

2025年1月 抖音短视频及直播电商月报

2025-02

飞瓜数据 出品

研究综述

01. 统计周期

2022年1月-2025年1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

2025年1月 电商营销复盘

1月关键词：抖音商城年货节



抖音年味满溢，民俗文化激活文化传承

一年中的消费热潮，正始于新春。1月2日至22日抖音商城年货节期间，日均成交额较去年同比增长69%，成交用户数同比增长55%。无数品牌商家乘势而上，生意迅猛增长。其中，3713个商家成功突破千万成交额大关，71个商家更是表现卓越，成交额突破亿元门槛。

“抖音商城年货节”同比亮点



年货节特色玩法

● 民俗活动

#非遗贺新春
预估曝光: 20.8亿



联合中国非遗馆，共同开启活动，展示传统手工艺、戏曲、民俗等，邀请非遗传承人直播互动。

● 情感追忆

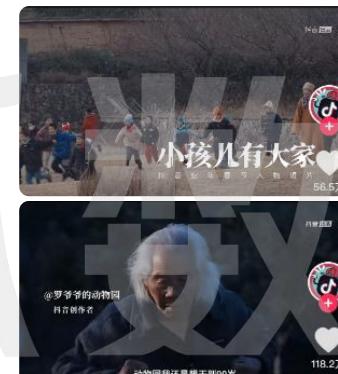
#想你了我的老宝贝
预估曝光: 2亿



聚焦亲情与怀旧，邀请@黄圣依、@颜安等达人一起寻访过年“老宝贝”，让人仿佛回到小时候的春节。

● 纪录温情的生活

#抖音春节人物短片
预估曝光: 1.4亿



“护生小居”中的孩子、罗爷爷的动物园.....这些普通人的温情又感人的故事，在春节期间引发观众对生命关怀的思考。

● 联欢直播

《新春直播季》
预估曝光: 16.7亿



春晚、主题晚会、体育直播、电影、短剧.....各式各样的新春内容为全国观众带来“团圆饭”

1月重点品类：食品酒水

弘扬中华饮食文化，助力消费者轻松备年货

“民以食为天”，中国人最重要的春节期间，食品酒水更是作为主要热卖在抖音焕发消费活力。针对重点品类，抖音电商发起了“吃出福气好运年”、“南北美食对决”等多个特色促销活动，联合达人、明星、品牌共同助力消费者“备年货、过好年”。

品类话题：吃出福气好运年



聚焦春节美食文化，联合知名品牌推出限时优惠，涵盖**传统年货、特色零食、酒水饮品**等，轻松备年货。同时，用户可参与互动游戏赢取红包及礼品。

“食品+地域”：南北美食对决



以南北地域美食文化为主题，邀请知名品牌和达人展示特色年货。如@尹正 带来的广式腊肠、@姜潮 推荐新疆烤鱼鹅蛋等。

活动旨在弘扬中华饮食文化，打造趣味互动体验，助力消费者选购地道年货，感受浓浓年味。

溯源直播：达人新春带货出单利器



直播代表商品



中辣/微辣湖南风味酱板鸭368g*2包

所属品牌：唐人神

浏览量：30w+

订单量：4.6w

直播场次：东方甄选生鲜号湖南酱板鸭专场开播啦！

达人：@东方甄选生鲜

内容特点：针对湖南酱板鸭的历史文化、制作工艺进行讲解，突出酱板鸭的色泽、肉质和口感，展示其紧实的肉质和浓郁的色泽

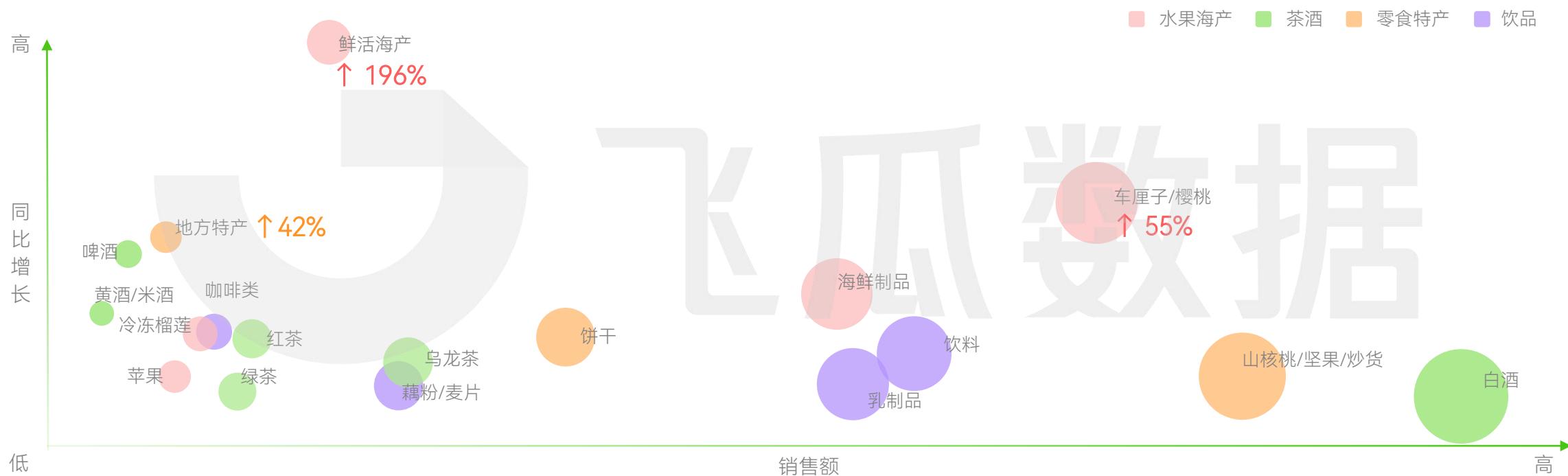
销售热度：750w-1000W

1月重点品类：食品酒水

鲜活海产占据年货增速C位，车厘子、地方特产等表现瞩目

根据飞瓜统计，在1月销售热度突破1亿元，且同比去年表现上涨的食品酒水品类中，“鲜活海产”以196%的同比表现占据春节销售增速C位。而“车厘子/樱桃”也在今年表现颇佳，不仅销售热度迎头赶上，增幅也维持在55%。随着抖音对产地源头好物的深度挖掘，消费者越发习惯在抖音电商购买地方特产产品，今年1月，“地方特产”的销售增幅也达到42%。除此之外，还有多个水果海产、茶酒、零食特产、饮品等品类在1月表现亮眼。

