



| 懂数据 更懂生意

# 银发经济的关节之光：

## MOVEFREE益节的抖音电商品牌拆解

2025

# CONTENTS

**01** 竞争格局

---

**02** 品牌入局

---

**03** 品牌营销

---

# 01

PART ONE

## 竞争格局

## 回顾高「银发指数」行业潜力人群分布规律，健康是关键

银发人群的消费分布受品类属性（刚需性、健康相关性）、城市线级（低线主导）、性别需求（女性偏好生活类，男性偏好工具类）及年龄分层（年轻人偏好新兴品类）共同影响

### 1. 品类属性与银发人群占比显著相关

**健康与日常必需品：**与健康、基础生活相关的品类（如粮油调味品、生鲜蔬菜、滋补品、家庭清洁）在50岁以上人群中的占比普遍较高（>50岁占比多超过15%）。

### 2. 低线城市是银发消费主力、但高线城市是银发消费潜力

三线、四线城市占比突出：大部分品类的消费集中在三线（普遍占比20%-25%）和四线城市（15%-18%），而一线城市占比普遍低于10%（如粮油调味品一线占比仅7.17%）。

### 3. 年龄分布与品类需求分层

50岁以上人群偏好稳定性：粮油调味品、滋补品等品类银发人群占比较高，反映其对日常刚需和健康管理的重视。

# 02

PART TWO

品牌入局



本次报告的主角——**益节**作为海外品牌2015年首次进入中国，在品牌在本地化上就下了很大的功夫，品牌名**采用意译而非简单音译**

专业关节健康品牌

Move Free Feel Free  
随心而动 自在益节



**益**：有益，有利于  
**节**：关节

- 1936年，其母品牌Schiff由匈牙利移民药剂师Eugene Schiff在底特律创立。
- 2015年，Schiff进入中国。
- 2016年，入驻天猫国际/京东全球购等主要电商平台。
- 2021年，携手国家卫健委开展健康中国·益节健康骨关节公益项目。
- 2024年，《骨关节炎认知现状报告》蓝皮书完善国家关节健康知识体系建设。

