

2026年6月 飞瓜抖音电商营销月报

2026-07 飞瓜数据 出品

研究综述

01. 统计周期

2025年6月-2026年6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6月 电商营销复盘

6月营销重点活动:

618玩法激活商家生态，滋补保健领跑高增长赛道

2026年抖音618通过简化优惠机制与高额补贴，成功激发了市场活力，催生了3万+百万级新商家，更实现了带货短视频与直播成交的倍数级增长。从品类表现看，服饰内衣凭借庞大的基数稳坐销售热度头把交椅，而滋补保健则以近60%的同比增速领跑。

2026抖音618玩法速览

活动周期

5月15日-6月18日，全程共35天，划分抢先购、开门红、冲刺期等5个运营阶段

核心机制

一件直降/立减折扣双玩法，商家二选一报名，取消凑单门槛，单件下单即享优惠；立减折扣默认基础价再享15%折扣

商家扶持

家电品类最高补贴1500元，数码品类最高补贴500元；国补与平台消费券自动叠加，下单直接抵扣

重点消费成效

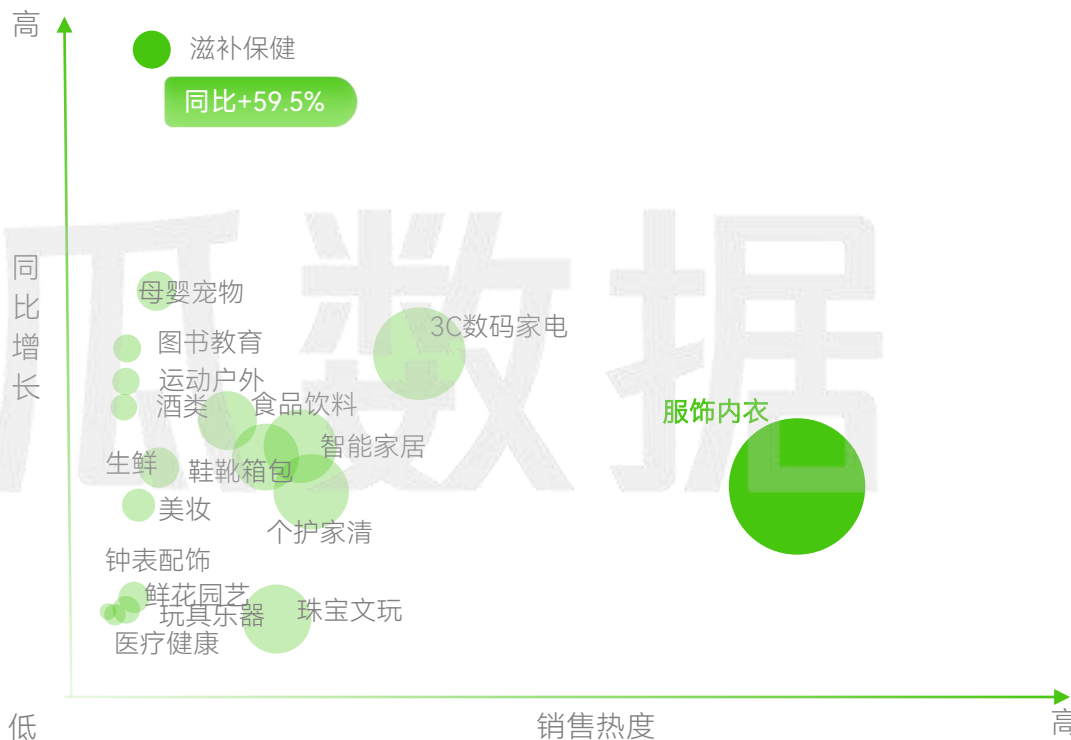
整体亮点表现:

突破百万成交额新商家 **3万+**
 翻倍销售增长达人人数 **57万+**

渠道销售亮点表现:

带货短视频观看次数 **↑ 57%**
 短视频销售超千万商家 **↑ 56%**
 短视频销售超百万商家 **↑ 55%**
 直播成交翻倍增长商家 **12万+**
 商品卡成交超千万商家 **↑ 82%**
 搜索成交超千万商家 **↑ 53%**

618重点品类销售热度与同比增长表现

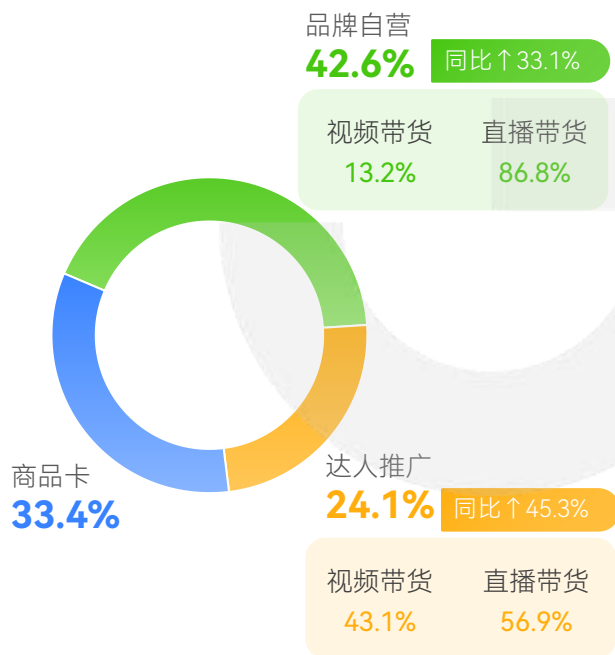


6月重点品类：猫/狗主粮

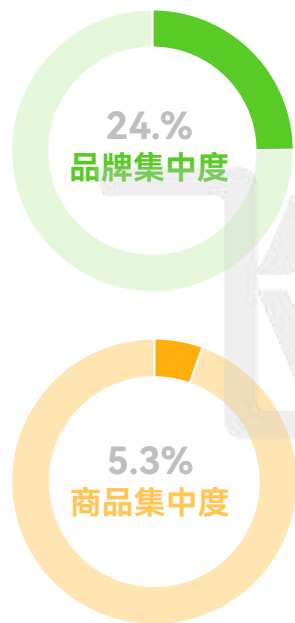
渠道增长势能强劲，品牌集中度高且头部效应显著

6月猫狗主粮赛道增长动能充足，品牌自营与达人推广两大渠道均实现同比高速增长。直播带货是两类渠道的核心成交场景，其中达人渠道下视频带货的贡献占比显著高于品牌自营，达人矩阵的内容种草转化路径更为多元，种草到转化的链路更短。同时，市场呈现高品牌集中度与低商品集中度特征，卫仕、麦富迪等头部品牌凭借多品类布局占据主要市场份额，但单一爆款商品的销售占比普遍偏低，消费者需求分散。

