

2025年9月 飞瓜抖音电商营销月报

2025-10 飞瓜数据 出品

研究综述

01. 统计周期

2024年9月-2025年9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9月 电商营销复盘

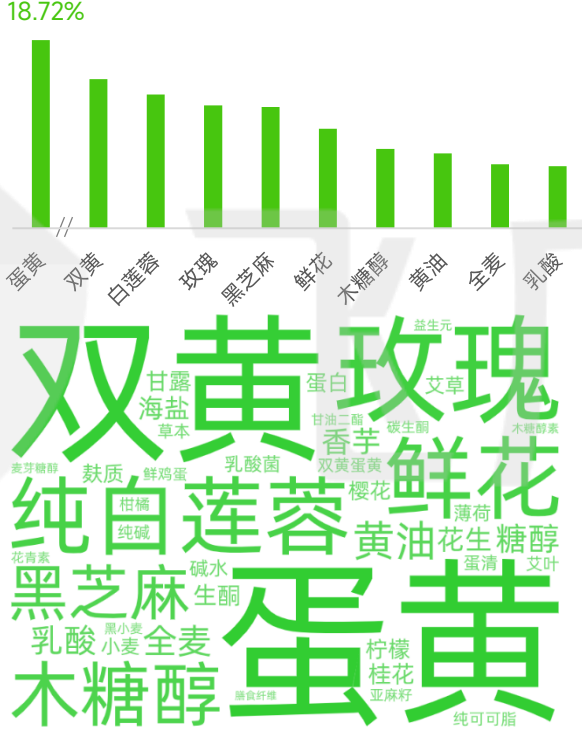
广式月饼引领市场，多维度驱动品类热度提升

9月月饼市场中，广式月饼以 92.81% 的销售占比占据绝对主导地位，成为品类发展的核心支撑。从商品高频提及成分来看，蛋黄、双黄、纯白莲蓉、玫瑰等成为核心元素，体现出消费者对经典风味与特色口味的双重偏好。同时，“多口味”作为热卖关键词，搭配“9饼9味”“12饼9味”等多规格商品属性，充分满足了消费者多元化的购买需求，从品类结构、口味偏好、品牌营销到商品组合等多维度共同推动月饼市场热度攀升。

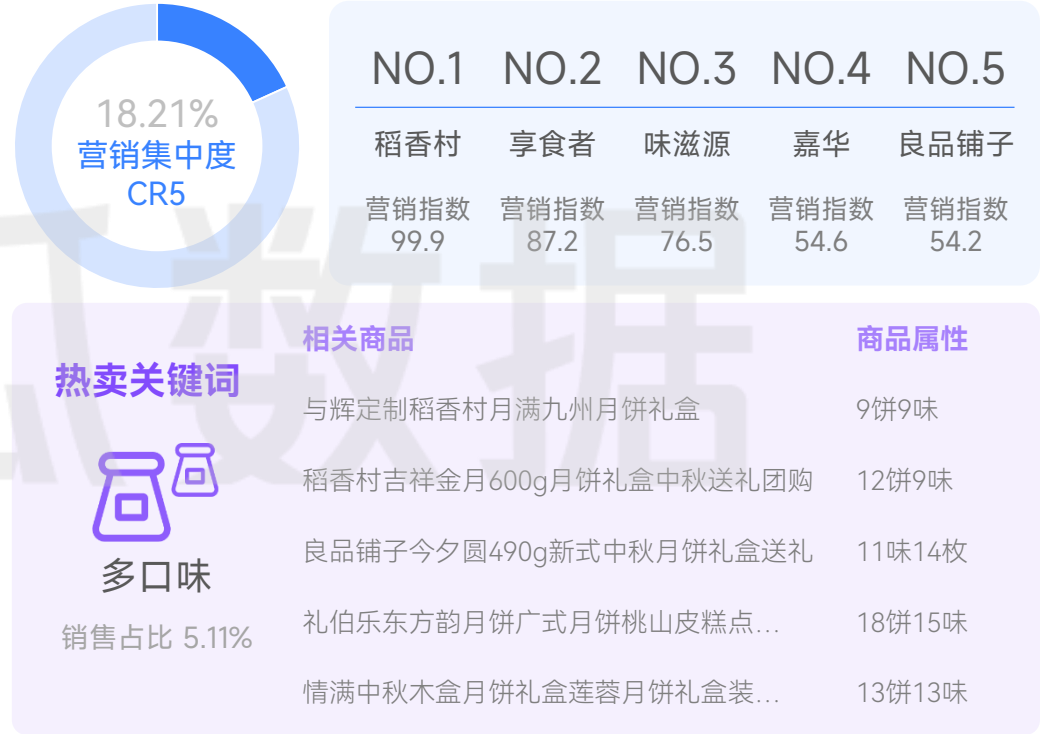
9月月饼细分品类销售分布



9月月饼品类商品高频提及成分



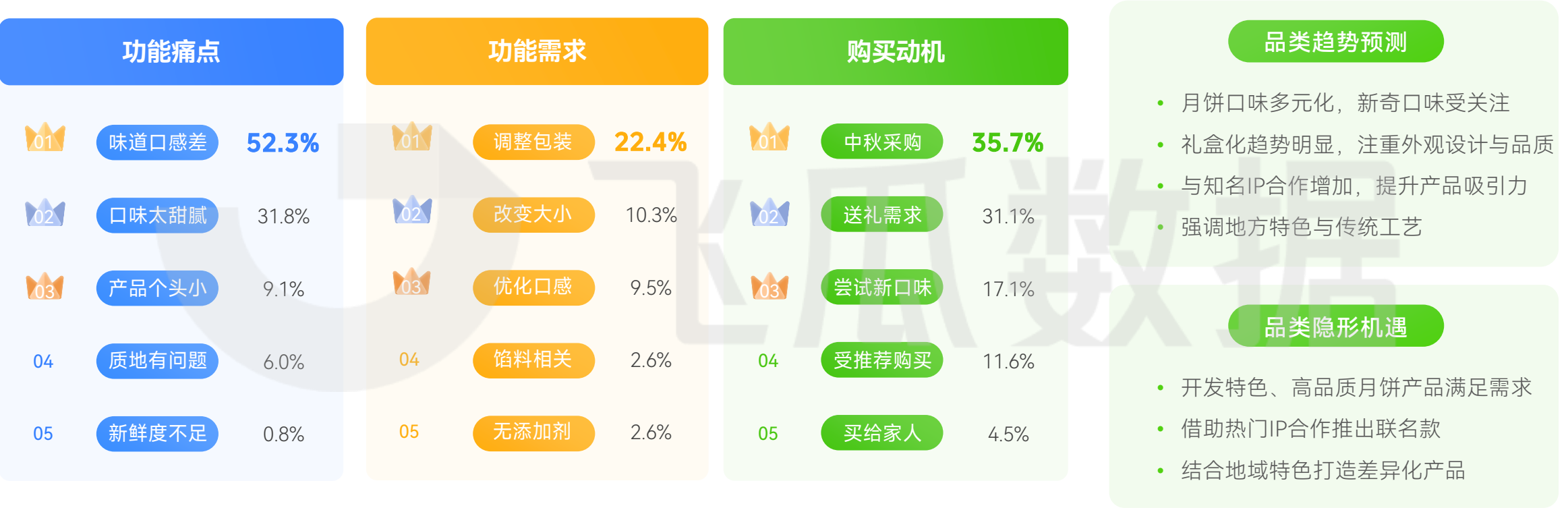
月饼品牌营销曝光热度TOP5



月饼消费痛点与需求并存，品类趋势与隐形机遇驱动发展

9月月饼市场功能痛点与消费需求特征鲜明。功能痛点中，味道口感差占比52.3%最突出，口味太甜腻、产品个头小也受关注，反映品质与食用体验升级诉求。从品类趋势来看，整体呈口味多元化、礼盒化趋势，品牌商家可开发高品质产品、IP联名款及地域特色产品，推动长远发展。

