

2022年8月

短视频及直播电商营销月报

2022-08 果集·飞瓜 出品

研究综述

1. **统计周期：** 2021年8月-2022年8月
2. **研究对象：** 抖音活跃主播（1年内发布过10条视频或10场带货直播）及动销商品数据（仅统计有产生销量的视频、直播数据）
3. **数据来源：** 基于社媒数据分析平台「果集·飞瓜」所追踪到的营销情报，选取周期内抖音短视频、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

1. **品牌自播号定义：** 特指有蓝V认证的品牌自运营账号
2. **品牌店定义：** 特指品牌自运营或已授权的抖音小店
3. **账号分类说明（各项数据均已去重）：**
 - 头部红人：粉丝量在500万以上的播主
 - 肩部达人：粉丝量在100-500万的播主
 - 腰部达人：粉丝量在10-100万的播主
 - 潜力主播：粉丝量在10万以下的播主
 - 静默播主：有推广商品，但预估销量为0的播主
4. **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。

目录

01

8月电商热度趋势

02

8月电商营销复盘

03

9月营销前瞻

04

榜单合辑

CATALOGUE

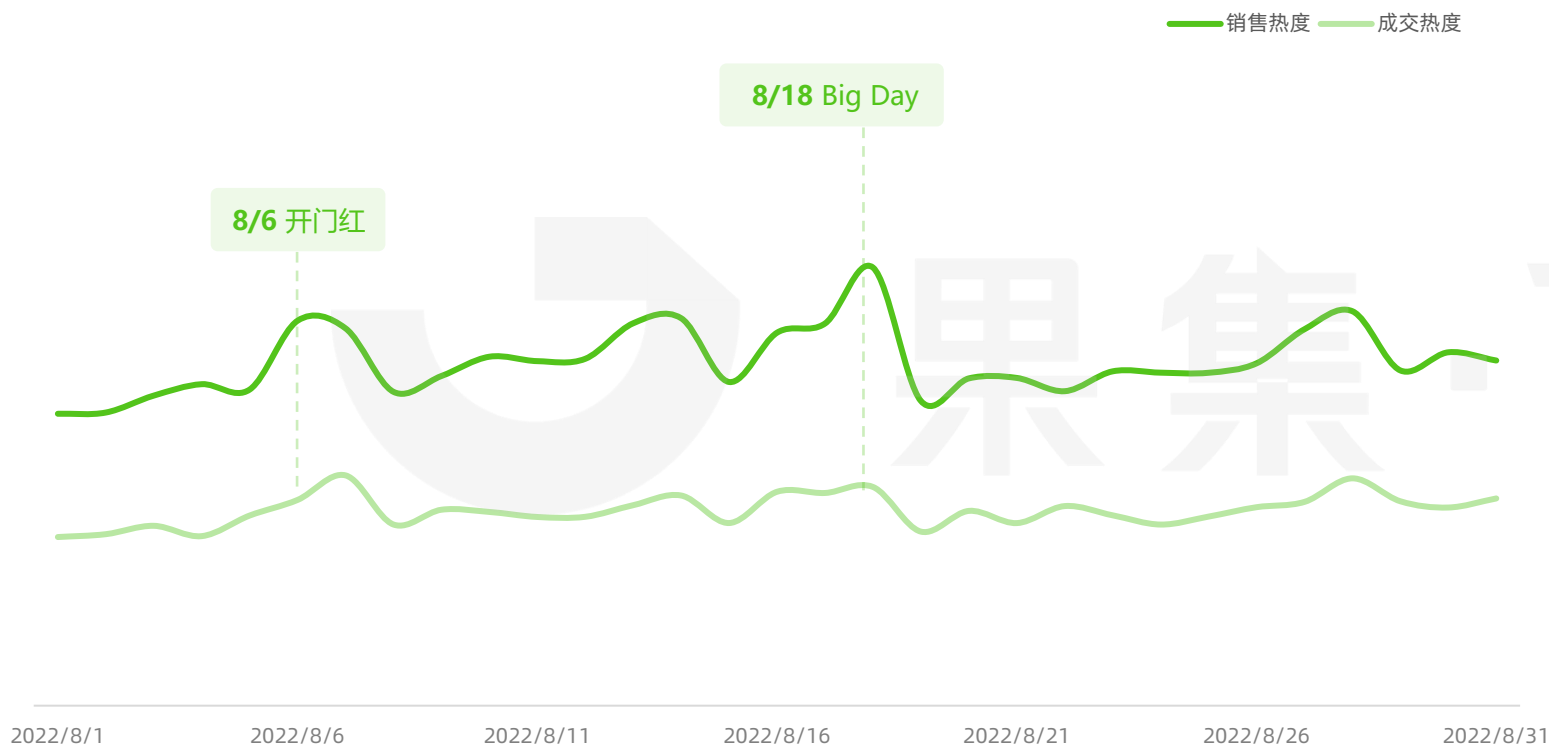
PART 01

2022年8月 电商热度趋势



8月电商热度趋势： 818发现好物节引领电商转化，消费者看播热情增长

2022年8月抖音电商销售热度趋势



8月抖音重点开启“818发现好物节”大型营销活动，其中不少商家抓住活动流量扶持，引爆电商转化。

据飞瓜显示，本月销售热度峰值集中在活动首日和Big Day。8月看播热度提升4.8%，销售热度提升12.08%。

2022年8月抖音电商关键数据



818活动大盘分析： 泛商城渠道增长明显，服装/食品成8.18主要热销商品

2022年抖音818发现好物节关键数据



(*数据来自“抖音818发现好物节”数据报告，抖音电商)

