



做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

# 罗永浩与“交个朋友”账号抖播数据研究

2022

## 综述（1）——抖音平台直播**发展时间线**

**罗永浩：**2020年4月1日罗永浩初涉直播带货，**首场直播销售额破亿**。2021年4月1日罗永浩启用了全新的账号：老罗和他的朋友们。邀请了蔡康永、李诞等多位明星连麦直播，**2021年4月2日罗永浩一周年直播专场**，打破了自己单场带货的最高纪录。罗永浩4月2日的一周年直播专场，**观看人数累计达1746万，人气峰值14.4万，获得音浪打赏47.4万，最终销售额2.25亿**。因此罗永浩被贴上“**抖音带货一哥**”的标签。

**交个朋友系列直播：**罗永浩账号直播成绩不错，从可以追溯到的痕迹来看，早在**2020年6月**（交个朋友潮流女装账号发布第一条视频）就出现了布局账号矩阵的痕迹。交个朋友账号矩阵将账号细分，归类为各垂类主播的成效也十分显著。2021年7月17日，罗永浩交个朋友直播间支付金额突破1亿元，成交订单数 28.39 万，累计观看人数 545.79万。

## 综述（2）——其他社媒运营情况

交个朋友团队主要运营的社媒为四个：微博、微信公众号、B站以及小红书。

- **微博**：主要的宣传媒介，发布每个账号每日的直播时间以及相关产品介绍。通过抽奖、提问互动的方式来引导用户留言和自发宣传。罗永浩的微博账号粉丝为1773.5W，交个朋友微博账号粉丝为40.7W。
- **微信公众号**：同为宣传平台，交个朋友账号植入完成相关任务和购物等获取积分的概念，刺激消费者完成团队需要的引流动作。细分垂类微信群转化为私域流量。交个朋友福利社的预估活跃粉丝为3.97W，罗永浩公众号的预估活跃粉丝数为14.53W。
- **B站**：账号名为交个朋友科技公司，总粉丝数为6.4W，共22条视频。账号在2020年创立，随后发布的视频内容、类型比较杂乱。吸引的男性用户多于女性。此账号于2020年8月5日停更，说明团队暂不在B站发力宣传。
- **小红书**：账号名为交个朋友电商咨询粉丝为1217，共发布笔记57条。第一条视频笔记发布于2022年2月26日。账号内容基本上以视频方式呈现，主要讲解如何进入电商行业的干货知识，以及直播领域的知识等。团队在账号建立后的一个月内集中营业，但数据并不理想。与小红书用户特点以及曝光机制有关，总之小红书平台的水花最小。

## 综述（3）——抖音直播分析

- **罗永浩**：抖音账号粉丝共**1939.5W**粉丝，2020年4月1日-2021年3月31日期间，罗永浩直播带货**总GMV达到31.5亿**，成为抖音直播当之无愧的“带货第一人”，**领先第二名近20亿**。与其高直播频率以及罗永浩**本人IP流量高**有关。2022年开始罗永浩便不再长期出现在自己的直播账号里，**新人主播在罗永浩账号下直播**，直播间频率几乎为日播，且直播时长几乎为24小时，罗永浩通过自身口碑为团队背书。
- 交个朋友系列主播：旗下共**14个垂类主播账号**，粉丝数从8.3W到111.7W，跨度很大。粉丝数最多的为：交个朋友酒水食品，且**属于断层式第一**，主理人朱萧木**自带流量**，因此目前在带货力上遥遥领先。**团队账号粉丝数主要集中在20W左右**，人物画像也大多为一线、二线的**年轻男性**。部分类似母婴、轻奢时尚等**女性用户需求高**的账号，粉丝人群多为女性。
- 每个细分产品的**垂类账号带货产品也都和自己的分类息息相关**，主播青睐的带货品牌为本身**有一定影响力和知名度的**，或者一些**崛起的网红品牌**，**直播单价会比市面单价低**，有一定竞争力。或者推出多件装、礼盒装或者主播推荐款，**刺激多件消费或满足用户送礼等特殊需求**。

## 综述（4）——为什么选择矩阵账号？

---

- 罗永浩团队按照品类将旗下账号进行详细划分，而这样创造“纵深式”账号的目的主要有两个：
- 其一：在品类的细分领域中建立子账号，然后根据分类发布和品类相关的不同内容。能够通过**打造上下游的方式，增加粉丝黏性**。将粉丝锁在自己这个矩阵下，**并提升粉丝的忠诚度**。并且这样**有针对性的**吸引粉丝，能够为其提供多种粉丝感兴趣的产品，**减少无用引流**。
- 其二：对于团队自身来说，多个矩阵账号能够**为品牌增加曝光**。并且**吸引不同需求的粉丝**，满足的粉丝范围也更多。提升粉丝面前的活跃度**实现粉丝沉淀**。多个账号一同运营，**账号互相引流可以增强品牌感并实现营销效果最大化**。

## 综述（5）——罗永浩如何为矩阵账号引流？

---

- 罗永浩作为高流量的个人IP，**自带的流量和曝光**可以很好的为他**创造流量到交易的转化**。同时，2020年罗永浩进入抖音直播领域，当时大多数主播的用户画像为女性。且当时的抖音直播没有过度饱和的头部主播竞争，在当时还有足够的进入空间。罗永浩的粉丝大多为男性，也**抢占了一波市场**。
- 在直播领域打造了流量和口碑后，罗永浩开始**孵化旗下矩阵账号**。通过**统一主页简介**的方式做**初步引流和介绍**，给大众一个大概的印象，也方便未来互相引流**增加曝光率**。
- 同时在直播时罗永浩**搭档新人主播直播讲解产品**、和新人主播一同拍内容视频，通过这种方式为新人增加流量和讨论度。逐渐转变为如今**新人主播通过罗永浩账号直播**，罗永浩本人为直播产品背书，**给用户信任感**。

# 目录

**01** 账号投放——种草平台

**02** 账号投放——带货平台

**03** 抖音竞对数据分析

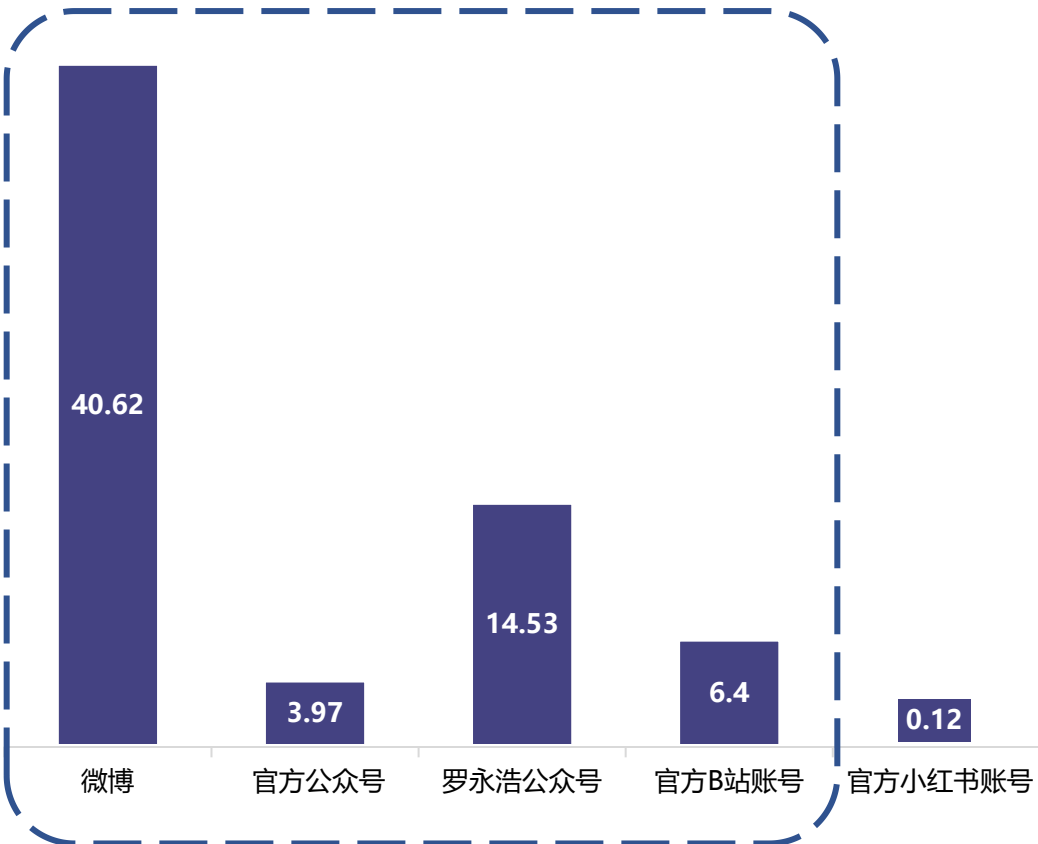
# 账号投放 ——种草平台

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

# 宣传媒介——社媒投放（四大种草平台）

外部平台粉丝数（万）



- 罗永浩团队的社媒宣传平台共有四个：**微博、微信公众号、B站以及小红书**
- 其中微博的运营频率最为频繁，**每日都有更新**。且粉丝数最多，共有粉丝**40.62W**，从2021/10/20-2022/04/18这180天里总微博数共**1980条**。
- 其次是**微信公众号**，官方公众号：“交个朋友福利社”的预估活跃粉丝为**3.97W**，“罗永浩”公众号的预估活跃粉丝数为**14.53W**。
- B站的官方账号为：“**交个朋友科技公司**”，总粉丝数为**6.4W**，账号最近一条视频发布于**2020年8月5日**，随后便不再更新。
- 小红书账号为：“**交个朋友电商咨询**”，总粉丝数为**1217**，主攻做直播类的知识培训。在这四个社媒平台中运营水花**最小**。



微博

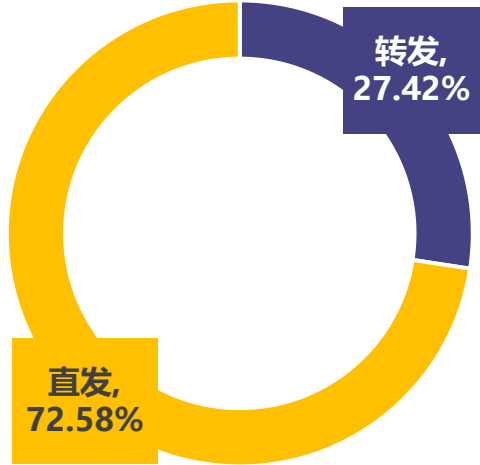
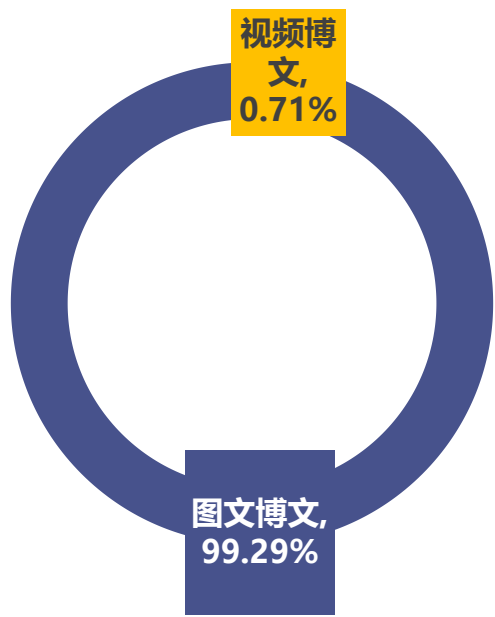
做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

# 宣传媒介——微博官方号（数据分析）



热门评论词云



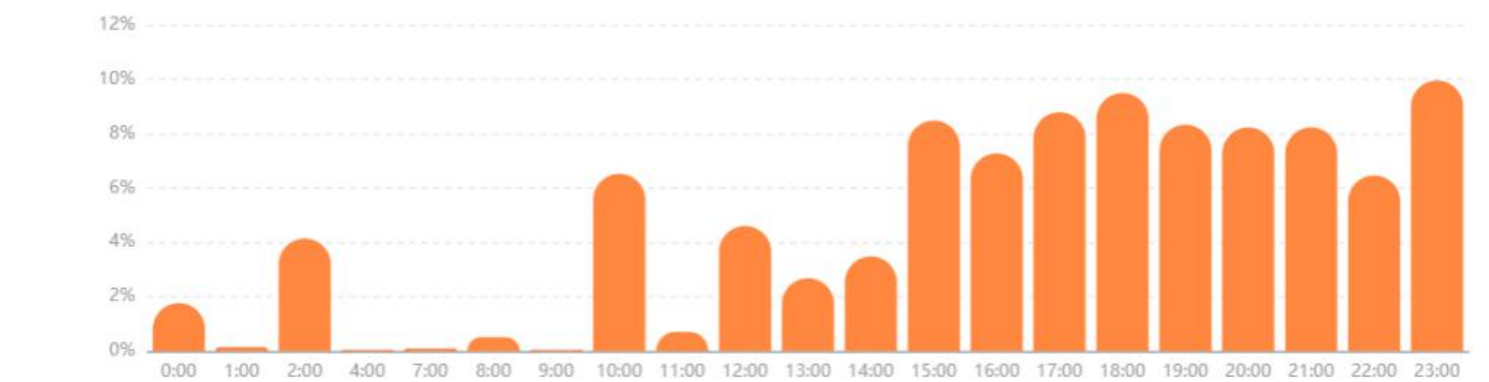
时间维度：2022/04/12-2022/04/18

- 平均预估阅读数：6.22W，平均点赞数：63，平均评论数：43，平均转发数：152，近30天新增粉丝数：1.3W。
- 近七天（2022/04/12-2022/04/18）粉丝数40.62W，微博数83，点赞总数2550，评论总数1610，转发总数5234。
- 其中转发微博占27.42%，直发微博72.58%。图文博文99.29%，视频博文0.71%。
- 可以看到微博这个平台主要以直发、图文博文为主，且活跃度很高，但因为主要以宣发为主粉丝的互动和活跃度不高。

# 宣传媒介——微博官方号（数据分析）

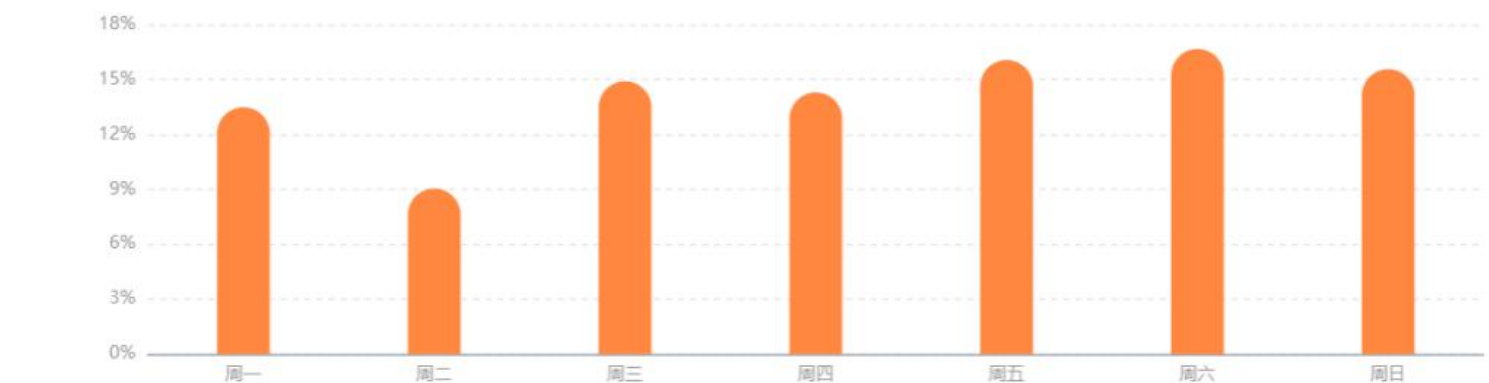
发博时间分布

天 | 周



发博时间分布

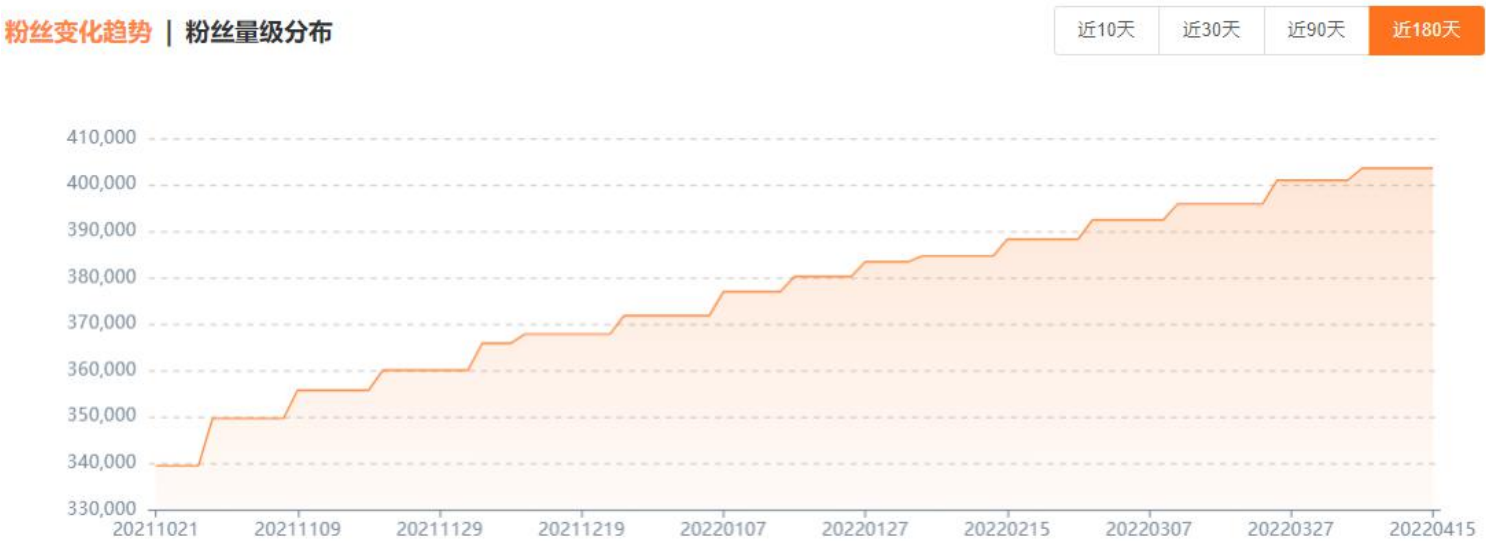
天 | 周



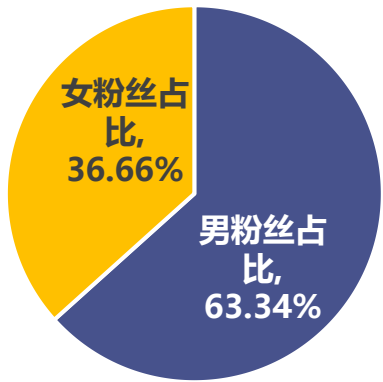
- 发博时间集中在下午到晚上这个阶段，从下午六点大多数上班族下班时间开始活跃，晚十一点达到峰值。处于大多数人夜间休息的时间。
- 而从周时间为维度来看，发博时间比较平均，每天都会发布，但周一周二发布相对较少，周五至周日这个时间段发布的更频繁，为核心发博时间。

