

2021年双十一抖快 美妆行业社媒电商报告

GUOJI.PRO

2021.11
B Y : 春 秀

果集数据



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：

抖音平台：2021年双十一统计时间：2021年10月15日-11月11日；2020年双十一统计时间：2020年10月25日-11月11日。

快手平台：2021年双十一统计时间：2021年10月20日-11月11日；2020年双十一统计时间：2020年10月20日-11月11日。

数据来源：果集数据（www.guojiji.pro）。

免责声明

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，最终解释权归本公司所有。



PART01

2021年双十一数据概览

2021年双十一大盘数据：抖音VS快手

2021年，抖音、快手纷纷加快扶植品牌在平台上的增长，抖音提出“兴趣电商”，更偏向“内容带货”逻辑，快手提出“信任电商”，更偏向“私域带货”逻辑，更关注主播带货能力。相较于2020年双十一，今年抖音、快手平台双十一在各方面数据均有所增长：

- 1) 品牌数、店铺数、商品数同比2020年双十一来看，抖音、快手商品数增长最高，其次是店铺数，品牌数增长较慢；
- 2) 直播数、直播时长、观看人数同比2020年双十一来看，抖音整体增幅高于快手，抖音爆发增长态势更加显著。



2021年双十一大盘数据：抖音VS快手

抖音：2021年双十一，11月11日平台电商GMV达到峰值，件单价达同比2020年增长8%；今年共有**48位达人主播**累计电商GMV过亿，其中有**9位明星主播**累计电商GMV过亿；去年仅有9位达人主播累计电商GMV过亿，其中，有4位明星主播。相较于去年，抖音**头部带货达人主播有显著增长**。

快手：2021年双十一，平台电商GMV分别在**10月20日、22日，11月11日达到峰值**；今年共有**31位达人主播**累计电商GMV过亿，有3位明星主播累计电商GMV超千万。

2021年抖音平台双十一电商销量及GMV趋势分布



2021年快手平台双十一电商销量及GMV趋势分布



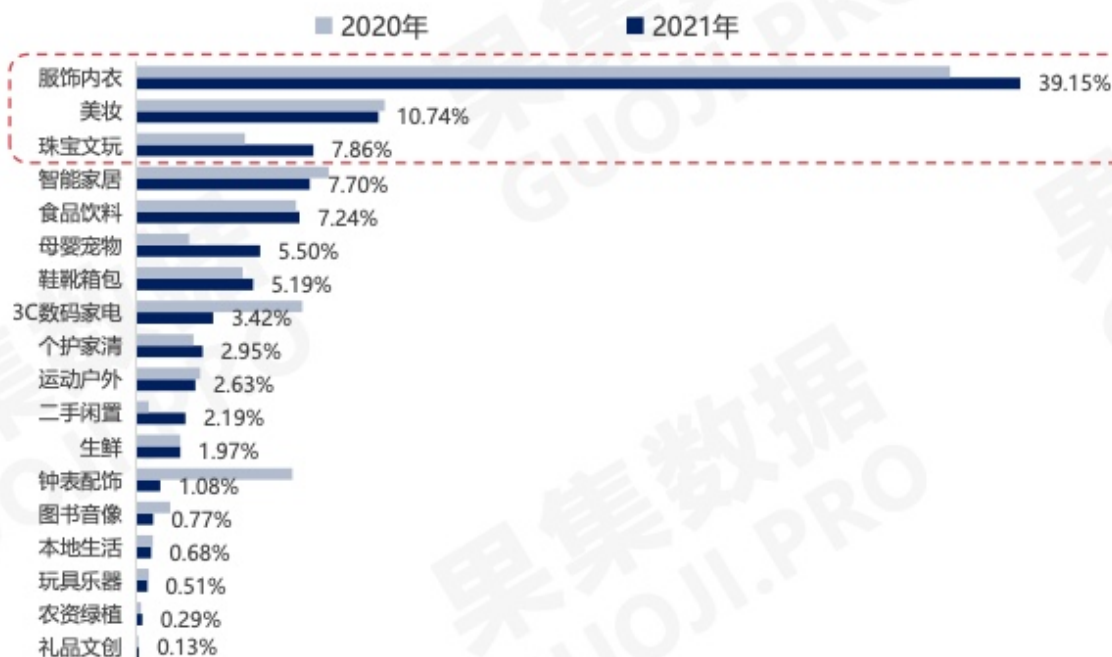
数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。

2021年双十一类目数据：服饰/美妆/珠宝文玩为热卖前三品类

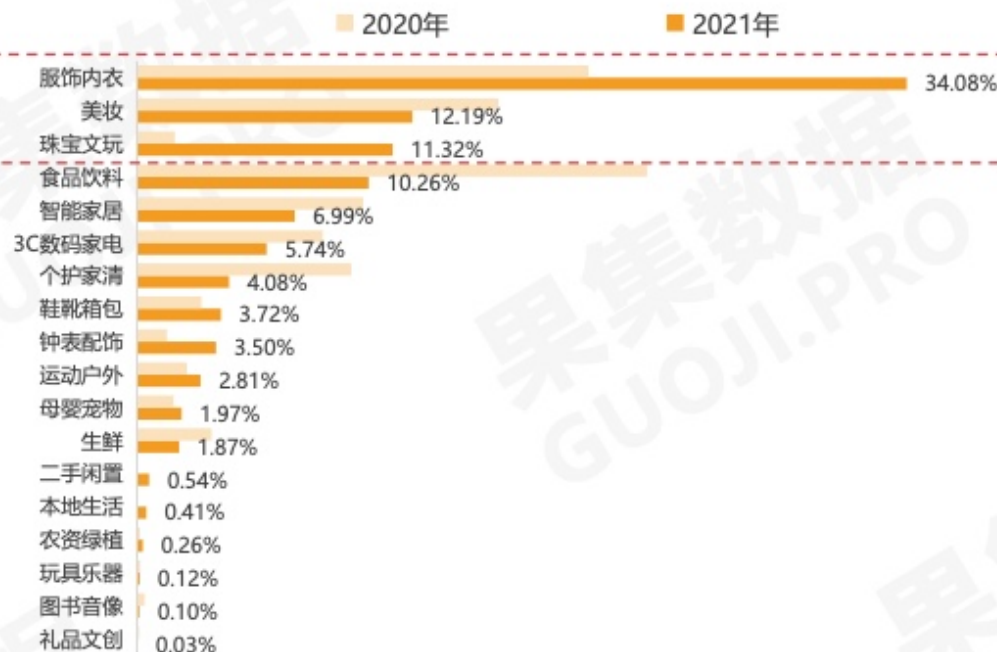


2021年双十一，**服饰内衣、美妆、珠宝文玩**成为抖音、快手平台热卖前三类目。服饰内衣类目抖音平台占比39.15%，快手平台占比34.08%，相较于2020年双十一占比均增长；美妆类目抖音平台占比10.74%，快手平台占比12.19%，相较于2020年双十一占比有所下降；**珠宝文玩**类目抖音平台占比7.86%，快手平台占比11.32%，相较于2020年双十一占比均有所提升。**智能家居、母婴宠物、鞋靴箱包、二手闲置**类目在抖音平台表现优于快手，GMV占比较高；**食品饮料、3C数码、个护家清、钟表配饰**类目在快手平台表现优于抖音，GMV占比较高。

