

2021Q3奢侈品 行业季度洞察报告

2021.10

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

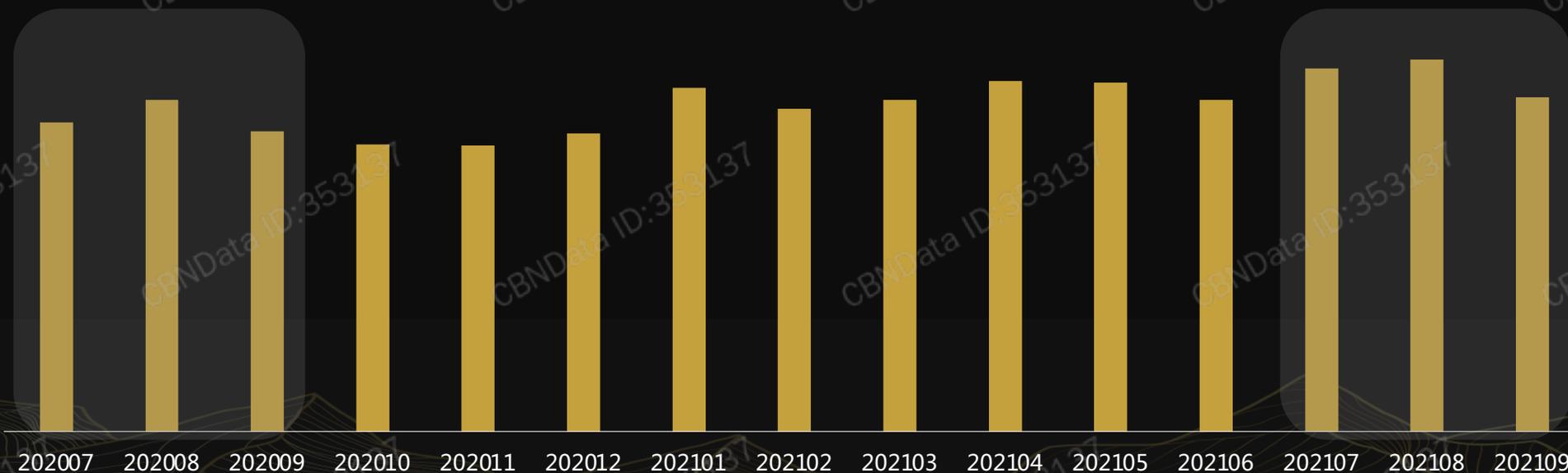
01

奢侈品行业概况

“抖音818新潮好物节” 拉升奢侈品内容播放量

2021年第三季度奢侈品月度视频播放量同比2020年整体有所增长，其中“抖音818新潮好物节”的如期而至为新潮好物打开流量市场，抖音用户消费热情高涨带动了奢侈品品类视频内容播放。

