

2025年6月 飞瓜抖音电商营销月报

2025-07 飞瓜数据 出品

研究综述

01. 统计周期

2024年6月-2025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

2025年6月 电商营销复盘

6月营销重点活动：



超6万个品牌成交翻倍，优质内容为大促增光添彩

2025年抖音商城618好物节于5月14日正式开启，持续了37天。大量商家、商品、达人在大促中取得了瞩目的成绩。同时，大促周期涵盖端午、儿童节、父亲节等，平台同步围绕节日主题，搭配品类特点发起各式各样的内容活动，揭开大促营销新范式。

2025年“抖音商城618好物节”的关键数据



热门节点提升大促内容力

非遗好物在抖音

主要成效：品类生意爆发209%、孵化152款百万级爆品，搜索爆发212%，商品卡爆发170%

● 特色内容



创新互动机制

当搜索“非遗好物买什么”时，页面自动触发彩蛋弹窗。

通过趣味砸彩蛋，领取消费优惠券。

抖音非遗之夜

技艺代表传承人亮相现场，通过“服饰秀”、“时代秀”、“风情秀”集中呈现，具象化场景让观众通过直播画面，更深入了解非遗文化特色。

父亲节 - 首届“炫”父大赛

关联品类：电脑、手机、相机、护理电器、男士个护、保健品、茶酒、运动健身用品、男装男鞋、玉石

● 特色内容



明星首播引发关注

邀请多位爸爸身份的明星、达人，参与特色直播。如香港著名演员洪金宝与洪天明、谢天华共同登场，开启一场“老爸们的茶话会”。

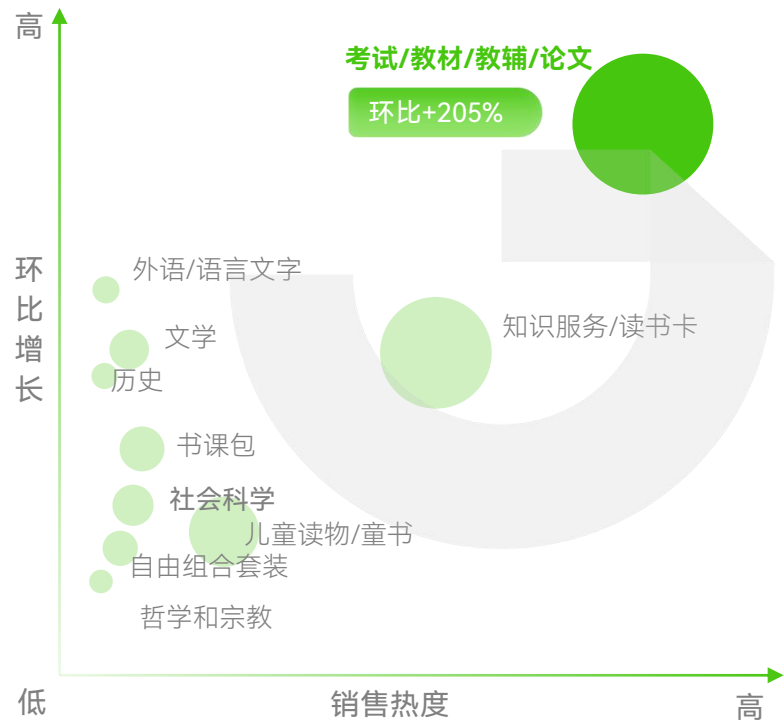
品牌发起送礼大场

炫父大赛相关直播下，品牌直播间也积极参与其中。如品牌「吉列」携手张栋梁，上映618特定优惠机制。

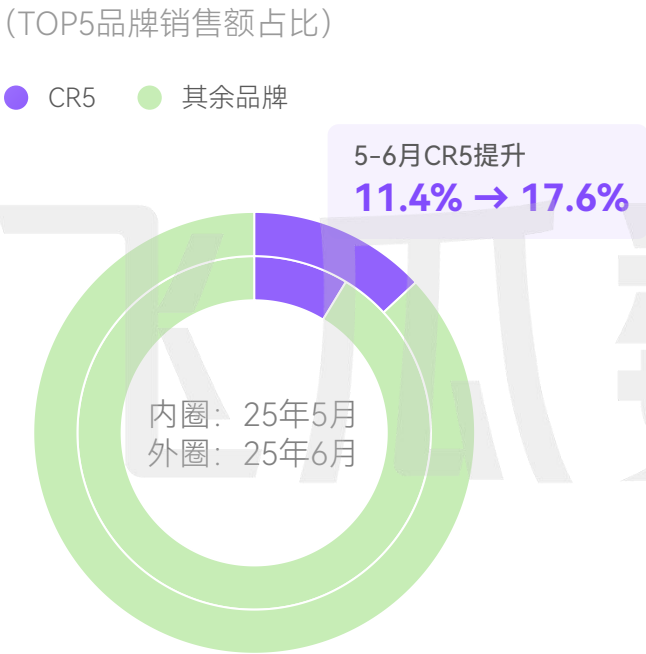
暑假预习旺季来临，考试教材教辅品类销售热度飙升

6月促销季伴随着暑假的来临，推动品类销售进入旺季。从抖音6月书籍杂志报纸品类分析来看，考试教材教辅不仅带来了主要销售动能，且环比上月增速高达205%。同时，品类整体呈现集中度越发高的特点，头部品牌拥有更高的竞争表现。

6月书籍/杂志/报纸品类销售增长表现



6月书籍/杂志/报纸品牌集中度TOP5

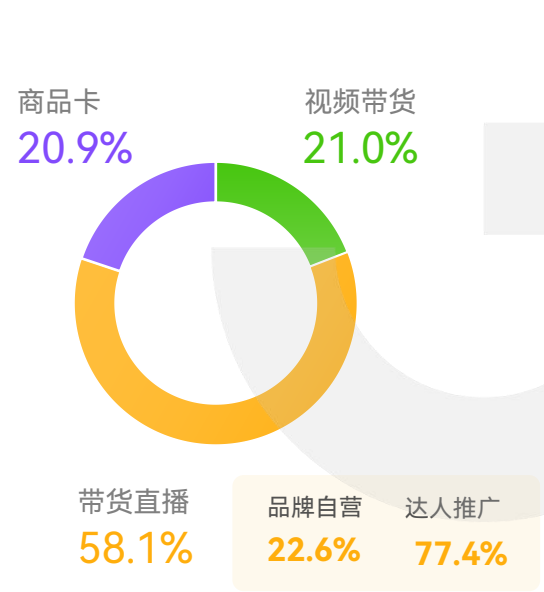


排名	品牌	热度指数	带货商品数
01	一本	99.9	637
02	学而思	81.7	566
03	趣满分	44.7	14
04	豆神	40.0	88
05	万唯中考	33.7	372

