

2024年12月 抖音短视频及直播电商月报

2025-01 飞瓜数据 出品

研究综述

01. 统计周期

2022年1月-2024年12月

02. 研究对象

1. 抖音活跃主播（1年内发布过10条视频或10场带货直播）
2. 动销商品、小店、品牌数据（仅统计有产生销量的视频、直播数据）

03. 数据来源

基于短视频-直播数据分析平台「飞瓜数据」所追踪到的营销情报，选取周期内多平台的短视频、直播、电商相关的营销内容数据等多方面因素搭建模型计算所得。基于隐私及数据安全的考虑，本报告数据经过脱敏及指数化处理。

指标说明

01. 品牌自营定义

特指有蓝V认证的品牌自运营账号

02. 品牌店定义

特指品牌自运营或已授权的抖音小店

03. 账号分类说明（以下达人**不包含品牌自营**）

头部红人：粉丝量在500万以上的达人

肩部达人：粉丝量在100-500万的达人

腰部达人：粉丝量在10-100万的达人

潜力主播：粉丝量在10万以下的达人

04. 特别说明

基于类目特殊性，为保障算法科学合理，部分类目下品牌数据仅统计头腰部品牌。

若报告中没有特指，则仅展示抖音渠道的销售数据

01

2024年12月 电商营销复盘

12月关键词：抖音商城年终狂欢季



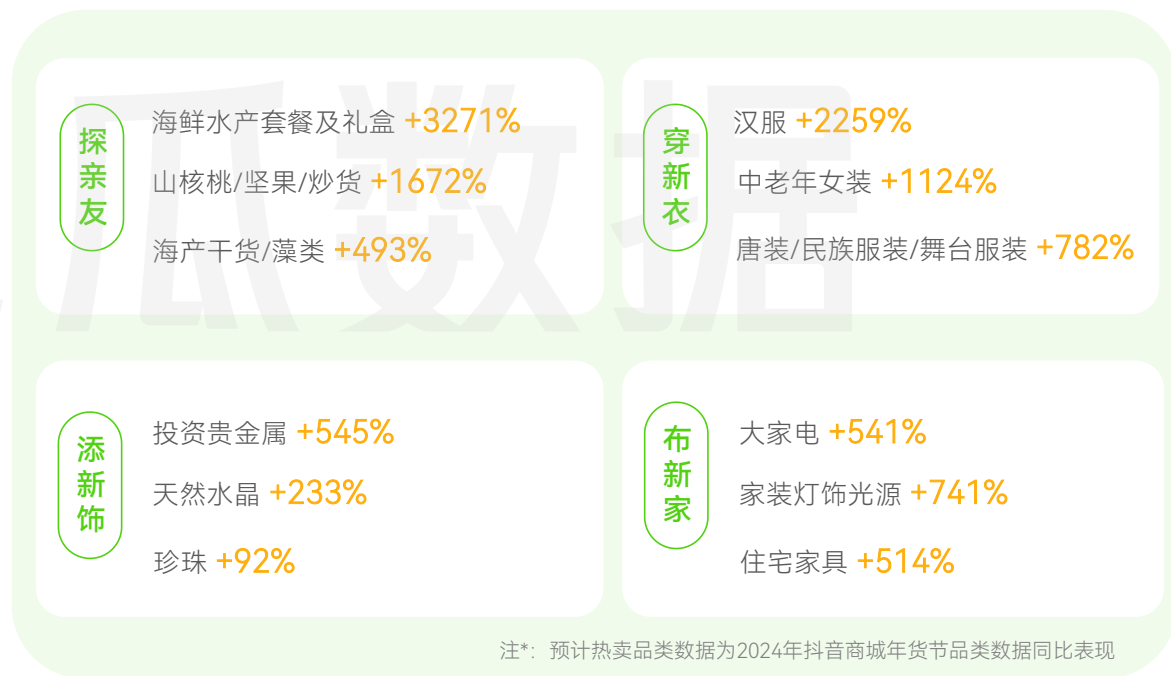
抓住“看、搜、买”，优质内容将持续激发特色年货需求

在双12阶段，根据抖音电商发布数据显示，有2.6万个品牌成交同比超100%，1.3万个品牌超500%。同时，累计成交破千万的直播间达532个，搜索GMV同比增长72%，商品卡GMV同比增长78%。而在即将开始的“抖音商城年货节”，平台也将从“探亲友、赏美味、穿新衣、添新饰、布新家”等内容出发，精选优质货品，和用户一起过大年！

2024年“抖音商城年终狂欢季”的关键数据



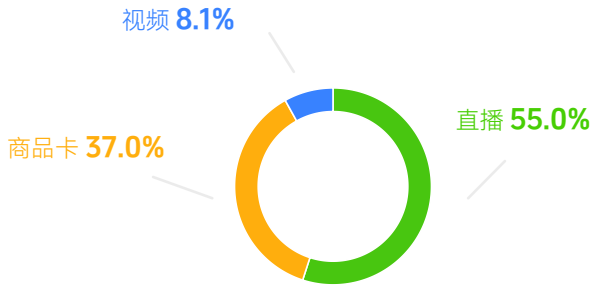
2025年“抖音商城年货节”预计热卖品类



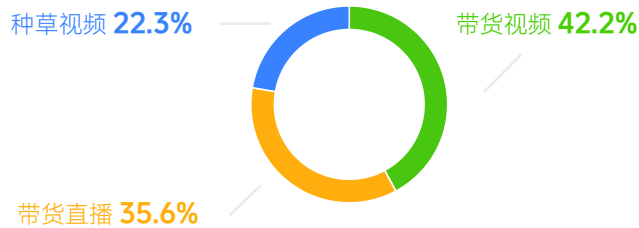
直播与商品卡占品类主要销售来源，消费者对零食品类味道口感反馈强烈

在销售热度分布方面，直播占据了 55.0% 的主要份额，商品卡占 37.0%。且在营销曝光分布上，带货直播也占据领先地位，达到 35.6%。从消费者产品体验与舆情洞察来看，正/负向关键词中“味道口感”皆较受关注。同时，“产品大小”在负向评价中也较为突出，值得品类商家关注。12月的品牌表现上，「三只松鼠」越发抢眼，市场占比已领先至6.52%。

零食/坚果/特产 12月销售热度分布



零食/坚果/特产 12月营销曝光分布



消费者产品体验舆情洞察

正向关键词	提及占比	原因
味道口感	33.7%	用户对产品的味道口感评价高，认为味道不腻、很香很入味等
其他	30.8%	涉及产品的其他方面，如干净卫生、有嚼劲等
日期/新鲜度	18.4%	用户对产品的日期新鲜表示满意，认为保质期良好

负向关键词	提及占比	原因
味道口感	63.3%	用户对产品味道和口感不满意，认为太甜/咸、口感差等。
产品大小	19.3%	用户认为产品尺寸小、量少
其他	9.6%	包括添加剂问题、拉肚子等。

零食/坚果/特产品牌销售热度TOP5

排名	品牌	市场占比
01	三只松鼠 Three Squirrels	6.52%
02	Dove/德芙	1.17%
03	百草味 BE & CHEERY	1.14%
04	良品铺子 BESTORE	1.12%
05	诺梵	1.05%

