

2024年服饰发展趋势报告

蝉妈妈 × 蝉魔方

2024 / 10

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 Chanmofang All Rights Reserved



更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

序

衣物作为日常生活中不可或缺的元素之一，重要性不言而喻。随着市场消费力提升以及消费者对于服饰投入的提高，服饰行业蕴含巨大的发展机会。

抖音，作为全球领先的短视频社交平台，不仅在时尚潮流的传播上发挥着引领作用，而且与服饰行业的发展紧密相连，成为了服饰消费的新阵地。其中，秋冬季节作为服饰行业的销售高峰期，其市场表现尤为关键。随着秋冬季节的临近，服饰行业即将迎来新一轮的潮流变革与消费趋势。

在这份《2024年抖音服饰发展趋势报告》中，我们将深入探讨抖音服饰行业的发展趋势，同时聚焦秋冬销售这一行业销售的重点季节，并预测2024年秋冬的潜力品类。通过全面、细致的市场分析，将助力服饰商家们撬动秋冬市场热点，有效实现生意的稳步增长。

- 市场发展与平台政策相辅相成，服饰市场乘势而上迎来春天
- 秋冬季节作为服饰行业的销售高峰期，其市场表现尤为关键
- 不同季节需要重点关注的品类不同，国产服饰品牌强势崛起
- 秋冬季节厚外套类单品潜力高，户外运动品类增长不可小觑
- 在保暖的基础上，附加功能性与时尚感共存的单品更受欢迎

❗ 版权说明

本报告除部分内容源于公开信息（均已标注）外，其他内容版权均归“蝉妈妈”所有。本文为公开报告，如引用或转载，请注明来源“蝉妈妈智库”，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改，违者将追究其法律责任。

❗ 数据说明

本报告中服饰行业涉及品类

品类等级

品类范围

时间范围

二级品类

女装+男装+童装/婴儿装/亲子装+运动服
(下文统称服饰行业)

2023年8月-2024年9月（主要）

数据范围：抖音电商

目录

01

服饰行业 趋势发展与现状

- 市场表现
- 平台规模
- 销售概览
- 品类概览
- 热门风格

02

服饰行业 秋冬潜力品类分析

- 24年秋冬潜力品类
 - 男装-羽绒马甲
 - 户外运动-运动棉衣
 - 女装-棉衣/棉服
- 潜力品类总结

01

服饰行业趋势发展与现状

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 Chanmofang All Rights Reserved

 蝉妈妈 ×  蝉魔方



扫码领取蝉魔方试用

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

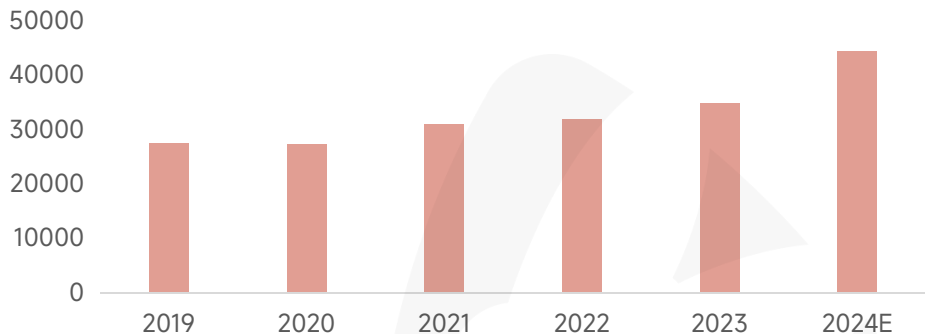
市场表现

居民消费力和服装消费力逐年提升，服装市场蕴含潜力增长空间

- 衣物作为人们生存的四大要素之一，重要性不言而喻。
- 随着中国居民收入水平的提高和居民服饰消费价格指数逐年的稳定上涨趋势。根据国家统计局发布的数据，预测23年与24年中国服饰市场迎来增长势态。

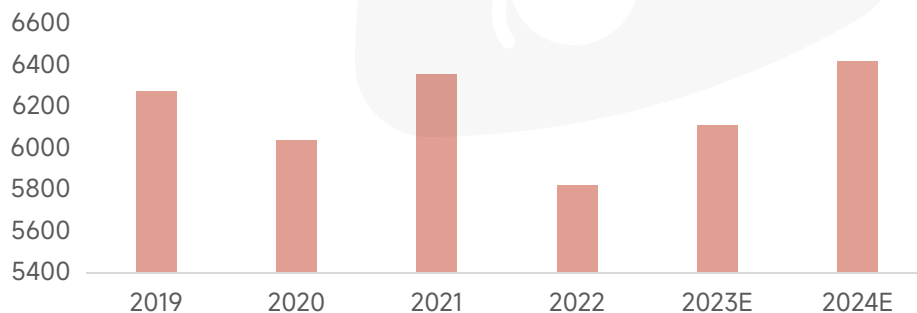
19年-24年中国居民消费水平

■ 居民消费水平(元)



19年-24年中国服装市场成交额

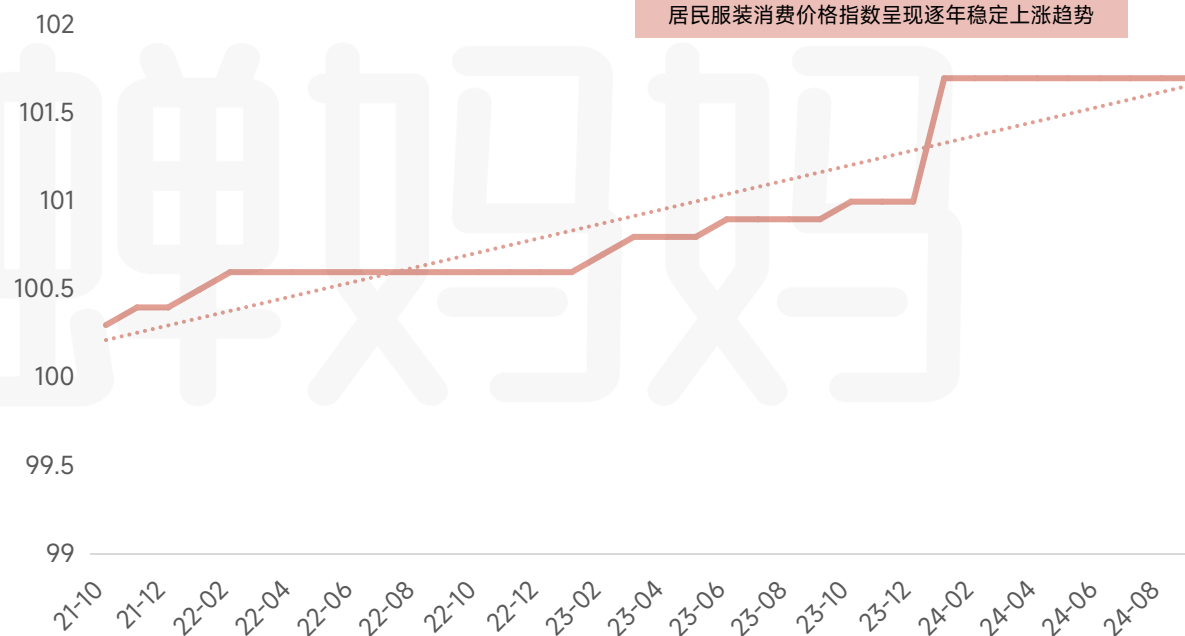
■ 服装市场成交额(亿元)



近期中国居民服饰消费价格指数趋势图

—— 居民服饰消费价格指数

..... 居民服饰消费价格趋势

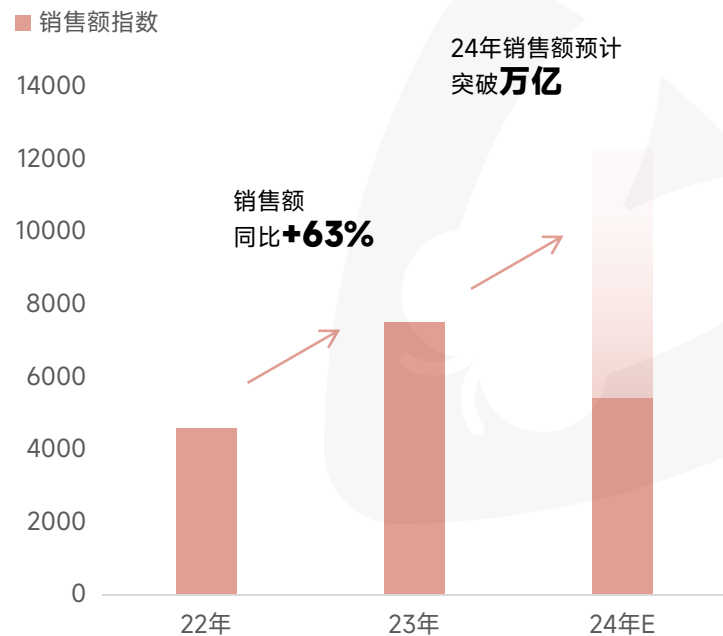


抖音大盘

服饰行业用户体量庞大，平台资源加持下预计今年销售额将破新高

- 在抖音平台中，服饰行业的发展势头强劲，在24年销售额预估首次突破万亿。基于庞大的用户体量与流量规模，抖音电商能够充分承载来自品牌、用户、明星、达人的各类时尚内容，而服饰的风潮又与时尚息息相关，由此抖音自然而然成为服饰销售的热卖平台。
- 同时平台通过主题活动、换季期、品类日、反季清仓等活动资源加持，进一步推动行业生意增长。

