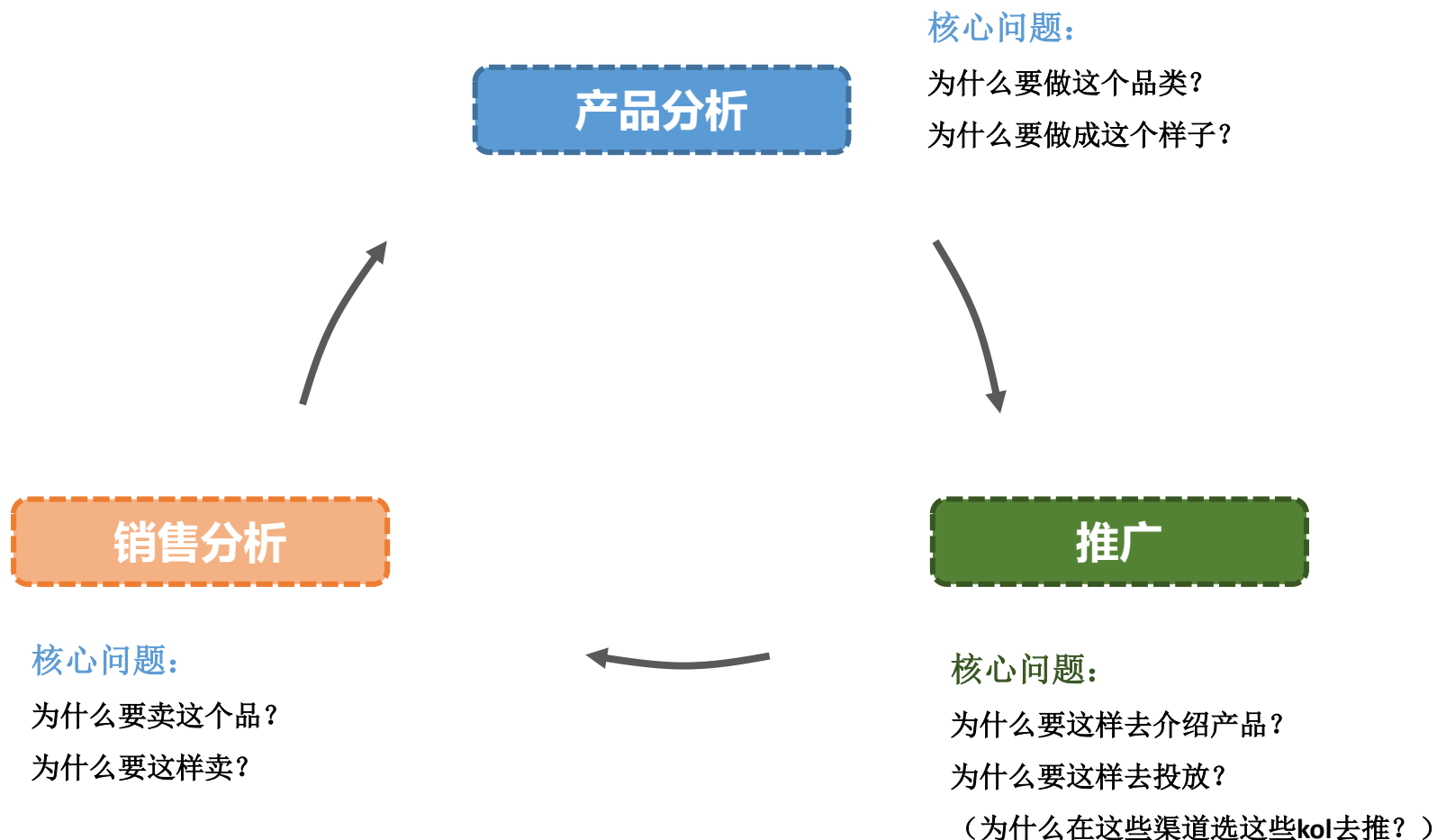




芮觅
rvmee honey

新生代东方轻养生蜂蜜品牌





需要知道因果逻辑关系才能更好地推广产品

新品上市逻辑

产品

品类与大盘分析

品类大盘量级，增速趋势，top 品牌产品，客单段价格，核心热门功效以及趋势情况，细分类目爆发趋势等

竞品分析（生意维度）

产品功效分析、市场与消费者分析，热门产品信息与趋势反馈

品牌产品规划

根据品牌目前产品矩阵、品牌未来产品规划以及品类大盘分析确认新品品类与大致方向等

产品提案与配方调试

根据前面分析，进行竞品产品分析与概念设计（产品理念与定位、功效、热门成分、大致的配方方向，成本与售价范围），并进行配方料体的不断试用、测试和调整

生意

竞品分析（销售维度）

