

星图数据 SYNTUN



与你同行

见证成长

2025年双十一 全网销售数据解读报告

数据让生意更好! Data turn biz on!

目 录

content

01

电商发展趋势

02

平台营销变化

03

销售数据表现

04

消费趋势洞察



双十一全网电商数据监测说明

数据说明

数据时间：

数据监测周期：2025年10月7日-11月11日
各平台监测周期以平台官方发布大促时间为准

监测范围：

20+平台、2000+品类、90000+品牌、2000万+商品
(不包含二手物品、拍卖、虚拟物品及外卖/餐饮等本地生活服务)

平台范围：

综合电商：天猫、京东、拼多多、抖音、快手等（抖音与快手电商已突破内容边界，跻身综合电商阵营）
即时零售：美团闪购、淘宝闪购、京东秒送、盒马、多点等
社区团购：多多买菜、兴盛优选、美团优选等

数据口径：

同比增长计算口径：同比去年大促周期；例：2025年10月7日-11月11日 VS 2024年10月14日-11月11日

*** 受2025年双十一大促周期调整影响（各平台促销时段与规则存在差异），同比数据可比性受限，本报告中相关增长率指标仅供趋势参考**

本报告数据通过星图数据自主研发的大数据系统，对互联网电商平台公开页面信息进行监测收集、处理、整合、计算、分析后发布，其中所有销售额数据系消费者视角统计的各平台成交金额(GMV)



01 /PART

电商发展趋势：以“人”为中心的零售模式演进

2025年电商发展趋势





平台战略从流量争夺转向全域生态协同，升级为覆盖用户全场景、全周期、全链路的大消费生态竞争



“一站式”满足所有消费期望

布局多入口，扩大用户触点，抢占用户心智

融合电商、本地生活、旅游、出行等多个板块，涵盖吃喝玩乐、居家出游各个方面，满足消费者对“一站式购物”的深度需求。

一个平台内完成从商品购物到本地生活服务的全链路消费体验，形成自然的消费闭环。



会员制锁定长期价值

延展用户关系深度，提升用户忠诚度

“复购”，而非“增长”，首次作为电商平台核心红利。

超级枢纽

淘宝大会员

超级引擎

88VIP

淘天和京东在双十一期间均加码会员优惠力度

会员具备数倍于非会员的消费力、复购率与品牌忠诚度。

88VIP人均年度消费金额是非会员的9倍，贡献头部品牌55%以上生意。PLUS会员25Q2购物频率同比增长超50%。





即时零售爆发，以高频带动低频，突破增长瓶颈

核心商业逻辑：以即时零售为切入点，高频带低频，探索更多机会

提升用户活跃度
与粘性

高频场景增加用户访问平台次数和停留时间

自大力发展闪购以来，淘宝与京东APP的活跃用户数和用户时长同比均明显提升；今年9月，淘宝APP月人均使用次数同比+18.8%，月人均使用时长同比+9.2%，京东APP月人均使用次数同比+20.0%，月人均使用时长同比增幅27.6%。

带来流量
新增量

高频业务带动低频消费，提供新增量

据天猫双十一数据，截至11月5日，淘宝闪购带来的新用户双十一期间的电商订单数已超过1亿，863个非餐品牌成交翻倍；淘宝点过外卖但没有在电商下单的用户有1亿。

头部平台战略布局



市场先行者，已建立起
显著规模优势

推出“**品牌官旗闪电仓**”，美团负责“基建”，品牌方可“**拎包入驻**”即时零售。根据美团2025年二季度数据，闪购日均订单量达1400万单，其中**闪电仓贡献占比超37%**。



凭借阿里生态优势实现快速追赶

淘宝闪购推出“**淘宝便利店**”，采用**品牌授权**而非自营的模式。预计到2026年覆盖全国200个城市的主城区，开出2000家门店，投入20亿专项资金支持商家发展。



依托自营与仓店一体模式，
构筑履约护城河

上线“**自营秒送**”，聚合京东七鲜、京东便利店、京东酒世界等业态，强化供给力和履约效率。加速推进“**仓店融合**”模式，计划年底北京店+仓总数突破100家，实现对北京区域的全覆盖。