2020年 VS 2021年抖音双十一电商GMV品类占比



2020年 VS 2021年快手双十一电商GMV品类占比



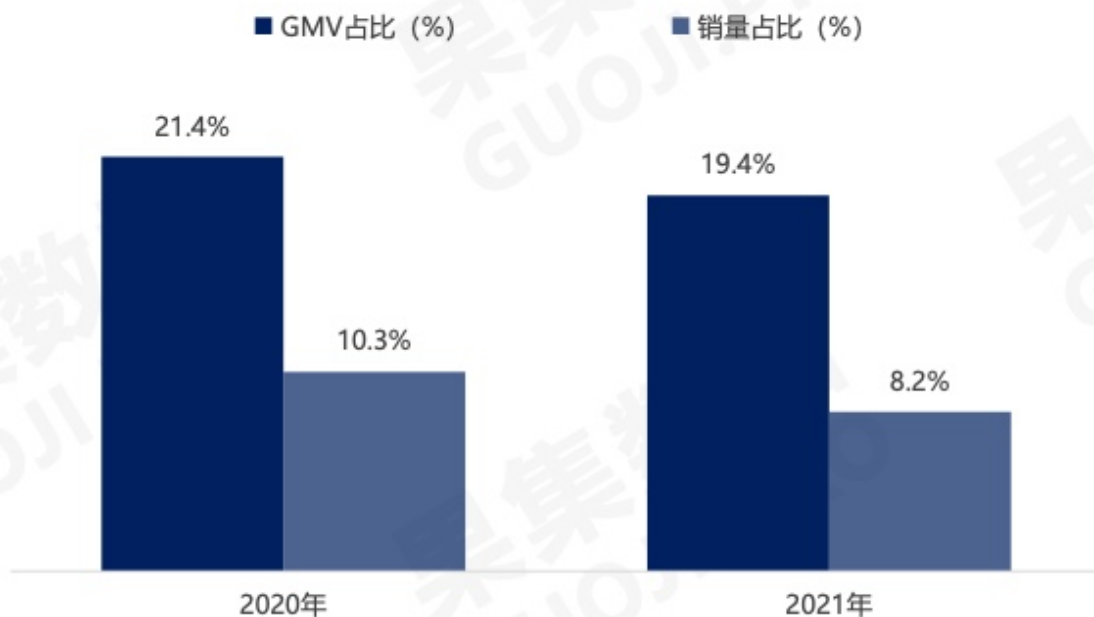
2021年双十一TOP200品牌：贡献大盘2-3成GMV，竞争加剧



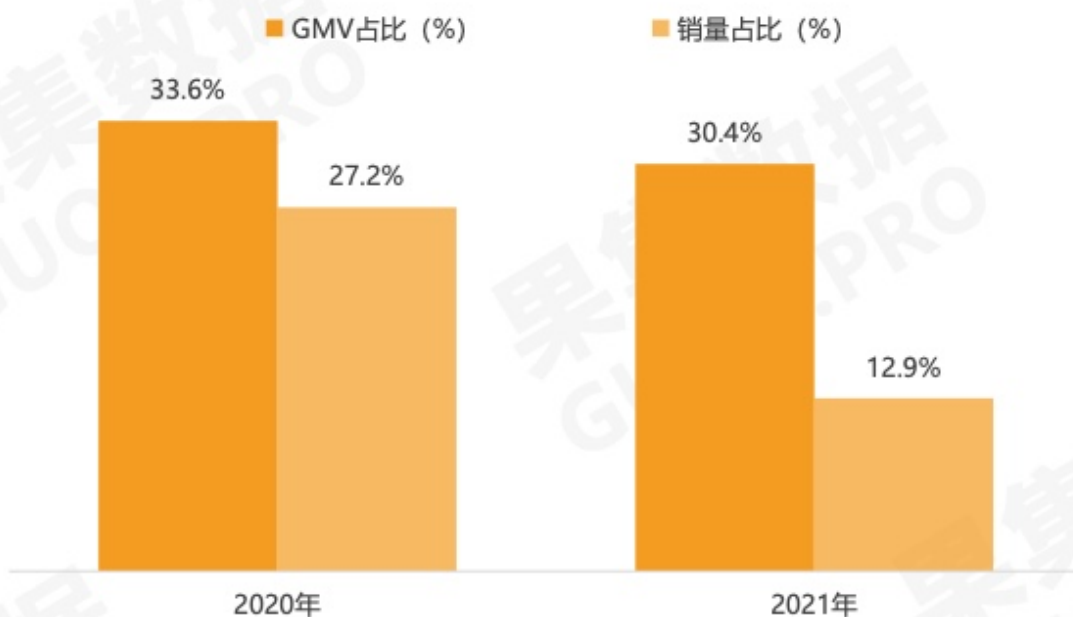
抖音：2021年抖音双十一品牌数量超11万个，同比2020年抖音双十一增长8.03%。TOP200品牌GMV及销量占大盘比例来看，2021年TOP200品牌GMV及销量占比略微下降，越来越多品牌加入抖音双十一电商活动，品牌竞争激烈。

快手：2021年快手双十一品牌数量接近5万个，同比2020年快手双十一增长19.38%。TOP200品牌GMV及销量占大盘比例来看，2021年TOP200品牌GMV占比略有下降，销量占比下降较显著。

2020年 VS 2021年抖音双十一TOP200品牌GMV及销量占比



2020年 VS 2021年快手双十一TOP200品牌GMV及销量占比



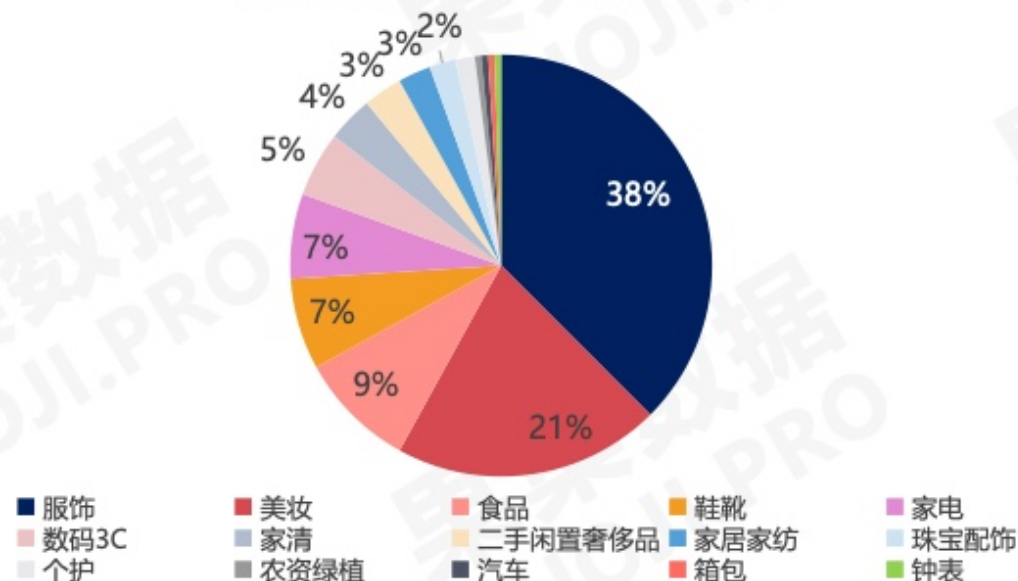
数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。统计双十一期间累计电商销售额TOP200的品牌。

2021年双十一TOP200品牌：服饰/美妆/食品三大类目数量超6成

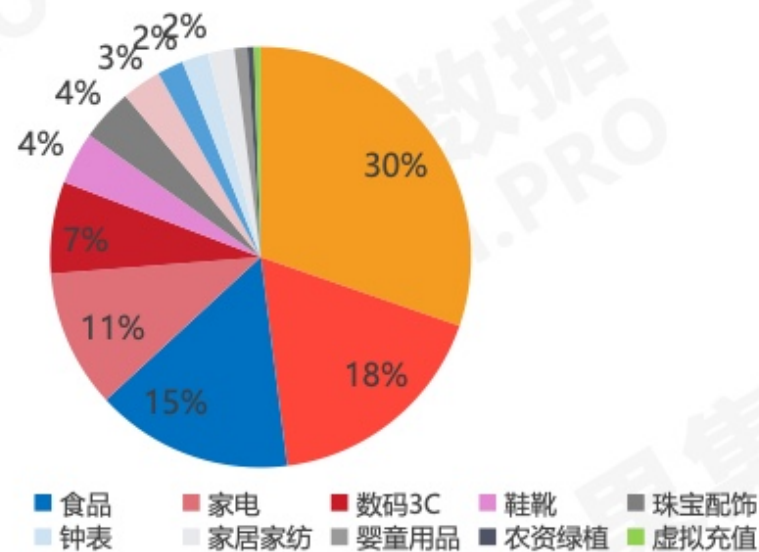
抖音：2021年双十一TOP200品牌类目分布中，**服饰品牌**数量最多，以知名品牌为主，如YAYA鸭鸭、雅鹿等；也包含**主播同名品牌**，如**千屿**、**罗拉密码**等。美妆品牌数量排名第二，以护肤品牌为主，如**后/WHOO**、**雪花秀**、**雅诗兰黛**等；彩妆品牌**花西子**、美容仪品牌**雅萌**上榜，排名靠前。食品品牌以**酒类**、**休闲零食**为主，如**茅台**、**五粮液**、**良品铺子**、**三只松鼠**。

快手：2021年双十一TOP200品牌类目分布中，**美妆品牌**数量最多，以护肤品牌为主，如**后/WHOO**、**朵拉朵尚**、**雪花秀**、**雅诗兰黛**；彩妆品牌**完美日记**、**珂拉琪**上榜，美容仪品牌**康铂**、**Amiro**上榜。服饰品牌数量排名第二，以知名品牌为主（如YAYA鸭鸭、雅鹿等），也包含**主播品牌**，如**毕蕊**。食品品牌以**酒类**、**休闲零食**、**滋补保健品牌**为主，如**茅台**、**天海藏**、**三只松鼠**、**良品铺子**、**哈药**、**固本堂**、**汤臣倍健**等。

2021年抖音平台双十一TOP200品牌类目分布



2021年快手平台双十一TOP200品牌类目分布



2021年双十一品牌榜单：服饰、数码3C类目品牌冲榜能力强



2021年双十一品牌榜单TOP30：抖音、快手上榜品牌均有所变化，相较于2020年，抖音平台**新上榜8个品牌**，主要以**服饰、鞋靴**品牌为主，家电品牌海尔、美容仪品牌雅萌新上榜；快手平台**新上榜10个品牌**，**数码3C**品牌新上榜数量最多，包括VIVO、小度、联想等，其次是服饰类品牌。TOP30品牌中，抖音平台以**服饰、美妆、家电**品牌为主，除主播同名服饰品牌千屿外，其他均为知名品牌；快手以**数码3C、护肤、服饰**品牌为主，包括主播同名服饰品牌半蕊、护肤品牌朵拉朵尚等，其他均为知名品牌。

2021年抖音双十一TOP30品牌

抖音	品牌昵称	对比2020年排名	抖音	品牌昵称	对比2020年排名
1	苹果	上升2位	16	斐乐	新上榜
2	YAYA	上升92位	17	阿迪达斯	上升64位
3	后/WHOO	上升65位	18	拉夏贝尔	新上榜
4	雅鹿	上升15位	19	SK-II	上升79位
5	太平鸟	上升25位	20	TeenieWeenie	新上榜
6	路易威登	上升36位	21	科沃斯	下降10位
7	雪花秀	上升19位	22	回力	新上榜
8	雪中飞	上升2位	23	华为	下降21位
9	波司登	上升32位	24	海尔	新上榜
10	罗蒙	新上榜	25	韩束	上升7位
11	茅台	上升32位	26	美的midea	上升19位
12	雅诗兰黛	上升10位	27	古驰	上升90位
13	千屿	新上榜	28	雅萌	新上榜
14	李宁	上升1位	29	香奈儿	上升62位
15	中国黄金	下降14位	30	花西子	上升128位

2021年快手双十一TOP30品牌

快手	品牌昵称	对比2020年排名	快手	品牌昵称	对比2020年排名
1	中国黄金	上升5位	16	YAYA	新上榜
2	紫金黄金	新上榜	17	雅鹿	上升103位
3	后/WHOO	上升24位	18	雪中飞	上升79位
4	苹果	上升84位	19	雅诗兰黛	上升50位
5	小米	上升136位	20	瑞琪奥兰	上升70位
6	半蕊	新上榜	21	安普里奥·阿玛尼	新上榜
7	OPPO	上升65位	22	荣耀	上升89位
8	茅台	上升55位	23	联想	新上榜
9	VIVO	新上榜	24	三只松鼠	下降23位
10	海尔	上升147位	25	斯凯奇	新上榜
11	小度	新上榜	26	欧诗漫	上升24位
12	朵拉朵尚	上升104位	27	澳柯玛	上升56位
13	高梵	上升105位	28	韩束	上升7位
14	中国联通	新上榜	29	天海藏	上升89位
15	雪花秀	下降23位	30	哈药	新上榜