本次818发现好物节从8月6-18日，为期13天。其中，来自搜索、店铺、商城渠道等泛商城自然渠道销售额表现亮眼，仅泛商城交易额破百万单品就超过400个。

同时，根据飞瓜统计，服饰内衣、食品饮料、家居用品为抖音818好物节销售额排名前三的类目，其中服饰内衣占大盘类目总销售额26%，远超其它类目。

2022年抖音818发现好物节各品类销售占比



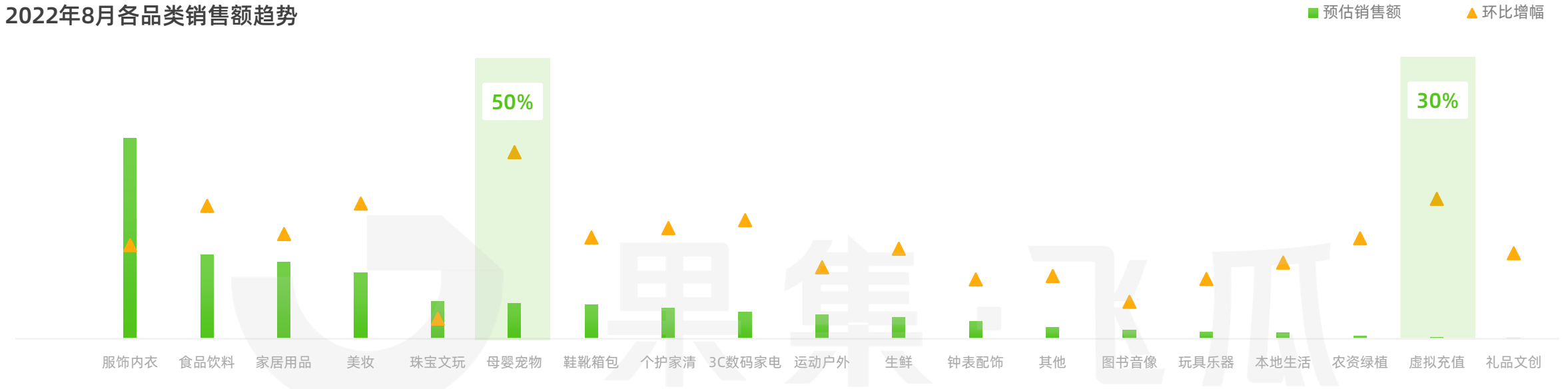
PART 02

2022年8月 电商营销复盘



电商流量大盘分析：
秋冬换季需求来袭，儿童套装销售热度激增

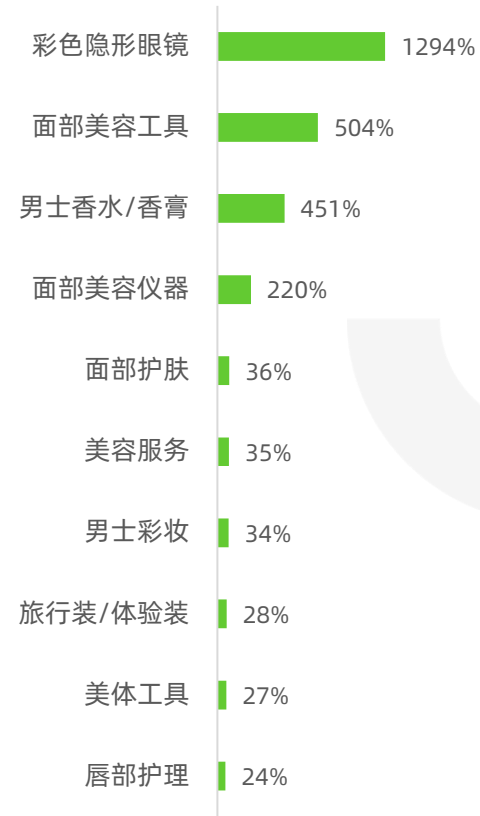
2022年8月各品类销售额趋势



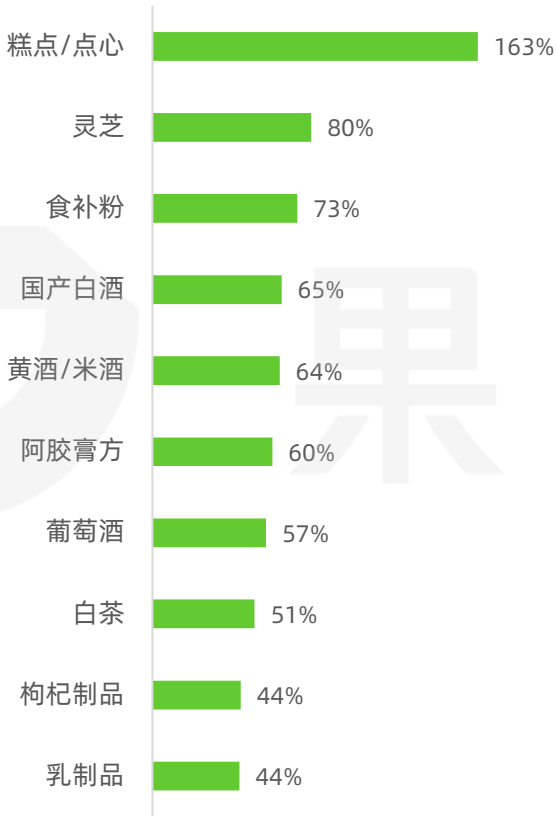
各品类商品推广运营数据																			
环比	服饰内衣	食品饮料	家居用品	美妆	珠宝文玩	母婴宠物	鞋靴箱包	个护家清	3C数码家电	运动户外	生鲜	钟表配饰	其他	图书音像	玩具乐器	本地生活	农资绿植	虚拟充值	礼品文创
观看人数增幅	1%	8%	4%	6%	3%	11%	7%	6%	5%	-2%	6%	-6%	13%	19%	3%	12%	1%	35%	11%
销售额增幅	10%	27%	15%	28%	-21%	50%	13%	17%	21%	1%	8%	-5%	-3%	-14%	-4%	3%	13%	30%	6%

