



# 益生菌体重管理 细分潜力单品打造



A graphic element consisting of a white square outline with a smaller square inside, followed by the text "OUR AGENDA" in a bold, white, sans-serif font.

## OUR AGENDA

1

——● 体重管理市场机会点及产品定位

2

——● 消费人群特征及洞察

3

——● 分阶段产品推广策略

4

——● 分阶段效果总结

5

——● 后续产品力优化及竞争方向讨论



# Life-space

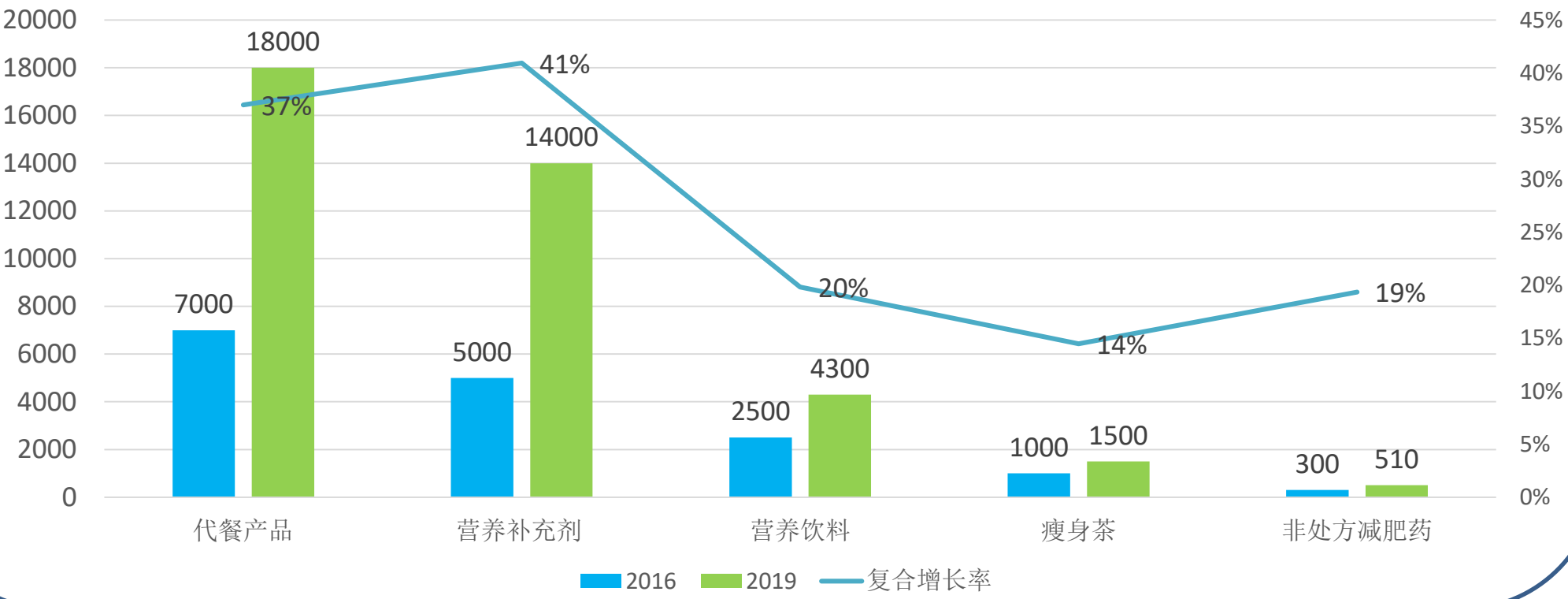
## 益生菌专业品牌

澳洲本土/跨境电商第一品牌

三驾马车： 广谱/孕期/婴幼儿

# 全球及中国营养保健品新增量机会点：体重管理

2016年与2019年全球体重管理与健康产品销售额对比  
(百万美金)

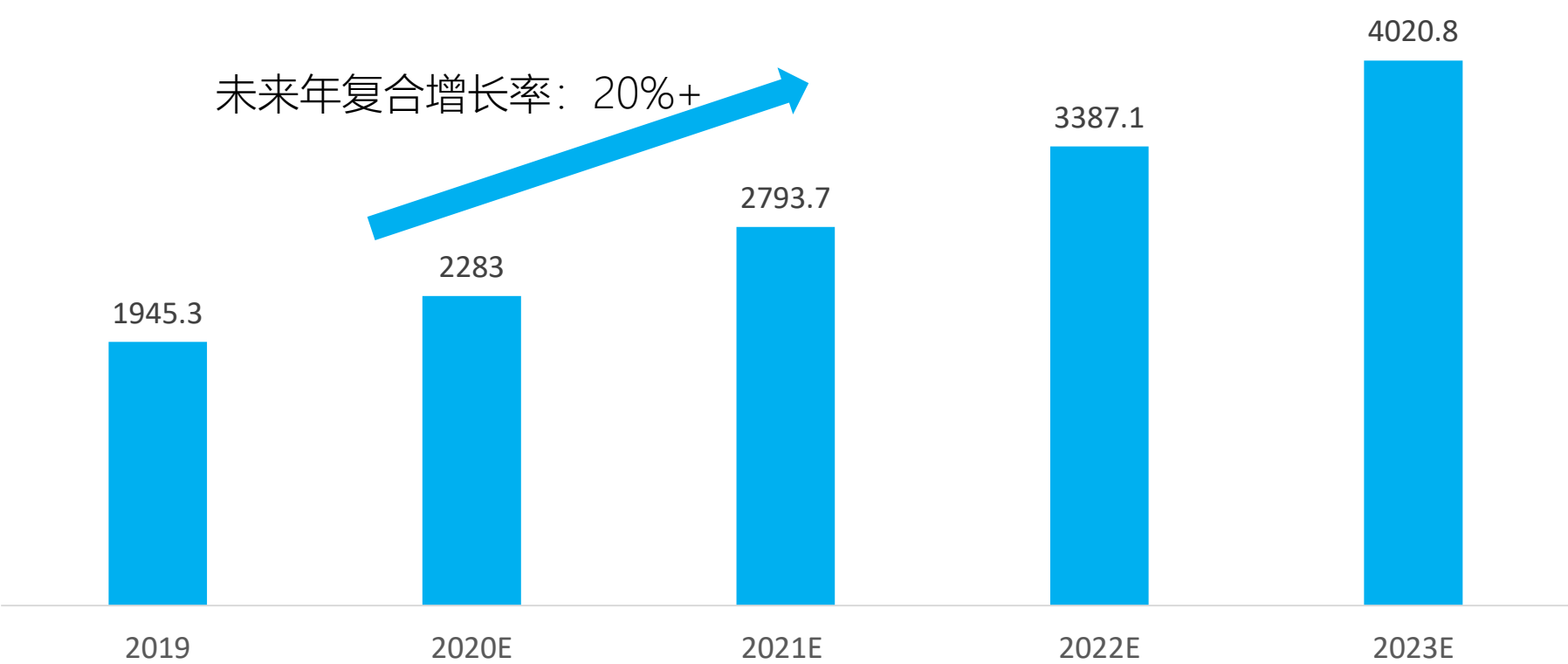


全球及中国细分子类市场规模可观，并保持高速增长

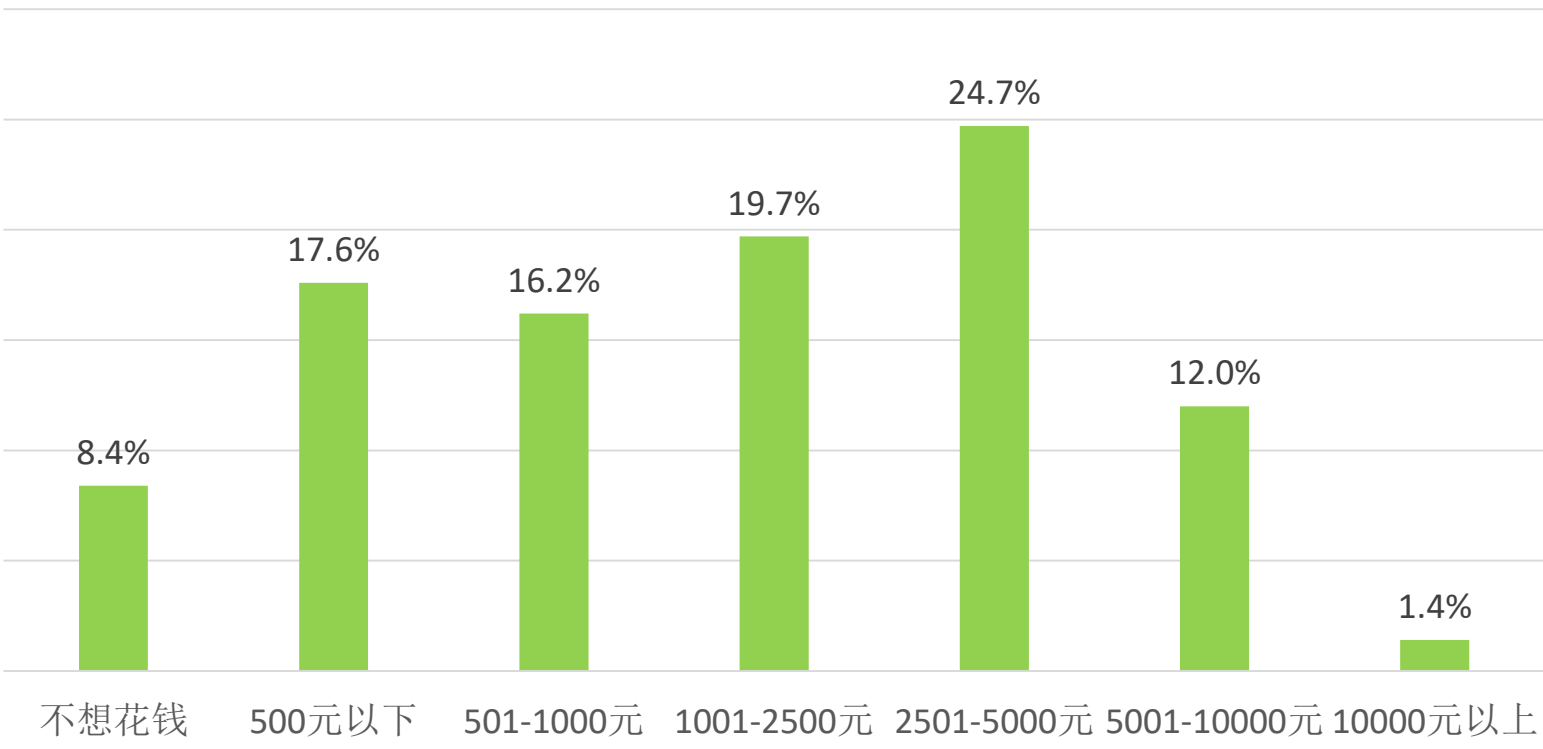
消费者支持金额意愿较高，市场需求旺盛 营销星球

当时益生菌品类仍高度集中在肠道健康，未涉及体重管理子类

2019-2023中国体重管理营养保健品市场规模及预测  
(单元：亿人民币)



