

2026年4月 飞瓜抖音电商营销月报

2026-05 飞瓜数据 出品

研究综述

01. 统计周期

2025年4月-2026年4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

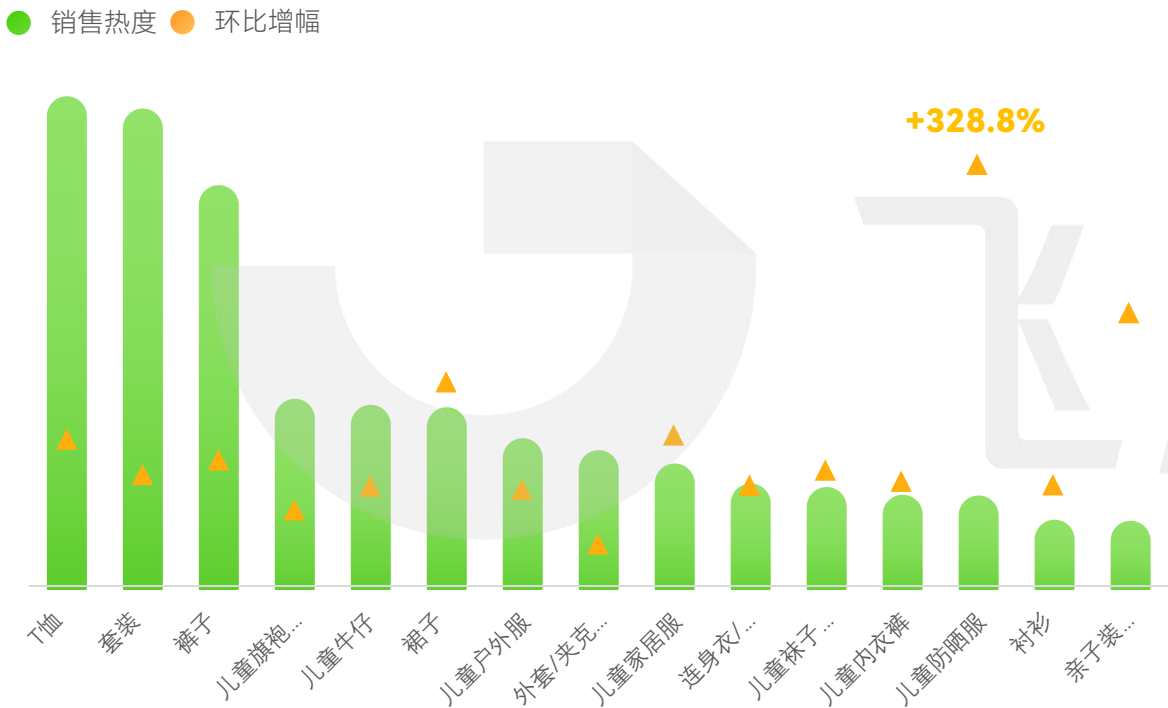
01

2026年4月 电商营销复盘

刚需品类领跑，舒适实用与多元风格成核心诉求

4月婴童服饰市场中，T恤、套装、裤子等基础刚需品类销售热度遥遥领先，防晒服等季节性品类环比增幅尤为突出，展现出随季节变化的强增长潜力。消费端来看，风格上休闲、韩版、时尚类更受青睐，材质端纯棉、牛仔仍是主流选择，冰丝、莫代尔等透气亲肤材质关注度也在提升，功能上透气、速干、防晒成为消费者核心考量点。市场需求既贴合婴童日常穿着的基础刚需，也随着季节更替和育儿理念升级，向功能性、多元化方向延伸。

26年4月婴童服饰品类销售热度



婴童服装品类主要卖点与销售占比

风格	休闲	韩版	时尚	百搭	洋气	卡通
	14.8%	9.7%	8.0%	7.4%	6.6%	4.2%

材质	纯棉	牛仔	冰丝	莫代尔	蕾丝	棉
	8.1%	5.8%	1.8%	1.3%	1.2%	1.2%

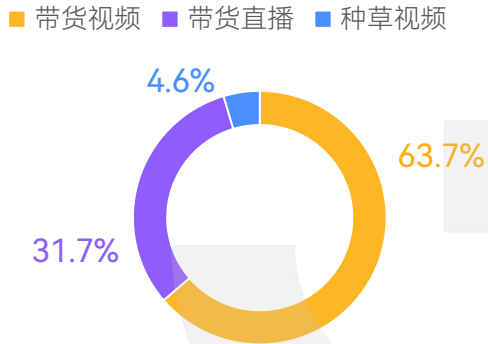
功能	透气	速干	防晒	运动	打底	凉感
	9.0%	4.9%	3.9%	3.3%	2.9%	2.6%

4月重点品类：童装/婴儿装/亲子装

内容与广告双轮驱动，功能与场景成破局关键

从营销端来看，带货视频仍是曝光主力。整体以巨量千川广告投放为主，商品广告和直播引流广告贡献了绝大多数曝光。关键词广告侧，“透气”“纯棉”等功能向词的视频投放量和完播率表现突出，结合广告词云与行业趋势来看，日常穿搭、女童套装搭配等场景化内容更受关注，同时舒适面料、防晒等功能性需求也在持续升温，紧扣消费者对舒适实用与日常穿搭的核心诉求。

