2026年10月
飞瓜抖音电商营销月报

2026-11 飞瓜数据 出品

研究综述

01. 统计周期

2025年10月-2026年10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10月
电商营销复盘

双11开门红，从“凑单预售”向“现货极简”的消费体验转变

从2026年抖音商城双11玩法与品类销售表现来看，本届大促的核心趋势在于“回归理性、效率优先”。玩法端全面取消预售并推行“一件直降”与“免凑单”，极简规则和现货供给正降低消费者的决策门槛与疲劳感。服饰内衣以34%的热度占到近三分之一的大盘销售，3C数码、个护清洁紧随其后，大促流量仍由高频、低决策成本的品类承接。

2026年“抖音商城双11”玩法速览

现货为先

不预售，鼓励商家增加现货库存和缩短发货周期。资源集中投放于开门红、狂欢日两节点

规则极简

一是“立减折扣”，在报名价基础上直减 15%；二是“一件直降”，由商家自定让利幅度。单件即享、免凑单，价格在详情页直接展示。

分层扶持与 AI 工具

新商最高 2450 元投放补贴，“新商万店激励”、品牌商家走“领航计划”等。工具端，豆包 AI 导购、罗盘 AI 问数等强势助力销售链路

- **TOP5销售热度品牌**

  苹果、华为、AP、金川黄金、小米

- **TOP5销量品牌**

  东方甄选、韩束、活力28、公仔牌、老管家

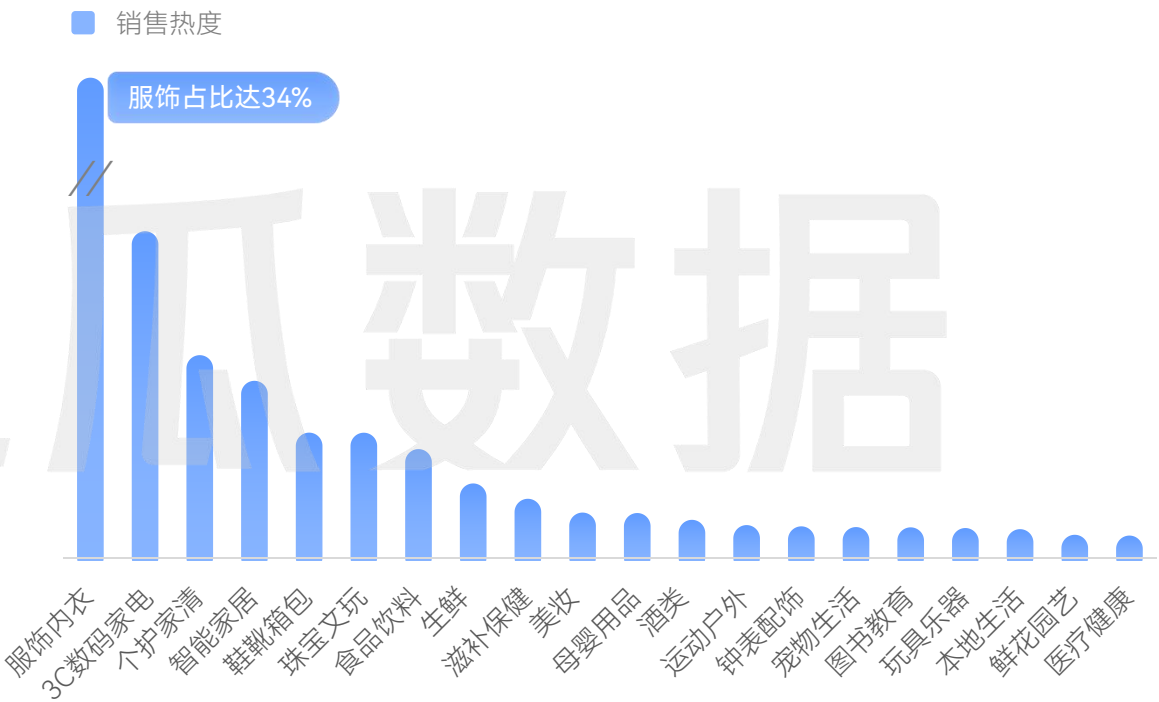
- **TOP5浏览量品牌**

  苹果、骆驼、阿迪达斯、华为、巴拉巴拉

- **TOP5带货达人**

  @Apple Store 官方旗舰店
  @与辉同行
  @贾乃亮
  @金川黄金官方旗舰店
  @Apple产品青橙数码旗舰店

双11期间重点品类销售热度占比

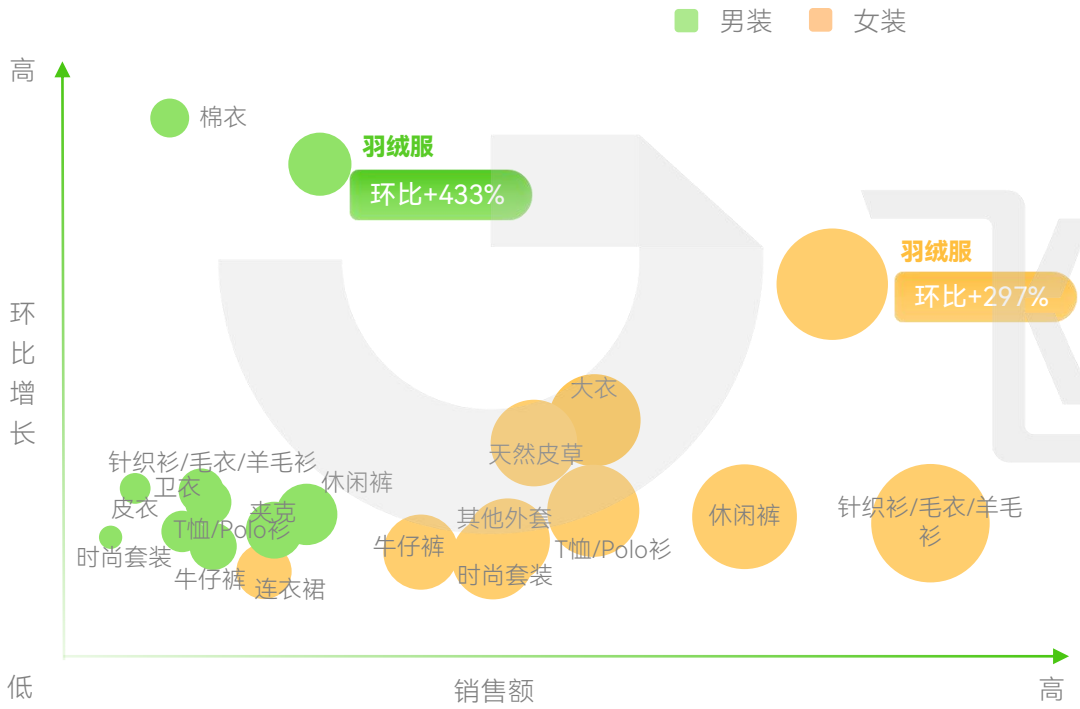


数据说明：统计2026年10月15日-31日双11品类销量大于0的商品数据，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理 ，//表示数据经过缩放，飞瓜数据

羽绒服领跑换季消费，品牌性别偏好分化明显

10月正值秋冬换季窗口，羽绒服成为男女装双线增长的核心引擎，环比上月翻了3、4倍，同时占据高销售额区间，堪称当月最具爆发力的增量品类。在男女装羽绒服的头部品牌格表现上，男装端鸭鸭以轻薄时尚路线占据份额优势，而女装端波司登凭借复古工装等潮流设计更受青睐。消费者对羽绒服的需求已从单一的御寒功能，向性别化、风格化的审美表达延伸。

10月男/女装品类销售热度与环比增长表现



男装羽绒服TOP3销售热度品牌列表

排名	品牌	市场份额	热卖商品
01	鸭鸭	7.5%	【轻壳系列】2026年新款情侣经典百搭宽松显瘦外套羽绒服
02	北面	5.2%	【经典款】北面羽绒服情侣款外套鹅绒保暖防泼水燕麦格雷
03	波司登	4.2%	【哈灵顿夹克羽绒服】波司登2026新款男装老钱风复古时尚潮流

女装羽绒服TOP3销售热度品牌列表

排名	品牌	市场份额	热卖商品
01	波司登	7.1%	【波司登】2026新款时尚休闲【复古工装】百搭毛领加厚女外套羽绒服
02	鸭鸭	4.3%	95绒风衣女2026新款复古立领宽松休闲韩系羽绒外套
03	骆驼	4.1%	【赤焰系列】骆驼羽绒服秋冬防风防寒鸭绒面包服

数据说明：统计2026年10月抖音服饰品类销量大于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

保暖与尺码为基石，性别化痛点催生细分卖点

10月羽绒服消费的聚焦于基础体验。保暖舒适与尺码适配是男女装共同的关注焦点，而“厚度不足”与“尺码不符”也是当前用户最集中的功能痛点。在卖点层面，男装羽绒服的“拼接”与“斜线”等设计感元素呈现爆发式增长，男性消费者开始在实用之外追求版型与细节创新；女装则高度聚焦“收腰”与“显瘦”，在保暖前提下对身材管理和社交分享的强烈需求。

