

# 2025年5月 飞瓜抖音电商营销月报

2025-06 飞瓜数据 出品

## 研究综述

### 01. 统计周期

2024年5月-2025年5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

## 2025年5月 电商营销复盘

## 5月营销重点活动:

# 618抢跑期实现开局爆发，传统节日带动市场消费热潮

5月13日-26日「抖音商城618好物节」抢跑期间。得益于国补政策的优惠力度，再加上抖音电商主打一件立减15%，搭配优惠券、超值购等福利，平台生意实现了开局爆发。同时在5月，母亲节、端午节等一系列节日活动，激发了旺盛的销售需求。

### 618抢跑期，5.13-5.31开售



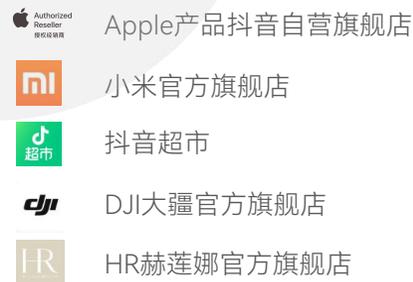
#### ● TOP5销售热度品牌



#### ● TOP5浏览量品牌

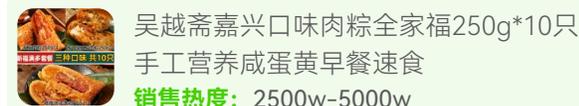


#### ● TOP5带货小店

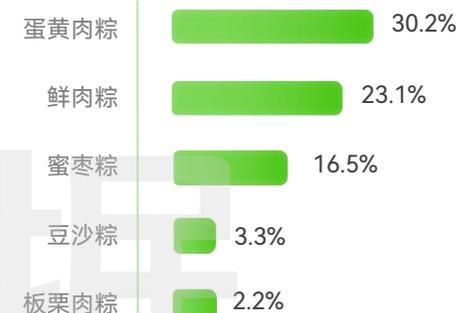


### 重点营销活动：端午节

#### ● 粽子热卖商品TOP3



#### ● 粽子馅料受欢迎程度



#### ● 热门端午活动在抖音轮番上映

美食向

#解锁端午的N种过法  
#晒出我家的端午美食

地域向

#各省粽子申请出战  
#南北粽子有自己的华山论剑

民俗向

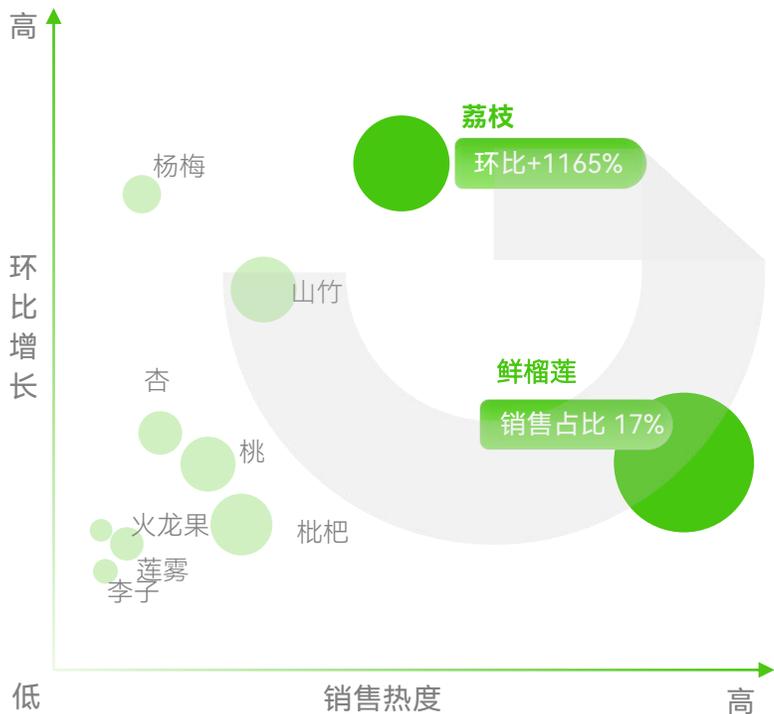
#年轻人开始爱上端午挂艾了

## 5月重点品类：水果

# 垂类达人直播带货，应季水果走向销售“快车道”

随着农产品生鲜品类在电商越发成熟的运营策略，抖音已成为应季水果的销售重要渠道。在5月，荔枝品类新鲜上市，环比激增1165%，且立刻冲上销售热度TOP2，仅次于“水果之王”榴莲。从带货达人和小店上可以看到，水果目前出货主要依靠垂类达人与店铺，其凭借完善的供应链为销售保驾护航

### 5月水果品类销售占比与环比增长表现



### 水果品类销售热度TOP5达人

排名	达人	市场份额
01	与辉同行	2.67%
02	田大叔生鲜榴莲	2.24%
03	水果大叔 (鲜达果园)	1.05%
04	小明正能量 (今晚5点直播)	0.72%
05	四月的雨^_^	0.70%

### 水果品类销售热度TOP5小店

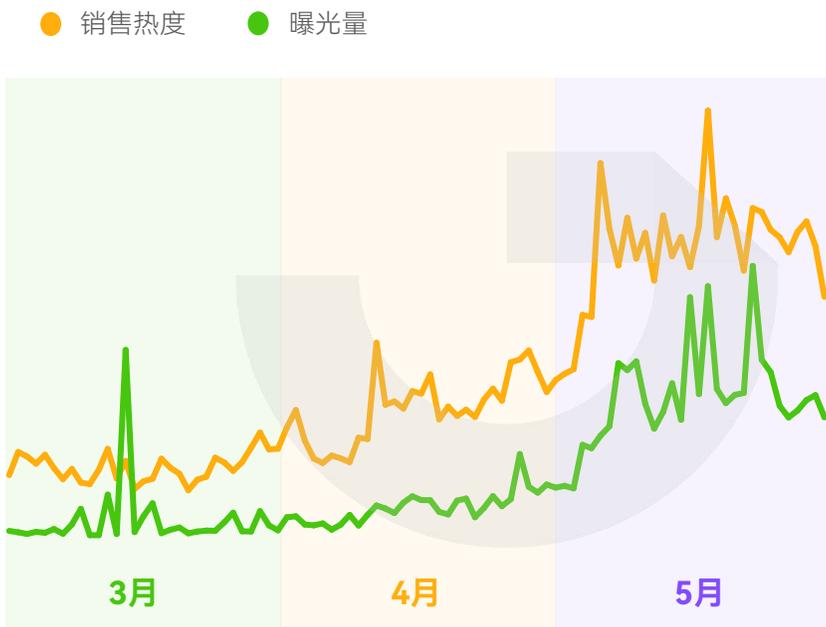
排名	小店	市场份额
01	田大叔生鲜榴莲	2.27%
02	鲜达果园	0.87%
03	东方甄选	0.81%
04	中惠美水果蔬菜旗舰店	0.74%
05	鲜蜂队官方旗舰店	0.53%

