



Tea Industry
Insight Report
of
Douyin
E-Commerce's
Platform
2022

2022
Tea Industry
Insight Report
of
Douyin
E-Commerce's
Platform
2022

2022

Tea Industry
Insight Report
of
Douyin
E-Commerce's
Platform
2022



都来饮茶馆

抖音电商
美好生活 触手可得

算数
电商研究院



Tea Industry Insight Report of Douyin E-Commerce's Platform 2022



Tea Industry
Insight
Report
of Douyin
E-Commerce's
Platform
2022

行家荐语 Experts Recommendation

过去认为，人到中年才开
始喝茶，但今天的年轻人
已逐渐喜欢上了茶；奶茶
到茶是成长的过程，更是
让传统文化融于每个中国
人的具体细节。

观复博物馆创办人及现任馆长

马未都




前言 Foreword

2020年开始，抖音电商为代表的兴趣电商模式不断走向成熟，内容化场景消费开启高速增长。茶行业在茶文化、茶知识、茶生活三大内容导向的促进下，于内容构成和电商生态两方面日益繁荣。

在抖音电商，新渠道、新消费、新客群、新模式齐聚，茶行业内容供需双双增长，搜索量级持续攀升。在商家、创作者、消费者的高效互动中，七大茶类交易规模增速亮眼，更多年轻群体成为核心客群，商家通过品牌化脱颖而出，产地名茶加速跨区域流转，茶陶一体化成为趋势。

我们希望通过本篇报告，能为茶行业商家、产业带、创作者等主要生态参与者和消费者扼要呈现抖音茶行业的发展情况，提供部分参考的同时，也见证并记录抖音电商在促进我国茶行业蓬勃发展中的跬步。



内容概览

Contents
Overview

01 宏观环境

Macro
environment

全球茶行业市场规模持续扩大,国内茶行业供给稳步增长,需求快速走强,新渠道、新消费、新客群、新模式为茶行业注入全新发展动力。

02 内容概况

Contents
summary

抖音茶行业短视频需求旺盛,春茶季、暑茶季、秋茶季存在较大内容需求窗口,蕴含商业价值;茶行业内容搜索量级显著增长,用户兴趣被有效激发;茶行业达人数量增长迅猛,促进了抖音茶行业相关内容的繁荣与多元化,同时茶文化、茶知识、茶生活成为三大重要短视频内容场景。

03 消费洞察

Consumption
insight

抖音电商茶行业整体交易规模增速亮眼,普洱一骑绝尘;商家入驻快速增长,直播收效显著,动销能力大幅提升;消费者以80后男性为主,中高线城市占比高,地域产销呈正相关;兴趣圈层效应叠加,茶行业消费者广泛的兴趣偏好为增长带来更多可能。

04 趋势前瞻

Prospects
for trends

茶行业有品类、无品牌的局面正在抖音电商逐渐改变;年轻客群已成为抖音电商茶行业的增长极;产地名茶正加速跨区域流转,走近更多消费者;跨品类消费规模持续增长,茶陶一体化成为趋势;“泛商城”覆盖多场景、多入口,助力茶行业商家经营提效。



01 茶行业
宏观环境分析

02 抖音茶行业
内容发展概况

03 抖音电商茶行业
消费洞察

04 抖音电商茶行业
发展趋势前瞻



01 CONTENTS

茶行业 宏观环境分析



The macro-environment analysis
of tea industry

全球茶行业市场规模持续扩大, 步入更快增长期

茶, 是源于中国, 风靡全球的重要饮品。作为全球茶产业链中的重要构成, 中国茶行业也步入了更快的增长期。据Statista的研究, 2020-2025年, 全球茶行业规模将以更快的年复合增速(9.8%)持续扩大, 达到3180亿美元。

9.8%

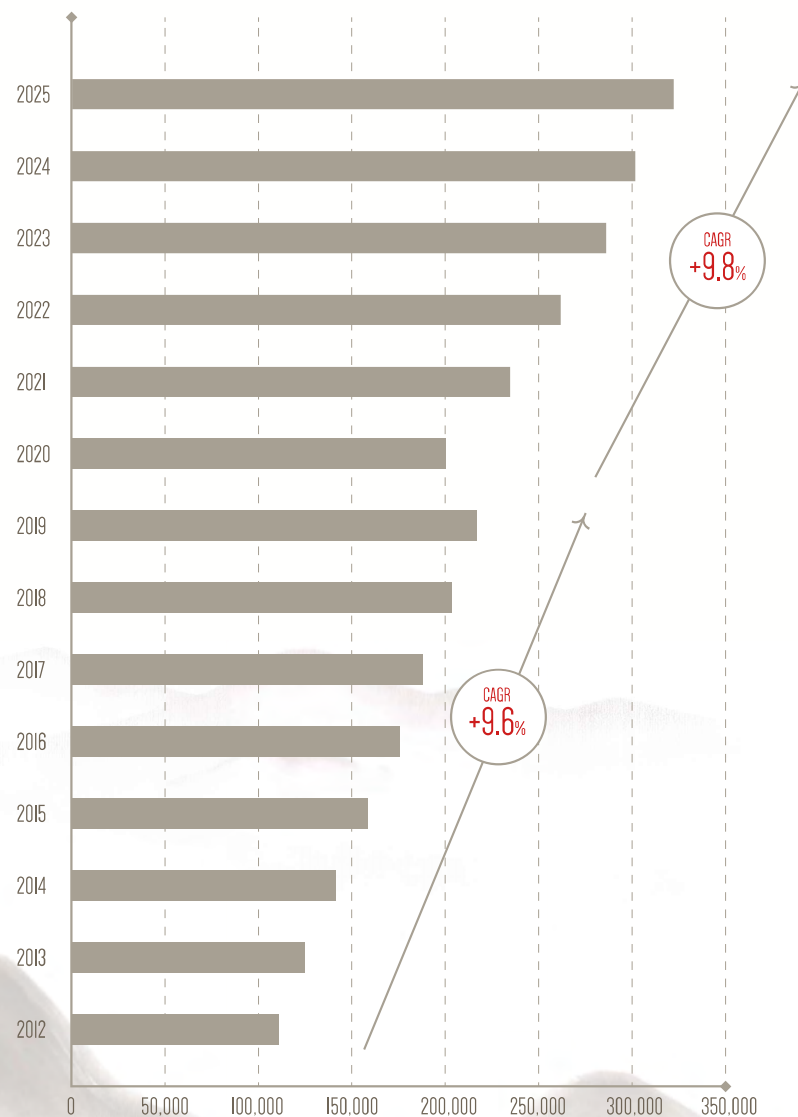
全球茶行业规模
年复合增速
2020-2025年

3180 亿美元

全球茶行业规模
预计到2025年



2012-2025年全球茶行业市场规模及预测



数据说明: 市场规模测算不含瓶装即饮茶饮料; CAGR=年复合增长率
数据来源: Statista, 2021年

单位
百万美元

国内茶行业供给稳步增长 需求快速走强

中国是世界第一产茶大国。据中国茶叶流通协会统计,2017-2021年,全国18个主要茶产地的茶园总面积连年增长,2021年超4896万亩,5年复合增速为3.5%。

另一方面,国内消费者对茶叶的需求也越发强烈,且较供给增速更快。2017-2021年,国内茶叶销量增势明显,2021年全国茶叶内销总量预计将突破230万吨,销售总额有望跃升至3000亿人民币,5年复合增速为6.2%。

