

果集·飞瓜

果集·千瓜

果集·西瓜

precision skincare

2023 社媒平台精准护肤 人群洞察

涵盖平台：抖音、快手、小红书、B站、微博、公众号、视频号

果集数据·行业研究部

研究说明

• 版权说明

本报告除部分内容源于公开信息（均已备注）外，其他内容（包括图片、表格及文字内容）的版权均归果集飞瓜、果集千瓜、果集西瓜所有。果集飞瓜、果集千瓜、果集西瓜获取信息的途径包括但不限于公开资料、市场调查等。

任何对本数据及报告的使用不得违反任何法律法规或侵犯任何第三方合法权益，任何场合下的转述或引述以及对报告的转载、引用、刊发均需征得果集飞瓜、果集千瓜、果集西瓜方同意，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。

本数据及报告来源于果集飞瓜、果集千瓜、果集西瓜，违者将追究其相关法律责任。

• 数据来源

基于社媒数据分析平台「果集飞瓜、果集千瓜、果集西瓜」在2022年1月1日-2023年5月31日所追踪到的营销情报，选取周期内抖音、快手、微博、微信公众号、小红书、B站等数据进行趋势研究所得。

本报告精准护肤定义为含“精准护肤”、“个性化”、“精准”、“数据驱动”、“定制”、“透皮”、“靶向”、“因肤制宜”、“量肤定制”关键词相关内容或产品，共统计样本内容数10万条，消费者评论数630万条。

基于隐私及数据安全的考虑，本报告数据经过脱敏及指数化处理。

CONTENTS

Part 1: “精准护肤” 热度洞察

- “精准护肤” 的定义
- “精准护肤” 的热度趋势
- “精准护肤” 的营销热度
- “精准护肤” 的营销关键词

Part 2: “精准护肤” 人群洞察

- “精准护肤” 消费者注意力洞察
- “精准护肤” 消费者舆情走势
- “精准护肤” 消费者品类及品牌偏好

Part 3: “精准护肤” 人群画像

- “精准护肤” 消费者画像
- “精准护肤” 的用户需求趋势洞察

CHAPTER

“精准护肤” 热点洞察

01

“精准护肤”的定义

果集·飞瓜 果集·千瓜 果集·西瓜

精准护肤新范式

供给端：精准护肤是一种科学化、数据驱动的护肤方式，通过综合分析消费者的皮肤问题和需求，精确确定需要解决或改善的肌肤目标；借助生物学等技术，选择合适的成分和配方，以实现个性化的护肤目标；这种方法将科学和个体化相结合，为消费者提供更精准、有效的护肤解决方案。



精准人群

精准人群，针对皮肤问题或个体需求的准确人群

01



精准靶点

基于问题皮肤发展的信号通路，来确定具体目标区域或问题

02



精准成分

利用计算机生物学等技术筛选高效安全活性成分

03



精准配方

综合考虑配方及原料的高活性保持

04



精准透皮

基于皮肤特性利用新技术提高透皮

05



精准目标

针对皮肤问题，建立靶向体系，实现具体护肤目标

06

精准护肤新范式

消费端：消费者对护肤的需求不断演进，通过科技的发展和信息的广泛传播，可以获得更多关于皮肤类型、问题和需求的知识，他们能够运用这些知识来判断自己的皮肤状态，了解具体的护肤需求；同时，消费者关注产品配方中的活性成分、保湿剂、抗氧化剂等，并知道它们对皮肤的作用和功效，能够有针对性地选择含有特定成分的护肤品或医美级产品以达到精准的护肤效果；精准护肤是新一代的护肤理念。

