

# 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

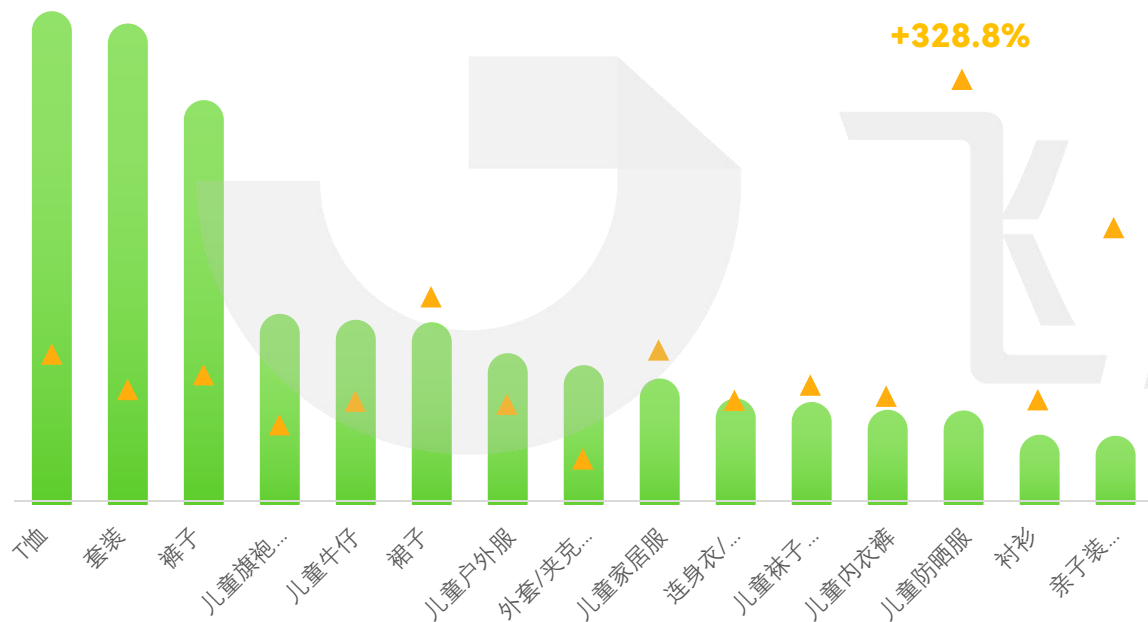
## 4月重点品类：童装/婴儿装/亲子装

# 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

● 销售热度 ● 环比增幅



### 婴童服装品类主要卖点与销售占比

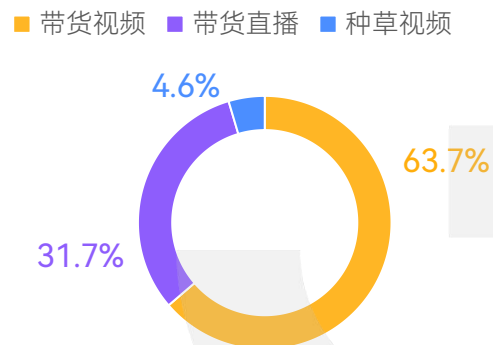
风格	休闲	韩版	时尚	百搭	洋气	卡通
	14.8%	9.7%	8.0%	7.4%	6.6%	4.2%
材质	纯棉	牛仔	冰丝	莫代尔	蕾丝	棉
	8.1%	5.8%	1.8%	1.3%	1.2%	1.2%
功能	透气	速干	防晒	运动	打底	凉感
	9.0%	4.9%	3.9%	3.3%	2.9%	2.6%