## 5月重点品类：水果 - 榴莲

# 借势大促，告别“盲盒”，抖音发起“榴莲保交房”品类活动

根据飞瓜数据显示，3-5月榴莲消费趋势不断上涨，其中5月环比涨幅达到352%。随着榴莲旺季到来，抖音在5月17日-30日发起“榴莲保交房”活动，通过达人直播、内容投放，让金枕、猫山王等知名爆款品种在抖音不断引爆消费增量。

### 3-5月榴莲品类销售热度与营销曝光趋势



### 抖音发起榴莲品类活动



#### #榴莲保交房

播放量：1.5亿+

参与人数：2.5w+

告别盲开焦虑，轻松买到榴莲保交房，5月17-30日分享榴莲独家选购技巧

### 品类广告投放分布

巨量千川 50.0%

广告条数  
800+



巨量本地推 47.4%

广告条数  
3000+

### 优质广告视频结构详解

互动挑战 → 产品价值传递 → 风险消除 → 限时促销 → 信任闭环

AD 选10块钱还是吃一房榴莲?

投放平台：巨量千川

视频小蓝词

田大叔榴莲口碑

金枕榴莲

### 素材脚本内容解读



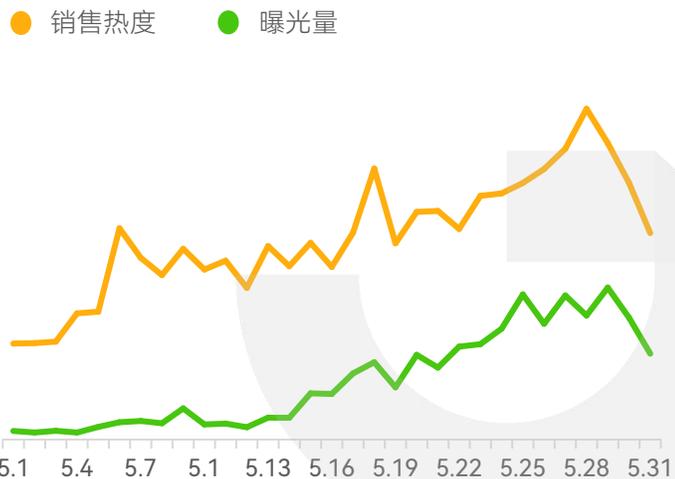
- ▶ 互动挑战：通过街头测评挑战形式建立品牌认知
- ▶ 产品卖点：用榴莲果肉克数（4大盒/16房肉）吸引路人，对比超市价格直观展示性价比
- ▶ 用户痛点：针对线上购物顾虑，提出生包死包赔付政策解除后顾之忧
- ▶ 引导购买：以冲刺千万粉丝为由推出直播间专属买赠活动，制造稀缺性

## 5月重点品类：水果 - 荔枝

# 应季荔枝热度持续攀升，溯源直播助推果农销售

5月期间，荔枝品类的销售热度与营销曝光量持续增长，海南产荔枝销售热度最高，约占80%。在营销方式上，带货直播以65.7%的占比主导曝光，其次是带货视频。在带货达人层级中，潜力达人的热度最为客观，占比59.6%。多数垂类达人通过溯源直播打开销售渠道。

### 5月荔枝品类销售热度与营销曝光趋势



海南产荔枝  
约占 **80%**

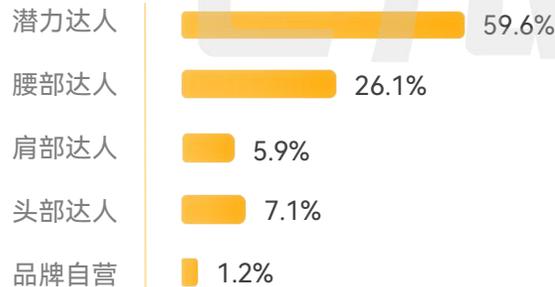


广东产荔枝  
约占 **10%**

### 品类营销方式分布



### 带货达人层级分布



### 达人场地溯源直播间热度高



#### 高表现场次:

@果趣生鲜水果  
妃子笑荔枝专场

直播热度: 100w-250w  
直播时长: 4天21时5分2秒  
观看人次: 40.2w  
主要流量来源: 付费占比94.6%

### 《舌尖上的抖音》助推荔枝出圈



#### 《夏天的味道在抖音》

邀请@林一、@特别乌啦啦、@王玉雯、@杨九郎 围绕“妃子笑、桂花香、三月红、观音绿”几款热门品种，以及用荔枝制作的各式美食，展开花式吃法。

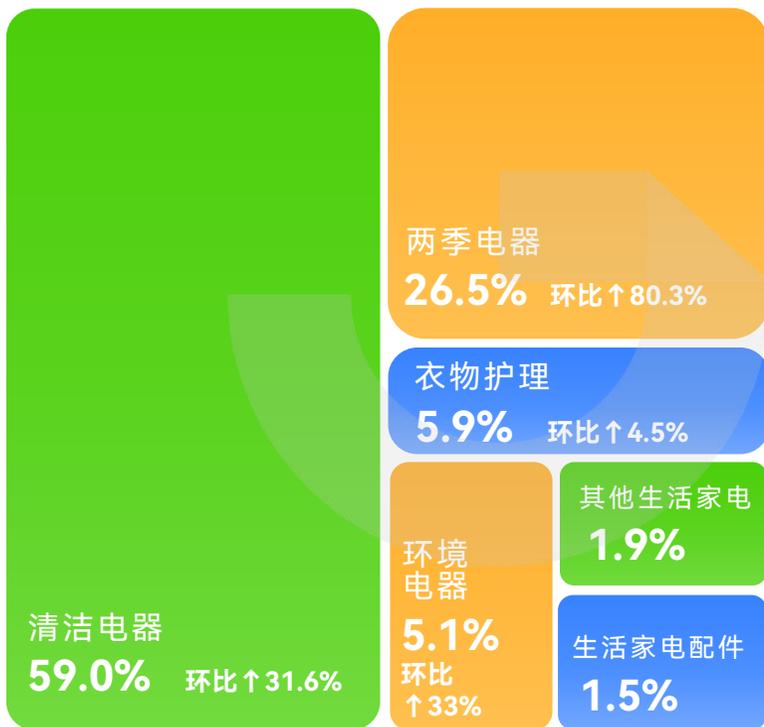
点赞: 31.1w

## 5月重点品类：两季电器

# 国补拉动电器品类消费，两季电器环比表现亮眼

近期随着国补优惠力度搭配618大促的持续深化，电器品类销售热情颇高。从生活电器品类整体来看，清洁电器销售热度占据主导地位。随着夏季来临，两季电器如风扇、循环扇等，环比增幅瞩目，达80.3%。目前，品类品牌集中度达到46.5%，头部品牌展现出较强的市场实力。

