

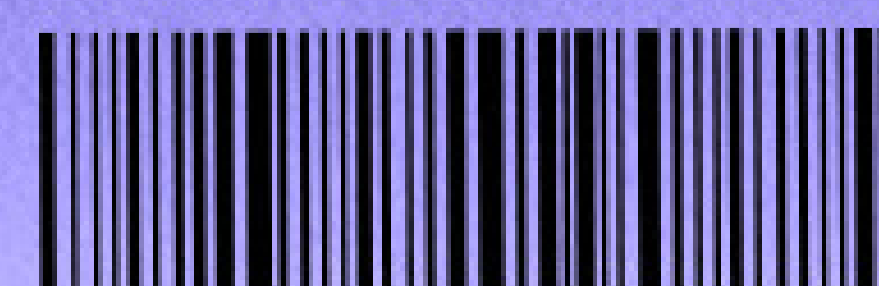
# 阿里妈妈 经营指南

## VOL.12



### 元气一夏 激活健康市场新活力

阿里妈妈 让每一份经营都算数



## PART 01

保健滋补行业趋势捕捉

## PART 02

保健滋补行业六大场景人群洞察

趋势1 **元气补给** -- 活力全开 元气满满

趋势2 **家庭养护** -- 养护ing 守护plus

趋势3 **职场修复** -- 带薪养生 效率双赢

趋势4 **个人形象** -- 养生不out 形象才up

趋势5 **体型管理** -- 塑形魔法 重塑生活

趋势6 **舒适睡眠** -- 舒睡一夜 舒畅一天

## PART 03

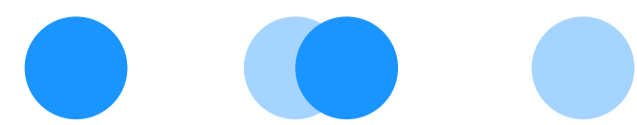
阿里妈妈产品赋能

# PART 01

保健滋补行业趋势捕捉



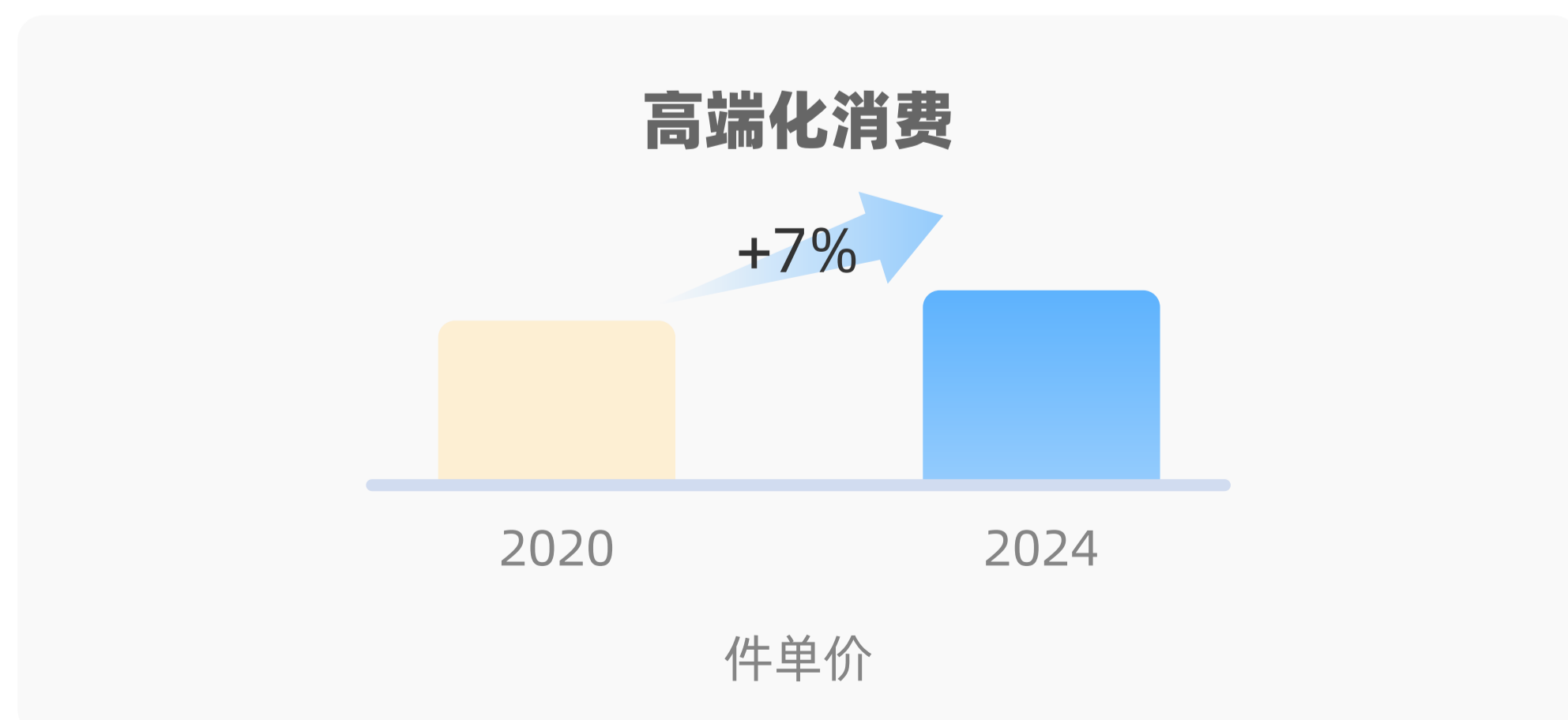
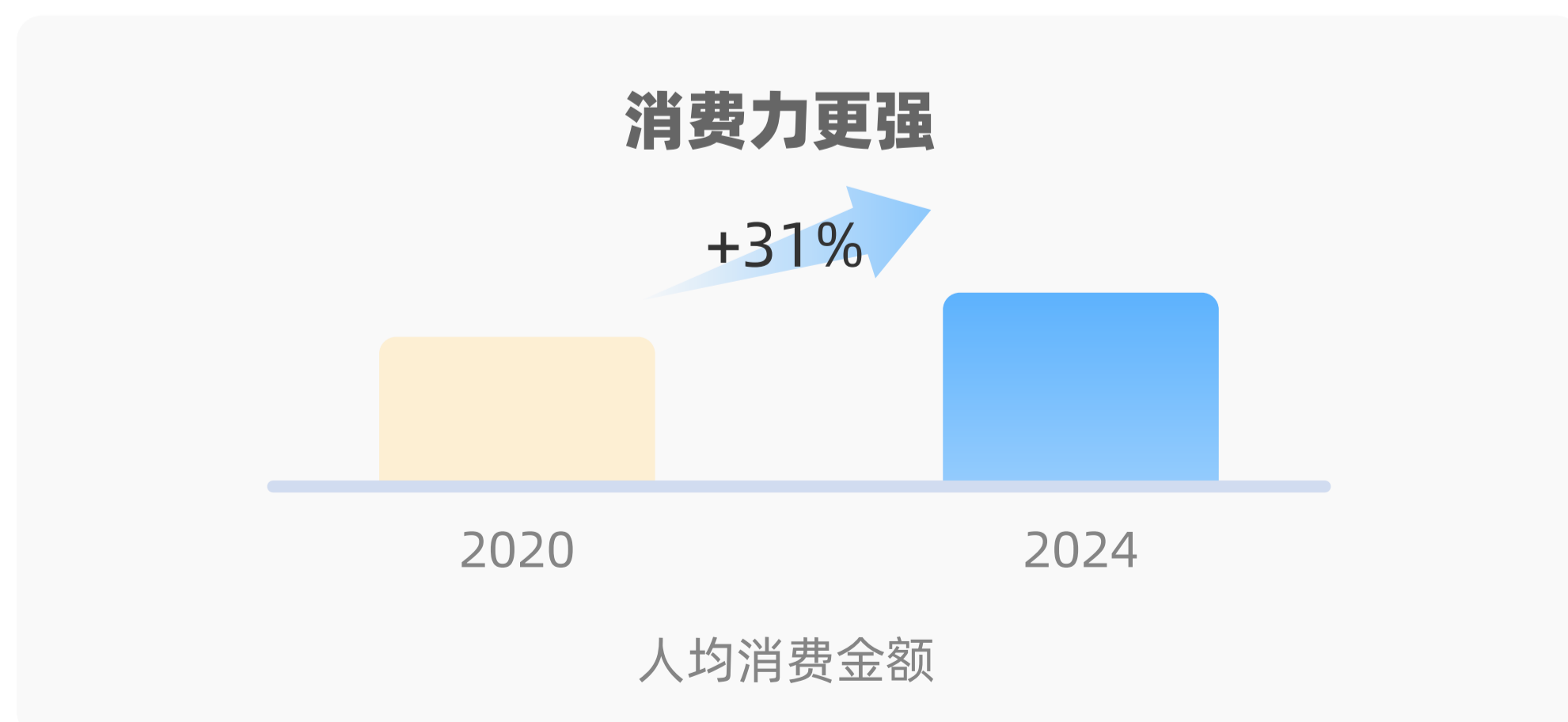
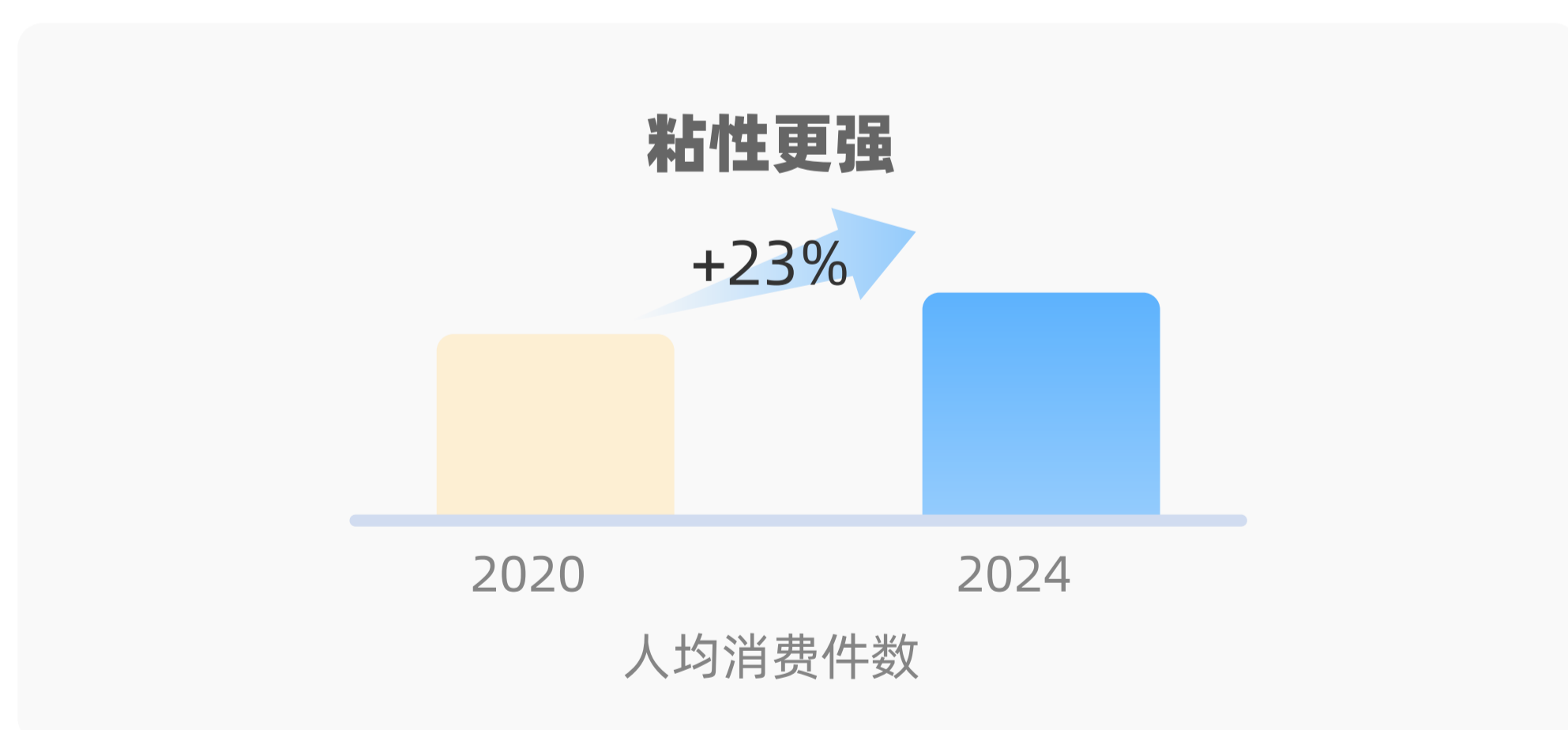
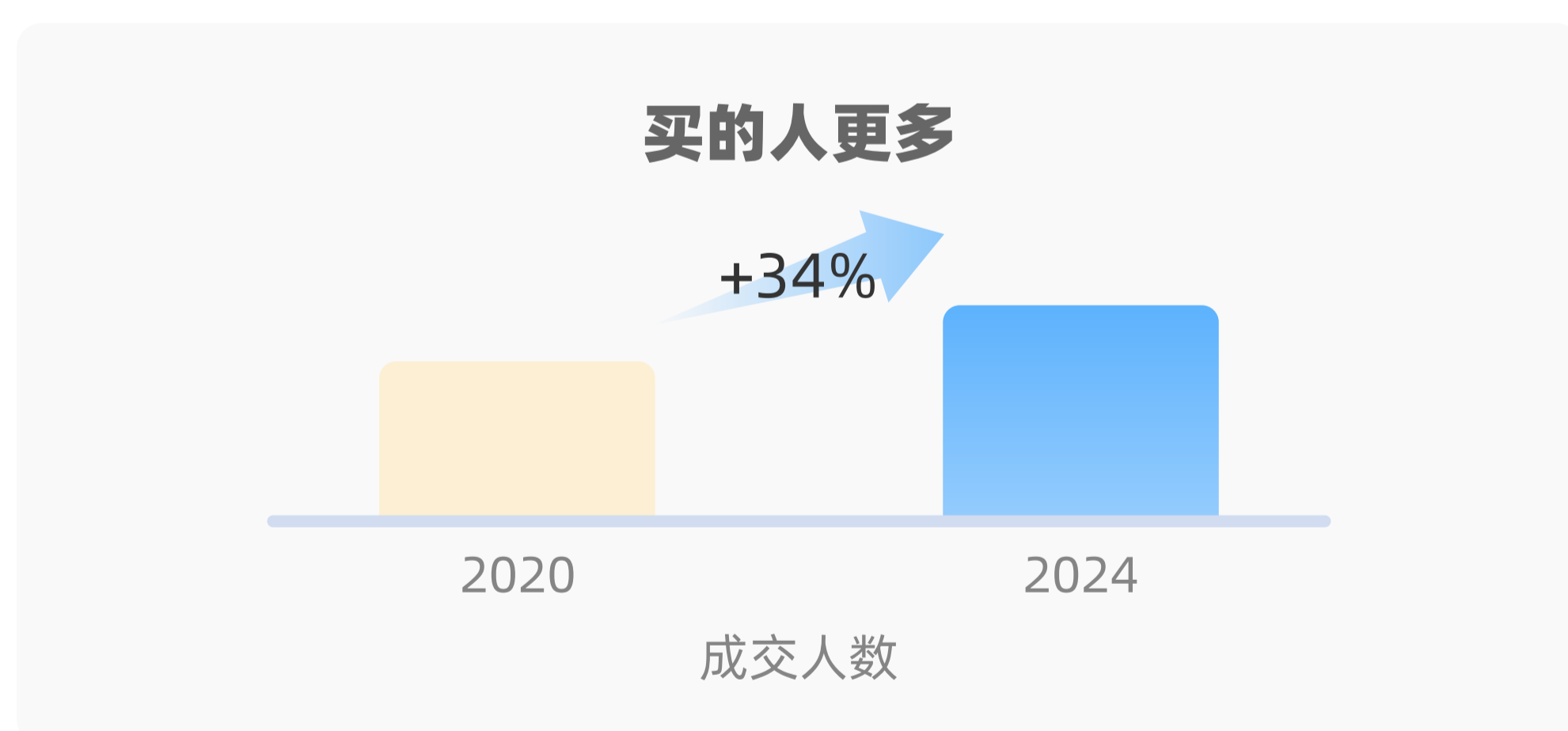
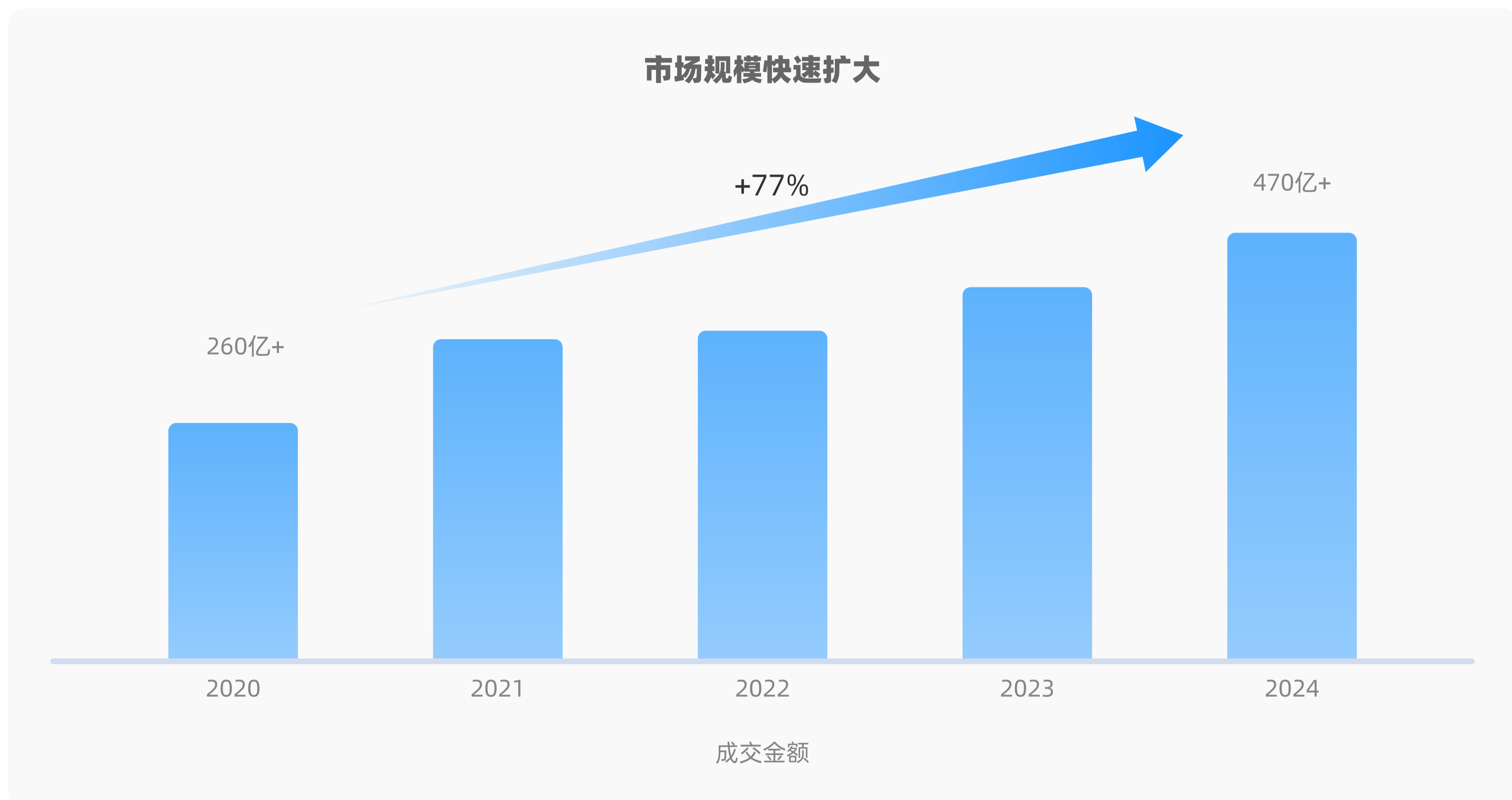
## | 保健滋补行业捕捉



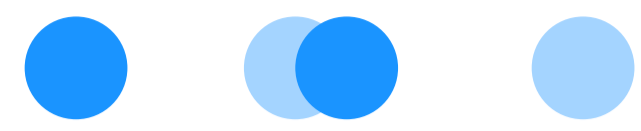
## 新机遇：消费者需求催化保健、滋补行业发展

大健康趋势下，健康市场规模持续增长。

在过去五年健康·保健滋补行业快速发展，消费者对健康支出的消费意愿增强，且呈现高端化、高粘性的趋势。



## 保健滋补行业捕捉



# 新政策：国家3大创新政策驱动保健食品赛道供给拓展，新蓝海市场愈发明显

保健食品可备案原料继续拓展

新增“大豆分离蛋白、乳清蛋白的原料”

未来备案原料从单一营养素到复配

剂型可备案“凝胶糖果”

### 备案制丰富供给

### 特医迎来蓝海

国家发布《特医食品注册管理办法》

鼓励企业研发临床急需品，缩短审评和核查时间，提升注册效率。

23年特医注册量突破新增

160款

65款

### 新功能激励创新

23年《保健食品新功能评价》试行发布  
鼓励企业在3类新功能宣称进行创新



补充膳食营养物质



降低疾病发生风险因素

24

维持和改善机体健康状况  
(24项功效)

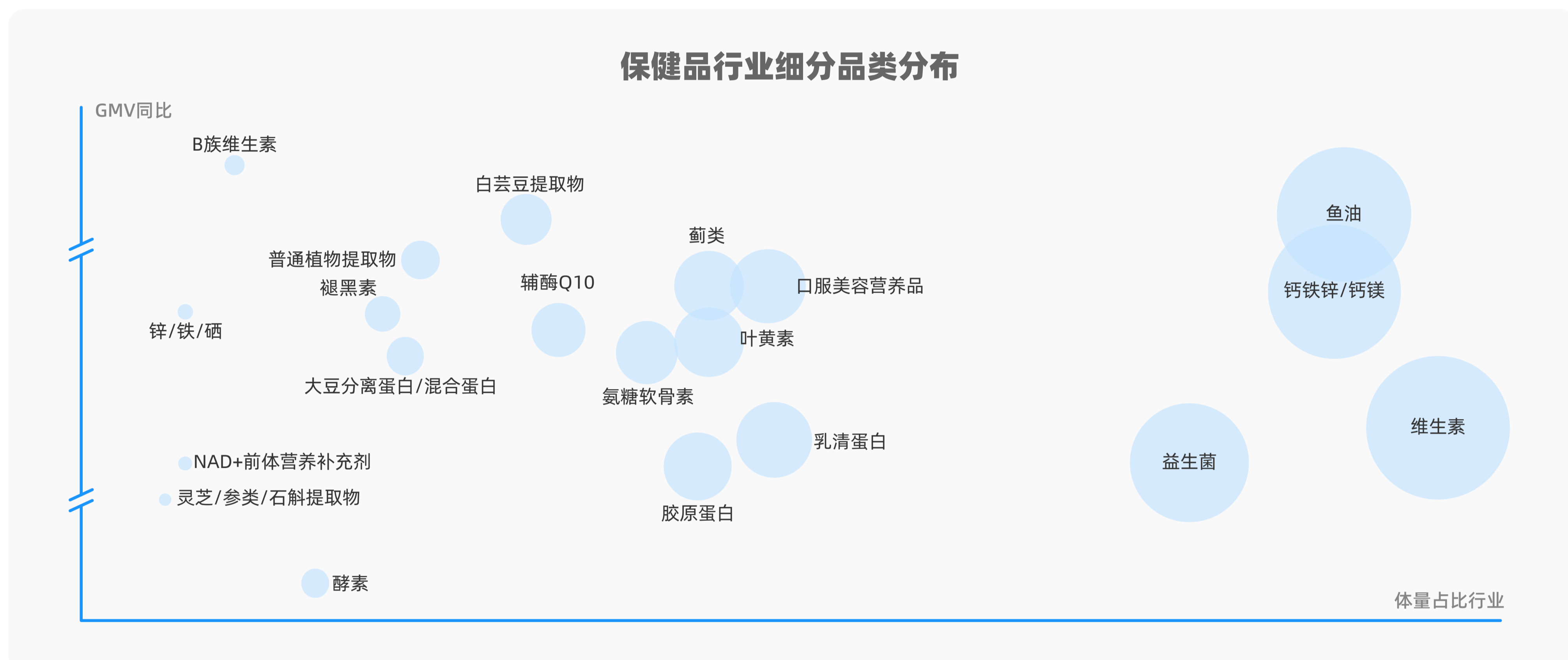
## 保健滋补行业捕捉



# 新市场：新剂型产品和强功效产品快速增长，占领市场份额

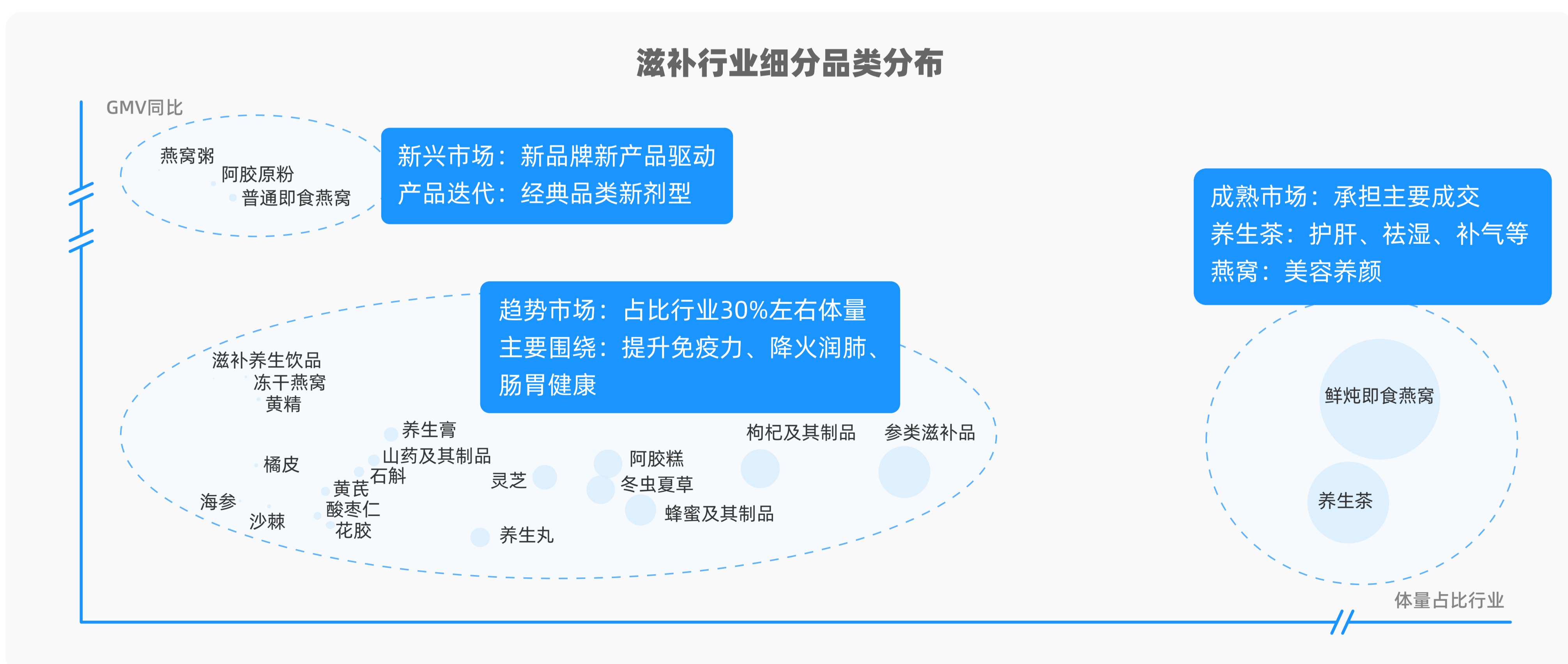
### 保健品行业：

1. 优势品类持续增长：钙铁锌、维生素、益生菌等基础营养和普善品类占比高且保持持续增长；
2. 重功效潜力品类增量空间大：鱼油等辅助降血脂品类、辅酶Q10、护肝护眼、睡眠相关等赛道行业占比低增速快，有较大增长空间。

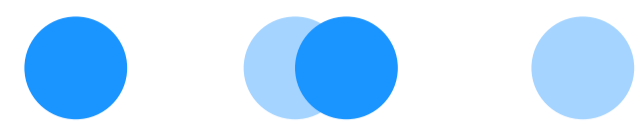


### 滋补行业：

1. 经典品类新剂型驱动新品类发展：例如燕窝粥、阿胶原粉等新产品迭代，具备高增速低占比表现，市场增量空间大；
2. 免疫力提升、肠胃健康、降火润燥等趋势赛道，贡献行业30%左右生意占比，类目丰富增速较高。

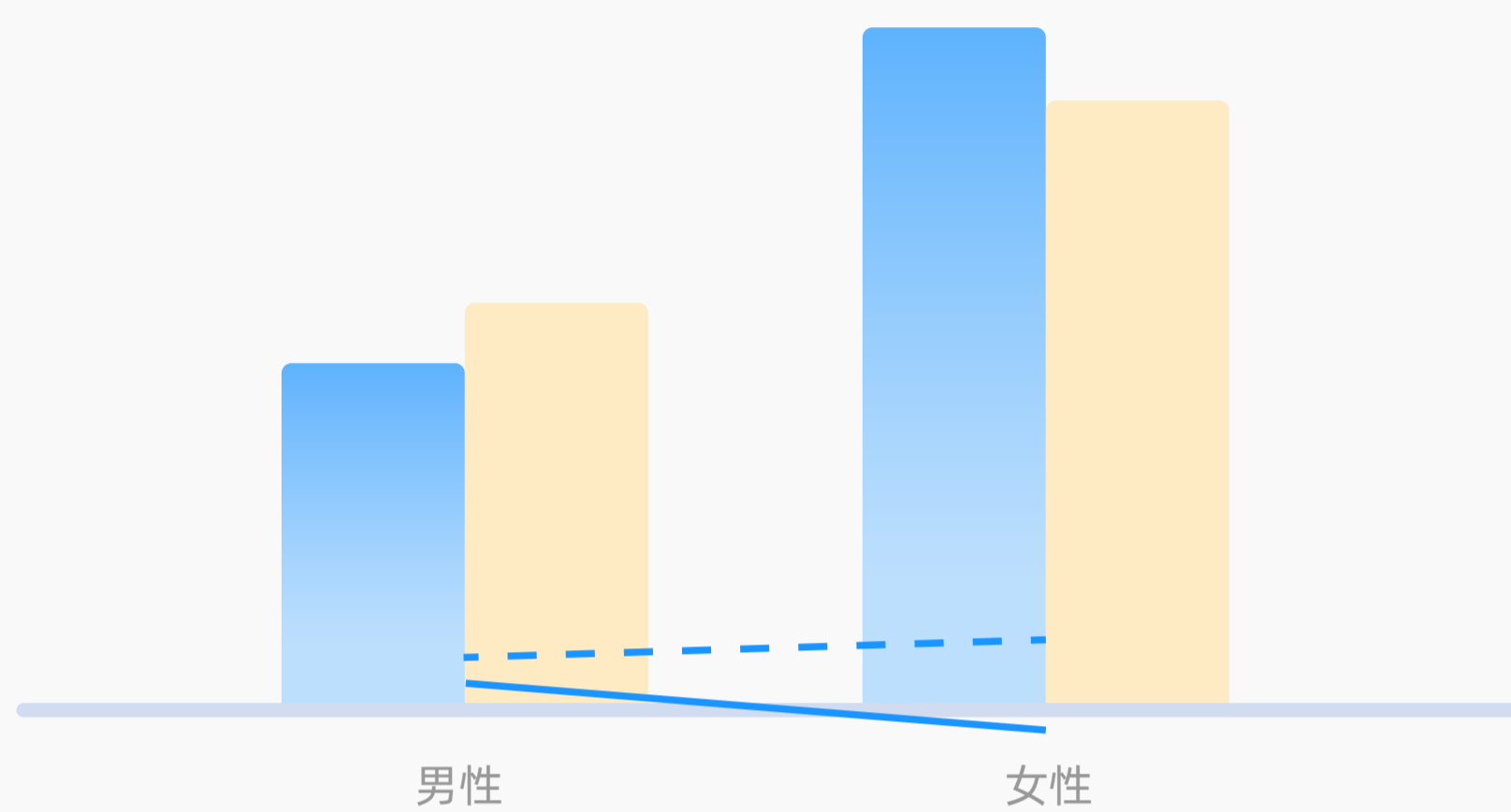


## | 保健滋补行业捕捉



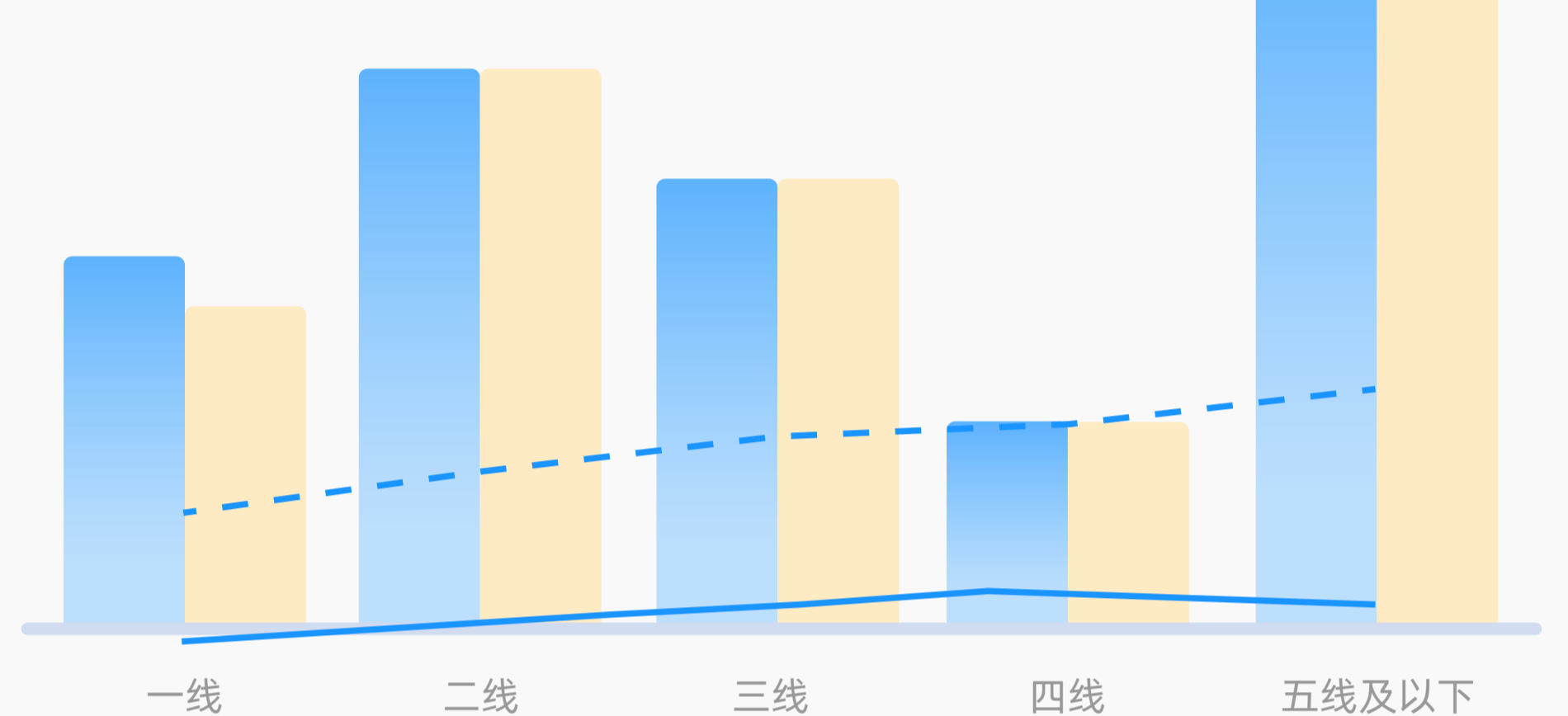
## 新圈层：全面养生时代来临，男性、银发、下沉市场消费者开始关注健康

性别



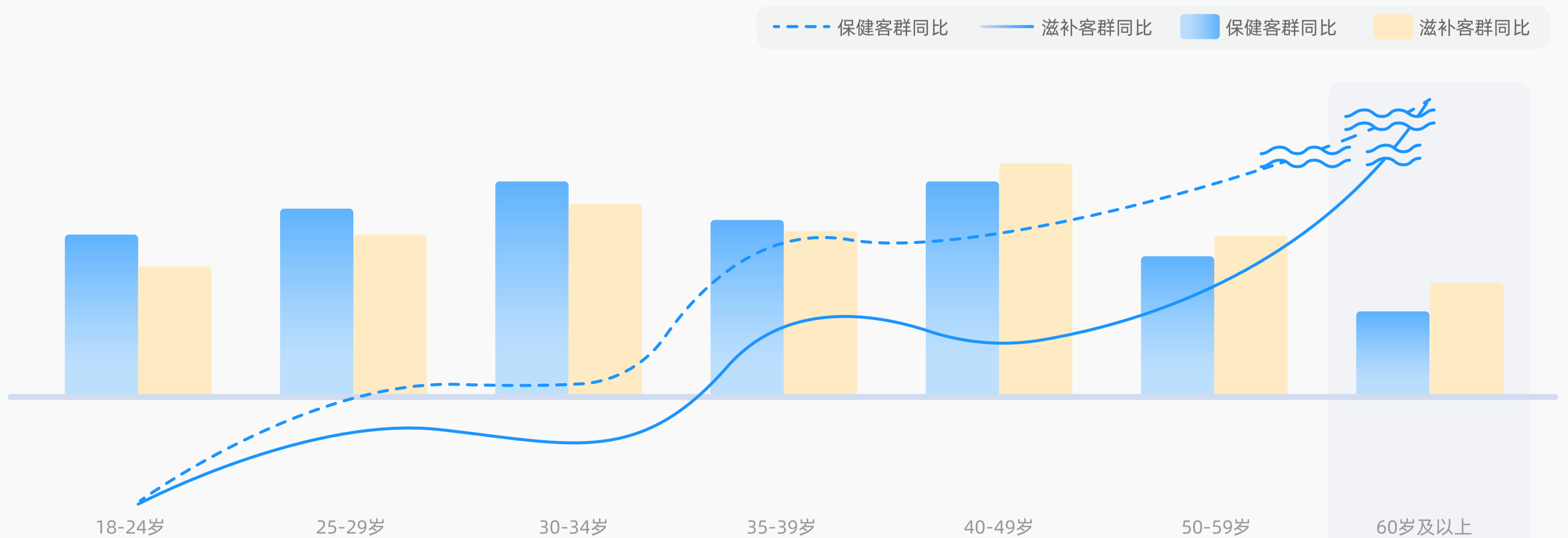
从性别看，保健的主要购买用户为女性，女性用户同比增幅高于男性。滋补购买以女性占比为主，但男性用户增幅高于女性。两个市场男性购买潜力凸显。

