2026年8月
飞瓜抖音电商营销月报

2026-09 飞瓜数据 出品

研究综述

01. 统计周期

2025年8月-2026年8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

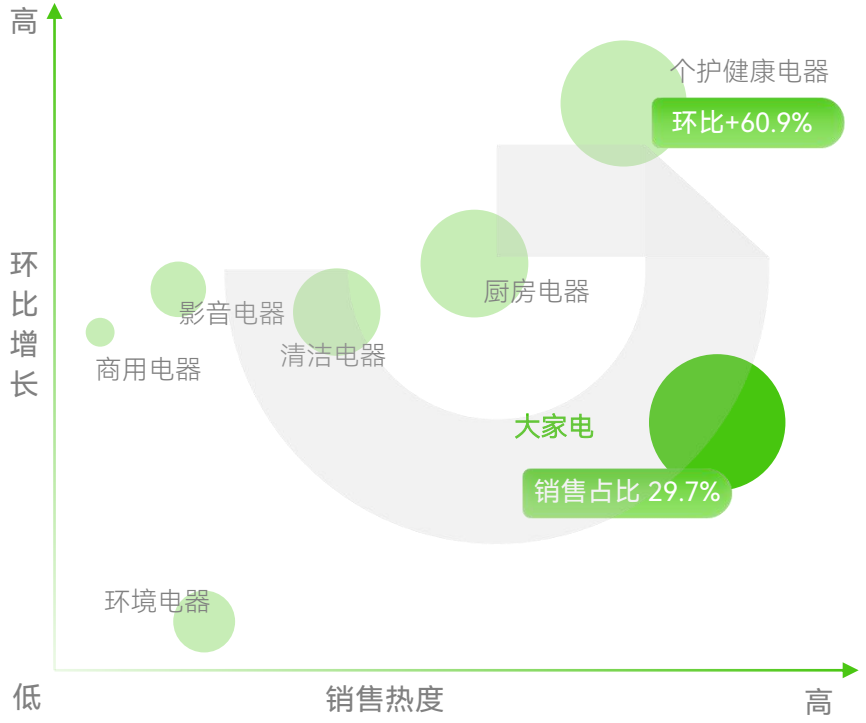
01

2026年8月
电商营销复盘

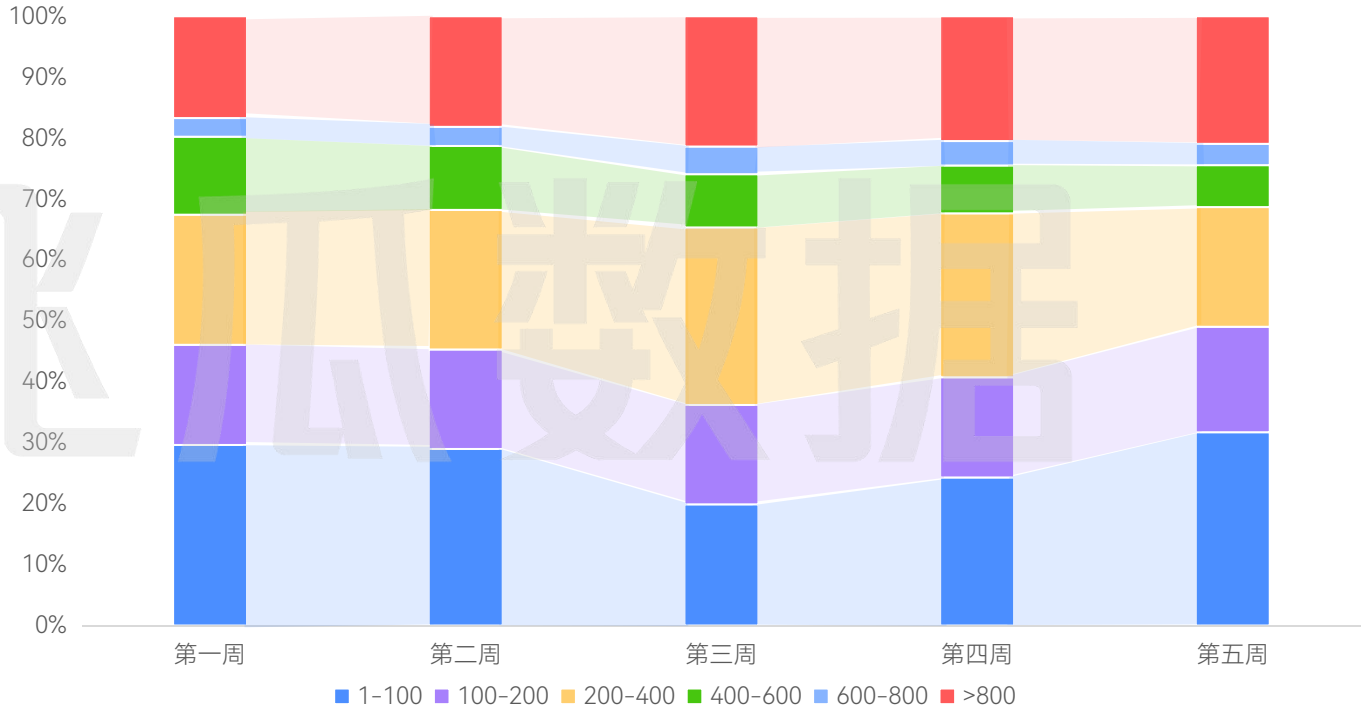
个护健康电器实现大幅环比上涨，七夕节点撬动中高端送礼需求

8月电器赛道可以看到，大家电保有最高销售体量，个护健康电器成为本月增长主力，实现大幅环比抬升。七夕节日相关小家电如剃须刀、情侣款电动牙刷、按摩设备等送礼好物拉动消费释放。聚焦个护健康电器周度价格带结构，200-400元中端与800元以上高端档位在月中阶段占比明显走高，节日礼品型消费带动中高端产品份额扩张，而节后需求回落又让价格带结构再度回调。

8月电器品类主要销售类型与环比表现



8月个护健康电器各价格带表现



数据说明：统计2026年8月抖音个护健康电器品类销量大于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

电动剃须刀与按摩设备销售占比高，电动牙刷依靠七夕跑出加速度

8月个护健康电器下，电动剃须刀、按摩相关产品依靠成熟的用户基础占据主要销售份额，产品卖点兼顾日常使用功能与七夕送礼属性，适配自用和馈赠双重场景。电动牙刷成为拉动环比的核心细分，usmile品牌表现亮眼，直播与品牌自营是其核心出货渠道，商品卡同样贡献可观流量。营销话术也高度围绕情侣送礼、节日馈赠展开。