年终狂欢季助推商品卡热度攀升，定制礼盒装为品牌主要热卖商品



Three Squirrels/三只松鼠
主营品类 山核桃/坚果/炒货

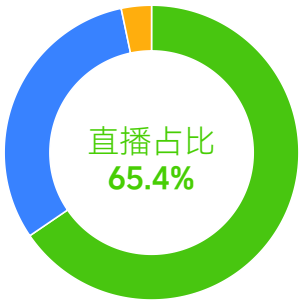
12月抖音食品饮料品类销售热度TOP1

品牌12月销售渠道分布

商品卡占比 31.2%

环比上月↑85.9%

视频占比 3.3%



达人推广 36.4%

品牌自营 32.3%

品牌12月主要达播直播间



@贾乃亮

三只松鼠年货节首个大专场

直播时间：2024/12/28

销售热度：1亿+

品牌自营直播间12月付费投流趋势

@三只松鼠

付费比例



直播主题：自12月以来，品牌直播间以“年货礼盒订货会”为主，提前发起“囤货”促销，深度预热年货氛围。

投流策略：借势“抖音商场年终狂欢季”，加大直播付费流量——竞价广告投入。

12月商品标题卖点洞察

排名	标题卖点	销售占比	销售均价
1	坚果	44.8%	¥98.6
2	定制	22.5%	¥179.1
3	健康	10.9%	¥58.9
4	营养	6.1%	¥45.4
5	原味	4.9%	¥30.0

“定制”卖点主要热卖商品



经典坚果礼 三只松鼠定制橙款/980g*5

上架时间：2024/12/18

销售热度：2500w-5000w



经典坚果礼 三只松鼠定制锦耀款/1972g

上架时间：2024/12/18

销售热度：2500w-5000w

「乐事」依靠喜剧人短剧营销出圈，「诺梵」从美食达人切入拉动商品曝光



Lay's/乐事

预估曝光 3.89亿

12月抖音零食/坚果/特产广告曝光TOP2

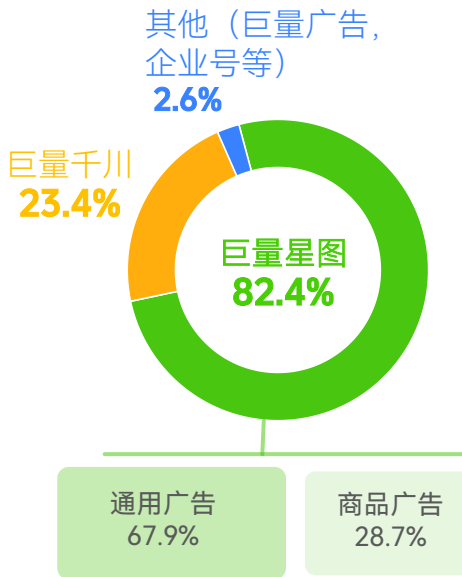


诺梵

预估曝光 3.68亿

12月抖音零食/坚果/特产广告曝光TOP3

12月乐事广告曝光分布



乐事短剧营销策略



《我和顶流上恋综》

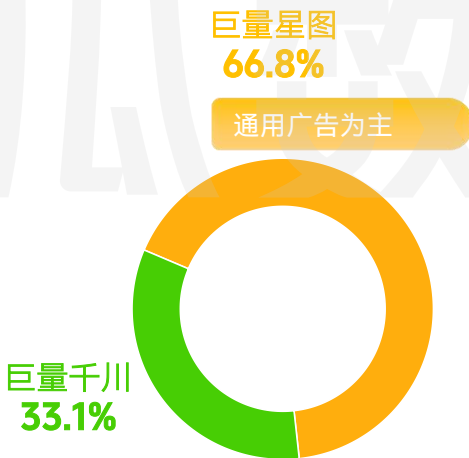
短剧合集播放量：
1.7亿

主演：
闫佩伦、张小婉、刘旸

与品牌调性契合的内容：

短剧围绕女总裁小婉参加恋综展开，喜剧人的加入让原创剧本充满爆笑热梗，强化了品牌“整点乐事”的形象

12月诺梵广告曝光分布



诺梵美食体验视频植入策略



花95元在梅州吃「腌面」~绝对是面条子领域的大反差 #金松露巧克力 #松露巧克力

@特别乌啦啦 粉丝数：1923.9w
预估曝光：3523.3w 互动量：103.6w

以美食达人探店植入产品试吃：

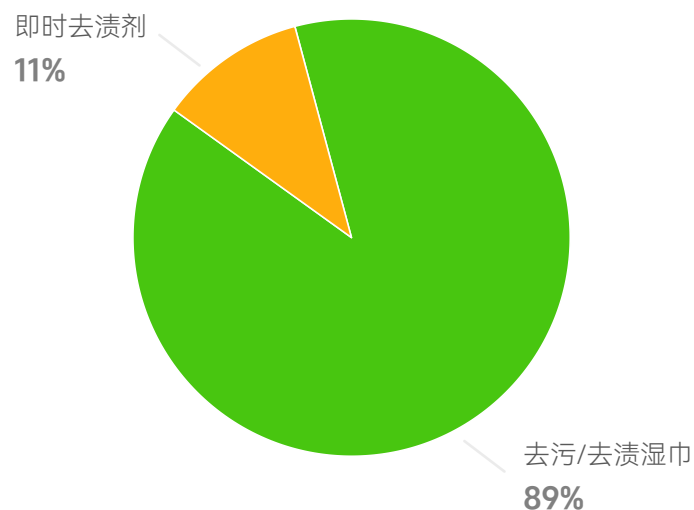
诺梵在12月深度合作了多位极具影响力的达人，以吃美食过程中来一颗巧克力吸引观众注意。同时，评论区发起限时抽赠活动，拉高人气。

12月热卖品类：即时去渍产品

即时去渍产品迎来销售旺季，便携、免洗成为核心营销点

冬季衣物不仅厚重，且材质较为特殊，过度清洁容易损坏衣物的保暖性能，因此即时去渍产品就成为理想选择。在产品形态方面，便于携带的独立包装越来越受到消费者的欢迎，方便人们在外出时随时应对衣物上的污渍。而从操作上来看，免洗、快速去油等特性成为消费者青睐的关键因素。