2019中国自我感觉需减肥网民意愿支出金额调查

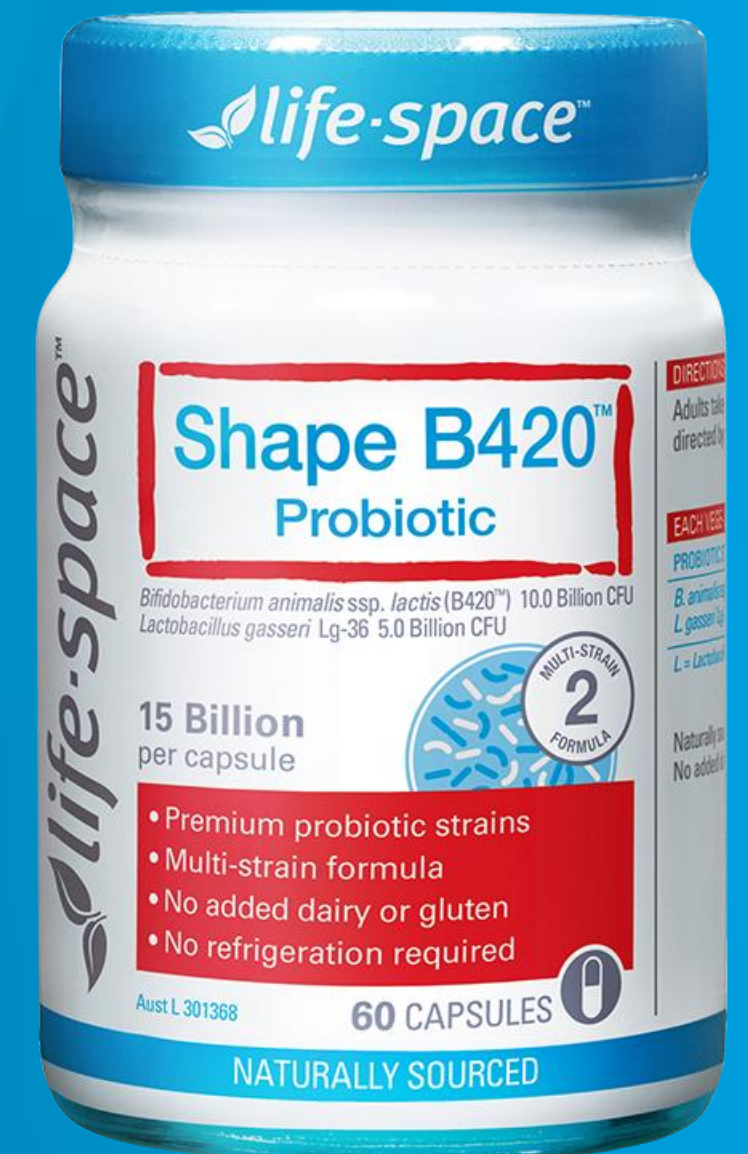


数据来源：雅睿国际体重管理报告2019，艾媒健康管理咨询报告2020

# Life-space B420

## 首个体重管理益生菌单品

- 核心菌株：B420双歧杆菌+加氏乳杆菌
- 作用机理：B420双歧杆菌（胖子体内较少，瘦子体内较多），在临床实验中得到两组数据，服用B420六个月脂肪量减少了4%，腰围则减少了2.4cm
- 促进消化和营养吸收
- 支持健康的身材管理
- 辅助支持健康的血糖平衡



 **life-space®**



第一波：  
激活核心人群认知  
建立B420产品心智



# 体重管理产品消费市场趋势

## 消费者年轻化

90/95 后人群消费占比高  
95 后消费占比增速极高

## 一二线城市女性

一二线城市女性消费占比高  
三四线城市消费加速

## 健康观念提高

更偏好天然成分产品  
偏好更健康的身材管理方式

## 体重管理消费人群特征

---

- 健康不容乐观
- 炫“腹”党
- 希望与人分享
- 微胖女孩的努力
- 候鸟式身材管理
- 脉冲式身材管理



# 竞品现状-口服体重管理产品场景沟通形态

应对减肥期人性弱点，辅助瘦身

想吃不犹豫

做梦都能瘦

想  
吃  
不  
犹  
豫

想  
吃  
不  
犹  
豫

## 三餐前后

### BIO-E酵素粉

饭前一包阻断吸收, 安利给不想长胖的吃货, 放肆吃喝不长胖

### METAMUCIL

饭后一杯, 刮油清肠、均衡膳食, 保持体重

## 睡前保养

### ISDG 夜间酵素

加速夜间新城代谢, 睡着都能瘦

### BIO-E 夜间酵素

躺赢黑科技, 激活瘦素, 不动声色瘦下来

## 暴食应急

### SVELTY

分解酵母合理控糖, 大吃大喝后多余糖分被分解

### DOKKAN

暴食后悔药, 大餐后应急服用, 不必每天吃

## 定期排毒

### NU-LAX

8小时温和通便, 肠道像牙齿一样需要定期清理, 为肠道排毒



# 第一阶段营销创意——B420产品定位沟通挖掘

以下所有功效均基于杜邦公司资助的临床研究与采访。

## 调节肠道微生物生态

In the factorial analysis, B420 increased the concentration of fecal propionic acid, butyric acid and valeric acid ( $P < 0.05$ ) ([Table 4](#), data for ITT population shown in Table S10.), which indicated an increased metabolism of non-digestible polysaccharides and suggests changes in the composition of the gut microbiota.

## 增加能量消耗和脂肪氧化 (同时还能抑制炎症)

B420 also increased plasma cortisol concentrations (Fig. S3), which has been suggested to increase energy expenditure and fat oxidation ([Brillon et al., 1995](#)) and to suppress inflammation.

## 降低食欲减少能量摄入

B420 and LU + B420 reduced energy intake by approximately 300 kcal/day and 210 kcal/day compared to Placebo ([Table 2](#)).

## 控制体脂尤其是腹部脂肪

Because of the lower number of observations in the B420 group ( $n = 24$ ) compared to the other groups ( $n = 35-37$ ), we decided to conduct a post-hoc factorial analysis to evaluate the independent effects of B420 and LU in the PP population. In the PP population, there were significant differences between the B420 and Placebo groups in their changes in total body fat mass ( $P = 0.002$ ), trunk fat mass ( $P = 0.0002$ ) and android fat mass ( $P = 0.004$ ), indicating that the probiotic itself could be effective for controlling fat mass, especially in the abdominal region.

Reference: [Probiotic With or Without Fiber Controls Body Fat Mass, Associated With Serum Zonulin, in Overweight and Obese Adults—Randomized Controlled Trial.](#)

Reference: [Gut bacteria could impact your weight: new findings](#)



# 第一阶段营销核心——建立B420产品定位及使用场景

瘦腰菌 / 炫腹菌



“瘦子  
菌”

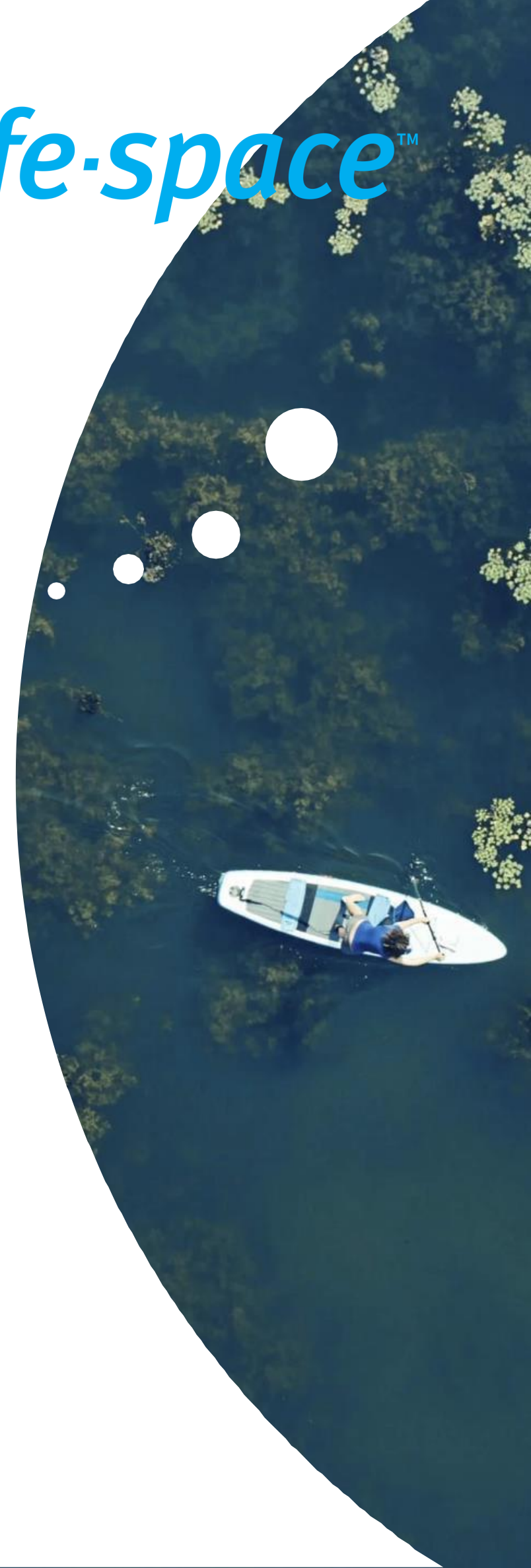
腹部是年轻女性消费者最关注的瘦身部位。

尤其在进入夏季“露肉季”之前，女性消费者尤其关注腹部脂肪管理。

B420就是炫腹的刚需产品 营销星球

能帮你甩掉小肚腩赘肉的 **瘦子菌**

入夏减肥高峰 + 高度关注腹部 + B420可有效控制腹部脂肪堆积



# 第一阶段营销创意—B420沟通思路



## 产品维度

- **黑科技与新成分**  
B420有效调节肠道菌群，彻底改变易胖体质
- **功效与痛点**  
腰部赘肉是微胖女孩的瘦身瓶颈 临床试验证明 B420有效改善腰围
- **生活与瘦身方式**  
疫情过后启动新一轮身材突击管 理周期，通过健康生活方式搭配 B420，不仅降体重，更塑型瘦腰 营销星球



