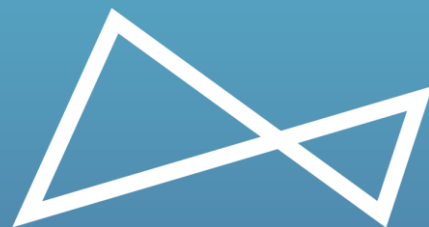


D A T A I N S I D E R C O N S U L T I N G

2020



2020国货美妆“爆品”之路（壹）

拆解各品类网红单品的打爆逻辑

DATA INSIDER
2020

高价值资源分享社群——清晰洞察世界

存有**20万份+**报告与资料

为您的创业、投资、职场、学习研究… **超强赋能**

【资源属性】

运营、产品、增长黑客、营销、数据分析、案例拆解、行业报告、趋势研究、白皮书、电子书…

【覆盖行业】

教育、电商、直播及短视频、内容产业、泛娱乐产业、保险及金融、投资、人工智能、智能硬件、AR/VR、零售、汽车、社交、社区、社群、母婴儿童、区块链、物联网及产业互联网、B端及企业服务、跨境海外、地产、婚恋美妆、运动体育、餐饮美食、工具类…



扫码关注公众号（或 添加微信：zifumeng001）

加入微信交流群 获取最新资料



万千资源合集的知识店铺

美妆&护肤

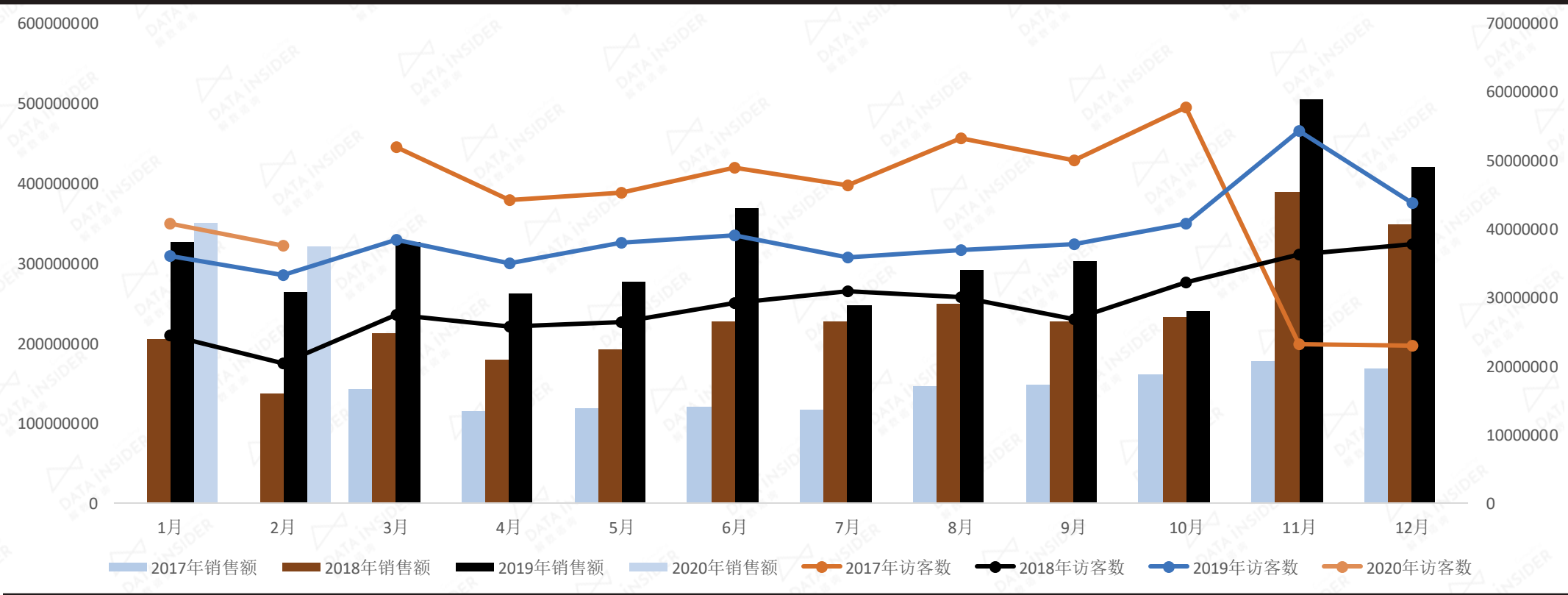
美妆护肤	眼影 花西子
	腮红 GIRLCULT
	乳霜面霜 薇诺娜

眼影

市场大盘
卖家概况
买家人群画像
明星单品拆解



销售额&访客数



▲眼影-大盘数据 2017-2020 销售额&访客数 数据来自生意参谋

DATA INSIDER-2020



日期	2017年访客数	2017年销售额	2018年访客数	2018年销售额	2019年访客数	2019年销售额	2020年访客数	2020年销售额
1月			24,633,260	205,425,360	36,201,894	327,710,087	40,878,635	350,302,051
2月			20,535,189	137,074,743	33,342,462	264,759,407	37,580,171	322,451,594
3月	52,054,173	142,430,741	27,478,960	213,328,473	38,552,241	326,319,729		
4月	44,377,658	115,452,586	25,734,187	179,638,752	34,982,688	263,169,891		
5月	45,436,840	119,721,034	26,392,681	192,283,124	37,988,757	277,915,486		
6月	48,895,851	121,155,667	29,287,234	226,968,165	39,055,138	369,978,041		
7月	46,446,713	117,421,511	30,968,915	227,677,934	35,970,069	247,374,796		
8月	53,351,671	146,060,910	30,214,833	249,997,573	36,908,777	291,816,486		
9月	50,051,023	149,047,256	26,854,558	227,120,652	37,782,749	302,324,073		
10月	57,776,680	161,044,400	32,176,294	233,285,674	40,913,376	239,763,710		
11月	23,161,448	179,005,287	36,235,987	389,917,104	54,466,600	505,082,890		
12月	22,999,471	169,247,854	37,775,805	349,165,252	43,895,800	420,351,098		

▲眼影-大盘数据 2017-2020 销售额&访客数 数据来自生意参谋

DATA INSIDER-2020

眼影-大盘数据-解数



- 目前眼影品类在淘内的整体月度销售规模有3亿左右（不含大促因素的平销情况）。该类目从2017年1.4亿增长到2020年的3.5亿，甚至在2019年的大促11月能做到5亿。整体销售增长达到150%。
- 但整体访客却呈现下滑趋势，特别是在2018年访客数相较2017年下滑较为严重，从2017年11月开始下滑，拼多多的崛起对淘宝的整体的访客带来了一定的影响，同时快手和抖音等短视频平台也瓜分了一部分访客流量的关注。2019年阿里通过内容营销，淘宝直播，品牌招商及网红合作的方式拉回了一定的市场份额，但依然很难达到2017年的访客势头。
- 眼影类目属于标准的四季产品，随季节波动不大。但是随着S级大促的开展，销售增幅较为明显，说明此类目的消费者会根据促销活动做适当的囤货，特别是在3月（38女王节）、6月（618）、11月（双11）、12月（双12）。
- 从访客的下滑和销售额的高速增长可以判断，眼影类目的消费者已经教育成熟，之所以销售额发生井喷只是在反复收割存量市场中的韭菜，且此品类具有一定的消费者粘性，但复购周期较长，因此只能通过不断的扩美妆新品类才能获得不断增长。同时产品新色块以及包装的研发与迭代也同样重要，否则很容易陷入标品价格战的恶性循环。

TOP20行业排行- 眼影



市场排行									
店铺名	日期	交易金额	访客人数	搜索人数	支付转化率	支付人数	客单价	uv价值	搜索占比
perfectdiary旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	53,053,666	9,779,547	2,130,409	4.29%	419,543	126.46	5.42	21.78%
3CE 官方旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	26,778,090	3,586,184	848,903	3.68%	131,972	202.91	7.47	23.67%
花西子旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	15,529,084	6,475,598	529,137	0.89%	57,633	269.45	2.4	8.17%
judydoll橘朵旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	8,589,491	3,702,895	1,326,695	3.86%	142,932	60.1	2.32	35.83%
稚优泉化妆品旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	4,540,086	1,562,805	460,326	6.00%	93,768	48.42	2.91	29.46%
TOM FORD汤姆福特美妆官方旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	4,491,689	1,759,703	182,644	0.36%	6,335	709.04	2.55	10.38%
CharlotteTilbury海外旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	3,884,311	518,874	183,269	1.45%	7,524	516.28	7.49	35.32%
colourpop旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	2,684,668	838,961	626,573	2.25%	18,877	142.22	3.2	74.68%
MAC魅可官方旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	2,564,607	1,254,820	338,391	1.08%	13,552	189.24	2.04	26.97%
vnk旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	2,478,112	608,469	132,378	9.68%	58,900	42.07	4.07	21.76%
橘子郡美妆	2020-02-01 ~ 2020-02-29	2,460,621	836,142	615,718	2.55%	21,322	115.4	2.94	73.64%
樱花糖罐美妆代购	2020-02-01 ~ 2020-02-29	2,241,070	390,683	332,177	4.04%	15,784	141.99	5.74	85.02%
BOBBI BROWN芭比波朗官方旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	2,109,505	453,930	47,916	1.39%	6,310	334.33	4.65	10.56%
普罗旺斯海外旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	1,872,376	470,446	341,744	3.06%	14,396	130.07	3.98	72.64%
ZESEA滋色旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	1,621,393	787,148	183,259	1.61%	12,673	127.94	2.06	23.28%
VENUS MARBLE旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	1,588,360	796,774	272,817	1.67%	13,306	119.37	1.99	34.24%
卡姿兰官方旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	1,562,903	684,311	172,207	2.61%	17,861	87.51	2.28	25.17%
focallure旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	1,512,215	606,350	239,980	3.18%	19,282	78.43	2.49	39.58%
江魅妖宛在韩国	2020-02-01 ~ 2020-02-29	1,394,945	195,425	9,141	17.58%	34,356	40.6	7.14	4.68%
倩盼化妆品旗舰店	2020-02-01 ~ 2020-02-29	1,359,610	751,139	175,191	4.36%	32,750	41.52	1.81	23.32%

解数 用数据洞悉电商 ▲眼影 行业排行 数据来自生意参谋

DATA INSIDER CONSULTING

卖家概况-眼影



2019年3月~2020年2月					
日期	子类目	卖家数	有交易的卖家数	有交易的卖家数占比	交易金额
2020年2月	眼影	72,388	16,662	23.02%	322,451,594
2020年1月	眼影	71,512	19,244	26.91%	350,302,051
2019年12月	眼影	73,338	21,380	29.15%	420,351,098
2019年11月	眼影	74,474	21,393	28.73%	505,082,890
2019年10月	眼影	73,340	21,678	29.56%	239,763,710
2019年9月	眼影	85,082	21,885	25.72%	302,324,073
2019年8月	眼影	87,078	21,946	25.20%	291,816,486
2019年7月	眼影	87,476	21,807	24.93%	247,374,796
2019年6月	眼影	86,823	22,277	25.66%	369,978,041
2019年5月	眼影	92,481	22,854	24.71%	277,915,486
2019年4月	眼影	91,603	22,492	24.55%	263,169,891
2019年3月	眼影	91,898	23,346	25.40%	326,319,729
		卖家数（月均值）	有交易的卖家数(月均值)	有交易的卖家数占比	交易金额（年总和）
汇总	眼影	82,291	21,414	26.13%	3,916,849,845

▲ 眼影 卖家情况 数据来自生意参谋

DATA INSIDER-2020

解数 用数据洞悉电商

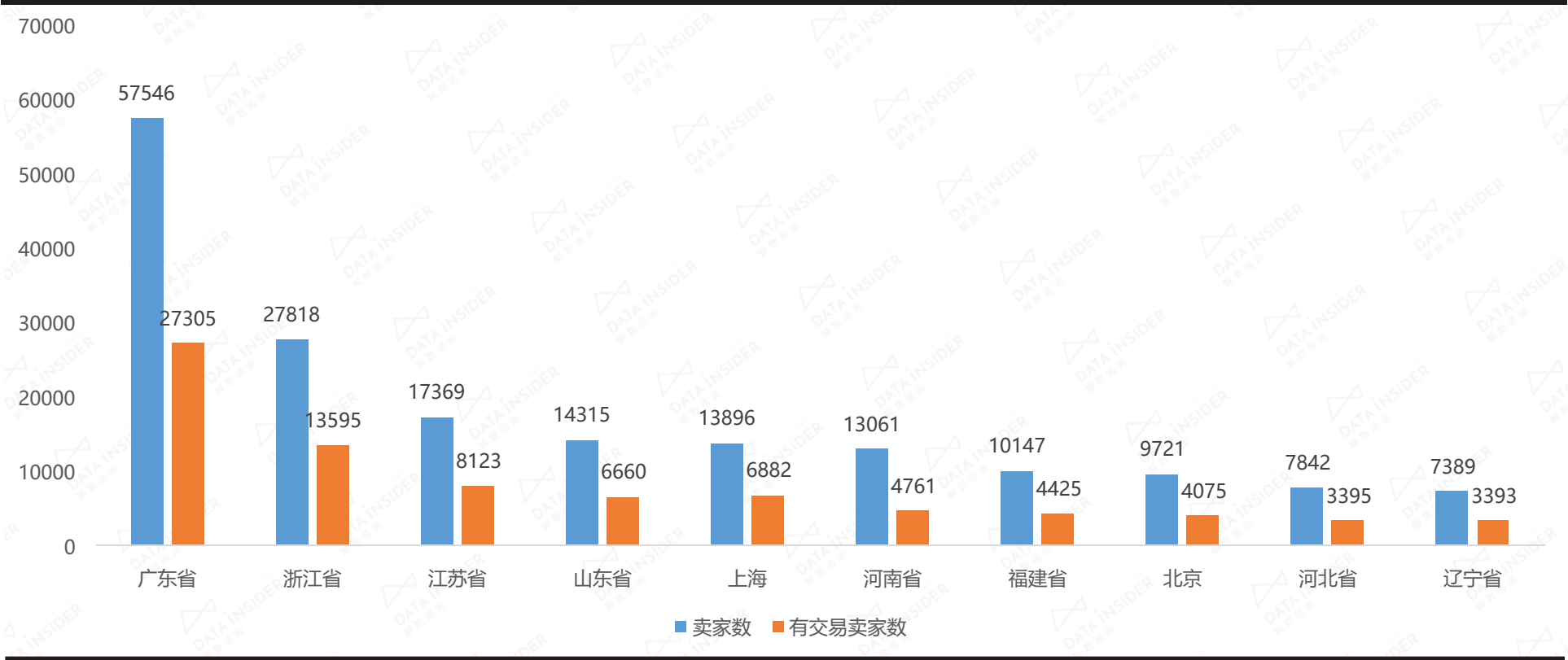
DATA INSIDER CONSULTING



地域分布排行- 眼影



卖家地域分布情况



DATA INSIDER-2020

▲眼影 卖家地域分布情况 数据来自生意参谋

眼影-卖家概况-解数

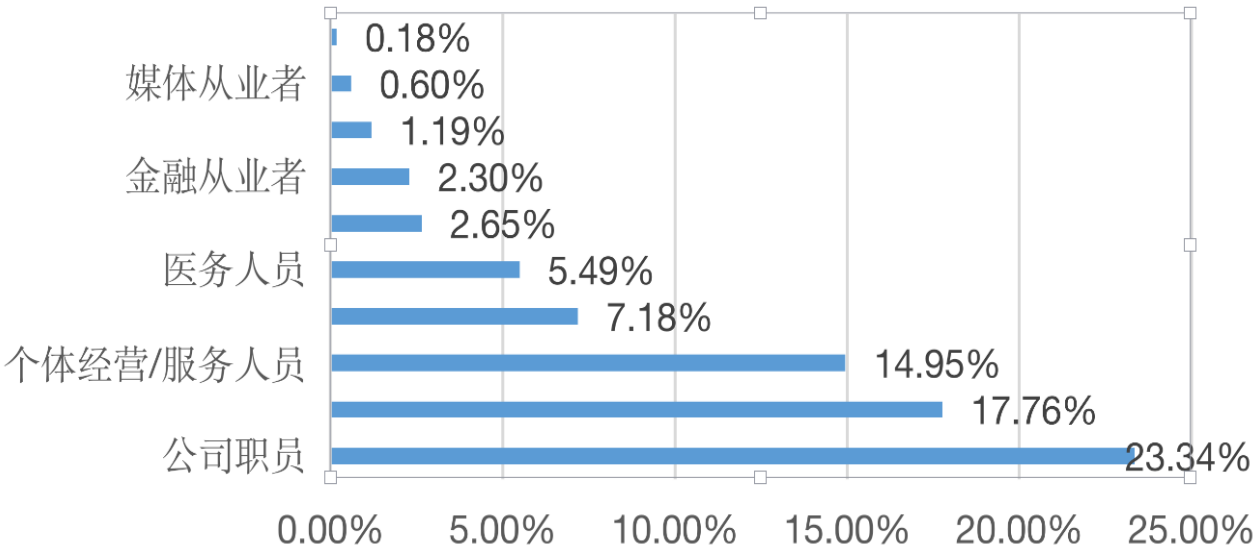


- ✓ 眼影品类年度整体的市场规模有39亿，有交易的卖家数有2.1万，仅占26.13%，且TOP20可吃掉40%+的市场份额；Top10商家可吃掉38%+的市场份额。
- ✓ 从卖家数和有交易的卖家数来看，2019年3月~2020年2月，在逐渐减少，但是月销售额除了11月和12月出现了峰值，其他月份销售额并未受到很大的影响，说明在阿里体系内，逐渐淘汰掉了一些没有竞争力的卖家，优胜劣汰现象比较明显。
- ✓ 从卖家分布来看，产业带集中地为广东、浙江、江苏三地。