数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。统计双十一期间累计电商销售额TOP30的品牌。

2021年双十一KOL榜单：抖音主播格局未定，快手辛巴团队霸榜



2021年双十一KOL榜单TOP30：抖音、快手上榜主播均有所变化，相较于2020年，两个平台TOP30达人主播均有10位主播新上榜，抖音平台有7位主播排名下降，快手平台有5位主播排名下降；抖音有13位主播排名上升，快手有14位主播排名上升，达人主播竞争较激烈。抖音头部主播格局变动大，罗永浩排名较稳定，竞争激烈；快手头部主播格局以辛巴主播团队（蛋蛋、辛有志、漂亮等）为主。

2021年抖音双十一TOP30达人主播

抖音	主播昵称	对比2020年排名	抖音	主播昵称	对比2020年排名
1	大狼狗郑建鹏&言真夫妇	上升11位	16	曹颖	上升50位
2	罗永浩	下降1位	17	千惠♥	新上榜
3	贾乃亮	新上榜	18	懒猫nono	下降10位
4	董先生珠宝	新上榜	19	浩哥女装	上升96位
5	朱梓骁	上升14位	20	杭州四季青服装市场林宏武服饰店	新上榜
6	邱莹莹	上升95位	21	大女王珠宝兰姐	新上榜
7	千屿sheila	上升136位	22	戚薇	下降12位
8	刘媛媛	上升112位	23	广州熙薇SiVi	新上榜
9	陈三废gg	上升22位	24	刘芳形体礼仪	新上榜
10	Host华少	新上榜	25	张庭	下降19位
11	lovemimius游鹿鹿	上升84位	26	马帅归来	上升100位
12	小小101♥	上升69位	27	小雨女装自产	新上榜
13	彩虹夫妇	上升117位	28	罗拉密码	下降17位
14	子安	上升23位	29	金爱罗夫妇	新上榜
15	韩国媳妇大璐璐	下降10位	30	衣哥◆	下降28位

2021年快手双十一TOP30达人主播

快手	主播昵称	对比2020年排名	快手	主播昵称	对比2020年排名
1	蛋蛋	上升1位	16	豆芽菜	新上榜
2	辛有志辛巴818	下降1位	17	Fz方丈	新上榜
3	漂亮	不变	18	贺冬冬	上升20位
4	初瑞雪	上升52位	19	MiMi在广州开服装厂	上升48位
5	爱美食的猫妹妹	上升1位	20	赵梦澈	下降15位
6	瑜大公子	下降2位	21	手镯大东哥	新上榜
7	半姐	上升3位	22	安九	上升30位
8	徐小米教搭配	上升10位	23	周周	上升57位
9	鹿	新上榜	24	大璇时尚搭配	上升20位
10	石家庄蕊姐	上升9位	25	雪宝【开乐严选】文玩云仓	新上榜
11	超级丹	上升32位	26	Syali大鸭梨	新上榜
12	斌哥	上升61位	27	青州ak多肉	新上榜
13	十三姨	新上榜	28	丹姐玉饰	新上榜
14	徐婕 不忘初辛	上升26位	29	玉匠人-承蒙厚爱	下降21位
15	丹丹	下降4位	30	大美遥	新上榜

数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。统计双十一期间累计电商销售额TOP30的达人主播。

PART02

双十一社媒营销投放分析 ——美妆

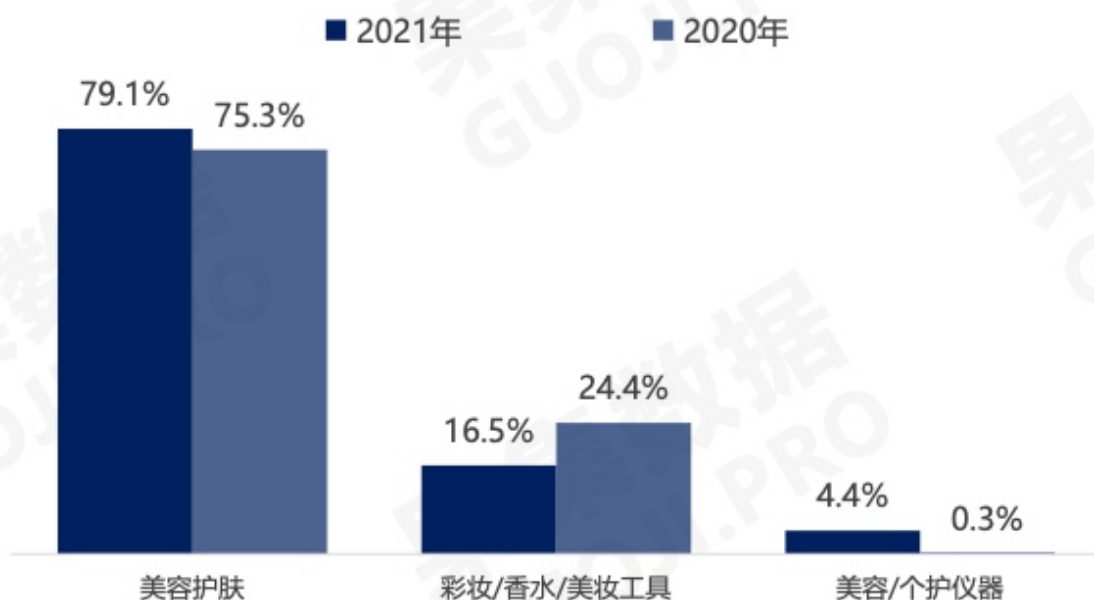


三大类目：抖音美容/个护仪器增速快，快手彩妆/香水占比较高

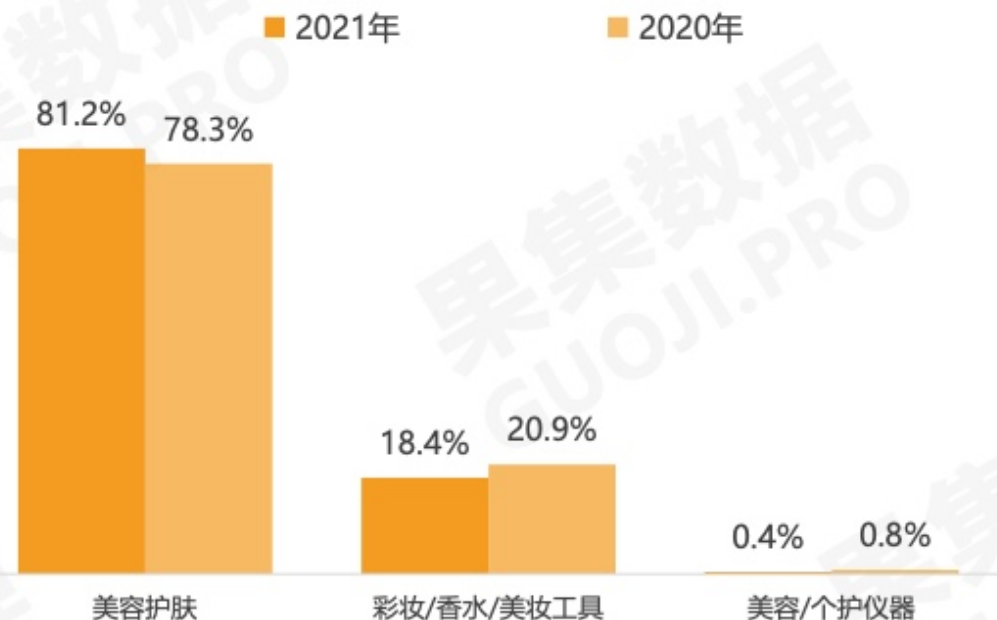


2021年双十一电商GMV美妆细分类目占比分布中，美容护肤类目占比最高，抖音平台占比79.1%，快手平台占比81.2%，相较于2020年均有所增长；彩妆/香水/美妆工具类目占比排名第二，抖音平台占比16.5%，快手平台占比18.4%，相较于2020年均有所降低，快手平台占比高于抖音；美容/个护仪器类目标比较低，抖音平台占比4.4%，相较于2020年增长较快，快手平台占比仅0.4%，相较于2020年有所下降。

2021年抖音平台双十一电商GMV——美妆



2021年快手平台双十一电商GMV——美妆



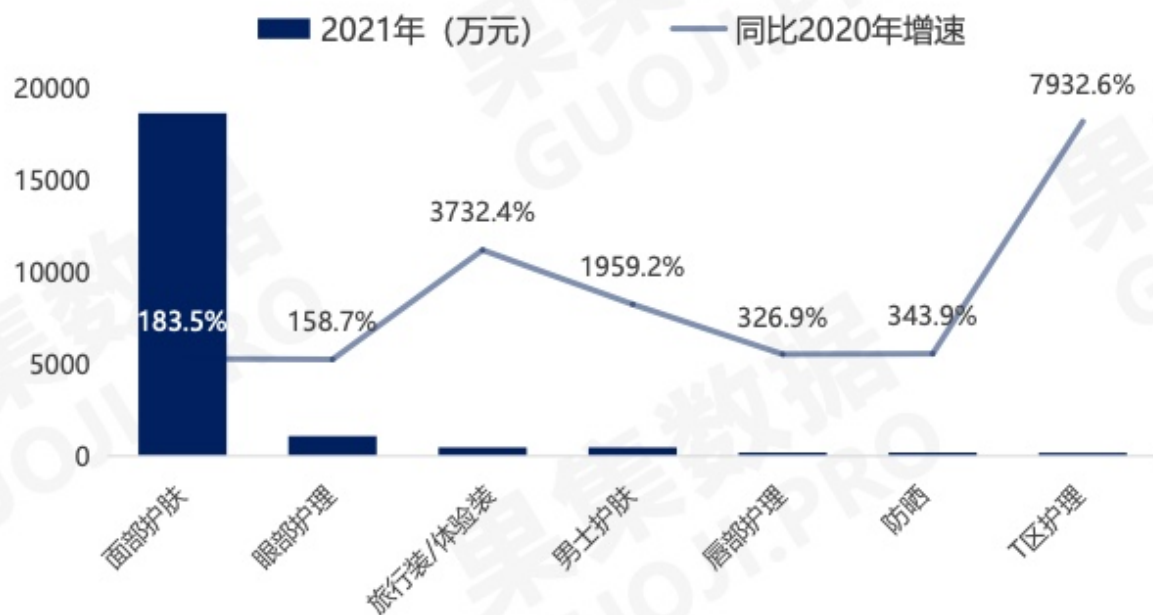
数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。