02/PART

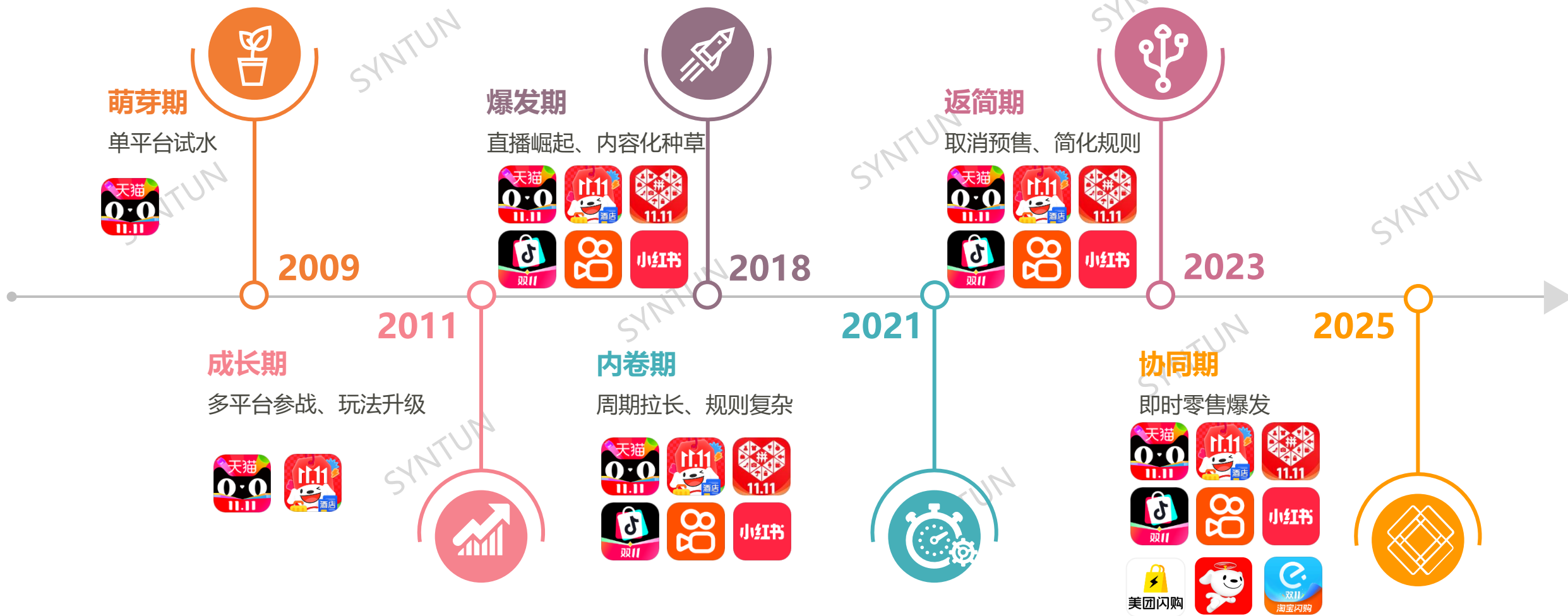
平台营销策略：即时化、 智能化、多业态融合

2025年双十一平台策略玩法





双十一演进脉络：电商市场由简入繁再返简，即时零售入局成为新变量





大促节奏革新：长周期常态化，平台提前抢跑，模糊促销边界



天猫

时间周期：10.15~11.14

预售

预热：10.15 14:00-10.15 19:59
定金：10.15 20:00-10.20 17:59
尾款：10.20 20:00-10.24 23:59

现货

预热：10.17 00:00-10.20 19:59
售卖：10.20 20:00-11.14 23:59

时长
(含预售)

31天

同比增加

↑ +2天



京东

时间周期：10.9~11.14

预热期

10月9日00:00-10月9日19:59

抢先购

10月9日20:00-10月31日

开门红

10月31日20:00-11月3日

专场期

11月4日-11月7日

高潮期

11月8日-11月11日

返场期

11月12日-11月14日

37天

↑ +4天



拼多多

时间周期：10.16~11.14

现货销售

10月16日 20:00-11月14日

30天

↑ +1天



抖音

时间周期：10.9~11.11

现货期

10月9日-11月11日

34天

↓ -1天



快手

时间周期：10.7~11.11

预售期

10.7 -10.17

开门红

10.18 -10.19

品类日

10.20 -10.29

全品类
bigday

10.30 -11.1

品类日


11.2 -11.7

收官日


11.8 -11.11






36天

↑ +3天



各平台促销规则持续简化，一件直降成主流，告别复杂的“凑满减”



