



做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

防晒行业调研

MISTINE

安热沙

美康粉黛

张杨老师带你看品牌 解数咨询第192期报告



美妆护肤 防晒行业调研

做行研 找解数

Data Insider - Expert of FMCG Industry Research

目录

01

淘内平台防晒行业分析

02

抖音&小红书平台防晒行业分析

03

热门品牌调研

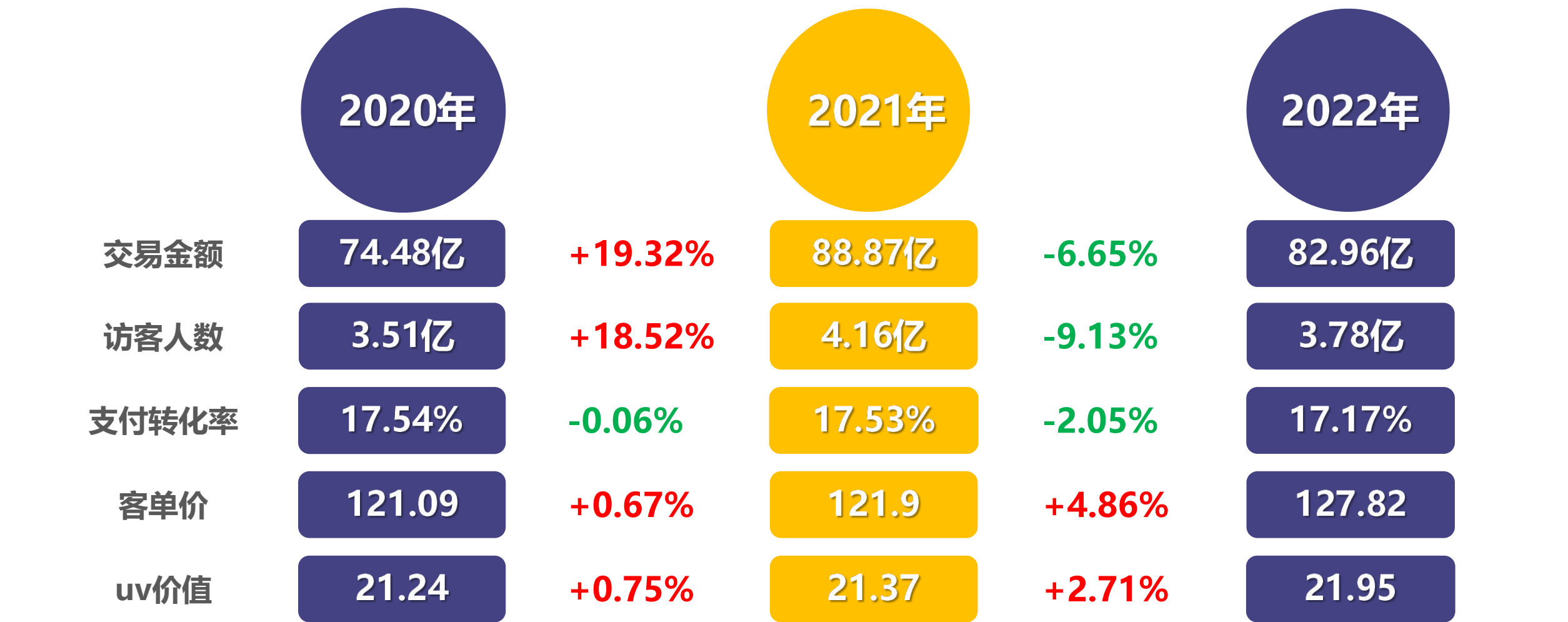
- MISTINE
- 安热沙
- 美康粉黛

淘内行业

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

防晒行业在2020年-2022年间，2021年由于疫情的缓解，交易金额与访客人数都较2020年**增加**，分别**增加19.32%与18.52%**，2022年由于疫情的加剧，交易金额与访客人数均较2021年有所**下降**，分别**下降6.65%与9.13%**，随着2023年疫情的放开，人们的生活逐步正常化，出门频次增多，防晒行业必将迎来**新一轮的增加**



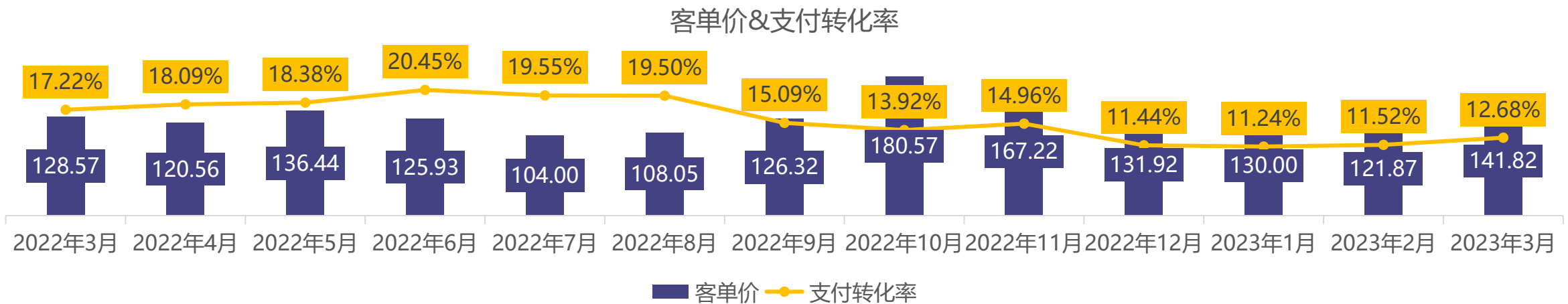
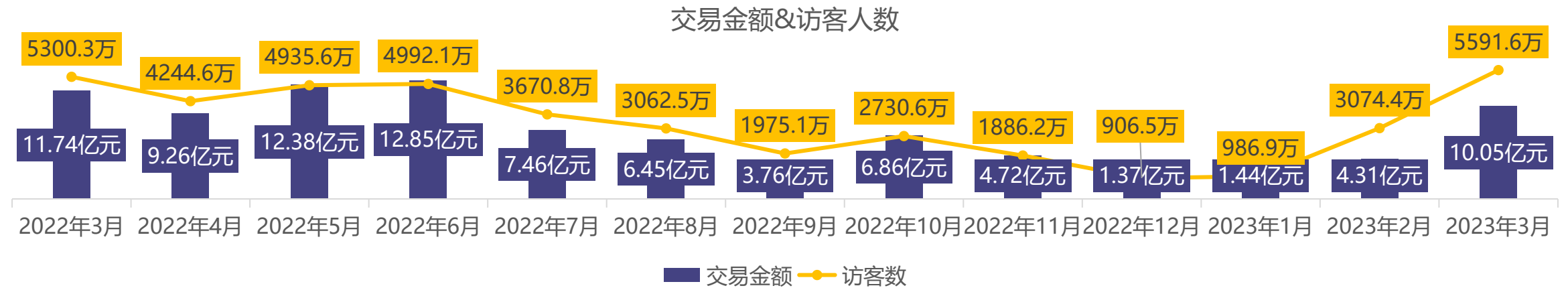
美容护肤/美体/精油-防晒-3月数据同比 (2021年3月VS2022年3月VS2023年3月)

防晒行业在2023年3月的同期中，由于2023年3月疫情因素和甲流因素的双重影响与2022年3月疫情因素的影响，交易金额分别同比**降低14.36%与2.09%**，支付转化率的逐年下降直接导致客单价的逐年**上升**

	2021年 3月		2022年 3月		2023年 3月
交易金额	11.99亿	-2.09%	11.74亿	-14.39%	10.05亿
访客数	5346.19万	-0.86%	5300.32万	+5.5%	5591.6万
支付转化率	17.72%	-2.8%	17.22%	-26.36%	12.68%
客单价	126.6	+1.56%	128.57	+10.31%	141.82
UV价值	22.43	-1.29%	22.14	-18.79%	17.98

美容护肤/美体/精油-防晒-月趋势 (2022年3月-2023年3月)

防晒行业受**季节因素与618大促**的双重影响，在2022年6月交易金额达到最大，为**12.85亿元**；在2022年5月交易金额排名第二，为**12.38亿元**；2022年3月-2022年6月的交易金额**均高于**2022年7月到2022年12月的交易金额；在2023年一季度，交易金额不断提升，3月交易金额10.05亿元，环比增加**133.18%**



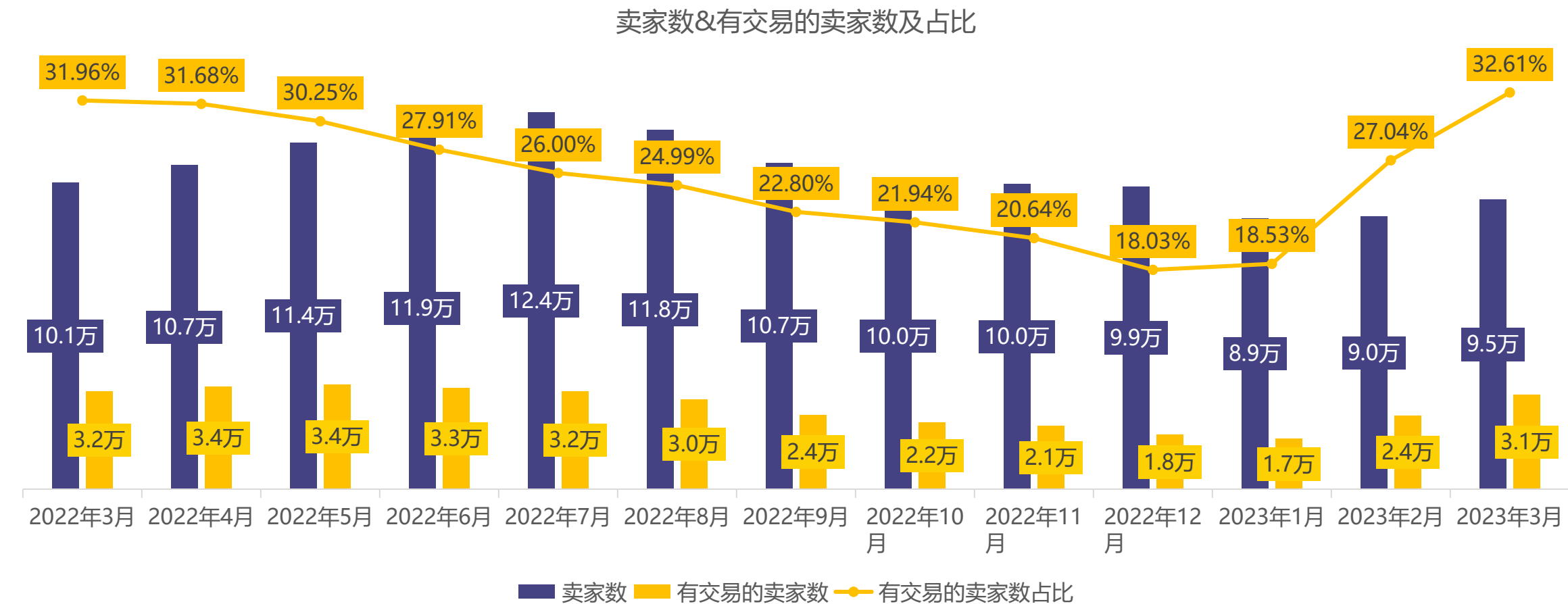
做行研 找解数

Data Insider - Expert of FMCG Industry Research

数据来源：生意参谋；

美容护肤/美体/精油-防晒-卖家概况 (2022年3月-2023年3月)

卖家数从2022年7月的**12.4万**开始**逐月降低**，至2023年2月达到**最低点9万**；有交易的卖家数从2022年3月的**31.96%**开始**逐月降低**，至2022年12月达到**最低点18.03%**，从2022年12月开始上升，至2023年3月**达到峰值32.61%**；以上数据表明防晒行业整体**竞争程度减弱**



美容护肤/美体/精油-防晒-TOP10品牌排名 (2022年3月-2023年3月)
2023年3月TOP10品牌中，国产品牌只有一个，是“薇诺娜”；“Mistine”与“ANESSA/安热沙”除了2022年10月和11月（双十一期间）外，其他月份稳定排名前三；2022年10月和11月（双十一期间）均排名前三的是黛珂和欧莱雅

品牌类型	进口（泰国）	进口（日本）	进口（法国）	进口（日本）	进口（日本）	进口（法国）	国产	进口（美国）	进口（韩国）	进口（日本）
时间/排名	Mistine	ANESSA/安热沙	Lancome/兰蔻	Cosme Decorte/黛珂	Shiseido/资生堂	L 'oreal/欧莱雅	Winona/薇诺娜	SKINCEUTICALS/修丽可	RE:CIPE/ 玥之秘	ALLIE/皑丽
2023年3月	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2023年2月	2	1	3	7	4	5	6	18	-	31
2023年1月	3	2	1	7	5	6	8	15	-	24
2022年12月	3	2	1	6	8	4	7	33	-	20
2022年11月	6	4	3	1	7	2	5	13	-	12
2022年10月	7	4	5	1	6	3	2	15	-	10
2022年9月	2	1	3	9	4	5	7	10	23	8
2022年8月	2	1	4	11	3	5	7	37	9	17
2022年7月	1	2	3	15	4	7	10	41	6	22
2022年6月	2	1	4	9	6	3	7	32	8	16
2022年5月	2	1	4	7	8	3	5	9	13	12
2022年4月	1	2	3	11	4	5	6	36	14	23
2022年3月	2	1	3	8	6	7	5	26	25	12

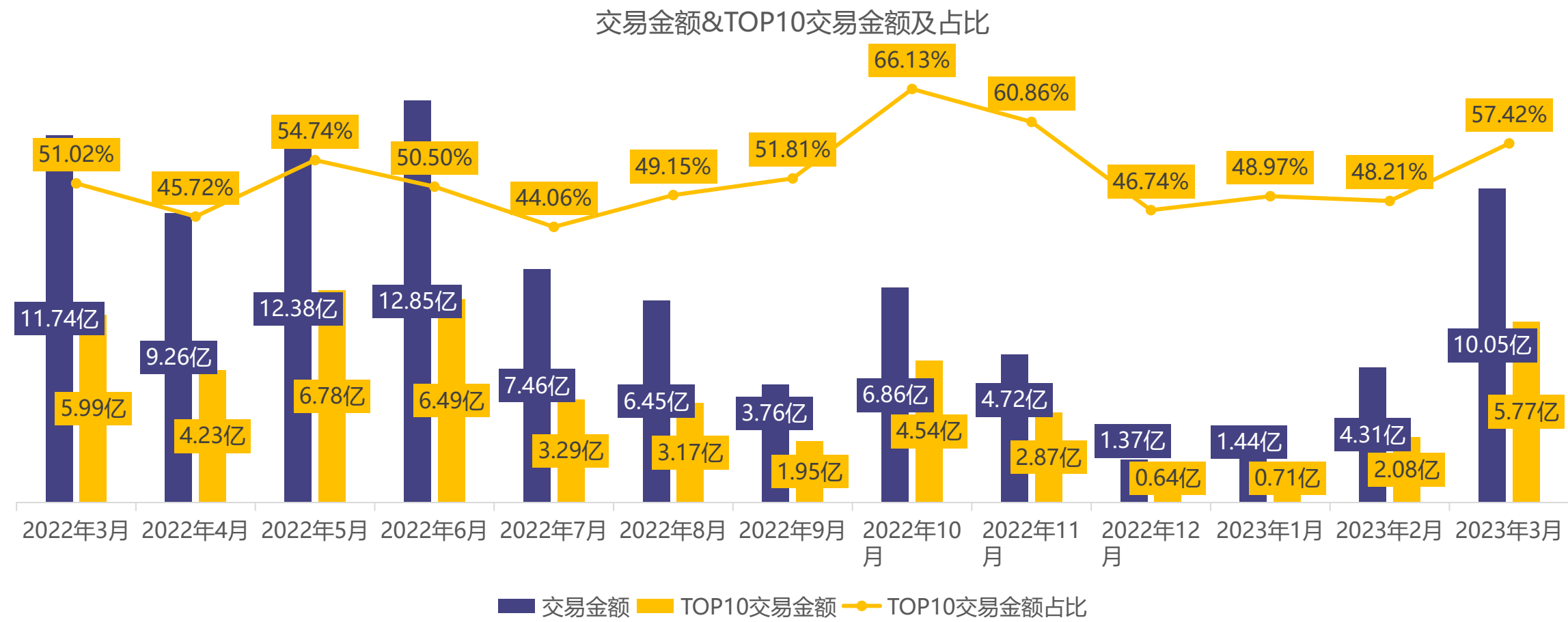
TOP1 品牌 TOP2 品牌 TOP3品牌

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

数据来源：生意参谋；

美容护肤/美体/精油-防晒-TOP10品牌市场份额占比 (2022年3月-2023年3月)
防晒行业CR10在2022年10月达到最高，为**66.13%**，2022年3月-2023年3月CR10在**45%-70%**，整体集中度**相对较高**，龙头企业**综合竞争力较强**



美容护肤/美体/精油-防晒-TOP10品牌自营&分销占比 (2023年1月-3月)

TOP10品牌在2023年3月均以**自营为主**，2023年1月-2月“**黛珂**”以**分销为主**，且分销占比在TOP10中**最高**，分别达到了**77.74%**与**82.40%**



美容护肤/美体/精油-防晒-TOP10品牌-进口VS国产 (2023年3月)

进口品牌TOP1 “Mistine” 是国产品牌 “薇诺娜” 交易金额的**5倍**，TOP10品牌中，“**皑丽**” 的自营占比达到了**91%**，**兰蔻**客单价**最高**，达到了**398.28元**

进口

排名	品牌名	交易金额	访客人数	支付转化率	支付人数	客单价	自营占比	自营&分销
1	Mistine	15490.8万	890.0万	16.05%	142.8万	108.45	70.96%	自营
2	安热沙	11076.8万	606.5万	8.24%	50.0万	221.65	67.15%	自营
3	兰蔻	7936.0万	436.0万	4.57%	19.9万	398.28	63.79%	自营
4	黛珂	5827.5万	208.5万	10.84%	22.6万	257.86	79.12%	自营
5	资生堂	5642.6万	295.0万	6.87%	20.3万	278.41	65.37%	自营
6	欧莱雅	3657.4万	824.7万	3.18%	26.2万	139.45	65.81%	自营
8	修丽可	2123.9万	306.2万	6.63%	20.3万	104.63	84.34%	自营
9	玥之秘	1484.8万	90.0万	17.12%	15.4万	96.40	86.04%	自营
10	皑丽	1374.8万	114.0万	9.5%	10.8万	126.96	90.89%	自营

国产

排名	品牌名	交易金额	访客人数	支付转化率	支付人数	客单价	自营占比	自营&分销
7	薇诺娜	3095.7万	382.3万	6.63%	25.3万	122.13	75.48%	自营

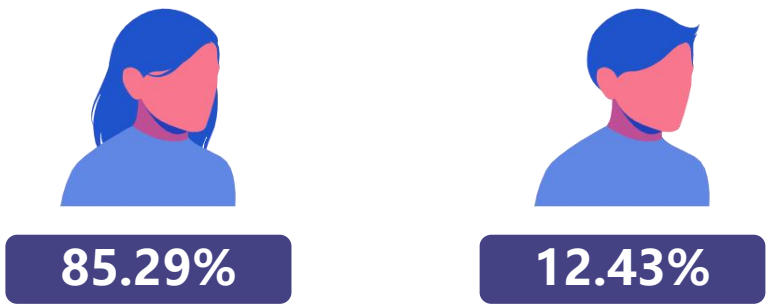
美容护肤/美体/精油-防晒-TOP10商品 (2023年3月)

TOP1单品为 **“Mistine小黄帽防晒霜”**，TOP1商品比TOP2商品销售金额高**562万元**，Top1商品与TOP6商品**为同一商品**，它们的规格和定价不同，其中TOP6商品**90g*2&300元 (券后218)**，相对应于TOP1商品**90g&154元 (券后144)**，单只便宜**35元**；TOP2商品与TOP9商品为同一商品，TOP9商品为**自播限时秒杀商品**，较TOP2商品规格多出一类，为100ml，定价为760元

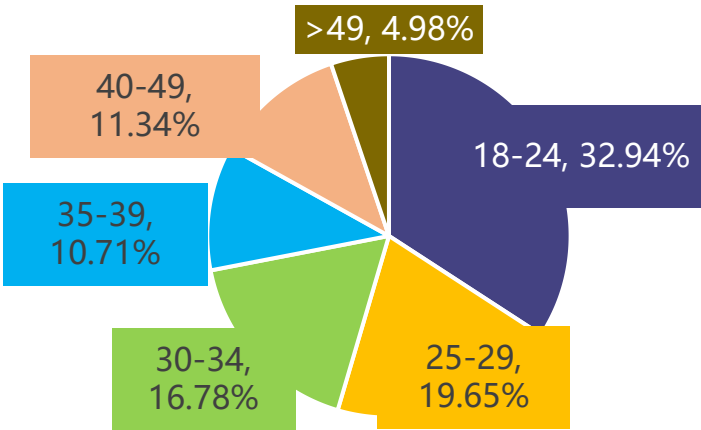
排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
商品信息	Mistine小黄帽防晒霜 SPF50泰版	资生堂蓝胖子防晒霜	兰蔻小白管高倍防晒霜	欧莱雅小金管防晒	薇诺娜清透防晒乳	【双支装】泰版Mistine小黄帽防晒霜	安热沙小金瓶防晒霜	玥之秘水晶防晒喷雾	【自播限时秒杀】资生堂蓝胖子防晒霜	【保湿绿管】ALLIE 皑丽嘉娜宝水润保湿防晒霜
id	564842070490	703048557735	43209439847	589262335068	24537668596	702709180988	521027319777	563083746568	527068456406	693965039578
品牌	Mistine	资生堂	兰蔻	欧莱雅	薇诺娜	Mistine	安热沙	玥之秘	资生堂	皑丽
主图										
核心卖点	长时防护 长效保湿 改善泛红	遇水更密 遇热加强 轻薄肤感	高倍防晒力 清透好肤感	6重防晒力 养肤更抗老	高密防护 抵御99%紫外线 专注敏感肌肤	长时防护 长效保湿 改善泛红	超强防晒力 不惧水汗热	高倍耐晒 不花妆 温和养肤	遇水更密 遇热加强 轻薄肤感	高倍抗光老 防水防汗
sku&定价	40g&79.9元 (券后69.9) 50g&109.9元 (券后99.9) 90g&154元 (券后144)	50ml&380元	30ml&490元 50ml&720元	15ml&99元 30ml&179元 60ml&359元 (券后329)	50g&188元 100g&376元	90g*2&300元 (券后218)	60ml&228元 90ml&436元	220ml&99元 (券后69) 270ml&109元 (券后79)	50ml&380元 100ml&760元	40g&99元
主要利益点	满200元加赠，商品券满79减10	入会可0.01元领好礼	满20享包邮 入会可0.01元领好礼	店铺券满300减30 满199包邮 入会可领15元礼包	入会可领39元礼包 买50g享80g 买100g享160g	商品券满300减82	入会可领10元礼包	商品券满99减30 满35享包邮	入会可0.01元领好礼	入会可领5元礼包
销售额	2795万	2233万	1941万	1564万	1514万	1499万	1135万	1130万	1038万	911万

行业用户画像以女性为主 (85.29%)，年龄段主要分布在18-24岁 (32.94%)，地域集中在广东省和江浙一带

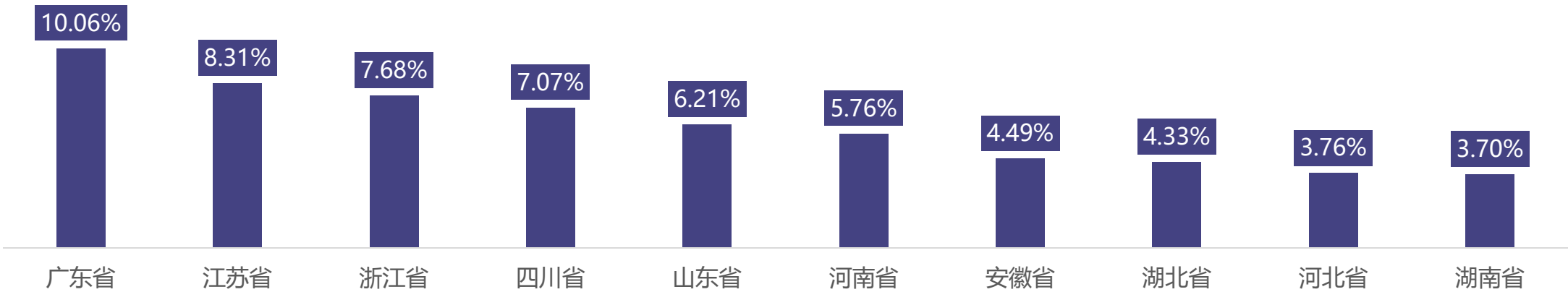
性别占比



年龄分布

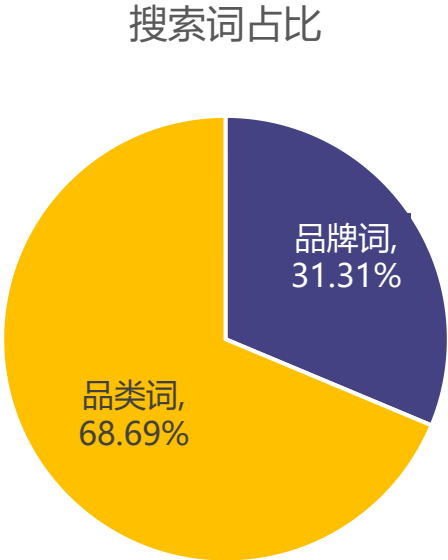


地域分布



相较于其他品牌搜索词，**“安耐晒”** 搜索排行靠前，在品牌词中排名第一，品牌营销相对成功，Top20搜索词中，品类词搜索人数占比**68.69%**

搜索词	热搜排名	搜索人数	点击率	支付转化率
防晒霜	1	4081462	70.70%	18.14%
防晒	2	2914301	68.58%	14.29%
防晒喷雾	3	1233886	74.70%	21.32%
防晒买什么	4	876887	2.25%	2.58%
安耐晒	5	747570	49.77%	13.30%
mistine防晒	6	446609	38.08%	16.12%
兰蔻防晒	7	415004	62.01%	7.41%
蜜丝婷防晒	8	340210	36.30%	12.43%
薇诺娜	9	308248	29.86%	10.92%
安耐晒防晒霜	10	288395	55.95%	11.78%
欧莱雅防晒小金管	11	269202	57.52%	12.26%
安热沙	12	255181	39.29%	10.94%
黛珂防晒	13	231389	56.50%	11.15%
防晒霜旗舰店官方正品	14	229684	76.12%	21.32%
防晒霜热销榜	15	223024	69.69%	18.59%
蓝胖子防晒	16	221711	59.42%	8.00%
资生堂蓝胖子	17	220635	53.84%	7.98%
薇诺娜防晒	18	208512	57.84%	11.85%
欧莱雅防晒	19	206847	60.08%	10.06%
mistine	20	196930	25.47%	11.85%



抖音行业

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

抖音-美妆护肤-防晒-月度销售额数据 (2023年2月-2023年4月)
防晒品类销售额与平均成交价在2023年3月最高，分别为**5亿-7.5亿**与**81.54**；
2023年2月销售额环比增长与同比增长均最高，分别为**233.22%**与**77.39%**

2023年
2月

2023年
3月

2023年
4月

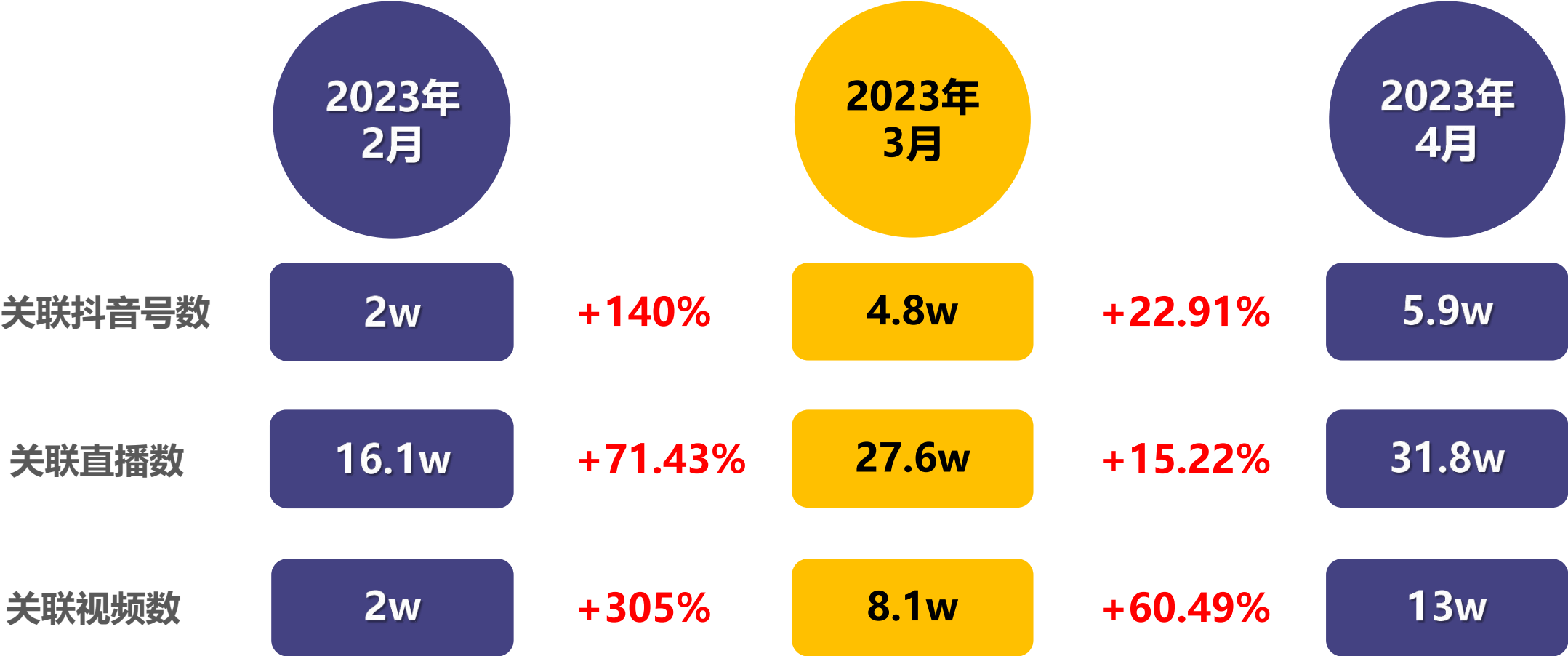
销售额	2.5亿-5亿	5亿-7.5亿	2.5亿-5亿
销量	250w-500w	500w-750w	750w-1000w
平均成交价	73.48	81.54	54.02
销售额环比增长	+233.22%	+88.19%	-15.16%
销售额同比增长	+77.39%	+43.01%	+37.01%