## 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。

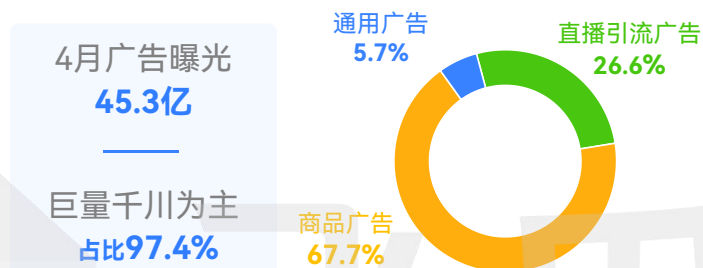
### 26年4月童装营销方式曝光占比



#### 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



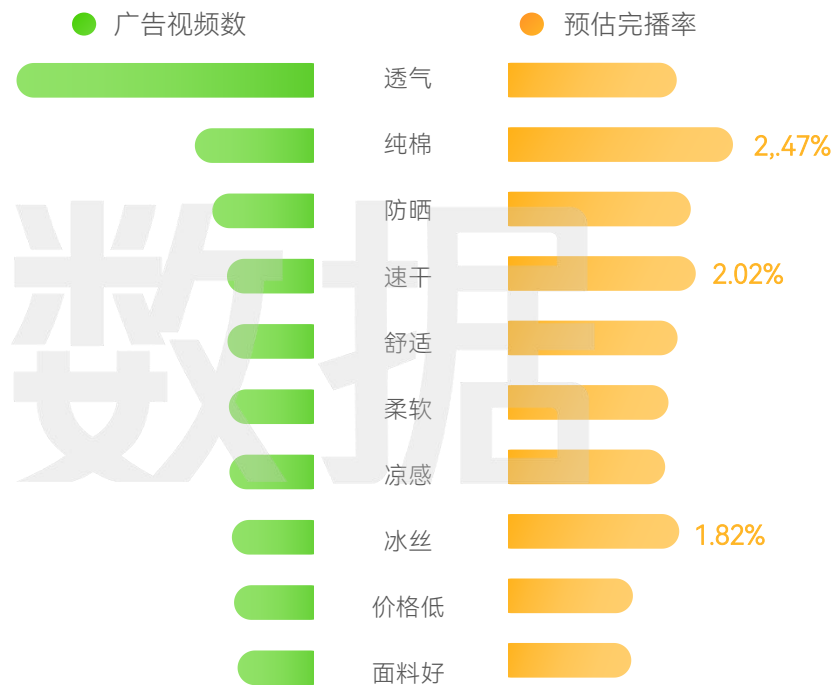
4月广告曝光  
45.3亿

巨量千川为主  
占比97.4%

#### 广告小蓝词词云



### 品类关键词广告数与预估完播率



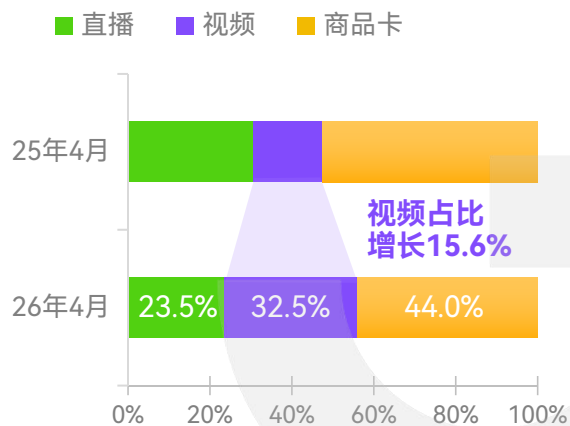


## 4月重点品类：彩色隐形眼镜

# 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。

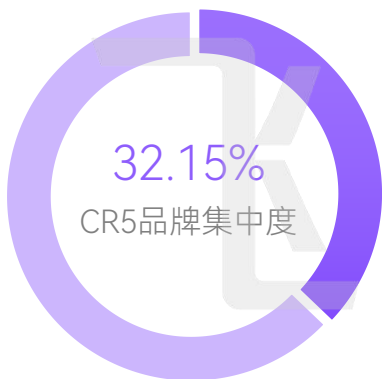
### 25&26年4月彩色隐形眼镜销售渠道表现



### 26年4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
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桃妆美瞳隐形眼镜20片