重点品类分析：
高价面护仪器热销，高保湿秋冬个护产品开始热销

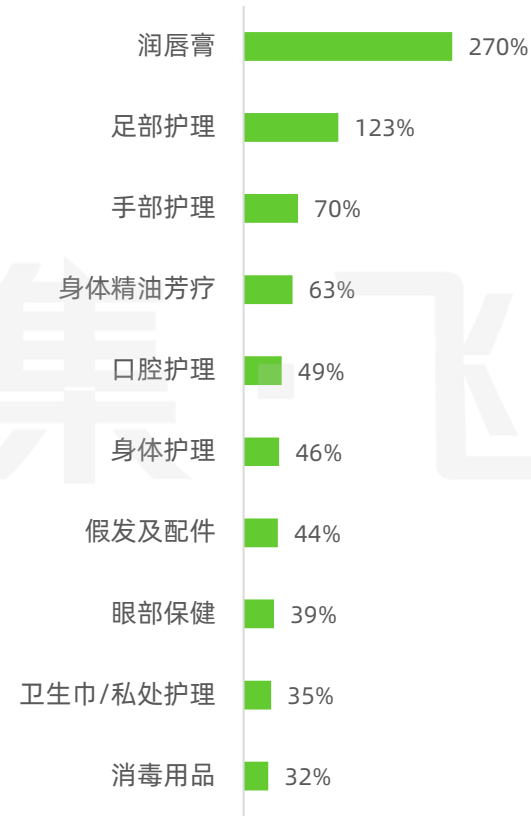
美妆GMV高增长品类TOP10



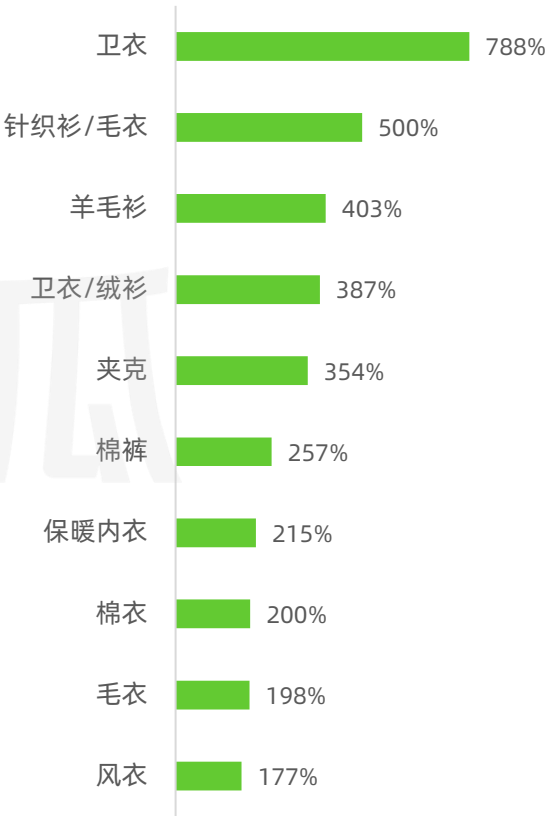
食品饮料GMV高增长品类TOP10



个护家清GMV高增长品类TOP10



服饰内衣高增长品类TOP10



数据说明：统计2022年8月在抖音销量大于0的商品数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜。