城市等级



城市等级上，1-3线购买用户占比超50%，且2线城市购买占比均为最高。四线、五线城市以下同比增速更高，市场购买用户下沉明显。

年龄



从年龄看，主力购买用户主要集中在25-49岁，占比在70%。此外，35+以上的用户增速更加亮眼，尤其60+用户同比增速高于其他年龄段，中老年人群需求旺盛。

\*因数据之间差距过大，为完整呈现指标之间的差异，采用数据中断波浪线进行处理

## 保健滋补行业捕捉

# 新需求：消费者从单一的功能驱动购买，演变为与生活息息相关的场景需求

### 高增速、高成交驱动

#### —体型管理、个人形象：

减脂、健美及养肤需求激增，理想身材和出众形象驱动市场快速扩张。

### 高用户价值

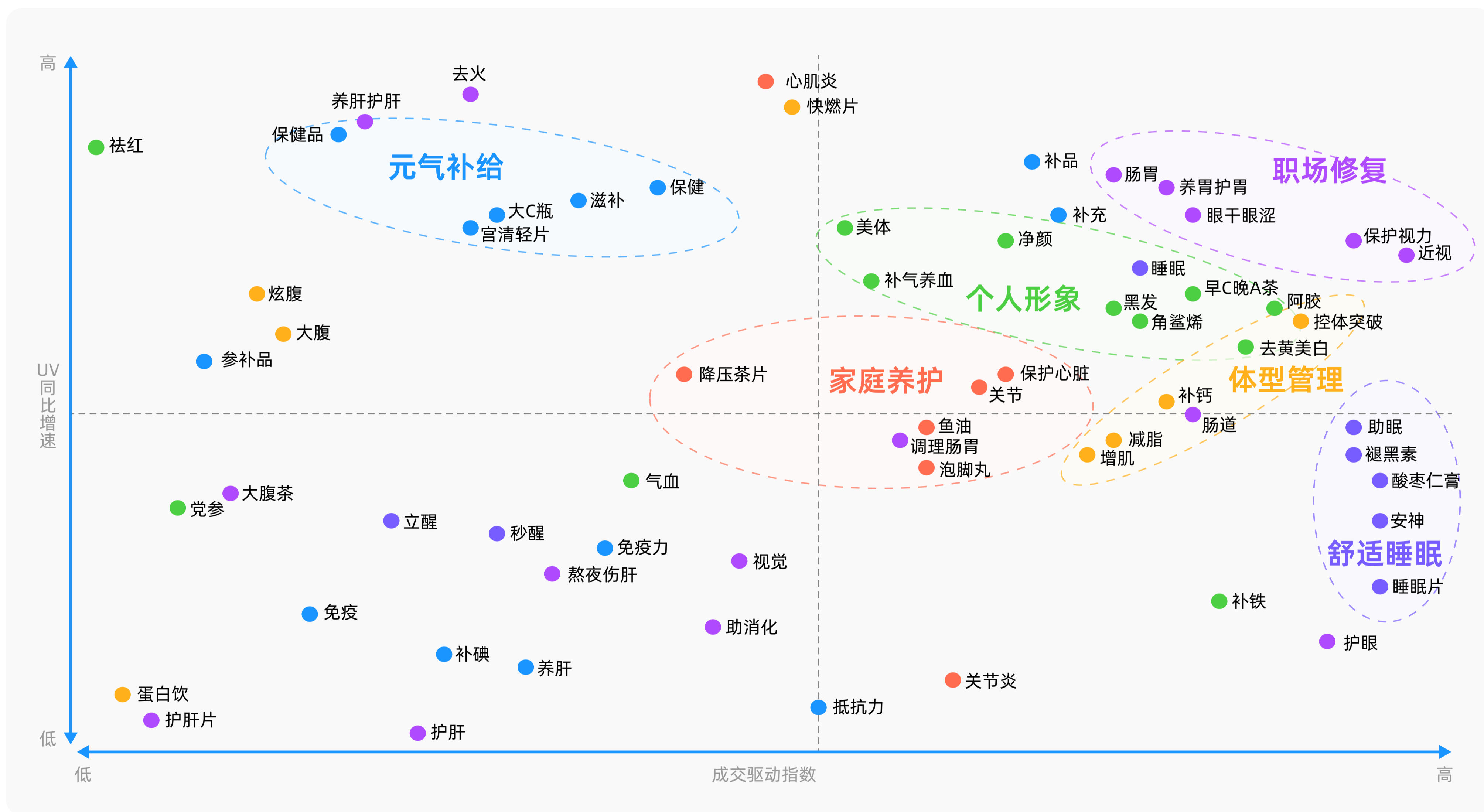
#### —职场修复、元气补给：

能量补给和职场修复保健品在提升工作效率和社交表现中发挥关键作用，受到广泛认可。

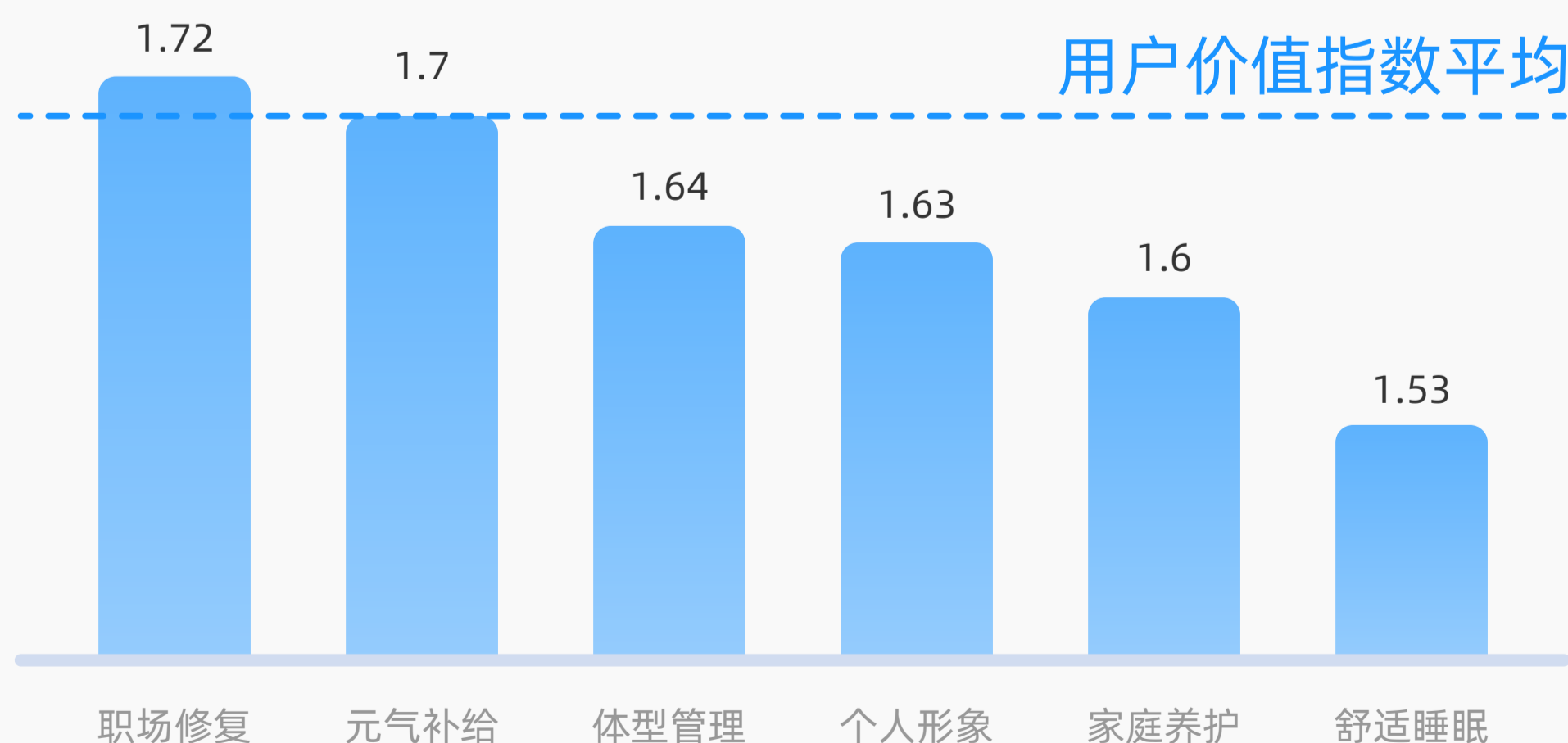
### 持续稳定需求

#### —家庭养护、舒适睡眠：

家庭健康支持与高质量睡眠产品需求稳定，为生活幸福感和质量提供坚实保障。



### 用户价值指数



数据注释：(1) uv增速统计口径为2023.6.1-2024.6.1 VS 2022.6.1-2023.6.1；(2) 用户价值指数=场景平均客单价/行业平均客单价



## | 保健滋补行业捕捉

## 2024上半年社交媒体健康养生内容一览表

## 热词榜

| 排名 | 话题名称 | 内容量  | 互动量     |
|----|------|------|---------|
| 1  | 养生   | 5.6w | 8110.9w |
| 2  | 健康   | 5.1w | 8055.8w |
| 3  | 科普   | 8838 | 2974.9w |
| 4  | 中医   | 7674 | 3499.8w |
| 5  | 营养   | 4774 | 167.1w  |
| 6  | 按摩   | 4289 | 218.5w  |
| 7  | 养生茶  | 3648 | 72.4w   |
| 8  | 放松   | 3599 | 54.7w   |
| 9  | 硬核   | 3189 | 2993.0w |
| 10 | 享受   | 3165 | 34.9w   |

## 热门话题榜

| 排名 | 话题名称        | 相关作品 | 互动量     | 点赞量     | 收藏量     |
|----|-------------|------|---------|---------|---------|
| 1  | 养生          | 3.8w | 2643.1w | 1277.5w | 752.3w  |
| 2  | 健康养生        | 2.1w | 1372.9w | 736.3w  | 302.7w  |
| 3  | 养生就是养健康     | 1.3w | 256.5w  | 147.4w  | 45.3w   |
| 4  | 健康          | 1.2w | 963.9w  | 546.6w  | 183.4w  |
| 5  | 健康科普        | 8030 | 2266.5w | 937.8w  | 803.9w  |
| 6  | 中医养生        | 6710 | 2488.7w | 1015.0w | 1004.9w |
| 7  | 休闲养生spa会馆推荐 | 6187 | 57.1w   | 34.5w   | 4.6w    |
| 8  | 按摩放松        | 5973 | 65.4w   | 40.5w   | 6.3w    |
| 9  | 肩颈疏通        | 5185 | 28.3w   | 18.5w   | 2.8w    |
| 10 | 中医          | 5100 | 1421.0w | 563.4w  | 602.2w  |

## 抖音榜

## 热词榜

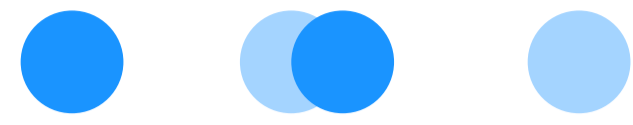
| 排名 | 话题名称 | 互动量   |
|----|------|-------|
| 1  | 养生   | 33.5w |
| 2  | 健康   | 18.8w |
| 3  | 健康生活 | 6.0w  |
| 4  | 食疗   | 5.7w  |
| 5  | 营养   | 4.8w  |
| 6  | 中医   | 4.6w  |
| 7  | 好物   | 4.4w  |
| 8  | 健康养生 | 3.4w  |
| 9  | 补充   | 3.3w  |
| 10 | 调理   | 3.0w  |

## 热门话题榜

| 排名 | 话题名称    | 相关作品  | 互动量      | 点赞量     | 收藏量     |
|----|---------|-------|----------|---------|---------|
| 1  | 健康养生    | 16.2w | 6590.3w  | 3573.8w | 2855.8w |
| 2  | 我的养生仪式感 | 6.6w  | 2912.9w  | 1567.3w | 1283.7w |
| 3  | 食疗养生    | 5.0w  | 882.6w   | 449.2w  | 406.1w  |
| 4  | 我的健康生活  | 4.6w  | 1451.7w1 | 791.0w  | 612.8w  |
| 5  | 养生      | 4.1w  | 928.2w   | 1023.8w | 856.4w  |
| 6  | 中医养生    | 3.9w  | 1821.5w  | 937.0w  | 841.2w  |
| 7  | 吃出健康    | 2.6w  | 354.6w   | 183.0w  | 159.8w  |
| 8  | 养生好物    | 2.3w  | 229.6w   | 135.5w  | 82.3w   |
| 9  | 中医      | 1.9w  | 800.7w   | 405.5w  | 376.2w  |
| 10 | 健康知识科普  | 1.6w  | 613.7w   | 365.2w  | 226.5w  |

## 小红书榜

## | 保健滋补行业捕捉



## 2024年7-8月社交媒体健康养生内容一览表

## 热词榜

| 排名 | 话题名称 | 内容量  | 互动量     |
|----|------|------|---------|
| 1  | 养生   | 1.2w | 2664.0w |
| 2  | 健康   | 1.1w | 2499.4w |
| 3  | 硬核   | 2293 | 1733.2w |
| 4  | 中医   | 1905 | 598.6w  |
| 5  | 科普   | 1699 | 682.2w  |
| 6  | 三伏天  | 1353 | 595.1w  |
| 7  | 按摩   | 833  | 12.9w   |
| 8  | 养生茶  | 633  | 2.2w    |
| 9  | 调理   | 440  | 97.2w   |
| 10 | 夏季必备 | 429  | 112w    |

## 热门话题榜

| 排名 | 话题名称       | 相关作品 | 互动量     | 点赞量    | 收藏量    |
|----|------------|------|---------|--------|--------|
| 1  | 养生         | 1.3w | 1583.2w | 618.8w | 396.7w |
| 2  | 健康养生       | 4839 | 402.5w  | 174.5w | 75.2w  |
| 3  | 健康         | 4325 | 540.0w  | 208.0w | 79.9w  |
| 4  | 硬核健康科普行动   | 4211 | 2286.7w | 973.5w | 703.3w |
| 5  | 养生就是养健康    | 3954 | 80.8w   | 43.8w  | 16.9w  |
| 6  | 中医养生       | 3002 | 592.5w  | 233.1w | 227.7w |
| 7  | 健康科普       | 2775 | 738.8w  | 280.3w | 218.8w |
| 8  | 肩颈疏通       | 1672 | 774.9w  | 354.5w | 210.0w |
| 9  | 正确养生知识又增加了 | 1537 | 4.1w    | 3.0w   | 3655   |
| 10 | 三伏天        | 1524 | 576.8w  | 214.9w | 185.2w |

 抖音榜

## 热词榜

| 排名 | 话题名称 | 互动量  |
|----|------|------|
| 1  | 养生   | 8.3w |
| 2  | 健康   | 4.6w |
| 3  | 日常   | 2.0w |
| 4  | 食疗   | 1.4w |
| 5  | 三伏天  | 1.3w |
| 6  | 健康生活 | 1.2w |
| 7  | 仪式感  | 1.1w |
| 8  | 中医   | 9316 |
| 9  | 养生茶  | 8210 |
| 10 | 补充   | 7604 |

## 热门话题榜

| 排名 | 话题名称    | 相关作品 | 互动量    | 点赞量    | 收藏量    |
|----|---------|------|--------|--------|--------|
| 1  | 健康养生    | 3.3w | 783.0w | 438.0w | 324.1w |
| 2  | 我的养生仪式感 | 1.5w | 455.0w | 250.3w | 194.3w |
| 3  | 食疗养生    | 1.3w | 125.6w | 66.6w  | 54.3w  |
| 4  | 三伏天养生   | 1.2w | 318.7w | 172.9w | 136.8w |
| 5  | 我的健康生活  | 1.1w | 225.5w | 128.5w | 87.0w  |
| 6  | 中医养生    | 8358 | 315.5w | 167.1w | 140.2w |
| 7  | 吃出健康    | 6498 | 59.5w  | 33.4w  | 23.9w  |
| 8  | 养生小知识   | 6151 | 146.1w | 86.0w  | 57.0w  |
| 9  | 养生日常    | 4706 | 119.2w | 68.7w  | 47.5w  |
| 10 | 存钱不如存健康 | 4188 | 305.9w | 161.6w | 139.1w |

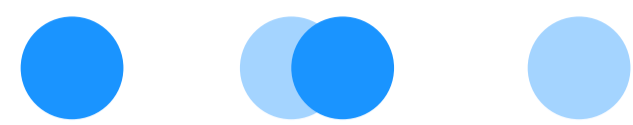
 小红书榜

# PART 02

## 保健滋补行业六大场景人群洞察

阿里妈妈营销研究中心采用NEXUS（小众赛道拓圈模型），通过锁定「健康-保健滋补市场」成交关键驱动因子，挖掘六大健康-保健滋补趋势场景，基于算法锁定场景下类目内/外高潜人群，帮助商家进行人群拉新拓圈

## | 六大趋势场景洞察



## 保健滋补6大新趋势场景

**元气补给** 身体充电，持续“续航”

在极速的生活节奏下，养生达人期望做好元气补给准备，应对每日生活挑战。

基元养护族

免疫领航员

亲密守护者

**家庭养护** 家是港湾，健康是船

守护全家健康，就是守护全家幸福。健康养生，一家老小齐上阵。

活络筋骨族

清肺畅享者

心脑血管活力派

糖控达人族

**个人形象** 身体都健康，美丽自然来

在功效养生的大背景下，爱美达人们的变美秘籍也开始向“养护”转化，养出内在的健康才能焕发外在的光彩。

美颜护肤家

气血润养家

头皮养护师

**职场修复** 健康归位，满血复活

身体健康，精力充沛才能更好应对工作。职场人通过调节各身体器官的健康运转，达到更好的状态，以实现高效的工作和社交。

眼明心亮族

肠通气顺族

健肝守护侠

心悦调节师

**体型管理** 曲线救星，轻松塑形

追求理想身材的“克己”人群追求科学的身材管理方式。

健身风尚派

轻盈自在族

骨韧强化族

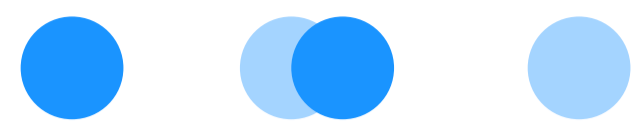
**舒适睡眠** 好梦快车，直达活力

超负荷压力和焦虑情绪导致睡眠质量下降，学生党和高阶白领利用舒适安睡产品和服务来改善失眠情况、提升睡眠质量。

静谧梦享家



## | 六大趋势场景洞察



## 趋势场景① 元气补给——身体充电，持续“续航”

在极速的生活节奏下，养生达人期望为全家人做好元气补给准备，应对每日生活挑战。



## 基础养护 基元养护族

30-34岁的高阶时尚家庭掌门人

|               |      |
|---------------|------|
| B族维生素         | +5*% |
| 补充维生素/矿物质保健食品 | +*%  |



## 基础养护 免疫领航员

25-34岁的都市养生派年轻女性

|       |      |
|-------|------|
| 石斛/枫斗 | +4*% |
| 特医    | +8*% |



## 基础养护 亲密守护者

40岁以上的中年潮流派男性

|           |       |
|-----------|-------|
| 肉苁蓉       | +1**% |
| 养生茶（男性方向） | +3*%  |

