

# 2024年9月 抖音短视频及直播电商月报

2024-10 飞瓜数据 出品

# 01

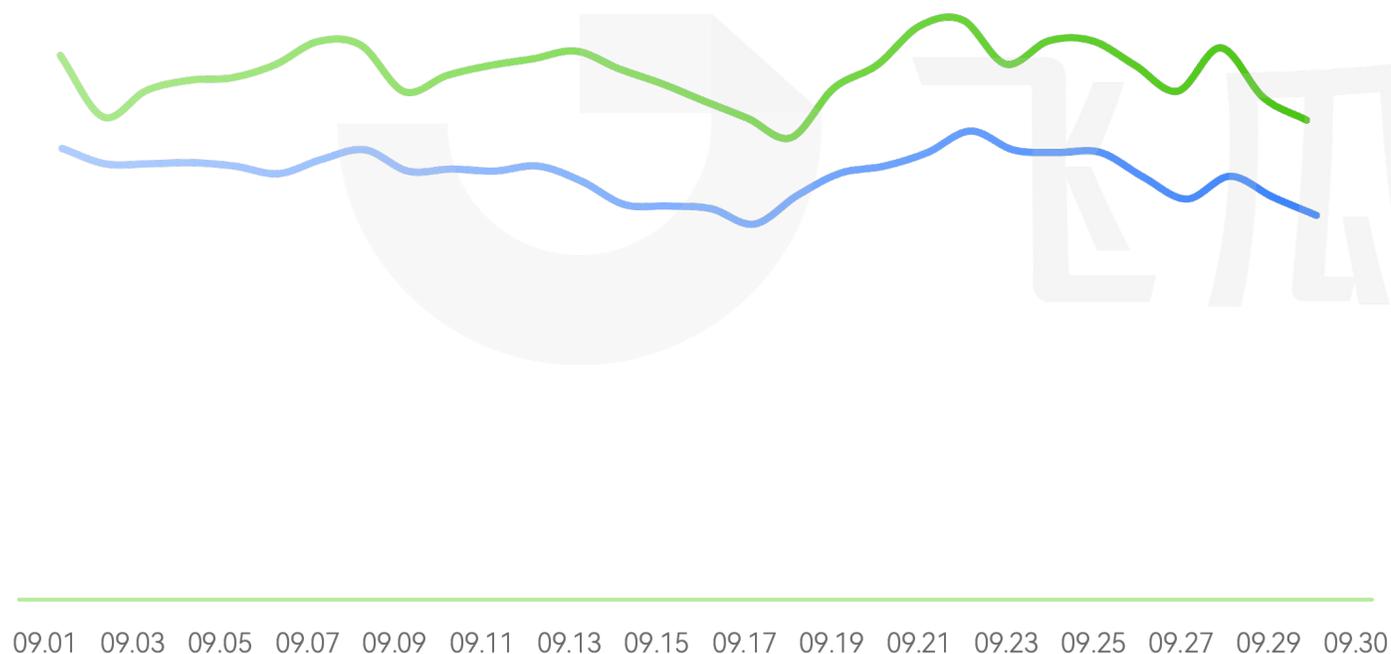
## 2024年9月 电商热度趋势

## 9月电商热度趋势：

# 大盘保持双位数增长，节庆、换季带动消费需求涌现

### 2024年9月抖音电商销售热度趋势

● 销售热度 ● 成交热度



9月，秋风渐起，中秋国庆双节同庆。抖音商城在秋冬上新节点下，搭载潮流趋势推出节日大促与服饰换季专题活动。

中秋节作为下半年最重要的营销节点，在9月6日-9月17日，「抖音商城中秋团圆季」通过线上内容满足用户对传统文化的兴趣、电商大促活动激发消费活力。此次活动通过官方立减、商品卡激励赛等各类玩法，助力商品热销。

在换季趋势下，抖音商城以「雅丹风」为关键词，打造“抖in时装周”线下主题大秀，携手各大主理人品牌，开启时尚旅程。

### 2024年9月抖音电商销售热度

(\* 环比2024年8月)

