

2026年9月 飞瓜抖音电商营销月报

2026-10 飞瓜数据 出品

研究综述

01. 统计周期

2025年9月-2026年9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

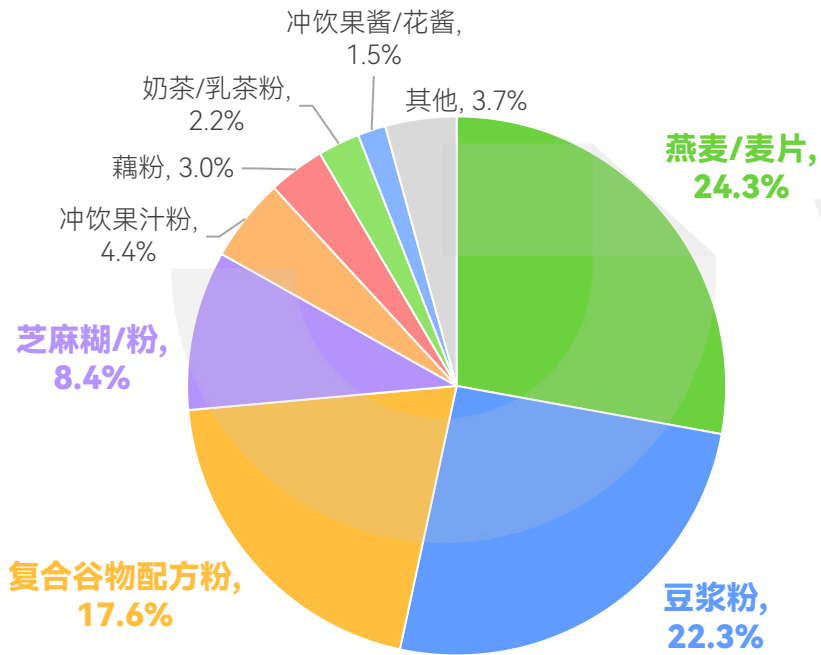
01

2026年9月 电商营销复盘

燕麦麦片稳居冲饮谷物销量首位，豆浆粉头部集中度高

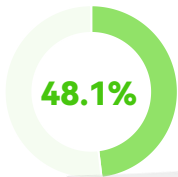
9月抖音冲饮谷物品类的销售热度中，燕麦/麦片以24.3%居热度之首，豆浆粉、复合谷物配方粉紧随其后，品类基本盘稳定。从主要品牌的品牌集中度上看，豆浆粉CR5高达80.9%，永和豆浆与九阳豆浆合计占据超七成份额，双寡头格局几乎占据头部空间；燕麦/麦片CR5为48.1%，西麦、金味领先但未形成垄断，中腰部品牌仍有追赶余地；而复合谷物配方粉CR5仅34.9%，五谷磨房虽居首但优势有限，格局最为分散。

9月抖音冲饮谷物品类销售热度占比分布



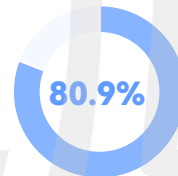
9月冲饮谷物主要品类品牌集中度CR5

燕麦/麦片 TOP5品牌与市场份额



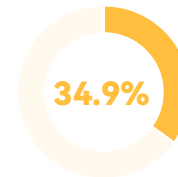
西麦	金味	瀛洲渡	欣善怡	江中食疗
15.0%	13.0%	11.4%	5.3%	3.4%

豆浆粉 TOP5品牌与市场份额



永和豆浆	九阳豆浆	维维	礼全斋	北大荒
41.2%	32.5%	4.5%	1.5%	1.3%

复合谷物配方粉 TOP5品牌与市场份额



五谷磨房	巧农婆	古良人	暴走工坊	江中食疗
17.5%	8.2%	3.4%	3.1%	2.7%

奶茶乳茶粉拿下赛道高曝光红利，功能型小蓝词拉动用户搜索心智

在冲饮谷物各细分类目营销作品上，燕麦/麦片的营销内容产出最多，同时奶茶/乳茶粉凭借10.5亿预估曝光，成为流量黑马，其他品类。高曝光品类与内容量品类并不完全重合。从小蓝词表现来看，黄芪党参豆浆粉相关词条占据关联视频榜单前列，消费者对于配料、冲泡方法、产品价格等实用信息搜索需求旺盛，燕麦品类则持续占据达人种草赛道，而茶饮类小蓝词在点赞、收藏增量上表现突出。

9月细分类目营销表现



9月冲饮谷物小蓝词排行表现TOP5

关联视频最多		点赞增量最多	
小蓝词	数量	小蓝词	增量
黄芪党参豆浆粉怎么冲泡	509	书亦抹茶布蕾蛋糕珍珠	182.5w
燕麦片品牌推荐	506	书亦焦糖布蕾珍珠奶茶	107.1w
黄芪党参豆浆粉配料	504	古茗中秋限定奶茶	36.0w
黄芪党参豆浆粉价格	498	古茗桂花	33.2w
黄芪党参豆浆粉无蔗糖	495	古茗新品桂花系列	33.0w
关联达人最多		收藏增量最多	
小蓝词	数量	小蓝词	增量
燕麦片品牌推荐	337	书亦抹茶布蕾蛋糕珍珠	13.3w
早餐喝什么豆浆	317	五谷磨房礼盒	8.1w
燕麦粥代餐	264	五谷磨房食养礼	8.1w
燕麦早餐做法	249	书亦焦糖布蕾珍珠奶茶	6.3w
燕麦片的功效与作用和吃法	221	书亦烧仙草	4.4w

