

# 2025年12月 飞瓜抖音电商营销月报

2026-01 飞瓜数据 出品



## 研究综述

### 01. 统计周期

2024年12月-2025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

## 2025年12月 电商营销复盘

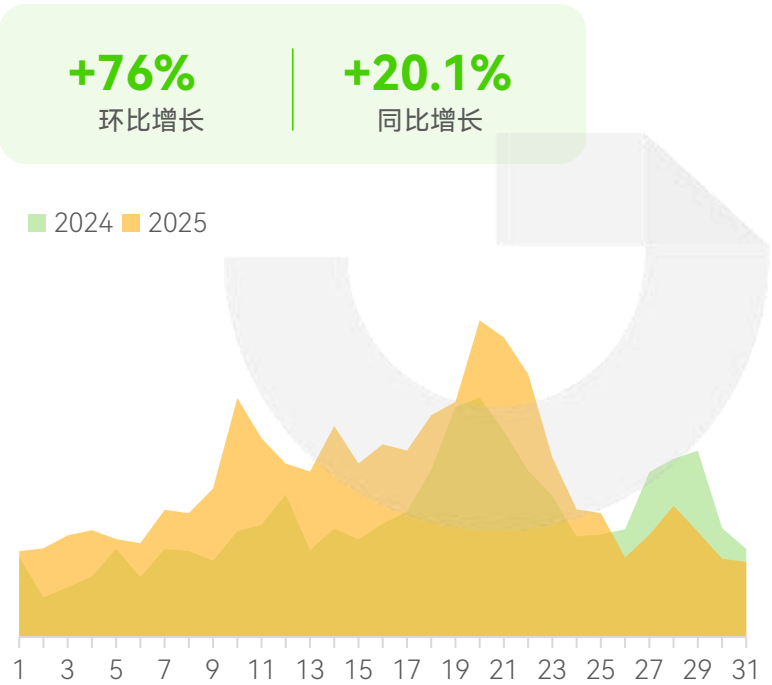


# 12月重点品类：巧克力

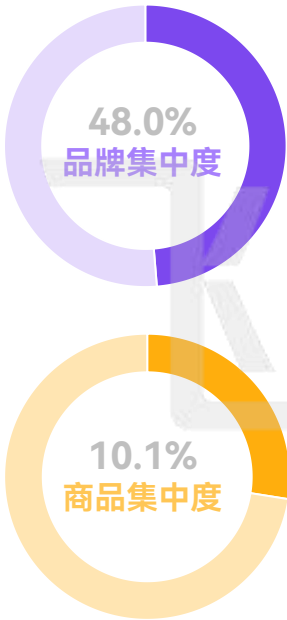
## 节日旺季驱动高增长，头部品牌展现强大影响力

12月抖音巧克力品类环比增长76%、同比增长 20.1%，高增速显然受年底圣诞节日带动，送礼需求集中释放，推动品类进入销售旺季。品类12月的品牌集中度高达48.0%，头部品牌占据近半市场，靠多SKU覆盖不同消费场景。如德芙主推“士力架+德芙”的年货组合装；诺梵、朵娜贝拉等品牌聚焦“年货礼包”、“情人节小熊礼盒”等差异化主题，匹配不同用户的送礼需求。

12月抖音巧克力品类表现



12月抖音巧克力品牌与商品集中度TOP5



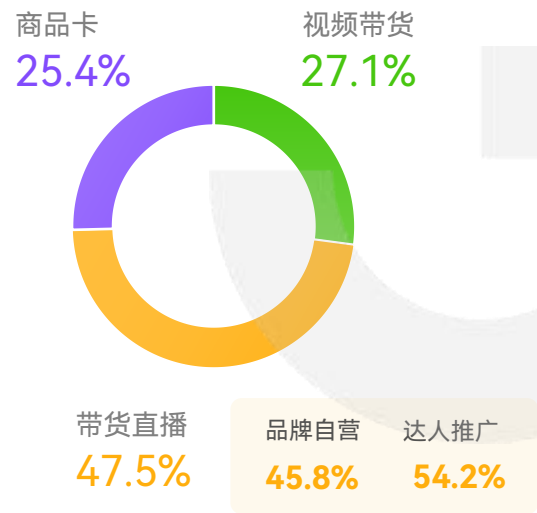
排名	品牌	销售指数	主推商品
01	Dove/德芙	99.9	士力架德芙脆香米m豆混合巧克力糖果组合含赠925g囤货送礼
02	诺梵	42.0	诺梵经典松露巧克力礼袋装228g~500g年货送礼物年货零食大礼包
03	Dorabella/朵娜贝拉	25.4	比利时进口夹心巧克力小熊情人节送男女朋友老婆新年生日礼物礼盒
04	FERRERO/费列罗	19.4	【双旦奇遇】费列罗臻品巧克力32粒装三种口味礼盒新年元旦限定送礼
05	Lindt/瑞士莲	17.9	【DF达人专属】lindt/瑞士莲软心金装精选黑巧克力分享装569g



带货直播为品类重点销售渠道，味觉体验为复购主要原因

在12月品类带货渠道上，带货直播以47.5%的销售占比成为核心渠道。其中，达人推广略高于品牌自营销销售热度，深入“新年送礼试吃、家庭分享场景”等内容种草，匹配年底节日消费的情绪需求，放大礼盒类商品的转化效率。在营销层面，巧克力类型营销词占据前三。其中，强调“纯可可脂”的趋势表现抓住了消费者对巧克力“品质健康”的诉求。在复购端，“口感好”、“味道好”提及比例合计超 80%，说明味觉体验是用户留存的核心因素。

12月抖音巧克力带货方式占比



高频营销词

关键词	热度
巧克力	99.9
夹心	73.6
纯可可脂	68.2
丝滑	51.1
松露	50.9
解馋	42.8
儿童	41.4
新年	34.9
糖果	33.4
休闲	29.7

12月抖音巧克力主要类型

关键词	销售占比
巧克力制品	33.0%
夹心巧克力	14.7%
松露巧克力	13.1%
牛奶巧克力	12.7%
黑巧克力	8.4%
混合巧克力	7.3%
果仁巧克力	7.2%

