

2024年快手双11 购物节电商数据报告

2024-11

飞瓜数据 出品

研究综述

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）的版权均归果集数据所有。果集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果集数据，违者将追究其相关法律责任。

指标说明

01. 统计周期

2023年、2024年10月19日- 11月11日

02. 研究对象

分析快手电商双11购物节电商数据，其中包括商品、品牌、达人等数据及短视频、直播、电商等营销内容。

03. 数据来源

基于快手全场景数据分析平台【飞瓜数据】快手版所追踪到的数据，选取周期内快手直播带货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考虑，本报告数据经过脱敏及指数化处理。

04. 免责声明

由于统计分析领域中的任何数据来源均存在局限性，报告中所估算、分析得出的数据仅供参考。

* 更多详尽数据，请登陆「飞瓜数据快手版」官网查看：ks.feigua.cn

CONTENTS

目录

01. 双11购物节大盘趋势

02. 品类销售热度

03. 重点品类分析

04. 双11购物节品牌榜单

01

双11购物节 大盘趋势

1.1.1 快手双11购物节概览

10月19日快手双11购物节正式开启，多重玩法助力生意增长

活动节奏



1.1.2 双11官方关键数据

双11GMV同比强劲增长，快手电商助力商家生意跃迁

双11作为年度大促巅峰，是品牌商家年末生意爆发的关键时机。快手官方战报数据显示，在10月19日-11月1日大促活动期间，快手电商双11首日GMV破历史峰值，同比去年增长**94%**，泛货架商品卡GMV同比增长**110%**，搜索GMV同比增长**119%**……多项数据刷新快手电商大促记录。

首日破峰GMV

同比增长 **94%**

泛货架商品卡GMV

同比增长 **110%**

搜索GMV

同比增长 **119%**

成交破亿商品数
同比增长

↑ **200%**

内容场单场GMV
破23年峰值商家数据

↑ **57000个**

泛货架单日GMV
破23年峰值商家数

↑ **84000个**

挂车短视频发布量
同比增长

↑ **10倍**

千元以上高客单价商品GMV
同比增长

↑ **110%**

消电家居行业泛货架GMV
同比增长

↑ **176%**

战报统计时间：10月19日-11月11日

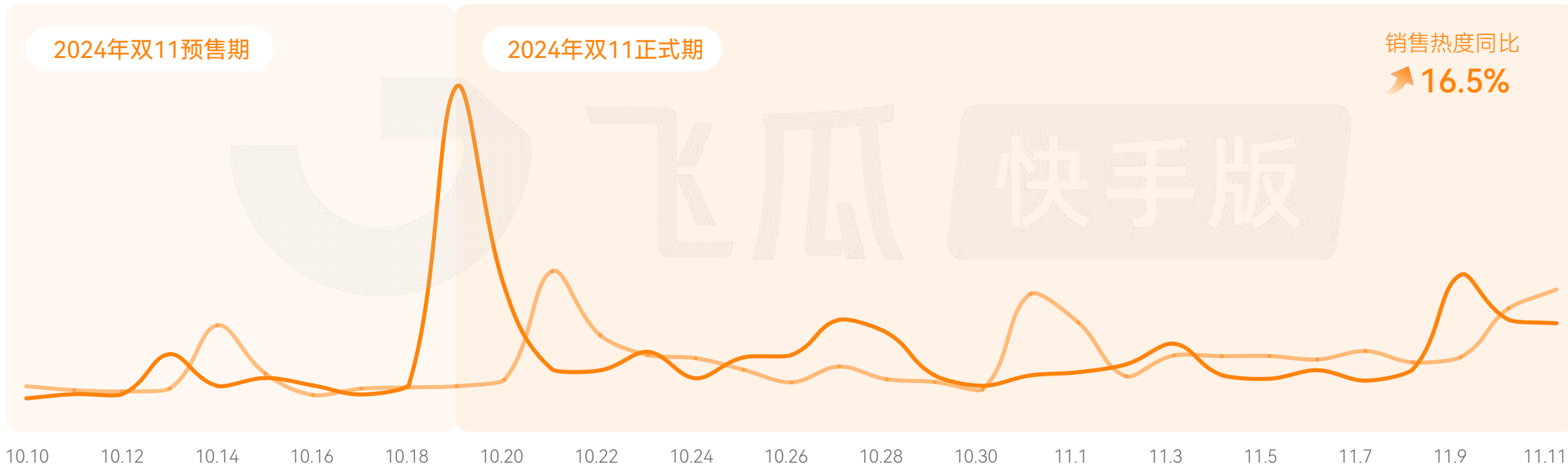
1.2.1 双11平台热度趋势

双11首日GMV创历史新高，正式期销售热度增幅可观

依托内容场与泛货架场域的全域爆发，今年快手电商双11购物节增长强劲，尤其是10月19日双11首日GMV破历史峰值，同比增长 **94%**。从整体活动周期来看，此次双11大促依旧维持增长趋势，且在正式期的销售热度同比提升 **16.5%**。

2024年快手双11购物节每日销售热度趋势

● 2023年销售热度 ● 2024年销售热度



1.2.2 直播热度分析

品牌自播再度爆发，打通小众品类增长新路径

在直播带货领域，品牌自播不断加码，自播场次多达 **10.7w+**，从而带动大促期间品牌销售表现亮眼，总GMV破亿品牌数达 **30** 个。从带货模式来看，新车试驾、月子营养等小众品类依靠品牌自播打通了生意增长新途径，而墙布、洗漱清洁用品等品类依靠达人带货也取得了不错的成绩。

双11购物节直播关键数据对比



自播销售占比TOP5品类



达播销售占比TOP5品类



1.2.3 品牌销售情况

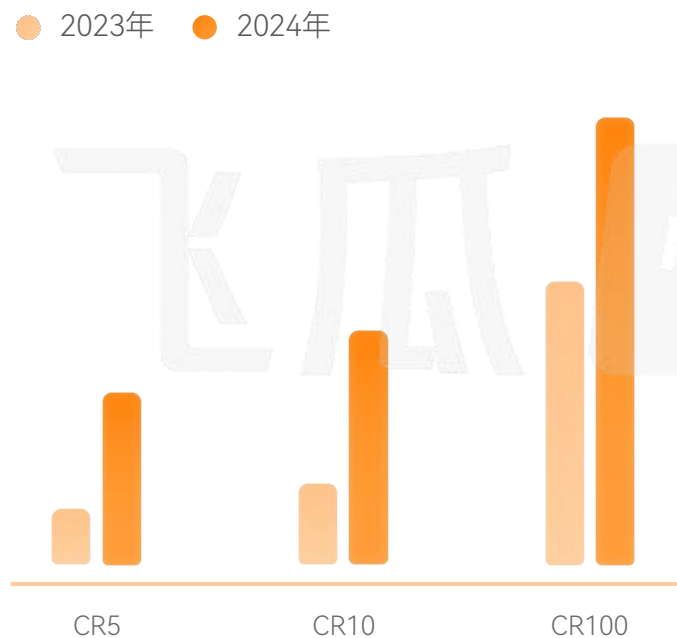
大促中“亿元层级”品牌涌现，头部品牌价值逐渐提升

快手生态的繁荣吸引了更多品牌参与今年双11。在购物节期间，总参与品牌数破 **5.6万个**，其中总GMV破亿的品牌达到了 **30个**，TOP100品牌今年贡献了 **36%**的销售额，这表明头部品牌的价值逐渐提升，具有极高的影响力和销售能力。

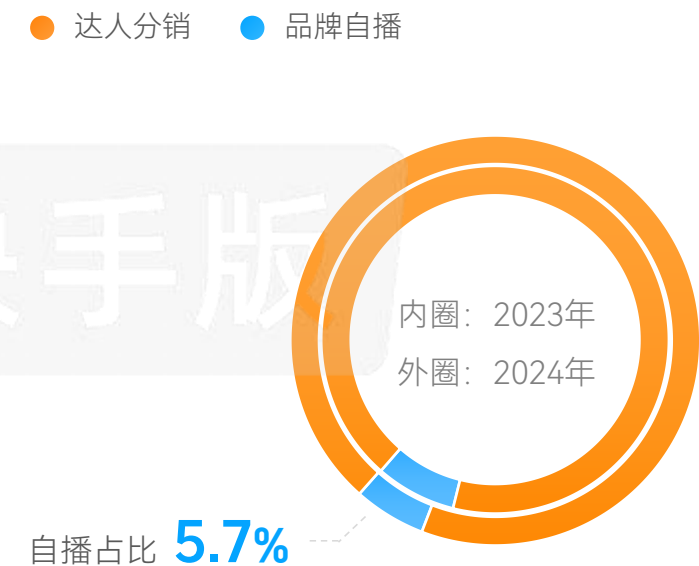
双11期间参与品牌关键数据



双11购物节品牌集中度



双11购物节达播与自播占比变化



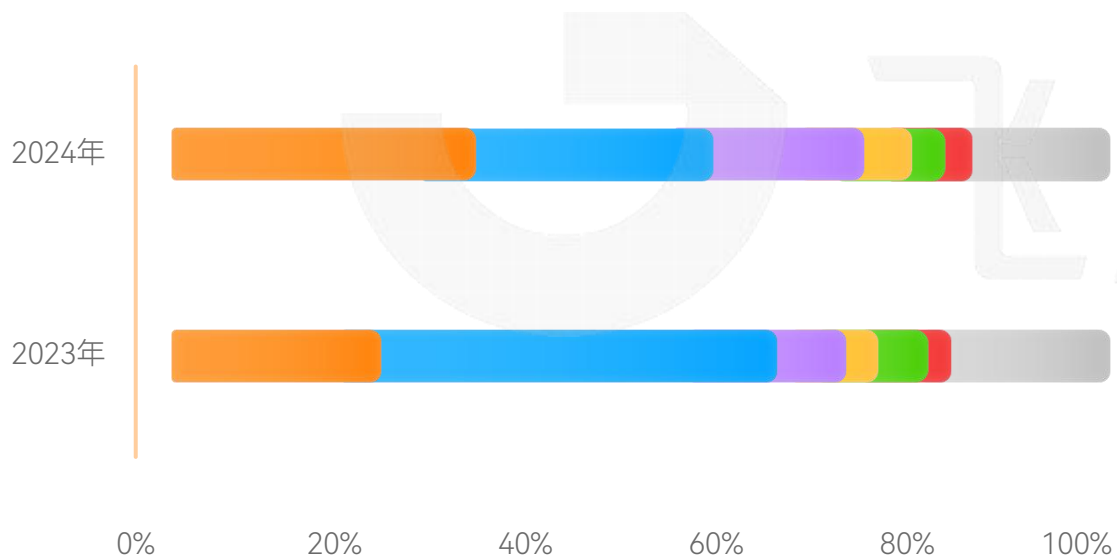
1.2.4 播主带货表现

生活、美妆播主销售占比提升，腰部播主双11当天爆发

从各行业类型的带货播主表现来看，生活、美妆播主的销售占比同比2023年大促分别增长了 44.8%和 114.7%，生活类播主已成为此次双11的带货主力。在带货趋势上，腰部和肩部播主在11.11 bigday当天爆发。