life-space™

Life-Space  
健康纤体大使  
吉娜·爱丽丝

*Gina Alice*

漫长的冬天过去，疫情也即将结束，  
错过了炫耀身材的春天，绝不能再放弃2020的夏天，  
让自己身材上线的日子到了，却发现有种腰叫做别人的腰？

跟随Life-Space炫腹大使吉娜，以及她的炫腹女团，

猎到“吉娜体纤体宝藏”

一起

#菌衡塑身 大胆炫腹#



扫一扫  
关注Life-Space公众号  
了解更多



Gina

life-space™

## PHASE 1

小红书

吉娜小红书发出夏季炫腹/瘦腰的小tips, 预热 campaign, 为大促抢购引流。



## PHASE 2

以吉娜产出的视频内容为核心, 在微博、小红书、微信平台上传播 #菌衡塑身大胆炫腹# #吉娜纤体宝藏#等话题, 引爆大促。

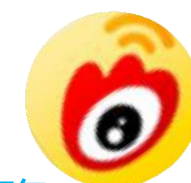
小红书



电商平台

## PHASE 3

吉娜召集“炫腹女团” KOL花式炫腹。  
不同KOL持续撩拨受众寻宝欲望, 持续带动进站购买



小红书



“菌衡塑身宝藏”  
专题销售页面



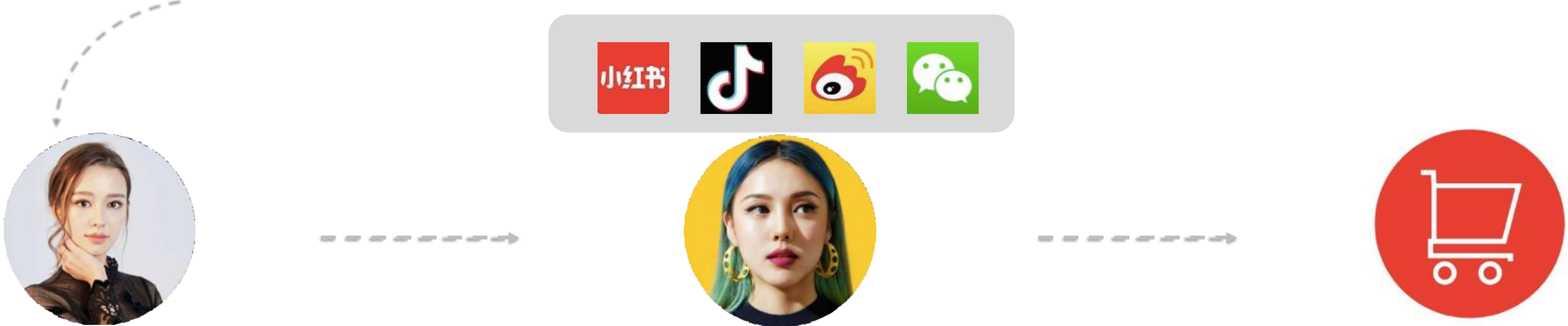
KOL 2



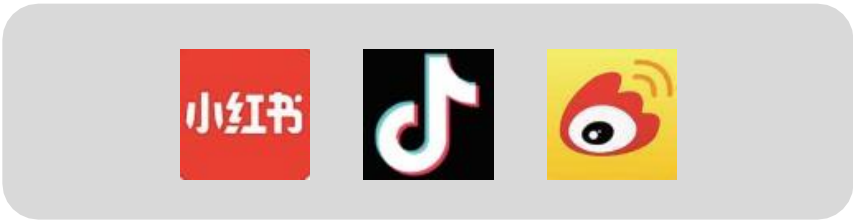
KOL 1

# 第一阶段营销创意—媒介策略

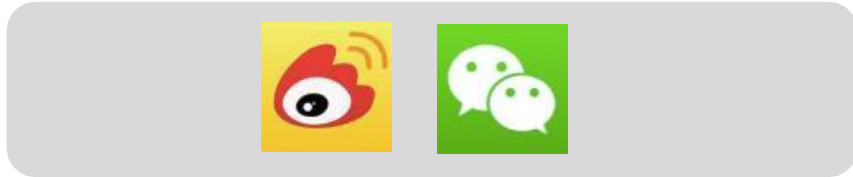
1. 针对目标消费者，选取高活跃、高粘性、高转化的媒体



2. 围绕明星话题，炒热明星内容，达到高曝光 营销星球

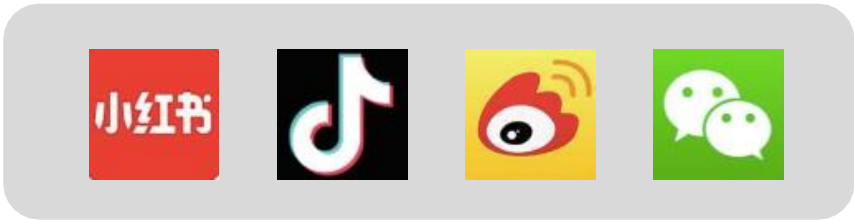


众多KOL跟风种草明星同款，炒热社交话题



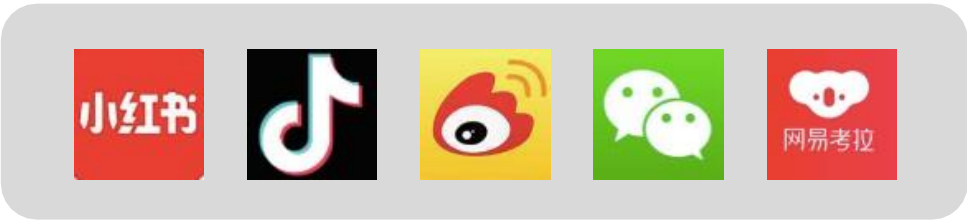
娱乐八卦账号、明星粉丝团、超话加入话题：超过2000+粉丝账号，增加明星话题影响力，获取明星粉丝流量

3. 选择粉丝人群与产品匹配度高的账号，捕捉精准消费者 营销星球



KOL选择覆盖美妆、种草、运动、生活、评测等多个女性、减肥相关领域

4. 覆盖消费者所有决策链路，完成高转化



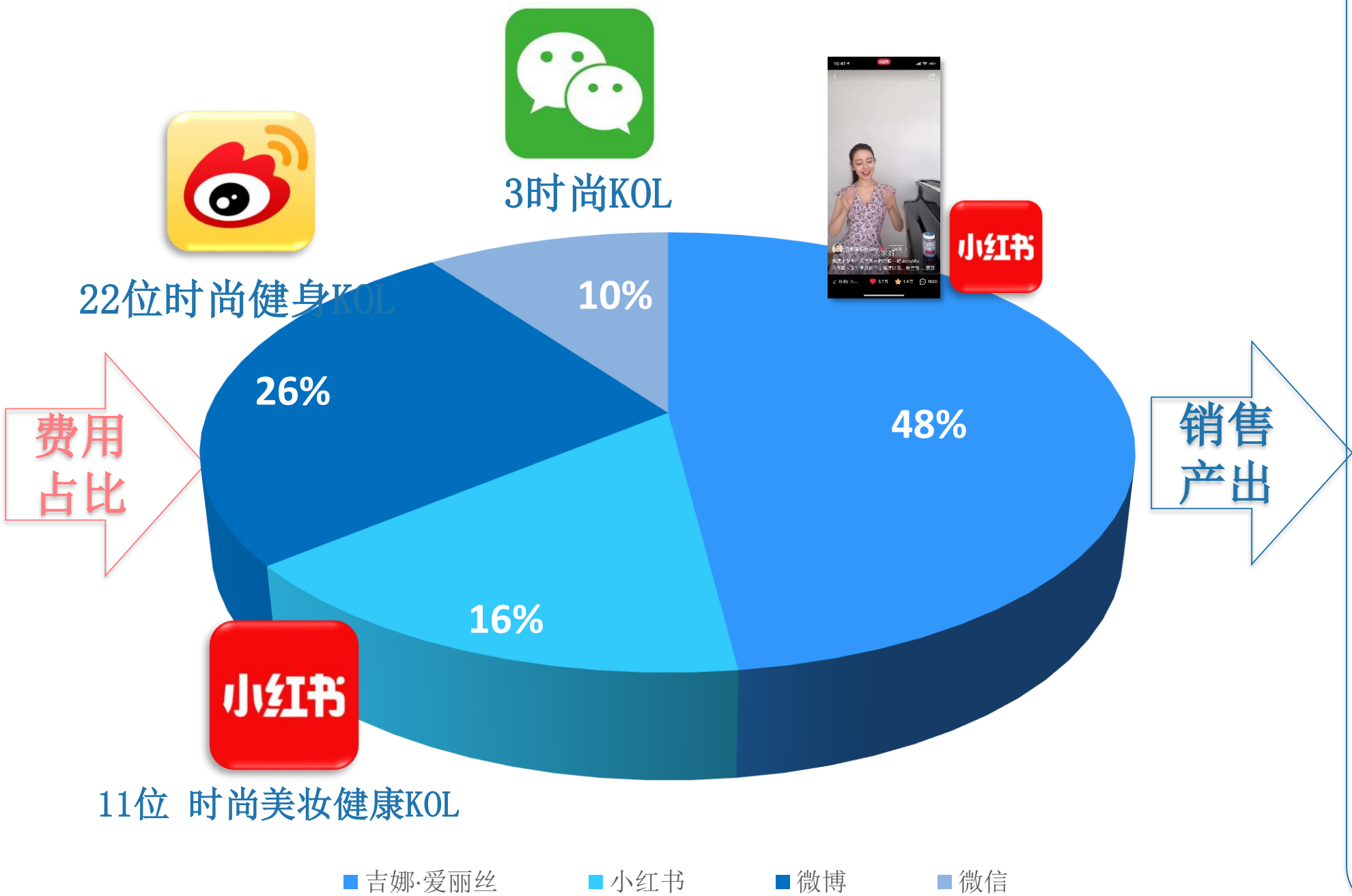
覆盖认知、评估、购买、使用、分享全链路：明星、KOL、KOC经验分享/使用评测 电商平台内容收割