带货直播是市场主流曝光渠道，营销多以主科学习提分为主

从6月品类带货方式占比可见，带货直播的销售热度最高，占比高达58.1%。其中，达人推广相较于品牌自营直播，具备更好的转化效果。在高频营销词中，“语数英”、“提分”等词汇热度凸显，利用暑期补习的场景深受家长重视。在舆情方面，用户的反馈主要围绕在“内容丰富”相关，占比达到31.8%。其次是“纸张质量”、“货品外观”、“印刷”等直观内容。

6月书籍/杂志/报纸带货方式占比



高频营销词

关键词	热度
阅读	99.9
数学	70.8
全国通用	58.9
英语	54.6
提分	50.9
预习	48.0
复习	46.4
618	40.1
语数英	46.4
练习	40.1

书籍/杂志/报纸品类舆情分析

用户回购原因

关键词	提及比例
内容丰富	31.8%
纸张质量好	16.6%
外观完整	11.6%
印刷清晰	10.4%
干货满满	10.0%

主要提及使用场景

关键词	提及比例
暑假学习	56.4%
课堂学习	18.1%
复习预习	11.1%
日常阅读	7.7%
家庭教育	3.6%

凭创始人IP口碑打造产品卖点，高质量课程吸引家长转化



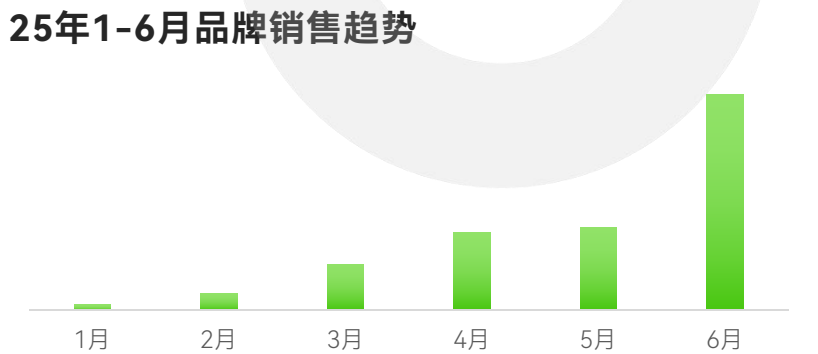
DouShen/豆神

主要受众：女，31-40，新一线城市

主要销售渠道：直播 占比97.3%

6月品牌书籍/杂志/报纸品类推广关键数据

销售热度	同比增长率	环比增长率	曝光量
7500w-1亿	694.5%	187.4%	3033.9w



主推商品



【窦神归来】文言文精讲读书卡 窦昕推荐（豆神智谱联合会员）

销售热度：5000w-7500w

浏览量：39.9w

品牌自直播间策略



@窦昕-豆神天蝎座

优秀直播场次：6月9-10日

销售热度：250w-500w

实时直播热榜 / 图书教育 / 第1名

观看人次：76.3w

穿透率：33.8%

直播策略：

强调抓住小学阶段提前学习中学文言课程，积累文学底蕴。以“免费试听、直播回放、赠送阅读写作等多节高质课程”吸引转化。

优质广告视频结构详解

产品特点展示 → 师资力量背书 → 课程体系说明 → 差异化优势强调

AD 文言文这三类题一定要掌握！#豆神#窦昕#古文#文言文

投放平台：巨量千川

视频小蓝词：窦神归来文言文

素材脚本内容解读

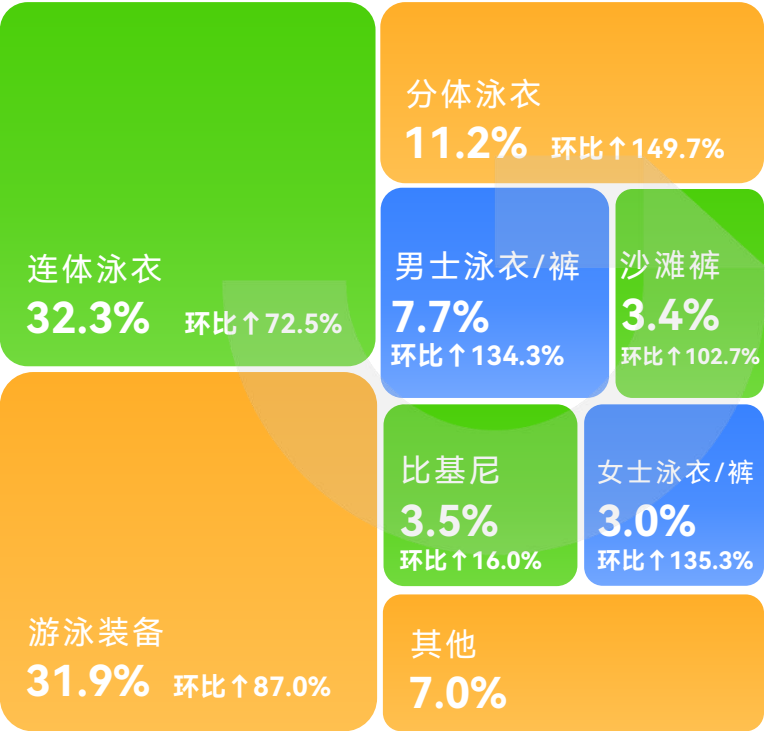


- 产品卖点：通过对比官方课程数量(39篇)与自研课程(40篇+延伸百篇)，突出课程容量优势
- 权威师资背书：具体列举教师名校背景及真实姓名，强化教学团队的专业形象
- 课程体系创新：独创文言文分类教学法(五记/三志等)，构建差异化知识框架

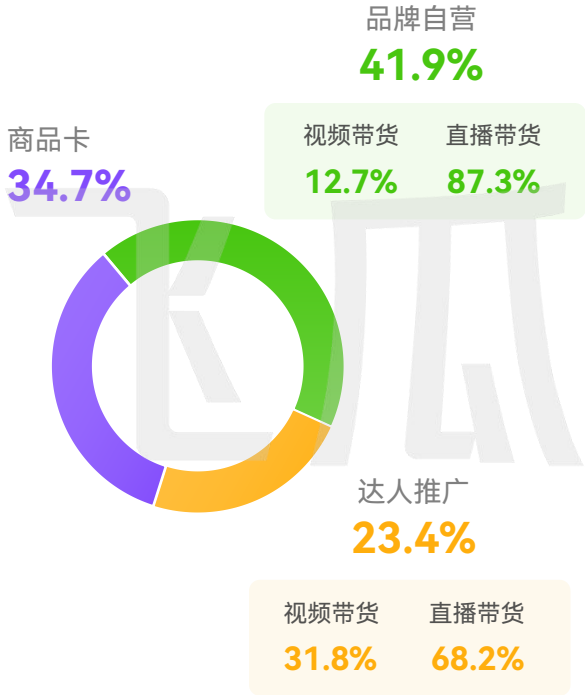
连体泳衣、游泳装备贡献主要销售，品类整体销售增长显著

随着夏季到来、暑假开启，游泳类目下的商品迎来销售旺季。从飞瓜统计的各项细分品类表现来看，连体泳衣与游泳装备贡献了品类主要销售热度，一共占比达到64%以上。同时从品类环比增长表现可以看到，大部分细分品类增速都在双位数，品类整体销售增长显著。在带货方式上，品牌自营热度领先，其次是商品卡。但无论是品牌自营还是达人推广，直播带货仍占据主要销售地位。

