

2026年1月 飞瓜抖音电商营销月报

2026-02 飞瓜数据 出品

研究综述

01. 统计周期

2025年1月-2026年1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

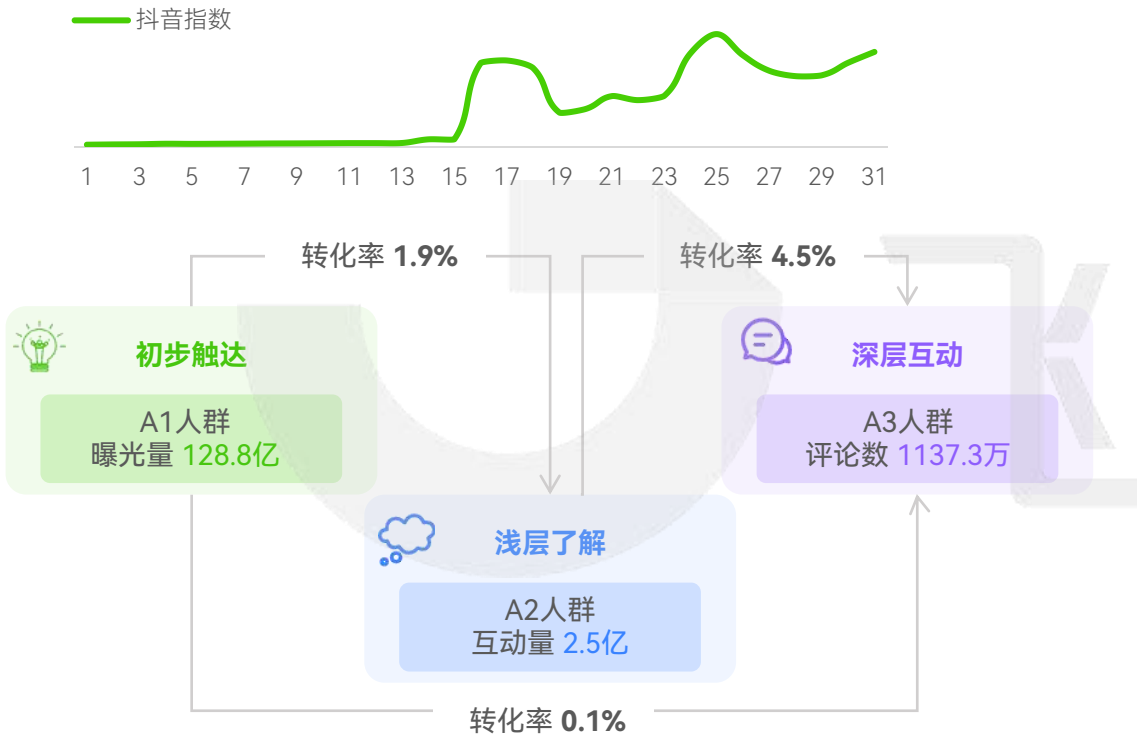
01

2026年1月 电商营销复盘

年货搜索热度攀升，多元趋势激活新年消费市场

2026年，抖音年货节自1月16日开启以来，搜索指数不断攀升。在消费趋势方面，南北饮食差异相关话题带动年夜饭、地方特色年货成交额大幅增长；依托国潮与新年仪式感驱动，新中式服装订单量激增；马年特色年俗产品等多元消费趋势，共同勾勒出年货市场的活力图景。

1月“年货”抖音关键词搜索指数变化趋势



年货消费趋势品类与热点话题内容

南北年货/饮食差异

“年夜饭”相关成交额 同比+92%

地方特色年货 同比+53%

#南北香肠的终极对决
#这口家乡年货才是年味顶配
#北方人对面食的执念有多深
.....

新年穿搭主题

新中式服装订单量 同比+66%

#白月光大衣拿捏新年本命穿搭
#红色套装太适合过年穿了吧
#新年睡衣主理人上线
.....

马年特色年俗

年俗相关产品 同比+57%

#马年送一种很新的电子年货
#马年文创为家乡代言
#抓马大会马上发布
.....

其他特色年货

“国补”商家成家额 同比+72%

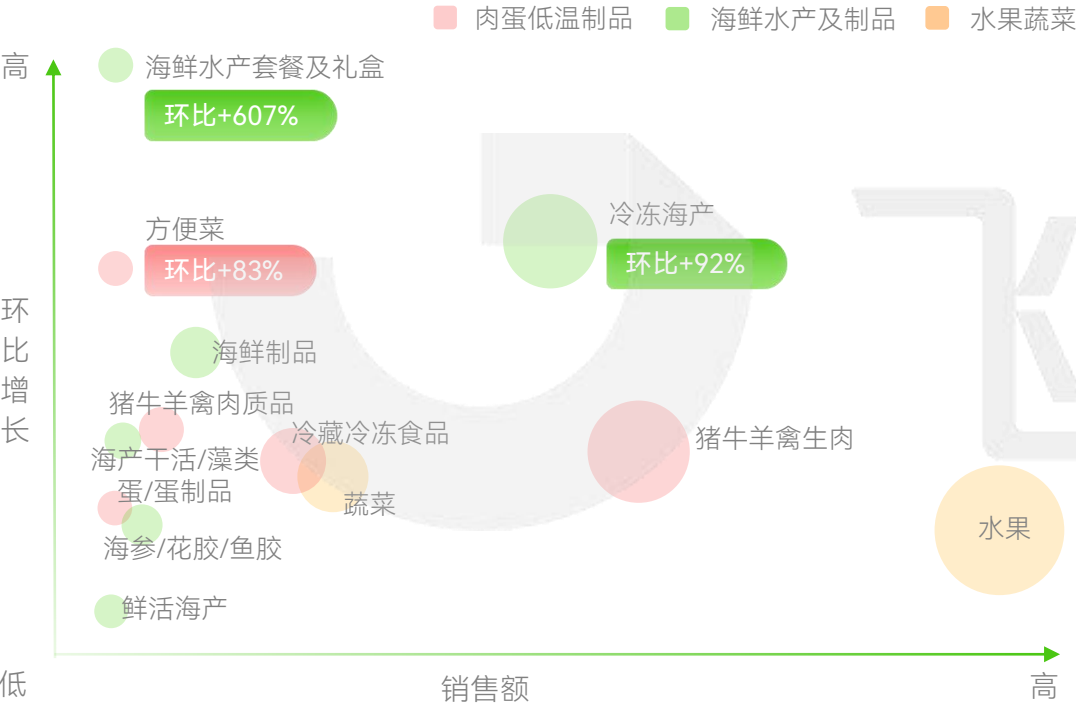
宠物用品 同比+83%
#我家的年味布置已就位
#我的新年返乡数码好物
#主理人的权威年货清单
.....

