

七小七品牌调研报告

2024年

懂数据
更懂生意

张杨老师带你看品牌 解数咨询第229期报告



宝宝食品行业 七小七品牌拆解

懂数据 更懂生意

目录

01

七小七品牌介绍

02

七小七线上主要销售渠道分析

抖音&淘宝

03

七小七营销种草媒介分析

抖音&小红书



综述-七小七品牌

01

七小七，创立于2020年，上海七小七贸易有限公司旗下品牌，为**1岁+婴幼儿提供科学爱牙零食**。七小七着重突出产品对牙齿的无危害和配料简单，并且与专业设计团体和口腔专家共同设计研发了棒棒糖外观，并申请了专利

02

七小七的主打产品从**解馋小零食**无糖棒棒糖，到**适合早餐**的高钙鲜奶黄油吐司，以配料干净、营养健康为产品的主要卖点

03

从主打商品来看，王牌商品**无糖棒棒糖**2023年在抖音的主要销售渠道为**品牌直播间**，主要为品牌自己在直播间推广；爆款商品**高钙鲜奶黄油吐司**是在2023年3月上架，主要与**中腰部达人合作**，发布**美食制作类、测评类**视频，**大量推广**，同时登上头部达人年糕妈妈、高途佳品等的直播间



七小七品牌介绍

懂数据 更懂生意



七小七--科学爱牙零食



七小七是**上海七小七贸易有限公司**旗下品牌，上海七小七贸易有限公司成立于**2020年5月8日**。



商标申请时间

2020年3月19日

品牌定位

科学爱牙零食

品牌名设计——念出七小七，你就已经微笑过两次了

品牌理念——坚持简化配料表，坚持营养丰富，坚持做到好吃

懂数据 更懂生意



七小七--外观专利



专利号: ZL 2021 3 0655782.3

申请号 202130655782.3

申请日 2021.09.30

设计人 雷婷婷

代理人 黄锦阳

专利权人 上海七小七贸易有限公司

使用外观设计的产品名称 棒棒糖 (仿奶嘴形)

专利代理机构 北京智行阳光知识产权代理事务所 (普通合伙) 11738

外观设计理念



外观设计立体图

仿奶嘴形棒棒糖是七小七产品研发团队与**专业设计团队**和**口腔专家**共同研究设计, 结合奶嘴“**前宽后窄**”的吮吸特征, 并经过严谨的儿童口腔舒适感和宝妈们的亲身实测, 专业建模设计完成的。

该造型的棒棒糖, 比圆棒球体的棒棒糖更薄, 更适合儿童口腔结构。



七小七--产品定位历程

棒棒糖

七小七-棒棒糖

高纤维高VC·无糖不伤牙

爱牙配方

无糖棒棒糖

0糖 0脂 0香精 0人工色素

高VC 180mg/100g
高膳食纤维 17.3g/100g
中国外观设计专利

- 品牌: 七小七
- 品名: 无糖高纤棒棒糖
- 保质期: 12个月
- 规格: 70g(10支)
- 配料: 抗性糊精(水溶性膳食纤维)、赤藓糖醇、麦芽糖醇、木糖醇、水蜜桃粉、香橙粉、菠萝粉、乳酸、乳酸钠、甜菊糖苷、维生素C、DHA藻油(本品中最终添加量0.08%)
- 贮存条件: 请置于干燥阴凉处, 避免阳光直射。

一支干净的棒棒糖

类目: 奶粉/辅食/营养品/零食-婴童零食-糖果

首次上架: **2021年9月17日**

版本: 高纤VC【五种水果口味】
高纤DHA【三种水果口味】

保质期: 365天

适合人群: DHA版本, 适合**1岁+孩子**; VC版本, 适合**3岁+孩子**

元气VC版	高纤DHA版
草莓	菠萝
香橙	香橙
水蜜桃	水蜜桃
青苹果	
蓝莓	

鲜奶吐司

七小七-鲜奶吐司

进口安佳黄油 0反式脂肪酸

新鲜! 21天

鲜奶做面包 高钙高蛋白

3倍 3.8倍 ≥20%

这一次我们配方升级UP!
配料表更干净

配料表更清洁

- 生产过程中不添加人工香精
- 生产过程中不乱加人工色素
- 生产过程中不添加防腐剂
- 0反式脂肪酸

三大口味 早餐不重样

- 健康牛奶味
- 新西兰乳粉
- 美味巧克力
- 天然可可粉+新西兰进口乳粉
- 惊喜香橙
- 橙子皮丁+新西兰进口乳粉

一份干净的早餐

类目: 奶粉/辅食/营养品/零食-其它

首次上架: **2023年3月23日**

版本: 牛奶、香橙、巧克力

保质期: 21天

适合人群: **儿童&成人**

- 品名: 高钙黄油鲜奶吐司(牛奶味)
- 保质期: 21天 规格: 235g(4片)
- 配料: 小麦粉、鲜牛奶(巴氏杀菌乳)(≥20%)、鸡蛋、白砂糖、黄油(≥4%)、食用植物油、鲜酵母、谷朊粉、全脂乳粉、食用盐、碳酸钙、乳清发酵粉、DHA藻油(本产品中,DHA的添加量,最终折算为 0.05%)。

项目	每100g	NRV%
能量	1539kJ	18%
蛋白质	12.6g	21%
脂肪	14.3g	24%
反式脂肪酸	0g	
碳水化合物	46.8g	16%
钠	266mg	13%
钙	300mg	38%

致敏物质: 本品含有麸质的谷物及其制品、乳及乳制品、蛋类及其制品、大豆及其制品。

懂数据 更懂生意

七小七-全系列产品①



早安奶牛系列

早安奶牛 科学营养早餐

- 进口安佳黄油
- 0反式脂肪酸
- 三大口味

新鲜! 21天

鲜奶做面包 高钙高蛋白

商品名称: 高钙鲜奶黄油吐司
最新到手价: 19.9
类目: 奶粉/辅食/营养品/零食-其它
首次上架时间: 2023/03/23

早安奶牛 科学营养早餐

≥40% 坚果/果干添加

- 0蔗糖
- 0反式脂肪酸
- 高膳食纤维

一款很营养的黑麦坚果面包

0添加 0白砂糖 ≥20%

商品名称: 黑麦坚果面包棒
最新到手价: 24.9
类目: 奶粉/辅食/营养品/零食-其它
首次上架时间: 2023/11/23

早安奶牛 科学营养早餐

≥52% 鲜鸡蛋添加

- 10%新西兰黄油添加
- 10%肉松添加
- 新西兰进口乳粉

一款很营养的黄油肉松华夫饼!

0添加 0白砂糖 75%

商品名称: 黄油肉松华夫饼
最新到手价: 29.9
类目: 奶粉/辅食/营养品/零食-其它
首次上架时间: 2023/07/03

早安奶牛 科学营养早餐

≥35% 鸡蛋添加

- 0蔗糖
- 低盐低钠
- 0反式脂肪酸

只用纯牛奶和面 营养更健康

商品名称: 高钙牛奶软卷饼
最新到手价: 19.9
类目: 奶粉/辅食/营养品/零食-其它
首次上架时间: 2023/12/27

七小七 科学爱牙零食

蓝莓果酱 90%蓝莓

一款很干净的蓝莓果酱!

商品名称: 蓝莓果酱
最新到手价: 19.9
类目: 奶粉/辅食/营养品/零食-婴童调味品-调料
首次上架时间: 2023/07/17

主推系列

无糖爱牙系列

七小七 科学爱牙零食

悦齿系列

- 中国外观专利设计
- 国际齿友协会认证
- 高膳食纤维
- 高维C

0糖 0脂 0香精 0人工色素

商品名称: 悦齿棒棒糖
最新到手价: 19.9
类目: 奶粉/辅食/营养品/零食-婴童零食-糖果
首次上架时间: 2021/08/05

七小七 科学爱牙零食

高纤维高VC·无糖不伤牙

爱牙配方

0糖 0脂 0香精 0人工色素

商品名称: 无糖棒棒糖
最新到手价: 19.9~66
类目: 奶粉/辅食/营养品/零食-婴童零食-糖果
首次上架时间: 2021/09/17

七小七 科学爱牙零食

无蔗糖添加 宝宝放心吃

富含VC

无蔗糖! 享甜蜜好滋味!

20% 50% 富含VC 6.0g/100g

商品名称: 无蔗糖秋梨膏棒棒糖
最新到手价: 15.9
类目: 奶粉/辅食/营养品/零食-婴童零食-糖果
首次上架时间: 2022/04/19

懂数据 更懂生意



七小七-全系列产品②

无蔗糖巧克力系列

配料就五个,一看就明白。



商品名称: 0蔗糖巧克力
最新到手价: 19.9
类目: 奶粉/辅食/营养品/零食-其它
首次上架时间: 2021/12/15



商品名称: 无蔗糖巧克力益生菌版
最新到手价: 29.9
类目: 奶粉/辅食/营养品/零食-其它
首次上架时间: 2023/10/10

其他系列



商品名称: 无糖棉花糖
草莓流心
最新到手价: 31.8
类目: 奶粉/辅食/营养品/零食-婴童零食-糖果
首次上架时间: 2023/03/08



商品名称: 0蔗糖鲜奶冰淇淋
最新到手价: 99.9
类目: 咖啡/麦片/冲饮-冰淇淋
首次上架时间: 2023/06/05

无糖爆米花系列



商品名称: 无糖爆米花
最新到手价: 19.9
类目: 零食/坚果/特产-饼干/膨化-膨化食品-爆米花
首次上架时间: 2023/03/02

懂数据 更懂生意

The image shows a box of Seven Little Seven (七小七) popcorn. The box is white with yellow and brown accents. It features a cartoon character that looks like a piece of popcorn with a face, wearing sunglasses and having the number '3' on its forehead. The character is surrounded by the word 'BOOM' in a stylized font. The box also has the brand name '七小七' and '100%椰子油' (100% Coconut Oil) written on it. The popcorn itself is white and fluffy, spilling out of the top of the box. The background is a solid yellow color.

七小七为什么选择 无糖/减糖作为核心卖点?

懂数据 更懂生意

为什么要摄入糖?



糖——不可或缺的物质

糖——是人体**不可缺乏**的营养物质，主要功能是**提供热能**。人在工作、学习、思维以维持机体正常生存活动时所需要热能，70%左右是糖提供的；此外，糖还是**构成组织和保护肝脏功能的重要物质**

补充能量

糖比其他食物能更快
提供热能



摄入糖的益处



升高血糖

食糖可迅速被吸收
提高血糖



增加幸福感

吃糖可以刺激脑部分泌多巴胺，让人感到幸福和满足



控制糖摄入

➤ 根据《中国居民膳食指南》的建议，控制添加糖的摄入量，每天摄入不超过**50g**，最好控制在**约25克以下**

常见食物的含糖量



常见的部分食物中可能含有大量的糖，一瓶饮料、一份水果，都可能会使人一日的糖摄入量超过建议量，将可能导致一系列身体健康问题，控制摄入糖是必要的

控制糖摄入的原因

糖是世界上用得最广泛的“合法毒药”，因为它在大脑里面成瘾的途径，跟咖啡因、烟、酒和毒品的成分有几分类似。

人对甜味的偏好与生俱来，这是因为人的味觉细胞中有很多甜味受体，人吃了甜味食品后，甜味将通过神经传导给人带来**愉悦的感觉**。

一方面，糖分影响体内荷尔蒙，使大脑无法发出饱腹的信号，肚子饱了都还想继续吃；另一方面，糖会使大脑不间断发出**要摄入糖分的讯号**，就像烟瘾一样，吃糖的人会越来越爱吃糖。



七小七线上主要销售渠道 抖音&淘宝



抖音

懂数据 更懂生意



抖音-账号矩阵&商品数量

 **七小七官方旗舰店** 店铺账号
 关注 53 | 粉丝 25.8万 | 获赞 32.4万
 抖音号: littleq717 | IP属地: 上海
 让妈妈更放心的配料表! 我们坚持简化配料表, 坚持营养丰富, 坚... 更多

直播中

下载电脑客户端

关注

账号	店铺	获赞	粉丝	作品	第一条作品发布时间
七小七官方旗舰店	七小七官方旗舰店	32.4万	25.8万	1,968	2021年9月2日

商品品类	SPU数	商品数	销量	销售额	关联达人数	关联视频数	关联直播场次
奶粉/辅食/零食/营养品	32	54	100w~250w	5000w~7500w	5112	1.1w	1.3w
零食/坚果/特产	1	18	7500~1w	25w~50w	26	22	247
方便速食/速冻食品	1	1	1000~2500	10w~25w	68	69	134

SPU总数	商品总数
34	73
商品销量	商品销售额
100w+ 直播占 92.13%	5000w~7500w 直播占 93.35%
商品品类	客单价
2	32.30

取数时间维度: 2022/01/07-2024/01/06

懂数据 更懂生意

SPU是一种将不同的产品变种或规格汇总为一个单一实体或产品的标识符, 通常用于商品分类和在线商店的产品列表中。SPU简化了在线商店中产品的展示, 使顾客更容易浏览和选择产品。它将不同的SKU组合成一个整体产品。



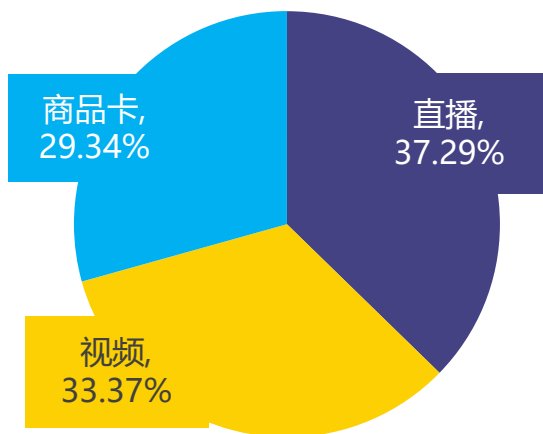


抖音-抖音小店 (2023年1月-2023年12月)

七小七官方旗舰店首页&商品分类

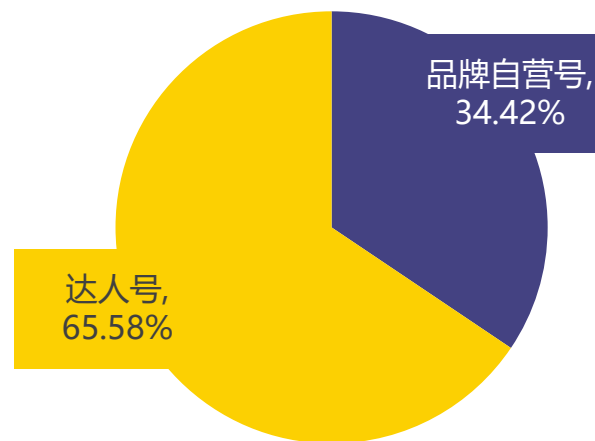


销售方式分布



■ 直播 ■ 视频 ■ 商品卡

带货渠道分布



■ 品牌自营号 ■ 达人号

商品数	平均佣金	销售额	销量	平均客单价	关联达人	关联直播数	关联视频数
44	4.34%	5000w~7500w	100w+	29.56	4,345	7,376	9,378

懂数据 更懂生意



抖音-七小七品牌-TOP商品 (2023年1月-2023年12月)

