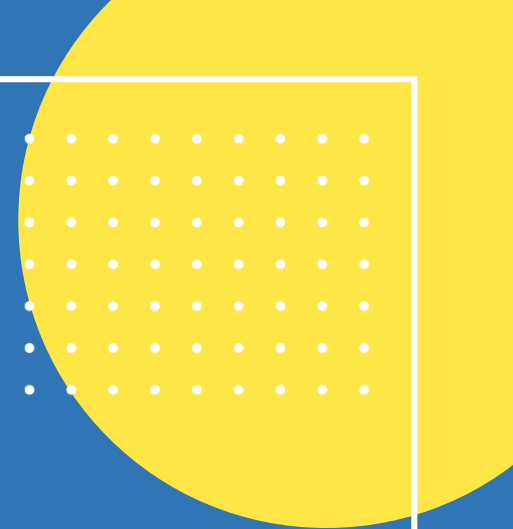


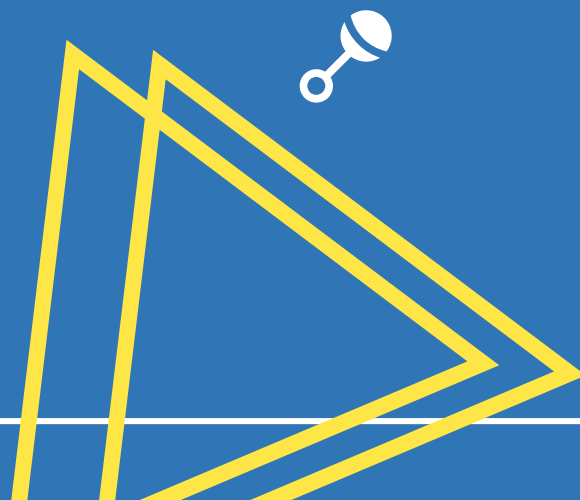
Ocean Insights
巨量算数



2019年抖音母婴群体分析报告

巨量引擎·商业算数中心

2019.7



了解行业数据

30000份行业资料报告
每周更新300份+

免费加微信获取报告





核心发现

市场概况

- 母婴市场还将持续增长，核心品类消费将伴随着数量与消费额的同时增长

内容概况

- 抖音母婴各类视频中，玩具播放量最大，但尿裤湿巾及孕妇护肤营养类传播效果最好
- 头部婴儿奶粉品牌相关抖音视频中，播放量大的主要以中国大陆及欧美品牌为主
- 抖音中，纸尿裤播放量大的品牌被中美日包揽，而洗护则以中国品牌为主

整体画像

- 抖音母婴群体主要以女性为主体且以中青年为主，并在中低线城市拥有较高占比及TGI
- 抖音母婴群体在7点开始进入全天使用高峰并一直持续到22点，内容方面偏好鸡汤、亲子及美食

细分人群

- 按阶段区分，孕期各阶段母婴群体均以女性为主，但在孕中期男性比例相对更高，孕早期人群在超一线城市TGI更高，其他阶段人群均在低线城市TGI更高，对于内容，孕早及孕晚偏好亲子、美食而孕中偏爱鸡汤类
- 按年龄区分，抖音母婴群体，男性在大龄父母群体占比更高，大龄父母在各线城市TGI均低于年轻父母，同时，二者在低线城市TGI更高，年轻父母更爱点赞玩具类视频，大龄父母则爱点赞妈咪用品类
- 按角色区分，抖音母婴群体，宝爸及爷爷奶奶在高线城市TGI更高，宝妈则随着城市的下沉而上升；对于视频内容，宝爸偏爱汽车，宝妈偏爱亲子，爷爷奶奶偏爱传统；玩具、尿裤湿巾类视频点赞率最高

互动特点

- 抖音母婴达人快速增长，头部达人分为两个梯队，蓝v占比达27%
- 风景名胜及浙江省是被抖音母婴人群打卡最多的POI类别
- “花样年华” “Crying Over You” 及“合拍” 分别是最受抖音母婴人群欢迎的贴纸、音乐及挑战赛

CONTENTS

- ① 母婴行业市场概况
- ② 抖音母婴内容播放概况
- ③ 抖音母婴人群整体画像
- ④ 抖音母婴细分人群画像
- ⑤ 抖音母婴人群互动特点



数据说明

时间周期

- 2019年4月（除特别说明外）

名词解释

- TGI: 样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物
- 关注更高， $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} * 100$
- POI: point of interest, 视频兴趣定位点
- 母婴达人: 用户签名中包含母婴相关关键词的用户，同时，其粉丝量超过10万

人群说明

- 报告中所提及的所有人群，均为母婴人群或母婴人群的子人群
- 报告中所分析人群均为18岁以上成年人
- 分阶段人群: 孕早、孕中、孕晚母婴人群分别是自己或配偶处于怀孕早期、怀孕中期、怀孕晚期孕妇的母婴人群
- 分年龄人群: 大龄父母、年轻父母分别是年龄范围在31-49岁、在18-30岁且家中有3岁以下宝宝的母婴人群
- 分角色人群: 宝爸、宝妈分别是年龄范围在18-49岁且家中有3岁以下宝宝的男性、女性母婴人群，爷爷奶奶即年龄在50岁以上且家中有3岁以下宝宝的母婴人群

数据来源

- 趋势数据取自国家统计局等政府及第三方机构，仅供参考
- 内容播放量、评论量、点赞等数据由巨量引擎商业算数中心基于内部数据计算得出
- 用户属性数据取自“云图”