用户回购原因





## 抓节日流量破圈，以“友情”打造“分享同乐”



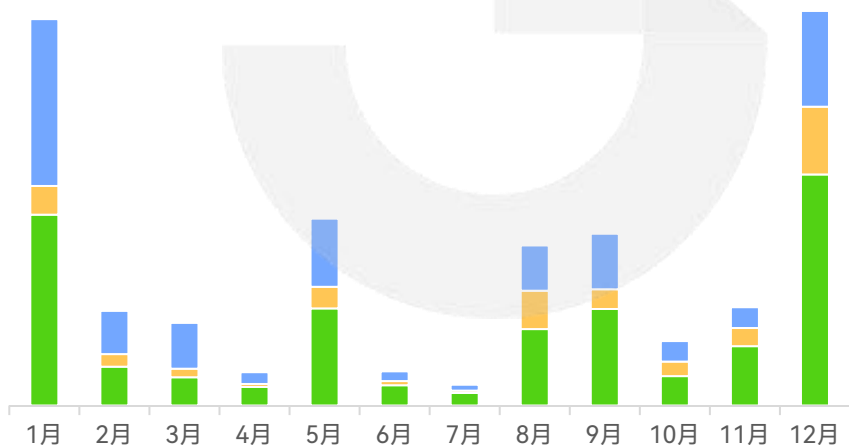
Dove/德芙

主要带货方式：直播带货 52%

主要受众：女、31-40、山东

### 2025年德芙品牌月度带货方式表现

■ 直播带货 ■ 视频带货 ■ 商品卡



### 品牌自营矩阵发力直播带货

#### 12月品牌重点带货场次

@德芙巢玖零食专卖店巧克力

相关场次 23场 总销售热度 1000w-2500w

主要直播场次 12月14日 观看人次 95.9w

实时直播热榜 / 食品饮料 / 第5名

主要流量来源 付费+其他 占比83.7%

#### TOP5品牌自营矩阵店铺销售表现

@德芙巢玖零食专卖店巧克力 1000w-2500w

@德芙巧克力旗舰店 2500w-5000w

@德芙直播间 500w-750w

@德芙自营精选 250w-500w

@德芙礼品旗舰店 250w-500w

### 热门视频内容多从“好朋友”切入

品牌12月带货视频TOP10中，7条内容皆以“拖好朋友的福”、“好朋友凭咱俩的关系”等**友情**角度入手，引发“为好友买单”或“分享同乐”的即时冲动，契合了年轻人**重朋友陪伴**、**乐于分享**的社交消费心态。

#### 带货视频亮点案例



达人：@乳酸菌R

嘿嘿！拖好朋友的福！我也收到了冬天第一盒德芙圣诞铃铛巧克力啦！  
#惊喜 #礼物 #德芙 #巧克力 #来自好朋友的愛

销售热度：100w-250w

点赞：8.2w

#### 内容亮点：

通过“假装不小心手滑”的分享方式，引导观众对分享礼品给朋友产生兴趣。且铃铛款式的包装新颖有趣。

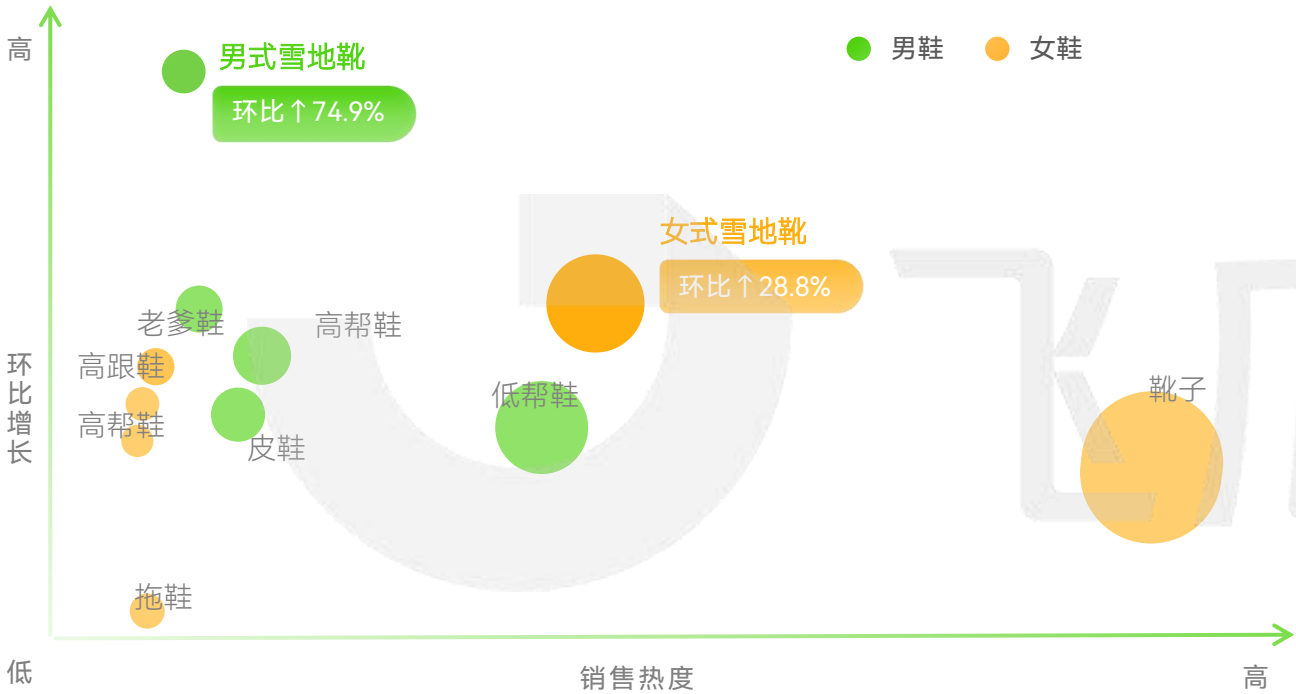


12月重点品类：雪地靴

雪地靴领跑鞋靴品类环比增长、男女需求痛点差异化显著

作为冬季核心品类，雪地靴已成鞋靴大类增长主力。其中男式雪地靴环比增长 74.9%，女式环比增长28.8%。女式雪地靴在“冬季、保暖”基础上，叠加“时尚、新款、百搭”等高热度卖点，具备“功能 + 颜值”双需求。而男式卖点中“防滑”热度居前，反映男性更优先实用功能。

12月男/女鞋品类销售热度与环比增长分布



注\*仅展示销售热度过亿级品类表现

雪地靴品类主要营销卖点词

女式雪地靴

卖点词	热度
冬季	99.9
保暖	76.7
新款	62.2
时尚	60.0
百搭	45.5
加绒	44.8
防滑	40.9
加厚	34.7
防水	29.8
增高	23.5

男式雪地靴

卖点词	热度
冬季	99.9
防滑	81.6
保暖	70.7
加绒	62.1
休闲	61.4
时尚	48.3
防水	47.2
新款	44.6
舒适	44.3
雪地	42.3