# 宣传媒介——微博官方号（人物画像分析）

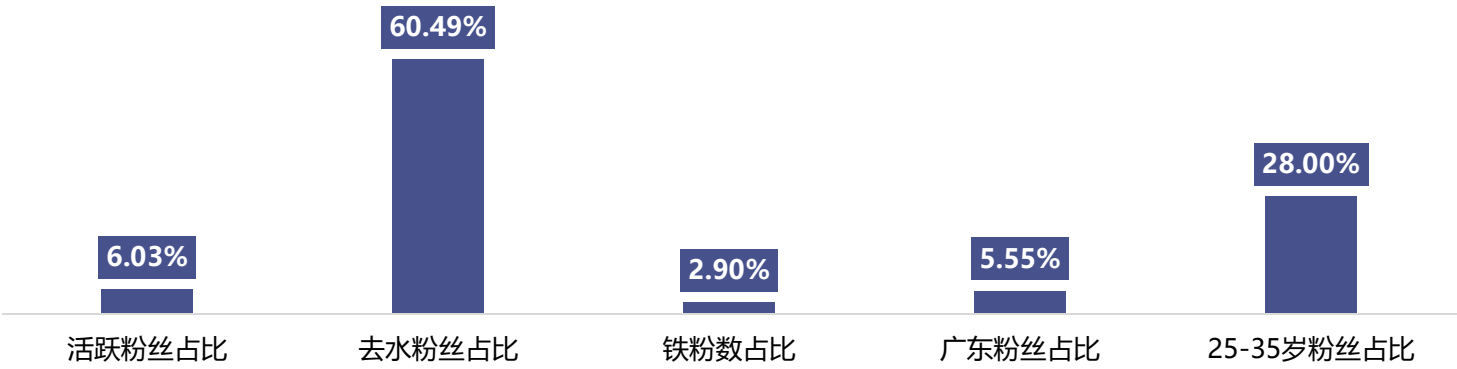
粉丝变化趋势 | 粉丝量级分布



男女粉丝占比



粉丝占比数据



- 微博粉丝多为男粉丝，占比63.34%，主要为广东粉丝占比5.55%，年龄层多集中在25-35岁这个阶段，占比28.00%。粉丝变化趋势可以看出一直呈现的是上升的状态的，且2021年10月21日开始到2021年12月19日这段时间上涨波动大，幅度偏高，可能和当时大促以及营销投放力度有关。

# 微博热门文章分析

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

# 种草平台——微博热门文章分析 (2021-10-29至2022-04-27)



近180天 (2021/10/29至2022/04/27) 浏览量最多的微博是2021年12月3日的星巴克直播带货产品的内容，共计201.74万。官方玩梗调侃星巴克容量问题。引发网友围观和发言，带来流量的同时也起到宣传直播间产品的效果。



(2021/10/29至2022/04/27) 评论、点赞最多的分别是2022年3月27日，以及2022年3月13日关于当日直播间带货清单的内容。2022年3月27日微博有1630条评论，2022年3月13日有1288个点赞。

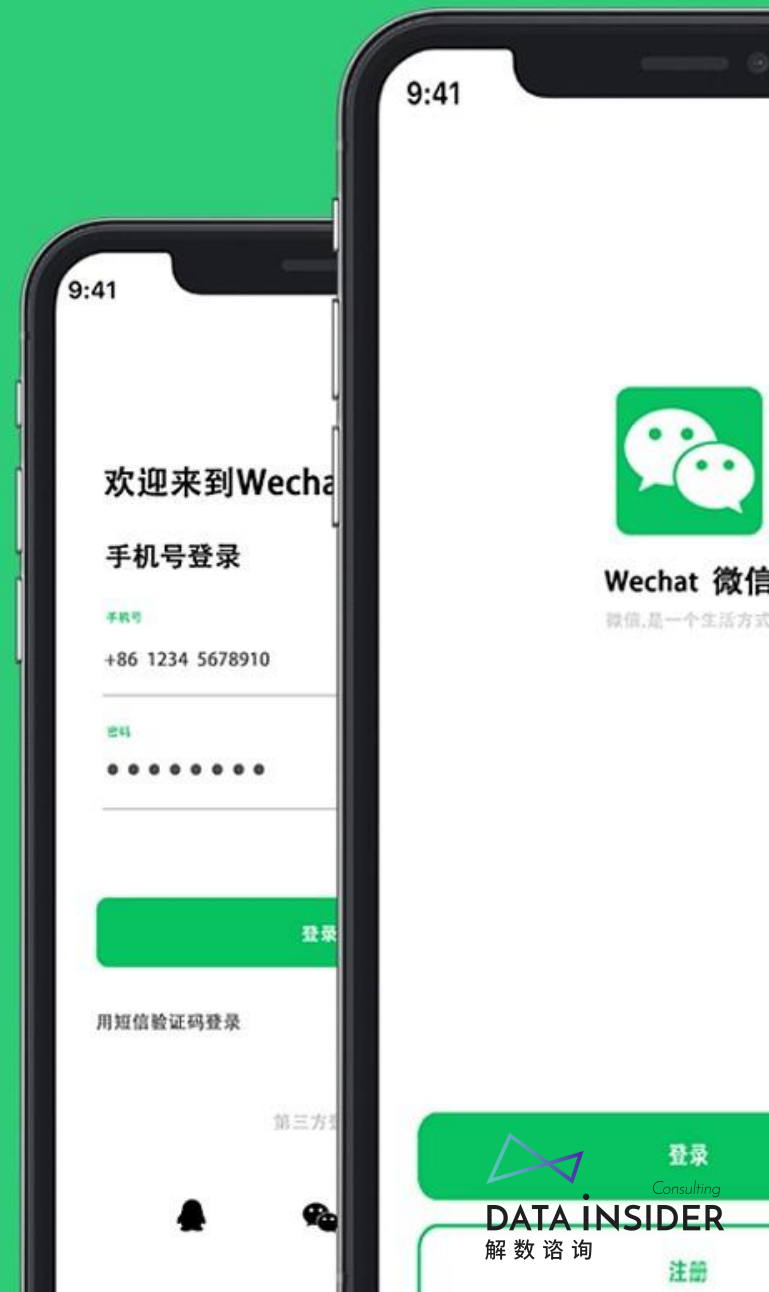
微博内容除去介绍当日带货产品内容，刺激消费者兴趣。还通过关注加转发抽奖送iphone13的活动来吸引粉丝转发帮助引流。

有了高曝光，也引来粉丝的关注和点赞。而数据较好的微博文章大多都是有抽奖活动的活动。

# 微信公众号

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research



# 宣传媒介——微信公众号（数据分析）



- 官方公众号：交个朋友福利社的预估活跃粉丝为 **3.97W**，罗永浩公众号的预估活跃粉丝数为 **14.53W**。
- 其中罗永浩公众号几乎**每天更新**文章推送，而内容都是和“交个朋友”抖音直播的相关内容。而交个朋友福利社更新频率较低，有时候**一周一更**，且内容也是交个朋友直播间**直播日历**。

- 可以看出，罗永浩团队主要把微信公众号平台当作**直播时间通知平台**，更新内容主要也是宣传直播时间、直播带货内容清单等。
- 同时微信公众号平台也是和直播消费者之间**沟通的桥梁**，搭建一个**私域流量板块**吸引更多稳定消费者。
- 近期爆款文章为2022年3月30日的“**爆款好物惊喜价**”和2022年4月1日的“**交个朋友两周年会员狂欢节**”两篇，阅读量分别为：**102521和15508**。

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

# 宣传媒介——微信公众号（引流分析）



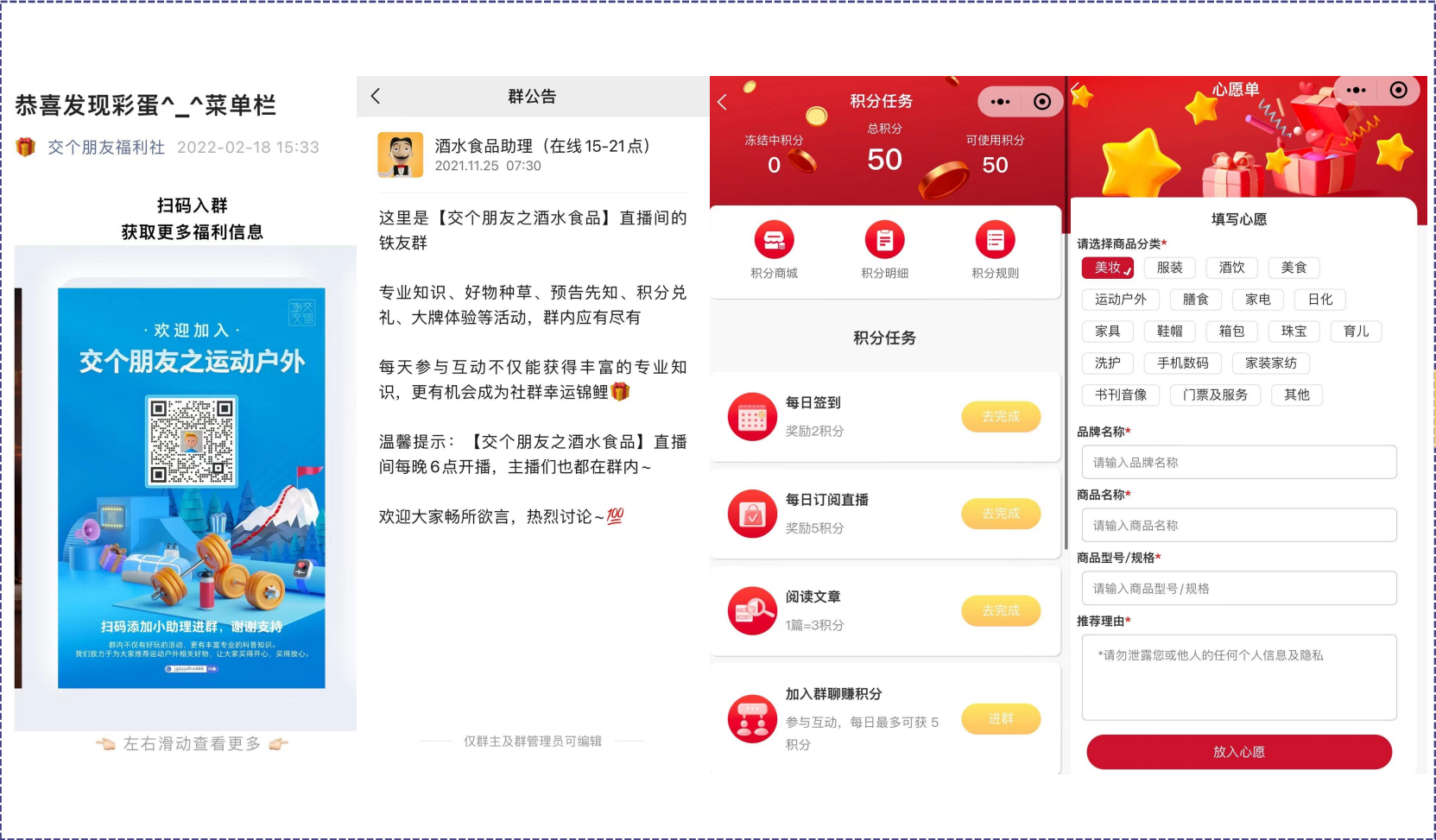
宣传主播信息同时避免“仿版”主播影响口碑

交个朋友旗下各垂类群按直播八大核心品类划分，形成酒水/运动户外/生活家居/母婴/美妆护肤/服饰/休闲零食/数码电器八个群。这样有利于进一步精细化运营，对应品类群投放内容，精准用户需求，提高产出。



- 同时公众号相当于公域到小程序的跳转器，欢迎语引导点击菜单栏「会员中心」开启服务。
- 菜单栏有「会员中心」，点击即跳转小程序。
- “积分制”可有效将用户与品牌绑定，延迟满足需求能够带动复购。多种方式获取积分，也能获得品牌会员体系内更丰富的奖励。

# 宣传媒介——微信公众号（引流分析）



- 首先通过用户的兴趣将其进行“**标签化**”打上关键词，归类其属于的分类。跳转的**福利群**能够很好地将用户**转化为私域流量**并为直播品类进行宣传，**增加复购率**。
- 积分任务的设置可以引导用户进入一个“**积分驱动**”的世界：互动可以赚取积分，**获得更多福利**。为直播品牌**引流**，也能够增加用户兴趣。
- 心愿单**一方面能够**吸取粉丝意见，增强互动**，另一方面满足用户需求后也能够起到**刺激消费**的作用。



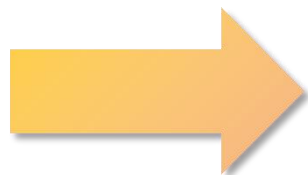
# BILIBILI B站



做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

# 宣传媒介——B站（数据分析）



- B站官方账号为：交个朋友科技公司，总粉丝数为**6.4W**，共**22**条视频。账号最近一条视频发布于**2020年8月5日**，随后便**不再更新**。且一直在掉粉，最新**掉粉776**个。
- 账号运营内容和抖音直播板块**关联性不强**，且视频内容关联性不强没有形成强烈的风格。有剧情类、人物对话等不同风格的视频内容。所以视频的播放量也是很不稳定，最高播放量的为2020年7月28号的“**当罗永浩遇上罗翔**”，共计**153.2W**播放量。

- 交个朋友直播间业务从2020年4月1日开始，而交个朋友科技公司的B站账号第一条视频发布于2020年3月31日，和直播间业务**重合度不高**，B站发布的长视频风格类型也**比较杂乱，没有主线**。面向的粉丝也大多为**男性**，占比超过80%。
- B站平台没有和直播相关的视频，也没有相关宣传。仅在个人简介处标明了直播相关信息。且**近两年未更新**，可参考性不大。