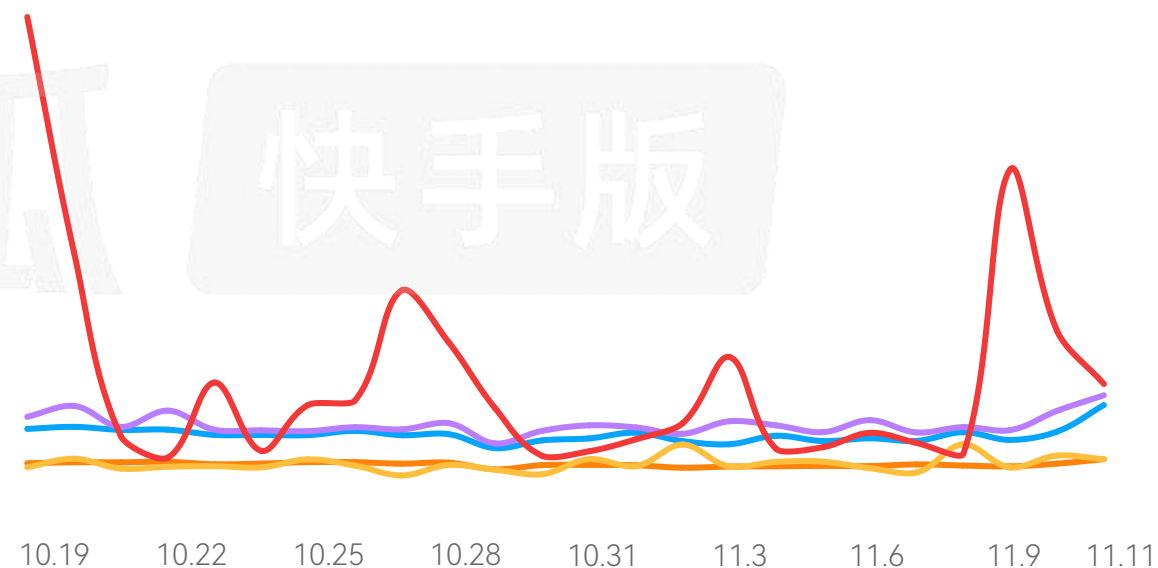
双11期间各行业类型播主销售占比

● 生活 ● 时尚穿搭 ● 美妆 ● 情感 ● 美食 ● 影视娱乐 ● 其他



双11期间各粉丝量级播主每日销售变化

● 潜力播主 ● 腰部播主 ● 肩部播主 ● 头部播主 ● 超头部主播



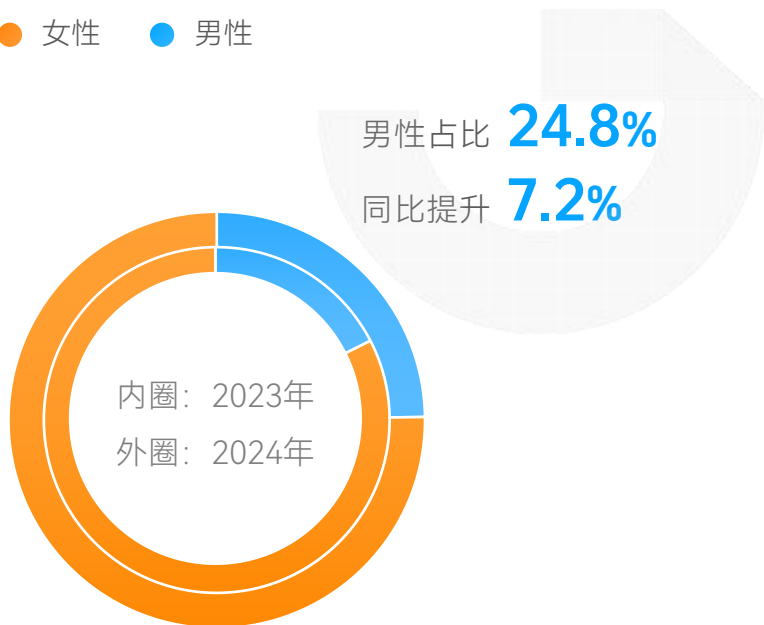
1.3.1 消费者画像

男性消费能力逐渐崛起，熟龄用户是购买主力

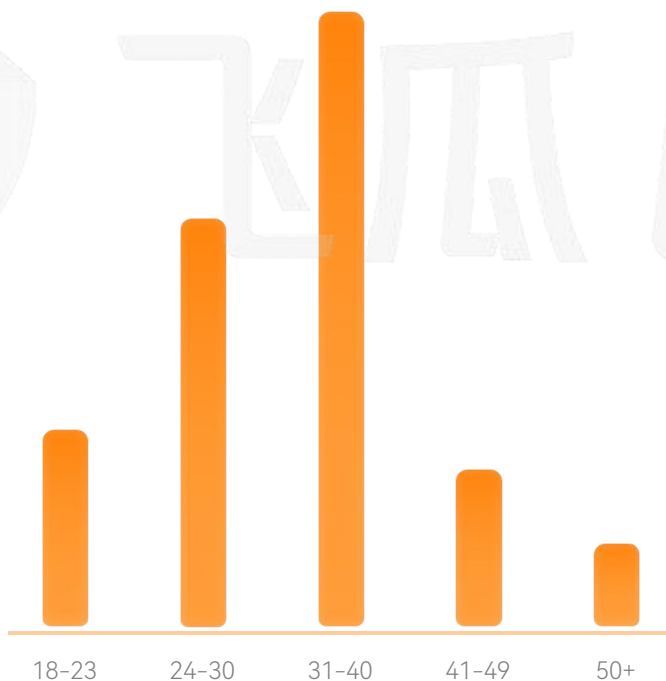
随着线上市场的渗透率逐年攀升，女性群体在消费中占据主导地位，而男性的消费能力亦在稳步增强。从年龄层面来看，熟龄用户展现出更为强劲的消费力，是市场中的购买主力军。另外，下沉市场依旧是快手平台的增长“驱动力”，在市场中的销售占比十分显著。

