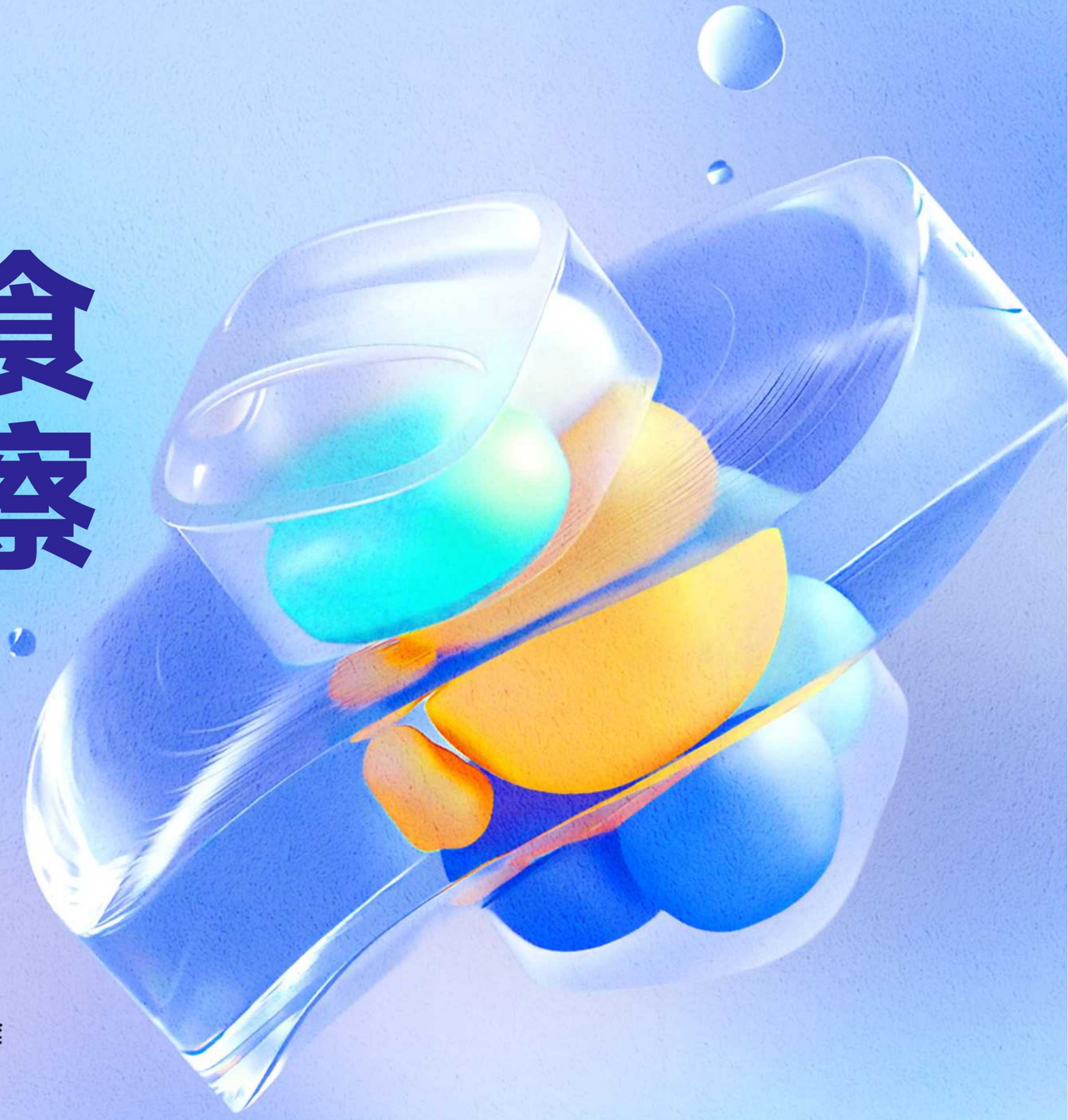
抖音电商

海外营养膳食行业趋势洞察



2024/08
Aug.

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 chanmofang All Rights Reserved

蝉妈妈 X 蝉魔方 X 蝉妈妈智库

序

近几年，随着生活水平提高和“亚健康”人群激增，人们健康意识提高，对营养膳食产品的需求不断扩大，行业热度持续发酵，海外营养膳食借助行业东风，依靠其研发领先、品质保障、品牌美誉等优势实现了快速发展。本报告以2024年1月至2024年6月为分析时间窗口，从行业概况、细分品类、内容生态、达人营销和兴趣人群等角度解码抖音电商海外营养膳食行业。

行业市场概况

营养膳食行业稳健增长，海外营养膳食增速快，丽人海外膳补表现强劲。

细分品类分析

各品类聚焦于不同功效产品，达播、大促等活动助力销售高峰，建议品牌抓住机遇，精准定位目标人群，加强直播带货。

内容生态分析

直播带货在促进商品销售方面占据核心地位，优质视频内容、礼赠消费场景、品牌自播矩阵共同助力销售提升。

达人营销洞察

不同客单价产品的带货达人矩阵表现不同，品牌可以按价格定位选择合作达人。

兴趣人群洞察

新一线、二线、三线的24-40岁的女性消费者成为消费主力，消费者关注产品使用效果。

数据说明

本报告中“营养膳食”行业涉及品类（抖音电商）	
报告品类	**对应品类**
营养膳食	医药保健-保健品
海外营养膳食	医药保健-保健品-海外膳食营养补充食品
本土营养膳食	医药保健-保健品-普通膳食营养食品+保健食品
研究时间：2024年1月—2024年6月 数据来源：蝉魔方产品中抖音电商平台的数据（主要）、巨量算数	

CONTENT

01 行业市场概况

02 细分品类分析

03 内容生态分析

04 达人营销洞察

05 兴趣人群洞察

抖音电商营养膳食

行业市场概况

01

扫码领取蝉魔方试用
CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 chanmofang All Rights Reserved

行业规模呈上升趋势，增速有所放缓，但稳步健康增长

- 抖音电商营养膳食行业市场规模整体呈现上升趋势，动销商品数量于2023年11月达到顶峰后趋于稳定。
- 2024年上半年，抖音电商营养膳食行业同比增速+56%，但相比于2023上半年同比增速+82% ，增速放缓。
- 随着生活水平的提高和“亚健康”人群激增，叠加疫情的催化，消费者的保健意识加强，在营养膳食上的消费意愿有所提高。

22-24年6月抖音电商营养膳食行业增长趋势

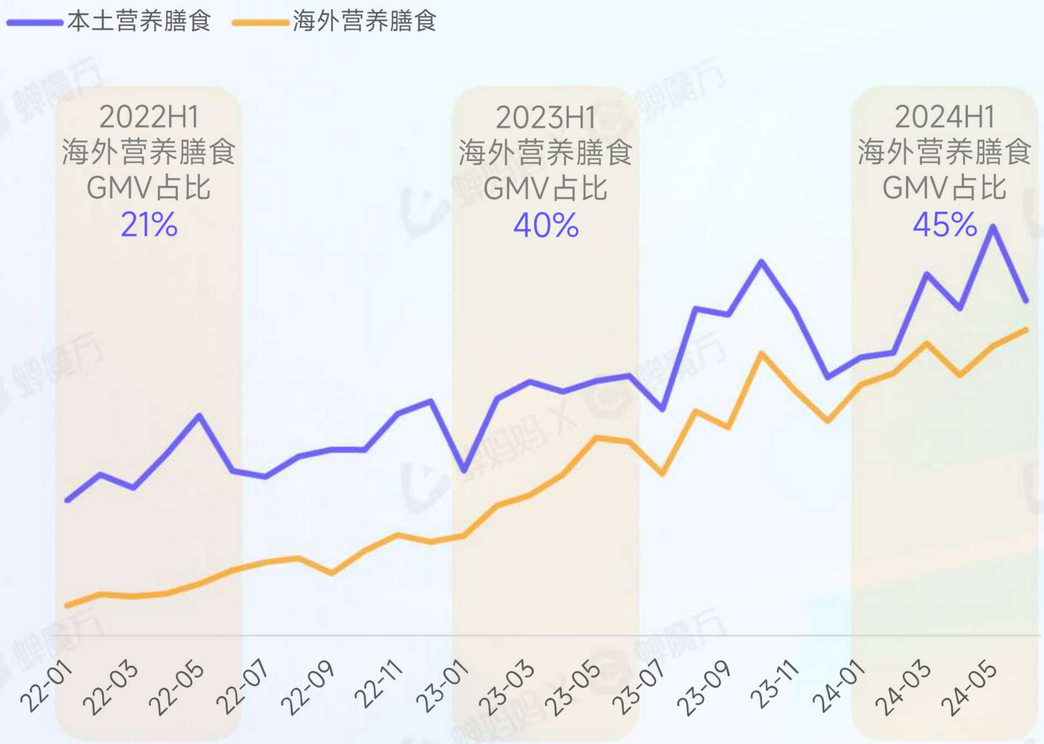
2022H1-2024H1抖音电商营养膳食行业市场规模

数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

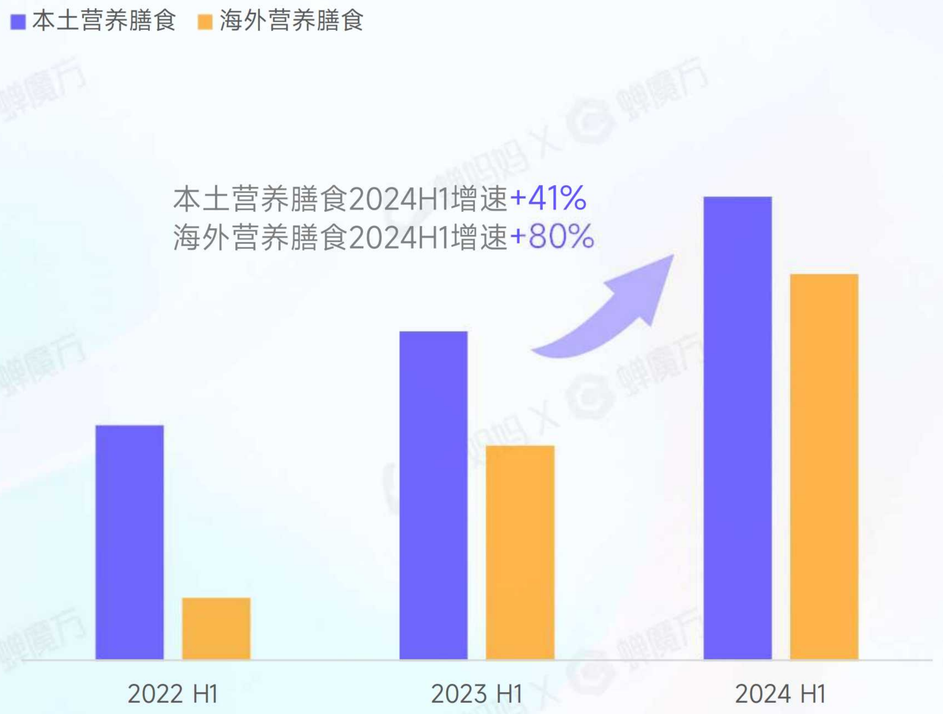
本土&海外营养膳食差距缩小，海外营养膳食快速增长

- 行业发展初期，本土营养膳食占据行业内主要市场份额，但随着海外营养膳食的蓬勃发展，如今海外营养膳食与本土营养膳食的市场份额基本达到了平分秋色。其中，本土营养膳食市场规模高于海外营养膳食市场规模，但海外营养膳食GMV占比逐步提升，差距逐渐缩小。
- 抖音电商本土营养膳食2024年上半年增速+41%，海外营养膳食2024年上半年增速+80%，海外营养膳食增速高于本土营养膳食，主要由【丽人海外膳补】【植物精华/提取物】等类目拉动增长。

22-24年6月抖音电商本土&海外营养膳食市场规模



2022H1-2024H1抖音电商本土&海外营养膳食市场规模



数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

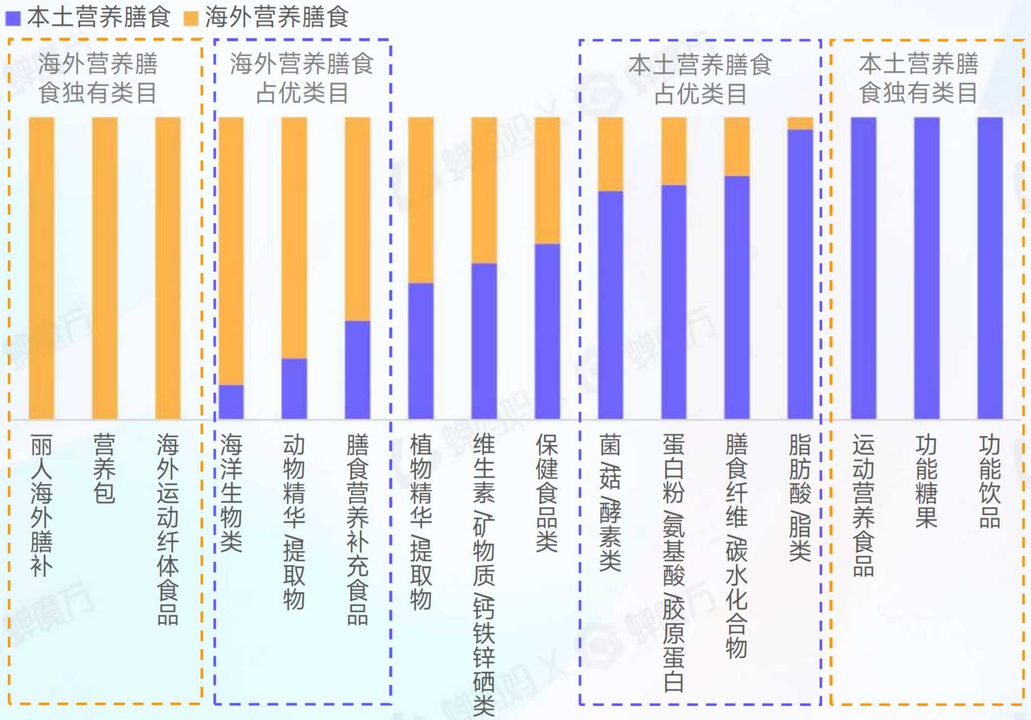
本土&海外营养膳食各有所长，丽人海外膳补呈现高规模高增长高件单价强劲态势

- 2024年上半年，抖音电商营养膳食市场中，商品件单价TOP3类目为【营养包】【丽人海外膳补】【蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白】；【植物精华/提取物】【丽人海外膳补】处于高规模高增长的明星赛道；【蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白菌】【菌/菇/酵素类】【维生素/矿物质/钙铁锌硒类】发展成熟，虽然规模同比增速低于平均水平，但仍占据较大市场份额；【运动营养食品】【膳食纤维/碳水化合物】【海洋生物类】【保健食品类】虽然市场规模较小，但规模快速增长，发展潜力强劲，品牌可以重点关注此类赛道。
- 海外营养膳食在【海洋生物类】【动物精华/提取物】【膳食营养补充食品】类目表现突出，而在【菌/菇/酵素类】【蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白】【膳食纤维/碳水化合物】【脂肪酸/脂类】类目，消费者更偏向于本土营养膳食。

2024H1抖音电商营养膳食类目细分品类市场规模

*气泡大小表示商品件单价，数据经缩放处理

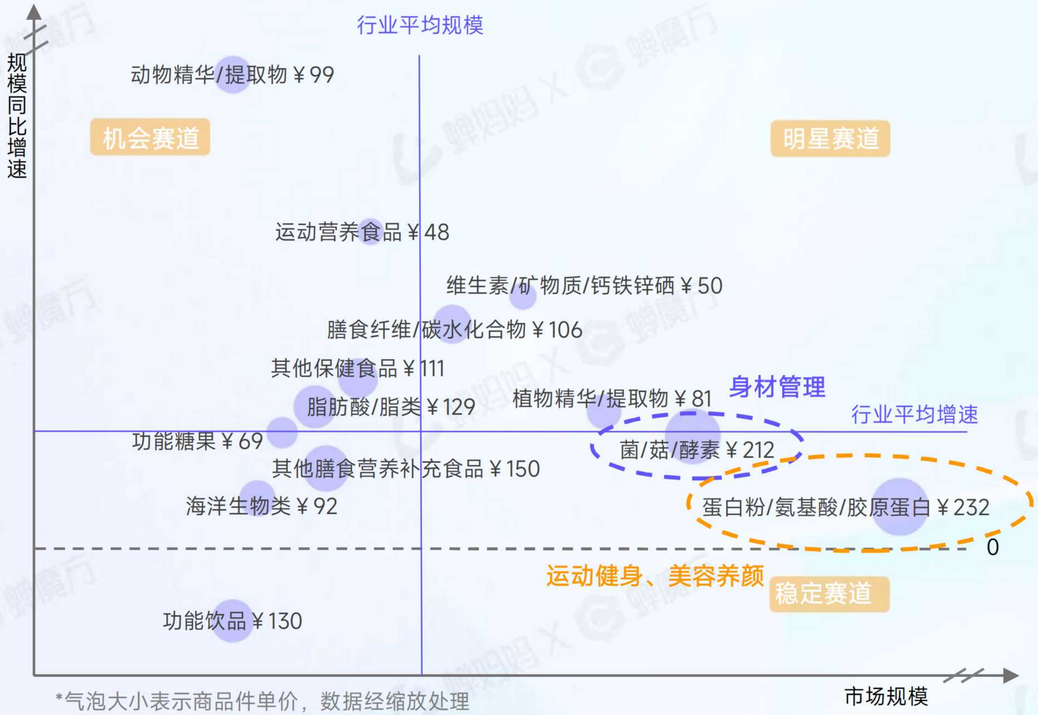
2024H1抖音电商本土vs海外营养膳食类目



颜值经济赛道火热，本土以蛋白粉类和菌菇酵素类为主，丽人海外膳补表现突出

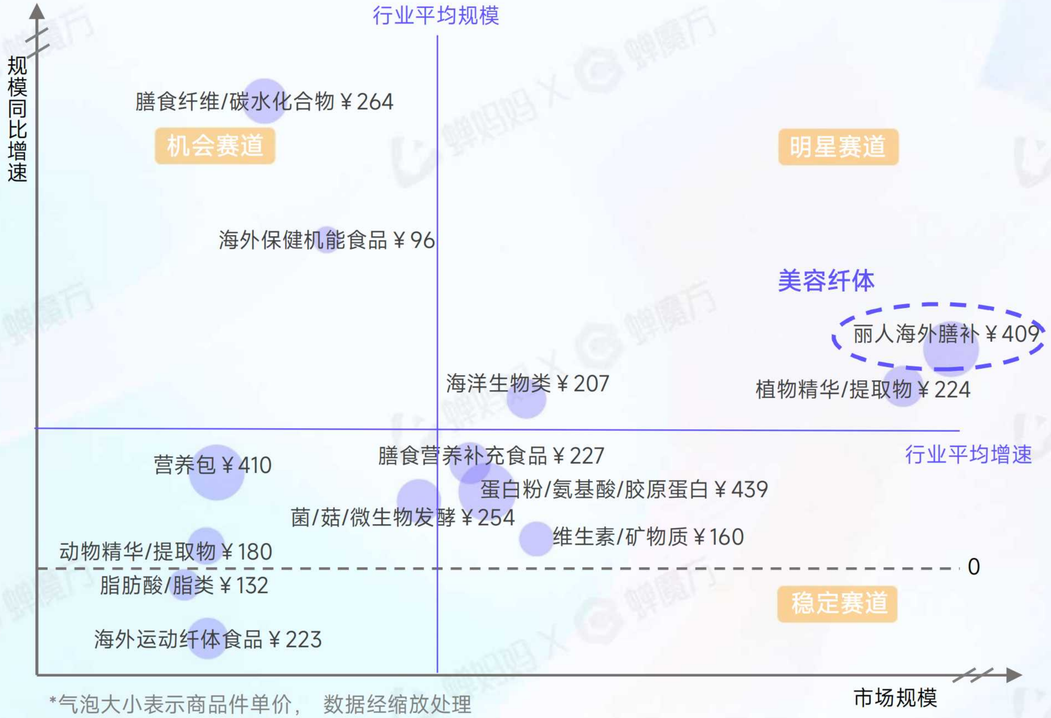
- 【蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白】在本土&海外营养膳食行业均处于发展成熟的稳定赛道，市场规模较大且件单价相对较高；【植物精华/提取物】同时处于本土&海外营养膳食行业明星赛道，高规模高增长，因其成分天然安全、易于吸收、功效多样等卖点深受消费者喜爱。
- 本土营养膳食行业，2024H1销售额TOP类目为【蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白】【菌/菇/酵素类】，主要功效为健身纤体、美容养颜，【动物精华/提取物】增速较快，存在机会点。
- 海外营养膳食行业，【丽人海外膳补】【植物精华/提取物】贡献超四成销售额，与【海洋生物类】共处高规模高增长的明星赛道，【丽人海外膳补】表现突出，消费者对美容纤体赛道的热情不减。除此之外，同比增速最高的为【膳食纤维/碳水化合物】，发展潜力较大，【维生素/矿物质/钙铁锌硒类】【膳食营养补充食品】则发展较为成熟，增速较缓，之后我们将对海外营养膳食细分类目进一步拆解。