8月美妆品类分析： 美护仪器瞄准轻医美市场，居家院线护肤成新趋势

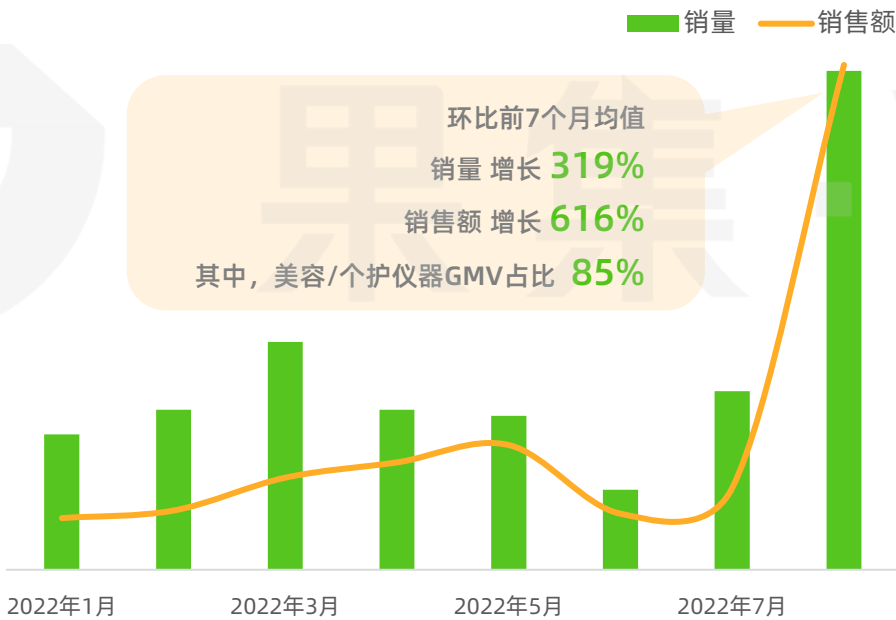
2022年8月美容/个护仪器销售额TOP5

排名	品牌名称
1 -	AMIRO/觅光
2 ▲10	BIO LAB/听研
3 ▼1	Ulike
4 -	YA-MAN/雅萌
5 ▲8	DR.ARRIVO/宙斯

品牌案例：BIO LAB/听研

主营类目：面部美容仪器、眼膜、精华
主要受众：女性（93%）；24-40岁（71%）

2022年品牌「听研」月销售趋势



品牌「听研」营销玩法解析

■ 锚定轻医美市场，细分消费需求

听研瞄准家用轻医美场景，以科技护肤和抗老功能为切入点，为95后女性消费者提供皮肤护理解决方案、

■ 聚焦节点投放，集中引爆品牌销量

听研在8月份几次曝光集中在七夕、818发现好物节期间，主要投放@千惠、@张沫凡等头部优质带货达人。

■ 拍1送90，强福利促成高成交

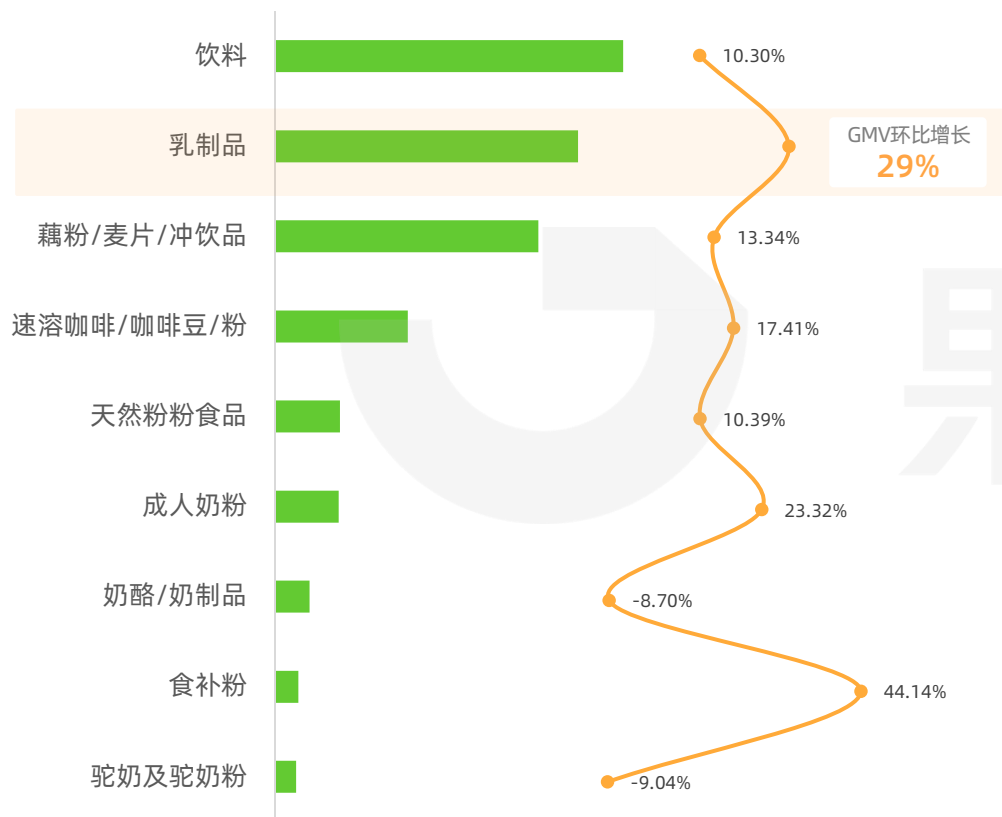
购买水光仪即加赠96枚搭配使用的精华液，或者面膜，买赠福利活动很好吸引观众购买



BIOLAB听研即雾水光仪
¥2529
【下单即赠】
· 沁润精华105ml/盒×3
· 三步曲精华1.5ml×20=正装量
· 白松露魔镜面膜5g×18=1.5正装量