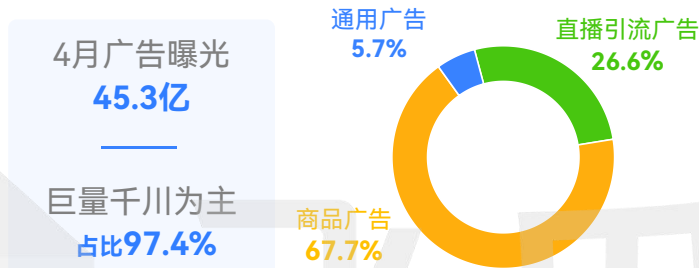
26年4月童装营销方式曝光占比



行业话题趋势预测

舒适透气面料受青睐
套装、基础款穿搭成主流
韩系、甜美等风格流行
亲子装需求增加
防晒、防蚊等功能性衣物受关注

品类广告投放曝光量分布表现



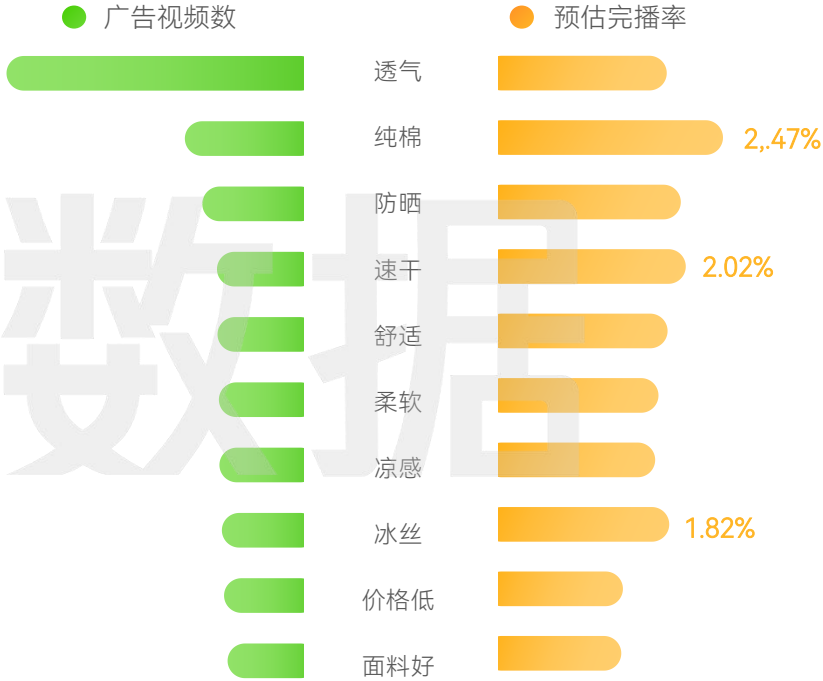
4月广告曝光
45.3亿

巨量千川为主
占比97.4%

广告小蓝词词云

日常穿搭T恤童装
女童套装搭配
儿童裤子搭配 童装直播
儿童潮搭
幼崽服饰 小男孩穿搭 短袖控
男宝潮酷穿搭 潮童必备

品类关键词广告数与预估完播率

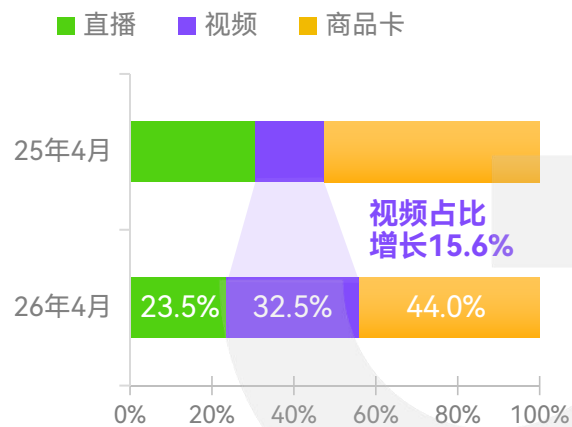


4月重点品类：彩色隐形眼镜

视频带货渠道潜力释放，线上市场高度集中

2026年4月彩色隐形眼镜市场中，商品卡仍是销售核心渠道，视频渠道占比同比显著提升，直播渠道占比也相对稳定，视频带货成为品牌增长的重要抓手。头部品牌在视频渠道的销售表现尤为突出。市场整体品牌集中度高，CR5品牌合计销售额占比32.15%，市场格局相对集中。可啦啦、思薇卡岚等头部品牌凭借高热度产品占据优势，主推的半年抛、日抛等品类也贴合了学生党、素颜妆等主流消费场景。

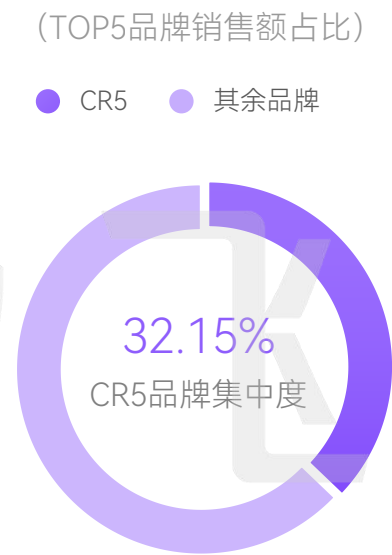
25&26年4月彩色隐形眼镜销售渠道表现



视频带货TOP5品牌与视频销售占比

卡米娅	可啦啦	思薇卡岚	柠檬岛	Moody
55.4%	34.8%	36.0%	42.2%	32.5%

26年4月彩色隐形眼镜品牌集中度TOP5



排名	品牌	热度指数	主推商品
01	可啦啦	99.9	【poompoom&可啦啦半年抛三副加购】学生黑色舒适美瞳隐形眼镜
02	思薇卡岚	94.9	Sweet Color【宠粉日抛】10片装美瞳日抛素颜学生党高颜值隐形眼镜
03	卡米娅	70.4	【精选5副】KAMIYA半年抛美瞳水润自然清透显色百搭学生隐形眼镜
04	柠檬岛	53.9	lemonade美瞳【定轴高光】日抛蓝调时刻不乱转舒适彩色隐形眼镜
05	Moody	47.8	moody【爆款系列】日抛精选合集仿妆蜜橘妆美瞳隐形眼镜20片

