



| 懂数据 更懂生意

UODO优沃朵大单品案例拆解

2024

张杨老师带你看品牌 解数咨询第251期报告



彩妆 UODO优沃朵大单品案例拆解

懂数据 更懂生意

CONTENTS

01 UODO优沃朵品牌分析

02 UODO优沃朵销售分析

03 超级单品分析

01

PART ONE

UODO优沃朵品牌分析

品牌概述

懂数据 更懂生意

UODO优沃朵——国产新锐彩妆品牌

UODO优沃朵创立于2020年，是一个国产个护彩妆品牌，**专研亚洲肤质，致力于打造更适合中国年轻女性的自然底妆**。UODO专研‘逐光系列’底妆线，还原肌肤底色，向消费者传递“肌肤美学”的底妆进阶理念。

品牌主张的理念为新手体验友好、专注商品品质，是素人研发师为Z世代的年轻人打造的全新彩妆品牌。该品牌的产品主调为裸色，以自然妆感为主，给女生打造自然的妆效。每一款产品都会根据素人的需求而设定，收集素人信息，充分了解他们的意愿。

UODO意为YES U DO (Yes, do everything you can)。UODO优沃朵认为，美妆不只是展现美貌的产品，更是一种生活态度的表达，希望向女性消费者传递“生为女性，我很骄傲”的价值态度。



UODO优沃朵所属集团——佩莱集团

佩莱集团创建于2010年，是**中国化妆品产业共创模式的创新先锋**，致力于为世界各地不同年龄、不同肤色的消费者提供多样化的美丽生活产品与服务。

佩莱集团以渠道力为内核，围绕极致产品、全球柔性供应链、品牌营销中台3大共创基石，赋能品牌发展，满足消费者不同阶段的产品需求。并以佩莱中央研究院为研发驱动，开拓创新，为消费者提供更适合、更科学的美妆产品，同时促进行业研发生态系统循环有序发展。

佩莱集团总部位于苏州，在上海、杭州、韩国首尔、日本东京设有产研分公司，并在江苏如东拥有占地90亩的供应链物流基地。

目前佩莱集团推出了UNNYCLUB悠宜、RNW如薇、auou艾遇等品牌，产品覆盖彩妆、护肤、个护等类目。



UODO优沃朵——行业奖项

2022年

天猫美妆行业
超级新秀奖

2023年

造物者产品创新大奖
年度感官体验创新奖

2023年

华妆会
年度最佳创新品牌

2023年度
上海网络新消费品牌
TOP50



2022年

抖音电商美妆
奢品美力大奖
年度趋势商品

2023年

年度美妆行业明星
彩妆单品

2023年

上海网络新消费品
牌TOP50



UODO优沃朵产品线

懂数据 更懂生意

UODO产品线——面部彩妆

透美肌粉底液



清透持妆散粉



水感柔润隔离乳



轻雾丝缎粉饼



UODO产品线——面部彩妆

靓颜持妆遮瑕液



柔光焕颜妆前乳



定妆喷雾不脱妆



晶透光感粉底液



UODO产品线——眼部彩妆

心动绒雾眉笔



奶油丝滑眼线胶笔



蕾丝双眼皮贴



挺翘睫毛打底膏



UODO产品线——面部清洁

水感净肤洁颜蜜



净颜卸妆水



UODO产品线——美容工具

气垫粉扑

柔软服帖
亲肤柔滑

UUDI 柔软亲肤
柔软有弹性 亲水性聚氨酯

UUDI 轻薄服帖
不易吃粉 上妆均匀

UUDI 干湿两用
适用多种上妆产品

散粉刷

1 刷搞定，妆如天成

化妆粉底刷

UODO
FOUNDATION BRUSH
优沃朵化妆粉底刷

柔软亲肤，1 刷搞定

印象美妆蛋

核心优势

懂数据 更懂生意

品牌力的积淀

UODO意为YES U DO (Yes,do everything you can) 。UODO优沃朵认为，美妆不只是展现美貌的产品，更是一种生活态度的表达，希望向女性消费者传递“生为女性，我很骄傲”的价值态度。

这样的观念自品牌诞生起就深深植于产品之中。UODO优沃朵希望带领女性消费者重塑自我本原之美，**以还原肌肤底色为核心卖点，向消费者传递肌肤美学**。目前，UODO优沃朵有“底妆·逐光”“彩妆·溢彩”“护肤·植愈”三大产品线，其中，逐光系列推出了粉底液、散粉、粉饼、隔离乳、妆前乳、遮瑕液、定妆喷雾等产品，均主打原生、裸感、轻盈的妆效。

高品质的妆效背后，离不开研发矩阵的协同“作战”。据悉，UODO优沃朵在自主研发实验室的基础上，多维联合专业美妆博主测评及来自市场端的素人体验官共同赋能产品研发矩阵，为产品力注入能量。



三大研发矩阵打造专属裸感美学

首先，由自主研发实验专家坐阵，构建产品体系，凭借着出色的使用效果和产品力走进千万年轻消费者内心，引起强烈共鸣；其次，UODO优沃朵联合百位垂直彩妆博主测评种草，精准直击用户痛点；此外，素人体验官也是UODO优沃朵重要的产品“测评师”，每一款上市产品都有来自素人体验官的测评，基于滋润度、遮瑕度、持久度等多维度、全方位的产品实测，也为UODO优沃朵产品力提供了真实有效的数据参考。

