

2023年天猫保健行业策略分享

2023.4.21 毅成



© 2014 AliHealth. All rights reserved.

目录

Content

1

2023保健行业趋势

2

2023天猫平台4大战略

3

2023天猫保健行业策略

目录

Content

1

2023保健行业趋势

2

2023天猫平台4大战略

3

2023天猫保健行业策略

天猫普膳和蓝帽子保健双线齐飞，新客驱动行业增长

FY2023天猫保健行业成交金额和UV情况

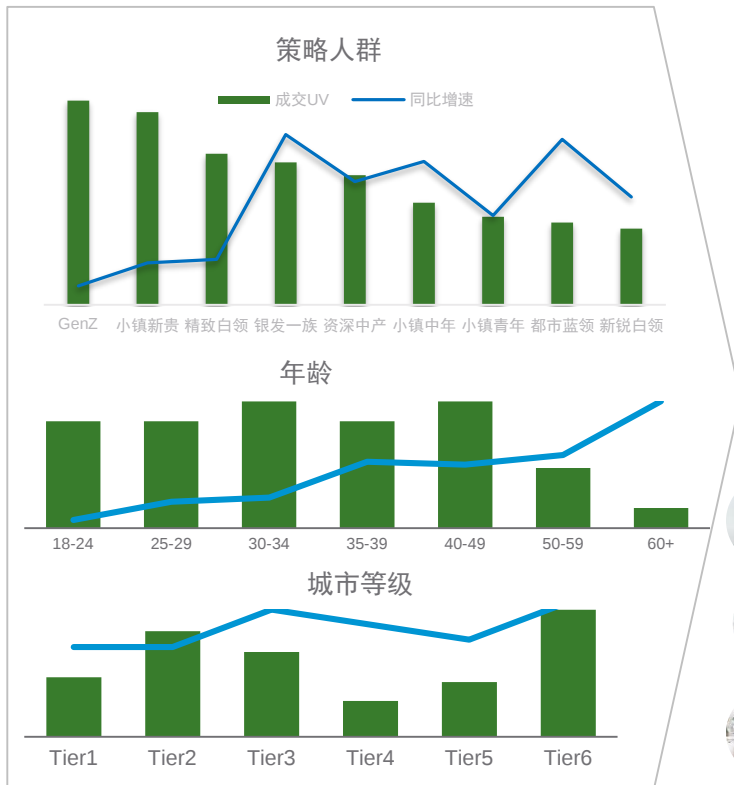


FY2023天猫保健行成交UV新老客情况



疫情后全民健康需求旺盛，35岁+中青老消费者增长迅猛是蓝帽子保健食品的增长驱动人群，而年轻人更偏好普膳食品

FY23天猫保健人群画像和趋势



普膳食品成交UV核心人群和品类偏好

核心人群人群	品类偏好 (TGI>100表示高偏好)		
GenZ	叶黄素	乳清蛋白 (增肌)	维生素
	111	189	110
小镇新贵	益生菌	胶原蛋白	酵素
	110	122	128
精致白领	益生菌	乳清蛋白 (免疫)	胶原蛋白
	110	128	123

蓝帽子保健食品成交UV核心人群和品类偏好

核心人群人群	品类偏好 (TGI>100表示高偏好)		
小镇新贵	钙铁锌	钙/铁/硒	鱼油
	100	143	110
银发一族	鱼油	蛋白粉	氨糖
	161	134	170
资深中产	钙铁锌	鱼油	维生素
	143	113	

保健品搜索需求增速+30%，蓝帽子功效词增速+50%，普膳品类词增速+35%

搜索词

四五六线城市

泛需求

功效词	涨幅
护肝	170%+
减肥	160%+
增强记忆力	140%
降血压	130%
补血	100%
安眠	40%
调理肠道	40%
补铁	50%
增强免疫	30%



品类词	涨幅
氨糖	120%+
叶黄素	100%+
维生素C	100%+
左旋肉碱	50%+
钙铁锌	60%+
鱼油	30%+
蛋白粉	30%+
褪黑素	20%+
氨糖	120%+