4月重点品类：彩色隐形眼镜

日抛主导周期选择，舒适自然成核心需求

在抛型上，日抛、半年抛是主流佩戴周期，消费需求高度集中。月抛热度偏低。功能端，佩戴舒适、水润、自然素颜是用户最关注的卖点，新手、学生、敏感眼人群为核心受众，内容营销也多围绕这些关键词展开，聚焦半年抛、日抛、学生党等场景。品牌端，可啦啦、Merry dolly 等头部品牌凭借高曝光量占据市场优势。

26年4月各类型佩戴周期销售热度



*统计26年4月TOP5000商品

主要功能需求



主要使用人群



26年4月产品与营销关键词

产品卖点词		
关键词	销售热度	
水润	🔥	99.9
舒适	🔥	73.6
自然	🔥	68.2
素颜	🔥	51.1
显色	🔥	50.9
隐形眼镜	🔥	42.8
高透氧	🔥	41.4
自然款	🔥	34.9
闪耀	🔥	33.4
氛围感	🔥	29.7

内容营销词	
关键词	视频数
半年抛	633
10片装	466
日抛	439
10片	350
学生党	315
大直径	294
三明治工艺	237
棕色	208
新手	200
价格便宜	189

4月品牌营销曝光量TOP5品牌		
排名	品牌	曝光量
01	kilala/可啦啦	9925.7w
02	Merry dolly	8068.2w
03	KAMIYA/卡米娅	6978.4w
04	MIUSOU/弥生	5898.4w
05	LaPecche/拉拜诗	5162.1w

达人内容驱动增长，爆品策略实现突围



KAMIYA/卡米娅

主要受众：女、24-30、新一线

4月抖音彩色隐形销售热度TOP3

4月品牌彩色隐形眼镜品类推广关键数据

销售热度	同比增长率	环比增长率	商品数
1000w-2500w	+2869.9%	+0.04%	55

品牌销售渠道热度占比



产品布局：主推爆品领跑出圈



【精选5副】KAMIYA半年抛美瞳水润自然清透显色百搭学生隐形眼镜

销售热度占比：36.9%

浏览量：295.7w

带货达人人数：201

带货视频内容词云



投放策略：千川占据主要曝光

自然流视频 24.2%

广告视频 75.8%

预估总曝光 6764.3w

亮点广告内容



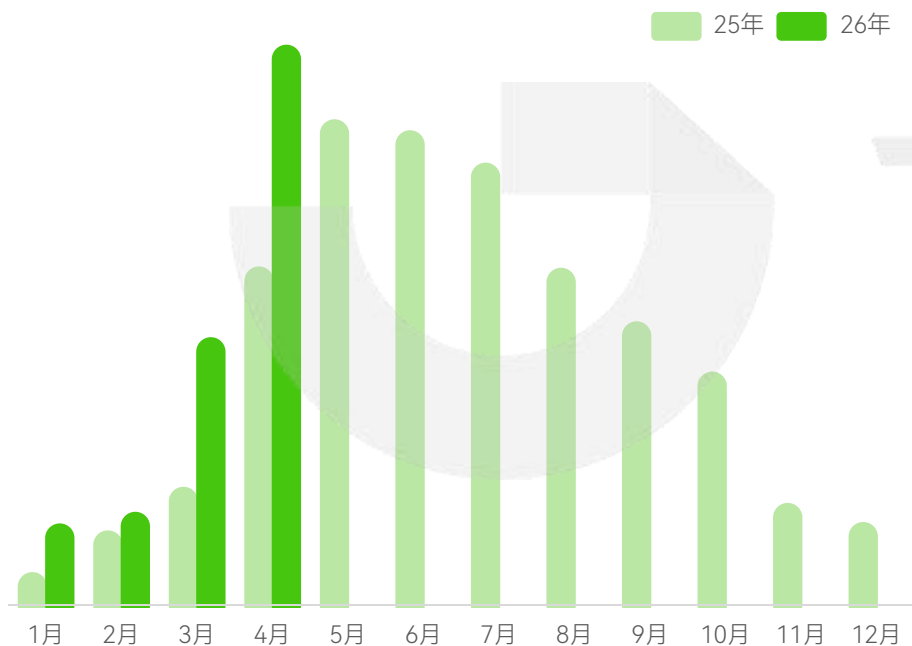
- @ 金小宇（非nao种版）
- 内容亮点
- 对比突出优势：通过日抛和半年抛的对比，清晰地展示了日抛的优点
 - 强调品牌和工艺：介绍了品牌背景和高端工艺，增加了产品的可信度和吸引力
 - 优惠和售后吸引：给出优惠活动和售后保障，降低消费者的购买风险，促进购买转化