2024H1抖音电商本土营养膳食细分品类市场规模



*气泡大小表示商品件单价，数据经缩放处理

2024H1抖音电商海外营养膳食细分品类市场规模

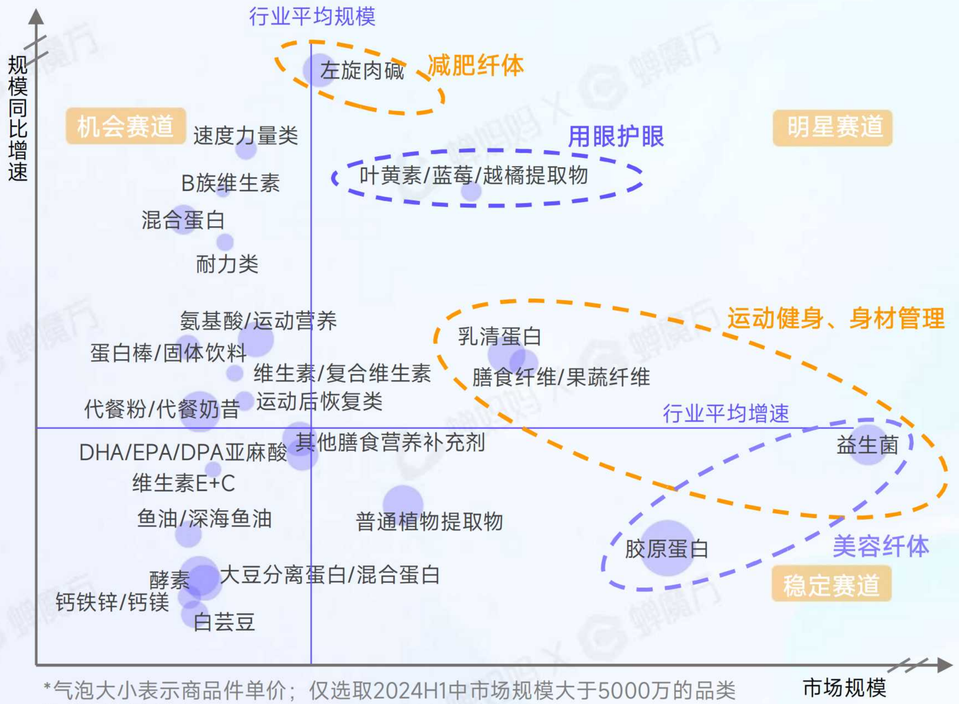


*气泡大小表示商品件单价， 数据经缩放处理

本土益生菌、胶原蛋白等传统成分领衔，海外蓟类新型成分遥遥领先

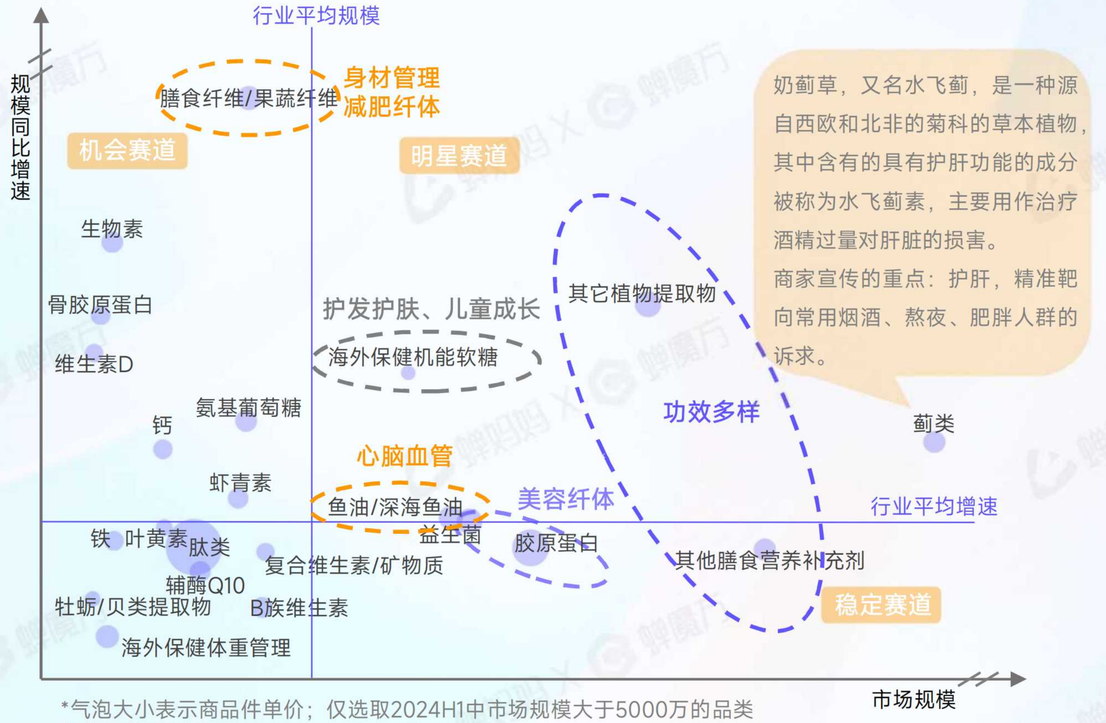
- 本土营养膳食行业，2024H1销售额TOP成分有益生菌、胶原蛋白等常见成分，且胶原蛋白商品件单价最高，消费者对美容纤体的需求稳定增长；运动健身、身材管理和用眼护眼功效的成分处于高规模高增长的明星赛道。
- 海外营养膳食行业， 2024H1销售额最高的是蓟类，主要功效为养肝护肝，明星赛道的成分功能比较多元，消费者对海外营养膳食的身体养护功效产品有更高的消费欲望；美容养颜、瘦身纤体功效的胶原蛋白、益生菌的市场则较为稳定成熟；同比增速最高的为膳食纤维/果蔬纤维，品牌可以探索身材管理方面的机会点；肽类商品件单价最高，消费者对含有肽类成分的美容产品有更高的价值认知。

2024H1抖音电商本土营养膳食热卖成分市场规模



*气泡大小表示商品件单价；仅选取2024H1中市场规模大于5000万的品类数据经缩放处理

2024H1抖音电商海外营养膳食热卖成分市场规模



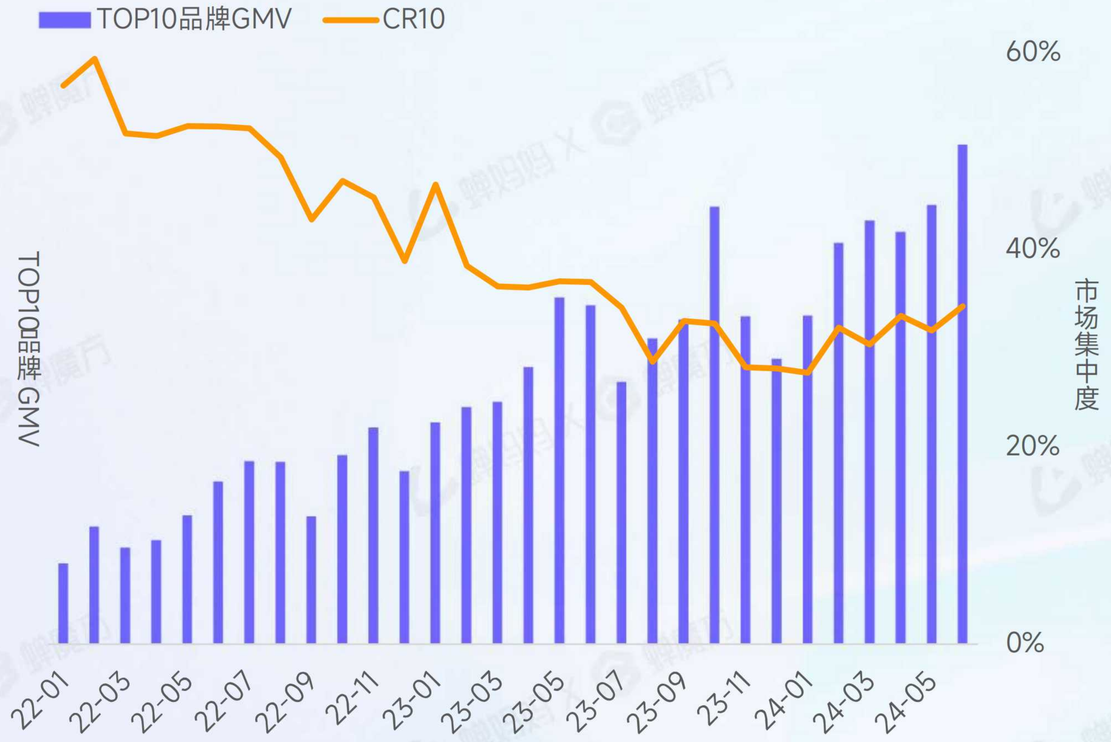
奶蓟草，又名水飞蓟，是一种源自西欧和北非的菊科的草本植物，其中含有的具有护肝功能的成分被称为水飞蓟素，主要用作治疗酒精过量对肝脏的损害。
商家宣传的重点：护肝，精准靶向常用烟酒、熬夜、肥胖人群的诉求。

*气泡大小表示商品件单价；仅选取2024H1中市场规模大于5000万的品类数据经缩放处理

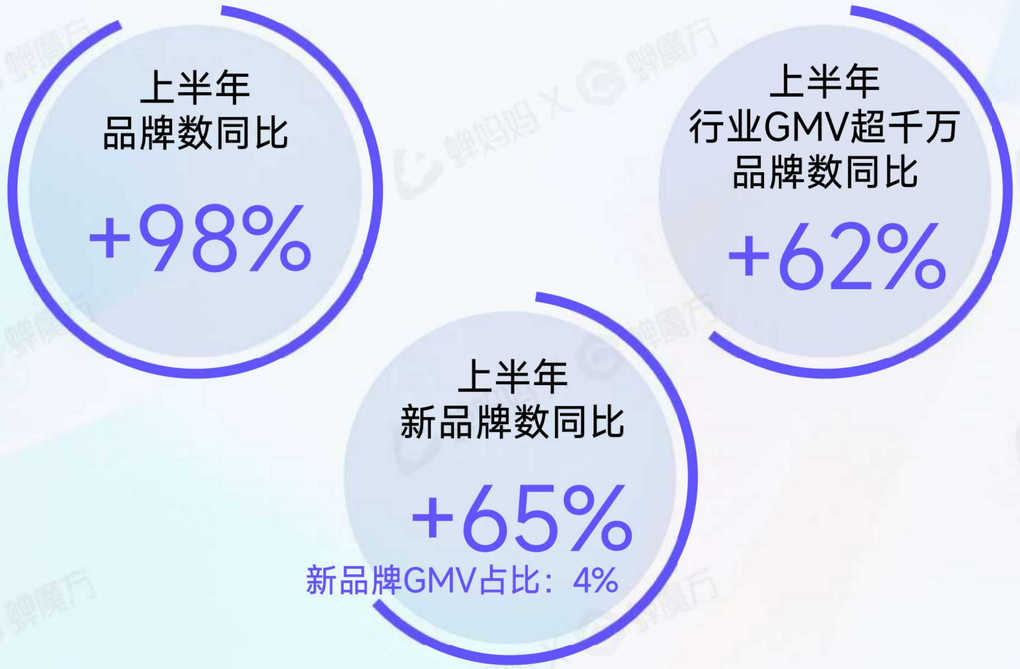
“新”品牌加速入驻，“老”品牌实现生意增长，行业品牌生态繁荣

- 行业品牌生态繁荣，越来越多的海外营养膳食品牌在抖音电商已做到生意的规模增长及品牌心智的建设。
- 随着越来越多的新品牌入驻，行业规模快速扩容，头部梯队的市场集中度快速下探。
- 虽然新品牌加速入驻，但行业被“老”品牌把控市场。2024年上半年新品牌数量近乎翻倍上涨，但新品牌GMV占比处于低位，同比上一周期小幅下降。在海外营养膳食行业，品牌心智建设至关重要，消费者在进行健康消费时，除了关注产品本身的功能、成分和资质，品牌口碑和影响力也是重要的考虑因素，品牌需要做好长效运营的规划。

21-24年6月抖音电商海外营养膳食行业市场集中度



2024H1抖音电商海外营养膳食行业品牌表现

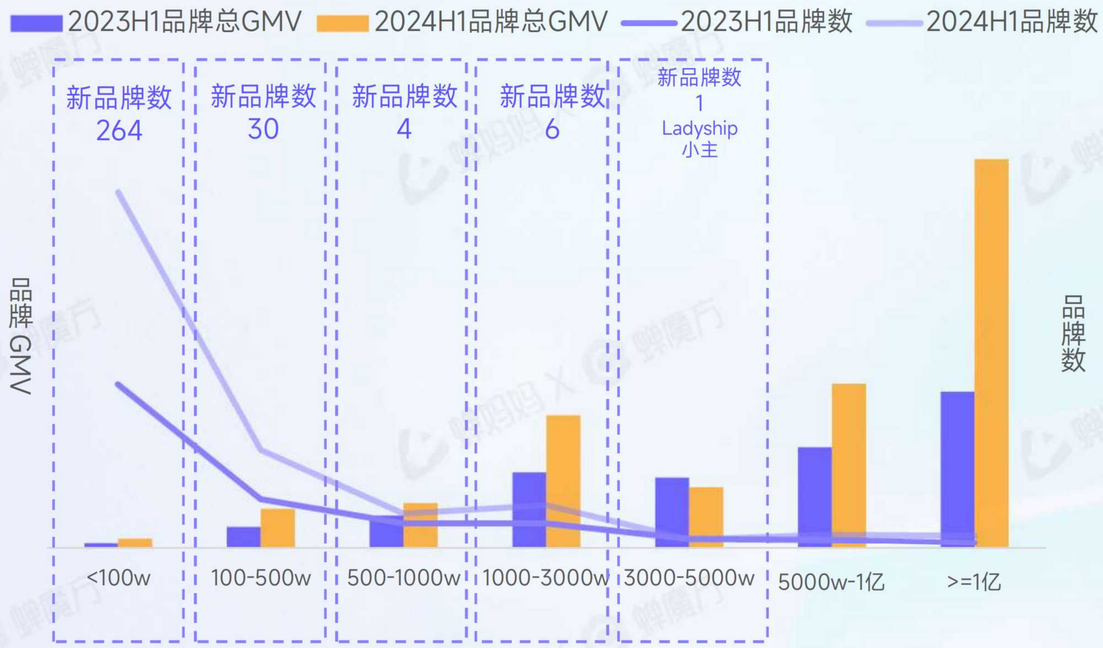


数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）；新品牌定义：2023年品牌全年GMV为0，2024年上半年品牌GMV>0；仅统计动销品牌

中小体量的品牌数量快速增长，头部“亿元”品牌规模快速增长，总GMV翻番

- GMV在3000万量级以下的海外营养膳食品牌数量快速增长，中小体量品牌总GMV稳步提升，该量级下的品牌名次变动频繁，多个新品牌冲进榜单前列。
- 3000-5000万量级是品牌GMV增长的“一道坎”，但上半年该量级下的新品牌——Ladyship小主抓住国人夏季祛湿减重需求，凭借【草本祛湿胶囊】这一单品实现生意快速增长
- 亿元量级的品牌数量虽少，但贡献了行业近一半的GMV。此类品牌通过在平台长期深耕布局，积累了一定的美誉度和知名度，生意规模快速放大。

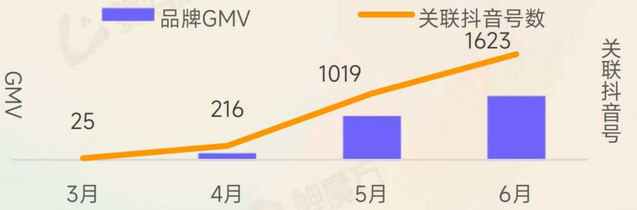
2024H1抖音电商海外营养膳食行业品牌体量分布



2024H1抖音电商海外营养膳食行业品牌表现

Ladyship小主

通过大规模合作腰部以下的健身达人和香港商行等账号，抓住国人夏季减肥、去湿气的需求，生意快速增长。

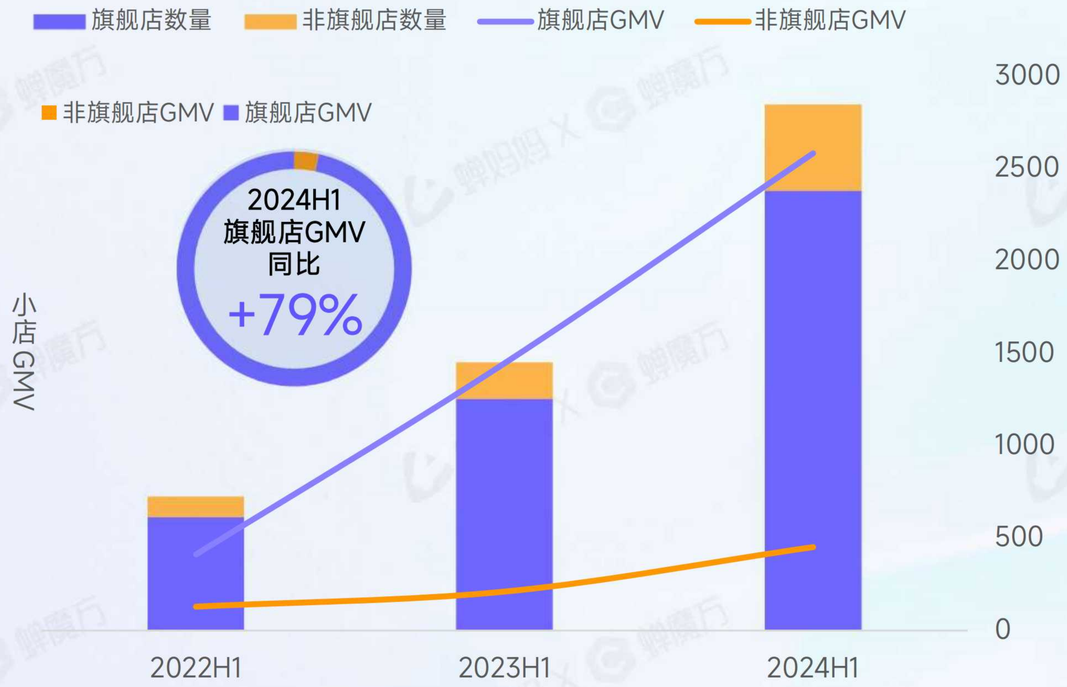


数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）；新品牌定义：2023年品牌全年GMV为0，2024年上半年品牌GMV>0