2023年3月和4月，连续2个月，无糖棒棒糖销售额排名TOP1；

5月-12月，早安奶牛小奶司连续8个月，销售额排名TOP1

商品	2023年1月	2023年2月	2023年3月	2023年4月	2023年5月	2023年6月	2023年7月	2023年8月	2023年9月	2023年10月	2023年11月	2023年12月
七小七 早安奶牛小奶司 高钙鲜奶黄油吐司手工厚切宝宝早餐儿童面包				2	1	1	1	1	1	1	1	1
七小七 无蔗糖巧克力 进口纯可可脂解馋零食牛奶草莓椰奶星球组合装	2									3	2	2
七小七 早安奶牛蓝莓果酱 烘焙酱涂抹夹面包吐司酸甜味配方儿童食品										2		3
七小七 早安奶牛黄油肉松华夫饼 整箱蛋糕早餐儿童营养面包休闲零食							2	2	2		3	
七小七 无糖棒棒糖 礼包高膳食纤维富含VC和DHA儿童水果维生素C糖果			1	1	2	2	3		3			
七小七 糖巧组合 无糖棒棒糖0蔗糖巧克力儿童健康食品宝宝解馋零食	1	3										
七小七 无糖棒棒糖 高纤高VC版DHA版悦齿系列膳食纤维儿童水果糖果	3	2	3	3	3	3		3				
七小七 早安奶牛高钙鲜奶黄油吐司 手工厚切手撕软面包儿童早餐整箱 (商品已下架)		1	2									

懂数据 更懂生意

抖音-七小七品牌-爆款商品 无糖棒棒糖-详情页拆解&销售方式&带货渠道分析

2023年，该款商品的主要推广方式为**品牌直播带货**



针对儿童口腔结构设计

仿奶嘴形
国家专利证书

**满足国家无糖标准
无糖，也是美味的**

根据GB 28050-2011规定总糖含量≤0.5g/100g
可发称无糖！！

这个甜味的满足是甜度新标杆！

VC版无糖检测

DHA版无糖检测

**细致妈妈
方方面面都得过心**

七小七懂妈妈的担心，所以更用心

食用级安全纸棒
通过SGS权威检测

8.5mm加厚纸棒
更方便宝宝抓握

独立密封更卫生
干干净净 握握方便
随时随地来一支

外观专利

进口原材料

无糖检测

干净配料表

产品细节展示

严选生产企业

**进口好原料
品质严把关**

七小七·精选全球进口好料

德国进口 丹麦产甜菊糖
法国进口 抗性糊精
美国进口 赤藓糖醇

原产国证明

**配料表超级干净
给孩子一颗纯净的甜蜜糖果**

配料表超级干净
给孩子一颗纯净的甜蜜糖果

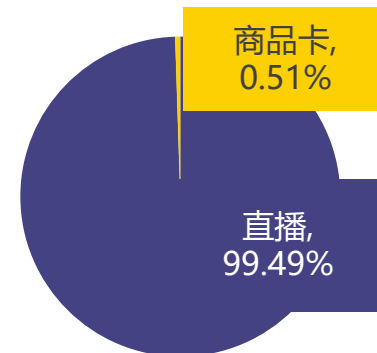
严选优质生产企业

通过食品安全管理体系认证

全自动化冲压+包装产线

放心工厂

销售方式
2023/01/09-2024/01/08



带货渠道
2023/01/09-2024/01/08



懂数据 更懂生意



2023年，早安奶牛小奶司3月上架，销售方式以**视频**为主，带货渠道以**达人号**为主，占比**90%左右**



商品名称：早安奶牛小奶司

上架时间：2023/03/23

保质期：21天

包装种类：箱装

产品利益点：鲜奶和面，手工制作；不添加人工香精、不添加防腐剂，0反式脂肪酸；使用的是进口安佳黄油、新西兰进口乳粉巴氏杀菌乳高钙高蛋白；添加DHA藻油

配料表

这一次我们配方升级UP!
配料表更干净

配料表更清洁



产品检测

21项产品检测
做到安心和放心



与普通产品对比



我们厚切吐司

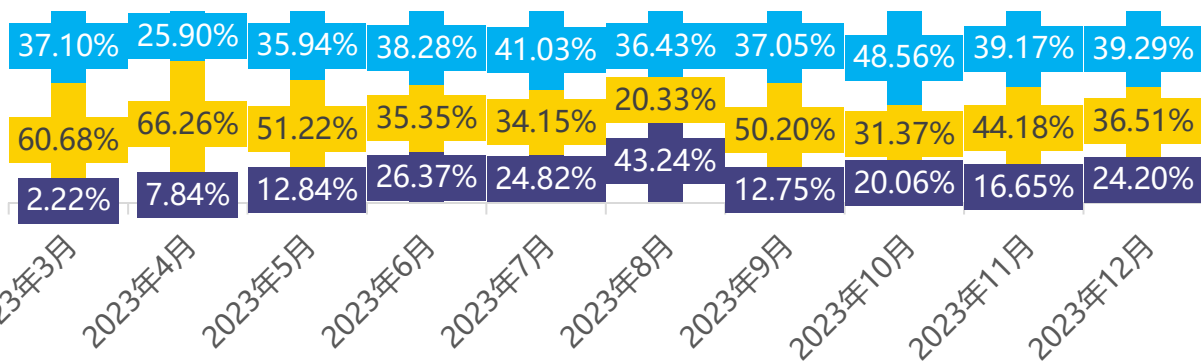
- ≥20%鲜奶和面
- 进口安佳黄油
- 新西兰进口乳粉
- 3倍牛奶钙
- 3.8倍牛奶高蛋白
- 添加DHA藻油

普通吐司

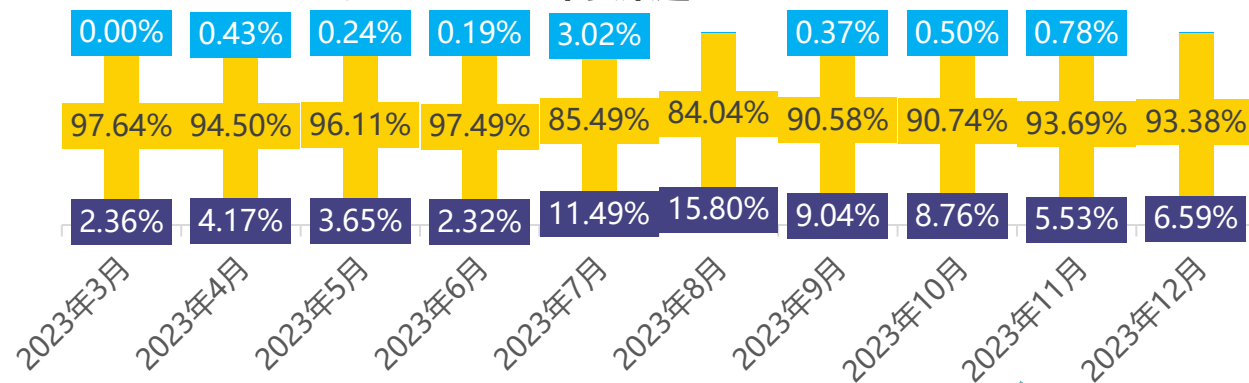
- 水
- 糖粉末
- 人造奶油
- 起酥油
- 人工色素
- 无

直播 视频 商品卡

销售方式



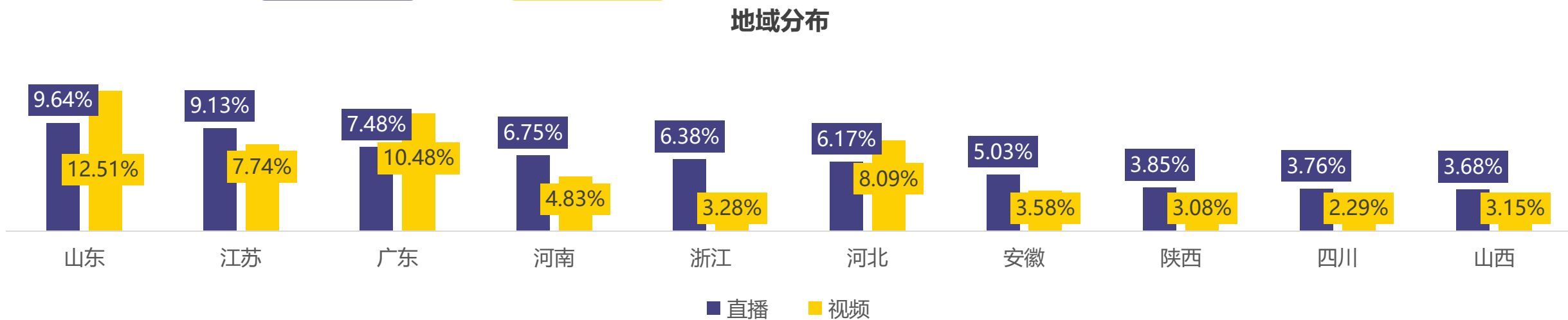
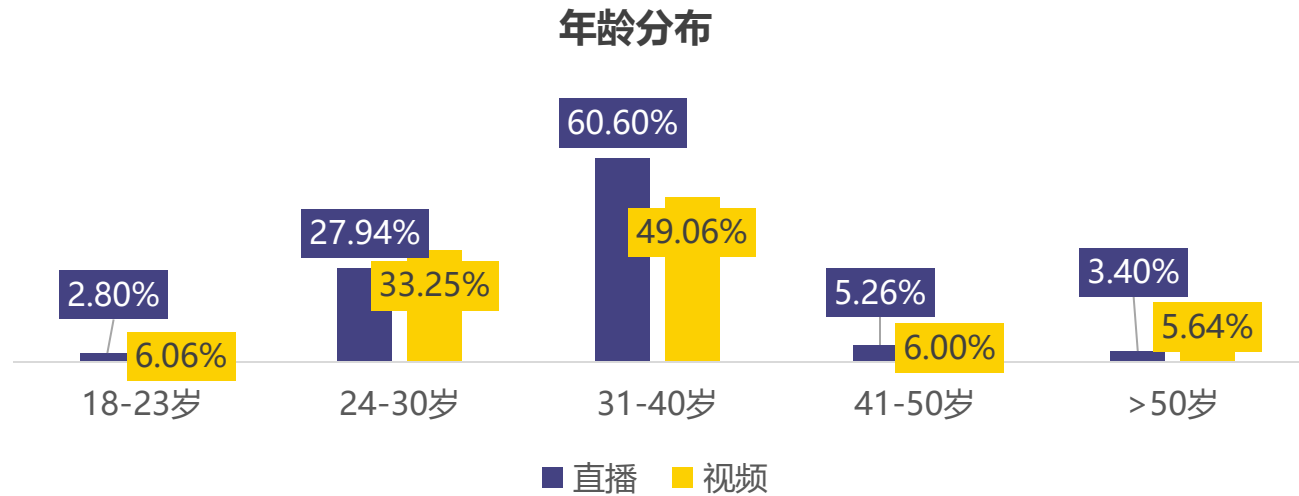
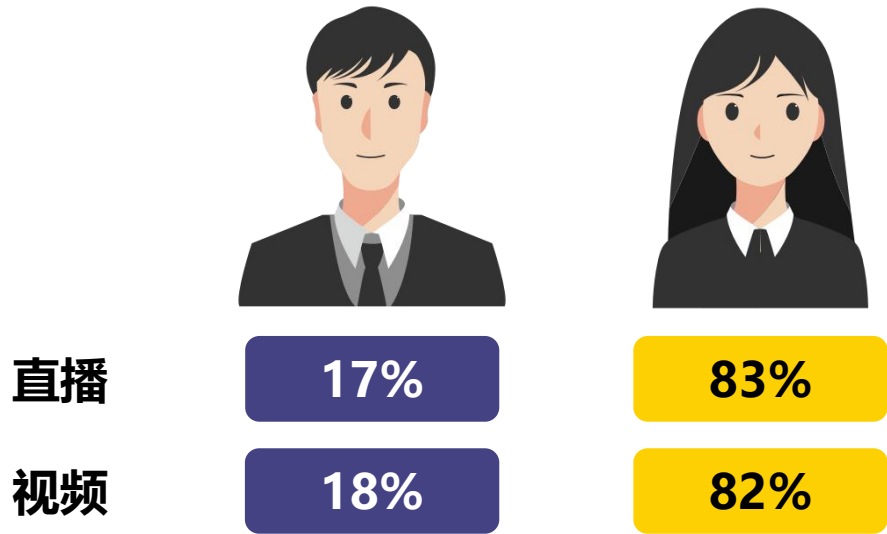
品牌自营号 达人号 商家直营号 带货渠道



懂数据 更懂生意



品牌客群主要以**女性**为主，占比在**80%以上**，通过**直播购买**的客户群体年龄集中在“**31-40岁**”，占比达到**60.6%**；**直播购买**的客群集中在**山东、江苏**等地，**视频购买**的客群集中在**山东、广东**等地



懂数据 更懂生意

七小七

科学爱牙零食

抖店-七小七官方旗舰店

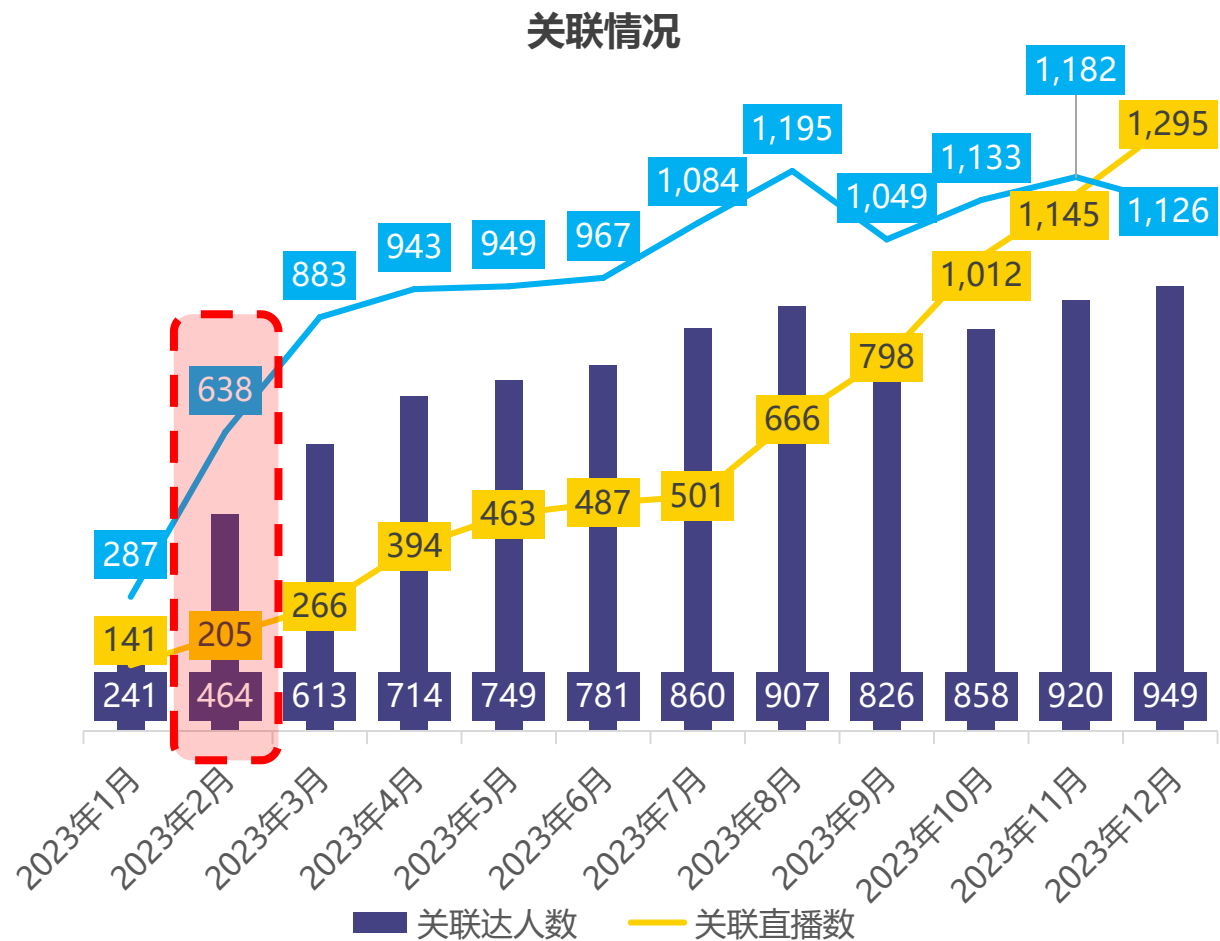
懂数据 更懂生意



抖音-抖店-七小七官方旗舰店-基础数据 (2023年1月-2023年12月)

