

2026年1月 飞瓜抖音电商营销月报

2026-02 飞瓜数据 出品

01

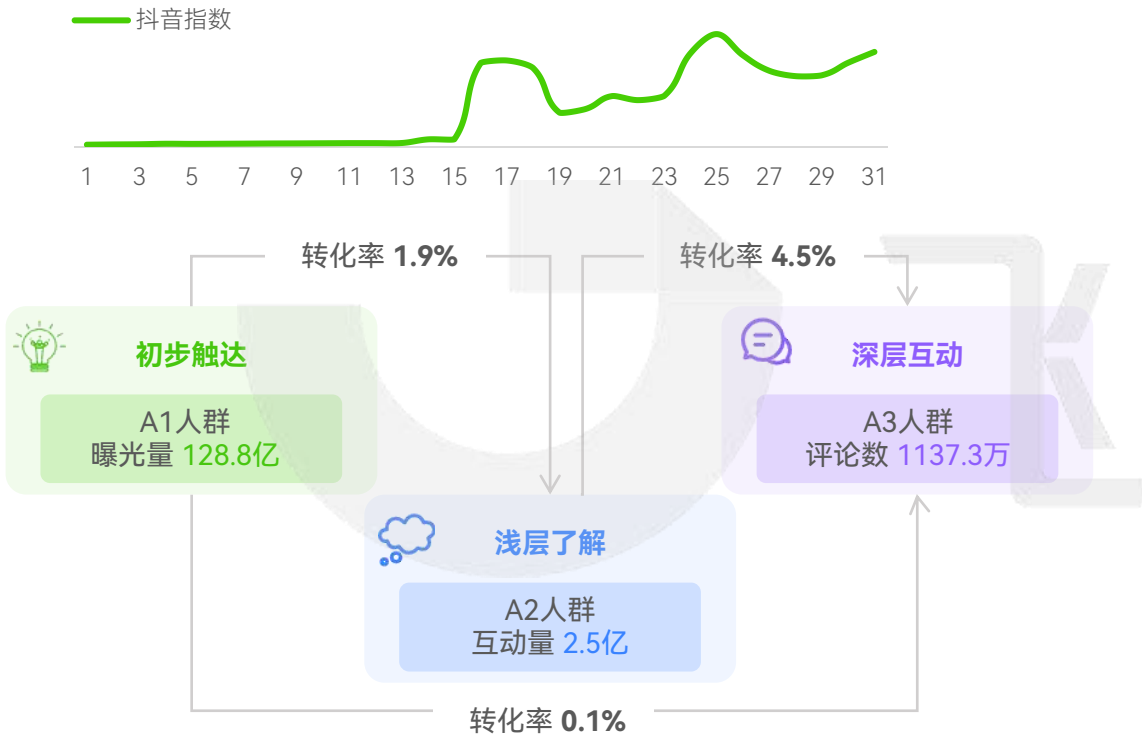
2026年1月 电商营销复盘

1月关键词：抖音商城年货节

年货搜索热度攀升，多元趋势激活新年消费市场

2026年，抖音年货节自1月16日开启以来，搜索指数不断攀升。在消费趋势方面，南北饮食差异相关话题带动年夜饭、地方特色年货成交额大幅增长；依托国潮与新年仪式感驱动，新中式服装订单量激增；马年特色年俗产品等多元消费趋势，共同勾勒出年货市场的活力图景。

1月“年货”抖音关键词搜索指数变化趋势



年货消费趋势品类与热点话题内容

南北年货/饮食差异

“年夜饭”相关成交额 同比+92%

地方特色年货 同比+53%

#南北香肠的终极对决
#这口家乡年货才是年味顶配
#北方人对面食的执念有多深
.....

马年特色年俗

年俗相关产品 同比+57%

#马年送一种很新的电子年货
#马年文创为家乡代言
#抓马大会马上发布
.....

新年穿搭主题

新中式服装订单量 同比+66%

#白月光大衣拿捏新年本命穿搭
#红色套装太适合过年穿了吧
#新年睡衣主理人上线
.....

其他特色年货

“国补”商家成家额 同比+72%

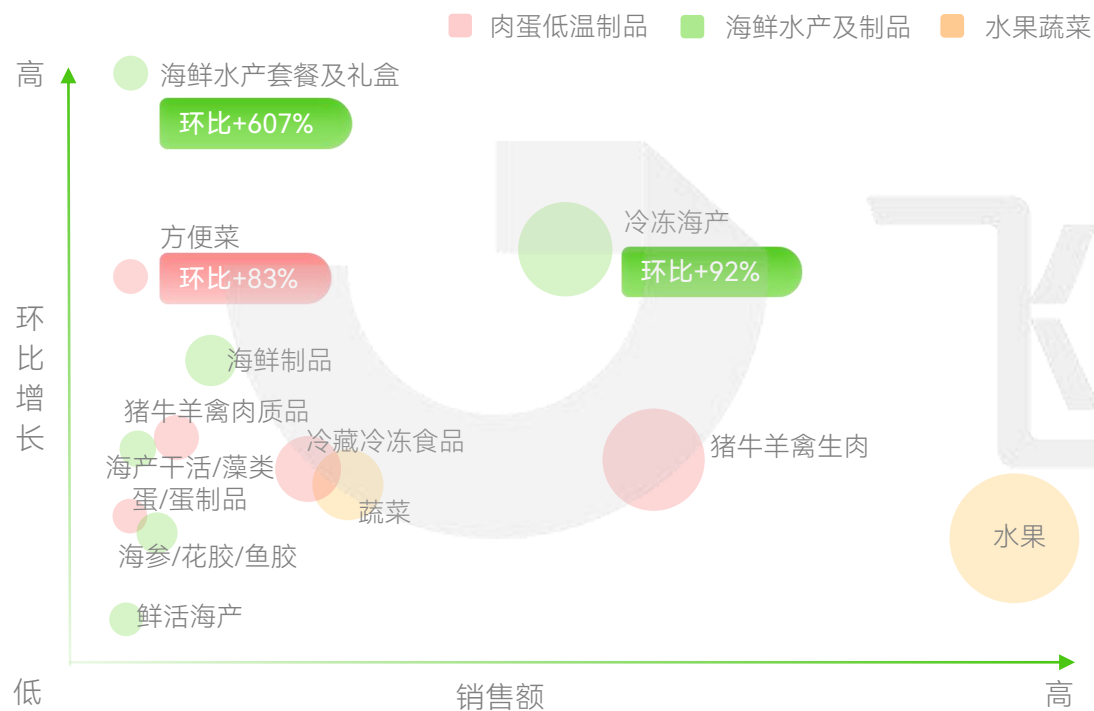
宠物用品 同比+83%
#我家的年味布置已就位
#我的新年返乡数码好物
#主理人的权威年货清单
.....