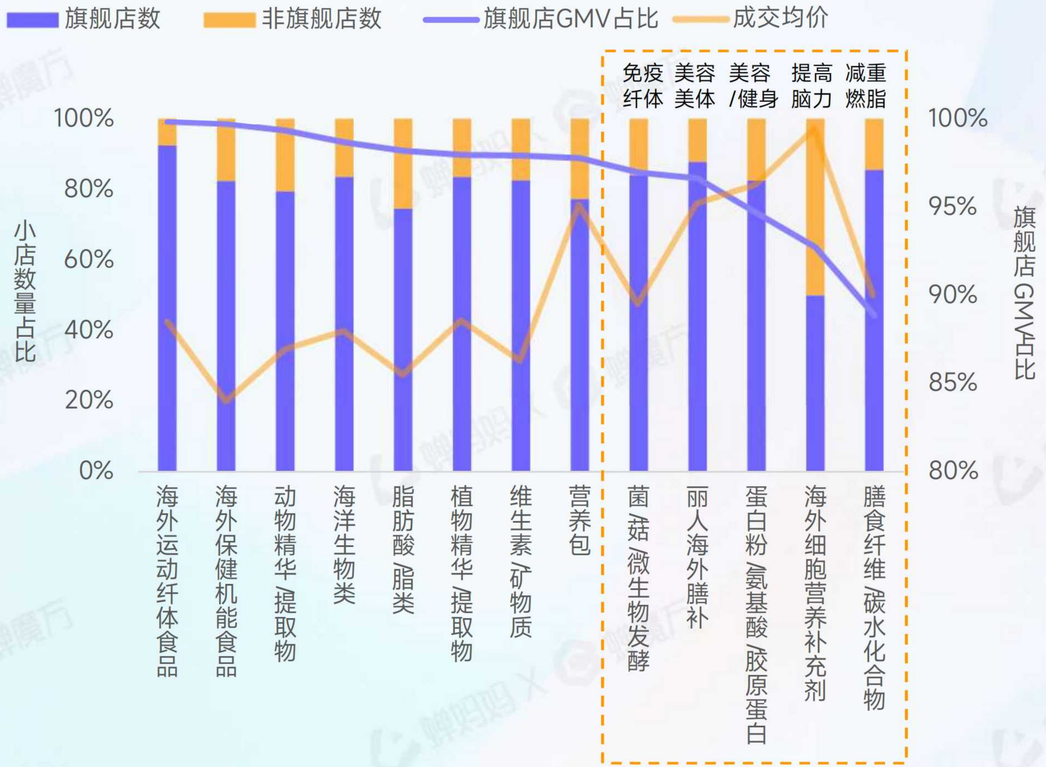
消费者整体更倾向在旗舰店渠道购买，海外运动纤体食品旗舰店GMV占比最高

- 2024年上半年，海外营养膳食行业旗舰店GMV占比超九成，消费者更信赖旗舰店渠道，或由于对海外品牌熟悉度较低，对产品来源渠道的正规性更关注，品牌可以通过加强产品各项资质和机构背书的营销，精细化运营旗舰店宣传界面（商品卡、官方账号、直播间等）拔高品牌形象，建设品牌心智。
- 对于成分认知度较高，功效较为明确的品类，如脂肪酸/脂类（鱼油）、海外保健机能食品(褪黑素)、植物精华/提取物(奶蓟草)、维生素/矿物质等品类，消费者对旗舰店的信赖度更高。而主打美容、减重、提升脑力的补剂，消费者改善需求较为迫切，且对价格承受能力较高，经过带货达人对产品介绍科普、前后使用效果的刺激营销下，被高效种草，愿意在非旗舰店渠道购买。

2022H1-2024H1抖音电商海外营养膳食行业小店成交情况



2024H1抖音电商海外营养膳食行业各品类旗舰店成交占比



数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

抖音电商营养膳食市场小结

行业现状

- 行业稳步健康增长
- 本土营养膳食2024H1市占率为55%
- 海外营养膳食近两年快速增长，2024H1增速为本土营养膳食的2倍，有极大的行业前景

品类趋势

- 颜值经济赛道火热，【丽人海外膳补】引领美容纤体潮流，展现高规模、高增长、高件单价的强劲动力。
- 本土营养膳食主要品类为【蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白】【菌/菇/酵素】等类目
- 海外营养膳食主要品类为【丽人海外膳补】【植物精华/提取物】等类目

海外生态

- 行业品牌生态繁荣，新品牌快速入驻，但老品牌仍主导市场
- 中小体量品牌快速增长，大单品策略助力新品牌崭露头角
- 消费者关注产品来源渠道的正规性，更信赖旗舰店

成分趋势

- 稳定成分：胶原蛋白、益生菌处于本土&海外营养膳食的稳定赛道，发展成熟
- 高规模高增长成分：本土营养膳食由膳食纤维/果树纤维、乳清蛋白等减肥、健身、纤体成分领衔；海外营养膳食则由身体养护类成分为主，其中护肝养肝功效的蓟类表现突出，引领发展

抖音电商海外营养膳食
细分品类分析

02

扫码领取蝉魔方试用
CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 chanmofang All Rights Reserved

细分品类

明星赛道

- 丽人海外膳补
  - 市场规模TOP1
  - 赛道分析/品牌分析
- 植物精华/提取物
  - 市场规模TOP2
  - 赛道分析/品牌分析
- 海洋生物类
  - 市场规模较大
  - 赛道分析/品牌分析

稳定赛道

- 蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白
  - 市场规模较大
  - 赛道分析/品牌分析
- 维生素/矿物质
  - 市场规模TOP3
  - 赛道分析

机会赛道

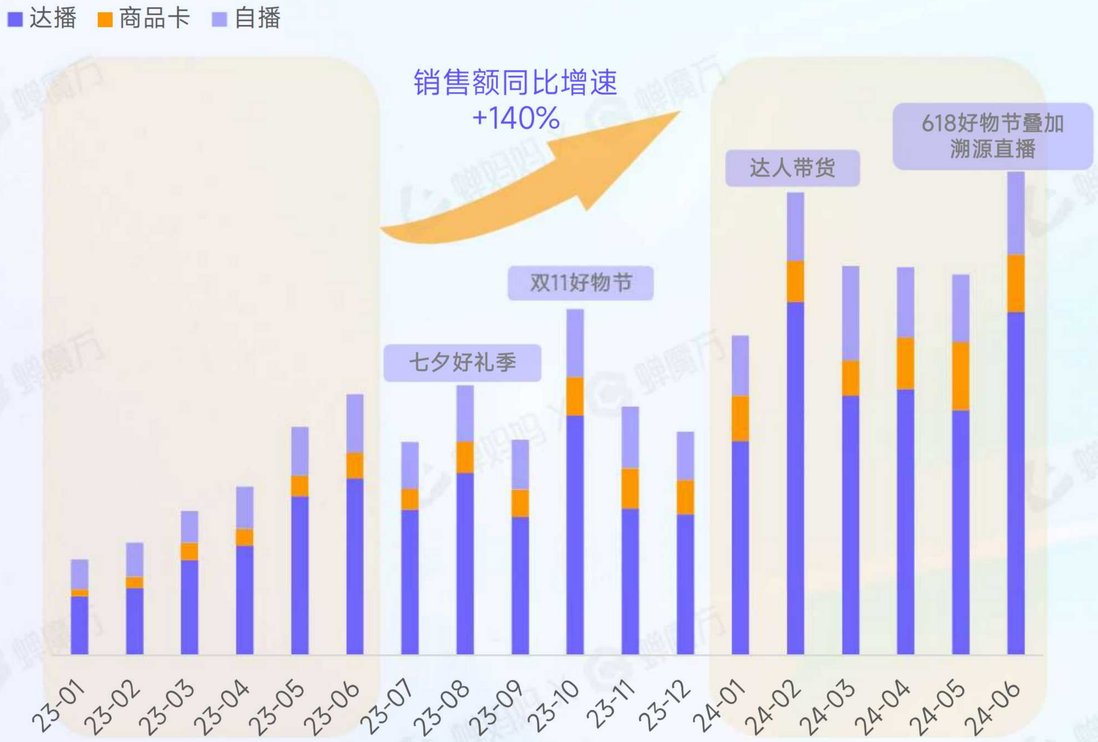
- 膳食纤维/碳水化合物
  - 市场规模同比增速TOP1
  - 赛道分析

数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）；明星赛道：高规模高增长；稳定赛道：规模大增速慢；机会赛道：小规模高增长

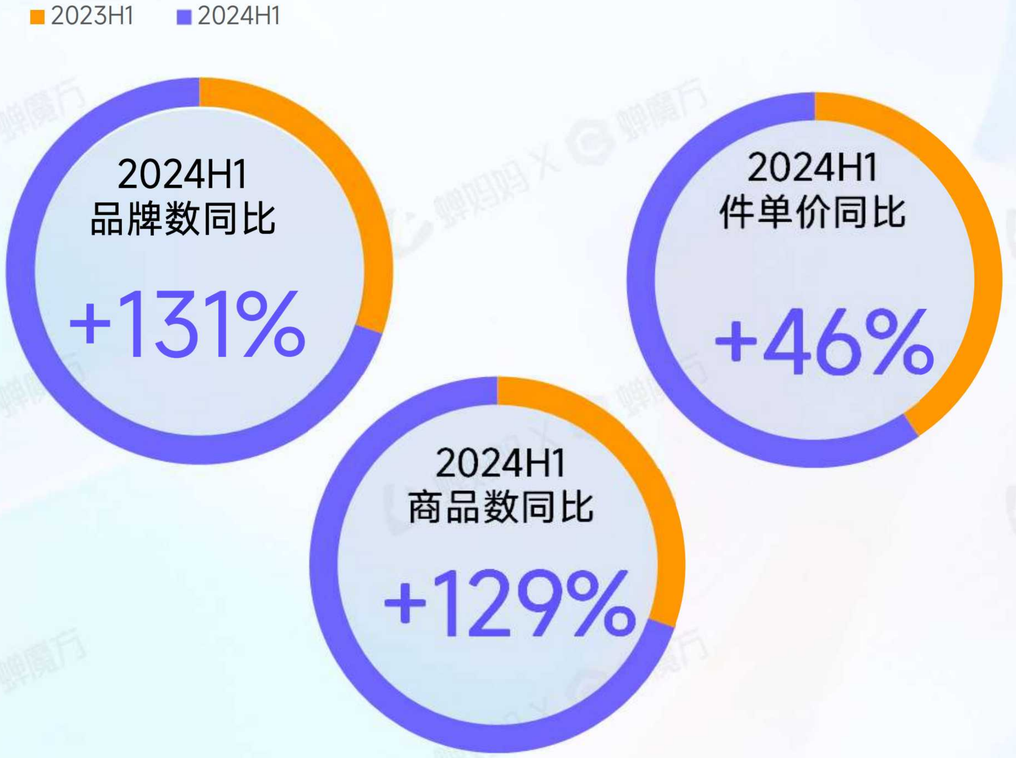
丽人海外膳补：市场增速快，销售额受大促和达播影响大，市场竞争加剧

- 2024年上半年，【丽人海外膳补】GMV同比增长+140%，发展态势强劲；七夕、双11和618等大促节点助推该品类销售额增长，除此之外，达人直播带货也对该品类的销售额增长有一定影响。2024年2月22日，金爱罗直播带货SERY BOX和SOTYA等品牌，当日SERY BOX销售额破7900万元，贡献当天【丽人海外膳补】品类将近八成销售额；2024年6月27日，胡兵在法国溯源Vitavea，使该品类在618大促活动结束后出现销售高峰。
- 动销品牌数、商品数和平均件单价均呈现上升趋势，随着进入市场的品牌、商品增多，竞争加剧。

23-24年6月海外营养膳食-丽人海外膳补市场规模



2023H1-2024H1海外营养膳食-丽人海外膳补市场竞争情况



丽人海外膳补：美容养颜、身材管理领跑市场，产品成分、安全备受关注

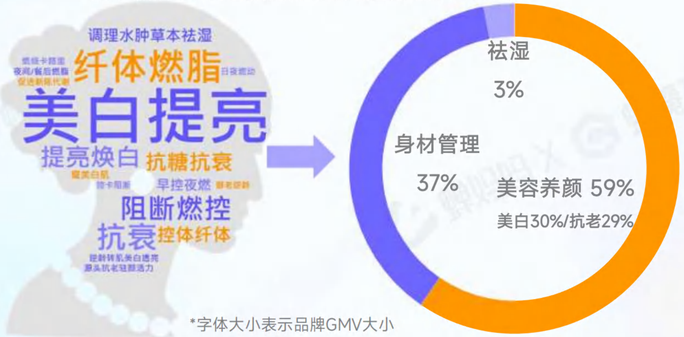
- TOP20品牌中，美容养颜卖点品牌GMV占比达59%，美容养颜品牌平均客单价最高，处于1000-2000元价格区间，头部品牌MESOESTETIC/美斯蒂克和180theconcept市占率均超过10%。
- 消费者对美容养颜品牌和产品功效的关注主要集中于美白和抗老，品牌的宣传主要集中于产品成分、创新科技、安全品质、口味口感等；身材管理卖点品牌的宣传主要集中于配方安全、特殊包装、权威认证等，部分产品突出夜间管理，为消费者在快节奏的现代生活中提供便捷减肥方式，同时能够改善睡眠质量。

2024H1抖音电商丽人海外膳补类目TOP20品牌

品牌	销售热度	市占率	平均客单价（元）	卖点
MESOESTETIC/美斯蒂克		13.4%	3000-4000	美容养颜
180theconcept		11.0%	2000-3000	美容养颜
Vitavea		5.5%	100-300	身材管理
SERY BOX		5.4%	300-500	身材管理
VIDA GLOW		4.6%	500-1000	美容养颜
Biocyte		4.4%	500-1000	美容养颜
Flora natura		3.9%	100-300	身材管理
nemeno		3.2%	5000+	美容养颜
RealmNutrition		2.6%	500-1000	身材管理
小主		2.4%	100-300	祛湿
UNOMI		2.3%	100-300	身材管理
ESTHER FORMULA/艾思得		1.9%	500-1000	美容养颜
EnerVite/澳乐维他		1.9%	300-500	美容养颜
sotya		1.8%	100-300	身材管理
诺特兰德		1.8%	100-300	身材管理
KALOWEL		1.5%	100-300	身材管理
Dr.Daily/黛丽博士		1.5%	300-500	身材管理
LA MENTE		1.5%	2000-3000	美容养颜
andall		1.3%	500-1000	美容养颜
NEO PRO-LINE		1.2%	100-300	身材管理

2024H1抖音电商丽人海外膳补类目TOP品牌卖点&TOP商品

TOP品牌TOP商品卖点-TOP品牌卖点GMV占比



*字体大小表示品牌GMV大小

祛湿类TOP商品：

Ladyship小主 无湿轻

功效：调理水肿，草本祛湿，健脾补气，利水排湿

成分：植物萃取物、烟酸、维他命B1、维他命B2

适用：湿热、湿寒

美容养颜类TOP商品：

180theconcept h6反重力胶囊

功效："骨相级保养，年轻逆时上扬"　适用：受损肌、垮皱肌、熬夜肌

成分：维生素C、葡萄糖酸钙、柠檬酸镁、维生素E、维生素B3、南非酸茄（印度人参）、虎杖提取物（白藜芦醇）等

宣传卖点：概念180科学口服（内源性补充、激励自身生成）、独家HGH激活团

MESOESTETIC/美斯蒂克 亮白饮2.0

功效：改善黯沉，淡化黑色素，肌肤亮白净化

主要成分：海岸松提取物+姜黄提取物（抑制黑色素生成）、法国甜瓜SOD+原型VC（净化已生成黑色素）、水晶白番茄+白绒水龙骨（降低紫外线伤害）

宣传卖点：成分升级、使用效果、口感升级、安全质检、品牌保障

身材管理类TOP商品：

SERY BOX 晚安片

功效：数字管理、新陈代谢、改善睡眠

成分：三大植物精华（毛喉鞘蕊花、L-茶氨酸、复合维生素B群）、四大辅助成分（南瓜、玉米须、仙人掌提取物、菠萝蛋白酶）

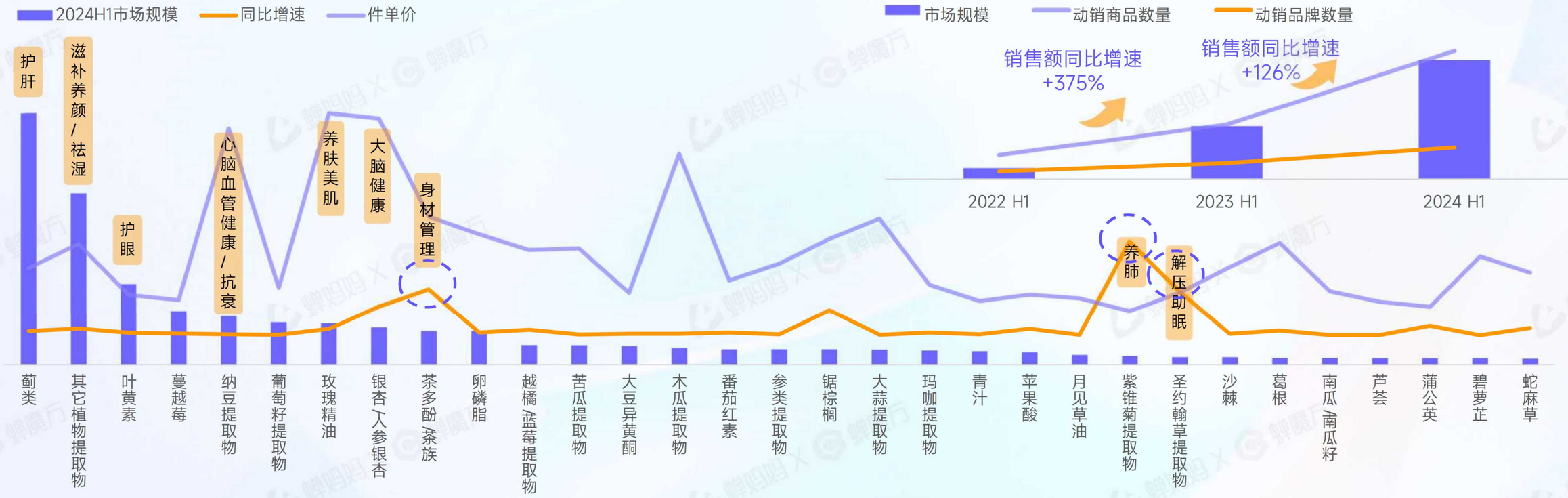
宣传卖点：成分配方、特殊包装、科学检验、使用场景

数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）；TOP品牌卖点由此类目下该品牌TOP商品的卖点提炼

