

Moojing Market
Intelligence



魔镜洞察照明市场研究报告

SPEAKER: 魔镜分析师团队

DATE: 2024年3月

取数规则说明:

涉及类目:

- 淘宝/天猫平台: 家装灯饰光源一级类目
- 京东平台: 家庭建材-->灯饰照明

时间维度:

- 电商销售趋势: 展示2023年1月-2023年12月各平台相关类目数据。

细分市场筛选规则说明:

- 在以上的涉及类目的商品中选取以下关键词进行筛选:
- 落地护眼灯: (落地 or 立式 or 大路灯) and 护眼

社交舆情处理规则说明:

- 选用对应细分市场的关键词, 爬取2023年1月-2023年12月的抖音、微博、小红书的相关社媒的原创推文。
- 霍尼韦尔社媒关键词: 灯 or (护眼 and 落地); 品牌: honeywell/霍尼韦尔

电商聆听处理规则说明:

- 通过电商数据处理规则筛选商品级评论, 抽取2023年1月-2023年12月天猫平台各细分市场下商品评论进行文本分析。

Contents 目录

01 照明市场分析

02 电商聆听产品介绍

03 社交聆听产品介绍

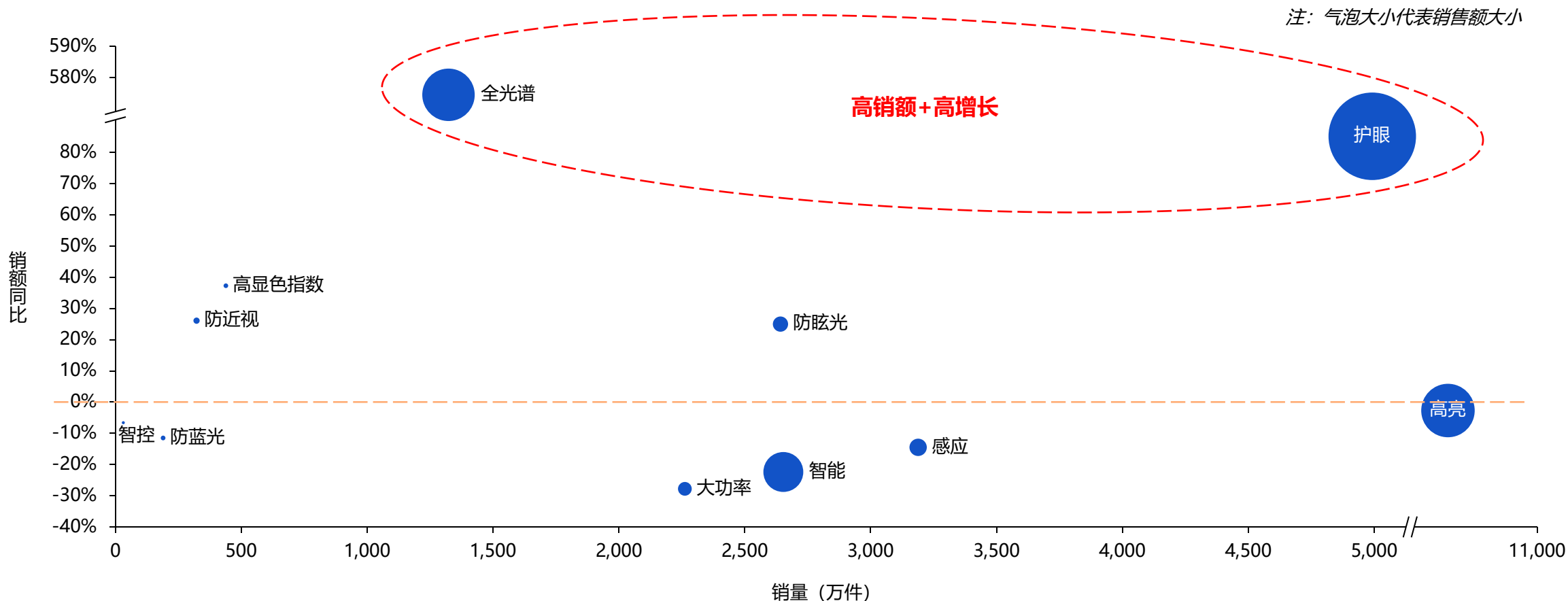
Part1 照明市场分析

照明市场产品主要功能概念增速 (天猫+淘宝)

市场分析

2023年淘天照明灯具市场功能卖点中，“护眼”、“全光谱”概念产品较为火爆，销售额分别为76.2亿元、45.7亿元，同比分别增长了85.2%、574.5%。同时“全光谱”和“护眼”概念关联度也较高，“全光谱”概念中近80%销额为“护眼”功能产品，因此选取护眼灯具作为研究对象。

2023年 天猫淘宝照明市场主要功能概念增长趋势



护眼灯具市场分析（天猫+淘宝）

市场分析

2023年护眼灯具在天猫淘宝平台销售额达76.2亿元，同比增长85.2%。

护眼灯具市场top3品牌分别为孩视宝、飞利浦和月影；CR5仅为17.9%，且品牌份额差距较小，市场竞争激烈。

商品标题关键词检索定义【护眼灯具】

痛点：“护眼”功能灯具混杂在台灯、吊灯、吸顶灯等多个次级类目中，如果只研究单一次级类目可能会漏掉大量数据

赋能：为了更全面的获取护眼灯具的市场情况，直接选中一级类目，再对商品标题关键词进行检索

检索规则：护眼

护眼灯具市场销售趋势



护眼灯具市场品牌格局

序号	品牌	销售额	销量	商品均价	店铺数	商品数	市场份额	销售额同比	销售额环比	销量同比
1	孩视宝	¥ 290,892,445	469,519	¥ 619.55	137	2,039	3.8%	0.1%	0.1%	-14.3%
2	philips/飞利浦	¥ 283,490,090	982,345	¥ 288.59	235	2,290	3.7%	27.6%	27.6%	31.8%
3	月影	¥ 279,400,771	312,924	¥ 892.87	10	262	3.7%	32778.1%	32778.1%	17009.0%
4	honeywell/霍尼韦尔	¥ 276,655,185	154,164	¥ 1,794.55	23	216	3.6%	86.4%	86.4%	60.1%
5	panasonic/松下	¥ 235,242,237	430,174	¥ 546.85	166	1,353	3.1%	-1.0%	-1.0%	-13.8%
6	opple/欧普照明	¥ 231,267,729	1,810,785	¥ 127.72	494	1,936	3.0%	-1.2%	-1.2%	-12.1%
7	paulmann	¥ 206,635,174	140,910	¥ 1,466.43	40	276	2.7%	124.3%	124.3%	113.7%
8	nvc/雷士	¥ 184,840,785	1,154,205	¥ 160.15	1,094	6,284	2.4%	113.1%	113.1%	132.1%
9	luogaa/鹿家良品	¥ 181,254,468	441,054	¥ 410.96	7	323	2.4%	951.0%	951.0%	1423.3%
10	benq/明基	¥ 147,926,211	85,203	¥ 1,736.16	88	1,332	1.9%	-18.1%	-18.1%	-14.9%

平台 & 类目

平台： 淘宝 天猫 京东 抖音

类目：

- 家装灯饰光源
 - 成套灯具
 - 功能性灯具
 - 家装光伏电站 (天猫专用)
 - 灯具配件
 - 光源
 - 家居类灯饰
 - 吊灯 (新增)
 - 壁灯
 - 其它类灯饰

搜标题

商品标题：

功效：

营销概念：

护眼灯具：不同品类护眼灯具市场研究（吸顶灯占比最高，吊灯增速较快）

护眼品类研究

需要对护眼灯具不同品类的市场情况进行研究，通过自定义可将各品类定义出来

护眼灯具主要可以分为四类，分别为护眼吸顶灯、护眼台灯、护眼落地灯和护眼吊灯；护眼吸顶灯占比最高，23年销售额达33.7亿元；

护眼吊灯增速最快，23年销售额同比增长281.4%

升级：标题+SKU+属性自定义品类

自定义分析命名: 护眼灯具品类

筛选规则选择: SKU名称 或 商品标题

添加属性条件规则: 是 否 属性与标题关系: 且 或

名称	商品标题规则	属性	属性规则
护眼台灯	护眼 and (台灯 or 床头)	光源类型	LED
护眼吸顶灯	护眼 and 吸顶	光源类型	节能
护眼吊灯	护眼 and 吊灯	灯身主材质	铁
护眼落地灯	护眼 and (落地 or 立式 or 大球)	灯身主材质	ABS

修改配置

痛点：需要研究护眼“台灯、吸顶灯、吊灯、落地灯”等不同品类的销售情况，也需要针对性的查看某种品类的市场情况（趋势、品牌、商品...）

筛选条件: 平台: 淘宝+天猫 类目: 家装灯饰光源

价格分布 类目分析 品牌分析 品牌价格分布 店铺分析 商品分析 属性分析 自定义分析 透视分析 AI简报 消费者观察

序号	分类	销售额	销量	商品均价	店铺数	商品数	销售额同比
1	护眼吸顶灯	¥ 3,368,750,177	7,947,265	¥ 423.89	10,197	75,841	258.6%
2	护眼台灯	¥ 3,263,336,660	27,197,829	¥ 119.99	32,733	140,695	13.5%
3	护眼落地灯	¥ 1,017,944,483	1,188,896	¥ 856.21	3,361	7,599	179.9%
4	护眼吊灯	¥ 554,873,589	3,742,159	¥ 148.28	4,219	17,136	281.4%

护眼吊灯的市场趋势



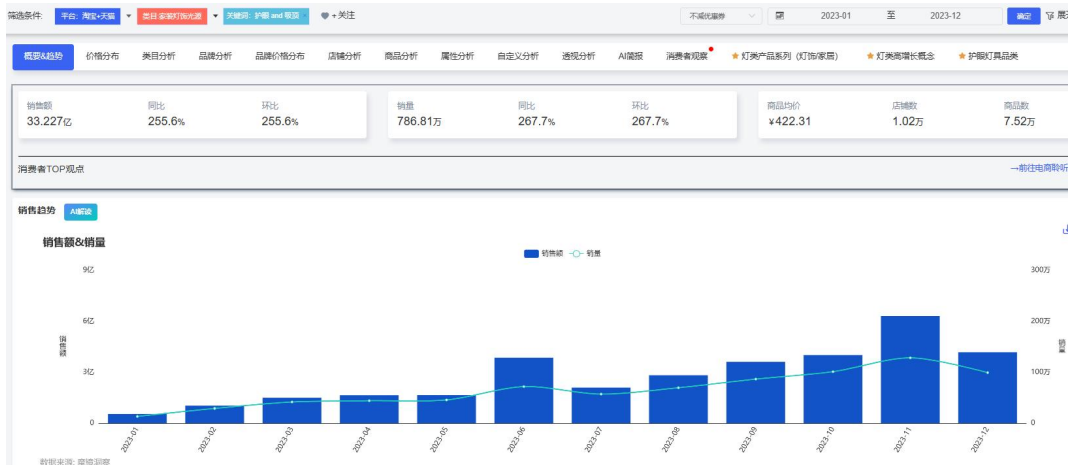
护眼吊灯的品牌研究

品牌分析

序号	品牌	销售额	销量	商品均价	店铺数	商品数	市场份额	销售额同比	销售环比
1	luugaa/鹿家良品	¥ 31,273,690	30,221	¥ 1,034.83	3	67	7.0%	1954.5%	1954.5%
2	aozzo/奥朵	¥ 27,353,768	23,683	¥ 1,155.00	9	57	6.2%	-	-
3	paulmann	¥ 16,569,477	6,849	¥ 2,419.25	11	30	3.7%	273.2%	273.2%
4	bull/公牛	¥ 16,036,532	796,657	¥ 20.13	79	100	3.6%	200.0%	200.0%
5	nvc/雷士	¥ 12,657,689	353,780	¥ 35.78	116	159	2.8%	2029.0%	2029.0%
6	希尔顿	¥ 11,509,593	9,212	¥ 1,249.41	21	112	2.6%	228.4%	228.4%
7	摩韵	¥ 10,404,688	4,342	¥ 2,396.29	1	33	2.3%	5925.0%	5925.0%
8	月影	¥ 9,931,703	8,709	¥ 1,140.40	4	69	2.2%	90024.3%	90024.3%
9	铂曜灯堡	¥ 9,794,222	10,760	¥ 910.24	26	146	2.2%	477.1%	477.1%
10	雅曼迪	¥ 9,323,637	19,889	¥ 468.78	1	25	2.1%	4643.9%	4643.9%