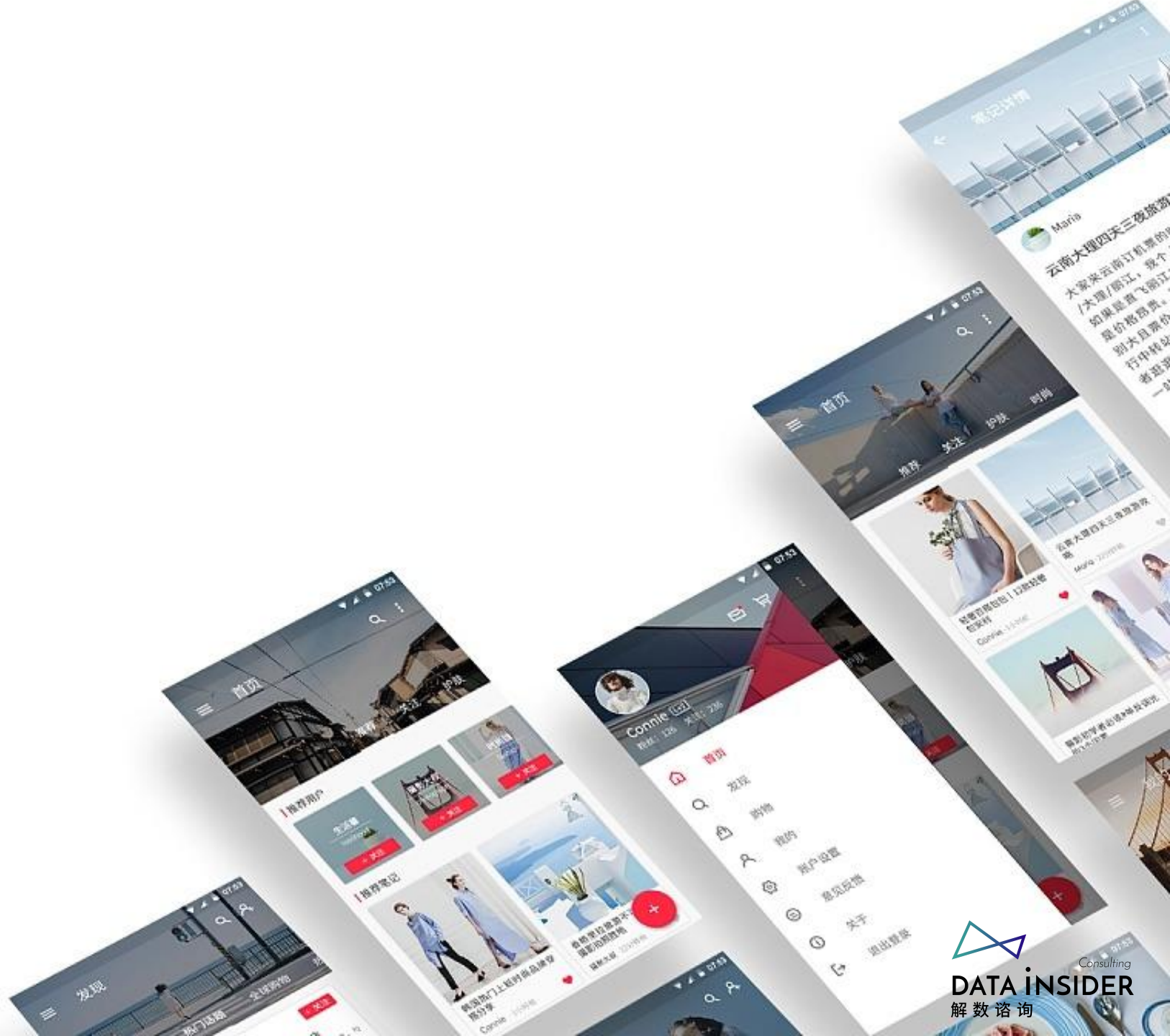


全世界的好东西  
Android Material Redesign

# 小红书

做行研 找解数

Data Insider - Expert of FMCG Industry Research



Consulting  
**DATA INSIDER**  
解数咨询

# 宣传媒介——小红书（数据分析）



- 官方公众号：交个朋友电商咨询粉丝为1217，共发布笔记57条。第一条视频笔记发布于2022年2月26日。
- 笔记从第一条发布开始呈现频繁发布的状态，频率大概为一天一条，但数据并不理想，数据最优的置顶视频仅286个点赞，且无评论、收藏。其他的视频也几乎无评论互动。

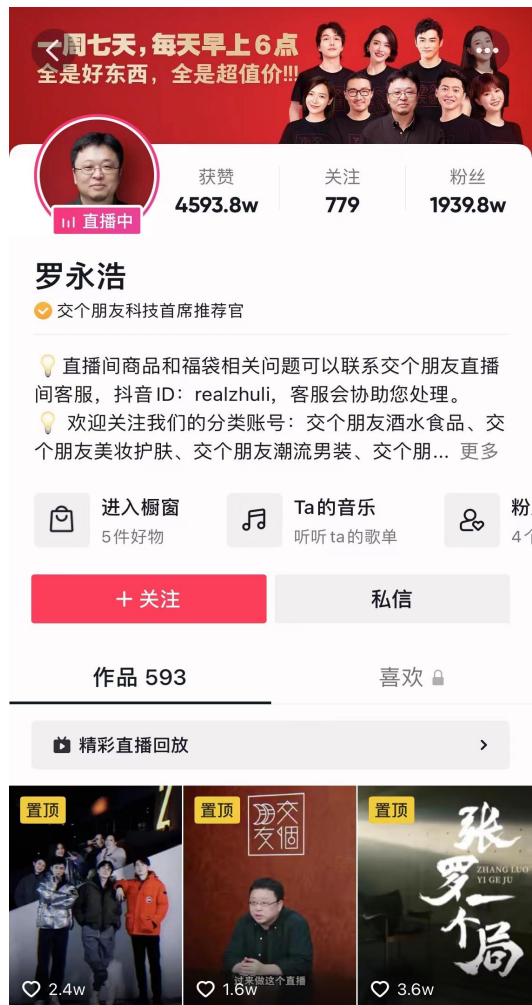
- 小红书平台属于四个社媒平台中运营状况最差的平台，水花最小，反响平平。这和它建立的时间短、更新内容不太符合小红书的受众群体有一定的关系。
- 官方账号主要立足于直播相关的知识传播方向，57条笔记均为视频方式呈现。且每条笔记的基调统一，都是通过传递干货知识，吸引对直播、电商感兴趣的用户点击观看、浏览。
- 从2022年2月26日第一条视频发布开始的一个月左右，运营频率较为有规律且稳定，大约于一天一条视频的更新速度，但效果不佳。

# 账号投放 ——带货平台

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

# 大IP——罗永浩抖音、快手账号基本数据



- 截至2022年4月27日，罗永浩抖音账号共计1939.8W粉丝。且有官方蓝V认证，运营状态良好，账号保持日更。



- 罗永浩在快手平台上有多多个带其名字的账号，粉丝数最高的账号仅9879个粉丝，但无官方认证。
- 账号无带货、直播视频，截至2022年4月27日共发布4条视频，无带货痕迹所以之后不做详细分析。

# 账号矩阵带货数据分析——微博引流

交个朋友

04月07日 10:00 来自 新版微博 weibo.com

【4月7号 | 本周四 | #交个朋友直播间# 带货清单来了!】

点击[网页链接](#) 享受积分兑换、预约开播提醒等专属服务!

关注+转发, 抽奖送一部 iPhone 12 mini!

今天直播间准备了很多超值的食品和酒饮, 而且在下午4点到晚上8点的时间段, 还是健康轻食的迷你专场, 欢迎各位届时来逛 [展开](#)

2810

1157

869

微博的官方账号平台主要负责发布和直播**内容、时间以及优惠力度**等详细情况相关的内容, 通过**评论互动、抽奖**的方式维系用户。

交个朋友

昨天 10:00 来自 新版微博 weibo.com

今天中午 12 点到下午 5 点, #交个朋友直播间# 是宠物用品专场。好品牌, 好价格, 欢迎各位铲屎官前来选购。

1

3

14

发布你的评论

评论

按热度

按时间

22-4-20 11:08

22-4-20 11:25

22-4-20 10:01

通过**图文**的方式进行**品类、单品**的划分, 可以很好地展现产品, 同时提示有需求的目标群体**观看直播, 进而引流**。这样的效果也是不错的, **互动性很强**也有不少铁粉来留言。

# 大IP——罗永浩抖音账号基本数据

主播账号数据（2021-10-16至2022-04-13）

| 基础信息 |         |         |              | 直播分析 |        |      |       |         |        |        | 视频分析  |        |       |      | 带货分析 |        |        |      |      |
|------|---------|---------|--------------|------|--------|------|-------|---------|--------|--------|-------|--------|-------|------|------|--------|--------|------|------|
| 账号名称 | 粉丝总数    | 带货口碑    | 主营类型         | 直播场次 | 累计观看人次 | 上架商品 | 带货转化率 | 总销量     | 总销售额   | 场均UV价值 | 所有视频数 | 平均播放量  | 平均销售额 | 平均销量 | 商品数量 | 直播带货数量 | 视频带货数量 | 带货品类 | 带货品牌 |
| 罗永浩  | 1935.9W | 4.94（高） | 食品饮料（15.59%） | 223  | 8.61亿  | 1W   | 2.19% | 1883.2W | 31.67亿 | 3.68   | 269   | 465.8W | 18.2W | 2092 | 9969 | 9963   | 18     | 23   | 2138 |

- 结论：罗永浩抖音账号共1935.9W粉丝，属于带货主播中的头部主播位置。带货转化率为2.19%，累计观看人数共8.61亿，曝光率属于抖音主播中较高的，场均UV价值3.68。高流量，高曝光的同时也有高成交率和销售额，说明罗永浩的带货能力很强。
- 账号中（2021-10-16至2022-04-13）这180天内，共269个视频其中带货视频数量为18个，说明这个账号并没有主攻带货视频引流，更多的精力倾斜于内容类的视频方向。

# 大IP为旗下主播引流方式



简介处标明交个朋友旗下的分类账号，以清晰明了的表现方式展示，做基础引流。

主页封面设置团队主播“全家福”，统一的账号排版风格奠定了团队基调，同时也可以起到辨别旗下账号的作用。

罗永浩这个账号作为品牌的大IP账号，基础流量会比其他的垂类主播账号要高，所以账号会在主页进行一个基础引流的方式。并且团队流量互通可以更大程度的提升整体的流量，以及曝光度。



团队更新巨型的LED背景屏幕并创造实景直播带货、演示的环境，给人身临其境的购物体验，销量也得到提升，2021年1月销售额逼近六亿。

# 大IP抖音引流方式——视频引流（带货视频）

| 视频名称                                                                                                      | 发布时间        | 播放量    | 点赞数  | 评论数   | 转发数   | 预估销量  | 预估销售额  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------|------|-------|-------|-------|--------|
|  同一款墨镜的三种不同风格，...<br>22秒 | 11/24 18:34 | 972.5w | 4.1w | 1,254 | 1,527 | 2,954 | 17.5w  |
|  产品质量好性价比高的什么马...<br>14秒 | 02/27 17:15 | 926.3w | 2.4w | 1,062 | 1,670 | 1.7w  | 134.7w |
|  带货经验再丰富，也有判断...<br>11秒  | 11/30 14:40 | 885.6w | 2.8w | 501   | 805   | 2,258 | 17.8w  |
|  总是卖断货的什么马毛巾又来了<br>16秒   | 12/25 17:36 | 801.5w | 1.4w | 375   | 377   | 3,650 | 15.4w  |
|  一款优秀的乳胶枕就是在具备...<br>20秒 | 01/14 16:22 | 800.5w | 1.9w | 858   | 1,123 | 3,483 | 35w    |
|  一双鞋好不好，脚会告诉你<br>27秒   | 01/24 18:52 | 575.2w | 1.7w | 1,084 | 1,696 | 1,384 | 34w    |

带货视频大多为直播截选，讲解产品性能和特点。  
话术简洁、节奏快，粉丝会被罗永浩的话术和讲解风格吸引，从而转化为销量。

带货视频会搭档旗下主播做副播，  
通过这种方式提高主播曝光率和讨论度。



带货视频最高浏览量的为2021/11/24这条，详细讲解了带货的这款墨镜，并上脸佩戴效果，共972.5W的浏览。视频内容大多以品牌投资的新锐品牌产品为主，传播相关产品的干货知识，同时达到对产品的宣传、推销目的。  
通过：“性价比高”、“断货”这些关键词话术吸引顾客。  
利用罗永浩本人的IP流量和口碑做产品保证。

# 大IP抖音引流方式——视频引流（内容类视频）



视频**无剧情内容**，主要是配合音乐拍摄卡点视频，展现颜值，跟随当下实时热点话题、文案拍摄内容

2021/10/21-2022/04/18近180天**浏览量最高的视频**，共计**3270.6w**浏览量。



视频剧情通过**公司开会**引出行业黑话，通过行业黑话引出当日直播信息

内容类视频里的**宣传直播**信息的视频，热点话题中植入**相关剧情**，并宣传**直播时间**和**直播内容**，为**直播间引流**。



视频主要通过剧情进行**话题的引入**，拍摄当下流行的**“A4纸爱心”**图片，展现颜值

跟随当下**热点**的内容类视频，宣传主播塑造主播形象，打造**个人IP**流量。

2021/10/21至2022/04/18近180天内，罗永浩账号视频引流主要呈现两种方式：**带货视频**、**内容视频**，同时提拔旗下带货主播，为其**引流**。

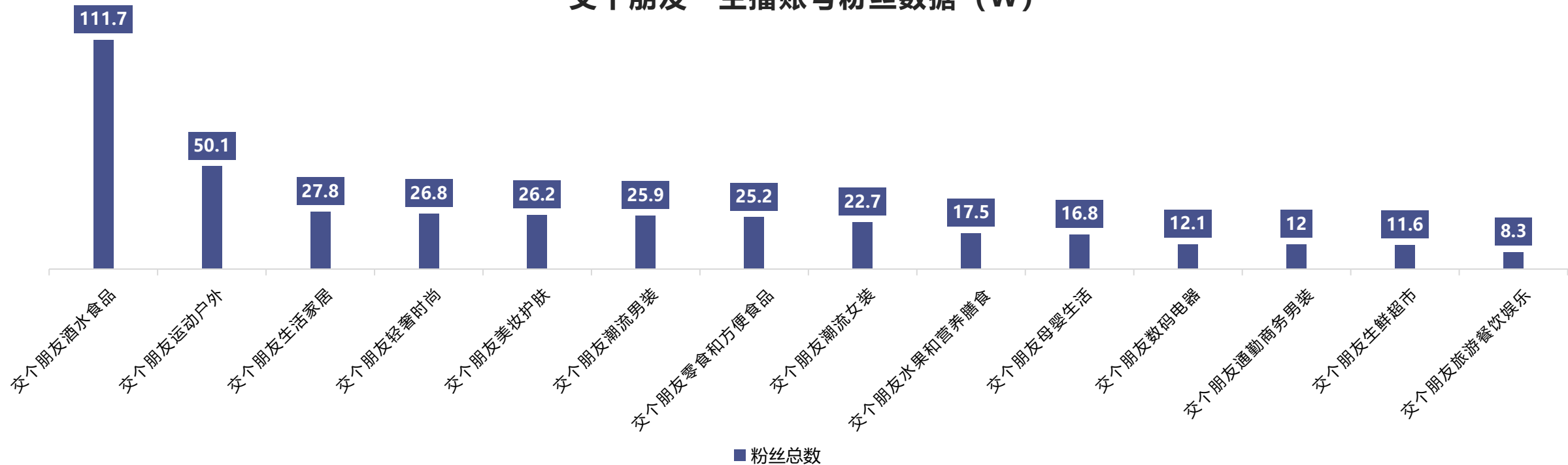
做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

# 账号矩阵 直播带货产出分析

# 带货效果分析——抖音账号数据（以蓝V账号为准）

“交个朋友” 主播账号粉丝数据（W）



- “交个朋友” 垂类主播的粉丝数呈现明显的断层式分布，暂居第一位置的“交个朋友酒水食品”账号目前有111.7W的粉丝数，比第二名“交个朋友运动户外”账号多出一倍不止的粉丝数量。
- 其原因有一部分归结于“交个朋友酒水食品”账号个人IP形象的成功树立，账号主理人朱萧木在此之前也有一定曝光，主播的自带流量也让直播间的粉丝更有粘性。