消费者对于“精准护肤”认知的三个阶段

2010年以前

1.0 探索与尝试阶段

消费者开始积极探索和尝试精准护肤的产品和服务，寻找个性化的护肤方案。

2010-2020年

2.0 肯定与认可阶段

消费者通过实际体验，对精准护肤的效果和益处产生肯定和认可。

2020年至今

3.0 普及与主流阶段

精准护肤逐渐普及，并成为消费者的主流选择，消费者更加倾向于选择个性化护肤产品和服务。

消费者对于“精准护肤”的产品使用判断

美丽皮肤

健康皮肤

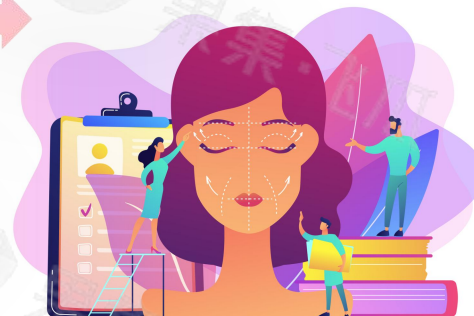
问题皮肤

病理皮肤

医美/皮肤学级护肤品

功效精准护肤品

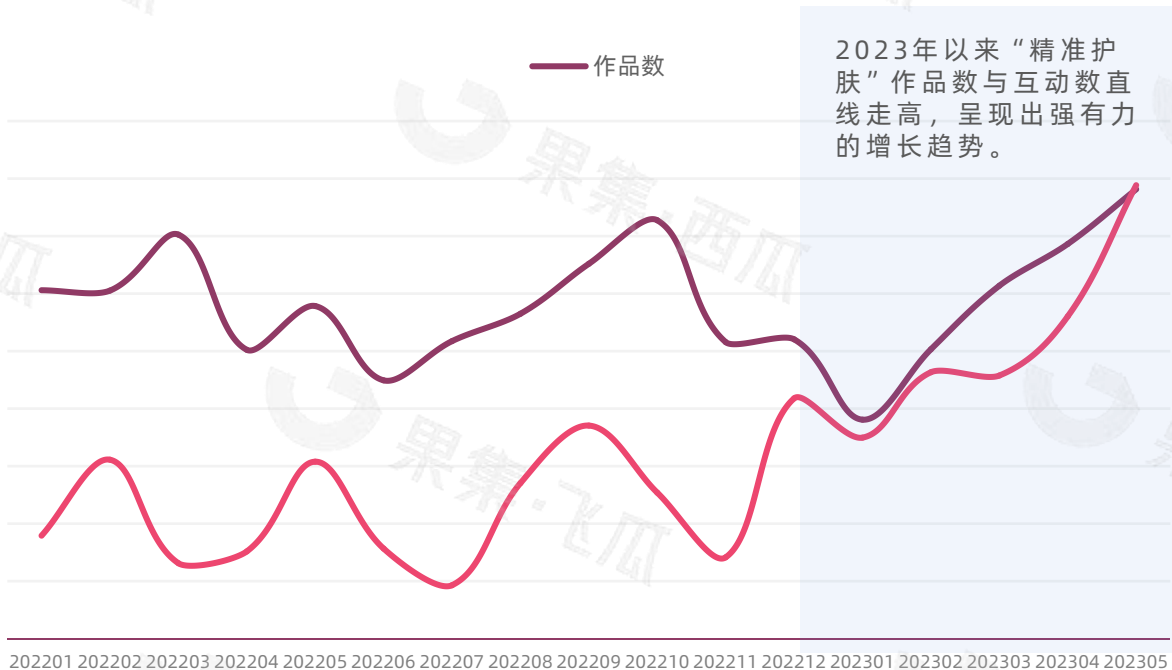
护肤品



精准护肤热度走高，赛道具有发展潜力

消费者护肤理念的变化推动着护肤品行业向着提供精准护肤解决方案的方向发展；近年，“精准护肤”作品数与互动数在激荡逐步走高，2023年以来呈现出强有力的增长趋势；随着消费者认知的提高和科技的发展，精准护肤在社交媒体平台上的讨论热度持续攀升，在抖音平台#精准护肤讨论播放数达1800万+，微博平台#精准护肤阅读数达300万+，小红书平台#精准护肤笔记数达5万+，这一趋势预示着精准护肤有望继续发展，成为护肤行业的潜力赛道。

“精准护肤”社媒平台相关作品数与互动数



涵盖平台：抖音、快手、小红书、B站、微博、公众号、视频号



抖音平台#精准护肤头部话题讨论播放数达1800万+



微博平台#精准护肤头部话题阅读数达300万+



小红书平台#精准护肤关键词笔记数达5万+

“精准护肤”的热度趋势



果集·飞瓜



果集·千瓜



果集·西瓜

精准护肤热度走高，赛道具有发展潜力

“作为产业链的供应商，我们意识到精准护肤的重要性。通过提供高品质、创新的化学原料和成分，我们为护肤品牌提供支持，以满足消费者对个性化、定制化护肤产品的需求。我们致力于不断研发和提供符合精准护肤趋势的材料，促进行业的创新和发展。”

TOP化工厂产品经理，
Wilson Wu

“随着科技的不断发展，精准护肤正成为护肤行业的主要趋势之一。传统的“一款适用于所有人”的护肤产品模式已经不再满足消费者的需求，品牌应该紧跟这个趋势，利用科技和创新来为消费者提供更好的精准护肤解决方案。”

TOP护肤品牌市场总监，
Amelie Wang

“通过了解个体肤质和需求，精准护肤可以提供更针对性的治疗和护理方案，以实现更健康、更美丽的肌肤。在指导患者护肤时精准护肤的原则尤为关键，这可以确保最佳效果和最大的皮肤健康。”

皮肤科医生，
李文娟医师

品牌抓住“靶向护肤”“量肤定制”的营销思路

随着消费者对精准护肤理念的认可不断增强，品牌在营销时将更加注重产品的精准护肤特性，其中包括突出“精准护肤”和“靶向护肤”等营销方向，如第十四章的预言面霜强调其精准锚定的效果；同时，品牌也更加强调“量肤定制”和“个性化”等策略，以实现更加精准化的护肤效果，如薇诺娜舒缓保湿特护精华液针对敏感肌肤提出高阶特护、精准修护概念；总之，品牌结合当前精准护肤的热点趋势，紧抓“靶向护肤”和“量肤定制”的营销思路。



创辟精准护肤研发体系

CHAPTER XIV

精准护肤的实践与论证，蕴含品牌核心
研技术配合功效成分，维稳修护

皮肤功能通路的
精准锚定

活性成分的
精准筛选

高生物利用度的
精准输送



产品：第十四章 预言面霜

营销关键词：精准锚定、精准筛选
精准输送

敏感肌特护精华
高阶特护 精准修护



产品：薇诺娜舒缓保湿特护精华液

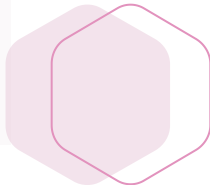
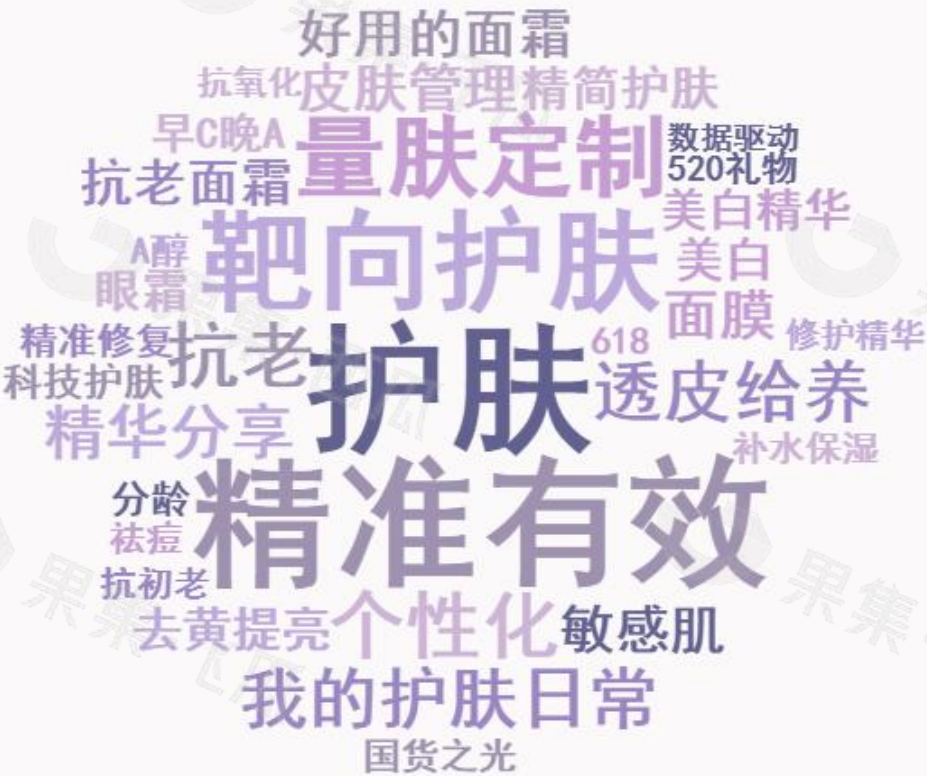
营销关键词：高阶特护、精准修护



品牌与用户沟通精准护肤的主要方向围绕抗老、敏感肌修护进行

品牌营销热议词以精准有效与靶向护肤相关热度表现较佳；同时，抗老、敏感肌修护和美白提亮成为当前品牌精准功效的主要沟通方向；品类赛道上，精华作为强功效护肤单品，成为品牌与用户传递精准护肤的重要介质。

热词	词频	2023.1-5月 VS 2022.1-5月 热度趋势（同比）
护肤	4959	75%
★ 精准有效	4828	53%
★ 靶向护肤	3594	12%
量肤定制	2624	62%
个性化	1877	77%
抗老	1776	114%
我的护肤日常	1586	75%
透皮给养	1536	-7%
精华分享	1239	78%
面膜分享	1015	50%
皮肤管理	955	87%
敏感肌	953	97%
好用的面霜	905	85%
拯救敏感肌	897	48%
抗老面霜	878	137%
敏感肌修护	774	116%
好用的眼霜	719	74%
去黄提亮	715	130%
油痘肌护肤	691	111%
美白	662	81%



CHAPTER

“精准护肤” 人群洞察

02

“精准护肤”下人群热议词可归类为痛点词、场景词与成分词



- 观察人群热议词词云可将关键词归类为痛点词、场景词与成分词，并针对相应部分做进一步分析

01. 痛点词分析

抗老

敏感肌

美白

...