# 第一阶段项目成果——总体数据概况

减肥季正当时，甄选符合该品类且具有一定话题热度的人气女星“吉娜·爱丽丝”与考拉全球宝藏品牌IP联合发起#菌衡塑身 大胆炫腹#的**B420**瘦身活动，通过艺人主发布小红书视频，配合微博、微信、小红书等多媒介推广，取得良好的曝光和互动，并拉动销售转化。

曝光量：**4937w+**

总互动量：**16.8w+**



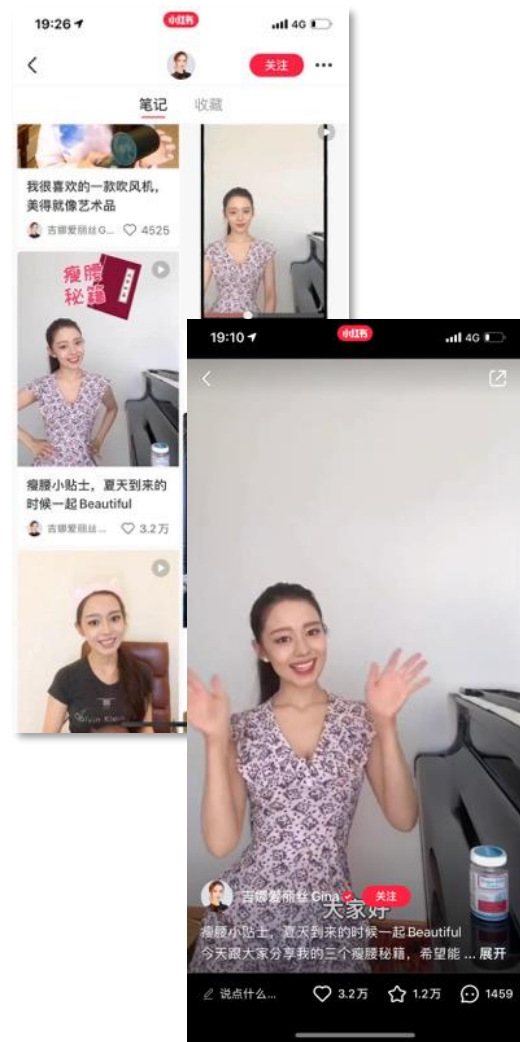
4月全网累计完成B420销售

**6万件+**

- 考拉同比+733%
- 天猫旗舰店同比+188%
- 京东同比+114%
- 天猫专营店同比+64%

# 项目模式总结

核心明星资源有效撬动平台IP合作，并有效刺激消费者认知及需求



此次与吉娜合作的小红书推广效果极佳：

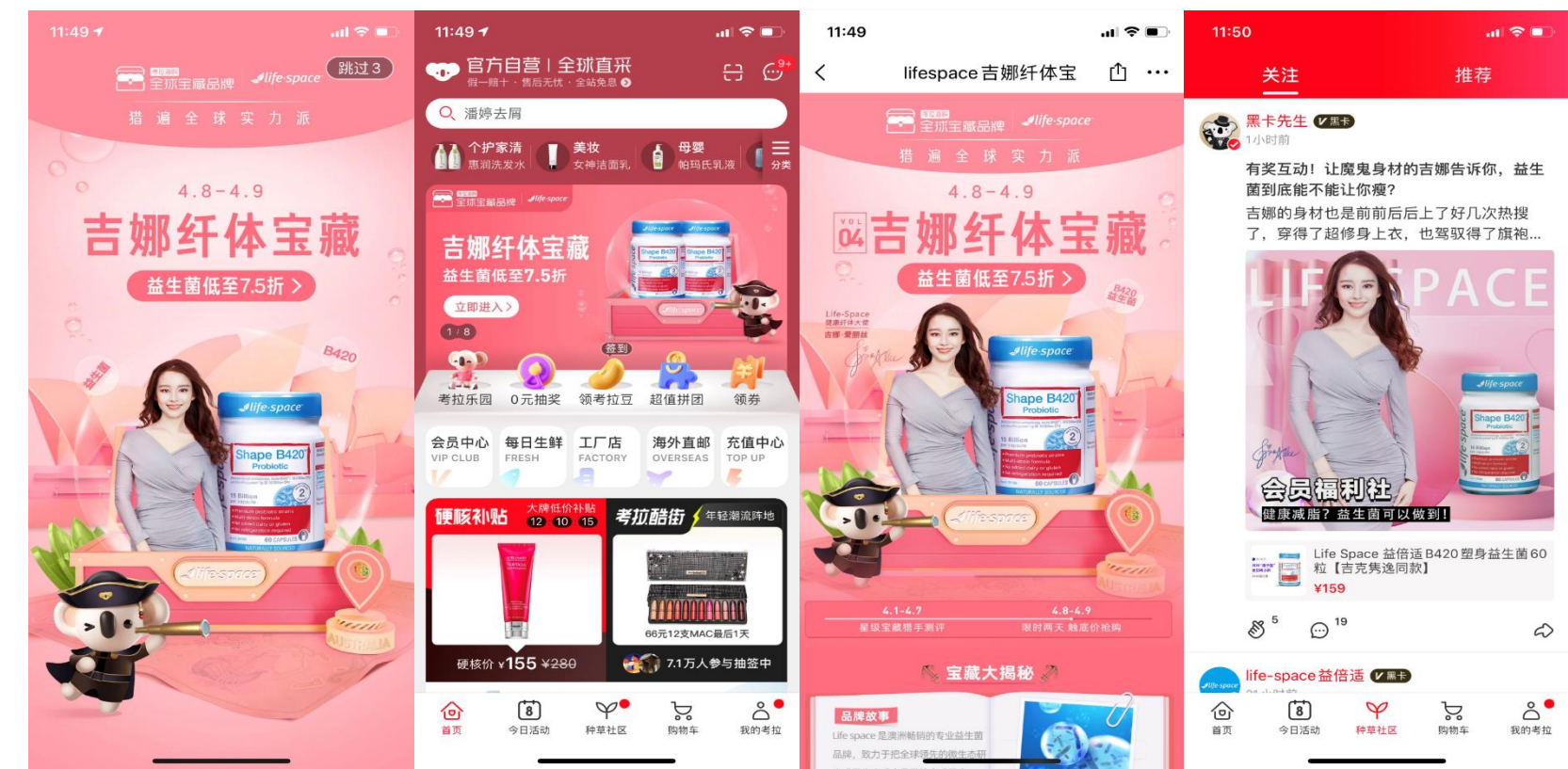
单篇贴阅读量达 **3,000,000+**，整

体互动量达 **52,620**；

超过以往所有同产品推广内容贴，数据增长

率达 **1000%**

PS: 吉娜B420的合作，超越同类合作的吉克隽逸（18/19年）的10倍+



争取到考拉S级IP “全球宝藏品牌”

4月8-9日考拉B420销售突破 **10,000**瓶+

# 媒介亮点



3月29日吉娜小红书种草视频发布

小红书

至3.31发布以来，获得点赞  
评数

5.2w+，  
视频累计播放  
958w+



3.31 B420单品  
进店流量  
略高于38大促

3.31 B420单品  
关键词搜索量激  
增10倍+

关键词排行TOP10

| 排名 | 关键词                   | 访客数               | 浏览量               | 下单买家数          | 下单转化率              | 支付金额                  | 操作    |
|----|-----------------------|-------------------|-------------------|----------------|--------------------|-----------------------|-------|
| 1  | 益生菌 较前1日              | 772<br>+51.08%    | 3,584<br>+32.45%  | 62<br>+12.73%  | 8.03%<br>-25.38%   | 14,914.73<br>+11.03%  | 详情 趋势 |
| 2  | life space益生菌 较前1日    | 326<br>+50.93%    | 1,174<br>+60.60%  | 27<br>+50.00%  | 8.28%<br>-0.61%    | 6,723.00<br>+65.54%   | 详情 趋势 |
| 3  | 益生菌大人 调理 肠胃 较前1日      | 300<br>+26.05%    | 972<br>+19.12%    | 10<br>-23.08%  | 3.33%<br>-38.97%   | 2,266.10<br>-20.32%   | 详情 趋势 |
| 4  | b420益生菌 较前1日          | 287<br>+1,813.33% | 970<br>+1,347.76% | 22<br>-        | 7.67%<br>-         | 5,106.50<br>-         | 详情 趋势 |
| 5  | 孕妇益生菌 较前1日            | 248<br>+22.17%    | 761<br>+20.41%    | 37<br>+148.67% | 14.92%<br>+101.91% | 10,318.95<br>+149.27% | 详情 趋势 |
| 6  | b420 较前1日             | 186<br>+1,176.92% | 631<br>+1,517.95% | 15<br>-        | 9.04%<br>-         | 3,890.17<br>-         | 详情 趋势 |
| 7  | 澳洲益生菌 较前1日            | 145<br>+39.42%    | 540<br>+53.85%    | 6<br>-14.29%   | 4.14%<br>-38.52%   | 1,044.80<br>-47.91%   | 详情 趋势 |
| 8  | 益生菌婴幼儿 较前1日           | 142<br>+77.50%    | 535<br>+77.15%    | 8<br>+166.67%  | 5.63%<br>+50.23%   | 1,344.60<br>+119.40%  | 详情 趋势 |
| 9  | lifespace益生菌b420 较前1日 | 54<br>+980.00%    | 151<br>+1,061.54% | 4<br>-         | 7.41%<br>-         | 682.00<br>-           | 详情 趋势 |
| 10 | 调理肠胃消化系统 较前1日         | 54<br>-6.90%      | 134<br>-15.72%    | 3<br>-25.00%   | 5.56%<br>-19.44%   | 797.00<br>-19.17%     | 详情 趋势 |