### 视频带货TOP5品牌与视频销售占比

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

## 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	LaPeche/拉拜诗	5162.1w

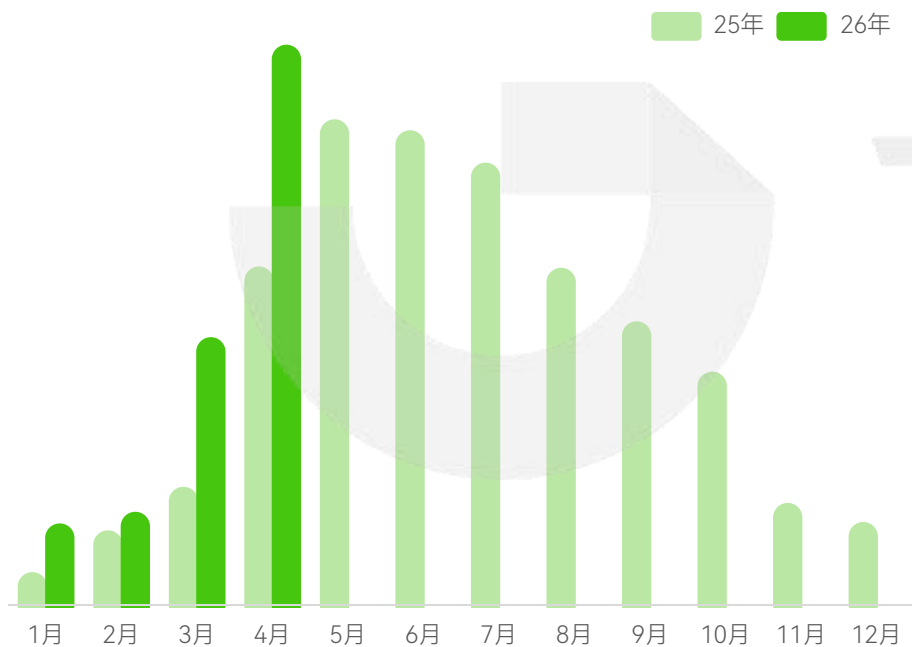


## 4月重点品类：驱虫用品

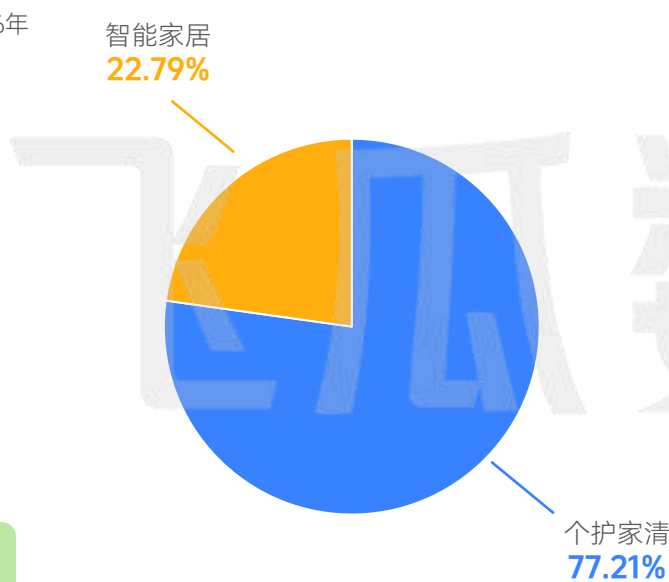
# 驱虫用品进入年度销售旺季，化学驱虫主导市场

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。

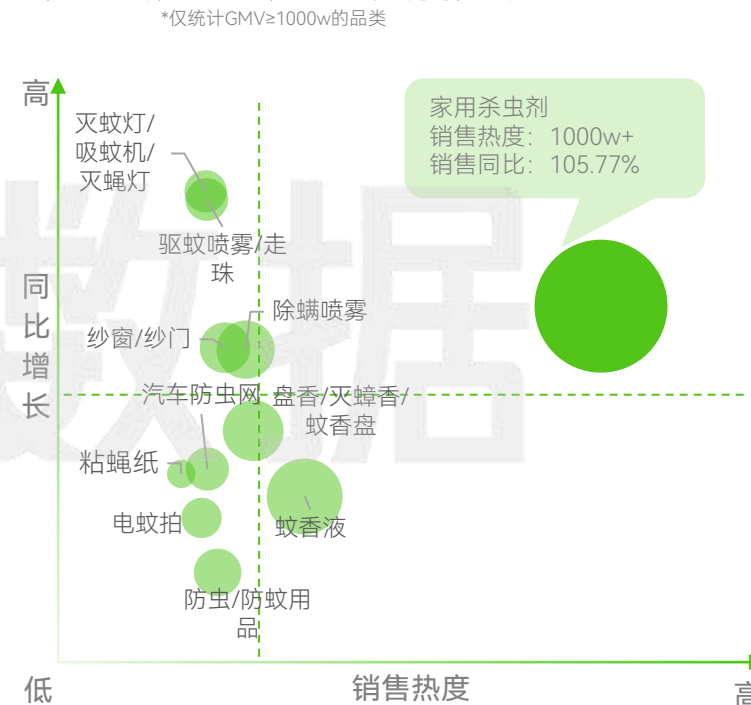
### 25-26年4月抖音驱虫用品销售热度趋势对比



### 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



## 4月重点品类：驱虫用品-家用杀虫剂

# 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

品牌CR5 **56%**

#### 家用杀虫剂品牌销售热度TOP5

排名	品牌名称	市场占比
01	拜灭士	22.1%
02	鸡奶奶	10.2%
03	老管家	8.7%
04	虫小将	7.8%
05	沫檬	7.2%