2025年1月食品酒水重点品类销售热度与同比增长表现



年货“新贵”车厘子表现抢眼，即时参鲍类海产成新春聚餐“香饽饽”

水果

| 暴涨卖点词 | 同比涨幅 | 销售热度 |
|-------|----------|-------------|
| 智利车厘子 | +2782.5% | 5000w-7500w |
| 助农 | +1128.8% | 1000w-1500w |
| 车厘子 | +971.5% | 1000w-1500w |
| 精选大果 | +557.4% | 1000w-1500w |
| 春节 | +424.5% | 1000w-1500w |

海鲜水产及制品

| 暴涨卖点词 | 同比涨幅 | 销售热度 |
|-------|---------|-------------|
| 加热 | +149.2% | 1000w-1500w |
| 饱满肉质 | +82.3% | 5000w-7500w |
| 不醒 | +79.2% | 1000w-1500w |
| 净膛 | +46.1% | 1500w-2000w |

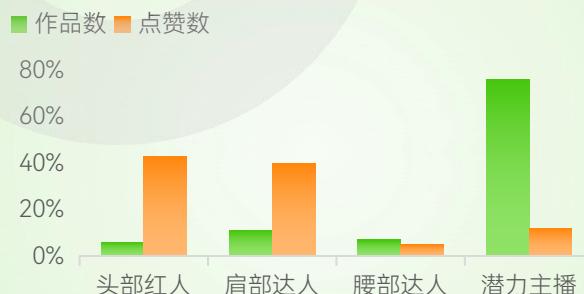
专属特色活动：



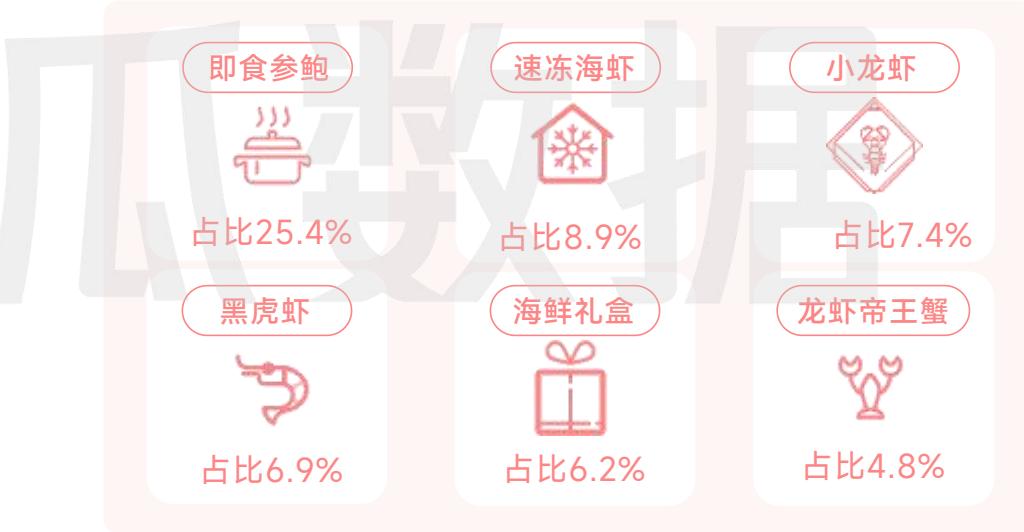
#全网招募车厘子试吃员

内容要求：与车厘子试吃直接关联，体现自己报名争当车厘子试吃员的能力，会吃/会做/会挑/会品……均可

各层级达人活动参与情况



销售热度TOP500商品主要品类与市场占比



从包装到内容传播，品牌致敬非遗年俗文化出圈



ADOPT A COW/认养一头牛

市场份额 23.1%

1月抖音乳制品销售热度TOP1

特色包装商品上线



A2β-酪蛋白纯牛奶生牛乳营养早餐

新包装上线日期：2024/12/30

特色内容：包含万事牛、财运牛、身体牛三款包装，满足消费者春节送礼图吉利的需求

合作@不齐舞团 扩大品牌影响力



《好运奶，好运来》

邀请喜庆又会整活的不齐舞团作为好运无限公司“精神股东”。弹幕和评论区全员都“来接好运”

