

2024年2月 短视频及直播电商月报

2024-03 飞瓜数据 出品

01

2024年2月 电商热度趋势

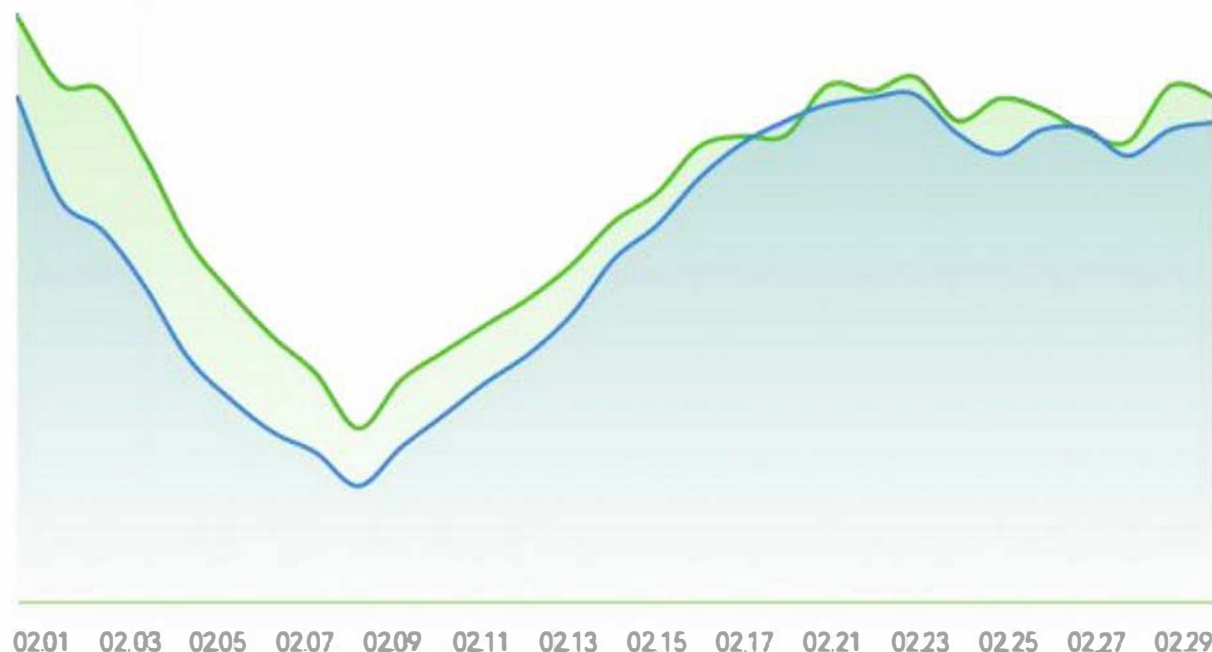
2月电商热度趋势：



多节点带动线上消费热度攀升，大盘保持双位数以上增长

2024年2月抖音电商销售热度趋势

● 销售热度 ● 成交热度



2月份，春节、情人节、元宵节、开学季等各大营销节点接踵而至，带动食品饮料、礼品文创、学习用品等具有强节点属性的品类销售增长，让本月的线上消费热度持续火热。

结合销售趋势图可以看到，本月销售热度集中在月初和中下旬，2.9日前后则受春节影响，销售热度出现回落现象。整体来看，本月销售热度同比2023年2月增长 13%，平均客单价增长 21%，前景依旧广阔。

2024年2月抖音电商销售热度

(* 同比2023年2月)

