

抖音电商 茶叶行业趋势洞察

——2023年社媒电商茶叶行业年度分析报告

每日 免费 获取 报告



扫一扫二维码 关注公众号 回复：“**研究报告**” 加入“起点财经”微信群

- ✓ 每日微信群内分享**7+**最新重磅报告；
- ✓ 每日分享当日**华尔街日报**、金融时报；
- ✓ 行研报告均为公开版，权利归原作者所有，起点财经仅分发做内部学习。

版权说明



获取更多原创报告

2023年4月个护小家电行业社媒营销分析报告

2023年4月大家电行业社媒电商分析报告

2023年4月生活电器行业扫地机器人品类社媒电商分析报告

2022年家电行业社媒电商营销分析报告

.....

- 本报告除部分内容源于公开信息（均已备注）外，其他内容（包括图片、表格及文字内容）的版权均归飞瓜数据、千瓜数据、西瓜数据所有。飞瓜数据、千瓜数据、西瓜数据获取信息的途径包括但不限于公开资料、市场调查等。
- 任何对本数据及报告的使用不得违反任何法律法规或侵犯任何第三方合法权益，任何场合下的转述或引述以及对报告的转载、引用、刊发均需征得飞瓜数据、千瓜数据、西瓜数据方同意，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。
- 本数据及报告来源于飞瓜数据、千瓜数据、西瓜数据，违者将追究其相关法律责任。

数据说明



获取更多原创报告

2023年4月个护小家电行业社媒营销分析报告

2023年4月大家电行业社媒电商分析报告

2023年4月生活电器行业扫地机器人品类社媒电商分析报告

2022年家电行业社媒电商营销分析报告

.....

- 基于社媒数据分析平台「飞瓜数据、千瓜数据、西瓜数据」在2021年1月1日-2023年12月31日所追踪到的电商及营销情报，选取周期内抖音、快手、微博、微信公众号、小红书、B站等数据进行趋势研究所得。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。



粉丝数
头部：≥300万
腰部：≥50万， < 300万
底部： < 50万



粉丝数
头部：≥300万
腰部：≥50万， < 300万
底部： < 50万



粉丝数
头部：≥100万
腰部：≥30万， < 100万
底部： < 30万



粉丝数
头部：≥100万
腰部：≥20万， < 100万
底部： < 20万



粉丝数
头部：≥50万
腰部：≥20万， < 50万
底部： < 20万



粉丝数
头部：≥50万
腰部：≥20万， < 50万
底部： < 20万

茶叶行业分类定义

飞瓜数据结合《中国茶经》按抖音官方分类进行分类



加工茶类

代用/花草/水果/再加工茶

第七大茶类

普洱

六大基本茶类

绿茶

白茶

乌龙茶

红茶

黑茶

黄茶

C O N T E N T S

01 行业市场概况
Industry Status

02 热门细分品类分析
Category Analysis

03 热门品牌案例研究
Brand Research

01

茶叶行业市场概况

Industry Overview

行业市场规模
行业品牌格局
行业热门自播

细分市场规模
行业热销商品

行业市场格局
行业热卖达人

PART-ONE

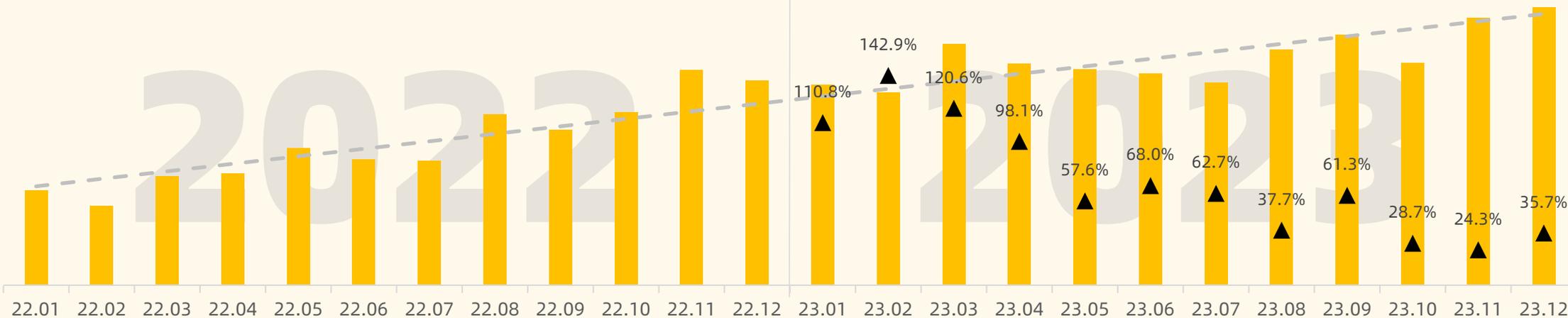
茶叶行业市场规模：

2023年抖音电商茶叶行业呈稳健增长，市场规模超230亿元

2023年，茶叶行业在抖音电商平台的市场规模超230亿，同比增长率达61.1%，呈现出稳健增长的态势；2023年市场规模在不同月份间波动较大，可能受到季节性因素或特定活动的影响；如，3-5月春季时节（春季通常是茶叶新鲜叶片采摘的时间，因此受到消费者的青睐），及11-12月促销节点（可能与双十一等促销活动有关）的市场规模增长较快。

2022-2023年抖音电商茶叶行业市场规模

■ 市场规模 ▲ 同比增长 - - 线性(市场规模)



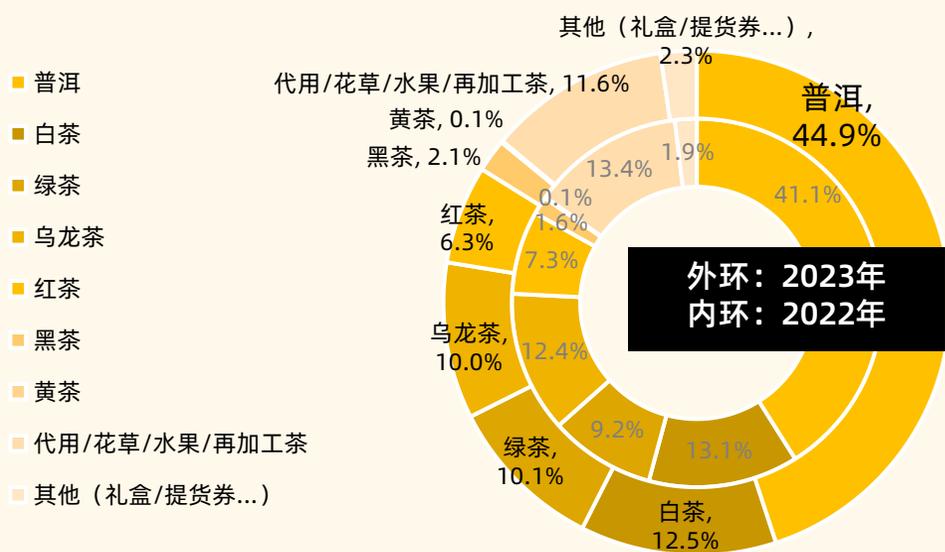
*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

茶叶二级细分市场规模：

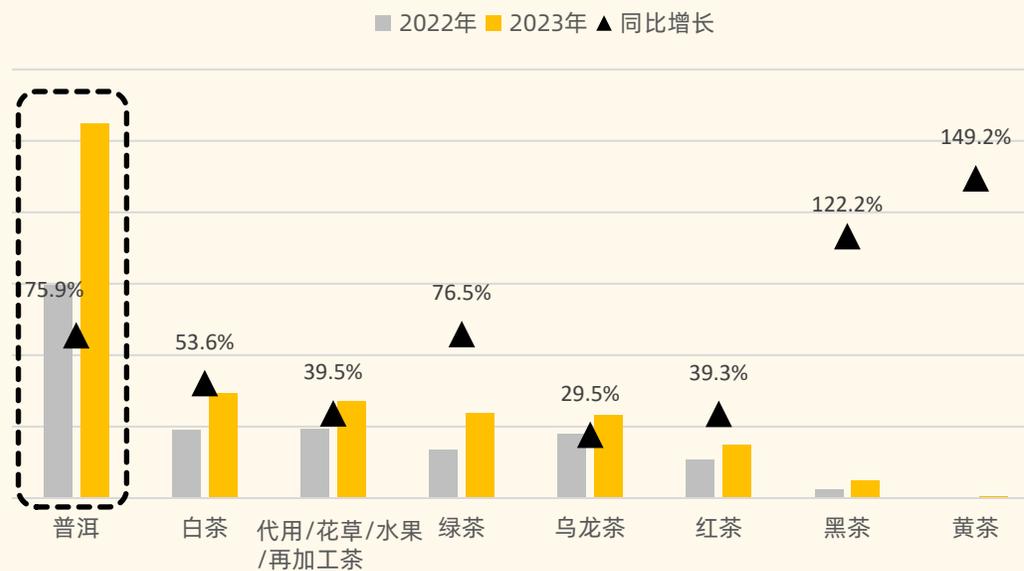
2023年“普洱茶”霸主地位稳固，占据茶叶市场近半壁江山

2023年，抖音电商茶叶行业市场中，普洱茶在茶叶细分品类中仍然占据主导地位，销售额在市场中占比最高，增长率接近76%，且显示出强劲的增长态势；普洱茶在2023年的市场份额略有增长，从41.09%增加至44.92%，其次；绿茶、黑茶在2023年的市场份额也有所增长，而白茶、乌龙茶、红茶、代用/花草/水果/再加工茶在2023年的市场份额均略有下降。

2022年&2023年抖音电商茶叶细分品类市场占比



2022-2023年抖音电商茶叶二级细分品类市场规模



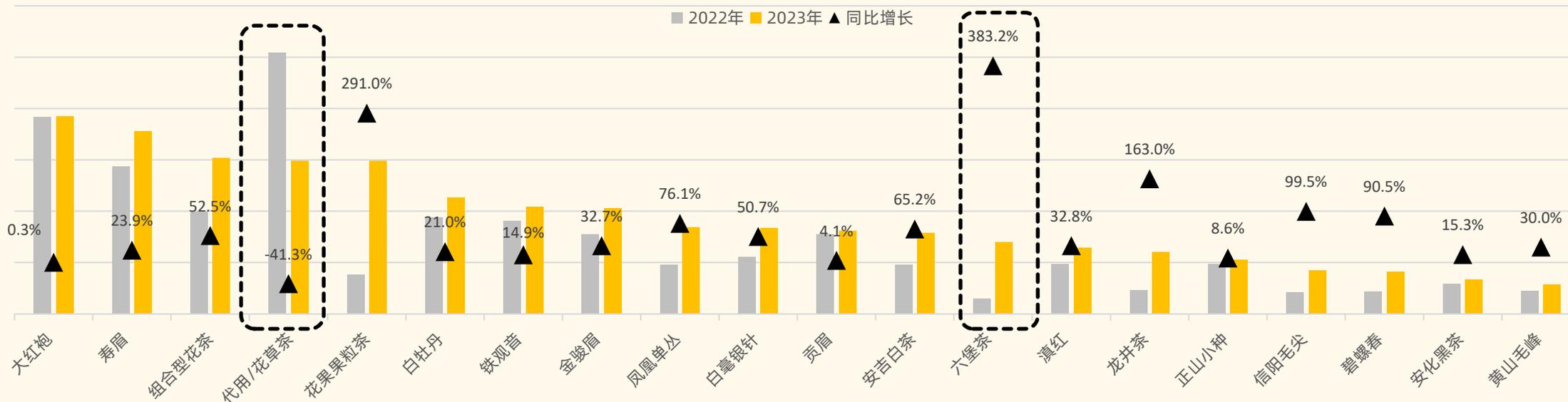
*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

茶叶三级细分市场规格：

2023年经典茶类稳步增长，六堡茶、龙井茶等异军突起

2023年，抖音电商茶叶行业市场中，铁观音、白牡丹、金骏眉等经典茶类依然保持了相对稳定的市场规模，表明这些经典茶叶在消费者中依然具有较高的认知度和受欢迎程度。一些特色的茶种，如凤凰单丛、白毫银针、安吉白茶等，都呈现出明显的增长。六堡茶、龙井茶、信阳毛尖等市场规模增长较为显著，增长率在百分比上达到了三位数。