# 12月重点品类：雪地靴

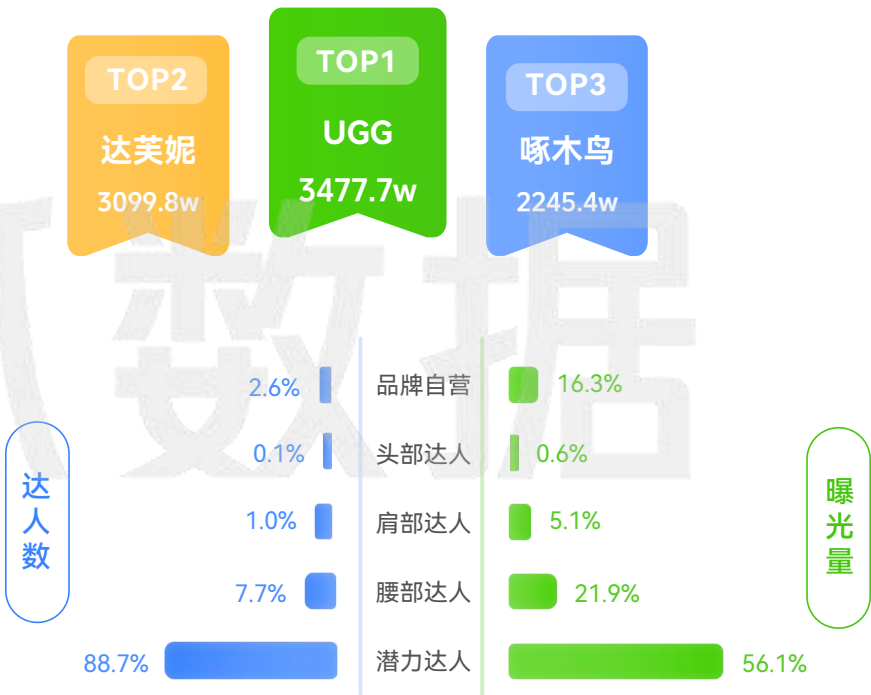
## 话题锚定用户痛点，潜力达人铺量种草

12月抖音雪地靴品类话题内容聚焦“实用与适配”。如穿搭强调“显高显瘦”匹配小个子需求，款式覆盖厚底、长筒等细分款型，精准击中不同身材、场景的用户痛点，用细分需求拉满消费适配性。在种草布局上，潜力达人发布内容数量占比最高且贡献了56.1%的曝光。头部达人参与度则较低。中腰部达人的内容传播效率也不错，更贴近普通用户日常穿搭场景，具备真是种草感，覆盖下沉和细分人群。