1.4w 3w 1.5w



BE & CHEERY/百草味

市场份额 4.5%

1月抖音零食坚果特产销售热度TOP2

非遗礼盒特色上线



坚果礼盒1057g零食大礼包年货送礼

特色内容：以国人喜爱的中国特色朱砂红为主，结合非遗活动“打铁花”，唤醒消费者对传统文化的记忆与兴趣

非遗元素 TVC 广告



百草味致敬非遗年俗传承人，以非遗年俗入画，传承中国年味#年年有味百草味 #抖音商城超级品牌日 #百草味

@百草味官方旗舰店

预估曝光：1585.7w 互动量：2.2w
跑量分：95.6

明星代言人直播互动



直播主题：

王星越“味”你而来，非遗坚果礼盒迎新春

特色互动：

邀请歙县鱼灯非遗传承人潘敏走进直播间，与王星越一起制作鱼灯

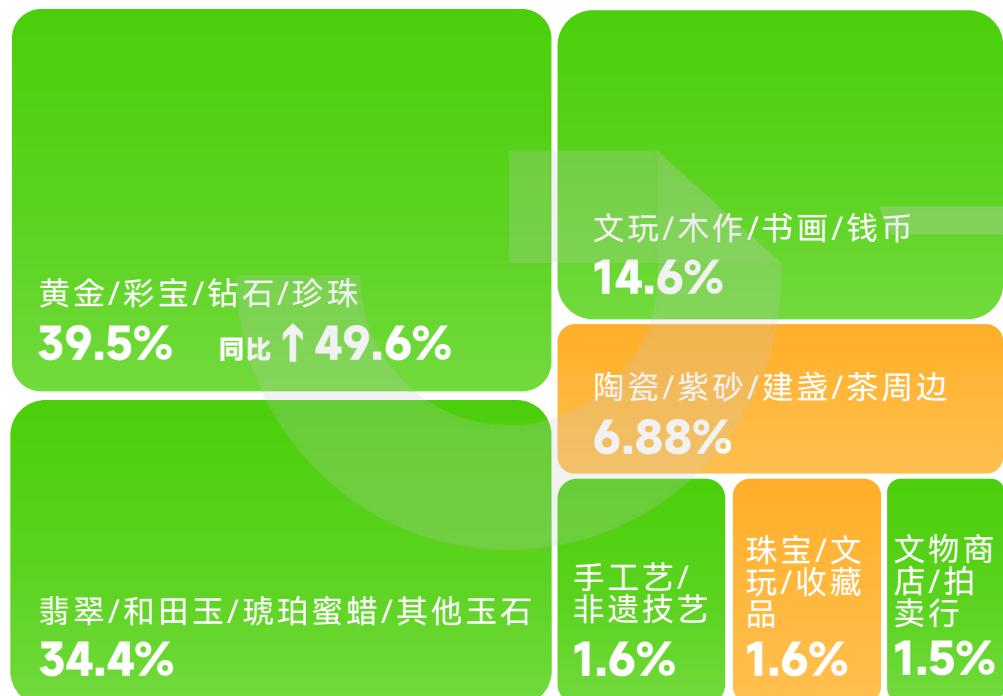
人气峰值：3.6w

新年含“金”量不断攀升，品类特色活动引领蛇年时髦风潮

在珠宝品牌商家中，把握新春消费绝对是一年鸿运的关键。抖音电商抓住消费者的礼赠访友、时髦穿搭、祥瑞祈福的需求，开启珠宝潮奢品类活动，引领品类销售增长。特别是黄金/彩宝品类，不仅占据消费大盘，且同比增幅高达49.6%。

2025年1月珠宝文玩品类销售占比

■ 同比上涨 ■ 同比下滑



黄金/彩宝/钻石/珍珠 品牌销售热度TOP5

| 排名 | 品牌 | 市场份额 | 热度环比 |
|----|------|------|--------|
| 01 | 中国黄金 | 4.9% | 68.5% |
| 02 | 周大福 | 2.8% | -10.5% |
| 03 | 潮宏基 | 2.4% | 218.7% |
| 04 | 菜百 | 1.9% | 68.9% |
| 05 | 周大生 | 1.7% | -26.6% |

特色活动：珠光宝气迎新年



聚焦珠宝首饰，合作时尚达人发起吸睛奢华搭配。同时发起#抬手舞出蛇年小心机 舞蹈挑战，各大品牌积极参与，引领蛇年时髦氛围

聚焦新春元素，潮宏基拿捏春节祈福文化

CHJ/潮宏基



主营品类 黄金/彩宝/钻石/珍珠

带货直播占比
78.9%商品卡占比
21.1%达人推广占比
75.0%

12-1月品牌销售热度趋势图

主要带货达人：
 @潮宏基珠宝臻选直播
 @潮宏基品牌甄选
 @潮宏基珠宝旗舰店精选



组品策略

1月热卖商品

足金五帝钱
币编织手绳足金八方来
财编织手链

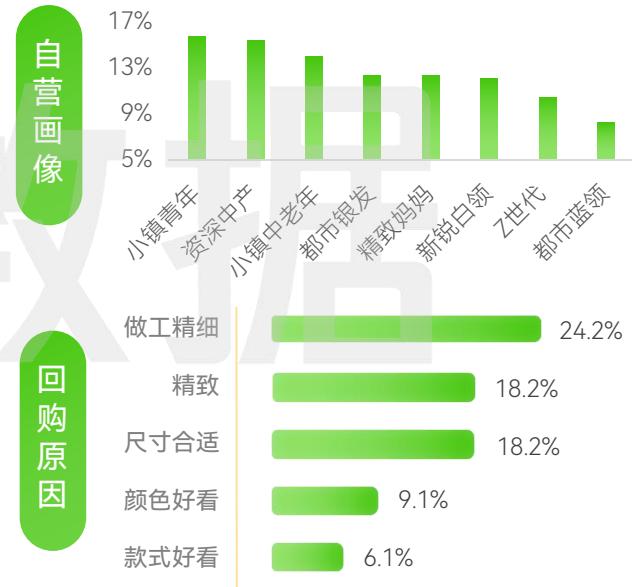
足金盘缠手链

品牌相关搜索词TOP5

| 排名 | 搜索词 | 搜索热度 |
|----|---------|------|
| 1 | 潮宏基手链 | 565 |
| 2 | 潮宏基盘缠手串 | 525 |
| 3 | 潮宏基五帝钱 | 508 |
| 4 | 潮宏基戒指 | 376 |
| 5 | 潮宏基盘缠手链 | 369 |