12月即时衣物去渍产品销售分布



去污/去渍湿巾品类分析

热销卖点TOP5



品类代表商品

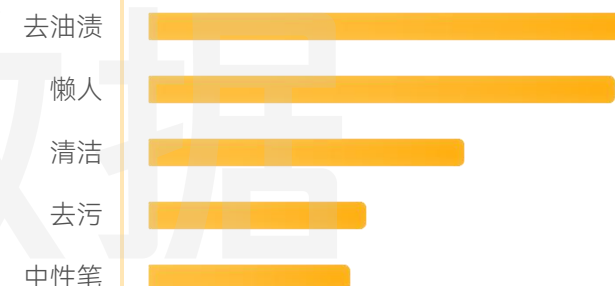


【答菲】羽绒服清洁湿巾免水洗衣物去渍应急清洁去污不留痕便携

所属品牌：答菲
产地：中国

即时去渍剂品类分析

热销卖点TOP5



品类代表商品



Vanish/渍无踪去油去渍啫喱懒人去油渍衣服神器羽绒服衣领净

所属品牌：Vanish/渍无踪
产地：葡萄牙

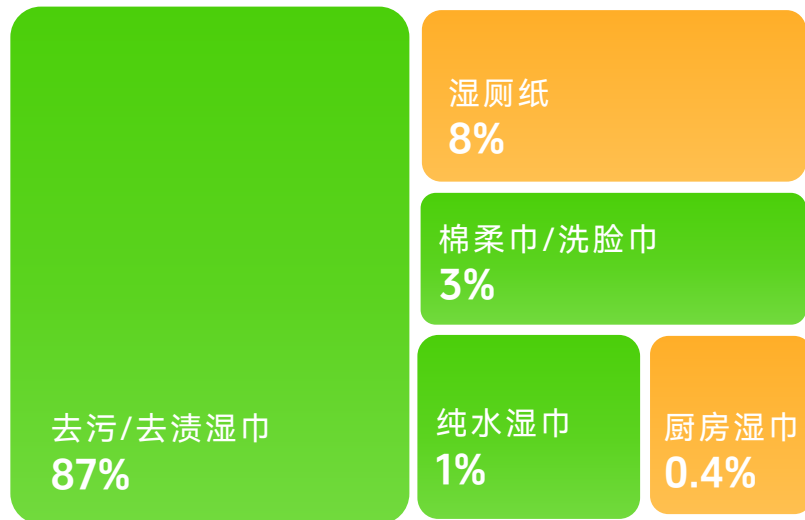
品牌在去污/去渍湿巾品类的销售热度



主要受众：女，31-40岁，山东

12月抖音去渍湿巾品类销售热度TOP1

12月品牌各细分品类销售热度分布



视频内容词云



商品推广亮点

- ## 1. 植物配方，不伤衣物
- 植物萃取配方，温和不伤衣不伤手，含牛油果精华
低泡易清洗，免水洗，速干不留印
- ## 2. 独立包装，适应多场景清洁需求
- 独立小包装，价格便宜，个位数到手五包
可去除多种污渍，如辣椒油、粉底液等
可用于羽绒服、棉服等，领口、袖口等部位

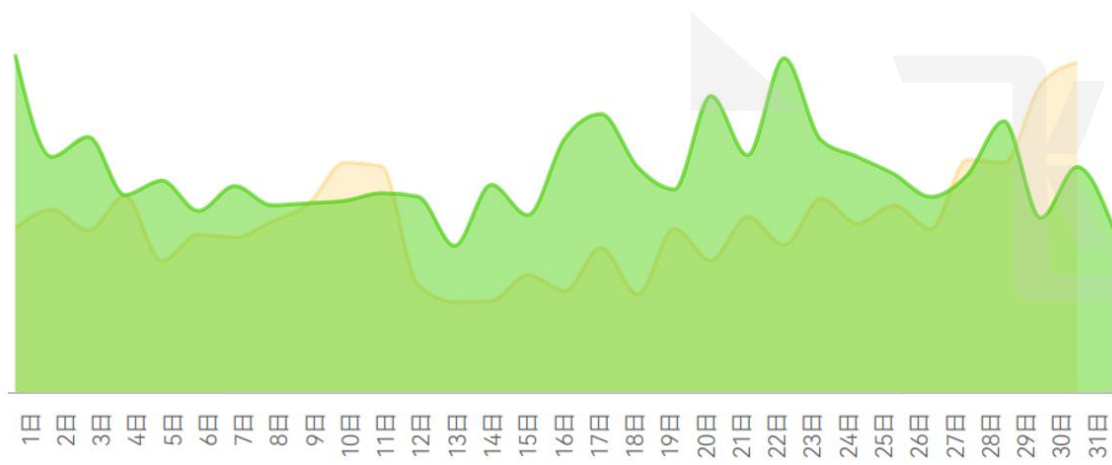
12月热卖品类：唇部护理

唇部护理品类销售热度持续高涨，品牌官方旗舰店带货表现较佳

从唇部护理品类销售热度趋势图中，可以看到12月的销售热度环比上涨，且在中旬后有明显上升趋势。在各层级达人与店铺销售热度分布，品牌自营达人与官方旗舰店带来的销售表现较佳，其中，官方旗舰店的带货占比已经高达67.5%。

11&12月唇部护理销售热度趋势

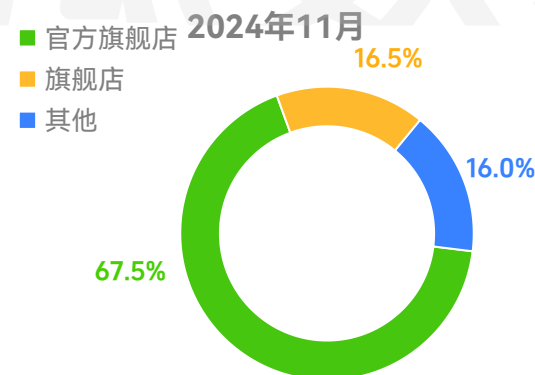
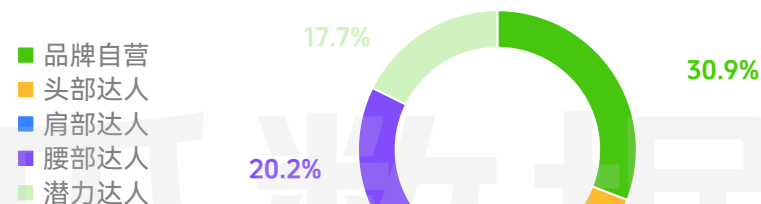
● 11月销售热度 ● 12月销售热度