10月男/女装羽绒服卖点分析

男装羽绒服

	排骨	宽松	哑光	拼接	斜线
销售热度占比	1.0%	0.6%	0.2%	0.2%	0.2%
销售热度环比	+411.6%	+230.7%	+4862.7%	+1053.9%	+4567.9%

女装羽绒服

	收腰	宽松	排骨	显瘦	出片
销售热度占比	0.75%	0.64%	0.49%	0.42%	0.32%
销售热度环比	+198.9%	+188.5%	+20.4%	+1149.5%	+15.9w%

10月男/女装羽绒服用户舆情洞察

男装羽绒服

产品体验		功能痛点		功能需求	
保暖舒适	34.0%	厚度不足	35.5%	保暖性能	36.4%
尺码合身	28.1%	尺码不符	27.3%	尺码需求	32.5%
做工精良	11.9%	做工粗糙	12.0%	版型面料	16.9%
版型美观	9.4%	品质欠佳	8.6%	外观细节	10.4%
款式合意	6.1%	保暖性差	6.5%	其他配套	3.9%

女装羽绒服

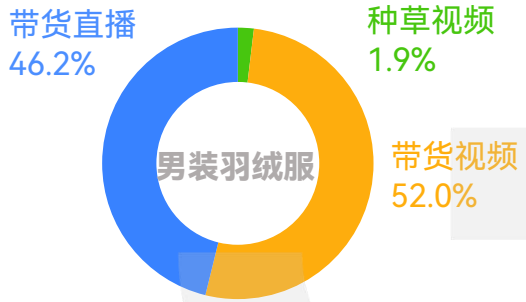
产品体验		功能痛点		功能需求	
保暖舒适	38.5%	厚薄保暖差	35.0%	尺码适配	47.3%
尺码合身	32.4%	尺码不合适	35.0%	款式设计	25.6%
外观时尚	13.5%	气味刺鼻	15.3%	保暖性能	17.1%
颜色美观	9.0%	做工质量差	9.8%	防水属性	7.8%
做工优质	5.9%	其他体验差	4.8%	性价比	2.3%

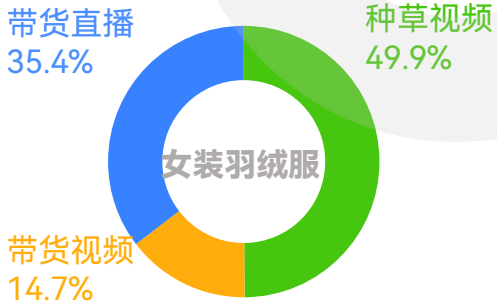
数据说明：统计2026年10月抖音服饰品类销量大于0的商品数据，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

男女装羽绒服曝光核心各不同，场景化叙事打开新增量

从10月羽绒服营销曝光结构来看，男装高度依赖带货视频驱动即时转化，女装则以种草视频为核心，通过视觉内容与穿搭指南激发购买欲望。无论是男装还是女装，场景化营销正成为打通"趋势"与"机遇"的关键抓手。户外穿搭、情侣款组合以及节日送礼等细分场景持续走高，为国货品牌提供了差异化突围的空间。然而，行业也面临同质化内容引发的用户审美疲劳与低价竞争侵蚀品牌信任等隐忧。

10月男/女装羽绒服营销曝光占比





10月男/女装羽绒服品类话题解读

趋势预测

- 户外+日常穿搭双场景热度持续走高
- 国民男装品牌联名/系列化羽绒产品成主流
- 男女同款、情侣款羽绒受众占比提升
- 轻量保暖不臃肿的功能型羽绒成消费首选
- 穿搭场景绑定重要场合/节日赠礼

潜在隐患

- 中小品牌仿冒头部热门系列易产生版权纠纷
- 反季羽绒过度营销透支后续冬季正常消费需求
- 品类同质化严重易引发全网低价恶性竞争
- 大码/特定场景羽绒供给不足易

隐性机遇

- 覆盖通勤/徒步/叠穿的多场景细分羽绒赛道缺口
- 男士氛围感/仪式感羽绒穿搭内容尚有创作蓝海
- 夫妻/情侣款羽绒组合套装营销转化空间充足
- 高性价比白鸭绒基础款契合双十一囤货消费需求
- 羽绒马甲等轻羽绒叠穿单品尚未形成流量饱和

趋势预测

- 功能+颜值双诉求成羽绒服核心导向
- 头部服饰品牌节点营销绑定话题
- 细分场景穿搭垂类内容持续走高
- 反季购羽心智用户认可度提升
- 鹅绒类高端羽绒服热度快速拳升

潜在隐患

- 同类羽服内容同质化易产生用户审美疲劳
- 反季营销易透支后续正季消费需求
- 品牌联名/事件话题热度留存周期短
- 低价同质化羽服易引发用户信任危机
- 穿搭类违规引流风险同步提升

隐性机遇

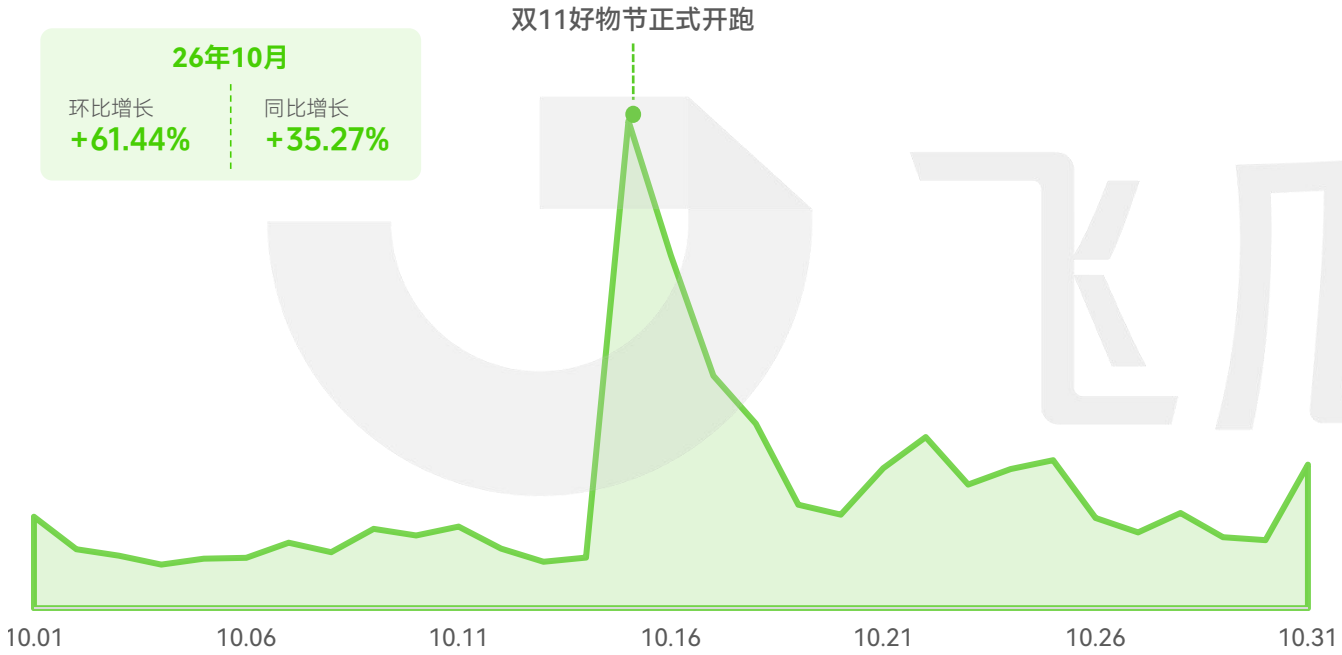
- 细分垂类羽服赛道仍有内容缺口
- 反季+双十一节点联动营销红利充足
- 国货羽服品牌内容破圆空间较大
- 户外穿搭场景羽服种草转化效率高
- 小众垂类服饰关联品类可借势引流

数据说明：统计2026年10月抖音服饰品类销量大于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

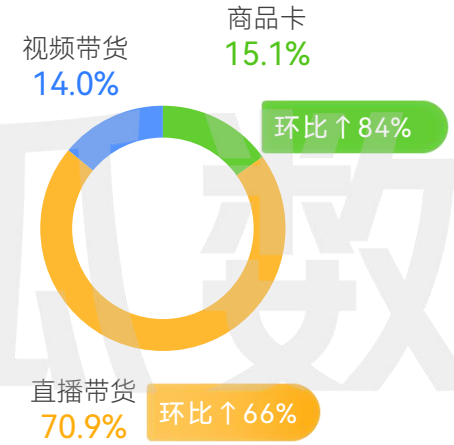
双11大促拉动眼部护理爆发增长，直播是品类核心转化阵地

10月眼部护理品类热度走高，环比增长61.44%，增长核心来自抖音双11好物节拉动，在15日迎来流量集中释放。渠道结构上，直播带货是主要转化阵地，占比超七成，其中达人推广权重高于品牌自营，可见眼部护理决策依赖达人种草背书，用户信任达人真实测评。与此同时商品卡渠道环比增长超八成，主动搜索需求快速抬升，目标型、确定性消费正在成为新的增长支线。