销售热度

▲13%

平均客单价

▲21%

02

2024年2月短视频及直播电商营销月报

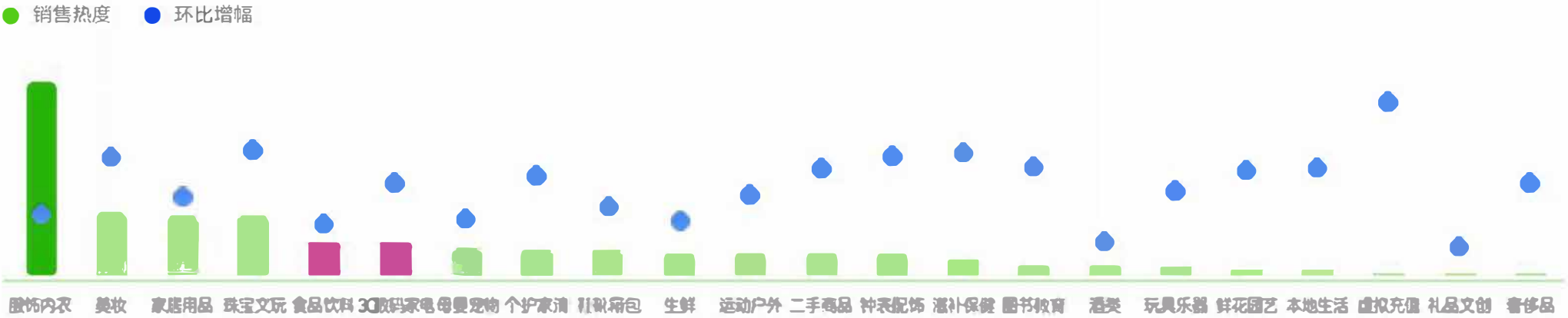
数据说明：统计2024年2月抖音销量大于0的商品数据，非平台全量数据，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

2月品类销售概览：

礼品消费热度持续高涨，游戏充值引领假期销售增长



2024年2月各品类销售热度



销售额 增幅TOP3

虚拟充值

珠宝文玩

滋补保健

客单价 增幅TOP3

礼品文创

钟表配饰

虚拟充值

商品数 增幅TOP3

虚拟充值

奢侈品

本地生活

02

2024年2月 电商营销复盘

2月重点品类分析：

换季产品抢先登场，多品类已开始布局防晒市场



美妆GMV高增长品类TOP10



食品饮料GMV高增长品类TOP10



个护家清GMV高增长品类TOP10



服饰内衣GMV高增长品类TOP10



2月热卖品类：运动健身



节后运动健身市场迎来旺季，自律和健康成热门内容关键词

常言道“每逢佳节胖三斤”，尤其春节期间电影《热辣滚烫》的热映，更是让不少人把健身运动提上了日程，带动抖音上相关内容的搜索热度飙升。据算数指数，春节后运动健身相关内容的日均搜索指数接近 **600w**，较去年春节同期增长 **2.2** 倍，为相关品类商家带来增长良机。

春节前后关键词“健身”和“运动”的搜索指数趋势

● 2024年 ● 2023年



“运动健身”的热门内容关键词



运动健身类目分析：



健身需求带动多品类销售增长，踏步机备受消费者欢迎

在人们旺盛的健身需求的推动下，踏步机、健身服装、蛋白粉等等来自运动户外、服饰内衣、滋补保健等不同品类的商品迎来热销。其中，踏步机/小型健身器材相关商品备受用户青睐，在2月运动健身相关热卖商品TOP100中，占据28个席位，产生的销售额逼近亿元大关。