1月重点品类：海鲜水产套餐及礼盒

生鲜品类消费具备节日驱动特征，海鲜礼盒成新年消费核心引擎

1月生鲜品类消费呈现鲜明的节日驱动特征，其中海鲜水产套餐及礼盒以607%的环比增幅成为增长最迅猛的品类，春节期间家庭聚餐与礼赠场景对高品质生鲜有着旺盛需求。对比来看，水果、猪牛羊禽生肉等品类虽销售额较高，但环比增长相对平缓，属于日常刚需的稳健品类。在海鲜水产套餐及礼盒TOP5销售热度品牌榜单中，海洋演义、渔公码头等头部品牌凭借成熟的产品矩阵与品牌认知度占据主导，头部效应显露。

1月生鲜品类销售热度与环比增长表现



海鲜水产套餐及礼盒销售占比



TOP5销售热度品牌列表

排名	品牌	市场份额	热卖商品
01	海洋演义	17.5%	海洋演义 海鲜盛宴大礼包K
02	渔公码头	13.6%	[马上发财]渔公码头海鲜礼盒3999型4780克送人高档正宗年货大礼包
03	膳食春	5.3%	膳食春【拍一发八】十参十鲍海鲜大礼包2999型4050g礼盒送礼年夜饭
04	首食纪	4.0%	首食纪 即食海参500g每袋到手 (8-10)头*2袋+ (16-20)头*2袋礼袋装
05	北海湾	3.4%	【北海湾】十参十鲍十虾 大盆菜佛跳墙2kg礼盒装

生鲜品类领跑，精准人群驱动高速增长



海洋演义

主要带货方式：直播带货、达人推广

1月女装皮草品类销售热度 **TOP1**

1月品牌销售关键数据

销售热度	环比增长	同比增长	带货商品
5000w-7500w	560.2%	111.9%	47

1月主要销售海产品类占比



销售占比 **38.2%**



销售占比 **31.5%**



销售占比 **22.2%**

1月品牌自营观众画像



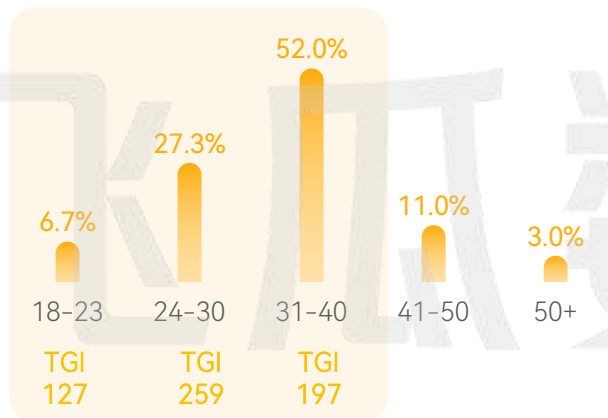
主要省份

辽宁、黑龙江、吉林

城市线级

二线+五线 > 52.5%

年龄占比



小镇青年

30.3%

新锐白领

19.8%

小镇中老年

15.1%

1月主要带货达人

@扬叔来了

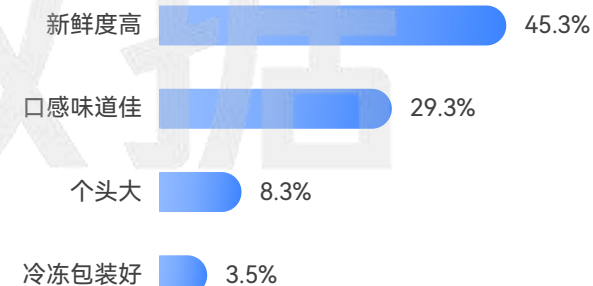
相关场次 **18场** 总销售热度 **5000w-7500w**

主要直播场次 **1月27日** 观看人次 **259.0w**

实时直播热榜 / 生鲜 / 第1名

主要流量来源 **付费+其他** 占比**43.2%**

用户产品体验舆情概览



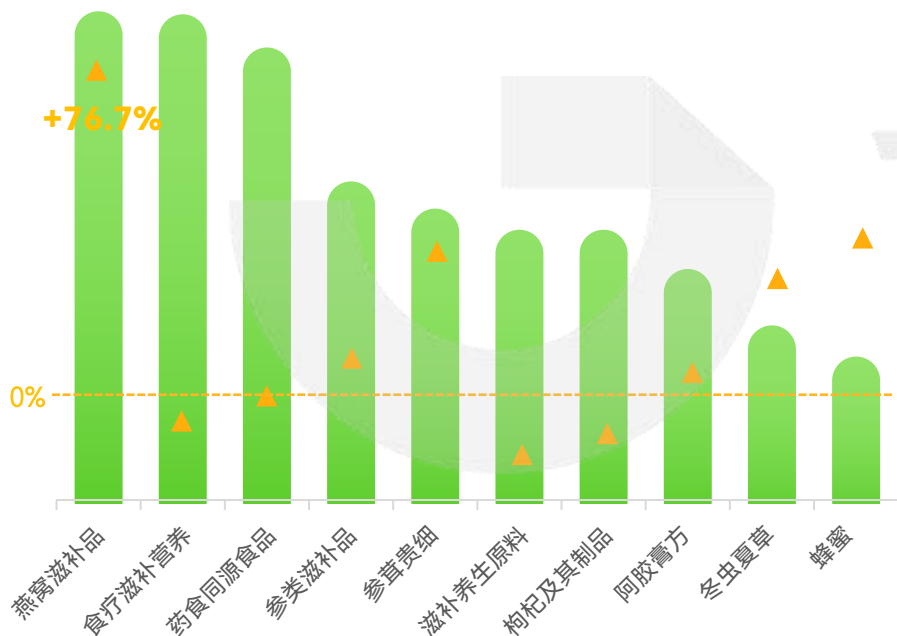
1月重点品类：传统滋补营养品

燕窝品类领跑，市场格局呈分散态势

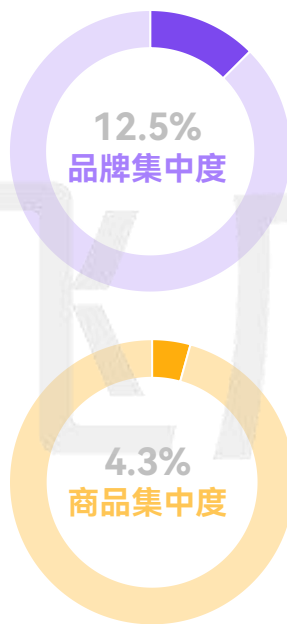
1月传统滋补营养品市场中，燕窝滋补品凭借最高的销售热度与76.7%的环比增幅成为品类核心。从市场集中度来看，12.5%的品牌集中度与4.3%的商品集中度均处于较低水平，反映出行业尚未形成绝对的头部垄断格局。燕之屋、小仙炖等头部品牌凭借礼盒装产品占据一定优势。