8月助力个护健康电器发展的细分品类

高销售占比品类

▶电动剃须刀/修须刀/修胡子造型器

销售热度占比 25.6%

主推卖点：

便携、男士、电动、防水、往复式、
车载、七夕送礼、爆款、新一代、小型

热卖商品：

飞科新一代往复式便携男士防水小型电动剃须刀-F8

松下小方盒2.0无线充电便携CM31剃须刀

创维行者剃须刀男士便携车载电动刮胡刀防水吴磊同款

▶按摩器/枕/坐垫/枪

销售热度占比 15.2%

主推卖点：

热敷、按摩、多功能、七夕礼物、家用
全身、肩颈、揉捏、电动、颈椎

热卖商品：

SKG健腹仪K4好搭紫脉冲按摩热敷暖腰腹腰带宝妈健身官方正品

海尔肩颈按摩仪颈椎按摩器腰背部按摩枕热敷送礼

OES电动健步机多功能下肢按摩家用按摩器

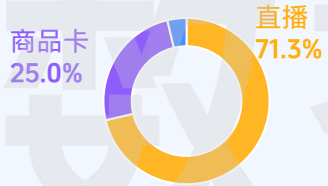
环比高增长品类

▶电动牙刷

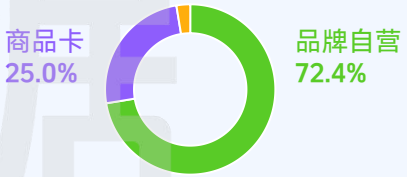
销售热度环比增长 151.9%

亮点品牌：usmile

带货渠道分布



带货方式分布



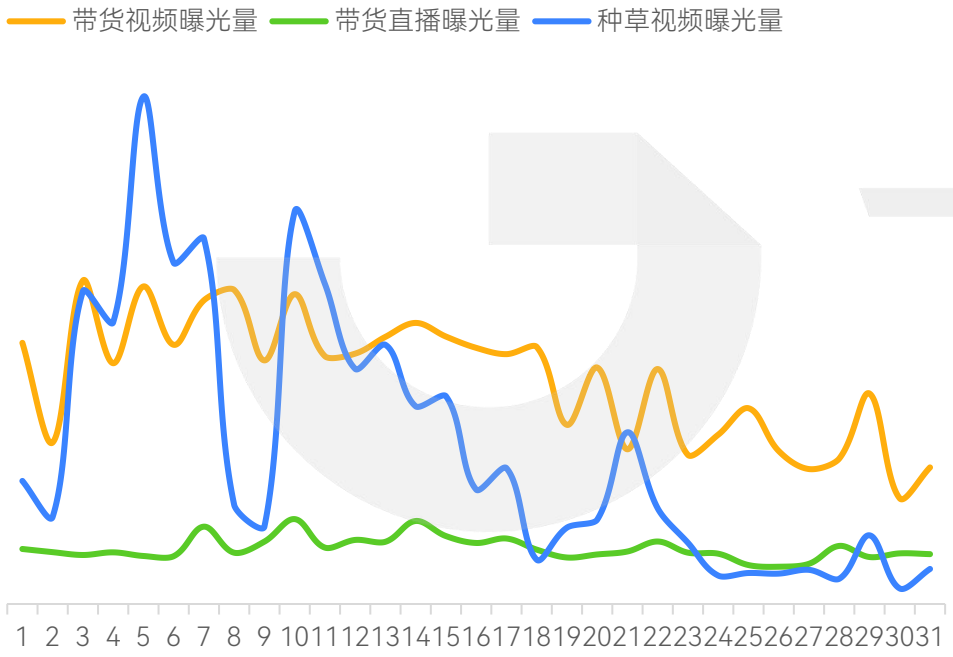
8月品牌主推商品卖点

数据说明：统计2026年8月抖音个护健康电器品类销量大于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

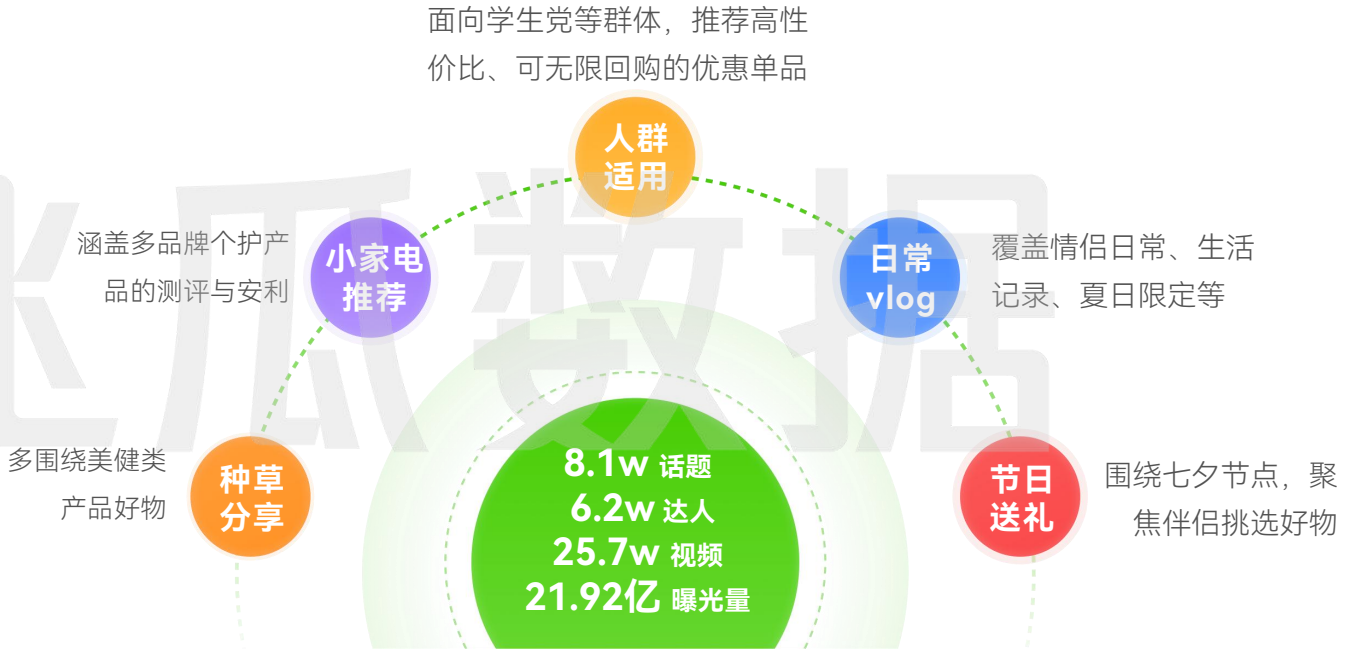
种草内容抢占流量先机，礼赠话题营销出圈

品类营销表现下，不同营销形式曝光走势差异明显，种草视频在月上旬多次冲高，前期承担用户种草的作用，进入月中下旬热度回落，带货视频曝光则保持相对稳定。平台营销话题矩阵丰富多元，种草测评、人群推荐、日常vlog、节日送礼共同构成内容生态，七夕节点催生大量情侣选礼相关内容，带动话题整体实现高曝光。

8月个护健康电器营销方式曝光趋势



8月个护健康电器营销话题透视

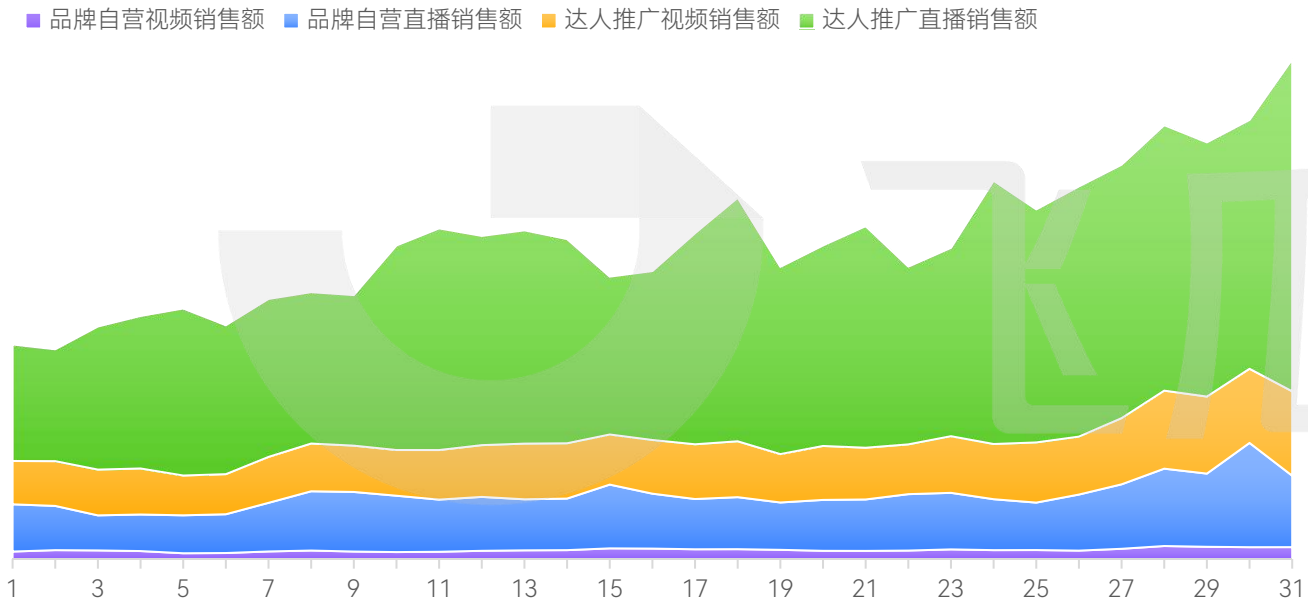


数据说明：统计2026年8月抖音个护健康电器品类销量大于0的商品数据，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

