

抖音电商2024年 618好物节前瞻报告

2024/05
May.

CHANMAMA
DATA
REPORT

©2024 chanmama All Rights Reserved

CONTENT

01 平台玩法
洞察

02 流量趋势
预测

03 爆款货品
前瞻

04 价值人群
展望

序

抖音作为一个重要的电商平台，其618大促活动一直是市场关注的焦点。2023年的数据显示，抖音618活动期间，支付GMV较去年同期提升70%，显示出其在电商领域的强大吸引力和影响力。

而在过去几年中，抖音的618大促的表现同样出色，对市场规模产生了显著影响。2021年的数据显示，抖音618销售热度同比去年有大幅增长，商品平均客单价提升3倍，首次加入定金预售玩法，以及虚拟充值等新品类的销量高峰，为营收增长做出了贡献。到了2023年，抖音电商通过多种促销方式，如跨店满减、消费券等，成功在618期间吸引了大量消费者，其中90后成为消费主力军，00后消费者数量同比增长2.1倍。在迎接即将到来的24年抖音电商618好物节之际，我们怀着激动的心情展望着这一年一度的盛大购物狂欢。

本报告着眼于过去23年618及23年双十一两个顶级电商大促节点数据，旨在深入分析节促期间的市场趋势，预测流量趋势、热门商品、消费偏好及机会价值人群，为商家和消费者提供宝贵的洞察和建议。618好物节不仅是一场购物狂欢，更是商家与消费者之间互动的盛会，我们期待着在这个奇妙的时刻共同见证商机的绽放，品味购物的乐趣。

平台玩法 洞察



CHANMAMA
DATA
REPORT

©2024 chanmama All Rights Reserved

扫码领取蝉魔方试用

01

平台活动&玩法节奏

618开启

2024/5/24/ 00:00

2024/5/31/ 00:00

618结束

2024/6/18/ 00:00



抢先购



正式期



叠加节点

儿童节
5.25-5.30

毕业季 6.5-6.10

端午节 6.5-6.10

父亲节
6.11-6.15

商品玩法

平台玩法：官方立减/一件直降

频道玩法：超值购/秒杀/大牌试用

商家玩法

品牌商家玩法：大牌钜惠

全量商家玩法：万店钜惠/商家任务赛

作者玩法

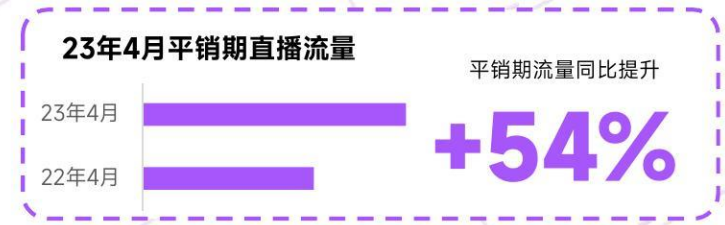
头部达人玩法：超值天团直播间

垂类达人玩法：超值天团-品类直播间/直播任务赛

更优
货品
+
更好
体验

平台玩法趋势（一）

1. 活动战线持续拉长，需规划“持久战”



预估24年618大盘流量同比增长

+61%

2. 活动玩法重心偏移，呈精细化趋势

内容场 → 货架场：未来GMV各占一半

21年618	23年618
<p>直播</p> <p>好物直播间、巅峰任务赛、全民任务赛、短视频任务赛等玩法准入门槛较低，部分内容玩法与同期其他平台扶持/补贴活动互斥。</p>	<p>作者</p> <p>聚焦在头部和垂类直播达人，达人/商家准入参与门槛上升。</p>
<p>短视频</p> <p>店铺新人礼金、抖音商城玩法聚焦平台补贴、流量加码。</p>	<p>商家</p> <p>商家玩法提升品牌资源扶持力度，全面助力优价好物的商城布局。</p>
<p>货品</p> <p>超值购/秒杀/大牌试用等花样玩法层出不穷，商城玩法不断丰富。</p>	<p>商品</p> <p>超值购/秒杀/大牌试用等花样玩法层出不穷，商城玩法不断丰富。</p>

平台玩法趋势（二）

3. “以货代店”，聚焦“更优货品+更好体验”

自3月开始，抖音后续大促无店铺报名，均采用商品报名。以货品为核心的招商形式意味着抖音未来得战略目标仍持续围绕“货架场”布局，用“更优货品+更好体验”搭建电商版图。



4. “价格力”优势持续扩大

- **秒杀爆款池**：带有**低价爆款**标签的商品为大促**秒杀爆款池**商品
- **低价好货池**：报名**大促低价池**商品活动期间运费险新商家最高可享受50%的保费补贴；运费险老商家最高可享受40%保费补贴
- **亿级流量激励**：星图大人短视频、商城&搜索曝光、广告资源扶持
- **全域阵地曝光**：超值购、秒杀爆款专属坑位

搜索&猜你喜欢优先推荐立减/直降池商品 低价商品曝光专区



预估24年618低价好物
流量同比增长

+76%

流量趋势 预测



CHANMAMA
DATA
REPORT

©2024 chanmama All Rights Reserved

扫码领取蝉魔方试用

02

618前一周停留时长及场观变化趋同，建议6/10开始增加直播场次

- 618Big Day前一周场观及直播用户平均停留时长变化趋同，建议品牌自6/10开始增加直播场次，收割这一波“大促消费精准用户”。
- 开播频次对直播流量影响大，6/10、6/14及6/18日流量及开播频次较大，活动前期平台通过“直播广场”、“推荐feed”等免费流量助力直播运营，品牌在活动前期要重视流量承接，在活动后期（6/10起）加大付费流量投入，即时转化。