做行研 找解数

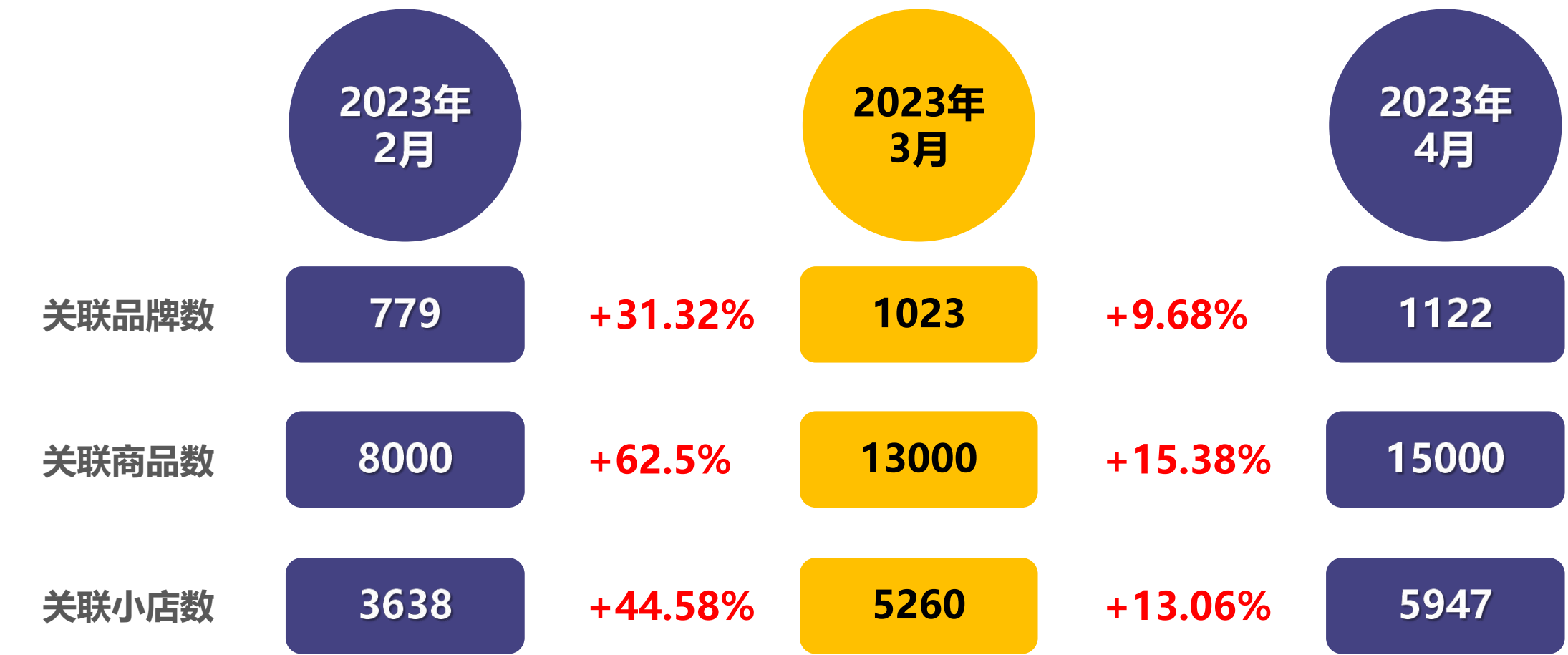
Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

数据来源：蝉魔方；

2023年2月-2023年4月防晒品类抖音关联抖音号数，直播数及视频数不断增加,说明市场竞争激烈



2023年2月-2023年4月防晒品类抖音关联品牌数，商品数及小店数不断增加，进一步验证了市场竞争的激烈



2023年4月抖音TOP10品牌的整体集中度为**42.42%**，其中**Mistine**的销售额最高，达5000-7500万元，市占率达**100.8%**；欧莱雅销售额环比最高，为**195.97%**

品牌	品类平均成交价	品类商品数	品类销量	销量占比	品类销售额	市场份额	销售额环比	销售额同比
蜜丝婷	107.5	381	25w-50w	5.42%	5000w-7500w	10.80%	-37.21%	-2.12%
美康粉黛	68.39	69	50w-75w	6.11%	2500w-5000w	7.74%	-21.12%	173.55%
欧莱雅	238.44	164	10w-25w	1.22%	2500w-5000w	5.37%	195.97%	936.79%
花西子	183.99	10	10w-25w	1.23%	1000w-2500w	4.20%	-38.69%	6.97%
安热沙	194.24	149	10w-25w	1.14%	1000w-2500w	4.12%	-64.52%	213.08%
LP La Pulovce	102.52	44	10w-25w	1.78%	1000w-2500w	3.38%	42.80%	712.78%
纽西之谜	106.92	30	7.5w-10w	1.07%	1000w-2500w	2.12%	87.22%	178000.00%
柳丝木	78.71	78	10w-25w	1.23%	750w-1000w	1.80%	-4.29%	230.61%
悠宜	77.6	80	7.5w-10w	1.09%	750w-1000w	1.56%	60.10%	106.92%
秋蔻	39.76	42	10w-25w	1.82%	500w-750w	1.34%	-6.20%	154.29%

抖音-美妆护肤-防晒-TOP10商品概况 (2023年4月)

防晒品类-TOP10商品中销售额最高的是“欧莱雅小金管防晒乳隔离清爽预售”，平均成交价为279元，依靠达人播起爆；TOP2商品与TOP8商品为同一商品，TOP2商品主要依靠品牌自播，占比达99.63%，TOP8商品依靠达人播

商品信息	【董先生宠粉】欧莱雅小金管防晒乳预售	花西子-小黛伞防晒妆前霜	【官方】美康粉黛防晒霜	MISTINE小黄帽防晒霜乳	【白白日记】白白日记防晒紫外线补水保湿舒缓润泽防晒露	【51防晒季】纽西之谜隔离防晒霜打底保湿遮瑕妆前	[3件起购]LP La Pulovce)清透亮颜修护防晒乳50ml (3支)	【防晒+隔离 二合一】防晒霜 SPF50PA+++	花西子 小黛伞防晒妆前霜30g	unny防晒霜面部隔离防晒乳
产品图										
品牌	欧莱雅	花西子	美康粉黛	Mistine	-	纽西之谜	LP La Pulovce	秋蔻	花西子	悠宜
品牌自播占比	0%	99.63%	99.91%	99.46%	0%	100%	0.17%	0.01%	0%	83.19%
达人播占比	100%	0%	0.09%	0.54%	0.79%	0%	90.42%	91.81%	100%	16.6%
店播	0%	0.37%	0%	0%	99.21%	0%	9.41%	8.18%	0%	0.21%
到手价	279	199	69	169	39.9	79	278	39.9	199	64
平均成交价	279	202.08	69	169	39.9	107.26	92.71	39.43	159.01	74.78
销量	2.5w-5w	5w-7.5w	10w-25w	5w-7.5w	10w-25w	5w-7.5w	5w-7.5w	10w-25w	2.5w-5w	5w-7.5w
销售额	1000w-2500w	1000w-2500w	1000w-2500w	1000w-2500w	750w-1000w	750w-1000w	500w-750w	500w-750w	500w-750w	250w-500w

抖音-美妆护肤-防晒-TOP10品类卖点 (2023年4月)

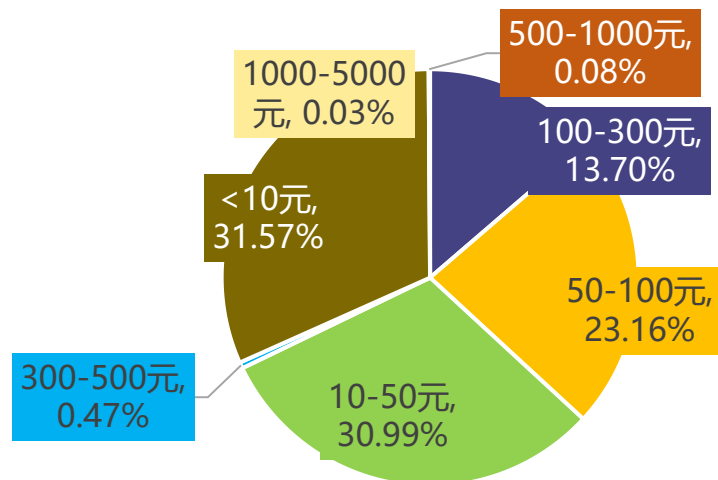
TOP10卖点中“防汗”和“清透”的销售额均达到2500w-5000w，销售额占比最高的是“防汗”，达9.75%；卖点“男女通用”销售额环比与同比均最高，分别为144.92%与10566.89%

商品卖点	商品数	品牌数	销量	销量占比	销售额	销售额占比	销售额环比	销售额同比
防汗	1751	231	75w-100w	9.27%	2500w-5000w	9.75%	-20.64%	158.79%
清透	672	138	25w-50w	4.90%	2500w-5000w	8.34%	5.35%	97.07%
男女通用	220	50	100w-250w	27.36%	1000w-2500w	4.93%	144.92%	10566.89%
修护	176	41	10w-25w	2.64%	1000w-2500w	4.47%	10.14%	439.91%
不假白	269	63	25w-50w	4.30%	1000w-2500w	4.47%	-0.47%	506.59%
户外	608	121	10w-25w	2.21%	1000w-2500w	3.61%	-54.81%	182.63%
亮颜	109	9	10w-25w	2.57%	1000w-2500w	3.38%	29.91%	591.16%
水润	426	72	10w-25w	2.36%	1000w-2500w	2.79%	-6.89%	-58.10%
提亮保湿	8	3	5w-7.5w	0.72%	1000w-2500w	2.69%	-39.55%	-9.73%
润泽	25	4	25w-50w	3.55%	1000w-2500w	2.62%	-	-

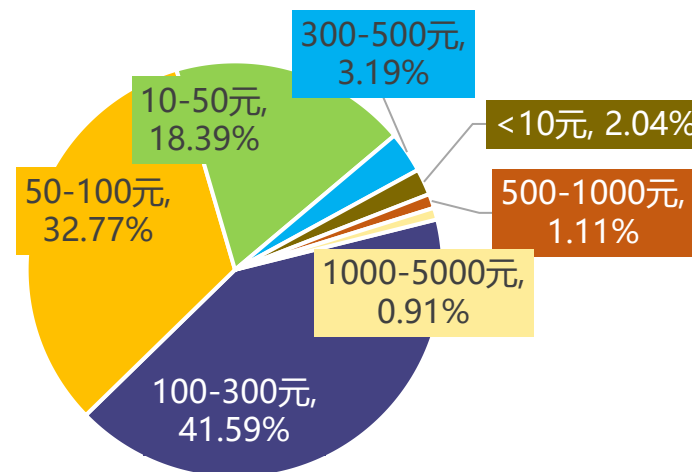
抖音-美妆护肤-防晒-价格带详情 (2023年4月)

抖音商品数和品牌数集中在价格带**10-50元**区间，10-50元区间销量占比达**30.99%**，**100-300元**区间销售额占比最高，为**41.59%**

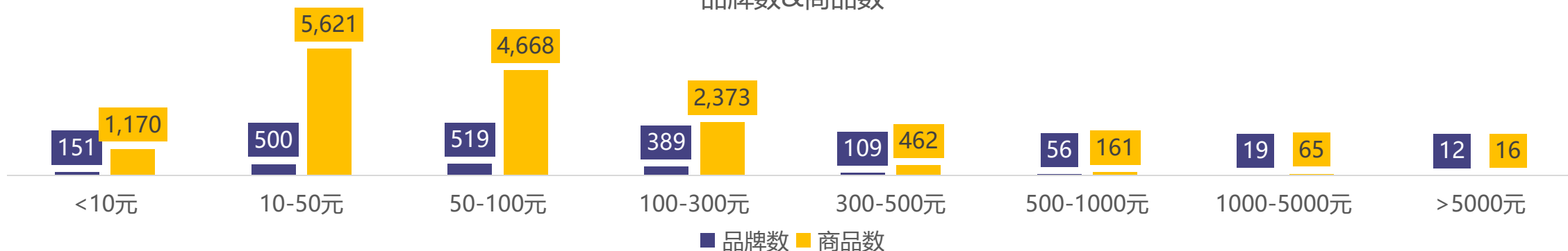
销量占比



销售额占比



品牌数&商品数



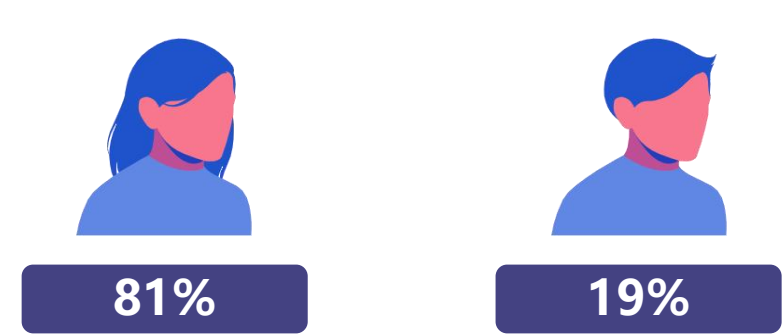
做行研 找解数

Data Insider - Expert of FMCG Industry Research

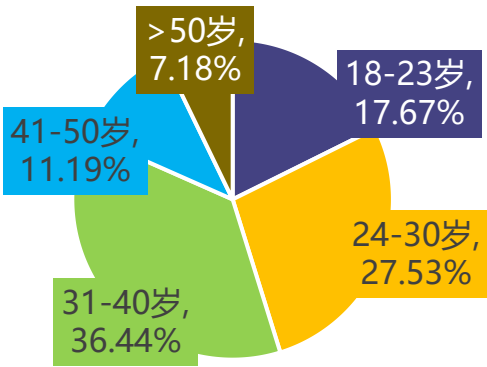
数据来源：蝉魔方；

防晒品类行业抖音平台的人群女性占比为**81%**，年龄段“**31-40岁**”的占比最高（**27.53%**），主要集中在**广东省、河南省、江苏省**

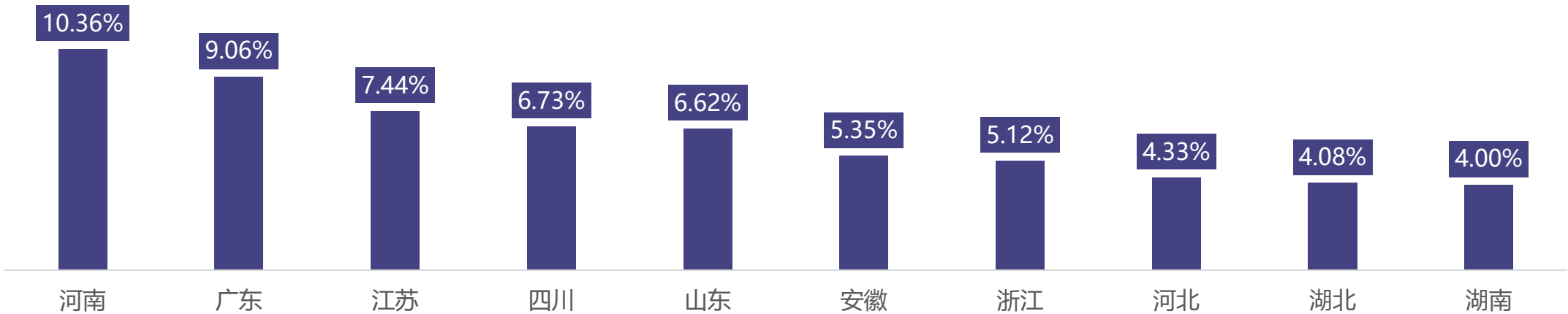
性别占比



年龄分布



地域分布



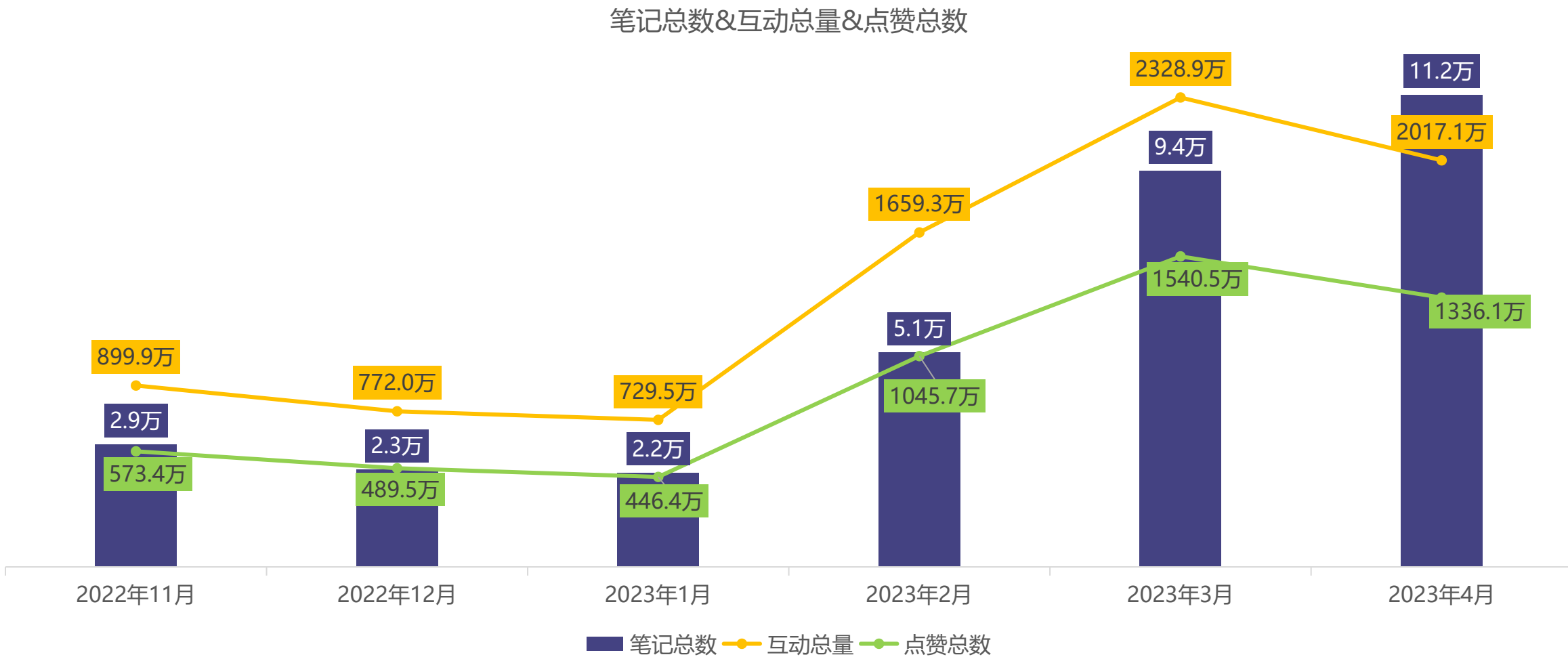
小红书行业

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

小红书-护肤-面部护肤-防晒-宏观情况 (2022年11月-2023年4月)

笔记总数、互动总量、点赞总数在2022年11月-2023年1月**不断下降**，在2023年1月-3月**不断上升**，并且笔记总数在4月达到最大，为**11.2万**，互动总量与点赞总数在3月达到最大，分别为**2328.9万**与**1540.5万**



小红书-护肤-面部护肤-防晒-评论内容分析 (2023年4月)

消费者关注的品牌占比最高是欧莱雅，占比3.16%，关注的核心成分有“有机”“VE”“VC”，关注的功效占比最高的是护肤和美白，分别占比3.84%和6.63%，需求痛点则主要针对皮肤状况的问题

品牌		
关键词	次数	占比
欧莱雅	504	3.16%
兰蔻	445	2.79%
淘宝	402	2.52%
安耐晒	361	2.26%
薇诺娜	356	2.23%
蕉下	327	2.05%
资生堂	308	1.93%
MISTINE	271	1.70%
蜜丝婷	265	1.66%
屈臣氏	262	1.64%

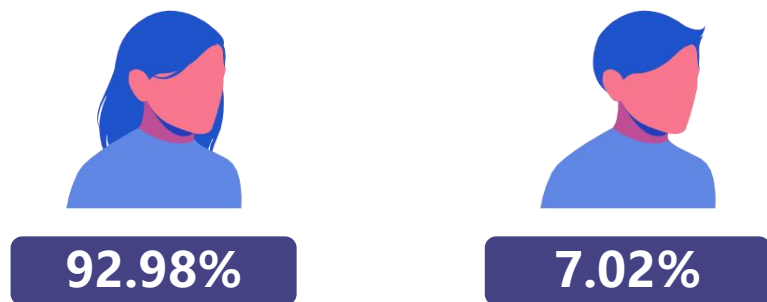
成分		
关键词	次数	占比
精华	1,261	8.80%
有机	586	4.09%
VE	511	3.56%
VC	395	2.76%
成分	365	2.55%
红薯	287	2.00%
可可	273	1.90%
A醇	270	1.88%
珍珠	267	1.86%
玫瑰	255	1.78%

功效		
关键词	次数	占比
效果	1,838	9.70%
护肤	727	3.84%
美白	688	3.63%
治愈	498	2.63%
提亮	447	2.36%
发型	412	2.17%
成膜	368	1.94%
控油	347	1.83%
抗老	293	1.55%
不假白	279	1.47%

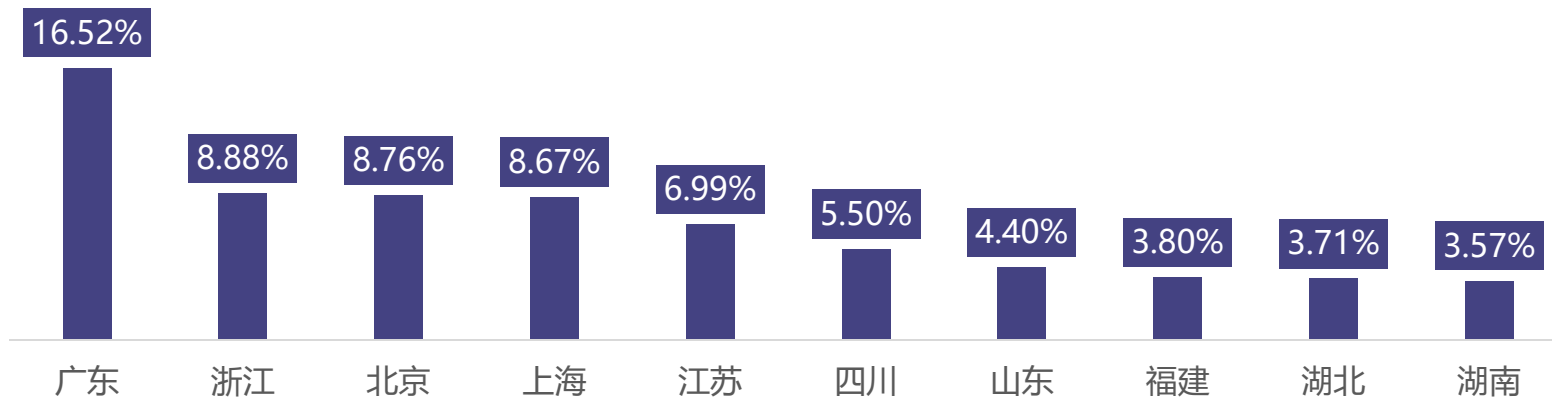
需求痛点		
关键词	次数	占比
搓泥	898	5.54%
晒黑	813	5.01%
干皮	747	4.60%
油痘肌	512	3.16%
油皮	502	3.09%
混油	485	2.99%
敏感肌	434	2.68%
长痘	425	2.62%
出油	415	2.56%
干敏皮	329	2.03%

粉丝人群标签

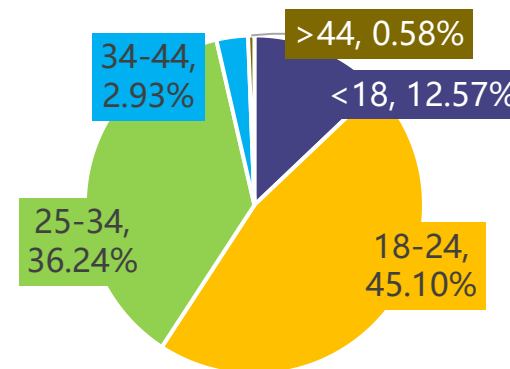
粉丝关注焦点



地域分布



年齡分布



小红书行业防晒类目发布笔记数环比上月**增加19.3%**，除了推广笔记外，其他笔记均**环比上升**，**品类相关笔记环比增长率最高，为19.19%**

防晒

2023年4月笔记数

11.25万

2023年3月笔记数

9.43万

环比增长率: **+19.3%**



笔记类型	品类相关笔记	种草笔记	商业笔记	推广笔记
环比增长率	+19.19%	+4.75%	+14.17%	-16.8%

热门品牌调研-MISTINE

Mistine——价格亲民·简单易用



Mistine是化妆品公司百特威（泰国）有限公司旗下的独立品牌，创建于1988年，致力于为全球女性提供更高质量的美妆产品。在泰国，Mistine化妆品适用于不同消费者群体，满足了不同年龄层，不同教育背景，及从事不同领域工作的女性对于彩妆产品的需求。

Mistine产品品种超过12000种，包括五大类产品，如化妆品，护肤品，香水，头发护理和身体护理系列等。Mistine产品极具吸引力，价格实惠，且品质极高，满足了全球消费者的需求，因此Mistine在国际上享誉盛名，尤其是亚洲地区及欧洲地区。

Mistine是泰国国民彩妆品牌，在泰国有一句话很出名“有泰国人的地方，就有Mistine化妆品”。无论是大街上，还是高速路边的巨幅海报，轻轨里的视频广告，亦或是电视广告，都能看到Mistine的身影。

Mistine的广告所用代言人全都是泰国的一线当红明星，而这些耳熟能详的名字，全都与“Mistine”这个品牌有着密切的联系，Mistine也成为泰国知名的化妆品品牌。

Mistine代言人的选定也成为每年的热门话题，因为这代表该艺人是泰国当红人气明星。不仅如此，泰国公主出席盛典时使用了全套的Mistine彩妆产品，这在泰国可是超高荣誉的象征！

Mistine——价格亲民·简单易用



Mistine拥有专门的研发团队，专注于研发产品，几乎每天都能研发出12种新品。不仅研发速度快，在产品质量上Mistine也保持着超高的水准。

MISTINE的每一项产品都是严格执行电EDA(食品和药品管理局)制定的生产标准来生产的，其中包括ISO9001，SO9002和GMP，经过了QC严格质检后才投放市场。同时拥有国际测试机构认证(法国Spin Control、德国Derma Consult

Institute)。使用这些国际认证的标准，为消费者提供信心和满意度的保障。泰国的气候湿热，而Mistine的彩妆产品针对当地特殊的气候环境都有过人的应对方法。产品除了长时间不易脱妆外，还有防水、防汗、防晕染等特点，其出色的贴合性更是让妆容显得无比精致，曾经有粉丝们禁止Mistine换包装、换配方、停产，全世界恐怕有极少的化妆品品牌能像Mistine一样能在顾客心目中占有如此重要的地位。正是由于忠实的顾客们的支持，产品深入人心，Mistine得以成为泰国受欢迎的化妆品品牌。