## 集中资源主推核心单爆品，达人推广高效驱动销售转化



### 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**

### 4月品牌家用杀虫剂品类推广关键数据

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+

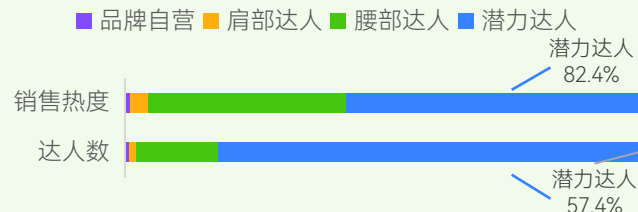
### 4月品牌主推商品



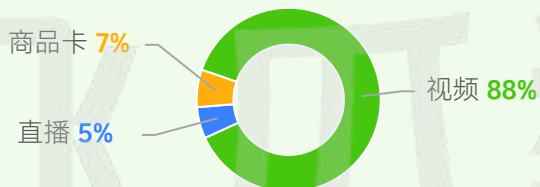
【小波专属】鸡奶奶杀虫剂喷雾喷射剂家庭大容量味虫胺600ml发4瓶送2喷头TY  
好评率：89.06%  
销售热度：1000w-2500w

### 大量潜力达人扩散传播范围

#### 4月品牌带货达人结构



#### 4月品牌销售渠道分布



#### 品牌带货视频词云

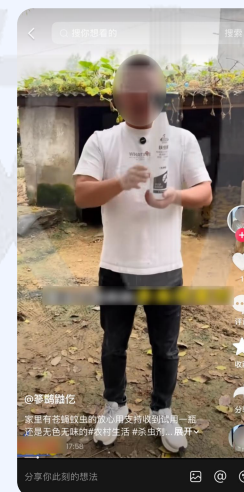


### 广告投放加热品牌曝光转化

#### 4月品牌广告投放数据

广告数	997	预估曝光	2780.7w
商品广告占98.2%		商品广告占99.8%	

#### 品牌投放广告案例



家里有苍蝇蚊虫的放心用支持收到试用一瓶还是无色无味的#农村生活 #杀虫剂#蚊虫叮咬 #养殖好帮手

@蓼鹁 融吃

预估曝光 874.2w

#### 内容亮点

开头直击用户痛点：提到传统杀虫剂需要关门关窗闷，味道重，老人小孩受不了，突出了传统杀虫剂的使用问题

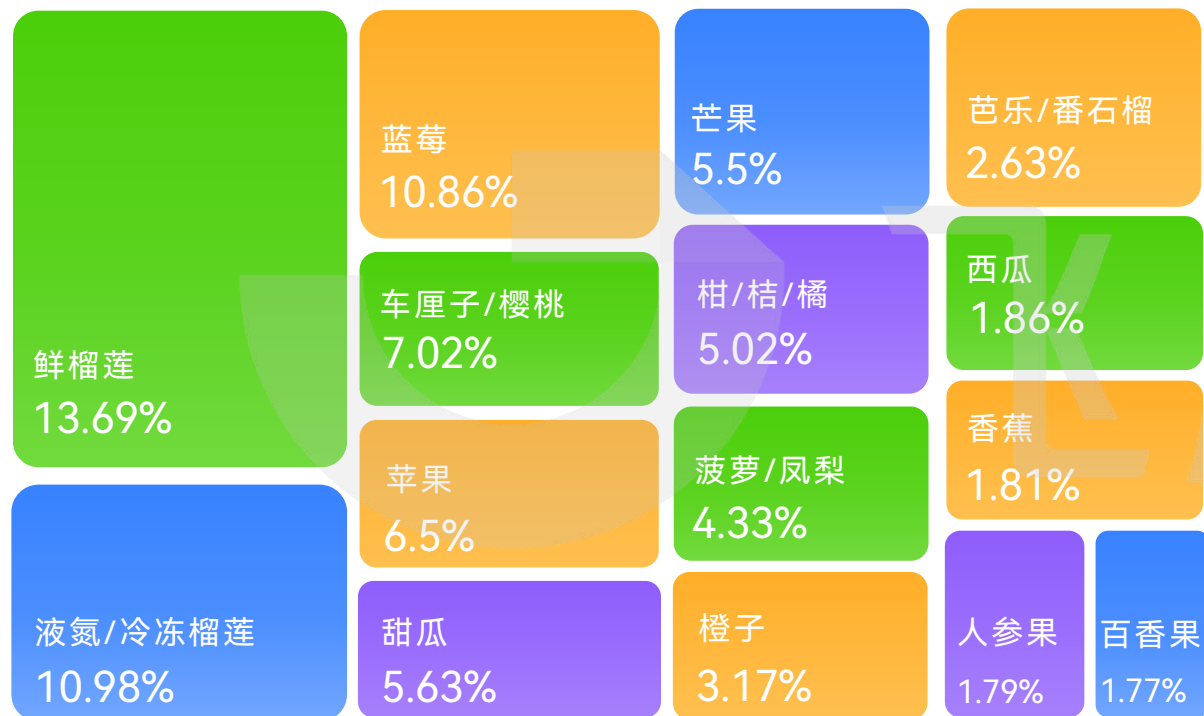
凸显品牌产品差异：阐述品牌商品无味、不刺鼻、对家禽无伤害等卖点和功效，说明了适用场景和适用人群，针对痛点给出了解决方案

