

抖音电商 国货发展年度报告

前言

满足用户多样化的品质购物需求，让美好生活触手可得。一年来，抖音电商秉持“认真做电商”的初心，始终坚持以消费者对美好生活的需求为导向，把用户利益放在首位，从多个维度拓展兴趣电商优势，完善国货发展扶持政策和措施，拉动内需，促进品牌创新和助力经济发展。

在抖音电商，越来越多的国货品牌通过抖音电商实现了产销对接、城乡互促，满足了人民日益增长的美好生活的向往。抖音平台超6亿日活用户，也为国货商品和内容承载提供了充足的想象空间，进而造就了广阔多元、富含潜力的消费市场。

抖音电商数据显示，2021年，抖音电商交易体量不断上升，国货品牌销量同比增长667%，平台上销售过亿的品牌中有8成是国产品牌，国货品牌占据爆款榜9成以上。

抖音电商充分发挥兴趣电商优势，坚持构建资源共享、协同发展的良好电商生态，不断完善产品、玩法等平台生态能力，助力国产品牌升级创新。平台不断加大品牌扶持力度、提升消费服务能力，为传统国货品牌提供新渠道，为新锐国货品牌拓展市场，为广大消费者提供全流程购物保障。

2022年，抖音电商将积极丰富线上国货供给，同时满足线下服务新需求，充分发挥兴趣电商畅通线上线下、生产消费多环节等优势，全面践行新发展理念，成为促进国内消费升级，拉动内需，推动国货品牌发展的有益助手。此外，抖音电商还将进一步利用技术、服务等优势，丰富国货品牌的消费场景，为国货发展搭建良好平台，助力国货品牌持续创新发展。

目录

前言	01
-----------	----

第一章 国货品牌通过平台高速增长	03
国货销量持续攀升	04
品牌自播成增长点	05

第二章 国货品牌借助平台持续创新	06
新锐品牌发展迅速	07
老字号焕发新生机	09

第三章 平台服务国货能力不断提升	10
推行多项扶持措施	11
完善内容规范制度	12
提升售后保障服务	13

第四章 消费者多样化需求得到满足	14
消费习惯逐渐改变	15
消费信心不断增强	16

[第一章]

国货品牌通过平台 高速增长

- ◆ 国货销量持续攀升
- ◆ 品牌自播成增长点

2021年，抖音电商坚持把助力国货发展放在重要位置，全面加强对国货品牌的扶持力度，国货品牌通过平台实现高速增长。

国货销量持续攀升

通过发挥兴趣电商优势，支持国货品牌发展，实现销量持续攀升。



平台国货占有率高达 **89%**
销量同比增长 **667%**



爆款榜单中，国货数量占比高达 **9 成**

国货品类



等品类的国货销量排名前 **5**



成交额过亿元品牌



国货销量 **TOP5** 城市



品牌自播成增长点

通过加强对自播直播间的扶持力度，推动自播体系完善，助推自播销量增长。



搭建国货品牌自播渠道，品牌建立自播直播间比例同比提升**33%**。



提升品牌自播效果，国货品牌自播销量同比增长**784%**。



平台国货销量排名前10名中，**5成**通过品牌自播完成。



自播直播间观看量同比增长**250%**，互动量同比增长**389%**。

「第二章」

国货品牌借助平台 持续创新

◆ 新锐品牌发展迅速

◆ 老字号焕发新生机

2021年，抖音电商注重推动国货创新，在国货品牌发展过程中，充分发挥“孵化器”和“加速器”的作用。新锐品牌借助平台持续创新，市场竞争力不断提升，中华老字号品牌通过创新获得市场新增量。

新锐品牌发展迅速

通过推出抖音新锐发布、创设新品牌赛道等举措，提升品牌市场竞争力。

100 余个



平台开展抖品牌、抖音新锐发布、抖音超级新品等活动，抖品牌项目助力**100**余个品牌实现销量爆发。

同比增长 933%



新锐品牌销量同比提升**933%**，品牌不断开展创新，高颜值、高性价比成为关键卖点。



新锐品牌商家主要涵盖美妆、食品、服饰等领域，成立时间多数集中在2010年之后。



主推国货、国潮的新锐品牌商家数量呈现增长趋势。



新锐品牌中，销量同比增长较快的服饰品牌之一为ubras，同比增长**18371%**；



增长较快的食品品牌之一为小熊驾到，同比增长**33078%**；



增长较快的美妆品牌之一为花西子，同比增长**2440%**；



增长较快的个护品牌之一为spes，同比增长**7461%**；



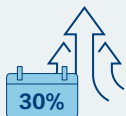
增长较快的3C品牌之一为阿尔法蛋，同比增长**910%**；



增长较快的智能家居品牌之一为追觅，同比增长**11645%**

🔴 老字号焕发新生机

通过满足年轻消费群体时尚、个性化等新消费需求，老字号在质量、服务、设计、审美等推陈出新，重塑品牌活力。



平台老字号品牌商家数量同比增长**30%**。



平台老字号品牌销量同比增长**647%**。



老字号直播间在线观看次数为**1153亿**，点赞互动量同比增幅**359%**。



老字号销量**TOP5**的品牌，分别为：回力、五粮液、恒源祥、海天，张小泉，同比增长分别为：**18196%**、**349%**、**1599%**、**13418%**、**5814%**等。