其中UODO首创的“YES! U DO素人研发计划”，依托强有力的供应链体系，建立**素人研发师+UODO优沃朵+科丝美诗三合一共创研发实验室**。邀请素人研发师参与到产品研发中来，不是蜻蜓点水地试用反馈，而是和他们一起问新手问题、找新手原因、再到解决新手问题，一场完整且有结果的问答。

至此，UODO把对素人研发师的签名写在产品花盒上，完成从用户到产品，从产品到品牌，面对面的真挚对话。



专研肤质 科学持妆

《2022年敏感性皮肤精细化护肤趋势白皮书》数据显示，近六成的受众认为长期戴口罩容易引发肌肤敏感问题。UODO优沃朵从肤质差异、使用场景和用户痛点三个维度对消费群体进行更深入研究，**围绕亚洲肌肤的特性，寻找更科学的底妆解决方案**，为消费者提供更温和、舒适的彩妆体验。

据介绍，UODO优沃朵基于自主研发实验室，专家测评，素人体验，色彩学互补色原理等维度，以色修瑕，调和肌肤泛红问题。针对干敏油皮、红血丝人群等，定制专业持妆体系，还原裸生好气色，令妆感恰到好处不费力。



02

PART TWO

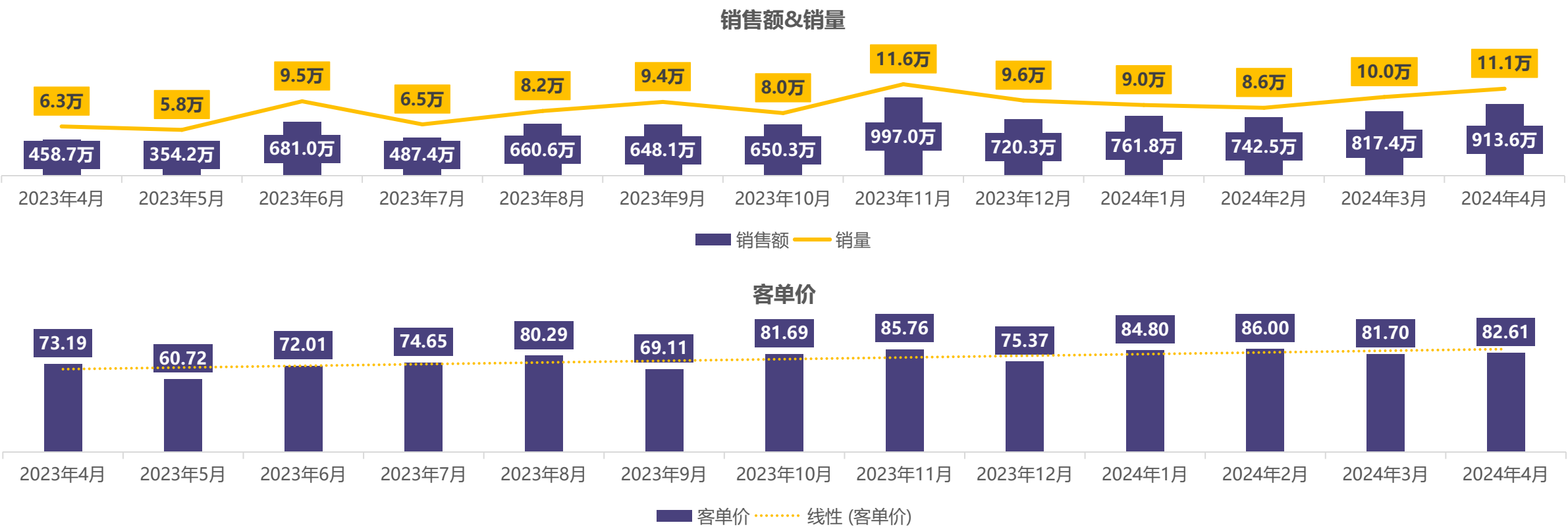
UODO优沃朵销售分析

品牌行业销售情况-淘天

懂数据 更懂生意

UODO在淘天销售额增势明显 大促期间表现突出

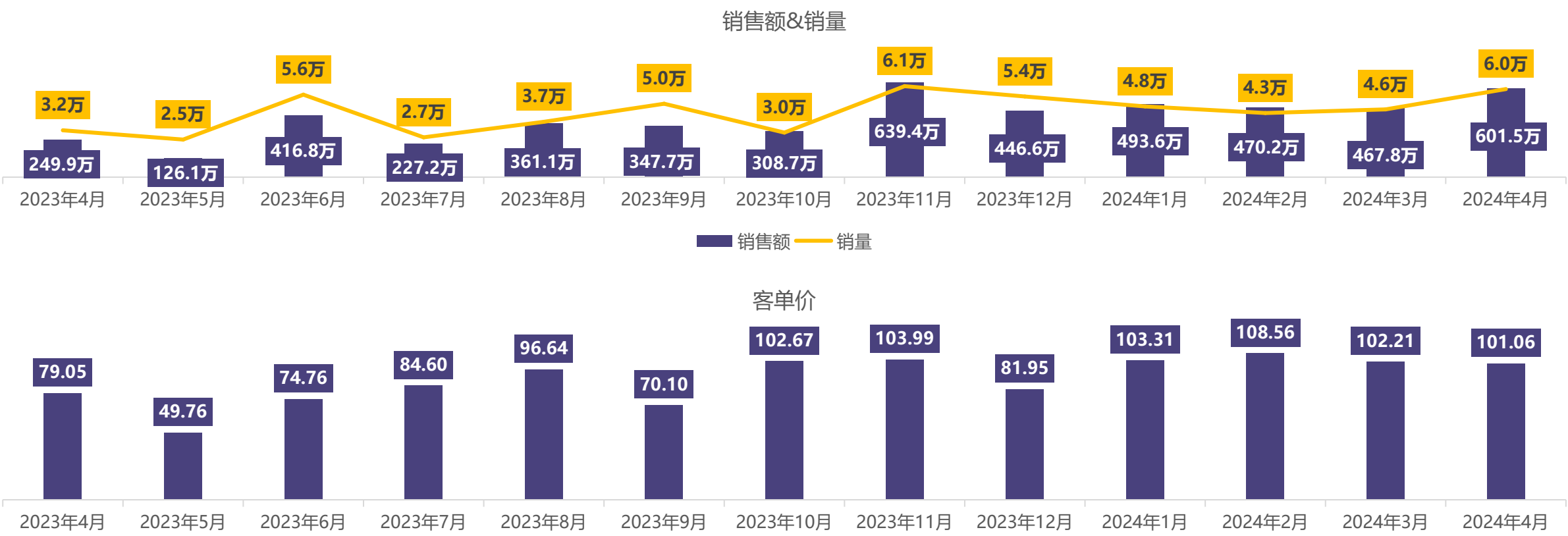
UODO在淘天**销售额、销量呈明显上升趋势，客单价稳步上升**，618、双十一**大促期间表现突出**，2023年11月销量达年度峰值11.6万。



数据来源：优沃朵 淘天-基础数据 （2023年4月-2024年4月）

优沃朵淘内旗舰店销售呈上升趋势 店铺客单价高于品牌客单价

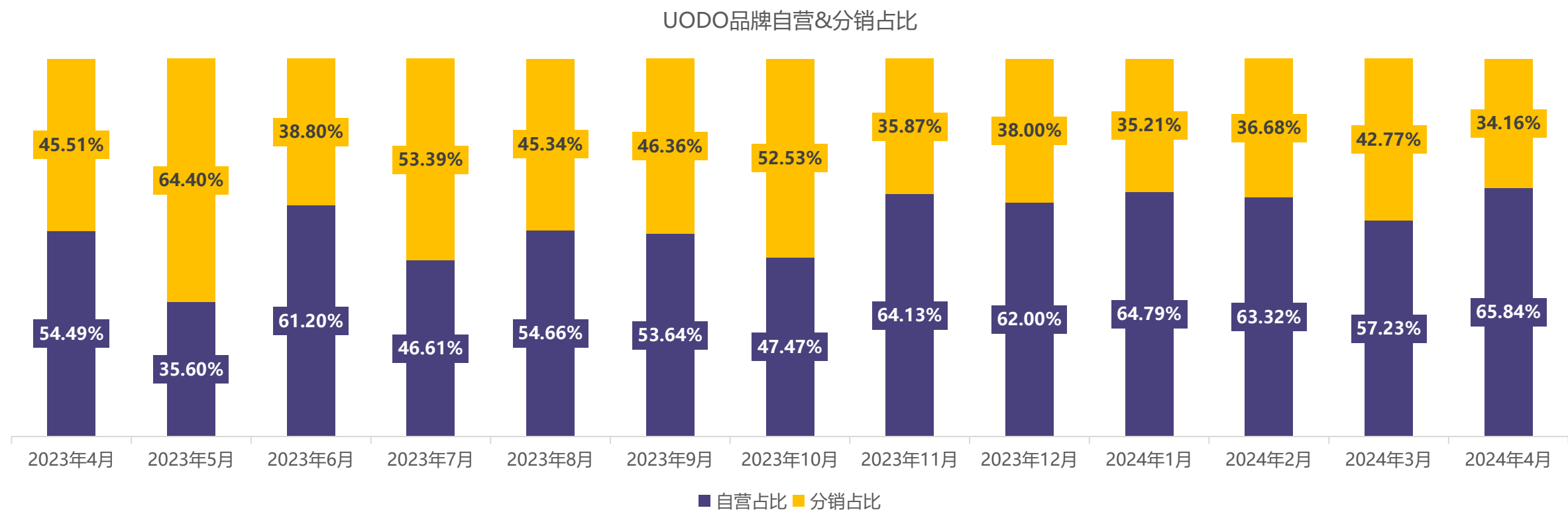
UODO优沃朵官方旗舰店**销售额、销量明显上升**，618、双十一**大促期间表现突出**；**店铺客单价略高于品牌客单价**，呈上升趋势。