消费者性别分布

● 女性 ● 男性

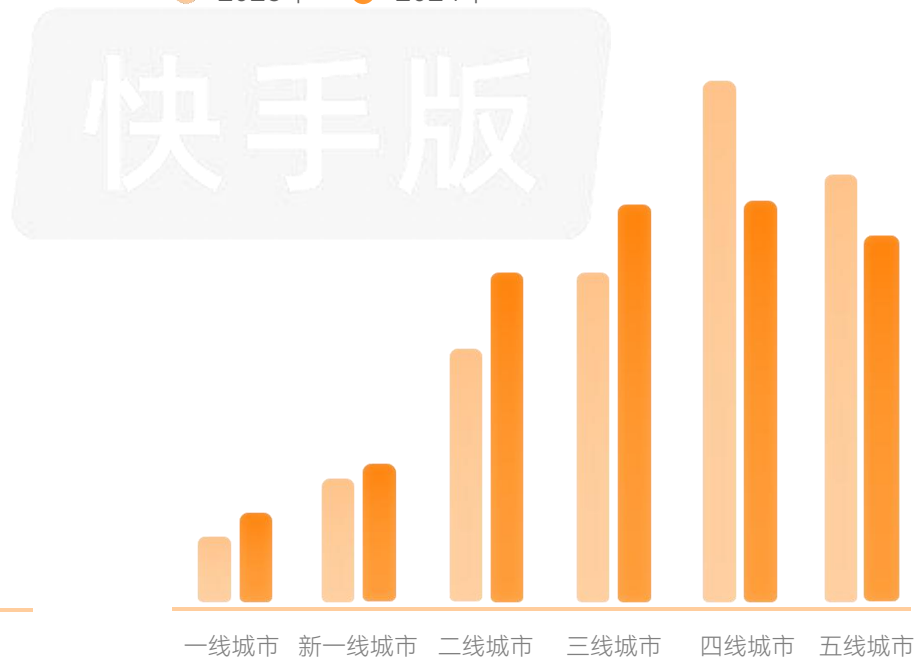


消费者年龄分布



消费者城市线分布

● 2023年 ● 2024年



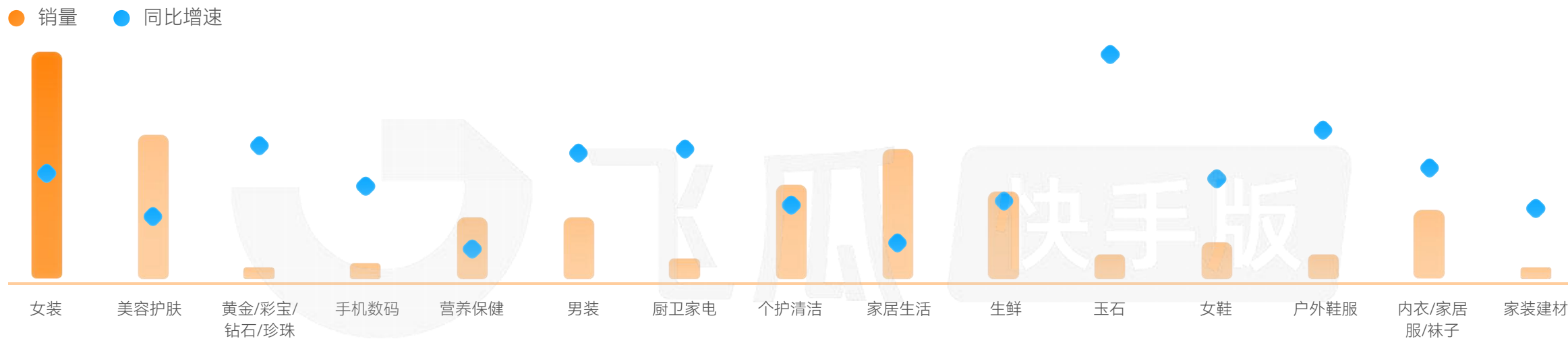
02

双11购物节 品类销售热度

2.1.1 行业热度概览

玉石强势爆发，盲盒助推线上游戏品类扩张

双11购物节销售额TOP15行业销量情况



销售额 增幅TOP3

- 游戏/模玩/动漫周边/cos/桌游
- 黄金/彩宝/钻石/珍珠
- 虚拟卡/会员/游戏

客单价 增幅TOP3

- 茶叶茶具
- 医用保健
- 游戏/模玩/动漫周边/cos/桌游

商品数 增幅TOP3

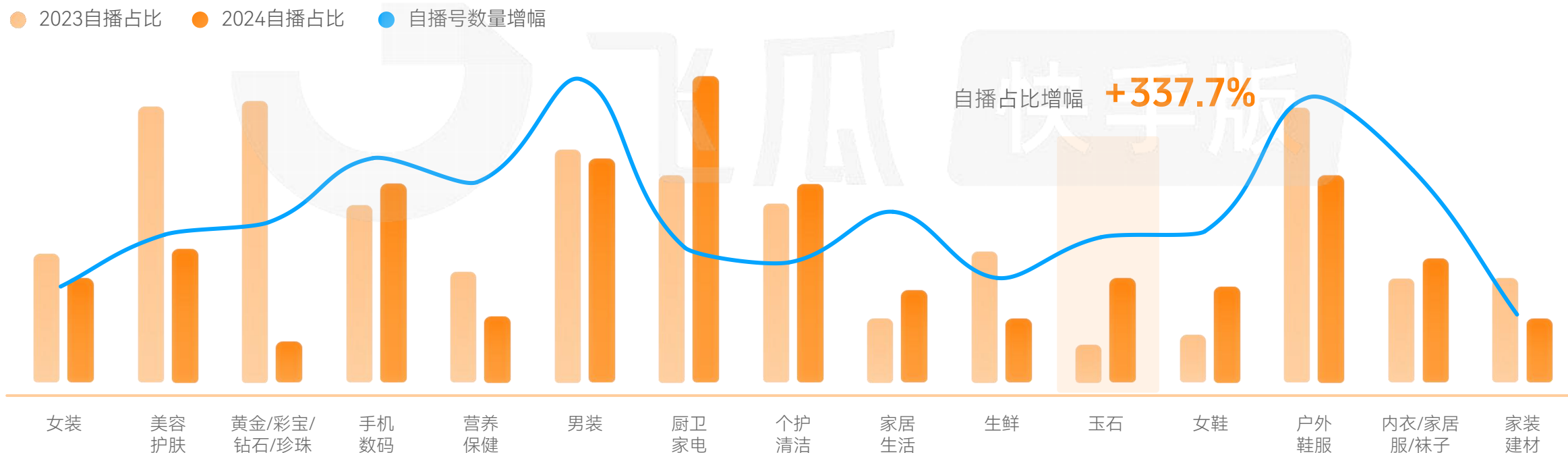
- 虚拟卡/会员/游戏
- 游戏/模玩/动漫周边/cos/桌游
- 医用保健

2.1.2 行业自播趋势

玉石品类自播表现亮眼，厨卫家电不断加码矩阵布局

随着消费升级的步伐，高客单价商品在快手打开销路。根据双11热卖品类的自播号变化情况来看，玉石品类的自播占比有着大幅增长，同比抬升**337.7%**。同时，厨卫家电品类也通过积极构建自播矩阵，发挥出显著的自播优势。

双11期间各热卖品类自播号销售占比及变化趋势

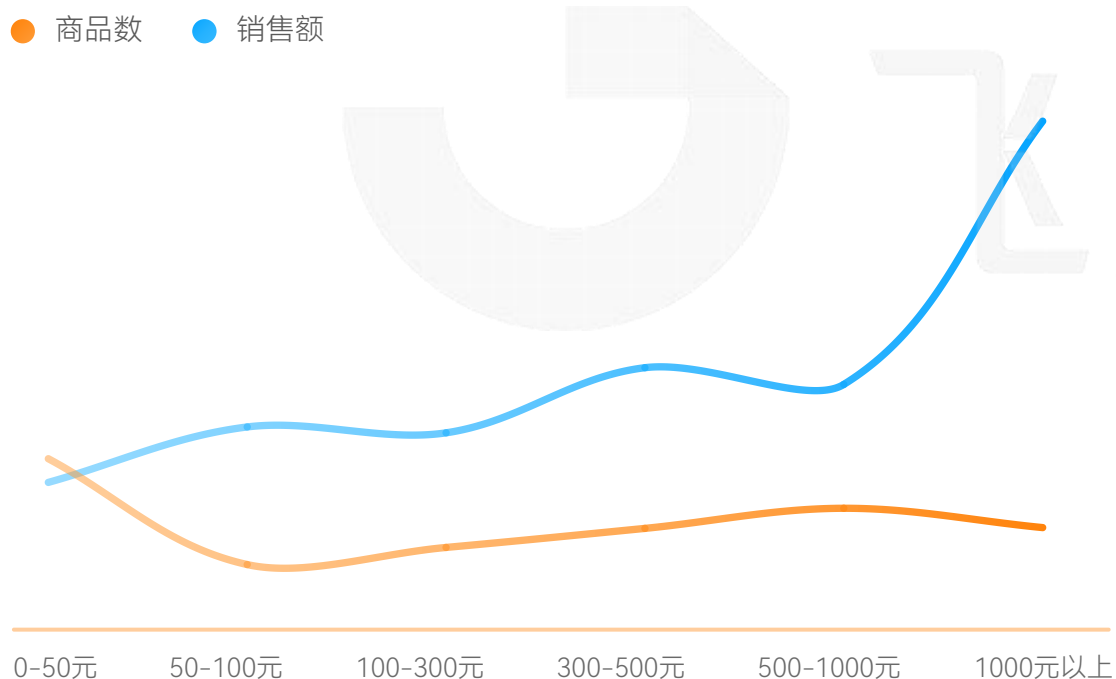


2.1.3 行业价格分析

高客单价商品大促期间表现走俏，各品类针对性营销提升转化

对比去年大促期间各细分价格带表现，1000元以上的高客单价商品在双11期间表现走俏，同比增幅高达 **153.17%**。同时，随着消费理念逐渐理性化，各品类品牌商家纷纷通过囤货装、组合装、大促优惠等策略，针对性营销来提升转化率。

2024年快手双11购物节各价格带同比增幅





囤货装提高客单价

个护清洁 枫缇私密紧致保湿护理胶囊
500-1000元增长 **236.4%** ￥568.00



组合装满足多样化需求

美容护肤 后天气丹光耀焕活紧颜系列礼盒7件套
1000元以上增长 **1316.8%** ￥1360.00



大型家具加强促销力度

家装建材 顾家家居进口头层牛皮羽毛填充储物大床
1000元以上增长 **80.7%** ￥3480.00

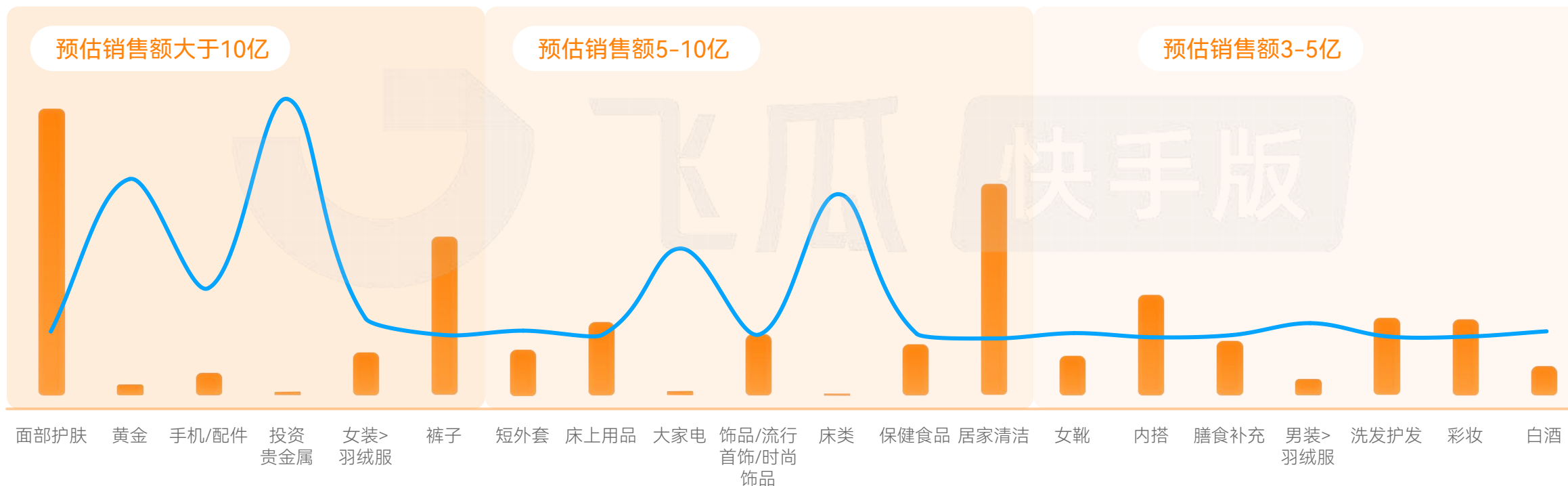
2.2.1 细分品类分析

面部护肤持续畅销，黄金、投资贵金属在快手成爆款类目

通过分析销售额TOP20的二级细分品类销售情况，我们可以看到，面部护肤、居家清洁、裤子较为畅销；在国际金价持续上涨带来的高关注下，黄金、投资贵金属成为热销类目，GMV再创新高；此外，手机/配件、大家电、床类等高单价大件，也是大促的消费主力。