4896 万亩 **230** 万吨 **3000** 亿元

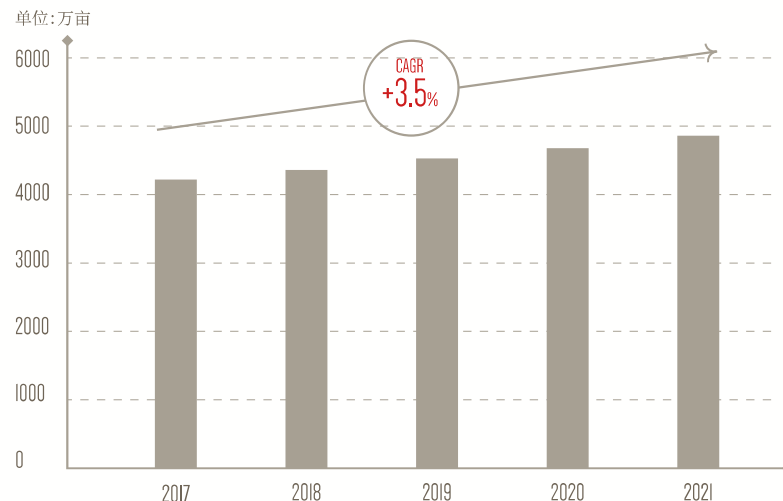
2021年全国主要茶产地
茶园总面积

2021年全国茶叶
内销总量

2021年全国茶叶
销售总额

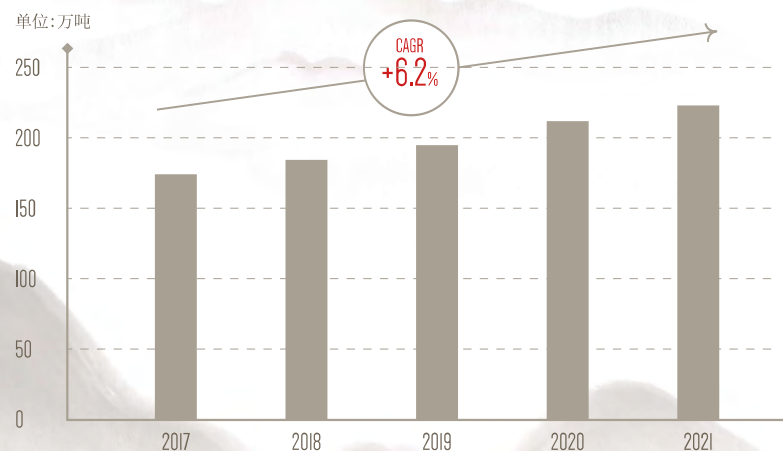


2017-2021年全国主要茶产地茶园总面积



数据说明: CAGR=年复合增长率
数据来源: 中国茶叶流通协会, 2021年

2017-2021年全国茶叶内销总量



数据说明: CAGR=年复合增长率
数据来源: 中国茶叶流通协会, 2021年

全新发展动力 为茶行业注入 新渠道、新消费 新客群、新模式

01 新渠道

New Channel

日益成熟的线上销售渠道大幅提升了茶行业的流通效率。2021年,全国实物商品网上零售额108,042亿元,同比增长12%,占社会消费品零售总额的比重为24.5%。

02 新消费

New Consumption

我国国民收入和消费快速增长,国民消费进入第三次结构升级,品质型消费、享受型消费相关品类获得增长空间。随着传统文化受到更多推崇,健康观念深入人心,生活方式渐趋多元,更多消费群体将成为茶叶拥趸。

03 新客群

New Customer

90后、Z世代为代表的年轻客群开始加入茶消费大军,据中国茶叶流通协会分析,中国茶行业消费群体呈现出年轻化趋势。同时,以新式茶饮为代表的茶制成品在年轻群体中广受青睐,也会增强年轻群体对茶叶消费的热情。

04 新模式

New Pattern

DTC¹等全新的经营模式和以抖音电商为代表的兴趣电商开始兴起,带来商家经营理念、模式和业态选择上的新变化。另一方面,新式茶饮等细分行业为茶行业商家和品牌的创新带来更多可能,仅2021年上半年,新式茶饮披露的融资额已超50亿元人民币。

数据来源:国家统计局,IT橘子,中国茶叶流通协会;抖音电商&算数电商研究院整理

1. DTC即直达消费者,是指缩减中间渠道,以消费者需求为导向,采用创新营销手段的经营模式。

02 CONTENTS

抖音茶行业 内容发展概况

The overview of Douyin
tea industry's content development



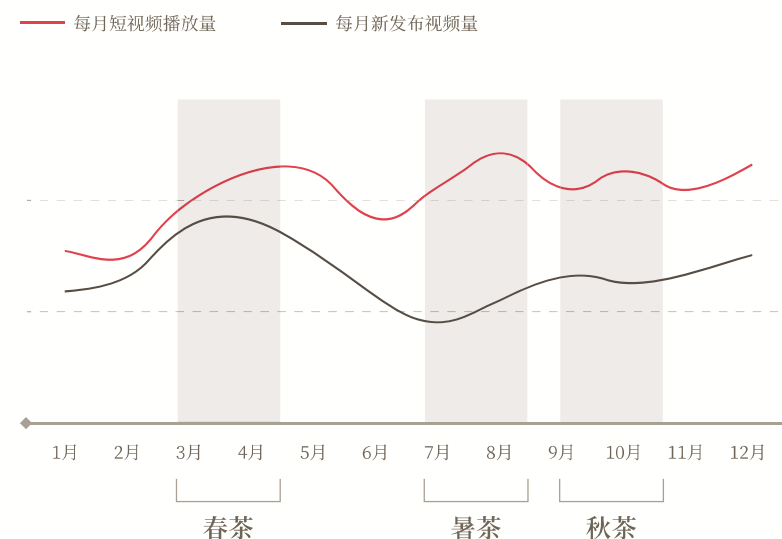
人们热衷在抖音创作并获取茶行业内容,应季需求值得重视

随着茶行业发展渐趋繁荣,越来越多的茶行业内容在抖音被分享和观看。2021年,抖音茶行业相关短视频播放量超千亿量级;二季度起,短视频发布量和播放量均有显著增长,内容生态日益繁荣。

此外,春茶季(3月-4月中旬)、暑茶季(7月-8月中旬)和秋茶季(9月-10月中旬)三大茶季期间的内容需求量级明显高于其他月份,而内容供给则有一定的提升空间。三大应季需求窗口期蕴含的商业价值值得茶行业商家和创作者重视。



2021年抖音茶行业短视频供需走势



34% 短视频播放量
4-12月同比增幅

60% 短视频发布量
4-12月同比增幅

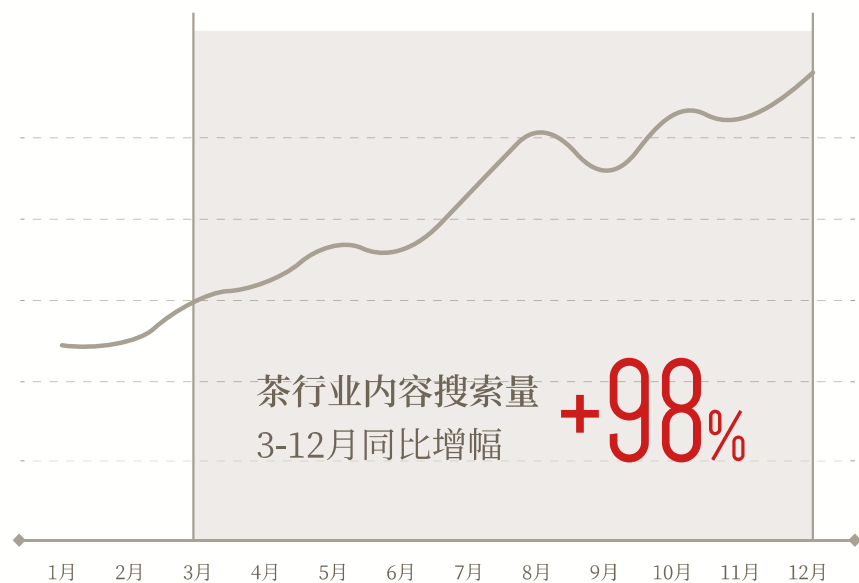
数据说明:图中数据经过标准化处理,仅反映趋势
数据来源:抖音电商&算数电商研究院,2021年1-12月

