

2026年3月 飞瓜抖音电商营销月报

2026-04 飞瓜数据 出品

研究综述

01. 统计周期

2025年3月-2026年3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

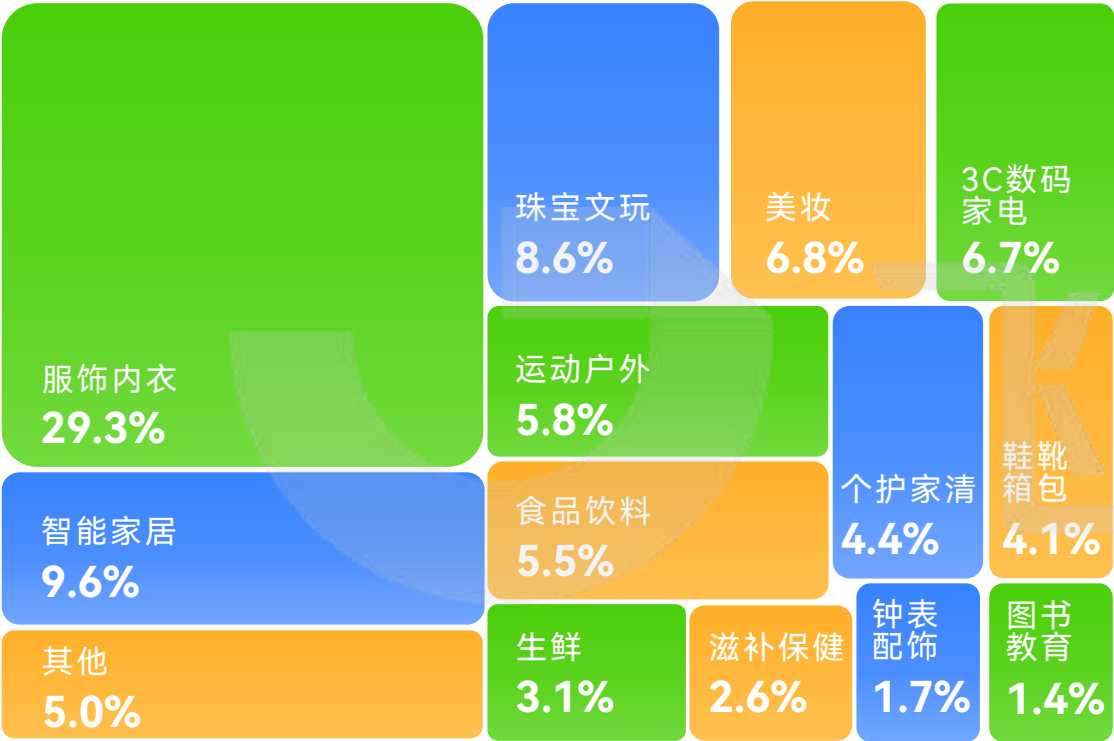
01

2026年3月 电商营销复盘

服饰品类领跑大盘，“粉嘟嘟节”引爆情绪消费

2026年3月抖音电商市场中，服饰内衣以绝对优势占据销售热度核心，契合春日换季穿搭的消费刚需，成为大盘核心基本盘，智能家居、珠宝文玩、美妆等多元品类同步发力，覆盖家居焕新、悦己消费等全场景需求。本月“粉嘟嘟节”成为现象级营销事件，以超高曝光与互动量引爆情绪消费。活动通过线上话题共创、AI 创意联动撬动品牌参与，同时落地线下场景打造沉浸式体验。