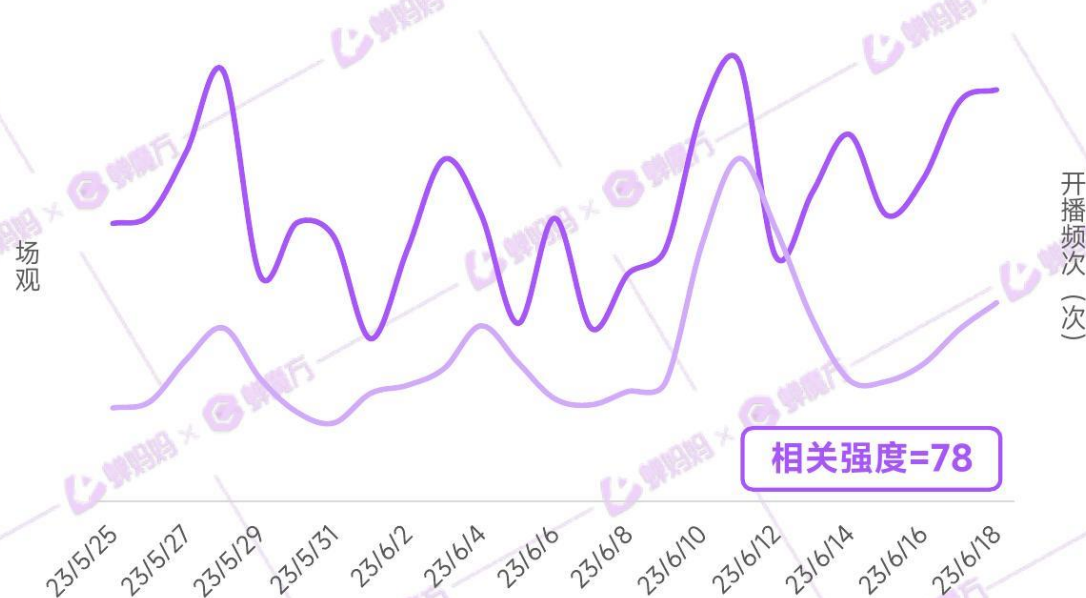
23年618期间直播流量及平均停留时长变化趋势

— 场观 — 平均停留时长



23年618期间直播流量及开播频次的变化趋势

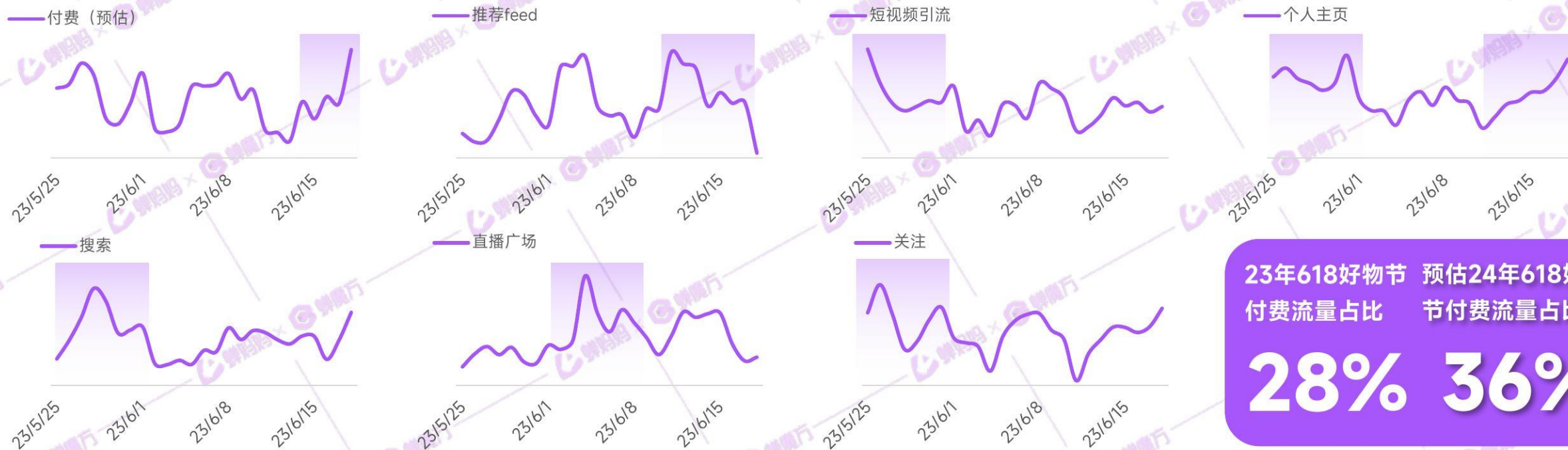
— 场观 — 开播频次



多数商家聚集在618活动最后一周付费投流，机会人群集中爆发

- 整体来看，23年618好物节活动期间付费流量总占比为28%，结合平台今年的千川玩法，预计24年付费流量将突破33%，付费广告竞价将会更加激烈，大促单品爆发愈加依赖商品广告，商家需提前做好营销资源。
- 搜索及短视频引流在预热期有不小的爆发，商家应在预热期前做好商品卡和视频带货的布局。

23年618期间付费&免费流量变化趋势



23年618好物节 付费流量占比	预估24年618好物节 付费流量占比
28%	36%

24年618头肩部达人付费流量竞争“愈演愈烈”

- 整体来看，大促期间头肩部达人对于付费流量的玩法投入更多，付费投流更加高频。结合平台618的超值天团直播间&千川玩法，24年618头肩部大人的付费流量竞争将更加激烈，预估节点期将增长45%。