12月抖音雪地靴品类主要话题内容



12月抖音雪地靴高曝光表现品牌





锚定精准人群，实现直播高效转化



达芙妮


主要带货方式： 直播带货

12月女式雪地靴品类销售热度 **TOP1**

12月品牌销售与曝光关键数据

销售热度	同比增长	曝光量	互动量
2500w-5000w	216.6%	3130.3w	123.3w

12月主要带货商品

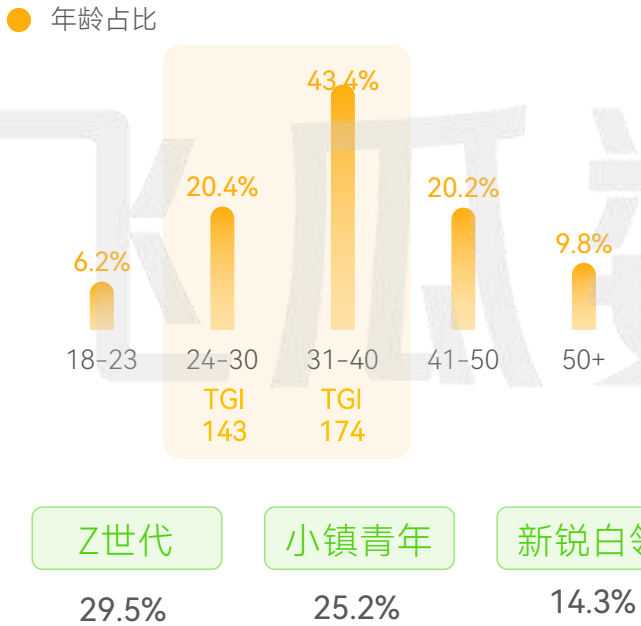


达芙妮厚底雪地靴2025冬季加绒加厚防滑增高爆款棉鞋女冬外穿短靴

**销售热度：** 1000w-2500w

**浏览量：** 73.9w

12月品牌自营观众画像



主要带货直播

@Daphne达芙妮蝶步专卖店

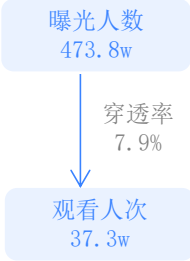
达芙妮冬季新款上新，浮力炸不停！

实时直播热榜 / 鞋靴箱包 / 第1名

开播时间：2025/12/13

平均停留时长：1分27秒

流量来源：付费34.3%、推荐30.9%



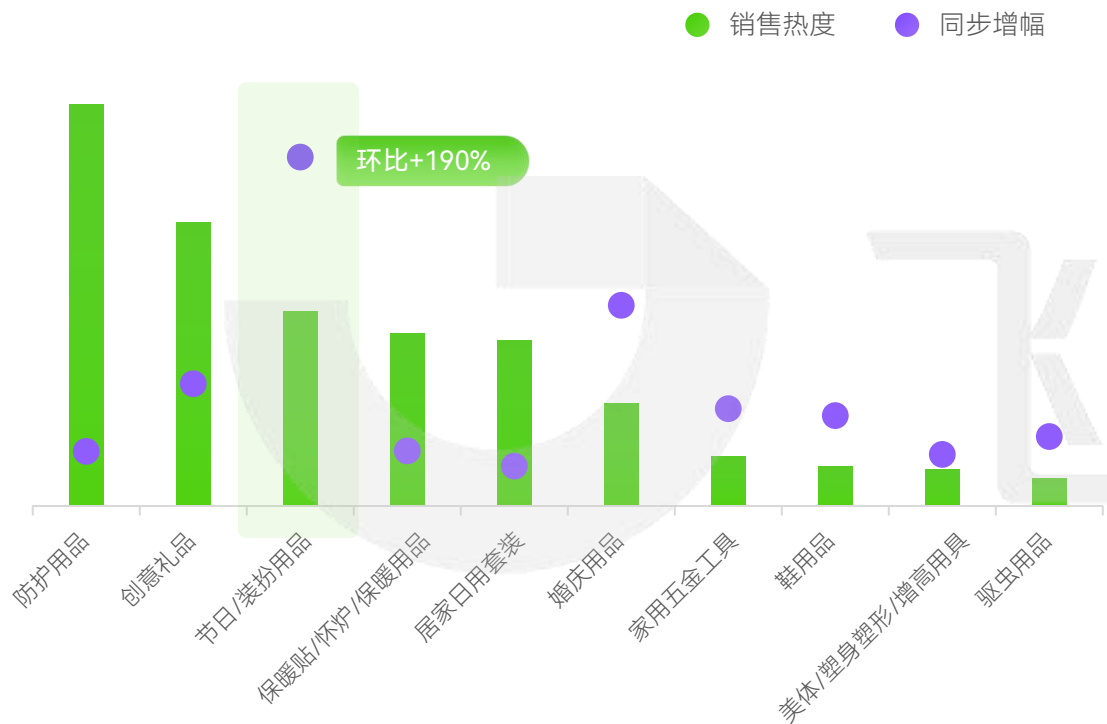


# 12月重点品类：节日装扮用品

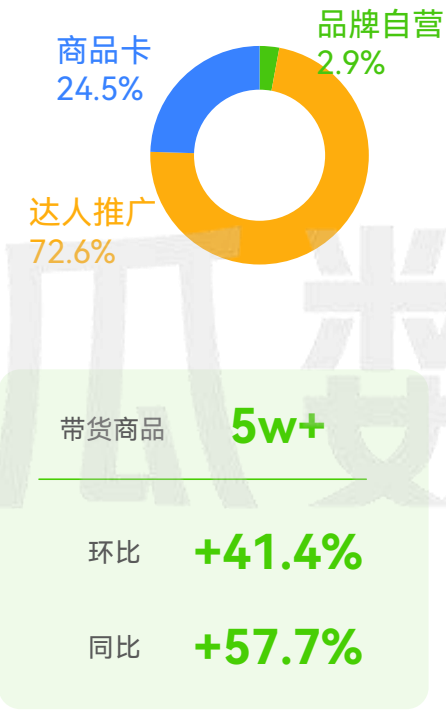
## 节日场景驱动装扮用品热卖、达人推广成核心转化载体

年底新年、春节的节日氛围催化，让节日装扮用品以环比+190%的增幅领跑品类大盘。节日装扮用品依赖“场景展示”的特性，使得达人带货效果更为显著，能实时呈现如“客厅装饰效果、布置教程”，更易激发用户消费需求。卖点词云聚焦“新年、春节”等，进一步强化了“节日场景绑定”的逻辑。

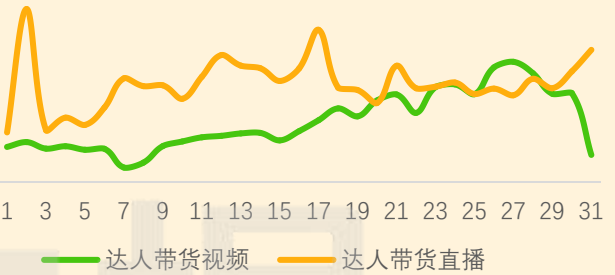
12月抖音居家日用细分TOP品类销售热度占比



节日/装扮用品带货方式



12月达人推广销售表现细项



节日/装扮用品主要标题卖点词云





12月重点品类：节日装扮用品

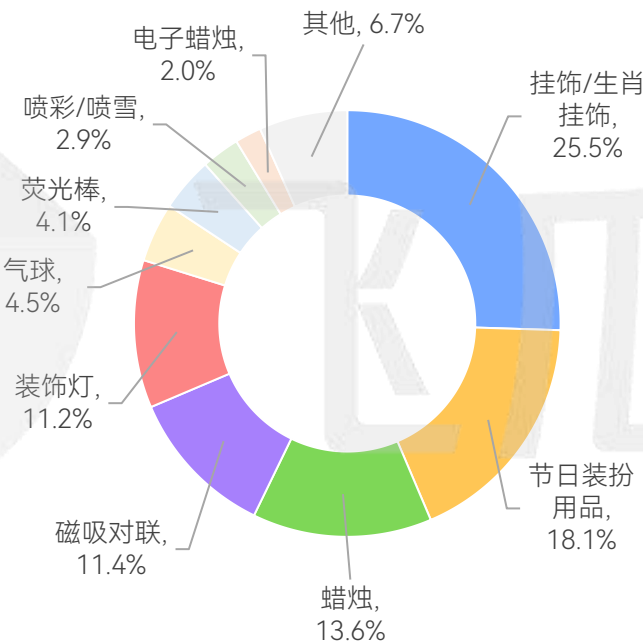
节日广告投放表现增长，氛围类内容完播率表现优秀

在品类广告投放上，广告数、互动量与投放达人、品牌皆增长显著，借年底节日流量集中铺量，提升转化效率。在细分类目上，挂饰 / 生肖挂饰、节日装扮用品这类“布置刚需”占比靠前，精准触达用户“节日装饰”的即时需求。广告完播率上，“喜庆氛围”、“氛围感”表现领跑，说明用户对“烘托节日氛围”的内容接受度更高，匹配“新年营造仪式感”的核心诉求。