## 4月重点品类：水果

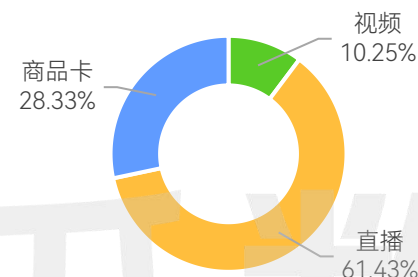
# 榴莲领跑水果赛道，稀缺性话术驱动销售转化

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。

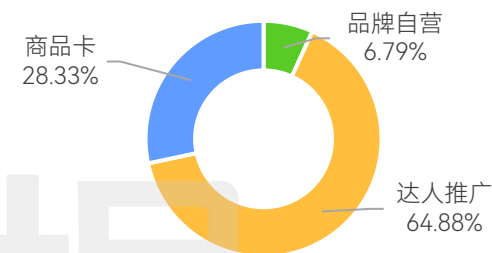
### 2026年4月抖音【水果】品类销售热度TOP15



### 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

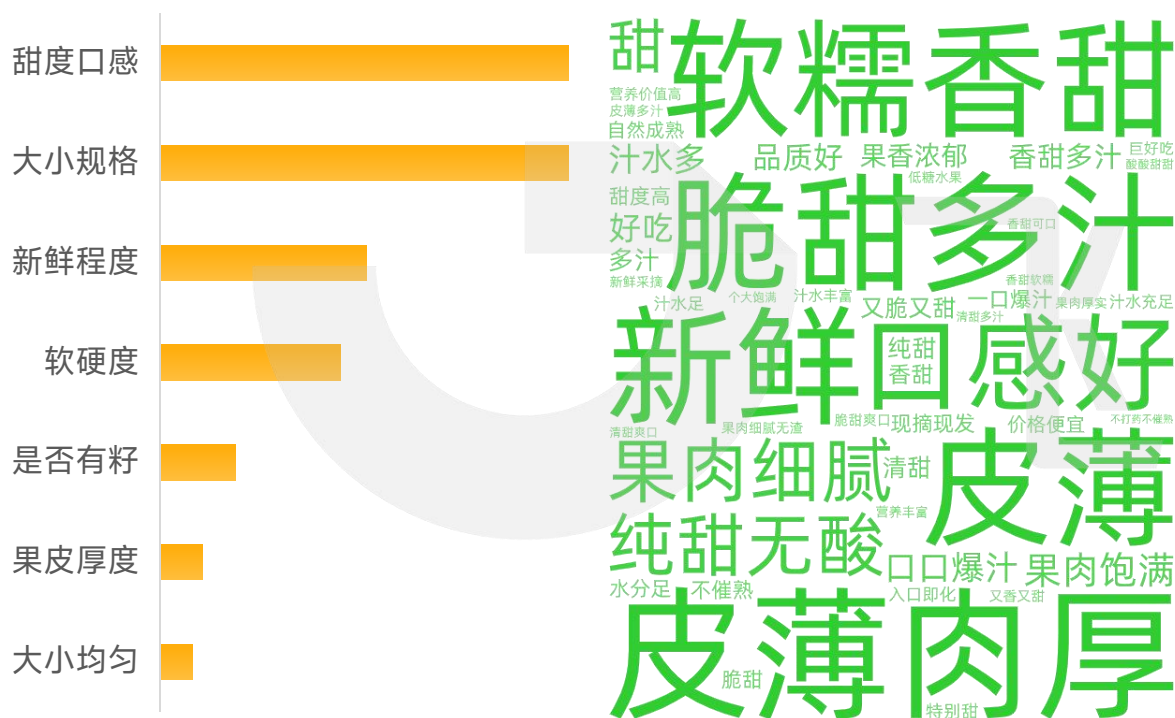
排名	黄金3s台词	视频数	预估曝光
01	这种水果不是你买不起，而是你买不到	100+	27.3w
02	来看一下，这是咱们24枚90的特大果	90+	20.7w
03	我从来都不让我家孩子喝碳酸饮料，毕竟健康来讲对孩子才是重要的。	70+	98w
04	哇，剥起来可脆可解压了！	70+	29.2w
05	三年没做活动的ole，五一竟然上了金枕榴莲活动	60+	940.4w