做行研 找解数

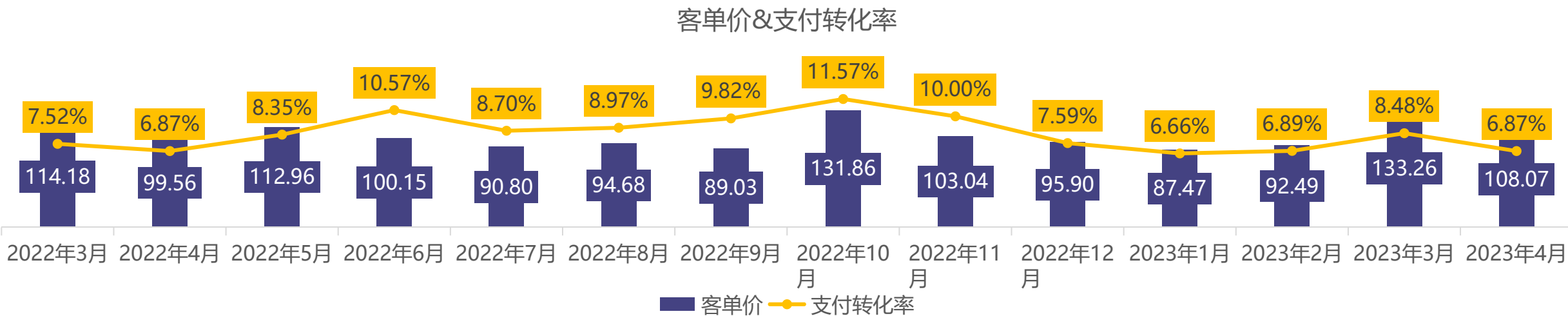
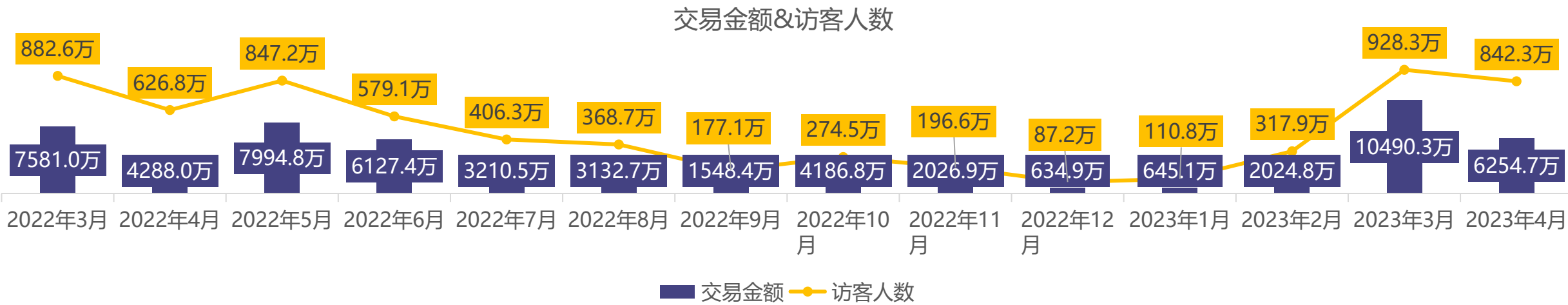
Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

淘内



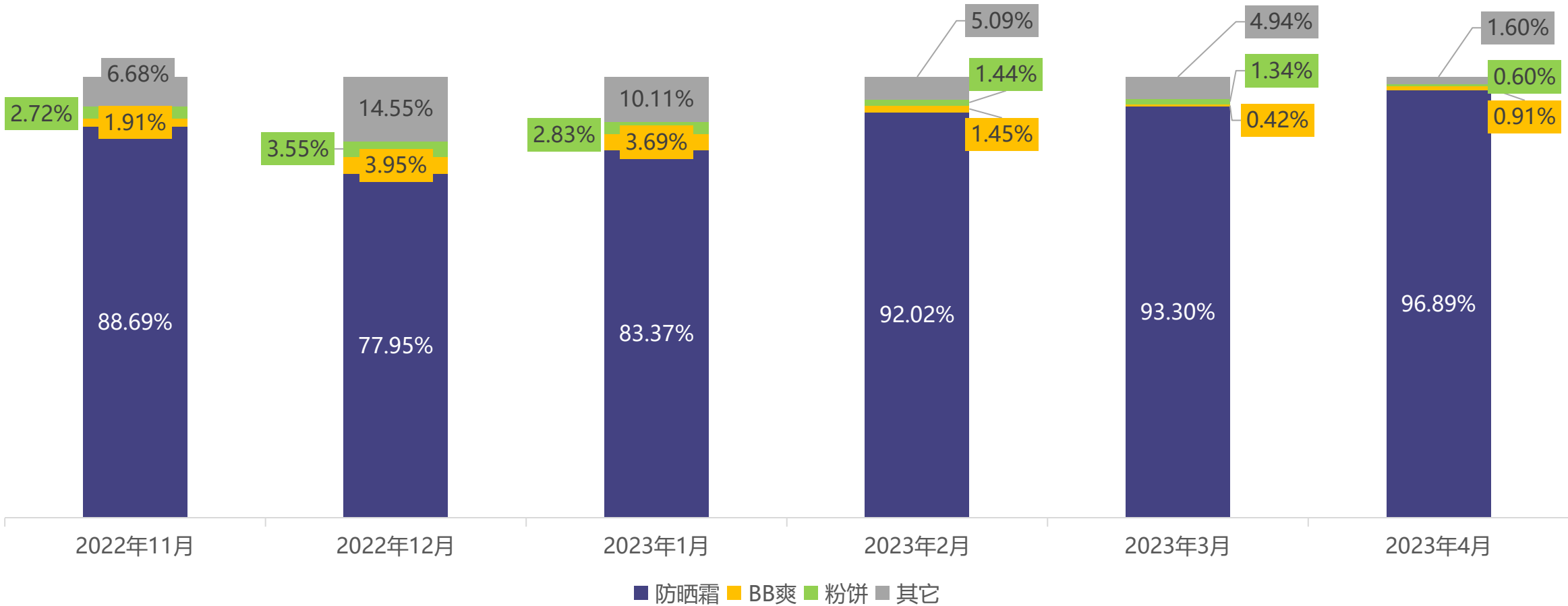
Mistine海外旗舰店—基础数据 (2022年3月-2023年4月)

Mistine海外旗舰店2023年3月客单价和交易金额在近13个月中排名第一，
分别为**133.26**与**10490.3万元**，其中交易金额环比增加**418%**，同比增加**38%**



店铺主要售卖**防晒霜**品类产品，月度成交占比近三个月均**大于90%**

店铺类目构成



Mistine海外旗舰店—TOP3商品（2023年4月）

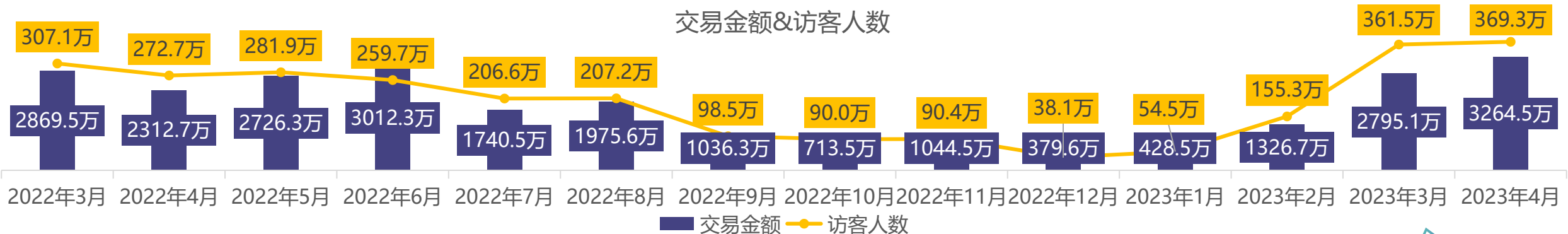
店铺TOP1商品“小黄帽防晒霜SPF50泰版”，4月份销售额达**3264.5万元**，占比达**52.19%**，
Top1商品与TOP2商品为同一商品，TOP1单只券后**144元**，TOP2单只券后**109元**

商品信息	Mistine小黄帽防晒霜SPF50泰版	【双支装】泰版Mistine小黄帽防晒霜 90ml*2	Mistine小黄帽防晒喷雾180ml
产品图			
id	564842070490	702704936695	535022209458
2023年4月销售额	3264.5万元	1440.5万元	570.9万元
防晒指数与PA值	SPF50+PA++++	SPF50+PA++++	SPF50+PA+++
销售占比	52.19%	23.03%	9.13%
sku&价格	40g&79.9元（券后69.9） 60g&109.9元（券后99.9） 90g&154元（券后144）	90g*2&300元（券后218）	89.9-119元
主要利益点	满200元加赠 商品券满79减10	最低10元惊喜红包 下单立减	商品券满79减10
品类	防晒霜	防晒霜	防晒喷雾
核心卖点	高倍防晒 养肤加倍	高倍防晒 清爽不油腻	快速成膜 清爽亲肤

“Mistine小黄帽防晒霜泰版”销售额从2022年12月销售额最低点**379.6万元**开始上升，在2023年4月达**峰值3264.5万元**，同比增加**41.2%**，该单品凭借**“三重深修护”** **“6大无添加”** **“品牌专研技术”**吸引消费者



最低10元惊喜红包，下单立减



做行研找解数



Consulting
DATA INSIDER
解数咨询

“Mistine小黄帽防晒霜乳SPF50泰版”的付费引流渠道主要为直通车，免费引流渠道主要为手淘搜索，成交渠道则主要为直通车、我的淘宝和手淘搜索

访客人数	付费					免费		CPS	
	引力魔方	万相台	直通车	品销宝	我的淘宝	手淘推荐	手淘搜索	手淘淘宝直播	淘宝客
2023年4月	469,239	268,070	941,825	276,154	334,725	691,795	711,469	192,895	110,924
2023年3月	524,512	316,021	1,001,242	366,200	349,433	573,418	678,605	216,376	203,100
2023年2月	258,647	97,941	547,848	152,654	165,024	187,840	324,659	41,668	100,706
2023年1月	80,345	54,915	176,242	57,305	61,119	63,368	104,807	26,888	20,599
2022年12月	51,088	45,482	91,915	26,347	51,826	42,095	81,424	10,770	13,416
2022年11月	67,311	119,636	224,521	60,567	132,924	74,951	192,113	33,248	56,910

交易金额	付费					免费		CPS	
	引力魔方	万相台	直通车	品销宝	我的淘宝	手淘推荐	手淘搜索	手淘淘宝直播	淘宝客
2023年4月	1,282,806	3,764,338	6,411,666	3,833,420	5,024,850	223,416	7,105,117	2,560,287	2,734,294
2023年3月	1,234,960	2,872,440	4,820,398	3,574,280	3,923,261	198,637	5,455,361	2,069,459	2,895,391
2023年2月	756,161	1,250,764	3,049,117	1,484,463	1,965,025	134,744	2,655,097	398,825	1,507,220
2023年1月	194,474	629,943	995,559	513,073	794,010	63,571	822,386	227,160	404,099
2022年12月	121,866	490,817	554,065	226,852	709,333	47,427	628,793	97,498	323,006
2022年11月	300,274	1,387,471	1,526,265	606,758	1,649,112	89,109	1,601,018	350,546	1,068,840

TOP1 TOP2 TOP3

抖音电商-带货类

Mistine/蜜丝婷-抖音-平台布局 (2023年4月)

Mistine/蜜丝婷在抖音布局**5个蓝V账号**，主要运营重心在**MISTINE蜜丝婷官方旗舰店**这个账号，该账号最早布局，在**2020年6月5日**发布第一条动态，粉丝数为**154.9万人**，比粉丝数排名第二的账号多**105.5万人**



蓝V账号	粉丝数	抖店名	粉丝群	商品数	作品数	获赞	第一条动态发布时间	视频内容
MISTINE蜜丝婷官方旗舰店	154.9万	MISTINE蜜丝婷官方旗舰店	2	270	1136	245.3万	2020/6/5	产品测评、产品介绍
蜜丝婷MISTINE旗舰店	49.4万	蜜丝婷MISTINE旗舰店	1	36	576	67.3万	2022/2/8	产品测评、产品推荐
MISTINE官方旗舰店直播间	6.9万	MISTINE蜜丝婷官方旗舰店	1	270	352	5.7万	2022/1/18	产品介绍、优惠推荐
MISTINE蜜丝婷盈曼美妆专卖店	2.4万	MISTINE蜜丝婷盈曼美妆专卖店	0	11	308	2.4万	2023/3/10	产品测评、情景视频
MISTINE蜜丝婷美妆旗舰店	25.9万	MISTINE蜜丝婷美妆旗舰店	1	31	577	35.1万	2021/8/22	产品测评、情景视频

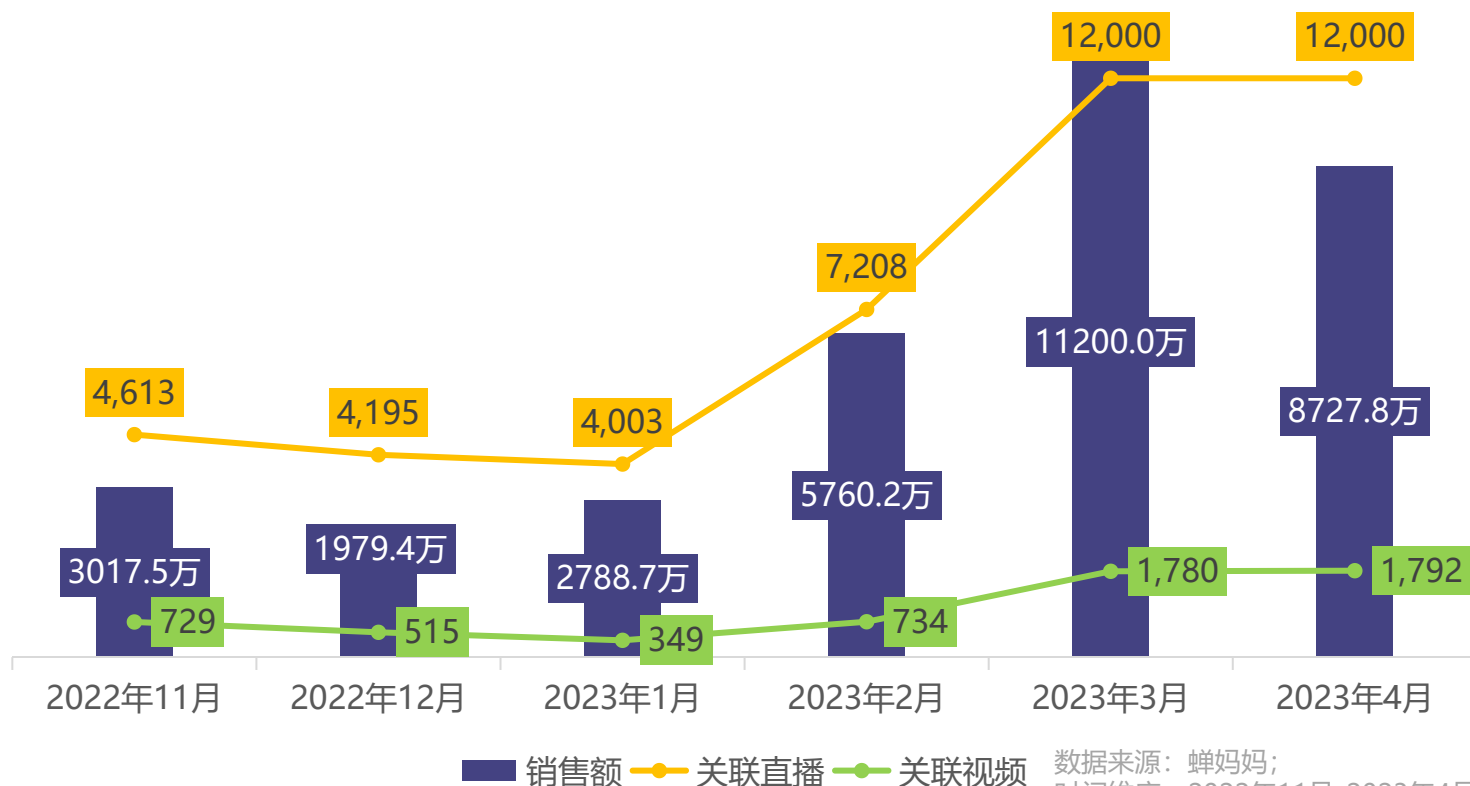
Mistine/蜜丝婷在抖音布局8个小店，主要运营重心在MISTINE蜜丝婷官方旗舰店这个账号，销售额最高，为4789.7万元，比销售额排名第二的店铺高2678.3万元



小店	店铺体验分	客单价 (元)	销量(件)	销售额 (元)
MISTINE蜜丝婷官方旗舰店	4.95	87.28	54.9w	4789.7w
Mistine海外旗舰店	4.92	89.15	23.7w	2111.4w
蜜丝婷MISTINE旗舰店	4.65	147.54	5.4w	795.4w
MISTINE蜜丝婷盈曼美妆专卖店	4.98	82.3	2.9w	239.9w
MISTINE蜜丝婷美妆旗舰店	4.66	66.35	1.9w	125.2w
MISTINE蜜丝婷朵多美妆专卖店	4.65	144.32	6,428	92.8w
MISTINE蜜丝婷美容旗舰店	4.69	141.18	4,667	65.9w
MISTINE蜜丝婷纯彩美妆专卖店	4.94	82.11	7,417	60.9w

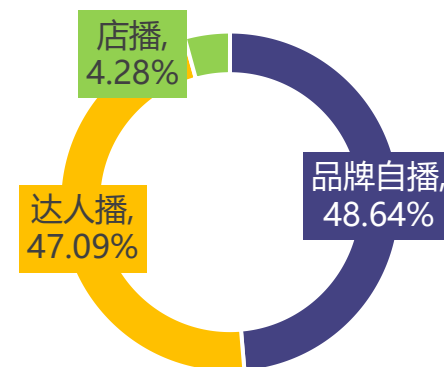
Mistine/蜜丝婷在抖音的销售额在2023年3月到达销售额峰值1.12亿元，带货方式主要为直播，占比86.77%，带货渠道主要依靠品牌自播和达人播，分别占比48.64%和47.09%

销售额&投放数据

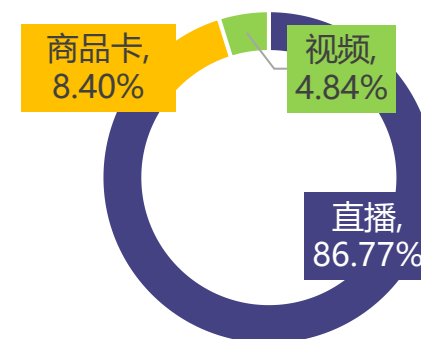


数据来源：蝉妈妈；
时间维度：2022年11月-2023年4月

近30天带货渠道



近30天带货方式



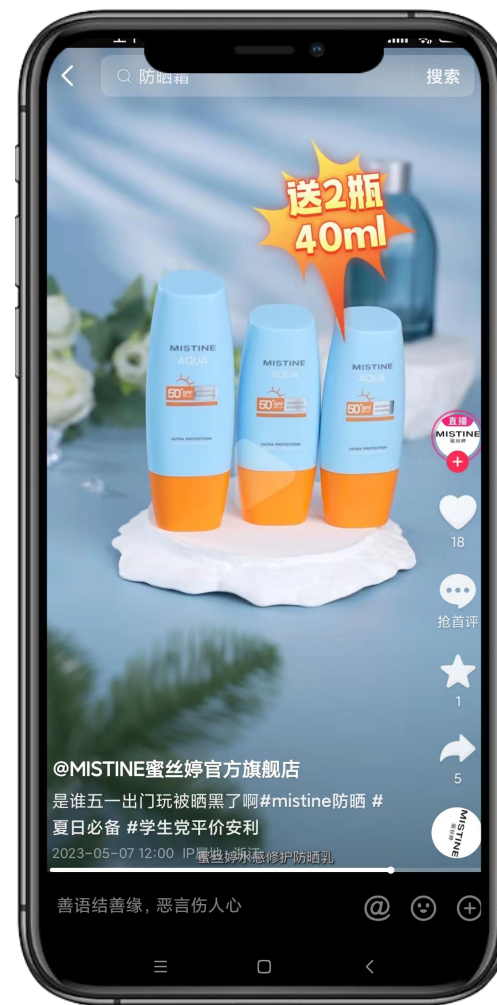
数据来源：蝉妈妈；
时间维度：2023.4.8-2023.5.7

品牌自播直播销售额最高场次为4月16日，其中当日销售额达151万元，比销售额排名第二的场次高出26万元左右；直播间利益点为买90ml防晒霜得130ml防晒霜，入会领券40元

抖音直播带货Top10场次							
直播场次	关联达人	开播时间	观看人次	总商品数	品牌商品数	品牌销量	品牌销售额
MISTINE抖音电商超级品牌日，直播间福利送不停~	MISTINE蜜丝婷官方旗舰店	2023年4月16日	29.9w	32	30	9,220	151w
MISTINE防晒代言人蔡徐坤出席春日溯源发布会，邀你共赴春日之约~	MISTINE蜜丝婷官方旗舰店	2023年4月19日	43.7w	14	11	4,445	124.7w
MISTINE抖音电商超级品牌日，直播间福利送不停~	MISTINE蜜丝婷官方旗舰店	2023年4月17日	18.5w	35	33	6,567	107.6w
日销10w+防晒，新版小黄帽拍一发五~	MISTINE蜜丝婷官方旗舰店	2023年4月9日	16.9w	33	32	5,985	96.1w
直播间宠粉浮力：小黄喷拍一发三！！	MISTINE官方旗舰店直播间	2023年4月16日	8.8w	13	12	5,913	93.1w
日销10w+防晒，新版小黄帽拍一发五~	MISTINE蜜丝婷官方旗舰店	2023年4月18日	18.8w	22	21	7,158	84.1w
日销10w+防晒，新版小黄帽拍一发五~	MISTINE蜜丝婷官方旗舰店	2023年4月10日	13.9w	34	33	4,886	78.1w
MISTINE抖音电商超级品牌日，直播间福利送不停~	MISTINE蜜丝婷官方旗舰店	2023年4月15日	25.5w	31	29	4,645	74.3w
直播间宠粉浮力：小黄喷拍一发三！！	MISTINE官方旗舰店直播间	2023年4月17日	8.7w	14	13	4,554	74.3w
新人主播第一天开播	道上都叫我赤木刚宪	2023年4月18日	32.3w	86	3	5,010	68.6w

Mistine/蜜丝婷-抖音视频 (2023年4月)

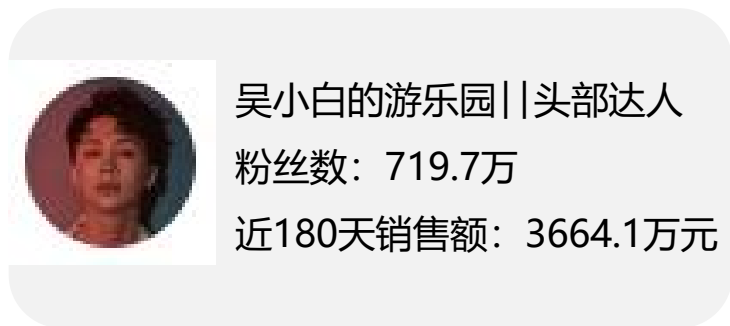
视频以**产品测评与优惠推荐**为主，主要是介绍产品并进行推荐



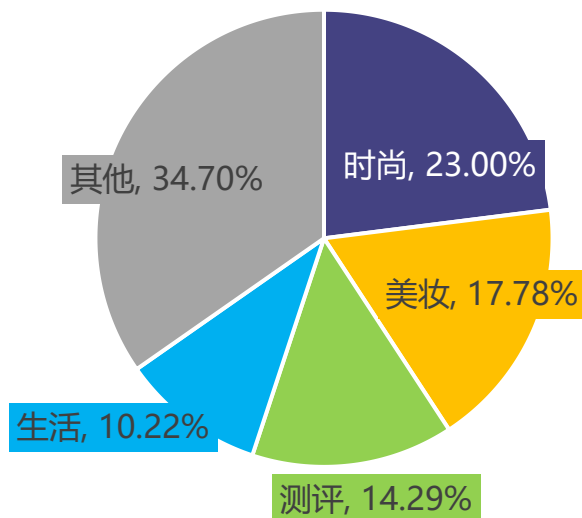
做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

带货达人以**时尚**类为主，其次是**美妆**类达人，核心合作粉丝量级**<1w与1w-10w**的达人，其中除了官方旗舰店，带货效果最好的达人是**吴小白的游乐园**（头部达人），近180天销售额为**3664.1万元**

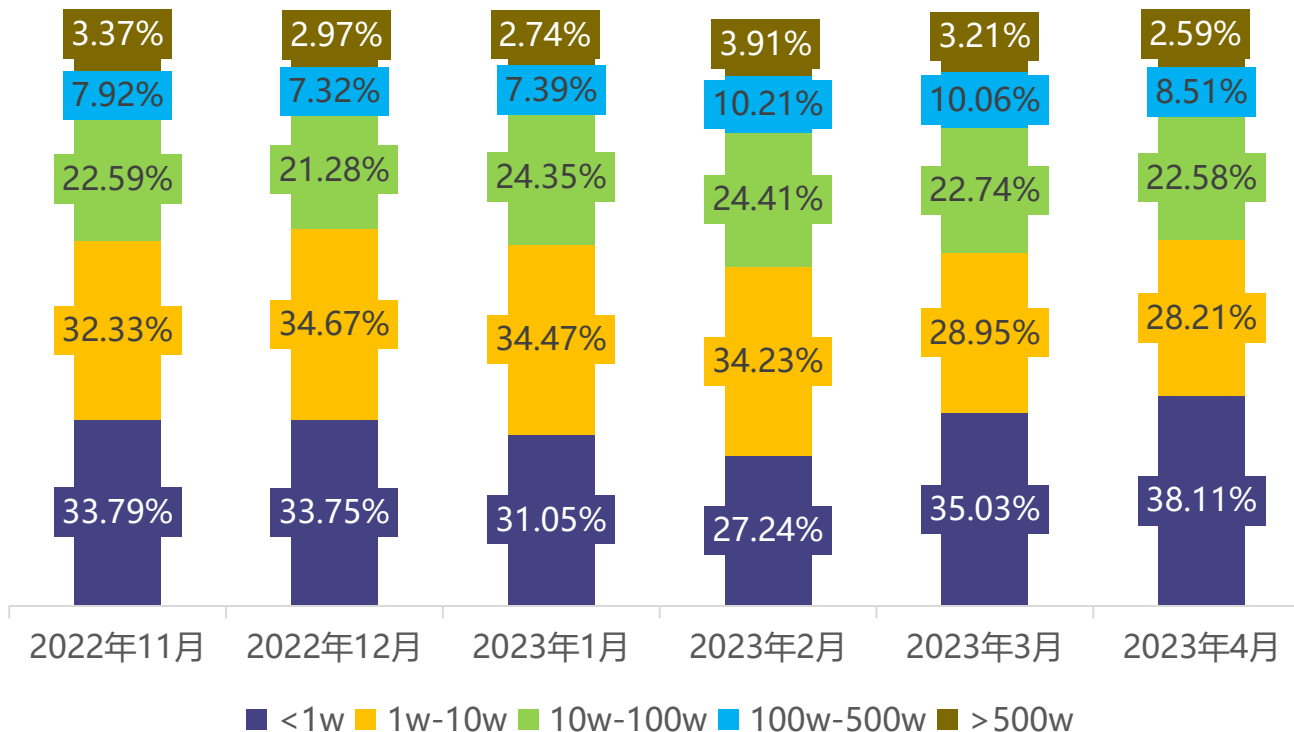


达人类型



数据来源：蝉妈妈；
时间维度：2022年11月9日-2023年5月7日

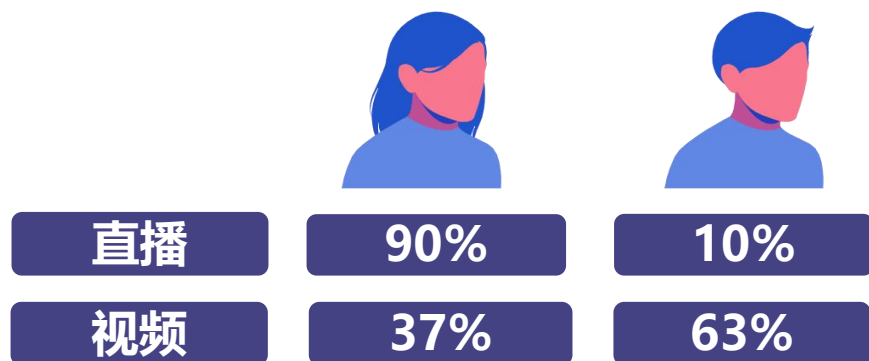
达人投放层级



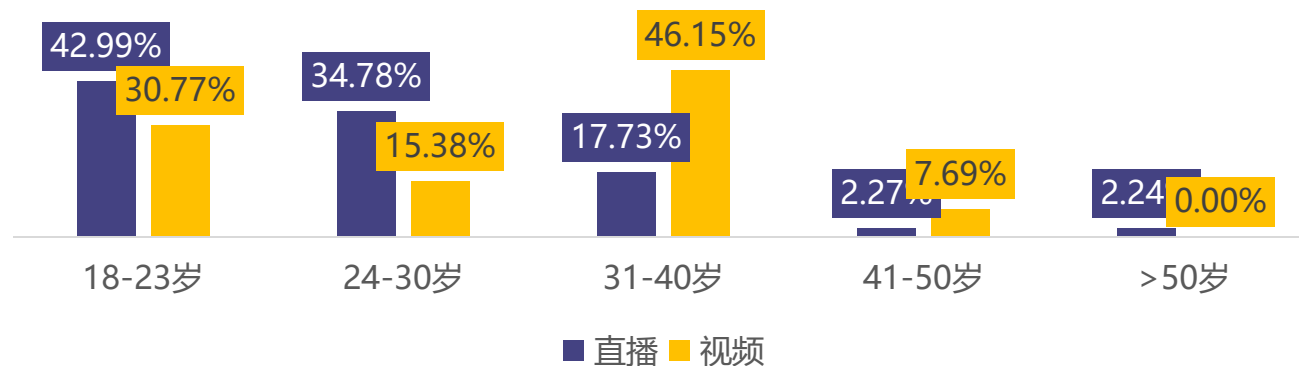
数据来源：蝉妈妈；
时间维度：2022年11月-2023年4月

品牌**直播**核心用户画像为 **“18-23岁” “女性”**，主要分布在 **“广东”、“河南”**；
品牌**视频**核心用户画像为 **“31-40岁” “男性”**，主要分布在 **“浙江”、“河南”、“广东”**