4月重点品类：驱虫用品

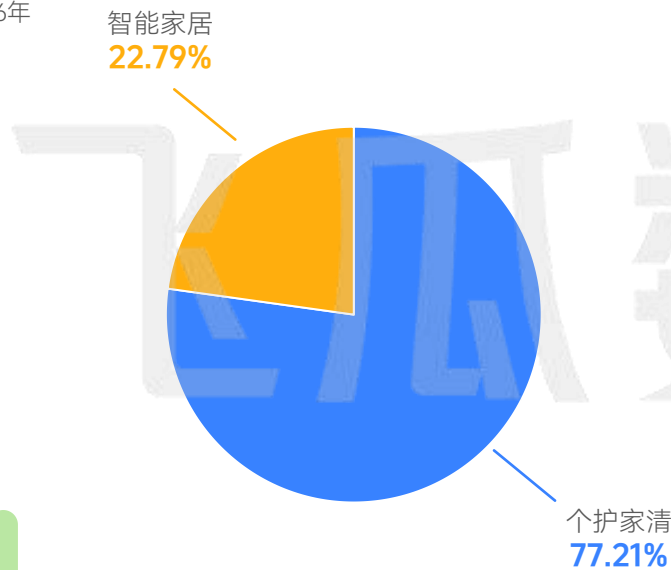
驱虫用品进入年度销售旺季，化学驱虫主导市场

抖音驱虫用品赛道在4月迎来爆发式增长，环比增长115.39%、同比增长68.43%，市场需求随气温回升快速释放。从品类结构来看，个护家清大类下的化学驱虫方案占据主导，占比超7成，其中家用杀虫剂成为核心增长引擎，GMV突破千万级且同比增速超100%，凭借高效即时的特性成为拉动市场规模的主力。

25-26年4月抖音驱虫用品销售热度趋势对比

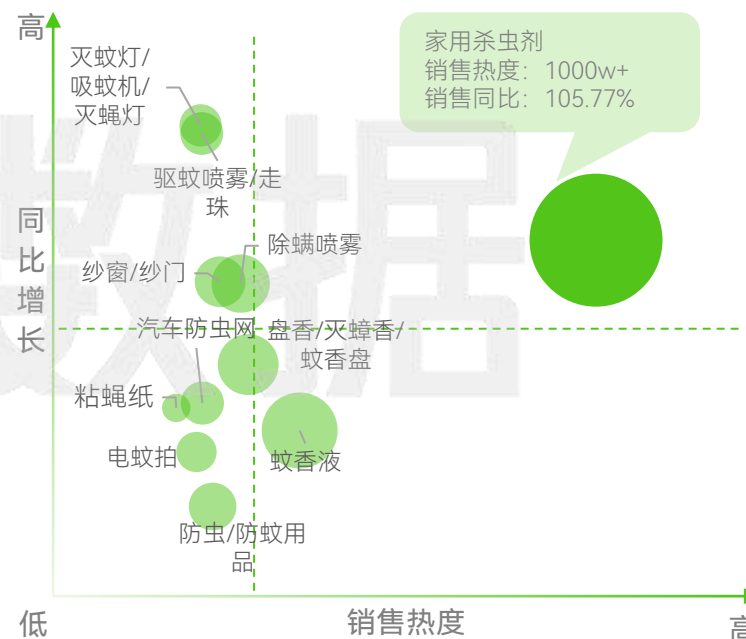


4月驱虫用品所属品类销售热度分布



4月驱虫用品细分品类销售分布

*仅统计GMV≥1000w的品类



效果与安全受消费者重视，市场品牌马太效应凸显

家用杀虫剂作为4月驱虫赛道的核心增长品类，市场呈现出明确的场景化与功能化特征。热门卖点集中在蟑螂、蚂蚁、小飞虫等居家常见害虫的灭杀，覆盖厨房、卧室等家用多元场景。从消费端来看，消费者对产品的核心诉求聚焦于气味体验、驱虫效果与安全性三大维度。品牌格局上，市场CR5达56%，品牌竞争格局呈现一超多强，行业集中度较高，新品牌突围需在功能创新、场景细分或体验优化上打造差异化优势。

