

2025年度 飞瓜快手电商全景洞察报告

2026-01 飞瓜数据 出品

研究综述

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）的版权均归果集数据所有。果集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果集数据，违者将追究其相关法律责任。

指标说明

01. 统计周期

2025年1月1日—2025年12月31日

02. 研究对象

分析快手2025全年电商数据，选取快手短视频、直播、电商相关的营销内容作为对2025年电商全景营销年终报告分析。

03. 数据来源

基于快手全场景数据分析平台【飞瓜数据】快手版所追踪到的数据，选取周期内快手直播带货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考虑，本报告数据经过脱敏及指数化处理。

04. 免责声明

由于统计分析领域中的任何数据来源均存在局限性，报告中所估算、分析得出的数据仅供参考。

* 更多详尽数据，请登陆「飞瓜数据快手版」官网查看：ks.feigua.cn

CONTENTS

目录

01. 全年营销汇总
02. 行业趋势总览
03. 热门类目拆解
04. 营销推广洞察
05. 年度品牌榜单

01

全年营销汇总

2025年快手大事记:



2025年行业激励活动：

多重激励政策加码，创造更多生意机会



春日焕新季

对 **女装亲子** 行业提供补贴和流量激励



国补来了

联合 **3C数码、家电** 等领域头部品牌推出超级直播大场



春茶尝鲜季

溯源 **春茶** 产地，助力优质茶企抓住消费热潮



春日家年华

打造快手生态内的 **家居生活** 用品趋势风向热点



珍珠宠爱季

结合母亲节与520消费节点，溯源 **珍珠** 产业带



小龙虾狂欢周

提升淮安 **小龙虾** 在快手的知名度及销量



这个六一 真的很6

618官方补贴等超多福利，引爆 **儿童** 服饰和相关用品



清凉一夏好物多

全域曝光+种草展播+权益加码，助力 **家居百货** 行业增长



“盛夏清仓”活动

助力 **男装** 服饰、鞋靴及运动户外等商家抓住反季清仓商机



彩妆狂欢节

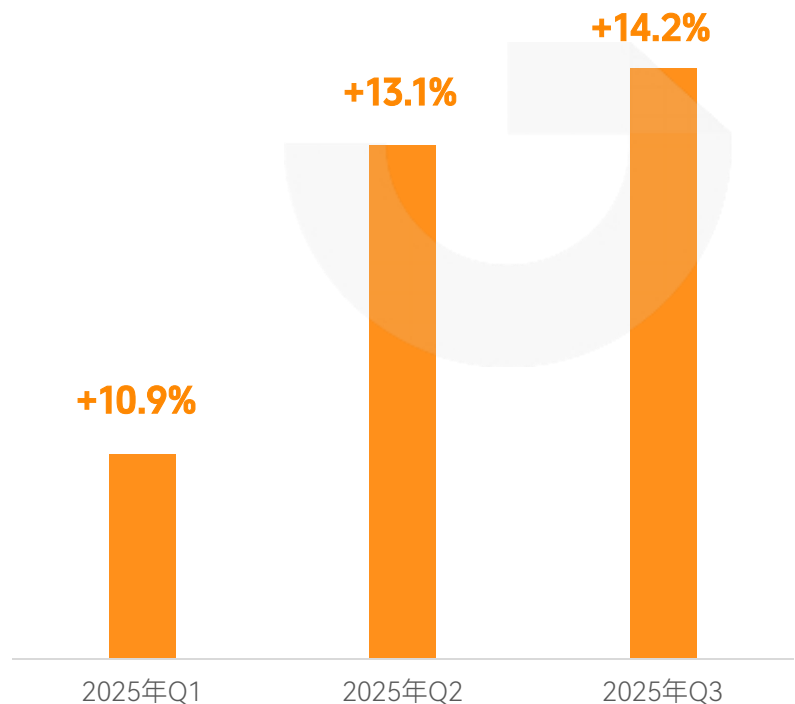
通过多元玩法和激励政策，点燃第四季度 **彩妆** 消费热情

2025年官方关键数据：

快手电商GMV持续走高，节点大促点燃消费热情

2025年快手电商GMV季度趋势

快手电商商品交易总额（GMV）同比增长



快手2025年电商活动关键数据

12.21-01.12 快手年货节

动销商达数 同比增长 **22%**
 首次动销新商数 同比增长 **21%**
 达人分销GMV 同比增长 **59%**

05.16-06.18 快手618购物节

泛货架商品卡GMV 同比增长 **53%**
 搜索GMV 同比增长 **143%**
 挂车短视频GMV 同比增长 **29%**

08.08-08.29 超级宠粉节

泛货架商品卡GMV 同比增长 **90%**
 搜索GMV 同比增长 **161%**
 成交破千万商品数 同比增长 **105%**

10.18-11.11 快手双11购物节

大牌大补百万GMV单品数
 同比增长 **77%**
 搜索GMV 同比增长 **33%**

快手电商热度趋势：

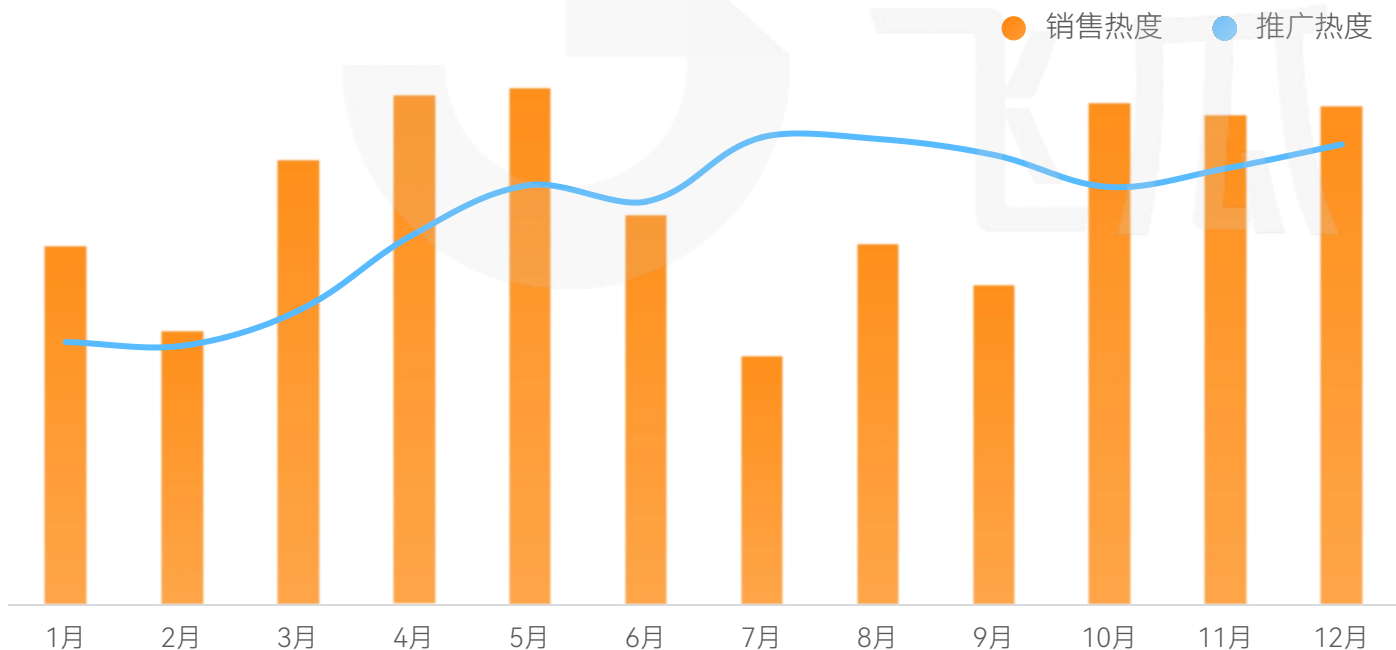
销售均价与推广规模双增，平台电商生态活力延续

2025年快手电商销售热度与推广热度整体呈现协同波动，在第二、第四季度形成热度高峰，显示出平台在618、双11等重要营销节点期间具有显著的销售拉动效应。从年度数据看，相较2024年，销售均价同比增长 **16.27%**，品牌数、商品数等均保持正向增长，整体增长势能持续释放。

2025年快手电商销售推广月度趋势

销售热度：根据预估销量、预估销售额综合测算

推广热度：根据品牌数、商品数、播主数、直播场次综合测算



2025年电商关键数据

(2025年同比2024年)

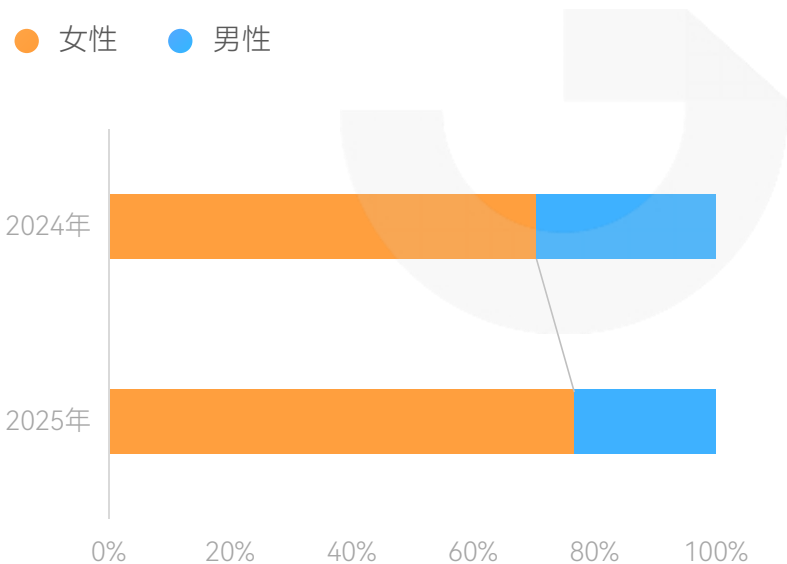


消费者画像：

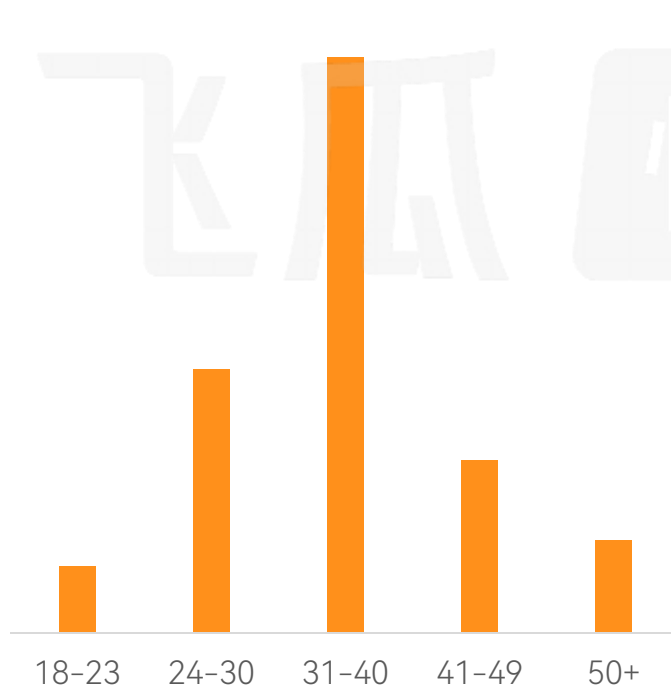
群体结构趋于稳定，消费主力锚定中年群体

从性别结构来看，女性始终为核心消费群体，占比保持高位；年龄分布上，31-40岁人群是绝对主力，可见中年客群的消费能力与需求稳定性更强；城市层级分布显示，四线、五线、三线城市合计占比近七成，下沉市场的消费潜力已全面释放，且二线城市具备持续增长空间。