双11购物节销售额TOP20二级品类销量及客单价分布

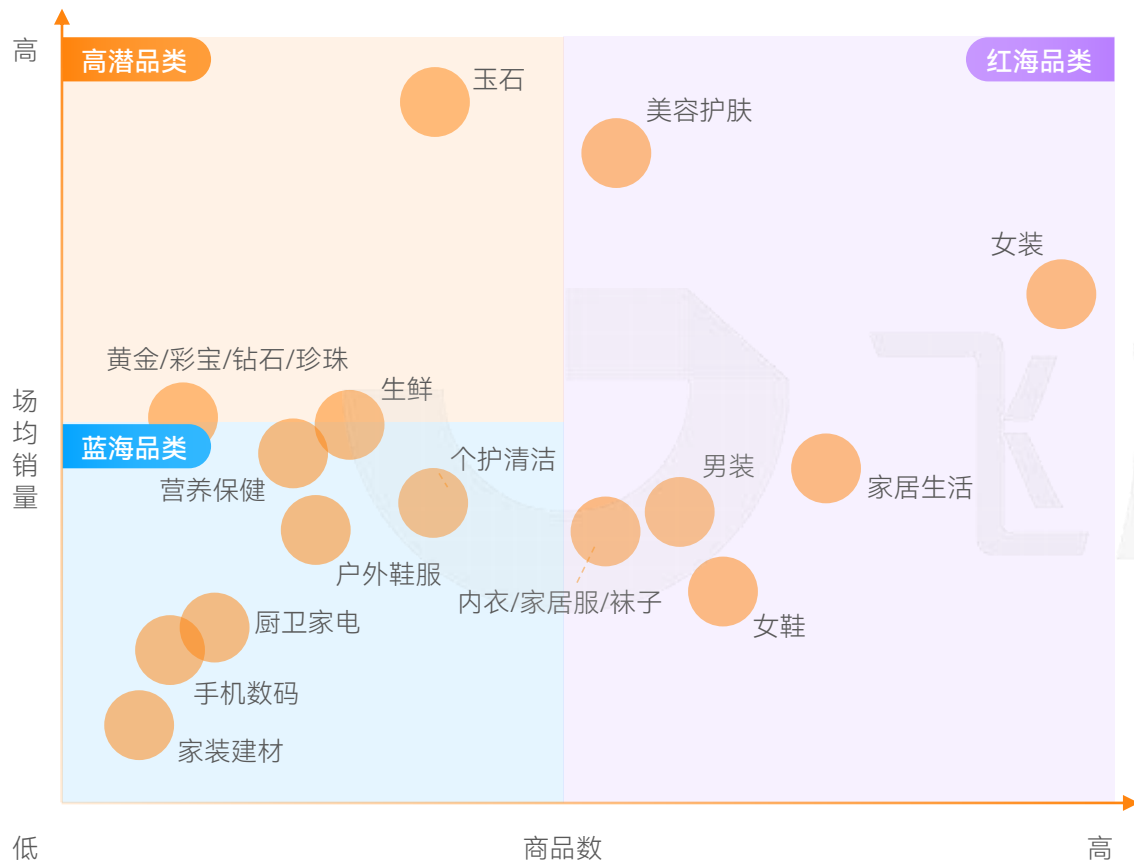
● 销量 ● 客单价



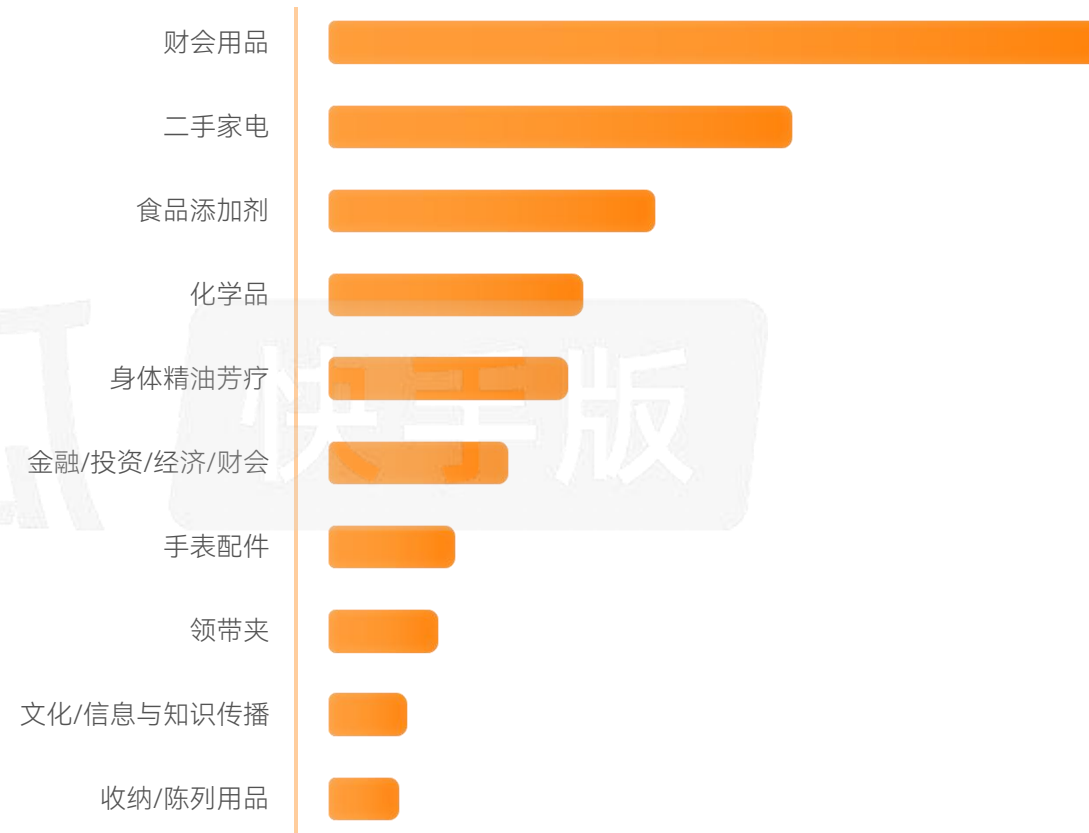
2.2.2 潜力品类洞察

女装品类已形成稳定的消费市场，财会用品大促涨幅抢眼

双11购物节各行业商品数及场均销量分布



双11购物节各细分品类同比增幅TOP10



2.3.1 消费者兴趣洞察

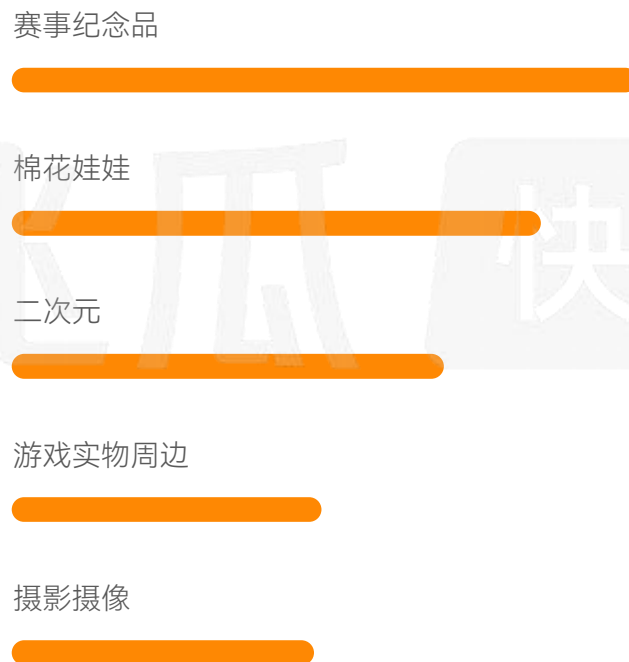
临期食品女性占比逐渐扩大，Z世代更偏爱文化娱乐消费

在各类二级细分品类中我们发现，临期食品今年在女性用户销售成绩上增长十分明显，而男性也在学生校服/工作制服、学历/职业资格考试等品类中占据一席之地；值得关注的是，年轻群体更偏爱二次元、游戏周边等文娱消费品类，银发族群关注老年旅游、广场舞等内容。