4月家用杀虫剂品类热门卖点



家用杀虫剂品类消费者产品体验反馈



4月份抖音家用杀虫剂市场集中度



鸡奶奶

带货方式：带货视频，品牌自营

4月抖音家用杀虫剂销售热度 **TOP2**

销售热度	销售热度 同比增长率	带货商品	带货达人
1000w-2500w	+2404.49%	120+	4000+

大容量

鸡奶奶升级款
鸡奶奶肤
室内 2喷头
4瓶送2喷头

强效
虫胺
灭蚊
除垢
厨房
赠送2喷头
升级款

蚊虫
蟑螂
长翅蚂蚁
主播
灭蟑螂

家庭

发4瓶送2喷头
主推推荐
另推推荐
强力灭杀

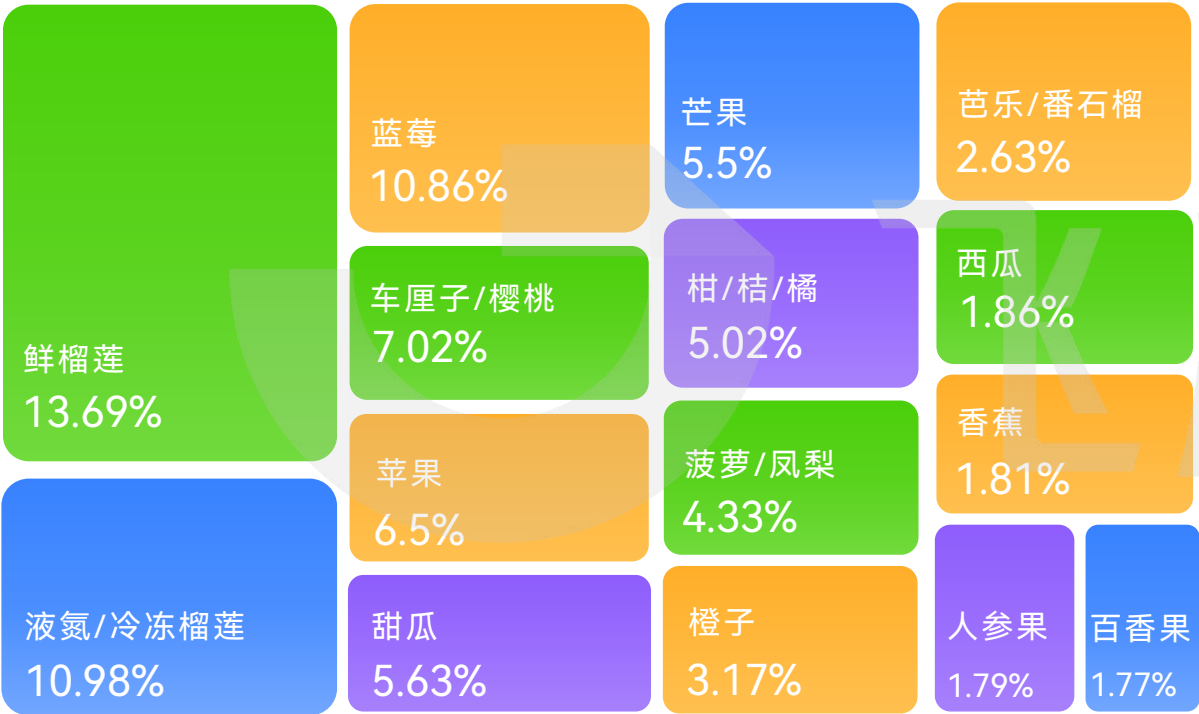
苍蝇
虱子

凸显品牌产品差异：阐述品牌商品无味、不刺鼻、对家禽无伤害等卖点和功效，说明了适用场景和适用人群，针对痛点给出了解决方案

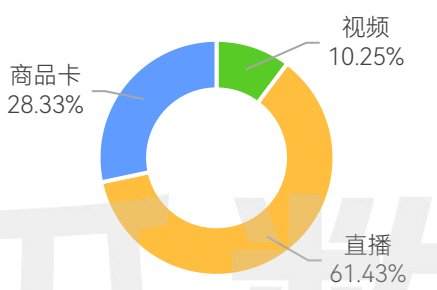
榴莲领跑水果赛道，稀缺性话术驱动销售转化

2026年4月抖音热销的水果品类中，鲜榴莲和液氮/冷冻榴莲以超过 24.6% 的占比，成为当月最受消费者青睐的单品；从渠道分布来看，直播场景仍是生鲜转化的关键载体，同时达人以6成的销售贡献在生鲜品类的销售链路中发挥关键作用。从营销内容上看，生鲜广告的黄金3秒台词直击用户痛点，多以稀缺性、价格优势与节点活动为核心抓手，实现高效引流与转化。

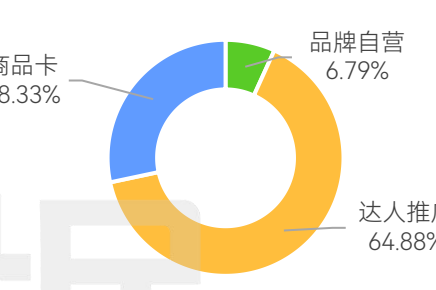
2026年4月抖音【水果】品类销售热度TOP15



4月生鲜品类销售渠道分布



4月生鲜品类带货方式分布



4月生鲜广告视频黄金3秒台词TOP

排名	黄金3s台词	视频数	预估曝光
👑	这种水果不是你买不起，而是你买不到	100+	27.3w
👑	来看一下，这是咱们24枚90的特大果	90+	20.7w
👑	我从来都不让我家孩子喝碳酸饮料，毕竟健康来讲对孩子才是重要的。	70+	98w
04	哇，剥起来可脆可解压了！	70+	29.2w
05	三年没做活动的ole，五一竟然上了金枕榴莲活动	60+	940.4w

抖音水果品类的消费者用户对甜度口感、大小规格的关注度最高，皮薄肉厚、脆甜多汁、新鲜无酸等成为近期的营销主推优点。从各热门品类的标题卖点来看，高度聚焦于品种与品质，蓝莓主打头茬、花香蓝莓，榴莲突出金枕、猫山王等品种，苹果以红富士、阿克苏为核心，品类通过明确品种、成熟度与口感优势，精准匹配用户需求，推动品类热度提升。