九阳豆浆9月业绩增长显著，直播带货与千川投放构筑品牌增长底盘



九阳豆浆

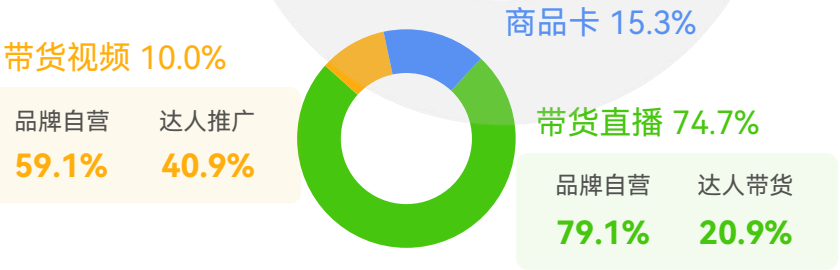
主要受众： 女性、31-40、新一线城市

9月抖音冲饮谷物销售热度 **TOP2**

9月品牌冲饮谷物品类推广关键数据

销售热度	同比增长率	环比增长率	商品数
5000w-7500w	+56.8%	+27.6%	403

9月品牌销售渠道热度占比



带货直播：赠品策略成效显著

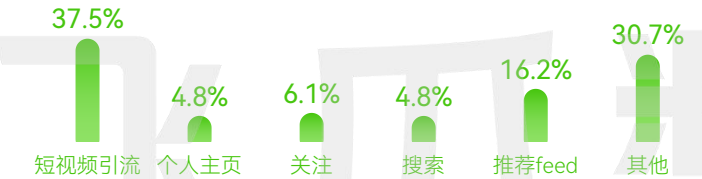


【送充电搅拌杯】九阳豆浆纯黄豆黑豆有机豆浆粉高蛋白营养

销售热度：1000w-2500w

浏览量：84.4w

品牌自播流量结构



热门场次表现

九阳纯豆浆粉，0添加糖更营养更好喝！

实时直播热榜 / 食品饮料 / 第3名

主要直播场次 9月6日

观看人次 100.9w

直播曝光人次 1273.2w



内容投放：千川占据主要曝光

商品广告 15.9%

直播引流广告 86.9%

预估总曝光 9757.8w

亮点广告内容



@ 九阳豆浆官方旗舰店直播间

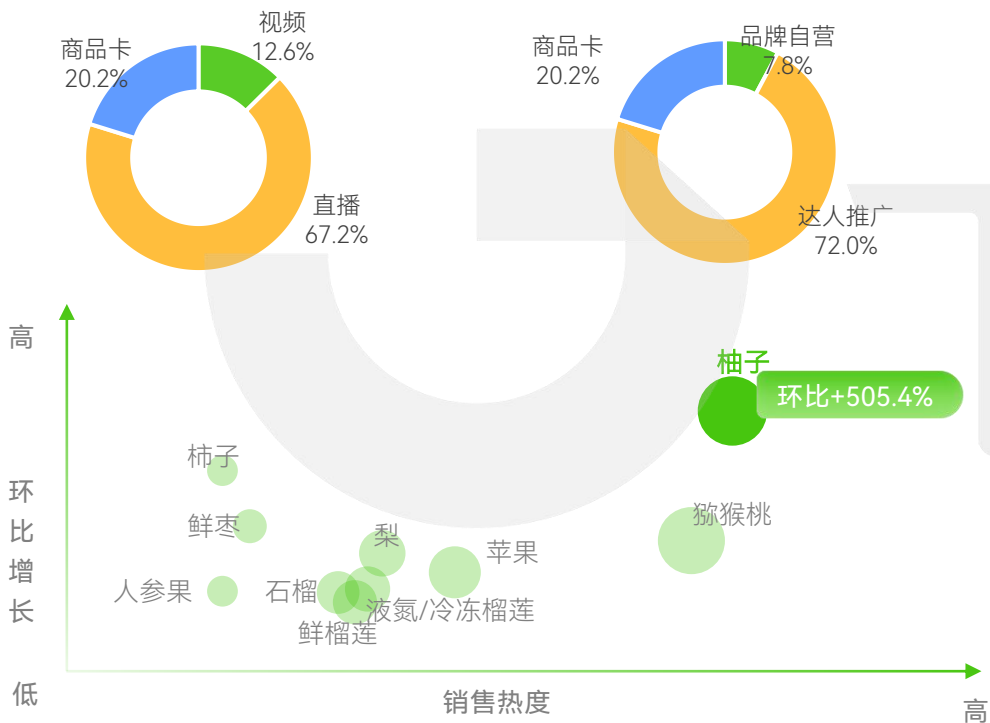
内容亮点

- 对话式叙事：多角色日常对话的形式展开内容，模拟真实生活场景中的互动
- 冲突张力足：从质疑赠品、嫌弃要扔，到后续说出我后悔了的态度反转，形成强烈反差，
- 卖点口语化呈现：强调自动搅匀不结块、充一次电能用一周、底可拆开易清洗的日常体验

“秋上新”直播带货主导销售，柚子环比爆发凸显应季水果红利

9月抖音水果赛道的销售渠道高度依赖直播，贡献67.2% 销售热度。达人推广在带货端占据绝对主力，品牌自营占比较低。从品类增长看，柚子迎来爆发式增长，环比增幅超5倍，是本月最亮眼的应季品类。猕猴桃也保持较高销售热度。商品标题卖点集中围绕新鲜、多汁、脆甜等口感描述，同时产地、品种、物流服务也是消费者重点关注的关键词，不同水果品类的卖点表达贴合产品特性，风味品质与产地溯源是打动用户的核心要素。

9月水果品类销售渠道与带货方式分布



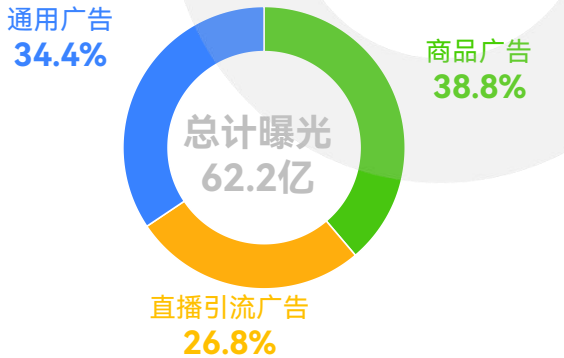
9月水果热门品类商品标题卖点TOP

排名	TOP1	TOP2	TOP3	TOP4	TOP5
柚子	新鲜	多汁	酸甜	皮薄	肉厚
奇异果/猕猴桃	多汁	香甜	绿心	正宗	新鲜水果
苹果	脆甜	多汁	云南昭通	丑苹果	现摘
梨	多汁	脆甜	秋月梨	皮薄	正宗
液氮/冷冻榴莲	金枕	冷冻	香甜	软糯	A级
鲜榴莲	泰国	金枕	核小	新鲜	树熟
石榴	软籽	新鲜	爆汁	突尼斯软籽石榴	顺丰
鲜枣	脆甜	新鲜	产地直发	顺丰	顺丰包邮
柿子	新鲜	脆甜	多汁	果园	放软吃
人参果	云南石林	人参果	树上熟	新鲜	黄肉

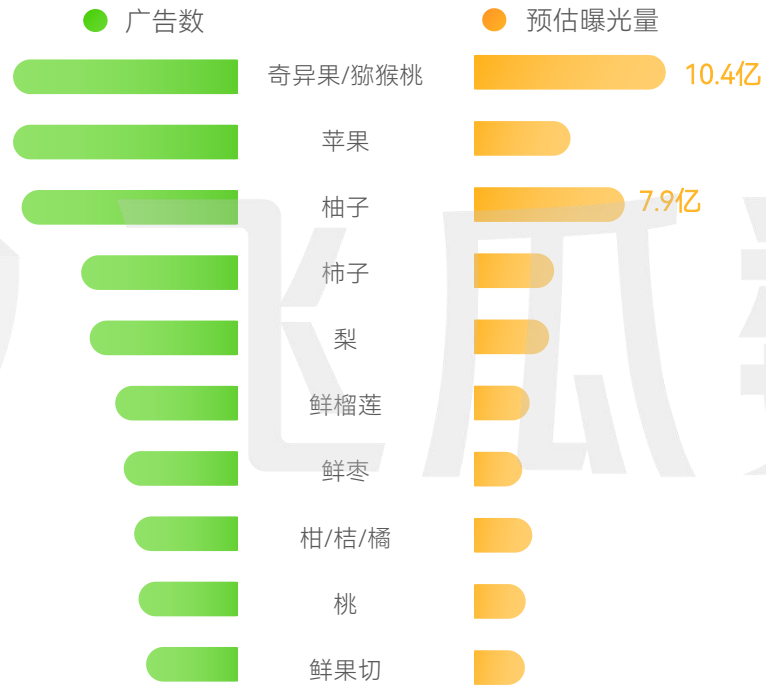
水果赛道千川投放为主力，猕猴桃、柚子抢占品类搜索曝光

9月抖音水果广告表现上，总曝光达62.2亿，投放渠道高度集中于巨量千川。广告类型上商品广告占比最高，通用广告与直播引流广告协同补充流量。分品类来看，奇异果/猕猴桃的广告数量与预估曝光领跑赛道，柚子紧随其后，应季水果获得重点广告资源倾斜。从小蓝词曝光榜单来看，柚子、猕猴桃相关词条占据前列，用户不仅关注水果品类名称，也会主动搜索品种差异、产品功效等深度信息。