数据来源：UODO优沃朵官方旗舰店 店铺数据（2023年4月-2024年4月）

UODO品牌以自营为主 自营占比有增加趋势

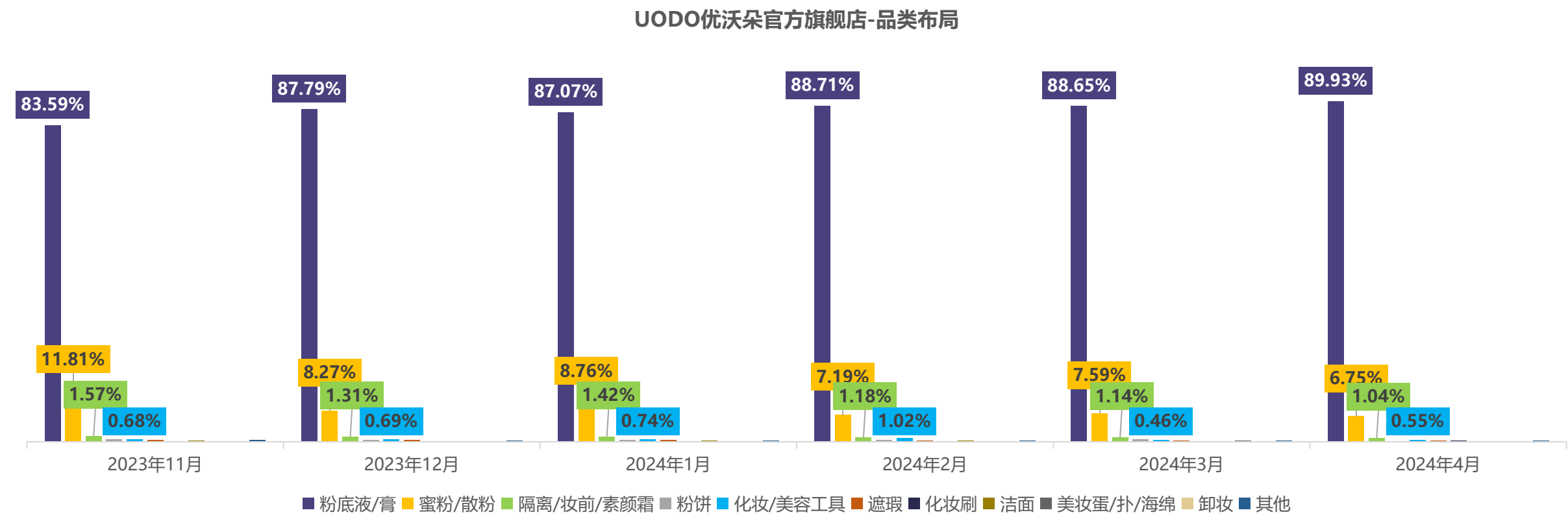
UODO品牌以自营为主，占比略有波动，自营占比有增加趋势。



数据来源：UODO优沃朵 品牌自营&分销占比（2023年4月-2024年4月）

粉底液/膏、蜜粉/散粉为主是UODO官方旗舰店主要品类

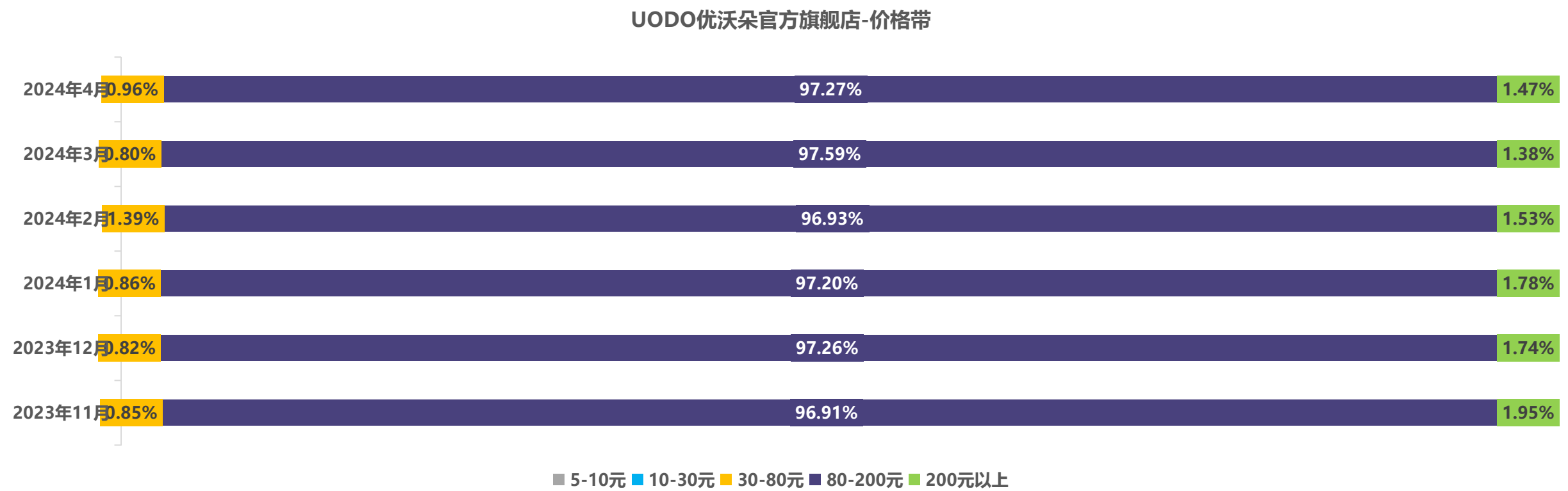
UODO优沃朵官方旗舰店品类布局以**粉底液/膏**为主，其次是**蜜粉/散粉**，这主要是品牌**两大超级单品的带动**。



