

2021年双11 “个护家清” 行业报告

品牌社媒营销分析报告

果集数据



目录

CONTENTS

01

社媒电商大盘

02

直播电商分析

03

品牌案例解析



01

社媒电商大盘

Social media e-commerce market

2021年双11热门品类社媒电商数据一览

Social media e-commerce market

服饰内衣
美妆
珠宝文玩
食品饮料
智能家居
鞋靴箱包
母婴宠物
3C数码家电
个护家清
运动户外
二手闲置
生鲜
钟表配饰
本地生活
图书音像
玩具乐器
农资绿植
虚拟充值
礼品文创

“个护家清”品类双11销售额
366,600W

“个护家清”品类

■ 抖音 ■ 快手

2020/2021年双11“个护家清”品类
销售额占比

	2020年	2021年
抖音	2.51%	2.77% ↑
快手	4.11%	3.78%

➤ “个护家清”行业持续加大了社媒电商的投入，特别是抖音平台，使得品类销售额在抖音的占比有所提升；

2021双11个护家清品类社媒电商发展趋势

Social media e-commerce market



2021双11“个护家清”社媒电商（抖音+快手）
热度持续攀升，规模增长快速

- ✓ 抖/快平台的社媒电商的**规模增长**速度较快；
- ✓ 抖/快平台的**品牌数**、**商品数**、**达人数**均呈快速增长趋势；
- ✓ **直播带货**作为社媒电商主流，其热度持续高涨；

110.59%

品牌数环比增长

273.51%

商品数环比增长

194.76%

达人数环比增长

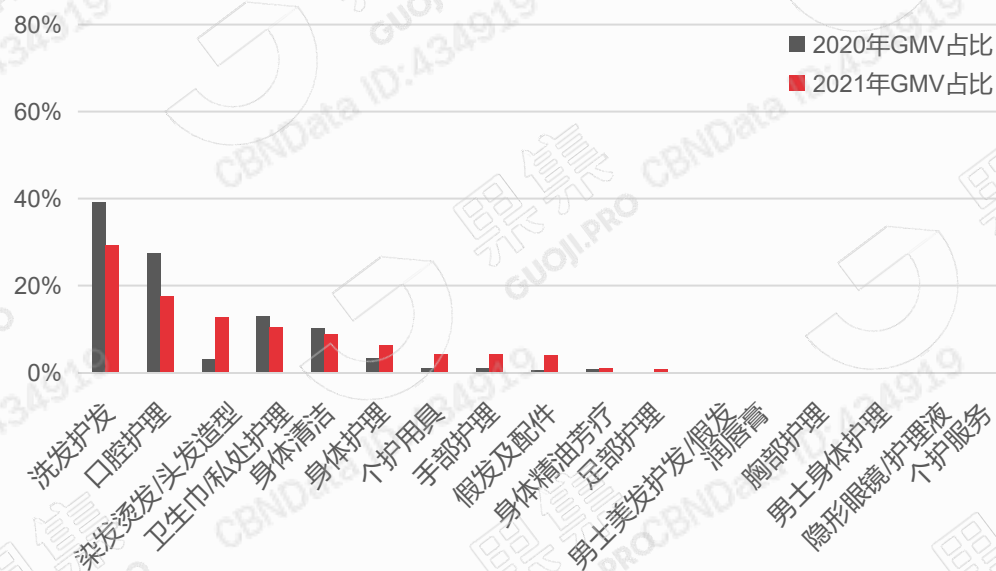
205.03%

直播数环比增长

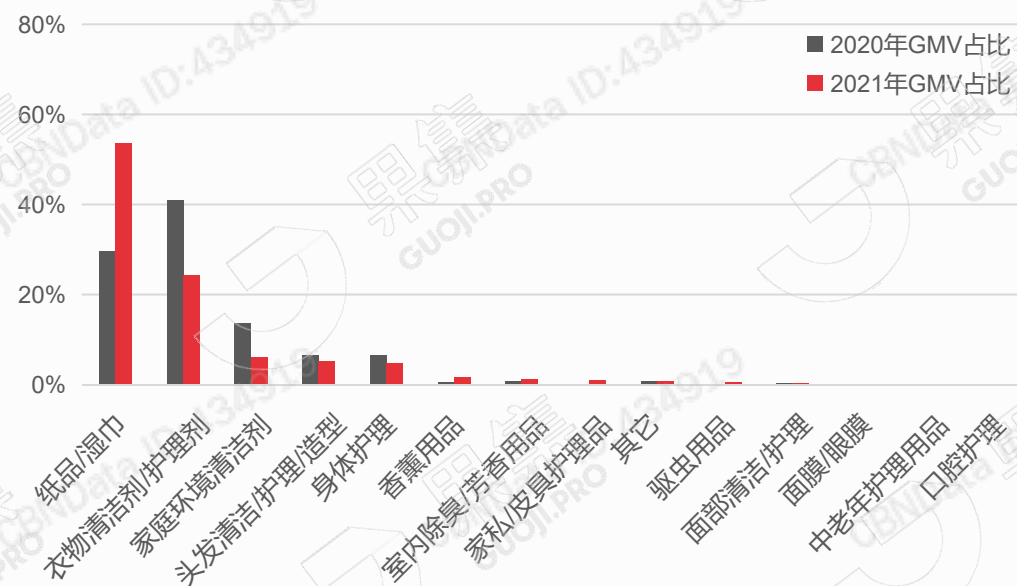
2021年双11个护家清细分品类社媒电商数据

Social media e-commerce market

“个人护理”品类销售额品类占比



“洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰销售分析”品类销售额品类占比

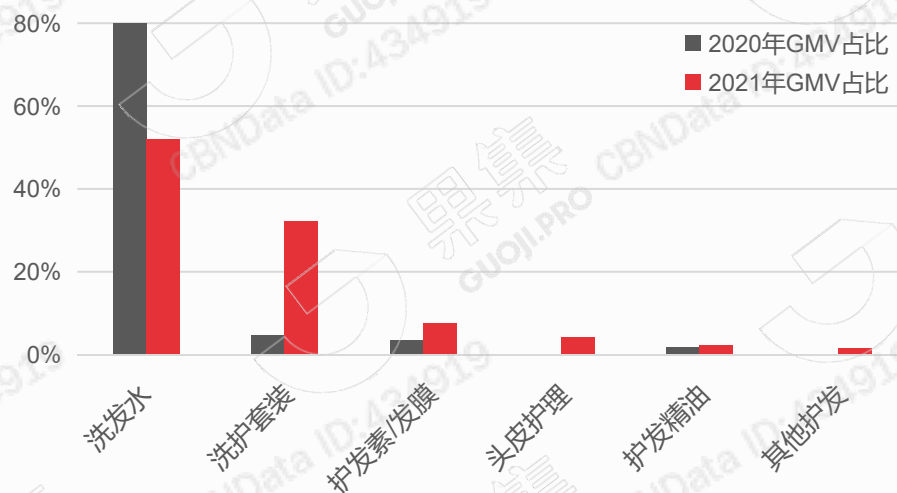


- 在“个人护理”品类中，“**洗发护发**” & “**口腔护理**”的市场体量较大，“**染发烫发/头发造型**”销售品类占比增长幅度最大，涨幅9.64%，**假发及配件、个护用具、手表护理、身体护理**涨幅皆为3%左右；
- 在“洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰销售分析”品类中，“**纸巾/湿巾**” & “**衣物清洁剂/护理剂**”的市场体量较大；2021年仅“**纸巾/湿巾**”销售品类占比呈现较为明显的增长趋势，涨幅23.93%

