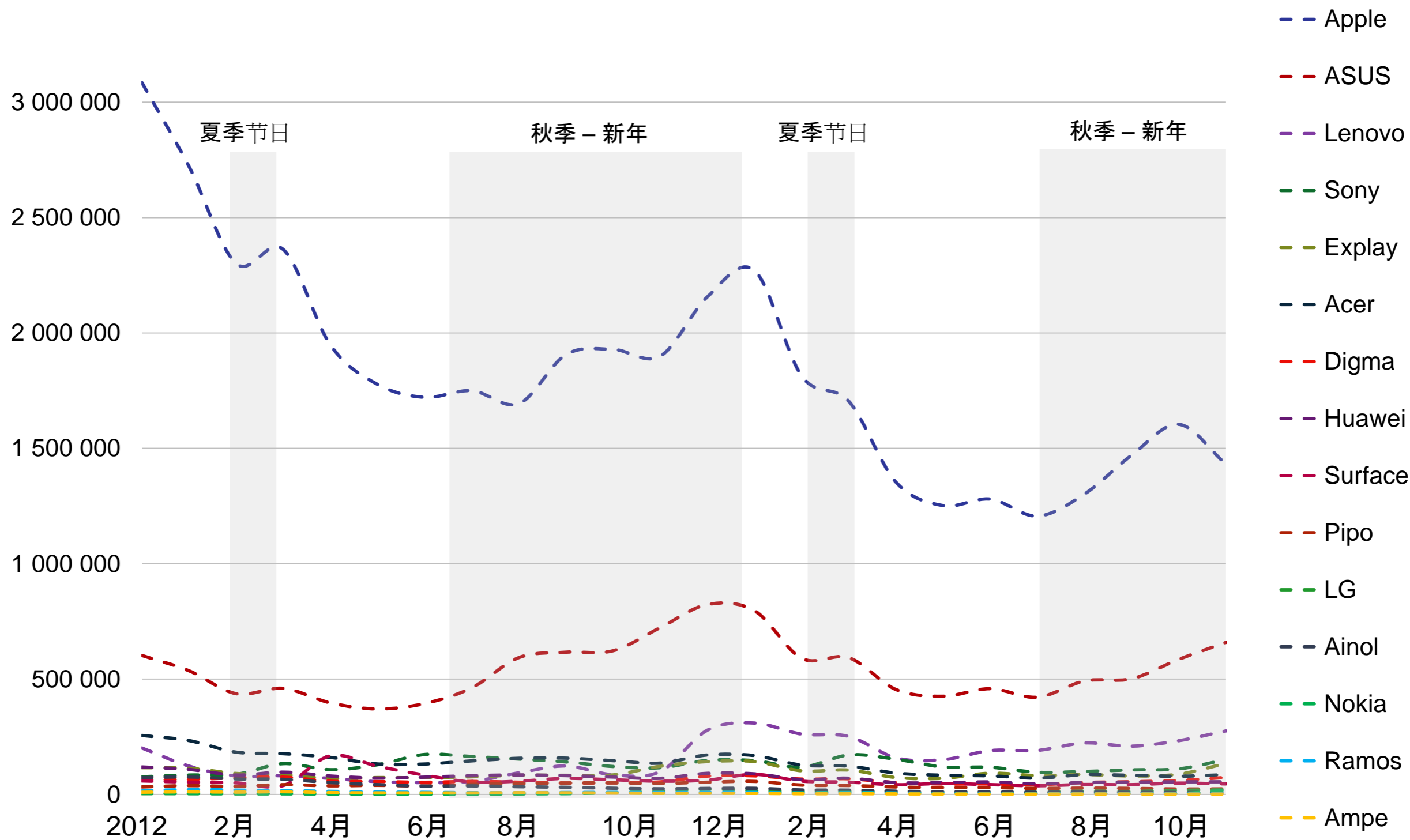
手机品牌的流行度动态（二级手机品牌）— 2014年底小米品牌列入“领先者”行列

展示次数



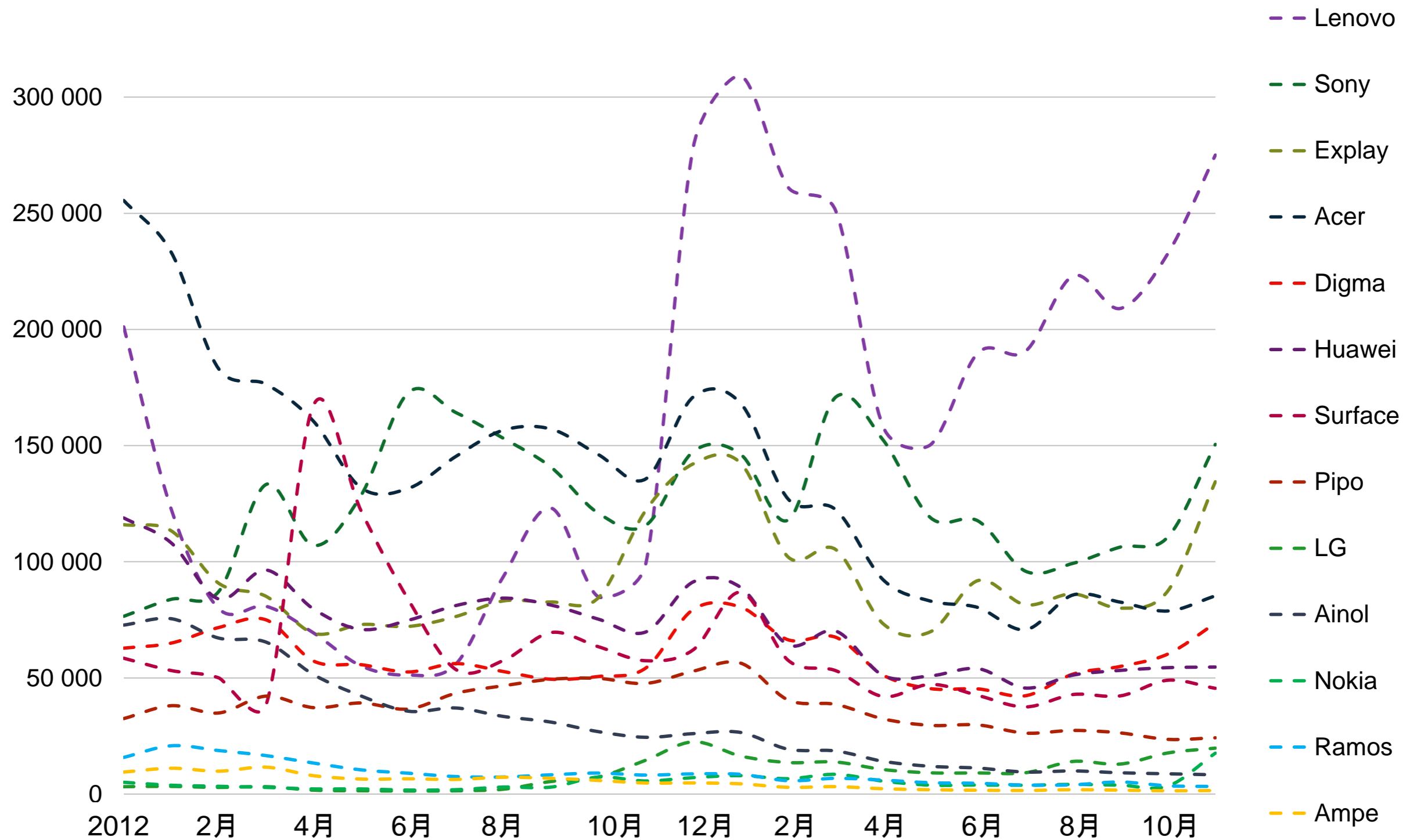
用户对Apple品牌的平板电脑需求最高