6月游泳品类细分类目销售占比



6月游泳用品带货方式占比



6月游泳品类销售热度TOP5品牌

排名	品牌	热度指数
01	 spring swallow/鲸鱼	99.9
02	 OMOM	81.7
03	 toswim/泳镜侠	77.9
04	 LI-NING/李宁	44.9
05	 WaterTime	41.1

凭高清防雾功能出圈，鲸鱼牌霸榜抖音泳镜品类



spring swhale/鲸鱼

主要带货方式：品牌自播 占比75.5%

主要销售渠道：直播 占比79.8%

品牌商品矩阵



鲸鱼S1泳镜水膜长效防雾999天起雾
焕新高清防雾剂游全透明泳镜

销售热度：250w-500w

浏览量：17.6w

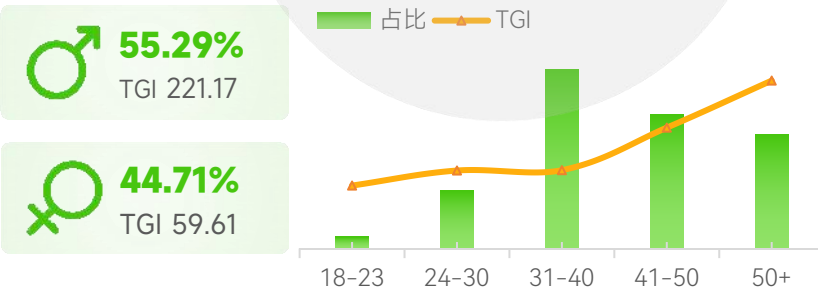
商品标题卖点词云



6月品牌游泳品类推广关键数据

销售热度	同比增长率	环比增长率	商品数
750w-1000w	224.7%	131.5%	203

品牌消费者画像



热门带货直播间



内容特色

直播间布置

海边背景搭配浅蓝色系，凸显夏日游泳场景。主播穿搭以泳装、佩戴泳帽与镜片，直观展示产品使用效果。

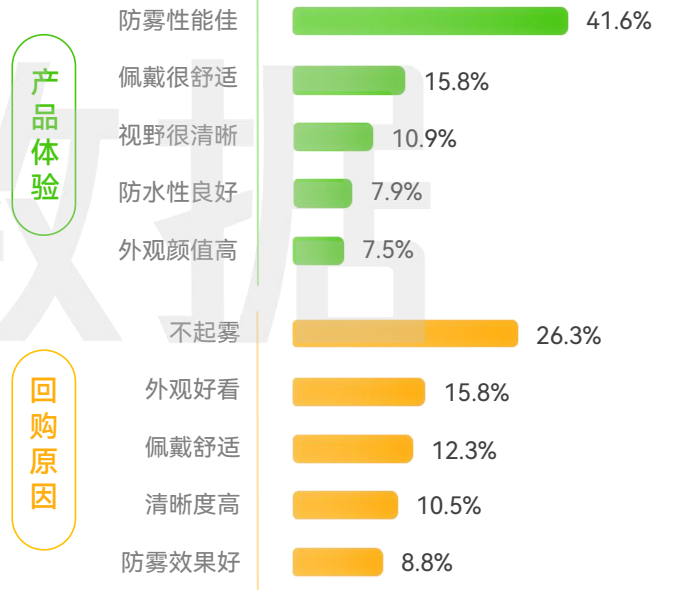
产品展示亮点

为体现防雾、防磨效果，主播现场通过“像镜片哈气”、“用钢丝球刮蹭”等方式，证实纳米级防护效果

售后服务保障

在贴片处明显标注“999天内起雾包换新”，且定制近视镜退换。同时搭配赠送泳帽、鼻桥、耳塞等配件，促进转化

品牌舆情洞察

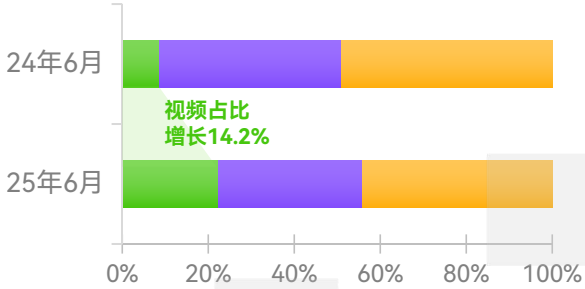


6月重点品类：彩色隐形眼镜

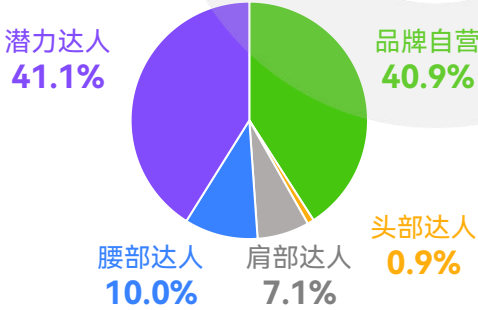
颜值经济下彩色隐形眼镜在抖音热卖，线上市场高度集中

根据飞瓜数据统计，25年6月彩色隐形眼镜较去年同期增幅明显，且带货视频占比显著提升。从带货达人表现来看，品牌自营账号与潜力达人是品类销售主力。目前彩色隐形眼镜行业仍然呈现集中度高的特点，TOP5品牌的销售占比高达31.94%。

6月彩色隐形眼镜带货方式占比



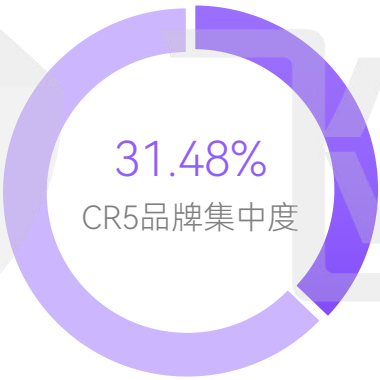
带货达人销售热度表现



6月彩色隐形眼镜品牌集中度TOP5

(TOP5品牌销售额占比)