26年10月眼部护理品类销售热度趋势



10月眼部护理销售渠道热度占比



品牌自营	达人推广
25.7%	45.2%

TOP5品牌自营账号

自营账号	销售占比
妆效官方旗舰店	9.95%
KAZOO美妆旗舰店	8.37%
Clarins娇韵诗	5.22%
雏菊的天空官方旗舰店	4.87%
东方甄选美妆馆	4.48%

TOP5达人推广账号

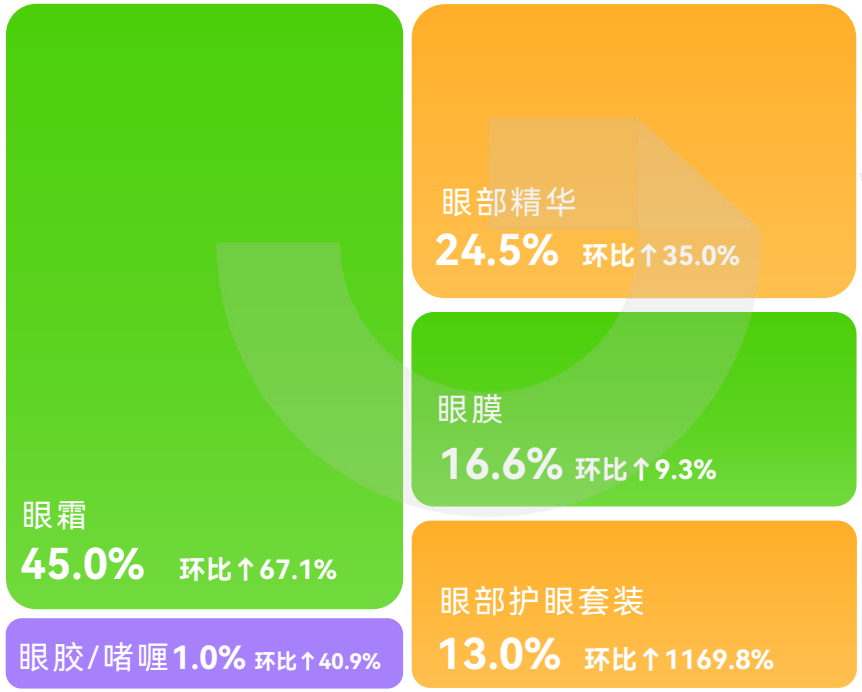
达人账号	销售占比
曼小小曼	3.93%
乐橙本草太太艺术设计	3.4%
温仙女	2.37%
亮哥	2.02%
与辉同行	1.83%

数据说明：统计2026年10月抖音眼部护理品类销量大于0的商品数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

护眼套装转化走高，用户选购聚焦修护淡纹功效

细分赛道上，眼霜占据基本盘，占比超四成，眼部精华、眼膜紧随其后；护眼套装环比大幅走高，体现大促阶段消费者倾向成套购入，追求一站式护理。功效层面，修护、淡纹、舒缓、提亮热度走高，依托熬夜、换季、出游场景，用户需求脱离基础保湿，聚焦眼周暗沉、纹路、敏感等问题改善。营销端跳出单纯单品种草，“以油养眼”理念持续传播，内容紧扣双11节点，将场景痛点、护肤认知和大促福利结合，依靠场景共情撬动成交。

10月眼部护理细分类目销售占比



品类标题功效卖点TOP10

卖点词	环比	同比
紧致	27.2%	-14.1%
抗皱	42.4%	5.6%
淡纹	48.5%	55.4%
保湿	3.8%	-24.9%
修护	88.0%	9.5%
提亮	45.8%	182.3%
补水	-0.8%	40.6%
舒缓	43.7%	217.3%
细纹	58.0%	115.0%
黑眼圈	35.4%	98.6%

10月热门营销话题主要内容

眼部护肤品类种草

涵盖眼霜、眼油、眼膜等品类，多品牌好物推荐与亲测分享

眼周护理需求场景

覆盖熬夜、换季、出游等场景，聚焦黑眼圈、眼袋、抗老等诉求

热门护肤理念传播

推广以油养眼、以油养肤等受认可的眼部护肤相关理念

节点营销相关内容

关联双十一、抖音商城超级品牌日等大促节点相关护肤推荐

日常泛生活记录

包含vlog、旅行、家庭日常等生活化相关内容记录分享

数据说明：统计2026年10月抖音眼部护理品类销量大于0的商品数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

眼面套装冲刺大促，高客单价带动销售突围

CLARINS/娇韵诗

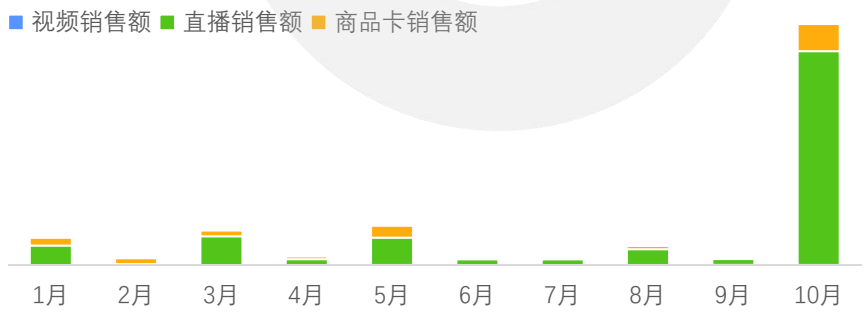
主要受众：女，31-40，广东

10月眼部护理品类销售热度 TOP1

10月品牌眼部护理品类推广关键数据

销售热度	环比增长	同比增长	销售均价
1亿+	9041.2%	118.8%	1312.1

26年1-10月品牌眼部护理品类销售热度趋势



产品布局：组合套装冲刺大促



娇韵诗双萃眼部焕亮精华20ml+双萃焕活修护精华露75ml 眼面套装

【双11现货】娇韵诗熬夜 CP 双萃精华眼霜眼面套装 紧致保湿

销售热度：1亿+

大促营销亮点：日常单只眼霜→眼面套装，客单价大幅提升，15个套装链接，撑起眼部护理品类销售的95%。

品牌爆款内容特征

正装具象开场破圈

以足量正装视觉直击用户，跳过品牌教育，击穿价格锚点，抓取囤货人群

近 6 件正装量心智击穿

赠品折算正装数量，简化优惠感知，建立“一次囤够一年”认知

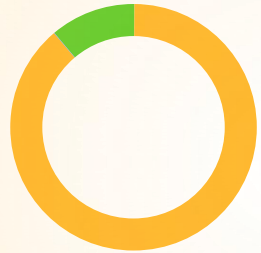
价格反差感拉满

先夯实原价认知，再释放超值权益，营造捡漏感，激发下单冲动

双11大促场景锚定

贴合护肤囤货习惯，借力大促流量，放大内容转化效率

渠道策略：直播扛起成交主力



品牌自营	达人推广
13.8%	75.0%

品类热销小店

@Clarins娇韵诗官方旗舰店

@抖音商城进口超市

@抖音商城进口超市国内现货

@升誉海外专营店

指标	10/14	10/15
销售热度	0-10w	5000w-7500w
直播销售热度	0-10w	5000w-7500w
商品卡销售热度	0-10w	750w-1000w
销售均价	418	1448
直播场次	47	70