### 5月生活电器品类销售占比与环比增长表现



### 两季电器品牌集中度与同比增速

(TOP5品牌销售额占比)

● CR5 ● 其余品牌



排名	品牌	市场占有率	环比增长
01	SKYWORTH 创维 Skyworth/创维	12.5%	28.1%
02	扬子 YANGZI/扬子	9.9%	140.0%
03	DIAMOND 钻石牌 DIAMOND/钻石牌	9.6%	77.0%
04	Midea Midea/美的	8.8%	73.5%
05	GREE 格力 GREE/格力	5.7%	185.3%

## “空气循环”已成主要卖点词，用户较关注风力与静音体验

根据飞瓜数据统计，目前两季电器主要卖点聚焦于在“空气循环、大风力、静音”等功能。且用户产品体验反馈中，也较强提及“风力强劲与静音出色”两大关键内容。在使用场景方面，夏季日常提及占比 41.3%，是最主要的应用场景。其次为厨房烹饪，卧室休息与办公场所。

### 主要卖点词

产品功能词	热度
空气循环	🔥 99.9
大风力	🔥 98.4
静音	🔥 87.7
智能语音	🔥 73.5
清凉	🔥 63.0
落地	🔥 48.7
循环	🔥 31.3
两用	🔥 27.5
折叠	🔥 20.8
制冷	🔥 19.8

### 产品体验反馈

关键词	提及占比	原因
风力强劲	39.8%	用户对产品风力表现满意，风力大让人感觉凉快。
静音出色	25.2%	用户对产品静音效果认可，运行时噪音小不干扰生活。
外观精美	13.6%	用户对产品外观赞赏有加，颜值高且材质不错。
小巧不占地	5.7%	用户对产品小巧设计满意，不占空间放置便捷。
功能实用	5.6%	用户认为产品功能较为齐全，使用起来简单方便。

### 两季电器主要使用场景

#### 夏季日常



提及占比：41.3%

#### 厨房烹饪



提及占比：18.1%

#### 卧室休息



提及占比：13.0%

#### 办公场所



提及占比：11.5%

## 聚焦爆款循环扇，以品牌自播拉升销售热度



### DIAMOND/钻石牌

主要受众：男，31-40，三线城市

主要销售渠道：直播 占比76.3%

### 5月品牌两季电器品类推广关键数据

销售热度	销售热度同比增长率	曝光量	曝光量同比增长率
7500w-1亿	161.6%	2086.9w	113.0%

### 5月品牌带货方式占比分布



### 品牌矩阵直播间覆盖爆款产品线

桌面风扇



桌面厨房户外风扇涡轮强力挂壁数显循环扇台式无极调节风扇

店铺：钻石牌数码旗舰店  
销售热度：2500w-5000w

智能爆款



清凉空气循环扇电风扇家用落地扇静音台立两用风扇

店铺：钻石牌官方旗舰店  
销售热度：2500w-5000w

传统强力



落地式落地扇语音遥控家用强劲风力电风扇

店铺：钻石牌生猛电器专卖店  
销售热度：100w-250w

高端配置



直流变频循环扇无刷电机智能语音遥控落地扇净化抑菌静音

店铺：钻石牌电器旗舰店  
销售热度：100w-250w

### 商品舆情关键词



### 母亲节主题广告以情感植入

#### 热门广告素材



@阿九超爱捣鼓家

母亲节的礼物，让清凉陪伴她整个夏天。#钻石牌电风扇#母亲节，送妈妈清凉一夏#母亲节礼物#送给妈妈的礼物

投放平台：巨量星图 预估曝光：47.1w

内容亮点：

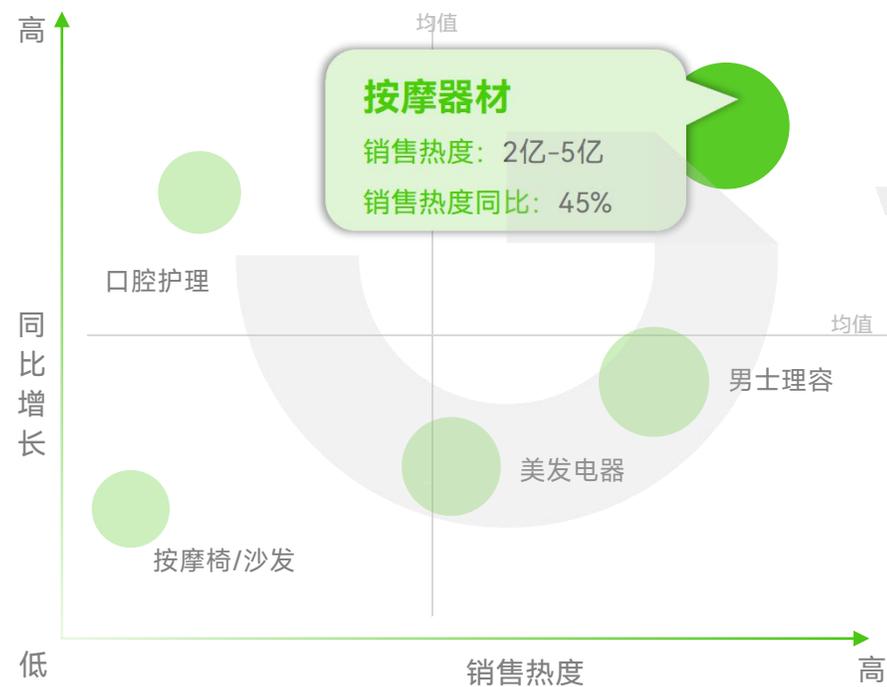
通过母亲节送礼场景建立情感共鸣，自然过渡到产品功能说明。针对不同使用时段和空间场景讲述智能风扇给家人带来的舒适时刻。