9月月饼品类市场舆情分析



稻香村：多品类布局深化，营销精准契合用户多元需求

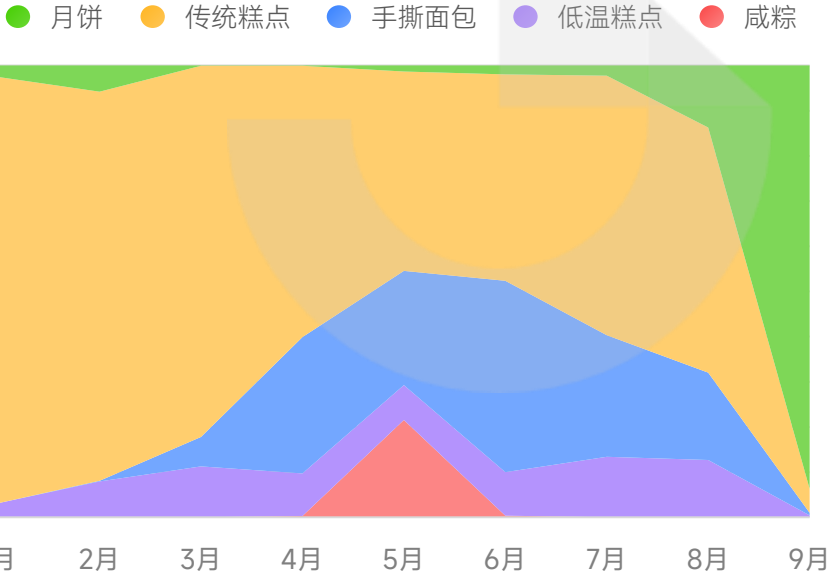


DXC/稻香村

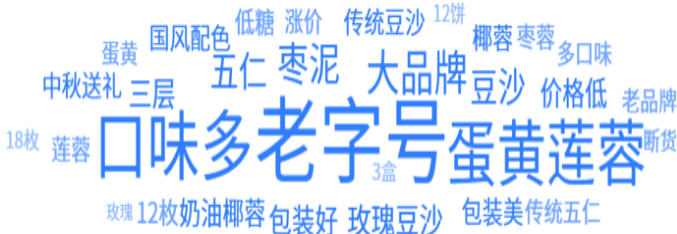
主要带货方式： 达人推广、直播带货

主要人群画像： 女性、31-40、新一线

2025年品牌TOP5品类的销售趋势占比



9月品牌广告内容词云



品牌自营引流视频高转化特征



AD 总经理空降直播间，月饼礼盒买一送一啦！

 @稻香村官方旗舰店
粉丝数：97.6w

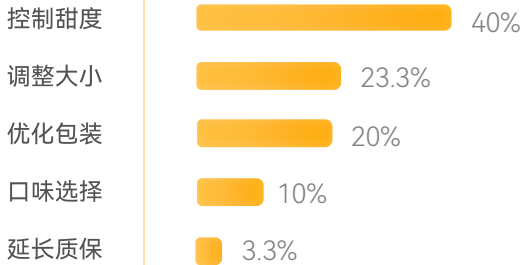
视频小蓝词：稻香村月饼活动价

抖音主页可见性：单次可见视频

素材3s台词：中秋节怎么花小钱办大事啊！我不得不说，我每年中秋...

预估曝光 557.1w 互动量 3700+ 5s完播率 15.35%

品牌月饼成交用户的功能需求



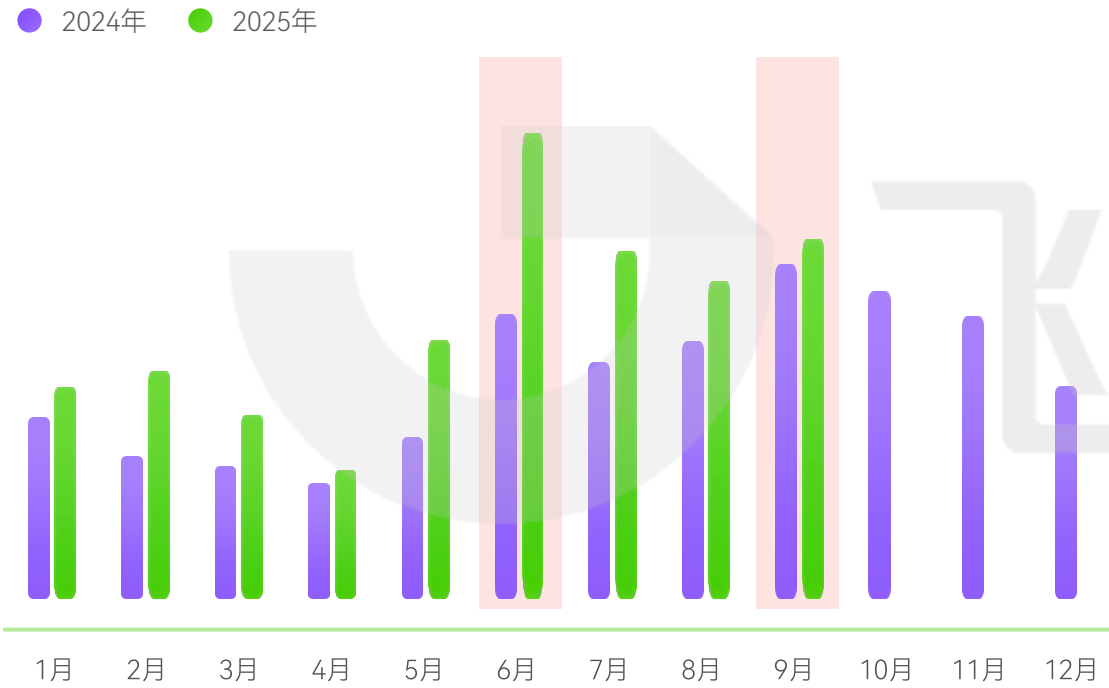
- 冲突对话开场，吸引用户注意力
素材用“感叹句/对话冲突”开场，如“哇，这中秋礼盒够豪的呀”“稻香村这个铁公鸡终于拔毛了！”“中秋节怎么花小钱办大事啊”，快速打破用户注意力阈值，提升5秒完播率
- 口味多样化，覆盖圈人群
列举“11-12种口味+分层覆盖人群”：传统口味（蛋黄莲蓉、五仁）+低糖款（低糖豆沙、南瓜山药）+儿童/老人专属款——解决“全家老小需求差异”痛点
例：妈妈爱吃的金丝枣蓉、爸爸爱吃的传统豆沙、长辈小朋友的低糖款