头肩部达人付费流量



预估24年618头肩部达人
付费流量投入节点期增长

+45%

腰尾部达人付费流量



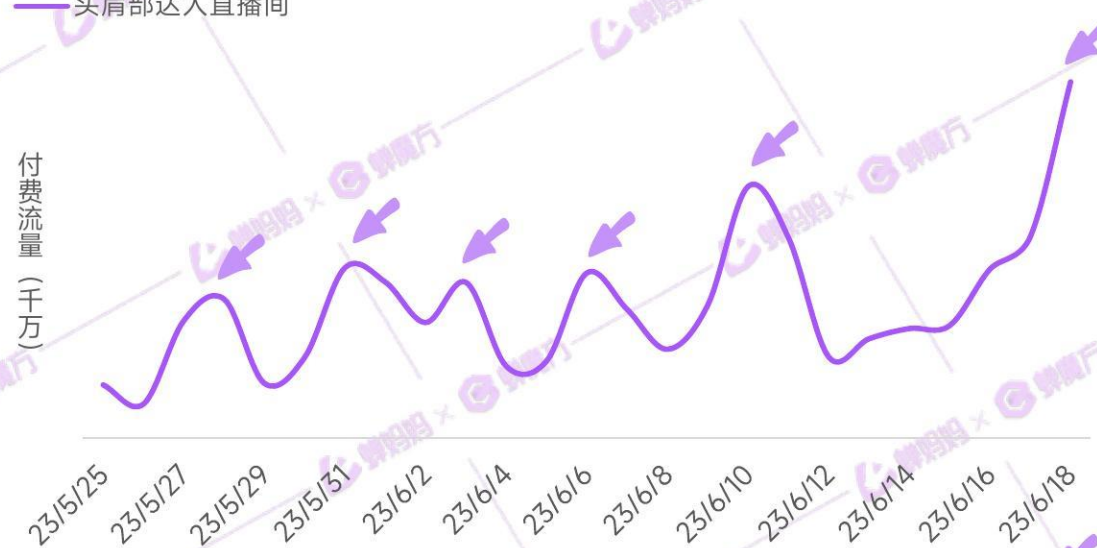
预估24年618腰尾部达人
付费流量投入节点期增长

+23%

23年618不同层级达人付费流量投入情况

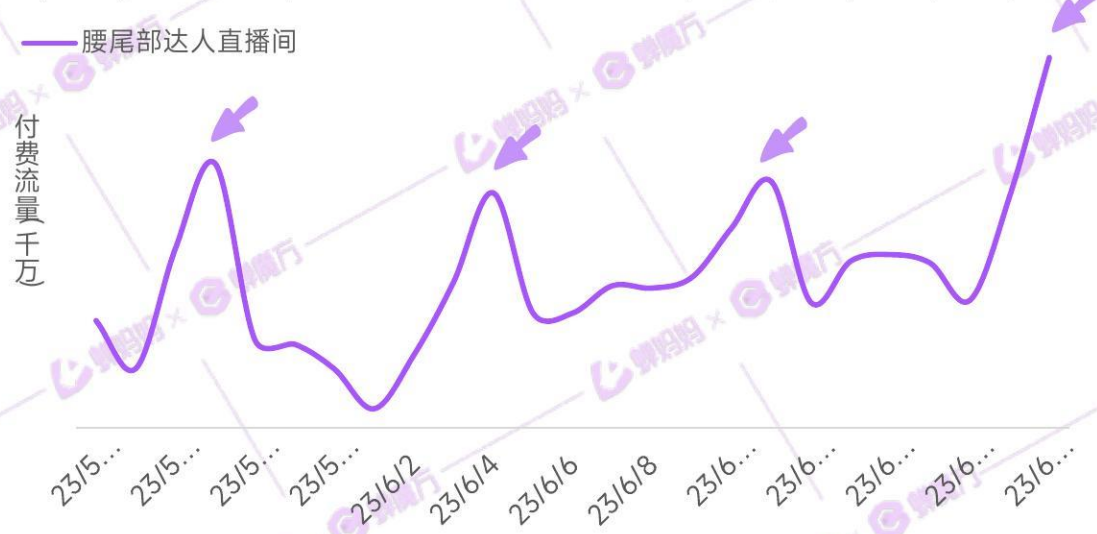
— 头肩部达人直播间

付费流量 (千万)



— 腰尾部达人直播间

付费流量 千万

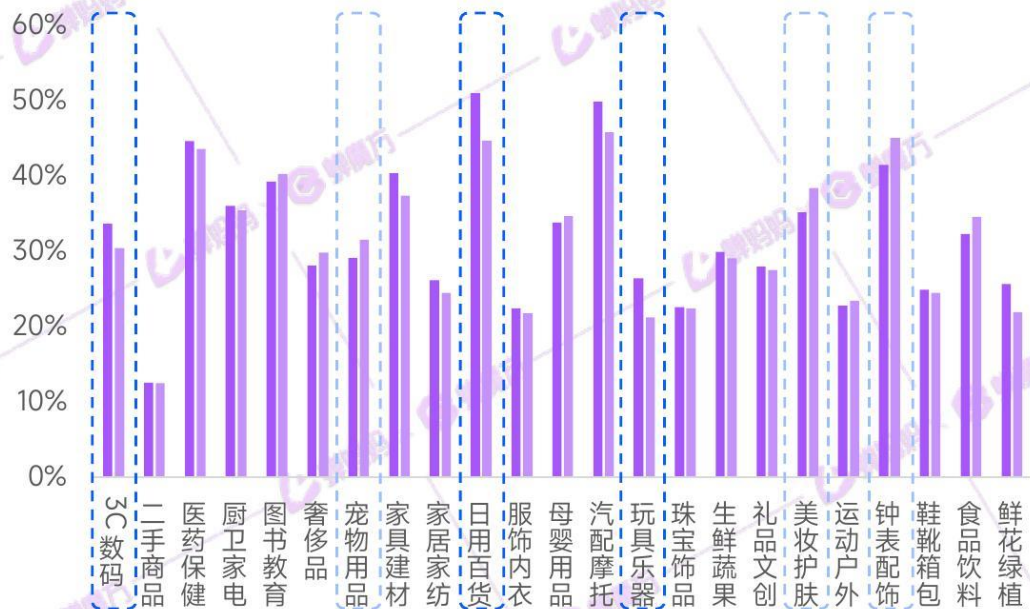


耐消品及高卷行业大促期需要更多付费投流资源

- 高卷度行业（日用/美妆）618大促期间讲究付费投流节奏，活动期6/1、6/10及6/18当日是投流高峰，预测今年付费投流节奏将前置，建议品牌将付费投流节奏提前至5/30、5/31，把握先动优势。
- 耐消品行业（钟表/家具/厨卫）618大促期间付费投流随活动进程持续增加，618当日达到最高峰，建议耐消品品牌规划好营销预算，大促期间投流不断。

