SEMRUSH TRAFFIC ANALYTICS

产品站停留时长分析报告

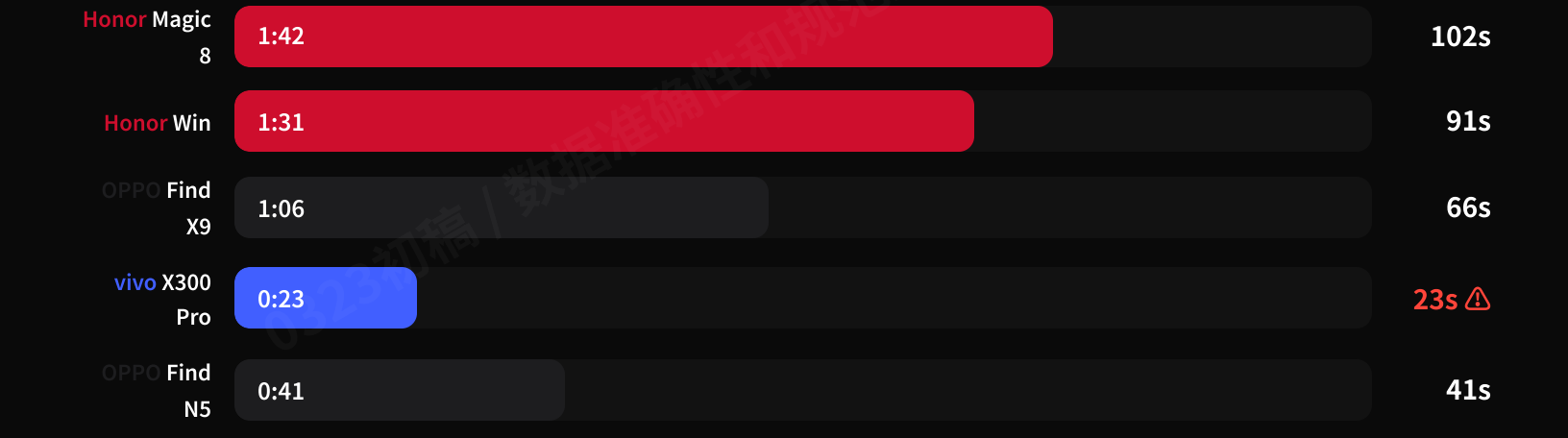
vivo / OPPO / Honor 内销产品站
中国区用户数据对比

数据周期：2026 年 2 月 · 报告日期：2026 年 3 月 22 日

0323初稿 / 数据准确性和规范性 仅作为框架示意

旗舰/主力机型停留时长对比

详细内容仅作为框架示意


Honor Magic 8
1:42
102s
Honor Win
1:31
91s
OPPO Find X9
1:06
66s
vivo X300 Pro
0:23
23s
OPPO Find N5
0:41
41s

Semrush 产品站停留时长分析报告

0323初稿 / 数据准确性 / 仅作为框架示意

vivo / OPPO / Honor 内销产品站对比

数据来源 Semrush Traffic Analytics · Top Pages

数据周期 2026 年 2 月

报告日期 2026 年 3 月 22 日

目录

- 1. [Semrush 数据可靠性分析](#1-semrush-数据可靠性分析)
- 2. [概述性结论](#2-概述性结论)
- 3. [数据可视化](#3-数据可视化)

1. Semrush 数据可靠性分析

1.1 领导关切

> "Semrush 只能抓取外销网站的停留时长，内销数据不可靠。"

结论：这个判断部分正确，但不完全准确。 以下逐层分析：

1.2 Semrush Traffic Analytics 的数据来源

Semrush Traffic Analytics 的数据来源是一个 **多层混合模型**，并非单一来源：

数据层	来源	说明
第一层：点击流数据（Clickstream）	与全球多家数据合作伙伴签约，通过浏览器插件、VPN 应用、移动 SDK 等渠道采集匿名用户行为数据	这是核心数据源，覆盖桌面和移动端
第二层：爬虫抓取	Semrush 自有爬虫对公开网页进行抓取	主要用于页面发现，而非停留时长
第三层：机器学习推算	基于已有样本数据进行统计建模和外推	对低流量页面和数据稀疏地区依赖更大

1.3 是否只抓 Chrome 用户？

不是。 Semrush 的点击流数据来源包括：

- ☒ 各浏览器的工具栏插件和扩展程序（Chrome、Firefox、Edge 等）
- ☒ VPN / 安全工具内嵌的流量监测 SDK
- ☒ 移动设备上的第三方 App 内嵌 SDK
- ☒ ISP 级别的匿名流量数据合作