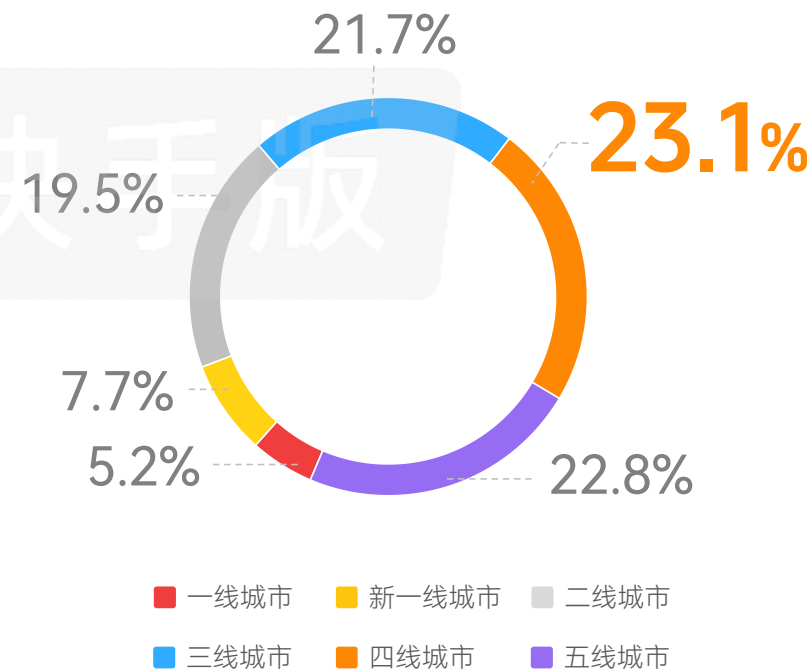
不同性别消费者占比变化



不同年龄段消费者分布



消费者城市分布



02

行业趋势总览

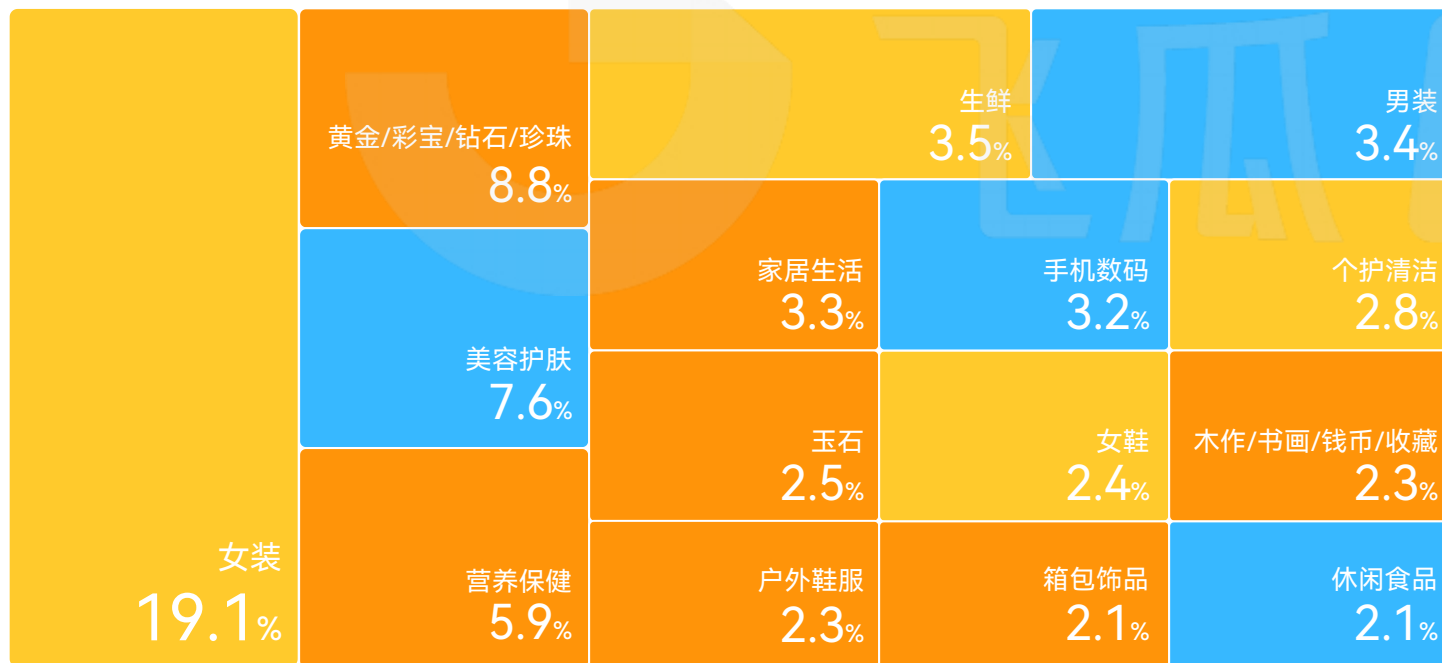
销售趋势概览：

品类结构整体稳中蓄变，新兴需求催生市场新机

从品类销售结构来看，女装以 **19.1%**的GMV占比稳居第一，与黄金/彩宝/钻石/珍珠、美容护肤等成熟品类占据市场主导地位，显示出消费基本盘具备强韧性。而游戏/模玩/动漫周边/cos/桌游、木作/书画/钱币/收藏等品类的爆发式增长，正催生新一轮品类机会。

2025年销售额TOP15品类及同比情况

● 占比提升 ● 占比下降 ● 占比持平



年度高增长品类TOP3

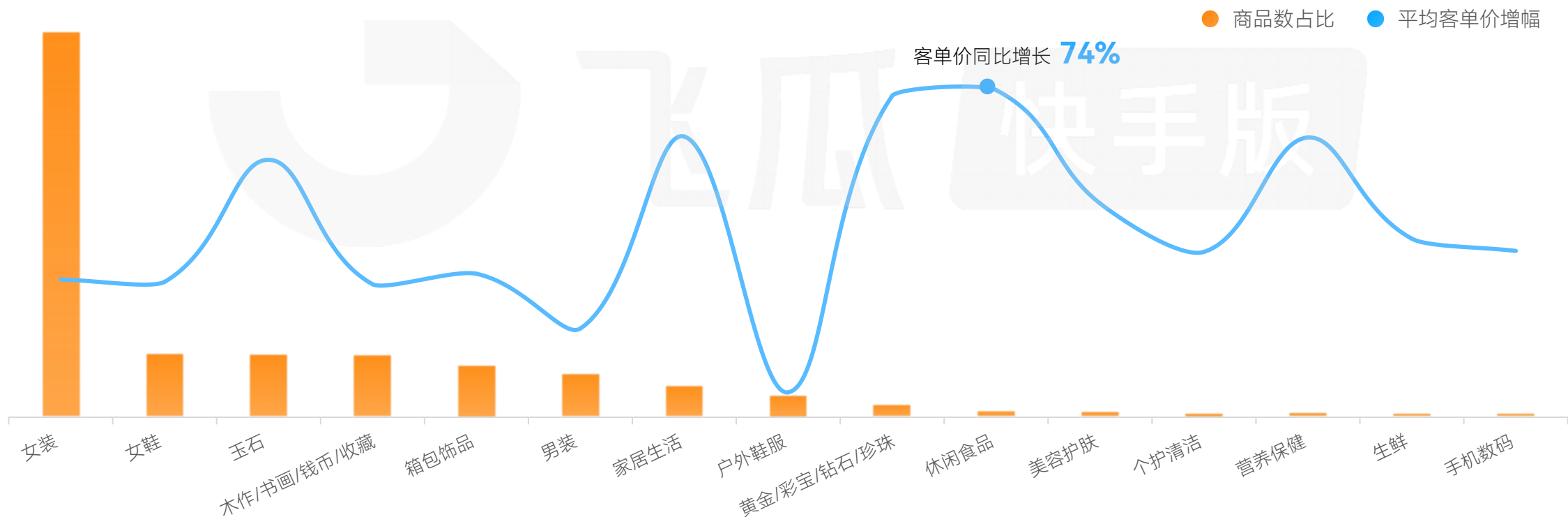


推广趋势概览：

女装领域投放领跑，休闲食品、黄金珠宝客单价增长显著

2025年，快手热卖品类市场呈现大众品类稳盘的格局。从商品数占比看，女装以绝对优势稳居第一，是市场流量基本盘，女鞋、玉石紧跟其后。平均客单价增幅上，休闲食品以 74% 的同比增幅领跑，黄金/彩宝/钻石/珍珠则以 71% 的增幅位居第二。

2025年热卖品类商品数及客单价变化



高增长品类分析：

消费需求呈现多元化特征，游戏模玩借情绪价值突围

游戏/模玩类凭借盲盒玩法与“治愈、少女心”等情绪价值，实现 **89.0%** 的销售额增幅，用户从买产品转向为情绪体验付费；文化用品客单价增幅达 **96.4%**，家长对学习用具的品质消费意愿提升；木作/书画类商品数增幅达 **90.7%**，凸显中老年文化消费市场的扩容潜力。

销售额增幅 - 游戏/模玩/动漫周边/cos/桌游

关键词：盲盒 毛绒 销售额增幅 **89.0%**

产品购买转向为情绪体验付费

少女心 娃娃 手办 高端 卡牌 可爱
合金 亚克力 摆件
治愈 盲盒 毛绒
拆盒 动漫 儿童 时尚 梦幻 DIY 可爱

代表商品

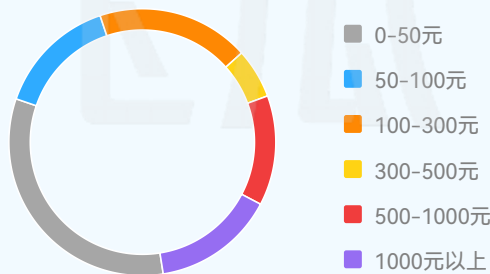


【盲盒！精致毛绒盲盒】娃三岁莉莉兔小镇5代毛绒盲盒
¥99.00

客单价增幅 - 文化用品/学习用具

关键词：儿童 学生 客单价增幅 **96.4%**

100-300元价格区间销售额占比达到18.5%



代表商品



背背佳新E+矫姿带成人儿童通用男女小学生矫正器
¥119.00

商品数增幅 - 木作/书画/钱币/收藏

关键词：经典 款式 商品数增幅 **90.7%**

50+岁有着较强消费力，占比31.1%



代表商品



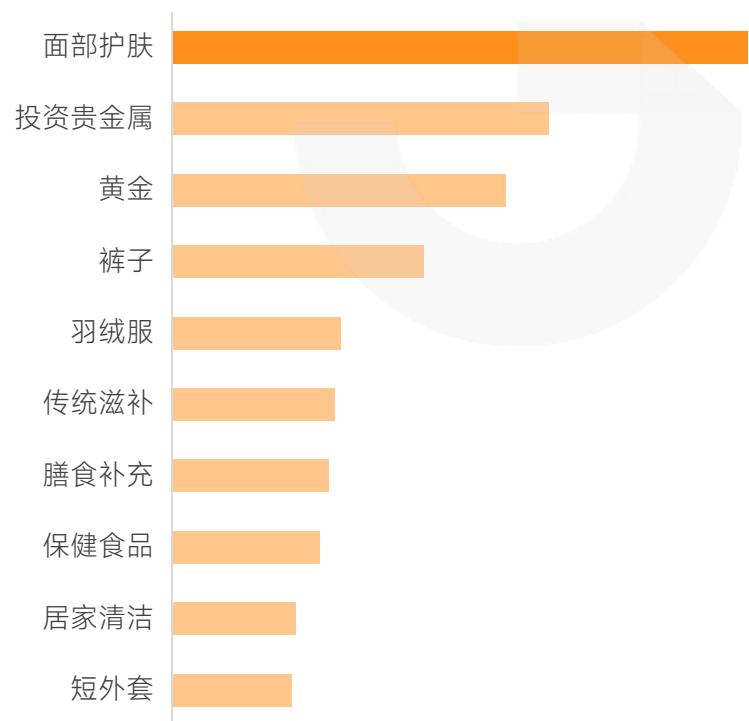
老寿星（田利霞）手绘国画
¥499.90

细分类目排行：

大众基本盘稳固，小众赛道潜力凸显

整体来看，2025年快手消费市场呈现出基础消费稳定与新兴需求崛起的态势。在二级类目中，面部护肤销售位居榜首，投资贵金属、黄金保值属性品类紧跟其后。此外，小众新兴赛道崛起，手办/模型娃衣、胶囊咖啡、定制和田玉位列前三，保障基础品类的同时积极布局新兴领域有助于撬动新生意。

2025年二级类目销售额TOP10



2025年三级类目销售额增速排名



03

热门类目拆解

女装：

女装市场竞争态势愈发白热化，细分赛道增量机会凸显

2025年，女装市场竞争愈发激烈，关联品牌数高达3000+、播主数破万，第四季度销售热度高涨。同时，市场也呈现出多元化消费趋势，且主要由基础百搭品类构筑基本盘，如裤子、休闲套装、内搭等。另外，中老年女装、大码女装、二次元品类上榜，可见细分赛道的增量机会正在凸显。

2025年女装关键数据及销售热度月度趋势



2025年女装细分品类热卖趋势



女装：

女装营销呈现多维度创新趋势，满足多元需求来撬动新增量

2025年女装营销已跳出单一的产品竞争，而是转向圈层共鸣、个性化表达、场景适配等多维度的创新趋势，来适配当下消费者的多元诉求。例如，社交媒体催生了各类兴趣圈层，用颜色和细节来彰显个性，科技升级满足进阶的服饰需求，多元场景解锁更多的穿搭可能……