1月重点品类：海鲜水产套餐及礼盒

生鲜品类消费具备节日驱动特征，海鲜礼盒成新年消费核心引擎

1月生鲜品类消费呈现鲜明的节日驱动特征，其中海鲜水产套餐及礼盒以 607% 的环比增幅成为增长最迅猛的品类，春节期间家庭聚餐与礼赠场景对高品质生鲜有着旺盛需求。对比来看，水果、猪牛羊禽生肉等品类虽销售额较高，但环比增长相对平缓，属于日常刚需的稳健品类。在海鲜水产套餐及礼盒TOP5销售热度品牌榜单中，海洋演义、渔公码头等头部品牌凭借成熟的产品矩阵与品牌认知度占据主导，头部效应显露。

1月生鲜品类销售热度与环比增长表现



海鲜水产套餐及礼盒销售占比



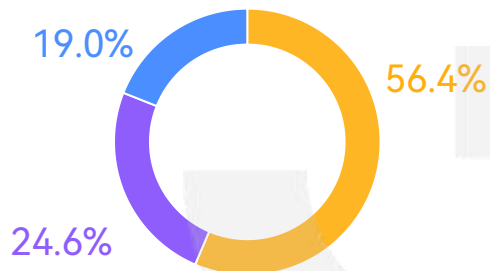
TOP5销售热度品牌列表

排名	品牌	市场份额	热卖商品
01	海洋演义	17.5%	海洋演义 海鲜盛宴大礼包K
02	渔公码头	13.6%	[马上发财]渔公码头海鲜礼盒3999型4780克送人高档正宗年货大礼包
03	膳食春	5.3%	膳食春【拍一发八】十参十鲍海鲜大礼包2999型4050g礼盒送年夜饭
04	首食纪	4.0%	首食纪 即食海参500g每袋到手（8-10）头*2袋+（16-20）头*2袋礼袋装
05	北海湾	3.4%	【北海湾】十参十鲍十虾 大盆菜佛跳墙2kg礼盒装

数据说明：统计2026年1月抖音生鲜品类销量大于0的商品数据，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

1 月海鲜水产套餐及礼盒品类营销呈现出以直播为核心、内容与达人矩阵协同发力的特征，带货直播以 56.4% 的曝光占比成为最主流的营销方式。从亮点营销内容来看，膳食春通过突出海参、鲍鱼等食材的口感特点，搭配优惠福利，精准契合了“过年送礼”、“年夜饭”的节日消费场景。在品类达人表现上，潜力达人以86.5%的数量占比和29.3%的曝光量成为核心力量。

■ 带货直播 ■ 种草视频 ■ 带货视频



99 2999 大鲍鱼 自己吃 送人
朋友 带鱼 过年送礼 领导 老人 大连
走亲访友 长辈 年夜饭 过年 礼袋装
花椒 298 佛跳墙 品质好 价格便宜 海参 扇贝肉
小孩 红 大虾 3988 员工 199 299

购物+送孔膳料大孔包
已售 5.5w 限时顺天送送

👉膳食官方旗舰店直播👈
送, 海鲜老板抢过的工作餐高量营养大主料
👉膳食者👉佛说增👉海鲜大礼包👉... 展开

点赞: 1.4w GPM: 20.47

结构要素解：

痛点呈现 → 产品体验 → 福利介绍 → 引导转化

内容亮点:

突出产品体验：通过描述汤鲜、海参有嚼劲等口感特点，增强吸引力

福利丰富： 赠送、实惠，拍一到手八大件等系列优惠，促进购买转化



膳食春【拍一发八】十参十鲍海鲜大礼包
2999型4050g礼盒送礼年夜饭

销售热度: 1w-10w

达人人数



品牌自营

曝光量



0.6%

头部达人

15.3%

1.3%

肩部达人

2.3%

9.5%

腰部达人

19.1%

100

潜力达人

29.3%

YUGONG WHARF SEAFOOD



生鲜品类领跑，精准人群驱动高速增长



海洋演义

主要带货方式：直播带货、达人推广

1月女装皮草品类销售热度 TOP1

1月品牌销售关键数据

销售热度	环比增长	同比增长	带货商品
5000w-7500w	560.2%	111.9%	47

1月主要销售海产品类占比



销售占比 38.2%



销售占比 31.5%



销售占比 22.2%

1月品牌自营观众画像



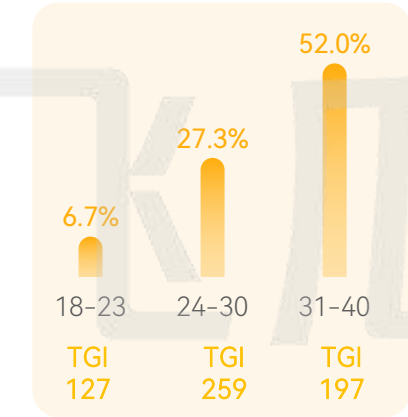
主要省份

辽宁、黑龙江、吉林

城市线级

二线+五线 > 52.5%

年龄占比



小镇青年

30.3%

新锐白领

19.8%

小镇中老年

15.1%

1月主要带货达人

@扬叔来了

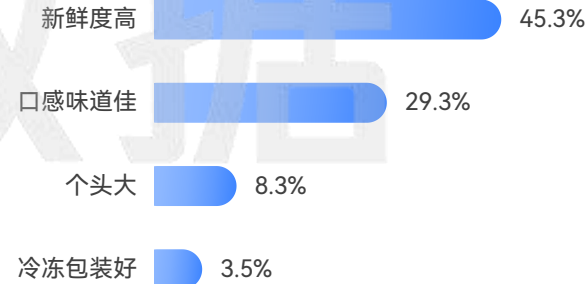
相关场次 18场 总销售热度 5000w-7500w

主要直播场次 1月27日 观看人次 259.0w

实时直播热榜 / 生鲜 / 第1名

主要流量来源 付费+其他 占比43.2%

用户产品体验舆情概览



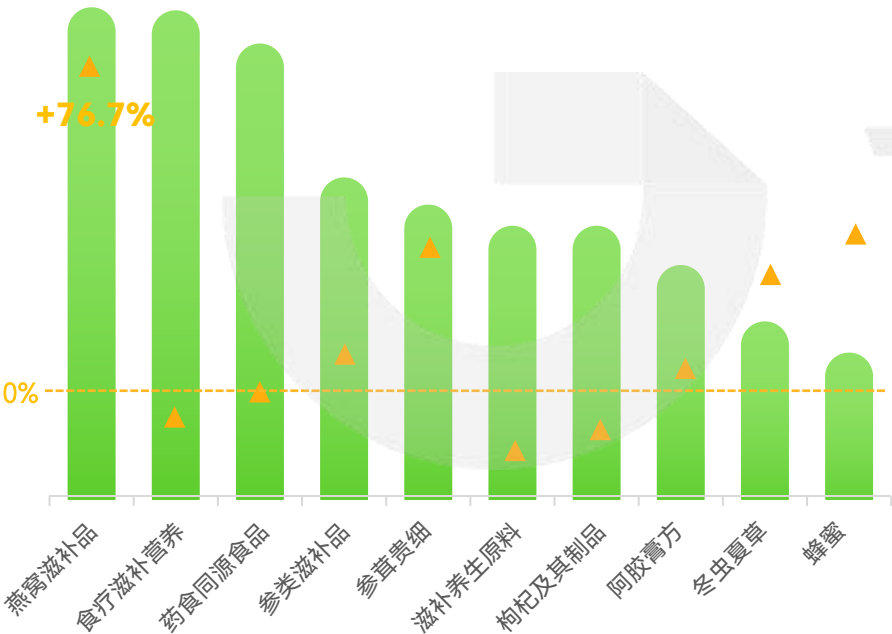
1月重点品类：传统滋补营养品

燕窝品类领跑，市场格局呈分散态势

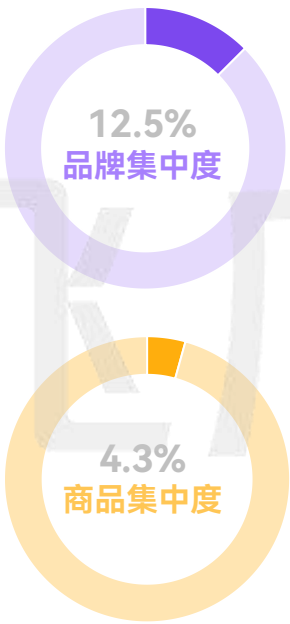
1月传统滋补营养品市场中，燕窝滋补品凭借最高的销售热度与76.7%的环比增幅成为品类核心。从市场集中度来看，12.5%的品牌集中度与4.3%的商品集中度均处于较低水平，反映出行业尚未形成绝对的头部垄断格局。燕之屋、小仙炖等头部品牌凭借礼盒装产品占据一定优势。

1月传统滋补营养品主要品类销售热度

● 销售热度 ● 环比增幅



传统滋补营养品品牌与商品集中度TOP5



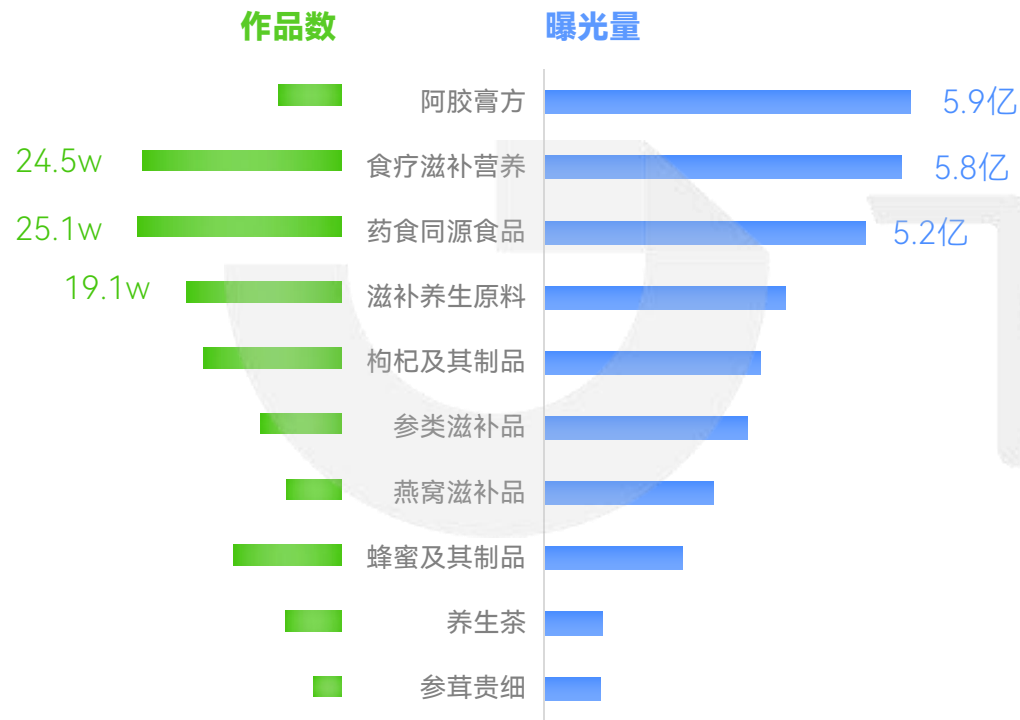
排名	品牌	销售占比	主推商品
01	燕之屋	4.3%	【瓜瓜专属】燕之屋非遗京绣燕窝礼盒40g*8瓶*4盒年货送礼1.5g投料
02	小仙炖	3.1%	【臻享滋补】43g*84瓶季套餐小仙炖鲜炖燕窝 高能感新鲜
03	喜纯	2.3%	【官方自播】喜纯玉灵膏龙眼肉西洋参伏湿膏非遗古方年货礼女性调理
04	安心仕	1.4%	【展会特批】央企严选0添加.正宗大连辽刺参滋补干海参速发42只
05	藏双堂	1.4%	【羽泽】50克新干草 2025头茬冬虫夏草滋补品质食用泡酒

1月重点品类：传统滋补营养品

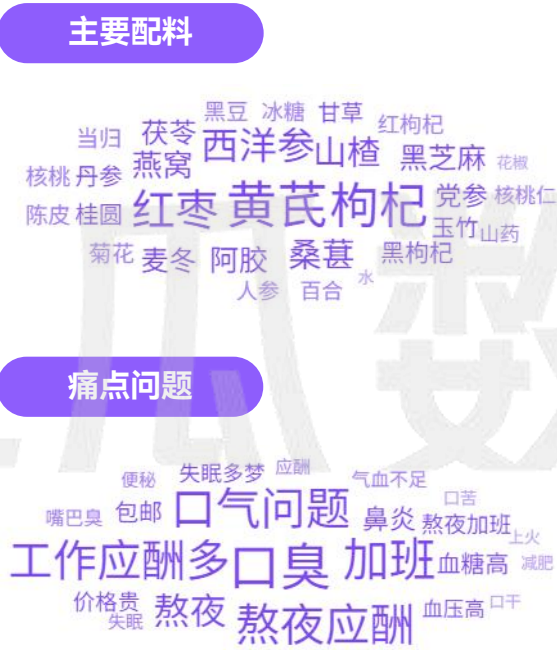
内容驱动场景化消费，潜力达人成传播主力

从营销曝光与作品数来看，阿胶膏方、食疗滋补营养等品类凭借高曝光量与作品数成为核心赛道，反映出品牌对春节礼赠与日常养生双场景的重点布局。营销内容关键词中，传统配料与痛点问题具备功效关联性，精准击中了当代消费者的健康焦虑。在达人推广层面，潜力达人以56.9%的曝光占比成为传播主力。“送礼”场景以31.9%的销售占比成为核心场景。