平台	2025年	2024年
 天猫	官方立减8.5折起、超级秒杀、惊喜直降、超级红包、88VIP消费券等	官方立减8.5折起、超级秒杀、惊喜直降、超级红包、88VIP大额消费券等 跨店满减每满300减50
 京东	官方直降、超级惊喜红包、PLUS超级补贴 跨店满减每满300减50	平台补贴券（满200-20元）、超级惊喜红包、PLUS会员超级补贴、月黑风高活动、百亿补贴等 跨店满减每满300减50
 拼多多	砸金蛋领券、三单挑战、整点抢券、百亿补贴、超级加补等 满减每满200减30	砸金蛋领券、三单挑战、整点领券、百亿补贴、品牌特惠官方立减等 满减每满200减30
 抖音	消费券超级补贴、官方立减、	双十一神券、一件立减、直播间抢红包 五折抢大牌、搜索赢免单、超值天团、超值品类等
 快手	官方立减88折、大牌大补	商城抽免单、直播间天降红包、抽免单、万人团、惊喜满减券、购物团等

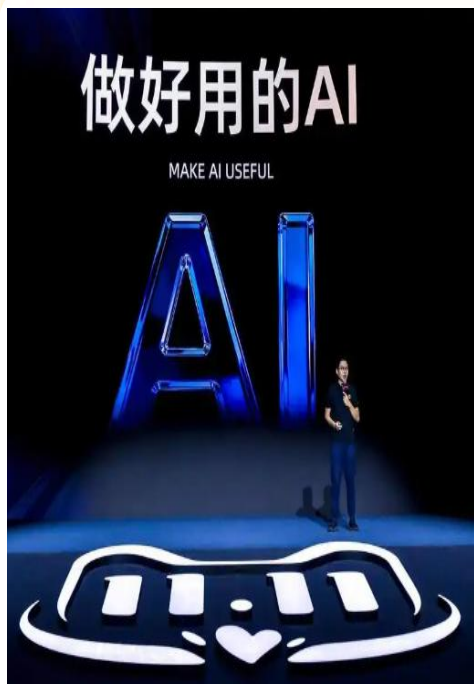


淘天：引领全域大消费生态，以 AI 赋能决策与即时履约深度协同，铸就品牌增长核心竞争优势



AI全面落地

淘天推出6款AI导购应用：“AI万能搜”“AI帮我挑”“拍立淘”“品类清单”“AI试衣”“AI清单”，以满足消费者不同场景的购物需求



大消费平台

平台整合饿了么、飞猪、盒马等核心消费场景权益，实现会员流动、数据打通和多场景消费触达，由传统电商平台升级为大消费平台



饿了么更名为淘宝闪购

阿里将饿了么更名为淘宝闪购，从独立的外卖平台转变为“即时零售”的履约平台，使流量聚焦淘天主站



天猫&淘宝闪购深度协同



已有37000个品牌、超过40万家品牌线下门店接入淘宝闪购，将线下门店接入淘宝闪购体系，实现“线上下单、门店发货、即时配送”的新零售闭环，并同享天猫双十一大促优惠

淘宝便利店

“淘宝闪购”发布闪购仓形态连锁便利品牌“淘宝便利店”





京东：以超级供应链为核心引擎，驱动多业态协同发展，构建覆盖“吃、住、行、服务”的全域零售生态



超级供应链

京东物流超脑2.0加京东物流狼族智能设备集群（超脑+狼族）首次大规模应用，开启中国物流史上最具科技、最强AI助力的双十一保障模式



京东秒送加入大促

京东秒送加入本届双十一大促范围，推出秒送好物低至5折活动



多业态布局

京东旅行、七鲜小厨、七鲜咖啡、京东医美、京东汽车等十余种业态入局双十一大促，构建一个覆盖吃、住、行、服务等方方面面的生态体系





抖音： AI重构人货场， 情绪消费成增长新引擎



AI购物

继ChatGPT联手Etsy和Shopify后，抖音电商以“AI交互”为核心，通过豆包接入抖音商城，构建新的商品推荐入口，将传统“人找货”模式升级为“AI荐货”，开启AI购物时代