数据说明：统计2025年9月品牌「稻香村」在抖音平台的推广数据，非平台全量数据，本页图片来自抖音app，部分数据已作脱敏化处理，飞瓜数据

电子教育市场规模攀升，学习机主导下功能迭代聚焦需求

抖音电子教育2025年各月份市场表现普遍优于2024年，消费热度与市场渗透度显著提升。从细分品类电商热度来看，学习机/教育伴学机以 84.65%的销售占比占据绝对主导地位，在产品功能卖点维度，在深耕语言学习场景的同时，也注重通过技术赋能与人性化设计，“英语”“智能”“大屏护眼”“精准学”等关键词突出，满足用户对高效、护眼、个性化学习工具的需求，技术迭代与用户需求升级共同推动电子教育品类发展。

2024-2025年抖音【电子教育】品类表现



2025年9月抖音【电子教育】细分品类电商热度



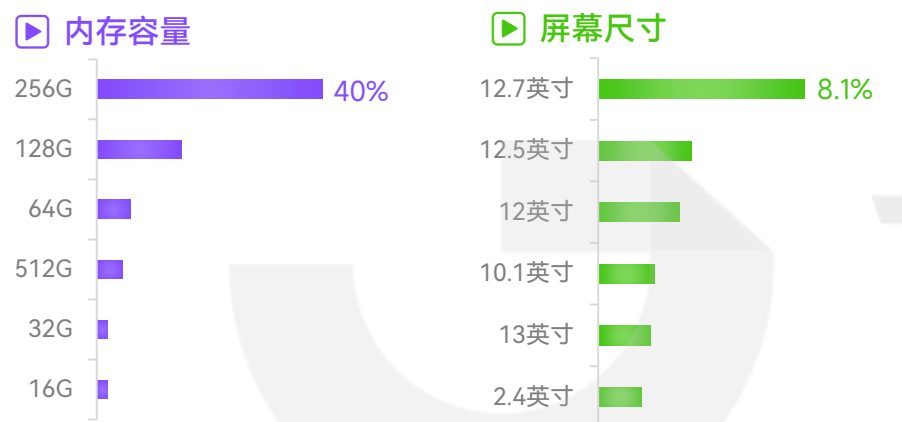
2025年9月抖音【电子教育】产品功能卖点TOP



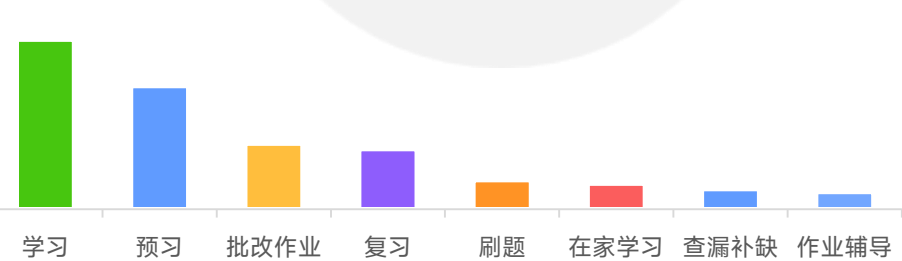
学习机内存与场景成核心竞争点，产品体验驱动用户回购

学习机的消费用户对承载丰富学习资源的大存储容量产品需求显著，256G内存容量以 40%的占比成为销售TOP属性；而12.7英寸的大尺寸屏幕因在护眼与视觉体验上的优势更受青睐。营销场景方面，“学习”场景稳居 TOP，预习、批改作业等场景也具备一定热度，体现出学习机深度融入日常学习全流程的趋势。从成交回购原因分析，护眼效果、响应速度、续航能力等多维度优势共同驱动用户回购，体验成为维系用户、促进复购的关键因素。