2022-2023年抖音电商茶叶三级细分品类市场规模



*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

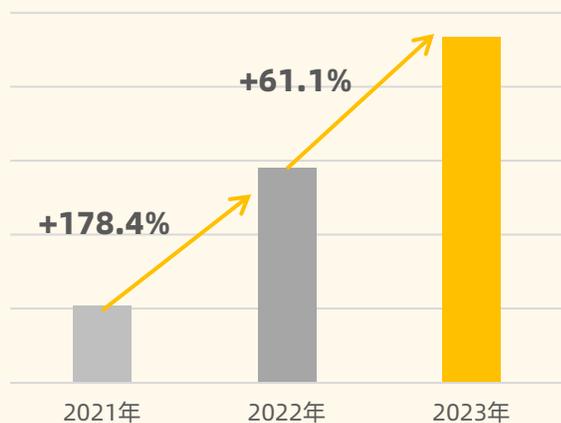
茶叶行业市场格局：

2023年茶叶市场格局相对稳定，但仍受新入局者的冲击

2023年，抖音电商茶叶行业市场规模增长明显，销售额同比增长了61.1%，反映了整个茶叶行业抖音电商市场的扩张。茶叶行业的扩张势头为品牌提供了更多的机会，但同时也带来了更大的挑战。市场竞争越发激烈，市场集中度依然向前10名品牌倾斜，CR1-10（市场占有率前10）增长了约5.9%，但前十大品牌中出现了新的入局者并迅速崛起。

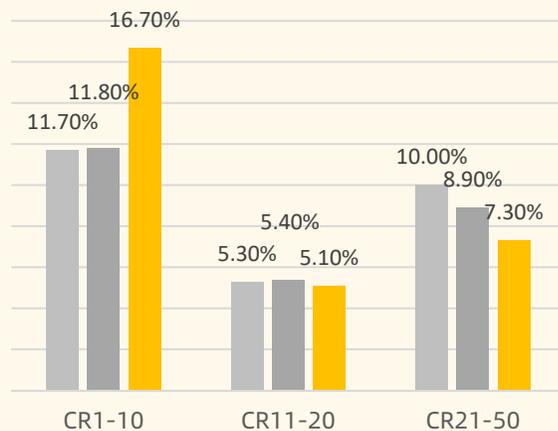
2023年抖音电商茶叶行业市场规模变化

■ 2021年 ■ 2022年 ■ 2023年



2023年抖音电商茶叶行业市场集中度变化

■ 2021年 ■ 2022年 ■ 2023年



2023年茶叶行业TOP10品牌销售额

排名变化

+82
+1
+3
-3
-1
-4
+164
+1
-1
-



销售同比变化

茶叶行业品牌格局： 传统大牌仍保持领先地位，不乏有新兴品牌后来居上崭露头角

2023年，抖音电商茶叶行业TOP20品牌中，一些传统大牌（如中茶、澜沧古茶等）继续稳固其市场领先地位，其销售表现和品类占比都相对稳定；而新涌现的品牌（如李陌茶、品茗芬、泡古今、印春白等）也在市场竞争中逐渐崭露头角；大多数品牌的主力品类是普洱茶；然而，也有一些品牌，例如八马、丫玉、印春白、白大师等，在特定领域也表现出了不俗的市场占有率。

2023年抖音电商茶叶行业TOP品牌（1-10）

品牌	创立年份	销售指数	品类占比	销售主力品类	品类占总销售	其他主营产品类
李陌茶	2022年	68,188	4.38%	普洱茶	39.2%	再加工茶、白茶
陈生记	2023年	34,872	2.24%	普洱茶	35.7%	白茶、再加工茶
茶园世家	2015年	33,241	2.13%	普洱茶	98.7%	白茶、红茶
中茶	1949年	30,648	1.97%	普洱茶	87.7%	黑茶、白茶
品茗芬	2019年	20,803	1.34%	普洱茶	73.7%	白茶、乌龙茶
八马	1997年	20,091	1.29%	乌龙茶	37.3%	白茶、红茶
泡古今	2021年	15,963	1.03%	普洱茶	92.1%	白茶、再加工茶
曼松	2011年	13,541	0.87%	普洱茶	98.6%	红茶、白茶
丫玉	2000年	11,253	0.72%	红茶	76.4%	白茶、黑茶
茗星号	2010年	11,016	0.71%	普洱茶	82.5%	红茶、绿茶

2023年抖音电商茶叶行业TOP品牌（11-20）

品牌	创立年份	销售指数	品类占比	销售主力品类	品类占总销售	其他主营产品类
印春白	2019年	10,452	0.67%	绿茶	27.2%	再加工茶、普洱茶
白大师	2016年	9,743	0.63%	白茶	97.7%	普洱茶
六大茶山	2007年	8,723	0.56%	普洱茶	9.6%	绿茶、白茶
佰儒	2012年	8,514	0.55%	普洱茶	53.9%	乌龙茶、红茶
大益	1954年	7,936	0.51%	普洱茶	99.7%	绿茶、再加工茶
澜沧古茶	1966年	7,802	0.50%	普洱茶	96.6%	红茶、再加工茶
今曦	2018年	7,541	0.48%	白茶	31.9%	再加工茶、红茶
郑莲英	2012年	6,927	0.44%	白茶	87.1%	再加工茶、普洱茶
是田	2019年	6,157	0.40%	再加工茶	69.7%	普洱茶、绿茶
聚广德	2015年	5,674	0.36%	再加工茶	38.7%	绿茶

茶叶行业热销商品：

李陌茶品牌多品类多款爆品霸榜，促就品牌销售创新高

2023年，抖音电商茶叶行业中的热卖商品主要集中在普洱茶、再加工茶、白茶等；李陌茶品牌凭借多细分品类（普洱、代用/花草/水果/再加工茶、乌龙茶等）的多款热门商品（小青柑、早C柠檬刺梨茶等）占据了多个TOP位置，而八马、白大师、聚广德等品牌的特定茶叶产品也受到了消费者的欢迎和青睐。

2023年抖音电商茶叶行业TOP商品（1-10）

商品	类型	销售指数	品牌
【新会专场】李陌茶品牌10+16小青柑茶叶普洱老料罐装 (250g/500g)	普洱	80,929	李陌茶
【好茶精选】李陌茶 10+18头采·小青柑熟茶茶叶（一罐250g）	普洱	60,622	李陌茶
【好茶精选】李陌茶早C柠檬刺梨茶泡水饮品茶	再加工茶	46,333	李陌茶
3【好茶精选】冻干小青柑百香果茶叶酸酸甜甜清凉组合装（一罐）	再加工茶	34,598	李陌茶
【年货礼盒】特级金骏眉铁观音肉桂组合六福临门八马茶叶团购送人	乌龙茶	24,533	八马
白大师2019年特级贡眉2018年寿眉散茶陈皮白茶小方片袋泡茶共452g	白茶	22,196	白大师
暖炉V【品质保证】29.9三大盒 玉米须茶 独立包装冲泡 15*8g/盒	再加工茶	19,113	暖炉
古树红茶-云南凤庆滇红古树红茶蜜花香薯香型高山古树红茶茶叶	红茶	18,873	绿云峰
【好茶精选】李陌茶蜜桃乌龙 青提乌龙套盒茶叶（一盒60g）	乌龙茶	15,900	李陌茶
聚广德 洛神花茶玫瑰茄果脯洛神花 50克/瓶	再加工茶	15,420	聚广德

2023年李陌茶品牌各品类爆品全年销售情况



普洱茶

李陌茶品牌10+16小青柑茶叶普洱老料罐装 (250g/500g)

超1亿



再加工

李陌茶早C柠檬刺梨茶泡水饮品茶

近7000万



乌龙茶

李陌茶蜜桃乌龙 青提乌龙套盒茶叶（一盒60g）

超2000万



白茶

李陌茶岁月存芳·陈皮寿眉白茶茶叶

近2000万

*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，图源：抖音APP，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

茶叶行业热卖达人：

丹妮茶叶、小尹有好茶成行业销冠，衣哥、许华升等坑产高

2023年，茶叶行业在直播带货领域呈现出了一些耀眼的达人，腰部达人“丹妮茶叶”以直播167场，销售额超6亿元成为了茶叶行业直播带货年度销冠；其次是腰部达人“小尹有好茶”，销售额同样超6亿元，以及“姗姗茶叶”和“康康茶庄”；在直播带货平均品类坑产上，头部达人“衣哥”和“许华升”等在带货茶叶品类时的平均坑产较高；

2023年抖音电商茶叶行业热卖达人

达人	粉丝数	销售指数	品类平均坑产	带货直播数	热销品类
衣哥	3174.5万	18,438	460,955	27	大红袍
许华升	2217.2万	1,979	197,856	10	凤凰单丛
唐艺	4500.0万	3,059	152,962	12	其它红茶
木森	1020.3万	3,167	125,004	24	其它绿茶
房岩小哥	1080.2万	26,404	120,016	126	其它白茶
丹妮茶叶	284.8万	408,191	117,679	167	其它红茶
小茹私房茶	13.8万	5,156	105,940	44	福鼎白茶
贾乃亮	3857.5万	1,224	102,038	14	铁观音
王艳	492.7万	1,887	94,373	19	寿眉
棒哥汽车甄选	94.5万	504	75,609	10	寿眉

2023年抖音电商达人全年销售额TOP



茶叶行业热门自播：

茶园世家品牌自播销售亮眼，八马、中茶等品牌也表现较佳

2023年，茶叶行业直播带货品牌自播中，茶园世家品牌全年自播号带货超3.5亿，值得注意的是，销售全部来源于品牌自播号“茶园世家旗舰店”；八马、中茶、丫玉、白大师等其他品牌的自播销售表现也同样出色，值得一提的是，八马和中茶品牌更是构建起了自播号矩阵，通过多个表现较佳的品牌自播号扩大品牌销售业绩增长；

2023年抖音电商茶叶行业热卖品牌自播号

品牌自播号	粉丝数	场均销售指数	品牌	年直播场次
茶园世家旗舰店	65.6万	739	茶园世家	317
中茶官方旗舰店	78.8万	113	中茶	950
八马茶业官方旗舰店	130.9万	153	八马	564
茶博府茶业	44.2万	414	丫玉	182
白大师官方旗舰店	97.7万	119	白大师	536
是田官方旗舰店	82.9万	182	是田	326
易武同庆号旗舰店茶业	9.3万	84	易武同庆	598
名理白茶旗舰店	57.3万	120	名理白	338
永兴昌官方旗舰店	11.3万	43	永兴昌	681
荟聘号官方旗舰店	18.7万	125	荟聘号	224

2023年抖音电商品牌自播号全年销售额TOP



*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

行业小结

- **行业市场规模：** 2023年，茶叶行业在抖音电商平台的市场规模超230亿，同比增长率达61.1%，呈现出稳健增长的态势；
- **细分市场规模：** 2023年，抖音电商茶叶行业市场中，普洱茶在茶叶细分品类中仍然占据主导地位，销售额在市场中占比最高，增长率接近76%，且显示出强劲的增长态势；普洱茶在2023年的市场份额略有增长，从41.09%增加至44.92%，其次；绿茶、黑茶在2023年的市场份额也有所增长，而白茶、乌龙茶、红茶、代用/花草/水果/再加工茶在2023年的市场份额均略有下降；2023年，抖音电商茶叶行业市场中，铁观音、白牡丹、金骏眉等经典茶类依然保持了相对稳定的市场规模，表明这些经典茶叶在消费者中依然具有较高的认知度和受欢迎程度。一些特色的茶种，如凤凰单丛、白毫银针、安吉白茶等，都呈现出明显的增长。六堡茶、龙井茶、信阳毛尖等市场规模增长较为显著，增长率在百分比上达到了三位数。
- **行业市场格局：** 2023年茶叶市场格局相对稳定，市场集中度依然向前10名品牌倾斜，CR1-10（市场占有率前10）增长了约5.9%，但前十大品牌中出现了新的入局者并迅速崛起；
- **行业品牌格局：** 2023年，抖音电商茶叶行业TOP20品牌中，一些传统大牌（如陈生记、中茶、澜沧古茶等）继续稳固其市场领先地位，其销售表现和品类占比都相对稳定；而新涌现的品牌（如李陌茶、品茗芬、泡古今、印春白等）也在市场竞争中逐渐崭露头角；
- **行业热销商品：** 2023年，抖音电商茶叶行业中的热卖商品主要集中在普洱茶、再加工茶、白茶等；李陌茶品牌凭借多细分品类（普洱、代用/花草/水果/再加工茶、乌龙茶等）的多款热门商品（小青柑、早C柠檬刺梨茶等）占据了多个TOP位置，而八马、白大师、聚广德等品牌的特定茶叶产品也受到了消费者的欢迎和青睐；
- **行业热卖达人：** 2023年，茶叶行业在直播带货领域呈现出了一些耀眼的达人，腰部达人“丹妮茶叶”以直播167场，销售额超6亿元成为了茶叶行业直播带货年度销冠；其次是腰部达人“小尹有好茶”，销售额同样超6亿元，以及“姗姗茶叶”和“康康茶庄”；在直播带货平均品类坑产上，头部达人“衣哥”和“许华升”等在带货茶叶品类时的平均坑产较高；
- **行业热门自播：** 2023年，茶叶行业直播带货品牌自播中，茶园世家品牌全年自播号带货超3.5亿，值得注意的是，销售全部来源于品牌自播号“茶园世家旗舰店”；八马、中茶、丫玉、白大师等其他品牌的自播销售表现也同样出色，值得一提的是，八马和中茶品牌更是构建起了自播号矩阵，通过多个表现较佳的品牌自播号扩大品牌销售业绩增长；