2023年，店铺关联视频数、达人数和直播数逐渐增加，从1月的关联视频287个，到8月的关联视频1195个，达人数量从1月的241人到12月的949人，直播数从1月的141场，到12月的1295场

日期	销售额	销量	商品数	平均客单价
2023年1月	100w~250w	2.5w~5w	17	47.88
2023年2月	100w~250w	7.5w~10w	16	28.82
2023年3月	250w~500w	10w~25w	24	35.6
2023年4月	250w~500w	10w~25w	19	31.01
2023年5月	250w~500w	10w~25w	21	28.6
2023年6月	100w~250w	7.5w~10w	25	26.5
2023年7月	250w~500w	10w~25w	19	28.89
2023年8月	250w~500w	10w~25w	20	28.53
2023年9月	500w~750w	10w~25w	22	27.65
2023年10月	500w~750w	10w~25w	25	30.33
2023年11月	500w~750w	25w~50w	27	28.1
2023年12月	500w~750w	10w~25w	27	27.42

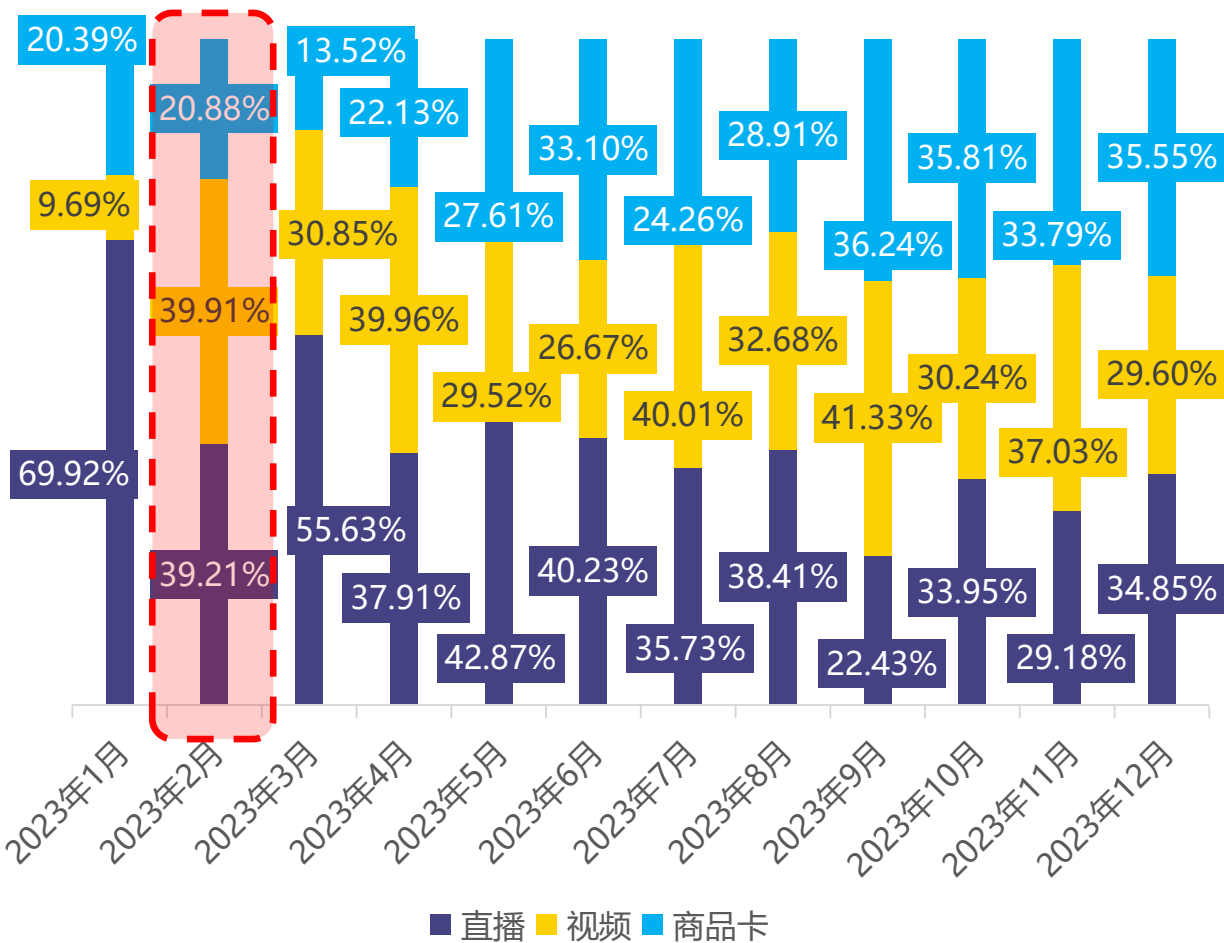


懂数据 更懂生意

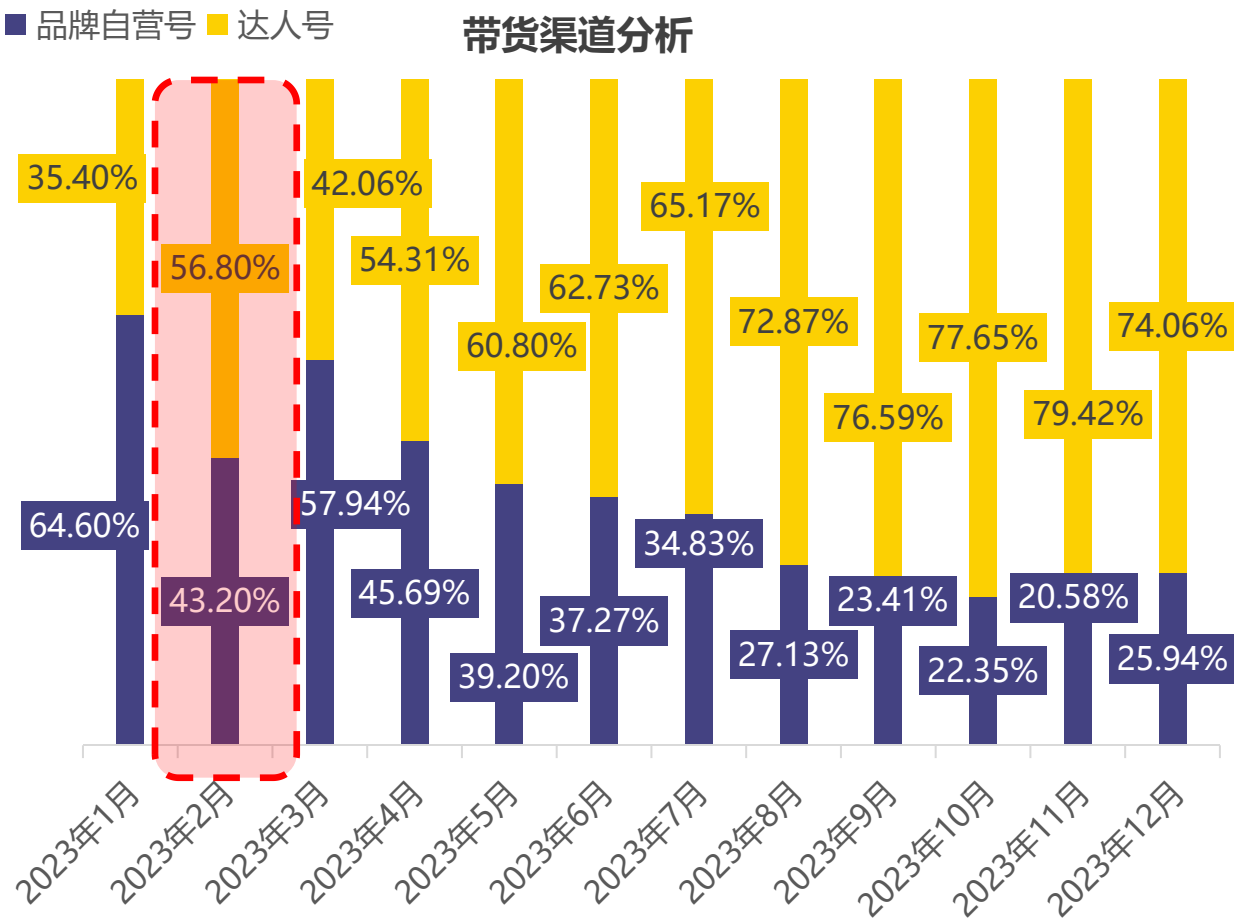


从销售方式来看, 2023年1月, 主要以**直播为主, 占比69.92%**, 到2023年12月, **直播、商品卡和视频占比较均匀, 都在30%左右**; 从带货渠道来看, 2023年1月, **品牌自营占比在64.6%**, 到2023年12月, **达人号占比达到了74.06%**

销售方式分布



带货渠道分析



懂数据 更懂生意

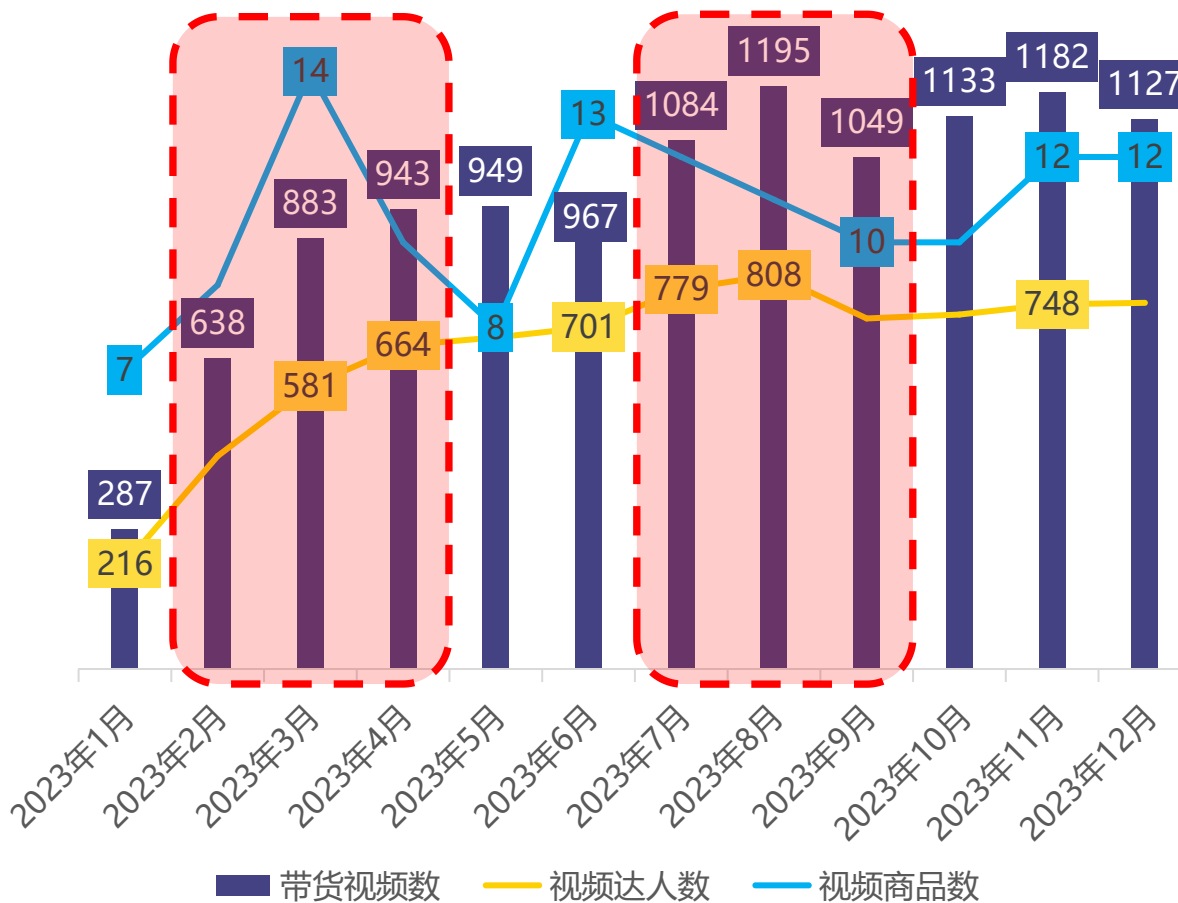


抖音-抖店-七小七官方旗舰店-带货视频 (2023年1月-2023年12月)

2023年2月，关联的视频数量达到了638，视频的销售额超过75W，到2023年7月，关联视频数超过了1000，视频的销售额接近250W

日期	视频销量	视频销售额
2023年1月	5000~7500	10w~25w
2023年2月	2.5w~5w	75w~100w
2023年3月	5w~7.5w	100w~250w
2023年4月	5w~7.5w	100w~250w
2023年5月	2.5w~5w	75w~100w
2023年6月	2.5w~5w	50w~75w
2023年7月	2.5w~5w	100w~250w
2023年8月	2.5w~5w	100w~250w
2023年9月	7.5w~10w	100w~250w
2023年10月	5w~7.5w	100w~250w
2023年11月	10w~25w	250w~500w
2023年12月	7.5w~10w	100w~250w

关联视频相关情况



懂数据 更懂生意



抖音-抖店-七小七官方旗舰店-TOP1带货视频拆解 (2023年)

早餐宝宝点名要吃的鲜奶黄油爆浆吐司，好吃到颤抖，奶香绵软，小朋友可喜欢了#早餐吃什么 #吐司的神仙吃法 #宝宝辅食#吐司面包



从宝宝点名要吃的黄油鲜奶爆浆吐司引入视频，通过诱人的完成品展示吸引粉丝的好奇



通过选择一个合适的吐司来介绍产品，注意要选择适合儿童的吐司



介绍了产品卖点，鲜奶替代水，不含反式脂肪酸，配料表有孩童所需营养等



一步一步教学如何完成一份黄油鲜奶爆浆吐司，先浸泡奶，再将面包用黄油煎至金黄即可

佑佑的辅食日记
 关注 78 | 粉丝 4.0万 | 获赞 59.3万
 抖音号: 79993847065 | IP属地: 山西 | 32岁 | 山西·太原
 *关注我,让宝宝爱上吃饭 *视频同款在商品橱窗... 更多