展示次数

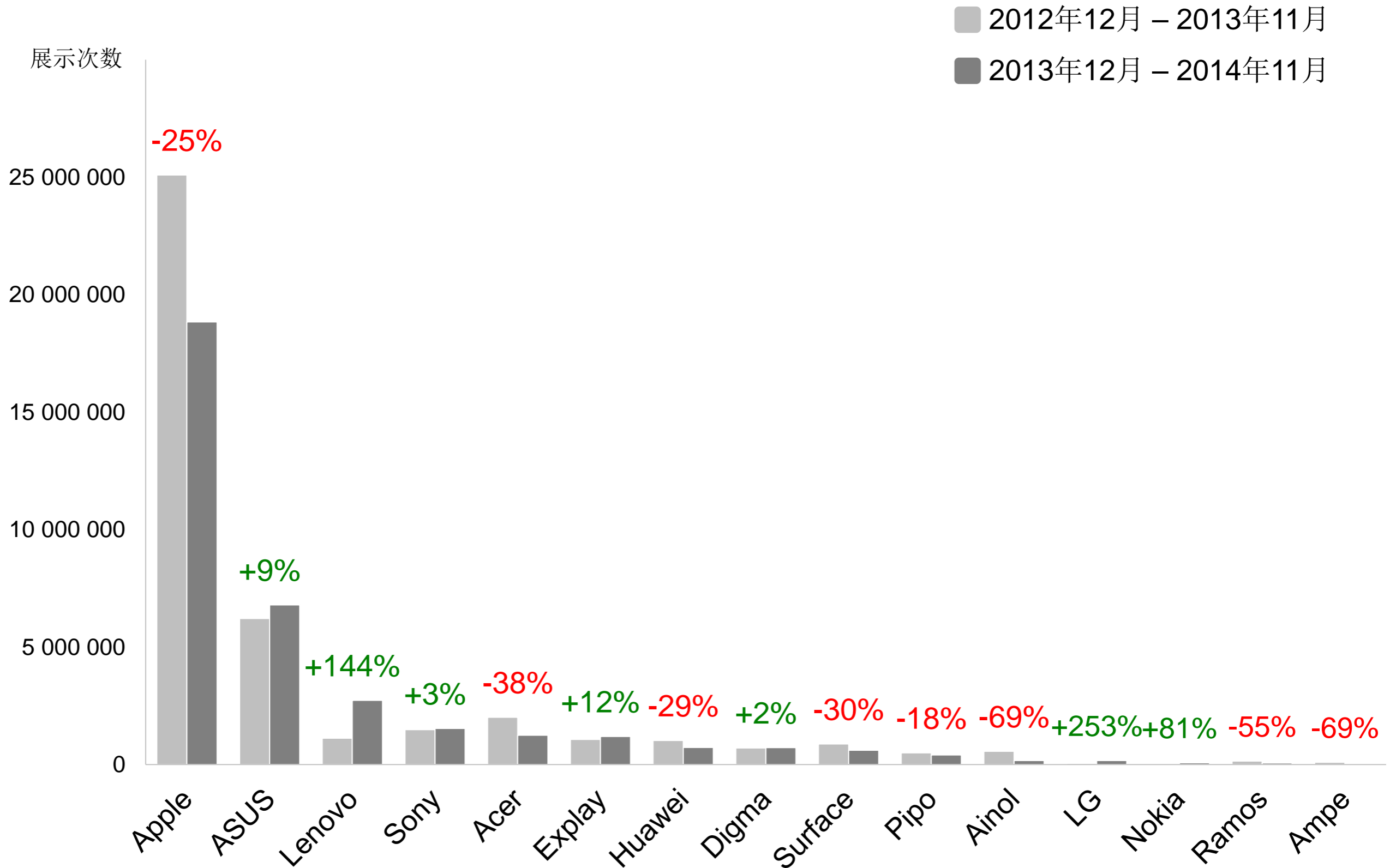


在平板电脑二级品牌中，Lenovo品牌列入“领先者”行列

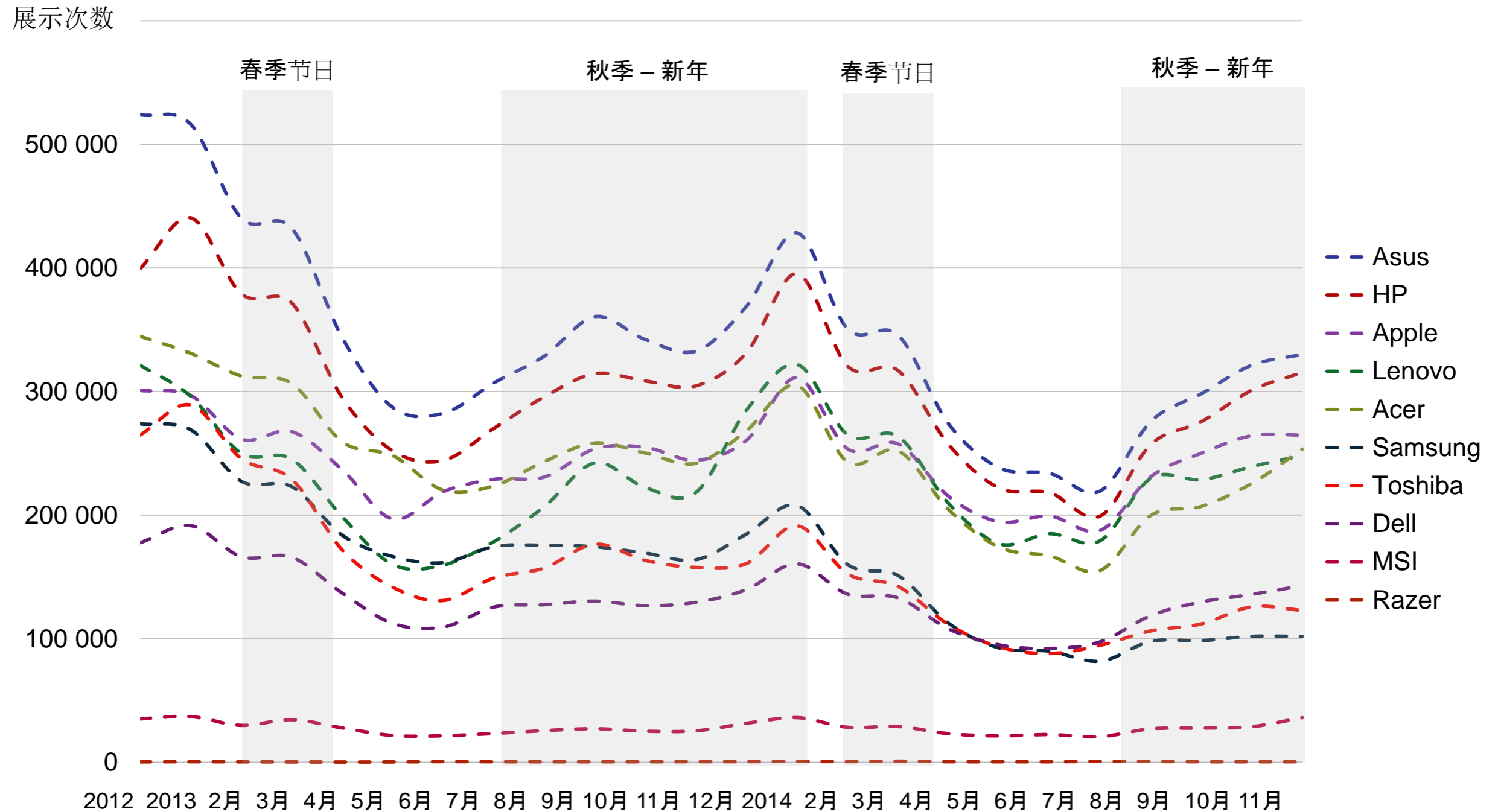
展示次数



平板电脑品牌知名度变化