一二线城市

精准需求

人群渗透空间大，目前保健人群渗透健康人群仅17%

趋势主打品类：口服美容，益生菌，运动营养，护肝，润肠通便，辅助降血脂

下线城市大量涌入新用户，搜索功效为主。上线城市复购高，用户精准搜索核心品类。

中老年人群无论增速还是新用户远高于大盘

目录

Content

1

2023保健行业趋势

2

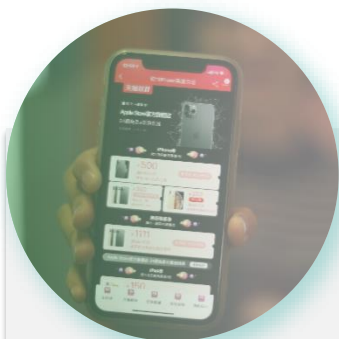
2023天猫平台4大战略

3

2023天猫保健行业策略

天猫平台四大策略延展-保健行业

价格力



1. 日常-价格优先，搜索“黄金坑”
2. 大促-会场及榜单资源优先
3. 品类/品牌行业选择
4. 价格力高的百亿补贴优先

内容化



1. 双轮驱动
2. 价格玩法
3. 优质内容
4. 达人生态

外投



1. 新/老赛道趋势品类定义
2. 三方媒体联动
3. 海豚工具持续赋能

私域



1. 分人群差异化定价
2. 云台打破会员边界
3. 智能外呼/短信+消息召回

目录

Content

1

2023保健行业趋势

2

2023天猫平台4大战略

3

2023天猫保健行业策略

品类趋势赛道

趋势定义

功效商品的IPV增速高于XX%
(蓝帽子同比增速水平)

蓝海定义

功效商品的IPV同比和有浏览功效
商家数同比GAP大于XXpt

	是否趋势						是否供给蓝海						红蓝海定义					
	整体	P1	P2	P3	P4	P5	整体	P1	P2	P3	P4	P5	整体	P1	P2	P3	P4	P5
蓝帽子																		
补充维生素/ 矿物质保健食品																		
增强免疫力 保健食品																		
减肥保健食品																		
护肝保健食品	趋势	趋势	趋势	趋势	趋势	趋势	蓝海		蓝海	蓝海	蓝海		趋势&蓝海	趋势&红海	趋势&蓝海	趋势&蓝海	趋势&蓝海	趋势&红海
改善骨密度 保健食品																		
改善缺铁性 贫血保健食品																		
润肠通便保 健食品																		
改善睡眠保 健食品																		
降血脂保 健食品																		
改善黄褐斑 保健食品																		

海豚计划

海豚引流媒体

抖音

快手

微信朋友圈

微信视频号

B站

海豚后链路营销

外投回流人群

AI (广告未购)

P (购买)

(1) 短消息触达
塞暗券+短信营销

(2) 达摩盘&数银
商家站内广告

后链路测试效果

护肝赛道某TOP品牌
通过海豚后链路营销
提升外投

ROI **25%+**

20%+

护肝

润肠
通便

CID

补血

3亿+健康人群定向流量扶持蓝帽子商家

广告放量稳定，投产ROI高效

后链路运营（广告用户精准触达）提升外投ROI25%+

已覆盖抖音、快手；腾讯广告、B站将开放

针对CID引流用户如何在站内做二次触达

优质商家免除技术费用

联合打造保健蓝帽子心智

1 商品链接多SPU权限开放



2 站内打标优化突出蓝帽子心智



3 天猫健康加码天合对赌



普膳品牌DTC营销首选阵地-新货品、新营销、新流量

1 新品首发及营销资源丰富度

2 各平台联动运营方法论及沉淀

3 内场资源的加速渗透



天猫健康定制品牌数据中台-品牌云台

天猫健康品牌云台，基于X亿健康用户大数据，为品牌提供全域、开放智能化用户营销中台



新品商业化合作定级标准		
投入门槛		
评级	站内广告	站外营销 (阿里妈妈or天合)
	其中效果广告金额认定上限20万	天合判例认定金额系数: 0.5
S	净价≥100万	刊例价≥1200万
A	净价≥50万	刊例价≥550万
B	净价≥50万	刊例价≥250万

THANKS