“心价比” 好物种草

推出整合营销IP “有点东西，好心动”，集“内容种草、场景购物、内容互动”于一体，瞄准“情绪消费”赛道





拼多多聚焦低价，生态布局

快手AI赋能提效，

小红书构筑电商生态



拼多多聚焦低价

拼多多通过百亿补贴升级、万人团秒杀和正品保障三大核心策略，构建“低价、高质、可信赖”的购物新生态



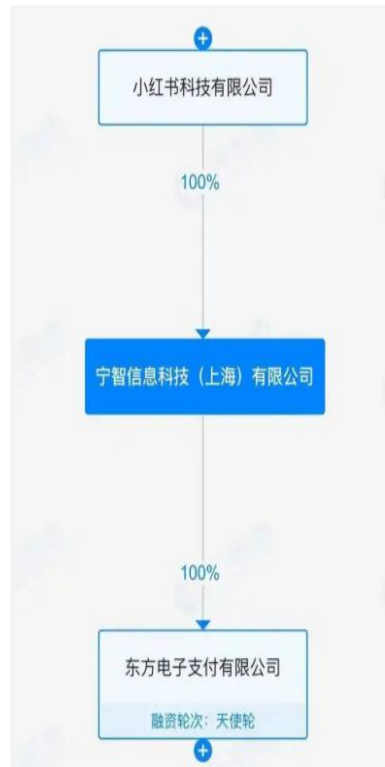
快手AI赋能全链路助力商家

快手AI工具覆盖视频生产、账号运营、售后助手、分销推广等商家经营全链路环节，推出分销AI推广助手、AI图生视频、AI智能匹配挽单等工具，助力商家降本增效



小红书完善电商生态

小红书“市集”升级为一级流量入口，上线“买手橱窗”功能；拿下支付牌照，补全了“内容-交易-支付”生态闭环的最后一块拼图





美团：发力品牌官旗闪电仓，全域拓展非餐品类，以即时零售基建开辟品牌增长新赛道



大促品类拓展

美团闪购面向用户发放共计170万张免单券，其中包括40万张专供品牌官方旗舰店使用的免单红包；同时发放手机、3C、日百服饰等多品类神券



品牌官旗闪电仓

美团闪购将联合上万个品牌建设“品牌官旗闪电仓”，为品牌搭建仓储、配送、数字化系统等即时零售“基建”，助力各类品牌轻资产、低成本“拎包入住”即时零售；当前珀莱雅、蕉下、漫步者、安克等超百家品牌率先入驻



03/PART

双十一销售数据表现：韧性增长与结构分化

2025年双十一全网销售数据表现





2025年“双十一”购物节 全网电商销售总额:

¥ 16950 亿元

同比增长:



+14.2%

同比增长计算口径: 同比去年大促周期;

例: 2025年10月7日-11月11日 VS 2024年10月14日-11月11日

*受2025年双十一大促周期调整影响 (各平台促销时段与规则存在差异), 同比数据可比性受限, 本报告中相关增长率指标仅供趋势参考

2025年“双十一”购物节

综合电商销售总额:

¥ 16191 亿元

同比增长:
↑ +12.3%

同比增长计算口径: 同比去年大促周期;