数据来源：UODO优沃朵官方旗舰店 品类布局（2023年4月-2024年4月）

UODO官方旗舰店价格主要在80-200元

UODO优沃朵官方旗舰店**价格带以80-200元为主**，主要是因为店铺**明星单品**价格在80-200元，构成店铺的主要消费。



数据来源：UODO优沃朵官方旗舰店 价格带（2023年11月-2024年4月）

UODO官方旗舰店TOP2单品是品牌两大超级单品

商品ID	商品标题	主图	类目	价格	店铺活动
657933428963	沁透明亮美肌粉底液		粉底液/膏	119-188 券后79-148	每300减30 商品券满79减30
641565008681	清透持妆散粉		蜜粉/散粉	79-143 券后49-113	
760138081738	粉丝专属好物福利		其他	5	

懂数据 更懂生意

品牌行业销售情况-抖音

UODO在抖音销售呈增长趋势 关联达人呈爆发式增长

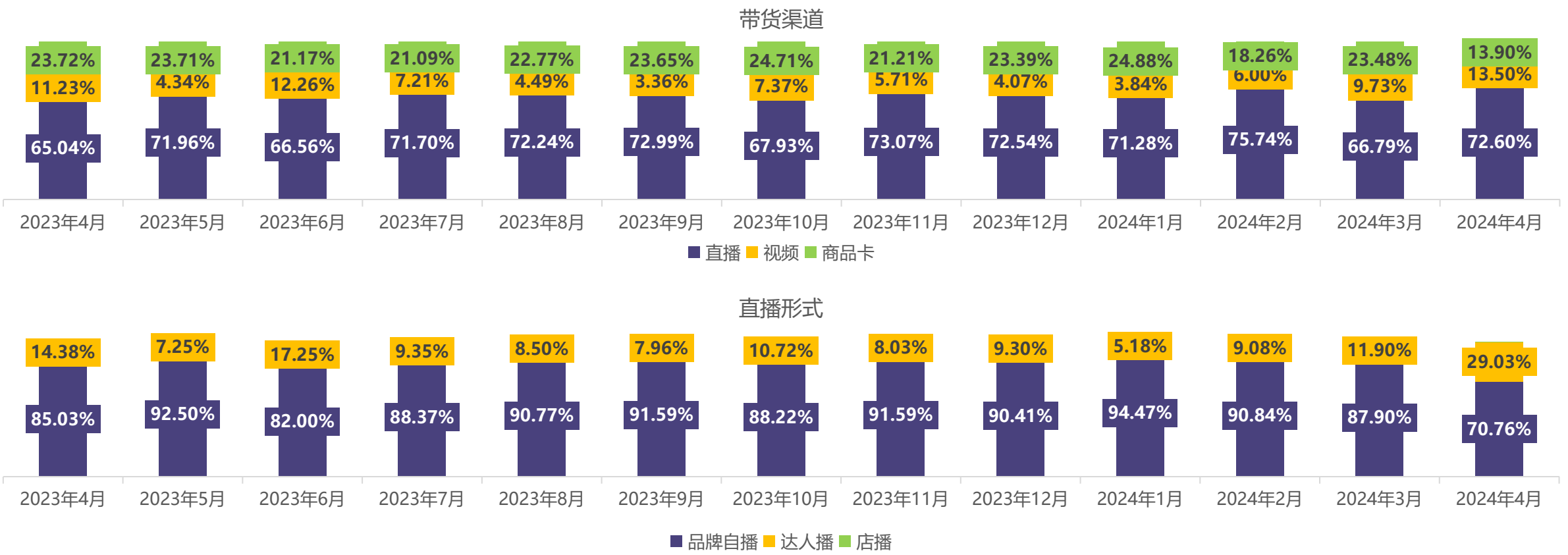
UODO优沃朵在抖音的**销售额、销量、商品数、关联达人**均呈上升趋势，其中**关联达人呈爆发式增长**；客单价稳定在60-80。