植物精华/提取物：身体养护、美容养颜产品更受青睐

- 2024年上半年，【植物精华/提取物】GMV同比增长+126%，动销品牌数和动销商品数均呈现上升趋势，发展势头强劲。
- 销售额TOP3类目为【蓟类】【其他植物提取物】【叶黄素】，可以看出消费者对身体养护、美容养颜需求较为旺盛。
- 同比增长率较高的品类有：【紫锥菊提取物】类目，主要商品功效为养肺；【茶多酚/茶族】类目，主要商品功效为纤体瘦身；【圣约翰草提取物】类目，主要商品功效为解压助眠，舒缓情绪。

2024H1海外营养膳食-植物精华/提取物细分成分市场规模



*细分成分市场规模数据经缩放处理

2022H1-2024H1海外营养膳食-植物精华/提取物市场规模

植物精华/提取物：熬夜解酒护肝领跑市场，卵巢养护引领高端消费

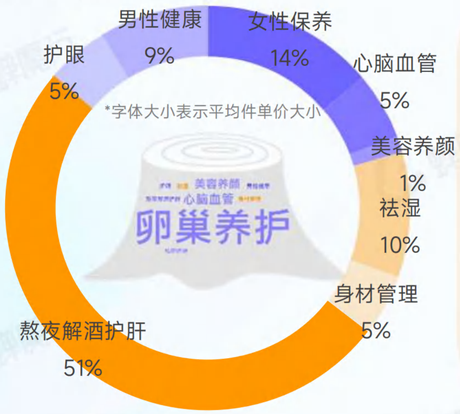
- TOP品牌卖点主要集中于熬夜解酒护肝和女性保养，其中，熬夜解酒护肝品牌中，头部品牌Klosterfrau/德国修女市占率超过20%；女性保养品牌按功效可以进一步细分为卵巢养护和私密护理两个卖点，卵巢养护卖点平均件单价最高，处于2000-3000元价格区间。
- 熬夜解酒护肝品牌和产品的主要卖点在于其成分配方，宣传围绕高含量、高浓度的蓟类成分添加；女性保养卖点中，卵巢养护类产品重点宣传独家配方和特许专利等，而私密护理类产品主要宣传卖点为产品成分。除此之外，品牌和产品还重视宣传产品包装的封闭性、安全性、便捷性以及权威机构认证等。

2024H1抖音电商植物精华/提取物类目TOP20品牌

品牌	销售热度	市占率	平均客单价（元）	卖点
Klosterfrau/德国修女		22.2%	100-300	熬夜解酒护肝
SWISSE/斯维诗		9.7%	300-500	熬夜解酒护肝
Vita Green/维特健灵		7.5%	300-500	祛湿
oxyenergy		6.6%	50-100	男性健康
LAIFE		6.1%	2000-3000	女性保养（卵巢）
SUSUMOTOYA		4.1%	1000-2000	心脑血管
BYHEALTH		1.9%	100-300	熬夜解酒护肝
Holland&Barrett		1.9%	50-100	女性保养（私密）
Bio-E		1.8%	500-1000	身材管理
WONDERLAB/万益蓝		1.7%	100-300	熬夜解酒护肝
YouthIt/优思益		1.6%	100-300	女性保养（私密）
健美生		1.6%	100-300	护眼
herbsense/贺柏圣		1.6%	100-300	熬夜解酒护肝
GNC/健安喜		1.4%	100-300	熬夜解酒护肝
Doppel Herz/双心		1.1%	50-100	护眼
DIETAROMA		1.1%	500-1000	身材管理
NATURELAN		1.0%	100-300	护眼
ALBA GRUPS		1.0%	1000-2000	美容养颜
UNIMAKE		0.9%	3000-4000	女性保养（卵巢）
诺特兰德		0.9%	100-300	身材管理

2024H1抖音电商植物精华/提取物类目TOP品牌卖点&TOP商品

TOP品牌卖点GMV占比



熬夜解酒护肝类TOP商品：

Klosterfrau/德国修女 水飞蓟姜黄植物片
主要成分：水飞蓟提取物、姜黄提取物、胆碱、叶酸
适用场景：应酬聚餐、爱吃油炸食物、熬夜加班、焦虑烦躁、排浊不畅、拥堵堆积
宣传卖点：双重植萃（素食主义适用）、复合营养配方

SWISSE/斯维诗 奶蓟草净化片
主要成分：朝鲜蓟、奶蓟草、姜黄、甘草
适用人群：长期外卖族、应酬不断人群、熬夜加班人群等
宣传卖点：高含量奶蓟草、4大草本成分、净化养护双效、专利认证技术、TGA官方认证

女性保养类TOP商品：

LAIFE 卵巢红宝瓶
功效：由内养卵护巢、外调颜值气色
成分：OVAREVIVE™成分组、甲基叶酸等
适用情况：姨妈烦恼、早衰倾向、暗黄长痘、久备不孕、多囊倾向、焦虑易怒
适用人群：25岁以上全熟龄段女性

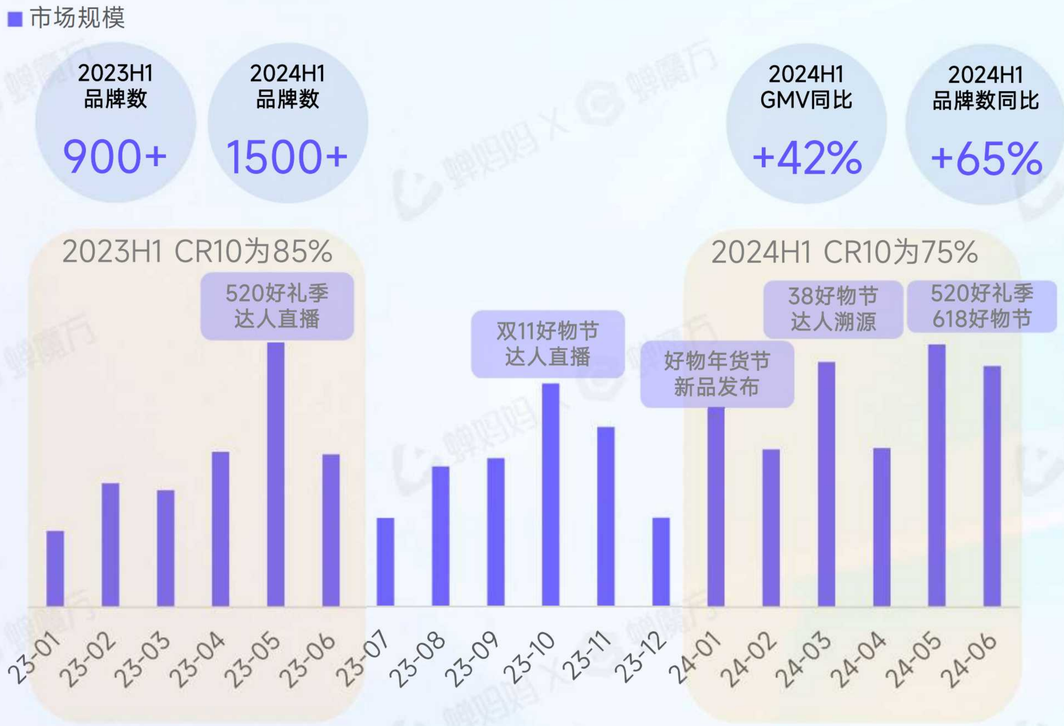
宣传卖点：独家OVAREVIVE™配方，3重滋养，守护花期如初
【抗老】靶向修护卵巢受损细胞
【滋养】养巢护卵
【平衡】调节雌激素，稳定内分泌
·科学补给，不含激素
·国际认证，专业可靠
·加厚密封，开封即出厂

数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）；TOP品牌卖点由此类目下该品牌TOP商品的卖点提炼

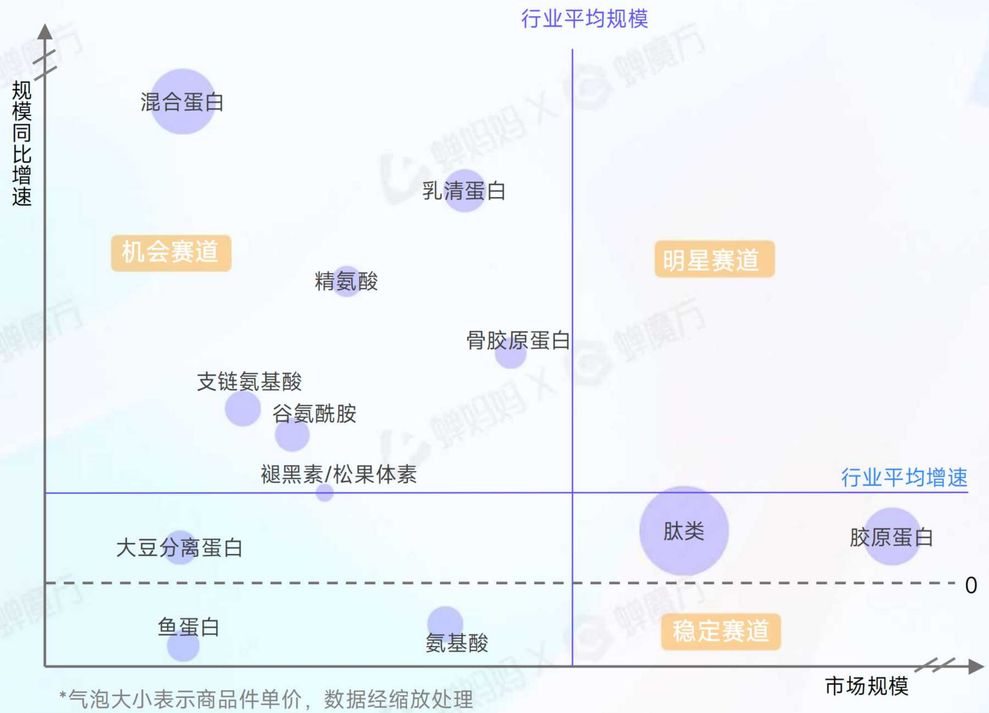
蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白：营销活动对销售额助力明显，肽类单价最高

- 2024年上半年，【蛋白粉/氨基酸/胶原】GMV同比增长+42%，行业稳健发展；大促节点、达人直播和新品发布等助推销售高峰，2024年1月1日，赫熙四重肽胶原蛋白饮发售，贡献当天该品类超六成销售额，并助推1号成为1月销售高峰；2024年3月30日，达人“老赵和KiKi”年度溯源专场助力AXXZIA当天销售额近2000万，贡献当天该品类近九成市场份额。
- 【胶原蛋白】【肽类】处于发展成熟的稳定赛道，【混合蛋白】增长快速，存在竞争机会，【肽类】商品件单价最高，主要产品为AXXZIA AG X代抗糖化口服液。

23-24年6月海外营养膳食-蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白市场规模



2024H1海外营养膳食-蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白细分市场规模



*气泡大小表示商品件单价，数据经缩放处理

蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白：美容养颜占超八成GMV，背书营销受重视

- TOP品牌方面，美容养颜卖点品牌领跑市场，品牌GMV占比超八成，头部品牌HECH/赫熙和AXXZIA市占率均超过18%。
- TOP商品方面，主要为美容养颜类商品，宣传卖点主要集中于产品成分、产品科技、产品安全等方面。除此之外，部分品牌重视“专业型背书”，例如，HECH/赫熙邀请诺贝尔医学奖得主辛克纳吉教授担任品牌荣誉首席科学家，AXXZIA获东京女子医科大学名誉教授川岛真推荐等。通过权威机构、专业人士的认可或推荐进行背书营销，不仅有助于提升产品的竞争力和市场占有率，还可以为消费者带来安全感、信任感，提供更高品质的购物体验。

2024H1抖音电商蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白类目TOP20品牌

品牌	销售热度	市占率	平均客单价（元）	卖点
HECH/赫熙		18%	1000-2000	美容养颜
AXXZIA		18%	3000-4000	美容养颜
BEAUTY RUSH		7%	2000-3000	美容养颜
episteme/媛碧知		7%	2000-3000	美容养颜
good health		5%	100-300	补钙壮骨
Biocyte		5%	2000-3000	美容养颜
Supherb		5%	500-1000	美容养颜
SWISSE/斯维诗		4%	500-1000	美容养颜
AVEA		3%	2000-3000	美容养颜
MOVEFREE/益节		2%	100-300	补钙壮骨
ON/奥普帝蒙		2%	300-500	身材管理
Organika/奥加尼卡		2%	300-500	美容养颜
MYPROTEIN		1%	100-300	身材管理
SPRUTRITION/美国云杉		1%	300-500	心脑血管
FcMzit		1%	300-500	美容养颜
ALLMAX		1%	100-300	身材管理
MISSPEP		1%	0-50	美容养颜
三井制药		1%	300-500	降尿素
D-Lab		1%	1000-2000	美容养颜
YOUTH ESSENTIALS		1%	4000-5000	美容养颜

2024H1抖音电商蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白类目TOP商品

TOP1 卖点：美容养颜 GMV占比85%

HECH/赫熙 四重肽胶原蛋白口服液

珍贵成分：海洋胶原蛋白肽(I型+II型)、海洋胶原蛋白三肽、海洋弹性蛋白肽、鱼子酱精华、枸杞提取物、针叶果粉

宣传卖点：诺贝尔奖得主领衔研发团队、四重肽逆龄科技

AXXZIA/晓姿 AG X代抗糖化口服液

主要成分：桑叶提取物、乌菱角皮提取物、小分子胶原蛋白、余甘子提取物、石榴提取物

宣传卖点：名誉教授推荐背书、成分安全认证、专利成分

episteme/媛碧知 抗糖口服液

主要成分：蛋白聚糖、胶原蛋白Exα、珍珠粉

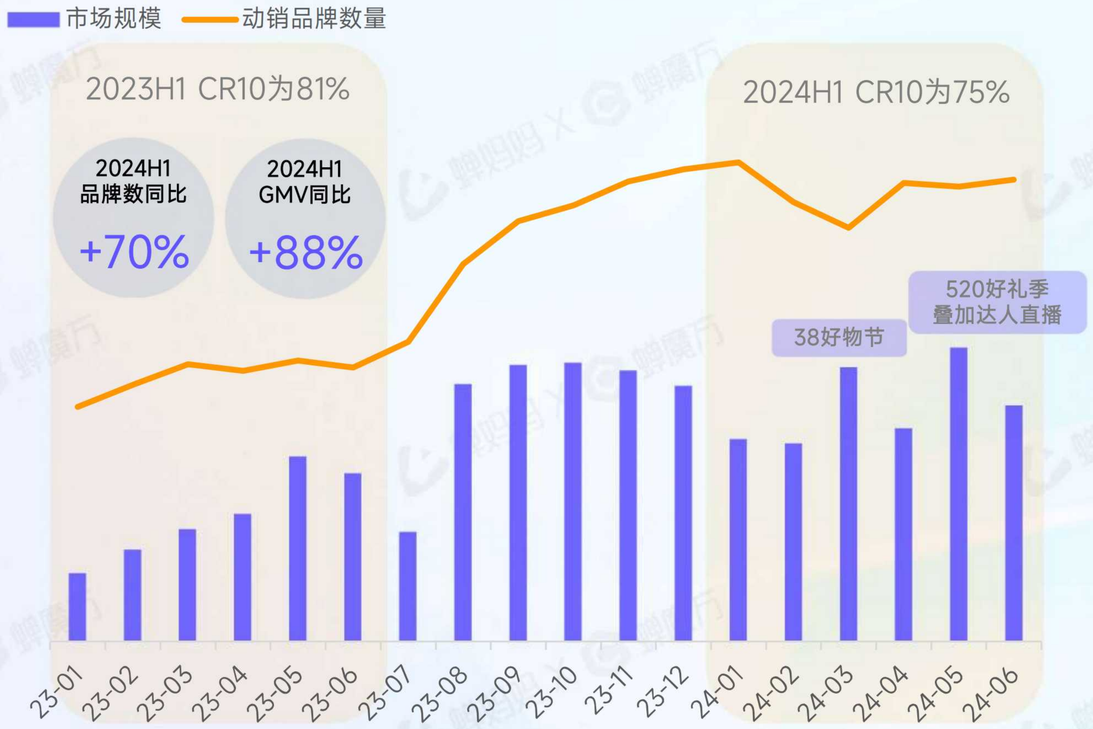
宣传卖点：前沿科技、抗糖成分、无辐射安全认证

数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）；TOP品牌卖点由此类目下该品牌TOP商品的卖点提炼