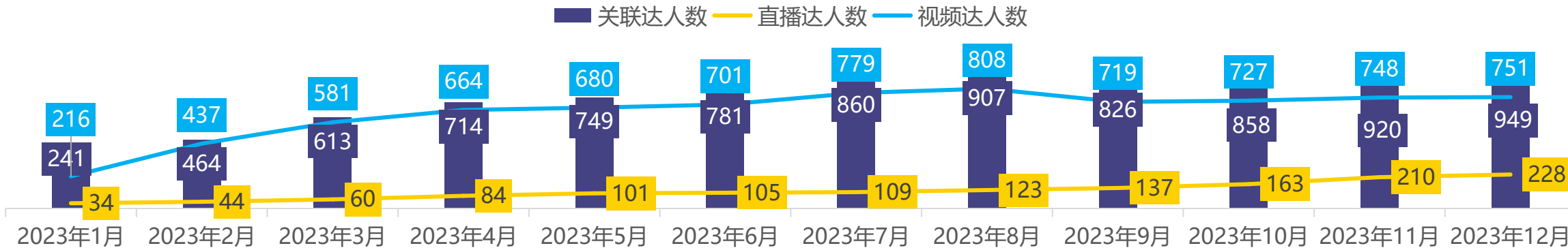
点赞数	转发数	评论数	收藏数	销售额	销量
7.5w	1.7w	806	2.4w	75~100w	2.5w~5w

懂数据 更懂生意



2023年，销售额TOP1的达人为**七小七官方旗舰店**；带货达人主要以**视频带货**为主，在2023年12月，占比接近80%

带货达人人数



预估销售额TOP1达人

达人名称：七小七官方旗舰店
 粉丝总数：26.1w
 粉丝量级：中腰部达人
 带货水平：肩部达人
 达人类型：美食
 预估销售额：1000w~2500w



预估销售额TOP2达人

达人名称：年糕妈妈
 粉丝总数：1063.1w
 粉丝量级：头部达人
 带货水平：肩部达人
 达人类型：母婴亲子
 预估销售额：100w~250w



2023年，小店关联的直播中，销售额最高的直播在2023年3月，直播场次为“聪明的妈妈都给孩子选爱牙的零食~”，该场直播销售额接近50w

七小七官方旗舰店-关联直播销售额TOP5 (2023/01/03~2024/01/02)

直播场次	达人	开播时间	观看人次	总商品数	小店商品数	小店销量	小店销售额
聪明的妈妈都给孩子选爱牙的零食~	七小七官方旗舰店	2023/3/16 9:00 AM	3.3w	16	16	2500~5000	25w~50w
带娃出门必备营养小零食	七小七官方旗舰店	2023/4/23 9:01	4.8w	16	16	2500~5000	25w~50w
年糕妈妈七小七零食专场! 冰淇淋、吐司主打一个清! 锦鲤就不停!	年糕妈妈	2023/8/2 4:31 PM	16.1w	176	11	5000~7500	10w~25w
聪明的妈妈都给孩子选爱牙的零食~	七小七官方旗舰店	2023/3/27 9:00 AM	3w	16	16	2500~5000	10w~25w
聪明的妈妈都给孩子选爱牙的零食~	七小七官方旗舰店	2023/3/28 9:00 AM	3.3w	16	16	2500~5000	10w~25w

带货直播情况



懂数据 更懂生意



李丹阳——年糕妈妈创始人 全网拥有3000万粉丝的母婴博主

四本在母婴育儿领域颇具影响力的畅销书籍：

- 《你的人生不该为怀孕让步》
- 《你的亲子关系价值千万》
- 《年糕妈妈育儿百科》
- 《年糕妈妈辅食》

所获荣誉

- 2017年，年糕妈妈创始人李丹阳斩获“2017最佳女性创业者”奖2019年12月26日年糕妈妈李丹阳被聘为《半月谈》教育发展智库专家
- 2021年，年糕妈妈李丹阳获评第七届当当影响力作家。
- 2021年，年糕妈妈李丹阳被国家关工委儿童研究中心授予科学育儿内容传播达人称号
- 2022年3月，国际三八妇女节当天，年糕妈妈获《南方人物周刊》公号头条报道
- 2022年杭州选树市级三八红旗手李丹阳上榜
- 2022年，年糕妈妈李丹阳当选中国科普作家协会会员
- 2023年，年糕妈妈李丹阳荣获2022年西湖区十大杰出青年荣誉称号

账号-年糕妈妈 2023年		
关联直播数	推广商品数	销售额
148	16	100w~250w



销售额TOP1推广商品：**早安奶牛吐司**

销量：1w~2.5w

销售额：25w~50w



抖店的客群以女性为主，占比83%，年龄集中在31-40岁，占比53.12%，分布在山东、江苏等地

性别占比

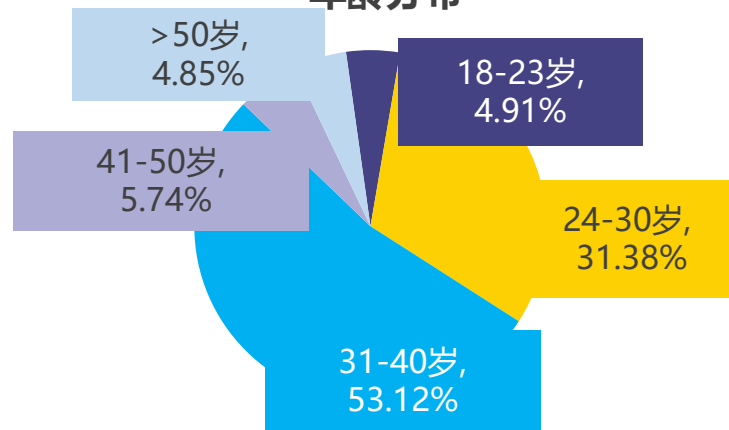


17%

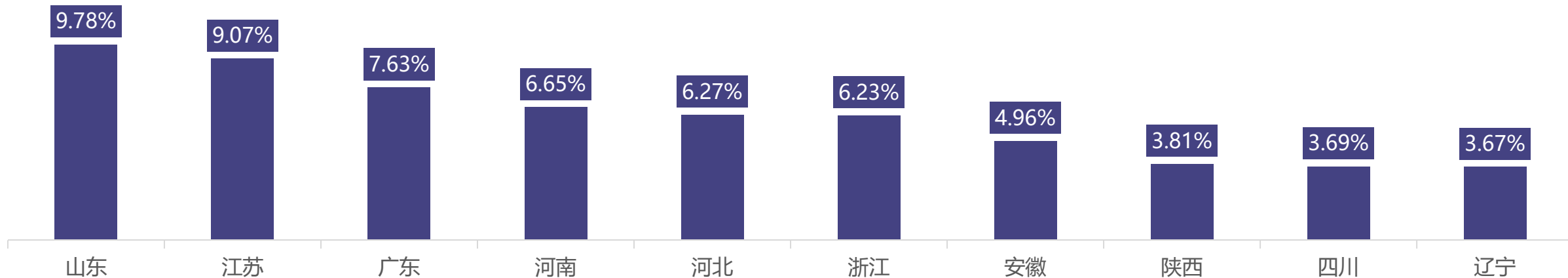


83%

年龄分布



地域分布



懂数据 更懂生意

七小七
科学爱牙零食

TOOTH-FRIENDLY SNACKS

蓝v账号-七小七官方旗舰店



懂数据 更懂生意



抖音-蓝V账号-七小七官方旗舰店-页面拆解

七小七的蓝V账号置顶视频主要推广产品为**无糖棒棒糖**

09:41

七小七
科学爱牙零食

TOOTH-FRIENDLY
SCIENTIFIC SNACKS

七小七官方旗舰店
店铺账号

直播中

33.0万 获赞 53 关注 26.1万 粉丝

让妈妈更放心的配料表!
我们坚持简化配料表, 坚持营养丰富, 坚持做到好吃。
欢迎致力于推动简化配料的同路人。
从一只更干净的棒棒糖, 到一份更干净的早餐。当你... 更多

营业时间 IP: 湖北

进入店铺 直播动态 她的群聊
29件好物 查看历史记录 1个群聊

+ 关注 私信

置顶 如果说棒棒糖
是孩子的爱

七小七
无糖棒棒糖

6044

置顶 孩子3岁前
又粘又齁甜
几毛钱一根的棒棒糖

7424

置顶

6415

懂数据 更懂生意

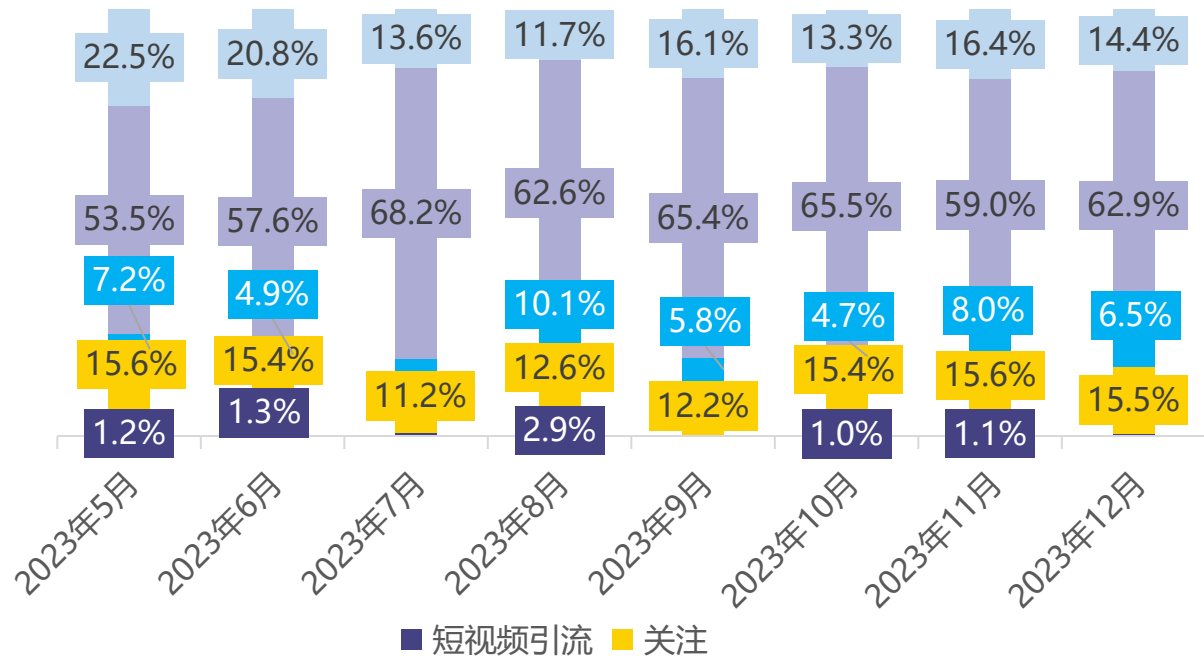


在2023年3月、4月和12月，七小七官方旗舰店的直播销售额超过100W；2023年直播总销售为1000W~2500W；在2023年5月-2023年12月，直播间的主要流量来自付费，占比60%左右

日期	累计观看人次	总销量	总销售额	客单价
2023年1月	24.3万	1w~2.5w	100w~250w	64.31
2023年2月	19.9万	1w~2.5w	75w~100w	56.74
2023年3月	46.7万	2.5w~5w	100w~250w	53.82
2023年4月	39.8万	2.5w~5w	100w~250w	54.31
2023年5月	31.5万	1w~2.5w	75w~100w	53.32
2023年6月	22.3万	1w~2.5w	50w~75w	55.92
2023年7月	32.9万	1w~2.5w	75w~100w	41.92
2023年8月	38.4万	1w~2.5w	50w~75w	35.97
2023年9月	36.1万	1w~2.5w	75w~100w	42.81
2023年10月	34.3万	1w~2.5w	75w~100w	40.26
2023年11月	38.6万	1w~2.5w	75w~100w	39.64
2023年12月	39.2万	2.5w~5w	100w~250w	37.34



直播流量结构

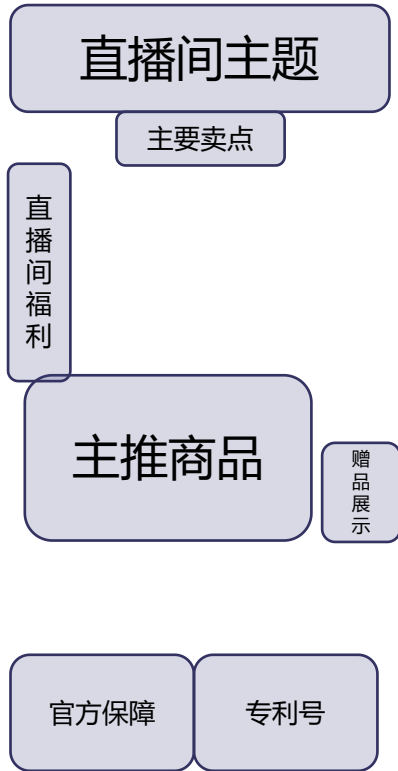


懂数据 更懂生意



抖音-蓝v账号-七小七官方旗舰店-直播拆解

直播间页面拆解



蓝v账号主推荐的商品为**巧克力全家福**，全套有5个口味巧克力，8盒正品外加1盒赠送草莓味巧克力和1带秋梨棒棒糖，仅需74.9元，单价不到8元，产品特点为**七个“零添加”**：“零糖不伤牙”、“零反式脂肪酸”、“零代可可脂”、“零植脂末”、“零香精”、“零防腐剂”和“零色素”