3月重点品类销售热度占比



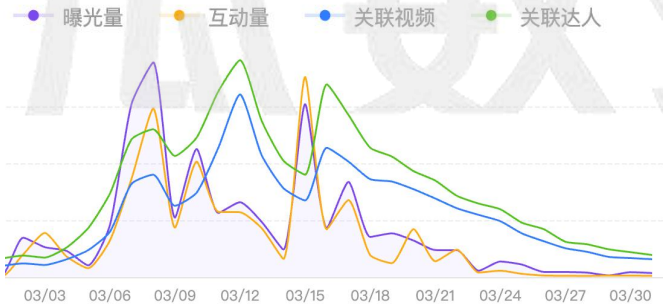
“粉嘟嘟节”引爆情绪消费

数据概览

曝光量
10.62亿

互动量
5439.2w

趋势分析



热门种草内容

#万物皆可粉嘟嘟

在热点下，各大品牌如大疆、漫步者耳机、祖玛珑、周大福等。皆用粉丝装饰当家产品。

#粉嘟嘟AI创意大赛

联动即梦AI、小云雀、ai浪潮计划，让网友们尽情释放才华。其中，“花弓箭”主题设计成为一大内容亮点。

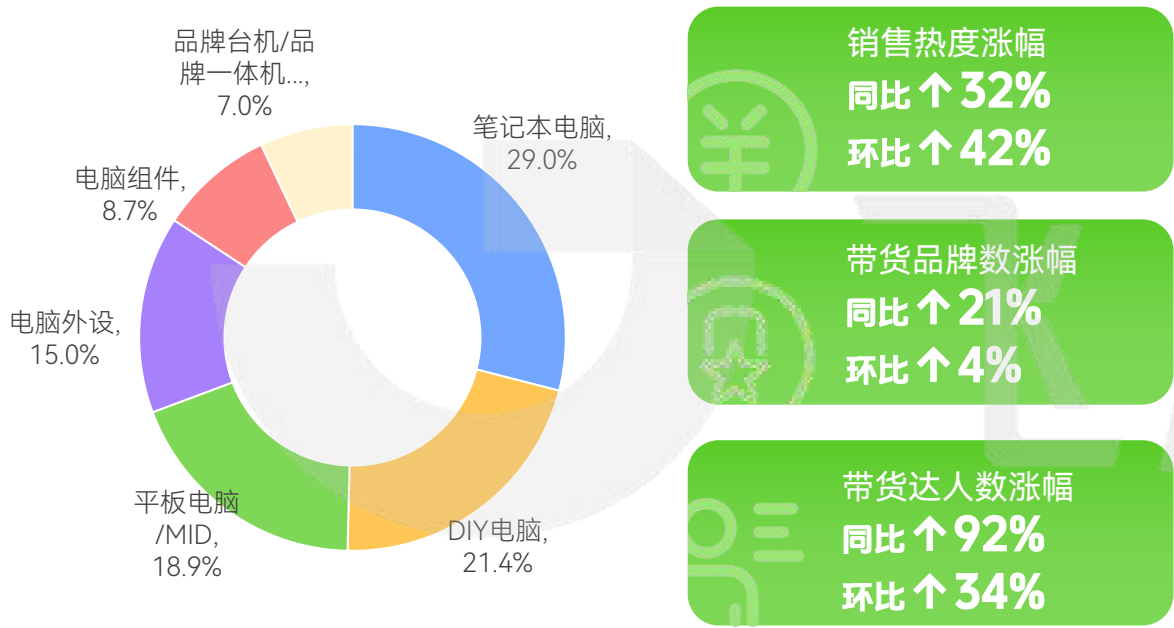
#粉咖花束

除了线上热点，“粉嘟嘟节”跨入线下。如联合瑞幸打造了限定“粉咖花束”高颜值造型产品；与滴滴青桔，打造了500辆粉色单车等

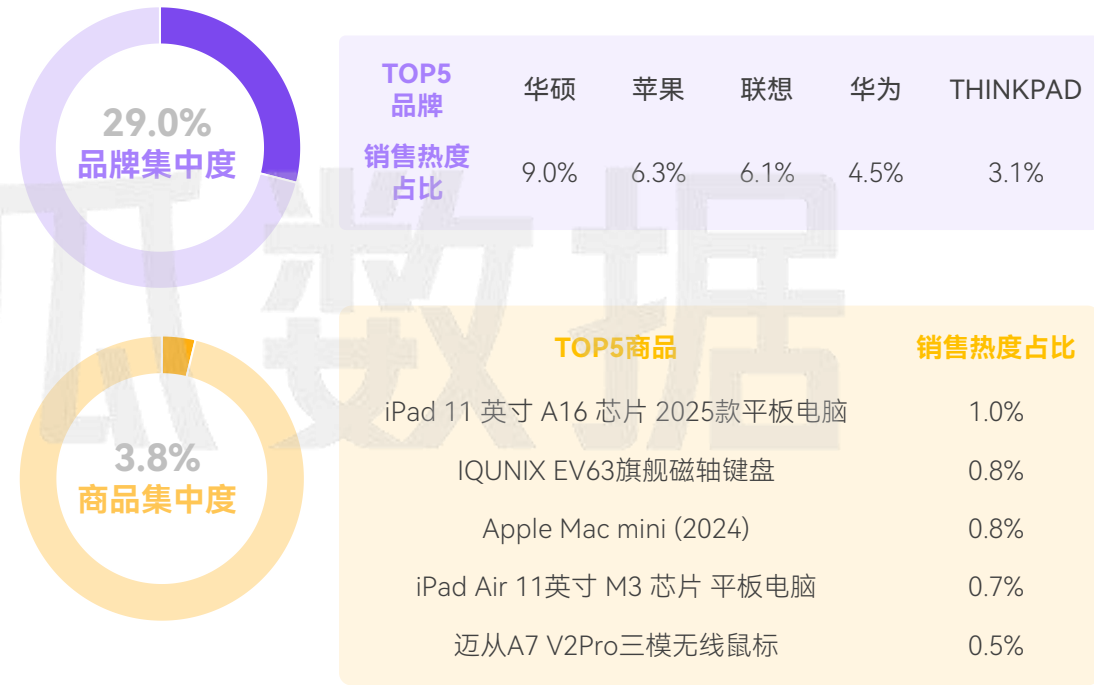
电脑相关品类销售热度全面增长，消费个性化需求凸显

统计飞瓜2026年3月与电脑设备相关销售可见，品类热度无论是同比还是环比皆迎来全面增长。笔记本电脑以29%的绝对优势成为市场核心支柱，DIY电脑、平板电脑等共同构成多元活跃的市场格局。其中带货达人数量涨幅尤为突出，具备强劲的销售拉动力。同时，越来越多的品牌也逐渐入局。目前，头部品牌占据较高热度份额，华硕、苹果等领跑行业，但商品端集中度极低，消费者选择较为分散、个性化需求凸显。

26年3月电脑相关品类销售热度占比与关键数据



品牌与商品集中度TOP5



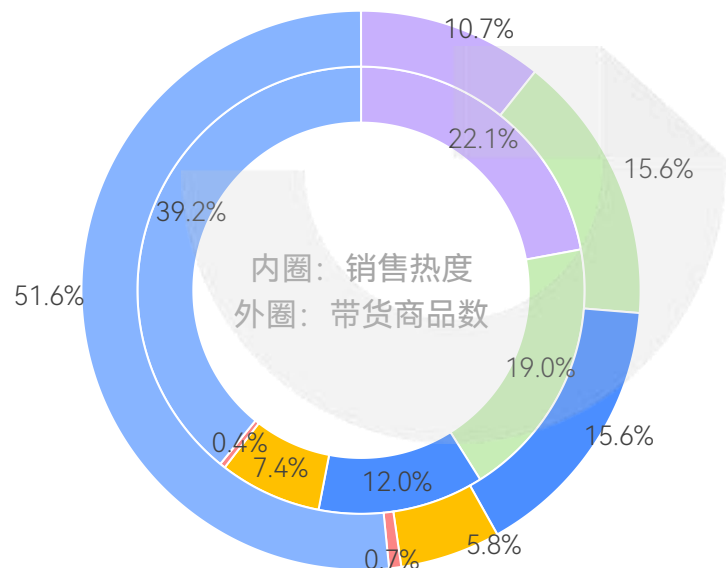
3月重点品类：电脑相关

个体店在带货热度与数量上占优，品类需求分化显著

在带货店铺渠道端，可以看到个体店在带货商品数与销售热度上均具备优势，同时官方旗舰店、专卖店等品牌直营渠道也保有稳定的市场份额。从品类需求来看，不同赛道的用户诉求差异显著。笔记本、平板电脑多聚焦轻薄办公与便携生产力，DIY 电脑、外设、组件以电竞游戏为核心卖点，品牌台式机则兼顾办公与游戏需求。

3月电脑相关品类各类带货店铺分布

官方旗舰店 旗舰店 专卖店 专营店 企业店 个体店



主要细分品类商品卖点关键词

笔记本电脑

轻薄
办公
独显
高性能
便携

DIY电脑

游戏
组装
电竞
吃鸡
电竞游戏

平板电脑/MID

护眼
高刷
全网通
轻薄
高清

电脑外设

无线
游戏
客制化
电竞
电竞游戏

电脑组件

电竞
高刷
电竞游戏
游戏
显示器

品牌台式机

超薄
办公
独显
游戏
薄款

电脑外设赛道领跑，电竞游戏驱动品牌增长与口碑双爆发



MCHOSE/迈从

主要受众： 男性、18-30、新一线

3月电脑外设品类销售热度 TOP1

3月品牌电脑相关品类推广关键数据

销售热度	同比增长	带货商品数	曝光量
5000w-7500w	31.2%	185	2863w

主要热卖商品

【HangHang同款】迈从A7V2Pro 三模无线鼠标游戏电竞三角洲昊天同款

销售热度：1000w-2500w

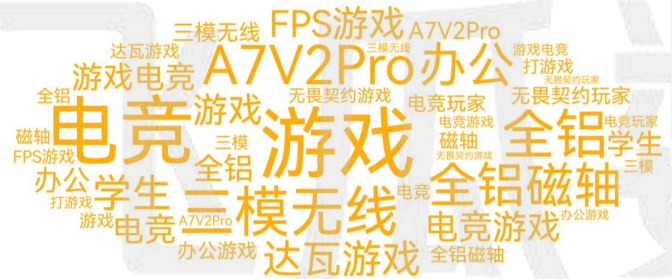
【Gus推荐】迈从Ace 68 V2/60Pro电竞磁轴键盘无畏契约打瓦游戏推荐