营销表现

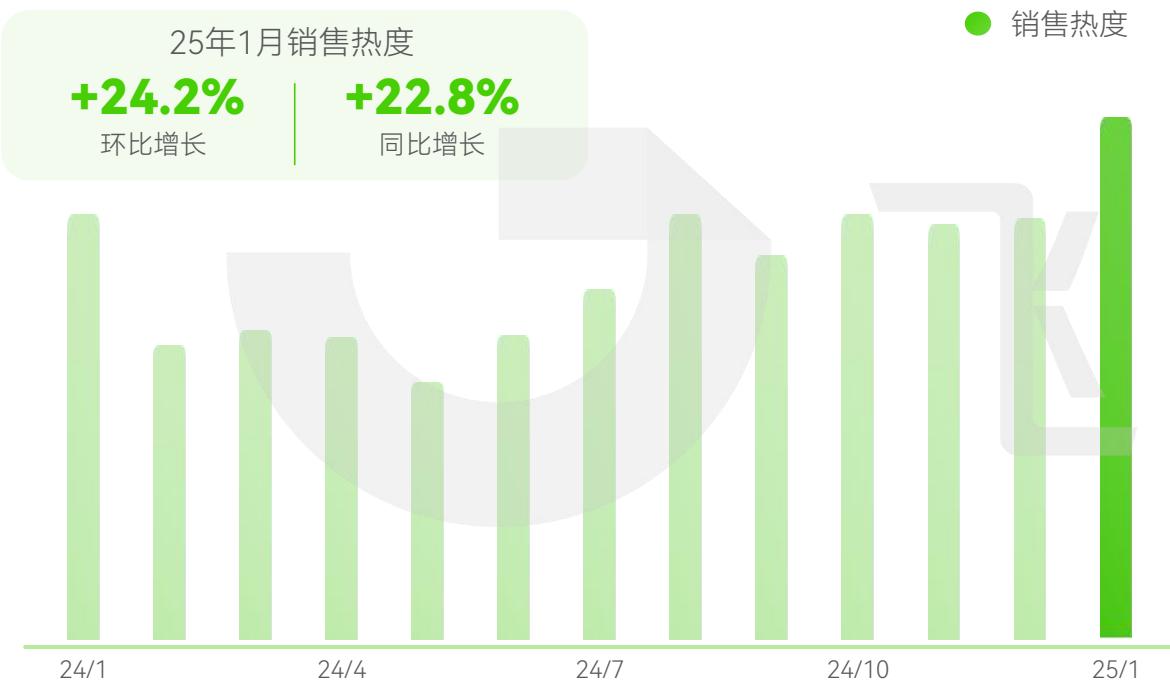
1月营销表现概览

曝光量
5942w环比
141.1%

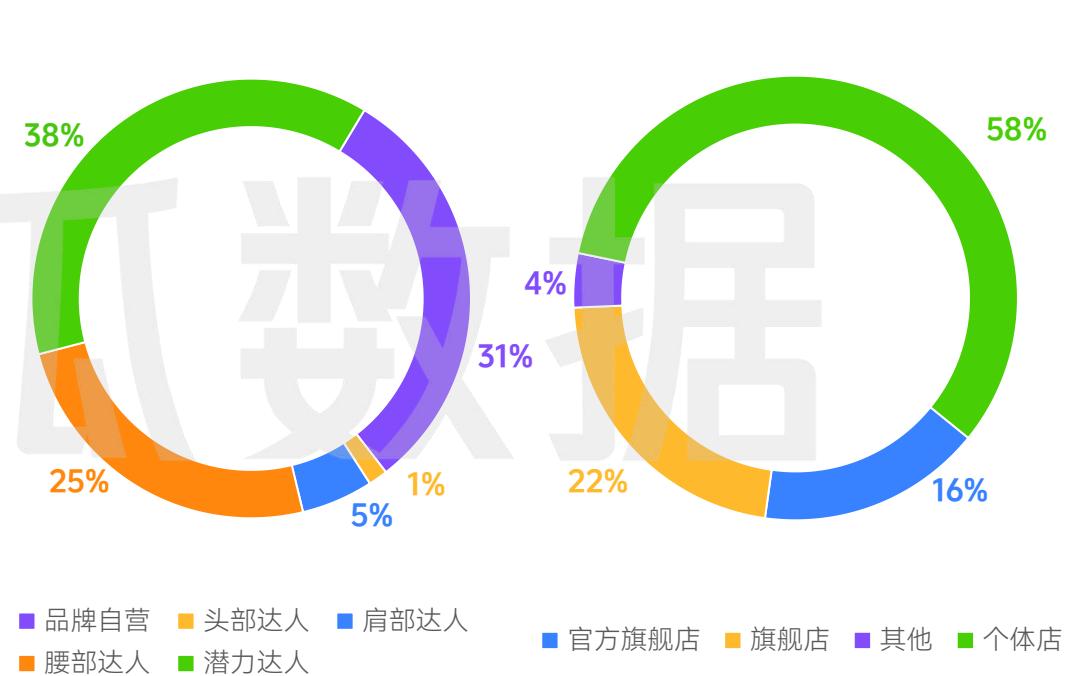
收纳整理品类销售热度上扬，个体店销售表现突出

24年下半年收纳整理品类销售热度稳步小幅上涨。25年1月，该品类销售增长显著，环比增长达到24.2%，势头强劲，成为24年1月至今的销售热度高峰。此外，从达人与店铺销售热度分布看，潜力、腰部达人为带货达人结构主力，店铺方面，个体店占比过半，远超其他类型店铺，展现出该品类在个体经营渠道的发展活力，以及品牌打造的广阔空间。