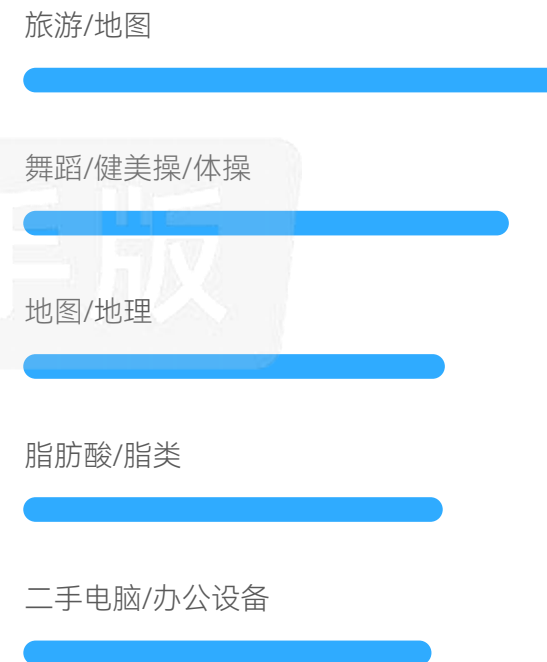
双11购物节男女性占比增幅TOP5品类



Z世代喜爱的TOP5消费品类



银发族喜爱的TOP5消费品类



03

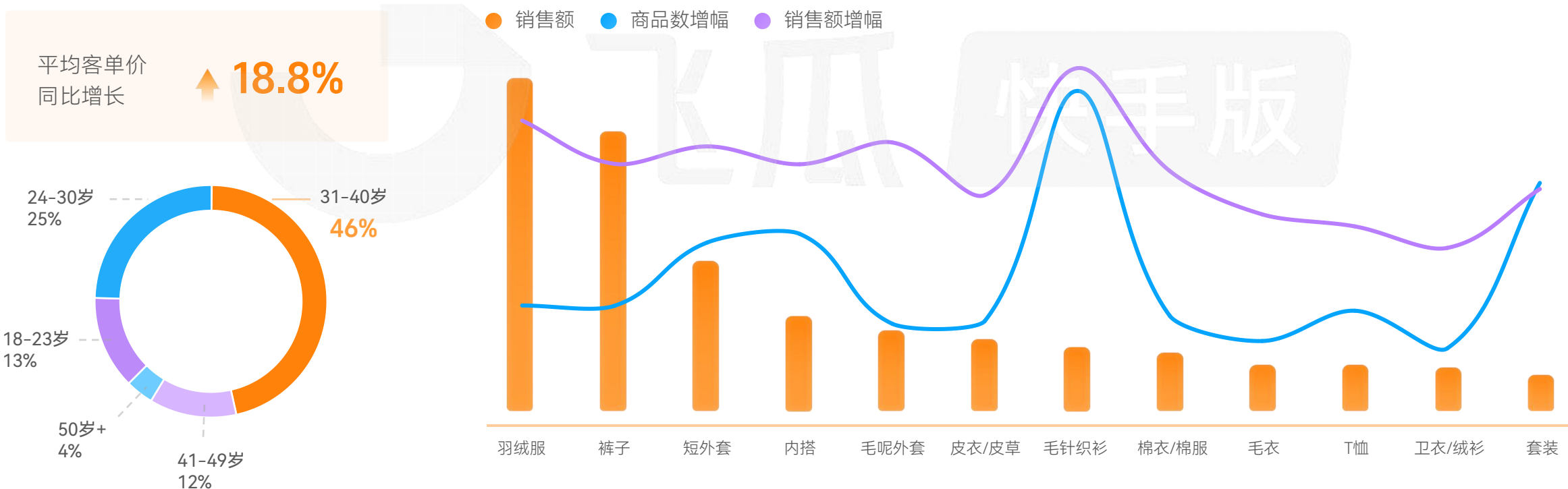
双11购物节 重点品类分析

3.1.1 女装

羽绒服领跑女装赛道，毛针织衫需求持续攀升

今年双11购物节，女装品类凭借丰富的促销活动和优惠力度，成功吸引了众多消费者的目光与购买意愿，其中31-40岁的成熟消费群体尤为突出。此外，受季节性需求推动，羽绒服品类表现抢眼，GMV领跑女装大盘，而用户对于毛针织衫的需求也在逐渐增长。

双11女装品类关键数据及年龄分布 双11期间女装细分品类销售分布及增幅

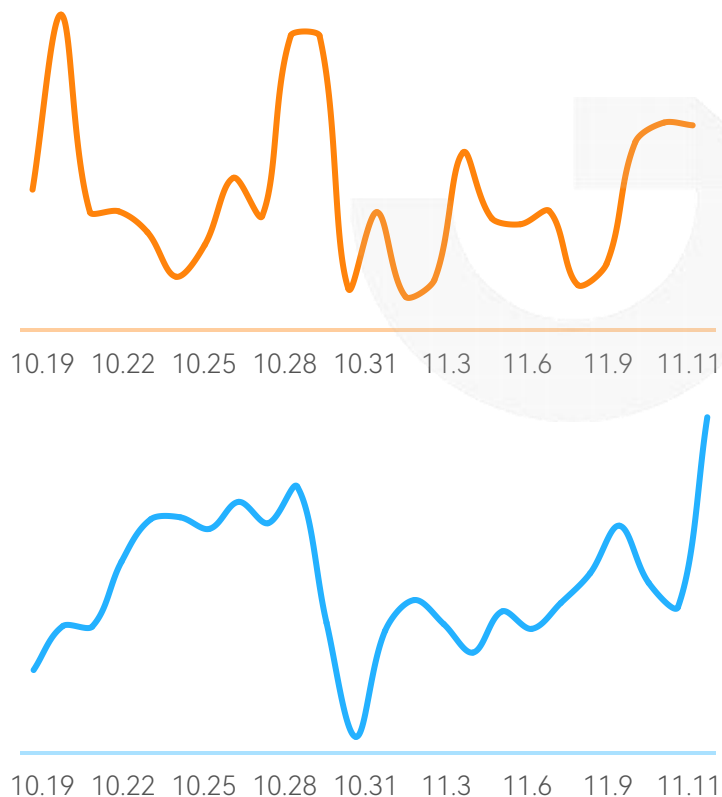


3.1.2 羽绒服

大促期间羽绒服销售火爆，中高价位款式更受青睐

双11羽绒服销售热度及推广热度变化

● 销售热度 ● 推广热度

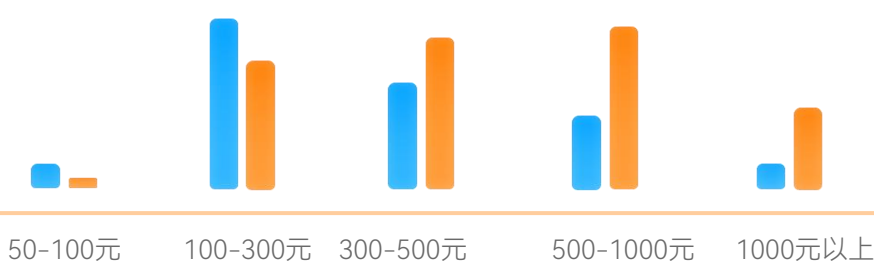


羽绒服消费者关注点



羽绒服品类价格带分布

● 商品数 ● 销售额



双11羽绒服热卖商品举例

鸭鸭
男女款轻薄羽绒服 一衣穿三季
可内穿可外搭
价格: 139.00元

雪中飞
黑曜石 极寒款 311克 鹅绒服
价格: 680.00-799.00元

俐莹LEAYINE
大被子·至尊臻享云端系列奢品极寒鹅绒服
价格: 1668.00-1680.00元

3.1.3 经典案例提炼

品牌加速完善自播矩阵，直播间氛围感营造加速转化

品牌自播号直播间推广亮点

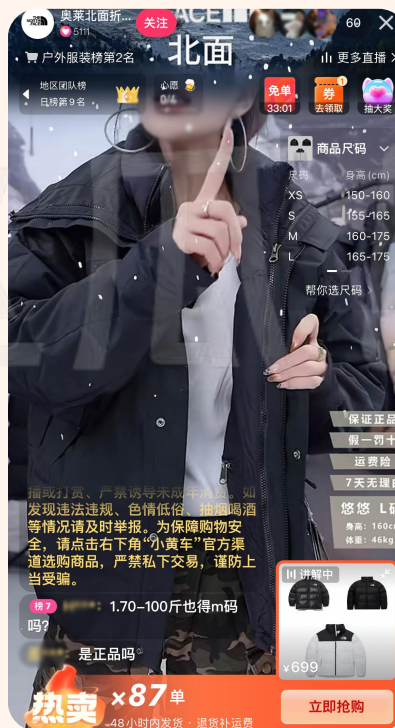


北面/The North Face

主要受众: 男 (89.92%) 24-30 (39%)

「北面」旗下品牌自播号双11期间带货情况

品牌自播	粉丝数	自播GMV占比
北面户外折扣旗舰	1.9w	57.05%
奥莱北面North折扣店	1643	16.07%
北面	922	11.71%
奥莱北面折扣旗舰商城	663	11.10%
北面折扣店	499	3.68%



热卖商品



北面/THE NORTH FACE M's 1996 羽绒服

¥ 799.00

推广策略

氛围感场景营销

直播背景通过高山雪地的场景，再叠加飘雪特效，营造出寒冷氛围，拉高用户代入感，促进销量增长

瞄准消费需求

自播间注重专业性的产品解读和呈现，同时还根据观众的体型和需求推荐尺码，实现“种草-拔草”的转化

完善的售后保障

直播间贴片中强调“正品”、“运费险”、“7天无理由”等多项保障，多维度打消消费者的购物顾虑

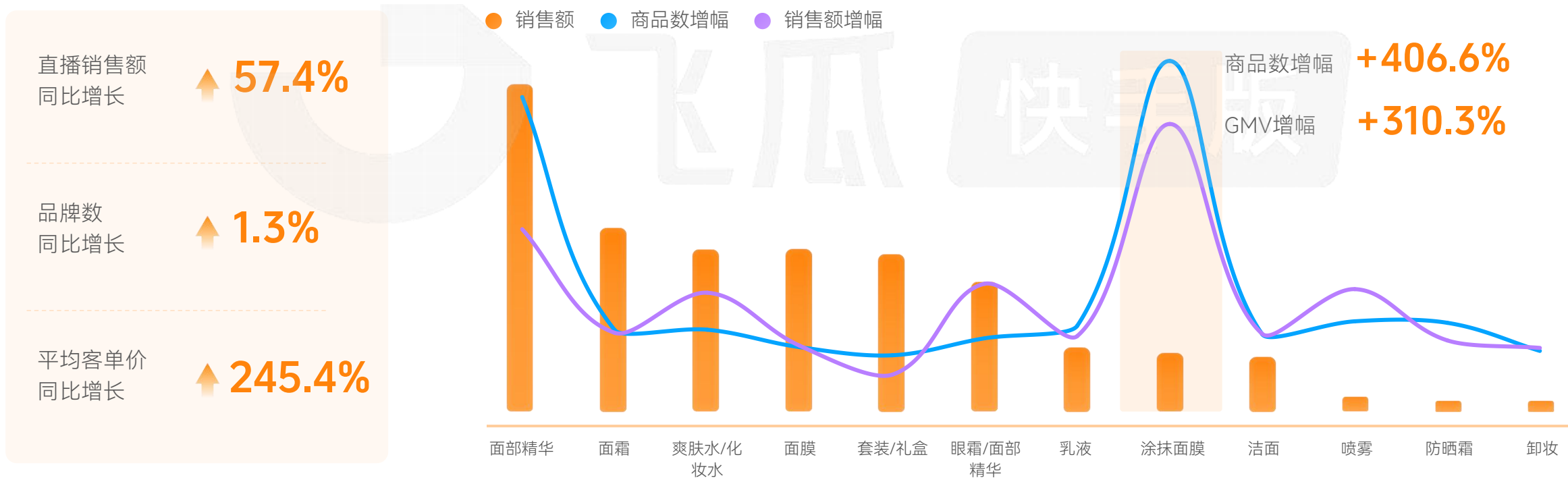
3.2.1 美容护肤

美容护肤GMV增长可观，涂抹面膜增速领跑

在双11购物节大促期间，美容护肤品类通过推出礼盒装与囤货装，有效提升了链接客单价，实现了 **245.4%** 的同比增长，进而驱动直播GMV两位数增长。在这一热潮中，面部精华成为消费者最青睐的产品，而涂抹面膜的增长速度尤为迅猛，其商品数与销售额分别同比抬升了 **406.6%/310.3%**。