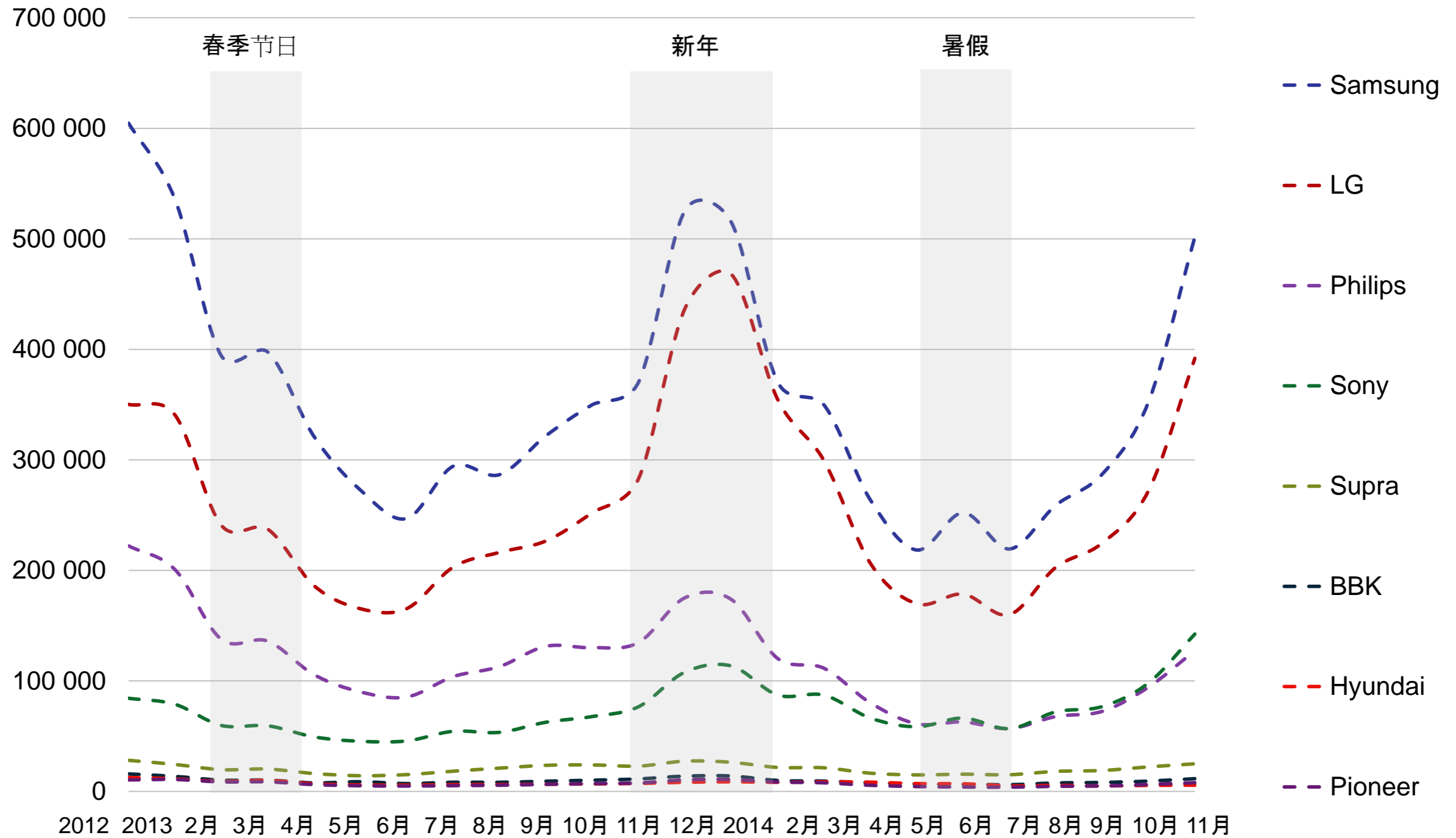
用户对不同种类笔记本电脑的季节需求动态相同



图表明显示，用户对笔记本电脑的需求从下半年开始一直到新年假期增长。俄罗斯春季节日（2月23日与3月8日）正好是需求高峰时期。

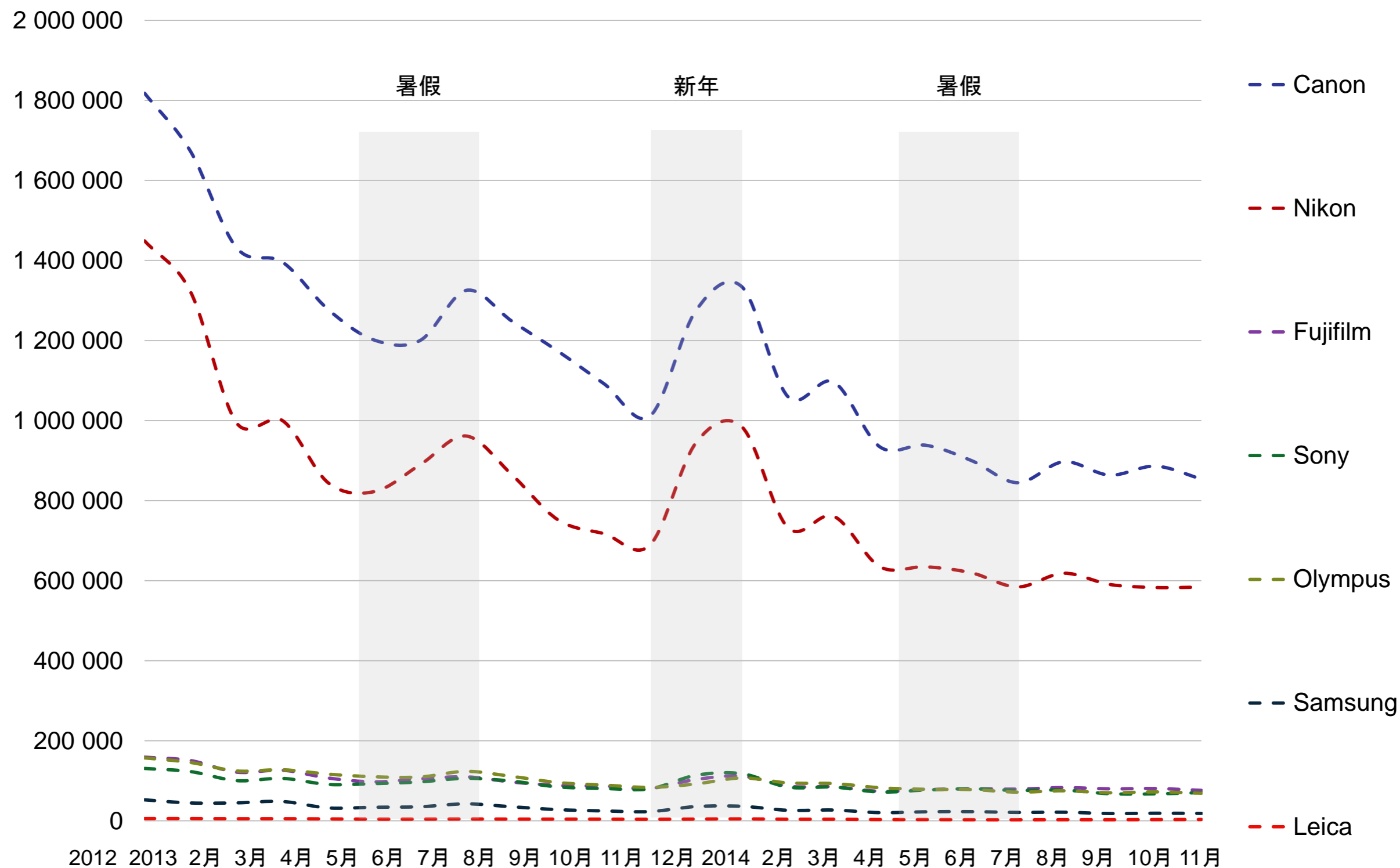