各渠道排名情况与潜力、销售量级、客单表现、赠品设计、售价规划、评价情况（好评率与差评率）、销售模式等

上市规划

上市时间把控，货量确认，输出上市计划，确认价格规范，内部新品上市会同步所有渠道等

产品上市

上市页面设计、文案确认、货品确认、赠品DM单以及会员部分工作等，确认后产品上市

上市运营

日销与活动运营、评价回收分析、各协调部门配合

推广

竞品分析（推广维度）

热门产品信息（上市时间、价格、核心成分与技术等）、主打卖点、内容场景、话术表现、视觉表现、渠道起量方式，消费者口碑评论等

消费者调研

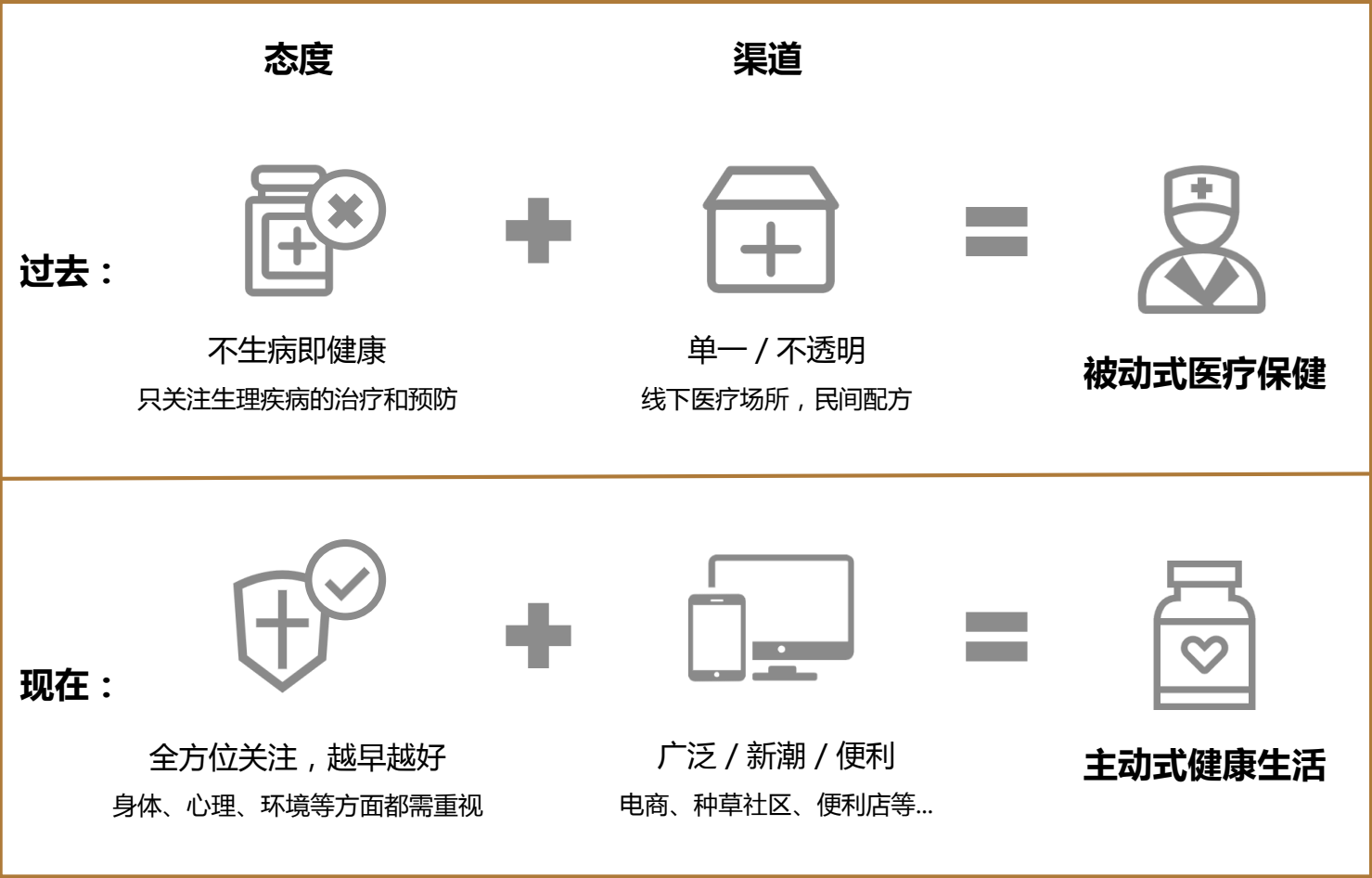
使用人群与场景、消费者核心痛点问题、市场产品已经解决和待解决的问题、产品使用过程关注问题、产品cp与连带、购买决策链路与倾向等