1月传统滋补营养品主要品类销售热度

● 销售热度 ● 环比增幅



传统滋补营养品品牌与商品集中度TOP5



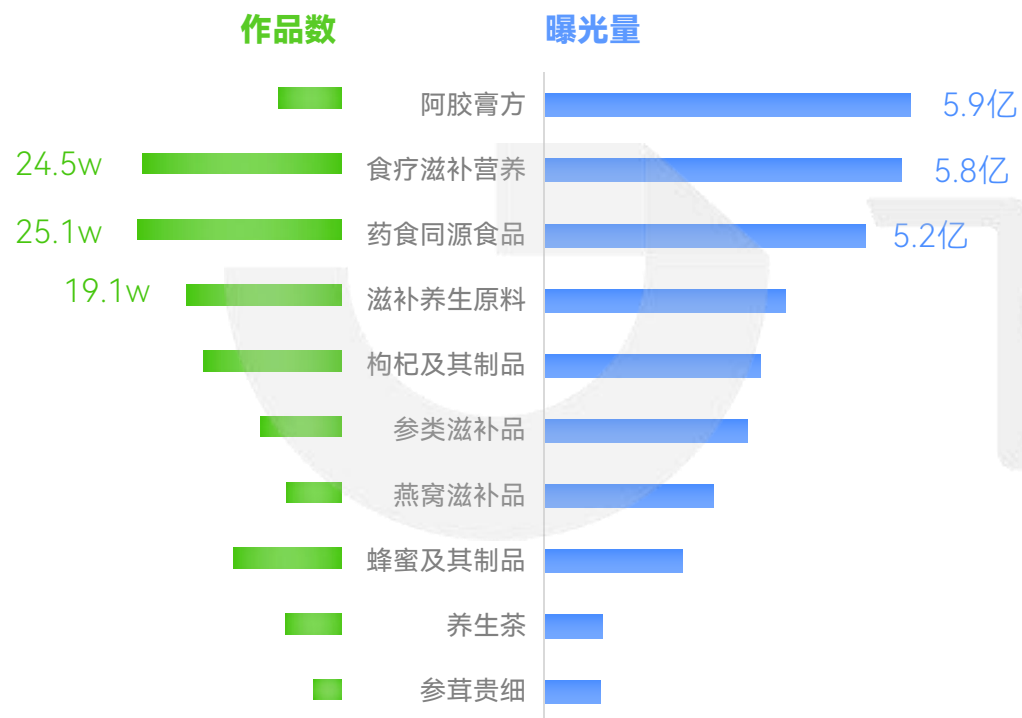
排名	品牌	销售占比	主推商品
01	燕之屋	4.3%	【瓜瓜专属】燕之屋非遗京绣燕窝礼盒40g*8瓶*4盒年货送礼1.5g投料
02	小仙炖	3.1%	【臻享滋补】43g*84瓶季套餐小仙炖鲜炖燕窝 高能感新鲜
03	喜纯	2.3%	【官方自播】喜纯玉灵膏龙眼肉西洋参伏湿膏非遗古方年货礼女性调理
04	安心仕	1.4%	【展会特批】央企严选0添加.正宗大连辽刺参滋补干海参速发42只
05	藏双堂	1.4%	【羽泽】50克新干草 2025头茬冬虫草滋补品质食用泡酒

1月重点品类：传统滋补营养品

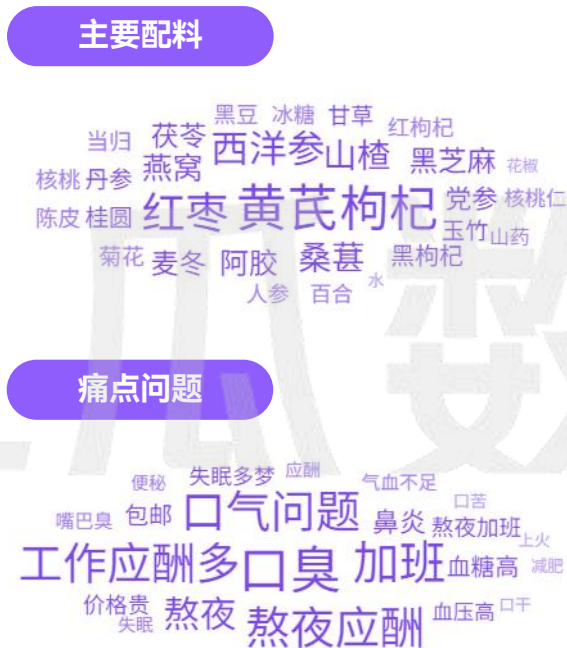
内容驱动场景化消费，潜力达人成传播主力

从营销曝光与作品数来看，阿胶膏方、食疗滋补营养等品类凭借高曝光量与作品数成为核心赛道，反映出品牌对春节礼赠与日常养生双场景的重点布局。营销内容关键词中，传统配料与痛点问题具备功效关联性，精准击中了当代消费者的健康焦虑。在达人推广层面，潜力达人以56.9%的曝光占比成为传播主力。“送礼”场景以31.9%的销售占比成为核心场景。