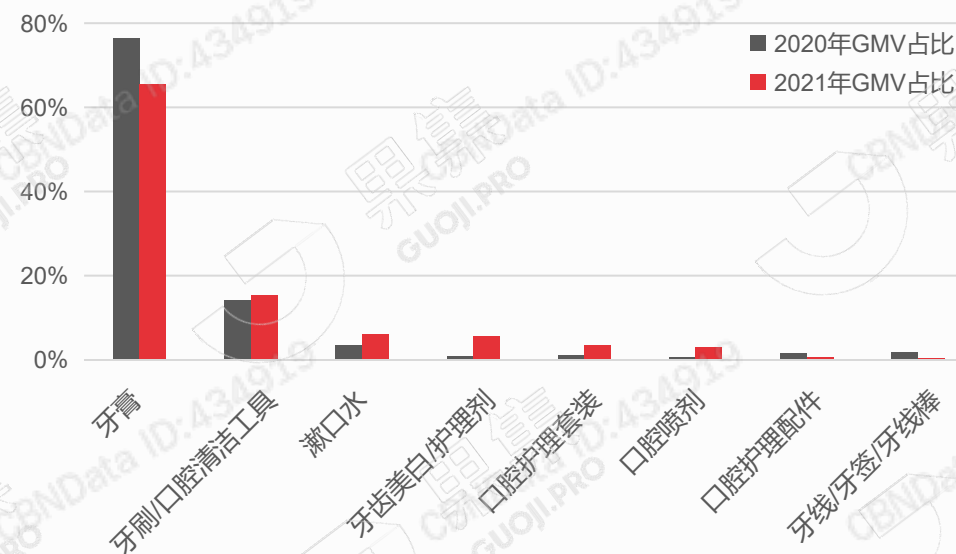
2021年双11 “洗发/护发” & “口腔护理” 品类社媒电商数据

Social media e-commerce market

“洗发/护发”品类销售额品类占比



“口腔护理”品类销售额品类占比

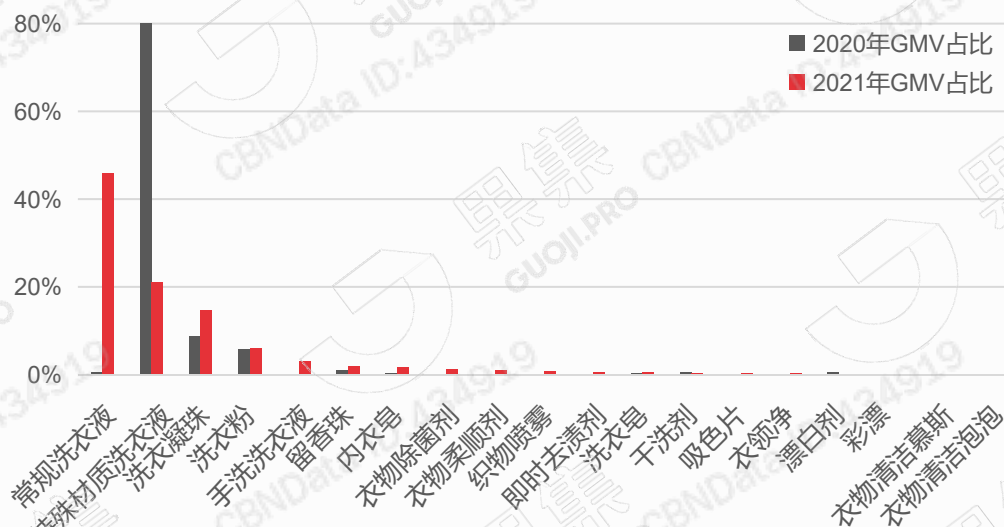


- 在“洗发/护发”品类中，“**洗发水**”的市场体量依旧最大，但其2021年较2020年双11销售品类占比跌幅达37.97%；“**洗护套装**”销售品类占比增长幅度最大，涨幅27.59%，其次是“**头皮护理**”&“**护发素**”，分别涨幅4.33%和4.1%；
- 在“口腔护理”品类中，“**牙膏**”的市场体量依旧最大，但其2021年较2020年双11销售品类占比跌幅达10.94%；“**牙齿美白/护理剂**”销售品类占比增长幅度最大，涨幅4.75%，**漱口水、口腔护理套装、口腔喷雾剂**涨幅皆为2.5%左右；

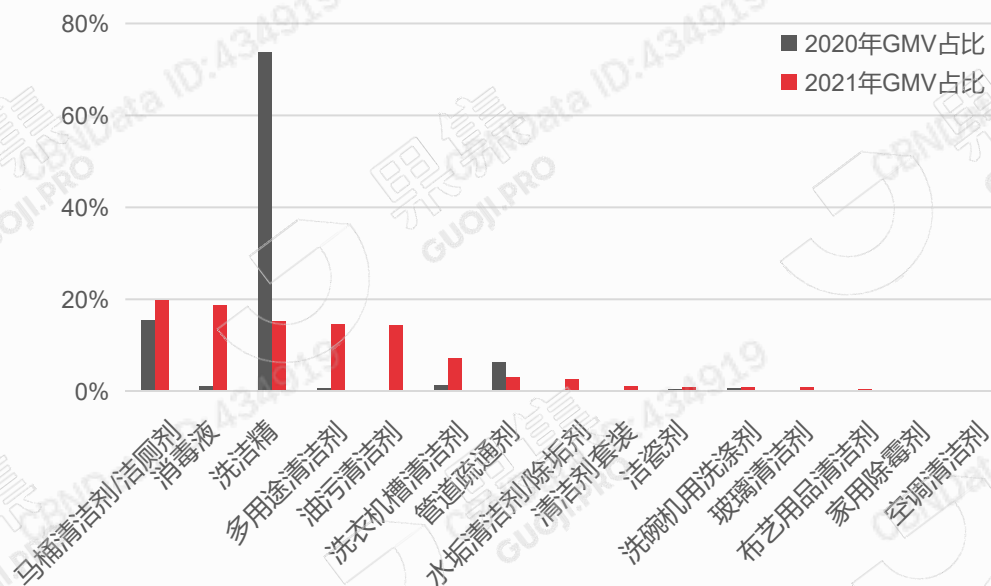
2021年双11“衣物清洁剂/护理剂” & “家庭环境清洁剂” 品类社媒电商数据

Social media e-commerce market

“衣物清洁剂/护理剂”品类销售额品类占比



“家庭环境清洁剂”品类销售额品类占比

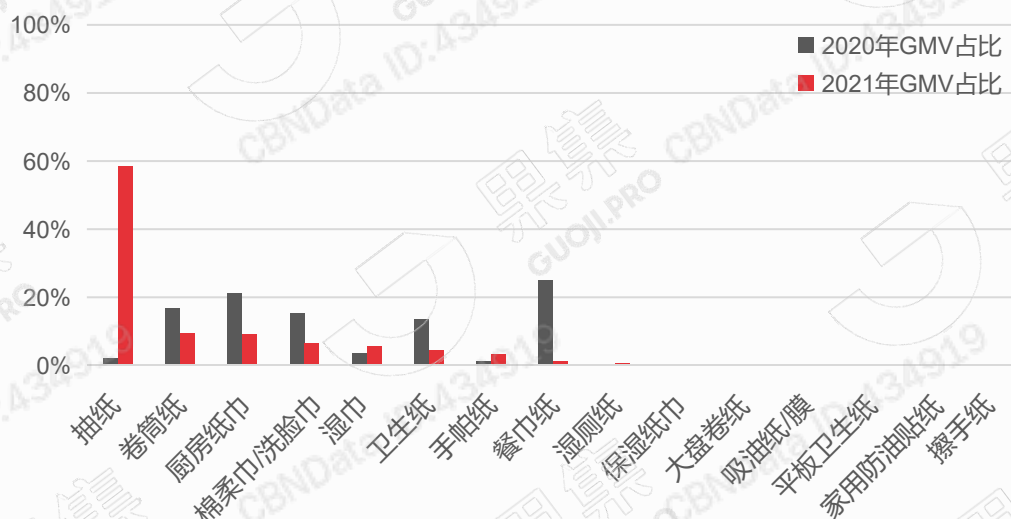


- 在“衣物清洁剂/护理剂”品类中，“**常规洗衣液**”的市场体量最大，且其销售品类占比增长幅度最大，涨幅45.38%，其次是“**洗衣凝珠**” & “**手洗洗衣液**”，分别涨幅6.03%和2.95%；
- 在“家庭环境清洁剂”品类中，“**马桶清洁剂/洁厕剂**”的市场体量较大；“**消毒液**”销售品类占比增长幅度最大，涨幅17.54%，其次是“**油污清洁剂**” & “**多用途清洁剂**”，分别涨幅14.03%和13.86%；