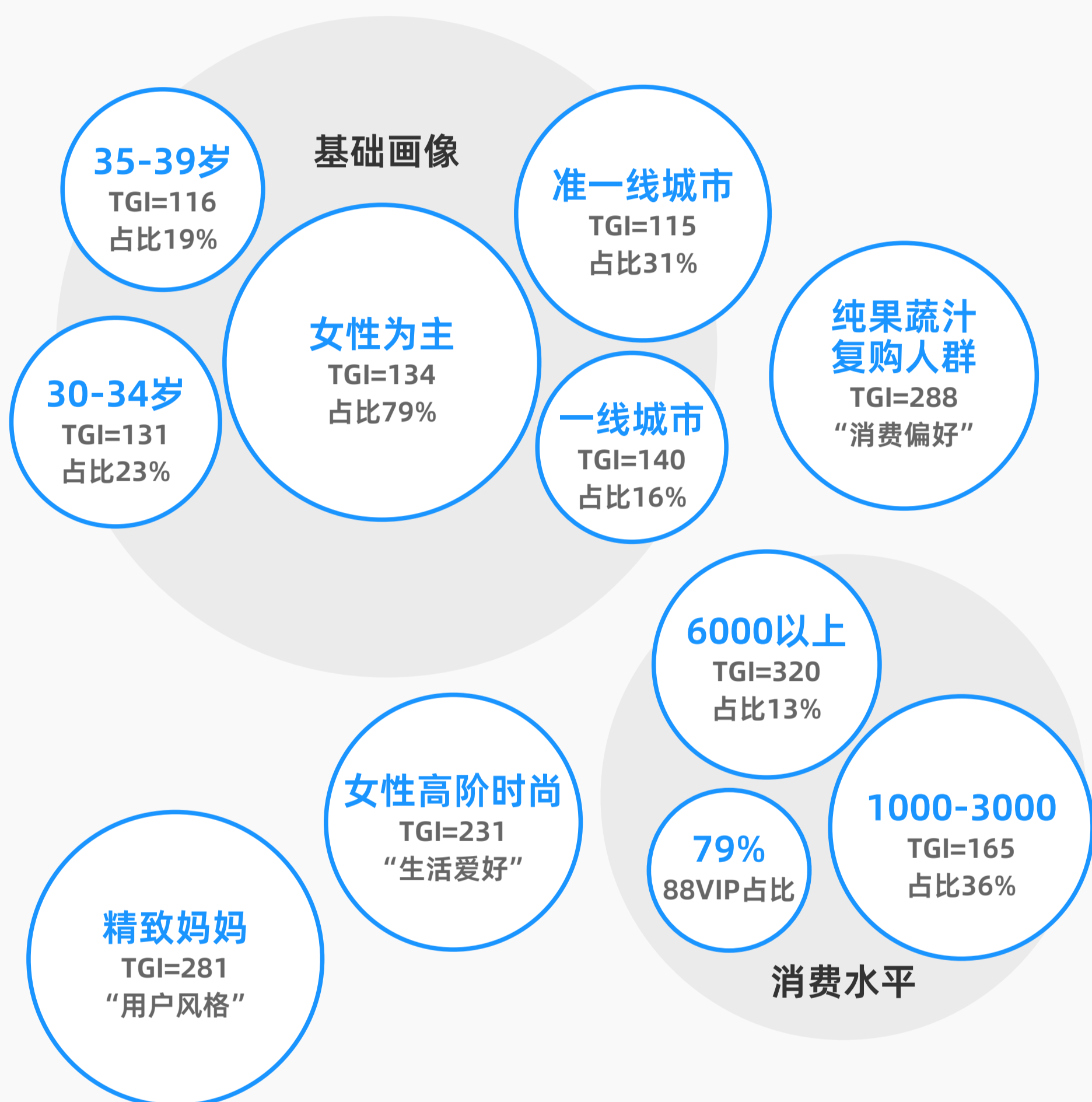
## 六大趋势场景洞察



# 基元养护族： 高阶时尚的家庭掌门人追求基础养护场景

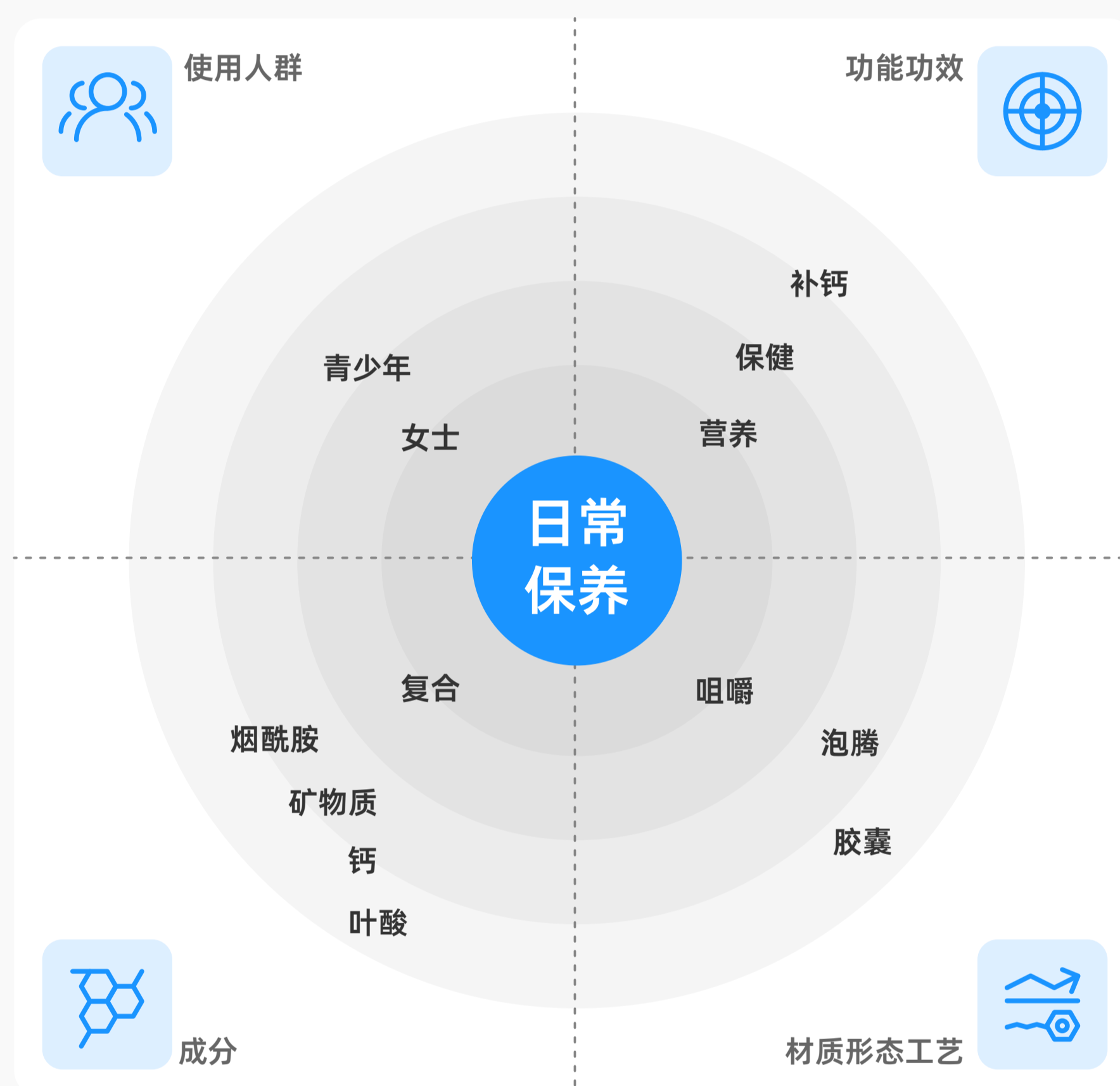
### 30-34岁的高阶时尚家庭掌门人

商品的购买者多为30-34岁的家庭掌门人，高度关注自身及家庭健康。她们追求高阶时尚，对于自然成分的果蔬汁有狂热爱好。



### 通过便捷的货品随时补充能量

食用者主要是她们和孩子，期望通过补充矿物质、钙等营养素来改善肌肤和身体状态；她们更喜欢咀嚼片、泡腾片等便携产品，快速满足忙碌生活中的即时需求。



### 日常偏好购买美妆产品和优质食品

她们注重由内而外的养护，不仅关注肌肤管理，追求利用科技创新产品带来更好的外在形象，同时也对入口的食品有较高的成分品质要求。

优质食品

美体养护

个人洗护

枣类制品

多功能皮肤美容仪

婴幼儿液态奶

私处洗液

### 追求高品质和效率的购物体验

她们期望在忙碌的生活中快速为自己和家人找到高品质、便捷的生活解决方案。好物保障的天猫IP和猜你喜欢满足他们对高品质和效率的购物需求。

基

础

养

护

天猫小黑盒

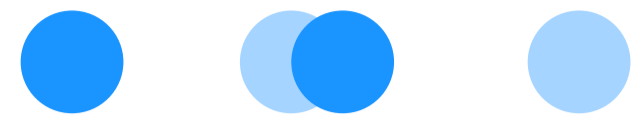
手淘购中  
猜你喜欢

超级品牌日

天猫超市

\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

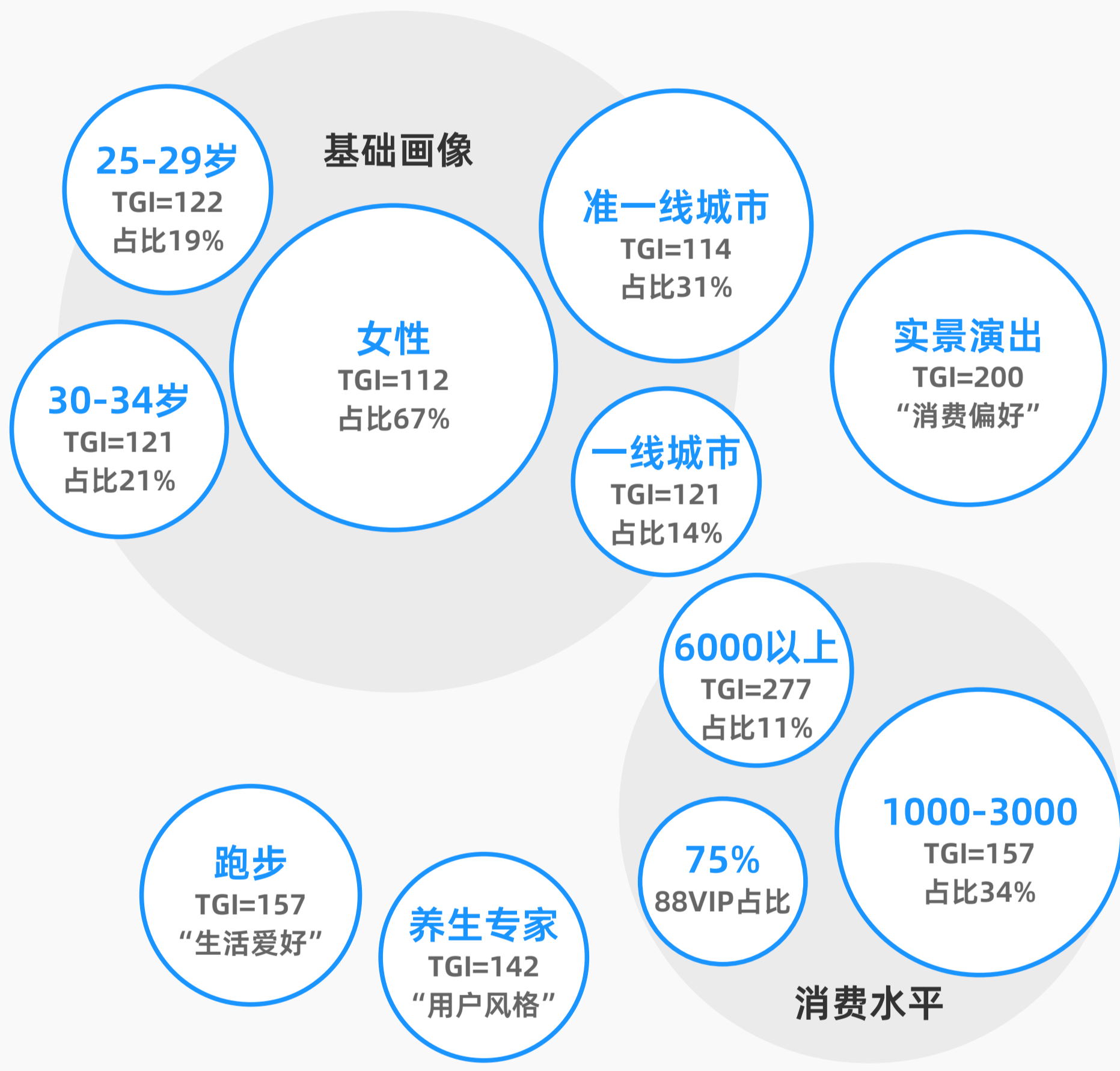
## 六大趋势场景洞察



# 免疫领航员： 喜爱养生的年轻女性追求免疫提升场景

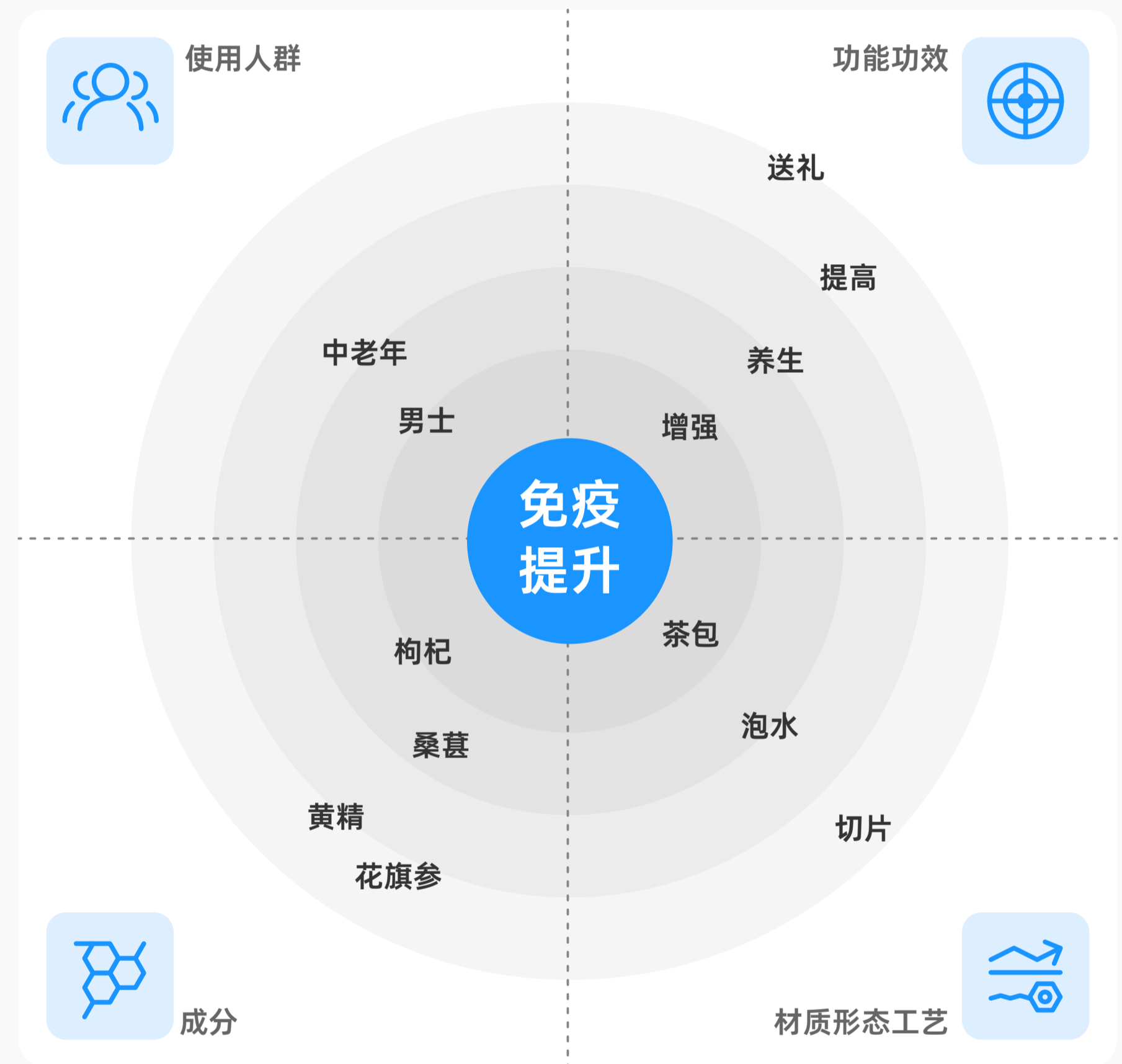
### 25-34岁的都市养生派年轻女性

商品的购买者多为25-34岁都市养生派年轻女性，她们热爱生活、注重健康；喜欢通过跑步等运动并借助文娱活动来平衡生活压力，强调身心的综合健康。



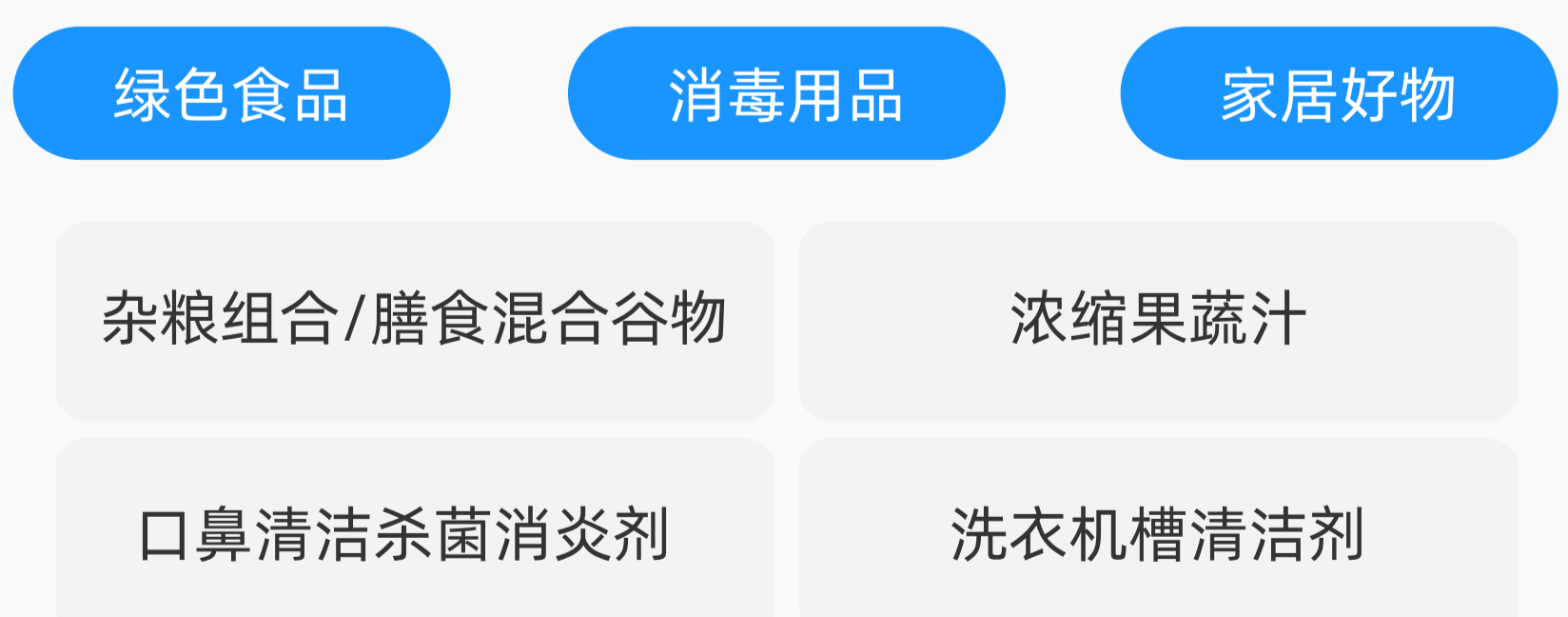
### 礼赠给伴侣和父母日常泡水喝

食用者多为女性的伴侣及父母，高品质养生茶和人参制品等提升日常免疫的商品会作为礼物被赠予，方便家人们可以用于日常泡水、泡茶。



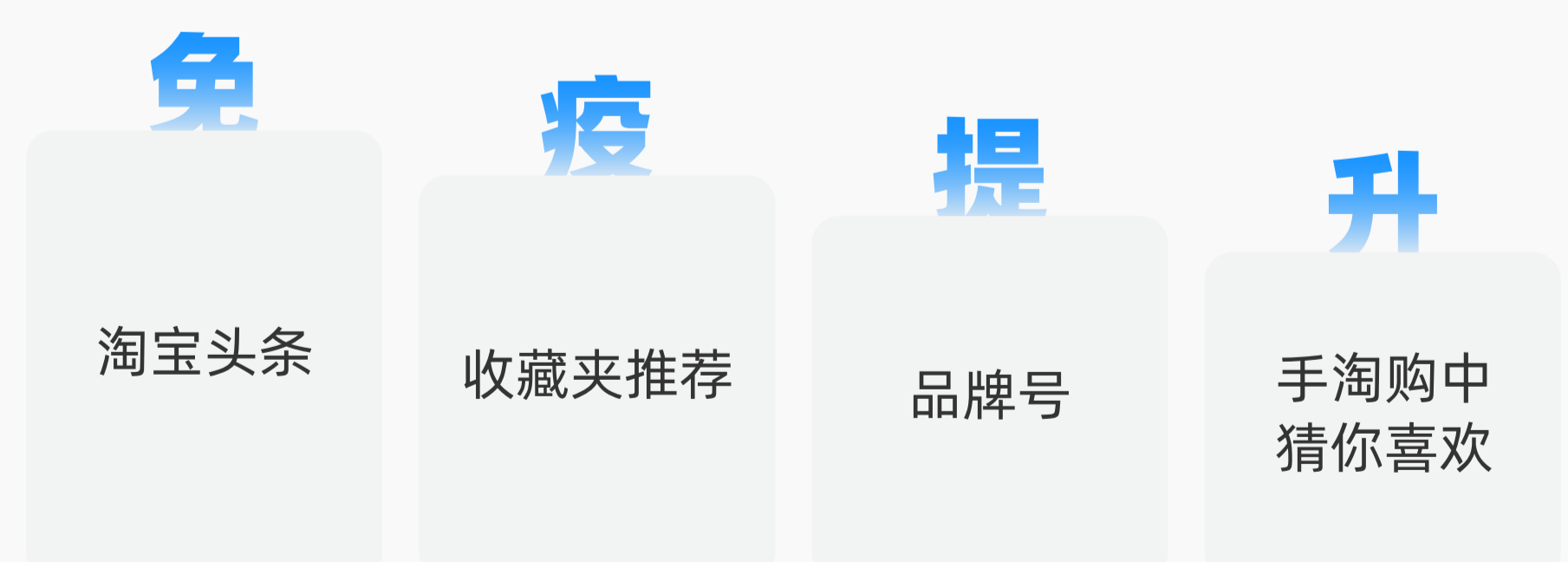
### 日常偏好购买绿色食品和清洁家居用品

她们关注个人养生和环境卫生，日常会通过购买环保的家居好物以及各类消费用品保持生活环境清洁，同时也对入口的绿色果蔬食品更喜爱。



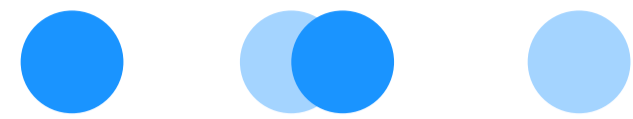
### 喜欢主动获取信息来获取购物灵感

积极使用淘宝头条主动获取时尚趋势、产品推荐和购物灵感，这些很好地满足了她们对信息获取和个性表达的需求。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

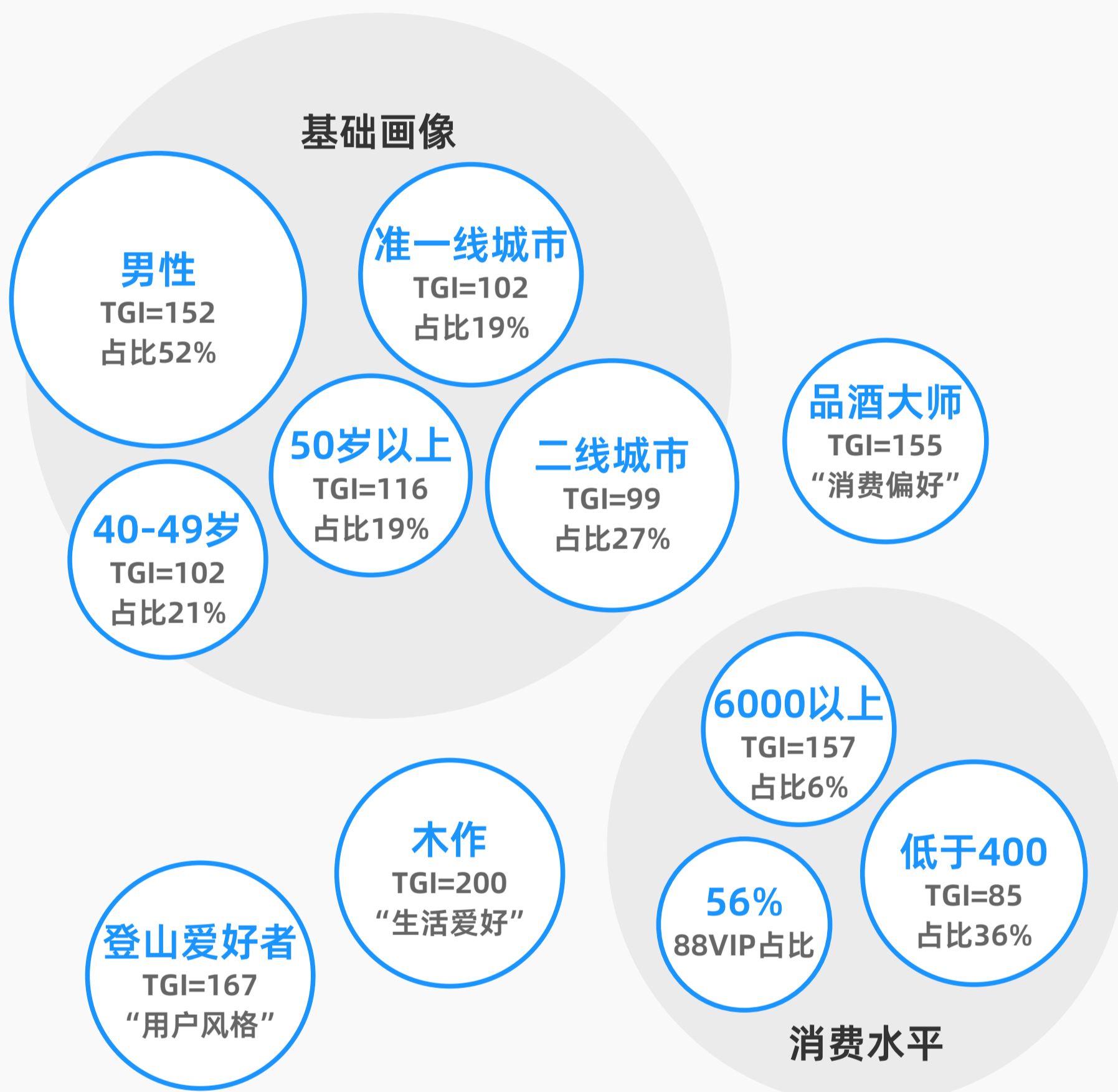
## 六大趋势场景洞察



# 亲密守护族： 中年潮流派男性追求两性健康场景

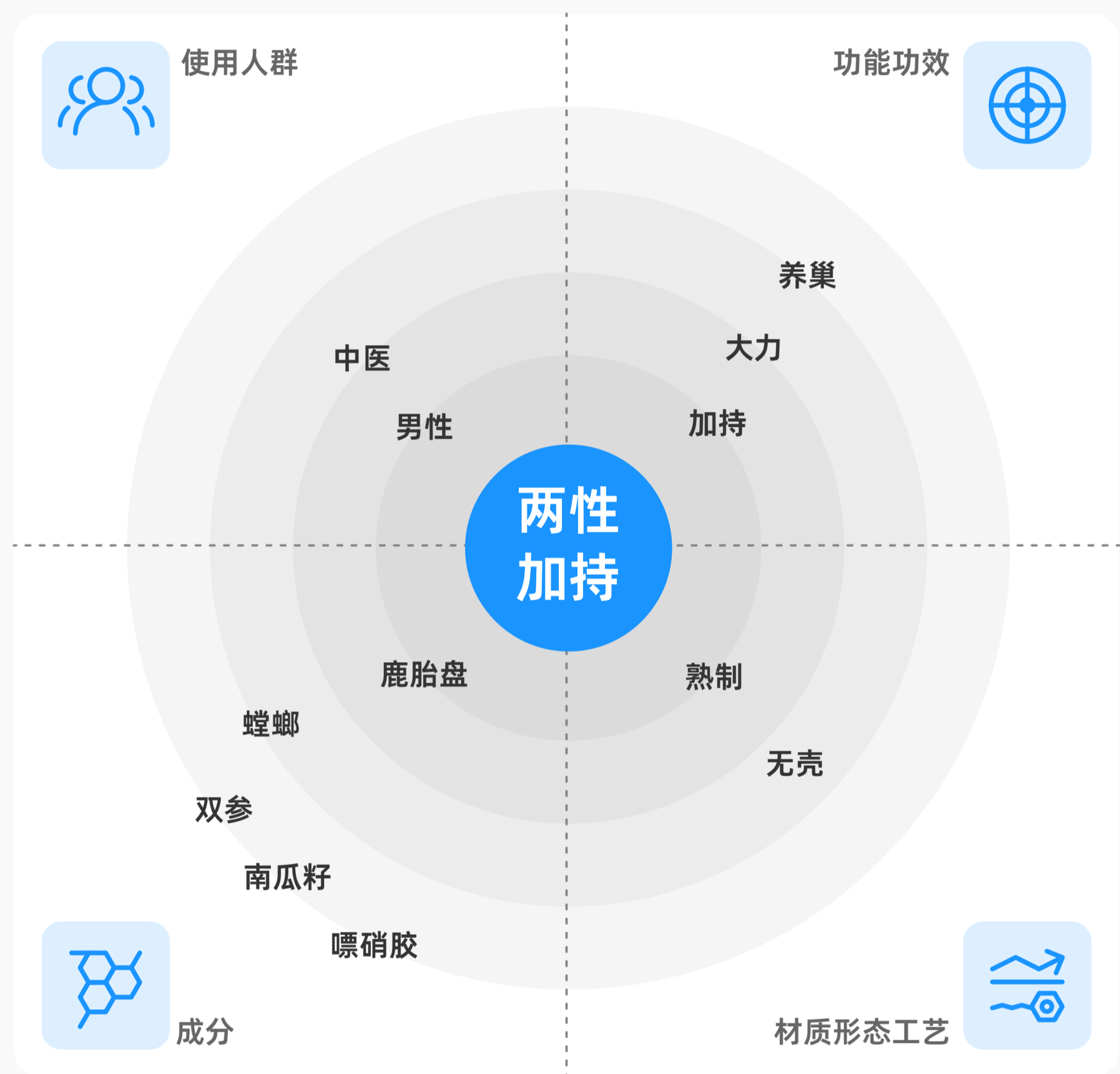
### 40岁以上的中年潮流派男性

商品的购买者多为40岁以上的中年潮流男性，他们大多居住在发达城市追求时尚新颖的生活方式，热爱登山、木作，并享受饮酒社交。



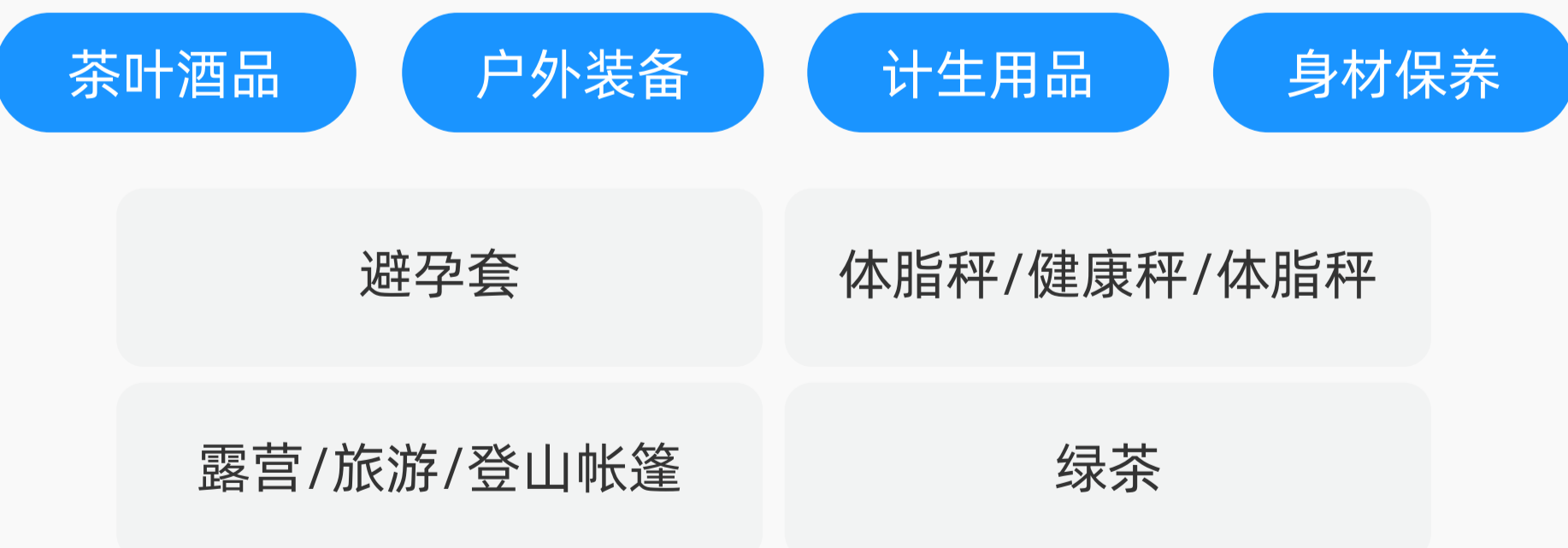
### 通过天然食品加强生理健康

他们追求高品质的亲密生活，日常喜欢通过鹿胎盘、蚕蛹、南瓜籽等天然滋补品加强生理健康，熟制和无壳产品是他们喜欢的产品形态。



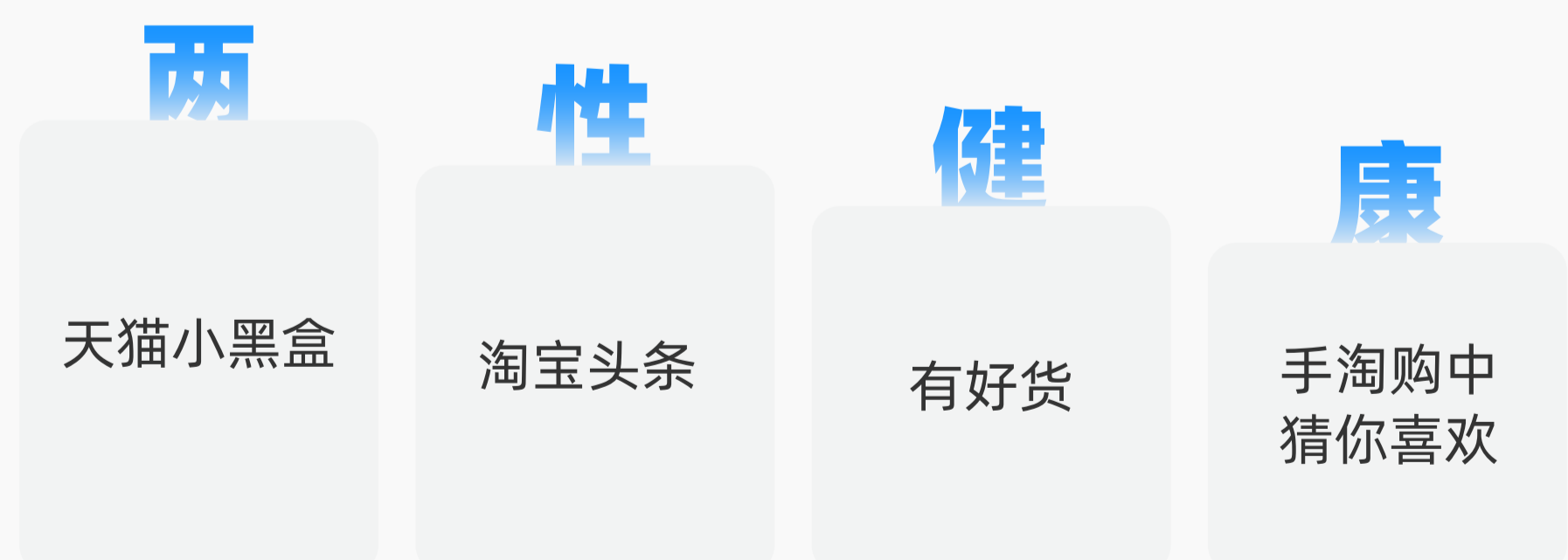
### 日常偏好购买户外装备和仪式感家居用品

他们不仅酷爱购买户外装备尽享自然乐趣，同时也通过各类家用电器提升居家品质感；在两性关系中，他们关注亲密关系的安全和舒适性。



### 对于新品猎奇并喜欢逛有好货

注重品质的他们，喜欢从小黑盒和淘宝头条获取新品信息；也喜爱从“有好货”平台获取实用且高品质的商品推荐。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

## | 六大趋势场景洞察

## 元气补给——身体充电，持续“续航”

精细化补给，让你的身体受到更直接地营养输送。

## 斛妈妈鲜石斛冻干粉

石斛就要鲜着喝



## 元气补给-免疫领航员

- 原材料有机 鲜石斛
- 冲着喝 不用熬
- 几秒还原一杯鲜石斛汁
- 低温锁鲜 专利技术
- 配料表只有霍山铁皮石斛



## 北京同仁堂肉苁蓉

蓬勃激活 男性滋养



## 元气补给-亲密守护者

- 内蒙核心产地出产
- 含多种营养成分，被誉为“沙漠人参”
- 北京同仁堂宁夏厂生产，严选好品质



## 老谷头元气四宝茶

老谷头元气四宝茶



## 元气补给-亲密守护者

- 整颗原料，手工挑选
- 补气润燥，好喝不上火



## 元气四宝茶

免煮茶包·黄芪党参麦冬西洋参



## 元气补给-亲密守护者

- 真材实料大颗粒
- 便捷茶包，免煮冲泡
- 60包60天量大份量



## 雅培全安素全营养配方粉

全营养 35种营养元素



## 元气补给-免疫领航员

- 全营养配方，一杯补充35种营养元素
- 3种优质蛋白，蛋白质含量达13g/杯
- 不添加乳糖和蔗糖，口感清爽，乳糖不耐受也能放心食用



## 善存小紫瓶女性多维片

22种女士定制营养



## 元气补给-基元养护族

- 每日1片补充22种关键营养，科学均衡配比，专为女性设计
- 蓝帽子标识服用更放心
- 24年天猫维生素V榜第1名



## 钙尔奇铂金装液体钙

真正把钙补进骨头里



## 元气补给-基元养护族

- 荣获液体钙好评榜TOP1，全球销量TOP1钙补充剂品牌
- 含高达36ugMK-7型VK2，真正把钙补入骨头里
- 三重营养复配，促进钙质吸收



## 红桃K生血剂

8倍补气血 养出好气色

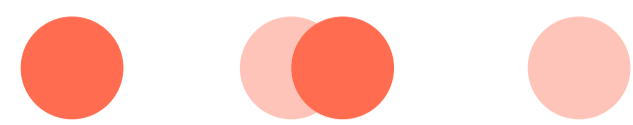


## 元气补给-基元养护族

- 31年国货老品牌，专注人类血健康理念，连续多年中国市场占有率第一名
- 成分卟啉铁获得诺贝尔奖项，有机铁无任何副反应，所有人群均可服用



## 六大趋势场景洞察



## 趋势场景② 家庭养护——养护ing, 守护plus

家是港湾，健康是船。守护全家健康，就是守护全家幸福。健康养生，一家老小齐上阵。



## 关节健康 活络筋骨族

40岁以上的都市银发女性

|        |      |
|--------|------|
| 钙铁锌/钙镁 | +3*% |
| 氨糖软骨素  | +1*% |



## 呼吸系统 清肺畅享者

30-34岁的品质之家决策人

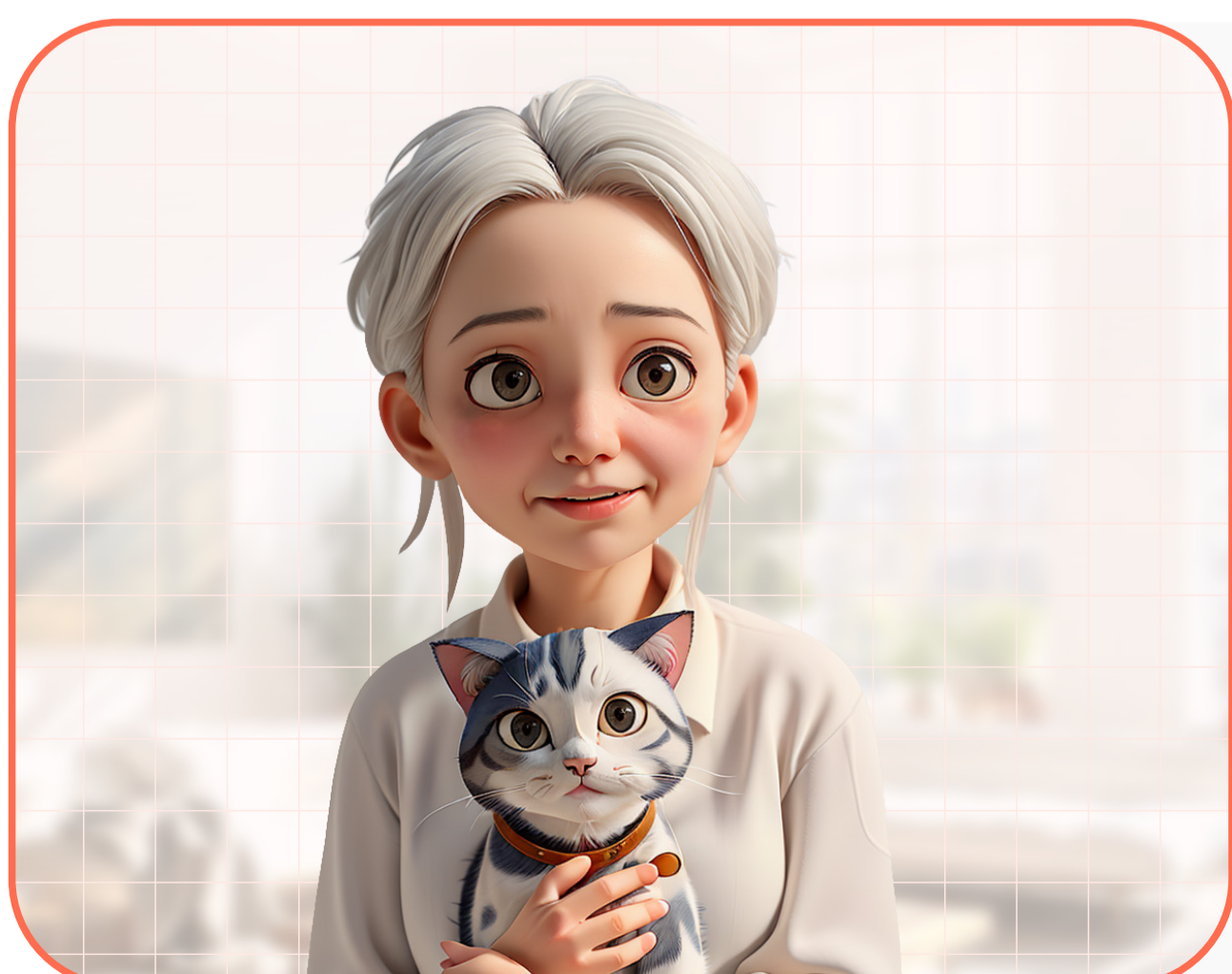
|     |       |
|-----|-------|
| 金银花 | +1**% |
| 红景天 | +7*%  |



## 心脑血管 心脑血管活力派

25-29岁追求新奇特的青年

|           |       |
|-----------|-------|
| EPA鱼油     | +4*%  |
| PQQ/吡咯喹啉醌 | +2**% |



## 糖尿病管理 糖控达人族

50岁以上追求科学生活方式的中老年人群

|        |       |
|--------|-------|
| 血糖调理食品 | +1**% |
| 尿酸调理食品 | +3*%  |

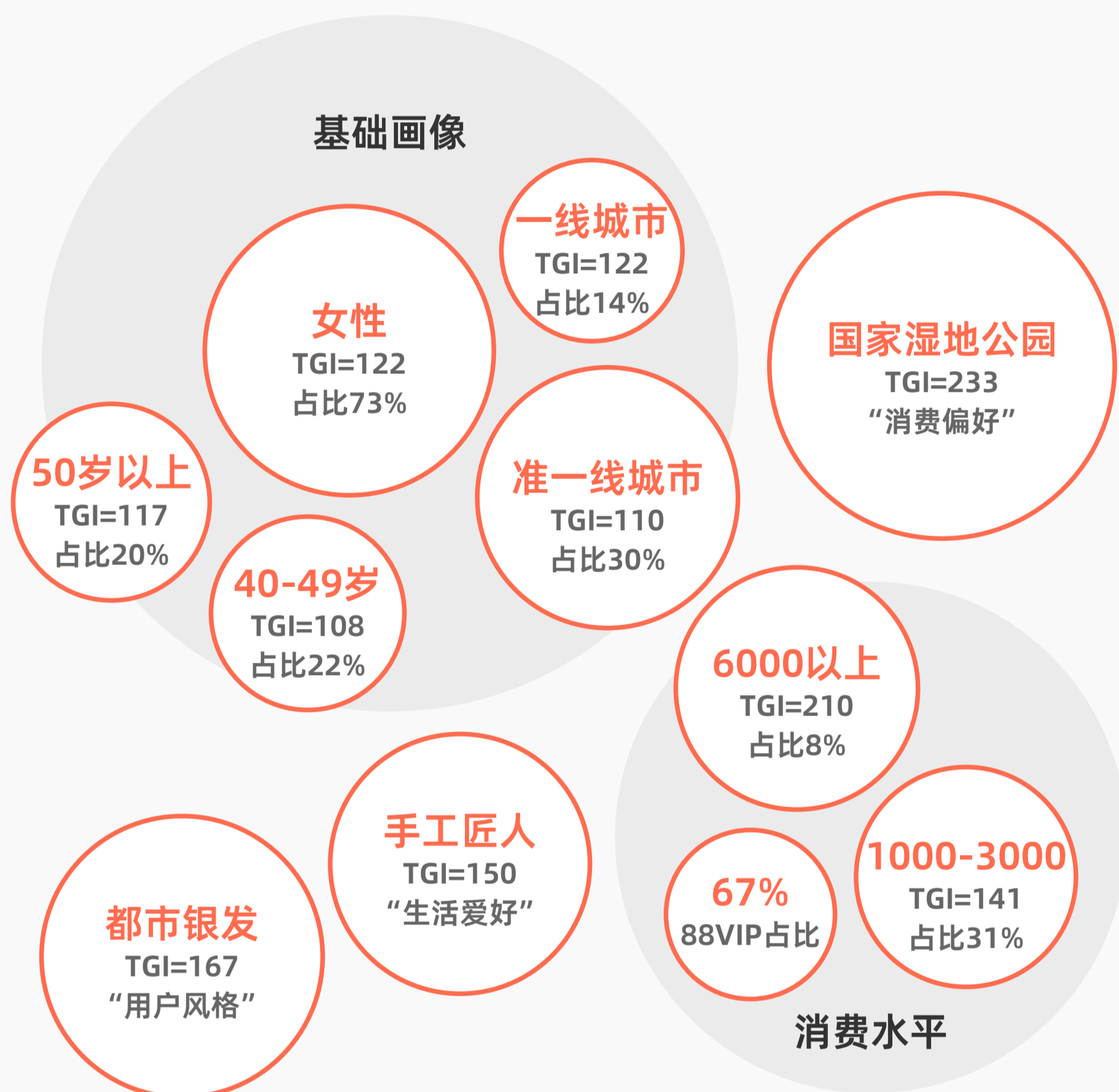
## 六大趋势场景洞察



# 活络筋骨族： 畅享舒适的都市银发追求关节健康场景

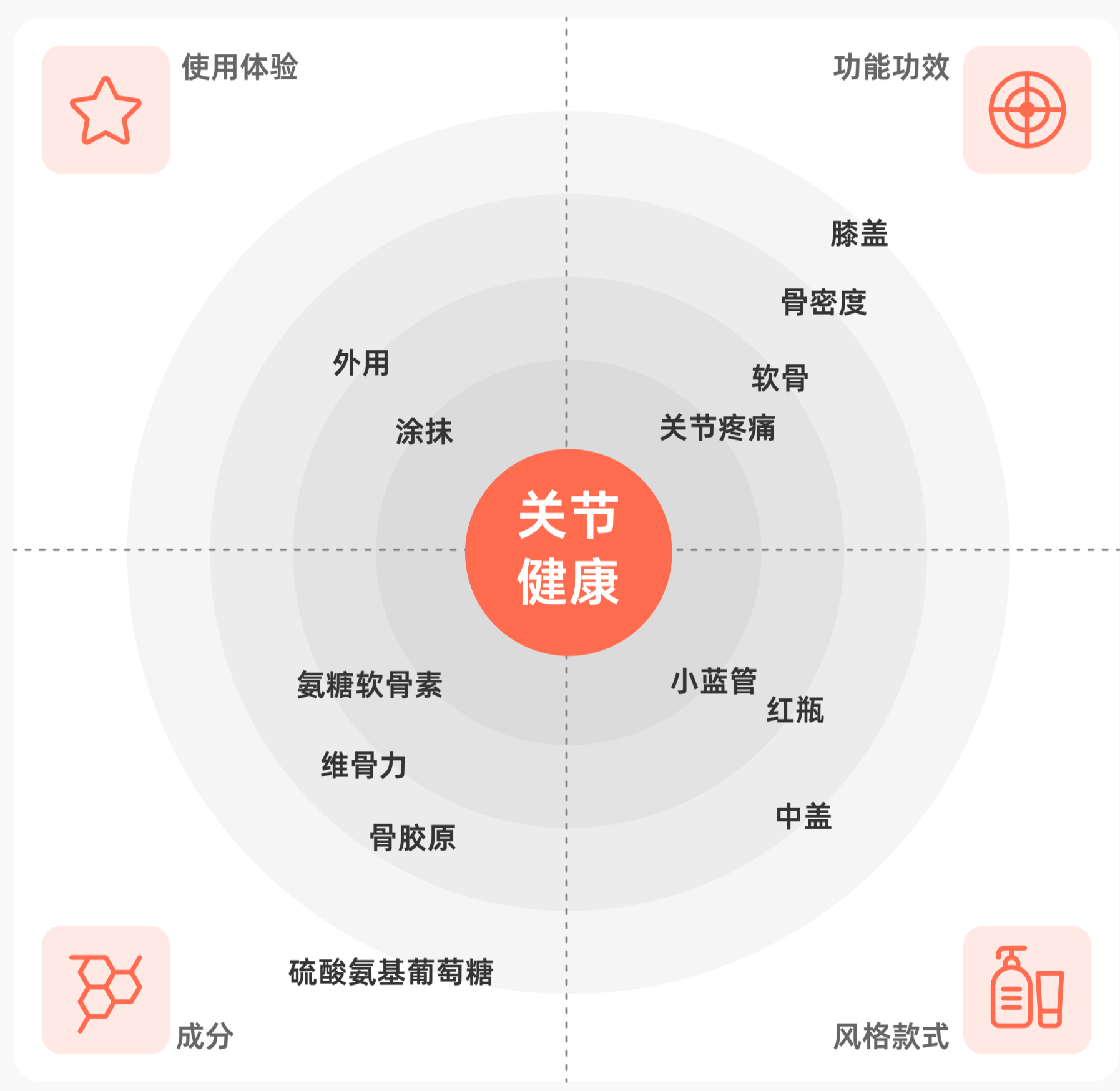
### 50岁以上的都市银发女性

商品的购买者多为中老年都市银发女性，她们追求舒适体验，经常出行自然景观并且热衷于手工艺和自然疗法养生。



### 喜欢通过外用涂抹产品保护关节

使用者非常注重软组织保护，同时也希望通过外用和涂抹的产品来缓解因为年龄增长而带来的关节疼痛，氨糖软骨素等成分备受青睐。



### 日常偏好购买膝盖保护产品及各类膏药

他们偏好通过护膝进行物理支撑为关节提供长期的保护减轻关节负担延缓退化过程；同时结合传统中医药与现代疗法快速缓解风湿疼痛带来的不适。



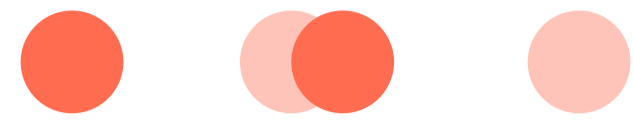
### 喜欢选择熟悉和有信任度的品牌

相对年长的她们倾向于选择熟悉和信赖的品牌，追求品质和安全；因此，对品牌号所提供的信息和推荐往往更加信任。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