美容护肤：T区护理/旅行体验装/男士护肤在抖音呈爆发式增长

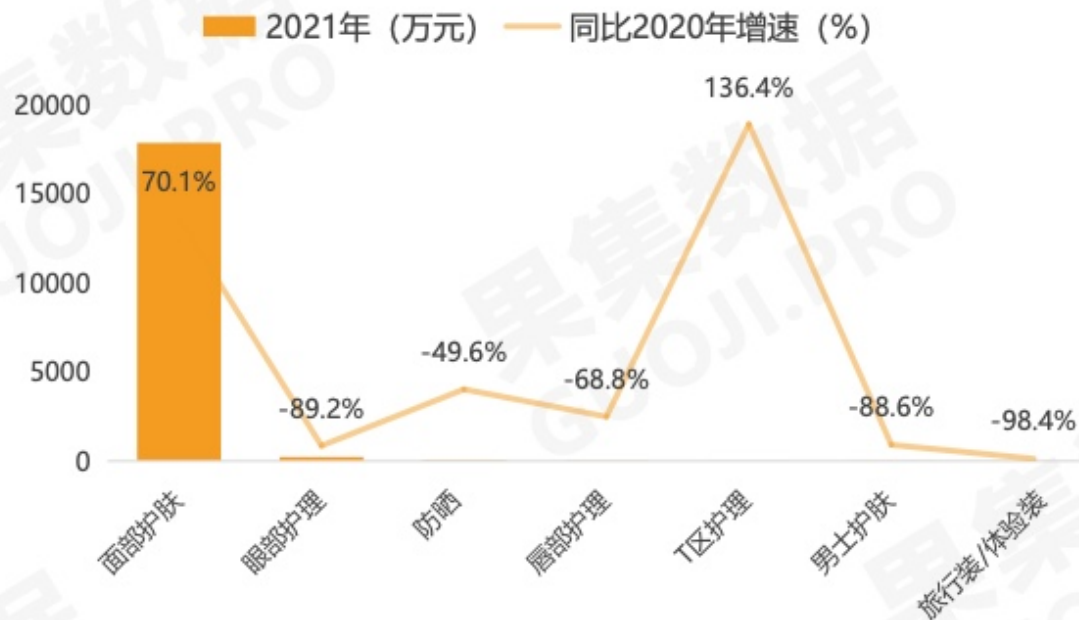


2021年美容护肤类目双十一电商GMV增速分布中：**面部护肤**成为抖音、快手体量最大的类目，抖音增速高于快手平台；**抖音平台T区护理、旅行装/体验装、男士护肤**等细分类目增速最快，**唇部护理、防晒**类目增速为第二梯队，**眼部护肤**为第三梯队；**快手平台T区护理**类目增速快，其余类目增速为负。

2021年抖音平台双十一电商GMV及增速——美容护肤



2021年快手平台双十一电商GMV及增速——美容护肤



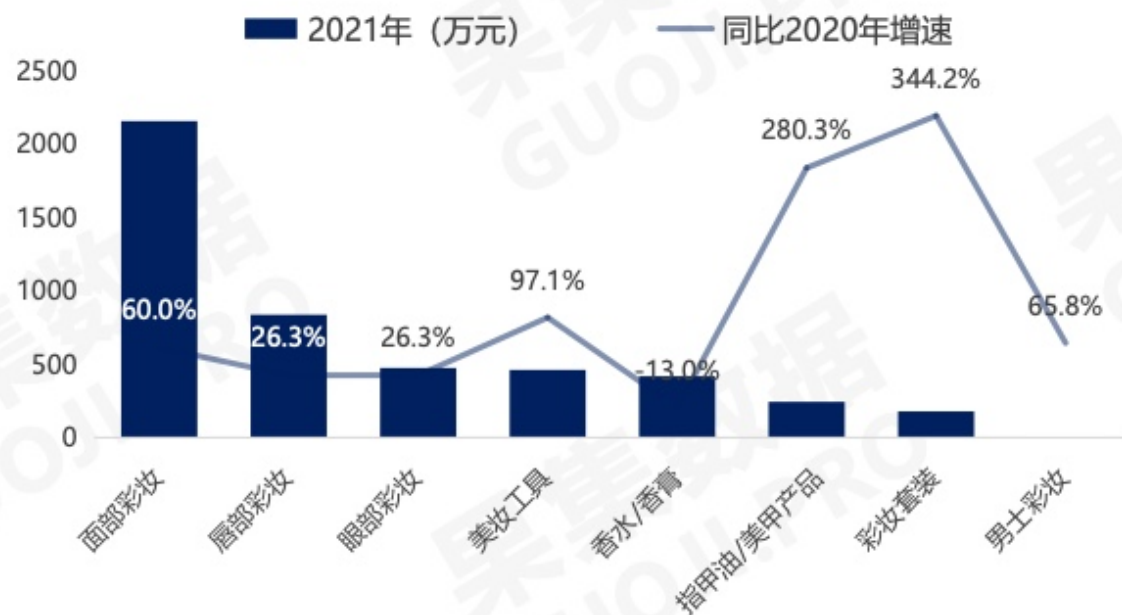
数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。

彩妆/香水/美妆工具：彩妆套装抖音增速快，唇部彩妆快手增速快

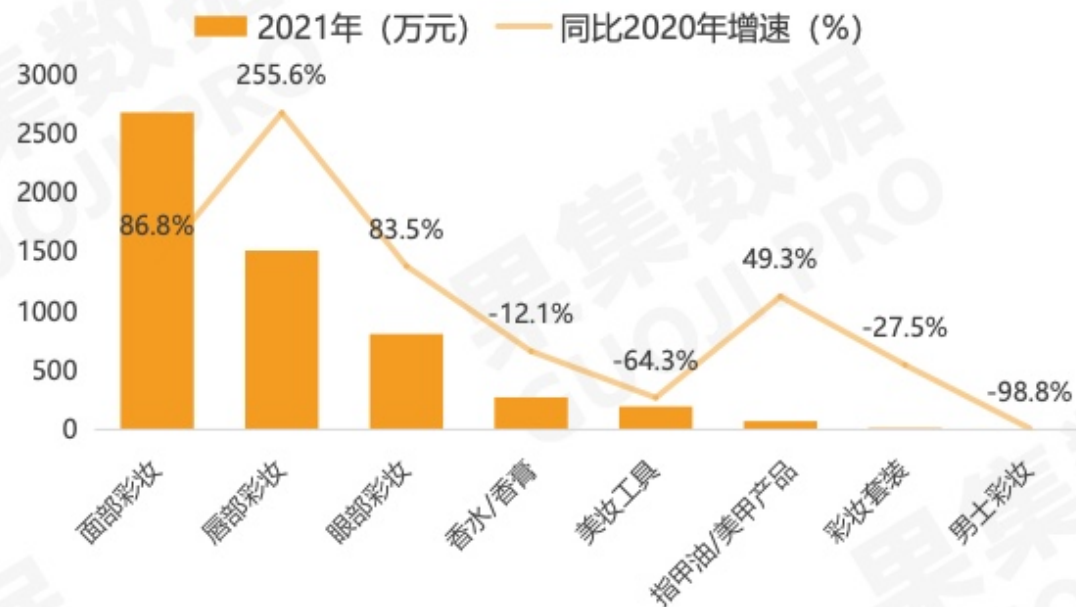


2021年彩妆/香水/美妆工具类目双十一电商GMV增速分布中：**面部彩妆**成为抖音、快手体量最大的类目，快手增速高于抖音平台；**抖音平台彩妆套装、指甲油/美甲产品**等细分类目增速最快，**美妆工具、男士彩妆**类目增速为第二梯队，唇部彩妆、眼部彩妆为第三梯队；**快手平台唇部彩妆**类目增速最快，**眼部彩妆、指甲油/美甲产品**为第二梯队，美妆工具、彩妆套装、男士彩妆增速为负。香水/香膏类目在抖音、快手两个平台增速均为负。

2021年抖音平台双十一电商GMV及增速——彩妆/香水/美妆工具



2021年快手平台双十一电商GMV及增速——彩妆/香水/美妆工具



数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。

美妆品牌榜单：新锐国货冲榜能力强，国际品牌稳居榜单靠前位置



美妆双十一TOP100品牌GMV占美妆大盘的比例分布中，抖音平台占52.35%，快手平台占64.62%，美妆市场双十一集中度较高，竞争激烈。TOP100品牌中，抖音、快手均以国产品牌为主，超60个，其中广州上榜品牌数量超20个，其次是上海，山东、杭州、北京上榜品牌数量较多，主要包括上海家化、水羊股份集团、福瑞达、逸仙电商等；抖音华熙生物集团、上海上美、丹姿集团表现较好；抖音、快手国际品牌上榜数量超30个，其中韩国上榜品牌数量超10个，其次是美国、法国；抖音日本上榜品牌数量较多，主要包括LG集团、爱茉莉太平洋集团、欧莱雅集团、宝洁集团、雅诗兰黛集团、资生堂集团。抖音新上榜品牌多为新锐国货品牌，抖音、快手TOP5品牌中，国际品牌数量多。

2021年抖音双十一TOP30美妆品牌

抖音	品牌昵称	对比2020年排名	抖音	品牌昵称	对比2020年排名
1	后/WHOO	上升18位	16	DR.ARRIVO宙斯	新上榜
2	雪花秀	上升3位	17	海蓝之谜	下降2位
3	雅诗兰黛	不变	18	韩后	上升20位
4	SK-II	上升19位	19	科颜氏	上升2位
5	韩束	上升1位	20	夸迪	新上榜
6	雅萌	上升131位	21	CASSIEY cosmetice	上升138位
7	花西子	上升27位	22	JOAJOTA	新上榜
8	自然堂	下降6位	23	BIO-MESO	新上榜
9	珀莱雅	上升7位	24	逐本	上升95位
10	薇诺娜	新上榜	25	完美日记	上升11位
11	欧诗漫	新上榜	26	赫莲娜	上升92位
12	兰蔻	上升1位	27	毛戈平	上升57位
13	兰芝	下降2位	28	凌博士	新上榜
14	素说美丽	新上榜	29	百雀羚	上升42位
15	巴黎欧莱雅	下降11位	30	玉兰油	上升34位