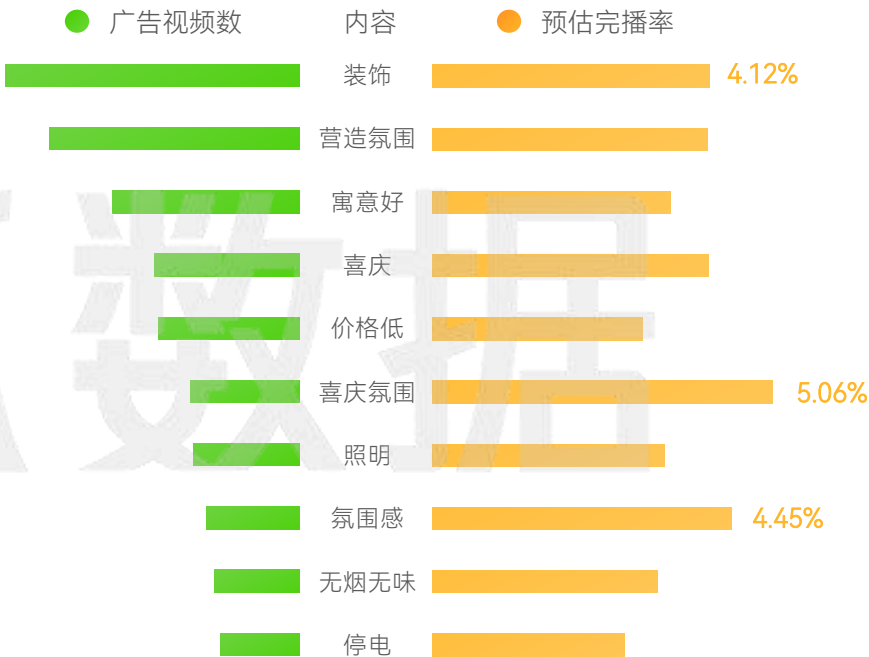
12月抖音节日装扮用品广告投放概览



细分品类广告数量分布



广告内容完播率分析





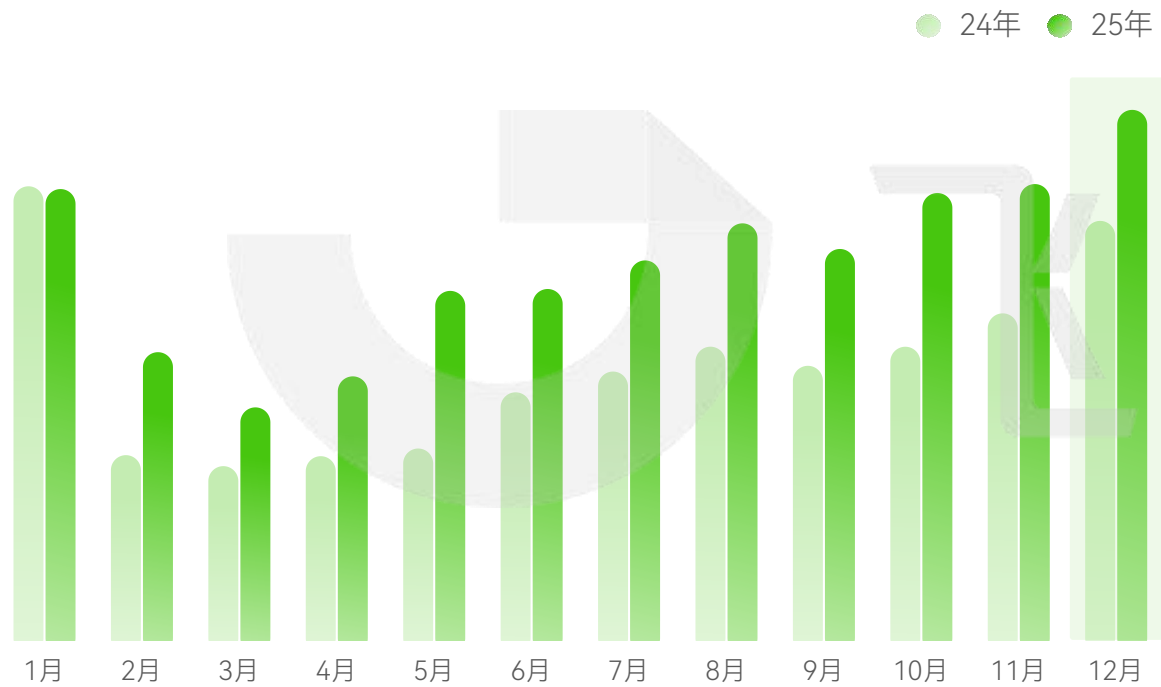
12月重点品类：家务/地板清洁用具



销售热度延续性高涨，全场景消费需求释放

25年各月抖音家庭/地板清洁用品同比24年显著增长，其中25年12月热度延续全年强势表现，在年末消费场景下的需求进一步释放，环比增长19.4%，同比增长19.4%。细分品类下，平板拖把为核心品类，占比达15%以上，垃圾袋、家务手套等品类的占比也相对可观，覆盖清洁全场景的需求释放。而品牌端呈现分散格局，CR5为18.29%、头部品牌市占率均不足6%，反映品类仍处品牌心智未固化的阶段。

24-25年抖音家庭/地板清洁用品销售热度对比



12月抖音家务/地板清洁用品热卖细分品类



12月家务/地板清洁用品品牌TOP5





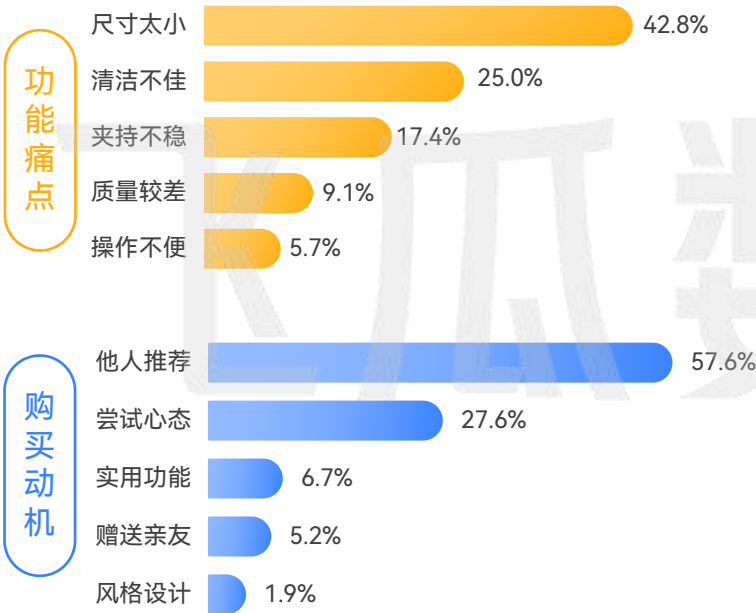
免洗、多功能拖把成趋势，用户痛点集中于实用体验

从12月份平板拖把的热门卖点来看，免洗、多功能、大尺寸拖把成市场的主要营销方向，同时在购后反馈上，尺寸、清洁力等问题也为消费者的关注重点。购买动机上，“他人推荐”是核心决策因素，说明社交传播仍为品类流量关键抓手，整体而言，当前市场既贴合用户对清洁工具的实用诉求，也留有基于需求升级与渠道下沉的增长缺口。

12月份抖音平板拖把高热卖点



12月份抖音平板拖把购后舆情



品类趋势预测

- 免手洗拖把更受欢迎
- 多功能干湿两用拖把需求上升
- 大面板、加大号拖把受青睐
- 厂家直发产品更有竞争力

品类隐形机遇

- 开发创新功能拖把，吸引消费者
- 拓展农村市场，结合三农话题推广
- 厂家直发优势降低成本，提高性价比



## 免手洗材质打造品牌差异点，广告投放推动自营销售转化



鑫昌泰

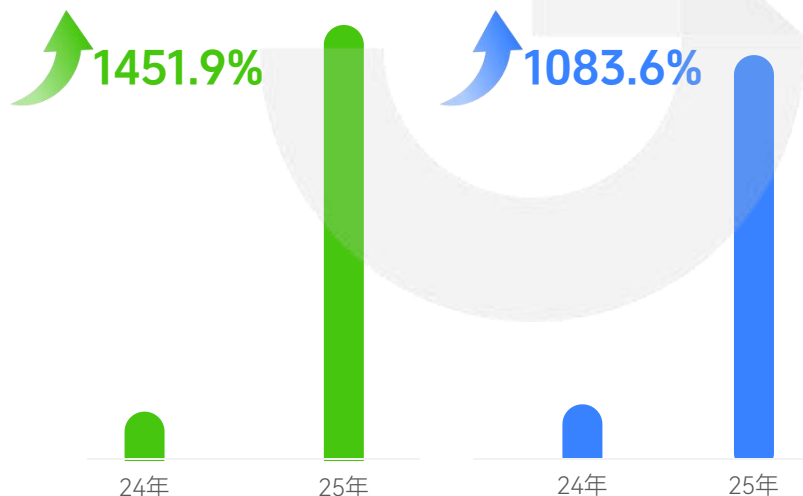
主要受众：女，31-40，四川

主要带货方式：品牌自营、直播带货

## 12月品牌销售热度及广告曝光对比

## 销售热度

## 广告预估曝光



1083.6%

24年

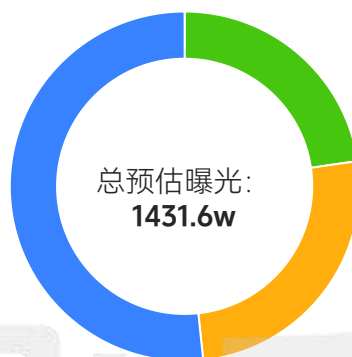
25年

24年

25年

## 12月品牌广告预估曝光分布

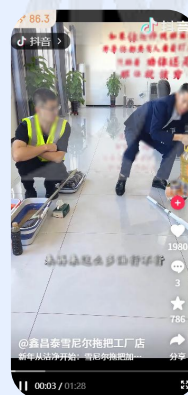
■ 商品广告 ■ 直播引流广告 ■ 通用广告



## 12月品牌份广告商品关键词

毛厚密 小孩可用 干净  
易清洁  
刮刀 清洁地面 干爽 无水渍 使用便  
吸水去污 大面板 吸水性 去污强  
源头工厂  
折叠桶 加大面板  
拖把 手洗脏 雪尼尔 手洗烦 效果好  
擦不净 吸水强 吸脏物  
刮水条 手洗 拖地 拖地净 清洁 免手洗 吸水 无水印 清洗烦 清洁好 地面干  
水印 洗拖把 不锈钢 速干 吸水强 不弯腰 吸油 自动回弹 不用弯腰  
吸污 3公分 有水印  
海绵拖 保洁拖地 不脏手 需手洗 不冻手 吸水油 扫地烦 吸水污 不留印 无水花  
轻松 平板 扫拖一体 加班发货  
省心 扫拖 吸水好 省时省力  
雪尼尔布 有水痕 干湿两用 清地面 擦干  
使用轻 清洁地板 面板加大