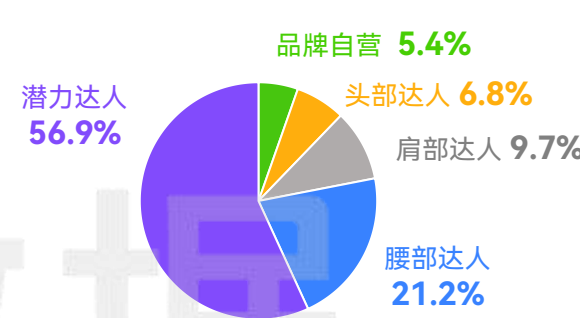
1月传统滋补营养品营销曝光与作品数



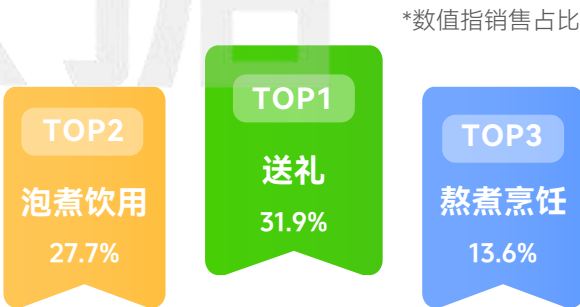
营销内容关键词



推广达人曝光量分析



消费者主要使用场景



燕之屋
主要带货方式：**直播带货、达人推广**
1月传统滋补营养品类销售热度 **TOP1**

销售热度	环比增长	同比增长	曝光量
1亿+	237.1%	285.4%	7628.2w

Month	Days with Rain
1月	2
2月	1
3月	2
4月	2
5月	4
6月	3
7月	2
8月	3
9月	3
10月	3
11月	2
12月	3
1月	5

保养 常食用 燕窝肽 儿童 无糖 补品 元气 0糖 女性 健康 轻奢 春节 冰糖 新鲜 开袋即食 常温即食 代餐 速食 养生 轻滋养 新品 浓鲜 天然 多效 大人 孕妇 送礼 营养 鲜炖 滋补 燕窝 滋养 中秋 常温

发布广告数: 74 预估曝光: 7381w 互动量: 19.1w

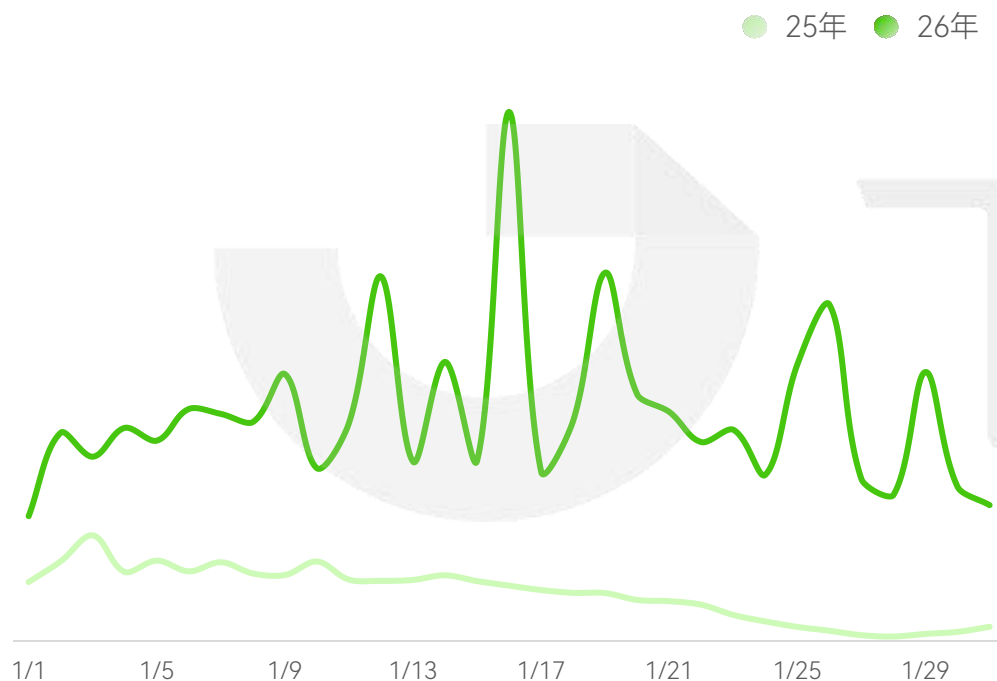
1月重点品类：面包



基础品类稳固托底市场基本盘，新兴细分品类爆发驱动消费升级

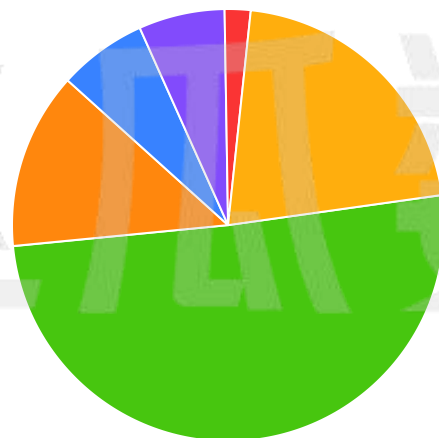
26年1月，抖音面包品类市场销售增长显著，月中的抖音年终大促进一步推动品类销售高涨。同时品类表现出鲜明的结构性变化，一方面，吐司面包仍以绝对优势占据市场核心份额，反映出大众基础消费需求的稳定；另一方面，贝果、恰巴塔等细分品类的爆发式增长，揭示出消费趋势正从精细化、个性化方向升级。品牌需在夯实基本盘的同时，捕捉新兴品类的增长机会。