眼影-消费者人群画像-职业

客群占比

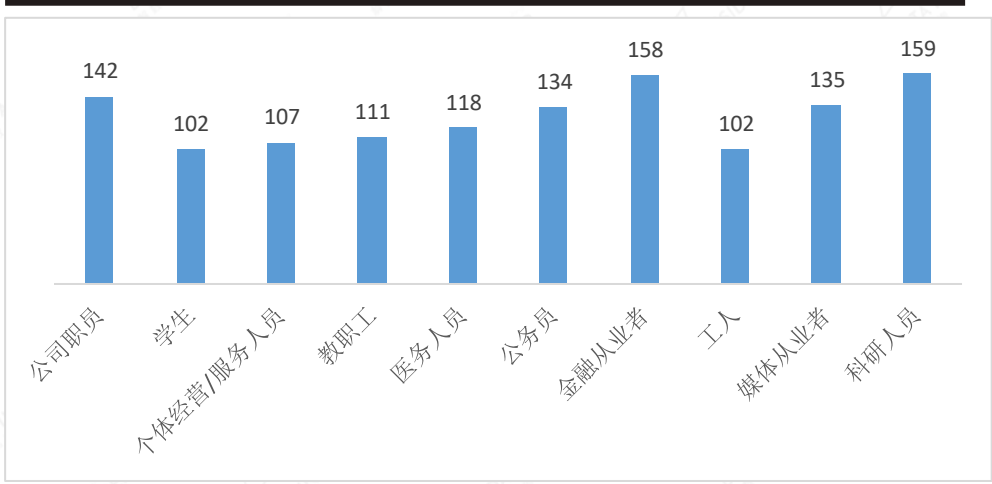
客群占比 (2020-1-25~2020-2-23)



DATA INSIDER-2020

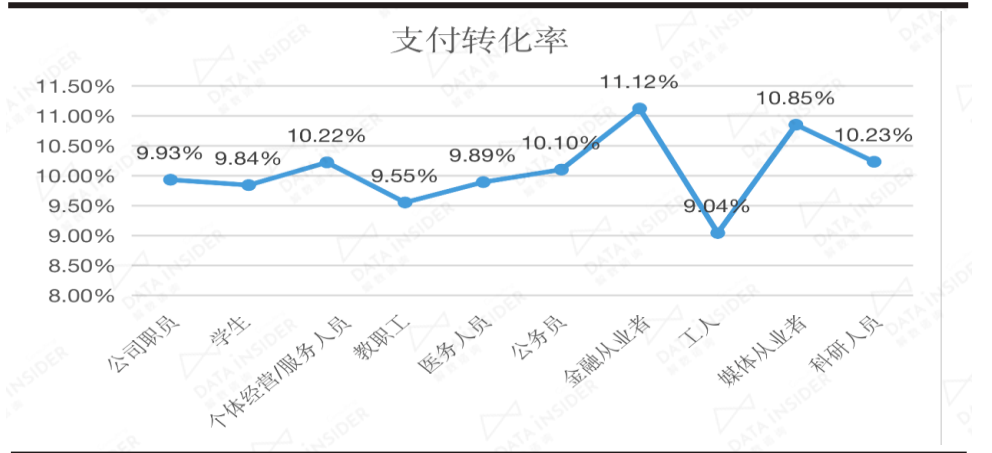
▲眼影 2020.1-2020.2 客群占比 数据来自生意参谋

客单价



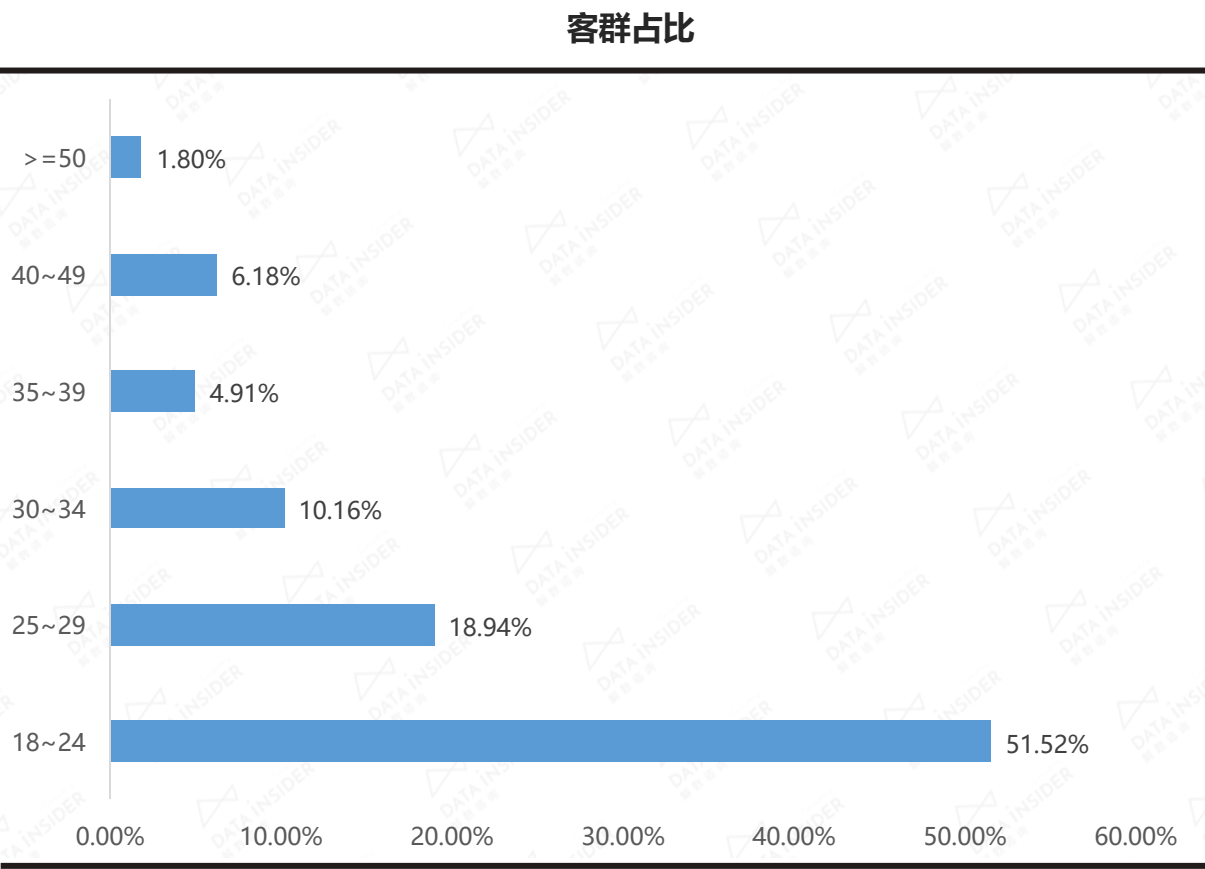
▲眼影 2020.1-2020.2 客单价 数据来自生意参谋

支付转化率



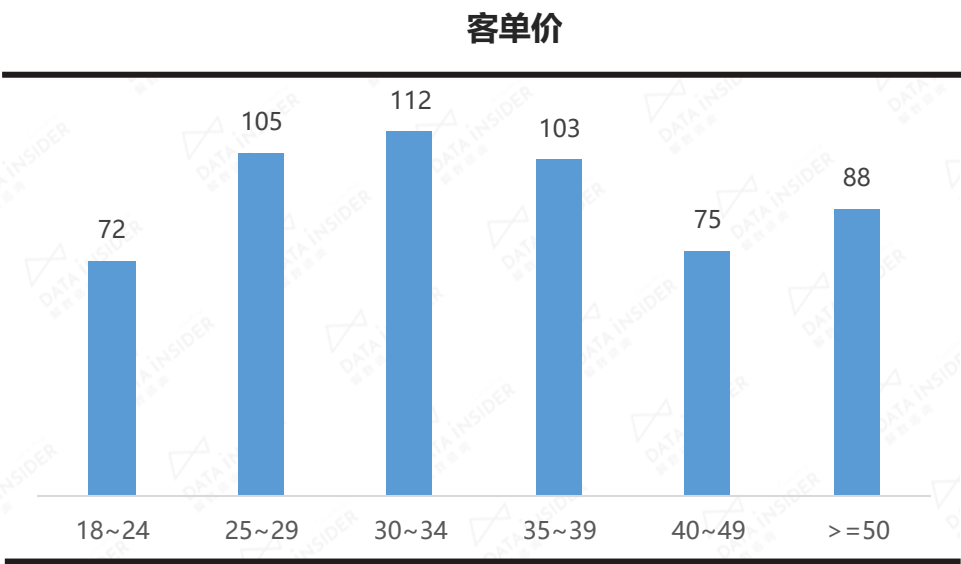
▲眼影 2020.1-2020.2 支付转化率 数据来自生意参谋

眼影-消费者人群画像-年龄段

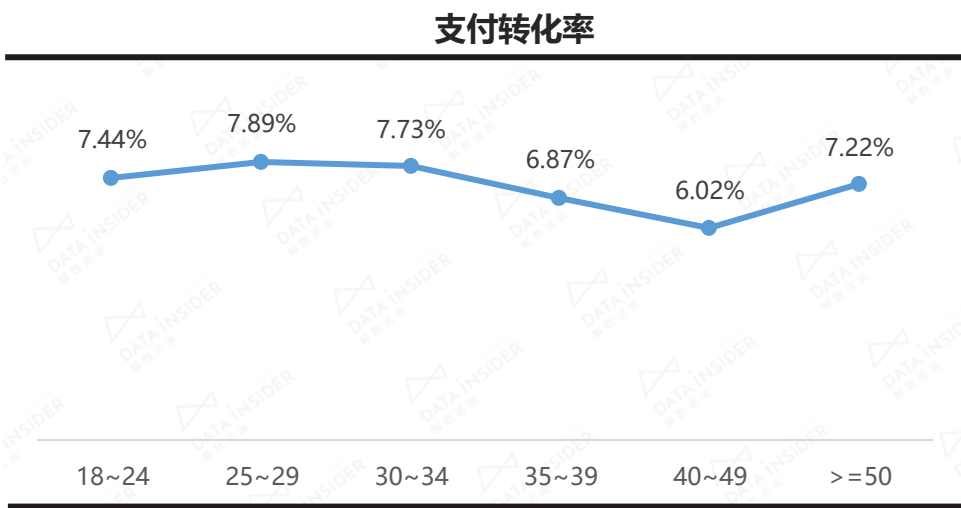


DATA INSIDER-2020

▲眼影 2020.1-2020.2 客群占比 数据来自生意参谋



▲眼影 2020.1-2020.2 客单价 数据来自生意参谋



▲眼影 2020.1-2020.2 支付转化率 数据来自生意参谋



眼影-消费者人群画像-用户性别属性分析

客群透视

人群属性	日期	交易金额	支付人数	支付转化率	访客人数	客单价	uv价值
18-22岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	17,882,006	289,372	5.60%	5,168,126	61.8	3.46
18-22岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	1,276,050	12,707	6.90%	184,114	100.42	6.93
23-25岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	14,189,498	163,078	6.57%	2,481,736	87.01	5.72
23-25岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	962,277	6,706	6.50%	103,170	143.49	9.33
26-30岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	17,168,162	163,805	6.45%	2,538,450	104.81	6.76
26-30岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	1,195,579	9,545	5.72%	166,958	125.26	7.16
31-35岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	9,559,713	85,150	6.39%	1,332,702	112.27	7.17
31-35岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	909,690	7,752	5.17%	149,898	117.35	6.07
36-40岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	4,122,649	40,161	5.68%	706,707	102.65	5.83
36-40岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	530,851	4,761	3.98%	119,770	111.5	4.43
41-45岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	1,975,562	26,190	5.33%	491,713	75.43	4.02
41-45岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	420,855	6,054	4.07%	148,576	69.52	2.83
45岁以上,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	2,417,107	28,583	5.88%	486,405	84.56	4.97
45岁以上,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	866,467	11,303	5.01%	225,471	76.66	3.84