2021年快手双十一TOP30美妆品牌

快手	品牌昵称	对比2020年排名	快手	品牌昵称	对比2020年排名
1	后/WHOO	上升2位	16	思尚	上升88位
2	朵拉朵尚	上升24位	17	欧蕙	上升623位
3	雪花秀	上升10位	18	阿芙	上升154位
4	雅诗兰黛	上升7位	19	完美日记	上升372位
5	欧诗漫	上升4位	20	兰芝	上升292位
6	韩束	不变	21	环球配方PMPM	上升598位
7	御泥坊	下降5位	22	珂拉琪	上升298位
8	爱敬二十之	上升141位	23	丽得姿	上升34位
9	黛莱皙	上升1位	24	永九美	上升1860位
10	韩熙贞	新上榜	25	ZUZU	上升389位
11	苏秘37°	上升28位	26	希思黎	上升19位
12	半蕊	新上榜	27	柏肤源	上升113位
13	薇诺娜	新上榜	28	SK-II	上升100位
14	巴黎欧莱雅	上升10位	29	娇伶	上升186位
15	兰蔻	下降10位	30	珀莱雅	上升906位

数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。统计双十一期间累计电商销售额TOP30的美妆品牌。

美妆带货主播榜单：抖音品牌号贡献高于快手，新锐国货品牌为主



双十一美妆类目带货TOP100主播GMV占美妆大盘的比例分布中，抖音平台占56.6%，其中品牌号占9.7%，达人主播占46.9%；快手平台占75.2%，其中品牌号占1.8%，达人主播占73.4%。抖音平台品牌号GMV占比高于快手，销售贡献表现较好，快手平台达人主播GMV占比高于抖音，销售贡献集中在头部达人主播。抖音达人主播以头部网红主播、明星主播为主，品牌号以新锐国货品牌为主；快手达人主播以头部网红辛巴及团队主播为主，品牌号以国货品牌为主。

2021年抖音双十一美妆类目带货TOP30主播

抖音	主播昵称	主播类型	抖音	主播昵称	主播类型
1	大狼狗郑建鹏&言真夫妇	KOL	16	珀莱雅官方旗舰店	品牌号
2	贾乃亮	KOL	17	雅琴-BettyBonnie品牌护肤品	品牌号
3	朱梓骁	KOL	18	金爱罗夫妇	KOL
4	韩国媳妇大璐璐	KOL	19	千惠♥ 在这里◆	KOL
5	董先生珠宝	KOL	20	自然堂官方旗舰店	品牌号
6	曹颖	KOL	21	素说美丽官方旗舰店	品牌号
7	马帅归来	KOL	22	国岳	KOL
8	搭搭“随便夫妇◆	KOL	23	朱泳腾	KOL
9	骆王宇	KOL	24	枝繁繁	KOL
10	薇诺娜	品牌号	25	张柏芝	KOL
11	罗永浩	KOL	26	刘媛媛	KOL
12	花西子Florasis	品牌号	27	阿纯是质量测评家	KOL
13	Host华少	KOL	28	刘芳形体礼仪	KOL
14	戚薇	KOL	29	海旅免税城会员购	KOL
15	小菲菲和大冰冰(珂莱妮创始人)	KOL	30	FV品牌官方旗舰店	品牌号

2021年快手双十一美妆类目带货TOP30主播

快手	主播昵称	主播类型	快手	主播昵称	主播类型
1	辛有志辛巴818	KOL	16	徐小米教搭配	KOL
2	漂亮	KOL	17	AP盼姐	KOL
3	蛋蛋	KOL	18	小伊伊	KOL
4	瑜大公子	KOL	19	鹿	KOL
5	朵拉朵尚创始人-李海珍	KOL	20	郭公子娇伶联合创始人	KOL
6	77英姐 广州护肤工厂	KOL	21	陈先生	KOL
7	徐婕 不忘初辛	KOL	22	雅雅乐 韩国美妆	KOL
8	周周	KOL	23	贺冬冬	KOL
9	半姐	KOL	24	白小白	KOL
10	猫七七	KOL	25	徐杉sherry	KOL
11	韩熙贞专卖店妮姐	品牌号	26	超级丹	KOL
12	初瑞雪	KOL	27	程彬-居妍希创始人	KOL
13	惠子思密达	KOL	28	小冠军	KOL
14	思尚品牌-仁真卓玛	KOL	29	安九	KOL
15	赵梦澈	KOL	30	赵梦澈的秘密	KOL

数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。统计双十一期间累计美妆类目电商销售额TOP30的达人主播。

美妆热销爆品：护肤套装爆款最多，抖音细分品类爆品潜力更大

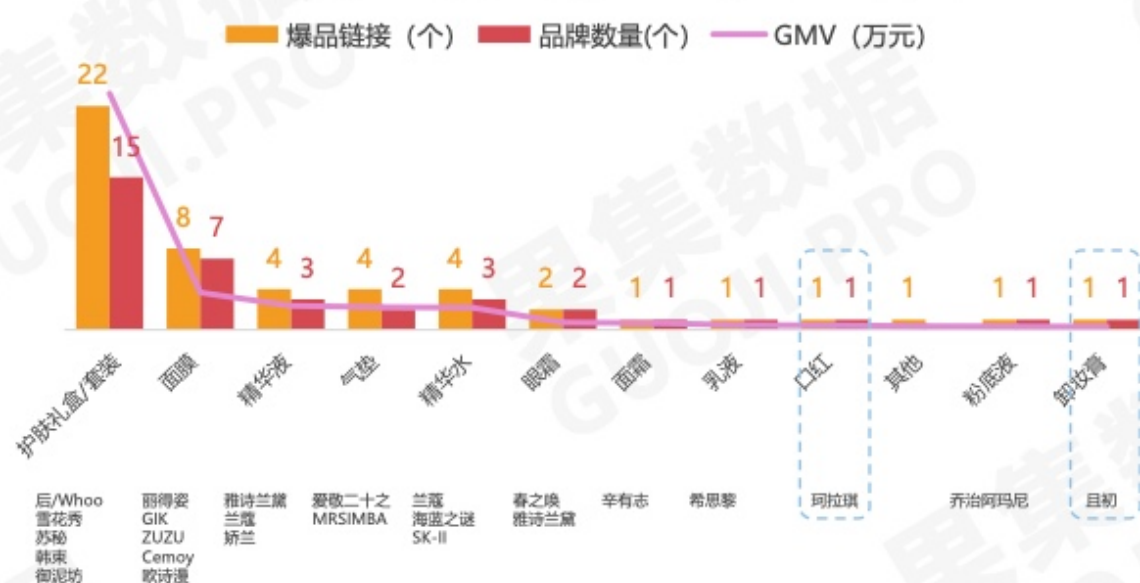


2021年双十一美妆TOP50爆品分类中，抖音有15类，快手有11类，抖音细分类目潜力更大。护肤套装/礼盒成为最主要爆品类目，主要以韩国品牌后/Whoo、雪花秀为主，国产品牌集中度低，仍有竞争空间；抖音平台美容仪成为第二大爆品类目，主要以雅萌、宙斯为主；快手平台面膜成第二大爆品类目，主要以韩国丽得姿面膜为主。护肤类目中，逐本在抖音平台打造卸妆油爆品，且初在快手平台打造卸妆膏爆品；国际大牌在精华水、精华液类目爆品数量较多，包括兰蔻、雅诗兰黛、SK-II等。此外，彩妆品牌花西子品牌在抖音平台覆盖三个类目爆品，包括底妆套装、防晒、蜜粉等，表现较好；毛戈平在抖音平台打造粉膏类目爆品，珂拉琪在快手平台打造口红类目爆品。

2021年抖音平台双十一美妆TOP50爆品链接品类分布



2021年快手平台双十一美妆TOP50爆品链接品类分布



数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。

PART03

双十一社媒营销典型案例 ——瑗尔博士



品牌营销：明星代言/品牌卡通形象等提升用户认可，预热双十一



Dr.Alva瓊尔博士创立于2018年，是山东福瑞达生物旗下品牌，定位为专研微生态科学护肤，专注解决因肌肤菌群失衡引发的肌肤问题，致力于做微生态科学护肤领域的领导者。品牌科研实力雄厚，在短短3年内就打造了多款爆品。在2021年双十一大促预热期，品牌通过**官宣首位明星代言人（许凯）**、**打造品牌卡通形象**，参与撰写《皮肤微生态与皮肤健康中国专家共识》文件，发布《新国货浪潮》双十一特辑等方式，塑造品牌**专业、有趣**形象，提升用户好感度，以及对品牌的认可度，为双十一大促奠定基础。



首位明星代言人

9月1日，官宣瓊尔博士首位品牌代言人——许凯，瓊尔博士洁面代言人

资料来源：品牌官方微博。



品牌卡通形象

塑造皮肤微生态环境菌菌乐园，通过短视频形式阐述产品保护肌肤微生态的原理，生动形象，趣味性强



皮肤微生态研究里程碑

9月25日，瓊尔博士×聚美丽举办“第二届中国皮肤科学百人论坛暨#皮肤微生态大会#”，正式发布《皮肤微生态与皮肤健康中国专家共识》，标志着皮肤微生态研究理论体系获得高度认可，成为行业里程碑事件



