

2021年 短视频及直播营销年度报告

飞瓜数据 出品

前言

21年4月抖音电商首届生态大会上，“兴趣电商”概念首次出现在公众视野——即一种基于人们对美好生活的向往，满足用户潜在购物兴趣，提升消费者生活品质的电商。

抖音电商充分发挥兴趣电商优势，不断加大品牌扶持力度，并通过“抖音新锐发布”、“抖音开新日”系列活动，为新锐国货品牌开拓市场，开启“品牌自播元年”。

在内容板块，抖音也实现了深度和广度的双突破。不仅投入上亿流量开启图文新时代，更联合西瓜视频、今日头条发起“中视频伙伴计划”，吸引不同行业创作者入场进行内容共创，进一步丰富平台内容生态。

同时，今年抖音再次剑指本地生活业务，接连上线“探店榜单”“优惠团购”等功能，并用达人探店和团购直播等形式为本地门店促活，成为线下商家获取新客群的渠道之一。

凡是过往，皆为序章。2022年抖音短视频赛道又会有哪些新变化？运营者该如何突破重围？兴趣电商又将带来哪些新的发展空间？对此，飞瓜数据出品《2021年短视频及直播营销年度报告》，为你解答。

研究综述

- 1. 统计周期：** 2020年7月-2021年12月
- 2. 研究对象：** 抖音活跃播主及商品数据（仅统计有产生销量视频、直播数据）；其中小店、品牌品类数据由飞瓜数据选取周期内每月销量/销售额TOP2000品牌抽样而成；
- 3. 数据来源：** 基于社媒数据分析平台「飞瓜数据」所追踪到的营销情报，选取周期内抖音短视频、直播、电商相关的营销内容数据等多方面因素搭建模型计算所得。基于隐私及数据安全的考虑，本报告数据经过脱敏及指数化处理。

指标说明

- 1. 活跃播主定义：** 指在2021年内至少发布10个视频作品或者开设10场直播的播主。
- 2. 账号分类说明（各项数据均已去重）：**
 - 明星：标签是明星
 - 品牌自播号：特指有蓝V认证的品牌自运营账号
 - 头部红人：粉丝量在500万以上的播主
 - 肩部达人：粉丝量在100-500万的播主
 - 腰部达人：粉丝量在10-100万的播主
 - 潜力主播：粉丝量在10万以下的播主

内容生态

1. 内容生态再度扩容，图文视频成创作新蓝海
2. 新创作者积极入场，老账号仍有持续的吸粉力
3. 泛娱乐内容涨粉效率高，小号也能收获百万赞
4. 中长视频占比提升，用户多元偏好带来内容新机遇
5. 直播成主流传播载体，多样话题助力直播引流

营销方式

1. 线上市场高速增长，平台新规促进电商良性发展
2. 新兴品类高调入场，推动电商类目多元化
3. 矩阵运营成品牌营销常态，需求分层触达精准用户
4. 话题营销加速视频种草，场景化直播提高用户留存
5. 本地生活进入流量井喷期，种草团购为门店促活

目录

01

年度大纪事

02

创作者生态

03

内容生态趋势

04

电商营销数据分析

05

小店&品牌营销模式

05

附录：年度品牌榜单

PART 01

年度大纪事

2021年抖音年度大纪事

1月

品牌方大举入驻开启“自播元年”
“抖音支付”上线

2月

内测“优惠团购”功能
大力扶持跨境电商

3月

抖音女王节
品牌号正式上线“品牌旗舰店”功能
#抖音开新日

4月

首次阐释“兴趣电商”概念
“巨量千川”全量上线

5月

520大促

8月

818大促
举办首届电商晚会“抖音新潮好物夜”

7月

首期超级新品推介会
抖音小店升级为抖音商城

6月

京东全量商品接入抖音
中视频伙伴计划
“618”好物节

9月

中秋大促

10月

国庆大促
第三届创作者大会，公布加大知识、
文化方向内容投入

11月

抖音双11好物节
开启“图文新时代”
柳夜熙凭借“元宇宙”一夜爆火

12月

独立电商app“抖音盒子”正式上线
上线学习频道
双12大促

2021年抖音年度重点数据



视频总数

7.9亿+



百万赞视频播主数

1.2w+



带货视频数

↑ 190%

*同比2020H2



直播总场次

2594w+



单场成交额破千万直播间

↑ 181%

*同比2020H2



累计成交额破亿直播间

↑ 425%

*同比2020H2

2021年抖音运营关键词

兴趣电商的生意逻辑

兴趣电商

精准的

海量的

FACT经营矩阵模型

日销经营

Field.商家自播

商家自播有助于商家增强内容管控，
积累人群资产以进行稳定长效的运营

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_37693