母婴行业市场概况

整体概况、核心品类、消费变化

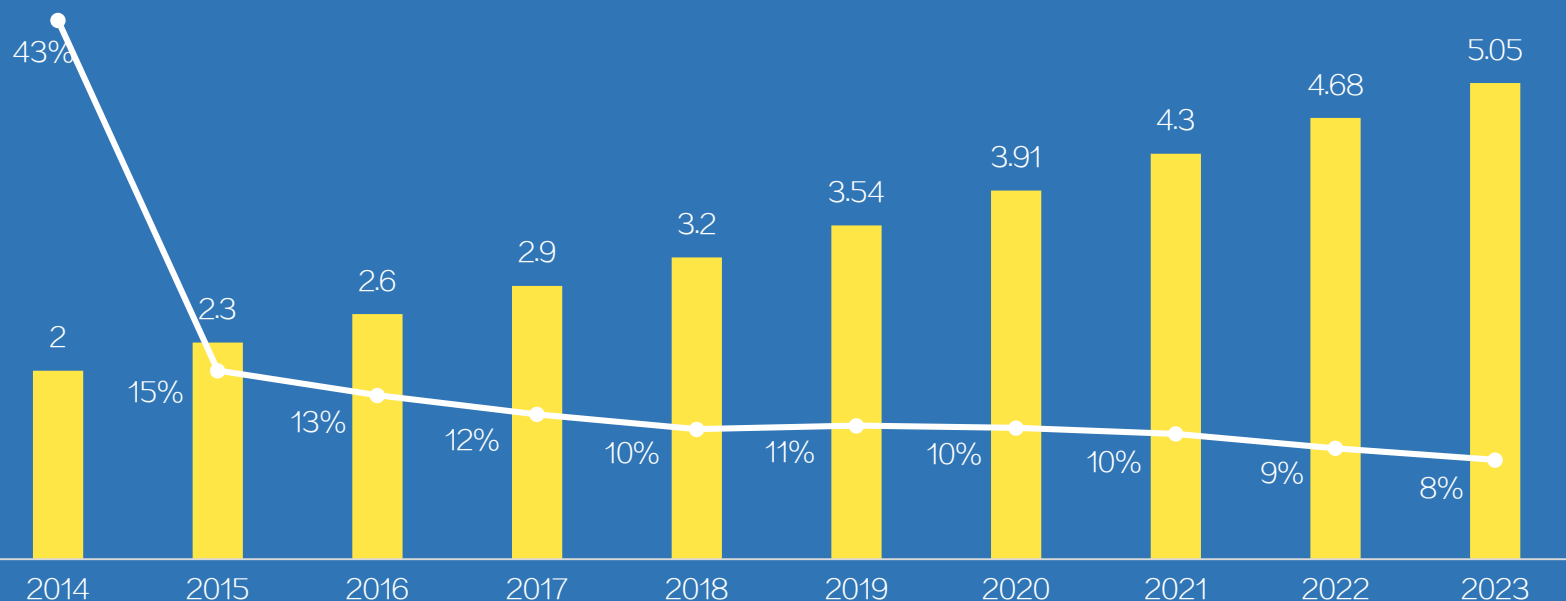


整体概况

母婴市场规模增速放缓，但还将持续增长

母婴市场规模及同比增长率

■ 市场规模（万亿） ● 同比增长率



数据来源：前瞻产业研究院，2019 仅供参考

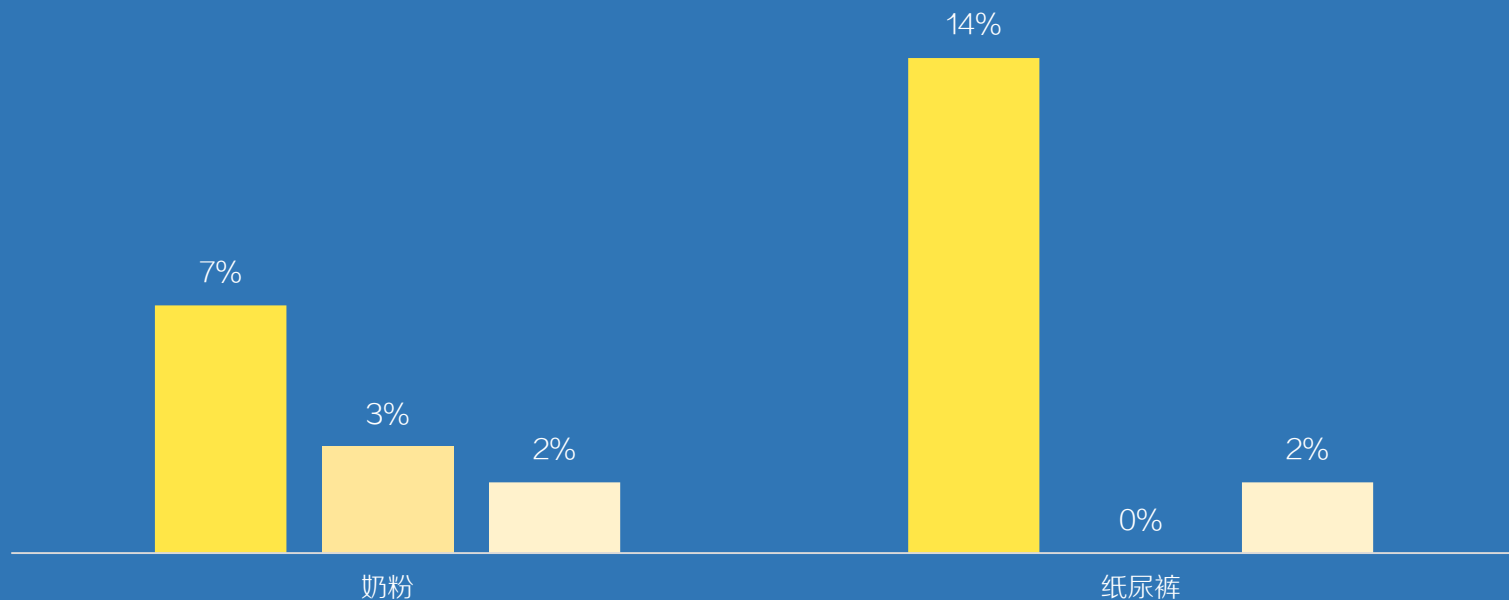


核心品类 >>>

相较发达国家，奶粉与纸尿裤还将继续快速增长

2017-2022年母婴两大细分品类复合增长率

■ 中国 ■ 日本 ■ 美国



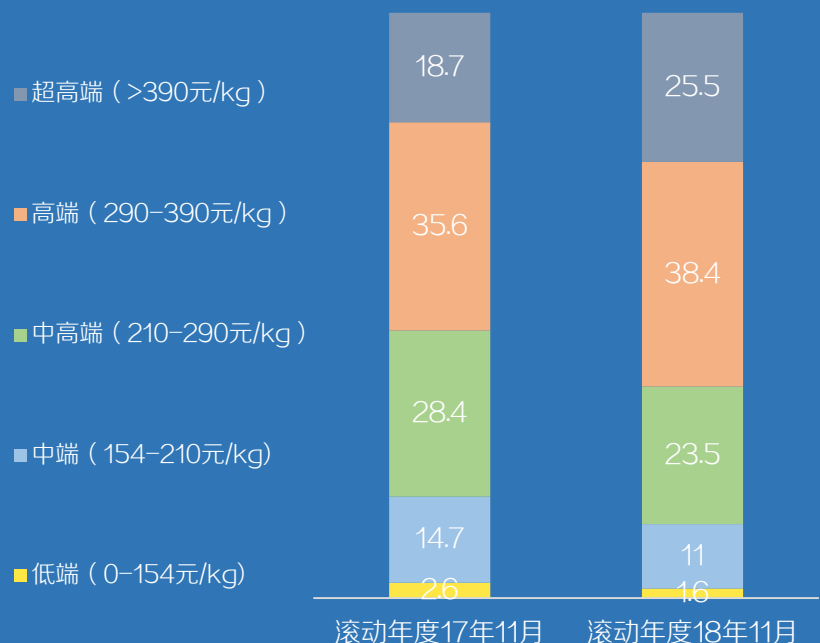
数据来源：euromonitor，2019，仅供参考



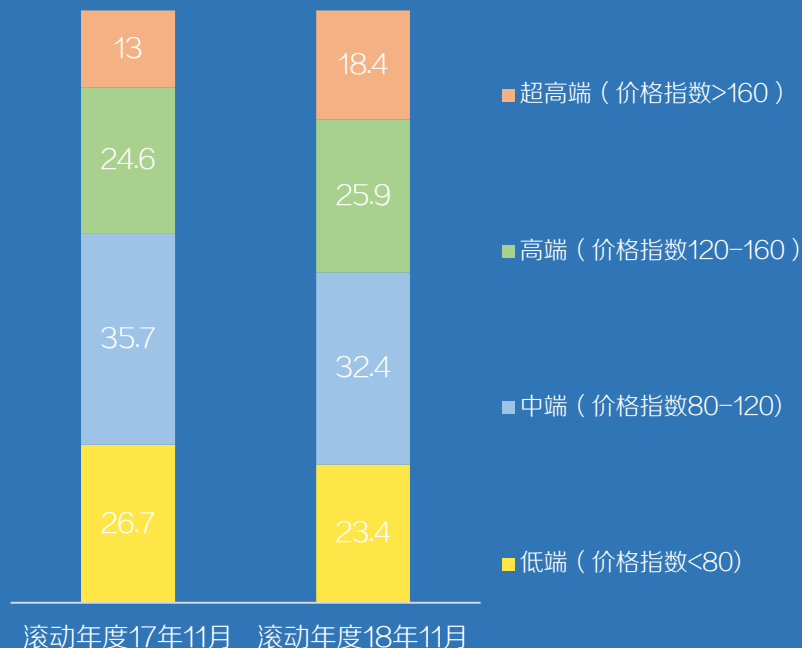
消费变化 >>>

母婴行业消费持续升级，奶粉、尿布品类高价位单品份额显著增加

婴儿奶粉价格段位份额占比%



婴儿尿布价格段位份额占比%



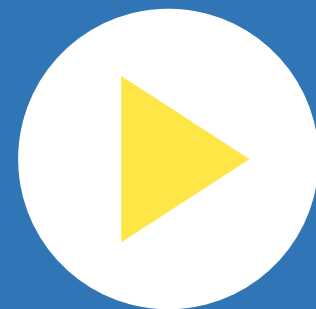
数据来源：尼尔森《中国婴幼儿快消品新趋势》，2019，仅供参考





抖音母婴内容播放概况

母婴大品类、尿布湿巾、婴儿奶粉、营养辅食、喂养用品
婴儿洗护、婴儿寝居、孕妇妈咪、其他品类、主要品牌





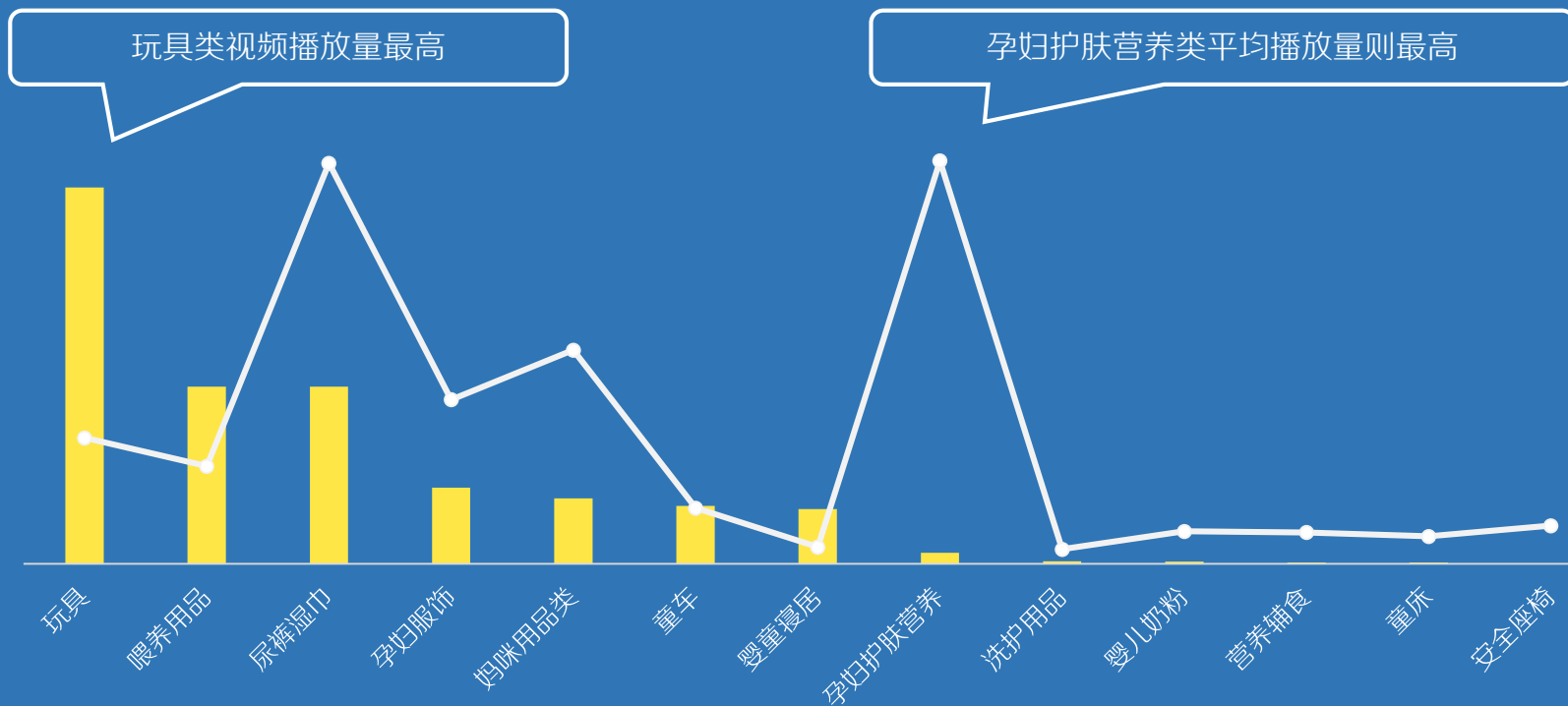
母婴大品类 >>>

视频播放量与平均播放量相关性表现较弱

备注：平均播放量=播放量/视频数量，指数越大意味着传播效果越好

抖音母婴类视频播放量

■ 播放量 ● 平均播放量



数据来源：商业算数中心，2019.4



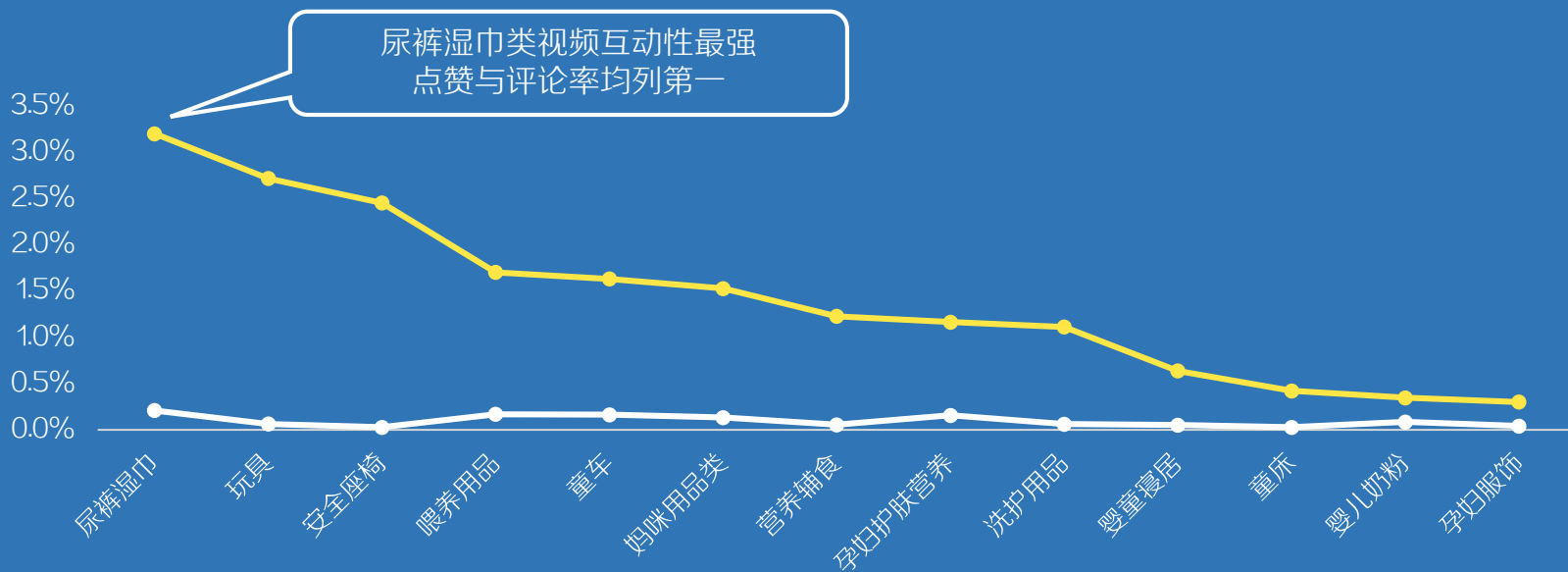
母婴大品类 >>>>

点赞率整体高于评论率， 不同品类间的评论率趋同，点赞率差异较大

备注：点赞率=点赞量/播放量，评论率=评论量/播放量

抖音母婴类视频点赞率及评论率

● 点赞率 ● 评论率



数据来源：商业算数中心，2019.4

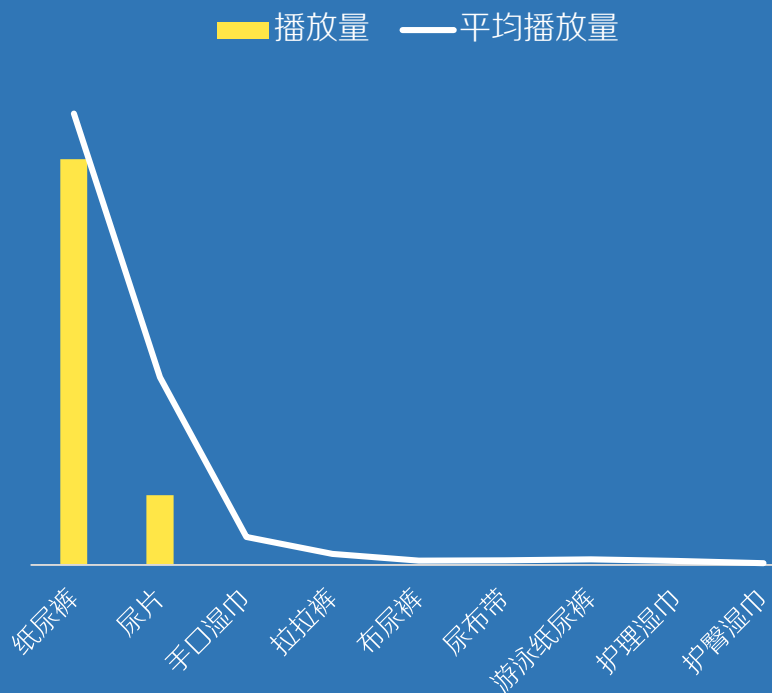


尿布湿巾

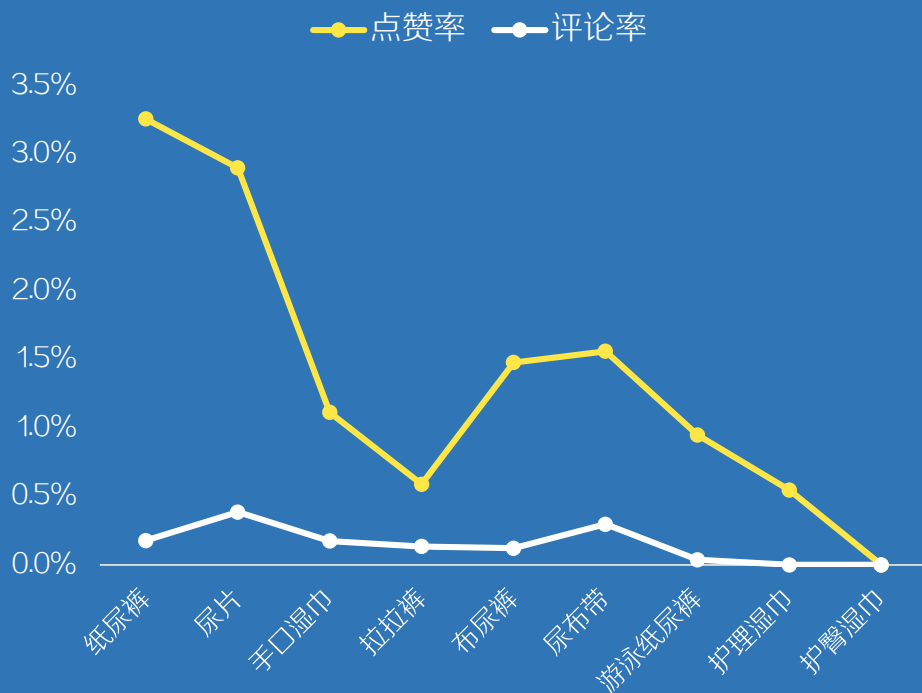
