

2021Q2奢侈品 行业季度洞察报告

2021.8

巨量观察室 | 奢侈品行业季刊



CONTENT

目录

01. 奢侈品行业概况

02. 奢侈品细分品类

03. 奢侈品用户洞察

04. 奢侈品创作者生态

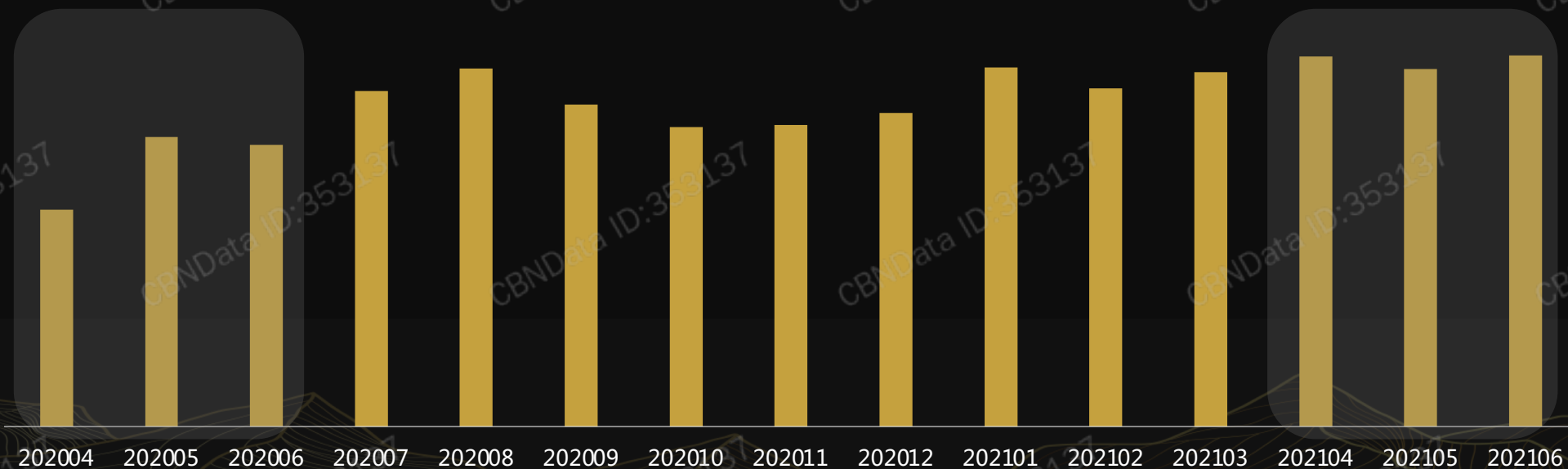
01

奢侈品行业概况

奢侈品月度播放量维持高位

贝恩公司发布的报告显示，2020年中国奢侈品销售额近3500亿元，与2019年相比增加了48%，中国仍然为全球奢侈品的主要市场。2021年3月15日，意大利时尚媒体FASHHH携手FTV独家版呈现的米兰时装周大秀的视频合集在抖音达到接近3000万播放量。