2023年1月起，账号发布的带货视频数量越来越多，从1月，带货视频数量占比5.6%，到7月，带货视频占比98.53%；2023年视频的总销售额为25W~50W

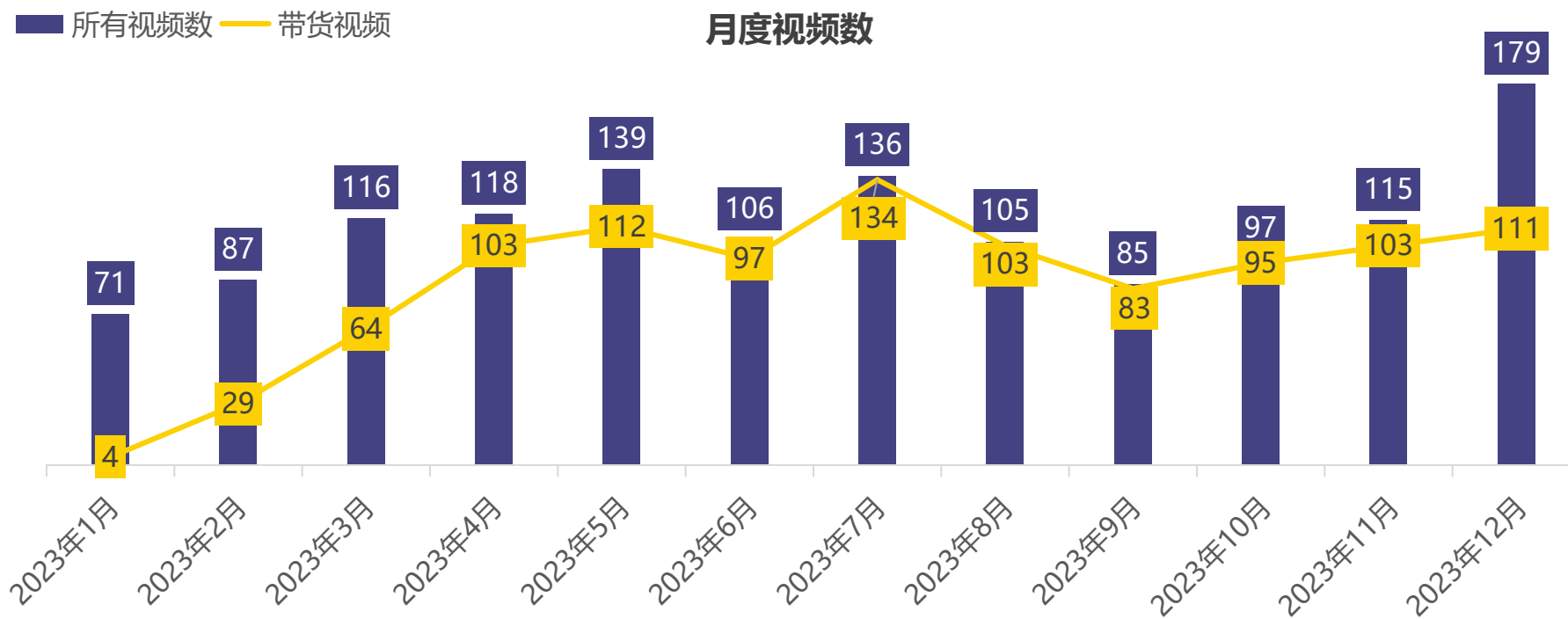
所有视频数
1,354

平均点赞数	平均评论数	平均转发数	平均收藏数	IPM	GPM
76	3	10	35	5.99	10-50

带货视频数
1,038

总销量
1w~2.5w

总销售额
25w~50w





抖音-蓝v账号-七小七官方旗舰店-点赞数TOP1视频拆解 (2023年1月-2023年12月)

双十一要到啦，给宝宝囤点平时爱吃的零食吧

#零食推荐 #双十一宝藏国货 #双十一宝贝囤货指南#带娃必备神器



部分评论

- ZYH. 给二百多个月的宝宝屯点吧 @未来可期77 @佳佳茗子 @流年煥往昔. @狂糖异下紫 1月前·黑龙江
- 可妹好物 我家宝宝天天就吃这种糖 2月前·上海
- 小妍. 晁现充 15岁的宝宝可以吃吗 2月前·山东
- 老谭酸菜牛腩面 132个月大的小宝宝可以吃吗? 1月前·河南
- Crush_15 @来個椰子 @crystal @墨墨(●—●) 我能吃吗 2月前·天津
- J @于嘛草莓 @啊鱼鱼 @疗伤大肉粽 @ljgtmjj @毒毒毒毒药 @芝士牛堡 @小圆饼 你们爱吃无糖棒棒糖嘛? 1月前·重庆
- 笑笑同学 放心关注 2月前·浙江
- a老a腊a肉a 1月前·山东
- 小筱 2月前·湖北

点赞数	转发数	评论数	收藏数
3.4w	2,039	596	7,509

懂数据 更懂生意



抖音-蓝v账号-七小七官方旗舰店-销售额TOP1视频拆解 (2023年)

终于找到1岁加宝宝就能吃的吐司了，高钙高蛋白，营养又好吃~

#宝宝早餐 #吐司面包 #厚切吐司 #宝宝辅食 #儿童营养早餐



宝宝就能吃的吐司面包了

配料简单孩子呢吃的也放心

有时候早餐不知道给宝宝吃什么呀

每一包呢都是这种独立的小包装

以“终于找到1岁宝宝就能吃的吐司面包了”引入，**定位产品**的客户群体，主要为1岁+孩童，再介绍了产品的配料表简单，吃的放心；并**结合了场景“早餐”**不知道吃什么的时候，可以选择这款商品；同时**独立包装**，方便储存，不会有不好保存的情况，表达了产品可以满足方便、健康饮食的需求

部分评论

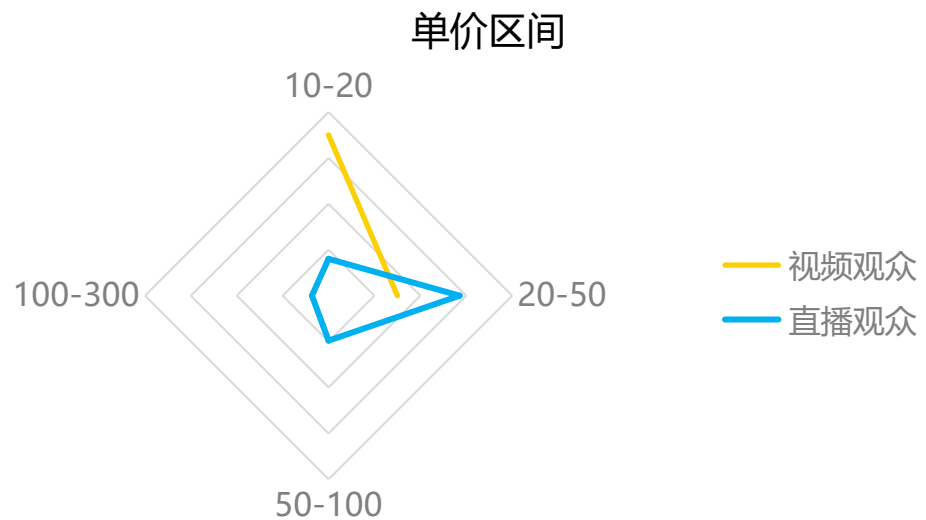
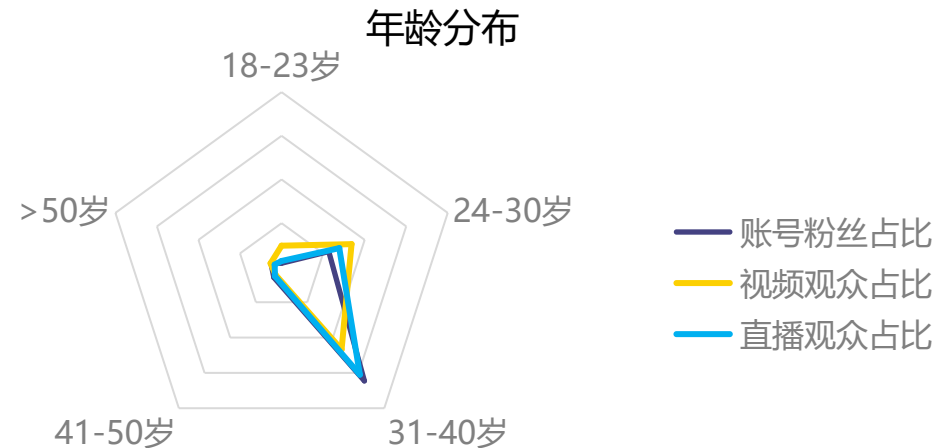
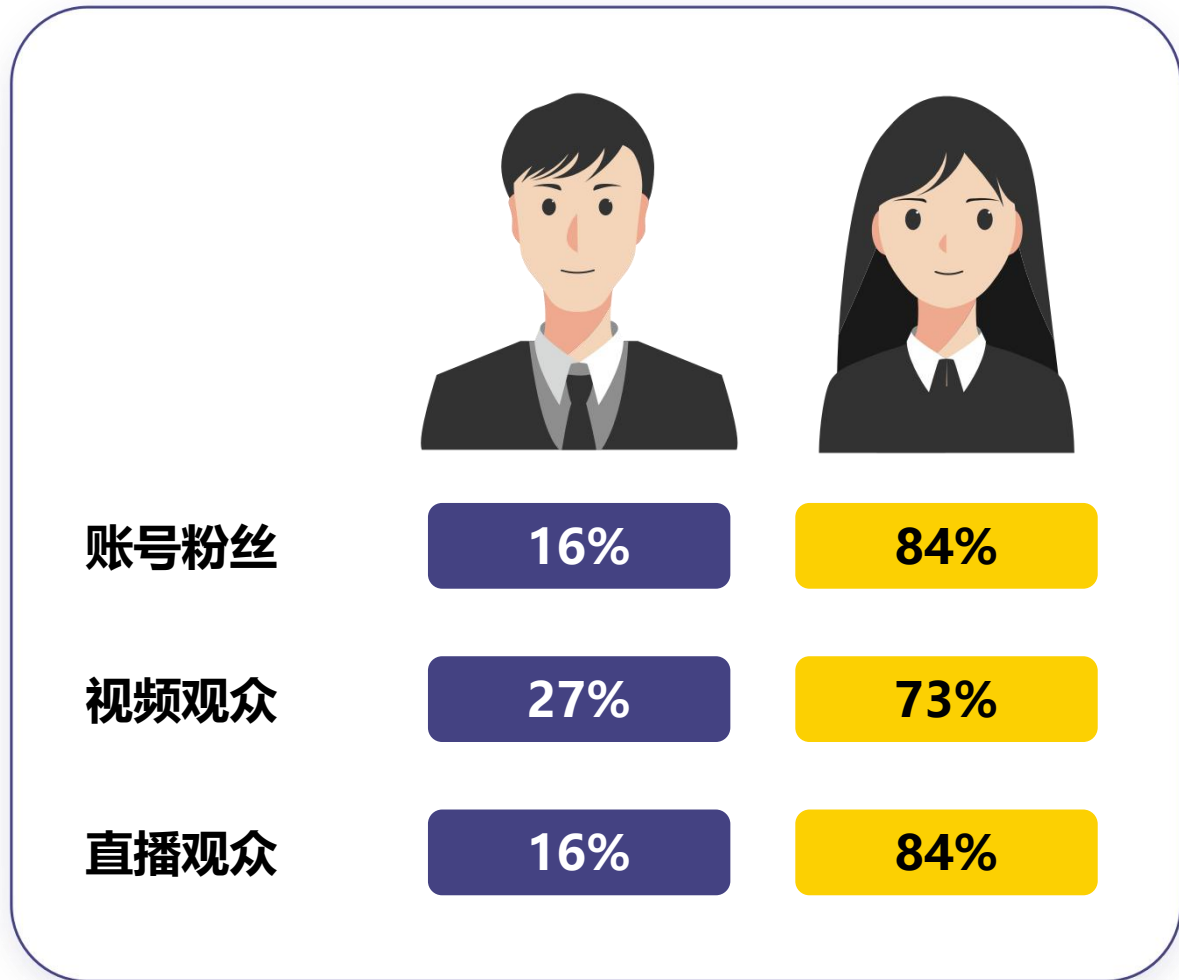


点赞数	转发数	评论数	收藏数	销售额	销量
2,124	386	151	764	5w~7.5w	1000~2500

懂数据 更懂生意



七小七的蓝V账号粉丝的粉丝情况与账号的直播观众高度重合，主要以**女性为主，占比84%**；**年龄集中在“31-40岁”，占比60%以上**；从单价区间来看，**直播观众购买的产品单价高于视频观众**



淘宝网 Taobao.com

淘宝

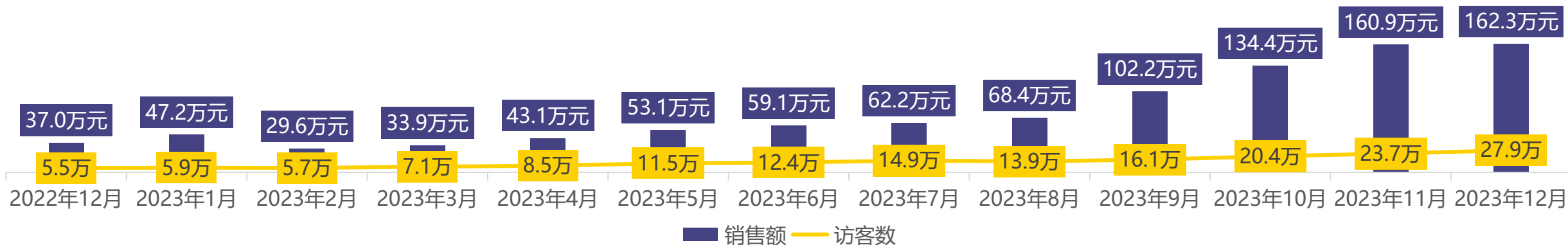


懂数据 更懂生意

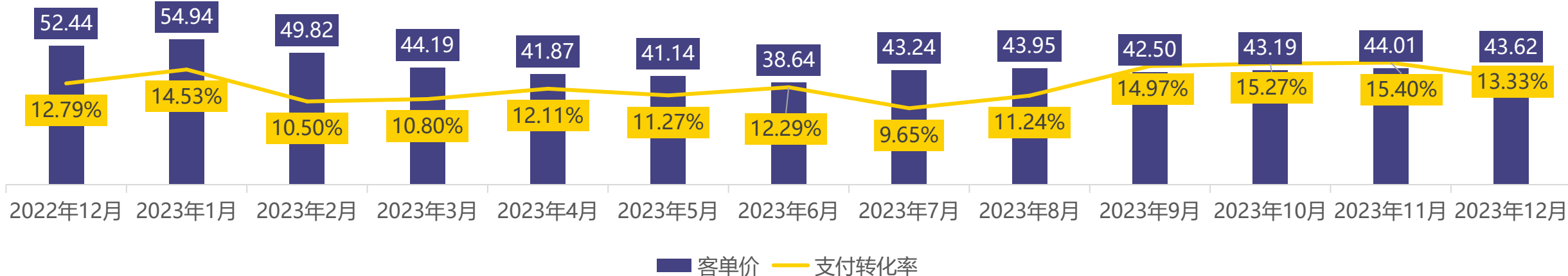


2023年9月，七小七旗舰店的GMV超过100万，支付转化率达到了14.97%，之后一直维持在15%左右；2023年12月的GMV同比增长338.4%，访客数同比增长405.4%

销售额&访客数



客单价&支付转化率



懂数据 更懂生意



2023年7月-12月，七小七旗舰店的流量和成交主要来自搜索，效果广告直通车和手淘搜索的占比在50%，此外，店铺的复购率较高，我的淘宝在交易金额的占比在13%左右

访客数占比	2023年7月	2023年8月	2023年9月	2023年10月	2023年11月	2023年12月
效果广告 直通车	39.17%	37.84%	38.47%	39.08%	36.71%	30.52%
效果广告 引力魔方	15.18%	4.78%	3.27%	3.71%	7.38%	7.27%
品牌广告 品销宝-明星店铺	3.46%	4.41%	4.39%	4.32%	3.69%	3.11%
站外广告 淘宝客	1.76%	2.06%	2.19%	2.31%	1.99%	1.88%
手淘搜索	19.30%	22.41%	24.52%	25.99%	22.56%	21.02%
手淘推荐	5.95%	7.12%	4.78%	4.90%	7.65%	18.80%
我的淘宝	4.89%	5.97%	6.86%	6.68%	7.32%	6.13%
淘内待分类	1.88%	2.83%	2.99%	3.07%	2.96%	2.70%
短视频全屏页上下滑	2.44%	6.26%	5.62%	3.36%	3.25%	2.49%
手淘拍立淘	1.42%	1.65%	2.18%	2.19%	1.99%	1.94%
手淘淘宝直播	1.09%	1.13%	1.29%	1.17%	1.28%	1.27%
手淘旺信	1.12%	1.39%	1.45%	1.34%	1.32%	1.14%
一淘	0.63%	0.79%	0.89%	0.92%	0.81%	0.75%
手淘其他店铺	1.18%	0.74%	0.51%	0.43%	0.64%	0.57%
手淘问大家	0.53%	0.62%	0.61%	0.53%	0.44%	0.42%