9月水果广告投放分布



9月水果品类广告数与曝光



品类小蓝词曝光榜

小蓝词	预估曝光
水果	2.49亿
柚子	2.37亿
猕猴桃	2.29亿
文旦柚	1.72亿
脆柿子	1.21亿
软枣猕猴桃	1.12亿
猕猴桃的功效与作用	1.11亿
翠香和徐香的区别	1.06亿
秋月梨	9866.1w
徐香猕猴桃现摘现发	7715.7w

柚中龙借应季柚子风口爆发增长，直播主导销售，商品卡助力中旬冲高



柚中龙

主要受众：女、31-40、三线城市

9月抖音水果销售热度 TOP4

9月品牌水果品类推广关键数据

销售热度	环比增长	同比增长	带货达人
2500w-5000w	+2268.9w%	+842.92%	1200+

9月品牌主推商品

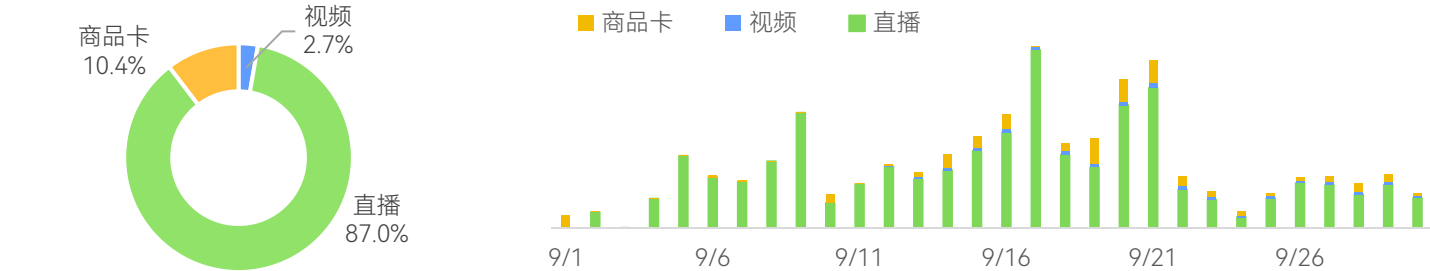


【老树精品果！！】平和琯溪红心蜜柚 皮薄多汁坏果包赔

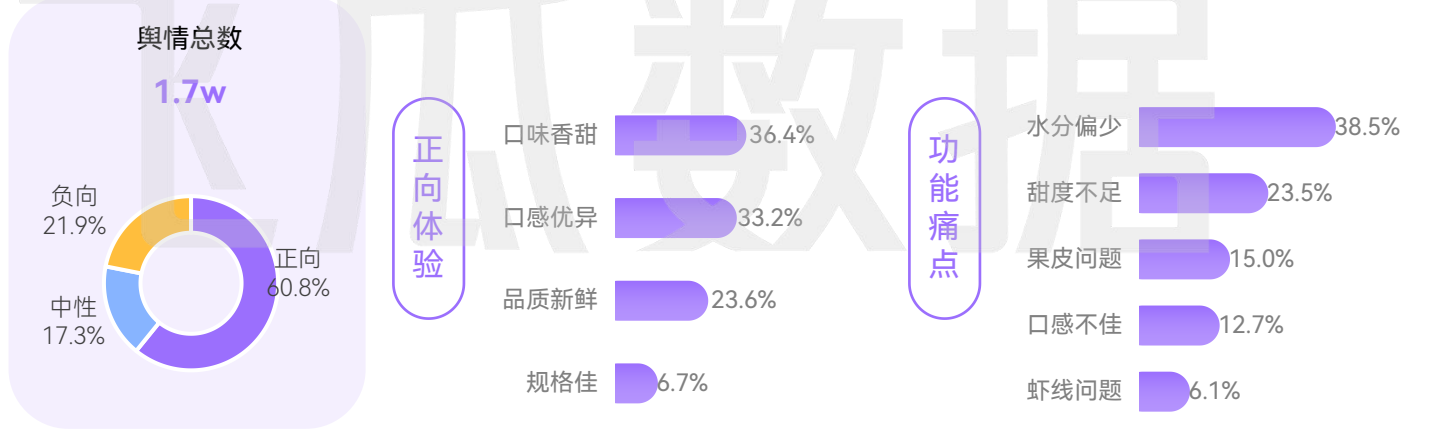
销售热度：2500w-5000w

上架时间：2026/08/18

9月品牌销售渠道分布与趋势



9月品牌营销舆情分析

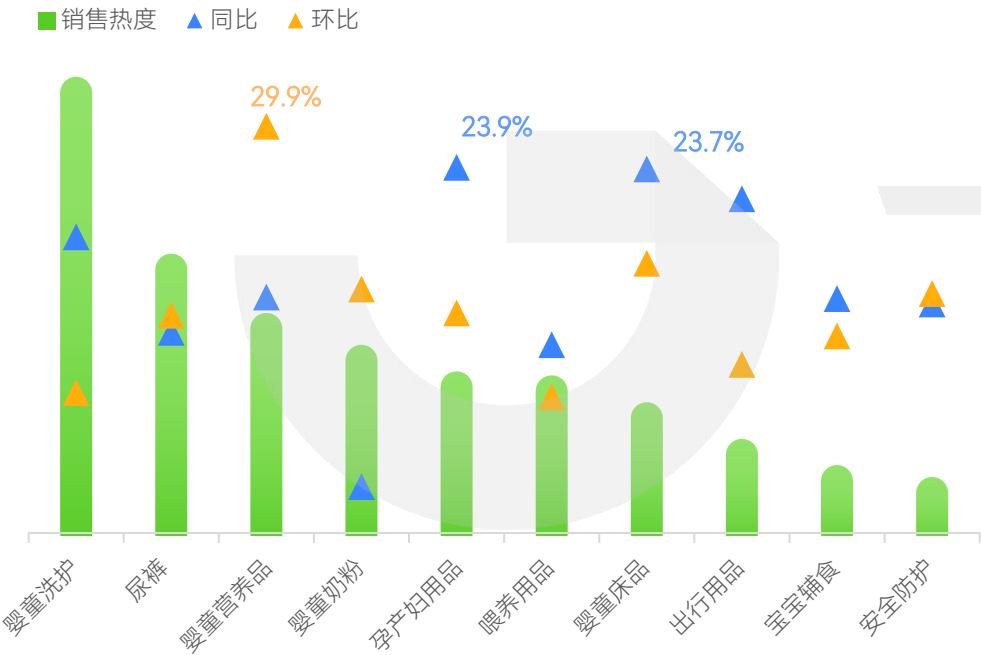


9月重点品类：母婴用品

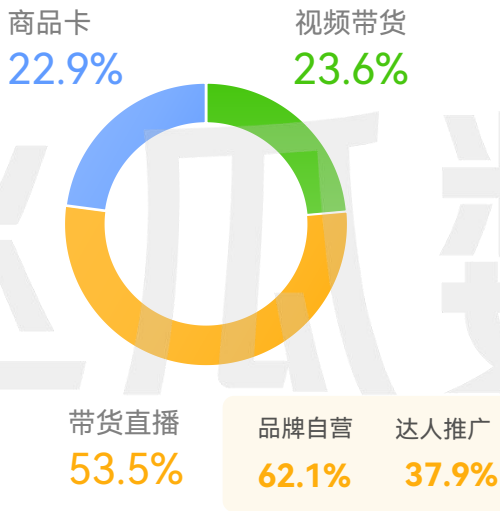
婴童洗护领跑母婴品类销售，直播为品类核心渠道

9月抖音母婴赛道中婴童洗护销售热度最高，尿裤品类环比增幅亮眼，孕产、喂养、床品等多个细分品类也保持不错的同比增长。销售渠道方面带货直播贡献过半热度，品牌自营在直播渠道内占比更高。头部账号表现上，不管是品牌自营账号还是达人账号，单账号销售占比都偏低，达人侧以家庭类母婴博主为核心。