25-26年1月抖音面包品类销售热度对比



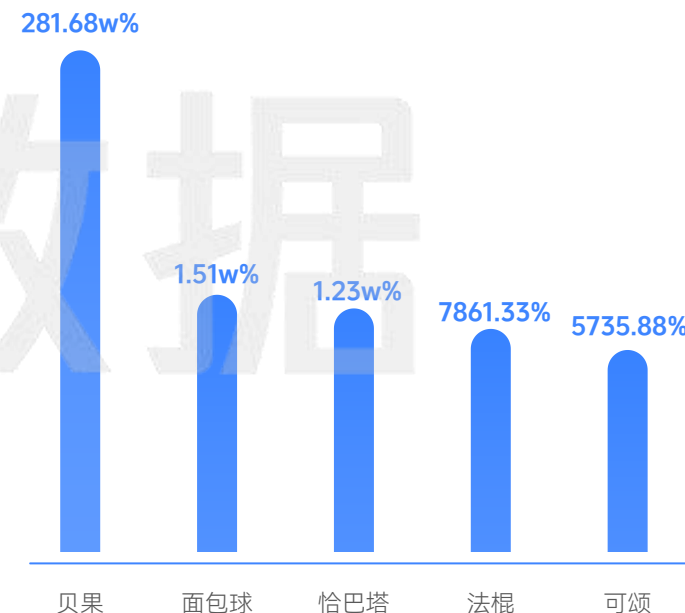
26年1月抖音面包细分品类销售分布

■ 吐司面包 ■ 夹心面包 ■ 手撕面包
■ 欧式面包 ■ 面包球 ■ 其他



吐司面包 51%

26年1月抖音面包细分品类同比增速TOP5

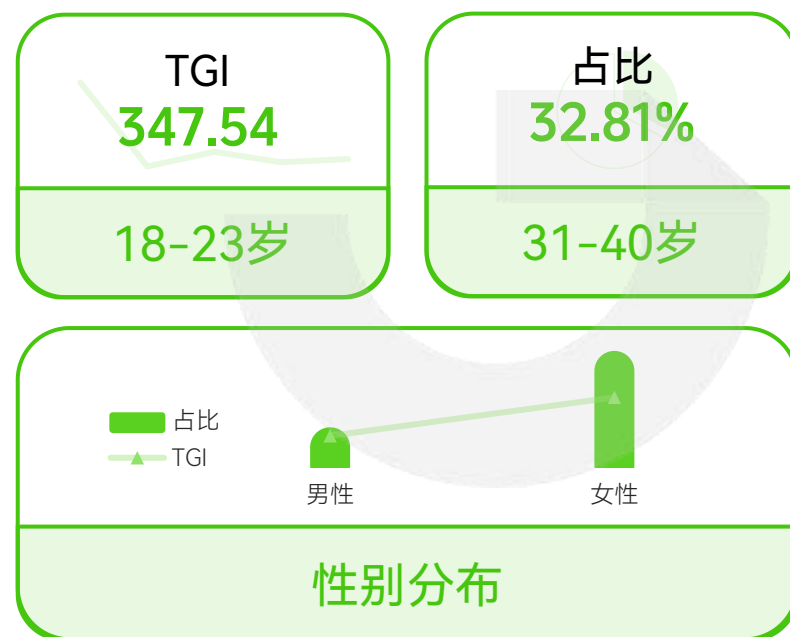


1月重点品类：面包-贝果

年轻群体为核心受众，健康属性驱动复购

贝果品类的受众人群中，18-23岁年轻群体为高消费意愿人群，同时在31-40岁消费群体占比最高。女性用户表现出更强的消费倾向，占比超6成。从热门营销内容来看，“可可粉”、“全麦”、“无蔗糖”等关键词，精准契合了当下健康化、功能化的饮食需求。而消费者回购的核心动因，更集中在口感扎实、配料干净、无添加剂等品质体验上。

1月份抖音贝果品类受众分析



1月份抖音贝果品类热门营销内容



1月抖音贝果消费者回购原因分析





美味壹客

主要受众：女，31-40，江苏

主要带货方式：达人推广、带货视频

指标	同比增长率
销售热度同比	871.8%
带货达人同比	152.4%

A donut chart illustrating the distribution of content types. The chart is divided into three segments: a large green segment for 'Video' (49.8%), an orange segment for 'Live' (30.0%), and a smaller blue segment for 'Product Card' (20.2%).

Content Type	Proportion
视频 (Video)	49.8%
直播 (Live)	30.0%
商品卡 (Product Card)	20.2%

销售热度: 250w-500w



销售热度: 250w-500w

[illegible]

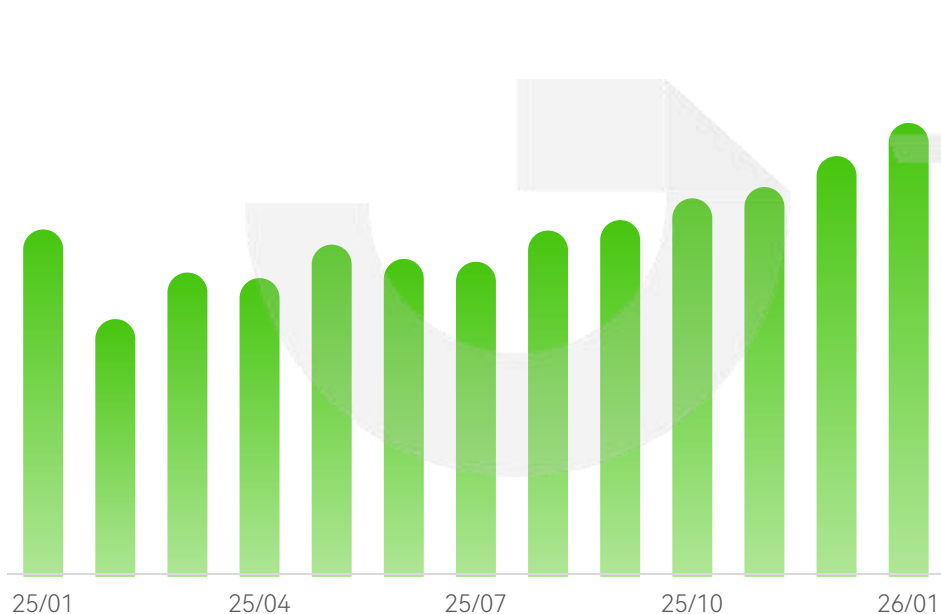
场景 自律期 早餐

详细介绍产品包装、配料表和特点，让消费者清楚了解产品的成分和优势，如无蔗糖、无防腐剂短保、高果干含量等，突出产品的健康和高品质

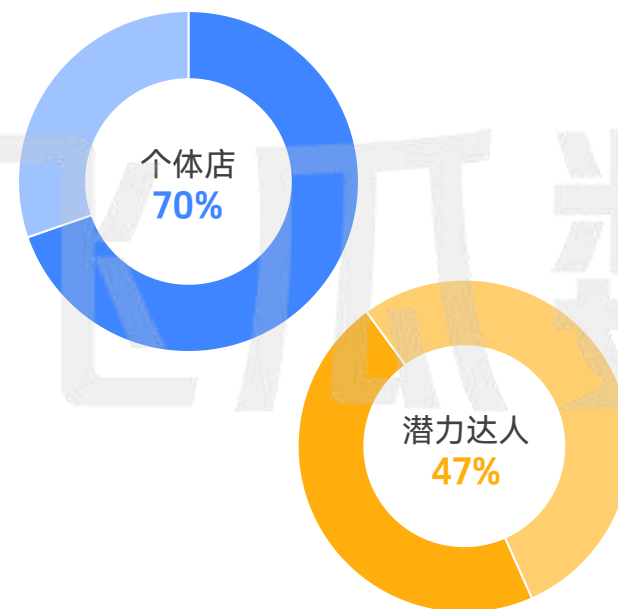
个体店与潜力达人共同驱动增长，高性价比触达多元消费人群

26年1月，抖音耳饰品类销售热度呈现持续攀升的增长态势，个体店占据七成的市场主体，潜力达人贡献了近半数的流量，体现出赛道门槛低、中小商家活跃的特点。从商品关键词来看，合金、仿珍珠等平价材质，搭配珐琅、法式复古等外观设计，精准匹配了学生、上班族等多元人群的穿搭需求，而秋冬、新年等场景化标签，则凸显出耳饰作为季节性配饰的消费特征。