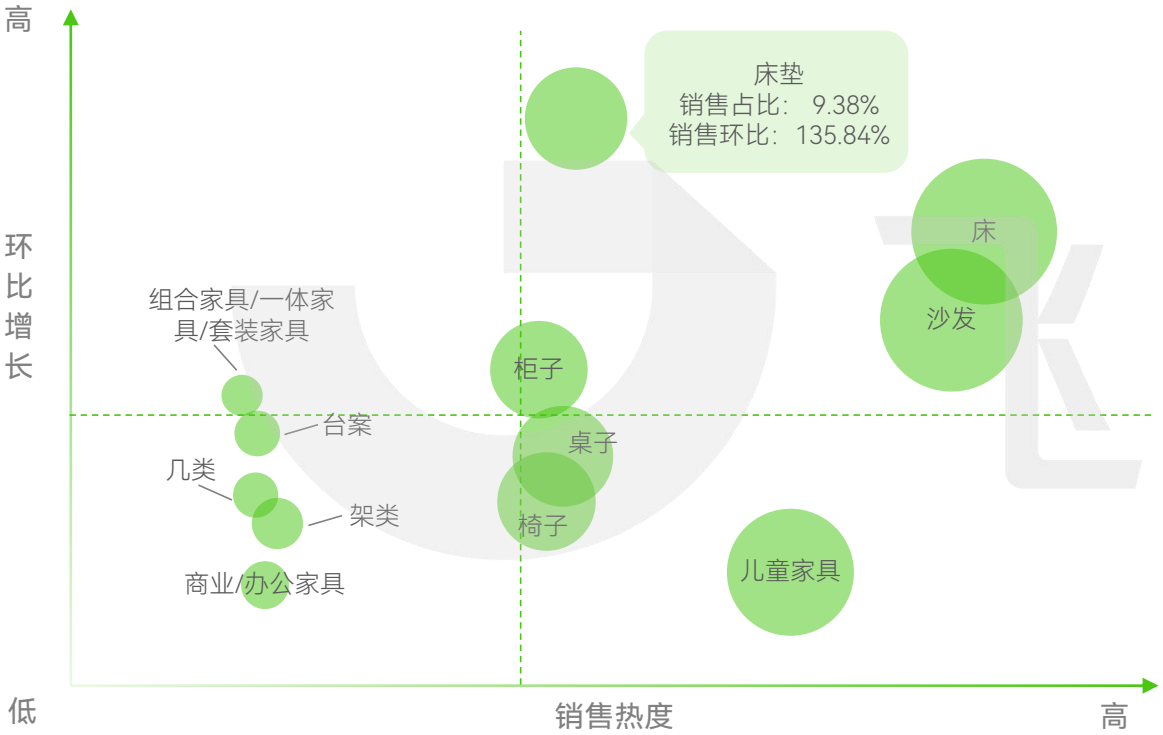
数据说明：统计2026年10月品牌「CLARINS/娇韵诗」在抖音平台的推广数据，本页图片来自抖音app，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

床垫品类增速领跑家具赛道，弹簧款主导市场、头部品牌份额集中

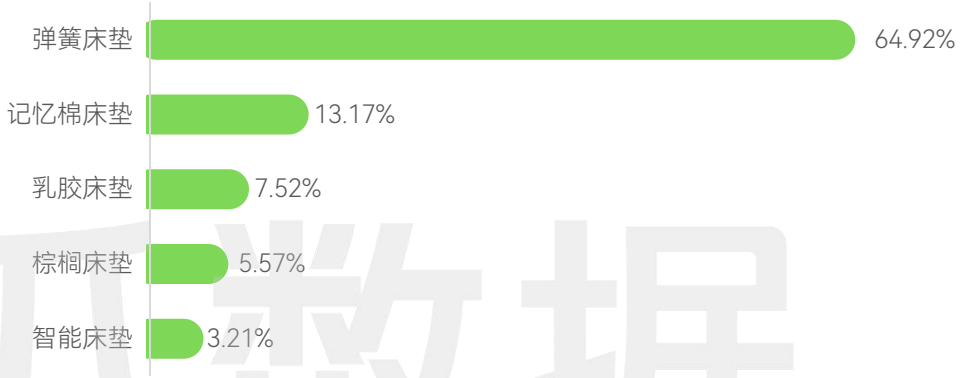
26年10月中旬抖音启动双11抢跑，作为高客单属性的家具赛道迎来前置蓄水成交。在一众家具细分类目之中，床垫的增长表现最为亮眼，销售环比达到135.84%。从品类内部结构来看，弹簧床垫占据超六成市场份额，是市场主流选择，记忆棉、乳胶、棕榈等品类形成差异化供给；品牌端头部集聚效应明显，顾家家居领跑赛道，TOP5 品牌合计拿下近五成市场份额，依托大促前置窗口承接核心流量与订单。

10月抖音家具细分类目销售分布

*仅展示销售热度>1亿的细分品类



10月抖音床垫子类目销售占比TOP5



10月抖音床垫销售热度TOP5品牌

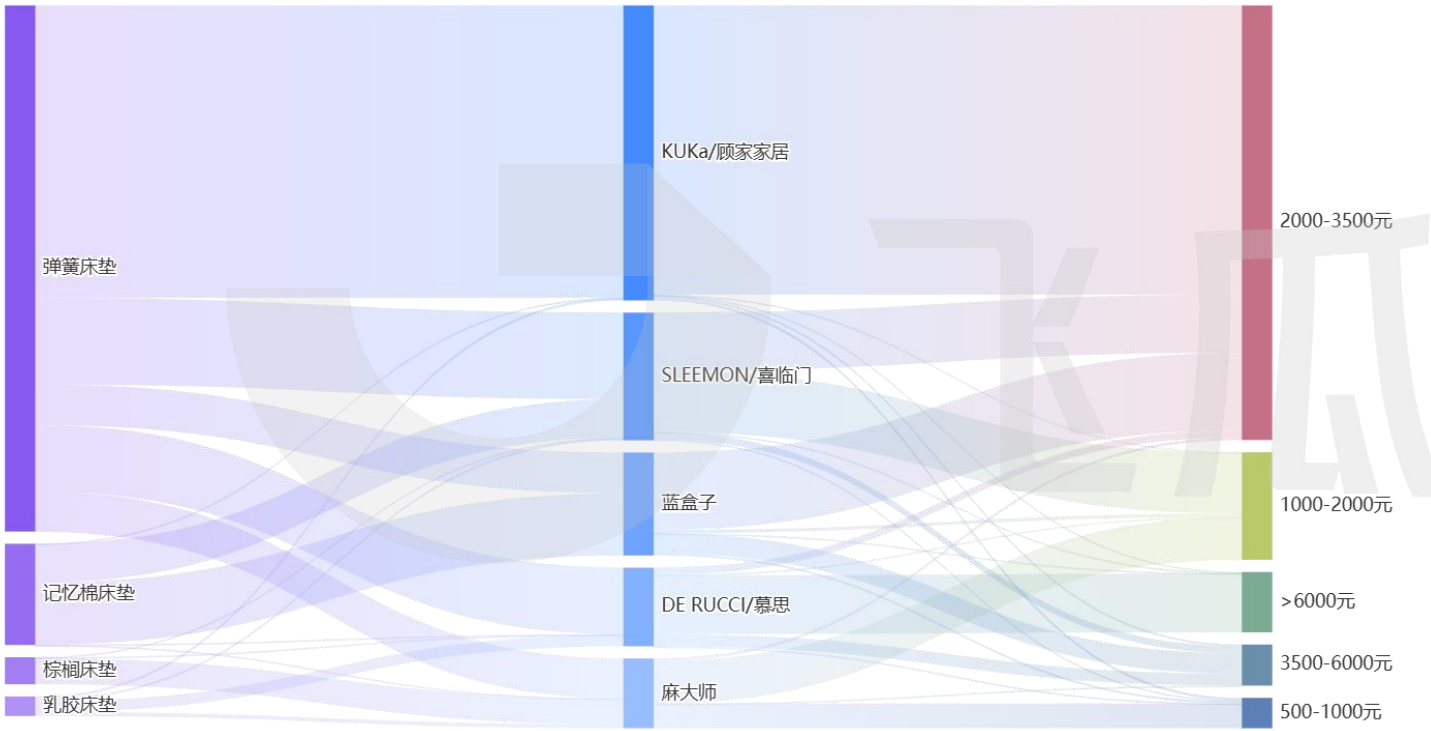
NO.1	NO.2	NO.3	NO.4	NO.5
顾家家居 KUKA	喜临门 Sleemon	蓝盒子	慕思 DeRUCCI	麻大师
市场份额 19.9%	市场份额 8.7%	市场份额 7.1%	市场份额 5.5%	市场份额 4.8%

数据说明：筛选2026年10月抖音床垫品类销量大于0的商品数据，本页图片来自抖音app，非抖音全量数据，部分数据已作脱敏化处理，飞瓜数据

头部卡位分层清晰，护脊、速睡卖点拉动增长

床垫赛道呈现清晰的价格分层与品牌卡位特征。从高销售品类X品牌与主流价格带交叉分析来看，弹簧床垫是主力品类，顾家、喜临门等主流品牌集中布局2000-3500元主流价格区间；蓝盒子、慕思、麻大师等品牌则分别扎根千元中端、高端以及平价区间，形成差异化价格布局。家用、护脊等卖点支撑基础盘稳定成交，速睡、腰部支撑、三区弹簧等进阶功能卖点环比大幅冲高，成为撬动增量的关键。

10月床垫品类X品牌X价格带分析



10月床垫高销售高增长卖点

高销售

卖点	销售占比
家用	24.7%
护脊	15%
透气	11.7%
乳胶	11.7%
弹簧	9.3%
记忆棉	7.5%
加厚	7.2%
独立弹簧	7.2%
黄麻	7.1%
卧室	7%

高增长

卖点	销售环比
速睡	+898.1%
腰部支撑	+896.3%
三区弹簧	+893.1%
抗菌	+725.6%
独袋	+511.8%
酒店款	+384.1%
可拆卸	+341%
轻奢	+299.2%
软硬双睡	+276.9%
速睡	+898.1%