茶行业内容搜索量级显著增长, 用户兴趣被有效激发

抖音用户主动获取茶行业相关信息的意愿正不断加深。在5A模型¹中,搜索意味着用户兴趣的有效激发,并开始形成内容消费习惯。2021年3-12月,抖音茶行业内容搜索量同比增幅达98%,增长显著。

从具体构成上看,搜索热词不仅包括茶叶本身,还包括与茶文化、茶知识、茶生活有关的各类关键词,对茶具、茶器也表现出了较高的关注度。

2021年抖音茶行业用户搜索趋势



数据来源:抖音电商&算数电商研究院, 2021年1-12月

2021年抖音茶行业搜索热词



数据说明:基于茶相关关键词搜索量TOP200筛选

数据来源:抖音电商&算数电商研究院,2021年

1. 菲利普·科特勒在《营销革命4.0》中提出的概念,分别对应Aware(了解)、Appeal(吸引)、Ask(问询)、Act(行动)、Advocate(拥护),该模型可反映内容对消费者的影响深度。

抖音茶行业创作者快速增长, 持续促进内容繁荣

2021年3-12月, 抖音茶行业达人数量同比增长超130%。他们或科普茶知识、或讲述茶故事、或传播茶文化、或分享茶生活, 场景从茶馆、茶室到茶园、茶山, 促进了抖音茶行业相关内容的繁荣与多元化。

130% 茶行业达人数量3-12月同比增幅



数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2021年3-12月

抖音茶行业典型创作者及内容示例



@小姐姐评茶

粉丝量:8.5w 点赞量:16.6w

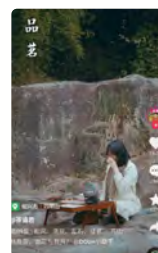
评茶技师, 茶叶收藏家, 有着东方崛起的茶梦, 探索茶更多可能性, 以科学理性且严谨的态度评茶鉴茶



@跃哥说普洱

粉丝量:9.2w 点赞量:21.9w

《澜沧江流域普洱茶分布示意图》著作权人, 自称“一个喜欢喝茶, 跑茶山的老头”



@茶诵君

粉丝量:35.4w 点赞量:127.9w

探索茶与生活的N种趣式, 日日有茶, 时时添趣, 打造原创茶器、甄选好茶良器



@茶圈大魔王

粉丝量:47.1w 点赞量:245.6w

用科学知识介绍茶叶, 做老百姓喝得起的好茶, 让伪砖家、大忽悠无处遁形



@是田茶叶

粉丝量:42.4w 点赞量:69.3w

不忘初心 坚持品质 国家二级茶艺技师, 国家二级评茶技师, 国家高级制茶师



@茶姐Molly

粉丝量:38.6w 点赞量:192.8w

用生命感受喝茶的乐趣, 分享探索和习茶的过程中的快乐, 在喝茶中修生活之道



@懂茶帝

粉丝量:113.1w 点赞量:358.1w

武大新闻学硕士、深耕茶行业6年, 客观中立地传播茶知识



国学、非遗、匠人，茶文化 获得用户推崇

作为传统文化的重要组成，茶与国学、非物质文化遗产、匠人精神的碰撞与结合也为抖音茶行业内容增加了一抹深邃的色彩，并得到用户的推崇。2021年4-12月，茶文化相关短视频播放量同比增幅达94%，#茶文化 话题内容播放量达29亿。

94 %

茶文化相关短视频
4-12月播放量同比增幅

29 亿

#茶文化
累计话题内容播放量



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年

抖音茶文化优质内容示例



2022年，抖音电商推出“与大师同行”活动，携手国家级非遗传承人等不同行业的手艺人，共同保护传承传统技艺。其中3月邀请中国制茶大师陈亚忠，在“老茶人”账号通过短视频和直播，展示工匠精神和制茶工艺。



茶×传统文化×大师

@马未都

粉丝量:781.2w 点赞量:6.0w

观复博物馆创办人及现任馆长



茶×非遗×大师

@老茶人

粉丝量:11.1w 点赞量:19.1w

中国制茶大师、普洱茶传承工艺大师陈亚中



茶×历史

@茶道研习社

粉丝量:14.5w 点赞量:1.6w

一分钟带你快速了解中国茶发展史



茶×匠人精神

@自在茶叶

粉丝量:6.5w 点赞量:1.4w

馆藏年近七旬茶叶，一生专注做茶

数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年

辨茶、制茶、泡茶、品茶, 茶知识广受用户喜爱

抖音日益繁荣的茶行业内容生态吸引越来越多的种茶人、采茶人、卖茶人、学者、收藏家纷纷入驻, 布道辨茶、制茶、泡茶、品茶相关的茶知识, 广受用户喜爱。2021年4-12月, 茶知识相关短视频播放量同比增幅达32%, #茶知识 话题内容播放量超34亿。

32 %

茶知识相关短视频
4-12月播放量同比增幅

34 亿

#茶知识
累计话题内容播放量



数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2021年

抖音茶知识优质内容示例



数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2021年

茶礼、茶器、茶艺, 茶生活成为重要的茶行业内容构成

无论是休闲时刻为自己和家人煮沸的一壶茶, 走亲访友时展现的茶礼仪, 还是招待贵客时用到的茶器、茶艺, 越来越多生活中的茶在抖音被分享和被看到。2021年4-12月, 茶生活相关短视频播放量同比增幅达124%, #茶生活 话题内容播放量达147亿。

124%

茶生活相关短视频
4-12月播放量同比增幅

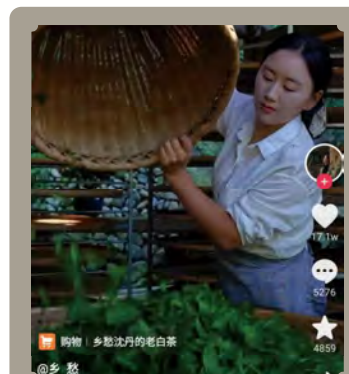
147 亿

#茶生活
累计话题内容播放量



数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2021年

抖音茶生活优质内容示例



乡村生活

@乡 愁

粉丝量: 1980w 点赞量: 17.1w

用微小的镜头记录乡村的真实生活



茶礼仪

@贝叶集严选好茶

粉丝量: 43.4w 点赞量: 87.6w

走亲访友必备得体的茶礼仪



茶器

@紫砂小陈

粉丝量: 48.2w 点赞量: 56.2w

在烧制茶具时讲述人生道理



茶艺

@王者观茶

粉丝量: 83.9w 点赞量: 73.2w

展现适用于任何场景的泡茶手法

数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2021年

03 CONTENTS

抖音电商 茶行业消费洞察

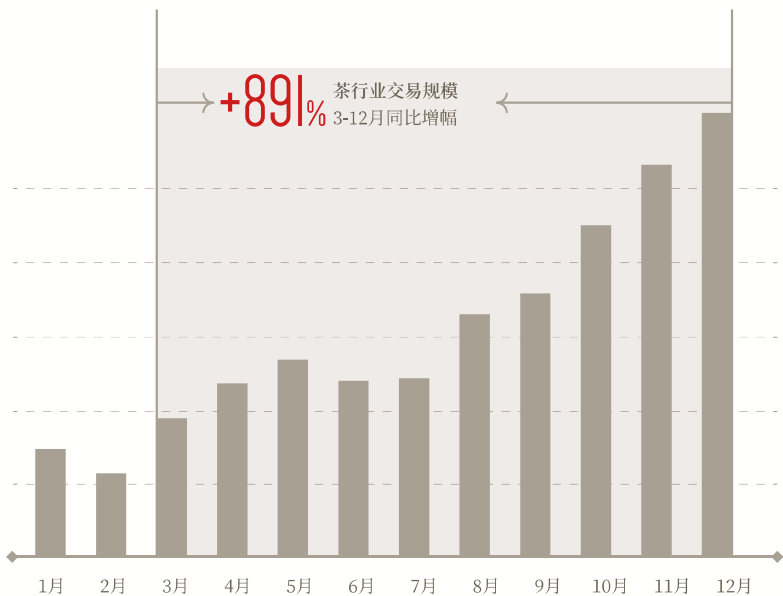
Douyin E-Commerce's Platform
tea industry consumption insight