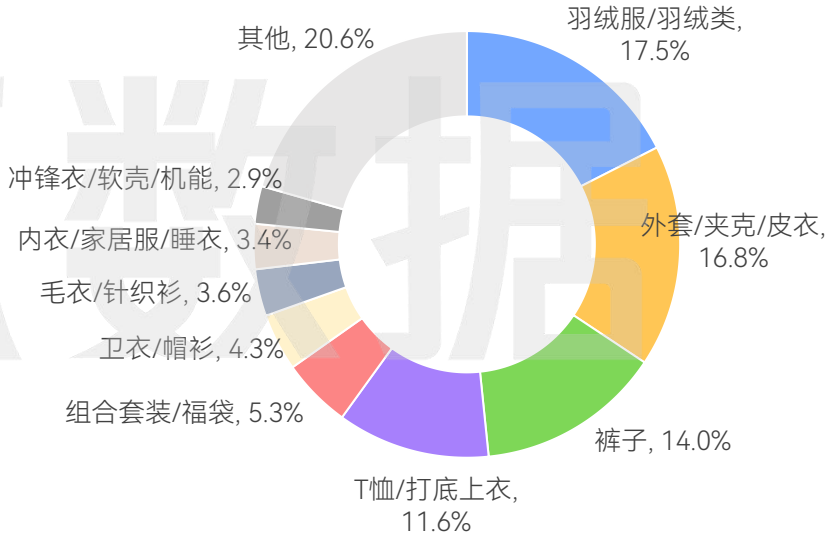
达人直播撑起童装销售大盘，秋冬品类提前启动备货周期

8月童装头部商品销售渠道下，达人推广直播是核心销售来源，整体销售额随时间推移持续走高，月末增长态势尤为突出，童装赛道高度依赖达人直播带货的渠道格局。从商品结构来看，羽绒服、外套夹克等秋冬换季品类已经占据较高份额，远超夏季短袖类单品。商家在8月就已经开启秋冬款前置布局，提前抢占换季消费窗口。

8月童装TOP5000商品销售方式趋势



8月童装TOP5000商品类型占比分布

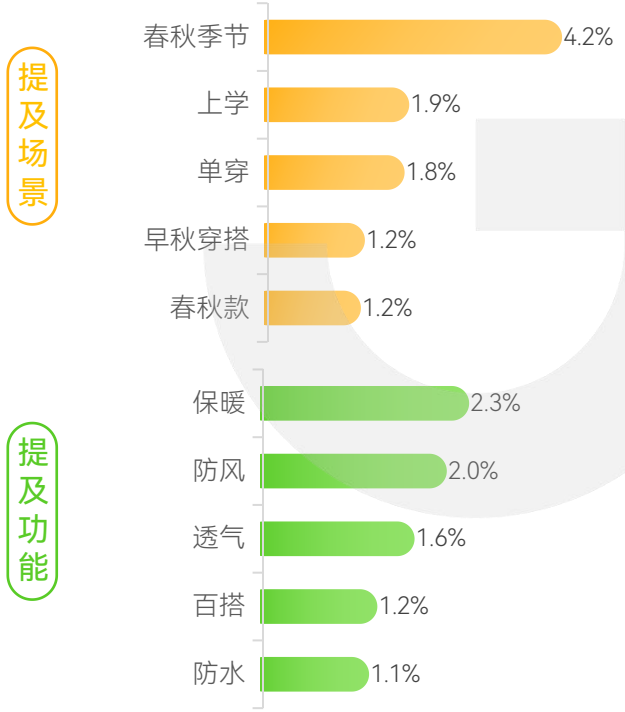


数据说明：统计2026年8月抖音童装品类销量大于0的商品数据，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

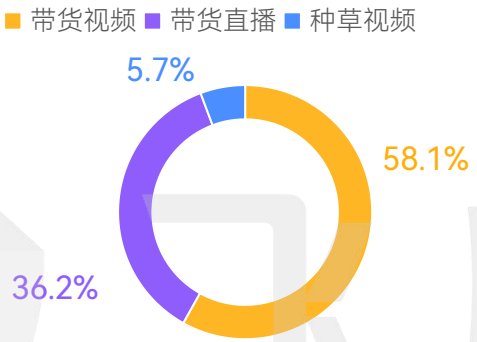
带货视频承接主要内容曝光，围绕早秋完成内容与投放前置布局

在内容营销方面，带货视频为主要曝光载体，直播同样承担重要流量转化职能。内容话题已经开始偏向春秋季节、早秋穿搭等换季方向，保暖、防风等秋冬产品功能也成为高频表达。广告投放以巨量千川为核心载体，商品广告是最主要投放形式，直播引流广告同步配合承接流量。投放关键词集中在版型、儿童羽绒服等换季相关方向，高完播关键词也指向羽绒服、面料舒适度等家长重点关注维度。

8月内容营销视频数占比分布



8月营销方式曝光占比



行业话题趋势预测

分性别精细化穿搭内容走热

早秋/秋冬新品提前布局

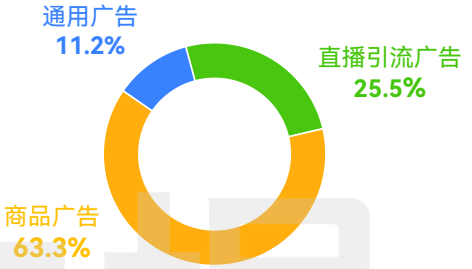
反季特卖营销

萌娃人设情感向内容

8月品牌广告投放曝光量分布表现

8月广告曝光
28.3亿

巨量千川为主
占比**93.1%**



关键词广告数投放TOP3

01 宽松版型 5.68%	02 儿童羽绒服 3.85%	03 做工精细 3.44%

关键词完播率TOP3

01 儿童羽绒服 5.72%	02 纯棉 3.49%	03 柔软舒适 2.1%

数据说明：统计2026年8月抖音童装品类销量大于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

飞瓜 抖音版

头部品牌拉开投放量级差距，童装广告内容侧重痛点与情绪营销

童装赛道头部品牌广告投放表现上，曝光规模、广告素材数量与合作达人体量上均有差距，投放曝光效能也呈现较大差异。爆款广告内容不再只堆砌产品参数，而是挖掘家长日常遛娃、换季囤货的真实痛点，结合反季囤货的消费心理输出情绪价值。买赠、日常穿搭、开学季成为高频营销词组。主流广告话术遵循产品卖点切入、锁定目标人群，叠加优惠活动完成转化引导的成熟逻辑。

8月童装品牌推广分析

排名	品牌	预估曝光	广告数	达人数	投放曝光效能
	Balabala/巴拉巴拉	8222.0w	2.2w+	680+	5.42
	DUDU JIA/嘟嘟家	4867.7w	4000+	460+	25.98
	Under Armour/安德玛	4267.0w	4000+	190+	54.16
04	CAMEL/骆驼	3683.8w	2000+	20+	790.88
05	Puma/彪马	3345.2w	2400+	350+	38.79
06	RightEuro/右欧	2152.0w	2400+	180+	48.50
07	ZOSEE/左西	1878.0w	2400+	80+	91.83
08	贝肽斯/BETTAS	1733.7w	900+	30+	468.89
09	BOSIDENG/波司登	1687.3w	4200+	20+	198.47
10	anta kids/安踏儿童	1637.9w	6600+	120+	20.27

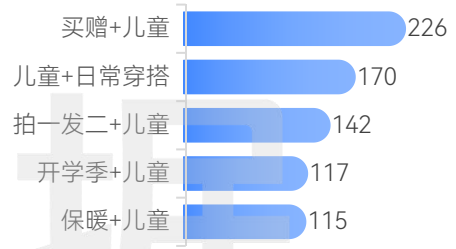
亮点品牌广告内容洞察

爆款内容特征

- **痛点精准：** 日常遛娃频繁清洗衣物的核心痛点，把5防面料功能转化为“遛娃松弛感”的情绪价值
- **反季福利：** “现在不囤冬天涨价”的消费焦虑，降低用户决策门槛
- **情绪价值：** 把产品和家长对孩子“自由探索童年”的情感期待深度绑定