纸尿裤类不仅播放量高且传播效果好，内容点赞高

备注：点赞率=点赞量/播放量，评论率=评论量/播放量

抖音婴儿尿裤湿巾视频播放量



抖音婴儿尿裤湿巾点赞率及评论率



数据来源：商业算数中心，2019.4



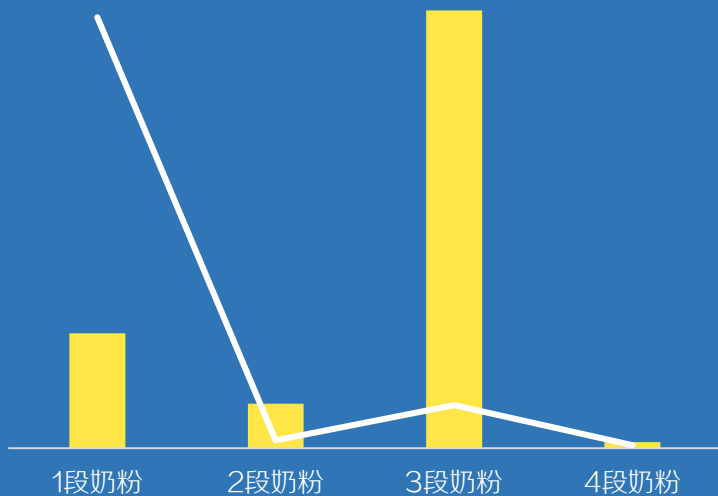
婴儿奶粉

1、3段奶粉视频受关注相对更高，3段奶粉视频播放量最大，而1段奶粉的传播效果与点赞率列首位

备注：点赞率=点赞量/播放量，评论率=评论量/播放量

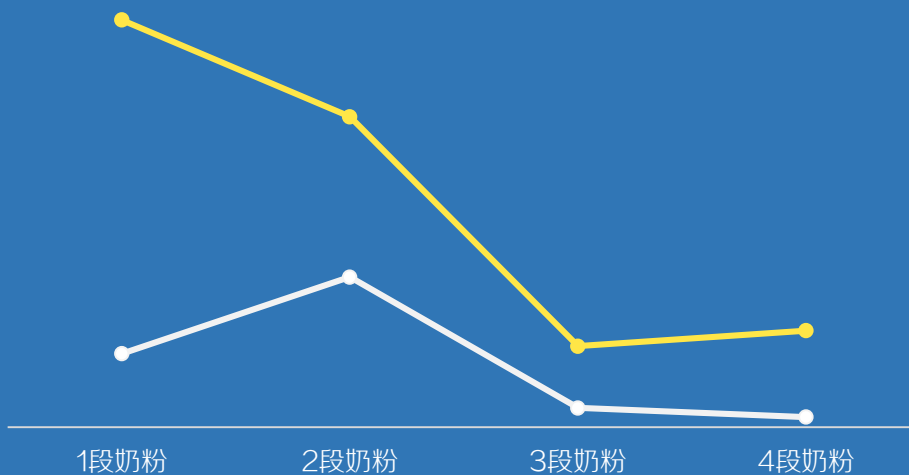
抖音婴儿奶粉视频播放量

■ 播放量 — 平均播放量



抖音婴儿奶粉视频点赞率及评论率

● 点赞率 ● 评论率



数据来源：商业算数中心，2019.4

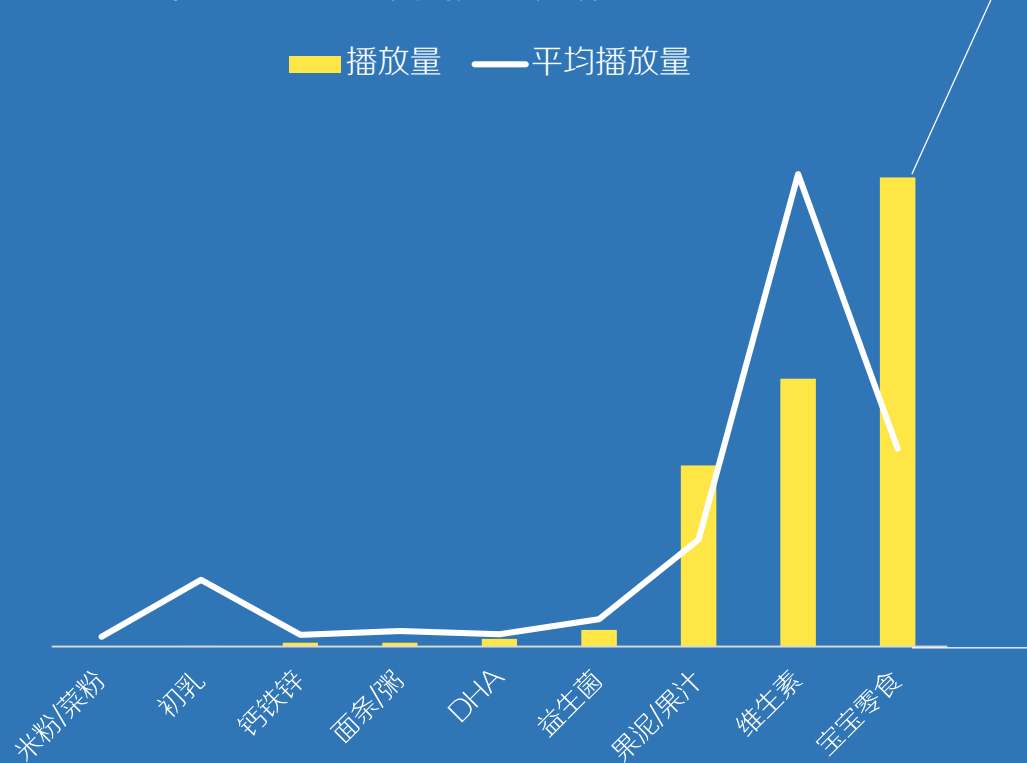


营养辅食

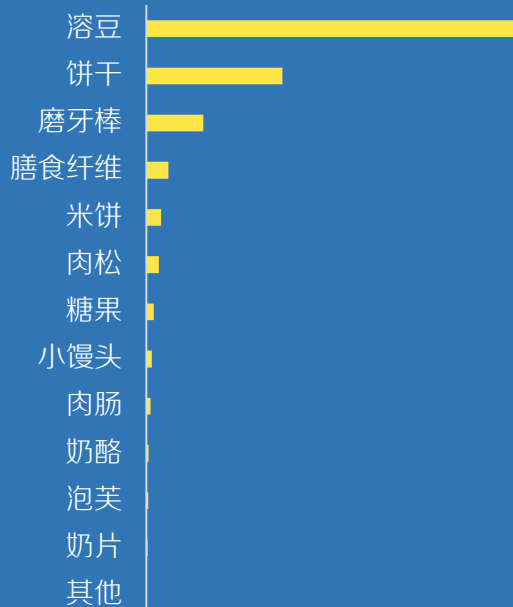
宝宝零食类视频播放量最高，其中溶豆、饼干与磨牙棒播放量列前三

抖音婴儿营养辅食类视频播放量

■ 播放量 — 平均播放量



抖音各类宝宝零食视频播放量



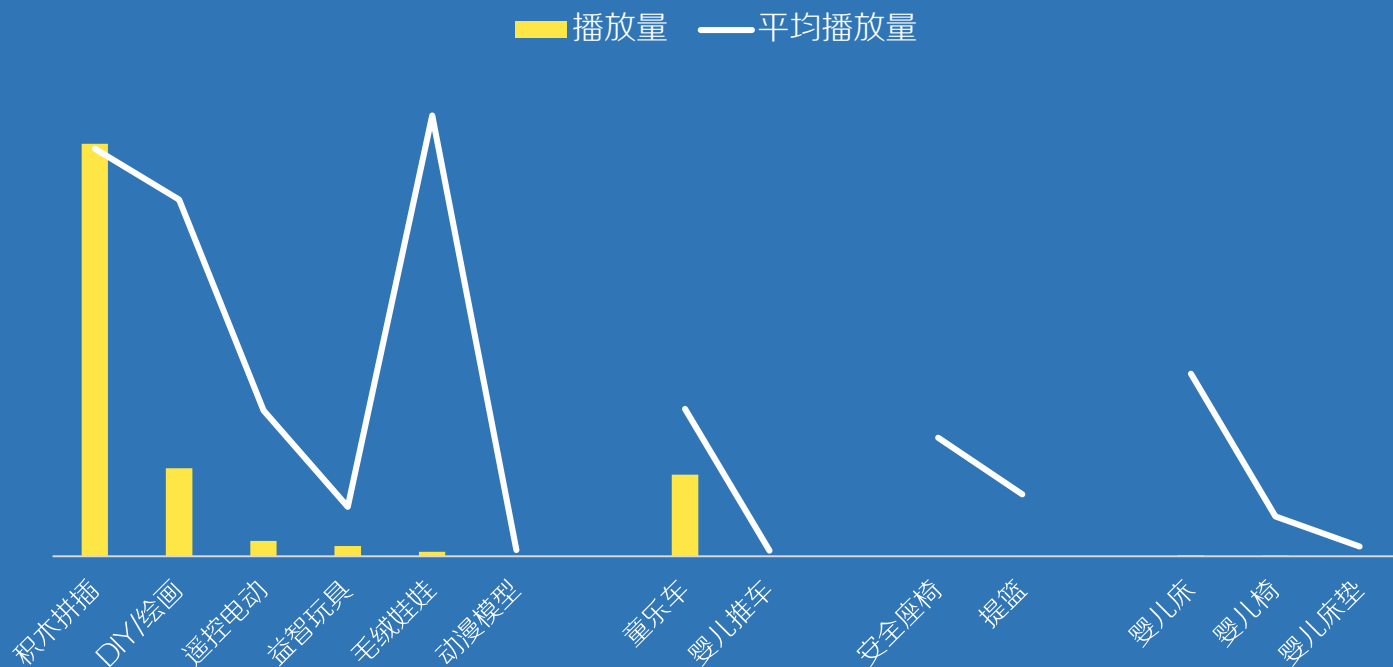
数据来源：商业算数中心，2019.4



婴儿其他类别 >>>

积木拼插、童乐车、安全座椅及婴儿床分别是玩具、童车、安全椅及童床类播放量最高且传播效果较好的子类。

抖音玩具、童车、安全椅及童床视频播放量

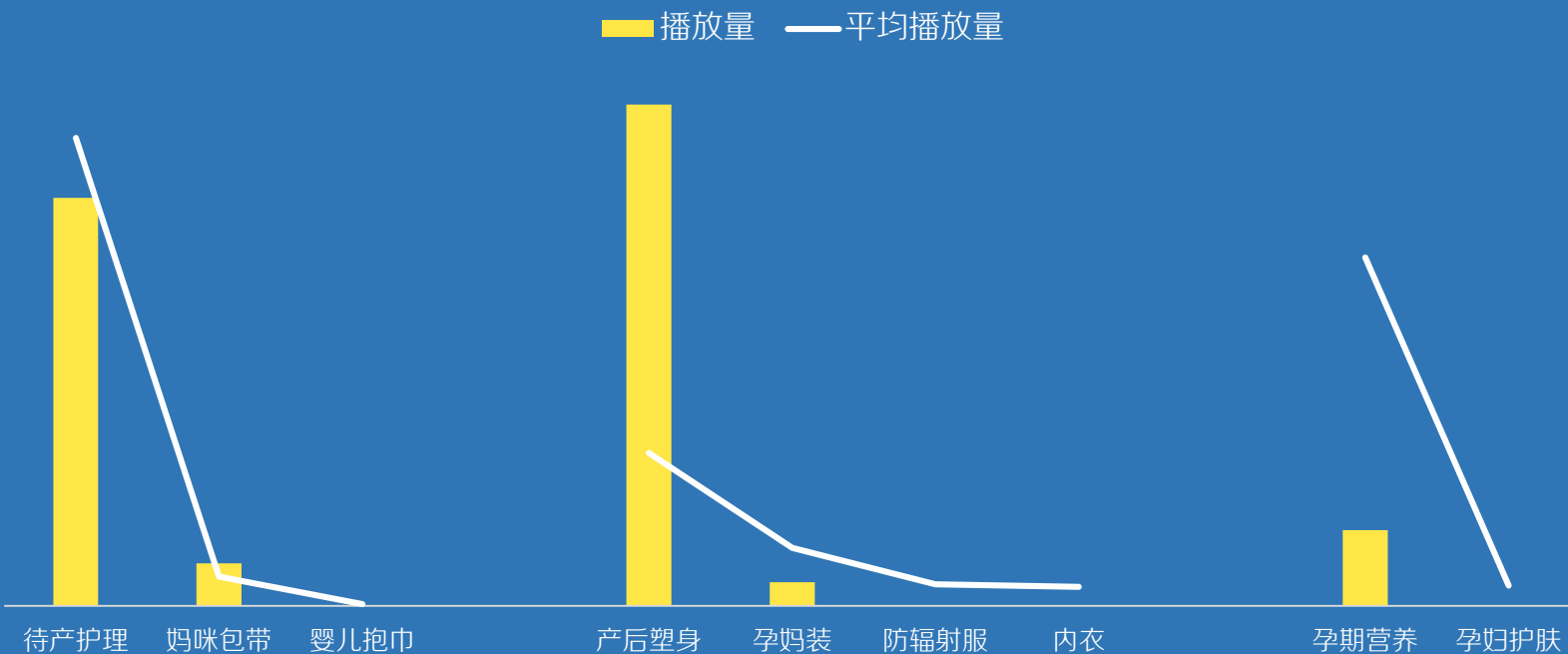




妈咪孕妇类 >>>

产后塑身与待产护理类分别是播放量最高与传播效果最好的视频类

抖音妈咪用品、孕妇服饰及孕妇健康视频播放量



奶粉品牌

头部奶粉品牌主要以中国大陆及欧美品牌为主

抖音奶粉品牌相关视频播放量TOP20

品牌名	品牌属性	品牌名	品牌属性
飞鹤	中国大陆	贝因美	中国大陆
伊利	中国大陆	a2	新西兰
美素佳儿	荷兰	和氏	中国大陆
君乐宝	中国大陆	惠氏	美国
爱他美	德国	佳贝艾特	荷兰
雀巢	瑞士	至初	新西兰
美赞臣	美国	启赋	美国
合生元	法国	牛栏	荷兰
诺优能	荷兰	喜宝	德国
雅培	美国	圣元	中国大陆

中国大陆占比：30%

欧洲占比：40%

美国占比：20%

