

# 钙铁锌行业调研报告

GNC/健安喜

LITTLE UMBRELLA/小小伞

2023年

懂数据  
更懂生意

# 张杨老师带你看品牌 解数咨询第212期报告



## 钙铁锌行业调研报告

GNC/健安喜

LITTLE UMBRELLA/小小伞

懂数据 更懂生意

# 目录

01

钙铁锌行业整体概况  
淘宝&抖音

02

热门品牌调研

Ø GNC/健安喜&Little Umbrella/小小伞

# 钙铁锌行业整体概况

淘宝&抖音

懂数据 更懂生意

婴幼儿营养品-钙铁锌行业-行业规模(2023年8月)

2023年8月钙铁锌行业在淘宝的规模达到**9667.7万元**，抖音平台接近**7500万元**

行业体量整体不大，销售渠道仍以淘宝为主

婴幼儿  
营养品--  
钙铁锌行业

淘宝

2023年8月成交额

**9667.7万元**

抖音

2023年8月成交额

**5000~7500万元**

懂数据 更懂生意

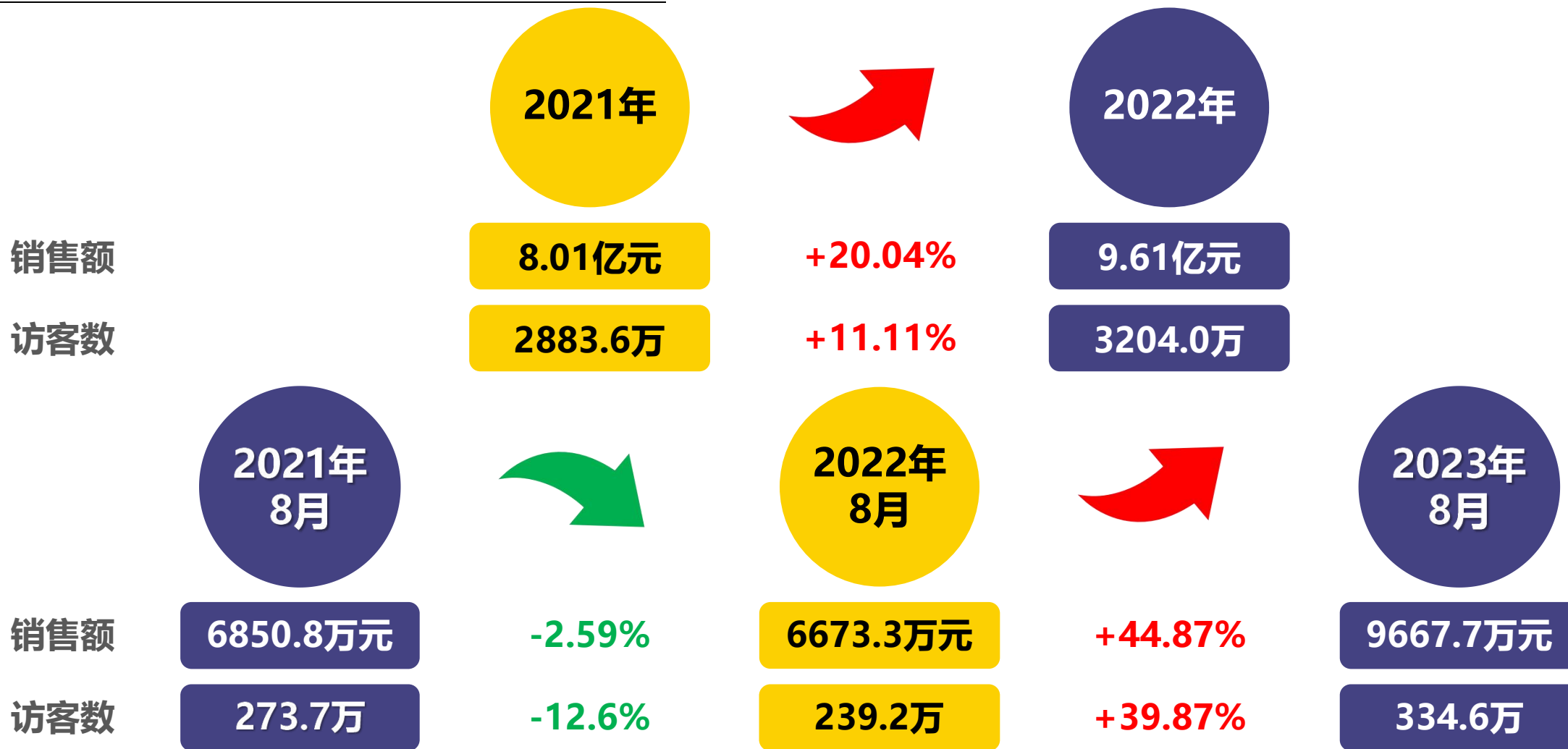
淘宝网 Taobao.com

淘宝

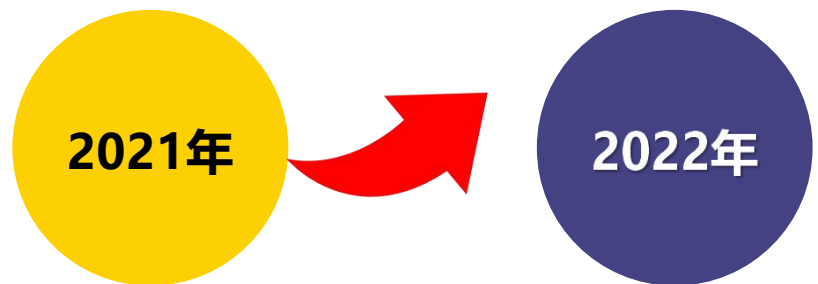


懂数据 更懂生意

从整体看，2022年**销售额整体上涨20.04%**且**访客数整体上涨11.11%**，吸引了越来越多消费者的注意并且**销售额明显上涨**；同时，2023年8月**同比销售额上涨44.87%**且**访客数上涨39.87%**



2023年3-8月，除支付转化率下降4.72%外，销售额、访客数、客单价、UV价值同比都上涨了，且销售额同比上涨35.51%，访客数同比上涨33.05%



销售额	8.01亿元	+20.04%	9.61亿元	4.20亿元	+11.34%	4.68亿元	+35.51%	6.34亿元
-----	--------	---------	--------	--------	---------	--------	---------	--------

访客数	2883.6万	+11.11%	3204.0万	1491.2万	+6.20%	1583.6万	+33.05%	2107.0万
-----	---------	---------	---------	---------	--------	---------	---------	---------

客单价	203.33	+10.53%	224.74	201.87	+7.29%	216.57	+6.90%	231.51
-----	--------	---------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

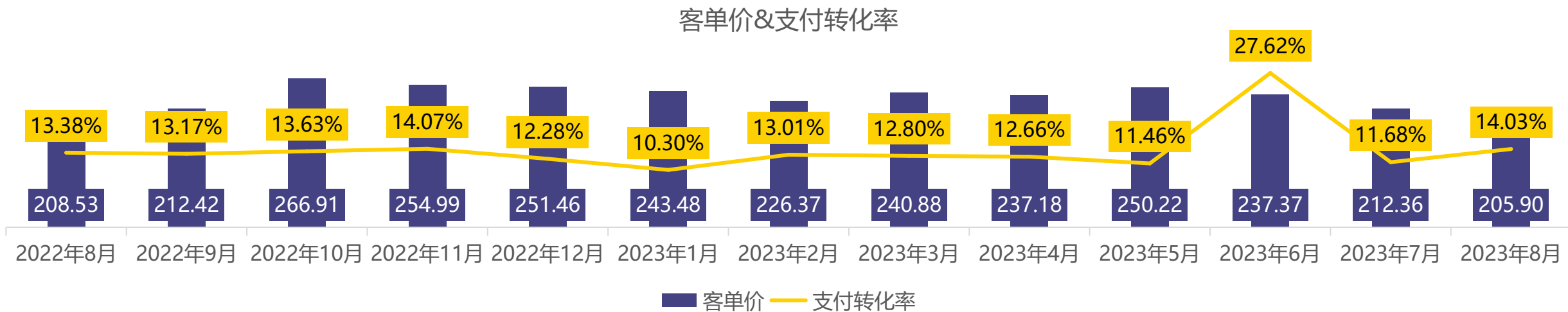
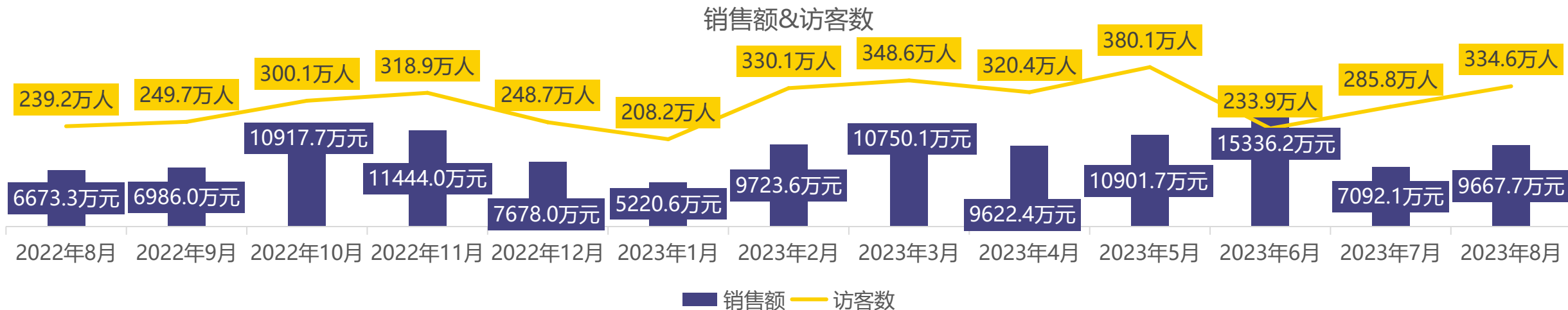
支付转化率	13.66%	-2.26%	13.35%	13.95%	-2.28%	13.63%	-4.72%	12.99%
-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

UV价值	27.77	+8.03%	30.00	28.17	+4.84%	29.53	+1.85%	30.08
------	-------	--------	-------	-------	--------	-------	--------	-------

懂数据 更懂生意

婴幼儿营养品-钙铁锌-近13个月基础数据 (2022年8月-2023年8月)

钙铁锌行业的客单价、支付转化率基本保持平稳，在2023年618期间，支付转化率达到了27.62%，同时在双十一、618期间，销售额有爆发式增长，超过1亿元

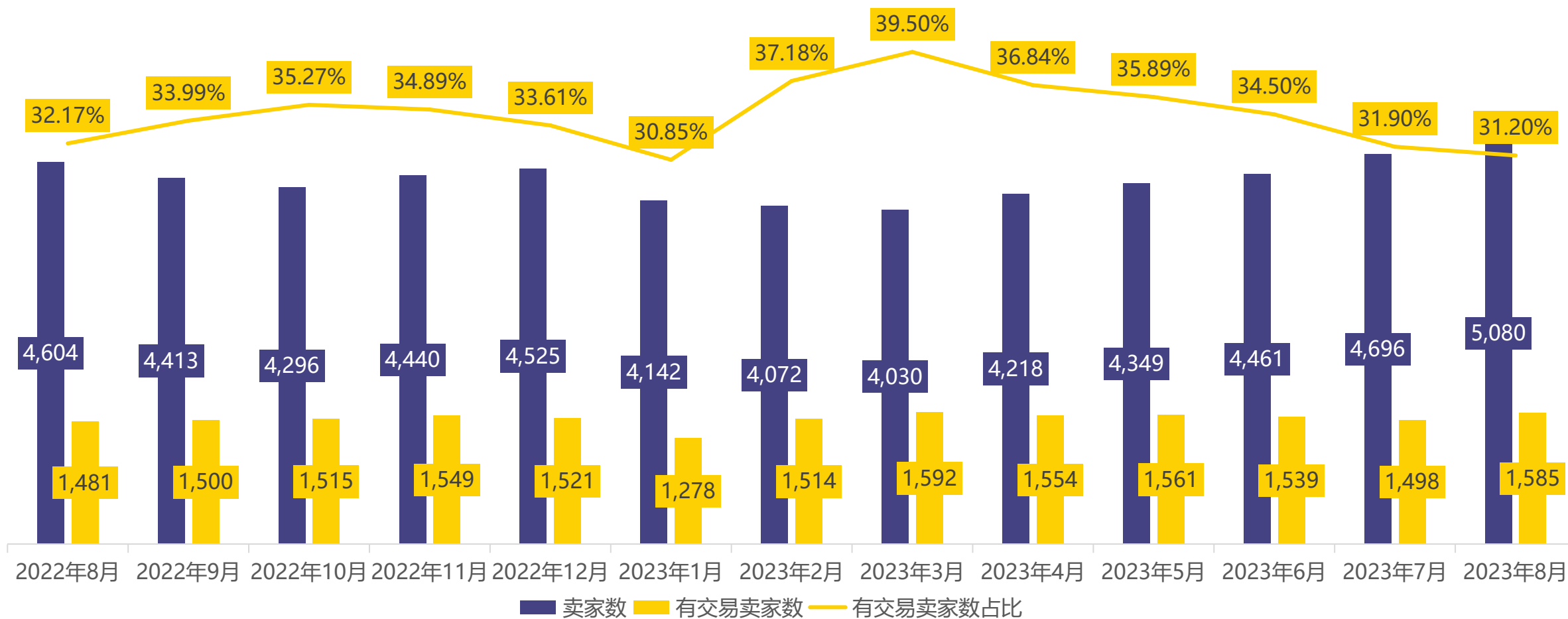


懂数据 更懂生意

# 婴幼儿营养品-钙铁锌-卖家数概况 (2022年8月-2023年8月)

钙铁锌行业的卖家数、有交易卖家数整体呈现上升趋势；在2023年1月，有383家卖家和246家有交易卖家流出，之后卖家数和有交易卖家数稳步上升，23年8月有交易卖家数同比上升7.02%

近13个月卖家概况



懂数据 更懂生意

婴幼儿营养品-钙铁锌-TOP10品牌市场份额占比 (2023年3月-2023年8月)

品牌**GNC/健安喜**和**Little Umbrella**在2023年8月进入该行业的top10,  
品牌**INNE**在2023年8月市场份额占比达到了**27.37%**

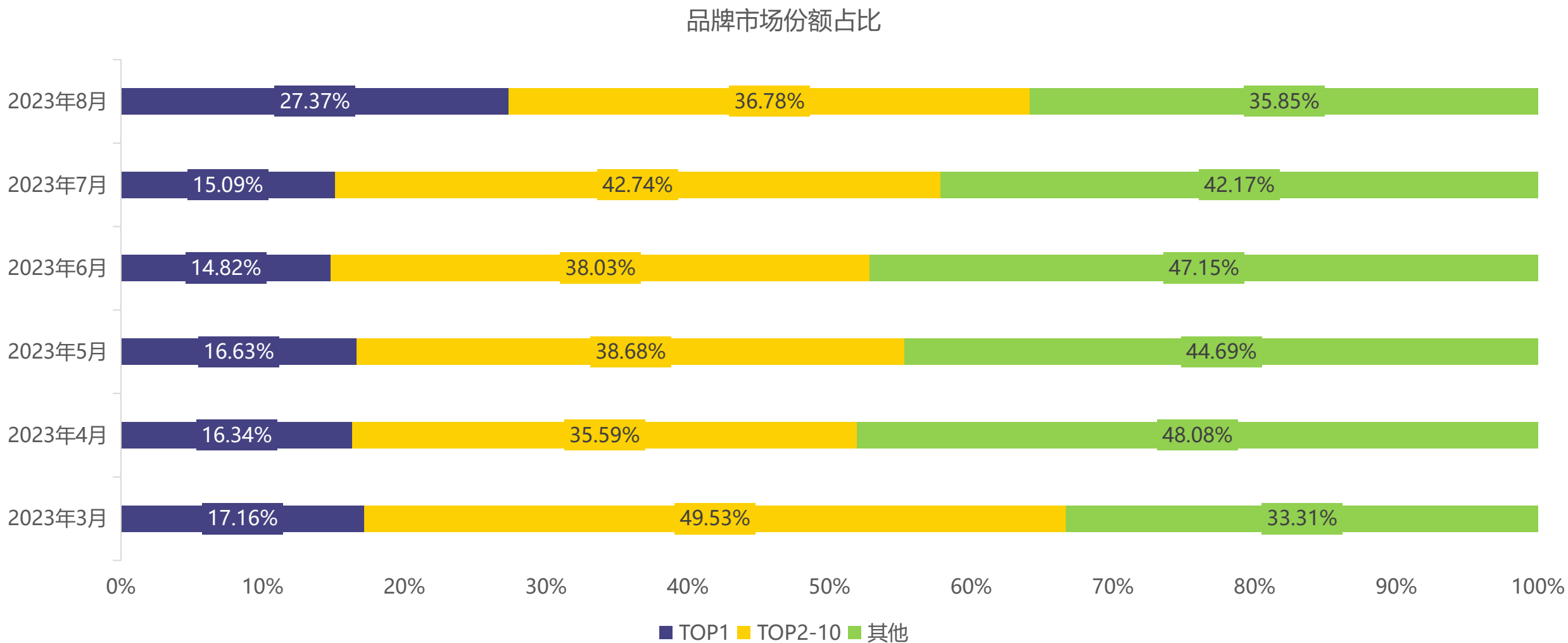
### 品牌占有率情况

品牌	3月	4月	5月	6月	7月	8月
INNE	12.37%	7.99%	10.00%	8.26%	8.78%	27.37%
bio island	17.16%	16.34%	16.63%	14.82%	15.09%	11.57%
Eric Favre	10.56%	8.02%	7.97%	6.92%	8.69%	6.91%
witsBB/健敏思	2.57%	2.60%	2.72%	2.51%	3.93%	6.32%
D - Cal/迪巧	1.89%	1.81%	1.45%	2.15%	1.85%	5.65%
GNC/健安喜	-	-	-	-	-	5.54%
Nature' s Nutra/莱思纽卡	2.37%	2.15%	2.25%	1.85%	2.61%	3.57%
CHILDLIFE (医药)	9.34%	6.77%	6.92%	9.42%	7.75%	3.56%
swisse	2.02%	1.22%	1.47%	1.23%	1.26%	2.85%
Little Umbrella	-	-	-	-	-	2.38%

懂数据 更懂生意

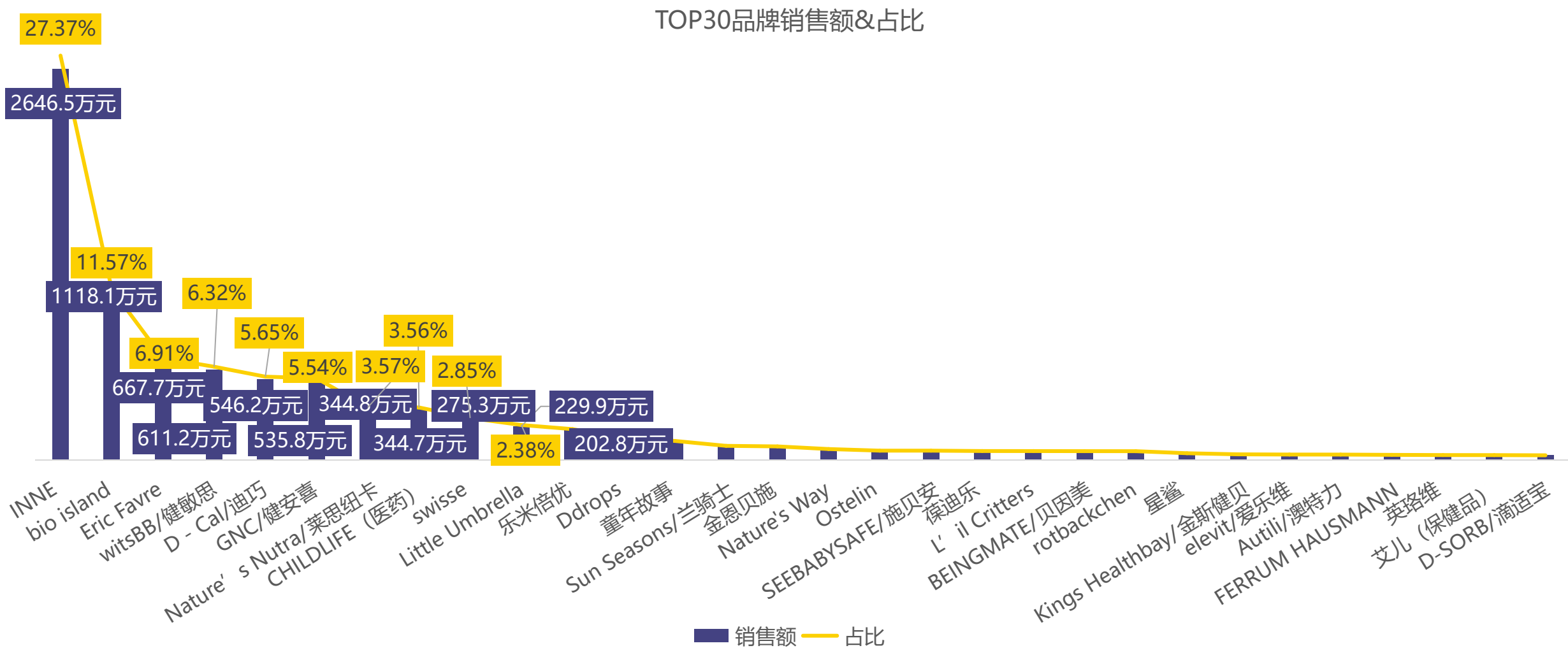
婴幼儿营养品-钙铁锌-TOP品牌市场份额占比 (2023年3月-2023年8月)

该行业top10 品牌市场份额占比保持在**50%左右**，基本保持**上涨趋势**



懂数据 更懂生意

2023年8月，品牌INNE的销售额达到2646.5万元，该品牌占比达到27.37%



懂数据 更懂生意

## 品牌D-Cal/迪巧、乐米优倍2023年8月销售额同比上涨超过200%

品牌	2023年8月排名	2023年8月销售额	2022年8月排名	2022年8月销售额	同比2023年8月	汰换情况
INNE	1	2646.5万元	2	1049.2万元	152.23%	上升
bio island	2	1118.1万元	1	1295.7万元	-13.71%	下降
Eric Favre	3	667.7万元	3	723.8万元	-7.75%	持平
witsBB/健敏思	4	611.2万元	5	303.0万元	101.67%	上升
D - Cal/迪巧	5	546.2万元	8	178.3万元	206.30%	上升
GNC/健安喜	6	535.8万元	-	-	-	上升
Nature' s Nutra/莱思纽卡	7	344.8万元	7	242.4万元	42.20%	持平
CHILDLIFE (医药)	8	344.7万元	4	572.2万元	-39.77%	下降
swisse	9	275.3万元	10	142.6万元	93.00%	上升
Little Umbrella	10	229.9万元	-	-	-	上升
乐米倍优	11	202.8万元	20	41.2万元	392.92%	上升
Ddrops	12	143.6万元	17	57.6万元	149.35%	上升
童年故事	13	125.6万元	9	163.1万元	-23.00%	下降
Sun Seasons/兰骑士	14	93.4万元	-	-	-	上升
金恩贝施	15	89.8万元	15	76.9万元	16.79%	持平
Nature's Way	16	72.6万元	13	78.2万元	-7.12%	下降
Ostelin	17	62.1万元	11	131.6万元	-52.83%	下降
SEEBABYSAFE/施贝安	18	62.0万元	14	77.7万元	-20.20%	下降
葆迪乐	19	59.6万元	23	31.7万元	88.16%	上升
L' il Critters	20	59.3万元	18	43.2万元	37.18%	下降

婴幼儿营养品-钙铁锌-TOP20店铺情况 (2022年8月&2023年8月)

在2023年8月, TOP1店铺**inne**海外旗舰店的销售额为**1579.7万元**,  
远超排名第二**GNC**健安喜官方海外旗舰店销售额**521.2万元**