02

茶叶热门细分品类分析 Category Analysis

市场发展分析
消费人群画像
商品卖点趋势

市场细分品类
人群购买关注

市场竞争分析
品类热销商品

PART-TWO



“普洱茶”品类

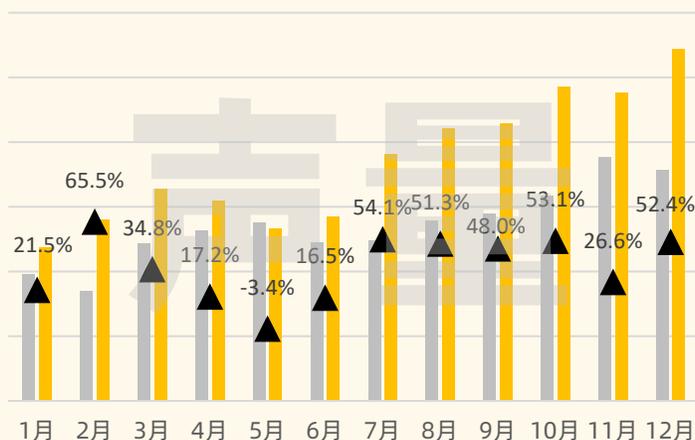
普洱茶市场发展分析：

2023年普洱茶市场“声量与销量”齐飞，热度高涨潜力迸发

2023年，抖音电商普洱茶品类的声量、销量都呈现了显著的增长，月均搜索量更是去年同期的两到四倍，这种趋势显示出消费者对普洱茶的兴趣和需求在这一年显著提升，普洱茶在抖音电商上的表现显示出强劲的市场潜力；综合来看，普洱茶在抖音电商平台上的表现整体积极向上，展现出较高的用户关注度和消费趋势。

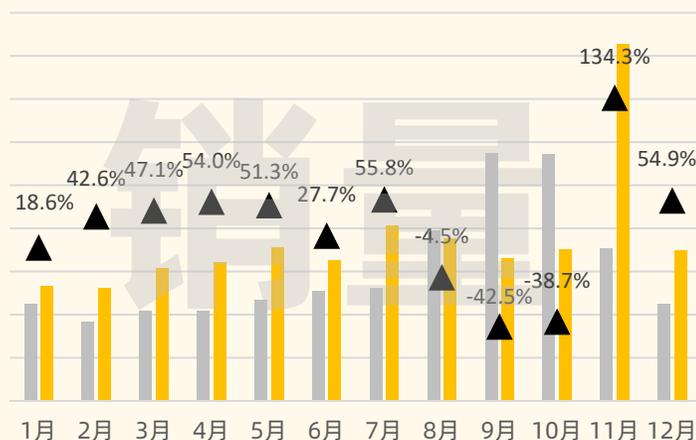
2022年&2023年抖音电商普洱茶品类声量趋势

■ 2022年 ■ 2023年 ▲ 2023年同比增长 (%)



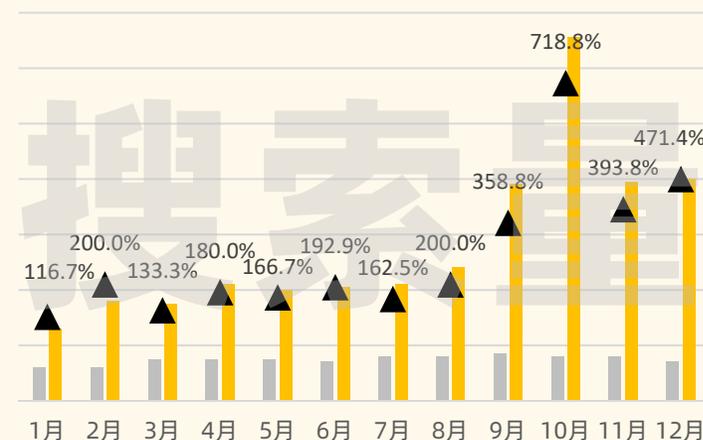
2022年&2023年抖音电商普洱茶品类销量趋势

■ 2022年 ■ 2023年 ▲ 2023年同比增长 (%)



2022年&2023年抖音电商普洱茶品类月均搜索量

■ 2022年 ■ 2023年 ▲ 2023年同比增长 (%)



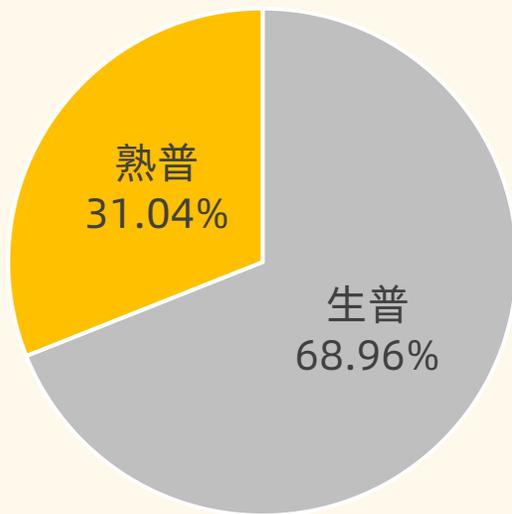
*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)、巨量算数，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

普洱茶细分品类分析：

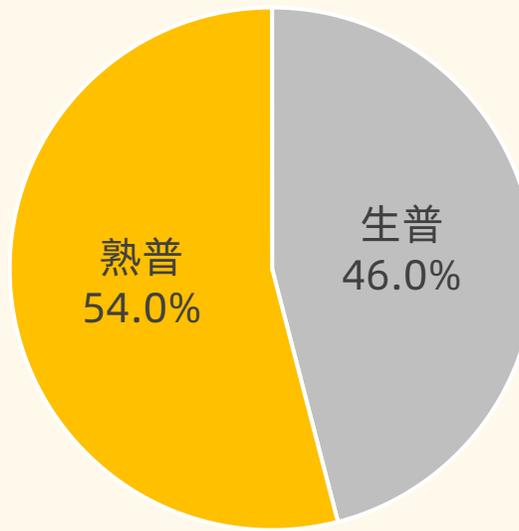
消费者更倾向于购买以李陌茶、陈生记品牌为代表的熟普

2023年，抖音电商普洱茶的细分品类中，生普占总商品数的68.96%，而熟普则占31.04%。但从销量的角度看，熟普表现更为突出，熟普占54%，而生普的销量占比为46%。有可能是因为熟普洱茶更容易被新手茶友接受，同时也可能受到了一些老茶友的喜爱。熟普代表品牌有李陌茶、陈生记、佰儒等。

2023年抖音电商普洱茶细分品类商品数占比



2023年抖音电商普洱茶细分品类销量



生普
(代表品牌)

熟普
(代表品牌)

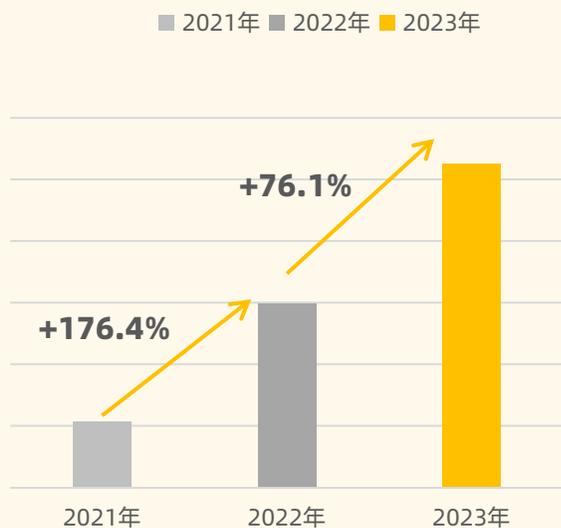
中茶	永兴昌
勐尖	泡古今
是田	品茗芬
李陌茶	陈生记
佰儒	大益
八马	勐栈

普洱茶市场竞争分析：

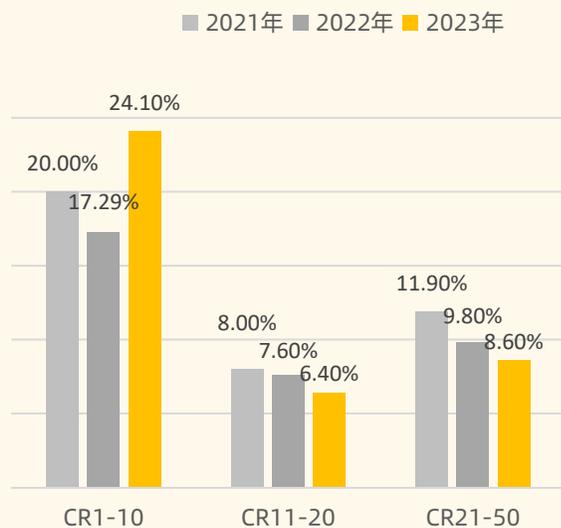
2023年竞争白热化，茶园世家问鼎榜首，李陌茶异军突起

2023年，普洱茶市场在抖音电商平台上持续扩张，市场竞争激烈，新品牌崛起，传统品牌也通过不同方式保持了竞争力；市场占有率方面，CR1-10在2023年有所增长，从17.29%增加到24.10%，前10名品牌占据了更大的市场份额；其中，茶园世家销售额近5亿，同比增长267%，强势崛起成为市场的领导者，中茶、李陌茶、品茗芬等品牌也表现出色，分别有不同程度的增长。

2023年抖音电商普洱茶市场规模变化



2023年抖音电商普洱茶市场占有率变化



2023年普洱茶TOP10品牌销售额

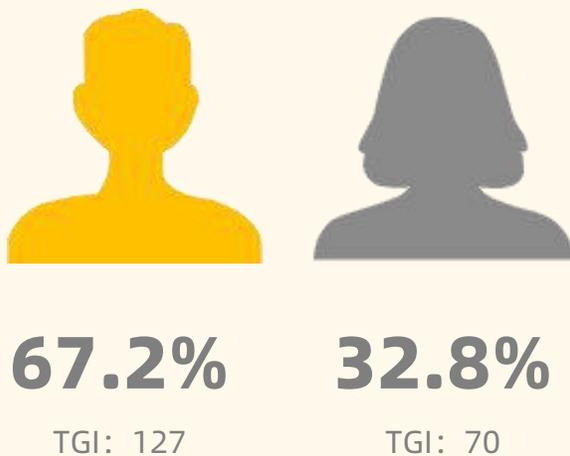


普洱茶消费人群画像：

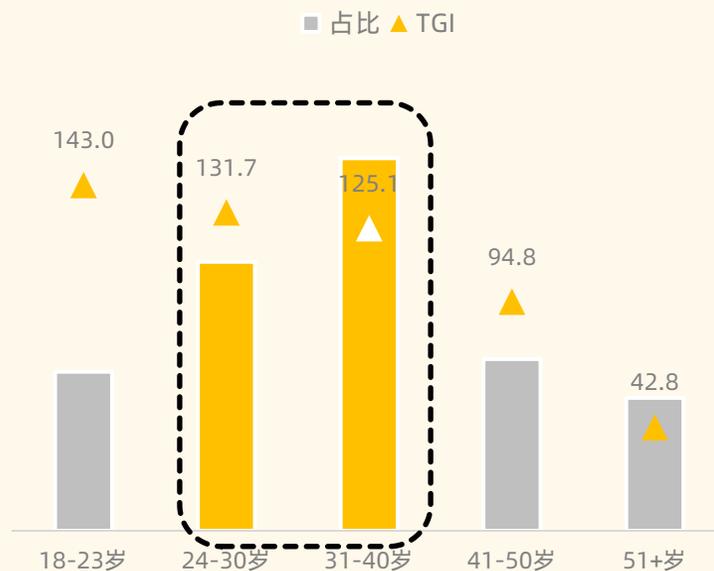
2023年普洱茶消费主力军为男性、31-40岁、下沉市场崛起

2023年，抖音电商普洱茶的消费主体以男性为主，占比高达67.2%。在年龄分布方面，24-40岁的年轻群体占据了较大比例，其中31-40岁的群体占33.71%，24-30岁的群体占24.34%；就城市线分布而言，各城市级别的消费占比相对均衡，新一线城市和三线、四线城市的占比相对较高。