## 4月重点品类：水果

# 甜度与大小规格成用户核心关切，水果营销聚焦口感与品种优势

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。

### 2026年水果消费者关注功能需求 4月水果品类营销视频主推优点



### 4月水果热门品类商品标题卖点TOP

排名	TOP1	TOP2	TOP3	TOP4	TOP5
鲜榴莲	金枕榴莲	托曼尼	猫山王	钻石球榴莲	小猫山
液氮/冷冻榴莲	金枕榴莲	猫山王	金枕树	老树熟	黑刺
蓝莓	头茬	花香蓝莓	蓝莓爸爸	L25花香蓝莓	怡颗蓝莓
车厘子/樱桃	美早	大樱桃	头茬	大连美早	小樱桃
苹果	红富士	阿克苏	奶油富士	丑苹果	黄金奶油
甜瓜	羊角蜜	小蜜蜂	香瓜	网纹瓜	玉菇甜瓜
芒果	贵妃芒	甜心芒	树上熟	青芒	红金龙芒果
柑/桔/橘	丑橘	不知火	沃柑	耙耙柑	丑八怪
菠萝/凤梨	树上熟	金钻凤梨	芒果凤梨	台农23号	手撕凤梨
橙子	伦晚脐橙	青见果冻橙	春橙	高山脐橙	冰糖橙