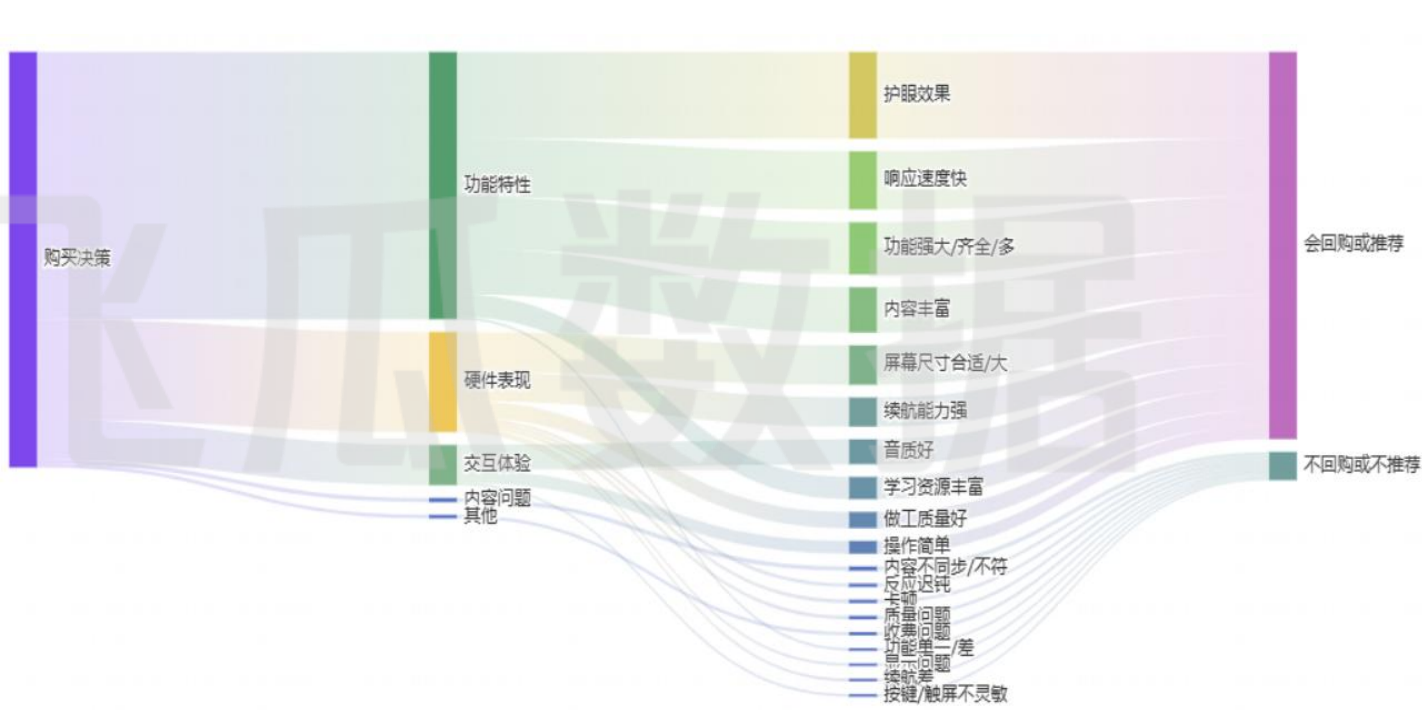
2025年9月抖音【学习机】各属性销售TOP



2025年9月抖音【学习机】主要营销场景TOP



2025年9月抖音【学习机】成交的回购原因分析



数据说明：统计2025年9月抖音销量大于0的商品数据，部分数据已作脱敏化处理，飞瓜数据

作业帮：学习机主导品牌市场，营销与技术功能双维赋能增长

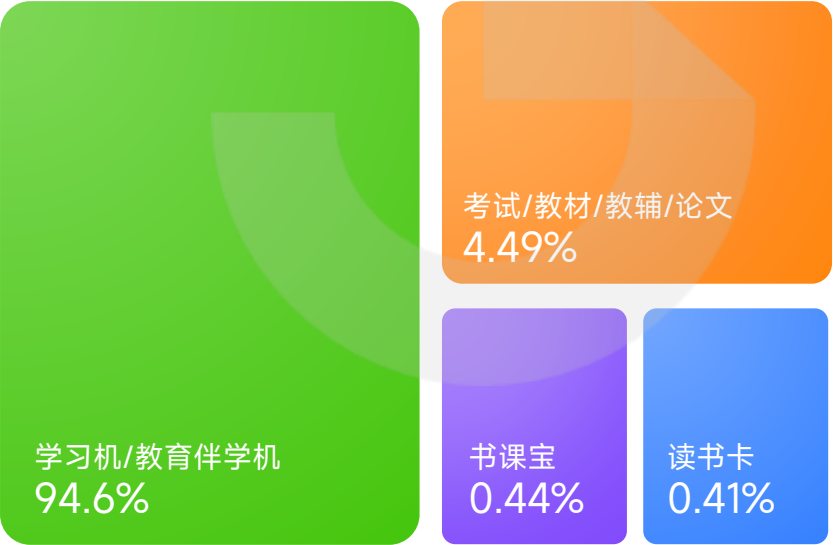


作业帮

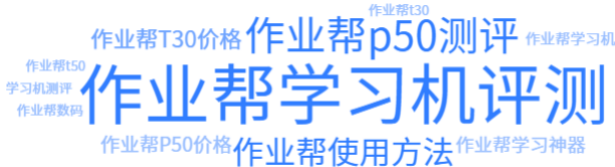
主营品类 图书教育，3C数码家电

带货方式：品牌自营，直播带货

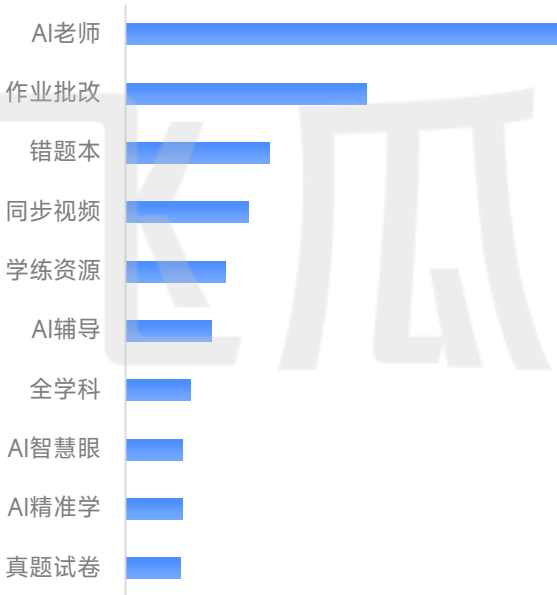
9月品牌各细分品类销售分布情况



品牌广告素材的小蓝词词云



品牌广告素材高频提及技术功能



优质曝光广告

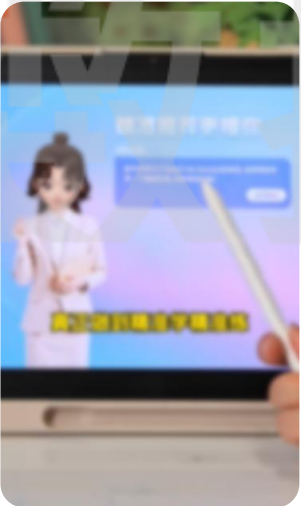
AD 不要会员！不要会员！不要会员！今天来作业帮直播间，学习机统统不要会员！

- 视频小蓝词
- 内行人建议买的学习机
- 作业帮P50学习机参数
- 学习机有必要买吗
- 学习机有用吗有必要买吗
- 作业帮p50用户评价

预估曝光 1303.1w 预估5S完播率 11.94%

脚本内容解读

痛点呈现 → 优惠解决 → 产品优势展示 → 效果展示 → 引导购买

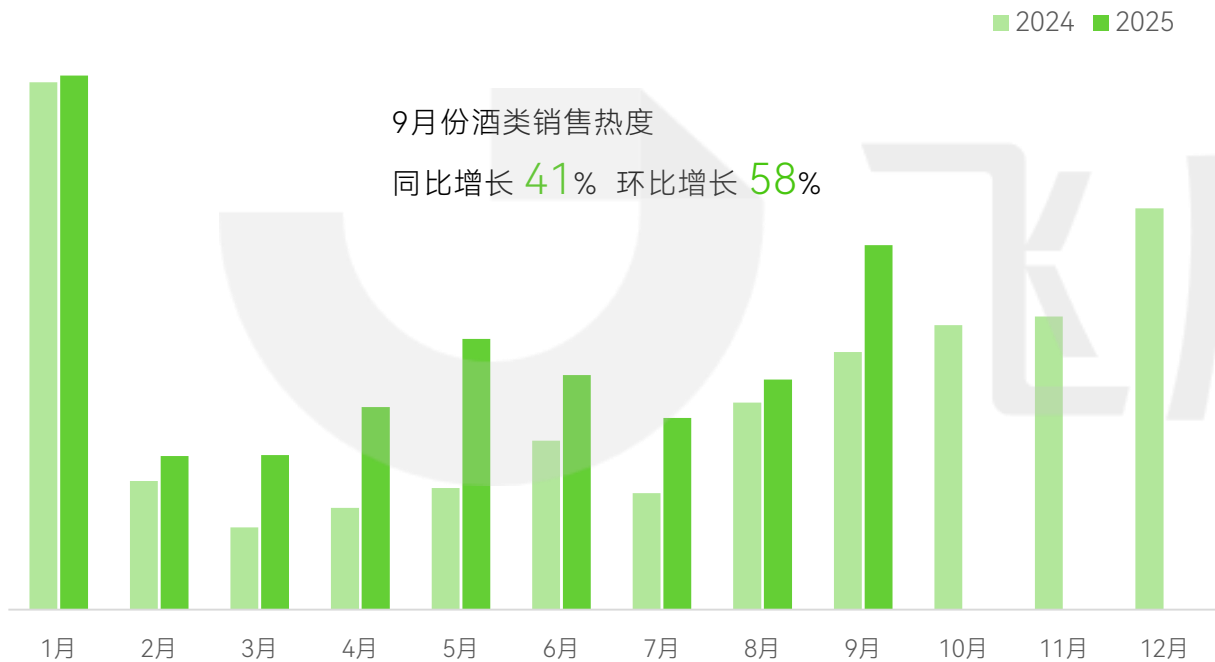


- 精准针对用户痛点：文案详细罗列出消费者对于产品价格贵、预算少、二次收费、内存少、孩子基础差、教材改版等多方面的担忧，并一一给出解决方案，能有效吸引消费者的关注；
- 产品卖点介绍：详细介绍了学习机的各种功能和资源，如大屏护眼、AI老师、同步视频、学练资源、真题试卷等，突出产品的优势；
- 优惠活动引导购买：提供了直降、折扣、赠品、免息等多种优惠，增加了产品的吸引力。