内容策略输出

产品内容（差异点、核心卖点、内容场景、产品心智定位等）、渠道（渠道人群及流量分析、渠道矩阵等）、KOL矩阵、预算分配、推广节奏等

执行落地与复盘

推广执行落地，同步根据时间节奏结合生意数据进行复盘和阶段性调整（包括预算、量级、卖点、kol反馈等内容）



新一代养生群体 用户画像及标签

赛博朋克养生：
#边作边养# #尝鲜求新# #怕麻烦# #紧跟潮流时尚#

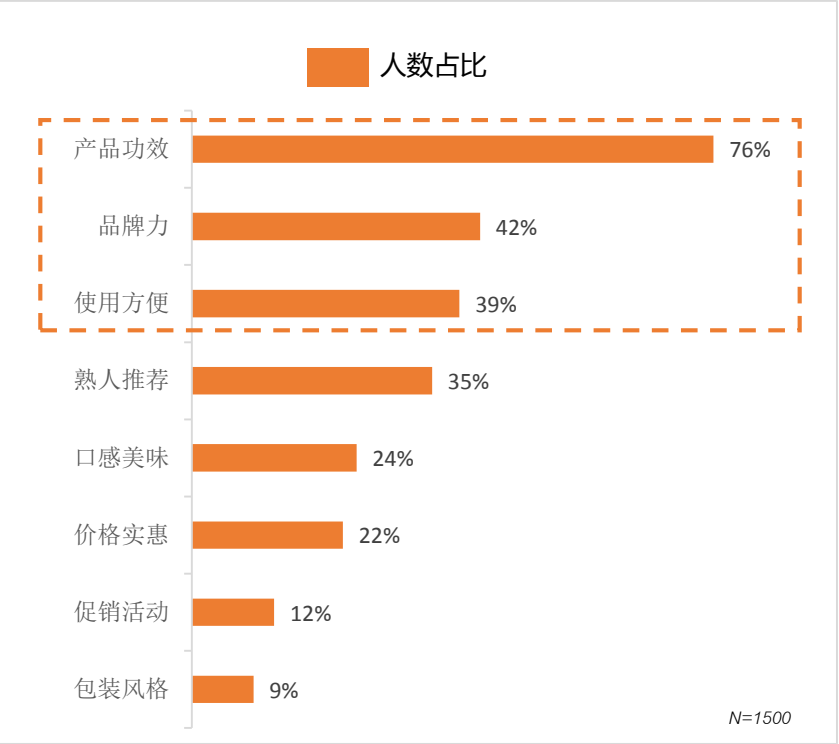
本草调养学家：
#传统滋补调养# #讲究天然有机原材料# #药膳食疗#

场景创新：
健康养生变得更加轻松，灵活，保健品零食化成趋势

中式养生红利期：
将传统滋补品以新的形态新的形式带给新一代消费者

功效、品牌力、使用方便
是消费者购买滋补品时考虑的重要因素

2020消费者购买滋补品考虑因素排名



数据来源：2020年10月CBNData调研数据

数据说明：圈定传统滋补人群，如购买，哪些因素是您优先考虑的？

市场混乱
真假难辨



使用不便
携带不便



彻底解决传统蜂蜜 **使用不便、携带不便** 的痛点

芮觅袋 **只需3步**，即可享用，从此喝蜂蜜，**告别勺子、杯子**