解数 用数据洞悉电商 ▲眼影 消费者人群画像-用户性别属性分析 数据来自生意参谋

DATA INSIDER CONSULTING

DATA INSIDER-2020

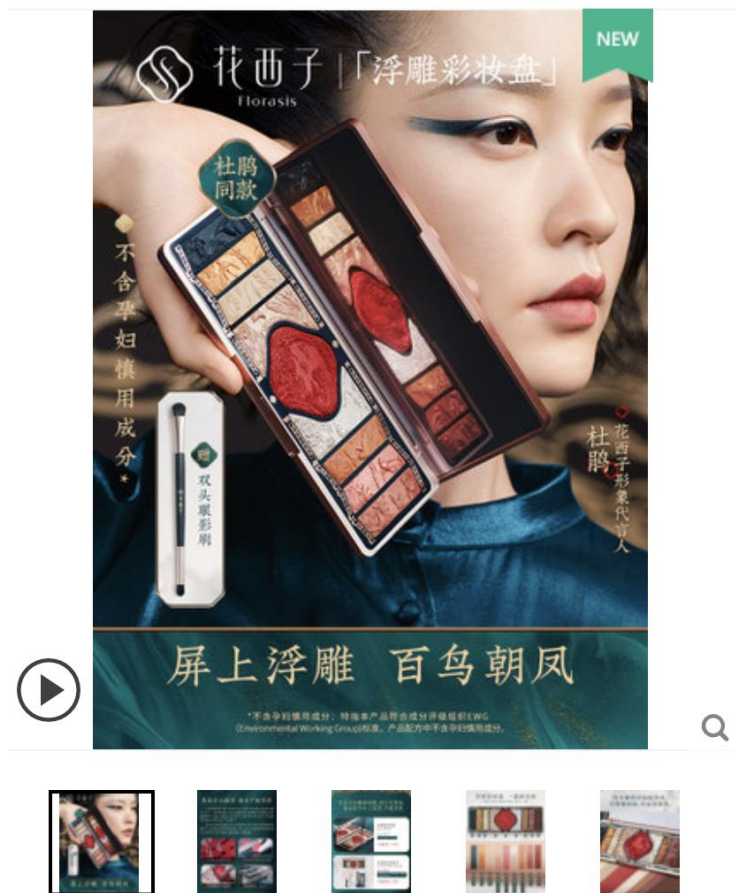


眼影-消费者洞察-解数



- ✓ 从消费者职业属性数据来看，眼影类目占比最高的是公司职员，但客单价最高的是科研人员和金融从业者，学生和工人的客单价最低。工人的转化率较低在9.04%，金融从业者和媒体从业者转化率较高，分别在11.12%和10.85%，其他职业的转化率10%上下波动。
- ✓ 从年龄段来看，眼影类目的主要消费群体是18-24岁的人群。25-39岁的客单价都比较高，在100元+，其中30-34岁的人群客单价最高（112元）。转化率因为年龄的变化不大，在7%上下徘徊。随着年龄增长转化率在29岁后呈下滑趋势，到了50岁后，转化率有所回升。
- ✓ 年龄段在16-30岁，女性的支付人数是男性的20倍左右，30岁后逐渐缩小了倍数差距，在大于50岁的这个年龄段，女性支付人数是男性的3倍。在各个年龄层，男性和女性的转化率相当。但是除了41岁以后的男性，男性的客单价始终高于女性。女性人群最高客单价出现在31-35岁，男性最高客单价出现在23-25岁。
- ✓ 针对眼影的人群个性化投放，建议选择：走性价比的产品，如单价在61-72元左右的产品可以选择投放在18-24岁的女性人群；走高端的产品（112元左右定价），可以将人群锁定在31-35岁的高知人群，如金融从业者及媒体从业者。该行业的均值转化在7%-9%。

明星单品 花西子百鸟朝凤眼影盘



花西子百鸟朝凤浮雕彩妆盘/雕花眼影盘高光珠光修容腮红多功能盘
复刻浮雕工艺 在屏上雕画一幅百鸟朝凤图

价格 ¥259.90-539.70

促销价 **¥259.00-499.00**

[看店宝](#) [宝贝分析](#) [评价下载](#) [全店销售](#) [店铺分析](#) [DSR计算](#) [店铺上新](#) [引流分析](#)

[店侦探](#) [店铺日销售](#) [宝贝日销量](#) [手淘展现词](#) [直通车分析](#) [SKU销量监控](#)

淘宝客 提示: 请登录淘宝联盟后刷新本页面查看

运费 浙江杭州 至 孝感 快递: 0.00

月销量 **5.0万+**

累计评价 **31732**

送天猫积分 **129**起

颜色分类



数量

1

件

库存1776件

花呗分期

登录后确认是否享有该服务 什么是花呗分期

¥88.31起x3期
(含手续费)

¥45.10起x6期
(含手续费)

¥23.19起x12期
(含手续费)

花西子眼影盘单品-月度销售情况



日期	交易金额	访客人数	搜索人数	收藏人数	加购人数	支付转化率	支付人数	支付件数	客单价	uv价值	搜索占比	收藏率	加购率
2020年2月	14,110,628	5,967,515	454,002	155,582	315,729	0.78%	46,547	51,261	303	2.36	7.61%	2.61%	5.29%
2020年1月	13,998,956	5,658,356	592,735	144,471	344,258	0.95%	53,754	57,423	260	2.47	10.48%	2.55%	6.08%
2019年12月	9,864,278	4,587,061	332,753	107,565	164,238	0.80%	36,696	39,049	269	2.15	7.25%	2.34%	3.58%
2019年11月	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0



微信: zifu2020

扫码加微信, 备注“领电子书”

即可**免费领取**

你找不到的电子书资源, 都可以找我
我都能帮你找到!

加我好友, 以备不时之需

免费领取 20本经典书籍

《三体》

《原则》

《异类》

《人类简史》

《增长黑客》

《认知突围》

《乔布斯传》

《王阳明全集》

《巴菲特法则》

《快速阅读术》

《硅谷钢铁侠》

《穷查理宝典》

《精益数据分析》

《创业36条军规》

《人人都是产品经理》

《给产品经理讲技术》

《马云创业演讲稿大全》

《高效能人士的七个习惯》

《跃迁——成为高手的技术》

《华为任正非内部文章全集420页》

【电子书资源 覆盖全行业】

运营、产品、计算机、互联网、管理、职场、金融、投资、经济、
营销、心理、人物传记、教育、小说、艺术、文学 ...



花西子眼影盘单品-近两个月流量渠道

1月							12月						
流量来源	交易金额	访客人数	支付转化率	支付人数	客单价	uv价值	流量来源	交易金额	访客人数	支付转化率	支付人数	客单价	uv价值
淘内免费其他	2,288,055	2,415,439	0.35%	8,501	269.15	0.95	淘内免费其他	1,678,577	1,795,391	0.34%	6,070	276.54	0.93
超级推荐	579,333	638,011	0.34%	2,202	263.09	0.91	手淘淘宝直播	3,609,877	1,080,850	1.42%	15,399	234.42	3.34
手淘搜索	1,907,400	576,023	1.23%	7,124	267.74	3.31	淘宝客	1,406,317	447,433	1.07%	4,801	292.92	3.14
手淘淘宝直播	3,647,894	451,754	3.56%	16,070	227	8.07	超级推荐	478,979	345,206	0.51%	1,774	270	1.39
淘宝客	2,000,247	412,669	1.81%	7,457	268.24	4.85	手淘搜索	1,538,141	323,204	1.67%	5,404	284.63	4.76
WAP淘宝	6026	337,025	0.01%	19	317.16	0.02	WAP淘宝	8,439	270,278	0.02%	29	291	0.03
手淘其他店铺商品详情	1785344	318,938	2.06%	6,566	271.91	5.6	手淘首页	205,119	241,679	0.30%	722	284.1	0.85
品销宝- 明星店铺	1,144,854	318,067	1.34%	4,272	267.99	3.6	我的淘宝	1,792,476	232,039	2.71%	6,296	284.7	7.72
直通车	541,442	305,678	0.66%	2,027	267.11	1.77	购物车	3,959,169	216,370	6.90%	14,936	265.08	18.3
我的淘宝	2,380,966	293,524	3.02%	8,852	268.97	8.11	直通车	345,502	216,152	0.56%	1,211	285.3	1.6
购物车	6,097,153	259,738	9.04%	23,487	259.6	23.47	手淘其他店铺商品详情	668,819	215,248	1.05%	2,272	294.37	3.11
直接访问	10,912	235,361	0.02%	36	303.11	0.05	直接访问	9,358	205,018	0.02%	31	301.87	0.05
手淘首页	246,246	162,251	0.55%	897	274.52	1.52	品销宝- 品牌专区	711,094	166,387	1.49%	2,488	285.81	4.27
智钻	192,094	82,989	0.88%	731	262.78	2.31	智钻	328,385	63,063	2.03%	1,278	256.95	5.21
手淘微淘	158,689	49,536	1.18%	583	272.19	3.2	手淘微淘	214,560	30,794	2.48%	763	281.21	6.97

解数 用数据洞悉电商

花西子眼影盘单品-直播价



今日1227李佳琦直播间价格参考

bilibibilibo

2019-12-27

小林日化马桶花 34.8 2份 原价29.9 1份

棉芽（买它）洗脸巾 49 3包 原价27 1包

美即奶皮面膜

zeesea炫彩睫毛膏

歌斐颂巧克力 44.8 3盒 原价29.9 1盒

伯力爵脆吐司 29.8 3份 原价19.9 1份

艾珂薇n4面霜

乐吉福海带片 30.8 2份 原价28.9 1份

花西子百鸟朝凤眼影盘 209 原价259（之前）

- 12月27日李佳琦直播间花西子眼影盘带货价格：209元。

天猫 花西子旗舰店

01百鸟朝凤（9色金棕盘）

花西子百鸟朝凤浮雕彩妆盘/雕花眼影盘高光珠光修容腮红多功能盘

01百鸟朝凤（9色金棕盘）

天猫无忧购 七天无理由退换

退款

运费险 退换货可自动理赔 ￥0.00 x1

天猫无忧购 100%正品 更快送达 48小时售后

商品总价

运费 (快递)

运费险 (卖家赠送)

店铺优惠

订单总价

¥ 259.00

¥ 0.00

¥ 0.00

- ¥ 50.00

¥ 209.00

实付款

¥ 209.00

@一块钱死的糖

花西子眼影盘单品-各个有代表性的流量情况



日期	访问人数	淘内免费其他			超级推荐			淘宝客			直通车		
		访问人数	占比	支付转化率	访问人数	占比	支付转化率	访问人数	占比	支付转化率	访问人数	占比	支付转化率
2020年2月	5,967,515	2,628,312	44.04%	0.34%	819,108	13.73%	0.21%	508,072	8.51%	1.66%	453,631	7.60%	0.49%
2020年1月	5,658,356	2,415,439	42.69%	0.35%	638,011	11.28%	0.34%	412,669	7.29%	1.81%	305,678	5.40%	0.66%
2019年12月	4,587,061	1,795,391	39.14%	0.34%	345,206	7.53%	0.51%	447,433	9.75%	1.07%	216,152	4.71%	0.56%
2019年11月	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

花西子眼影盘单品-七天搜索词访客量结构



日期	关键词总数量	品牌词数量	品牌词占比	品类词数量	品类词占比
3月8日	14,924	10,315	69.12%	4,609	30.88%
3月9日	13,467	7,707	57.23%	5,760	42.77%
3月10日	12,560	6,599	52.54%	5,961	47.46%
3月11日	11,090	5,539	49.95%	5,551	50.05%
3月12日	10,306	5,378	52.18%	4,928	47.82%
3月13日	9,772	5,213	53.35%	4,559	46.65%
3月14日	9,286	4,807	51.77%	4,479	48.23%
汇总	81,405	45,558	55.96%	35,847	44.04%

花西子眼影盘单品-品牌推广



- 它有三位明星/KOL合作，几个行业的粉丝都圈住了一部分人群，分别是：
- 鞠婧祎：偶像明星
- 李佳琦：网红
- 杜鹃：演员

- 该产品在12月做了一档李佳琦到研发中心的活动，感受花西子产品的每个细节。并且还有一些裂变的活动，如：转评赞，抽100位MM送花西子口红一只。

花西子眼影盘单品-站外推广情况

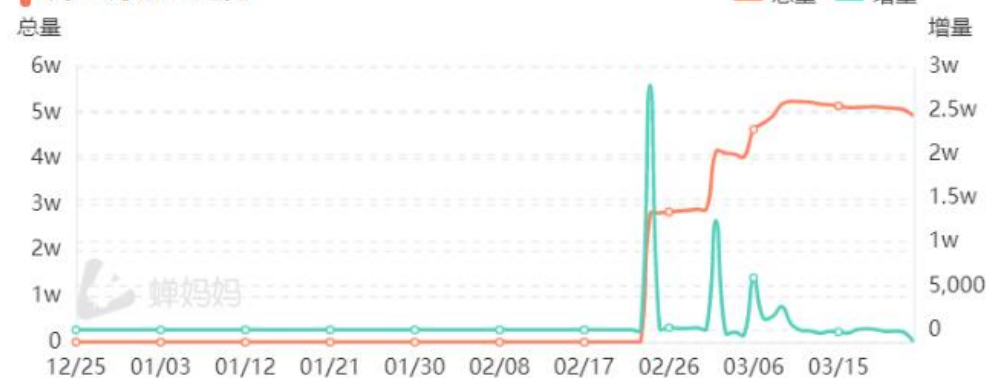


2019-12-25 至 2020-03-23

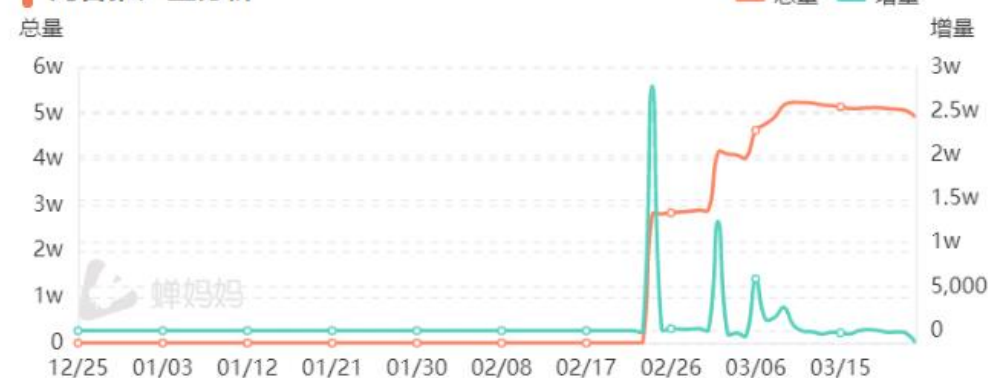
抖音销量数据



淘宝月销量趋势



淘客推广量分析



热推达人趋势



花西子眼影盘单品-明星单品打法拆解-解数



- 此链接是从2019年12月开始起盘，访客数和销售额都呈上升趋势，转化率和客单价呈反比。
- 该链接从启盘首月就有986w不俗的销售额表现，从操作手法上也可以判断出一些推广逻辑：
 1. 2019年12月主要靠淘宝直播叠销量，仅直播的销售额360w，就占到了当月总销售额的36.5%；同时也在做淘客，淘客和直播的销售额汇总，占到了总销售额的半壁江山（50%+）。但是能够短期叠销量，花西子还是做了一些让利的支持，比如产品最低的标价是259，在直播的成交客单可以低至209元，中间差价有50元，且不计算期间的推广佣金。
 2. 当然花西子的运营也意识到，更低的单价会影响到个性化，毕竟美妆类目的高客单价产品的转化率较低，需要精准的个性化人群才能把整体免费流量权重维系。因此在超级推荐及直通车等干预个性化的工具上的投入力度还是比较大的，其中超级推荐在1月份引入的访客高达64万人，但是转化率却非常低，仅有0.34%。
 3. 从我的淘宝的销售额可以看出，花西子还是有一定比例的复购用户（18%左右）；在手搜品牌词中，也会有一些属于复购用户关注。最近7天的引流词来看，品牌词占据55.96%，品类词占44.04%，品类词以眼影、眼影盘为主。
 4. 从流量来看，**淘内免费其他占比最多**，搜索用户也在增长（但是搜索占比不是很稳定），说明淘内流量渠道体系搭建比较健康，以免费为主，付费为辅。超级推荐占总体流量为13.73%，淘内免费其他44.04%，淘宝客占9.75%，手直通车7.6%。
 5. 目前该链接还在热销中，其中淘内的流量带来的成交最为稳定（包含淘内及淘客），抖音和达人的推荐震荡的较为剧烈。