护眼吸顶灯：国产品牌同比增速较快，top品牌市场份额差距较小 鹿家良品曲奇吸顶灯热卖，外观颜值仍为主要优势，性价比及卖家服务需要改进

市场趋势



鹿家良品: (同比增长811.7%), 热销品: 曲奇吸顶灯 2023年销售额达1983.5万元

排名	商品名称	上架时间	SKU数	销量	销售占比
1	鹿家良品曲奇全光谱护眼灯主卧室灯现代简约护眼云朵吸顶灯灯具	2022-05	184	¥ 19,834,809	119.0%
2	鹿家良品全光谱护眼吸顶灯卧室超现代简约儿童书房客厅灯具	2022-12	160	¥ 12,777,067	-
3	鹿家良品云朵全光谱护眼吸顶灯现代简约护眼儿童书房客厅灯具	2022-11	82	¥ 7,177,098	698.7%
4	鹿家良品全光谱护眼云朵客厅吸顶灯现代简约护眼灯具主卧室组合套餐	2022-11	86	¥ 5,108,890	1605.7%
5	鹿家良品全光谱护眼超现代简约护眼吸顶灯灯具	2022-11	187	¥ 4,162,032	-
6	鹿家良品全光谱护眼超现代简约护眼吸顶灯灯具	2023-05	54	¥ 4,145,215	-
7	鹿家良品全光谱护眼超现代简约护眼吸顶灯灯具	2022-12	266	¥ 3,943,214	7122.3%

天猫榜单 让选择更简单

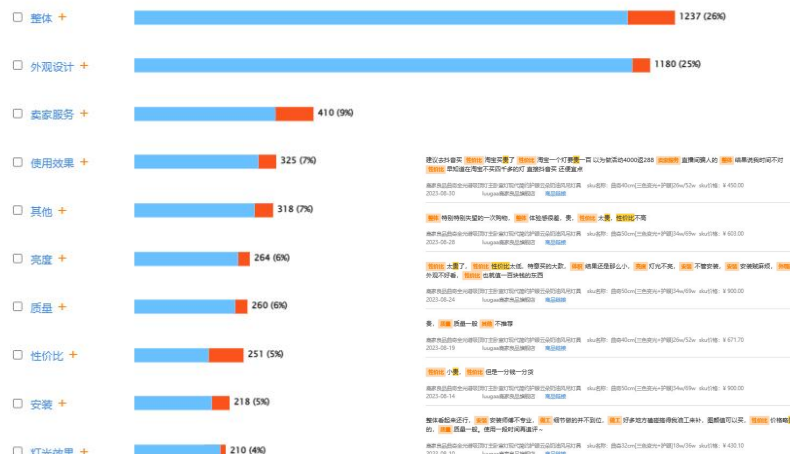
鹿家良品曲奇吸顶灯 荣获全光谱吸顶灯热卖榜 TOP1

项目	鹿家良品曲奇卧室吸顶灯	国家中小学教室照明	欧洲工作场所照明标准
照度	≥300Lux	≥300Lux	≥300Lux
蓝光值	<19	≤19	≤19
显色指数CRI (Ra)	≥97	推荐≥80	推荐≥80
光色品质CQS	97	≥80	≥90
蓝光等级RG	RG0	RG0	RG0
频闪深度FPF	≤0.5% >8KHz	≤3.2% >3125Hz	≤3.2% >3125Hz

品牌竞争: 国产品牌同比增速较快, top品牌市场份额差距较小

序号	品牌	销售额	销量	商品均价	店铺数	商品数	市场份额	销售同比
1	月影	¥ 179,644,797	96,168	¥ 1,868.03	8	122	5.4%	22679.5%
2	luugaa/鹿家良品	¥ 123,272,119	175,439	¥ 702.65	5	211	3.7%	811.7%
3	honeywell/爱尼韦尔	¥ 117,796,848	64,408	¥ 1,828.92	8	35	3.5%	40.5%
4	jovurdunee/简顿	¥ 88,809,427	94,631	¥ 938.48	1	84	2.7%	995.3%
5	paulmann	¥ 84,660,015	33,145	¥ 2,554.23	19	57	2.5%	139.4%
6	philips/飞利浦	¥ 71,806,548	263,434	¥ 272.58	66	400	2.2%	206.5%
7	yeelight	¥ 70,158,628	33,750	¥ 2,078.77	20	60	2.1%	15985.3%
8	月影凯顿	¥ 66,605,026	96,888	¥ 687.44	21	99	2.0%	33.3%
9	aazzo/奥朵	¥ 64,804,673	67,508	¥ 959.96	15	135	2.0%	301.5%
10	opple/欧普照明	¥ 55,473,599	70,071	¥ 791.68	275	485	1.7%	814.1%

曲奇吸顶灯: 外观设计和亮度好评率较高, 卖家服务和性价比差评较多



消费者反馈外观好看, 颜值超高, 亮度够

好评: 这个灯不愧是向颜值第一的颜值天花板下... 鹿家良品曲奇吸顶灯主卧室灯现代简约护眼云朵吸顶灯灯具... 颜值超高, 亮度够, 性价比也不错...

好评: 真的超级好看, 一点塑料都没有!!! 高品质的nice, 颜值超高, 亮度够, 不愧是颜值第一的颜值天花板... 鹿家良品曲奇吸顶灯主卧室灯现代简约护眼云朵吸顶灯灯具... 颜值超高, 亮度够, 性价比也不错...

好评: 颜值高, 年轻人买了就选鹿家良品... 鹿家良品曲奇吸顶灯主卧室灯现代简约护眼云朵吸顶灯灯具... 颜值超高, 亮度够, 性价比也不错...

好评: 这个灯好看, 颜值高, 亮度够, 不愧是颜值第一的颜值天花板... 鹿家良品曲奇吸顶灯主卧室灯现代简约护眼云朵吸顶灯灯具... 颜值超高, 亮度够, 性价比也不错...

好评: 买了五个灯都点赞, 卖家服务态度好... 鹿家良品曲奇吸顶灯主卧室灯现代简约护眼云朵吸顶灯灯具... 颜值超高, 亮度够, 性价比也不错...

好评: 颜值高, 亮度够, 不愧是颜值第一的颜值天花板... 鹿家良品曲奇吸顶灯主卧室灯现代简约护眼云朵吸顶灯灯具... 颜值超高, 亮度够, 性价比也不错...

好评: 颜值高, 亮度够, 不愧是颜值第一的颜值天花板... 鹿家良品曲奇吸顶灯主卧室灯现代简约护眼云朵吸顶灯灯具... 颜值超高, 亮度够, 性价比也不错...

护眼台灯：显色指数Ra>95为主流销售产品，且同比增速迅猛 其中孩视宝为top1品牌，主打中低端产品；明基价格高端，销售增速低于平均水平



高显色护眼台灯 Ra>95护眼台灯市场占比最高，23年销售额7.7亿元，同比增长296.9%；top品牌中孩视宝份额最大，同比增速最高，商品数最多，均价最低；明基品牌价格较为昂贵，销售额增速相对较缓



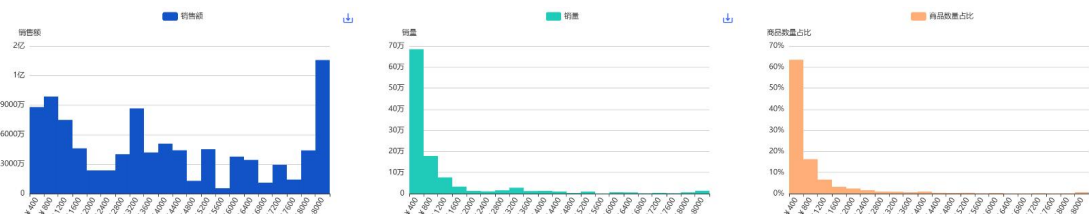
护眼落地灯：市场增速较快，均价不断升高 霍尼韦尔占据头部，国产品牌琪朗增速超10倍，产品操作使用更为智能

商品标题关键词：护眼 and (落地 or 立式 or 大路灯)

护眼落地灯市场趋势，同比增长185%



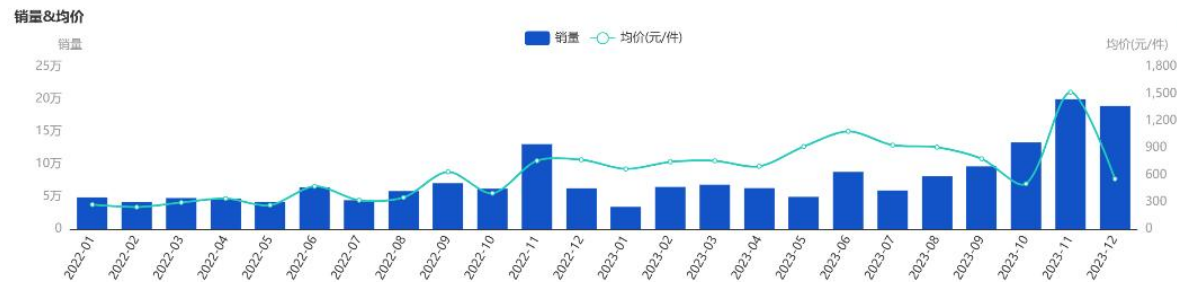
价格档位：400元以下销量最高，8000元以上销售额最高



TOP品牌：霍尼韦尔（14%市占），同比增长257%，销售额1.4亿元，CR5市占43%。琪朗、月影同比增长>1000%

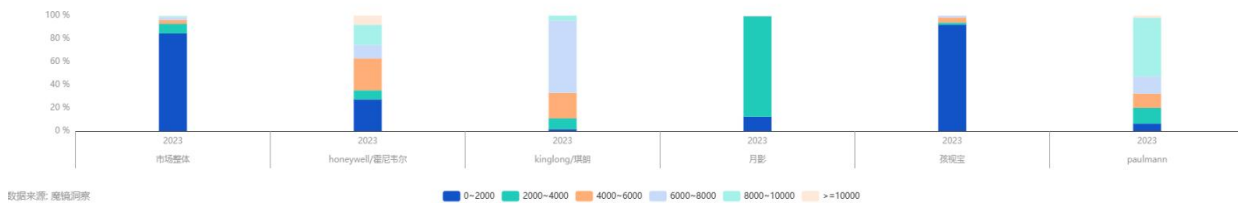
序号	品牌	销售额	销量	商品均价	店铺数	商品数	市场份额	销售同比增长	销量同比增长	销售额同比增长
1	honeywell/霍尼韦尔	¥ 142,687,585	29,186	¥ 4,888.91	8	20	14.4%	257.3%	257.3%	99.0%
2	kinglong/琪朗	¥ 94,346,627	14,787	¥ 6,380.38	4	11	9.6%	1563.3%	1410.4%	1410.4%
3	月影	¥ 71,389,670	23,592	¥ 3,026.62	1	8	7.2%	1133792.5%	589700.0%	589700.0%
4	孩视宝	¥ 64,648,682	58,215	¥ 1,110.52	45	206	6.5%	15.1%	-18.2%	-18.2%
5	paulmann	¥ 52,440,853	7,882	¥ 6,653.24	2	23	5.3%	158.6%	158.6%	58.8%
6	panasonic/松下	¥ 37,616,143	34,790	¥ 1,081.23	35	86	3.8%	49.7%	49.7%	6.2%
7	debase/德贝斯	¥ 30,401,345	40,104	¥ 758.06	5	26	3.1%	405.9%	405.9%	113.4%
8	贝锐朗	¥ 28,396,772	5,690	¥ 4,990.65	1	2	2.9%	-	-	-
9	菲鲁顿	¥ 23,945,884	48,536	¥ 493.36	4	19	2.4%	318.9%	318.9%	193.4%
10	waldmann/沃达曼	¥ 23,705,520	3,260	¥ 7,271.63	2	3	2.4%	-26.8%	-26.8%	-17.3%