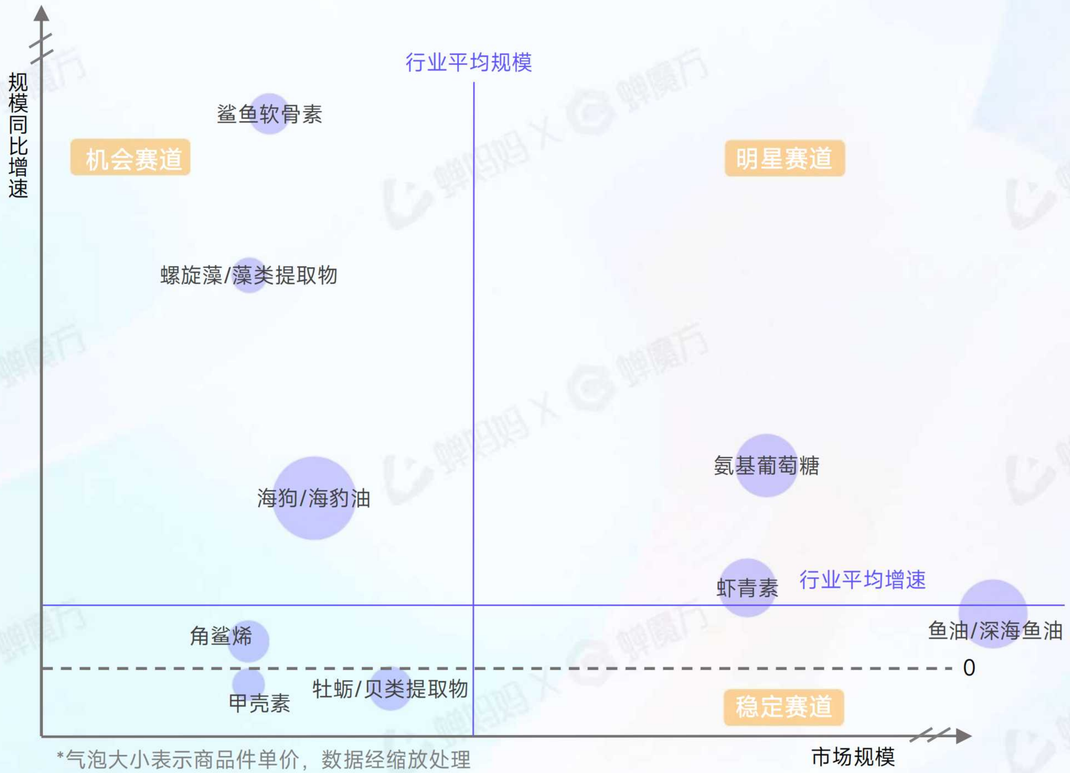
海洋生物类：达人溯源直播对销售额助力明显，心脑血管健康产品发展成熟

- 2024年上半年，【海洋生物类】GMV同比增长+88%，保持稳健增长态势，动销品牌数呈现上升趋势，CR10呈现下降趋势，随着进入市场的品牌增多，竞争加剧。38好物节、520好礼季等大促节点助推该品类销售额增长。除此之外，达人直播带货也对该品类的销售额增长有一定影响。2024年5月2日，董先生挪威溯源直播带货诺威佳，当日该品牌销售额破3000万元，贡献当天【海洋生物类】品类超八成销售额。
- 【鱼油/深海鱼油】处于发展成熟的稳定赛道，主要功效卖点为心脑血管健康，销售TOP商品主要有金凯撒95%纯度深海鱼油、脉拓磷虾油等；【虾青素】【氨基葡萄糖】处于高规模高增长的明星赛道，商品主要功效分别为美容养颜、关节养护，销售TOP商品分别为澳乐维他精华虾青素胶囊、益节氨糖软骨素维骨力。

22年H1-24年H1海外营养膳食-海洋生物类市场规模



2024H1海外营养膳食-海洋生物类细分品类市场规模



*气泡大小表示商品件单价，数据经缩放处理

海洋生物类：品牌卖点集中于心脑血管、美容养颜和补钙壮骨，成分和安全受关注

- TOP品牌卖点主要集中于心脑血管、美容养颜和补钙壮骨，平均客单价集中于100-500元的价格区间，头部品牌MOVEFREE/益节、EnerVite/澳乐维他、omegor/金凯撒市占率均超过10%。
- TOP商品注重宣传优质成分，其中心脑血管卖点的TOP商品以鱼油、磷虾油、海豹油等产品为主，除了成分外，品牌还注重宣传产品安全性，例如无重金属污染等。
- 金凯撒采取“用户参与式营销”，通过发起话题挑战，激励消费者进行冷冻实验并发布实验视频，不仅检验产品品质，还引导消费者自发宣传，提升其品牌忠诚度，消减安全顾虑。

2024H1抖音电商海洋生物类类目TOP20品牌

品牌	销售热度	市占率	平均客单价（元）	卖点
MOVEFREE/益节		17.9%	100-300	补钙壮骨
EnerVite/澳乐维他		15.7%	100-300	美容养颜
omegor/金凯撒		12.3%	100-300	心脑血管
BLACKMORES/澳佳宝		5.6%	100-300	心脑血管
诺威佳		4.5%	500-1000	心脑血管
good health		4.5%	50-100	男性健康
SWISSE/斯维诗		3.1%	100-300	心脑血管
MegaRed/脉拓		2.7%	300-500	心脑血管
WHC/万赫希		2.6%	300-500	心脑血管
ME TODAY		2.5%	100-300	美容养颜
NY-O3/诺威佳		2.4%	500-1000	心脑血管
Viyouth		2.2%	100-300	补钙壮骨
NOROMEGA		1.7%	300-500	美容养颜
Dan Vitas		1.5%	100-300	心脑血管
Astaxin		1.4%	100-300	美容养颜
Holland&Barrett		1.2%	100-300	心脑血管
Mollers/沐乐思		1.1%	100-300	心脑血管
MegaGold		1.1%	500-1000	心脑血管
K-Lex/康力士		1.1%	100-300	心脑血管
Fjorda		1.1%	100-300	心脑血管

2024H1抖音电商海洋生物类类目TOP品牌卖点&TOP商品

TOP1 卖点：心脑血管 GMV占比47%，鱼油、磷虾油、海豹油等产品为主

金凯撒 95%纯度深海鱼油

宣传活动：#金凯撒冷冻挑战 话题大赛（2024年8.1/8.31）

宣传卖点：95%高纯度、高含量omega3、5倍高吸收率、专利认证、三重安全认证（安全性、污染物、重金属、氧化稳定和生物效能等方面指标）

TOP2 卖点：美容养颜 GMV占比25%

澳乐维他 精华虾青素胶囊

主要成分：虾青素、维生素E、卵磷脂、谷胱甘肽

宣传卖点：自由基克星虾青素、高含量60mg纯油虾青素、4重精华、实力御老、TGA权威认证检验

TOP3 卖点：补钙壮骨 GMV占比23%

益节 氨糖软骨素维骨力

功效：舒缓关节不适、修护软骨、润滑

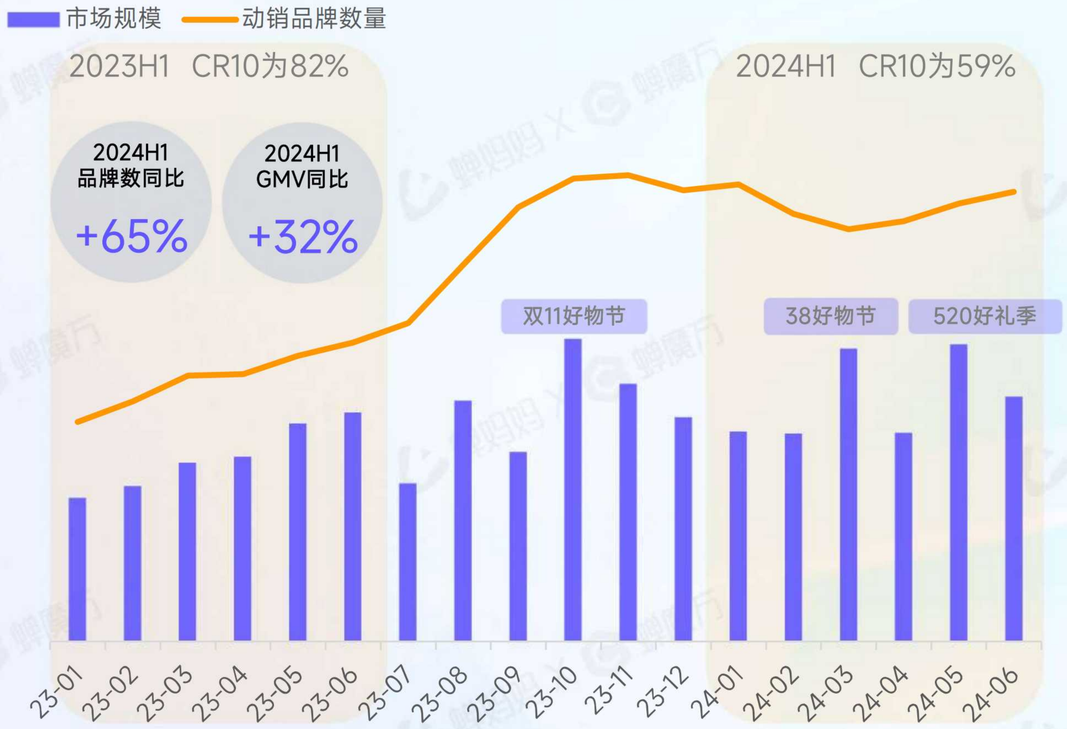
主要成分：氨糖、软骨素（2大修护因子）、MSN、FruiteX-B（2大舒缓因子）、透明质酸

数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）；TOP品牌卖点由此类目下该品牌TOP商品的卖点提炼

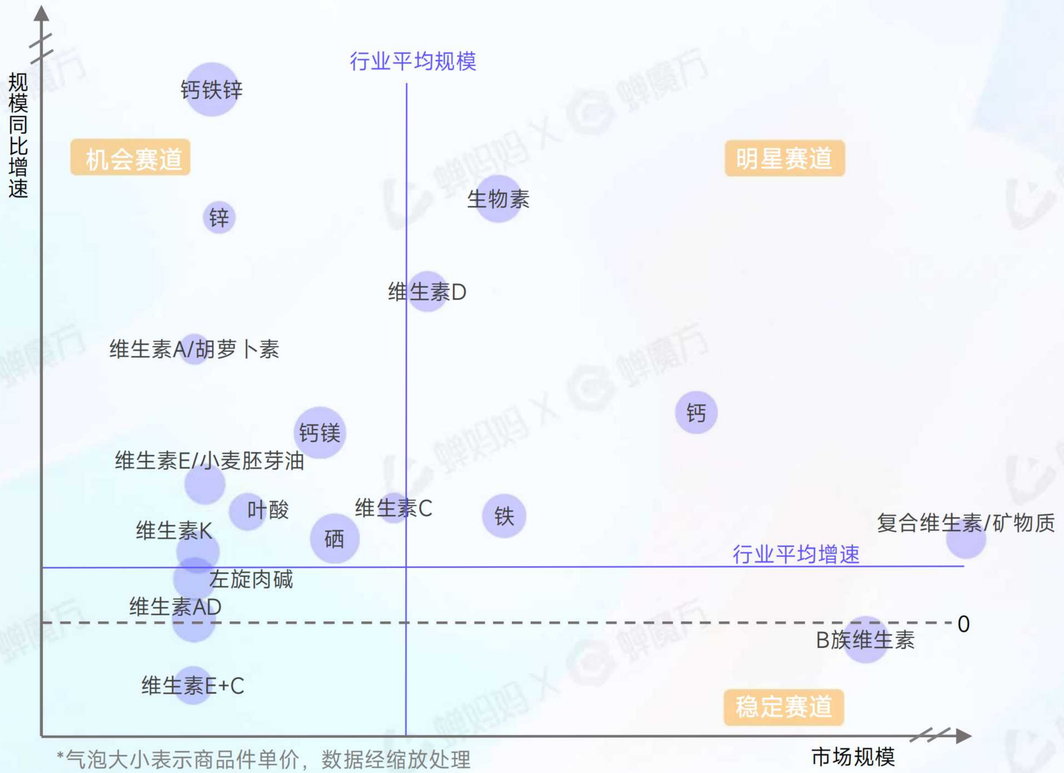
维生素/矿物质：骨骼健康&护发养发产品销售额快速上升

- 2024年上半年，【维生素/矿物质】GMV同比增长+32%，保持稳健增长态势， 38好物节、520好礼季等大促节点助推该品类销售额增长；动销品牌数呈现上升趋势，CR10呈现下降趋势，随着进入市场的品牌、商品增多，竞争加剧。
- 市场份额较大的品类为【复合维生素/矿物质】【B族维生素】，销售TOP商品分别为vitafusion女士多维软糖、Synext新一代澳洲小绿尿石素A槲皮素片剂；同比增速较高的品类为【钙铁锌】【生物素】，【钙铁锌】商品主要功效为骨骼成长、关节养护，主要目标人群为儿童和老年人人群，【生物素】商品主要功效为护发养发，主要目标人群为脱发人群。

22年H1-24年H1海外营养膳食-维生素/矿物质市场规模



2024H1海外营养膳食-维生素/矿物质细分品类市场规模

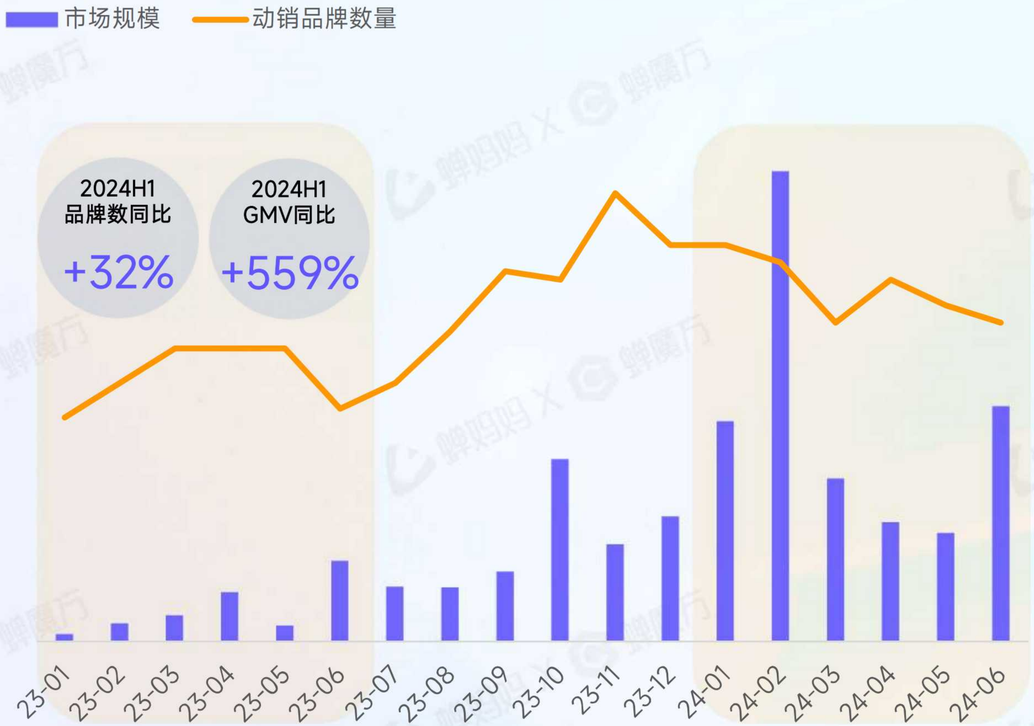


*气泡大小表示商品件单价，数据经缩放处理

膳食纤维/碳水化合物：小规模高增长，发展潜力大，销售额受达播影响较大

- 2024年上半年，【膳食纤维/碳水化合物】GMV同比增长+559%，行业快速发展；由于市场规模较小，因此达人直播带货对销售情况影响较大，2024年2月22日，金爱罗直播带货ESI，当日该品牌销售额破300万元，贡献当天【膳食纤维/碳水化合物】品类超九成销售额并助推当天成为2024年2月的销售高峰；2024年6月27日，胡兵在法国溯源Vitavea，使该品类在618大促活动结束后出现销售高峰。
- 【膳食纤维/果蔬纤维】类目处于高增长高规模的明星赛道，TOP商品为ESI卡路里拜拜片、Vitavea维密小腹婆丸，热门商品主要目标群体为减肥瘦身人群。

23-24年6月海外营养膳食-膳食纤维/碳水化合物市场规模



2024H1海外营养膳食-膳食纤维/碳水化合物细分市场规模

*气泡大小表示商品件单价，数据经缩放处理

	丽人海外膳补	植物精华类	蛋白粉类	海洋生物类
核心成分	植物精华/提取物、维生素等	蓟类、其他植物提取物、叶黄素等	胶原蛋白、肽类等	鱼油/深海鱼油、氨基葡萄糖、虾青素等
主推功效	美容养颜、身材管理	身体养护（熬夜解酒护肝、女性保养等）、美容纤体	美容养颜、身材管理、补钙壮骨	心脑血管、美容养颜、补钙壮骨
宣传重点	美容养颜、身材管理	成分配方、特许专利、产品包装、权威认证	产品成分、产品科技、产品安全、权威背书	优质成分、安全无污染

抖音电商海外营养膳食
内容生态分析

03

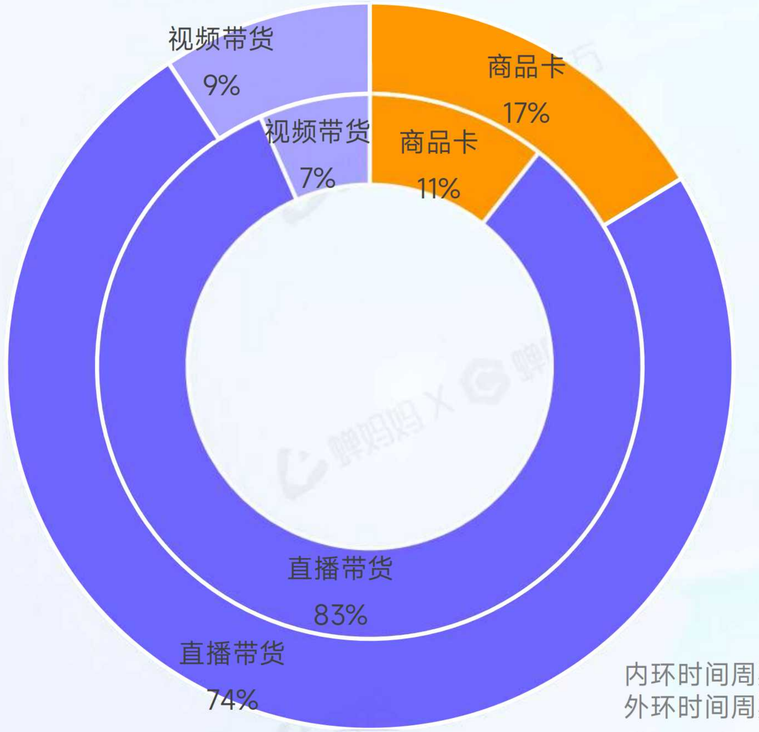
扫码领取蝉魔方试用
CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 chanmofang All Rights Reserved

直播是行业主要带货方式，高客单价品类依赖直播带货

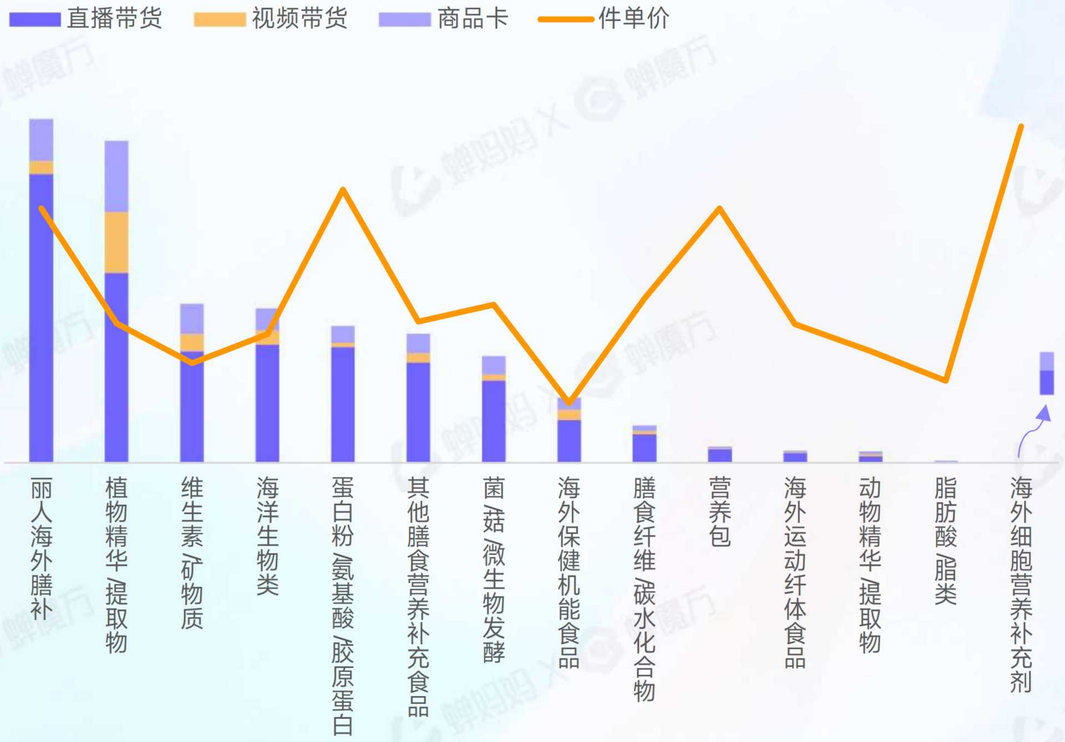
- 由于平台推出商品卡免佣等扶持政策，商品卡带货的市场份额上升，且增速较快，直播带货的市场份额下降，但仍是行业主要带货方式。
- 【蛋白粉/氨基酸/胶原蛋白】【营养包】【丽人海外膳补】等高客单价品类主要销售方式为及时性互动的直播带货，直播带货占比均超过80%，视频带货比重较小，客单价最高的【海外细胞营养补充剂】则全部通过直播和商品卡带货。