24年-25年1月抖音收纳整理品类销售热度趋势



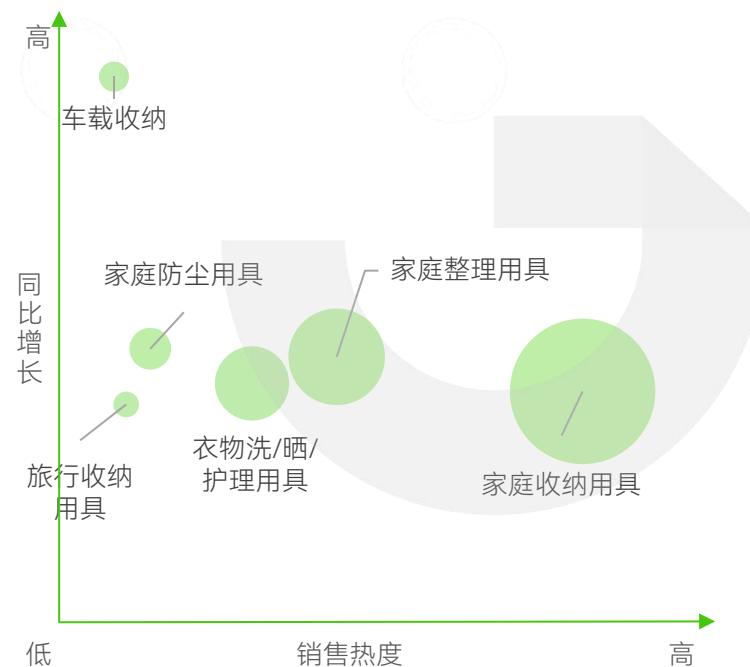
1月抖音收纳整理品类各层级带货达人与店铺销售热度分布



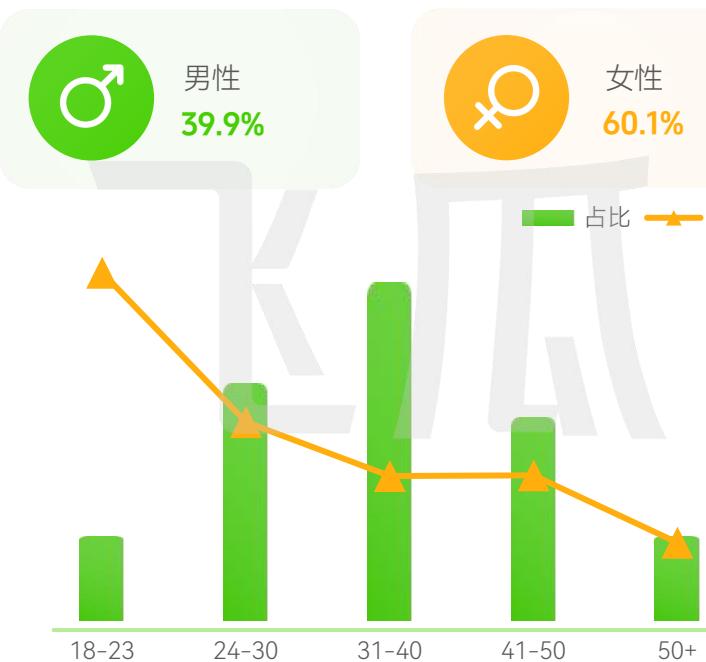
车载收纳展现强劲销售潜力，追剧等细分场景正成为新的增长引擎

从1月的细分品类分布来看，车载收纳销售潜力强劲，同比增长高达746.37%。此外，消费者中女性占到6成，年龄分布上，31-40岁占比最大，但18-24岁年轻一代的消费意愿较高。从适用场景看，客厅、厨房、卧室为高销售场景，销售占比均为9.23%；追剧、沙滩、橱柜等更贴合当代人日常习惯的细致场景销售增长显著，其中追剧这一场景卖点同比增速达17773%。

1月抖音收纳整理细分品类分布



1月抖音收纳整理消费者性别及年龄分布



收纳整理适用场景卖点分析



收纳整理 品牌案例

立足用户实际使用场景，多方位凸显产品实用性能



MAYIHEZI/蚂蚁盒子

主要受众：女，31-40，江苏

1月抖音收纳整理销售热度 **TOP1**

1月份品牌推广关键数据

| 销售热度 | 销售热度同比增长率 | 带货视频 | 带货直播 |
|-------------|-----------|------|------|
| 2500w-5000w | 33.82% | 157 | 964 |

2025年1月品牌销售分布



品牌自播号推广亮点



主推商品

【年货节居家好货】蚂蚁盒子双列靴鞋柜客厅简约门外楼道鞋柜大容量
销售热度：750w-1000w

推广策略

亮点一 直播间通过实物与真人对比，直观地呈现商品大小。同时，主播展示各层鞋子拿取，打造情景凸显改收纳柜的便利性。

亮点二 播主在话术上，以“靴子、运动鞋”等不同人群的收纳需求推荐不同规格产品，加速直播间观众的销售决策。

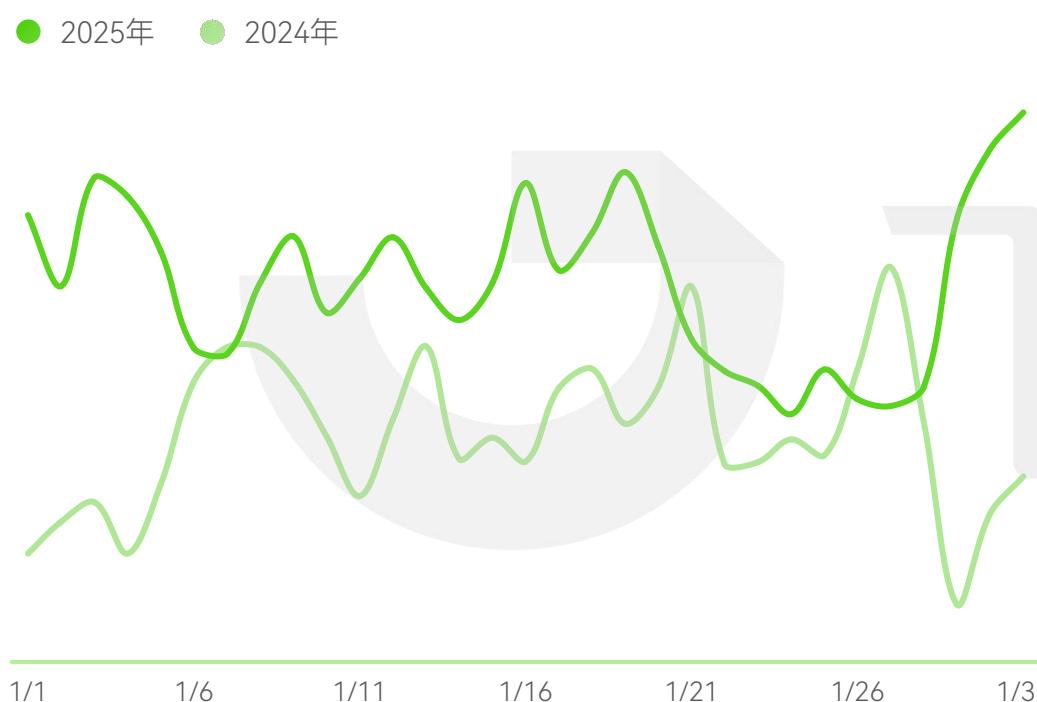
亮点三 直播间以贴片形式，循环播放鞋柜拖动、搬移以及踩踏等视频，向观众呈现品牌产品的高质量以及高便捷性。

1月热卖品类：颈部护肤

颈部护肤市场热度高涨，商品卡渠道销售增长显著

1月，抖音颈部护肤品类市场销售总体保持热情，且在春节后迅速回升。同比24年，25年1月销售热度波动中整体上扬。销售热度分布上，商品卡渠道表现突出，销售占比提升32.3%，销售热度同比增长448.69%。

2024年-2025年1月抖音颈部护肤品类销售热度趋势



1月抖音颈部护肤品类销售热度分布



商品卡渠道热卖商品案例

- 【徐璐同款】KAZOO可逐银绷带颈膜抗皱提拉紧致提亮淡化颈纹美颈霜
销售热度: 750w-1000w
- 【颈霜推荐】SDX颈纹霜淡化颈纹提拉紧致去颈纹颈霜滚轮旗舰店正品
销售热度: 500w-7520w
- 【韦雪推荐】ourlab多维蕴能颈部精华霜紧致抗皱修护保湿滋养颈霜
销售热度: 250w-500w