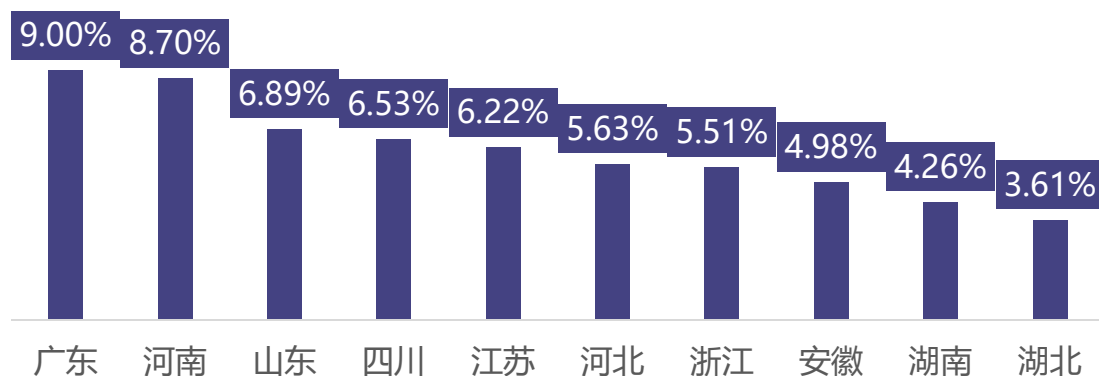
性别占比



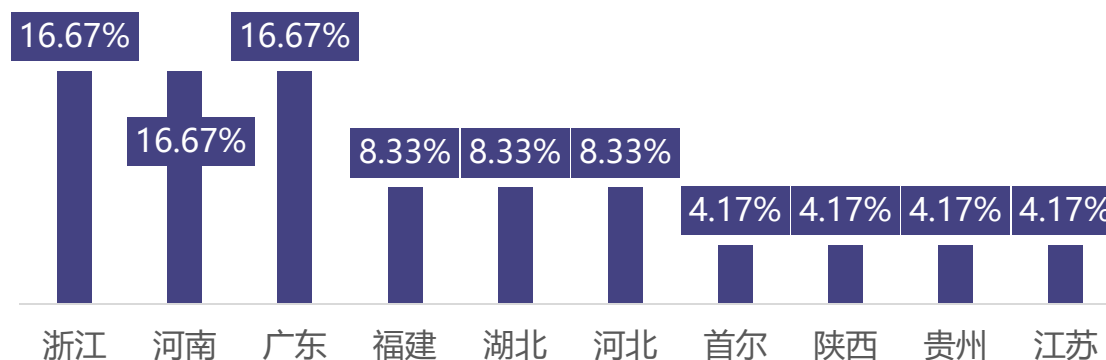
年龄分布



直播&地域分布

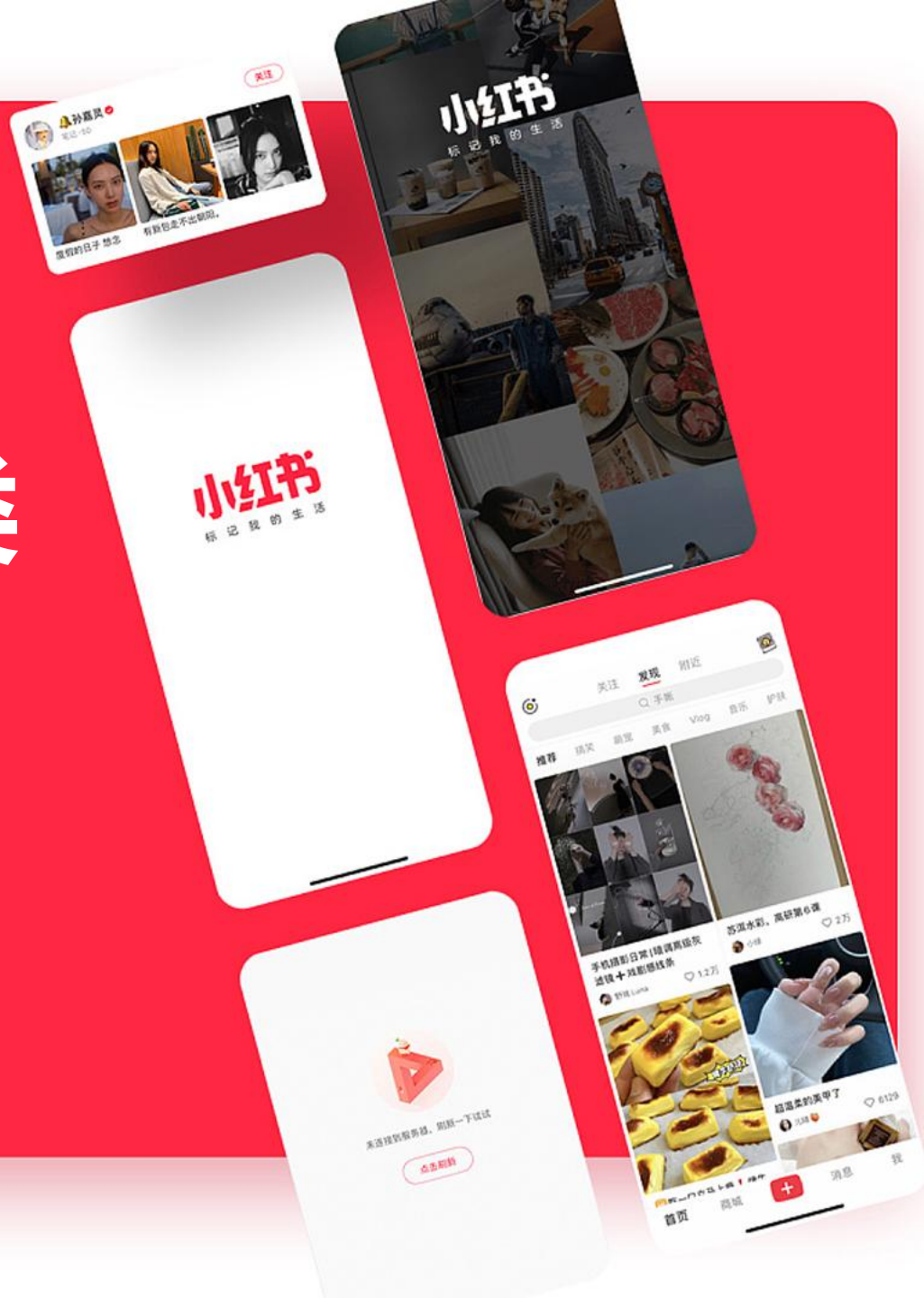


视频&地域分布



小红书 种草类

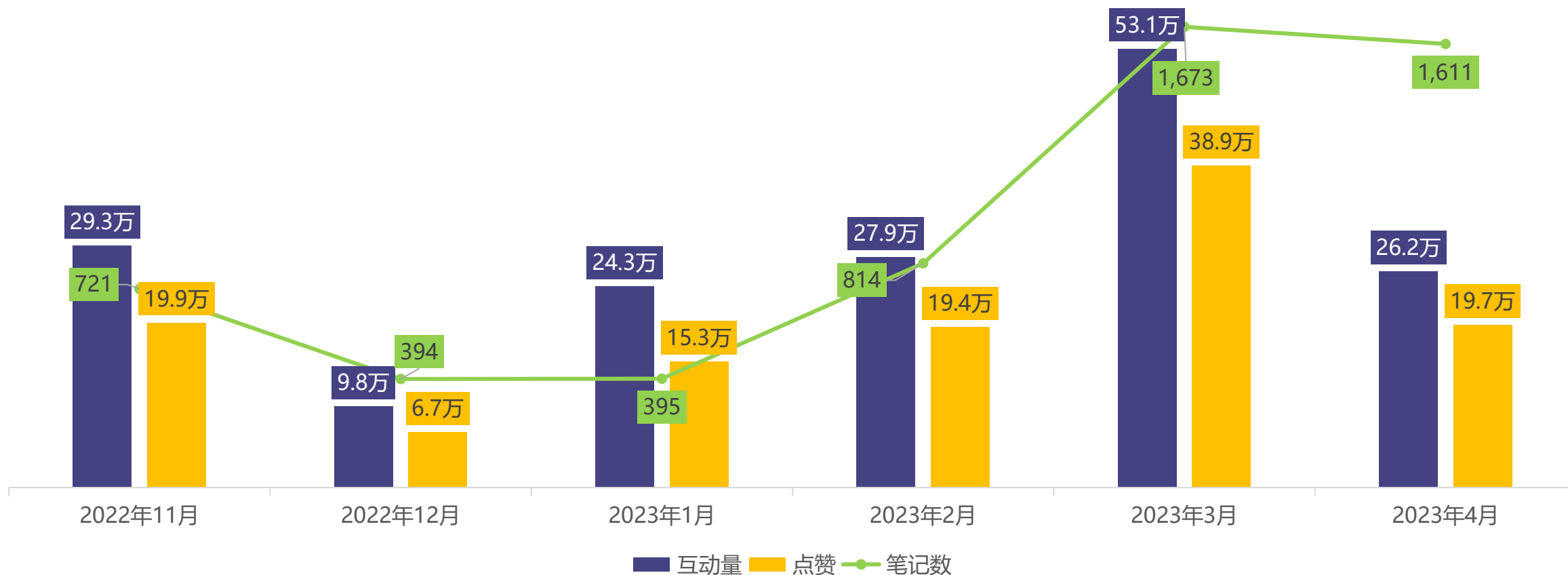
标记我的生活



蜜丝婷-小红书-月度投放数据 (2022年11月-2023年4月)

蜜丝婷小红书2023年1月的笔记互动量优于2022年12月，在笔记数相差近1篇的情况下，高出**14.5万**的互动量；2023年2月的笔记互动量也略显逊色，投放的笔记量是1月的**2.06倍**，互动量却只多了**3.6万**

月度投放数据



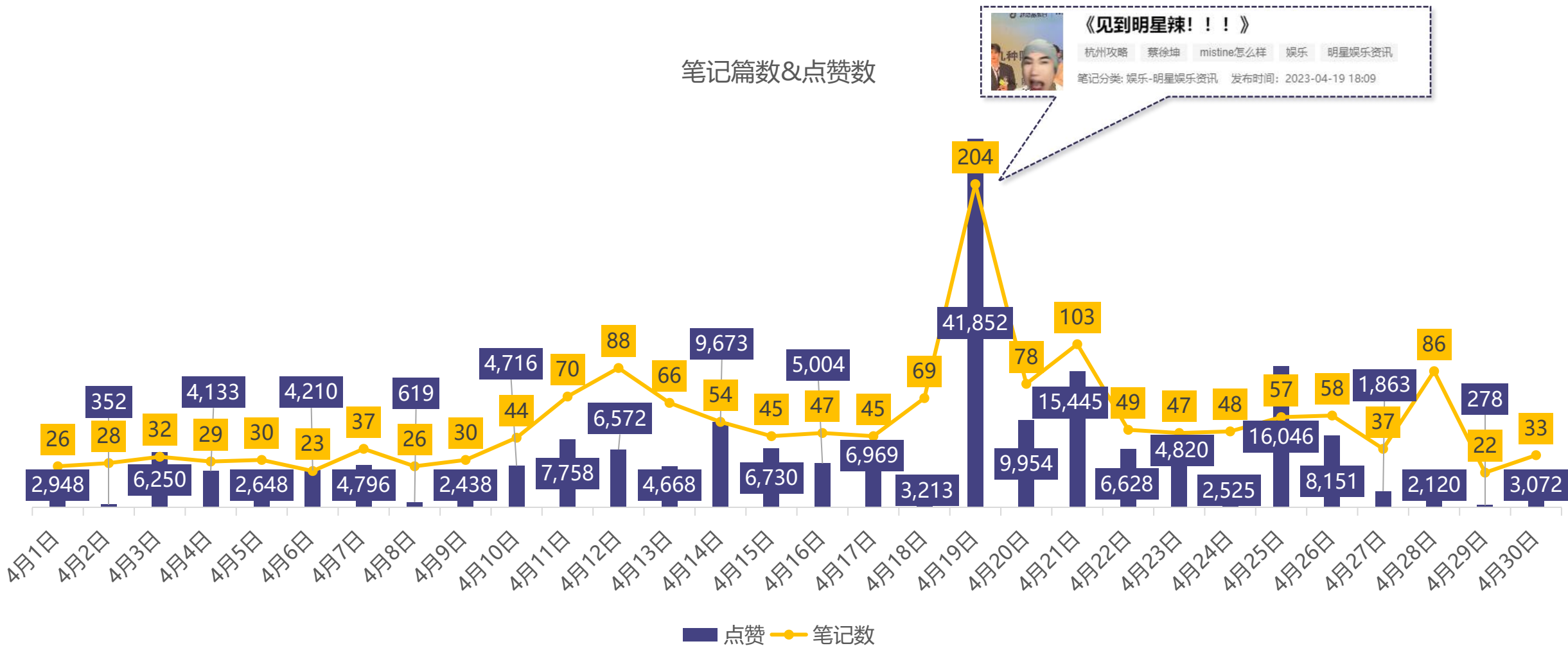
做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

数据来源：千瓜数据；

蜜丝婷-小红书-笔记投放节奏 (2023年4月)

蜜丝婷在小红书平台**4月19日**投放笔记最多，为**204篇**，直接导致点赞数也最高，为**4.1万**，四月互动量最多笔记为4月19日发布的 “《见到明星辣!!!》”



做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

数据来源：千瓜数据

蜜丝婷-小红书投放笔记类型-笔记拆解 (2023年4月)

该笔记以**追星**为主，展示品牌代言人（蔡徐坤）出席商业活动；
笔记的评论中关于**“蔡徐坤”**的关键词占比为**18.07%**



零志零

关注

《见到明星辣!!!》

#蔡徐坤 #mistine

04-19

共 1k+ 条评论

安逸蛋糕

见过本人的会觉得他帅的惊天地泣鬼神 小说里面那种夸张写法突然成为了现实的程度

04-19 河北

1k+ 10+

77m

对👉就是那种被帅到心脏停顿然后倒吸气的程度，真的不夸张👉

04-19 贵州

100+ 0

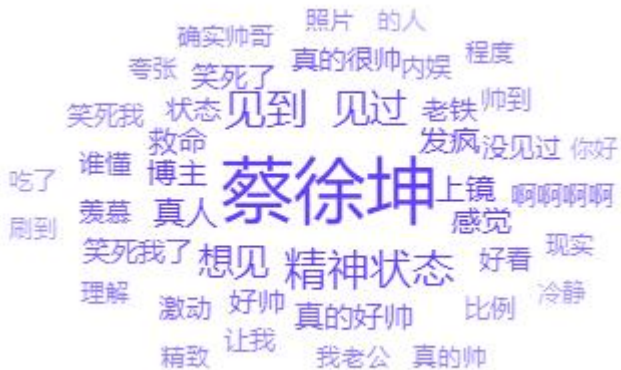
安逸蛋糕

回复 77m: 同意同意同意!!!

04-19 河北

10+ 0

评论	占比
蔡徐坤	18.07%
精神状态	7.53%
见到	7.23%
见过	5.72%
想见	5.12%



防晒相关Top1商业笔记主要通过**产品展示**和**产品测评**推广产品

推广产品

曝光数	点赞	收藏	评论	分享
63.06w	7790	1027	366	55

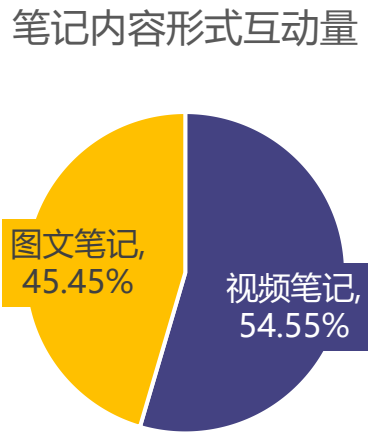
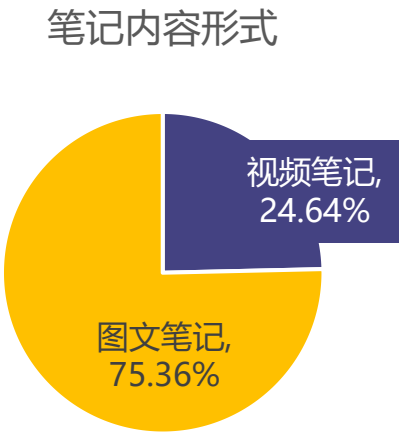
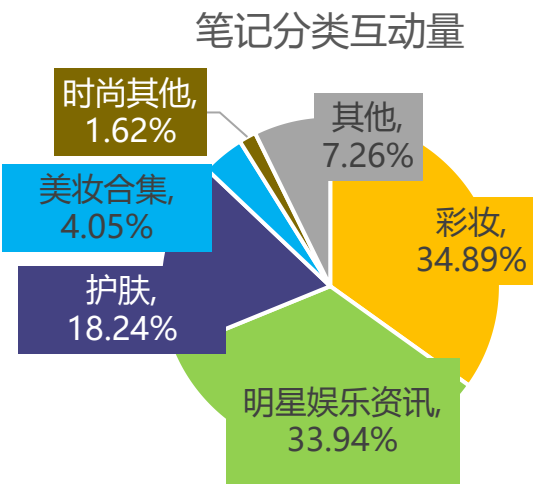
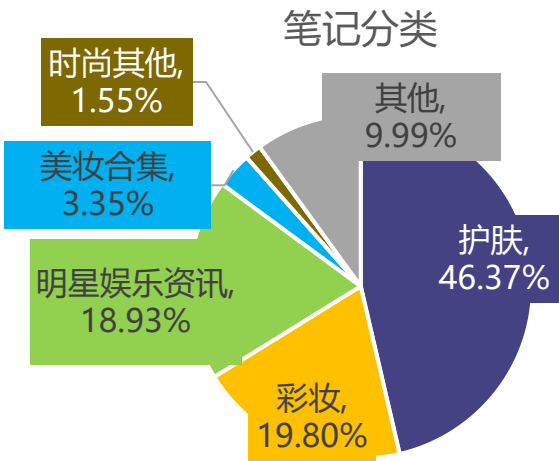
它这个防晒喷雾非常方便

360°旋转

这个喷头是360度可以旋转的

不用担心会泛白或者是留白汤的感觉

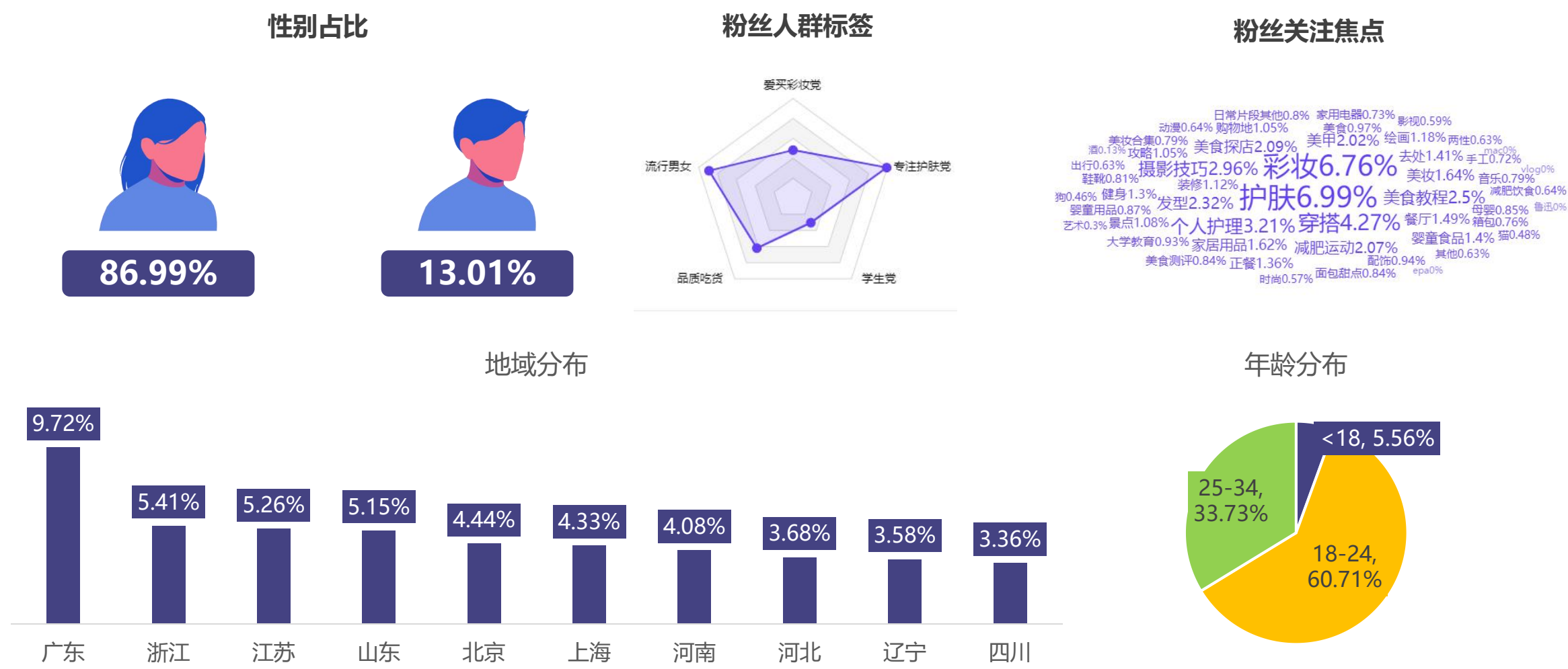
4月份核心投放**护肤**相关的笔记，且互动效果好，笔记内容形式以**图文笔记**为主，但图文笔记互动效果不如视频笔记；搜索关键词中，**品牌词**“MISTINE”占比最高，为**8.64%**



关键词	笔记数	笔记内容关键词占比
MISTINE	1,136	8.64%
防晒	1,003	7.63%
蜜丝婷	844	6.42%
防晒霜	377	2.87%
小黄帽	338	2.57%

蜜丝婷-小红书-用户画像 (2023年4月)

蜜丝婷品牌的受众群体特征主要为**“18-24岁” (60.71%)** **“女性” (86.99%)**，主要集中在**广东地区**，受众群体的标签主要为**“专注护肤党”**和**“流行男女”**，受众群体的关注焦点主要为**“护肤”**和**“彩妆”**



热门品牌调研-安热沙

安热沙——专场专防·实力抗晒



ANESSA安热沙，资生堂旗下专长防晒品牌。其品牌名的原意是“炎热的砂石”。以此为名，寄托着“即使在严峻的酷暑环境中，肌肤依然能感受到安心和舒适”的护肤理念，并取用充满阳光和活力的“安热沙”为其中文名称。

夏天想外出运动、旅游，却担心被紫外线晒黑。出汗后担心防晒霜的效果减弱，希望能找到防晒效果好，不怕黑的防晒产品。安热沙就是你的防晒伴侣。拥有UV防晒效果的同时，配合精选的美肌成分，耐晒的护肤效果，也将有效地守护你的肌肤。研究紫外线开始已经超过百年的资生堂，安热沙正是美丽与智慧的结晶。

ANESSA自1992年于日本推出至今，已成为广受好评的专长防晒品牌。现在，安热沙秉承不断推陈出新的研发宗旨，以更全面的防晒产品，时刻满足于不同场合的防晒需求。“亲近阳光，不怕晒”，你也能做到！

安热沙——专场专防·实力抗晒



不管是夏季里的烈日炎炎，还是日常生活中的明媚骄阳，资生堂安热沙 (Shiseido Anessa) 都有适合的产品可供选择。适合于户外运动的资生堂安热沙 (Shiseido Anessa) 完美防晒露、适合于普通外出时的资生堂安热沙 (Shiseido Anessa) 莹亮完美防晒露、适用于防御日常生活紫外线的资生堂安热沙 (Shiseido Anessa) 日用防晒精华乳 (日常用)、面部防晒专用的资生堂安热沙 (Shiseido Anessa) 日用防晒精华乳(面部用) 以及专用于卸除防晒产品的资生堂安热沙 (Shiseido Anessa) 专业防晒卸妆油共5款产品在中国大陆和香港地区同步上市。！

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

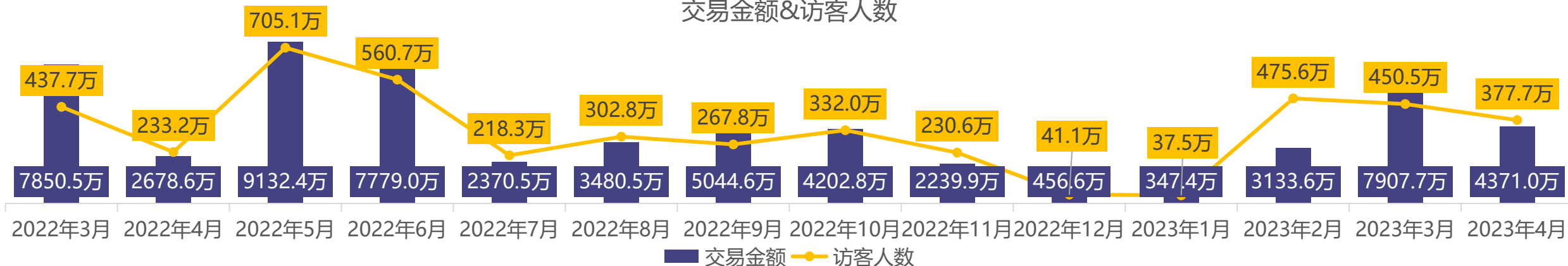
淘内



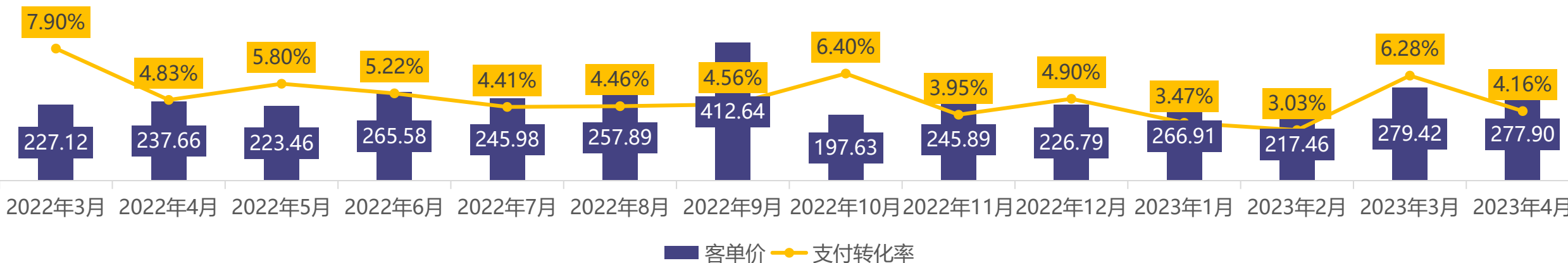
ANESSA安热沙官方旗舰店—基础数据 (2022年3月-2023年4月)

ANESSA安热沙官方旗舰店受618大促与季节因素共同影响，2022年5月店铺交易金额达9132.4万元，在近13个月排名第一，客单价在2022年9月排名第一，为412.64