## 5月重点品类：按摩器材

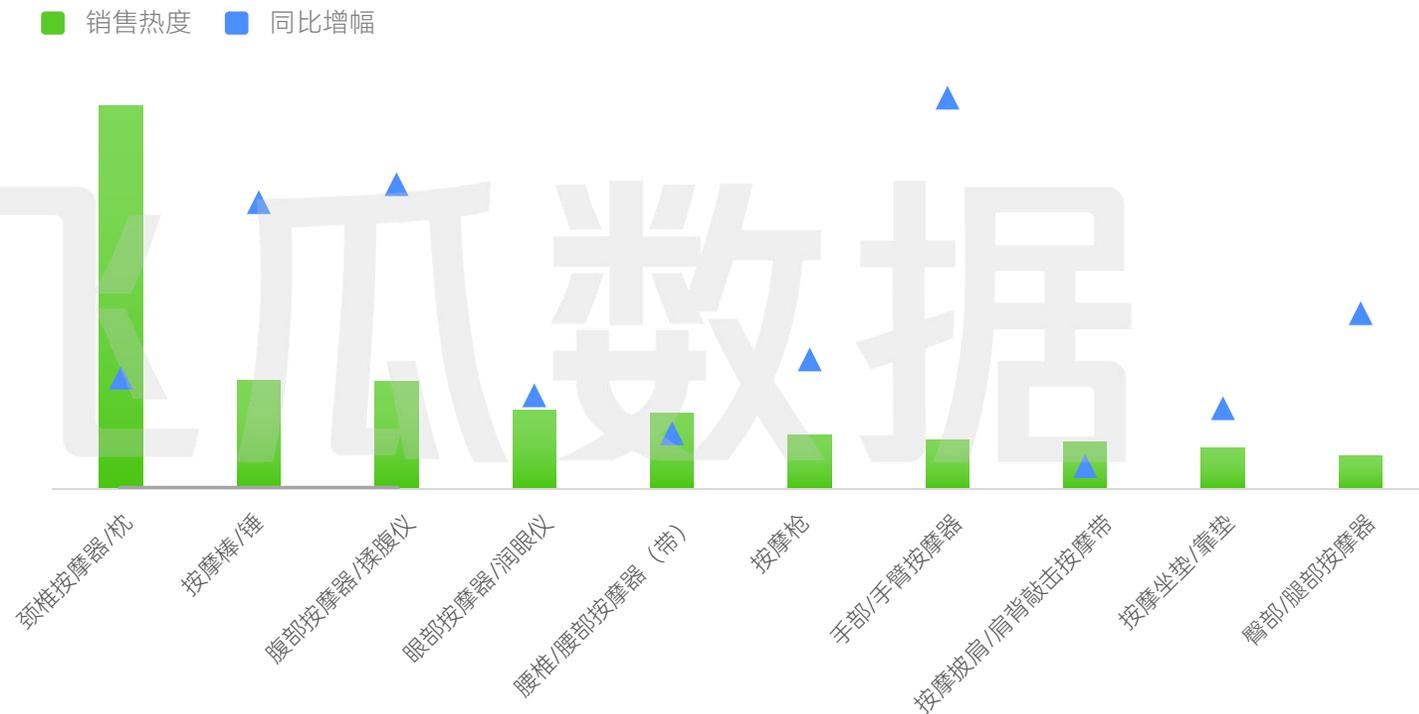
# 按摩器材销售热度飙升，减肥季推动细分市场增长

5月抖音个人保健/护理电器细分品类中，按摩器材销售热度同比增幅达45%，其中手部、腹部按摩器环比增幅最高。随着夏季的到来，人们对身材管理更为重视，减肥需求大增。腹部按摩器可辅助促进腹部脂肪代谢，而手部按摩器在人们运动锻炼后，能缓解手部疲劳，搭配运动减肥使用。

25年5月抖音 个人保健/护理电器 细分品类表现



5月抖音个人保健/护理电器-按摩器材 细分品类销售热度占比

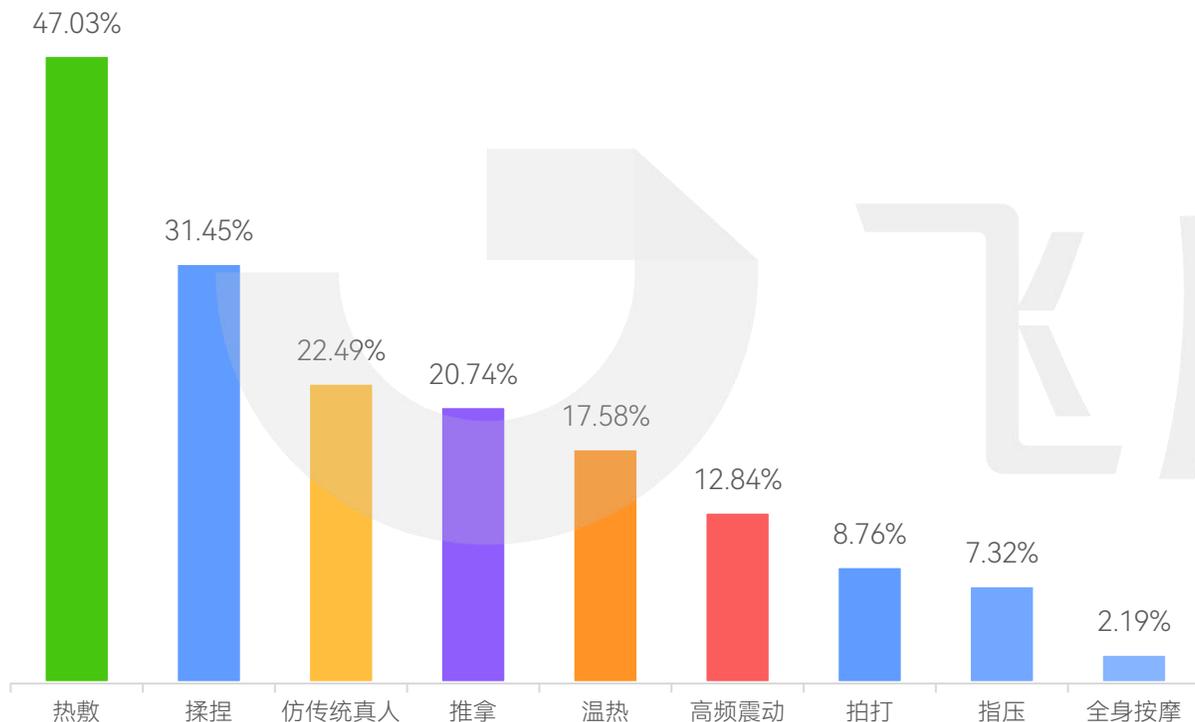


## 5月重点品类：按摩器材

# 热敷成腹部按摩仪核心卖点，场景化营销精准触达目标人群

从腹部按摩仪的产品设计来看，热敷功能凭借显著的理疗效果成为市场主流，近半数产品均搭载该功能，满足用户对舒适按摩与深层舒缓的需求。与此同时，商家洞察到现代人群没时间操作、懒于手动按摩的痛点，以场景化营销精准切入，突出产品“全自动按摩”替代人工的便捷性。