2020年7月-2021年9月【抖音】奢侈品月度视频播放量

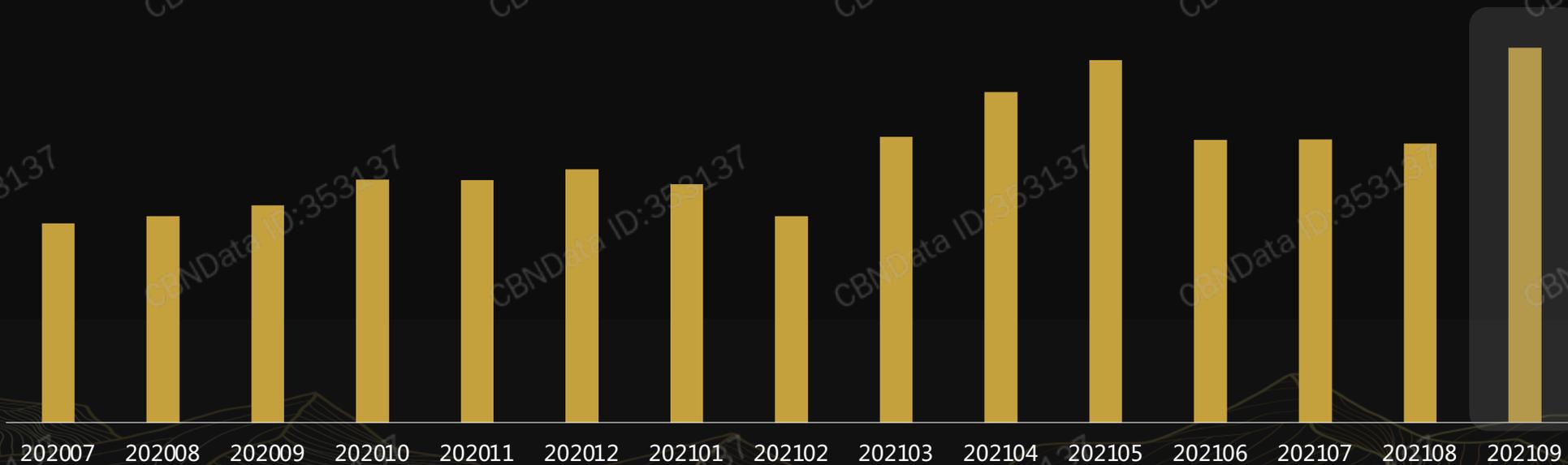


数据来源：巨量算数，2020年7月-2021年9月

时装周回归点燃创作者热情

奢侈品月度视频发布量在9月达季度内峰值。2021年9月底，Fendi、Michael Kors、Prada、Giorgio Armani等国际知名奢侈品牌的2022春夏时装周在第三季度强势来袭，引领时尚潮流，时装周的举办点燃了时尚爱好者的热情，极大地促进了抖音创作者对奢侈品内容的发布。