2025年女装主要营销趋势分析

不同圈层兴起

社媒兴趣圈层兴起，让消费者通过圈层穿搭符号寻求自我认同和归属

旅游圈

运动休闲

国潮文化

朋克风

辣妹风

文艺少女

代表产品



【玫瑰女人·官方正品】牧野楹花 连帽文艺舒适宽松针织上衣
¥ 159.90

细节设计表达个性

消费者倾向用丰富的颜色表达和更多的产品细节设计彰显个人独特性

颜色

- 多巴胺
- 美拉德
- 新中式国风

元素

- 国潮
- 花卉
- 动画IP

剪裁

- 不对称
- 修身拼接
- Oversize

代表产品



新中式国风盘扣外套+半身裙+围脖三件套套装
¥ 499.00

生活体验提升

科技升级满足人们对服饰功能的进阶需求，穿着舒适度和实用性大大提升

防水

抗紫外线

凉感降温

智能调温

防汗

透气吸湿

代表产品



假两件高腰阔腿弯刀休闲裤
天丝凉感宽松拖地裤子
¥ 39.90

多元场景交融

通勤、运动、旅游等多元场景交融，服饰穿搭解锁更多可能，商机渐显

节日活动

户外运动

度假旅行

社交娱乐

通勤

日常休闲

代表产品



橘猫设计感挂脖露肩斜肩一字肩针织氛围感新年圣诞节毛衣
¥ 59.90

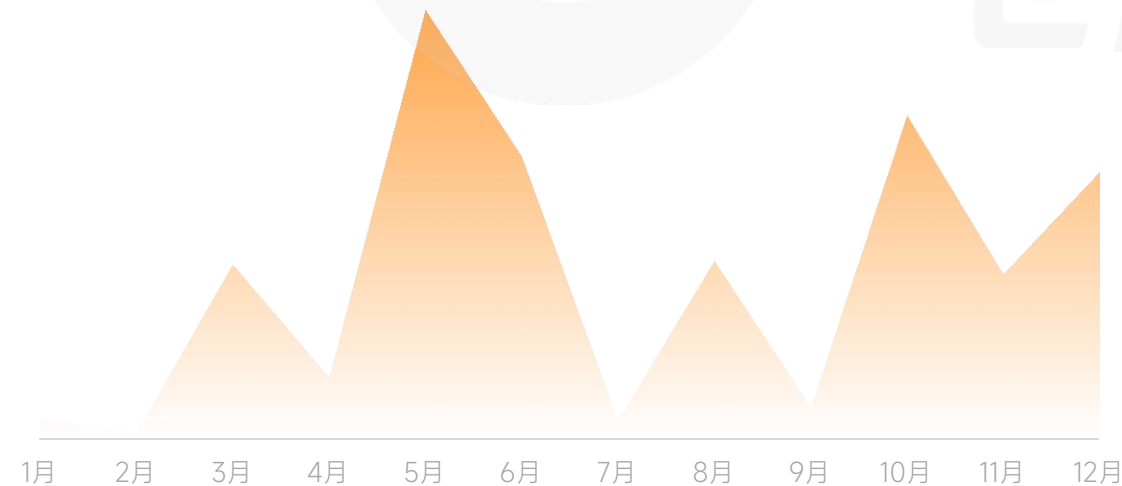
黄金/彩宝/钻石/珍珠:

黄金珠宝行业消费热潮涌动，保值需求驱动生意增长

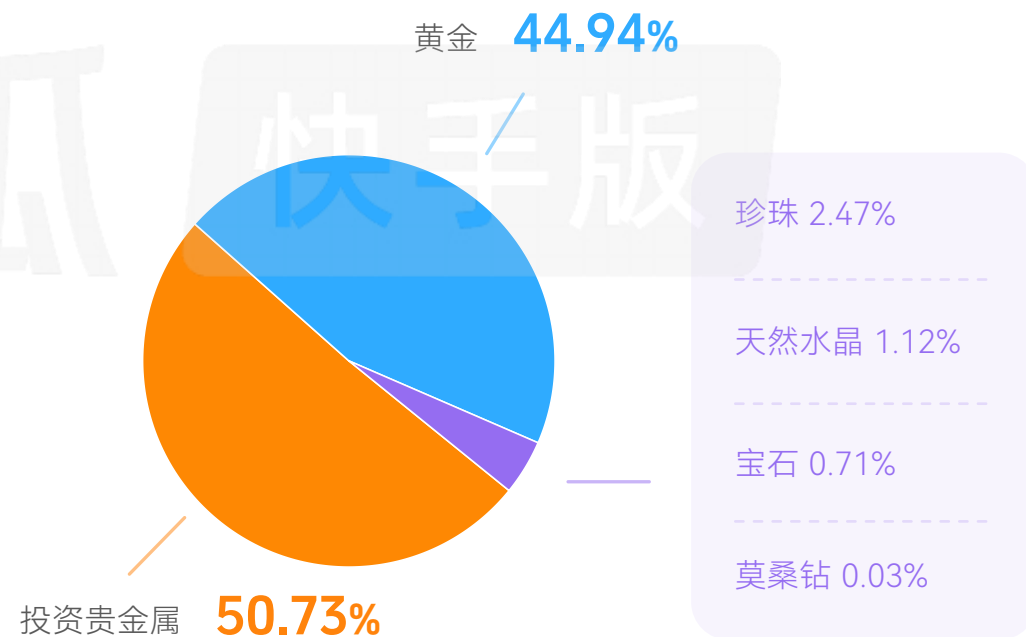
2025年黄金/彩宝/钻石/珍珠品类市场格局，呈现“投资属性凸显、黄金稳居主流”的特征。同比2024年，直播销售额增长显著，达到**50.45%**，播主数也有6.04%的增长。观察细分品类销售分布，投资贵金属占比高达**50.73%**、黄金**44.94%**，可见消费者对具有保值属性商品的强烈偏好。

2025年黄金/彩宝/钻石/珍珠关键数据及销售热度月度趋势

(同比2024年相关数据)



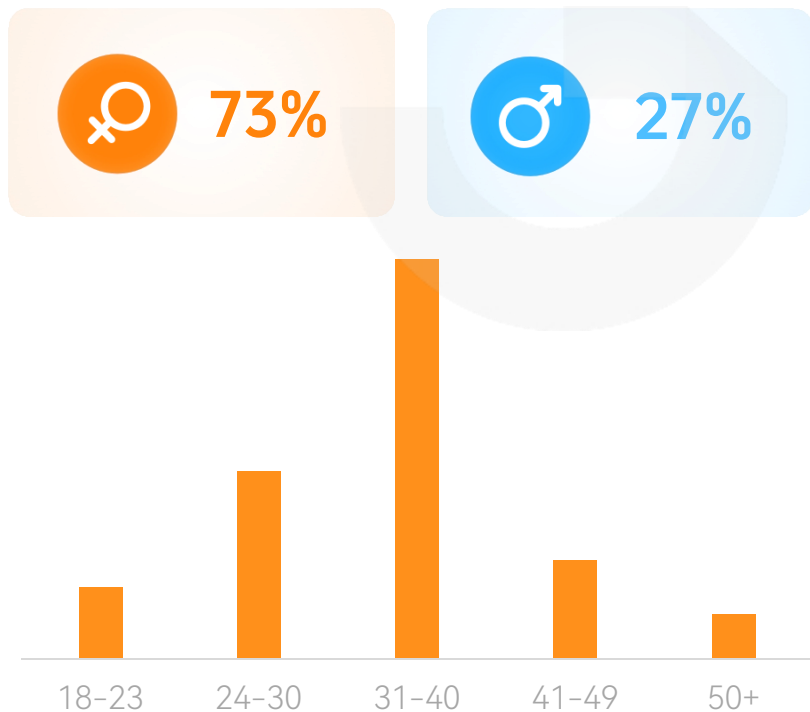
2025年黄金/彩宝/钻石/珍珠细分品类销售分布



从“保值储藏”到“价值表达”，黄金消费动机多元化

2025年黄金珠宝行业消费呈现“女性为主力、需求多元化”的特征，既锚定保值属性，也延伸出个性与社交价值。女性消费者以73%的占比成为绝对主力，31-40岁群体是核心客群。在黄金消费心理方面，稳健投资是重要驱动因素，同时工艺升级、社媒潮流、个性化定制也推动了增长。

2025年黄金/彩宝/钻石/珍珠消费者画像



2025年黄金消费心理分析

- 稳健投资**
 - 黄金保值: 投资金条
 - 攒金豆计划: 金豆储蓄
 - 收获情绪价值: 金条收藏
- 工艺升级**
 - 黄金 x 钻石: 镶嵌戒指
 - 黄金 x 玉石: 玉石手链
 - 黄金 x 珐琅: 珐琅吊坠
- 社媒潮流**
 - 黄金叠戴: 多层项链
 - 寓意饰品: 寓意手链
 - 送礼他人: 金条礼盒
- 个性化定制**
 - 黄金 x 生肖: 生肖金条
 - 黄金 x 星座: 星座吊坠
 - 节日定制: 节日主题金条

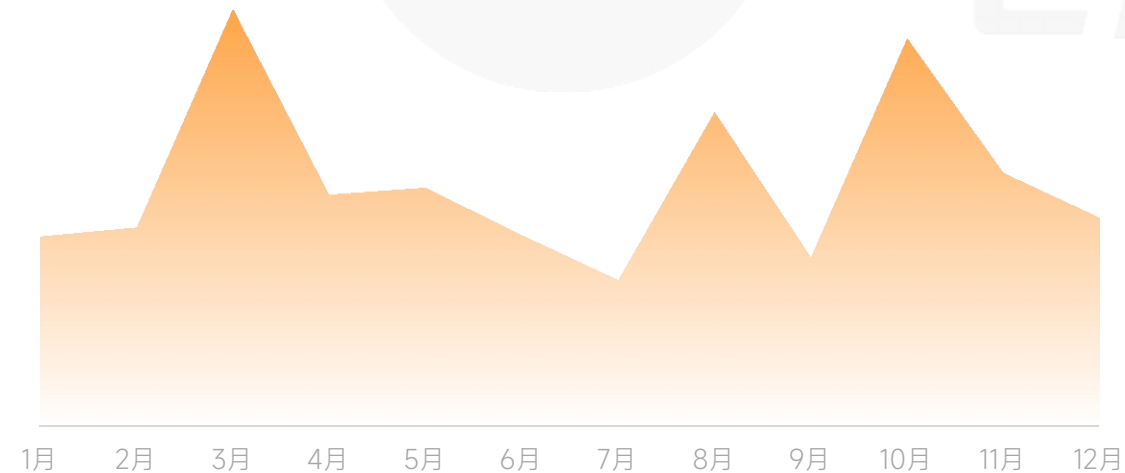
美容护肤：

换季、大促带动美容护肤销售，高增长品类机遇显现

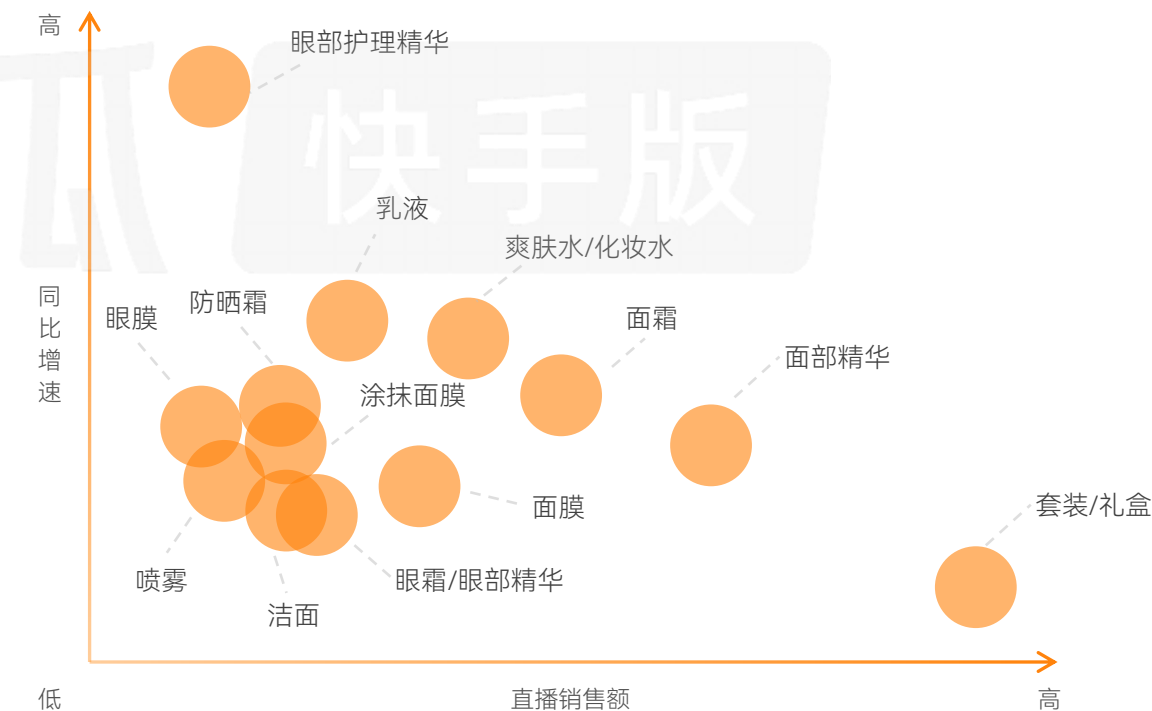
2025年美容护肤销售热度岁消费节点波动，3月、8月、10月出现销售高峰，换季需求和电商大促带动增长。在细分品类中，眼部护理精华以高同比增速领跑，但直播销售额偏低，属于小众刚需品类；“套装/礼盒”虽增速垫底，但因客单价高、适配送礼场景，成了旺季冲量的核心品类。

2025年美容护肤关键数据及销售热度月度趋势

(同比2024年相关数据)



2025年美容护肤热门细分品类增长趋势



美容护肤：

美护消费趋向理性，品牌布局多元产品线加速突围

2025年美容护肤消费已从“流量导向”转向“成分+体验”的理性决策，消费者选购逻辑清晰，使用感受、成分配方、性价比是用户选购要点。在此消费趋势下，品牌「韩束」凭借对核心客群的精准洞察和完善的产品矩阵在2025年斩获了亮眼的销售成绩，其中直播销售额突破 8.7亿。