## 益节产品总结

“氨糖+”  
为核心

骨-关节联动

软骨修复

痛感缓解

维生素D

UC-II®

MSM

高标准：用制药级标准做营养保健品，所有配方均经人体临床试验验证

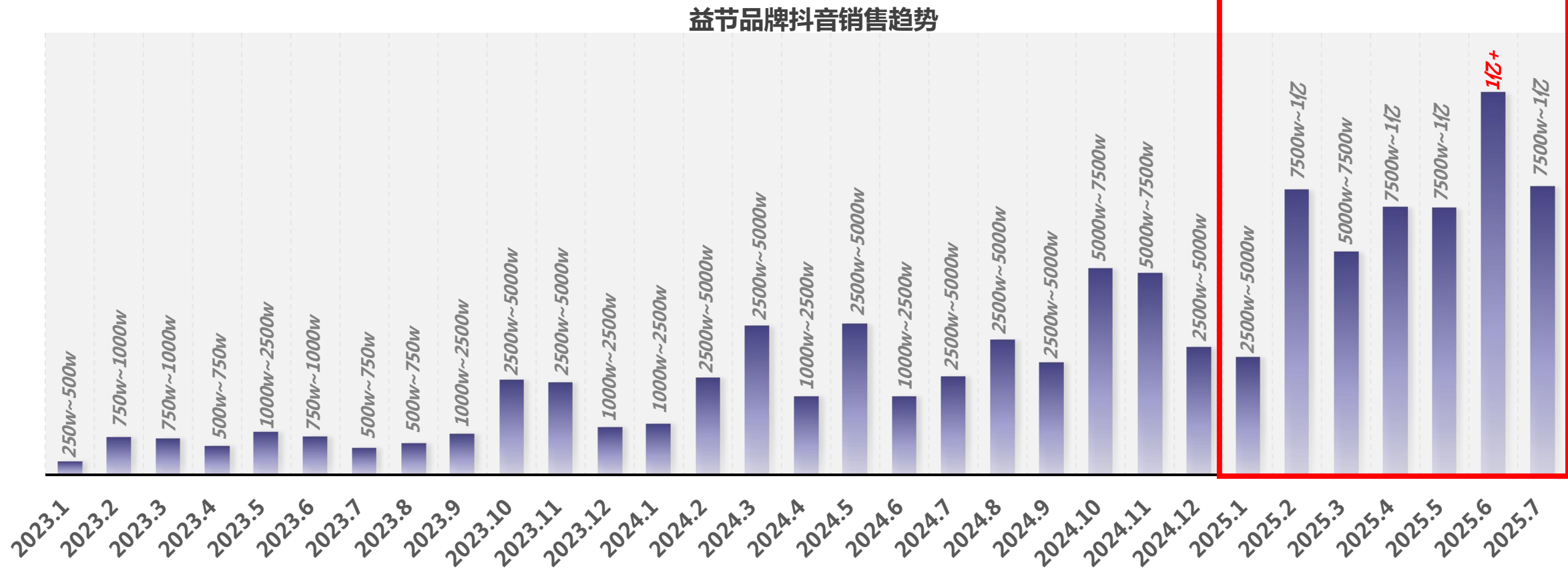
三大方向的特色配方壁垒

# 03

## PART THREE

### 品牌起爆

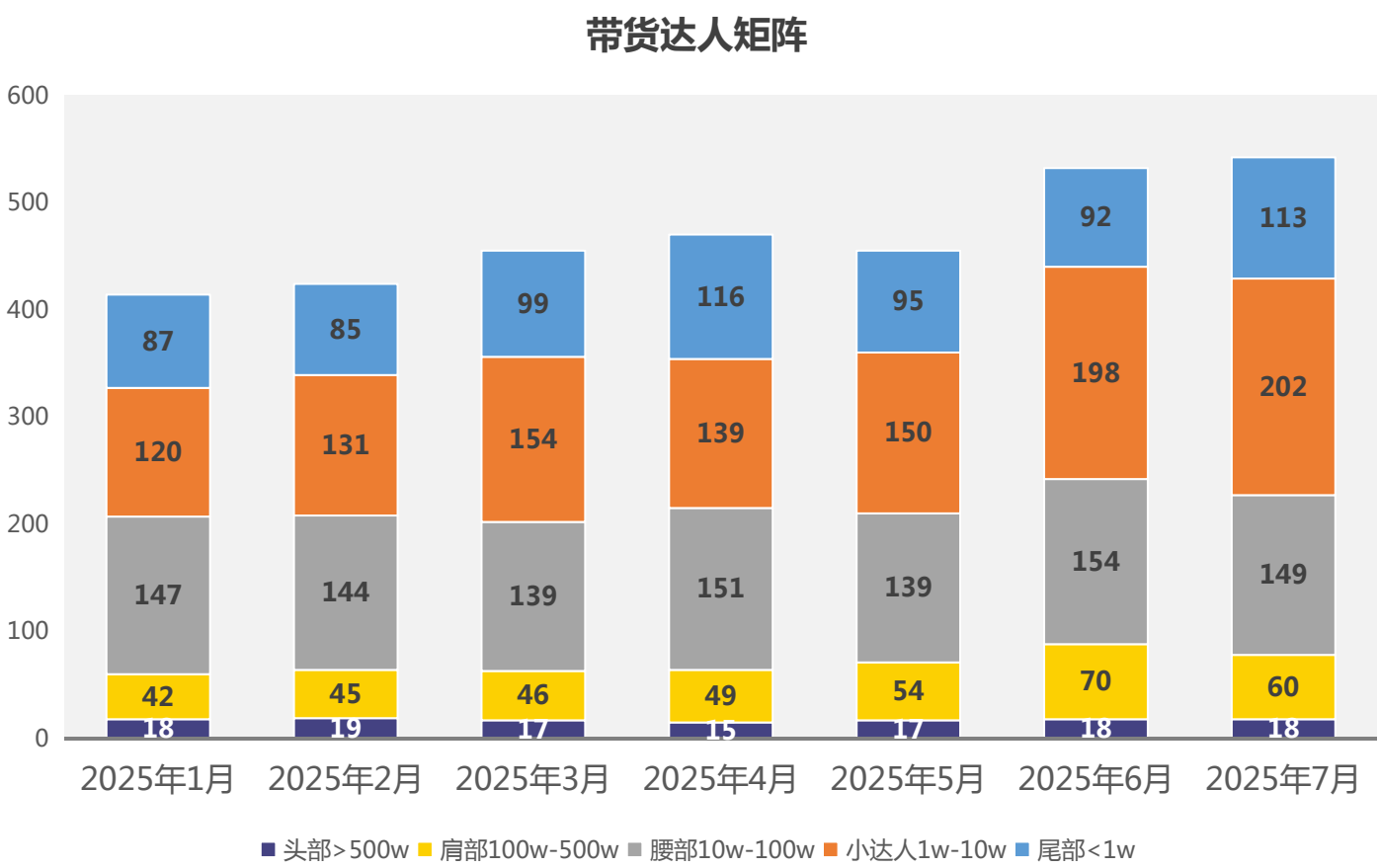
## 益节在抖音表现优异，销售额稳步上涨，2025年6月首次破亿



达人

懂数据 更懂生意

# 带货达人规模逐月递增，头部达人朱瓜瓜和蔡磊带货效果好



| TOP10达人    | 粉丝数     | 关联直播 | 关联视频 | 推广商品数 | 销售额         |
|------------|---------|------|------|-------|-------------|
| 朱瓜瓜        | 770.6万  | 11   | 0    | 7     | 2500w~5000w |
| 小e哥在美国     | 106.0万  | 222  | 3    | 15    | 1000w~2500w |
| 李三金Alex看世界 | 375.3万  | 71   | 1    | 24    | 1000w~2500w |
| 蔡磊破冰驿站     | 526.1万  | 94   | 23   | 5     | 750w~1000w  |
| 李依依        | 10.1万   | 16   | 0    | 3     | 500w~750w   |
| 乔乔在上海      | 267.6万  | 18   | 17   | 9     | 500w~750w   |
| 王小骞        | 957.7万  | 3    | 0    | 5     | 500w~750w   |
| 我是关键       | 747.9万  | 65   | 2    | 10    | 250w~500w   |
| 方琼         | 1356.8万 | 1    | 1    | 2     | 250w~500w   |
| 澳洲杨姐       | 301.4万  | 52   | 1    | 12    | 250w~500w   |

