



抖音VS快手 30日红人电商研究报告

(数据统计周期：2019年9月11日-10月10日)

—— 出品方：火星营销研究院 | 卡思数据 ——



抖音、快手围绕电商布局所开展的动作

抖音

Time Line

快手

今日头条上线“放心购商城”



2017年09月

抖音上线购物车功能，支持跳转淘宝



2018年03月

电商广告投放系统“鲁班”与抖音打通



2018年04月

2018年06月



上线快手小店，打通淘宝、有赞，魔筷TV，并支持主页、直播、短视频带货

2018年10月



推出快手营销平台，建立商业矩阵

抖音购物车功能全面开放



2018年12月

抖音推出精选好物联盟，并接入放心购商城



2019年01月

抖音公布与京东、考拉、唯品会等电商平台打通，支持红人带货，同期推出小程序电商



2019年04月

抖音上线商品搜索功能



2019年05月

2019年06月



快手打通拼多多入口，快手小店升级，支持微信卖货

2019年08月



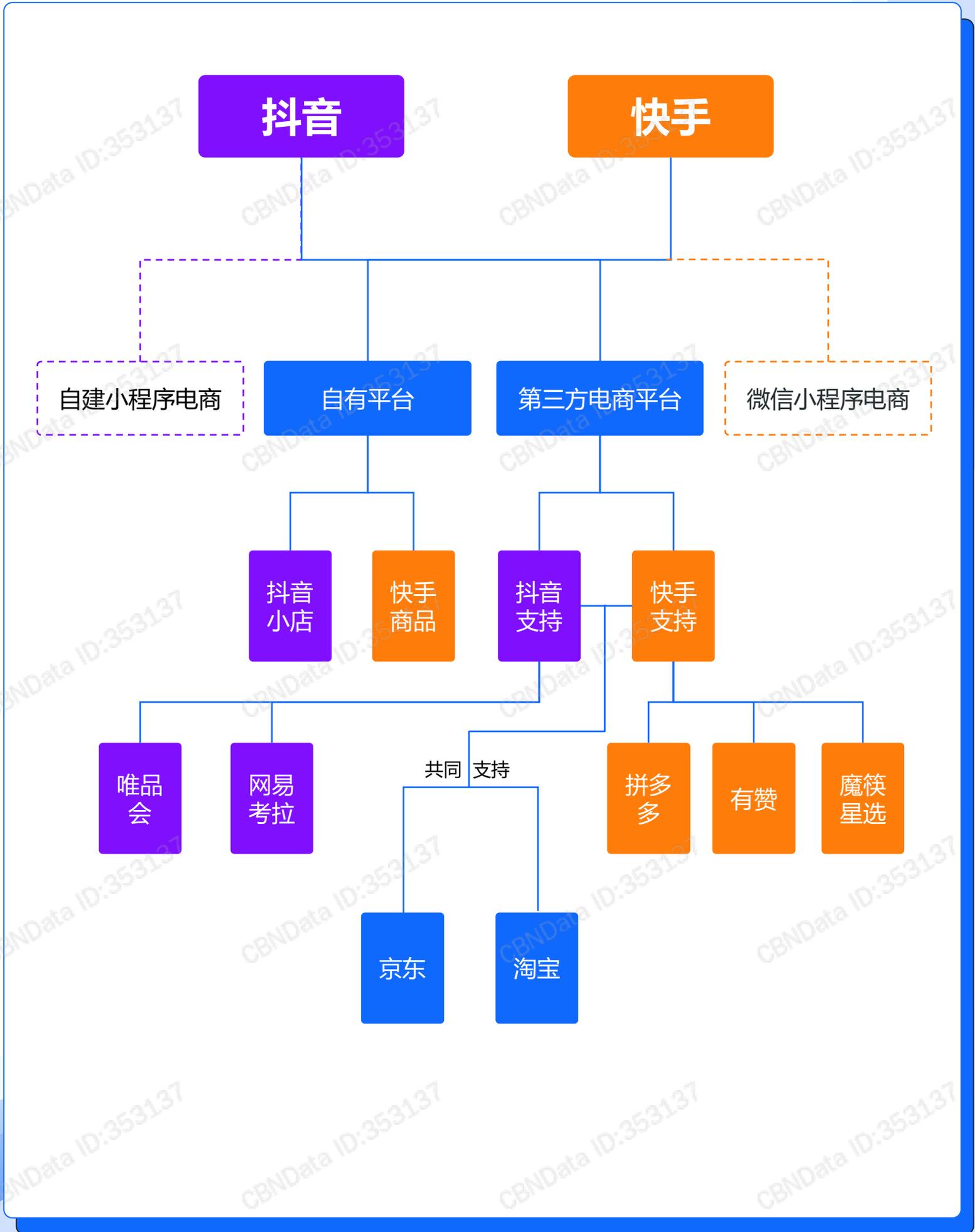
快手电商技术服务费比例调整

2019年08月



快手小店与京东联盟打通

抖音、快手电商发展路径 (含自主与合作)