店铺	2023年8月排名	2023年8月销售额	2022年8月排名	2022年8月销售额	同比2023年8月	汰换情况
inne海外旗舰店	1	1579.7万元	1	723.8万元	118.24%	持平
GNC健安喜官方海外旗舰店	2	521.2万元	-	-	-	上升
ERICFAVRE海外旗舰店	3	482.1万元	2	522.0万元	-7.64%	下降
dcal迪巧海外旗舰店	4	343.9万元	8	112.3万元	206.18%	上升
ChemistWarehouse海外旗舰店	5	307.2万元	3	273.2万元	12.43%	下降
witsbb健敏思旗舰店	6	273.6万元	5	182.5万元	49.92%	下降
witsbb海外旗舰店	7	241.9万元	21	41.7万元	479.90%	上升
莱思纽卡海外旗舰店	8	211.5万元	6	156.3万元	35.36%	下降
乐米倍优母婴旗舰店	9	202.8万元	22	40.6万元	399.72%	上升
LittleUmbrella海外旗舰店	10	201.1万元	-	-	-	上升
Ddrops母婴海外旗舰店	11	131.3万元	14	57.0万元	130.47%	上升
Childlife海外旗舰店	12	124.6万元	4	186.6万元	-33.23%	下降
金恩贝施旗舰店	13	87.1万元	10	66.8万元	30.40%	下降
兰骑士海外旗舰店	14	84.7万元	-	-	-	上升
童年故事旗舰店	15	80.8万元	7	135.1万元	-40.24%	下降
swisse斯维诗海外旗舰店	16	76.2万元	40	17.8万元	328.03%	上升
GlobalEshop海外旗舰店	17	74.5万元	20	43.8万元	70.10%	上升
swisse母婴海外旗舰店	18	72.4万元	16	55.7万元	29.86%	下降
环球e站海外旗舰店	19	70.9万元	12	64.0万元	10.75%	下降
莱思纽卡旗舰店	20	59.3万元	15	55.8万元	6.24%	下降

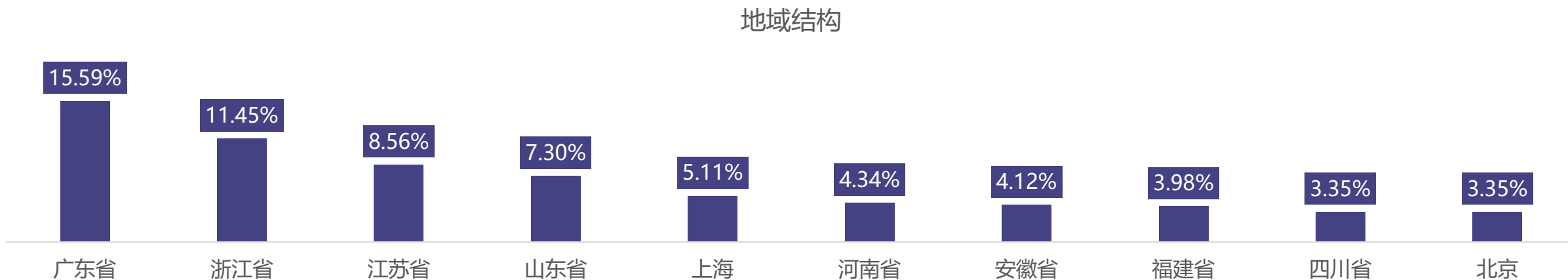
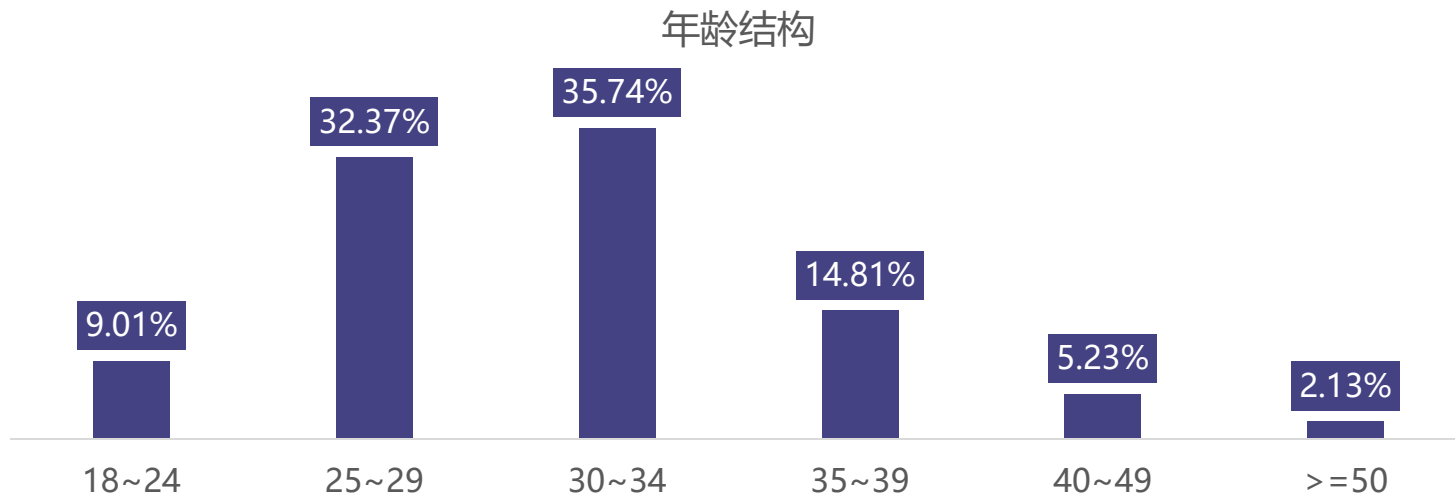
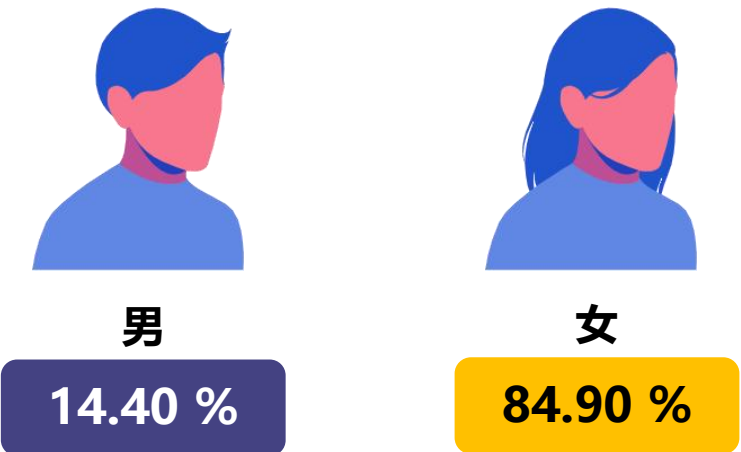
懂数据 更懂生意

2023年8月, 品牌**INNE**有3个商品进入TOP爆款单品, TOP10商品**以条装为主**, 方便携带

商品排行	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
商品信息	童年inne液体钙铁锌	GNC吸溜钙	小小伞钙镁锌液体	童年inne彩虹条多维锌	witsbb健敏思婴幼儿液体钙	艾瑞可钙镁锌	海藻钙婴幼儿液体钙	dcal迪巧小黄条乳钙液体钙	童年inne小金条钙镁锌	Witsbb健敏思锌液体钙
主图										
店铺名	inne海外旗舰店	GNC健安喜官方海外旗舰店	LittleUmbrella海外旗舰店	inne海外旗舰店	witsbb海外旗舰店	ERICFAVRE海外旗舰店	乐米倍优母婴旗舰店	dcal迪巧海外旗舰店	inne海外旗舰店	witsbb健敏思旗舰店
店铺交易金额	1579.7万元	521.2万元	201.1万元	1579.7万元	241.9万元	482.1万元	202.8万元	343.9万元	1579.7万元	273.6万元
单品交易金额	922.1万元	505.3万元	200.4万元	194.9万元	178.4万元	177.2万元	140.9万元	121.0万元	117.1万元	106.3万元
包装种类	条装	条装	条装	条装	颗粒	瓶装	颗粒	条装	条装	瓶装
支付转化率	6.76%	14.80%	8.16%	5.85%	11.13%	7.39%	11.34%	4.30%	7.03%	13.01%
口味	香橙味	酸奶	香橙酸奶味	橙子味	冰淇淋口感	钙镁锌	/	/	橙子	自然浆果味

懂数据 更懂生意

钙铁锌的行业客群在淘宝平台主要为女性，占比达到**84.90%**，年龄主要分布在**25-34岁**，**购买者的身份主要为宝妈**，地域则以**广东、浙江和江苏**等地为主



# 婴幼儿营养品-钙铁锌-行业热点 (2023年8月)

该行业的热搜词主要以**品类词**为主，**品牌词**有：**童年时光、健敏思、迪巧、滴适宝**；  
从行业的热门属性来看，**产地词**可以看出商品原产地主要在中国大陆，**功效词**可以看出消费者主要购买商品以**补钙**为主

### 钙铁锌行业热搜词

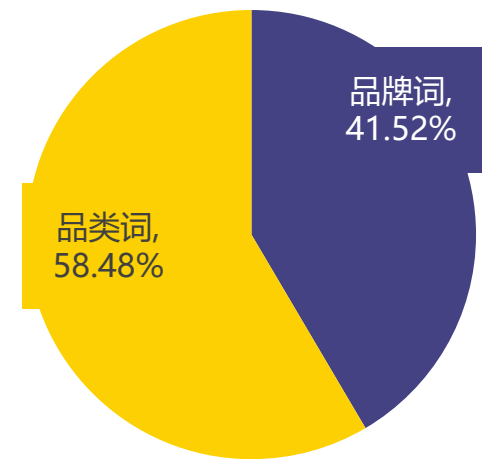
搜索词	热搜排名	搜索人数	点击人气	点击率	支付转化率
钙	1	59,264	21,808	59.29%	19.31%
健敏思	2	45,036	15,049	40.30%	11.53%
童年时光钙镁锌	3	42,491	17,923	48.28%	7.22%
迪巧小黄条	4	39,963	15,619	40.67%	10.12%
乳钙	5	39,498	19,452	65.50%	17.71%
小金条	6	39,302	17,023	73.36%	5.51%
童年时光	7	39,243	15,378	43.11%	6.49%
inne钙镁锌	8	33,949	13,726	43.02%	11.47%
儿童钙	9	30,699	20,432	103.84%	18.08%
钙儿童 婴儿	10	30,644	15,945	58.90%	13.34%
钙镁锌	11	29,139	15,590	62.47%	14.59%
营养包	12	26,548	15,046	71.27%	10.17%
锌儿童补锌	13	25,997	15,048	64.22%	15.69%
小金条钙镁锌	14	25,747	13,035	46.35%	10.27%
童年故事	15	24,063	10,008	39.14%	2.71%
海藻钙	16	23,708	14,068	66.35%	11.77%
inne	17	21,251	9,037	33.83%	12.95%
婴儿钙	18	21,067	14,796	73.39%	12.15%
婴儿钙液体婴幼儿	19	17,769	12,143	60.74%	11.03%
滴适宝	20	16,308	8,609	54.92%	2.98%

### 钙铁锌行业热门属性

产地词	交易金额	支付件数	功效词	交易金额	支付件数
中国大陆	558.2万元	62,051	补钙	559.7万元	54,433
澳大利亚	89.7万元	6,021	补锌	137.6万元	12,450
加拿大	4.8万元	293	钙铁锌同补	127.1万元	12,943
美国	0.8万元	72	补铁	117.8万元	12,839
新西兰	0.1万元	3	改善生长发育	54.7万元	3,866
			增加食欲	7.2万元	530

### 热搜词搜索人数占比

#### 搜索人数占比



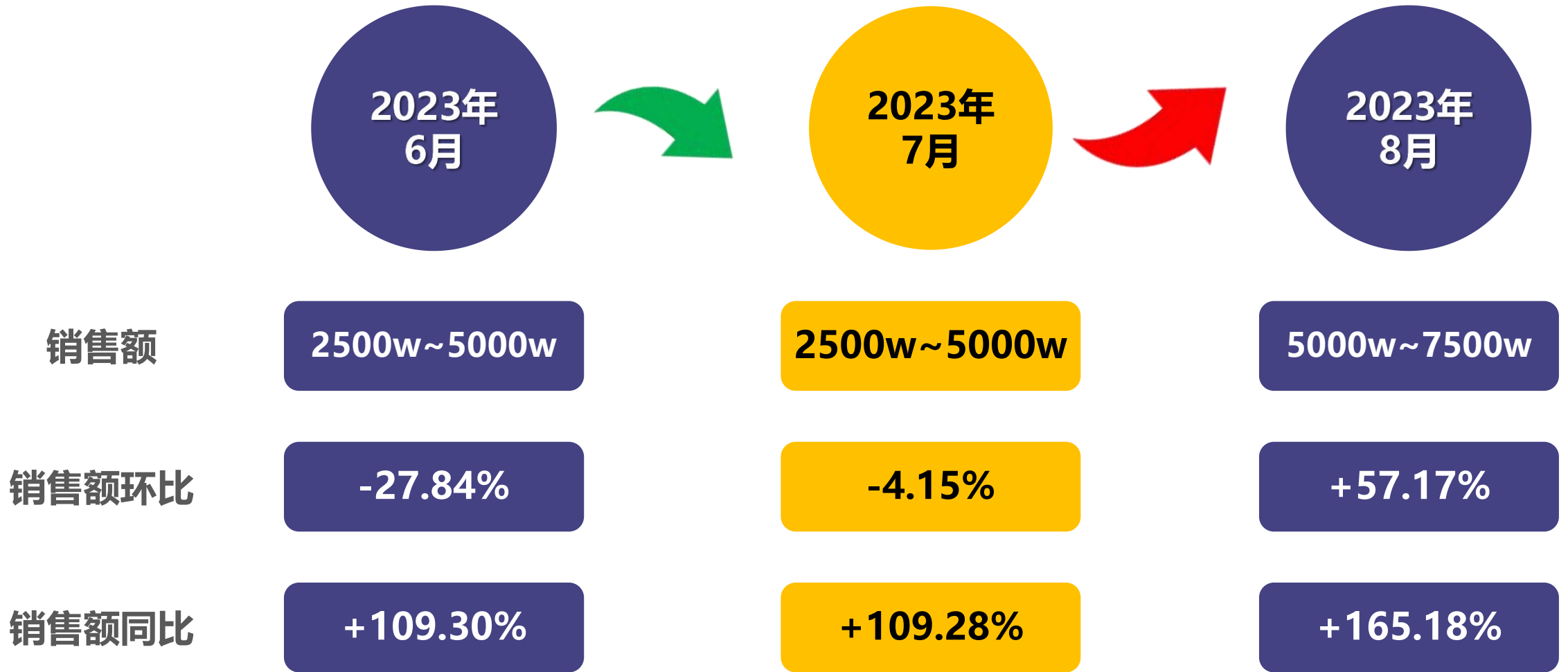
懂数据 更懂生意

# 抖音

懂数据 更懂生意

抖音-婴幼儿营养品-钙铁锌-行业基础数据 (2023年6月-2023年8月)

**2023年8月该行业在抖音的销售额环比增长达到了56.55%，  
同比增长达到了165.18%，增长迅速**



懂数据 更懂生意

## 品牌澳特力2023年8月销售额同比增长超过10倍

排名	品牌	总销售额	品类商品数	品类平均成交价	品类销量	销量占比	品类销售额	市场份额	销售额环比	销售额同比
1	迪巧	1000w~2500w	146	348.27	5w~7.5w	20.05%	1000w~2500w	36.45%	275.45%	187.49%
2	健敏思	5000w~7500w	78	129.79	10w~25w	46.28%	1000w~2500w	31.35%	38.52%	225.30%
3	inne	1000w~2500w	94	371.66	1w~2.5w	6.34%	750w~1000w	12.29%	-10.46%	274.70%
4	佰澳朗德	1000w~2500w	70	111.74	2.5w~5w	13.27%	250w~500w	7.74%	-1.47%	139.85%
5	斯维诗	2500w~5000w	24	257.42	2500~5000	1.28%	100w~250w	1.72%	73.00%	-
6	澳特力	1000w~2500w	10	173.39	5000~7500	1.59%	75w~100w	1.44%	45.88%	1586.83%
7	莱思纽卡	100w~250w	35	225.77	2500~5000	1.07%	75w~100w	1.26%	-3.98%	306.12%
8	EricFavre	500w~750w	20	213.85	2500~5000	0.97%	50w~75w	1.08%	-21.07%	163.65%
9	美可卓	750w~1000w	6	99.78	5000~7500	1.94%	50w~75w	1.01%	-13.26%	-
10	小小伞	100w~250w	19	273.67	1000~2500	0.61%	50w~75w	0.87%	480.91%	-

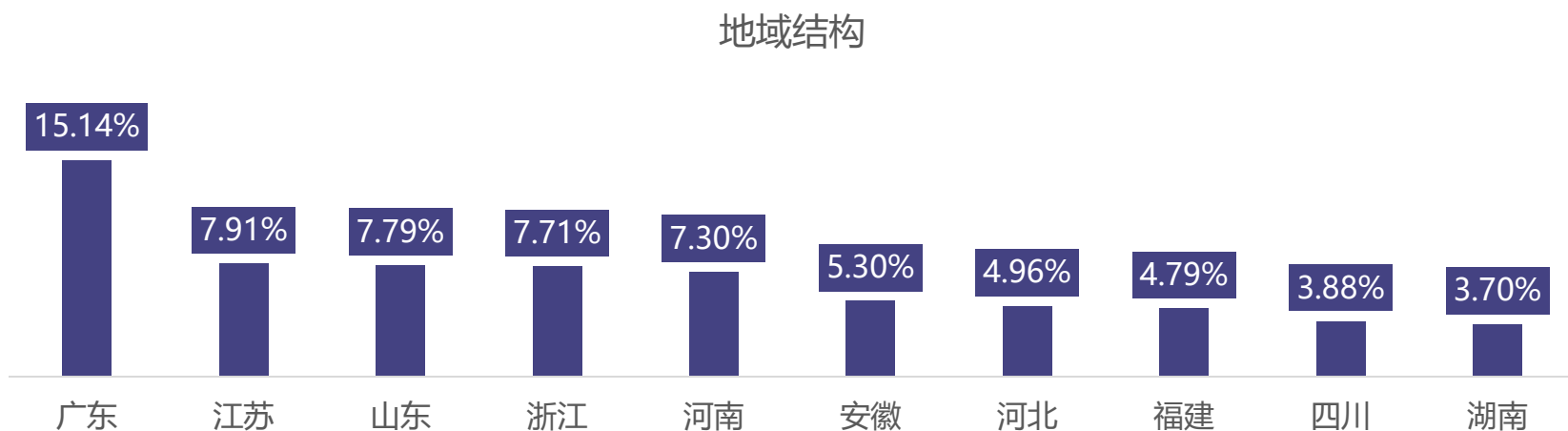
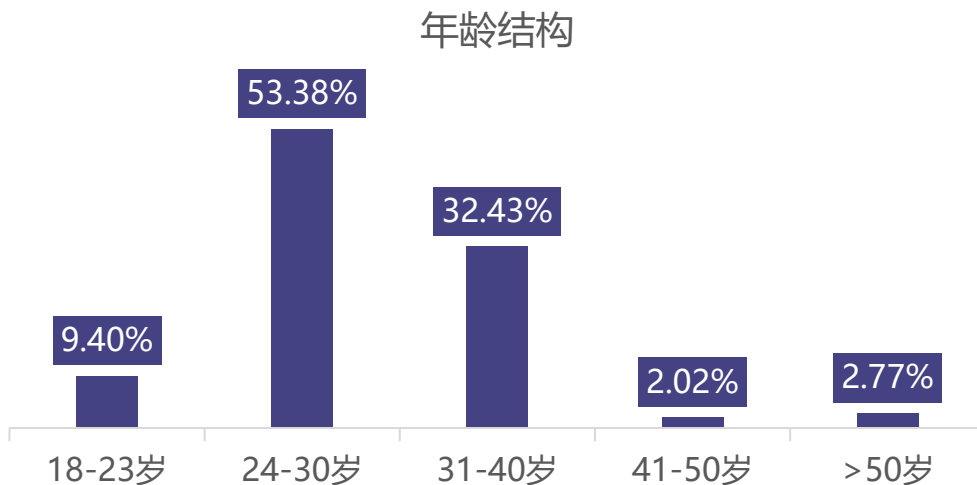
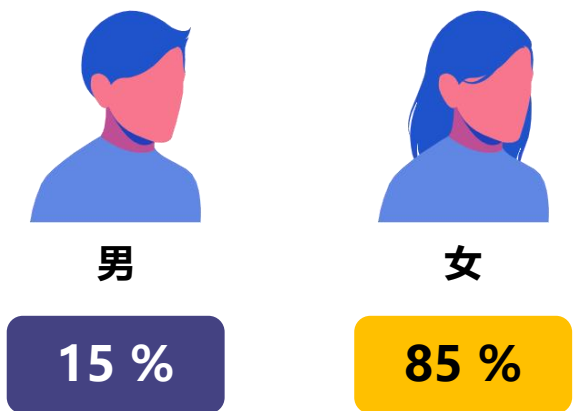
## 抖音-婴幼儿营养品-钙铁锌-TOP10商品情况 (2023年8月)

钙铁锌行业，在抖音的商品的销售渠道主要以“**达人播**”为主，共有3个品牌的商品上榜，其中品牌**迪巧**有6个商品进入榜单

排行	品牌	商品	品牌自播/店铺/达人播	最新到手价	平均成交价	销量	销售额
1	健敏思	[2件起购]【官方直营】Witsbb健敏思小蓝盒液体钙软胶囊30粒/盒钙无敏宝宝钙	85.53%/0%/14.47%	¥ 139.00	¥ 95.25	2.5w~5w	250w~500w
2	健敏思	[3件起购]新升级 witsbb健敏思小蓝盒液体钙胶囊30粒/盒含K2无敏宝宝钙营养	0%/0%/100%	¥ 119.00	¥ 88.58	2.5w~5w	250w~500w
3	健敏思	【官方直营】witsbb健敏思甘氨酸螯合锌60ml 吃锌【葡萄味 口感好】	0%/0%/100%	¥ 159.00-399.00	¥ 257.78	1w~2.5w	250w~500w
4	迪巧	【12盒小黄条+送3盒】迪巧液体钙特含维生素K2 儿童宝宝钙 A157	0%/9.89%/90.11%	¥ 2,535.00	¥ 1,392.00	1000~2500	100w~250w
5	inne	inne专享-小金条钙镁锌K2钙液体钙补钙30条*6 赠钙镁锌便携装30条	0%/0%/100%	¥ 1,547.50	¥ 954.57	1000~2500	100w~250w
6	迪巧	【5盒小黄条+送1盒】迪巧液体钙特含维生素K2 儿童宝宝钙 A154	0%/7.95%/92.05%	¥ 1,014.00	¥ 580.00	2500~5000	100w~250w
7	迪巧	【12盒小黄条多得3盒】迪巧液体钙特含维生素K2 儿童宝宝钙 A157	0%/0%/100%	¥ 2,535.00	¥ 1,406.76	1000~2500	100w~250w
8	迪巧	【5盒小黄条多得1盒】迪巧液体钙特含维生素K2 儿童宝宝钙 A154	0%/0%/100%	¥ 1,014.00	¥ 584.95	2500~5000	100w~250w
9	迪巧	【混装12盒多得3盒】迪巧小黄条含维生素K2儿童宝宝钙钙锌同补 A170	0%/0.88%/99.12%	¥ 2,535.00	¥ 1,392.00	1000~2500	100w~250w
10	迪巧	迪巧小黄条液体钙K2钙20条/盒*3赠K2钙便携*1特含K2进口钙 A120	100%/0%/0%	¥ 357.00	¥ 357.00	2500~5000	100w~250w

懂数据 更懂生意

钙铁锌行业客群在抖音平台主要以女性为主，占比达到**85%**，年龄主要分布在**24-30岁**，地域分布以**广东、江苏、山东**等地为主；从相关搜索词来看，消费者对于钙铁锌行业的品牌认知不高，主要通过推荐来购买商品



序号	相关搜索词
1	钙铁锌软糖
2	钙铁锌老爸评测 <b>推荐</b>
3	钙铁锌咀嚼片
4	钙铁锌口服液官方旗舰店
5	钙铁锌口服液
6	钙铁锌儿童 <b>推荐</b>
7	钙铁锌
8	钙铁锌三合一婴幼儿
9	钙铁锌儿童3-12岁
10	钙铁锌 <b>推荐</b> 什么牌子