抖音电商服饰行业大盘数据



抖音平台有关服饰行业的活动



打爆新品，品牌玩转龙年穿搭新潮生意



「抖in新风潮」，打造“一年一度春夏大秀”



「抖in新风潮」通过深度共建创造爆品



“好物市集”带火“泳装小镇”经济



「好会穿上新月」2024早秋时髦主场



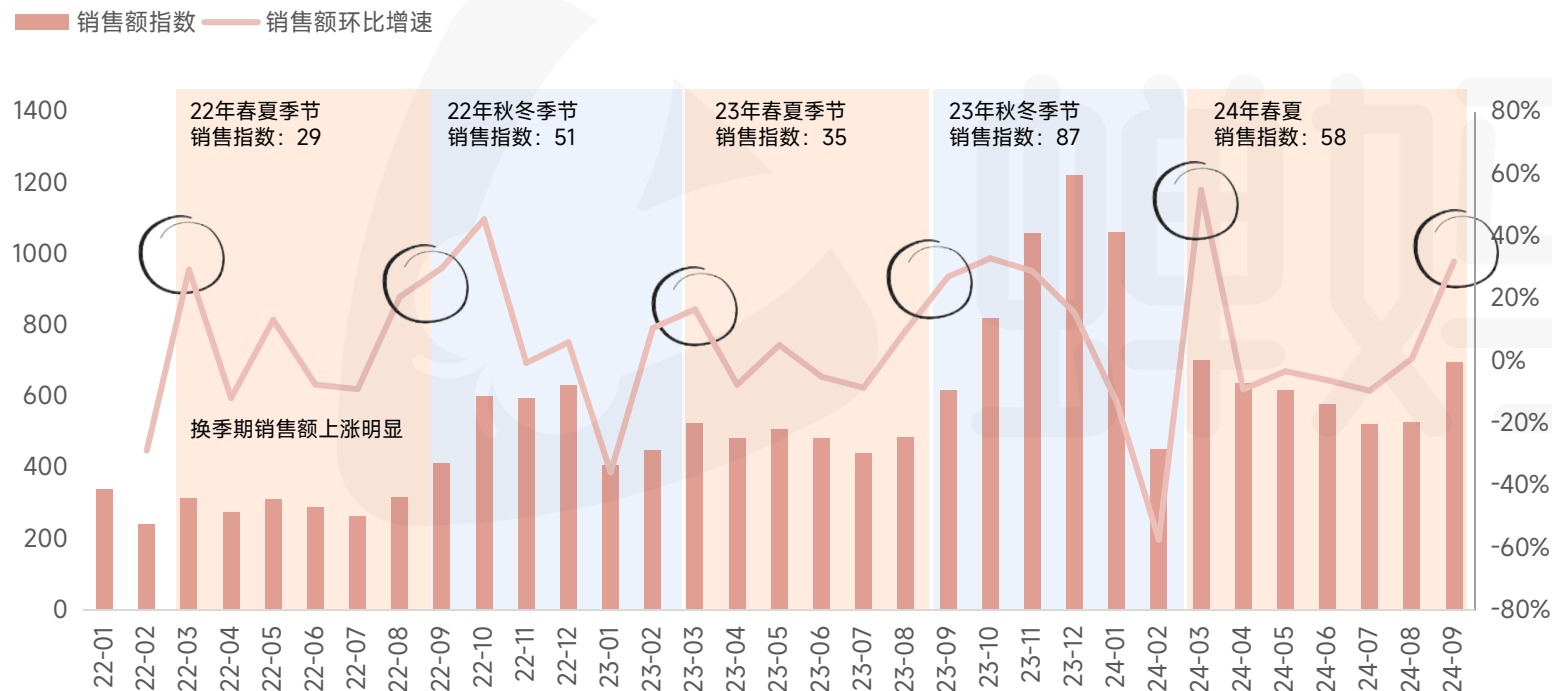
帮助主营冬季类目的服饰商家在夏日获得生意增长机会

销售概览

3月与9月为服饰换季销售爆发节点，秋冬季节为服饰销售高峰

- 服饰行业的销售受到季节性影响，消费者会为未来的穿衣需求购买新一季的服装，应提前布局3月和9月这两个春夏与秋冬换季的时期。
- 而秋冬则是服装销售的高峰期，因为秋冬季节的服饰件单价通常高于春夏，同时节假日如国庆、元旦、春节等节日性消费以及双十一大促带来的刺激性消费都集中在秋冬季节。多元因素带来的机会集中释放带动秋冬服饰销售的增长。