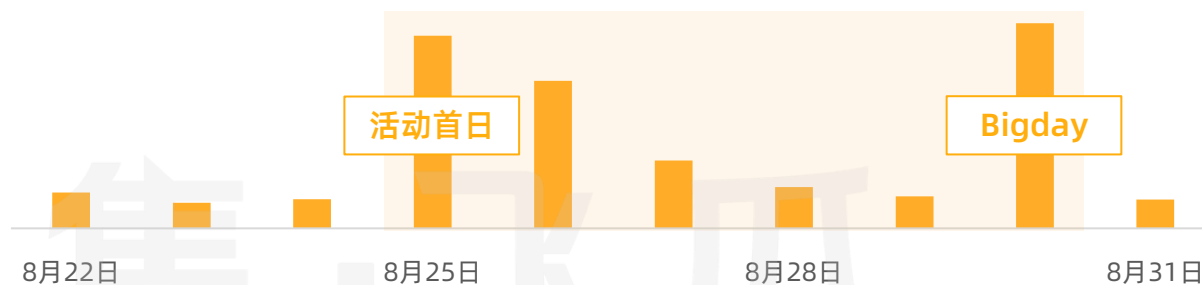
8月食品饮料品类分析： 乳制品销售数据激增，品牌会员日精准引爆节点营销

2022年8月饮品类销售额分布

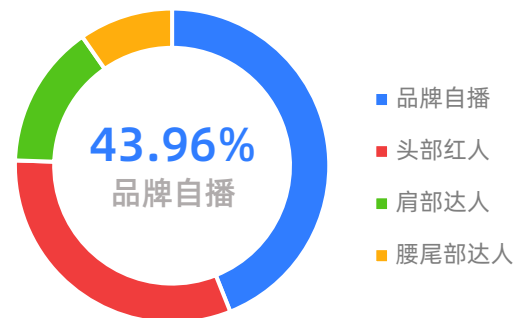


品牌「认养一头牛」GMV趋势

品牌「认养一头牛」从8月25日开启为期4天的“年度品牌会员日”活动，加大自播号推广力度，在8月GMV成功破亿，成为饮品类销售额TOP1品牌。



品牌「认养一头牛」达人GMV占比



热推商品策略



认养一头牛A2纯牛奶250ml*10盒*4整箱牛奶

券 满200减70

¥199

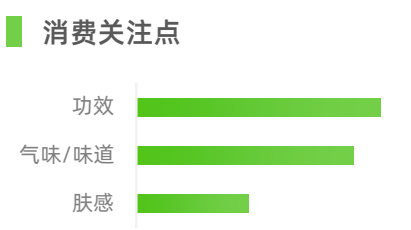
- 买赠活动：买就赠双层便携式饭盒
- 大额优惠券：多张满200减70/90的优惠券
- 主讲主推：讲解时长覆盖87%直播时间

8月个护家清品类分析：
秋冬“以油养肤”保湿需求提升，便捷化或成为营销突破口

2022年8月身体护理热搜词榜TOP10

排名	搜索词	搜索热度指数	搜索成交指数
1	身体乳	73.8w	119.1w
2	护手霜	35.4w	27.0w
3	喷雾	32.5w	102.3w
4	素颜霜	28.8w	36.8w
5	身体素颜霜	28.4w	34.2w
6	脱毛膏	22.3w	53.8w
7	香皂	21.9w	25.8w
8	磨砂膏	21.9w	36.4w
9	精油	19.9w	27.4w
10	美白身体乳	8w	15.4w

身体护理消费者关注点分析



身体护理呈现两大趋势

- 1.锚定滋润需求：近期营销点主要围绕秋冬“滋润保湿、舒缓止痒”的功效点展开，对美白的需求有所下降，其中以油养肤关注度提升；
- 2.呈现便捷趋势：随着懒人经济盛行，身体护理也衍生出小包装、喷雾等便捷化产品，降低用户的使用成本。

便捷化趋势——可以喷的身体乳



图片来自 @浩杰来了



品牌：余香物语
商品：余香物语香氛身体乳喷雾260ml*3
¥159

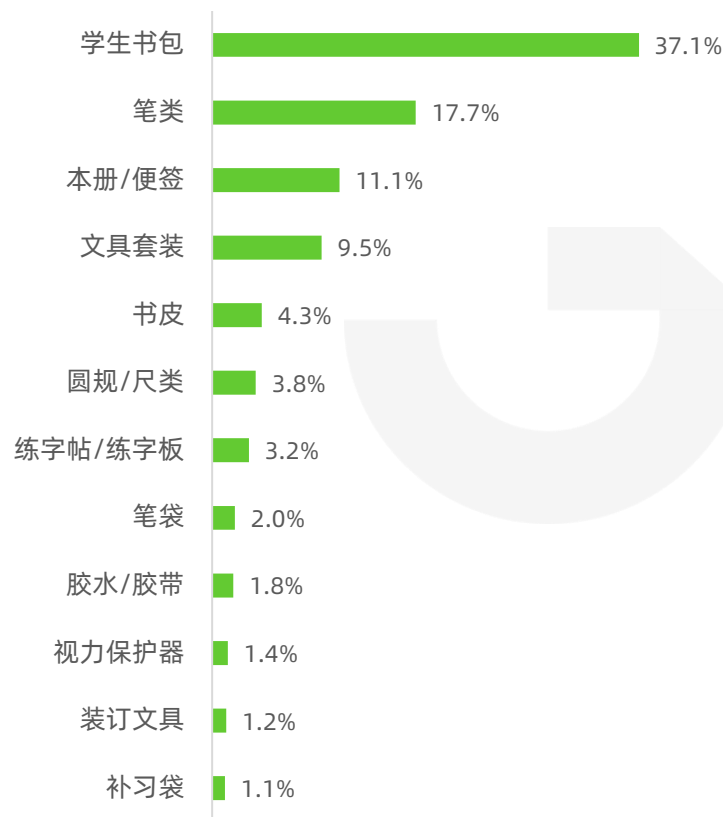
主卖点：

以油养肤：蕴含三种天然植物润肤精油，修护肌底，紧致滋润
喷雾体系：特调雾化配方，遇肌即化水，使用便捷，快速吸收
自然清香：包含花香木质调、茶香水调等多种香味，持续萦绕