2月份“运动健身”相关热卖商品类目分布TOP10



2月份“运动健身”相关热卖商品举例



运动健身相关品牌分析：



基于不同产品搭建直播矩阵，多账号齐发力助力品牌实现流量裂变

谷本日记®

主要受众：女，24-30，江苏

2月普通膳食营养食品销售热度 TOP8

品牌自播矩阵布局策略：



品牌2月份销售额对比



2月热卖品类：学习用品



开学季带动学习用品赛道爆发，用户货架场景消费心智成熟

2月份学习用品类目关键数据及销售日趋势



2月份学习用品各渠道销售占比变化

● 直播 ● 视频 ● 商品卡



商品卡渠道销售额 **+132%** 销售占比 **+11%**

学习用品类目分析：



文具赛道增速亮眼，小学生文具成品牌商家营销发力点

2024年2月学习用品销售额TOP10细分类目销售趋势



2月份学习用品热卖商品举例

剑桥树儿童写字坐姿矫正器

KIMICOOL学生护脊减负书包

大风琴包试卷袋文件夹

小学生包书皮磨砂透明自粘式

2月份文具品类销售热度TOP15卖点词

轻便 大容量 速干 速干 护脊 磨砂 儿童 轻便 防水 按动 自粘 小学生 减负 舒适 新款 学生 幼儿园 防水 按动 减负 新款 学生

数据说明：统计2024年2月抖音平台销量大于0的学习用品品类相关数据，图片来自抖音app，部分数据已做脱敏化处理，飞瓜数据

文具品牌分析：



主推大单品贡献超7成销售额，场景精细营销助力直播间转化



剑桥树

主要受众：女，31-40，江苏

2月学习用品类目销售热度 TOP4

品牌2月份细分品类销售占比



品牌学习用品类目热卖商品



剑桥树剑桥树儿童写字坐姿矫正器
可调节高度宽度拉伸舒适纠正器

¥79-149

2月销售额：1500w-2000w

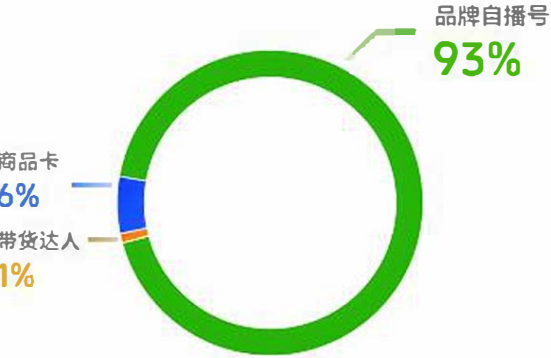
品牌自播号直播推广亮点



剑桥树学习用品旗舰店

粉丝数：16.5w

品牌热卖商品带货方式



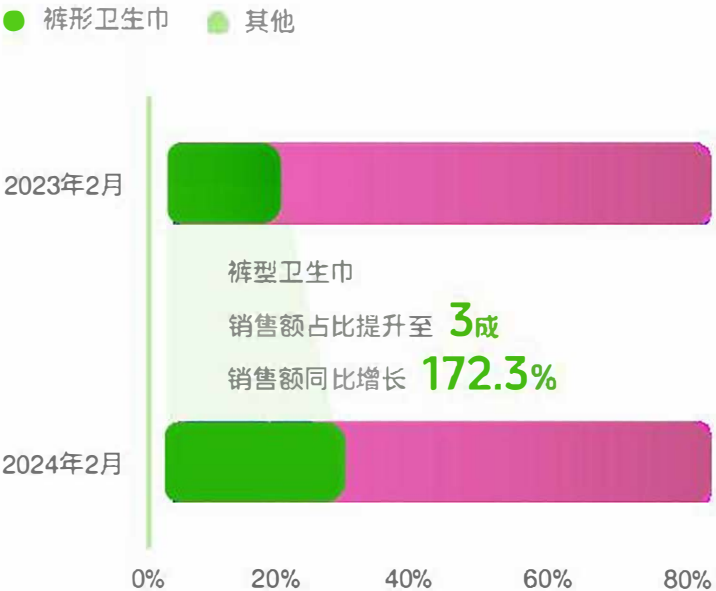


- 强调7天免费使用
增强用户决策信心
- 产品使用场景轮播
唤醒用户消费意识
- 产品适用桌面演示
打消用户购买疑虑
- 单一商品讲解
聚焦产品力价值

裤型卫生巾销售热度持续高涨，天然材质更受消费者青睐

社会对生理期护理的认知和态度转变，促使裤型卫生巾逐渐受到更多关注。2024年2月，裤型卫生巾销售额达卫生巾总销售额的 3 成。与此同时，消费者对卫生巾材质的关注度也在上升，其中，蚕丝、棉、氧棉等天然材质因其良好的透气性、吸湿性和柔软度，成为消费者的首选。

卫生巾/私处护理细分品类销售额分布



裤型卫生巾标题卖点热度TOP3

功能	材质	性能	利益点
安睡 99	蚕丝 82	透气 59	新品 53
防漏 77	棉 25	抗菌 18	赠品 39
夜用 75	氧棉 18	芯片 16	工厂直发 20