销售热度环比增长TOP品类



12月唇部护理各层级达人与店铺销售热度分布



PLIFT官方旗舰店
综合体验：4.7
销售热度：2500w-5000w

莓草密语官方旗舰店
综合体验：5.0
销售热度：1000w-2500w

ROPO官方旗舰店
综合体验：4.9
销售热度：750w-1000w

聚焦唇部抗衰细分赛道与粉嫩唇色， 荀草密语今冬销售表现抢眼

FIRYHERB/荀草密语

FAIRY HERB

主营品类 唇部精华

带货直播占比
65.4%

商品卡占比
18.7%

达人推广占比
70.6%

12月品牌推广关键数据

销售热度	销售热度同比	直播场次	带货达人数量	市场份额
1000w-2500w	21.3%	6000+	600+	9.1%

12月热卖商品

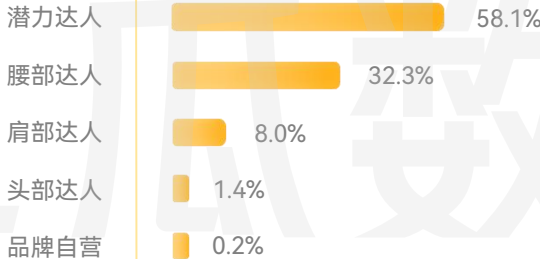


粉钥匙抗老唇部精华粉嫩淡唇纹滋润
好评率：96.9%
销售热度：100w-250w

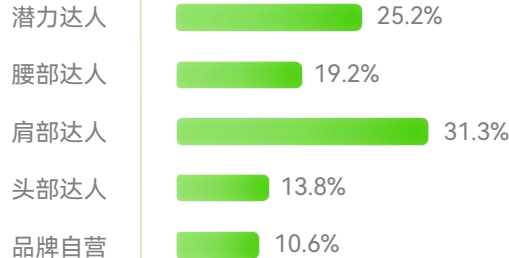
达人推广策略

推广内容以“唇部精华保养、成分特点、质地与颜色出发，大量尾部达人推广打开品牌主推品在内容场域声量。从转化效果看，品牌在肩部达人的投放性价比较高。

达人数量



达人销售热度



商品策略洞察

视频内容词云



主推卖点

强调使用效果

唇部粉嫩真精华

细胞级植提换采技术
唇部基底膜精华

凸显技术实力



产品图设计简约时尚，背景的水润水果感让用户容易联想到使用效果

提升品牌信任度

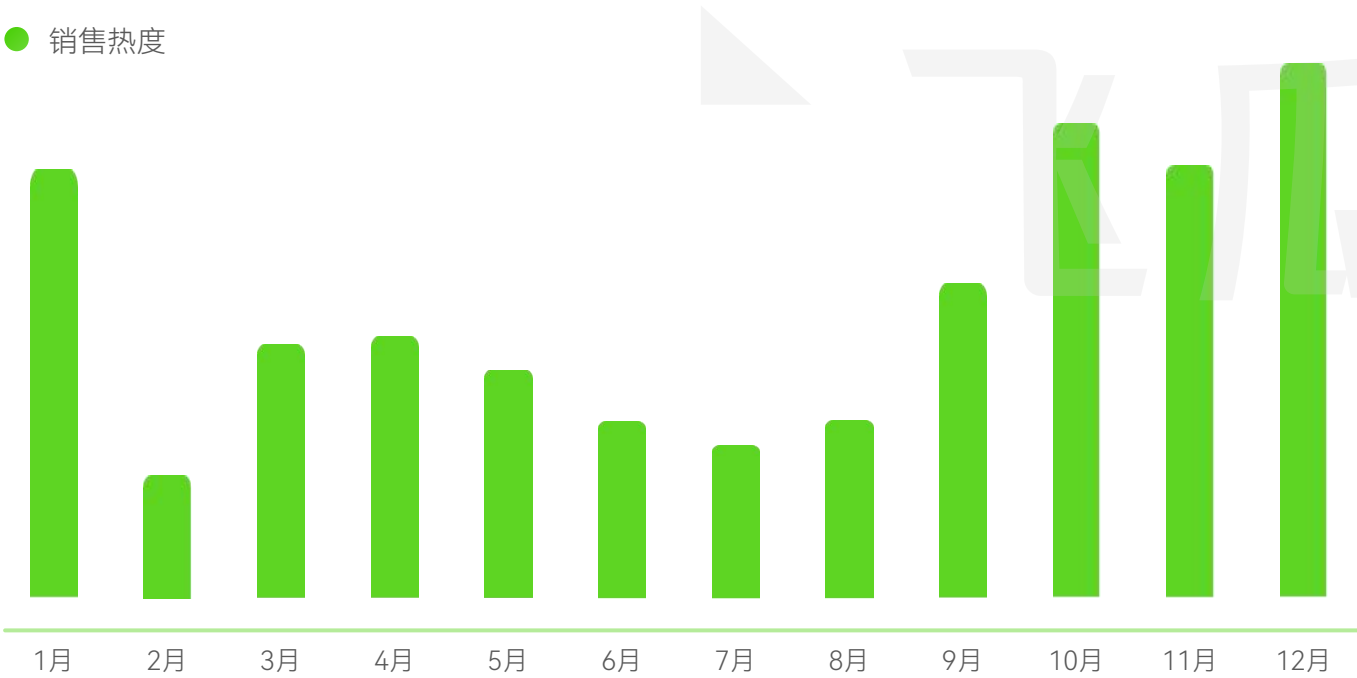
FAIRY HERB

中国唇部衰老和美学标准制定者

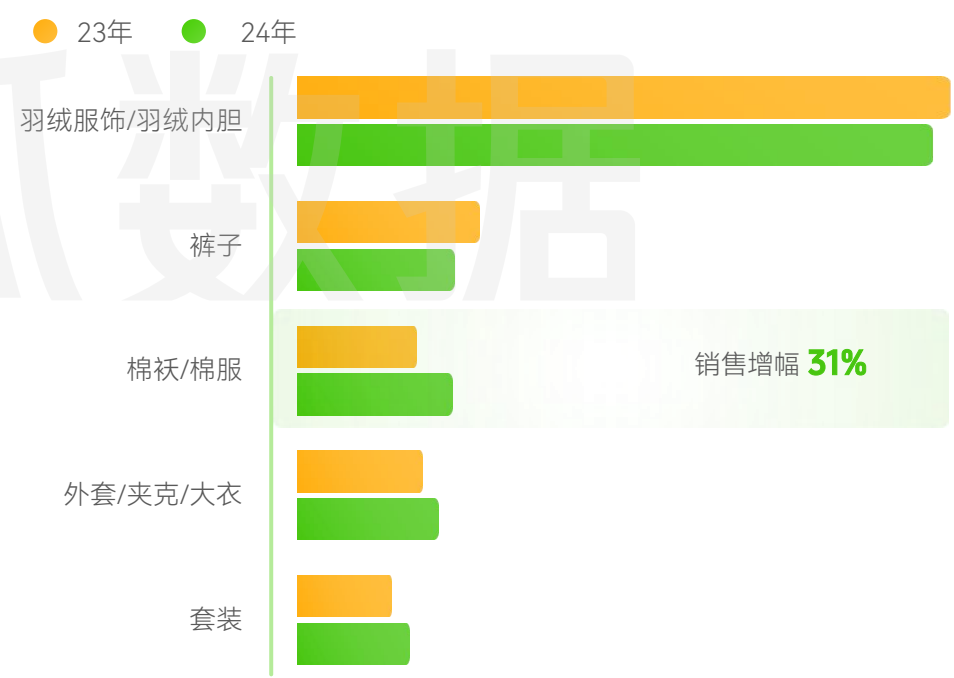
新春、换季双节点助推童装销售热度攀升，棉服销售增幅凸显

冬日气温的逐步降低，持续推进着童装市场的销售。与此同时，新春也逐步靠近，推动12月童装市场再次迎来销售增长。至9月起，童装相关品类就呈现出了明显的增长趋势，12月的童装品类销售环比增长仍达25.52%，可见其消费势能强劲。其中，“棉袄/棉服”品类的销售占比位列TOP3，同比销售增幅达到31%。