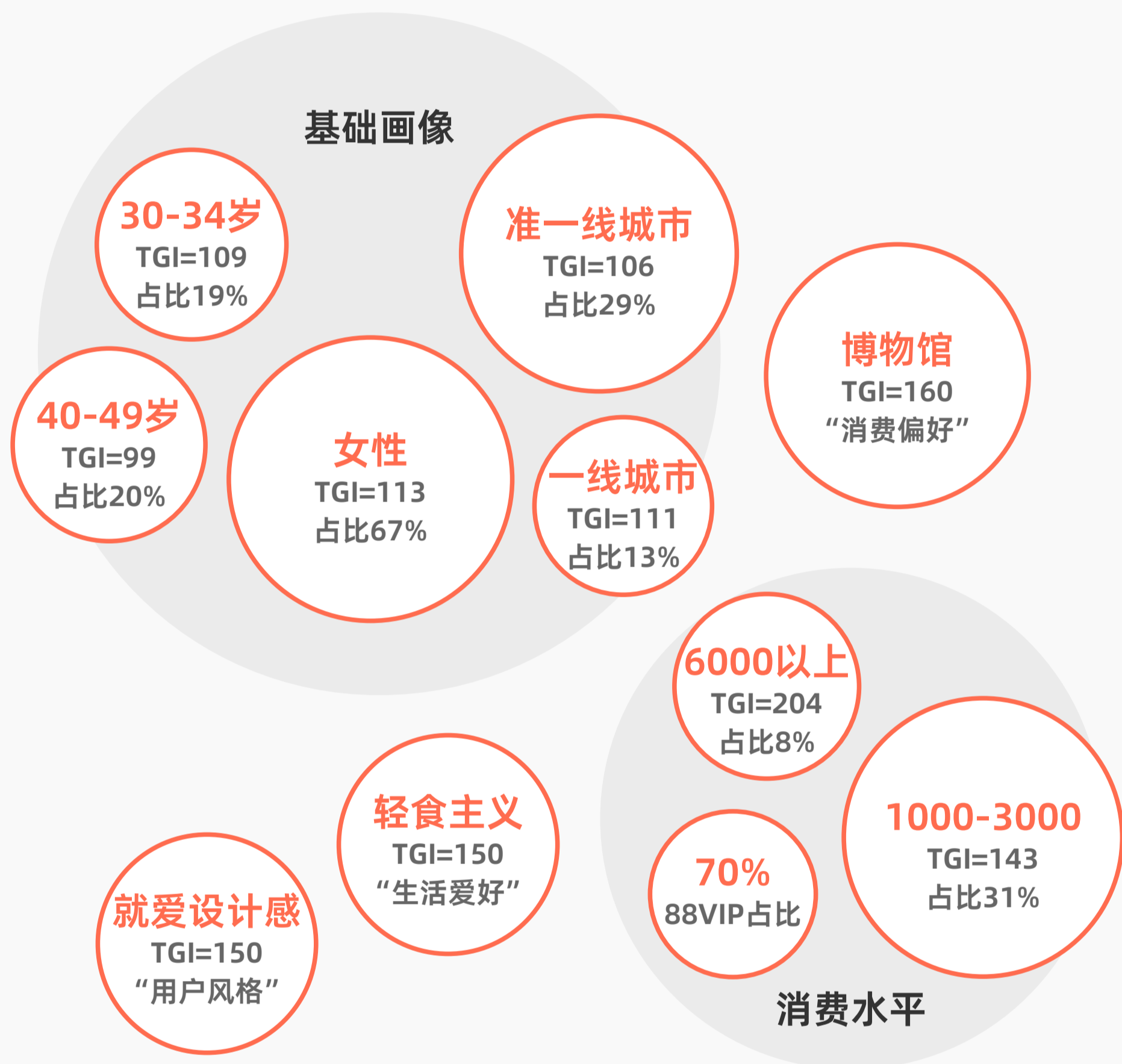
## 六大趋势场景洞察



# 清肺畅享族： 品质之家的决策人追求呼吸系统场景

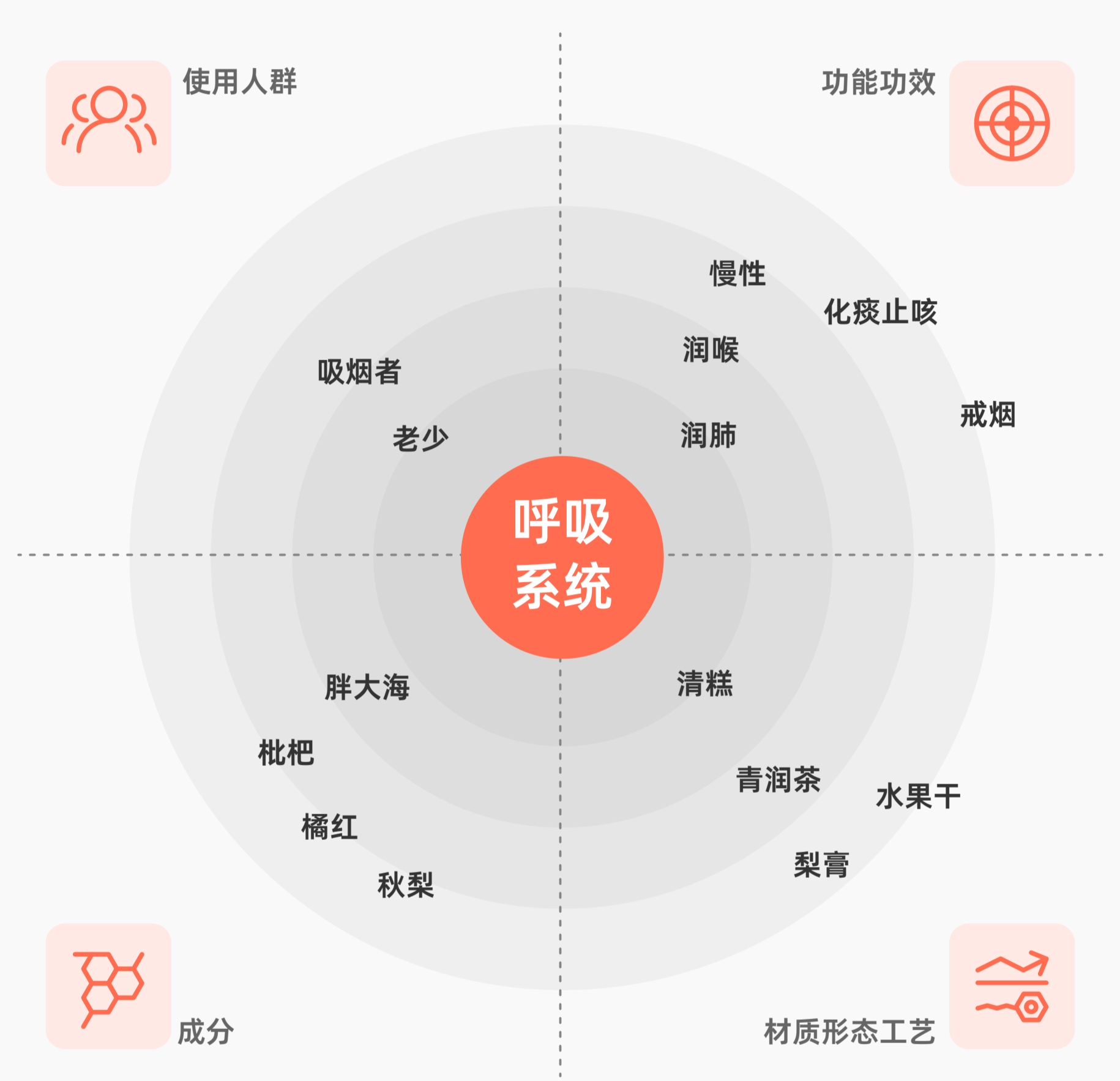
### 30-34岁的品质之家决策人

商品的购买者多为品质之家决策人，她们期望有更好的生活品质，喜欢设计感强的物品，常去博物馆等文化气息浓厚的场所，轻食主义者。



### 喜欢给家人购买润肺产品

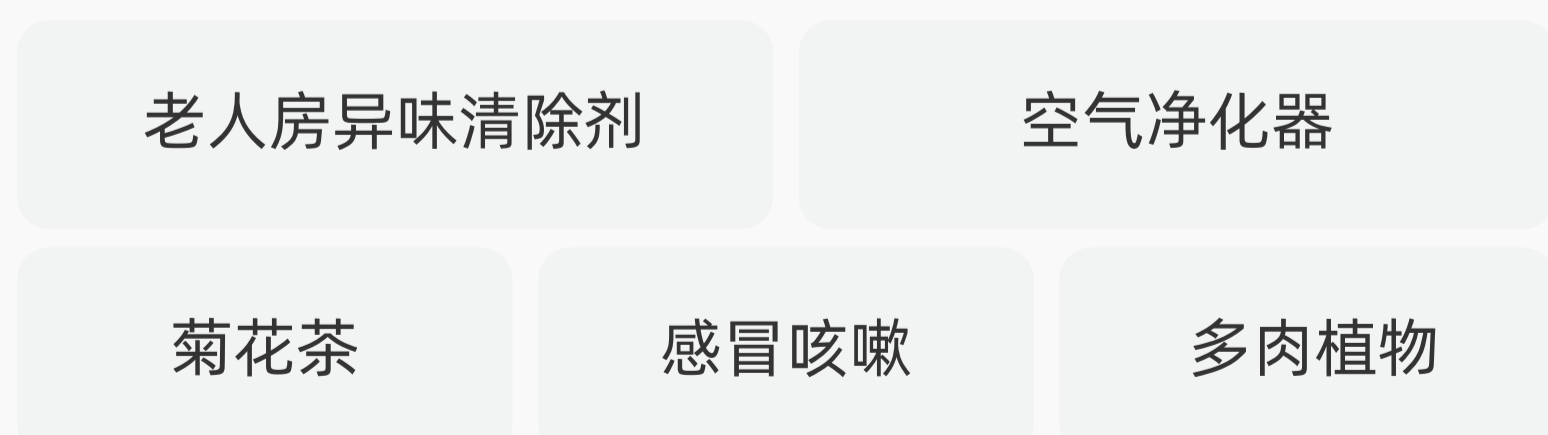
她们会采买含有清肺成分的产品，通常会选择润肺茶、梨膏等更好入口的产品给到家人例如父母、孩子和吸烟的丈夫，帮助他们润肺止咳保护呼吸系统。



### 日常偏好购买空气净化仪器和室内植物

她们注重维护家庭卫生环境，通过异味清洁剂、绿植等家居好物改善室内空气质量，并通过空调清洁剂进一步清理电器卫生、常备养生茶和OTC药物，以此预防呼吸系统疾病发生。

洗鼻器 OTC药品 空气清新剂 除尘类清洁工具 菊花茶



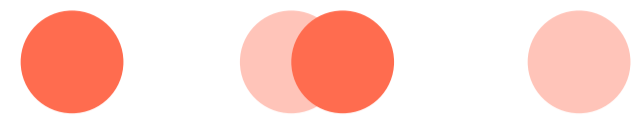
### 既爱好货又爱低价好货

喜爱设计潮流的她们对时尚趋势和个性表达十分敏感，倾向于通过淘宝头条获取最新资讯，同时也喜爱淘低价好货。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

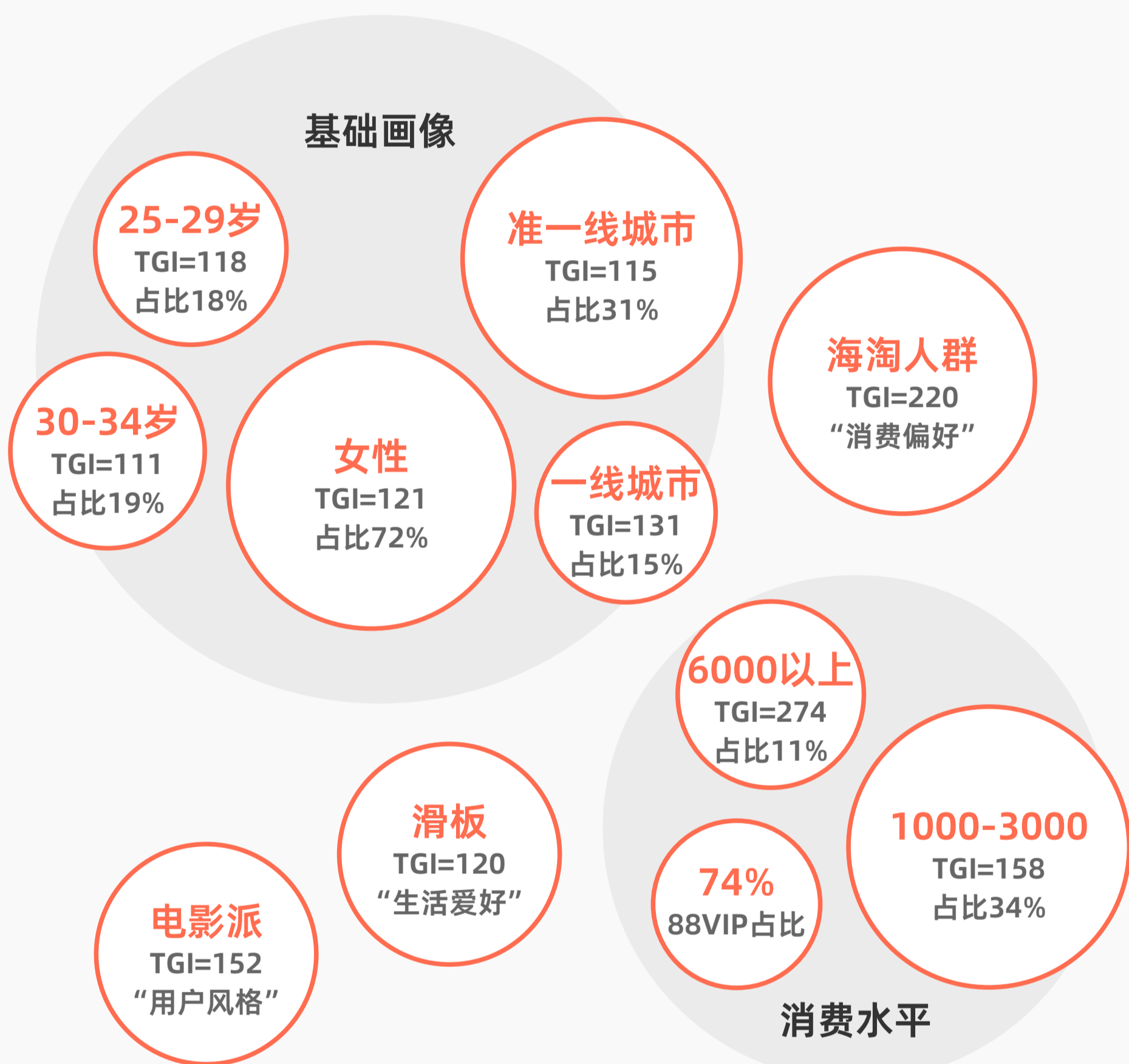
## 六大趋势场景洞察



# 心脑血管活力派： 备考的新奇青年们追求心脑血管场景

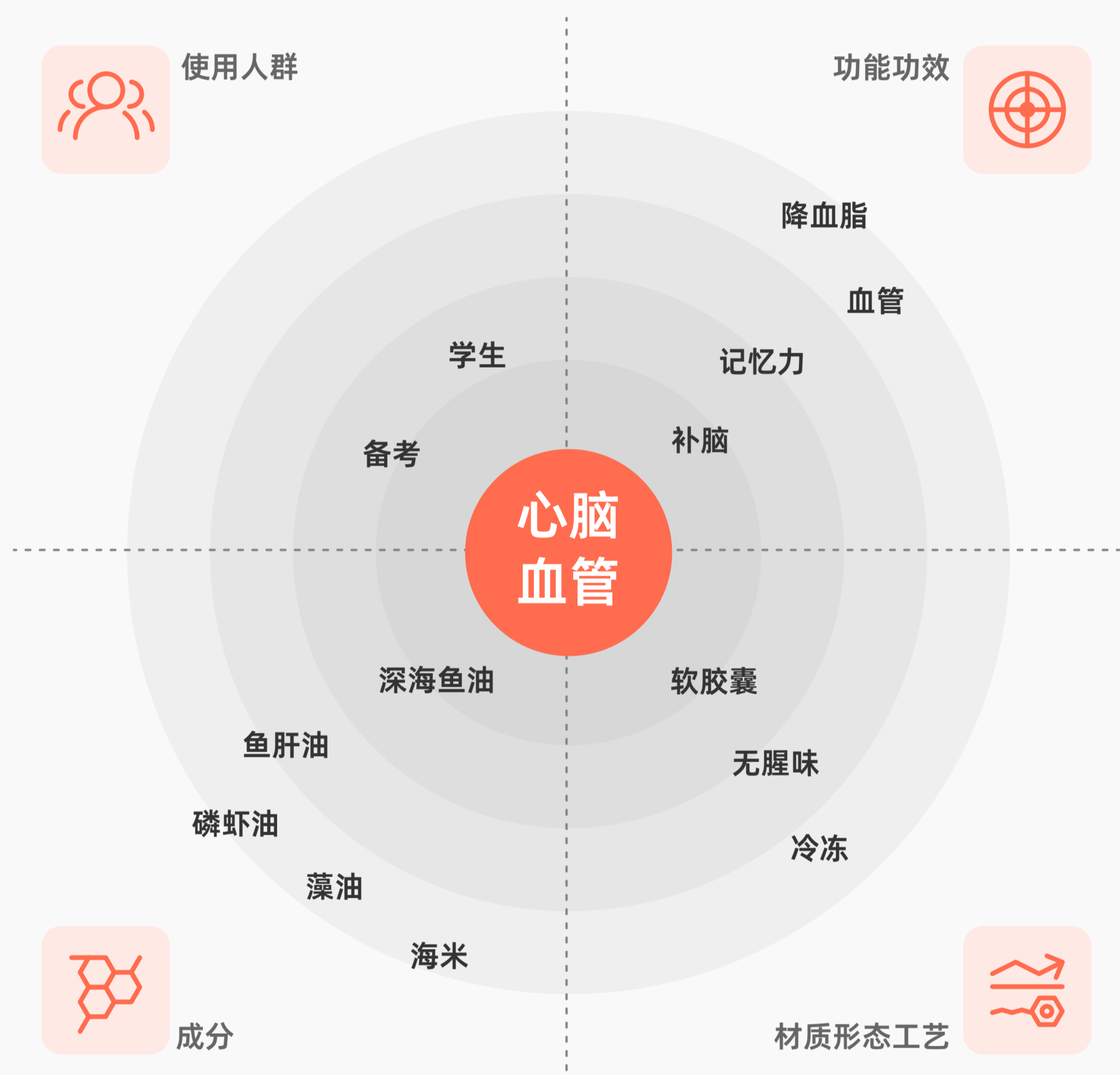
### 25-29岁追求新奇特的青年

商品的购买者多为新奇特爱好者青年，她们追求活力和时尚的生活方式；喜欢追求潮流运动、沉迷电影，同时也喜欢海淘购物。



### 在备考场景下希望通过胶囊加强记忆

消费群体大多还是在读学生或者在积极备考各类证书，通过心脑血管产品辅助备考、学习，来帮助自己增强记忆，方便易食的低腥味软胶囊是她们喜爱的产品形态。



### 日常偏好购买舒缓衣物和放松小零食

她们在备考之余喜欢吃优质富含微量元素的小零食和坚果来促进记忆力的提升，同时还喜欢通过汗蒸等休闲方式让自己得到身心的放松。

放松小零食

备考文具

舒缓衣物

鱼鳞刨

榛子

汗蒸服

鱼鳞刨

文具盒

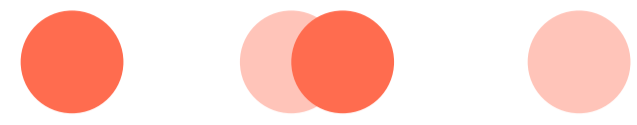
### 追求品质、专业、个性化的购物体验

偏重品质的他们更倾向于选择可靠品牌，并希望有专属的客服为她们提供更有品质的服务，获取到更专业的建议、更透明的信息和个性化服务。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

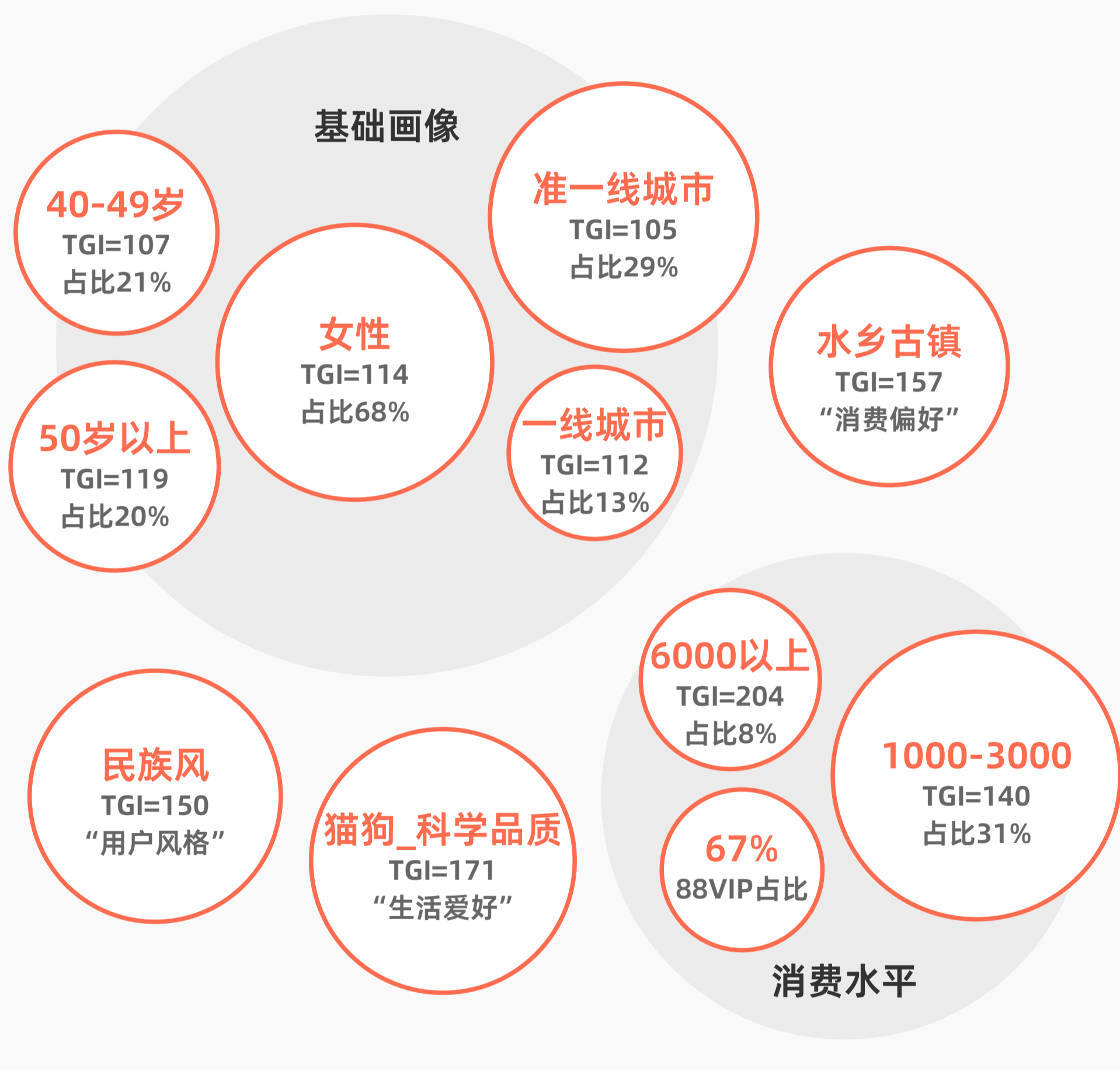
## 六大趋势场景洞察



# 糖控达人族： 科学生活的中老年追求糖尿病管理场景

### 50岁以上追求科学生活的中老年人群

商品的购买者多为中老年，他们对古镇和民族风情有独钟；同时很多人养了猫狗宠物并对猫狗追求科学的喂养方式。



### 对自己也是科学便捷地控糖和降血糖

他们非常关注降糖和胰岛素管理，喜欢天然植物成分的产品；期望通过像茶干片等便捷的产品来实现日常控糖管理。



### 偏好购买医疗器械和猫狗保健品

他们日常会注重自己的牙齿健康，并在家储备完善的医疗器械来预防和缓解自己的基础疾病提升生活质量；同时也会给猫狗进行科学的精细化喂养，给它们购买宠物保健品。

猫狗营养膏 家用医疗器械 脱敏类药品 膏药敷料

养生杯/养生壶/煎药壶

医疗保健

猫狗通用营养膏

牙齿防龋/脱敏类

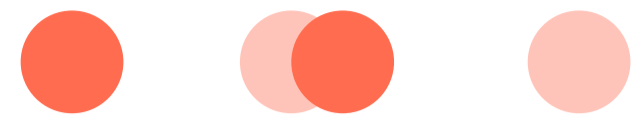
### 追求便捷、高效、系统的购物体验

作为注重科学品质生活的中老年人群，他们喜欢便捷高效的系统推荐以及专属客服服务来帮助他们完成科学养生、科学养宠的目标，从而提升生活品质。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

## | 六大趋势场景洞察



## 家庭养护——养护ing, 守护plus

给予长辈足够的关爱和全方面的爱护，抵抗衰老的关键是储备足够的健康值。

## 金银花柚子汁

跟火气说拜拜

金豆芽



家庭养护-清肺畅享者

- 配料干净，适合小朋友喝
- 开袋即饮，方便携带
- 0脂0糖低钠低卡更健康

## 康美红景天饮片

补气清肺、益智养心

康美药业



家庭养护-清肺畅享者

- 明代李时珍《本草纲目》记载“红景天，本经上品，祛邪恶气，补诸不足”是“已知补益药中所罕见”

## 聚和泰麦冬

产地好货 颗粒饱满 一粒顶多粒

聚和泰



家庭养护-清肺畅享者

- 产地好货 颗粒饱满
- 一粒顶多粒 无熏无硫

## 海渔之宝®鱼油软胶囊

高纯度EPA 专注血脂管理

汤臣倍健



家庭养护-心脑血管活力派

- EPA含量越高，越有助于呵护血管健康
- 高纯度96%EPA，全链路管理甘油三酯
- 6倍高浓缩EPA含量
- 迷你小颗粒，更易吞服

## 健力多氨糖软骨素

氨糖软骨素/骨胶原行业连续4年NO.1

健力多



家庭养护-活络筋骨族

- 添加中华草本，汉方成分护关节，为国人专研
- 5合1科学配方，软硬骨同补
- 蓝帽子审批，功效有认证

## VIK金标400南极磷虾油

14倍鱼油净透力/中国磷虾油销量NO.1

VIK



家庭养护-心脑血管活力派

- 鱼油升级，磷虾油来自南极，纯净无重金属污染
- 海洋磷脂型结构的omega3，98%细胞级吸收率，14倍鱼油净透力

## | 六大趋势场景洞察



## 趋势场景③ 职场修复——带薪养生，效率双赢

健康归位，满血复活。身体健康，精力充沛才能更好应对工作。职场人通过调节各身体器官的健康运转，达到更好的状态，以实现高效的工作和社交。

眼部保健  
眼明心亮族

30-39岁追求高水准生活的职场辣妈

|              |       |
|--------------|-------|
| 虾青素          | +3**% |
| 叶黄素/蓝莓/越橘提取物 | +1*%  |

肠道消化  
肠通气顺族

30-34岁的职场潮乐追求者

|     |      |
|-----|------|
| 益生菌 | +1*% |
| 鸡内金 | +2*% |

肝脏护理  
健肝守护侠

25-29岁的年轻职场精英

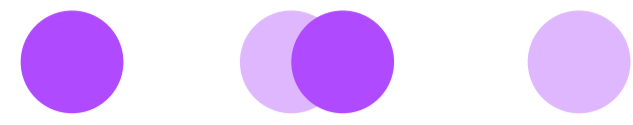
|        |        |
|--------|--------|
| 护肝保健食品 | +1***% |
| 蓟类     | +2*%   |

情绪健康  
心悦调节师

35-49岁追求身心平静的资深白领

|           |        |
|-----------|--------|
| 茶多酚/茶族    | +1***% |
| PS/磷脂酰丝氨酸 | +5*%   |