23年618期间品类付费流量变化

■ 预热期-付费（预估） ■ 正式期-付费（预估）



23年618期间品类付费流量趋势

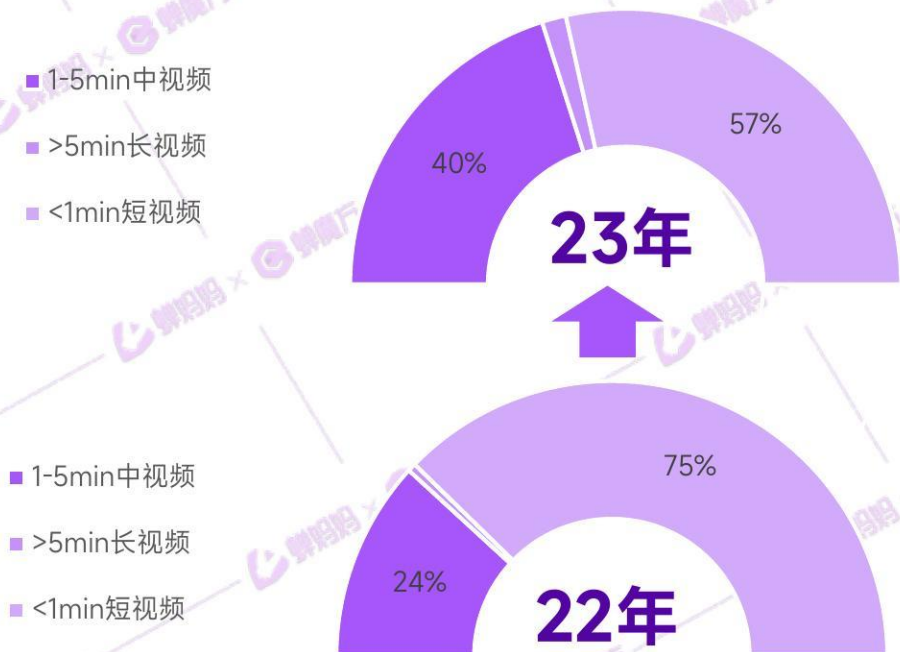
品类	付费（预估）
3C数码	31%
二手商品	12%
医药保健	44%
厨卫家电	36%
图书教育	40%
奢侈品	30%
宠物用品	31%
家具建材	38%
家居家纺	25%
日用百货	46%
服饰内衣	22%
母婴用品	35%
汽配摩托	47%
玩具乐器	23%
珠宝首饰	22%
生鲜蔬果	29%
礼品文创	28%
美妆护肤	38%
运动户外	23%
钟表配饰	44%
鞋靴箱包	25%
食品饮料	34%
鲜花绿植	23%



中长视频618期间种草效果显著提升，搞笑/宠物类视频热度高

- 对比23年及22年618大促，中长视频得种草效果显著提升，其中【剧情】、【搞笑】类视频传播效果好，用户触达率高，而垂类视频如【宠物】、【美妆】类视频带货效果好。
- 23年618大促期间，【搞笑】、【宠物】类视频热度高，内容投放建议泛人群内容和垂类内容相结合：预热期以泛人群内容蓄水，大促爆发点用垂类内容进行脉冲式集中转化。

618期间不同视频类型播放量占比



23年618期间热门中长视频

1

达人: @晨晨

剧情 搞笑

采用搞笑视频, 植入安慕希酸奶在618的【优惠组合】。

看后搜索引流词: 安慕希 618

2

达人: @聪明旺豆豆

宠物 搞笑

巧用端午×618话题引流, 结合萌宠元素, 带爆【狗粮】。

看后搜索引流词: 端午 618

3

达人: @小宇菇菇

美妆 实验

用吸引人的化学实验, 展示口红制作, 引流【抖音商城】。

看后搜索引流词: 超低价 618

4

达人: @末那大叔

时尚 家电

选择精致老年达人, 种草【冰箱】等高客单品质好物。

看后搜索引流词: 海尔 618

爆款货品 前瞻



CHANMAMA
DATA
REPORT

©2024 chanmama All Rights Reserved

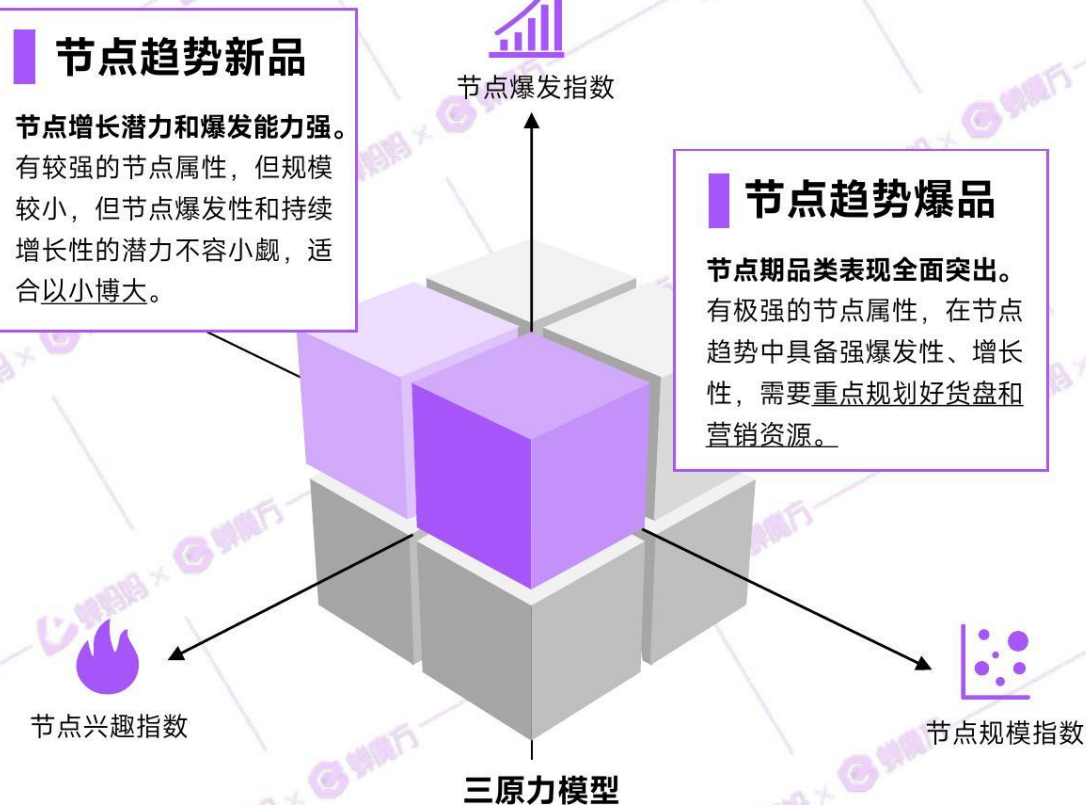
扫码领取蝉魔方试用

03

节点趋势赛道选择逻辑

- 结合近几次抖音电商大促，蝉妈妈的分析师聚焦分析美护、服饰、3C、食品、宠物等行业，选取23年双十一（D11）及23年618作为主要研究对象，预测上述行业在24年618的未来趋势。首先根据节点趋势TGI及节点销售增长，定位具有明显节点趋势的品类，而后根据“三原力模型”进行趋势预测，形成推荐系数，同时，将节点趋势品细分为节点趋势爆品及节点趋势新品。