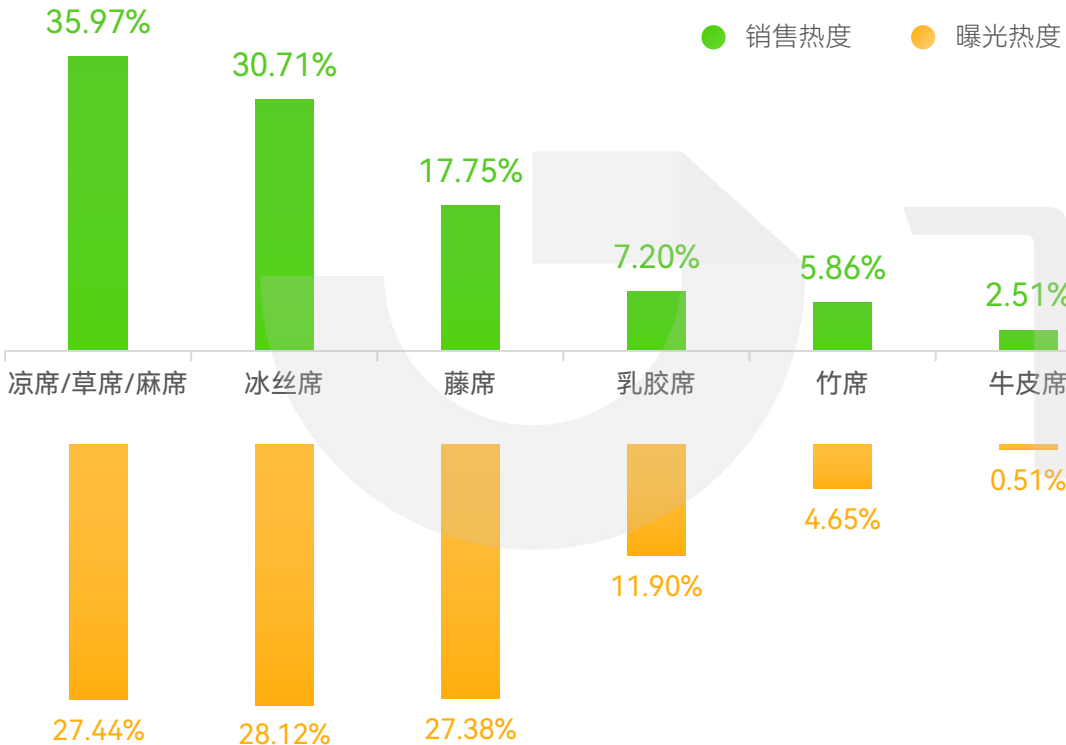
4月水果热门品类商品标题卖点TOP



多元材质凉席推动市场发展，产品厚度成用户核心诉求

2026年4月抖音凉席品类中，凉席/草席/麻席以 35.97% 的销售热度位居榜首。从消费者反馈的核心痛点来看，核心痛点集中在厚度不够、质量不佳、产品有异味，反映出消费者对凉席的核心需求仍围绕质量、安全。整体市场来看，品类趋势呈现多元化发展，冰丝、冰豆豆、乳胶材质关注度提升，可机洗、透气等功能升级及宿舍、母婴等场景定制化产品成为新机遇，品牌可通过开发新型材质、解决用户痛点来抢占市场。

2026年4月抖音凉席细分品类市场热度



2026年4月抖音凉席市场舆情分析

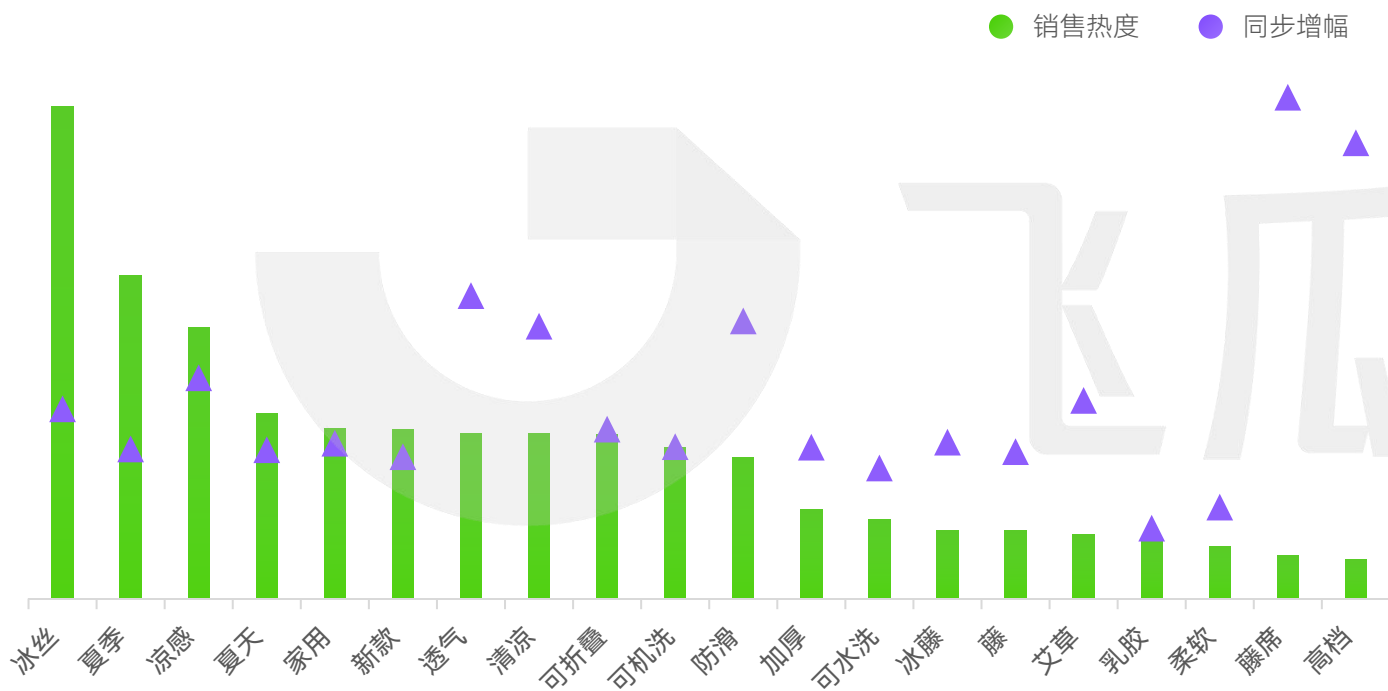


数据说明：统计2026年4月抖音凉席品类销量大于0的商品数据，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

冰丝凉席领衔卖点热度，藤席品类聚焦折叠款与高藤含量

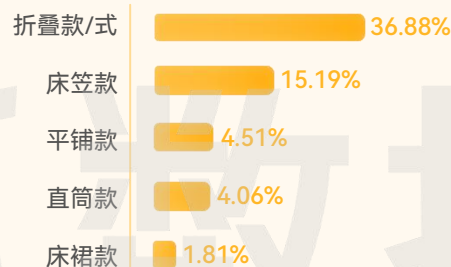
2026年4月抖音凉席品类标题卖点中，冰丝、夏季、凉感、透气等关键词销售热度领跑，可折叠、可机洗等功能卖点同步增幅显著，反映出消费者对清凉体验与实用便捷的双重需求。藤席细分市场中，折叠款以37.5%的销售热度位居款式榜首，95%以上高藤含量产品占比达55.4%，成为用户选购的核心偏好；营销视频高频提及小孩、宝宝、学生、怕热人群，精准覆盖家庭与学生场景，为凉席品牌优化卖点、款式与人群定位提供了清晰方向。