## 优质广告案例



**AD** 新年从洁净开始：雪尼尔拖把加持的仪式感大扫除，真的爽！#雪尼尔拖把 #免手洗拖把 #家务好帮手

## 预估曝光

142.3w

预估5S完播率

27.78%

结构要素详解：痛点呈现 → 产品解决方案 → 效果展示 → 优惠促销

- 通过不断增加污渍种类测试产品清洁能力：直观地展示了产品的多功能性和强大的清洁效果，吸引观众注意力。
- 对比旧款杆子突出产品升级：让观众清晰看到产品的优势，增强产品的吸引力。
- 给出优惠活动并引导购买：刺激观众的购买欲望，提高转化率。

对比旧款杆子突出产品升级：让观众清晰看到产品的优势，增强产品的吸引力。

➤ **给出优惠活动并引导购买：** 刺激观众的购买欲望，提高转化率。

## 12月品牌高曝光投放达人



@鑫昌泰官方旗舰店家居优选

粉丝数: 64.1w 预估曝光: 2660.9w



@鑫昌泰官方旗舰店优选家居

粉丝数: 6872 预估曝光: 109.1w



@鑫昌泰官方旗舰店

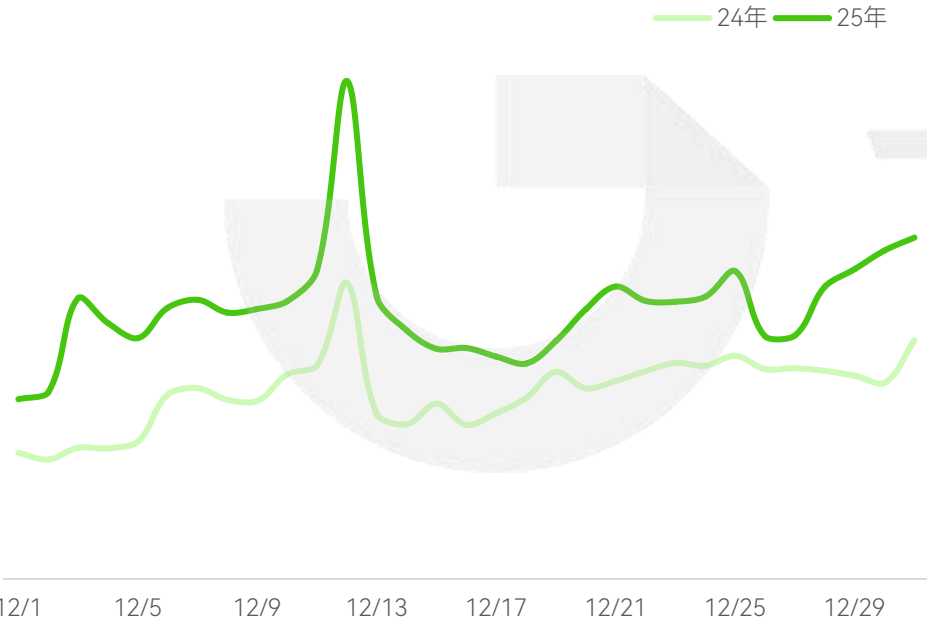
粉丝数: 9.1w 预估曝光: 46.4w



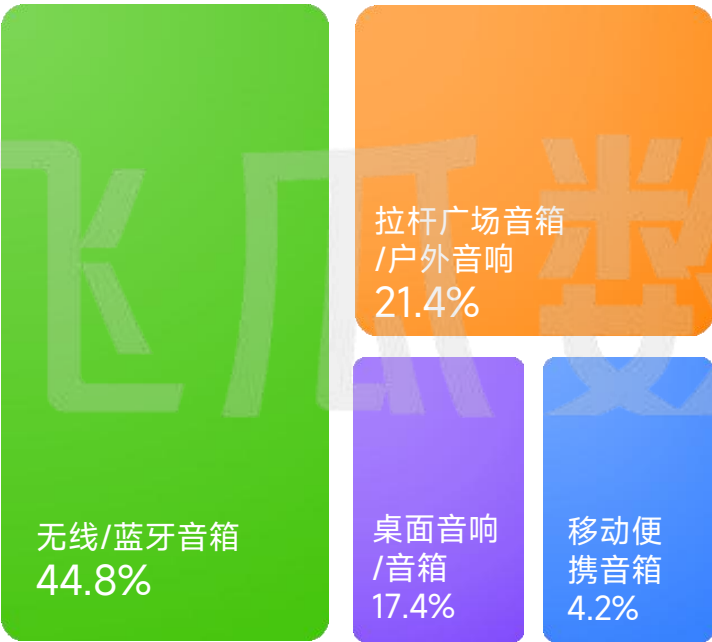
市场呈现明显热度升级，无线蓝牙音响为核心品类

25年12月抖音音箱/音响市场热度较24年同期明显攀升，同比增长达45.87%，品类格局与市场方向更趋清晰，无线 / 蓝牙音箱以近半份额占据主导，对应“蓝牙”成为销售占比最高的热门卖点，印证了用户对连接便捷性的核心需求。同时，户外、K 歌、广场舞等场景化卖点的高占比，体现出“多元场景适配”正成为拉动消费的重要方向。