Step1.吹起蜜袋
添加200ml饮用水



Step2.轻摇蜜袋
甜蜜的融合酝酿



Step3.开盖小酌
感受花海的绽放



喝完的蜜袋不要丢！再加热水就是 可以捂手的暖水袋！

芮觅蜜袋是 食品级PE材质，可承受100°C高温 反复循环使用



天冷了能暖手的姨妈快乐水不许姐妹们不知道和我一样怕冷，手脚老是很凉一定要入个益母草蜜！三步走！吹气！加水！摇一摇！好喝还方便，姜汁的也不觉得辣杯子勺子啥都免！也不用刷喝完袋子别丢！加热水就是捂手的暖宝宝



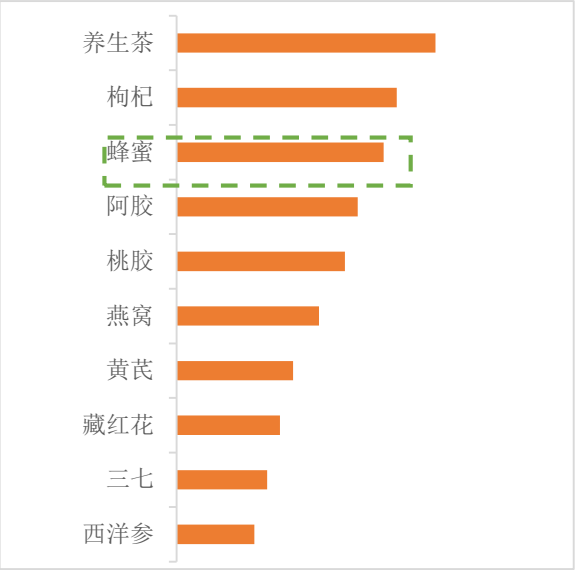
姜味暖水袋？买暖水袋的姐妹不如入个啊这次来姨妈同事安利给我的袋袋装蜂蜜水不用拿杯子勺子，加温水直接可以加到这个袋子里面~超方便！姨妈期这种小东西真的太贴心了我原本是冲着玫瑰来的，姜的竟然也被种草了益母草花蜜配姜汁喝下去也甜甜暖暖不觉得辣喝完不要丢，还可以继续加热水当个热水袋嘻嘻！



可以暖手的姨妈快乐水！天冷了姐妹们冲真是被姐妹天天拿着给种草了，一直以为是天冷了新入的暖手宝上个月那几天不舒服她给了我几包才知道竟然是养姨妈的益母草蜜一次一包太方便了！都不用再刷杯子了喝完袋子别丢！加热水就是可以捂手的暖手宝