数据说明：筛选2026年10月抖音床垫品类销量大于0的商品数据，本页图片来自抖音app，非抖音全量数据，部分数据已作脱敏化处理，飞瓜数据

梯度产品矩阵承接需求，内容投放协同助力品牌突围

蓝盒子

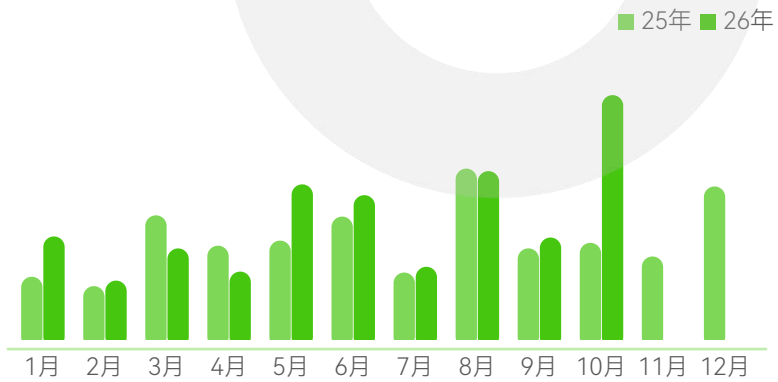
主要人群 女、31-40、江苏

10月抖音床垫销售热度TOP3

10月品牌床垫品类销售关键数据及趋势

销售热度环比增长	销售热度环比增长	带货直播	带货商品
+160.61%	+177.18%	350+	40+

25-26年品牌床垫品类销售热度对比



10月主推热卖商品



蓝盒子【Z1 小石头】弹簧床垫加厚护脊偏硬睡感记忆绵XDB

销售热度：1000w+



蓝盒子【Z Plus】记忆绵弹簧强支撑床垫DB

销售热度：250w-500w

主要功能性标题卖点词云

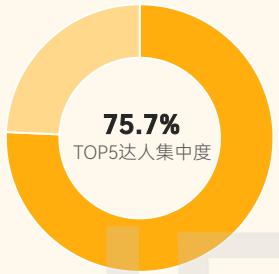


头部达人+品牌自营共发力

品牌主要带货方式

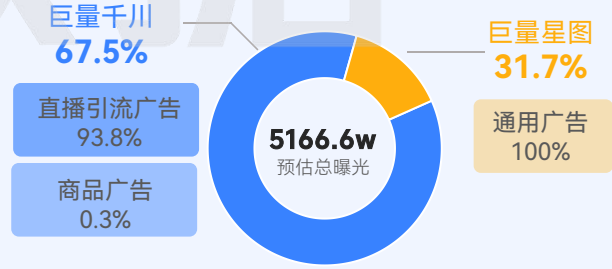
带货直播 80.7%

达人推广 50.2%



达人名称	粉丝数
@蓝盒子官方旗舰店	52.2w
@交个朋友家居超级工厂	72.1w
@交个朋友生活真惠选	91.5w
@交个朋友家居真惠选	78.7w
@交个朋友好物真惠选	66.5w

多类型广告素材承接流量

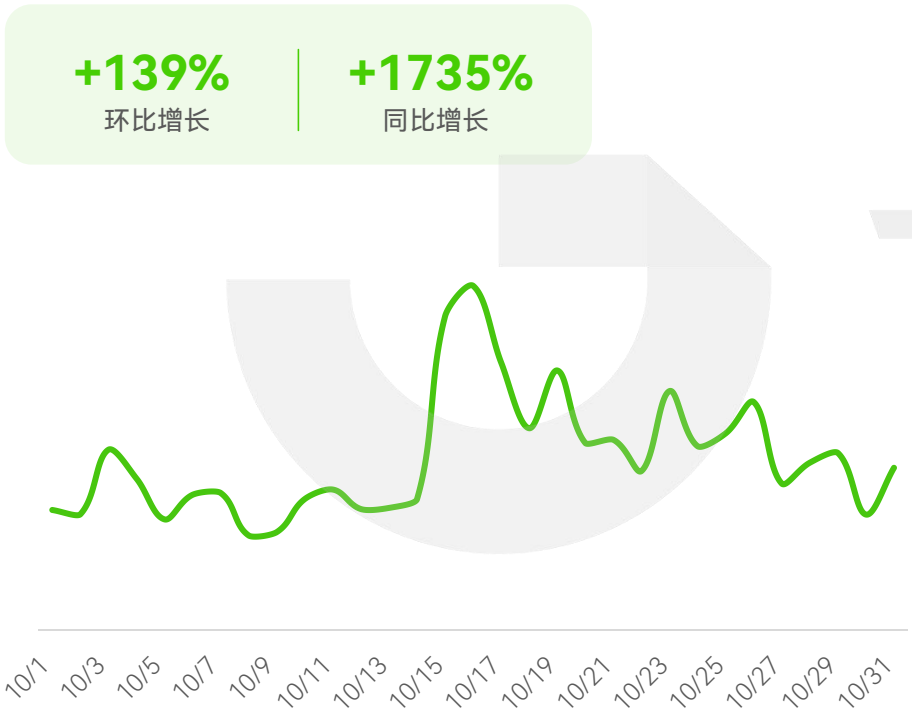


数据说明：统计2026年10月品牌「蓝盒子」销量大于0的商品数据，本页图片来自抖音app，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

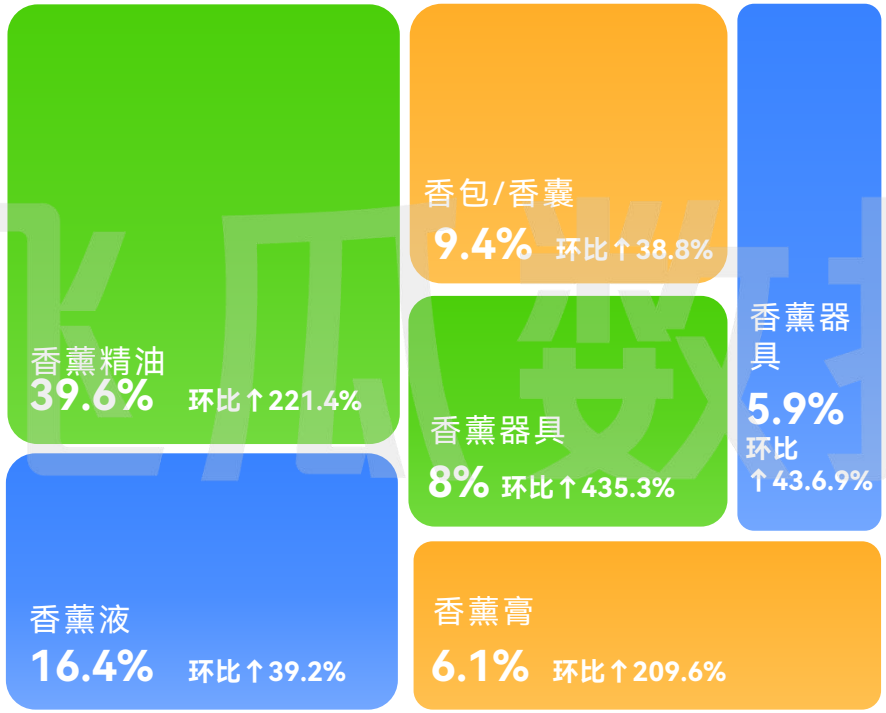
香薰赛道迎来高增行情，精油品类领跑、市场格局分散

从香薰品类10月销售趋势变化可见，抖音商城双11前置抢跑开启后，品类需求快速释放，整月同比增幅1735%、环比提升139%，增长动能充沛。细分结构上，香薰精油以41.9%的份额成为赛道核心类目，香薰液、香包香囊、香薰器具等多品类同步扩容；品牌与商品CR5均处于低位，赛道尚未形成稳固头部阵营，供给端以多元中小品牌及白牌供给为主。

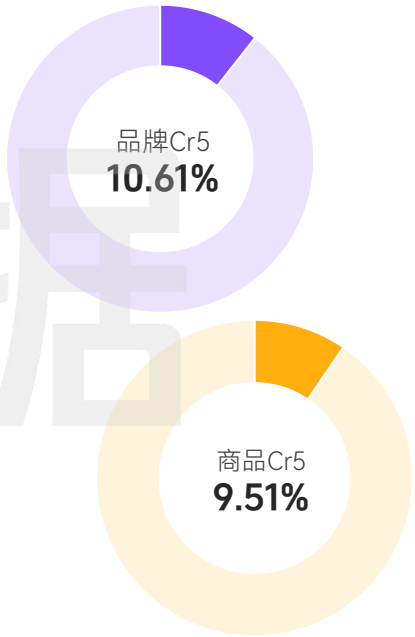
10月抖音香薰产品销售热度趋势



10月香薰产品高销售高增长卖点



10月香薰产品竞争度分析



数据说明：统计2026年10月抖音香薰产品品类销量大于0的商品数据，本页图片来自抖音app，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