24-25年12月抖音音箱/音响销售热度趋势

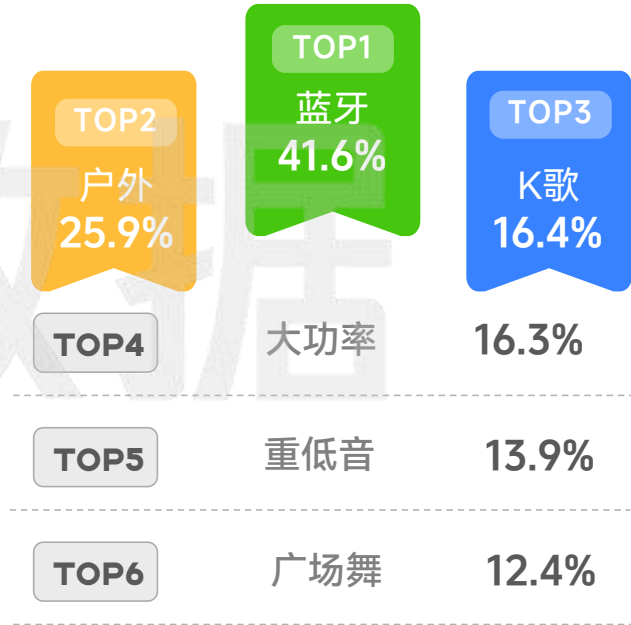


25年12月抖音音箱/音响细分品类分布



25年12月抖音音箱/音响热门卖点

\*数值代表销售占比





瞄准户外烧烤场景，广告投放精准布局助推转化

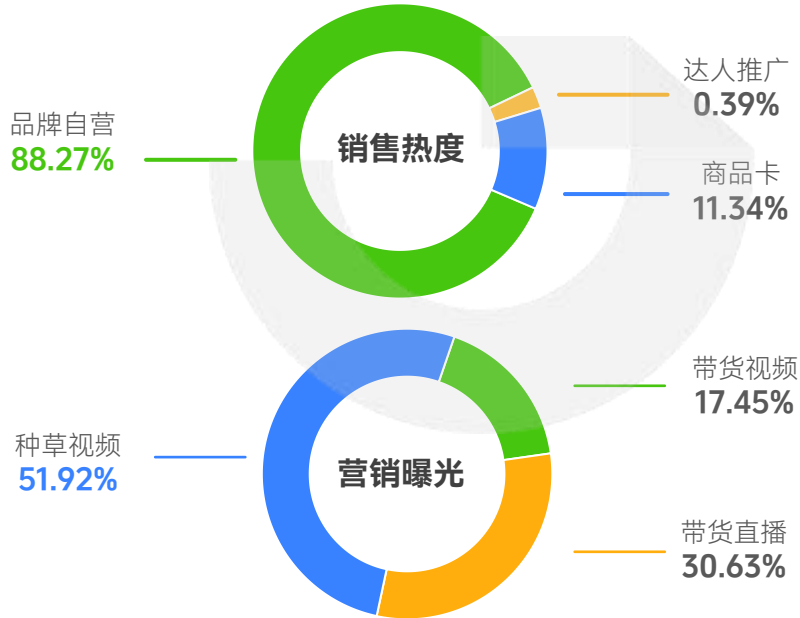


**金运**

主要受众：女，31-40，广东

12月抖音音箱/音响销售热度 **TOP2**

12月品牌音箱/音响品类销售及营销分布



**主推双爆品，满足不同场景需求**

● **品牌主推商品**

**家用款**



【双旦】金运K7家庭k歌音响一体机  
大功率智能无线蓝牙唱歌音箱一体  
销售热度：1000w-2500w

**便携款**



金运视频歌词K800V无线Ai蓝牙音  
箱K歌一体机声卡麦克风户外音响  
销售热度：250w-500w

● **品牌营销内容词云**



**铺设自营直播矩阵，输出产品优势**

● **品牌自营矩阵**

**KINYO 金运**

金运家庭KTV设备  
粉丝数：12.4w 销售热度：750w-1000w

**KINYO 金运**

金运智能电器旗舰店  
粉丝数：7.6w 销售热度：500w-750w

**KINYO 金运**

金运音响旗舰店  
粉丝数：6777 销售热度：50w-75w

● **自营直播亮点**



- 多个矩阵号直播间分别主推家庭款、便携款两种单品
- 对比线下KTV、音乐平台会员花费对比，突出品牌KTV音响性价比
- 演示AI遥控、开机即用等功能，凸显产品操作简单



# 02

## 2026年1月 电商趋势前瞻



# 12月抖音大事件盘点：

## 01 抖音电商发布《抖音电商2025火锅开吃节数据报告》

该报告指出，2025年11月25日至12月2日火锅开吃节期间共有81万商家实现动销，同比增长23%；其中火锅相关店播商家数量达到21万家；超过91万名创作者参与本次火锅开吃节带货。

## 02 抖音升级打假相关内容新规

抖音电商再次更新与升级了治理打假相关内容和行为的平台规范。进一步明确：“如账号发布缺乏事实依据的‘打假’‘测评’‘揭黑’等内容且多次被投诉下架，平台将关闭其内容加热与商业变现功能。

## 03 抖音电商升级“超级福袋”玩法

12月中旬开始，抖音电商将针对包含营销内容的视频升级新规范：凡是视频中插入了与主线内容关联度较低的营销内容，都需要用“章节功能”进行标记，。

## 04 抖音电商千川大会发布惠商举措

12月11日，抖音电商千川大会在上海举行。会上推出两项重磅惠商举措，一是使用“千川·乘方”产品的订单技术服务费减免至0.6%。二是推出百亿优惠券补贴计划，通过智能优惠券精准触达目标用户。

## 05 抖音电商开展瓜果品类专项治理

12月15日消息，为切实保障购物体验与食品安全，抖音电商已启动应季瓜果专项治理，对虚假宣传与劣质售卖行为从严处置，坚决维护消费者合法权益与平台交易秩序。

## 06 《抖音电商2025兴趣产业带数据报告》发布

该报告于12月23日发布，报告显示过去一年，抖音电商平台上销售额过亿的兴趣产业带491个，其中108个来自县城，贡献了1/4的销售额；超过9800家兴趣产业带商家销售额从0增长到百万。

## 07 抖音电商打击“盗播”等违规行为

抖音电商于2025年12月启动了“真人盗播”专项治理行动，利用技术和人工双重审核机制，对违规账号及相关内容展开严格排查。

## 08 抖音电商新增《“果径无忧”服务规范》

12月26日，抖音电商发布新增《“果径无忧”服务规范》的公示通知，该新规旨在提升消费者生鲜品质购物体验，预计于26年1月4日生效。



# 1月热卖商品预测：

## 营销关键词

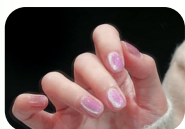
26年

2026年的新年序章已拉开，作为一年之初的关键节点，“2026新开端”、“新年仪式感”、“阖家团圆囤货”等关键词天然贴合用户的情感与消费需求——品牌可借势这一节点，以新年氛围为底色，将产品与辞旧焕新、团圆陪伴等场景绑定，能通过节点情感共鸣，深化品牌在用户心智中的温暖印记。

### 重点关注商品

指甲油/美甲用品、染发剂、彩妆护肤套装、家庭收纳/整理用具、手机保护套/壳、文化创意台历

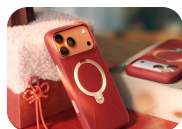
### 推荐商品参考



指甲油



彩妆礼盒



手机壳

## 营销关键词

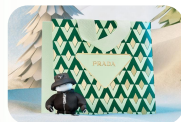
腊八、年味

“过了腊八就是年”，腊八节点自带怀旧、暖情的情感底色，叠加年货采购旺季的消费热度，抖音电商商家品牌可围绕“腊八暖情”、“年货备齐”的核心氛围，联动节日情感与家庭消费场景，通过情感共鸣强化品牌在年货场景中的心智占位，契合用户年末的消费与情感双重需求。