酒水赛道持续扩容，中秋礼赠需求成本月核心驱动力

今年以来，抖音酒水品类销售热度始终保持高增长态势。以9月数据为例，据飞瓜数据显示，该品类当月销售热度环比上月增长58%，同比去年增长41%；从热销卖点词来看，“中秋”、“送礼”等关键词出现频率显著较高，可见礼赠需求已成为本月用户购买的核心动因，伴随中秋节日临近，品类销售热度有望迎来进一步提升。

2024年1月-2025年9月抖音酒类销售热度趋势



2025年9月抖音酒类热销卖点词



2025年9月抖音酒类热卖品牌TOP5



聚焦草本精华打造独特记忆点，借助头肩部达人投放实现声量破圈



毛铺

主要带货方式：品牌自营、直播带货

9月抖音酒类广告投放曝光 TOP3

品牌9月份推广关键数据

销售热度	带货商品数	推广达人数	投放广告数
500w-750w	200+	90+	760+

品牌9月份销售热度对比



品牌9月份曝光来源分布



品牌9月份广告内容词云及热门推广商品举例



高曝光星图达人



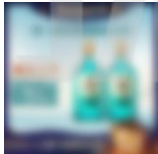
阿超 ~ 生活记录>日常生活
粉丝数: 133.8w 预估曝光: 2521.1w



牛哥不牛 美食>美食探店
粉丝数: 830.3w 预估曝光: 2319.3w



温暖一家 三农>乡村美食
粉丝数: 1184.1w 预估曝光: 1671.5w



毛铺绿芥【新品毛铺草本酒】纯粮基酒 佐餐小酌必备 42度 520ml
商品广告数: 90+

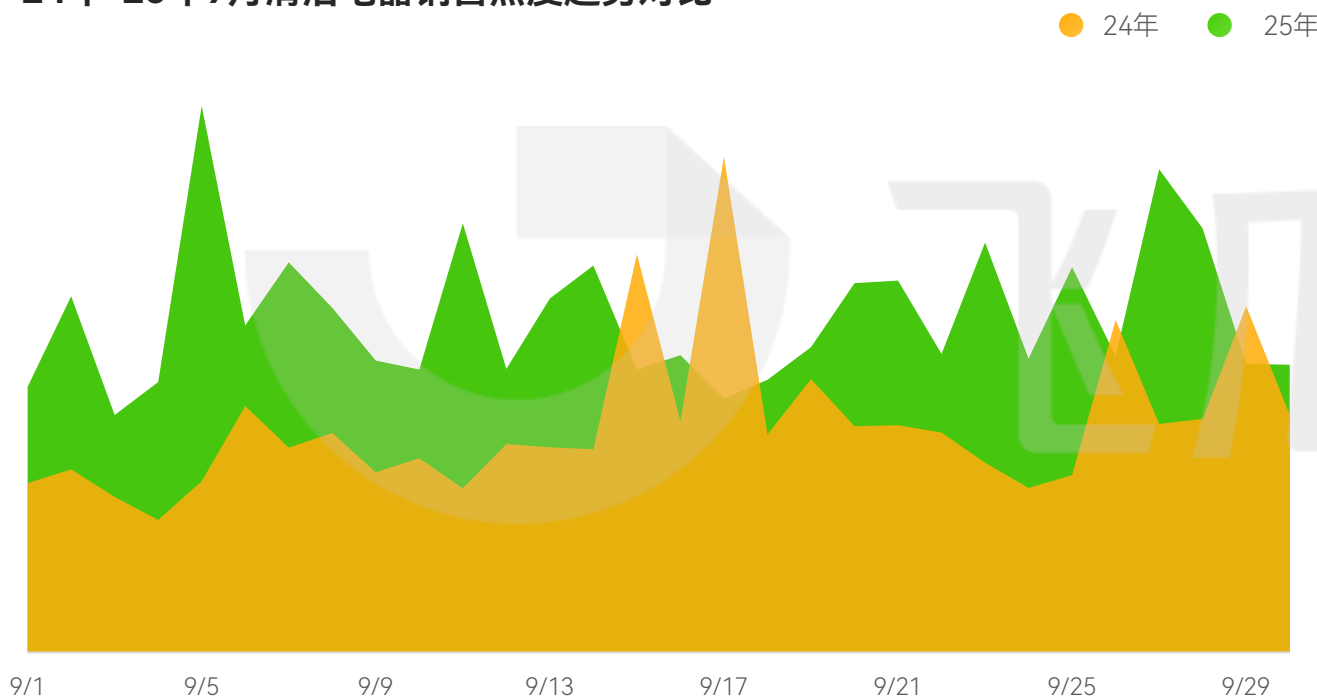


毛铺金荞酒【官方正品】草本露酒 白酒基酒苦荞酒礼盒装毛铺草本酒
商品广告数: 30+

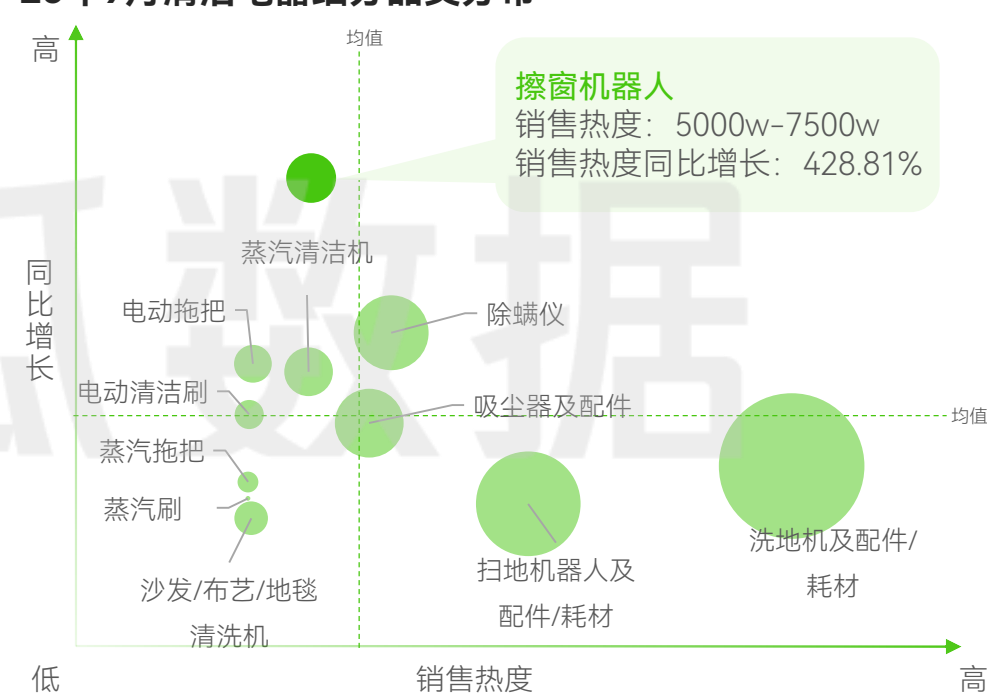
市场消费热情明显高涨，擦窗机器人销售增长突出

对比2024年同期，25年9月清洁电器的销售热度显著高于去年，同比增长率达47.53%。同时，品类表现呈现分化特征，洗地机及配件/耗材、扫地机器人及配件耗材在销售热度维度位居前列，擦窗机器人在同比增长维度表现较为突出，蒸汽清洁机、电动拖把等品类也存在一定同比增长，不同品类在热度与增长性上的差异化发展特点较为明显。