9月母婴用品主要销售类型与同/环比



9月母婴用品销售渠道热度占比



TOP5 品牌自营账号

自营账号	销售占比
贝德美官方旗舰店	1.7%
蒙牛儿童奶粉旗舰店	1.3%
袋鼠妈妈婴童用品旗舰店	1.2%
witsbb健敏思海外旗舰店	1.1%
舒客宝贝官方旗舰店直播间	1.1%

TOP5 达人推广账号

达人账号	销售占比
彩虹夫妇	1.8%
带娃的小璐	0.7%
朱梓骁	0.7%
欧文浩夫妇	0.6%
泽西岛岛主	0.6%

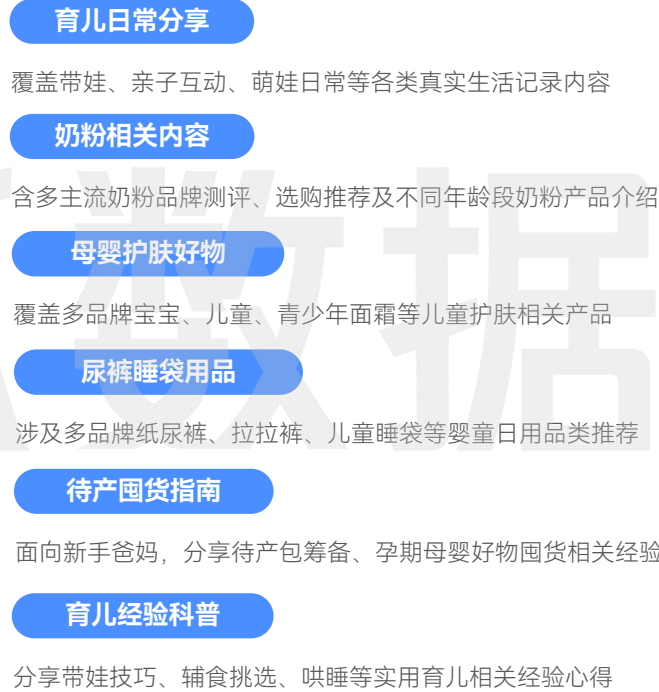
母婴细分品类卖点聚焦实用功效，育儿生活内容驱动营销传播

各细分品类来看，商品卖点紧扣产品核心功能，婴童洗护主打保湿舒缓，尿裤强调透气护臀，婴童营养品、奶粉围绕吸收、成长配方打造卖点，孕产妇与喂养用品则聚焦孕期减负、喂养安全等痛点。平台热门营销话题偏向生活化，以育儿日常分享为流量基底，搭配奶粉测评、母婴好物推荐、待产囤货和育儿科普内容，通过真实带娃场景建立用户信任。

9月主要细分品类商品功能卖点关键词



9月热门营销话题主要内容



自播与种草内容拉动销售，尿裤、婴童洗护为核心品类



babycare

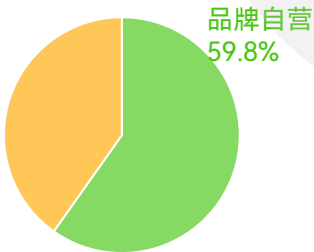
主要带货方式：直播带货、品牌自营

9月抖音母婴用品销售热度 **TOP4**

9月品牌母婴用品品类推广关键数据

销售热度	环比增长率	曝光量	商品数
7500w-1亿	+3.69%	1.76亿	3962

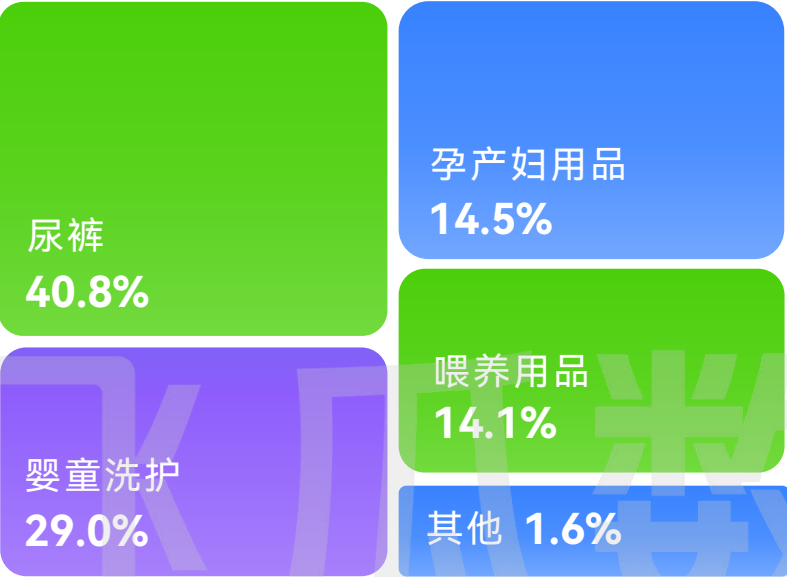
品牌带货达人分布



主要带货账号

- @Babycare官方旗舰店
- @Babycare一次性用品官方直播间
- @Babycare山茶尿裤直播间

9月品牌主要母婴用品品类销售热度占比



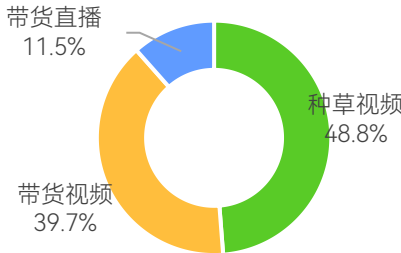
9月热卖商品



【去奶渍除螨】Babycare酵素洗衣液新生儿童婴儿洗衣液专用洗衣皂

浏览量：85.7w
转化率：10%-15%

9月品牌营销方式曝光



高赞种草视频案例

早餐盲盒居然开出了一个“小厂长”！真的体验感满满！.....