### 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、茶叶礼盒

### 推荐商品参考



彩妆套装



柑/桔/橘



巧克力

## 营销关键词

寒假、学生

寒假期间，学生群体的自主安排时间大幅增加，对应的“学习升级”与“兴趣拓展”需求也随之凸显，品牌可聚焦学生群体的核心场景，针对自主学习需求，绑定平板电脑、电子词典、学习机等设备的“高效辅助”价值；针对兴趣拓展需求，则可关联绘画工具、益智玩具等好物的“趣味陪伴”属性。

### 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



玩具乐器



零食/坚果/特产



# 1月热点营销日历:



## ● 关键营销节点

01/01 星期四 元旦

01/26 星期一 腊八节

## ● 重要时间节点

01/05 星期一 小寒

01/20 星期二 大寒



# 03

## 本月榜单



附录：

2025年12月品牌销售热榜

总榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	HUAWEI/华为		NIKE/耐克		ROMON/罗蒙
	YAYA/鸭鸭		FILA/斐乐		TUCANO/啄木鸟
	BOSIDENG/波司登		老郑家		VIVO
	Apple/苹果		TANBOER/坦博尔		LING FENG GOLD/领丰金
	CAMEL/骆驼		OPPO		Pierre Cardin/皮尔卡丹
	Xiaomi/小米		adidas/阿迪达斯		LI-NING/李宁
	AP		Haier/海尔		Lenovo/联想
	YALU/雅鹿		HONOR/荣耀		KANS/韩束
	SNOW FLYING/雪中飞		Midea/美的		COACH/蔻驰
	LouisVuitton/路易威登		GOLDFARM/高梵		ASUS/华硕



附录：

2025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		谷雨		DPDP
	Jmoon/极萌		Helena Rubinstein/赫莲娜		Flower Lure/花间颂
	forest cabin/林清轩		YSL/圣罗兰		SOCORSKIN/修可芙
	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛		L'OREAL /欧莱雅		MGP/毛戈平
	PECHOIN/百雀羚		蒂洛薇		BABI
	MARUBI/丸美		CARSLAN/卡姿兰		PRAMY/柏瑞美
	PROYA/珀莱雅		SK-II		DNLNXIR/黛莱皙
	CHANDO/自然堂		Flower Knows/花知晓		C咖
	LANCÔME/兰蔻		三资堂		XIAOSHUMEI/小树美
	LA MER/海蓝之谜		Olay/玉兰油		HBN



附录：

2025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
	Dettol/滴露	11	Bluemoon/蓝月亮	21	LYCOCELLE/绽家
	沫檬	12	C&S/洁柔	22	俊小白
	活力28	13	水卫士	23	卡唯朵
4	Mind Act Upon Mind/心相印	14	Liby/立白	24	答菲
5	妇炎洁	15	NYSCPS/参半	25	老管家
6	Vinda/维达	16	KANS/韩束	26	佳丽仟丝
7	Breeze/清风	17	bop/波普专研	27	SukGarden/蔬果园
8	白云山	18	INTIMA/茵缇玛	28	Little Dream Garden/半亩花田
9	Deeyeo/德佑	19	红卫	29	漫花
10	botare/植护	20	OKCS	30	淘淘氧棉



附录：

2025年12月品牌销售热榜

服饰内衣



排名	品牌
	YAYA/鸭鸭
	BOSIDENG/波司登
	AP
4	SNOW FLYING/雪中飞
5	YALU/雅鹿
6	TANBOER/坦博尔
7	ROMON/罗蒙
8	TUCANO/啄木鸟
9	Pierre Cardin/皮尔卡丹
10	付智恩

3C数码家电



排名	品牌
	HUAWEI/华为
	Apple/苹果
	Xiaomi/小米
4	OPPO
5	HONOR/荣耀
6	VIVO
7	Haier/海尔
8	Lenovo/联想
9	ASUS/华硕
10	DJI/大疆

母婴宠物



排名	品牌
	Balabala/巴拉巴拉
	anta kids/安踏儿童
	雅鹿童装
4	kangaroo mommy/袋鼠妈妈
5	BoBDoG/巴布豆
6	BOSIDENG/波司登
7	Under Armour/安德玛
8	FRISO PRESTIGE/皇家美素佳儿
9	Disney/迪士尼
10	CAMEL/骆驼



附录：

2025年12月品牌销售热榜

食品饮料



排名	品牌
1	MENGNIU/蒙牛
2	ADOPT A COW/认养一头牛
3	Dove/德芙
4	Three Squirrels/三只松鼠
5	yili/伊利
6	良品壹面
7	Want Want/旺旺
8	王小卤
9	SHIYUEDAOTIAN/十月稻田
10	脆升升

生鲜



排名	品牌
1	dongfangzhenxuan/东方甄选
2	JOY TREE/欢乐果园
3	HAIYANGYANYI/海洋演义
4	本来果坊
5	HITOMORROW/大希地
6	天海藏
7	杨博士
8	均礼
9	脱骨侠
10	Anjoy/安井

运动户外



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



附录：

2025年12月品牌销售热榜

智能家居

排名	品牌
	SUPOR/苏泊尔
	KUKa/顾家家居
	Midea/美的
	QuanU/全友家居
	TINECO/添可
	YANGZI/扬子
	UWANT/友望
	ECOVACS/科沃斯
	SLEEMON/喜临门
	Skyworth/创维

酒类

排名	品牌
	XI LIQUOR/习酒
	MOUTAI/茅台
	WULIANGYE/五粮液
	汾酒
	YANGHE/洋河
	GUOTAI/国台
	LUZHOULAOJIAO/泸州老窖
	郎酒
	国鼎
	西凤

滋补保健

排名	品牌
	诺特兰德
	WONDERLAB/万益蓝
	五个女博士
	鸣咭实验室
	Move Free/益节
	MESOESTETIC/美斯蒂克
	苏莎
	MegaRed/脉拓
	FineNutri 斐萃
	喜纯



## 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12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。



# 果集-社交媒体全链路服务商

## 旗下产品

GUOJI.PRO

### 数据洞察

电商增长

飞瓜抖音



飞瓜快手



选爆款

找达人

查品牌

营销种草

千瓜数据



飞瓜B站



市场洞察

营销管理

友望数据



西瓜数据



内容创作

营销舆情

飞瓜品策



市场洞察

营销分析

品牌舆情

话题透视

品牌定制

集瓜数据



市场趋势

竞品分析

消费洞察

舆情监控

### 运营提效

自播运营

飞瓜智投



流量监控

主播轮班

录屏回看

实时切片

投流起量

飞瓜易投



找广告

看竞对

辨效果

拆策略

达人分销

飞瓜智星



达人匹配

样品管理

履约监控

数据复盘

带货选品

飞瓜米选



海量选品库

免费申样

高佣爆品

智能选品

矩阵管理

云略



矩阵管理

AI创作

智能分发

线索收集



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



# 飞瓜数据 - 助力电商销量、营销声量双丰收





# 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