抖音电商服饰行业逐月销售额表现



23年9月-24年2月

秋冬季销售额
同比 **+69%**

24年3月-24年8月

春夏季销售额
同比 **+22%**

预计24年9月-25年2月

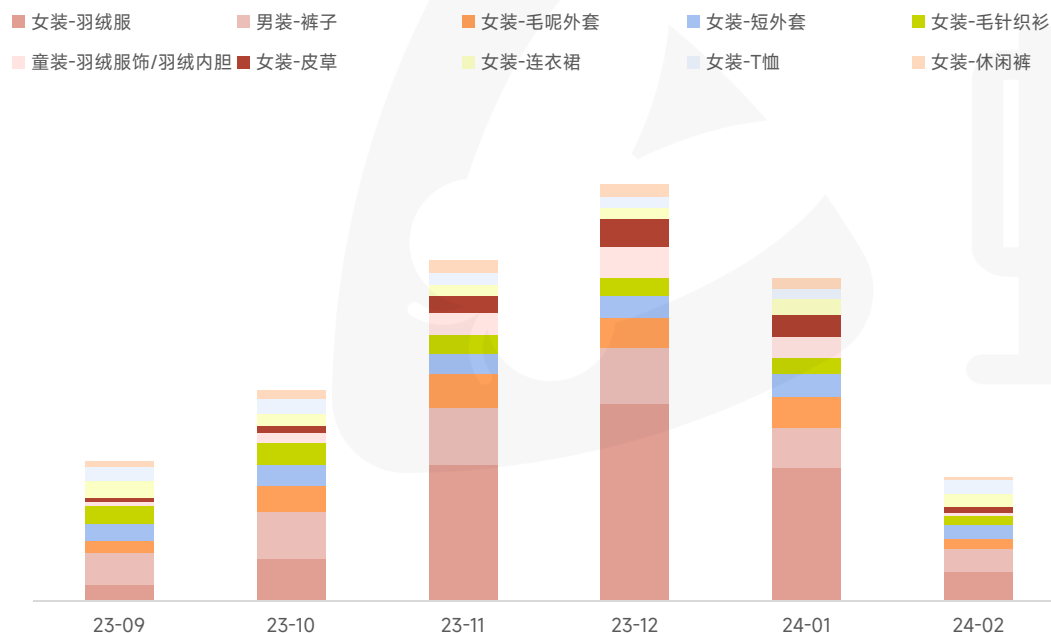
秋冬季销售额
突破 **8800亿+**

品类概览

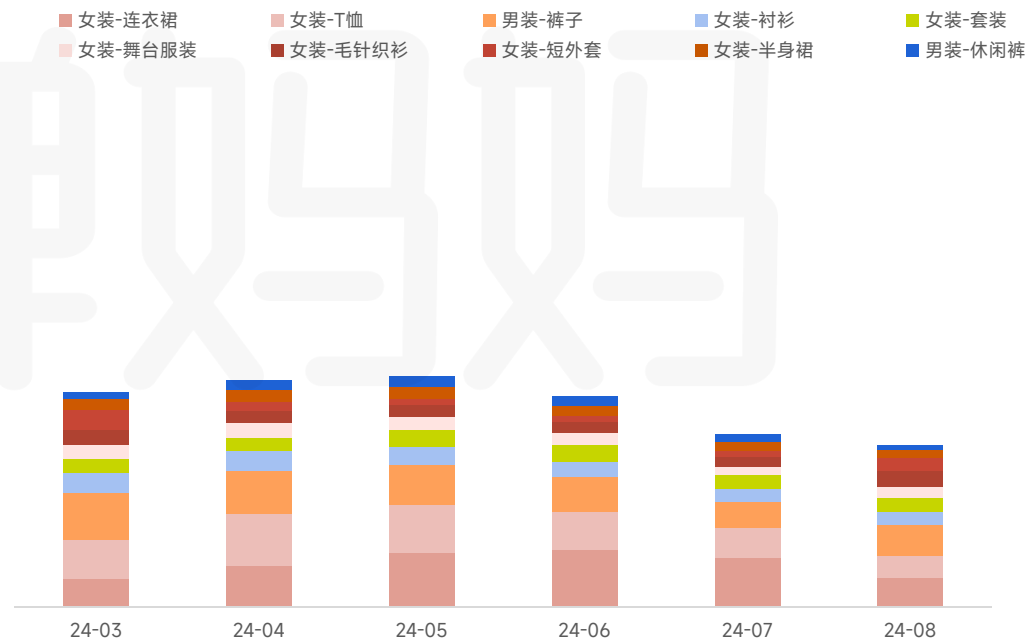
裤子、短外套、T恤、连衣裙为四季常青品类

- 秋冬季：9月为换季期，TOP10品类销售额占比相对平均。随着温度的降低，秋冬季服饰的销售额在12月达到顶峰。羽绒服呈现断层式领先。
- 春夏季：3月为换季期，销售额上涨明显，春夏季服饰的销售额在5月达到顶峰。TOP10品类销售额占比相对平均，连衣裙与T恤市场份额占比较大。
- 四季都在服饰行业占据TOP10的品类，受到季节性影响较低，裤子、短外套、T恤、连衣裙为四季常青品类。

2023年秋冬抖音电商TOP10三级品类销售表现



2024年春夏抖音电商TOP10三级品类销售表现



品牌格局

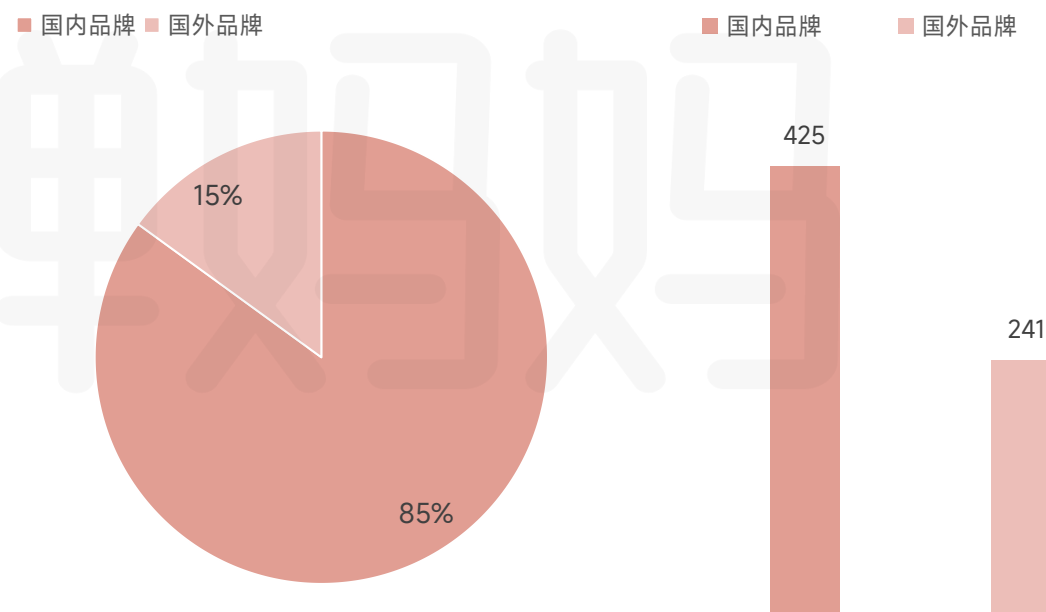
国内品牌定位两极化趋势初见苗头，平均价格超越国外品牌

- 服饰行业品牌按均价分为高端、中端、大众品牌；在24年销售额TOP100的品牌中，高端品牌与大众主要为国内品牌，国内品牌定位两极化发展趋势明显；不同品牌的品类平均成交价差异较大，从几十元到上千元不等。国外品牌则主要汇聚在中端品牌。
- 24年销售额TOP100的品牌中，85%来源于国产，15%来源于国际。同时在抖音平台国内产地品牌占比逐年加大，平均价格也超越国际品牌，表现亮眼。

24年服饰品牌层级定义



24年TOP100销售额服饰品牌国籍占比&平均价格



热门趋势

奢侈品品牌动向引领潮流趋势，雅丹风为秋冬最新热门风格

奢侈品牌在时尚界具有重要影响力，它们往往能够引领潮流，成为时尚的风向标。

- 近几年，户外风潮不断升温，Celine、Loewe等奢牌入局始户外运动赛道。始祖鸟、lululemon，萨洛蒙等户外超级品牌发展迅速。时尚领域将手伸到了户外品牌
- 23年末GUCCI推出的安克拉红，通过在社交媒体上的宣传，使得安克拉红迅速在全球范围内引起了广泛关注。直至24年秋冬依然成为秋冬流行色。
- 在24年春夏，时尚界刮起了丁达尔风。丁达尔风与PANTONE色彩研究机构发布的2024春夏穿搭色彩趋势相契合，已经取代了多巴胺和美拉德成为24年春夏新宠。
- 24年秋季，VOGUE时尚杂志联合抖音商城共同发布了2024秋冬时尚趋势—雅丹风。抖音电商等平台的助力，为雅丹风的流行提供了强有力的推动。



奢品户外

24年平台服饰行业销售额：300亿+



安克拉红

24年平台关键词视频数量：37432



丁达尔风

24年平台服饰行业销售额：10亿+



雅丹风

24年平台关键词视频数量：59811

市场总结

在服饰行业，国内品牌强势崛起，占据85%头部品牌名额。秋冬季节来了，保暖的外套品类值得重点关注。雅丹风或成为最新热门风格。



- 随着中国居民收入水平的提高和消费理念的转变，为服饰市场带来机遇。
- 24年抖音平台服饰品类销售额预计突破万亿

当前市场规模



- 春夏：品类销售额占比相对平均，重点关注连衣裙与T恤
- 秋冬：外套品类销售表现好，羽绒服呈现断层式领先
- 四季常青品类：裤子、短外套、T恤、连衣裙

季节性趋势



- 国内品牌强势崛起，占领高端与大众赛道
- 雅丹风为秋冬最新热门风格

品牌格局

02

服饰行业秋冬潜力品类分析

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 Chanmofang All Rights Reserved

蝉妈妈 × 蝉魔方



扫码领取蝉魔方试用

更多免费行业报告

并购家

www.ipoiipo.cn

潜力品类

运动服品类增长空间不可小觑，秋冬季节厚外套类单品潜力高

- 根据服饰行业季节性增长、秋冬品类市场占比、24年秋冬品类兴趣指数等因素通过数据计算得出潜力模型。推测得出TOP20的细分品类。
- 在二级品类中，运动服在榜单中占比30%，品类均价高同时细分品类中品牌数与商品数量较少，发展空间大。
- 在三级品类中，外套类型占比50%，成为秋冬重点关注的服饰类型。

三因素模型计算品类潜力



24年秋冬服装TOP10潜力品类预测表

序号	二级品类	三级品类	均价	品牌数	商品数	潜力指数
1	男装	羽绒马甲	215	79	1831	★★★★★
2	运动服	运动棉衣	224	70	5430	★★★★★
3	男装	羊毛衫	185	300	32873	★★★★★
4	运动服	运动马甲	144	190	12542	★★★★
5	男装	卫衣	85	1783	446153	★★★★
6	男装	针织衫/毛衣	140	901	127959	★★★★
7	运动服	运动羽绒服	587	80	9372	★★★★
8	男装	棉服	57	394	63473	★★★★
9	女装	棉服	143	864	100730	★★★★
10	男装	皮裤	123	31	1713	★★★

男装-羽绒马甲

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 Chanmofang All Rights Reserved



