

2021年双11 “个护家清” 行业报告

品牌社媒营销分析报告

果集数据



目录

CONTENTS

01

社媒电商大盘

02

直播电商分析

03

品牌案例解析



01

社媒电商大盘

Social media e-commerce market

2021年双11热门品类社媒电商数据一览

Social media e-commerce market

服饰内衣
美妆
珠宝文玩
食品饮料
智能家居
鞋靴箱包
母婴宠物
3C数码家电
个护家清
运动户外
二手闲置
生鲜
钟表配饰
本地生活
图书音像
玩具乐器
农资绿植
虚拟充值
礼品文创

“个护家清”品类双11销售额
366,600W

“个护家清”品类

■ 抖音 ■ 快手

2020/2021年双11“个护家清”品类
销售额占比

	2020年	2021年
抖音	2.51%	2.77%↑
快手	4.11%	3.78%

➤ “个护家清”行业持续加大了社媒电商的投入，特别是抖音平台，使得品类销售额在抖音的占比有所提升；

2021双11个护家清品类社媒电商发展趋势

Social media e-commerce market



2021双11“个护家清”社媒电商（抖音+快手）
热度持续攀升，规模增长快速

- ✓ 抖/快平台的社媒电商的**规模增长**速度较快；
- ✓ 抖/快平台的**品牌数**、**商品数**、**达人数**均呈快速增长趋势；
- ✓ **直播带货**作为社媒电商主流，其热度持续高涨；