美容护肤品类双11关键数据

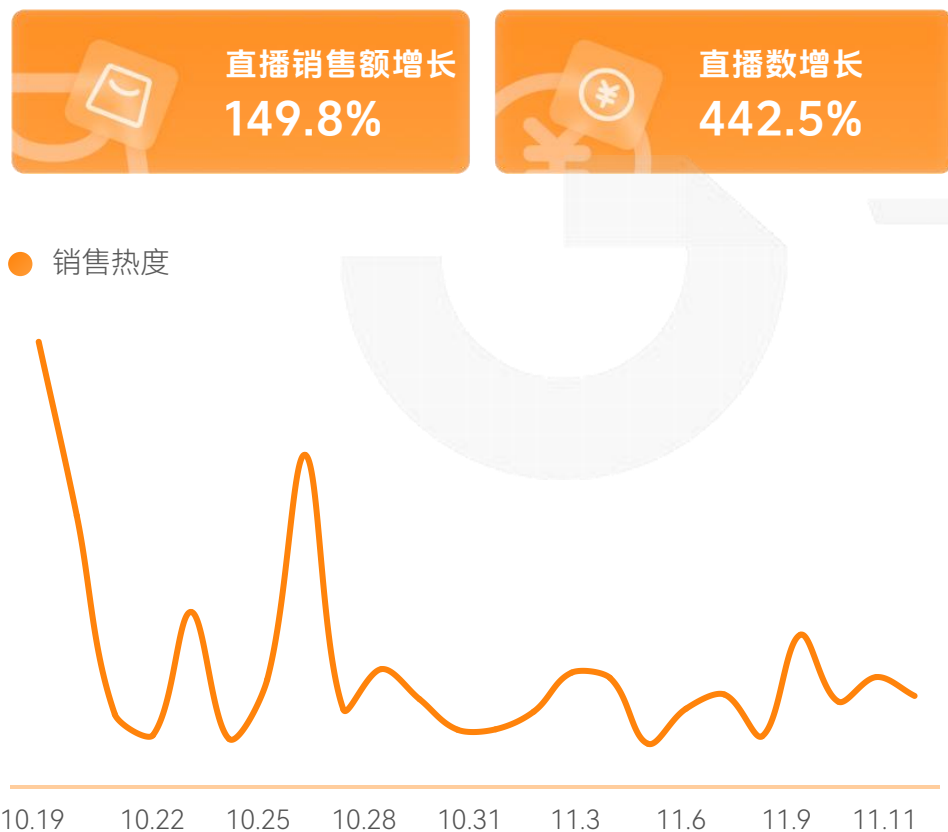
双11期间美容护肤细分品类销售分布及增幅



3.2.2 面部精华

大促首日销售爆发，面部精华细分化趋势明显

双11面部精华关键数据及销售热度变化



面部精华消费人群偏好分析



面部精华品类的高转化卖点



3.2.3 经典案例提炼

加大口碑爆款推广力度，瞄准消费需求实现赛道突围

PASSIONAL
LOVER

恋火/Passional Lover

主要受众: 女 (90.64%) 24-30 (39%)

双11品牌细分品类销售占比情况

粉底液/霜/膏



销量占比	销量同比	GMV占比	GMV同比
73.2%	25.4%	66.8%	27.5%

气垫BB/CC



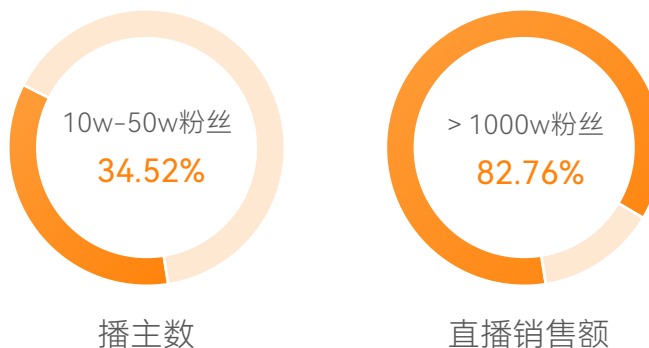
销量占比	销量同比	GMV占比	GMV同比
26.7%	1253%	33.2%	1226%

达人专享

品牌双11期间带货数据

预估销量	25w+
预估销售额	4000w+
关联播主	80+
关联直播	740+

品牌双11期间推广情况



品牌主推卖点及话术

- 蹭不掉

3D网状硬膜，扒住色粉，耐蹭更控油
- 低粉感

光泽软膜，质地轻薄，降低粉感，服帖如妈生
- 遮瑕

4K高遮瑕色粉，能够轻松遮盖黑眼圈和色斑，看起来更通透
- 持妆

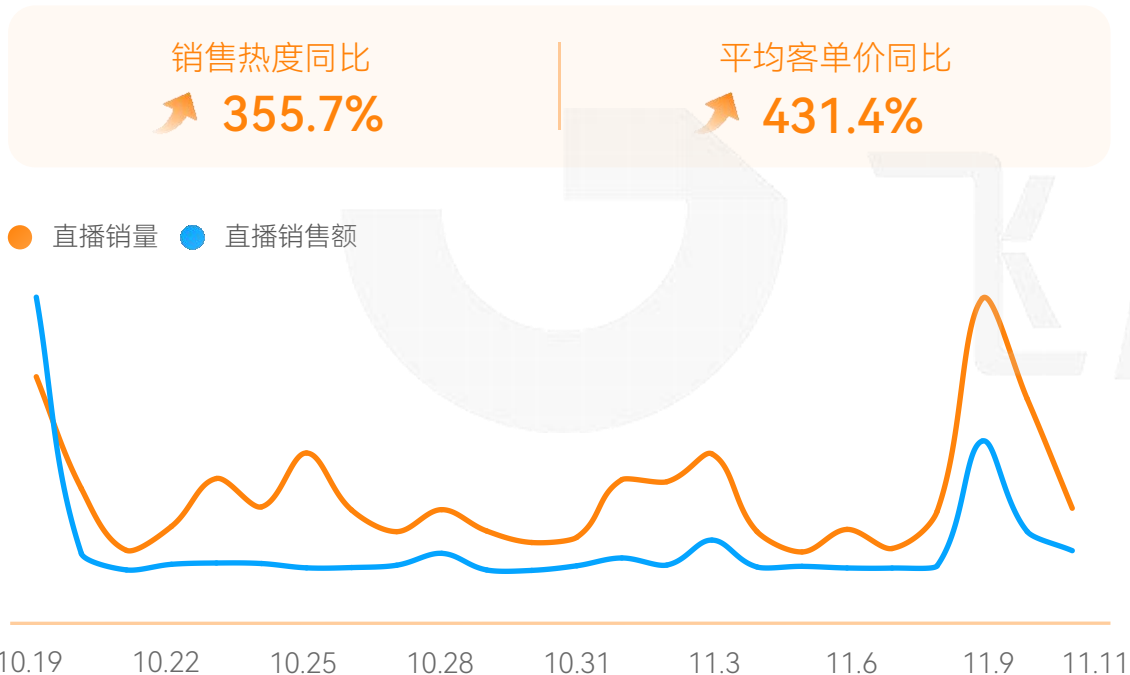
定妆效果出色，能够保持一整天的妆容不脱妆

3.3.1 黄金/彩宝/钻石/珍珠

大促拉动高价产品销售增长，品牌信任度影响用户购买决策

从双11黄金/彩宝/钻石/珍珠品类的销售情况来看，整体呈现明显的增长趋势，销售热度同比增长 **355.7%**，平均客单价的同比增幅更是达到了 **431.4%**；另外，接近 **79%**的销售额来自TOP5的品牌，可见消费者在购买黄金珠宝产品时，对知名品牌更有信任感。

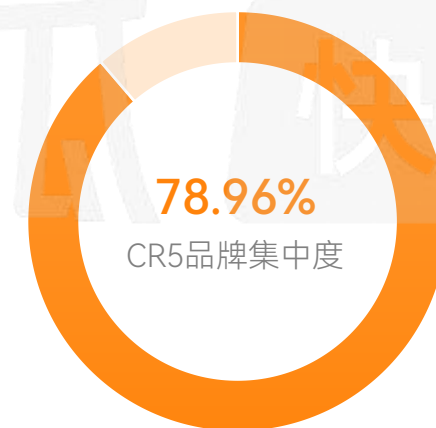
黄金/彩宝/钻石/珍珠双11关键数据及热度趋势



双11黄金/彩宝/钻石/珍珠的品牌集中度

(TOP5品牌销售额占比)