养生新食尚

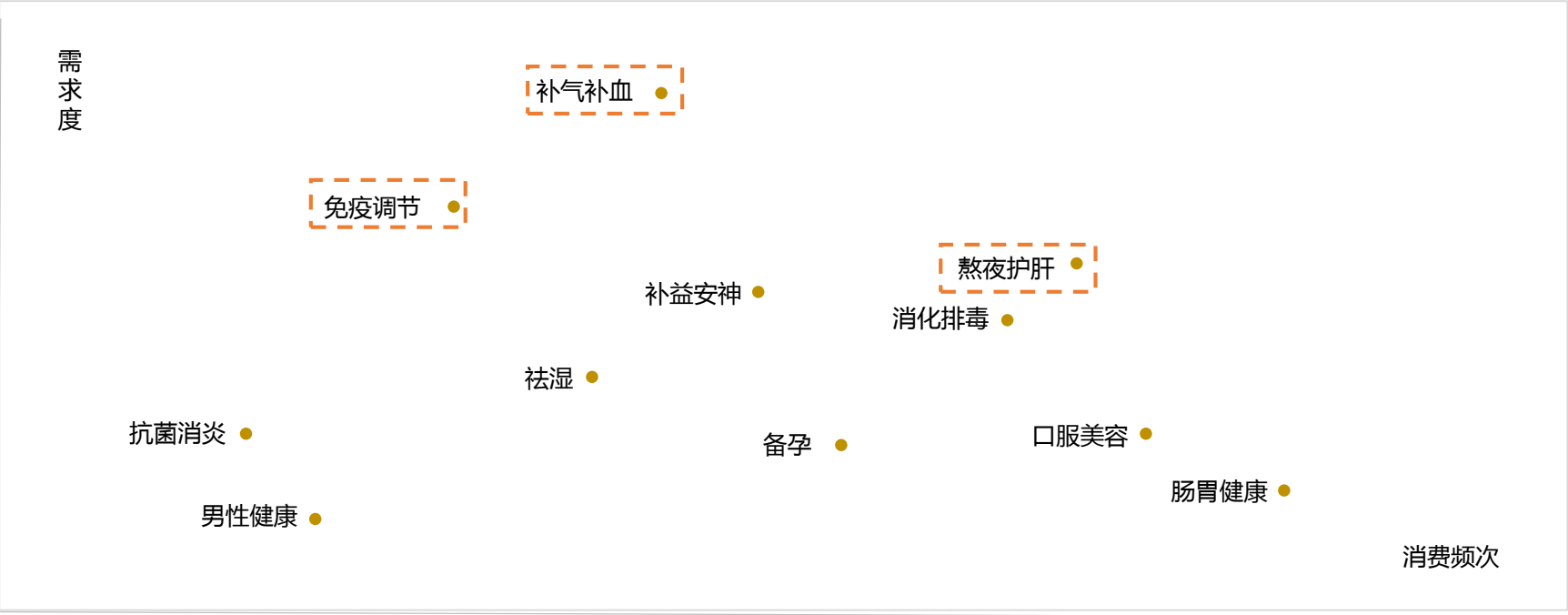
90后消费传统滋补品类偏好



数据来源：CBNData，阿里健康

90后偏好 针对性 养生，缺啥补啥

2020 90后对滋补品不同功效需求及消费情况



数据来源：CBNData消费大数据

每日一袋，来姨妈舒服了
温暖舒缓身体，调和经期不适

浓郁如同流动的琥珀

甘草的清香渗透其间

甜蜜果腹草木的微酸

回味中柠檬茶的气味

姨妈不规律

经期混乱，过早或过晚

气血不足

脸色暗沉，经量过少

经络不同

经期腹痛肿胀，下巴起痘

气血於堵

经期於块发暗，胸痛肿胀

腰酸疲惫

经期浑身乏力，腰酸疲惫



每日一袋，气色红润了
玫瑰芬芳舒缓，调和经期不适

温润融化的檀色

透出玫瑰的馥郁

甜蜜的馨香之气

回味清甜而淡雅

姨妈不规律

经期混乱，过早或过晚

气血不足

经量过少，经期腹痛肿胀

肝火旺盛

烦闷易怒，眼红口干

皮肤状态差

肤色暗沉长斑，松弛下垂

失眠多梦

压力大难入睡，多梦睡眠浅



每日一袋，手脚暖和了

姜母温和滋补，有效调理宫寒

甜辛味混合出姜母香气

让味蕾活泼而感受丰盛

回味中的甘甜宁静

散发柑橘的气息

姨妈不规律

经期混乱，过早或过晚

气血不足

经量过少，经期腹痛肿胀

惧怕寒冷

手脚冰凉，失眠多梦

免疫力下降

免疫力低下，易生病

腰酸疲惫

经期浑身乏力，腰酸疲惫



每日一袋，拯救熬夜人

恢复熬夜疲劳，缓解氧化衰老

大雪覆盖过松树的气息

一个夏天过后蜂蜡的凝结

凝练成一个呼吸的片刻

流过、湿润、浸透

长期熬夜

昼夜颠倒，身体失调，入睡困难

连续加班

嘴唇干裂，口臭口苦

免疫力低下

身体作息不规律，易疲惫

喝酒应酬

工作应酬，解酒

亚健康体质

指甲有竖纹，月牙少



每日一袋，肠胃顺畅了
清甜滋润，促进循环吸收

清澈透亮的一盏甘露

菠萝与黄桃的清香

如花朵绽放其间

花开过后杏仁的气息

回味中渐渐清晰

外卖一族

长期依赖外卖，饮食结构不健康

吸收不调

消化不好，肠胃不舒服

便秘困扰

排便困难，不顺畅

换季不适

季节更替，身体不适

小肚臍堆积

运化不良，易倦怠



每日一袋，肌肤光泽水润
补充维生素C，健康美白养颜

丝滑绵密的蜜融化出

酸甜适宜的清透味道

青柠的香气扑鼻而来

回味一缕栀子的清澈

光泽Q弹

排除废物，肌肤水润Q弹

活力轻盈

身轻如燕，消除小肚腩

清新口气

排出浊气，不再口苦口臭

保持水润