花西子眼影盘单品-机会与风险-解数

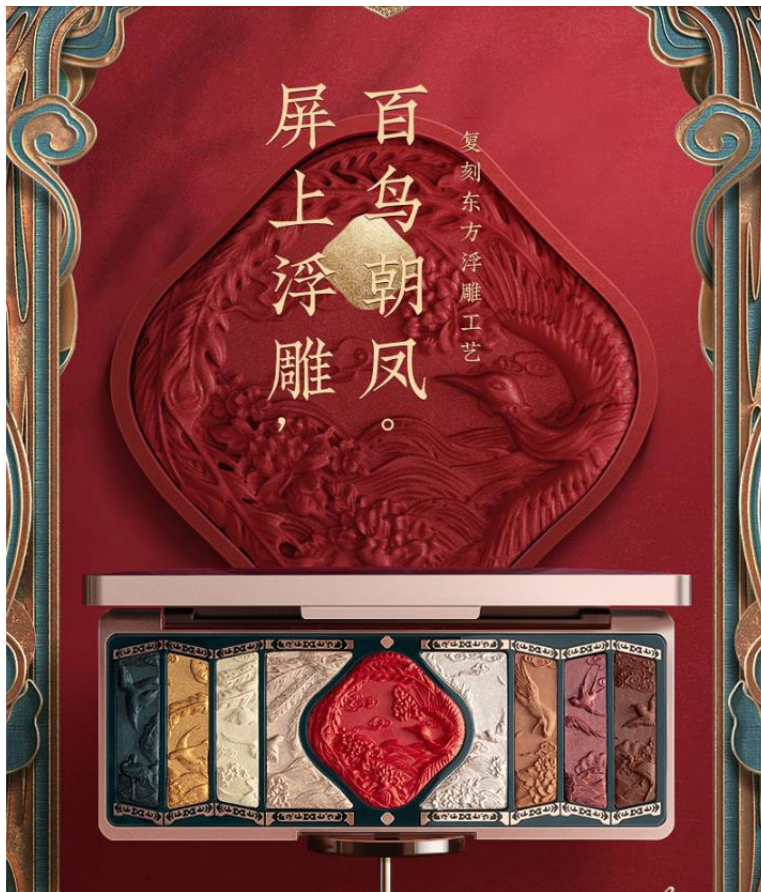
机会

- 品牌强势曝光，有头部KOL资源帮忙带货，赶上了直播带货的风口，能迅速打爆款堆销量，占领消费者心智。
- 明星效应，鞠婧祎、李佳琦、杜鹃等一众流量明星为其代言及站台，提高品牌身价。
- Z时代人群的颜值效应，**颜值即正义**的今天，花西子无论是开箱体验还是产品颜值都非常戳心。
- 产品力是王道，供应链能力是品牌能在电商渠道迅速燃爆的关键因素，付费流量也好达人也罢，都是引流的工具，能否转化还要看产品力，重点体现在几点：新品研发能力、成本控制、品控、库存管理。
- 迅速激增的销量让店铺不断爬升层级，并获得更多的免费流量权重。

风险

- 直通车和超级推荐付费推广投入较大，但是转化率不足，投产较差。需要在人群个性化标签干预更加精细化。同时找到提高转化率的核心，并加以应用。
- 越来越多走性价比高颜值的新品牌进入公众视野，标品类目的产品同质化及价格战一触即发。让出市场份额还是保持品牌调性，把利让给消费者还是花在品牌建设中，是需要每一位互联网标品类目经营者要不断深思并取舍的课题。

花西子眼影盘单品-颜值即正义



眼影盘也太美了，种草了很久，最后还是下手了。收到货太喜欢了，每一个颜色都超美的，特别精致，都不舍得下手去破坏它，先珍藏一段时间吧！真的超美的！



03.12

消费者买家秀：眼影盘也太美了，种草了很久，最后还是下手了。收到货太喜欢了，每一个颜色都超美的，特别精致，都不舍得下手去破坏它，先珍藏一段时间吧！真的超美的！

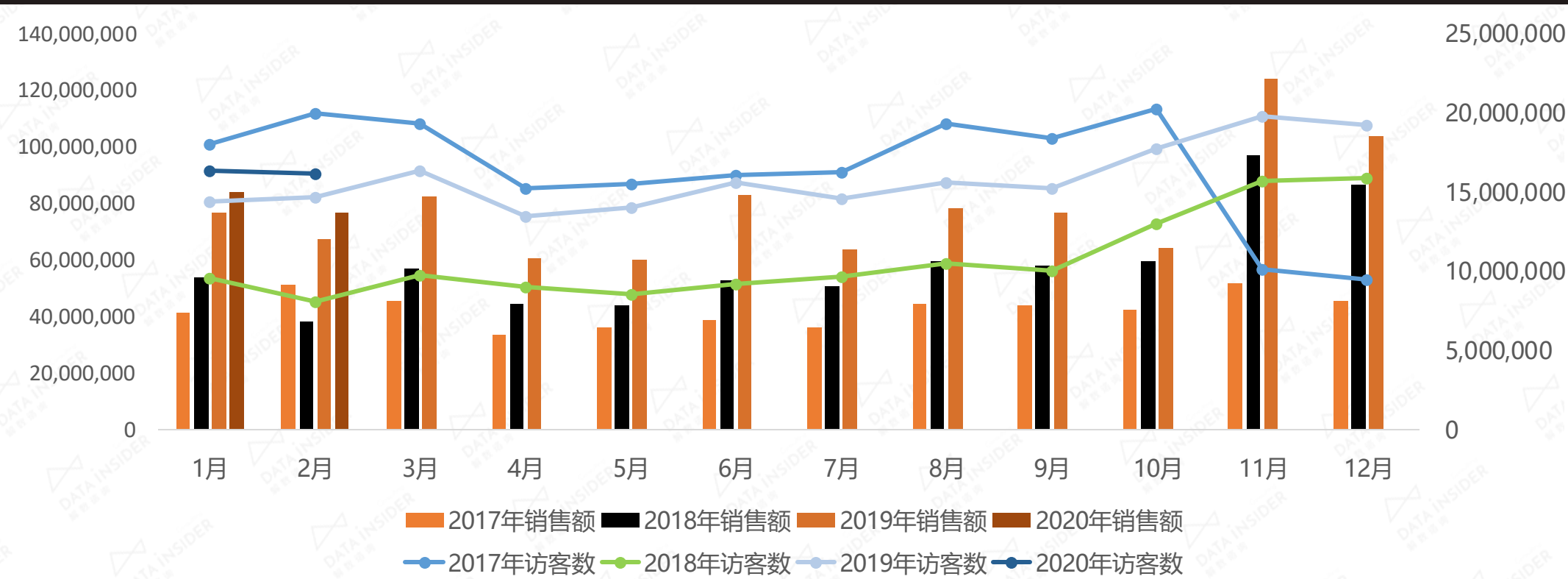
腮红/胭脂

市场大盘
卖家概况
买家人群画像
明星单品拆解

大盘数据-腮红/胭脂



销售额&访客数



▲腮红/胭脂-大盘数据 2017-2020 销售额&访客数 数据来自生意参谋

DATA INSIDER-2020

解数 用数据洞悉电商

DATA INSIDER CONSULTING



大盘数据-腮红/胭脂



日期	2017年访客数	2017年销售额	2018年访客数	2018年销售额	2019年访客数	2019年销售额	2020年访客数	2020年销售额
1月	18,024,599	41,382,349	9,517,826	53,811,124	14,369,348	76,808,545	16,338,951	83,762,981
2月	19,908,062	51,116,451	8,052,376	38,068,815	14,645,501	67,294,811	16,179,429	76,433,845
3月	19,332,518	45,490,429	9,711,573	56,822,314	16,291,275	82,170,654		
4月	15,222,404	33,630,521	8,997,192	44,554,865	13,477,870	60,650,733		
5月	15,504,297	36,127,404	8,487,686	43,713,642	14,042,287	60,212,772		
6月	16,074,874	38,474,647	9,142,740	52,892,400	15,552,834	82,734,861		
7月	16,208,260	36,056,914	9,662,404	50,372,286	14,572,762	63,452,931		
8月	19,299,425	44,593,636	10,450,287	59,201,702	15,597,749	78,004,143		
9月	18,363,247	43,871,437	10,036,120	57,625,233	15,217,636	76,391,006		
10月	20,209,489	42,447,611	12,951,758	59,258,370	17,720,634	64,328,863		
11月	10,066,293	51,791,010	15,701,184	96,770,188	19,793,765	123,785,874		
12月	9,447,074	45,213,014	15,863,455	86,579,984	19,204,923	103,618,733		

▲腮红/胭脂-大盘数据 2017-2020 销售额&访客数 数据来自生意参谋

DATA INSIDER-2020

腮红/胭脂-大盘数据-解数



- ✓ 从访客数来看，2017年11月和18年整体访客数下滑较为严重，这时拼多多崛起，带走了一部分流量，19 年阿里通过引进大品牌入驻及开放入口引进其他平台流量，使得阿里其拉回一部分流量。
- ✓ 从销售额来看，销售额逐年上涨，虽然18年访客数下降较多，但是销售额反而上涨，说明拼多多带走了一部分低客单流量，加上阿里引进大品牌也带来了一部分忠实流量。使得整体的销售额上升。
- ✓ 2020年腮红/胭脂品类整体的行业大盘月均销售规模在8000万左右。2017-19年，整体访客数下降3.6%，销售额上涨81.43%，销售额的增长远远大于访客数的增长，说明该品类消费者已经教育成熟，在割韭菜的阶段。该类目整体天花板较低，访客数稳定波动较小，能提升的空间有限。
- ✓ 腮红/胭脂属于四季类产品，随季节的波动不大，受大促影响比较剧烈。如1月（年货节）、3月（三八女王节）、6月（618）、8月（七夕情人节）、11月（双11）、12月（双12）。(如图)

2019年淘宝天猫全年活动安排



一月淘宝活动 天猫年货节 活动时间 2019(1.1-1.31) 一月	二月淘宝活动 油漆涂装节 活动时间 2019(2.1-2.28) 二月	三月淘宝活动 三八女王节 活动时间 2019(3.1-3.31) 三月	四月淘宝活动 宝宝出行节 活动时间 2019(4.1-4.30) 四月
五月淘宝活动 520表白节 活动时间 2019(5.1-5.31) 五月	六月淘宝活动 618年中大促 (理想生活节) 活动时间 2019(6.1-6.30) 六月	七月淘宝活动 淘宝造物节 活动时间 2019(7.1-7.31) 七月	八月淘宝活动 七夕情人节 活动时间 2019(8.1-8.31) 八月
九月淘宝活动 9月结婚季 活动时间 2019(9.1-9.30) 九月	十月淘宝活动 10月国庆大惠战 活动时间 2019(10.1-10.31) 十月	十一月淘宝活动 十一月火锅节 活动时间 2019(11.1-11.30) 十一月	十二月淘宝活动 十二月国际年货节 活动时间 2018(12.1-12.31) 十二月

从2019淘宝天猫全年活动时间安排表中可以看到：2019淘宝天猫全年中有将近上百个淘宝天猫活动。2019淘宝天猫全年活动时间安排表具体内容，如左图。

TOP20行业排行- 腮红/胭脂 (2020年2月)

市场排行								
店铺名	交易金额	访客人数	搜索人数	支付转化率	支付人数	客单价	uv价值	搜索占比
judydoll橘朵旗舰店	5,302,186	2,050,726	701,247	6.34%	130,016	40.78	2.59	34.20%
3CE官方旗舰店	5,067,064	1,242,247	152,529	3.48%	43,230	117.21	4.08	12.28%
花西子旗舰店	3,304,429	1,088,025	109,660	3.28%	35,687	92.59	3.04	10.08%
perfectdiary旗舰店	2,473,473	1,121,699	222,752	3.60%	40,381	61.25	2.21	19.86%
girlcult旗舰店	2,113,578	987,353	231,234	3.04%	30,016	70.42	2.14	23.42%
NARS官方旗舰店	2,024,499	668,456	165,201	1%	5,949	340.29	3.03	24.71%
KACH化妆品旗舰店	1,480,637	370,219	68,397	5.99%	22,176	66.77	4	18.47%
稚优泉化妆品旗舰店	1,400,270	836,888	235,648	4.39%	36,739	38.11	1.67	28.16%
Clinique倩碧官方旗舰店	1,298,744	337,597	125,212	2.30%	7,765	167.26	3.85	37.09%
vnk旗舰店	1,045,904	202,541	38,658	11.26%	22,806	45.86	5.16	19.09%
CANMAKE海外旗舰店	843,597	316,919	104,213	2.74%	8,684	97.15	2.66	32.88%
LAGirl海外旗舰店	596,518	215,548	87,147	4.85%	10,454	57.06	2.77	40.43%
诗唯雅化妆品专营店	467,724	334,542	163,347	3.93%	13,148	35.58	1.4	48.83%
小麻袋日本代购唯一店	424,290	88,616	34,107	1.04%	922	460.38	4.79	38.49%
MAC魅可官方旗舰店	413,912	324,614	84,579	0.48%	1,558	265.64	1.28	26.06%
ILLAMASQUA海外旗舰店	412,831	38,673	16,333	5.01%	1,938	213.07	10.67	42.23%
美肤TV小铺 MeifuTvShop	407,108	185,993	113,430	6.15%	11,439	35.59	2.19	60.99%
sivannacolors旗舰店	363,859	321,324	74,217	2.54%	8,162	44.58	1.13	23.10%
豌豆麻麻荷德坊	359,176	159,545	95,338	5.44%	8,679	41.38	2.25	59.76%
香香猪呆呆GO	324,645	84,721	67,096	1.80%	1,525	212.89	3.83	79.20%

解数 用数据洞悉电商

▲腮红/胭脂 行业排行 数据来自生意参谋

卖家概况-腮红/胭脂



2019年3月~2020年2月					
日期	子类目	卖家数	有交易的卖家数	有交易的卖家数占比	交易金额
2020年2月	腮红/胭脂	38,857	9,279	23.88%	76,433,845
2020年1月	腮红/胭脂	38,680	10,689	27.63%	83,762,981
2019年12月	腮红/胭脂	39,349	11,892	30.22%	103,618,733
2019年11月	腮红/胭脂	39,673	11,797	29.74%	123,785,874
2019年10月	腮红/胭脂	39,156	11,751	30.01%	64,328,863
2019年9月	腮红/胭脂	44,892	11,813	26.31%	76,391,006
2019年8月	腮红/胭脂	45,499	11,890	26.13%	78,004,143
2019年7月	腮红/胭脂	45,745	11,783	25.76%	63,452,931
2019年6月	腮红/胭脂	45,566	11,703	25.68%	82,734,861
2019年5月	腮红/胭脂	48,094	12,041	25.04%	60,212,772
2019年4月	腮红/胭脂	47,788	11,971	25.05%	60,650,733
2019年3月	腮红/胭脂	48,043	12,524	26.07%	82,170,654
		卖家数（月均值）	有交易的卖家数（月均值）	有交易的卖家数占比	交易金额（年总和）
汇总	腮红/胭脂	43,445.17	11,594.42	26.79%	955,547,396