4.1-4.30 较前月  
B420单品主动搜索访问量  
+164%  
下单买家数+479%



第二波：  
精准人群触达  
持续引爆B420热度



# B420 全网声量分析：上一轮推广#瘦子菌#关键词未能成功own住，但也有了一定的品牌功效认知

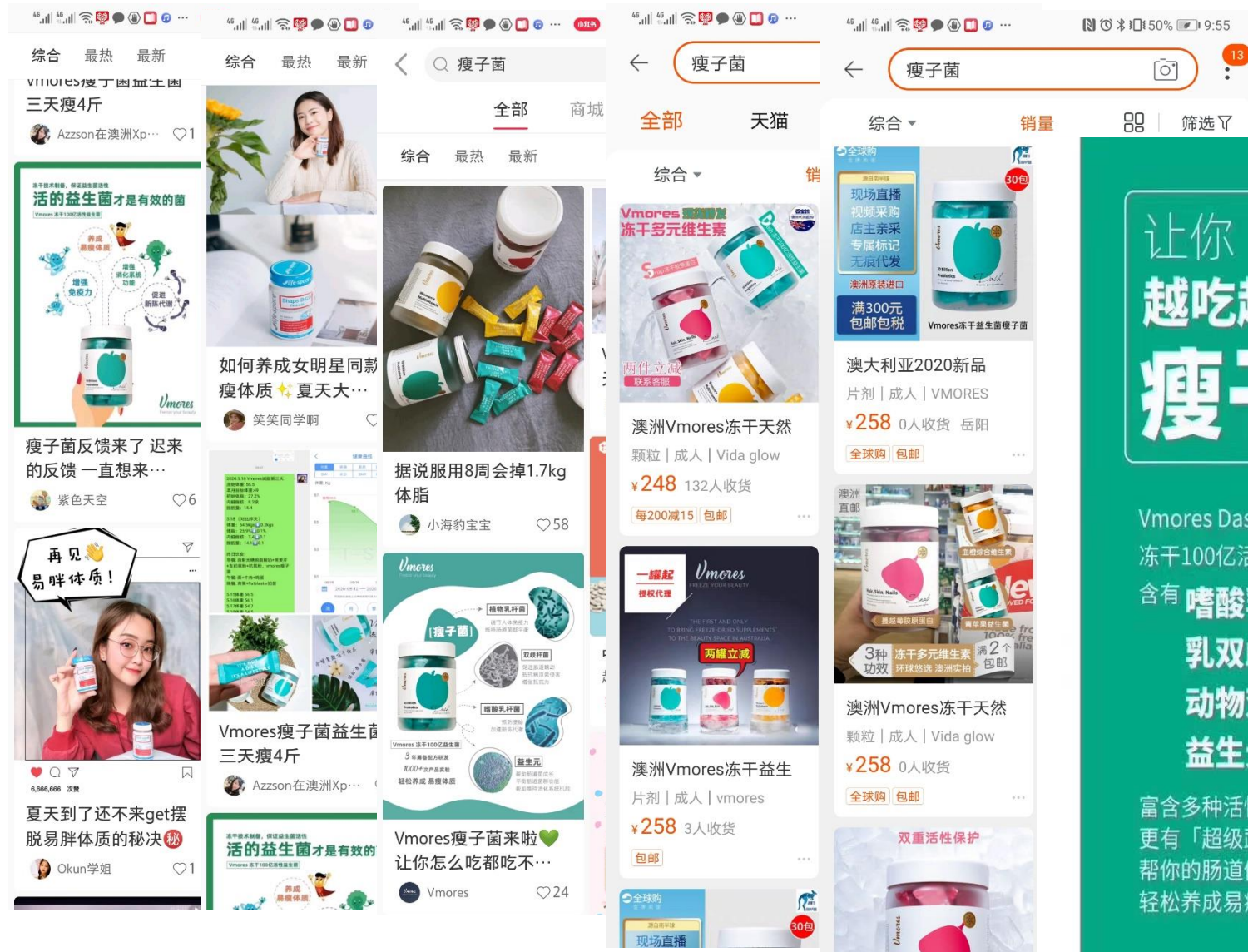


“瘦子菌”  
关键词被竞品Vmores站内外Lock住

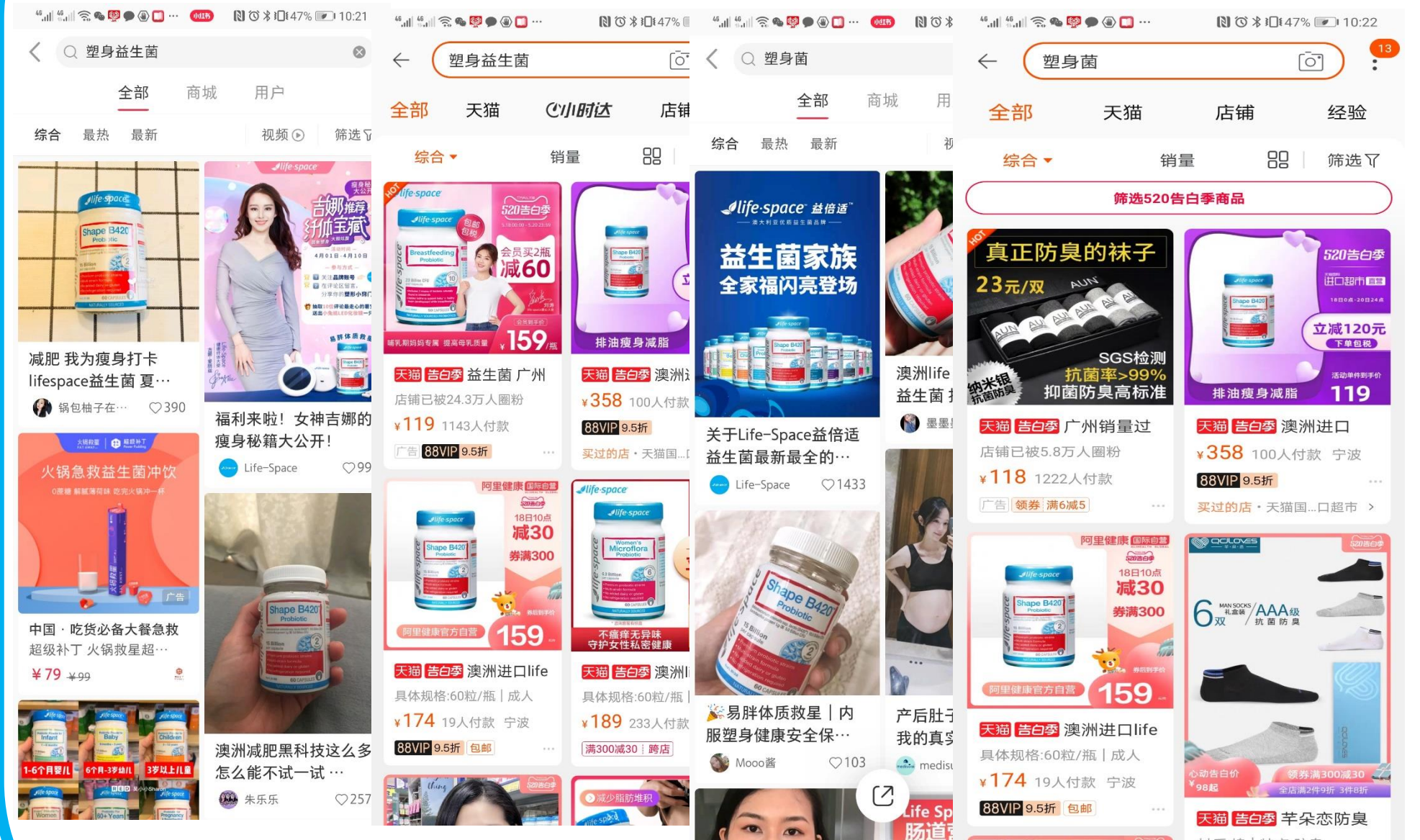


“塑身益生菌” or “塑身菌”  
站内外占据绝对优势

- 小红书搜索瘦子菌，出现在2-3屏；
- 天猫站内竞品也直接以瘦子菌作为产品关键词；



- 小红书及天猫搜索“塑身益生菌”，功能加品类词，占据绝对领导地位和优势



# B420使用评价：正负参半，缺少对产品使用方法的正确理解



1. 没有明显的减肥瘦身效果，甚至体重提升；
2. 使用方法不对，造成便秘；
3. 没有任何效果；



1. 改善排便，清肠胃通便；
2. 包装不错；
3. 对代言人有记忆点；

天\*\*8

16天前

看郎朗老婆推荐买的，吃了快一个月没有太明显的感觉。

浏览 7 次

评论 2

m\*\*1

8天前

吃第二周的时候，每天排便正常，瘦腰腹没看出来，肯定要是配合运动才行

浏览 7 次

评论 有用

不\*\*9

8天前

服用效果：吃了快一个月了，没啥感觉，该便秘还便秘，改腰粗还腰粗。玻璃瓶包装这点蛮好，发货快

浏览 7 次

评论 有用

掌柜回复

菌主安康，非常感谢您对lifespace官方海外旗舰店的信赖，益生菌属于膳食保健类...