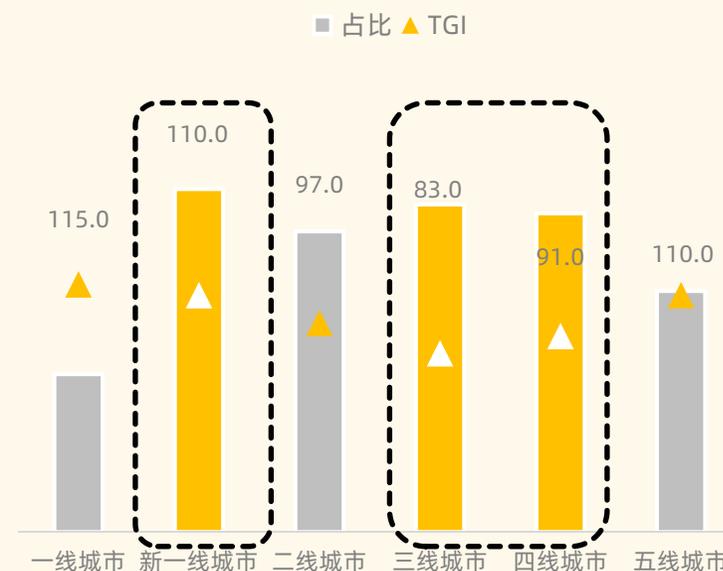
2023年普洱茶消费群体性别分布



2023年普洱茶消费群体年龄分布



2023年普洱茶消费群体城市线分布



*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)、巨量算数，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

普洱茶热销商品分析：

李陌茶小青柑单品热销破亿强势登顶，陈生记表现同样惊艳

2023年，李陌茶的商品在销售榜单上占据了前几名，其销售额较高，尤其是10+16小青柑茶叶和10+18头采·小青柑熟茶茶叶等，销售额都在亿级别。陈生记品牌的商品，特别是广东新会小青核心产区柑宫廷普洱熟茶柑皮普洱茶，也在榜单中脱颖而出。除了李陌茶和陈生记，还有佰儒、中茶、永兴昌、大益、泡古今等品牌的商品也在榜单中取得不错的销售成绩。

2023年抖音电商普洱茶品类TOP商品（1-10）

商品	销售指数	品牌
【新会专场】李陌茶品牌10+16小青柑茶叶普洱老料罐装（250g/500g）	80,929	李陌茶
【屈臣专属】【好茶精选】李陌茶 10+18头采·小青柑熟茶茶叶（一罐250g）	60,622	李陌茶
3【双十二专场】李陌茶 10+18头采·小青柑熟茶茶叶	11,421	李陌茶
【好茶精选】李陌茶壹回生·贰回熟·云南普洱茶（一盒200g）	11,415	李陌茶
【丹妮茶叶】陈生记广东新会小青核心产区柑宫廷普洱熟茶柑皮普洱茶	11,034	陈生记
年度爆款 支持试喝 佰儒 新会小青柑普洱茶熟茶叶125g*4罐【XY】	10,296	佰儒
【丹妮茶叶】陈生记新会核心产区陈皮黄金柑小青柑柑皮普洱茶	9,557	陈生记
【买一送一】正宗新会 佰儒小青柑10年陈勐海宫廷普洱茶 熟普茶叶	8,301	佰儒
【小尹生日会】李陌茶10+16生晒小青柑（250g/罐）	8,299	李陌茶
中茶老班章普洱茶生茶典藏2023紧压茶正宗云南茶叶优质茶饼357g	7,801	中茶



李陌茶



陈生记



佰儒



中茶



永兴昌



大益

*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

普洱茶品类小结

- **市场发展分析：** 2023年，普洱茶市场“声量与销量”齐飞，月均搜索量更是去年同期的两到四倍，品类热度高涨，市场消费潜力迸发；
- **细分品类分析：** 2023年，抖音电商普洱茶的细分品类中，生普占总商品数的68.96%，而熟普则占31.04%。但从销量的角度看，熟普表现更为突出，熟普占54%，而生普的销量占比为46%。消费者更倾向于购买以李陌茶、陈生记品牌为代表的熟普；
- **市场竞争分析：** 2023年，普洱茶市场在抖音电商平台上持续扩张，市场竞争激烈，新品牌崛起，传统品牌也通过不同方式保持了竞争力；市场占有率方面，CR1-10在2023年有所增长，从17.29%增加到24.10%，前10名品牌占据了更大的市场份额；其中，茶园世家销售额近5亿，同比增长267%，强势崛起成为市场的领导者，中茶、李陌茶、品茗芬等品牌也表现出色，分别有不同程度的增长。
- **消费人群画像：** 2023年，抖音电商普洱茶的消费主体以男性为主，占比高达67.2%。在年龄分布方面，24-40岁的年轻群体占据了较大比例，其中31-40岁的群体占33.71%，24-30岁的群体占24.34%；就城市线分布而言，各城市级别的消费占比相对均衡，新一线城市和三线、四线城市的占比相对较高。
- **人群购买关注：** 普洱茶的品质和口感是主要考虑因素之一，消费者可能会关注茶叶的新鲜度、产地、采摘季节以及发酵程度等，以确保其口感符合个人的偏好；但，消费者会在质量和价格之间寻找平衡，选择符合自己预算的产品；同时，消费者可能会偏好特定产地的普洱茶，因为不同的地域会影响茶叶的风味特点。
- **热销商品分析：** 2023年，李陌茶的商品在销售榜单上占据了前几名，其销售额较高，尤其是10+16小青柑茶叶和10+18头采·小青柑熟茶茶叶等，销售额都在亿级别；除了李陌茶，还有陈生记、佰儒、中茶、永兴昌、大益、泡古今等品牌的商品也在榜单中取得不错的销售成绩。
- **商品卖点趋势：** 2023年普洱茶市场中，产地仍然是关注的焦点。“云南”地区作为普洱茶的主要产地，一直受到消费者的关注。同时，“冰岛”、“新会”和“勐海”等产地也成为热门的卖点热词，显示出不同产地的茶叶在市场上有一定的影响力。除了产地之外，“古树”和“老树”依然保持一定的比例，同时，私藏、年份及定制等卖点逐渐增加，反映了消费者对于更加个性化、稀缺性的茶叶的追求。



“白茶” 品类

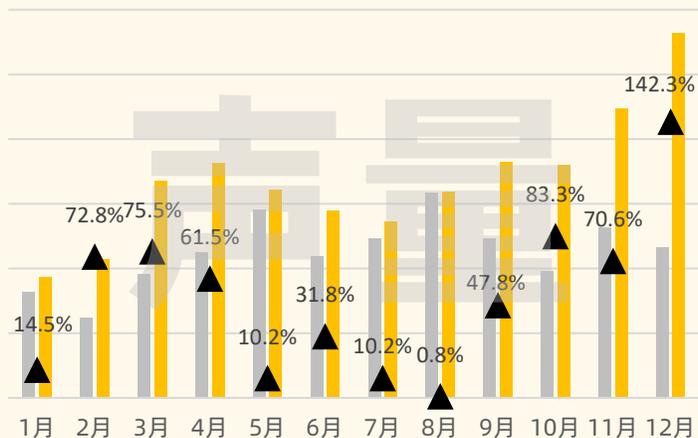
白茶市场发展分析：

2023年白茶风靡抖音电商，热度持续攀升市场潜力逐步释放

2023年，白茶品类在抖音电商平台上整体呈现出较好的市场表现，声量、销量、和搜索量都呈现出正向增长的趋势，尤其在前三个月和年末有明显的高峰；总体而言，2023年白茶市场在抖音电商平台上仍然保持了较高的热度，用户对白茶的关注度明显提高，白茶品类的市场潜力逐渐释放，有望在未来继续保持良好的增长态势。

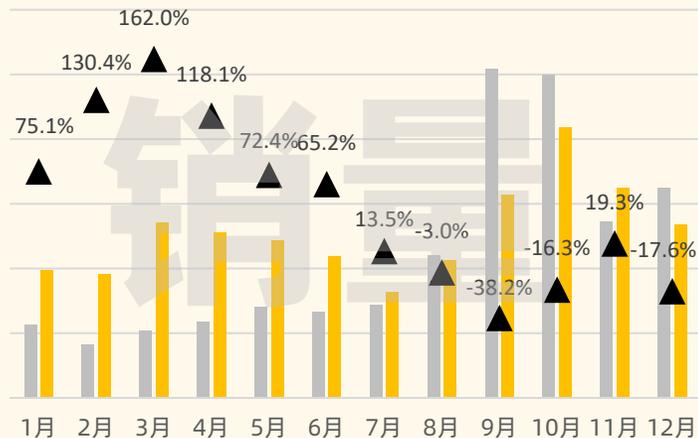
2022年&2023年抖音电商白茶品类声量趋势

■ 2022年 ■ 2023年 ▲ 2023年同比增长 (%)



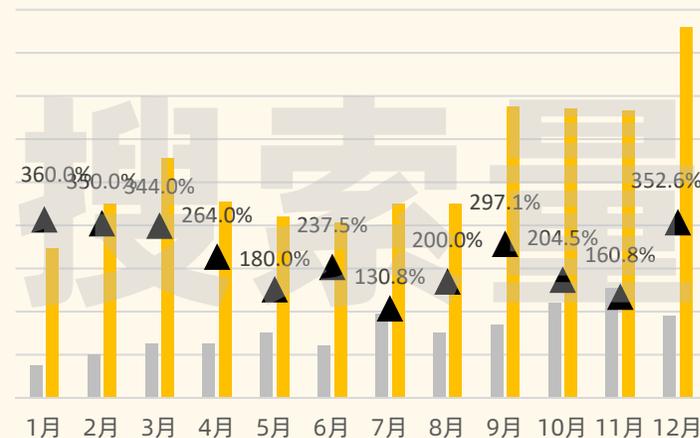
2022年&2023年抖音电商白茶品类销量趋势

■ 2022年 ■ 2023年 ▲ 2023年同比增长 (%)



2022年&2023年抖音电商白茶品类月均搜索量

■ 2022年 ■ 2023年 ▲ 2023年同比增长 (%)

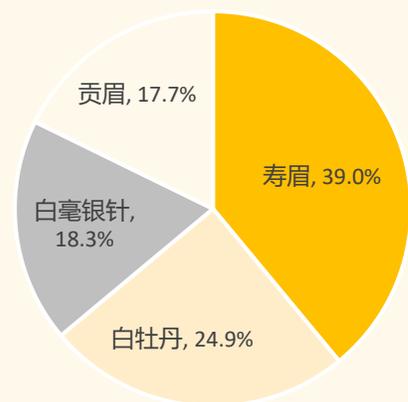


白茶细分品类分析：

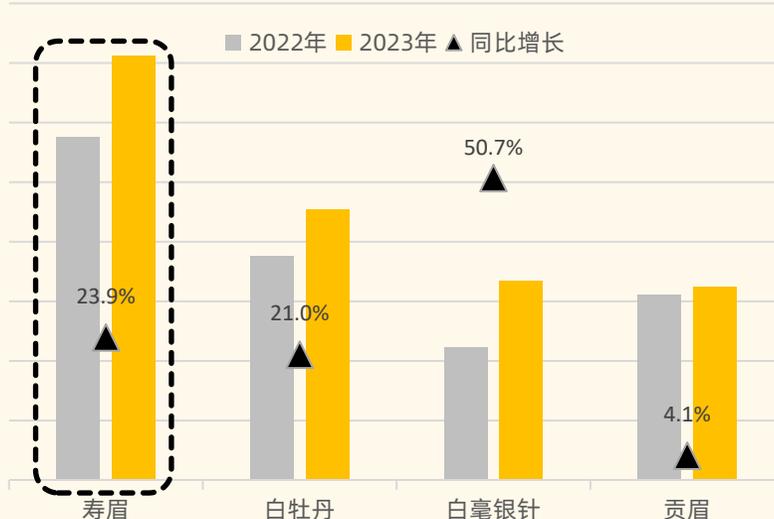
寿眉、白牡丹、白毫银针各展风采，引领消费者白茶新潮流

2023年，抖音电商白茶细分市场中，白毫银针表现尤为抢眼，销售额同比增长50.7%，市场规模和销量均呈现较大幅度增长。寿眉和白牡丹也保持了良好的增长态势，分别增长了23.9%和21.0%。综合来看，寿眉、白牡丹、白毫银针三个品类在销售额和销量上都取得了良好的增长，而贡眉则面临一些挑战。