25年-26年1月抖音耳饰品类销售热度趋势



1月抖音耳饰品类小店、达人分布



1月抖音耳饰品类热卖商品标题关键词



ABYBCHARMING

主要受众: 女, 31-40, 浙江

1月抖音耳饰销售热度 **TOP5**

销售热度	营销曝光	带货视频	带货直播
500w-750w	522.9w	521	1770

日常佩戴 万花筒造型 小蝴蝶 黄黑皮
质感好 鸿运滚滚 百搭 高颜值清透 红钻石
流光溢彩 蝴蝶 万花筒 高级感 聚会 不挑穿搭 360度无死角 日常通勤
可闪 玫瑰金 贵气 合成锆石 K金 蝴蝶
无耳洞 日常戴 玫瑰切面 喜庆 闺蜜 磁吸 有质感 通勤
过年时 女性 女生 铜合金 高级 价格便宜 万花筒
新年 锆石 新年礼物 日常穿搭 日常有大牌感 马路扣 显白 万花筒
显气质 白色 精致 红色 玫瑰色 k金 钻石 红玛瑙 参加聚会 礼盒包装 送礼
马蹄 红运滚滚 过年 手工镶嵌 玫瑰 过年送礼
镀K铜合金 寓意好 新年聚会 修饰脸型

*仅统计1月品牌自营号耳饰品类投放数据

广告亮点

- 考虑不同需求：提到有些女生不喜欢太红，给出渐变款式很日常的解决方案，扩大受众范围

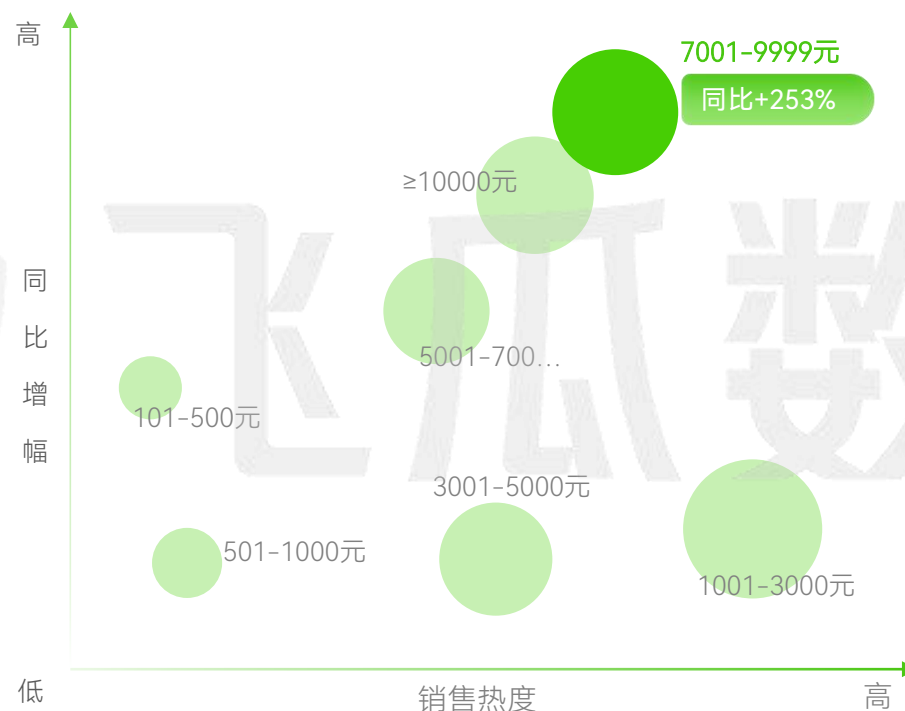
“小姨”时尚催动皮草生意爆发，高单价商品成为增长核心

自2025年12月起，抖音平台皮草销售叠加年末冬季、节日情感消费，呈现强劲增长态势，且26年1月同比去年暴涨近2倍。在去年爆火的“小姨风”持续在新年到来之际催动皮草生意爆发。从价格带表现来看，7001-9999元高端皮草以 253%的同比增幅成为增长核心，同时1001-3000元中端价格带凭借高销售热度，展现出大众市场对高性价比皮草的稳定需求。

2025-2026年1月抖音皮草销售趋势



1月抖音皮草价格带分析



主要价格带热卖商品

1001-3000元



蒋小果「冬日暖阳」狐狸毛皮草外套女
短款立领2025秋冬新款海宁韩版

浏览量: 124.3w

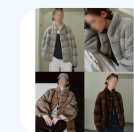
7001-9999元



Yourfurs布鲁塞尔晨光珍藏水貂外套进
口母貂毛皮草外套水貂皮草

浏览量: 75.2w

≥10000元



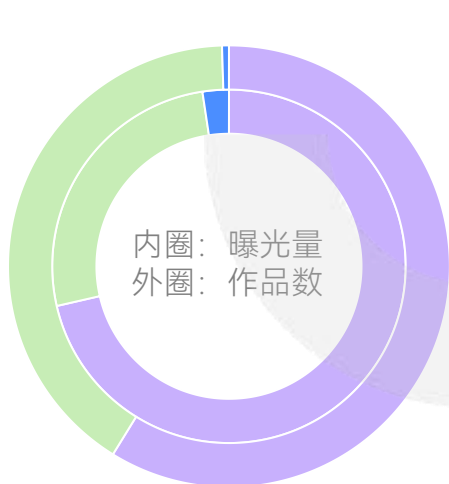
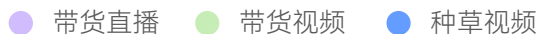
MSBEAST暮韵貂 | 优雅奢贵 小立领塔
式微弧袖横排脊子靠坎水貂外套

浏览量: 30.5w

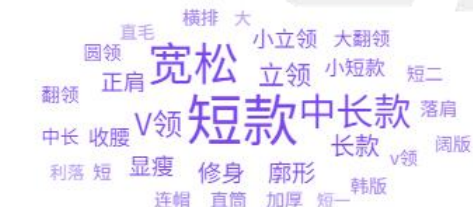
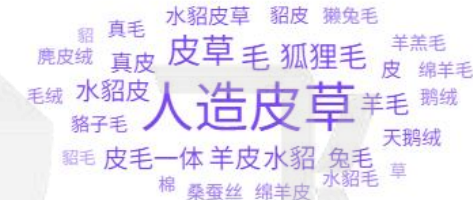
带货直播曝光表现占比最高，内容种草直指消费转化闭环

主推直播销售已成为皮草品牌在抖音的主流打法，直播的即时互动性与直观品质展现，让消费者在下单高客单商品时更加信任。在营销内容关键词上，材质面料聚焦“人造皮草、狐狸毛、水貂皮”等细分概念，版型则以“短款、宽松、V领”等精细化表达，满足用户对产品细节的关注。广告素材关联话题与小蓝词的TOP10榜单则更多的直接指向用户的决策需求。