6月猫狗主粮销售热度占比数据



6月猫狗主粮品牌与商品集中度CR5



猫狗主粮销售TOP5品牌

排名	品牌	销售占比
1	卫仕	6.5%
2	麦富迪	6.5%
3	蓝氏	4.5%
4	宽福	3.6%
5	鲜朗	3.6%

猫狗主粮销售TOP5商品

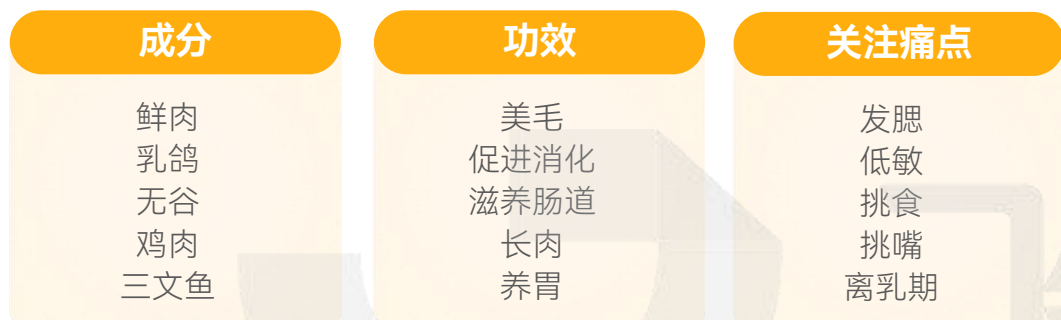
排名	商品	销售占比
1	短视频专属佰萃【金标猫粮】磷虾双拼鳀鱼干猫粮全价全期成幼猫通用美毛营养	1.3%
2	【升级款】麦富迪猫粮三文鱼超肉粒冻干双拼鲜肉猫粮 成幼猫奶糕粮	1.0%
3	【21天爆毛长肉】卫仕爆爆袋猫粮全价冻干注心鲜肉成猫粮3斤	1.0%
4	【思宝Bestie Paw】全价全犬期犬粮 科学配方营养均衡	1.0%
5	【多猫家庭】麦富迪猫粮超肉粒三文鱼冻干双拼鲜肉猫粮 3.0升级款	0.9%

6月重点品类：猫/狗主粮

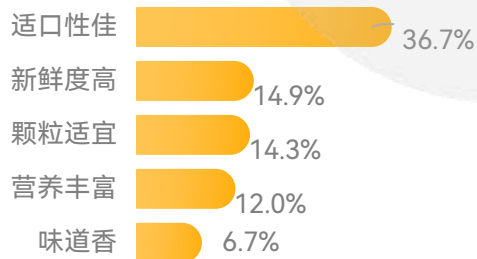
成分功效驱动购买，适口性与肠胃健康成核心痛点

6月猫狗主粮市场中，猫粮消费者高度关注鲜肉等优质蛋白及美毛、护肠胃等功效，对发腮、低敏等细分痛点敏感；狗粮则更侧重清火、增肌壮骨等功能性需求。两类主粮的用户负面反馈均以肠胃不适占比最高，是全品类共性的产品优化方向，同时猫粮用户格外看重适口性，狗粮用户对配料丰富度与冻干含量有更高期待，反映出两类宠主精细化喂养的不同侧重点。