# 热门品牌调研--GNC/健安喜

懂数据 更懂生意

# 该品牌成立于1935年，于2011年进入中国市场，2015年开始进入电商平台



## 品牌简介

GNC成立于1935年，创始人David Shakarian（大卫·沙卡利恩）在匹兹堡开设了第一家名为“General Nutrition”的健康食品连锁店。GNC已成长为全球著名的膳食补充剂品牌之一，其经营范围遍及全球50多个国家及地区。提供超过1500种以上健康产品

## 品牌愿景

充满热情，努力引领人类追求更健康的生活，鼓励每一个人不论何时何地都能活出生命力。

## 品牌理念

专业科学  
持续创新

## 品牌大事件

GNC进入中国，GNC布局中国各销售渠道，开拓了电商、直营店、健身房、电视购物、药店、020等多渠道销售模式。

捐赠价值 100 万元的健安喜乳清蛋白粉，用于支持在“战疫”前沿的武汉医务工作者



健安喜开启跨境电商业务布局天猫、京东等多个电商平台，品牌覆盖超过16大品类，提供1500种以上产品。销量稳居销量前三名，2019至2020双11，品类第三。健安喜线下多个触点2000家药房、4家官方体验店、200-300家商超&免税店。

# 懂数据 更懂生意

该品牌在天猫官方旗舰店的销售额在稳步上升，但是其在抖音品牌的销售额基本保持不变

月度销售情况		
日期	天猫官方旗舰店销售额	抖音品牌销售额
2023年3月	2355.1万元	1000w~2500w
2023年4月	2930.4万元	1000w~2500w
2023年5月	3697.2万元	1000w~2500w
2023年6月	5941.6万元	1000w~2500w
2023年7月	5271.6万元	1000w~2500w
2023年8月	5723.5万元	1000w~2500w



SINCE 1935  
领跑健康 88 年

# GNC 健安喜官方海外旗舰店

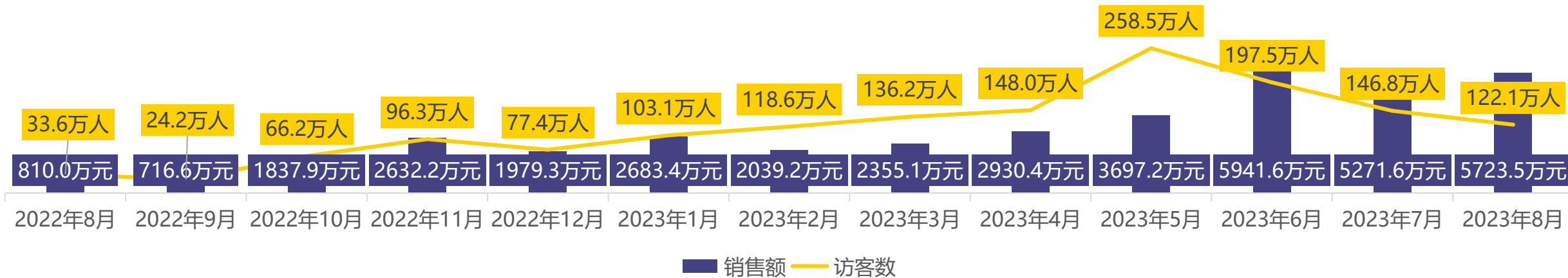


懂数据 更懂生意

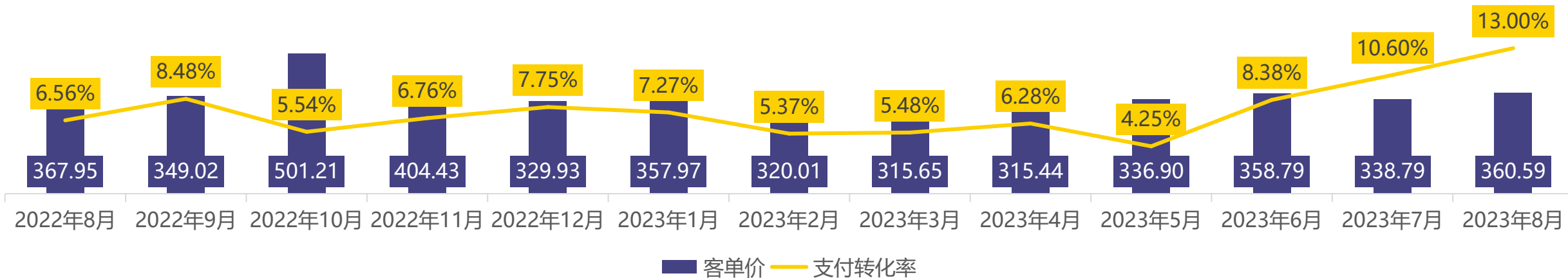
天猫-GNC健安喜官方海外旗舰店-近13个月基础数据 (2022年8月-2023年8月)

GNC健安喜海外旗舰店在2023年销售额稳步上升，618期间，访客量、销售额爆发式增长；即使在大促后，销售额略有下降，也远高于之前平销期销售额，2023年8月销售额同比增长606.6%

销售额&访客数



客单价&支付转化率



懂数据 更懂生意

天猫-GNC健安喜官方海外旗舰店—流量结构 (2023年3月-2023年8月)

从流量来源来看，主要来源于免费流量**淘内待分类**，其次是付费流量**引力魔方**，在**618大促期间**，流量主要来源于免费流量**淘内待分类**；从成交来看，主要来源于免费流量**淘内待分类**，其次来源于**免费流量我的淘宝**，消费者对于产品的忠实度很高，会复购商品

访客数占比	3月	4月	5月	6月	7月	8月
淘内待分类	26.85%	39.49%	53.33%	50.13%	40.42%	22.13%
引力魔方	8.29%	9.40%	7.39%	5.54%	14.93%	15.99%
万相台	8.49%	6.98%	5.12%	5.34%	8.71%	11.97%
我的淘宝	6.30%	6.25%	4.59%	7.25%	8.76%	10.93%
手淘搜索	6.56%	5.27%	4.00%	5.70%	7.29%	10.48%
直通车	13.52%	11.54%	3.90%	3.28%	6.29%	9.54%
手淘推荐	15.78%	16.94%	10.92%	12.64%	5.30%	7.10%
品销宝-品牌专区	3.10%	2.65%	1.90%	2.69%	3.45%	4.78%
直接访问	10.05%	0.61%	8.01%	6.51%	2.85%	3.92%
天猫榜单	1.07%	0.88%	0.83%	0.93%	2.01%	3.15%

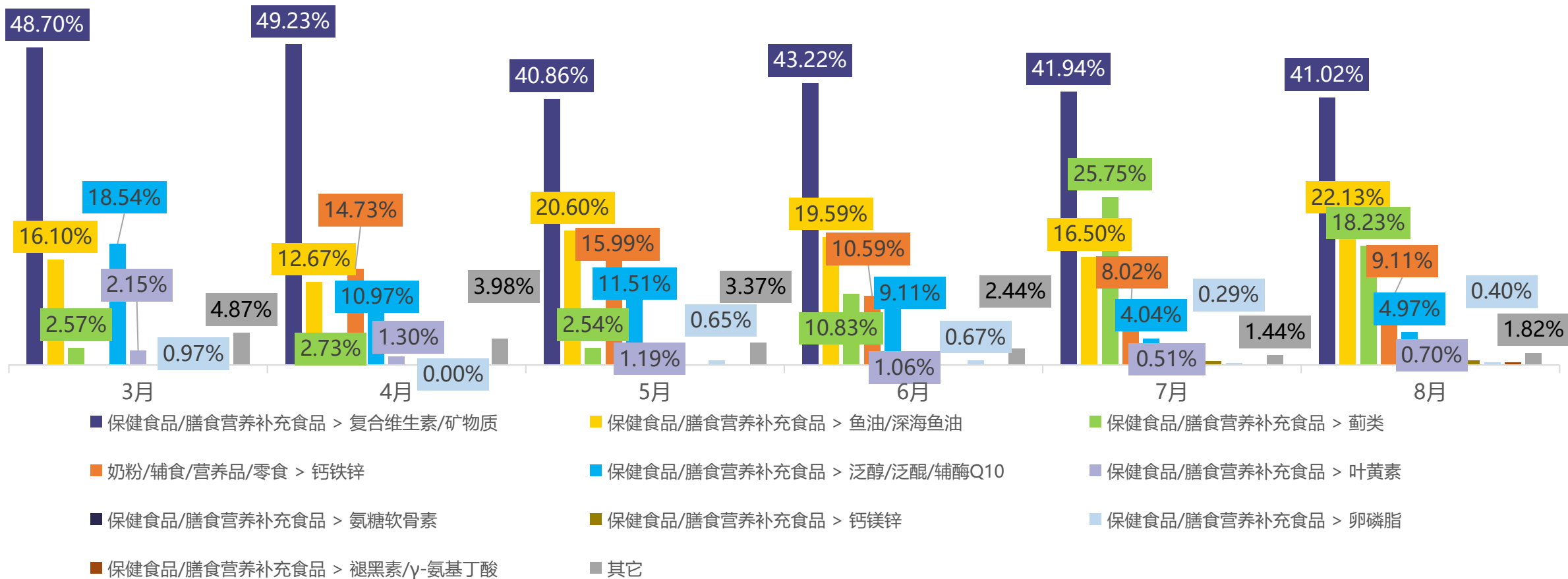
交易金额占比	3月	4月	5月	6月	7月	8月
我的淘宝	19.06%	16.26%	17.39%	17.18%	18.48%	24.68%
淘内待分类	30.36%	42.63%	44.73%	41.59%	37.04%	20.15%
直通车	9.68%	7.07%	4.92%	4.34%	8.08%	11.27%
手淘搜索	8.49%	6.21%	6.80%	7.11%	8.56%	10.33%
品销宝-品牌专区	7.01%	5.63%	4.97%	5.45%	6.10%	7.44%
手淘旺信	7.00%	6.51%	6.13%	6.47%	6.67%	7.22%
万相台	9.28%	6.43%	6.17%	5.36%	6.88%	7.02%
淘宝客	4.88%	4.03%	3.41%	4.98%	3.66%	4.99%
日常营销活动	1.85%	3.00%	2.85%	4.58%	2.64%	3.52%
一淘	2.40%	2.23%	2.64%	2.93%	1.89%	3.39%

懂数据 更懂生意

     cps   
      免费流量   
      付费流量

**GNC健安喜海外旗舰店主要品类复合维生素和鱼油，两品类销售额占比在60%左右；同时在4月，新增品类奶粉/辅食/营养品/零食>钙铁锌，其销售额占比在5月占比达到15.99%**

GNC健安喜官方海外旗舰店品类布局



# GNC健安喜海外旗舰店近6个月共上新20个商品，主要以保健食品为主



GNC健安喜酵母硒元素片  
海外消化道营养品 >> 硒  
2023-03-08



gnc97%纯度深海鱼油软胶囊  
海外心血管营养品 >> 鱼油/  
深海鱼油  
2023-03-23



GNC每日营养包  
海外综合营养品 >> 复合维  
生素/矿物质  
2023-03-27



gnc健安喜美国深海鱼油  
海外心血管营养品 >> 鱼油/  
深海鱼油  
2023-03-30



美国gnc高纯度深海鱼油海  
外心血管营养品 >> 鱼油/深  
海鱼油  
2023-04-17



GNC健安喜儿童每日营养包  
海外综合营养品 >> 复合维  
生素/矿物质  
2023-04-18



GNC健安喜钙镁锌婴幼儿  
海外骨关节营养品 >> 钙镁  
锌  
2023-04-19



GNC健安喜大豆卵磷脂  
海外心血管营养品 >> 卵磷  
脂  
2023-04-27



gnc健安喜儿童每日营养包  
海外综合营养品 >> 复合维  
生素/矿物质  
2023-04-27



GNC健安喜美国褪黑素  
海外睡眠管理营养品 >> 褪  
黑素/松果体素  
2023-04-27



美国gnc高浓度护肝片  
海外消化道营养品 >> 薊类  
2023-04-27



GNC健安喜三合一辅酶q10  
海外心血管营养品 >> 泛醇/  
泛醌/辅酶Q10  
2023-04-27



GNC健安喜钙镁锌  
婴幼儿营养品 >> 钙铁锌  
2023-04-27



GNC健安喜儿童每日营养包  
海外综合营养品 >> 复合维  
生素/矿物质  
2023-04-26



美国gnc高纯度深海鱼油  
海外心血管营养品 >> 鱼油  
/深海鱼油  
2023-04-27



美国gnc高浓度护肝片海外  
消化道营养品 >> 薊类  
2023-05-06



GNC健安喜儿童每日营养包  
海外综合营养品 >> 复合维  
生素/矿物质  
2023-05-24



GNC健安喜氨基葡萄糖  
海外骨关节营养品 >> 氨基  
葡萄糖  
2023-06-17



gnc健安喜高浓度轻肝片护  
肝片  
海外消化道营养品 >> 薊类  
2023-08-08



(体验装)健安喜女性复合维  
生素矿物质B族30  
海外综合营养品 >> 复合维  
生素/矿物质  
2023-08-22

懂数据 更懂生意

天猫-GNC健安喜官方海外旗舰店—TOP商品详情拆解 (2023年8月)

# GNC健安喜海外旗舰店新增品类婴幼儿食品-钙镁锌，产品昵称**GNC吸溜钙**，通过食用方式命名，可以更好的让消费者记住产品



**GNC LIVE WELL**

**一口吸溜 6种营养**  
GNC儿童液体钙镁锌

**0添加 更安心**  
配料表里的香精、防腐剂、色素没了!

**0添加:**  
0添加糖  
0防腐剂  
0人工色素  
0人工香料  
0人工甜味剂

**低过敏原:**  
0牛奶, 0鸡蛋  
0小麦, 0花生  
0鱼类, 0甲壳类  
0芝麻, 0坚果类

**特别添加 “黄金助长素” 赖氨酸**

**促进钙元素吸收**

**促进蛋白质合成**

**有机钙镁锌 温和易吸收**  
有机钙镁锌VS无机钙镁锌

**营养六合一**  
特别添加赖氨酸

**0添加**  
0添加防腐剂

**有机钙镁锌**  
温和易吸收

**15ml大容量**  
含钙200mg/袋

**酸甜好口感**  
酸奶风味

**超微米乳化技术**  
专利技术好吸收

**老爸抽检**  
老爸抽检合作产品  
第三方实验数据见证

产品品质通过 工厂审核通过 材质证明通过

## 产品信息

产品名称: GNC儿童液态钙镁锌

产品昵称: GNC吸溜钙

口味: 酸奶质地, 酸甜果汁口味

关键成分: 有机钙镁锌、赖氨酸

保质期: 18个月

食用方法: 每日1-2袋, 食用前请先摇匀, 1岁以下儿童, 建议到处后食用

——slogan: 妈妈安心, 宝宝好营养

## 产品定位描述

该产品适合6个月以上的婴幼儿, 含有柠檬酸钙、接骨木莓汁、柠檬酸镁、L-赖氨酸、柠檬酸锌和维生素D3等多种营养元素, 可强健骨骼和牙齿、免疫防御、支持骨骼健康生成和发育。

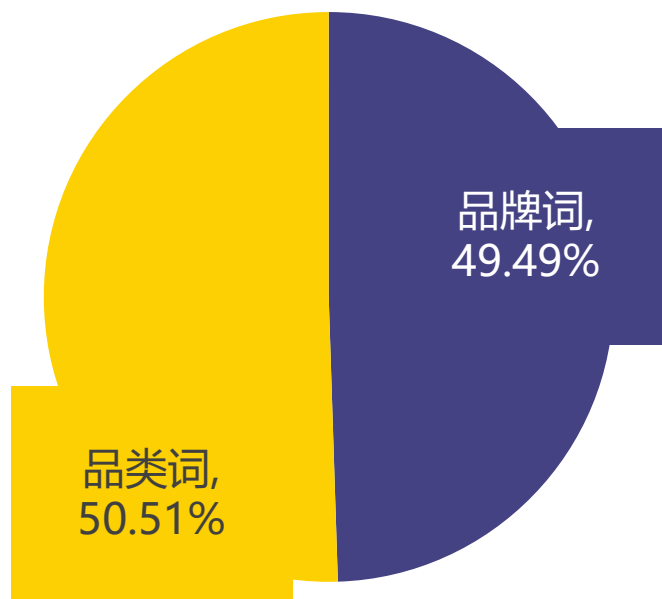
该产品来自于GNC健安喜品牌, GNC符合并通过美国的cGMP和澳大利亚TGA认证, 在产品质量和安全方面一直努力引领行业标准。所有原料在进入GNC工厂后需经过原料专属实验室的实验和检测才能用于生产。

懂数据 更懂生意

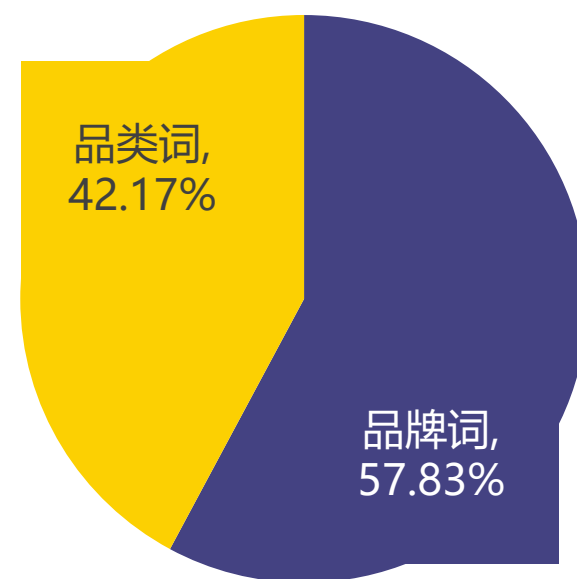
从访客数来看，TOP单品的品牌词和品类词占比平均；从支付件数来看，品牌词占比达到了**57.83%**

关键词	访客数	支付件数
钙镁锌	597	103
gnc	543	121
gnc钙镁锌	405	89
儿童钙	165	22
gnc官方旗舰店	157	42
液体钙	146	23
健安喜	130	25
gnc吸溜钙	79	-
钙	75	-
儿童液体钙	75	8
液体钙儿童	67	10
儿童钙镁锌	63	8
健安喜官方海外旗舰店	57	-
儿童维生素	51	-
钙 儿童 婴儿	47	5
钙铁锌	43	13
乳钙婴幼儿	40	-
gnc儿童液体钙锌镁	36	-
婴儿钙镁锌	35	10
婴儿钙	32	-

访客数占比

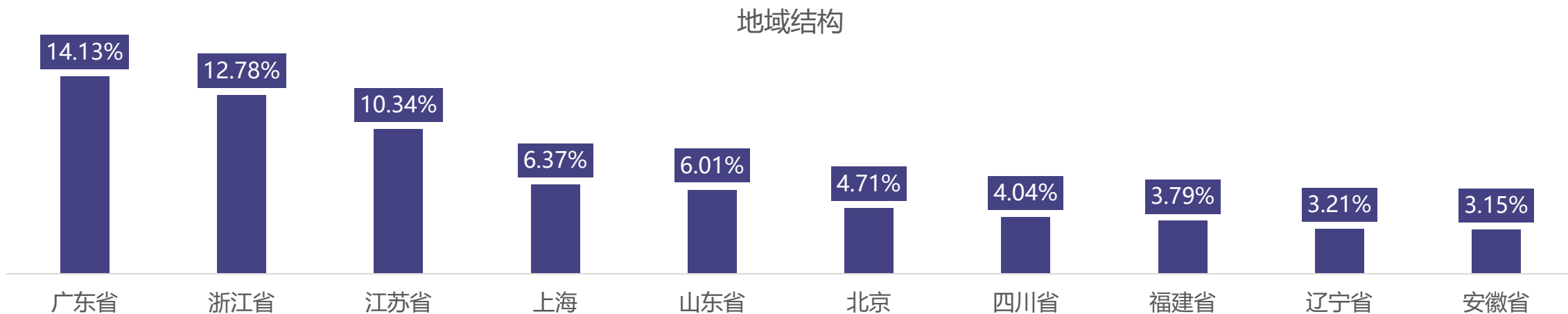
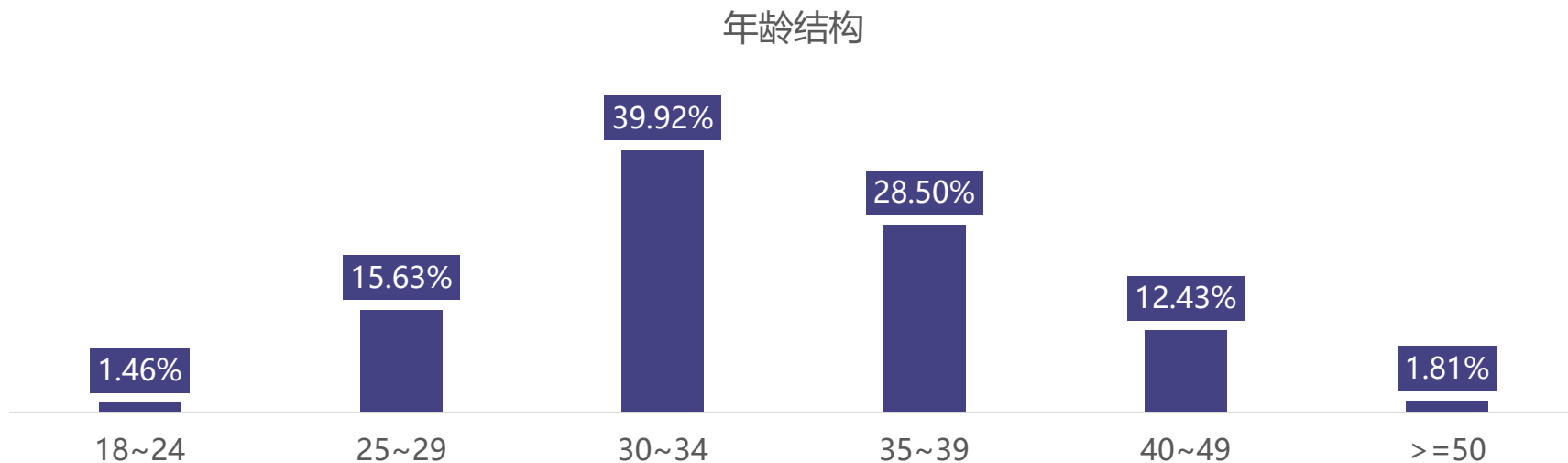
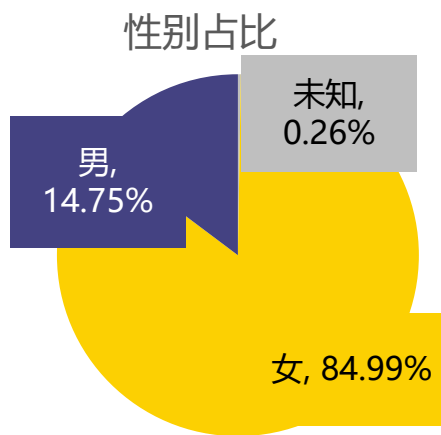


支付件数占比



懂数据 更懂生意

GNC/健安喜品牌人群画像在淘宝以女性为主，占比达到**84.99%**，年龄主要分布在**30-39岁**，地域分布在**广东、浙江和江苏等地**



# 抖音

懂数据 更懂生意

# GNC/健安喜在抖音平台有4个账户，主要经营账户**GNC健安喜**

-  **GNC 健安喜**  
粉丝：15.2万  
店铺账号  
[关注](#)
-  **GNC 健安喜官方旗舰店**  
粉丝：3928  
店铺账号  
[关注](#)
-  **GNC 健安喜健康生活馆**  
粉丝：1030  
健安喜（上海）食品科技有限公司  
[关注](#)
-  **GNC 健安喜官方直播间**  
粉丝：264  
健安喜（上海）食品科技有限公司  
[关注](#)

账号	抖店名	粉丝数	作品数	获赞
GNC健安喜	GNC健安喜海外旗舰店	15.2万	200	10.5万
GNC健安喜健康生活馆	/	1030	7	1.1万
GNC健安喜官方直播间	/	264	3	263
GNC健安喜官方旗舰店 (停更)	GNC健安喜官方旗舰店	3928	21	712