「第三章」

平台服务国货能力 不断提升

- ◉推行多项扶持措施
- ◉完善内容规范制度
- ◉提升售后保障服务

2021年，抖音电商通过推出多项扶持措施、完善内容规范制度，保障消费者权益，注重消费体验，服务国货品牌能力不断提升，平台已经成为助力国货发展的重要力量。

推行多项扶持措施

通过扶持机制建设，落地各项扶持措施，帮助品牌构建良好环境。



支持店铺装修

全方位支持商家装修店铺，打造品牌阵地，提高商品曝光及效果转化。



推出抖音电商排行榜

开设专属表情道具、互动城等特色玩法，搭建兴趣电商购物场景，设立特色货品品类榜，为消费者提供更多购物选择。



出台新品专项扶持

推出“抖音超级新品”“抖in好奇新”等多类型专项扶持，帮助新品搭建全生命周期营销通路，助力新品更快实现品销爆发。



新国潮

开展多项支持活动

上线“遇见新国潮”“好物新国潮”“国风潮物百景图”等活动，重点推介国货。



设立年度扶持计划

帮助1000个商家实现年销破亿，其中扶持100个新锐品牌年销破亿元。



推出王牌工厂项目

引入“大牌制造商”，提供大牌工厂直供的优价好物，孵化国货优质品牌。



制定“抖品牌”专项扶持计划

制定“抖品牌”计划：为商家提供线上线下培训课程，全方位加速原生抖品牌成长。

完善内容规范制度

通过完善内容规范制度，打造平台高质量内容生态。



明确“真实、专业、可信、有趣”四大创作规范

对平台鼓励和不鼓励的内容做出清晰界定，以推动社区繁荣、提升用户体验。



真实



专业



可信



有趣



建立内容生态分级标准制度

从内容安全、声画质量、信息价值、品牌影响力、直播互动氛围等多个维度，对创作者发布的内容质量进行分级。针对不同等级的内容，落地相应政策。



开展重点领域专项治理

重点规范违反广告素材推广或影响电商生态环境的行为，包括虚假宣传，违规营销，推广禁售商品，服务与实际情况不符等。

❌ 虚假宣传

❌ 违规营销

❌ 推广禁售商品

❌ 与实际情况不符

提升售后保障服务

通过制定规范引导商家做好售后服务，提升平台服务能力。



制定商家服务考核规范

通过考核激励措施引导商家做好服务，提升商家售后服务能力。



上线“安心购”等消费者权益产品

推出“正品保障”“极速退款”“运费险”“上门取件”等16项服务，让用户在每个消费环节皆能安心，真正实现“品质保障，售后无忧”。



建立价格保护机制

在价保承诺时间内，因商家调整同一商品价格，导致商品出现降价时，消费者可申请退差价。



发布《“假一赔十”服务规范》

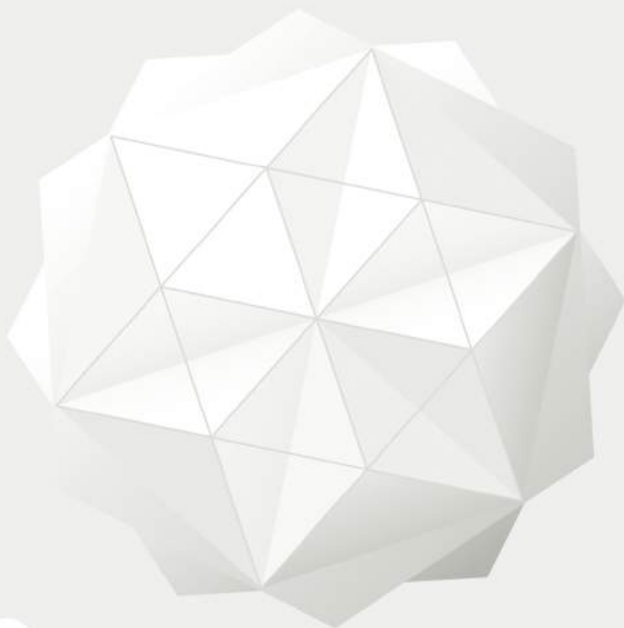
规定含有“假一赔十”标识的商品一旦确认为假货，商家遵照承诺退回商品价款并赔付十倍价款。

「第四章」

消费者多样化需求 得到满足

◆ 消费习惯逐渐改变

◆ 消费信心不断增强



2021年，抖音电商充分发挥兴趣电商的优势，连接商家和消费者，满足了消费者多样化购物需求。

消费习惯逐渐改变

直播购物带来新体验，平台消费者购买国货意愿逐渐上升。



短视频直播带货可以为消费者提供直观的购物体验，带动年轻消费群体逐渐改变消费习惯。

消费者注重与国产品牌之间的情感联结，如鸿星尔克等品牌捐赠救灾物资后在平台引起现象级话题，持续带动品牌销量。



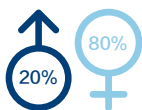
年轻消费者对传统文化的认同持续提升，国货概念日益融入消费者的消费行为与生活方式。

消费信心不断增强

消费者对于国货的认可度迅速攀升，多样化的品质购物需求得到满足。



平台消费者对国货的信心趋势向好，消费者重商品的高性价比，国货引领电商平台新消费潮流。



消费者品质化服务和个性化体验的需求得到满足，平台购买国货的消费者比例中，女性消费者占比**80%**，男性消费者占比**20%**。女性消费者成为国货消费主力，更关注服饰、母婴图书、美妆类国货，男性消费者更关注数码家电、酒类商品等。



在平台大促活动中，以“国货”“国潮”“国风”等为主题国货品牌大放异彩，手工艺商品销量同比增长**624%**，消费者对国货的消费信心不断增强。



我们的使命

没有难卖的优价好物
让美好生活触手可及

我们的愿景

成为用户发现并获得
优价好物的首选平台