澳洲占比：10%

纸尿裤及婴儿洗护品牌

头部纸尿裤被中美日品牌包揽，洗护类则以中国品牌为主

中国大陆占比：30%
中国香港占比：10%
日本占比：40%
美国占比：20%

抖音纸尿裤品牌相关
视频播放量TOP10

品牌名	品牌属性
尤妮佳	日本
安儿乐	中国大陆
大王	日本
花王	日本
好奇	美国
帮宝适	美国
菲比	中国香港
爹地宝贝	中国大陆
舒比奇	中国大陆
妈咪宝贝	日本

抖音婴儿洗护品牌
相关视频播放量TOP10

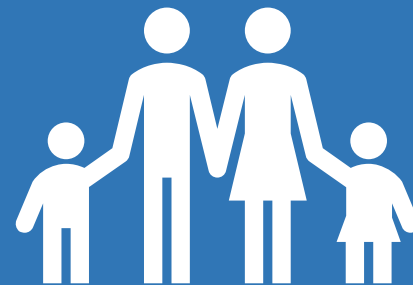
品牌名	品牌属性
强生	美国
爱护	中国大陆
红色小象	中国大陆
哈罗闪	德国
子初	中国大陆
贝亲	日本
五羊	中国大陆
润本	中国大陆
松达	中国大陆
启初	中国大陆

中国大陆占比：70%
欧洲占比：10%
美国占比：10%
日本占比：10%



抖音母婴人群整体画像

群体特征、地域分布、时段分布、视频偏好

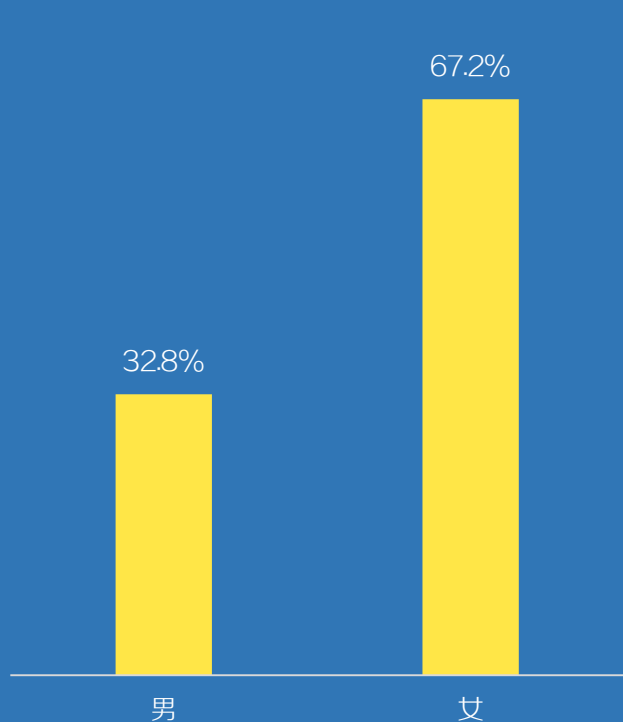




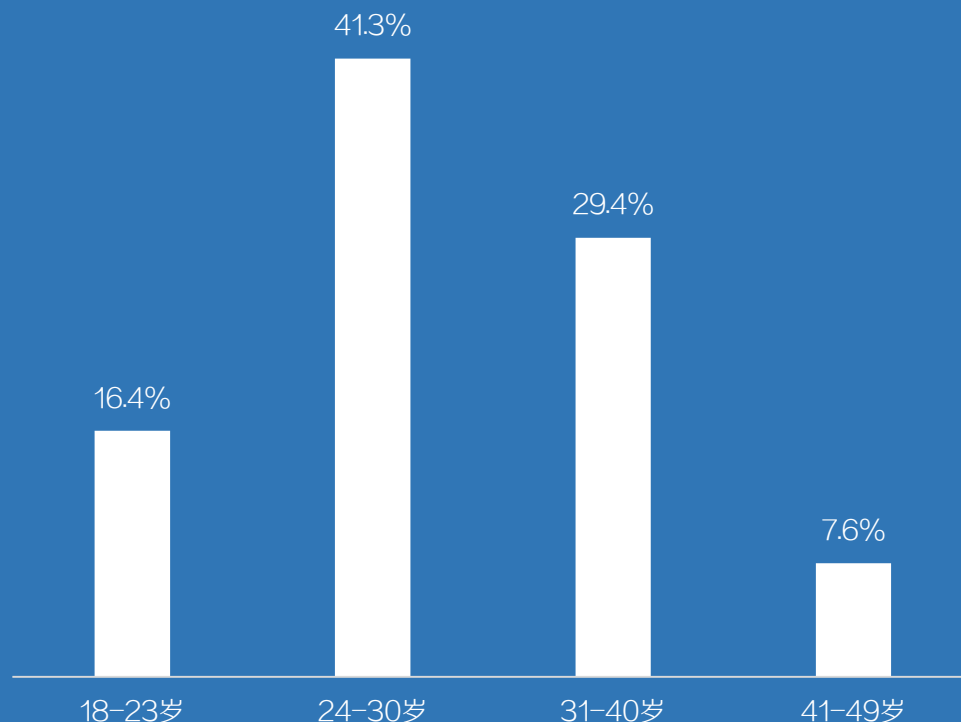
群体特征 >>>

母婴人群以女性为主体，年龄则以中青年为主

抖音母婴人群性别占比



抖音母婴人群各年龄占比



数据来源：云图，2019.4

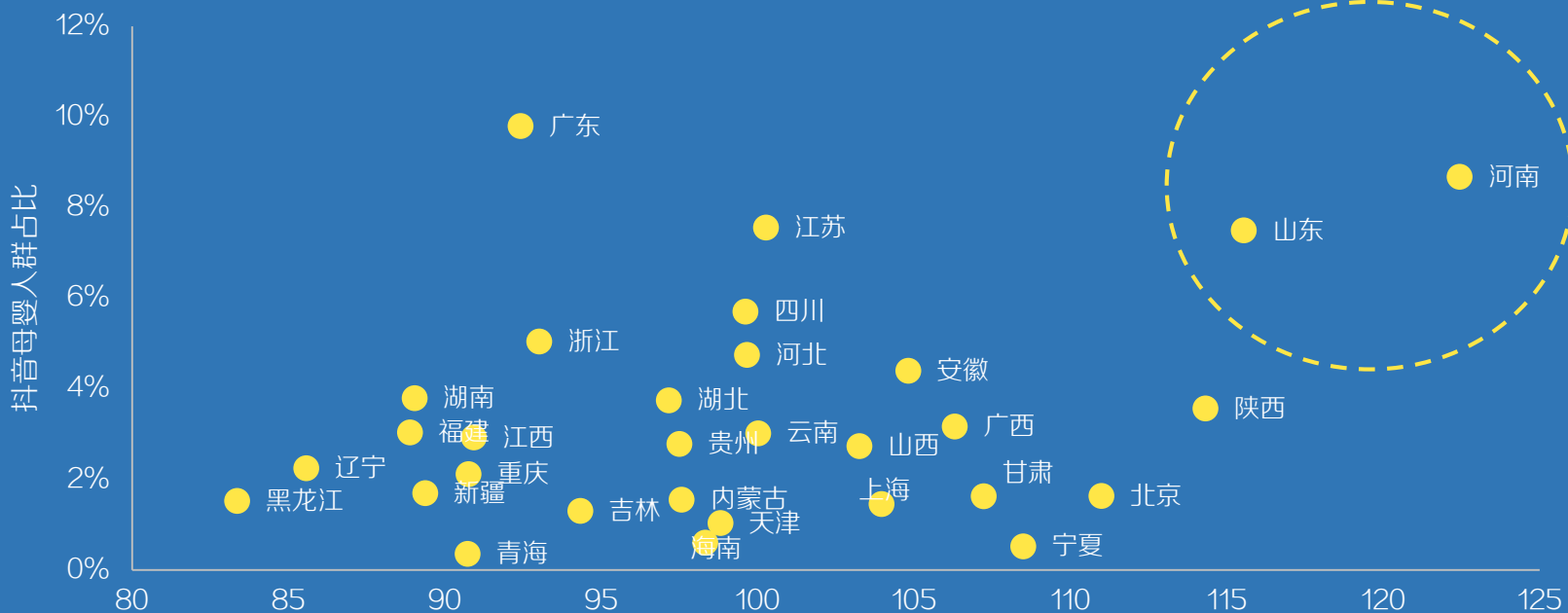


地域分布

TA们在河南、山东等人口大省既占比大且拥有较高的TGI

备注：TGI即样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高， $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} * 100$

抖音母婴人群各省区占比与TGI矩阵



数据来源：云图，2019.4

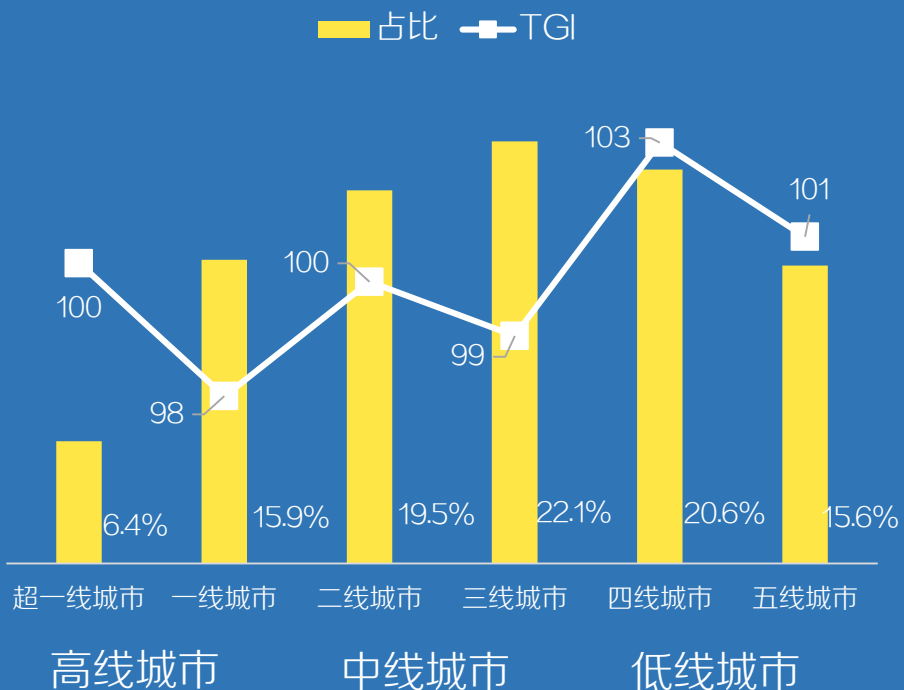


地域分布

中线城市占比最高，低线城市TGI最高

备注：TGI即样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高， $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} * 100$