扫码领取蝉魔方试用



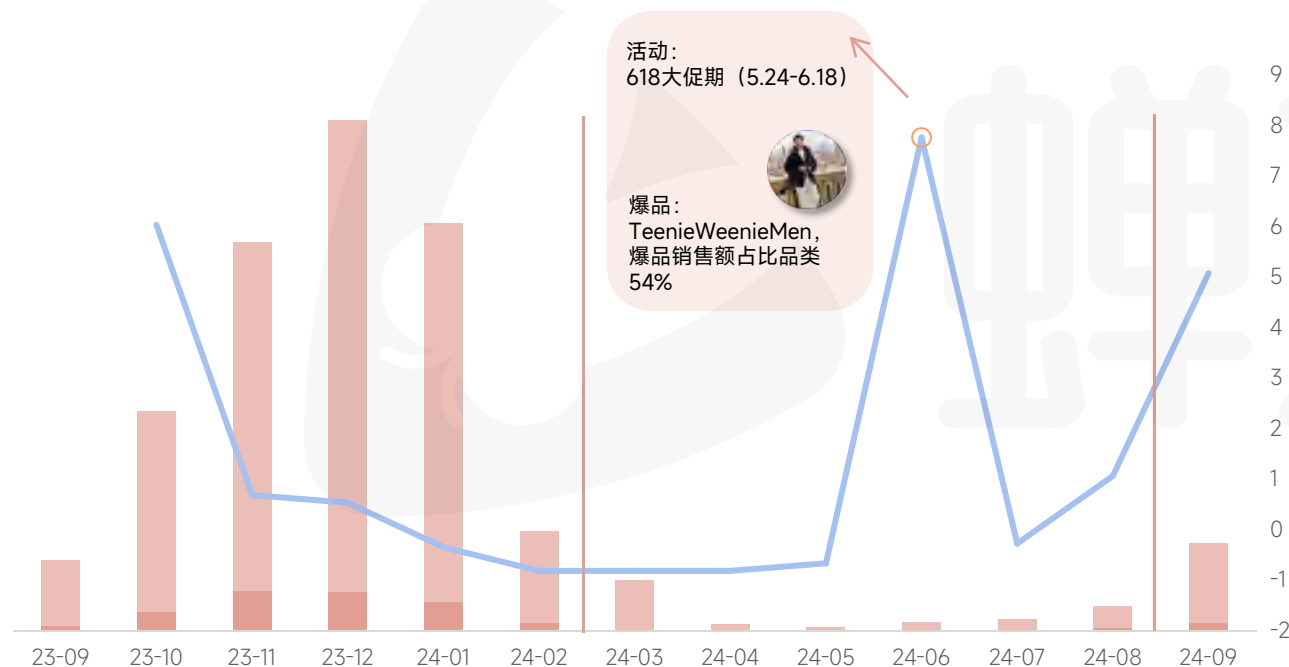
销售概览

羽绒马甲销售在9月开启销售浪潮，达人合作为主要渠道

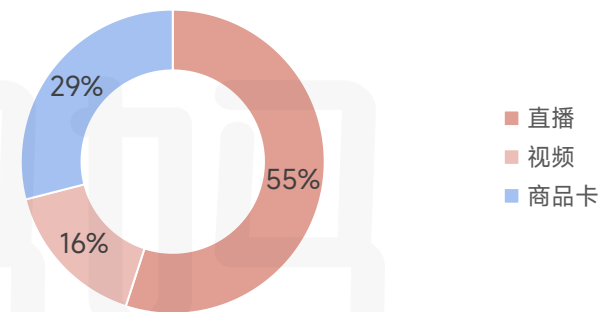
- 从品类销售额数据来看，9月开始销售额逐渐上升，在12月达到一个高峰。24年1月至9月的销售额同比增长853%，这表明在与上一年同期相比，增长幅度巨大，市场表现强劲，1月、6月（年货节、618活动）以及9月中下旬（换季期）出现了较为明显的销售高峰，预测品类在今年秋季开始将持续增长。
- 24年羽绒服品类销售方式相对平均，销售额主要来源于达人合作。

24年男装-羽绒马甲销售额逐月趋势图

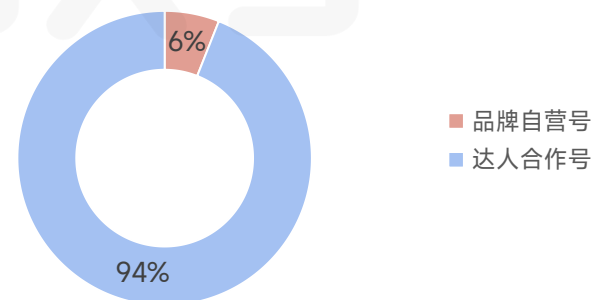
品牌自营号销售额 达人合作号销售额 环比增速



24年男装-羽绒马甲销售方式



24年男装-羽绒马甲销售渠道



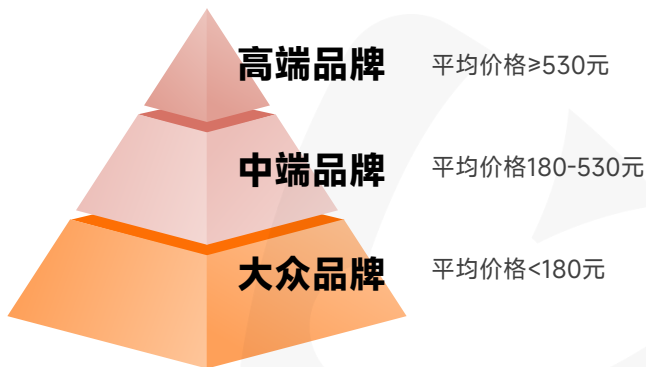


品牌格局

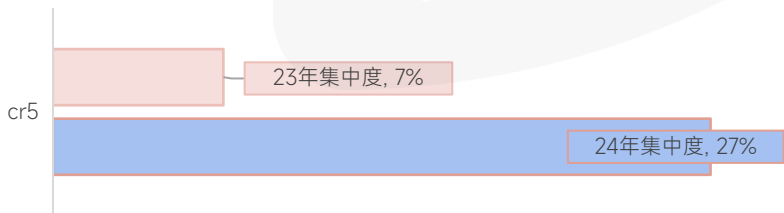
大量新品牌入局赛道，TOP品牌销售额上涨显著

- 24年市场集中度提升，领先品牌凭借其市场份额占据一定优势，例如，啄木鸟的市场份额为20.59%。男装-羽绒马甲作为23年开始逐渐崭露头角的品类，TOP20品牌同比增速巨大，且多为新进榜品牌，整体呈现出欣欣向荣的发展潜力。
- 整体市场中品牌众多，除TOP1品牌外，市场份额分布却相对较为分散；同时涵盖多定位品牌，有老牌国货啄木鸟、罗蒙，也有国外大牌TeenieWeenieMen、拉夫劳伦等，品牌定价涵盖了各个价格段。品类包容度较高。

24年男装-羽绒马甲品牌层级划分



24年男装-羽绒马甲品牌集中度



24年男装-羽绒马甲品类TOP20品牌市场格局

排名	品牌	销售额同比	品类销售额占比品牌 销售额	品类平均成交价	市场份额
1	★ 啄木鸟	624578.77%	0.3%	181.02	20.6%
2	★ 贝肽斯	-	0.4%	93.05	2.2%
3	★ JIAOSEYIREN	-	28.4%	191.1	1.5%
4	JEEP SPIRIT	4702.60%	0.1%	206.27	1.2%
5	TeenieWeenieMen	-	0.6%	1037.12	1.1%
6	拉夫劳伦	-	0.3%	1824.64	1.1%
7	★ 波司登	-	0.0%	591.3	0.9%
8	★ 森马	-	0.1%	183.81	0.8%
9	★ 金丽燕	-	36.6%	272.17	0.7%
10	★ 罗蒙	13702.52%	0.0%	148.94	0.7%
11	★ 龙牙	-	0.0%	447.04	0.6%
12	皮尔·卡丹	58879.67%	0.0%	371.56	0.6%
13	★ GRO FLOWER	-	61.5%	427.46	0.5%
14	EVELYN YANG LUXURY	-	0.4%	1447	0.5%
15	★ 天空人	1146.15%	1.1%	3286.96	0.5%
16	STEFANO VLONE	-	0.5%	3726.26	0.4%
17	CAT	-	0.6%	246.06	0.3%
18	★ 拉风阁	-	92.1%	472.66	0.3%
19	花花公子	-	0.5%	99.05	0.3%
20	★ LESS BEARS	-	25.0%	61.79	0.3%