销售热度：1000w-2500w

3月品牌销售渠道热度



带货视频内容关键词云



营销视频标签曝光量TOP3



品牌产品体验用户舆情洞察

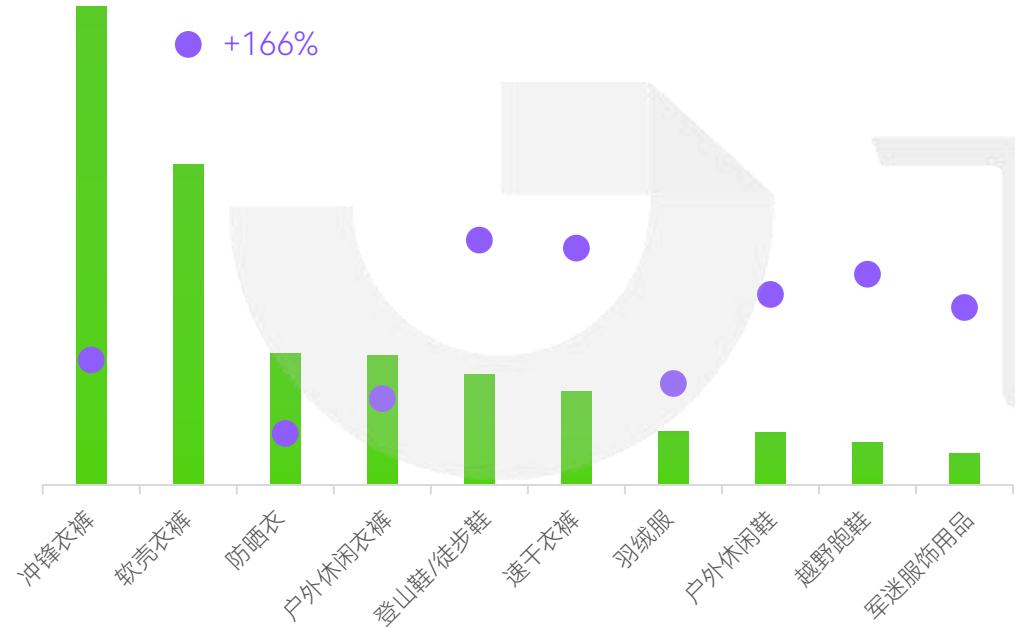
正向 (98.7%)

关键词	原因
手感体验	觉得舒适、丝滑、有质感，使用起来感觉很好。
连接速度	认为其快且稳定，能带来高效便捷的使用体验。
外观材质	认为其好看、有颜值，材质表现也令人满意。
相应速度	能及时对操作做出反应，提升了使用的流畅感和效率。
做工质量	认为其精细，体现出较高的工艺水准和品质。

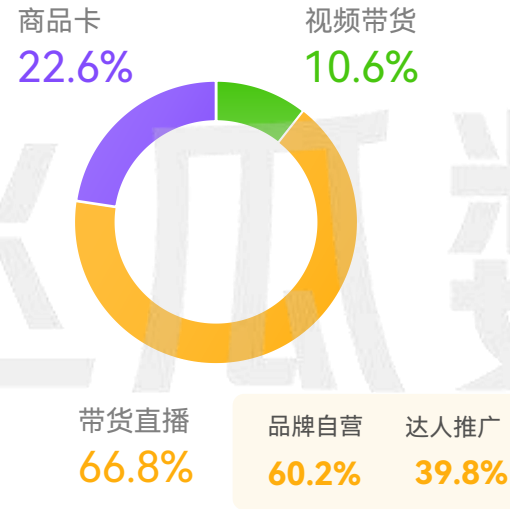
“软壳”功能性服饰同比显著增长，直播带货主导品类销售

春日来临，户外鞋服市场也迎来消费全面升温。从细分品类热度看，冲锋衣裤、软壳衣裤等专业功能服饰占据销售热度核心，且软壳衣裤等品类实现爆发式同比增长，反映出消费者对专业防护、多场景适配服饰的需求升级。在渠道端，带货直播成为绝对热卖引擎，占据超六成销售热度，其中品牌自播占据直播渠道主导。

3月户外鞋服细分品类销售热度分布与同比涨幅



3月户外鞋服销售渠道热度占比



TOP5 品牌自营账号

自营账号	销售占比
骆驼官方旗舰店	2.4%
伯希和官方旗舰店	1.3%
北面THE NORTH FACE官方旗舰店	1.2%
猛犸象Mammut官方旗舰店	0.9%
AIGLE官方旗舰店	0.9%

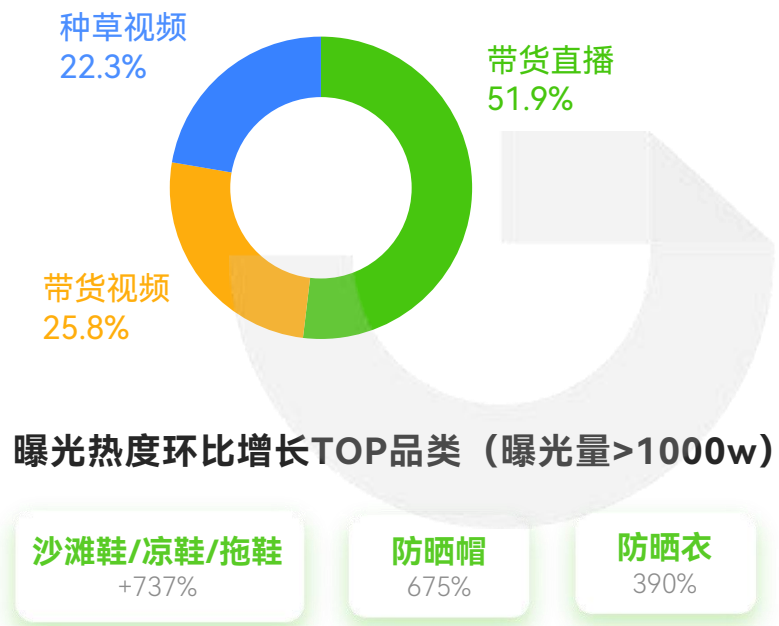
TOP5 达人推广账号

达人账号	销售占比
与辉同行	2.1%
七月(完美记忆打底裤专场)	2.1%
外贸家z.blues	1.1%
巴图&博谷	1.0%
文娇周三周六直播	0.9%

气温回暖带动沙滩鞋等品类增长，女性消费相关关键词热度领跑

户外鞋服市场下，带货直播占据半数曝光份额，成为品牌触达用户的核心阵地。随着气温渐暖，在品类端沙滩鞋、防晒帽、防晒衣等春日刚需品类曝光环比实现爆发式增长，精准契合春季户外出行、日常防晒的消费需求。营销内容层面，女性、防晒、透气等关键词热度领跑。女性作为核心消费群体，产品的功能属性与穿搭属性成为用户决策关键，电商热点多围绕春日穿搭、户外出行场景展开。

3月户外鞋服营销渠道曝光热度占比



营销内容洞察

关键词	热度
女性	99.9
防晒	70.8
透气	58.9
防滑	54.6
防风	50.9
男士	48.0
宽松	46.4
百搭	40.1
男性	39.8
防水	36.1