核心词组分析

- **高频词组与频次：**



卖点架构分析

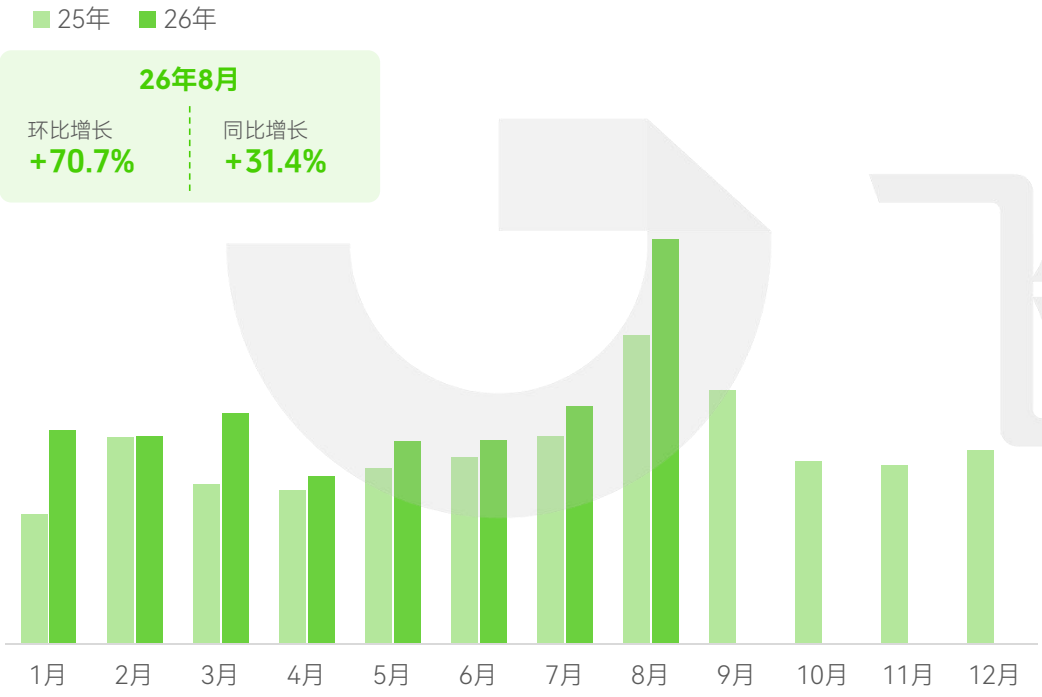
架构	占比	核心逻辑
1	77.1%	产品卖点→适用人群→优惠活动→引导购买
2	9.3%	适用人群→引导购买→产品卖点→产品背书→面料材质
3	6.6%	产品卖点→价格分析→引导购买
4	4.2%	产品卖点→适用人群→优惠活动→价格分析→引导购买
5	2.9%	产品卖点→适用人群→优惠活动→节日营销→引导购买

数据说明：统计2026年8月抖音童装品类广告相关数据，投放曝光效能 = 总预估曝光量 / (投放达人数 × 广告发布数)，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

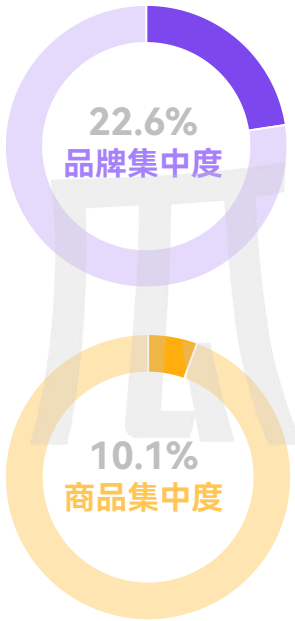
开学季拉动文教品类爆发增长，市场格局分散头部品牌优势稳固

受开学备货周期驱动，8月文教文化用品销售热度迎来明显冲高，对比去年同期实现同比与环比双重增长，成为全年的销售高峰节点。从市场竞争格局来看，品牌集中度高于商品集中度，头部品牌凭借丰富 SKU形成规模优势，但整体市场仍较为分散，并未形成少数商品垄断流量的局面。得力、晨光品牌牢牢占据市场靠前位置，依靠庞大的商品矩阵抢占开学季需求，与其余品牌份额差距明显。

25年-26年8月文教文化类用品品类销售热度趋势



8月文教文化类用品集中度分析



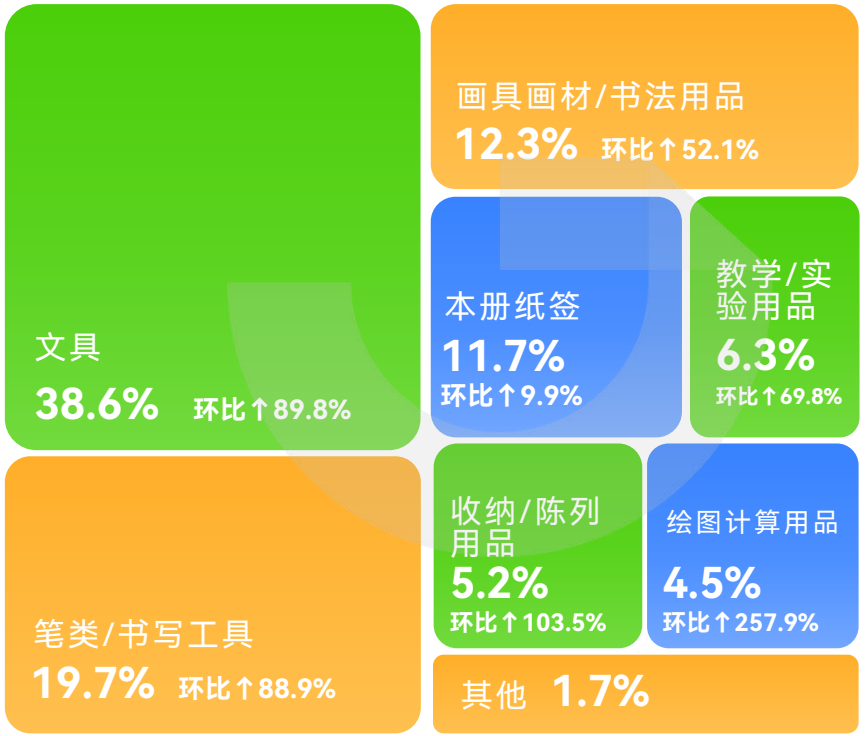
排名	品牌	销售占比	带货商品数
01	得力	10.1%	1.5w+
02	晨光	8.1%	5900+
03	卡西米尔	2.0%	560+
04	猫太子	1.3%	960+
05	梦瑾	1.0%	800+

数据说明：统计2026年8月抖音文教文化用品品类销量大于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

开学带动多文教类目同步爆发，功能体验成为用户选购核心考量

8月开学备货热潮带动文教各细分品类普遍迎来环比上涨。基础文具、笔类书写工具占据市场主要份额，绘图计算、收纳用品等品类增速尤为突出。开学场景下学生全链条文具需求被集中释放。产品卖点上防水、按动、防污等实用功能受到市场重点关注，消费者舆情反馈也集中在书写体验与做工品质层面，选购文教用品优先看重实际使用性能。

8月文教文化用品细分类目销售占比

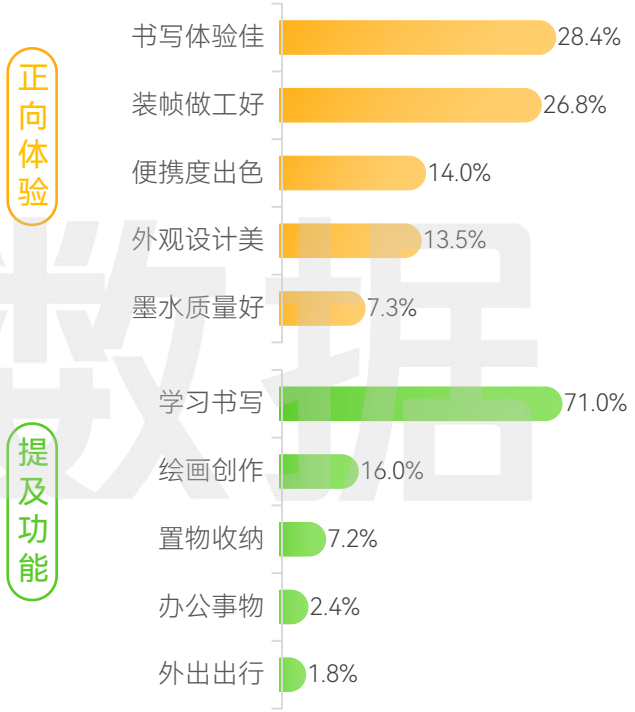


文教文化用品卖点分析

高频功能卖点词

关键词	热度
防水	99.9
按动	43.0
防污	42.6
多功能	35.1
课本保护	31.0
收纳	28.9
自粘	28.4
可擦	23.5
书写	18.1
磁吸	17.6

文教文化用品舆情分析



数据说明：统计2026年8月抖音文教文化用品品类销量大于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