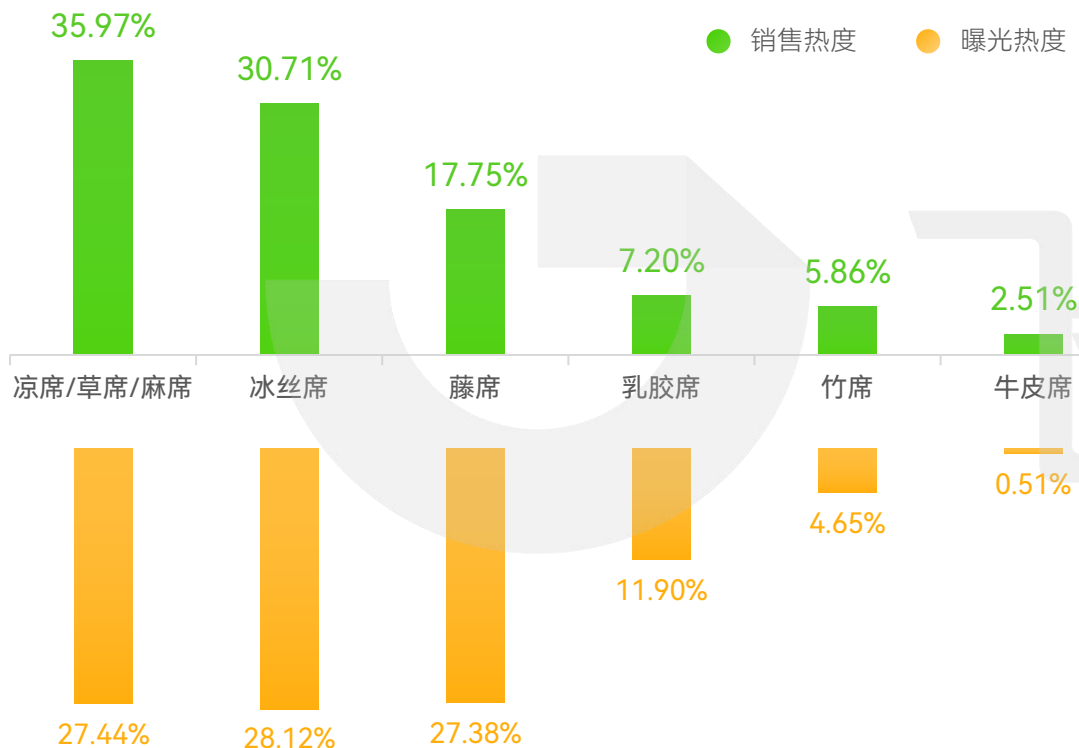


## 4月重点品类：凉席

# 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



#### 品类趋势预测

- 凉席品类多元化，冰丝、冰豆豆等受青睐
- 可机洗、可折叠凉席需求增加
- 母婴、宿舍等特定场景凉席市场扩大

#### 品类隐形机遇

- 开发新型凉席材质和功能，满足消费者需求
- 针对特定场景和人群推出定制化凉席
- 加强品牌建设，提高产品附加值



## 北极绒：以冰丝款为核心，凉感透气成营销重点

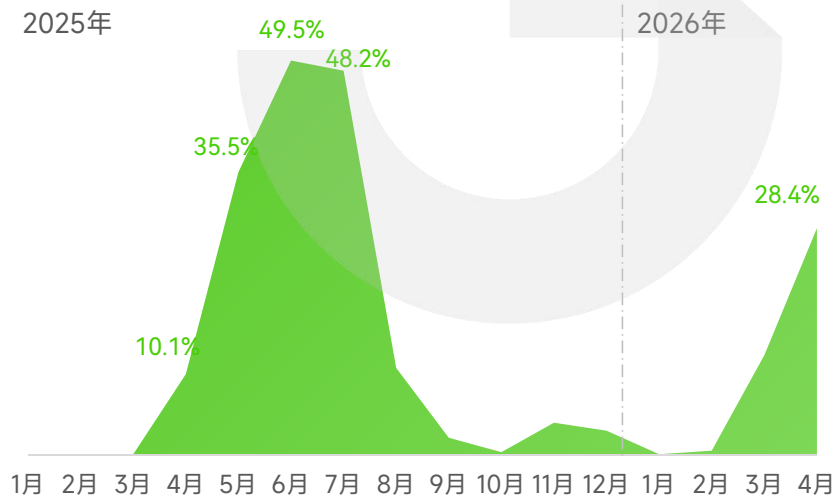


### Bejirong/北极绒

人群画像：女性、31-40、三线城市

品牌介绍：北极绒定位为提供高品质、舒适产品的家纺品牌，满足消费者夏日清凉需求。凉席产品系列涵盖冰丝凉席、古法纯藤凉席、乳胶凉席、冰藤席等

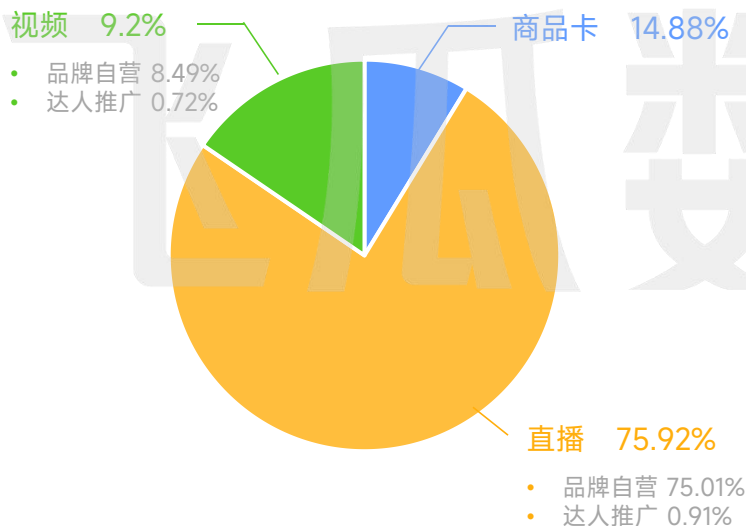
### 2025-26年品牌凉席品类销售占比趋势



### 4月品牌凉席品类广告内容词云



### 4月品牌凉席品类的销售渠道分布



### 热推SPU产品



【北极绒】A类腰花冰丝凉席夏天专用床笠凉感床罩防滑透气夏季清凉

主推卖点：A类面料、快速水洗、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

我们家的冰丝床笠席给大家上新啦，来看看这清新的花型款式特别适合夏天用~#凉席 #冰丝凉席 #凉席三件套 #家纺床上用品 #夏日必备



- 产品卖点引入：直接提出凉席的升级款，引出产品冰丝凉席床笠，吸引消费者关注
- 产品优势展示：详细从多个方面阐述冰丝凉席床笠的优点，介绍了冰丝凉席床笠的多种优势，包括套住床垫不跑、面料特点、吸汗透气、凉而不冰等，还提及了适用场景和使用感受，让消费者全面了解产品
- 优惠活动与引导购买：告知直播间有活动，并引导观众赶紧来看看

# 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

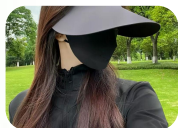
五一、小长假

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
1	HUAWEI/华为	11	FILA/斐乐	21	草本初色
2	LING FENG GOLD/领丰金	12	DJI/大疆	22	VIVO
3	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	11	MGP/毛戈平	21	HBN
👑	KANS/韩束	12	forest cabin/林清轩	22	RNW/如薇
👑	GUYU/谷雨	13	Ulike	23	PECHOIN/百雀羚
4	蒂洛薇	14	C咖	25	WINONA/薇诺娜
5	L'OREAL /欧莱雅	15	LANCÔME/兰蔻	26	Jmoon/极萌
6	PROYA/珀莱雅	16	ELL	26	YSL/圣罗兰
7	CHANDO/自然堂	17	可复美	27	GALENIC/科兰黎
8	PRAMY/柏瑞美	18	MARUBI/丸美	28	LA MER/海蓝之谜
9	ESTEE LAUDER/雅诗兰黛	19	Helena Rubinstein/赫莲娜	29	Flower Lure/花间颂
10	BABI	20	CARSLAN/卡姿兰	30	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	黑森林
9	老管家	19	长发小寨	29	OKCS
10	botare/植护	20	Liby/立白	30	仁和

