

抖音服装品类 直播带货观察

克劳锐出品
2022.2

报告说明

研究说明

研究范围： 抖音平台TOP2000直播带货销额场次内容、服装类直播TOP1000销额场次内容

定义： 本报告中所称“服装类直播”指的是单场直播商品中服装类商品数量占比大于50%的直播场次

数据说明

数据来源： 克劳锐指数研究院、热浪数据及其他平台公开数据

数据周期： 2021年7月1日-12月31日

○ 蓝V、自运营品牌贡献高销额场次占七成

○ 尾部达人带货销额追赶头部主播、中小自营品牌拥有更高的粉丝粘性

○ 消费者聚焦国货品牌；新品牌瞄准用户消费理念快速布局、出圈

○ 时事热点塑造品牌新形象，推动声量与销量双增长

○ 直播风格同质化但品牌尝试反季营销、直播走秀等新玩法

本报告核心结论

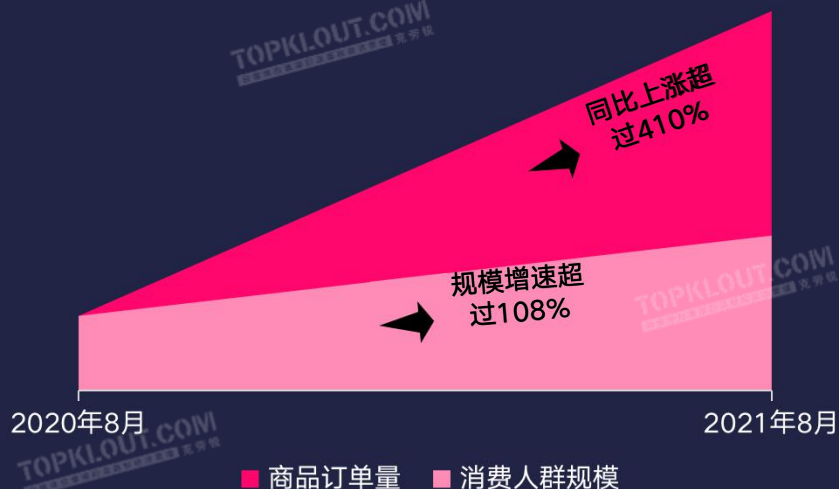
01

抖音平台服装类直播带货概览

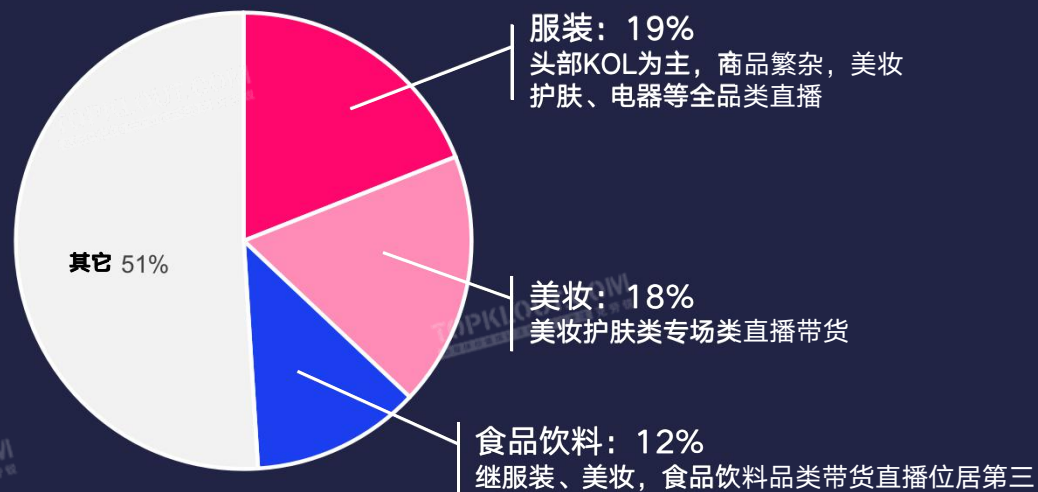
抖音平台商品订单增速可观，服装品类直播专场高销额场次数量占比第一

- 截至2021年8月，抖音电商大盘同比实现高速增长，商品订单量增幅同比上涨超过410%，消费人群规模增速超过108%
- 2021年7-12月服装类直播在抖音直播带货销额TOP2000场次数量占比超过美妆护肤品类占据第一