抖音VS快手分成模式——TO 有货型商家

有货型商家：即有货有粉丝，可自行卖货的主播型商家



抖音

【特点】

入驻审核严格，流程较长，
收费制度严谨

【支持第三方平台】

淘宝、天猫、京东

【收费规则】

按商品曝光流量渠道：分为中心化流量
订单/非中心化流量订单/精选联盟订单/
广告流量订单四种，收取订单额1%-
10%为技术服务费

【特色】

自建小程序电商生态



快手

【特点】

入驻门槛低，操作简单，
收费模式简单

【支持第三方平台】

魔筷星选、有赞、淘宝、京东

【收费规则】

普通商品：收取成交额5%技术服务费
靠谱货（需认证）：技术服务费2%
此外，快手还设置有完善的
商户奖励政策

【特色】

打通微信小程序带货功能

抖音VS快手分成模式——TO 带货型主播

带货型主播：即无货、有粉丝，且带货能力不错的主播



佣金政策

淘宝

淘宝：首先，收取成交额的6%作为内容场景服务费，其次，还要收取（佣金总额 - 6%X成交额）*10%作为技术服务费

抖音：普通商品0%抽佣

精选联盟

小店商品（选品后台）

精选联盟平台扣除佣金10%作为技术服务费

京东（黏贴链接）

精选联盟平台以京东扣除佣金后的金额为基数，收取10%的技术服务费

考拉（黏贴链接）

精选联盟平台扣除佣金10%作为技术服务费

唯品会（黏贴链接）

精选联盟平台扣除佣金10%作为技术服务费



佣金政策

淘宝

淘宝：首先，收取成交额的6%作为内容场景服务费，其次，还要收取（佣金总额 - 6%X成交额）*10%作为技术服务费

快手：普通商品0%抽佣，【靠谱货商品】可额外获取由淘宝联盟结算的商品成交额3%的权益。同时，享受快手提供的成长奖励金政策

拼多多

拼多多：扣取佣金的0%-20%（视多多客等级而定，通常为10%）作为软件服务费

快手：收取成交额5%，同时，享受快手提供的成长奖励金政策

京东

京东：扣取佣金的10% 作为软件服务费

快手：政策不详

30日红人电商研究之 抖音篇

数据统计周期：2019年9月11日-10月10日

出品方：火星营销研究院 | 卡思数据

抖音好物榜

男士消费力量在抖音崛起，建议商家加速入局

分析抖音30日内上榜好物，多来自于5大品类，分别是：**精品女装、食品饮料、家居/家纺/家装/厨具、鞋包饰品及生活用品**，**5大品类占比上榜产品的62.85%**。这与抖音女性用户占比较多，活跃用户中女性占比更多不无关系。

但相较7月、8月，个人护理、香水彩妆类商品在好物榜上的上榜几率降低，相反，潮流男装、手机/数码硬件、汽车用品类商品热度大幅提升。从侧面可验证：**男士消费力量在抖音崛起，火星营销研究院因此建议：主打男士消费品类/商品可加速入局抖音**

好物榜30日上榜商品所属品类

| 商品所属类别 | 占比 |
|-------------|-------|
| 精品女装 | 18.5% |
| 食品饮料 | 15.2% |
| 家居/家纺/家装/厨具 | 14.8% |
| 鞋包饰品 | 12.3% |
| 生活日用 | 10.7% |
| 家用电器 | 9.5% |
| 手机配件 | 8.2% |
| 其他 | 7.1% |
| 个人护理 | 6.4% |
| 玩具 | 5.8% |
| 汽车用品 | 4.9% |
| 潮流男装 | 4.3% |
| 香水彩妆 | 3.7% |
| 手机及数码产品 | 3.1% |
| 礼品/礼物 | 2.6% |
| 电脑/办公用品 | 2.1% |
| 健身训练 | 1.8% |
| 纸品清洁 | 1.5% |
| 图书/电子书 | 1.2% |
| 母婴儿童 | 1.0% |