交易金额&访客人数



客单价&支付转化率

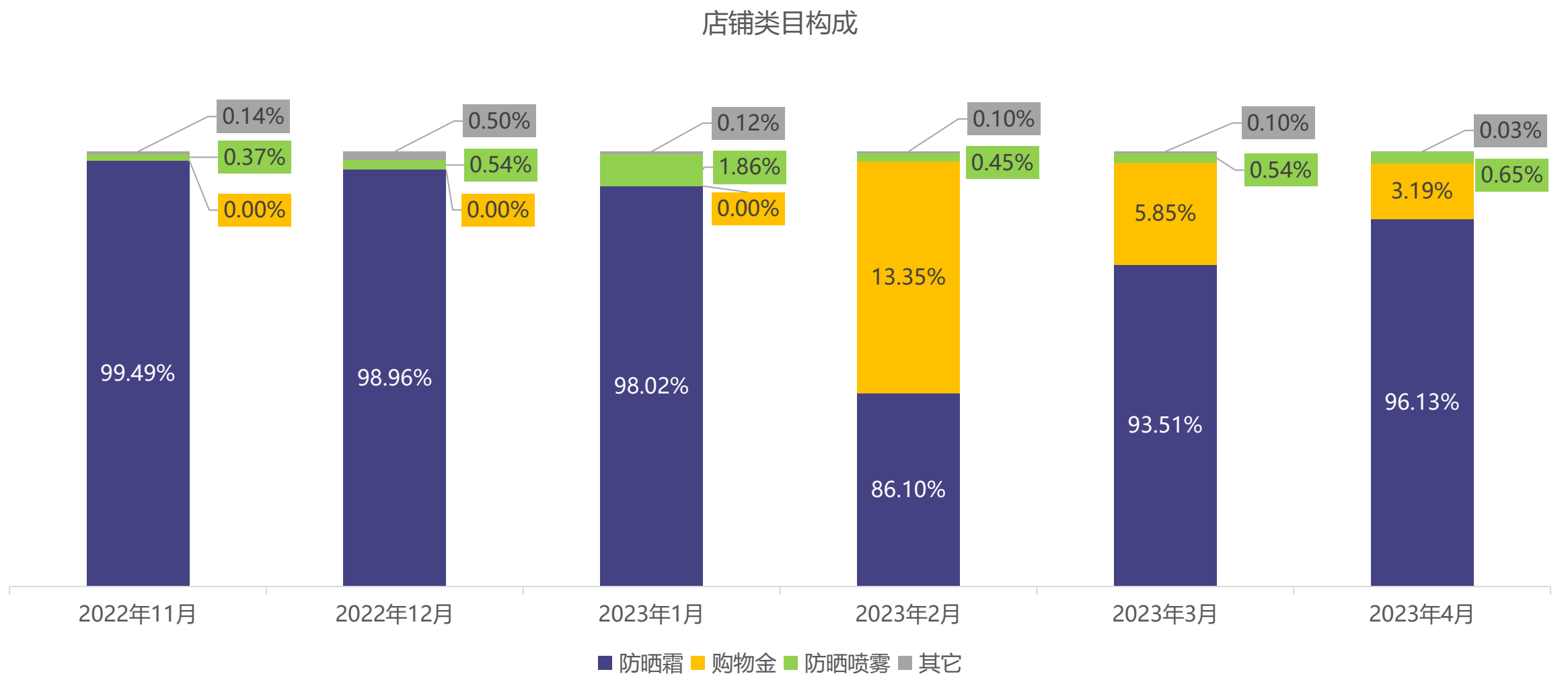


做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

数据来源：生意参谋；

店铺主要售卖**防晒霜**品类产品，月度成交占比除了2023年2月，其余月份均**大于90%**



ANESSA安热沙官方旗舰店—TOP3商品（2023年4月）

ANESSA安热沙官方旗舰店TOP1商品“安热沙小金瓶”，4月份销售额达1154.7万元，占比达26.42%，其中TOP3商品为防晒霜与防晒喷雾捆绑销售，比分别购买便宜60元

商品信息	【立即购买】安热沙小金瓶防晒霜	【李佳琦直播间】ANESSA/安热沙防晒啫喱	【立即购买】安热沙小金瓶防晒霜60ml喷雾60g耐晒乳
产品图			
id	521027319777	706211163132	564865621469
2023年4月销售额	1154.7万元	400.9万元	366.5万元
防晒指数与PA值	SPF50+PA++++	SPF50+PA++++	SPF50+PA++++
销售占比	26.42%	6.41%	5.86%
sku&价格	60ml&228元 120ml&436元	90g&248元	120g（60g防晒霜+60g喷雾）&316元
主要利益点	入会可领10元新会员礼包	入会可领10元新会员礼包	入会可领10元新会员礼包
品类	防晒霜	防晒霜	防晒霜&喷雾
核心卖点	超强防晒力 无惧水汗热	多种护肤成分 清香防护	轻薄质地 轻松卸除

ANESSA安热沙官方旗舰店—Top1单品概况（2022年3月-2023年4月）

“安热沙小金瓶”2022年3月销售额达峰值1470万元，2022年5月销售额排名第二，为1259.8万元，凭借“升级版水能防晒技术”“热能防晒技术”“光能量技术”吸引消费者

安热沙「小金瓶」防晒
防晒王者 高倍防晒守护

1 超强防晒
3重科技守护

2 抗光老化
50%+护肤成分*

3 肌肤轻负担
质地轻透秒成膜



商品名：**安热沙小金瓶**

id: **521027319777**

sku&价格: **60ml&228元**
120ml&436元

适用肤质: **任何肤质**

宣传卖点: **防水防汗，延长防晒时效**

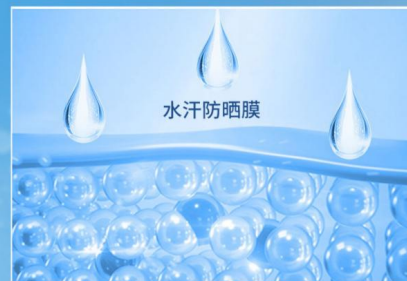
利益点: **入会领10元会员礼包**

科技1

升级版水能防晒技术

Aqua Booster EX

实现防水防汗 无惧摩擦

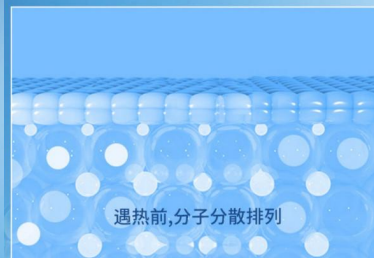


科技2

热能防晒技术

Thermo Booster

遇光热膜更强 无惧暴晒



科技3

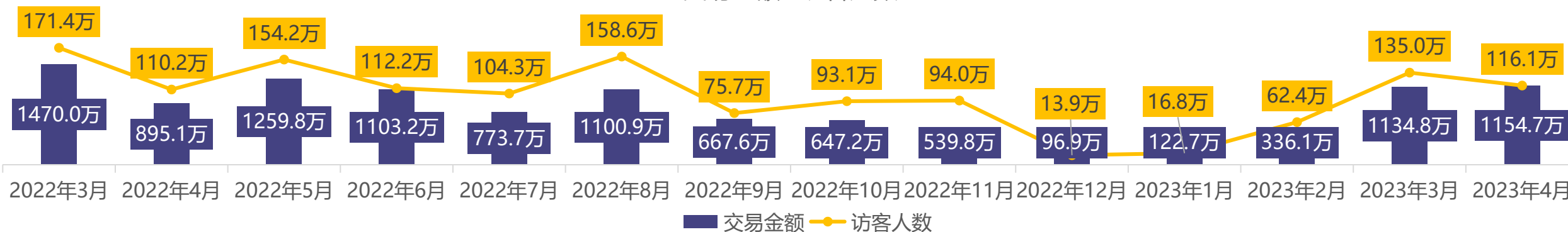
光能量技术

Photo Stamina

延长防晒时效 无畏光照



交易金额&访客人数



做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

数据来源：生意参谋；

Consulting
DATA INSIDER
解数咨询

“安热沙小金瓶”的付费引流渠道主要为直通车和品销宝，免费引流渠道主要为手淘搜索，成交渠道则主要为我的淘宝和品销宝

访客人数	付费				免费			CPS	
	引力魔方	万相台	直通车	品销宝	我的淘宝	手淘推荐	手淘搜索	手淘淘宝直播	淘宝客
2023年4月	185,541	59,072	402,467	263,572	60,328	159,155	180,328	51,331	25,774
2023年3月	124,895	36,837	428,052	243,996	68,728	151,626	206,641	58,875	69,925
2023年2月	58,453	33,539	214,592	143,015	36,524	67,708	80,760	28,499	9,653
2023年1月	8,196	4,553	58,212	49,329	10,999	3,433	26,193	4,407	1,866
2022年12月	6,918	3,397	49,873	24,929	10,285	3,490	13,936	3,415	2,874
2022年11月	100,560	67,624	124,174	65,112	45,082	59,395	46,045	25,893	20,772

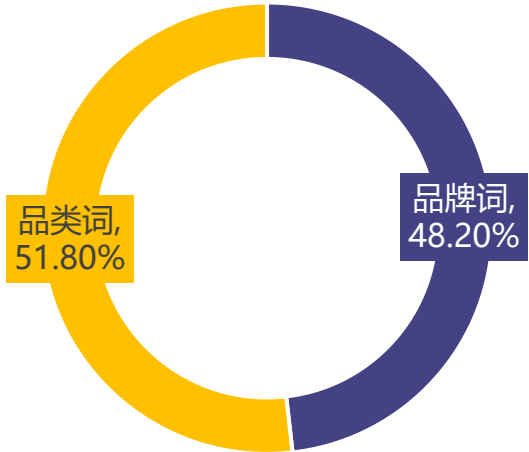
交易金额	付费				免费			CPS	
	引力魔方	万相台	直通车	品销宝	我的淘宝	手淘推荐	手淘搜索	手淘淘宝直播	淘宝客
2023年4月	421,455	850,445	1,842,640	3,404,468	1,426,230	399,108	1,881,011	532,768	2,083,525
2023年3月	190,940	319,006	1,631,735	2,412,832	1,735,643	275,051	1,401,742	535,830	4,769,262
2023年2月	70,857	279,894	544,415	887,884	549,329	100,222	441,819	186,527	248,532
2023年1月	5,898	104,952	212,398	403,020	186,119	22,194	213,799	53,288	64,444
2022年12月	7,066	31,376	220,017	236,308	161,190	16,008	123,929	36,489	66,865
2022年11月	172,382	780,997	464,758	864,895	897,310	155,447	494,290	325,291	414,379

“安热沙小金瓶”引流品牌词“安耐晒”访客数为**19654**，在引流关键词中排名**第二**，TOP20品牌词访客数占比为**48.2%**，占比相对较高，用户好评集中在**“清爽不刺激”**和**“成膜快”**

单品引流关键词TOP5和访客数

排名	引流关键词	访客数
1	防晒霜	34,136
2	安耐晒	19,654
3	防晒	16,532
4	安耐晒防晒霜	6,974
5	安热沙	6,110
6	安耐晒官方旗舰店	4,787
7	安热沙官方旗舰店	4,261
8	安热沙防晒霜	3,809
9	安耐晒旗舰店官方旗舰店	3,437
10	安热沙防晒	2,368

TOP20关键词访客数占比



买家评论精选



抖音电商-带货类

ANESSA/安热沙在抖音布局三个蓝V账号和1个小店，主要运营重心在安热沙官方旗舰店这个账号，粉丝数为96.9万，抖音小店销售额为2004.1万元

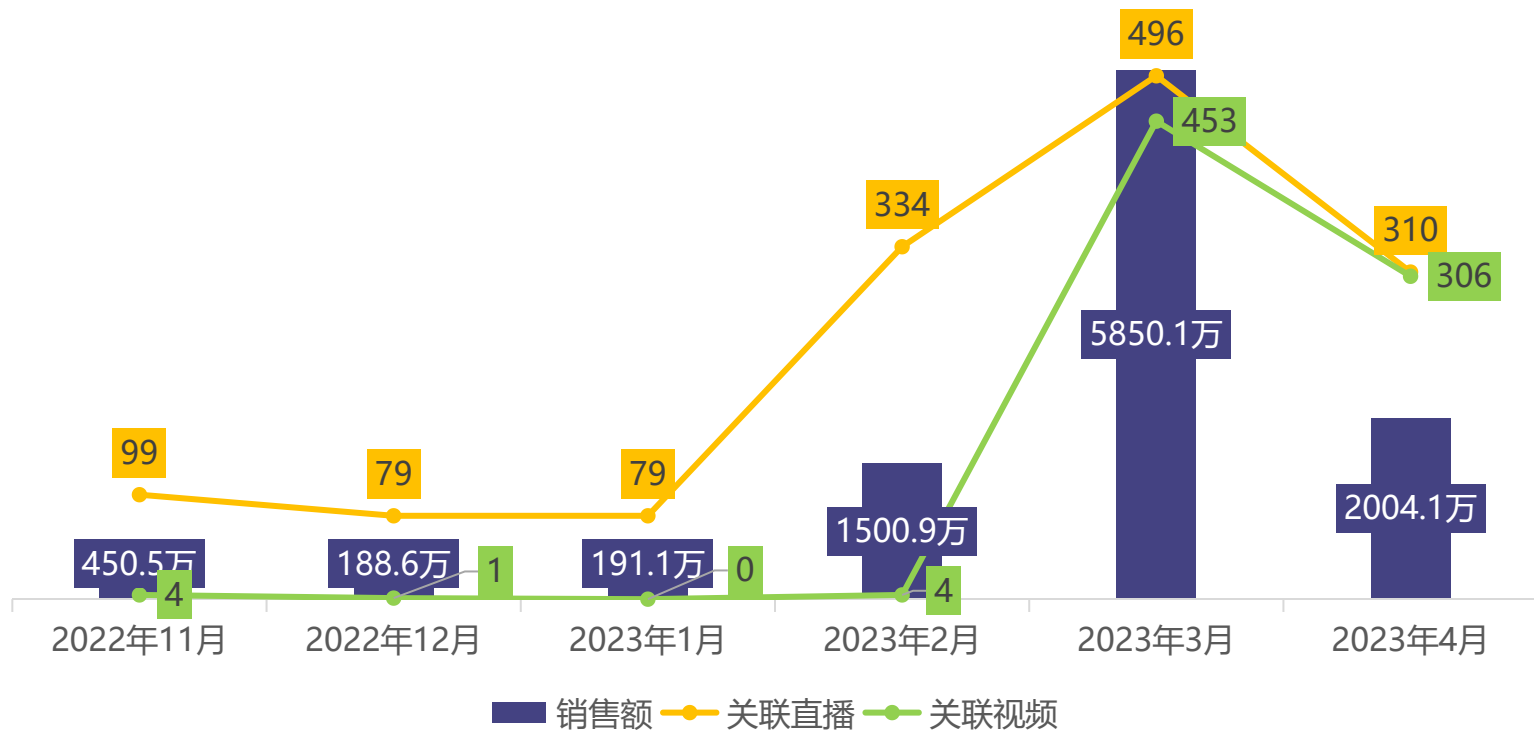


蓝V账号	粉丝数	抖店名	粉丝群	商品数	作品数	获赞	第一条动态发布时间	视频内容
安热沙官方旗舰店	96.9万	安热沙官方旗舰店	4	105	500	122.8万	2022/7/14	产品测评、产品介绍
安热沙官方旗舰店直播间	1.4万	安热沙官方旗舰店	0	105	38	9,172	2023/3/24	产品测评、产品推荐
ANESSA安热沙	33.3万	ANESSA安热沙的橱窗	1	9	348	73.4万	2018/4/20	产品介绍、优惠推荐、情景视频

小店	店铺体验分	客单价（元）	销量(件)	销售额（元）
安热沙官方旗舰店	4.98	209.63	9.6w	2004.1w

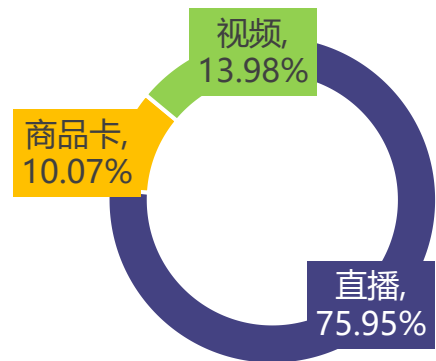
ANESSA/安热沙2023年3月销售额较2月增长了4350万元，销售额在2023年3月到达销售额峰值5850.1万元，带货方式主要为直播，占比75.95%，带货渠道主要为品牌自播和达人播，分别占比56.29%和43.12%

销售额&投放数据

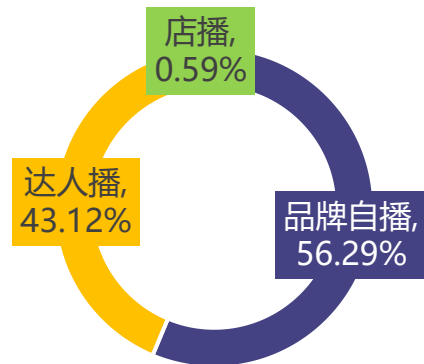


数据来源：蝉妈妈；
时间维度：2022年11月-2023年4月

近30天带货方式



近30天带货渠道



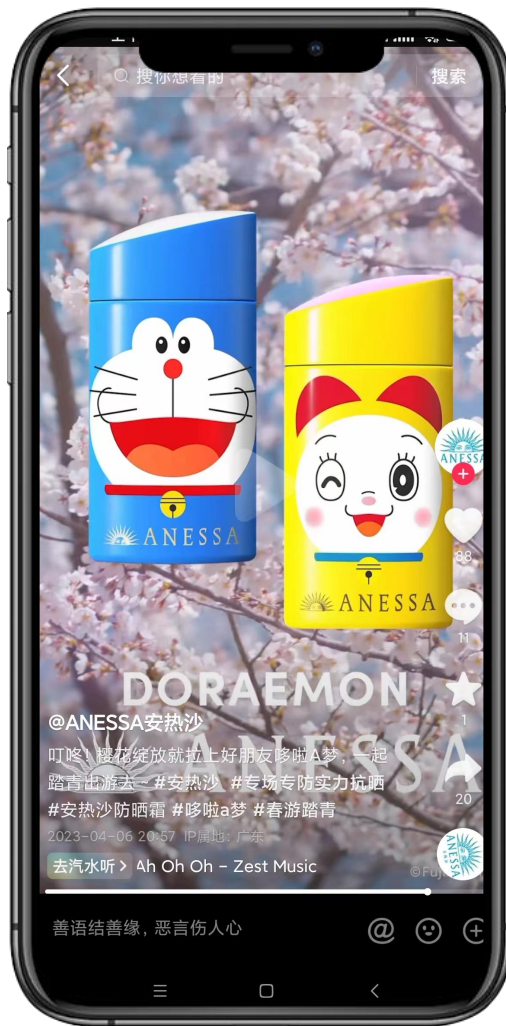
数据来源：蝉妈妈；
时间维度：2023.4.8-2023.5.7

ANESSA/安热沙-抖音-直播带货数据 (2023年4月)

品牌自播直播销售额最高场次为4月17日，其中当日销售额达109.8万元，比销售额排名第二的场次高出27万元左右，直播间利益点为20元优惠券

抖音直播带货Top10场次							
直播场次	关联达人	开播时间	观看人次	总商品数	品牌商品数	品牌销量	品牌销售额
春季不防晒，皮肤老得快，选防晒就选安热沙！！#安热沙	安热沙官方旗舰店	2023年4月17日	24.9w	28	26	5,046	109.8w
春季不防晒，皮肤老得快，选防晒就选安热沙！！#安热沙	安热沙官方旗舰店	2023年4月21日	21.5w	24	23	2,955	83.1w
春季不防晒，皮肤老得快，选防晒就选安热沙！！#安热沙	安热沙官方旗舰店	2023年4月18日	16.5w	26	25	3,124	67.2w
春季不防晒，皮肤老得快，选防晒就选安热沙！！#安热沙	安热沙官方旗舰店	2023年4月16日	12.2w	19	17	2,739	60.5w
春季不防晒，皮肤老得快，选防晒就选安热沙！！#安热沙	安热沙官方旗舰店	2023年4月19日	14.3w	26	25	2,680	57.8w
春季不防晒，皮肤老得快，选防晒就选安热沙！！#安热沙	安热沙官方旗舰店	2023年4月22日	15.3w	22	21	2,150	53.2w
很高兴认识你	泽西岛岛主	2023年4月17日	89.9w	38	2	3,554	39w
春季不防晒，皮肤老得快，选防晒就选安热沙！！#安热沙	安热沙官方旗舰店	2023年4月20日	10.3w	26	25	1,760	38.2w
春季不防晒，皮肤老得快，选防晒就选安热沙！！#安热沙	安热沙官方旗舰店	2023年4月11日	6.9w	20	19	1,529	34.1w
防晒专场~	骆王宇	2023年4月28日	97.4w	80	1	1,798	32w

视频以**产品测评与防晒知识**为主，主要是介绍产品并进行推荐

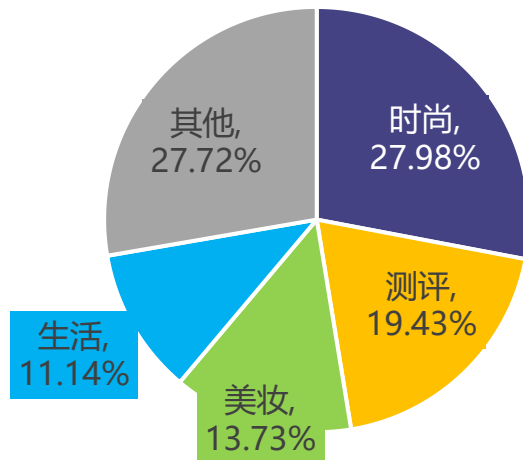


带货达人以**时尚**类为主，其次是**测评**类达人，2022年11月-2023年2月核心合作粉丝量级**10w-100w**的达人，2023年3月-2023年4月核心合作粉丝量级**<1w**的达人,其中除了官方旗舰店，带货效果最好的达人是**骆王宇**（头部达人），近180天销售额为**268.4万元**



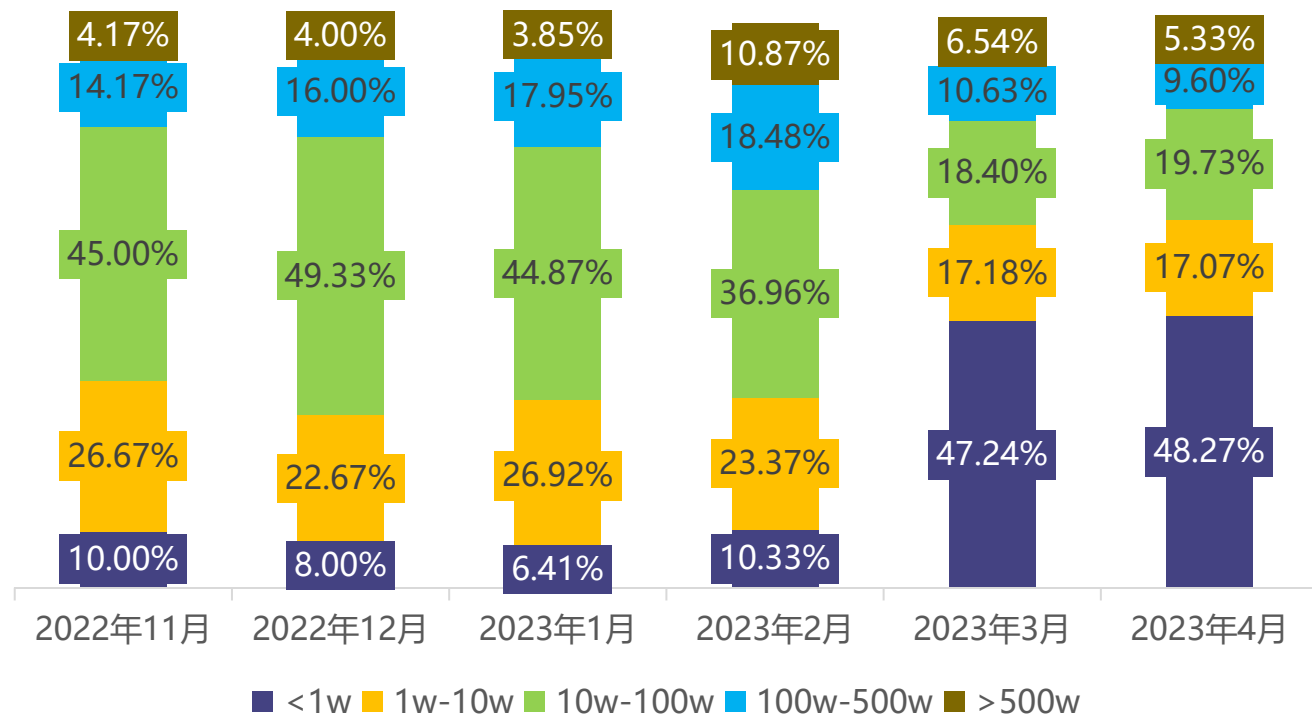
骆王宇||头部达人
粉丝数：2018.4万
近180天销售额：268.4万元

达人类型



数据来源：蝉妈妈；
时间维度：2022年11月9日-2023年5月7日

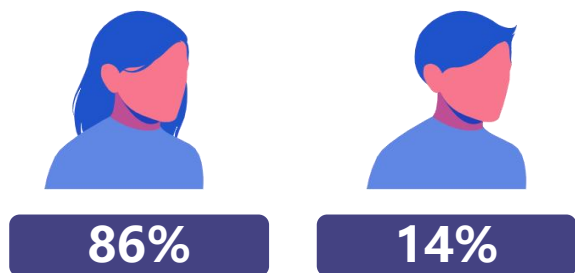
达人投放层级



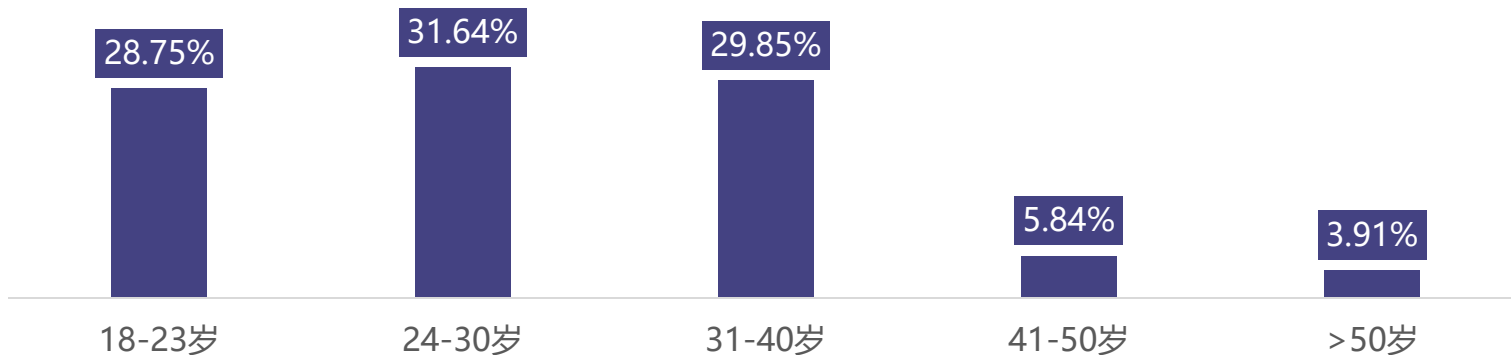
数据来源：蝉妈妈；
时间维度：2022年11月-2023年4月

安热沙在抖音的用户画像女性占比**86%**，年龄段18-23岁、24-30岁、31-40岁的人群占比相当，均占**三成左右**，其中24-30岁的人群占比**31.64%**，主要分布在**广东省、江苏省和四川省**