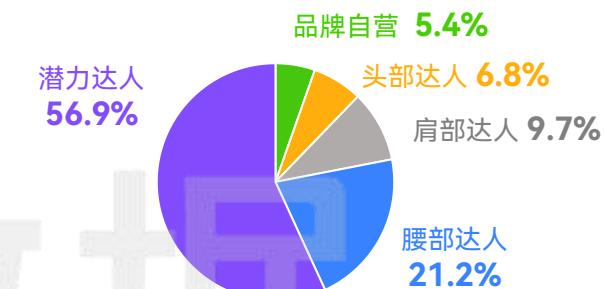
1月传统滋补营养品营销曝光与作品数



营销内容关键词



推广达人曝光量分析



消费者主要使用场景



非遗礼盒开启新春好运，头部达人超大专场引爆销量



燕之屋

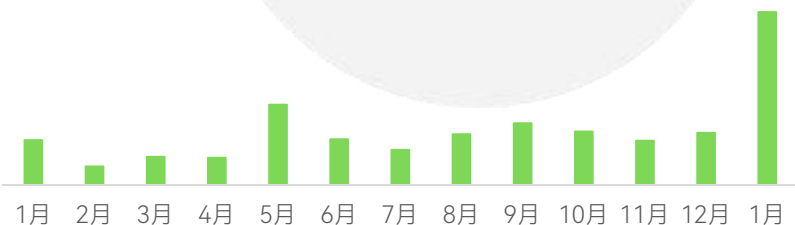
主要带货方式：直播带货、达人推广

1月传统滋补营养品类销售热度 **TOP1**

1月品牌销售与曝光关键数据

销售热度	环比增长	同比增长	曝光量
1亿+	237.1%	285.4%	7628.2w

25-26年1月销售热度趋势



商品策略

2026新春臻礼：非遗京绣归燕礼盒

携手京绣非遗大师孙颖，将京绣之美融入东方滋养，绣启新春好运。

主推sku:



【瓜瓜专属】燕之屋非遗京绣燕窝礼盒40g*8瓶*4盒年货送礼1.5g投料

销售热度：7500w-1亿

上架时间：2026.1.25

商品标题卖点洞察



达人带货亮点

@朱瓜瓜

亮点场次：燕之屋总部溯源超大专场

直播时长：16小时59分47秒

销售热度：2500w-5000w 观看人次：402.3w

流量指标诊断



宣传广告表现

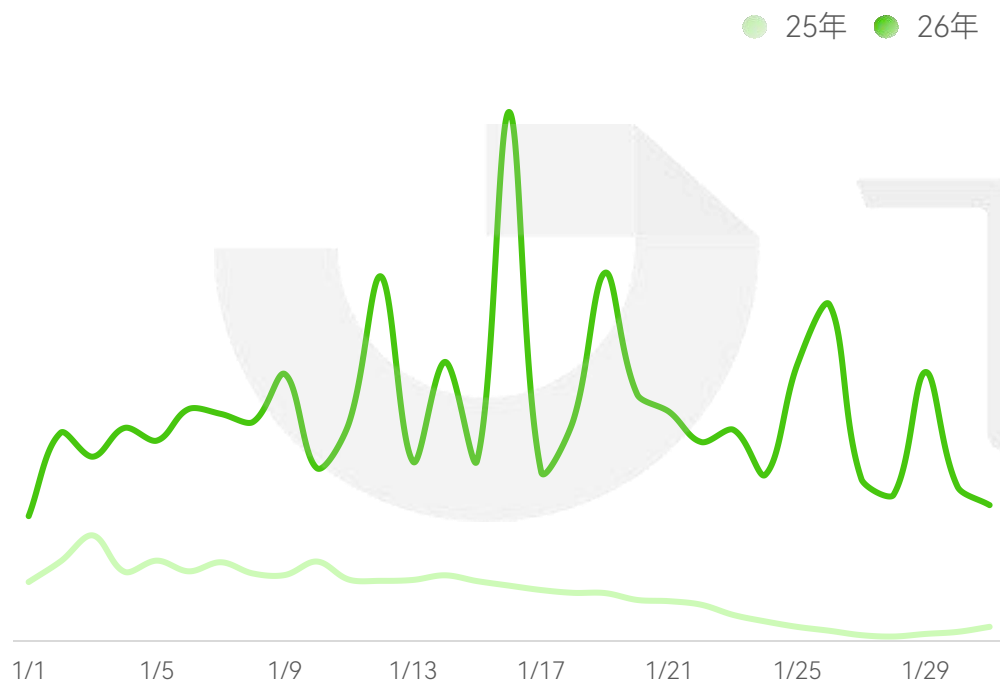
发布广告数：74 预估曝光：7381w 互动量：19.1w

1月重点品类：面包

基础品类稳固托底市场基本盘，新兴细分品类爆发驱动消费升级

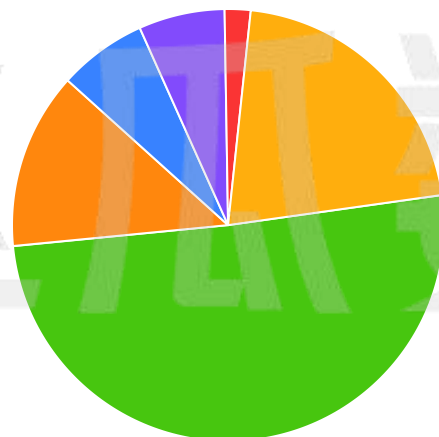
26年1月，抖音面包品类市场销售增长显著，月中的抖音年终大促进一步推动品类销售高涨。同时品类表现出鲜明的结构性变化，一方面，吐司面包仍以绝对优势占据市场核心份额，反映出大众基础消费需求的稳定；另一方面，贝果、恰巴塔等细分品类的爆发式增长，揭示出消费趋势正从精细化、个性化方向升级。品牌需在夯实基本盘的同时，捕捉新兴品类的增长机会。