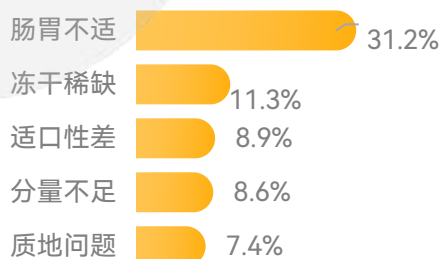
6月猫主粮商品类型关键词



用户主要反馈



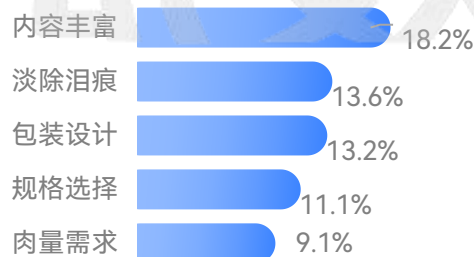
功能痛点



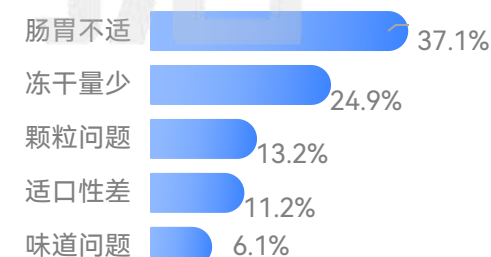
6月狗主粮商品类型关键词



功能需求



功能痛点



直播自营双轮驱动，精准锁定年轻群体与高线城市市场



宽福

主要带货：直播带货、品牌自营

6月抖音猫狗主粮销售热度TOP4

6月品牌猫狗主粮品类推广关键数据

销售热度	同比增长率	环比增长率	商品数
2500w-5000w	+128.8%	+7.2%	364

26年1-6月品牌销售热度趋势



6月品牌消费者画像



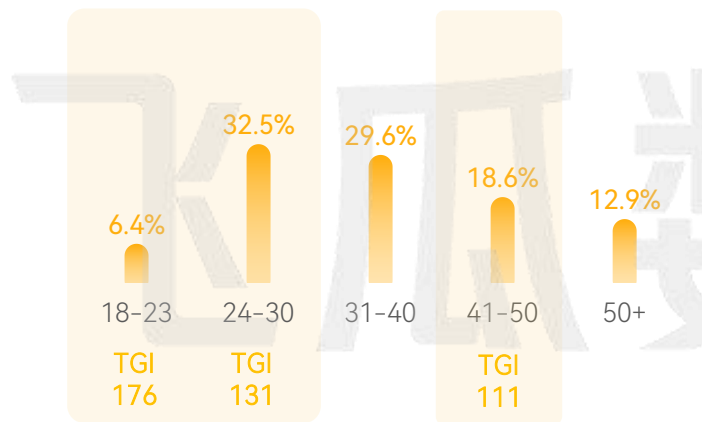
主要省份

江苏、山东、河北

城市线级

一线城市 21.9%

● 年龄占比



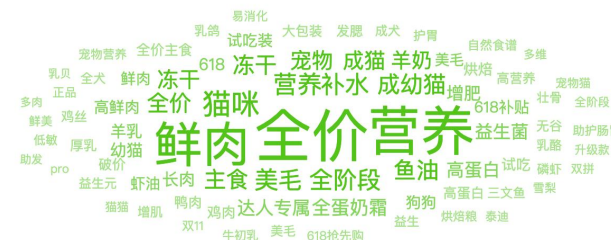
● 自营观众主要人群分布

新锐白领

小镇青年

Z世代

6月品牌猫/狗主粮带货商品标题词云



6月品牌猫/狗主粮热卖商品



宽福猫粮鱼油多肉成猫粮猫咪食物全价成猫专用猫咪宠物粮主粮推荐
好评率：96.94%
销售热度：250w-500w



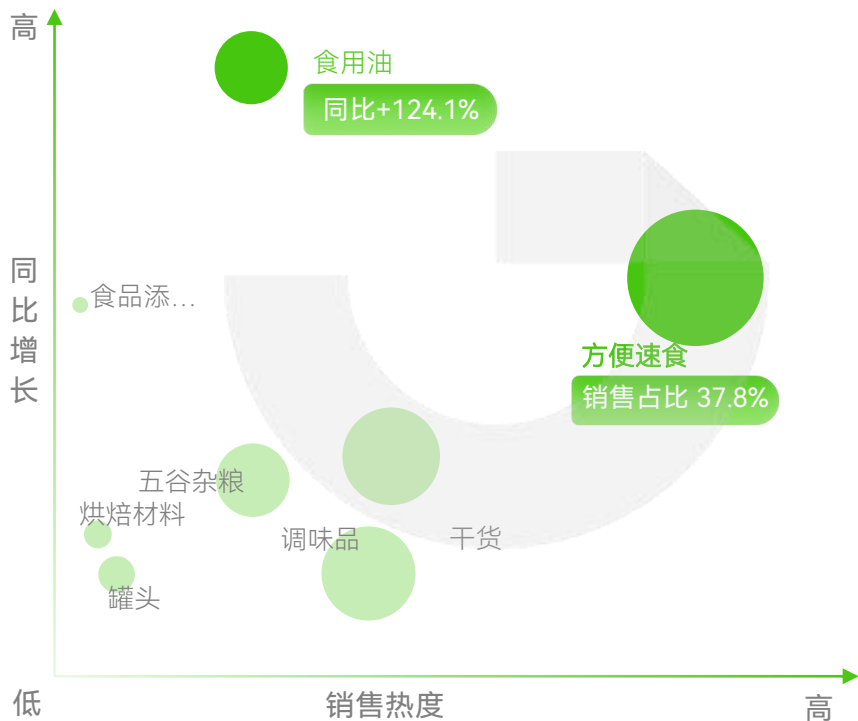
宽福犬粮狗粮益生菌鲜肉狗粮全价成犬粮通用宠物大包装
好评率：95.15%
销售热度：250w-500w

6月重点品类：食用油

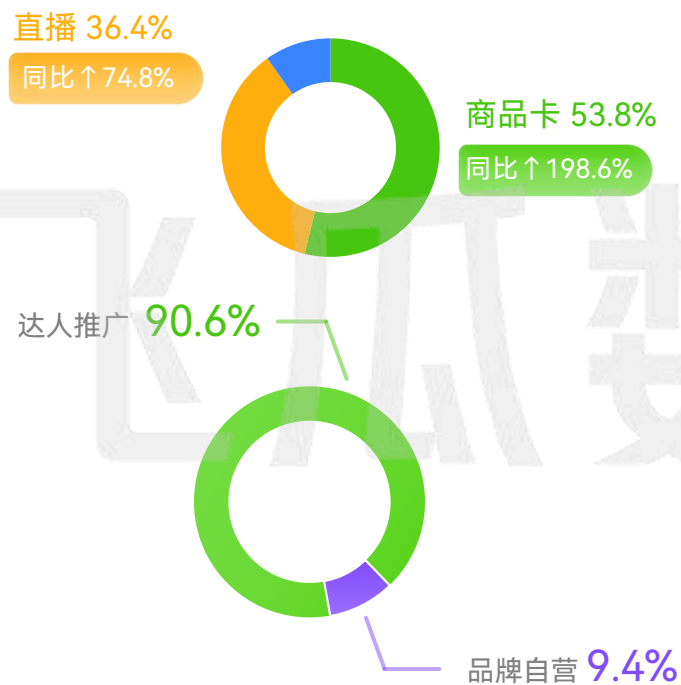
食用油增速领跑，依托达人渠道高速扩容

6月粮油干货市场呈现显著的分化增长态势，其中食用油以超124%的同比增速成为最大亮点，方便速食则凭借高销售热度占据近四成市场份额，刚需品类在内容电商中具备强劲爆发力。渠道方面，商品卡渠道同比增速远超直播，货架电商正加速渗透粮油品类。达人推广占据了绝对主导地位，贡献了超九成销售额，品牌自营占比偏低，现阶段品类下品牌更倾向通过达人矩阵撬动流量。

6月粮油干货/方便速食主要销售类型与同比



6月食用油销售分布与带货渠道



食用油TOP10推广账号

账号	粉丝数
@召公子贵州高原 (黄菜籽油)	17.3w
@黄利琴(乡村有好货)	948.7w
@小彭 麻哥	915.1w
@湖南农田悦色生态农业	26.4w
@与辉同行	3903.4w
@善百年善百年食品专卖店	21.6w
@乡村农产品粮油	33.3w
@嘉源粮油专营店	26.7w
@家乡味道花生油源头厂家	20.7w
@真心粮油	11.2w

数据说明：统计2026年6月抖音食用油品类销量大于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

6月重点品类：食用油

大豆油主导市场格局，健康属性成营销增长核心抓手

在食用油品类下，大豆油依托餐饮场景的刚需属性占据最大市场份额，菜籽油、花生油构成第二消费梯队。健康化已成为品类升级的核心方向，非转基因、物理压榨、配料纯净是品牌重点输出的宣传卖点，消费者选购时也高度看重油品的营养品质与食用体验。营销端热门内容下，偏好打造生活化场景内容，将产品健康优势与用户日常饮食、减脂等需求深度绑定，通过场景化种草完成用户教育与消费转化。