# 抖音-GNC/健安喜-基础信息(2022年10月-2023年8月)

GNC/健安喜在抖音平台主要通过直播的方式销售商品，2022年10月，主要以“达人播”的方式直播带货，然后开始逐渐增加“品牌自播”的占比，到2023年8月，“达人播”与“品牌自播”的占比情况基本持平

日期	销售额	销量	平均客单价	商品数量	关联达人	关联小店	关联直播	关联视频
2022年10月	250w~500w	1w~2.5w	163.43	101	116	4	795	24
2022年11月	250w~500w	2.5w~5w	135.16	97	122	3	742	59
2022年12月	500w~750w	2.5w~5w	152.13	106	151	3	913	63
2023年1月	1000w~2500w	7.5w~10w	149.7	116	141	1	936	57
2023年2月	1000w~2500w	7.5w~10w	173.5	103	127	1	854	73
2023年3月	1000w~2500w	7.5w~10w	163.72	115	174	2	1209	109
2023年4月	1000w~2500w	5w~7.5w	179.94	112	159	2	1327	104
2023年5月	1000w~2500w	7.5w~10w	190.59	118	173	2	1343	143
2023年6月	1000w~2500w	5w~7.5w	232.41	110	161	2	1289	82
2023年7月	1000w~2500w	5w~7.5w	225.23	113	177	4	1209	160
2023年8月	1000w~2500w	7.5w~10w	229.32	146	195	3	1496	147

日期	销售方式分布			带货渠道分析		
	直播	商品卡	视频	达人播	品牌自播	店播
2022年10月	94.31%	3.58%	2.16%	74.96%	12.75%	12.29%
2022年11月	93.94%	3.68%	2.38%	78.74%	11.58%	9.68%
2022年12月	94.65%	2.72%	2.63%	72.37%	26.97%	0.66%
2023年1月	92.75%	5.03%	2.21%	67.01%	32.27%	0.72%
2023年2月	90.80%	7.75%	1.44%	56.30%	43.00%	0.70%
2023年3月	84.31%	12.20%	3.48%	59.65%	39.99%	0.36%
2023年4月	83.12%	10.81%	6.07%	58.96%	41.02%	0.02%
2023年5月	83.66%	10.14%	6.21%	69.99%	29.98%	0.03%
2023年6月	84.80%	10.79%	4.41%	59.23%	40.60%	0.17%
2023年7月	84.29%	11.85%	3.86%	45.82%	53.59%	0.59%
2023年8月	84.04%	13.33%	2.63%	51.21%	48.69%	0.10%

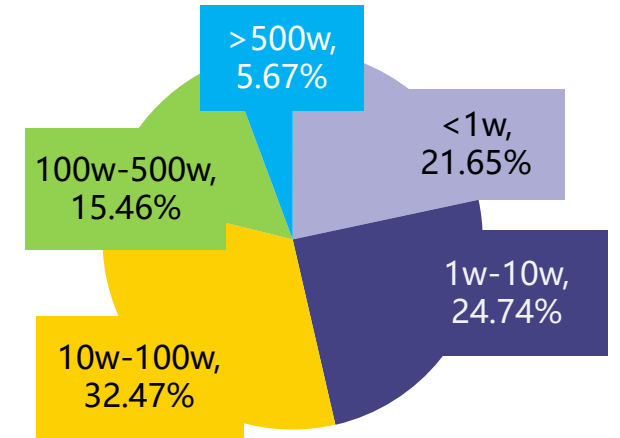
懂数据 更懂生意

从整体来看，GNC/健安喜在抖音平台增加了达人的数量，达人的粉丝量级集中在“1W~100W”，占比达到**57.21%**

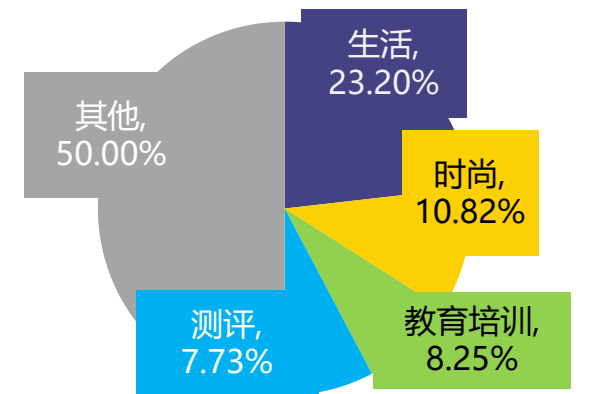
GNC/健安喜品牌月度达人基本情况

	关联 达人数量	直播 达人数量	视频 达人数量	直播销售额	视频销售额	直播销量	视频销量
2023年3月	174	151	42	1000w~2500w	25w~50w	5w~7.5w	2500~5000
2023年4月	159	138	41	1000w~2500w	75w~100w	5w~7.5w	5000~7500
2023年5月	173	156	37	1000w~2500w	75w~100w	5w~7.5w	5000~7500
2023年6月	161	144	40	1000w~2500w	50w~75w	5w~7.5w	2500~5000
2023年7月	177	151	45	1000w~2500w	50w~75w	5w~7.5w	2500~5000
2023年8月	194	165	48	1000w~2500w	50w~75w	7.5w~10w	2500~5000

达人粉丝量级分布



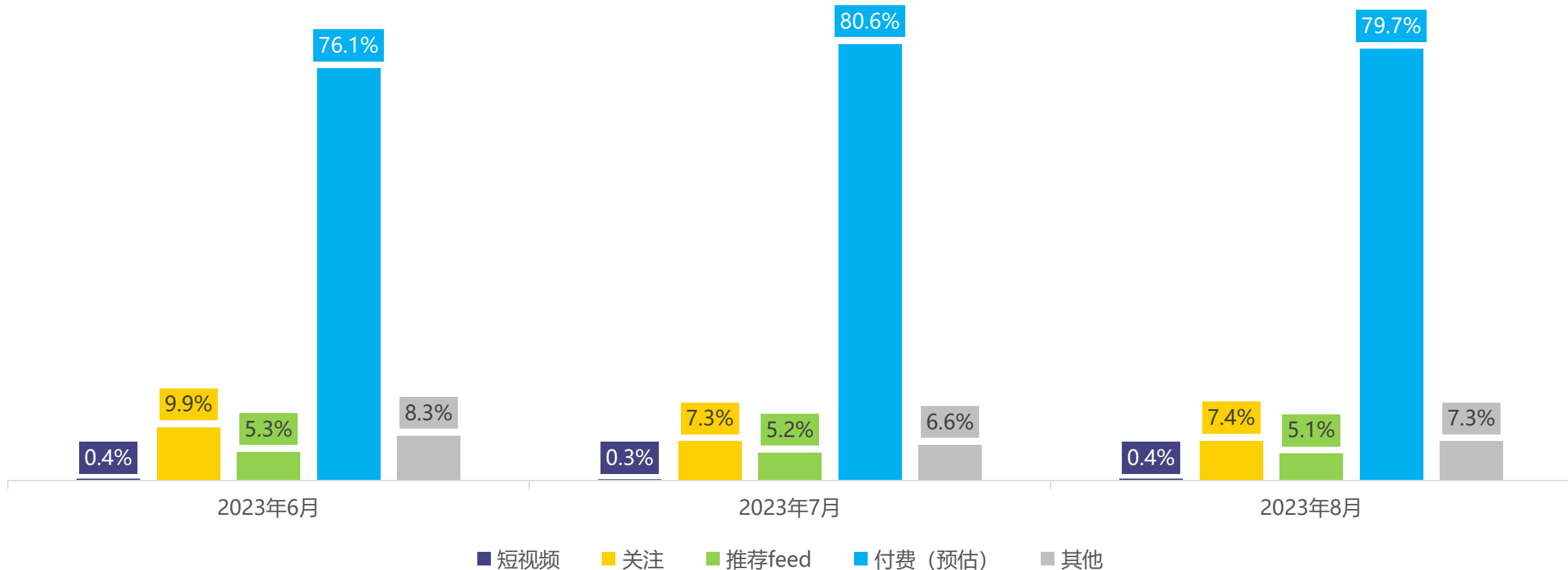
达人类型分布



懂数据 更懂生意

# 官方账号GNC健安喜的直播间流量结构主要以**付费为主**，占比在**80%左右**

直播流量结构



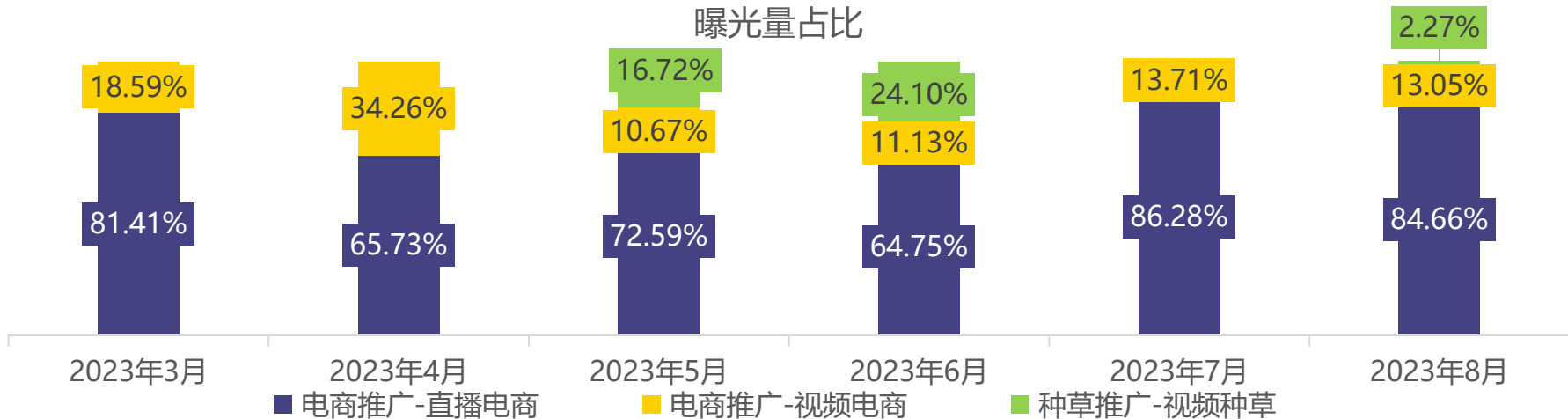
在TOP5的带货视频中，关联商品是**鱼油**，该品牌在抖音平台视频主要推广的商品是**鱼油**

TOP5带货视频							
视频	关联达人	关联商品	点赞数	评论数	转发数	销量	销售额
回复 @NEXT 胡子马的评论 GNC四倍铂金，rTG型，纯度90左右，309元240粒。	钟科诚	GNC健安喜深海天然营养高纯度铂金鱼油 软胶囊800MG240粒	745	153	74	100~250	7.5w~10w
加拿大老品牌钙镁锌 独立包装干净卫生 每一条富含六大营养:钙 镁 锌 接骨木 赖氨酸 维生素D 酸奶质地小孩超爱! 六个月以上宝贝适合 #钙镁锌 #赖氨酸 #母婴 #儿童营养 #原装进口 @抖音小助手	港澳店长-May	【专享】GNC健安喜儿童液体钙镁锌30袋/盒	41	7	5	100~250	2.5w~5w
这个辅酶Q10我们从七个品牌里选出来。	骨往筋来	【精选】GNC健安喜 辅酶Q10 营养软胶囊 100mg*120粒/瓶 成人备孕	1856	93	277	100~250	2.5w~5w
排海前大牌深海鱼油到货啦! 给大家囤了一批货, 拍6瓶更划算! #抖in逛全球 #原装进口 #深海鱼油 #自用好物分享 #发现好物	小e哥在美国硅谷	GNC健安喜皇冠97%高纯度鱼油软胶囊60粒/瓶*6盒	57	5	2	25~50	1w~2.5w
鱼油是被写入指南里的, 对我们管管有帮助的东西, 朋友们你们在吃吗	小西好物推荐	【加强鱼油软胶囊】GNC 健安喜 三倍浓缩鱼油mini120粒&240粒/瓶	421	27	18	100~250	1w~2.5w

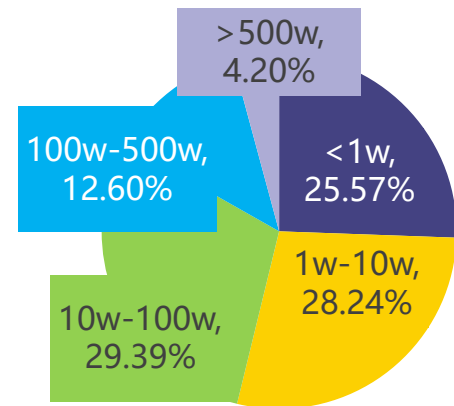
# 抖音-GNC/健安喜-种草推广(2023年8月)

GNC/健安喜的推广主要是通过**直播电商**，该渠道占比保持在**65%左右**；在**618大促期间**，增加了**视频种草**的曝光量，以吸引更多消费者；推广达人的粉丝量级主要在**10W以下**，占比达到了**53.81%**，达人类型主要以**“其他”**为主，占比达到了**47.33%**

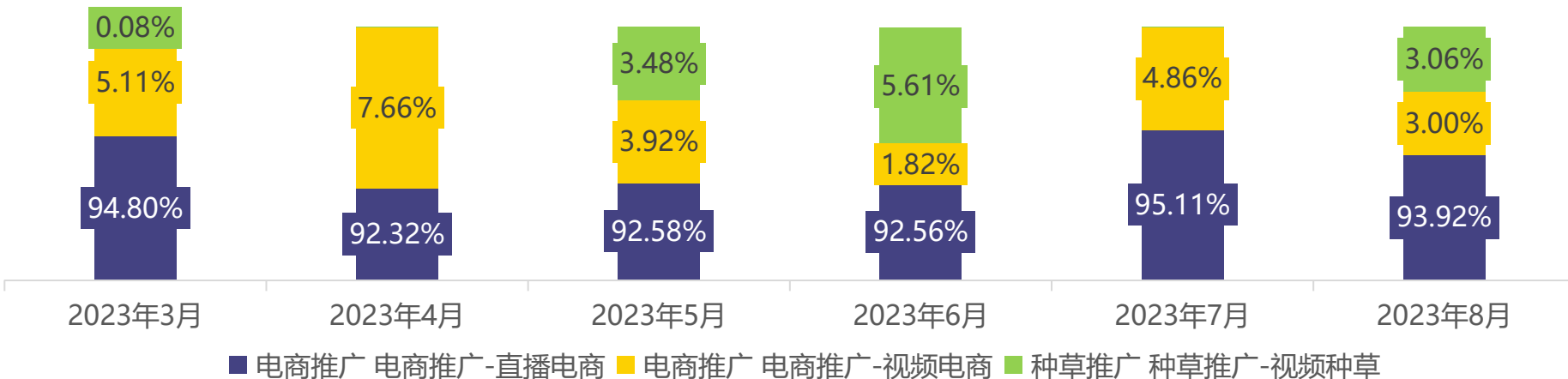
曝光量占比



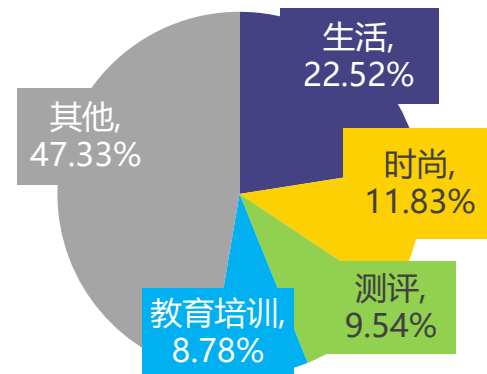
推广达人粉丝量级占比



互动量占比

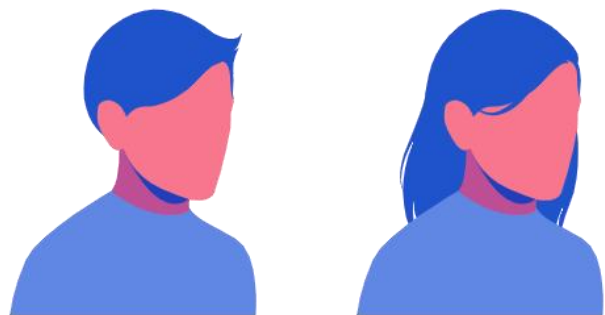


推广达人类型占比



懂数据 更懂生意

**GNC/健安喜在抖音的客群主要为女性，占比在70%左右，年龄在31-40岁的客群主要以直播的方式购买商品，地域则以江苏、浙江和广东等地为主**



男

女

直播

30%

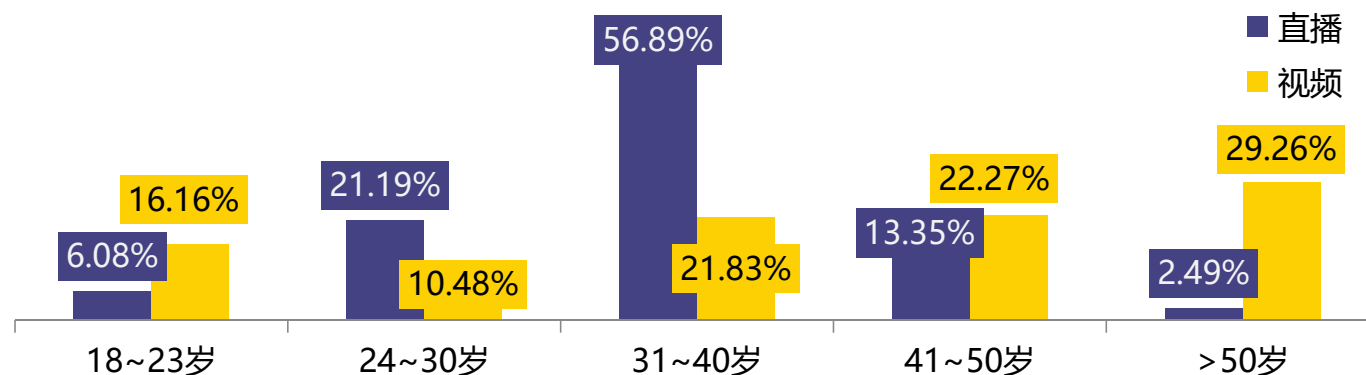
70%

视频

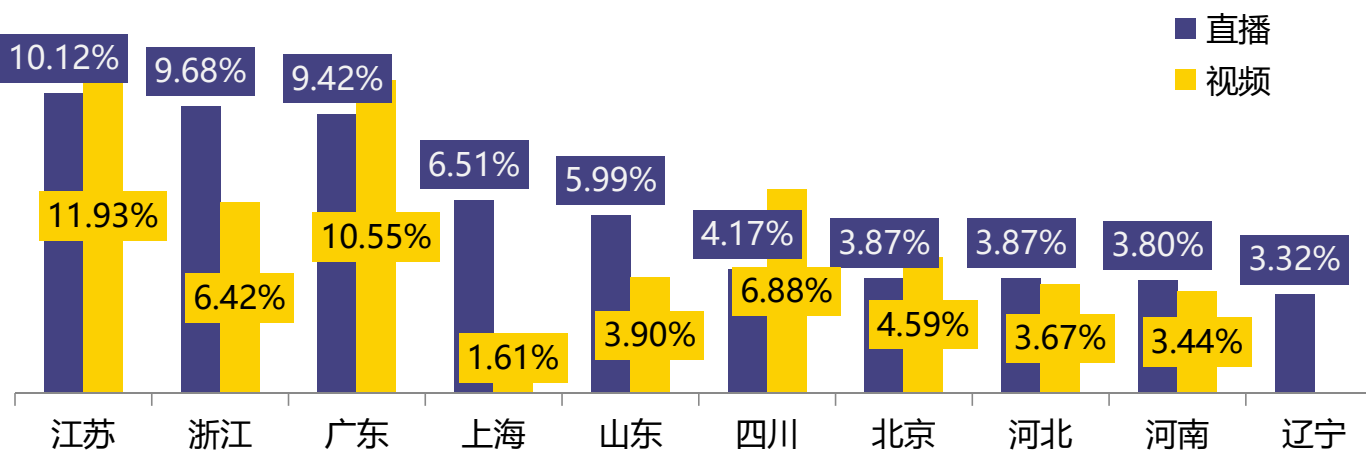
31%

69%

年龄结构



地域结构

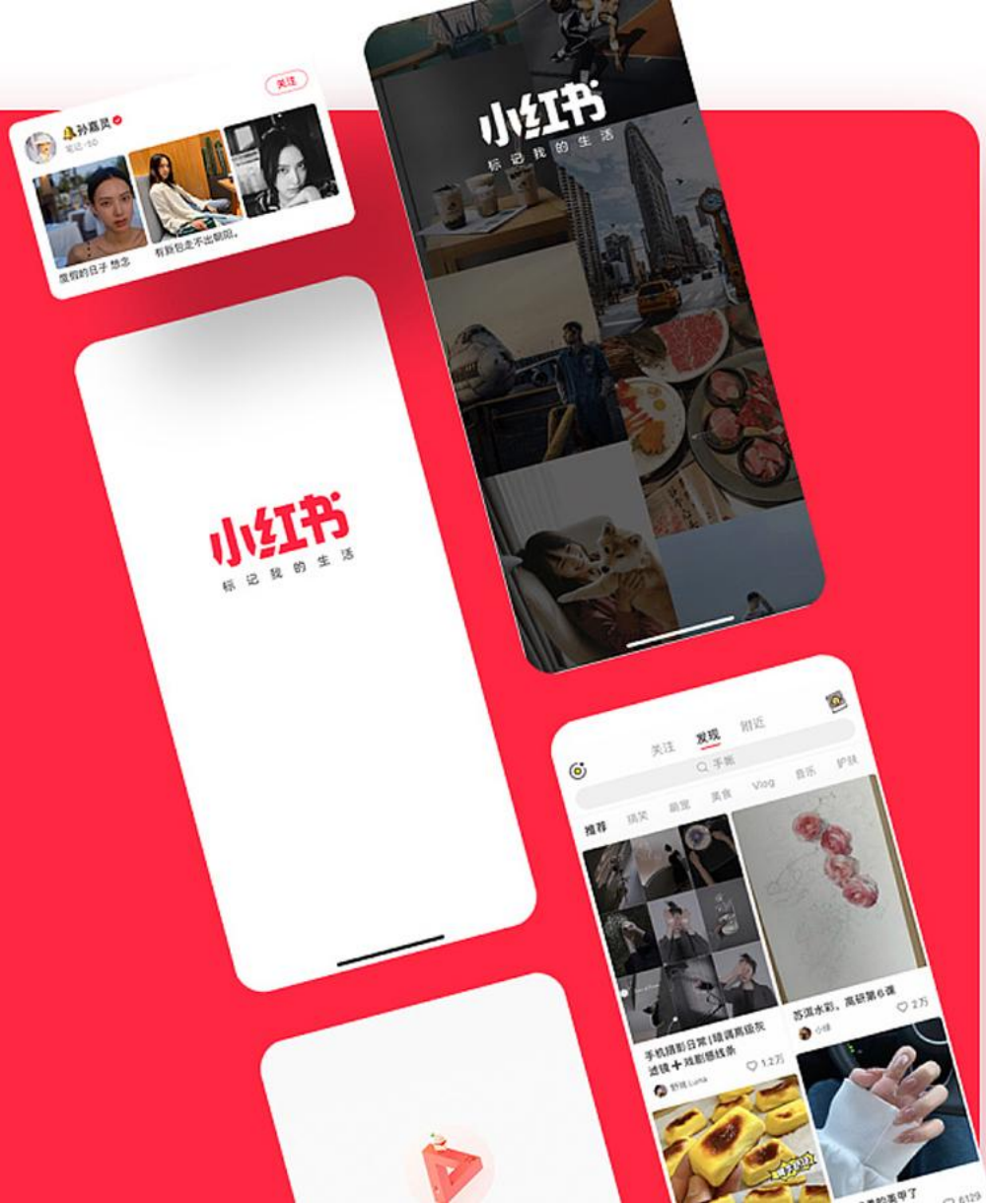


懂数据 更懂生意

# 小红书

标记我的生活

# 种草类

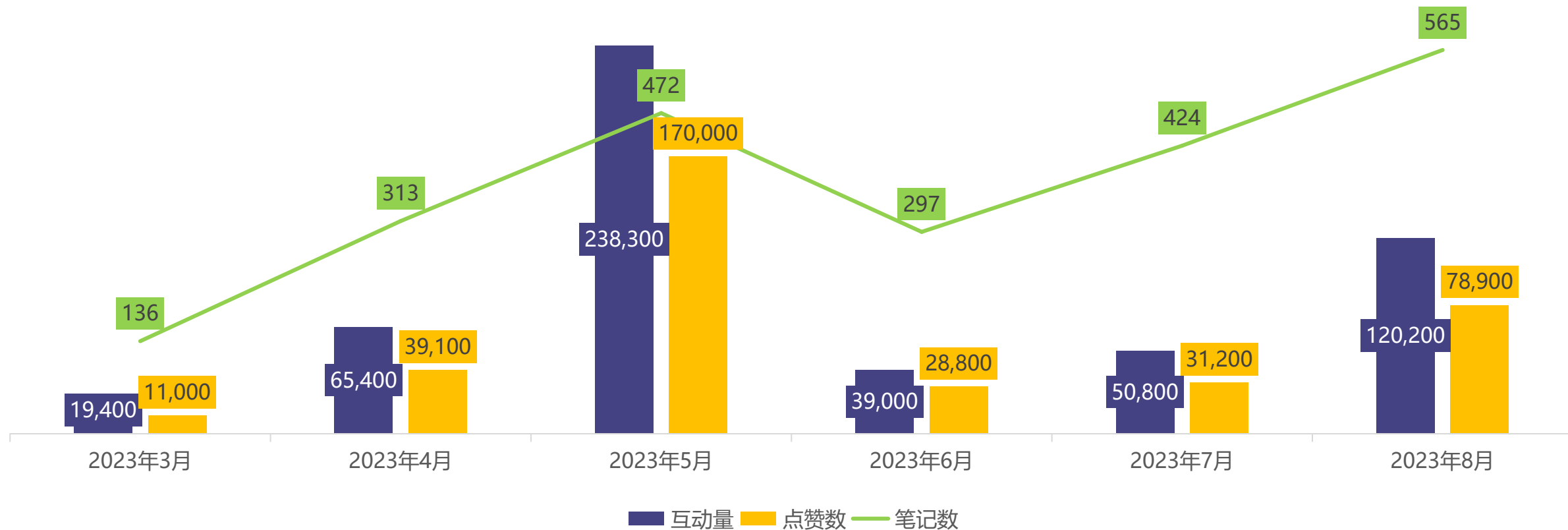


懂数据 更懂生意

小红书-GNC/健安喜-月度投放数据 (2023年3月-2023年8月)