2026年1月抖音皮草营销曝光与作品数



营销内容关键词



广告素材关联话题TOP10



广告素材关联小蓝词题TOP10



锚定新一线女性群体，自营矩阵账号加速产品破圈

MSBEAST

MSBEAST/野兽小姐

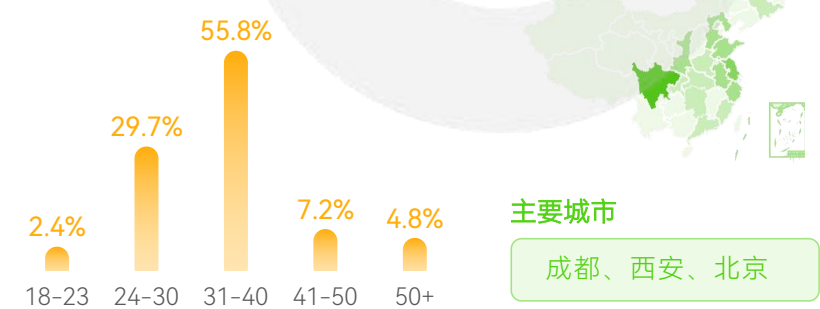
主要带货方式：直播带货

1月女装皮草品类销售热度TOP1

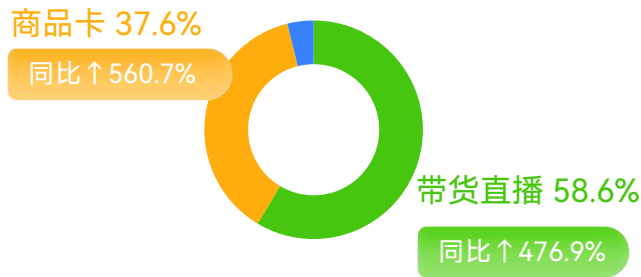
1月品牌销售与曝光关键数据

环比增长	同比增长	关联商品	带货直播
12.4%	538.5%	714	801

品牌消费者画像



1月品牌带货方式与营销方式



品牌自营矩阵

矩阵账号	产品线	账号级别
MSBEAST野兽小姐服饰旗舰店	万元级	主力销售
MSBEAST野兽小姐官方旗舰店	千元级	主力销售
MSBEAST野兽小姐官方旗舰店	千元级	辅助销售
MSBEAST野兽小姐潮流女装旗舰店	千元级	辅助销售

品牌战略分析

- 保暖性强

➢ 版型设计独特不臃肿

➢ 好看显气质、优雅

➢ 质量过硬
- 产品破洞问题

➢ 材质粗糙

➢ 穿着压肩膀疼
- 设计考虑微胖女生穿着不臃肿

➢ 款式细节多样
- 品牌信任度不足。担心买到假货

➢ 市场竞品爆款频出

02

2026年2月 电商趋势前瞻

1月抖音大事件盘点：

01 “九大商家扶持政策”全面升级

自26年起，抖音电商商家使用“千川·乘方”产品产生的订单，技术服务费将减免至0.6%。与25年免佣政策相比，不再局限于商品卡场景，拓展至货架+内容场景，全类目开放。

02 2026年抖音商城年货节上线

1月16日，26年抖音商城年货节正式启幕，活动为期26天，至2月10日结束。消费者在抖音商城选购年货即可享受“立减折扣”、“一件直降”，在此基础上可叠加平台出资补贴的消费券。

03 抖音电商提高部分商家技术服务费结构

抖音电商近日修订了《2026基础技术服务费费率标准》，珠宝文玩、奢侈品等经营大类中部分细分类目的技术服务费率普遍提高1至3个百分点，新规预计于1月26日生效。

04 抖音电商升级“订单拉黑”功能

自1月下旬起，商家累计可拉黑用户数量调整为至多200个。商家点击操作拉黑后需选择原因类型（如异常下单、异常售后等）及详细描述，用于记录及后续查验需要。

05 抖音电商售后机制新增“主动介入协商”方案

日前，抖音电商新增“主动介入协商”方案，即消费者在商品签收后申请全额退款，平台根据情况主动介入与消费者协商，将售后类型从全额退款修改为退货退款包运费。

06 《2025抖音直播治理白皮书》发布

日前，抖音正式发布《2025抖音直播治理白皮书》，系统性披露了过去一年平台在直播治理领域的核心策略、关键举措及阶段性成效。

07 抖音参与起草的国内首个“团播”标准发布

1月27日消息，中国演出行业协会今日发布《网络表演团体直播运营管理要求》团体标准，该标准旨在规范网络表演团体直播活动的策划、执行与运营管理，促进行业健康有序发展。

08 抖音商城春节「延迟发货」功能上线

26年1月29日至26年2月24日，抖音电商为商家开放「延迟发货」功能。在此期间，商家可灵活操作“关闭春节延迟发货”、“设置缩短春节延迟发货时间”。

2月热卖商品预测：

营销关键词

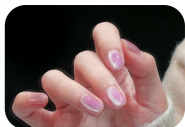
马年、春节

新春佳节将至，平台中的年味也愈发浓烈。年关之际，抖音商城相继发起“年货节”、“新春大集”等活动，进一步激发新春消费活力，撬动全周期年货消费需求。品牌商家绑定春节情感场景，打造生肖、非遗主题内容与商品，同时借平台立减、消费券等大促玩法与平台流量扶持实现品销双赢。

重点关注商品

女装、指甲油/美甲用品、染发剂、彩妆护肤套装、
节日装扮用品

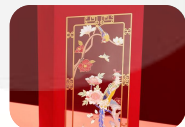
推荐商品参考



指甲油



染发剂



节日装饰用品

营销关键词

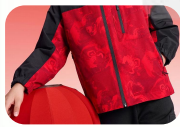
立春、换季

立春已至，品牌营销开启春季主题的核心布局阶段，品牌商家可紧扣春日自然与焕新特质，深度挖掘品牌与春日场景的融合点，深化品牌季节记忆点，同时，随着春日到来催生的换季消费需求持续释放，相关行业商家应抢抓时令契机，提前落地针对性营销方案，在春日消费热潮中抢占市场先发优势。

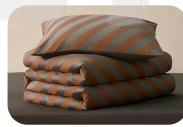
重点关注商品

服饰内衣、美妆护肤、运动户外、床上用品、养生
茶、除螨仪

推荐商品参考



春季服装



床上用品



家庭收纳用具

营销关键词

情人节、悦己

情人节将至，品牌商家可依托平台流量扶持与优惠玩法，精准拉升品牌曝光及产品销量，当下“悦己型消费”正成市场主流，商家可聚焦短视频、直播等内容阵地，强化浪漫场景营造，同时兼顾单身客群的消费需求，紧扣悦己趋势打造专属产品与营销内容，以多元情感价值触达不同圈层受众。

重点关注商品

彩妆套装、黄金/彩宝/钻石/珍珠、巧克力、手机、
生活电器、个人保健/护理电器

推荐商品参考



彩妆套装



时尚饰品



巧克力

2月热点营销日历:



● 关键营销节点

02/14 星期六 情人节

02/16 星期一 除夕

02/16 星期一 26年抖音商城新春大集

02/17 星期二 春节

● 重要时间节点

02/04 星期三 立春

02/10 星期二 北小年

02/11 星期三 南小年

02/18 星期三 雨水

03

本月榜单

附录：

2026年1月品牌销售热榜

总榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	HUAWEI/华为	11	NIKE/耐克	21	MSBEAST/野兽小姐
	YAYA/鸭鸭	12	FILA/斐乐	22	ROMON/罗蒙
	BOSIDENG/波司登	13	老郑家	23	TUCANO/啄木鸟
4	Apple/苹果	14	TANBOER/坦博尔	25	VIVO
5	CAMEL/骆驼	15	OPPO	26	Pierre Cardin/皮尔卡丹
6	Xiaomi/小米	16	adidas/阿迪达斯	26	LING FENG GOLD/领丰金
7	AP	17	Haier/海尔	27	LI-NING/李宁
8	YALU/雅鹿	18	HONOR/荣耀	28	Lenovo/联想
9	SNOW FLYING/雪中飞	19	Midea/美的	29	KANS/韩束
10	LouisVuitton/路易威登	20	GOLDFARM/高梵	30	COACH/蔻驰

2026年1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	11	GUYU/谷雨	21	蒂洛薇
	L'OREAL /欧莱雅	12	LA MER/海蓝之谜	22	PRAMY/柏瑞美
	PROYA/珀莱雅	13	YSL/圣罗兰	23	BABI
4	MGP/毛戈平	14	三资堂	25	徐海莉
5	LANCÔME/兰蔻	15	CLARINS/娇韵诗	26	Flower Lure/花间颂
6	PECHOIN/百雀羚	16	MARUBI/丸美	26	造物者
7	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛	17	DPDP	27	The history of/后
8	CHANDO/自然堂	18	CARSLAN/卡姿兰	28	Flower Knows/花知晓
9	Helena Rubinstein/赫莲娜	19	ELL	29	Mistine/蜜丝婷
10	forest cabin/林清轩	20	HBN	30	可复美

附录：

2026年1月品牌销售热榜

个护家清榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	沫檬		Bluemoon/蓝月亮		LYCOCELLE/绽家
	Dettol/滴露		botare/植护		红卫
	活力28		C&S/洁柔		淘淘氧棉
	Vinda/维达		NYSCPS/参半		VC
	妇炎洁		OKCS		SukGarden/蔬果园
	白云山		老管家		卡唯朵
	水卫士		INTIMA/茵缇玛		Liby/立白
	Mind Act Upon Mind/心相印		bop/波普专研		MAKE ESSENSE/理然
	Breeze/清风		KERASTASE/卡诗		漫花
	Deeyeo/德佑		公仔牌		JUZI GUNIANG/桔子姑娘

附录：

2026年1月品牌销售热榜

服饰内衣



排名	品牌
1	YAYA/鸭鸭
2	BOSIDENG/波司登
3	AP
4	YALU/雅鹿
5	SNOW FLYING/雪中飞
6	TUCANO/啄木鸟
7	TANBOER/坦博尔
8	ROMON/罗蒙
9	MSBEAST/野兽小姐
10	Pierre Cardin/皮尔卡丹

3C数码家电



排名	品牌
1	HUAWEI/华为
2	Apple/苹果
3	Xiaomi/小米
4	HONOR/荣耀
5	OPPO
6	Haier/海尔
7	VIVO
8	Lenovo/联想
9	Midea/美的
10	DJI/大疆

母婴宠物



排名	品牌
1	Balabala/巴拉巴拉
2	雅鹿童装
3	anta kids/安踏儿童
4	Disney/迪士尼
5	MOMOCO/玛米玛卡
6	kangaroo mommy/袋鼠妈妈
7	SNOOPY/史努比
8	Under Armour/安德玛
9	BoBDoG/巴布豆
10	HUGGIES/好奇

2026年1月品牌销售热榜

食品饮料

排名	品牌
	Three Squirrels/三只松鼠
	ADOPT A COW/认养一头牛
	BE & CHEERY/百草味
	MENGNIU/蒙牛
	SATINE/金典
	BESTORE/良品铺子
	yili/伊利
	Dove/德芙
	ChaCheer/洽洽
	Three Squirrels/三只松鼠

生鲜

排名	品牌
	dongfangzhenxuan/东方甄选
	HAIYANGYANYI/海洋演义
	天海藏
	joyvio/佳沃
	思念
	脱骨侠
	HITOMORROW/大希地
	叮叮懒人菜
	杨博士
	渔礼记

运动户外

排名	品牌
	CAMEL/骆驼
	NIKE/耐克
	adidas/阿迪达斯
	FILA/斐乐
	LI-NING/李宁
	ARC'TERYX/始祖鸟
	ANTA/安踏
	Kailas/凯乐石
	THE NORTH FACE/北面
	lululemon/露露乐蒙

附录：

2026年1月品牌销售热榜

智能家居



排名	品牌
	SUPOR/苏泊尔
	Midea/美的
	TINECO/添可
4	ECOVACS/科沃斯
5	YANGZI/扬子
6	roborock/石头
7	Royalstar/荣事达
8	AUX/奥克斯
9	UWANT/友望
10	KONKA/康佳

酒类



排名	品牌
	WULIANGYE/五粮液
	MOUTAI/茅台
	汾酒
4	XI LIQUOR/习酒
5	LUZHOULAOJIAO/泸州老窖
6	YANGHE/洋河
7	国鼎
8	GUOTAI/国台
9	郎酒
10	西凤

滋补保健



排名	品牌
	WONDERLAB/万益蓝
	诺特兰德
	燕之屋
4	Swisse/斯维诗
5	小仙炖
6	OXYENERGY/氧气能量
7	五个女博士
8	鸣咻实验室
9	FineNutri 斐萃
10	Move Free/益节

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2025年1月1日-2026年1月31日所追踪到的营销情报, 选取抖音短视频、直播、电商相关的营销内容作为对2025年短视频及直播营销月度报告分析。基于隐私及数据安全的考虑, 本报告数据经过了脱敏及指数化处理。

果集-社交媒体全链路服务商

旗下产品

GUOJI.PRO

数据洞察

电商增长

飞瓜抖音



飞瓜快手



选爆款

找达人

查品牌

营销种草

千瓜数据



飞瓜B站



市场洞察

营销管理

友望数据



西瓜数据



内容创作

营销舆情

飞瓜品策



市场洞察

营销分析

品牌舆情

话题透视

品牌定制

集瓜数据



市场趋势

竞品分析

消费洞察

舆情监控

运营提效

自播运营

飞瓜智投



流量监控

主播轮班

录屏回看

实时切片

投流起量

飞瓜易投



找广告

看竞对

辨效果

拆策略

达人分销

飞瓜智星



达人匹配

样品管理

履约监控

数据复盘

带货选品

飞瓜米选



海量选品库

免费申样

高佣爆品

智能选品

矩阵管理

云略



矩阵管理

AI创作

智能分发

线索收集



关注我们

领取24份抖/快/红
数据报告



商务合作

果集销售总监
余新彦



市场合作

果集市场品牌总监
何十三

飞瓜数据 - 助力电商销量、营销声量双丰收



联系我们

飞瓜提供定制的商务合作、营销解决方案咨询，想获取更多品牌电商行业报告，
可通过下方客服联系我们



专属数据分析师1V1
提供定制化品牌营销咨询



扫码关注飞瓜公众号
获取更多行业报告