24年抖音童装相关品类销售热度趋势



12月份抖音平台童装各细分类目销售占比TOP5变化



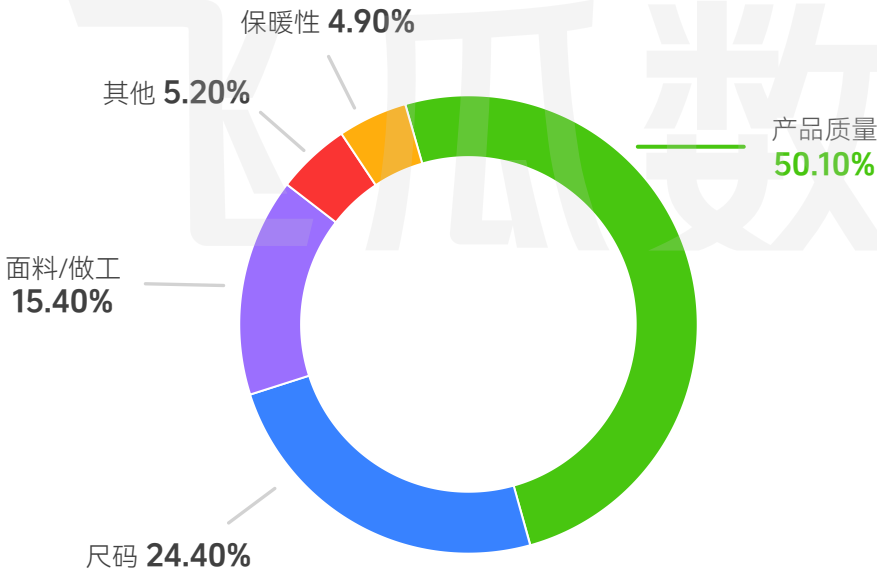
多款式风格吸引消费关注，质量、穿着舒适度是购后关注焦点

从12月份抖音童装棉服高热卖点来看，韩版、国风、连帽等与款式相关的卖点不仅是商家的推广重点，同时也吸引了大量消费者的关注。但从童装棉服的购后反馈来看，消费者的功能痛点主要集中在产品质量上，占比高达50.1%，家长们关注孩童穿着时的舒适度，这包括面料的柔软度、保暖性以及是否刺激皮肤等方面。这表明，尽管款式设计是吸引消费者的重要因素，但产品质量和舒适度是影响购后反馈的关键。

12月份抖音童装棉服热卖宣传词



童装棉服产品购买后的高频功能痛点



- 一点弹性没有，给孩子太难穿了
- 内衬硬硬的，孩子穿着不舒服
- 全是线头，也不厚，太薄了，还有一股味道
- 质量不是很好，线头太多，针距开的太大了
- 掉毛，幸好没给小孩子穿
- 面料一般般，穿脱还有静电
- 尺码有点大，穿着不是很舒服

童装棉服品牌案例：玛米玛卡

强调儿童穿搭凸显品牌调性，实体店直播间增强用户信任

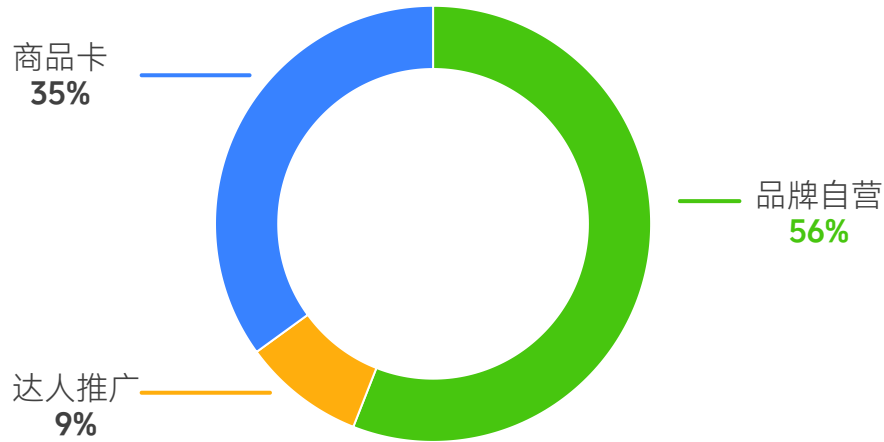


MOMOCO/玛米玛卡

主要受众：女，31-40，江苏

12月抖音童装棉服销售热度 TOP2

2024年12月品牌销售分布



品牌推广亮点

铺设实体店直播间，增强品牌形容

品牌自营矩阵



玛米玛卡MOMOCO儿童旗舰店
带货口碑：4.8



MOMOCO玛米玛卡童装旗舰店
带货口碑：4.7



玛米玛卡MOMOCO母婴服饰旗舰店
带货口碑：4.8

实体店直播间



多个矩阵号在实体店开展直播，凸显“线下专柜品质”、“线上福利价”，加强用户信任，拉动销售转化。

强调时尚感，多元品牌调性

紧随时下潮流推出多样风格

国风



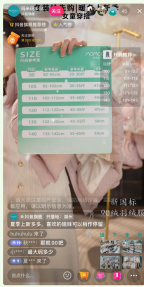
冬季女童新中式裙甜美国风沁粉佳人加棉连衣裙
销售热度：100-250w

费尔岛



MOMOCO冬季新款男童潮流撞色格子毛毛衣加厚外套
销售热度：100-250w

氛围感直播间



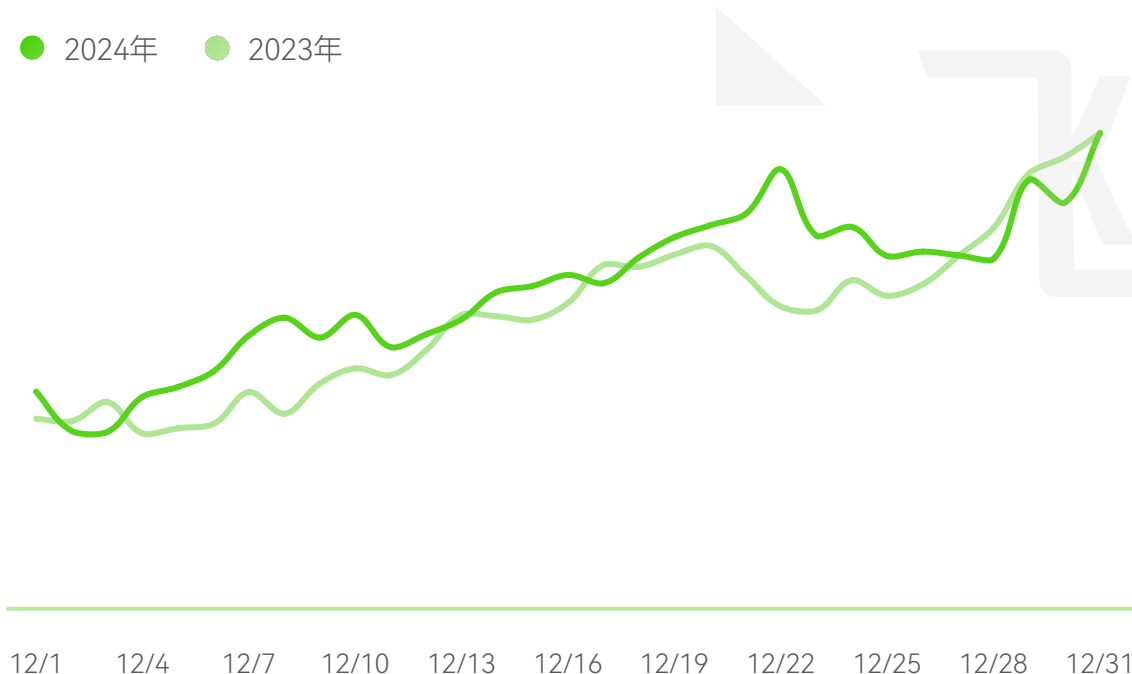
搭建冬日、新春氛围感直播间，播主展示商品的同时，结合走亲拜年等具体场景提供多种穿搭方案，提升销售均价。