▲腮红/胭脂 卖家情况 数据来自生意参谋

DATA INSIDER-2020

解数 用数据洞悉电商

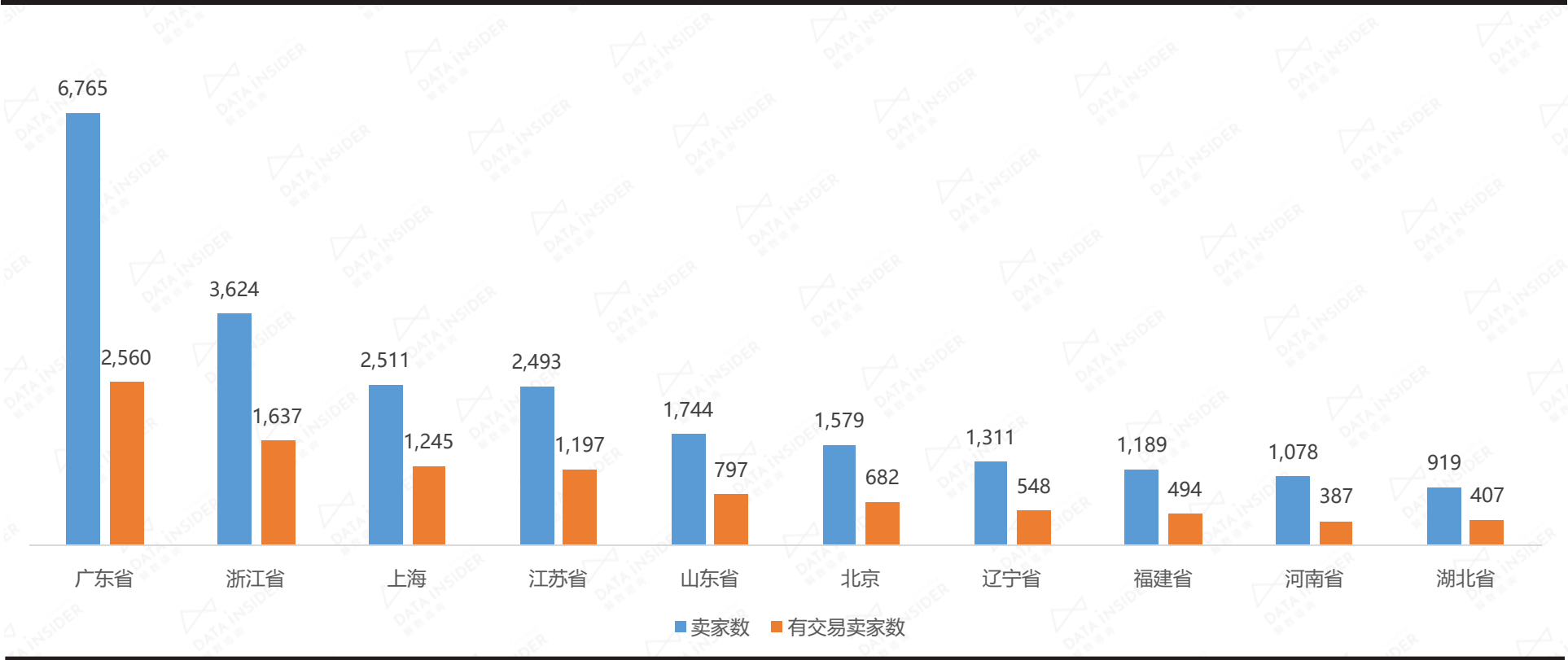
DATA INSIDER CONSULTING



地域分布排行- 腮红/胭脂



卖家地域分布情况



DATA INSIDER-2020

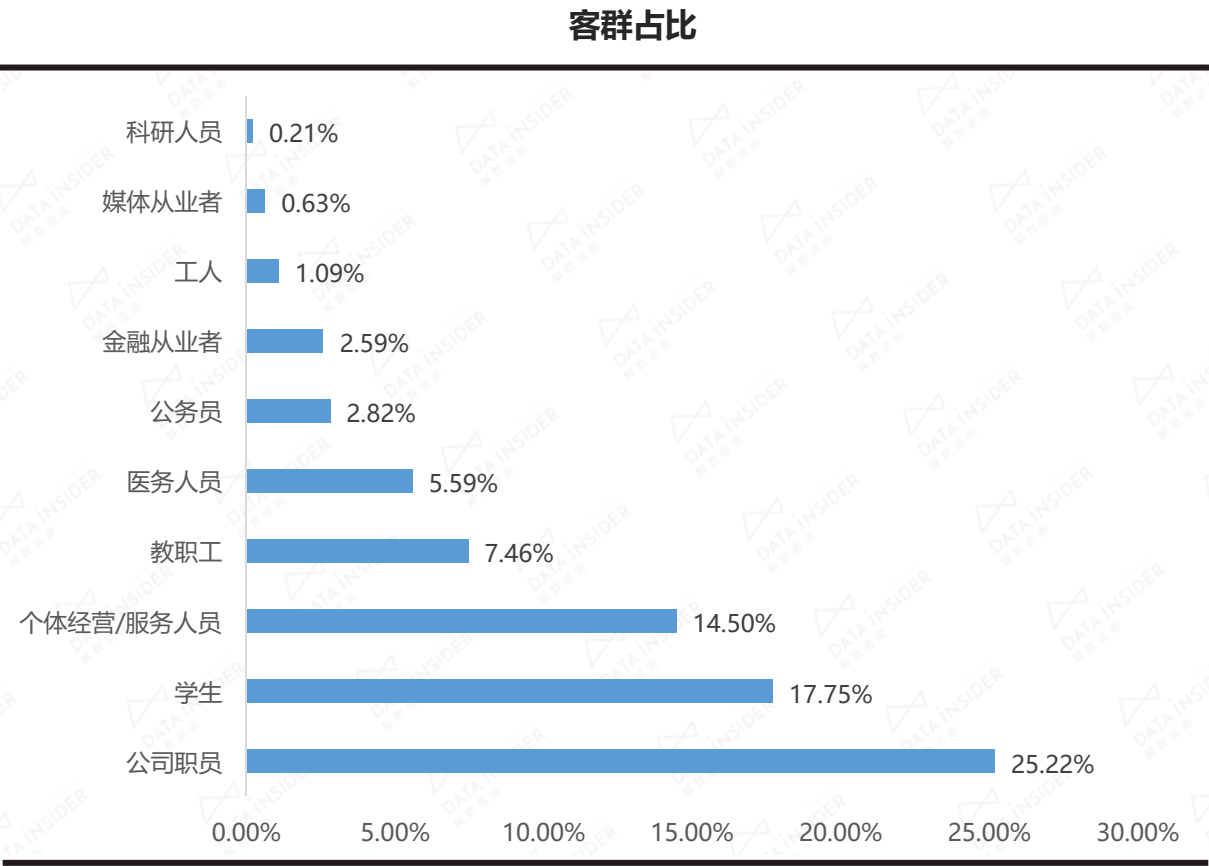
▲腮红/胭脂 卖家地域分布情况 数据来自生意参谋

腮红/胭脂-卖家洞察-解数



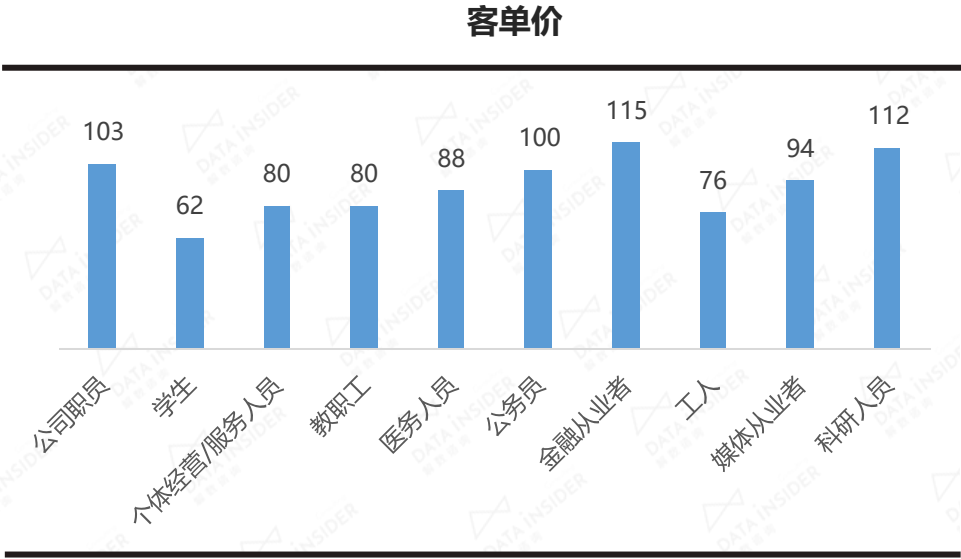
- ✓ 该类目整体体量较小，2019年销售额仅有9亿+（眼影是39亿），仅占眼影品类销售规模的23%。这和品类属性有关系，腮红的颜色比较少，变化小，眼影的颜色多变化多，因此可以出的SKU可以随着时尚流行色做出调整。但是腮红的颜色较为传统和保守，可以调节的色彩空间不多。且眼妆比面部的妆容在化妆品消耗上更大，因此复购会更频繁些。另外就是来自于消费者自身的收藏癖，来自一位公司95后美妆骨灰粉爱好者的原话：“不知道为啥眼影就是很想买 腮红一块就够了。眼影盘美美哒，放在那里就很幸福。”
- ✓ 有交易卖家数有1.1万，占总卖家数的27%。Top20占据总销售体量的36%，相较于眼影类目，该类目虽然竞争也比较激烈，但是一些新卖家还是有一定市场份额的，这和大牌看不上这个类目有关系。
- ✓ 卖家数从2019年3月到2020年2月一直在下滑，从4.8万卖家数缩水至3.8万，下滑了近30%。说明这个类目的巨头增长驱逐和整合了不少中小卖家。
- ✓ 相较眼影和腮红，再进入市场的建议从腮红类目入手，因为眼影有39亿体量，腮红仅有9亿。想要爬到顶端，很显然腮红更容易，且头部商家看不上腮红。不会主推，竞争力小。
- ✓ 卖家分布最多是广州，浙江，上海。