★ 为国内品牌



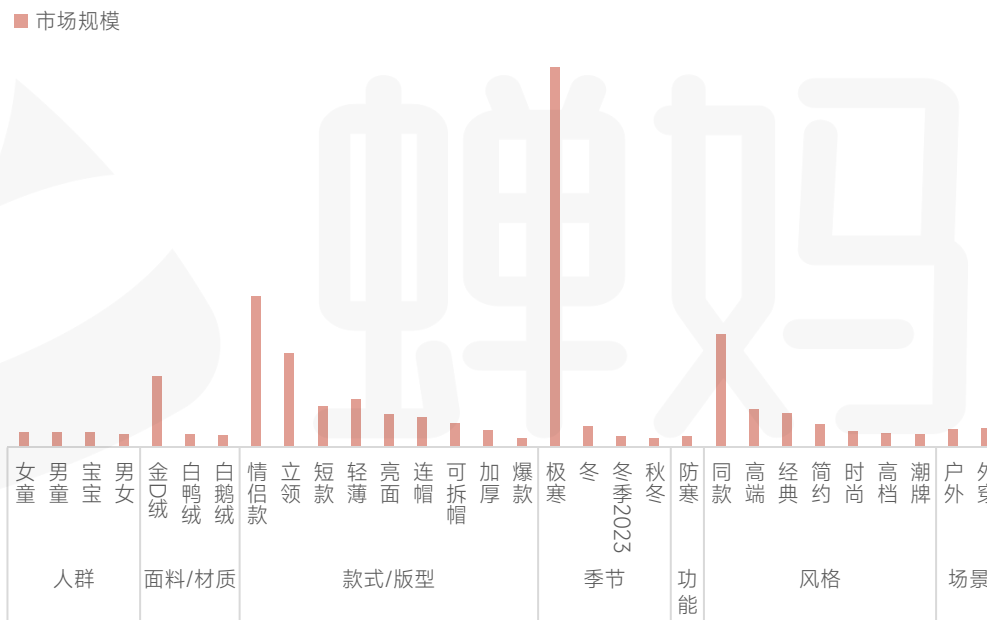
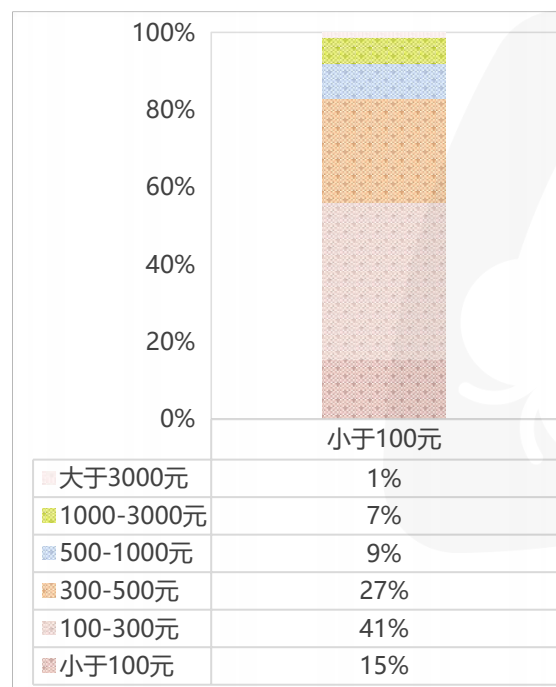
商品趋势

保暖性为消费者关注重点，无性别化设计受到市场欢迎

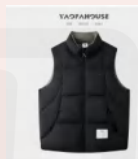
- 24年1-9月，羽绒服品类价格在100 - 300元之间的销售额占比较大，这一价格区间的商品涵盖了各种款式和功能的羽绒制品；价格在500元以上的商品也有一定比例，这些商品通常具有较高的品质、设计感或品牌附加值，如一些高端品牌或采用特殊材质或工艺的羽绒制品等。
- 在高增长卖点中，羽绒马甲的保暖特性，适用于寒冷的冬季，满足消费者对保暖的需求。款式/版型类卖点占比较大，说明商品在设计上越来越注重时尚感。

24年男装-羽绒马甲价格段分布

24年男装-羽绒马甲TOP30高增长卖点及TOP3销售额商品

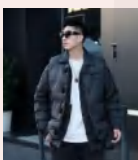


销售额TOP1



商品名称：【情侣羽绒马甲】
遥发服装冬季情侣宽松立领保暖羽绒马甲009
商品售价：399元
商品品牌：-

销售额TOP2



商品名称：三合一羽绒服加厚
保暖男女同款时尚百搭真两件
套休闲户外马甲套装
商品售价：1300元
商品品牌：-

销售额TOP3



商品名称：【N2潮牌情侣羽绒马甲】
遥发服装冬季情侣宽松立领保暖羽绒马甲625
商品售价：599元
商品品牌：-

运动服-运动棉衣

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 Chanmofang All Rights Reserved



扫码领取蝉魔方试用

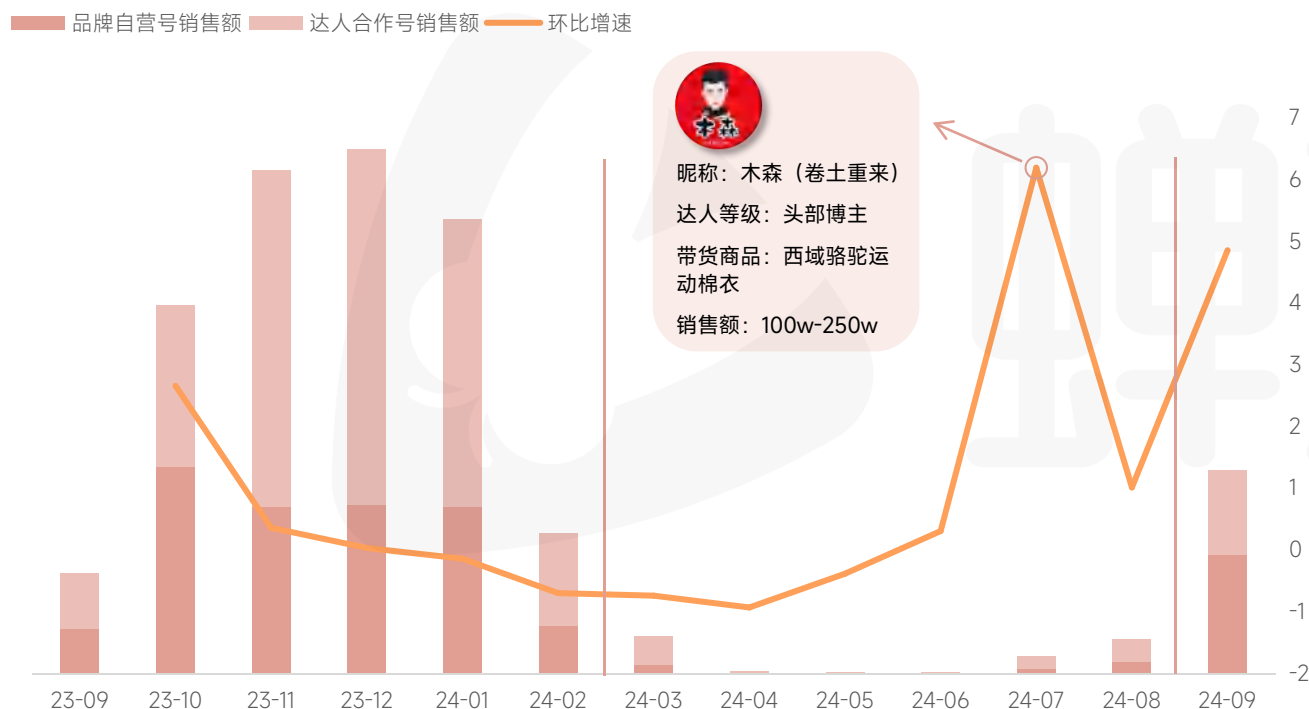


销售概览

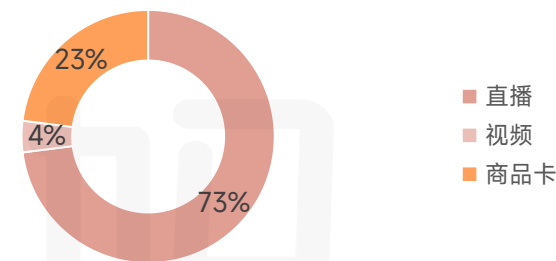
运动棉衣销售周期长且销售渠道均衡，有望创下销售新高

- 2024年1月至9月，销售额同比增长了75.18%，显示出行业发展的强劲势头。特别是在7月，销售额环比出现了显著的增长，这主要得益于头部达人“木森（卷土重来）”带货西域骆驼品牌，取得良好成绩。24年9月同比去年同期数据，同比上涨174.06%，同时运动棉衣品类从4月开始销售额逐渐上涨，直至12月到达高峰，由此推测今年秋冬运动棉衣品类的销售额有望创下新高。
- 直播为销售主要方式占比73%，其次为商品卡占比23%。品牌直营号与达人合作号销售额基本持平。