8月热销关键词：开学季

开学季学生书包热卖，提前1个月铺货占领市场

2022年8月文具各品类销售额



提前1个月铺货占领市场

在开学前1个月，就有不少，相关种草视频多以真人实拍为主，通过主播现场展示文具“丝滑”的操作吸引关注，再引流进品牌直播间转化。

一站式满足大礼包

通过主播现场“丝滑”包书皮的操作，并搭配送出姓名贴和科目袋，提升产品性价比。

营造紧张氛围

视频标题和内容中不断强调“开学再买书皮就来不及了”，集中家长群体消费痛点。



抖音号@晨光品牌文具

锚定新生家长痛点

9月也正值新生入学，不少品牌顺势通过主打科学坐姿、护脊书包等概念，成功捕获适龄学生家长的痛点，在本月引爆销量。

学习桌



品牌：爱国乐
商品名称：爱果乐学习用品儿童学习桌

¥ 2599-2799

主推概念：追背椅、高度可调、坐姿

学生书包



品牌：卡拉羊
商品名称：卡拉羊小学生减负横版书包

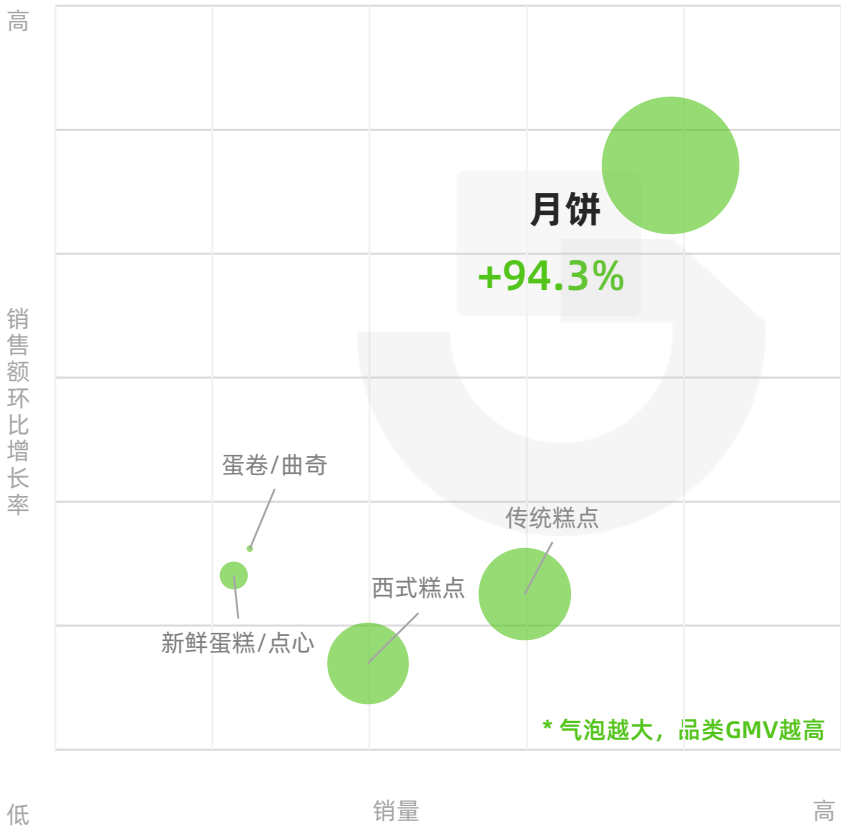
¥ 279-299

主推概念：减负、护脊、防水

8月热销关键词：中秋节

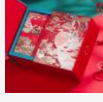
月饼提前2周布局中秋营销，创意榴莲冰皮月饼关注度高

2022年8月糕点/点心品类销售额趋势



8月底，抖音上的月饼商家也在卯足劲抢占这一年一度的月饼消费高地。据飞瓜的商品数据大盘显示，近30天月饼品类的销售额增长率94%。

2022年8月糕点/点心品牌销售额TOP5

排名	品牌名称	主推达人	主推商品
1	味滋源	潜力主播（31%）	 味滋源月饼国臻尊礼二层提篮372g8饼8味 ¥ 29.9
2	榴芒一刻	品牌自播（41%） 潜力主播（23%）	 榴芒一刻猫山王/金枕榴莲/白桃乌龙冰皮月饼 ¥ 198-396
3	稻香村	品牌自播（70%）	 稻香村迎月725g12饼12味中秋月饼礼盒送礼 ¥ 151-289
4	美诚礼	头部红人（38%） 腰部达人（32%）	 美诚星级流心奶黄月饼组合装 ¥ 189
5	Huamei/华美	品牌自播（34%）	 华美尊荣富贵月饼中秋礼盒装880g ¥ 90-168

数据说明：统计2022年8月在抖音销量大于0的商品数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜。