例: 2025年10月7日-11月11日 VS 2024年10月14日-11月11日

*受2025年双十一大促周期调整影响(各平台促销时段与规则存在差异), 同比数据可比性受限, 本报告中相关增长率指标仅供趋势参考



京东



天猫



抖音





即时零售销售表现

¥ 670 亿元

同比增长:
+138.4%



淘宝闪购



美团闪购

美团闪购



京东秒送

2

1

3



社区团购销售表现

¥ 90 亿元

同比增长:
-35.3%



兴盛优选



多多买菜



美团优选

2

1

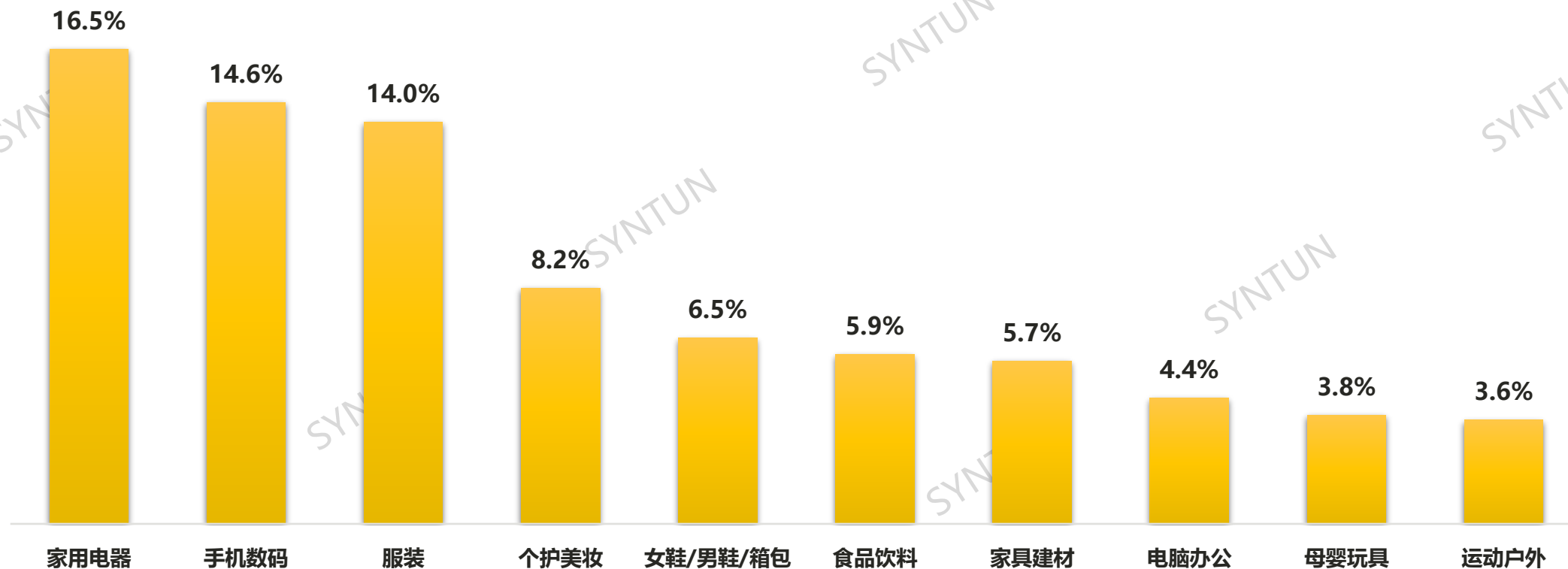
3

品类销售表现





2025年双十一TOP10品类销售表现





家用电器销售表现

销售总额 2668 亿元

排名	 天猫	 京东	 抖音	 快手
 TOP1	美的	美的	海尔	海尔
 TOP2	海尔	海尔	美的	苏泊尔
 TOP3	小米	小天鹅	小天鹅	万利达
TOP4	小天鹅	TCL	海信	海信
TOP5	海信	格力	老板	创维



美容护肤销售表现

销售总额 991 亿元

排名	 天猫	 京东	 抖音	 快手
 TOP1	珀莱雅	兰蔻	韩束	后
 TOP2	兰蔻	雅诗兰黛	珀莱雅	雪花秀
 TOP3	修丽可	SK-II	赫莲娜	韩束
TOP4	雅诗兰黛	欧莱雅	谷雨	谷雨
TOP5	欧莱雅	修丽可	自然堂	格丽丝黛玛



洗护清洁销售表现

销售总额 444 亿元

排名	 天猫	 京东	 抖音	 快手
 TOP1	卡诗	维达	蓝月亮	立白
 TOP2	护舒宝	洁柔	蔬果园	可舒儿
 TOP3	维达	心相印	维达	参半
TOP4	潘婷	清风	心相印	蓝月亮
TOP5	欧莱雅	蓝月亮	妇炎洁	幸家



粮油调味销售表现

销售总额 397 亿元

排名	 天猫	 京东	 抖音	 快手
 TOP1	金龙鱼	金龙鱼	金龙鱼	金龙鱼
 TOP2	十月稻田	福临门	空刻	福临门
 TOP3	鲁花	十月稻田	十月稻田	五得利
TOP4	福临门	鲁花	元宝	海天
TOP5	胡姬花	胡姬花	秋谷乐	东铁村