大盘及高增速品类电商节点GMV增长



美妆护肤节点趋势爆品

趋势1

淡纹抗皱

面部护理套装



推荐系数

99.99

销售指数
膨胀指数
兴趣指数

液态精华



推荐系数

99.99

销售指数
膨胀指数
兴趣指数

乳液/面霜



推荐系数

99.99

销售指数
膨胀指数
兴趣指数

面膜



推荐系数

99.76

销售指数
膨胀指数
兴趣指数

眼霜



推荐系数

97.55

销售指数
膨胀指数
兴趣指数

化妆水/爽肤水



推荐系数

97.76

销售指数
膨胀指数
兴趣指数

防晒霜



推荐系数

96.63

销售指数
膨胀指数
兴趣指数

面部精油/纯露



推荐系数

91.29

销售指数
膨胀指数
兴趣指数

隔离/妆前



推荐系数

90.97

销售指数
膨胀指数
兴趣指数

喷雾



推荐系数

90.43

销售指数
膨胀指数
兴趣指数

趋势2

补水防晒

美妆护肤节点趋势新品

趋势1

智能护肤

脱毛仪



推荐系数

85.65

销售指数 ♥♥♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥♥

美容喷雾机/蒸脸器



推荐系数

80.03

销售指数 ♥♥♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥

黑头导出液



推荐系数

80.31

销售指数 ♥♥♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥

黑头仪



小贵
但真去黑头

推荐系数

80.26

销售指数 ♥♥♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥

电动美容修剪器



推荐系数

80.29

销售指数 ♥♥♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥

男士面部乳霜



推荐系数

80.29

销售指数 ♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥

男士面部精华



推荐系数

80.24

销售指数 ♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥

男士爽肤水



推荐系数

80.20

销售指数 ♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥

男士面膜



推荐系数

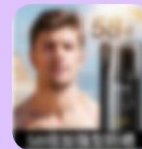
80.12

销售指数 ♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥

男士防晒



推荐系数

80.28

销售指数 ♥♥♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥

趋势2

男士护肤

服饰内衣节点趋势爆品

趋势1

度假修身

时尚套装



推荐系数

99.92

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

休闲裤



推荐系数

97.84

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

瑜伽服



推荐系数

93.07

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

度假风连衣裙



推荐系数

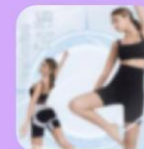
91.82

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

塑身美体裤



推荐系数

90.48

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

旗袍



推荐系数

93.20

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

新中式服装



推荐系数

90.19

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

JK制服



推荐系数

87.42

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

趋势2

24年3月上海时装周新中式风热度超950w+

文化破圈



服饰内衣节点趋势新品

趋势1

夏日防晒

儿童皮肤衣/防晒衣



推荐系数

86.06

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

防晒袖套/冰袖



推荐系数

85.41

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

防晒口罩



推荐系数

84.73

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

防晒帽



推荐系数

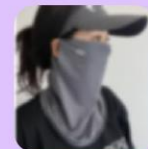
85.55

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

脸基尼



推荐系数

86.05

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

文胸套装



推荐系数

89.02

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

乳贴



推荐系数

86.56

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

抹胸



推荐系数

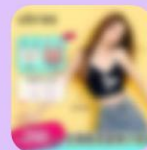
85.53

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

背心吊带



推荐系数

81.43

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

衬衫



推荐系数

85.73

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

趋势2

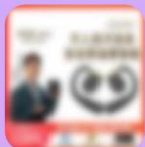
美背凉感

3C数码节点趋势爆品

趋势1

悦耳经济

无线耳机



推荐系数

99.89

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

K歌神器



推荐系数

95.01

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

户外音箱/音响



推荐系数

89.64

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

桌面音响/音箱



推荐系数

86.99

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

有线耳机



推荐系数

88.92

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

学习机/教育伴学机



推荐系数

99.99

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

翻译笔



推荐系数

88.48

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

儿童手表



推荐系数

84.51

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

复读机



推荐系数

86.77