交易金额占比	2023年7月	2023年8月	2023年9月	2023年10月	2023年11月	2023年12月
效果广告 直通车	37.22%	33.65%	31.45%	31.25%	29.98%	29.41%
效果广告 引力魔方	1.27%	0.98%	1.21%	1.55%	1.84%	1.55%
站外广告 淘宝客	6.88%	7.81%	8.04%	7.48%	7.23%	7.73%
品牌广告 品销宝-明星店铺	6.16%	6.48%	6.59%	5.97%	6.07%	5.56%
手淘搜索	21.72%	20.63%	21.58%	22.90%	22.34%	23.64%
我的淘宝	12.42%	13.92%	13.13%	14.29%	15.39%	15.31%
一淘	2.92%	3.48%	3.84%	3.41%	3.48%	3.91%
淘内待分类	1.84%	2.19%	3.06%	3.10%	3.22%	3.05%
手淘旺信	2.67%	2.89%	2.78%	2.64%	2.64%	2.53%
手淘拍立淘	1.85%	1.74%	2.04%	2.04%	2.13%	2.17%
手淘推荐	1.63%	1.39%	1.51%	1.27%	1.48%	1.49%
手淘淘宝直播	1.39%	1.57%	1.44%	1.38%	1.32%	1.41%
短视频全屏页上下滑	1.18%	2.45%	2.53%	1.91%	1.72%	1.21%
手机天猫	0.73%	0.68%	0.56%	0.52%	0.48%	0.54%
日常营销活动	0.12%	0.14%	0.25%	0.29%	0.68%	0.50%

懂数据 更懂生意



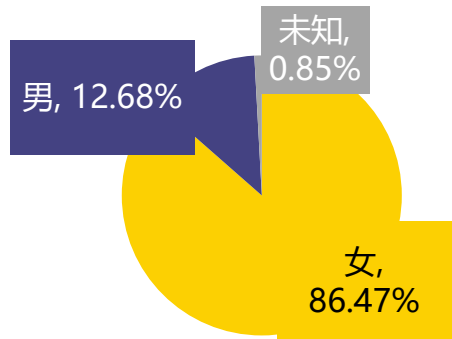
七小七旗舰店在淘天主要经营类目为**零食/坚果/特产**，其中**传统西式糕点**在2023年8月-12月，**占比一直维持在60%左右**

类目	2023年7月	2023年8月	2023年9月	2023年10月	2023年11月	2023年12月
零食/坚果/特产 > 传统西式糕点	47.04%	60.15%	65.50%	61.51%	61.87%	58.68%
零食/坚果/特产 > 传统糖果	40.79%	26.59%	16.78%	12.50%	11.77%	13.26%
零食/坚果/特产 > 吐司面包	0.87%	1.86%	4.66%	5.63%	6.35%	7.46%
粮油调味/速食/干货/烘焙 > 果酱/鲜花酱/甜味酱	0.50%	4.17%	5.72%	8.72%	7.00%	5.11%
零食/坚果/特产 > 牛奶巧克力	-	-	0.96%	5.03%	4.47%	4.60%
零食/坚果/特产 > 巧克力制品	-	-	-	-	1.78%	2.33%
零食/坚果/特产 > 棉花糖/牛轧糖/充气糖果	3.07%	2.27%	1.96%	2.00%	1.94%	2.29%
零食/坚果/特产 > 膨化食品	5.81%	2.97%	2.04%	1.76%	1.88%	2.26%
零食/坚果/特产 > 果仁巧克力	-	-	-	0.95%	1.51%	2.06%
其它	0.00%	0.41%	1.41%	1.44%	1.42%	1.95%
水产肉类/新鲜蔬果/熟食 > 冰淇淋/冻品	0.87%	0.58%	-	-	-	-
奶粉/辅食/营养品/零食 > 糖果	-	0.39%	0.61%	0.48%	-	-
零食/坚果/特产 > 软糖/果味糖/凝胶糖果	1.05%	0.61%	-	-	-	-
零食/坚果/特产 > 混合巧克力	-	-	0.37%	-	-	-

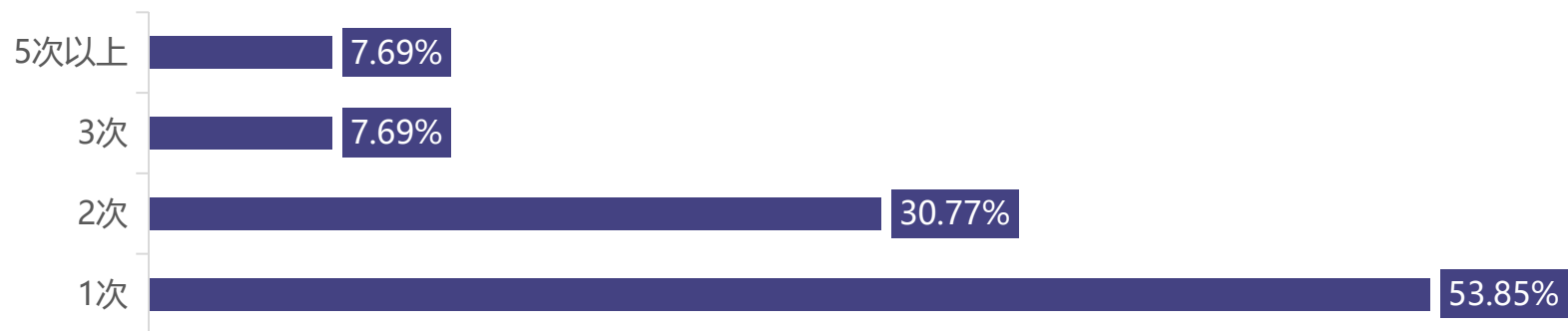


七小七品牌客群主要以女性为主，占比86.47%，年龄集中在“25~34”岁，占比达到了62.37%，主要集中的广东、浙江等地，消费者复购率较高，达到了46.15%

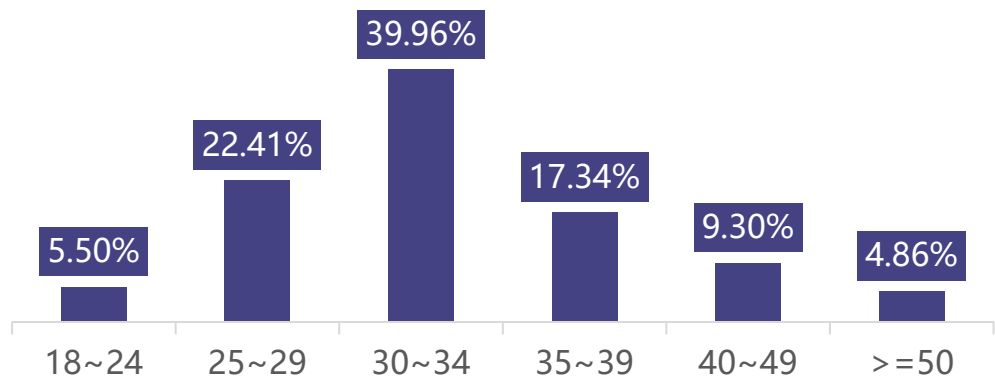
性别占比



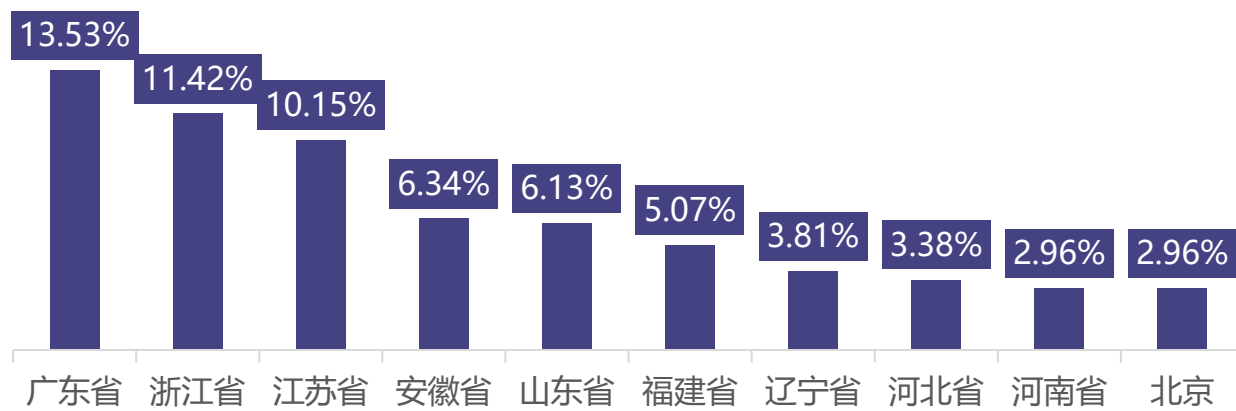
支付频次



年龄分布



地域分布



懂数据 更懂生意

营销种草媒介分析

抖音&小红书

懂数据 更懂生意

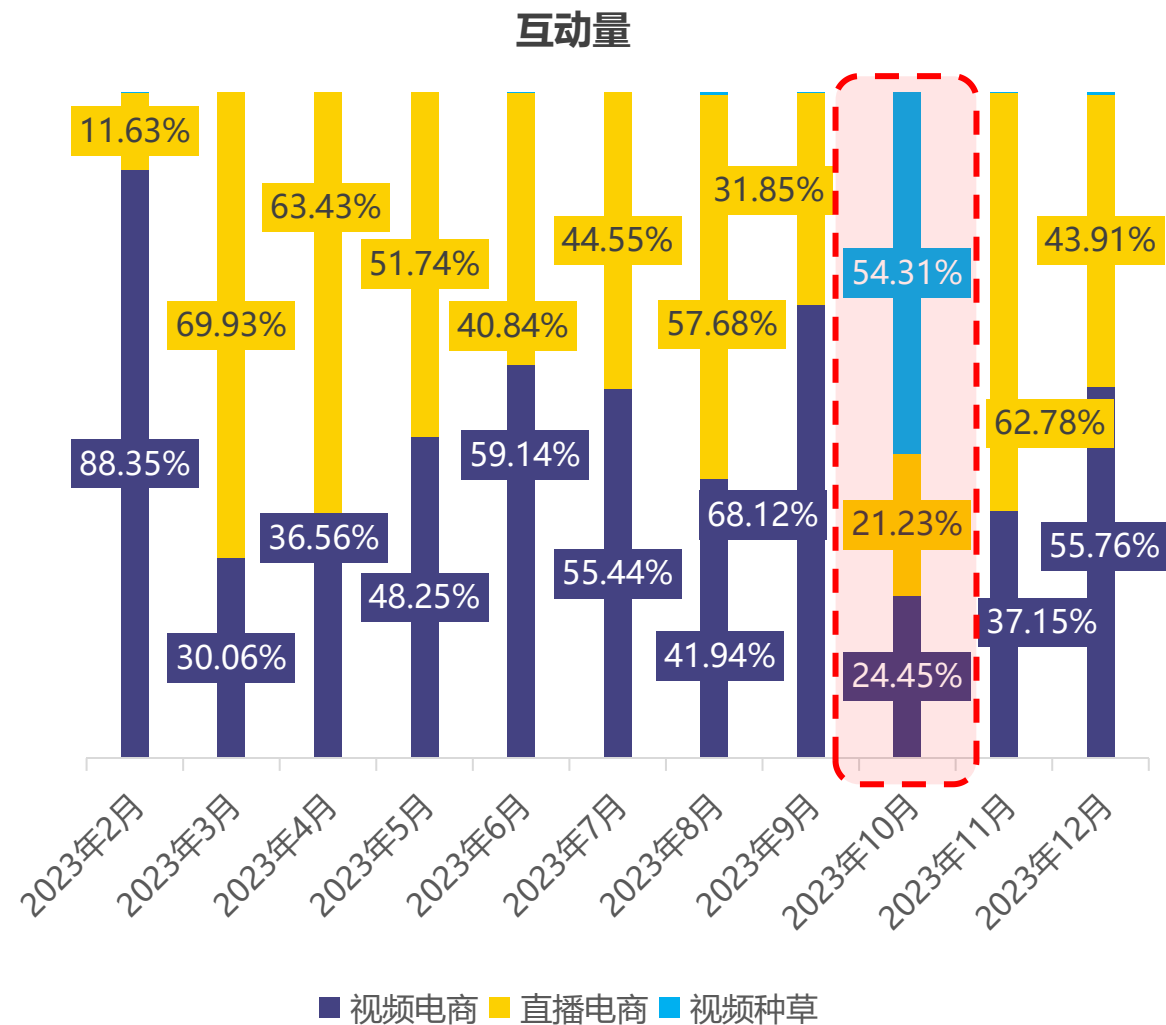
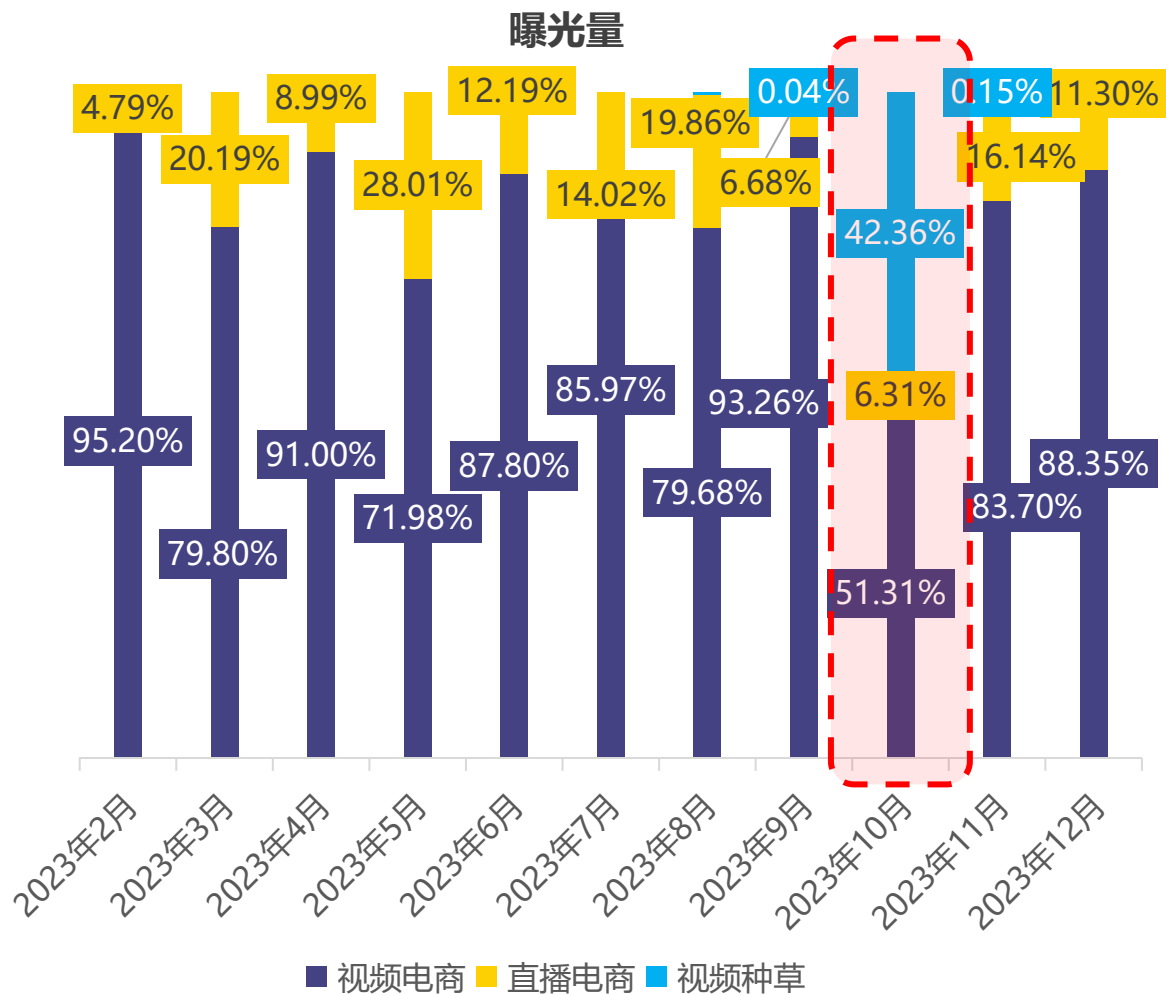