注：有别于抖音好物榜的产品分类，卡思数据将抖音好物榜的商品分为24个类别，分别为：精品女装、香水彩妆、母婴儿童、玩具、礼品/礼物，家居/家纺/家装/厨具，生活日用，汽车用品，食品饮料，电脑/办公用品，手机配件，潮流男装，鞋包饰品（含男鞋、女鞋、配饰和饰品等），健身训练，纸品清洁（包括洗脸巾、卷纸、抽纸、洗衣凝珠、洗衣液等），户外装备、手机及数码产品，家用电器（上榜产品以小家电为主，如：挂烫机、电水壶等），图书/电子书，知识付费（售卖的是音视频课程），宠物生活，女性护理（以卫生棉、卫生巾、卫生护垫为代表），其他。

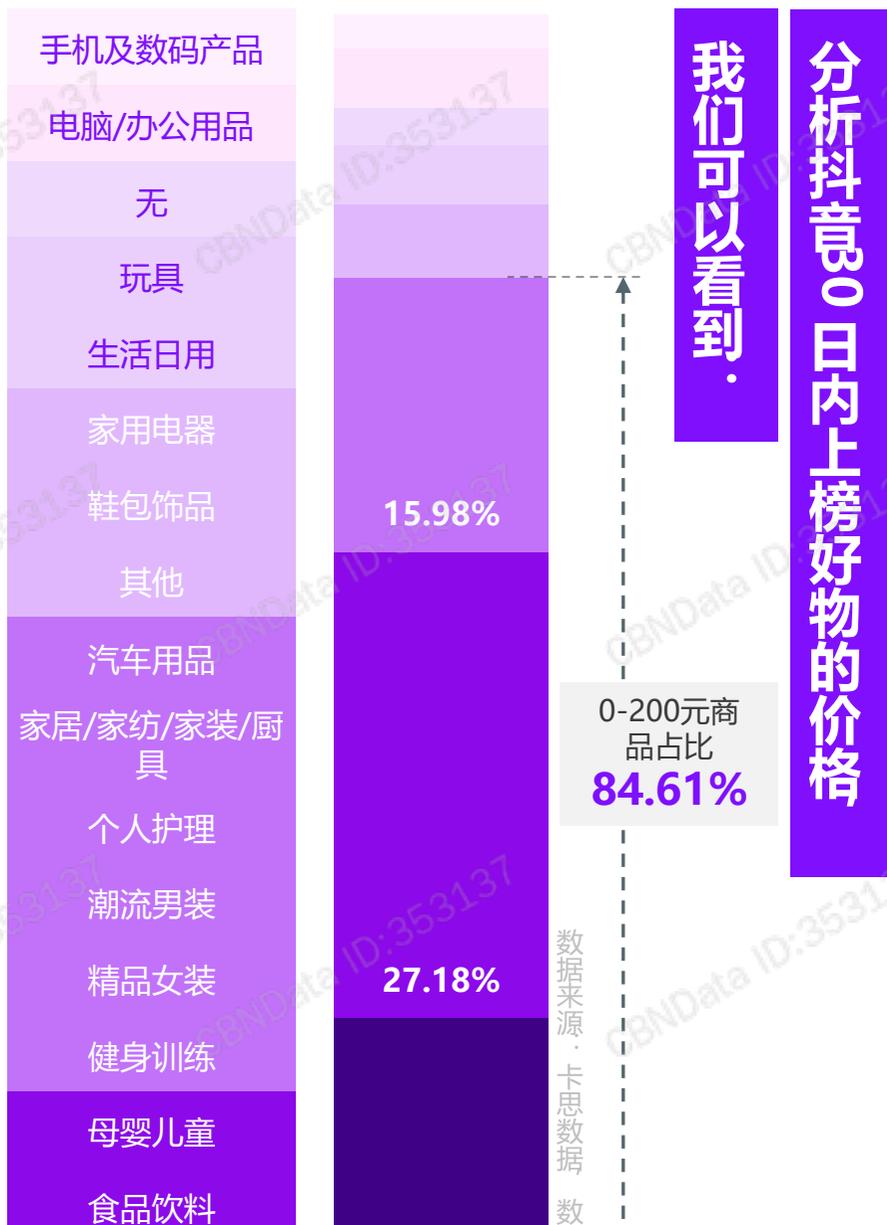
抖音好物榜

200元是抖音用户冲动消费的“刹车线”

• 抖音好物榜不同类别商品平均价格分布

从上榜商品的价格区间占比来看：**0-50元的商品占比最高**，其次是**50-100元**、**100-200元**的产品。说明：**200元是用户冲动消费的刹车线。**

但也有较多单价高的商品吸引了用户分享和关注，如：**@潘华尔姿手工毛衣**发布的男士手工毛衣，单价4990元，就凭借极致的工艺频繁上榜好物榜，也说明：**抖音用户对于商品的价格敏感度相对低。**



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17012