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

电子文教用品



推荐系数

85.03

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

趋势2

数字学习

3C数码节点趋势新品

趋势1

驱虫降温

USB风扇



推荐系数

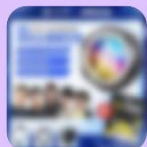
84.31

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

手机散热器



推荐系数

84.29

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

汽车空调/驻车空调



推荐系数

80.11

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

笔记本散热器/降温



推荐系数

82.71

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

USB驱蚊器



推荐系数

83.40

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

运动相机



推荐系数

92.96

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

微单相机



推荐系数

90.11

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

拍立得



推荐系数

90.37

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

云台



推荐系数

84.28

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

收纳/配件包



推荐系数

84.97

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

趋势2

户外摄影

食品饮料节点趋势爆品

趋势1

控糖革命

普洱



推荐系数

99.91

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

果蔬汁



推荐系数

95.51

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

0糖椰汁



推荐系数

91.00

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

无糖茶饮



推荐系数

90.71

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

低糖运动饮料



推荐系数

89.67

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

粽子



推荐系数

99.95

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

方便粉丝/米线/螺蛳粉



推荐系数

99.26

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

方便面



推荐系数

97.71

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

牛肉干



推荐系数

94.82

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

速食肠



推荐系数

90.35

销售指数

膨胀指数

兴趣指数

趋势2

速食囤货

食品饮料节点趋势新品

趋势1

清凉降火

陈皮茶



推荐系数 **85.85**

销售指数 ♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥

凉茶



推荐系数 **84.98**

销售指数 ♥♥♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥

菊花茶



推荐系数 **80.31**

销售指数 ♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥♥

蜂蜜



推荐系数 **85.60**

销售指数 ♥♥♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥

冻干小青桔



推荐系数 **84.07**

销售指数 ♥♥♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥

冰淇淋



推荐系数 **85.53**

销售指数 ♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥

奶酪



推荐系数 **88.83**

销售指数 ♥♥♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥

酸奶



推荐系数 **87.22**

销售指数 ♥♥♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥

海味零食



推荐系数 **83.41**

销售指数 ♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥

果酒



推荐系数 **88.97**

销售指数 ♥♥♥♥

膨胀指数 ♥♥♥♥♥

兴趣指数 ♥♥♥♥♥

趋势2

冰爽一夏

宠物用品节点趋势爆品

趋势1

爱猫消费

猫砂



推荐系数

99.97

销售指数
 膨胀指数
 兴趣指数

猫主粮



推荐系数

99.99

销售指数
 膨胀指数
 兴趣指数

妙鲜包/袋/条



推荐系数

93.80

销售指数
 膨胀指数
 兴趣指数

猫砂盆/猫厕所



推荐系数

90.40

销售指数
 膨胀指数
 兴趣指数

猫爬架



推荐系数

93.38

销售指数
 膨胀指数
 兴趣指数

香波浴液



推荐系数

93.74

销售指数
 膨胀指数
 兴趣指数

香水/除味剂



推荐系数

92.47

销售指数
 膨胀指数
 兴趣指数

宠物驱虫



推荐系数

98.80

销售指数
 膨胀指数
 兴趣指数

电推剪



推荐系数

93.49

销售指数
 膨胀指数
 兴趣指数

宠物烘干



推荐系数

95.39

销售指数
 膨胀指数
 兴趣指数

趋势2

宠物美容

价值人群 展望



CHANMAMA
DATA
REPORT

©2024 chanmama All Rights Reserved

扫码领取蝉魔方试用

04

618好物节价值人群预测



精打细算党会权衡大促折扣及商品实用性，注重质价比，愿意把钱花在刀刃上，选择在大促低价促销期间消费贵价产品。

分布行业

厨卫家电

3C数码

精打细算党 大促囤货党

618期间叠加端午节，端午节场景下的消费人群能作为机会人群，在大促期提供额外的销售增量，适合食品饮料品牌关注。

分布行业

食品饮料

日用百货



端午消费党 夏季户外党

大促囤货党有明确消费清单，会提前关注优惠信息，搜索偏好显著，主要活跃于食品饮料、日用百货、宠物用品等行业。

分布行业

食品饮料

宠物用品



夏季户外出行消费渐长，户外爱好者会抓住618促销期，进行出行装备的采购，防晒/运动/旅游场景相关品类将迎来增长。

分布行业

美妆护肤

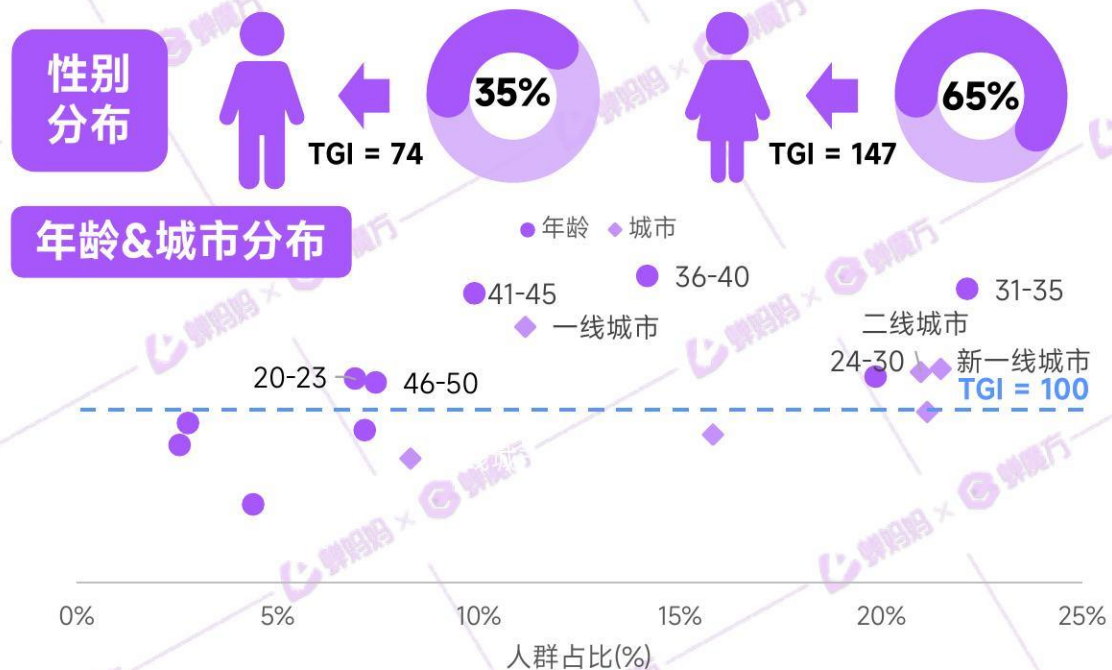
运动户外



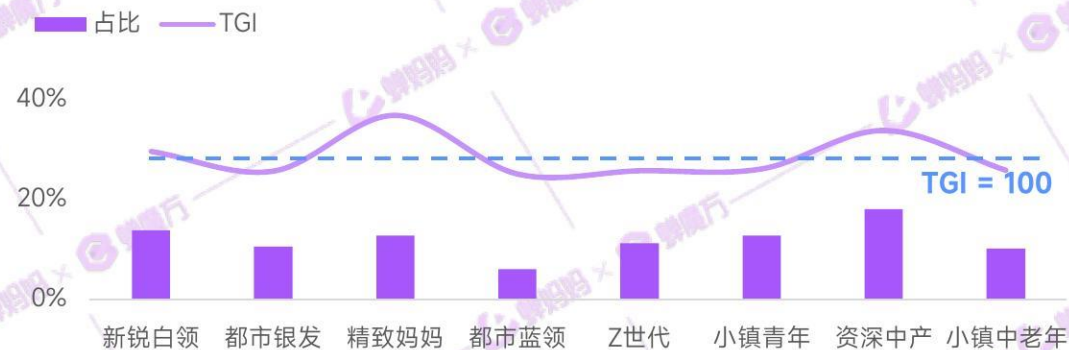
精打细算党：36-40岁上线城市的女性偏好最为显著

- 精打细算党主要聚集在上线城市的青中年女性精致妈妈、新锐白领及资深中产。
- 预测24年618期间的精打细算党偏好手机、空调、运动耳机等大促限时贵价品类，推荐以【多功能】、【超低价】作为触达卖点。