腮红/胭脂-消费者人群画像-职业

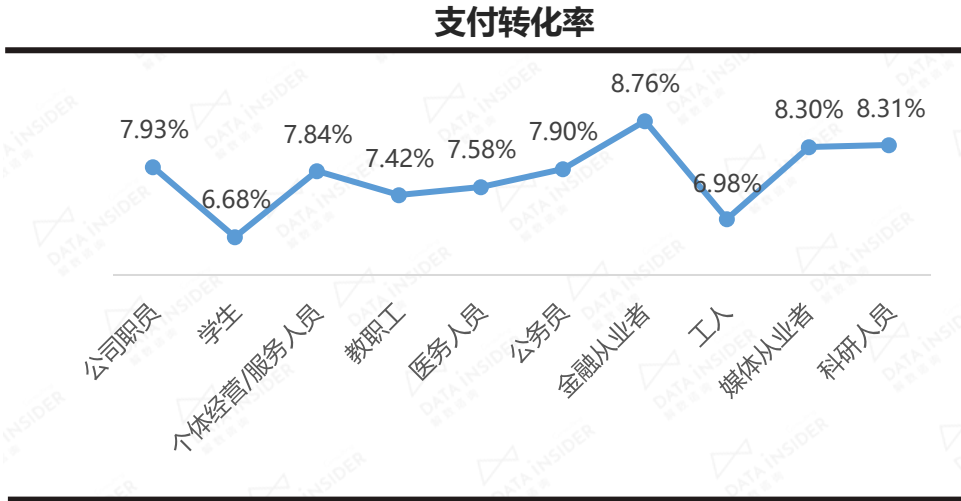


DATA INSIDER-2020

▲腮红/胭脂 2020.1-2020.2 客群占比 数据来自生意参谋

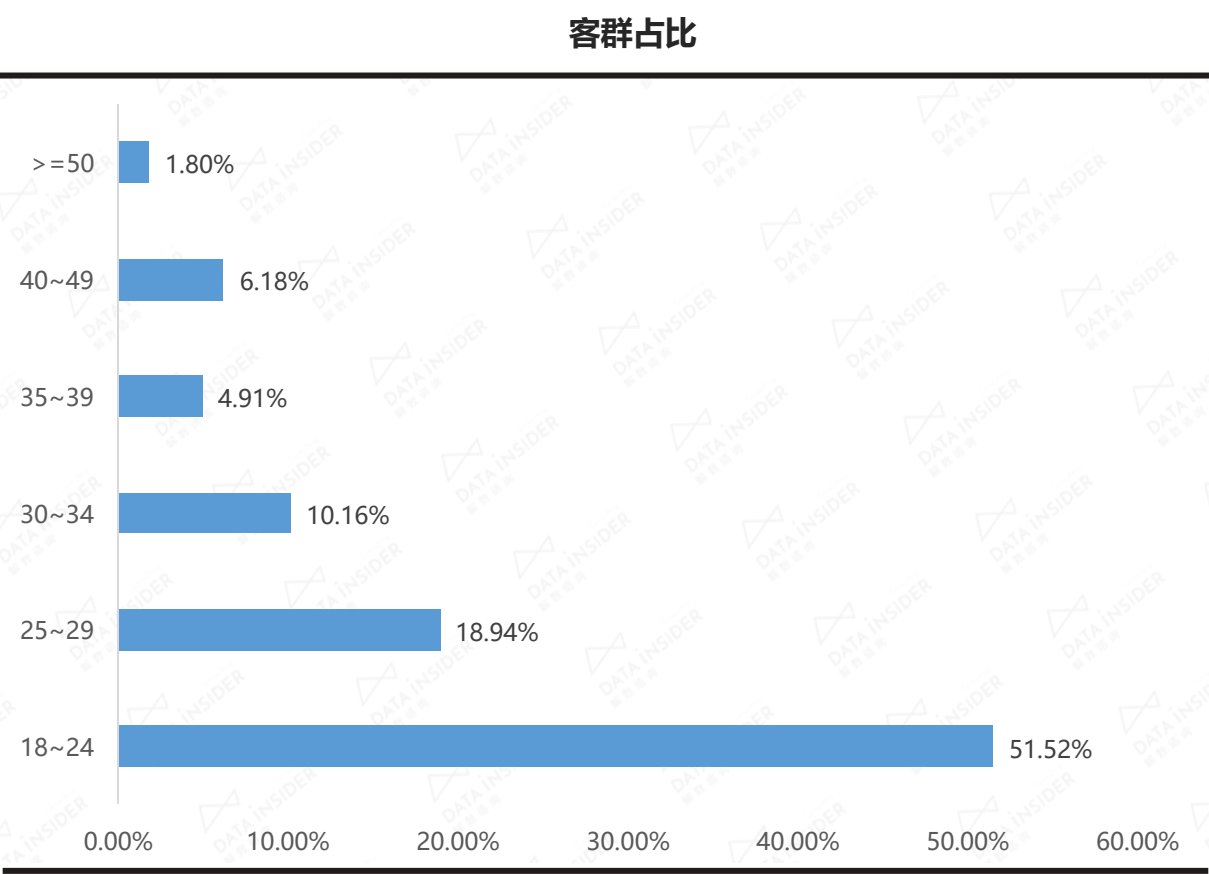


▲腮红/胭脂 2020.1-2020.2 客单价 数据来自生意参谋



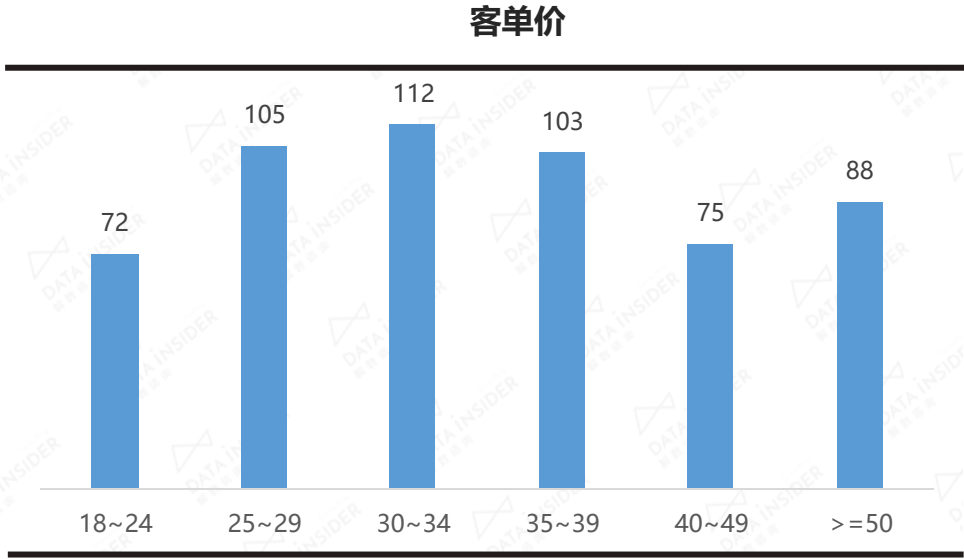
▲腮红/胭脂 2020.1-2020.2 支付转化率 数据来自生意参谋

腮红/胭脂-消费者人群画像-年龄段

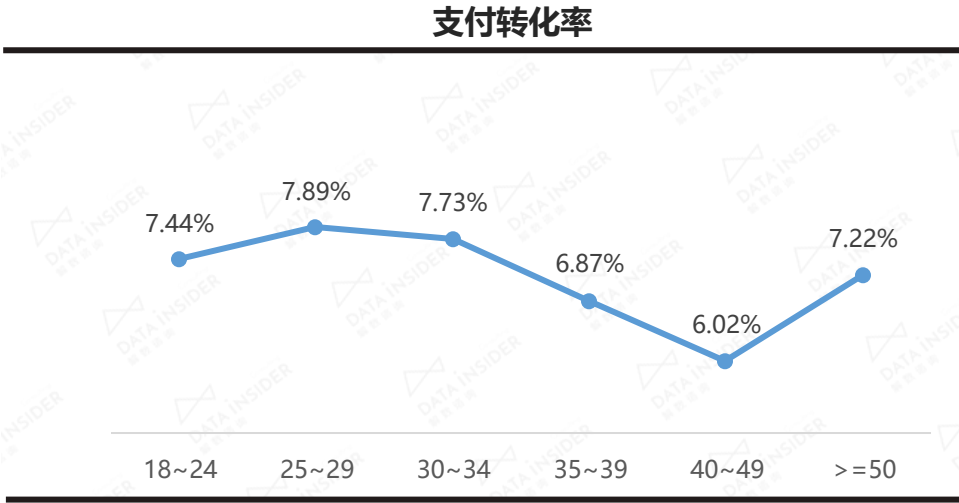


DATA INSIDER-2020

▲腮红/胭脂 2020.1-2020.2 客群占比 数据来自生意参谋



▲腮红/胭脂 2020.1-2020.2 客单价 数据来自生意参谋



▲腮红/胭脂 2020.1-2020.2 支付转化率 数据来自生意参谋

腮红/胭脂-消费者人群画像-用户性别属性分析



客群透视							
人群属性	日期	交易金额	支付人数	支付转化率	访客人数	客单价	uv价值
18-22岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	17,882,006	289,372	5.60%	5,168,126	61.8	3.46
18-22岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	1,276,050	12,707	6.90%	184,114	100.42	6.93
23-25岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	14,189,498	163,078	6.57%	2,481,736	87.01	5.72
23-25岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	962,277	6,706	6.50%	103,170	143.49	9.33
26-30岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	17,168,162	163,805	6.45%	2,538,450	104.81	6.76
26-30岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	1,195,579	9,545	5.72%	166,958	125.26	7.16
31-35岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	9,559,713	85,150	6.39%	1,332,702	112.27	7.17
31-35岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	909,690	7,752	5.17%	149,898	117.35	6.07
36-40岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	4,122,649	40,161	5.68%	706,707	102.65	5.83
36-40岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	530,851	4,761	3.98%	119,770	111.5	4.43
41-45岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	1,975,562	26,190	5.33%	491,713	75.43	4.02
41-45岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	420,855	6,054	4.07%	148,576	69.52	2.83
45岁以上,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	2,417,107	28,583	5.88%	486,405	84.56	4.97
45岁以上,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	866,467	11,303	5.01%	225,471	76.66	3.84

解数 用数据洞悉电商 ▲腮红/胭脂 消费者人群画像-用户性别属性分析 数据来自生意参谋

腮红/胭脂-消费者洞察-解数



- ✓ 从职业上来看，占比最高的是公司职员和学生，虽然学生的占比较高但是转化率较低且客单价最低，金融从业者占比较低但是转化率和客单价是最高的。
- ✓ 从年龄上来看，18-24岁占比最高但客单价最低，25-34岁这类人群客单价较高且转化率较高。转化率最低的40-49岁人群。
- ✓ 从性别属性来看，女性的付款人数可以是男性的23倍之多，随着年龄的增长这个差距在逐渐缩小。除了18-22岁之外其他年龄段，男性的转化率始终低于女性，但在41岁之前男性的客单价始终高于同年龄段的女性。31-35岁女性人群的客单价最高（112元）。
- ✓ 经营腮红品类要专注女性人群，走性价比路线的产品（60-70元），可以专注在18-24岁的学生人群，他们虽然转化率较低但是市场规模最大；走高客单的产品（110元+）可以专注在25-39岁的高知人群（金融从业者、科研人员），他们客群体量虽然没有年轻人群大，但是他们追求品质和体验，对价格并不敏感。不太建议价格定得过高（超过120+就不妥了），否则转化率会低到超乎你的想象。

明星单品

Girlcult屁桃联名腮红



Girlcult屁桃联名腮红情绪腮红晒红女盘橘色闪眼影膏高光修容裸妆
麻薯质地 细闪珠光

聚划算 此商品正在参加聚划算, 2天23小时后结束, 请尽快购买!

价格 ¥73.75-81.25

促销价 **¥55.00-59.00**

[看店宝](#) 宝贝分析 评价下载 全店销售 店铺分析 DSR计算 店铺上新 [引流分析](#)

[店侦探](#) 店铺日销售 [宝贝日销量](#) 手淘展现词 直通车分析 SKU销量监控

[淘宝客](#) 提示: 请登录淘宝联盟后刷新本页面查看

运费 上海 至 中国

月销量 **6.5万+**

累计评价 **107784**

送天猫积分 **27**起

颜色分类



Girlcult明星单品-腮红整体销售情况



日期	交易金额	访客人数	搜索人数	收藏人数	加购人数	支付转化率	支付人数	支付件数	客单价	uv价值	搜索占比	收藏率	加购率
2020年2月	1,372,888	521,623	222,441	50,950	126,355	3.55%	18,518	24,138	74.14	2.63	42.64%	9.77%	24.22%
2020年1月	2,779,162	561,354	189,801	48,858	154,214	6.65%	37,330	62,574	74.45	4.95	33.81%	8.70%	27.47%
2019年12月	2,897,273	674,188	208,099	52,951	142,094	5.90%	39,777	60,500	72.84	4.3	30.87%	7.85%	21.08%
2019年11月	4,555,980	753,269	215,675	66,669	169,270	7.47%	56,269	90,357	80.97	6.05	28.63%	8.85%	22.47%
2019年10月	1,927,226	639,284	222,781	64,629	134,702	4.26%	27,233	32,800	70.77	3.01	34.85%	10.11%	21.07%
2019年9月	1,953,775	518,093	148,000	49,257	119,306	5.03%	26,060	35,025	74.97	3.77	28.57%	9.51%	23.03%
2019年8月	1,836,209	511,206	140,634	47,975	102,561	4.72%	24,129	32,011	76.1	3.59	27.51%	9.38%	20.06%
2019年7月	1,329,192	387,547	97,812	37,124	80,180	4.66%	18,060	23,214	73.6	3.43	25.24%	9.58%	20.69%
2019年6月	3,042,839	700,612	153,307	87,775	163,706	5.97%	41,827	56,039	72.75	4.34	21.88%	12.53%	23.37%
2019年5月	1,202,064	464,489	150,854	70,805	101,273	3.26%	15,142	19,820	79.38	2.59	32.48%	15.24%	21.80%
2019年4月	581,968	136,550	58,696	16,736	41,502	4.97%	6,787	10,813	85.75	4.26	42.98%	12.26%	30.39%
2019年3月	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

▲ Girlcult 数据来自生意参谋

解数 用数据洞悉电商

DATA INSIDER CONSULTING





Girlcult明星单品-腮红近两个月流量渠道

2月							1月						
流量来源	交易金额	访客人数	支付转化率	支付人数	客单价	uv价值	流量来源	交易金额	访客人数	支付转化率	支付人数	客单价	uv价值
手淘搜索	369,760	220,396	2.35%	5,196	71.16	1.68	手淘搜索	464,073	187,195	3.46%	6,492	71.48	2.48
购物车	784,741	89,838	11.63%	10,452	75.08	8.74	购物车	1,547,170	110,496	18.30%	20,228	76.49	14
手淘其他店铺商品详情	400,893	88,092	6.25%	5,504	72.84	4.55	淘宝客	604,192	107,509	7.39%	7,947	76.03	5.62
直通车	62,092	70,046	1.23%	866	71.7	0.89	我的淘宝	524,925	85,750	8.07%	6,925	75.8	6.12
我的淘宝	288,646	68,627	5.52%	3,791	76.14	4.21	手淘其他店铺商品详情	518,153	75,320	9.37%	7,058	73.41	6.88
淘宝客	229,375	46,822	6.78%	3,177	72.2	4.9	品销宝-明星店铺	194,250	59,266	4.41%	2,615	74.28	3.28
手淘首页	27,948	43,180	0.93%	403	69.35	0.65	淘内免费其他	259,481	55,397	6.37%	3,532	73.47	4.68
淘内免费其他	164,295	40,295	5.68%	2,290	71.74	4.08	直通车	50,516	48,249	1.48%	715	70.65	1.05
品销宝-明星店铺	59,222	37,476	2.01%	757	78.23	1.58	手淘首页	42,992	46,563	1.31%	609	70.59	0.92
手淘微淘	18,610	15,822	1.65%	261	71.3	1.18	手淘微淘	30,261	16,218	2.49%	403	75.09	1.87
手淘洋淘秀	11,829	11,601	1.41%	164	72.13	1.02	手淘问大家	80,576	11,283	9.94%	1,122	71.81	7.14
手淘问大家	47,129	11,582	5.97%	691	68.2	4.07	手淘淘宝直播	41,613	10,212	5.15%	526	79.11	4.07
手淘淘宝直播	31,183	11,124	3.49%	388	80.37	2.8	手淘洋淘秀	13,032	8,776	1.93%	170	76.66	1.48
手淘消息中心	16,139	2,593	8.79%	228	70.79	6.22	超级推荐	81	5,257	0.02%	1	81	0.02
聚划算	2,707	2,213	2.03%	45	60.16	1.22	手淘消息中心	19,446	3,034	8.93%	271	71.76	6.41

Girlcult明星单品-腮红七天搜索词访客量结构



日期	关键词总数量	品牌词数量	品牌词占比	品类词数量	品类词占比
3月10日	5,737	2,835	49.42%	2,902	50.58%
3月11日	7,184	4,746	66.06%	2,438	33.94%
3月12日	9,148	6,192	67.69%	2,956	32.31%
3月13日	6,039	3,241	53.67%	2,798	46.33%
3月14日	5,210	2,846	54.63%	2,364	45.37%
3月15日	4,946	2,511	50.77%	2,435	49.23%
3月16日	4,473	2,129	47.60%	2,344	52.40%
汇总	42,737	24,500	57.33%	18,237	42.67%

Girlcult明星单品-腮红各个有代表性的流量情况



日期	访问人数	手淘搜索			直通车			淘宝客			淘内免费其他		
		访问人数	占比	支付转化率	访问人数	占比	支付转化率	访问人数	占比	支付转化率	访问人数	占比	支付转化率
2020年2月	521,623	220,396	42%	2.36%	70,046	13.43%	1.23%	46,822	8.98%	6.79%	40,295	7.72%	5.69%
2020年1月	561,354	187,195	33%	3.47%	48,249	8.60%	1.48%	107,509	19.15%	7.40%	55,397	9.87%	6.38%
2019年12月	674,188	204,323	30%	2.76%	101,559	15.06%	1.81%	78,468	11.64%	6.42%	58,356	8.66%	6.21%
2019年11月	753,269	211,898	28%	2.64%	79,787	10.59%	1.62%	98,567	13.09%	5.19%	92,708	12.31%	4.65%
2019年10月	639,284	219,155	34%	2.91%	37,756	5.91%	1.86%	103,486	16.19%	7.48%	77,009	12.05%	8.22%
2019年9月	518,093	145,229	28%	3.82%	43,878	8.47%	2.19%	48,723	9.40%	6.48%	63,840	12.32%	8.18%
2019年8月	511,206	138,058	27%	3.92%	67,514	13.21%	1.85%	24,966	4.88%	12.13%	57,646	11.28%	8.26%
2019年7月	387,547	95,562	25%	3.73%	65,657	16.94%	1.43%	35,728	9.22%	8.32%	38,151	9.84%	9.65%
2019年6月	700,612	150,756	22%	4.56%	70,861	10.11%	1.52%	92,503	13.20%	4.79%	76,724	10.95%	7.77%
2019年5月	464,489	148,992	32%	3.37%	33,191	7.15%	1.35%	61,273	13.19%	2.70%	40,865	8.80%	5.19%
2019年4月	136,550	57,992	42%	4.76%	10,866	7.96%	1.83%	1,791	1.31%	29.93%	12,811	9.38%	8.22%
2019年3月	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

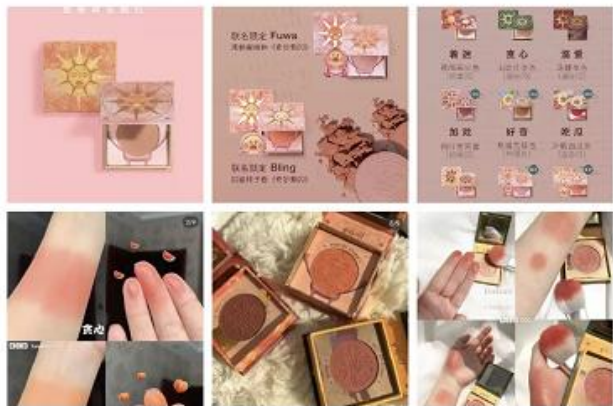
Girlcult明星单品-腮红七天搜索词访客量结构



🔥 好价还有!

【77.5】Girlcult X 屁桃连名腮红2盘

才合 38.75/盘, 之前活动 54/盘 ⚡ 自带微珠光, 上脸细腻不飞粉, 高光也省了, 显色好, 下手轻一点, 贪心和暗涌都好看 ✨ 超抢手, 都别错过了!



分享到

- 屁桃腮红: 淘客活动, 第二件五折。
- 屁桃唇釉: 买一送一。



种草小海螺 🐌

19-11-10 18:53 来自微博 weibo.com

今晚零点 📍 前2小时买一送一

【74】GIRLCULT x kobitos 屁桃唇釉2支

合 39.5/支史低 🤔 🤔 哑光带金属闪的太美了!! 茄子番茄偏红棕、蔓莓酱偏牛血! 这俩秋冬必入!!!