### 5月腹部按摩仪/揉腹仪品类各属性销售占比（按摩手法）



### 热销商品示例



乐尔康砭石揉腹仪全自动暖腹揉腹仪热敷推拿按摩腹部按摩器

商品属性 按摩手法：热敷，揉捏，推拿

主推功效

缓解宫寒

赶走胀气

松软肌肉

暖腹

热敷

### 关联推广视频



宫寒胀气一揉就舒坦！大单盘覆盖整个腹部，砭石温润渗透，无烟艾灸加持！痛经星人快囤！#揉腹

#### 素材脚本内容解读

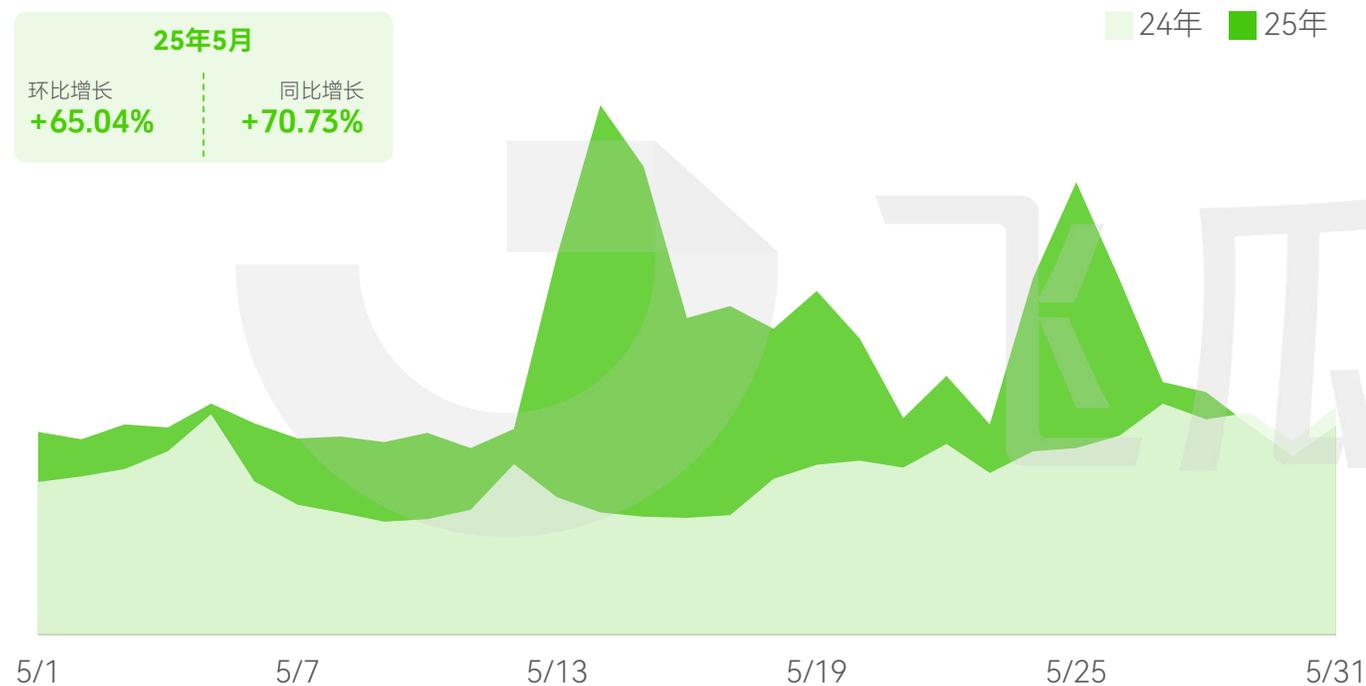
- 用户痛点：通过'没时间揉？' '懒得揉也不怕！' 直接点明目标人群的按摩需求障碍
- 产品卖点：用「全自动按摩」「5种模式」「红光热敷」等卖点展示自动化解决方案
- 引导购买：结尾用'赶紧进来看看吧！' 引导用户立即行动
- 内容亮点：用'没时间/懒得揉' 痛点自然过渡到自动化按摩产品优势

## 5月重点品类：沙发

# 沙发销售热度显著抬升，皮艺沙发持续占据主力地位

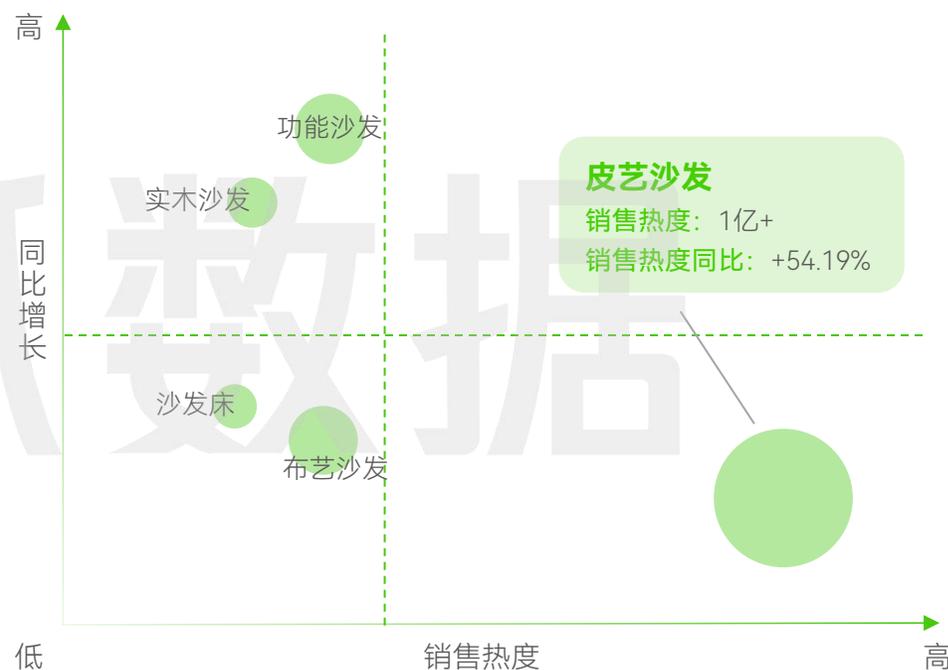
25年5月抖音沙发品类销售热度亮眼，同比24年5月增长70.73%，环比增长也高达65.04%。5月14日单日的销售热度超5000w，达到本月的峰值。从细分品类销售分布来看，皮艺沙发表现突出，销售热度超1亿，同比涨幅达54.19%，是沙发市场中的明星品类。此外，实木沙发、功能沙发的销售增长强劲，多元品类共同支撑市场。