精打细算党-基础画像



精打细算党-八大人群画像



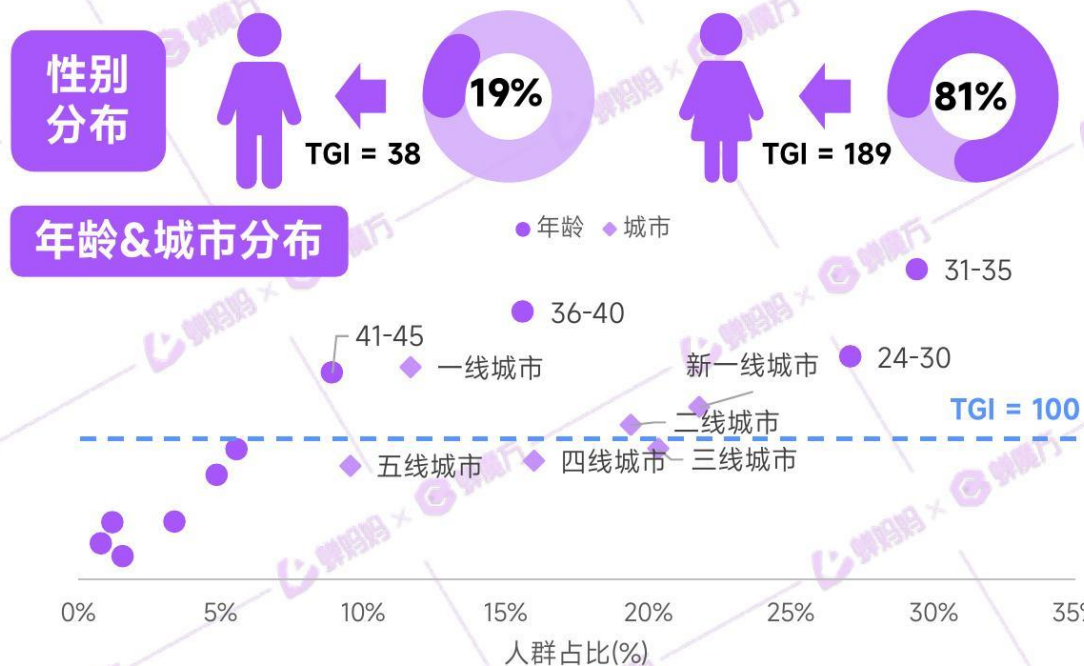
精打细算党-偏好货品预测



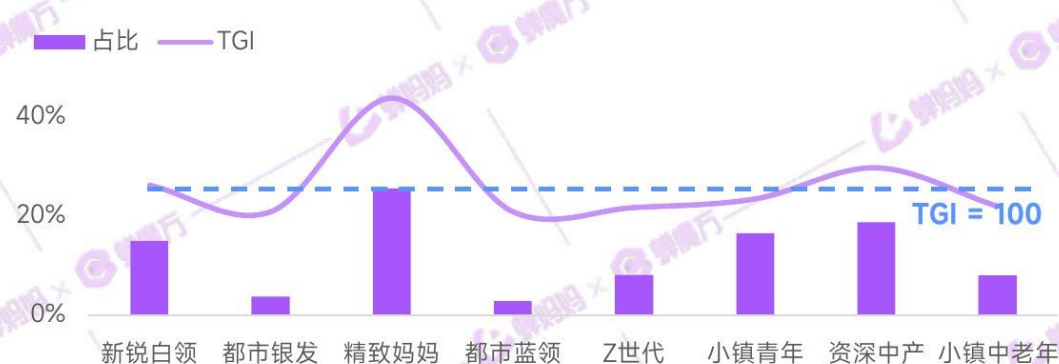
大促囤货党：31-35岁的上线城市女性偏好最为显著

- 大促囤货党主要聚集在上线城市的青中年女性精致妈妈、新锐白领及资深中产。
- 预测24年618期间的大促囤货党偏好纸巾/湿巾、膨化零食、猫主粮及方便面品类，推荐以【买一发N】、【大包装】及【赠品价值】作为触达卖点。