2021年双11 “纸品/湿巾” & “卫生巾/私处护理” 品类社媒电商数据

Social media e-commerce market

“纸品/湿巾”品类销售额品类占比



“卫生巾/私处护理”品类销售额品类占比



- 在“纸品/湿巾”品类中，“抽纸”的市场体量较大，且销售品类占比增长幅度最大，涨幅58.63%，其次是“手帕纸” & “湿巾”，分别涨幅1.99%和1.86%；“餐巾纸”2021年较2020年双11销售品类占比跌幅达23.81%；
- 在“卫生巾/私处护理”品类中，“卫生巾”的市场体量依旧最大，占比90.33%；“裤型卫生巾”销售品类占比增长幅度最大，涨幅4.91%；



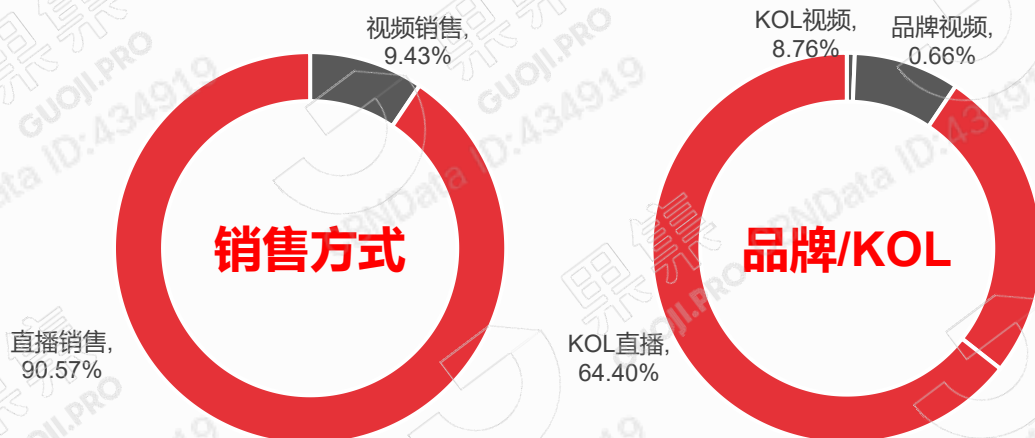
02

直播电商分析

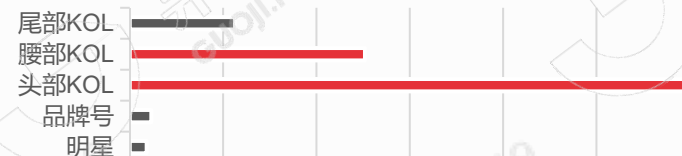
Analysis of live e-commerce

2021双11个护家清社媒电商销售分析

Analysis of live e-commerce



KOL类型



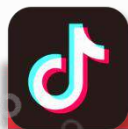
双11“个护家清”销售分析：

KOL直播为主，品牌自播增长快

- ✓ “个护家清”品类社媒电商的主要销售方式是“直播”销售，以“KOL直播”为主，“品牌自播”的比重逐渐加大，接近30%；
- ✓ 抖音主要销售来源于“品牌号”&“尾部KOL”，而快手主要来源于“头腰部KOL”；

2021双11个护家清品类社媒电商品牌销售榜

Analysis of live e-commerce



品牌销售榜

品牌名称	总销售额	品类占比
维达	7235.8W	2.38%
BODYAID	6593W	2.16%
心相印	6455.7W	2.12%
洁柔	6422.2W	2.11%
清风	5684.8W	1.87%
立白	4890.8W	1.61%
苏菲	4851W	1.59%
蓝月亮	3874.5W	1.27%
七度空间	3855.6W	1.27%
诗裴丝	2961W	0.97%
韩愔	2880.4W	0.95%
奥妙	2794W	0.92%
活力28	2638.9W	0.87%
满婷	2579.1W	0.85%
薇尔	2374.5W	0.78%
敬修堂	2349.7W	0.77%
阿道夫	2282.5W	0.75%
仁和匠心	2169.8W	0.71%
滴露	2135.3W	0.70%
威露士	2032.2W	0.67%



品牌销售榜

品牌名称	总销售额	品类占比
维达	3928.4W	3.36%
妇炎洁	2546.3W	2.18%
蓝月亮	2337.6W	2%
立白	2143.1W	1.83%
芭莎蔓	1598W	1.37%
雨森	1527.1W	1.31%
柏肤源	1273W	1.09%
竹盐	1216.9W	1.04%
珂洛帝斯	1196.3W	1.02%
B2V	1027.2W	0.88%
活力28	994.4W	0.85%
金纺	982.6W	0.84%
纸护士	975.7W	0.83%
阿道夫	947.8W	0.81%
半蕊	909.8W	0.78%
浪奇	837.5W	0.72%
威露士	785.9W	0.67%
冷酸灵	769.4W	0.66%
棉密码	726.8W	0.62%
奥妙	695.5W	0.59%

双11“个护家清”品牌表现：

国产品牌热销霸榜

- ✓ 品牌销售榜上的前列品牌多为“国产品牌”
- ✓ “敬修堂、活力28”等传统品牌入局社交电商，崭露头角再次崛起；
- ✓ “立白、蓝月亮、威露士”等家清头部品牌在社媒电商也保持着领先地位；
- ✓ 新锐品牌“BODYAID、诗裴丝、柏肤源”后来居上，潜能爆发，表现突出；

2021双11 “洗发/护发” 品类社媒电商品牌销售榜

Analysis of live e-commerce



排名	品牌	销售额	品类占比
1	BODYAID	6048.2W	10.88%
2	阿道夫	2266W	4.08%
3	满婷	2246.8W	4.04%
4	仁和匠心	1604.8W	2.89%
5	KONO	1453.7W	2.62%
6	宝利优润	1445.1W	2.60%
7	三个魔发匠	1331.7W	2.40%
8	巴黎欧莱雅	1201.4W	2.16%
9	滋源	1056.3W	1.90%
10	超级种子	952.4W	1.71%



排名	品牌	销售额	品类占比
1	B2V	943.8W	5.54%
2	阿道夫	742.7W	4.36%
3	清扬	693W	4.07%
4	睿嫣	610.9W	3.58%
5	江南印象	567.8W	3.33%
6	滋源	396.3W	2.33%
7	沙宣	390.7W	2.29%
8	香奈儿	365.9W	2.15%
9	克洛特	265W	1.56%
10	KONO	256.3W	1.50%

BODYAID、B2V等新锐后来居上，位列榜首

- ✓ **BODYAID**品牌霸榜抖音平台，销售额品类占比达10.88%；
- ✓ **阿道夫、滋源、KONO**品牌在抖音、快手两个平台的销售表现都较为优秀；
- ✓ 除了**满婷、清扬**等传统大牌，**BODYAID、B2V**等新锐品牌表现亮眼，跻身榜首；

2021双11 “口腔护理” 品类社媒电商品牌销售榜

Analysis of live e-commerce

参半、冰泉、AvecMoi 新锐品牌势头依旧强劲

- ✓ AvecMoi、参半、BLISPRING等新锐品牌依旧跻身榜单前列；
- ✓ 冷酸灵、舒客、黑人品牌在抖音、快手两个平台的销售表现
- ✓ 竹盐品牌在快手平台的表现亮眼，销售额品类占比达10.98%；