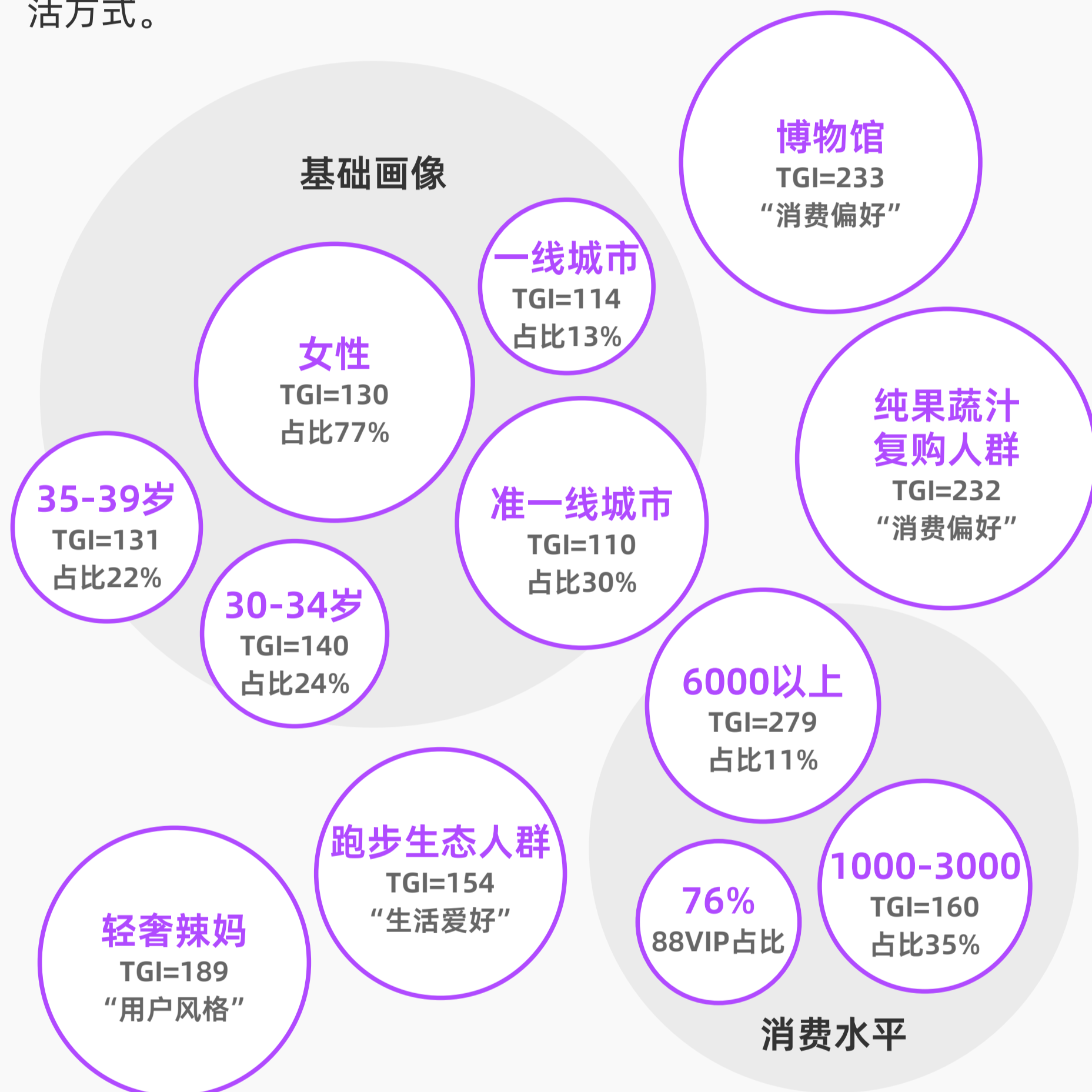
## 六大趋势场景洞察



# 眼明心亮族： 小资生活的职场辣妈追求眼部保健场景

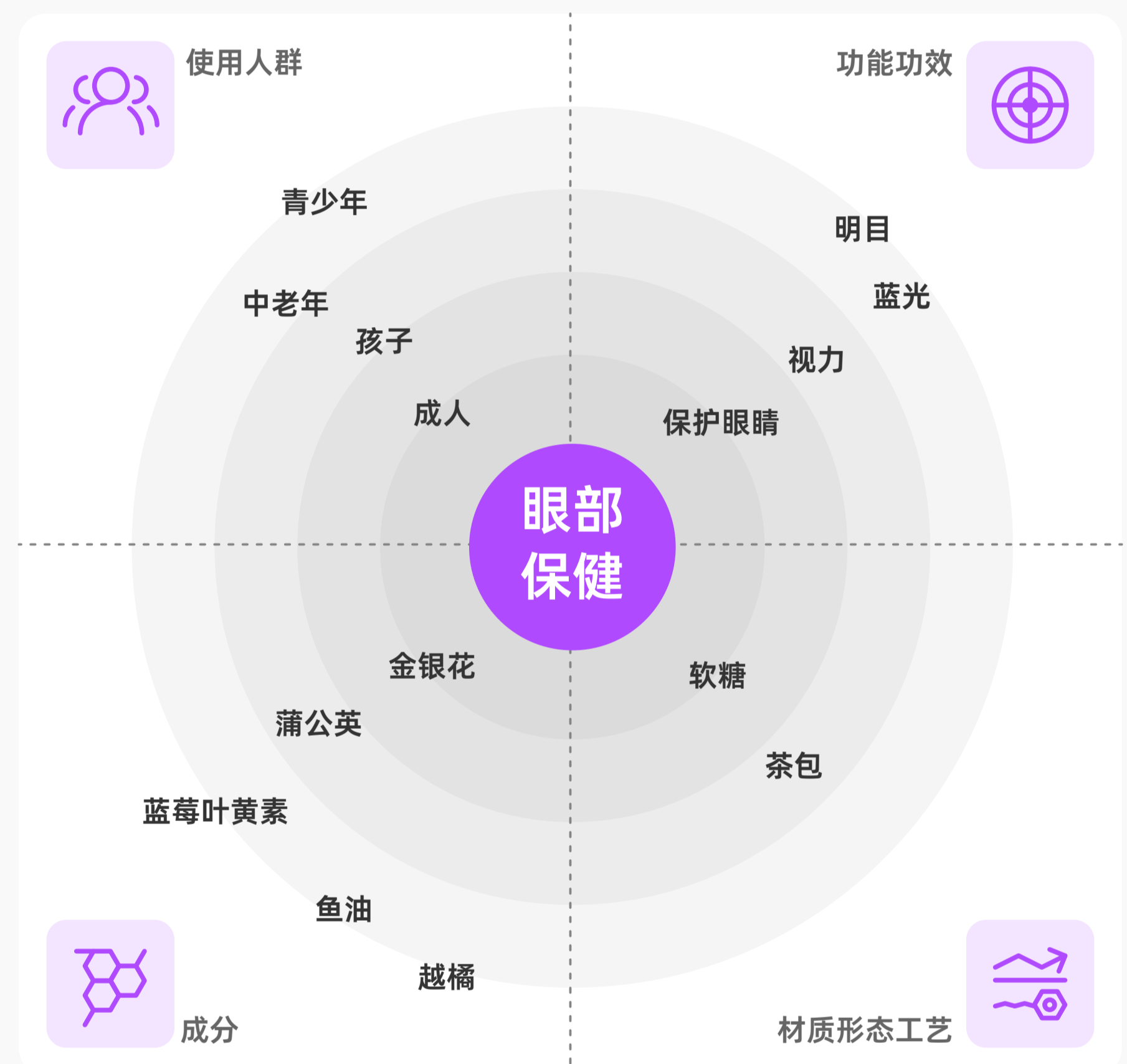
### 30-39岁追求高水准生活的职场辣妈

商品的购买者多为30-39岁具备高消费能力的职场辣妈，她们是生活方式爱好者，热衷于跑步和逛博物馆，追求精致而健康的生活方式。



### 重视全家老小的用眼健康

她们关注全家人的眼部健康，蓝莓、叶黄素和鱼油等成分成为她们保护全家老小视力和缓解眼部疲劳的热门选择。



### 偏好购买护眼产品和护眼果蔬食品

她们通过护眼灯、防蓝光手机膜等物理护眼产品让眼睛得到保护，同时也认可胡萝卜、奇异果等富含维生素A和抗氧化的优质食品对视力健康的积极影响。

优质食品 电子原件 休闲服饰 个人护眼 个人洗护

- 舒适休闲运动鞋
- 蓝牙耳机
- 滴眼液/护眼用品
- 植萃卸妆
- 萝卜/胡萝卜

### 追求快速、一站式购物体验

她们倾向于手淘购中猜你喜欢个性化推荐，不仅节省时间，还满足了她们对个性化服务的期待，提升了整体购物满意度。

- 眼部保健
- 手淘购中猜你喜欢
- 超级品牌日
- 天猫超市
- 微淘

\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

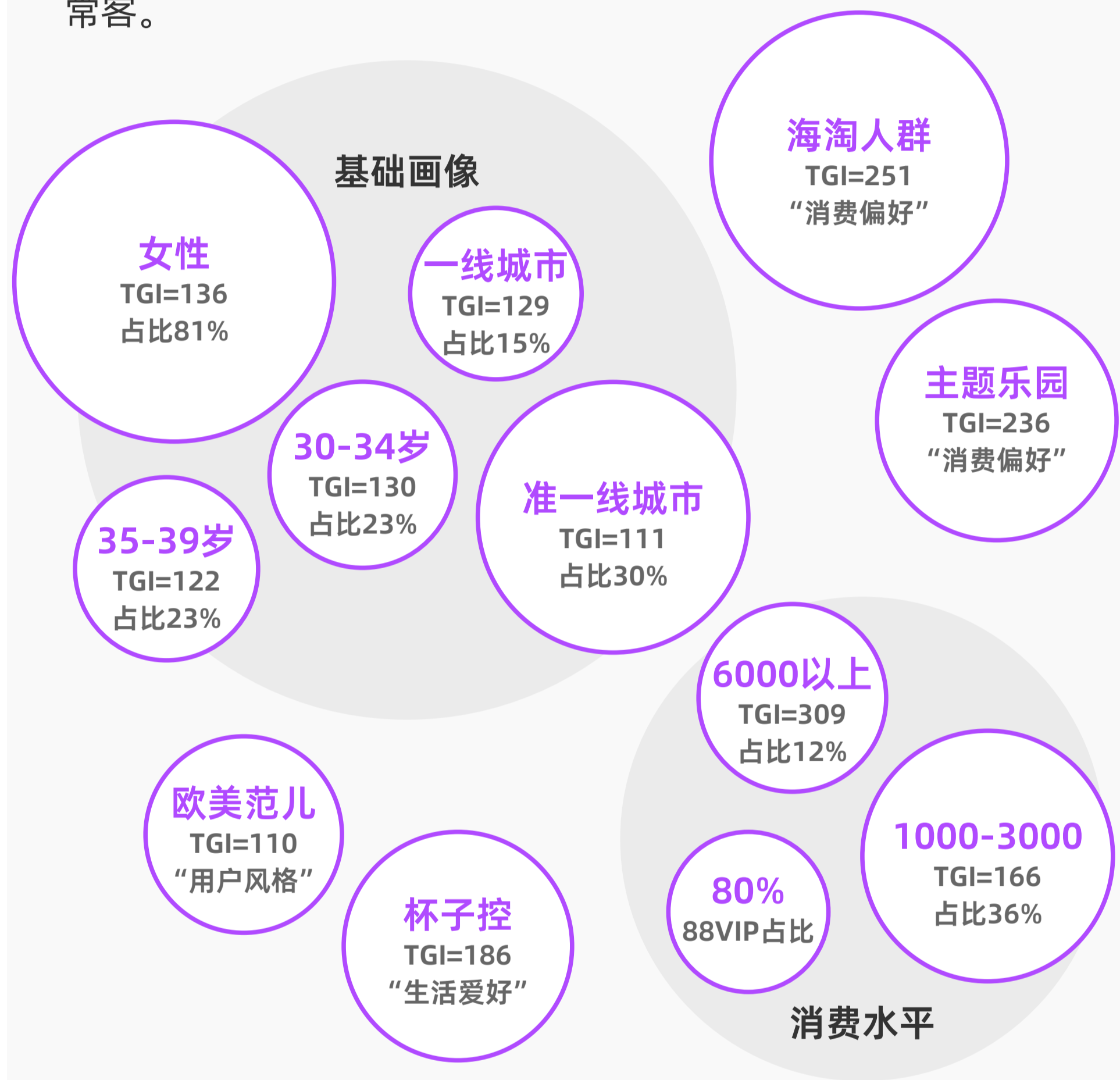
## 六大趋势场景洞察



# 肠通气顺族： 悦享生活的职场人追求肠道消化场景

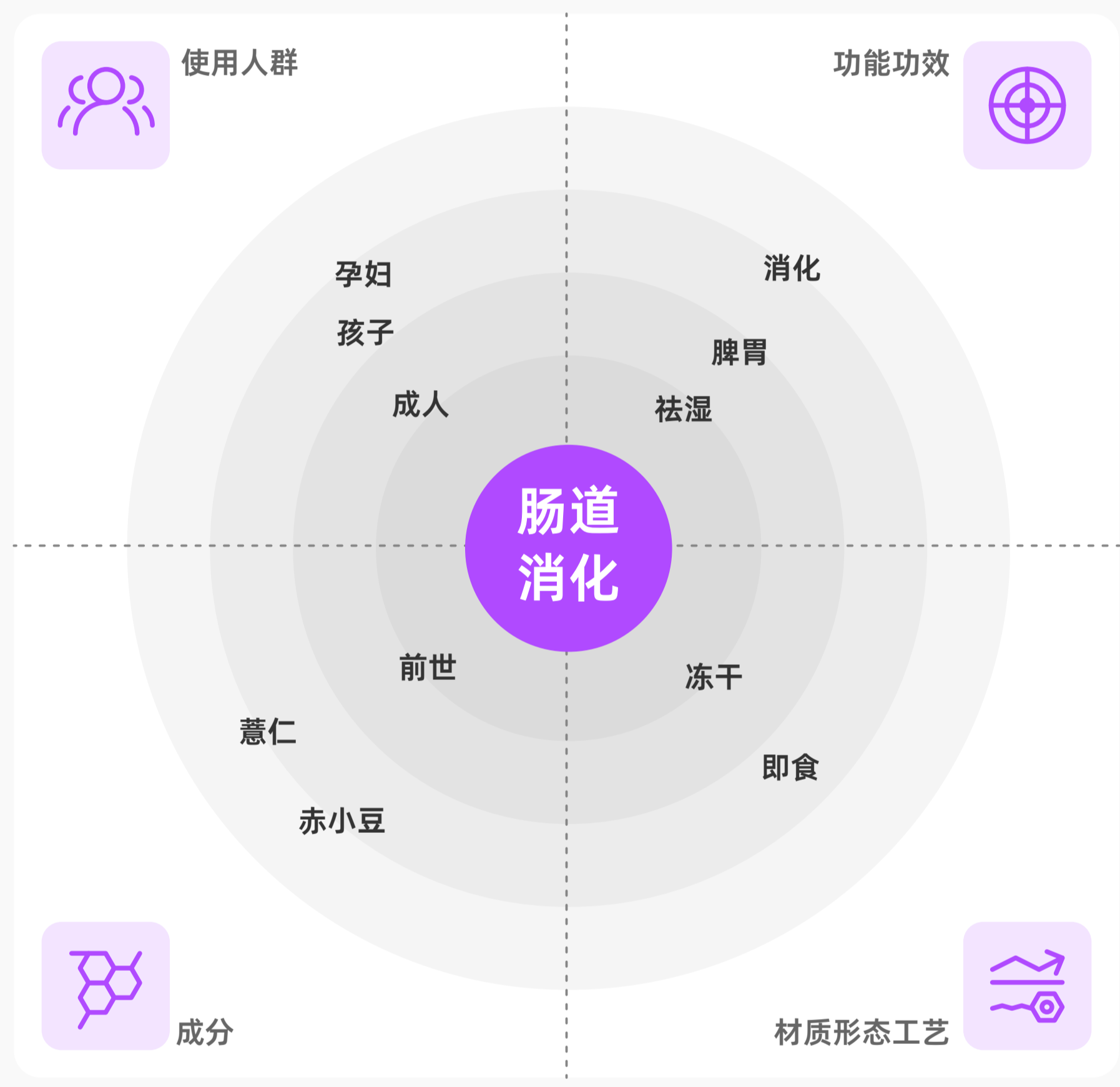
### 30-34岁的职场潮乐追求者

商品的购买者多为一线城市的潮乐追求者，他们在积极工作的同时，也热衷于收藏精美杯子和海淘优质商品，同时也是主题乐园的常客。



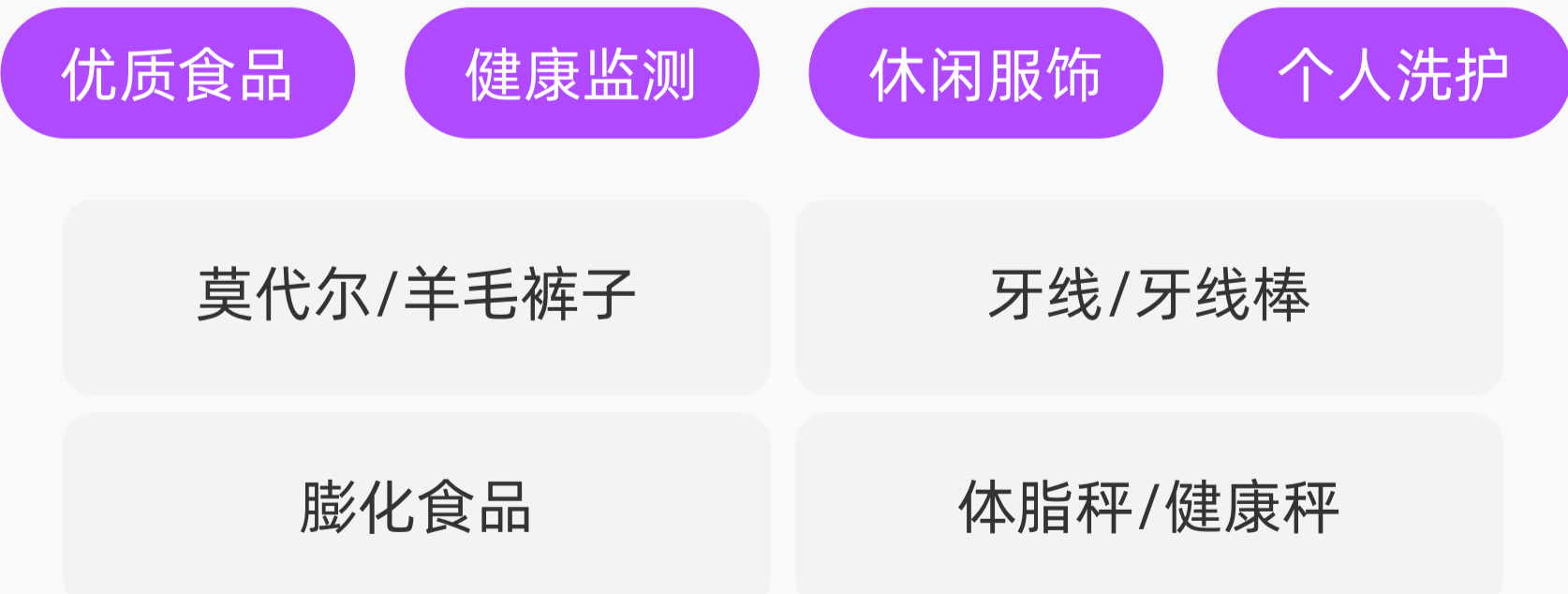
### 追求便利性与营养价值的平衡

忙于工作，经常会饮食不规律，导致受到肠胃不适的困扰，他们倾向于选择以芡实、薏仁等便利型药食同源成分食品来促进肠道消化和祛湿。



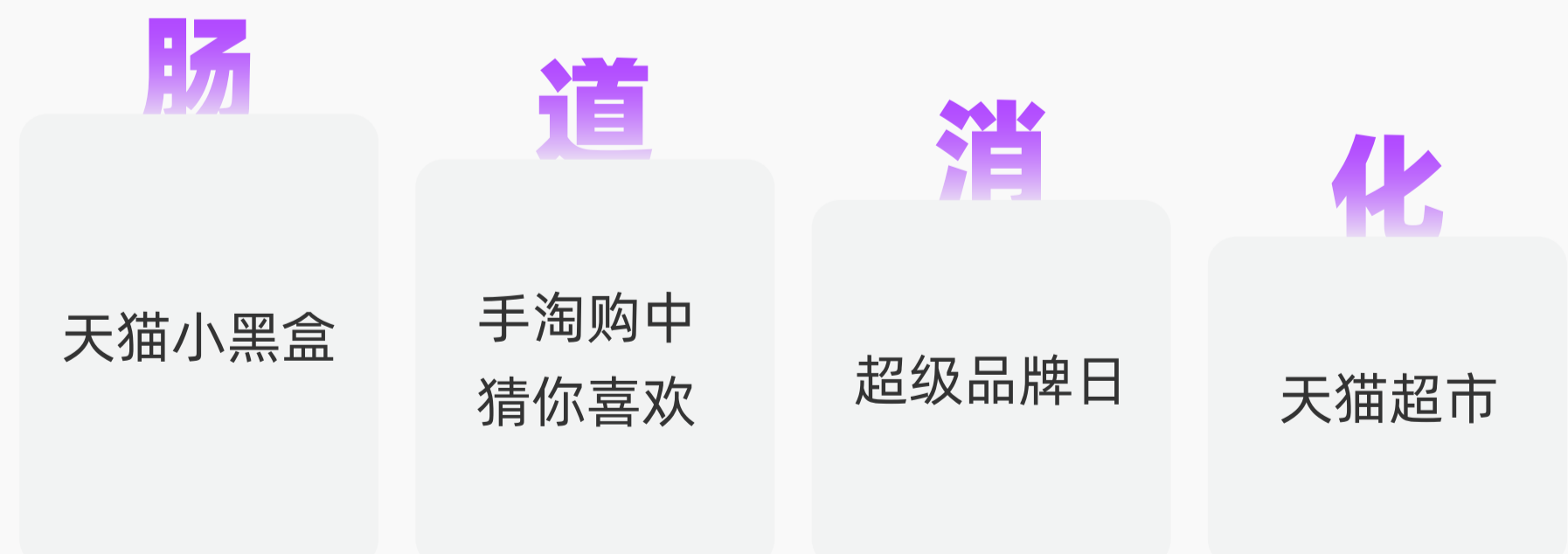
### 偏好购买口腔用品和休闲零食

她们重视肠道护理，虽然爱吃零食但是也很注重体重管理并且对自己的口腔皮肤护理很在意，尽可能的保持基础的个人卫生。同时，通过穿舒适衣物来让肠胃状态更好。



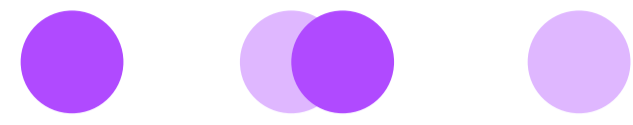
### 追求独特、有趣的购物体验

她们在购物时追求独特性与趣味性的心理需求，关注限量版和独家商品，以满足对新颖和个性化消费的追求。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

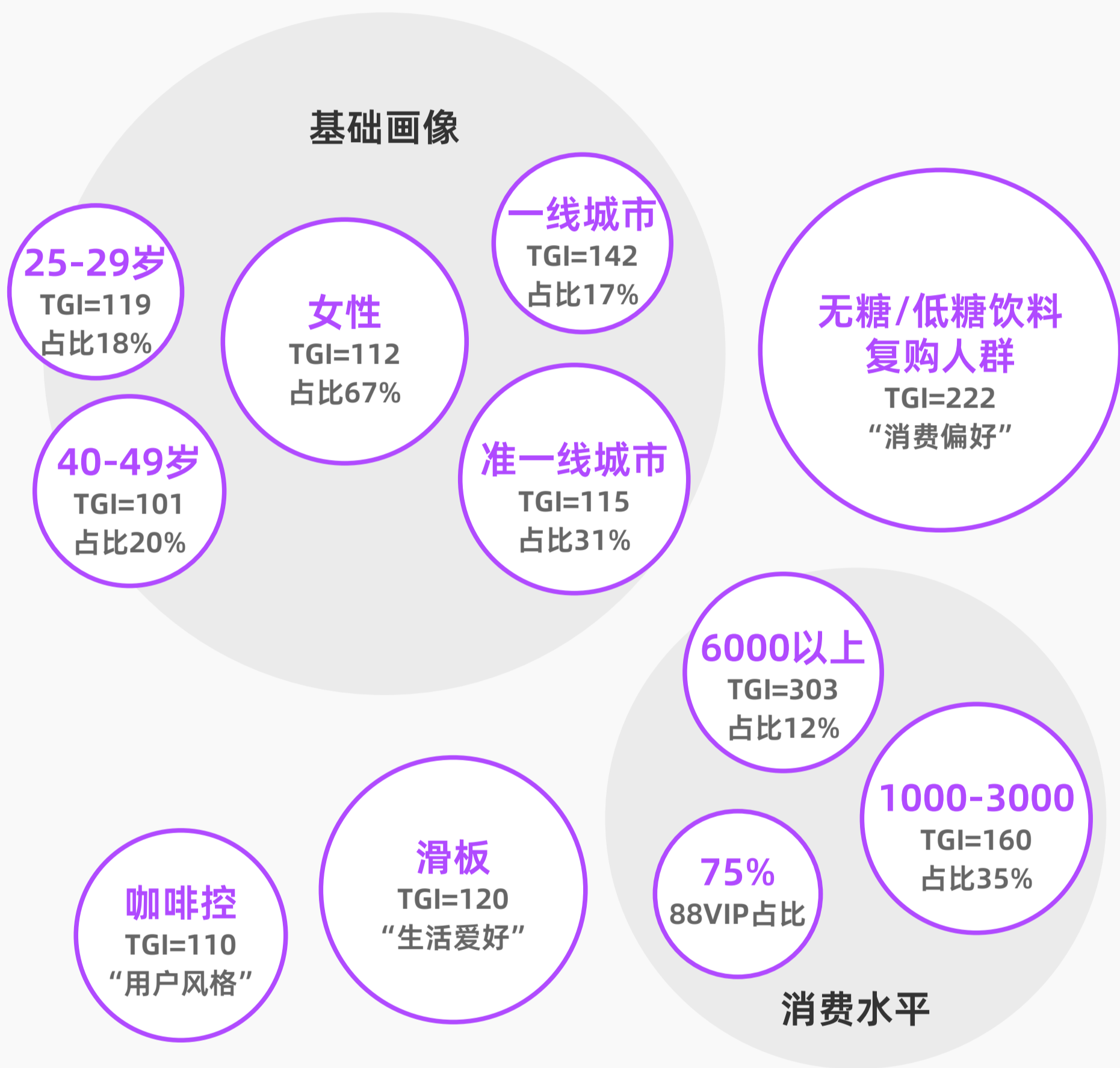
## 六大趋势场景洞察



# 健肝守护侠： 高压运转的职场精英追求肝脏护理场景

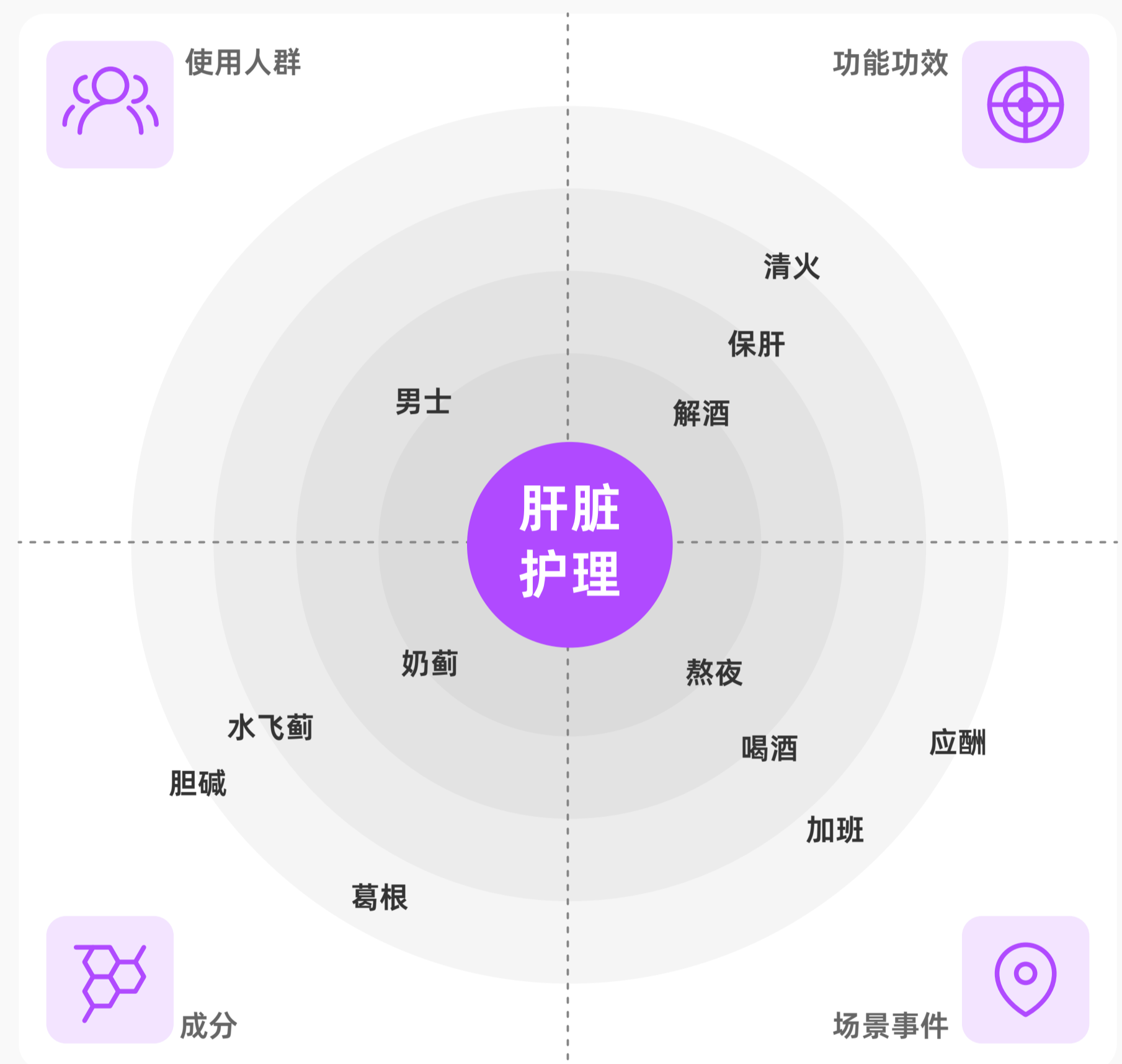
### 25-29岁的年轻职场精英

商品的购买者多为25-29岁的年轻职场精英，他们依赖咖啡抵御疲劳，偏爱无糖饮品；日常休闲时期也喜好探索滑板等新兴个性的体育运动。



### 高压运转下需要清火护肝解酒

经常需要应酬、熬夜、加班的非常需要清火、解酒和护肝的产品来保护高强度生活运转下的身体健康，他们青睐含葛根和奶蓟等成分的护肝产品。



### 偏好购买电子产品和精力补充食品

追求工作效率、高频出差的他们酷爱购买便携的电子产品和速溶咖啡；同时他们也关注自身健康，保健理疗、血糖用品也是高压工作下的必备品。

- 优质食品
- 电子产品
- 生活用品
- 医疗器械
- 个人洗护

- 时尚烟灰缸
- 速溶咖啡
- 移动电源
- 膏药贴（器械）
- 男士剃须膏

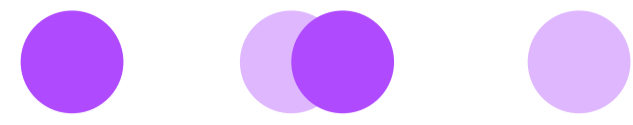
### 追求个性化、便捷和趣味性的购物体验

他们高度重视时尚与个性化，倾向于探索新潮产品，通过便捷的推荐系统与独特的购物体验，满足对时尚与健康的双重追求。

- 天猫小黑盒
- 手淘购中猜你喜欢
- 超级品牌日
- 天猫超市

\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

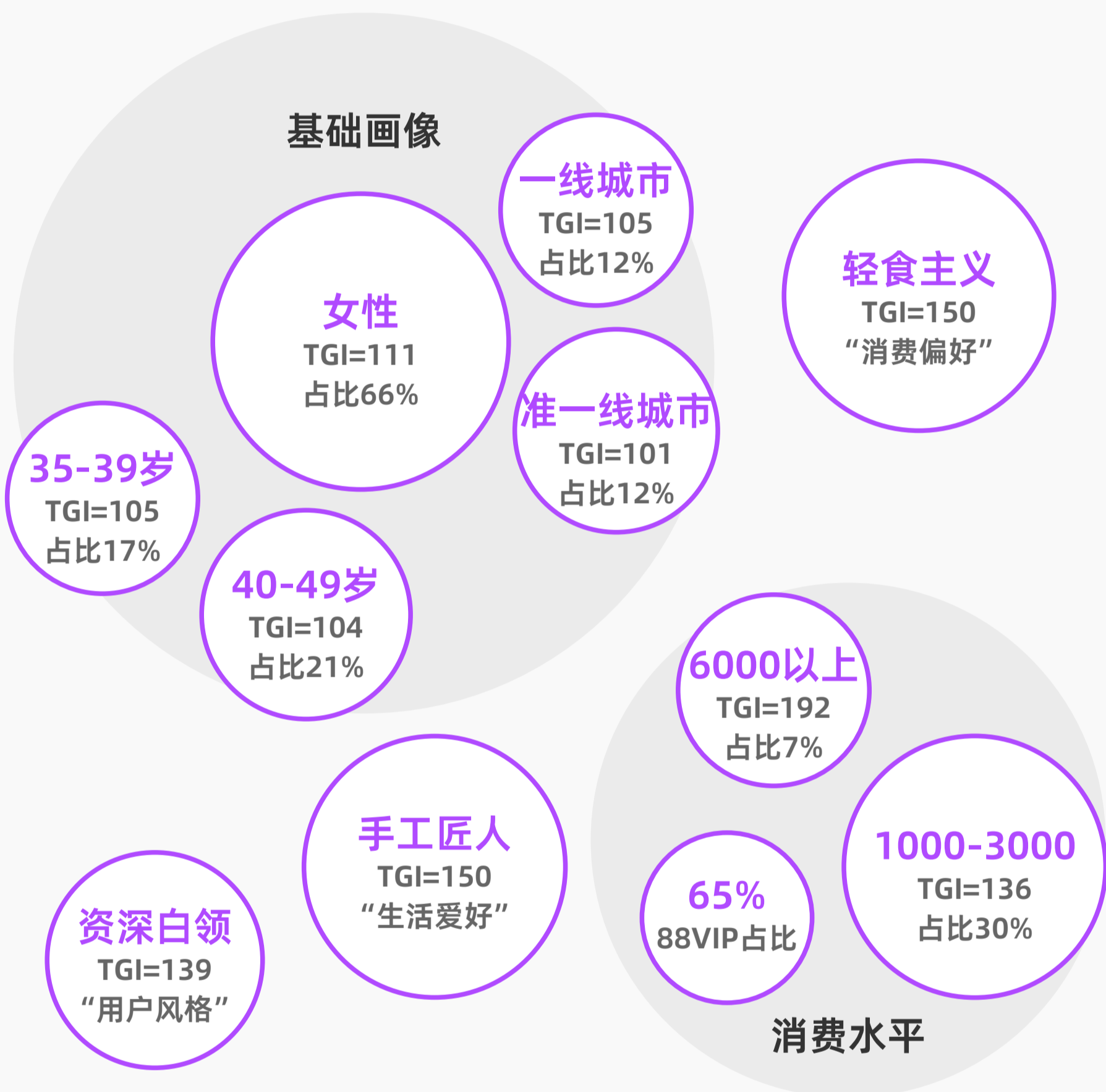
## 六大趋势场景洞察



# 心悦调节师： 向往平静的资深白领追求情绪健康场景

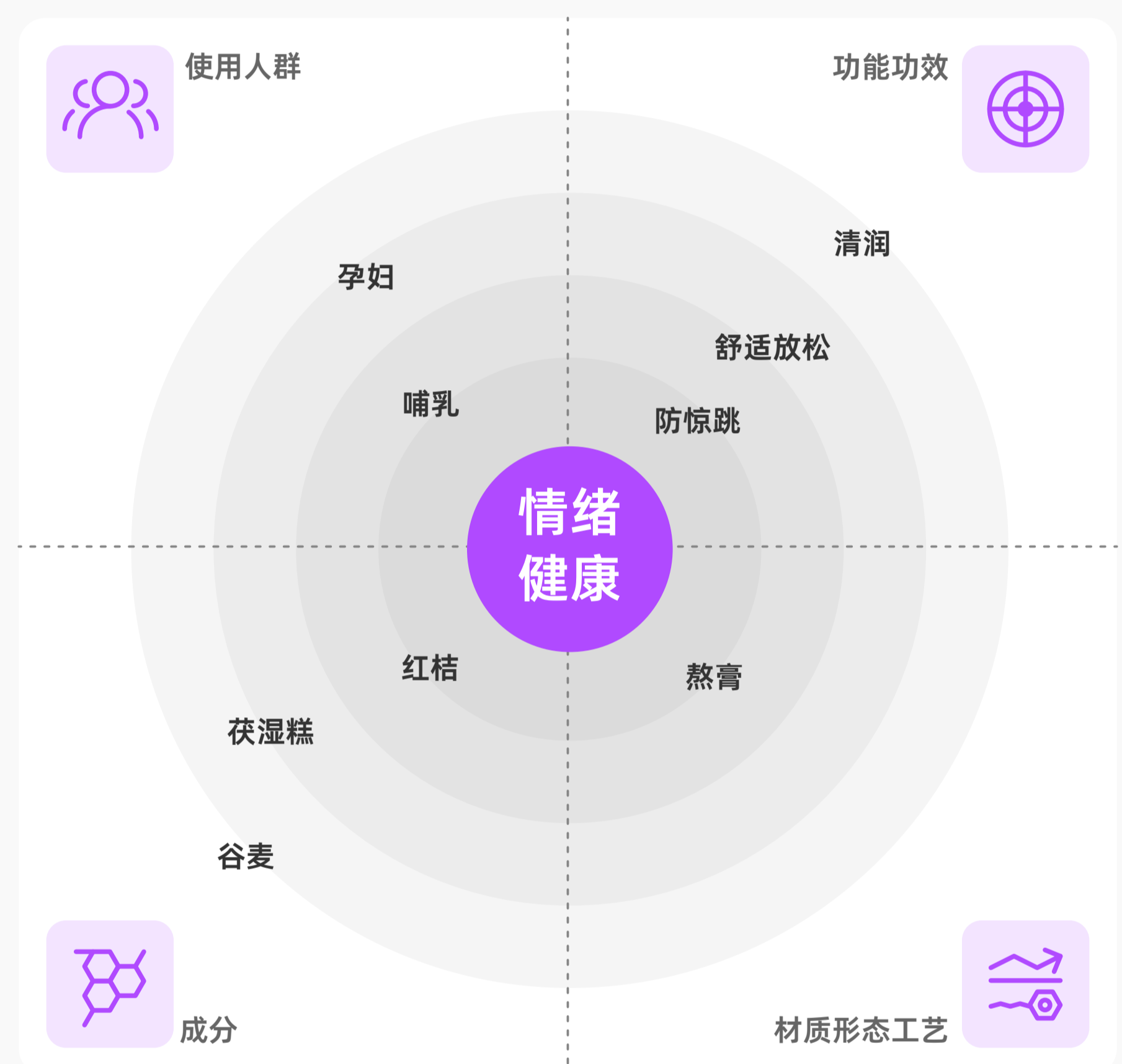
### 35-49岁追求身心平静的资深白领

商品的购买者多为35-49岁的资深白领，她们在闲暇时热衷于创意手工活动，以此寻求内心的平静与满足感；为了维持健康的身材，她们喜爱轻食。



### 每日一勺膏方舒缓紧张焦虑心情

除了日常，在孕期和哺乳期时候她们会加速焦虑、紧张、失眠等情绪问题；她们通过茯苓、红桔等天然成分来帮助自己缓解焦虑提情绪稳定性。



### 偏好购买身体护理产品和保健用品

她们倾向于将香薰制品等新型压力缓解产品与艾草等传统调理方式相结合，通过舒缓气味与肌肤护理，创造出全面的五感疗愈体验提升整体身心舒适感。



### 追求性价比和个性化的购物体验

她们关注信息透明度和消费理性，积极利用微淘获取真实用户评价和实际使用体验，从而做出经济实惠的购买决策。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