25-26年1月抖音面包品类销售热度对比

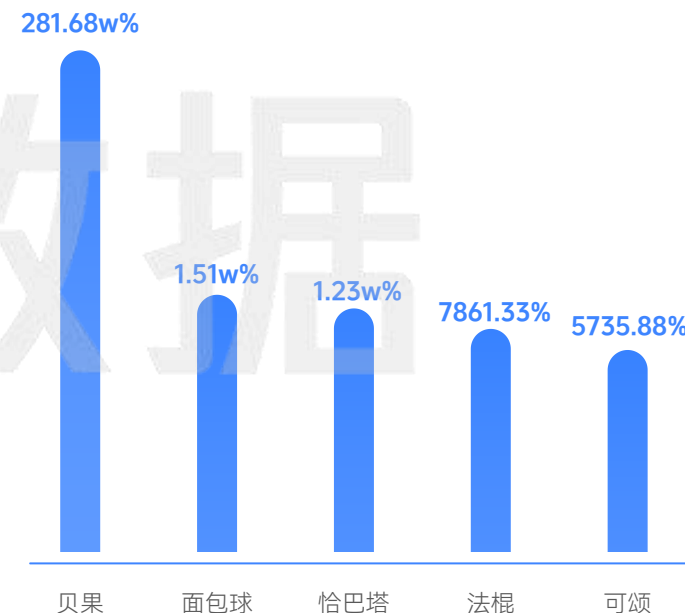


26年1月抖音面包细分品类销售分布

- 吐司面包
- 夹心面包
- 手撕面包
- 欧式面包
- 面包球
- 其他



26年1月抖音面包细分品类同比增速TOP5

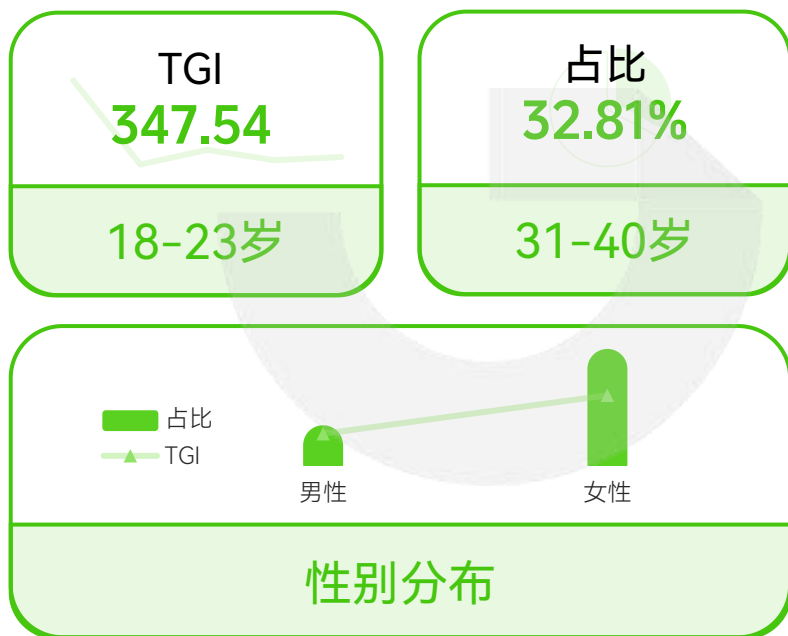


1月重点品类：面包-贝果

年轻群体为核心受众，健康属性驱动复购

贝果品类的受众人群中，18-23岁年轻群体为高消费意愿人群，同时在31-40岁消费群体占比最高。女性用户表现出更强的消费倾向，占比超6成。从热门营销内容来看，“可可粉”、“全麦”、“无蔗糖”等关键词，精准契合了当下健康化、功能化的饮食需求。而消费者回购的核心动因，更集中在口感扎实、配料干净、无添加剂等品质体验上。

1月份抖音贝果品类受众分析



1月份抖音贝果品类热门营销内容



1月抖音贝果消费者回购原因分析



以健康卖点锚定健消费需求，达人推广驱动品牌爆发式增长

美味壹客

MEI WEI YI KE

美味壹客

主要受众：女，31-40，江苏

主要带货方式：达人推广、带货视频

1月份品牌主推商品



美味壹客 全麦坚果厚切吐司代餐上班族充饥健康营养手撕早餐面包

好评率：95.37%

销售热度：250w-500w



美味壹客星空莓野全麦吐司厚切生吐司营养早餐代餐好吃健康面包

好评率：91.37%

销售热度：250w-500w

1月份品牌面包品类推广关键数据

销售热度同比

871.8%

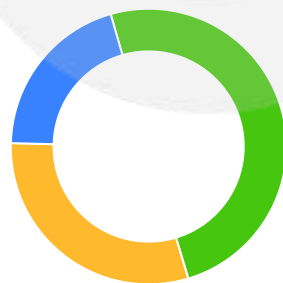
带货达人同比

152.4%

2026年1月品牌销售分布

商品卡 20.2

直播 30.0%



视频 49.8%

1月份品牌带货视频内容词云



优秀视频案例



加了蔬菜羽衣甘蓝粉的全麦厚吐司，里面有蓝莓桑葚提子干蔓越莓！湿润绵软还能嚼到甜甜果干真的好好吃#全麦厚切吐司 #早餐吃什么

1w 279 4815 5843

场景 自律期 早餐

视频亮点

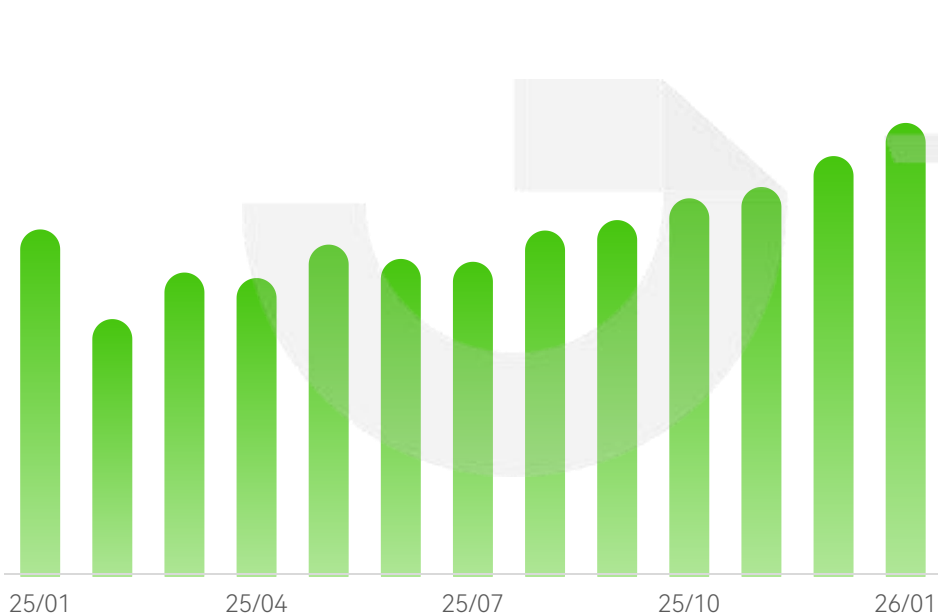
详细介绍产品包装、配料表和特点，让消费者清楚了解产品的成分和优势，如无蔗糖、无防腐剂短保、高果干含量等，突出产品的健康和高品质