排名	品牌	销售额	品类占比
1	敬修堂	2298.3W	8.75%
2	AvecMoi	1507.7W	5.74%
3	参半	983.8W	3.74%
4	云南白药	911.3W	3.47%
5	狮王	881.9W	3.36%
6	BLISPRING	866.8W	3.30%
7	冷酸灵	844W	3.21%
8	六必治	832W	3.17%
9	舒客	755.6W	2.88%
10	黑人	674.4W	2.57%



排名	品牌	销售额	品类占比
1	竹盐	1214.5W	10.98%
2	冷酸灵	769.4W	6.96%
3	可立克	658.8W	5.96%
4	BLISPRING	578.3W	5.23%
5	小巨蛋	411.1W	3.72%
6	柏肤源	262.5W	2.37%
7	黑人	223.3W	2.02%
8	佳洁士	217.7W	1.97%
9	舒客	170.6W	1.54%
10	高露洁	159.9W	1.45%

2021双11 “衣物清洁剂/护理剂” 品类社媒电商品牌销售榜

Analysis of live e-commerce



排名	品牌	销售额	品类占比
1	立白	4743.5W	11.46%
2	蓝月亮	3714.3W	8.97%
3	奥妙	2786.8W	6.73%
4	活力28	2510.6W	6.06%
5	威露士	1715.5W	4.14%
6	马泰克	1529.7W	3.7%
7	超能	1525W	3.68%
8	蔬果园	1500.4W	3.62%
9	缔香倾城	1429.5W	3.45%
10	EVERSHINE	990.7W	2.39%



排名	品牌	销售额	品类占比
1	蓝月亮	1960.4W	11.14%
2	立白	1791.2W	10.18%
3	活力28	869W	4.94%
4	浪奇	837.5W	4.76%
5	好太太	649.5W	3.69%
6	超能	608.8W	3.46%
7	奥妙	608.3W	3.46%
8	柏肤源	569.6W	3.24%
9	妈妈壹选	542.1W	3.08%
10	威露士	469.7W	2.67%

头部品牌地位依旧稳固 抖音、快手齐发力

✓ 抖音和快手平台上，仅TOP10品牌就占有了**50%**

以上的品类销售额；仅**TOP3品牌占有25%**的品类
销售额；

✓ **立白、蓝月亮、活力28**品牌在抖音&快手平台的销
售表现均位列前茅；同时，**超能、奥妙、威露士**等
品牌在抖音&快手平台的销售表现也均比较优秀；

2021双11 “家庭环境清洁剂” 品类社媒电商品牌销售榜

Analysis of live e-commerce

抖音滴露、快手金纺 再创销量新高，稳居榜首

- ✓ 抖音平台上，**滴露**品牌销售额的品类占比高达15.17%，稳居第一；
- ✓ 快手平台上，**金纺**品牌销售额的品类占比更是高达25.22%，
- ✓ **立白、蓝月亮、汉高妙力**品牌在抖音&快手平台的销售表现也均比较优秀；



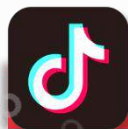
排名	品牌	销售额	品类占比
1	滴露	1452.4W	15.17%
2	蔬果园	409.5W	4.28%
3	汉高妙力	354.1W	3.70%
4	南彤	326.2W	3.41%
5	菲碧清	279W	2.92%
6	老管家	168.1W	1.76%
7	立白	146.8W	1.53%
8	蓝月亮	145.1W	1.52%
9	润孜	115.4W	1.21%
10	兰康保	113.9W	1.19%



排名	品牌	销售额	品类占比
1	金纺	958.6W	25.22%
2	蓝月亮	365.8W	9.62%
3	立白	320.1W	8.42%
4	威露士	276.8W	7.28%
5	威猛先生	94.6W	2.49%
6	汉高妙力	91.6W	2.41%
7	奥妙	87.1W	2.29%
8	活力28	70.2W	1.85%
9	妇炎洁	54.5W	1.43%
10	蓝泡泡	44.9W	1.18%

2021双11个护家清品类社媒电商商品销售榜

Analysis of live e-commerce



商品销售榜

商品名称	总销售额	价格范围
敬修堂黄金版香口牙膏	2051.1W	¥ 0-78
七度空间日夜超值装	1855.2W	¥ 0-79.9
满婷洗沐套组	1781.5W	¥ 0-168
心相印抽纸20包*2箱	1697.9W	¥ 0-88.8
阿道夫洗沐套装	1417W	¥ 0-249
立白除菌凝珠	1126.9W	¥ 0-119
蓝月亮洗衣液全瓶装	1102.3W	¥ 0-94
中兴可湿水面巾纸	1008.7W	¥ 0-30.9
金装抽纸20包*2箱	986.2W	¥ 0-132.9
博滴琴叶生姜洗发水	982.4W	¥ 0-249
维达抽纸20包*2箱	972.5W	¥ 0-119.8
洁柔Face粉软抽纸	961.9W	¥ 0-239.8
维达抽纸20包x2箱	957.8W	¥ 0-119.9
洗发乳护理霜套装	956.1W	¥ 0-69
洁柔Face粉软抽纸	949.6W	¥ 0-179.8
韩愔山核桃泡泡染	943.8W	¥ 0-99
芬缇妮金滋养洗发水	914.4W	¥ 0-208
清风抽纸27包*2箱	873.4W	¥ 0-189
Spes免洗蓬松喷雾	863.4W	¥ 0-59
老姜王生姜防脱洗发水	838.6W	¥ 0-39.9



商品销售榜

商品名称	总销售额	价格范围
维达抽纸实惠装	1941.9W	¥ 0-49.9
蓝月亮洗衣液套装	1559.4W	¥ 0-99.88
竹盐粉盐派缤牙膏	1176.3W	¥ 0-69
墨藻洗发水	883.2W	¥ 0-79
浪奇除菌洗衣液	837.2W	¥ 0-69.9
妇炎洁银离子凝胶	836.6W	¥ 0-118
宣若cielo染发霜	782W	¥ 0-118
立白羽洁净柔纸面巾	705.8W	¥ 0-99
立白洗衣凝珠2盒	662.1W	¥ 0-69.9
金纺护理柔顺剂10斤	600.1W	¥ 0-63.9
LG睿嫣润膏洗发水	581.3W	¥ 0-88
纸护士实芯卷纸	577.1W	¥ 0-39.9
江南印象洗沐沐组合	566W	¥ 0-49.9
维达抽纸100抽10包	558W	¥ 0-19.9
阿道夫洗护套装	551.1W	¥ 0-119
冷酸灵牙膏4支	495.7W	¥ 0-89.9
清扬男女士洗发水	481.2W	¥ 0-69.9
ZUZU马油皂	471.3W	¥ 0-29.99
柏肤源除菌泡洗粉	468.8W	¥ 0-89.99
妇炎洁银离子妇用凝胶	451.7W	¥ 0-138

双11“个护家清”热销商品：

组合热卖为主，价格有所提升

✓ 热销商品主要是“**纸巾**”，并以“**整箱**”销售为主；

✓ “**洗沐组合、牙膏**” & “**洗衣液、洗衣凝珠**”等受

消费者喜爱，同样也是以“**组合销售、正装+赠品**”