明星IP联动主题直播造势，精准触达女性送礼消费群体

宋朝

主要带货方式：

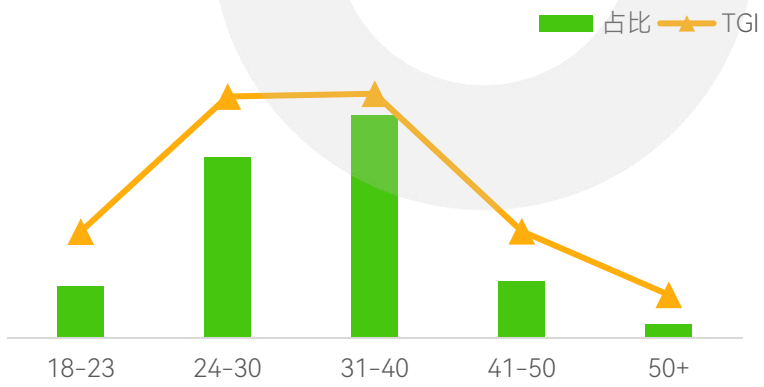
带货直播占比 65.6%

品牌自营占比 76.2%%

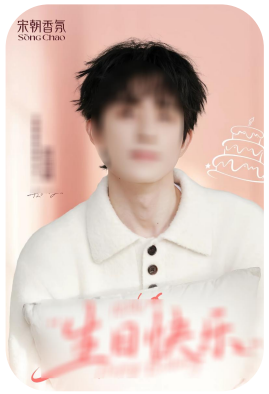
10月品牌消费者画像

女性 72.5% TGI：134.02

男性 27.5% TGI：59.87



“香鹏鹏生日派对”主题直播



@宋朝官方旗舰店

祝品牌代言人敖瑞鹏生日快乐！香鹏鹏生日专场~亲签、周边等你来哦#敖瑞鹏

直播热度： 100w-250w

直播时长： 1天10时50分13秒

观看人次： 10.5w

直播玩法：

全天不定时抽周边 + 幸运数字订单

亲签

“48号香气派对”主题直播



@宋朝官方旗舰店

宋朝香氛×SNH48香气派对即将开始与你不见不散

直播热度： 10w+

直播时长： 15时26分59秒

观看人次： 16.2w

直播玩法：

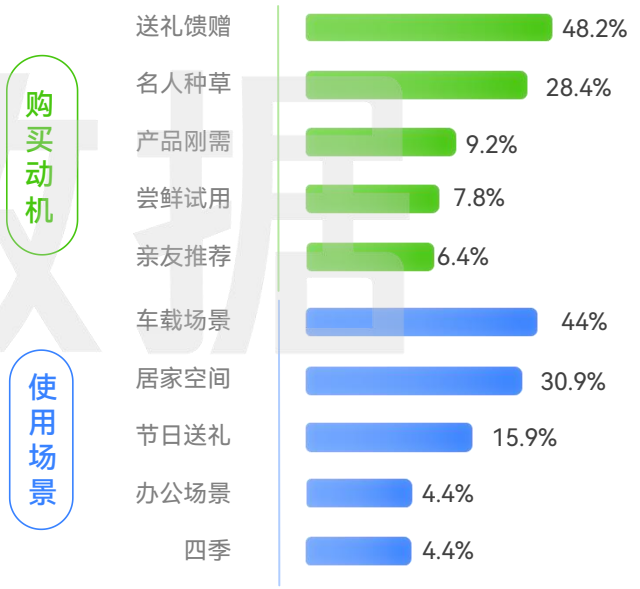
专属链接销量PK+ 幸运数字订单+

品牌大使接力进播

品牌营销词云



品牌舆情洞察



数据说明：统计2026年10月品牌「宋朝」销量大于0的商品数据，本页图片来自抖音app，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

“户外热”带起露营消费，炉具炊具品类跑出高增

野炊/烧烤用具赛道在10月延续户外休闲消费热度，炉具炊具为第一大品类，增速领跑；烧烤器具、耗材点火紧随其后。价格带集中在1-100元区间，大众入门装备是消费主流。整体来看，需求偏向高性价比的刚需配套，消费者更倾向按需配齐组合装备，而非一步到位购置高端套装，品牌可围绕入门套装、配套耗材做组合化运营，承接短途户外出行流量。

10月野炊/烧烤用具主要品类销售占比

炉具炊具

销售占比45.1% | 环比增幅71.0%

野餐炉具/户外炊具、卡式炉、气罐、冷藏箱

烧烤器具

销售占比32.3% | 环比增幅34.1%

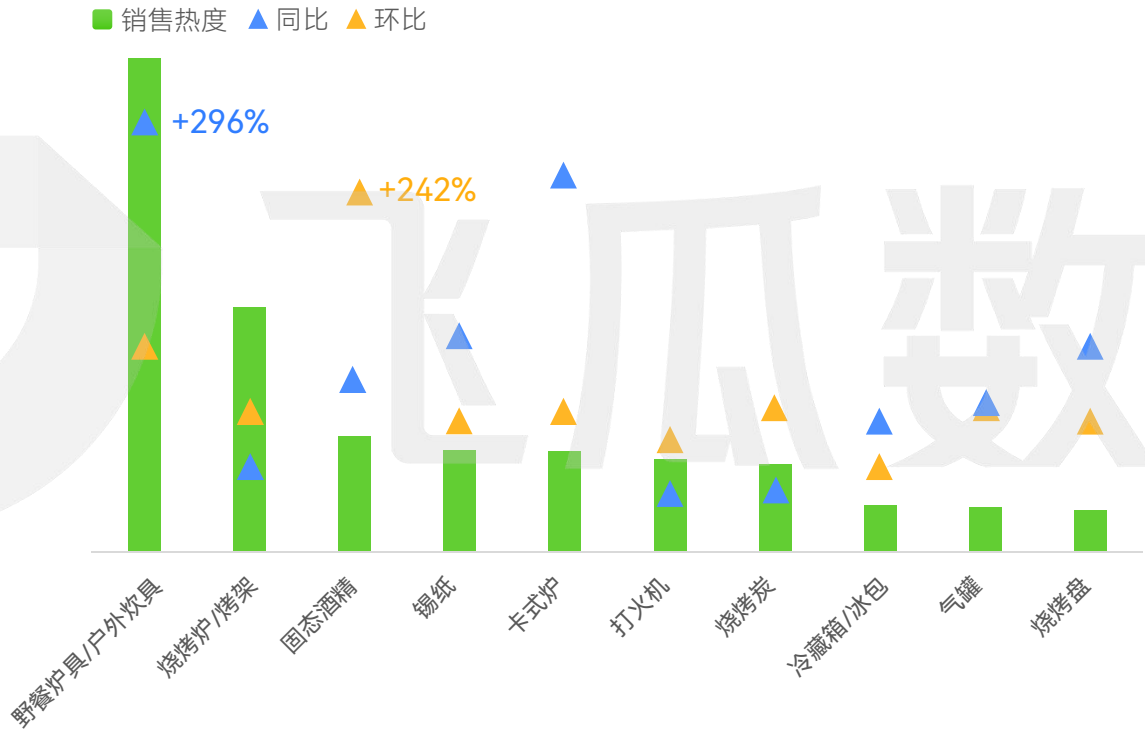
烧烤炉/烤架 、 烧烤炭、 盘/网/夹/针/刷、套装

耗材点火

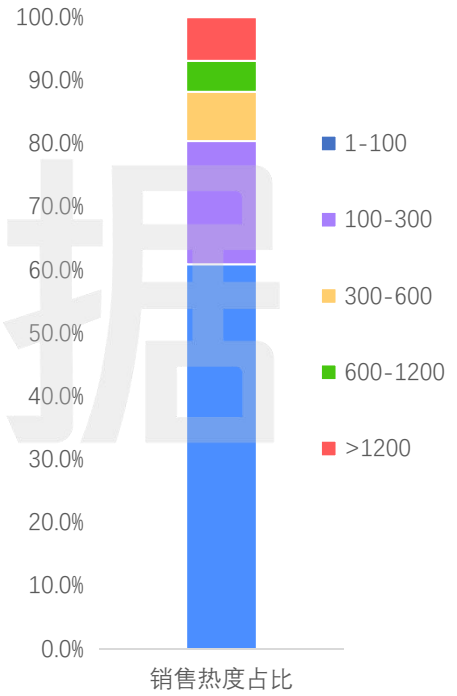
销售占比22.5% | 环比增幅58.9%

固态酒精、锡纸、打火机、竹签、打火石

野炊/烧烤用具主要销售品类及同/环比



10月野炊/烧烤用具各价格带表现



数据说明：统计2026年10月抖音野炊/烧烤用具品类销量大于0的商品数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