2025年美容护肤消费者选购因素

● 购买影响力



品牌案例



韩束/Kans

主要受众：女、31-40

年度成绩单

直播销量	480w+
直播销售额	8.7亿+
关联播主	400+
关联直播	1.8w+
推广商品	2000+

多元产品线



红蛮腰系列

韩束红蛮腰4.0环六肽挚享礼盒
价格：360.00元



白蛮腰系列

377白蛮腰水乳精华面霜礼盒美白淡斑抗皱
价格：269.00-299.00元



亮白棒次抛

377亮白棒升级版美白次抛精华补水祛斑精华
价格：38.00 - 50.00元



男士护肤系列

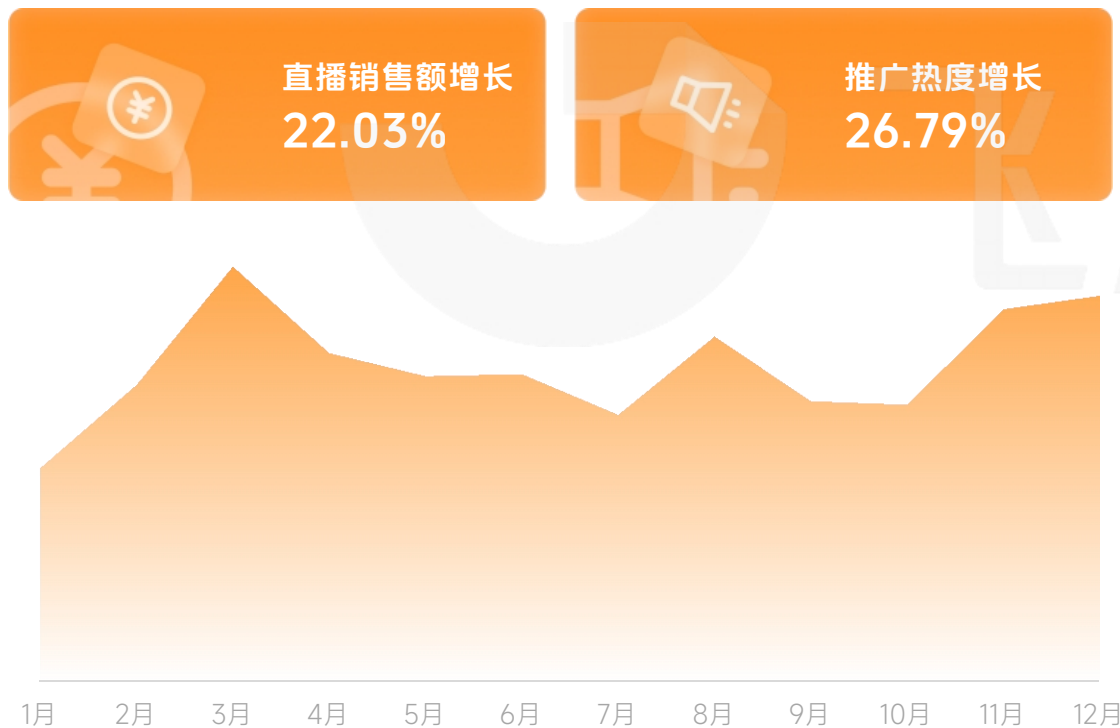
男士控油紧致精华双肽保湿补水收毛孔
价格：69.00-99.00元

营养保健赛道火热，膳食补充与功能保健构筑基本盘

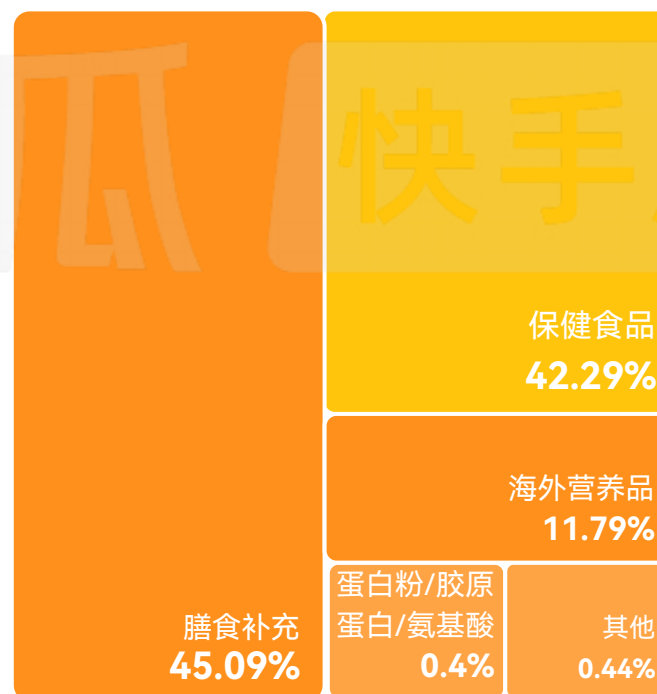
2025年营养保健领域销售态势火热，市场热度颇高。整体推广热度同比24年提升 **26.79%**，有效带动直播销售额增长 **22.03%**。在品类结构上，“基础补充+功能保健”构成市场基本盘。膳食补充以 45.09%的占比领跑，满足大众日常营养补充需求；保健食品占比 42.29%，聚焦特定功能需求人群。

2025年营养保健关键数据及销售热度月度趋势

(同比2024年相关数据)



2025年营养保健二级品类销售额分布



▶ 传统滋补三级高增长品类

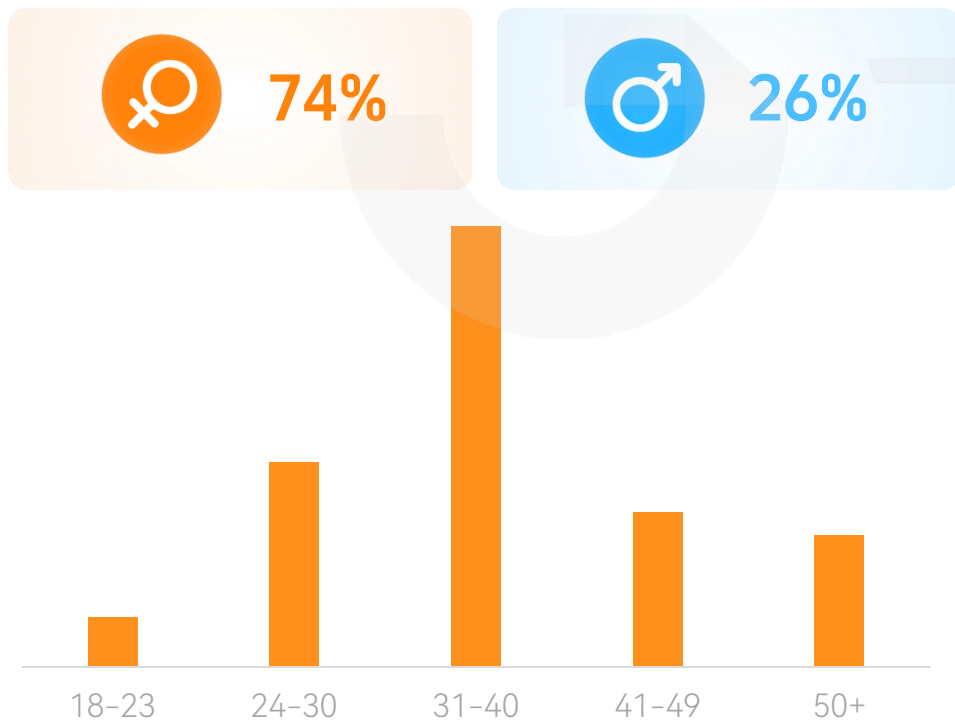
- TOP1 运动营养食品
- TOP2 滋补养生原料
- TOP3 药食同源食品
- TOP4 增强免疫
- TOP5 食疗滋补营养品

营养保健：

熟龄女性撑起消费大盘，功效和成分双线驱动市场增长

从消费画像来看，31-40岁年龄区间的女性是营养保健的绝对消费主力。在营销卖点方面，功效精细化是一大趋势，营养保健的功效需求与生活方式深度绑定，愈发精细且场景化。同时，成分复配化也是重要卖点，消费者从“缺什么补什么”逐渐转向追求有科学依据的复合配方，同时注重成分安全性。

2025年营养保健消费者画像



营养保健主要营销卖点分析

功效精细化

功效需求与生活方式深度绑定，愈发精细化和场景化，从“基础营养”到“场景化健康管理”

护肝

改善睡眠

增强免疫

补血

减肥

抗衰老

代表产品



九芝堂阿胶黄芪口服液免疫调节
改善营养性贫血
¥ 399.00

成分复配化

从“缺什么补什么”逐渐转向“有科学依据的复合配方”，注重成分的安全性

褪黑素

草本提取

维生素

益生菌

钙镁锌

胶原蛋白

代表产品



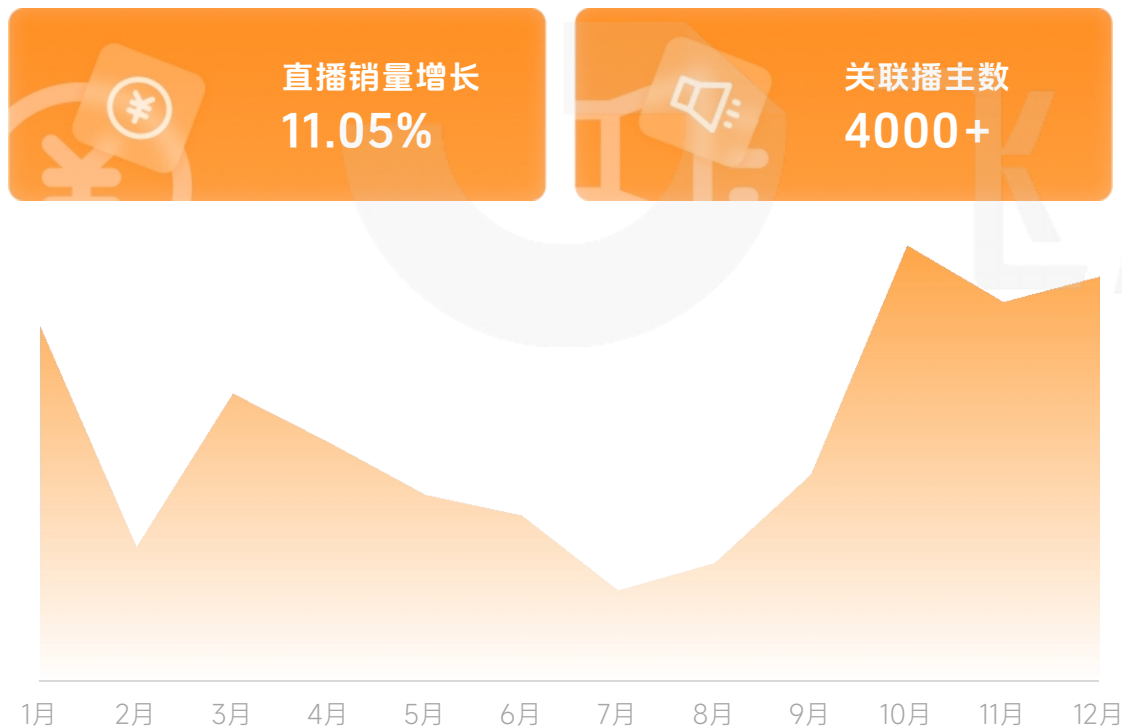
GNC儿童液体钙镁锌 一支=钙镁锌
+赖氨酸 儿童成长榜单W者
¥ 499.00

男装：

男装市场年末热度高涨，基础刚需品类主导市场

2025年步入第四季度时，男装市场销售热度急剧攀升。与2024年相比，直播销量实现了**11.05%**的增长，关联播主数量突破4000。在品类结构上，基础刚需品类主导市场，裤子以最高销售额领跑，羽绒服、T恤等紧随其后，构成男装消费的基本盘。

2025年男装关键数据及销售热度月度趋势



2025年男装细分品类销售分布情况



品牌自播矩阵协同发力，加大推广力度带起增长曲线

品牌案例



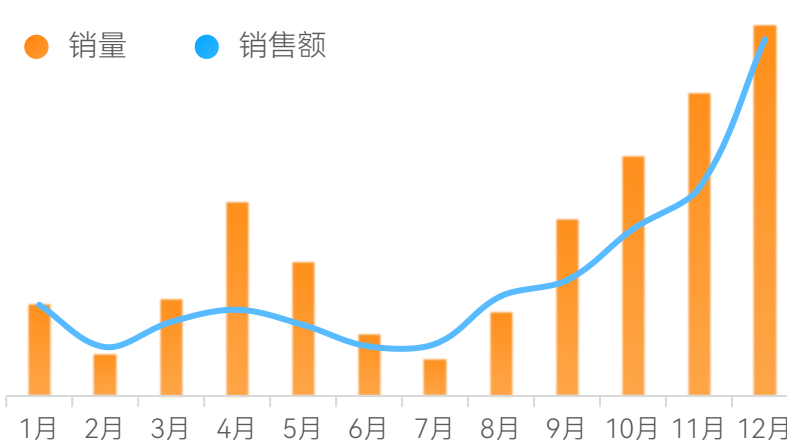
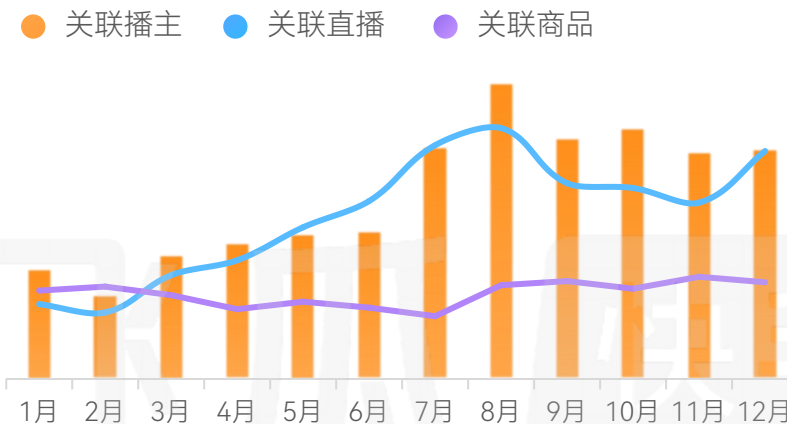
稻草人/Mexican

主要受众：女 (52%) ， 50岁+ (37%)

2025年品牌部分自播号矩阵

自播店铺	粉丝量	主推商品
稻草人亨尚专卖店	27.8w	男士牛仔裤
稻草人高奢男装	26.3w	男士保暖卫衣
稻草人高端男装	17.4w	休闲羽绒服
稻草人高定男装	15.2w	保暖棉服
.....		