**GNC/健安喜在5月投放472篇笔记，为618大促作铺垫，在618之后，其笔记的投放量再一次暴增，8月达到了565篇**

健安喜月度笔记投放情况

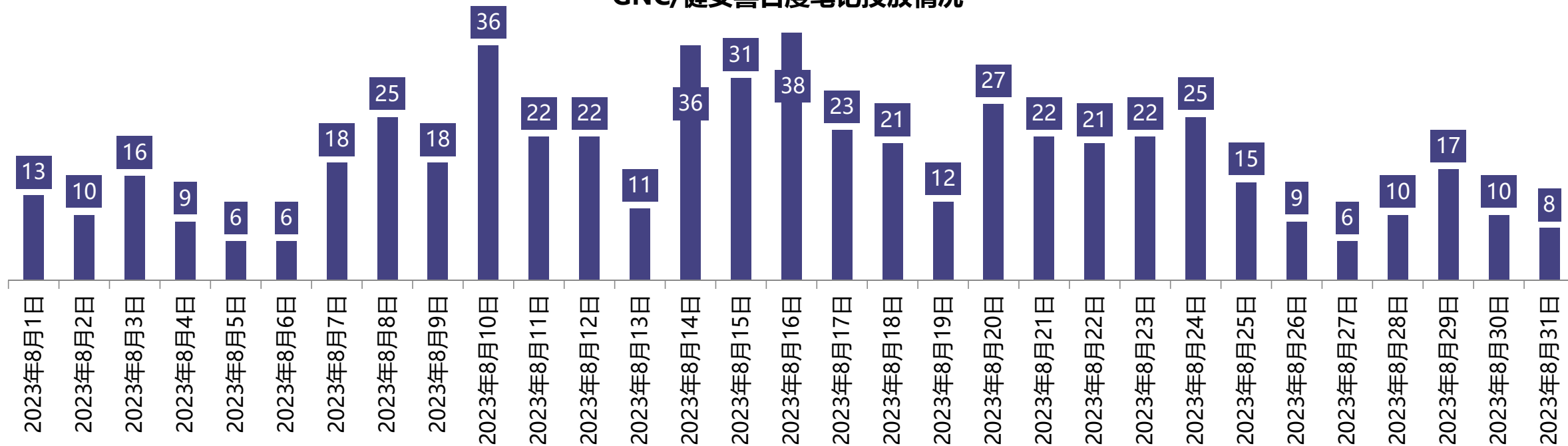


懂数据 更懂生意

**GNC/健安喜的日均投放笔记数为18篇，其在10日(周四)、14日(周一)、15日(周二)和16日(周三)投放笔记数超过30篇，品牌笔记的主要投放时间是工作日**

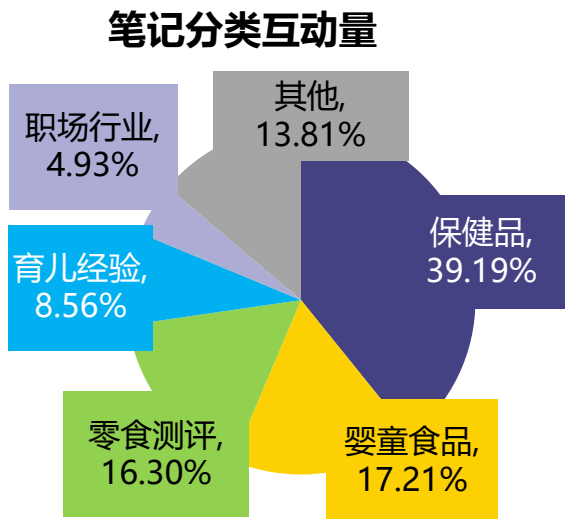
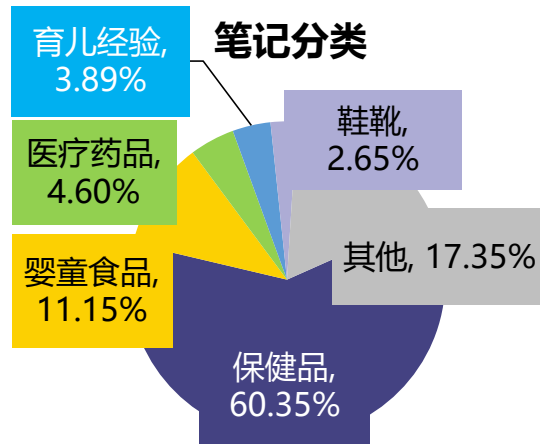
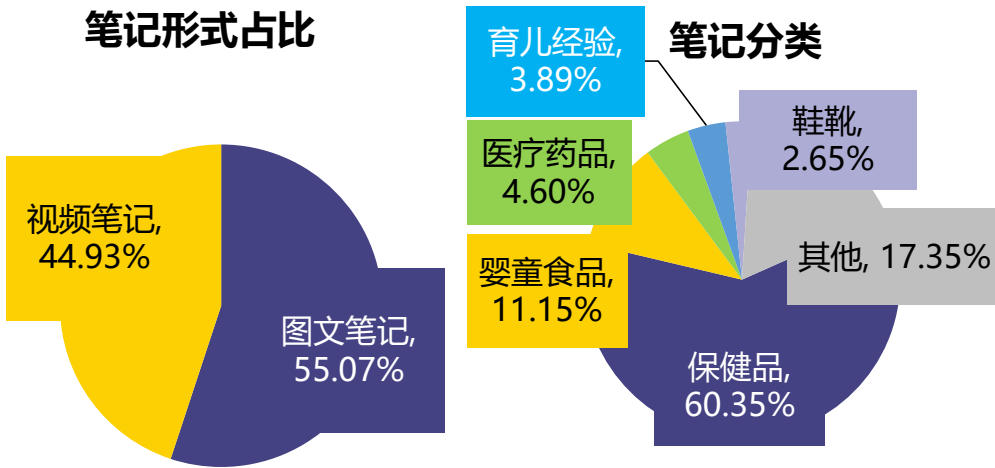
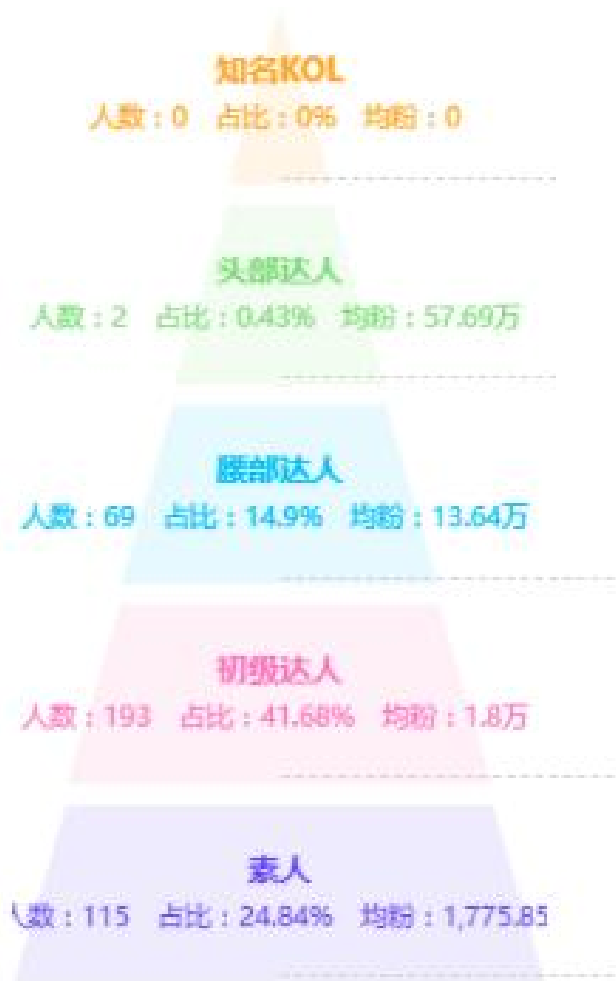
日期	品牌相关笔记数	预估阅读数	笔记互动总量	爆文总数	点赞总数	收藏总数	评论总数	笔记分享总数
2023年8月	565	523.7万	12.02万	6	7.89万	3.32万	8,067	1741
	商业笔记数	平均预估阅读	平均互动量	笔记爆文率	平均点赞	平均收藏	平均评论	平均分享
	9268	212	1.06%	139	58	14	3	9268

GNC/健安喜日度笔记投放情况



# 小红书-GNC/健安喜-笔记概况&达人层级分布 (2023年8月)

GNC/健安喜在小红书平台的主要笔记形式以**图文**为主；从笔记分类来看，主要以**保健品**为主，其次是**婴童食品**；从笔记关键词来看，主要以产品的**成分词**为主，**消费者会更关心产品的成分情况**



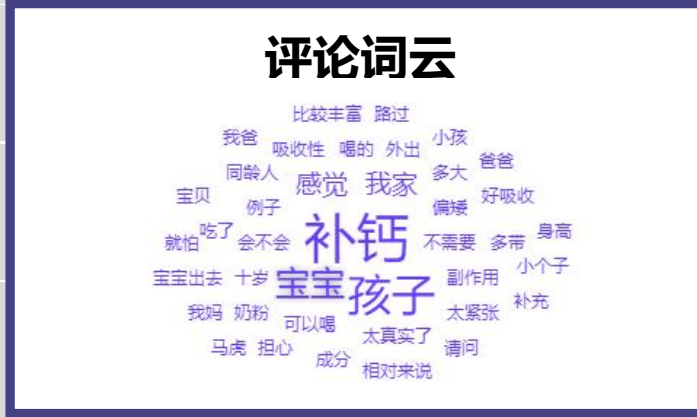
关键词	笔记数	笔记内容关键词占比
GNC	511	7.49%
营养	153	2.24%
成分	116	1.70%
鱼油	116	1.70%
氨基酸	106	1.55%
宝宝	96	1.41%
DHA	88	1.29%

懂数据 更懂生意

该篇笔记，宝妈通过自身焦虑孩子身高情况吸引注意，介绍了自己总结的四种长高方法，带入产品，介绍了自己选择产品的原因是**钙镁锌能满足孩子日常需要，不添加防腐剂，口感好**。  
 评论词云无品牌词：**GNC/健安喜**，主要是引起粉丝共鸣



预估曝光数	54.46万	点赞数	1853
收藏数	886	评论数	33
分享数	2	预估阅读数	33.09万

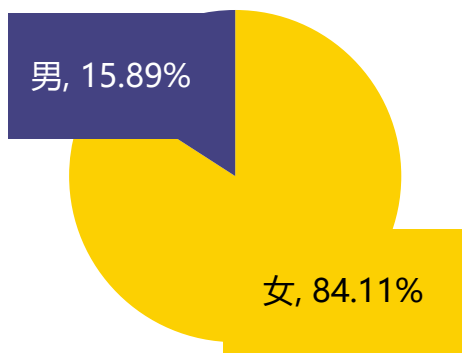


懂数据 更懂生意

# 小红书-GNC/健安喜-用户画像 (2023年8月)

GNC/健安喜的小红书平台的客群主要以女性为主，占比达到**84.11%**，年龄主要分布在**18~24岁**，主要集中在广东、山东等地，粉丝人群标签为**流行男女**，粉丝集中关注**护肤、彩妆和穿搭**

### 性别占比



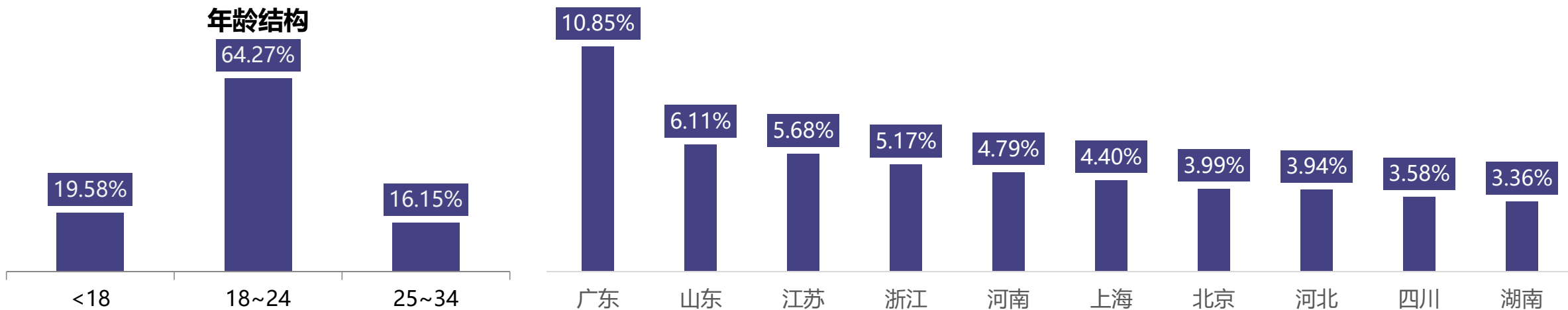
### 粉丝人群标签



### 粉丝关注焦点



### 地域结构



懂数据 更懂生意

# 热门品牌调研 Little Umbrella/小小伞



懂数据 更懂生意

该品牌成立于1979年，在2019-2020年进入中国市场，2022年开始与明星达人合作，开启线上直播渠道



### 品牌简介

小小伞始创于1979年，诞生于新西兰，深耕儿童营养学领域，始终坚持严谨科学营养配比，研发安全有效的产品，为全球儿童健康成长提供优质的解决方案

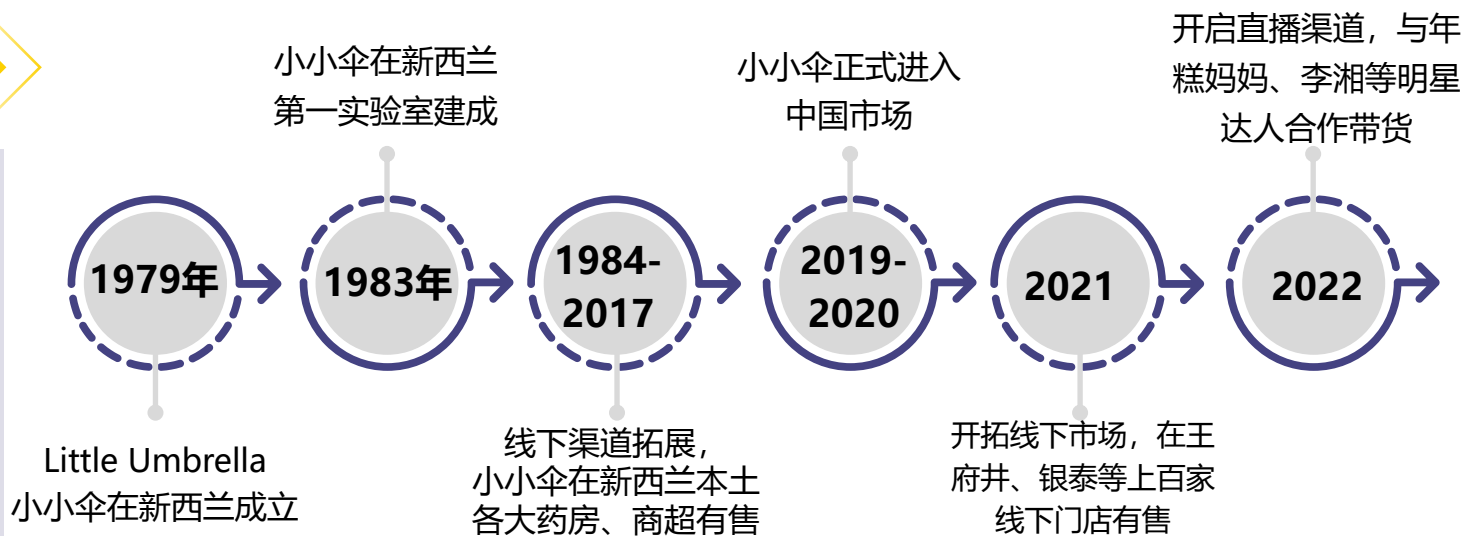
### 品牌理念

安全、有效  
好吃、好玩

### 品牌愿景

让全球儿童平等  
拥有健康成长的  
权利

### 品牌发展



2023年3月，该品牌在两平台的销售额基本相同；从7月开始，天猫官旗的销售额远超抖音平台

月度销售情况							
日期	天猫官方旗舰店销售额			抖音品牌销售额			
2023年3月	19.7万元			10w~25w			
2023年4月	27.0万元			25w~50w			
2023年5月	54.9万元			10w~25w			
2023年6月	120.7万元			100w~250w			
2023年7月	156.3万元			10w~25w			
2023年8月	434.8万元			100w~250w			
婴幼儿营养品-行业排名情况							
	3月	4月	5月	6月	7月	8月	
天猫	/	/	/	/	30	21	
抖音	68	61	59	21	60	29	



Little Umbrella/小小伞-不同平台主推品的选择

Little Umbrella/小小伞在两平台的主推商品上架时间都在2023年，皆为液体钙镁锌，在抖音平台的价格和活动更多，会搭配赠送钙镁锌奶片

	天猫主推	抖音主推
商品名	小小伞钙镁锌液体钙儿童钙宝宝婴幼儿补钙婴儿乳钙钙铁锌30条/盒	新西兰小小伞液体钙镁锌儿童乳钙钙10ml*30条/盒
主图		
商品价格和活动	1盒装【买多盒更划算哦~】159元	液体钙镁 30条/盒-1盒 159元 液体钙镁 30条/盒-2盒赠香草味钙镁锌奶片1瓶 288元 液体钙镁 30条/盒-2盒赠黑巧味钙镁锌奶片1瓶 288元
每克价格	0.53元/ml	液体钙镁 30条/盒-1盒 0.53元/ml 液体钙镁 30条/盒-2盒赠香草味钙镁锌奶片1瓶 0.48元/ml 液体钙镁 30条/盒-2盒赠黑巧味钙镁锌奶片1瓶 0.48元/ml
上架时间	2023-04-03	2023-07-01
利益点	新西兰原装进口 250mg足量钙，高效补钙 离子钙，易吸收	添加益生元，温和不便秘 不含八大过敏原 1条约等于250mg足量钙

懂数据 更懂生意 数据来源：蝉妈妈

# LITTLEUMBRELLA海外旗舰店

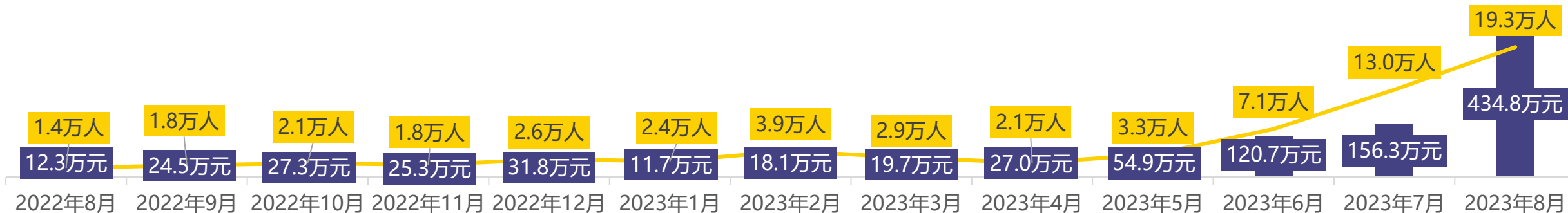


懂数据 更懂生意

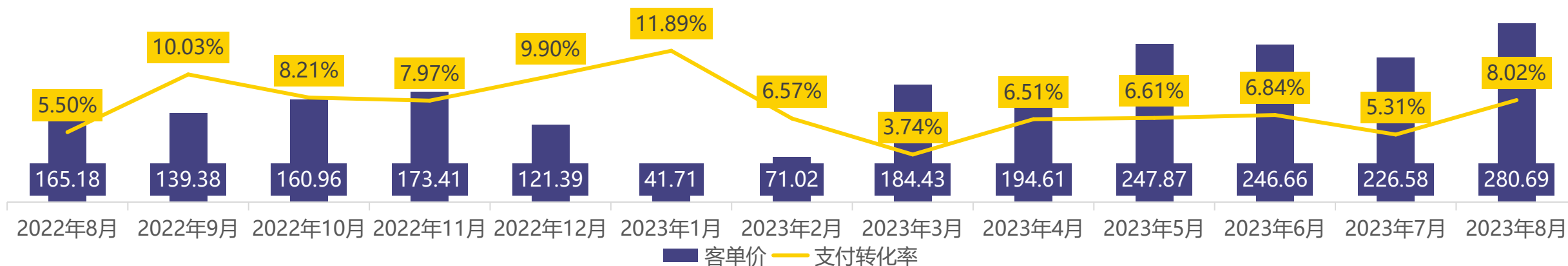
天猫-LittleUmbrella海外旗舰店-近13个月基础数据 (2022年8月-2023年8月)

LittleUmbrella海外旗舰店的销售额从2023年6月份开始逐渐增加，在8月份激增，达到了**434.8万元**，**同比去年增长超过34倍**

销售额&访客数



客单价&支付转化率



懂数据 更懂生意

# 天猫-LittleUmbrella海外旗舰店—流量结构 (2023年3月-2023年8月)

从流量来源来看, 在618期间, 主要以付费流量的**引力魔方**为主, 其次是cps的**手淘淘宝直播**  
**直播**, 618之后主要以付费流量**引力魔方**为主, **扩大客群范围**; 从成交来看, 主要是cps的**手淘淘宝直播**, 其次是付费流量**直通车**

访客数占比	3月	4月	5月	6月	7月	8月
引力魔方	27.80%	32.59%	18.55%	29.44%	39.20%	31.76%
手淘淘宝直播	14.84%	3.56%	15.27%	4.29%	7.09%	17.45%
万相台	6.72%	5.63%	14.75%	26.34%	21.62%	15.50%
直通车	12.16%	19.21%	17.00%	11.99%	8.15%	9.67%
手淘搜索	12.73%	13.69%	12.83%	9.16%	6.62%	7.83%
我的淘宝	7.17%	7.29%	6.35%	5.25%	3.99%	5.06%
手淘推荐	4.41%	9.96%	7.28%	6.33%	6.39%	4.09%
品销宝-明星店铺	2.60%	3.32%	3.76%	4.03%	3.91%	3.23%
超级直播	0.00%	0.00%	0.37%	0.04%	0.64%	3.01%
淘内待分类	11.56%	4.75%	3.84%	3.13%	2.39%	2.39%