聚焦开学家长痛点营销，猫太子差异化布局文教细分赛道

MAOTAIZI/猫太子

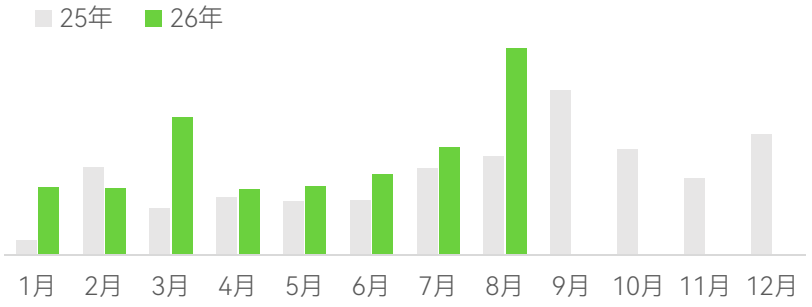
主要受众：女，31-40，三线城市

主要带货方式：视频带货、达人推广

8月品牌文具品类推广关键数据

销售热度	曝光量	带货商品数	带货达人数
2500w-5000w	1.21亿	972	5083

25-26年品牌销售趋势



8月品牌各品类主推商品

视力保护器/坐姿矫正器 热度占比 28.8%

【Pro全能款】猫太子护栏12度矫正坐姿器防近视儿童防趴桌姿势纠正

销售热度： 100w-250w

其他本册纸签 热度占比 12.0%

【下单备注姓名】猫太子免剪3D水晶姓名贴文具开学名字标签防刮防水

销售热度： 250w-500w

蜡笔 热度占比 11.9%

可擦蜡笔 猫太子八彩蜡笔儿童绘画彩笔不脏手丝滑手抄报无毒安全

销售热度： 250w-500w

笔插 热度占比 7.5%

猫太子一体式防丢笔帽笔筒二合一学生粗杆细杆铅笔中性笔开学必备

销售热度： 100w-250w

8月品牌广告投放分析

主要广告平台：巨量千川

广告数 4700+

预估曝光 1.01亿

优质曝光广告

AD 9月开学孩子的文具餐具多，特别容易拿错或者弄丢，贴上名字，清晰又好认，大人省心多了！……

视频小蓝词	姓名贴	一年级开学必备用品	
预估完播率	1.3%	预估5S完播率	10.5%

脚本内容解读

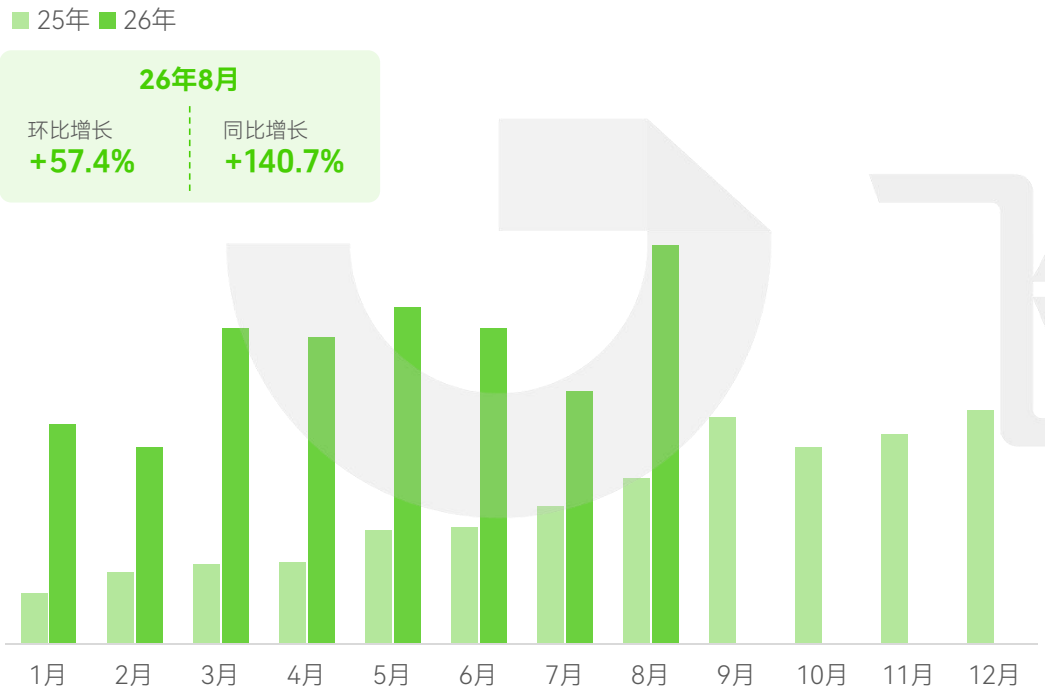
- 开篇采用短句直出效果，冲击力强：口播开头用“就这么一贴一撕，孩子的文具再也没丢过”的简短表述，直接抛出使用结果，快速抓住受众注意力
- 采用痛点对比的内容衔接方式：先点明普通姓名贴贴不上、易掉的缺点，再介绍推广的水晶姓名贴的各项优势，通过前后对比强化产品价值

数据说明：统计2025年8月品牌「得力」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

消毒赛道强势回暖，头部品牌布局细分场景拿下七成市场

8月抖音消毒用品热度迎来大幅增长，环比上涨57.35%，同比增幅高达110.7%，市场需求走高。另外，赛道集中度极高，其中「滴露」以71.9%的销售占比形成断层领先优势。产品消费呈现功效升级趋势，硬核除菌款HPV16消毒液与香氛体验类消毒水、喷雾同步热销，兼顾除菌效果与气味体验的衣物消毒产品，已经成为当下市场主流爆款方向。

25年-26年8月抖音消毒用品品类销售热度趋势



8月消毒用品热卖品牌和热销商品

消毒用品品牌销售热度TOP5

排名	品牌	销售占比
1	Dettol/滴露	71.9%
2	水卫士	11.2%
3	老管家	11.1%
4	Walch/威露士	20.7%
5	活力28	2.8%

消毒用品销售TOP5 SPU

排名	SPU	销售占比
1	Dettol/滴露 自然香氛消毒水	20.6%
2	Dettol/滴露 HPV16	18.5%
3	Dettol/滴露 香氛消毒喷雾	12.4%
4	Dettol/滴露 宠物家居衣物消毒液	5.4%
5	Dettol/滴露 家居环境清洁组合套装	4.8%

数据说明：统计2025年-2026年8月抖音消毒用品品类销量大于0的商品数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

飞瓜 抖音版

新兴小众品类爆发力强劲，香氛消杀撬动复购转化

本月消毒液仍是市场主力，销售占比超五成，消毒喷雾环比增幅112.47%，消毒泡腾片暴涨267.16%，新兴品类爆发力强劲。直播是品类转化的主阵地，广告投放以千川为主。另外，消费心智也迎来转变，气味清新超越杀菌效果，成为用户回购首要因素，高效除菌、温和植源配方是当下热门营销卖点。

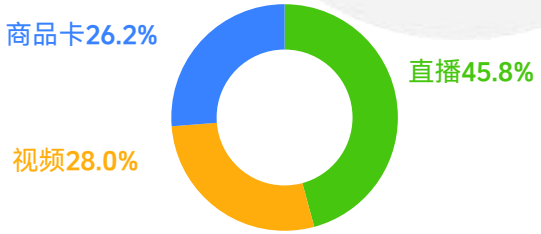
8月消毒用品细分品类销售占比TOP3

消毒液
销售占比53.4% | 环比增幅28.2%

消毒喷雾
销售占比41.6% | 环比增幅112.5%

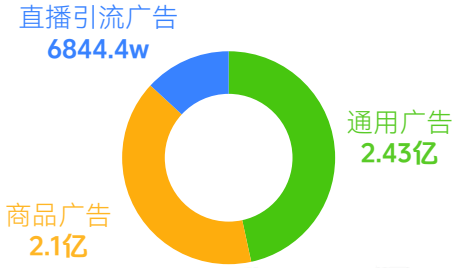
消毒泡腾片
销售占比4.3% | 环比增幅267.2%

渠道销售分布



8月消毒用品广告投放平台与类型曝光分布

巨量千川	4.1亿
巨量星图	9739.4w
其他	604.3w
巨量本地推	79



8月消毒用品营销高曝光主要卖点

使用场景	产品优势	技术工艺
洗衣服	杀菌率高	次氯酸消毒
公共洗衣机消毒	细菌不残留	植源杀菌
宿舍消毒	消毒一次完成	有益菌发酵技术
消毒衣物	随身携带	气态喷雾
拖地	价格便宜	无毒无腐蚀配方