抖音电商茶行业整体交易规模增速亮眼, 普洱一骑绝尘

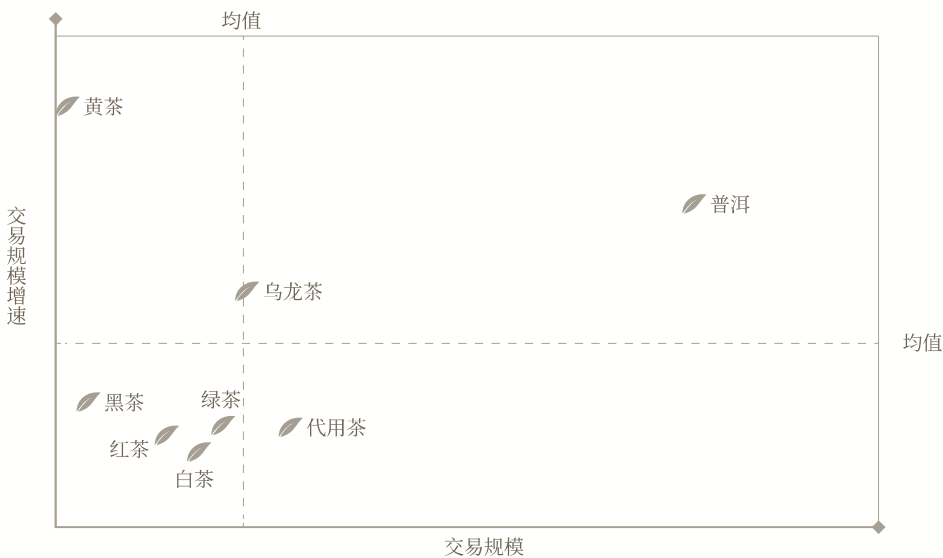
2021年抖音电商茶行业整体交易规模大幅增长, 3-12月交易规模同比增幅达891%。在抖音电商茶行业二级类目中, 普洱交易规模及增速双双领跑, 黄茶、乌龙茶增速亮眼, 其余品类稳定增长。

2021年抖音电商茶行业交易规模



数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2021年1-12月

2021年抖音电商茶行业二级类目增长情况



数据说明: 代用茶包括代用、花草、水果、再加工茶; 横纵轴分别为交易规模及交易规模增速。
数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2021年

爆款茶商品多来自知名品牌 及优质产区

2021年抖音电商茶行业爆款商品示例

爆款普洱



帝泊洱
即溶普洱茶珍



宜美
宫廷普洱班章金芽



中茶
印级五年普洱生茶



新益号
生茶倚邦古树普洱茶



陈一元
小青柑

爆款红茶



八马茶业
金骏眉红茶



福鼎白茶
金骏眉红茶茶礼



元正
正山小种



茗祖
正山小种



今曦茶业
高山蜜香金骏眉

爆款绿茶



裕茗丰
雀舌绿茶



是田
手工碧螺春



名理
安吉白茶



永军
黄山毛峰



茶里茶外
黄金芽

爆款乌龙茶



孝文家茶
大红袍



文茗茶行
凤凰单枞鸭屎香



八马茶业
武夷山金骏眉正山小种
铁观音金马罐系列组合



瑞泉
功夫岩肉桂



茶屈天
天香雪梨

爆款白茶



福鼎白茶
白牡丹散茶



兄妹匠人
陈皮白茶



白大师
寿眉小方片茶



八马茶业
白茶饼



陈一元
陈年白毫银针

爆款代用茶



聚广德
红糖姜枣茶



缘来花开
菊花枸杞茶



中闽飘香
冻干柠檬片



陈一元
新会陈皮



天子念
特级富硒藤茶

数据说明: 仅选取部分典型商品作为展示, 非全量, 不涉及排名
数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2021年

商家入驻快速增长, 直播收效显著 动销能力大幅提升

2021年, 抖音电商茶行业商家数量同比增长103%, 直播看播人次更是实现了585%的同比增长, 进一步丰富抖音茶内容生态的同时, 动销能力大幅提升。

2021年抖音电商茶商家直播表现

103%

抖音电商茶行业商家数量
2021年同比增幅

88%

抖音电商茶行业商家直播场次
2021年同比增幅

135%

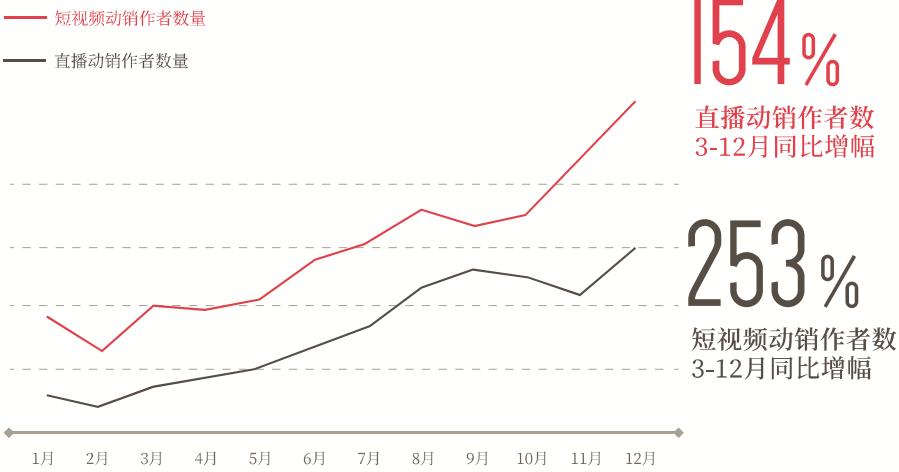
抖音电商茶行业商家直播时长
2021年同比增幅

585%

抖音电商茶行业商家直播看播人次
2021年同比增幅

数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2020年-2021年

2021年抖音电商茶行业动销作者数量走势



数据说明: 动销作者数包括抖音电商茶行业商家及达人(万粉以上创作者)
数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2021年1-12月

重视场景、高辨识度、高品质的商家 更容易提高消费者粘性



@中茶官方旗舰店

粉丝量 38.6w

亮点茶类:普洱茶

直播间亮点:中国茶叶官方自营店
铺坚持每日自播,精美礼盒+品质茶叶带给你高端体验



@名理安吉白茶

粉丝量 35.08w

亮点茶类:安吉白茶

直播间亮点:安吉白茶核心产区,家族传承茶园,特色场景直播带货,辨识度高

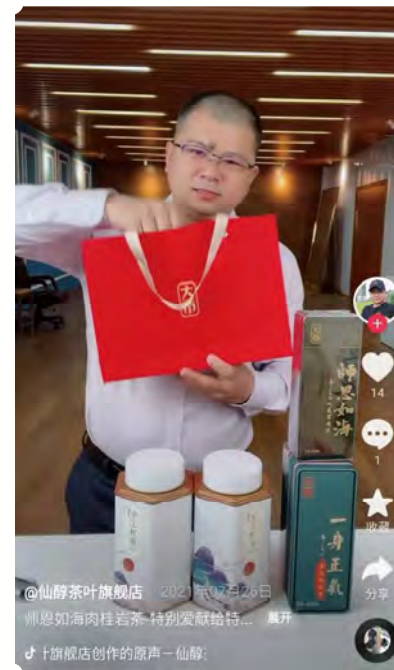


@北路银针

粉丝数:3.26w

亮点茶类:白茶

直播间亮点:品牌人格化,双主播形象深入人心,直播间讲述茶知识的同时打造高销量



@仙醇茶叶旗舰店

粉丝数:23.9w

亮点茶类:铁观音

直播间亮点:主播设立高情怀强人设,粉丝粘性较高,内容强输出,品牌复购率较高

数据说明:动销作者数包括抖音电商茶行业商家及达人(万粉以上创作者)

数据来源:抖音电商&算数电商研究院,2021年1-12月

重视体验、高性价比、个人魅力强的达人更容易受到消费者追捧



@亿茶小叶茶

粉丝量 54.3w

直播间亮点:全国原产地收茶,直播收茶农一手货源,所卖茶叶全部支持免费试喝



@丹妮茶叶

粉丝数:89.9w

直播间亮点:新茶上市,茶叶市场现场收茶,只做源头高品质茶叶!