达人：七个佩奇爸爸 点赞：3.4w

内容亮点



以萌娃担任一日厂长的趣味形式切入，通过握手、慰问员工、参加发布会等场景，介绍尿不湿的生产管控逻辑、一包一码的品质数字档案及扫码查报告的功能，清晰传递产品核心优势。

9月重点品类：运动夹克/外套

抢抓换季、假期双重流量窗口，头部品牌加码户外服饰市场投放

9月运动夹克/外套赛道投放热度走高，叠加天气转凉、国庆出行两大节点，消费需求集中释放。市场整体品牌集中度较高，CR5品牌合计销售额占比33.64%。同时，品牌产品路线分化明显，阿迪达斯、斐乐主打通勤休闲外套，安德玛、骆驼、凯乐石布局三合一、硬壳等专业户外款，适配国庆短途出游、登山等场景。投放榜单中，头部品牌稳固领跑，但品牌声量与市场表现并非完全对等，这也为品牌破圈提供了机会。

26年9月运动夹克/外套品牌集中度TOP5

9月运动夹克/外套品牌投放榜TOP10

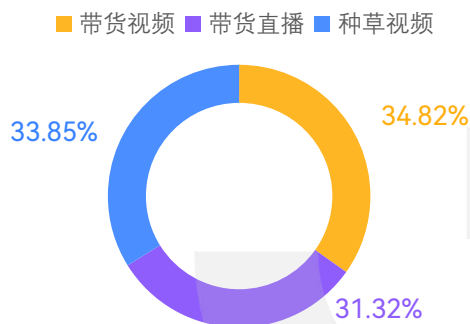


品牌	广告数	投放达人	曝光量	销售热度
阿迪达斯	4152	197	8193.3w	3亿+
拓路者	358	40	3001.6w	500w-750w
伯希和	1514	54	2729.7w	1000w-2500w
安踏	1977	258	2495.3w	2500w-5000w
牧荒者	1000	350	2030.6w	5000w-7500w
悍石	350	41	1937.8w	1000w-2500w
安德玛	3075	112	1722.2w	5000w-7500w
斐乐	5467	72	1699.3w	1亿+
骆驼	1389	53	1570.1w	5000w-7500w
SXER	85	17	1521.2w	100w-250w

场景内容持续发力，户外穿搭走向日常化

9月运动夹克/外套营销渠道分布均衡，带货视频曝光占比34.82%，种草视频、带货直播紧随其后，共同拉动品类流量。内容上以“日常通勤、户外运动”为核心场景，防风、保暖、防泼水是投放重点功能词，软壳衣、防泼水、防水关键词广告预估完播率表现亮眼。话题上，软壳与冲锋衣穿搭不断渗透日常通勤场景，不再局限专业户外；中性户外款受众持续扩容，叠加地域、季节穿搭内容爆发；泛生活化话题不断引流户外服饰。

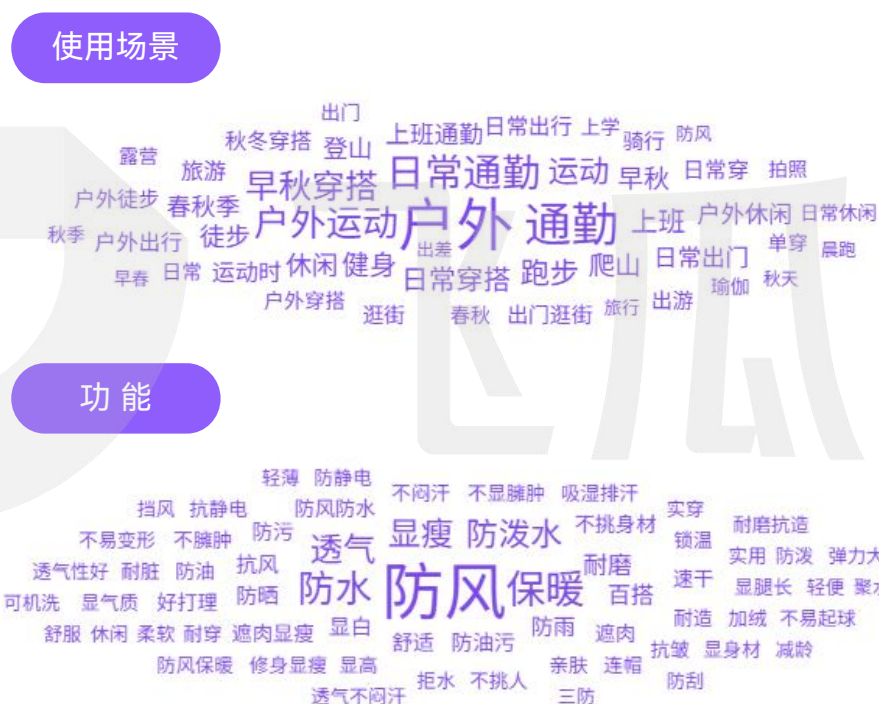
9月营销方式曝光占比



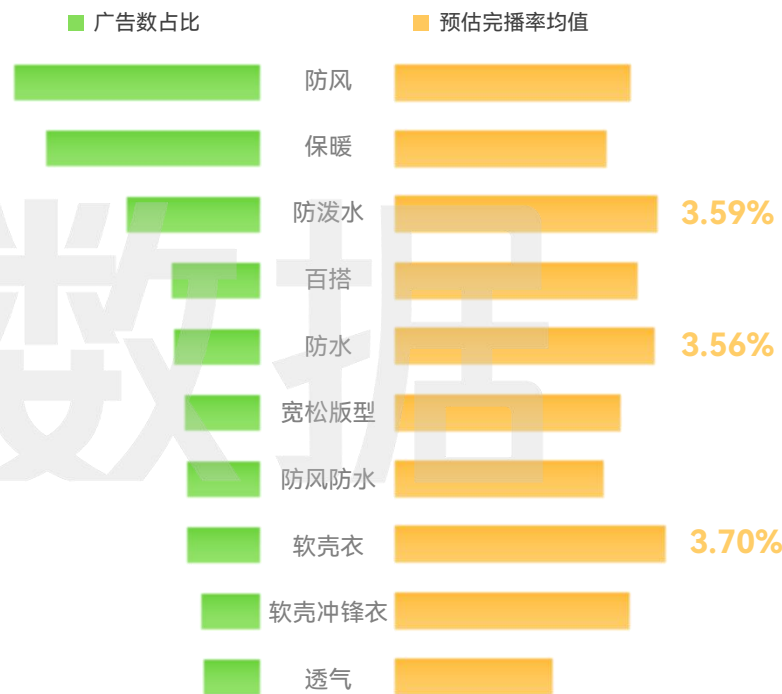
行业话题趋势预测

软壳/冲锋衣穿搭渗透日常通勤
品牌跨界内容叠加流量
中性户外款受众持续扩容
地域+季节穿搭内容爆发
泛生活话题引流户外服饰

运动夹克/外套内容洞察



品类关键词广告数与预估完播率



“小腰精”修身差异化定位，直击女性户外消费痛点



an ode to

主要受众：女，31-40，河北
主要销售渠道：直播带货 占比71.01%

产品布局：差异化定位引爆销售



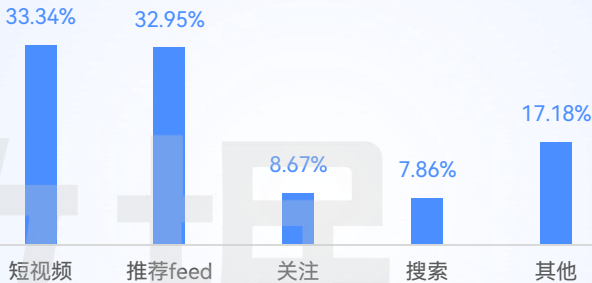
小腰精经典3.0 | AOT安欧兔户外修身软壳衣 | 更防水更显瘦（套装）
销售热度：2500w-5000w

直播策略：品牌自营账号主导

@an ode to官方旗舰店

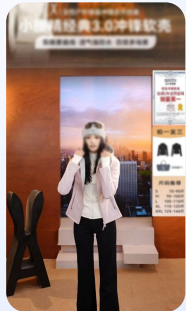
直播场次：46场 总销售热度：2500w-5000w

带货直播流量结构



直播间亮点

赛道细分：打出「女性户外修身冲锋衣开创者」定位
突出卖点：剪裁更曲线+透气强防水+百搭多场景
整套穿搭展示：成套搭配给出穿搭参考，连带带动套装销售
证书板块展示：信任背书，降低决策顾虑