## | 六大趋势场景洞察



## 职场修复——带薪养生，效率双赢

职场人士在“狂写方案”和“赶deadline”时，为自己的身体上一层保险，保住“革命的本钱”。

## 山楂鸡内金六物棒

酸甜可口 老少皆宜



## 职场修复-肠通气顺族

- 源自古方：山楂鸡内金和山药的巧妙融合最早可见于《神农本草经》
- 儿童小吃零食美味营养 不含防腐剂全家放心吃

## 万益蓝小蓝瓶益生菌

肠道添活力 嗯嗯添动力



## 职场修复-肠通气顺族

- 菌菌有编号：8国31专利983文献验证，6株杜邦尖子菌
- 菌菌协同不打，6重活性保障，好菌留在肠道里
- 专利“活性舱”设计

## 益倍适小蓝条益生菌

调理微生态 肠道添活力



## 职场修复-肠通气顺族

- 活菌升级，每袋升级添加400亿活菌，达到益生菌活菌率“1级”认证产品
- 实证升级，近200篇临床实证，精选15种有益菌株

## 蓝莓叶黄素酯糖果片

蓝光小护盾 呵护刷屏党



## 职场修复-眼明心亮族

- 真丹麦进口叶黄素酯，每2片相当于补充了11根玉米的叶黄素含量
- 8倍浓缩蓝莓精华，营养含量高
- IQF急速冷冻储存科技
- 0添加蔗糖和色素

## 葛花解醒汤

化酒祛湿，温中和胃



## 葛花解醒汤



## 职场修复-健肝守护侠

- 葛花解醒汤，中医方剂名。出自《兰室秘藏》

## | 六大趋势场景洞察



## 趋势场景④ 个人形象——养生不out，形象才up

身体都健康，美丽自然来。在功效养生的大背景下，爱美达人们的变美秘籍也开始向“养护”转化，养出内在的健康才能焕发外在的光彩。

美容护肤  
美颜养肤家

25-34岁爱美的轻熟女性

|        |      |
|--------|------|
| 燕窝     | +6*% |
| 葡萄籽提取物 | +4*% |

补气养血  
气血润养家

25-34岁的多元潮妈

|      |       |
|------|-------|
| 铁    | +5*%  |
| 阿胶原粉 | +5**% |

头皮健康  
头皮养护师

25-34岁的居家达人

|     |       |
|-----|-------|
| 豆蔻  | +1*%  |
| 何首乌 | +1**% |

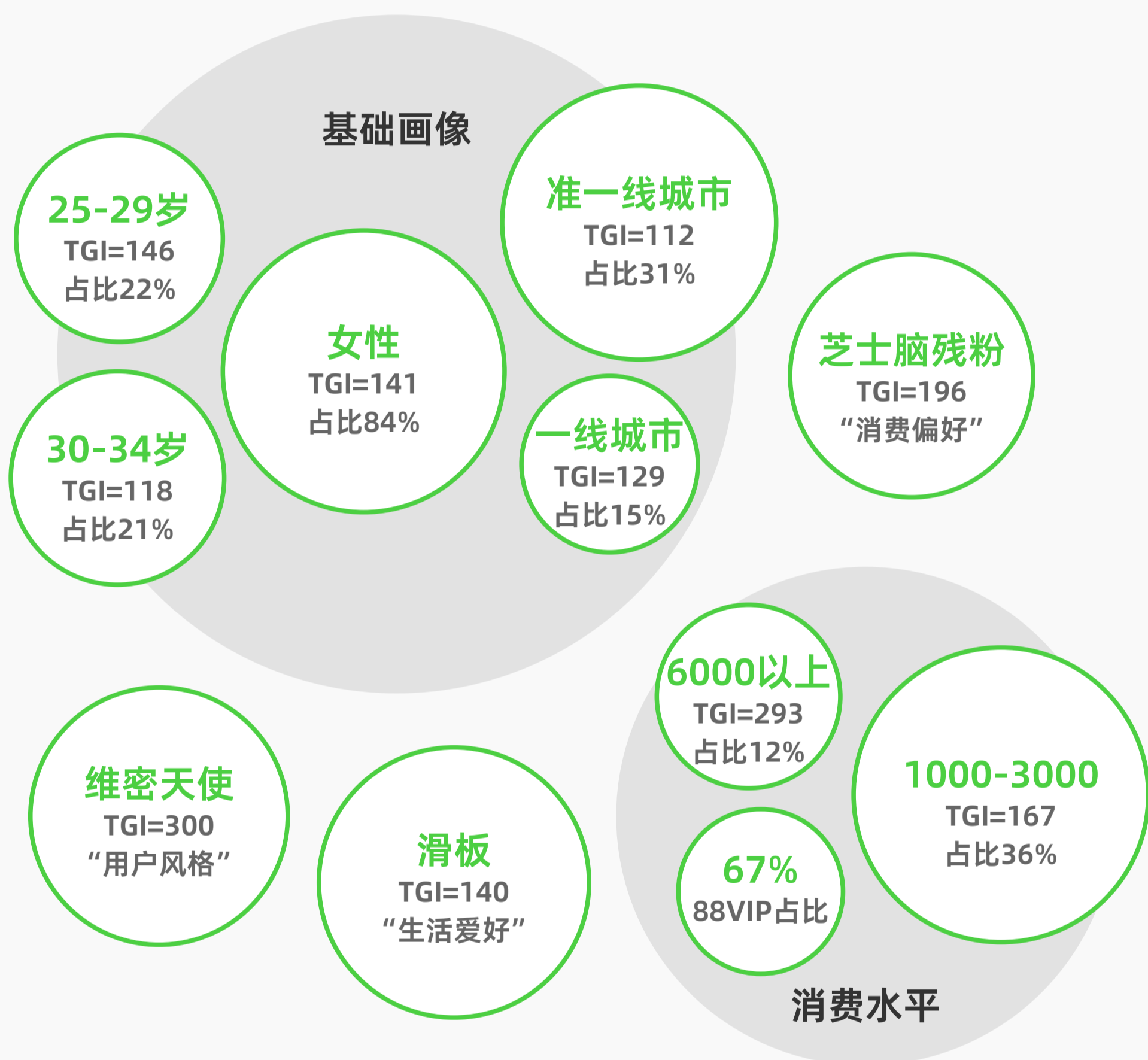
## 六大趋势场景洞察



# 美颜养肤家： 爱美的轻熟女性追求美容养肤场景

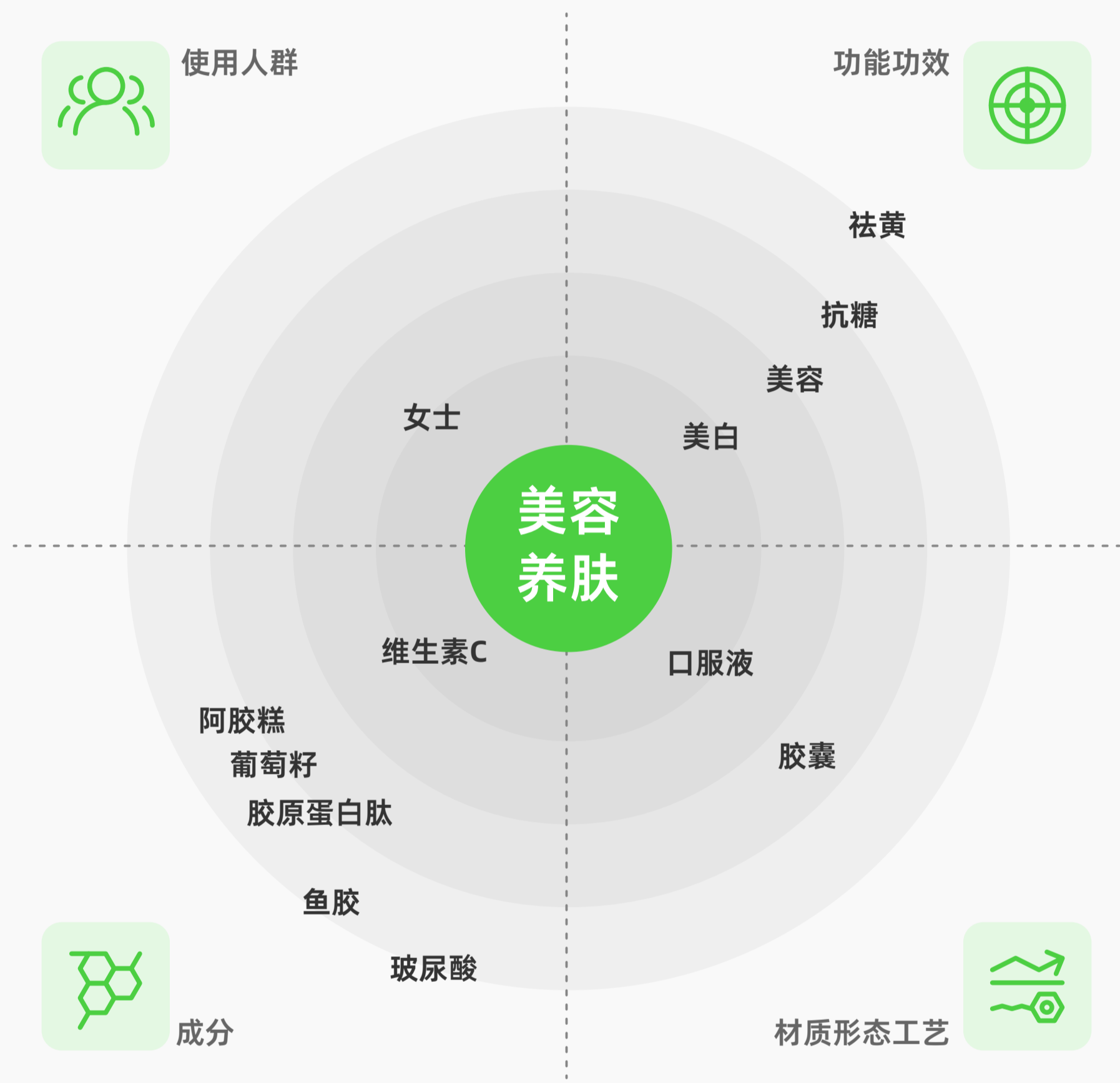
### 25-34岁爱美的轻熟女性

商品的购买者多为25-34岁的轻熟女性，追求魅力个人形象，热衷于潮流运动和精致美食，高度关注自身形象管理和时尚潮流。



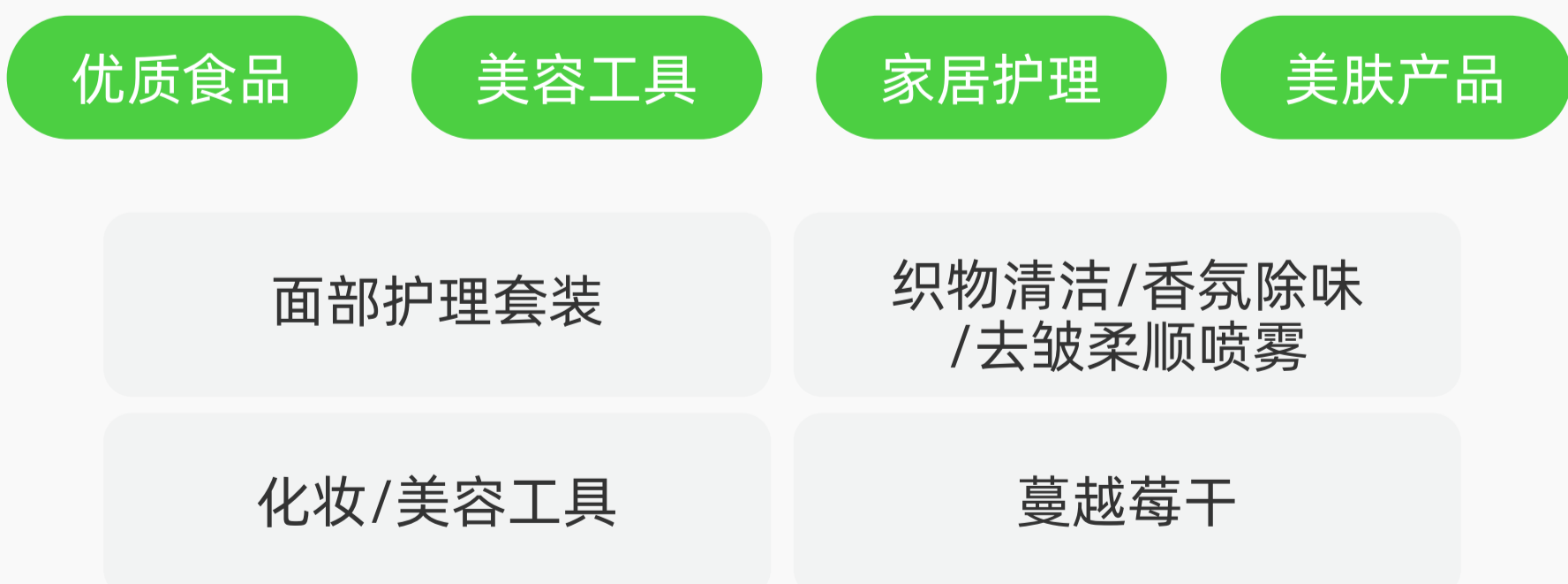
### 喜爱各种美白祛黄类胶囊和口服液

她们追求自我护理和长效美丽，关注皮肤光泽度、均匀度及抗衰老效果；她们会通过各种美白类口服液和胶囊来增强皮肤健康实现多重养护。



### 偏好购买美肤产品和美容工具

她们注重外表酷爱护肤，日常会从基础清洁到深层去角质进行全面的面部护理流程，日常也会更偏爱富含抗氧化成分的蔓越莓干等零食。



### 追求主动便捷和灵感丰富的购物体验

她们倾向于使用收藏夹推荐，将感兴趣的美容护肤产和相关信息集中保存，提升购物效率，激发灵感于与购物热情。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

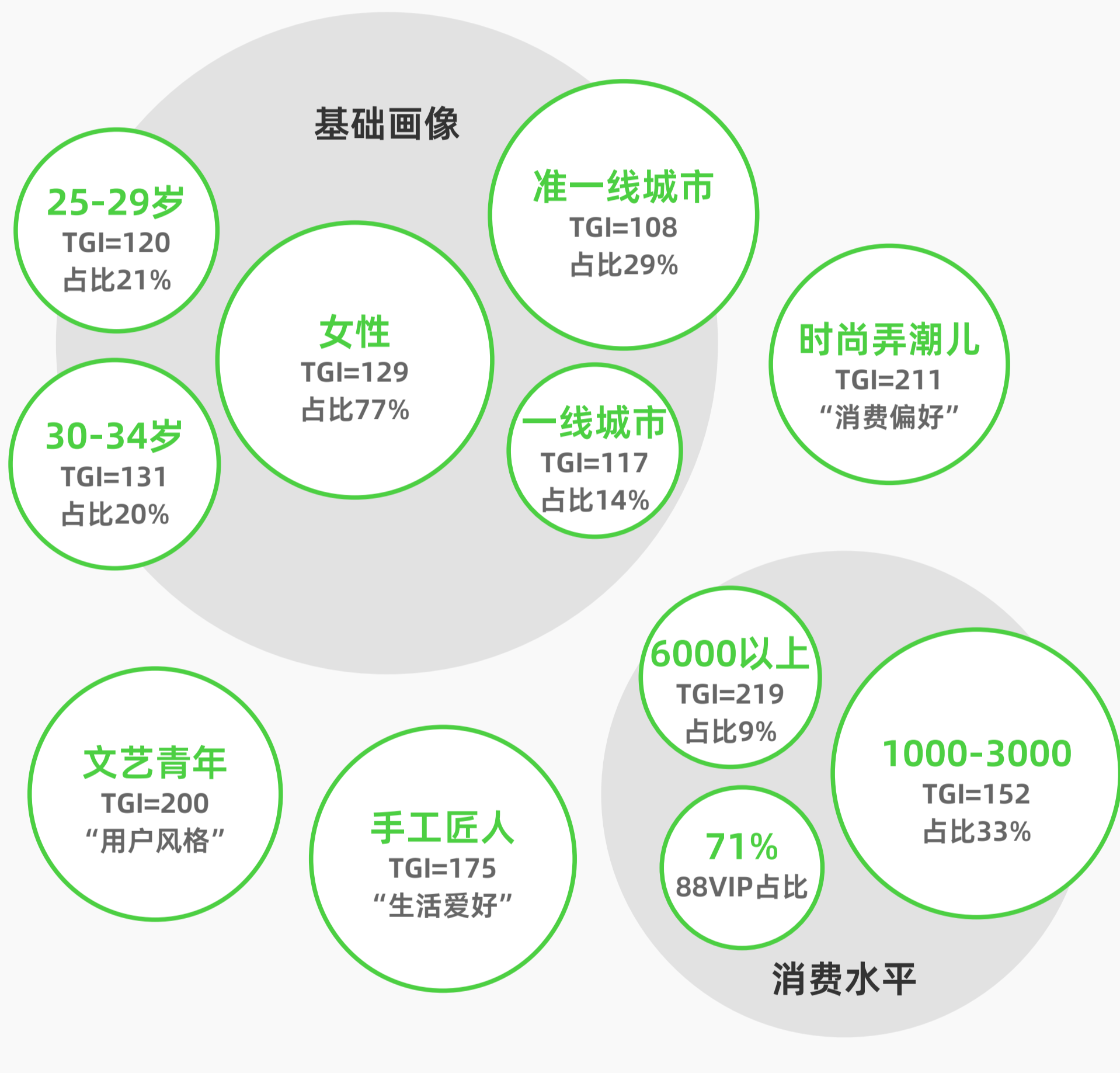
## 六大趋势场景洞察



# 气血润养家： 内外兼修的多元潮妈追求补气养血场景

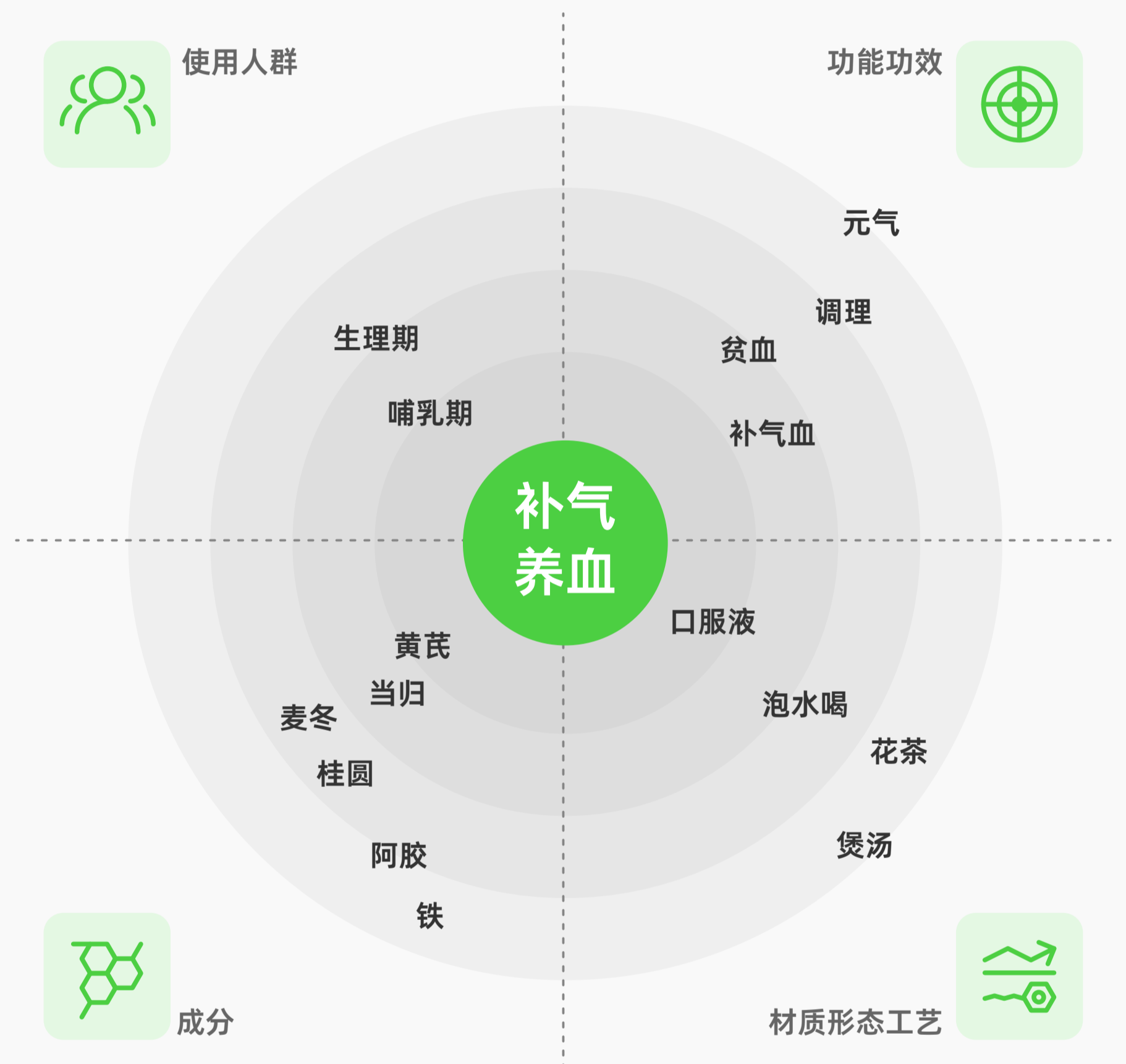
### 25-34岁的多元潮妈

商品的购买者多为25-34岁的中青年，有一些刚成为妈妈。她们大多是文艺青年注重内外兼修、追求热门文化与趋势，偏好文化底蕴强的产品和活动。



### 更关注生理期和哺乳期的补气养血

她们更专注生理期，其中新手宝妈群体还会关注哺乳期。在这两个特殊的生理周期，她们对补气血的需求更高，会在日常喝水和煲汤时加入养生食材。



### 偏好购买保健零食和母婴用品

她们借助外部保健用具来满足补气养血的需要，同时会通过饮食调理满足补气血的要求；秉承科学养育的观念的她们会购买智能化育儿产品。



### 追求专业贴心的购物体验

她们注重产品的品质与文化内涵，倾向于通过专属客服获取专业建议和个性化推荐，以确保所购产品符合自身的需求与期望。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

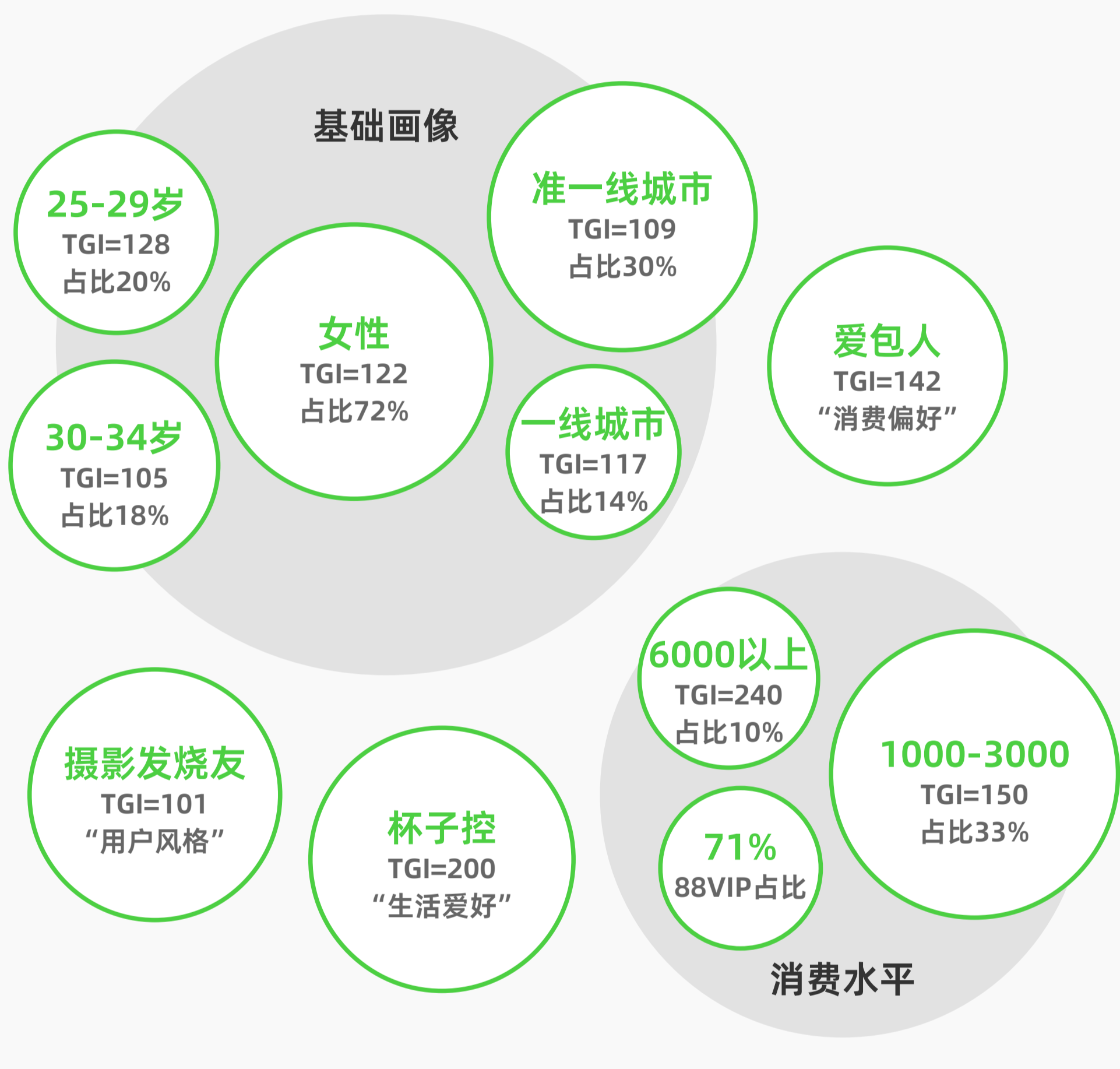
## 六大趋势场景洞察



# 头皮养护师： 宅家的居家达人追求头皮健康场景

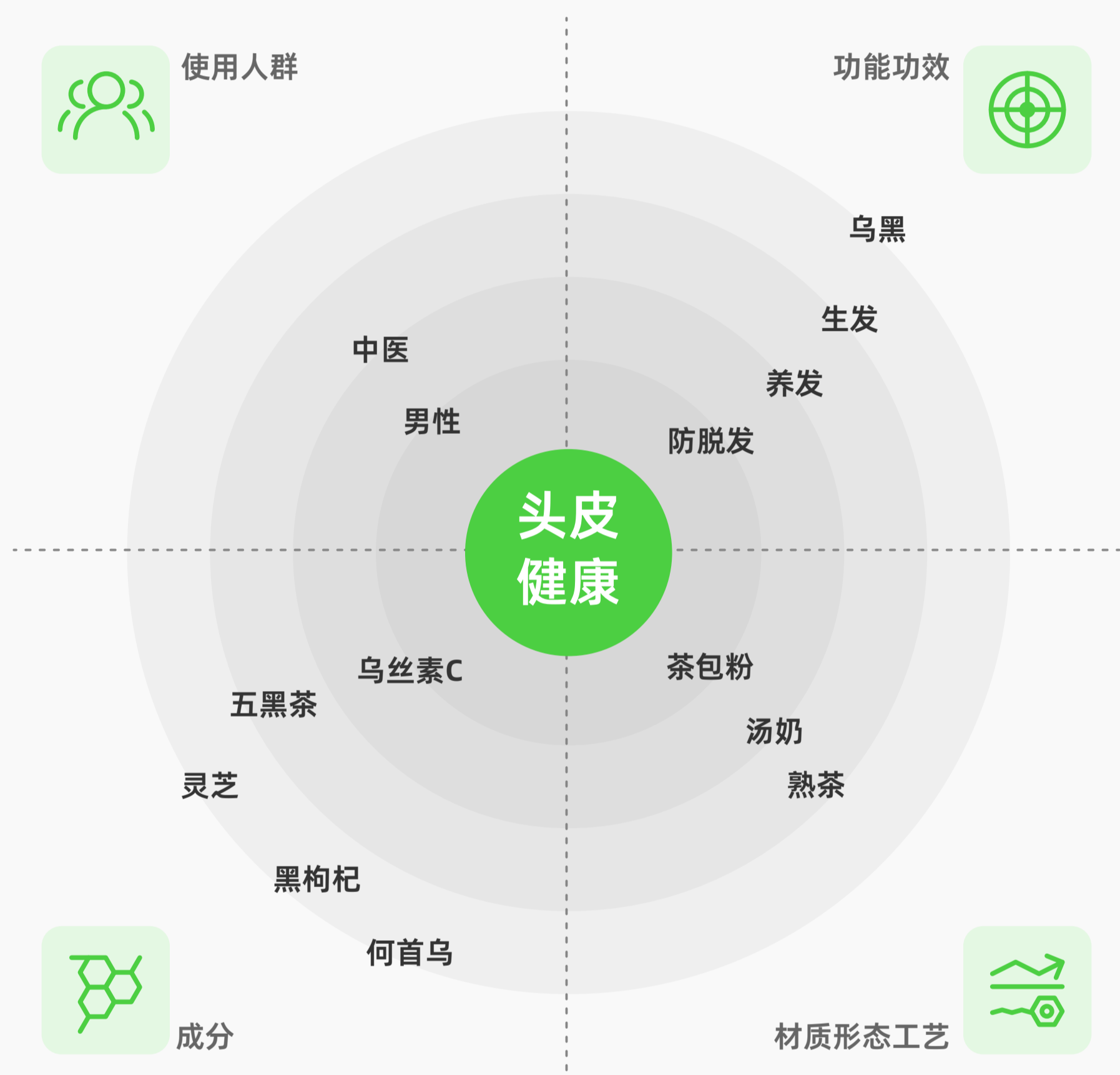
### 25-34岁喜欢宅家的居家达人

商品的购买者多为25-34岁的居家达人控，她们喜欢独自宅家，偏好高质量且具有创新设计的产品，收纳杯子、摄影是她们追求美学、关注细节的体现。



### 通过传统调理实现头皮内调外养

他们期望自己有一头乌黑的秀发，尤其男性群体中年脱发会让他们焦虑。传统滋补类的何首乌、五黑茶是大家慢性调理、刺激生发的首选。



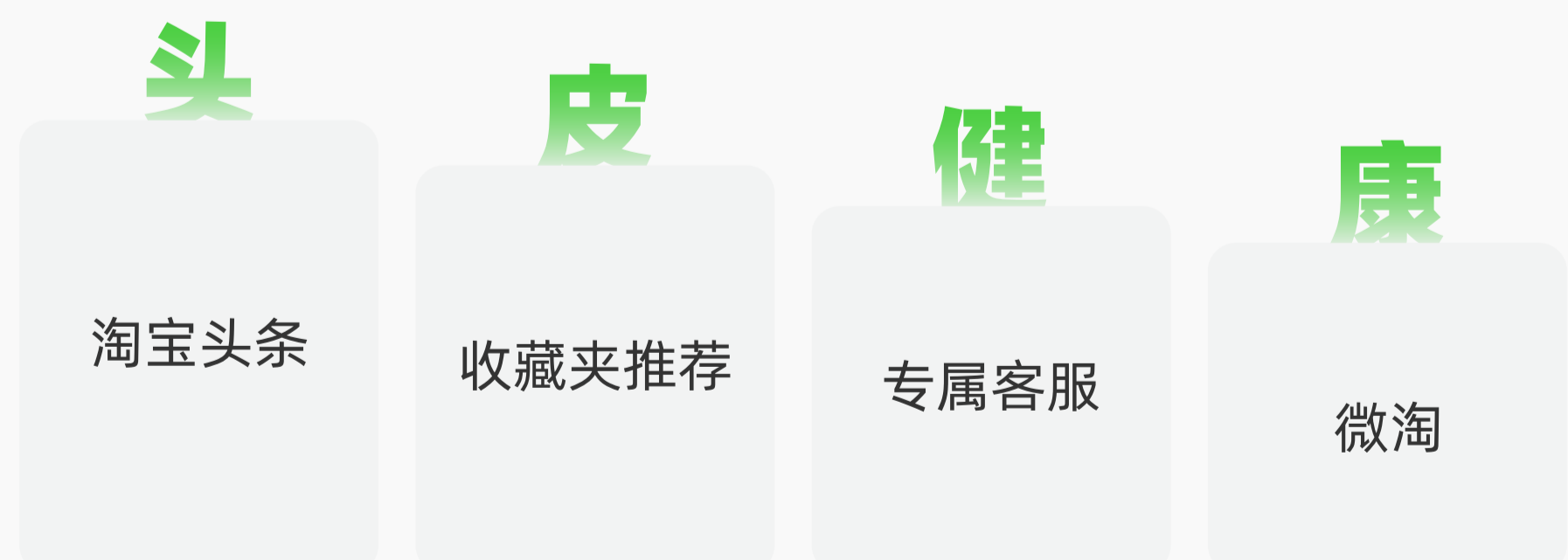
### 偏好购买传统护发产品和生发仪器

他们几乎将全部的传统生发、护发产品囊获家中，作为日常养护所用，甚至还热衷于选择专业的护发设备，希望通过科技手段进行深层滋养，以解决头皮问题。



### 追求流行、丰富、便捷的购物体验

他们对产品的信息和质量有着较高要求，并对流行趋势有着较高的敏感度。他们常通过淘宝头条获取头皮健康的相关信息，从而进行更明智的消费决策。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

## | 六大趋势场景洞察



## 个人形象——养生不out，形象才up

重新养一个自己，从内部滋养，从“心”出发，焕发别样的光芒。

## 燕之屋新一代鲜炖燕窝

7倍滋养力 更易吸收



## 个人形象-美颜养肤家

- 吃1瓶~7瓶，提升更多燕窝优质蛋白营养，小分子更易被机体吸收

## 小仙炖鲜炖燕窝

严选5%珍贵雨林燕窝



## 个人形象-美颜养肤家

- 创新鲜炖专利
- 3倍燕窝关键活性蛋白

## 东阿阿胶速溶粉30袋

东阿阿胶速溶粉礼盒



## 个人形象-气血润养家

- 道地阿胶 央企品牌
- 高档礼盒 工艺升级
- 胶原滋养 气色焕新
- 温和润养 便携速溶

## 制何首乌饮片

制何首乌补肝肾益精血



## 个人形象-头皮养护师

- 一人一方中药饮片抓配，主要适宜人群是脂肪肝，三高，肥胖症，失眠，脱发，少白头及亚健康人群

## 正官庄everytime红参浆

30%红参含量



## 个人形象-气血润养家

- 1条~6片红参片
- 小小一条 便携随身
- 服用自用，可以加牛奶，苏打水
- 30%红参含量，浓郁红参风味
- 礼盒装，可以用来中秋送礼

## 胶原蛋白肽果味饮料

独家磁感胶原蛋白肽



## 个人形象-美颜养肤家

- 富含磁感因子GAGS更弹更紧致
- 6000mg高含量胶原蛋白肽，小分子，可吸收
- 提取自天然鳕鱼皮
- 1/20000提取比例

## 胶原蛋白肽维C饮品

六大专利 一瓶补护促



## 个人形象-美颜养肤家

- 掌全新升级，掌握胶原吸收关键技术
- 【补】胶原:小分子双肽科技
- 【护】胶原:采用“胶原护盾”技术
- 【促】胶原:GABA+葡萄糖酸锌+烟酰胺
- 技术革新，添加核心专利“胶原护盾”

## | 六大趋势场景洞察



## 趋势场景⑤ 体型管理——塑形魔法，重塑生活

曲线救星，轻松塑形。追求理想身材的“克己”人群追求科学的身材管理方式。



## 运动健身 健身风尚派

25-34岁的高品质生活爱好者

|          |       |
|----------|-------|
| 膳食补充剂型饮料 | +1**% |
| 乳清蛋白     | +3*%  |



## 体重管理 轻盈自在族

18-29岁注重穿搭的时尚达人

|      |      |
|------|------|
| 玉米须  | +5*% |
| 左旋肉碱 | +4*% |



## 骨骼强化 骨韧强化族

30-39岁的都市精致妈妈

|      |      |
|------|------|
| 维生素D | +7*% |
| 钙    | +3*% |

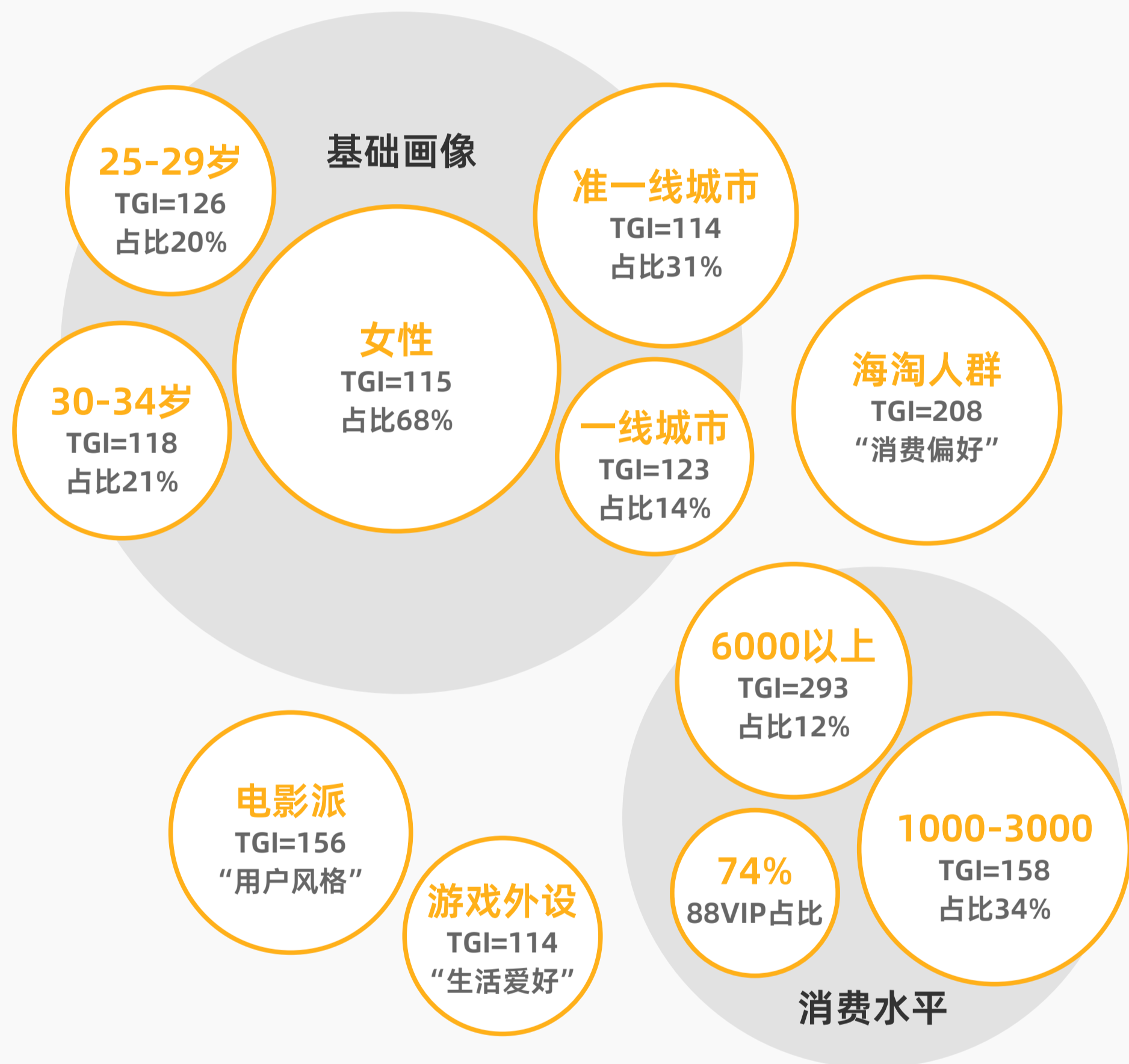
## 六大趋势场景洞察



# 健身风尚派： 高品质生活爱好者追求运动健身场景

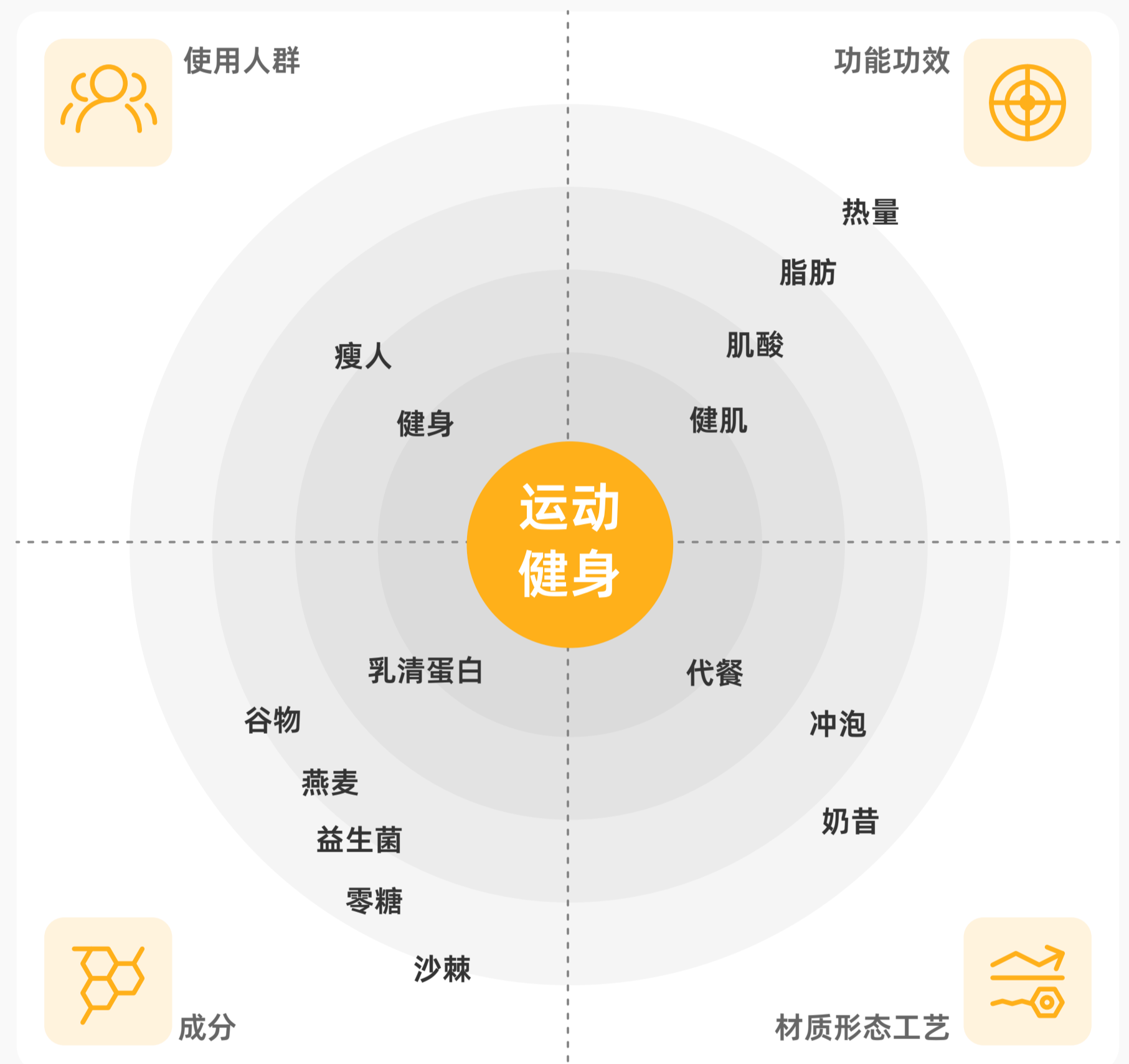
### 25-34岁的高品质生活爱好者

商品的购买者多为25-34岁的高品质生活爱好者，他们具备较强的消费能力，追求高品质的娱乐和生活体验，比如海淘、游戏外设等。



### 关注低糖且有效供给能量的健康食品

她们高度关注健康食品在脂肪代谢和能量供给方面的平衡，倾向选择健康天然配方，特别是零糖成分的食品，这些可以更好地帮助他们低热量地进食。



### 偏好购买运动装备和低脂食品

她们会购买专业的运动装备旨在提升运动体验与身体保护；在健身的同时他们还会配合健康的饮食，以及配合使用健身镜等潮流科技产品。



### 追求丰富和效率的购物体验

具备强购买力的她们喜欢从淘宝头条获取多样化的内容，包括专家知识、用户评价以及个性化推荐，从而提升购物决策效率与信心。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