《新国货浪潮》双十一特辑

10月13日，瓊尔博士携手@天猫，与国货头号粉丝@薇娅，联合推出《新国货浪潮》双11特辑TVC，展示国货新面貌、新态度、新理念



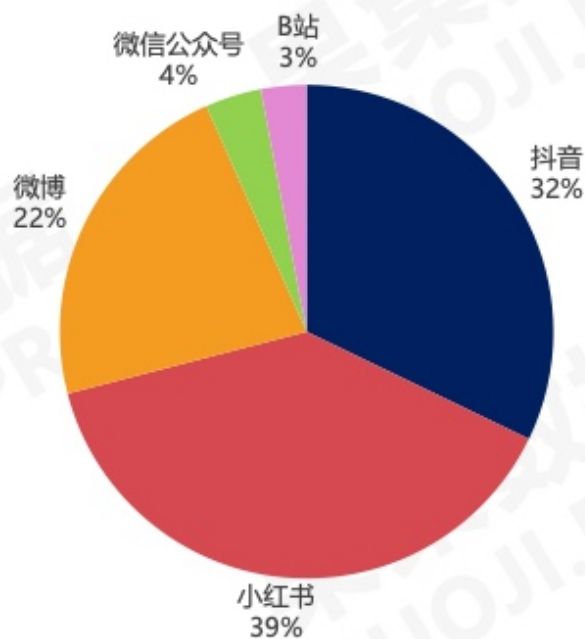
品牌奖项

ELLE中国年度美妆之星，年度网络人气大奖——瓊尔博士洁颜蜜
时尚COSMO美容大奖年度黑科技CP大奖——反重力酵萃水乳

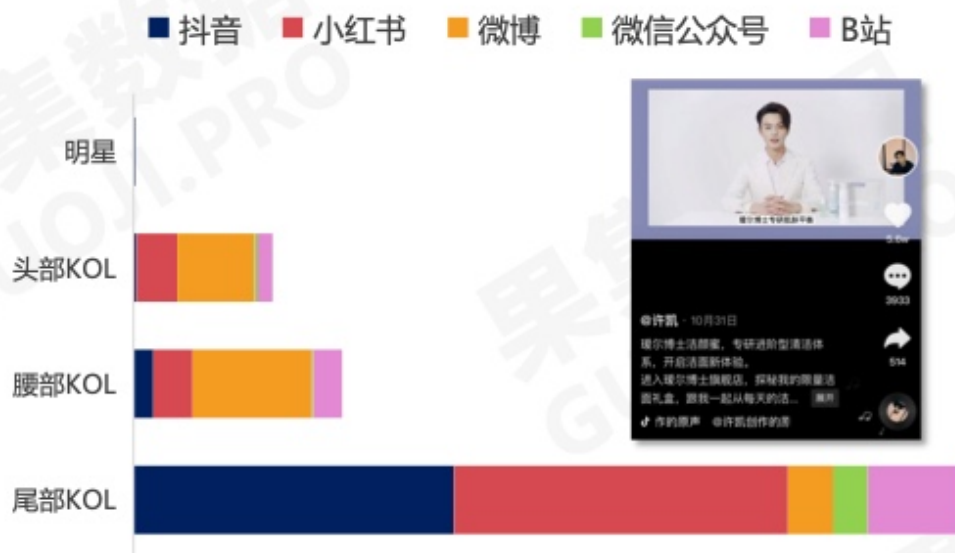
社媒投放：集中在抖音/小红书/微博平台，大量合作尾部KOL

2021年双十一，瑗尔博士品牌声量主要集中在抖音、小红书、微博平台，提及品牌账号类型呈现金字塔模型。明星主要是瑗尔博士品牌洁面代言人许凯10月31日在抖音发布品牌天猫双十一活动预告，推荐明星同款限量洁面礼盒，吸引粉丝关注。头部KOL主要集中在微博、小红书，以护肤、时尚美妆、种草类KOL为主，包括戴小仙Zoey、我是刘梦娜、精致大姨夫、热心主播杨美丽等，主推氨基酸洁颜蜜；腰部KOL集中在小红书、抖音平台，其中，抖音平台以直播带货类主播为主，如清华护肤学长王植、美妆春蚕，发布预热短视频内容。

2021年双十一社媒平台提及品牌相关内容数量占比



2021年双十一社媒平台提及品牌相关内容账号类型

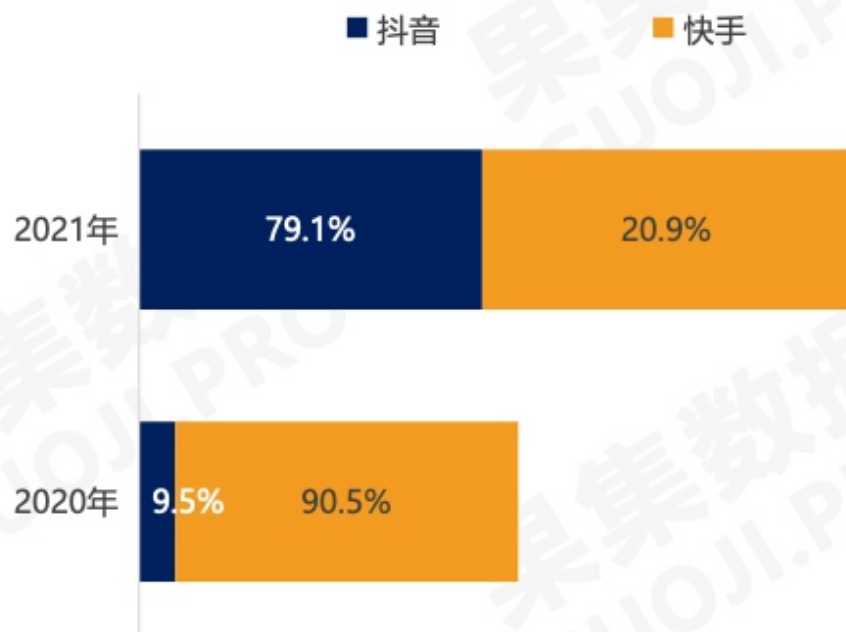


销售构成：抖音成为品牌销售增长新渠道，品牌贡献4成销售额

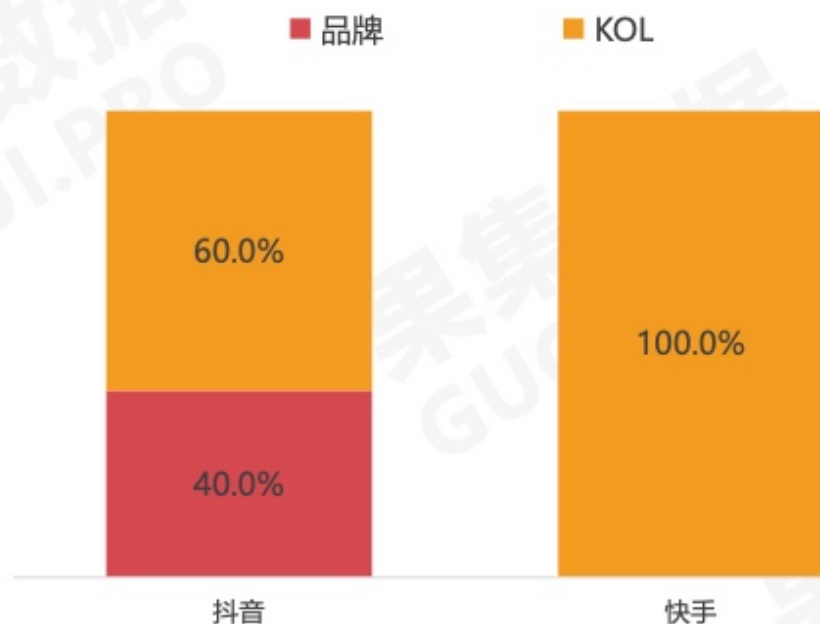


2021年，瓊尔博士抖快两大平台的双十一电商GMV突破2400万，同比2020年双十一电商GMV增长了366%；瓊尔博士在抖音平台的电商GMV增速快，2021年抖音双十一电商GMV超**1900万元**，销售贡献占比远超快手，占比79.1%，成为品牌增长新兴渠道，抖音品牌贡献占比超40%，快手以KOL为主。

2020 VS 2021 双十一电商销售额平台占比



2021年双十一电商销售额构成——品牌 VS KOL

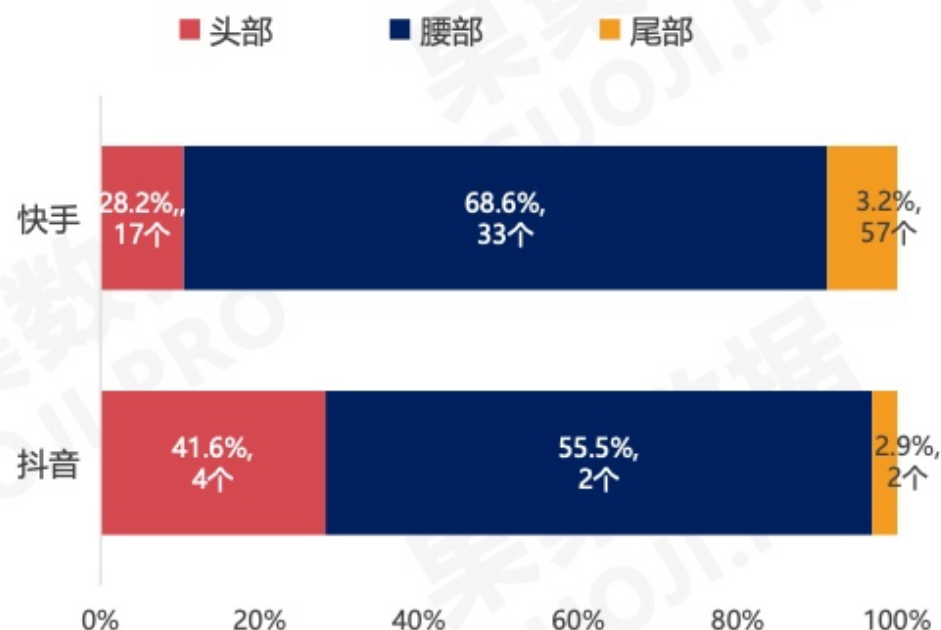


数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。销售额构成：品牌包含品牌官方自播、品牌官方视频；KOL包括KOL直播、KOL视频。