4月凉席品类商品标题卖点销售热度TOP

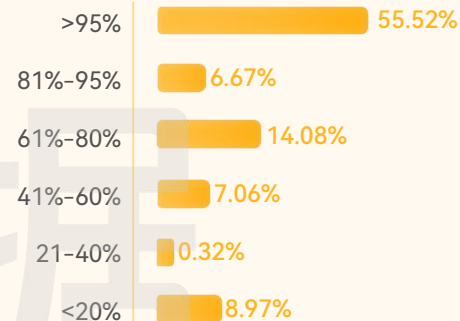


2026年4月藤席品类市场热度分析

属性分析-各款式销售热度



属性分析-各成分含量销售热度



品类营销视频高频提及人群TOP50



人群画像: 女性、31-40、三线城市

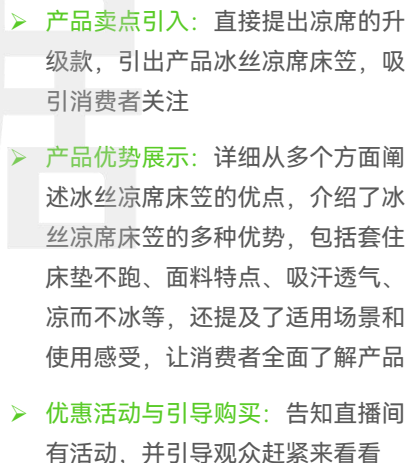
4月品牌凉席品类广告内容词云



主推卖点：A类面料、快速洗水、防水隔尿、包边设计、无化学添加、加高设计

热门广告视频分析

2025-26年品牌凉席品类销售占比趋势



02

2026年5月 电商趋势前瞻

4月抖音大事件盘点：

01 抖音电商与即时零售合流

4月1日起，抖音原有的即时零售“次日达”独立店铺系统将停止运营，所有相关商家必须迁移至主站“抖音电商”体系，通过开通“明日达”服务来延续类似业务。

02 抖音电商内测AI购物

现字节豆包已接入抖音电商，支持在豆包APP内直接下单商品并完成支付，无需跳转抖音，该功能目前处于内测阶段。用户可通过对话完成“提问→推荐→下单→支付”全闭环，转化路径大幅缩短。

04 抖音上线AI创作独立入口

抖音上线“抖音AI创作入口”功能，通过搜索抖音AI创作关键词，会在搜索页看到独立的功能入口，无需跳转第三方工具，在抖音内通过一句话就能生成视频、图片、文案等内容，大幅降低创作门槛。

04 抖音发布AI不当内容专项治理公告

近日，抖音正式发布“AI生成不当内容及侵犯他人权益”的专项治理公告。公告对外披露了阶段性治理成效，截至目前已累计下架AI侵权视频超53.8万条，处罚违规账号4000余个。

05 抖音电商持续推进跨境膳食补充剂治理

抖音电商公告推进跨境膳食补充剂专项治理，重点整治伪造进口属性、虚假宣传功效等行为。从严处置不合规店铺，同时将与海关、市监、公安等多部门联合打击违规商家，保障消费安全。

06 抖音生活服务发布AIGC创作规范

该规范明确提出，平台将持续对利用AIGC技术发布违规营销内容进行治理，包括但不限于警告、限流、经营组件自见、内容自见、扣除信用分、限制商品推广、限制内容发布等处置。

07 抖音集团发布3月真人短剧分账报告

该报告显示，2026年3月平台共有2部真人短剧单月分账突破800万元，200余部真人短剧单月分账突破100万元，10家版权方3月分账突破3000万元。当期平台新增头部精品剧目300余部。

08 抖音电商618定档

4月16日14点，抖音商城618招商大会开启。今年抖音电商618大促定档5月15日正式开始，6月18日结束，全程35天，较去年略短暂一些。

5月热卖商品预测：

营销关键词

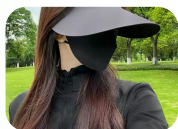
五一、小长假

五一假期来临，大众出游、居家休闲需求集中释放。无论是携家出行游玩打卡，还是宅家慢享闲暇时光，用户碎片化时长显著提升，带动平台种草转化势能全面走高。不少品牌借助短视频剧情种草、话题挑战赛等形式，前置铺垫用户心智，再通过短视频挂车、直播间秒杀完成闭环转化。

重点关注商品

特价酒店/特色公寓/公寓旅馆、运动户外、电影/演出/赛事、零食/坚果/特产、饮料

推荐商品参考



防晒用品



旅行收纳袋



露营设备

营销关键词

母亲节、女性

母亲节悄然将至，各大品牌也迎来情感营销的黄金窗口期。伴随当代女性独立思潮愈发深入人心，一众先锋品牌跳出传统叙事定式，不再拘泥于母亲的家庭固有标签。转而聚焦她们在职场打拼、深耕热爱、活出自我的多元人生姿态，引导大众重新审视女性的多面价值，实现深度情感共鸣。

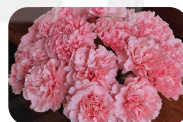
重点关注商品

滋补保健全品类、美妆全品类、个人护理、鲜花速递、家用保健器材、智能设备

推荐商品参考



护肤礼盒



鲜花速递



按摩仪

营销关键词

618、大促

今年抖音电商618大促已定档5月15日正式开始，为期35天。本次大促总体分为抢先购、大促平销、开门红等五个阶段。本次618横跨520、端午、世界杯等多重消费热点，平台重磅推出“消费券”“立减折扣/一件直降”等核心玩法，贯穿大促全周期，助力商家在每个爆发节点高效转化。