销售热度

▲19.2%

销售均价

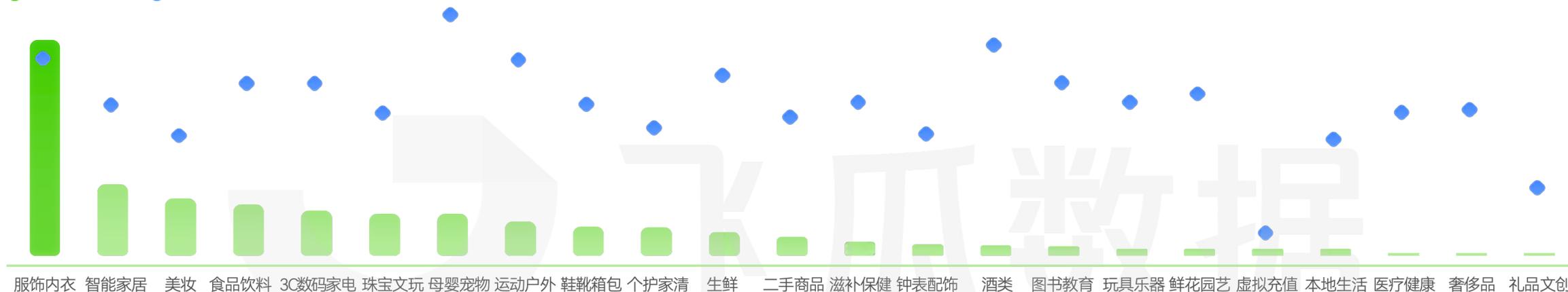
▲12.2%

# 9月品类销售概览:

## 儿童、青少年护理商品拉动母婴品类增长，珠宝、本地生活加大推广力度

### 2024年9月各品类销售热度

● 销售热度 ● 环比增幅



#### 销售额 增幅TOP3

- 母婴宠物
- 酒类
- 服饰内衣

#### 销售均价 增幅TOP3

- 3C数码家电
- 奢侈品
- 食品饮料

#### 商品数 增幅TOP3

- 珠宝文玩
- 本地生活
- 生鲜

# 02

## 2024年9月 电商营销复盘

# 秋冬换季开启唇部、身体护理热卖季，保暖类服饰需求持续增长

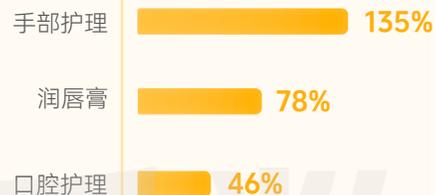
## 美妆GMV高增长品类



## 食品饮料GMV高增长品类



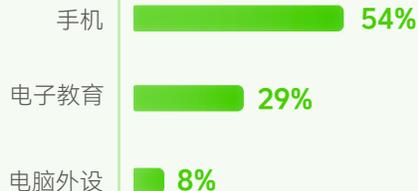
## 个护家清GMV高增长品类



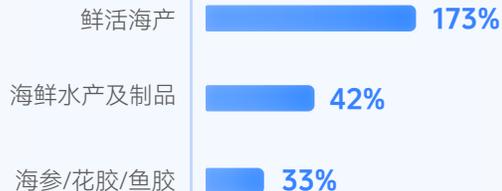
## 服饰内衣GMV高增长品类



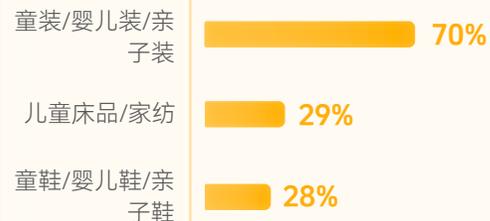
## 3C数码家电GMV高增长品类



## 生鲜GMV高增长品类



## 母婴宠物GMV高增长品类



## 运动户外GMV高增长品类



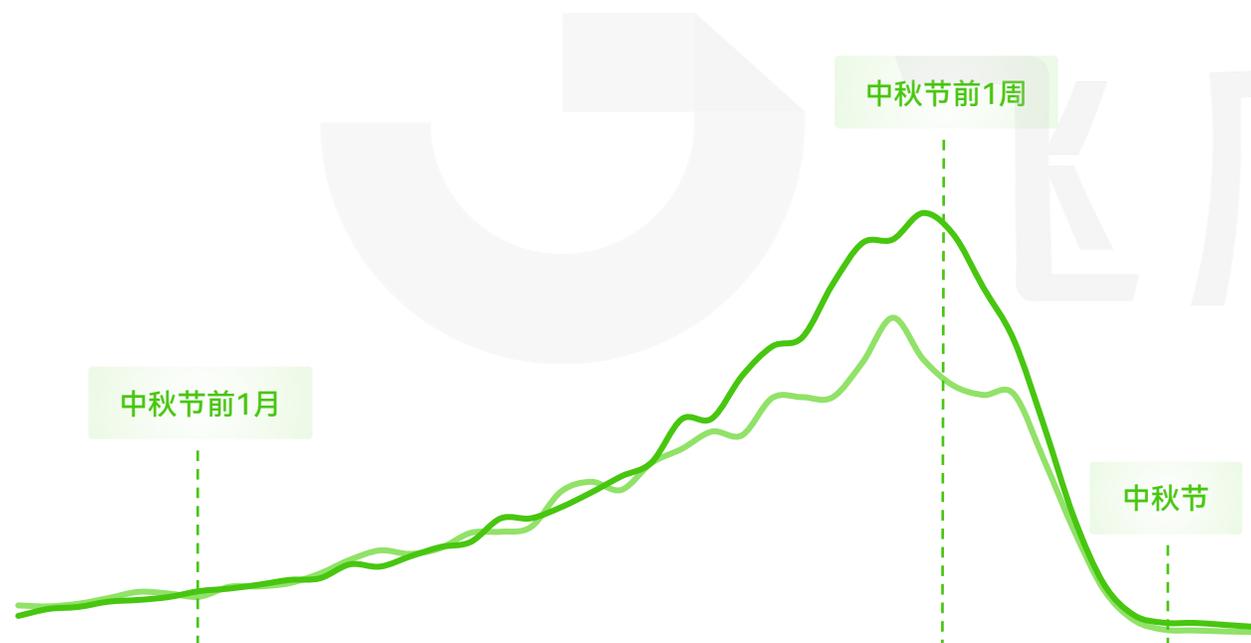