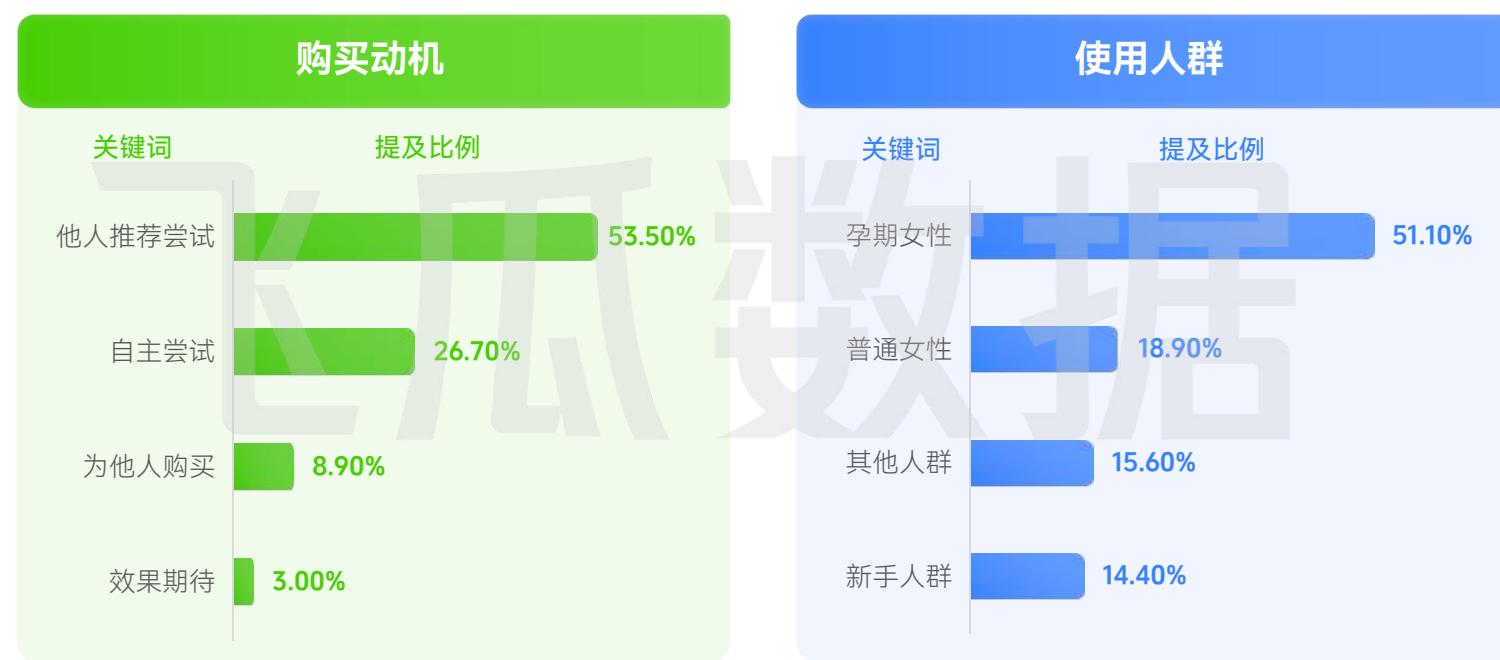
淡纹、紧致等功效稳居热卖高位，孕期女性为销售主力人群

淡纹、紧致等功效在热门标题卖点里稳居高位，持续领跑。与此同时，抗皱、提亮、修护等功效同样备受消费者瞩目，成为他们在选购颈霜时的关键考量因素，一定程度上表明消费者对于颈部肌肤的综合性护理需求愈发强烈。购买动机方面，有半成为他人推荐尝试占比，经营该品类的品牌或需更加注重品牌口碑。使用人群上，孕期女性占比 51.10%，成为销售主力人群，反映该品类在特定群体中的市场潜力。