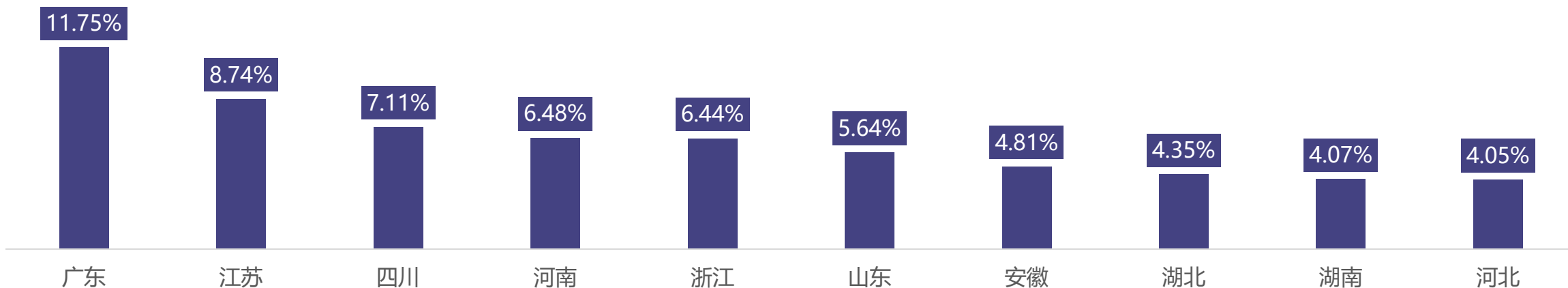
性别占比



年龄分布

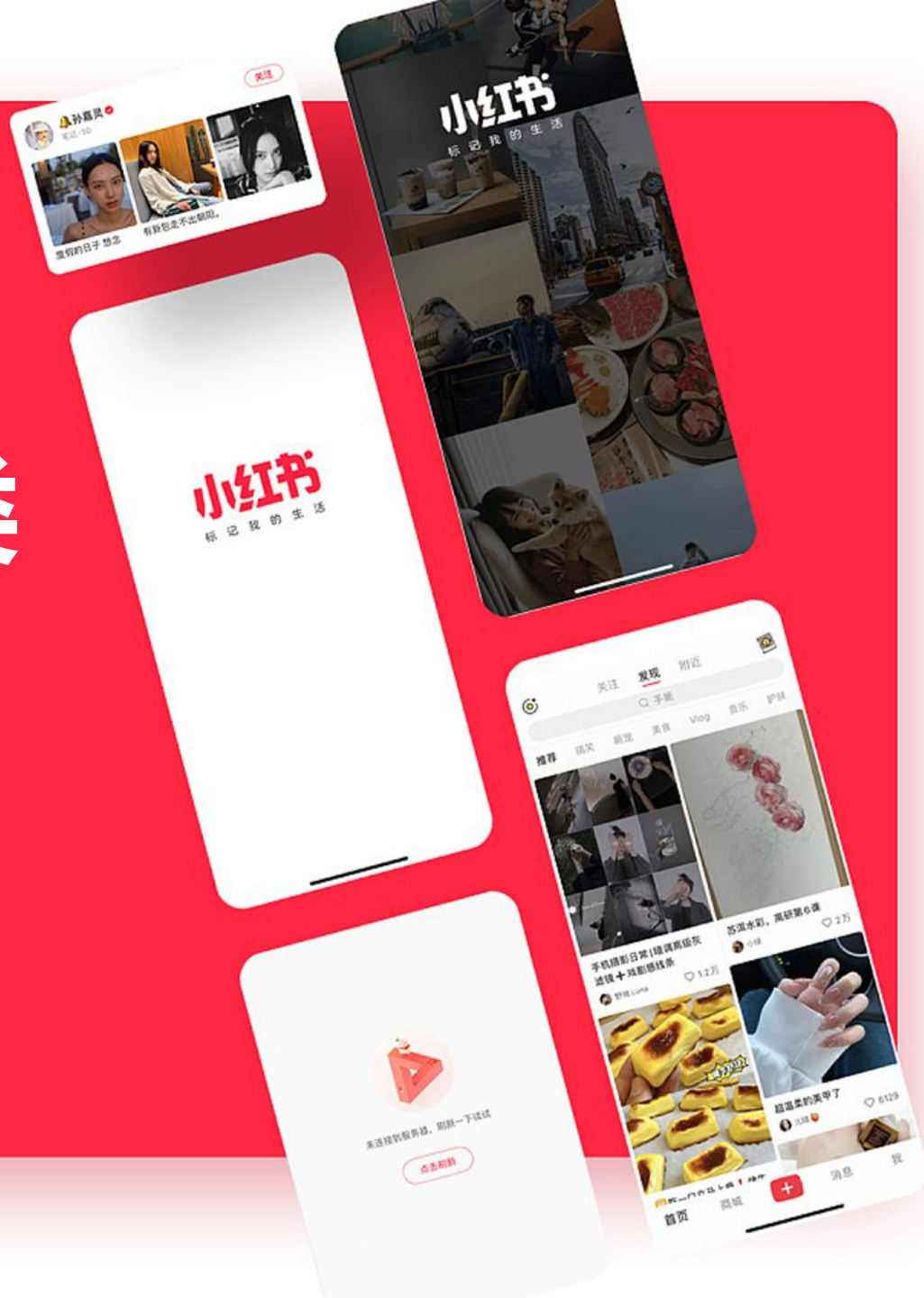


地域分布

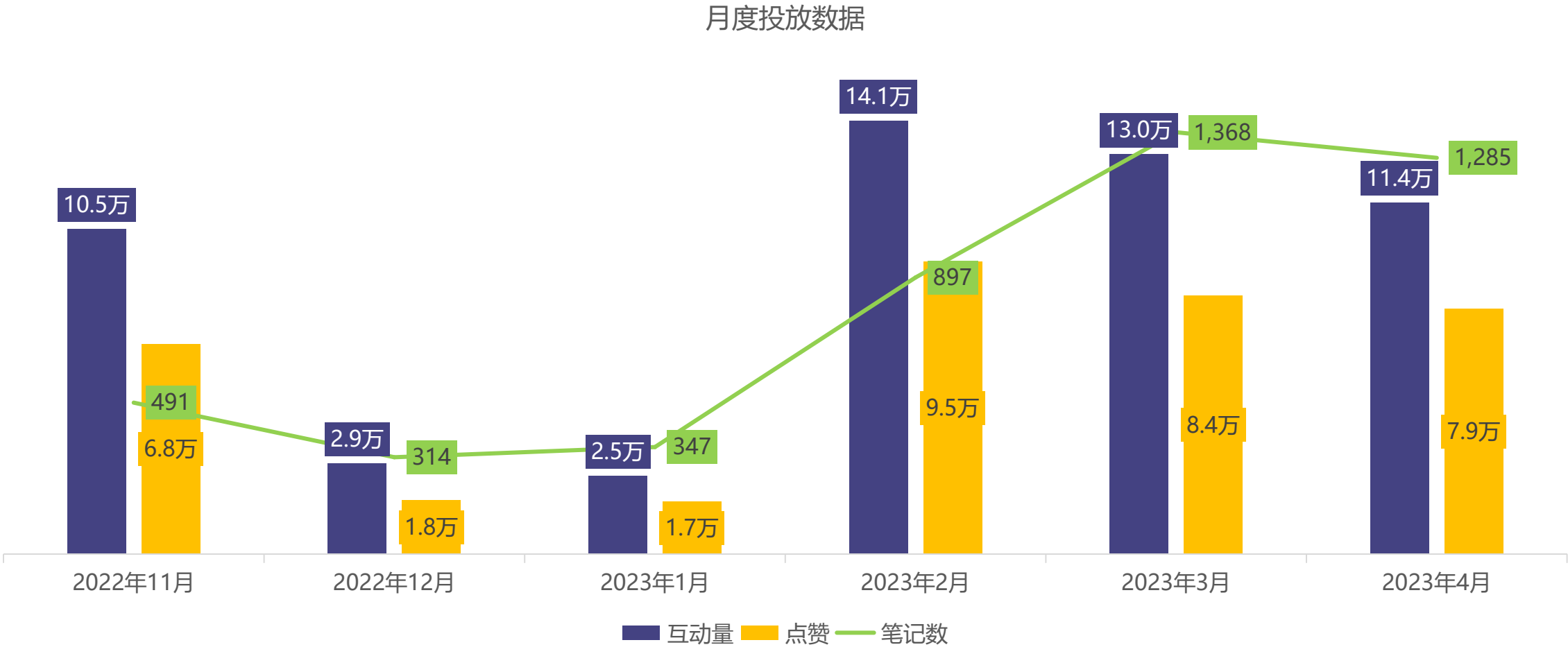


小红书 种草类

标记我的生活

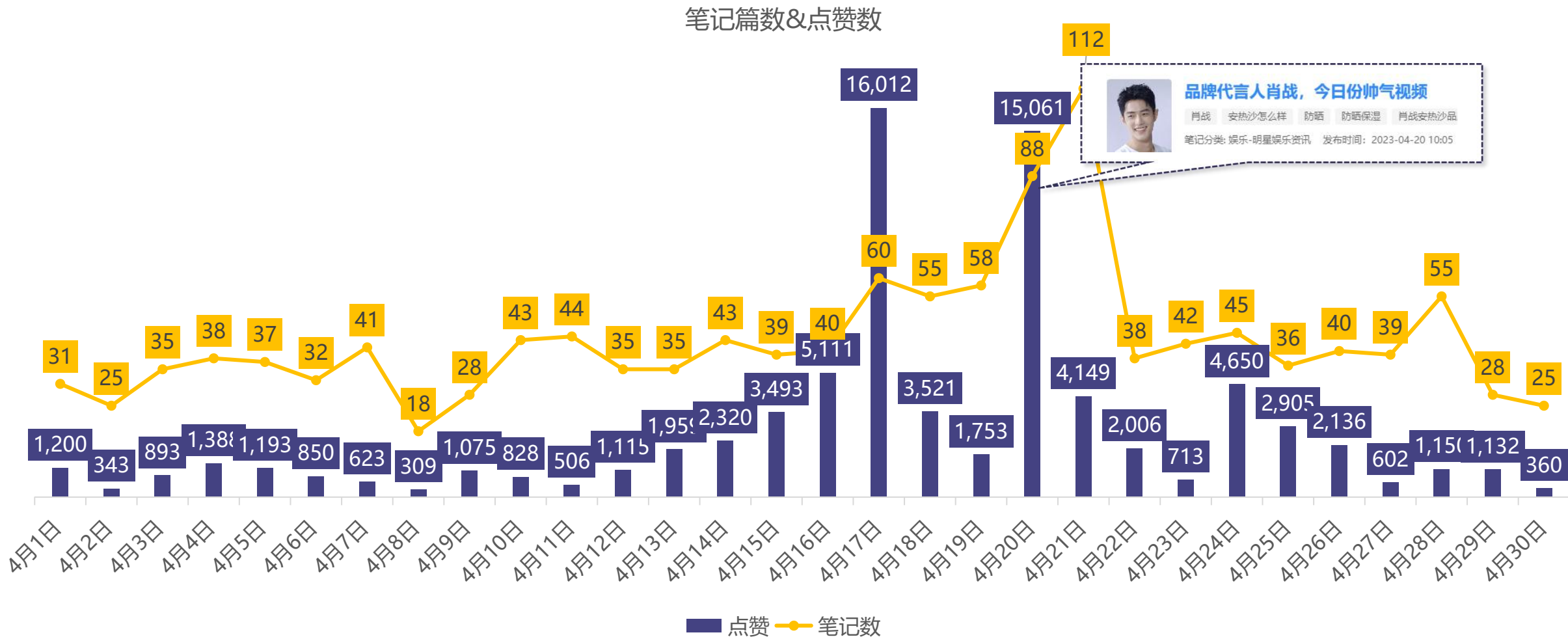


2023年2月互动量与点赞数**最高**，2023年2月-4月互动量与点赞数**不断下降**



安耐晒-小红书-笔记投放节奏 (2023年4月)

安耐晒在小红书平台**4月21日**投放笔记最多，为**112篇**，**4月17日**点赞数最高，为**1.6万**，四月互动量最高笔记为4月20日发布的“**品牌代言人肖战，今日份帅气视频**”



做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

数据来源: 千瓜数据

Consulting
DATA INSIDER
解数咨询

安耐晒-小红书投放笔记类型-笔记拆解 (2023年4月)

该笔记主要展示品牌代言人（肖战）出席商业活动；
笔记的评论中关于“肖战”的关键词占比为31.35%



 ANESSA 安热沙 关注

品牌代言人肖战，今日份帅气视频

🍉沙沙私藏已久的安热沙品牌代言人帅气视频来啦~~

🍉哦莫~哦莫~是谁心动了我不说!! 更多心水放送请锁定 @ANESSA 安热沙 哟~~

#肖战安热沙品牌代言人 #喝饱水防晒保湿超耐晒 #防晒世家安热沙 #专场专防实力抗晒

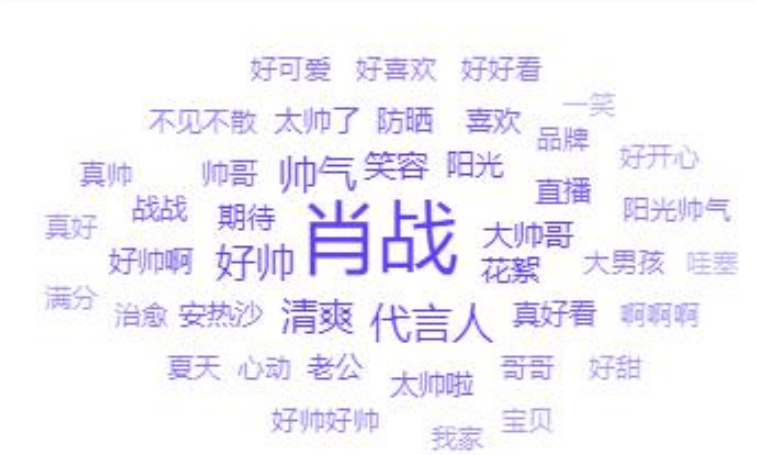
04-20

共 100+ 条评论

 bluetears1005
肖战 🍉🍉

04-20 北京 10+

评论	占比
肖战	31.35%
代言人	9.13%
好帅	8.13%
帅气	7.94%
清爽	6.35%

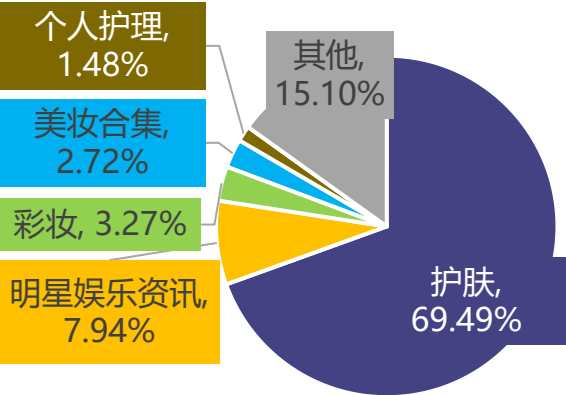


Top1商业笔记主要通过产品展示和产品测评推广产品

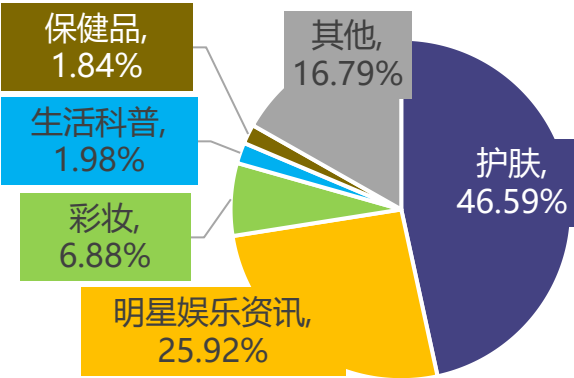


4月份核心投放**护肤**相关的笔记，且互动效果好，笔记内容形式以图文笔记为主，且互动效果好，关键词搜索中品类词“**防晒**”占比**最高**，为**7.19%**

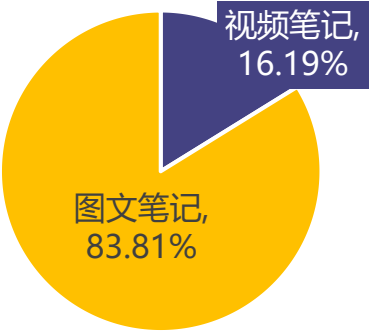
笔记分类



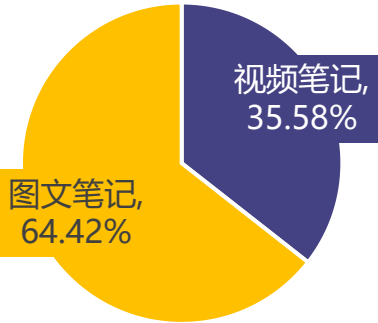
笔记分类互动量



笔记内容形式



笔记内容形式互动量



关键词	笔记数	笔记内容 关键词占比
防晒	800	7.19%
安耐晒	692	6.22%
安热沙	571	5.13%
防晒霜	363	3.26%
夏天	179	1.61%

安耐晒品牌的受众群体特征主要为**“18-24岁” (68.85%)** **“女性” (85.05%)**，主要集中在**广东地区**，受众群体的标签主要为**“爱买彩妆党”** **“专注护肤党”** 和**“流行男女”**，受众群体的关注焦点主要为**“护肤”** 和**“彩妆”**

性别占比



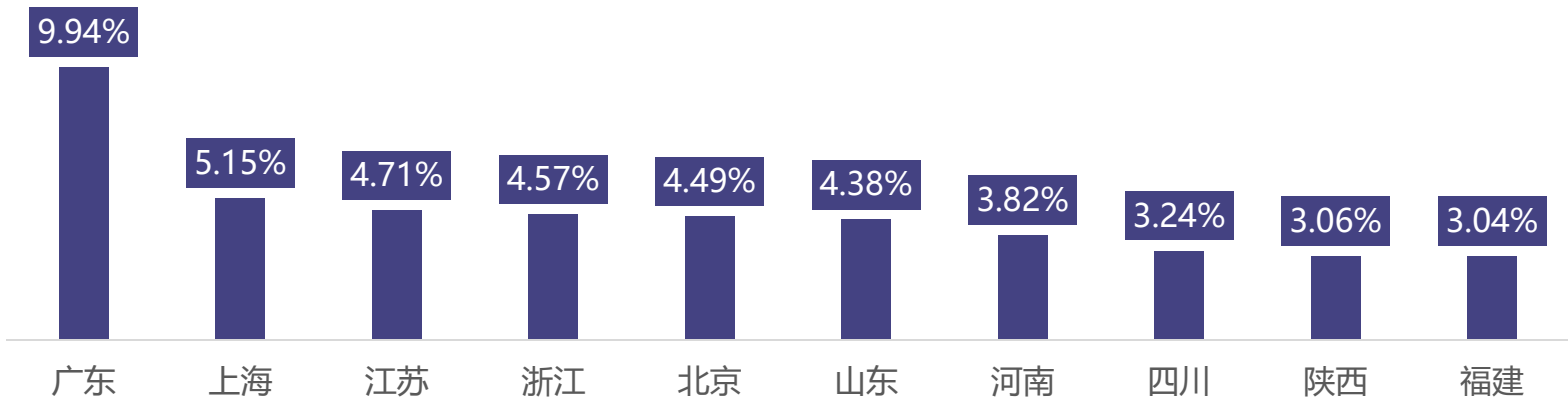
粉丝人群标签



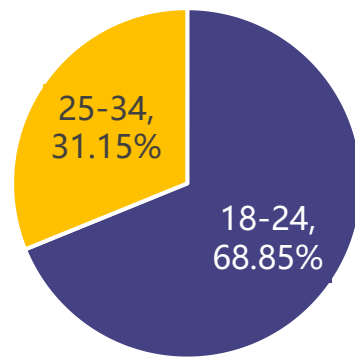
粉丝关注焦点



地域分布



年龄分布



热门品牌调研-美康粉黛

美康粉黛——传承传统·独特秘方



自信

CONFIDENCE

创意

CREATIVITY

东方美

ORIENTAL BEAUTY

自由

FREEDOM

健康

GOOD HEALTH

品牌愿景

让中国美更美，传承东方文化，创新东方美学，传播东方之美。

品牌使命

让美妆在中国文化传承上越走越远，让具有独特韵味的中国风成为潮流，让中国文化自信回归“东方美”。

品牌价值观

美康粉黛解构传统与现代美学概念，用现代性的视角与节奏重启东方文化，激活中国文化的独特之美。深琢中国色，妆尽东方美，复兴东方女性精神。

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

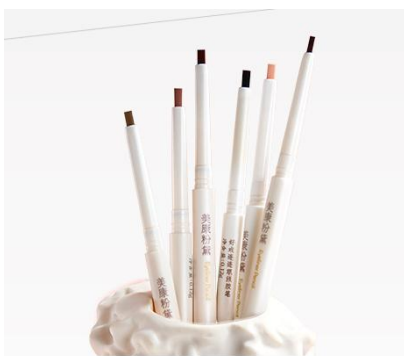
美康粉黛——传承传统·独特秘方



以天然草本为原料萃取的健康养肤美妆
东方韵味与现代美学的优雅碰撞
当代东方快时尚美妆
希望通过快速多元的产品和东方时尚的捕捉能力
可以完美诠释年轻人的生活态度



细腻柔焦 养肤定妆
美康粉黛「旷野玫瑰」散粉



1.5MM密贴椭圆笔头
美康粉黛「好戏连连」眼线胶笔



空气隔离 轻薄隐毛孔
美康粉黛「金风玉露」隔离霜



不含一滴矿物油
美康粉黛「橙净零感」卸妆油

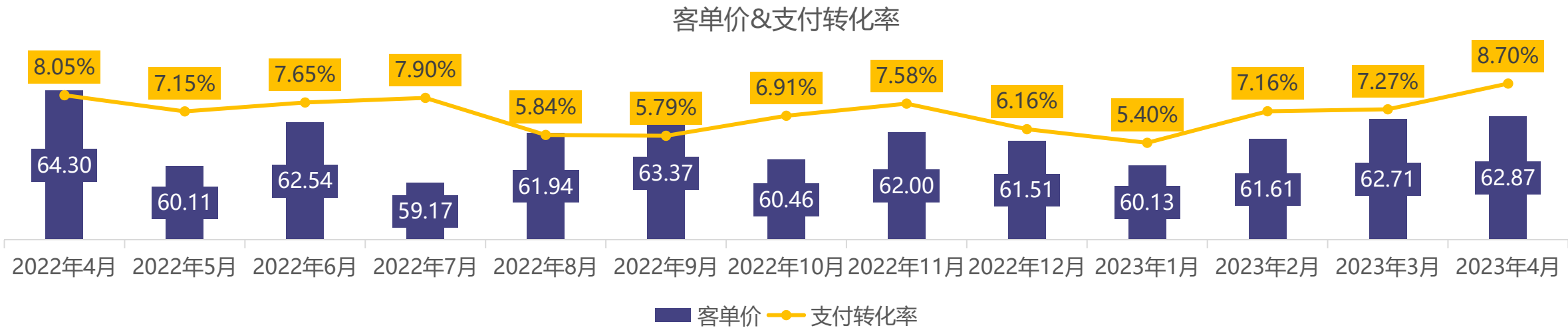
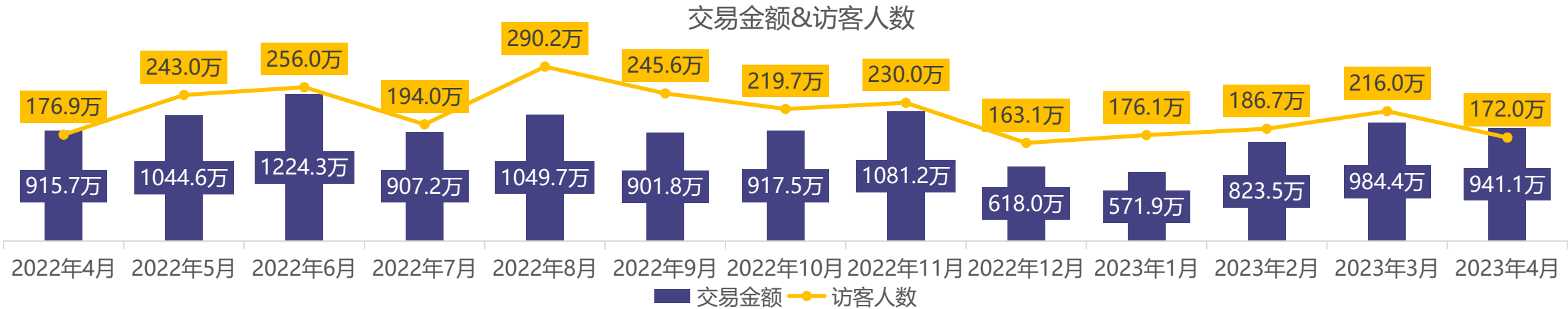
做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

淘内



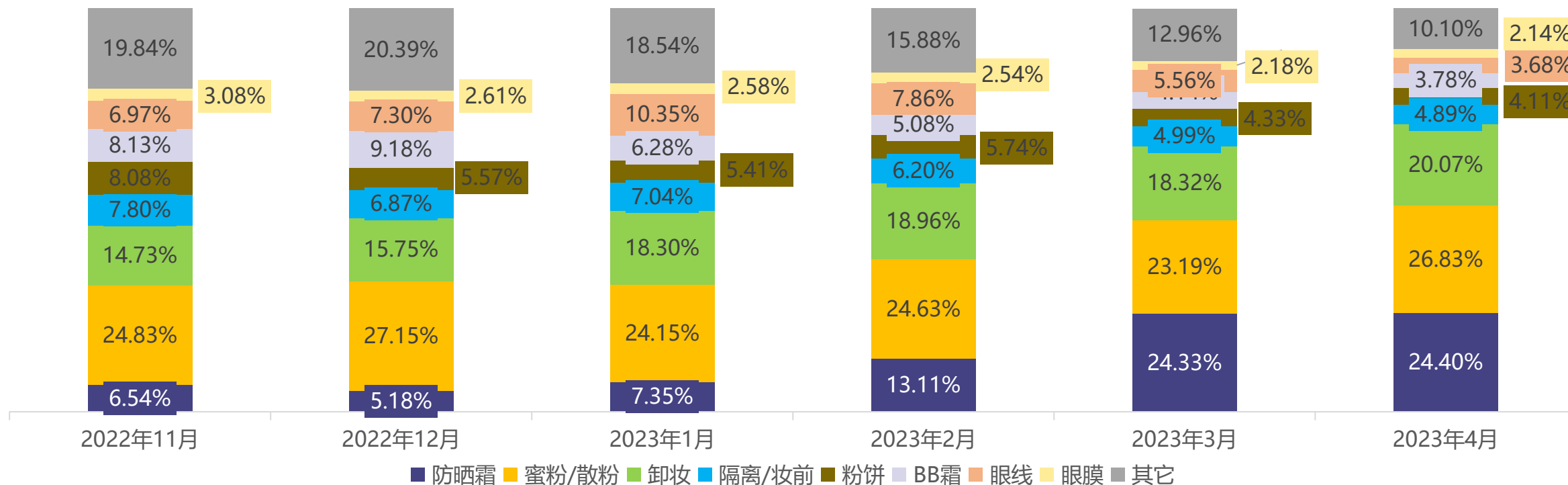
美康粉黛旗舰店受**618大促**影响，2022年6月店铺交易金额达**1224.3万元**，在近12个月排名**第一**，客单价基本保持在**60元左右**



美康粉黛旗舰店—店铺布局 (2022年11月-2023年4月)

店铺主要售卖品类有蜜粉/散粉，卸妆，防晒霜，其中从**2月**开始防晒霜的成交占比**开始提升**，2023年2月占比为13.11%，3月-4月占比**在25%左右**

店铺类目构成



美康粉黛旗舰店TOP1商品“**美康粉黛散粉**”，4月份销售额达**242.5万元**，占比达**25.77%**，
TOP2商品“**美康粉黛防晒霜**”，4月份销售额达**193万元**，占比达**20.51%**

商品信息	美康粉黛散粉持久控油防水定妆粉饼不脱妆 油皮干皮干粉晚安粉蜜粉	美康粉黛防晒霜女面部隔离霜敏感肌二合一 防紫外线旗舰店官方正品	美康粉黛卸妆油女温和敏感肌卸妆水液卸妆 膏乳化快正品旗舰店官方
产品图			
id	2254868330	586767362282	622113708386
2023年4月销售额	242.5万元	193万元	108.8万元
防晒指数与PA值	-	SPF50+PA+++	-
销售占比	25.77%	20.51%	11.56%
sku&价格	粉玫瑰（适合自然肤色）、白玫瑰（适合白 皙肤色）&49元 黄皮闪亮cp、白皮梦幻cp&59元 白玫瑰（米白提亮妆效）、限定色（透明感 不挑肤）&69元	30g（到手60g）&59元（券后49） 联名40ml（到手92g）、40g（到手92g） &79元（券后69）	80ml&69元（券后49） 150g定制款、150ml大容量&89元（券后 69）
主要利益点	商品券满138减10 满98减29 入会可领5.01元新会员礼包	满1件加赠 商品券满59减10 入会可领5.01元新会员礼包	商品券满69减20 入会可领5.01元新会员礼包
品类	蜜粉/散粉	防晒霜	卸妆
核心卖点	玫瑰养肤粉 无油光更持妆	轻薄不搓泥 自然不假白	瞬间乳化 以油溶油

美康粉黛旗舰店—Top2单品概况 (2022年4月-2023年4月)

“美康粉黛防晒霜” 2023年3月销售额达峰值195.7万元，环比增加100%，凭借“温和配方”“0酒精添加”“高倍物化结合配方”吸引消费者

选用进口防晒剂 防晒更有效

好的防晒剂拥有更杰出的光稳定性、
防晒效果更好

高倍物化结合防晒霜

硬核无死角防晒

比纯物理防晒肤感更清爽，更好涂抹
比纯化学防晒更温和，减轻肌肤压力

SPF50+PA+++

全光谱防晒

阻挡UVA-UVB

防晒伤 防晒黑

- 四季可用
- 0酒精添加
- 温和配方



商品名：**美康粉黛防晒霜**

id: **586767362282**

sku&价格: **30g (到手60g) &59元 (券后49)**

联名40ml (到手92g) &79元 (券后69)

40g (到手92g) &79元 (券后69)

适用肤质: **任何肤质**

宣传卖点: **乳霜做的高倍防晒**

利益点: **满1件加赠，商品券满59减10**

入会可领5.01元新会员礼包

交易金额&访客人数



做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

数据来源: 生意参谋;

“美康粉黛防晒霜”的付费引流渠道主要为直通车，免费引流渠道主要为手淘搜索，成交渠道则主要为我的淘宝、手淘搜索和直通车

访客人数	付费				免费			CPS	
	引力魔方	万相台	直通车	品销宝	我的淘宝	手淘推荐	手淘搜索	手淘淘宝直播	淘宝客
2023年4月	70,620	15,953	125,872	12,615	28,040	67,205	106,557	4,010	4,879
2023年3月	71,679	19,243	144,007	15,793	31,194	58,750	122,117	5,944	6,308
2023年2月	38,574	12,546	72,698	12,829	17,570	26,151	84,828	3,534	3,676
2023年1月	4,550	6,669	25,073	6,379	7,817	6,437	40,666	2,191	1,668
2022年12月	4,917	1,594	21,698	3,512	5,931	4,026	15,735	1,222	1,101
2022年11月	8,165	5,925	36,258	5,211	12,923	11,139	34,970	2,831	2,670