## 9月热卖品类：月饼

# 月饼销售热度显著增长，礼盒套装居于销量高地

24年的月饼整体销售与23年相比无较大差异，同时礼盒套装类商品霸榜销售前列。但24年的销售热度显著增长，中秋前1周的销售额同比增长达**35.59%**。此外，今年抖音发起「抖音商城中秋团圆季」，推出官方立减、商品卡激励赛等各类玩法以及多元扶持举措，助力品牌商家做好节日促销。

### 2023-2024年中秋抖音月饼品类销售热度趋势对比

● 2024年 ● 2023年



### 2024年9月份抖音月饼品类热卖商品



【宠粉】高档轻奢橄榄绿月饼礼盒装广式五仁糕点中秋节送人送礼品

品牌：XIANGSHIZHE/享食者  
价格：43-65元



【宠粉】中秋节高档提篮广式五仁莲蓉月饼礼盒装流心糕点送礼品团购

品牌：XIANGSHIZHE/享食者  
价格：49-80元



巧师傅猫山王榴莲冰皮月饼中秋礼盒送礼家庭尝鲜装顺丰新鲜240g

品牌：巧师傅  
价格：79-208元

## 月饼品类分析：

# 广式口味仍是大众首选，低糖月饼、儿童月饼需求凸显

24年月饼品类的热门卖点分析表明，广式月饼依然占据市场主导地位，奶皮和冰皮月饼也受到了广泛的欢迎。同时，从消费者反馈可洞见，低糖月饼的市场需求凸显，特别是对于儿童和老年人这些需要特别注意饮食健康的人群。这一趋势表明，未来健康月饼的市场潜力巨大，有望成为新的增长点。