2025年品牌推广和销售趋势



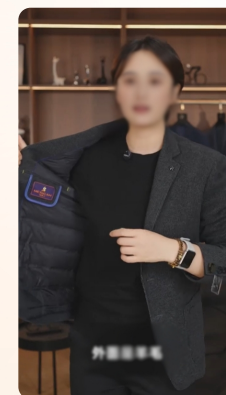
优质视频案例



@稻草人布鲁克专卖店

视频亮点：

多角度镜头特写产品内外两层的多个口袋，突出“小身材大容量”的特点



@稻草人高奢男装

视频亮点：

从产品材质切入，匈牙利羽绒分仓填充，保暖的同时又不显臃肿

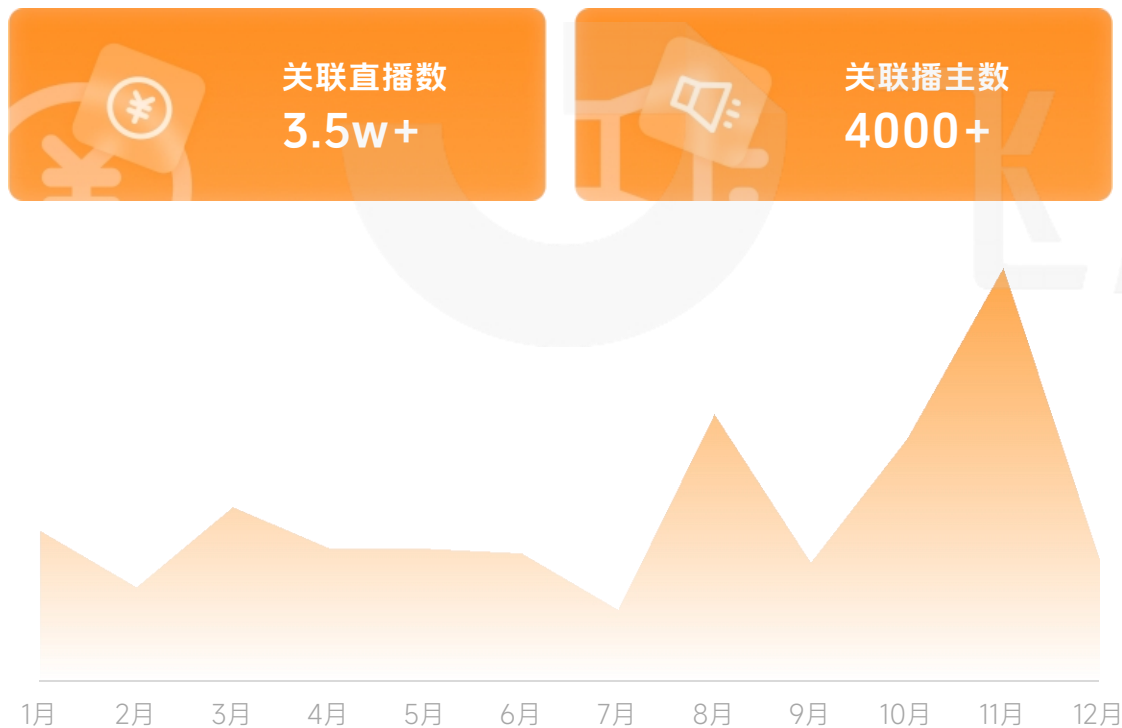
手机数码：

手机/配件稳占市场大盘，电子教育异军突起

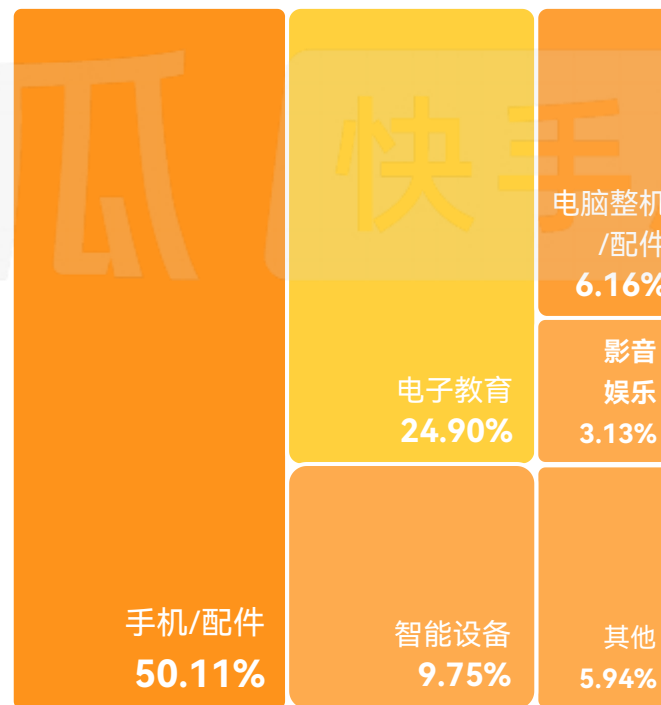
2025年手机数码市场推广力度逐渐加码，关联直播数突破 3.5w，关联播主数多达 4000+。从销售分布来看，手机数码的市场格局以手机/配件为主导，销售占比超五成，电子教育在今年异军突起，以 24.90%的销售占比跃居第二。

2025年手机数码关键数据及销售热度月度趋势

(同比2024年相关数据)



2025年手机数码二级品类销售额分布



手机数码三级高增长品类

- TOP1 平板电脑
- TOP2 智能摄像头
- TOP3 保险柜
- TOP4 学生平板
- TOP5 4G/5G上网

手机数码：

细分人群需求差异化明显，多元场景推动消费扩容

2025年手机数码热门品类用户选购关注点



手机数码多元使用场景



手机数码细分人群需求



生鲜：

生鲜热度随节点起伏，乳品冷饮增长动能强劲

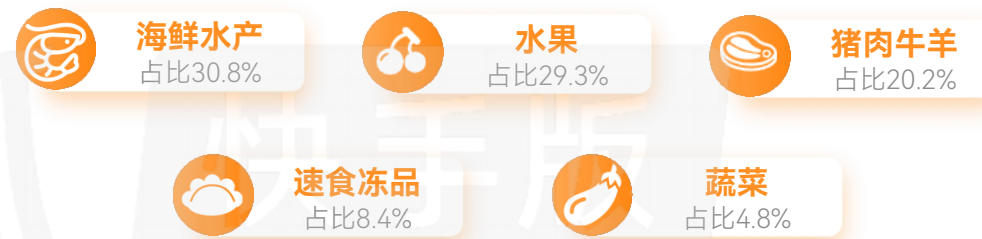
2025年生鲜市场呈现出鲜明的节庆拉动热度趋势，1月、12月等消费旺季销售热度显著冲高，契合家庭集中采购的需求节奏。从细分品类来看，海鲜水产、水果与猪肉牛羊共同构成基本盘，乳品冷饮、禽肉蛋品增长亮眼，销售同比涨幅分别达 **63.2%**和 **54.9%**。

2025年生鲜关键数据及销售热度月趋势

(同比2024年相关数据)



2025年销售热度占比TOP5二级品类



2025年销售同比涨幅TOP5二级品类

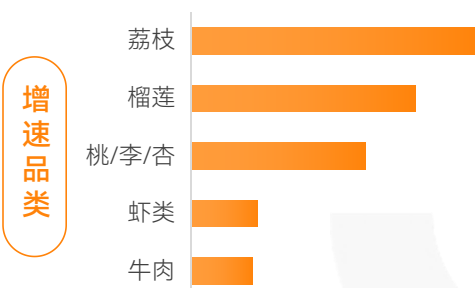


生鲜：

热卖品类呈现季节性波动，礼盒装成年底年货市场新焦点

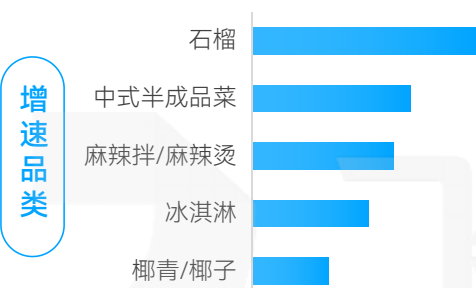
春季（3-5月）

消费场景：减脂、户外、焕新菜单



夏季（6-8月）

消费场景：露营、宅家、即时满足

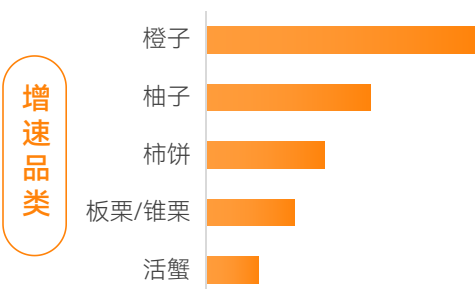


生鲜主要宣传卖点TOP5及高频提及词



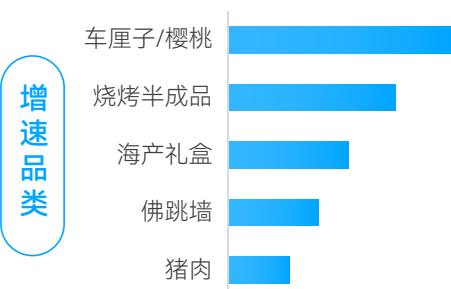
秋季（9-11月）

消费场景：团圆、养生、节日预热



冬季（12-2月）

消费场景：进补、赠礼、家庭聚餐



生鲜礼盒装热卖商品举例



全年热度稳步抬升，居家清洁凭“高频刚需”的基础消费领跑

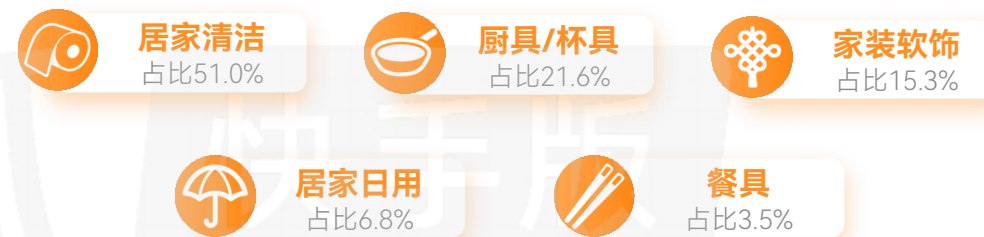
家居生活赛道的销售热度呈现全年向上的趋势，从推广程度来看，该品类以关联超 1.6w 达人、21.3w 直播，内容生态极为繁荣。而在二级品类中，居家清洁作为家庭日常消耗品，具备复购率高、使用场景覆盖全的特点，以五成的销售占比成为绝对核心。

2025年家居生活关键数据及销售热度月趋势

(同比2024年相关数据)



2025年销售热度占比TOP5二级品类



居家清洁回购原因

- 天天都得用
- 洗得真干净
- 用着味儿好闻

居家清洁使用场景

- 衣物清洁
- 日常清洁
- 厨房清洁

家居生活场景化布局成主流，品牌自播增长提速

家居生活细分场景及代表商品



厨房



菜刀



砧板/菜板



清洁抹布



客厅



落地摆件



装饰挂件



家居香薰



办公室



商务保温杯



桌面摆件

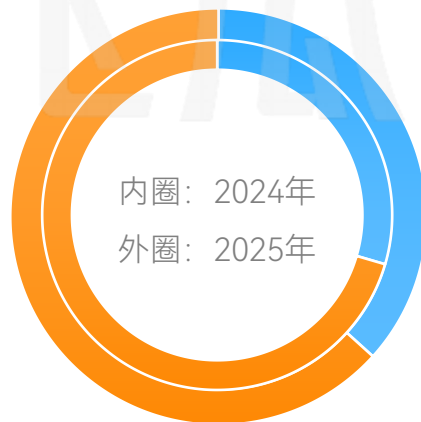


抽绳垃圾袋

家居生活推广模式占比

● 达人分销 ● 品牌自播

品牌自播占比 **36.7%**
占比同比提升 **24.3%**



高销售热度的达人推广账号

账号	粉丝数	行业
陈先生	5010.4w	美食
二老板	1665.8w	情感
宇哥品牌优选	742.6w	生活
小媛陶瓷餐具	451.9w	家居
强哥静姐五口之家	228.5w	生活