02. 成分词分析

A醇

水杨酸

烟酰胺

...

03. 场景词分析

熬夜

晒后

换季

...

精准抗衰、精准维稳是当下消费者的核心痛点

归纳TOP 100关键词可以发现精准抗衰、精准维稳、精准战痘和精准美白是当下消费者主要关心的精准护肤的四个方向，归类统计总词频占比达到91%，其中精准抗衰占比达到33%，消费者普遍关注因衰老引起的问题，如“黑眼圈”和“细纹”；此外，“敏感”所对应精准维稳问题也是当下消费者核心痛点，在讨论中提及的频率较高。

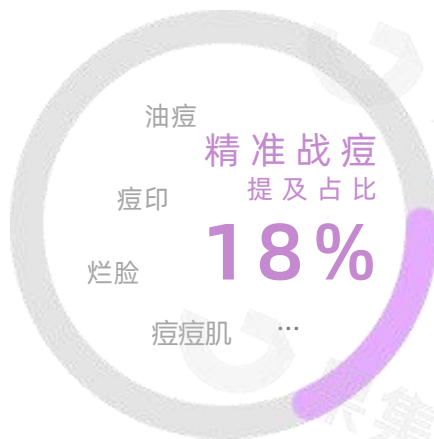
“有了黑眼圈和细纹之后，满脸就写满了两个字：老态，希望能有一款产品能精准解决黑眼圈问题！”

-----85后 女性



“身为痘痘肌真的很需要一款能够精准祛痘印的产品啊！”

-----95后 女性



“上了年纪之后，一到换季脸就很干，需要滋润度高，锁水能力强的护肤品。”

-----85后 女性



“聊聊我自己最近更新的护肤观念#按照肌肤需求购入相应功能性的产品#，泛红过敏：主打舒缓维稳就ok了。”

-----95后 女性

“在我看来，美白护肤的关键在于找到一款能够精准作用于肌肤的产品，以达到均匀提亮肤色的效果。”

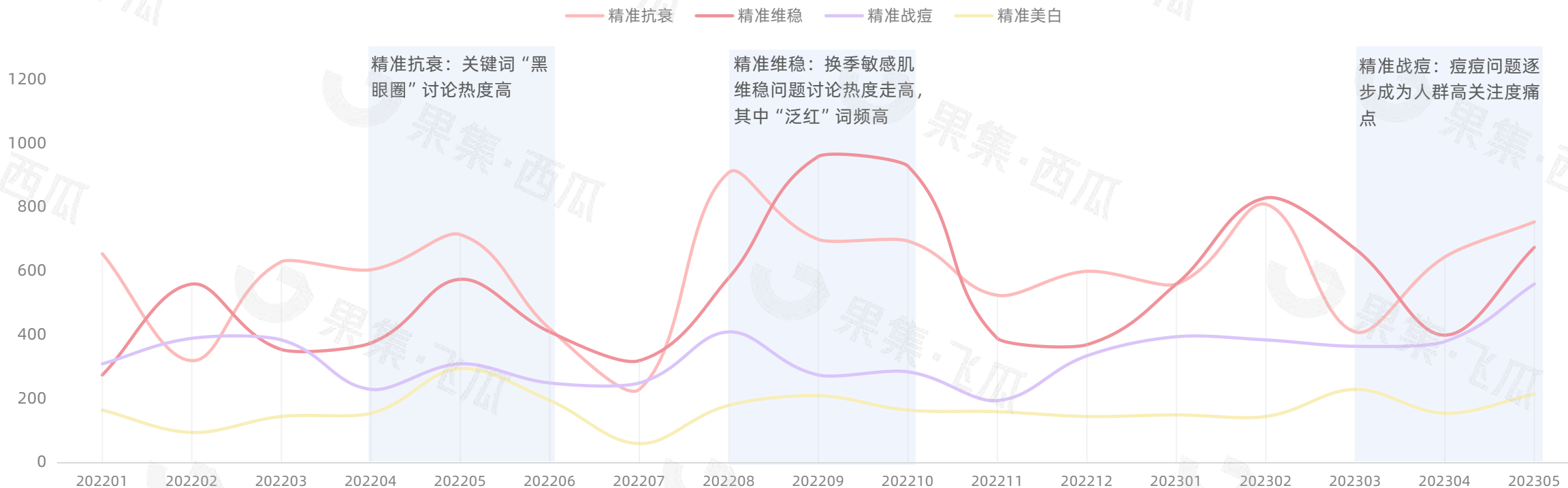
-----90后 女性



精准维稳受季节影响大，精准战痘讨论热度稳定中走高

将护肤的四大精准痛点词进行归类观察可以看出，精准抗衰和精准维稳的关注度在不断上升，精准美白的热度则相对平稳；需要注意的是精准维稳在季节变化时受到较大影响，用户在换季时对此话题的讨论量激增；同时，痘痘问题逐步成为人们关注的痛点之一，2023年5月份用户提及痛点词频接近精准维稳。