大促囤货党-基础画像



大促囤货党-八大人群画像



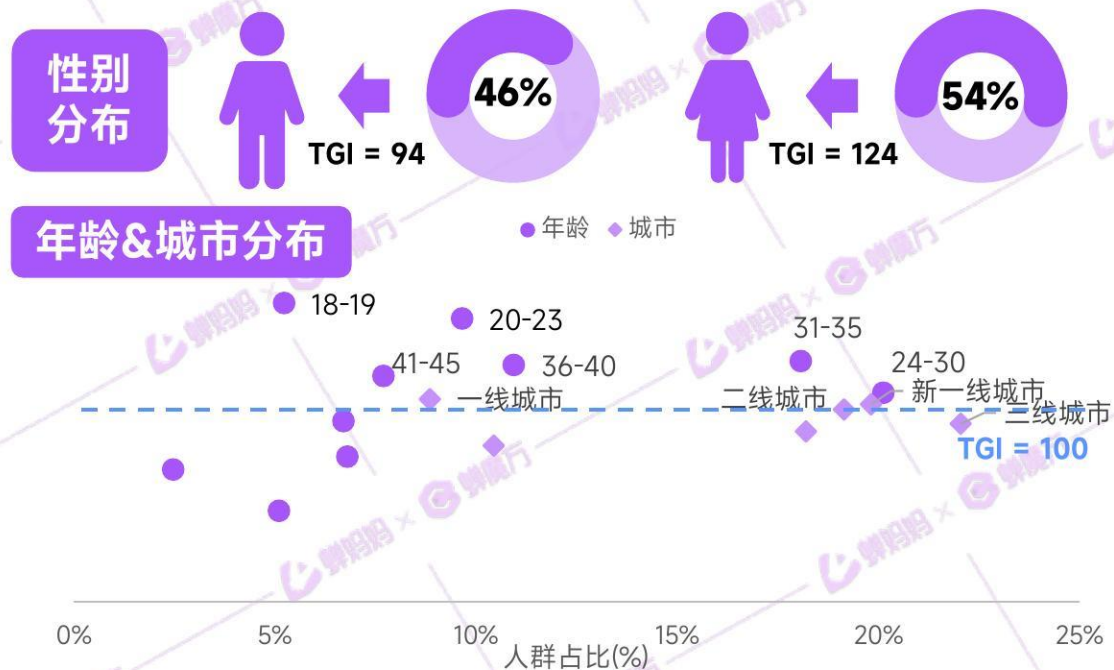
大促囤货党-偏好货品预测



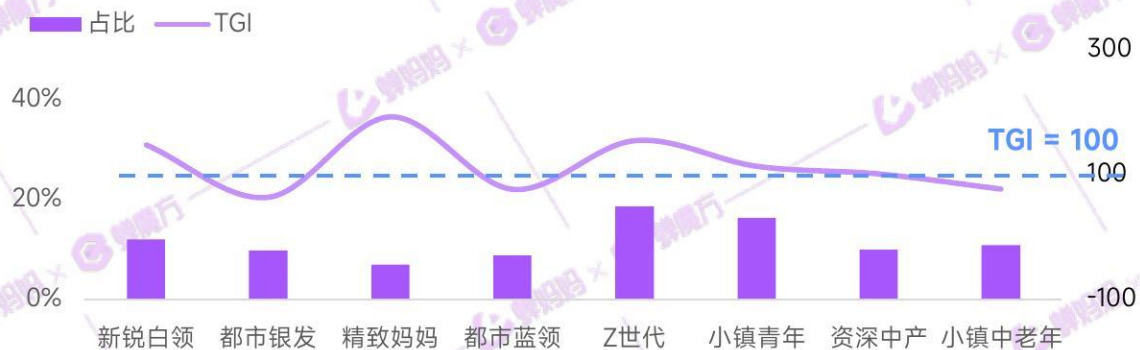
端午消费党：18-23岁的上线城市女性偏好最为显著

- 端午消费党主要聚集在上线城市的精致妈妈、新锐白领及Gen Z。
- 预测24年618期间的端午消费党偏好粽子、粽叶、糯米、米酒等端午相关品类，推荐以【大包装】、【纯手工】、【团聚场景】作为触达卖点。

端午消费党-基础画像



端午消费党-八大人群画像



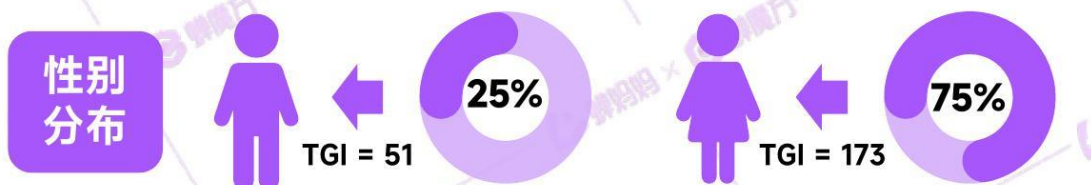
端午消费党-偏好货品预测



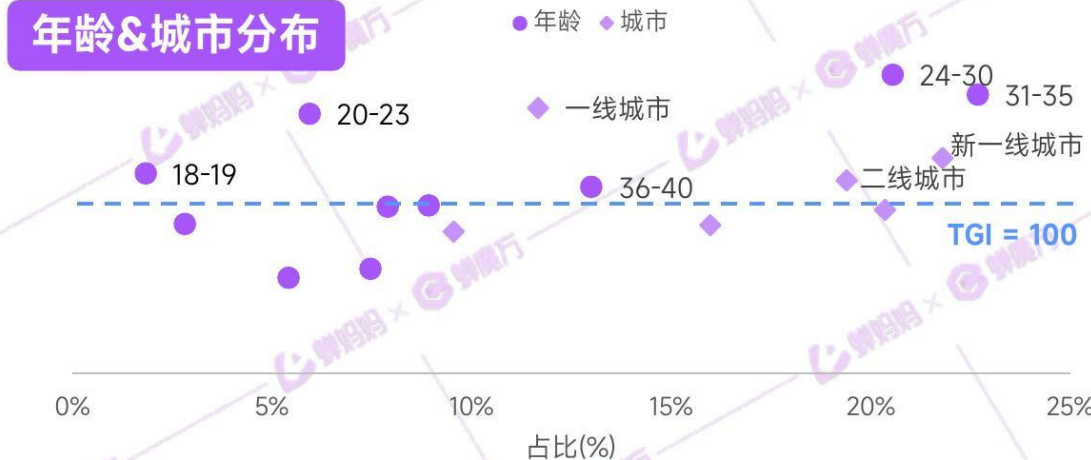
夏季户外党：24-30岁的上线城市女性偏好最为显著

- 夏季户外党主要聚集在上线城市的年轻女性精致妈妈及新锐白领。
- 预测24年618期间的夏季户外党偏好菊花茶、防水型防晒、运动水壶及骑行裤等品类，推荐以【凉感透气】、【防紫外线】及【补水】作为触达卖点。

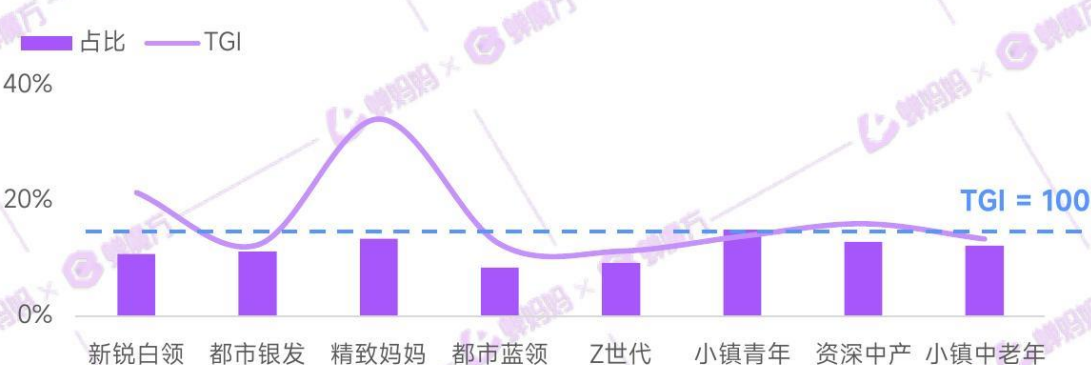
夏季户外党-基础画像



年龄&城市分布





夏季户外党-八大人群画像



夏季户外党-偏好货品预测

夏季户外党-偏好货品预测

- 菊花茶
- 防水型防晒
- 运动水壶
- 骑行裤
- 凉感透气
- 防紫外线
- 时刻补水

 蝉妈妈 ×  蝉魔方

THANKS!

2024/05
May.

CHANMAMA
DATA
REPORT

©2024 chanmama All Rights Reserved