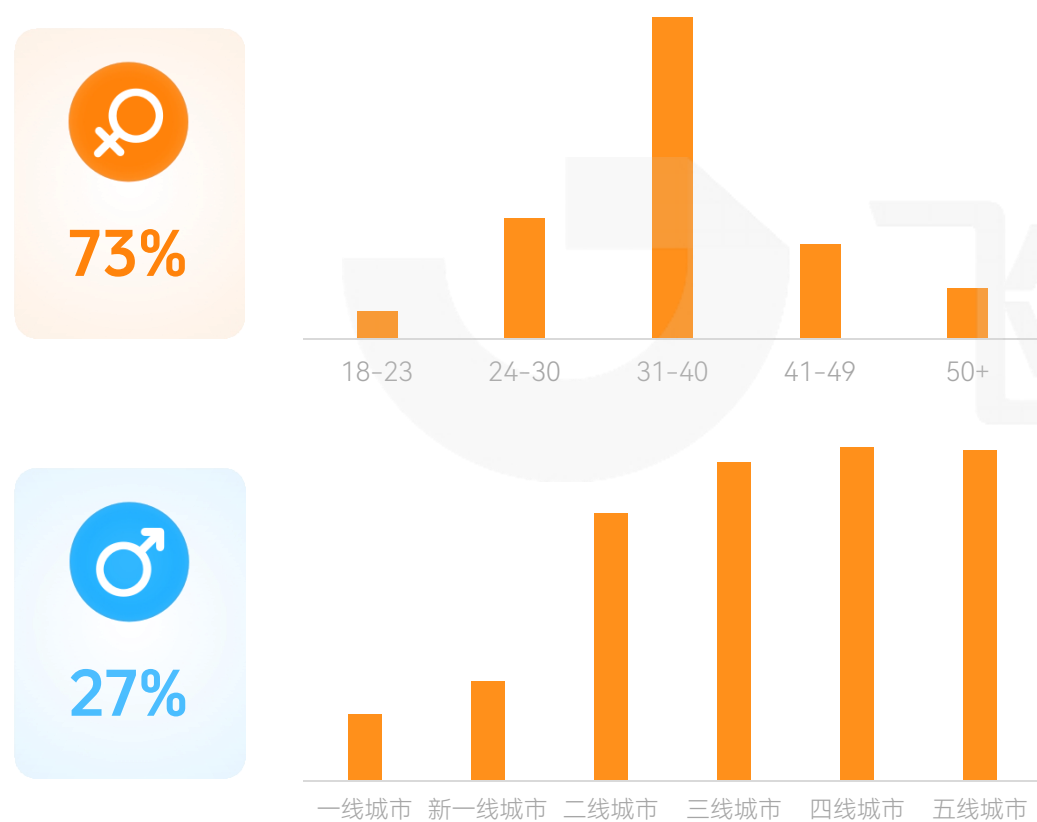
高销售热度的品牌自播账号

账号	粉丝数	品牌
立白官方旗舰店	993.7w	立白
雨森卫品	519.3w	雨森
蓝月亮官方旗舰店	167.0w	蓝月亮
索邦家居清洁旗舰店	151.6w	索邦
老管家官方旗舰店	84.4w	老管家

户外鞋服：

户外鞋服消费向中年客群倾斜，品牌集中凸显头部优势

户外鞋服品类消费者画像



户外鞋服品牌销售热度TOP5



户外鞋服热卖关键词及商品举例

热卖关键词	相关商品	商品功能
<p>多功能</p>	羽绒服秋冬季时尚休闲加厚面包服情侣	保暖、防泼水、锁温
	伯希和【山色】三合一户外冲锋衣秋冬	防风、防水、三合一
	安踏五岳革面跑鞋轻便舒适休闲健步男	防泼水、缓震减震
	优惠装SIINSIIN鲨鱼裤运动休闲裤	收腹提臀、高腰、显瘦
	【黑胶原纱】薄款防晒衣冰皮运动户外休闲	透气、防紫外线、防晒

基础护理稳固大盘，男士个护清洁成高速增长新引擎

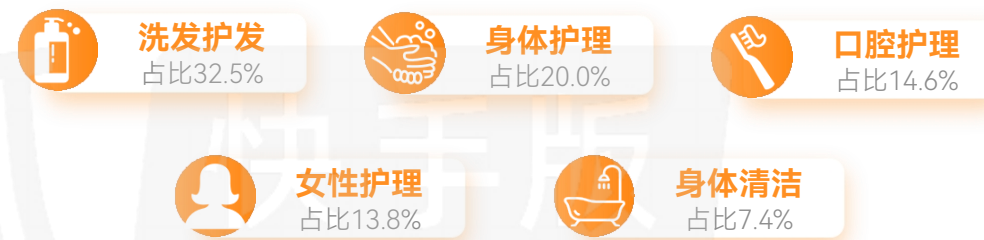
从基本盘看，个护清洁市场供给充沛，关联直播超过 **19.2万场**，全年销售热度随家庭生活与节庆的节律变化。细分品类中，洗发护发以 **32.5%** 的占比领跑，身体护理、口腔护理等基础护理品类紧随其后，而男士个护清洁、个护用具展现出惊人的增长爆发力，体现了个护需求的精细化升级趋势。

2025年个护清洁关键数据及销售热度月趋势

(同比2024年相关数据)



2025年销售热度占比TOP5二级品类



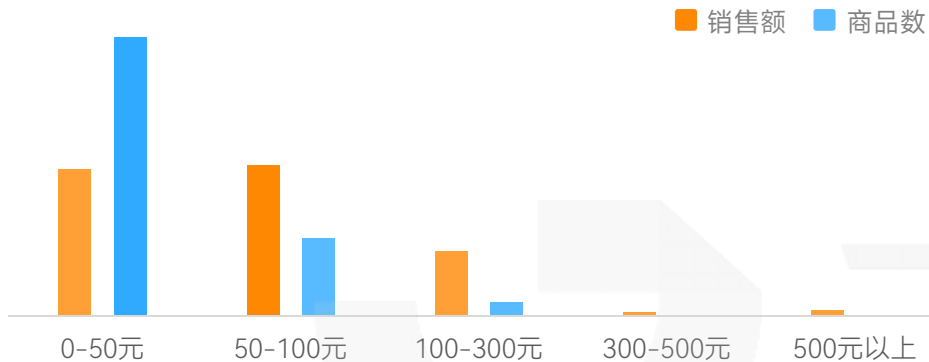
2025年销售同比涨幅TOP5二级品类



个护清洁:

香氛经济浪潮下，平价实用与感官体验驱动个护消费

个护清洁价格带分布



个护清洁各细分品类热门香型



个护清洁主要内容形式

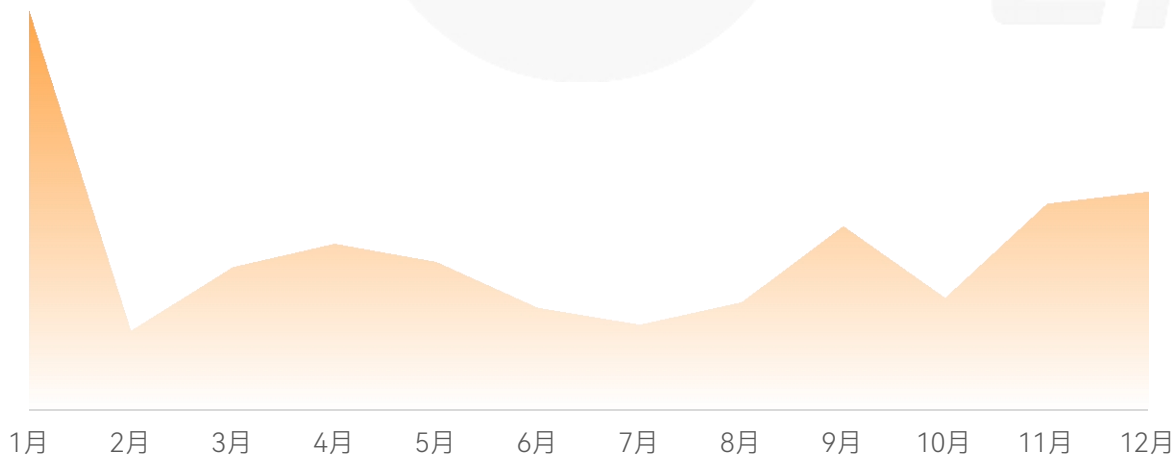


休闲食品开年热度冲高，肉类零食凭需求优势稳居榜首

从年度销售热度趋势来看，休闲食品在1月份开年迎来顶峰，精准对应了“年货节”这一核心消费节点，在此期间，家庭集中采购、社交礼品准备、聚会零食储备等需求集中释放，驱动了整个大盘的热度。其中，肉干肉脯/熏腊卤味/肉类熟食占比超 36%，风味多样等特点成为其领跑赛道的关键因素。

2025年休闲食品关键数据及销售热度月趋势

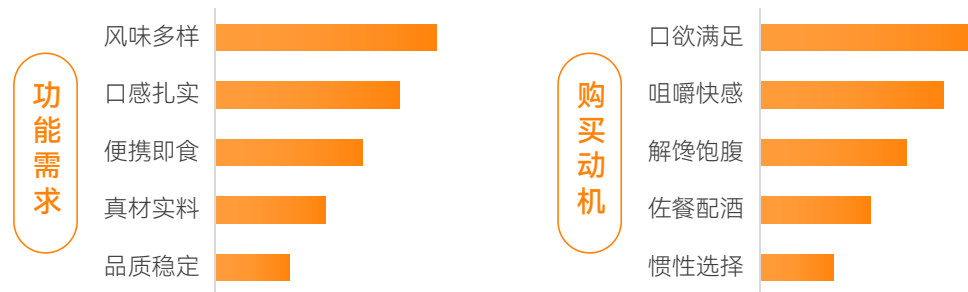
(同比2024年相关数据)