2023H1-2024H1抖音电商海外营养膳食行业销售方式



内环时间周期为2023H1
外环时间周期为2024H1

2024H1抖音电商海外营养膳食行业各品类销售方式



海外营养膳食行业商品卡销售额规模扩大，保持增长

- 海外营养膳食行业商品卡销售额呈现增长趋势，2024H1相较于2023H1增长了117%。
- 销售额TOP品牌Klosterfrau/德国修女、MESOESTETIC/美斯蒂克、oxyenergy、OLLY、SWISSE/斯维诗和EZZ，销售额TOP商品为德国修女水飞蓟姜黄植物片、美斯蒂克三合一胶原饮、vitafusion女士多维软糖、BioCare贝欧科蔓越莓女性益生菌口服胶囊和HECH赫熙四重肽胶原蛋白饮，均为知名品牌旗下产品，具有较高知名度，部分产品客单价较高，消费者出于对进口品牌的信赖，选择直接在商品卡界面购买。

2023H1-2024H1抖音电商海外营养膳食行业商品卡销售额趋势

2024H1海外营养膳食行业商品卡销售额TOP品牌

品牌	商品卡销售额	品牌	商品卡销售额
KLOSTERFRAU HEALTHCARE GROUP	1亿+	OLLY	3800w+
mesoestetic	5100w+	Swisse	3500w+
OXYENERGY	5000w+	EZZ	3100w+

2024H1海外营养膳食行业商品卡销售额TOP商品及平均成交价

¥300-¥350

¥850-¥900

¥100-¥150

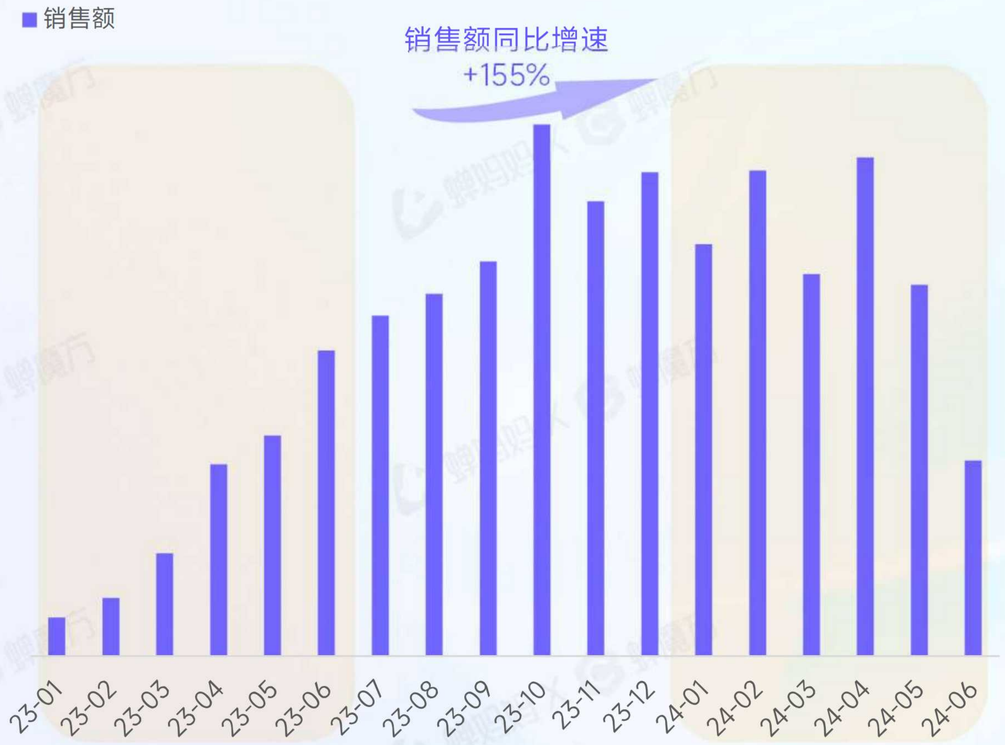
¥150-¥200

¥2000+

高转化视频通过痛点、需求或悬念吸引消费者关注并下单

- 海外营养膳食行业视频带货销售额呈现增长趋势，2024H1相较于2023H1增长了155%。
- 通过分析2024年上半年的TOP带货视频发现，标题上具有普遍共性，即标题中利用消费者的痛点、需求或设置悬念，引起消费者的共鸣和好奇，并提供解决方案，点明使用效果，直接话题种草，从而缩短消费决策时间，加速转化。

2023-2024H1抖音电商海外营养膳食行业视频带货趋势



2024H1海外营养膳食行业热卖带货视频标题分析

爆款标题公式1：痛点（制造焦虑）+ 解决方案

- 曾经我也是一个95公斤的胖子，而现实版的“热辣滚烫”危机重重～提前做准备是最明智的选择！
- 平均每天摄入的水果蔬菜和微量都在两颗里面了！太方便！#复合维生素 #种草好物 #熬夜必备 #每天记得补充维生素 #买它
- 兄弟们平时嘴里黏腻 爱吃油的 腻的 辣的 平时约会前两粒#口气清新 这个益生菌#口香糖 真的别错过！！！#接吻神器口气清新糖 #口臭 #烟民看过来

爆款标题公式2：功效（挖掘需求）+ 使用效果

- 饭前往嘴一塞！吃不下是真吃不下！ #体重管理 #努力成为更好的自己
- 一瓶就能补充到16种营养元素，里面还有对我们女性很友好的叶酸和生物素

爆款标题公式3：提问（设置悬念）+ 话题种草

- 美国人逛Costco 都买点什么好东西？ #购物 #costco #MoveFree #氨糖
- 经常熬夜会增加负担，有些东西要不要吃？吃哪一种？#WonderLab奶蓟草胶囊

达人分享和直播切片视频更易产生爆款带货视频

- 分析2024年上半年的海外营养膳食热卖带货视频，达人分享和直播切片更容易带出爆款；达人分享的带货视频注重强调消费场景、消费者痛点，并通过购买决策与自我关联，引发观众共鸣，使其考虑自己是否也需要这样的产品，从而刺激人群购买消费；直播切片的带货视频主要包括产品细节介绍和优惠机制讲解，通过产品力和价格力吸引人群；肩部以上达人因自身已具有一定的影响力，视频带货能力更强，更容易产生爆款带货视频；直播切片成本低，更适合小达人、尾部达人去实践。

2024H1抖音电商海外营养膳食行业热卖带货视频内容分析

@新疆茅姐

肩部达人 / 生活

达人分享 商品介绍

#逆袭 #关节 #益节氨糖

标题通过电影引流，以明星减肥成功引发的社会现象为引，分享自己从减肥到关注关节健康的心路历程，以及通过补充氨糖维护关节健康的实践经验和建议。

单条视频销售额 170w+

@马克Malik

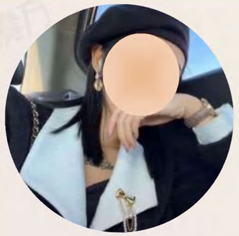
肩部达人 / 生活

生活vlog 达人分享 商品介绍

#MoveFree #氨糖

拍摄在美国COSTCO的购物经历，通过购物场景、个人经历、美国人的健康意识引出产品，介绍产品规格、配方、品牌和受欢迎程度，并通过运动量与关节保养的自我关联吸引用户购买。

单条视频销售额 160w+



@我是张凯毅

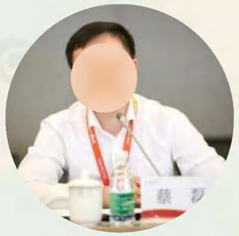
头部达人 / 护肤

达人分享 商品介绍

#体重管理 #努力成为更好的自己

以颜值和恋情为引，自然引入产品分享，通过分享自身的使用体验、强调产品优势（品牌、成分等）、解决用户痛点，从而间接推荐与引导观众。

单条视频销售额 140w+



@蔡磊破冰驿站

肩部达人 / 测评

直播切片 商品介绍

#氨糖 #好物推荐

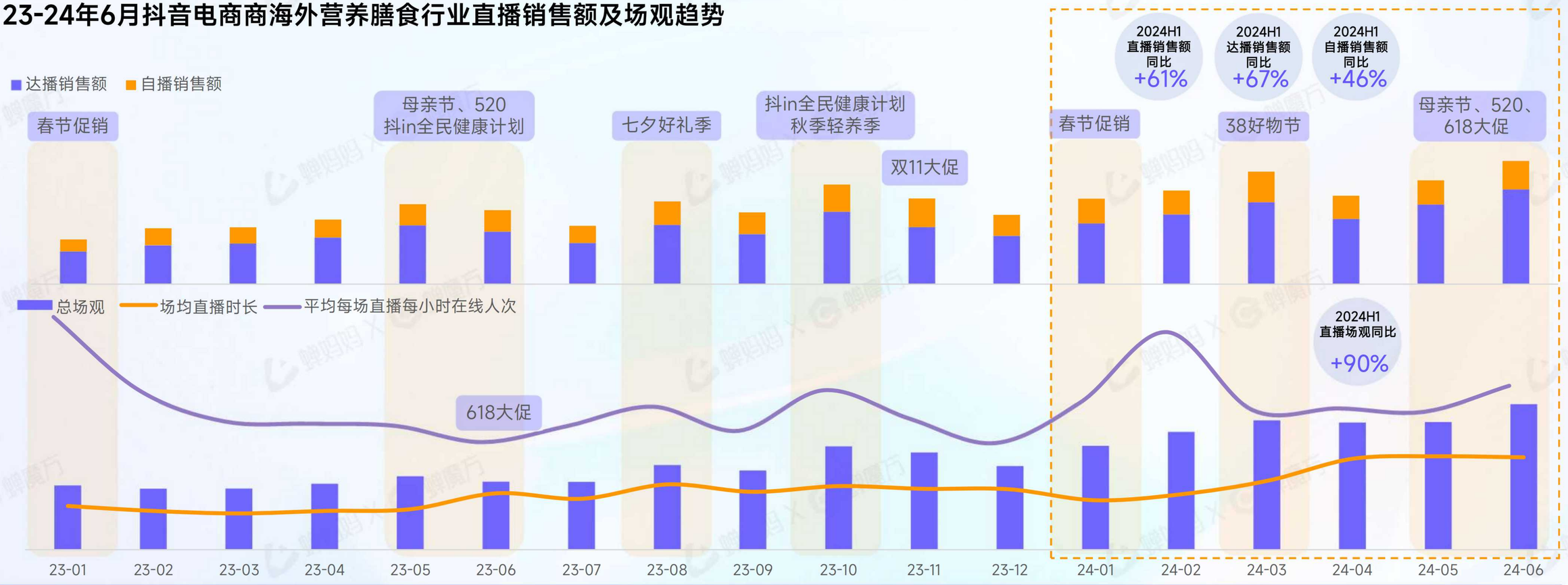
剪辑账号直播带货商品讲解片段进行带货，强调价格划算，以及补充氨糖的重要性，需要提前准备，挖掘需求。

单条视频销售额 90w+

达播贡献主要销售额，礼赠&悦己消费场景下，行业兴趣消费热度提升

- 2024年上半年，直播销售额同比增长+61%，达播贡献超75%市场份额，并且相比于2023H1，达播销售额占比有所提升；海外营养膳食行业总场观和场均直播时长保持增长，直播场观同比增长+90%，总场观和直播销售额变化趋势趋同，行业直播和看播热度持续提高，2024年6月，总场观达到峰值，推测受到618大促节点影响。
- 在母亲节、520、七夕、春节等礼赠、悦己消费场景下，行业看播热度提升显著，“送礼送健康”的消费理念成为行业增长动力。

23-24年6月抖音电商商海外营养膳食行业直播销售额及场观趋势



数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

品牌可以通过建立品牌自播矩阵，经营品牌店铺账号，形成自播优势

- 海外营养膳食行业品牌自播榜TOP10中，品牌SUSUMOTOYA、EZZ自播销售额主要来源为品牌自身店播账号，店播是这些品牌的主要自播方式，除SUSUMOTOYA外，其余品牌虽然自播份额相比于行业平均水平较高，但仍以达播为主要销售渠道。
- SWISSE/斯维诗通过建立品牌矩阵，针对不同产品特性进行直播，成为2024H1品牌自播TOP2，MESOESTETIC/美斯蒂克通过对店铺账号的运营，成为2024H1品牌自播TOP3。

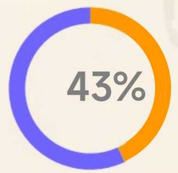
2024H1抖音电商海外营养膳食行业品牌自播榜TOP10

排名	品牌	市场份额	自播销售指数	成交均价	热销商品
1	SUSUMOTOYA	6.99%		500-1000	定向因数限定套装
2	SWISSE/斯维诗	6.63%		500-1000	奶蓟草净肝片
3	MESOESTETIC/美斯蒂克	4.70%		3000-4000	亮白饮2.0
4	OLLY	4.06%		100-300	复合维生素软糖
5	GNC/健安喜	3.60%		300-500	女士营养包
6	EZZ	3.09%		1000-2000	成长肽
7	AXXZIA	2.94%		2000-3000	胶原蛋白抗糖口服液
8	MOVEFREE/益节	2.59%		500-1000	升级氨糖+骨胶原套组
9	omegor/金凯撒	2.58%		100-300	95%纯度深海鱼油
10	Princess Luna/月神	2.57%		500-1000	女性益生菌+7日红宝盒

TOP自播品牌案例

SWISSE/斯维诗

建立品牌自播矩阵，不同账号经营不同细分产品。



主要自播账号均为日播，场均直播时长在10h以上

MESOESTETIC/美斯蒂克

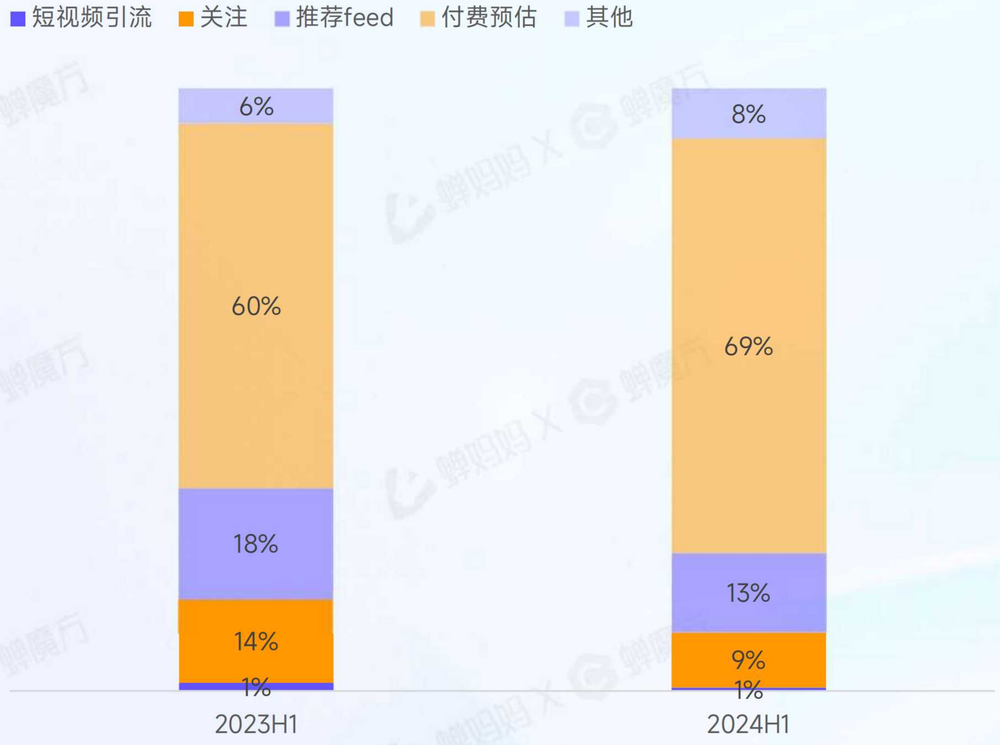
重视店铺账号的运营，店铺账号在2024上半年开播超250次，场均直播时长12h以上。

店铺账号贡献95%以上的自播销售额

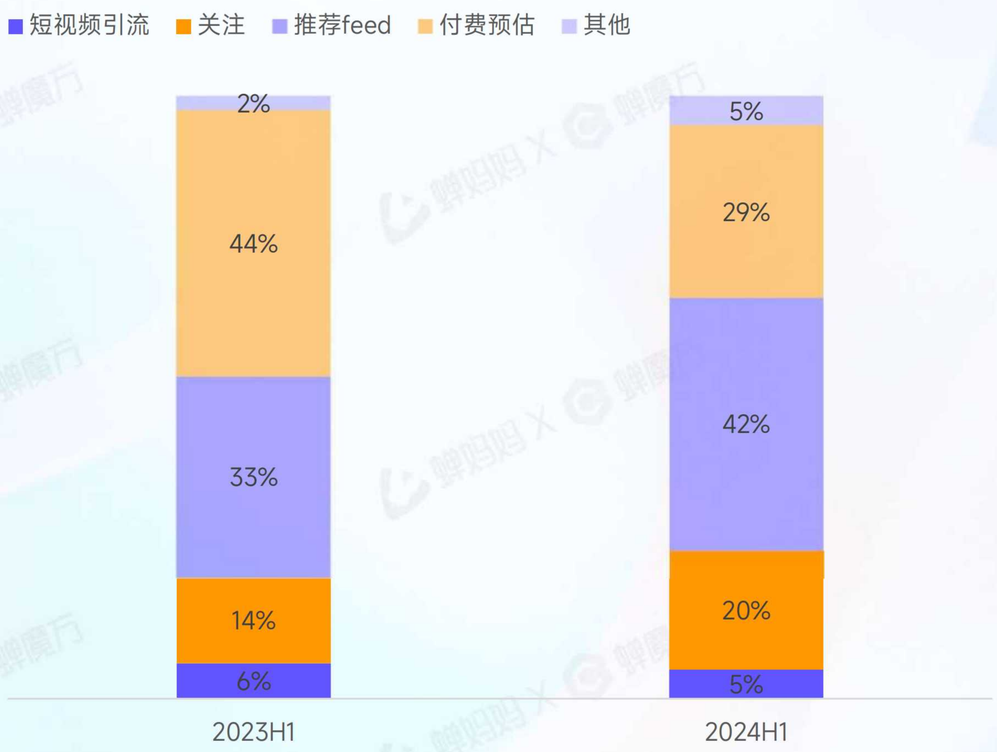
付费流量聚焦主要直播间，达成资源优化、成本控制、效益最大化目标

- 对于销售额前10%的自播直播间而言，2024年上半年相比于2023年同期，付费预估流量占比增加，占比同比增长14%，流量同比增长1941%。
- 对于TOP5自播品牌自播直播间而言，推荐feed直播流量占比最高，占比同比增长26%，流量同比增长341%；付费预估流量占比减少，占比同比减少35%，流量同比增长127%。
- TOP品牌加大对拥有更高的用户粘性、更好的转化率和品牌影响力的主要直播间付费流量投入，通过增加付费流量能够进一步放大其优势，提升品牌曝光度和销售额，在资源有限的情况下，将更多的资源投入到产出效益更高的直播间，实现资源优化；经过2023H1的付费流量投入后，2024H1的TOP5自播品牌自播直播间的流量结构更加优化。