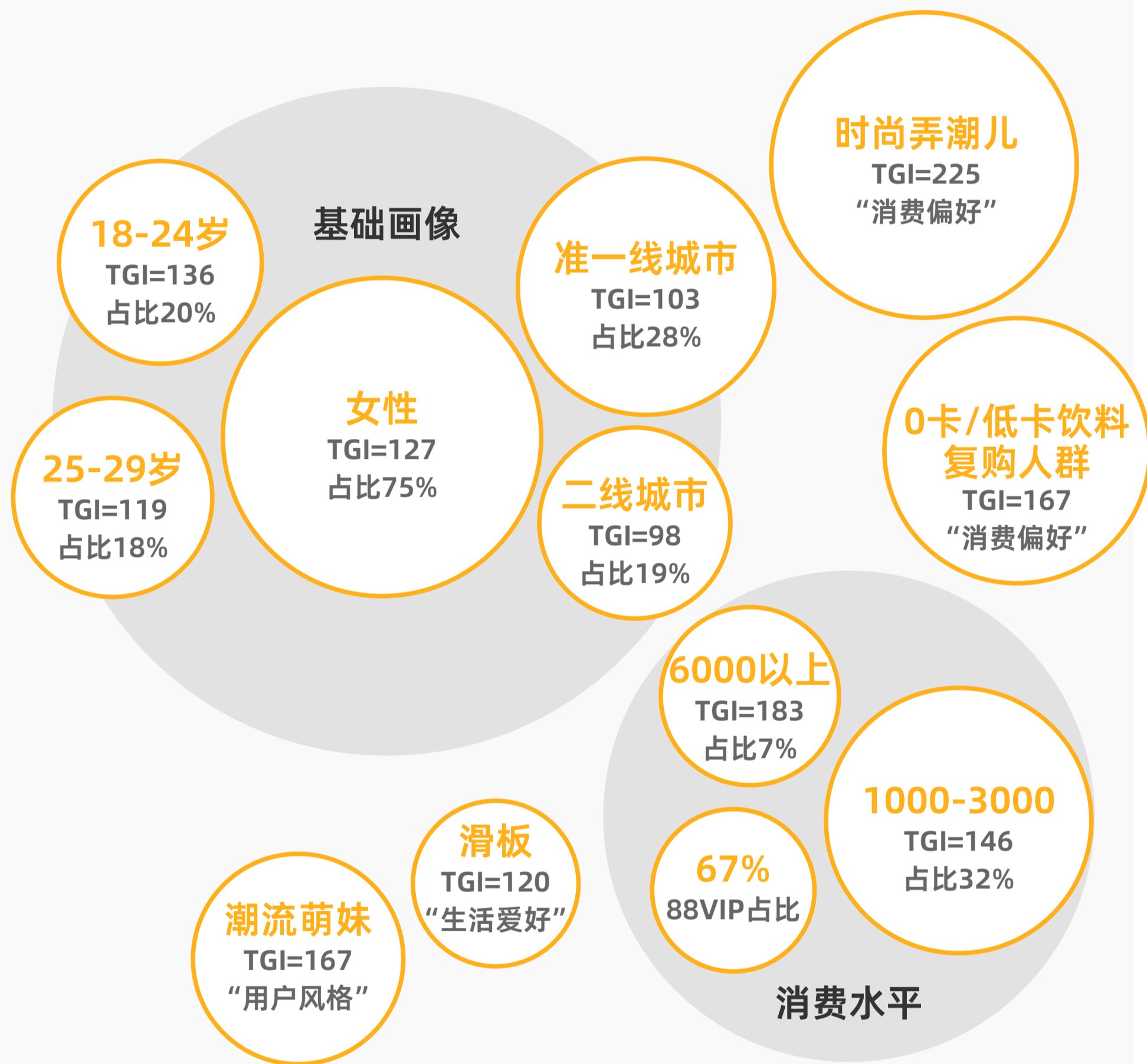
## 六大趋势场景洞察



# 轻盈自在族： 时尚达人追求体重管理场景

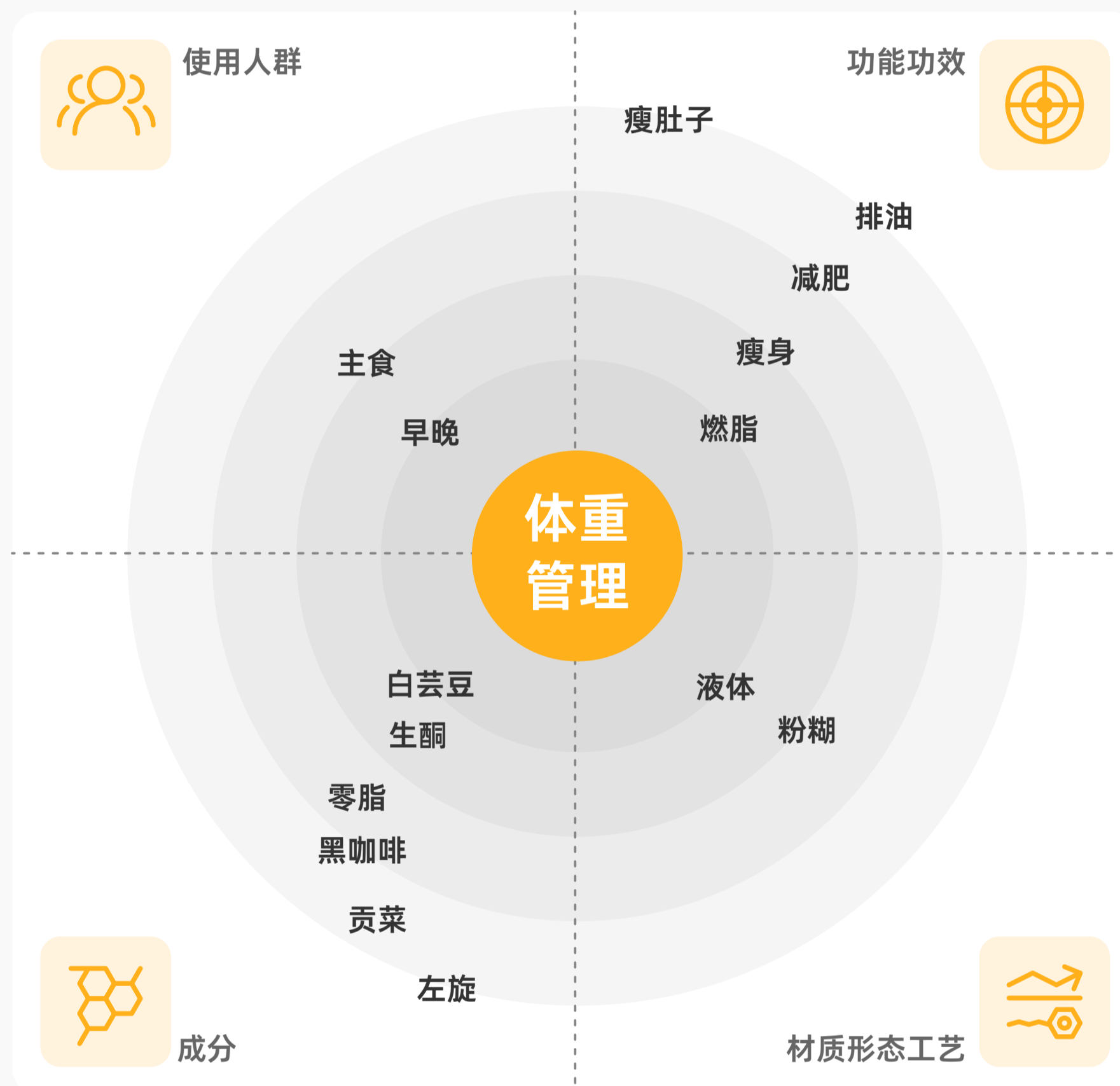
### 18-29岁的注重穿搭的时尚达人

商品的购买者多为18-29岁的潮流萌妹，主要集中在准一线和二线城市，她们对时尚潮流有着强烈的敏感度，尤其关注身材塑形和健康饮食。



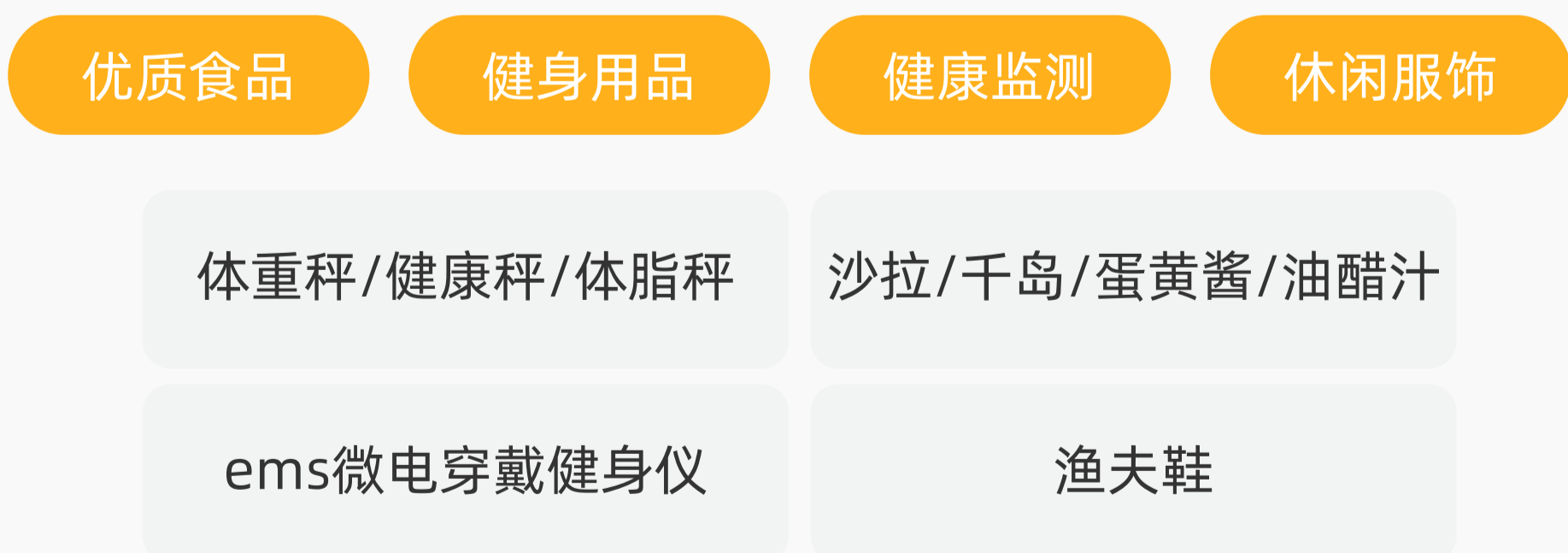
### 追求快速有效的排油瘦身

她们力求在短时间内实现瘦肚子和燃脂的效果，偏好生酮饮食，食用白芸豆、黑咖啡等主要成分的产品来帮助自己快速实现身材管理。



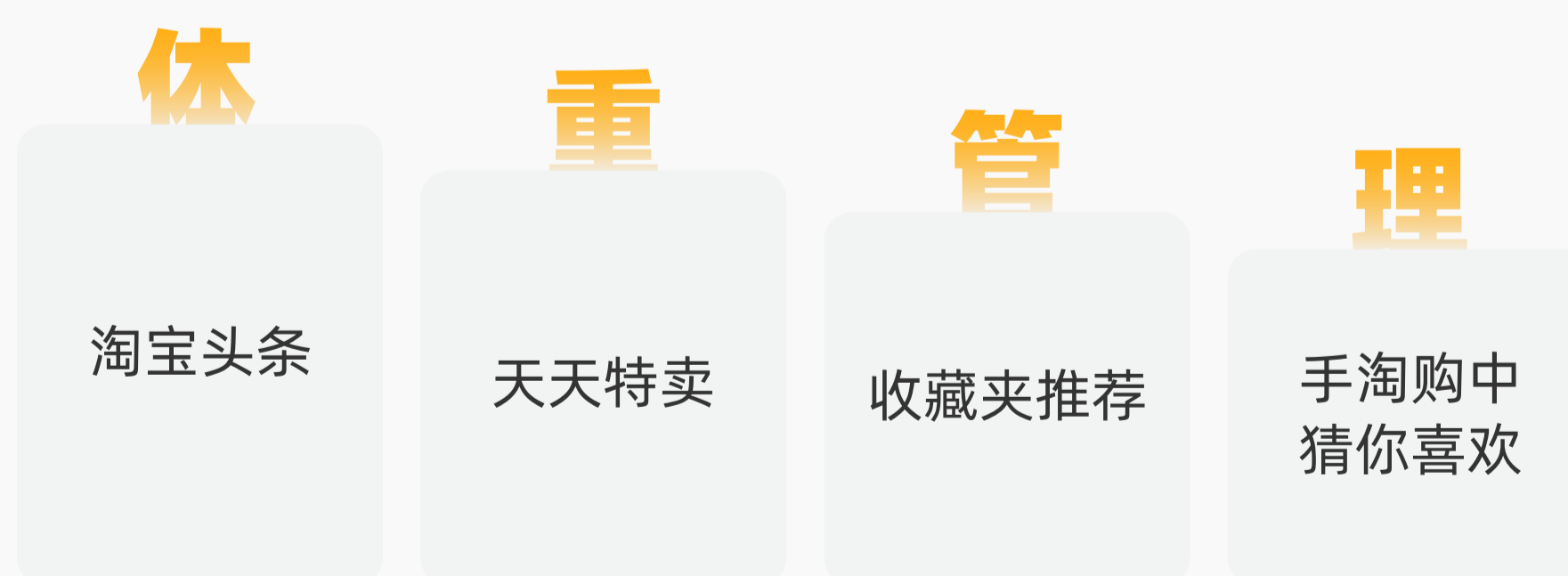
### 偏好购买轻食食材和瑜伽装备

她们会通过降低卡路里的摄取来降低体重，偏好购买低卡路里、高纤维、代糖及天然成分的食物以支持健康的饮食和体重管理；同时，她们也酷爱瑜伽普拉提，并热衷于购买智能便携健身装备。



### 追求经济实惠、快速便捷的购物体验

她们尤为注重性价比，倾向于选择天天特卖的折扣商品，以低成本获取高质量产品，提升她们的购买意愿与消费效率。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

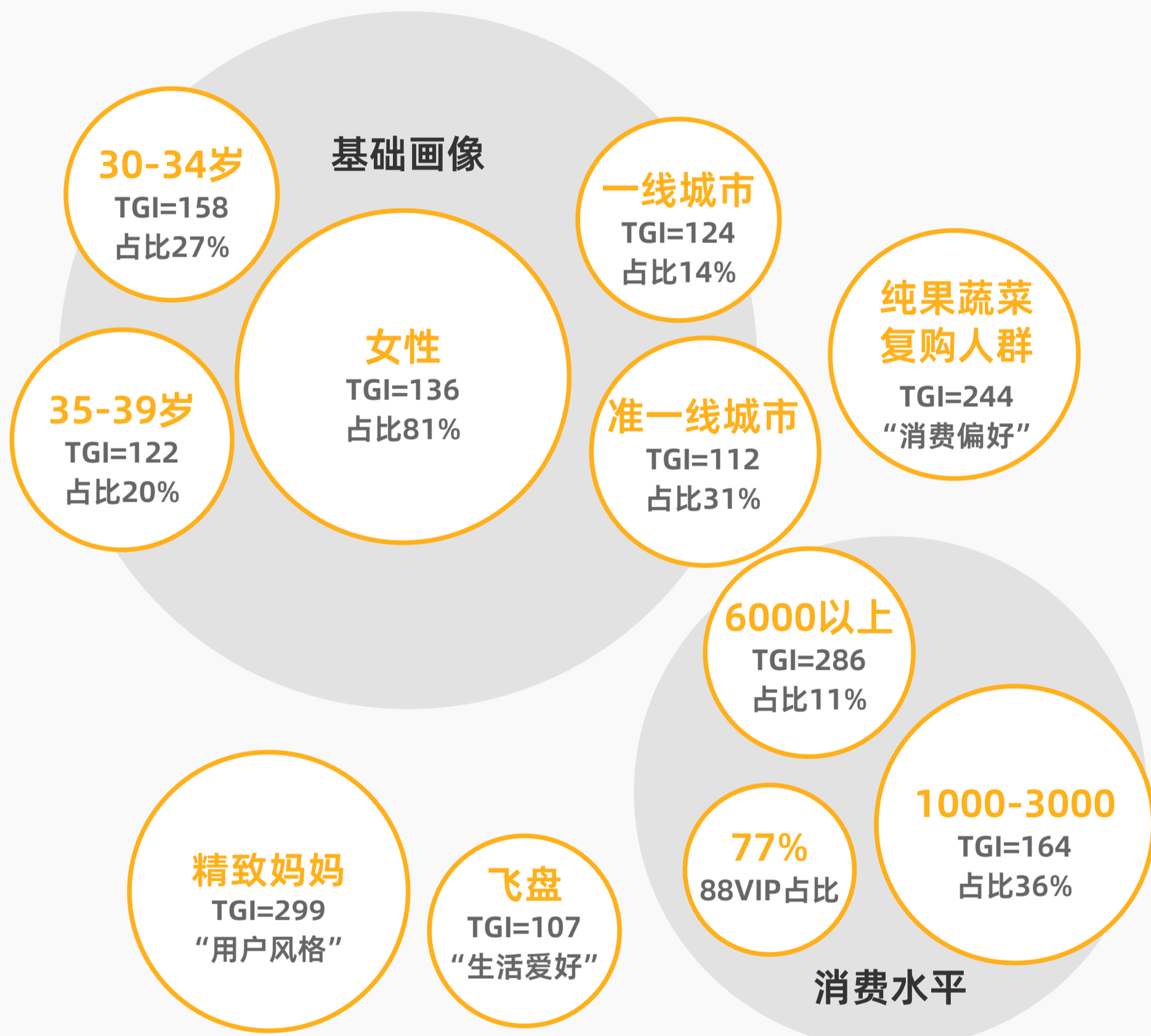
## 六大趋势场景洞察



# 骨韧强化族： 重视孩子骨骼发育的都市妈妈们追求骨骼强化场景

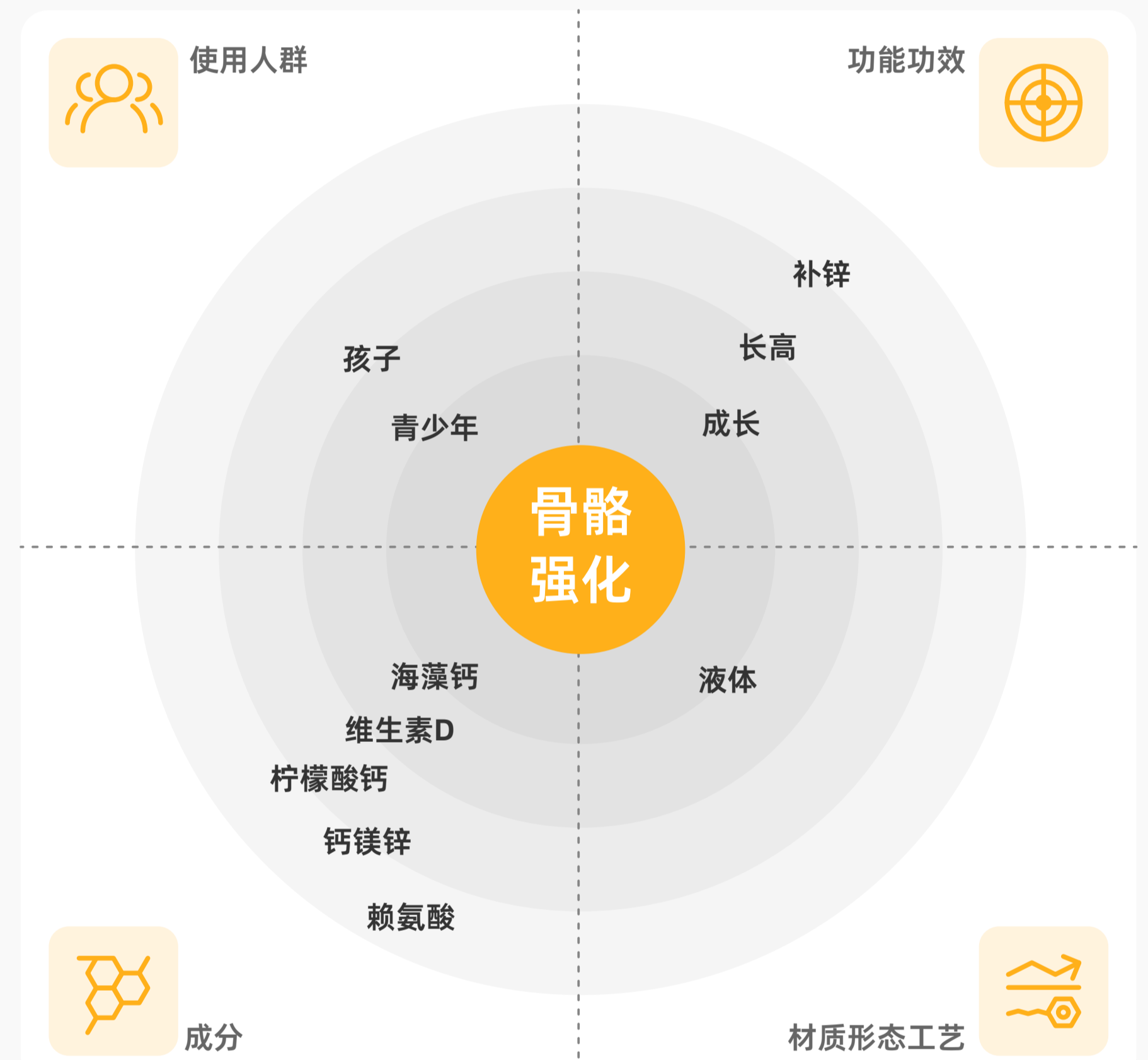
### 30-39岁的都市精致妈妈

商品的购买者多为30-39岁的都市精致妈妈，她们兼顾个人健康和家庭责任倾向于选择高品质的健康食品；尝试通过飞盘运动锻炼身体并增强家庭互动。



### 重视孩子的骨骼发育成长

妈妈们非常关注孩子的骨骼发育，期待孩子们可以长的更高。因此具备海藻钙、维生素D、柠檬酸钙等促进骨骼发育的成分的产品是妈妈们的首选。



### 偏好购买母婴用品和婴童保健品

她们关注科学育儿，不仅从服饰精细化养护孩子的基础成长还会给孩子高营养、易消化食品帮助孩子的骨骼发育；同时也注重确保儿童活动环境的安全。

母婴用品

优质食品

健康护理

拉拉裤/学步裤/  
成长裤正装

婴幼儿羊奶粉

杏仁

伤口敷料

### 重视品牌价值和优先的服务

她们重视品质和品牌信誉，倾向于寻求熟悉品牌的专业健康建议、营养知识及育儿指南等信息。品牌的诚信和专业性在她们的消费决策中扮演着重要角色。

骨

骼

强

化

品牌号

聚划算

专属客服

手淘购中  
猜你喜欢

\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

## 六大趋势场景洞察

# 体型管理——塑形魔法，重塑生活

低卡、代餐食品，补充剂，满足日常的营养需求同时保持理想体型，实现均衡养护目标。

### 老金磨方玉米须茶

纤纤轻盈水 4重利水食材



#### 体型管理-轻盈自在族

- 高定配方，4种利水食材，复配3大珍材
- 口感层次感丰富，冷泡热泡都可
- 食品级茶包，安全无毒

### 康比特分离乳清蛋白粉

增肌雕刻线条 不止88%高蛋白



#### 体型管理-健身风尚派

- 分离乳清蛋白，88%高蛋白
- 0蔗糖去乳糖，低脂肪0.6%低负担
- 累计爆卖111w桶
- 苏神推荐，百余支国家队服务经验

### 斯维诗乳清蛋白粉

营养好吸收 塑形好搭子



#### 体型管理-健身风尚派

- 快充优质蛋白，3个月燃动轻盈
- 防护营养pro，进阶激发内在底气
- 浓缩营养轻负担，每日美味好搭子

### 诺特兰德钙+维生素D

呵护全家人骨骼健康



#### 体型管理-骨韧强化族

- 全家人的科学好钙片
- 每片300mg钙含量
- 维生素D助力
- 钙加“骨”劲
- 钙加乐享生活

### 碧生源纤纤茶减肥茶

草本配方 温和减肥



#### 体型管理-轻盈自在族

- “蓝帽子”认证，碧生源经典茶
- 草本配方，健康减肥
- 一加一减，高效减肥
- 专注体重管理23年，口碑爆棚

### 蓝莓活酵素吸吸果冻

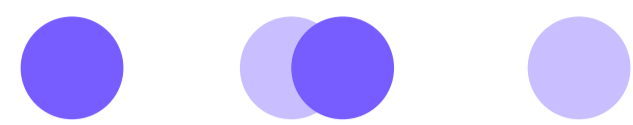
36种五色真果蔬



#### 体型管理-轻盈自在族

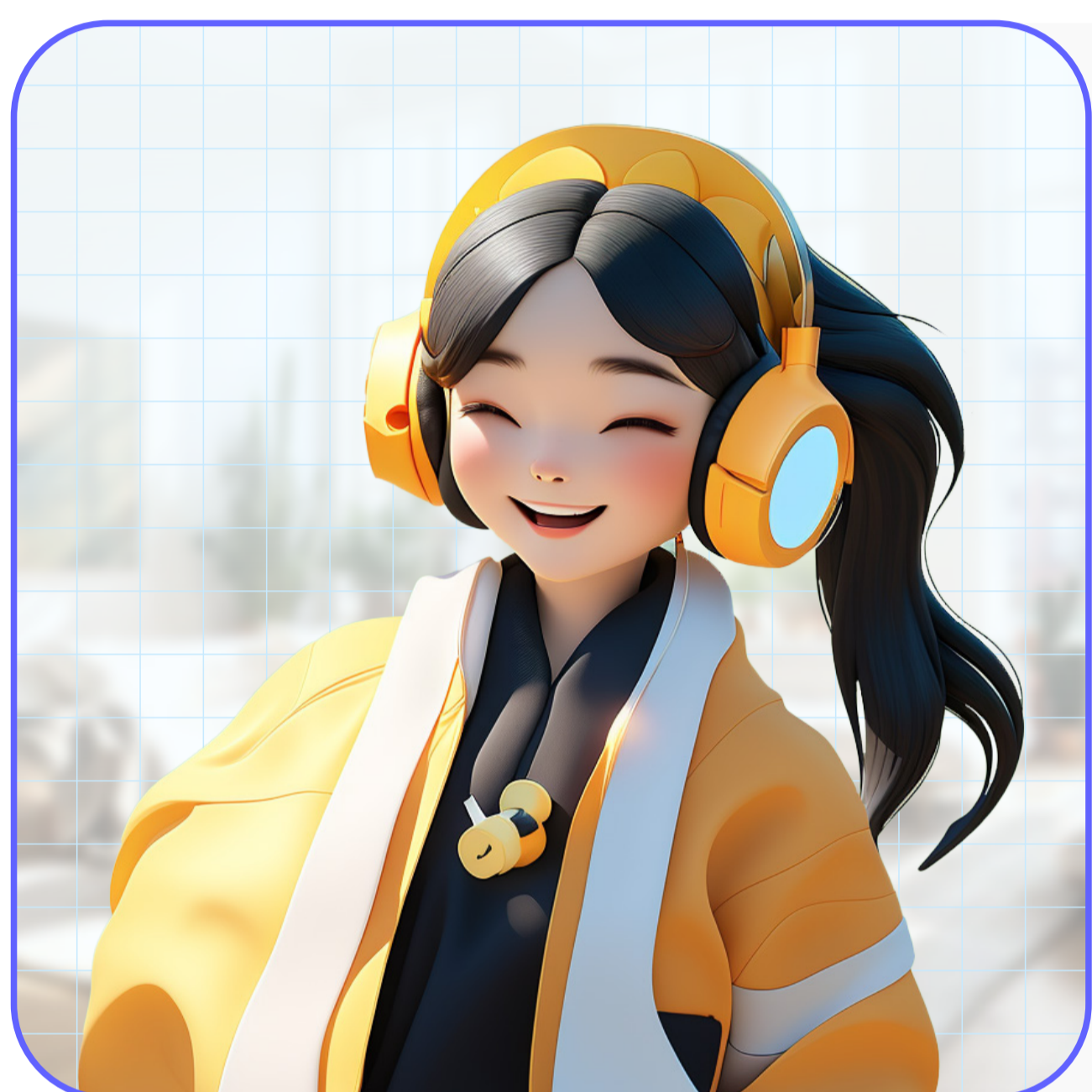
- 全新第三代活酵素
- 明星菌株B420源头发酵
- 36种五色真果蔬

## | 六大趋势场景洞察



## 趋势场景⑥ 舒适睡眠——舒睡一天，舒畅一天

好梦快车，直达活力。超负荷压力和焦虑情绪导致睡眠质量下降，学生党和高阶白领利用舒适安睡产品和服务来改善失眠情况、提升睡眠质量。

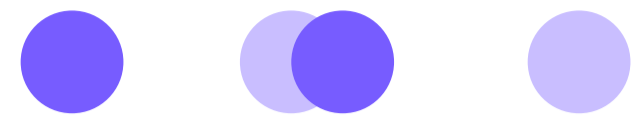


### 睡眠管理 静谧梦享家

#### 压力环境下的学生党及高阶白领

|                 |      |
|-----------------|------|
| 褪黑素/γ-氨基丁酸/圣约翰草 | +1*% |
| 酸枣仁             | +1*% |

## 六大趋势场景洞察



# 静谧梦享家： 学生党和高阶白领追求睡眠管理场景

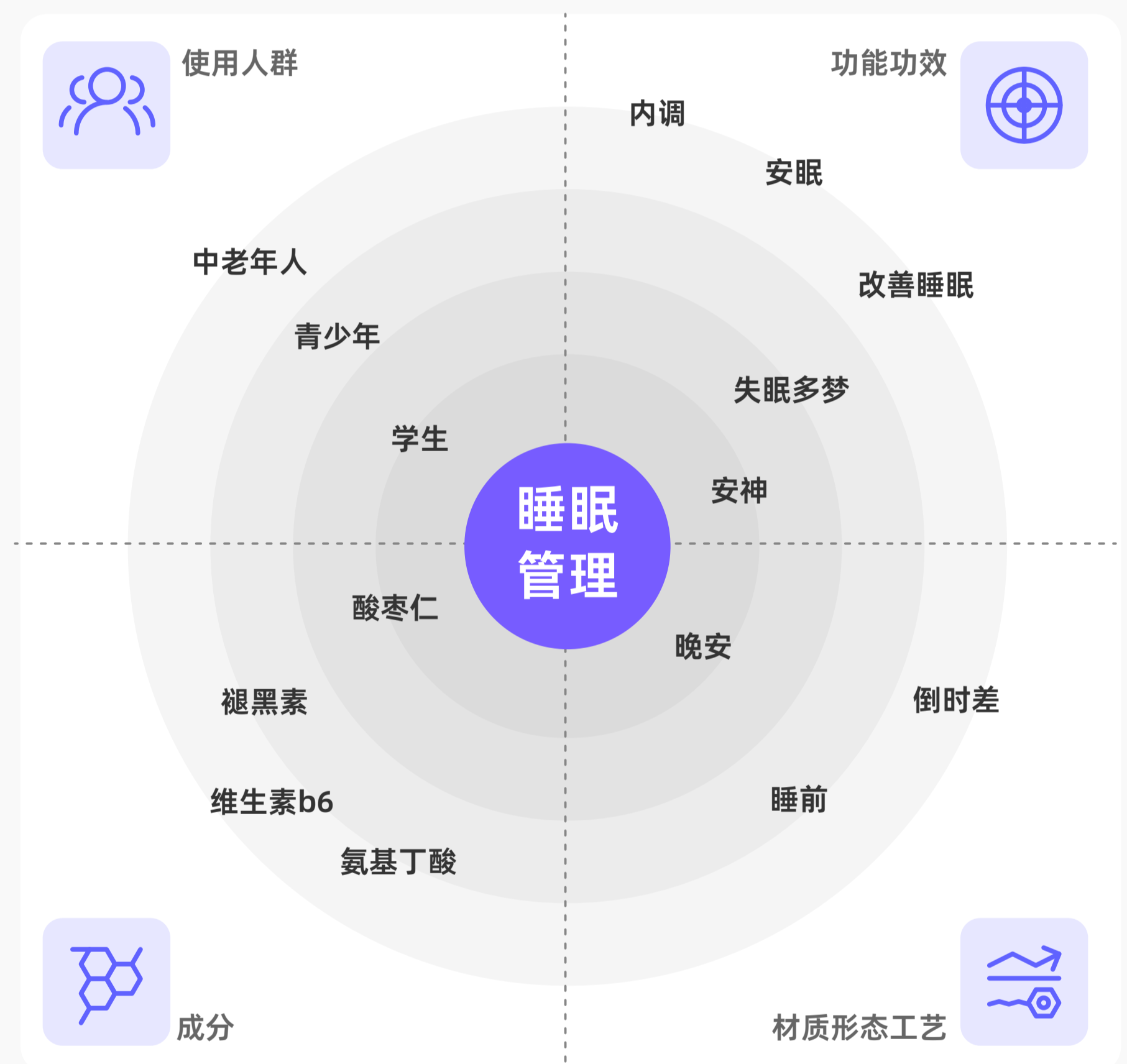
### 压力环境下的学生党及高阶白领

学生党崇尚时尚和科技，热衷滑板，追求个性化和时尚的生活方式，需要舒适的睡眠来更好地支持成长和学习；中年群体大多为资深白领，注重高品质生活，钟爱创意手工和亲近自然等休闲活动，热衷海淘国际高端品牌。