品类广告相关电商热点

热点信息	热度
这个春天我先跑一步	99.9
春日出游空气感上衣	68.7
早春新衣穿搭	68.5
会反复穿的神裤	66.5
早春姐感穿搭	63.1
粉彩风穿搭在户外太好看了	60.6
林志玲运动造型活力满满	43.0
乌孙古道是世界级的景观	40.6
淡颜大人感妆容	40.5
妳是人群中最亮眼的粉色	40.4

锚定下沉女性市场，深度契合春日户外穿搭与功能服饰需求

HERDE PEOPLE
牧荒者

HERDE PEOPLE/牧荒者

主要受众： 女性、31-40、三线城市

3月户外鞋服销售热度 TOP6

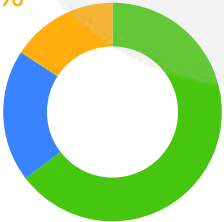
3月品牌户外鞋服品类推广关键数据

销售热度	同比增长	带货商品数	曝光量
7500w-1亿	614.5%	141	5944w

3月品牌销售渠道热度

商品卡 15.8%

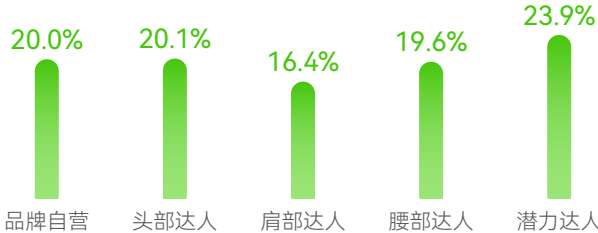
视频 19.6%



直播 64.6%

直播策略：自营与达人相辅相成

带货达人类型销售分布



主要品牌自营账号

@牧荒者官方旗舰店

相关场次 23场 总销售热度 1000w-2500w
主要流量来源 付费 (36.4%) 观看人次 371.1w



【牧荒者】（无界之壳2.0）情侣款软壳衣夹克休闲外套AK1003
销售热度：750w-1000w

广告策略：自营与达人相辅相成

3月广告曝光
2979.1w

巨量千川为主
占比 98.0%

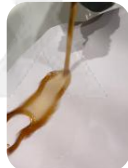
亮点广告素材分镜分析

AD 终于买到舒适#外套 #软壳衣 #冲锋衣#休闲外套#开春搭配

发布达人：@吴妈 粉丝数：38.5w

品牌引入 → 产品卖点展示 → 优惠活动呈现 → 引导购买

分镜场景分析实例



分镜画面：00:21-00:25 近景、固定
分镜内容：浅紫布料防水效果展示→倒液体测试布料防污→白色布料面有黄褐液体
表演情绪：期待

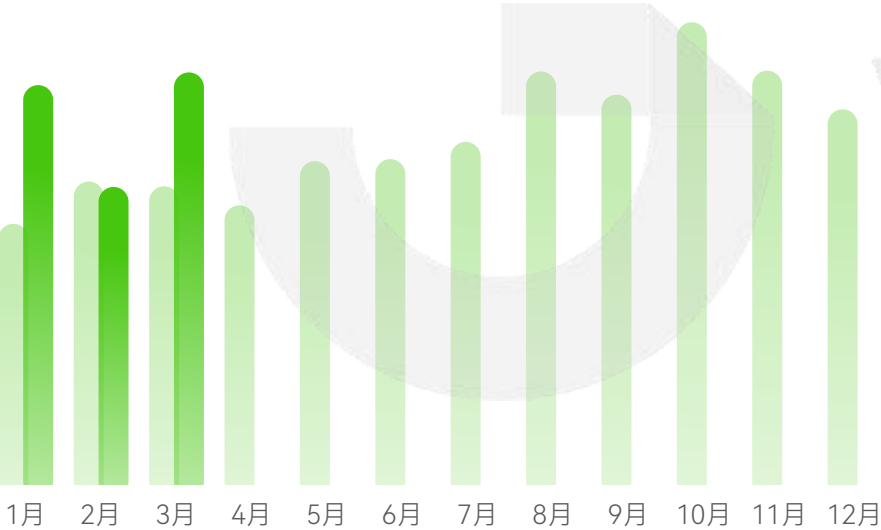


分镜画面：00:46-00:51 中景、固定
分镜内容：展示外套袖口设计→演示外套袖口收紧效果
表演情绪：专注

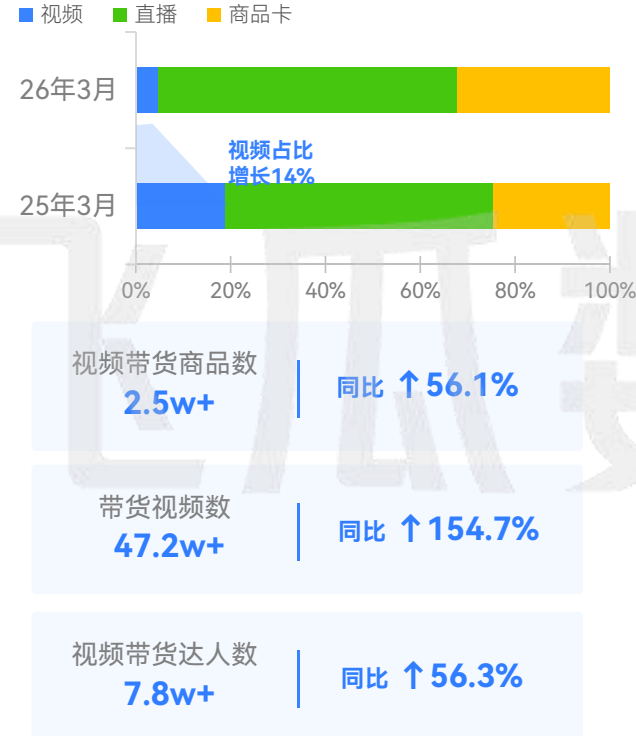
洗发护发品类延续年度消费旺季态势，视频带货爆发式增长

3月洗发护发品类延续年度消费旺季态势，销售热度保持高位。在渠道结构上，视频带货成为驱动品类增长的核心新引擎。对比去年同期，视频渠道销售占比实现显著提升了14%，带货视频商品数、带货视频数、达人数均迎来显著式增长，为品类增长注入强劲动力。视频销售TOP5中，「倾颜」领跑视频销售榜，且为品牌贡献了95%的销售热度，凸显内容赛道的赋能价值。