有效补充身体水分和维生素C





产品维度	推广维度		
	渠道	内容	KOL矩阵
市场占比、销售数据 渠道定价 消费者群体 ★ 站外主打成分&功效 ★ 口碑反馈	渠道投放矩阵 (渠道主推及次推产品结构)	站外宣称核心卖点及功效 (爆款内容案例展示及分析)	KOL投放节奏 (前台投放节奏与后台曲线对比，分析有效程度)
	渠道效果or渠道调整	内容类型 (图文、视频的共性特点；不同类型KOL的内容区别)	KOL投放量级 (不同量级占比和组合结构、复投情况、重要强带货KOL)
	其他渠道组合推广 (抖+、热推、内容服务、小红书信息流、知+等)	其他内容 (蹭热度、话题、代言人、强绑KOL、专业背书)	KOL投放类型 (不同阶段不同KOL类型占比、破圈时间/阶段)



产品形态不同但卖点相同的在投放端均属于竞品



建议痛经的姐妹人手一袋！
继榴莲之后的又一大痛经法宝！
我的女娃娃们一定要多喝益母草蜜
养好姨妈才不会体寒痛经啊！
直接注水晃匀 一次一袋 喝完就扔！

👤 养姨妈
🗨 说点什么...
❤️ 1.2万
🌟 4557
💬 243



建议你们姨妈期人手一袋！
益母草蜜很养姨妈的！
懒人爱了 而且它真方便
这还是个往里加水就能喝的蜜
自带儿容器 还不要你去清洗一次
小懒蜜清甜的口感比红糖水好多了~

👤 养姨妈
🗨 说点什么...
❤️ 2.7万
🌟 8886
💬 187



强烈建议你们姨妈期人手一袋！！！！
介个小懒蜜真的太方便了！
直接往里加水！喝完就扔！
姨妈期真的是能不动就动！！
来一杯益母草小懒蜜暖暖肚好舒服！！
#养姨妈

🗨 说点什么...
❤️ 4.1万
🌟 1.8万
💬 281



建议姐妹们姨妈期人手一袋！！！！管用！！
益母草蜜真的神了！！
直接吹气加水摇摇就能喝！
小懒蜜真方便！！
喝完小肚子舒服多了！！
#养姨妈

🗨 说点什么...
❤️ 3.3万
🌟 1.6万
💬 294



宿舍减脂低卡好物！全部免煮！好吃平价
全部常温可存！给你们整理了一下俺最近的减脂好物！主食，零食全都有👉宿舍党放心囤！控制不住吃
👉小懒蜜：5.5/袋
姨妈快乐水！直接加水就能喝，特别方便，喝着暖暖滴，姨妈期来一袋绝绝子，喝完袋子别丢，加热水就是捂手的暖宝宝

🗨 说点什么...
❤️ 2.9万
🌟 1.4万
💬 176



MVP模型（小红书种草+电商）

- ✓ 小红书达人种草笔记163篇
- ✓ 花费19857，总互动236028
- ✓ 平均互动成本0.085，远低于行业均值97%
- ✓ 引导访客31769
- ✓ 收藏率16.51%，加购率25.28%