9月品牌运动夹克/外套品类推广关键数据

销售热度	销售热度环比增长率	带货视频	带货直播
5000w-7500w	182.1%	3588	7901

26年1-9月品牌销售热度趋势



商品标题卖点词云



核心卖点

小腰精

修身显瘦

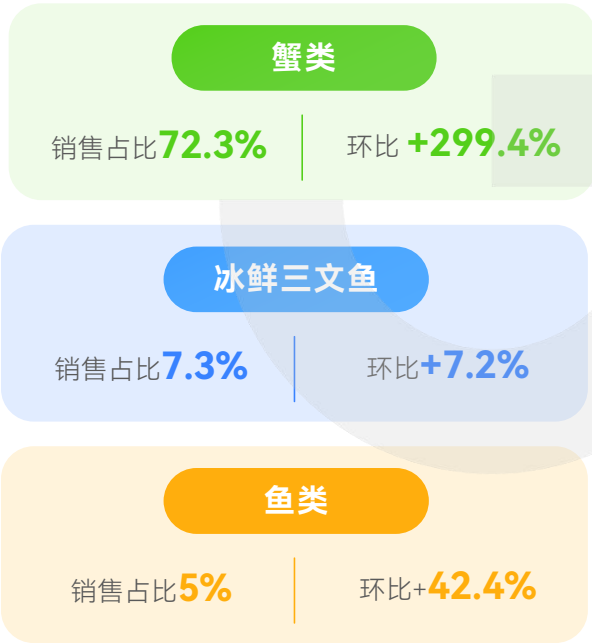
保暖防水

9月重点品类：鲜活水产-蟹类

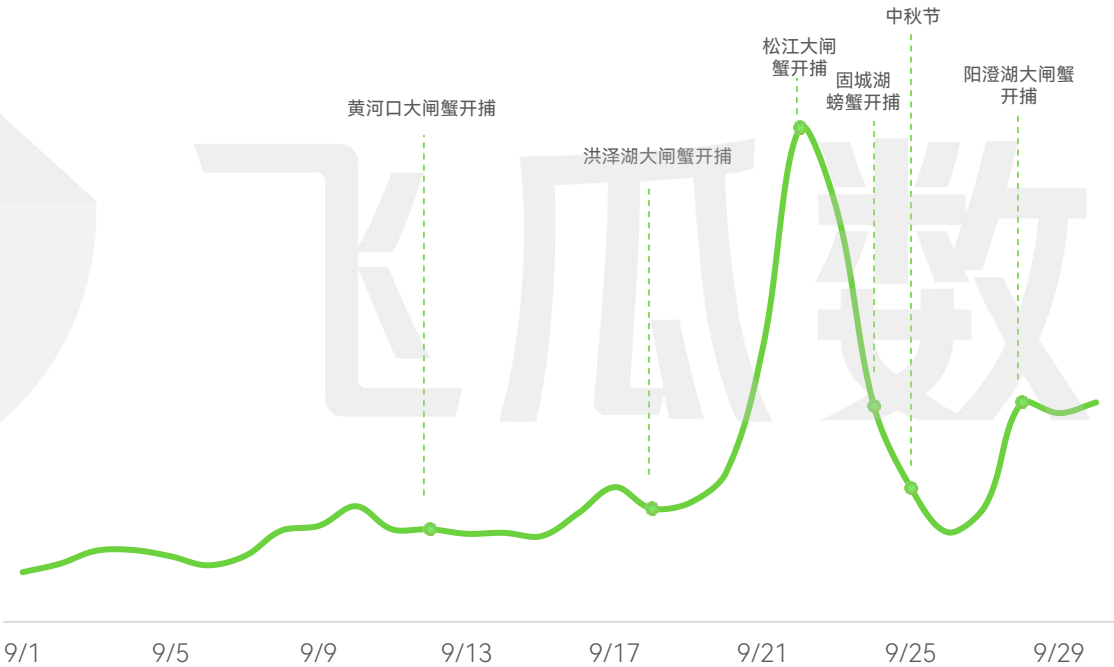
秋蟹集中开捕放量，中秋前置加速销售升温

9月鲜活水产蟹类赛道迎来销售旺季，受中秋节点与多地大闸蟹陆续开捕双重驱动，蟹类在鲜活水产细分品类中占据绝对主导地位，品类热度快速走高，整体市场呈现前置备货、多波段冲高的特征。此外，实物鲜活蟹与大闸蟹卡券双线并行。对比去年同月，二者体量差距明显收窄，鲜活蟹增长速度高于卡券。伴随各大产区蟹品陆续开捕，品类热度随节点起伏，中秋前迎来销售高峰，全月消费备货周期拉长。

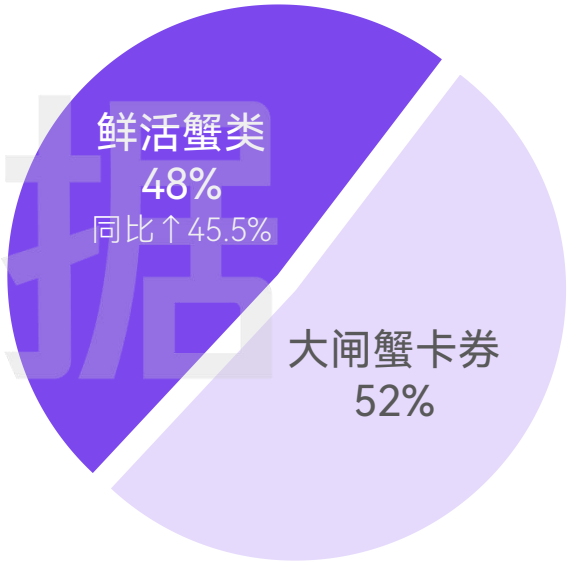
鲜活水产细分品类销售占比TOP3



26年鲜活蟹类品类销售热度趋势



9月鲜活蟹类与大闸蟹卡销售对比



北方市场需求领跑，赛道品牌多元竞争

鲜活蟹市场集中度偏低，CR5 仅10.73%，品牌格局分散。消费者选购核心聚焦鲜活品质、产地与物流保鲜能力，“活蟹”是首要卖点。受众侧女性消费TGI 更高，31-40 岁群体为消费主力。从地域来看，辽宁、天津、山东等北方省份消费占比领跑，北方市场需求旺盛，江浙传统蟹产区消费占比相对偏低。头部品牌价格分层清晰，赛道入局门槛不高，中小品牌可依托鲜活履约、送礼场景挖掘增量。