### 24年-25年5月抖音沙发品类销售热度对比



### 25年5月沙发细分品类销售分布

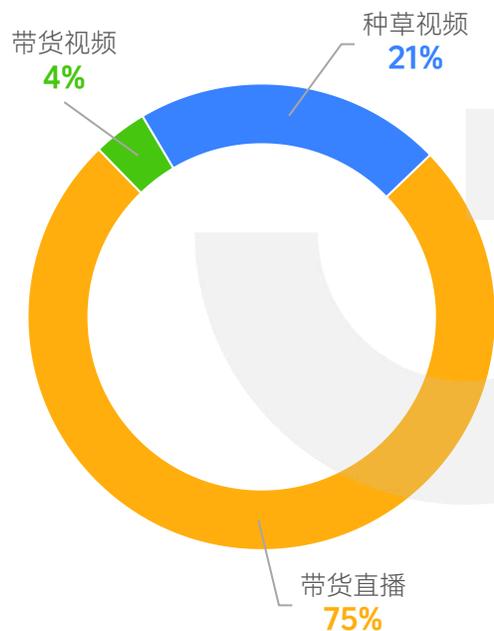
\*筛选销售额大于100w的品类排序，虚线表示均值



## 带货直播是市场主流曝光渠道，耐用性和柔软度为消费者重视

从25年5月的皮质沙发品类营销构成可见，带货直播的曝光量占比高达75%，为主要营销曝光方式。高频营销词中，“真皮”、“头层牛皮”等表皮材质相关词汇热度凸显，此外“客厅”、“办公室”等场景也是市场品牌商家着重体现的营销场景。切换观察舆情侧，购后消费者反馈的功能需求中，“面料耐用”、“柔软度”比例较大，使用人群中儿童群体提及占比近半成，是品牌商家后续可跟进优化的方向。

### 25年皮质沙发品类营销曝光量构成



### 高频营销词

关键词	热度
真皮	99.9
头层牛皮	70.8
客厅	58.9
2,000多	54.6
劳伦斯	50.9
办公室	48.0
阳台	46.4
乳胶	40.1

### 5月抖音皮质沙发品类舆情分析

### 功能需求

关键词	提及比例
质量耐用	33.3%
柔软度	26.7%
颜色外观	13.3%
细节做工	13.3%
通风散味	6.7%

### 使用人群

关键词	提及比例
儿童群体	46.0%
家庭群体	21.6%
老人群体	14.2%
其他人群	10.2%
年轻人群	8.0%



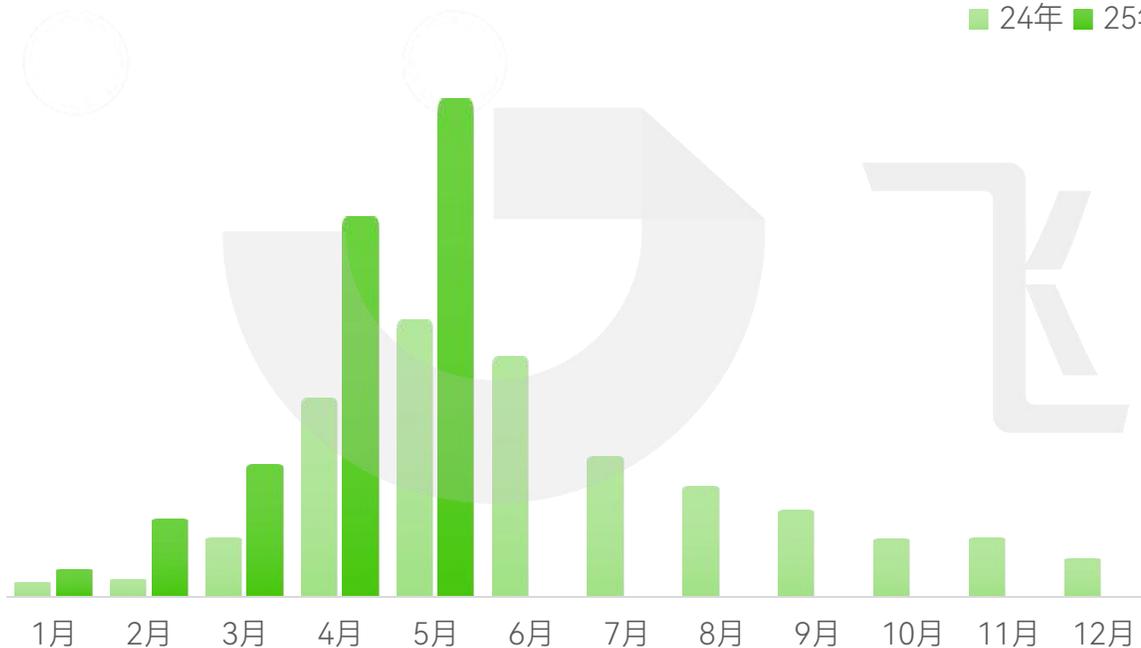
## 5月重点品类：驱虫用品

# 升温加热驱虫用品市场，市场竞争更分散多元

从24年驱虫用品的销售趋势可见，3月开始呈现上升趋势，在5月达至顶峰。25年5月的市场销售热情显著高于24年同期，单月销售热度超1亿，同比增长65.68%。此外，25年5月该品类品牌和商品集中度分别为14.5%、10.31%，相较24年5月，二者均有明显的下降，反映出市场竞争更分散，新品牌、商品有更多进入机会。

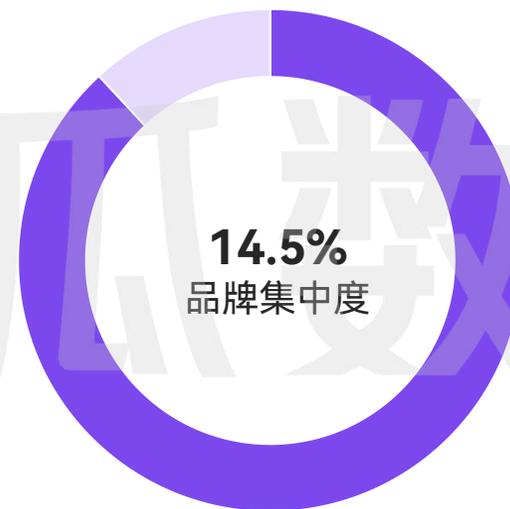
### 24年-25年5月抖音驱虫用品品类销售热度趋势

■ 24年 ■ 25年

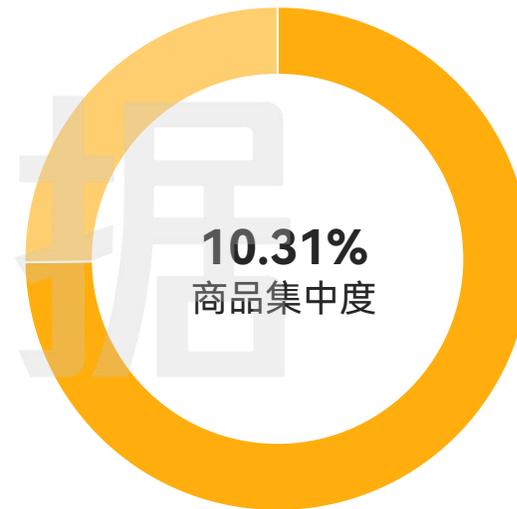


### 25年5月驱虫用品品类品牌、商品集中度

(TOP5品牌、商品占比)