24年-25年9月清洁电器销售热度趋势对比



25年9月清洁电器细分品类分布

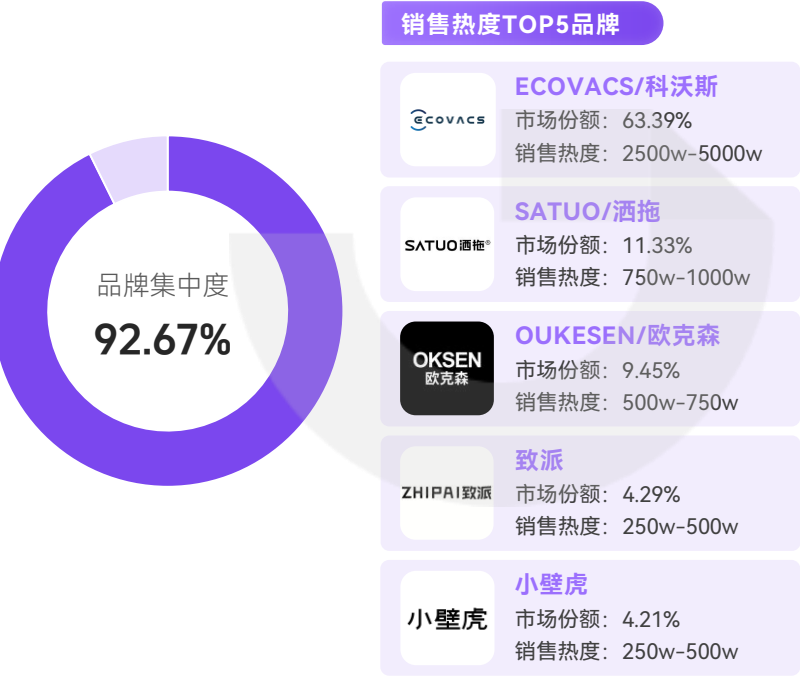


9月重点品类：清洁电器-擦窗机器人

竞争格局高度集中，技术卖点驱动市场热度

从擦窗机器人的品牌CR5可见，竞争呈头部集中态势，「ECOVACS/科沃斯」以63.39%的市场份额领跑，总体呈现“头部垄断 + 少数品牌分食”的格局。市场推广聚焦“无线、智能、超薄”等技术卖点，智能化与便捷化成为核心方向。此外，消费体验分化，清洁力、操作、吸力等方面反馈两极分化明显，是相关品牌商家需要关注的重点。

9月抖音擦窗机器人品类竞争分析



9月抖音擦窗机器人热卖宣传词



擦窗机器人品类消费者产品体验反馈



SATUO 洒拖®

SATUO/洒拖

主要受众：女，50+，山东

9月抖音擦窗机器人销售热度TOP2

9月品牌推广关键数据

销售热度	销售热度同比增长率	带货商品	关联直播
750w-1000w	138.26%	20	347

9月品牌销售分布

商品卡10.21%

达人推广27.58%

品牌自营62.21%

主推商品

SATUO/洒拖【重磅上新】洒拖T30智能擦窗机器人高层擦窗解放双手
月销售热度：750w-1000w

品牌商品卖点词云

性价比 清洁 擦窗 玻璃 解放双手 省时省力 安全 耐用 智能 操作简单 价格实惠 质量稳定 售后服务 品牌信誉 用户好评 销量领先 市场占有率高 行业标杆 技术创新 节能环保 静音运行 防水防尘 抗刮耐磨 易清洗 维护方便 使用寿命长 性能卓越 运行平稳 噪音低 耗电少 充电快 续航能力强 适用范围广 兼容性强 安装简便 拆卸容易 携带方便 收纳简单 包装精美 物流快速 售后及时 问题解决快 客户满意度高 复购率高 口碑相传 品牌影响力大 市场竞争力强 性价比突出 物超所值 物有所值 物尽其用 物尽其值 物尽其美 物尽其善 物尽其德 物尽其心 物尽其意 物尽其情 物尽其理 物尽其法 物尽其术 物尽其道 物尽其德 物尽其心 物尽其意 物尽其情 物尽其理 物尽其法 物尽其术 物尽其道