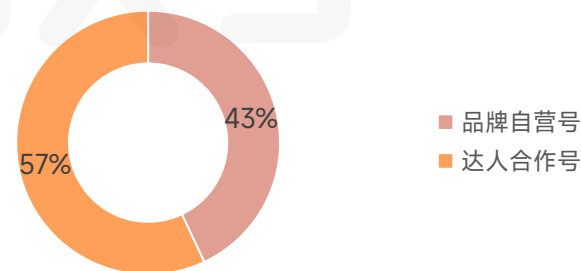
24年运动服-运动棉衣销售额逐月趋势图



24年运动服-运动棉衣销售方式



24年运动服-运动棉衣销售渠道



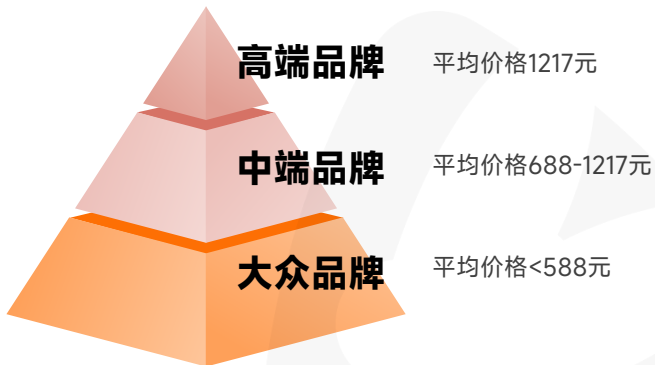


品牌格局

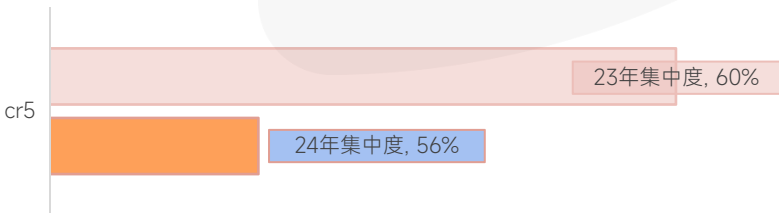
品类品牌整体均价较高，时尚服饰品牌入驻运动服饰赛道

- 2024年1-9月，抖音运动服-运动棉衣品类市场集中度为56%，市场品牌集中度较高。大众品牌层级定义标准版为低于588元，远远高于服饰行业。TOP20榜单品牌市场增长显著。同时品类商品定价包容度较高，TOP20的品牌中平均成交价差异显著，在45元-3233元。
- 阿迪达斯、斐乐、耐克等专业运动品牌在销售额和市场份额方面表现突出，是行业的领先品牌。但非传统专业运动品牌（西域骆驼、速派科技）等品牌呈现出较高的增长态势。品类的多样性和包容性提供了灵活商机。

24年运动服-运动棉衣品牌层级划分



24年运动服-运动棉衣品牌集中度

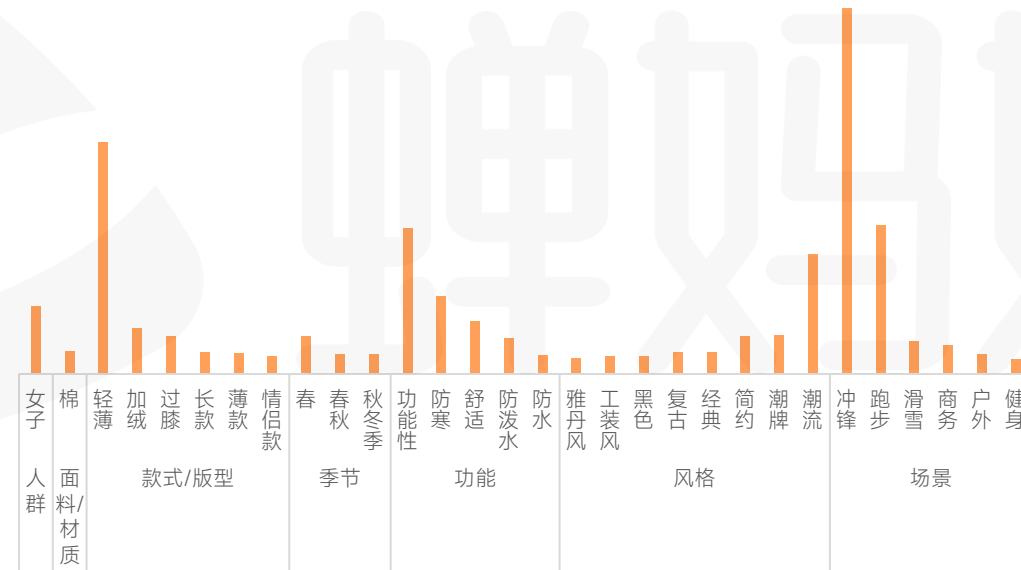


24年运动服-运动棉衣品类TOP20品牌市场格局

排名	品牌	销售额同比	品类销售额占比品牌 销售额	品类平均成交价	市场份额
1	★ 阿迪达斯	-9.90%	1%	396.03	19.17%
2	★ 斐乐	0.53%	1%	1604.62	12.69%
3	西域骆驼	61134.74%	4%	92.54	10.66%
4	★ 耐克	588.59%	0%	609.62	9.53%
5	★ 李宁	18.16%	0%	283.56	4.35%
6	★ FILA FUSION	665.10%	1%	1264.89	3.45%
7	★ 乔丹	31396.18%	1%	104.18	2.49%
8	素湃科技	995185.61%	2%	390.14	2.38%
9	★ 安踏	24.5067	0%	346.46	2.30%
10	★ adidas Campus	-	10%	337.43	2.16%
11	★ X-BIONIC	49720.68%	4%	2901.05	1.71%
12	★● Rapido	444.33%	3%	1095.39	1.32%
13	SLAMBLE	316.38%	2%	174.55	1.07%
14	★ 轻功体育	-	2%	710.86	1.01%
15	★● 始祖鸟	-	4%	1972.17	0.95%
16	★ 安德玛	-12.27%	0%	744	0.92%
17	★● DESCENTE	-	1%	3233.61	0.85%
18	保罗温诗登	-	6%	44.92	0.83%
19	★ 萝莉爱健身	-	7%	247.99	0.82%
20	V.Pavilin	-	36%	75.71	0.75%

★ 为运动品牌 ● 为奢侈品牌

- ## 24年运动服-运动棉衣价格段销量



销售额TOP1



商品名称: 【仁汇优品X】
VANCAMEL/西域骆驼户外情侣
功能性防寒棉服HZ2568-B
商品售价: 99元
商品品牌: 西域骆驼

销售额TOP2



商品名称：阿迪达斯官方 轻运动男款运动休闲户外保暖连帽棉服adidas GH4601

商品售价：699元

商品品牌：阿迪达斯

销售额TOP3



商品名称:【FILA X 卢梭 斐乐】
女士休闲运动冬款连帽新雪丽
棉服 F11W448913F
商品售价:1669元
商品品牌:斐乐

女装-棉衣

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 Chanmofang All Rights Reserved