2020年4月-2021年6月【抖音】奢侈品月度视频播放量

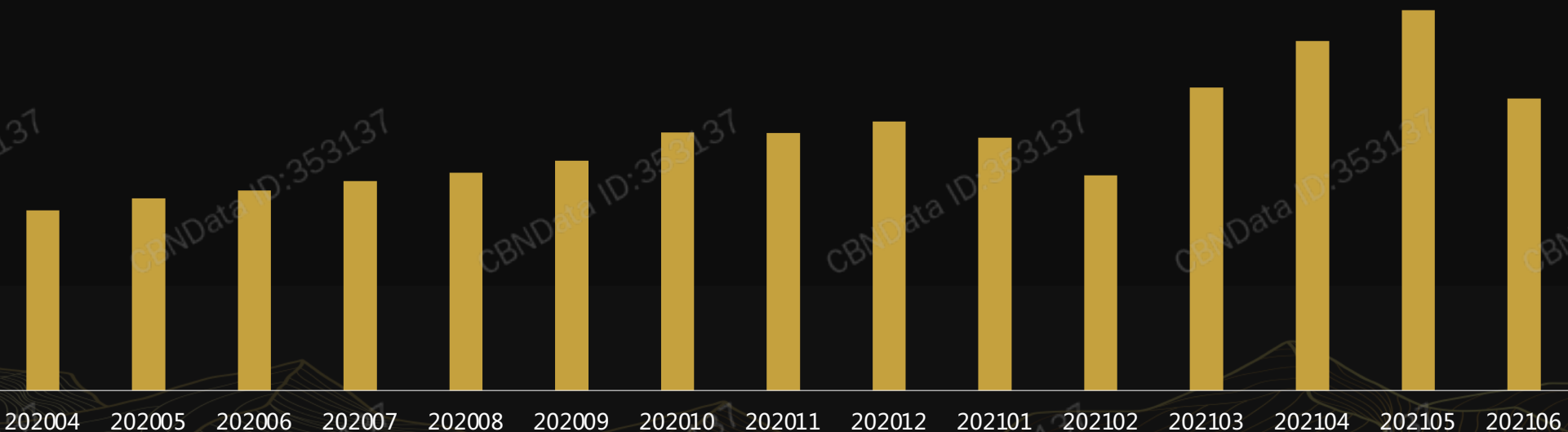


数据来源：巨量算数，2020年4月-2021年6月

奢侈品视频发布量5月达峰值

2021年5月奢侈品内容发布量猛增达到近期最高值，奢侈品作为高档消费商品也逐渐采取亲民营销策略，Louis Vuitton、Prada、Gucci等国际一线大牌均在抖音开设官方账号发布短视频宣传品牌和新品，5月抖音的“55潮购节”也让各大品牌抓住商机，视频发布量激增以此促进成交额上涨，也反映出线上销售市场前景广阔。

2020年4月-2021年6月【抖音】奢侈品月度视频发布量

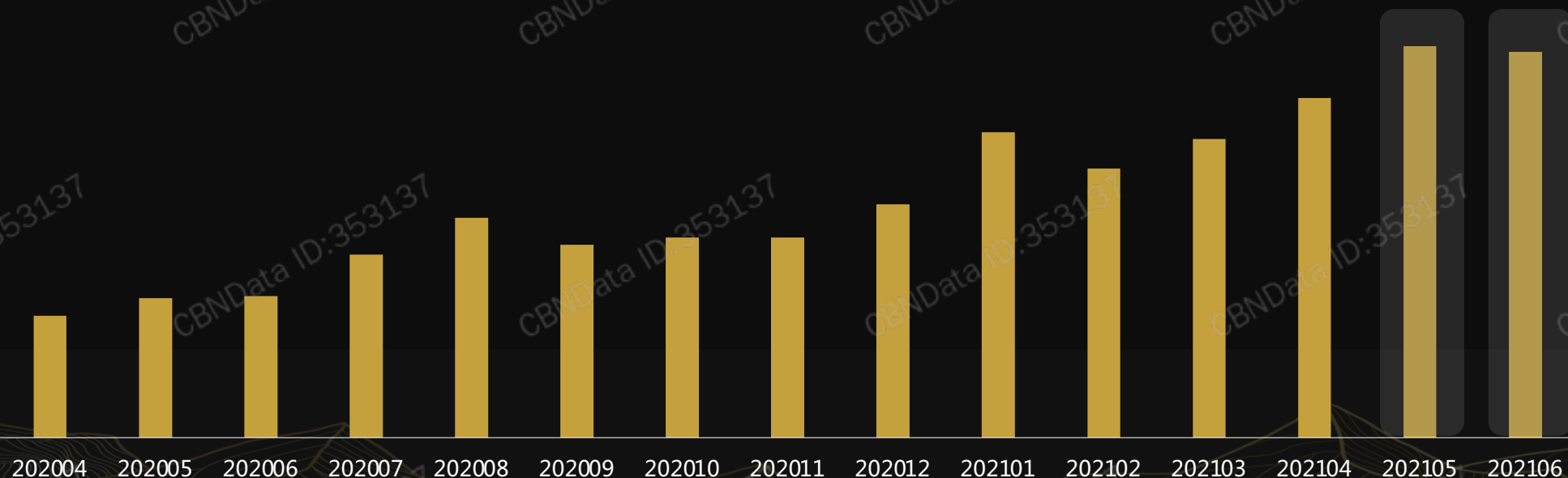


数据来源：巨量算数，2020年4月-2021年6月

大促节点推升奢侈品相关内容搜索量

5、6月接连迎来“抖音55潮购节”“抖音618好物节”，在用户对线上购物的接受程度逐渐提高的条件下，以及伴随着各大奢侈品品牌的促销活动，以上影响因素的叠加使得两大年中促销节点成为用户对奢侈品内容的搜索高峰。从春节新品发布的搜索峰值后，由于大众对时尚前沿的关注和对日常品质要求的提升，奢侈品内容搜索量近一年保持增长的趋势。

2020年4月-2021年6月【抖音】奢侈品内容搜索量



数据来源：巨量算数，2020年4月-2021年6月

02

奢侈品细分品类

箱包、服饰品类播放量撑起奢侈品半壁江山

2021年二季度，箱包、服饰仍为播放量较大品类。大众对穿搭的重视和大牌的平民化趋势使得服饰品类一马当先，其播放量表现喜人在6月超过箱包，并且奢侈品全品类整体逐月递增，但增幅较小。

2021Q2抖音奢侈品行业品类播放量趋势

■ 箱包 ■ 服饰 ■ 鞋履 ■ 腕表 ■ 珠宝 ■ 配饰



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_25996