交易金额占比	3月	4月	5月	6月	7月	8月
手淘淘宝直播	10.05%	3.51%	14.44%	4.83%	10.17%	32.19%
直通车	10.47%	16.35%	14.57%	16.84%	16.94%	10.73%
我的淘宝	18.33%	15.56%	13.05%	11.17%	10.04%	10.19%
淘宝客	19.11%	14.80%	14.48%	13.30%	10.24%	9.87%
手淘搜索	14.61%	20.21%	12.35%	14.92%	12.97%	9.24%
万相台	7.04%	4.99%	4.40%	11.93%	13.03%	6.59%
品销宝-明星店铺	5.65%	5.29%	4.32%	10.15%	12.43%	6.48%
手淘旺信	8.76%	8.80%	7.23%	8.56%	7.61%	5.36%
日常营销活动	2.19%	6.43%	8.81%	2.86%	2.57%	5.00%
一淘	3.80%	4.05%	6.35%	5.44%	4.00%	4.36%

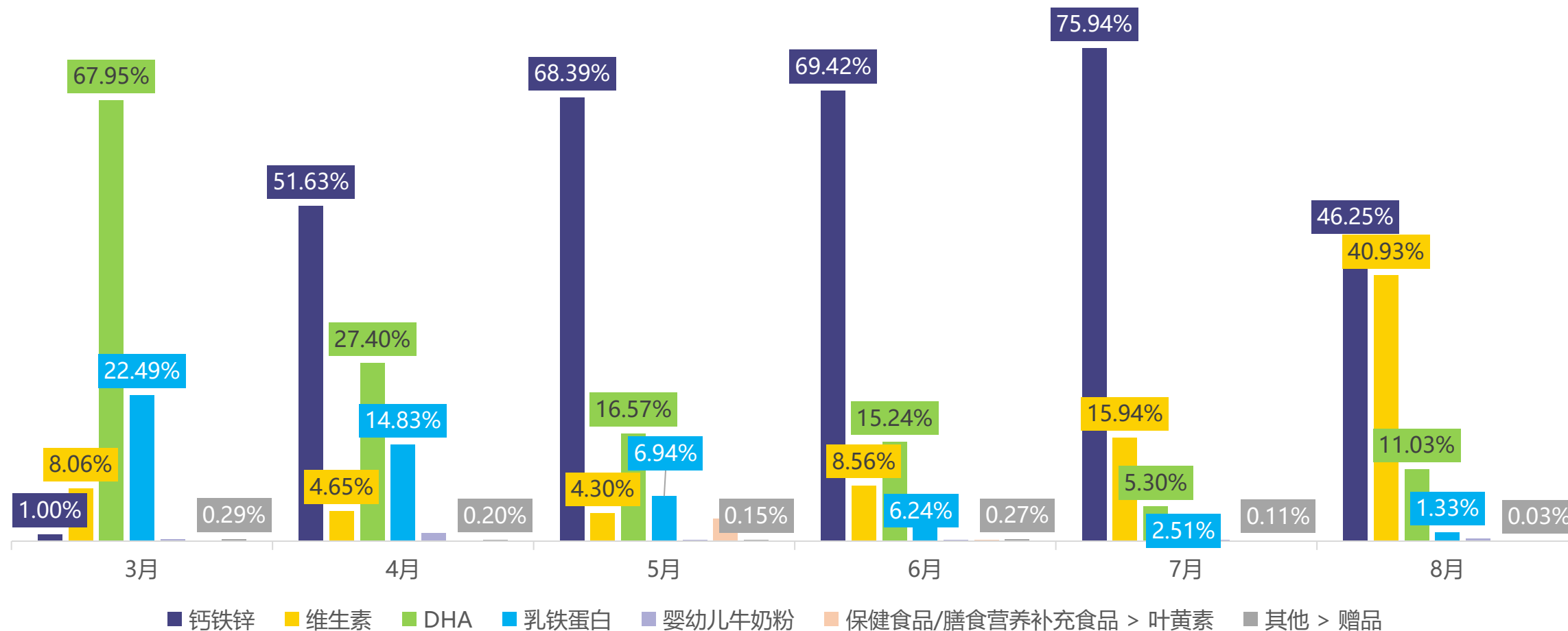
   cps   
    免费流量   
    付费流量

懂数据 更懂生意

天猫-LittleUmbrella海外旗舰店—品类布局 (2023年3月-2023年8月)

LittleUmbrella海外旗舰店在4月品类占比从DHA为主要品类，转移到**钙铁锌**，其占比达到了**51.63%**；在7月，品类**钙铁锌**占比达到**75.94%**，同月，该店铺也新增加了品类**维生素**占比；在8月**维生素**占比达到了**40.93%**。店铺品类一直不断更新，产品品类更新快

LittleUmbrella海外旗舰店品类布局



懂数据 更懂生意

天猫-LittleUmbrella海外旗舰店—上新节奏 (2023年3月-2023年8月)

LittleUmbrella海外旗舰店半年共上新4款商品,  
主要品类以**钙铁锌**为主, 其次是**维生素、叶黄素、钙铁锌**

小小伞·钙镁锌  
250mg 足量钙  
1天1条 高效补钙  
☑ 离子钙 易吸收

不加糖  
全新升级

会员  
Little Umbrella

拍3均价  
144 /盒

全店2件减30元 3件减45元

拍3件赠 奇异果VC 体验装 49

实付满599加赠 儿童成长奶粉 259

小小伞·钙镁锌  
250mg 足量钙  
1天1条 高效补钙  
☑ 离子钙 易吸收

不加糖

会员  
Little Umbrella

拍3均价  
99.67 /盒

限时2件减87元 3件减154元

拍3件赠 奇异果VC 体验装 49

实付满599加赠 儿童成长奶粉 259

小小伞·奇异果VC  
一天一条  
换季不着凉  
☑ 黄金奇异果VC  
☑ 天然抵抗力

不加糖  
0香精 0色素

会员  
Little Umbrella

拍3均价  
109 /盒

限时拍3立减129元

拍3件赠 奇异果VC 体验装 49

实付满599加赠 儿童成长奶粉 259

小小伞·叶黄素  
液体专利叶黄素  
8倍高效护眼

微囊技术

会员  
Little Umbrella

拍3均价  
115 /盒

限时2件减58元 3件减132元

拍3件赠 奇异果VC 体验装 49

实付满599加赠 儿童成长奶粉 259

小小伞·超脑DHA  
超脑DHA配方  
聪明3要素  
☑ DHA+ARA+ALA

50%  
高纯度

会员  
Little Umbrella

拍3均价  
115 /盒

限时2件减58元 3件减132元

拍3件赠 奇异果VC 体验装 49

实付满599加赠 儿童成长奶粉 259

小小伞钙镁锌液体钙

类目: 钙铁锌

2023-04-03

【3倍购】小小伞

钙镁锌液体钙

类目: 钙铁锌

2023-04-27

小小伞奇异果VC维生素c

类目: 维生素

2023-05-18

小小伞叶黄素液体

类目: 叶黄素

2023-07-21

小小伞超脑DHA宝宝藻油

类目: DHA

2023-08-17

懂数据 更懂生意

# LittleUmbrella海外旗舰店的爆款商品为小小伞钙镁锌液体钙



——slogan: 全网推荐, 妈妈放心之选

## 品质保证

44年儿童营养品牌  
新西兰各大商超在售



创始人 Steve Darling

深耕儿童营养领域20余年  
曾服务于英国皇室戴安娜王妃  
小小伞 (Little Umbrella) 创立于1979年, 诞生于美丽的新西兰, 至今已有44年历史。



保

保障承诺

🔍 不确定商品是否真的来自海外? 支持溯源!  
溯源商品路径透明, 追溯至海外发货地, 部分奶粉商品追溯至海外生产厂家

🛡️ 100%海外正品, 假一赔十!  
天猫国际承诺“正品保障”, 收货后90天内满足条件, 可根据天猫国际规则申请正品保障赔付

具体规则请见天猫国际规则页面

控

全链严控

- |           |           |
|-----------|-----------|
| 01 资深招商团队 | 02 商家实地考察 |
| 03 海外直供   | 04 全程物流追踪 |
| 05 优选品质快速 | 06 金牌客户服务 |

## 关键成分

珍贵维K2  
真正补钙入骨



小小伞钙镁锌  
特别添加珍贵K2

VS

其他产品  
单纯补钙

☺️ 激活骨钙素, 帮助钙沉淀到骨骼

☹️ 没有真正补到骨头里  
无效补钙

## 卖点总结

### SKU规划

0防腐版1盒装【买多盒更划算哦~】

### 科研与技术

获得Made in New Zealand (新西兰制造) 认证, 该认证是新西兰政府对本国生产的高品质产品, 给予的一项特殊认证

### 关键成分

每条含钙250mg, 满足儿童每日补充钙的需求  
特别添加珍贵K2, 激活骨钙素, 帮助钙沉淀到骨骼  
不含牛奶、鸡蛋、大豆、麸质、坚果、花生、鱼类甲壳类动物等8大过敏原  
木糖醇替代果糖, 降低肥胖与蛀牙概率

### 产品定位

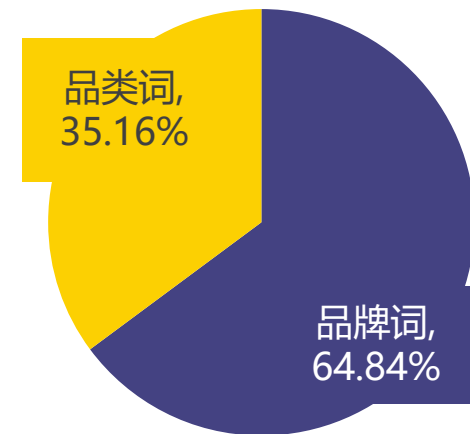
以全球儿童健康成长需求为导向, 致力于深耕儿童营养学领域。通过严谨的科学营养配比及优质的原料, 研制适合全球儿童各阶段营养所需的高标准产品。同时将高品质、高性价比的产品回馈到千家万户, 让全球每个儿童都平等拥有健康成长的权力。

懂数据 更懂生意

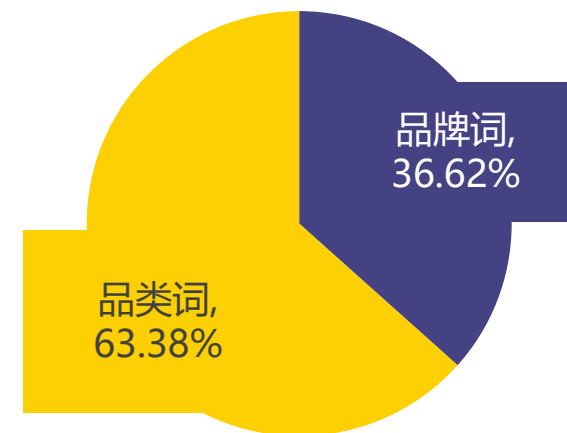
## 爆款商品的引流词以**品类词**为主，对品牌的认知不高

关键词	访客数	交易件数
小小伞钙镁锌	663	249
钙镁锌	418	68
小小伞	348	115
小小伞旗舰店	246	75
钙 儿童 婴儿	197	19
婴儿钙	187	12
婴儿钙液体婴幼儿	182	25
儿童钙	166	21
液体钙	147	16
钙铁锌婴幼儿	115	-
钙	104	17
宝宝钙	95	9
儿童钙铁锌	81	11
婴儿钙铁锌	79	9
儿童液体钙	71	-
液体钙儿童	71	9
钙铁锌	70	9
钙镁锌婴幼儿	66	-
婴儿补钙	64	13
钙 婴幼儿	63	-

交易件数占比



访客数占比

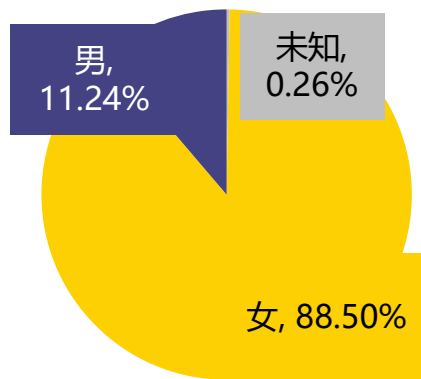


懂数据 更懂生意

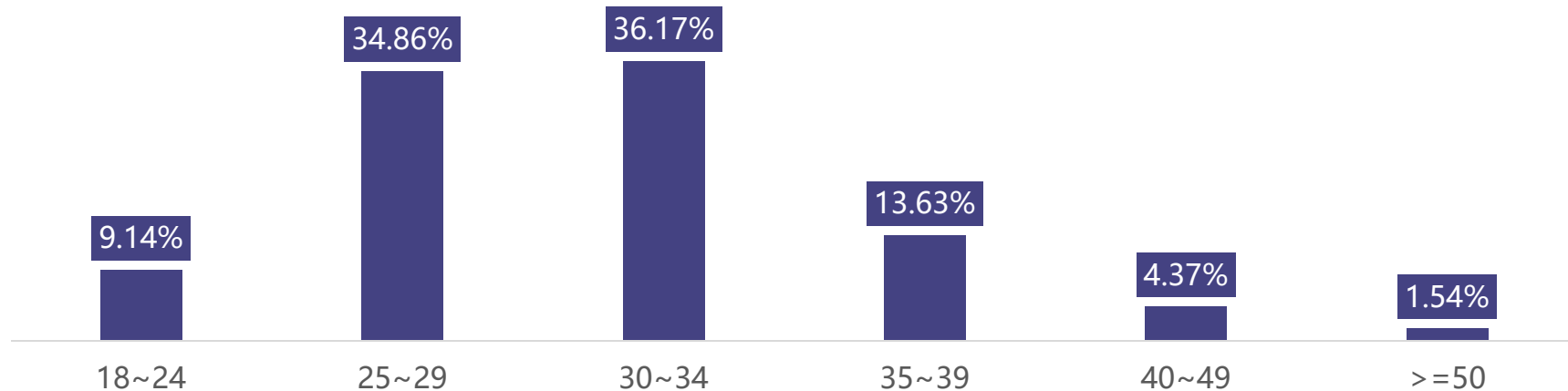
天猫-Little Umbrella/小小伞-品牌人群画像 (2023年8月)

**Little Umbrella/小小伞品牌客群在淘宝平台主要为女性，占比达到88.5%，  
年龄主要分布在25-34岁，地域则以广东、浙江和江苏等地为主，客群主要为宝妈**

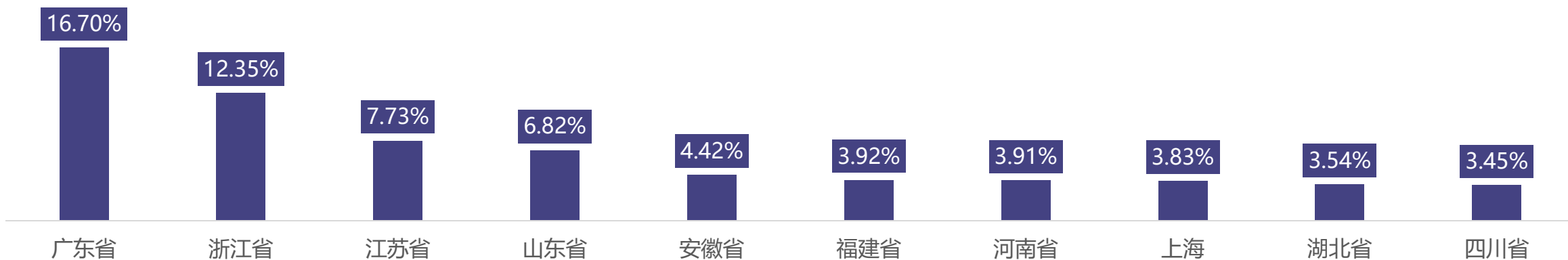
性别占比



年龄结构



地域结构



懂数据 更懂生意

# 抖音

懂数据 更懂生意

Little Umbrella/小小伞在抖音平台主要有两个账号，账号成立时间不久，在抖音平台还处于探索阶段



Little Umbrella 小小伞旗舰店  
粉丝：2119  
店铺账号

新西兰小小伞  
粉丝：2649  
店铺账号

### 抖音账号矩阵

账号	抖店名	粉丝数	作品数	获赞	第一次作品发布时间
Little Umbrella 小小伞旗舰店	Little Umbrella 小小伞旗舰店	2119	10	2788	2022-09-09
新西兰小小伞	Little Umbrella 海外旗舰店	2649	23	297	2023-06-08

## 抖音-Little Umbrella/小小伞-基础信息(2022年10月-2023年8月)

Little Umbrella/小小伞从6月新增账号后，销售额迅速增加，接近**250W**；从销售方式来看，主要以直播为主；从带货渠道来看，**达人播**为主要的带货渠道，6月之后，**店播**开始增加

日期	销售额	销量	平均客单价	商品数量	关联达人	关联小店	关联直播	关联视频
2022年10月	10w~25w	1000~2500	86.97	9	7	2	22	2
2022年11月	10w~25w	1000~2500	88.17	10	18	2	15	12
2022年12月	10w~25w	1000~2500	150.18	5	6	1	27	0
2023年1月	5w~7.5w	500~750	78.63	6	5	2	29	0
2023年2月	25w~50w	1000~2500	161.87	6	6	2	28	0
2023年3月	10w~25w	1000~2500	114.99	10	9	3	25	1
2023年4月	25w~50w	1000~2500	180.98	13	8	3	20	1
2023年5月	10w~25w	1000~2500	167.31	11	10	2	15	3
2023年6月	<b>100w~250w</b>	5000~7500	335.46	49	25	4	85	10
2023年7月	10w~25w	750~1000	180.17	24	31	3	80	13
2023年8月	<b>100w~250w</b>	5000~7500	237.95	48	38	3	168	15

日期	销售方式分布			带货渠道分析		
	直播	商品卡	视频	达人播	品牌自播	店播
2022年10月	98.79%	1.06%	0.14%	<b>97.18%</b>	2.82%	-
2022年11月	97.49%	2.33%	0.17%	<b>98.22%</b>	0.37%	1.41%
2022年12月	99.00%	1.00%	-	<b>99.95%</b>	0.05%	-
2023年1月	95.84%	4.16%	-	<b>100.00%</b>	-	-
2023年2月	99.51%	0.49%	-	<b>100.00%</b>	-	-
2023年3月	91.67%	8.22%	0.11%	<b>100.00%</b>	-	-
2023年4月	98.56%	1.40%	0.04%	<b>100.00%</b>	-	-
2023年5月	97.10%	1.48%	1.42%	<b>100.00%</b>	-	-
2023年6月	97.37%	1.34%	1.29%	<b>99.41%</b>	0.56%	0.03%
2023年7月	69.36%	16.61%	14.04%	<b>98.63%</b>	0.69%	0.68%
2023年8月	87.09%	11.82%	1.09%	<b>95.07%</b>	-	<b>4.93%</b>

懂数据 更懂生意

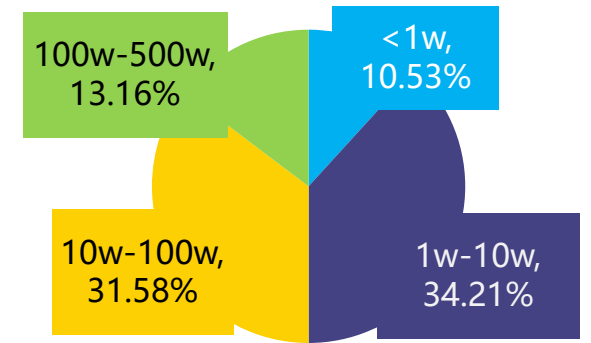
# 抖音-Little Umbrella/小小伞-达人月度基础情况&达人粉丝量级&达人类型分布 (2023年3月-2023年8月)

从整体来看，该品牌在抖音平台增加了达人的数量，达人的粉丝量级集中在“1W~100W”，占比达到**65.79%**，主要达人类型为**母婴亲子**

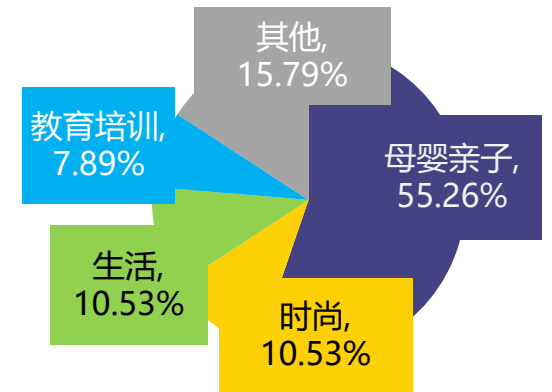
Little Umbrella/小小伞品牌月度达人基本情况

	关联达人数	直播达人数	视频达人数	直播销售额	视频销售额	直播销量	视频销量
2023年3月	9	8	1	10w~25w	250~500	1000~2500	1~25
2023年4月	8	7	1	25w~50w	100~250	1000~2500	1~25
2023年5月	10	7	3	10w~25w	2500~5000	1000~2500	25~50
2023年6月	25	17	10	100w~250w	2.5w~5w	5000~7500	100~250
2023年7月	31	22	10	10w~25w	1w~2.5w	500~750	100~250
2023年8月	38	32	10	100w~250w	1w~2.5w	2500~5000	100~250

达人粉丝量级分布



达人类型分布



懂数据 更懂生意

抖音-Little Umbrella/小小伞-带货达人排行 (2023年8月)

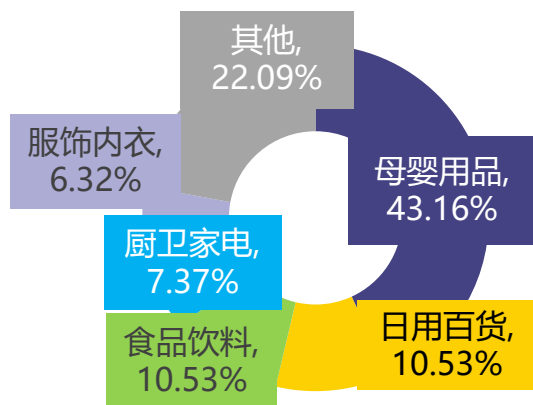
Little Umbrella/小小伞的TOP1带货达人的抖音号为**Cheng\_yaoyao**,  
其销售额达到了**25w~50w**, 远超排名第二带货达人的销售额

达人	抖音号	粉丝数	带货口碑	关联直播	关联视频	推广商品数	销量	销售额
程妖妖♥ 5号2点 一站式母婴场	Cheng_yaoyao	33.8w	4.85	5	0	12	1000~2500	25w~50w
中美异国恋-29号早7点保健品溯源	57822220621	148.3w	4.84	26	0	6	750~1000	10w~25w
Miko带娃日记 (5号爱他美6号安睡裤)	norlin1	20.6w	4.89	1	1	9	100~250	7.5w~10w
四娃妈OLi	171451689	16.9w	4.74	11	1	7	250~500	7.5w~10w
王小骞5号早七点挪威源头营养品专场!	1142041417	863.1w	4.94	2	0	2	250~500	5w~7.5w
Tracy董博文   一三晚奢包   周五晚美护	Tracydong0318	100.9w	4.8	1	0	1	100~250	5w~7.5w
王哄哄的育儿宝藏	Wanghonghong2	4.4w	4.74	2	0	3	100~250	5w~7.5w
主持人沈涛	shentaototo	1,074.8w	4.8	3	0	2	100~250	5w~7.5w
小小莎老师5号鄂尔多斯大衣首播	Xiaosha666	655.4w	4.93	1	0	1	100~250	1w~2.5w
戴娇倩	daidaiJP	109.3w	4.81	2	0	1	75~100	1w~2.5w