12月热卖品类：礼品文创

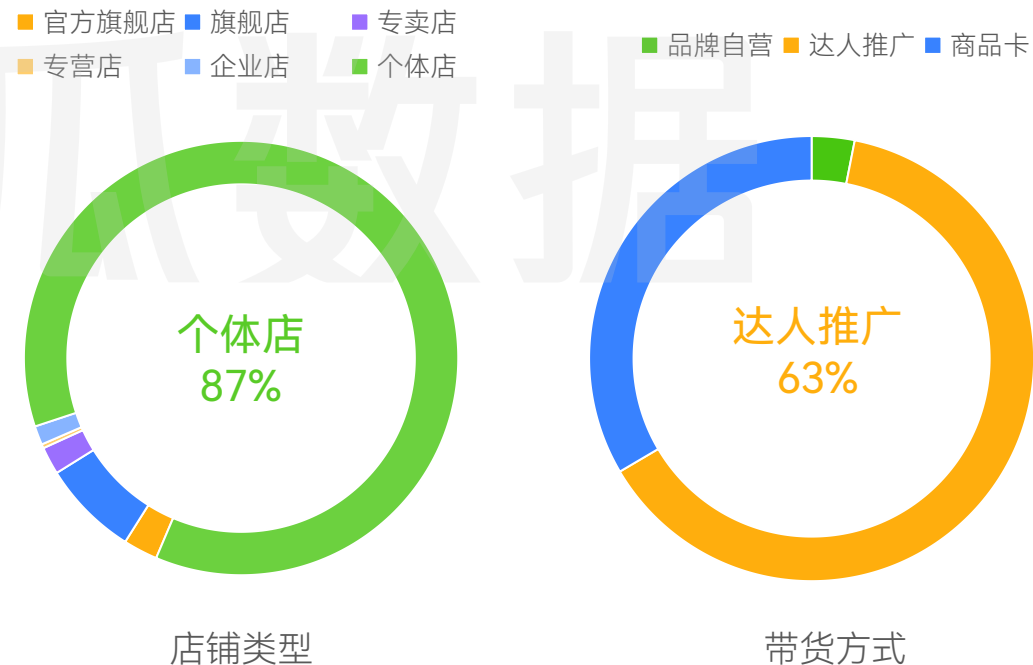
双旦推动礼品文创销售，个体店和达人推广是主要销售来源

12月，圣诞的到来已经元旦的临近，极大地推动了礼品文创品类的销售走俏，12月的销售热度环比高达205.03%，且同比23年12月的销售也有明显的增长，同比增幅7.97%。可见近年来，人们对于节庆的仪式感越来越重视。从销售来源看，绝大部分的销售额来自于个体点以及达人推广，且该品类的TOP10品牌销售占比为5.79%，但品类商品的同质化明显，对于品牌商家而言，机会与挑战共存。

2023年-2024年12月抖音礼品文创品类销售热度趋势



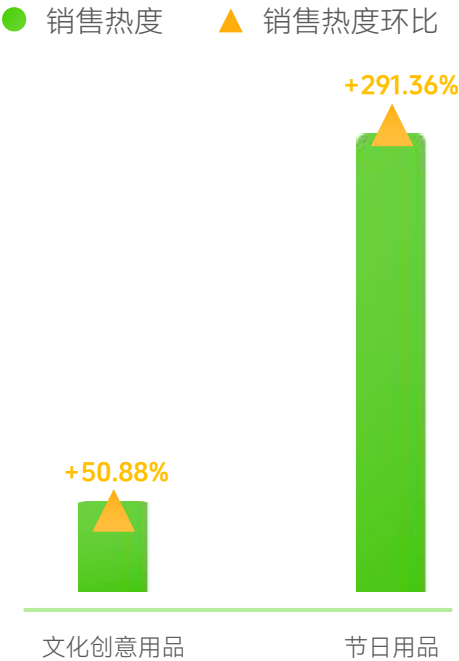
12月抖音礼品文创品类店铺及带货方式销售热度分布



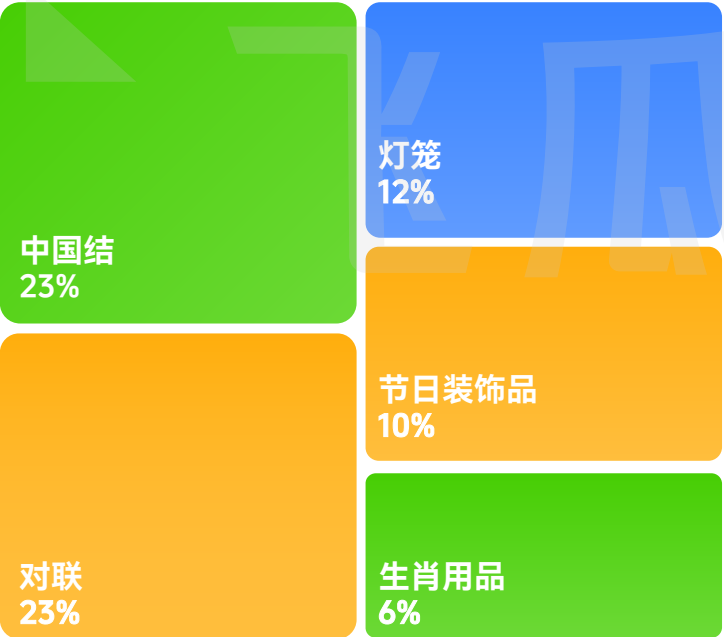
节日用品销售热度增长凸显，新春装饰类联商品占销售大部分

12月中，节日用品占据礼品文创销售的绝大部分，占比达83.3%，环比增长291.36%。其下的子品类中，中国结、对联和灯笼位于销售前列，显示出这些传统装饰品在新春前夕的市场消费热情以及消费者对传统文化的深厚情感。商家可充分挖掘传统文化元素，将其融入产品设计与营销中，打造更具文化内涵和吸引力的节日用品。