	销售额	销量	平均客单价	商品数	关联达人
2023年4月	2500w-5000w	25w-50w	77.23	83	292
2023年5月	2500w-5000w	25w-50w	73.78	97	316
2023年6月	2500w-5000w	25w-50w	65.39	121	598
2023年7月	2500w-5000w	25w-50w	64.65	109	795
2023年8月	2500w-5000w	25w-50w	72.35	147	781
2023年9月	2500w-5000w	50w-75w	73.37	176	679
2023年10月	2500w-5000w	50w-75w	74.34	176	836
2023年11月	2500w-5000w	50w-75w	72.46	167	851
2023年12月	5000w-7500w	50w-75w	74.31	160	968
2024年1月	5000w-7500w	75w-100w	73.83	168	1090
2024年2月	2500w-5000w	50w-75w	70.28	163	731
2024年3月	2500w-5000w	50w-75w	72.22	180	916
2024年4月	5000w-7500w	75w-100w	69.05	180	1015

数据来源：UODO优沃朵 抖音-基础数据（2023年4月-2024年4月）

UODO在抖音带货渠道以直播为主 直播形式以品牌自播为主

UODO在抖音**带货渠道以直播为主**，占比在65%以上，其次是商品卡；**直播形式以品牌自播为主**，达人播占比较少。



数据来源：UODO优沃朵 抖音-带货渠道&直播形式（2023年4月-2024年4月）

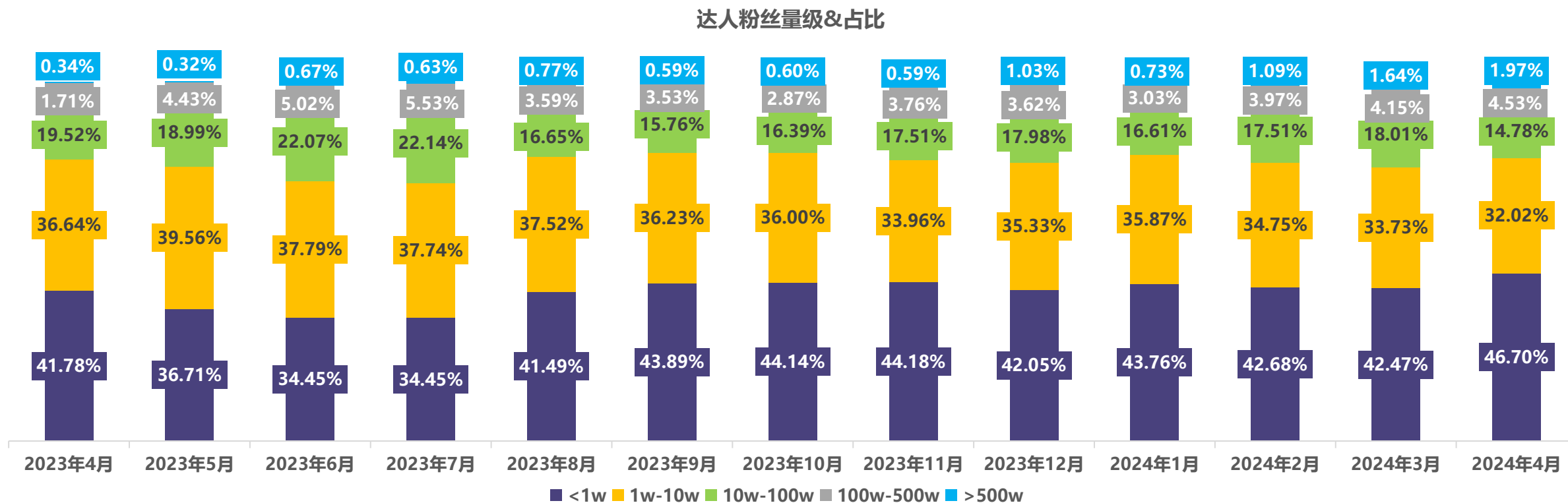
UODO在抖音TOP1单品的销售额高于淘天平台

UODO在抖音的TOP3商品均为粉底液、散粉，TOP1粉底液单品销售额高于淘天。

商品ID	商品标题	主图	价格	销售额	销量
id=3567082475136135831	【徐璐推荐】uodo粉底液混干油皮水润持妆控油遮瑕防水持久推荐		79	2500w-5000w	50w-70w
id=3625150587865320200	热卖爆款组合uodo粉底液+uodo散粉持久控油皮控油哑光套组干皮油		109	100w-250w	1w-2.5w
id=3511283893724701295	【官方正品】uodo粉底液水润持久不脱妆学生防水防汗持妆遮瑕不卡粉		79	75w-100w	1w-2.5w

UODO在抖音以素人、尾部达人为主 头部达人占比增加

UODO在抖音合作达人的粉丝量级以<1w、1w-10w的素人、尾部达人为主，其次是10w-100w的达人；>500w的头部达人占比有增加趋势。



数据来源：UODO优沃朵 抖音-达人粉丝量级（2023年4月-2024年4月）

UODO优沃朵抖音账号矩阵均为蓝v账号 粉丝数在1w-250w

UODO优沃朵在抖音平台设有3个账号，且都为蓝v账号，粉丝数在1w-250w，以UODO官方旗舰店账号为主。

账号名	粉丝数	获赞	作品数	第一条作品发布时间
UODO官方旗舰店	248.1w	620w	1370	2022.10
UODO优沃朵美妆旗舰店	82.7w	238.9w	649	2022.3
UODO优沃朵护肤旗舰店	1.3w	9.6w	583	2022.6