2022-2023年护眼落地灯销量及均价逐渐走高



霍尼韦尔各价位段均有分布，孩视宝主做低端，琪朗主做中高端，月影2000-4000元价位段销售额占比近90%

市场整体 & TOP品牌销量占比对比



琪朗热销产品特点：搭载智能功能



三大智能功能

- 『语音控制』语音调节亮度，无需手动
- 『落座感应』落座自动开灯，离座自动关灯
- 『自动调光』根据环境光自动调节合适亮度

市场总结:

- 2023年护眼灯具在天猫淘宝平台销售额达76.2亿元，同比增长85.2%。护眼灯具市场top3品牌分别为孩视宝、飞利浦和月影；CR5仅为17.9%，且品牌份额差距较小，市场竞争激烈。
- 护眼灯具主要可以分为四类，分别为护眼吸顶灯、护眼台灯、护眼落地灯和护眼吊灯；护眼吸顶灯占比最高，23年销售额达33.7亿元；护眼吊灯增速最快，23年销售额同比增长281.4%。
- 护眼吊灯市场top1品牌鹿家良品同比增长近2000%，TOP3产品链接销量达1.6w+，同时品牌吊灯的社媒讨论度不断上升；从电商评论反馈来看，产品外观时尚简约，颇受消费者喜爱；价格偏贵，性价比不高是主要槽点。
- 护眼吸顶灯市场国产品牌同比增速较快，TOP品牌市场份额差距较小；TOP2品牌鹿家良品曲奇吸顶灯热卖，外观颜值仍为产品主要优势，性价比及卖家服务尚有改进空间。
- 护眼台灯市场，从属性来看，显色指数Ra>95为主流销售产品，且销售额同比增长达296.9%；其中孩视宝为TOP1品牌，主打中低端产品，均价600元左右；明基的产品均价近2000元，但销售增速低于平均水平，为76.5%。
- 护眼落地灯市场增速较快，近两年来市场均价不断走高。top1品牌霍尼韦尔23年销售额达1.4亿元，同比增长257.3%，国产品牌琪朗、月影同比增长均超10倍；其中琪朗凭借智能化产品打出差异，23年销售额位列第二，占据近10%市场份额。

Part3 电商聆听产品介绍

电商聆听模块

➤ 涉及系统：电商聆听

➤ 基本信息：指定平台类目下的评论数、声量数、声量趋势概览

➤ **各方面声量**：指定平台类目下，在类目所属模型内，各方面的消费者评论的正负向情况汇总，包括指标的拆分、文本的词云词频、标题的词云词频等

➤ **品牌、店铺、商品分析**：指定平台类目下，品牌、店铺、商品的评论分析，品牌、店铺、商品下各分析维度数据均可查看，品牌的各方面消费者反馈

➤ **人群、场景、时间、地点、代言人IP分析**：指定平台类目下，所选条件下（某品牌、店铺、商品、方面）下的人群、场景、时间、地点、IP、代言人的分析，从评论中获取该部分信息

➤ **产品特性分析**：围绕人-货-场模型建立了21个相关标签，页面会默认对应的模块以及每个模块下的相关词声量

➤ 自定义分析：

1) 从评论中自定义：可以根据业务需求从评论中提取出消费者真实讨论的关注点，判断声量情况

2) 从商品标题+SKU中自定义：可以根据商品标题信息中的卖点或者产品特点判断不同细分市场的消费者反馈

3) 从SKU中自定义：可以分析消费者对不同SKU的反馈情况

4) 词库选取

➤ **对比分析**：选中平台、类目后，可以横向对比多个类型的品牌、产品、店铺、价格段，分析维度可以调用各方面声量、人群、场景、自定义分析

➤ 基础功能：

1) **溯源**：可以支持点击跳转到评论对应的商品，也可以支持链接直接定位到商品

2) **关注**：对于需要经常关注的品牌、商品、店铺、方案可以点击关注，保存后每次更新后直接查看

数据来源：魔镜洞察

人群、场景、功能需求自定义规则

功能自定义规则

自定义分析操作说明与示例: ⓘ

自定义名称和范围

自定义分析类型: 评论 商品

自定义分析命名: 功能

选择自定义分析应用的类目:

类目搜索

家装灯饰光源(126700003)

添加同种筛选 是 否 ⓘ

配置自定义分析规则

名称	规则	or	词库类型
<input type="radio"/> 减影	<input type="text" value="环形 or 圆形 or 手电筒 or 减影 or 无透镜 or 重影"/>		<input type="text"/>
<input type="radio"/> 高显色	<input type="text" value="显色 or 显色性"/>		<input type="text"/>
<input type="radio"/> 色温切换	<input type="text" value="色温 or 早晚 or 白天 or 晚上 or 夜用 or 日间"/>		<input type="text"/>
<input type="radio"/> 调节亮度	<input type="text" value="调节亮度 or 切换亮度 or 亮度"/>		<input type="text"/>
<input type="radio"/> 智能补光	<input type="text" value="光源感应 or 智能补光 or 智能补光 or 智能调节 or 智能调光 or 自动调"/>		<input type="text"/>

场景自定义规则

自定义分析操作说明与示例: ⓘ

自定义名称和范围

自定义分析类型: 评论 商品

自定义分析命名: 场景

选择自定义分析应用的类目:

类目搜索

家装灯饰光源(126700003)

添加同种筛选 是 否 ⓘ

配置自定义分析规则

名称	规则	or	词库类型
<input type="radio"/> 上班	<input type="text" value="上班 or 打工 or 办公室 or 通勤 or 工作"/>		<input type="text"/>
<input type="radio"/> 学习	<input type="text" value="学习 or 写作业"/>		<input type="text"/>
<input type="radio"/> 阅读	<input type="text" value="阅读 or 读书 or 看书 or 看报 or 绘本"/>		<input type="text"/>

人群自定义规则

自定义分析操作说明与示例: ⓘ

自定义名称和范围

自定义分析类型: 评论 商品

自定义分析命名: 人群

选择自定义分析应用的类目:

类目搜索

家装灯饰光源(126700003)

添加同种筛选 是 否 ⓘ

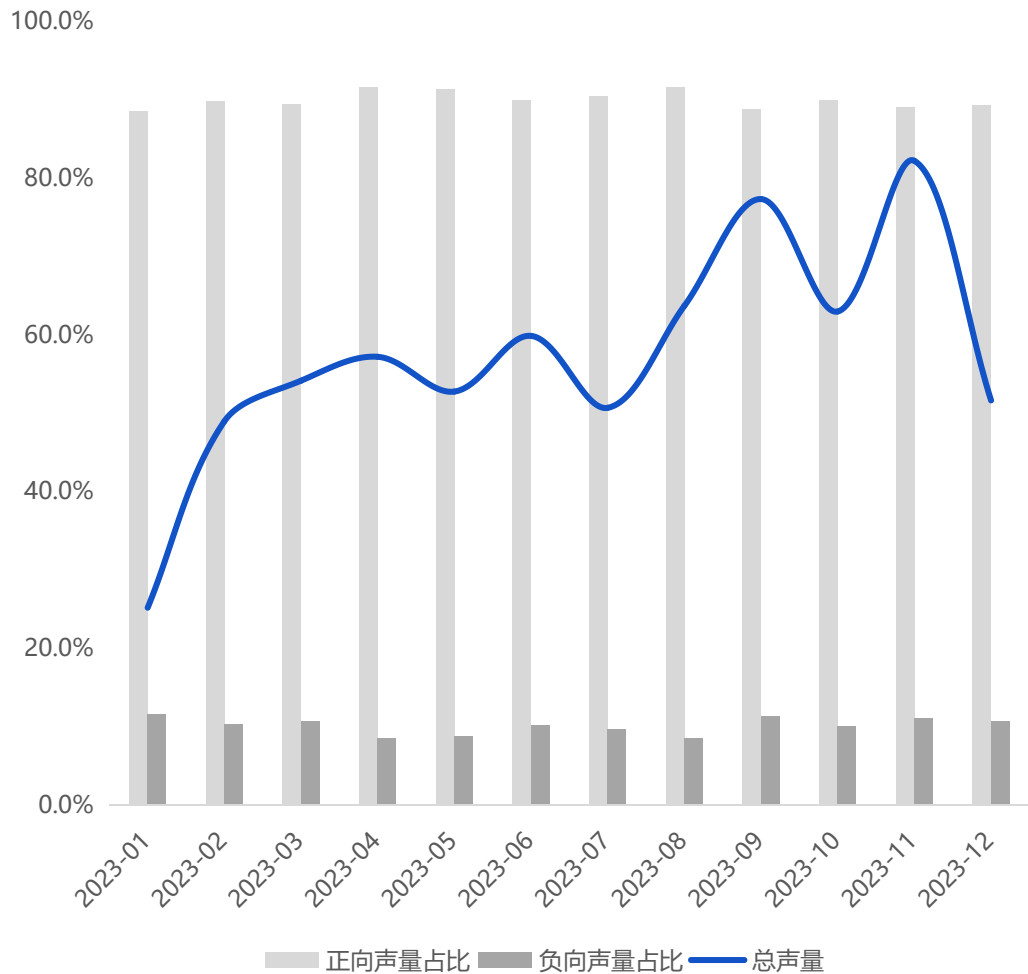
配置自定义分析规则

名称	规则	or	词库类型
<input type="radio"/> 儿童	<input type="text" value="小孩 or 儿童 or 小朋友 or 宝宝 or 孩子 or 儿子 or 女儿"/>		<input type="text"/>
<input type="radio"/> 打工	<input type="text" value="打工 or 上班 or 工作"/>		<input type="text"/>
<input type="radio"/> 老人	<input type="text" value="老人 or 老年人"/>		<input type="text"/>
<input type="radio"/> 减肥	<input type="text" value="减肥 or 减脂"/>		<input type="text"/>
<input type="radio"/> 养生	<input type="text" value="养生"/>		<input type="text"/>
<input type="radio"/> 孕妇	<input type="text" value="孕妇 or 怀孕 or 孕妈"/>		<input type="text"/>