● CR5 ● 其余品牌

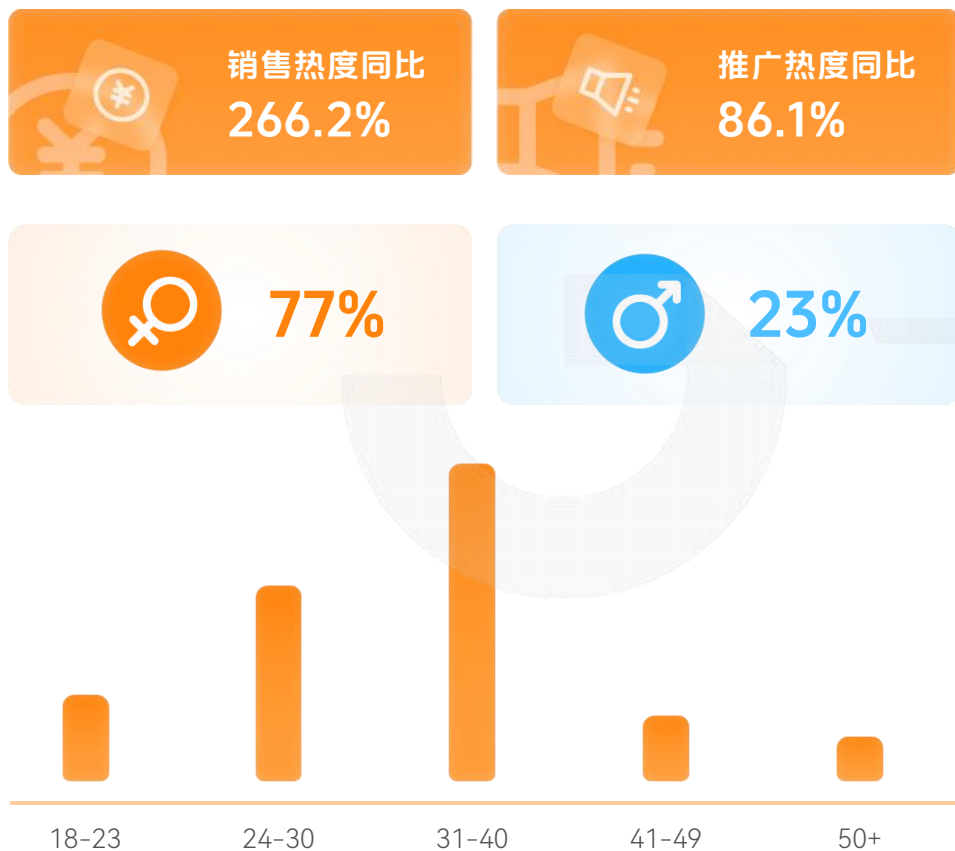


排名	品牌	占比
01	周大生	24.14%
02	紫金	20.39%
03	行金银中	18.88%
04	中银金行	10.14%
05	中国珠宝	5.41%

3.3.2 黄金

年轻一代黄金消费力提升，对黄金内容关注度和需求增长

双11黄金品类关键数据及粉丝画像



黄金品类热门搜索词



快手热门话题

- 黄金
- 高价回收黄金
- 黄金项链
- 黄金外汇
- 黄金加工
- 黄金珠宝首饰
- 黄金按克卖
- 中国黄金
- 潮流黄金饰品
- 黄金珠宝搭配

热门商品

	足金福字手镯50g 品牌：周大生 价格：30785.00元
	足金素圈手镯 50g 品牌：行金银中 价格：30325.00元
	足金有钱花盘缠手链 品牌：萃华 价格：11500.00元
	黄金足金葫芦吊坠 品牌：庆大福 价格：1299.00元

3.3.3 经典案例提炼

双11快速收割销售额，古法工艺和国潮元素备受市场青睐



周大生/CHOW TAI SENG

主要受众：女，31-40，河北

双11快手黄金行业销售热度 TOP1

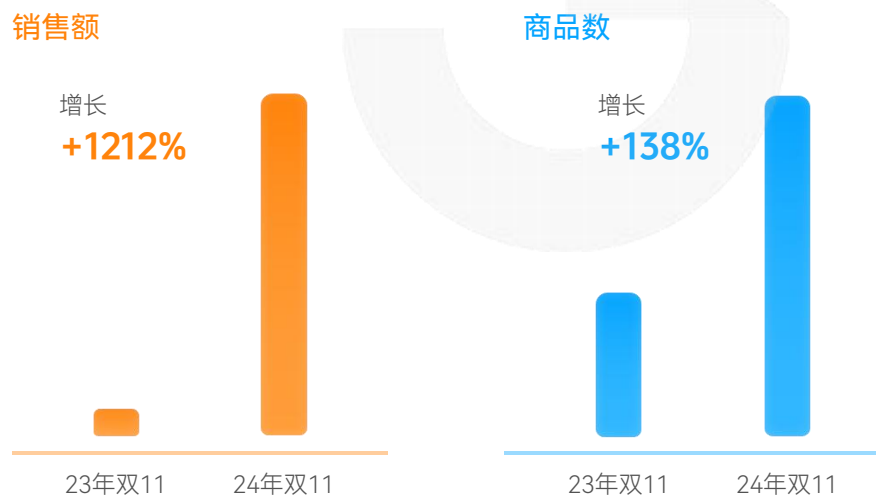
「周大生」商品标题卖点



品牌直播间弹幕内容



品牌双11期间销售额及商品数变化



3.4.1 营养保健

保健品牌持续下场捕捉机会，改善贫血产品热度领先

在双11期间，营养保健品类销售热度较去年上涨了 **14.6%**，尤其是改善贫血类目销售增长突出；而行业发展向好也吸引更多品牌入场投放曝光，品牌数同比上涨 **44.9%**，如今消费者对养生产品的需求已向更高质量、日常储备转变，拉动客单价同比显著提升。

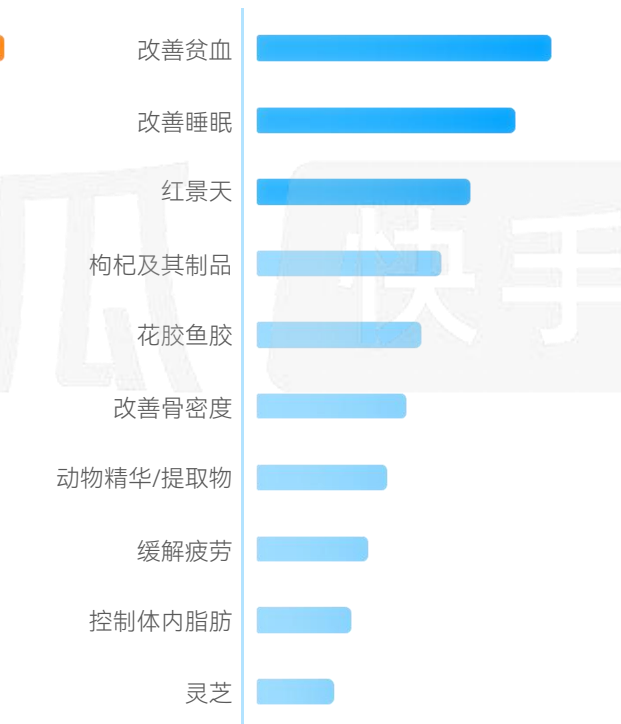
营养保健品类双11关键数据



销售热度TOP10细分品类



销售热度增幅TOP10细分品类



营养保健双11期间热卖商品

- 九芝堂**
 阿胶黄芪口服液改善营养性贫血90支/盒
 大促价：425.00元
- 健力多**
 汤臣倍健健力多氨糖软骨素钙片 呵护关节 骨骼
 大促价：399.90元
- 健美生**
 叶黄素软胶囊20mg45粒
 大促价：899.00元

3.4.2 保健食品

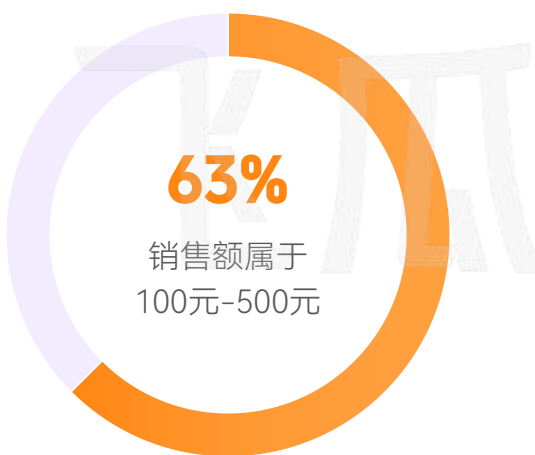
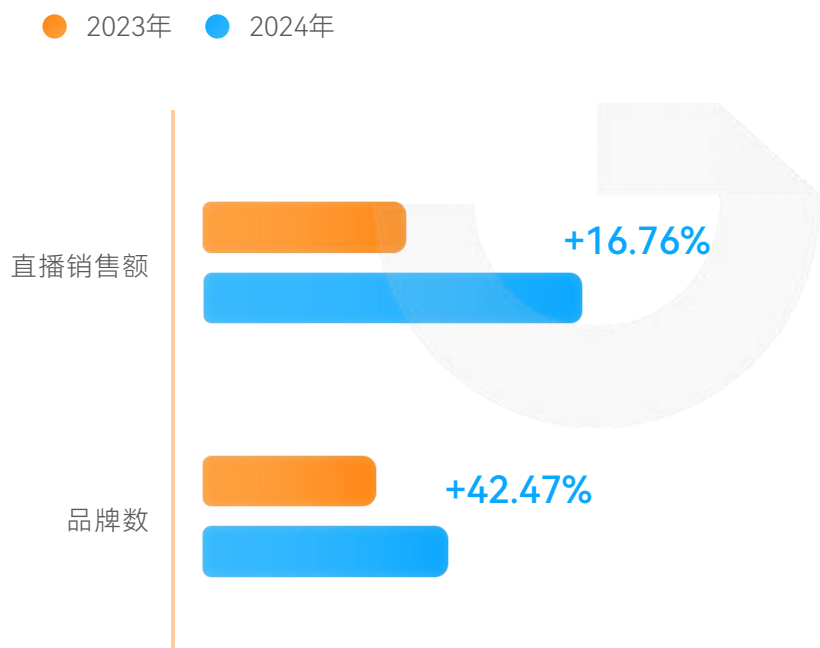
保健食品行业大促稳步增长，用户养生心智依旧强烈

同比2023年，今年双11保健食品直播销售额和品牌数分别增长了 **16.76%**和 **42.47%**，其中，100元-500元的商品销售占比高达 **63%**；从热销品类来看，改善贫血、增强免疫、控制体内脂肪共同成为保健食品大促TOP3类目。