品牌自营直播间分析

亮点一

讲解、展示双机位画面切换，展示品牌擦窗机器人的全自动清洁能力，在讲解的同时小窗贴片实时计算产品续航时长

亮点二

与传统磁吸擦窗器进行比较，突出品牌产品的“省时省力”以及“高性价比”，直击消费者痛点，提升销售转化

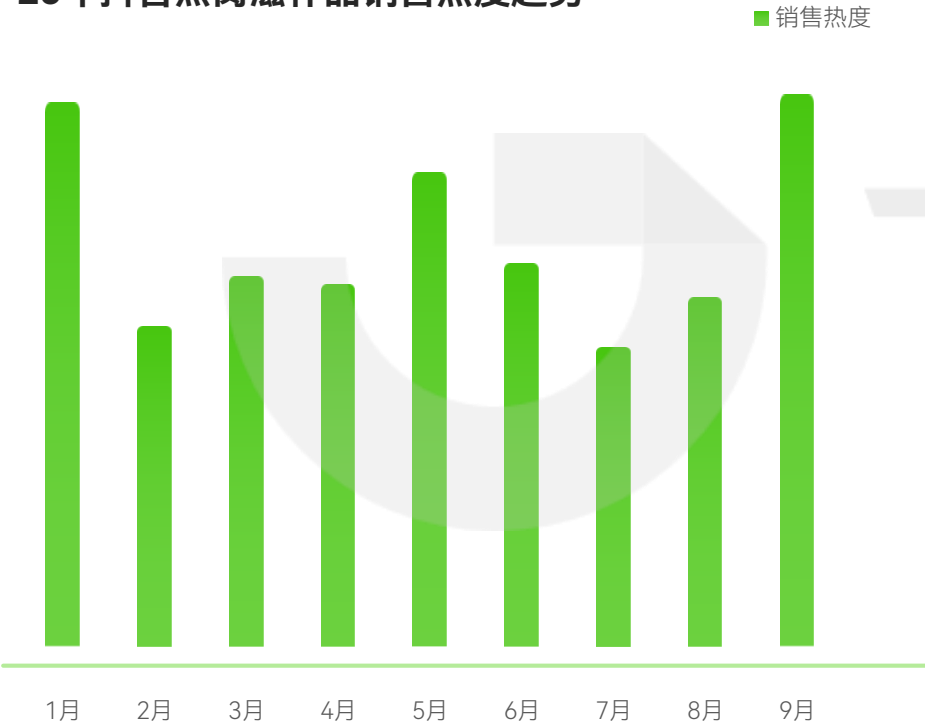
亮点三

双11大促元素贴片，再次体现产品“性价比”，同时配合口播话术，着重强调售后保障，打消观众消费顾虑。

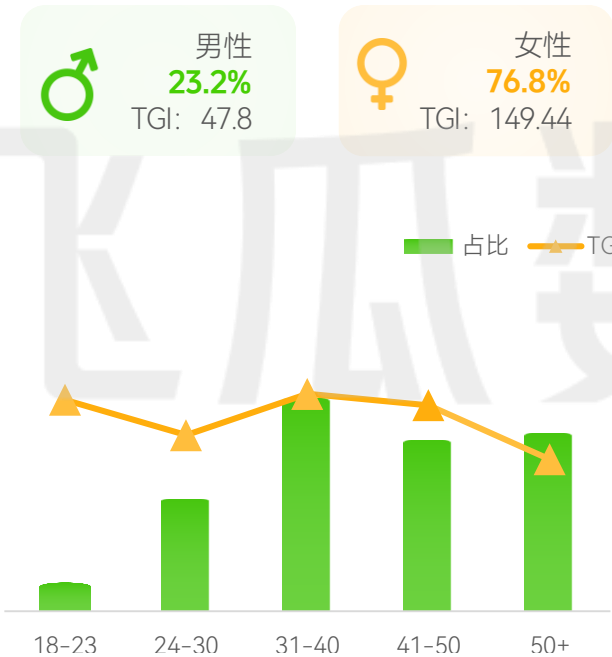
燕窝滋补品销售热度冲高，口感与品质为受众关注核心

燕窝滋补品的抖音销售热度全年呈波动上升态势，9月热度显著走高，市场需求表现旺盛。受众画像上，女性占比达76.8%、且31-50岁年龄段受众占比突出，但18-23岁年轻群体也同样有着较高的消费意愿，是该品类的潜力人群。消费者体验舆情上分化明显，暴露出部分产品在口味调和、品质真实性与质地方面仍存优化空间。

25年抖音燕窝滋补品销售热度趋势



9月燕窝滋补品受众画像



消费者产品体验舆情洞察

正向关键词	提及占比	原因
口感味道佳	66.8 %	用户对产品的口感和味道十分满意，称赞其良好的味觉体验
甜度适宜	9.1 %	用户对产品甜度表示满意，认为甜度恰到好处
外观色泽好	6.5%	用户对产品的色泽外观给予肯定，认为呈现效果良好
负向关键词	提及占比	原因
口感味道差	84.2 %	用户对产品的口感和味道不满意，认为不好吃、有异味等
质疑非燕窝	8.3 %	怀疑产品并非真正的燕窝
质地不满意	5.0 %	产品质地太稀等

数据说明：统计2025年9月抖音销量大于0的商品数据，部分数据已作脱敏化处理，飞瓜数据

头肩部达人强效推广



康丞相

主要带货方式：达人推广占比 85.54%

9月抖音燕窝滋补品销售热度 TOP3

主推商品



【开盖即食】 【国宾伴手礼】 蛹虫草鲜炖燕窝
开盖即食6瓶/盒送礼佳品TX

销售热度: 250w-500w

9月品牌燕窝滋补品品类直播数据

关联直播达人

169

环比增长 244.9%

带货直播场次

966

环比增长 265.9%

9月品牌燕窝滋补品品类销售热度趋势

9/25 关联直播达人



@南总进出口货仓3号
粉丝数: 115.5w



@飞飞
粉丝数: 36.4w



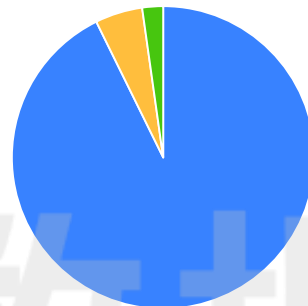
@团妈营养师-调堂
粉丝数: 35.1w



汇集资源主推单曝品

9月品牌预估曝光曝光分布

■ 商品广告 ■ 直播引流广告 ■ 通用广告



预估曝光: 33.9w
商品广告占比99.96%

优质广告案例



 燕窝很贵？那是你没用对方法，这里的燕窝只要这个价！

@康丞相营养食品旗舰店

预估曝光：
30.7w

内容亮点

突出产品卖点：详细介绍了产品的原料产地、制作工艺等特点，让消费者对产品有更清晰的了解

强调使用感受：描述了食用时的口感和味道，增加了消费者的直观感受，提高产品吸引力

02

2025年10月 电商趋势前瞻

9月抖音大事件盘点：

01 抖音电商强制开通电子面单

近日，部分商家存在线下发货虚假单号等违规行为，损害消费者权益。抖音电商呼吁商家开通平台电子面单，以避免违规风险并提升购物体验。未开通的商家将无法发货。

02 抖音加强即时零售药品管理新规

近日，抖音平台针对即时零售业务中的药房类商家推出一系列新的管理规范，对药品线上销售的准入条件、经营行为及宣传推广等环节作出明确规定，旨在进一步规范网络售药秩序。

03 抖音电商强化商家商品锚点合规

9月4日，抖音电商安全与信任中心正式发布公告，商品锚点功能是商家、达人发布电商视频内容的核心工具，其设计初衷在于连接商品与消费者，提升用户购物便捷性与体验感。

04 抖音电商公布话费充值欺诈案例

近日，抖音电商平台发现部分话费充值商家因供应链管理不严，导致用户信息泄。对此，抖音电商已启动专项治理，截至目前，共清退25个违规商家，冻结相关货款，并将其列入失信名单。

05 抖音生活服务宣布上线“烟火小店扶持计划”

9月10日消息，抖音生活服务宣布上线“烟火小店扶持计划”，通过流量激励、达人探店、门店物料、货品补贴、榜单荣誉等一系列举措，助力更多线下中小餐饮商家突破经营瓶颈、实现生意增长。

06 抖音电商打击商家商品“仿冒名人宣传”

近日，抖店后台上线“建议优先挽回”标签。当消费者在商家发货后申请售后时，平台会结合该消费者历史关注、购物行为等数据进行分析，若判定其对存在较高的成交意愿，便会标记相关售后申请。

07 抖音生活服务将对全国酒店实施线下扫码免佣金政策

9月26日消息，抖音生活服务日前召开“心动榜酒店”发布典礼，于现场首次公布针对酒店业态推出的心动榜单。首期“心动榜酒店”覆盖全国39个城市，共有443家特色生活方式酒店上榜。

08 抖音重拳打击第三方引流

9月25日，抖音电商发布公告显示，近期平台巡查中发现部分商家、达人依然存在通过商品订单、服务承诺等手段诱导用户跳转第三方的情况。抖音明确表态将持续保持高压治理这类行为。

10月热卖商品预测:

营销关键词

十一、中秋

今年国庆与中秋相连，双节同庆催生8天超长黄金周，品牌可借势这一时期的高流量开展营销活动。同时围绕旅游、宅家等多元场景打造优质内容，强化用户粘性。另外，国庆节承载着浓厚的文化内涵与民族自豪感，品牌借助讲述中国故事、呈现中国元素等方式，可进一步提升自身文化价值。

重点关注商品

月饼、酒类、茶叶礼盒、餐饮美食卡券、旅行用品、户外/登山/野营/旅行用品

推荐商品参考



月饼



茶叶礼盒



旅游用品

营销关键词

双11大促

今年抖音电商推出了“抖音商城中秋&双11大促”，整体活动时长57天。本次活动主要分为“双11-中秋期”和“双11-正式期”两个阶段，平台主要的营销玩法包括立减折扣、一件直降和消费券。在营销IP方面，面向不同行业和各类型品牌，抖音电商还打造了超级品牌日、疯狂国补、以及上新营销IP活动。

重点关注商品

纸品/湿巾、美容护肤、宠物食品及用品、婴童用品、大家电、手机、电脑

推荐商品参考



纸巾



手机



婴童用品

营销关键词

重阳、万圣节

10月底，农历九月初九重阳节也将到来，饮菊花酒、吃重阳糕等传统习俗，将推动菊花酒、糕点等相关商品销售，也为滋补保健类产品的推广创造了优质契机。而紧随其后的万圣节，对品牌营销而言尤为关键，品牌需重点挖掘自身与节日属性相匹配的关联点，才能更好地借势营销。

重点关注商品

滋补保健全品类、糕点/点心/面包、花草/水果/再加工茶、创意/整蛊玩具、模玩/动漫周边

推荐商品参考



花茶



滋补保健



cos道具

10月热点营销日历:



● 关键营销节点

10/01 星期三 国庆节

10/06 星期一 中秋节

10/09 星期四 抖音双11大促正式期

10/29 星期三 重阳节

10/31 星期五 万圣节

● 重要时间节点

10/08 星期三 寒露

10/23 星期四 霜降

03

本月榜单

2025年9月品牌销售热榜

总榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	Apple/苹果		Midea/美的		HONOR/荣耀
	HUAWEI/华为		KANS/韩束		Redmi/红米
	Xiaomi/小米		DJI/大疆		ANTA/安踏
	MOUTAI/茅台		作业帮		Lenovo/联想
	CAMEL/骆驼		HUANGYIPIN/凰一品		诺特兰德
	NIKE/耐克		FILA/斐乐		LucasEmilyLouie
	adidas/阿迪达斯		POP MART/泡泡玛特		无畏契约
	LouisVuitton/路易威登		学而思		LI-NING/李宁
	云上叙		YAYA/鸭鸭		SUPOR/苏泊尔
	Haier/海尔		OPPO		COACH/蔻驰

附录：

2025年9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		蒂洛薇		ELL
	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛		C咖		Olay/玉兰油
	谷雨		LA MER/海蓝之谜		OSM/欧诗漫
	PROYA/珀莱雅		L'OREAL /欧莱雅		forest cabin/林清轩
	MEICHIC/美诗		LANCÔME/兰蔻		三资堂
	SHISEIDO/资生堂		CARSLAN/卡姿兰		Elizabeth Arden/伊丽莎白雅顿
	GALENIC/科兰黎		MARUBI/丸美		Flower Lure/花间颂
	HBN		Sanchine/三精制药		MGP/毛戈平
	Helena Rubinstein/赫莲娜		PECHOIN/百雀羚		Flower Knows/花知晓
	CHANDO/自然堂		AFU/阿芙		可复美

附录：

2025年9月品牌销售热榜

个护家清榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	妇炎洁		botare/植护		俊小白
	沫檬		水卫士		立白大师香氛
	Dettol/滴露		Breeze/清风		老管家
	活力28		C&S/洁柔		FREEMORE/自由点
	Bluemoon/蓝月亮		淘淘氧棉		佳丽仟丝
	Vinda/维达		白云山		KERASTASE/卡诗
	卡唯朵		Deeyeo/德佑		Sevengreen/七绿
	Mind Act Upon Mind/心相印		红卫		OKCS
	NYSCPS/参半		bop/波普专研		云南白药
	Liby/立白		长发小寨		INTIMA/茵缇玛

附录：

2025年9月品牌销售热榜

服饰内衣



排名	品牌
	YAYA/鸭鸭
	草本初色
	LucasEmilyLouie
4	Alessandro Paccuci/亚历山德罗 帕库奇
5	TUCANO/啄木鸟
6	ROMON/罗蒙
7	BOSIDENG/波司登
8	Pierre Cardin/皮尔卡丹
9	AP
10	美洋

3C数码家电



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

母婴宠物



排名	品牌
	Balabala/巴拉巴拉
	anta kids/安踏儿童
	kangaroo mommy/袋鼠妈妈
4	X kids/特步儿童
5	bodcrme/贝德美
6	MENGNIU/蒙牛
7	BoBDoG/巴布豆
8	Disney/迪士尼
9	贵人鸟
10	CHENCHENMA/辰辰妈

附录：

2025年9月品牌销售热榜

食品饮料



排名	品牌
	ADOPT A COW/认养一头牛
	Three Squirrels/三只松鼠
	DXC/稻香村
4	MENGNIU/蒙牛
5	yili/伊利
6	LIGHT UPPER/轻上
7	dongfangzhenxuan/东方甄选
8	锋味派
9	BIBIZAN/比比赞
10	XIANGSHIZHE/享食者

生鲜



排名	品牌
	MRSCRAB/蟹太太
	阳澄江南
	dongfangzhenxuan/东方甄选
4	蟹良记
5	HITOMORROW/大希地
6	苏状元
7	阳澄生活
8	天海藏
9	HAIYANGYANYI/海洋演义
10	杨博士

运动户外



排名	品牌
	CAMEL/骆驼
	adidas/阿迪达斯
	NIKE/耐克
4	FILA/斐乐
5	ANTA/安踏
6	LI-NING/李宁
7	pelliot/伯希和
8	ARC'TERYX/始祖鸟
9	Under Armour/安德玛
10	Kailas/凯乐石

附录：

2025年9月品牌销售热榜

智能家居

排名	品牌
	SUPOR/苏泊尔
	Midea/美的
	KONKA/康佳
	UWANT/友望
	TINECO/添可
	YANGZI/扬子
	ECOVACS/科沃斯
	AUX/奥克斯
	Royalstar/荣事达
	亚朵星球

酒类

排名	品牌
	MOUTAI/茅台
	WULIANGYE/五粮液
	汾酒
	剑南春
	XI LIQUOR/习酒
	国窖1573
	YANGHE/洋河
	LUZHOULAOJIAO/泸州老窖
	郎酒
	国鼎

滋补保健

排名	品牌
	诺特兰德
	FineNutri 斐萃
	WONDERLAB/万益蓝
	五个女博士
	养能健
	Swisse/斯维诗
	苏莎
	FRESH/小仙炖
	仁和
	MESOESTETIC/美斯蒂克

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-2025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