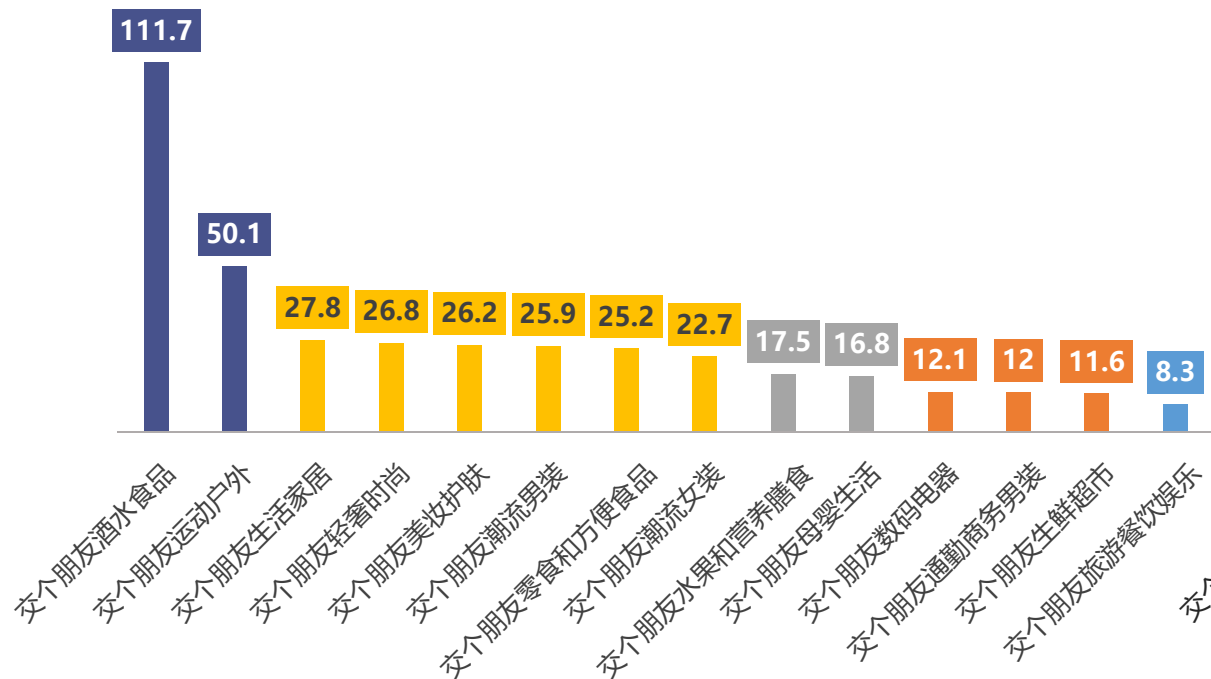
# 账号矩阵直播间数据 (2021-10-16至2022-04-13)

| 账号名称        | 粉丝总数   | 直播场次 | 累计观看人次  | 上架商品 | 带货转化率 | 总销量    | 总销售额    | 场均UV价值 |
|-------------|--------|------|---------|------|-------|--------|---------|--------|
| 交个朋友酒水食品    | 111.7W | 226  | 7210.9W | 2206 | 2.17% | 156.7W | 2.55亿   | 3.54   |
| 交个朋友运动户外    | 50.1W  | 164  | 3568.7W | 1410 | 2.24% | 79.3W  | 5676.8W | 1.6    |
| 交个朋友生活家居    | 27.8W  | 71   | 1659.7W | 1498 | 3.00% | 49.8W  | 2679.8W | 1.62   |
| 交个朋友轻奢时尚    | 26.8W  | 83   | 1703.7W | 1662 | 1.13% | 18.9W  | 3750.7W | 2.24   |
| 交个朋友美妆护肤    | 26.2W  | 67   | 1661.6W | 1186 | 1.74% | 28.6W  | 2931.4W | 1.79   |
| 交个朋友潮流男装    | 25.9W  | 85   | 1238.3W | 1087 | 1.90% | 23.4W  | 2775.1W | 2.24   |
| 交个朋友零食和方便食品 | 25.2W  | 80   | 1180.1W | 1061 | 3.25% | 38.4W  | 1984.9W | 1.68   |
| 交个朋友潮流女装    | 22.7W  | 51   | 507.3W  | 487  | 1.65% | 7W     | 740.8W  | 1.76   |
| 交个朋友水果和营养膳食 | 17.5W  | 46   | 520.7W  | 401  | 3.72% | 19.4W  | 723.1W  | 1.39   |
| 交个朋友母婴生活    | 16.8W  | 56   | 486.7W  | 1035 | 4.01% | 19.3W  | 1204.8W | 2.50   |
| 交个朋友数码电器    | 12.1W  | 19   | 144.6W  | 212  | 0.93% | 1.3W   | 230.4W  | 1.60   |
| 交个朋友通勤商务男装  | 12W    | 21   | 375.7W  | 199  | 3.03% | 11.4W  | 620.5W  | 1.65   |
| 交个朋友生鲜超市    | 11.6W  | 32   | 214.9W  | 286  | 3.28% | 6.9W   | 366.7W  | 1.41   |
| 交个朋友旅游餐饮娱乐  | 8.3W   | 6    | 81.1W   | 0    | 0     | 0      | 0       | 0      |

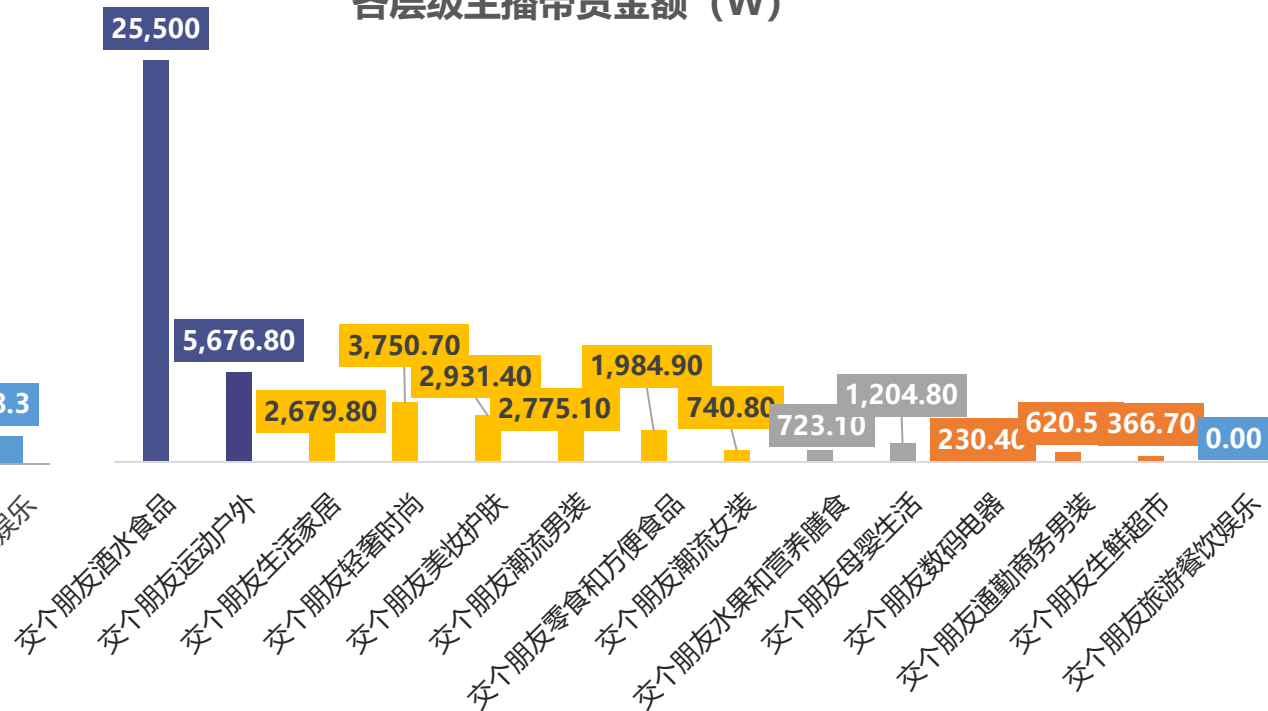
- 从2021年10月16日至2022年4月13日交个朋友账号矩阵带货情况来看，交个朋友酒水食品账号一骑绝尘，带货总量高居榜首，达到2.55亿元，其余账号均不足6千万，交个朋友酒水食品账号为销售额核心贡献账号。

# 账号矩阵主播带货基础数据分析（2021-10-16至2022-04-13）

各层级主播粉丝数量（W）



各层级主播带货金额（W）



- 罗永浩旗下的垂类直播账号共14个，账号粉丝数量主要集中在20W左右，共6个账号。粉丝数量最多的账号是“交个朋友酒水食品”粉丝数量超100W，属于断层第一的情况。
- 且主播带货金额和粉丝数量呈正比，粉丝数量越高带货金额也越高。仅“交个朋友母婴生活”这个账号粉丝数量属于整个团队中下游，但带货金额却高于同量级的其他账号。说明在罗永浩的账号矩阵中，母婴行业具有特殊性，UV价值更高，其UV价值2.50其次于最强的酒水食品账号的3.54。

# 账号矩阵主播带货品类分析

| 名称   | 交个朋友酒水食品       | 交个朋友运动户外       | 交个朋友生活家居                         | 交个朋友轻奢时尚     | 交个朋友美妆护肤       | 交个朋友潮流男装       | 交个朋友零食和方便食品    | 交个朋友潮流女装       | 交个朋友水果和营养膳食                      | 交个朋友母婴生活                         | 交个朋友数码电器                         | 交个朋友通勤商务男装     | 交个朋友生鲜超市                         | 交个朋友旅游餐饮娱乐 |
|------|----------------|----------------|----------------------------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------------|----------------------------------|------------|
| 主营类型 | 食品饮料<br>81.90% | 运动户外<br>53.23% | 厨卫家电<br>30.71%<br>日用百货<br>20.18% | 珠宝首饰<br>100% | 美妆护肤<br>87.58% | 服饰内衣<br>64.43% | 食品饮料<br>85.69% | 服饰内衣<br>81.40% | 生鲜蔬果<br>43.89%<br>食品饮料<br>34.41% | 服饰内衣<br>45.56%<br>母婴用品<br>29.26% | 厨卫家电<br>29.73%<br>家居建材<br>22.64% | 服饰内衣<br>49.74% | 生鲜蔬果<br>59.62%<br>食品饮料<br>38.82% | 无          |

罗永浩旗下的垂类主播共14个，以不同的行业为划分，每个账号核心带货该账号行业下商品，其中“交个朋友酒水食品”账号的食品饮料比重超过80%。

十四个账号囊括不同需求侧重点的人群，这些人群对产品的需求和对应的价格也不尽相同；单账号受人设、粉丝画像等的影响难免会有所限制，但是罗永浩账号矩阵通过14个子账号的构成，组建出14类人群画像，极大化的圈定了不同的消费者，达到扩大账号辐射范围的目的。

账号矩阵带货产品分析——品牌分析 (2021-10-16至2022-04-13)

| 主播名称     |                   | 上架商品最多品牌TOP5 |               | 销量最佳品牌TOP5 |          | 主播名称                |        | 上架商品最多品牌TOP5         |        | 销量最佳品牌TOP5 |  |
|----------|-------------------|--------------|---------------|------------|----------|---------------------|--------|----------------------|--------|------------|--|
| 交个朋友酒水食品 | 品牌                | 占比           | 品牌            | 占比         | 交个朋友运动户外 | 品牌                  | 占比     | 品牌                   | 占比     |            |  |
|          | WULIANGYE/五粮液     | 4.29%        | LANGJIU/郎酒    | 4.20%      |          | JINGDONG/京东         | 6.84%  | TECTOP/探拓            | 3.86%  |            |  |
|          | MOUTAI/茅台         | 4.02%        | RIO/锐澳        | 3.72%      |          | adidas/阿迪达斯         | 4.43%  | MADEN/马登             | 3.12%  |            |  |
|          | 金六福               | 2.76%        | WULIANGYE/五粮液 | 3.02%      |          | 361°                | 2.95%  | JINGDONG/京东          | 2.74%  |            |  |
|          | YANGHE/洋河         | 1.90%        | LUZHOU/泸州     | 3.01%      |          | Keep                | 2.95%  | 盐津铺子                 | 2.59%  |            |  |
|          | EFUTON/艺福堂        | 1.72%        | 金六福           | 2.87%      |          | PEAK/匹克             | 2.81%  | OUPAI TECHNOLOGY/优普爱 | 2.44%  |            |  |
|          | 其他                | 85.31%       | 其他            | 83.18%     |          | 其他                  | 80.02% | 其他                   | 85.25% |            |  |
| 主播名称     |                   | 上架商品最多品牌TOP5 |               | 销量最佳品牌TOP5 |          | 主播名称                |        | 上架商品最多品牌TOP5         |        | 销量最佳品牌TOP5 |  |
| 交个朋友美妆护肤 | 品牌                | 占比           | 品牌            | 占比         | 交个朋友潮流男装 | 品牌                  | 占比     | 品牌                   | 占比     |            |  |
|          | 银泰百货              | 3.38%        | AMORTALS/尔木萄  | 7.78%      |          | PEACEBIRD/太平鸟       | 7.15%  | 膨胀潮牌                 | 12.45% |            |  |
|          | AMORTALS/尔木萄      | 2.33%        | Refresh/珂岸    | 6.53%      |          | 膨胀潮牌                | 5.92%  | 富盛马                  | 3.68%  |            |  |
|          | SK-II             | 2.24%        | NYSCPS/参半     | 3.30%      |          | MADEN/马登            | 2.64%  | COCA COLA/可口可乐       | 3.31%  |            |  |
|          | ESTEE LAUDER/雅诗兰黛 | 2.16%        | UNIFREE       | 1.92%      |          | LILBETTER           | 2.55%  | MADEN/马登             | 2.78%  |            |  |
|          | Kiehl's/科颜氏       | 1.74%        | 虾选            | 1.86%      |          | MARK FAIRWHALE/马克华菲 | 1.28%  | MOSEMUSE             | 2.66%  |            |  |
|          | 其他                | 88.15%       | 其他            | 78.61%     |          | 其他                  | 80.46% | 其他                   | 75.12% |            |  |

账号矩阵带货产品分析——品牌分析 (2021-10-16至2022-04-13)

| 主播名称        |                  | 上架商品最多品牌TOP5 |                  | 销量最佳品牌TOP5 |          | 主播名称                 |        | 上架商品最多品牌TOP5    |        | 销量最佳品牌TOP5 |  |
|-------------|------------------|--------------|------------------|------------|----------|----------------------|--------|-----------------|--------|------------|--|
| 交个朋友水果和营养膳食 | 品牌               | 占比           | 品牌               | 占比         | 交个朋友母婴生活 | 品牌                   | 占比     | 品牌              | 占比     |            |  |
|             | 西域美农             | 9.84%        | 西域美农             | 25.75%     |          | disneybaby           | 5.41%  | 嘟嘟家             | 7.69%  |            |  |
|             | 本该时鲜             | 6.89%        | 本该时鲜             | 16.23%     |          | SNOOPY/史努比           | 5.31%  | 十点读书            | 7.39%  |            |  |
|             | WONDERLAB/小胖瓶    | 1.38%        | 遇上鲜              | 4.69%      |          | gyow green/格威·格丽     | 3.86%  | miaoyoutong/妙优童 | 4.12%  |            |  |
|             | zirandadang/自然搭档 | 1.38%        | 馋乡               | 4.69%      |          | Mini Balabala/迷你巴拉巴拉 | 2.51%  | AIBEDILA/爱贝迪拉   | 2.94%  |            |  |
|             | 田园居              | 1.38%        | piaoXiaoYang/朴小样 | 4.10%      |          | Balabala/巴拉巴拉        | 1.64%  | SNOOPY/史努比      | 2.79%  |            |  |
|             | 其他               | 79.13%       | 其他               | 44.54%     |          | 其他                   | 81.27% | 其他              | 75.07% |            |  |
| 主播名称        |                  | 上架商品最多品牌TOP5 |                  | 销量最佳品牌TOP5 |          | 主播名称                 |        | 上架商品最多品牌TOP5    |        | 销量最佳品牌TOP5 |  |
| 交个朋友生活家居    | 品牌               | 占比           | 品牌               | 占比         | 交个朋友轻奢时尚 | 品牌                   | 占比     | 品牌              | 占比     |            |  |
|             | Disney/迪士尼       | 2.18%        | CITTA/西苔         | 6.22%      |          | RiotLILY/艾特里里        | 4.17%  | CLINVIA/克莉维娅    | 9.03%  |            |  |
|             | Dohia/美眠康        | 1.25%        | 诺特兰德             | 4.45%      |          | KARLLAGERFELD/卡尔拉格斐  | 3.22%  | Tongse/彤色       | 5.62%  |            |  |
|             | YANXUAN/网易严选     | 1.25%        | Heilan Home/海澜优选 | 3.80%      |          | COACH/蔻驰             | 2.44%  | ONE-T/凡兔        | 4.92%  |            |  |
|             | 傻宝乐园             | 1.19%        | Disney/迪士尼       | 2.98%      |          | 黛诗安                  | 1.85%  | 花紫期             | 2.89%  |            |  |
|             | Bemonst/贝梦思特     | 0.99%        | E-CLEAN/E洁       | 2.96%      |          | Tongse/彤色            | 1.79%  | 黛诗安             | 2.78%  |            |  |
|             | 其他               | 93.14%       | 其他               | 79.59%     |          | 其他                   | 86.53% | 其他              | 74.76% |            |  |

账号矩阵带货产品分析——品牌分析 (2021-10-16至2022-04-13)