数据来源: 魔镜洞察

护眼灯具在电商的消费者反馈中，亮度、使用效果和外观设计的声量多，负声量占比较多的体现在亮度方面；从护眼灯具品类看，落地护眼灯的消费热度同比增幅最多，达239%

护眼灯具电商评论声量数量及正负声量占比分布情况

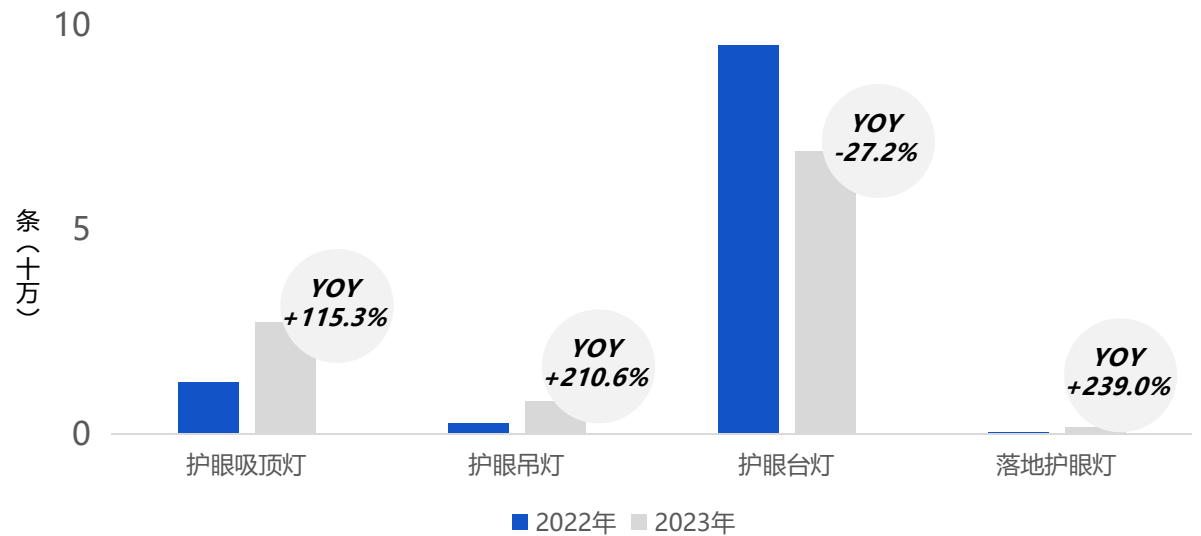


数据来源：魔镜洞察

护眼灯具的电商评价维度

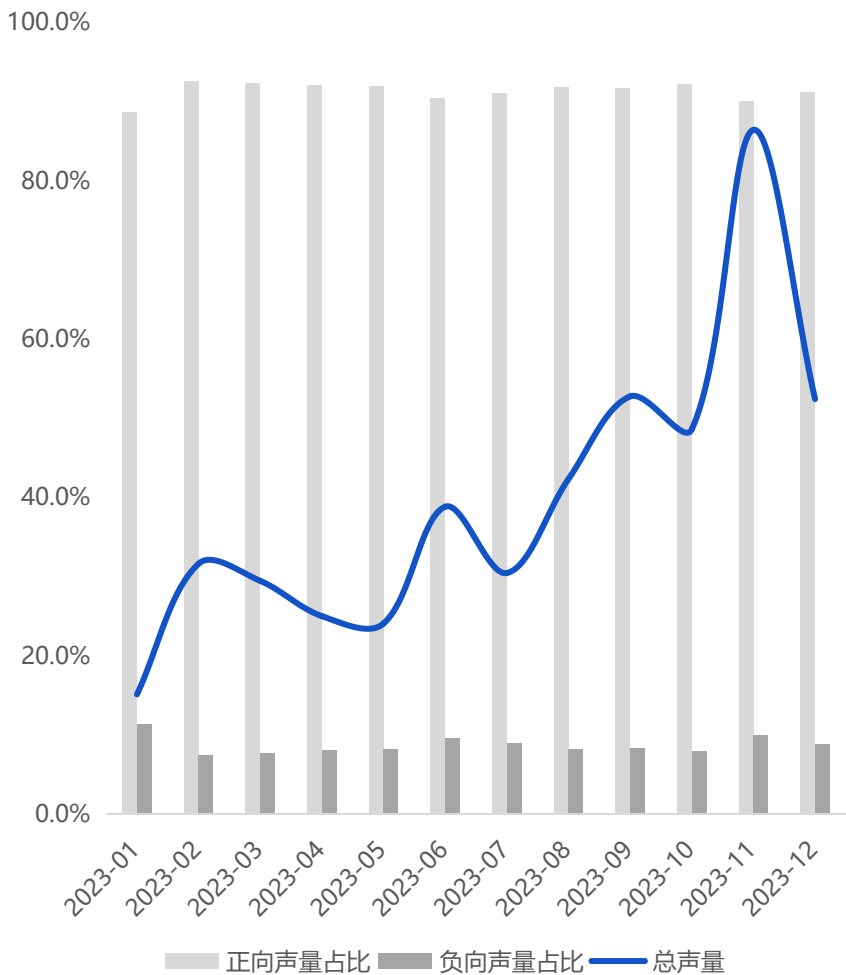


护眼灯具各品类评论数 & 评论数同比



落地护眼灯在电商的消费者反馈多来自正面声量，使用效果、外观设计和亮度为TOP3声量维度，消费者对亮度和使用效果的负面反馈较多

落地护眼灯护眼灯具电商评论声量数量及正负声量占比分布情况



数据来源: 魔镜洞察

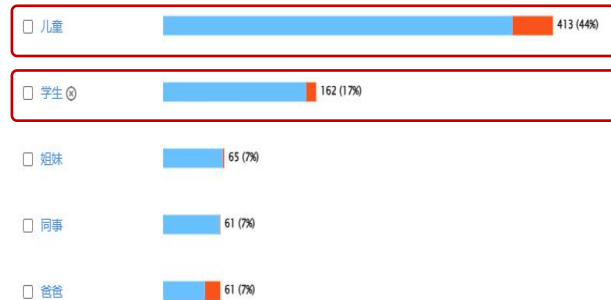
落地护眼灯的电商评价维度



落地护眼灯的使用场景



落地护眼灯的使用人群



场景分析-痛点解决

1、业务痛点

品牌在做产品设计时无从下手，需要分析消费者买回来产品之后是在什么样的场景（时间：早上、中午、晚上；情景：吃饭、睡觉、工作、熬夜；地点：家里、公司、路上、户外）下使用频率最高以及对应的原因，再根据场景描述去创新。此外，品牌往往是切入某场景创新产品，但是消费者实际使用的场景是否与设计相符需要去验证评论中的场景提及

2、解决方案

场景分析可以将消费者在评论中会提到“我经常熬夜，最近在减肥，睡眠不好”等文本中的场景进行提取，「熬夜、减肥、睡眠」，将各场景词在评论中的出现频率从高到低展示出来，可以直接获取某品牌、商品的使用场景，也支持选中某场景「熬夜」，查看对应的评论中提到的产品相关描述「去黑眼圈、去黄斑」

3、赋能

帮品牌发现一些新兴的使用场景，判断当前的消费趋势/生活方式，有助于产品创新，也可以帮助品牌验证产品设计时考虑到的场景是否真的是消费者主要的使用场景

人群分析-痛点解决

1、业务痛点

品牌有自己的消费者人群画像，年龄、性别、收入、城市等，可以分析消费者行为，但是很多产品都是消费者买回来给其他人使用的，所以实际使用者的关注和需求才是产品真正应该去满足的方向。比如家长给自己家的孩子买东西，这样的母婴育儿市场非常大，只分析消费者画像是不够的，评论中会说到“味道甜甜的，孩子挺喜欢吃的，要是能再多点蛋白质含量就更好了”，证明消费者家长给使用者孩子购买，需求点是孩子爱吃、营养足够

此外，产品创新经常来源于创新出符合一类新兴人群的产品，满足更多类型的人群的需求，如果品牌想研发针对老人的一款智能产品，那么这个产品应该具备哪些功能，要有什么样的特点都需要通过以往的评论进行分析

2、解决方案

消费者购后在评论中会提及“买回来给宝宝用，是送给老妈的”，“老人用起来操作简单，要是按键能大一些，灵敏些就更好了”等，人群分析将从评论中识别到的人群词都展示出来，可以直观的获取到某产品什么人群使用最多，以及定位到某人群「孩子」查看对应的品牌偏好，商品偏好，功能偏好等

3、赋能

人群分析可以帮助品牌从评论中获取产品的真实受众，从真实受众出发探索他们的需求痛点帮助产品迭代

使用人群分析—学生党的落地护眼灯（方便使用、灯光柔和不刺眼有利于保护视力）

落地护眼灯的使用人群

人群分析 按声量统计 全部声量 正向声量 负向声量 负向率 负向占比

下载

全选 (勾选查看评论详情) 确定 高级 细分标签 聚合标签

儿童 417 (44%)

学生 163 (17%)

姐妹 68 (7%)

爸爸 61 (6%)

同事 59 (6%)

母亲 52 (5%)

女生 46 (5%)

医生 40 (4%)

老爸 40 (4%)

数据来源：魔镜洞察

学生人群对落地护眼灯的关注需求

类目下方面&观点 按声量统计 全部声量 正向声量 负向声量 负向率 负向占比

全部指标 下载

全选 (勾选查看评论详情) 确定 高级 方面 观点

灯光效果 不刺眼 75 (18%)

便捷性 方便 60 (14%)

柔和度 柔和 48 (12%)

实用性 很实用 47 (11%)

孩子上小学，亮度有点暗之前买的有点暗，看了几家选的这款，尺码/尺寸大 灯头直径大，使用效果柔和 使用效果不刺眼 照的灯光柔和不刺眼，功能自由调节 灯光自由调节，使用效果大 辐照面积也大。

孩视宝护眼台灯全光谱学习专用儿童防近视AA级学生书桌充电灯 sku名称: 触控开关[V.L161A|性价比款—圆AA级] sku价格: ¥ 158.82 2023-12-30 孩视宝旗舰店 商品链接

孩子步入小学了，看书学习少不了护眼台灯，功能有三档调节功能 这款有三档调节功能，亮度调节 可以根据不同的环境和需求调节亮度。无论是阅读、写作还是画画，适合且适合 都能找到最适合的光线，舒适度舒适 让孩子更加专注和舒适。

迪伽迪AA全光谱防近视儿童学生学习专用护眼台灯书桌阅读充电 sku名称: [充插版] AA全光谱15W sku价格: ¥ 131 2023-12-28 迪伽迪旗舰店 商品链接

性价比好 小学好贵

飞利浦5灯管长条灯日光灯支架灯台灯家用灯槽5led一体灯 sku名称: 0.6米6.5w白光6500K sku价格: ¥ 22 2023-12-28 时睿家居专营店 商品链接

整体很喜欢 女儿很喜欢，使用效果不刺眼 光线不刺眼，实用性可以 看书写字都可以，使用效果比较多 小学生作业比较多，每天放学回来都得写到大晚上，使用效果会影响孩子的视力 很影响孩子的视力，入手这一款台灯，功能可调节 功能多种 多种灯光亮度可调节，便捷性方便 便捷性很简单 使用很简单方便，而且长时间写字看书都不怕了

台灯学习专用宿舍学生充电护眼大中小台灯夹头夹子桌面床上阅读 sku名称: 触控开关|圆盒 [3000mAh] 三色温无极调光 sku价格: ¥ 28.8 2023-12-28 乾杰旗舰店 商品链接

上了小学才知道真的应该要买一个学生护眼台灯，选来选去最后选择了这家的，亮度好柔和 光源好柔和啊，亮度可以调节 还可以调节亮度，灯光效果不刺眼 宝宝阅读起来一点不刺眼

迪伽迪AA全光谱防近视儿童学生学习专用护眼台灯书桌阅读充电 sku名称: [充插版] AA全光谱15W sku价格: ¥ 131 2023-12-28 迪伽迪旗舰店 商品链接

关注需求：对于学生人群，落地护眼灯的灯光效果（不刺眼、柔和）和使用便捷性更为重要

热卖品牌分析

类目下TOP100品牌方面&观点:

声量TOP100 销售额TOP100

全部声量 正向声量 负向声量 负向率

序号	声量TOP100品牌	汇总	销量
1	孩视宝	848	467405
2	aux/奥克斯	428	837029
3	philips/飞利浦	305	5578764
4	kufire/酷火	224	455671
5	onefire/万火	218	2086340
6	benq/明基	216	71576
7	panasonic/松下	198	556246
8	nvc/雷士	184	13924570
9	opple/欧普照明	172	11030430
10	好视力	123	434195

商品分析-痛点解决

1、业务痛点

品牌经常需要对上市一段时间内某款竞品/某个行业的TOP1爆品/某款新品进行消费者反馈监测，但是针对单链接下的评论一条条浏览去掌握用户对该产品的反馈效率低，且没有办法针对性地分析得出该产品下一阶段的优化方向，就会落后于其他竞品

2、解决方案

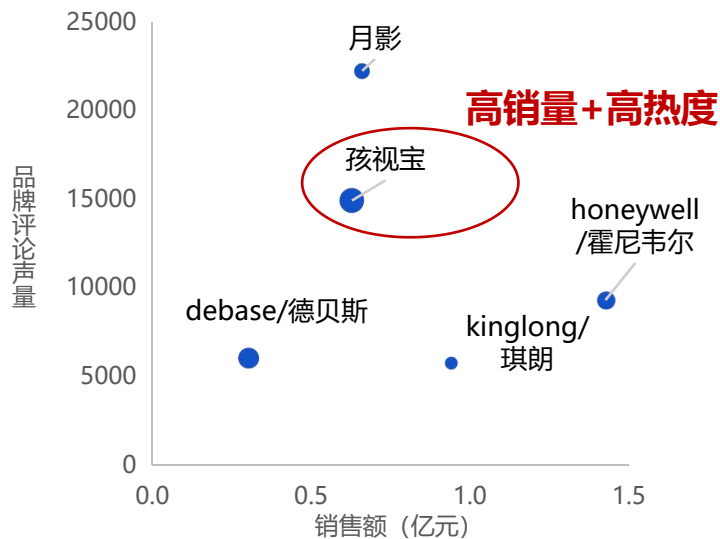
在商品分析选中某个商品或者通过关键词输入选择一类商品，比如选择【落地护眼灯】就可以锁定到所有的落地护眼灯

3、赋能

帮助品牌通过单品评论文本分析爆品特征，参照爆品思路改良自己的产品形象或营销宣传方向，抢占当前消费市场，尽快掌握行业新品发展风向，推出更适合新消费趋势的产品

孩视宝落地护眼灯消费者反馈——消费者对产品的关注点集中在使用效果、亮度和功能，对产品的正面评价占比明显高于负面评价占比，问题点主要是亮度不够

落地护眼灯主要品牌热度&销量趋势



产品评价



数据来源：魔镜洞察

数据说明：图中气泡大小表示销量高低

魔镜洞察：mktindex.com

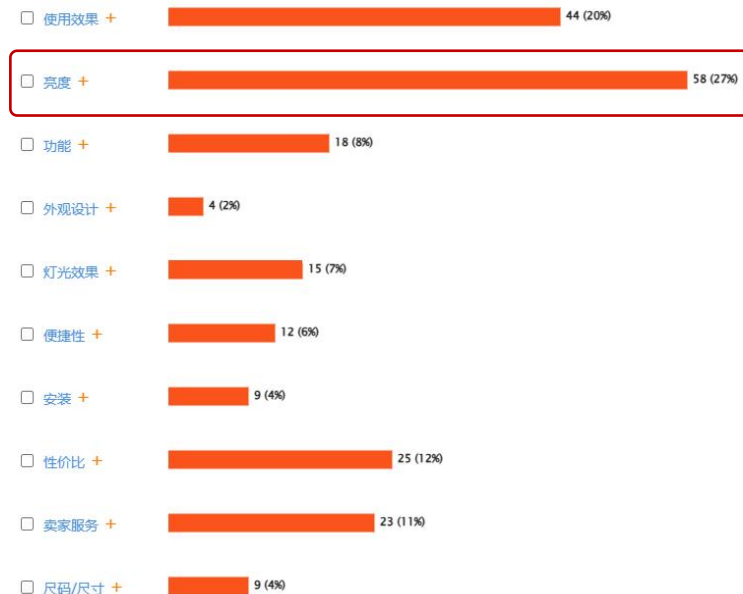
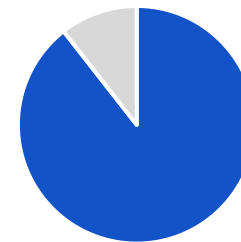
产品评价维度



产品评价正负面占比及负面评价维度



产品评价正负面占比



孩视宝落地护眼灯消费者反馈——基于消费者反馈，建议将落地护眼灯轻量化，便于消费者移动；好看且实用的落地护眼灯更易吸引消费者

负面评价维度详情

亮度 + 58 (27%)

亮度 亮度没有想象中高，作为补充光源还是可以的。

孩视宝全光谱落地护眼灯学习客厅卧室床头阅读台灯大路灯FH703A-D sku名称: ✓【全屋照明护眼落地灯】FH703A-D/ sku价格: ¥ 1309.00
2023-11-24 孩视宝官方旗舰店 商品链接

亮度 灯光实在是太暗了

孩视宝全光谱钢琴灯练琴专用护眼落地灯可充电儿童阅读钢琴照明 sku名称: ✓【充插两用】钢琴专用护眼灯CS20-P/ sku价格: ¥ 639
2023-12-08 孩视宝官方旗舰店 商品链接

实用性 感觉只能作为补充光源，**亮度** 亮度一般

孩视宝全光谱落地护眼灯学习客厅卧室床头阅读台灯大路灯FH703A-D sku名称: ✓【全屋照明护眼落地灯】FH703A-D/ sku价格: ¥ 1149.00
2023-11-05 孩视宝官方旗舰店 商品链接

亮度 没有想象中亮 补充看书是够用了

孩视宝全光谱护眼落地灯儿童学习阅读客厅卧室沙发看书台灯钢琴灯 sku名称: ★面+环双光源遥控落地灯★【FH701A-D】★ sku价格: ¥ 849.00
2023-11-04 孩视宝官方旗舰店 商品链接

使用效果 - 487 (20%)

一个人搬不动 6 (7%)

搬不动 3 (4%)

抬不动 2 (2%)

推不动 2 (2%)

负面评价主要围绕“亮度”和“使用效果”两方面，多数消费者反馈亮度不及心理预期，灯光过暗；另外，部分消费者反馈落地护眼灯体积过大，不便于移动、搬动

数据来源：魔镜洞察

除便捷实用性外，消费者开始关注产品的外观

类目下方面&观点:

按声量统计 全部声量 正向声量 负向声量 负向率 负向占比

产品指标

全选 (勾选查看评论详情) 确定 高级 方面 观点

亮度 很亮 8 (30%)

外观设计 大气 5 (19%)

灯光效果 不刺眼 5 (19%)

柔和度 柔和 3 (11%)

实用性 实用 1 (4%)

外观设计 超级棒 1 (4%)

外观设计 简单 1 (4%)

尺码/尺寸 非常大 1 (4%)

便捷性 方便 1 (4%)

实用性 美观 1 (4%)

可考虑丰富产品的外观设计及颜色吸引潜在消费者

使用效果 很好用 很好用 **亮度** 不暗 光线亮度: 不错 **外观设计** 满意 设计风格: 满意

孩视宝落地护眼台灯学习专用儿童书桌阅读护眼全光谱阳光大路灯 sku名称: 调光开关||【阳光灯护眼版】75W立式阳光护眼灯 sku价格: ¥ 4059
2023-12-30 孩视宝官方旗舰店 商品链接

第一次再这样的大灯作为孩子的学习灯，以前买的那是小的，这次看了新功能，**亮度**更加亮了，感觉更加护眼了，所以给孩子换了灯。

孩视宝落地护眼台灯学习专用儿童书桌阅读护眼全光谱阳光大路灯 sku名称: 调光开关||【阳光灯护眼版】75W立式阳光护眼灯，sku价格: ¥ 3805.68
2023-12-28 孩视宝官方旗舰店 商品链接

使用效果 非常好用 非常好用 **亮度** 亮度高 小朋友也很喜欢 **亮度** 亮度高 有足够亮度，我还买了几个送其他小朋友

孩视宝落地护眼台灯学习专用儿童书桌阅读护眼全光谱阳光大路灯 sku名称: 调光开关||【阳光灯护眼版】75W立式阳光护眼灯 sku价格: ¥ 4059
2023-12-28 孩视宝官方旗舰店 商品链接

孩视宝落地护眼灯的人群

人群分析

按声量统计 全部声量 正向声量 负向声量 负向率 负向占比

全选 (勾选查看评论详情) 确定 高级 细分标签 聚合标签

儿童 8 (47%)

姐妹 2 (12%)

打工人 1 (6%)

养娃 1 (6%)

爸爸 1 (6%)

网红 1 (6%)

博主 1 (6%)

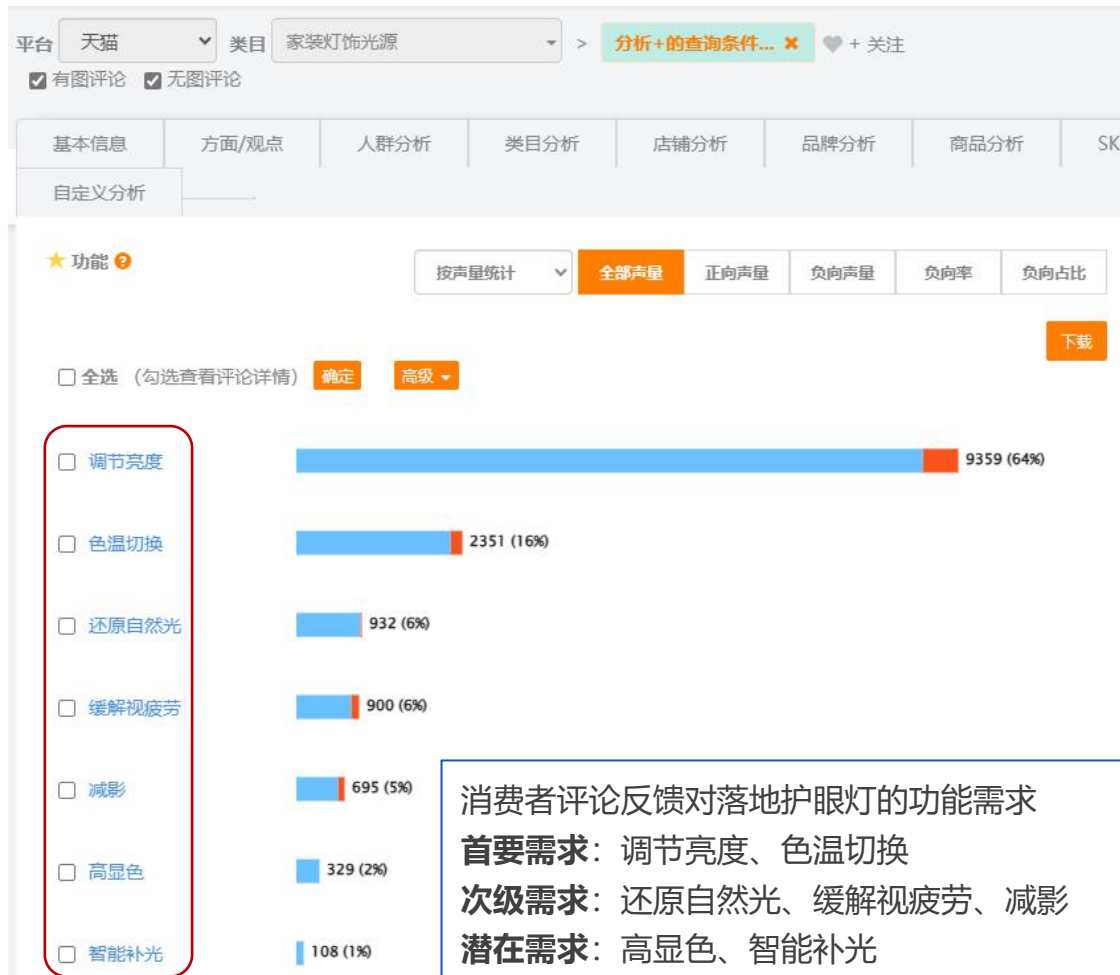
母亲 1 (6%)