香水彩妆销售表现

销售总额 334 亿元

排名	 天猫	 京东	 抖音	 快手
 TOP1	圣罗兰	圣罗兰	圣罗兰	玳皮喜
 TOP2	肌肤之钥	迪奥	蒂洛薇	奢貌
 TOP3	雅诗兰黛	雅诗兰黛	毛戈平	恋火
TOP4	娜斯	兰蔻	卡姿兰	珂拉琪
TOP5	毛戈平	肌肤之钥	肌肤之钥	修可芙



营养保健销售表现

销售总额 238 亿元

排名	 天猫	 京东	 抖音	 快手
 TOP1	斯维诗	斯维诗	诺特兰德	健安喜
 TOP2	金凯撒	汤臣倍健	万益蓝	YOUTHODOLOGY
 TOP3	WHC	同仁堂	益节	华北制药
TOP4	益节	益节	斐萃	安玉兰
TOP5	汤臣倍健	善存	五个女博士	内廷上用



休闲零食销售表现

销售总额 171 亿元

排名	 天猫	 京东	 抖音	 快手
 TOP1	三只松鼠	三只松鼠	三只松鼠	郝小子
 TOP2	良品铺子	良品铺子	王小卤	卡尔顿
 TOP3	百草味	百草味	脆升升	德芙
TOP4	乐事	乐事	袋鼠先生	唇友
TOP5	潘祥记	奥利奥	良品铺子	桃李



宠物食品销售表现

销售总额 94 亿元

排名	 天猫	 京东	 抖音	 快手
 TOP1	鲜朗	麦富迪	金故	麦富迪
 TOP2	弗列加特	皇家	麦富迪	森林喂道
 TOP3	蓝氏	网易严选	卫仕	喵铮铮
TOP4	麦富迪	伯纳天纯	弗列加特	喵掌柜
TOP5	诚实一口	渴望	蓝氏	金圣赛犬先锋

04/PART

消费趋势洞察：“求真” 与“向实” 主导市场走向

2025年双十一热门产品趋势





健康导向型消费全面渗透：健康已从单一的营养保健领域，扩展至粮油、零食、宠物食品等全品类

健康粮油选择

有机新玉米、七色糙米等粗粮杂粮在各大平台销量领先



轻语拾光 有机玉米



邹有才 东北七色糙米

有机山茶油、低芥酸菜籽油等健康油种更受追捧



润心 有机山茶油



欧丽薇兰 橄榄油

零食兼具美味与营养

坚果类、牛肉干等高蛋白零食受欢迎



三只松鼠 每日坚果



阿品 湖岭牛肉干

饼干、面包类也强调优质原料、配料简单、零添加防腐剂等卖点



奥力给 黄油猫酪



卡卡业 厚切生吐司

宠物健康营养

成分天然与创新配方、肠胃调理等功能化产品表现较好



麦富迪霸弗天然猫粮



佰萃 金标猫粮

通过采用低温烘焙等工艺升级，保留更多营养成分



鲜朗 低温烘焙猫粮



弗列加特 烘焙猫粮



品质升级与消费分级并行：消费者更理性，愿为真正价值付费，呈现“按需分级”特点



品质好物“果断出手”

高端品牌在头部主播直播间热卖，显示消费者在护肤领域的“**质价比**”倾向



修丽可 AGE面霜



海蓝之谜 精萃水

日常刚需“精打细算”

日常生活用品性价比品牌占据主导，体现“**性价比**”选择



得宝 软抽纸巾



蓝月亮 洗衣液

精神消费“毫不含糊”