KOL带货：抖音平台数量最多，销售额贡献集中在腰部KOL

2021年双十一瓊尔博士抖快合作KOL带货分布中：抖音平台合作KOL数量最多，超100位KOL，头部KOL销售额贡献占比28.2%，包括**崔佳楠、刘巧巧、张凯毅、道上都叫我赤木刚宪、仙姆SamChak**等彩妆博主，腰部KOL销售额贡献占比达68.6%，包括**清华护肤学长王植、美妆春蚕、哦王小明**等垂类博主；快手平台合作40位KOL，头部KOL销售额贡献占比10.5%，包括**小婉♥、Wuli周周小可爱♥♥**，腰部KOL销售额贡献占比80.7%，包括**水果味的喵哥、黑心少奶奶！**等。

2021年双十一KOL数量及电商销售额占比



2021年双十一KOL电商销售额贡献TOP10

抖音	账号昵称	等级
1	清华护肤学长王植	腰部
2	美妆春蚕	腰部
3	哦王小明	腰部
4	崔佳楠	头部
5	大肚子油油	腰部
6	刘巧巧	头部
7	张凯毅	头部
8	道上都叫我赤木刚宪	头部
9	仙姆SamChak	头部
10	沙星宇♥	腰部

快手	账号昵称	等级
1	水果味的喵哥	腰部
2	黑心少奶奶！	腰部
3	- 西梅prune	腰部
4	小婉♥	头部
5	热心主播杨美丽	腰部
6	子荷zihe	腰部
7	Wuli周周小可爱♥♥	头部
8	樊樊	腰部
9	果果要努力。	尾部
10	cici	尾部

数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。

统计双十一期间KOL相关品牌带货销量 > 0的数据。按照账号粉丝数划分等级：抖音、快手头部账号粉丝数≥100万、腰部账号粉丝数≥50万，尾部账号粉丝数 < 50万。

品牌自播：淘宝直播打造“大咖空降”栏目，抖音打造品牌矩阵号



淘宝直播平台：瑗尔博士打造品牌双11直播特辑“大咖空降”，从国货、技术、产品、研发、品牌等多个维度，邀请对应品牌核心负责人，分享品牌和产品的故事，占领用户心智，同时叠加双十一促销活动，提升品牌转化。

抖音平台：搭建品牌矩阵账号，通过超长直播不间断触达用户，提升品牌转化。



淘宝直播品牌账号：1个
dralva旗舰店



11月1日：福瑞达总经理



11月2日：福瑞达技术副总监



11月3日：瑗尔博士产品总监



11月10日：瑗尔博士首席研发师



11月11日：瑗尔博士创始人



抖音平台品牌账号：4个



瑗尔博士旗舰店
粉丝：13.8万
双十一GMV：352.8万



瑗尔博士品牌旗舰店
粉丝：12.1万
双十一GMV：198.1万



瑗尔博士官方旗舰店
粉丝：2.7万
双十一GMV：117万



瑗尔博士
粉丝：5.1万
双十一GMV：69.9万

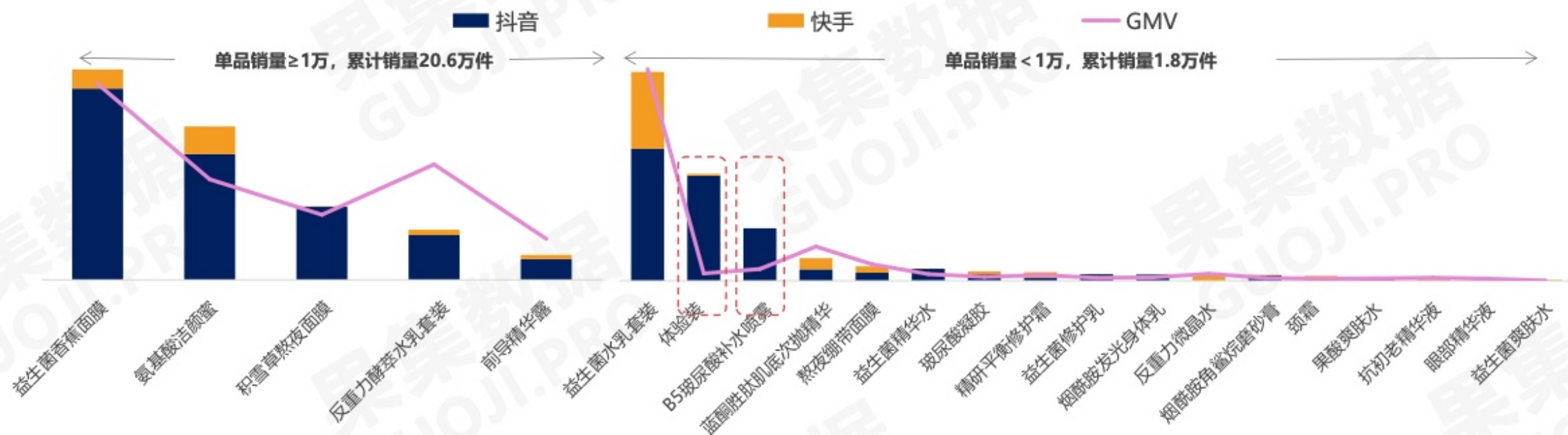
数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。

热销产品：面膜/洁颜蜜/水乳套装成爆品，抖音推体验装实现拉新



2021年双十一瓊尔博士抖快平台热销产品分布中，**益生菌香蕉面膜、氨基酸洁颜蜜、积雪草熬夜面膜、反重力酵萃水乳套装、前导精华露**成为品牌销量TOP5产品，双十一累计销量突破20.6万件，销售额贡献90.5%，其中抖音销量贡献占比较高；其他潜力品类中，**益生菌水乳套装**成为抖快主推套装产品，抖音平台重点推广**体验装、B5玻尿酸补水喷雾**等产品，吸引新用户体验产品，实现用户拉新。

2021年双十一品牌销量TOP产品



数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。

故宫文创 × 毛戈平美妆
气蕴东方

PART03

双十一社媒营销典型案例 ——毛戈平

品牌营销：深度绑定创始人IP，国潮新品预热双十一



自毛戈平美妆于2000年成立以来，始终致力于塑造一个承载东方美学的中国高端美妆品牌，通过融合传统文化与现代美学，打造了一系列国潮彩妆产品。双十一前夕，芒果TV#芒果种花夜#晚会，创始人毛戈平现身晚会，并打造**种花妆**造势；10月18日，发布#**气蕴东方**#系列第四季#**宋风雅韵**#彩妆系列，并于**杭州宋城**举办**线下发布会**，结合传统文化做品牌共创输出提高声量。



参与芒果种花夜披荆斩棘的国货

10月6日，创始人毛戈平现身芒果TV#芒果种花夜##披荆斩棘的国货#以打造种花妆的方式做妆容分享、品牌露出和理念传播



“气蕴东方”新品发布会

10月18日，发布#气蕴东方#系列第四季#宋风雅韵#，并于杭州宋城举办线下发布会，结合宋文化做品牌共创，做国潮彩妆代言人



深度绑定创始人IP

毛戈平作为知名化妆师，通过个人IP效应引流到品牌，提高品牌认知度及用户对品牌的信任度



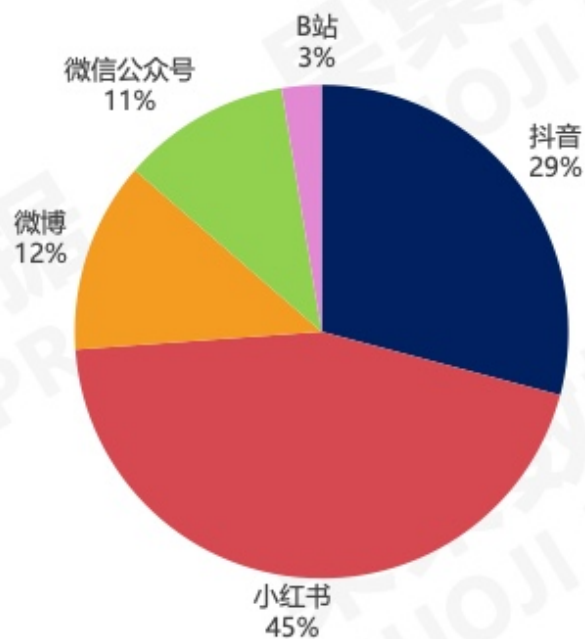
品牌奖项

#气蕴东方# 系列第四季#宋风雅韵# 喜摘第12届#ELLE美妆之星# 光影塑颜高光粉膏、奢华鱼子面膜分别荣膺2021#时尚COSMO美容大奖

社媒投放：集中在小红书/抖音平台，大量尾部KOL合作种草

2021年双十一，毛戈平品牌声量主要集中在**小红书、抖音、微博**平台，提及品牌账号类型呈现金字塔模型。明星主要是胡兵等艺人参与毛戈平#宋风雅韵#线下新品发布会做内容宣传。头部KOL主要集中在**微博、小红书**，以**舞蹈、彩妆、护肤类KOL**为主，包括**Papi酱、袁大帅、资艺琳、你的小Q**等，主推**光感无痕粉膏**；腰部KOL集中在小红书、抖音平台，包括**孟十九、张多余不多余**等，以**#双十一国货宝藏#、##0基础万圣节妆容**等做妆容分享种草，推广**无痕粉膏、鱼子无暇气垫粉底液**等产品。