抖音

懂数据 更懂生意



2023年2月-12月 (除2023年10月) , 曝光量来源主要以**视频电商**为主, 占比在**80%左右**
 在2023年10月, **视频种草**占比增加, **曝光量达到了42.36%**, **互动量达到了54.31%**



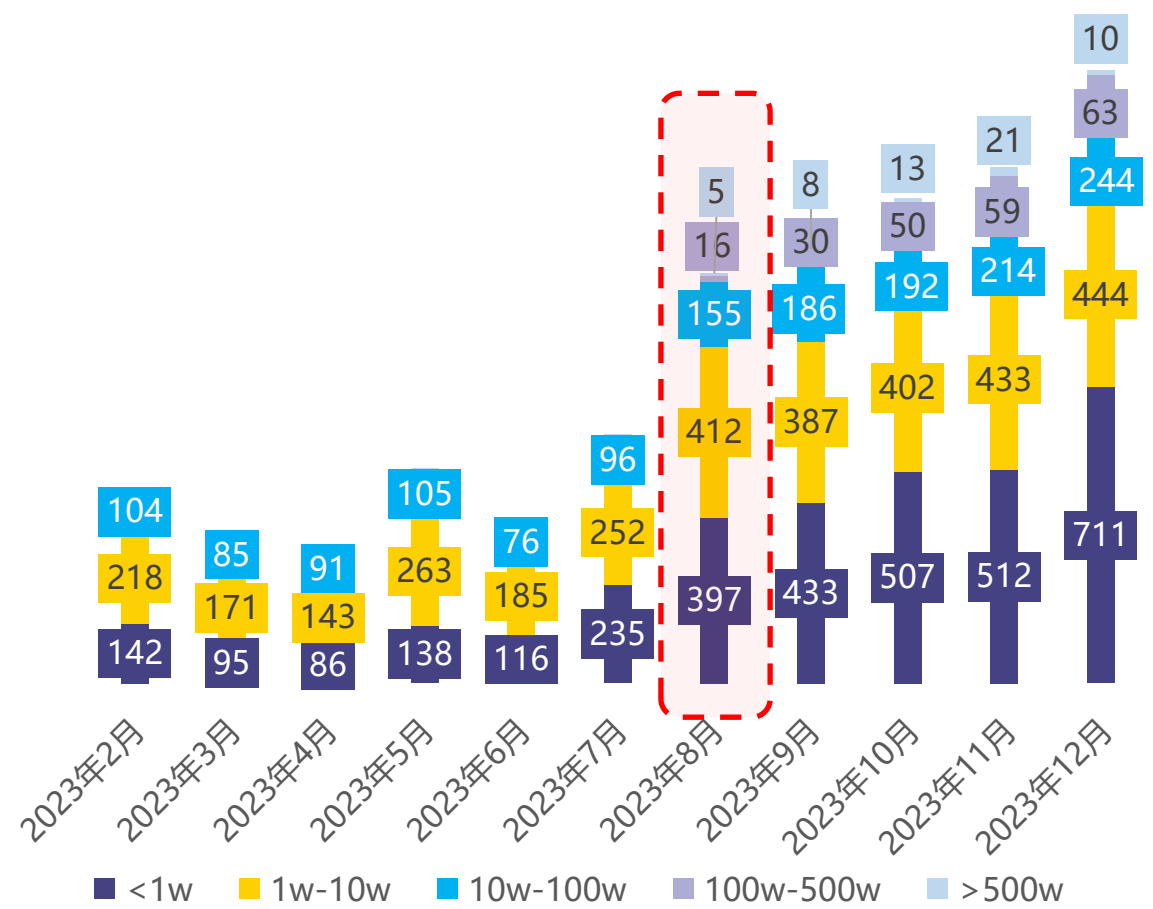
懂数据 更懂生意



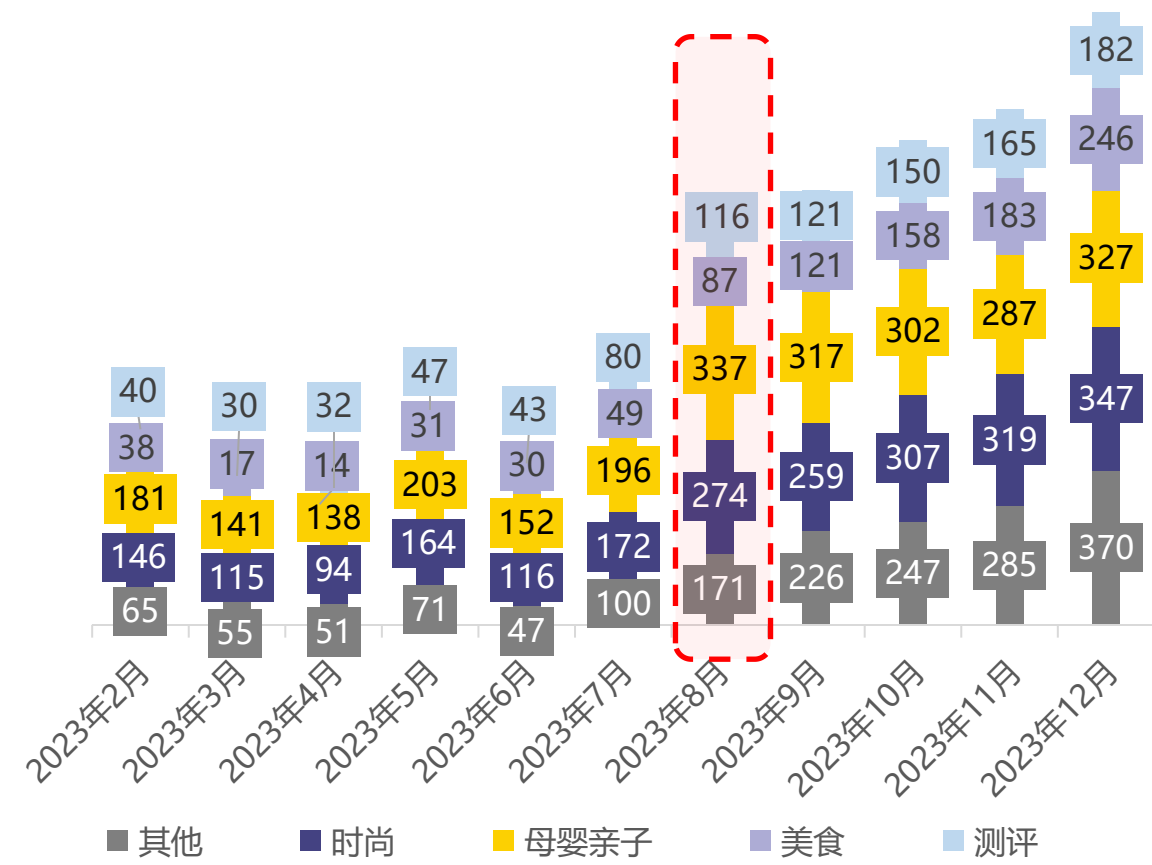
抖音-七小七品牌-推广达人 (2023年2月-2023年12月)

从2023年8月起，粉丝量级在“>500W”的达人数量增加，在2023年11月，达到了21人；同时，“测评类”达人数量在2023年8月超过100人

达人粉丝量级



达人类型



懂数据 更懂生意



2023年10月，品牌的头部推广达人主要以**电商推广**为主



达人名称：东方甄选
粉丝数：3154.3万
获赞：2.0亿
达人类型：**音乐**
推广方式：电商推广
曝光量：15w
推广直播数：1



达人名称：阿雅小厨
粉丝数：1344.5万
获赞：9570.2万
达人类型：**美食**
推广方式：电商推广
曝光量：84.1w
推广视频数：1



达人名称：**年糕妈妈**
粉丝数：1063.2万
获赞：8353.8万
达人类型：**母婴亲子**
推广方式：电商推广
曝光量：40.4w
推广直播数：**25**



抖音-七小七品牌-推广视频 (2023年10月)



达人名称: 赵鹏皓和姐姐
 粉丝数: 611.7万
 获赞: 1.2亿
 达人类型: **剧情搞笑**
 推广方式: **种草推广**
 曝光量: 580.8w
 推广视频数: 1

有两个哥哥是小学生一生的噩梦哈哈哈哈哈
 #搞笑#小学生 #哥俩日常 #抖音商城双11好物节

点赞数	转发数	评论数	收藏数
25.6w	5,421	2,614	2.4w

部分评论

快乐木然
大哥继承了智慧
二哥继承了颜值
三弟继承了什么?
2月前·江苏
1.5万

那年那个夏天
热知识: 大哥是奔跑吧的剪辑师赵传赢
2月前·江西
2423

豆豆优选 (小个子女装)
不得不说, 三弟的情绪是真稳定啊, 天天被坑不吵不闹的
2月前·四川
2952

自律哥哥不挂科
可怜的赵鹏皓 一份零花钱当三份用 一份被大哥惦记 一份还得给小弟买卷子
2月前·福建
621

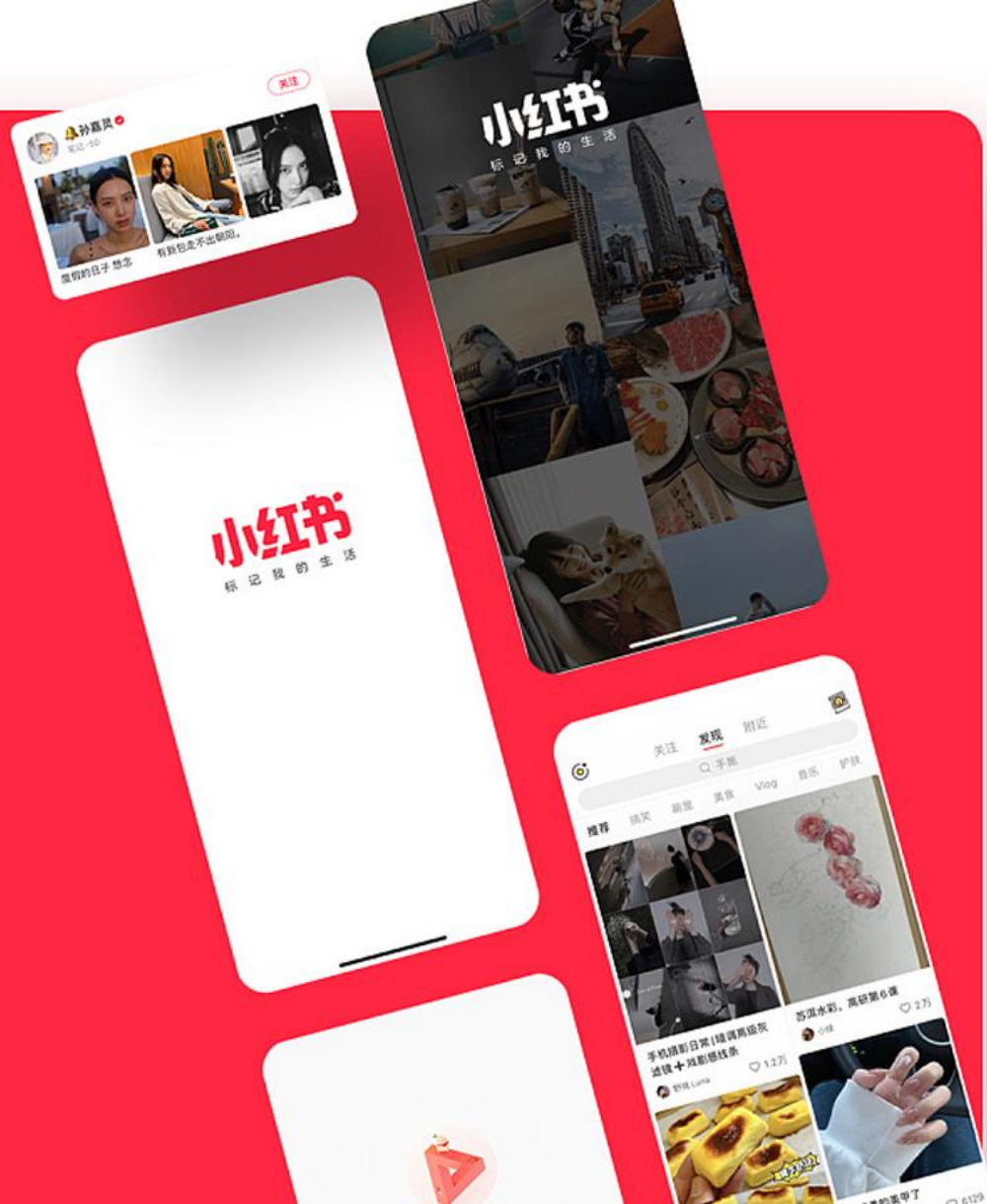


该视频通过给弟弟们发零花钱, 到弟弟们如何分配零花钱的日常打闹切入, 再到大哥给弟弟们分享产品, 介绍产品的用料和口感, 并讲解了最近的活动情况, 最后以弟弟们“上交”零用钱结束