@凯文遇上茶

粉丝数:23.9w

直播间亮点:集选茶、砍价、找茶、收茶为一体,批发各大品牌普洱茶、散装茶、礼品茶



@银壶大魔王

粉丝量 4.85w

直播间亮点:用户兴趣场景交叉带货,选用陶瓷、茶叶头部达人(小茶婆婆)进行联合专场直播

数据说明:仅选取部分单场直播交易额较高的优质商家&达人作为展示,不涉及排名

数据来源:抖音电商&算数电商研究院,2022年1-3月

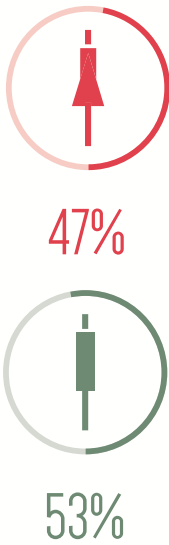
消费者以80后男性为主, 中高线城市占比高, 粤江浙分布集中

从人口属性上看, 男性是抖音电商茶行业消费者的主力军, 31-40岁的80后消费者占比最高。城市等级分布上, 经济发展与生活休闲相对平衡的新一线、二线及三线城市消费者占比更高。

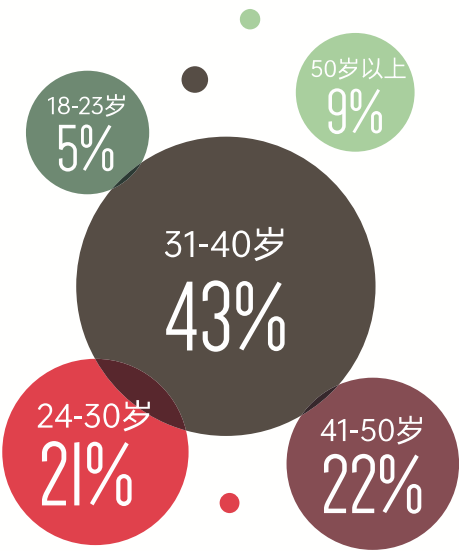
在地域分布上, 广东、江苏、浙江三省的消费者最为集中, 山东、河南、安徽等人口大省紧随其后。消费者占比TOP10省份均拥有悠久的茶叶消费习惯和在知名的茶叶品种产出。