抖音母婴人群各等级城市分布



抖音母婴人群城市占比Top10



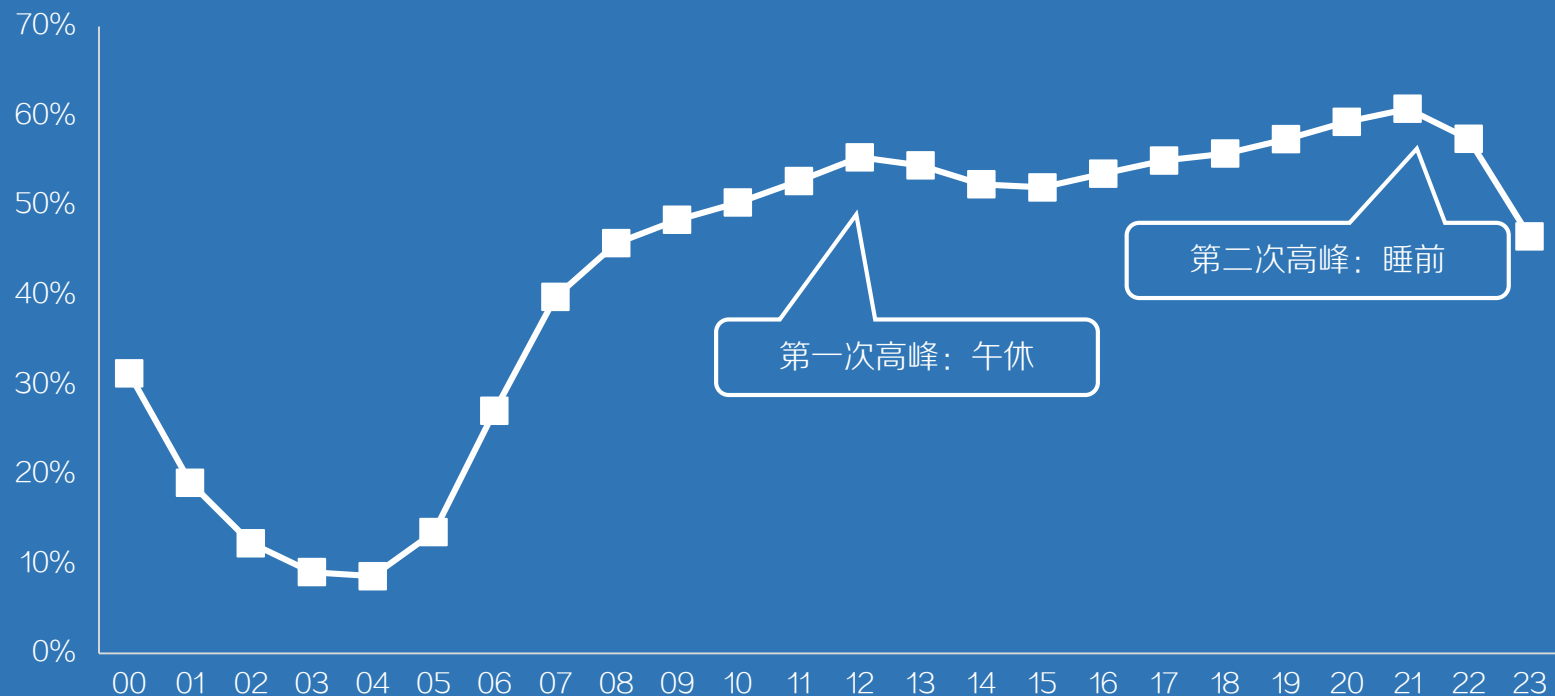
数据来源：云图，2019.4



时段分布

TA们的手机使用基本从7点开始处于高位，并持续到21点，到达全天最高峰，然后迅速下滑

抖音母婴人群各时段使用渗透率分布





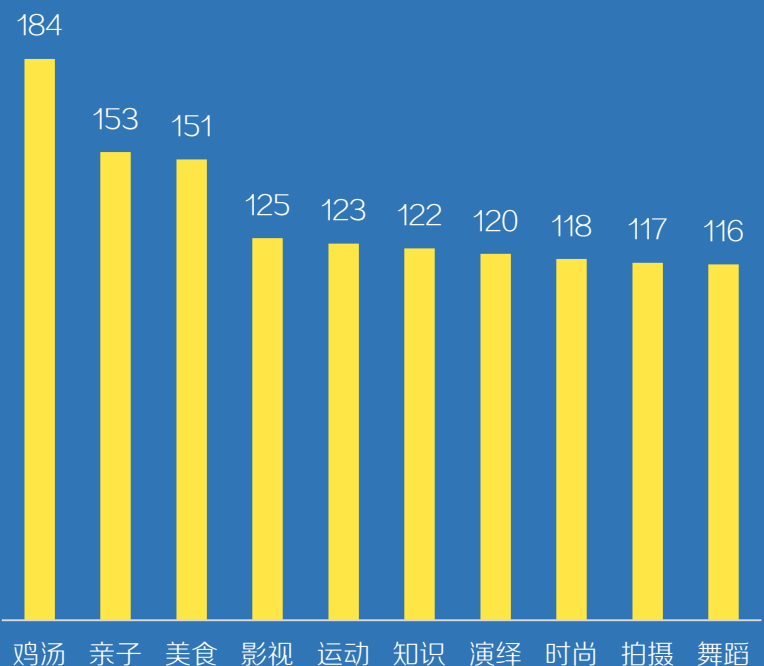
视频兴趣



鸡汤、亲子及美食是TA最喜欢的三类视频内容

备注：TGI即样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高，TGI=样本占比/总体占比*100

抖音母婴人群视频内容TGI



抖音母婴人群视频偏好内容关键词词云





抖音母婴细分人群画像

孕期阶段（早、中、晚）、角色分类（宝爸、宝妈、爷爷、奶奶）、年龄分类（年轻父母、大龄父母）



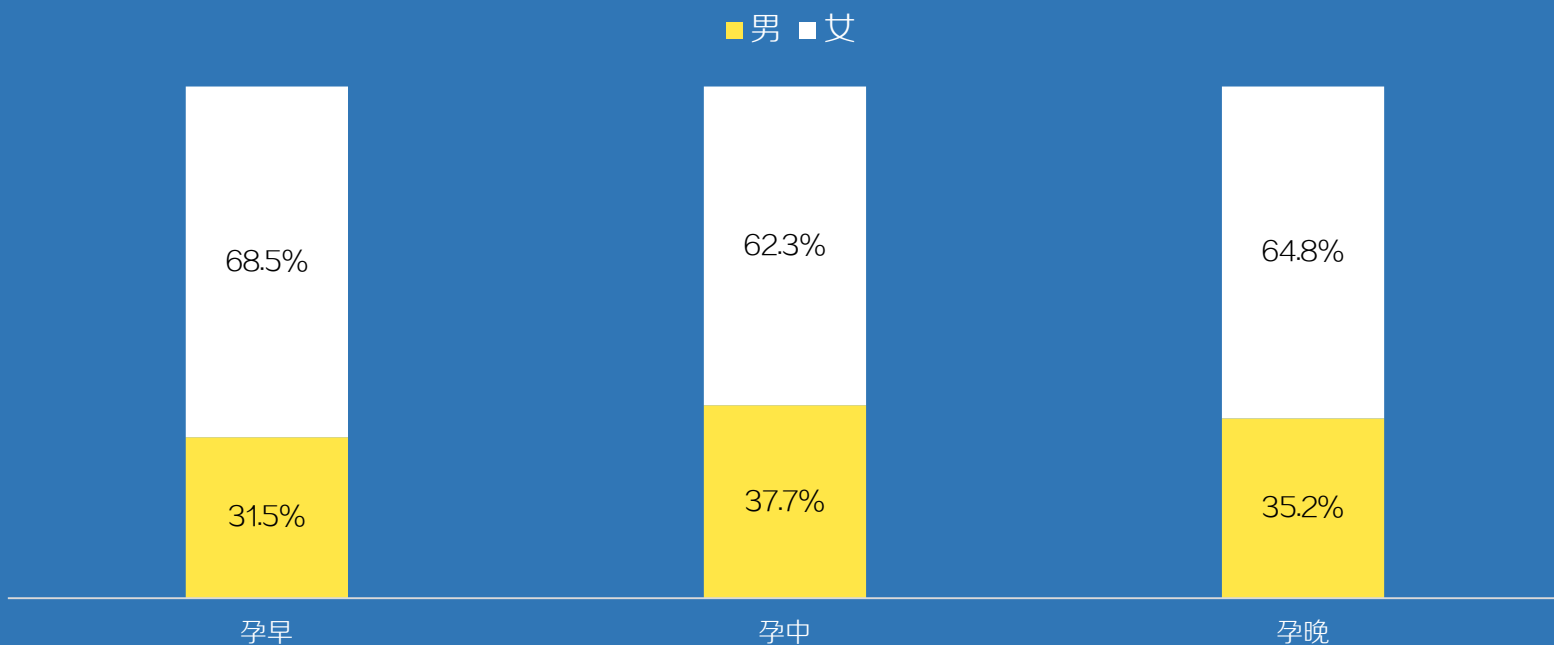


孕期阶段

孕期各阶段的母婴人群均以女性为主体，孕中阶段男性占比达到最高

备注：孕早、孕中、孕晚即自己或配偶处于怀孕早期、怀孕中期、怀孕晚期孕妇的母婴人群

抖音各孕期阶段母婴人群男女比例



数据来源：云图，2019.4

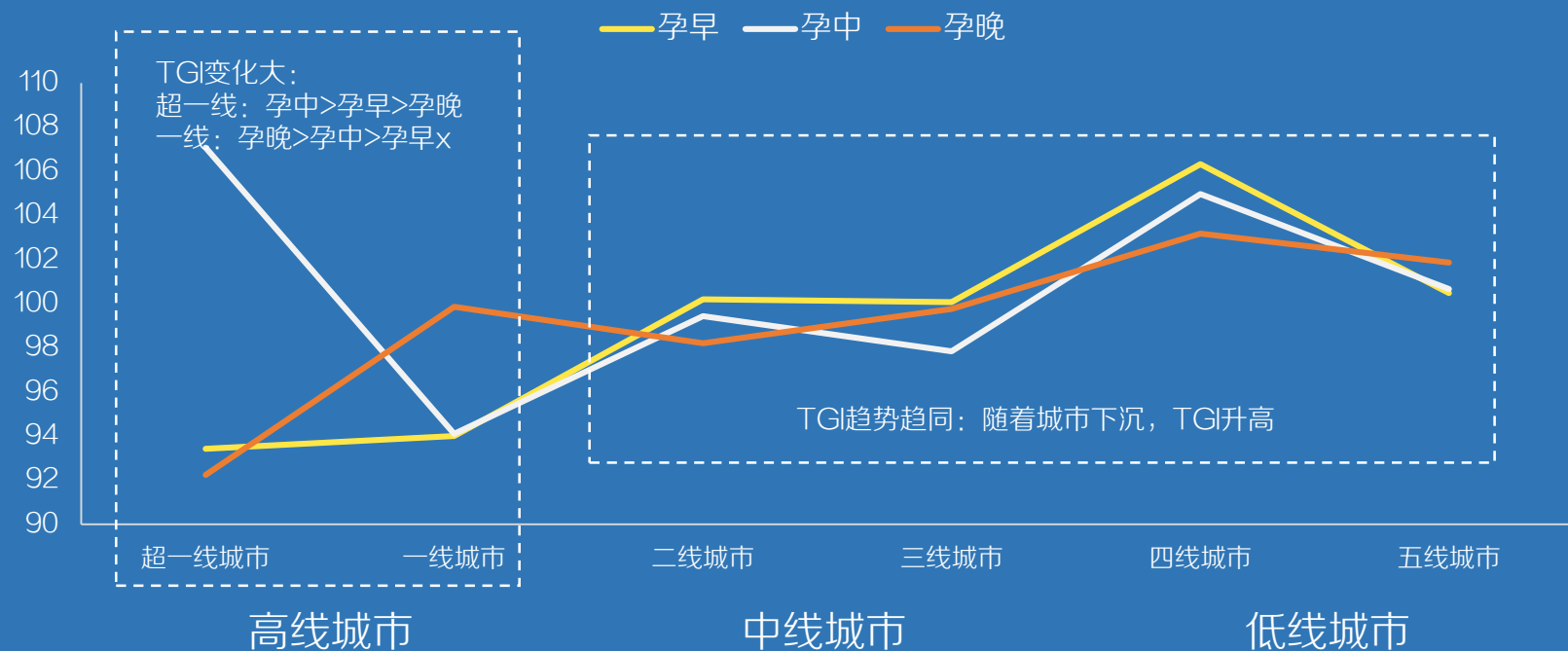


孕期阶段

高线城市各阶段TGI变化较大，中低线城市基本趋近

备注：TGI即样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高， $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} * 100$

抖音孕期各阶段母婴人群分城市TGI



数据来源：云图，2019.4



孕期阶段 >>>

山东、安徽及四川等人口大省各孕期阶段人群TGI分别列首位

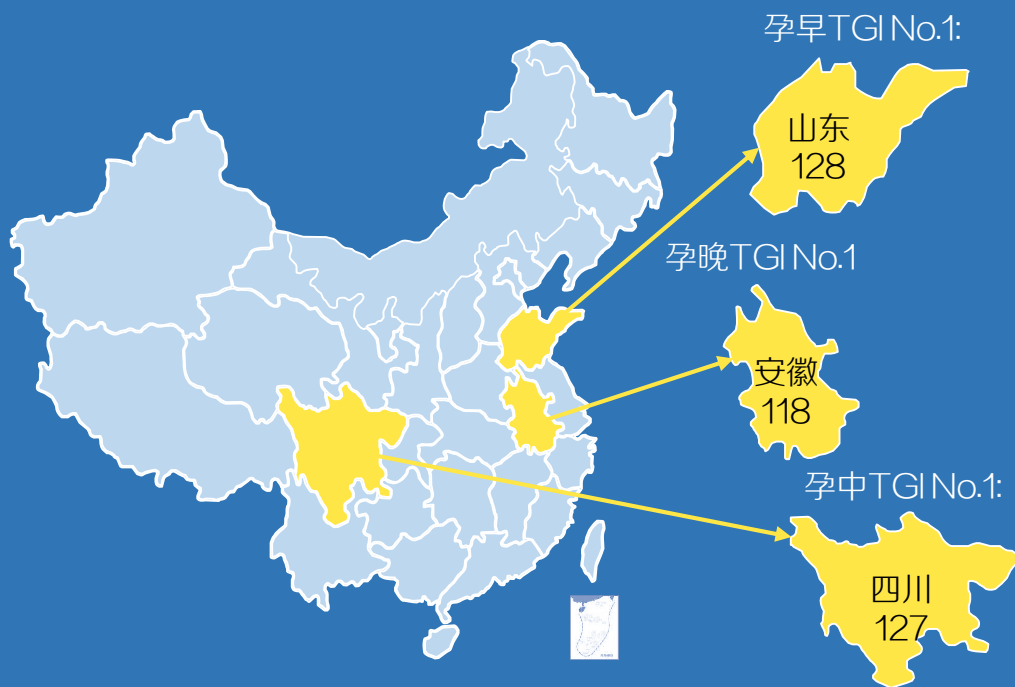
备注：TGI即样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高，TGI=样本占比/总体占比*100