重点关注商品

手机、笔记本电脑、大家电、家装用品、美容/个护仪器、厨房电器、个人护理用品、猫/狗粮

推荐商品参考



猫/狗粮



大家电



手机

5月热点营销日历:



● 关键营销节点

05/01 星期五 劳动节

05/04 星期一 青年节

05/10 星期日 母亲节

05/20 星期三 520

● 重要时间节点

05/05 星期二 立夏

05/21 星期四 小满

03

本月榜单

附录：

2026年4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	FILA/斐乐	21	草本初色
	LING FENG GOLD/领丰金	12	DJI/大疆	22	VIVO
	Xiaomi/小米	13	OPPO	23	云上叙
4	Apple/苹果	14	CAMEL/骆驼	25	TUCANO/啄木鸟
5	adidas/阿迪达斯	15	BANANA UNDER/蕉下	26	喵际
6	NIKE/耐克	16	ARC'TERYX/始祖鸟	26	COACH/蔻驰
7	AP	17	金川黄金	27	dongfangzhenxuan/东方甄选
8	LouisVuitton/路易威登	18	China Mobile/中国移动	28	ANTA/安踏
9	Midea/美的	19	HUANGYIPIN/凰一品	29	LucasEmilyLouie
10	Haier/海尔	20	LI-NING/李宁	30	Warrior/回力

附录：

2026年4月品牌销售热榜

美妆榜



排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	Mistine/蜜丝婷		MGP/毛戈平		HBN
	KANS/韩束		forest cabin/林清轩		RNW/如薇
	GUYU/谷雨		Ulike		PECHOIN/百雀羚
	蒂洛薇		C咖		WINONA/薇诺娜
	L'OREAL /欧莱雅		LANCÔME/兰蔻		Jmoon/极萌
	PROYA/珀莱雅		ELL		YSL/圣罗兰
	CHANDO/自然堂		可复美		GALENIC/科兰黎
	PRAMY/柏瑞美		MARUBI/丸美		LA MER/海蓝之谜
	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛		Helena Rubinstein/赫莲娜		Flower Lure/花间颂
	BABI		CARSLAN/卡姿兰		达肤妍

附录：

2026年4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	LYCOCELLE/绽家	21	Deeyeo/德佑
	妇炎洁	12	Little Dream Garden/半亩花田	22	超能
	活力28	13	Bluemoon/蓝月亮	23	淘淘氧棉
4	沫檬	14	水卫士	25	俊小白
5	Vinda/维达	15	KERASTASE/卡诗	26	KANS/韩束
6	Breeze/清风	16	NYSCPS/参半	26	INTIMA/茵缇玛
7	Mind Act Upon Mind/心相印	17	C&S/洁柔	27	SukGarden/蔬果园
8	白云山	18	bop/波普专研	28	黑森灵
9	老管家	19	长发小寨	29	OKCS
10	botare/植护	20	Liby/立白	30	仁和

2026年4月品牌销售热榜

服饰内衣

排名	品牌
	AP
	草本初色
	TUCANO/啄木鸟
	Pierre Cardin/皮尔卡丹
	ROMON/罗蒙
	LucasEmilyLouie
	BANANA UNDER/蕉下
	我是摩羯
	La Chapelle/拉夏贝尔
	MBNL-F

3C数码家电

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

母婴宠物

排名	品牌
	anta kids/安踏儿童
	Balabala/巴拉巴拉
	bodcrme/贝德美
	Hi!papa/海龟爸爸
	kangaroo mommy/袋鼠妈妈
	XTEP/特步
	babycare
	BoBDoG/巴布豆
	贵人鸟
	NOURSE/卫仕

附录：

2026年4月品牌销售热榜

食品饮料



排名	品牌
	ADOPT A COW/认养一头牛
	MENGNIU/蒙牛
	zedao/则道
	yili/伊利
	dongfangzhenxuan/东方甄选
	Three Squirrels/三只松鼠
	BAIXIANG/白象
	Joyoung soymilk/九阳豆浆
	康师傅
	Yon Ho/永和豆浆

生鲜



排名	品牌
	dongfangzhenxuan/东方甄选
	HITOMORROW/大希地
	天海藏
	田大叔
	HAIYANGYANYI/海洋演义
	杨博士
	榴喜儿
	皇家小虎
	锋味派
	JOY TREE/欢乐果园

运动户外



排名	品牌
	adidas/阿迪达斯
	NIKE/耐克
	FILA/斐乐
	ARC'TERYX/始祖鸟
	LI-NING/李宁
	CAMEL/骆驼
	ANTA/安踏
	SKECHERS/斯凯奇
	XTEP/特步
	Kailas/凯乐石

附录：

2026年4月品牌销售热榜

智能家居



排名	品牌
	SUPOR/苏泊尔
	Midea/美的
	亚朵星球
4	dreame/追觅
5	YANGZI/扬子
6	Royalstar/荣事达
7	AUX/奥克斯
8	roborock/石头
9	Haier/海尔
10	UWANT/友望

酒类



排名	品牌
	MOUTAI/茅台
	WULIANGYE/五粮液
	XI LIQUOR/习酒
4	郎酒
5	GUOTAI/国台
6	LUZHOULAOJIAO/泸州老窖
7	TSINGTAO/青岛啤酒
8	Heineken/喜力
9	手艺人
10	汾酒

滋补保健



排名	品牌
	诺特兰德
	WONDERLAB/万益蓝
	五个女博士
4	Foyes
5	MegaRed/脉拓
6	喜纯
7	21金维他
8	Swisse/斯维诗
9	FineNutri 斐萃
10	Move Free/益节

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4月1日-2026年4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4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