能够引发情感共鸣以及具有情绪疗愈作用的产品受到青睐，满足“**心价比**”需求



【孙颖莎】雀巢奇巧“奇巧世界款”礼盒

孙颖莎代言——情感共鸣与偶像驱动

礼盒周边大揭秘——收藏与社交价值



娇韵诗 双萃精华



SK-II神仙水



美的 恒温电热水壶



美的 吹风机



泡泡玛特 毛绒公仔挂件

以印象派艺术为灵感，营造深度放松的疗愈氛围
兼具互动与收藏价值



从“需求满足”到“价值共鸣”：国产品牌、新生代原创品牌通过原创设计和内容创新，获得消费者青睐



国货美妆将东方美学与成分科技结合，吸引年轻消费者



韩束红蛮腰大礼盒环六肽4.0抗皱紧致补水护肤

韩束双11大促首日实现了同比近50%的增长

聚焦成分研发，推出“X肽”面霜等代表性产品，并通过内容合作，深化消费者对“肽”成分的认知



百雀羚灵玉面霜保湿修护紧致抗皱

凭借扎实的成分功效和独特的东方美学设计实现从新品到爆品的突破

主打“清-补-养”全链路抗老体系，专为东方肤质设计的温和抗老产品

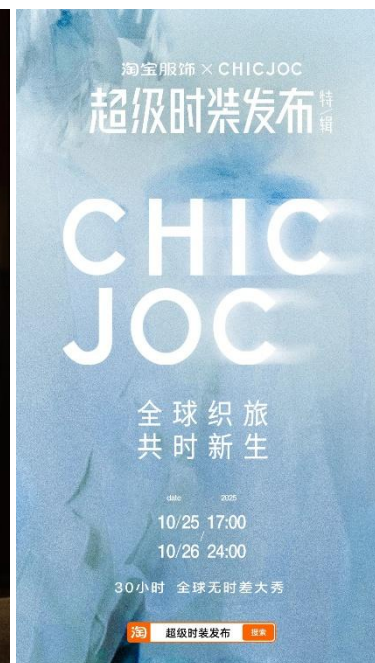
新生代原创服饰品牌爆发，设计驱动成为增长新引擎

“超级时装发布”重塑了传统直播模式，将简单的卖货场升级为融合品牌叙事、美学体验和情感共鸣的时尚秀场，助力原创服饰品牌实现成交爆发。



野兽小姐

双十一首周，原创服饰品牌在淘宝累计成交同比暴涨50%。野兽小姐、CHICJOC、付智恩等商家销售额破亿。



CHICJOC



付智恩



科技赋能生活新趋势：AI技术与日常用品深度融合，消费者追求更便捷、更智能的生活体验



智能硬件爆发增长，消费者愿意为提升生活品质的创新支付溢价

智能家居需求旺盛，体现消费者对智能化体验的深度追求

智能眼镜、智能机器人、AI电脑、AI学习机等产品增速显著，呈现品类多元化、功能垂直化与体验人性化的特征。



ROKID 乐奇AI智能眼镜 元萝卜 AI下棋机器人



联想 笔记本电脑



小猿 AI学习机

智能家居产品如智能门锁、智能马桶、智能晾衣架等销量大幅增长，AI技术驱动个性化体验升级。



凯迪仕 智能门锁



米家 智能晾衣架



九牧 智能马桶



米家 隐藏式智能窗帘

数据来源声明

本文章/报告所含数据均来源于星图数据自主研发的大数据系统。该系统对互联网电商平台的公开页面信息进行了监测、收集、处理及整合。数据经过星图数据的人工智能统计模型校验后发布，且在计算过程中严格遵循了相关统计标准。需要声明的是，所有数据尚未经过独立审计。

星图数据承诺在数据收集、处理及发布过程中保持客观和中立的立场。尽管如此，星图数据对文章/报告中数据准确性、完整性或适用性不作任何明示或暗示的保证。数据的最终解释权归星图数据所有。

版权声明

本文章/报告由星图数据制作，所有数据、图表、Logo等内容的版权均归星图数据所有。未经星图数据书面授权，任何企业、机构或个人不得以任何形式复制、转载或使用星图数据发布的任何内容。经授权使用时，必须原文引用并明确注明来源，且不得对内容进行任何形式的增添、删减、拼接、演绎、歪曲等。

对于任何未经授权使用星图数据内容的行为，星图数据将保留追究法律责任的权利，且不承担因第三方违反上述声明而引发的任何争议或责任。

引用声明

本文章/报告存在部分引用外部公开信息，均已明确标明信息来源及出处。非特殊说明，所有数据均来自星图数据。我司与任何第三方平台及其权属公司之间不存在任何形式的代理、合作、合伙、合营关系，也无任何投资或关联关系，特此申明。

联系星图数据获取帮助 E-mail: info@syntun.com

电商业务增长，用星图数据

星图数据是消费领域专业的大数据产品、服务和解决方案提供商，为品牌商和零售商提供全面优质的电商数据与专业深入的市场洞察，一站式解决企业生产、经营、营销及管理等多种问题，助力客户精准决策，提升电商运营与决策效率。



新浪微博



微信公众号



邮箱: info@syntun.com



电话: 400-066-9026



网站: www.syntun.com.cn



工作时间: 周一至周五9:00- 18:00