● CR5 ● 其余品牌



排名	品牌	热度指数	主推商品
1	SWEET COLOR 思薇卡岚	99.9	【宠粉日抛】10片装美瞳日抛素颜学生党高颜值隐形眼镜
2	Kilala 可啦啦	94.0	【三副加购】 【618限量半年抛】蜜橘妆美瞳水润隐形眼镜
3	define 安视优	86.4	【通勤自然款】强生安视优美瞳隐形眼镜30片天生闪耀系列日抛隐形
04	MOODY	65.0	【爆款系列】日抛精选合集蜜橘妆百搭美瞳隐形眼镜20片【美檬】
05	海昌	62.3	美瞳半年抛2片三明治工艺玻璃软糖黑色无锁边小直径

数据说明：统计2025年6月抖音彩色隐形眼镜品类销量大于0的商品数据，部分数据已作脱敏化处理，飞瓜数据

6月重点品类：彩色隐形眼镜

半年抛、日抛主导周期选择，年轻时尚群体引领消费

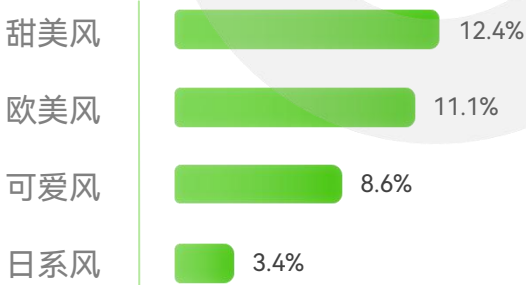
通过统计销售热度排行TOP1000的商品可以发现，半年抛与日抛周期抛型占据抖音彩色隐形品类90%以上的销售。商家在产品布局上，多强调“新手适用、眼部敏感可用”体现舒适度实力；“学生党、年轻女性”群体需求则体现性价比与装饰属性。

各类型佩戴周期销售热度

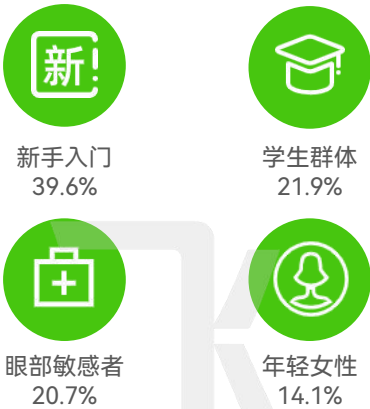


*统计25年6月TOP1000商品

花色属性销售热度占比



品类主要使用人群



用户功能需求关键词



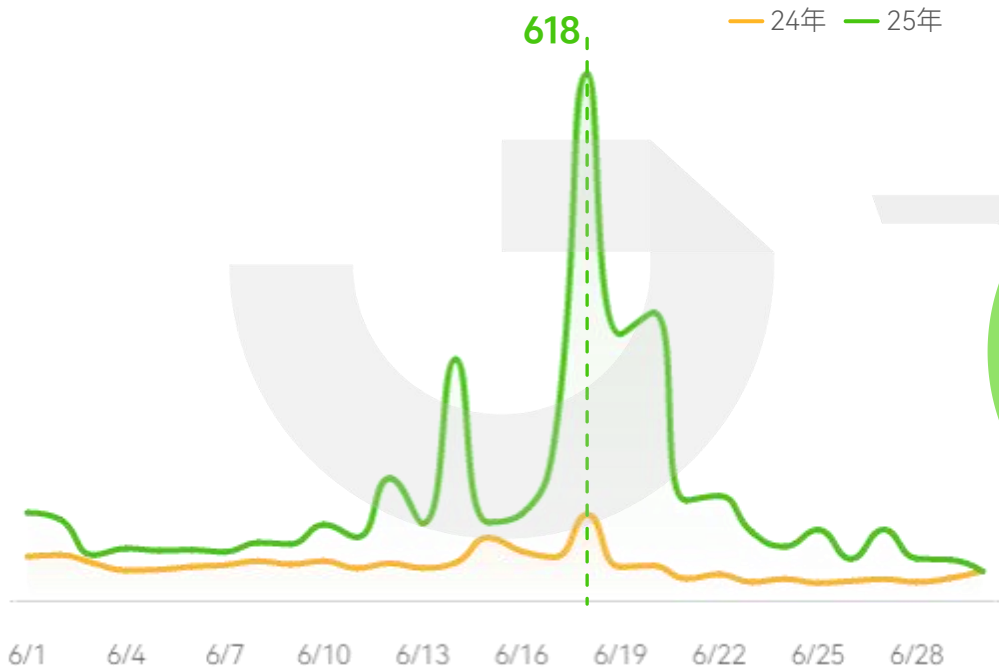
6月品牌营销曝光量TOP5品牌

排名	品牌	曝光量
01	Kilala/可啦啦	9074.3w
02	LaPeche/拉拜诗	5396.1w
03	Lemonade/柠檬岛	5150.6w
04	轻·瞳	4000.5w
05	Sweet Color/思薇卡岚	3005.4w

618大促激发销售势能，行业头部大洗牌

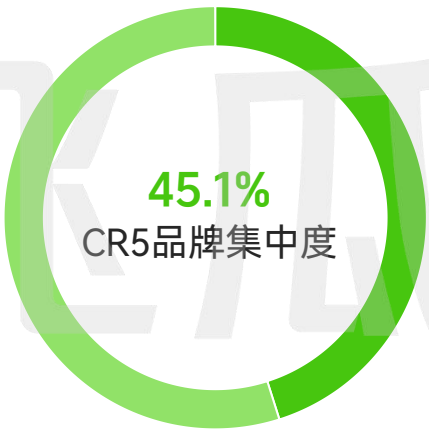
飞瓜数据显示，25年618当天，空气净化器品类的销售热度呈现出大幅度的增长。同比24年618的销售热度，增幅达到514.43%。此外，25年6月整体较24年也有较明显的增长。从行业头部来看，今年6月该行业的TOP5变动较大，多个新品牌出现；且CR5品牌集中度为45.1%，较去年有一定幅度的下降，行业内的竞争程度较为激烈，对品牌商家的创新迭代能力有较大考验。

6月抖音空气净化器销售热度趋势对比



6月抖音空气净化器集中度与同比增速

(TOP5品牌销售热度占比)