### 2024年9月份抖音月饼品类热门卖点



### 9月份抖音月饼品类机遇洞察



## 联名热门游戏借势营销，达人种草助推品牌破圈



### DXC/稻香村

主要受众：女，31-40，北京

9月抖音月饼品类销售热度 **TOP1**

### 2023-2024年9月份品牌营销构成

● 带货视频 ● 带货视频 ● 种草视频



内圈：23年9月  
外圈：24年9月

种草视频曝光量  
同比增长

**▲106.7%**

### 联名礼盒



现货【总经理福利】稻香村黑神话悟空联名齐天揽月中秋月饼礼盒联名

标价：99元

### 联名活动相关话题

# 月饼版黑神话悟空太酷了  
话题播放量：**2280.7w**

# 稻香村联名黑神话悟空  
话题播放量：**420.6w**

### 热门种草视频案例



旧妆再点今时面，郎君见我似从前。#月饼版黑神话悟空太酷了

 **花九** 动漫  
粉丝量：68.6w

视频标签

二次元>二次元衍生>汉服



自费测评黑神话悟空的周边月饼礼盒，这里头到底有啥东西呢？#美食测评 #黑神话悟空

 **信口开饭** 美食  
粉丝量：813.3w

视频标签

美食>美食测评>其他测评

## 9月热卖品类：传统滋补营养品

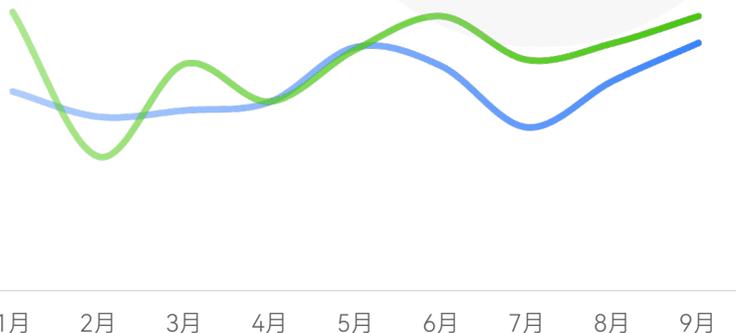
# 秋季滋补品市场持续扩容，燕窝、古方等滋补品涨幅显著

面对种种亚健康问题的困扰，秋冬正作为人们滋养进补的黄金时节，越来越多人们主动加入到养身健康的行列中。9月份，我们观察到传统滋补营养品的销售旺季已然来临，环比、同比热度皆涨幅明显。目前，该品类主要依靠官方店铺直播带货铺开销路。在细分品类上，燕窝、古方等传统滋补品更为受到养身人群的欢迎。