用户对视频及音频设备的需求在寒假与暑假时增加

展示次数



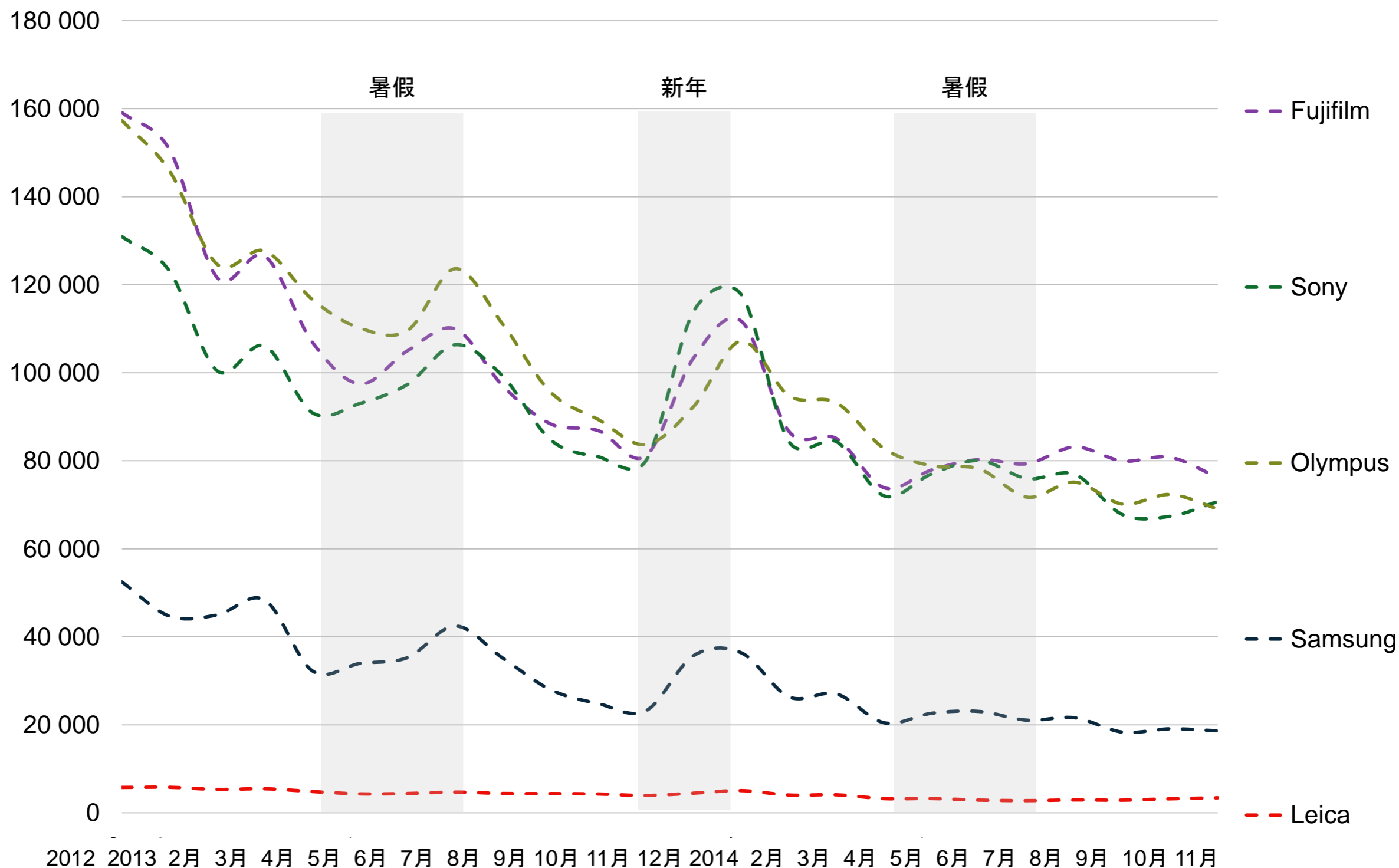
与其它电子设备相比，暑假时用户对照相设备的需求大幅提高

展示次数



与其它电子设备相比，暑假时用户对照相设备的需求大幅提高

展示次数