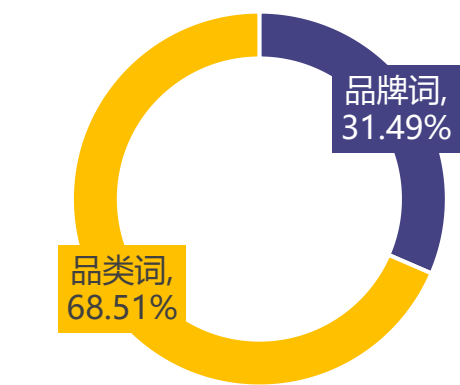
交易金额	付费				免费			CPS	
	引力魔方	万相台	直通车	品销宝	我的淘宝	手淘推荐	手淘搜索	手淘淘宝直播	淘宝客
2023年4月	153,828	93,118	704,926	89,158	250,131	98,241	461,997	27,922	102,530
2023年3月	163,328	171,998	583,108	103,054	269,172	106,163	514,803	37,073	112,642
2023年2月	67,009	83,419	203,980	66,688	148,512	44,626	288,157	20,778	62,160
2023年1月	6,117	39,881	79,842	32,807	72,163	14,079	151,070	15,692	26,259
2022年12月	12,129	12,247	83,312	21,380	53,021	7,870	62,973	10,083	17,267
2022年11月	22,075	50,865	155,084	38,592	101,838	20,045	138,328	22,688	42,210

“美康粉黛防晒霜”引流品牌词 “美康粉黛官方旗舰店” 访客数为7974，在引流关键词中排名第三，TOP20品牌词访客数占比为31.49%，用户好评集中在“持久度好”和“清爽”

单品引流关键词TOP5和访客数

排名	引流关键词	访客数
1	防晒霜	32,352
2	防晒	8,161
3	美康粉黛官方旗舰店	7,974
4	美康粉黛防晒霜	7,097
5	美康粉黛	5,228
6	防晒霜旗舰店官方正品	2,979
7	美康粉黛旗舰店官网	2,344
8	防晒霜热销榜	1,892
9	隔离防晒二合一	1,483
10	防晒霜女面部	1,306

TOP20关键词访客数占比



买家评论精选

- 持久度好
- 清爽

抖音电商-带货类

MEIKANG/美康粉黛在抖音布局**两个蓝V账号和1个小店**，
主要运营重心在**美康粉黛官方旗舰店**这个账号，粉丝数为**122.2万**，小店销售额为**4357.5万元**

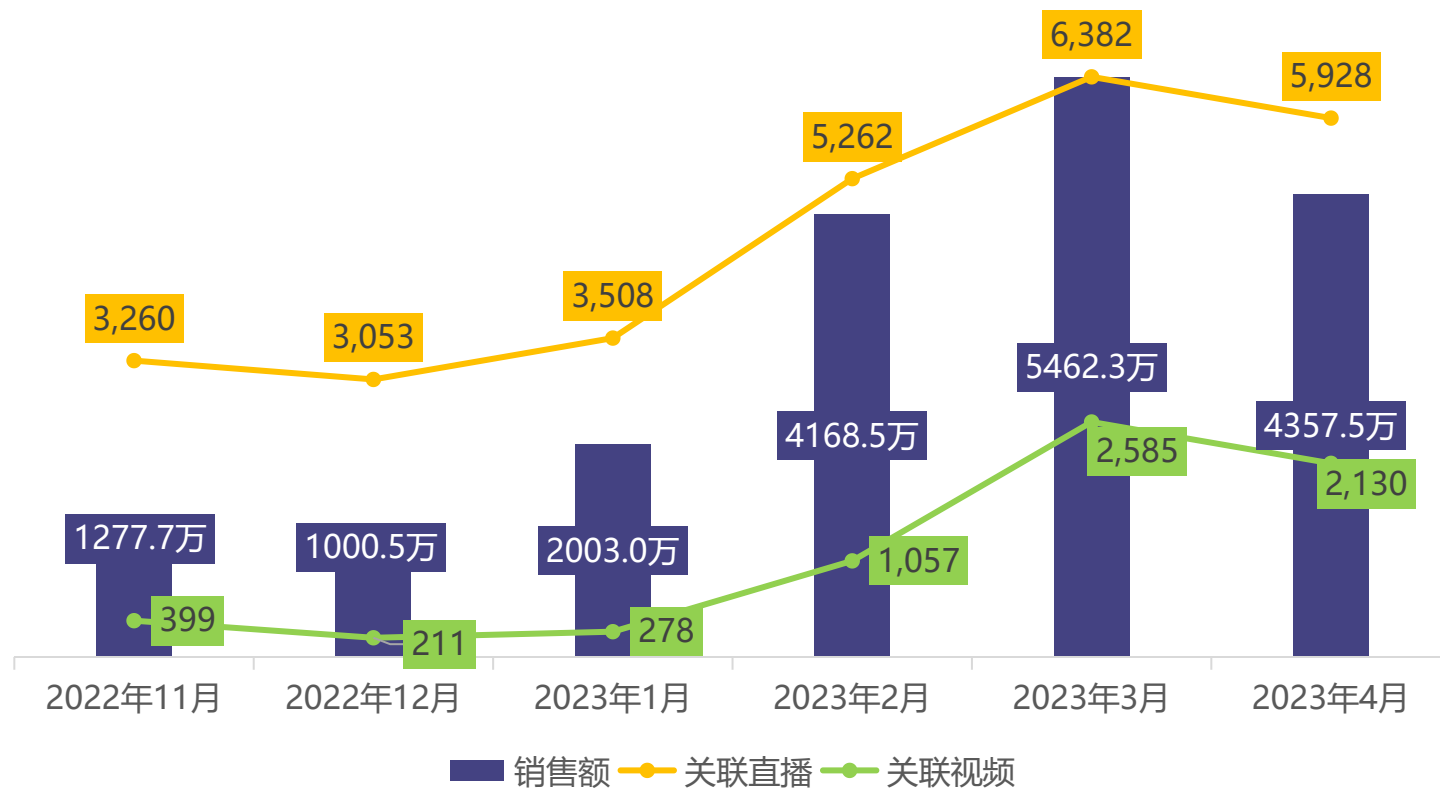


蓝V账号	粉丝数	抖店名	粉丝群	商品数	作品数	获赞	第一条动态发布时间	视频内容
美康粉黛官方旗舰店	122.2万	美康粉黛官方旗舰店	7	136	238	121.8万	2022/8/11	产品测评、产品介绍、情景视频
美康粉黛美妆官方旗舰店好物推荐	5.7万	-	1	-	29	18.3w	2022/1/4	产品测评、产品推荐

小店	店铺体验分	客单价 (元)	销量(件)	销售额 (元)
美康粉黛官方旗舰店	4.95	68.16	63.9w	4357.5w

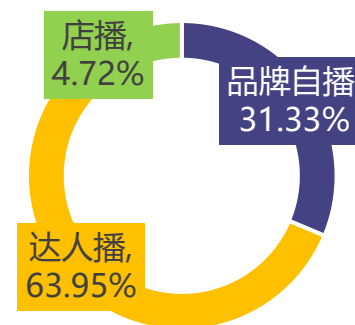
MEIKANG/美康粉黛2023年2月直播数为**5262**，较1月增长了**50%**，视频数为**1057**，较1月增长了**280%**，直接导致2023年2月销售额的明显增长，**2月较1月增长了2100万元**，销售额在2023年3月到达销售额峰值**5462.3万元**，带货方式主要为**直播**，占比**74.61%**，带货渠道主要为**品牌自播和达人播**，分别占比**31.33%和63.95%**

销售额&投放数据

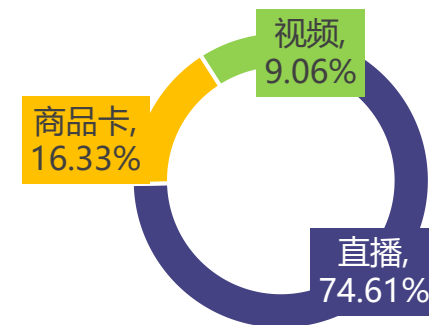


数据来源：蝉妈妈；
时间维度：2022年11月-2023年4月

近30天带货渠道



近30天带货方式



数据来源：蝉妈妈；
时间维度：2023.4.8-2023.5.7

品牌自播直播销售额最高场次为4月16日，其中当日销售额达**94.1万元**，比销售额排名第二的场次高出**22万元左右**，直播间利益点为**限时买69元30g防晒霜得120g防晒霜**

抖音直播带货Top10场次							
直播场次	关联达人	开播时间	观看人次	总商品数	品牌商品数	品牌销量	品牌销售额
美康粉黛防晒日，福利送不停，快进直播间！	美康粉黛官方旗舰店	2023年4月16日	47.4w	15	15	1.4w	94.1w
美康粉黛防晒日，福利送不停，快进直播间！	美康粉黛官方旗舰店	2023年4月18日	36.1w	15	15	1.1w	72.8w
美康粉黛防晒日，福利送不停，快进直播间！	美康粉黛官方旗舰店	2023年4月17日	29.3w	15	15	8,931	61.6w
美康粉黛防晒日，福利送不停，快进直播间！	美康粉黛官方旗舰店	2023年4月15日	31.6w	15	15	8,721	60.1w
美康粉黛防晒日，福利送不停，快进直播间！	美康粉黛官方旗舰店	2023年4月13日	29.6w	15	15	7,847	54w
美康粉黛防晒日，福利送不停，快进直播间！	美康粉黛官方旗舰店	2023年4月19日	28.5w	15	15	7,632	52.6w
美康粉黛防晒日，福利送不停，快进直播间！	美康粉黛官方旗舰店	2023年4月11日	21.6w	15	15	6,006	41.4w
美康粉黛防晒日，福利送不停，快进直播间！	美康粉黛官方旗舰店	2023年4月14日	20.8w	15	15	5,900	40.7w
美康粉黛防晒日，福利送不停，快进直播间！	美康粉黛官方旗舰店	2023年4月2日	18.7w	15	14	5,618	38.7w
美康粉黛防晒日，福利送不停，快进直播间！	美康粉黛官方旗舰店	2023年4月26日	20.6w	15	15	5,502	37.9w

MEIKANG/美康粉黛-抖音视频 (2023年4月)

视频以**产品测评与防晒知识**为主，主要是介绍产品并进行推荐



做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

带货达人以**时尚**类为主，其次是**测评**类达人，核心合作粉丝量级**<1w与1w-10w**的达人,其中除了官方旗舰店，带货效果最好的达人是**拉拉洋子**（中腰部达人），近180天销售额为**1253.3万元**

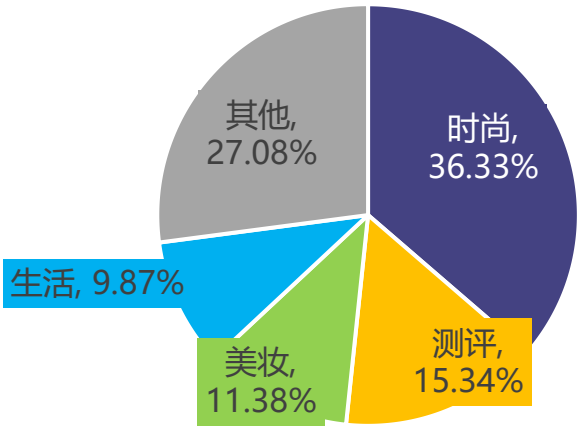


拉拉洋子||中腰部达人

粉丝数：99.7万

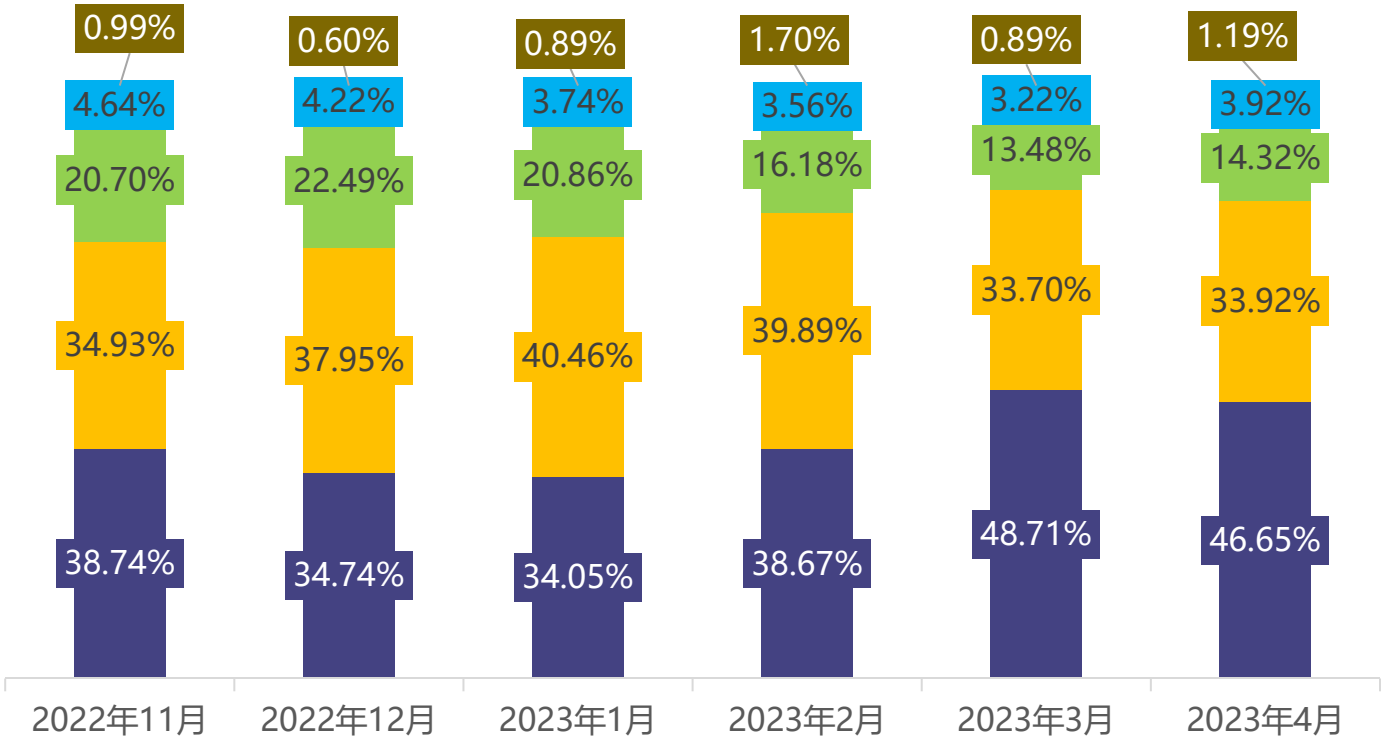
近180天销售额：1253.2万元

达人类型



数据来源：蝉妈妈；
时间维度：2022年11月9日-2023年5月7日

达人投放层级

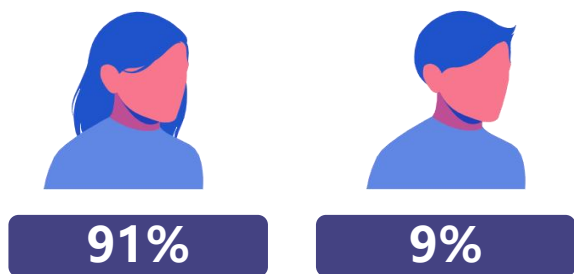


<1w 1w-10w 10w-100w 100w-500w >500w

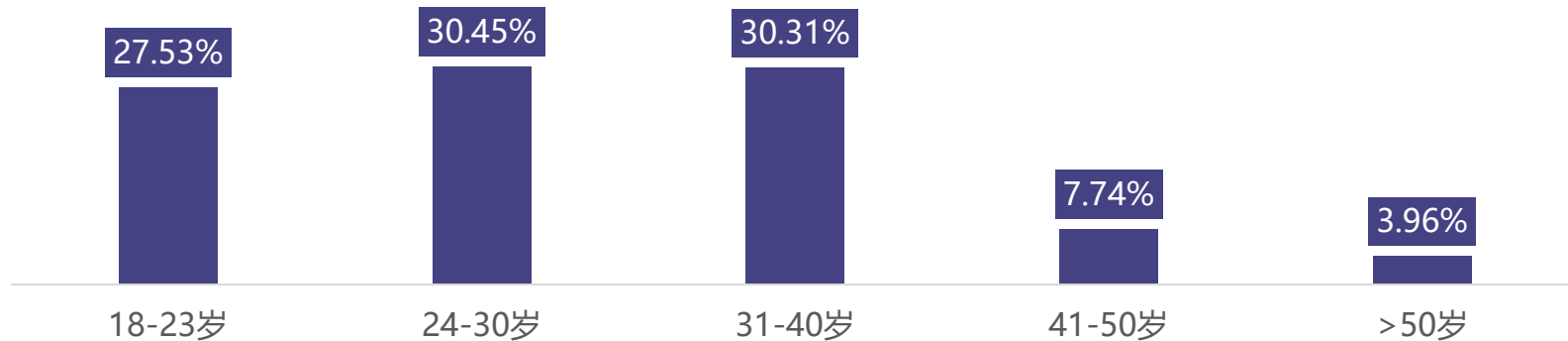
数据来源：蝉妈妈；
时间维度：2022年11月-2023年4月

美康粉黛在抖音的用户画像女性占比**91%**，年龄段24-30岁、31-40岁的人群占比相当，均在**三成左右**，主要分布在**河南省、四川省**

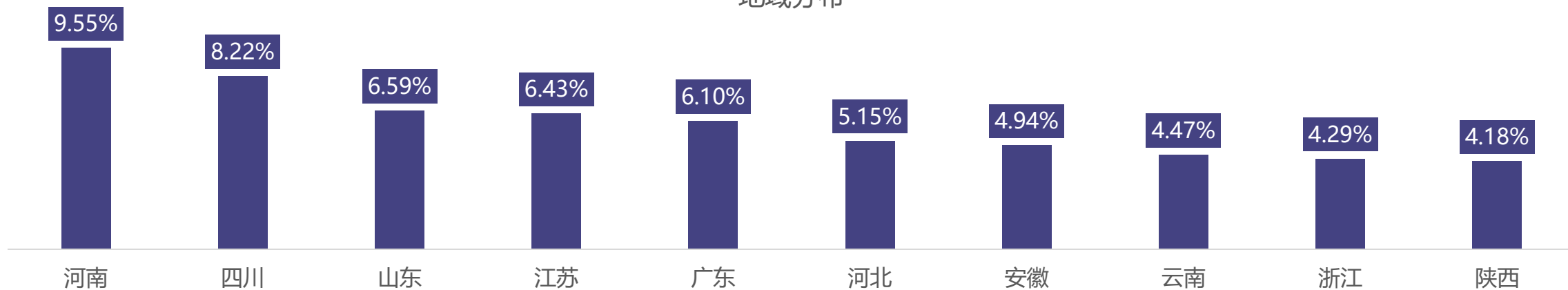
性别占比



年龄分布

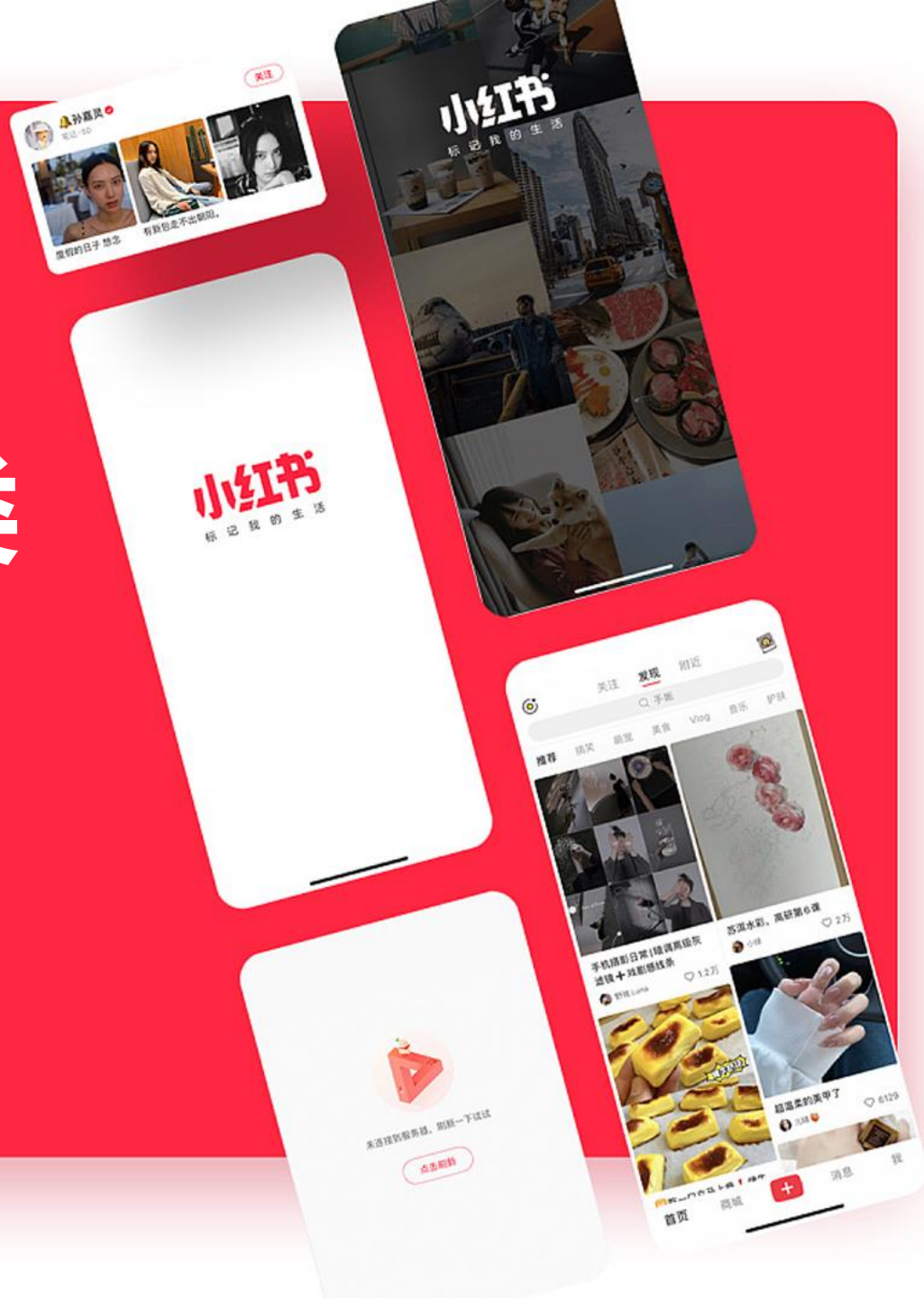


地域分布

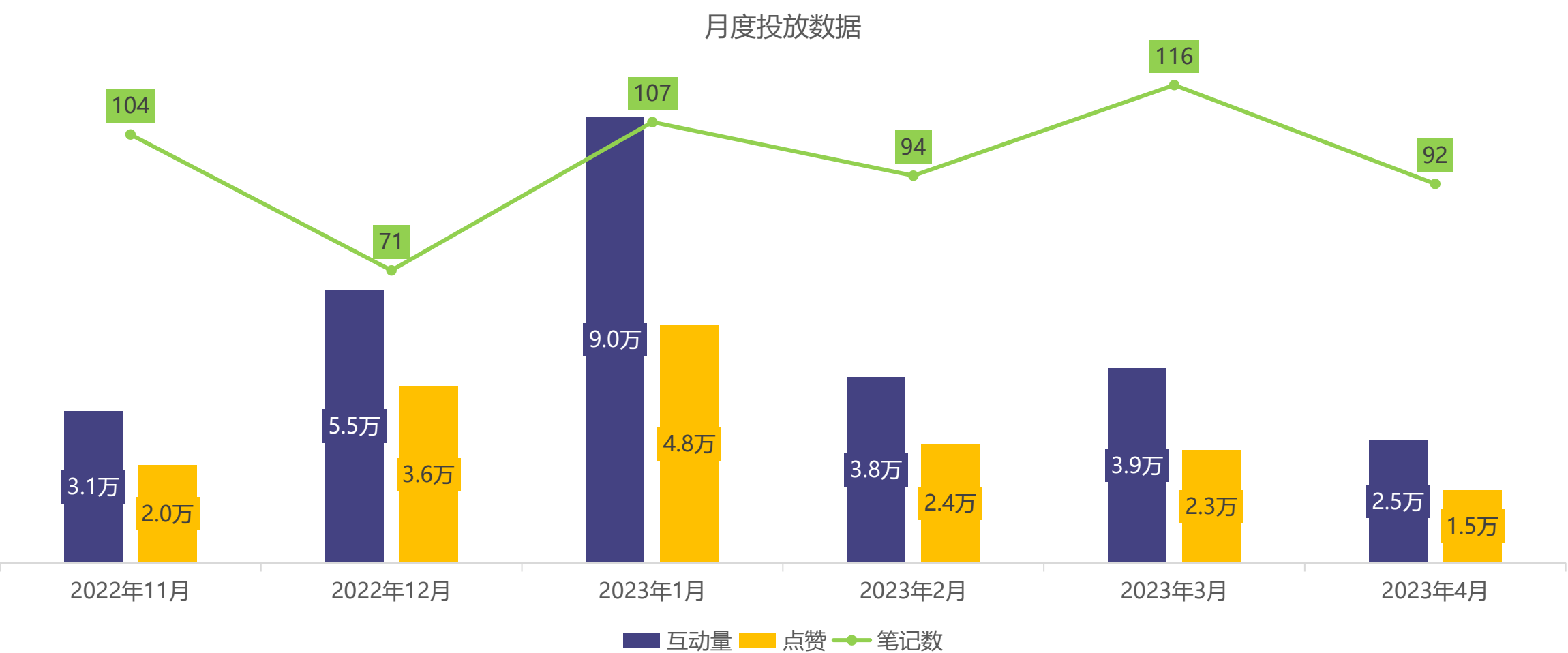


小红书 种草类

标记我的生活

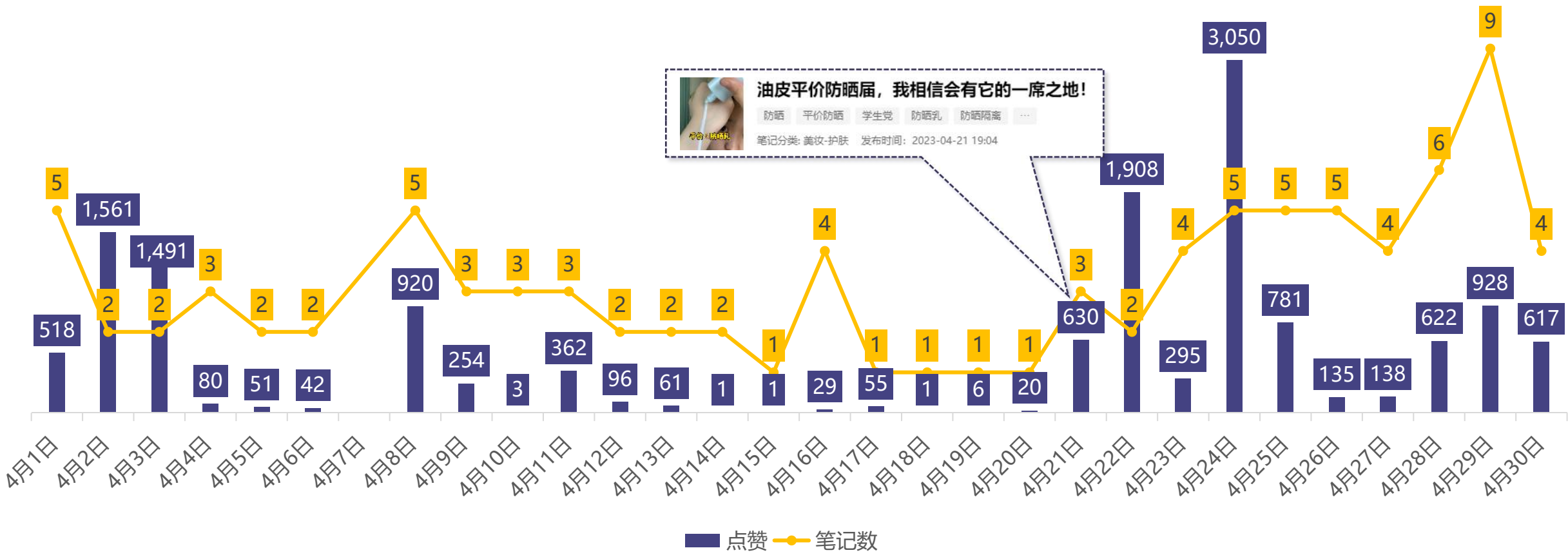


互动量与点赞数在2023年1月**最高**，从2023年1月开始，互动量与点赞数不断下降，在2023年4月达到**最低点**



美康粉黛在小红书平台**4月29日**投放笔记最多，为**9篇**，**4月24日**点赞数最高，为**3050**，
四月防晒相关互动量最多笔记为4月21日发布的**“油皮平价防晒届，我相信会有它的一席之地！”**

笔记篇数&点赞数



美康粉黛-小红书投放笔记类型-笔记拆解 (2023年4月)

该笔记主要通过产品展示和产品测评推广产品；笔记的评论中关于“油皮”的关键词占比为5.71%



油皮平价防晒届，我相信会有它的一席之地！

国货防晒真的选做越好了，在防晒值保证的同时肤感还能清爽不粘真的很不容易

ps：如果学生党平时懒得化妆可以直接把当时当作妆前！没啥问题！ @薯管家 @视频薯 @薯队长 @美妆薯 @薯条小助手 @小红书成长助手 @小红书创作学院 @小红书视频号 @小红书成长笔记 @美妆情报局