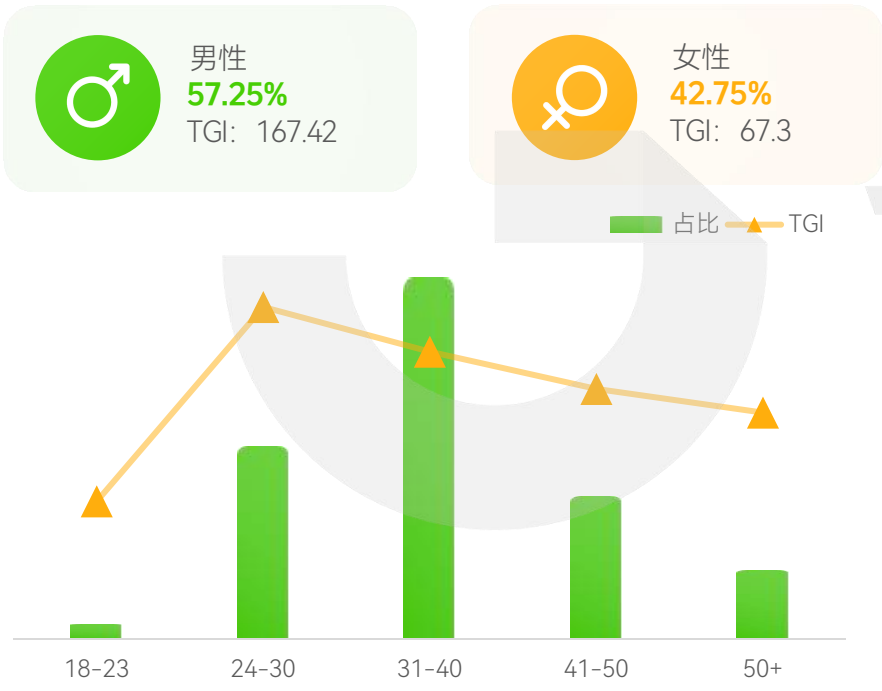
同比24年6月
↓12.41%

排名	品牌	市场占比	同比增长
01	ECOVACS/科沃斯	17.01%	1.08w%
02	Midea/美的	8.57%	114.93%
03	NARWAL/云鲸	6.99%	-
04	创绿家	6.45%	9.89%
05	美林森	6.08%	1390.91w%

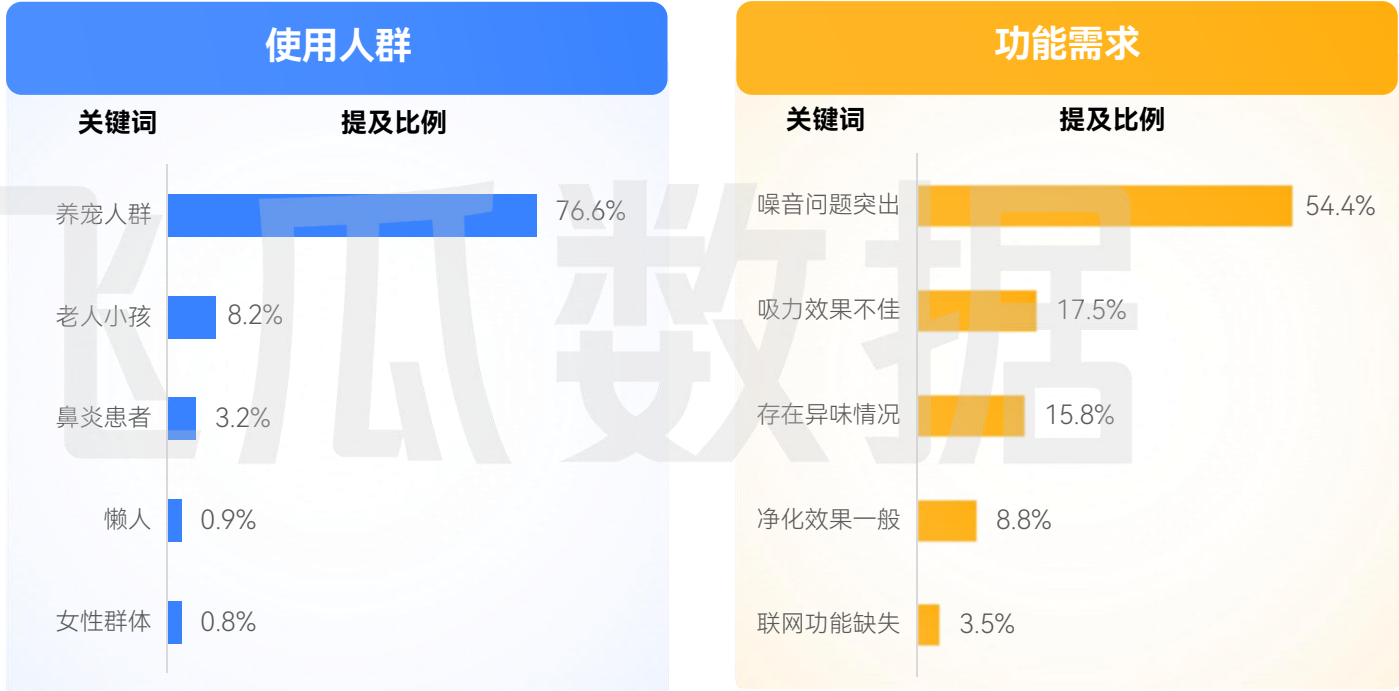
年轻养宠群体消费意愿高，噪音问题受消费者关注

从6月抖音空气净化器数据看，年轻群体消费意愿显著。24-30岁、31-40岁年轻群体为消费主题，且TGI较高，消费活力足。品类舆情里，使用人群维度“养宠人群”提及比例达76.6%，凸显年轻养宠群体强大消费意愿。功能需求上，“噪音问题突出”提及比例54.4%居首，反映出消费者对空气净化器静音性能的高度关注，也为品牌优化产品、聚焦养宠场景降噪需求提供方向。

6月抖音空气净化器消费者性别及年龄分布



6月抖音空气净化器品类舆情分析



空气净化器品牌案例

多系列产品圈定多维人群，策略自营矩阵加速转化



Midea/美的

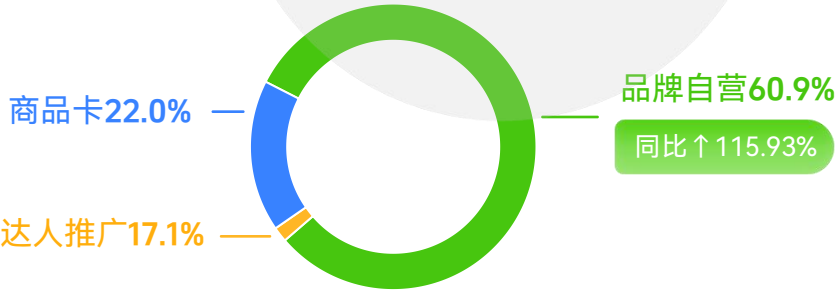
主要受众：男，31-40，广东

6月抖音空气净化器销售热度 TOP3

6月品牌空气净化器品类推广关键数据

销售热度	销售热度 同比增长率	曝光量	曝光量 同比增长率
1000w-2500w	113.48%	563w	11%

6月品牌空气净化器品类带货方式占比



围绕多重受众设计卖点

品牌空气净化器品类高热标题卖点



品牌空气净化器品类商品布局

星澈系列→新房装修人群



【甲醛数显】美的空气净化器家用加湿一体机森林家除甲醛甲苯吸猫毛

主打卖点：顶配机皇、医护级、净湿两用
销售热度：100w-250w

小怪兽系列→养宠人群



【升级四面环吸】美的空气净化器吸猫毛小怪兽PET500宠物净化器

主打卖点：除臭、吸毛、除敏
销售热度：100w-250w

各直播间锚定不同场景

自营直播间分析



@美的空气净化器旗舰店
粉丝量：4.8w
销售热度：250w-500w

- 围绕新房装修人群，“早购买早入住”加速购买决策
- 突出净化加湿一体功能，强调入住后也能继续使用，体现产品性价比
- 点出商品除味、强吸力，引出商品鼻炎过敏、二手烟多种细分功效