抖音电商商品订单增速与消费人群增速



2021年7-12月抖音直播带货销额TOP2000场次带货品类数量分布

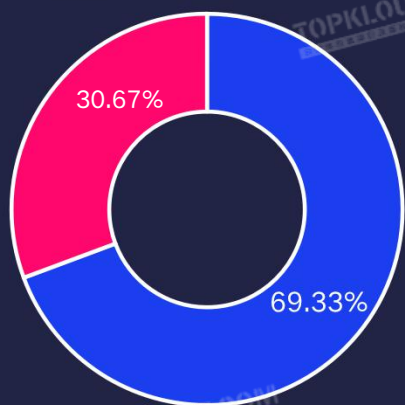


蓝V、自运营品牌直播贡献度高，国货大品牌备受消费者关注

- 自营服装穿搭达人号内容精准，全面展示自营品牌，从种草内容引流直播转化，销额与直播互动量和知名服装品牌分庭抗礼
- 抖音服装行业企业优秀直播号TOP10中80%的品牌为国货品牌

2021年Q3服装类直播销额TOP2000场次
主播账号类型分布

KOL带货直播



自营品牌直播、品牌蓝V自播

2021 Q3抖音服装行业优秀直播企业号

主播名称	直播观看次数	直播评论次数
鸿星尔克品牌官方旗舰店	3亿+	2500w+
adidas官方旗舰店	2亿+	1500w+
太平鸟女装官方旗舰店	8000w+	300w+
URBAN REVIVO	6000w+	200w+
Teenie Weenie官方旗舰店	6000w+	300w+
伊芙丽官方旗舰店	5000w+	400w+
巴拉巴拉官方旗舰店	5000w+	1000w+
贵人鸟鞋类旗舰店	4000w+	200w+
秋水伊人官方旗舰店	4000w+	100w+
STACCATO思加图旗舰店	4000w+	100w+

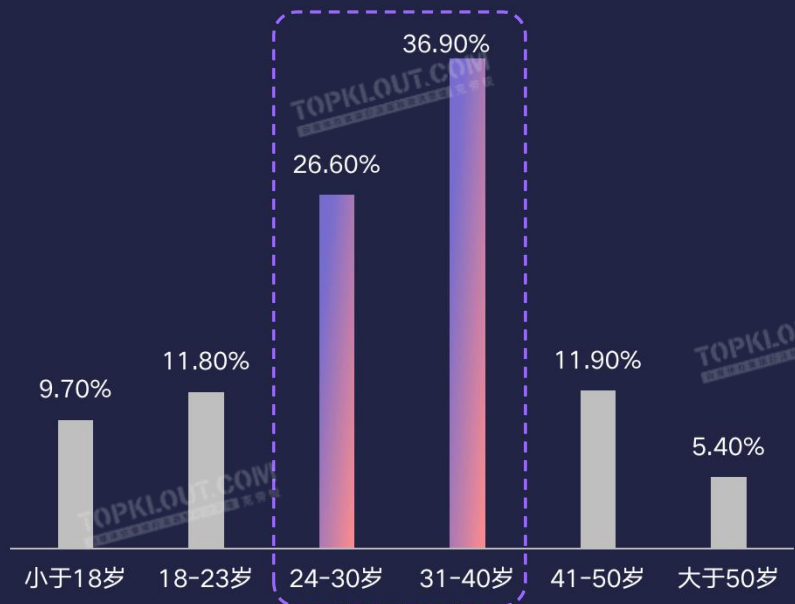
2021 Q3抖音穿搭类优秀主播

主播名称	直播观看次数	直播评论次数
袖恩女装	5000w+	400w+
睦火火	5000w+	300w+
白伊伊的女装店	5000w+	300w+
chicmoss大表姐	3000w+	500w+
随源随心	3000w+	100w+
千屿sheila	2000w+	400w+
周小迎studio	2000w+	80w+
胖大敏	2000w+	70w+
坚强的藕妹	2000w+	60w+
琴琴妮	1000w+	70w+

年轻的女性消费者为主力军，消费追求个性多样

- 24-30岁、31-40岁的中青年群体是服装类直播主要受众
- 服装类直播观众中，女性用户占比高达86%
- 女性用户消费追求“实用且有质感”的服装
- 女性消费者对不同单品的会看不同的角度

抖音7-12月服装类直播销额TOP2000场次
观众年龄构成



数据来源：热浪数据、克劳锐指数研究院整理



02

抖音服装类直播带货洞察

抖音服装直播账号内容风格特点

抖音服装直播现象观察

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_38261