1月重点品类：耳饰

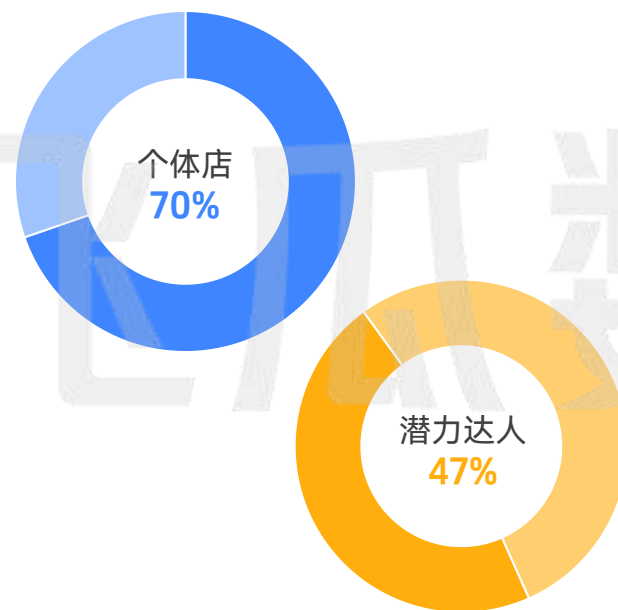
个体店与潜力达人共同驱动增长，高性价比触达多元消费人群

26年1月，抖音耳饰品类销售热度呈现持续攀升的增长态势，个体店占据七成的市场主体，潜力达人贡献了近半数的流量，体现出赛道门槛低、中小商家活跃的特点。从商品关键词来看，合金、仿珍珠等平价材质，搭配珐琅、法式复古等外观设计，精准匹配了学生、上班族等多元人群的穿搭需求，而秋冬、新年等场景化标签，则凸显出耳饰作为季节性配饰的消费特征。

25年-26年1月抖音耳饰品类销售热度趋势



1月抖音耳饰品类小店、达人分布



1月抖音耳饰品类热卖商品标题关键词



“小姨”时尚催动皮草生意爆发，高单价商品成为增长核心

自2025年12月起，抖音平台皮草销售叠加年末冬季、节日情感消费，呈现强劲增长态势，且26年1月同比去年暴涨近2倍。在去年爆火的“小姨风”持续在新年到来之际催动皮草生意爆发。从价格带表现来看，7001-9999元高端皮草以253%的同比增幅成为增长核心，同时1001-3000元中端价格带凭借高销售热度，展现出大众市场对高性价比皮草的稳定需求。

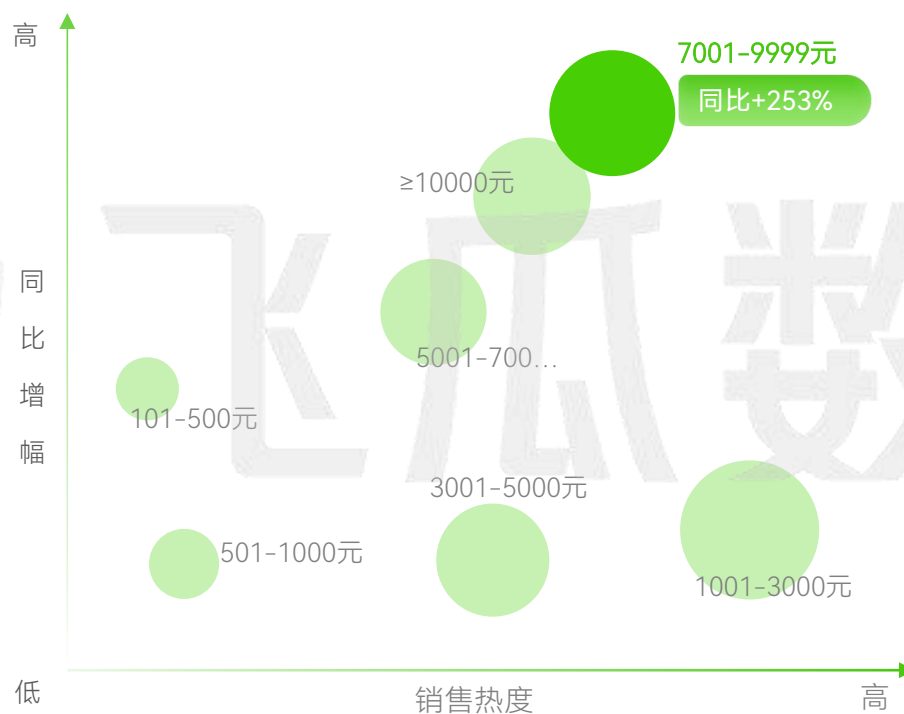
2025-2026年1月抖音皮草销售趋势



+2.7%
环比增长

+195.2%
同比增长

1月抖音皮草价格带分析



主要价格带热卖商品

1001-3000元



蒋小果「冬日暖阳」狐狸毛皮草外套女短款立领2025秋冬新款海宁韩版

浏览量：124.3w

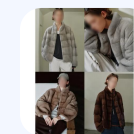
7001-9999元



Yourfurs布鲁塞尔晨光珍藏水貂外套进口母貂毛皮草外套水貂皮草

浏览量：75.2w

≥10000元



MSBEAST暮韵貂 | 优雅奢贵 小立领塔式微弧袖横排脊子靠坎水貂外套

浏览量：30.5w

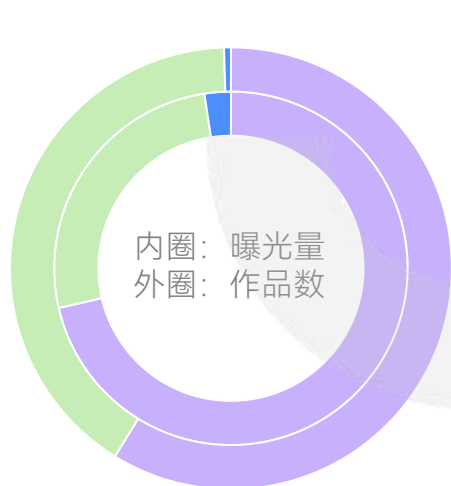
1月重点品类：皮草

带货直播曝光表现占比最高，内容种草直指消费转化闭环

主推直播销售已成为皮草品牌在抖音的主流打法，直播的即时互动性与直观品质展现，让消费者在下单高客单商品时更加信任。在营销内容关键词上，材质面料聚焦“人造皮草、狐狸毛、水貂皮”等细分概念，版型则以“短款、宽松、V领”等精细化表达，满足用户对产品细节的关注。广告素材关联话题与小蓝词的TOP10榜单则更多的直接指向用户的决策需求。