6月食用油主要销售品种

主要销售品种

▶大豆油 40.1%



22桶20L福之泉一级大豆油餐饮专用【顺丰送上门】
销售热度：750w-1000w

▶菜籽油 20.9%



衡满满新黄菜籽油5升非转基因贵州菜籽油【支持正装试吃】
销售热度：1000w-2500w

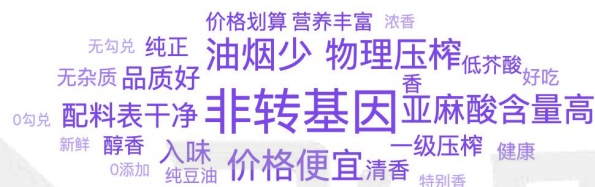
▶花生油 10.9%



胖东来代购花生油DL许昌超市代购压榨一级花生油自营正品旗舰5L
销售热度：250w-500w

食用油的营销趋势

▶内容洞察 —— 优点宣传



▶舆情内容 —— 消费者原声



纯有机亚麻籽油，物理冷榨，高亚麻酸

一级压榨纯正玉米油非转基因炒菜香。



这个品牌的亚麻酸油，我已多次购买。质量好、口感好，我很喜欢！

这个油很健康，作为经常做菜的我，觉得很满意



食用油的营销宣传视频案例

热推产品



金龙鱼谷维多稻米油

主推卖点：谷维素、烟点高、油烟少、清爽不油腻，好吃有营养

热门广告视频分析

坚持！距离目标又近一步 #西西贝贝的日常 #减肥 #油中黄金金龙鱼谷维多稻米油 #神奇稻米油油中真黄金



▶ 趣味内容引入：视频开头提出一家人一个月要减80斤的目标，并在第四天进行上秤称重，查看减重进度

▶ 产品优势展示：在运动结束回家吃饭时，提到换了金龙鱼谷维多稻米油，并介绍了该油的优点，如谷维素是能量小马达、盐粘高、油烟少、有稻米香、清爽不油腻、好吃又有营养等

付费流量驱动稳健增长，非遗文化构建品牌心智



胡姬花

主要带货：直播带货、品牌自营

6月抖音食用油销售热度TOP8

6月品牌食用油品类推广关键数据

销售热度	同比增长率	环比增长率	商品数
1000w-2500w	+12.4%	+12.5%	333

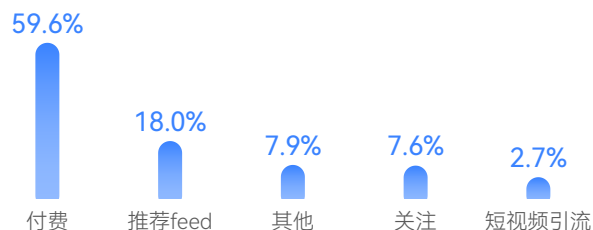
6月品牌主推商品



胡姬花土榨花生油5.78L*2赠花椒油220ml*2压榨一级食用油
上架时间：2022/06/20
销售热度：250w-500w

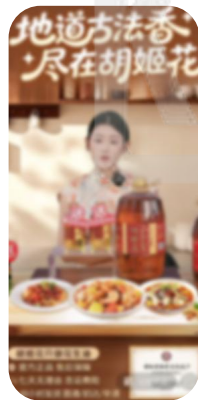
品牌带货直播分析

带货直播主要流量结构



带货直播间分析

@胡姬花古法花生油官方旗舰店



亮点一：通过视觉化场景与权威背书，强化了“地道古法香”的品牌核心卖点。

亮点二：主播身着中式服装，背景陈列花生原料与传统器皿，营造出浓厚的非遗工艺氛围。

亮点三：前景摆放三道色泽诱人的家常菜，直观展示油品烹饪效果。画面中“送400ml*2”的促销信息与“省级非物质文化遗产”认证并列，既刺激即时转化，又提升品牌信任度。

品牌内容营销分析

工艺技术：强调“古法传承+非遗工艺”



核心围绕“传统榨油工艺”展开，突出差异化技术壁垒，建立专业信任感。

关键词

古法压榨、非遗工艺、慢火焙炒.....

品质属性：聚焦“纯度+等级+原料”



通过“高等级+优质原料”强化产品高端定位，满足用户对“高品质食用油”的需求。

关键词

一级压榨、纯正、精选.....

感官体验：突出“香味+口感”



以“香味浓郁+口感地道”为核心，通过场景化描述激发用户食欲，强化“味觉记忆”。

关键词

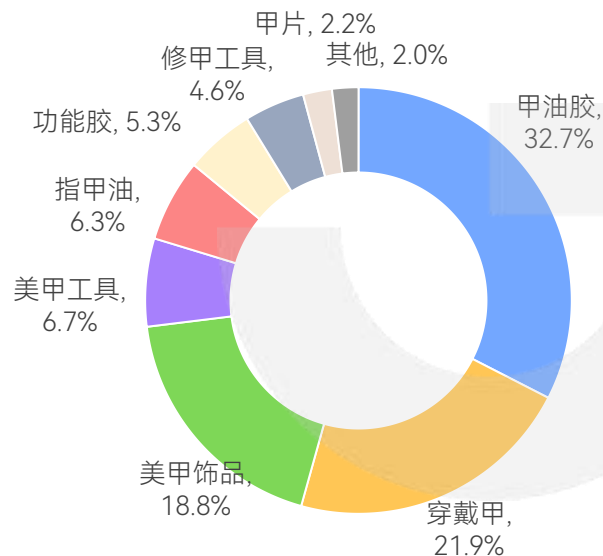
浓香、醇香、小时候的味道.....

6月重点品类：美甲产品

居家DIY需求驱动品类扩容，低集中度下细分品类机会凸显

抖音美甲产品品类下，甲油胶作为核心耗材占据最大销售比重，穿戴甲与美甲饰品合计占比同样突出，自家DIY美甲的消费场景持续走热，用户消费重心集中在效果呈现类产品上。行业整体品牌集中度处于低位，头部品牌市场份额差距不大。头部玩家普遍以猫眼胶、功能胶等细分功能产品作为主推方向，绑定新手入门、季节上新等消费场景打造爆品，赛道仍处于充分竞争的成长阶段，差异化功能与场景化运营是品牌抢占市场的关键抓手。

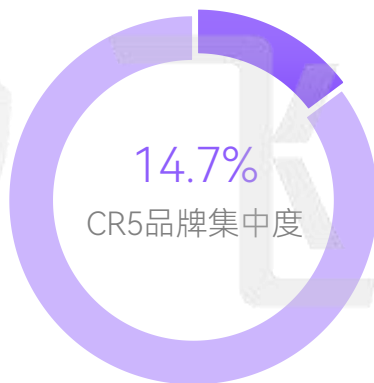
6月美甲产品品类细分类目销售占比



6月美甲产品品牌集中度TOP5

(TOP5品牌销售额占比)