### 2023-2024年传统滋补营养品销售热度月趋势

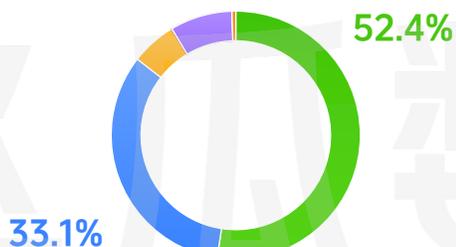
● 2024年 ● 2023年

9月传统滋补营养品销售热度  
环比增长 11% 同比增长 13%



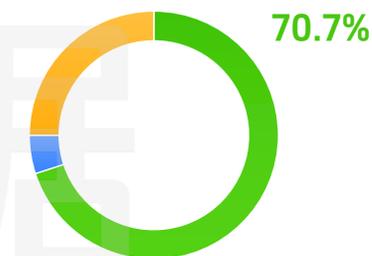
### 9月传统滋补营养品店铺销售占比

- 官方旗舰店
- 个体店
- 专卖店
- 专营店
- 企业店



### 9月传统滋补营养品各渠道销售占比

- 直播
- 视频
- 商品卡



### 9月传统滋补营养品细分品类 高增长类目

TOP1

燕窝滋补品  
同比增长 61.8%

TOP2

滋补经典方  
同比增长 44.2%

TOP3

药食同源食品  
同比增长 34.0%



## 以古法熬制特色推出养身单品，从生活场景出发紧抓消费需求



### 喜纯

主要受众：女，24-30，广东

9月抖音传统滋补营养品销售热度 TOP5

### 9月份品牌推广关键数据

关联SKU数	销售均价	销售热度	销售热度同比
40+	92.3元	2000w+	new

### 9月热卖商品



喜纯玉灵膏官方正品古法蒸制桂圆西洋参粉 220g

价格：69元      转化率：11.62%  
销售额：500w-750w      销售占比：31%

### 品牌推广亮点动作

#### 全域内容铺开

定位关注养生健康的年轻女性客群，从其感兴趣的种草内容吸引观看



热门视频：

以教学古法健身操的内容切入，在视频开头展示食用玉灵膏的场景。

👍 13.5w    ⭐ 9.5w    💬 2151

优质品牌自播内容，建立直播矩阵

官方大号：

@喜纯官方旗舰店

官方单品账号：

@喜纯姜枣膏、@喜纯五红粉



直播间特点：

- 中式风格呼应“古方”产品特点
- 直观展示产品原材料，提升消费者对“健康食材”的信任
- 主播话术描述常见体质问题，引导消费者对症购买

#### 完善商品吸引力

调性统一的中式养身视觉表达



首页轮播多张从主推商品出发，设计的场景化养身风格图。凸显品牌调性。

全5分店铺综合体验

综合体验：5.00 商品体验：5.00 服务体验：5.00  
物流体验：4.90 商品好评率：94.88%

商品头图质感出彩，强调主打功效话术，快速吸引兴趣用户



# 03

## 2024年10月 电商趋势前瞻

# 10月热点营销日历:



## ● 关键营销节点

- 10/01 星期二 国庆节
- 10/08 星期二 抖音双11抢跑
- 10/11 星期五 重阳节
- 10/31 星期四 万圣夜

## ● 重要时间节点

- 10/08 星期二 寒露
- 10/10 星期四 辛亥革命纪念日
- 10/23 星期三 霜降

# 10月热卖商品预测：

## 营销关键词

## 国庆节、长假

10月份，首先迎来的便是国庆小长假，品牌可以借势节日期间的高流量进行相关营销活动。且可围绕旅游、出行和宅家等多元场景产出优质内容，增加用户粘性。此外，国庆节具有强烈的文化和民族自豪感，品牌可以通过讲述中国故事或展示中国元素等，提升品牌的文化价值。

### 重点关注商品

酒类、茶叶礼盒、餐饮美食卡券、节日用品、旅行用品、户外/登山/野营/旅行用品

### 推荐商品参考



国庆主题装饰



酒水礼盒



登山外套

## 营销关键词

## 重阳节、万圣节

重阳节的传统习俗如饮菊花酒、吃重阳糕等，使得重阳节期间，与节日相关的商品如菊花酒、糕点等迎来了销售高峰。同时，节日“敬老爱老”的文化意义，也为滋补保健类商品的推广提供了良好契机。月底的万圣夜，则是品牌营销的关键时刻，品牌需注意找准自身与节日相契合的关联点。

### 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



传统糕点



菊花茶



Cosplay服饰

## 营销关键词

## 双十一大促

10月，一年一度的双11大促到来，其优惠力度之大使得其的“囤货”心智深入消费者。日常必需品如纸巾、食用油和大米面粉，以及个人护理产品、婴幼儿用品都是促销期间的畅销品类。此外，高价位的美容仪器、大家电、数码产品等也是大促期间的热卖品类。

### 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



生活用纸



洗护用品



猫/狗粮

# 9月抖音大事件盘点:

## 01 抖音电商作者盛典在上海举行

9月9日, 抖音电商作者盛典在上海举行。会中抖音电商总裁魏雯雯强调, 抖音电商升级了流量机制, 在全新的环境下, “好内容”将成为生意增长的第一生产力。

## 02 抖音电商发布CORE方法论

9月18日, 抖音电商发布全新的CORE经营方法论, 其中Cost vs Quality是指价优货全, Omni-Content是指全域内容, Reach是指营销放大, Experience是指体验提升。