同比24年5月  
↓14.18%



同比24年5月  
↓14.02%



## 场景化精准推荐适配商品，直观演示功能加速转化



### 雅格

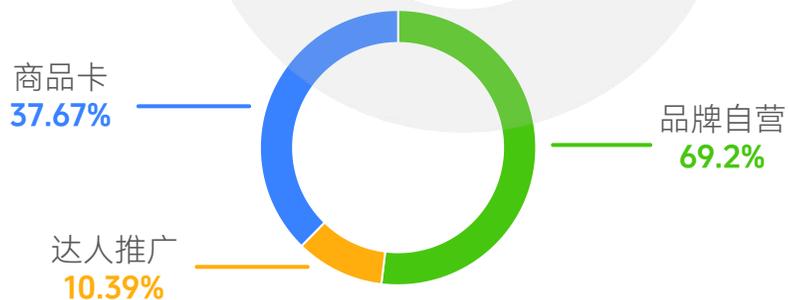
主要受众：男，31-40，广东

5月抖音驱虫用品销售热度 **TOP1**

### 5月品牌驱虫用品品类推广关键数据

销售热度	销售热度环比增长率	关联直播	带货商品
500w-750w	63.09%	1.5w	72

### 5月品牌驱虫用品品类销售热度构成



### 品牌主推商品



雅格电蚊拍多功能家用强力锂电池底座自动电子灭蚊拍电苍蝇拍蚊灯  
销售热度：100w-250w

### 品牌高销自营号



@雅格官方旗舰店  
粉丝数：14.4w



@雅格官方旗舰店直播间  
粉丝数：10.3w

### 品牌直播间分析



### 内容亮点

#### 亮点一

贴片明确标注“官方旗舰店正品”，强化品牌身份，底部展示了多项官方品质、售后包装，播主手卡再次强调售后，直接传递“品牌直营”信任，降低用户对“购买风险”的感知，更敢于尝试下单。

#### 亮点二

使用金属展示电蚊拍的“超强电压”，说明电蚊拍的紫光灯引虫原理，展示电蚊拍灭蚊实力。同时，强调无辐射不伤眼，播主直接上手展示电蚊拍的“防误触”功能，打消用户的消费顾虑。

#### 亮点三

对比不同链接商品的功能，针对“普通室内”、“餐厅”、“池塘”等具体场景，推荐适配商品。同时，逐一演示各不同产品的直立、折叠和伸缩等功能，体现品牌电蚊拍与传统电蚊拍的区别。

# 02

## 2025年6月 电商趋势前瞻

# 6月热卖商品预测：

营销关键词

儿童节、怀旧

随着信息技术的发展以及人们意识观念的改变，六一儿童节不再是独属孩子们的快乐。在节日期间，除了亲子，学习用品等儿童相关品类将迎来销售高峰外，针对成年人场景，具有怀旧、萌系等元素的营销出会有不错的热度，品牌可通过推出相关产品或举办主题活动，与消费者建立更紧密的情感联系。

重点关注商品

创意礼品、童装/婴儿装/亲子装、零食/坚果/特产、学习用品、玩具/模玩/动漫周边

推荐商品参考



零食礼盒



玩具



文具套装

营销关键词

父亲节

父亲节作为一个承载着感恩父爱情感的节日，在抖音内容电商领域蕴含着巨大的营销潜力，亲情向内容容易引发共鸣。同时，“父亲节礼物推荐”等话题备受关注，年轻群体成消费主力。品牌商家可精准选品，打造情感内容，强化直播互动并整合多渠道传播，借节日契机提升销量与品牌影响力。

重点关注商品

男装、剃须刀、智能手环、血压仪、个人保健/护理电器、贺卡/卡片、户外/登山/野营/旅行用品

推荐商品参考



钢笔



剃须刀



男装

营销关键词

毕业季

蝉鸣渐起，盛夏的风轻轻掀开时光的扉页，又是一年高考与毕业季的钟声悄然临近。各大社交平台上，青春的话题开始沸腾，学子们的期待与憧憬化作流量热潮。品牌商家可借此推出毕业旅行必备单品组合；针对求职，打造简约干练的服装搭配等，吸引年轻用户关注与购买。

重点关注商品

旅行装/体验装、旅行收纳用具、鲜花速递/花卉仿真、套装/学生校服、创意礼品

推荐商品参考



鲜花速递



旅行箱



学士帽diy材料

# 6月热点营销日历:



## ● 关键营销节点

06/01 星期日 儿童节

06/15 星期日 父亲节

06/18 星期三 618大促

## ● 重要时间节点

06/07 星期六 高考

06/21 星期六 夏至

# 5月抖音大事件盘点:

## 01 抖音搜索推出618“口令词引流助推”玩法

据悉,今年618抖音商家搜索增长玩法持续升级,新增“口令词引流助推”,全部商家均支持“无门槛”参与,根据商家提报口令词的实际引流搜索次数及效率,实时置换搜索曝光激励。

## 02 抖音电商官宣618商家激励政策

5月8日,2025年“抖音商城618好物节”招商大会召开。会上,平台对今年618大促的报名规则、核心玩法等做了详细介绍。其中,618期间,平台将继续升级相关政策,推动商家收益再创新高。

## 03 抖音生活服务为优质零售商家免佣

抖音生活服务针对优质零售商家,推出五项扶持举措。该专项扶持覆盖服饰鞋帽等多个零售行业细分类目,通过零佣金、品牌联合经营激励、商超连锁外贸优品专项支持、商家服务及生态治理等。