2024H1-销售额前10%自播直播间流量趋势（vs2023H1）



2024H1-TOP5自播品牌自播直播间流量趋势（vs2023H1）



数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

内容小结

商品卡分析

- 商品卡免佣等扶持政策助力商品卡份额上升
- 消费者信赖知名品牌，在商品卡界面直接购买品牌产品

视频分析

- TOP视频善用痛点、悬念引发消费者共鸣，促使其做出消费决策
- 达人分享与直播切片易出爆款，前者通过共鸣刺激消费，后者强调产品力与价格力

直播分析

- 达播占主导，节日礼赠、悦己消费场景下行业直播和看播热度持续提高
- TOP品牌自播矩阵多元，自播直播间流量结构优化

蝉妈妈 X 蝉魔方 X 蝉妈妈智库

抖音电商海外营养膳食
达人营销洞察

04

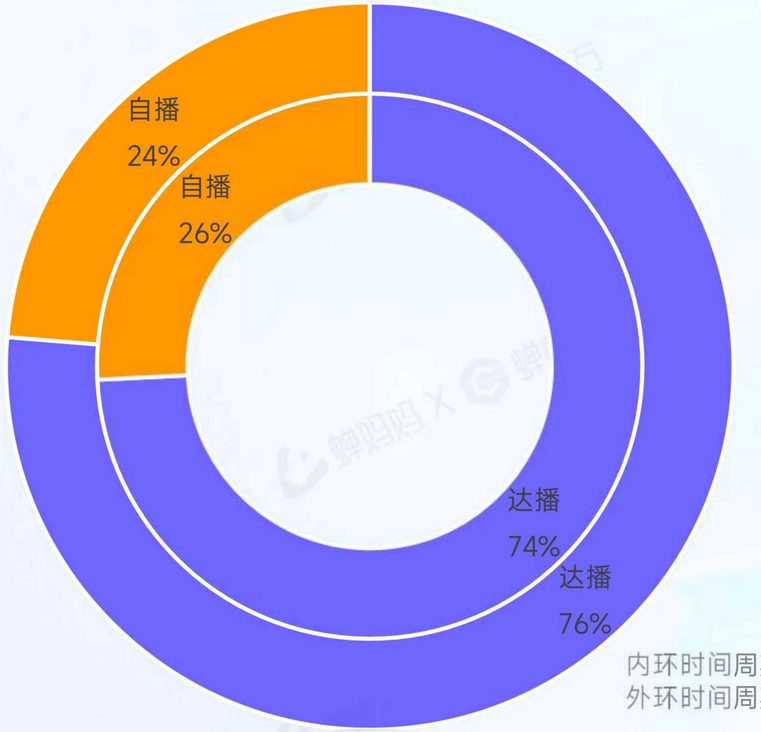
扫码领取蝉魔方试用
CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 chanmofang All Rights Reserved

达播是主要带货渠道，营养包和海外细胞营养补充剂自播占比较高

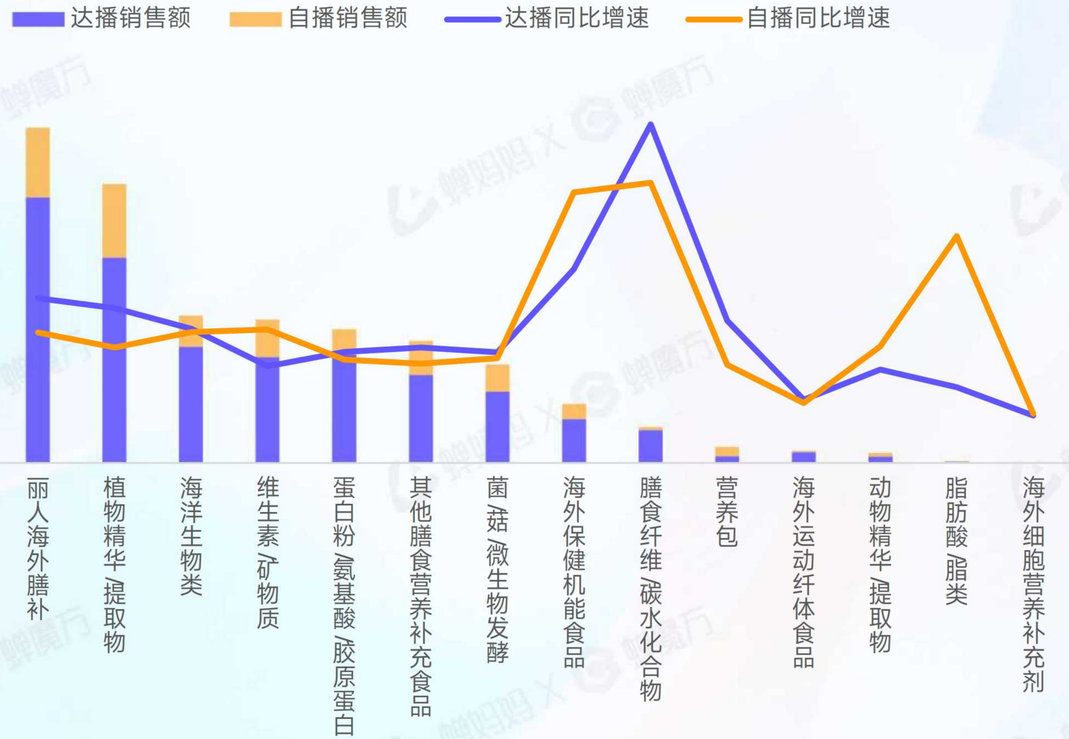
- 当前抖音电商海外营养膳食行业带货渠道：达播占据主要地位，贡献行业75%以上的份额。
- 【丽人海外膳补】【植物精华/提取物】等市场规模较大，需求较高的品类为达播主要带货品类，【营养包】的自播带货占比超过达播带货占比，【动物精华/提取物】自播占比相对较大，【海外细胞营养补充剂】以自播带货为主；【膳食纤维/碳水化合物】达播同比增速最高，【脂肪酸/脂类】自播同比增速显著高于达播同比增速。

2023H1-2024H1抖音电商海外营养膳食行业销售渠道



内环时间周期为2023H1
外环时间周期为2024H1

2024H1抖音电商海外营养膳食行业各品类销售渠道



短视频带货达人增长快速，带货达人主要为东南沿海的31-40岁女性

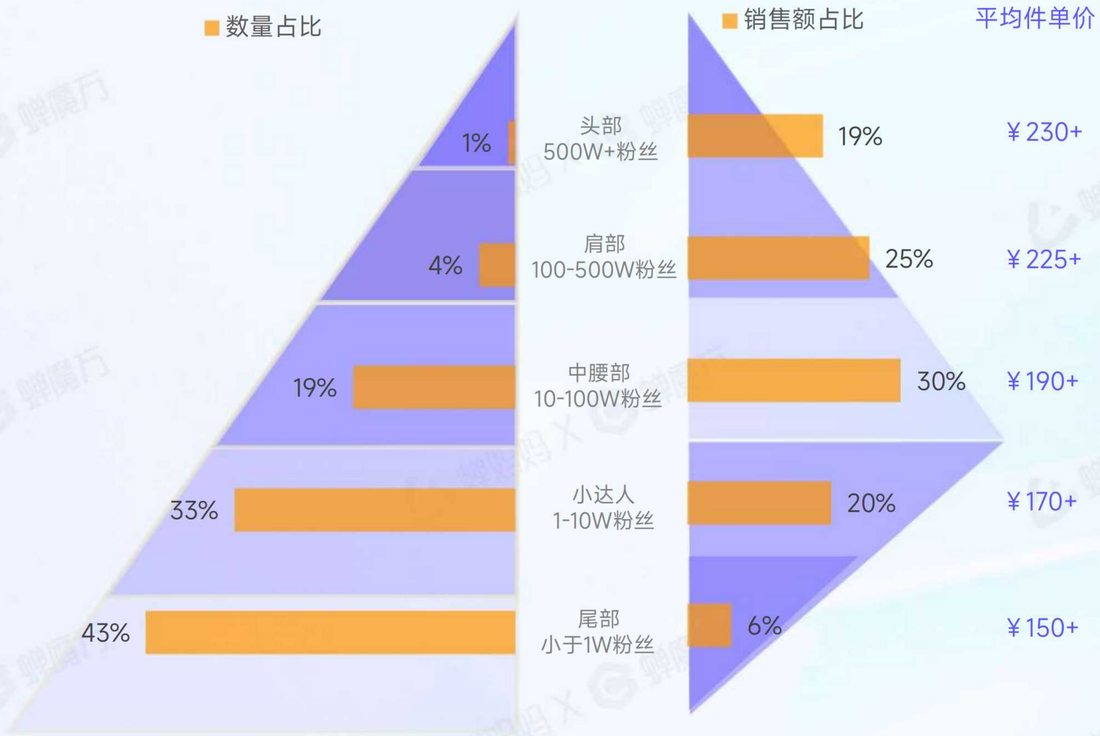
- 2024年上半年，海外营养膳食行业带货达人规模虽然还比较小，但增长速度较快。其中视频带货门槛较低，该类型达人数量猛增，带动销售额高增长，小尾部达人占比大，增速高，品牌可通过佣金激励小尾部达人自发带货，也可挑选优质达人合作，降低渠道成本。从达人画像来看，31-40岁、女性、广东/福建/浙江等地方的达人数量最多。

数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）；粉丝量超过500万的为头部达人，粉丝量介于100-500万为肩部达人，粉丝量介于10-100万为中腰部达人，粉丝量1-10万为小达人，1万及以下为尾部达人

中腰部以上达人引领销售，通过肩部以上达人直播带货实现销售额增长

- 2024年上半年，行业带货达人矩阵为金字塔形，小尾部达人数量最多，占比超七成，但超七成销售额由中腰部以上达人贡献，其中中腰部达人贡献最多销售额，数量占比5%的头肩部达人贡献40%以上的达人销售额，且溢价能力强，商品件单价较高，带货效益突出。
- TOP10带货达人均为肩部以上达人，并都倾向于直播带货，因其影响力大，能够提高品牌和产品的曝光量并占据消费者心智。

2024H1抖音电商海外营养膳食行业带货达人矩阵占比



2024H1抖音电商海外营养膳食行业达人带货力情况

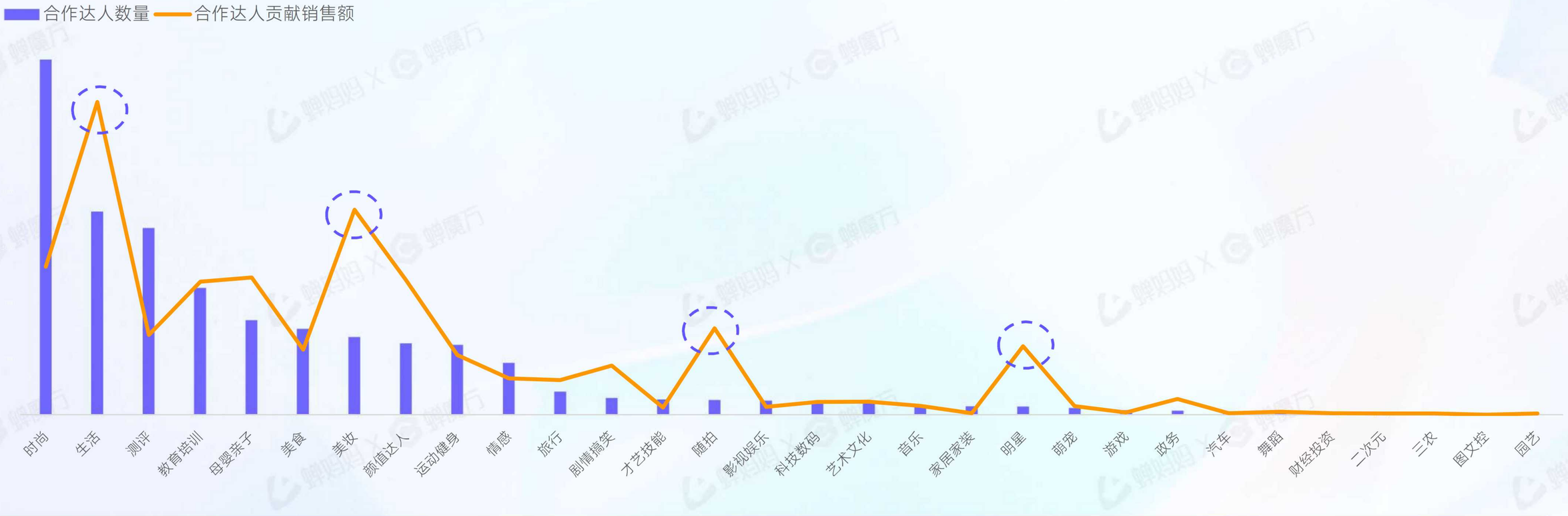
达人名称	达人级别	带货力	达人特色	主要带货渠道
刘媛媛	头部		生活	直播
金爱罗	头部		颜值达人	直播
董先生	头部		生活	直播
胡兵	头部		明星	直播
小e哥在美国硅谷	肩部		随拍	直播
陶然-悠然生活美奢馆	肩部		美妆	直播
糖妈糖包在美国	肩部		教育培训	直播
七老板【三只羊】	头部		美妆	直播
老赵和KiKi	肩部		生活	直播
我叫双子	肩部		颜值达人	直播

数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）；粉丝量超过500万的为头部达人，粉丝量介于100-500万为肩部达人，粉丝量介于10-100万为中腰部达人，粉丝量1-10万为小达人，1万及以下为尾部达人

生活类达人贡献TOP销售额，明星、随拍类达人转化较高

- 时尚、生活、测评、教育培训均为品牌主要合作达人类型。
- 生活类达人贡献销售额占比最高，其中，2024年1-6月贡献销售额TOP3的达人为@刘媛媛 @董先生 @老赵和KiKi🥑，为头部或肩部达人；
- 美妆类达人贡献销售额占比第二，其中，2024年1-6月贡献销售额TOP3的达人为@陶然-悠然生活美奢馆 @七老板【三只羊】 @_阿NiuNiu，为头部或肩部达人。
- 明星、随拍类达人合作数量少但贡献销售额较高，随拍类合作达人主要定居海外，通过营造品牌原产地带货、正品溯源的购物氛围，刺激人群消费，明星类达人则通过自身的知名度和形象定位为品牌背书宣传。

2024H1抖音电商海外营养膳食行业合作达人数量及GMV by达人类型



数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）；粉丝量超过500万的为头部达人，粉丝量介于100-500万为肩部达人，粉丝量介于10-100万为中腰部达人，粉丝量1-10万为小达人，1万及以下为尾部达人

品牌的价格定位是选择达人投放模型应考虑的重点因素

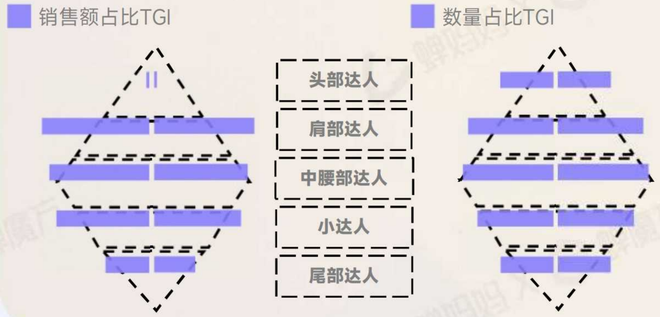
- 品牌在找达人带货时，会根据自身商品的定位选择适配程度较高的达人，最直观的定位角度就是商品价格，因此我们根据品牌平均客单价将品牌分为高、中、低客单价品牌，并研究其达人矩阵。
- 高客单价品牌倾向倒橄榄型投放模型，肩腰部达人在带货上表现不俗；中客单价品牌倾向五角星投放模型，头部达人带货效果较突出；低客单价品牌倾向金字塔投放模型，尾部达人有效带货。

2024H1抖音电商海外营养膳食行业不同客单价品牌达人带货表现和达人投放模型

海外营养膳食行业高客单价品牌 客单价786元+

橄榄型投放模型适合成熟期、高客单价产品，将资源重点集中在肩腰部达人上，同时兼顾高性价比和灵活性。 头部达人带货表现一般，肩腰部达人带货表现不俗。

高客单价品牌主要有：MESOESTETIC/美斯蒂克、180theconcept、EZZ、HECH/赫熙、AXXZIA、SUSUMOTOYA等。



海外营养膳食行业中客单价品牌 客单价223元~786元

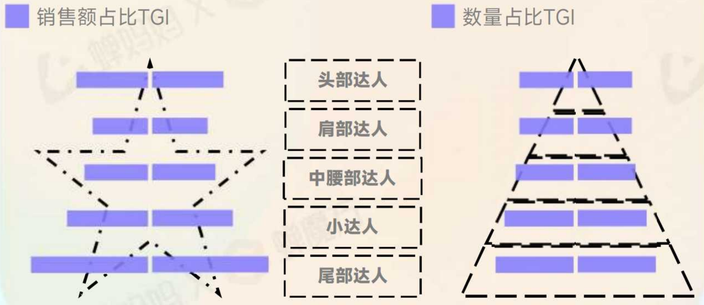
中客单价与高客单价品牌的达人矩阵有明显差异，各层级达人的数量占比和生意构成占比差距不大，头部达人带货表现突出。多样化的受众覆盖以及较低阻力的中客单价产品的信息传达使得五角星型模型适用。

中客单价品牌主要有：Klosterfrau/德国修女、SWISSE/斯维诗、MOVEFREE/益节、GNC/健安喜、Vita Green/维特健灵、LIFE SPACE/益倍适等。