@美的宠物净化器
粉丝量：6342
销售热度：100w-250w

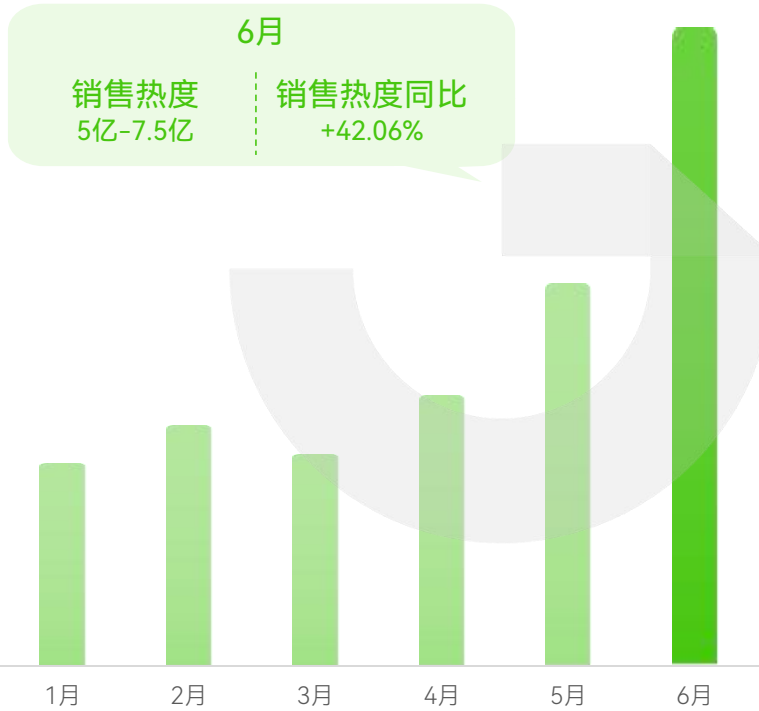
- 以当下宠物换季掉毛为切入点，点出产品四面环绕吸附，同时抓住养猫人防病菌、噪音等心理，引出产品对应功效，直击用户痛点
- 展示购后消费者反馈，凸显品牌产品口碑，强化观众信任、促进转化

6月重点品类：婴童奶粉

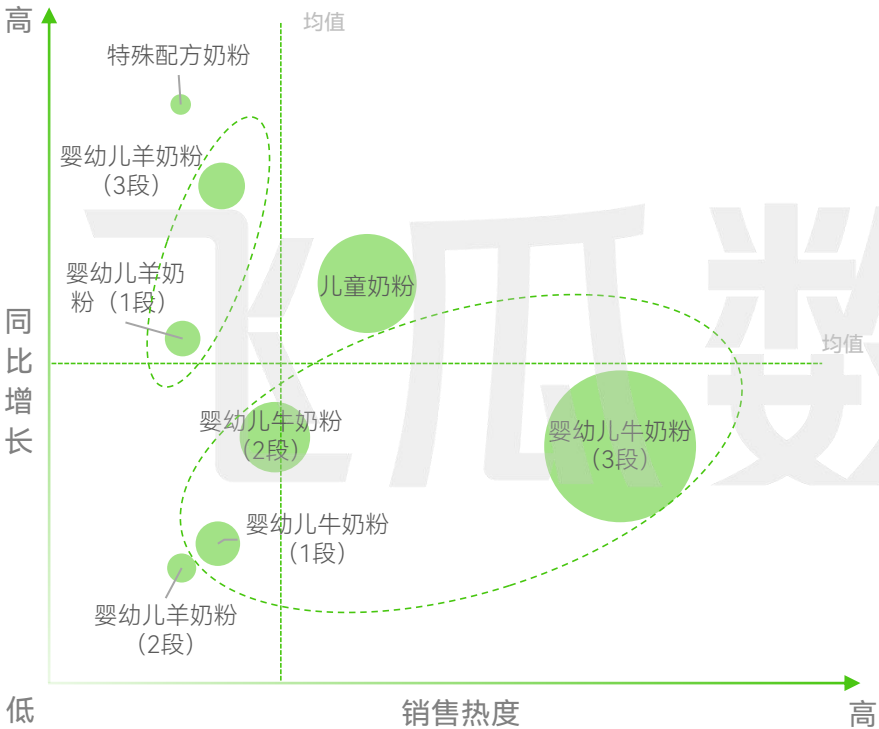
婴幼儿牛奶粉是销售主体，羊奶粉增长势能迅猛

25年抖音婴童奶粉至3月起，销售热度呈现出显著的增长态势，6月的销售热度突破5亿，同比大幅提升了42.06%，增长趋势迅猛。从6月婴童奶粉细分品类销售分布来看，婴幼儿牛奶粉依旧是销售主体。与此同时，婴幼儿羊奶粉也展现出了迅猛的增长势能，其中3段婴幼儿羊奶粉在销售热度和同比增长方面表现亮眼，甚至部分超越了同阶段的牛奶粉。在消费者回购影响因素上，口感好是影响消费者回购的首要因素。