110.59%

品牌数环比增长

273.51%

商品数环比增长

194.76%

达人数环比增长

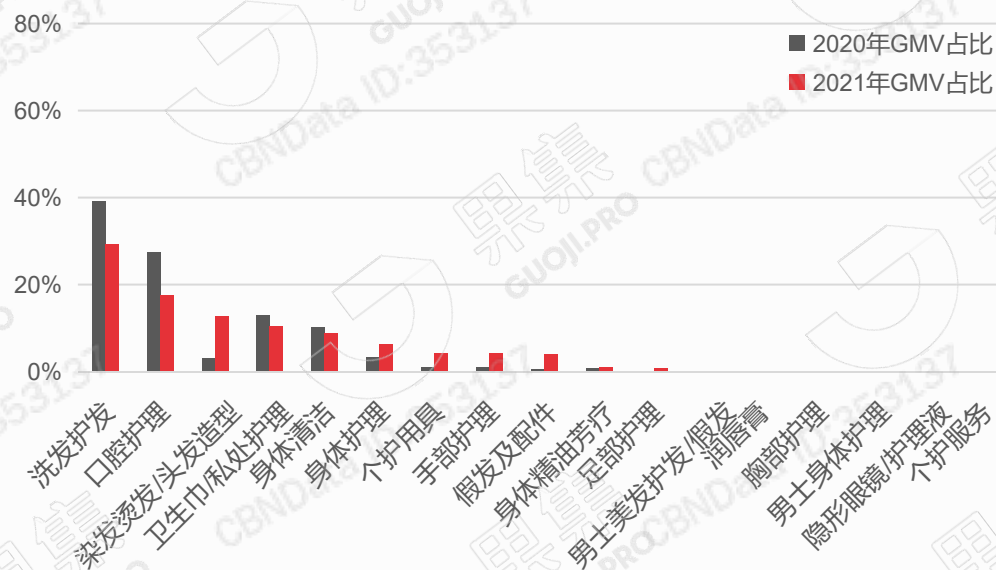
205.03%

直播数环比增长

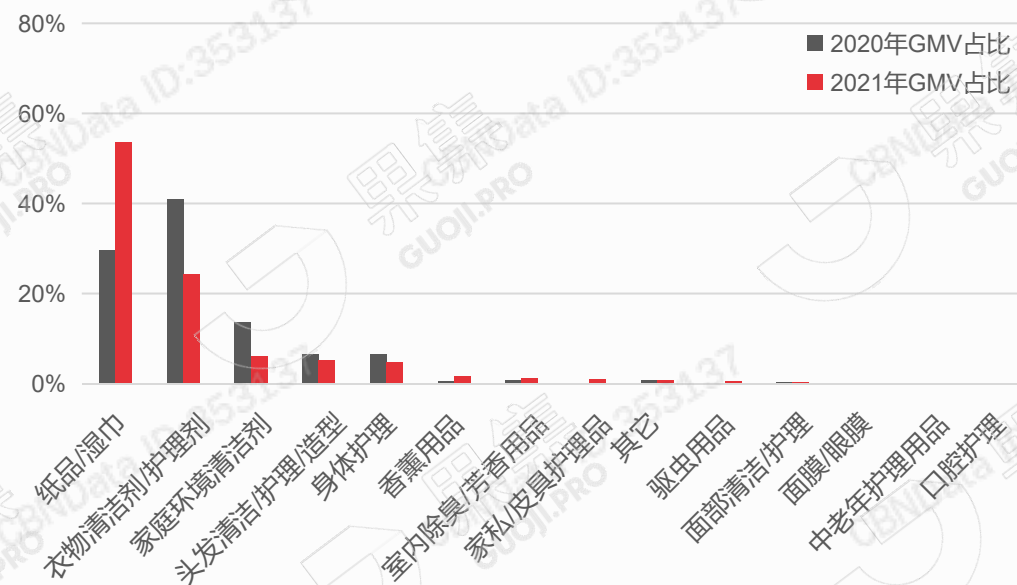
2021年双11个护家清细分品类社媒电商数据

Social media e-commerce market

“个人护理”品类销售额品类占比



“洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰销售分析”品类销售额品类占比

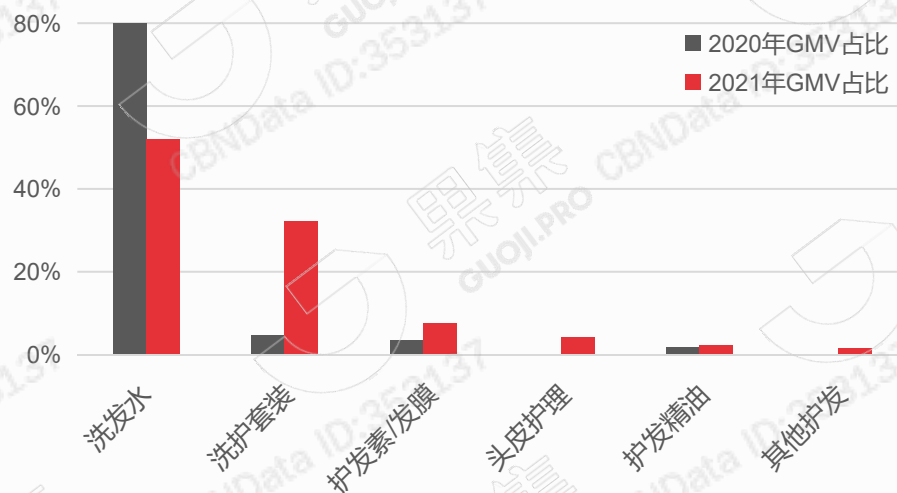


- 在“个人护理”品类中，“洗发护发” & “口腔护理”的市场体量较大，“染发烫发/头发造型”销售品类占比增长幅度最大，涨幅9.64%，假发及配件、个护用具、手表护理、身体护理涨幅皆为3%左右；
- 在“洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰销售分析”品类中，“纸巾/湿巾” & “衣物清洁剂/护理剂”的市场体量较大；2021年仅“纸巾/湿巾”销售品类占比呈现较为明显的增长趋势，涨幅23.93%