Semrush **不限于 Chrome**，但由于 Chrome 市场份额最大（全球约 65%），Chrome 用户在样本中的权重自然偏高。

1.4 对中国内销网站数据的可靠性评估

维度	评估	说明
能否获取数据？	☒ 能	Semrush 覆盖 190+ 国家/地区，包括中国。本次分析的 vivo.com.cn、oppo.com/cn、honor.com/cn 均有数据返回
数据质量是否与欧美一致？	⚠ 偏低	中国大陆的点击流样本量显著低于欧美市场。原因：中国用户主要使用微信内置浏览器、百度浏览器、QQ 浏览器等国产浏览器，Semrush 的数据合作伙伴覆盖率较低
停留时长准确度	⚠ 参考级	停留时长的绝对值可能有偏差，但 **品牌间的相对排名和趋势** 仍有参考价值（因为三个品牌面临相同的样本偏差）
样本偏差方向	⬆ 偏 PC 端	Semrush 在中国的样本更偏向桌面浏览器用户。而中国消费者访问手机产品站以移动端为主，因此 Semrush 数据可能代表的是「通过PC浏览器了解产品的用户群体」

Honor

OPPO

vivo

1:17

□ 停留最长

1:13

□

0:48

□ 停留最短

1.5 关于本次数据的特殊说明

⚠ **vivo 数据的一个异常**：vivo 文件的 Sheet 名称标注为 **「德国」**（主要页面_vivo.com.cn_2026年2月_**德国**_所有设），这意味着该数据可能是从德国 IP/面板视角抓取 vivo.com.cn 的访问数据，而非中国本土用户的真实行为。这可能解释了为什么 vivo.com.cn（一个中文网站）出现了较多来自自然搜索和社交渠道的流量。

建议：如需更准确的内销数据，应在 Semrush 中选择 **「中国」** 作为地区筛选条件重新导出。

1.6 可靠性总结

> **给领导的一句话结论**：Semrush 对内销网站确实有数据，但精度低于外销。不过，三个品牌使用相同的数据源和方法论，因此 **品牌间的横向对比仍然有效**，可以作为运营决策的参考依据。

2. 概述性结论

2.1 三品牌内销停留时长排名

排名	品牌	加权平均停留时长	产品页数量	总访问量
□ 1	**Honor**	**1分32秒**	13 页	23,693
□ 2	**OPPO**	**1分17秒**	9 页	26,384
□ 3	**vivo**	**1分10秒**	36 页	61,218

> 注：加权平均按各页面访问量加权计算，排除了配件页（手表/平板/耳机）、参数规格页（param/）、3D 展示页、以及访问量低于 50 的低置信度页面。

2.2 关键发现

□ 发现一：Honor 停留时长最长，领先 vivo 约 30%

Honor 的加权平均停留时长（1分32秒）显著高于 vivo（1分10秒）。这说明 Honor 产品站的页面内容对用户的「留客能力」更强。可能原因：

- Honor 产品线更聚焦（13 个页面 vs vivo 的 36 个），每个页面内容密度更高
- Honor Magic 系列页面停留时长普遍较高（magic8-pro 2分43秒、magic8 3分50秒）

□ 发现二：vivo 页面数量最多但停留时间最短

vivo 有 36 个手机产品页，是三个品牌中最多的（OPPO 9 页，Honor 13 页）。但大量页面的停留时长低于 30 秒，说明：

- 部分老款产品页面仍在被收录但内容可能已过时
- 页面数量稀释了整体停留时长表现
- iQOO 系列的多数页面停留时长偏低（平均不到 1 分钟）

□ 发现三：OPPO 的两极分化最明显

OPPO 的 Find N5 是三个品牌中访问量最高的单页面（11,745 次），但停留仅 20 秒。而 A6 Pro（3分34秒）、Find X9 Pro（2分46秒）停留时长很高。说明：

- Find N5 作为新旗舰引流效果好，但用户可能「看一眼就走」
- 中端 / Pro 系列的用户反而在认真研究产品

2.3 重点分析：vivo 情况

vivo 各系列表现

系列	加权平均停留	总访问量	页面数	评价
X 系列（X200 Ultra / X300 Pro 等）	~0分30秒	19,511	10	⚠ 旗舰系列停留偏短
iQOO 系列	~1分05秒	24,125	14	中等，iQOO 15 Ultra 拉高均值
S 系列	~1分40秒	5,490	6	☒ 停留较长
Y 系列	~0分45秒	8,473	6	入门机停留偏短，符合预期

vivo 重点产品页表现

产品	停留时长	访问量	分析
iQOO 15 Ultra	2分43秒	6,489	☒ 表现最佳——旗舰新品 + 高停留

2023初稿 / 数据准确性和规范细节仅作为框架示意

产品	停留时长	访问量	分析
X200 Ultra	0分15秒	6,417	⚠ 高流量但极低停留，用户快速跳出
iQOO Z11 Turbo	0分43秒	6,020	中规中矩
X200 Pro Mini	1分09秒	6,004	还可以
Y500	1分12秒	5,829	入门机中表现不错
X Fold 5	0分38秒	5,311	⚠ 折叠屏旗舰停留偏短

vivo 的核心问题

- 1. **X200 Ultra 的停留仅 15 秒** — 这是 vivo 旗舰中访问量第二高的页面，但停留时间极短。可能原因：页面加载问题、内容不吸引、用户只看价格就走
- 2. **iQOO 系列两极分化** — iQOO 15 Ultra（2:43）和 iQOO Neo 10（0:14）差距巨大
- 3. **大量低效页面拖低均值** — 36 个页面中有 15 个停留低于 30 秒