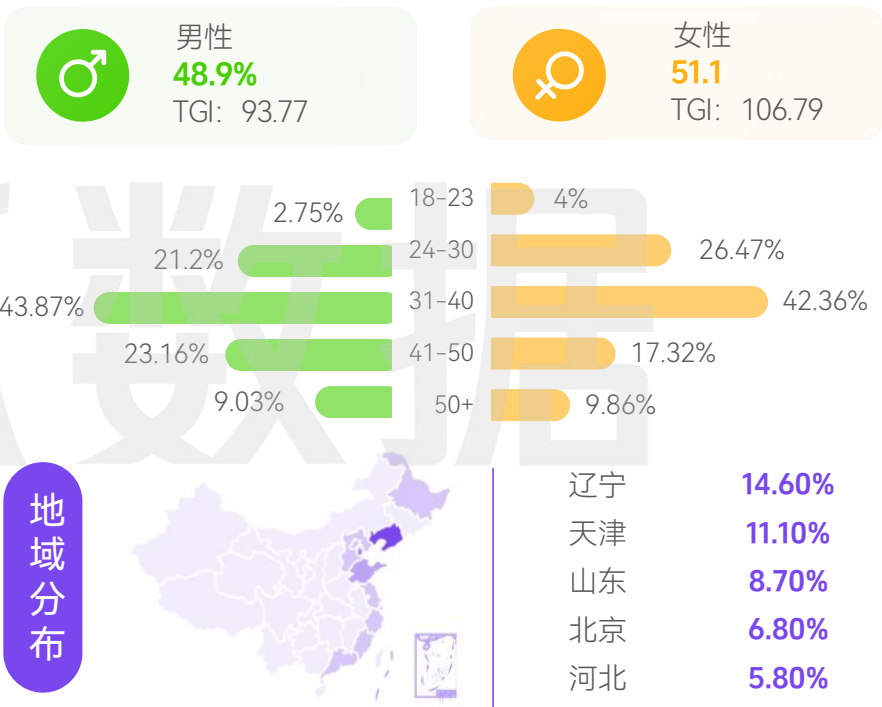
鲜活蟹类热门卖点



9月鲜活蟹类销售热度TOP5品牌

CR5		10.73%		
排名	品牌	市场份额	销售均价	
01	森小鲜	3.77%	¥50-100	
02	汤發發	2.29%	¥100-200	
03	苏状元	1.88%	¥200-300	
04	跃咲咲	1.43%	¥50-100	
05	DUODAODA/果到达	1.36%	¥50-100	

9月鲜活蟹类受众画像



直播承载主力销量，卡券活蟹接力经营



蟹艺舫

带货品类：大闸蟹卡券(55.09%)，蟹类(44.89%)

9月抖音蟹类销售热度

TOP8

9月品牌鲜活蟹类主推商品

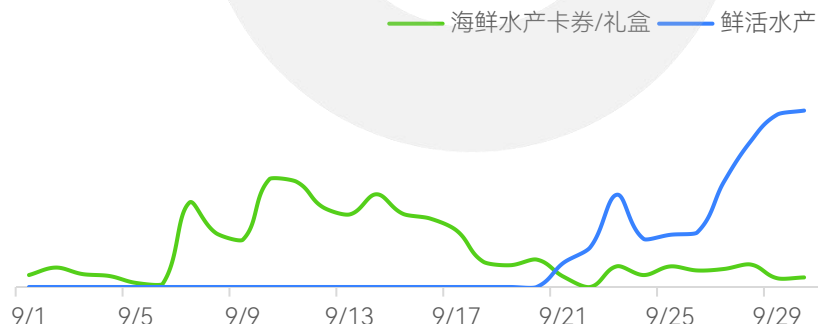


【活蟹鲜活现货】蟹艺舫老沈清水大闸蟹全母蟹2.5两8只+2只礼盒装

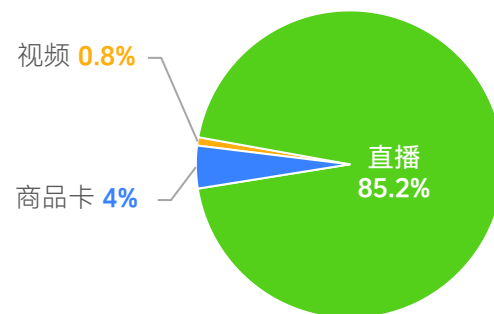
上架时间：2026/09/23

销售热度：100w+

9月品牌主推品类销售趋势



9月品牌鲜活蟹类销售分布



9月品牌鲜活蟹类广告预估曝光分布

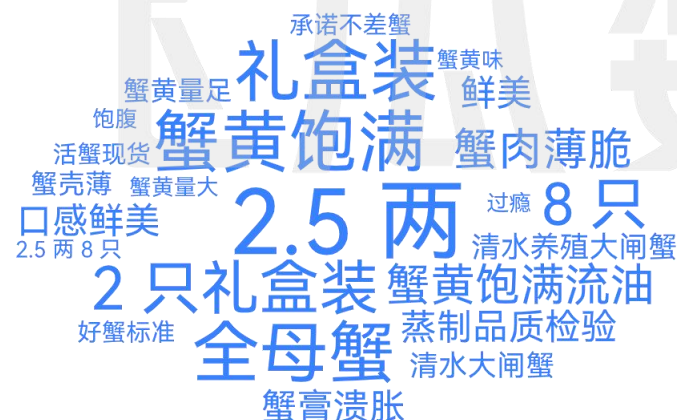
品牌鲜活蟹类传播数据构成（广告视频99.96% 自然流视频0.04%）

巨量千川
38.6w (100%)

直播引流广告38.6w
(100%)

商品广告
38.6w (99.98%)

品牌投放素材高曝光词云



优秀广告案例分析



这个时候的精挑蟹就是这个品质 #大闸蟹 #跟着秋风啃蟹脚

发布达人：老沈家 账号人设：品牌创始人

粉丝量：151.9w 预估曝光：20.1w

内容亮点：

- 感官体验前置，开篇快速抓注意力：开篇直接用“太好吃了”的直观食用感受切入，第一时间传递强烈的正向食用体验，快速吸引对美食感兴趣的观众注意力
- 采用用户疑问引入，内容代入感强：以粉丝提出的“大闸蟹稀稀拉拉”的真实疑问作为切入点，贴合普通用户遇到的实际问题，让观众更容易产生代入感

02

2026年10月 电商趋势前瞻

9月抖音大事件盘点：

01 抖音电商发布《2026抖音电商厨房生活消费趋势报告》

9月2日，抖音发布《2026抖音电商厨房生活消费趋势报告》。报告显示，今年以来，厨房消费持续扩容，抖音电商厨房生活产业带商品累计售出近6亿单，日均消费用户数同比增长30%。

02 抖音电商公布双11活动节奏

抖音电商今年双11招商报名已于9月14日开启，本届抖音双11主要分为三个阶段：10月开门红阶段、贯穿10月至11月的正式阶段，以及11月的狂欢日阶段。

05 抖音电商2026丰收大会在河南省新乡市举行

9月15日抖音电商2026丰收大会会上，《2026丰收节抖音电商农产品消费数据报告》发布。该报告显示，过去一年平台累计销售各类农特产品135亿单，近三年销售规模累计增长超90%。

05 抖音生活服务发布中秋国庆消费前瞻数据

9月17日，抖音生活服务发布的中秋国庆消费前瞻数据显示，“双节”消费需求爆发，9月8日至14日，平台团购订单量同比增长66%

05 抖音发布深化财经生态治理公告

9月16日，抖音发布财经生态治理公告，平台收严资质认证，取消 6888 名“理财师”认证。2026 年 Q3 处置违规内容超 4.5 万条、违规账号千余个，重点打击非法荐股、跨境营销等违规行为。

06 26抖音电商作者峰会圆满落幕

9月20日，2026抖音电商作者峰会于在浙江海宁盐官潮乐之城举办，会上抖音电商公布了过去一年的一系列数据：平台新增动销作者超过456万，其中7万名作者实现年成交额从零到百万元的突破。