## 04 抖音上线阻止相同侵权内容传播功能

抖音平台升级侵权举报服务,支持用户授权开通“阻止相同侵权内容传播”功能,大幅降低重复侵权投诉的成本,探索“一次投诉、长期管控”的治理目标。

## 05 抖音开展AI起号专项治理行动策

近期,抖音对利用AI进行账号批量生产、传播虚假信息的黑灰产业链条展开了重点打击,共清理了311条违规内容,封禁多个严重违规账号。

## 06 抖音电商实施打击不平等交易相关细则

该细则中的“不平等交易”包括但不限于以下类型直播间/短视频标题、昵称、口播、背景宣传“不拍多单不发货/买A必须先买B”等相关条款。

## 07 抖音启动“飞单治理行动”

5月22日消息,为保障消费者合法权益、维护平台交易秩序,抖音生活服务近日宣布启动“飞单行为专项治理行动”,对商家诱导用户脱离平台交易的违规行为实施严厉打击。

## 08 抖音电商降低商家运费险

据悉,6月6日起抖音电商将推出系列降本措施,将商家运费险成本在日常价基础上降低5%-15%。符合条件的商家或达人,无需额外报名自动生效。新开通运费险商家,可享受前3天保费免单补贴。

# 03

## 本月榜单

附录：

## 2025年5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	KANS/韩束	21	Redmi/红米
2	Apple/苹果	12	MOUTAI/茅台	22	ANTA/安踏
3	Xiaomi/小米	13	FILA/斐乐	23	Helena Rubinstein/赫莲娜
4	Midea/美的	14	COACH/蔻驰	24	IQOO
5	LouisVuitton/路易威登	15	草本初色	25	学而思
6	Haier/海尔	16	VIVO	26	L'OREAL /欧莱雅
7	NIKE/耐克	17	OnePlus/一加	27	GREE/格力
8	adidas/阿迪达斯	18	作业帮	28	PROYA/珀莱雅
9	OPPO	19	HONOR/荣耀	29	LI-NING/李宁
10	DJI/大疆	20	云上叙	30	LA MER/海蓝之谜

## 2025年5月品牌销售热榜

### 美妆榜



排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
1	KANS/韩束	11	可复美	21	YSL/圣罗兰
2	Helena Rubinstein/赫莲娜	12	GALENIC/科兰黎	22	Florasis/花西子
3	PROYA/珀莱雅	13	MARUBI/丸美	23	Jmoon/极萌
4	LA MER/海蓝之谜	14	MGP/毛戈平	24	WINONA/薇诺娜
5	L'OREAL /欧莱雅	15	PECHOIN/百雀羚	25	C咖
6	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛	16	MEICHIC/美诗	26	CLARINS/娇韵诗
7	SK-II	17	CLÉ DE PEAU BEAUTÉ/肌肤之钥	27	SHISEIDO/资生堂
8	LANCÔME/兰蔻	18	谷雨	28	Skinceuticals/修丽可
9	The history of/后	19	蒂洛薇	29	ELL
10	CHANDO/自然堂	20	HBN	30	TIMAGE/彩棠

附录：

## 2025年5月品牌销售热榜

### 个护家清榜



排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
👑	Vinda/维达	11	botare/植护	21	Liby/立白
👑	Bluemoon/蓝月亮	12	C&S/洁柔	22	Breeze/清风
👑	活力28	13	INTIMA/茵缇玛	23	淘淘氧棉
4	Mind Act Upon Mind/心相印	14	白云山	24	SukGarden/蔬果园
5	妇炎洁	15	FREEMORE/自由点	25	云南白药
6	沫檬	16	康思嘉	26	朵薇
7	Dettol/滴露	17	彩夕	27	bop/波普专研
8	NYSCPS/参半	18	俊小白	28	水卫士
9	Little Dream Garden/半亩花田	19	德佑	29	赫系
10	卡唯朵	20	KERASTASE/卡诗	30	老管家

附录：

## 2025年5月品牌销售热榜

### 服饰内衣



排名	品牌
1	草本初色
2	BANANA UNDER/蕉下
3	TUCANO/啄木鸟
4	LucasEmilyLouie
5	Miiow/猫人
6	Alessandro Paccuci/亚历山德罗 帕库奇
7	ROMON/罗蒙
8	我是摩羯
9	BASIC HOUSE/百家好
10	AMASS/阿玛施

### 3C数码家电



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

### 母婴宠物



排名	品牌
1	kangaroo mommy/袋鼠妈妈
2	anta kids/安踏儿童
3	bodcrme/贝德美
4	GoldenTales/金故
5	HUGGIES/好奇
6	Balabala/巴拉巴拉
7	aptamil/爱他美
8	X kids/特步儿童
9	BoBDoG/巴布豆
10	Hi!papa/海龟爸爸

附录：

## 2025年5月品牌销售热榜

### 食品饮料



排名	品牌
1	徐福记
2	Three Squirrels/三只松鼠
3	yili/伊利
4	ADOPT A COW/认养一头牛
5	LIGHT UPPER/轻上
6	MENGNU/蒙牛
7	五芳斋
8	锋味派
9	BAIXIANG/白象
10	一品百年

### 生鲜



排名	品牌
1	dongfangzhenxuan/东方甄选
2	HITOMORROW/大希地
3	天海藏
4	HAIYANGYANYI/海洋演义
5	杨博士
6	满山馋
7	锋味派
8	脱骨侠
9	BESTHOME
10	liuwu/柳伍

### 运动户外



排名	品牌
1	NIKE/耐克
2	adidas/阿迪达斯
3	FILA/斐乐
4	ANTA/安踏
5	LI-NING/李宁
6	CAMEL/骆驼
7	XTEP/特步
8	SKECHERS/斯凯奇
9	ARC'TERYX/始祖鸟
10	Under Armour/安德玛

附录：

## 2025年5月品牌销售热榜

### 智能家居



排名	品牌
1	dreame/追觅
2	TINECO/添可
3	Midea/美的
4	ECOVACS/科沃斯
5	roborock/石头
6	KONKA/康佳
7	AUX/奥克斯
8	SUPOR/苏泊尔
9	亚朵星球
10	UWANT/友望

### 酒类



排名	品牌
1	MOUTAI/茅台
2	WULIANGYE/五粮液
3	XI LIQUOR/习酒
4	汾酒
5	国鼎
6	郎酒
7	YANGHE/洋河
8	LUZHOULAOJIAO/泸州老窖
9	剑南春
10	TSINGTAO/青岛啤酒

### 滋补保健



排名	品牌
1	诺特兰德
2	WONDERLAB/万益蓝
3	五个女博士
4	Swisse/斯维诗
5	MESOESTETIC/美斯蒂克
6	仁和
7	FRESH/小仙炖
8	OXYENERGY/氧气能量
9	小主
10	喜纯

## 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5月1日-2025年5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