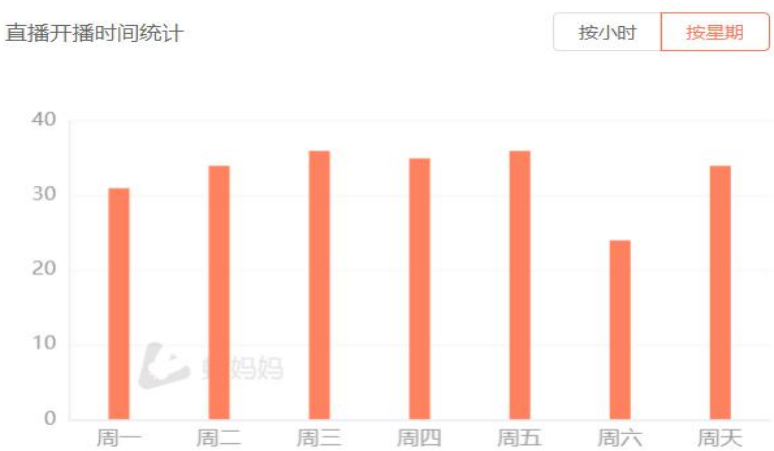
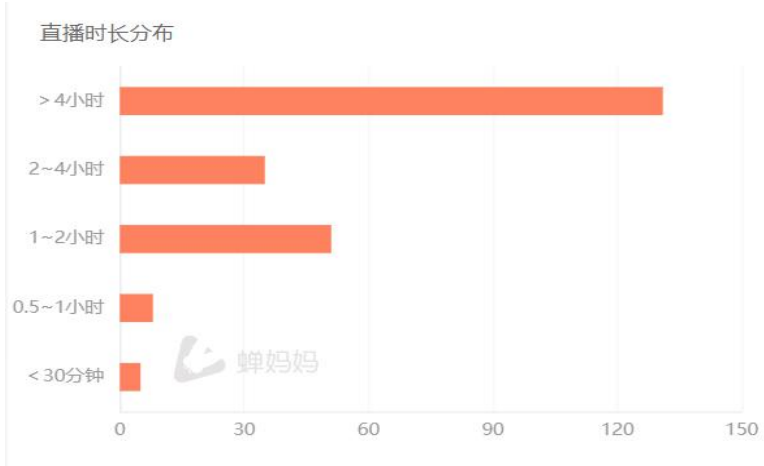
| 主播名称            | 上架商品最多品牌TOP5  |        | 销量最佳品牌TOP5              |        | 主播名称           | 上架商品最多品牌TOP5          |       | 销量最佳品牌TOP5        |        |
|-----------------|---------------|--------|-------------------------|--------|----------------|-----------------------|-------|-------------------|--------|
| 交个朋友<br>零食和方便食品 | 品牌            | 占比     | 品牌                      | 占比     | 交个朋友<br>潮流女装   | 品牌                    | 占比    | 品牌                | 占比     |
|                 | 本该时鲜          | 2.73%  | 本该时鲜                    | 5.71%  |                | LACHAPELLEHOMME       | 4.99% | loveheynew        | 14.58% |
|                 | BE&CHEERY/百草味 | 1.12%  | 荣业                      | 3.51%  |                | loveheynew            | 2.99% | LACHAPELLEHOMME   | 13.53% |
|                 | BESTORE/良品铺子  | 0.84%  | 北海湾                     | 2.83%  |                | LOUIS YAO/白鹿语         | 2.00% | MEIRUOMEI/每若美     | 3.98%  |
|                 | EFUTON/艺福堂    | 0.84%  | 其妙                      | 2.13%  |                | MEIRUOMEI/每若美         | 2.00% | YUNLVNIAO/韵律鸟     | 3.34%  |
|                 | LUZHOU/泸州     | 0.84%  | JOY TREE/欢乐果园           | 2.11%  |                | ELLE/她                | 1.60% | QING YI/轻一        | 2.73%  |
|                 |               | 其他     | 93.63%                  | 其他     | 83.71%         |                       |       | 其他                | 86.42% |
|                 |               |        |                         |        |                |                       |       |                   | 61.84% |
| 主播名称            | 上架商品最多品牌TOP5  |        | 销量最佳品牌TOP5              |        | 主播名称           | 上架商品最多品牌TOP5          |       | 销量最佳品牌TOP5        |        |
| 交个朋友<br>数码电器    | 品牌            | 占比     | 品牌                      | 占比     | 交个朋友<br>通勤商务男装 | 品牌                    | 占比    | 品牌                | 占比     |
|                 | Midea/美的      | 10.16% | Midea/美的                | 11.12% |                | AOKANG/奥康             | 7.58% | AOKANG/奥康         | 12.03% |
|                 | 林氏木业          | 9.84%  | 林氏木业                    | 10.21% |                | ROMON/罗蒙              | 6.03% | 诺特兰德              | 8.03%  |
|                 | Panasonic/松下  | 1.59%  | DELIXI/德力西              | 6.87%  |                | Hodo/红豆               | 4.52% | DOCTOR LI/李医生     | 8.02%  |
|                 | Micca         | 1.27%  | DURATION<br>POWER DP/久量 | 6.00%  |                | Heilan Home/海澜优选      | 4.02% | Heilan Home/海澜优选  | 5.21%  |
|                 | YESWOOD/源氏木语  | 1.27%  | MINGZHEN/茗振             | 5.95%  |                | RED DRAGONFLY/<br>红蜻蜓 | 4.02% | China Mobile/中国移动 | 4.77%  |
|                 |               | 其他     | 75.87%                  | 其他     | 59.85%         |                       |       | 其他                | 73.83% |
|                 |               |        |                         |        |                |                       |       |                   | 61.94% |

主播带货的品牌大多是和自己分类一致的品牌，说明账号**定位准确**，精准定位消费市场。

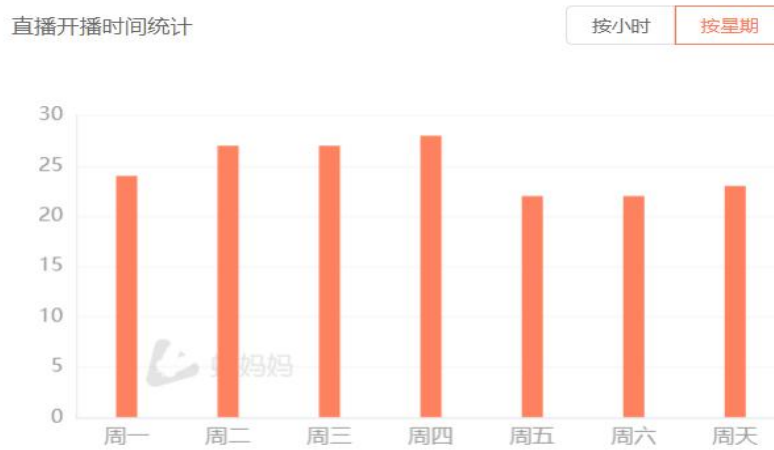
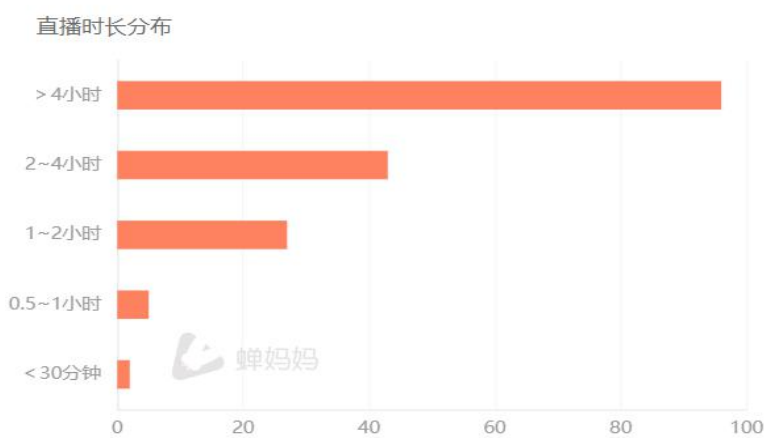
主播带货的品牌覆盖**传统熟知品牌**（五粮液、美的、京东）、**新锐国货品牌**（尔木葡）以及**网红品牌**（本该时鲜、西域美农）。

# 核心带货账号直播时长分析 (2021-10-16至2022-04-13)

交个朋友  
酒水饮料



交个朋友  
运动户外



上图为“交个朋友酒水饮料”账号，  
下图为“交个朋友运动户外”账号。  
二者为团队核心的直播账号，时长都在四小时以上，且保持每天开播的状态。

直播间数据—开播时间、频率 (2021-10-16至2022-04-13)

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

账号矩阵带货数据分析——直播间产品（2021-10-22至2022-04-19）

| 主播名称         | 直播场次最多                                     |      |     | 新上架热销产品                                       |      |        | 主播名称         | 直播场次最多                               |      |     | 新上架热销产品                             |      |       | 主播名称            | 直播场次最多                                   |      |     | 新上架热销产品                            |       |       | 主播名称         | 直播场次最多                              |      |     | 新上架热销产品                          |      |       |
|--------------|--------------------------------------------|------|-----|-----------------------------------------------|------|--------|--------------|--------------------------------------|------|-----|-------------------------------------|------|-------|-----------------|------------------------------------------|------|-----|------------------------------------|-------|-------|--------------|-------------------------------------|------|-----|----------------------------------|------|-------|
|              | 商品名称                                       | 商品价格 | 销售额 | 商品名称                                          | 商品价格 | 销售额    |              | 商品名称                                 | 商品价格 | 销售额 | 商品名称                                | 商品价格 | 销售额   |                 | 商品名称                                     | 商品价格 | 销售额 | 商品名称                               | 商品价格  | 销售额   |              | 商品名称                                | 商品价格 | 销售额 | 商品名称                             | 商品价格 | 销售额   |
| 交个朋友<br>酒水食品 | MOUTAI/茅台飞天茅台 酱香型白酒 单瓶装【MY】白酒 43%vol500ml  | 1085 |     | 五粮液股份有限公司出品 财富人生花开富贵礼盒白酒 52%vol500ml          | 2398 | 179.5w | 交个朋友<br>轻奢时尚 | 【李爽精选】LIIPLEEE【撑伞的卡蜜儿】珍珠白法式收腰裙LYQ125 | 319  |     | 李爽精选【盛夏来临-套装】百搭上衣1912大摆裙女高腰a字伞#1696 | 168  | 23.1w | 交个朋友<br>零食和方便食品 | 【周黑鸭】锁鲜鸭脖 120gx2鸭锁骨120gx2鸭翅120gx2共6盒夜宵小吃 | 79.9 |     | D.NUO/顶诺原切安格斯雪花牛肉 500g*3份          | 138   | 67.6w | 交个朋友<br>母婴生活 | 皇家美素佳儿幼儿配方奶粉12-36月龄 3段 奶粉800g*3     | 925  |     | 欧孕婴儿睡袋春夏季竹纤维儿童防踢被宝宝纱布睡袋春秋四季通用款   |      |       |
|              | 【木爷专属】奔富洛神山庄珍藏设拉子干红葡萄酒 750ml*6             | 458  |     | MAOXIANG/茅乡2017年茅台集团原浆20纯粮优级白酒 52%vol500ml*2瓶 | 399  | 73.1w  |              | 【SUHEMR苏哈】马海毛披肩 吊带百搭单品 超级舒服【不可机洗】    | 89   |     | HC079 重工钉珠小香风外套 PY                  | 399  | 21.8w |                 | 北极光双饮家用牛奶杯 饮料杯啤酒杯果汁杯双饮                   | 9.9  |     | 特仑苏 250ml*12盒*2箱+纯甄 200g*10*2箱[WL] | 154.9 | 45.6w |              | 优赫 回力惯性四驱特技越野车                      | 8.8  |     | 【专属】BabyGo三合一多功能学步车平衡车玩具儿童骑行车溜溜车 | 298  | 18.3w |
|              | MOUTAI/茅台飞天茅台53度酱香型 单瓶 2022年白酒 53%vol500ml | 2849 |     | 五粮液【木爷专属】国鼎金荷熊猫52度 1.5L大坛礼盒白酒 52%vol1.5L      | 399  | 56w    |              | 月神女性益生菌口服胶囊 30粒*2盒 / 单盒 SJ           | 253  |     | 【李爽精选】轻奢春夏新款法式复古泡泡袖连衣裙仙女裙收腰显身材      | 259  | 17w   |                 | 金燕耳高山生态有机银耳70g干品                         | 305  |     | 【热卖】认养一头牛纯牛奶 200ml*10盒（拍两件4箱分开发）   | 69.9  | 27.6w |              | Bio island 澳大利亚儿童DHA海藻油 软胶囊 60粒/瓶   | 97   |     | 【官旗】babycare熊猫呼呼纸尿裤（8包送儿童平衡车）    | 88   | 18.3w |
|              | 贵州茅台茅台1935 酱香型白酒 单瓶装白酒 53%vol500ml         | 1799 |     | 【木爷专属】十七光年清型果味酒微醺低度酒330ML*2                   | 69   | 52.5w  |              | 【The broken arm】轻奢气质不规则荡领上衣 220087   | 169  |     | 罗知音【曼切斯特的天后】气质百搭显瘦中长款连衣裙            | 139  | 14.3w |                 | 粘豆包粗粮低脂无糖精包邮100g/个黏豆包/独立包装               | 39.9 |     | 盼盼膨化糕点组合 1550g小软面包薯片鸡味块买即赠-jgpy    | 149   | 25.5w |              | 【官旗】babycare婴儿手口专用紫盖加厚湿纸巾80抽*12包    | 169  |     | 皇家美素佳儿幼儿配方奶粉 12-36月龄 3段 奶粉800g*3 | 925  | 13.6w |
|              | 贵州茅台 飞天茅台 蓝色 53度 500ml单瓶装 白酒 53%vol500ml   | 5299 |     | 【木爷专属发顺丰】新会小青柑普洱茶陈皮柑普茶熟茶 150g                 | 285  | 27.2w  |              | 罗知音【曼切斯特的天后】气质百搭显瘦中长款连衣裙             | 139  |     | 【YMT】2022夏季新款黑白水墨画短袖连衣裙小个子短袖a字裙长裙   | 360  | 13.6w |                 | 【优选】王小卤虎皮凤爪卤香鸡爪子休闲零食 200g*3              | 64.4 |     | WonderLab 体重管理 b420益生菌 2g*10瓶*3盒   | 447   | 25.4w |              | 凤凰儿童自行车3-4-6-7-8-9岁宝宝小孩脚踏单车男孩女孩童车凤凰 | 218  |     | Hape儿童学步车多功能平衡车+头盔护具套装           | 794  | 12.2w |

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

账号矩阵带货数据分析——直播间产品 (2021-10-22至2022-04-19)

| 主播名称     | 直播场次最多                        |      | 新上架热销产品                                        |      |        | 主播名称     | 直播场次最多                        |      | 新上架热销产品                                  |      |       | 主播名称     | 直播场次最多                                                   |       | 新上架热销产品                                                  |       |       | 主播名称     | 直播场次最多                                       |       | 新上架热销产品                                |      |       |
|----------|-------------------------------|------|------------------------------------------------|------|--------|----------|-------------------------------|------|------------------------------------------|------|-------|----------|----------------------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------|-------|-------|----------|----------------------------------------------|-------|----------------------------------------|------|-------|
|          | 商品名称                          | 商品价格 | 商品名称                                           | 商品价格 | 销售额    |          | 商品名称                          | 商品价格 | 商品名称                                     | 商品价格 | 销售额   |          | 商品名称                                                     | 商品价格  | 商品名称                                                     | 商品价格  | 销售额   |          | 商品名称                                         | 商品价格  | 商品名称                                   | 商品价格 | 销售额   |
| 交个朋友运动户外 | 维动运动止汗发带 (买1送1条止汗带)           | 23.8 | 【交个朋友】耐克 NikeAirMax270React黑白男气垫运动鞋 CI3866-004 | 449  | 101.1w | 交个朋友美妆护肤 | 尔木萄尔木萄 绵柔亲肤柔巾 (卷筒式)           | 59.9 | 【预售】雅诗兰黛三件套(樱花水/原生液 200ml小棕瓶50ml眼霜 15ml) | 999  | 24.5w | 交个朋友潮流女装 | 【Loveheyne w】设计感西装 S (80-105) M (105-120) L (120-135)    | 249.9 | HC079 重工钉珠小香风外套 PY                                       | 399   | 52.3w | 交个朋友数码电器 | 华凌大1.5匹新一级能效挂机变频快速冷暖空调 35N8HE1               | 2569  | 【新品】H12 追觅智能洗地机吸拖洗烘一体家居必备神器            | 2899 | 29.8w |
|          | 造食星球 牛肉粒香辣五香2种口味网红休闲零食38g*3包  | 39.9 | 【交个朋友】Air Jordan Lift Off 白黑红 实战篮球鞋 AR4430-106 | 399  | 77.1w  |          | Ulike蓝宝石脱毛仪 Air+冰墨绿           | 2499 | 兰蔻肌底精华焕亮眼霜 15ml 小黑瓶熬夜眼霜 淡化黑眼圈            | 530  | 10.4w |          | honeyGIRL 大头巧克力鞋厚底乐福鞋女2022新款英伦松糕增高小皮鞋                    | 149   | 【loveheyne w】敲舒适~小V领翻条纹针织衫 (80-130斤)                     | 159.9 | 34.5w |          | 【官旗热卖】小天鹅 TD100YQ1 净立方洗烘一体机                  | 2349  | 芝华仕头等舱单人沙发懒人布艺客厅手动单椅 K8790             | 1399 | 18.2w |
|          | 【原始人】户外天幕帐篷露营装备遮阳防雨防晒野餐凉棚     | 228  | 小米有品 【雷总同款】FREETIE 通勤休闲鞋 云弹轻跑鞋                 | 89   | 52.2w  |          | 雅萌ACE Pro射频仪 四环变频射频仪 T        | 4299 | Bio-MESO 肌活弹润紧致眼膜 7ml*7片*2盒              | 388  | 8.5w  |          | 2022年春夏复古小方包 高级感小众设计单肩斜挎包女                               | 319   | 【Loveheyne w】设计感西装 S (80-105) M (105-120) L (120-135)    | 249.9 | 29.7w |          | 【源氏木语】北美FAS级橡木长虹玻璃移门纯实木电视柜                   | 1790  | 【全新现货】科沃斯AI扫拖扫地机器人T10 TURBO自洗拖布多层建图    | 4999 | 15.2w |
|          | 361°度正品足球专用正版成人足球专业训练耐磨足球4号5号 | 45.9 | Mizuno美津浓男女休闲春夏专业减震跑鞋 SPARK CN II  D1GH2211    | 268  | 51.9w  |          | 兰蔻肌底精华焕亮眼霜 15ml 小黑瓶熬夜眼霜 淡化黑眼圈 | 530  | 银泰百货 XHZ 雅诗兰黛小棕瓶眼霜 15ml套装 jgpy           | 449  | 8.3w  |          | 宅居猫 1808 防走光螺纹吊带背心一体式美背固定胸垫外穿辣妹女                         | 22.9  | LOVEHEYNEW直筒西裤 S(80-95) M(95-110) L(110-120) XL(120-135) | 75.99 | 26.9w |          | Midea/美的 470升对开门一级风冷变频470L冰箱BCD-470WKPZ M(E) | 2689  | 小米电视 EA70 2022款70英寸4K超清全面屏家用语音平板液晶电视 机 | 2679 | 14.8w |
|          | 【原始人】户外月亮椅折叠椅便携钓鱼椅导演椅露营装备     | 129  | CHAMPION/冠军T恤印花 logo圆领美版袖标刺绣纯棉短袖GT23H          | 210  | 50.9w  |          | Bio-MESO 肌活弹润紧致眼膜 7ml*7片*2盒   | 388  | 兰芝雪纱隔离4件套 60ml (隔离霜*1+隔离霜*3)             | 109  | 7w    |          | LOVEHEYNEW直筒西裤 S(80-95) M(95-110) L(110-120) XL(120-135) | 75.99 | LACHAPELLEHOMME 拉夏贝尔简约设计感披肩衬衫 A0156-8001                 | 595   | 17.5w |          | 德力西三位五孔分控插座转换器面板多孔插板 家用                      | 29.91 | MERACH/麦瑞克麦瑞克华为HiLink动感单车 绝影cc         | 999  | 11.6w |