25年-26年3月洗发护发品类销售热度分布



26年3月洗发护发销售渠道分布



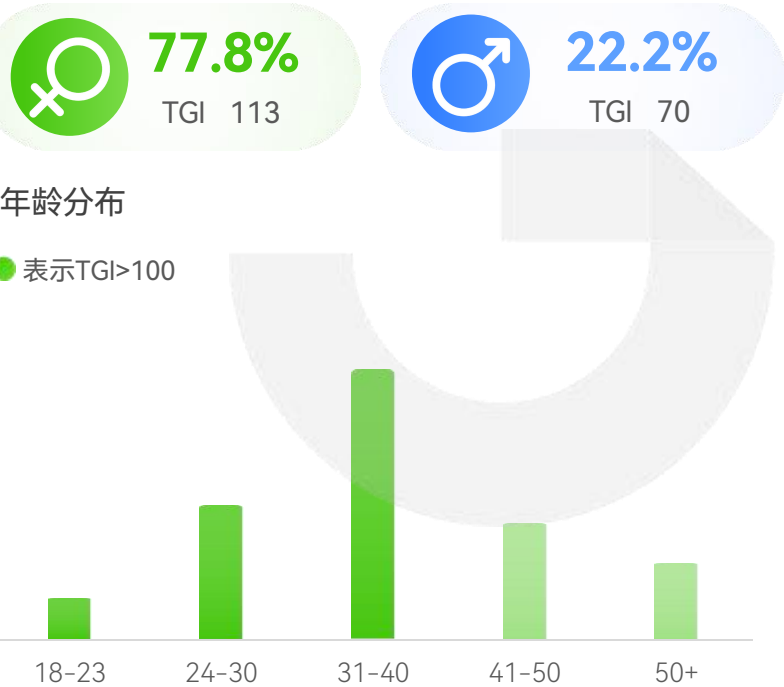
26年3月洗发护发视频销售TOP5

排名	品牌名称	视频销售热度	视频销售占比
01	倾颜	750w-1000w	95.5%
02	赫系	750w-1000w	19.2%
03	诗裴丝	750w-1000w	14.7%
04	龙哥说	750w-1000w	37.0%
05	墨见	500w-750w	20.5%

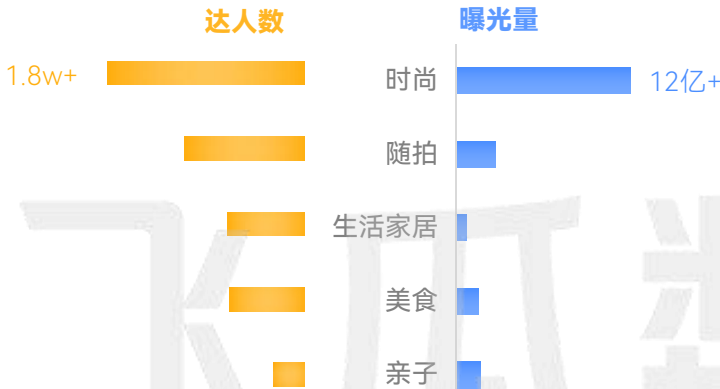
女性客群为消费主力，功能化锚定营销与增长方向

目前抖音洗发护发品类仍以女性为核心消费群体，偏好度显著高于市场平均，31-40 岁人群是消费主力。营销端，时尚垂类达人成为品类曝光的核心引擎，以超 12 亿的曝光量领跑，内容营销精准锚定去屑、控油、防脱等用户核心痛点，匹配消费需求。品类发展呈现防脱控油持续热门、护发产品多元化、伪体香与平价好物受青睐的趋势，同时为品牌指明了创新功能产品、拓展细分赛道的增长机遇，推动市场向精细化、需求导向型方向进阶。

3月洗发护发品类受众画像



3月TOP5行业达人曝光分布



内容营销词云



品类趋势预测

- 防脱、控油洗发水持续热门
- 护发产品多元化发展
- 伪体香产品受关注
- 平价好物受青睐

品类隐形机遇

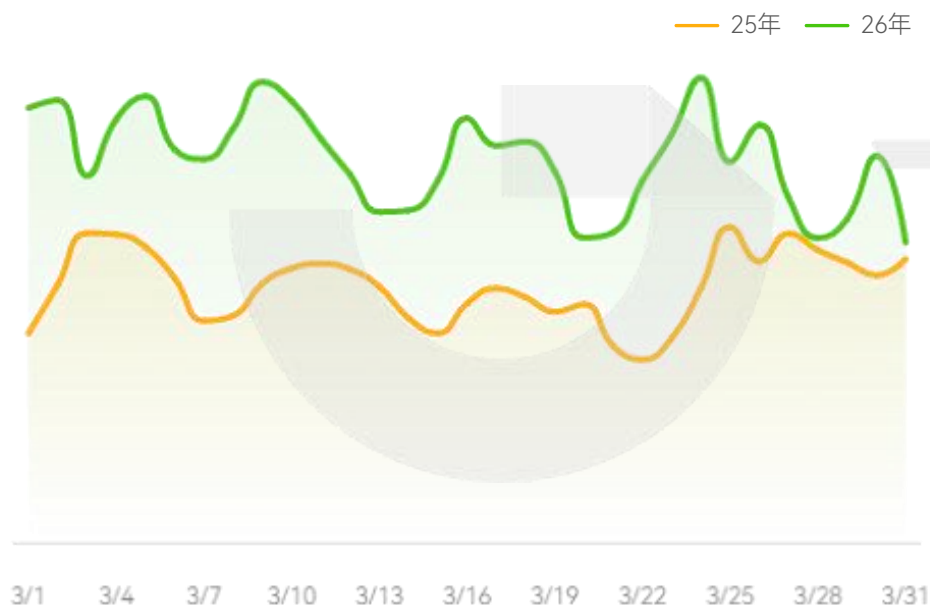
- 开发创新防脱控油产品
- 拓展护发细分品类
- 利用品牌活动提升知名度

3月重点品类：方便速食/冷藏食品

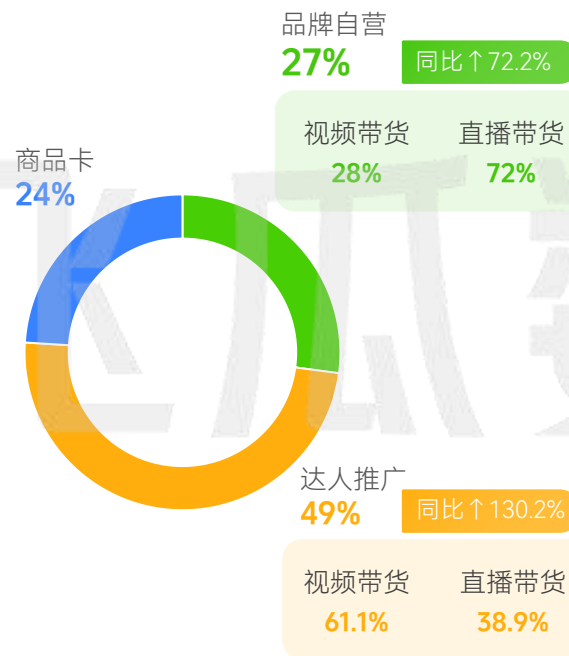
速食市场热度大幅攀升，自营达播同步发力

3月，抖音平台方便速食/冷藏食品赛道呈现显著爆发式增长态势，销售热度同比增幅51.49%，市场规模持续扩容。从品类结构来看，方便面/拉面/面皮/面饼以35.5%的占比稳居第一，同比环比均为双位数，是赛道核心增长引擎；方便粉/米线/螺蛳粉紧随其后。此外，面条/挂面、意大利面、即食肉类等细分品类也全线飘红，即食肉类环比增幅超144%，展现出多元细分赛道的强劲增长潜力。