分享到

Girlcult明星单品-腮红单品推广拆解-解数



- 该链接从2019年4月份起盘，卡在6月（618）期间进行爬层，从58万的月销售规模叠到了300万+；7月-10月稳定爬升中达到了销量天花板190万左右，直到经历了11月（双11）才实现了新的层级跨越，达到455万。说明该品牌的运营是较为清楚美妆在淘内的操盘逻辑的，因为日常单品月度访客会稳定在50万，仅有大促会乘着大盘流量上涨的东风达到70万，靠大促做市场渗透的性价比最高，因为拓客的转化效率最高。平销的转化率是3-4%，偶尔会达到5%，但是大促期间的转化率可以达到7%以上。
- 其次，该产品的搜索占比逐月在增加，且手搜流量始终是该链接最大的流量来源，占整体流量40%以上。同时从搜索的关键词分布可以看出，品牌词和品类词的占比几乎1:1，说明该产品在阿里收割了不少免费的品类词流量（淘内用户）。该链接为什么短时间就能获得较为集中的淘内免费流量呢？和产品定位有关，该产品在颜值方面斩获了大量18-25岁年轻人群的关注和好评，同时较低的定价和较高的性价比能获得此类人群的快速转化。简单总结，找对人群并针对此类人群提供精准的价格策略，在颜值上降维打击。应了那句话：好的产品自带流量。
- 在付费流量方面，该产品在堆销量方面选择了效率最高的淘客，**并推出第二件五折的活动价**，一方面没有降低该链接的支付金额，另一方面提高了多件购买的比例。同时持续投入直通车，清洗及拉拢个性化消费人群，从而进一步拉动站内的免费曝光。

Girlcult明星单品-腮红机会与风险-解数



机会

- 性价比高的产品裂变能力较强，能快速获得市场关注及转化，迅速增长的市场体量有效的拉动了站内的免费流量（手淘搜索）。搜索流量占比达到40%以上且持续增长，说明该品牌的淘内流量运营能力较强，能够卡淘内的大促节拍，顺势增长。
- 定位精准，针对淘内18-24岁人群，无论颜值、卖点、价位都适应该人群。通过围绕该人群不断扩品还能获得更大的市场份额。
- Girlcult的团队非常优秀，懂站内玩法，定位、卡点、产品方方面面无一不做到极致，相较于一些疯狂砸站外的大牌（资本路线操作不置可否），Girlcult从生意角度来讲，整体发展非常良性。很看好的一家企业。

风险

- 标品类目，市面上不断出现的产品来迭代，所以需要有一定的研发创新能力，靠个别产品是很容易被超越的。
- 直通车的投入较大，但是转化率效果较差，需要优化。在推广上省下来的，就是赚的。

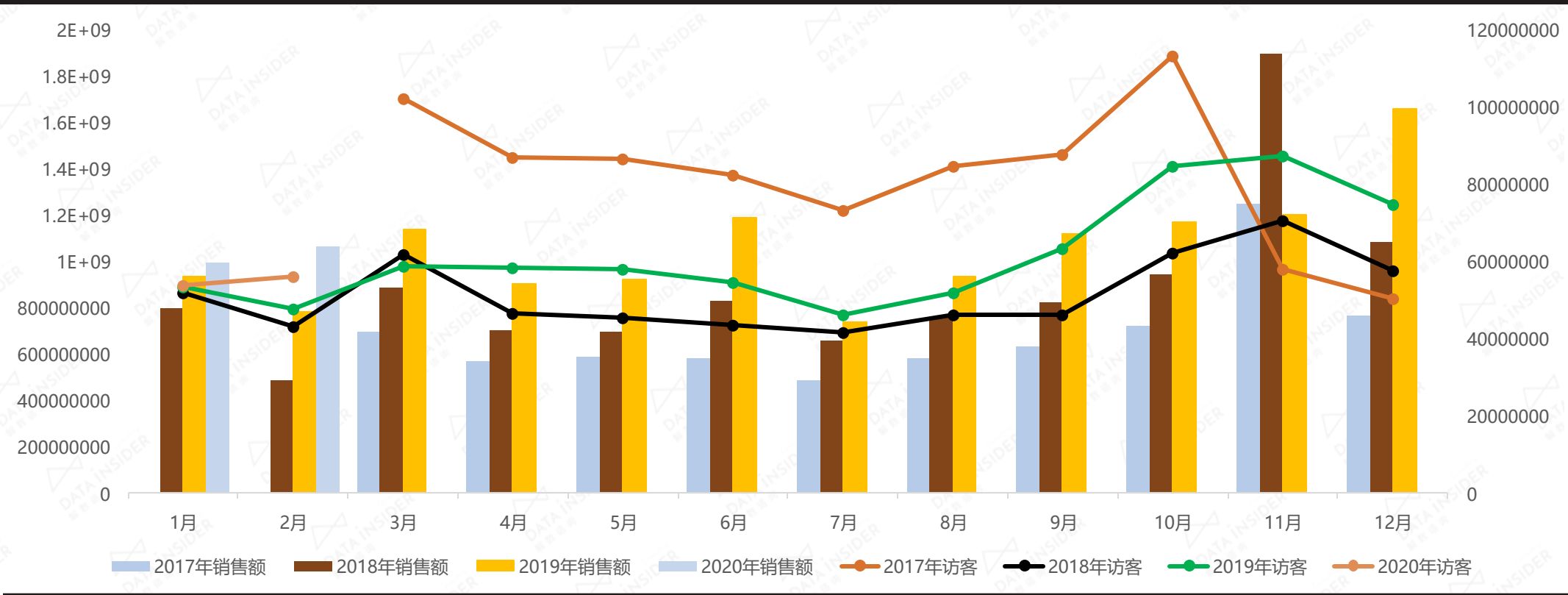
乳液/面霜

市场大盘
卖家概况
买家人群画像
明星单品拆解

大盘数据-乳液/面霜



销售额&访客数



▲乳液/面霜-大盘数据 2017-2020 销售额&访客数 数据来自生意参谋

DATA INSIDER-2020

解数 用数据洞悉电商

DATA INSIDER CONSULTING



大盘数据-乳液/面霜



日期	2017年访客数	2017年销售额	2018年访客数	2018年销售额	2019年访客数	2019年销售额	2020年访客数	2020年销售额
1月			51,696,592	796,172,504	53,292,906	936,467,875	53,915,656	992,894,202
2月			42,952,178	485,072,255	47,624,972	779,080,876	56,023,720	1,066,384,775
3月	102,259,833	698,155,801	61,782,985	885,613,312	58,772,352	1,134,971,216		
4月	86,945,403	569,564,932	46,615,288	704,194,380	58,156,056	903,891,705		
5月	86,345,622	584,993,477	45,301,075	697,041,637	57,846,143	918,921,710		
6月	82,269,584	580,562,676	43,413,877	830,783,199	54,631,177	1,188,125,480		
7月	73,145,832	486,620,966	41,453,203	656,379,675	46,315,198	740,073,293		
8月	84,587,045	580,078,298	46,106,497	762,305,276	51,683,098	930,762,061		
9月	87,554,256	632,047,685	46,176,029	824,337,348	63,132,889	1,117,926,647		
10月	113,278,367	721,640,866	62,123,101	942,003,078	84,442,361	1,171,153,697		
11月	58,035,264	1,249,964,797	70,345,855	1,899,024,018	87,354,171	1,201,333,968		
12月	50,209,870	765,129,456	57,612,607	1,082,231,150	74,889,912	1,659,728,010		

乳液/面霜-大盘数据-解数



- 从访客数来看，和美妆类目情况相似，2017年整体访客是要优于2018、2019年的，访客情况最差的2018年，说明拼多多的崛起除了对美妆类目有影响，对护肤品类目的影响一样剧烈。到2020年2月，月度访客稳定在5000万左右。
- 从销售额数据来看，没有受到外部平台的影响，从2017年-2020年同比每个月的数据都在缓慢增长。从2017年8000万左右的月度销售规模增长至2019年的1亿。
- 无论是访客数的衰退还是销售额的缓慢增长，都能看出乳液/面霜类目已经是一个被完全开发的成熟存量市场，且大牌云集。不太建议新商家选这个赛道进入。
- 乳液/面霜品类属于四季单品，销量随季节波动不大，但是随着S级大促的开展，销售增幅较为明显，特别是1、3、6、11、12月。

TOP20行业排行- 乳液/面霜 (2020年2月)



市场排行								
店铺名	交易金额	访客人数	搜索人数	支付转化率	支付人数	客单价	uv价值	搜索占比
olay官方旗舰店	20,807,462	2,307,344	301,650	3.10%	71,528	290.9	9.02	13.07%
KIEHL'S科颜氏官方旗舰店	17,811,951	2,622,077	612,554	1.70%	44,575	399.59	6.79	23.36%
欧莱雅官方旗舰店	16,582,377	2,238,234	452,750	2.28%	51,032	324.94	7.41	20.23%
法兰琳卡旗舰店	15,804,311	1,985,585	371,798	10.86%	215,635	73.29	7.96	18.72%
Lancome兰蔻官方旗舰店	14,340,113	1,484,095	239,811	0.86%	12,763	1123.55	9.66	16.16%
药都仁和旗舰店	14,200,498	1,712,732	417,788	13.53%	231,733	61.28	8.29	24.39%
修正阳光立拓专卖店	13,944,888	2,208,404	239,811	4.50%	99,378	140.32	6.31	10.86%
SK-II官方旗舰店	13,552,851	1,082,567	253,706	1.12%	12,125	1117.78	12.52	23.44%
LA MER海蓝之谜官方旗舰店	13,083,362	1,810,971	294,345	0.28%	5,071	2580.18	7.22	16.25%
Clinique倩碧官方旗舰店	11,882,013	1,566,000	398,148	1.94%	30,380	391.11	7.59	25.42%
玉泽官方旗舰店	11,570,251	1,368,039	291,274	4.54%	62,109	186.29	8.46	21.29%
broda博乐达旗舰店	11,220,946	577,089	351,032	4.67%	26,950	416.36	19.44	60.83%
薇诺娜官方旗舰店	11,161,236	1,292,697	370,718	6.24%	80,664	138.37	8.63	28.68%
HELIUS化妆品旗舰店	10,754,428	415,377	18,817	5.11%	21,226	506.67	25.89	4.53%
Estee Lauder雅诗兰黛官方旗舰店	10,732,251	1,080,046	227,473	1.14%	12,313	871.65	9.94	21.06%
天猫超市	9,854,520	1,531,882	547,540	11.55%	176,932	55.7	6.43	35.74%
acwell旗舰店	9,510,138	800,706	125,140	9.66%	77,348	122.95	11.88	15.63%
阿里健康大药房	8,888,506	1,233,477	651,493	11.12%	137,163	64.8	7.21	52.82%
修丽可官方旗舰店	8,023,481	239,366	39,786	2.31%	5,529	1451.07	33.52	16.62%
CeraVe适乐肤官方旗舰店	7,854,809	1,713,489	161,361	3.91%	66,997	117.24	4.58	9.42%

解数 用数据洞悉电商 ▲乳液/面霜 行业排行 数据来自生意参谋

DATA INSIDER CONSULTING

DATA INSIDER-2020



卖家概况- 乳液/面霜

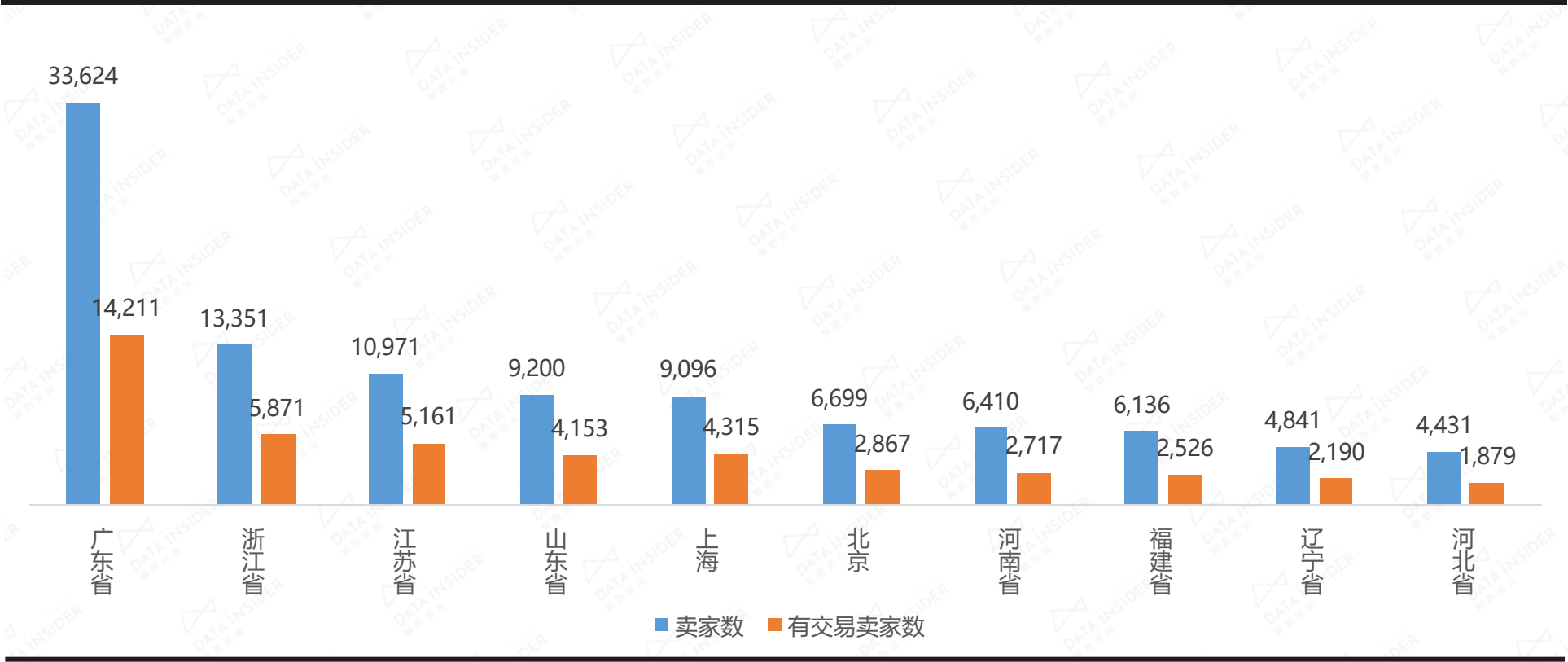


2019年3月~2020年2月					
时间	子类目	卖家数	有交易卖家数	有交易卖家数占比	交易金额
2019年/3月	乳液/面霜	214,507	70,390	32.81%	1,134,971,216
2019年/4月	乳液/面霜	213,567	69,455	32.52%	903,891,705
2019年/5月	乳液/面霜	214,857	70,000	32.58%	918,921,710
2019年/6月	乳液/面霜	206,383	67,707	32.81%	1,188,125,480
2019年/7月	乳液/面霜	206,776	66,518	32.17%	740,073,293
2019年/8月	乳液/面霜	206,723	67,684	32.74%	930,762,061
2019年/9月	乳液/面霜	205,186	70,126	34.18%	1,117,926,647
2019年/10月	乳液/面霜	172,063	72,058	41.88%	1,171,153,697
2019年/11月	乳液/面霜	175,317	74,013	42.22%	3,093,633,328
2019年/12月	乳液/面霜	174,478	73,037	41.86%	1,659,728,010
2020年/1月	乳液/面霜	171,018	62,903	36.78%	992,894,202
2020年/2月	乳液/面霜	172,777	59,491	34.43%	1,066,384,775
		卖家数(月均值)	有交易卖家数(月均值)	有交易卖家数占比	交易金额年总和
汇总	乳液/面霜	194,471	68,615	35.58%	14,918,466,124