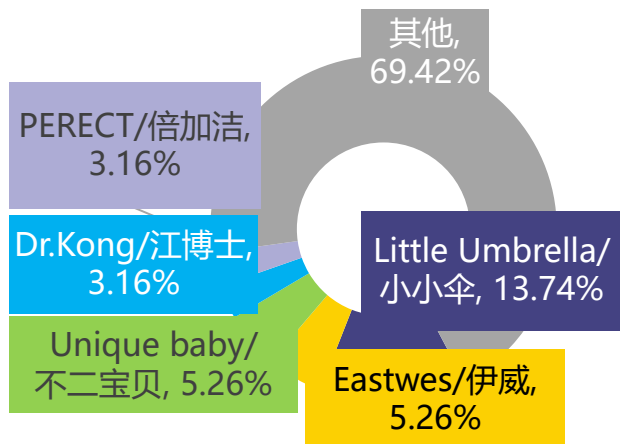
懂数据 更懂生意

Little Umbrella/小小伞TOP1带货达人**Cheng\_yaoyao**，其主要的带货商品为**母婴用品**，销量最佳的品牌为**Little Umbrella/小小伞**，占比达到**20.94%**，销量最佳的小店为**Little Umbrella海外旗舰店**，占比达到**18.99%**

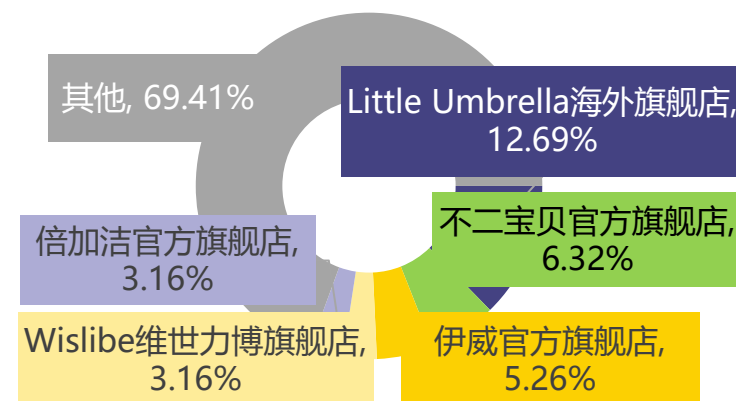
上架商品最多品类top5占比



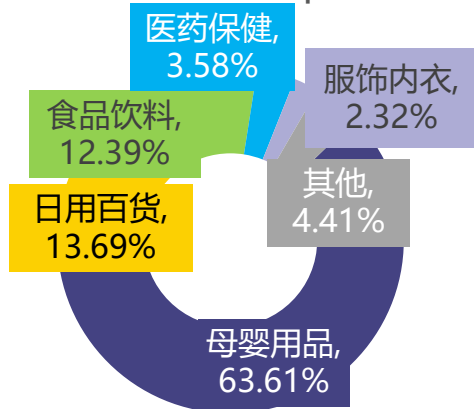
上架商品最多品牌top5占比



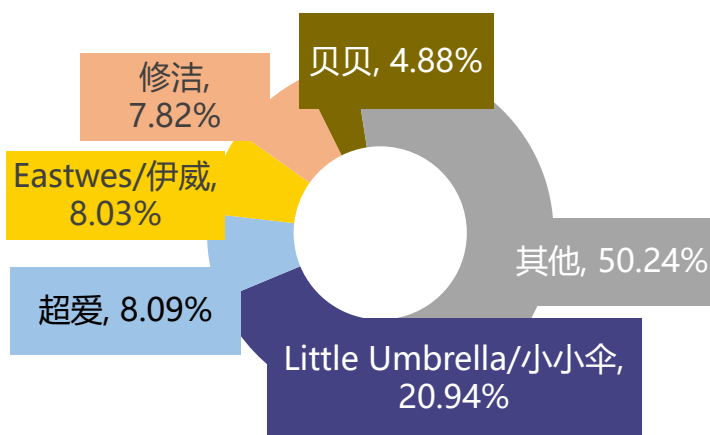
上架商品最多小店top5占比



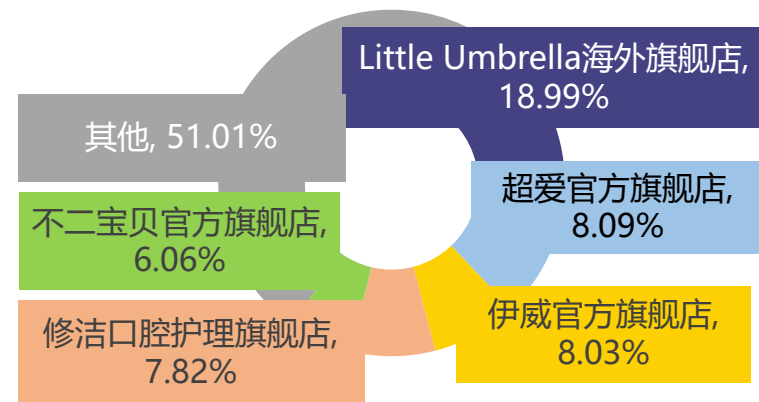
销量最佳品类top5占比



销量最佳品牌top5占比



销量最佳小店top5占比



# Little Umbrella/小小伞在抖音平台的带货视频的关联商品皆为**液体钙镁锌**

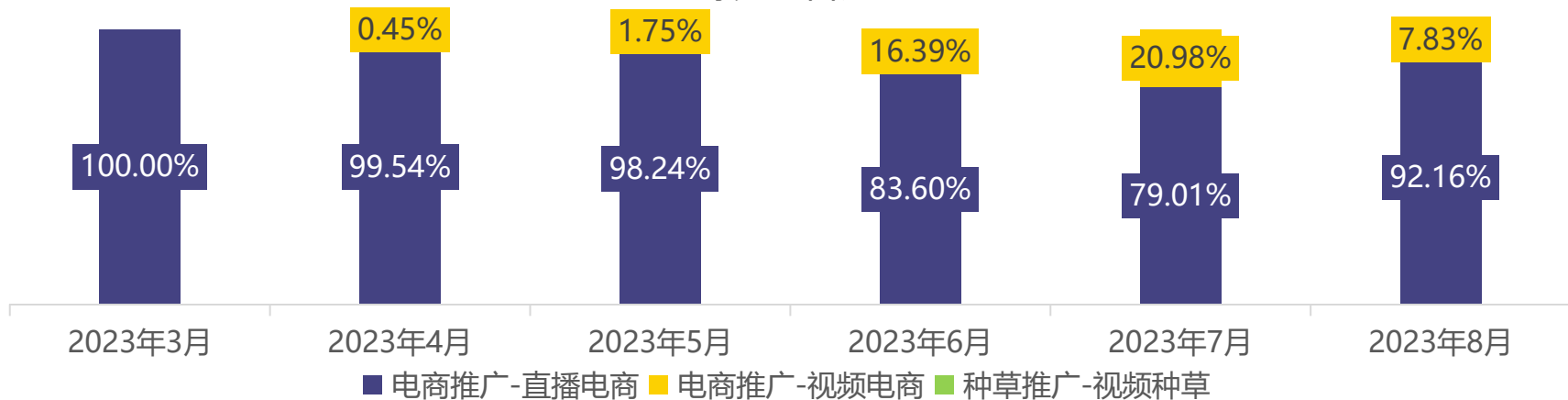
TOP5带货视频							
视频	关联达人	关联商品	点赞数	评论数	转发数	销量	销售额
孩子不好好吃饭怎么办？补钙很重要！ #补钙 #母婴 #人类幼崽#海外好物 #育儿	莹在新西兰	新西兰小小伞钙镁锌30条/盒 儿童液体钙宝宝补钙幼儿乳钙补钙补锌	31	28	7	1~25	1000~2500
好吸收的钙镁锌怎么选？买了常见的6款钙镁锌，这两款更好#宝宝补钙 #钙镁锌 #小优严选	较真育儿 小优严选	新西兰小小伞钙镁锌30条/盒 儿童液体钙宝宝补钙幼儿乳钙补钙补锌	14	8	5	1~25	1000~2500
好吸收的钙镁锌怎么选？买了常见的6款钙镁锌，这两款更好。#补钙 #儿童长高 #小优严选	较真育儿 小优严选	新西兰小小伞钙镁锌30条/盒 儿童液体钙宝宝补钙幼儿乳钙补钙补锌	9	5	4	1~25	1000~2500
补钙一定要注意这3点，要不然就白补了，小小伞太牛了，认真做产品，宝妈们选钙可以参考哦#补钙 #小小伞钙镁锌 #钙镁锌 #宝宝补钙	之月家	新西兰小小伞钙镁锌30条/盒 儿童液体钙宝宝补钙幼儿乳钙补钙补锌	5	2	2	1~25	1000~2500
真正新西兰本土品牌，小小伞的钙镁锌，今晚给你们搞来了大活动#母婴好物 #亲测分享 #宝妈分享 #钙镁锌 #母婴	王太母婴精选	新西兰小小伞液体钙镁锌儿童乳钙钙10ml*30条/盒	10	4	4	1~25	1000~2500

懂数据 更懂生意

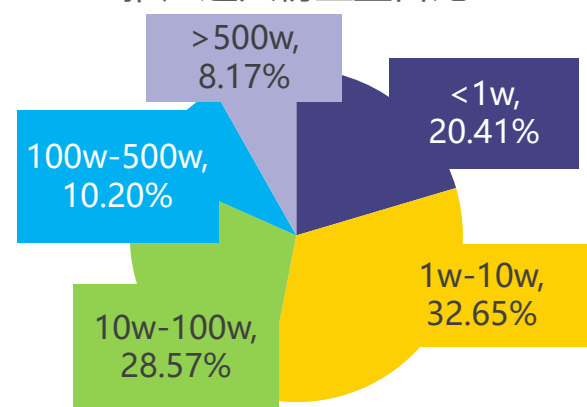
# 抖音-Little Umbrella/小小伞-种草推广(2023年8月)

Little Umbrella/小小伞的推广主要是通过**直播电商**，在618大促期间，增加了**视频电商**的占比，通过挂车视频的方式吸引消费者的注意；推广达人的粉丝量级主要在**10W以下**，占比达到了**53.06%**，达人类型以**“母婴亲子”**为主，占比达到了**48.98%**

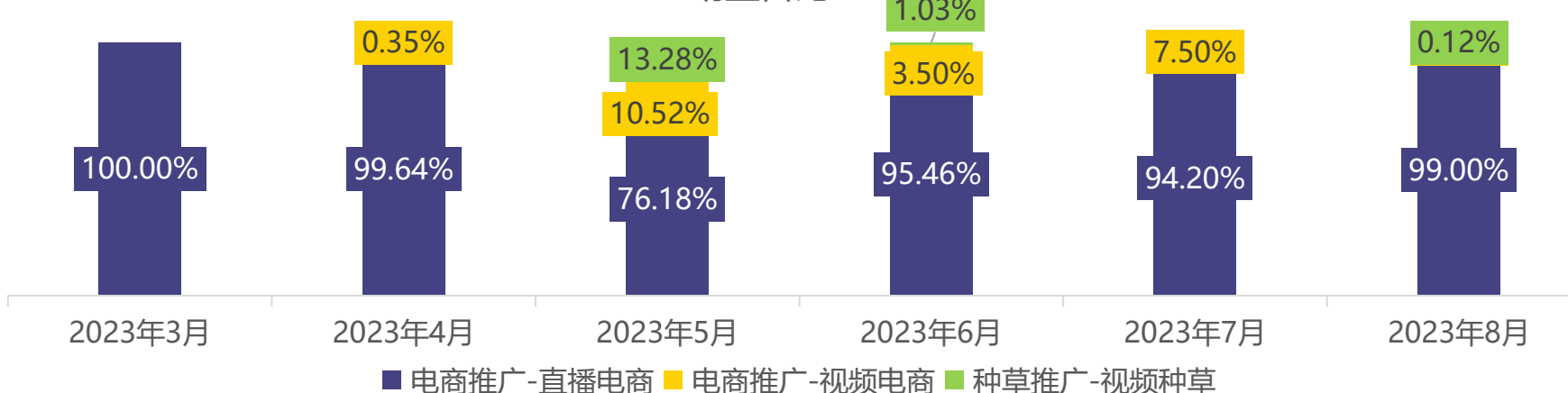
### 曝光量占比



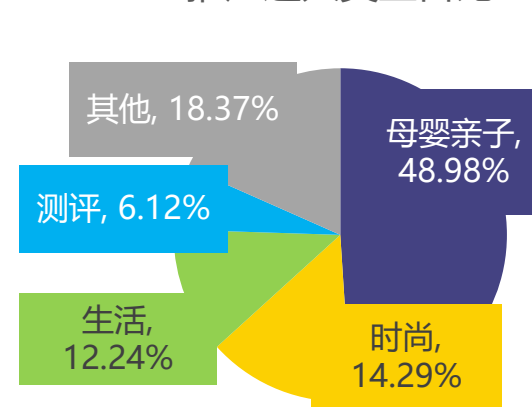
### 推广达人粉丝量占比



### 互动量占比



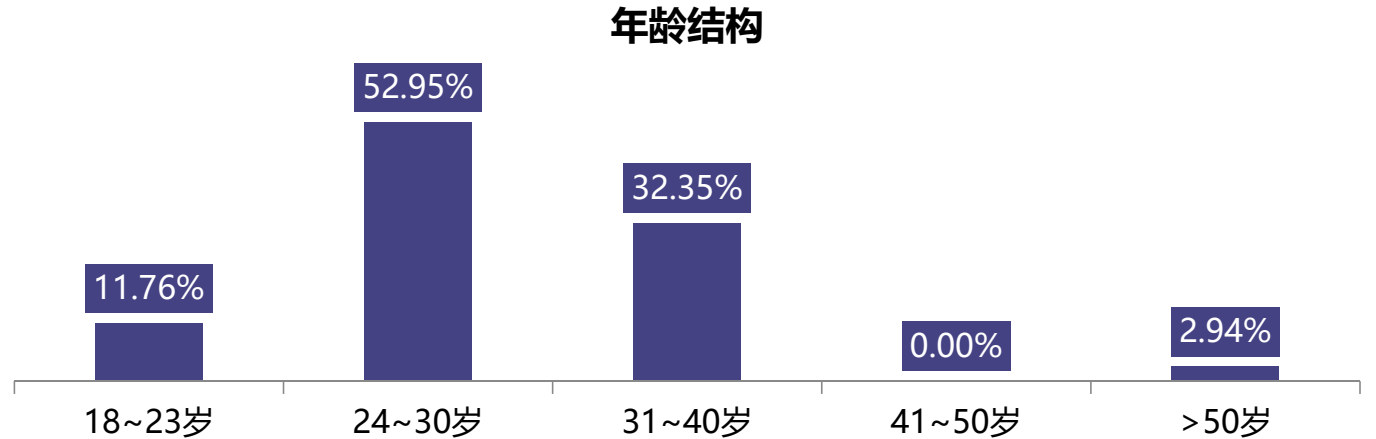
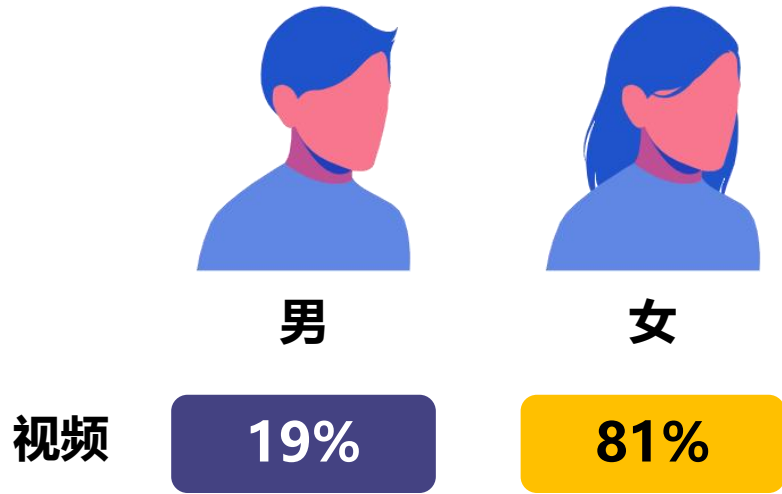
### 推广达人类型占比



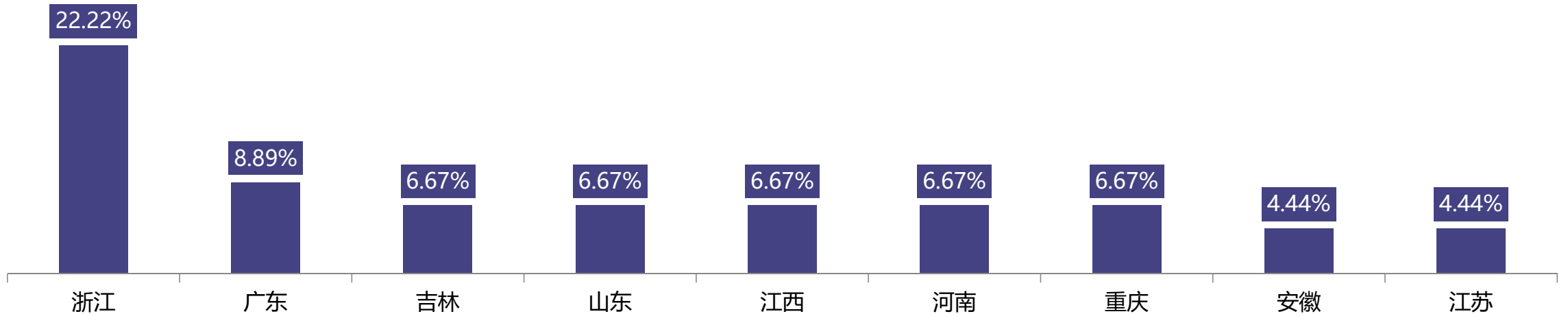
懂数据 更懂生意

抖音-Little Umbrella/小小伞-品牌人群画像 (2023年8月)

Little Umbrella/小小伞在抖音平台的客群以**女性**为主，占比达到了**81%**，  
年龄集中在**24~40岁**，主要集中在**浙江地区**



地域结构

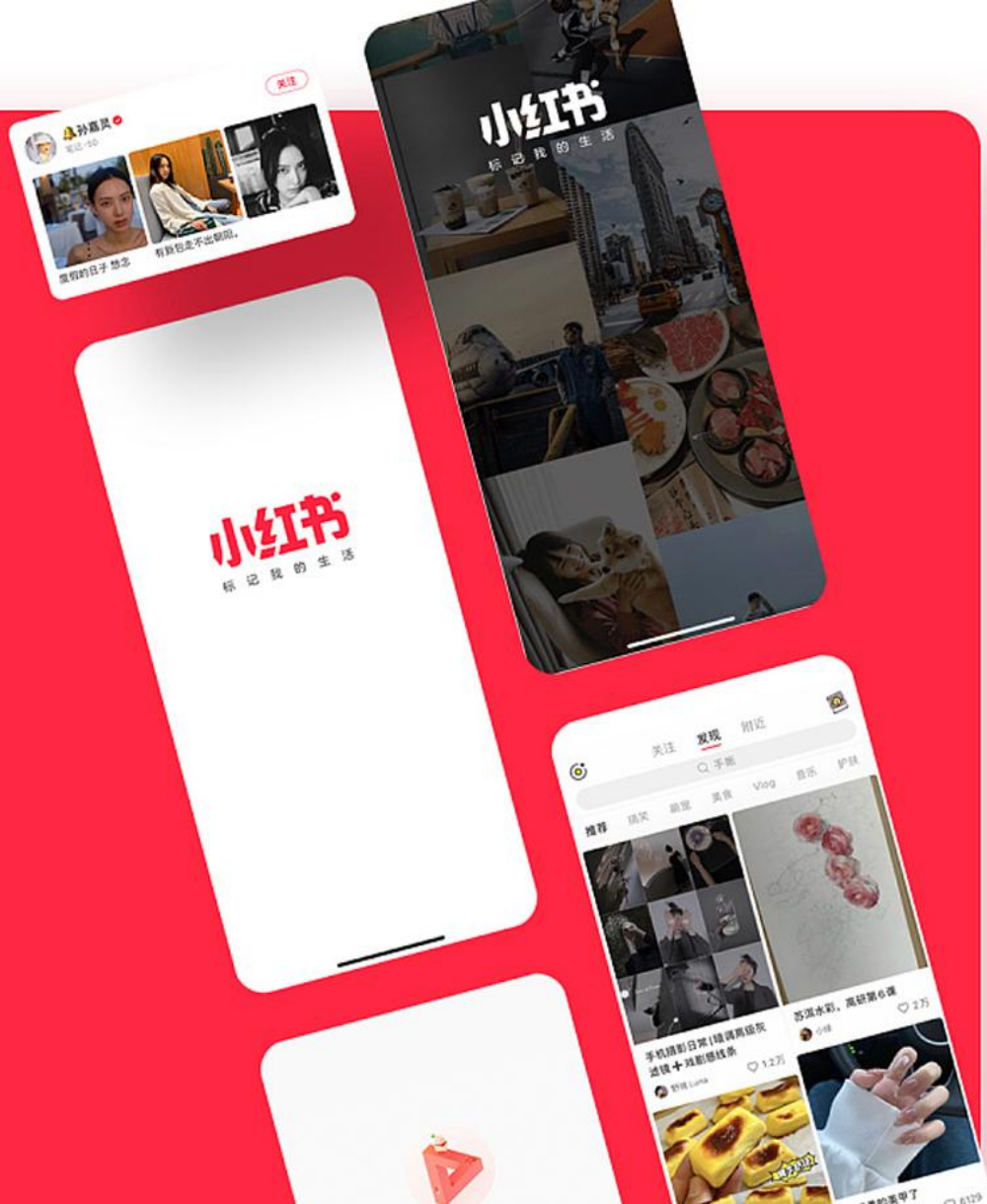


懂数据 更懂生意

# 小红书

标记我的生活

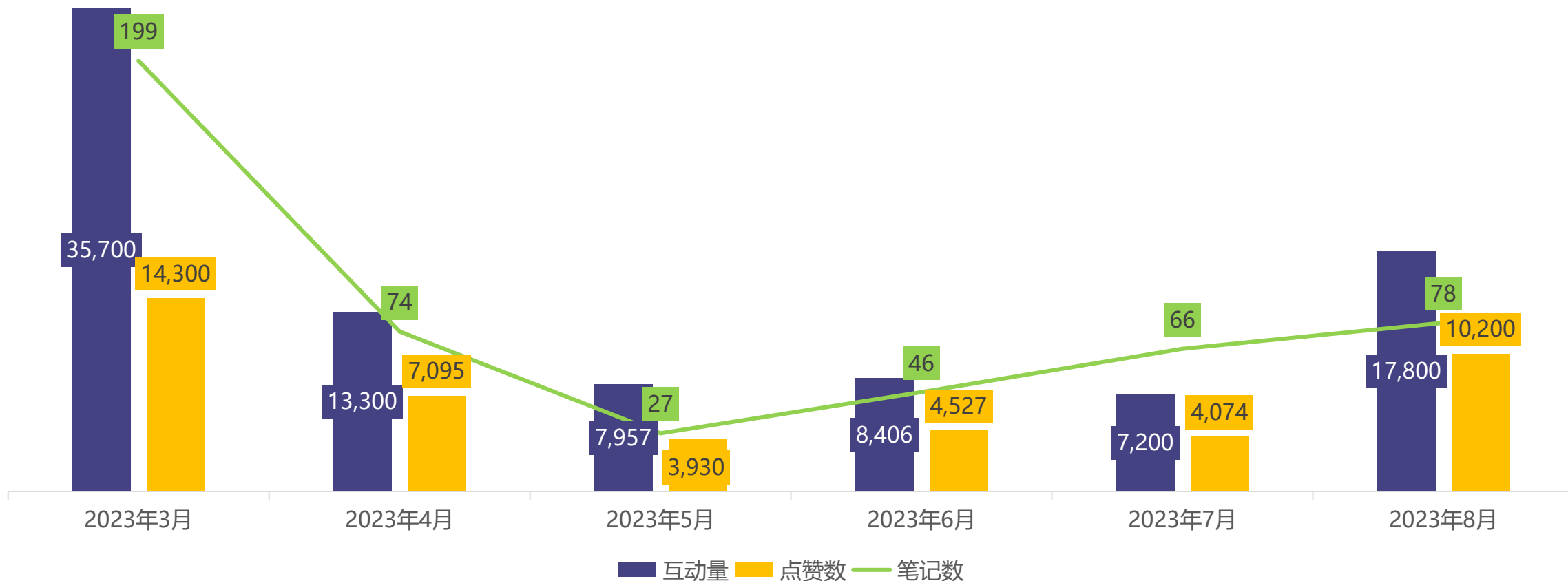
# 种草类



懂数据 更懂生意

# 小小伞在3月投放笔记达到**199篇**，之后投放笔记数量迅速下降，在5月投放了**27篇**

小小伞月度笔记投放情况

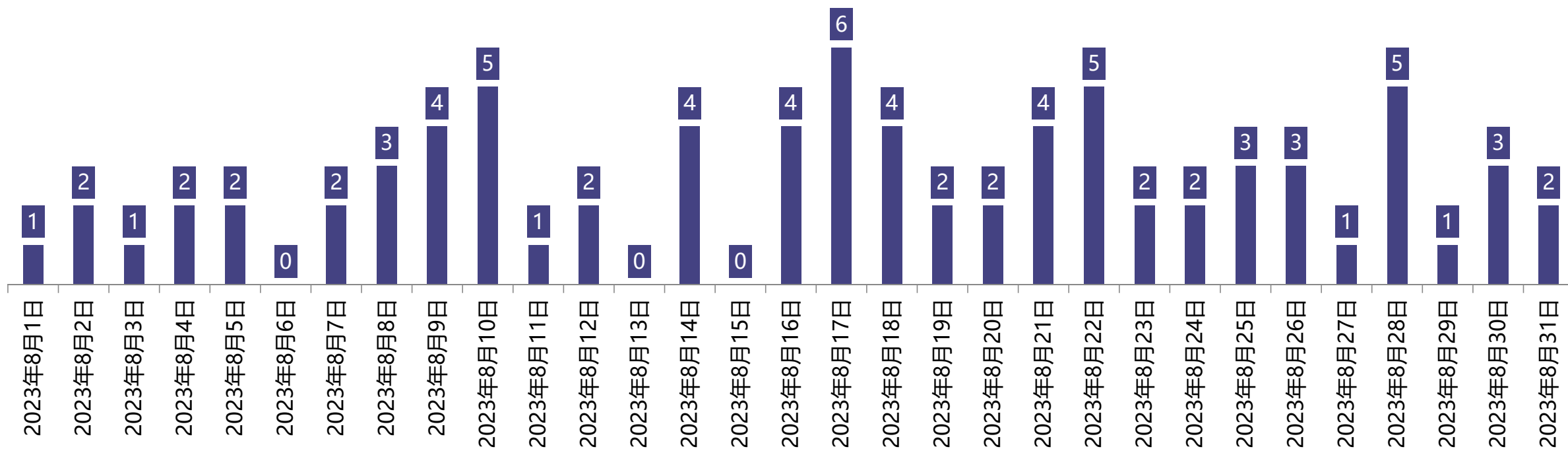


小红书-Little Umbrella/小小伞-日度投放数据 (2023年8月)