方式销售为主；

✓ 热销商品的价格处在“**80-100、100+**”的比重有

所增加；

2021双11个护家清品类社媒电商品牌号销售榜

Analysis of live e-commerce



品牌号名称	粉丝数	销售额
中顺洁柔旗舰店	158.5W	3092W
蓝月亮旗舰店	107W	3016W
清风官方旗舰店	197.9W	2848.9W
心相印官方旗舰店	167.7W	2544.7W
七度空间官方旗舰店	96.1W	2246.9W
维达纸品旗舰店	9.3W	2162.5W
敬修堂黄金香口牙膏官方直营店	76.4W	2134.9W
满婷旗舰店	61.1W	2047.5W
维达官方旗舰店	74W	1959.6W
京东超市	64.2W	1590.6W
阿道夫旗舰店	178.2W	1585.3W
雪玲妃美妆旗舰店	23.9W	1320.8W
小七假发优选	49W	1319.8W
仁和匠心官方账号	84.6W	1293.6W
韩愔品牌旗舰店	37.4W	1254.7W
滴露Dettol	56.1W	1187.2W
黑耀品牌直播间	53.9W	1142.2W
韩愔官方旗舰店	97.6W	1061.4W
丽邦官方旗舰店	64.7W	1034W
三个魔发匠官方旗舰店	39.9W	1008.7W

双十一表现突出的品牌号

清风官方旗舰店
心相印官方旗舰店
维达官方旗舰店
雪玲妃美妆旗舰店

- ✓ 新锐品牌的品牌号表现渐好，如博滴、babycare、PMPM、摇滚动物园等；
- ✓ 品牌号存在“粉丝量少，但销售能力强”的情况，如快手的清风官方旗舰店，抖音的维达纸品旗舰店；



品牌号名称	粉丝数	销售额
维达国际旗舰店	73.4W	9762628
妇炎洁旗舰店	33.9W	8894291
韩熙贞专卖店妮姐	1068.7W	3107375
博滴品牌专卖店	30W	1093171
如瑟·莲姐官方旗舰店	62.9W	722066
心相印旗舰店	16.7W	661416
高洁丝官方旗舰店	13.1W	513887
自由点旗舰店	2.5W	371021
御妆老沈·科魅尔旗舰店	8W	302675
健美创研官方旗舰店	20W	284496
清风官方旗舰店	1.6W	278239
babycare官方店	35.9W	182474
雪玲妃官方旗舰店	114.3W	111564
魔香旗舰店	1.5W	109252
优思洁官方旗舰店	8.5W	100111
PMPM官方	63.4W	89294
摇滚动物园旗舰店	3.6W	39373
欧诗漫官方旗舰店	60.8W	34391
连谱官方旗舰店	31.9W	25694
OLEVA奥洛菲官方账号	9.3W	25618



03

品牌案例分析

Case Study of Brand Social Media E-commerce

Bodyaid博滴品牌社媒营销分析



品牌营销：大量铺设明星同款为品牌背书，双11加强粉丝联动促转化

Case Study of Brand Social Media E-commerce

- Bodyaid是创立于2018年的新国货品牌，该品牌针对当下热门的**脱发护理垂类**，主推防脱生姜洗发水，同时研发推广如洗面奶、牙贴、洗衣粉等**其他个人护理类目产品**。品牌以多个个护、洗发奖项为营销点凸显专业度，同时自2021年以来，持续加大营销投放力度，**明星助力 + KOL投放 + 直播带货**的经典模式组合搭配，投放**金星、李小冉、温碧霞、黄圣依、刘晓庆等多个明星**的同时，铺设KOL + KOC，迅速打开市场。双11期间，参与多个话题活动，通过明星热度助力品牌进一步曝光，增强品牌影响力，同时加强粉丝联动促转化。



明星推荐

不使用代言人为卖点，而是主打【明星推荐】【明星同款】吸引用户，投放明星多位女星，如：金星、李小冉、温碧霞、黄圣依等



品牌奖项

2020微博美妆V赏年度个护榜前三名
《瑞丽》美容大赏年度防脱洗发水大奖
时装LOFFICIEL 2021年度美妆大赏人气保养洗发水



天猫#双11美好生活乐园#

加深平台合作，参加天猫#双11美好生活乐园#活动，进一步加强与用户之间互动



#微博好物节#

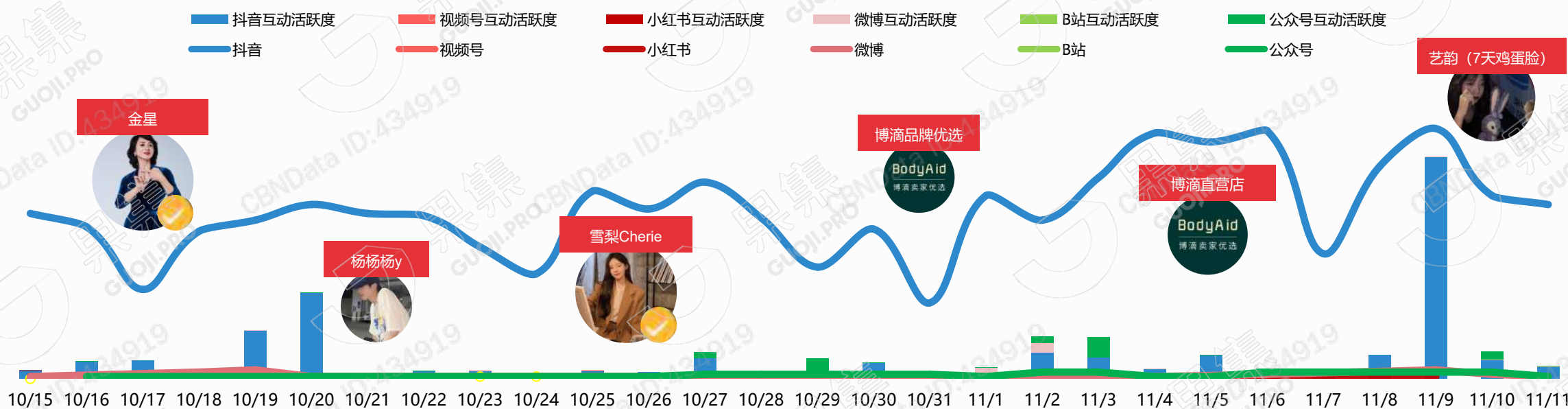
双11参加微博热点话题讨论，联动明星、大V等，通过粉丝联动促转化

社媒投放：重点布局抖音/公众号平台，自播号视频铺量推广

Case Study of Brand Social Media E-commerce

- 果集数据显示：**双11期间**，bodyaid品牌社媒声量主要集中在**抖音/公众号平台**，微博次之，其他平台声量较小。
- bodyaid品牌在双11期间**仍主打明星助力策略**，单抖音平台关联内容中，10月15-11月11日便有**903条**话题中带有**【金星】**的关联内容。微信公众号方面，则是主推时尚、民生类账号，从脱发问题入手的同时通过明星及奖项背书再推出爆品生姜洗发水。除此以外，bodyaid同时通过**大量品牌号进行铺量推广**，并在**微博投放了雪梨Cherie、全球时尚美妆君等多个美妆时尚类博主**。

2021双十一品牌社媒平台声量/互动量趋势分布——bodyaid



选品策略：主推洗发护发爆款，以一带多布局其他个护细分品类

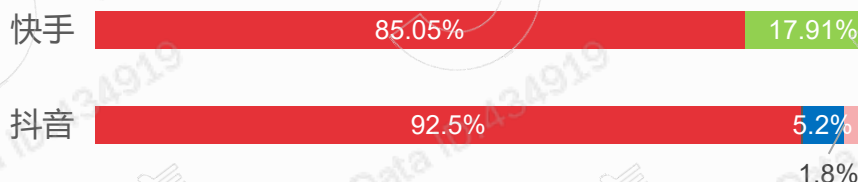
Case Study of Brand Social Media E-commerce

- Bodyaid品牌在2021双11期间，主推**洗发护发**品类，同时推广**口腔护理**、**面部护肤**、**衣物清洁剂/护理剂**等品类。该品牌并未只专注于防脱、护理等洗发护发类目，而是全面布局个护大类，探索如**漱口水**、**地板清洁丸**、**洗面奶**、**衣物清洁**等多个细分赛道。
- 在抖音&快手电商销售额上，除了**洗发护发**品类仍是大占比，**口腔护理**、**衣物清洁剂/护理剂**在抖音“搏得一席之地”；在选品上，Bodyaid以核心产品**琴叶生姜洗发水**作为主推商品，热销sku top10单品均为该商品；在商品的售卖方式上，Bodyaid采用了**组合装**、**礼赠**的形式，在营销宣传上，图文标题带上明星推荐等卖点。