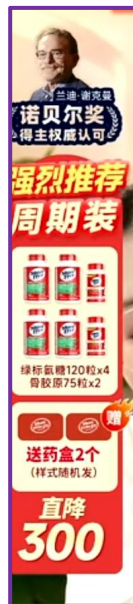
# 品牌自播

懂数据 更懂生意

## 直播间布局严谨专业，以“轻科普风”为主

利益点透出

↓品牌背书



← 产品介绍

← 功效传达

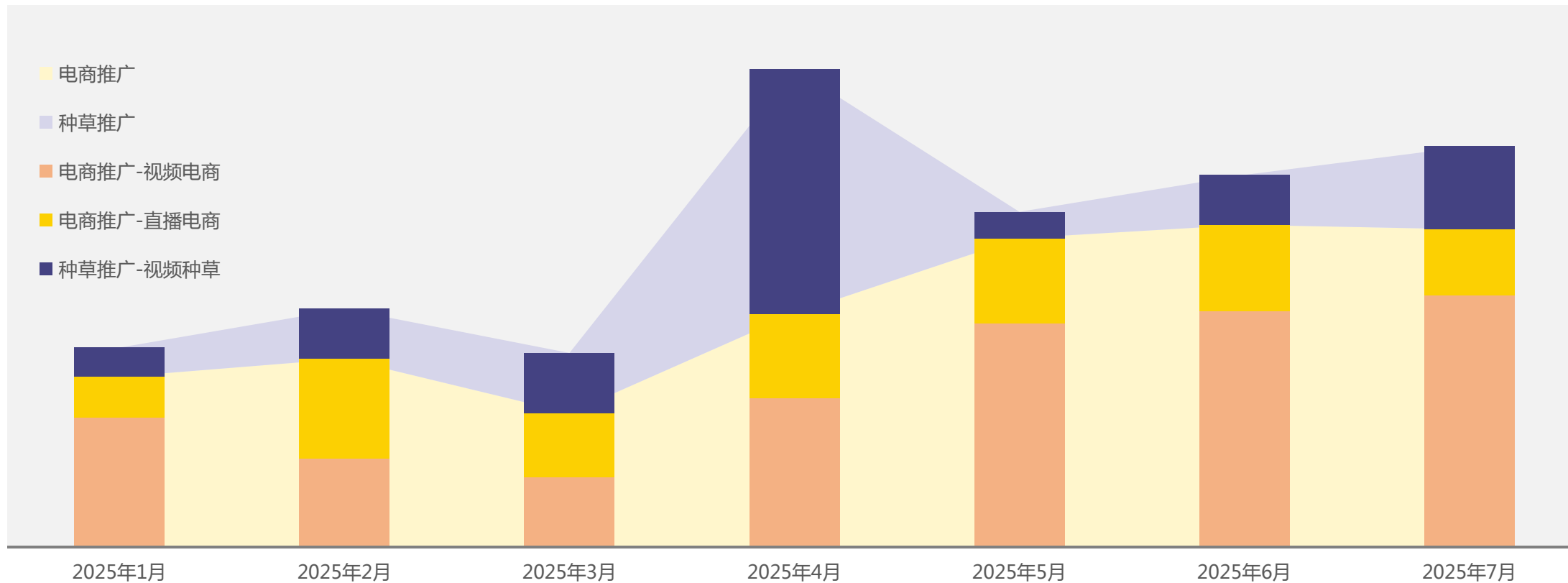


# 短视频

懂数据 更懂生意

## 品牌曝光以电商推广为主，且逐月增加，4月份品牌视频种草激增（马拉松相关话题）

品牌曝光量分布



# 启示和机会

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

# 解数咨询部分报告目录

## 美妆护肤

品牌拆解：

《2025Q1高增行业与爆款复盘》《谷雨》  
《底妆-修可美》《洗发水-墨雪》  
《眉笔--三资堂》、《美白--美斯蒂克》  
《彩妆--毛戈平、YSL、彩棠》《美容仪--极萌》  
《美妆王者：珀莱雅》《定妆喷雾--柏瑞美》  
《彩妆--UODO优沃朵》  
《定妆喷雾--BABI》《涂抹面膜--造物者》  
《护肤--宫芙》《沐浴油--贝德玛》  
《美妆抖音--谷雨、HBN、娇润泉、卡姿兰、方里》  
《洗发水--KONO》《护肤--可复美》  
《美妆--唐魅可TOMMARK》  
《乳液面霜--仁和匠心、肌肤未来》  
《美妆--唐魅可》《护肤彩妆--兰蔻、欧莱雅》  
《美容工具--尔木萄、健美创研》  
《面部彩妆--雅诗兰黛、卡姿兰》  
《美妆护肤--欧诗漫、至本》  
《防晒--Mistine、安热沙、美康粉黛》  
《面膜行业--米蓓尔、瓊尔博士、蒂佳婷》  
《美妆--科颜氏&HBN&谷雨》  
《面部彩妆、彩妆套装、男士彩妆--3CE、华伦天奴、左颜右色、Blank Me 半分--》  
《面部彩妆、粉饼、双十--复盘--花西子、FUNNY ELES方里、PASSIONAL LOVE恋火》  
《Into you》《彩棠》《花西子》《HBN》《祖玛珑》  
《修丽可》

### 行业分析：

《美妆出海：开拓北美市场》  
《24年年度复盘-美妆》《双十--大促总结》  
《2024年精华行业分析（美国站）》  
《2024上半年美妆行业数据复盘》  
《美妆出海东南亚市场研究》  
《2022年海外美妆行业及品牌复盘》  
《防晒行业调研》  
《抖音彩妆护肤分析报告》《以油养肤行业分析报告》  
《千瓜数据x解数咨询：小红书内容营销数据洞察白皮书》

## 食品饮料

品牌拆解：

《甄磨坊》  
《食品王者：认养--头牛》《纯奶--隔壁刘奶奶》  
《咖啡--四只猫》《健康轻食--谷本日记》  
《水果罐头--林家铺子》《月饼--美心、稻香村》  
《预制菜--叮叮懒人菜、锋味派、西贝》  
《驼奶及驼奶粉--原始黄金、谷掌柜》  
《小笼包--头厨》《食品冲饮--暴肌独角兽》  
《健康食品--七年五季》《饮料--农夫山泉、IF》  
《肉类&卤味零食--王小卤、脱骨侠》  
《螺蛳粉--好欢螺、臭宝、食分辣》  
《咖啡--瑞幸、SINLOY、G7coffe》  
《益生菌--wonderlab、life space、江中》  
《中式糕点--yotime悠享时&皇家尚食局&御茶膳房》  
《食补粉粉--内问、南方黑芝麻、江中食疗》  
《速溶咖啡/粉--美好回忆、oatly》  
《低温乳制品、低度酒--悦鲜活、每日鲜语、Oarmilk吾岛、梅见、RIO锐澳》《奶酪博士&小鹿蓝蓝》  
《认养--头牛》《薄荷健康品牌拆解》  
《元气森林》《隅田川》《小鹿蓝蓝》