消费者关于“精准护肤”痛点词走势





“精准护肤”人群热议成分词分析



果集·飞瓜



果集·千瓜



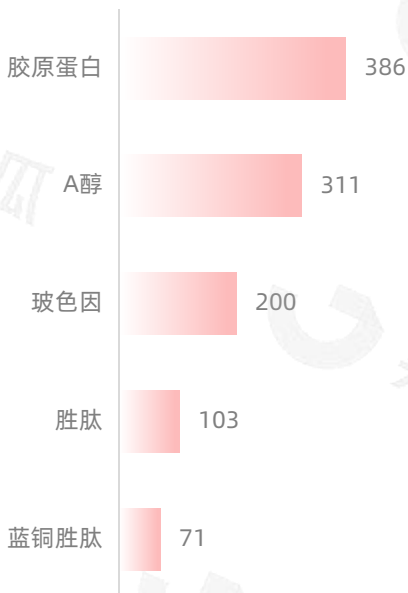
果集·西瓜

“精准护肤”需求驱动消费者完善成分与功效认知体系

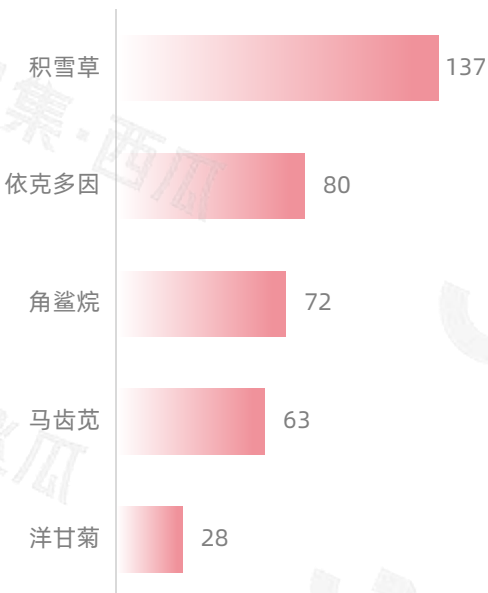
人群精准护肤知识体系的完善以及互联网信息的快速传递扩大，提升了消费者对护肤成分的认知；在当下消费者热议成分中，胶原蛋白、积雪草、水杨酸和VC分别成为抗老、维稳、战痘以及美白护肤需求下的首选。

消费者关于“精准护肤”TOP 成分词讨论声量

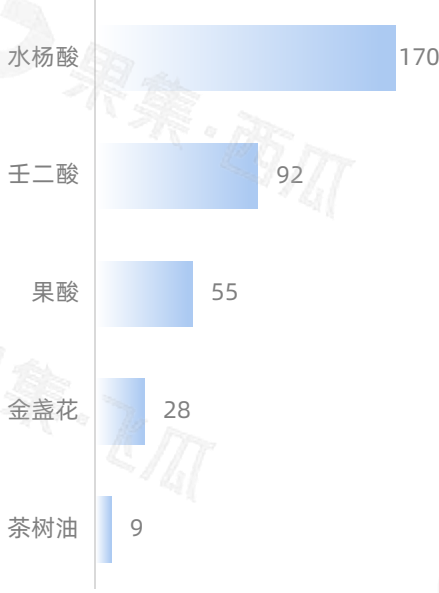
精准抗老



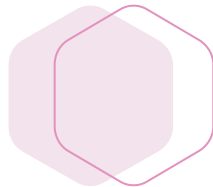
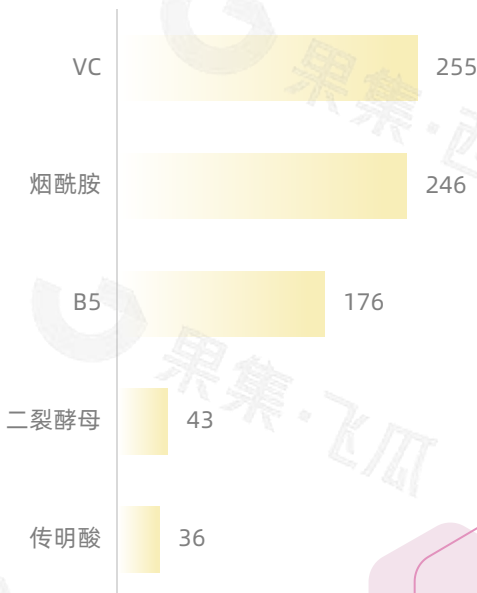
精准维稳



精准战痘



精准美白

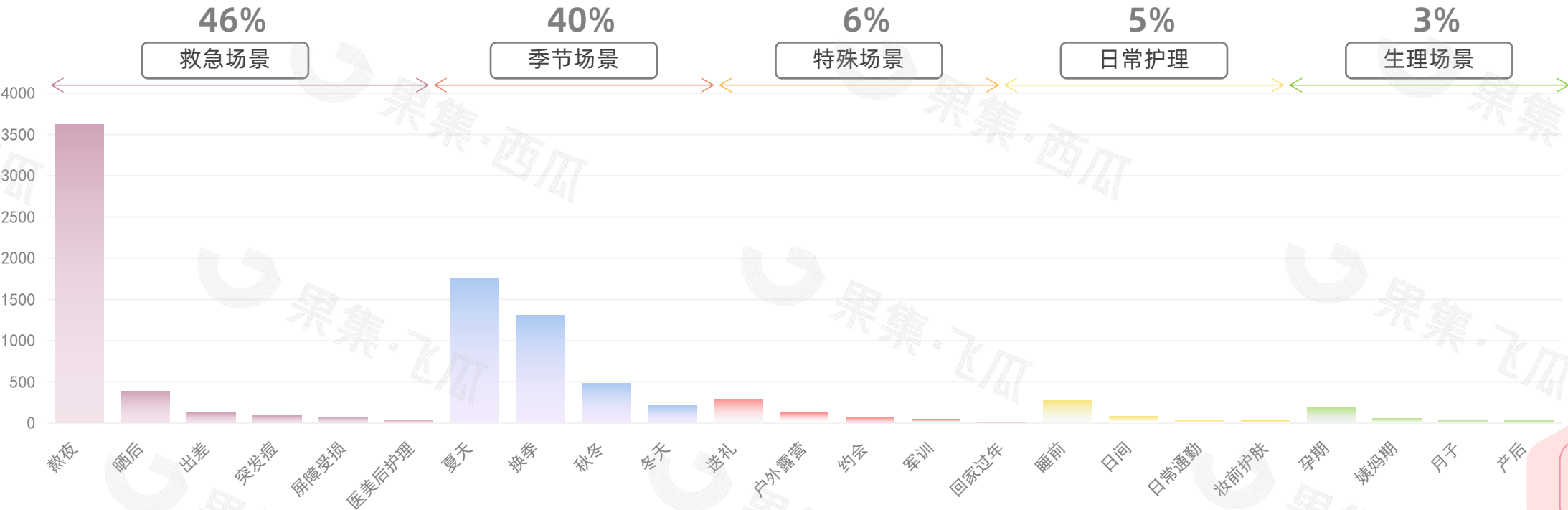




精准护肤消费者需求场景走向细致

随着护肤认知的精进，护肤需求场景变得越来越细致，“因时制宜”成为用户护肤原则；救急场景与季节场景是消费者讨论度较高的主要场景，累计占比达86%，其中细分观察能看到高热度场景包括“熬夜”、“晒后”以及“夏天”、“换季”护理等相关的场景；此外，“户外露营”、“军训”等特殊场景同样收到关注；女性意识的不断觉醒，“孕期”、“姨妈期”等特殊生理场景下的精准护肤需求也开始涌现。