海外营养膳食行业低客单价品牌 客单价0~223元

金字塔投放模型从定义上就较为适合预热期、低客单价产品。尾部达人与KOC规模化内容布局，能在成本控制下对低客单价商品有效售卖。

低客单价品牌主要有：OLLY、Vitavea、oxyenergy、EnerVite/澳乐维他、Flora natura、vitafusion等。



数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）；高客单价品牌：品牌客单价行业前10%，中客单价品牌：品牌客单价行业前10%-50%之间，低客单价品牌：品牌客单价行业后50%

品牌应选择与品牌定位相契合的达人进行达播推广

- 海外营养膳食行业品牌达播榜TOP10中，所有品牌均以达播为主要销售额渠道，其中LAIFE的达播占比达到了100%；Vitavea贡献销售额TOP3的达人为@胡兵 @演员丁宁乐宝儿带货号（大号为@演员丁宁 乐宝儿） @柒柒，前两位均为明星达人。
- 2024年6月27日，@胡兵开启Vitavea品牌溯源直播，当天该品牌销售额突破7400万，该场直播贡献超95%的销售额，销售额TOP3商品为五合一胶囊、维密小腹婆丸、瓜拉纳小妖精胶囊。

2024H1抖音电商海外营养膳食行业品牌达播榜TOP10

排名	品牌	市场份额	达播销售指数	成交均价	热销商品
1	Vitavea	4.16%		100-300	维密小腹婆丸
2	180theconcept	3.33%		2000-3000	h6反重力胶囊
3	SWISSE/斯维诗	2.97%		300-500	柠檬酸钙维生素D迷你钙
4	OLLY	2.78%		100-300	女性复合维生素软糖
5	MESOESTETIC/美斯蒂克	2.48%		4000+	亮白饮2.0
6	LIFE SPACE/益倍适	2.34%		500-1000	益生菌胶囊
7	HECH/赫熙	2.26%		1000-2000	四重肽胶原蛋白饮
8	LAIFE	2.15%		2000-3000	卵巢红宝瓶
9	澳乐维他	2.14%		100-300	虾青素胶囊
10	MOVEFREE/益节	2.06%		100-300	氨糖软骨素

TOP达播品牌案例

Vitavea

@胡兵

头部达人 / 明星

品牌主要产品卖点为身材管理、燃脂瘦身等，胡兵作为知名模特，大众形象较好，与品牌和产品调性契合，能够更好地为品牌宣传背书。
2024年6月27日，胡兵开启品牌溯源直播，当天直播贡献超7000万销售额。

6月27日溯源直播TOP商品

五合一胶囊
销售额：2900w+

维密小腹婆丸
销售额：1900w+

瓜拉纳小妖精胶囊
销售额：1100w+

达人小结

达人概况

- 达人生态蓬勃发展，短视频带货达人增长快速，带动销售额高增长
- 小尾部达人占据了较大比例，带货达人主要为东南沿海的31-40岁女性

达人表现

- 达人带货矩阵为金字塔形，中腰部以上达人贡献主要销售额，头部达人带货效益显著
- 生活、美妆类达人贡献主要销售额，明星、随拍类达人人效较高

达人选择

- 品牌根据价格定位选择适配达人，不同客单价品牌适用不同达人矩阵
- 契合品牌定位的达人有助于提升品牌形象，助力品牌销售

抖音电商海外营养膳食

兴趣人群洞察

05

扫码领取蝉魔方试用
CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 chanmofang All Rights Reserved

益生菌等常见保健品保持高速扩容，奶蓟草等生物提取成分增长潜力高

- 从近期行业搜索热词可以看出，消费者对于功效成分的整体认知度高于特定商品和品牌。对于市场认知度高，使用场景较宽泛的鱼油、钙和益生菌成分，市场搜索热度高，需求量高，相关产品向人群细分、生产工艺/产品形态、成分纯度等细分领域“内卷”。对于褪黑素、辅酶Q10、奶蓟草等新兴或高增长成分，场景针对性较强，处于市场认知度快速普及阶段，具有保肝功效的奶蓟草和具有抗老抗衰和提升免疫力功能的红树莓和磷虾油成分搜索热度快速增长。
- 认知度高的常见保健品品牌布局门槛低，考验品牌的搜索、营销运营等能力，而成分认知度相对较低的保健品增长潜力高，主要考验品牌的内容运营能力，快速攻占消费心智。

2024年6月海外营养膳食行业热搜词

1 成分词 热度占比 48%

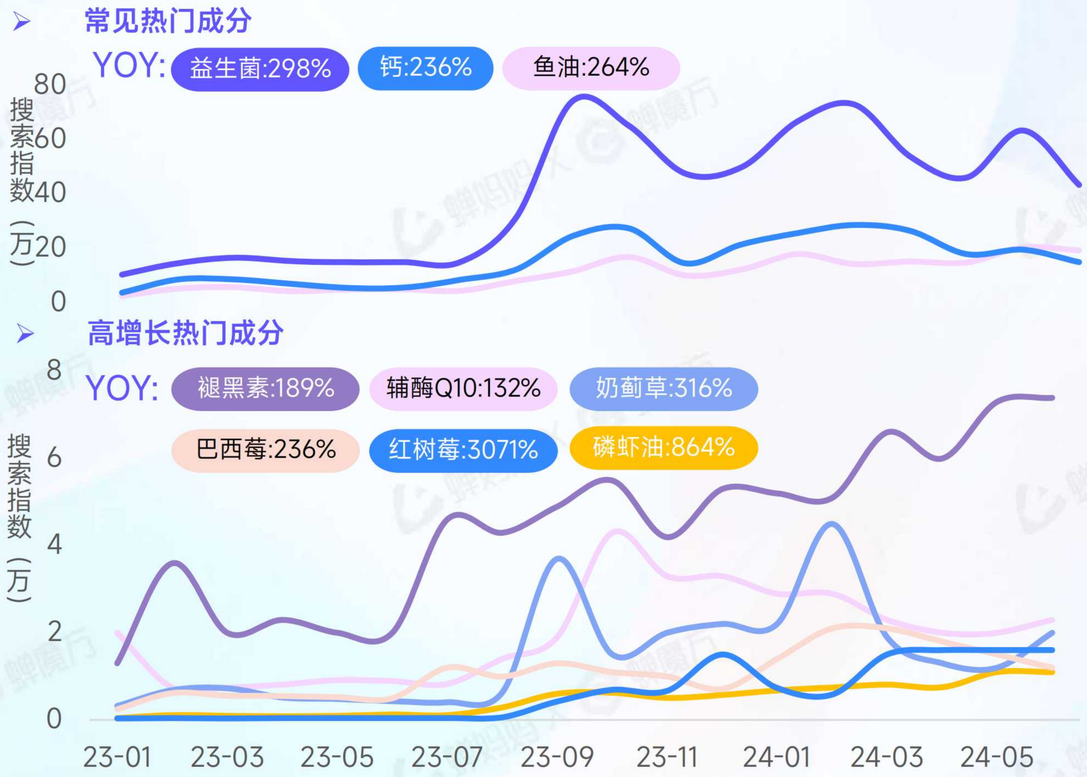
2 商品词 热度占比 29%

3 品牌词 热度占比 22%

- 从海外膳食营养品行业的热搜词可发现，消费者对鱼油、钙片、益生菌等功效成分的认知度高于品牌和特定商品。

*字号大小表示搜索热度，仅统计搜索热度破万的搜索词

热门成分词搜索指数及上半年同比增速（YOY）

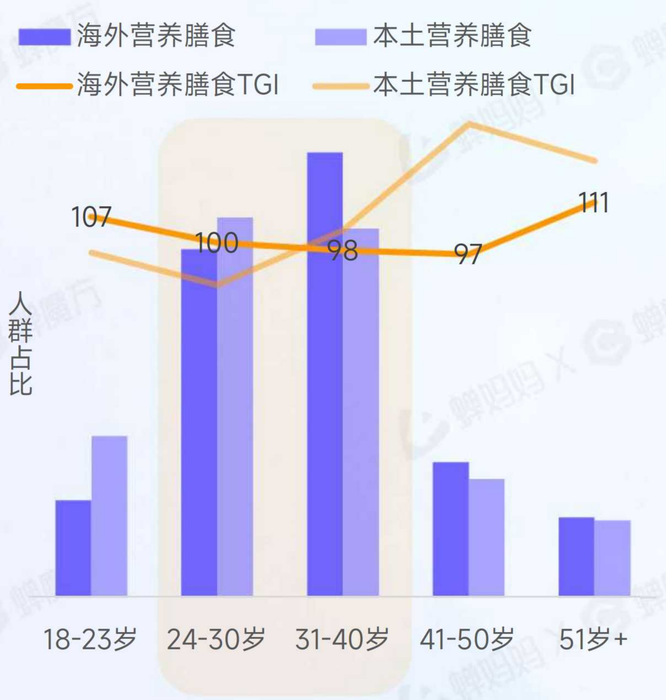


高线城市、18-30岁&51岁+的女性消费群体对海外营养膳食兴趣更高

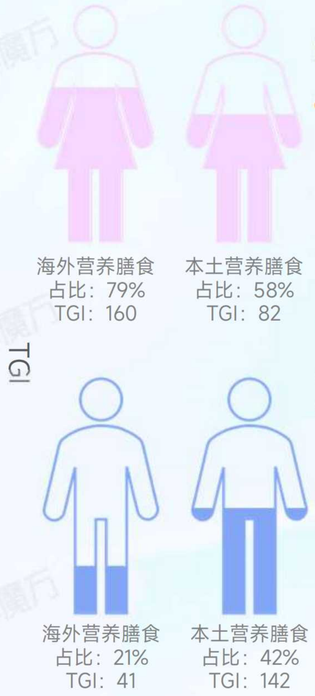
- 从抖音电商海外营养膳食行业上半年互动情况来看，兴趣群体主要是新一线、二线、三线的24-40岁的女性消费者，该群体具备一定的消费能力，注重生活质量，以及关注自身和家庭成员健康，是行业的消费主力。而高线城市、18-23岁的z世代和51岁+的银发群体对海外营养膳食产品的TGI表现较高。
- 与本土营养膳食相比，海外营养膳食的兴趣消费者偏重于高线城市，且更年轻，更女性化。

2024H1海外营养膳食行业兴趣消费者画像

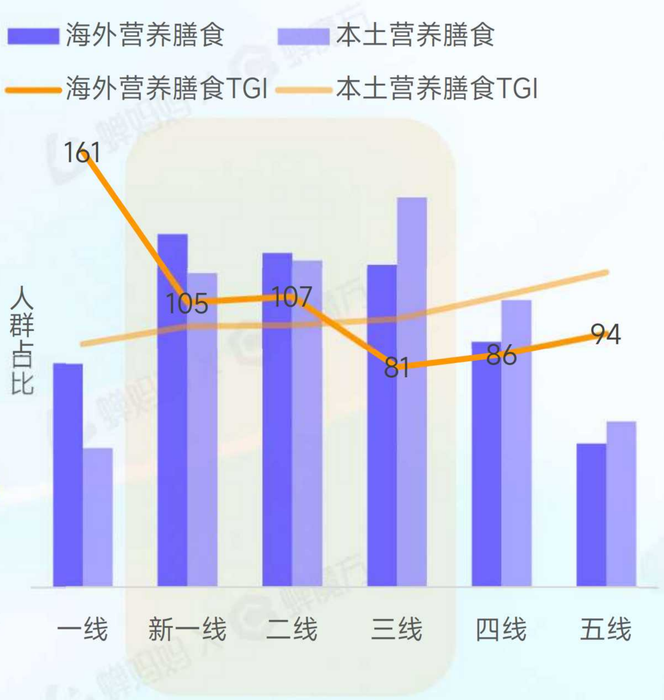
年龄分布



性别分布



城市分布



兴趣消费者分布城市TOP50

*字号越大兴趣消费者数量越多

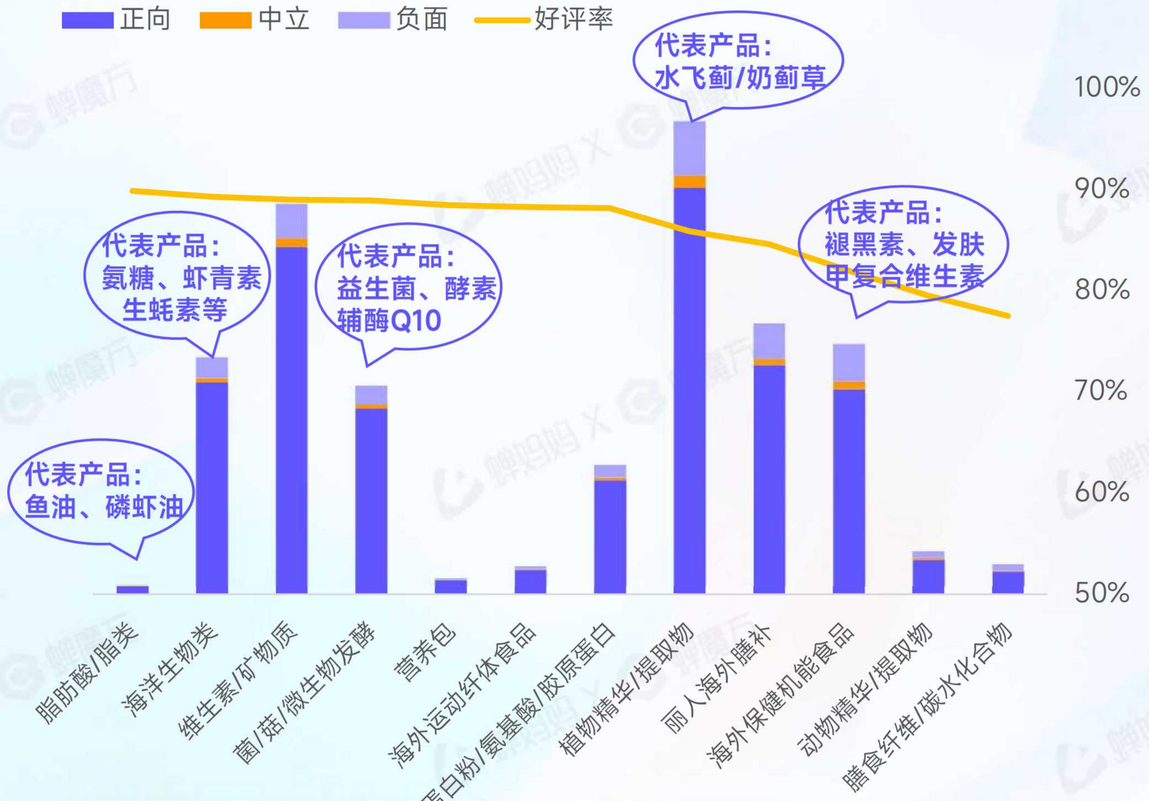
数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）；研究对象：2024年上半年海外膳食营养补充行业TOP500品牌的兴趣人群

消费者关注产品使用效果，对改善睡眠/皮肤状态/体重的产品感知度较强

- 对于海外营养膳食产品，消费者最关注其使用效果，但同时该评价维度的负评率也是最高的，消费者对产品改善睡眠、皮肤改善、护发生发和减重效果的感知最明显，相关功效产品的品牌需要针对性设计相关话术和产品说明以维护舆情。
- 对于提升免疫力、心脑血管等功能的产品，消费者好评率相对较高，而对于口服美容、改善睡眠等功能的产品好评率较低，消费者对该类产品的效果感知较为敏感。

2024H1海外营养膳食行业消费者评价分析

2024H1海外营养膳食行业各品类消费者评价分析



数据来源：蝉魔方 chanmofang.com （蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

人群小结

热度趋势

- 热词显示消费者对功效成分整体认知高于特定商品与品牌
- 高市场认知度成分高速扩容，低市场认知度成分增长潜力高

人群画像

- 行业消费主力为新一线、二线、三线的24-40岁的女性消费者
- 高线城市、18-30岁&51岁+的女性消费群体对海外营养膳食兴趣更高

关注趋势

- 消费者高度重视产品使用效果，对改善睡眠/皮肤状态/体重的产品效果感知度较明显
- 提升免疫力/心脑血管等功能的产品，好评率相对较高；口服美容/改善睡眠等功能的产品好评率较低

往期内容推荐

Content Recommendation

《蝉妈妈智库：美妆爆品制造器品牌拆解》

《蝉妈妈智库：2024年抖音电商半年报》

《蝉妈妈智库：抖音电商玩具行业趋势洞察》

《蝉妈妈智库：鲨鱼菲特品牌营销拆解》

《蝉妈妈智库：抖音电商女性消费市场研究》

《蝉妈妈智库：抖音电商健康饮料趋势洞察》

《蝉妈妈智库：消费新升级行业洞察》

《蝉妈妈智库：保健品行业趋势洞察》

《蝉妈妈智库：韩束品牌拆解》

《抖音电商运动户外年度报告》

《2023年抖音电商年报》

《抖音电商年度女装行业报告》

《抖音电商3C数码行业报告》

《抖音电商食品饮料趋势洞察》

《抖音电商视频带货爆单指南》

《抖音电商视频带货爆单指南》

《23年双11黑马品牌—骆驼》

《抖音电商滋补品行业报告》

《2023年双11复盘报告》

《抖音电商预制菜行业报告》

蝉魔方 X 蝉妈妈智库

····· 90+份免费报告等你领取 ·····

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，赋能每一个电商人

关键场景	蝉妈妈矩阵赋能	品牌电商经营地图
战略决策	蝉魔方 chanmofang.com	开品上市/行业研究：行业趋势、竞争格局、消费热点、全业务复盘、人群分析、营销舆情
电商运营&内容创意	蝉妈妈（电商+创意+AI创作） chanmama.com	内容电商精细化运营：找达人、选爆品、看竞对、内容创作、找素材、做投放
自播爆量	蝉管家 changuanjia.com	自播运营与管理：主播绩效统计、直播录屏、AI排班、多直播监控、投放分析
达播增长	蝉圈圈 kolkoc.com	达人营销种收一体：跨平台营销、AI智能推达人、达人带货管理、寄样核销管理、实时效果追踪、团队业绩复盘
	蝉选 chanxuan.com	达人分销爆量：资源位曝光、精准算法推荐、精英团推品、原创素材分发、海量私域推品、专属商务推品
AI电商	蝉镜 chanjing.cc	AI赋能，降本增效：AI 短视频创作、数字人、无人直播

蝉妈妈智库

数字营销洞察，找蝉妈妈智库

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研究和分析报告，研究范围包括行业及社媒趋势、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。

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，违者将追究其违法责任。

SERVICE

• 行业研报

坚持以客观严谨的理念，及时原创输出电商的发展趋势与商业观点，满足电商从业者数据洞察的需求。

• 咨询服务

专业数据分析师1V1提供针对类目、竞对、品牌营销策略和舆情等多种分析服务，帮助企业快速发现市场机会，设计迭代产品，优化营销效果。

• 专家访谈

拥有强大的电商和社媒领域智囊团，包括具备行业洞察力和实战经验的知名企业中高层管理者，以及引领行业发展的行业协会资深专家，提供前瞻性、针对性意见、经验方法，以降低试错成本。

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
可通过下方二维码/电话联系我们

蝉妈妈数据运营总监

183 5028 2991
mahuizhen@limayao.com

THANK YOU!

2024/08
Aug.

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 chanmofang All Rights Reserved

蝉妈妈 X 蝉魔方 X 蝉妈妈智库