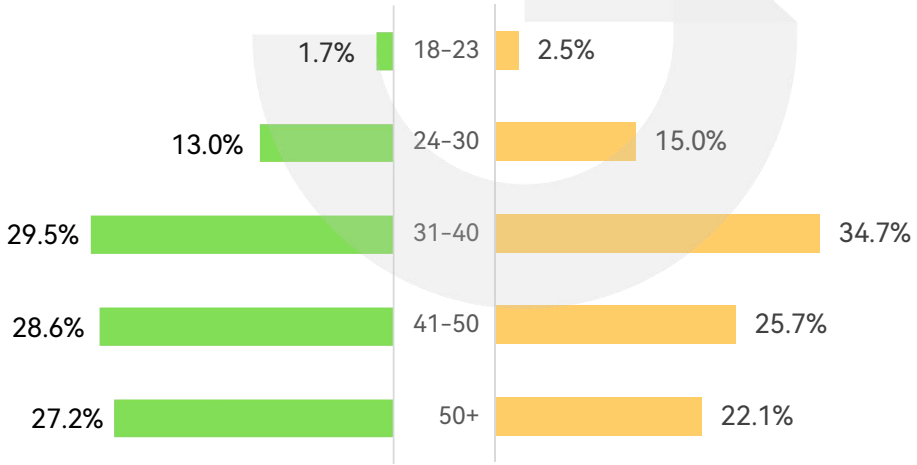
男性消费兴趣凸显，带货视频占据曝光主场

野炊烧烤用具的核心受众以男性为主，31-50岁群体是消费主力。营销端以带货视频为核心曝光载体，占比58.9%，带货直播为辅，种草视频占比较低。营销内容围绕露营烧烤、围炉煮茶等场景展开，防风、便携、操作简单是用户核心关注功能。长期来看，露营美食、乡村生活内容热度持续上行，家用厨燃两用好物、地域出游攻略具备增长潜力。品牌可主打多场景兼容卖点，依托短视频直观展示实操效果，精准触达中年男性客群。

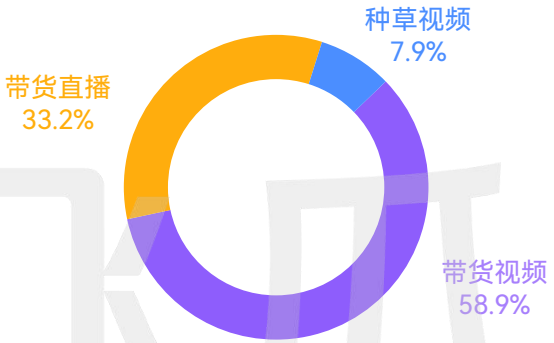
10月野炊/烧烤用具品类受众画像

男性 57.53%
TGI 127.17

女性 42.47%
TGI 77.56



10月野炊/烧烤用具营销方式曝光占比



行业话题趋势预测

户外露营+烟火美食场景内容持续走热

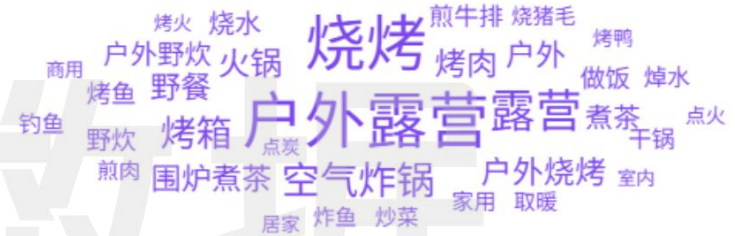
乡村生活手工类内容受众粘性提升

高性价比家用厨燃好物成推荐热点

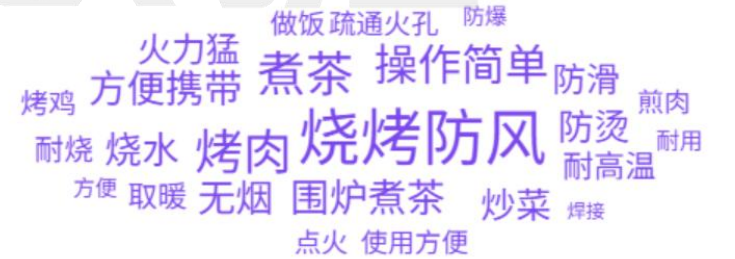
细分地域美食/旅游攻略需求攀升

野炊/烧烤用具营销内容洞察

使用场景



功能



数据说明：统计2026年10月抖音野炊/烧烤用具品类销量大于0的商品数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

聚焦卡式炉爆品打造，安全痛点成为内容流量密码

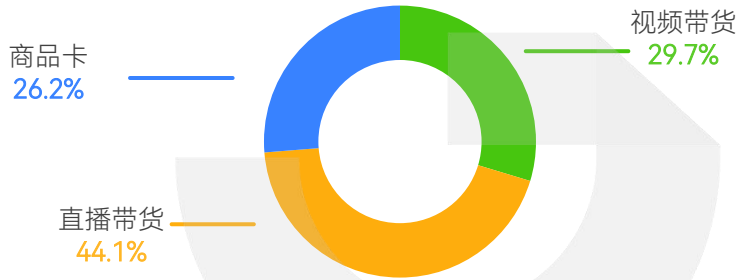


拓村

主要受众：男，31-40，陕西

10月野炊/烧烤用具销售热度 TOP2

10月品牌野炊/烧烤用具品类销售分布



品牌热卖商品



娇户外分体式卡式炉猛火炉便携式野炊露营煮茶炉具预热管七星猛火炉

销售热度：100w+

品牌广告内容洞察

爆款内容特征

- 痛点精准：开篇制造视觉反差，直击喷火枪漏气、不安全痛点，有效提升视频停留
- 颜值种草：跳出户外工具偏男性的固有印象，以女性种草视角，触达家庭采购决策者
- 生活化共情：邻里闲聊式口语，唤醒阳台午休、露营放松的场景共鸣
- 聚焦刚需：主打实用价值，避开泛流量竞争，精准打动资深户外玩家，互动质量高

卖点架构分析

架构1（占比71.9%）

产品卖点→产品功效→适用场景→产品材质→产品功能

架构2（占比28.1%）

产品卖点→产品功能→用户痛点

品牌产品体验用户舆情洞察

正向（90.4%）

关键词	原因
火力强劲	火力足、火焰集中，烧水加热快，烹饪体验好
便捷易收纳	小巧轻便，便携不占地，外出安置挪动省心
使用便利	操作简单易上手，清洗方便，配件齐全，实用性强
质感出众	做工精细无瑕疵，材质扎实耐用，品质稳定安全

数据说明：统计2026年10月品牌「拓村」在抖音平台的推广数据，本页图片来自抖音app，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

02

2026年11月
电商趋势前瞻

10月抖音大事件盘点：

飞瓜 抖音版

01 抖音发布《非对公合作主播计税时点变更通知》

该通知明确自2026年10月1日起，非对公合作主播个人所得税的纳税义务发生时间将调整为达到主播账户且主播可自主提现时点(即余额入账时点)。

02 抖音生活服务发布双节消费报告

10月7日，抖音生活服务发布《2026中秋国庆消费报告》。数据显示，“双节”线下消费火热，,假期本地消费与长线游消费双升温，线上内容持续激发线下消费热情。

03 2026美好奇妙夜落幕

10月11日晚，2026美好奇妙夜在北京卫视与抖音同步直播，圆满落幕。与往届不同，今年晚让AI生成技术、大模型与艺术家、创作者深度共创，节目本身成为科技与内容共创的集中展示”。

04 2026抖音商城双11好物节启动

10月15日，“2026年抖音商城双11好物节”正式启动，活动持续至11月11日。活动期间，抖音电商将延续“立减折扣”“一件直降”等简单直接的优惠玩法。

05 抖音生活服务放开部分类目押金限制

抖音生活服务在今年11月至10月期间逐步放开部分原本需要缴纳押金的类目，转变为“0押金”入驻模式。这些类目包括加油站、洗车、汽车维修保养等涉及大额消费。

06 九大商家扶持政策三季度进展公布

10月23日，抖音电商公布2026年九大商家扶持政策三季度落地进展：除了继续通过商品卡返佣、运费险补贴、扶持中小商家成长等举措，持续降低商家经营成本之外，三季度政策进一步聚焦开放AI技术能力、提升结算率、扶持好内容、以及优化治理与体验等环节，帮助商家提质增效。

07 抖店后台库存管理升级

10月28日，【抖店后台 - 商品 - 库存管理 - 商品库存管理】页面进行升级，新增【直播挂车商品】查询页，支持定向查询直播挂车商品。

08 抖音电商新增「平台加补」优惠通用规则

「平台加补」是抖音小店、全球购面向用户的商品价格补贴优惠。用户在直播间、商城等渠道浏览时，商品若带有「平台加补」标识，即可按规则享受下单补贴，该优惠规则预计10月29日生效。

十一月热点营销日历：



关键营销节点

11/01 星期日	万圣节
11/11 星期三	抖音商城双11
11/26 星期四	感恩节
11/27 星期五	黑色星期五

重要时间节点

11/07 星期六	立冬

11月热卖商品预测：

飞瓜 抖音版

营销关键词 大促、囤货

11月上旬双11收官冲刺，抖音商城双11好物节狂欢日流量集中释放，家清纸品、零食等囤货型品类需求集中爆发，商家可分层设计组合装与专属券机制，冲刺销量峰值；此外，大促收官后，错峰捡漏与复购需求延续，相关商家可紧扣收官与承接节点优化推广内容、商品标题、爆品货盘竞争力。