扫码领取蝉魔方试用

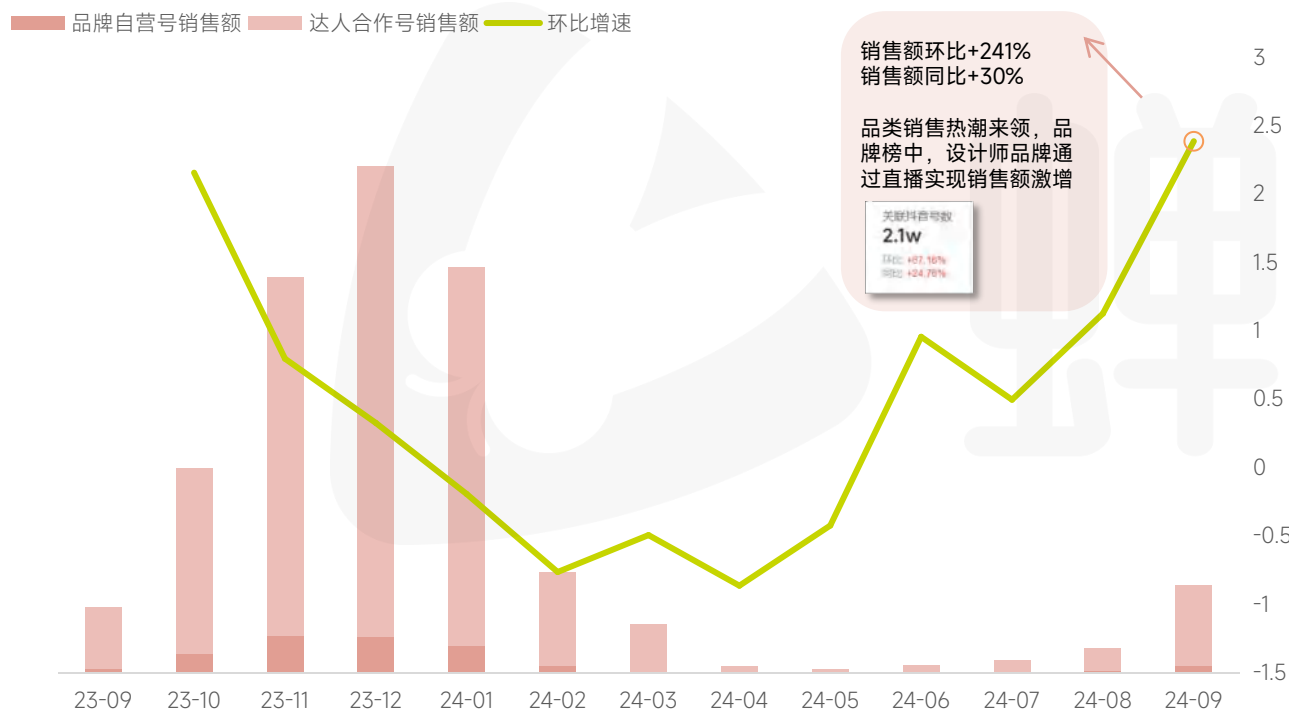


销售概览

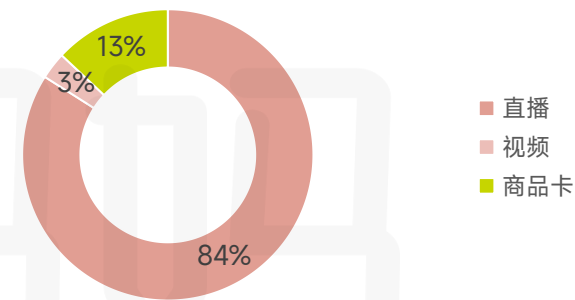
棉衣品类销售额持续上涨，依赖于达人直播

- 每月销售额数据来看，23年9月开始销售额逐渐上升，在12月达到一个高峰，随后有所下降。但24年1月至9月的销售额同比，增长111%，这表明在与上一年同期相比，增长幅度巨大。品类销售额波动较大，存在一些高峰。例如，在大促活动期间（如七夕节、618好物节、好物年货节）销售额有明显的增长。
- 达人直播销售占比高达92%，为女装-棉衣品类的主要销售渠道。

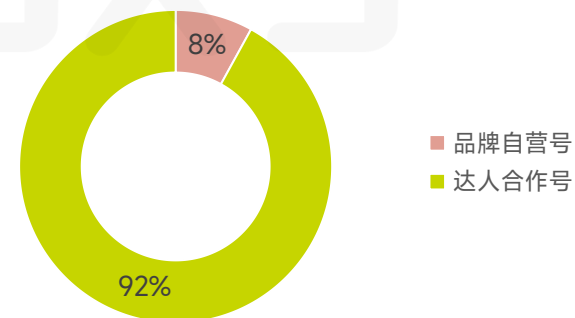
24年女装-棉衣销售额逐月趋势图



24年女装-棉衣销售方式



24年女装-棉衣销售渠道



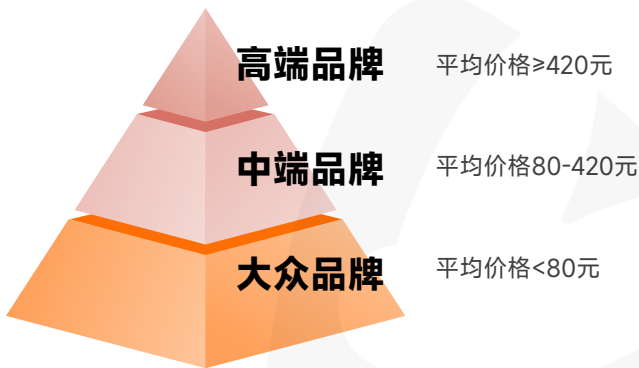


品牌格局

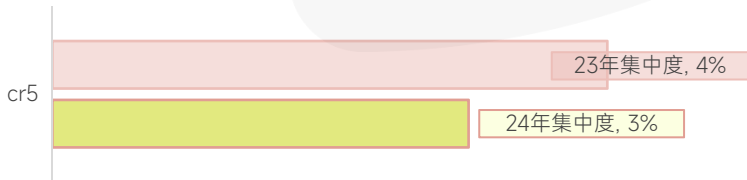
市场集中度下降既是挑战也是机遇，设计师品牌更受市场青睐

- 23年品类行业集中度极低，且24年行业品牌集中度下降，推测由于消费者需求变得更加多样化和个性化，服饰品牌需要提供更广泛的产品以满足不同消费者群体的需求。TOP20品牌中，专注于女装-棉服赛道的品牌较少，大部分为多品类女装品牌通过单爆品上榜。这对于品牌而言，利用商品本身的潜力来获取市场份额的机会，往往大于单纯依赖品牌影响力来赢得市场。
- 同比23年同期，大多品牌的排名变化不大，有明显上升趋势的品牌多为设计师品牌，由此得出设计师品牌更受市场青睐。

24年女装-棉衣品牌层级划分



24年女装-棉衣品牌集中度



24年女装-棉衣品类TOP20品牌市场格局

排名	品牌	销售额同比	品类销售额占比品牌销售额	品类平均成交价	市场份额
1	LucasEmilyLouie	129.56%	2%	908.33	0.84%
2	几里与麻	1363.90%	2%	66.12	0.75%
3	★ TEENIE WEENIE	47.72%	2%	994.09	0.70%
4	樱美嘉	755.44%	37%	768.46	0.61%
5	ONE MORE	802.93%	9%	382.64	0.52%
6	● Alessandro Paccuci	68.08%	1%	978.22	0.51%
7	蕉下	461.29%	1%	334.4	0.46%
8	★ 博柏利	128.57%	6%	3803.67	0.41%
9	歌思诺	-	92%	454.75	0.36%
10	哥弟	24.05%	1%	1187	0.35%
11	欣雨欣时尚	439.05%	34%	502.51	0.35%
12	阿玛施	-7.25%	1%	2179.14	0.35%
13	苏雪狸	39918.41%	91%	84.37	0.33%
14	我是摩羯	-	1%	988.17	0.32%
15	● ME HOME YANG	-	3%	479.72	0.29%
16	UR	135.58%	1%	312.51	0.27%
17	罗尚依品	2967.06%	10%	682.79	0.26%
18	首秀	-	12%	819.46	0.24%
19	COCO ZONE	-	1%	594.33	0.23%
20	衣恋	664.99%	6%	885.26	0.23%

