



中华人民共和国国家标准

GB/T 31232.2—2014

GB/T 31232.2—2014

电子商务统计指标体系 第2部分：在线营销

E-commerce statistical indicator system—Part 2: Online marketing

中华人民共和国
国家标准
电子商务统计指标体系
第2部分：在线营销
GB/T 31232.2—2014

*

中国标准出版社出版发行
北京市朝阳区和平里西街甲2号(100029)
北京市西城区三里河北街16号(100045)
网址 www.spc.net.cn
总编室:(010)64275323 发行中心:(010)51780235
读者服务部:(010)68523946
中国标准出版社秦皇岛印刷厂印刷
各地新华书店经销

*

开本 880×1230 1/16 印张 1.25 字数 29 千字
2014年11月第一版 2014年11月第一次印刷

*

书号: 155066·1-50349 定价 21.00 元

如有印装差错 由本社发行中心调换
版权专有 侵权必究
举报电话:(010)68510107



GB/T 31232.2—2014

2014-09-30 发布

2015-04-15 实施

中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局
中国国家标准化管理委员会 发布

目 次

前言	I
1 范围	1
2 规范性引用文件	1
3 术语和定义	1
4 统计指标分类与框架	1
5 统计指标描述及其内容	4
6 统计维度	14
7 统计指标扩展方法	14

根据业务发展,可能会产生新的指标,需要对本部分进行扩展,方法如下:

- 1) 可以增加一级指标;
 - 2) 可以在每类一级指标下增加二级指标项,二级指标应按照 5.1 中规定的属性进行描述。
- b) 根据用户使用情况扩展
- 用户实际使用本部分的过程中,可能会有一些特殊场景中的指标不在本部分指标体系内,需要进行个性化扩展,方法如下:
- 1) 本部分覆盖指标,应和本部分中的指标的定义和计算方法保持一致;
 - 2) 本部分未覆盖指标,用户可酌情根据自己的个性化场景增加一级或二级指标。

5.2.5.5 重复购买率

中文名称:重复购买率

英文名称:repurchase rate

定义:某段时间发生成交的用户在未来一段时间产生重复购买的比例。

计算方法:重复购买率=重复购买用户数/原成交用户数×100

计量单位:%

备注:“未来一段时间”通常取30天、60天、90天,对应的指标为30天、60天、90天重复购买率。

5.2.5.6 客单价

中文名称:客单价

英文名称:transaction value per customer

定义:在统计周期内,成交用户的平均成交金额。

计算方法:客单价=成交金额/成交用户数

计量单位:元

5.2.5.7 成交频次

中文名称:成交频次

英文名称:transaction frequency

定义:在统计周期内,用户的成交次数。

计量单位:次

5.2.5.8 最近成交日期

中文名称:最近成交日期

英文名称:recent transaction date

定义:用户在网站发生的最近一次交易的日期。

备注:为某一具体日期

6 统计维度

本部分根据用户需要,指标按维度进行统计,维度包括但不限于以下内容:

——时间:建议为秒、分钟、小时、天、周、月、季度、年或用户自定义,值域见GB/T 7408;

——地域:建议为国家、省、市、县/区、小区或用户自定义,值域见GB/T 2260;

——年龄:建议按照未成年、青年、中年、老年或用户自定义;

——性别:建议为男、女、未知,值域见GB/T 2261.1;

——来源:建议为广告、搜索等;

——客户类型:建议为新访客、老访客,新成交用户、成交回头客等;

——页面类型:建议为首页、分类页、产品页等。

7 统计指标扩展方法

本部分指标可根据业务发展和用户使用情况进行扩展,扩展方法分别如下:

a) 根据业务发展扩展

前 言

GB/T 31232《电子商务统计指标体系》暂分为5个部分:

——第1部分:总体;

——第2部分:在线营销;

——第3部分:支付;

——第4部分:信用;

——第5部分:物流。

本部分为GB/T 31232的第2部分。

本部分按照GB/T 1.1—2009给出的规则起草。

本部分由全国电子商务标准化技术委员会(SAC/TC 83)提出并归口。

本部分起草单位:中国标准化研究院、淘宝(中国)软件有限公司。

本部分主要起草人:刘颖、王志民、姜蕾、毛波、张茂森、武文智、段莹、蔡辉龙、咸奎桐、杨青海、白孟翰、隋媛、孙兆洋、曹新九、董连续。