2023年抖音电商白茶细分品类占比



2022-2023年抖音电商白茶细分品类市场规模



2022-2023年抖音电商白茶细分品类市场销量



*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

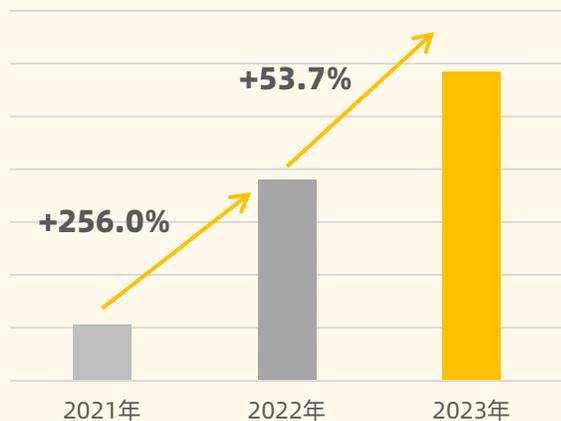
白茶市场竞争分析：

2023竞争愈发激烈，李陌茶异军突起，小提茶崭露头角

2023年，抖音电商白茶市场规模跃升，品牌竞争激烈，前十大品牌的总体份额略有增加，其中李陌茶和郑莲英表现尤为抢眼，分别实现了1891.88%和760.56%的销售同比增长；与此同时，陈生记也取得了显著的成绩，销售额同比增长434.56%；新进入的品牌小提茶也表现亮眼，成为市场中的一匹黑马；整体而言，白茶市场呈现出快速增长的势头，品牌竞争愈发激烈，市场潜力逐渐释放。

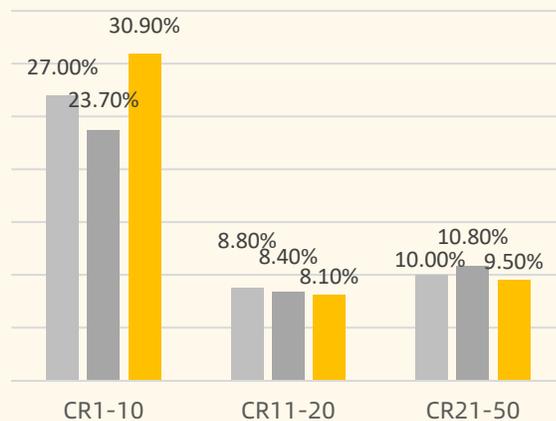
2023年抖音电商白茶市场规模变化

■ 2021年 ■ 2022年 ■ 2023年



2023年抖音电商白茶市场占有率变化

■ 2021年 ■ 2022年 ■ 2023年



2023年白茶TOP10品牌销售额



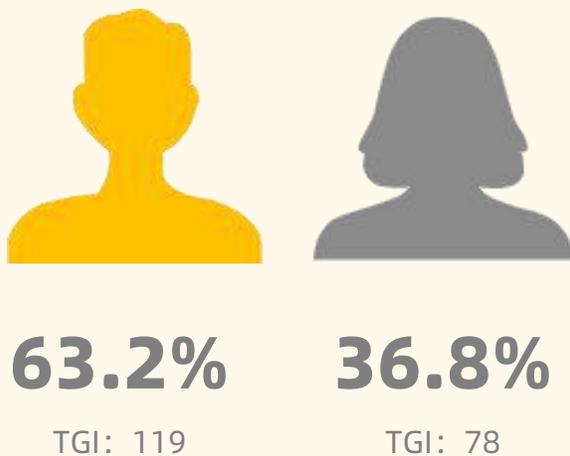
*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

白茶消费人群画像：

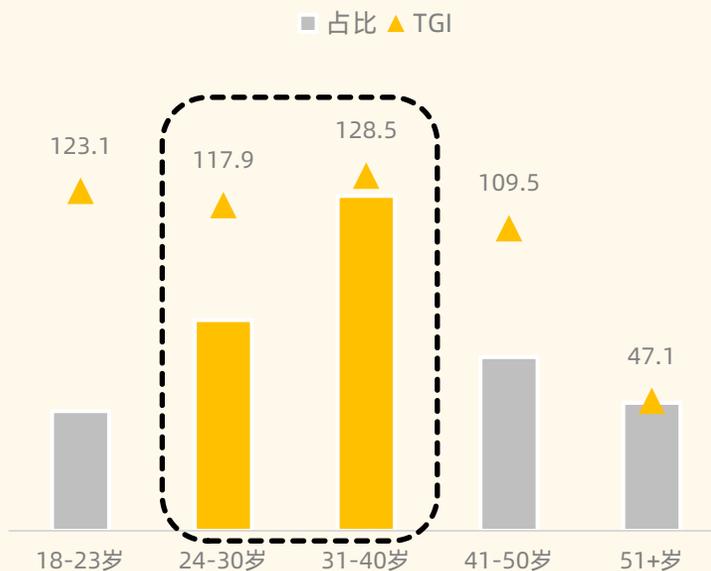
2023年白茶消费主力军为男性、31-40岁、二三线城市

2023年，抖音电商白茶的消费主体以男性为主，占比高达63.2%。在年龄分布方面，24-40岁的年轻群体占据了较大比例，其中31-40岁的群体占34.63%，24-30岁的群体占21.79%；就城市线分布而言，各城市级别的消费占比相对均衡，二三线城市和新一线城市的占比相对较高。

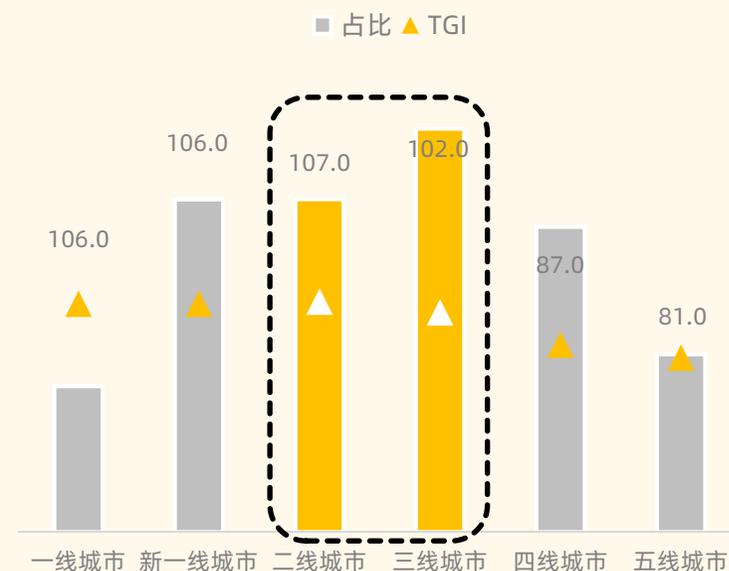
2023年白茶消费群体性别分布



2023年白茶消费群体年龄分布



2023年白茶消费群体城市线分布



*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

白茶人群购买关注：

消费者更注重品质和口感味道，价格、功效等同样受关注

消费者在选购白茶时，品质和口感味道是消费者首要关注的因素；同时，一些消费者可能会关注白茶的功效，因为白茶被认为有一些健康益处，如抗氧化、降压、降血脂等；同样，价格通常是决策的一个重要因素，消费者会比较不同品牌、等级和年份的白茶，并在性价比方面做出选择；以及一些白茶注重陈化，年份越久的茶叶通常更有收藏价值。因此，一些消费者可能会选择购买陈年的白茶。

抖音电商消费者选购白茶时看重的因素



*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

白茶热销商品分析：

白大师、八马、李陌茶等领衔，爆品销售额过千万引爆热潮

2023年，白大师表现抢眼，多款产品销售额过千万，如白大师2019年特级贡眉2018年寿眉散茶陈皮白茶以及白大师福鼎白茶2020年寿眉散茶2020年陈皮寿眉白茶组合茶礼盒装等；八马品牌的2021年福鼎白茶寿眉礼盒、李陌茶品牌的岁月存芳·陈皮寿眉白茶系列及郑莲英的陈皮白茶系列也表现强劲；

2023年抖音电商白茶品类TOP商品（1-10）

商品	销售指数	品牌
白大师2019年特级贡眉2018年寿眉散茶陈皮白茶小方片袋泡茶共452g	22,196	白大师
2017年普洱熟茶/2021年福鼎白茶寿眉鸿运当头八马年货节茶叶礼盒	13,371	八马
李陌茶岁月存芳·陈皮寿眉白茶茶叶【XY】	12,952	李陌茶
2016年正宗高山老白茶日晒白牡丹茶叶八马茶业福建原产好茶+焖壶	11,120	八马
陈皮白茶2017年贡眉·新会陈皮紧压福鼎白茶小方片盒装茶叶香浓	11,111	郑莲英
2016年贡眉新会陈皮福鼎老白茶紧压茶小方片茶叶节日高档礼盒500g	10,633	郑莲英
郑莲英2017年贡眉福鼎白茶小方片福鼎老白茶紧压茶叶节日礼盒送礼	10,089	郑莲英
2015年正宗福鼎白牡丹老白茶+八马特级金骏眉红茶年货茶叶礼盒装	9,266	八马
白大师福鼎白茶2020年寿眉散茶2020年陈皮寿眉白茶组合茶礼盒装	9,070	白大师
李陌茶岁月存芳·陈皮寿眉白茶	8,916	李陌茶



*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

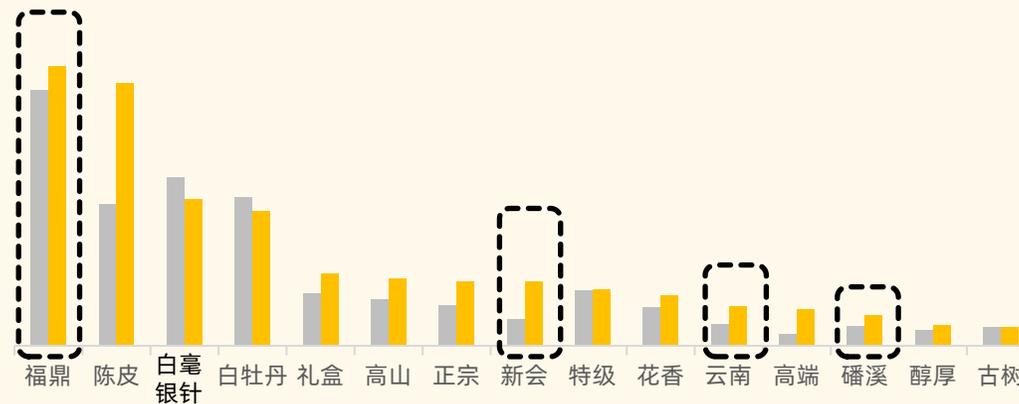
白茶商品卖点趋势：

白茶卖点主要是产地、礼盒等，口感、味道也是热门卖点

2023年，抖音电商白茶商品卖点热词频次分布显示，福鼎、新会、云南、磻溪、冰岛、太姥山等产地相关关键词频次较高，其中福鼎在卖点中频次最高，显示了福鼎白茶的市场占有率和受欢迎程度；同时，消费者对于礼盒、福利和组合装的需求逐渐增加，显示了购买白茶作为礼物或赠品的趋势；一些高级茶叶的附加价值成为卖点，这表明一部分消费者愿意追求更加稀缺和独特的茶叶。