2021年抖音电商茶行业消费者分布情况

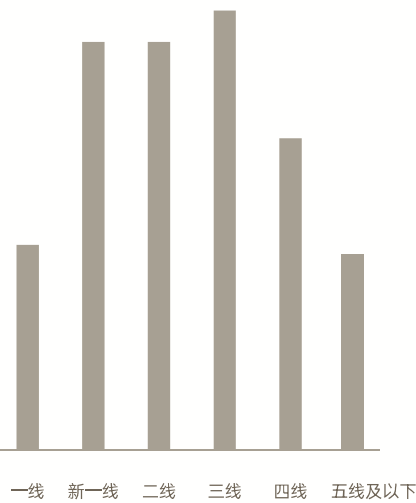
性别分布



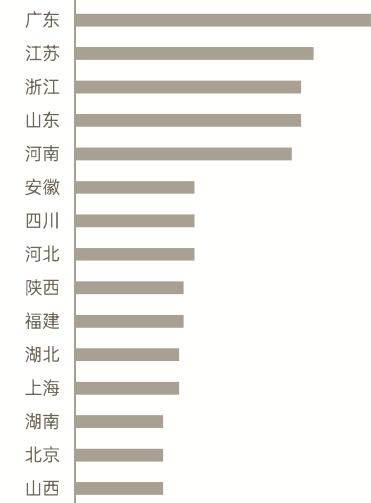
年龄分布



城市等级分布



省份分布



数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2021年

性别、年龄、地域、品类偏好的结合 让茶叶消费者画像更加鲜明

除31-40岁的男性人群这一抖音电商茶行业消费主力外,我们还基于畅销品类和消费者特征,发现了以下特色消费群体。

2021年抖音电商茶行业消费者特色人群示例

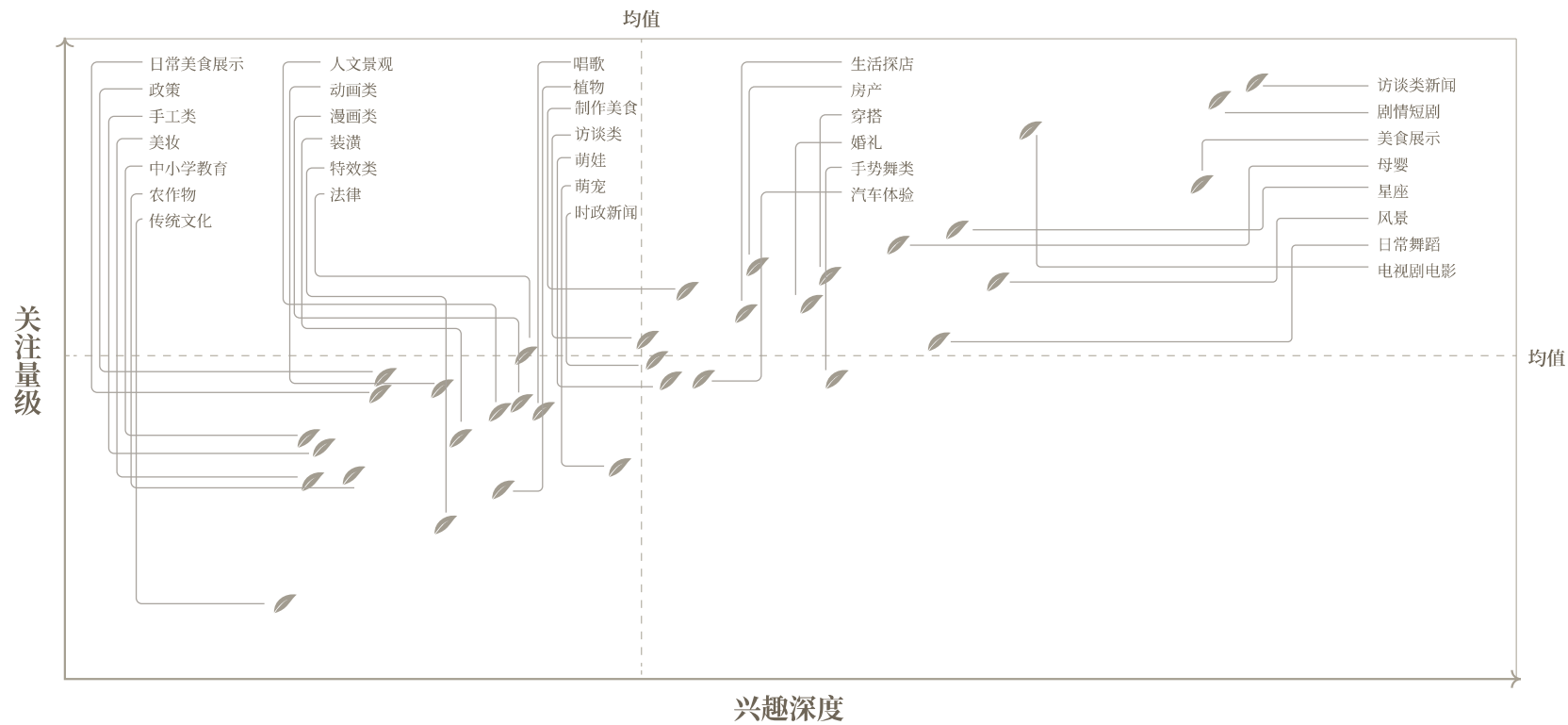


数据说明:根据抖音电商茶行业特色消费者占比和TGI综合筛选
数据来源:抖音电商&算数电商研究院, 2021年

兴趣圈层效应叠加, 消费者广泛的兴趣偏好为增长带来更多可能

从内容兴趣分布上看, 抖音电商茶行业消费者感兴趣的内容既覆盖美食、探店等与生活直接关联的场景, 也包含日常舞蹈、萌宠等趣味多元的内容。他们广泛的兴趣爱好为茶行业增长带来更多内容创新的可能。

2021抖音电商茶行业消费者典型内容兴趣分布情况



数据说明: 仅展示部分高关注度兴趣内容; 关注量级基于抖音电商茶行业消费者对各兴趣内容的关注数量计算, 兴趣深度基于抖音电商茶行业消费者对各兴趣内容的点赞数量计算
数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2021年



04 CONTENTS

抖音电商茶行业 发展趋势前瞻

Prospects for development trends of
Tea Industry in
Douyin E-Commerce's Platform



茶行业有品类、无品牌的局面正在 抖音电商逐渐改变

品牌意味着品质、标准和安全。国内市场上，茶叶的品类、产地均有明确标准，但细分品类、优质产地的佼佼者和优质品牌的数量却相对有限。通过更直接的消费者沟通模式和产区-消费者直连，抖音电商已成为茶品牌打造的重要阵地。无论是已具备品牌价值基础的老字号茶叶品牌，还是新兴茶行业商家，都能在抖音电商持续提升或建立品牌影响力。



八马茶业

八马茶业2021年初开始进驻抖音，多场直播成交规模破千万，销量名列前茅

营销亮点：

- 1.以点破面， 打造单款爆品引爆品牌直播间
- 2.精准流量投放，借助巨量千川的高度精准流量，做快速成交，创新千川玩法，提升品牌ROI
- 3.“人-货-主播”的高度契合， 高度匹配流量与货品，通过专业的主播推介，能够达成快速转化提升整体销售额

数据来源:抖音电商&算数电商研究院, 2021年



小罐茶

小罐茶作为创新茶品牌公司，重点布局线上渠道，在抖音电商的销量屡创新高

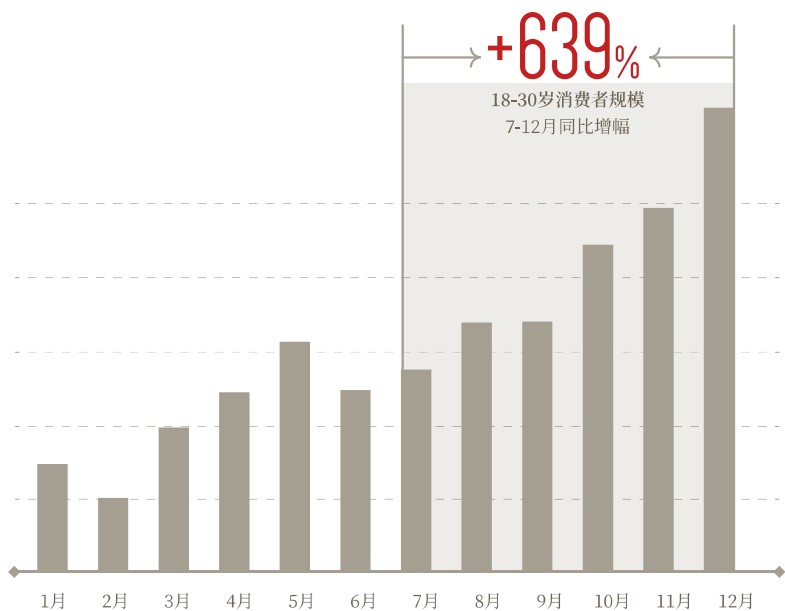
营销亮点：

- 1.根据品牌心智，划分明确的直播间定位，坚持每日自播，积累品牌资产，精细化运营私域流量
- 2、同步匹配货盘，生产内容，多维度打造茶行业高端直播间
- 3.积极参与#都来饮茶馆 等平台活动，提前策划布局活动计划并拆解目标，促进大盘流量转化，提升品牌声量

年轻客群已成为抖音电商茶行业的增长极

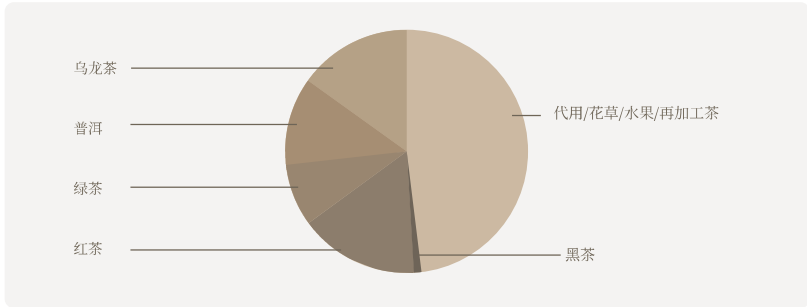
2021年, 抖音茶行业18-30岁消费者规模增速迅猛, 7-12月同比增幅达639%。年轻消费群体以花草茶等代用茶为消费入口, 并向乌龙茶、红茶、普洱等品类延展。部分品牌凭借差异化的定位, 吸引了一众年轻客群。