附录：

## 2026年4月品牌销售热榜

### 服饰内衣



排名	品牌
1	AP
2	草本初色
3	TUCANO/啄木鸟
4	Pierre Cardin/皮尔卡丹
5	ROMON/罗蒙
6	LucasEmilyLouie
7	BANANA UNDER/蕉下
8	我是摩羯
9	La Chapelle/拉夏贝尔
10	MBNL-F

### 3C数码家电



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

### 母婴宠物



排名	品牌
1	anta kids/安踏儿童
2	Balabala/巴拉巴拉
3	bodcrme/贝德美
4	Hilpapa/海龟爸爸
5	kangaroo mommy/袋鼠妈妈
6	XTEP/特步
7	babycare
8	BoBDoG/巴布豆
9	贵人鸟
10	NOURSE/卫仕

附录：

## 2026年4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	zedao/则道
4	yili/伊利
5	dongfangzhenxuan/东方甄选
6	Three Squirrels/三只松鼠
7	BAIXIANG/白象
8	Joyoung soymilk/九阳豆浆
9	康师傅
10	Yon Ho/永和豆浆

### 生鲜



排名	品牌
1	dongfangzhenxuan/东方甄选
2	HITOMORROW/大希地
3	天海藏
4	田大叔
5	HAIYANGYANYI/海洋演义
6	杨博士
7	榴喜儿
8	皇家小虎
9	锋味派
10	JOY TREE/欢乐果园

### 运动户外



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

附录：

## 2026年4月品牌销售热榜

### 智能家居



排名	品牌
1	SUPOR/苏泊尔
2	Midea/美的
3	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
1	MOUTAI/茅台
2	WULIANGYE/五粮液
3	XI LIQUOR/习酒
4	郎酒
5	GUOTAI/国台
6	LUZHOU LAOJIAO/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
1	诺特兰德
2	WONDERLAB/万益蓝
3	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

### 数据监测

### 运营提效

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

广告分析

飞瓜易投

素材挖掘

广告创作

竞对追踪

投放分析

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

找热点

选达人

西瓜数据

查品牌

品牌自播

飞瓜智投

数据监控

AI排班

录像复盘

话术分析

品牌决策

飞瓜品策

市场洞察

竞争分析

营销舆情

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

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

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

品牌种草

谦果

方案策略

达人匹配

种草执行

复盘结案

营销专案

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