25-26年3月抖音方便速食/冷藏食品销售热度对比



3月方便速食/冷藏食品销售分布



3月方便速食/冷藏食品细分品类销售占比TOP5

方便面/拉面/面皮/面饼
35.5%
同比↑68.9%

方便粉丝/米线/螺蛳粉
22.0%
同比↑48.4%

面条/挂面
8.2%
同比↑60.6%

意大利面
5.7%

即食肉类/速食肠类
5.47%

3月重点品类：方便面/拉面/面皮/面饼

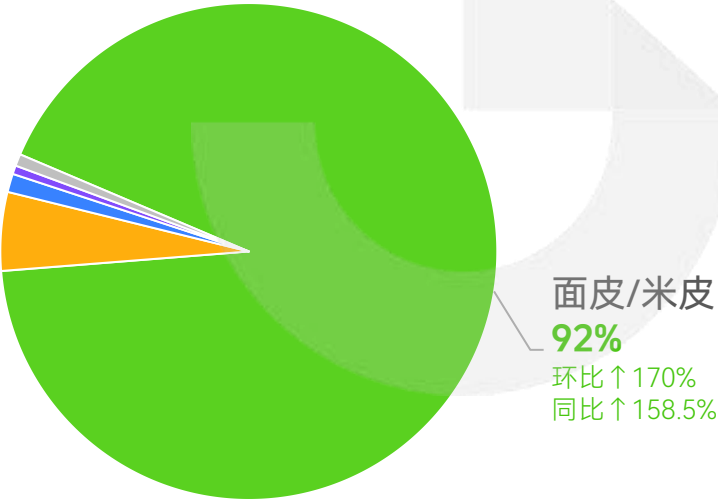


面皮米皮领跑速食赛道，春季需求驱动品类增长

3月，抖音方便面/拉面/面皮/面饼细分赛道中，面皮/米皮品类的销售热度占比达92%，占据绝对核心地位，同时该品类环比增长170%、同比增长158.5%，展现出极强的市场爆发力。从热卖商品来看，麻酱味火鸡面、非油炸荞麦面、韩式泡面等产品热度居高不下，覆盖了重口、健康、网红等多元消费需求，从增长卖点来看，春季相关属性以2455.3%的环比增速登顶TOP1，植物、细腻口感等健康化、体验化卖点位列其后。

3月方便面/拉面/面皮/面饼销售分布

■ 面皮/米皮 ■ 方便面 ■ 凉皮/拉皮 ■ 春饼 ■ 其他



3月面皮/米皮品类热卖商品案例



【酱里麻的面】泡面先生定制141g方便面华统麻酱哇塞火鸡面拌面哇塞
销售热度：2500w-5000w



【爆！15包不到20】轻师傅非油炸荞麦面全麦代餐泡面营养方便面
销售热度：1000w-2500w



paldo/八道【热巴】徐艺洋/苦尽柑来/请回答/明星韩剧同款韩国泡面
销售热度：1000w-2500w

3月面皮/米皮品类高增长卖点

*数值代表销售环比

TOP1	春季	2455.3%
TOP2	植物	2297.6%
TOP3	细腻	1846.1%
TOP4	方便早餐	1395.8%
TOP5	鸡汤味	1343.4%
TOP6	麻酱味	1153.1%

广告投放撬动流量红利，高性价比直击学生夜宵需求

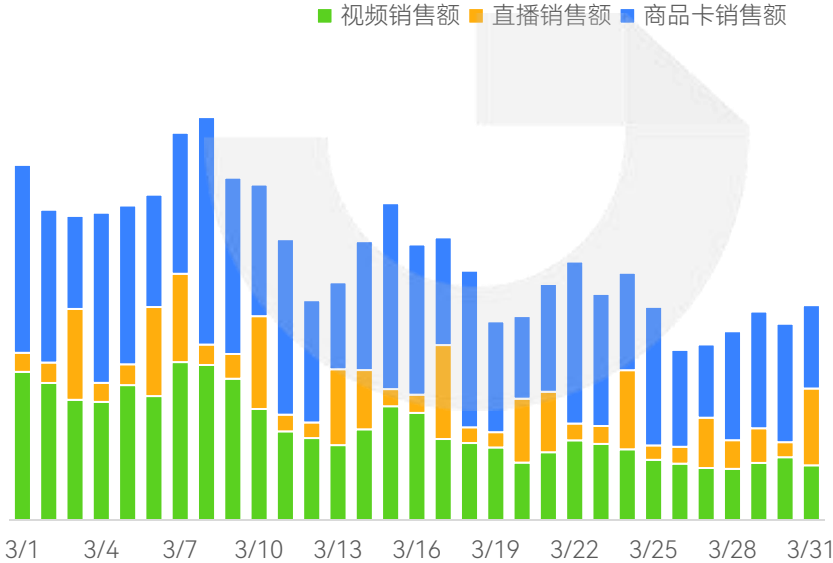


良品壹面

主要受众：男，31-40，河南

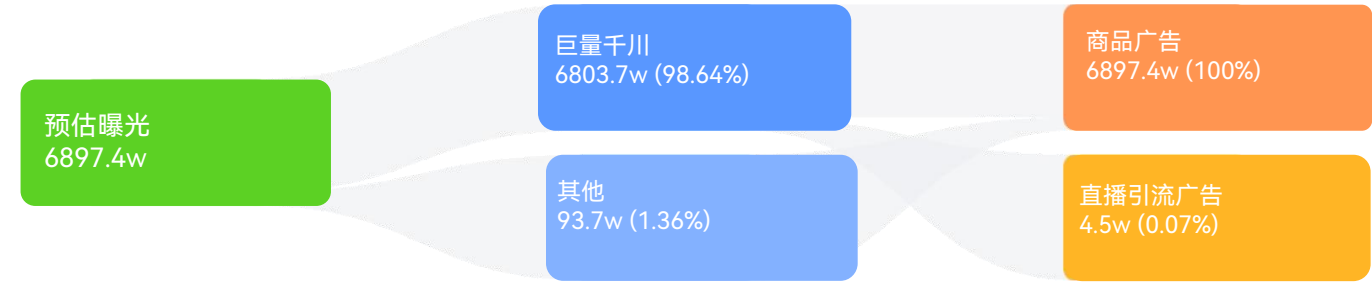
3月抖音面皮/米皮销售热度 **TOP1**

3月品牌面皮/米皮品类销售趋势



3月品牌面皮/米皮品类广告曝光分布

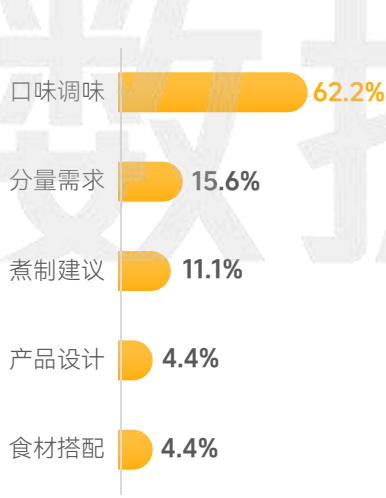
*若有广告在多平台投放，该广告的预估曝光分别计算到每一个平台上，因而会出现各平台曝光数相加大于总预估曝光的情况