#学生党平价好物 #学生党必备 #pdd #平价防晒 #防晒 #每天涂防晒 #防晒分享 #防晒乳 #防晒测评 #军训防晒 #防晒隔离

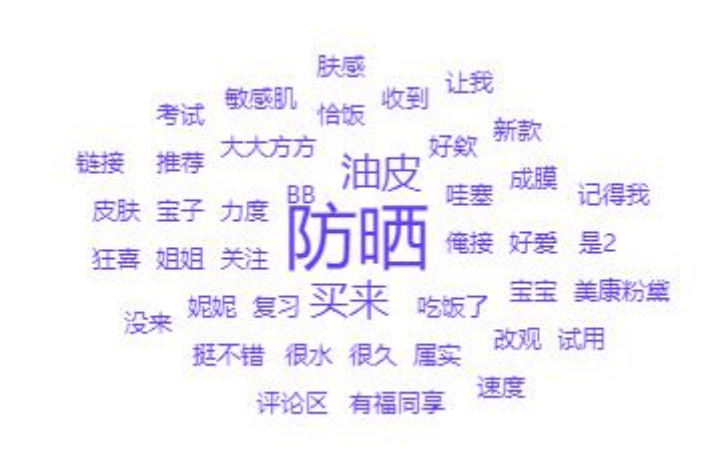
04-21

共 10+ 条评论

昏古七妮 作者

bb们~我吃饭了🍱从3月中旬收到开始试用的最终防晒力度 肤感 成膜速度各方面属实都挺不错😁俺接了 有福同享~44子2个油皮宝子！！

评论	占比
防晒	11.43%
买来	5.71%
油皮	5.71%
BB	2.86%
俺接	2.86%

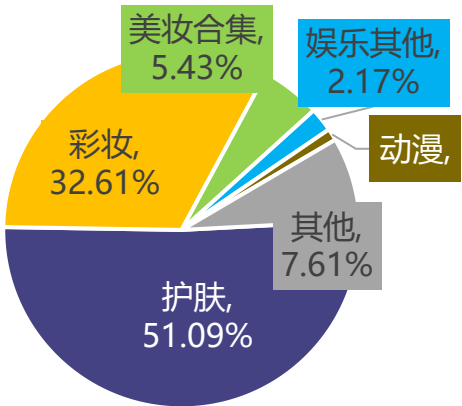


防晒相关非商业笔记以**代言人展示**，**产品测评与介绍**为主

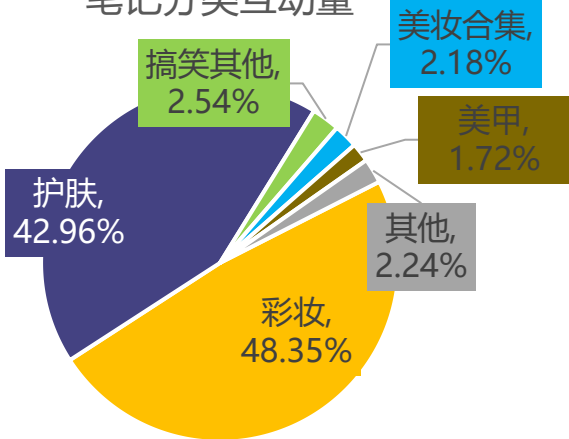


4月份核心投放**护肤**相关的笔记，且互动效果好，笔记内容形式以图文笔记为主，
但图文笔记与视频笔记互动量**基本相当**，关键词搜索中**品牌词“美康粉黛”占比最高，为12.79%**

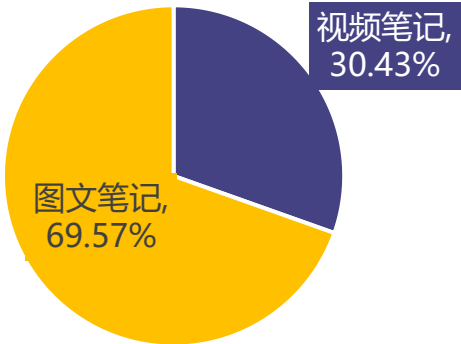
笔记分类



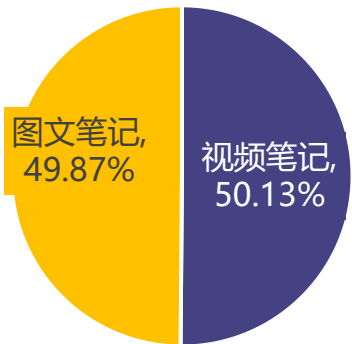
笔记分类互动量



笔记内容形式



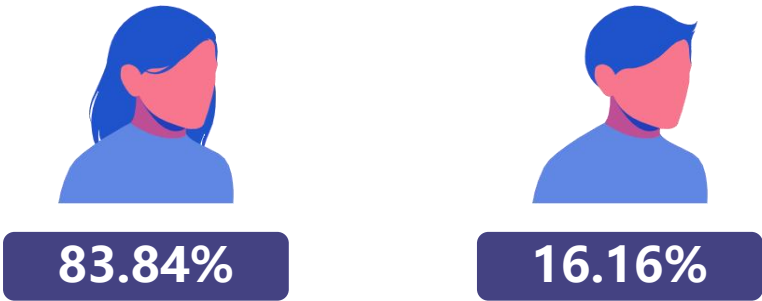
笔记内容形式互动量



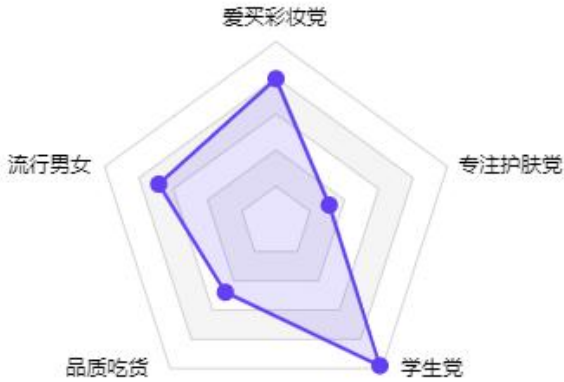
关键词	笔记数	笔记内容关键词占比
美康粉黛	84	12.79%
卸妆膏	21	3.20%
气垫	20	3.04%
防晒	18	2.74%
防晒霜	14	2.13%

美康粉黛品牌的受众群体特征主要为 “18-24岁 ” (56.04%) “女性 ” (83.84%) ，受众群体的标签主要为 “学生党” ，受众群体的关注焦点主要为 “护肤”

性别占比



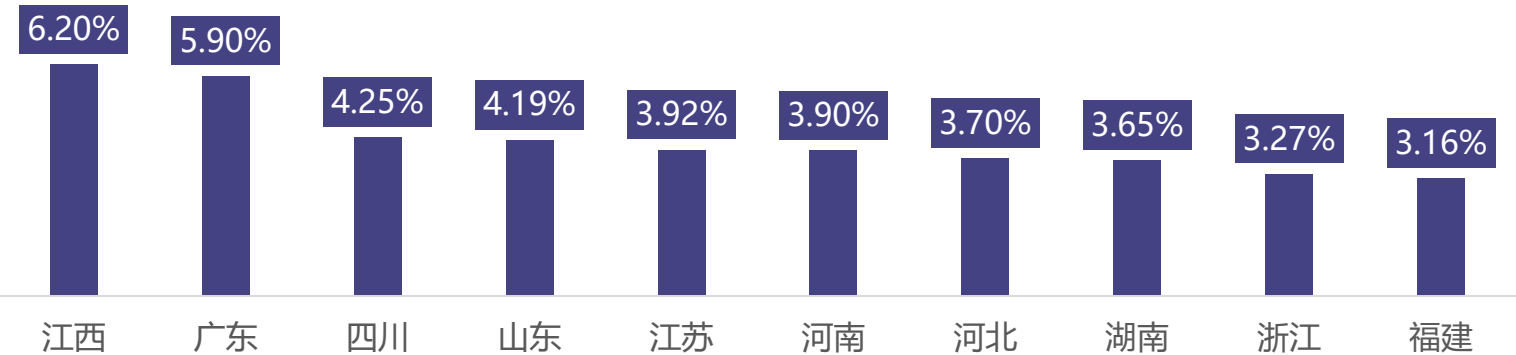
粉丝人群标签



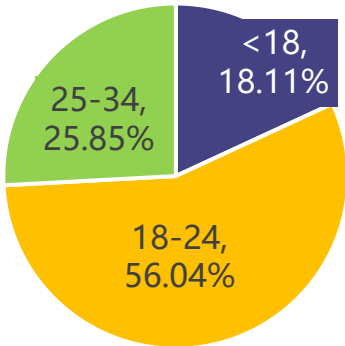
粉丝关注焦点



地域分布



年龄分布



淘内看点总结

3月交易金额同比

2023年3月

10.05亿元

-14.39%

2022年3月

11.74亿元

-2.09%

TOP1商品

Mistine小黄帽防晒霜乳



3月销售额

2795万元

用户画像

女 85.29% 年龄18-24 32.94% 广东 10.06%

1

该行业2021年在阿里渠道交易金额88.87亿，由于疫情的缓解，交易金额较2020年上升19.32%。2022年在阿里渠道交易金额82.96亿，由于新一轮疫情的加剧，交易金额较2021年下降6.65%。23年3月交易金额10.05亿，由于2023年3月疫情因素和甲流因素的双重影响，交易金额下降14.39%

2

2023年3月“Mistine小黄帽防晒霜乳”是TOP1商品，且销售额为2795万，TOP10单品中只有一个是国内品牌，为“薇诺娜”

3

淘内2023年4月的核心性别画像为女性，核心年龄画像为18-24岁，核心地域画像为“广东”

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

抖音&小红书看点总结

抖音TOP1商品

欧莱雅小金管防晒乳隔离

4月销售额



1000-2500万元

抖音用户画像

女 **81%** 年龄31-40 **36.44%** 河南 **10.36%**

小红书评论内容

品牌			成分			功效			需求痛点		
关键词	次数	占比	关键词	次数	占比	关键词	次数	占比	关键词	次数	占比
欧莱雅	504	3.16%	精华	1,261	8.80%	效果	1,838	9.70%	搓泥	898	5.54%
兰蔻	445	2.79%	有机	586	4.09%	护肤	727	3.84%	晒黑	813	5.01%
淘宝	402	2.52%	VE	511	3.56%	美白	688	3.63%	干皮	747	4.60%
安耐晒	361	2.26%	VC	395	2.76%	治愈	498	2.63%	油痘肌	512	3.16%
薇诺娜	356	2.23%	成分	365	2.55%	提亮	447	2.36%	油皮	502	3.09%

- 在抖音行业中，2023年4月抖音TOP10品牌的整体集中度为42.42%，其中“蜜丝婷”的销售额最高，达5000-7500万元，市占率达11%；抖音行业的防晒-TOP10商品中销售额最高的是“【董先生宠粉】欧莱雅小金管防晒乳隔离清爽预售”，平均成交价为279，依靠达人播起爆
- 抖音2023年4月的核心性别画像为女性，核心年龄画像为31-40岁，核心地域画像为“河南”
- 2023年4月小红书行业中，消费者关注的品牌占比最高是欧莱雅，占比3.16%，关注的核心成分有“有机”“VE”“VC”，关注的功效占比最高的是护肤和美白，分别占比3.84%和6.63%，需求痛点则主要针对皮肤状况的问题

品牌看点总结

MISTINE

天猫销售额MAX

2023年3月 1.04亿元

TOP1商品4月销售额

Mistine小黄帽防晒霜乳 3265万元

TOP1商品流量结构

访客：手淘搜索、直通车
成交：手淘搜索、我的淘宝、直通车

抖音销售额MAX

2023年3月 1.12亿元

小红书平台用户画像

女 86.99%，年龄18-24岁 60.71%
广东 9.72%

- ◆ Mistine海外旗舰店销售额最高为2023年3月，达到1.04亿元
- ◆ 2023年4月TOP1商品为Mistine小黄帽防晒霜乳，销售额为3265万元
- ◆ 2023年4月TOP1商品核心依靠手淘搜索、直通车吸引大量访客，依靠手淘搜索、我的淘宝、直通车成交
- ◆ 抖音平台销售额在2023年3月达到最高，为1.12亿元
- ◆ MISTINE在小红书平台2023年4月核心性别画像为女性，核心年龄画像为18-24岁，核心地域画像为“广东”

品牌看点总结

安热沙

天猫销售额MAX

2022年5月 9132万元

TOP1商品4月销售额

安热沙小金瓶 1155万元

TOP1商品流量结构

访客：直通车、品销宝、手淘搜索
成交：我的淘宝、品销宝

抖音销售额MAX

2023年3月 5850万元

小红书平台用户画像

女 85.05%，年龄18-24岁 68.85%
广东 9.94%

- ◆ 安热沙在天猫平台近13个月销售额最高为2022年5月9132万元
- ◆ 2023年4月TOP1商品为安热沙小金瓶，销售额为1155万元
- ◆ 2023年4月TOP1商品主要依靠直通车、品销宝、手淘搜索吸引大量访客，成交则主要依靠我的淘宝、品销宝
- ◆ 抖音平台销售额在2023年3月达到最高，为5850万元
- ◆ 安热沙在小红书平台2023年4月核心性别画像为女性，核心年龄画像为18-24岁，核心地域画像为“广东”

品牌看点总结

美康粉黛

天猫销售额MAX

2022年6月 1224万元

TOP2商品4月销售额

美康粉黛防晒霜 193万元

TOP2商品流量结构

访客：直通车、手淘搜索
成交：我的淘宝、直通车、手淘搜索

抖音销售额MAX

2023年3月 5462万元

小红书平台用户画像

女 83.84%，年龄18-24岁 56.04%
江西 6.2%

- ◆ 美康粉黛在天猫平台近13个月销售额最高为2022年6月1224万元
- ◆ 2023年4月TOP2商品为美康粉黛防晒霜，销售额为193万元
- ◆ 2023年4月TOP2商品主要依靠直通车、手淘搜索吸引大量访客，成交则主要依靠我的淘宝、直通车、手淘搜索
- ◆ 抖音平台销售额在2023年3月达到最高，为5462万元
- ◆ 美康粉黛在小红书平台2023年4月核心性别画像为女性，核心年龄画像为18-24岁，核心地域画像为“江西”



做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research





张杨

解数咨询创始人
剑桥大学经济学硕士
前麦肯锡咨询师

2016年创办电商品牌白又白，
6个月从零做到天猫类目TOP1，年营收1亿

扫码每周免费带你
分析一个行业



张杨品牌数据分析100讲

- 解数咨询—张杨第1讲：藏在用户行为中的机会——（HEGEN/贝亲/蒸汽眼罩/养生丸/天然粉粉/乐高）
- 解数咨询—张杨第2讲：季节性对线上消费的影响——（拖鞋/婴童用品/防晒护肤/戴可思/润本/高姿/娜丽丝/城野医生）
- 解数咨询—张杨第3讲：成为电商类目TOP的三种打法——（家居服/蕉内/野兽派/静韵）
- 解数咨询—张杨第4讲：功效护肤的三大机会点——（敏感肌/薇诺娜、医美术后修复/修丽可）
- 解数咨询—张杨第5讲：功效护肤的三大机会点——（孕婴护肤/婴童护肤/嫩芙/戴可思）
- 解数咨询—张杨第6讲：奶酪博士&小鹿蓝蓝打法分析——（奶酪博士/小鹿蓝蓝）
- 解数咨询—张杨第7讲：2022年淘系美妆行业挑战与机遇——（彩妆/护肤/欧莱雅/花西子）
- 解数咨询—张杨第8讲：小萌宠大赛道，2000亿宠物市场机会点分析——（宠物/PIDAN/阿飞和巴弟/伊利）
- 解数咨询—张杨第9讲：预制菜行业的第二春——（叮叮懒人菜/麦子妈）
- 解数咨询—张杨第10讲：智商税还是新蓝海？百亿美容仪市场拆解——（OGP）
- 解数咨询—张杨第11讲：2022年彩妆及护肤行业618复盘——（花西子、赫莲娜、薇诺娜、肌肤未来）
- 解数咨询—张杨第12讲：2022年护肤行业618大复盘——（赫莲娜VS薇诺娜）
- 解数咨询—张杨第13讲：2022年抖音生态下的新玩法——（东方甄选、花西子、Spes）
- 解数咨询—张杨第16讲：抖音四大打法拆解（上）——（肌先知、参半）
- 解数咨询—张杨第19讲：抖音四大打法拆解（下）——（人仁和匠心、欧莱雅）
- 解数咨询—张杨第20讲：抖音护肤2022半年度复盘——（HBN、欧诗漫）
- 解数咨询—张杨第21讲：抖音彩妆2022半年度复盘——（方里、柏瑞美）
- 解数咨询—张杨第22讲：抖音美妆品牌拆解专场——（夸迪）
- 解数咨询—张杨第23讲：抖音美妆品牌拆解专场——（珀莱雅）
- 解数咨询—张杨第24讲：2022美妆双十一预售大复盘——（薇诺娜、夸迪、彩棠）

扫码免费预约
每周直播分享+课件



张杨品牌数据分析100讲

解数咨询—张杨第25讲：蝉妈妈&解数咨询2022年双十一复盘：国货崛起的趋势与机会

解数咨询—张杨第26讲：blank me半分一品牌案例拆解

解数咨询—张杨第27讲：张杨叨叨叨-聊私域

解数咨询—张杨第28讲：张杨叨叨叨-2023如何抢占开年红利

解数咨询—张杨第29讲：张杨叨叨叨-电商品牌日常经营问题

解数咨询—张杨第30讲：2022年美妆行业年度数据复盘及2023年趋势预测——(珀莱雅、彩棠)

解数咨询—张杨第31讲： 数字化营销 - 情人节营销

解数咨询—张杨第32讲：数字化营销 - 如何打破低价魔咒

解数咨询—张杨第33讲：盘点海外美妆2022行业及品牌表现——（兰蔻、欧莱雅）

解数咨询—张杨第34讲：视频号是美妆品牌的“坑”或“宝”？

扫码免费预约
每周直播分享+课件



彩妆护肤

《揭秘花西子、Girlcult、薇诺娜、完美日记、橘朵、HFP流量的秘密》

《解数*42章经分享（含洗发水大盘&KONO分析）》

《电商大盘数据分析及品牌初级阶段操盘核心点》——沐浴露、身体乳、护手霜

《解数*CBF分析（明星单品三大打法解析）》——花西子、橘朵、完美日记

《完美日记成功之路，完子心选怎么走？》

《美妆品牌联名布局全域剖析》——小奥汀、girlcult、花西子

《2020美妆行业Q3白皮书》——美妆、香水、唇部彩妆、男士彩妆、唇彩/唇蜜/唇釉、唇膏/口红、男士BB霜

《2020护肤行业Q3白皮书》——护肤、卸妆、洁面、面膜、浴盐、涂抹面膜、身体精油/身体按摩

《2020年双十一代言人策略数据复盘分析报告》——完美日记、施华蔻

《花西子全域拆解：国潮美妆下的成功差异化》

《溪木源原创文章数据包》

《香水赛道数据解析：新品牌如何冲锋？》——冰希黎

《男士护肤新浪潮：如何抓住机会点冲击成功》——极男

《纽西之谜高歌猛进之路全复盘》

《2020第四季度护肤行业白皮书》——美容护肤/面部精华/乳液面霜

《至本爆款单品数据包》

《2020第四季度美妆行业白皮书》——彩妆香水美妆工具/面部彩妆/眼部彩妆

《药妆崛起：王者薇诺娜全域拆解复盘》

《眼妆黑马小奥汀全域拆解》

《修丽可&HFP品牌调研报告》

领取报告

请加 



定制报告

请加 



彩妆护肤

《2021年Q1彩妆香水美妆工具行业白皮书》——彩妆香水美妆工具/唇部彩妆

《2021年Q1美容护肤行业白皮书》——美容护肤/美体/精油

《彩妆月度报告（2021年4月）》

《护肤月度数据报告（2021年5月）》

《美妆品牌如何从行业和竞争中洞察商机》

《护肤月度报告（2021年6月）》

《彩妆月度报告（2021年6月）》

《Usmile品牌调研报告》

《2021年7月彩妆行业数据报告》——面部彩妆、唇部彩妆、美容工具、香水、眼部彩妆

《2021年7月护肤行业数据报告》——男士护理（新）、洁面、面膜（新）、化妆水/爽肤水乳、身体护理（新）

《解数咨询：usmile 品牌调研报告》

《摇滚动物园 品牌分析报告》

《卸妆市场调研报告》

《2021年8月护肤报告》——眼霜类目分析、身体乳/霜类目分析、洁面类目分析

《2021年8月彩妆报告》——香水类目分析、粉底液 / 膏类目分析、彩妆套装类目分析

《干瓜数据x解数咨询：小红书内容营销数据洞察白皮书》——完美日记、雅诗兰黛

《2021美妆品牌营销战果复盘》——花西子、欧莱雅

《修丽可品牌调研报告》

《复盘2021，瞭望2022美妆新风口》——Colorkey

《祖玛珑品牌拆解报告》

领取报告

请加 



定制报告

请加 



彩妆护肤

《护肤行业2022半年度复盘》

《彩妆行业2022半年度复盘》

《以油养肤行业分析报告》——逐本、LAN

《抖音彩妆护肤分析报告》——纯妆、媿妃特

《HBN品牌拆解报告》

《防晒行业调研》——安热沙、薇诺娜

《花西子抖音崛起之路》

《彩棠品牌拆解报告》

《Into you品牌分析报告》

《美妆护肤行业2022年双十一复盘》——花西子

《面部彩妆——粉饼行业分析》

《面部彩妆、彩妆套装、男士彩妆行业拆解报告》——3CE、华伦天奴、左颜右色

《美妆行业调研-科颜氏&HBN&谷雨品牌拆解》

《2022年海外美妆行业及品牌复盘》——兰蔻、欧莱雅

《美妆护肤-面膜行业调研报告》——米蓓尔、瑗尔博士、蒂佳婷

《美妆护肤-防晒行业调研》——Mistine、安热沙、美康粉黛

领取报告

请加 



定制报告

请加 



食品饮料

《2020零食饮料“爆品”之路》——三顿半、Wonderlab、认养一头牛、森米、王饱饱、良品铺子、三只松鼠

《暴涨背后，揭秘淘系方便速食赛道》——海福盛、拉面说、莫小仙

《从王小卤&渣sir全域拆解看零食饮料细分机会》

《【揭秘】元气森林、巴黎水、汉口二厂流量的秘密》

《线上口服美容行业市场及机会点分析》

《代餐行业新浪潮！无糖背后的高热度》——Smeal、超级零

《2020冲饮行业Q3白皮书》——冲饮、饮料、驼奶及驼奶粉、藕粉麦片冲饮品、豆奶豆浆植物蛋白饮料、纯果蔬汁、浓缩果蔬汁

《2020休闲食品行业Q3白皮书》——休闲零食、糖果零食/果冻布丁、山核桃/坚果/炒货、新鲜蛋糕、喜糖、山核桃

《酒类行业调研：大类目下细分火热赛道数据趋势》——葡萄酒、露酒/果酒

《2020第四季度饮品行业白皮书》——咖啡麦片冲饮/乳制品/咖啡豆&粉

《2020第四季度零食行业白皮书》——零食坚果特产/蜜饯冻干/饼干膨化

《口服液市场分析【美博会分享】》——美容口服液

《茶行业数据拆解》——CHALI

《咖啡麦片冲饮2021年Q1季度报告》

《2021年Q1零食坚果特产行业白皮书》

《buffx品牌调研报告》

《冲饮2021年5月数据报告》

《零食2021年5月数据报告》

《元气森林品牌调研报告》

《2021年6月饮料行业数据报告》——冲饮

领取报告

请加

定制报告

请加



食品饮料

《零食2021年6月报告》

《食品饮料行业商机洞察》——BUFFX

《冲饮2021年7月数据报告》——饮料、藕粉/麦片/冲饮品、食补粉粉、驼奶/驼奶粉、其他饮品

《零食2021年7月数据报告》——糕点/点心、饼干/膨化、蜜饯/枣类/梅/果干/冻干、鱿鱼丝/鱼干/海味即食、糖果零食/果冻/布丁

《小鹿蓝蓝品牌拆解》

《隅田川品牌分析报告》

《保健食品行业报告》——普通膳食和海外膳食

《薄荷健康品牌拆解》

《奶酪博士&小鹿蓝蓝张杨直播分享》

《低度酒行业调研报告》——落饮、RIO

《预制菜行业调研》——叮叮懒人菜

《雪糕行业发展趋势》——钟薛高

《认养一头牛品牌调研》

《月饼行业报告》——美心&悠享时

《咖啡麦片冲饮行业2022年半年度复盘》

《低温乳制品行业分析报告》——悦鲜活、每日鲜语、OARMILK 《低度潮饮酒趋势及品牌打法》——RIO、梅见

《速溶咖啡行业调研报告》——美好回忆

《食品饮料品牌调研》——OATLY

《食补粉粉行业调研报告》——内问、南方黑芝麻、江中食疗

《传统中式糕点行业调研》——悠享时、御茶膳房、皇家尚食局

《膳食营养-益生菌行业调研报告》——wonderlab、life space、江中

《咖啡行业调研》——瑞幸、SINLOY、G7coffe

领取报告

请加 



定制报告

请加 



母婴

《babycare全域打法大复盘》

《戴可思拆解：母婴明星品牌是如何快速崛起的》

《婴幼儿辅食行业全域拆解》

《小鹿蓝蓝品牌分析报告》

《儿童水杯行业分析报告》——uoohalittles、世喜、babycare

《戴可思品牌调研报告》

《奶酪博士&小鹿蓝蓝张杨直播分享》

《奥特曼玩具行业分析》——奥特曼玩具

《bebebus品牌全域拆解》

《2022年618个护市场调研》——babycare

《爷爷的农场品牌分析报告》

《婴童用品&婴童护肤调研》——戴可思&薇诺娜宝贝&艾惟诺

《母婴行业-婴童用品、婴童乳液面霜》一页、Evereden、Akasugu

《婴童水杯行业调研》——taoqibaby、Potato小土豆、GNAUHBABY皇宠

《婴儿手推车/学步车行业调研报告》——好孩子、DearMom、amorhome

《宝宝零食行业》babypantry光合星球、喵小侠、奶酪博士

领取报告

请加 

定制报告

请加 



宠物

《解数咨询：宠物新浪潮下的入局态势及明星打法拆解》——皇家宠物食品、渴望、pidan

《“萌宠经济”中如何抓住行业机遇》——宠物用品、猫零食

《宠物用品品牌-Pidan全域拆解》

《猫粮行业—凯锐思品牌拆解》

《2022年618宠物市场调研》——阿飞和巴弟

《小萌宠大赛道，2000亿宠物市场机会点分析》——PIDAN、阿飞和巴弟

《宠物品牌调研》——网易严选、阿飞和巴弟、鲜朗

《宠物行业人群分析、阿飞和巴弟营销玩法拆解》

《猫砂行业及品牌拆解》——petschy、福丸、鲜御

《宠物智能用品品牌调研》——小佩宠物、霍曼、uah有哈

《猫主粮行业调研》——Orijen原始猎食渴望、诚实一口、江小傲

《水族世界行业调研》——SUNSUN森森、yee、疯狂水草

领取报告

请加 



定制报告

请加 



泛行业

《疫情期间1000+类目数据表现》

《深入剖析1900+细分品类》个护类报告

《2020年Q1电商全类目复盘！独家！》完整数据版！1000页+pdf

《揭秘！李佳琦直播带货后单品追踪》——蕉内、玉泽、小奥汀、元气森林

《深挖抖音带货成绩单！新晋互联网电商品牌这么干没毛病》——每日黑巧、PWU、COLORKEY、李子柒

《2020年618电商大促最全玩转指南》

《2020年618大促复盘之夜》——花西子、Ubras、SK-II、五芳斋、全棉时代

《钟薛高、蕉下、高姿的夏日运营策略盘点》

《2020年双十一白皮书规则解读&收割大全》

《2020年双十一类目top100数据监控》

《文胸行业&内外、Ubras数据研究报告》

《2021年618前瞻报告》——618规则解读、618重点官方活动、618分版块注意事项

《2021年618大促复盘之夜》——热门行业增长盘点、618热门行业TOP品牌盘点、明星店铺618营销布局拆解

《新国货品牌调研》——轩妈、花知晓

《2021双十一白皮书》——双十一基础规则解读、双十一注意事项

《李佳琦淘宝直播间2021年8月数据清单》——护肤/美妆/零食/坚果/特产/咖啡/麦片/冲饮

《戴森品牌调研报告》

《张杨带你看-2021年双十一复盘》——蕉内、空刻、欧莱雅、戴可思

《2021年11月榜单》——全品类、全平台

《2021那些靠精细化运营制胜的品牌》——认养一头牛、轩妈、珀莱雅、薇诺娜、花西子、完美日记

《冰墩墩-一墩难求》

领取报告

请加

定制报告

请加



泛行业

《抖音崛起分析报告》——Ubras、SPES、珀莱雅

《拖鞋市场行研》——居家凉鞋/拖鞋

《罗永浩与“交个朋友”抖音直播账号矩阵拆解》

《快手平台品牌分析》——朵拉朵尚、千柏年、天海藏

《小红书品牌分析》——雅诗兰黛、新食机、飞鹤

《抖音品牌运营分析》——SKG、C咖、官栈

《宝宝零食行业调研》——奶酪博士、beazero未零、小鹿蓝蓝

《露营市场行业分析》——探险者、TAWA

《2022年618大促复盘——个护行业分析报告》

《东方甄选抖播数据调研和拆解》

《厨房小家电行业分析报告》——小熊电器、摩动

领取报告

请加 



定制报告

请加 





做行研 找解数

Data Insider- Expert of FMCG Industry Research

感谢观看

2023