● CR5 ● 其余品牌



排名	品牌	销售占比	主推商品
1	花校长	5.7%	【花校长】罐装功能胶美甲建构封层底胶粘钻免洗硬式延长造型甲油胶
2	一只柚	3.2%	【新手入门】一只柚猫眼美甲五合一轻色胶指甲油胶建构封层指甲
3	心愿先生	2.2%	【夏日上新】心愿先生美甲笔七合一猫眼胶养甲护甲新款甲油胶美甲胶
04	恩妮诗	2.2%	【拍2瓶送灯】恩妮诗猫眼五合一轻色胶一步胶新款指甲油底胶美甲
05	禾一斯	1.5%	禾一斯 网红水光冰透猫眼九色系爆款百搭显白玻璃珠罐装美甲油胶

6月重点品类：美甲产品

“猫眼”风格统领审美，便捷与显白成为流量转化核心密码

从美甲款式上来看，“猫眼”元素在甲油胶和穿戴甲两大品类中均占据热度榜首，具备极强的潮流统治力。然而，流量的获取不仅依赖审美，更取决于对用户痛点的精准回应。对于甲油胶，用户高度关注颜色表现与操作便捷性；而对于穿戴甲，除了显白这一核心诉求外，“尺寸合适”与“外观质感”成为决定购买的关键因素，品类正向品质体验升级。营销层面，与销售不同的是，美甲饰品曝光量最高，其次是甲油胶与穿戴甲。

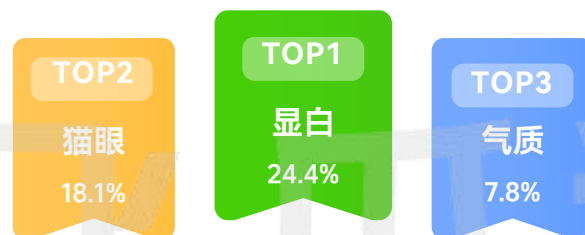
6月美甲产品主要品类款式与舆情洞察

➤ 甲油胶



排名	关键词	提及占比	提及原因
1	颜色表现佳	45.3%	认为颜色好看、丰富
2	操作便携性	20.6%	觉得产品易操作，上手简单
3	光泽度好	12.1%	反馈很亮很闪，呈现自然
04	显白效果好	9.7%	表示让手看起来更白皙
05	猫眼吸附好	4.5%	反馈猫眼容易吸附且很亮

➤ 穿戴甲



排名	关键词	提及占比	提及原因
1	颜色表现佳	27.1%	认为颜色好看、丰富
2	外观质感好	21.3%	夸赞做工精细，有质感
3	使用自然	16.4%	觉得产品贴合肌肤
04	操作便携性	14.4%	觉得产品易操作，上手简单
05	尺码正合适	10.2%	反馈尺码精准，大小合适

6月美甲产品营销曝光分析

➤ 子类目曝光量TOP3



➤ 内容洞察



达人分销驱动爆发，内容场景化种草激活“一胶多用”新需求



花校长

主要带货方式：**达人推广 占比48.4%**
 主要销售渠道：**商品卡 占比50.8%**

6月品牌美甲产品品类推广关键数据

销售热度	同比增长率	环比增长率	商品数
1000w-2500w	308.5%	9.4%	1002

26年1-6月品牌销售热度趋势



6月品牌主要带货达人

序号	账号	主要带货渠道
01	瑶瑶老师 (学习报名中)	视频 占99.5%
02	樱桃公主 88 (攒钱镶金牙)	直播 占100%
03	小雪教美甲	视频 占88.7%
04	玫瑰老师 88 (rose nail)	直播 占100%
05	向日葵葵 88	视频 占100%
06	里里·Nail	直播 占100%
07	猫鲤鱼	视频 占100%
08	湾湾超硬	直播 占100%
09	柿子教美甲/线下课报名中	视频 占100%
10	一颗麦子	直播 占100%

带货视频内容洞察

● 亮点账号表现

@猫鲤鱼
 粉丝数: 16.2w



花校长叠叠乐转印胶可彩绘可拍拍钢板印花转印美甲油胶
 上架时间: 2026/05/31
 销售热度: 10w-25w



花校长新品叠叠乐一胶多用，真的很实用！可拍拍，免洗可蹭粉，钢板转印，彩绘，可当色胶一胶多用#美甲叠叠乐#叠叠乐美甲胶#美甲好物推荐#美甲#美甲教程

预估曝光: 21.6w

内容亮点

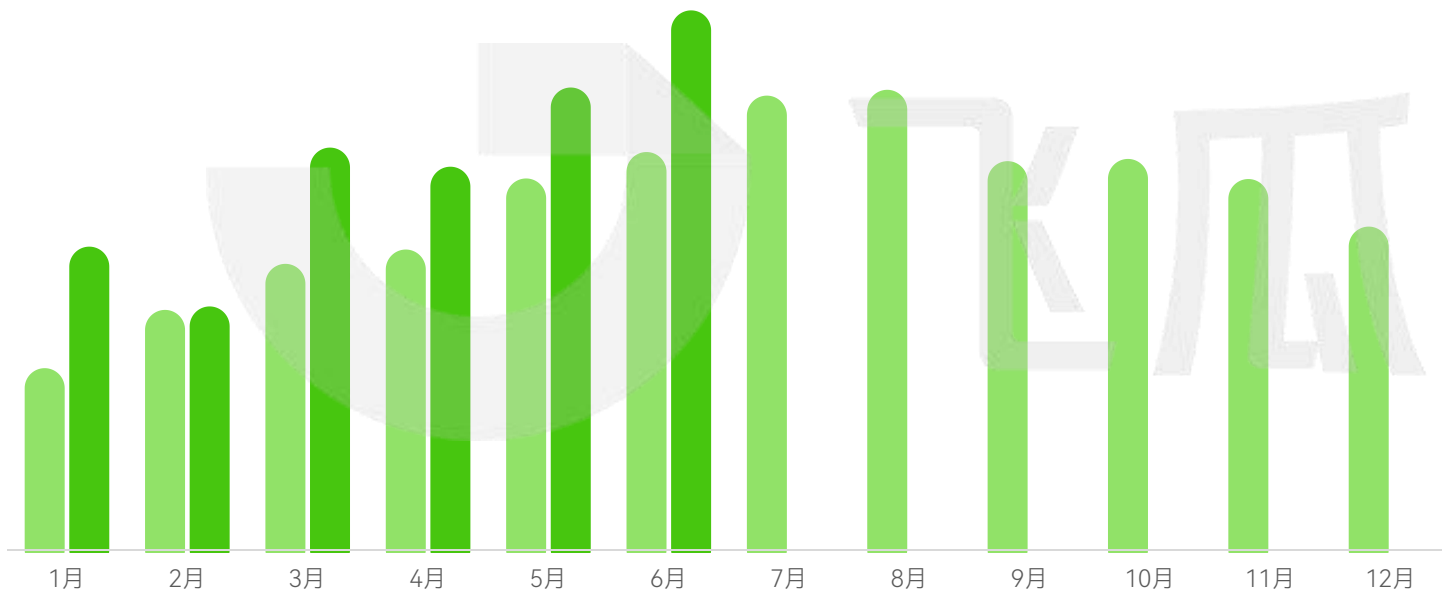
- 详细列举了叠叠乐可以当作拍拍胶、转印胶、蹭粉胶、彩绘胶和色胶使用，让观众清晰了解产品的多种用途，增加产品吸引力
- 通过描述转印图案清晰、上色效果好、线条不断结等实际使用效果，更直观地展示产品的优势