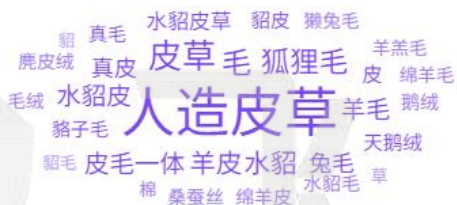
2026年1月抖音皮草营销曝光与作品数

● 带货直播 ● 带货视频 ● 种草视频



营销内容关键词

材质面料



版型



广告素材关联话题TOP10



广告素材关联小蓝词TOP10



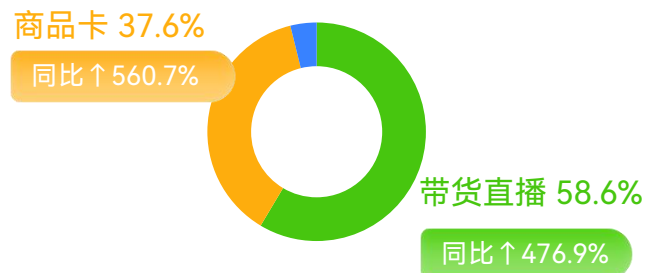
锚定新一线女性群体，自营矩阵账号加速产品破圈

MSBEAST/野兽小姐

MSBEAST 主要带货方式：直播带货

1月女装皮草品类销售热度 **TOP1**

1月品牌带货方式与营销方式



品牌自营矩阵

矩阵账号	产品线	账号级别
MSBEAST野兽小姐服饰旗舰店	万元级	主力销售
MSBEAST野兽小姐官方旗舰店	千元级	主力销售
MSBEAST野兽小姐官方旗舰店	千元级	辅助销售
MSBEAST野兽小姐潮流女装旗舰店	千元级	辅助销售

1月品牌销售与曝光关键数据

环比增长	同比增长	关联商品	带货直播
12.4%	538.5%	714	801

品牌战略分析

品牌消费者画像



- 保暖性强
- 版型设计独特不臃肿
- 好看显气质、优雅
- 质量过硬
- 产品破洞问题
- 材质粗糙
- 穿着压肩膀疼
- 设计考虑微胖女生穿着不臃肿
- 款式细节多样
- 品牌信任度不足。担心买到假货
- 市场竞品爆款频出

02

2026年2月 电商趋势前瞻

1月抖音大事件盘点:

01 “九大商家扶持政策”全面升级

自26年起，抖音电商商家使用“千川·乘方”产品产生的订单，技术服务费将减免至0.6%。与25年免佣政策相比，不再局限于商品卡场景，拓展至货架+内容场景，全类目开放。

02 2026年抖音商城年货节上线

1月16日，26年抖音商城年货节正式启幕，活动为期26天，至2月10日结束。消费者在抖音商城选购年货即可享受“立减折扣”、“一件直降”，在此基础上可叠加平台出资补贴的消费券。

03 抖音电商提高部分商家技术服务费结构

抖音电商近日修订了《2026基础技术服务费费率标准》，珠宝文玩、奢侈品等经营大类中部分细分类目的技术服务费率普遍提高1至3个百分点，新规预计于1月26日生效。

04 抖音电商升级“订单拉黑”功能

自1月下旬起，商家累计可拉黑用户数量调整为至多200个。商家点击操作拉黑后需选择原因类型（如异常下单、异常售后等）及详细描述，用于记录及后续查验需要。

05 抖音电商售后机制新增“主动介入协商”方案

日前，抖音电商新增“主动介入协商”方案，即消费者在商品签收后申请全额退款，平台根据情况主动介入与消费者协商，将售后类型从全额退款修改为退货退款包运费。

06 《2025抖音直播治理白皮书》发布

日前，抖音正式发布《2025抖音直播治理白皮书》，系统性披露了过去一年平台在直播治理领域的核心策略、关键举措及阶段性成效。

07 抖音参与起草的国内首个“团播”标准发布

1月27日消息，中国演出行业协会今日发布《网络表演团体直播运营管理要求》团体标准，该标准旨在规范网络表演团体直播活动的策划、执行与运营管理，促进行业健康有序发展。

08 抖音商城春节「延迟发货」功能上线

26年1月29日至26年2月24日，抖音电商为商家开放「延迟发货」功能。在此期间，商家可灵活操作“关闭春节延迟发货”、“设置缩短春节延迟发货时间”。

2月热卖商品预测：

营销关键词

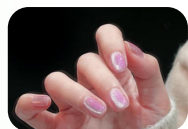
马年、春节

新春佳节将至，平台中的年味也愈发浓烈。年关之际，抖音商城相继发起“年货节”、“新春大集”等活动，进一步激发新春消费活力，撬动全周期年货消费需求。品牌商家绑定春节情感场景，打造生肖、非遗主题内容与商品，同时借平台立减、消费券等大促玩法与平台流量扶持实现品销双赢。

重点关注商品

女装、指甲油/美甲用品、染发剂、彩妆护肤套装、
节日装扮用品

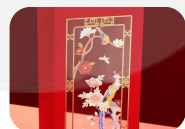
推荐商品参考



指甲油



染发剂



节日装饰用品

营销关键词

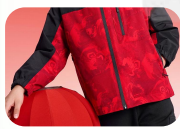
立春、换季

立春已至，品牌营销开启春季主题的核心布局阶段，品牌商家可紧扣春日自然与焕新特质，深度挖掘品牌与春日场景的融合点，深化品牌季节记忆点，同时，随着春日到来催生的换季消费需求持续释放，相关行业商家应抢抓时令契机，提前落地针对性营销方案，在春日消费热潮中抢占市场先发优势。