达人	粉丝数
 UODO官方旗... 28446128310	248.1w
 UODO优沃朵... 69038826820	82.7w
 UODO优沃朵... 60956013036	1.3w

UODO官方旗舰店账号视频多模式推广 流量明星合作代言



流量明星合作代言
置顶推广视频引流
打造品牌知名度



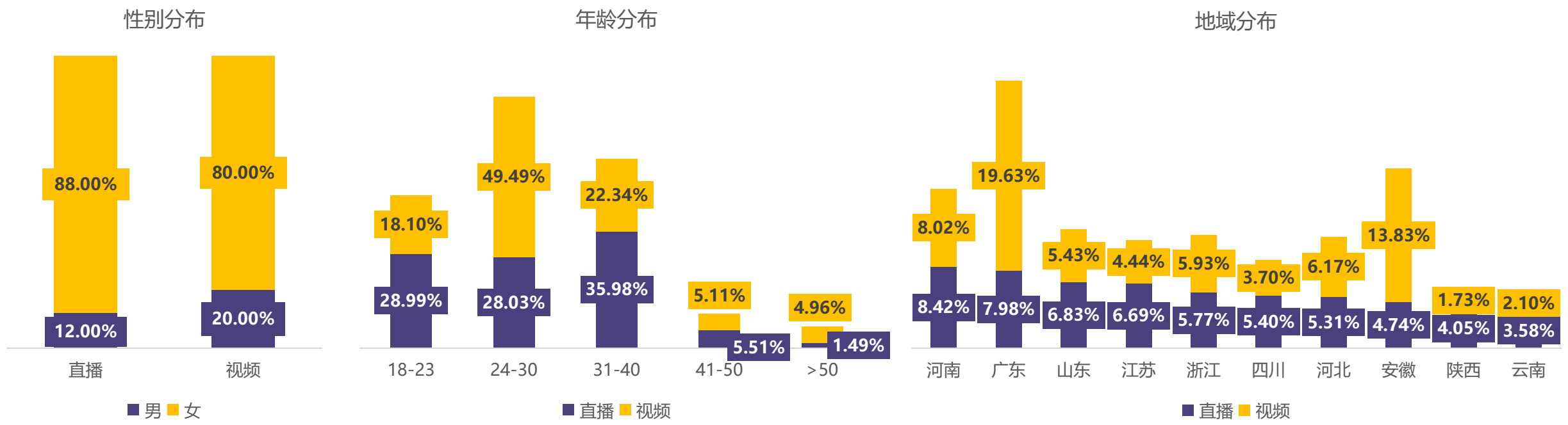
介绍产品适合肤质
讲解产品使用方法
宣传商品优惠机制



通过短剧宣传产品
增加广告推广趣味性
吸引消费者

UODO在抖音用户多为24-30岁女性 视频用户相对更年轻

UODO在抖音用户以**女性**为主，**直播用户年龄以31-40岁为主**，**视频用户年龄以24-30岁为主**，**视频用户相对更年轻**；视频地域分布较为集中，在广东、安徽、河南，直播地域分布在河南、广东、山东。



数据来源：UODO优沃朵 抖音-品牌客群（2023年4月-2024年4月）

主攻赛道分析

懂数据 更懂生意

03

PART THREE

超级单品分析

超级单品——沁透明亮美肌粉底液

懂数据 更懂生意

超级单品——清透持妆散粉

懂数据 更懂生意

扫码领取 UODO优沃朵超级单品案例 60页完整版报告



数据说明

DATA COVERAGE

1、公开数据收集、国家统计局、解数中台、蝉妈妈、蝉魔方、抖查查、千瓜、考古加等

2、具体指标说明：

城市等级划分说明：

一线城市：北京，上海，广州，深圳

新一线城市：成都，重庆，杭州，西安，武汉，苏州，郑州，南京，天津，长沙，东莞，宁波，佛山，合肥，青岛

3、参考报告

国货之光UODO优沃朵 | 出圈之后不满足“当第一” 电商在线 2023.9.14

版权声明

COPYRIGHT DECLARATION

本报告页面所有内容(包括但不限于文字、数据、图表、设计等)版权均解数咨询所有。经解数咨询授权使用报告的，可在授权范围内使用，比如阅读、引用、内部传阅，不得提供给第三方。

任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规，解数咨询保留追究其法律责任的权利。

免责条款

DISCLAIMER

本报告仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供参考资料。本公司对报告的数据及观点不承担法律责任，解释权归本公司所有。

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

部分报告目录

美妆护肤

《UODO优沃朵大单品案例拆解》
《造物者品牌拆解》
《沐浴油行业调研—贝德玛第二增长曲线》
《美妆》
《美容工具行业调研》
《面部彩妆行业调研》
《美妆护肤》
《美妆护肤-防晒行业调研》
《美妆护肤-面膜行业调研报告》
《2022年海外美妆行业及品牌复盘》
《美妆行业调研-科颜氏&HBN&谷雨品牌拆解》
《面部彩妆、彩妆套装、男士彩妆行业拆解报告》
《面部彩妆——粉饼行业分析》
《美妆护肤行业2022年双十一复盘》
《Into you品牌分析报告》
《彩棠品牌拆解报告》
《花西子抖音崛起之路》
《防晒行业调研》
《HBN品牌拆解报告》
《抖音彩妆护肤分析报告》
《以油护肤行业分析报告》
《彩妆行业2022半年度复盘》
《护肤行业2022半年度复盘》
《祖玛珑品牌拆解报告》
《复盘2021，瞭望2022美妆新风口》
《修丽可品牌调研报告》
《2021美妆品牌营销战果复盘》
《干瓜数据x解数咨询：小红书内容营销数据洞察白皮书》
《2021年8月彩妆报告》
《2021年8月护肤报告》
《卸妆市场调研报告》
《摇滚动物园 品牌分析报告》