2022-2023年抖音电商白茶TOP1500商品卖点热词频次分布



*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

白茶品类小结

- **市场发展分析：** 2023年白茶市场在抖音电商平台上仍然保持了较高的热度，用户对白茶的关注度明显提高，白茶品类的市场潜力逐渐释放，有望在未来继续保持良好的增长态势。
- **细分品类分析：** 2023年，抖音电商白茶细分市场中，白毫银针表现尤为抢眼，销售额同比增长50.7%，市场规模和销量均呈现较大幅度增长。寿眉和白牡丹也保持了良好的增长态势；综合来看，寿眉、白牡丹、白毫银针三个品类在销售额和销量上都取得良好的增长，而贡眉则面临一些挑战。
- **市场竞争分析：** 2023年，抖音电商白茶市场规模跃升，品牌竞争激烈，前十大品牌的总体份额略有增加，其中李陌茶和郑莲英表现尤为抢眼，新进入的品牌小提茶也表现亮眼，成为市场中的一匹黑马；整体而言，白茶市场呈现出快速增长的势头，品牌竞争愈发激烈，市场潜力逐渐释放。
- **消费人群画像：** 2023年，抖音电商白茶的消费主体以男性为主，占比高达63.2%。在年龄分布方面，24-40岁的年轻群体占据了较大比例，其中31-40岁的群体占34.63%，24-30岁的群体占21.79%；就城市线分布而言，各城市级别相对均衡，二三线城市和新一线城市的占比相对较高。
- **人群购买关注：** 消费者在选购白茶时，品质和口感味道是消费者首要关注的因素；同时，一些消费者可能会关注白茶的功效，因为白茶被认为有一些健康益处，如抗氧化、降压、降血脂等；同样，价格通常是决策的一个重要因素，消费者会比较不同品牌、等级和年份的白茶，并在性价比方面做出选择；以及一些白茶注重陈化，年份越久的茶叶通常更有收藏价值。因此，一些消费者可能会选择购买陈年的白茶。
- **热销商品分析：** 2023年，白大师表现抢眼，多款产品销售额过千万，如白大师2019年特级贡眉2018年寿眉散茶陈皮白茶以及白大师福鼎白茶2020年寿眉散茶2020年陈皮寿眉白茶组合茶礼盒装等；八马品牌的2021年福鼎白茶寿眉礼盒、李陌茶品牌的岁月存芳·陈皮寿眉白茶系列及郑莲英的陈皮白茶系列也表现强劲。
- **商品卖点趋势：** 2023年，抖音电商白茶商品卖点热词频次分布显示，福鼎、新会、云南、磻溪、冰岛、太姥山等产地相关关键词频次较高，其中福鼎在卖点中频次最高，显示了福鼎白茶的市场占有率和受欢迎程度；同时，消费者对于礼盒、福利和组合装的需求逐渐增加，显示了购买白茶作为礼物或赠品的趋势；一些高级茶叶的附加价值成为卖点，这表明一部分消费者愿意追求更加稀缺和独特的茶叶。



“乌龙茶” 品类

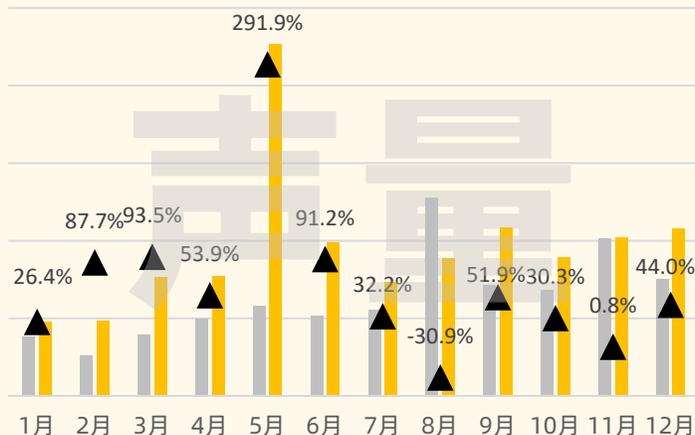
乌龙茶市场发展分析：

2023年消费者对乌龙茶兴趣明显提高，市场潜力逐渐显露

2023年，抖音电商乌龙茶品类呈现出强劲的增长势头；声量、销量、以及搜索量均取得显著进展，尤其在年初和年末，乌龙茶的关注度明显上升，搜索量更是呈现出惊人的增长；整体而言，2023年抖音电商平台上的乌龙茶市场表现出较强的活力和潜力，消费者对于这一品类的关注度和需求都在逐渐上升。

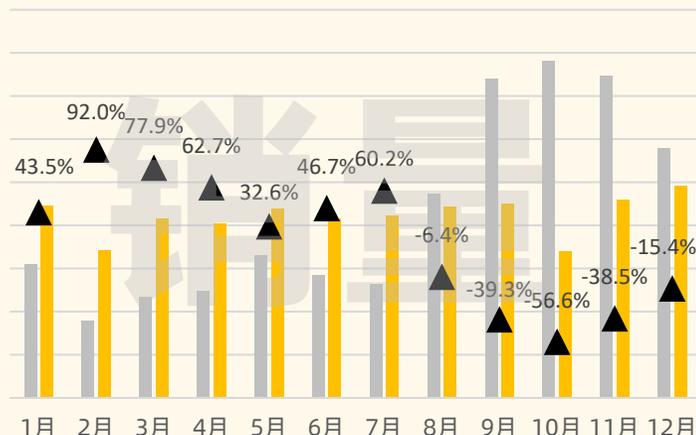
2022年&2023年抖音电商乌龙茶品类声量趋势

■ 2022年 ■ 2023年 ▲ 2023年同比增长 (%)



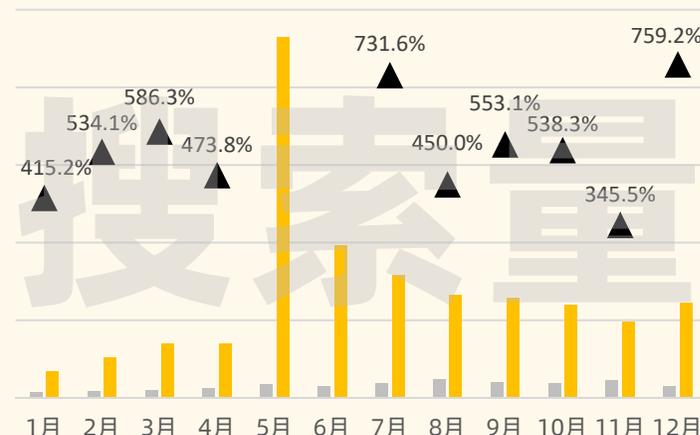
2022年&2023年抖音电商乌龙茶品类销量趋势

■ 2022年 ■ 2023年 ▲ 2023年同比增长 (%)



2022年&2023年抖音电商乌龙茶品类月均搜索量

■ 2022年 ■ 2023年 ▲ 2023年同比增长 (%)



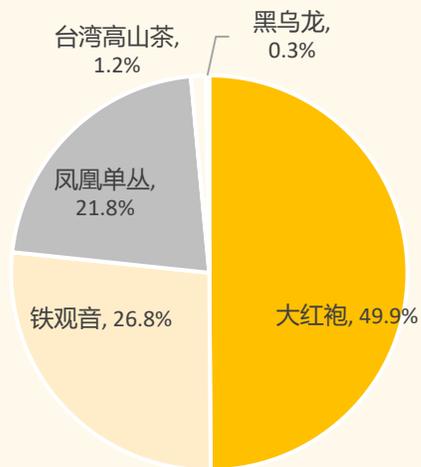
*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

乌龙茶细分品类分析：

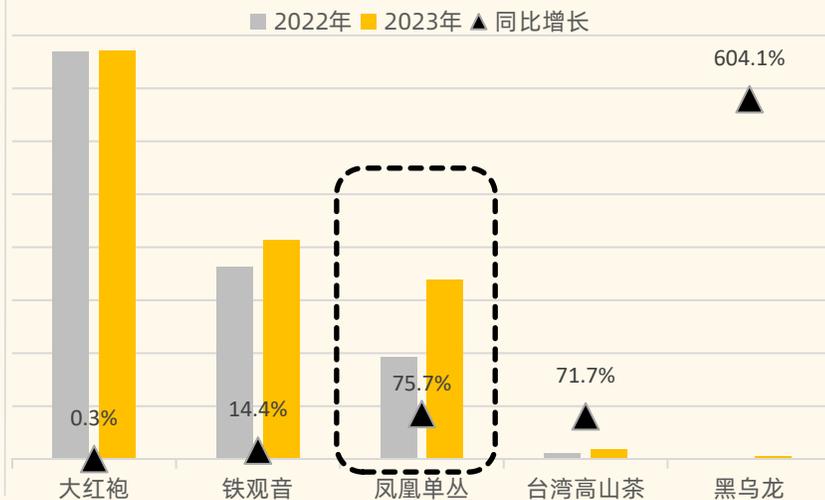
大红袍稳居主力，凤凰单丛崭露头角，多元品类共创增长格局

2023年，在抖音电商细分品类占比中，大红袍依然是销售的主力，占据了近半的市场份额，而铁观音和凤凰单丛也保持了相对较高的占比。其中，凤凰单丛表现出色，销量增长较快，有望未来进一步占据市场份额；尽管台湾高山茶的市场份额相对较小，但同比增速较高，这可能意味着这个品类在市场中有潜力。

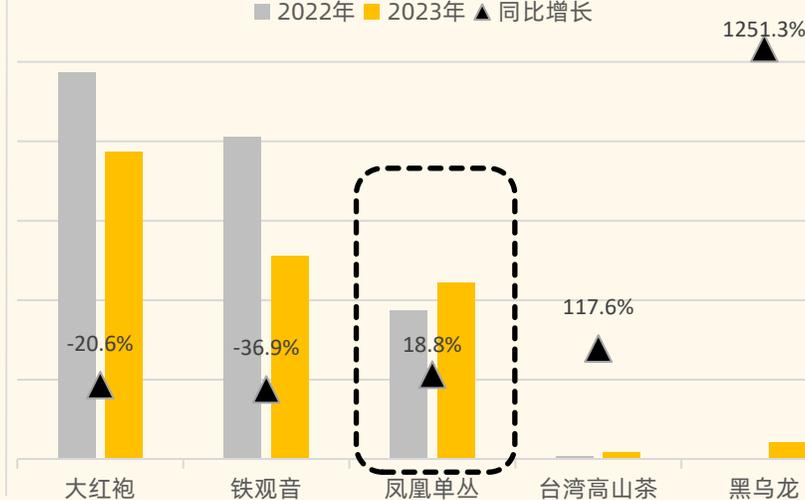
2023年抖音电商乌龙茶细分品类占比



2022-2023年抖音电商乌龙茶细分品类市场规模



2022-2023年抖音电商乌龙茶细分品类市场销量

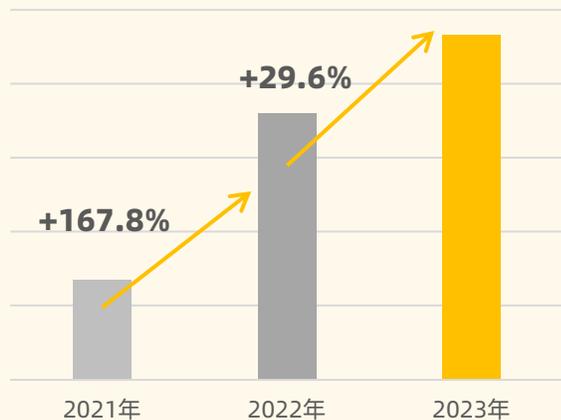


乌龙茶市场竞争分析： 2023年市场蓬勃发展，八马依旧领跑，不乏有新进品牌崛起

2023年，抖音电商乌龙茶市场呈现出持续增长的态势，但市场份额分布发生了显著变化。前十品牌中，八马稳居销售额榜首，新进品牌李陌茶和小提茶崭露头角，销售额增长迅猛，同时，乌龙茶市场中的品牌格局发生变化，珍水留香、仙醇等品牌实现大幅增长，而一些传统品牌面临销售下滑的挑战。