25年抖音婴童奶粉销售热度趋势

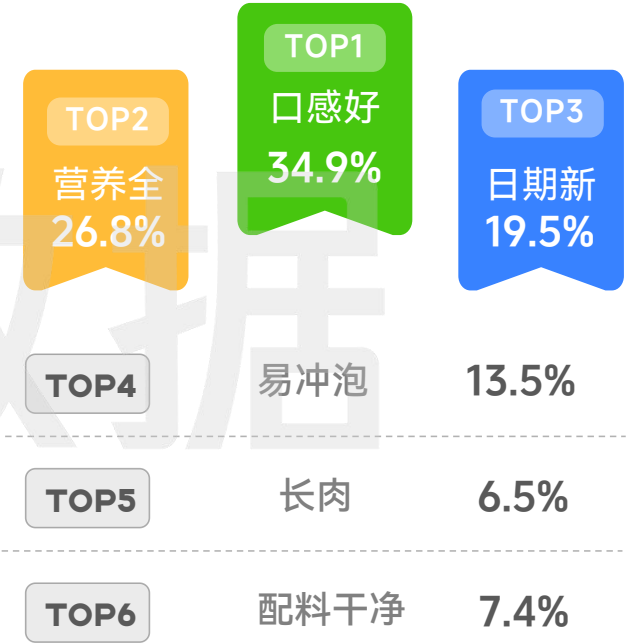


6月婴童奶粉细分品类销售分布



6月婴童奶粉品类回购分析

*数值代表提及比例



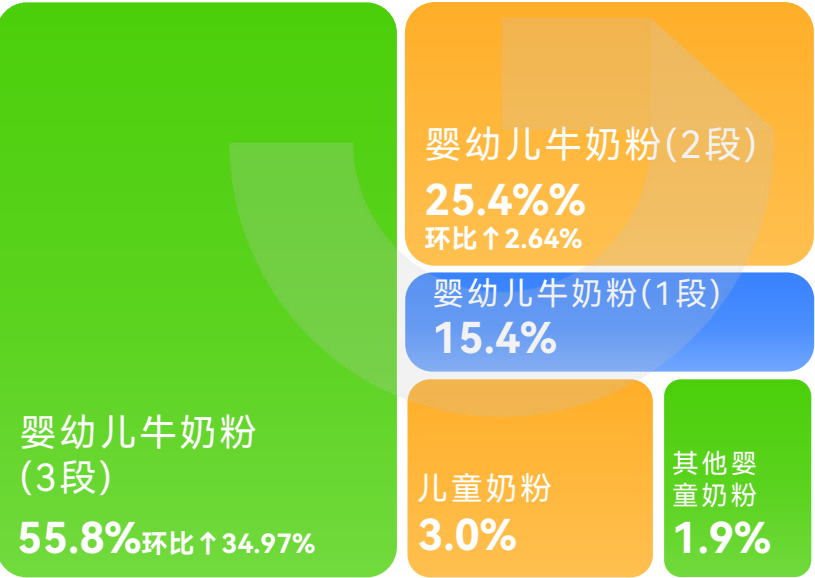
以益生菌促消化打造品牌差异，达人广告投放加速传播



BIOSTIME/合生元

主要受众：女，31-40，广东
主要销售渠道：直播占比61.56%

6月品牌婴童奶粉细分类目销售热度分布及环比



6月品牌主推商品

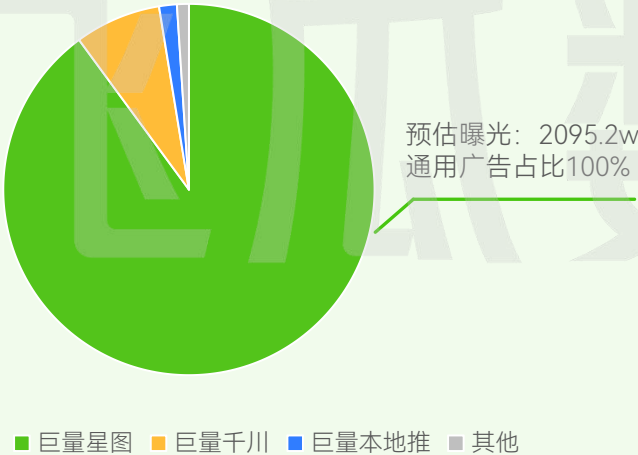


新国标A2派星3段800g罐装乳桥蛋
白幼儿奶粉官方正品
好评率：94.95%
销售热度：500w-750w

商品舆情关键词



6月品牌广告预估曝光分布



热门广告素材



做了小老四一次能炫四个的西葫芦玛芬#
日常vlog#人类幼崽#海外生活#合生元#
合生元派星!

@凯西加州生活

预估曝光
30.7w

内容亮点

生活场景与产品植入自然融合：通过早餐制作、孩子喝奶等日常场景引出奶粉，降低广告生硬感

数据化效果呈现：“长肉”两个月前停母乳等具体时间和身体变化描述增强可信度

数据说明：统计2025年6月品牌「BIOSTIME/合生元」在抖音平台的推广数据，非平台全量数据，本页图片来自抖音app，部分数据已作脱敏化处理，飞瓜数据

02

2025年7月 电商趋势前瞻

6月抖音大事件盘点：

01 抖音电商全面开放新商家0元入驻

6月12日，抖音电商发布新版保证金规则，明确提出全面开放新商家“0元入驻”。新商家无需缴纳保证金，可先入驻平台进行有限制的试运营。

02 抖音治理网络“黑话烂梗”

6月12日，抖音发布最新社区治理公告，明确界定7类不规范表达违规行为，并宣布将对利用“谐音梗”“缩写字”“拆解词”等形式发布“黑话烂梗”的账号进行严格处罚。

03 抖音电商新增“退款预留金”

抖音电商拟根据商家经营类目特性、近期店铺成交和售后纠纷情况等，从已结算货款中冻结部分金额作为退款预留金，用于保障售后退款。该规范拟于2025年7月2日首次生效。

04 申通×抖音构建“次日达”服务体系

6月17日消息，申通快递近日与抖音电商深化战略合作，成为抖音即时零售领域唯一加盟型物流服务商，共同构建“次日达”时效体系。

05 抖音正式进入AI搜索赛道

6月17日，抖音搜索App正式升级为“AI抖音”。据称，AI抖音是一个会思考、整合AI深度理解能力的全新搜索引擎，提供基于人工智能技术的网页搜索服务。

06 抖音商城618好物节收官

据官方发布战绩显示，今年618抖音商城GMV同比增长77%，搜索GMV同比提升56%，货架场生意占比超45%，成为品牌增量核心阵地。

07 抖音电商“退款预留金”新规

获悉，抖音电商拟根据商家经营类目特性、近期店铺成交和售后纠纷情况等，从已结算货款中冻结部分金额作为退款预留金，用于保障售后退款。该规范拟于2025年7月2日首次生效。

08 抖音电商降低商家运费险

据悉，6月6日起抖音电商将推出系列降本措施，将商家运费险成本在日常价基础上降低5%-15%。符合条件的商家或达人，无需额外报名自动生效。新开通运费险商家，可享受前3天保费免单补贴。

7月热卖商品预测：

营销关键词

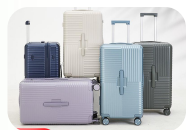
暑假、出游

夏意渐浓，各大中小学迎来暑期长假，亲子游、学生游、毕业游等出游热潮涌动，旅游市场进入黄金旺季。商家们可紧扣“暑期出游”场景，推出适配旅行的产品与服务。同时，暑假也是培养兴趣、学习新技能的好时机，绘画、运动、小语种等技能相关用品，可围绕暑期短期学习，进行组品和场景营销。

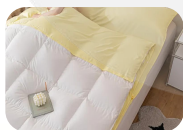
重点关注商品

旅行装/体验装、户外/登山/野营/旅行用品、教育课程、画具/画材/书法用品

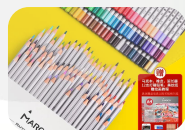
推荐商品参考



旅行箱



隔脏睡袋



文具套装

营销关键词

高温、解暑

7月将陆续迎接小大暑，同时台风带来让多数地区进入“闷热”阶段，高温天气持续笼罩，消费者防暑解暑需求激增。饮料、冰淇淋品牌迎来销售好时节，家电行业品牌可聚焦小型冷风扇、空调扇，围绕“对抗暑热”做文章。品牌商家可打造沉浸式直播间，通过清凉视觉，触发观众的冷感联想。