小小伞的日均投放笔记数为2篇，其在**10日(周四)**、**17日(周四)**、**22日(周二)**投放笔记数超过5篇，品牌笔记的主要投放时间是**工作日**

日期	品牌相关笔记数	预估阅读数	笔记互动总量	爆文总数	点赞总数	收藏总数	评论总数	笔记分享总数
2023年8月	78	43.87万	1.78万	0	1.02万	6,328	1,257	500
	商业笔记数	平均预估阅读	平均互动量	笔记爆文率	平均点赞	平均收藏	平均评论	平均分享
	28	5624	228	0.00%	130	81	16	6

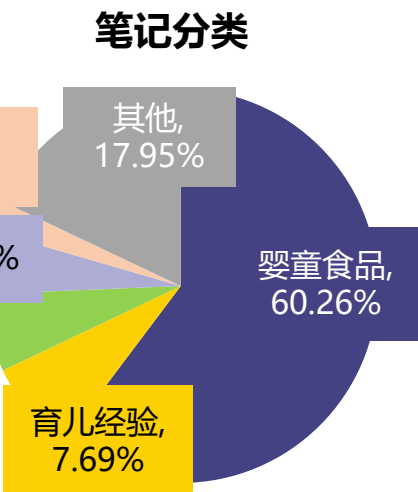
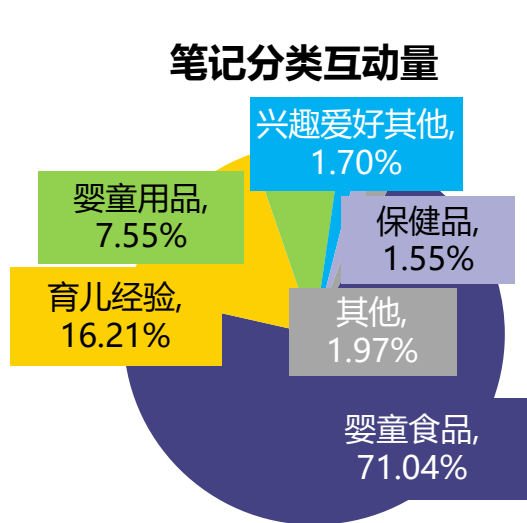
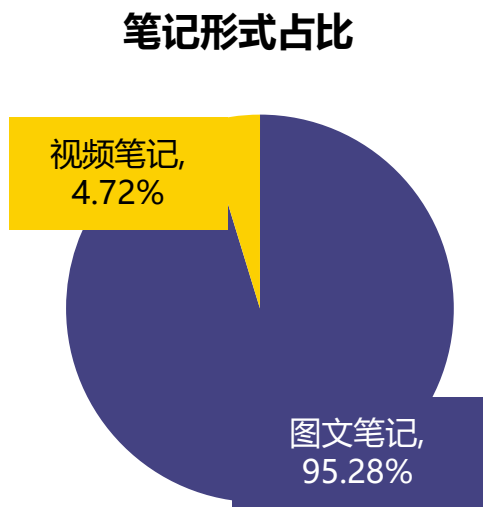
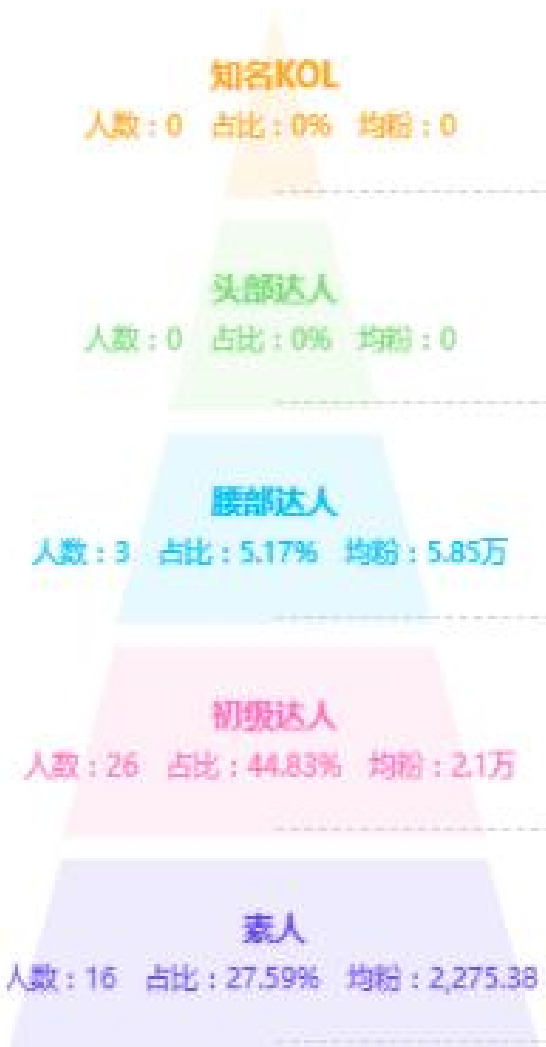
小小伞日度笔记投放情况



懂数据 更懂生意

# 小红书-Little Umbrella/小小伞-笔记概况&达人层级分布 (2023年8月)

小小伞在小红书平台的主要笔记形式以图文为主；从笔记分类来看，笔记主要介绍的是**婴童食品**；从笔记关键词来看，主要以产品的适合受众为主，关键词：**宝宝、孩子、儿童**，明确指向产品适合群体



关键词	笔记数	笔记内容关键词占比
小小伞	70	4.36%
宝宝	57	3.55%
孩子	30	1.87%
酸酸甜甜	28	1.75%
儿童	25	1.56%
液体	25	1.56%
香精	22	1.37%

懂数据 更懂生意

# 小红书-Little Umbrella/小小伞-商单笔记拆解 (2023年8月)

该笔记从宝妈关心的孩子身高问题引入，讲述了如何改善孩子的身高情况，带入产品，介绍了产品的功效；评论词云中无品牌词：**小小伞**，但引起了网友的共鸣并在评论区分享自家情况

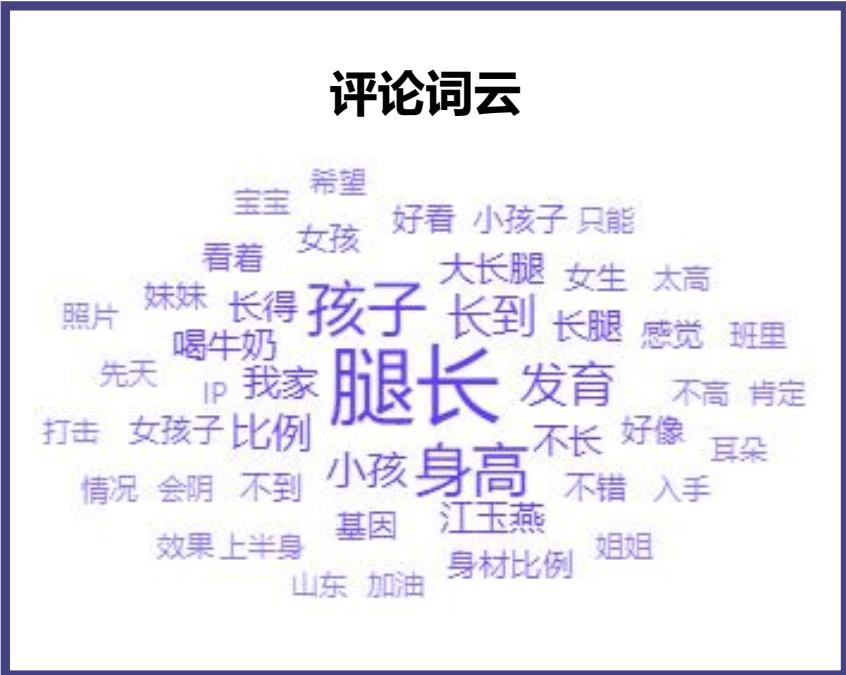
下雨不愁 关注

10岁童模，不长成170cm都对不起这张脸！

如果只看脸的话，妹妹一定是妥妥的大高个！但谁能想到一年前 这小孩还是一个矮小娃呢🤔 经过我们一系列追高操作 现在终于追赶上正常值啦！！激动死了🥰🥰 因为不太敢赌青春期的猛涨期 所以将更多的关注都放在了目前日常的饮食、运动、睡眠，钙补充上！

平时的大户外是不间断的，只要一有时间就要带瑶瑶出门去跑跑跳跳，尽量能保持2小时的户外运动，暑假听大家的推荐也加上了游泳🏊 玩水的快乐也有啦

保持充足的睡眠也很重要，这小孩一直就是一个夜猫子，有时候还能熬到一两点 生长激素都下班了吧 现在能够争取在十点之前就睡觉了！！🤗



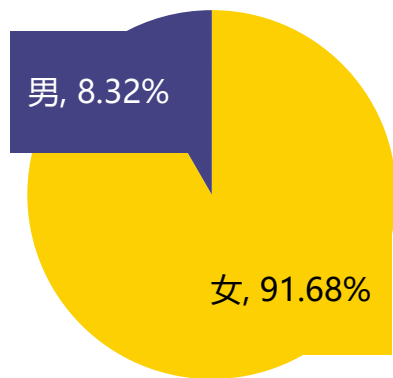
预估曝光数	55.78万	点赞数	941
收藏数	204	评论数	349
分享数	18	预估阅读数	7.78万

懂数据 更懂生意

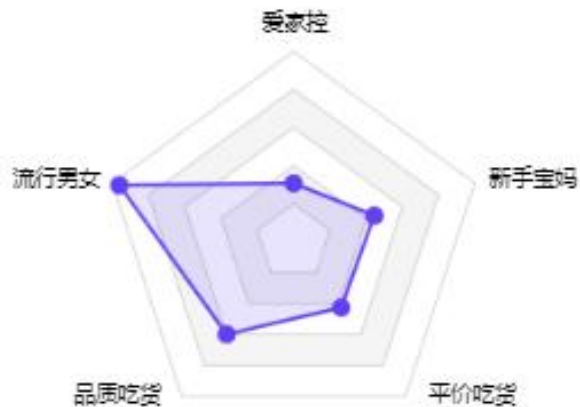
# 小红书-Little Umbrella/小小伞-用户画像 (2023年8月)

小小伞在小红书平台的粉丝主要以女性为主，占比达到**91.68%**，年龄集中分布在**18~34岁**，主要分布在**广东、山东**等地，粉丝人群标签为**流行男女**，粉丝集中关注**美食教程、彩妆和护肤**

### 性别占比



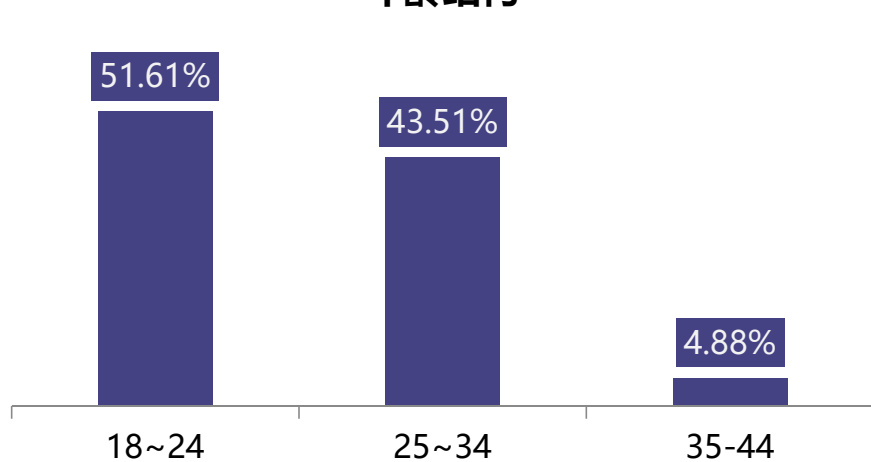
### 粉丝人群标签



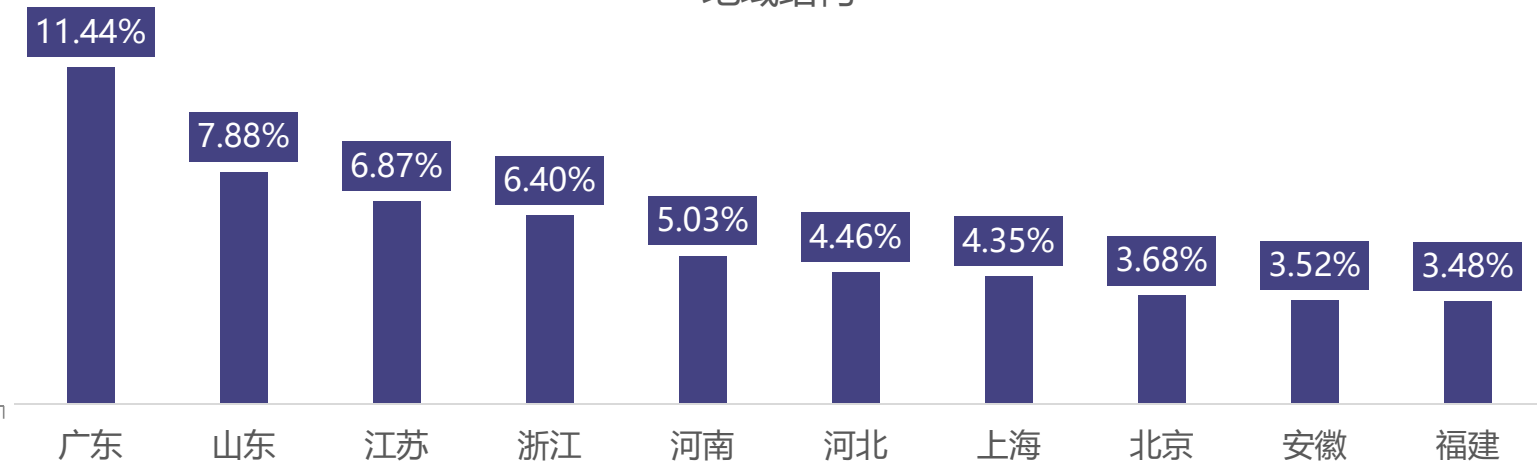
### 粉丝关注焦点



### 年龄结构



### 地域结构



懂数据 更懂生意

# 数据说明



## 数据来源

公开数据收集、国家统计局、解数中台、蝉妈妈、蝉魔方、抖查查、干瓜等



## 版权声明

本报告页面所有内容(包括但不限于文字、数据、图表、设计等)版权均解数咨询所有。经解数咨询授权使用报告的,可在授权范围内使用,比如阅读、引用、内部传阅,不得提供给第三方。

任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规,解数咨询保留追究其法律责任的权利。



## 免责条款

本报告仅服务于当前的调研目的,为市场和客户提供参考资料。本公司对报告的数据及观点不承担法律责任,解释权归本公司所有。

# 部分报告目录

## 美妆护肤

《美妆》  
《美容工具行业调研》  
《面部彩妆行业调研》  
《美妆护肤》  
《美妆护肤-防晒行业调研》  
《美妆护肤-面膜行业调研报告》  
《2022年海外美妆行业及品牌复盘》  
《美妆行业调研-科颜氏&HBN&谷雨品牌拆解》  
《面部彩妆、彩妆套装、男士彩妆行业拆解报告》  
《面部彩妆——粉饼行业分析》  
《美妆护肤行业2022年双十一复盘》  
《Into you品牌分析报告》  
《彩棠品牌拆解报告》  
《花西子抖音崛起之路》  
《防晒行业调研》  
《HBN品牌拆解报告》  
《抖音彩妆护肤分析报告》  
《以油养肤行业分析报告》  
《彩妆行业2022半年度复盘》  
《护肤行业2022半年度复盘》  
《祖玛珑品牌拆解报告》  
《复盘2021，瞭望2022美妆新风口》  
《修丽可品牌调研报告》  
《2021美妆品牌营销战果复盘》  
《干瓜数据x解数咨询：小红书内容营销数据洞察白皮书》  
《2021年8月彩妆报告》  
《2021年8月护肤报告》  
《卸妆市场调研报告》  
《摇滚动物园 品牌分析报告》  
《解数咨询：usmile 品牌调研报告》  
《2021年7月护肤行业数据报告》  
《2021年7月彩妆行业数据报告》

## 食品饮料

《七年五季品牌拆解》  
《饮料行业调研》  
《肉类&卤味零食行业调研》  
《保健食品行业调研》  
《螺蛳粉行业调研》  
《咖啡行业调研》  
《膳食营养-益生菌行业调研报告》  
《传统中式糕点行业调研》  
《食补粉粉行业调研报告》  
《食品饮料品牌调研》  
《速溶咖啡行业调研报告》  
《低度潮饮酒趋势及品牌打法》  
《低温乳制品行业分析报告》  
《咖啡麦片冲饮行业2022年半年度复盘》  
《月饼行业报告》  
《认养一头牛品牌调研》  
《雪糕行业发展趋势》  
《预制菜行业调研》  
《低度酒行业调研报告》  
《奶酪博士&小鹿蓝蓝张杨直播分享》  
《薄荷健康品牌拆解》  
《保健食品行业报告》  
《隅田川品牌分析报告》  
《小鹿蓝蓝品牌拆解》  
《零食2021年7月数据报告》  
《冲饮2021年7月数据报告》  
《食品饮料行业商机洞察》  
《零食2021年6月报告》  
《2021年6月饮料行业数据报告》  
《元气森林品牌调研报告》  
《零食2021年5月数据报告》  
《冲饮2021年5月数据报告》

## 母婴

《钙铁锌行业调研报告》  
《宝宝零食行业调研》  
《婴幼儿营养益生菌调研》  
《babycare全域打法大复盘》  
《宝宝辅食行业调研》  
《DHA行业调研》  
《婴幼儿营养品调研》  
《婴幼儿奶粉行业调研》  
《宝宝零食行业》  
《婴儿手推车/学步车行业调研报告》  
《婴童水杯行业调研》  
《母婴行业-婴童用品、婴童乳液面霜》  
《婴童用品&婴童护肤调研》  
《爷爷的农场品牌分析报告》  
《2022年618个护市场调研》  
《bebebus品牌全域拆解》  
《奥特曼玩具行业分析》  
《奶酪博士&小鹿蓝蓝张杨直播分享》  
《戴可思品牌调研报告》  
《儿童水杯行业分析报告》  
《小鹿蓝蓝品牌分析报告》  
《婴幼儿辅食行业全域拆解》  
《戴可思拆解：母婴明星品牌是如何快速崛起的》

## 宠物

《猫零食行业调研》  
《全价猫主粮行业调研》  
《猫狗药品行业调研》  
《狗主粮行业调研》  
《水族世界行业调研》  
《猫主粮行业调研》  
《宠物智能用品品牌调研》  
《猫砂行业及品牌拆解》  
《宠物行业人群分析、阿飞和巴弟营销玩法拆解》  
《宠物品牌调研》  
《小萌宠大赛道，2000亿宠物市场机会点分析》  
《2022年618宠物市场调研》  
《猫粮行业—凯锐思品牌拆解》  
《宠物用品品牌-Pidan全域拆解》  
《“萌宠经济”中如何抓住行业机遇》  
《解数咨询：宠物新浪潮下的入局态势及明星打法拆解》

## 泛行业

《厨房小家电行业分析报告》  
《东方甄选抖音数据调研和拆解》  
《2022年618大促复盘——一个护行业分析报告》  
《露营市场行业分析》  
《抖音品牌运营分析》  
《小红书品牌分析》  
《快手平台品牌分析》  
《罗永浩与“交个朋友”抖音直播账号矩阵拆解》  
《拖鞋市场行研》  
《抖音崛起分析报告》  
《冰墩墩-一墩难求》  
《2021那些靠精细化运营制胜的品牌》  
《2021年11月榜单》  
《张杨带你看-2021年双十一复盘》  
《戴森品牌调研报告》  
《2021双十一白皮书》  
《新国货品牌调研》  
《2021年618大促复盘之夜》  
《2021年618前瞻报告》  
《文胸行业&内外、Ubras数据研究报告》  
《2020年双十一类目top100数据监控》  
《2020年双十一白皮书规则解读&收割大全》  
《钟薛高、蕉下、高姿的夏日运营策略盘点》  
《2020年618大促复盘之夜》  
《2020年618电商大促最全玩转指南》  
《深挖抖音带货成绩单！新晋互联网电商品牌这么干没毛病》  
《揭秘！李佳琦直播带货后单品追踪》

更多报告  
扫码领取



# 高效 低成本 搭建品牌市场研究解决方案

## 1

### 一年至少4次的 刚需调研

618、双11的筹备与复盘阶段对于行业、对标竞品、新锐品牌的调研，新品开发阶段的调研等；

## 2

### 专业的分析团队

基于300+品牌客户的服务经验，42种解数自研分析模型，基于解数多年来专业流程培养的成熟分析师，为客户全域洞察新机会、新打法；

## 3

### 高效的输出能力

基于解数多年专注电商咨询领域的深耕，拥有完备的数据供应链和高效的内部协同，最快1周出调研报告。

## 4

### 高性价比

解数情报通  
=一个人的工资  
=一个研究部门的能力+数据库

## 5

### 稳定的服务

不用担心人员不稳定带来的信息对称困难，解数团队可以一如既往提供稳定且高质量的服务。

没有**目标**的调研，就是空洞；没有**假设**的调研，就是消耗；没有**方法**的调研，就是浪费。

解数情报通，有目标有假设有方法，不空洞不消耗不浪费。

扫码了解  
解数情报通



# 合作伙伴



等300+客户的选择

没有**目标**的调研，就是空洞；没有**假设**的调研，就是消耗；没有**方法**的调研，就是浪费。  
 解数情报通，有目标有假设有方法，不空洞不消耗不浪费。

扫码了解  
解数情报通



# 感谢观看

2023年

懂数据  
更懂生意