2021年抖音电商茶行业18-30岁消费者规模



数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2021年1-12月

2021年抖音电商茶行业
18-30岁消费者购买品类分布情况



数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2021年

2021年抖音电商年轻人喜爱的茶品牌示例

独具东方生活美学的高端茶饮, 打造更多时尚年轻人喜爱的茶包品牌

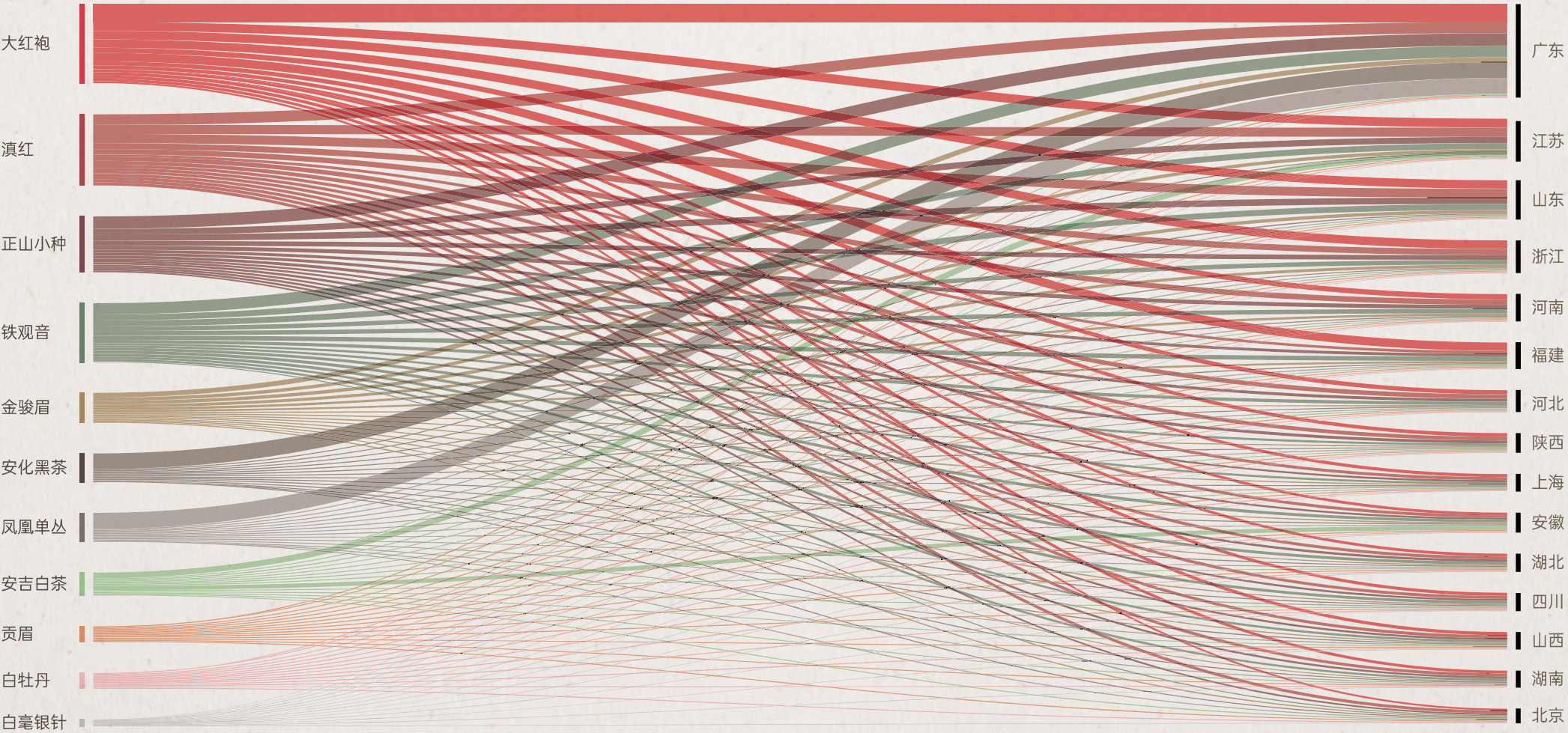
头部主播专场带货, 建立年轻人品牌认知, 品牌声量快速提升

打造故事的茶, 让茶与创始人的故事融为一体, 内容迎合年轻人兴趣

产地名茶正加速跨区域流转 走近更多消费者

抖音电商丰富多元的茶行业内容让全国用户近距离接触茶文化、茶知识、茶生活的同时,也提升了各优质产区茶叶全国范围内的流转效率帮助商家和品牌扩大声量、打开销路。以福建的白毫银针为例,该白茶品种已远销河南、陕西等中西部省份,获得消费者青睐。

2021年抖音电商典型茶叶品种跨区域消费情况

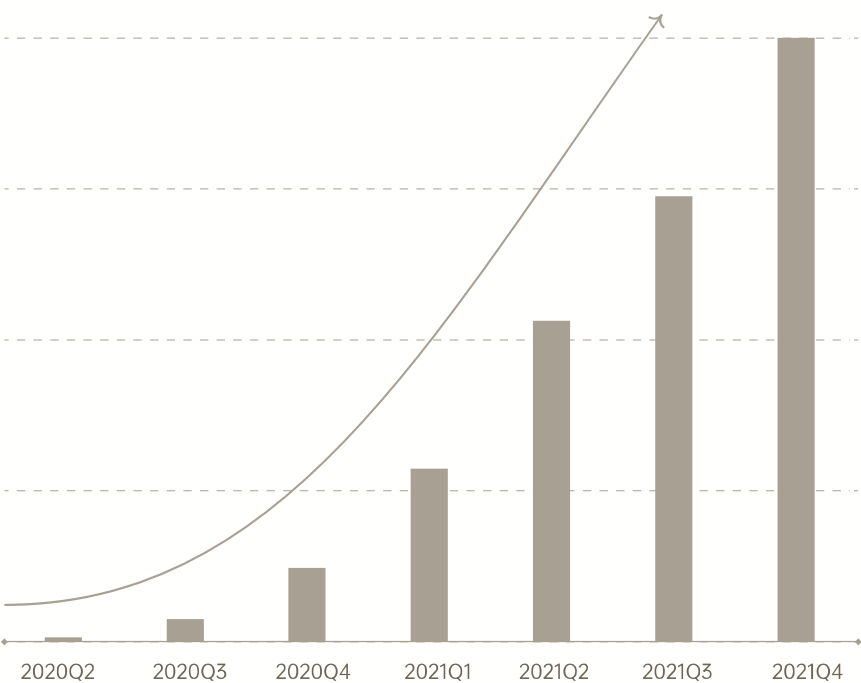


数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 根据茶行业三级类目消费者地域分布及数量绘制, 2021年

跨品类消费规模持续增长, 茶陶一体化成为趋势

前文分析中, 我们已在搜索热词、茶生活相关内容中看到了不少茶器与茶叶结合的内容。茶叶与茶器的紧密联系, 使得抖音电商茶品类与陶瓷品类消费者画像高度重合, 且茶品类消费者与陶瓷品类消费者的分布特征相关系数均高于0.9¹。同时, 且茶陶产品交叉购买消费者规模逐渐扩大。茶陶一体化也将促进两大品类的共同繁荣, 云人访、铁人小哥哥等商家在这一趋势下脱颖而出, 销量稳步增长。

2021年抖音电商茶陶消费者数量走势



数据说明: 茶陶消费者指单季度内下单茶品类商品和陶瓷品类商品的消费者
数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2020年4月-2021年12月

抖音电商茶陶联动带货典型案例

还起到一个烫干的作用

@云人访·茶文化 03月01日
干货分享: 茶叶如何提香? 操作... 展开
云文化创作的原声-云人访

粉丝量: 54.8w 获赞: 194w
茶行业达人在其直播间实现茶陶产品——“茶+茶具”联动销售, 双月陶瓷带货创新高。

数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2022年2月

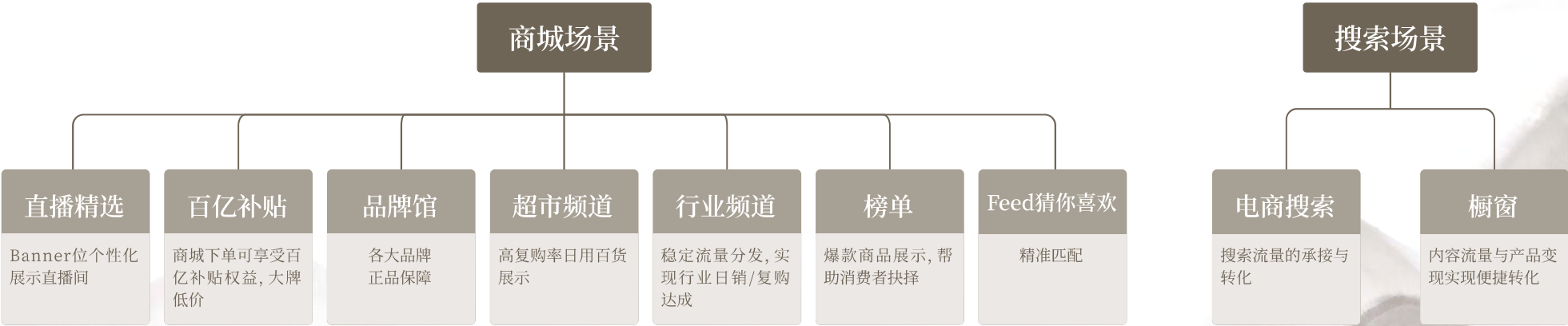
@铁人小哥哥
粉丝量: 6.8w 获赞: 18.4w
主播本身是匠人、省级工艺美术大师, 同时又是陶瓷茶叶一体化运营的典型商家, 打通了用户需求, 刺激新增长。