消毒用品回购原因分析

- TOP1 气味清新 47.1%
- TOP2 杀菌效果 16.9%
- TOP3 使用便捷 9.5%
- TOP4 成分温和 9.4%
- TOP5 干净无异味 5.5%
- TOP6 容量大 1.4%

数据说明：统计2026年8月抖音消毒用品品类销量大于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

飞瓜 抖音版

开学季瞄准住校生痛点，卡位刚需场景抢占增量先机

Dettol/滴露

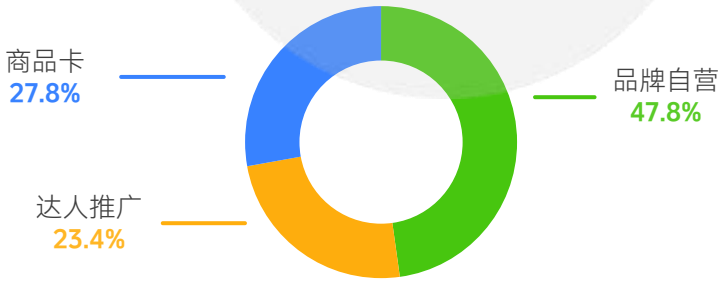
主要受众：女，31-40，江苏

8月抖音消毒用品销售热度 TOP1

8月品牌消毒用品品类推广关键数据

销售热度	销售热度同比增长率	带货视频	带货直播
1亿+	70.8%	2.9w	5.3w

8月品牌品类销售分布



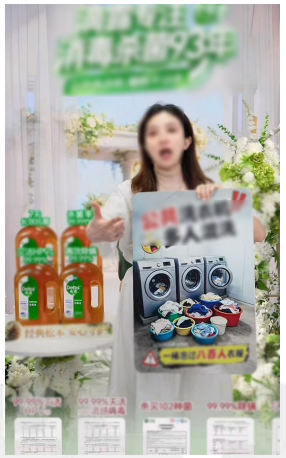
8月品牌自营TOP5热卖账号

排名	账号	粉丝数
1	Dettol滴露消毒喷雾	67.5w
2	Dettol滴露	223.4w
3	Dettol滴露衣物消毒液	63.2w
4	Dettol滴露除霉喷雾	21.9w
5	滴露洗衣机清洗剂	67.1w

商品标题卖点销售热度TOP5

杀菌消毒　香氛　马桶　鞋袜　清新

品牌自营亮点



自营号： Dettol滴露
核心人群： 住校大学生
切入痛点： 公共洗衣机细菌风险（健康焦虑）
转化逻辑： 痛点警示→细菌危害→杀菌解决方案
视觉打法： 警示**海报** + 检测报告堆料

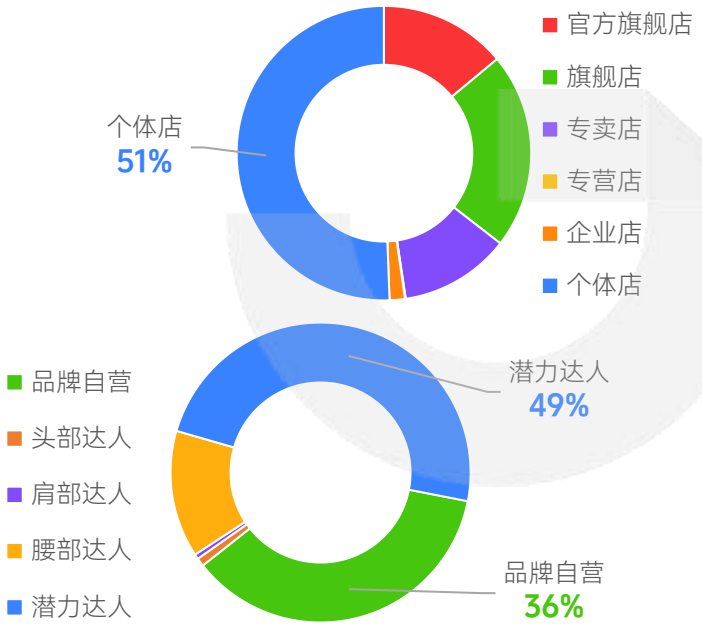
自营号： Dettol滴露衣物消毒液
核心人群： 学生 + 泛家庭用户
切入痛点： 汗味、霉味异味（社交尴尬）
转化逻辑： 明星信任→气味困扰→祛味抗菌福利
视觉打法： 明星出镜 + 倒计时逼单 + 赠品展示

数据说明：统计2026年8月品牌「Dettol/滴露」在抖音平台的推广数据，本页图片来自抖音app，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

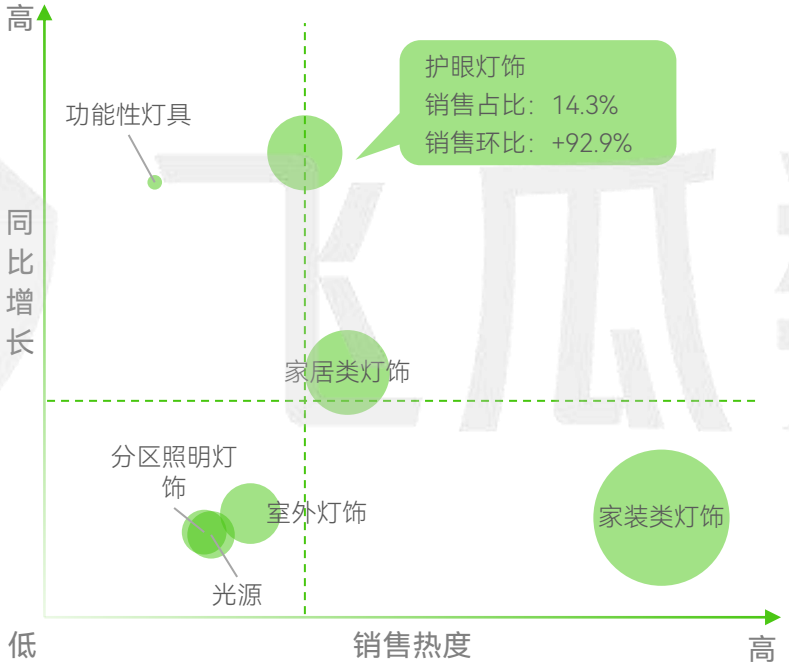
个体店渠道占据半壁江山，护眼灯饰迎来爆发式增长

抖音家装灯饰光源8月渠道特征显著，个体店拿下大半市场份额，潜力达人贡献近半数流量，品牌自营同样占有不小比重。市场中，TOP5头部品牌市占均不足5%，没有形成绝对垄断巨头，中小品牌仍具备突围机会。此外，品类的细分赛道下，“家装类灯饰”销售热度位居高位，“护眼灯饰”销售占比14.34%，环比大涨92.91%，成为赛道最强增量。