账号矩阵带货数据分析——直播间产品（2021-10-22至2022-04-19）

| 直播场次最多   | 新上架热销产品                             |      |                                 |      |        | 直播场次最多   | 新上架热销产品                            |      |                                     |       |       | 直播场次最多      | 新上架热销产品                            |      |                                  |      |       | 直播场次最多     | 新上架热销产品                            |      |                                   |      |       | 直播场次最多   | 新上架热销产品                          |      |                                  |       |       |
|----------|-------------------------------------|------|---------------------------------|------|--------|----------|------------------------------------|------|-------------------------------------|-------|-------|-------------|------------------------------------|------|----------------------------------|------|-------|------------|------------------------------------|------|-----------------------------------|------|-------|----------|----------------------------------|------|----------------------------------|-------|-------|
|          | 商品名称                                | 商品价格 | 商品名称                            | 商品价格 | 销售额    |          | 商品名称                               | 商品价格 | 商品名称                                | 商品价格  | 销售额   |             | 商品名称                               | 商品价格 | 商品名称                             | 商品价格 | 销售额   |            | 商品名称                               | 商品价格 | 商品名称                              | 商品价格 | 销售额   |          | 商品名称                             | 商品价格 | 商品名称                             | 商品价格  | 销售额   |
| 交个朋友生活家居 | 创米小白室内摄像头家用手机远程高清智能云台监控             | 179  | 多喜爱A类抗菌水果颜文字空调夏被一富的牛油/莓有烦恼/前橙似锦 | 259  | 189.7w | 交个朋友潮流男装 | 有棵树男士抗菌透气平角裤0218潮                  | 69.9 | 【设写】褶皱竖纹阔腿直筒冰丝裤                     | 99    | 68w   | 交个朋友水果和营养膳食 | minayo富铁补铁软糖 好吃的铁元素枸杞红枣味90g/盒（30颗） | 236  | D.NUO/顶诺原切安格斯雪花牛腩500g*3份         | 168  | 94.5w | 交个朋友通勤商务男装 | 【AOKANG】奥康男士衬衫AK26612              | 69.9 | 小米有品【雷总同款】FREETIE 通勤休闲鞋 云弹轻跑鞋     | 89   | 45.4w | 交个朋友生鲜超市 | 北极光双饮家用牛奶杯饮料杯啤酒杯果汁杯双饮            | 9.9  | D.NUO/顶诺原切安格斯雪花牛腩500g*3份         | 138   | 20.1w |
|          | 蓝盒子独立双人床垫家用席梦思记忆棉                   | 3699 | 多喜爱美眠康A类母婴级抗菌四件套-纳诺             | 698  | 41.8w  |          | COKEIN潮流穿搭推荐 垂感宽松束脚运动卫裤 男女同款常规款    | 169  | Mark Fairwhale马克华菲方形镂空机械腕表FW-6290   | 499   | 29w   |             | 【交个朋友专享】舟山椒盐香辣皮皮虾150g/罐            | 29.8 | 西域美农海南金钻凤梨5斤装 当季新鲜手撕凤梨           | 36.9 | 52.7w |            | 网易严选   新疆棉男式直筒休闲裤 修饰腿型 久穿不累        | 89   | 【宽松版型】简木男装两件装240g重磅纯色短袖T恤SL130001 | 119  | 29.7w |          | 【峡城人家】秭归中华红橙 净重2斤尝鲜装             | 9.9  | 【热卖】认养一头牛纯牛奶200ml*10盒（拍两件4箱分开发）  | 69.9  | 10.9w |
|          | 德力西三位五孔分控插座转换器面板多孔插板家用              | 29.9 | 小米有品DOCO电动洗澡刷升级版 沐浴刷 搓背搓澡神器     | 25   | 30.7w  |          | 铜合金素款戒指时间碎片【满天星齿轮】个性潮酷男生戒指T&B2509  | 118  | 【马登男鞋】2022新款厚底小白鞋复古休闲鞋MD2201002     | 189.9 | 28.9w |             | 【本该时鲜】海南金煌芒果5斤 新鲜直供 催熟食用 坏果包赔      | 33.9 | 恒都 原切四肋牛排（牛肋排）2.5kg              | 188  | 46.6w |            | 可口可乐mini小瓶装碳酸饮料300mlX6瓶JYNZ        | 9.9  | 网易严选   新疆棉男式直筒休闲裤 修饰腿型 久穿不累       | 89   | 24.3w |          | 【天海藏】7盒装麻辣小龙虾尾250g 35-38只/盒团     | 99.6 | 沃鲜汇水冻大虾5060净重2.8斤                | 199   | 8.4w  |
|          | 【交个朋友家居】太湖雪桑蚕丝家居服套装女式睡衣套装0301011154 | 690  | 圣芳妮【交个朋友专享】持久透气蜂巢巢TPE坐垫         | 19.9 | 22.6w  |          | Warrior/回力回力春季新款男女同款情侣潮流舒适休闲帆布鞋057 | 109  | 棉织小落肩精梳棉纯色T恤男女同款                    | 49    | 22.4w |             | WonderLab 体重管理b420益生菌2g*10瓶*3盒     | 447  | 【推荐】柏慧豆皮肉卷180g/袋即食五香干豆腐卷肉鸡肉卷肉签干张 | 49.9 | 27w   |            | 【春季上新】罗蒙西服三件套(西服+马甲+裤)3ZBXF-21     | 499  | 【AOKANG】奥康明线设计休闲牛仔裤AK931006       | 498  | 21.7w |          | 壮元海专享新鲜淡虾皮粉非生晒海产品小虾米制水产品海鲜25g*3包 | 19.9 | 盖世即食芥末章鱼220g*3盒 日式风味料理章鱼寿司日料下酒小菜 | 119.8 | 6.4w  |
|          | 林氏木业轻奢超纤科技布软包板式床JH5A JJ             | 2599 | 【交个朋友】五个女博士 胶原蛋白肽维C饮品50ml*10瓶   | 249  | 19.2w  |          | MOSEMUSE春夏新款侧边条直筒休闲裤男女潮流卫裤街头宽松运动裤子 | 149  | 【潮流穿搭】Puma彪马MichaelLa u男女款跑步鞋375196 | 999   | 14.1w |             | 【推荐】柏慧豆皮肉卷180g/袋即食五香干豆腐卷肉鸡肉卷肉签干张   | 49.9 | 西域美农陕西阎良甜瓜5斤装 小籽甜瓜现摘现发           | 19.9 | 25.3w |            | 【男装】阿迪达斯男子低帮板鞋EE7691/EE7690/EE7692 | 569  | 全国移动话费充值100元                      | 100  | 21.4w |          | 贝蒂斯原装进口初榨橄榄油500ml                | 88   | 【天海藏】7盒装麻辣小龙虾尾250g 35-38只/盒团     | 99.6  | 6.4w  |

# 直播间数据分析——产品数据分析 (2021-10-22至2022-04-19)

---

- 从上架商品最多品牌TOP来看，快消品账号直播间的销量最佳品牌以低客单价产品为主，耐用品和酒水类账号更依赖主播的口碑和直播间的优惠力度。
- 在售卖产品上带货的产品单价会低于市场价的同时，还会进行多件装的销售模式带动消费，这种营销模式被大幅度运用在食品、日用品等日常消耗品上。同时会推出和主播推荐款式字样例如 “【李爽精选】珍珠白法式收腰裙”、礼盒装例如 “五粮液 财富人生花开富贵礼盒酒白酒” 等，一方面可以通过主播人气进行带货，另一方面礼盒装的产品能够满足顾客的送礼需求。

账号矩阵带货数据分析——人群画像

| 带货主播         | 性别分布 | 占比  | 年龄分布   | 占比      | 地域分布 (省) | 占比     | 地域分布 (市) | 占比     | 带货主播         | 性别分布 | 占比  | 年龄分布   | 占比      | 地域分布 (省) | 占比     | 地域分布 (市) | 占比     |
|--------------|------|-----|--------|---------|----------|--------|----------|--------|--------------|------|-----|--------|---------|----------|--------|----------|--------|
| 交个朋友<br>酒水食品 | 男    | 84% | 18-23岁 | 34%     | 山东省      | 10.57% | 北京市      | 7.74%  | 交个朋友<br>轻奢时尚 | 男    | 30% | 18-23岁 | 37%     | 广东省      | 9.33%  | 北京市      | 6.12%  |
|              |      |     | 24-30岁 | 43%     | 江苏省      | 9.85%  | 上海市      | 3.92%  |              |      |     | 24-30岁 | 44%     | 山东省      | 8.74%  | 上海市      | 4.65%  |
|              |      |     | 31-40岁 | 18%     | 广东省      | 9.60%  | 深圳市      | 2.66%  |              |      |     | 31-40岁 | 17.00%  | 江苏省      | 7.68%  | 杭州市      | 4.03%  |
|              | 女    | 16% | 41-50岁 | 4%      | 河南省      | 6.42%  | 广州市      | 2.31%  |              | 女    | 70% | 41-50岁 | 1%      | 浙江省      | 7.57%  | 深圳市      | 3.28%  |
|              |      |     | >50岁   | 1%      | 浙江省      | 6.34%  | 苏州市      | 2.23%  |              |      |     | >50岁   | 1%      | 河南省      | 6.52%  | 广州市      | 2.73%  |
|              |      |     | 总和     | 100.00% | 总和       | 42.78% | 总和       | 18.86% |              |      |     | 总和     | 100%    | 总和       | 39.84% | 总和       | 20.81% |
| 交个朋友<br>运动户外 | 男    | 76% | 年龄分布   | 占比      | 地域分布 (省) | 占比     | 地域分布 (市) | 占比     | 交个朋友<br>美妆护肤 | 男    | 27% | 18-23岁 | 40%     | 广东省      | 8.68%  | 北京市      | 6.11%  |
|              |      |     | 18-23岁 | 27%     | 山东省      | 9.31%  | 北京市      | 6.65%  |              |      |     | 24-30岁 | 41%     | 山东省      | 8.48%  | 杭州市      | 3.78%  |
|              |      |     | 24-30岁 | 40%     | 江苏省      | 8.55%  | 上海市      | 3.96%  |              |      |     | 31-40岁 | 16%     | 江苏省      | 8.00%  | 上海市      | 3.58%  |
|              | 女    | 24% | 31-40岁 | 29%     | 广东省      | 8.19%  | 深圳市      | 2.27%  |              | 女    | 73% | 41-50岁 | 2%      | 浙江省      | 7.53%  | 广州市      | 2.63%  |
|              |      |     | 41-50岁 | 3%      | 河北省      | 6.85%  | 天津市      | 2.16%  |              |      |     | >50岁   | 1%      | 河南省      | 6.93%  | 深圳市      | 2.57%  |
|              |      |     | >50岁   | 1.00%   | 河南省      | 6.38%  | 西安市      | 2.13%  |              |      |     | 总和     | 100.00% | 总和       | 39.62% | 总和       | 18.67% |
| 交个朋友<br>生活家居 | 男    | 42% | 18-23岁 | 22%     | 广东省      | 8.90%  | 北京市      | 6.71%  | 交个朋友<br>潮流男装 | 男    | 67% | 18-23岁 | 34%     | 浙江省      | 8.92%  | 北京市      | 7.63%  |
|              |      |     | 24-30岁 | 48%     | 山东省      | 8.83%  | 上海市      | 3.23%  |              |      |     | 24-30岁 | 43%     | 广东省      | 8.87%  | 上海市      | 4.56%  |
|              |      |     | 31-40岁 | 28%     | 江苏省      | 7.66%  | 深圳市      | 2.42%  |              |      |     | 31-40岁 | 19%     | 江苏省      | 8.23%  | 杭州市      | 4.30%  |
|              | 女    | 58% | 41-50岁 | 1.00%   | 河北省      | 6.41%  | 广州市      | 2.33%  |              | 女    | 33% | 41-50岁 | 2%      | 山东省      | 7.60%  | 深圳市      | 2.71%  |
|              |      |     | >50岁   | 1%      | 河南省      | 6.37%  | 杭州市      | 2.27%  |              |      |     | >50岁   | 2%      | 河北省      | 5.84%  | 广州市      | 2.66%  |
|              |      |     | 总和     | 100%    | 总和       | 38.17% | 总和       | 16.96% |              |      |     | 总和     | 100.00% | 总和       | 39.46% | 总和       | 21.86% |