重点关注商品

防晒霜/喷雾、防晒护具、凉席、制冰机、移动风扇、甜品/冰淇淋/冷饮

推荐商品参考



防晒霜



手持电扇



冰淇淋

营销关键词

毕业季

蝉鸣渐起，高考落下帷幕，一年一度的毕业季来临，青春告别与新程开启的情绪弥漫。品牌商家在在内容营销与达人矩阵布局上，可深度贴合当代毕业生求职、初入职场、租房的真实处境，以“反焦虑”叙事和实用干货精准触达，同时将产品软性植入加深印象，在软性种草中实现转化。

重点关注商品

办公文化用品、腰靠垫、服饰内衣、运动/户外用品、床上四件套

推荐商品参考



办公用品



通勤服饰



腰靠垫

7月热点营销日历:



● 关键营销节点

07/01星期二 建党节

07/17星期四 世界表情符号日

● 重要时间节点

07/07星期一 小暑

07/20星期日 初伏

07/22星期二 大暑

07/30星期三 中伏

03

本月榜单

2025年6月品牌销售热榜

总榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	HUAWEI/华为		NIKE/耐克		Redmi/红米
	Apple/苹果		OPPO		HUANGYIPIN/凰一品
	Midea/美的		云上叙		GREE/格力
	Xiaomi/小米		adidas/阿迪达斯		COACH/蔻驰
	Haier/海尔		MOUTAI/茅台		iFLYTEK/科大讯飞
	LouisVuitton/路易威登		VIVO		HLA/海澜之家
	学而思		Lenovo/联想		香奈儿
	作业帮		POPMART/泡泡玛特		HONOR/荣耀
	DJI/大疆		FILA/斐乐		ASUS/华硕
	KANS/韩束		草本初色		TUCANO/啄木鸟

附录：

2025年6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		Olay/玉兰油		Florasis/花西子
	PROYA/珀莱雅		HBN		MGP/毛戈平
	L'OREAL/欧莱雅		LAMER/海蓝之谜		OSM/欧诗漫
	ESTEELAUDER/雅诗兰黛		MEICHIC/美诗		CLARINS/娇韵诗
	CHANDO/自然堂		SHISEIDO/资生堂		Mistine/蜜丝婷
	HelenaRubinstein/赫莲娜		Thehistoryof/后		BUV
	谷雨		ELL		YSL/圣罗兰
	蒂洛薇		MARUBI/丸美		GALENIC/科兰黎
	PECHOIN/百雀羚		BABI		PRAMY/柏瑞美
	LANCÔME/兰蔻		C咖		WINONA/薇诺娜

2025年6月品牌销售热榜

个护家清榜

排名	品牌	排名	品牌	排名	品牌
	Bluemoon/蓝月亮	11	水卫士	21	云南白药
	NYSCPS/参半	12	botare/植护	22	彩夕
	沫檬	13	白云山	23	SukGarden/蔬果园
4	妇炎洁	14	bop/波普专研	24	赫系
5	活力28	15	卡唯朵	25	老管家
6	Vinda/维达	16	康思嘉	26	KANS/韩束
7	C&S/洁柔	17	Deeyeo/德佑	27	OKCS
8	MindActUponMind/心相印	18	Breeze/清风	28	淘淘氧棉
9	Dettol/滴露	19	INTIMA/茵缇玛	29	YANGYUANQING/养元青
10	LittleDreamGarden/半亩花田	20	Liby/立白	30	VEET/薇婷

2025年6月品牌销售热榜

服饰内衣

排名	品牌
	草本初色
	TUCANO/啄木鸟
	AlessandroPaccuci/亚历山德罗帕库奇
	HLA/海澜之家
	Miiow/猫人
	LucasEmilyLouie
	ROMON/罗蒙
	BANANAUNDER/蕉下
	ME
	我是摩羯

3C数码家电

排名	品牌
	Apple/苹果
	HUAWEI/华为
	Xiaomi/小米
	Haier/海尔
	Midea/美的
	作业帮
	学而思
	DJI/大疆
	VIVO
	OPPO

母婴宠物

排名	品牌
	kangaroomommy/袋鼠妈妈
	bodcrme/贝德美
	aptamil/爱他美
	HUGGIES/好奇
	Balabala/巴拉巴拉
	antakids/安踏儿童
	MYFOODIE/麦富迪
	Hi!papa/海龟爸爸
	MENGNIU/蒙牛
	babycare

附录：

2025年6月品牌销售热榜

食品饮料



排名	品牌
1	ThreeSquirrels/三只松鼠
2	yili/伊利
3	ADOPTACOW/认养一头牛
4	MENGNIU/蒙牛
5	LIGHTUPPER/轻上
6	甄磨坊
7	CHUNGUANG/春光
8	BAIXIANG/白象
9	康师傅
10	dongfangzhenxuan/东方甄选

生鲜



排名	品牌
1	HITOMORROW/大希地
2	dongfangzhenxuan/东方甄选
3	天海藏
4	HAIYANGYANYI/海洋演义
5	杨博士
6	JOYTREE/欢乐果园
7	脱骨侠
8	BESTHOME
9	满山馋
10	锋味派

运动户外



排名	品牌
1	NIKE/耐克
2	adidas/阿迪达斯
3	FILA/斐乐
4	ANTA/安踏
5	LI-NING/李宁
6	CAMEL/骆驼
7	SIINSIIN
8	XTEP/特步
9	SKECHERS/斯凯奇
10	ARC'TERYX/始祖鸟

附录：

2025年6月品牌销售热榜

智能家居



排名	品牌
	Midea/美的
	roborock/石头
	ECOVACS/科沃斯
4	TINECO/添可
5	SUPOR/苏泊尔
6	AUX/奥克斯
7	YANGZI/扬子
8	KONKA/康佳
9	KUKa/顾家家居
10	林氏家居

酒类



排名	品牌
	MOUTAI/茅台
	WULIANGYE/五粮液
	剑南春
4	国窖1573
5	汾酒
6	国鼎
7	XILIJUOR/习酒
8	TSINGTAO/青岛啤酒
9	GUOTAI/国台
10	FLYINGFAIRY/飞天牌

滋补保健



排名	品牌
	诺特兰德
	养能健
	五个女博士
4	百祺堂
5	WONDERLAB/万益蓝
6	Swisse/斯维诗
7	MoveFree/益节
8	苏莎
9	小主
10	FineNutri斐萃

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2024年6月1日-2025年6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2025年短视频及直播营销月度报告分析。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。