儿女 1 (6%)

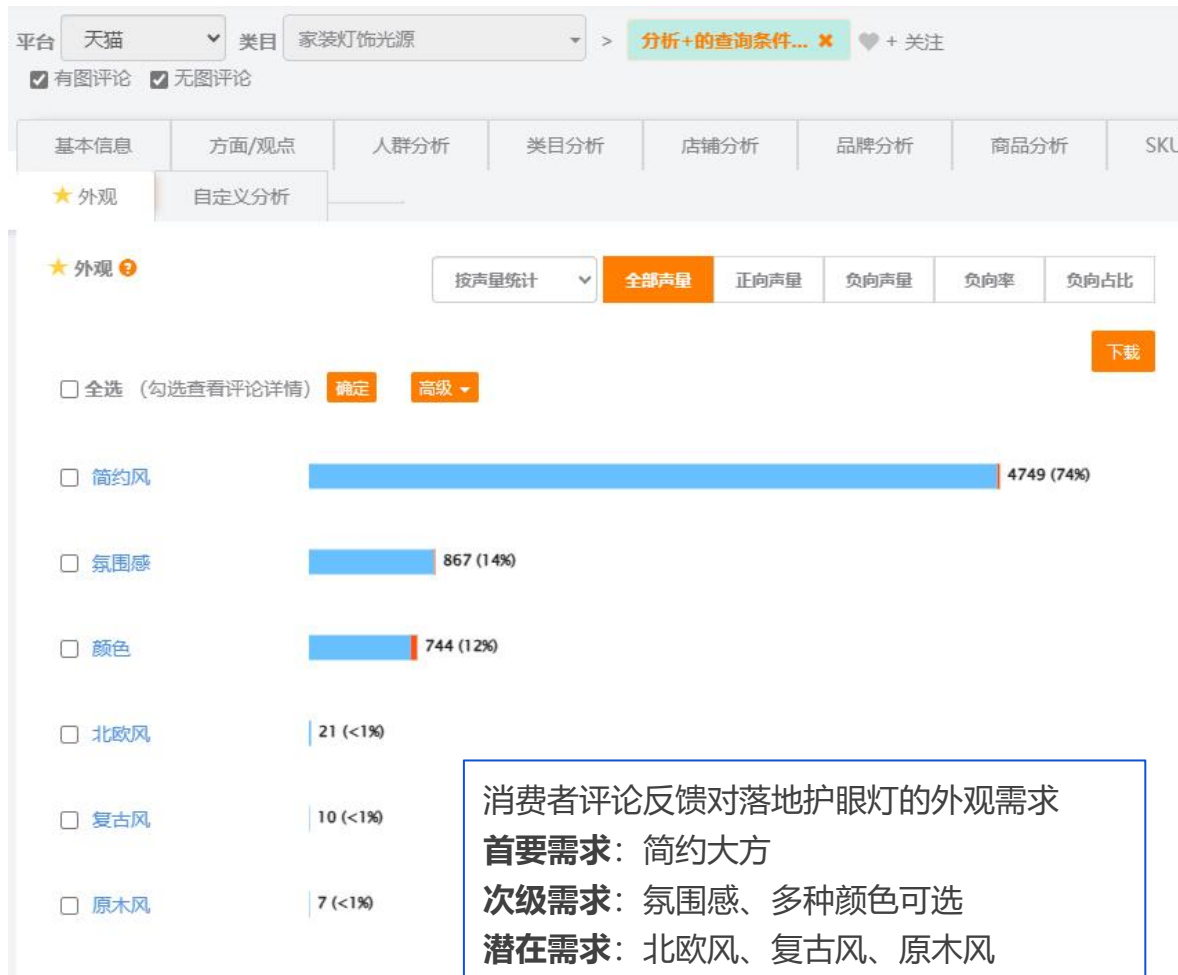
另外可以看出购买人群受朋友推荐和网红种草影响较多

需求角度出发研发新产品：在具备调节亮度和色温切换的基础上加入减影和自然光还原功能的简约风落地护眼灯

落地护眼灯的功能需求

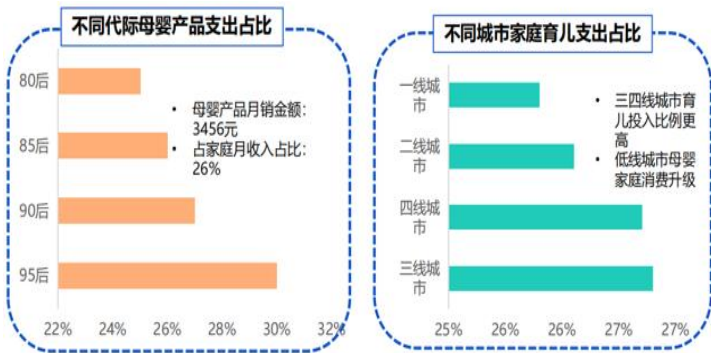


落地护眼灯的外观需求

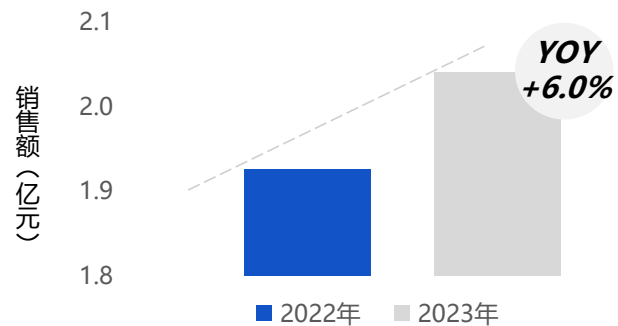


数据来源：魔镜洞察

分析行业新品，挖掘机会点——母婴吸顶灯：低线城市人口红利优势促进母婴消费升级，受母婴经济的影响，护眼灯具下“母婴”概念相关的灯具23年销售额同比增幅为6%



护眼灯具下“母婴”概念相关的产品销售额



产品示例



品牌/型号：柏曼天使环母婴灯/PCO205287
上新时间：2023.06
价格：4,094 (天猫)

数据来源：魔镜洞察

母婴吸顶灯功能主要体现在灯光不刺眼



反馈灯光虽然柔和但是足够明亮，不影响阅读；一直盯着光源看也不会感到刺眼

- 灯光效果 灯光很温柔**
【重磅新品】德国柏曼护眼天使环母婴灯儿童房卧室现代简约吸顶灯 2023-12-26 paulmann旗舰店 商品链接 sku名称:【小款】柏曼节律智能2.0版 推荐7-14㎡ sku价格:¥ 8920
- 外观设计 选了华为版本,功能可以用智慧生活app控制,功能模式很丰富,亮度灯光又亮又柔和,使用效果再也不用担心小宝宝在起居室玩耍伤眼睛啦~**
【重磅新品】德国柏曼护眼天使环母婴灯儿童房卧室现代简约吸顶灯 2023-12-25 paulmann旗舰店 商品链接 sku名称:【小款】HUAWEI智能2.0版 推荐7-14㎡ sku价格:¥ 8920
- 物流 物流快,安装 安装专业,亮度 灯三档足够了,亮度 宝宝看不到光源,使用效果 护眼效果好**
【重磅新品】德国柏曼护眼天使环母婴灯儿童房卧室现代简约吸顶灯 2023-11-29 paulmann旗舰店 商品链接 sku名称:【中款】暖白光 推荐12-20㎡ sku价格:¥ 9200.00
- 亮度 感觉卧室有点暗**
【重磅新品】德国柏曼护眼天使环母婴灯儿童房卧室现代简约吸顶灯 2023-11-25 paulmann旗舰店 商品链接 sku名称:【小款】柏曼节律智能2.0版 推荐7-14㎡ sku价格:¥ 8920.00
- 外观设计 给儿童房选的这款,亮度 光源很亮,外观设计 简单又温馨**
德国柏曼漫反射护眼母婴灯天使环儿童房卧室吸顶现代简约灯具 2023-11-24 paulmann旗舰店 商品链接 sku名称:雅光白 推荐15-22㎡ 暖白光 三段调光 sku价格:¥ 2920.00
- 尺码/尺寸 次卧用这个大小刚好,使用效果 向上看再也不刺眼了,柔和度 灯光非常柔和,功能 等我拉网线了再用app调灯光**
【重磅新品】德国柏曼护眼天使环母婴灯儿童房卧室现代简约吸顶灯 2023-11-23 paulmann旗舰店 商品链接 sku名称:【小款】柏曼节律智能2.0版 推荐7-14㎡ sku价格:¥ 8920.00

对应人群：婴幼儿



母婴吸顶灯产品卖点

- 还原漫反射自然光
- 幼儿园级照度
- 模拟自然光线的变化
- 母婴级
- 新生儿用光大不同

舆情总结:

- 护眼灯具和落地护眼灯的消费反馈中都以正向声量为主，其中护眼灯的负面反馈主要来自“亮度”，而落地护眼灯的负面声量则集中在“亮度”和“使用效果”两方面。
- 落地护眼灯的主要使用人群为“儿童”、“学生”和“打工人”，由于落地护眼灯的体积限制，目前该产品的使用场景主要在“家里”。
- 消费者对落地护眼灯的关注点主要在使用效果、外观设计和使用便捷性上，灯光柔和、明亮不刺眼是消费者较为关注的Top3需求。
- 落地护眼灯的热卖商品——孩视宝落地护眼灯，主要使用人群为儿童和打工人，消费者购买决策受到身边人以及博主种草的影响，消费者反馈中的TOP3维度是“亮度”、“使用效果”和“功能”，而“亮度不够”和“搬不动”则是当前产品的问题点。
- 从产品功能和外观设计两个需求层面出发，可看出消费者偏好选择基础功能（色温、亮度调节）和保护视力功能（还原自然光、减影）兼备的落地护眼灯产品，外观设计上简约大方的风格更受消费者欢迎。
- 部分品牌用“母婴”概念研发新品，将“婴幼儿”作为主要使用人群，主打新生儿的不伤眼灯光。

Part4 社交聆听产品介绍

社交聆听模块

➤ 涉及系统：社交聆听

- **基本信息**：贴文数、互动量、评论数、点赞数、转发数、贴文趋势图、平台分布图、词云图、达人top10榜单、品牌top10榜单、原贴内容
- **品类发现**：品类词及对应的声量数，以及基本信息包含的内容
- **人群画像**：性别分布、年龄分布、地域分布、城市级别分布、用户兴趣分布、兴趣原文词及词云图、用户关注品牌、用户关注品类、原文内容
- **达人榜**：用户ID、平台、粉丝数、声量、互动量、评论数、点赞数、转发数
- **品牌榜**：品牌名、声量、互动量、点赞数
- **时间分析、场景分析、人群分析、代言人分析、地点分析等分析维度**：对应时间、人群、场景、代言人等分析原文词及对应的声量数，以及基本信息包含的内容
- **人货场标签**：对原文进行提取关键信息，对应模块（20个）：功能功效、口味味道、质地、颜色、形状、IP、尺寸规格、风格图案、款式、型号、原料材质、工艺技术、品牌、场景、人群、地点、时间、代言人、美食、人体特征
- **自定义分析**：从贴文中自定义：可以根据业务需求从评论中提取出消费者真实讨论的关注点，判断声量情况