抖音孕期各阶段母婴人群地域分布TGI

孕早TGI	城市
NO.1	临沂
NO.2	阜阳
NO.3	潍坊

孕中TGI	城市
NO.1	临沂
NO.2	武汉
NO.3	南阳

孕晚TGI	城市
NO.1	潍坊
NO.2	临沂
NO.3	合肥



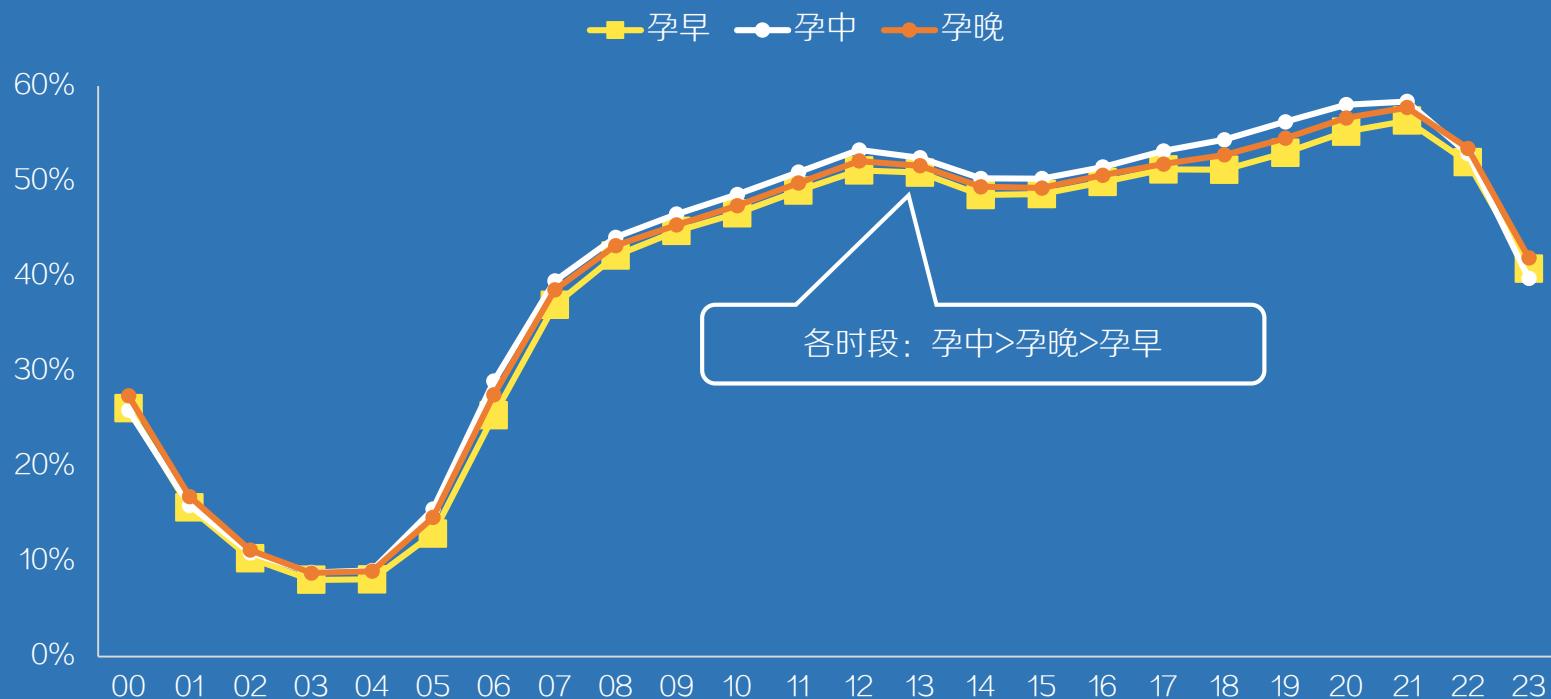
数据来源：云图，2019.4



孕期阶段

各阶段人群时段分布基本保持一致，各时段占比依次为孕中、孕晚及孕早

抖音孕期各阶段母婴人群各时段使用渗透率分布





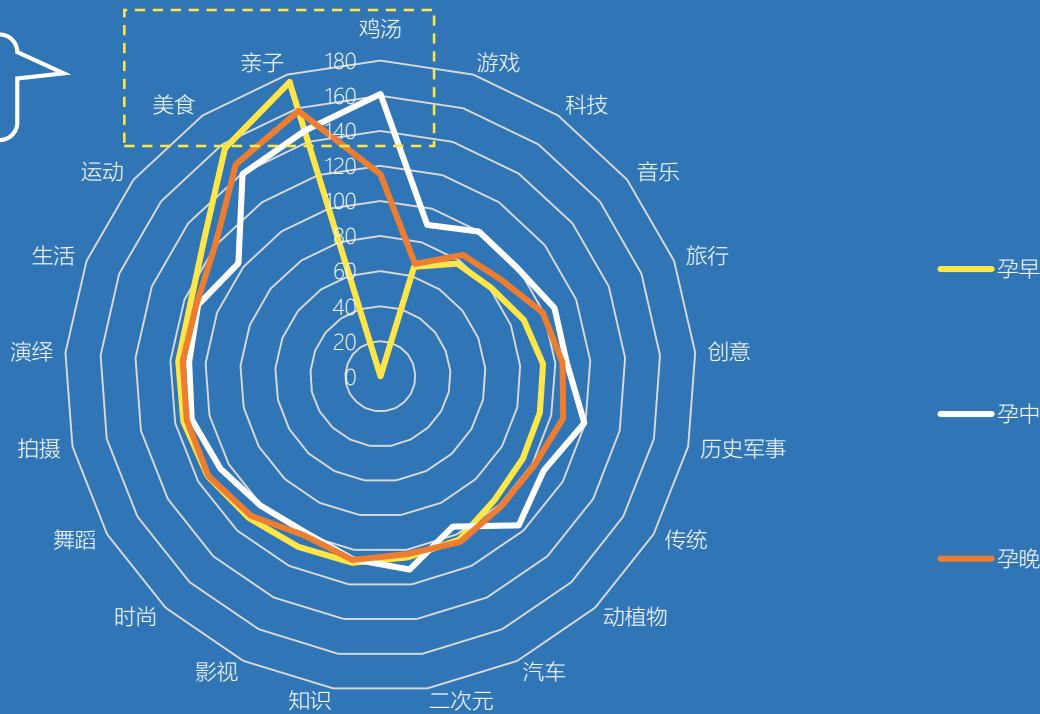
视频兴趣

孕早与孕晚阶段人群最爱亲子、美食类视频，孕中阶段人群则偏爱鸡汤类视频

备注：TGI即样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高，TGI=样本占比/总体占比*100

抖音孕期各阶段母婴人群视频内容TGI

孕早、孕晚：亲子、美食
孕中：鸡汤



数据来源：云图，2019.4





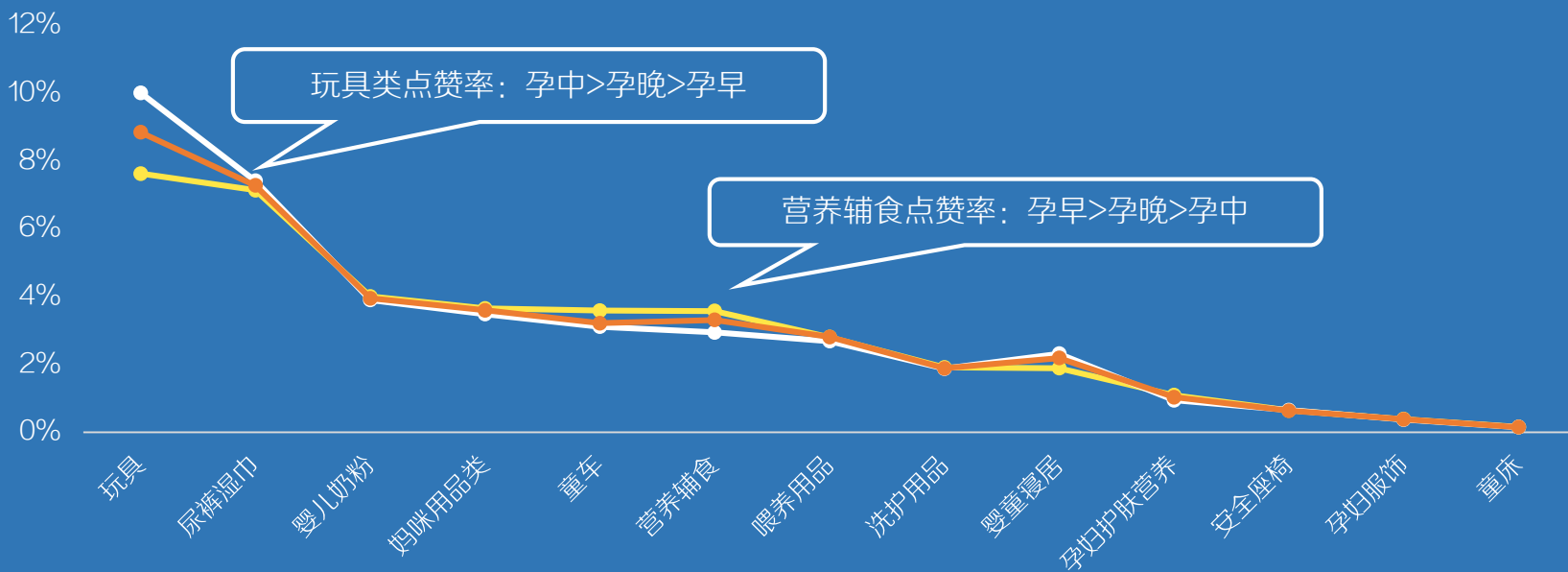
孕期阶段

各阶段人群对细分品类点赞率基本保持一致，但孕中阶段玩具点赞率显著高于其他阶段，但对营养辅食点赞低于前两者

备注：点赞率=点赞量/播放量

抖音孕期各阶段母婴人群各品类点赞率

孕早 孕中 孕晚



玩具类点赞率：孕中>孕晚>孕早

营养辅食点赞率：孕早>孕晚>孕中



年龄分类 >>>

女性在各年龄段中均占有更高比例，但大龄父母中男性占比高于年轻父母

备注：大龄父母即年龄范围在31-49岁且家中有3岁以下宝宝的群体

年轻父母即年龄范围在18-30岁且家中有3岁以下宝宝的群体

抖音各年龄段母婴人群男女比例

■男 ■女



数据来源：云图，2019.4

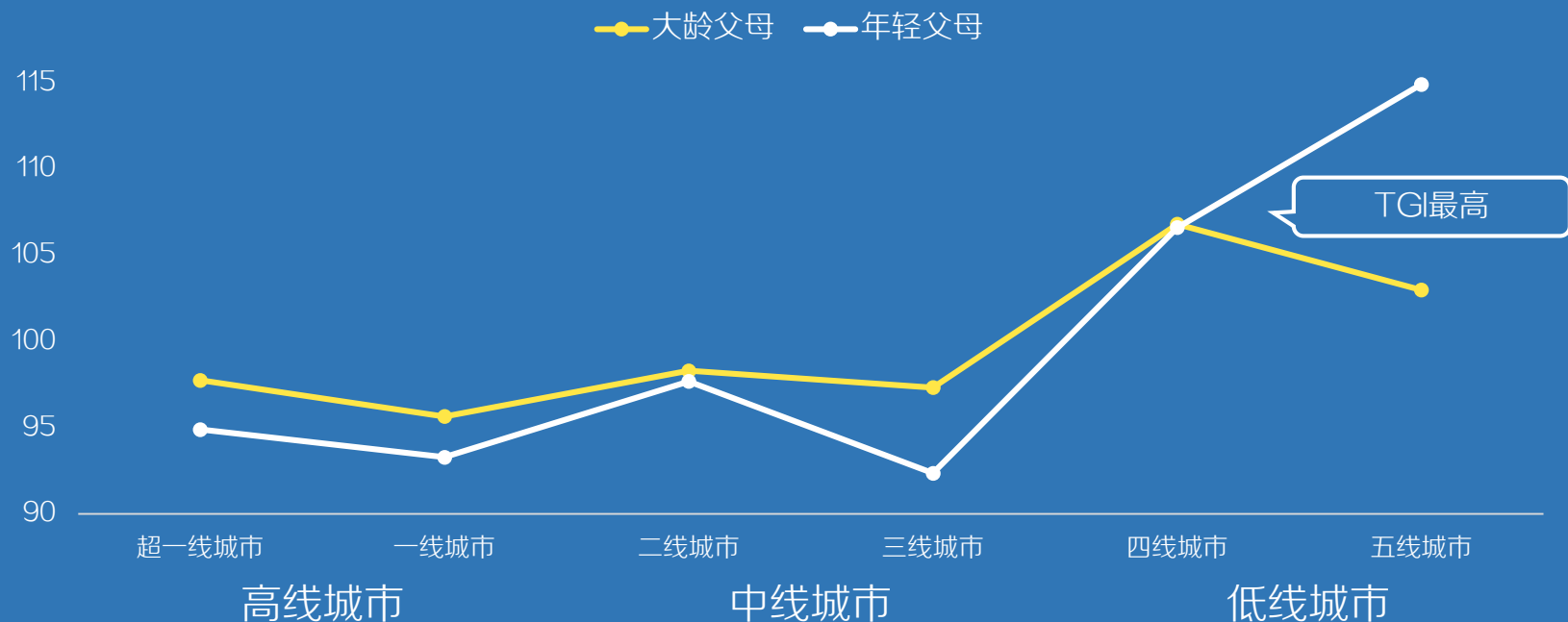


年龄分类 >>>

大龄父母在中高线城市TGI高于低线城市 尤其是五线城市

备注：TGI即样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高，TGI=样本占比/总体占比*100

抖音各年龄段母婴人群各等级城市TGI



数据来源：云图，2019.4

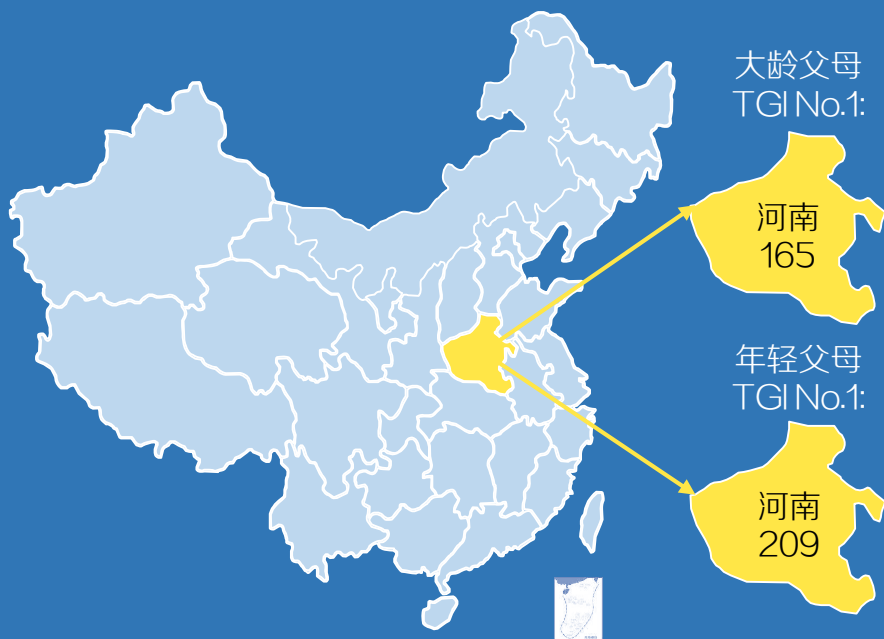


年龄分类 >>>

各年龄段母婴人群TGI在河南均列第一 尤其是安阳商丘等城市

备注：TGI即样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高，TGI=样本占比/总体占比*100

抖音各年龄段母婴人群地域分布TGI



大龄父母TGI	城市
NO.1	安阳
NO.2	南阳
NO.3	商丘

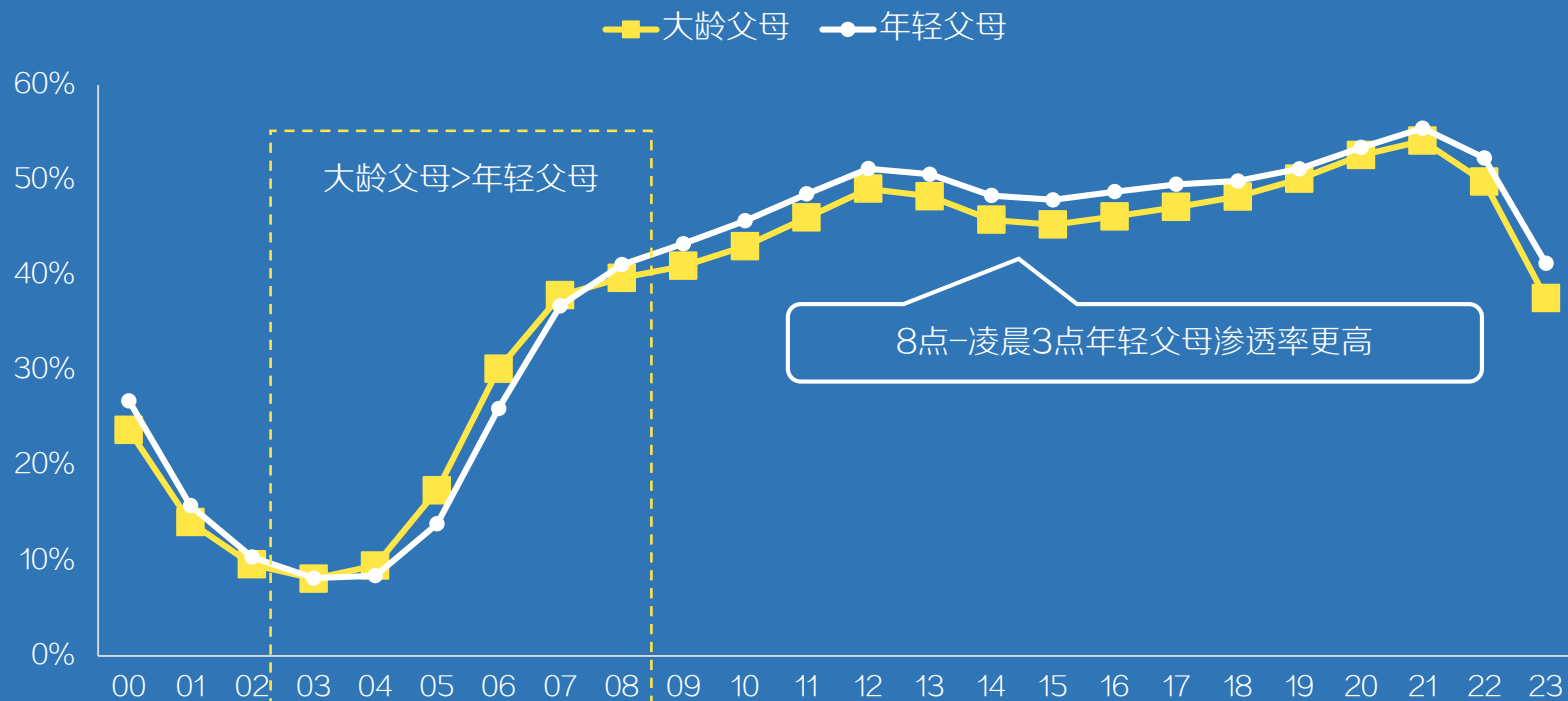
年轻父母TGI	城市
NO.1	商丘
NO.2	周口
NO.3	安阳



年龄分类 >>>

年轻父母与大龄父母全天使用时间分布趋势基本一致，但各时段年轻父母整体占比更高

抖音各年龄段母婴人群各时段使用渗透率分布



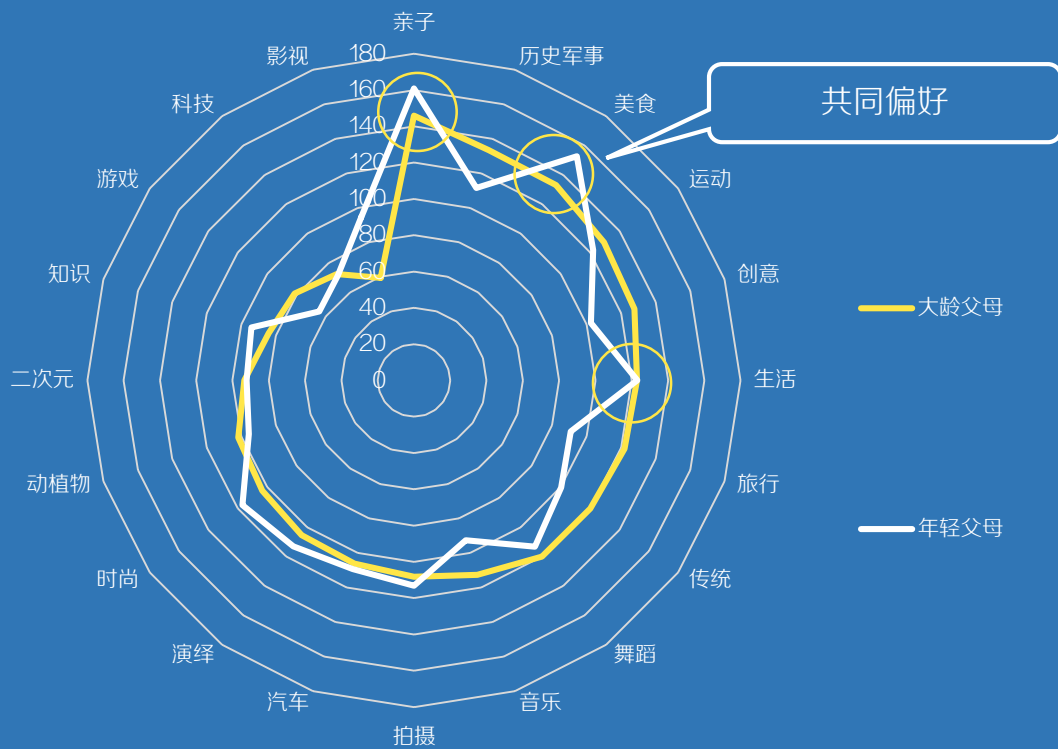


年龄分类 >>>

大龄父母与年轻父母均偏爱亲子类、美食、生活类视频

备注：TGI即样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高，TGI=样本占比/总体占比*100

抖音各年龄段母婴人群视频内容TGI



数据来源：云图，2019.4

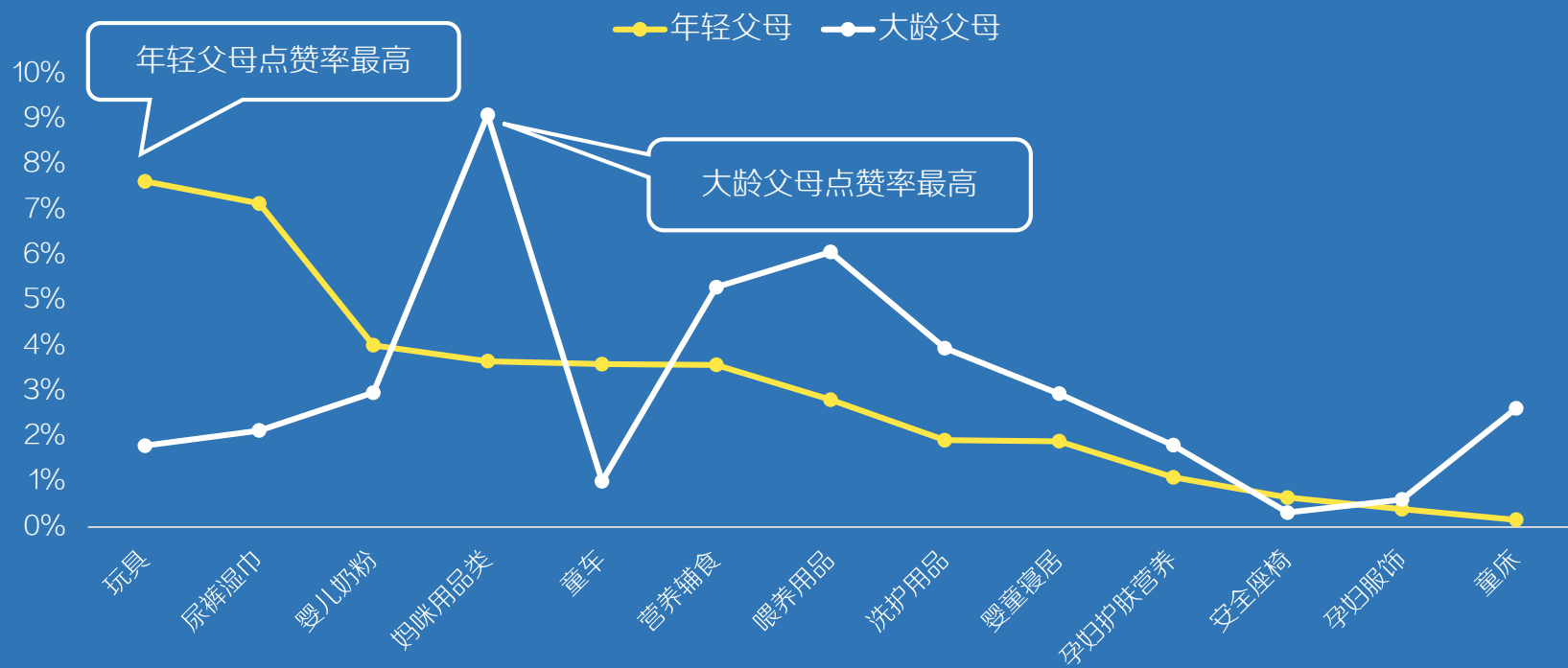


年龄分类 >>>

年轻父母对玩具点赞率更高，而大龄父母对妈咪用品类的点赞率更高

备注：点赞率=点赞量/播放量

抖音各年龄段母婴人群各品类点赞率



数据来源：商业算数中心，2019.4



角色分类 >>>

宝爸及爷爷奶奶在中高线城市TGI相应更高，而宝妈TGI随着城市的下沉而升高

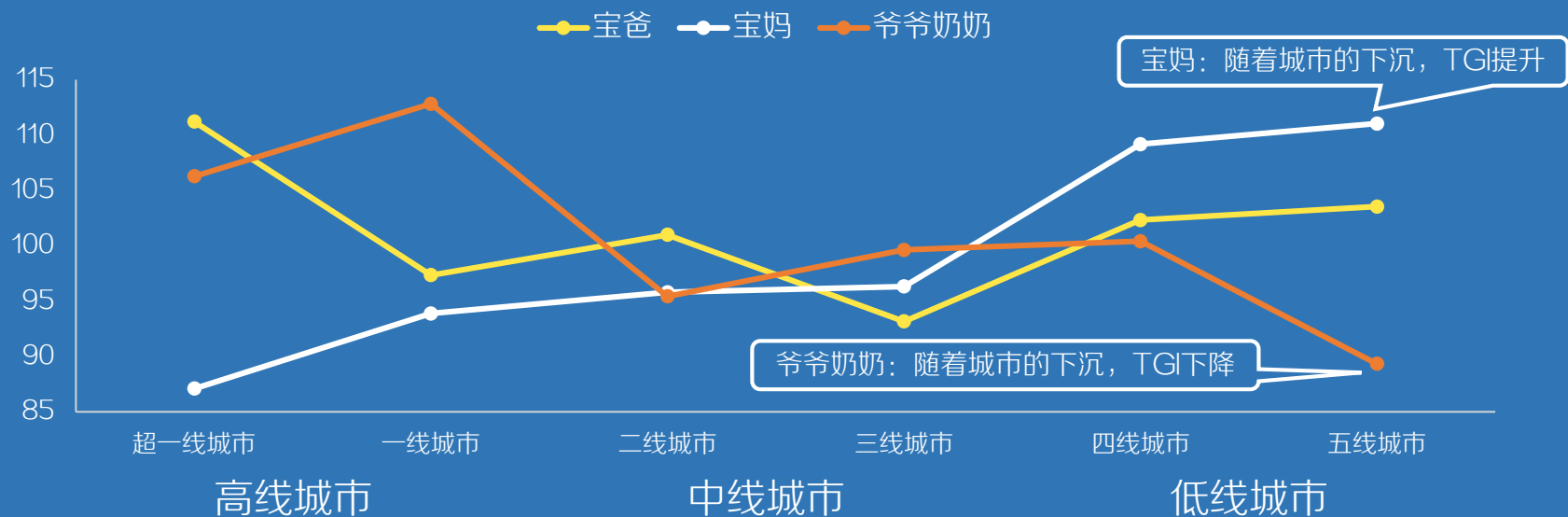
备注：TGI即样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高， $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} * 100$