2025年销售热度占比TOP5二级品类



肉干肉脯/熏腊卤味/肉类熟食的消费决策关键词

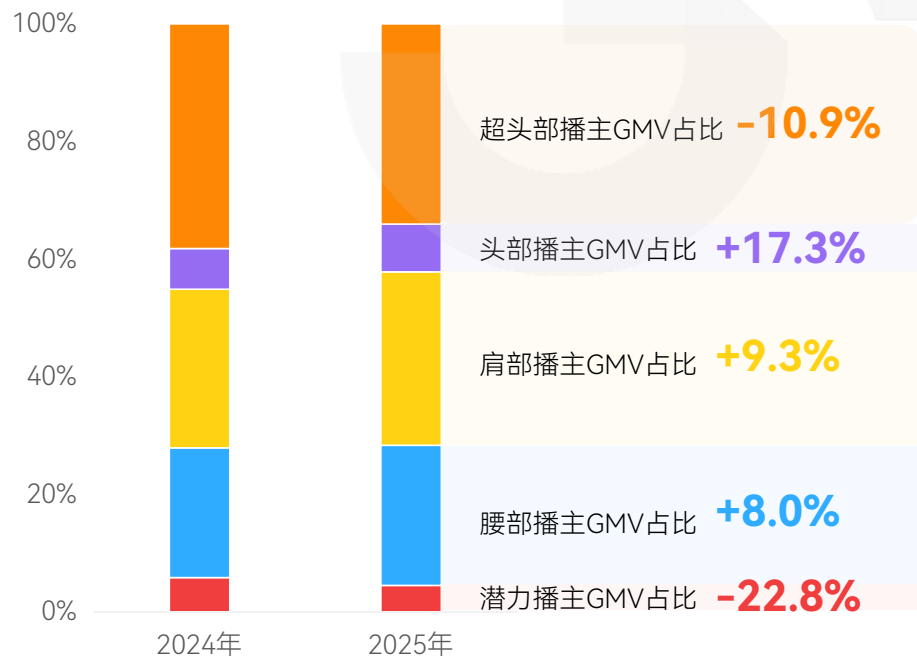


中部带货力量崛起，送礼与节庆场景成核心消费驱动力

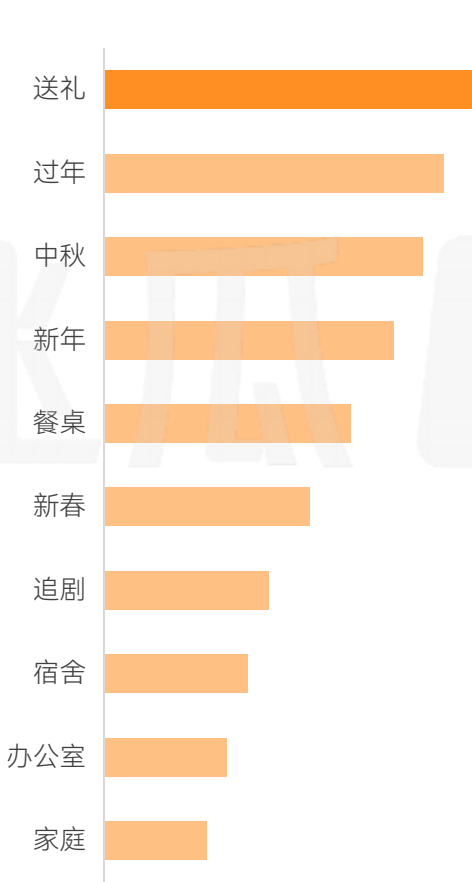
休闲食品高带货力播主行业类型TOP5



休闲食品各粉丝量级播主销售额分布



休闲食品的消费场景TOP10



送礼场景推荐品类



提及“送礼”的高转化口播话术

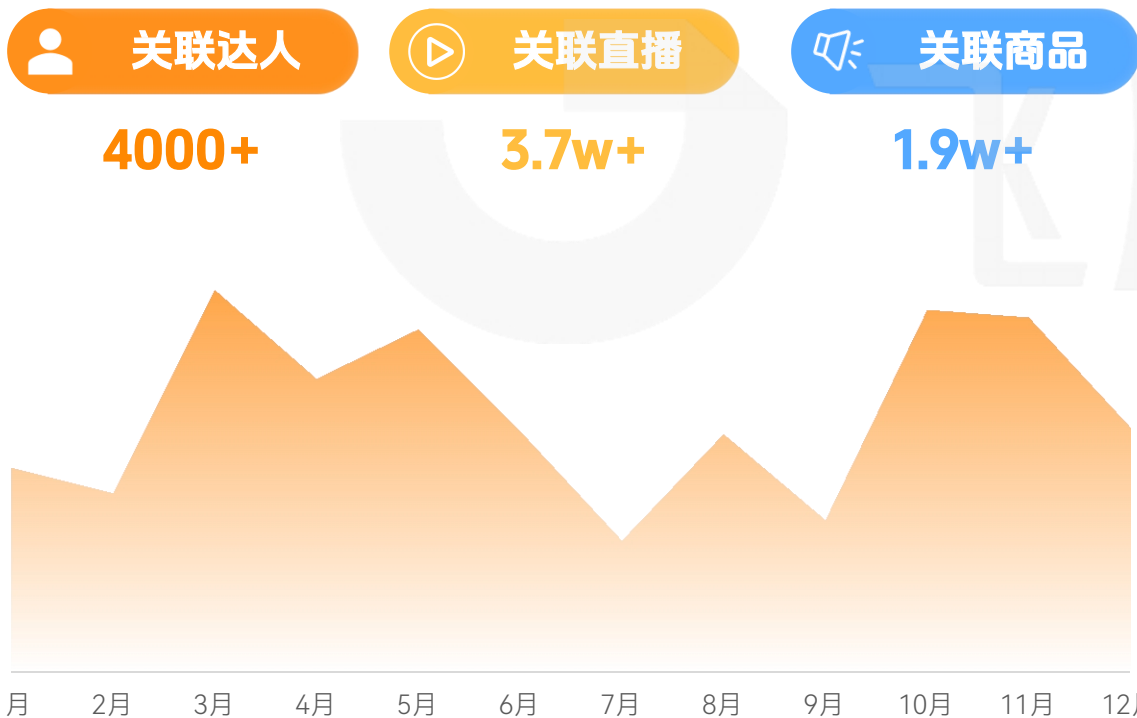
- 自己吃着香，拿来 **送礼** 更显得情意重！
- 过年 **送礼** 就选它，体面又喜庆
- 中秋走亲戚，提上这个 **礼盒**，大人小孩都爱吃
- 走亲访友不知道带啥？就选这个 **大礼包**！
- 解决你的 **送礼** 难题，这个点心匣子口味多、包装靓，送出去准没错。

厨电市场受多元化需求驱动，精细化与多品类布局成关键

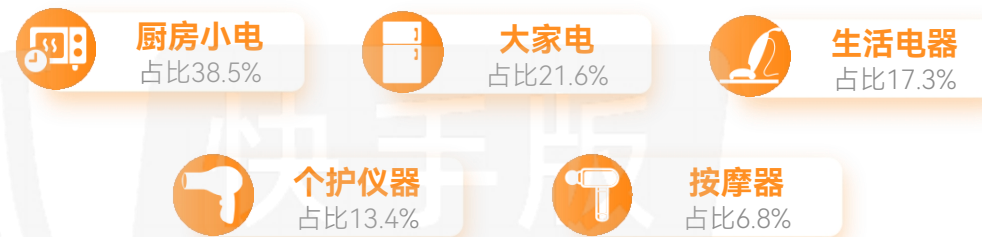
2025年厨卫家电赛道的销售热度全年呈阶段性波动，在二级品类中，厨房小电以38.5%的占比稳居核心主力，而在三级品类中，洗衣机、空调、美容仪器等市场份额高度接近，呈现出需求多元的显著特征，家电市场增长依赖于多赛道、多品类的共同发力。

2025年厨卫家电关键数据及销售热度月趋势

(同比2024年相关数据)



2025年销售热度占比TOP5二级品类



2025年销售热度占比TOP5三级品类



品牌自播渠道驱动增长，能效与节能成为核心产品心智



美的/midea

主要带货方式: 品牌自播

主要人群画像: 女性、31-40、四线城市

品牌2025年直播销售额分布

■ 品牌自播 ■ 达人分销

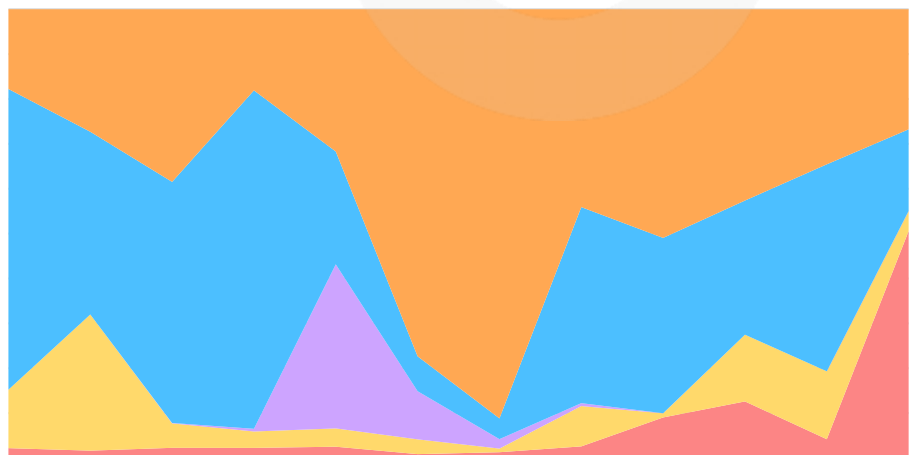


TOP5播主集中度为

52.1%

2025年品牌TOP5品类的销售趋势占比

● 空调 ● 冰箱 ● 风扇 ● 微波炉 ● 电压力锅



1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月

高GMV品牌自播号



美的官方旗舰店

粉丝数: 66.9w 推广商品: 740+



美的空调旗舰店

粉丝数: 10.2w 推广商品: 110+



美的全屋智能旗舰店

粉丝数: 1.2w 推广商品: 200+

品牌2025年商品卖点词云及热门商品举例



美的对开双开门大容量家用电冰箱

一级能效双变频风冷无霜嵌入

关联直播数: 40+



美的多功能电饭煲4-5L全自动

微压新款炖肉汤大锅抗菌家用

关联直播数: 2550+

04

营销推广洞察

视频生态-带货内容:

立足品类特性, 打造差异化内容与运营路径

自播号



vivo官方旗舰店

粉丝数: 410.2w

品牌



鸭鸭/Duck Down

自播账号数量 62 个 年GMV超千万级账号 8 个

精准适配职场人群, 趣味互动带火产品曝光

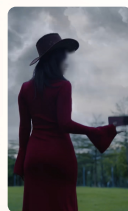
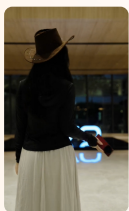


视频: 防痴呆小游戏~ #办公室游戏 #数码科技 #vivo

关联商品: 【新品国补】vivo S30 Pro mini 5G智能手机

亮点: 用办公室小游戏的轻松玩法做引子, 搭配“赢vivo新机”的奖励钩子, 快速抓住职场人的注意力, 自然突出了产品的出镜感, 让广告植入不生硬, 还能激发观众的参与欲。

打造视觉冲击, 让新机成为氛围感焦点



视频: “那些杀不死我的, 终将使我更强大” #反差转场#MAMA转场

关联商品: vivo X200 Ultra 歌手同款 5G智能手机-官方直营

亮点: 通过一镜到底的转场运镜, 营造出类似顶流舞台的电影感, 让手持的vivo新机自然融入氛围感画面, 既强化了“强者蜕变”的情绪价值, 也让产品在视觉焦点中完成深度种草。

搭建产品类型细分矩阵



@鸭鸭羽绒官方旗舰店

种草特点: 主打小个子友好+显瘦百搭, 搭配两折上新, 戳中女生既要显瘦又要性价比的穿搭需求。



@鸭鸭男装旗舰店

种草特点: 通过精心搭配营造出松弛又精致的冬日造型感, 满足了年轻男性群体对穿搭美学的追求。



@鸭鸭户外运动旗舰店

种草特点: 色调适配爬山等户外场景, 搭配露营风场景营造, 瞄准户外出行、追求舒适群体需求。

爆款视频借热点快速破圈，涨粉达人靠精准定位实现高效增长

2025年高播放量视频举例



周小闹
粉丝数: 1657.5w

视频: 最近爆火的直播间#臭宝螺蛳粉

播放数: **1.23亿** 互动量: **422.6w**

视频评论热词:
刷到/坐下/直播/小闹/想要/神评



壁虎哥
粉丝数: 92.3w

视频: 同桌摇2.0来了! 全网找同桌直播挑战! #壁虎哥 #同桌摇2.0 #快手广场舞大赛

播放数: **1.09亿** 互动量: **309.2w**

视频评论热词:
同桌/老公/我没/笑死我了/作业/分屏



小敏哟 (语音包上了噻)
粉丝数: 237.7w

视频: 这个赛道最赚的主包! @Ginclub (O221844886) #大母龙 #你可能不认识我

播放数: **1.03亿** 互动量: **315.6w**

视频评论热词:
好大/口气/听过/名气/看之前/看之后



圣母
粉丝数: 832.5w

视频: 为了这个镜头, 凌晨4点跑来上海!

播放数: **1.02亿** 互动量: **985.5w**

视频评论热词:
小时/上海/游戏/我去/满血版/哇塞

2025年优质涨粉达人

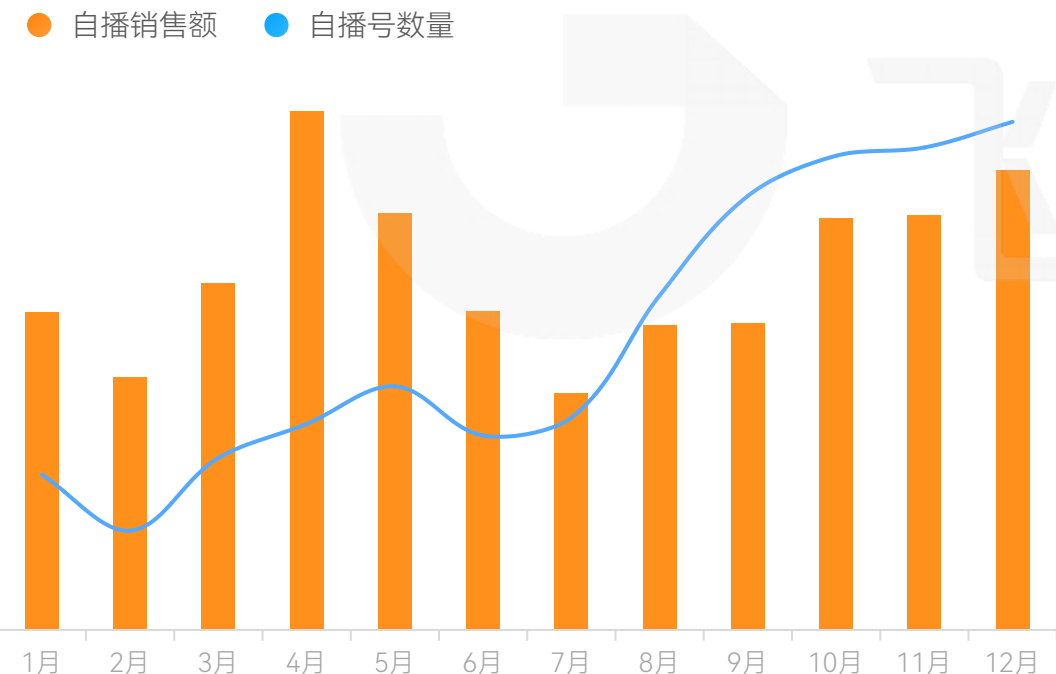
视频创作者	行业标签	涨粉指数	涨粉率
龙卷风大舞台	影视娱乐	1920.7w	61%
刘二狗【629】	搞笑	1315.5w	43%
晓惠【629】	情感	1036.7w	492%
轩姨	网红美女	1006.2w	144%
博雅g	情感	975.8w	44%
杨家屯 (等晨归)	时尚穿搭	828.8w	169%
娜美「901」	搞笑	766.9w	67%
桂哥.M	网红美女	766.5w	38%
达摩来了	三农	707.4w	184%
小可追剧	影视娱乐	515.2w	117%

直播生态-品牌自播:

自播矩阵助力品牌破圈，民生消费赛道成效显著

2025年，快手品牌自播赛道愈发火热，自播号带货能力水涨船高。品牌布局自播矩阵，能够触达更广泛且多元的受众群体，也有助于强化品牌形象。今年，饮料冲调、粮油调味、速食/干货三大品类品牌布局自播号数量位列前三，可见在高复购的民生消费领域，品牌对自播渠道的投入正达到新高。