基础功能：

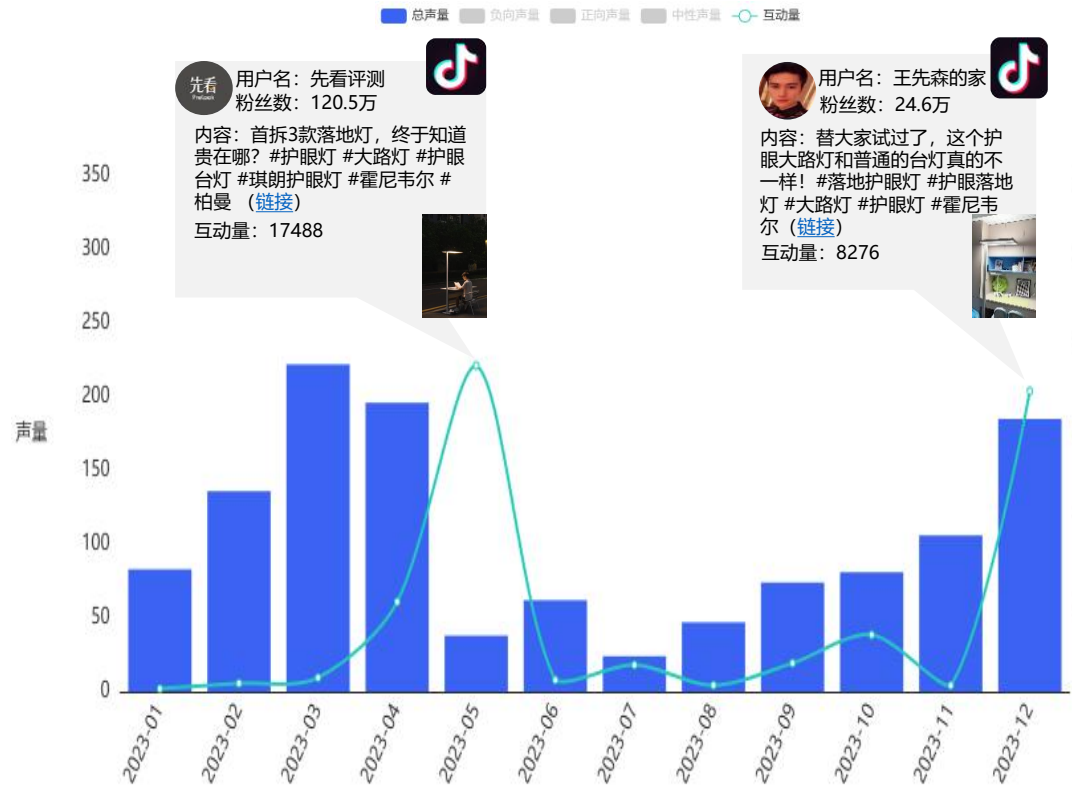
- 1) **溯源**：可以支持点击跳转到原帖文在平台的展示
- 2) **关注**：对于需要经常关注的品牌、关键词、方案可以点击关注，保存后每次更新后直接查看

数据来源：魔镜洞察

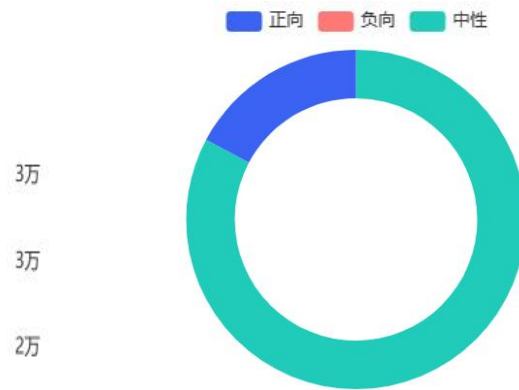
霍尼韦尔落地护眼灯社媒分析|声量&互动量&平台分布

- 在2023年1月到12月期间，霍尼韦尔护眼落地灯产品在社媒平台的声量为1,254，互动量为51,043。声量主要集中在小红书平台，占比超过90%；但是互动量集中在抖音平台，占比达68%。互动量高点出现在5月和12月，5月和12月的高点分别是由抖音测评类KOL和家庭教育KOL发布测评推广文引起的。

2023年1-12月落地护眼灯声量&互动量分布



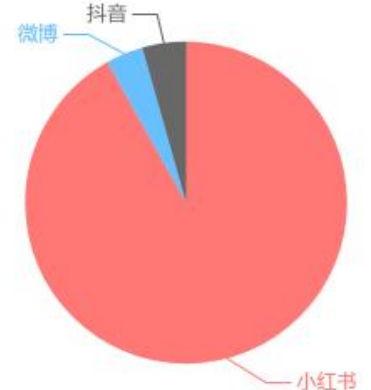
声量情感分布



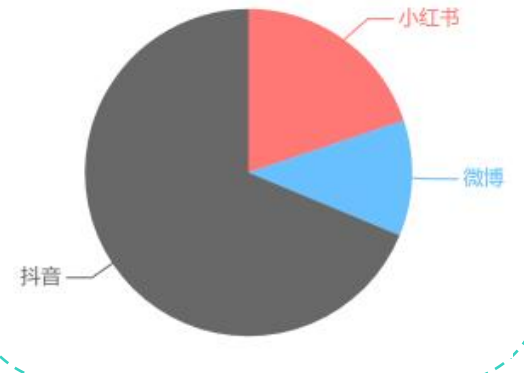
互动量



各平台声量占比分布



各平台互动量占比分布



数据来源: 魔镜洞察

数据说明: 关键词为灯 or (护眼 and 落地); 品牌: honeywell/霍尼韦尔

魔镜洞察: mktindex.com

霍尼韦尔落地护眼灯社媒分析|消费者关注功能与提及场景

功能功效：消费者最关注护眼、防蓝光功能，防蓝光功能环比增速达292%

功能	总声量	声量占比	环比
护眼	552	48%	49.59%
防眩光	71	6%	16.39%
护眼灯光	59	5%	-
防蓝光	51	4%	292.3%
透光	39	3%	-
好用	36	3%	-
舒适	24	2%	-38.47%
节省	23	2%	-
补光	20	2%	400%
节约	19	2%	850%



孩子长期学习用眼，视力真的不能忽视，这款护眼落地灯真的很不错，值得入手。#霍尼韦尔护眼落地灯 #大路灯 #护眼落地灯 #灯具推荐 #灯具

主要提及场景：儿童房/写作业，环比增速分别为149%和48%

场景	总声量	声量占比	环比
儿童房	182	7%	149.31%
写作业	161	6%	47.7%
书房	118	4%	-2.48%
上班工作	107	4%	-55.61%
客厅	105	4%	-6.25%
阅读	74	3%	-29.53%
在家	72	3%	242.85%
近视	72	3%	60%
室内	69	3%	165.38%
卧室	55	2%	139.13%

星仔-Mama 2023-4-15 海口 iPhone 13 已编辑
星仔学习好物分享

欢乐客多功能桌椅：这套桌椅已经用了一年多了！非常结实，桌子的调节，用到上小学也没问题。现在用来读绘本画画超实用实用。
霍尼韦尔护眼灯：学习离不开好的光线条件，因为家里的光线条件比较差，做了好多功课入手了这台霍尼韦尔的落地护眼灯。价格偏贵，买的时候有点心疼！用的时候直呼真香！打开就像身处柔和的太阳光中！光线明亮但一点都不刺眼，分布非常均匀，学习起来没有明显的影子，时间久了眼睛也没有疲劳感！



儿童房+阅读

阙小姐

关注

家越住越爱/那些为心灵之窗护航的灯分享

随着现在数码产品越来越普及，可以说我们的衣食住行都是发光屏幕的影子，如何在这个光影陆离的科技时代保护好孩子的眼睛就是我们作为家长继续解决的。毕竟谁也不想让家里的孩子像我们自己一样小小年纪就戴上眼镜，那么随着每年近视人群的占比日趋增高，真的只有从孩子抓起才能更好保护他们的视力。

作为这其中重要的辅助工具，全屋新护眼台灯就是我们首先想到的第一个工具，它虽然不能逆转孩子的视力问题，但是从基本健康用眼做起，让我们从根本上解决孩子视力问题还是没有太大问题的。

霍尼韦尔护眼灯 这是用于客厅的，这个区域是家庭阅读的空间，孩子们很喜欢趴在这儿看书，他们的时候也会翻几页。用的是霍尼韦尔家的这款落地护眼灯，跟客厅的风格一样，我觉得是客厅神器，特别对于家里的客厅为阅读的家庭。它是上下都可以照亮，下照灯方便阅读，上照灯可以照亮整个屋子，使用这款灯之后家里都很亮堂，送光无断层无死角，显色指数高，光线也很柔和舒适，直视完全没有问题，家里好几个人同时看书都能照顾到

客厅+防近视



数据说明：关键词为灯 or (护眼 and 落地)；品牌：honeywell/霍尼韦尔

魔镜洞察：mktindex.com

人群画像-痛点解决

1、业务痛点

品牌方在研究，往往难以全面深入地了解自己的用户和潜在用户。这时往往需要大量时间和资源来收集和分析社交媒体数据，以了解用户的兴趣、偏好、需求等方面的信息。这就难以快速作出正确的市场决策，也难以有效地开展社交媒体营销活动。如何快速准确地了解社交媒体用户的兴趣和需求，以便更好地制定营销策略和推广方案，提高营销效果和ROI。

2、解决方案

社交聆听的人群画像模块通过对社交媒体数据的分析，可以为用户提供全面、深入的用户画像分析服务。该功能可以将用户数据按照性别、年龄、地域、兴趣爱好等多维度进行分类和分析，为用户提供更为全面和准确的用户画像分析服务。同时，社交聆听还可以将用户数据与竞争对手数据进行对比分析，为用户提供更为深入和有针对性的市场分析服务，帮助用户快速作出正确的市场决策。

3、赋能

通过使用社交聆听的人群画像模块，用户可以更快速、准确地了解自己的用户和潜在用户的兴趣、需求、消费习惯等方面的信息，可以更好地制定营销策略和推广方案，提高营销效果和ROI。此外，人群画像模块还可以帮助用户发现新的市场机会和潜在用户，提高企业的市场竞争力。

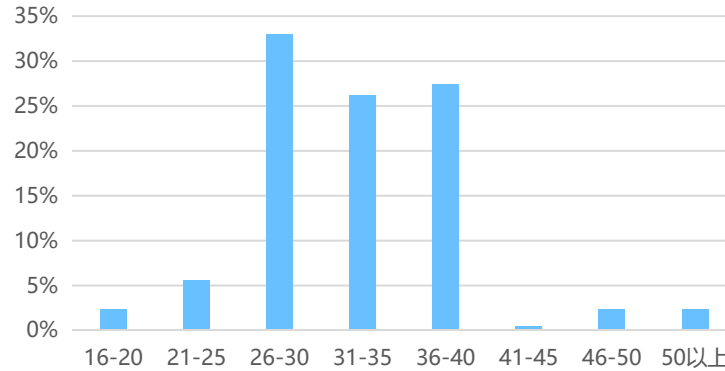
霍尼韦尔落地护眼灯社媒分析|讨论人群分析

- 2023年期间，各社媒平台上的讨论人群主要是26至40岁间分布在一线及新一线城市的群体，除了落地护眼灯外，台灯是较受关注的灯具品类。
- 女性用户对霍尼韦尔灯具的关注度略高于男性用户，母婴育儿和家居成为排名较高的爱好，建议品牌结合女性人群的兴趣，与居家和母婴育儿等多数女性群体关注领域的KOL合作进行产品宣传，完成对女性群体的种草。