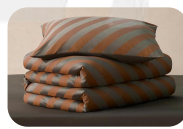
重点关注商品

服饰内衣、美妆护肤、运动户外、床上用品、养生
茶、除螨仪

推荐商品参考



春季服装



床上用品



家庭收纳用具

营销关键词

情人节、悦己

情人节将至，品牌商家可依托平台流量扶持与优惠玩法，精准拉升品牌曝光及产品销量，当下“悦己型消费”正成市场主流，商家可聚焦短视频、直播等内容阵地，强化浪漫场景营造，同时兼顾单身客群的消费需求，紧扣悦己趋势打造专属产品与营销内容，以多元情感价值触达不同圈层受众。

重点关注商品

彩妆套装、黄金/彩宝/钻石/珍珠、巧克力、手机、
生活电器、个人保健/护理电器

推荐商品参考



彩妆套装



时尚饰品



巧克力

2月热点营销日历:



● 关键营销节点

02/14 星期六 情人节

02/16 星期一 除夕

02/16 星期一 26年抖音商城新春大集

02/17 星期二 春节

● 重要时间节点

02/04 星期三 立春

02/10 星期二 北小年

02/11 星期三 南小年

02/18 星期三 雨水

03

本月榜单

附录：

2026年1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	NIKE/耐克	21	MSBEAST/野兽小姐
2	YAYA/鸭鸭	12	FILA/斐乐	22	ROMON/罗蒙
3	BOSIDENG/波司登	13	老郑家	23	TUCANO/啄木鸟
4	Apple/苹果	14	TANBOER/坦博尔	25	VIVO
5	CAMEL/骆驼	15	OPPO	26	Pierre Cardin/皮尔卡丹
6	Xiaomi/小米	16	adidas/阿迪达斯	26	LING FENG GOLD/领丰金
7	AP	17	Haier/海尔	27	LI-NING/李宁
8	YALU/雅鹿	18	HONOR/荣耀	28	Lenovo/联想
9	SNOW FLYING/雪中飞	19	Midea/美的	29	KANS/韩束
10	LouisVuitton/路易威登	20	GOLDFARM/高梵	30	COACH/蔻驰

2026年1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	GUYU/谷雨	21	蒂洛薇
2	L'OREAL /欧莱雅	12	LA MER/海蓝之谜	22	PRAMY/柏瑞美
3	PROYA/珀莱雅	13	YSL/圣罗兰	23	BABI
4	MGP/毛戈平	14	三资堂	25	徐海莉
5	LANCÔME/兰蔻	15	CLARINS/娇韵诗	26	Flower Lure/花间颂
6	PECHOIN/百雀羚	16	MARUBI/丸美	26	造物者
7	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛	17	DPDP	27	The history of/后
8	CHANDO/自然堂	18	CARSLAN/卡姿兰	28	Flower Knows/花知晓
9	Helena Rubinstein/赫莲娜	19	ELL	29	Mistine/蜜丝婷
10	forest cabin/林清轩	20	HBN	30	可复美

附录：

2026年1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	沫檬	11	Bluemoon/蓝月亮	21	LYCOCELLE/绽家
2	Dettol/滴露	12	botare/植护	22	红卫
3	活力28	13	C&S/洁柔	23	淘淘氧棉
4	Vinda/维达	14	NYSCPS/参半	25	VC
5	妇炎洁	15	OKCS	26	SukGarden/蔬果园
6	白云山	16	老管家	26	卡唯朵
7	水卫士	17	INTIMA/茵缇玛	27	Liby/立白
8	Mind Act Upon Mind/心相印	18	bop/波普专研	28	MAKE ESSENSE/理然
9	Breeze/清风	19	KERASTASE/卡诗	29	漫花
10	Deeyeo/德佑	20	公仔牌	30	JUZI GUNIANG/桔子姑娘

附录：

2026年1月品牌销售热榜

服饰内衣



排名	品牌
1	YAYA/鸭鸭
2	BOSIDENG/波司登
3	AP
4	YALU/雅鹿
5	SNOW FLYING/雪中飞
6	TUCANO/啄木鸟
7	TANBOER/坦博尔
8	ROMON/罗蒙
9	MSBEAST/野兽小姐
10	Pierre Cardin/皮尔卡丹

3C数码家电



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

母婴宠物



排名	品牌
1	Balabala/巴拉巴拉
2	雅鹿童装
3	anta kids/安踏儿童
4	Disney/迪士尼
5	MOMOCO/玛米玛卡
6	kangaroo mommy/袋鼠妈妈
7	SNOOPY/史努比
8	Under Armour/安德玛
9	BoBDoG/巴布豆
10	HUGGIES/好奇

附录：

2026年1月品牌销售热榜

食品饮料



排名	品牌
1	Three Squirrels/三只松鼠
2	ADOPT A COW/认养一头牛
3	BE & CHEERY/百草味
4	MENGNIU/蒙牛
5	SATINE/金典
6	BESTORE/良品铺子
7	yili/伊利
8	Dove/德芙
9	ChaCheer/洽洽
10	Three Squirrels/三只松鼠

生鲜



排名	品牌
1	dongfangzhenxuan/东方甄选
2	HAIYANGYANYI/海洋演义
3	天海藏
4	joyvio/佳沃
5	思念
6	脱骨侠
7	HITOMORROW/大希地
8	叮叮懒人菜
9	杨博士
10	渔礼记

运动户外



排名	品牌
1	CAMEL/骆驼
2	NIKE/耐克
3	adidas/阿迪达斯
4	FILA/斐乐
5	LI-NING/李宁
6	ARC'TERYX/始祖鸟
7	ANTA/安踏
8	Kailas/凯乐石
9	THE NORTH FACE/北面
10	lululemon/露露乐蒙

附录：

2026年1月品牌销售热榜

智能家居



排名	品牌
1	SUPOR/苏泊尔
2	Midea/美的
3	TINECO/添可
4	ECOVACS/科沃斯
5	YANGZI/扬子
6	roborock/石头
7	Royalstar/荣事达
8	AUX/奥克斯
9	UWANT/友望
10	KONKA/康佳

酒类



排名	品牌
1	WULIANGYE/五粮液
2	MOUTAI/茅台
3	汾酒
4	XI LIQUOR/习酒
5	LUZHOU LAOJIAO/泸州老窖
6	YANGHE/洋河
7	国鼎
8	GUOTAI/国台
9	郎酒
10	西凤

滋补保健



排名	品牌
1	WONDERLAB/万益蓝
2	诺特兰德
3	燕之屋
4	Swisse/斯维诗
5	小仙炖
6	OXYENERGY/氧气能量
7	五个女博士
8	鸣味实验室
9	FineNutri 斐萃
10	Move Free/益节