6月重点品类：身体清洁

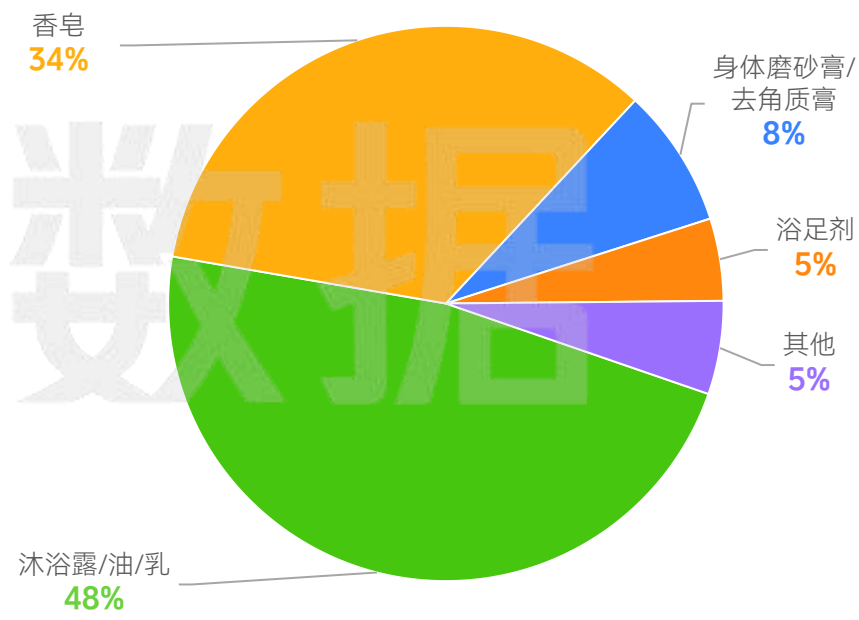
市场销售热度大幅增长，沐浴类产品主导赛道增量

26年6月抖音身体清洁品类整体销售热的超10亿，环比、同比分别上涨17.44%、37.5%。25年的月度热度呈上半年冲高、下半年回落态势，7-8月为全年销售峰值，26年6月的月销售热度已远超25年全年月销售峰值。细分赛道中，沐浴露/油/乳销售占比48%，香皂占比34%紧随其后，磨砂膏、浴足剂等小品类补充增量。

25-26年抖音身体清洁品类销售热度趋势



26年6月身体清洁品类细分品类销售分布

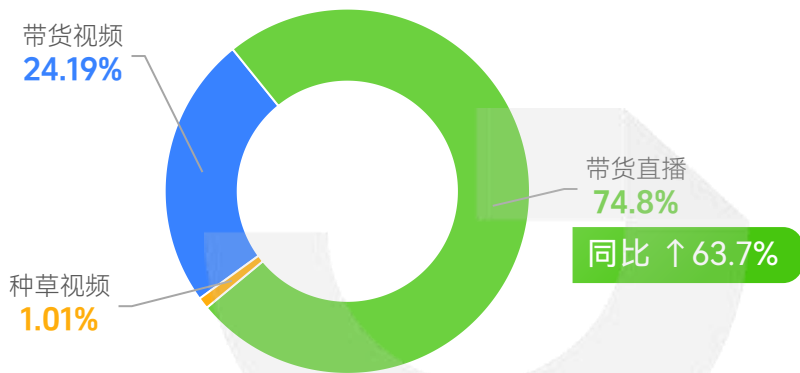


6月重点品类：身体清洁-沐浴露/油/乳

近8成曝光来自于带货直播，香氛属性驱动用户复购

6月沐浴露/油/乳营销以带货直播为核心渠道，曝光占比74.8%，同比大幅上涨63.7%。香型及成分维度的营销内容中，玫瑰、山茶花香热度领先，氨基酸、甘油为核心成分卖点。用户复购核心动因集中嗅觉体验，味道好闻、香味持久合计占比超55%。此外，赛道营销曝光格局较集中，品牌「舒肤佳」以2.33亿曝光量领跑市场。

6月沐浴露/油/乳品类营销曝光分布



6月沐浴露/油/乳品类营销曝光品牌TOP3

品牌	曝光量	占比
safeguard/舒肤佳	2.33亿	17.38%
涵琳密语	6296.5w	4.7%
HUKO/乎刻	4779.6w	3.57%

6月沐浴露/油/乳品类高频营销内容

香型		成分	
关键词	热度	关键词	热度
玫瑰味	99.9	氨基酸	84.1
山茶花味	63.8	甘油	59.8
檀木味	58.9	山茶花	58.3
乌木味	53.7	烟酰胺	50
雪松味	50.9	木瓜蛋白酶	39.8
木质香	47.2	菠萝蛋白酶	39.7
依兰香	40.6	椰油酰胺	39.3
茉莉味	39.3	活性炭	38.9

沐浴露/油/乳回购原因分析

TOP1	味道好闻	28.9%
TOP2	香味持久	26.7%
TOP3	泡沫丰富	11.6%
TOP4	温和	10.1%
TOP5	清洁强	6.3%
TOP6	滋润	5.9%