消费者关于“精准护肤”差异场景词讨论声量



数据来源：果集飞瓜(feigua.cn)、果集千瓜(qian-gua.com)、果集西瓜(data.xigua.com)，统计时间：2022年1月1日-2023年5月31日。

消费者对于精准护肤的舆情走势较为稳定

周期内消费者的中性评论多围绕自身肤质讨论、产品适用性等内容进行；用户的正面舆情主要体现在对部分国货产品表示认可，对锚定特定肤质的护肤产品的用后效果表示肯定，同时2022年6月与11月份均受到大促期间大V的正向引导影响，正面情绪较其它月份略高；2022年3月份负面情绪相对较高主要是换季消费者对精准护肤产品期待过高从而产生的落差，部分消费者认为当下精准护肤产品概念营销大于产品实质。

消费者关于“精准护肤”舆情声量走势

■ 中性评论占比 ■ 正面评论占比 ■ 负面评论占比

中性评论：周期内消费者的中性评论多围绕自身肤质讨论、产品适用性等内容进行

负面评论：3月份主要是因为换季而导致消费者出现过敏和脸部泛红等问题，由于对精准护肤产品期望过高，结果与期待产生了落差。

正面评论：11月份正面评价走高，品牌积极营销，大V的正向引导影响

正面评论：11月份正面评价走高，品牌积极营销，大V的正向引导影响

正面评论：对部分国货产品表示认可，对锚定特定肤质的护肤产品的用后效果表示肯定

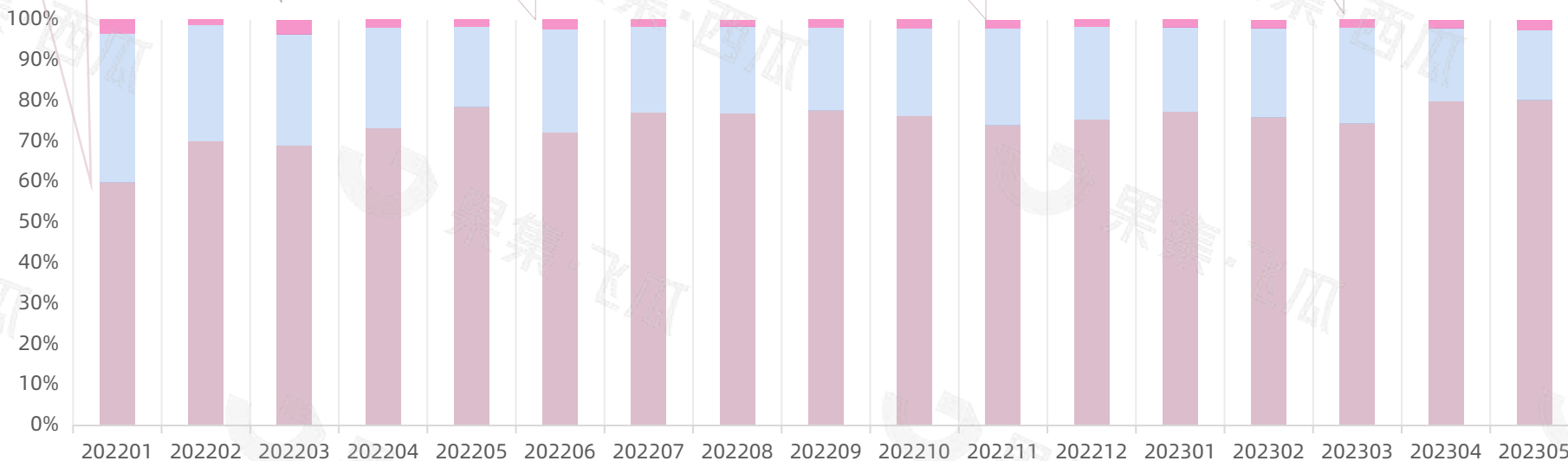
“

中性评论：过了25之后皮肤就该抗老了，尤其是像我这种熬夜的，皮肤更容易变老。

正面评论：精准推荐给混油敏感皮放心用的一个防晒!!! 涂在脸上一点不油!! 是会回购的!

负面评论：换季敏感[哭惹R][哭惹R]没有产品有效的，什么时候能消除敏感哇!

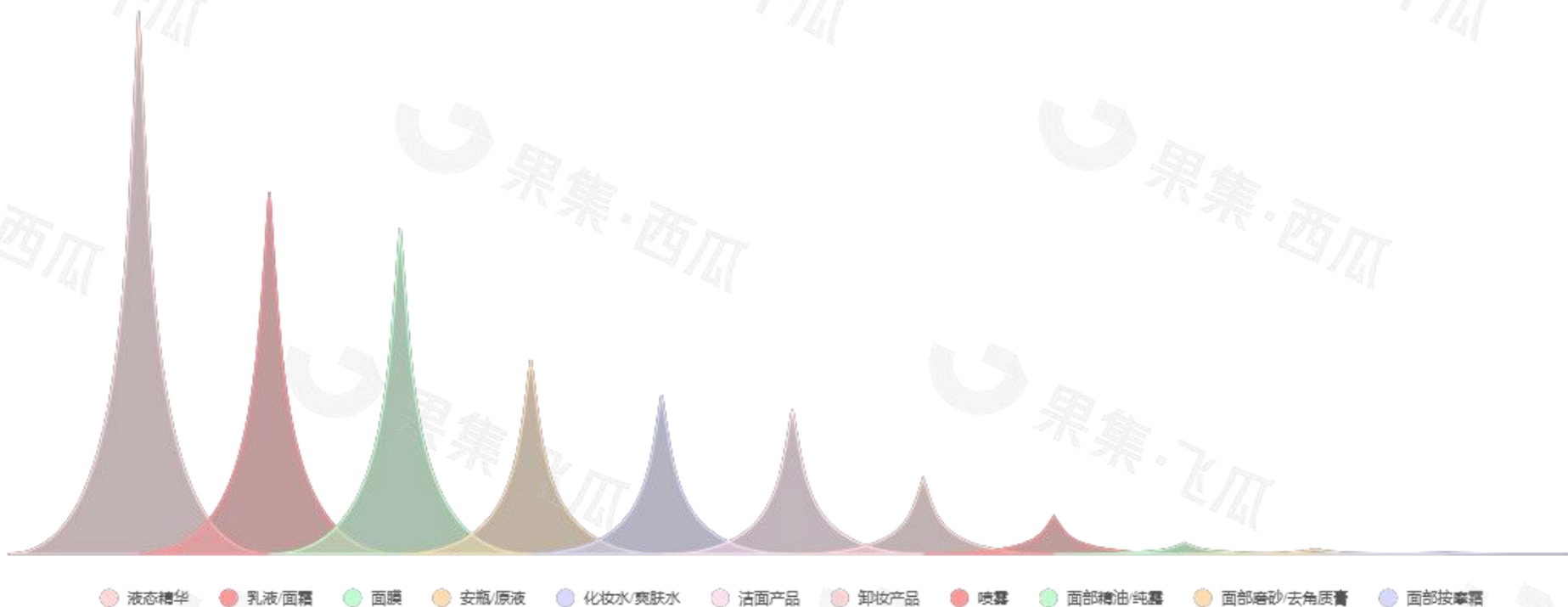
”