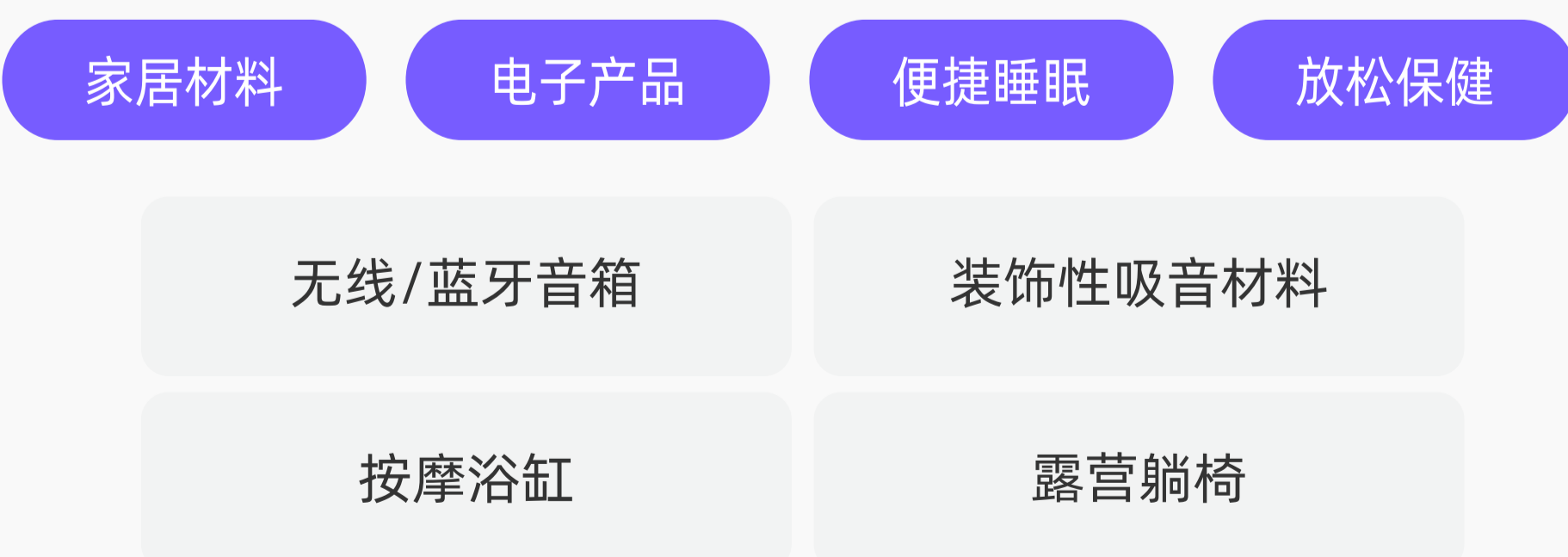
### 通过助眠产品调节神经与优化作息

她们对褪黑素和酸枣仁等成分的认可日益增强，这些成分能够有效调节中枢神经系统，帮助用户更好地适应不同作息节奏，尤其在睡前和调整时差的场景中发挥关键作用。



### 同时偏好购买放松用品和便捷睡眠产品

她们越来越重视优化睡眠环境，通过高质量音效、柔和光线以及吸音材料来减少干扰；还倾向于使用放松用品和便携产品以便在不同场景下都能拥有好的睡眠体验。



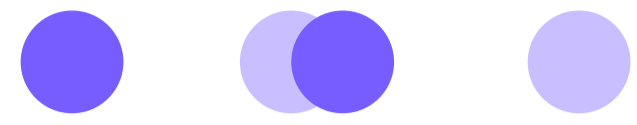
### 追求便捷、专业和高品质的购物体验

她们高度依赖收藏夹推荐，还积极利用专属客服的即时解答来提升购买信息的获取效率，也倾向于通过精选导购迅速找到优质商品，确保购买决策的精准性与有效性。



\*数据注释：目标用户在淘内触点排序

## | 六大趋势场景洞察



## 舒适睡眠——舒睡一天，舒畅一天

多样化的助眠产品，帮助静谧梦享家提升睡眠质量，迎接美好的一天。

## 酸枣仁睡前膏144g

国家级非遗制膏技艺



## 睡眠管理-静谧梦享家

- 经典配方-源于张仲景《金匱要略》
- 道地食材-15味道地草本更健康
- 健康代糖-不给身体增添负担
- 匠心工艺-国家级非遗制膏技艺

## 汤臣倍健褪黑素片

轻松咀嚼 改善睡眠



## 睡眠管理-静谧梦享家

- 每片400mg，褪黑素含量高达2.24mg，满足调节睡眠的褪黑素
- 片剂小，好吞咽
- 蓝帽子产品，食品药品监督管理局批准

金蓓高 $\gamma$ -氨基丁酸

专注成长黄金期



## 睡眠管理-静谧梦享家

- 双倍含量专利GABA
- 药食同源成分可靠
- 甄选进口乳清蛋白
- 上市药企倾力研发

# 六大趋势场景洞察



## 策略人群总结

CHINA VOGUE TREND

# 元气补给

恢复活力，焕发光彩

233

基础养护族

免疫领航员

亲密守护者

233

alimama | 天猫健康

更多详情可见 阿里妈妈经营指南VOL.12

CHINA VOGUE TREND

# 家庭养护

守护家人，健康无忧

233

清肺享者

糖控达人族

心脑血管活力派

活络筋骨族

233

alimama | 天猫健康

更多详情可见 阿里妈妈经营指南VOL.12

CHINA VOGUE TREND

# 个人形象

焕发自信，气质提升

233

美颜护肤家

头皮养护师

气血调养家

233

alimama | 天猫健康

更多详情可见 阿里妈妈经营指南VOL.12

CHINA VOGUE TREND

# 职场修复

从容自信，事业成功

233

悦悦调节师

眼部亮眼族

畅通气顺族

健肝守护者

233

alimama | 天猫健康

更多详情可见 阿里妈妈经营指南VOL.12

CHINA VOGUE TREND

# 体型管理

轻盈自在，活力无限

233

运动健身派

骨骼强化族

轻盈自在族

233

alimama | 天猫健康

更多详情可见 阿里妈妈经营指南VOL.12

CHINA VOGUE TREND

# 舒适睡眠

睡眠美好，精力充沛

233

静谧梦享家

233

alimama | 天猫健康

更多详情可见 阿里妈妈经营指南VOL.12

# PART 03

阿里妈妈产品赋能

## NEXUS人群拓圈策略、赋能商家高效场景拓客

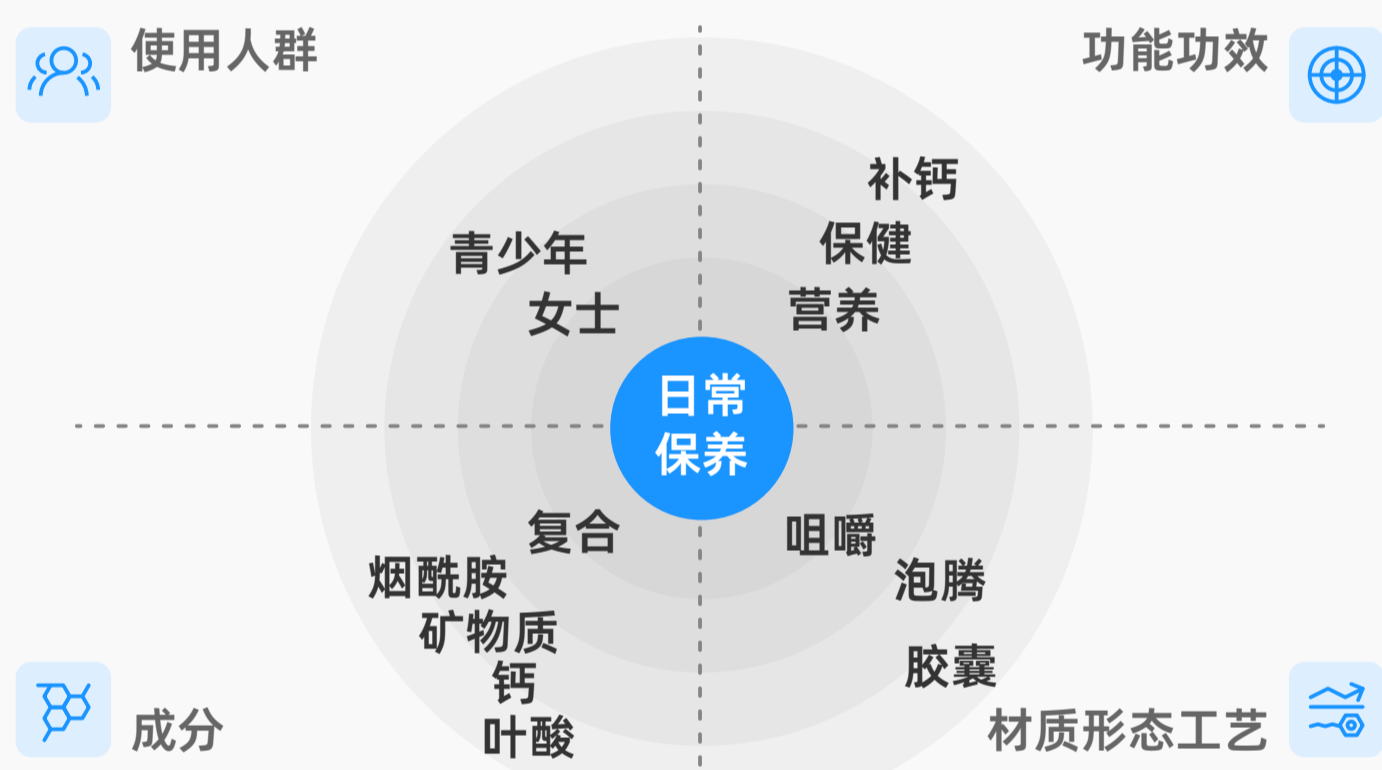
# 阿里妈妈NEXUS小众拓圈解决方案 (Niche-market EXpansion clUstering and Ssegmentation)

3大亮点助力品牌击穿小众赛道：大模型解析子赛道+拓圈策略指引+灵活高效定向渗透



## INSIGHT 洞察分析

STEP1. 全量淘系消费者数据，挖掘小众赛道「购买驱动因子」

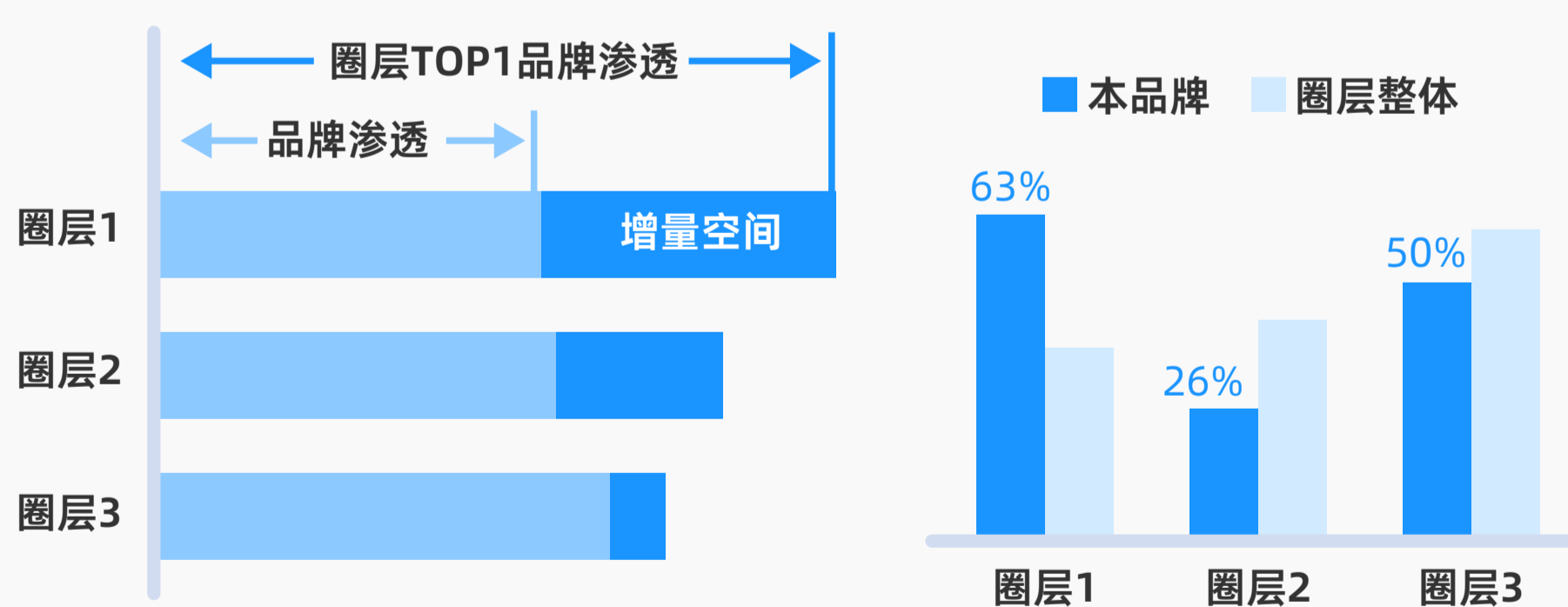


STEP2. 大模型分类再聚类，消费者行为相似的「小圈子赛道」



## STRATEGY 策略支持

STEP1. 市场机会判断和定位，小众子赛道「渗透空间与机会」



STEP2. 理解和定位细分赛道人群，小众子赛道的「消费者偏好」



## EXECUTION 高效落地

根据不同生命周期单品需求，「人群-投放」全链路定制



## NEXUS人群拓圈策略、赋能商家高效场景拓客

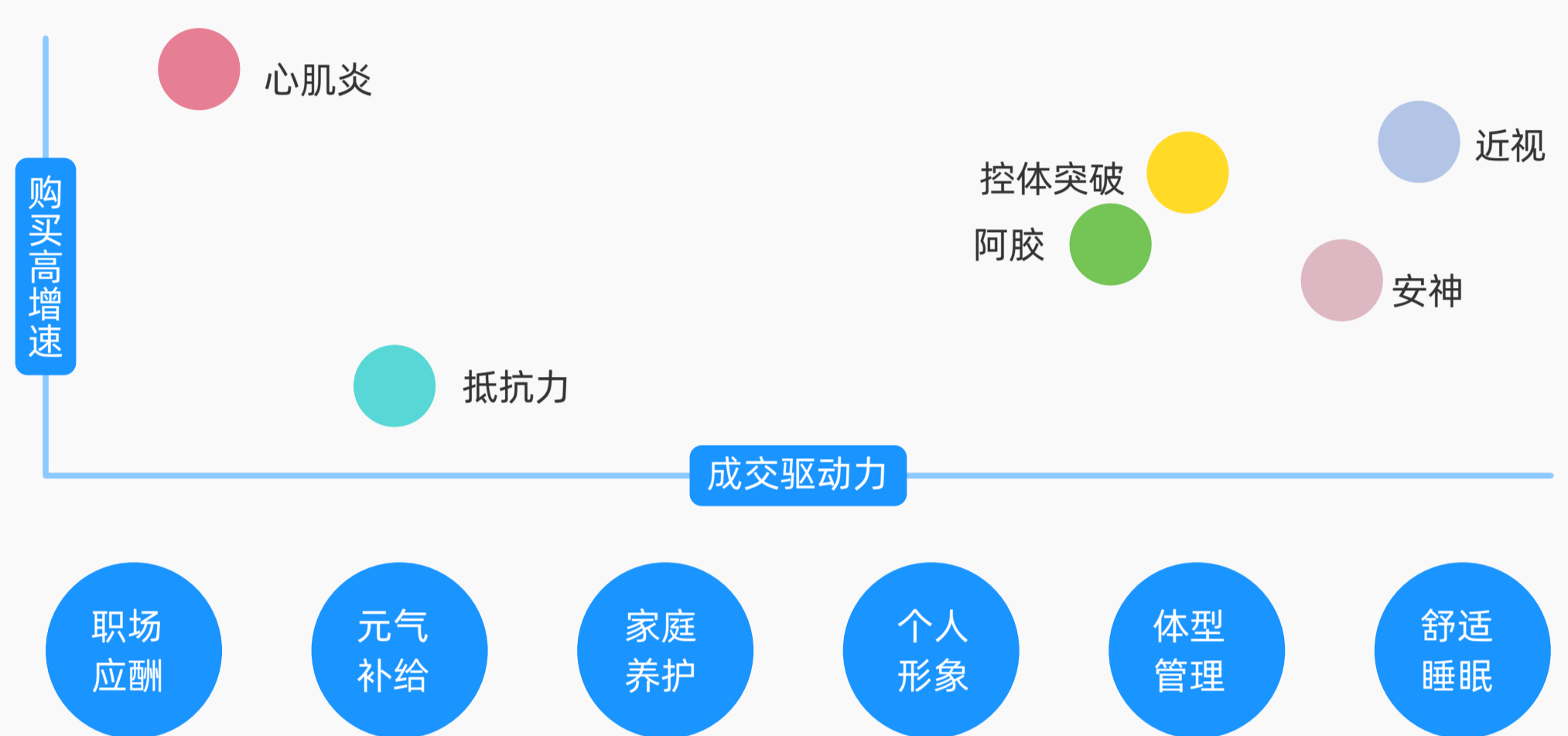
# NEXUS模型助力健康-保健滋补行业动因挖掘 实现跨类目精准拉新

### 1. 健康-保健滋补场景人群挖掘 算法挖掘健康-保健滋补行业核心货品高成交驱动因子，生成6个场景

#### 1.1 输入健康-保健滋补相关核心货品集

【直播间秒杀】东阿阿胶官方旗舰店阿胶速溶粉3g月套餐  
上药神象15年以上野山参打粉12克礼盒东北长白山桓仁山参之乡  
冬虫夏草官方旗舰店10克/30根头期正品干货虫草整条50克礼盒装  
周十五官方正品益生菌蜂蜜露栓条孕产妇宝宝儿童成人款适用蜜煎导  
枸杞子宁夏特级500g正宗大颗粒红枸杞纪茶泡水男肾干官方旗舰店  
胶趣轻食花胶粥晚餐营养孕产妇代餐即食滋养粥下午茶鱼胶干货女  
【依然专享】仙芝楼康爱芝宝灵芝康葆胶囊0.4g\*300粒破壁灵芝  
诺特兰德左旋肉碱100000官方旗舰店正品十万左旋饮料液体运动健身  
正品霍山铁皮石斛枫斗官方旗舰店石斛粉鲜干条花石斛养生茶中药材  
张宝山古法铁棍山药粉官方旗舰店养怀淮山药胃纯焦作垆土山药255g  
雅培全安素特医全营养蛋白质粉麦香900g\*1肠内营养粉中老年人送礼  
正常发货【3星】燕之屋干燕窝100g印尼溯源干盏进口白燕盏礼品盒  
北京同仁堂赤小豆薏米芡实茶非祛排湿气茯苓去除湿寒气毒养生茶  
.....

#### 1.2 算法挖掘核心货品集的成交驱动因子，合并成6个场景

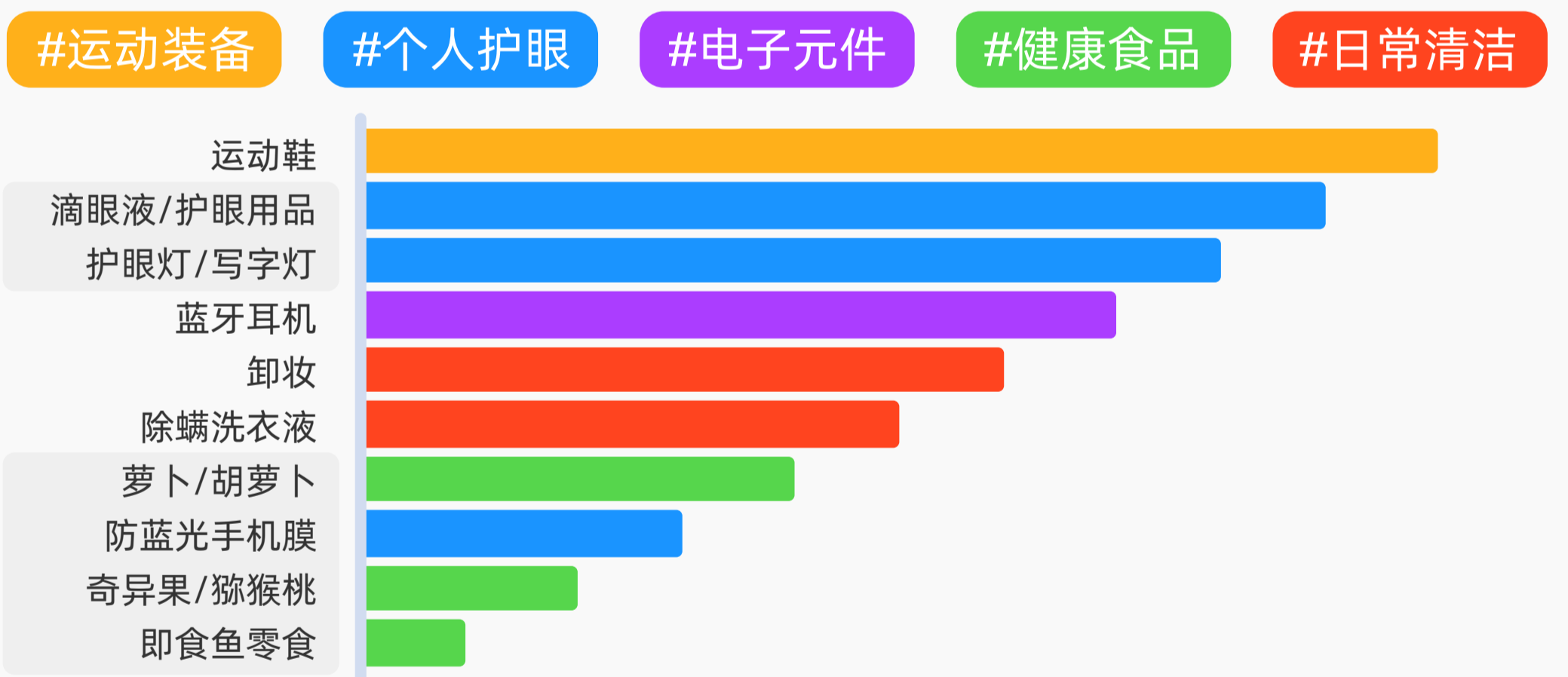
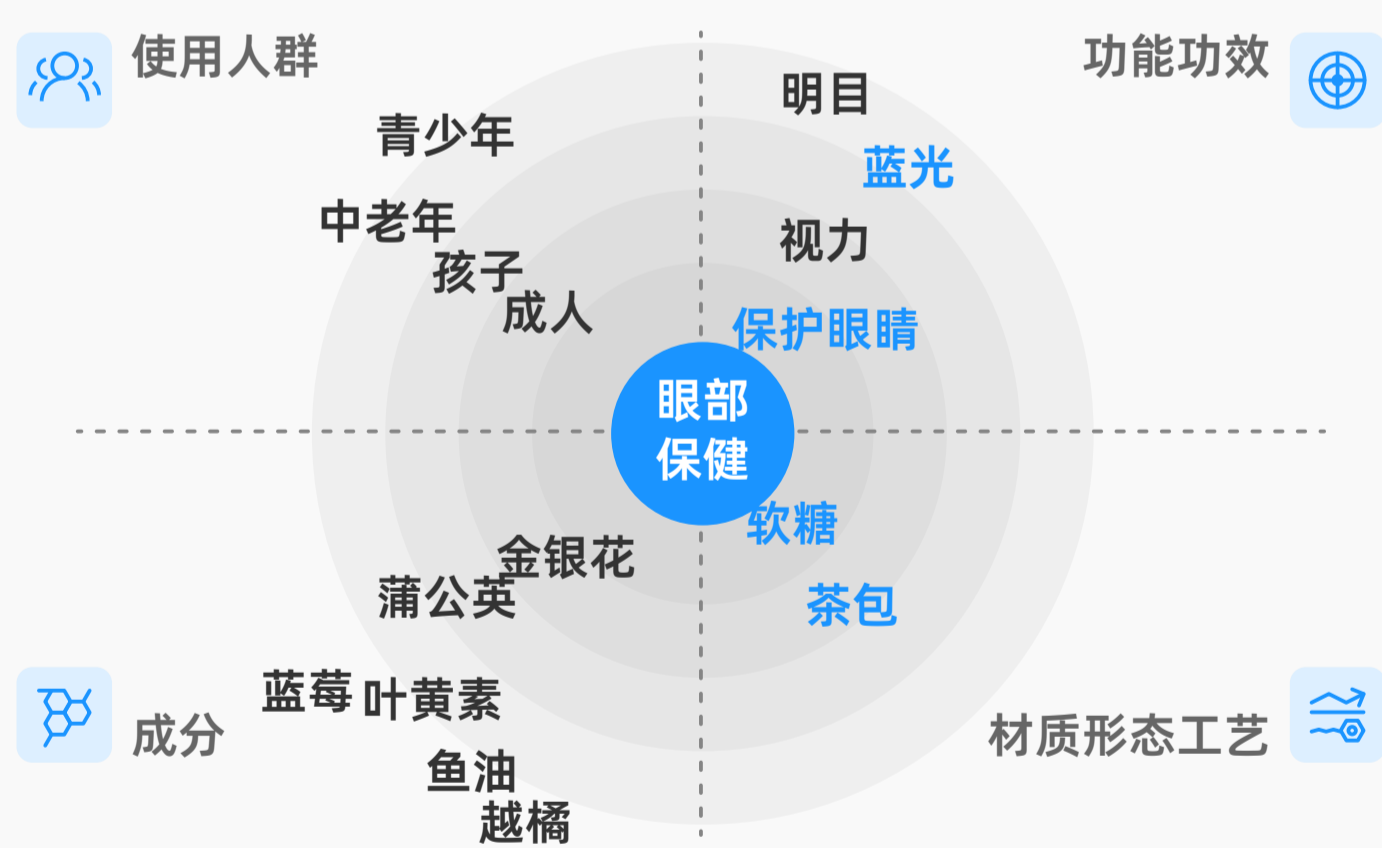


### 2. 行业内外人群拓潜 以6个场景为锚点，在类目内拓展关联特征后锁定高潜人群

在健康-保健滋补行业所有类目内  
以词找人进行6大场景人群拓圈生成高潜人群

基于子赛道的核心货品集，进行货货关联的协同过滤计算，  
挖掘高关联类目

以【眼部保健】为例



### 3. 人群分层应用 (optional) 不同层级/不同类目商家可根据需求优选使用

人群投放可优选赛道使用

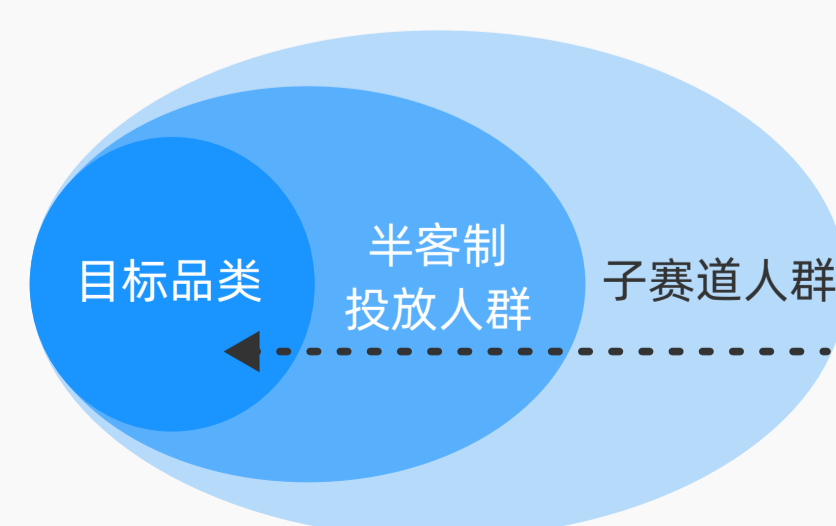
基于共建客户做优选定制

|                | 职场应酬 | 元气补给 | 个人形象 | 家庭养护 | 体型管理 | 舒适睡眠 |
|----------------|------|------|------|------|------|------|
| 维生素/复合维生素      |      | ✓    |      |      |      |      |
| 褪黑素/γ-氨基丁酸     |      |      |      |      |      | ✓    |
| DHA/EPA/DPA亚麻酸 |      |      |      | ✓    |      |      |
| 葡萄籽提取物         |      |      | ✓    |      |      |      |
| 果蔬膳食纤维/白芸豆     |      |      |      |      | ✓    |      |
| 叶黄素/蓝莓/越橘提取物   | ✓    |      |      |      |      |      |
| .....          |      |      |      |      |      |      |

示例

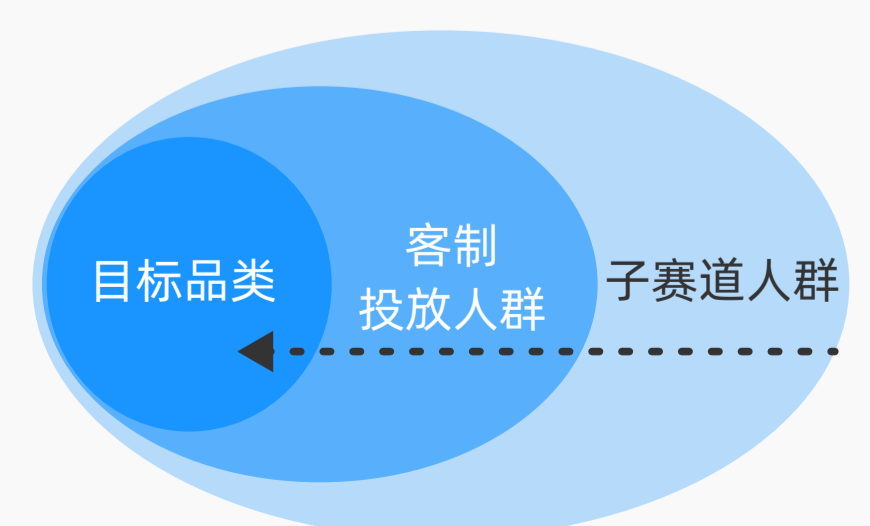
#### 核腰商家

基于目标类目在各子赛道中进行lookalike算法优选 (半客制)

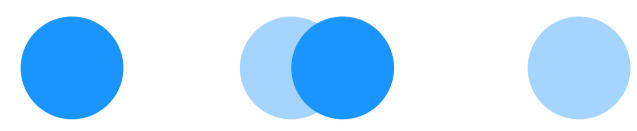


#### 头部商家

基于目标类目在各子赛道中进行lookalike算法优选 (客制)



## NEXUS人群拓圈策略、赋能商家高效场景拓客



## 汤臣倍健破圈拉新 实现鱼油单品生意爆发



### 汤臣倍健

汤臣倍健官方旗舰店在618期间，通过星趋人群的应用实现场景化人群拉新。

突破传统只以保健本类目人群进行拉新的痛点，抓住趋势货品EPA鱼油单品在降血脂的货品特征，通过「**星趋计划 x NEXUS模型**」成功挖掘到保健类目外家庭养护场景下的「**心脑血管活跃派**」和元气补给场景下的「**免疫领航员**」，以场景需求为出发点在多个跨叶子类目挖掘到潜在消费者，在**首秀快秀、精准人群推广渠道**的以下精准的素材与消费者进行沟通，最终实现单品生意新增长！

#### 媒介提效

星趋人群点击率  
Vs普通拉新人群

提升 **11.9%**

#### 媒介提效

星趋人群互动率  
Vs普通拉新人群

提升 **110%**

#### 媒介提效

星趋人群转化率  
Vs普通拉新人群

提升 **5.3倍**

#### 生意爆发

鱼油生意爆发  
GMV同比+92%

买家数 **+77%**

#### 潜客增长

鱼油单品  
AI人群资产

新增 **百万量级**

## 人群浓度提升策略

# 人群超市——精准定位、深入渗透目标消费群体

夏日健康趋势热点提供「健康破圈」机会人群，通过高级人群洞察与分析，帮助商家实现高效营销与顾客获取。

### 机会人群

**元气补给** 身体充电，持续“续航”



**家庭养护** 家是港湾，健康是船



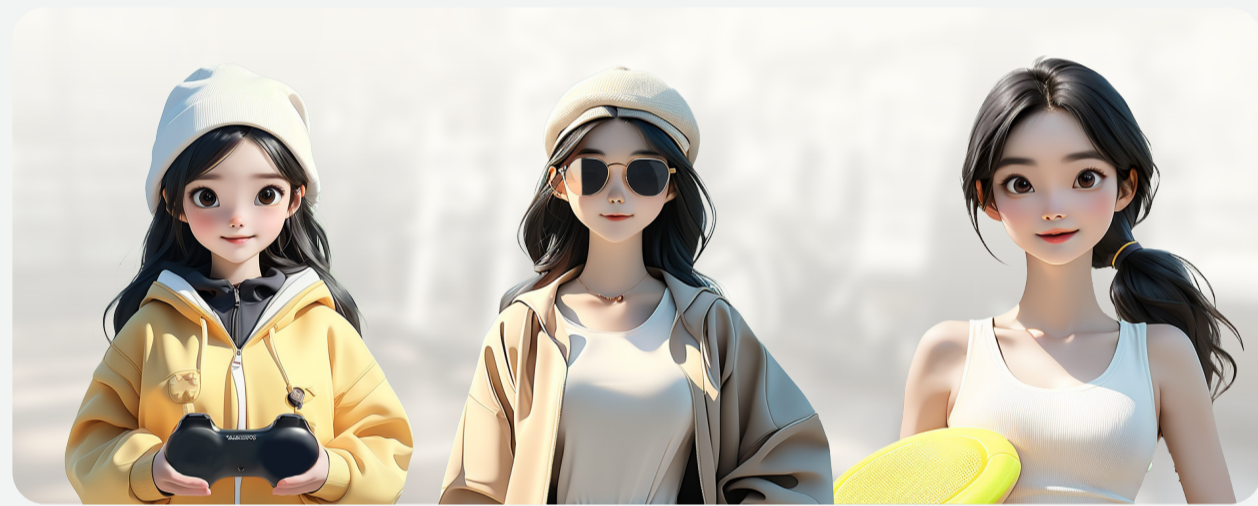
**个人形象** 身体都健康，美丽自然来



**职场修复** 健康归位，满血复活



**体型管理** 曲线救星，轻松塑形



**舒适睡眠** 好梦快车，直达活力



### 投放渠道

#### 新建计划添加人群

STEP1: 在精准人群推广场景，解决方案选择「人群超市」，通过「机会挖掘」选择「行业必争人群攻防」

**行业必争人群攻防**  
高价值人群渗透率 9.39% 低于行业优质店铺 1.67%

| 指标             | 本店     | 同行     |
|----------------|--------|--------|
| 本店人群包渗透率       | 9.39%  | 11.64% |
| 同行优质店铺人群包渗透率   | 11.06% | 16.43% |
| 人群包平均GMV贡献比例   | 19.71% | 29.99% |
| 人群包平均行业GMV贡献比例 | 22.15% | 44.26% |

**平台机会人群渗透**  
近30天拉新净透率 22.62% 低于行业优质店铺 18.80%

**三伏天健康进补人群包** 热点人群 更换套餐包  
结合近期三伏天养生的热议话题，精选热衷三伏天健康养生、对食品养生有强烈需求的潜在客户

STEP2: 在「全部套餐包」模块添加本期行业人群

| 套餐包名称          | 描述                                               | 渗透率     |
|----------------|--------------------------------------------------|---------|
| 健康破圈 - 家庭养护人群包 | 针对活络筋骨族   清肺畅享族   心脑血管活力派   糖控达人族，精选注重家庭养护的消费人群。 | 9%      |
| 健康破圈 - 元气补给人群包 | 针对基元养护族   免疫领航员   亲密守护族，精选元气补给强需求用户。             | 174,087 |
| 健康破圈 - 个人形象人群包 | 针对美颜养肤家   气血润养家   头皮养护师，精选对形象改造有需求的消费人群。         | 11.21%  |
| 健康破圈 - 舒适睡眠人群包 | 针对静谧梦享家，精选关注助眠与安眠相关产品的用户群体。                      | 58.00%  |
| 健康破圈 - 职场修复人群包 | 针对眼明心亮族   肠通气顺族   健肝守护侠   心悦调节师，精选职场养生的强需求用户。    | 66.74%  |
| 健康破圈 - 体型管理人群包 | 针对健身风尚派   轻盈自在族   骨韧强化族，精选关注塑形健康的消费人群。           | 更换套餐包   |

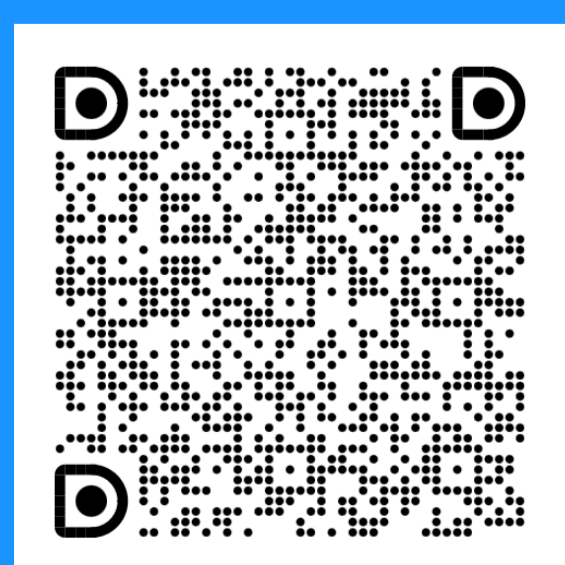


To make it easy to do  
marketing anywhere.

alimama  
— refresh



阿里妈妈微信公众号



欢迎入群获得一手消息、  
或提报你关注的趋势！