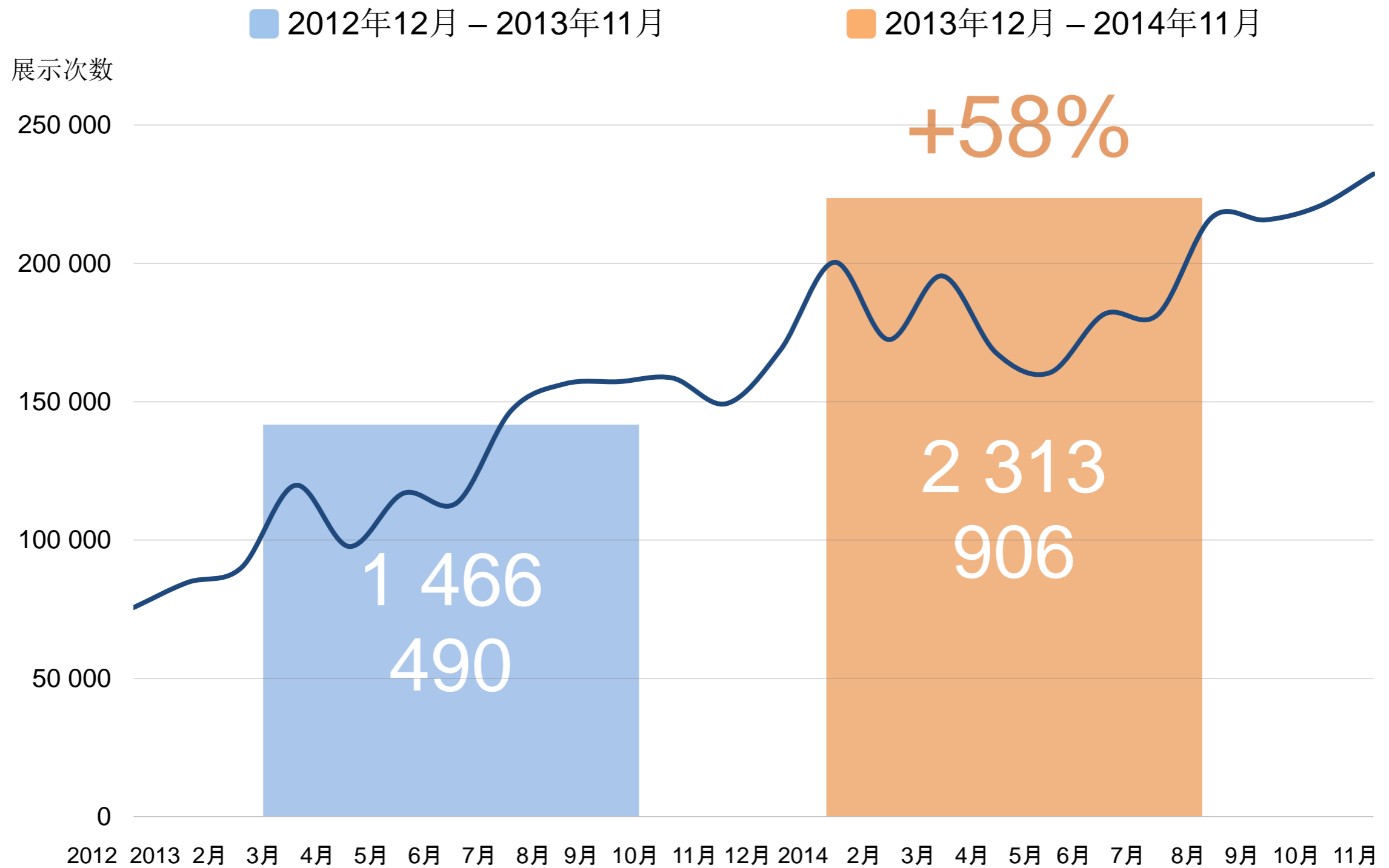
电子产品配件

- ✓ 用户对智能手机配件的需求
- ✓ 用户对笔记本电脑配件的需求
- ✓ 笔记本电脑最热卖的配件

用户对电子产品配件需求动态概述

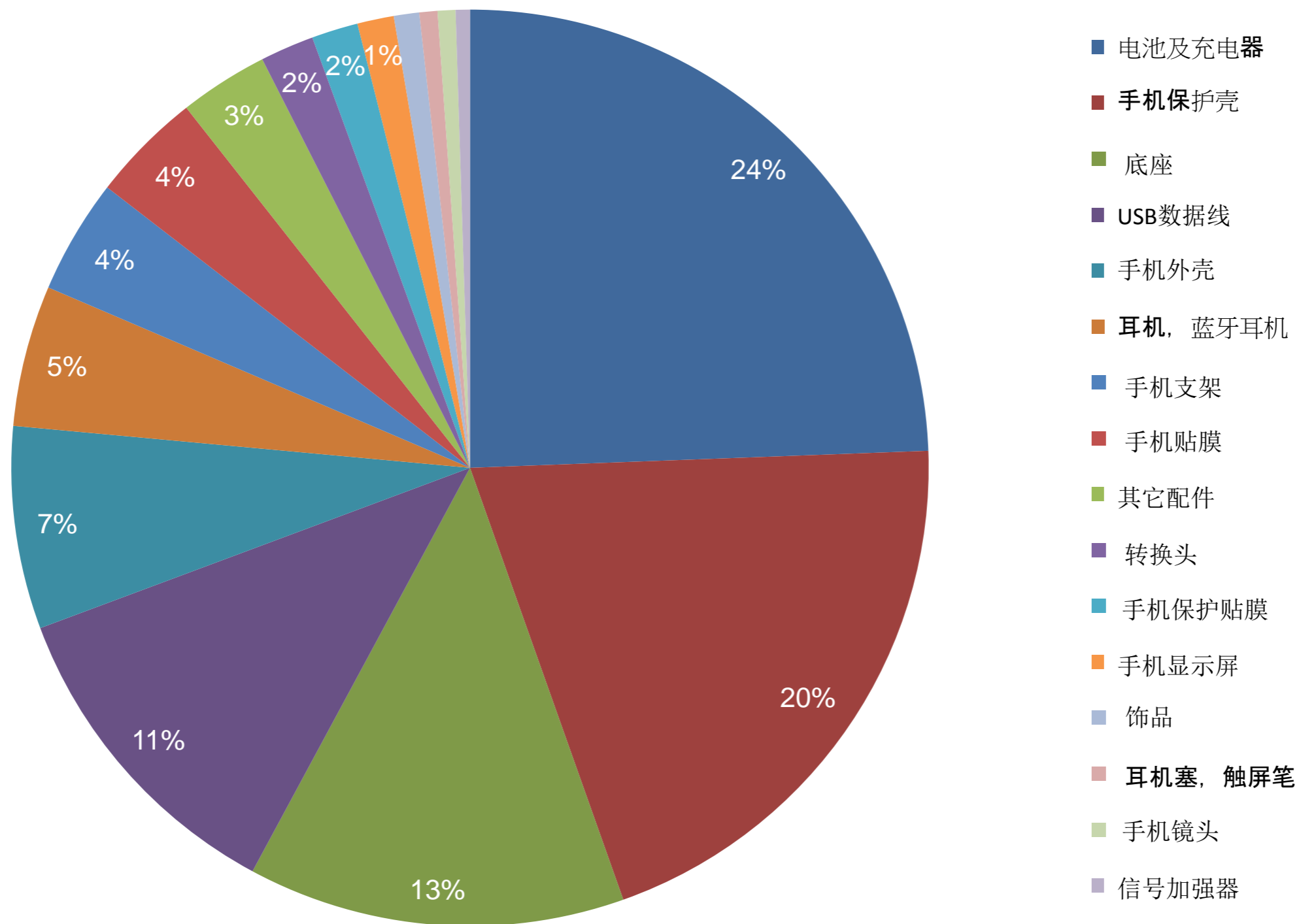