用户精准护肤集中在面部护肤，以精华类目为代名词

在精准护肤用户的高度讨论中，焦点主要集中在面部护肤上，其中液态精华、面霜和面膜成为用户最为关注的三个重要细分类目；液态精华作为一种高度浓缩的护肤产品，通常具有多种活性成分和营养物质，能够深入渗透皮肤并提供针对性的护理效果，是精准护肤类目的代名词。

精准护肤用户提及品类偏好分布



- ✓ **抗老精华：**
刺激真皮层和DEJ层的胶原蛋白细胞再生
- ✓ **修复精华：**
抑制炎症级联反应和填补屏障砖墙结构
- ✓ **控油精华：**
抑制皮脂腺出油因子、调节表皮菌群结构
- ✓ **补水精华：**
补充角质间的天然保湿因子和生理性脂质



“精准护肤”下消费者品牌偏好



果集·飞瓜



果集·千瓜

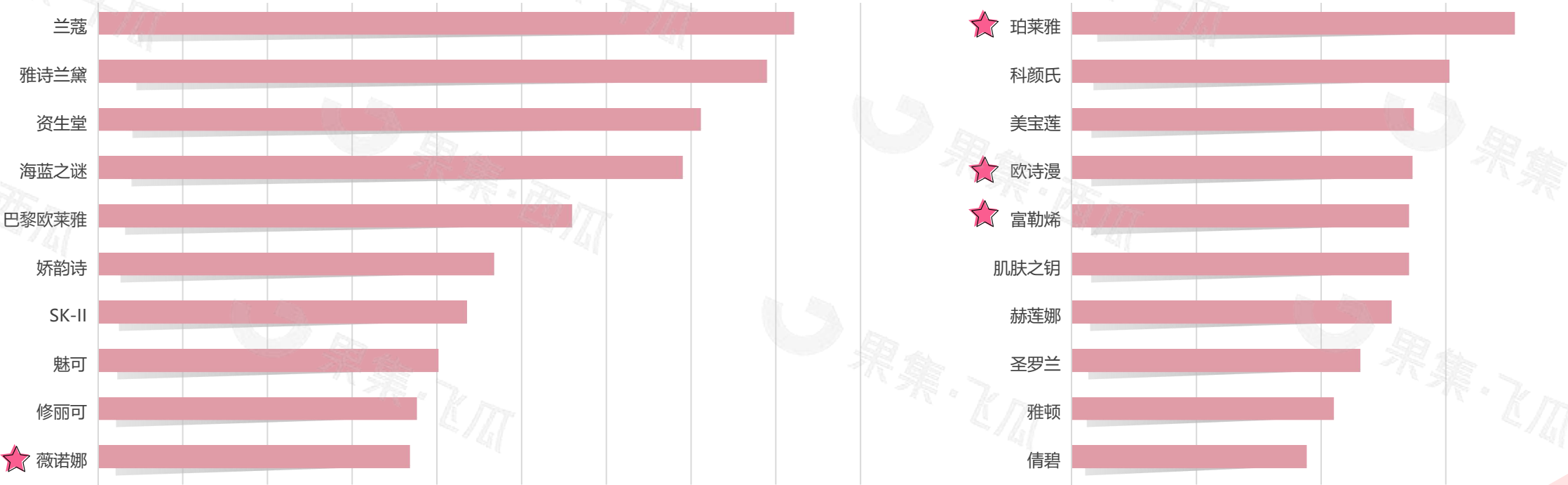


果集·西瓜

消费者精准护肤更青睐国际品牌

关联精准护肤用户提及品牌显示国际品牌用户心智占领更为突出，TOP20品牌下国际品牌占比达到80%；国际品牌中兰蔻、雅诗兰黛与资生堂拥有更高讨论热度，国产品牌薇诺娜凭借敏感肌精准修复进入TOP 10。

精准护肤用户偏好品牌TOP20



国产品牌

“精准护肤”的品牌偏好



果集·飞瓜



果集·千瓜



果集·西瓜

兰蔻品牌消费者情感偏向



消费者对兰蔻品牌的情感倾向主要集中在产品功效方面，占比高达42%，远超过其他方面的讨论内容，这表明消费者对兰蔻品牌产品功效的考量程度较高；此外，各方面的正面评价均高于负面，特别是在成分相关的内容上，正面评论占比最高；总体而言，消费者对兰蔻精准护肤的功效与成分给予了高度认可。