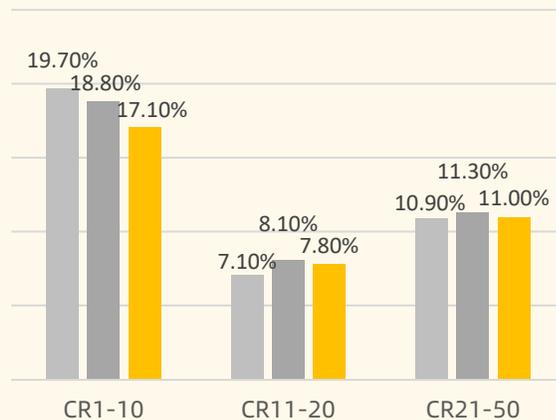
2023年抖音电商乌龙茶 市场规模变化

■ 2021年 ■ 2022年 ■ 2023年

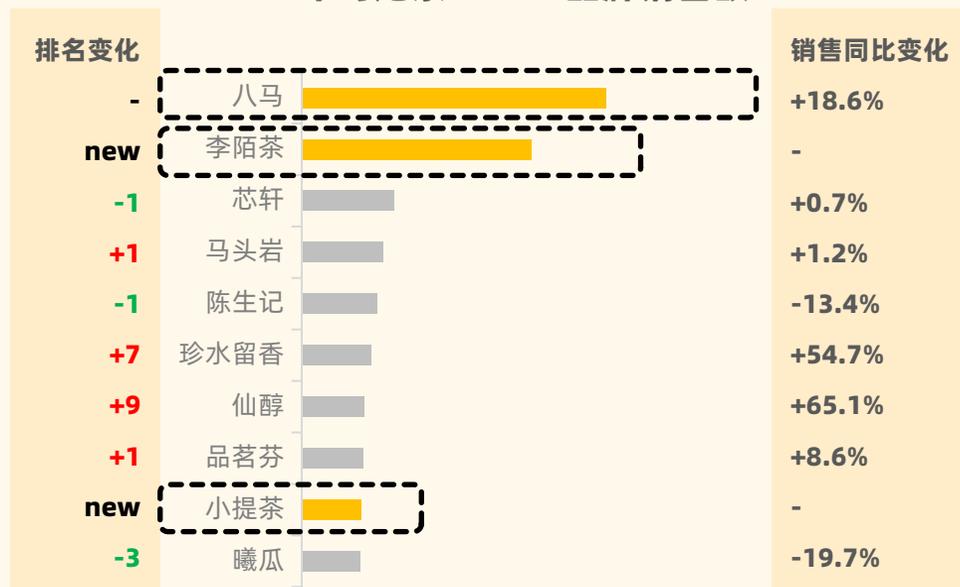


2023年抖音电商乌龙茶 市场占有率变化

■ 2021年 ■ 2022年 ■ 2023年



2023年乌龙茶TOP10品牌销售额

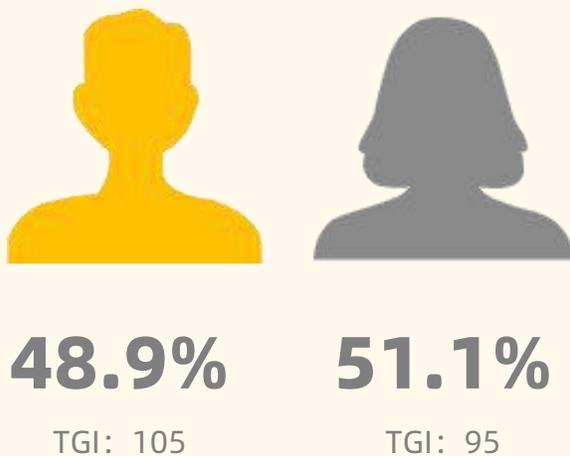


乌龙茶消费人群画像：

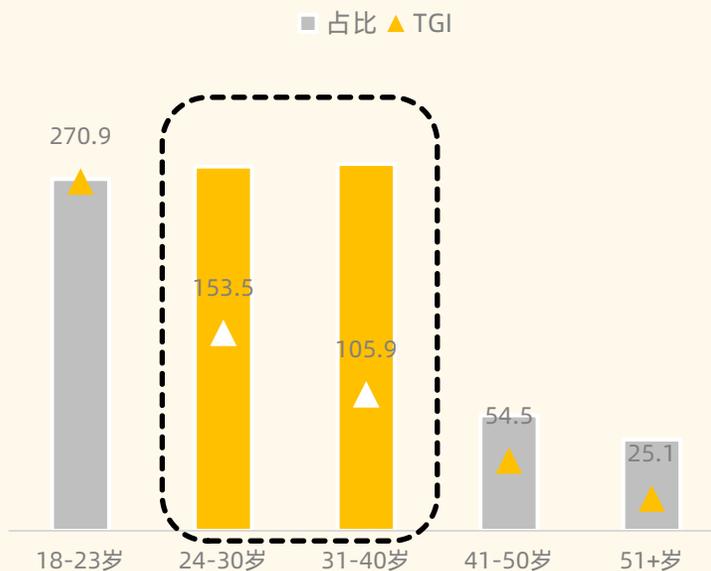
2023年乌龙茶消费主力军为女性、31-40岁、新一线城市

2023年，抖音电商乌龙茶的消费主体以女性为主，占比达51.1%。在年龄分布方面，24-40岁的年轻群体占据了较大比例，其中31-40岁的群体占28.45%，24-30岁的群体占28.25%；就城市线分布而言，各城市级别的消费占比相对均衡，二三线城市和新一线城市的占比相对较高。

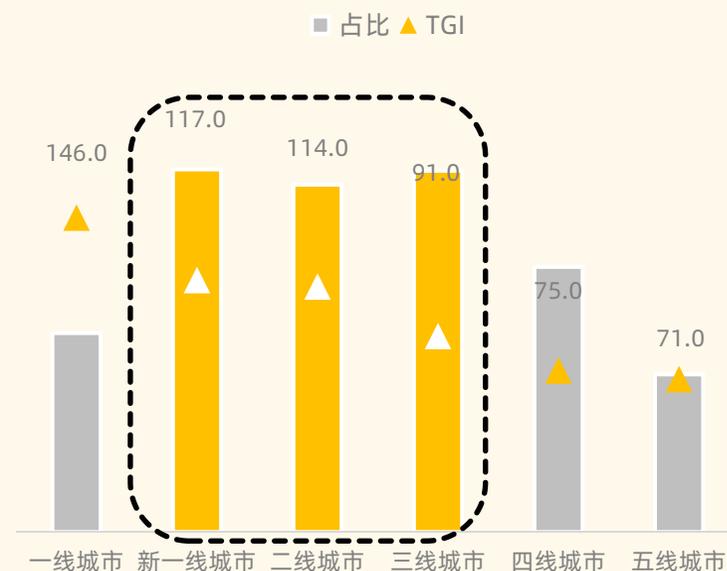
2023年乌龙茶消费群体性别分布



2023年乌龙茶消费群体年龄分布



2023年乌龙茶消费群体城市线分布



*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

乌龙茶热销商品分析：

八马六福临门礼盒热销,蜜桃乌龙受欢迎成为消费者新宠

2023年，抖音电商乌龙茶市场涌现出众多热门商品，八马稳居销售额榜首，其特级金骏眉铁观音肉桂组合六福临门礼盒受欢迎；除了传统品类如大红袍和铁观音，新兴品牌和创新口味的乌龙茶产品逐渐崭露头角；如新兴品牌李陌茶和小提茶推出的蜜桃乌龙茶系列在消费者中引起迅猛关注；品牌如岩上、浓品、芯轩、飘香韵等也在榜单上展现了强大的竞争力。

2023年抖音电商乌龙茶品类TOP商品（1-10）

商品	销售指数	品牌
【年货节礼盒】特级金骏眉铁观音肉桂组合六福临门八马茶叶团购送礼	24,533	八马
【好茶精选】李陌茶蜜桃乌龙 青提乌龙套盒茶叶（一盒60g）	15,900	李陌茶
3【好茶精选】武夷山岩上虎天泽肉桂礼盒 茶界天花板 武夷岩茶 改价链接2	10,285	岩上
茶界天花板 武夷岩茶 改价链接 武夷山大红袍	8,967	-
【官方推荐】大红袍肉桂小种红茶过年送礼茶叶年货礼盒装共8盒4礼袋	8,539	浓品
【推荐】蜜桃乌龙茶（每罐125g）	8,442	李陌茶
官方推荐大红袍肉桂乌龙茶小种红茶新茶铁观音过年送礼茶叶礼盒装	7,311	郡望堂号
爆款推荐 新茶秋茶铁观音茶叶特级兰花香250g/盒*2盒共500克	7,095	芯轩
飘香韵兰花香铁观音特浓香型2023新茶叶安溪乌龙茶散装秋茶共500g	6,517	飘香韵



*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

乌龙茶品类小结

- **市场发展分析：** 2023年，抖音电商乌龙茶品类呈现出强劲的增长势头；声量、销量、以及搜索量均取得显著进展，乌龙茶市场表现出较强的活力和潜力，消费者对于这一品类的关注度和需求都在逐渐上升。
- **细分品类分析：** 2023年，在抖音电商细分品类占比中，大红袍依然是销售的主力，占据了近半的市场份额，而铁观音和凤凰单丛也保持了相对较高的占比。其中，凤凰单丛表现出色，销量增长较快，有望未来进一步占据市场份额；尽管台湾高山茶的市场份额相对较小，但同比增速较高，这可能意味着这个品类在市场中有潜力。
- **市场竞争分析：** 2023年，抖音电商乌龙茶市场蓬勃发展，前十品牌中，八马稳居销售额榜首，新进品牌李陌茶和小提茶崭露头角，销售额增长迅猛，同时，乌龙茶市场中的品牌格局发生变化，珍水留香、仙醇等品牌实现大幅增长，而一些传统品牌面临销售下滑的挑战。
- **消费人群画像：** 2023年，抖音电商乌龙茶的消费群体以女性为主，占比达51.1%。在年龄方面，24-40岁的年轻群体占据了较大比例，其中31-40岁的群体占28.45%，24-30岁的群体占28.25%；就城市线分布而言，各城市级别的消费占比相对均衡，二三线城市和新一线城市的占比相对较高。
- **人群购买关注：** 消费者在选购乌龙茶时，以品质和口感为首要考虑，更倾向于选择品质优良、口感独特的乌龙茶；他们对茶叶的产地有一定的关注，尤其对于一些有名的产地如武夷岩茶、台湾高山茶等；同时，消费者关注价格，同时也对茶叶的性价比有一定的期望，希望在合理价格范围内获取高质量的产品；综合来看，消费者在乌龙茶的选购过程中注重品质、口感、价格、功效等多方面的因素。
- **热销商品分析：** 2023年，抖音电商乌龙茶市场涌现出众多热门商品，八马稳居销售额榜首，其特级金骏眉铁观音肉桂组合六福临门礼盒受欢迎；除了传统品类如大红袍和铁观音，新兴品牌和创新口味的乌龙茶产品逐渐崭露头角；如新兴品牌李陌茶和小提茶推出的蜜桃乌龙茶系列在消费者中引起迅猛关注；品牌如岩上、浓品、芯轩、飘香韵等也在榜单上展现了强大的竞争力。
- **商品卖点趋势：** 2023年，抖音电商白茶商品卖点热词频次分布显示，礼盒、送礼、组合、团购、年货等关键词频次较高；同时，一些如清香、兰花、蜜桃、花香、果香等涉及到口感特征以及一些地理标签如安溪、武夷山、福建等与产地相关的关键词也成为了高频次的卖点；总体而言，2023年乌龙茶商品卖点主要集中在产品的基本特征、礼品属性、口感特征、地域特色以及购物方式等多个方面。

03

茶叶热门品牌案例研究

Brand Research

主营品类分析
带货达人分析

电商销售构成

品牌自播分析

PART-THREE



八马
品牌

2023年**乌龙茶**品牌销售榜**TOP1**

八马茶业主营品类分析：

乌龙茶是销售主力军，铁观音、金骏眉等细分品类表现亮眼



品牌	八马茶业
成立时间	1997年
抖音 入驻时间	2019.08
2023年 销售额	超3亿
销售额同比	+34.6%
销售排行	2023年茶叶品牌销售榜TOP6 2023年乌龙茶品牌销售榜TOP1

2023年八马品牌茶品类销售份额

乌龙茶	白茶	红茶	普洱茶
36.4%	25.6%	23.9%	10.3%

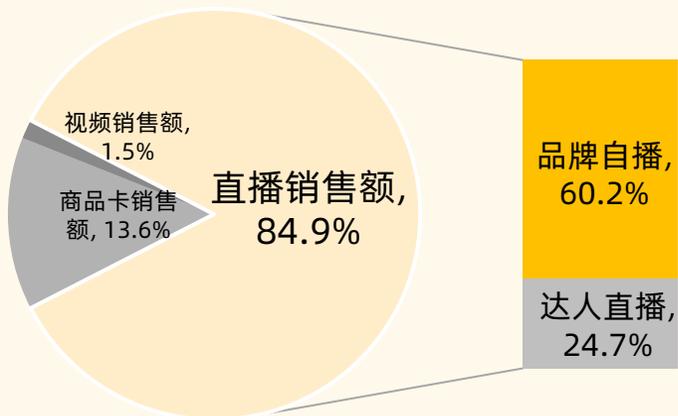
2023年八马品牌细分品类销售份额

铁观音	金骏眉	白牡丹	寿眉
34.9%	21.1%	16.3%	8.3%

八马茶业乌龙茶销售构成： 品牌自播成销售增长主引擎，官方旗舰店号表现亮眼

2023年抖音电商八马茶业品牌
乌龙茶品类销售构成

■ 商品卡销售额 ■ 视频销售额 ■ 品牌自播 ■ 达人直播



2023年抖音电商八马茶业品牌自播号销售

品牌自播号	粉丝数	销售品牌占比
八马茶业官方旗舰店	134.7万	42.2%
八马甄选	39.2万	9.2%
八马官方旗舰店	26.4万	4.6%
八马茶叶旗舰店	8.0万	1.7%
八马直播间	9.4万	1.5%
八马茶叶旗舰店臻选号	2.8万	0.5%
八马红茶	8.0万	0.4%
八马乌龙茶	7.0万	0.1%
八马万山红	1.2万	0.0%