靠AI智能吉他塑造品牌差异，深耕新手客群推动转化

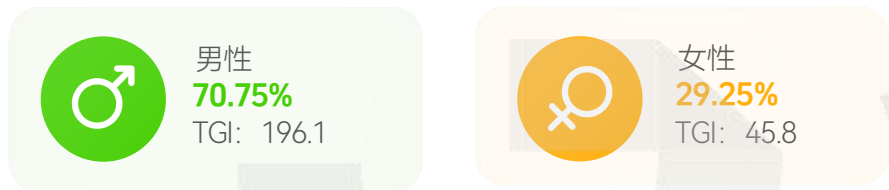


TemPolor

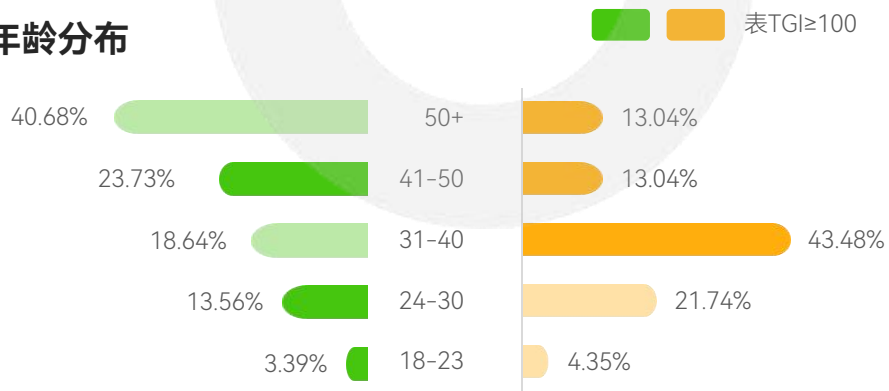
带货品类： 吉他 销售占比98.64%

6月抖音乐器及配件销售热度 **TOP6**

6月品牌消费者画像



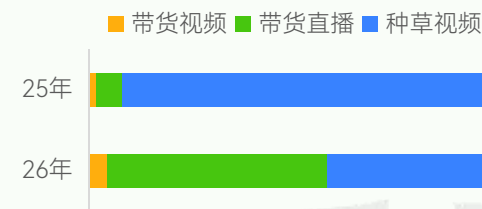
年龄分布



锚定AI卖点加强转化

25年品牌营销曝光渠道高度依赖种草视频，依靠短视频种草积累基础品牌声量与潜在用户认知，26年带货直播、带货视频曝光占比大幅提升，强化销售闭环。此外，品牌核心营销锚定AI智能吉他差异化卖点，精准瞄准新手小白群体，用AI智能属性区别传统木吉他。

品牌营销曝光分布



品牌营销内容词云



新手及儿童为主要客群

品牌核心客群为新手小白已经儿童群体，中老年人作为补充小众人群；以AI智能功能为核心差异化卖点，精准解决新手、儿童两大核心客群“学琴门槛高”的痛点。消费场景集中户外社交、节日送礼、居家自娱。

品牌舆情分析



02

2026年7月 电商趋势前瞻

6月抖音大事件盘点:

01 抖音上新“纯佣商单”功能

抖音电商上线“纯佣商单”功能，目前在灰度测试中。区别于稿费商单，纯佣商单是以佣金合作为主的，商家不需要额外支付稿费。

02 抖音发布《抖音关于深入打击网络黑灰产的公告》

公告显示，随平台治理深入，黑灰产对抗呈现出跨境作案、高隐蔽性复杂特征。抖音表示持续加强识别研判，严肃处置违规内容及账号，针对违法犯罪行为，依法固定证据并上报主管部门。

05 豆包预计6月下旬正式付费并加速打通抖音电商

据悉，豆包预计将在6月下旬正式上线付费内容，并于同期举行的Force大会上更新相关功能。若进展顺利，豆包将于三季度进一步结合电商功能更新完善付费场景，并通过补贴为抖音商城进行引流。

05 抖音生活服务推出青岛旅游省钱卡

6月19日，抖音生活服务与青岛浮山所市集联手打造的“浪漫青岛·抖音海鲜市集”正式开市。此外，抖音生活服务还联合青岛市文旅局推出了“青岛旅游省钱卡”，极大激发了用户的消费热情。

05 抖音商城618数据出炉

6月23日，抖音电商发布618收官战报，该战报显示消费券拉动成交显著，近3万新商家破百万营收；超12万商家直播成交额同比增长翻倍。

06 抖店AI助手大屏版正式上线

6月23日，抖店AI助手PC大屏版正式上线。该版本面向商家经营全链路场景，集成问答、诊断、数据分析及图文/视频内容创作能力。依托大屏信息聚合、左右分屏对照与连续任务处理机制。

07 抖音发布3D内容创作工具“造世界”

6月24日，抖音在火山引擎FORCE大会上首次亮相“造世界”，这是一款集成了多Agents的3D世界创作工具。创作者可以通过多轮对话、素材搭建和场景编辑，生成可发布、可游玩的虚拟世界模型。

08 抖音电商修订《商家【价格违规】细则》

此次修订统一违规情形、处置、案例展示格式，划定定价失常、虚标折扣、低价SKU引流、运费作弊四类违规，新增阶梯处罚标准，多店违规、刻意规避审核将升级处置，规则将于7月1日生效。

7月热卖商品预测：

营销关键词

暑假、出游

盛夏来临，全国中小学、高校陆续开启暑期假期，亲子短途旅行、学生结伴研学等出行需求集中爆发。商家可围绕暑期出行全场景布局营销，商家可围绕旅途出行、户外游玩打造视频与直播内容，主推便携收纳、出行防晒、露营小件等组合套装，精准触达核心消费人群。

重点关注商品

体验装/便携装、户外装备、旅行箱/拉杆箱、书籍/杂志/报纸、电子教育

推荐商品参考



一次性浴巾



旅行箱



电子教育

营销关键词

消暑、降温

7月全国大范围进入持续高温伏天，闷热酷暑带动全网解暑类消费需求暴涨。饮料、冰品、清凉零食可主推视频试吃测评；小家电商家重点打造桌面冷风扇、随身制冷小电器的场景化内容，覆盖居家办公室、户外多降温需求。结合抖音活动直击用户防暑刚需，提升即时成交转化。

重点关注商品

防晒霜/喷雾、防晒护具、凉席、制冰机、便携风扇、冰淇淋、饮料

推荐商品参考



旅行收纳



凉席



冰淇淋

营销关键词

毕业季

初夏蝉鸣时节，高考、中考等各类结业考试圆满落幕，一年一度毕业季如期而至。品牌做内容投放、达人矩阵规划时，可深度贴合应届生求职面试、初入职场独居、城市租房生活等真实痛点，主打暖心叙事，搭配实用干货内容拉近和年轻毕业生的距离，把产品自然融入剧情场景，软性种草加深用户记忆。