2020年7月-2021年9月【抖音】奢侈品月度视频发布量

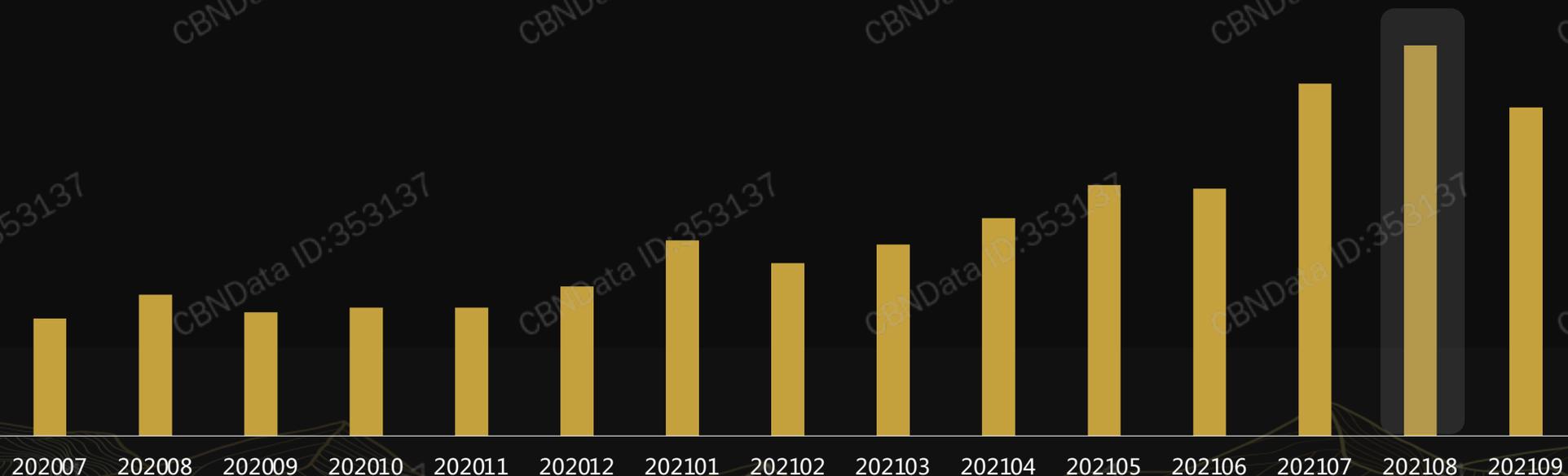


数据来源：巨量算数，2020年7月-2021年9月

第三季度奢侈品相关内容获更多关注

2021年第三季度，奢侈品内容搜索量整体涨幅明显，8月相比于2020年同比增长177%，奢侈品内容搜索量在2021年8月达近一年最大。在中国传统节日七夕节，象征着浪漫与爱意的奢侈品礼物在情侣间传递；“抖音818新潮好物节”的到来也增加了奢侈品搜索量；各大奢侈品品牌的中秋礼盒也乘这一股中国风掀起一番热议；加之，各大品牌时装周秀场回归，将奢侈品内容的搜索量推向新高度。

2020年7月-2021年9月【抖音】奢侈品内容搜索量



数据来源：巨量算数，2020年7月-2021年9月

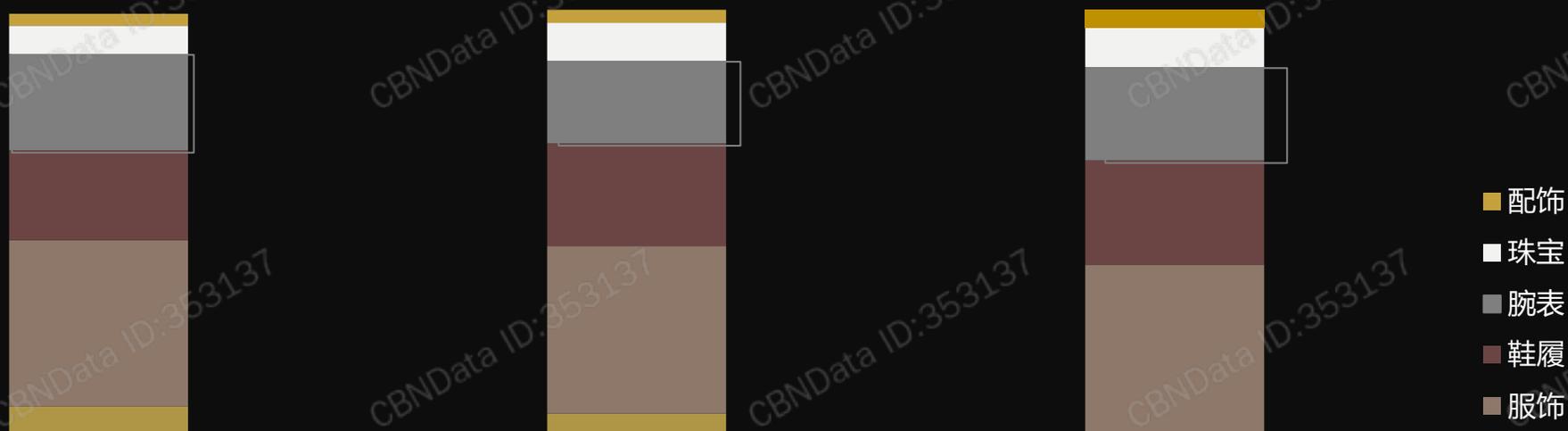
02

奢侈品细分品类

时装周盛大回归，奢侈品大牌入局新潮好物

2021年第三季度，奢侈品服饰品类播放量在9月占比较大且有明显增幅，而箱包品类占比缩减，奢侈品品类视频播放量的变化趋势主要与2022春夏时装周如期举行相关，在各地的时尚盛典轮番上演，后续伦敦时装周、米兰时装周与巴黎时装周等活动极大提高了服饰品类视频播放量。另外，“抖音818新潮好物节”期间奢侈品配饰播放量表现突出，相比于其他品类有较明显增长。箱包品类视频播放量始终维持较高占比。

2021Q3抖音奢侈品行业品类播放量趋势



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_28941