八马茶业官方旗舰店
开设时间：2019/07

场均销售额：23.01万
平均茶品类坑产：2456元
平均在线人数：219人
平均停留时长：1分40秒
每小时PV：8427人次
每观看人次消费：2.36元

八马茶业品牌自播分析： 直播间布局增强吸引力，主播人设突显专业形象

直播间布局



品牌和活动标题
福袋 入会福利
讲解产品
位于C位，
占据2/3
屏
商品信息
奖杯

产品承诺
退换+正品+保价

主播人设



八马茶业品牌在主播的选择上，均为女性，年龄在30-40岁，着装上为中式旗袍，束发不佩戴首饰等，形象端庄大方，类似茶叶店店员，塑造一种较为专业的人设；同时，在行为举止上落落大方，姿势自然得体，语言亲切自然；

八马茶业品牌自播分析：

5分钟循环式直播讲解，福利、优惠、保障等有效促转化

直播话术



礼盒介绍

联名款，礼盒详情、44包、净含量、身份信息、防伪码，有排面

价格优惠

6个礼盒6个礼袋只要699元，一盒只要111元，平常338元/盒

打消顾虑

- 不用担心送不完，都是3月新茶
- 保障正品，假一赔四
- 质量不过关敦煌也不会联名
- 我是官方号，别的直播间都不给卖

促单逼单

现在买现货发，11点开始要做预售了，预售需要5天，一分钟付款有信任奖励

信任奖励

- 送18包同款试喝，视频上没送
- 买到5000元，送茶具

八马茶业品牌自播分析： 精选热门产品主推打爆，多种类多价段排品覆盖多目标人群

选品/排品



主推品

每次主推4-5款主品

每次主推4-5款主品，主推八马岩茶单罐及福鼎白茶系列，价格控制300元以内。采用排列组合测品法，以“福鼎白茶+多种单罐+白瓷茶器礼包装”为中长期主推爆款的货品玩法。

直播间排品

不同价格段

100-200元 200-300元
300-600元 600-1000元

不同热门茶种类组合礼盒

武夷山金骏眉 福鼎白茶
正山小种 普洱茶 肉桂乌龙茶

八马茶业品牌自播分析： 多类型引流短视频发布，优质内容吸睛为品牌直播间引流

短视频引流



茶文化讲解型



剧情演绎型



直播间切片型



福利奉送型

八马茶业品牌自播分析： 品牌布局多个“细分化”账号，通过“矩阵化”放大销售增长

品牌自播号矩阵

八马品牌账号矩阵（共9个）



八马茶业官方旗舰店
粉丝：135.9万
旗舰店账号



八马茶叶旗舰店
粉丝：8.0万
旗舰店账号



八马茶业
粉丝：80.8万
八马茶业股份有限公司



八马甄选
粉丝：39.3万
福建武夷山王信记茶业...



八马官方旗舰店
你可能想找
粉丝：26.6万
旗舰店账号



八马乌龙茶
粉丝：7.1万
旗舰店授权号



八马直播间
粉丝：9.5万
旗舰店授权号



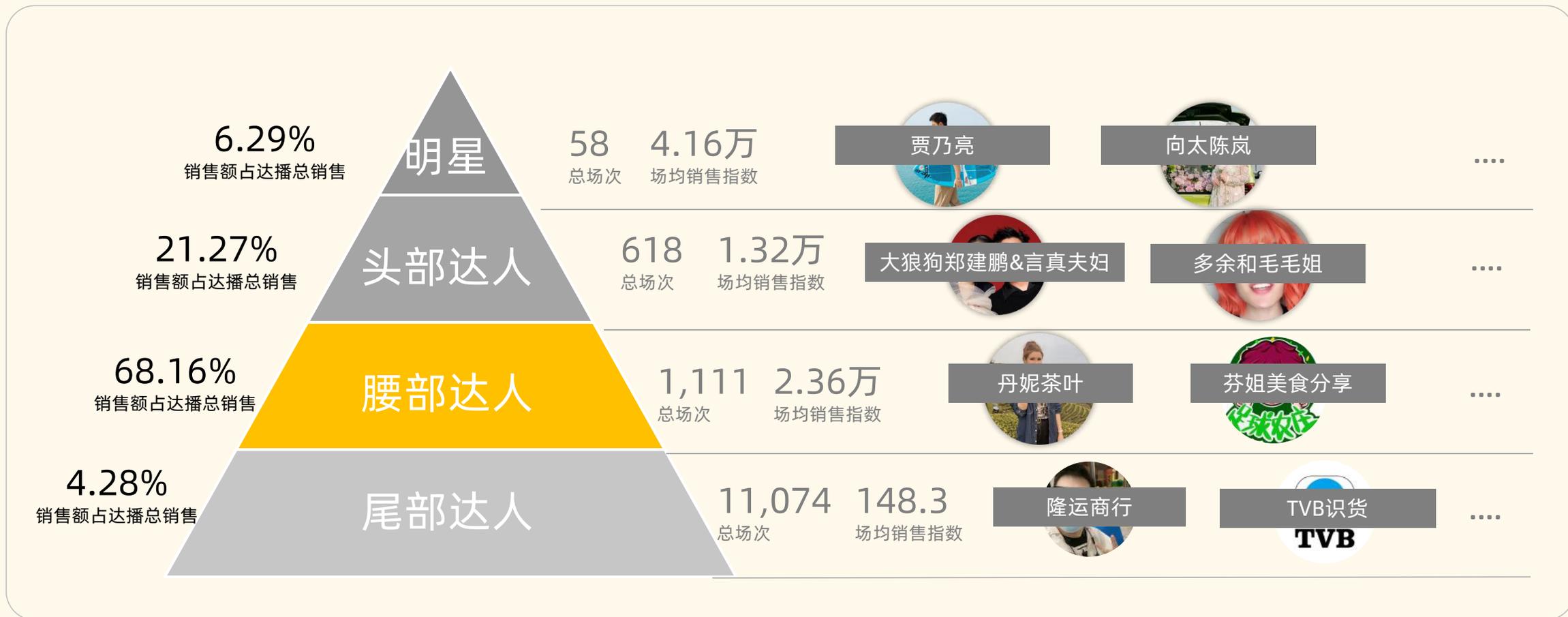
八马红茶
粉丝：8.3万
八马信记号普洱茶官方...

相似的直播间风格布局



八马茶业带货达人分析：

合作明星/头部声量销量双重爆发，高质量腰部提升销售增长



*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

八马茶业带货达人分析： 品牌深度合作交个朋友矩阵号，实现品效销一体化

2023年抖音电商八马茶业品牌达人销售

达人	粉丝数	达人类型	销售指数	作品合作	直播合作	品牌销售占比
交个朋友茶饮茶具	78.5万	腰部	6,028	20	497	3.0%
晚晚的茶话馆	118.6万	腰部	5,785	0	3	2.9%
丹妮茶叶	283.3万	腰部	5,025	0	13	2.5%
交个朋友直播间	2310.7万	头部	2,613	4	168	1.3%
屈屈有好茶小号	32.5万	底部	1,134	0	36	0.6%
贾乃亮	4033.8万	明星	1,025	0	9	0.5%
交个朋友-讲个实话	5.7万	尾部	984	29	0	0.5%
琦儿	688.4万	头部	904	1	11	0.5%
交个朋友精选好物	2.6万	尾部	828	68	0	0.4%
交个朋友-老罗大实话	2.0万	尾部	654	25	0	0.3%



*数据来源：飞瓜数据(feigua.cn)，统计平台：抖音，注：以上数据均经过脱敏及指数化处理，仅供参考

案例小结

- **主营品类分析：** 乌龙茶是销售主力军，铁观音、金骏眉等细分品类表现亮眼；
- **乌龙茶销售构成：** 品牌自播成销售增长主引擎，官方旗舰店号表现亮眼；
- **品牌自播分析：**
 - 直播间布局增强吸引力，主播人设突显专业形象
 - 5分钟循环式直播讲解，福利、优惠、保障等有效促转化
 - 精选热门产品主推打爆，多种类多价段排品覆盖多目标人群
 - 多类型引流短视频发布，优质内容吸睛为品牌直播间引流
 - 品牌布局多个“细分化”账号，通过“矩阵化”放大销售增长
- **带货达人分析：**
 - 合作明星/头部声量销量双重爆发，高质量腰部提升销售增长
 - 品牌深度合作交个朋友矩阵号，实现品效销一体化



果集 定制化洞察报告服务

果集行研以强大的社交媒体全域数据体系为依托，专注于消费品牌的社交媒体营销研究。我们聚焦六大主流社媒平台（抖音、快手、小红书、微博、微信、B站），为品牌提供趋势洞察、竞争分析、用户洞察以及社媒营销策略支持。

定制报告类型

类目趋势报告

类目赛道宏观数据呈现，深入分析细分品类需求与趋势



竞争环境报告

全方位呈现营销走势、内部品牌形象和竞品营销策略



产品认知报告

描绘消费人群特征、系统归纳总结产品对用户心智渗透



用户洞察报告

深度洞察用户需求，分析总结消费意向和偏好



内容分析报告

总结热门内容特点，发掘最新引爆用户兴趣的爆款话题



潜力KOL报告

全面复盘各层级达人直播、视频种草效果



联系我们

微信：



邮箱：Chance.QU@guoji.pro

<http://www.guoji.pro>

果集·行研 Guoji Equity Research Dept

致力于消费品行业营销研究，为品牌提供趋势洞察、竞争分析、以及社媒营销策略支持



免费获取

更多品类品牌分析

冰箱 | 电视 | 洗衣机 | 空调 | 热水器 | 燃气灶 | 油烟机 | 集成灶 | 洗碗机 | 消毒柜 | 空气炸锅 | 破壁机 | 多功能料理锅 | 电火锅 | 净水器 | 豆浆机 | 电蒸锅 | 电饭煲 | 洗地机 | 扫地机器人 | 电风扇 | 除螨仪 | 吸尘器 | 暖风机 | 挂烫机 | 空调扇 | 洗鞋机

海尔、美的、格力、小天鹅、TCL、海信、容声、老板、扬子、康佳、统帅、苏泊尔、九阳、万利达、德国蓝宝、奥克斯、华生、七彩叮当、美菱、荣事达、追觅、添可、科沃斯、海尔、美菱、德尔玛、扬子、美的、石头、UWANT、云鲸

获取更多原创报告

- 【果集·行研】厨房电器社媒电商周报(23年5月第4周)
- 【果集·行研】2023年4月个护小家电行业社媒营销分析报告
- 【果集·行研】2023年4月大家电行业社媒电商分析报告
- 【果集·行研】2023年4月生活电器行业扫地机器人品类社媒电商分析
- 【果集·行研】2022年家电行业社媒电商营销分析报告
- 【果集·行研】2022年Q1-Q3小家电社媒平台行业趋势洞察
- 【果集·行研】2022年Q1-Q3扫地机器人热门品牌社媒电商分析报告
- 【果集·行研】2022.Q1-Q3剃须刀品类爆品“飞科小飞碟”案例解析

.....

果集-社交媒体全链路服务商

果集科技是一家社交媒体全链路服务商，公司致力于将大数据、AI等新技术应用于社交媒体营销和电商领域，以数据和技术驱动品牌增长。通过行业咨询、策略系统、营销执行、运营工具四个方向，为品牌提供社交媒体全链路解决方案。



旗下产品

PRODUCTS OF GUOJI



联系 & 合作

CONTACT & COOPERATION



关注我们

领取24份抖/快/红
数据报告



商务合作

果集销售总监
余新彦



市场合作

果集市场品牌总监
何十三

免责声明：

本内容非原报告内容;报告来源互联网公开数据;

如侵权请联系客服微信，第一时间清理;

报告仅限平台个人学习，如需它用请联系版权方;

如有其他疑问请联系微信。



微信扫码 联系我