# 账号矩阵带货数据分析——人群画像

| 带货主播            | 性别分布 | 占比  | 年龄分布   | 占比      | 地域分布（省） | 占比     | 地域分布（市） | 占比     | 带货主播           | 性别分布 | 占比  | 年龄分布   | 占比      | 地域分布（省） | 占比     | 地域分布（市） | 占比     |
|-----------------|------|-----|--------|---------|---------|--------|---------|--------|----------------|------|-----|--------|---------|---------|--------|---------|--------|
| 交个朋友<br>零食和方便食品 | 男    | 72% | 18-23岁 | 42%     | 广东省     | 10.14% | 北京市     | 6.60%  | 交个朋友<br>母婴生活   | 男    | 35% | 18-23岁 | 18%     | 山东省     | 8.61%  | 北京市     | 5.45%  |
|                 |      |     | 24-30岁 | 44%     | 山东省     | 9.90%  | 上海市     | 4.68%  |                |      |     | 24-30岁 | 42%     | 江苏省     | 8.28%  | 上海市     | 3.30%  |
|                 |      |     | 31-40岁 | 10%     | 江苏省     | 8.05%  | 杭州市     | 3.81%  |                |      |     | 31-40岁 | 38%     | 广东省     | 8.18%  | 杭州市     | 2.68%  |
|                 | 女    | 28% | 41-50岁 | 3%      | 浙江省     | 7.62%  | 深圳市     | 3.53%  |                | 女    | 65% | 41-50岁 | 1%      | 河南省     | 7.26%  | 深圳市     | 2.52%  |
|                 |      |     | >50岁   | 1%      | 河南省     | 6.07%  | 广州市     | 2.80%  |                |      |     | >50岁   | 1%      | 河北省     | 6.94%  | 郑州市     | 2.40%  |
|                 |      |     | 总和     | 100.00% | 总和      | 41.78% | 总和      | 21.42% |                |      |     | 总和     | 100.00% | 总和      | 39.27% | 总和      | 16.35% |
| 交个朋友<br>潮流女装    | 男    | 76% | 18-23岁 | 34%     | 江苏省     | 9.35%  | 北京市     | 5.01%  | 交个朋友<br>数码电器   | 男    | 81% | 18-23岁 | 21%     | 山东省     | 10.80% | 北京市     | 6.54%  |
|                 |      |     | 24-30岁 | 40%     | 广东省     | 9.29%  | 上海市     | 4.19%  |                |      |     | 24-30岁 | 49%     | 广东省     | 9.33%  | 上海市     | 4.31%  |
|                 |      |     | 31-40岁 | 21%     | 山东省     | 8.85%  | 杭州市     | 2.95%  |                |      |     | 31-40岁 | 27%     | 江苏省     | 8.70%  | 杭州市     | 3.59%  |
|                 | 女    | 24% | 41-50岁 | 3%      | 浙江省     | 7.62%  | 深圳市     | 2.79%  |                | 女    | 19% | 41-50岁 | 1%      | 浙江省     | 8.05%  | 深圳市     | 2.91%  |
|                 |      |     | >50岁   | 2%      | 河北省     | 6.03%  | 广州市     | 2.32%  |                |      |     | >50岁   | 2%      | 河北省     | 6.36%  | 天津市     | 2.56%  |
|                 |      |     | 总和     | 100.00% | 总和      | 41.14% | 总和      | 17.26% |                |      |     | 总和     | 100.00% | 总和      | 43.24% | 总和      | 19.91% |
| 交个朋友<br>水果和营养膳食 | 男    | 46% | 18-23岁 | 20%     | 江苏省     | 9.87%  | 北京市     | 6.05%  | 交个朋友<br>通勤商务男装 | 男    | 80% | 18-23岁 | 12%     | 山东省     | 9.69%  | 北京市     | 5.51%  |
|                 |      |     | 24-30岁 | 42%     | 广东省     | 9.50%  | 上海市     | 3.70%  |                |      |     | 24-30岁 | 39%     | 江苏省     | 8.22%  | 西安市     | 2.78%  |
|                 |      |     | 31-40岁 | 30%     | 浙江省     | 8.82%  | 杭州市     | 3.22%  |                |      |     | 31-40岁 | 42%     | 河南省     | 8.01%  | 郑州市     | 2.54%  |
|                 | 女    | 54% | 41-50岁 | 3%      | 山东省     | 7.33%  | 深圳市     | 2.62%  |                | 女    | 20% | 41-50岁 | 3%      | 广东省     | 7.79%  | 上海市     | 2.49%  |
|                 |      |     | >50岁   | 2%      | 河南省     | 5.63%  | 广州市     | 2.61%  |                |      |     | >50岁   | 2%      | 河北省     | 6.60%  | 深圳市     | 2.25%  |
|                 |      |     | 总和     | 97.00%  | 总和      | 41.15% | 总和      | 18.20% |                |      |     | 总和     | 98.00%  | 总和      | 40.31% | 总和      | 15.57% |

# 账号矩阵带货数据分析——人群画像

| 带货主播           | 性别分布 | 占比  | 年龄分布   | 占比      | 地域分布（省） | 占比     | 地域分布（市） | 占比     |
|----------------|------|-----|--------|---------|---------|--------|---------|--------|
| 交个朋友<br>生鲜超市   | 男    | 53% | 18-23岁 | 19%     | 江苏省     | 9.94%  | 北京市     | 5.37%  |
|                |      |     | 24-30岁 | 43%     | 浙江省     | 9.92%  | 上海市     | 5.05%  |
|                |      |     | 31-40岁 | 30%     | 广东省     | 8.95%  | 杭州市     | 4.77%  |
|                | 女    | 47% | 41-50岁 | 3%      | 山东省     | 7.54%  | 广州市     | 2.85%  |
|                |      |     | >50岁   | 2%      | 河南省     | 5.73%  | 深圳市     | 2.44%  |
|                |      |     | 总和     | 97.00%  | 总和      | 42.08% | 总和      | 20.48% |
| 交个朋友<br>旅游餐饮娱乐 | 男    | 52% | 18-23岁 | 28%     | 浙江省     | 23.60% | 杭州市     | 16.84% |
|                |      |     | 24-30岁 | 30%     | 广东省     | 10.11% | 北京市     | 8.42%  |
|                |      |     | 31-40岁 | 23%     | 北京      | 8.99%  | 广州市     | 7.37%  |
|                | 女    | 48% | 41-50岁 | 2%      | 江苏省     | 7.87%  | 苏州市     | 6.32%  |
|                |      |     | >50岁   | 17%     | 辽宁省     | 5.62%  | 宁波市     | 4.21%  |
|                |      |     | 总和     | 100.00% | 总和      | 56.19% | 总和      | 43.16% |

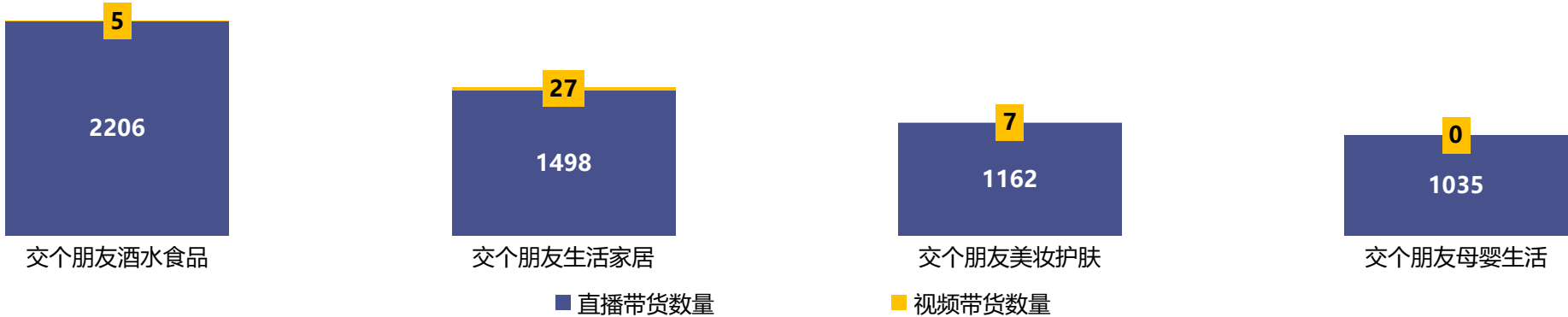
- 交个朋友旗下的垂类主播消费人群的性别分布来看，男性消费者占比更多一些。但像“轻奢”、“美妆”、“家居”这些明显偏向于女性群体的品类，女性消费者占比就会相对更高一些。
- 消费人群大多分布在18-30岁，其中尤其是以24-30岁为消费主力军。地域分布则大多集中在北上广深等一线发达城市。

# 账号矩阵 视频投放分析

# 核心账号视频数据分析 (2021-10-16至2022-04-13)

| 账号名称     | 所有视频数 | 平均播放量 | 平均销售额   | 平均销量 | 直播带货数量 | 视频带货数量 |
|----------|-------|-------|---------|------|--------|--------|
| 交个朋友酒水食品 | 430   | 21.9W | 1.7W    | 87   | 2206   | 5      |
| 交个朋友生活家居 | 289   | 7.6W  | 3804.35 | 79   | 1498   | 27     |
| 交个朋友美妆护肤 | 131   | 11.4W | 4335.57 | 19   | 1162   | 7      |
| 交个朋友母婴生活 | 206   | 4W    | 0       | 0    | 1035   | 0      |

账号带货数据



- 从带货视频的数据来看，交个朋友矩阵中酒水食品账号的视频投放数最多，且销售额最高；无论是直播还是视频，交个朋友账号矩阵都以酒水食品账号为核心培养账号。

# 账号矩阵视频投放模式

视频账号  
投放模式

人设+统一的封面和内容策划

IP+场景构造

引导评论

测评

产品展示+卖点介绍+挂小黄车转化

# 账号矩阵账号设置——人设+统一的封面和内容策划



主页简介标明名称以及团队，可以达到**团队效应**，为自己引流的同时，也可以背靠**团队资源**和**流量**为自己的账号引流。



视频**风格统一**，统一的封面和内容策划，让账号风格稳定。同时，也可以通过这种测评的方式**吸引对内容感兴趣的消费群体**，从而达到为直播间引流的目的。



粉丝数并不算高的母婴生活账号，但带货能力和带货金额却比同体量账号要高。其中的一个主要原因就是，其**通过视频传达直播账号信息**，且通过“**宝妈**”人设打造个人形象，塑造优质口碑，**吸引宝妈消费者信任**。

# 账号矩阵种草视频分析——IP+场景构造



IP+场景

中年大叔打扮、些许胡茬+晚饭、小酒  
——普通人的饭后小酌



IP+场景

职场女性打扮+办公室环境  
——职场女性的精致穿搭



IP+场景

户外运动主播+室内健身  
——健身教练线上带你科学健身

种草视频核心以“IP+场景”为要素，围绕不同行业账号，差异化创造内容视频进行种草。

做行研 找解数

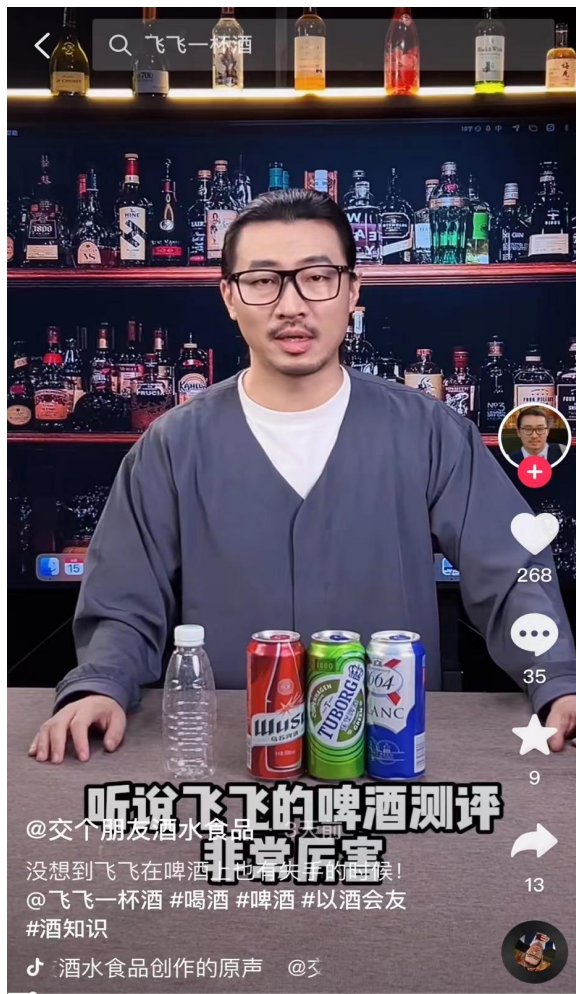
Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

# 账号矩阵互动方式分析——引导评论



- 在视频内通过“留言区打打评论”、“视频下面问问题”这样的话术，增加互动。
- 同时在评论区和粉丝互动可以了解粉丝需求，形成良性循环从而为直播引流。

# 账号带货方式分析——测评



- 通过测评的方式，以用户核心关注点为指标，对不同的商品进行测评和对比打分来引起用户的兴趣。
- 以主播测评为核心内容，引导用户评论想看的测评品牌，在增强账号互动量的同时，提高用户联结。

# 账号带货方式分析——产品展示+卖点介绍+挂小黄车转化

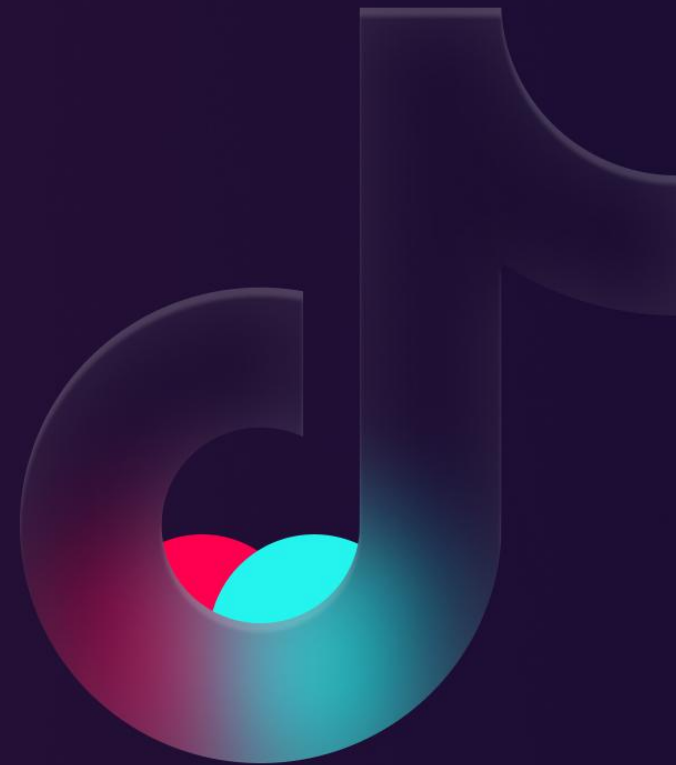


- 商品实物展示，充分展示商品的使用场景和使用方式，降低消费者线上购物的顾虑。
- 卖点透出，以卖点促成交。
- 视频挂小黄车链接，视频直接进行转化。

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

# 抖音竞对数据分析

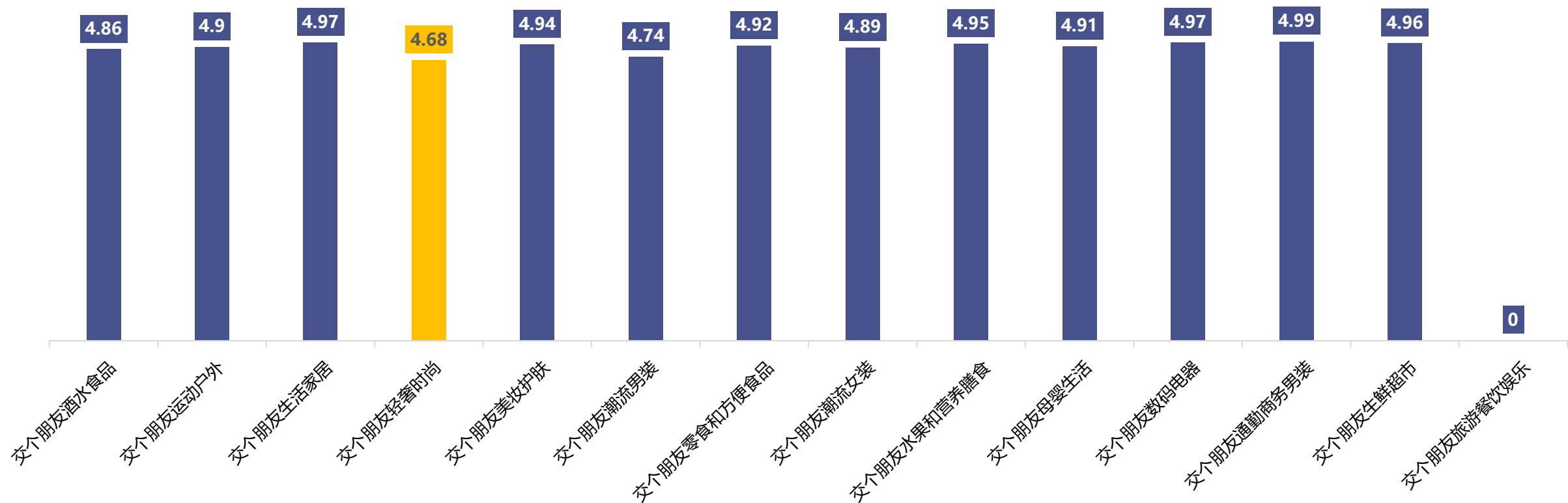


做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

# 垂类博主直播数据分析

各垂类主播直播口碑数据



- 口碑来看，所有主播的数据都是偏高的，仅“交个朋友轻奢时尚”这个账号的带货口碑为4.68中等级别。
- 说明这个账号在“商品体验”、“物流服务”及“服务态度”上相较于其他账号还需提升。

# 竞品分析（交个朋友团队粉丝数量前三账号与竞对账号分析）

| 账号名称     | 粉丝总数   | 带货口碑    | 主营类型                             | 带货水平  |
|----------|--------|---------|----------------------------------|-------|
| 酒仙网旗舰店   | 488.8w | 4.81（高） | 食品饮料<br>92.55%                   | 肩部达人  |
| 老张的深夜酒铺  | 135.8w | 4.41（中） | 食品饮料<br>94.77%                   | 中腰部达人 |
| 交个朋友酒水食品 | 111.7w | 4.86（高） | 食品饮料81.90%                       | 头部达人  |
| 他们都叫我老李  | 267.8w | 4.98（高） | 运动户外<br>43.12%                   | 中腰部达人 |
| 微仔就是马哥   | 54.4w  | 4.92（高） | 运动户外<br>46.16%<br>食品饮料<br>33.33% | 中腰部达人 |
| 交个朋友运动户外 | 50.1w  | 4.9（高）  | 运动户外53.23%                       | 头部达人  |
| 如期好物     | 791w   | 4.95（高） | 日用百货<br>42.69%                   | 肩部达人  |
| 晴木好物     | 39.6w  | 4.99（高） | 厨卫家电<br>47.83%<br>日用百货<br>43.65% | 中腰部达人 |
| 交个朋友生活家居 | 27.8w  | 4.97（高） | 厨卫家电30.71%<br>日用百货20.18%         | 头部达人  |