展开

t\*\*6

21天前

目前服用快一个月 没见到任何效果 嗯 如果两瓶吃完还没用 就帮身边人拔草

浏览 0 次

评论 1

s\*\*7

3个月前

此用户没有填写评价。

用户 117 天后追评

清肠胃通便的功效倒是有，原本一两个月不排便成常态的我吃了都能基本上一日一便。但鼓吹的什么身材管理、瘦身效果还是算了吧，在吃第二瓶了，体重和体脂率压根就没下过

浏览 0 次

评论 1

木\*\*想

8天前

不是每天都记得吃 但改善排便的效果真的很不错 减肥的效果的话 大家还是不要相信补充剂能减肥这种说法了 认真少吃多动吧

浏览 8 次

评论 有用

凯凯

2019-10-22

乳腺增生可以吃？

关注

分享

Savannah

2019-10-21

真是因人而异，自从吃了它我维持了好久的体重上去了

回复 辰逸

我也是，反而变胖了

回复 Savannah

回复 情不过如此

回复 Savannah

小饭团

2019-10-13

我吃了个星期也是便秘 原来一天一次很正常 吃了后两天一次 而且每次都很少 胖了三斤

回复 蚊子

怎么那么多人吃了会便秘呀，我的刚刚到货都不敢吃了

回复 李阳

吃空便秘了

说点什么...

1017

1169

245

儿童

6天前

吃了3天，没有评价说的那么神奇，起码这几天对我便秘没有任何改善。继续吃了看吧。

浏览 17 次

评论 有用

掌柜回复

菌主安康，非常感谢您对lifespace官方海外旗舰店的信赖，益生菌属于膳食保健类，改善宿主微生态健康，每位菌主的体质不同，益生菌发挥作用的时效也是有差异的噢，您只需要坚持服用产品，就可以感受到益生菌有效调理肠道菌群的功效，身体也会每天棒棒的哦~lifespace旗舰店所有产品均为原装进口品牌方直供，菌主有任何需要也可以咨询我们的旺旺客服噢~我们将竭诚为您服务。祝愿您身体健康，天天开心~期待您的再次光临^o^

浏览 17 次

评论 有用

s\*\*n

5天前

还是有一点效果的 昨天早晨空腹服用了一颗 下午喝了奶茶 吃了烧烤 下午茶还有夜宵 今早体重只涨了0.2

浏览 11 次

评论 有用

t\*\*2

2天前

服用频次：每天早上空腹一粒  
服用效果：通便效果该不错 以前减肥前一天吃得比较少 第二天可能就不排便 现在吃了一周多 每天排便都很顺利

浏览 11 次

评论 有用

加入购物车

马上抢





# 聚焦现代女性第一大刚需： 轻松，易瘦！

小孩子才做取舍，  
好身材、好吃的，我都想要  
只要有任何轻松捷径，我都不想放过



life space®



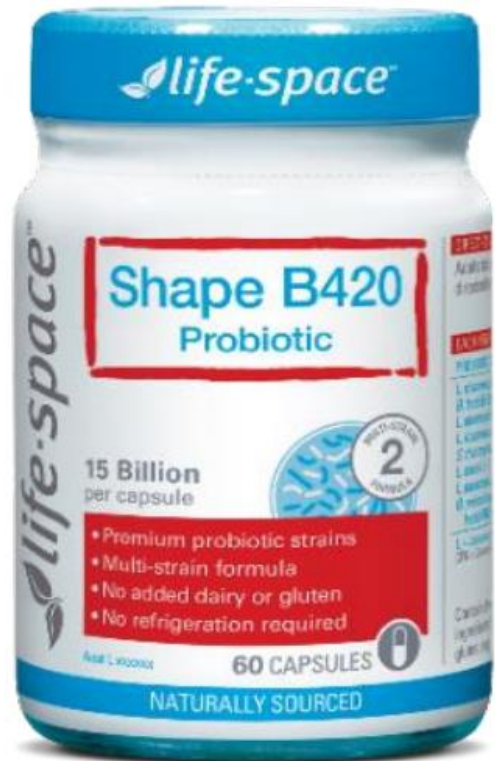
## B420 产品心智定位升级

~~瘦子菌~~



易瘦菌

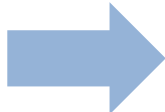
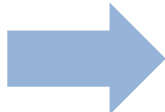
# B420符合科学易瘦机理，形成独特竞争壁垒