2021双十一品牌社媒品类声量分布——bodyaid



2021双十一品牌社媒品类销售分布——bodyaid



2021双十一抖快热销SKU TOP10——bodyaid

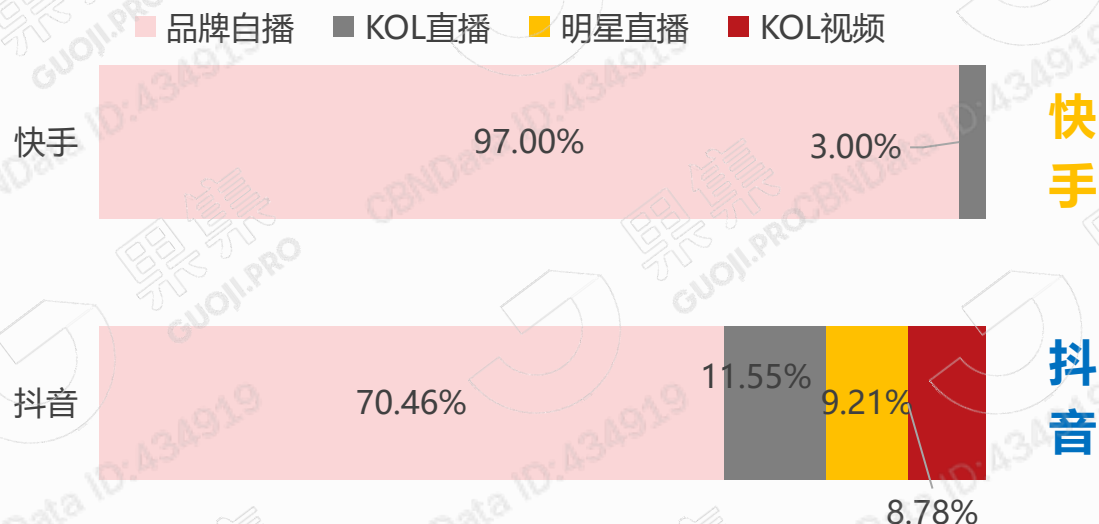
商品	品类	预估商品销售额	页面价
【品牌精选】博滴琴叶生姜洗发水	洗发护发	974.6W	¥ 249
【品牌精选】博滴琴叶生姜洗发水	洗发护发	345.4W	¥ 199
【金姐推荐】防脱育发生姜洗发水实力防脱发 秀发浓密丰盈	洗发护发	336.5W	¥ 99
【BodyAid专卖 双十一特惠爆款】博滴 琴叶生姜洗发水拍1发21	洗发护发	311.8W	¥ 200
【BodyAid专卖 双十一保价爆款】博滴 琴叶生姜洗发水超值套装	洗发护发	292.6W	¥ 210
【金姐推荐】琴叶生姜防脱育发洗发水 实力防脱发浓密丰盈	纸巾/湿巾	244.6W	¥ 99
【育发特证】Bodyaid博滴去屑控油蓬松顺滑固发生姜洗发水套组	洗发护发	197.6W	¥ 149
【品牌直营】博滴琴叶生姜洗发水	洗发护发	159.2W	¥ 149
【双十一专享】拍1发17! 博滴 琴叶生姜洗发水大容量送卷发球	洗发护发	124.2W	¥ 309
【品牌精选】博滴琴叶生姜洗发水	洗发护发	117.0W	¥ 149

社媒电商：抖快品牌矩阵账号自播效果好，金星直播首秀实现合作再升级

Case Study of Brand Social Media E-commerce

- 2021年双11期间，bodyaid抖快两大平台双十一电商GMV突破6800万。双十一电商销售构成中，抖音主要为品牌自播 + KOL直播 + 视频，快手以品牌自播为主。抖音直播GMV高于快手平台。同比2020年双十一，bodyaid抖音直播GMV预估增长了近1322%，该品牌当时未在快手布局。
- bodyaid抖音、快手平台双11自播表现好，抖音KOL电商销售额贡献TOP5中，自播账号占4个，明星金星带货该品牌GMV跻身前3，金星于10月16日开启直播首秀，单场直播中，bodyaid的知名产品生姜洗发水讲解时长达30余分钟，销售额销量均为本场直播Top1。快手平台的电商GMV则是主要由博滴个护品牌店、博滴品牌专卖店两大自播账号贡献，平均直播时长达15小时。

2021双十一品牌电商销售构成——bodyaid



2021双十一品牌KOL电商销售额贡献TOP5——bodyaid

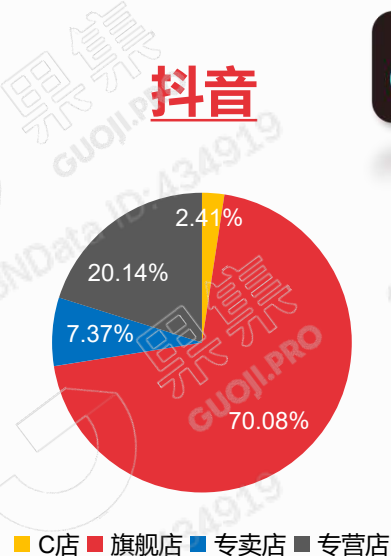


店铺分析：抖音品牌旗舰店霸榜Top前三，快手品牌专卖店C店平分秋色

Case Study of Brand Social Media E-commerce

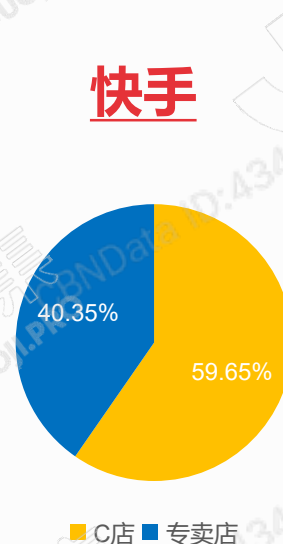
- 数据显示，Bodyaid2121年双11抖快电商分布中，抖音平台销售额主要来源于**旗舰店、专营店、专卖店**，而快手平台销售额来源则为**专卖店、C店**。
- **抖音平台**销售额最高的店铺为**Bodyaid旗舰店**，单店铺预估销售额高达2481W，**占比37.54%**；快手销售额最高的店铺为**播地艾**，单店预估销售额为160.2W，**占比58.22%**；抖音的TOP10的店铺中，旗舰店霸榜Top前三，旗舰店占比总销售额70%，剩下大部分为售卖个护、日用品类目的专营店；**快手平台**的播地艾C店、BODYAID播地艾专卖店**两大店铺表现突出**，快手平台该品牌销售额基本由这两个店铺贡献。

2021双十一品牌抖音店铺销售分布Top10——bodyaid



店铺	类型	销售额	单店贡献比例(%)
BodyAid旗舰店	旗舰店	2481.1W	37.54
博滴旗舰店	旗舰店	1361.4W	20.6
博滴个护旗舰店	旗舰店	748.8W	11.33
博滴卖家优选专卖店	专卖店	486.7W	7.36
吉维儿日用品专营店	专营店	332.3W	5.03
博滴日用品专营店	专营店	213.4W	3.23
卖家联合个护专营店	专营店	170.9W	2.59
泡研化妆品专营店	专营店	108.1W	1.64
尚西专营店	专营店	84.0W	1.27
魔湾游戏个护专营店	专营店	77.7W	1.18

2021双十一品牌快手店铺销售分布Top5——bodyaid



店铺	类型	销售额	单店贡献比例(%)
播地艾	C店	160.2W	58.22
BODYAID播地艾专卖店	专卖店	109.8W	39.89
桂哥M 的小店	C店	1.5W	0.55
阿聪教化妆 的小店	C店	0.3W	0.13
高位截瘫【玲】的小店	C店	0.1W	0.05
姗姗一的小店	C店	0.0W	0.01