### 行业分析：

《2024年度复盘-食品》  
《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》《雪糕行业发展趋势》  
《预制菜行业调研》《低度酒行业调研报告》

## 母婴

品牌拆解：

《儿童洗发水贝德美》  
《母婴王者BABYCARE》《奶粉--蒙牛一米八八》  
《母婴护理--贝德美&一页》《母婴营养品--兰骑士》  
《纸尿裤--佳婴》《奶粉--贝因美》  
《婴幼儿营养品益生菌--信谊》  
《婴幼儿营养品--AUTILI澳特力》  
《婴幼儿奶粉--美素佳儿》  
《婴幼儿营养品--Numans纽曼思、芯》  
《婴幼儿营养品--健安喜、小伞》  
《婴幼儿营养品益生菌--BioGaia拜奥、BIOSTIME合生元》  
《宝宝辅食--英氏、秋田满满》  
《DHA--天然博士、ERICFAVRE》  
《婴幼儿营养品--童年时光、健思敏》  
《婴幼儿牛奶奶粉--飞鹤、君乐宝、a2》  
《宝宝零食--babypantry光合星球、喵小侠、奶酪博士》  
《婴儿手推车、学步车--好孩子、DearMom、amorhome》《bebebus》《戴可思》  
《婴童水杯--taoqibaby、Potato小土豆、GNAUHBABY皇宠》《babycare》  
《婴童用品、婴童乳液面霜--Evereden安唯伊、Akasugu爱舒屋、new page--页》  
《婴童用品&婴童护肤--爷爷的农场、戴可思&薇诺娜宝贝&艾维诺》《小鹿蓝蓝》《奥特曼玩具》

### 行业分析：

《钙铁锌行业调研报告》《儿童水杯行业分析报告》  
《婴幼儿辅食行业全域拆解》

## 宠物

品牌拆解：

《烘焙粮--鲜朗》《宠物食品-宽福》  
《宠物小家电--霍曼》《天然百利》  
《猫狗主粮--凯瑞思》《狗主粮--比乐》  
《宠物食品--卫仕》《猫主粮--喵梵思》  
《全价猫主粮--蓝氏》《狗主粮--疯狂小狗》  
《宠物食品--麦富迪》《猫零食--瓜州牧、麦富迪》  
《猫砂--比亿奇、lorde》《全价猫主粮--醇粹、高爷家》  
《猫、狗保健品--reddog红狗》《宠物用品-Pidan》  
《猫狗药品--普安特、福来恩》  
《狗主粮--伯纳天纯、比乐、纽顿》  
《水族世界--SUNSUN森森、yee、疯狂水草》  
《猫主粮--Orijen原始猎食渴望、诚实一口、江小傲》  
《宠物--小佩宠物、霍曼、uah有啥》  
《猫砂--petshy、福丸、鲜御》《猫粮--凯锐思》  
《宠物用品、猫主粮-阿飞和巴弟》  
《宠物、猫咪--牡丹猫苑、Lauren萝伦、招财猫、网易严选、阿飞和巴弟、鲜朗》

### 行业分析：

《2024年度复盘--宠物》《双十--大促总结》  
《2024年7月份宠物--犬粮品类》  
《小萌宠大赛道，2000亿宠物市场机会点分析》  
《“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》

## 其他行业

品牌拆解：

《戴森品牌调研报告》《银发产品创新》  
《钟薛高、蕉下、高姿的夏日运营策略盘点》  
《文胸行业&内外、Ubras数据研究报告》  
《鸭鸭羽绒服》

### 行业分析：

《银发经济趋势前瞻》《电商银发人群深度研究》  
《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--个护行业分析报告》  
《露营市场行业分析》《小红书品牌分析》  
《抖音品牌运营分析》《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---墩难求》《新国货品牌调研》  
《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》

## 保健品

品牌拆解：

《氨基酸-养能健》《保健食品--宝石肌、健安喜》

### 行业分析：

《运动营养市场趋势数据洞察》  
《2024年度复盘-保健品》  
《保健食品行业报告》

解数已更新310期，更多报告请扫码领取

扫码  
领取





# | 懂数据 更懂生意

2025