2021年双十一社媒平台提及品牌相关内容数量占比



2021年双十一社媒平台提及品牌相关内容账号类型

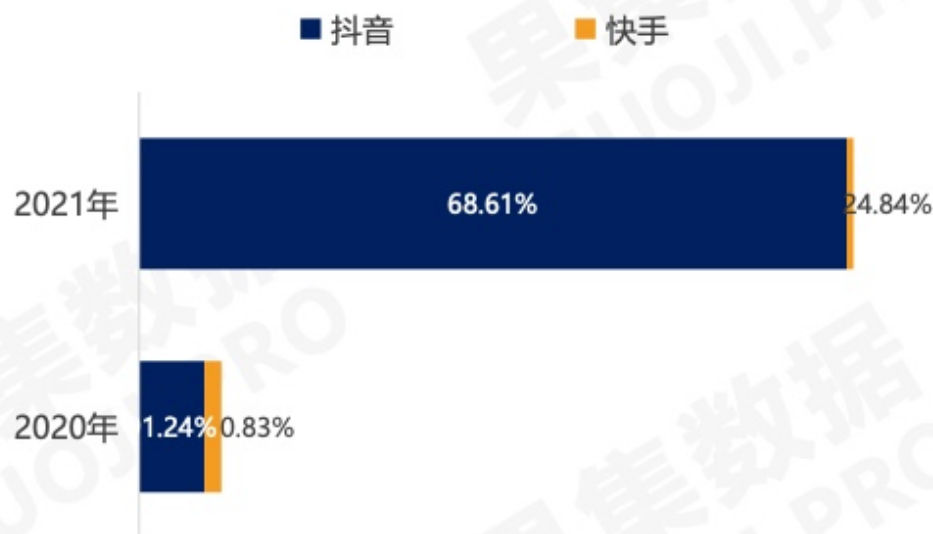


销售构成：抖音成为品牌销售增长新渠道，品牌贡献超5成销售额

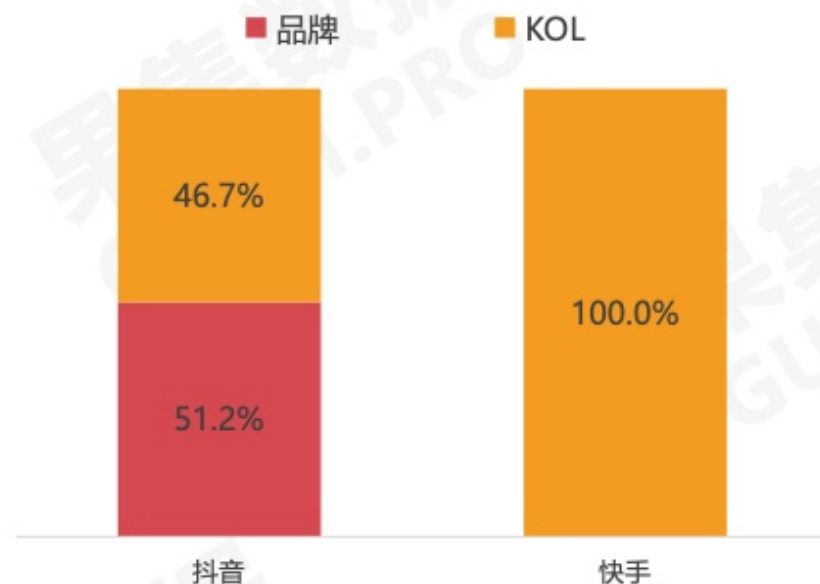


2021年，毛戈平抖快两平台的双十一电商GMV破**5568万**，同比2020年双十一电商GMV增长**超7倍**；**抖音**成为毛戈平销售增长新渠道，2021年抖音双十一电商GMV占比达**68.61%**。从双十一电商销售额构成来看，在抖音毛戈平品牌贡献**超5成**销售额，达51.2%，快手则以**KOL**为主。毛戈平发力抖音品牌自播，以“**毛戈平MGP**”为主账号，共直播31场，2021年双十一GMV达2793万。

2020 VS 2021 双十一电商销售额平台占比



2021年双十一电商销售额构成——品牌 VS KOL



品牌自播



毛戈平MGP

抖音直播品牌账号：**1个**

粉丝数：**53.2万**

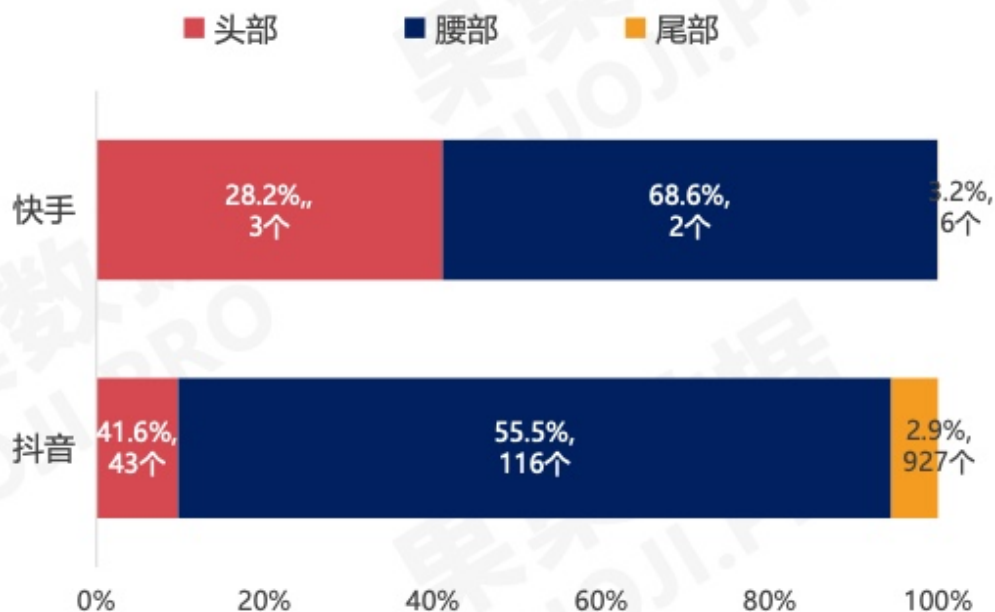
双十一直播场次：**31场**

双十一GMV：**2793万**

KOL带货：抖音合作KOL数量超千位，销售额贡献集中在腰部KOL

2021年双十一毛戈平合作KOL带货分布中，抖音平台合作KOL数量最多，超千位KOL，头部KOL销售额贡献占比41.6%，包括郭小胖、认真少女_颜九、道上都叫我赤木刚宪等生活、美妆博主，腰部KOL销售额贡献占比达55.5%，包括夫夫先生、田恬MARYME、美谁妹妹等美妆种草、护肤类博主。快手平台合作6位KOL，头部KOL销售额贡献占比28.2%，包括王逗逗的小时候 -、Wuli周周小可爱♥•，腰部KOL销售额贡献占比68.6%，包括- 西梅prune、韩承浩等。

2021年双十一KOL数量及电商销售额占比



2021年双十一KOL电商销售额贡献TOP10

抖音	账号昵称	等级	快手	账号昵称	等级
1	夫夫先生【晚上7点 我等你】	腰部	1	- 西梅prune	腰部
2	田恬MARYME	腰部	2	王逗逗的小时候 -	头部
3	美谁妹妹	腰部	3	Wuli周周小可爱♥•	头部
4	郭小胖（11.23好物精选日）	头部	4	韩承浩	腰部
5	认真少女_颜九	头部	5	江蓝说事儿—情感电台	尾部
6	曼小小曼	尾部	6	依倩造型MOLI茉里婚纱	尾部
7	几米（今晚七点半直播）	腰部			
8	没脑子迪迪（周日晚上10点直播）	尾部			
9	麦子的形象美学	尾部			
10	形象顾问石家玲（10+0，87年兔子）	腰部			

数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。

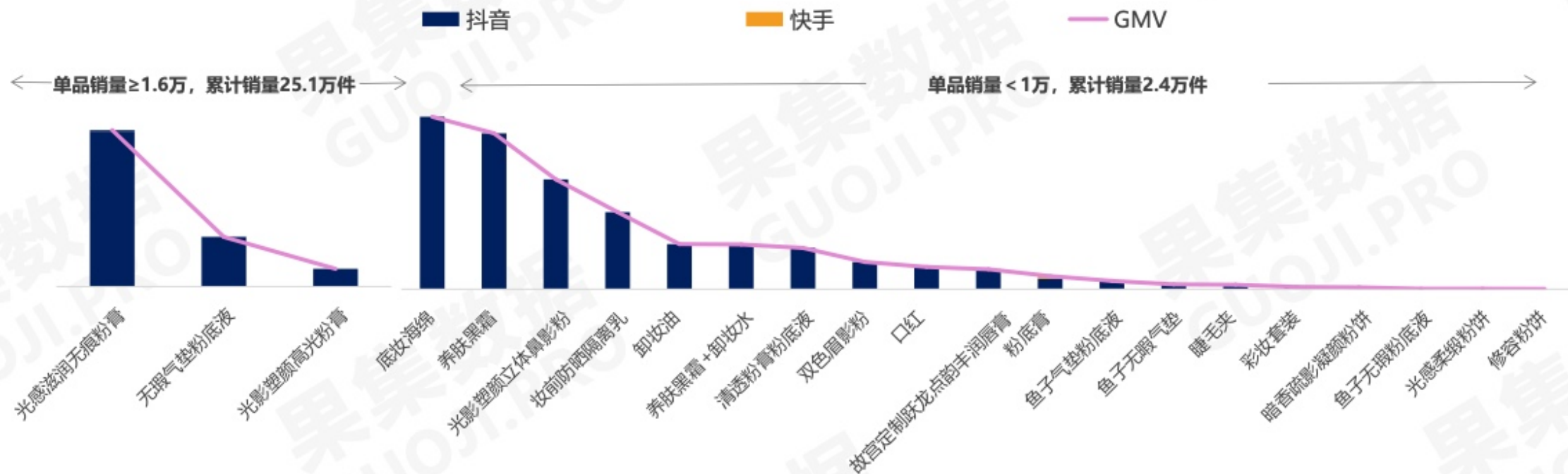
统计双十一期间KOL相关品牌带货销量 > 0的数据。按照账号粉丝数划分等级：抖音、快手头部账号粉丝数≥100万、腰部账号粉丝数≥50万，尾部账号粉丝数 < 50万。

热销产品：粉膏/粉底液/高光成爆品，美妆工具/护肤类产品潜力大



2021年双十一毛戈平热销产品分布中，**光感滋润无痕粉膏**、**无暇气垫粉底液**、**光影塑颜高光粉膏**成为品牌销量TOP3产品，双十一累计销量突破**25.1万件**，销售额占比超**87%**，成为品牌爆款产品；其他潜力品类中，**底妆海绵**、**养肤黑霜**、**妆前防晒隔离乳**等美妆工具、护肤类产品同样受到关注。

2021年双十一品牌销量TOP产品



数据来源：果集数据。数据为预估值，仅供参考。

GUOJI.PRO



关注公众号
获取更多数据分析报告



扫码加微
合作交流