重点关注商品

3C数码、床上用品、收纳整理工具、家庭环境清洁、家务工具、卫浴用具、办公用品

推荐商品参考



电脑



床上用品



收纳盒

7月热点营销日历:



● 关键营销节点

- 07/01 星期三 建党节
- 07/01 星期三 香港回归纪念日
- 07/10 星期五 奥特曼之日
- 07/14 星期二 银色情人节
- 07/17 星期五 世界emoji日

● 重要时间节点

- 07/07 星期二 小暑
- 07/15 星期三 初伏
- 07/23 星期日 大暑
- 07/25 星期六 中伏

03

本月榜单

附录：

2026年6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	adidas/阿迪达斯	21	COACH/蔻驰
2	Apple/苹果	12	VIVO	22	FILA/斐乐
3	PERFECT WORLD GAMES/完美世界游戏	13	Redmi/红米	23	IQOO
4	Midea/美的	14	LouisVuitton/路易威登	25	学而思
5	Haier/海尔	15	LING FENG GOLD/领丰金	26	MIJIA/米家
6	ASUS/华硕	16	AP	26	LI-NING/李宁
7	Xiaomi/小米	17	HONOR/荣耀	27	HLA/海澜之家
8	金川黄金	18	Lenovo/联想	28	ANTA/安踏
9	DJI/大疆	19	NIKE/耐克	29	云上叙
10	OPPO	20	作业帮	30	SUPOR/苏泊尔

2026年6月品牌销售热榜

美妆榜



排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
1	蒂洛薇	11	Florasis/花西子	21	TIMAGE/彩棠
2	MGP/毛戈平	12	三资堂	22	colorkey/珂拉琪
3	CARSLAN/卡姿兰	13	iore/瑗亦	23	ELL
4	BABI	14	MAC/魅可	25	CLÉ DE PEAU BEAUTÉ/肌肤之钥
5	PRAMY/柏瑞美	15	JudydoLL/橘朵	26	Mistine/蜜丝婷
6	YSL/圣罗兰	16	3CE/三熹玉	26	L ADORE COLORS/烙色
7	DPDP	17	puco	27	Passional Lover/恋火
8	Flower Knows/花知晓	18	Mooekiss/木柯诗	28	Funny Elves/方里
9	SOCORSKIN/修可芙	19	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛	29	TOMFORD/汤姆福特
10	Flower Lure/花间颂	20	MARIE DALGAR/玛丽黛佳	30	Insbaha/原色波塔

附录：

2026年6月品牌销售热榜

个护家清榜



2026.06

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
👑	KANS/韩束	11	GUYU/谷雨	21	妇炎洁
👑	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛	12	Mistine/蜜丝婷	22	forest cabin/林清轩
👑	PROYA/珀莱雅	13	Liby/立白	23	白云山
4	L'OREAL /欧莱雅	14	活力28	25	Olay/玉兰油
5	CHANDO/自然堂	15	PECHOIN/百雀羚	26	RNW/如薇
6	LANCÔME/兰蔻	16	DR.WU/达尔肤	26	C咖
7	Dettol/滴露	17	水卫士	27	MARUBI/丸美
8	Helena Rubinstein/赫莲娜	18	老管家	28	Breeze/清风
9	LA MER/海蓝之谜	19	Mind Act Upon Mind/心相印	29	EIIO/奕沃
10	沫檬	20	Vinda/维达	30	bop/波普专研

附录：

2026年6月品牌销售热榜

服饰内衣



排名	品牌
1	AP
2	HLA/海澜之家
3	草本初色
4	TUCANO/啄木鸟
5	BANANA UNDER/蕉下
6	adidas/阿迪达斯
7	FILA/斐乐
8	ARC'TERYX/始祖鸟
9	La Chapelle/拉夏贝尔
10	Miiow/猫人

3C数码家电



排名	品牌
1	HUAWEI/华为
2	Apple/苹果
3	Midea/美的
4	ASUS/华硕
5	Haier/海尔
6	Xiaomi/小米
7	DJI/大疆
8	OPPO
9	VIVO
10	Redmi/红米

母婴宠物



排名	品牌
1	bodcrme/贝德美
2	aptamil/爱他美
3	babycare
4	FRISO PRESTIGE/皇家美素佳儿
5	NOURSE/卫仕
6	kangaroo mommy/袋鼠妈妈
7	Bubandi/布班迪
8	Pampers/帮宝适
9	RUNBEN/润本
10	HUGGIES/好奇

附录：

2026年6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	MENGNU/蒙牛
3	Three Squirrels/三只松鼠
4	yili/伊利
5	五芳斋
6	dongfangzhenxuan/东方甄选
7	康师傅
8	金龙鱼
9	Yon Ho/永和豆浆
10	元宝

生鲜



排名	品牌
1	dongfangzhenxuan/东方甄选
2	HITOMORROW/大希地
3	HAIYANGYANYI/海洋演义
4	杨博士
5	天海藏
6	脱骨侠
7	皇家小虎
8	叮叮懒人菜
9	锋味派
10	田大叔

运动户外



排名	品牌
1	OES
2	天元
3	DAIWA/达亿瓦
4	SHIMANO
5	LI-NING/李宁
6	VD FIT
7	CALLIVEN
8	Mdikawe/曼迪卡威
9	YONEX/尤尼克斯
10	OMR/欧美然

附录：

2026年6月品牌销售热榜

智能家居



排名	品牌
1	九号电动
2	亚朵星球
3	源氏木语
4	KUKa/顾家家居
5	QuanU/全友家居
6	小牛电动
7	SUPOR/苏泊尔
8	林氏家居
9	JOMOO/九牧
10	Zhang Xiao Quan Since 1628/张小泉

酒类



排名	品牌
1	XI LIQUOR/习酒
2	剑南春
3	西凤
4	MOUTAI/茅台
5	汾酒
6	国窖1573
7	GUOTAI/国台
8	WULIANGYE/五粮液
9	郎酒
10	LUZHOU LAOJIAO/泸州老窖

滋补保健



排名	品牌
1	诺特兰德
2	WONDERLAB/万益蓝
3	苏莎
4	Swisse/斯维诗
5	MegaRed/脉拓
6	喜纯
7	Move Free/益节
8	Foyes
9	OXYENERGY/氧气能量
10	小仙炖

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5月1日-2026年5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5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

数据监测

运营提效

电商增长

飞瓜数据

选爆款

找达人

友望数据

品类洞察

直播带货

查品牌

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

飞瓜B站

找热点

选达人

笔记创作

种草管家

直播电商

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

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

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