3. 数据可视化

> 由于服务器字体限制，以下用 Markdown 表格形式呈现可视化数据。建议在正式汇报时将这些数据制作成 PPT 图表。

3.1 图表一：三品牌加权平均停留时长对比

3.2 图表二：全部手机产品页停留时长排名 TOP 15

排名	品牌	产品	停留时长	访问量	停留可视化
1	Honor	Magic 8	3:50	1,121	
2	vivo	Y500i	3:52	178	
3	OPPO	A6 Pro	3:34	4,402	
4	vivo	S30	3:27	1,824	
5	vivo	S19	3:16	98	
6	OPPO	Find X9 Pro	2:46	2,105	

排名	品牌	产品	停留时长	访问量	停留可视化
7	vivo	iQOO 15 Ultra	2:43	6,489	
8	Honor	Magic 8 Pro	2:43	2,251	
9	vivo	S19 Pro	2:12	887	
10	Honor	Magic 8 Pro Air	2:10	1,648	
11	Honor	Win RT	1:47	3,305	
12	Honor	Win	1:38	4,822	
13	vivo	iQOO Neo 11	1:29	2,152	
14	Honor	Magic 6 Ultimate	1:29	457	
15	OPPO	Reno 15	1:25	524	

3.3 图表三：旗舰/主力机型停留时长横向对比

产品	品牌	停留	访问量	可视化
OPPO Find X9 Pro	OPPO	2:46	2,105	
vivo iQOO 15 Ultra	vivo	2:43	6,489	
Honor Magic 8 Pro	Honor	2:43	2,251	
Honor Win	Honor	1:38	4,822	
vivo X200 Pro Mini	vivo	1:09	6,004	
OPPO Find X9	OPPO	0:58	2,264	
OPPO Find X8 Ultra	OPPO	0:57	842	
vivo iQOO 15	vivo	0:50	4,664	
Honor Magic 7 Pro	Honor	0:36	4,647	
vivo X Fold 5	vivo	0:38	5,311	
OPPO Find N5	OPPO	0:20	11,745	

产品	品牌	停留	访问量	可视化
vivo X200 Ultra	vivo	0:15	6,417	■□

关键对比：

- □ OPPO Find X9 Pro（2:46）vs vivo X200 Ultra（0:15）——同为旗舰，停留时长差 **11 倍**
- □ Honor Magic 8 Pro（2:43）= vivo iQOO 15 Ultra（2:43）——旗舰标杆水平一致
- □ OPPO Find N5 和 vivo X200 Ultra 作为访问量最高的页面，停留时长都很短

3.4 图表四：vivo 各系列停留时长分布

> ⚠ vivo X 系列作为品牌旗舰，停留时长反而最短，这值得产品站团队重点关注。

3.5 图表五：访问量 vs 停留时长 · 四象限分析

四象限解读：

- ☒ **右上（高流量+高停留）**：iQOO 15 Ultra — 唯一的双高产品，产品站标杆
- □ **左上（低流量+高停留）**：OPPO A6 Pro / Find X9 Pro — 内容好但需要引流
- □ **右下（高流量+低停留）**：Find N5、X200 Ultra、X Fold 5 — **最需要优化的页面**，用户来了但留不住
- ⚠ **左下（低流量+低停留）**：多数中低端产品页 — 优先级较低

附录：数据处理说明

异常值剔除规则

规则	剔除标准	理由
低访问量	访问量 < 50	样本过小，停留时长统计不可靠
超长停留异常值	停留时长 > 5 分钟	极端值通常由低流量+统计噪声导致，不反映真实用户行为
非手机页面	含 watch / pad / tws / buds / vision 的 URL	只分析手机产品页
参数页	URL 含 param/ 或 3d/	参数规格页非产品展示页，用户行为不同

规则	剔除标准	理由
对比页	URL 含 contrast / comparison	多产品对比页，非单产品页

加权平均计算方法

$$\bar{D} = \frac{\sum_{i=1}^{n} (停留时长_i \times 访问量_i)}{\sum_{i=1}^{n} 访问量_i}$$

使用访问量加权而非简单平均，避免低流量页面的极端值（如 3:52 / 178 次访问）拉偏品牌均值。

— 报告结束 —

Semrush 产品站停留时长分析报告 · 2026-03-22 · Confidential