宝爸即年龄范围在18-49岁且家中有3岁以下宝宝的男性母婴人群

宝妈即年龄范围在18-49岁且家中有3岁以下宝宝的女性母婴人群

爷爷奶奶即年龄在50岁以上且家中有3岁以下宝宝的母婴人群

抖音各角色母婴人群在各等级城市TGI



数据来源：云图，2019.4

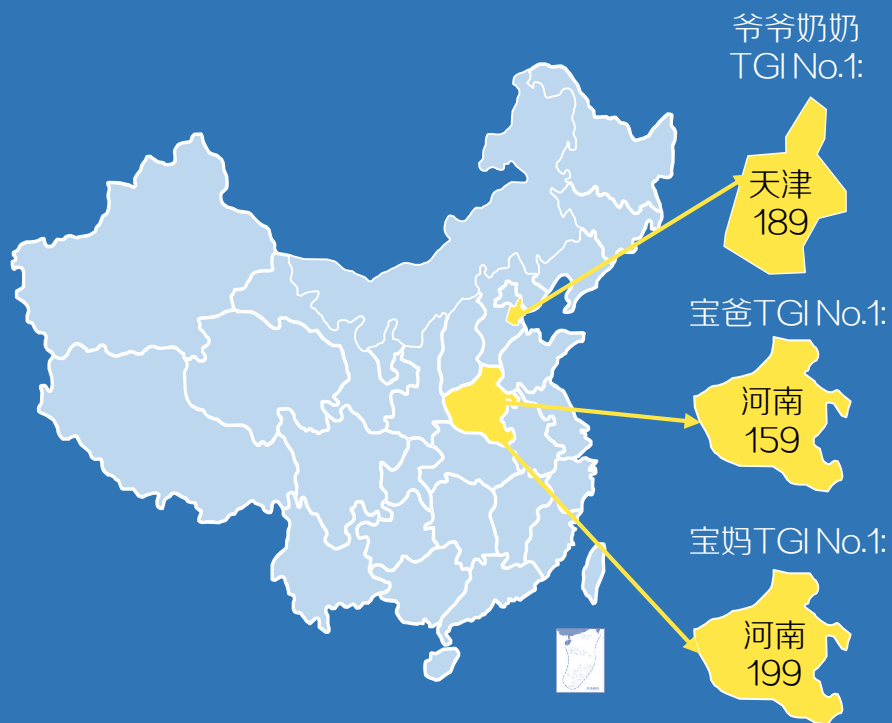


角色分类 >>>

宝妈宝妈在河南TGI最高，爷爷奶奶在天津TGI最高

备注：TGI即样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高，TGI=样本占比/总体占比*100

抖音各角色母婴人群地域分布TGI



爷爷奶奶TGI	城市
NO.1	天津
NO.2	大连
NO.3	沈阳

宝爸TGI	城市
NO.1	商丘
NO.2	南阳
NO.3	周口

宝妈TGI	城市
NO.1	商丘
NO.2	南阳
NO.3	周口

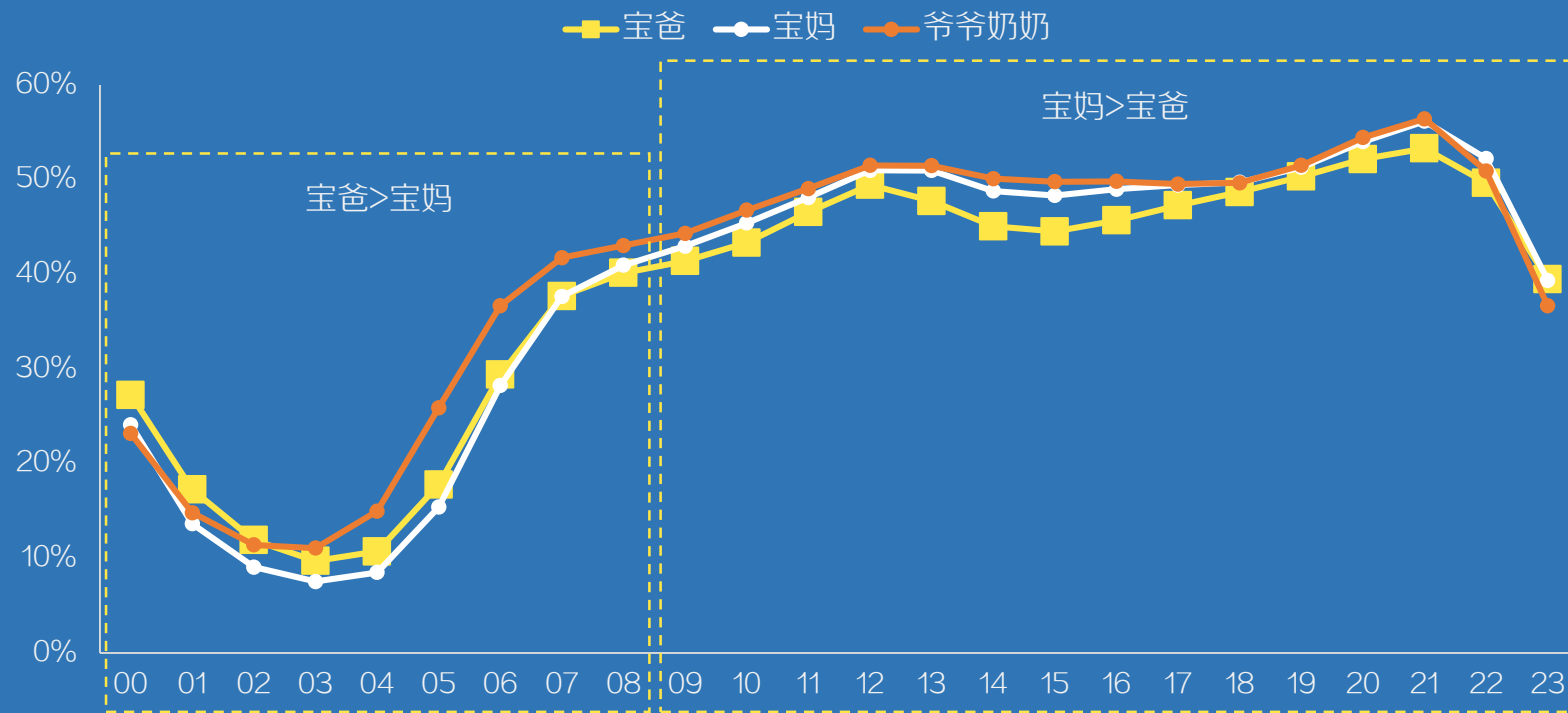
数据来源：云图，2019.4



角色分类 >>>

爷爷奶奶全天占比最高，而宝爸夜里高于宝妈
白天低于宝妈

抖音各角色母婴人群各时段使用渗透率分布



数据来源：云图，2019.4

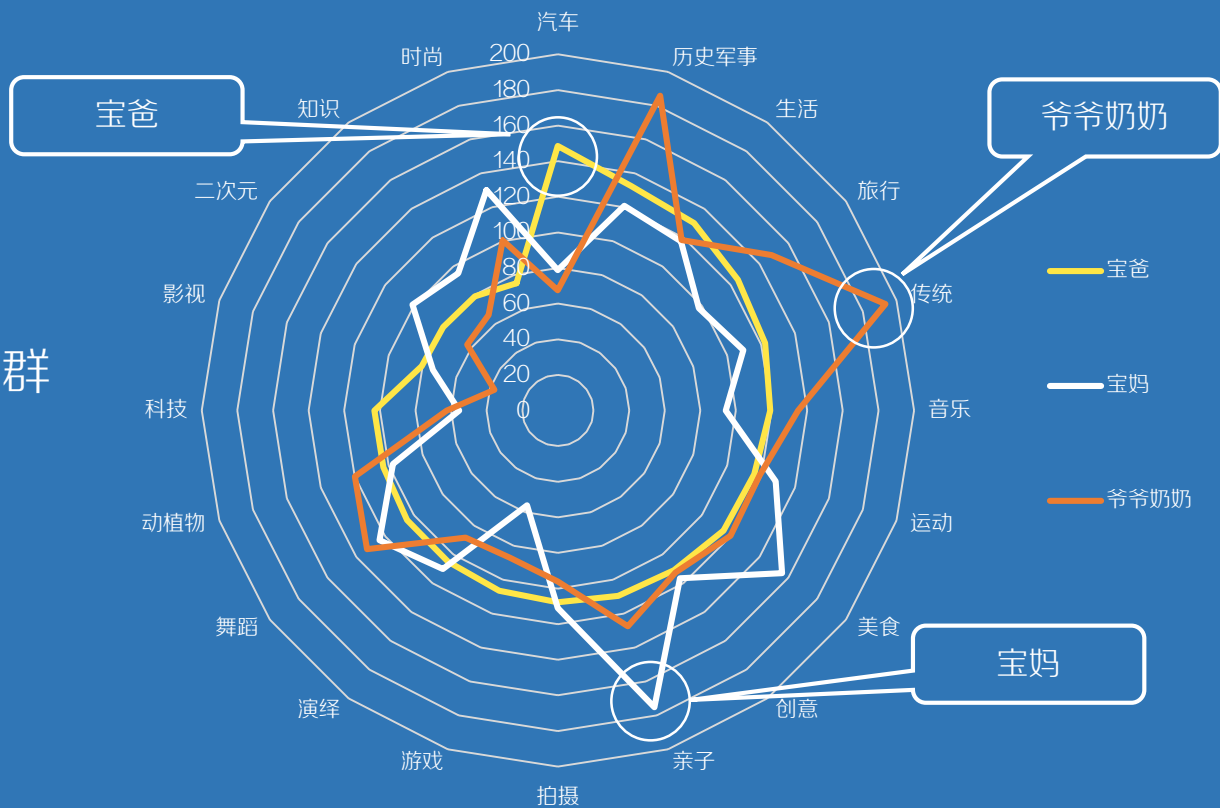


角色分类 >>>

宝爸偏爱汽车类，宝妈偏爱亲子类，爷爷奶奶偏爱传统类视频

备注：TGI即样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高，TGI=样本占比/总体占比*100

抖音各角色母婴人群 视频内容TGI



数据来源：云图，2019.4



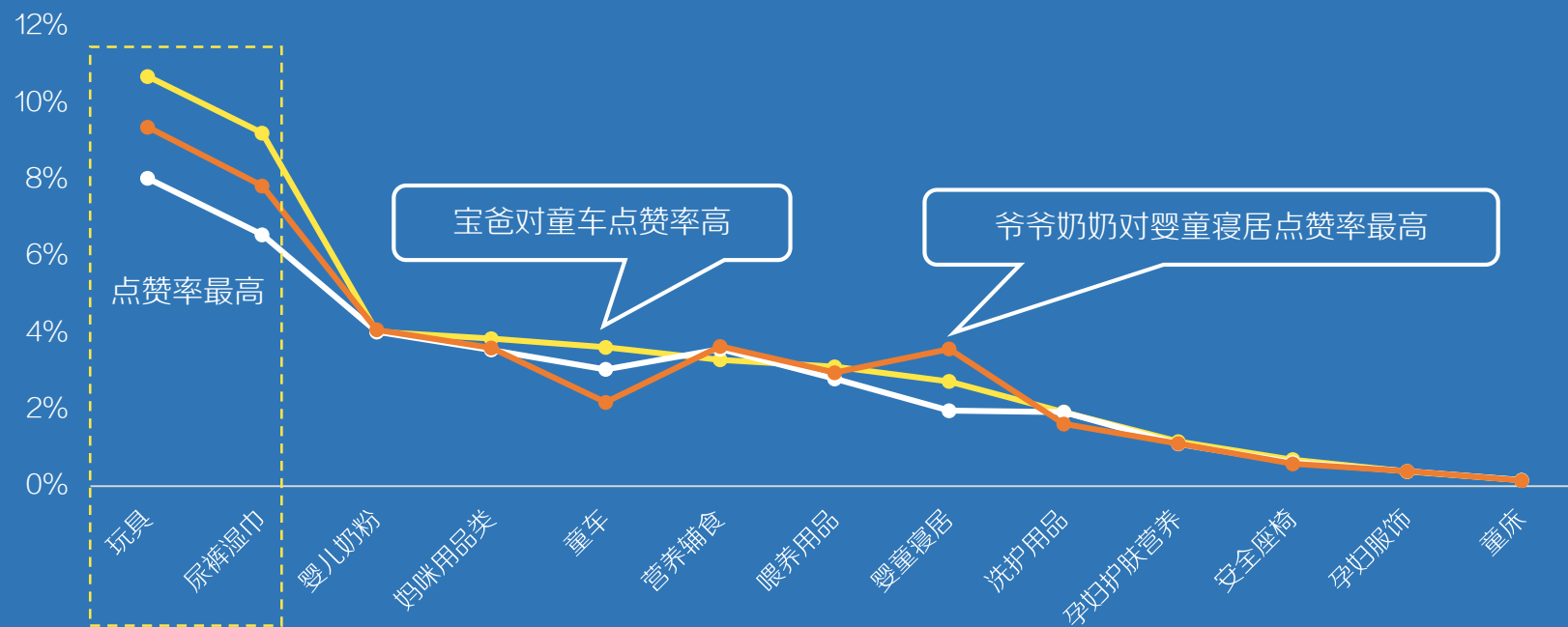
角色分类 >>>

玩具、尿裤湿巾类视频点赞率最高，另外，宝爸对童车点赞率高，爷爷奶奶对婴童寝居点赞率最高

备注：点赞率=点赞量/播放量

抖音各角色母婴人群对各品类点赞率

宝爸 宝妈 爷爷奶奶

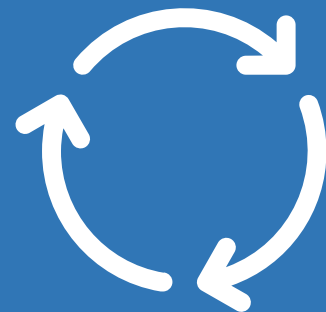


数据来源：商业算数中心，2019.4



抖音母婴人群互动特点

达人概况、POI信息、贴纸使用、音乐使用、挑战赛参与



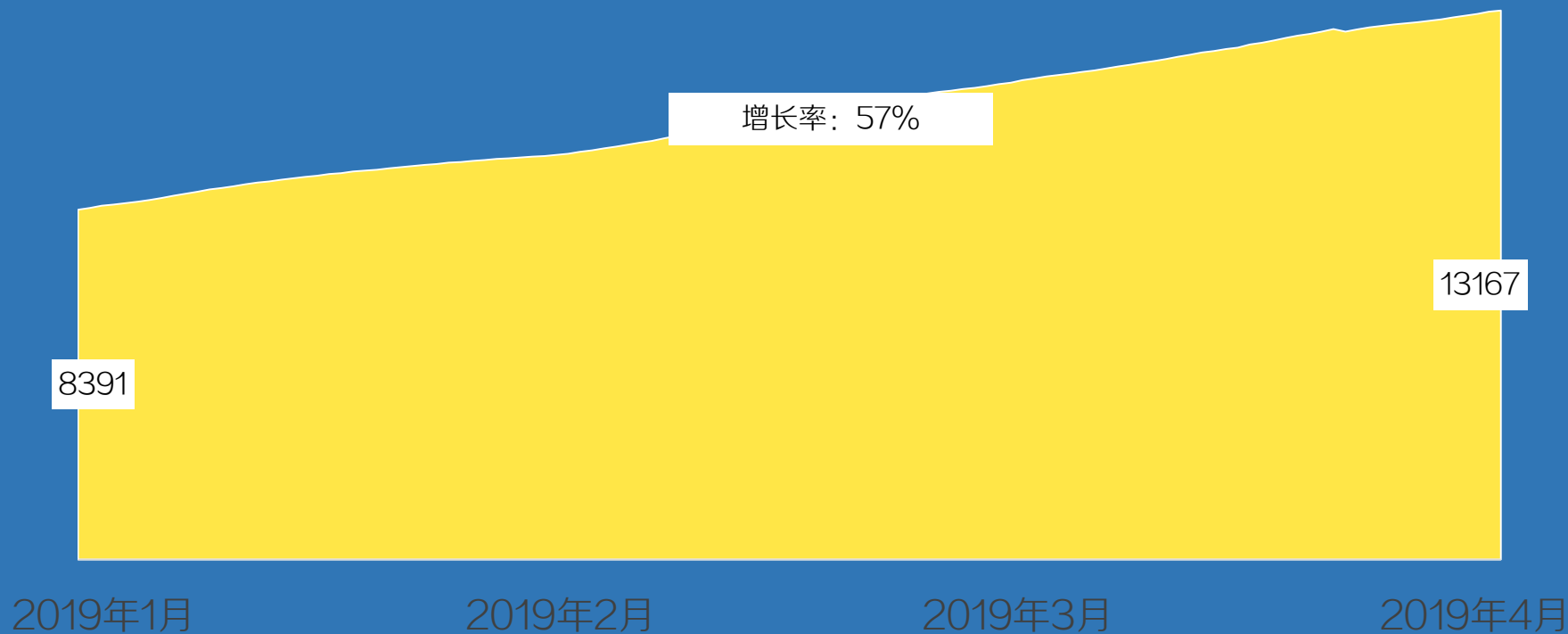


达人概况 >>>

截止4月，母婴达人累计增长57%，突破万人

备注：用户签名中包含母婴相关关键词的用户，同时，其粉丝量超过10万

2019年1-4月抖音母婴达人增长情况



数据来源：商业算数中心，2019.4



达人概况 >>>

头部母婴达人分为两个梯队，蓝v达人占比27%，主要位于第二梯队

TOP15抖音母婴达人粉丝及播放量矩阵



数据来源：商业算数中心，2019.4





达人概况

“兜兜兔” 粉丝女性比例更高，且对亲子内容偏好 高于“布丁布丁” 粉丝

粉丝量最大

粉丝：272w+ 投稿数：179



44%

粉丝
性别



56%



布丁布丁



兜兜兔

投稿视频平均VV最大

粉丝：135w+ 投稿数：110



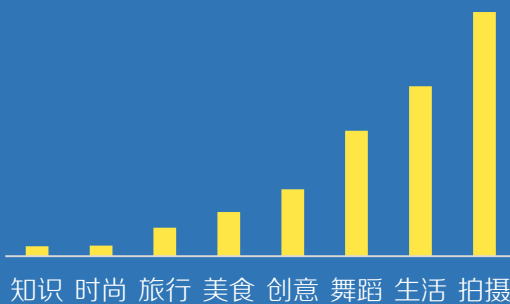
28%

粉丝
性别



72%

粉丝兴趣分布



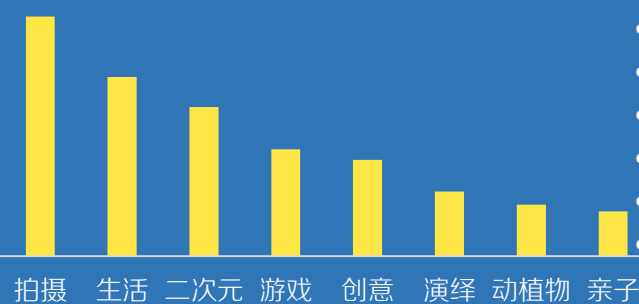
粉丝城市分布

城市TOP5	
1	温州
2	南京
3	杭州
4	合肥
5	北京

粉丝城市分布

城市TOP5	
1	重庆
2	北京
3	广州
4	深圳
5	上海

粉丝兴趣分布



数据来源：商业算数中心，2019.4



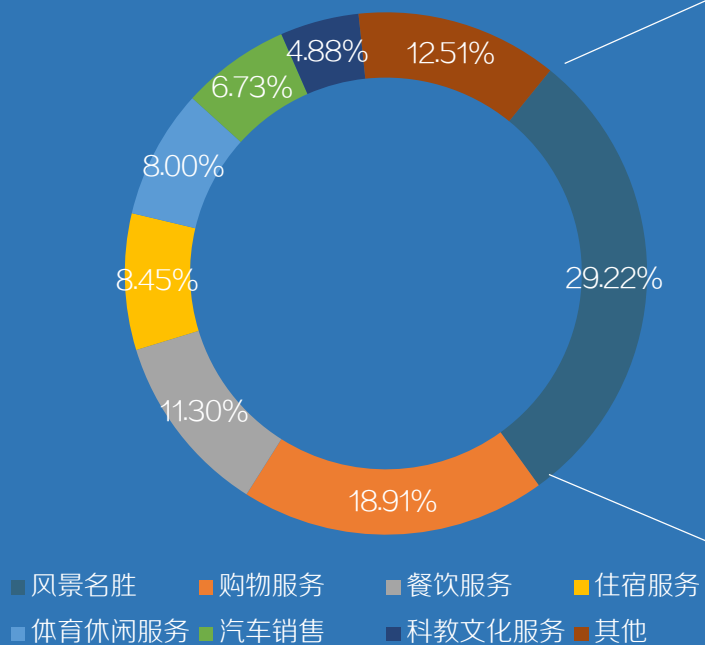
POI信息



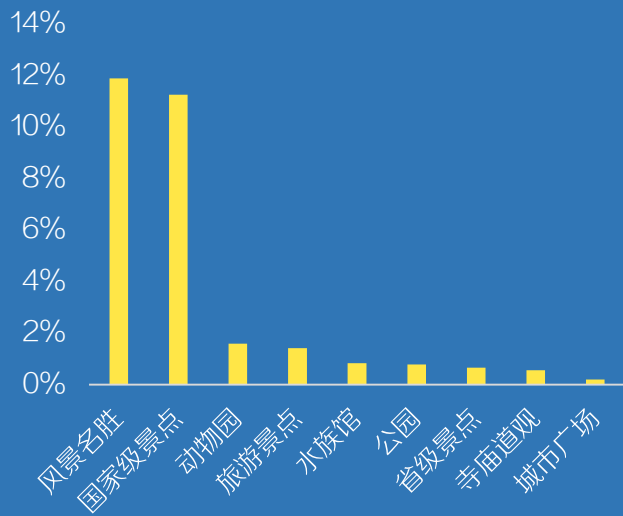