食品饮料

《月饼行业调研报告——美心/稻香村》
《七年五季品牌拆解》
《饮料行业调研》
《肉类&卤味零食行业调研》
《保健食品行业调研》
《螺蛳粉行业调研》
《咖啡行业调研》
《膳食营养-益生菌行业调研报告》
《传统中式糕点行业调研》
《食补粉粉行业调研报告》
《食品饮料品牌调研》
《速溶咖啡行业调研报告》
《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》
《认养一头牛品牌调研》
《雪糕行业发展趋势》
《预制菜行业调研》
《低度酒行业调研报告》
《奶酪博士&小鹿蓝蓝张杨直播分享》
《薄荷健康品牌拆解》
《保健食品行业报告》
《隅田川品牌分析报告》
《小鹿蓝蓝品牌拆解》
《零食2021年7月数据报告》
《冲饮2021年7月数据报告》
《食品饮料行业商机洞察》
《零食2021年6月报告》
《2021年6月饮料行业数据报告》
《元气森林品牌调研报告》
《零食2021年5月数据报告》

母婴

《婴幼儿营养品行业-AUTILI/澳特力品牌调研》
《钙铁锌行业调研报告》
《宝宝零食行业调研》
《婴幼儿营养品益生菌调研》
《babycare全域打法大复盘》
《宝宝辅食行业调研》
《DHA行业调研》
《婴幼儿营养品调研》
《婴幼儿牛奶粉行业调研》
《宝宝零食行业》
《婴儿手推车/学步车行业调研报告》
《婴童水杯行业调研》
《母婴行业-婴童用品、婴童乳液面霜》
《婴童用品&婴童护肤调研》
《爷爷的农场品牌分析报告》
《2022年618个护市场调研》
《bebebus品牌全域拆解》
《奥特曼玩具行业分析》
《奶酪博士&小鹿蓝蓝张杨直播分享》
《戴可思品牌调研报告》
《儿童水杯行业分析报告》
《小鹿蓝蓝品牌分析报告》
《婴幼儿辅食行业全域拆解》
《戴可思拆解：母婴明星品牌是如何快速崛起的》

宠物

《猫/狗保健品行业调研报告淘宝&抖音》
《猫零食行业调研》
《全价猫主粮行业调研》
《猫狗药品行业调研》
《狗主粮行业调研》
《水族世界行业调研》
《猫主粮行业调研》
《宠物智能用品品牌调研》
《猫砂行业及品牌拆解》
《宠物行业人群分析、阿飞和巴弟营销玩法拆解》
《宠物品牌调研》
《小萌宠大赛道，2000亿宠物市场机会点分析》
《2022年618宠物市场调研》
《猫粮行业—凯锐思品牌拆解》
《宠物用品品牌-Pidan全域拆解》
《“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》

泛行业

《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》
《抖音品牌运营分析》
《小红书品牌分析》
《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-一墩难求》
《2021那些靠精细化运营制胜的品牌》
《2021年11月榜单》
《张杨带你看-2021年双十一复盘》
《戴森品牌调研报告》
《2021双十一白皮书》
《新国货品牌调研》
《2021年618大促复盘之夜》
《2021年618前瞻报告》
《文胸行业&内外、Ubras数据研究报告》
《2020年双十一类目top100数据监控》
《2020年双十一白皮书规则解读&收割大全》
《钟薛高、蕉下、高姿的夏日运营策略盘点》
《2020年618大促复盘之夜》
《2020年618电商大促最全玩转指南》
《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》

解数已更新**251**期，更多报告请扫码领取

扫码
领取



解数爆款服务——增长教练TM

选定超级单品

打爆超级单品

组建增长小组

自我
盘点

基础
调研

市场
测试

规模
实验

增长
小组

创始团队盘点

企业优劣势盘点

选赛道

选平台

选基础用户

选主推

基础定位与定价

测试
验证

反哺
迭代

产品力测试

竞争力测试

发掘目标用户

明确用户沟通策略

验证商业模式

扩大曝光

引发兴趣

刺激转化

优化沉淀

计划制定

任务分配

绩效考核

落地监控



服务目标

销售额增长
+
利润增长

关键点

选定、打爆
超级单品 持续改善
组织 持续改善
产品体系 持续改善

服务形式

调研报告
运营介入
带教陪跑

成功案例

简爱、思念、五
芳斋、中宠股份、
知原药业等数十
家企业

扫码了解
增长教练





| 懂数据 更懂生意

2024