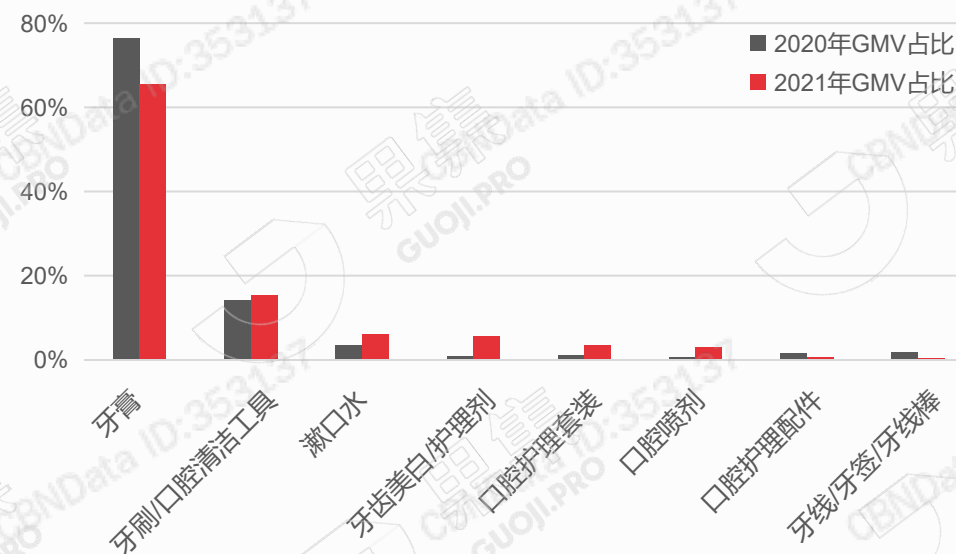
2021年双11 “洗发/护发” & “口腔护理” 品类社媒电商数据

Social media e-commerce market

“洗发/护发”品类销售额品类占比



“口腔护理”品类销售额品类占比

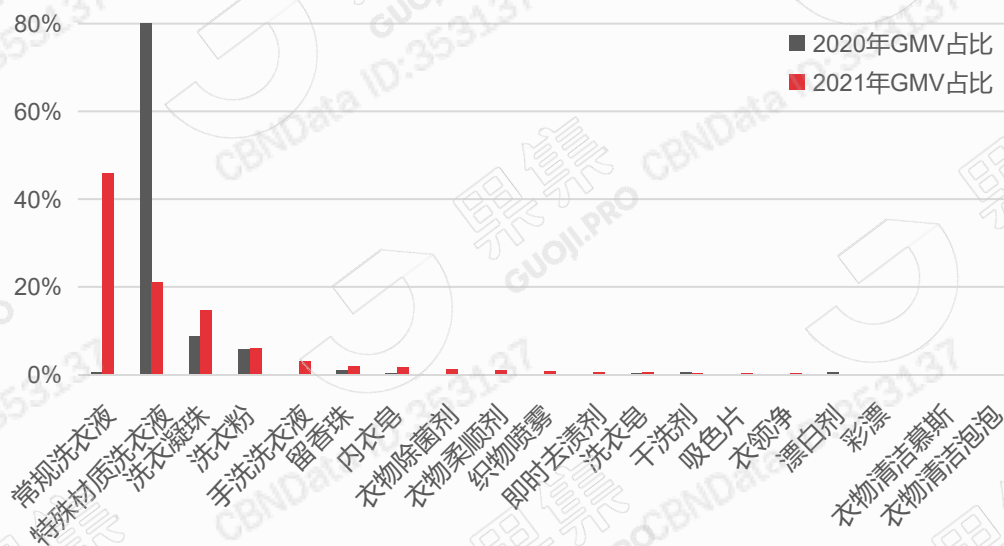


- 在“洗发/护发”品类中，“**洗发水**”的市场体量依旧最大，但其2021年较2020年双11销售品类占比跌幅达37.97%；“**洗护套装**”销售品类占比增长幅度最大，涨幅27.59%，其次是“**头皮护理**”&“**护发素**”，分别涨幅4.33%和4.1%；
- 在“口腔护理”品类中，“**牙膏**”的市场体量依旧最大，但其2021年较2020年双11销售品类占比跌幅达10.94%；“**牙齿美白/护理剂**”销售品类占比增长幅度最大，涨幅4.75%，**漱口水、口腔护理套装、口腔喷雾剂**涨幅皆为2.5%左右；

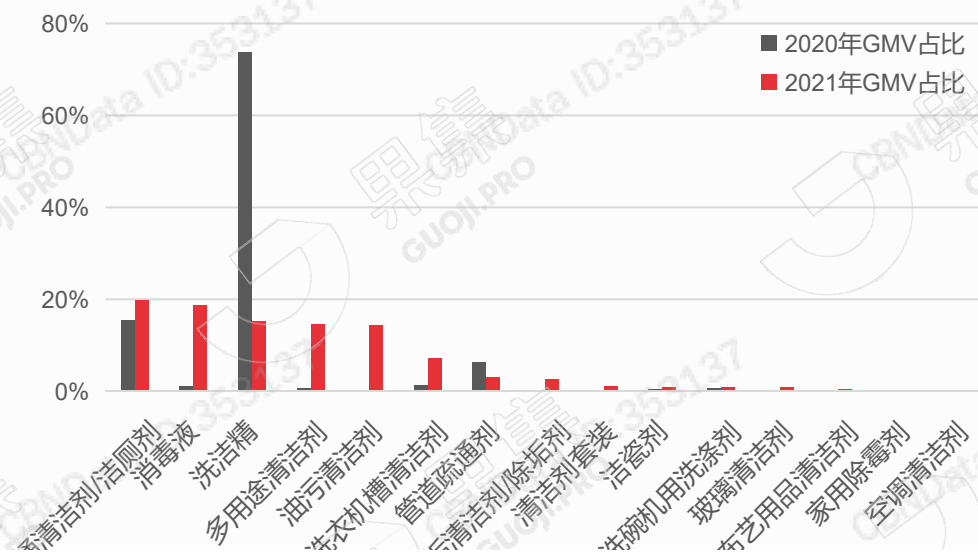
2021年双11“衣物清洁剂/护理剂” & “家庭环境清洁剂”品类社媒电商数据

Social media e-commerce market

“衣物清洁剂/护理剂”品类销售额品类占比



“家庭环境清洁剂”品类销售额品类占比



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_30474