42%

产品功效
声量占比

■ 正面评论占比 ■ 负面评论占比

22.71%

1.97%

功效词

品牌产品功效相关反馈中，正向舆情占比达22.71%，高频提及关键词为：真的白了、成膜快、好用

21%

服务相关
声量占比

■ 正面评论占比 ■ 负面评论占比

23.91%

1.90%

服务词

品牌服务相关反馈中，正向舆情占比达23.91%，消费者高频提及关键词为：介绍详细、认真、友好

16%

成分相关
声量占比

■ 正面评论占比 ■ 负面评论占比

24.76%

2.01%

成分词

品牌产品成分相关反馈中，正向舆情占比达24.76%，消费者高频提及关键词为：吸收快、稳定性好、温和

13%

价格相关
声量占比

■ 正面评论占比 ■ 负面评论占比

21.91%

1.43%

价格词

品牌产品价格相关反馈中，正向舆情占比达21.91%，消费者高频提及关键词为：赠品划算、优惠

8%

产品包装
声量占比

■ 正面评论占比 ■ 负面评论占比

21.50%

1.76%

包装词

品牌产品包装相关反馈中，正向舆情占比达21.50%，消费者高频提及关键词为：小仙女感、精致

CHAPTER

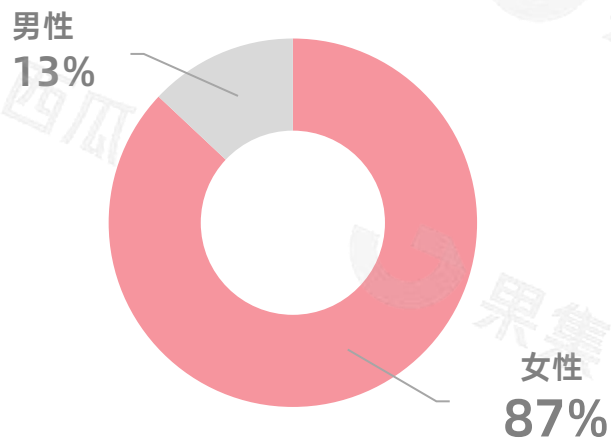
“精准护肤” 人群画像

03

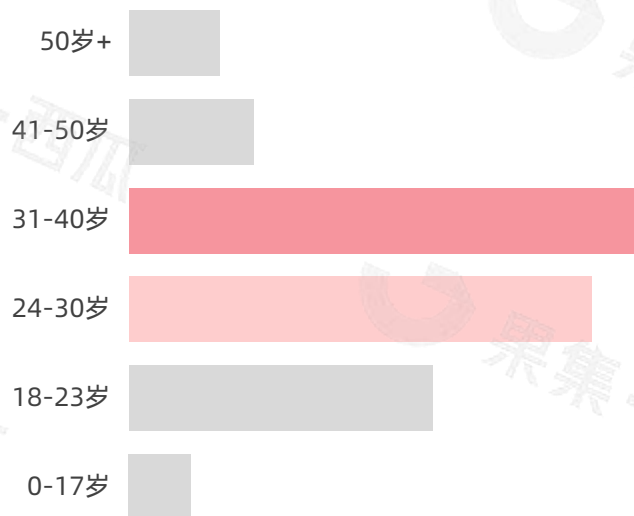
以女性群体为主，31-40岁年龄层用户需求度更高

在精准护肤用户中，女性占比明显高于男性，这表明女性在选择和购买护肤品方面更加关注且更活跃；在年龄层次上，31-40岁的用户群体占比最高，该年龄段的消费者在护肤品消费方面具备更高效、更精准的需求，通常具备较高购买力；根据地域分布来看，新一线城市和三线城市用户占比较高。