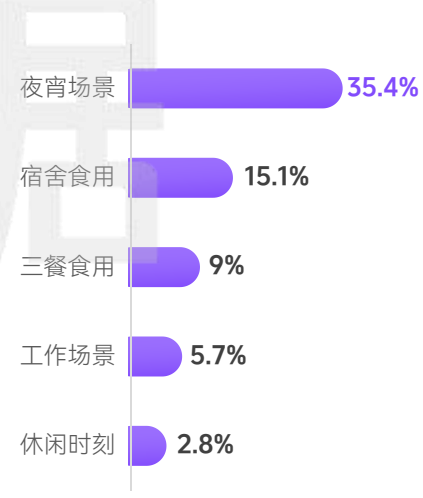
3月品牌面皮/米皮品类广告词云



消费者核心功能需求



消费者核心使用场景

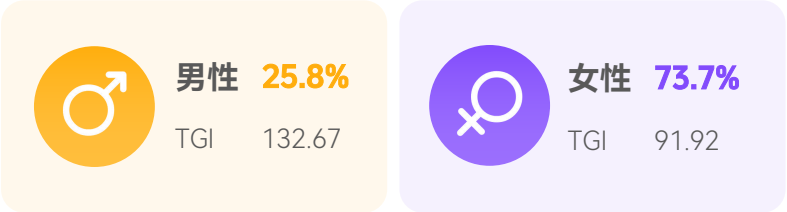


自营直播直击痛点，精准撬动精致养宠人群



NOURSE/卫仕
带货方式：带货直播，品牌自营
3月抖音猫/狗保健品销售热度 **TOP1**

品牌猫/狗保健品消费者画像



3月品牌主推商品

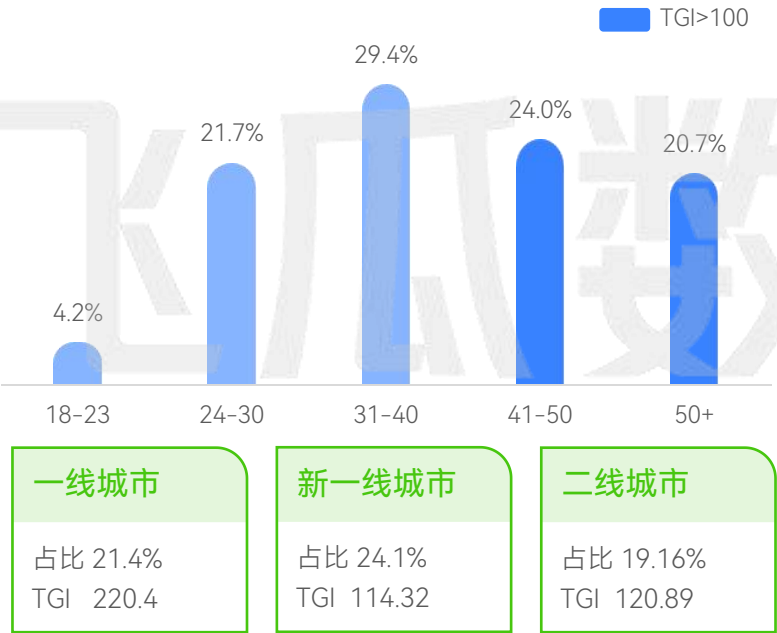


【温和排毛】卫仕化毛魔方猫咪化毛专用化毛膏升级冻干猫咪排毛产品
好评率：深层固毛、以排代吐
销售热度：750w-1000w

3月品牌猫/狗保健品品类推广关键数据

销售热度	销售热度同比增长率	带货商品	带货直播
2500w-5000w	297.3%	170+	1800+

● 年龄及城市分布



● 带货直播间分析



@卫仕化毛魔方直播间

亮点一：紧扣当下春季换毛季，直击猫咪大面积脱底绒、舔毛量暴增、毛球风险飙升等养猫痛点，用“肉眼可见改善”“24小时排毛量增加”等强感知话术降低决策门槛。

亮点二：强调“宁愿花在养护、不让猫遭罪”，打情感共鸣，提升用户付费意愿。

亮点三：高频强调限时福利：买赠2包免费试吃、到手42包、库存仅剩6单，制造稀缺感。

3月品牌猫/狗保健品品类销售分布



02

2026年4月 电商趋势前瞻

3月抖音大事件盘点：

01 抖音更名“随心团”为“抖音即送”

3月初，抖音生活服务旗下“随心团”正式更名为“抖音即送”，剥离团购标签聚焦到家业务。此前抖音还上线独立团购App“抖省省”承接到店业务。

02 抖音电商开展茶类虚假宣传治理

抖音电商发文称，近期平台在日常巡检中发现，随着茶叶进入销售旺季，虚假宣传、品质问题开始增多。平台开展专项治理，累计清退违规商家超过600家，违规达人超过1900名。

04 抖音生活服务发布“三八节”消费前瞻数据

数据显示，3月1日至5日，女性消费规模同比增长61%。体验式消费表现突出，其中，节前拼豆团购销售额同比激增126倍，成为今年“三八节”前最大的消费黑马。

04 抖音上线新社交模块“世界广场”内测AI精灵聊天

抖音App推出新的社交模块“世界广场”，以派对游戏为核心载体，深度融合了“虚拟场景、派对游戏、实时社交”三大元素。用户可在虚拟广场中以“小火人”的虚拟身份，通过实时互动完成社交连接。

05 抖音电商拟禁售外泌体

日前，抖音电商发布关于修订《商家【发布平台禁止商品/信息】细则》的意见征集通知，其中涉及315晚会刚刚曝光过的“外泌体”医美产品。

06 巨量引擎发布宠物行业春日营销指南

该指南指出26年春季是宠物行业拉新黄金窗口期，品牌需贴合三大养宠场景做内容，借AI提效，落地找准货、用对场、抓节奏策略，抢占宠物“第一口粮”先机。

07 抖音商城粉嘟嘟节上线

3月2日-3月22日，抖音商城打造首个春日粉色活动「抖音商城粉嘟嘟节」，带动全网UGC投稿破百万，热点话题播放量达31.3亿，带动粉色商品生意爆发+62%。

08 2026抖音红人之夜圆满收官

3月23日，2026抖音电商红人之夜在杭州西湖落幕，超百位全品类红人齐聚共探行业发展，抖音电商运营中心营销策略负责人方硕登台分享，从平台视角解读“当红”与“长红”的深层逻辑。

4月热卖商品预测：

营销关键词

愚人节

愚人节节点营销中，品牌可结合品类属性与品牌调性，借助节日传播氛围，通过创意化、轻量化的趣味内容与限定玩法吸引用户关注，提升节日期间的曝光与互动；同时可跳出传统整蛊营销模式，以真诚沟通为核心，开展走心互动与务实福利活动，强化用户情感联结，增强品牌好感度与用户粘性。