保健食品双11销售变化

双11保健食品客单价销售额占比

双11保健食品销售占比高的细分品类



<p>TOP1</p>	<p>改善贫血</p> <p>销售额占比: 21.8%</p>	<p>热卖商品 【18岁+】康恩贝黄芪当归阿胶口服液10支/盒 ¥ 69.90 - 299.00</p>
<p>TOP2</p>	<p>增强免疫</p> <p>销售额占比: 17.2%</p>	<p>热卖商品 新养方草晶华破壁灵芝孢子粉颗粒 ¥ 399.00</p>
<p>TOP3</p>	<p>控制体内脂肪</p> <p>销售额占比: 15.1%</p>	<p>热卖商品 【4+4共8盒减肥套餐加强版】鑫玺 Speakin左旋肉碱咖啡粉赠纤维饮 ¥ 128.88</p>

3.4.3 经典案例提炼

海量达人提升品牌曝光转化，打造丰富多样的产品线

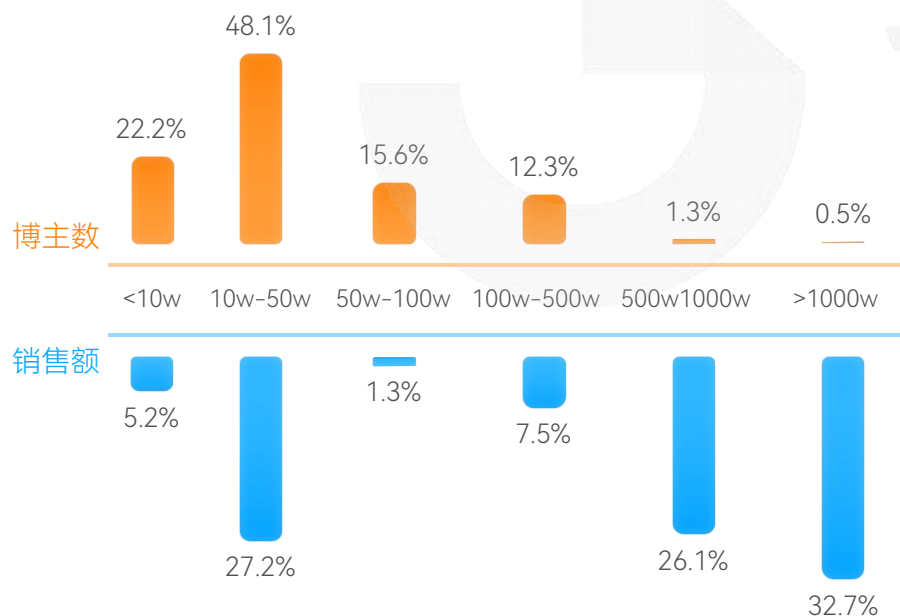


内廷上用

主要受众：女，31-40，内蒙古

双11快手营养保健行业销售热度 TOP4

品牌各层级播主数量与销售额占比分布



品牌优质直播间布局



适用症状
明确商品信息

下单优惠
刺激用户消费

售后保障
增加商品吸引力

品牌营养保健代表产品

缓解疲劳

好吸收
腰膝酸软
四肢乏力

适用症状：胸闷气喘、爬楼气喘、走路虚汗、浑身乏力、咳嗽不止、鼻涕不断、皮肤瘙痒、入睡困难

明确商品信息

今日下单 3瓶 立减30 全国包邮 送运费险

刺激用户消费

彰显内丹方参茸丸

护肝

蓝帽认证 呵护肝损伤

金奥力牌 葛根枳椇软胶囊

口苦口臭
易燥易怒
腹胀尿黄

葛根枳椇软胶囊30粒

增强免疫

增强免疫力

生长发育缓慢
免疫低下感冒
熬夜加班乏累
身体机能下降

中老年人儿童蛋白粉

调节三高

蓝帽认证

双益天麻胶囊

批准保健功能：
改善睡眠
辅助降血脂

双益天麻软胶囊

04

双11购物节 品牌榜单

2024年快手双11购物节品牌销售热榜

总榜

排名	品牌	热卖品类	客单价 (元)	排名	品牌	热卖品类	客单价 (元)
1	后/WHOO	美容护肤	1252.07	11	中国珠宝/Sino gem	黄金/彩宝/钻石/珍珠	1232.58
2	周大生	黄金/彩宝/钻石/珍珠	11681.82	12	尖锋食客	生鲜	62.83
3	紫金	黄金/彩宝/钻石/珍珠	5845.35	13	雅鹿/YALU	女装	91.3
4	行金银中	黄金/彩宝/钻石/珍珠	2068.36	14	古名/GLoire	黄金/彩宝/钻石/珍珠	319.69
5	小米/xiaomi	手机数码	5768.37	15	华为/HUAWEI	手机数码	1368.1
6	中银金行	黄金/彩宝/钻石/珍珠	277.18	16	维沃/VIVO	二手	1977.22
7	荣耀/HONOR	手机数码	1370.1	17	欧派/OPPEIN	家装建材	5781.63
8	顾家家居/KUKA	家装建材	2464.7	18	谷雨/GRAIN RAIN	美容护肤	331.19
9	萃华/CUIHUA	黄金/彩宝/钻石/珍珠	804.36	19	庆大福	黄金/彩宝/钻石/珍珠	624.11
10	雅舒曼	女装	491.89	20	作业帮	手机数码	1631.53

附录：

2024年快手双11购物节品牌销售热榜

女装

排名	品牌
1	雅舒曼
2	俐莹LEAYINE
3	ccstations
4	拿恋
5	鸭鸭/Duck Down
6	叶莎
7	玫希
8	坦博尔/TANBOER
9	独释
10	雅鹿/YALU

美容护肤

排名	品牌
1	后/WHOO
2	谷雨/GRAIN RAIN
3	博创
4	珀莱雅
5	韩束/Kans
6	凌博士
7	美丽伞
8	伊丽莎白雅顿
9	欧诗漫/osm
10	AB.LAB

手机数码

排名	品牌
1	小米/xiaomi
2	荣耀/HONOR
3	维沃/VIVO
4	作业帮
5	华为/HUAWEI
6	小度
7	OPPO
8	IQOO
9	学而思
10	红米

附录：

2024年快手双11购物节品牌销售热榜

营养保健

排名	品牌
1	九芝堂
2	健安喜/GNC
3	健力多/KEYLID
4	内廷上用
5	鑫玺
6	健美生/JAMIESON
7	草晶华
8	仁和
9	YOUTHODOLOGY
10	简保堂

厨卫家电

排名	品牌
1	海尔/Haier
2	TCL
3	海信/Hisense
4	美的/midea
5	小天鹅/Little Swan
6	追觅
7	Uoogoo
8	苏泊尔/SUPOR
9	添可/TINECO
10	蕉电

家居生活

排名	品牌
1	超能
2	双立人
3	康巴赫/KOBACH
4	帝伯朗/TIBORANG
5	妙洁丝
6	维达/VINDA
7	立白/liby
8	柏肤源
9	蓝月亮
10	苏仕兰

附录：

2024年快手双11购物节品牌销售热榜

生鲜

排名	品牌
1	尖锋食客
2	仓野农夫
3	安井/ANJOY
4	网易严选/Lifease
5	羊信叔叔
6	三全
7	村里的初七
8	闲草堂
9	天海藏
10	狂吃野哥

女鞋

排名	品牌
1	G3G
2	H55
3	伊迪漫
4	棒球队长
5	卓诗尼/JOSINY
6	ABR
7	甄选“丹”品
8	晨晨格调
9	雅舒曼
10	HDJ

个护清洁

排名	品牌
1	棉密码
2	草本熙
3	半蕊
4	妇炎洁
5	参半/NYSCPS
6	2032
7	芭莎蔓
8	韩束/Kans
9	苗坚
10	柏肤源

附录：

2024年快手双11购物节品牌销售热榜

男装

排名	品牌
1	雅鹿/YALU
2	木笛
3	鸭鸭/Duck Down
4	TK
5	啄木鸟/plover
6	CDO
7	源呈欧品
8	杉杉/FIRS
9	卡帝乐鳄鱼/CARTELO
10	雪中飞/SNOWFLYING

内衣/家居服/袜子

排名	品牌
1	吾双
2	雅鹿/YALU
3	芬腾/FENTENG
4	蜜桃囤
5	雪中飞/SNOWFLYING
6	领逸
7	原朵
8	维妮芳
9	迪奈特
10	Caltenkirsn

休闲食品

排名	品牌
1	尖锋食客
2	古医秘录
3	徐福记
4	雀巢/Nestle
5	哆辣觅
6	士力架/SNICKERS
7	绿箭
8	口水娃
9	玛呖德/MALIDAK
10	三只松鼠/THREE SQUIRRELS

附录：

2024年快手双11购物节品牌销售热榜

户外鞋服

排名	品牌
1	SIINSIIN
2	骆驼/CAMEL
3	安踏/ANTA
4	JEEP SPIRIT
5	吉普/jeep
6	吾双
7	斯凯奇/SKECHERS
8	阿迪达斯/adidas
9	耐克/NIKE
10	李宁/LI-NING

黄金/彩宝/钻石/珍珠

排名	品牌
1	周大生/CHOW TAI SENG
2	紫金
3	行金银中
4	中银金行
5	中国珠宝/Sino gem
6	萃华/CUIHUA
7	庆大福
8	古名/GLoire
9	千叶
10	大米

箱包饰品

排名	品牌
1	萃华/CUIHUA
2	行金银中
3	莱百福
4	吴越老银铺
5	中国珠宝/Sino gem
6	万福匠
7	无品牌
8	妙海
9	七度银饰
10	靓素

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



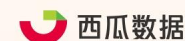
商务合作

果集销售总监
余新彦



市场合作

果集市场品牌总监
何十三



关注飞瓜

飞瓜数据快手版是快手全场景数据分析平台，集直播带货、电商选品、流量变现为一体的新媒体数据服务商，提供全维度实时直播监控，发掘爆款商品，智能匹配带货达人，有利助力新媒体、新电商变现。



飞瓜快数APP

掌握全场景快手数据



关注公众号

获取更多快手玩法



飞瓜快数小程序

随时随地掌握快手数据