★ 为国外品牌 ● 为设计师品牌

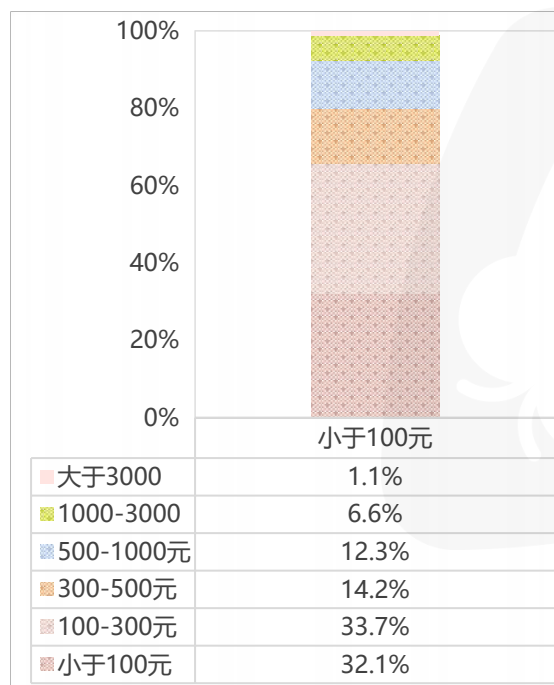


商品趋势

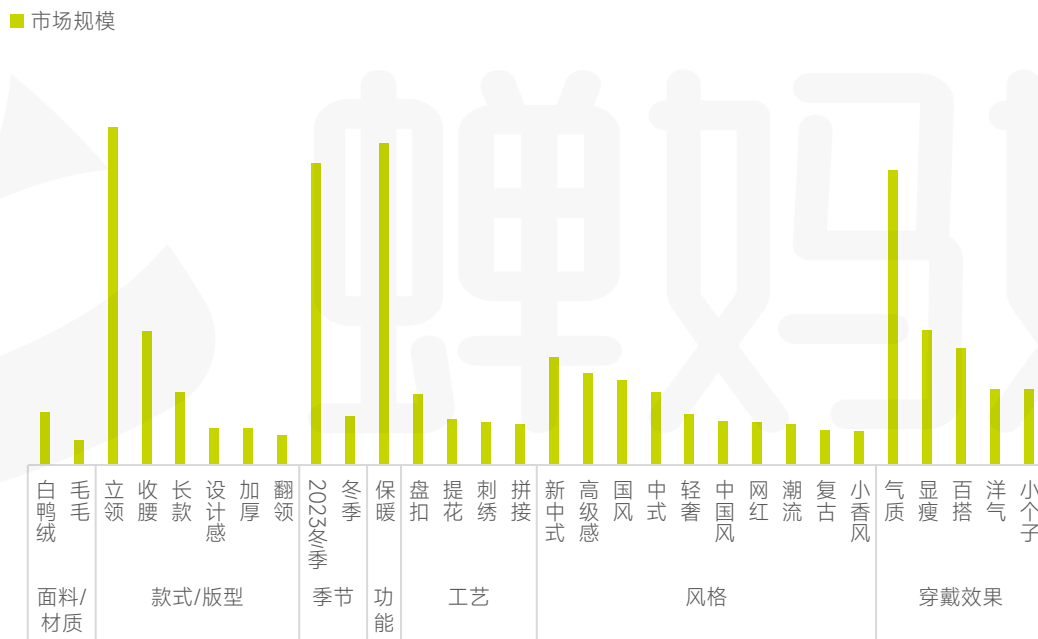
性价比且兼具设计感的商品易出圈，中式风吹到棉衣赛道

- 24年1-9月，女装-棉衣品类价格小于300元之间的商品数量较多，占比66%。由于女装行业因其快速的更新换代和消费者对时尚的高度敏感性，价格成为了影响消费者购买决策的重要因素之一。
- 在24年高增长卖点中，出现盘扣、立领、流苏、刺绣、提花等中式元素的词语，新中式风格成为品类重要卖点。

24年女装-棉衣价格段销量分布



24年女装-棉衣品类TOP30高增长卖点及TOP3销售额商品

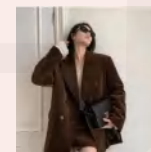


销售额TOP1



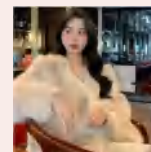
商品名称：【DY1323】樱美嘉
桑蚕丝真丝外套盘扣立领亭台
楼阁新中式双面双穿
商品售价：837元
商品品牌：樱美嘉

销售额TOP2



商品名称：轻奢小众女装时尚
宽松韩版复古外套气质网红休
闲
商品售价：259元
商品品牌：-

销售额TOP3

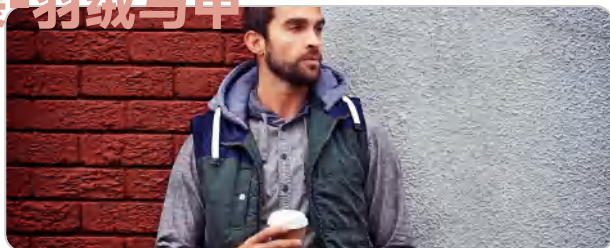


商品名称：2024秋冬新款棉衣
棉服短款环保毛毛外套毛绒
外套女
商品售价：69元
商品品牌：美·豪爵保罗

潜力趋势

秋冬季节来临，消费者在保暖的基础功能上，更加在意附加功能性与时尚感共存的单品更受欢迎。

男装-羽绒马甲



+853%

24年品类销售额同比

9月-12月

销售重点月份

品牌集中度快速上涨抢占市场份额良好时机

品牌格局

填充物的保暖性为重点无性别设计受到认可

高增长卖点

运动服-运动棉衣

+75%

24年品类销售额同比

6月-2月

销售重点月份

整体定价较高，千元以上商品需要品牌背书

品牌格局

功能性不可忽视可以尝试拓展女性市场

高增长卖点



女装-棉衣



+111%

24年品类销售额同比

9月-2月

销售重点月份

品牌集中度极低，商家可以依靠爆品出圈

品牌格局

新中式风格商品快速增长，关注商品设计细节

高增长卖点

蝉妈妈数智营销服务矩阵

赋能每一个电商人

战略决策

最强大脑，做优质战略决策



蝉魔方

chanmofang.com

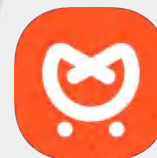
达播增长

让达播提效+增长



蝉圈圈

kolkoc.com



蝉选

chanxuan.com

自播爆量

直播间管家，让自播爆量



蝉管家

changuanjia.com

电商运营+内容创意

电商百宝书，做全面科学化运营



蝉妈妈

chanmama.com

AI电商超强外挂

无限复制你的劳动力



蝉镜

chanjing.cc



蝉妈妈智库是蝉妈妈旗下的电商和社媒研究咨询平台，聚集了一批电商、社媒领域的专家和资深数据分析师，致力于为品牌提供全面深入的分析报告及数据服务，研究范围包括行业洞察、社媒趋势、消费者行为、品牌营销等方面，为企业提供品牌发展战略和解决方案。



定制化数据服务 | 根据品牌客户业务需求，提供定制化数据服务，助力企业快速理解市场变化和消费者偏好，制定有效的业务战略，提高竞争力和市场响应速度。



行业分析研报 | 坚持以客观严谨的理念，输出电商发展趋势相关内容与商业观点，并支持定制化行业报告服务，内容涵盖赛道研究、开品策略、竞品研究、达播策略、种草策略/人群分析等多个维度，助力品牌快速洞察电商新增长点。



联系我们

蝉妈妈商务合作、营销解决方案咨询或是想获取更多行业报告，可通过二维码/电话联系

蝉妈妈数据运营总监 183 5028 2991
mahuizhen@limayao.com



蝉妈妈星球是蝉妈妈旗下的电商问答知识社区。致力于为广大蝉妈妈用户和电商从业者，切实解决在电商生意中所面临的各种复杂问题。更有行业资讯、资源对接、免费诊断、电商干货等诸多内容，打破信息差，实现生意增长和业务提升！



电商问答社区 | 蝉妈妈星球小程序是千万电商人的问答社区。汇聚电商圈实操专家、行业大咖、运营大神，涉及电商经营全流程、全板块、全角色。做电商遇难题？上蝉妈妈星球！



电商知识平台 | 一站式内容平台，汇聚蝉妈妈优质内容资源。涵盖品牌轻诊断、电商行业报告、内容爆量洞察、电商课程、素材创作方法等各主题内容。品牌轻诊断致力于解决抖音电商全域经营难题，为品牌提供切实可行的解决方案，累计服务2000+品牌。



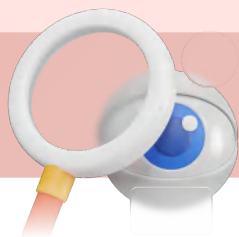
扫码体验

做电商遇难题？上蝉妈妈星球！

往期内容推荐

为品牌商业决策提供策略支持

行业洞察



《抖音电商 小家电行业分析报告》
《抖音电商 2024年“肤感”护肤趋势洞察》
《床上用品行业趋势洞察》
《海外营养膳食行业趋势洞察》
.....

案例拆解



《美妆爆品制造器品牌拆解》
《鲨鱼菲特品牌营销拆解》
《抖音第一美妆护肤品牌韩束，短剧共创，再创新高》
《双十一黑马品牌--骆驼》
.....

大促/年度报告



《抖音电商2024年双十一备战攻略》
《下半年高增长行业预测及洞察》
《2024年抖音电商半年报》
《2024年抖音电商618好物节大促分析报告》
.....

增长月报



《2024年抖音电商9月品类增长月报》
《2024年抖音电商8月品类增长月报》
《2024年抖音电商7月品类增长月报》
.....

THANKS!

蝉妈妈 × 蝉魔方

抖音电商小家电行业分析报告



扫码领取蝉魔方试用

2024 / 10

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 Chanmofang All Rights Reserved

更多免费行业报告

并购家

www.ipoipo.cn