12月礼品文创子品类销售热度对比



12月节日用品品类销售分布TOP5



热卖商品案例



【平安福到我家】2025蛇年爆款室内挂件喜庆中国结装饰挂生件
销售热度：1000w-2500w



【代代有福平安结】2025蛇年爆款室内挂件喜庆背景墙装饰新年过年挂
销售热度：750w-1000w



【买一送一】2025年春节新年超大号仿古灯笼阳台客厅大门挂红灯笼
销售热度：250w-500w

原创设计体现差异化，多渠道打造品牌品效销合一



悦小七

主要受众：女，31-40，江苏

12月抖音节日用品销售热度 TOP5

12月份品牌推广关键数据

上架SKU	销售热度	带货视频	带货直播
400+	250w-500w	2819	9545

12月热卖商品

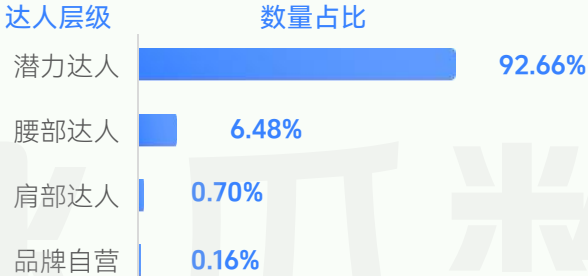


成品新款绒布蛇年对联2025磁吸新年春节福字门贴
家用高档过年装饰
好评率：95.6% 销售热度：100w-250w

潜力达人增加传播覆盖面

通过大量潜力达人推广，覆盖更广泛的受众群体，增加品牌的曝光度。同时通过自营渠道实现大部分销售额，积累稳定客户群和品牌忠诚度，传递品牌力。

带货达人数量分布



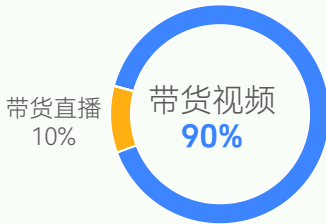
带货达人销售热度分布



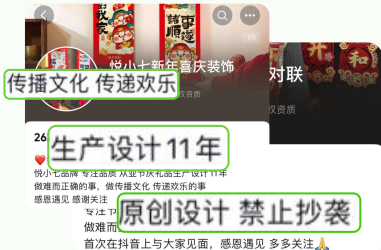
带货视频拉升品牌曝光

带货直播拉动销售的同时，品牌自营也发布了大量的带货视频增加曝光，以“绒布”为产品的主要风格。同时凸显“原创设计”、“传播文化”的理念，向用户传递品牌价值。

品牌12月营销曝光构成



品牌账号主页



品牌带货视频内容词云

门贴 红金对联 蛇年 福字 春节装饰 好看 新款 过年装饰 绒布 磁吸 红 2025 贴春联 过年 蛇年对联 红果 春联 对联 春节 过年时 喜庆 新年 红色 新年装饰 成品绒布 无胶

02

2024年12月 电商趋势前瞻

1月热点营销日历:



● 关键营销节点

- 01/01 星期三 元旦
- 01/02 - 01/22 抖音商城年货节
- 01/07 星期二 腊八
- 01/28 星期六 除夕
- 01/29 星期日 春节

● 重要时间节点

- 01/05 星期四 小寒
- 01/20 星期五 大寒
- 01/22 星期日 北小年
- 01/23 星期一 南小年

1月热卖商品预测:

营销关键词

2025/跨年

2025年拉开序幕，抖音商城年货节为商家提供了丰富的营销机会。商家可以围绕“跨年”、“春运”、“蛇年”、“团圆”、“年货市集”等关键词，推出年货礼盒等，满足消费者在春节期间的购物需求。并加强春节关联内容的创作与发布，展示节日氛围与品牌情感价值。

重点关注商品

女装、指甲油/美甲用品、染发剂、彩妆护肤套装、
节日装扮用品

推荐商品参考



染发膏



彩妆礼盒



对联

营销关键词

腊八/年货

老话说：“腊八到，情味浓。”腊八节的节庆涵义中：忆童年、念亲恩、暖人心等情感元素交织。与此同时，农历春年也即将到来，节日礼品、家庭清洁用品等相关品类等相关品类激活销售势能。在营销战略上，商家需要唤起从心底到行动的情感共鸣，才可以在充满温情的腊八节营销中收获成功。

重点关注商品

食品饮料、服饰内衣、生鲜、家庭环境清洁剂、红
包、永生花/干花

推荐商品参考



零食礼盒



红包



清洁剂

营销关键词

寒假/学生

寒假期间，学生自主学习时间增加，平板电脑、电子词典、学习机等电子设备有较大需求。此外，寒假期间对于许多学生是拓展兴趣、娱乐放松的好时机，绘画工具、玩具等市场需求也将有机会增加。商家可以将颜料、画笔等产品以套装形式销售，并附上简单的教程，方便学生使用。

重点关注商品

学习机、书籍/杂志/报纸、玩具/童车/益智/积木/模
型、教育培训、景点门票/周边游、电影/演出/赛事

推荐商品参考



学习机



书籍



玩具

12月抖音大事件盘点：

01 抖音升级精品短剧扶持

12月初，抖音升级精品短剧扶持“辰星计划”，推出保底收益等多项经营扶持；新扶持政策适用于“具有连续剧情”的精品短剧作品，一般不低于16集，单集时长不超过10分钟。

02 抖音电商双12收官

12月12日，“抖音商城年终狂欢季”双12正式收官。从平台公布的数据来看，多行业商家业绩跃升，成交同比超100%的品牌达2.6万个，超500%的品牌近1.3万个。

03 抖音即时零售新增“履约时效虚假”违规细则

12月16日，抖音电商正式推出了基于豆包大模型算法的AI导购服务“智能购物”，旨在通过AI技术提升用户的购物体验和业务效率。

04 抖音电商上线AI导购服务

12月16日，抖音电商正式推出了基于豆包大模型算法的AI导购服务“智能购物”，旨在通过AI技术提升用户的购物体验和业务效率。

05 抖音生活服务放开部分类目押金限制

抖音生活服务在今年11月至12月期间逐步放开部分原本需要缴纳押金的类目，转变为“0押金”入驻模式。这些类目包括加油站、洗车、汽车维修保养等涉及大额消费。

06 抖音即时零售上新“在途拦截”功能

抖音即时零售近期上新“在途拦截”功能，即当平台配送的运单在途，消费者申请仅退款时，商家可以通过该功能迅速地把运单在妥投前进行拦截（且返回取件门店）。

07 抖音生活服务整治恶意低价

抖音生活服务面向综合行业所有商家推出了恶意低价商品管理规范。禁止商家通过虚构商品原价/划线价、不合理低价等形式，以明显低于市场的价格，诱导用户点击并购买商品。

08 抖音电商上线“达人秀”功能

12月24日，抖音电商正式推出“达人秀”功能，通过抓取商品对应抖音端发布的优质带货短视频，并在商品详情页的“达人秀”模块进行展示，旨在优化商品详情页，提高销售转化。