重点关注商品

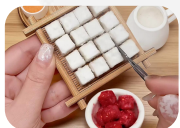
创意礼品、聚会/魔术/演出用品、节日装饰用品、

零食/坚果/特产

推荐商品参考



整蛊道具



创意玩具



毛绒玩偶

营销关键词

清明、踏青

清明的来临，品牌也迎来了极具潜力的营销窗口期。踏青探春与传统文化热度持续走高，可顺势带动户外装备、文旅周边、时令好物及传统文创等细分品类销量增长。同时，家庭出行与亲子陪伴需求显著提升，清明兼具人文底蕴与自然野趣的场景，为品牌打造沉浸式体验、拉近消费者距离提供契机。

重点关注商品

运动户外全品类、防晒霜、防晒护具、旅行护理用

品、旅行装/体验装、驱虫用品

推荐商品参考



运动服饰



防晒护具



驱虫用品

营销关键词

环保、低碳

人们对碳减排与绿色产品的关注度持续攀升，低碳生活已从倡议升级为普遍的生活理念，世界地球日也随之成为品牌传递价值主张、彰显社会担当的重要阵地。在AI技术深度融入产业发展的当下，品牌更可借助智能算法优化能耗管理、推动绿色设计创新，突出品牌对绿色低碳理念的推崇。

重点关注商品

电子阅读器、3C数码家电、家装灯饰光源、智能家

居

推荐商品参考



节能家电



可降解餐具



电子阅读器

4月热点营销日历:



● 关键营销节点

04/01 星期三 愚人节

04/05 星期日 清明

04/20 星期一 谷雨

● 重要时间节点

04/22 星期三 世界地球日

04/23 星期四 世界读书日

03

本月榜单

附录：

2026年3月品牌销售热榜

总榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	HUAWEI/华为	11	AP	21	DJI/大疆
	LING FENG GOLD/领丰金	12	CBAI/菜百	22	KANS/韩束
	Apple/苹果	13	Haier/海尔	23	厚德金
4	Xiaomi/小米	14	LI-NING/李宁	25	China Mobile/中国移动
5	金川黄金	15	ARC'TERYX/始祖鸟	26	HONOR/荣耀
6	adidas/阿迪达斯	16	Midea/美的	26	VIVO
7	老郑家	17	CAMEL/骆驼	27	COACH/蔻驰
8	NIKE/耐克	18	FILA/斐乐	28	HUANGYIPIN/凰一品
9	LouisVuitton/路易威登	19	喵际	29	dongfangzhenxuan/东方甄选
10	OPPO	20	草本初色	30	诺特兰德

附录：

2026年3月品牌销售热榜

美妆榜



排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	KANS/韩束		MGP/毛戈平		ELL
	PROYA/珀莱雅		LA MER/海蓝之谜		GALENIC/科兰黎
	CHANDO/自然堂		Helena Rubinstein/赫莲娜		PRAMY/柏瑞美
	GUYU/谷雨		The history of/后		可复美
	Mistine/蜜丝婷		MARUBI/丸美		BABI
	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛		HBN		WINONA/薇诺娜
	L'OREAL /欧莱雅		forest cabin/林清轩		造物者
	LANCÔME/兰蔻		CARSLAN/卡姿兰		OSM/欧诗漫
	蒂洛薇		Olay/玉兰油		YSL/圣罗兰
	PECHOIN/百雀羚		Ulike		CLARINS/娇韵诗

附录：

2026年3月品牌销售热榜

个护家清榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	Dettol/滴露	11	C&S/洁柔	21	Deeyeo/德佑
	妇炎洁	12	淘淘氧棉	22	老管家
	活力28	13	NYSCPS/参半	23	Liby/立白
4	Mind Act Upon Mind/心相印	14	卡唯朵	25	水卫士
5	Vinda/维达	15	万邦汉方	26	INTIMA/茵缇玛
6	沫檬	16	仁和	26	KERASTASE/卡诗
7	白云山	17	FREEMORE/自由点	27	SPACE 7/七度空间
8	Breeze/清风	18	Bluemoon/蓝月亮	28	KANS/韩束
9	公仔牌	19	Little Dream Garden/半亩花田	29	俊小白
10	botare/植护	20	bop/波普专研	30	立白大师香氛

附录：

2026年3月品牌销售热榜

服饰内衣



排名	品牌
	AP
	草本初色
	LucasEmilyLouie
4	TUCANO/啄木鸟
5	Pierre Cardin/皮尔卡丹
6	ROMON/罗蒙
7	W.Diva
8	YAYA/鸭鸭
9	TangFaFa/唐发发
10	我是摩羯

3C数码家电



排名	品牌
	HUAWEI/华为
	Apple/苹果
	Xiaomi/小米
4	OPPO
5	DJI/大疆
6	Haier/海尔
7	HONOR/荣耀
8	VIVO
9	ASUS/华硕
10	Midea/美的

母婴宠物



排名	品牌
	Balabala/巴拉巴拉
	kangaroo mommy/袋鼠妈妈
	anta kids/安踏儿童
4	bodcrme/贝德美
5	Inne
6	HUGGIES/好奇
7	Hi!papa/海龟爸爸
8	Under Armour/安德玛
9	babycare
10	NOURSE/卫仕

附录：

2026年3月品牌销售热榜

食品饮料



排名	品牌
1	MENGNIU/蒙牛
2	ADOPT A COW/认养一头牛
3	锋味派
4	dongfangzhenxuan/东方甄选
5	yili/伊利
6	Joyoung soymilk/九阳豆浆
7	良品壹面
8	Three Squirrels/三只松鼠
9	康师傅
10	SHIYUEDAOTIAN/十月稻田

生鲜



排名	品牌
1	dongfangzhenxuan/东方甄选
2	HITOMORROW/大希地
3	田大叔
4	锋味派
5	皇家小虎
6	HAIYANGYANYI/海洋演义
7	天海藏
8	小黄象
9	大乐鲜果
10	亲耕

运动户外



排名	品牌
1	adidas/阿迪达斯
2	NIKE/耐克
3	LI-NING/李宁
4	ARC'TERYX/始祖鸟
5	FILA/斐乐
6	CAMEL/骆驼
7	ANTA/安踏
8	pelliot/伯希和
9	Kailas/凯乐石
10	XTEP/特步

2026年3月品牌销售热榜

智能家居

排名	品牌
	SUPOR/苏泊尔
	dreame/追觅
	Midea/美的
	TINECO/添可
	YANGZI/扬子
	AUX/奥克斯
	roborock/石头
	亚朵星球
	UWANT/友望
	Royalstar/荣事达

酒类

排名	品牌
	XI LIQUOR/习酒
	MOUTAI/茅台
	WULIANGYE/五粮液
	剑南春
	GUOTAI/国台
	汾酒
	LUZHOULAOJIAO/泸州老窖
	郎酒
	国窖1573
	火爆

滋补保健

排名	品牌
	诺特兰德
	苏莎
	Swisse/斯维诗
	21金维他
	喜纯
	五个女博士
	Foyes
	WONDERLAB/万益蓝
	Move Free/益节
	鸣咔实验室

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1月1日-2026年3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3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。

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