风景名胜是被母婴人群打卡最多的POI类型，尤其是国家级景点

备注：POI=point of interest，视频兴趣定位点

抖音母婴人群对各类型POI引用占比



抖音母婴人群风景名胜细分POI类别引用占比





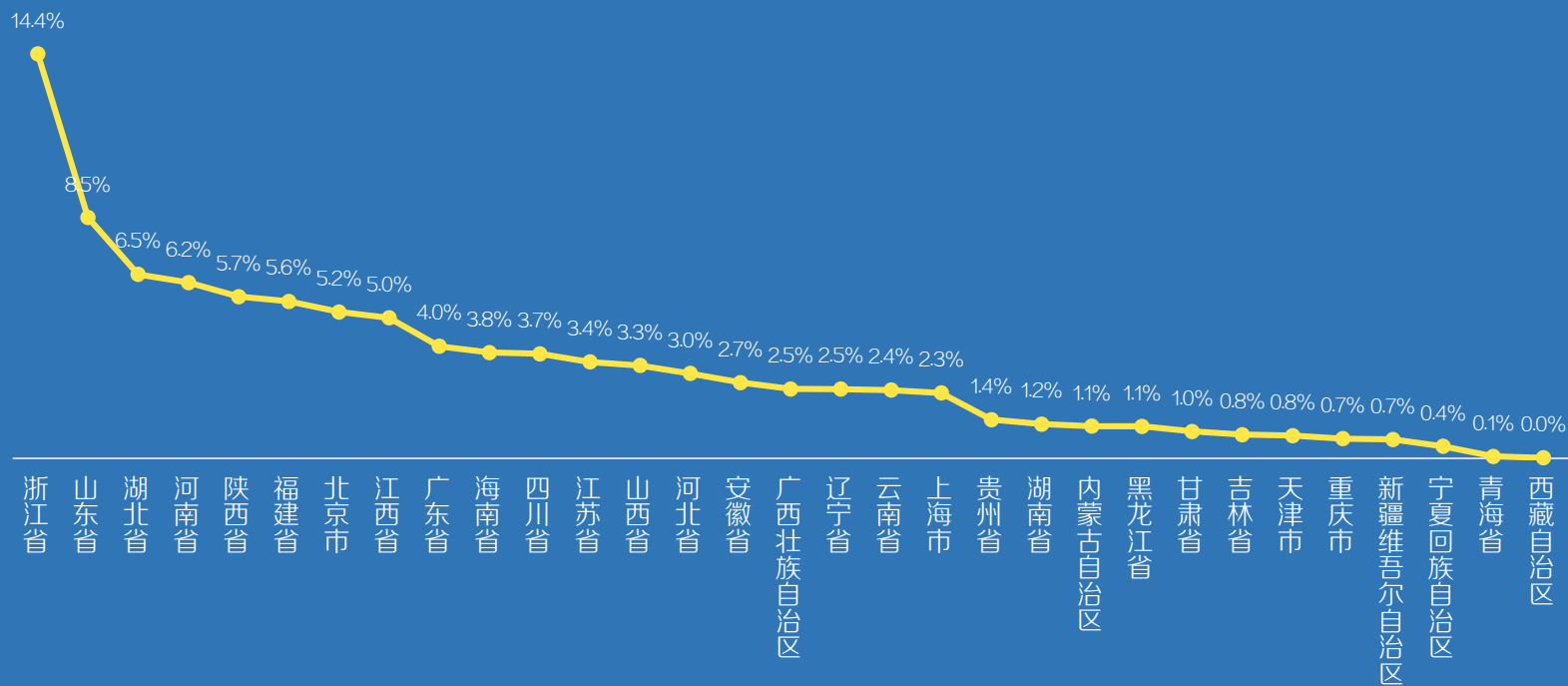
POI信息



全国省区中，浙江是被母婴人群打卡最多的省份，
西藏则最少

备注：POI=point of interest，视频兴趣定位点

抖音母婴人群分省区POI打卡占比



数据来源：商业算数中心，2019.4



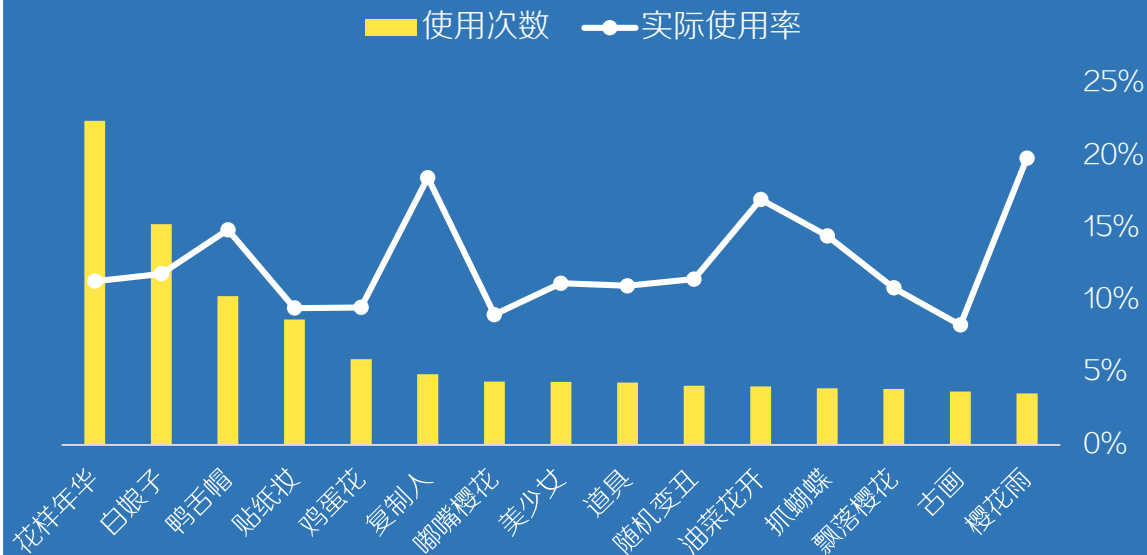
贴纸使用

“花样年华” 贴纸被母婴人群使用次数最多，但 “樱花雨” 实际使用率最高

备注：实际使用率=贴纸使用量/贴纸开拍量

抖音母婴人群贴纸使用次数及实际使用率

抖音母婴人群贴纸使用词云





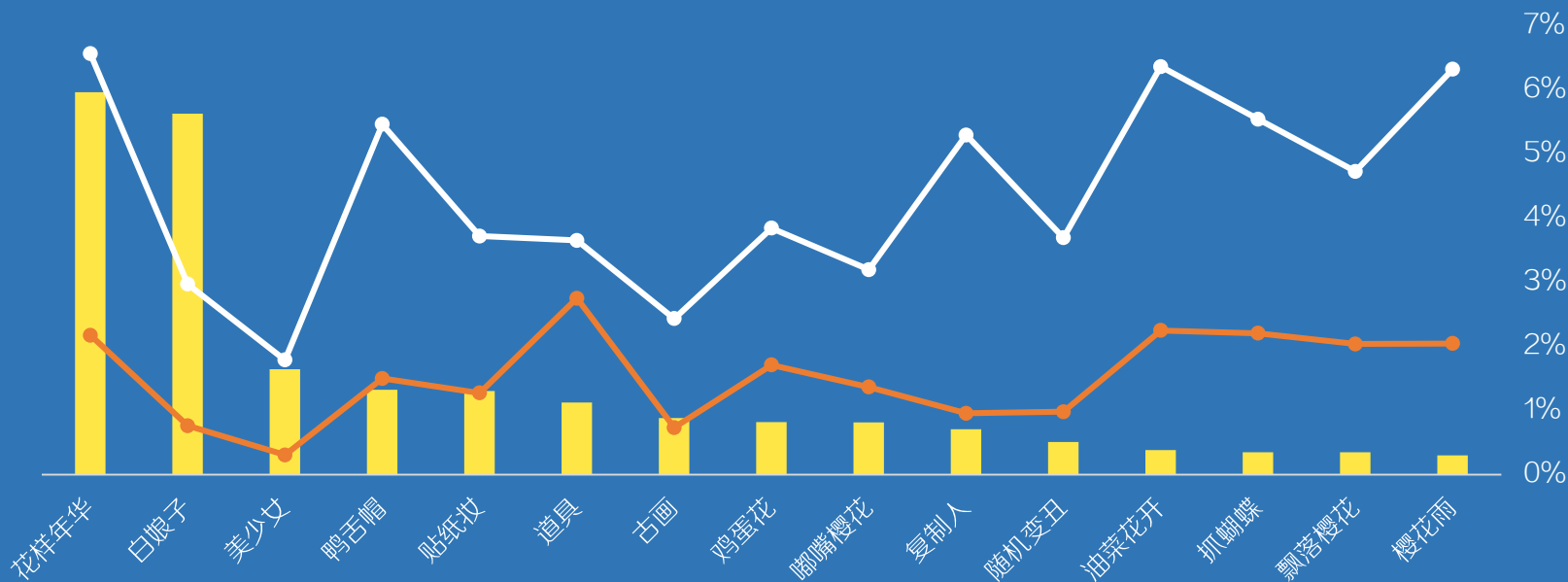
贴纸使用

带有贴纸视频点赞率均高于评论率，且呈正相关，
“花样年华”点赞率最高，“道具”评论率最高

备注：点赞率=点赞量/播放量，评论率=评论量/播放量

抖音母婴人群贴纸视频播放与互动效果

■ 播放量 ● 点赞率 ● 评论率



数据来源：商业算数中心，2019.4



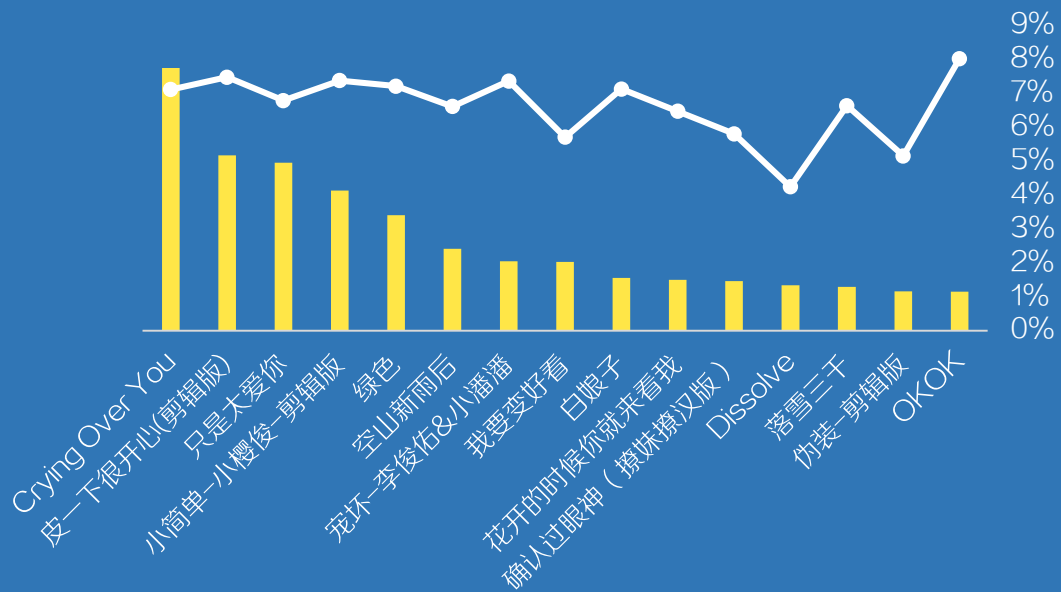
音乐使用

“Crying...” 是母婴人群使用最多的音乐，但含 “OKOK” 的视频点赞率最高

备注：点赞率=点赞量/播放量

抖音母婴人群音乐使用次数及点赞率

■ 使用次数 ● 点赞率



抖音母婴人群音乐使用词云





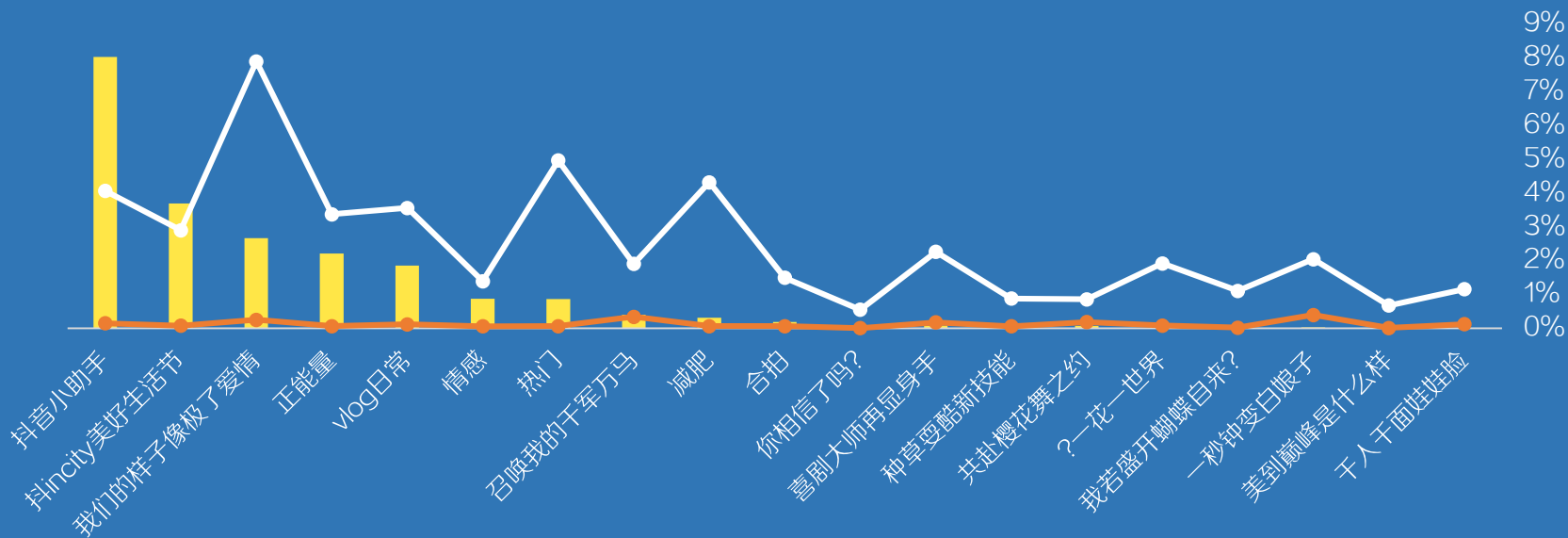
挑战赛参与 >>>>

母婴人群参与的挑战赛点赞率均高于评论率，其中，“我们的…”点赞率最高，“一秒变…”评论率最高

备注：点赞率=点赞量/播放量，评论率=评论量/播放量

抖音母婴人群参与挑战赛的播放与互动效果

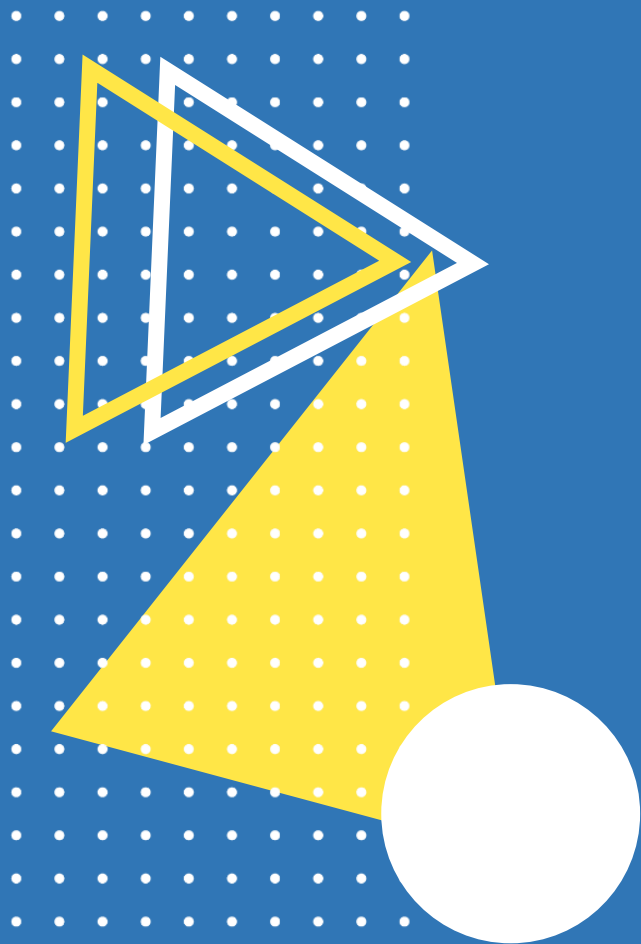
■ 播放量 ● 点赞率 ● 评论率



数据来源：商业算数中心，2019.4



声明



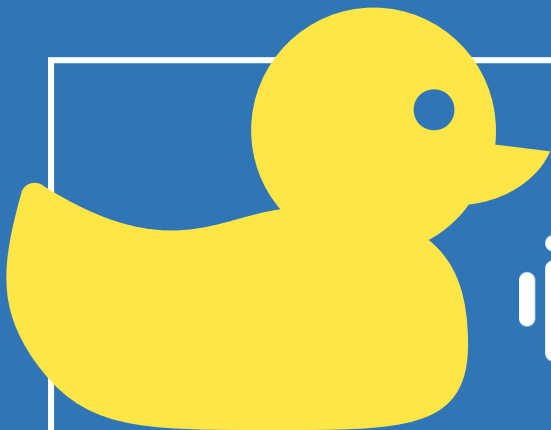
本报告由巨量引擎商业算数中心制作。报告中文字、数据等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。

巨量引擎商业算数中心对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

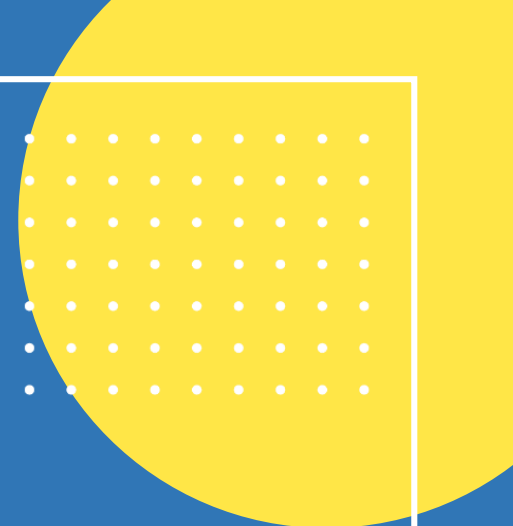
如果您对报告中的内容存在异议，可通过addata@bytedance.com联系我们。

巨量引擎商业算数中心依托巨量引擎的庞大数据基础，致力于用数据、洞察和量化指标构建更强大的营销策略，提供权威的用户/行业/媒体/内容/广告洞察，强化数据服务能力，用数据驱动营销价值，提升商业影响力。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处【巨量引擎商业算数中心】。



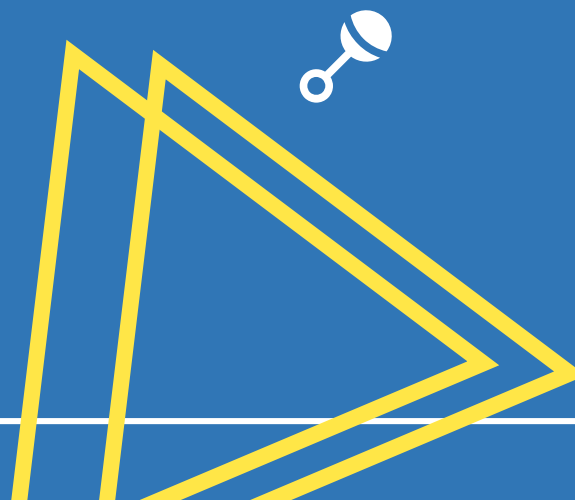
Ocean Insights
巨量算数



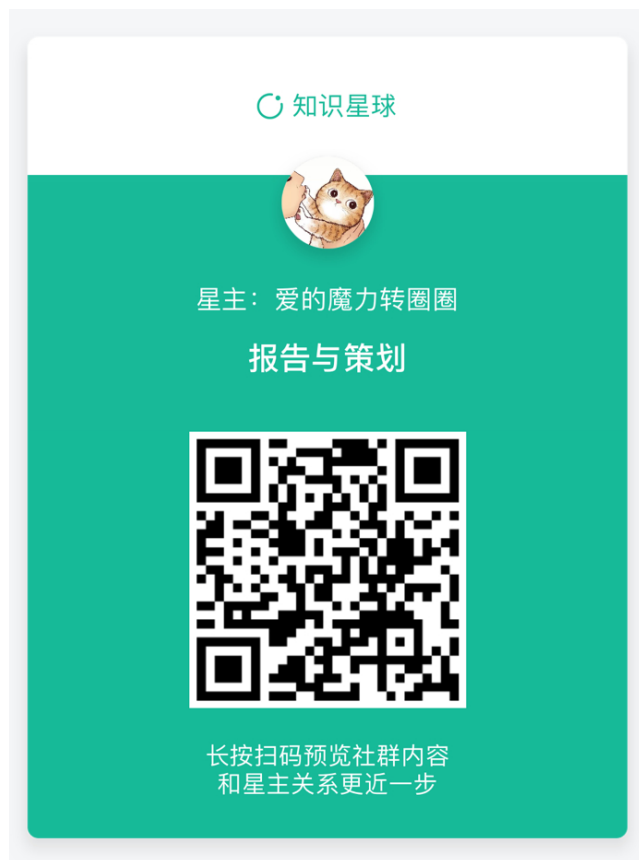
THANK YOU

巨量引擎 · 商业算数中心

2019.7



添加星主微信: Bushou521, 拉你进广告人微信群, 数千广告人等你加入



分享人群调研、媒体、电商、快消、广告营销等百个行业数千份最新研究报告



分享奥美、麦肯、JWT智威汤逊、阳狮、DDB等百家4A广告公司数千份策划方案