07 抖音电商进一步规范商家体验分细则

近日，抖音电商《商家体验分规范》中新增物流轨迹异常即判定时效不达标、飞鸽敷衍回复不计有效回复、新增售假盗版扣10分多条新增扣分项，该新规于9月26日生效。

08 抖音电商修订鲜花绿植售后争议细则

9月25日，抖音电商发布《鲜花绿植争议处理细则》修订公示通知，修订条款定于10月1日生效，新规聚焦鲜花绿植售后时效、举证判责、履约规范三大板块优化。

10月热卖商品预测：

营销关键词

国庆、长假

国庆黄金周如约而至，露营装备、行李箱等出游用品将维持高热度，长线游与周边游人群的需求分层显著，商家可按出行场景精准布局，打造差异化卖点；此外，长假后重阳节也将接踵而至，保健品、按摩仪、登山杖等孝心礼品需求将迎来短期爆发，节后错峰游亦将延续相关品类热卖。

重点关注商品

冲锋衣、旅行箱/拉杆箱、露营/旅游/登山帐篷、登山鞋/徒步鞋、登山杖/手杖、骑行装备、垂钓装备

推荐商品参考



冲锋衣



旅行箱



登山鞋

营销关键词

降温、换季

寒露过后冷空气活动趋于频繁，人们对毛衣、风衣、羽绒服等秋冬单品的需求加速释放，保暖内衣、围巾等御寒配饰同步走热；另一方面，霜降前后北方陆续入冬，暖风机、加湿器、电热毯等过冬家电进入备货旺季，相关商家可以结合南北方入冬时间差分层铺货。

重点关注商品

女装、男装、羽绒服、保暖内衣、内衣裤袜、童装、床上用品、围巾、取暖器、运动户外服装

推荐商品参考



保暖内衣



床上用品



围巾

营销关键词

双11

26年抖音商城双11好物节将于10月中旬开启，10月开门红阶段以全品类现货冲刺为主，秋冬刚需、食品饮料等囤货品类需求集中释放；10月至11月平台将陆续上线现货日、品类日与「上新了」专场，相关商家宜围绕11月狂欢日的直播与短视频流量峰值优化推广内容、商品标题与爆品货盘竞争力。

重点关注商品

手机及配件、电脑、大家电、面部洗护、面部彩妆、唇部彩妆、营养膳食、智能设备

推荐商品参考



电脑



智能手环



护肤套装

10月热点营销日历:



● 关键营销节点

10/01 星期四 国庆节

10/15 星期四 双11开门红

10/18 星期日 重阳节

10/24 星期六 程序员节

10/31 星期六 万圣夜

● 重要时间节点

10/08 星期四 寒露

10/23 星期五 霜降

03

本月榜单

2026年9月品牌销售热榜

总榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	Apple/苹果	11	dongfangzhenxuan/东方甄选	21	SUPOR/苏泊尔
	HUAWEI/华为	12	Haier/海尔	22	BOSIDENG/波司登
	AP	13	OPPO	23	DJI/大疆
4	Xiaomi/小米	14	NIKE/耐克	25	IQOO
5	adidas/阿迪达斯	15	HONOR/荣耀	26	VIVO
6	金川黄金	16	ARC'TERYX/始祖鸟	26	作业帮
7	CAMEL/骆驼	17	FILA/斐乐	27	COACH/蔻驰
8	LouisVuitton/路易威登	18	无畏契约	28	ANTA/安踏
9	LING FENG GOLD/领丰金	19	KANS/韩束	29	LI-NING/李宁
10	Midea/美的	20	CHOW TAI FOOK/周大福	30	Lenovo/联想

附录：

2026年9月品牌销售热榜

美妆榜					
排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	蒂洛薇/DIROVO	11	Flower Knows/花知晓	21	iore/璦亦
	CARSLAN/卡姿兰	12	SOCORSKIN/修可芙	22	KATO/加藤
	MGP/毛戈平	13	Mistine/蜜丝婷	23	L ADORE COLORS/烙色
4	三资堂	14	Florasis/花西子	25	TOMFORD/汤姆福特
5	PRAMY/柏瑞美	15	puco	26	colorkey/珂拉琪
6	BABI	16	Mooekiss/木柯诗	26	Funny Elves/方里
7	DPDP	17	XIAOSHUMEI/小树美	27	3CE/三熹玉
8	Flower Lure/花间颂	18	MAC/魅可	28	MARIE DALGAR/玛丽黛佳
9	JudydoLL/橘朵	19	Passional Lover/恋火	29	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛
10	YSL/圣罗兰	20	Unny/悠宜	30	TIMAGE/彩棠

附录：

2026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
	KANS/韩束	11	水卫士	21	Helena Rubinstein/赫莲娜
	CHANDO/自然堂	12	forest cabin/林清轩	22	Mind Act Upon Mind/心相印
	L'OREAL /欧莱雅	13	公仔牌	23	HBN
4	GUYU/谷雨	14	NYSCPS/参半	25	老管家
5	Dettol/滴露	15	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛	26	RNW/如薇
6	bop/波普专研	16	妇炎洁	26	Breeze/清风
7	沫檬	17	MARUBI/丸美	27	LANCÔME/兰蔻
8	PROYA/珀莱雅	18	PECHOIN/百雀羚	28	DR.WU/达尔肤
9	ELIO/奕沃	19	Vinda/维达	29	C咖
10	活力28	20	BUV	30	LYCOCELLE/绽家

2026年9月品牌销售热榜

服饰内衣

排名	品牌
	AP
	CAMEL/骆驼
	adidas/阿迪达斯
	ARC'TERYX/始祖鸟
	BOSIDENG/波司登
	MBNL-F
	TUCANO/啄木鸟
	YAYA/鸭鸭
	pelliot/伯希和
	ESEY/逸阳

3C数码家电

排名	品牌
	Apple/苹果
	HUAWEI/华为
	Xiaomi/小米
	Midea/美的
	OPPO
	Haier/海尔
	HONOR/荣耀
	DJI/大疆
	IQOO
	VIVO

母婴宠物

排名	品牌
	bodcrme/贝德美
	Pampers/帮宝适
	kangaroo mommy/袋鼠妈妈
	NOURSE/卫仕
	babycare
	witsBB/健敏思
	aptamil/爱他美
	FIRMUS/飞鹤
	宽福
	Inne

附录：

2026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	DXC/稻香村
3	Three Squirrels/三只松鼠
4	MENGNIU/蒙牛
5	dongfangzhenxuan/东方甄选
6	yili/伊利
7	BESTORE/良品铺子
8	SATINE/金典
9	Yon Ho/永和豆浆
10	XIANGSHIZHE/享食者

生鲜



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

运动户外



排名	品牌
1	OES
2	361°
3	ANTA/安踏
4	SMOOKY
5	LI-NING/李宁
6	DAIWA/达亿瓦
7	Mdikawe/曼迪卡威
8	汉鼎
9	VD FIT
10	YONEX/尤尼克斯

附录：

2026年9月品牌销售热榜

智能家居



排名	品牌
1	亚朵星球
2	SUPOR/苏泊尔
3	QuanU/全友家居
4	源氏木语
5	Zhang Xiao Quan Since 1628/张小泉
6	LOVO/罗莱家纺
7	九号电动
8	YALU/雅鹿
9	科净威
10	BULL/公牛

酒类



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

滋补保健



排名	品牌
1	诺特兰德
2	WONDERLAB/万益蓝
3	Swisse/斯维诗
4	dongfangzhenxuan/东方甄选
5	MegaRed/脉拓
6	喜纯
7	Foyes
8	燕之屋
9	Move Free/益节
10	OXYENERGY/氧气能量

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9月1日-2026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2026年9月抖音营销月度报告分析。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 - 助力电商销量、营销声量双丰收



果集-社交媒体全链路服务商

数据产品及服务体系

GUOJI.PRO



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