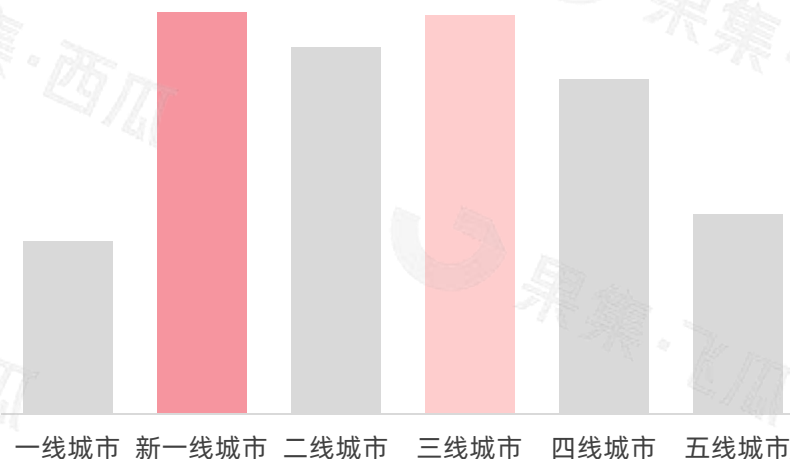
精准护肤用户性别分布



精准护肤用户年龄分布



精准护肤用户城市级别分布



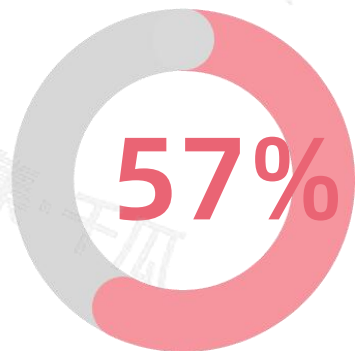
“精准护肤”的消费者画像

人群画像洞察

果集·飞瓜

果集·千瓜

果集·西瓜



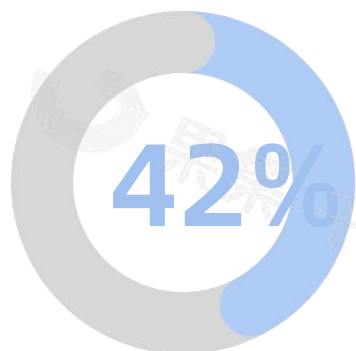
皮肤状况分组

✔ **干燥缺水肌肤用户**：皮肤容易干燥、出皱纹的情况，精准关注抗老与补水的需求

✔ **油性肌肤用户**：皮肤容易出油，精准关注控油和祛痘的产品

✔ **混合肌肤用户**：精准平衡与维稳肌肤状况的产品

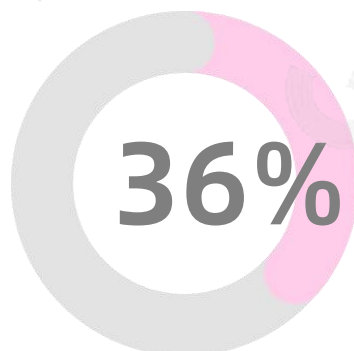
✔ **敏感肌肤用户**：皮肤容易过敏和泛红，对温和性和舒缓修复效果有要求



年龄与皮肤问题分组

✔ **年轻肌肤用户**：年龄在青春期或年轻成年阶段，精准护肤上关注去痘、修复肌肤的产品

✔ **熟龄肌肤用户**：年龄较大，精准护肤上关注抗衰老和去黄气的护肤品



护肤理念分组

✔ **科学护肤党**：关注护肤品的成分和科学性，喜欢针对特定问题选择合适的产品

✔ **高效护肤人**：注重护肤产品的效果和功效，追求快速见效

✔ **平价优选爱好者**：追求实惠和性价比，更注重产品的功效和实际效果。



由于某些人群可能同时属于多个分组，所以分类占比的累计总和可能不为 100%

“精准护肤”的消费者画像

果集·飞瓜

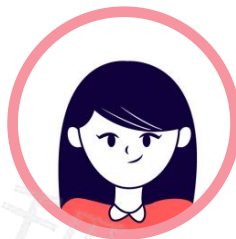
果集·千瓜

果集·西瓜

人群画像洞察之皮肤状况组 57%



干燥缺水肌肤用户



油性肌肤用户



混合肌肤用户



敏感肌肤用户

护肤偏好

注重补水以及抗细纹产品；喜欢使用补水精华、保湿面膜和滋润乳霜；关注产品成分

注重控油、清洁和祛痘的产品；偏好使用精准定位于控油得洁面产品&收敛水；关注突发痘等问题情况的处理，注重产品用后功效

注重平衡肌肤油水，同时保持肌肤状态稳定；喜欢使用平衡型水乳与面膜

注重温和、舒缓和抗敏感的产品；喜欢使用无刺激成分、无香料和低刺激性的护肤品；同时，关注晒后修复、换季维稳等问题

消费偏好

倾向选择具有保湿功效的护肤品牌，关注产品的保湿成分和保湿持久性，喜欢线上购物和查阅用户评论

关注产品的控油效果和清爽质地，同时关注祛痘以及痘疤修复产品

倾向选择适合混合肌肤的护肤品牌，关注产品的平衡调理效果和质地，喜欢线下购物并参考专业意见

倾向选择专为敏感肌肤设计的护肤品牌，关注产品的温和性和安全性，喜欢寻求专业的护肤建议

兴趣偏好

关注护肤的最新趋势和方法，希望能够找到针对干燥缺水问题的精准解决方案，喜欢使用具有保湿效果的精华和面膜

对油性肌肤的护理方法、调理皮脂分泌和清爽型产品感兴趣，关注产品的控油效果和调理肌肤平衡

对混合肌肤的护理技巧、调理T区感兴趣，关注平衡维稳型护肤品，希望能够找到分肤护理的精准护肤方案

对敏感肌肤的护理方法、舒缓修复和温和护肤产品感兴趣，关注敏感肌肤的护肤技巧和产品推荐

人群画像洞察之皮肤状况组 42%



“精准护肤”的消费者画像

果集·飞瓜 果集·千瓜 果集·西瓜

人群画像洞察之护肤理念组 36%



科学护肤党



高效护肤人



平价优选爱好者

护肤偏好

注重科学护肤原理和成分，倾向选择含有功效成分和细胞修复因子的护肤产品，关注肌肤问题的根源和细致护理

追求高效、快速见效的护肤产品，注重护肤步骤和程序的合理安排，相信多功能产品功效，注重精华、面霜产品；合理安排不同场景下差异化选择护肤产品

追求性价比高的平价护肤品，注重产品的基本功能和实用性；多集中在水乳等基础护理产品的使用上

消费偏好

追求高品质的科学护肤品牌，关注产品的成分表和科学研究背景，愿意投资于有效的护肤产品和专业护肤服务

倾向选择突出功效的护肤品牌，关注产品的使用感受和用户评价，更信赖国际品牌

倾向选择平价护肤品牌，关注产品的价格和性能比，注重护肤品的实际效果和价格优势

兴趣偏好

对护肤科学、新兴技术和创新产品感兴趣，关注护肤领域的研究成果和专业讲座，愿意不断学习和尝试新的护肤方法

对高效护肤技巧、时间管理和快速美肤方法感兴趣

对平价护肤品的评测和推荐感兴趣，喜欢寻找性价比高的替代品和优惠促销活动

对精准护肤的态度及偏好

希望通过科学方法和个性化定制的护肤方案解决肌肤问题，关注专业护肤评测和实验室验证产品

追求快速解决肌肤问题的精准护肤方案，喜欢使用高效护肤产品和专业的护肤工具

注重基础护肤和日常保养，希望精准护肤能更具有性价比，更注重护肤的实际效果和价格合理性

趋势一：从概念到落地，人群期待“降本增效”的精准护肤

消费端：消费者期望品牌能够将精准护肤概念落地化；可真实提供根据个人肤质和需求定制化的护肤方案，同时降低成本、提高效果，以满足更为广泛的精准护肤需求；

供给端：为实现这一目标，品牌需要将科技与数据相结合，通过分析用户的个人肤质以及海量的护肤研究数据，可以生成针对个人需求的护理方案，推出更有性价比且更具精准功效的产品系列。

个体皮肤检测

品牌能落地到具体个体用户的肤质、皮肤问题或需求进行精准护肤前检测

01

落地
降本增效
精准护肤

02

针对性护理方案

品牌能根据肌肤检测结果，进行护肤方案定制

产品系列推荐

品牌能选择合适的成分与配方比，定制个性化系列产品，并具有一定性价比

03

趋势二：精准护肤场景补位，人群期待“真精准”护肤

消费端

随着消费者对于精准护肤场景的不断细分，消费者需要能够满足差异场景迭代的“真精准”护肤产品；

供给端

为此，品牌需具备能进行场景补位的能力，能根据特定的环境和需求，为肌肤提供针对性的护理；如救急场景下针对备考期间压力大的情形下皮肤救急，或特殊场景下去极寒地区进行滑雪时的护肤需求等。

救急场景

久待空调房

备考期间

暴饮暴食后

特殊场景

极寒滑雪场景

高强度健身后

旅游度假期

以上场景仅为发散示例

<http://www.guoji.pro>

果集·行研 Guoji Equity Research Dept

致力于消费品行业营销研究，为品牌提供趋势洞察、竞争分析、以及社媒营销策略支持



免费获取

更多品类品牌分析

贴片面膜/涂抹面膜 | 乳液面霜 | 液态精华 | 粉状精华 | 化妆水/爽肤水/喷雾 | 安瓶/原液 | 面部精油/纯露 | 洁面皂/洁面产品 | 法令纹贴/膜 | 卸妆巾/卸妆棉 | 面部按摩霜 | 面部磨砂/去角质.....

雅诗兰黛 | SKI-II | 海蓝之谜 | 奥伦纳素 | 赫莲娜 | 珀莱雅 | 巴黎欧莱雅 | 欧诗漫 | 自然堂 | 玉兰油 | 兰蔻 | 薇诺娜 | 谷雨 | 润百颜 | 珂莱妮 | 肌活 | 可复美 | 逐本 | 夸迪 | 瑗尔博士 | 韩束 | HBN.....

获取更多原创报告

- 【果集·行研】2023年6.18社媒大促复盘报告
- 【果集·行研】2023年3.8妇女节品牌社媒营销报告
- 【果集·行研】2022抖音快手618大促数据报告
- 【果集·行研】2022抖音8.18发现好物节数据报告
- 【果集·行研】双十一，婴童尿裤赛道谁更技高一筹？
- 【果集·行研】抖音平台双11高增幅美容仪增长解析
- 【果集·行研】国货占领榜单，闭环后的双11品牌战果如何？
- 【果集·行研】2021年度618品牌营销分析报告
- 【果集·行研】2021年双十一社媒营销投放分析报告

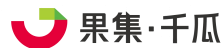
果集-社交媒体全链路服务商

果集科技是一家社交媒体全链路服务商，公司致力于将大数据、AI等新技术应用于社交媒体营销和电商领域，以数据和技术驱动品牌增长。通过行业咨询、策略系统、营销执行、运营工具四个方向，为品牌提供社交媒体全链路解决方案。



旗下产品

PRODUCTS OF GUOJI



联系 & 合作

CONTACT & COOPERATION



关注我们

领取24份抖/快/红
数据报告



商务合作

果集销售总监
余新彦



市场合作

果集市场品牌总监
何十三