- 目前使用智能手机的用户数量日益增加：他们使用手机上网，读书，玩游戏等。故智能手机也需要配备附属配件 – 电池，手机套，数据线，底座等。
- 如此情况下，中国网店占据王牌地位，因为其产品价格低，品种丰富。
- 虽然用户对笔记本电脑的需求小幅下降，用户对提高设备容量及保持其舒适运行的配件的需求仍很高。
- 笔记本底座，电池，充电器，电脑包是最流行的笔记本配件。

“手机配件”产品种类的流行度



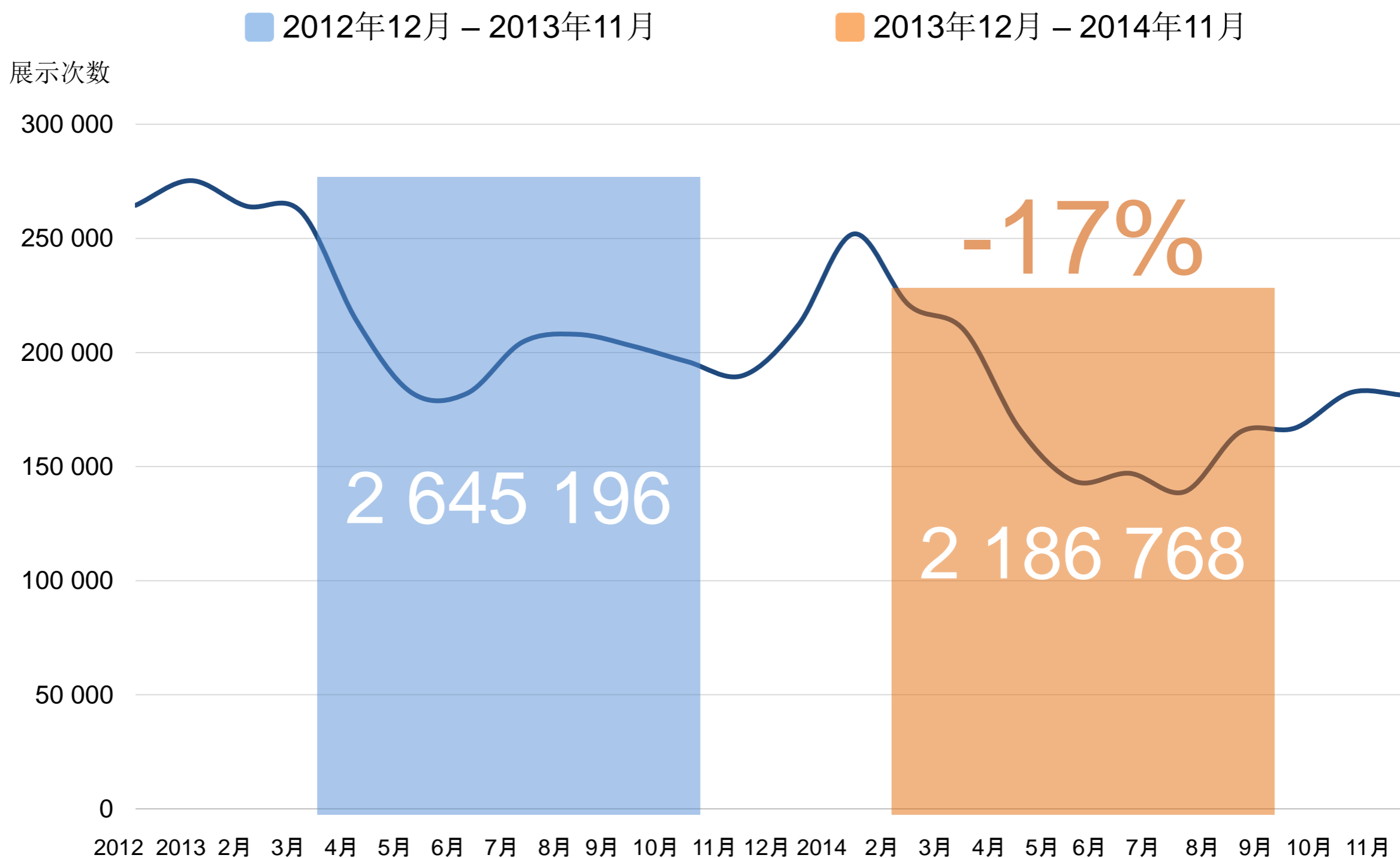
自2013年起，用户对手机配件的需求增加将近60%。这有可能与整个智能手机销售量的增加趋势有关系。时髦也会形成对某些配件的需求。