Dettol滴露品牌社媒营销分析

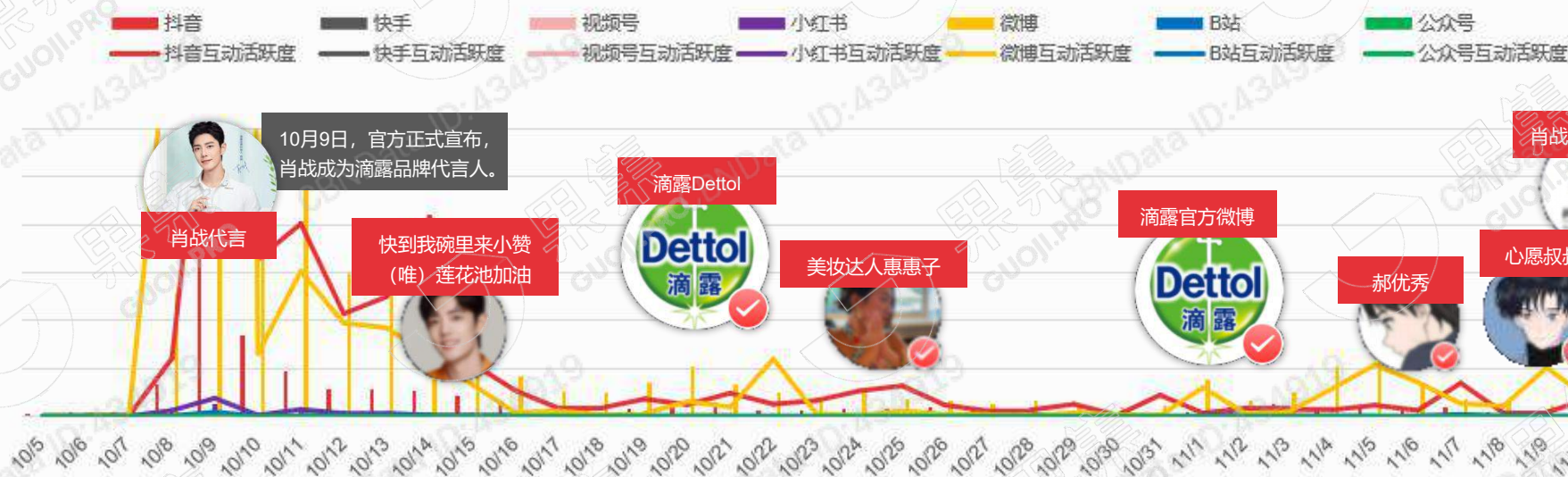


品牌营销：双11官宣代言制造热度，明星营销强曝光促引流

Case Study of Brand Social Media E-commerce

Dettol滴露1932年诞生于英国医院，作为一个**专注消毒除菌领域**的日用消费品品牌，Dettol滴露一直致力于在家居和个人护理方面为消费者提供既高效又安全的消毒方案；自1993年开始在中国销售以来，Dettol滴露从**核心产品滴露消毒液**，衍生出了衣物除菌液等全系列的健康保护产品，通过**跨圈层IP合作/明星代言**等营销组合拳，不断扩大其市场份额，位居消毒品类头部品牌行列；近两年来，Dettol滴露入局社媒电商，持续创造销售新高。2021双11Dettol滴露通过**明星代言，明星直播、KOL合作、品牌自播**等，霸榜**消毒液&衣物除菌剂**赛道，以抖音品类占比79.98%&快手品类占比88.85%**稳居第一**；

2021双十一品牌社媒平台关联内容声量/互动量趋势分布——Dettol滴露



双11霸榜

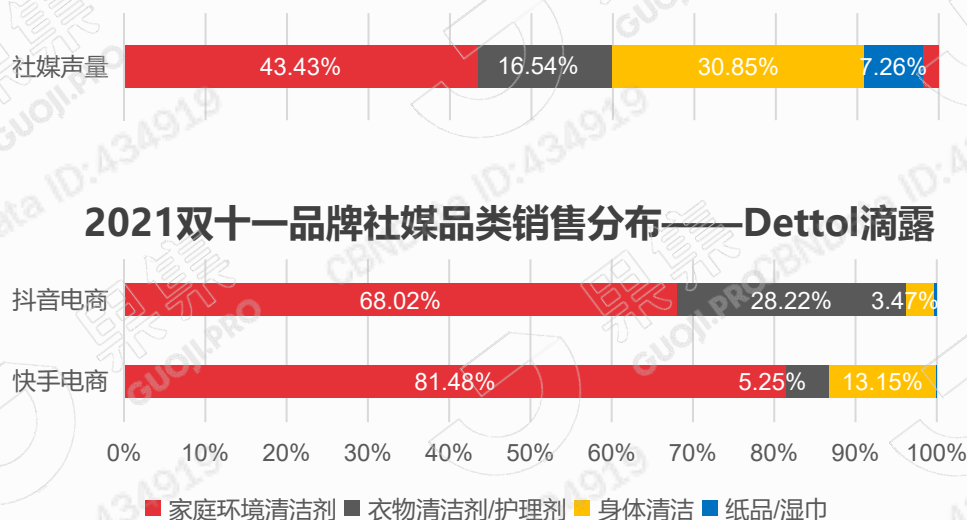


选品策略：主推消毒液大卖，实惠/组合装最热销，明星同款受欢迎

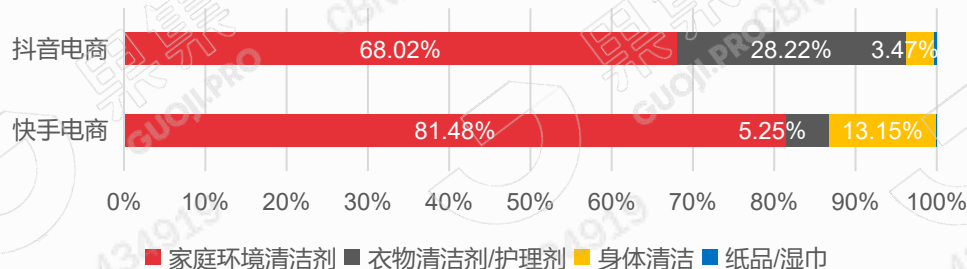
Case Study of Brand Social Media E-commerce

Dettol滴露在2021双11期间，主推**家庭环境清洁剂**品类，在抖音&快手电商销售额上，**家庭环境清洁剂**品类占比超过品牌总销售额的50%；在选品上，Dettol滴露以核心产品**滴露消毒液**作为主推商品，其销售额更是高达790W；在商品的售卖方式上，Dettol滴露采用了**组合装、实惠装**的形式，不仅带动销量，同时也带动了其他产品的销售；Dettol滴露也将**明星同款**作为商品推广的一大卖点；在价格上，**150-200之间**最为热销；