案例分析：味滋源

客群细分提升品牌竞争力，丰富SKU组合满足多样消费需求

品牌：味滋源 食品饮料

主要受众：女，31-40，河南

主要发货地：新疆维吾尔自治区、浙江省、安徽省

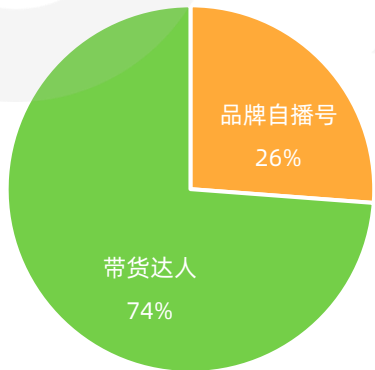
品牌8月关键数据

推广商品数	推广达人人数	关联视频数	关联直播场次	销售额环比增长
926	2.2万	1.4万	8.3万	865%

品牌8月销售额对比



品牌推广达人销售额占比



品牌节日营销关键策略解读

策略1：针对不同年龄层消费偏好推广不同类型商品

主力消费年龄段：31-40岁（占比39.76%）

潜力消费年龄层：18-23岁（TGI=141）

热卖商品



多口味混合 20枚广式月饼

¥9.9 8月销量：51w+

关键词：性价比、多口味

热卖商品



中秋雪媚娘流心送礼手提团圆礼盒

¥36.8 8月销量：33w+

关键词：雪媚娘、流心、团圆礼盒

策略2：强调“混合口味”，满足消费者多元需求

品牌混合口味SKU常见组合形式：

品牌旗舰店推广的月饼中，
标题含“混合口味”的商品占比

76%

广式混合



12枚12味



8枚8味



PART 03

2022年9月 电商趋势前瞻

03

9月热点营销日历:

九月 September						
日	一	二	三	四	五	六
				1	2	3
				开学日		抗日战争胜利 纪念日
4	5	6	7	8	9	10
	国际慈善日		白露	国际扫盲日		教师节 中秋节
11	12	13	14	15	16	17
			相片情人节			世界骑行日
18	19	20	21	22	23	24
九一八纪念日		全国爱牙日			秋分	
25	26	27	28	29	30	
		世界旅游日	世界狂犬病日	世界心脏日		

关键营销节点

- 09/01 星期四全国中小学生开学日
- 09/10 星期六中秋节
- 09/10 星期六教师节

重要时间节点

- 09/03 星期六抗日战争胜利纪念日
- 09/07 星期三白露
- 09/14 星期三相片情人节
- 09/18 星期日九一八事变纪念日
- 09/23 星期五秋分

9月热卖商品预测：

热卖关键词：开学、团圆、牙健康

开学季可针对需要住宿的高中、大学生群体，用大礼包形式满足消费者一站式购买需求；
而针对中秋节、教师节等送礼需求，商家可对商品标题进行优化，实现精准营销；

重点关注品类：

学习用品、图书音像、月饼、口腔护理
保健食品/膳食营养补充食品、茶、酒类

推荐商品参考：



益生菌美白牙膏



月饼礼盒



速干小白笔

热卖关键词：养生、滋补

进入秋季，气候逐渐开始干燥，秋季滋润相关补品会迎来一波热销趋势；
同时受传统节气影响，白露茶、节气水果茶等都备受关注；

重点关注品类：

传统滋补营养品、生鲜水果、杂粮组合
花草/水果/再加工茶

推荐商品参考：



枇杷秋梨膏



桂圆干



长白山木耳

热卖关键词：降温、换季

天气转寒，用户对卫衣、靴子等秋冬衣物的需求变大，同时围巾、胸针等服装配饰也值得关注；
同时，空调防尘罩、加湿器等商品也将成为居家必备商品；

重点关注品类：

卫衣/绒衫、乳液/面霜、唇部护理
手部护理、靴子、空调防尘罩

推荐商品参考：



空调防尘罩



秋冬搭配围巾



香水护手霜

8月抖音大事件盘点：

1.内测“心情”功能

据悉，抖音在测试版的个人中心头像旁，新增了“心情”功能，分为心情和状态两大类，设置后24小时自动失效。

2.抖音生活服务开放举报通道

8月8日，抖音生活服务发文表示开放服务商相关违规行为举报通报，用户可通过“抖音生活服务商业观察”微信公众号入口以及服务商管理部举报邮箱进行投诉。

3.上线“抖音仔仔”功能

目前支持创建虚拟形象和添加虚拟好友两个功能，用户通过该功能创建3D avator人物形象后，可与好友进行合拍，并支持从表情、心情、形象三方面对虚拟形象进行装扮

4.测试“离线模式”功能

抖音在个人中心的功能栏内，新增“离线模式”设置项，用户可自定义选择“100/150/200条”视频缓存。该功能目前还处在灰度测试阶段，仅部分用户体验。

5.支持用户自行选择推荐内容

用户可设置自己感兴趣的内容板块，并自由调整内容推荐强度。修改路径：“我—右上角三条杠—使用管理助手—内容偏好设置”

6.上线“共创”功能

创作者在发布作品时，可点击“共同创作”并勾选参与创作的其他用户，待其他创作者确认后，该作品会出现在所有参与创作的用户的主页。

7.抖音与饿了么正式达成合作

8月19日，抖音宣布与饿了么达成合作。饿了么将基于抖音平台的小程序，与抖音一起为用户提供从内容种草、在线点单到即时配送的本地生活服务体验。

8.上线“评论点踩”功能

当评论区中出现恶意评论时，用户可以点击“心碎”图标对该条视频进行折叠，该评论将不会显示在评论区。

PART 04

本月榜单

04

附录：2022年8月品牌销售热榜

总榜

排名	品牌
01	adidas/阿迪达斯
02	MOUTAI/茅台
03	NIKE/耐克
04	FILA/斐乐
05	China Gold/中国黄金
06	妃鱼
07	YAYA/鸭鸭
08	Xiaomi/小米
09	YALU/雅鹿
10	Warrior/回力