B420可以促进消化和营养吸收

支持健康的身材管理

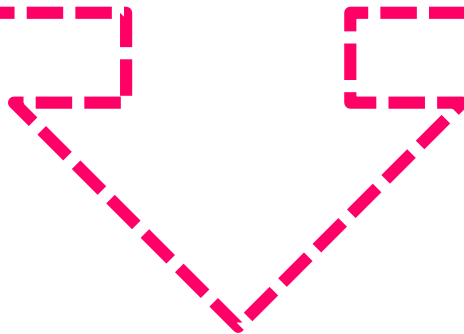
辅助支持健康的血糖平衡



益生菌功效

易瘦

易瘦的原理



- 易瘦的理论
- 产品卖点&功效
- 正确的产品使用方法

# B420易瘦菌精准引爆策略：



## 专业科普定调、圈层扩散、多场景沟通



### • 专业科普定调

科普易瘦正确理念



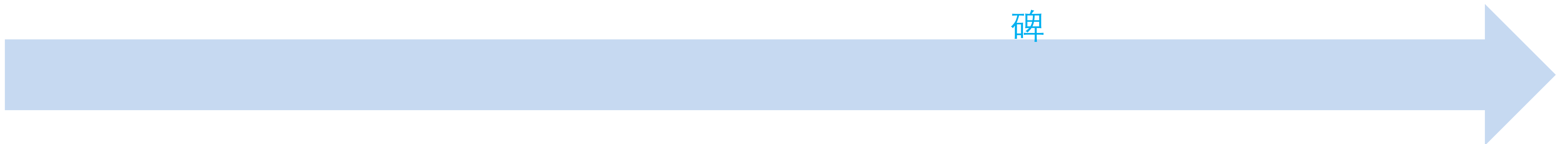
### • 圈层扩散

达人资源矩阵对传播触点矩阵，到内容矩阵，需要配合及资源优化



### • 多场景沟通

深挖细分目标人群需求，沟通产品亮点，全方位种草，打造真实口碑



# 人群策略：由“点”到“面”，助力不同促销节点爆发

精准到点

核心人群

明星+健身+营养圈



- 阅读总量：23.7w
- 点赞：1.5w
- 评论：797
- 收藏：2.8w



- 阅读总量：82w
- 点赞：1,079
- 评论：401
- 转发：368

潜力人群

时尚+娱乐圈



- 累计阅读数达12,000,000+
- 累计转发5089次
- 累计评论/点赞数为945/8599



- 阅读总量：16.2w
- 点赞：115
- 评论：216

全面曝光

泛人群

信息流广告



评论流

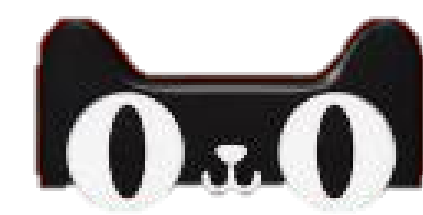
赞 652



热门流



- 微博信息流总曝光1亿+
- 导流量达146,879
- 到站UV54,396



# 618大促：刘涛直播强化#易瘦菌#定位及机理， 素材全网分发

life-space™

视频素材全网分发

ROI 3.8



# 站内收割：海量达人图文+视频种草，直接转化

健身，时尚，生活 **三大KOL**种草产品及功效以及618活动力度，助推引流，累积人群标签



猜你喜欢



淘宝头条



达人微淘



视频投放



视频投放



达人图文

累计曝光**936,000+** 累计进店**73,000+** CPUV:**1.92**

# 7月精准累积人群标签： B站#健身#大咖周六野短视频植入带货

-坐拥全网1200W粉周六野引爆健身界流量圈层

周六野 “运动 + B420科学减脂”  
= 易 瘦 体 质 观 点



# 7月精准累积人群标签： 微博#营养#场景视频解释带货原理

## 国家一级营养师大咖解密科学瘦身吃法



李珈贤 “健康饮食+ B420科学减脂”  
=易瘦体质的观点 营销星球



- 阅读总量：82w
- 点赞：1,079
- 评论：401
- 转发：368



# 7月精准累积人群标签： 微博#辣妈# #八卦#圈层带出话题场景

-一线中产白领KOL 陈大咖+Hkchannel大号引领易瘦时尚风



**辣妈科学瘦身养成记：**  
**“健康饮食+运动+ B420科学减脂”**  
**=易瘦体质的观点 营销星球**



- 阅读总量：20w+
- 点赞：115
- 评论：216



# 从潜力人群大曝光到核心人群，打造B420成体重管理圈层新宠

泛时尚圈  
放大曝光

精准圈层  
核心人群深耕

#健身# #营养#  
#时尚# #辣妈#  
#八卦#



健身达人周六野



营养专家李珈贤

# B420第二阶段

## 实现三大升级，持续爆品之路的打造

### 心智升级



重新定义“易瘦体质”  
通过专业达人提升产品公信力

### 人群升级



选择健身圈层深度种草  
提升人群精准度  
和人群年轻化

### 流量升级



通过精准人群进行有效曝光  
在短时间内形成有效拉新



总曝光  
1.2亿

总到店  
84,396

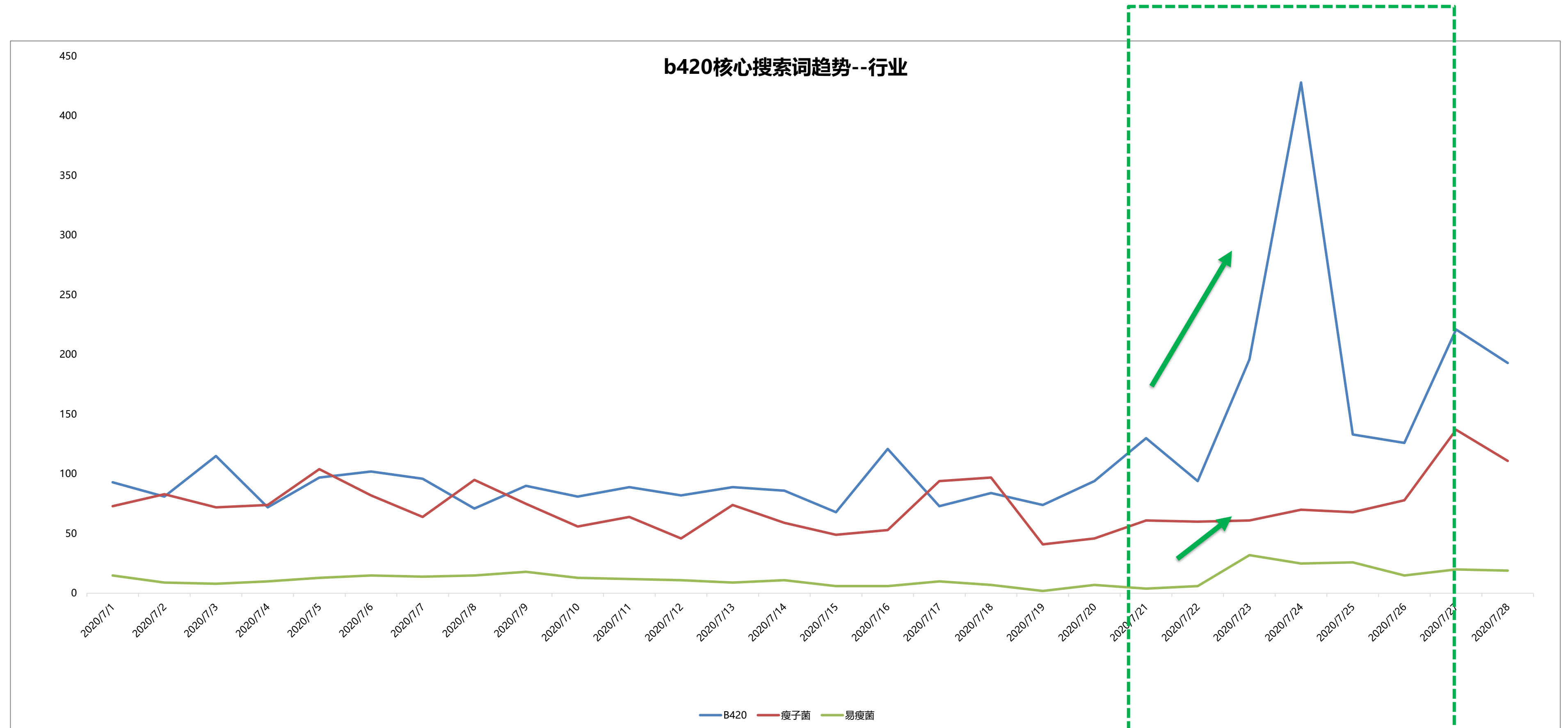
总互动  
20,000 +

KPI汇总:

关键字搜索人气: B420单品关键词搜索量激增**7倍+**

单品链接流量: 纯站外引流54,237, 流量贡献**全月最高**

经过2个月的心智打造，“B420” “易瘦菌” 搜索热度均有较明显提升

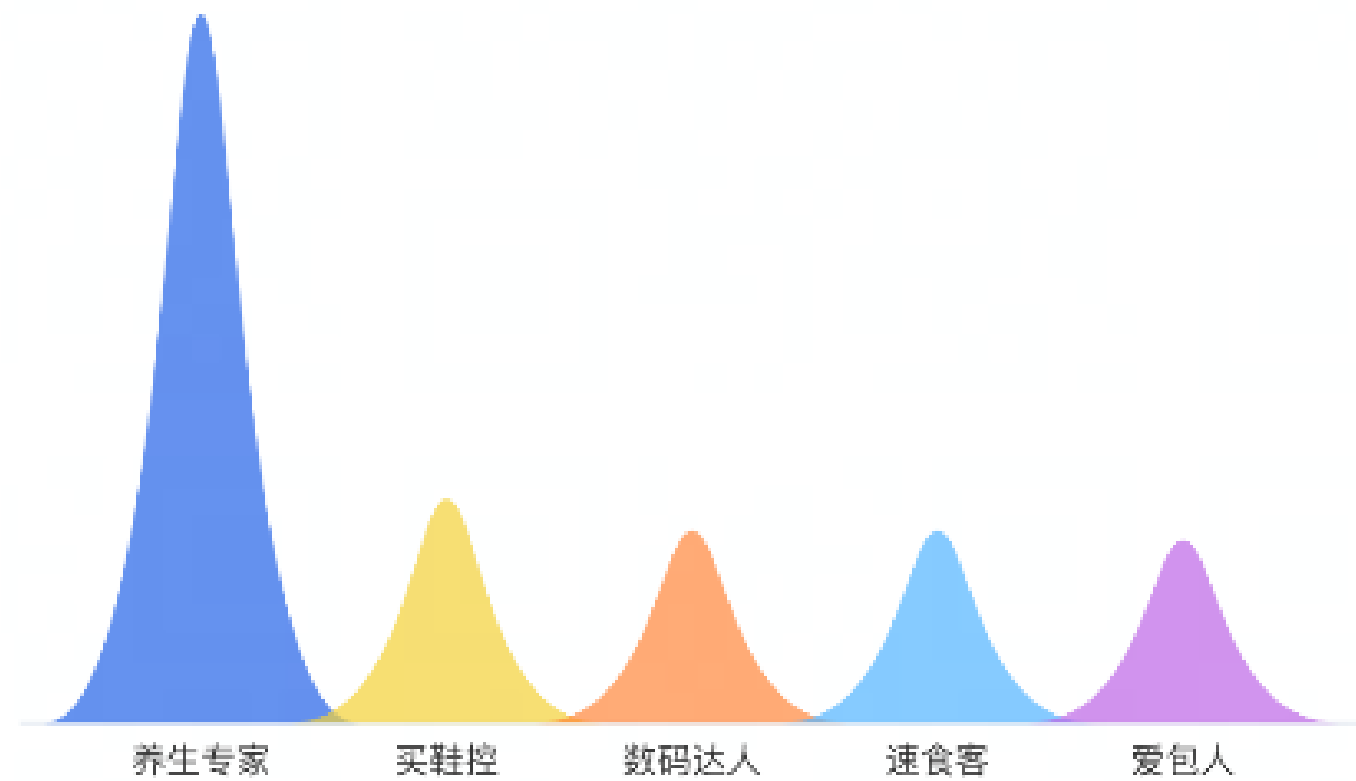


# 投放期间，人群年龄呈年轻化增长，且“时尚达人”增加，不再局限养生族

5月

养生族群为主，年龄层在**31-40岁**

兴趣爱好(偏好度)

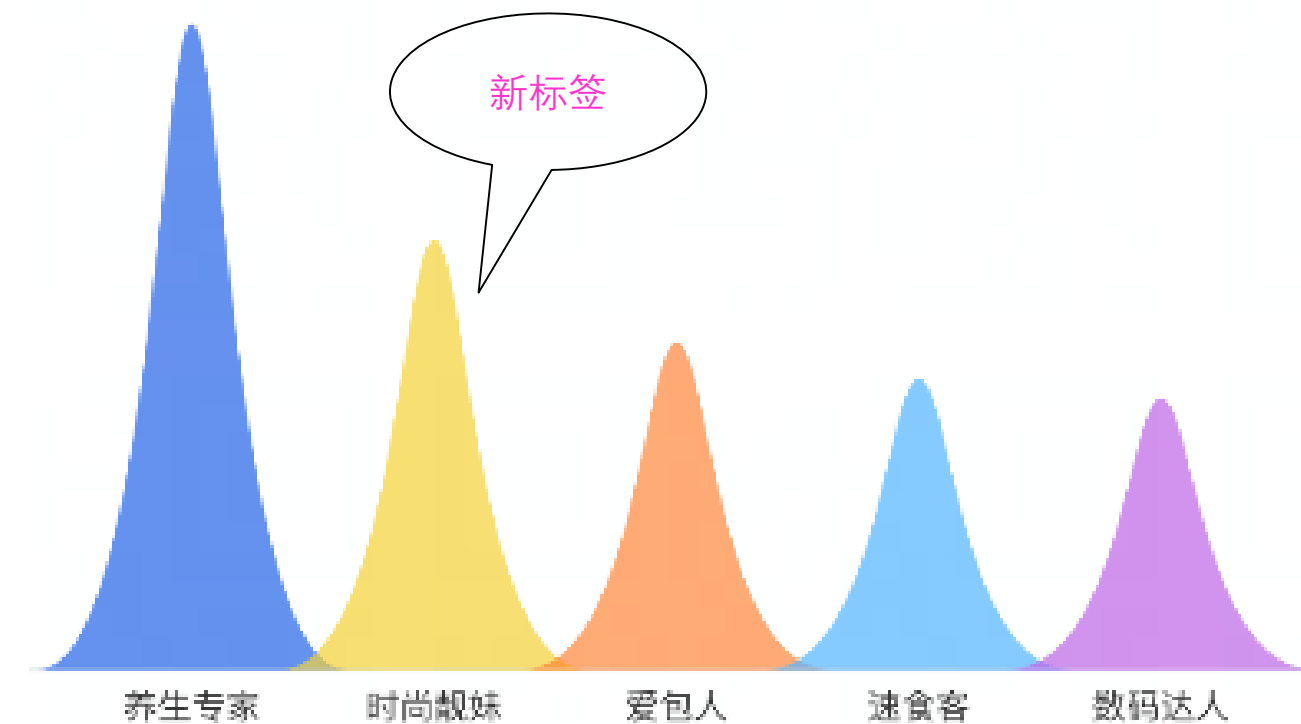


养生族群为主，年龄层在31-40岁为主，**有吃益生菌习惯，注重身材，时尚，注重颜值，保养**，购买人群以固有粉丝+新粉为主，**支付中养生一族为主力购买人群**