## 03 抖音推出优质内容子品牌“抖音精选”

9月20日抖音创作者大会中, 宣布正式推出优质内容子品牌“抖音精选”, 包含更新每周精选内容和月度精选作者两个栏目。

## 04 抖音电商全面升级推出“新商成长三大利好”

9月20日, 抖音电商正式推出全面升级的新商成长三大利好, 主要涵盖新开有政策、冷启有扶持、成长有补贴三大方面利好, 旨在更有针对性地给予新商家指引。

## 05 抖音本地生活更新达人带货力等级

据悉, 此次核心变化之一, 是将此前的“视频加直播”一套等级, 拆分为视频带货等级和直播带货力等级两套评价体系。商家可基于体裁诉求进行针对性选人。

## 06 抖音修订《商家违规行为管理总则》

此次变动包括但不限于价格违规、品质差、服务违规等各类场景, 其中商家侧违规处理方式已全面取消积分, 迭代为依据违规次数和情节严重程度进行处理。

## 07 抖音超市全新升级品牌主张

抖音超市两周年庆活动之际, 全新升级品牌主张为「好货上门 省心到家」。追求提供优价好物的同时升级服务标准, 更好的满足家庭用户日常生活需求。

## 08 抖音电商发布2024丰收节报告

报告中展现过去一年抖音平台农产品销售情况、大众消费趋势及农货商家经营发展情况。2023年9月-2024年9月, 抖音电商累计销售农产品71亿单, 持续带动优质农产品“出村进城”。

# 04

## 本月榜单

附录：

# 2024年9月品牌销售热榜

## 总榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
1	HUAWEI/华为	11	FILA/斐乐	21	BOSIDENG/波司登
2	Apple/苹果	12	Midea/美的	22	Say nono
3	MOUTAI/茅台	13	KANS/韩束	23	LI-NING/李宁
4	LouisVuitton/路易威登	14	Xiaomi/小米	24	小猿
5	CAMEL/骆驼	15	WULIANGYE/五粮液	25	YALU/雅鹿
6	NIKE/耐克	16	Redmi/红米	26	草本初色
7	Haier/海尔	17	YAYA/鸭鸭	27	China Gold/中国黄金
8	Alessandro Paccuci/亚历山德罗 帕库奇	18	作业帮	28	ANTA/安踏
9	adidas/阿迪达斯	19	COACH/蔻驰	29	Balabala/巴拉巴拉
10	学而思	20	ASUS/华硕	30	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛

# 2024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		OSM/欧诗漫		DCEXPORT
	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛		CHANDO/自然堂		CLÉ DE PEAU BEAUTÉ/肌肤之钥
	谷雨		Helena Rubinstein/赫莲娜		YSL/圣罗兰
	PROYA/珀莱雅		CEMOY/澳诗茉		三资堂
	L'OREAL /欧莱雅		C咖		CLARINS/娇韵诗
	Jmoon/极萌		可复美		WINONA/薇诺娜
	LA MER/海蓝之谜		HBN		XIAOSHUMEI/小树美
	MARUBI/丸美		原生密码		Sulwhasoo/雪花秀
	LANCÔME/兰蔻		SKYNFUTURE/肌肤未来		MGP/毛戈平
	Florasis/花西子		Olay/玉兰油		Funny Elves/方里

附录：

## 2024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
1	活力28	11	赫系	21	safeguard/舒肤佳
2	Mind Act Upon Mind/心相印	12	植华士	22	INTIMA/茵缇玛
3	沫檬	13	妇炎洁	23	花之护
4	Bluemoon/蓝月亮	14	C&S/洁柔	24	Rene Furterer/馥绿德雅
5	Liby/立白	15	Dettol/滴露	25	云南白药
6	8+minutes	16	SukGarden/蔬果园	26	Head&Shoulders/海飞丝
7	Vinda/维达	17	漫花	27	康思嘉
8	白云山	18	GOTDYA/高缇雅	28	德佑
9	FREEMORE/自由点	19	NYSCPS/参半	29	水卫士
10	botare/植护	20	Breeze/清风	30	侗染