总榜

排名	品牌
11	Apple/苹果
12	Haier/海尔
13	ROMON/罗蒙
14	AMIRO/觅光
15	Disney/迪士尼
16	LI-NING/李宁
17	路易威登
18	L'OREAL /欧莱雅
19	OSM/欧诗漫
20	WULIANGYE/五粮液

总榜

排名	品牌
21	SUPOR/苏泊尔
22	Alessandro Paccuci/亚历山德罗 帕库奇
23	诺特兰德
24	ANTA/安踏
25	ZWILLING/双立人
26	TUCANO/啄木鸟
27	Midea/美的
28	dreame/追觅
29	古驰
30	HUAWEI/华为

附录：2022年8月品牌销售热榜

服饰内衣

排名 品牌

- 01 YAYA/鸭鸭
- 02 ROMON/罗蒙
- 03 YALU/雅鹿
- 04 TUCANO/啄木鸟
- 05 TEENIE WEENIE/维尼熊
- 06 S·DEER
- 07 Alessandro Paccuci/亚历山德罗 帕库奇
- 08 PEACEBIRD/太平鸟
- 09 GIRDEAR/哥弟
- 10 Say nono

3C数码家电

排名 品牌

- 01 XIAOMI/小米
- 02 Apple/苹果
- 03 Haier/海尔
- 04 Lenovo/联想
- 05 HUAWEI/华为
- 06 Midea/美的
- 07 VIVO
- 08 GREE/格力
- 09 PHILIPS/飞利浦
- 10 HONOR/荣耀

美妆

排名 品牌

- 01 AMIRO/觅光
- 02 OSM/欧诗漫
- 03 L'OREAL /欧莱雅
- 04 Florasis/花西子
- 05 PROYA/珀莱雅
- 06 SK-II
- 07 WHOO/后
- 08 BIO LAB/听研
- 09 CHANDO/自然堂
- 10 LANCÔME/兰蔻

附录：2022年8月品牌销售热榜

食品饮料

排名	品牌
01	MOUTAI/茅台
02	WULIANGYE/五粮液
03	诺特兰德
04	ADOPT A COW/认养一头牛
05	wonderlab
06	味滋源
07	yili/伊利
08	BESTORE/良品铺子
09	仁和
10	榴芒一刻

个护家清

排名	品牌
01	KONO
02	Vinda/维达
03	botare/植护
04	Mind Act Upon Mind/心相印
05	SukGarden/蔬果园
06	C&S/洁柔
07	Bluemoon/蓝月亮
08	Liby/立白
09	Oralshark
10	Breeze/清风

运动户外

排名	品牌
01	adidas/阿迪达斯
02	FILA/斐乐
03	NIKE/耐克
04	LI-NING/李宁
05	ANTA/安踏
06	erke/鸿星尔克
07	SKECHERS/斯凯奇
08	CAMEL/骆驼
09	Under Armour/安德玛
10	XTEP/特步

附录：2022年8月品牌销售热榜

母婴宠物

排名	品牌
01	Balabala/巴拉巴拉
02	Disney/迪士尼
03	BoBDoG/巴布豆
04	bodcrme/贝德美
05	贵人鸟
06	SNOOPY/史努比
07	辰辰妈
08	ANTA/安踏
09	麦麦秋
10	babycare

家居用品

排名	品牌
01	SUPOR/苏泊尔
02	ZWILLING/双立人
03	dreame/追觅
04	CHEERS/芝华仕
05	MELING/美菱
06	志高
07	ECOVACS/科沃斯
08	Wahson/华生
09	车仆
10	七彩叮当(QICAIDINGDANG)

生鲜

排名	品牌
01	叮叮懒人菜
02	天海藏
03	HITOMORROW/大希地
04	恒都
05	HAIYANGYANYI/海洋演义
06	食者道
07	MRSCRAB/蟹太太
08	皇家小虎
09	牛排保鲜局
10	恩克

附录：2022年8月品牌销售热榜

鞋靴箱包

排名	品牌
01	Warrior/回力
02	COACH/蔻驰
03	DAPHNE/达芙妮
04	CHARLES&KEITH
05	BeLLE/百丽
06	小发喵
07	CARTELO/卡帝乐鳄鱼
08	麦珂贝尔
09	Tata/他她
10	CK&WQ

虚拟充值

排名	品牌
01	中国移动
02	联通
03	CHINA TELECOM/中国电信
04	团油
05	WPS
06	腾讯视频
07	IQIYI/爱奇艺
08	Youku/优酷
09	BLIZZARD/暴雪
10	百度网盘

本地生活

排名	品牌
01	影拓邦
02	KFC/肯德基
03	爱康国宾
04	McDonald's/麦当劳
05	luckin coffee/瑞幸咖啡
06	必胜客
07	BURGER KING/汉堡王
08	途牛
09	阅见
10	SunmanSoul

版权说明

本报告的所有图片、表格及文字内容的版权归「果集·飞瓜」所有。其中，部分文字及数据采集于公开信息，版权归属原著作者所有，「果集·飞瓜」取得数据的途径来源于市场调查、公开资料和第三方采购。如需转载、引用、刊发本报告，需注明出处为「果集·飞瓜」，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。违者将追究其法律责任。

数据说明

本报告数据主要来源于品牌社媒营销洞察平台「果集·飞瓜」在2022年8月1日-2022年8月31日所追踪到的营销情报，选取抖音短视频、直播、电商相关的营销内容作为对2022年8月短视频及直播电商数据报告专题研究分析。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。

Thanks!

2022 | GUOJI · FEIGUA | DY.FEIGUA.C