- 从数据可看出，交个朋友的三个账号粉丝数均低于同类竞对账号。但是带货水平却高于其他账号。

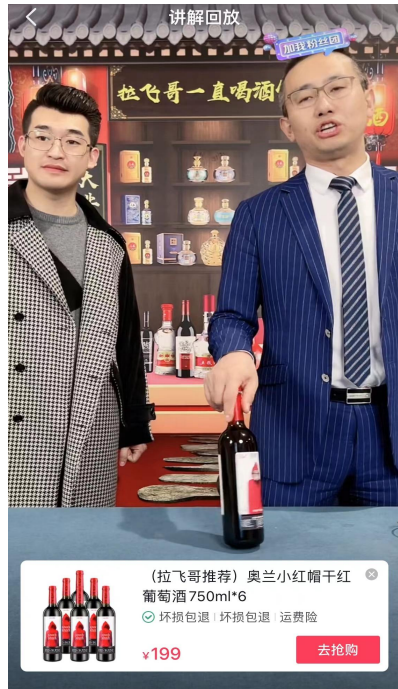
# 酒水账号竞对分析

# 酒水账号竞对分析——带货商品对比

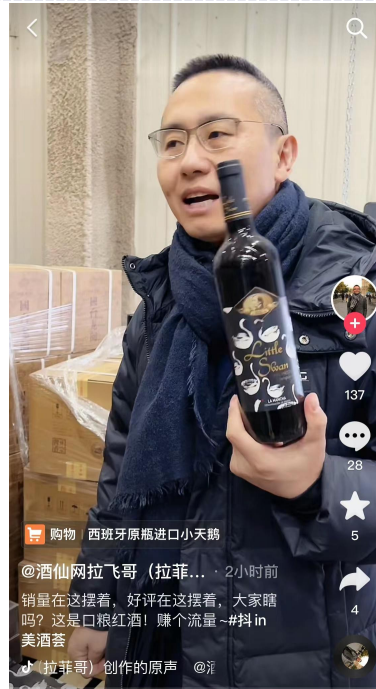
| 主播名          | 商品名称                            | 商品价格 | 主播名        | 商品名称                        | 商品价格 | 主播名     | 商品名称                          | 商品价格 |
|--------------|---------------------------------|------|------------|-----------------------------|------|---------|-------------------------------|------|
| 交个朋友<br>酒水食品 | 獭祭三割九分720ml/瓶+格<br>力高饼干40g/包*2袋 | 499  | 酒仙网<br>旗舰店 | 麦古德精酿白啤<br>330ml*3          | 19.9 | 老张的深夜酒铺 | 格兰歌颂单一麦芽威士忌<br>波本/朗姆/雪莉       | 168  |
|              | 设拉子干红葡萄酒750ml*6                 | 458  |            | 安徒生小天鹅干<br>红葡萄酒750ml        | 19.9 |         | 苏格登12年15年单一麦芽<br>苏格兰威士忌700ml  | 339  |
|              | 茅台53度酱香型 单瓶<br>vol500ml         | 2849 |            | 英国芝华士12年<br>苏格兰威士忌<br>500ml | 113  |         | 慕赫18年16年12年洋酒<br>单一麦芽威士忌750ml | 525  |
|              | 茅台1935 酱香型白酒<br>53%vol500ml     | 1799 |            | 法圣古堡启航干<br>红葡萄酒750ml        | 49.9 |         | 格兰莫雷18年单一麦芽威士忌<br>700ml       | 1059 |
|              | 法国马爹利鼎盛干邑白兰地<br>200ml           | 102  |            | 梦特骑士红葡萄<br>酒750ml*6         | 1149 |         | 布莱尔阿苏12年<br>单一麦芽雪莉桶威士忌700ml   | 650  |

• 从图表中能够看出，交个朋友账号带货产品单价比其他主播略高，而老张的深夜酒铺在三个主播中属于单价普遍最低。

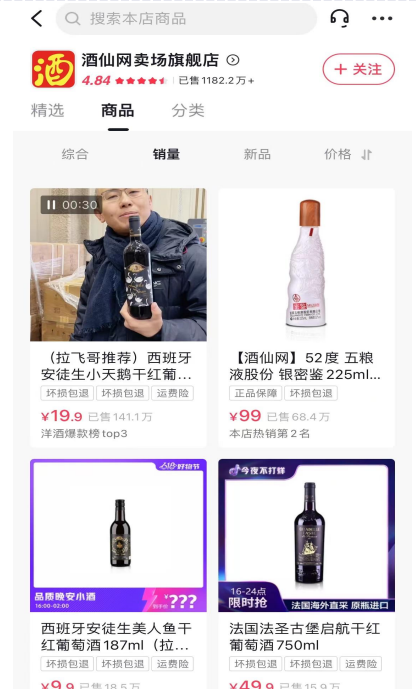
# 酒水饮料竞品分析——酒仙网旗舰店



直播间主要以**主播搭配副播**的方式搭档。主播均为**男性**，带货产品也都是旗舰店内售卖的产品。讲解视频保存至商品链接内，以**视频讲解**的形式**提升消费者的购买欲望**。



- 视频主要分为两种，**讲解直播间带货产品**和**干货知识**，用于推广和吸引目标客户。
- 讲解直播间产品的视频**带小黄车链接**，方便浏览者对产品产生兴趣后，**点击链接购买**，将**流量转化为交易客户**。
- 酒类产品的干货知识讲解**塑造人物形象**，吸引同类兴趣的消费者。



酒仙网旗舰店的账号抖音主页还有“**酒仙网卖场旗舰店**”，**981**件商品在售。可以引流到店购买，形成消费闭环后也能够为直播带来流量。

## 做行研 找解数

Data Insider - Expert of FMCG Industry Research

Consulting  
**DATA INSIDER**  
解数咨询

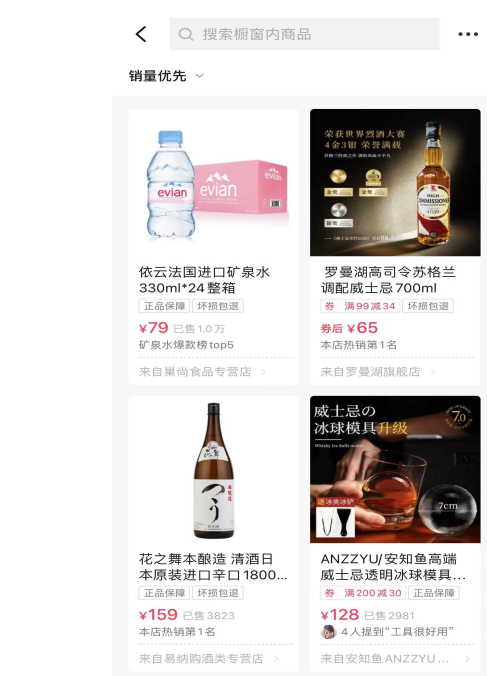
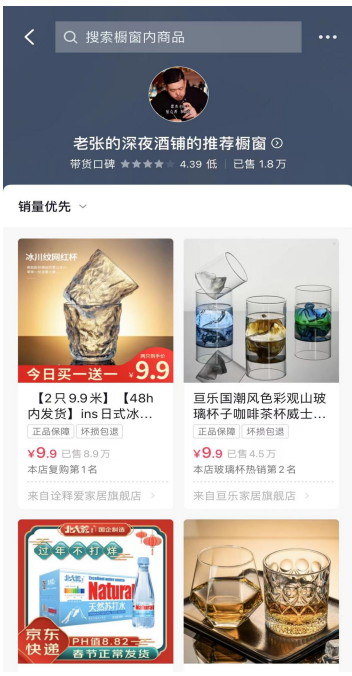
# 酒水饮料竞品分析——老张的深夜酒铺



通过主页介绍来**塑造形象**，  
打造口碑建立**资深的酒类鉴别师的形象**。



- 视频主要以**对酒类知识的讲解、推广为主**。视频悬挂小黄车链接，方便消费者购买。点赞、评论数均不足100，曝光效果不佳。
- 主页上的橱窗有**186件**商品，其中卖的最好的不是酒类单品而是**玻璃杯等配件产品**，造成账号客单价偏低。另一方面也说明该主播消费群体不够精准。



- 小店橱窗内卖的最好的酒类单品为**65元的高司令以及159元的日本清酒**。
- 说明该主播热门带货产品多为低客单价酒类。
- 虽然粉丝数和“交个朋友酒水食品”接近，但**细分类目还是略有不同**。

# 运动户外账号竞对分析

# 运动户外账号竞对分析——带货商品对比

| 主播名          | 商品名称               | 商品价格 | 主播名    | 商品名称                     | 商品价格 | 主播名     | 商品名称               | 商品价格 |
|--------------|--------------------|------|--------|--------------------------|------|---------|--------------------|------|
| 交个朋友<br>运动户外 | 户外帐篷露营装备           | 248  | 微仔就是马哥 | 家用计数跳绳                   | 29.9 | 他们都叫我老李 | 户外帐篷露营装备           | 248  |
|              | 户外折叠椅便携钓鱼椅         | 129  |        | 多功能环形滚轮                  | 19.9 |         | 户外折叠椅便携钓鱼椅         | 129  |
|              | 正版成人足球耐磨4号5号       | 45.9 |        | 跳绳垫 家用静音垫                | 19.9 |         | 正版成人足球耐磨4号5号       | 45.9 |
|              | 牛肉粒香辣五香2种口味38g*3包  | 39.9 |        | 慢碳水方便面每袋60克共10袋          | 18.8 |         | 牛肉粒香辣五香2种口味38g*3包  | 39.9 |
|              | 维动运动止汗发带(买1送1条止汗带) | 23.8 |        | 白芸豆黑咖啡0脂肪速溶黑咖啡(2g*10袋)/盒 | 9.99 |         | 维动运动止汗发带(买1送1条止汗带) | 23.8 |

- 运动户外账号主要带货运动器材和运动类衍生产品，单价也比其他账号单价高。
- “他们都叫我老李”这个账号带货偏向高客单运动装备，“微仔就是马哥”带货产品多为低客单的低脂零食以及跳绳产品。

# 运动户外竞品分析——他们都叫我老李



- 通过账号主页的**简介描述**，来介绍账号以及账号的主营内容。
- 通过**话术表明售卖产品类型**，引导浏览者进入橱窗浏览好物，促进成交。
- **标明合作、售后以及粉丝群不同的账号**，达到**私域引流**的作用。



- 账号主要塑造的是一对恩爱夫妻的形象。账号的视频大多数都是以**展示带货产品功能**为主。
- 视频上**附上小黄车链接**，可以引导浏览者进入链接购买视频带货商品。
- 文案风格比较随意，大多都是以**聊天的形式**展示健身效果，**拉近距离**，刺激浏览者兴趣。



- 橱窗内销量最好的产品并非宣传力度最大的扭腰盘，而是**29.9元**的抽纸。依次排名靠前的都是**单价低性价比高的产品**。
- 说明这个账号引流过来的用户很多都是追求**低客单价、性价比高**的产品的消费者。

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

Consulting  
DATA INSIDER  
解数咨询

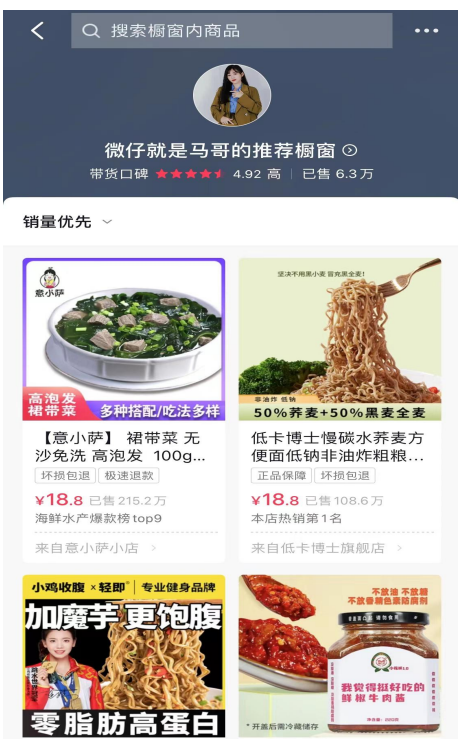
# 运动户外竞品分析——微仔就是马哥



- 主页主要通过简介部分打造跳绳、瘦身食谱减重的账号形象。
- 不同目的对应不同微信账号，进行浏览者到消费者的私域引流动作。



- 视频内容类型统一，都是进行健身的带练、跳绳视频的拍摄。通过文字和视频展现瘦身效果。
- 视频内还标明了瘦身计划的具体时间点，搭配每天对应的跳绳任务。视频搭配小黄车链接，引导购物。



- 本账号的橱窗销量来看，可以看出这个账号的消费者大多对瘦身的食物以及健身餐相关的食材感兴趣。
- 主要因为博主的人设与瘦身食谱相关，因此精准吸引到了有这部分需求的消费者。

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

# 生活家居账号竞对分析

# 生活家居账号竞对分析——带货商品对比

| 主播名      | 商品名称              | 商品价格  | 主播名  | 商品名称           | 商品价格  | 主播名  | 商品名称         | 商品价格 |
|----------|-------------------|-------|------|----------------|-------|------|--------------|------|
| 交个朋友生活家居 | 双人床垫家用席梦思         | 3,699 | 晴木好物 | 厨房速干毛巾擦手巾      | 19.99 | 如期好物 | 网球训练器 弹注水底座  | 16.9 |
|          | TINECO添可无线家用智能洗地机 | 3,590 |      | 地漏防臭神器厨房卫生间管道  | 16.9  |      | 电动修眉刀充电式     | 16.9 |
|          | 林氏木业超纤科技布板式床      | 1,489 |      | 【买五送一】厨房专用湿巾   | 12.9  |      | 木把迷你小煎锅蛋饺锅   | 9.91 |
|          | 室内摄像头高清智能云台监控     | 179   |      | 蒸包子馒头垫纸 一次性不粘油 | 9.9   |      | 压包子皮 新款水饺压皮器 | 9.9  |
|          | 烤乐仕空气炸锅专用纸托       | 24.9  |      | 免打孔免钉贴无痕螺丝贴    | 7.8   |      | 卡通买菜包可折叠购物袋  | 9.9  |

- 生活家居账号带货产品单价比其他主播高出很多，智能家电占据一半江山。而其他账号带货单品皆为低客单价的生活日用品，从产品类型看，和生活家居账号的产品赛道不同

# 生活家居竞品分析——如期好物



- 如期好物账号**主页简介**来介绍账号内容，和带货产品类型。
- 账号无人设，主要**突出产品**，用简介为橱窗、直播引流。



- 视频都是围绕带货的**新奇特产品**的使用效果展示，视频节奏快，主要展示产品“好用”、“方便”的特点，利用短视频的节奏**快速吸引浏览者**，带动兴趣。
- 视频**附上小黄车链接**，方便流量转化。
- 直播时长基本上都是23小时往上，构建“**日不落**”直播间。



- 小店橱窗内销量最好的前四名都是**日用品**，且**客单价低**，说明目标用户**对价格比较敏感**，需要物美价廉的产品。
- 相较于“交个朋友生活家居”账号，“如期好物”的带货类型更平价、品牌知名度也略低。

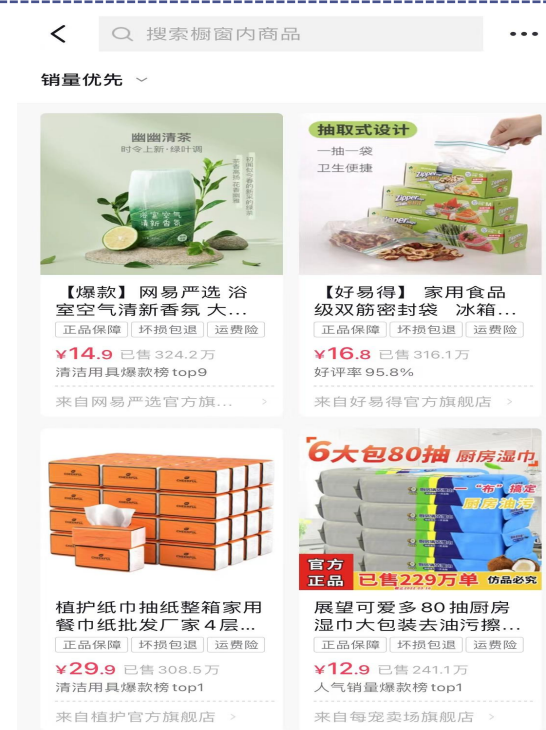
## 生活家居竞品分析——晴木好物



相较于其他的账号，“晴木好物”在主页简介上花费的心思较少，没有引流动作，仅是简单介绍账号类型。



- 账号视频均为**家居好物**的视频展示，体现产品的**“好用”**、**“方便”**等卖点。
- 搭配使用效果展示视频，会有**女声进行解说**，刺激消费者的认同感达成需求。



- 小店橱窗内销量最高的几个单品都是**实用的居家好物**，且**偏消耗类**的日用品。
- **客单价偏低，分量大**是这几个产品的共性。

# 做行研找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research