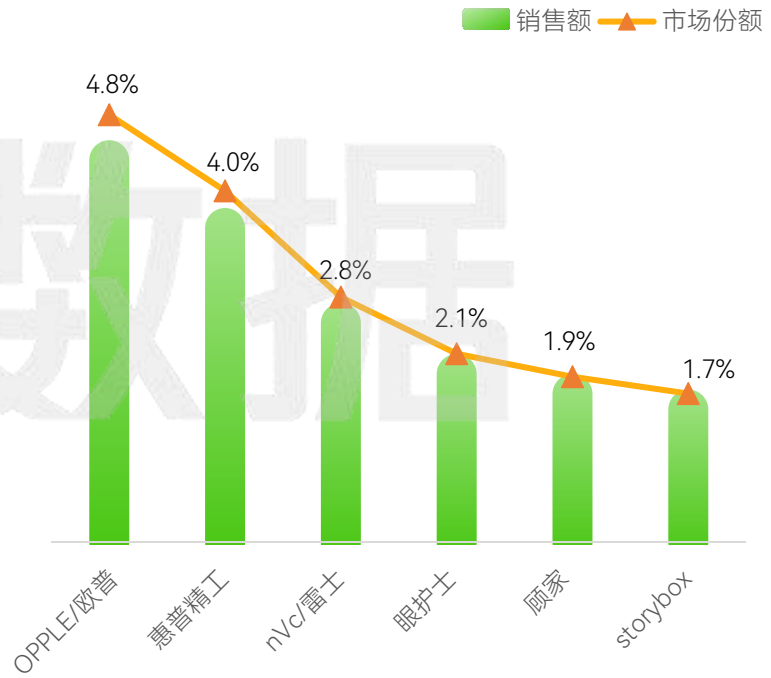
8月家装灯饰光源销售分布



8月抖音家装灯饰光源细分品类销售



8月抖音家装灯饰光源TOP5品牌销售热度及市占

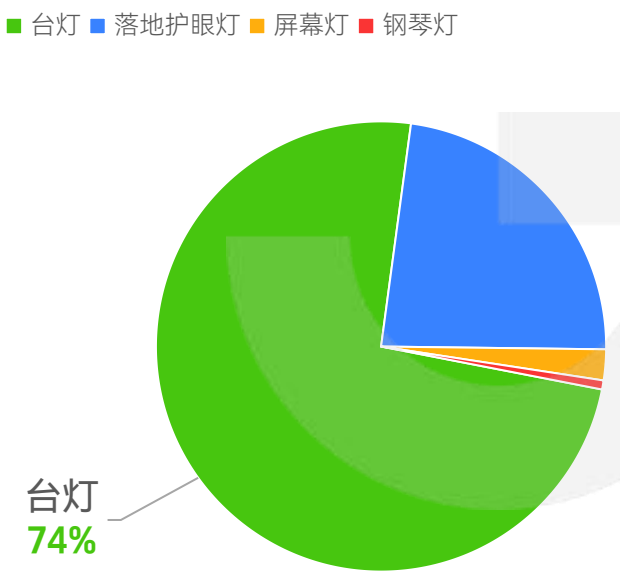


数据说明：统计2026年8月抖音销量大于0的商品数据，部分数据已作脱敏化处理，本页图片来自抖音app，飞瓜数据

开学季催化赛道热度，创新功能与硬件体验决定产品竞争力

8月护眼灯饰赛道需求释放，台灯占据绝大部分市场份额，为品类核心基本盘。护眼、学习、全光谱是市场高热度卖点，吸附、可挂等创新形态收获可观同比增长。从消费者反馈来看，光线舒适、质感、材质安全收获大量正向评价；亮度不足、续航短、放置不稳等硬件品控问题成为主要差评点。开学季背景下，既要贴合学生群体的功能诉求，同时补齐硬件做工短板，才更容易抢占市场。

8月护眼灯饰细分品类销售占比



8月护眼灯饰热门卖点

护眼灯饰品类消费者产品体验反馈

数据说明：统计2026年8月抖音销量大于0的商品数据，部分数据已作脱敏化处理，飞瓜数据

重投放精准触达开学需求，锚定学生场景实现赛道销量跃升

眼护士

带货品类：台灯 销售占比86.8%

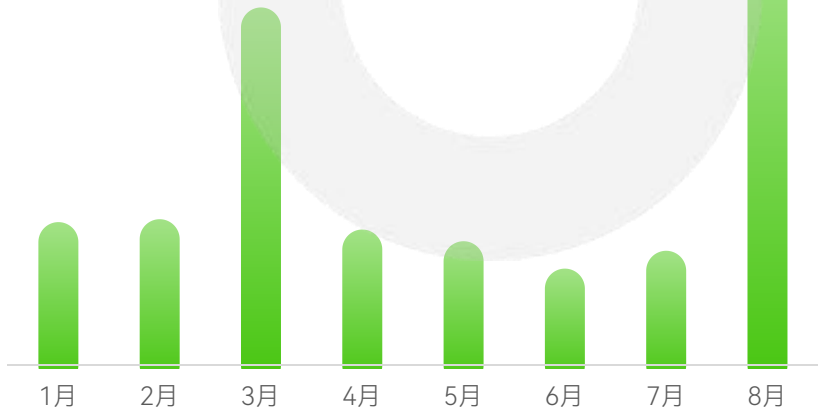
8月抖音护眼灯饰销售热度 TOP1

26年品牌护眼灯饰品类销售热度趋势

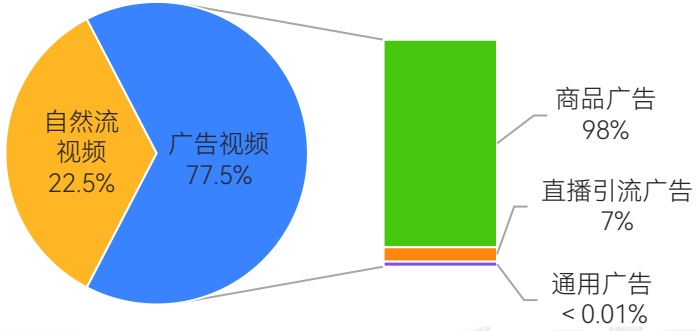
8月

环比增长 +336.3%

同比增长 +3.3%



8月品牌曝光流量构成



品牌广告素材高频词组

	词组	共现频次	预估曝光
01	书桌+卧室	82次	468.61w
02	照明+书桌	69次	418.18w
03	照明+宿舍学习	69次	371.19w
04	书桌+床头	66次	331.46w
05	定时功能+宿舍学习	64次	294.8w

8月品牌主推商品

宿舍专用酷毙灯屏幕挂灯台灯磁吸LED护眼书桌学习床头卧室小夜灯

销售热度：100w+

商品广告数：776

优秀广告案例分析

有股东投稿酷毙灯，咱们一共买回来7款，看看怎么个事！！！#测评 #宿舍必备 #酷毙灯 #开学必备

投放平台：巨量千川 预估曝光：137.4w

内容亮点：

- **测评式叙事逻辑清晰：** 口播从收到观众投稿引出测评主题，再通过多维度逐一筛选七款酷毙灯，最后展示最终选中产品的实际使用效果，整个测评流程层层递进。
- **贴近受众场景化表达：** 开篇就提到酷毙灯可以在桌子上学习、在床上追剧，后续也结合宿舍内看书打游戏等学生群体熟悉的场景展开介绍，容易引发目标受众的共鸣。

数据说明：统计2026年8月品牌「眼护士」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，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

2026年9月
电商趋势前瞻

8月抖音大事件盘点：

飞瓜 抖音版

01 千川乘方上线

8月1日起，巨量千川正式推出「乘方」。乘方是巨量千川在「全域投放」基础上升级的智能营销引擎，提供更多新功能升级，同时智能调优达人营销、素材获取、权益发放等多项营销能力。

02 2026抖音电商经营「AI+」应用大赛启动

抖音电商学习中心联合豆包企业版、TraeWork团队、抖店AI产品，共同主办2026抖音电商经营「AI+」应用大赛，大赛分为两大阶段，初赛于8月28日开启。

03 抖音生活服务CityBus巡游歌会收官

8月15日，抖音生活服务宣布CityBus巡游歌会圆满落幕，该活动以改装巴士作为移动音乐舞台，依次落地无锡、厦门、天津三城，探索娱乐内容与城市消费传播融合路径。

04 抖音商城七夕好礼季圆满落幕

8月19日，抖音商城七夕好礼季圆满收官，根据抖音电商发布内容，活动期间，平台日均销售鲜花超百万单，直播间日均成交额环比增长111%；超400个美妆品牌在活动期间成交额环比翻倍。

05 巨量引擎发布游戏行业月报

8月19日，巨量引擎发布游戏行业月报，该报告指出7月内平台游戏流量大盘稳中有升，买量投放竞争加剧。泛游戏受众持续扩容，游戏营销需兼顾内容种草与投放效率。

06 抖音电商开展清洁电器专项治理

8 月 20 日消息，抖音电商巡查发现，部分商家达人推广清洁电器时存在夸大效果、虚假测评等违规行为，平台后续将强化前置拦截，重点打击虚假功能宣传、虚假测评、虚标售后等违规。

07 清华联合抖音发布新大众文艺报告

8月20日，清华新传学院与抖音联合发布《算法推动下新大众文艺发展研究报告》。报告指出，算法转向综合识别优质多元内容，新大众文艺推动算法向善落地为工程实践。

08 抖音电商拟收紧店铺铺货管控

8月25日，抖音电商发起《商品数量限制规范》修订意见征集，新规按店铺类型、商品动销率划定商家单日发品额度，普通店铺设置5万在架商品上限；非旗舰店0销量商品满足条件将被自动下架。