1月份抖音颈霜品类热门卖点



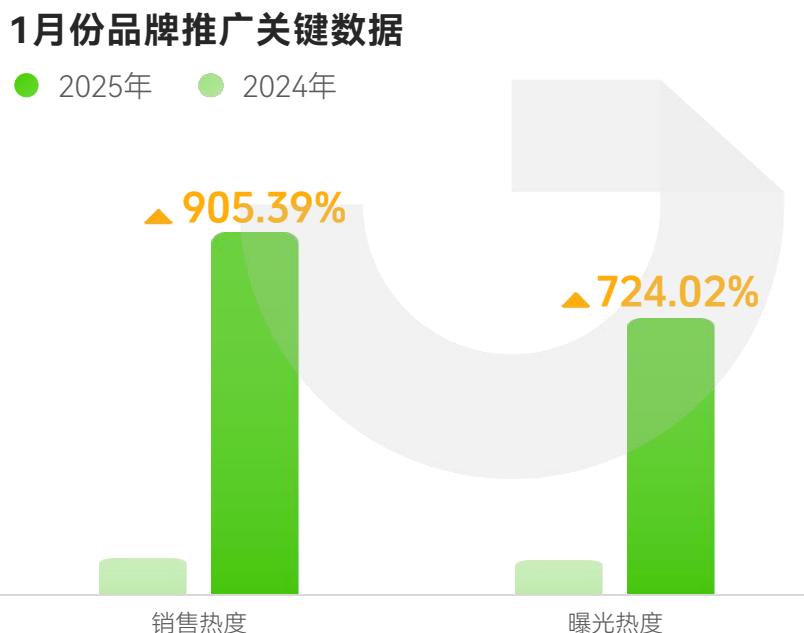
1月份抖音颈霜品类机遇洞察



输出品牌淡纹心智，加强成分宣传塑造品牌力

KAZOO/可逐
主要受众：女，31-40，江苏

1月抖音颈霜销售热度 **TOP3**



KAZOO/可逐

主要受众：女，31-40，江苏

1月抖音颈霜销售热度

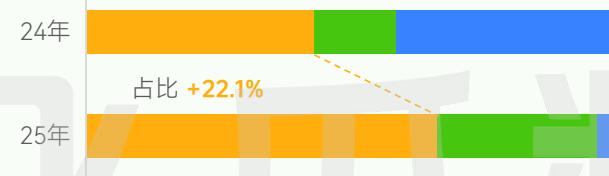
TOP3

带货视频推动品牌曝光

品牌通过加大带货视频的曝光占比，以“功效”和“成分”作为主要内容，推动品牌的曝光与销售转化。

营销曝光渠道分布

■ 带货视频 ■ 带货直播 ■ 种草视频



带货视频词云

“28天天鹅颈”打造产品心智

从品牌自播直播间贴片以及商品卡头图可见，多处强调“明星推荐/同款”，树立产品信任。同时，品牌通过“28天”这一关键词，加强刻画产品的淡纹实力。

品牌直播间



商品卡



02

2025年2月 电商趋势前瞻

2月热卖商品预测：

营销关键词

立春/换季

立春已过，品牌营销正式进入春季主题的关键节点。品牌商家可围绕春季特色，深度挖掘品牌与季节的关联性，推出春季限定产品或特色服务，以此强化品牌认知度。同时，随着季节更替带来的消费需求变化，相关行业商家应抓住时机，提前规划营销策略，在换季消费热潮中抢占市场先机。

重点关注商品

服饰内衣、美妆护肤、运动户外、床上用品、养生茶、除螨仪

推荐商品参考



春季服装



床上用品



除螨仪

营销关键词

情人节/悦己

情人节即将到来，品牌商家利用平台提供的流量入口和优惠政策，提升产品的曝光度和销售量。同时“仪式感”和“悦己”消费正在成为当下主流消费趋势，商家们可以在短视频和直播内容上加强营造浪漫氛围，打造沉浸式体验。同时也可关注单身群体，结合“悦己”消费趋势，为目标客群提供情感价值。

重点关注商品

彩妆套装、黄金/彩宝/钻石/珍珠、巧克力、智能机、生活电器、个人保健/护理电器

推荐商品参考



彩妆套装



时尚饰品



巧克力

营销关键词

开学/学生

2月各中小学迎来开学季，这一时期消费群体主要集中在学生及其家长，品牌商家需深入了解不同年龄段学生及其家长的需求特点。新学期，文具、书包、宿舍用品等相关品类的市场需求扩大，商家可以通过强调产品的品质、设计感或独特功能来吸引消费者。

重点关注商品

电子教育、书籍/杂志/报纸、文具、教育培训、箱包、收纳整理

推荐商品参考



书包



宿舍用品



学习机

2月热点营销日历：



● 关键营销节点

02/08-02/14 抖音商城浪漫情人节

02/12 星期三 元宵

02/14 星期五 情人节

● 重要时间节点

02/03 星期一 立春

02/18 星期二 雨水

1月抖音大事件盘点：

01 抖音电商发布《日用百货与厨具类目降佣政策》

1月1日起，抖音电商日用百货与厨具覆盖的六个一级类目商品的基础技术服务费率将由5%最低降至0.6%（仅收取基础支付通道费）。

02 抖音建立安全与信任中心

1月3日，抖音宣布将推出10项措施，建立安全与信任中心，切实推动算法和平台治理透明化，创建安全与信任的平台环境，打造更良好的网络生态。

03 抖音电商推出中小商家扶持计划

1月6日，抖音电商推出力度空前的商家扶持计划，涵盖免佣金、返推广费、设帮扶基金等九大措施，回应商家普遍关切的退货、卷低价、投流等问题。

04 抖音本地生活接入高德地图

目前，北京、上海、成都等部分城市高德地图开放抖音本地生活商品挂接，行业则以餐饮和生活服务为主。搜索部分店铺可发现抖音团购链接，点击“去抖音购买”，则可直接跳转至抖音App。

05 抖音电商提高直播带货准入门槛

1月8日，抖音电商发布公告称，平台将启动专项治理行动，重点治理虚假营销。根据平台最新规定，带货权限将仅开放给真实、合规且有一定内容创作能力的真人作者群体。

06 抖音电商发布24年平台服务体验报告

1月13日，抖音电商发布《2024抖音电商平台服务体验报告》。报告显示，过去一年，抖音电商着重改善售后体验，全年主动服务超2.4亿用户，售后满意度较去年提升13%。

07 抖音电商调整超值购报名规则

1月16日消息，抖音电商调整报名参加超值购的商家条件，删除了“商家体验分 \geq 70分”的条件要求。目前商家报名参与条件有：物流体验分 \geq 70分、满足常规24省市包邮、满足运费险要求等。

08 抖音生活服务开放美食类储值卡商品招商

1月20日，抖音生活服务平台面向餐饮行业开放储值卡商品定向招商，包含水果鲜货、零食/速食、咖啡、茶饮果汁、面包烘焙、牛排、熟食、北京菜八大类目。

03

本月榜单

2025年1月品牌销售热榜

总榜

| 排名 | 品牌 | 排名 | 品牌 | 排名 | 品牌 |
|----|----------------------|----|------------------------------|----|-----------------|
| 1 | HUAWEI/华为 | 11 | CAMEL/骆驼 | 21 | YANGHE/洋河 |
| 2 | YAYA/鸭鸭 | 12 | adidas/阿迪达斯 | 22 | Midea/美的 |
| 3 | MOUTAI/茅台 | 13 | SNOW FLYING/雪中飞 | 23 | Xiaomi/小米 |
| 4 | NIKE/耐克 | 14 | FILA/斐乐 | 24 | China Gold/中国黄金 |
| 5 | BOSIDENG/波司登 | 15 | TUCANO/啄木鸟 | 25 | GOLDFARM/高梵 |
| 6 | LouisVuitton/路易威登 | 16 | KANS/韩束 | 26 | Redmi/红米 |
| 7 | Apple/苹果 | 17 | Haier/海尔 | 27 | 学而思 |
| 8 | YALU/雅鹿 | 18 | Alessandro Paccuci/亚历山德罗 帕库奇 | 28 | HUANGYIPIN/凰一品 |
| 9 | Three Squirrels/三只松鼠 | 19 | COACH/蔻驰 | 29 | OPPO |
| 10 | ROMON/罗蒙 | 20 | BE & CHEERY/百草味 | 30 | LI-NING/李宁 |