03

本月榜单

2024年12月品牌销售热榜

总榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	YAYA/鸭鸭		Apple/苹果		恒源祥
	HUAWEI/华为		Alessandro Paccuci/亚历山德罗 帕库奇		Balabala/巴拉巴拉
	BOSIDENG/波司登		adidas/阿迪达斯		Disney/迪士尼
	YALU/雅鹿		LouisVuitton/路易威登		Midea/美的
	MOUTAI/茅台		ROMON/罗蒙		Pierre Cardin/皮尔卡丹
	SNOW FLYING/雪中飞		TUCANO/啄木鸟		Skyworth/创维
	CAMEL/骆驼		KANS/韩束		ERAL/艾莱依
	GOLDFARM/高梵		TANBOER/坦博尔		Three Squirrels/三只松鼠
	NIKE/耐克		Haier/海尔		Xiaomi/小米
	FILA/斐乐		LI-NING/李宁		HLA/海澜之家

2024年12月品牌销售热榜

美妆榜					
排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	KANS/韩束		L'OREAL /欧莱雅		Passional Lover/恋火
	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛		CEMOY/澳诗茉		Funny Elves/方里
	LA MER/海蓝之谜		谷雨		原生密码
	HEXKIN		OSM/欧诗漫		SOCORSKIN/修可芙
	Helena Rubinstein/赫莲娜		YSL/圣罗兰		肌侣
	LANCÔME/兰蔻		lefilleo/丽菲欧		LAN蘭
	PROYA/珀莱雅		KAZOO		Aromemanpo
	素说美丽		forest cabin/林清轩		colorkey/珂拉琪
	MARUBI/丸美		三资堂		可复美
	CHANDO/自然堂		ELL		HBN

2024年12月品牌销售热榜

个护家清榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	Bluemoon/蓝月亮		botare/植护		赫系
	Mind Act Upon Mind/心相印		C&S/洁柔		冷酸灵
	白云山		漫花		佳丽仟丝
	活力28		侗染		Breeze/清风
	Vinda/维达		卡唯朵		天空树
	沫檬		CLINSIS		FREEMORE/自由点
	妇炎洁		8+minutes		金鹿嫩绿宝
	Liby/立白		SukGarden/蔬果园		INTIMA/茵缇玛
	Dettol/滴露		德佑		立白小白白
	NYSCPS/参半		彩夕		老管家

附录：

2024年12月品牌销售热榜

服饰内衣



排名	品牌
1	YAYA/鸭鸭
2	BOSIDENG/波司登
3	YALU/雅鹿
4	SNOW FLYING/雪中飞
5	GOLDFARM/高梵
6	Alessandro Paccuci/亚历山德罗 帕库奇
7	ROMON/罗蒙
8	TUCANO/啄木鸟
9	TANBOER/坦博尔
10	Pierre Cardin/皮尔卡丹

3C数码家电



排名	品牌
1	HUAWEI/华为
2	Apple/苹果
3	Haier/海尔
4	Xiaomi/小米
5	作业帮
6	HONOR/荣耀
7	Redmi/红米
8	学而思
9	VIVO
10	OPPO

母婴宠物



排名	品牌
1	Balabala/巴拉巴拉
2	Disney/迪士尼
3	YALU/雅鹿
4	anta kids/安踏儿童
5	GOLDFARM/高梵
6	SNOW FLYING/雪中飞
7	kangaroo mommy/袋鼠妈妈
8	momoyoyo
9	BOSIDENG/波司登
10	YAYA/鸭鸭

附录：

2024年12月品牌销售热榜

食品饮料



排名	品牌
1	Three Squirrels/三只松鼠
2	ADOPT A COW/认养一头牛
3	yili/伊利
4	Dove/德芙
5	BE & CHEERY/百草味
6	BESTORE/良品铺子
7	BAIXIANG/白象
8	诺梵
9	腊寨王
10	甄磨坊

生鲜



排名	品牌
1	dongfangzhenxuan/东方甄选
2	天海藏
3	HAIYANGYANYI/海洋演义
4	HITOMORROW/大希地
5	思念
6	滋记
7	琴岛如伊鲜
8	杨博士
9	BESTHOME
10	脱骨侠

运动户外



排名	品牌
1	CAMEL/骆驼
2	FILA/斐乐
3	NIKE/耐克
4	adidas/阿迪达斯
5	LI-NING/李宁
6	ANTA/安踏
7	SINSIN
8	misswiss
9	THE NORTH FACE/北面
10	Kailas/凯乐石

附录：

2024年12月品牌销售热榜

智能家居



排名	品牌
1	dreame/追觅
2	SUPOR/苏泊尔
3	Midea/美的
4	Skyworth/创维
5	TINECO/添可
6	KONKA/康佳
7	ECOVACS/科沃斯
8	UWANT/友望
9	YALU/雅鹿
10	AUX/奥克斯

酒类



排名	品牌
1	MOUTAI/茅台
2	WULIANGYE/五粮液
3	LUZHOULAOJIAO/泸州老窖
4	YANGHE/洋河
5	XI LIQUOR/习酒
6	GUOTAI/国台
7	汾酒
8	御鉴苏
9	国鼎
10	剑南春

滋补保健



排名	品牌
1	诺特兰德
2	养能健
3	鸣咭实验室
4	五个女博士
5	OXYENERGY/氧气能量
6	仁和
7	WONDERLAB/万益蓝
8	ME TODAY
9	KYND
10	Swisse/斯维诗

版权说明

本报告除部分内容源于公开信息(均已备注)外, 其它内容(包括图片、表格及文字内容)的版权均归飞瓜数据所有。飞瓜数据获取信息的途径包括但不限于公开资料、市场调查等。任何对本数据及报告的使用不得违反任何法律法规或侵犯任何第三方合法权益, 任何场合下的转述或引述以及对报告的转载、引用、刊发均需征得果集数据方同意, 且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。

本数据及报告来源于飞瓜数据, 违者将追究其相关法律责任。

数据说明

本报告数据主要来源于“短视频-直播”数据分析平台「飞瓜数据」在2024年9月1日-2024年9月30日所追踪到的营销情报, 选取抖音短视频、直播、电商相关的营销内容作为对2024年短视频及直播营销月度报告分析。基于隐私及数据安全的考虑, 本报告数据经过了脱敏及指数化处理。

飞瓜数据

飞瓜数据成立于2018年，旗下产品覆盖抖音、快手、B站三大主流短视频平台数据，是国内率先致力于推广、普及“短视频-直播”电商生态数据运用的标杆企业。

基于4大实用场景，为品牌寻找确定性的增长机会



飞瓜旗下矩阵



果集-社交媒体全链路服务商

果集科技是一家社交媒体全链路服务商，公司致力于将大数据、AI等新技术应用于社交媒体营销和电商领域，以数据和技术驱动品牌增长。通过行业咨询、策略系统、营销执行、运营工具四个方向，为品牌提供社交媒体全链路解决方案。

联系&合作



关注我们

领取24份抖/快/红
数据报告



商务合作

果集销售总监
余新彦



市场合作

果集市场品牌总监
何十三



联系我们

飞瓜提供定制的商务合作、营销解决方案咨询，想获取更多品牌电商行业报告，
可通过下方客服联系我们



专属数据分析师1V1
提供定制化品牌营销咨询



扫码关注飞瓜公众号
获取更多行业报告