2021双十一品牌社媒品类声量分布——Dettol滴露



2021双十一品牌社媒品类销售分布——Dettol滴露



2021双十一抖快热销SKU TOP10——Dettol滴露

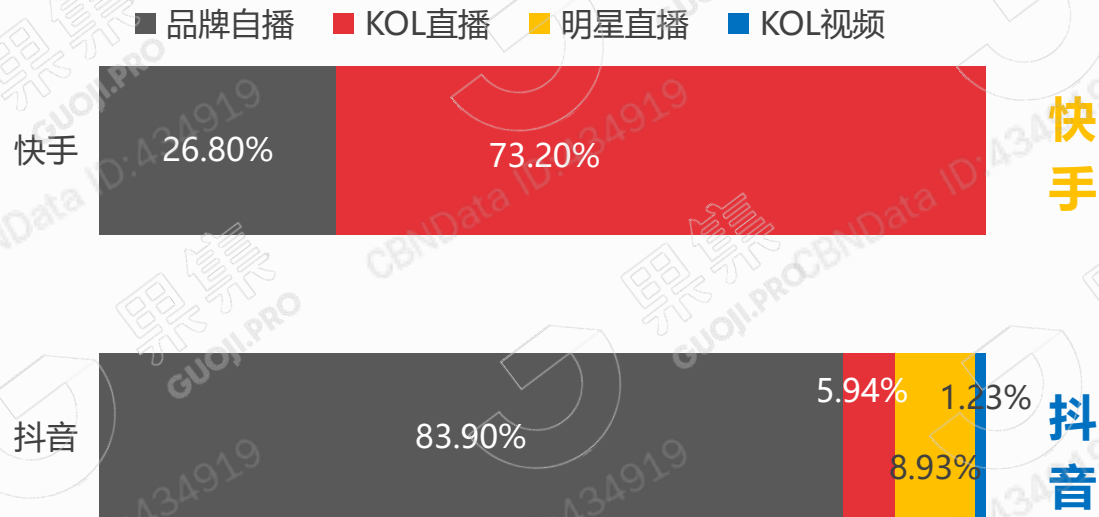
商品	品类	销售额	页面价
【肖战同款】滴露消毒液1.8L*2瓶	消毒液	790.7W	189.8
【24小时内发货】滴露消毒液1.8L×2瓶	消毒液	244W	189.8
【肖战同款】滴露多效衣物除菌液2.5L*2瓶	衣物除菌液	237.3W	179.8
【24小时内发货】滴露消毒液1.8L×2瓶+多效衣物除菌液柠檬2.5L*2	消毒液、衣物除菌液	93.6W	369.6
【24小时内发货】滴露多效衣物除菌液柠檬/松木2.5L*2 两香型任选	衣物除菌液	84.4W	179.8
Dettol/滴露消毒液1.2L*2瓶+滋润抑菌洗手液500g*3瓶	消毒液、洗手液	74.2W	209.5
【肖战同款】滴露多效衣物除菌液2.5L+消毒液1.8L	消毒液、衣物除菌液	69.9W	184.8
Dettol/滴露衣物除菌液1.5L*2瓶+Lysol湿巾80抽一包	衣物除菌液、湿巾	66.1W	154.7
【店播专享】Dettol/滴露衣物除菌液3L*2	衣物除菌液	45.5W	169.8
【店播专享】滴露衣物除菌液柠檬/薰衣草/松木 3L×2 任选	衣物除菌液	28.9W	169.8

社媒电商：两手抓“品牌自播矩阵&精选高转化KOL”提销量

Case Study of Brand Social Media E-commerce

Dettol滴露在社媒电商方面**重视品牌自播并加持高转化KOL直播**，现已初步形成了品牌自播矩阵，且呈现出了“**高频次、高转化**”的趋势，在2021双11期间，品牌自播场次近200场，最高的品牌自播场次达59场，场均销售额达9W之多；在KOL投放方面，Dettol滴露并没有过多的进行投放，而是**精选高转化的头腰部KOL**进行合作。同时，Dettol滴露**也重视明星营销（代言+带货）**，不仅在双11前期官宣明星代言人，同时，也投放了贾乃亮、金星等明星直播带货；

2021双十一品牌电商销售构成——Dettol滴露



2021双十一品牌KOL电商销售额贡献TOP5——Dettol滴露



店铺分析：销售主要来源于“抖音旗舰店&快手外部店”

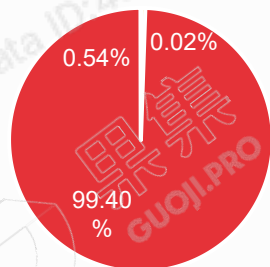
Case Study of Brand Social Media E-commerce

Dettol滴露社媒电商店铺销售在抖音平台主要来源于**旗舰店**，而快手平台则是**外部店**为主；抖音销售额最高的店铺为**Dettol滴露官方旗舰店**，单店铺销售额高达1521W，**占比71.23%**；快手销售额最高的店铺为**天猫超市**，单店销售额为24.6W，**占比59.23%**；抖音的TOP10的店铺为旗舰店和C店各占一半，但两者的销量差距较大；**快手平台的旗舰店表现突出**，其单店销量达11.1W，占比26.8%；

2021双十一品牌抖音店铺销售分布Top10——Dettol滴露

2021双十一品牌快手店铺销售分布Top5——Dettol滴露

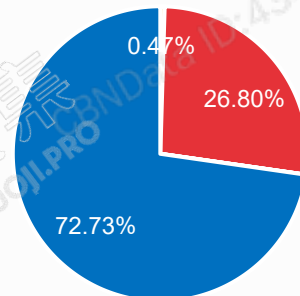
抖音



■ C店 ■ 旗舰店 ■ 集合店 ■ 外部店

店铺	类型	销售额	单店贡献比例(%)
Dettol滴露官方旗舰店	旗舰店	1521W	71.23
Dettol滴露旗舰店	旗舰店	601.2W	28.15
Dettol滴露景华专卖店	C店	7.7W	0.36
Dettol滴露康之信专卖店	C店	3.5W	0.16
利洁时官方旗舰店	旗舰店	1W	0.05
苏宁易购旗舰店	旗舰店	3850	0.02
素演护肤小店	C店	1315	0.01
京东超市官方旗舰店	旗舰店	678	0
曼杰家清个护专营店	C店	673	0
东大日化专营店	C店	380	0

快手



■ C店 ■ 旗舰店 ■ 集合店 ■ 外部店

店铺	类型	销售额	单店贡献比例(%)
天猫超市	外部店铺	24.6W	59.23
Dettol滴露官方旗舰店	旗舰店	11.1W	26.8
Dettol滴露官方旗舰店	外部店铺	3.7W	9.14
阿里健康大药房	外部店铺	1.8W	4.36
京东超市的小店	C店	740	0.18
董博 [扬帆起航]的小店	C店	656	0.16
君然姐姐的小店	C店	454	0.11
Dettol滴露曼杰专卖店	C店	92	0.02

报告说明

Research description



➤ 版权说明:

本报告的所有图片、表格及文字内容的版权归果集数据所有。其中，部分文字、图片及数据来源于公开信息，版权归属原著作者所有。果集数据获取信息的途径包括公开资料、市场调查及第三方采购。如需转载、引用、刊发本报告，需注明出处为“果集数据”，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。违者将追究其法律责任。

➤ 数据来源:

统计时间：（部分数据范围不同）

- 抖音：2020年10月25日-2020年11月11日 2021年10月15日-2021年11月11日
- 快手：2020年10月20日-2020年11月11日 2021年10月20日-2021年11月11日

覆盖平台：微博、微信公众号、小红书、抖音、快手、B站。

数据来源：果集 (<http://www.guojiji.pro/>) 。

关于果集

果集，提供社媒营销策略分析服务。聚合抖音、快手、小红书、微博、视频号、微信、B站等社交媒体数据，帮助企业了解行业趋势、解析竞品投放策略、洞察消费者关注点、追踪营销效果，为社媒营销提供数据支撑，用数据驱动品牌增长。

更多详情，欢迎访问官网

[<http://www.guojipro.com>]

或百度搜索“果集”

扫码关注，查看更多分析报告

果集

数 / 据 / 驱 / 动 / 品 / 牌 / 增 / 长

DATA DRIVEN BRAND GROWTH



欢迎扫码交流讨论



小智

果集——行业新媒体数据解决方案
「解密品牌，知过往，晓未来」



果集数据现提供专业咨询报告服务——

基于品牌社媒营销业务，提供行业洞察、竞品策略、营销投放等咨询服务。针对委托方的项目需求，搭建研究框架，采用桌面研究、用户调研、专家访谈、数据分析等方法，响应项目需求，完成特定课题研究，为客户提供决策参考。

THANKS