不同种类手机配件的搜索请求



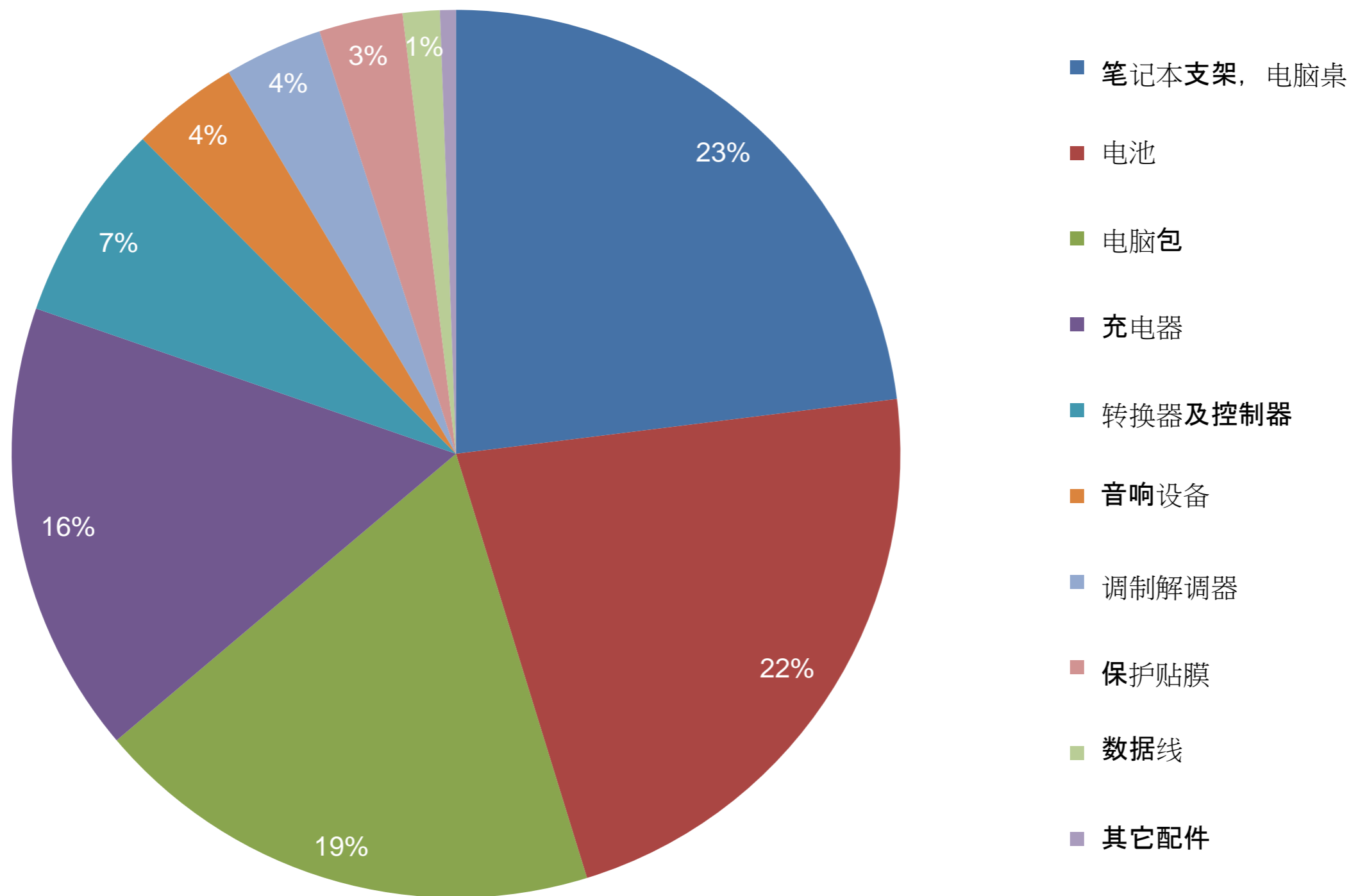
电池，手机保护壳及USB数据线为通常最热搜的手机配件。在此，中国网店也处于优越的位置，可以较低价格提供大量多样化的产品。

“笔记本电脑配件”产品种类的流行度



用户对笔记本配件的需求小幅下降。不过，用户对提高设备容量及保持其舒适运行的配件的需求仍较高。

不同笔记本配件种类的搜索请求



笔记本支架，电池，充电器，电脑包是最流行的笔记本配件。上述都是不可缺少的帮用户最方便的和最有效使用笔记本的配件。