重点关注商品

纸品、衣物清洁、坚果炒货、肉蛋零食、方便速食、乳制品、面部洗护、家庭环境清洁、猫/狗食品

推荐商品参考


纸品


面部洗护


猫/狗粮

营销关键词 降温、冬季

立冬过后全国入冬，羽绒服、保暖内衣等保暖品类放量，加湿器、面部洗护等保湿品类升温，南北方供暖差异显著，商家可分层精准铺货；此外，小雪寒潮频袭，取暖家电与保湿护肤将迎第二轮爆发，相关商家可依据节点优化推广内容、商品标题、爆品货盘竞争力。

重点关注商品

羽绒服、保暖内衣、围巾、床上用品、电热毯、取暖器、加湿器、面部洗护

推荐商品参考


羽绒服


保暖内衣


床上用品

营销关键词 感恩节、黑五

11月26日感恩节将至，感恩回馈氛围带动答谢消费升温，营养保健、按摩仪、茶叶酒水等礼品类热度走高，客群礼赠预算差异显著，商家可分层打造会员回馈与粉丝权益；同时，11月27日黑色星期五跨境好物将迎短期爆发，相关商家可依据节点优化推广内容、商品标题、爆品货盘竞争力。

重点关注商品

按摩仪、营养膳食、茶叶、白酒、智能设备、影音设备及配件、时尚饰品

推荐商品参考


按摩仪



乳制品


酒类

数据说明：推荐商品参考图来自抖音app，飞瓜数据

03

本月榜单

附录：

2026年10月品牌销售热榜

总榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
1	Apple/苹果	11	LING FENG GOLD/领丰金	21	Lenovo/联想
2	HUAWEI/华为	12	BOSIDENG/波司登	22	YAYA/鸭鸭
3	AP	13	FILA/斐乐	23	NIKE/耐克
4	金川黄金	14	Redmi/红米	24	dongfangzhenxuan/东方甄选
5	Xiaomi/小米	15	ASUS/华硕	25	ANTA/安踏
6	Midea/美的	16	ARC'TERYX/始祖鸟	26	OnePlus/一加
7	CAMEL/骆驼	17	LouisVuitton/路易威登	27	VIVO
8	Haier/海尔	18	DJI/大疆	28	COACH/蔻驰
9	adidas/阿迪达斯	19	OPPO	29	Littleswan/小天鹅
10	HONOR/荣耀	20	Helena Rubinstein/赫莲娜	30	LI-NING/李宁

附录：

2026年10月品牌销售热榜

美妆榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
1	MGP/毛戈平	11	TOMFORD/汤姆福特	21	Florasis/花西子
2	YSL/圣罗兰	12	CARSLAN/卡姿兰	22	三资堂
3	MAC/魅可	13	JudydoLL/橘朵	23	iore/瑷亦
4	3CE/三熹玉	14	L ADORE COLORS/烙色	24	CLÉ DE PEAU BEAUTÉ/肌肤之钥
5	Flower Knows/花知晓	15	DPDP	25	SOCORSKIN/修可芙
6	REVANNA	16	蒂洛薇/DIROVO	26	木子言
7	Flower Lure/花间颂	17	BABI	27	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛
8	GIORGIO ARMANI/阿玛尼	18	XIAOSHUMEI/小树美	28	Mooekiss/木柯诗
9	Mistine/蜜丝婷	19	NARS/娜斯	29	CHARLOTTE TILBURY/缇尔泊丽
10	PRAMY/柏瑞美	20	BOBBI BROWN/芭比波朗	30	ELL

附录：

2026年10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	L'OREAL /欧莱雅	11	LA MER/海蓝之谜	21	Olay/玉兰油
2	DR.WU/达尔肤	12	DAI AN DI/黛安蒂	22	SEAKLAM/海肌兰
3	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛	13	PECHOIN/百雀羚	23	公仔牌
4	The history of/后	14	HBN	24	JUYOU/绽妍
5	PROYA/珀莱雅	15	DAISY SKY/雏菊的天空	25	Breeze/清风
6	CHANDO/自然堂	16	Spes/诗裴丝	26	Elixir/怡丽丝尔
7	KANS/韩束	17	LANCÔME/兰蔻	27	Dettol/滴露
8	Helena Rubinstein/赫莲娜	18	hexin/荷馨	28	UNISKIN/优时颜
9	REJUVENEX	19	GUYU/谷雨	29	forest cabin/林清轩
10	OSM/欧诗漫	20	MARUBI/丸美	30	AOAZ

2026年10月品牌销售热榜

服饰内衣

排名	品牌
1	AP
2	CAMEL/骆驼
3	BOSIDENG/波司登
4	syna
5	YAYA/鸭鸭
6	ARC'TERYX/始祖鸟
7	Under Armour/安德玛
8	FILA/斐乐
9	MSBEAST/野兽小姐
10	MBNL-F

3C数码家电

排名	品牌
1	Apple/苹果
2	HUAWEI/华为
3	Redmi/红米
4	Midea/美的
5	Haier/海尔
6	HONOR/荣耀
7	Xiaomi/小米
8	Lenovo/联想
9	OPPO
10	OnePlus/一加

母婴宠物

排名	品牌
1	名典熊
2	NOURSE/卫仕
3	babycare
4	bodcrme/贝德美
5	kangaroo mommy/袋鼠妈妈
6	HUGGIES/好奇
7	Pampers/帮宝适
8	世喜
9	aptamil/爱他美
10	FIRMUS/飞鹤

附录：

2026年10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	maxigenes/美可卓
3	LONGEVITY FLOWER/长寿花
4	MENGNIU/蒙牛
5	五谷磨房
6	Joyoung soymilk/九阳豆浆
7	福之泉
8	Yon Ho/永和豆浆
9	錢升號
10	SEAMILD/西麦

生鲜

排名	品牌
1	dongfangzhenxuan/东方甄选
2	苏状元
3	HITOMORROW/大希地
4	HAIYANGYANYI/海洋演义
5	大乐鲜果
6	锋味派
7	皇家小虎
8	天海藏
9	MRSCRAB/蟹太太
10	饱饱博士

运动户外

排名	品牌
1	OES
2	天元
3	京诚豪斯
4	SMOOKY
5	YONEX/尤尼克斯
6	REDWOLF/红狼
7	KANGSHU/康舒
8	DAIWA/达亿瓦
9	MERACH/麦瑞克
10	LI-NING/李宁

附录：

2026年10月品牌销售热榜

智能家居

排名	品牌
1	KUKa/顾家家居
2	九号电动
3	JINCHAN/金蝉
4	OPPEIN/欧派
5	DESSMANN/德施曼
6	亚朵星球
7	JOMOO/九牧
8	QuanU/全友家居
9	Zhang Xiao Quan Since 1628/张小泉
10	DE RUCCI/慕思

酒类

排名	品牌
1	火爆
2	XI LIQUOR/习酒
3	百家宴
4	MOUTAI/茅台
5	郎酒
6	剑南春
7	WULIANGYE/五粮液
8	汾酒
9	GUOTAI/国台
10	LUZHOULAOJIAO/泸州老窖

滋补保健

排名	品牌
1	MegaRed/脉拓
2	诺特兰德
3	dongfangzhenxuan/东方甄选
4	EAZA
5	苏莎
6	omegor/金凯撒
7	WONDERLAB/万益蓝
8	喜纯
9	OXYENERGY/氧气能量
10	Foyes

飞瓜数据

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仅限于公开资料、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10月1日-2026年10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2026年10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

抖音数据

- 飞瓜 抖音版 — 电商数据
- 飞瓜品策 — 营销舆情
- 飞瓜易投 — 广告投放

飞瓜矩阵

快手&B站数据

- 飞瓜 快手版 — 电商增长
- 飞瓜 B站版 — 运营提效

多平台融合

- 飞瓜智投 — 自播提效
- 飞瓜智星 — 达人分销

果集-社交媒体全链路服务商

数据产品及服务体系

GUOJI.PRO

数据监测

电商增长

- 飞瓜数据：选爆款、找达人、查品牌
- 友望数据：品类洞察、直播带货、品牌营销

营销种草

- 千瓜数据：市场研究、品类洞察、品牌解析、达人管理、笔记创作、种草管家、直播电商
- 飞瓜B站：找热点、选达人
- 西瓜数据：查品牌

品牌决策

- 飞瓜品策：市场洞察、竞争分析、营销舆情

AI营销

- 千泓：机会洞察、诊查追踪、高效创作

品牌定制

- 集瓜数据：定制品牌数据、自定义细分品类、自定义达人标签、数据清洗

运营提效

广告分析

- 飞瓜易投：素材挖掘、广告创作、竞对追踪、投放分析

品牌自播

- 飞瓜智投：数据监控、AI排班、录像复盘、话术分析

达人分销

- 飞瓜智星：AI商务、达人CRM、业绩统计、寄样管理、KOC素材、一站式投流

矩阵管理

- 云略：账号管理、线索搜集、AI剪辑、智能分发

营销服务

带货选品

- 米选：海量选品库、高佣爆品、智能选品、免费申样

营销全案

- 面朝互动：整合营销、事件营销、话题营销、内容种草

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