

关键词：移动电商APP,移动电商,电商APP,双11

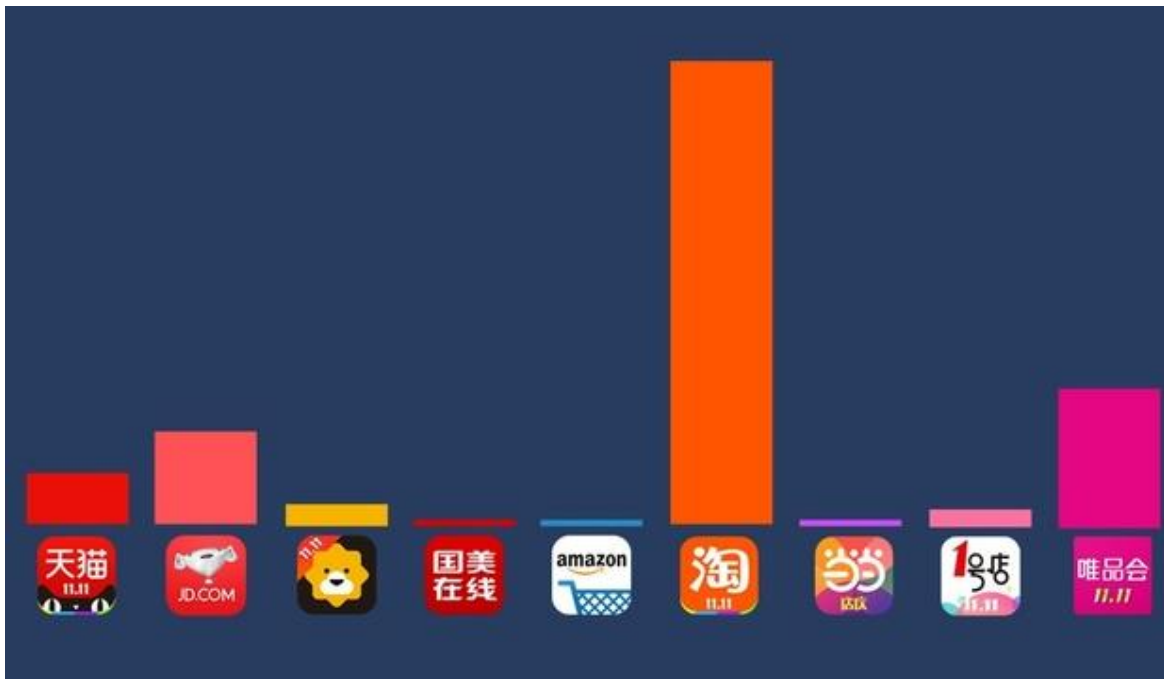
内容概要：

移动电商战略的成败将决定未来三年的电商行业格局，是比成交量破纪录更具有价值的看点。随着年度电商双11盛典今晚落下大幕，腾讯应用宝也在第一时间发布双11营销期间各大电商APP下载大数据，以独特视角透视今年双11营销在移动电商战略道路上的最终赢家...

正文：

移动电商战略的成败将决定未来三年的电商行业格局，是比成交量破纪录更具有价值的看点。随着年度电商双11盛典今晚落下大幕，腾讯应用宝也在第一时间发布“双11”营销期间各大电商APP下载大数据，以独特视角透视今年“双11”营销在移动电商战略道路上的最终赢家。

应用宝数据表明，尽管“双11”是天猫的节日，但手机淘宝却反客为主；京东、苏宁易购营销动作频频却不是招招都能提振销量；老牌巨头国美则在移动电商道路上颓势尽显，增速下滑；而当巨头们依然热衷于吵得热闹时，不被注意的唯品会却在移动电商的道路上埋头狂奔……



双11前夜，在APP下载量方面，手机淘宝以绝对优势位居第一，其新增下载量是天猫同期数据的9倍。可见在移动端市场，用户鏖战“双11”仍认准手机淘宝，而占据主场优势的天猫则十分尴尬。同时，唯品会以黑马身份位列第二，其后依次是京东、天猫及苏宁易购。

在新用户增长率方面，1号店、京东、唯品会、苏宁易购及天猫占据前五阵营，京东、苏宁易购、天猫作为“双11”的主战厂商，其新用户都出现显著增长。国美在线却意外爆冷，号称价格战的“老祖宗”，国美在“双11”前期的成绩单却难有说服力。

再看京东，其APP在“双11”前夕的新增用户分布也与营销事件息息相关。腾讯与京东在10月16日联合推出京腾计划，京东于26日正式发布双11战略，两次发布都推升其APP新增用户数大幅攀升，俨然成为一轮威震电商圈的“二踢脚”式营销。

苏宁易购则凭借浩浩荡荡的“平京战役”吸睛无数，直接形成在10月中旬的APP新增用户高峰。但11月期间苏宁送货车在京东楼前示威、海报“约战”京东等则是有关关注、无新增用户增长，口水战及碰瓷式营销显然已造成用户的视觉疲劳，所以导致营销成为博网友一笑的包袱，难为真正的品牌沉淀和销售转化输送能量。

西安弈聪信息技术有限公司简介

西安弈聪立足陕西西安，为西安企业提供网站优化，软件开发，软件外包，电子政务，网站建设、企业网络营销咨询服务及实施

为主体业务，为客户提供一体化IT技术服务。

西安弈聪现有技术架构包含PHP,asp,.NET.C++,VB,J2EE等，在MYSQL,MSSQI数据库系统，ORACLE大型数据库管理系统开发方面专长，经验丰富，是业内技术服务最全面，技术实力最雄厚的IT技术服务企业之一。

联系电话：029-89322522 4006-626-615 网址：<http://www.xaecong.com> 邮箱:admin@xaecong.com