懂数据 更懂生意

小红书

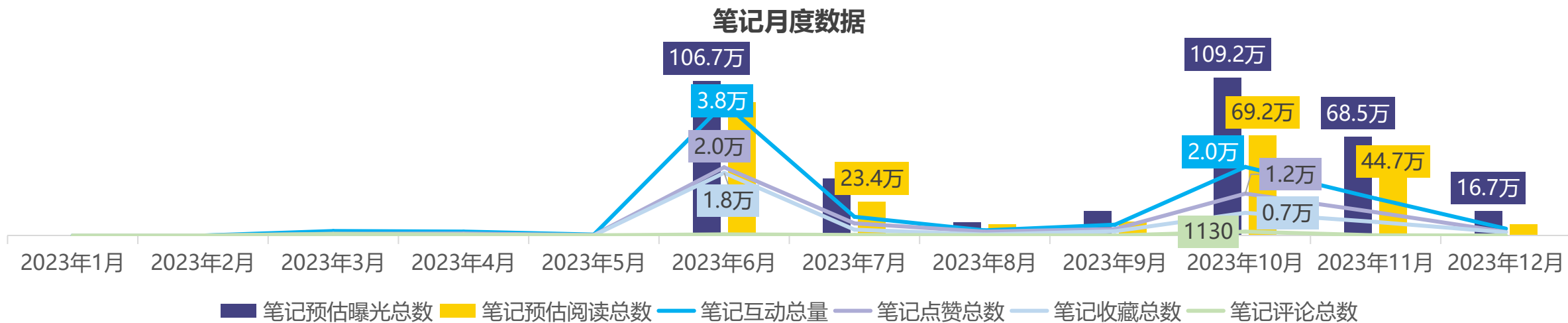
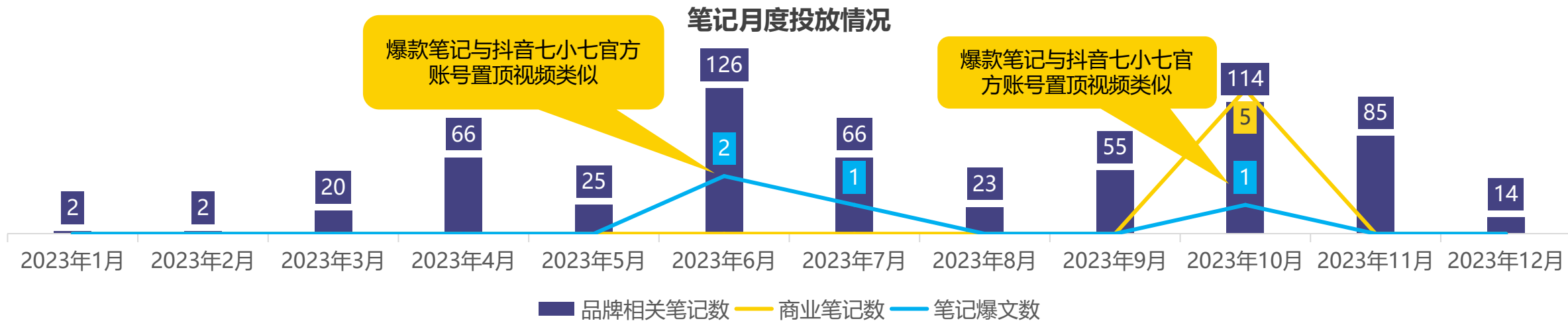
标记我的生活



懂数据 更懂生意



在2023年6月和10月，品牌的相关笔记数增加，超过100篇，2023年10月，商业笔记数达到了5篇



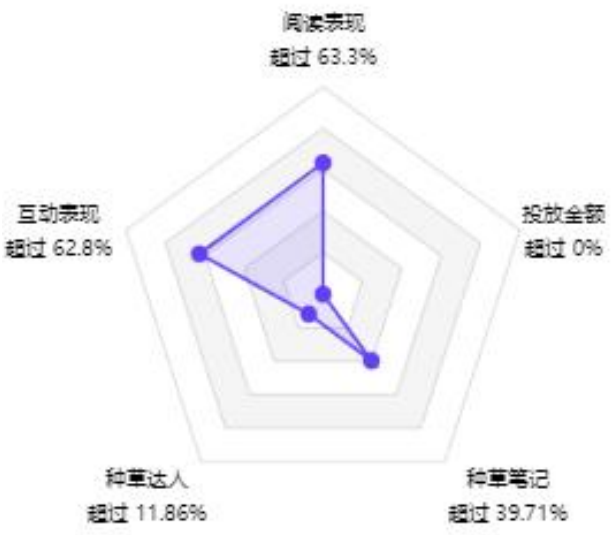
懂数据 更懂生意



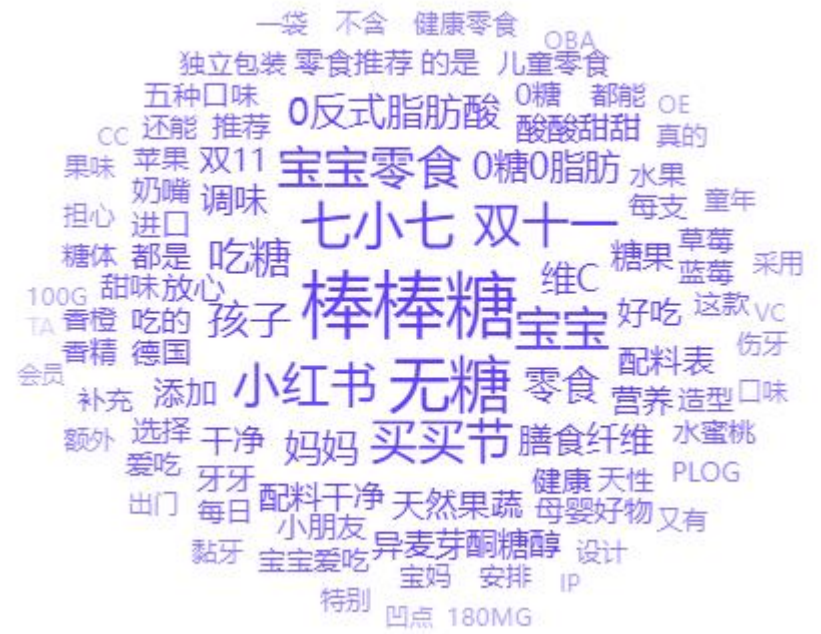
七小七品牌在小红书上的种草笔记数据低于行业数据，投放的笔记较少； 在2023年9月-2023年12月期间，笔记的内容关键词以品类词棒棒糖为主

相关种草笔记在同行业下数据表现 (近30天)

内容关键词分布 (2023年9月-2023年12月)



低	阅读表现	3.85万	行业均值	45.69万
低	互动表现	1.875	行业均值	2.05万
低	种草达人	2	行业均值	157
低	种草笔记	14	行业均值	219
低	投放金额	0	行业均值	1.62万



数据取数时间：2024/01/09



小红书-七小七-达人概况 (2023年9月-2023年12月)

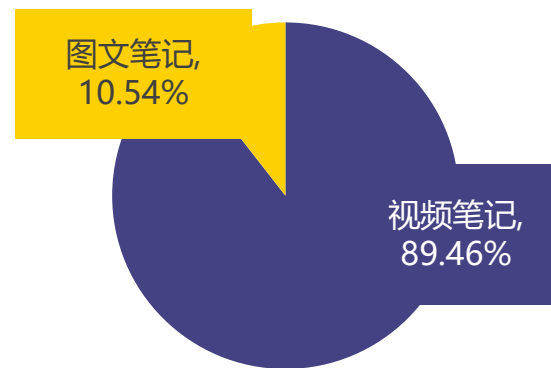
达人发布的笔记主要以**视频为主**，占比**89.46%**，互动量达到了**2.91万**；
达人的粉丝量级集中在**“1万-10万”**，占比**41.67%**



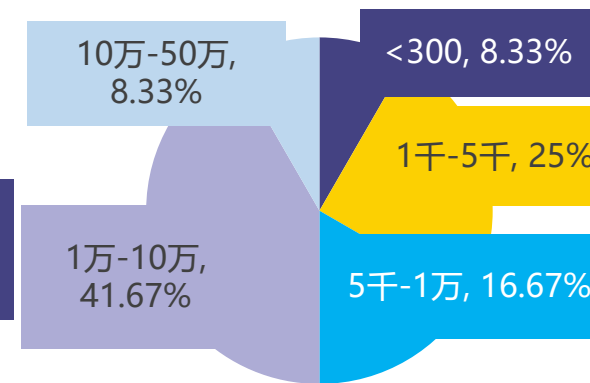
图文笔记互动总量	图文平均互动	图文平均报价	图文笔记CPE
3427	190	43	0.23

视频笔记互动总量	视频平均互动	视频平均报价	视频笔记CPE
2.91万	149	11	0.08

达人笔记类型



达人粉丝量级



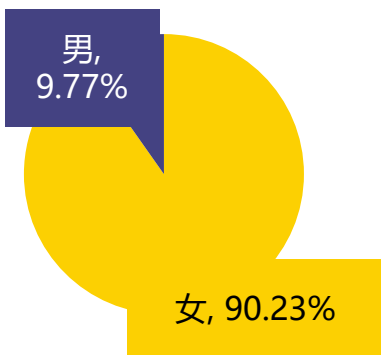
懂数据 更懂生意



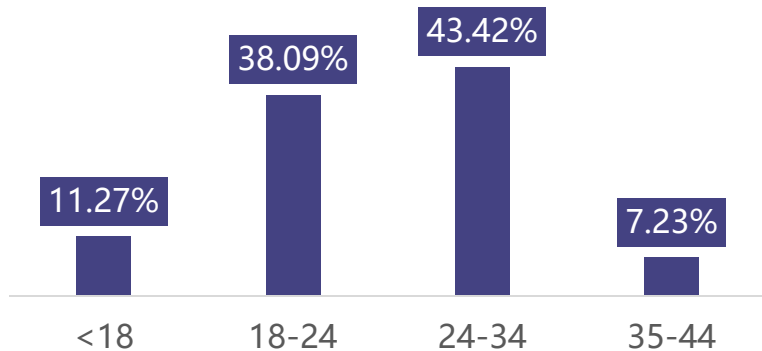
小红书-七小七-粉丝概况 (2023年12月)

七小七的粉丝主要以女性为主，占比90.23%，年龄主要集中在“18-24”和“24-34”，占比超过80%；主要分布在山东、广东等地，粉丝的主要关注焦点在“面包甜点”，粉丝人群标签为“品质吃货”

性别占比



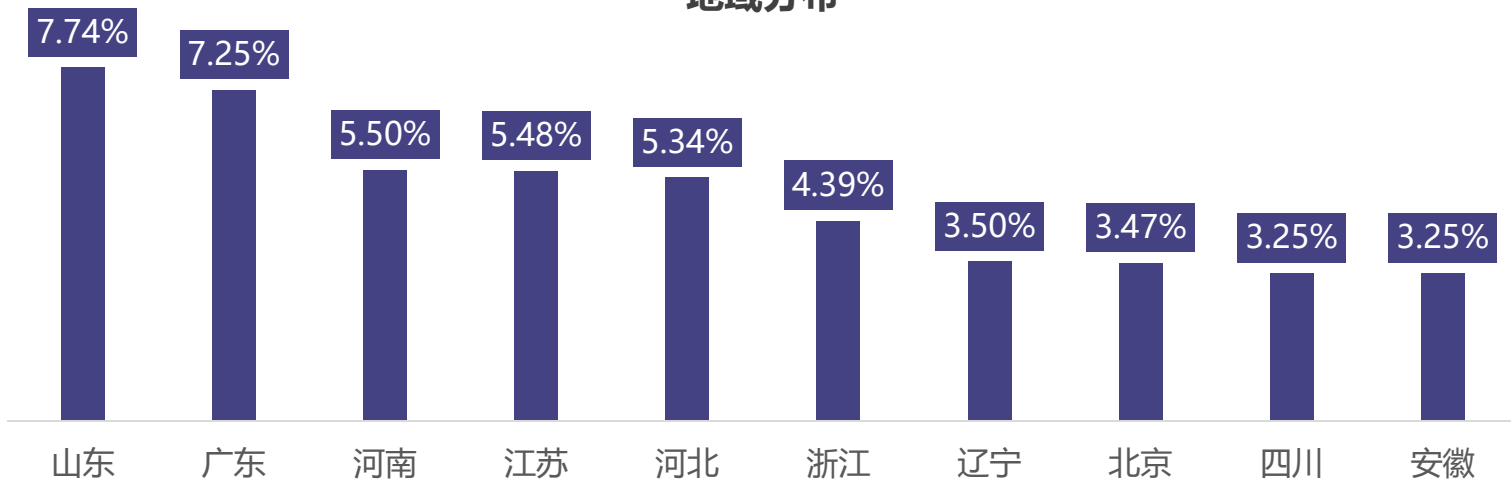
年龄分布



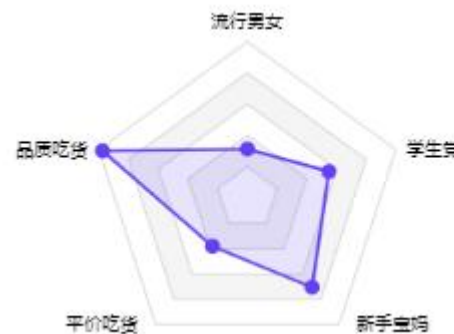
粉丝关注焦点



地域分布



粉丝人群标签



懂数据 更懂生意

数据说明

DATA

COVERAGE

1、公开数据收集、国家统计局、解数中台、蝉妈妈、蝉魔方、抖查查、千瓜、考古加等

2、具体指标说明：

(1) 流行男女-无年龄限制；紧跟当下热门趋势，对于穿搭、美妆、明星娱乐资讯等内容关注较多

(2) 品质吃货-25~35岁；热爱美食且有一定经济实力，对于美食及美食相关事物（美食制作、景点、酒店等）较为关注

(3) 平价吃货-18~24岁；喜爱美食，比较关注平价且美味的食物，对美食制作方法也充满兴趣

(4) 新手宝妈-23~30岁；注重产品健康与安全，对于婴童饮食方面比较上心

(5) 学生党-6~25岁；还处于读书阶段的人群，除了关注学习、知识科普，也紧跟潮流，对时尚穿搭、护肤、娱乐等有一定关注

版权声明

COPYRIGHT

DECLARATION

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

DISCLAIMER

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。

懂数据 更懂生意

解数介绍

ABOUT US

解数咨询是首家专注于电商行业大数据挖掘及分析的调研机构。服务于消费品行业在电商领域全品类全平台品牌孵化、营销及管理。

解数咨询从数字化聚焦电商领域，致力于用专业的数据能力和丰富的电商经验，帮助企业提升电商经营能力，对电商全平台、全品类、全品牌实施覆盖，服务品牌、机构超300家，提供全新视角洞察消费行业，同时也服务了众多知名消费品基金及上市服务机构。



解数咨询
官方视频号



解数咨询
官方公众号



业务合作
请联系

部分报告目录

美妆护肤

《沐浴油行业调研—贝德玛第二增长曲线》
《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》
《彩妆品牌拆解报告》
《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》

食品饮料

《月饼行业调研报告——美心/稻香村》
《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》

母婴

《七小七品牌调研报告》
《婴幼儿营养品行业-AUTILI/澳特力品牌调研》
《钙铁锌行业调研报告》
《宝宝零食行业调研》
《婴幼儿营养品益生菌调研》
《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》
《婴幼儿牛奶粉行业调研》
《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/狗保健品行业调研报告淘宝&抖音》
《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》
《东方甄选抖播数据调研和拆解》
《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》

解数已更新**229**期，更多报告请扫码领取

扫码
领取



深度调研 高增竞品

你需要更专业的调研团队

1

彻底摸透高增打
法的核心要点

2

洞察高增背后的
人群趋势

3

发觉新的
产品机会

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。

扫码了解
解数情报通



上市公司 电商增长

你需要更懂大集团的专业电商顾问

1

打造超级爆款，
实现第一阶段增长。

2

打造超级团队 -
增长小组，全面
唤醒数字化团队。

3

实现品牌增长，
增长真正可持续！

大集团电商业务真正的难点，不在于预算，不在于产品，不在于团队。
在于没有从上到下一以贯之统一的思想，而**数据正是统一思想的关键。**

扫码了解
解数情报通





Consulting

DATA INSIDER

解数谘詢

懂数据 更懂生意