裤型卫生巾热卖商品举例

臻爱朵朵安心裤经期安睡裤超薄透气夜用防漏卫生巾

¥19.90

推广渠道 直播带货 带货达人

五月私语安心裤安睡裤经期防侧漏超薄透气日夜用卫生巾

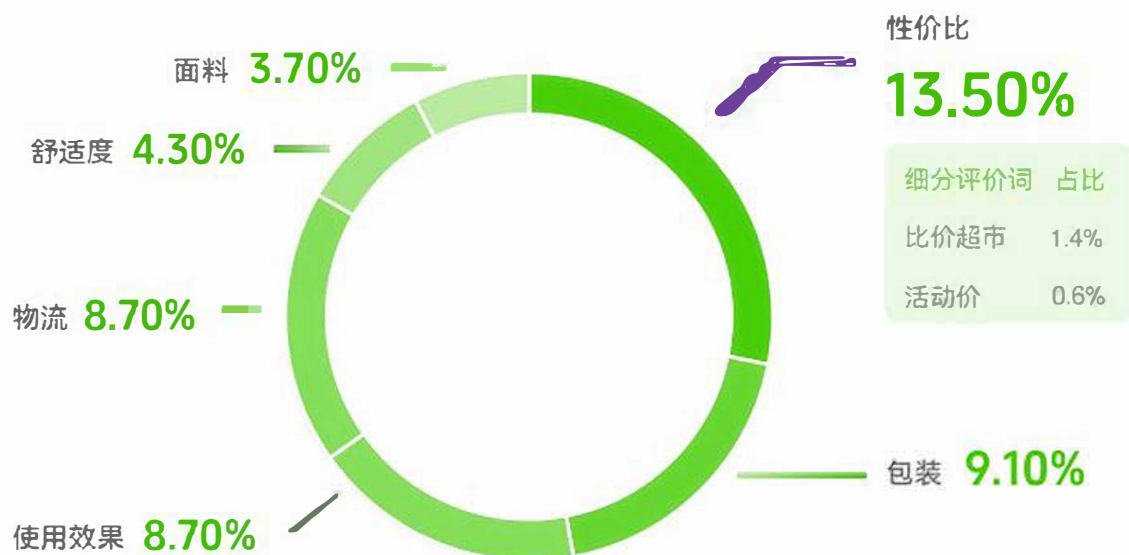
¥9.9-27.9

推广渠道 直播带货 品牌自播

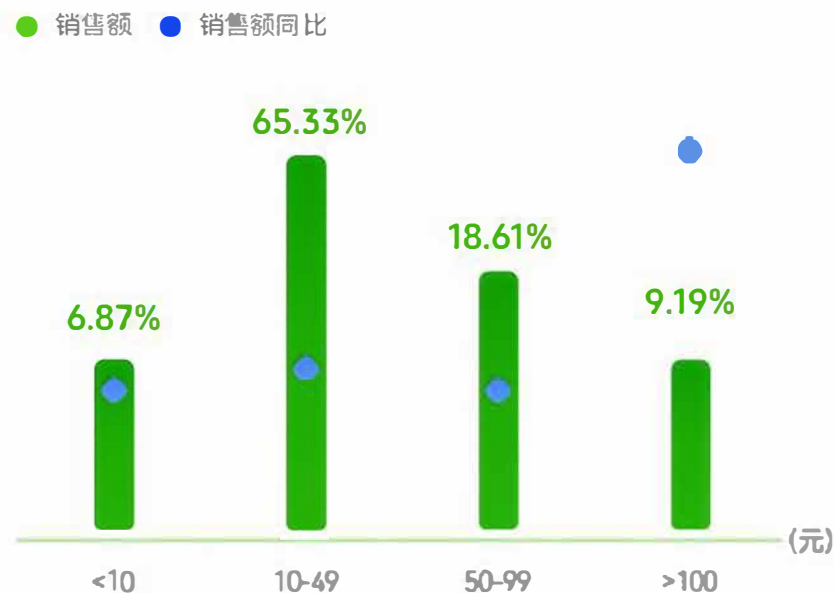
消费者价格敏感度高，百元以上囤货装销售增幅明显

从裤型卫生巾的用户评价来看，消费者对于价格的敏感度较高，不仅会对比超市价格，还会关注活动价格。此外，从裤型卫生巾的价格分布来看，10-49 元的裤型卫生巾占比最高，达 **65%**。而随着人们对产品认知度的提高，多片装和囤货装的产品热销，百元以上产品的销售额增长显著。

裤型卫生巾用户评价



裤型卫生巾价格带分布



品牌案例：Misecr/五月私语

联盟推广+自播矩阵，实现品牌曝光与销售转化双增长

为快速打开电商声量，「五月私语」将几款主推商品均上架精选联盟，借助达人推广提升品牌曝光度和知名度，2月品牌超9成曝光量来自达人推广。此外，该品牌还搭建自播矩阵，通过拆包试用、敏感包退和运费险等方式降低用户的使用成本，从而提高销售转化率。



2月品牌「五月私语」曝光量及销售额分布

● 品牌自播 ● 达人推广



视频/直播口播卖点关键词



品牌直播间的推广技巧

01 满足各类用户需求

- 多尺码
- 单包装&囤货装

02 减低试用成本和消费顾虑

- 拆包试用
- 敏感包退
- 运费险



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/308070100065006053>