9月热卖商品预测：

营销关键词 新学期

9月初，开学季到来，面向学生群体的文具用品、护眼台灯与书包等刚需品类热度持续走高，不同学段学生的消费偏好差异显著，商家可分层切入痛点打造差异化爆款；此外，教师节也将紧随其后，实用礼品需求迎来短期爆发，相关商家宜紧扣节点优化推广内容、商品标题与主推货盘竞争力。

重点关注商品

文具、教辅书籍、3C数码产品、收纳整理、环境清洁剂、贺卡、鲜花速递

推荐商品参考

文具

收纳架

贺卡

营销关键词 秋天、换季

白露过后北方率先转凉，人们对卫衣、衬衫、长裤等秋冬单品的需求逐渐增加，围巾、防风保暖服饰等涌入搜索热词；另一方面，秋分前后全国进入真正换季期，空调等家电也将迎来换新潮，相关商家可以根据南北气温不一的特点差异化布局，北方主推保暖款、南方先铺早秋款，做针对性的货品布局。

重点关注商品

滋补保健全品类、面霜/乳液、秋装、收纳整理、手部护理、花草/水果茶

推荐商品参考

面霜

护手霜

茶包

营销关键词 中秋、团圆

9月末，中秋小长假先至，国庆黄金周紧随其后，双节仅隔三个工作日，出行需求分两波释放，冲锋衣、登山包、太阳镜、渔具等出游装备及户外消费将连迎两轮热卖潮；同时，中秋团圆氛围也将带动家庭消费升温，月饼礼盒、坚果零食等伴手礼采购高峰将前移至9月中旬。

重点关注商品

月饼、大闸蟹卡券、茶叶礼盒、滋补保健全品类、旅行箱包、户外/登山/野营/旅行用品

推荐商品参考

月饼

旅行箱包

露营用品

数据说明：推荐商品参考图来自抖音app，飞瓜数据

9月热点营销日历：

飞瓜 抖音版

九月

01 开学季	02	03	05	05	06	07 白露
09	09	10 教师节	11	12	13	14
15	16	17	18 九一八事变	19 亚运会开幕	20 爱牙日	21
22	23 秋分	24	25 中秋节	26	27 世界旅游日	28
29	30					

关键营销节点

09/01 星期二	开学季
09/10星期四	教师节
09/19 星期六	亚运会开幕
09/20 星期日	爱牙日
09/25 星期五	中秋节
09/27 星期日	世界旅游日

重要时间节点

09/07 星期一	白露
09/18 星期五	九一八事变
09/23 星期三	白露

03

本月榜单

2026年8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	KANS/韩束	21	BOSIDENG/波司登
2	Apple/苹果	12	Redmi/红米	22	HONOR/荣耀
3	AP	13	CHOW TAI SENG/周大生	23	云上叙
4	LouisVuitton/路易威登	14	OPPO	25	SUPOR/苏泊尔
5	adidas/阿迪达斯	15	Lenovo/联想	26	China Gold/中国黄金
6	Xiaomi/小米	16	LI-NING/李宁	26	ASUS/华硕
7	Midea/美的	17	COACH/蔻驰	27	FILA/斐乐
8	DJI/大疆	18	dongfangzhenxuan/东方甄选	28	CHANDO/自然堂
9	Haier/海尔	19	LING FENG GOLD/领丰金	29	ANTA/安踏
10	NIKE/耐克	20	VIVO	30	China Mobile/中国移动

附录：

2026年8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/DIROVO	11	DPDP	21	iore/瑷亦
2	BABI	12	Florasis/花西子	22	3CE/三熹玉
3	MGP/毛戈平	13	Mistine/蜜丝婷	23	colorkey/珂拉琪
4	CARSLAN/卡姿兰	14	LANCÔME/兰蔻	25	Funny Elves/方里
5	YSL/圣罗兰	15	Mooekiss/木柯诗	26	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛
6	PRAMY/柏瑞美	16	GIORGIO ARMANI/阿玛尼	26	L ADORE COLORS/烙色
7	三资堂	17	MARIE DALGAR/玛丽黛佳	27	Passional Lover/恋火
8	Flower Lure/花间颂	18	puco	28	AMORTALS/尔木萄
9	SOCORSKIN/修可芙	19	MAC/魅可	29	Insbaha/原色波塔
10	Flower Knows/花知晓	20	JudydoLL/橘朵	30	PECHOIN/百雀羚

附录：

2026年8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	KANS/韩束	11	LA MER/海蓝之谜	21	BUV
2	CHANDO/自然堂	12	EIIO/奕沃	22	C咖
3	PROYA/珀莱雅	13	沫檬	23	老管家
4	GUYU/谷雨	14	bop/波普专研	25	Mind Act Upon Mind/心相印
5	Dettol/滴露	15	活力28	26	Little Dream Garden/半亩花田
6	Helena Rubinstein/赫莲娜	16	forest cabin/林清轩	26	白云山
7	L'OREAL /欧莱雅	17	PECHOIN/百雀羚	27	LANCÔME/兰蔻
8	妇炎洁	18	公仔牌	28	VEIRFOO/薇尔肤
9	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛	19	Vinda/维达	29	RNW/如薇
10	卡唯朵	20	水卫士	30	HBN

附录：

2026年8月品牌销售热榜

服饰内衣

排名	品牌
1	AP
2	BOSIDENG/波司登
3	adidas/阿迪达斯
4	草本初色
5	ARC'TERYX/始祖鸟
6	YAYA/鸭鸭
7	LucasEmilyLouie
8	VICTORIA'S SECRET/维多利亚的秘密
9	CAMEL/骆驼
10	TangFaFa/唐发发

3C数码家电

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

母婴宠物

排名	品牌
1	kangaroo mommy/袋鼠妈妈
2	bodcrme/贝德美
3	NOURSE/卫仕
4	Pampers/帮宝适
5	babycare
6	俏蛮腰
7	FIRMUS/飞鹤
8	Hi!papa/海龟爸爸
9	MYFOODIE/麦富迪
10	Bubandi/布班迪

附录：

2026年8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	MENGNIU/蒙牛
3	Three Squirrels/三只松鼠
4	yili/伊利
5	dongfangzhenxuan/东方甄选
6	Yon Ho/永和豆浆
7	DXC/稻香村
8	康师傅
9	瑞幸即享
10	LIGHT UPPER/轻上

生鲜

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

运动户外

排名	品牌
1	OES
2	Mdikawe/曼迪卡威
3	天元
4	VD FIT
5	ANTA/安踏
6	LI-NING/李宁
7	SHIMANO
8	MERACH/麦瑞克
9	361°
10	DAIWA/达亿瓦

附录：

2026年8月品牌销售热榜

智能家居

排名	品牌
1	亚朵星球
2	本屋创品
3	SUPOR/苏泊尔
4	Nan ji ren/南极人
5	YALU/雅鹿
6	Zhang Xiao Quan Since 1628/张小泉
7	grace/洁丽雅
8	BULL/公牛
9	九号电动
10	ZIPPO/之宝

酒类

排名	品牌
1	MOUTAI/茅台
2	GUOTAI/国台
3	剑南春
4	WULIANGYE/五粮液
5	郎酒
6	XI LIQUOR/习酒
7	LUZHOULAOJIAO/泸州老窖
8	汾酒
9	舍得
10	胖东来

滋补保健

排名	品牌
1	诺特兰德
2	Swisse/斯维诗
3	omegor/金凯撒
4	喜纯
5	斐萃/FineNutri
6	WONDERLAB/万益蓝
7	dongfangzhenxuan/东方甄选
8	Foyes
9	EGUOO
10	Minayo/美那有

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仅限于公开资料、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8月1日-2026年8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8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

抖音数据

- 飞瓜 抖音版 — 电商数据
- 飞瓜品策 — 营销舆情
- 飞瓜易投 — 广告投放

飞瓜矩阵

快手&B站数据

- 飞瓜 快手版 — 电商增长
- 飞瓜 B站版 — 运营提效

多平台融合

- 飞瓜智投 — 自播提效
- 飞瓜智星 — 达人分销

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

电商增长

- 飞瓜数据：选爆款、找达人、查品牌
- 友望数据：品类洞察、直播带货、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、笔记创作、种草管家、直播电商
- 飞瓜B站、西瓜数据：找热点、选达人、查品牌

品牌决策

- 飞瓜品策：市场洞察、竞争分析、营销舆情

AI营销

- 千泓：机会洞察、诊查追踪、高效创作

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

运营提效

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

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