1. 基于2021年抖音电商茶行业与陶瓷行业消费者性别、年龄、城市等级、地域分布计算, 采用Pearson相关系数, $p < 0.01$, 0.9为高度相关。

“泛商城”覆盖多场景、多入口，助力茶行业商家经营提效

“泛商城”是兴趣电商模式与货架电商优势的结合，主要由商城与搜索两大场景构成。对熟悉货架电商模式的商家来说，他们拥有在货架电商模式下的运作经验，商城式的场景与入口能帮助他们发挥自身优势，实现高效转化。对起步期商家而言，在前期内容沉淀有限时，他们能获得更直接的转化路径，帮助商家生意的快速启航。

抖音电商“泛商城”模式场景及入口示例



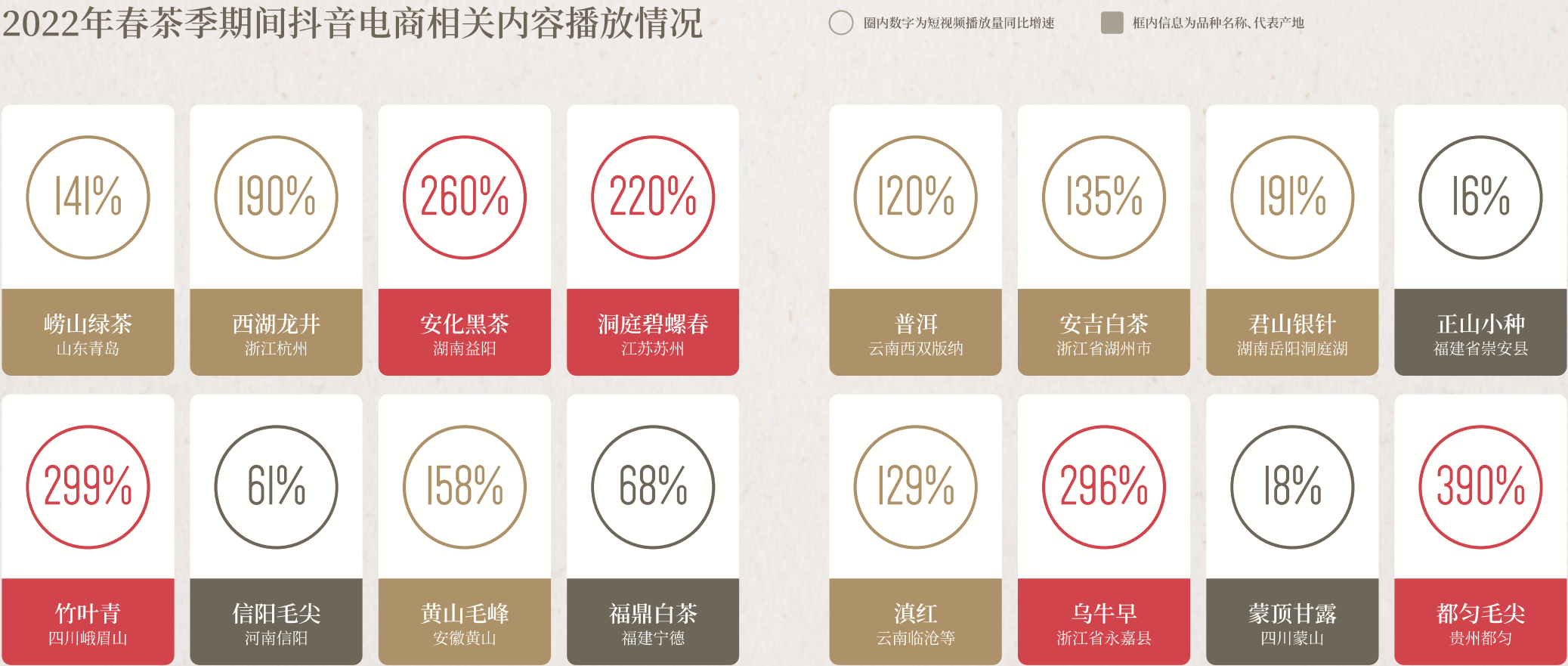
资料来源:抖音电商&算数电商研究院, 2022年3月

春茶季系列活动专题回顾

2月开始, 全国茶园陆续开采。在适宜的温度和充分的雨量下, 优质的春茶广受茶友喜爱。抖音电商围绕“都来饮茶馆”IP, 接连推出“早茶巡鲜季”“春茶巡游季”等一系列活动, 帮助茶行业在春茶季期间获得更快增长。

让我们随着春茶的脚步, 来看看部分典型春茶品类的内容表现。

2022年春茶季期间抖音电商相关内容播放情况



数据说明: 非全量春茶品类, 仅选取部分典型春茶品类展示, 不涉及排名
数据来源: 抖音电商&算数电商研究院, 2022年3月

头部达人、商家、农人积极参与春茶季相关内容热度高涨

在抖音电商,众多头部达人、商家、农人都参与到火热的春茶季活动之中。平台还围绕开茶、开窑等重要场景,邀请茶匠、大师走进直播间,将诸多优质春茶呈现给广大消费者。

2022年春茶季期间抖音电商典型内容案例

#你说春茶是什么味道
热点话题播放量

3000万+

#喝茶召唤春天
热点话题播放量

3500万+



@帅农鸟哥

粉丝量:291.3w

短视频点赞量:10.7w

参与#你说春茶是什么味道热点话题,展示春茶炒制过程,配上一首《稻香》,悠闲自得的茶生活。



@伊博

粉丝量:1321.7w

短视频点赞量:19.4w

参与#你说春茶是什么味道热点话题,千万级剧情类达人分享喝茶知识,却爱用大碗喝茶,反差感引发喝茶习惯热烈讨论。



@山村小杰

粉丝量:1481.5w

短视频点赞量:8.4w

参与#你说春茶是什么味道热点话题,带粉丝看茶园美好春景,杀青、揉捻、干燥.....在春茶炒制过程中,让我们沉浸在春日茶园。



@李云熙

粉丝量:106.4w

短视频点赞量:1.7w

参与#喝茶召唤春天热点话题,回乡创业的杰出女青年李云溪在茶园穿梭,表达回乡初心,让在外的游子都能喝到家乡的一杯春茶。



@骑着哈雷吃北京

粉丝量:306.2w

短视频点赞量:1.1w

参与#喝茶召唤春天 热点话题,分享喝茶知识,学习传统喝茶文化,在分享知识过程中喝上春天的第一口茶。



数据说明

数据来源

直播、短视频相关数据来源为内部数据平台

电商相关数据来自于抖音电商;初步统计,未经审计

数据说明

数据统计周期为2021年1-12月(特殊说明除外)

TGI=具备某一特征的特定用户占比/拥有该特征的整体用户占比*100

人群说明

人群范围:报告中数据分析人群为18岁以上成年人群

茶行业消费者:2021年1-12月在抖音电商购买过茶行业产品的人群



声明



声明本报告由【抖音电商】与【算数电商研究院】联合制作。

报告中文字、数据等内容受中国知识产权相关法律法规保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。

报告制作方对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过eresearch@bytedance.com联系我们。

抖音电商作为兴趣电商，致力于满足人们对美好生活的向往，主动帮助消费者发现潜在的购物兴趣，提升消费者生活品质。通过短视频、直播等优质内容创作，使优质商品能够更好的展示给消费者，大幅度降低消费者的决策成本。商家也能更精准地找到自己的消费者，获得更大的市场和机会。

算数电商研究院是巨量引擎旗下的电商研究机构，立足于抖音平台的内容、消费、广告等多元数据沉淀，解读消费者心理、洞察市场机会、指导产品研发、解析营销密码，实现以内容驱动商业、以数据启发经营，致力于打造中国专业的消费和商业洞察机构。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处。



抖音电商营销观察



巨量算数