附录：

## 2024年9月品牌销售热榜

### 服饰内衣



排名	品牌
1	Alessandro Paccuci/亚历山德罗 帕库奇
2	YAYA/鸭鸭
3	Say nono
4	BOSIDENG/波司登
5	草本初色
6	TUCANO/啄木鸟
7	ROMON/罗蒙
8	SNOW FLYING/雪中飞
9	BASIC HOUSE/百家好
10	美洋

### 3C数码家电



排名	品牌
1	Apple/苹果
2	HUAWEI/华为
3	Haier/海尔
4	Xiaomi/小米
5	学而思
6	Redmi/红米
7	作业帮
8	ASUS/华硕
9	小猿
10	Midea/美的

### 母婴宠物



排名	品牌
1	Balabala/巴拉巴拉
2	anta kids/安踏儿童
3	Disney/迪士尼
4	Kangaroo mommy/袋鼠妈妈
5	CHENCHENMA/辰辰妈
6	bodcrme/贝德美
7	aptamil/爱他美
8	FIRMUS/飞鹤
9	BoBDoG/巴布豆
10	Pampers/帮宝适

附录：

# 2024年9月品牌销售热榜

## 食品饮料



排名	品牌
1	ADOPT A COW/认养一头牛
2	Three Squirrels/三只松鼠
3	DXC/稻香村
4	huamel/华美
5	旧记茶馆
6	味滋源
7	yili/伊利
8	锋味派
9	MENGNU/蒙牛
10	盐津铺子

## 生鲜



排名	品牌
1	dongfangzhenxuan/东方甄选
2	苏状元
3	HITOMORROW/大希地
4	MRSCRAB/蟹太太
5	天海藏
6	HAIYANGYANYI/海洋演义
7	阳澄锦绍
8	阳澄股份
9	阳澄江南
10	杨博士

## 运动户外



排名	品牌
1	CAMEL/骆驼
2	NIKE/耐克
3	adidas/阿迪达斯
4	FILA/斐乐
5	LI-NING/李宁
6	ANTA/安踏
7	pelliot/伯希和
8	THE NORTH FACE/北面
9	Under Armour/安德玛
10	天元

附录：

## 2024年9月品牌销售热榜

### 智能家居



排名	品牌
1	觉西施
2	BKT
3	Midea/美的
4	KONKA/康佳
5	SUPOR/苏泊尔
6	TINECO/添可
7	YUNYU/芸裕
8	dreame/追觅
9	林氏家居
10	CHEERS/芝华仕

### 酒类



排名	品牌
1	MOUTAI/茅台
2	WULIANGYE/五粮液
3	国窖1573
4	汾酒
5	YANGHE/洋河
6	剑南春
7	LUZHOULAOJIAO/泸州老窖
8	XI LIQUOR/习酒
9	宜品
10	GUOTAI/国台

### 滋补保健



排名	品牌
1	诺特兰德
2	WONDERLAB/万益蓝
3	Swisse/斯维诗
4	FRESH/小仙炖
5	仁和
6	OXYENERGY/氧气能量
7	ME TODAY
8	养能健
9	JUNXIAOBAO/菌小宝
10	180theconcept

## 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-2024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2024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。

# 飞瓜数据

飞瓜数据成立于2018年，旗下产品覆盖抖音、快手、B站三大主流短视频平台数据，是国内率先致力于推广、普及“短视频-直播”电商生态数据运用的标杆企业。

## 基于4大实用场景，为品牌寻找确定性的增长机会



# 飞瓜旗下矩阵



# 果集-社交媒体全链路服务商

果集科技是一家社交媒体全链路服务商，公司致力于将大数据、AI等新技术应用于社交媒体营销和电商领域，以数据和技术驱动品牌增长。通过行业咨询、策略系统、营销执行、运营工具四个方向，为品牌提供社交媒体全链路解决方案。

## 联系&合作



### 关注我们

领取24份抖/快/红  
数据报告



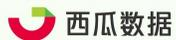
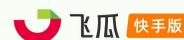
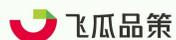
### 商务合作

果集销售总监  
余新彦



### 市场合作

果集市场品牌总监  
何十三



# 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