6月

新增**时尚**人群，年龄层在**18-40岁**

兴趣爱好(偏好度)

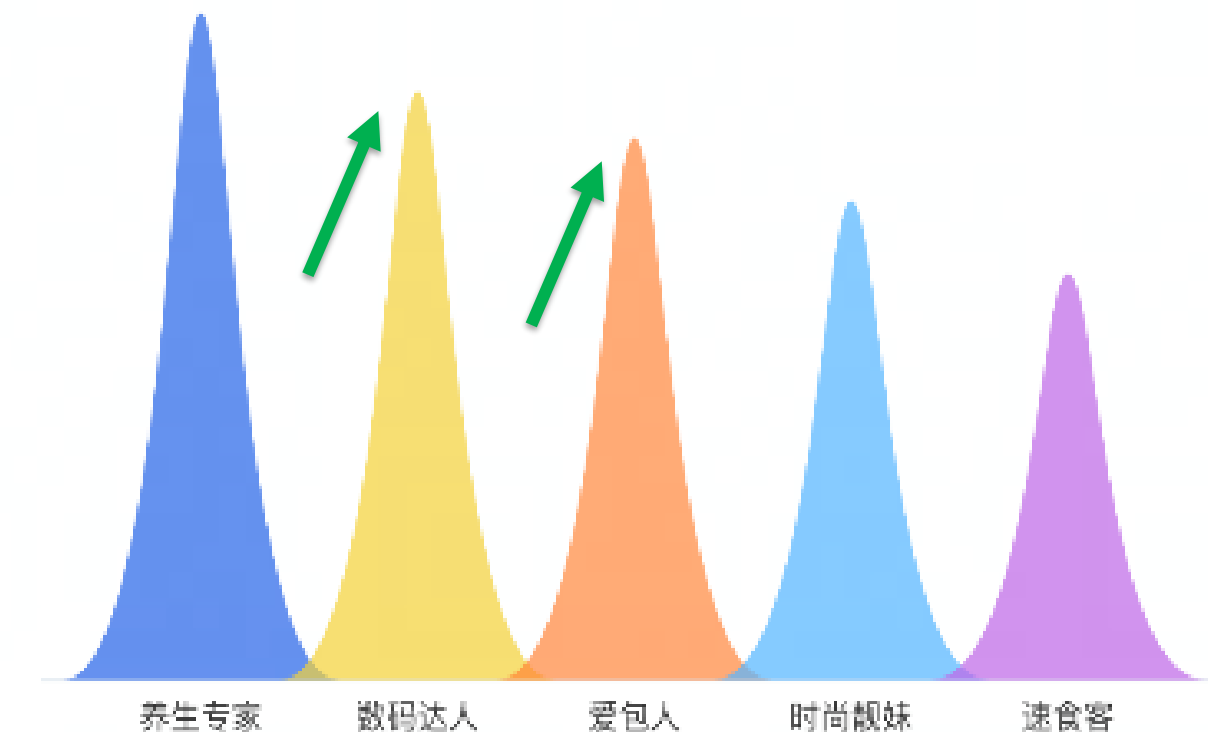


在5月累积基础上，**新客迅猛增加，时尚群体增加**，购买产品比例的受众群体开始呈多元化，不再局限养生族群，**购买群体开始呈年轻化增长**

7月

**时尚**群为主,年龄层在**18-40岁**

兴趣爱好(偏好度)



从7天的数据洞察发现，**目标受众群体继续保持年轻化增长，时尚达人增加**，购买产品比例的受众群体多元化增长

# 18-26岁核心群体翻倍增长，人群年轻化趋势明显



经过5月~7月明星+专家教育+圈层头部KOL推广群体，从养生族群扩展到时尚群体，女性年龄层从31-40岁扩展到18岁~40岁，人群呈年轻化增长，同时男性群体关注增长。



|        |        |
|--------|--------|
| 18-25岁 | 10.62% |
| 26-30岁 | 19.23% |
| 31-35岁 | 28.26% |
| 36-40岁 | 21.66% |
| 41-50岁 | 14.06% |
| 51岁以上  | 6.17%  |



|        |        |
|--------|--------|
| 18-25岁 | 22.29% |
| 26-30岁 | 29.15% |
| 31-35岁 | 21.75% |
| 36-40岁 | 13.04% |
| 41-50岁 | 9.93%  |
| 51岁以上  | 3.84%  |

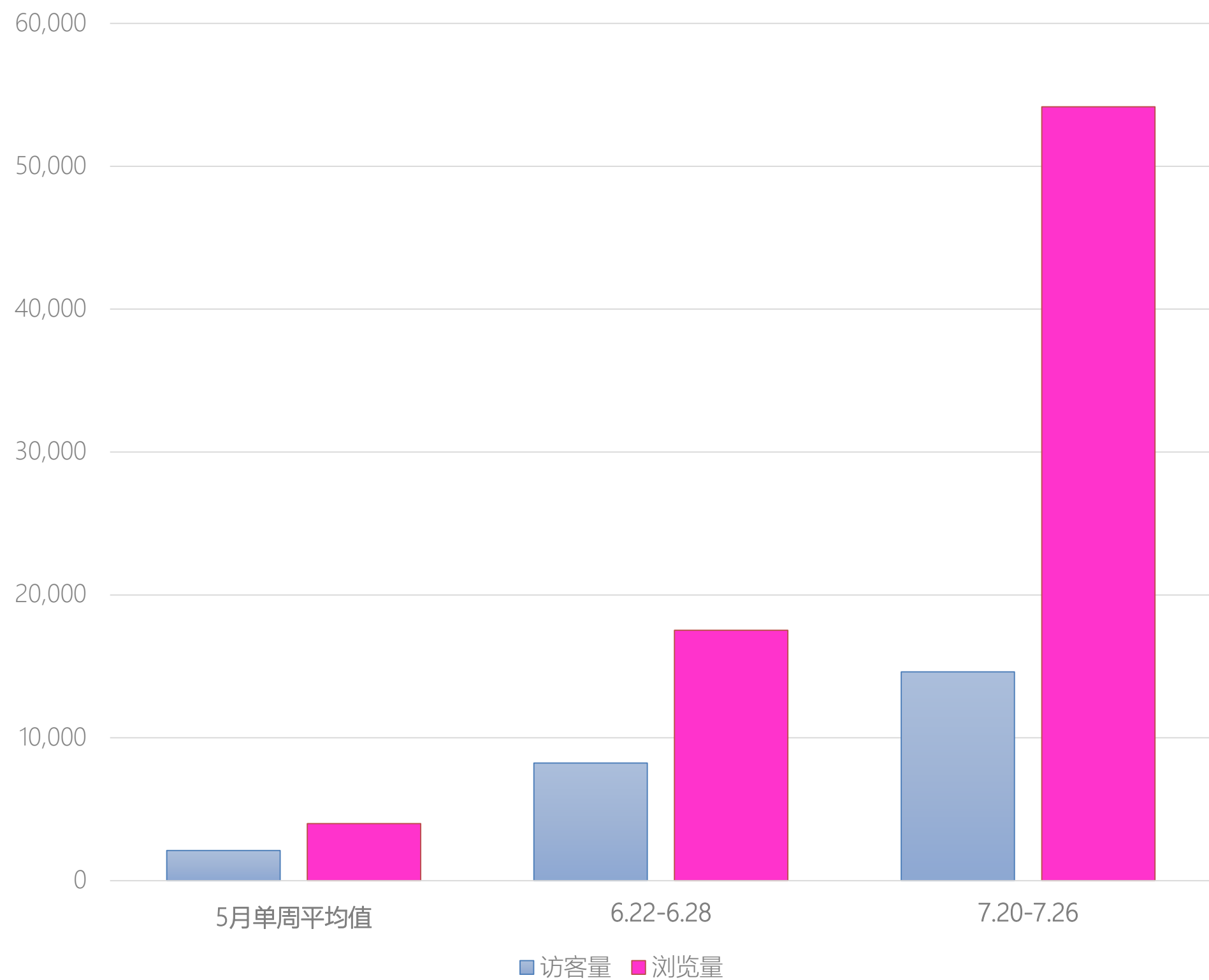


|        |        |
|--------|--------|
| 18-25岁 | 58.56% |
| 26-30岁 | 21.37% |
| 31-35岁 | 9.46%  |
| 36-40岁 | 3.25%  |
| 41-50岁 | 5.31%  |
| 51岁以上  | 2.05%  |

年龄层成功拓宽18岁~26岁核心消费力群体,年龄跨度翻倍式增长

# 投放期间站外流量占比最高，后618时代拉动7月流量高峰

5月-7月非大促流量周对比值



7月站外投放活动

| 2020.07.21-2020.07.27 | UV    | UV占比 | 支付转化   |
|-----------------------|-------|------|--------|
| 流量宝                   | 3,765 | 25%  | 7.28%  |
| 淘宝客                   | 2,656 | 18%  | 20.33% |
| 购物车                   | 2,180 | 15%  | 20.73% |
| 我的淘宝                  | 1,707 | 11%  | 8.55%  |
| 手淘搜索                  | 1,579 | 11%  | 4.94%  |
| 淘内免费其他                | 788   | 5%   | 12.44% |
| 品销宝- 品牌专区             | 372   | 2%   | 9.41%  |
| 手淘旺信                  | 364   | 2%   | 20.60% |
| 智钻                    | 294   | 2%   | 1.70%  |
| 直通车                   | 229   | 2%   | 5.24%  |
| 手淘其他店铺                | 164   | 1%   | 8.54%  |
| 手淘淘宝直播                | 126   | 1%   | 7.14%  |
| 超级推荐                  | 117   | 1%   | 1.71%  |

# 下一阶段：迎击模仿竞品Wonderlab

产品力/沟通/种草核心信息需持续升级，欢迎贡献奇思妙想~ 营销星球





谢谢聆听