2025年品牌自播销售额/数量月度趋势



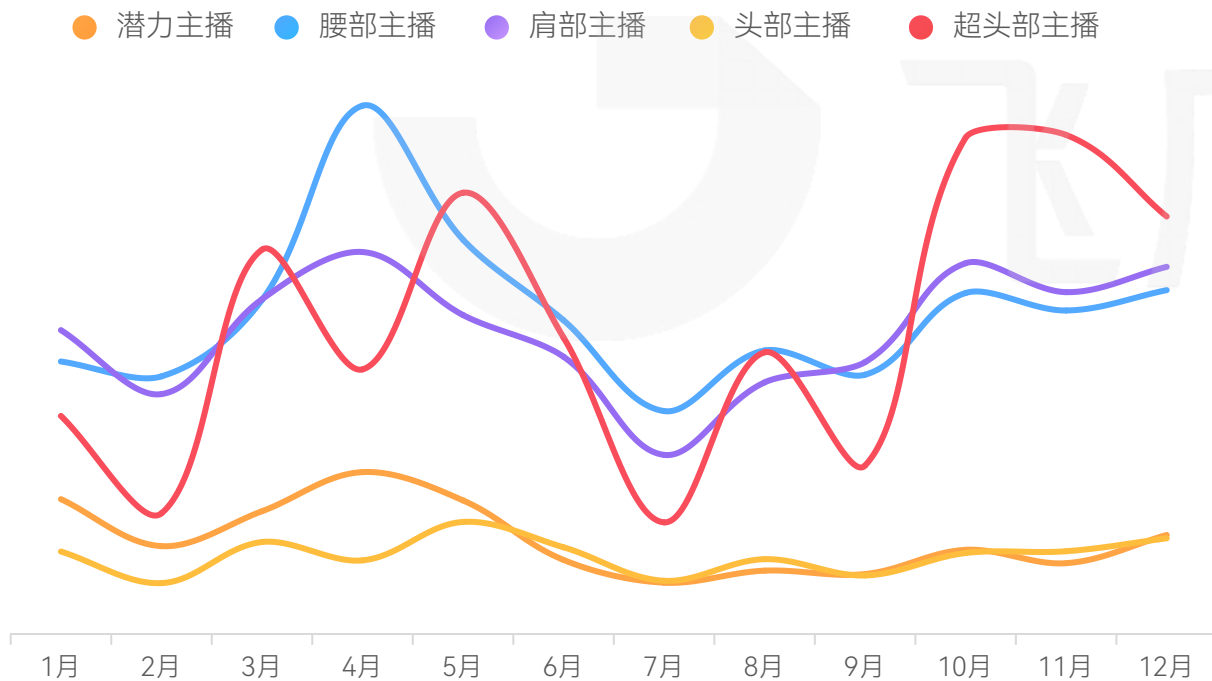
2025年各行业自播号数量TOP3及代表人



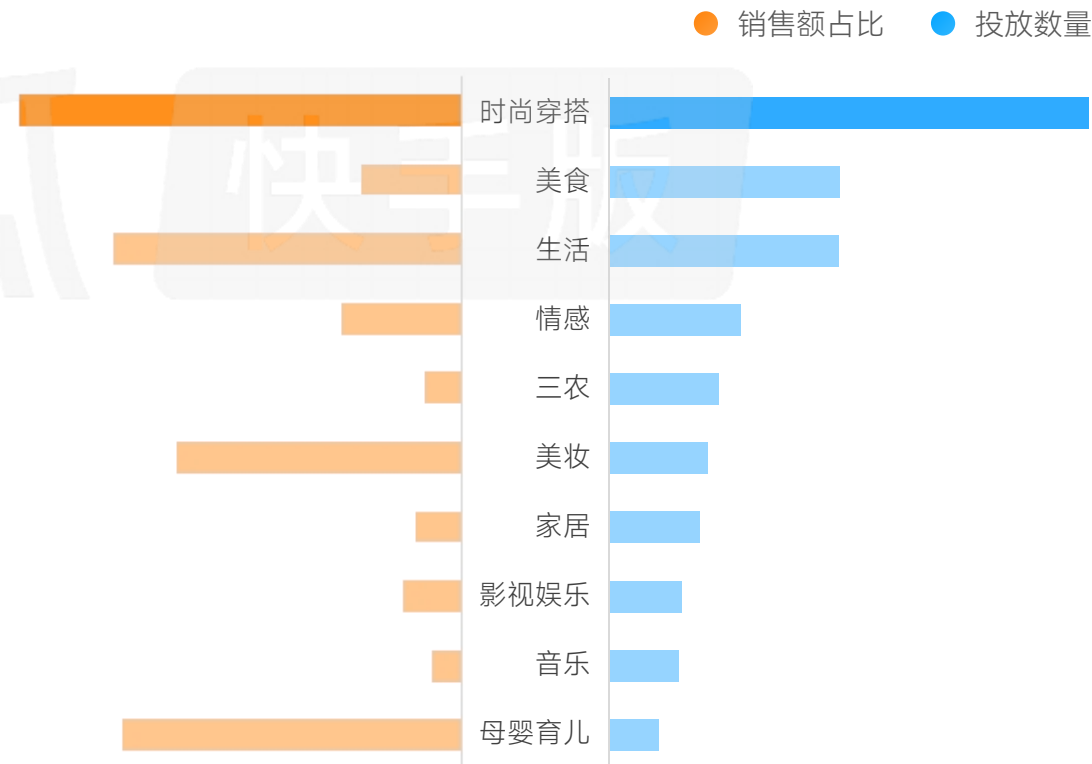
腰肩部播主销售稳定增长，时尚穿搭依旧是品牌投放重点

2025年，各层级播主销售表现各有千秋。其中，腰部和肩部播主销售曲线在年内保持较高位，既具备较强的转化能力，又拥有较稳定的粉丝粘性和复购率。在行业分布中，时尚穿搭以绝对优势领跑，销售额占比与投放数量双双登顶，而美妆和母婴育儿行业则以低投入高回报凸显增长潜力。

2025年不同粉丝量级播主销售月度趋势



2025年不同类型播主的销售额占比及投放数量



05

年度品牌榜单

2025年品牌销售热榜

总榜

排名	品牌	热卖品类	客单价 (元)	排名	品牌	热卖品类	客单价 (元)
1	紫金	黄金/彩宝/钻石/珍珠	23179.94	11	韩束/Kans	美容护肤	185.95
2	菜百首饰	黄金/彩宝/钻石/珍珠	19296.90	12	曼卡龙	黄金/彩宝/钻石/珍珠	13489.13
3	中国珠宝/Sino gem	黄金/彩宝/钻石/珍珠	1945.46	13	谷雨/GUYU	美容护肤	291.31
4	周大生	黄金/彩宝/钻石/珍珠	3166.08	14	荣耀/HONOR	手机数码	1082.71
5	喵际	黄金/彩宝/钻石/珍珠	9818.97	15	佐卡伊/ZOCAI	黄金/彩宝/钻石/珍珠	433.26
6	雅舒曼	女装	389.23	16	行金银中	黄金/彩宝/钻石/珍珠	1352.54
7	后/WHOO	美容护肤	1130.84	17	科大讯飞/iFLYTEK	手机数码	2701.47
8	领丰金	黄金/彩宝/钻石/珍珠	2285.94	18	俐莹LEAYINE	女装	418.97
9	翠绿	黄金/彩宝/钻石/珍珠	4432.86	19	OPPO	手机数码	1036.22
10	庆大福	黄金/彩宝/钻石/珍珠	2228.25	20	雅鹿/YALU	女装	78.62

2025年品牌销售热榜

女装

排名	品牌
1	雅舒曼
2	俐莹LEAYINE
3	玫希
4	拿恋
5	ccstations
6	千柏年
7	坦博尔/TANBOER
8	ZMOR+
9	独释
10	美丽靓

黄金/彩宝/钻石/珍珠

排名	品牌
1	紫金
2	菜百首饰
3	中国珠宝/Sino gem
4	喵际
5	周大生/CHOW TAI SENG
6	领丰金
7	翠绿
8	庆大福
9	曼卡龙
10	佐卡伊/ZOCAI

美容护肤

排名	品牌
1	后/WHOO
2	韩束/Kans
3	谷雨/GUYU
4	雪花秀/Sulwhasoo
5	黛莱皙/DNLNXIR
6	美丽伞
7	朵拉朵尚/DoraDoSun
8	欧诗漫/osm
9	永九美/VOGYJM
10	韩熙贞/HEXZE

附录：

2025年品牌销售热榜

营养保健

排名	品牌
1	内廷上用
2	美恩元
3	善维森
4	华北制药
5	枫煜果
6	安玉兰
7	鑫玺
8	贯药师
9	辅元堂
10	药掌佬

男装

排名	品牌
1	雅鹿/YALU
2	鸭鸭/Duck Down
3	JEEP SPIRIT
4	啄木鸟/plover
5	稻草人/Mexican
6	皮尔卡丹/PIERRE CARDIN
7	VR
8	怪兽实验室
9	海澜之家/HLA
10	罗蒙/ROMON

手机数码

排名	品牌
1	荣耀/HONOR
2	科大讯飞/iFLYTEK
3	OPPO
4	作业帮
5	维沃/VIVO
6	华为/HUAWEI
7	来酷
8	红米
9	学而思
10	苹果/Apple

附录：

2025年品牌销售热榜

生鲜

排名	品牌
1	大嘴鳄
2	天海藏
3	京猫王
4	鱼小森/FISHSOSEN
5	鲜捕头
6	村里的初七
7	无品牌
8	伊利
9	尖锋食客
10	觅客

家居生活

排名	品牌
1	立白/liby
2	雨森/YUSEN
3	威露士/Walch
4	柏肤源
5	渍贝
6	蓝月亮
7	幸家
8	康巴赫/KOBACH
9	轻迎
10	香水依点

户外鞋服

排名	品牌
1	骆驼/CAMEL
2	安踏/ANTA
3	特步/XTEP
4	李宁/LI-NING
5	伯希和/PELLIOT
6	JEEP SPIRIT
7	新百伦
8	361°
9	斯凯奇/SKECHERS
10	阿迪达斯/adidas

附录：

2025年品牌销售热榜

个护清洁

排名	品牌
1	棉密码
2	参半/NYSCPS
3	黄辅堂
4	柏肤源
5	可立克
6	爱敬二十之/Aekyung
7	芭莎蔓
8	染皇/DYE EMPEROR
9	光阴与她
10	妇炎洁

休闲食品

排名	品牌
1	三只松鼠/THREE SQUIRRELS
2	唇友
3	口水娃
4	盐津铺子
5	扁治药业
6	德芙/Dove
7	过人香
8	尖锋食客
9	卡尔顿/Calleton
10	靖脯

厨卫家电

排名	品牌
1	海尔/Haier
2	万利达/MALATA
3	扬子
4	康佳/KONKA
5	海信/Hisense
6	苏泊尔/SUPOR
7	TCL
8	九阳/JOYOUNG
9	追觅
10	志高/CHIGO

附录：

2025年品牌销售热榜

女鞋

排名	品牌
1	H55
2	伊迪漫
3	啄木鸟/plover
4	棒球队长
5	达芙妮/Daphne
6	甄选"丹"品
7	雅舒曼
8	LEE COOPER
9	DAMAIJIA
10	SHEYEQI

家纺

排名	品牌
1	雅鹿/YALU
2	尚公子
3	他她爱
4	无品牌
5	梵享家
6	芸裕
7	旭恩娜
8	亲听
9	顾她
10	好风景/HIVISION

儿童鞋服

排名	品牌
1	巴拉巴拉/Balabala
2	蜜糖花生
3	特步儿童
4	安踏/ANTA
5	易木一小大人
6	童来童往
7	雅鹿/YALU
8	木小爸
9	嗶嗶海豚
10	小邵同学

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



飞瓜旗下产品矩阵

需求场景

拓流量

铺货品

配营销

做用户

多平台数据分析

SAAS 产品

飞瓜数据 抖音版

爆款 榜单	视频/直播监控 商品卡监控	自营 动态	投放 监控
----------	------------------	----------	----------

飞瓜数据 快手版

多维 榜单	电商 选品	账号 监测	消费 画像
----------	----------	----------	----------

飞瓜数据 B站版

热门 UP主	恰饭 识别	品牌 舆情	投后 复盘
-----------	----------	----------	----------

精细化管理

品牌决策产品

飞瓜品策

多品类 组合大盘	品牌 生意	竞争 格局	营销 舆情
-------------	----------	----------	----------

广告分析产品

飞瓜易投

海量 素材库	广告 监控	内容 洞察	投放 策略
-----------	----------	----------	----------

品牌自营产品

飞瓜智投

录屏 回看	流量 监控	主播 轮班	实时 切片
----------	----------	----------	----------

实现品效合一

挖掘蓝海市场

研发畅销新品

打造爆款活动

扩大生意规模

提升品牌声量

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

友望数据



查品牌

营销种草

千瓜数据



飞瓜B站



市场洞察

营销管理

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

关注飞瓜

飞瓜数据快手版是快手全场景数据分析平台，集直播带货、电商选品、流量变现为一体的新媒体数据服务商，提供全维度实时直播监控，发掘爆款商品，智能匹配带货达人，有利助力新媒体、新电商变现。



飞瓜快数APP

掌握全场景快手数据



关注公众号

获取更多快手玩法



飞瓜快数小程序

随时随地掌握快手数据