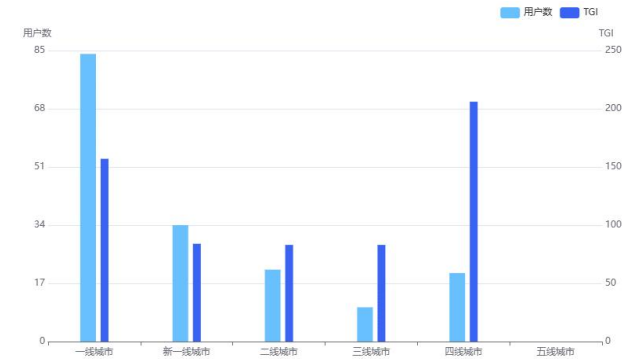
霍尼韦尔落地护眼灯产品 讨论人群——性别占比



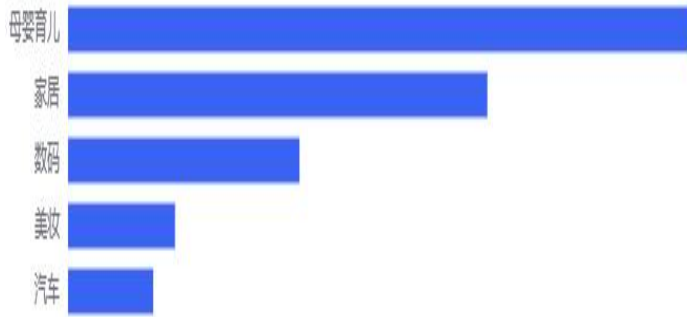
霍尼韦尔落地护眼灯产品 讨论人群——年龄分布



霍尼韦尔落地护眼灯产品 讨论人群——城市级别分布



霍尼韦尔落地护眼灯产品 讨论人群——TOP10爱好



霍尼韦尔落地护眼灯产品 讨论人群——词云图



霍尼韦尔落地护眼灯产品 讨论人群——关注品类

排名	品类	声量
1	护眼灯	1,011
2	落地灯	733
3	大路灯	574
4	学习灯	478
5	台灯	460
6	吸顶灯	307
7	书桌	269
8	路灯	269
9	学习桌	250
10	护眼台灯	172

数据来源：魔镜洞察

数据说明：关键词为灯 or (护眼 and 落地)；品牌：honeywell/霍尼韦尔

魔镜洞察：mktindex.com

达人榜

1、业务痛点

在社交媒体上，用户需要花费大量的时间和精力才能找到高质量的内容和达人，而且由于信息量庞大，很难进行有效的筛选和鉴别，特别是在通过社交媒体上的达人来推广自己的产品或服务时，如何找到真正优质的达人，成为了商业难题。

2、解决方案

社交聆听的达人榜模块通过多种指标，如发帖量、互动量、达人质量等等来评估达人的质量，其中达人质量使用魔镜自研AI算法进行判断。该算法通过对达人在社交媒体上的行为、话题、内容等进行全方位的数据采集和分析，从而评估其在该领域中的影响力和专业性，提供给用户真正高质量的达人信息。

3、赋能

通过达人榜模块，用户可以轻松地找到符合自己需求的优质达人，节省大量时间和精力：可以通过该模块找到真正优质的达人，提高自己在社交媒体上的曝光和推广效果。这种针对性更强、精准度更高的达人推荐，可以提高社交媒体的使用效率和推广效果，为用户带来更大的价值。

品牌榜

1、业务痛点

社交媒体中存在大量关于品牌的信息，品牌难以了解自己在特定话题下的曝光和表现情况，也难以发现竞争对手在这些话题下的活动和表现。这种情况导致了品牌在某些关键话题下的监控和管理存在盲点，难以得到全面的市场和竞争情报。同时，品牌也难以根据这些数据做出精准的决策和行动计划。

2、解决方案

社交聆听品牌榜通过AI算法，对社交媒体贴文中出现的品牌进行推断，将品牌的发帖数、互动量等信息展示在一起，让品牌可以轻松地了解自己在某些话题下的曝光和表现情况，以及竞争对手的表现情况。

3、赋能

通过品牌榜，品牌可以更好地了解市场和竞争情报，发现趋势和机会，为品牌的决策和行动计划提供有力支持。同时，品牌榜也可以帮助品牌发现自身存在的问题和改进方案，提高品牌的营销效果和竞争力。

霍尼韦尔落地护眼灯社媒分析|达人榜/品牌榜

落地护眼灯达人榜

达人榜

全部帖子 正向帖子 负向帖子 中性帖子

排名	头像	KOL	平台	粉丝数	声量	互动量	点赞数	评论数	转发数
1		男人的快乐老丁	抖音	1,684,147	1	156,115	149,379	3,409	3,327
2		开心求学记	抖音	126,398	1	110,998	35,692	3,102	72,204
3		宝璐兔姐	抖音	1,562,730	1	78,076	71,815	1,086	5,175
4		育婴师妈妈Lucy	抖音	935,773	1	72,188	69,810	613	1,765
5		拾荒开袋	抖音	12,297,972	1	54,768	53,662	194	912
6		主持人王燕	抖音	1,174,867	1	51,257	50,395	155	707
7		小棉妈妈	抖音	655,893	1	50,937	49,542	333	1,062
8		家装大表哥 (智能家居)	抖音	371,409	1	43,026	17,903	264	24,859
9		老爸评测	抖音	22,850,728	1	40,334	37,637	1,220	1,477
10		阿亮特别狠	抖音	1,639,066	1	39,077	34,853	670	3,554

页面信息:

达人榜: 所有发布与「落地护眼灯」有关的帖子对应的达人、以及每个达人的发帖数和互动情况

落地护眼灯品牌榜

品牌榜

全部帖子 正向帖子 负向帖子 中性帖子

下载

排名	品牌	声量	声量环比	互动量	互动量环比	NSR	正向率	负向率	互动量份额 (SOE)	SOE同比	SOE环比	声量份额 (SOV)	SOV同比	SOV环比	点赞数
1	ge/通用电气	11,206	528.1%	21,862	1665.9%	99.4%	50.8%	0.2%	0.4%	23.7%	23.7%	25.4%	160.4%	160.4%	13,104
2	edison/爱迪生	8,895	567.8%	13,432	1218.2%	99.6%	52.0%	0.1%	0.2%	-7.7%	-7.7%	20.2%	176.8%	176.8%	8,427
3	honeywell/霍尼韦尔	1,951	-30.2%	68,902	62.6%	100.0%	25.4%	0	1.1%	-88.6%	-88.6%	4.4%	-71.1%	-71.1%	54,563
4	waldmann/沃达迈	1,720	-15.6%	7,119	-32.2%	100.0%	13.2%	0	0.1%	-95.3%	-95.3%	3.9%	-65.0%	-65.0%	4,115
5	kinglong/琪朗	1,569	1155.2%	472,331	3024.9%	76.5%	31.1%	4.1%	7.8%	118.8%	118.8%	3.6%	420.3%	420.3%	338,228
6	孩视宝	1,377	144.1%	51,810	209.0%	94.1%	2.4%	0.1%	0.9%	-78.4%	-78.4%	3.1%	1.2%	1.2%	37,122
7	benq/明基	1,194	-22.2%	83,242	80.0%	79.4%	15.3%	1.8%	1.4%	-87.4%	-87.4%	2.7%	-67.8%	-67.8%	68,241
8	midea/美的	678	780.5%	37,278	1367.6%	100.0%	19.8%	0	0.6%	2.8%	2.8%	1.5%	265.0%	265.0%	32,088
9	nvc/雷士	649	9171.4%	975,138	-	97.0%	10.2%	0.2%	16.2%	-	-	1.5%	3743.2%	3743.2%	898,121
10	飞利浦	627	45.8%	48,827	1027.6%	100.0%	12.9%	0	0.8%	-21.0%	-21.0%	1.4%	-39.6%	-39.6%	33,947

品牌榜: 所有与「落地护眼灯」有关的帖子对应的品牌、以及每个品牌的发帖数和互动情况

数据来源: 魔镜洞察

数据说明: 关键词为灯 or (护眼 and 落地); 品牌: honeywell/霍尼韦尔

魔镜洞察: mktindex.com

霍尼韦尔落地护眼灯社媒分析|品牌方营销分析



Paulmann MF3 轻量版	霍尼韦尔 HWL-02D	琪朗 Pro
显色性 (Ra) 96.1	显色性 (Ra) 97.6	显色性 (Ra) 98.9
中心轴倾角 1:15	中心轴倾角 1:15	中心轴倾角 1:15
总区域平均角度 1:35	总区域平均角度 1:35	总区域平均角度 1:3
接近自然光谱 最不接近	接近自然光谱 比较接近	接近自然光谱 最为接近
无蓝光风险 无频闪风险	无蓝光风险 无频闪风险	无蓝光风险 无频闪风险
¥4693	¥4499	¥4299



产品对比测评

围绕霍尼韦尔与其竞品对比，从安装、外观、操作体验和灯光效果等进行产品测评，根据不同维度对产品进行打分。通过产品测评更直观的展示产品设计、技术等细节，提高消费者对产品的认知度。

数据来源：魔镜洞察

数据说明：关键词为灯 or (护眼 and 落地)；品牌：honeywell/霍尼韦尔

魔镜洞察：mktindex.com



自用好物分享

通过真实的日常使用分享赢得消费者信任，主要在图片或视频中将产品与学习、阅读等场景结合，展示使用场景，强调“护眼”功能，种草目标消费者。

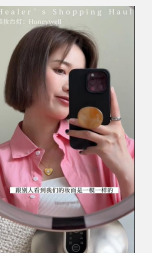


家居场景营销

根据《中国家居行业洞察白皮书》的数据显示，会购买家居家装产品的用户中，有26%的用户住房状态是“租房”，有近七成的租房用户，会主动搜索家居家装类的短视频。大部分生活在一线城市的年轻人是在租房生活，但他们对于生活品质有着一定的追求，这催生了家居生活与卧室改造相关内容的诞生与发展。小红书是房屋改造类内容的主要发酵阵地，相关笔记已经超过10万篇。霍尼韦尔抓住这一热点，与家居博主进行合作，将产品融入生活化的场景中，凭借其简洁的外观吸引年轻消费人群的注意力。

选对达人

针对不同产品找不同类型的达人做推广，触达目标用户。



化妆镜灯：时尚博主



护眼灯：母婴育儿博主
阅读博主

舆情总结:

- 23年间，霍尼韦尔落地护眼灯在社媒平台的声量为1,254，互动量为51,043。小红书和抖音分别是声量与互动量占比最高的平台。
- 从社媒平台看，消费者对霍尼韦尔灯具的关注点聚焦在“护眼”功能上，“防蓝光”则是高增速功能。儿童房和写作业场景是消费者提及最高的场景。
- 从达人榜看，灯具品牌在社媒进行营销时，多选择与测评或育儿博主合作。对霍尼韦尔来说，可多关注品牌榜前两位的品牌：通用电气和爱迪生。
- 从社媒内容分析，霍尼韦尔在不同平台运用不同的内容类型对消费者种草。抖音平台主要是科普和产品测评类视频，从多方面对各品牌相同品类的产品进行刨析比较，列出最优选。微博平台侧重对真实体验的宣传，将产品功能和使用场景相结合以此赢得消费者信任。小红书则抓住“房屋改造”的热点话题内容，与一线城市的年轻家具改造类/生活分享类KOL合作，引起年轻群体的关注。
- 有针对性的选择达人，通过产品使用场景和主打功能选择不同类型的达人在社媒进行产品推广，更容易触达目标消费者。

Mktindex.com

联系我们

北京淘幕科技有限公司

北京市朝阳区望京SOHO塔1A座2005

联系电话：010-84785451

关注我们



数据来源：魔镜洞察

魔镜洞察：mktindex.com