2025年1月品牌销售热榜

美妆榜



| 排名 | 品牌 | 排名 | 品牌 | 排名 | 品牌 |
|----|-------------------|----|-----------------------|----|------------------|
| 1 | KANS/韩束 | 11 | CHANDO/自然堂 | 21 | 原生密码 |
| 2 | 谷雨 | 12 | DCEXPORT | 22 | The history of/后 |
| 3 | PROYA/珀莱雅 | 13 | lefilleo/丽菲欧 | 23 | colorkey/珂拉琪 |
| 4 | L'OREAL /欧莱雅 | 14 | MARUBI/丸美 | 24 | 肌倡 |
| 5 | ESTEE LAUDER/雅诗兰黛 | 15 | 可复美 | 25 | bLaomyun/不老谜语 |
| 6 | MGP/毛戈平 | 16 | HEXKIN | 26 | forest cabin/林清轩 |
| 7 | 三资堂 | 17 | Helena Rubinstein/赫莲娜 | 27 | ELL |
| 8 | LANCÔME/兰蔻 | 18 | YSL/圣罗兰 | 28 | 素说美丽 |
| 9 | LA MER/海蓝之谜 | 19 | KAZOO | 29 | Florasis/花西子 |
| 10 | MEICHIC/美诗 | 20 | HBN | 30 | PECHOIN/百雀羚 |

2025年1月品牌销售热榜

个护家清榜



| 排名 | 品牌 | 排名 | 品牌 | 排名 | 品牌 |
|----|------------------------|----|---------------|----|--------------|
| 1 | Bluemoon/蓝月亮 | 11 | Liby/立白 | 21 | FREEMORE/自由点 |
| 2 | 沫檬 | 12 | OKCS | 22 | 俊小白 |
| 3 | Mind Act Upon Mind/心相印 | 13 | hexin/荷馨 | 23 | 德佑 |
| 4 | 妇炎洁 | 14 | 侗染 | 24 | C&S/洁柔 |
| 5 | 活力28 | 15 | Breeze/清风 | 25 | 老管家 |
| 6 | Dettol/滴露 | 16 | INTIMA/茵缇玛 | 26 | bop/波普专研 |
| 7 | NYSCPS/参半 | 17 | 赫系 | 27 | KERASTASE/卡诗 |
| 8 | 白云山 | 18 | SukGarden/蔬果园 | 28 | 彩夕 |
| 9 | Vinda/维达 | 19 | 水卫士 | 29 | 漫花 |
| 10 | botare/植护 | 20 | 天空树 | 30 | 固然堂 |

2025年1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 | ROMON/罗蒙 |
| 4 | YALU/雅鹿 |
| 5 | SNOW FLYING/雪中飞 |
| 6 | TUCANO/啄木鸟 |
| 7 | HERDERS |
| 8 | Alessandro Paccuci/亚历山德罗 帕库奇 |
| 9 | Pierre Cardin/皮尔卡丹 |
| 10 | GOLDFARM/高梵 |

3C数码家电



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

母婴宠物



| 排名 | 品牌 |
|----|---------------------|
| 1 | Balabala/巴拉巴拉 |
| 2 | YALU/雅鹿 |
| 3 | Disney/迪士尼 |
| 4 | anta kids/安踏儿童 |
| 5 | kangaroo mommy/袋鼠妈妈 |
| 6 | BOSIDENG/波司登 |
| 7 | bodcrme/贝德美 |
| 8 | MOMOCO/玛米玛卡 |
| 9 | SNOOPY/史努比 |
| 10 | SNOW FLYING/雪中飞 |

2025年1月品牌销售热榜

食品饮料



| 排名 | 品牌 |
|----|----------------------|
| 1 | Three Squirrels/三只松鼠 |
| 2 | BE & CHEERY/百草味 |
| 3 | ADOPT A COW/认养一头牛 |
| 4 | BESTORE/良品铺子 |
| 5 | SATINE/金典 |
| 6 | yili/伊利 |
| 7 | 诺梵 |
| 8 | Want Want/旺旺 |
| 9 | Dove/德芙 |
| 10 | 盐津铺子 |

生鲜



| 排名 | 品牌 |
|----|---------------------------|
| 1 | 天海藏 |
| 2 | dongfangzhenxuan/东方甄选 |
| 3 | 滋记 |
| 4 | HAIYANGYANYI/海洋演义 |
| 5 | YUGONG WHARF SEAFOOD/渔公码头 |
| 6 | 琴岛如伊鲜 |
| 7 | 脱骨侠 |
| 8 | 叮叮懒人菜 |
| 9 | 果之彩 |
| 10 | Zuidaocheng/最岛城 |

运动户外



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

2025年1月品牌销售热榜

智能家居



| 排名 | 品牌 |
|----|---------------|
| 1 | TINECO/添可 |
| 2 | SUPOR/苏泊尔 |
| 3 | dreame/追觅 |
| 4 | KONKA/康佳 |
| 5 | Midea/美的 |
| 6 | UWANT/友望 |
| 7 | AUX/奥克斯 |
| 8 | Royalstar/荣事达 |
| 9 | Skyworth/创维 |
| 10 | Flyco/飞科 |

酒类



| 排名 | 品牌 |
|----|----------------------|
| 1 | MOUTAI/茅台 |
| 2 | YANGHE/洋河 |
| 3 | LUZHOU LAO JIAO/泸州老窖 |
| 4 | 汾酒 |
| 5 | WULIANGYE/五粮液 |
| 6 | XI LIQUOR/习酒 |
| 7 | 国鼎 |
| 8 | GUOTAI/国台 |
| 9 | 宜品 |
| 10 | 剑南春 |

滋补保健



| 排名 | 品牌 |
|----|------------------|
| 1 | 诺特兰德 |
| 2 | 养能健 |
| 3 | FRESH/小仙炖 |
| 4 | WONDERLAB/万益蓝 |
| 5 | 五个女博士 |
| 6 | 仁和 |
| 7 | 鸣味实验室 |
| 8 | OXYENERGY/氧气能量 |
| 9 | 180theconcept |
| 10 | Klosterfrau/德国修女 |

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12月1日-2025年1月31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2025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

拓流量

- EXPAND MARKET

市场趋势

达人选投

流量转化

铺货品

- MANAGE PRODUCT

新品营销

爆款投放

渠道优化

配营销

- OPERATE CAMPAIGN

赛道挖掘

营销种草

软广识别

做用户

- ANALYZE USERS

受众分析

人群包投放

私域沉淀

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



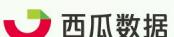
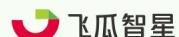
商务合作

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

FE GUA

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