地域分布排行- 乳液/面霜



卖家地域分布情况



DATA INSIDER-2020

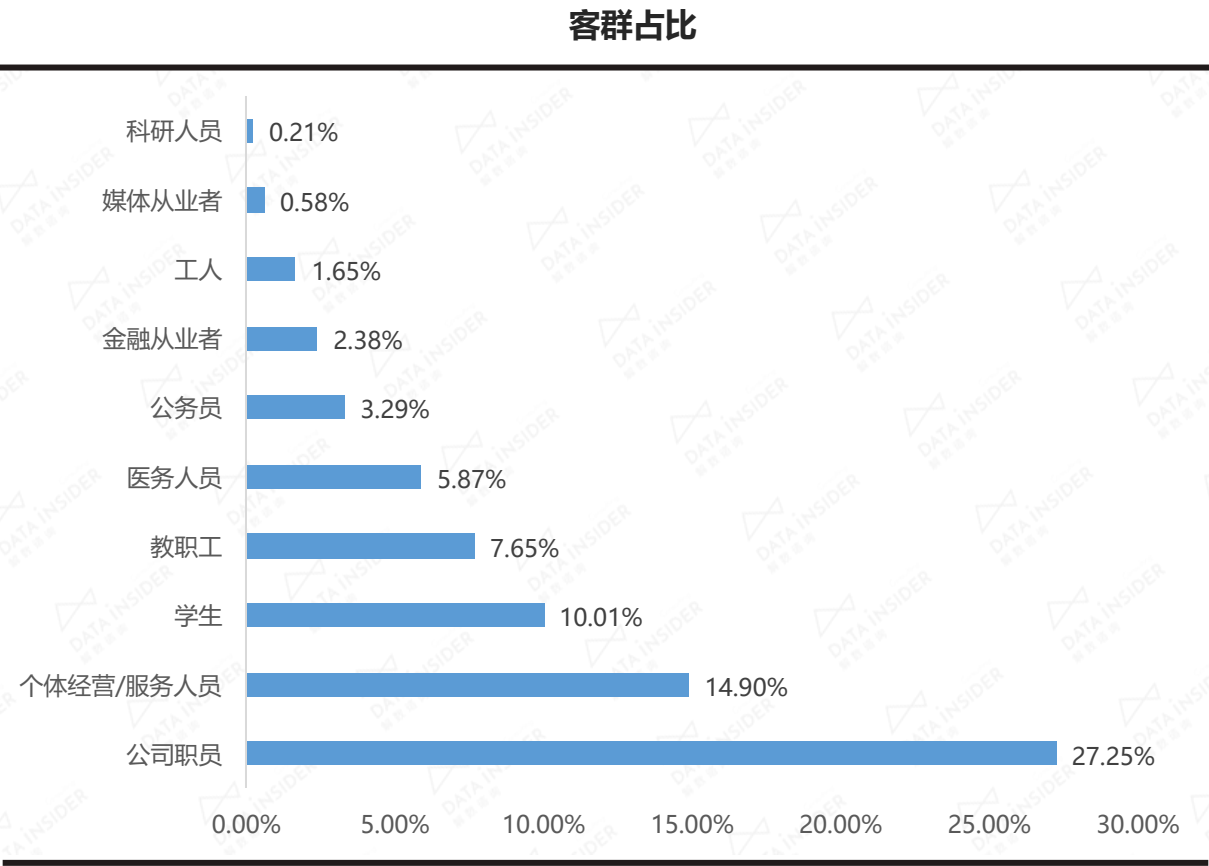
▲乳液/面霜 卖家地域分布情况 数据来自生意参谋

乳液/面霜-卖家分析-解数



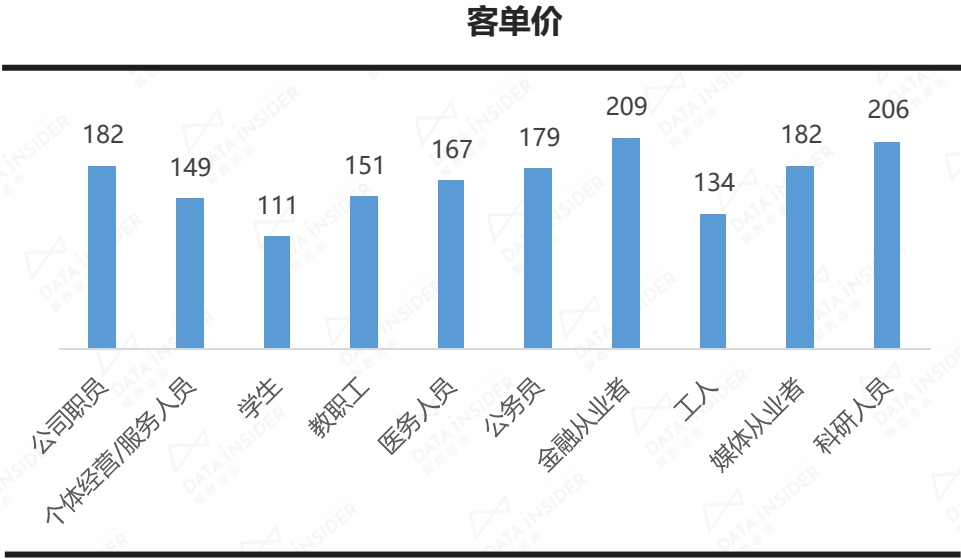
- ✓ 乳液/面霜类目是一个年交易规模达149亿的大类目，在这个大类目下经营的卖家有19万，但是有交易的卖家仅有6.8万，占比35%。
- ✓ 从2019年3月到2020年2月，无论是卖家数还是有交易的卖家数都在下滑。说明这个类目有一些中小卖家扛不住竞争，纷纷离场。类目TOP20吃掉了40%的市场份额；Top10商家吃掉了15%的市场份额。
- ✓ 从卖家分布来看，产业带集中地为广东、浙江、江苏三地。

乳液/面霜-消费者人群画像-职业

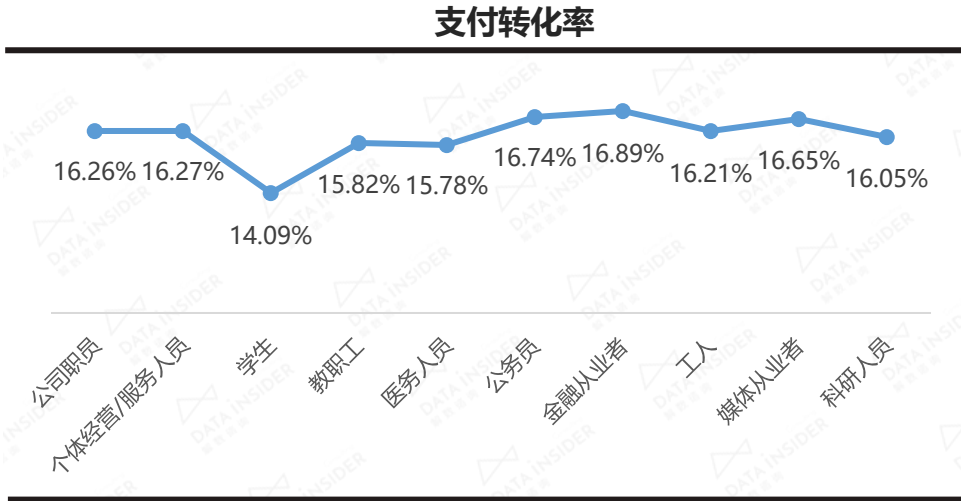


DATA INSIDER-2020

▲乳液/面霜 2020.1-2020.2 客群占比 数据来自生意参谋

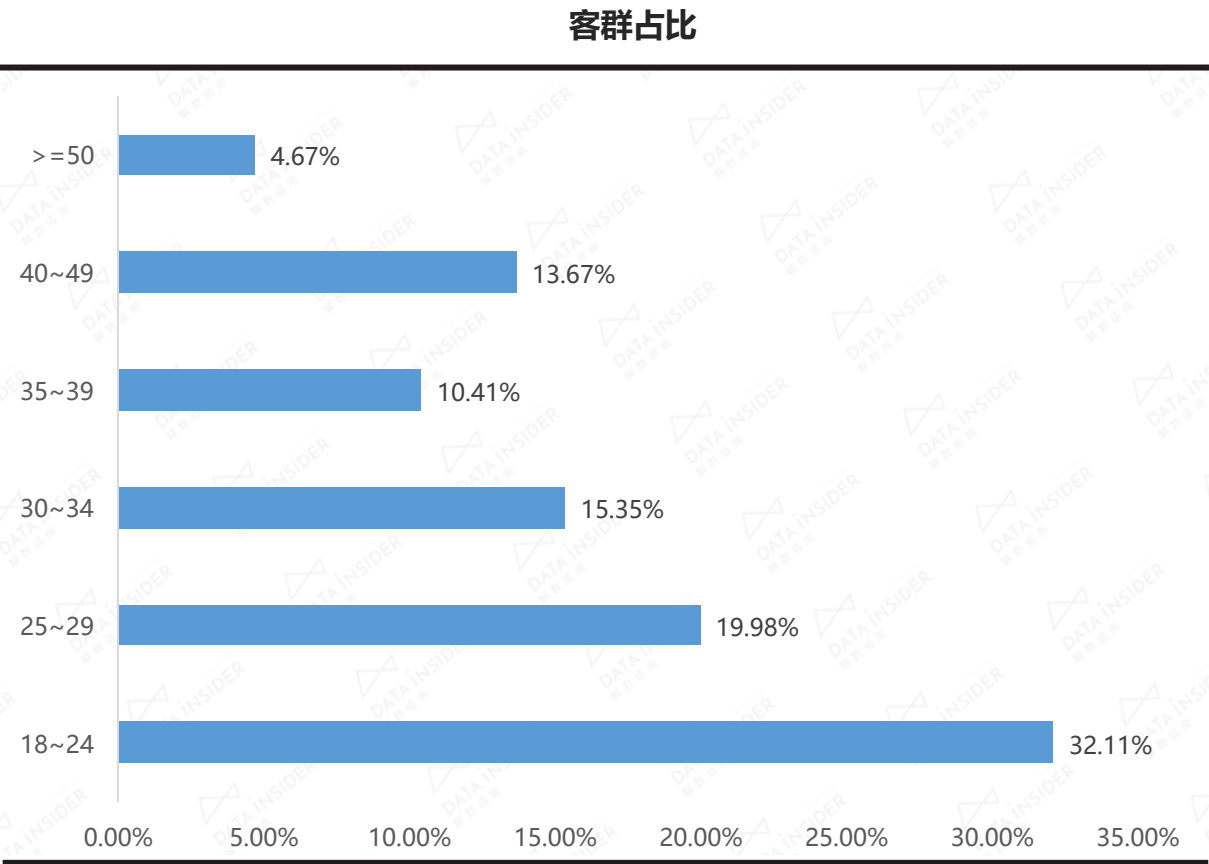


▲乳液/面霜 2020.1-2020.2 客单价 数据来自生意参谋



▲乳液/面霜 2020.1-2020.2 支付转化率 数据来自生意参谋

乳液/面霜-消费者人群画像-年龄段

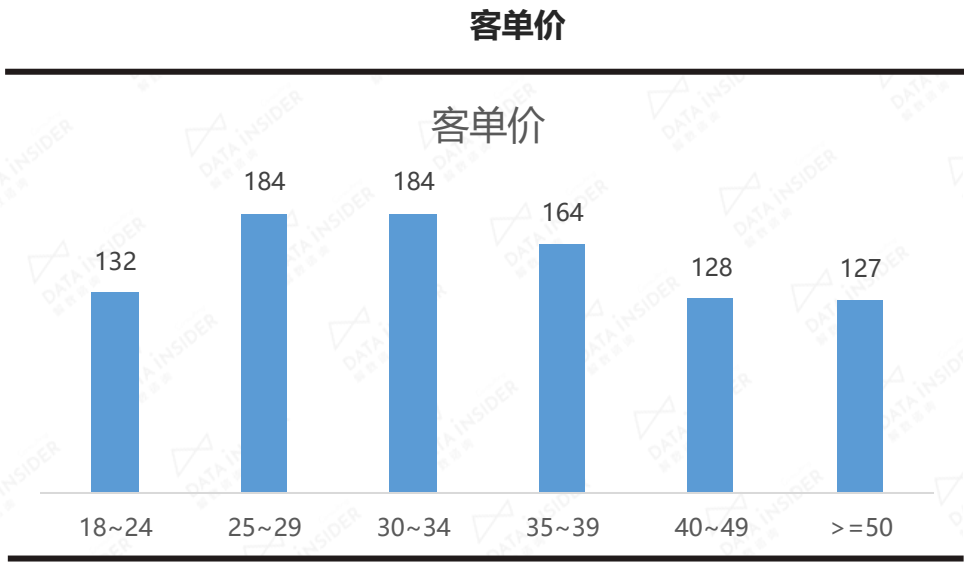


DATA INSIDER-2020

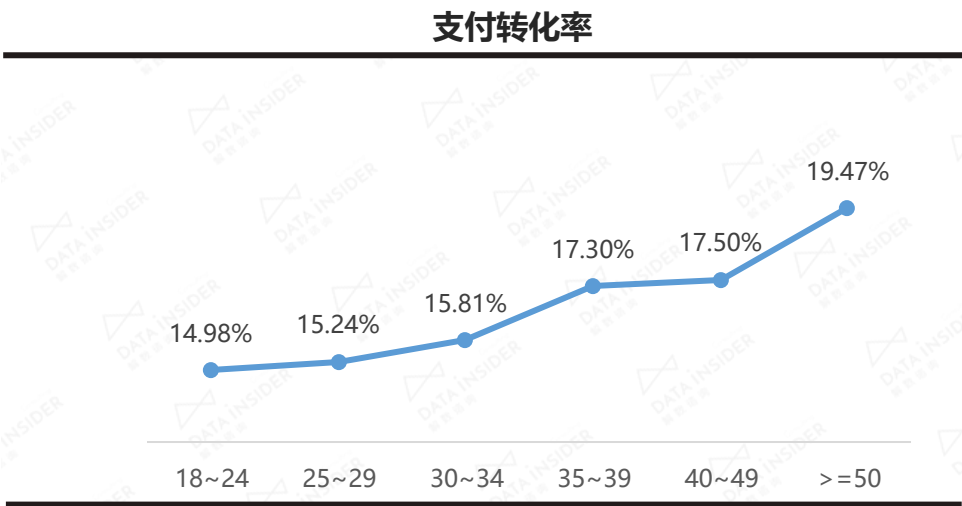
▲乳液/面霜 2020.1-2020.2 客群占比 数据来自生意参谋

解数 用数据洞悉电商

DATA INSIDER CONSULTING



▲乳液/面霜 2020.1-2020.2 客单价 数据来自生意参谋



▲乳液/面霜 2020.1-2020.2 支付转化率 数据来自生意参谋

乳液/面霜-消费者人群画像-用户性别属性分析



客群透视							
人群属性	日期	交易金额	支付人数	支付转化率	访客人数	客单价	uv价值
18-22岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	25,145,266	270,630	15.81%	1,711,638	92.91	14.69
18-22岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	119,649,225	1,028,125	11.53%	8,917,762	116.38	13.42
23-25岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	20,748,328	152,489	15.90%	959,316	136.06	21.63
23-25岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	132,402,181	806,050	13.32%	6,050,503	164.26	21.88
26-30岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	34,118,199	210,337	13.92%	1,511,469	162.21	22.57
26-30岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	225,149,574	1,193,352	13.13%	9,088,655	188.67	24.77
31-35岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	28,912,177	171,050	13.15%	1,301,245	169.03	22.22
31-35岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	170,077,481	904,997	13.75%	6,582,772	187.93	25.84
36-40岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	19,531,228	125,012	13.71%	911,744	156.23	21.42
36-40岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	100,840,920	606,346	15.01%	4,040,716	166.31	24.96
41-45岁,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	11,993,870	102,758	14.40%	713,531	116.72	16.81
41-45岁,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	60,563,390	447,619	15.89%	2,817,340	135.3	21.5
45岁以上,男	2020-02-01 ~ 2020-02-29	20,125,156	167,023	15.62%	1,069,052	120.49	18.83
45岁以上,女	2020-02-01 ~ 2020-02-29	70,869,785	554,716	16.18%	3,428,787	127.76	20.67

乳液/面霜-消费者洞察-解数



- ✓ 从消费者职业属性数据来看，乳液/面霜类目客群占比最高的是公司职员，客单价最高金融从业者和科研人员（200+），学生和工人的客单价最低（100左右）。转化率部分最低的是学生14%不到，金融从业者转化率最高，达到17%，其他职业的转化率10%上下波动。
- ✓ 从年龄段来看，乳液/面霜类目的主要消费群体是18-24岁的人群，占32.11%。25-34岁的人群客单价最高。随着年龄的增长转化率也呈上升趋势，到了50岁后，转化率达到19.47%。
- ✓ 从用户性别属性可以看出，女性付款人数是男性用户的5倍，且女性用户的客单价在各个年龄段都要高于男性，说明女性用户在皮肤护理的投入还是相当舍得。
- ✓ 经营此类目，建议选择高知女性，年龄在25-34岁为宜，此类人群客单价、转化率及市场占比都不错。

明星单品 薇诺娜舒敏特护霜



薇诺娜舒敏保湿特护霜15g 敏感肌专用护肤品面霜补水修护皮肤屏障
告别敏感泛红干痒 修护皮肤屏障 舒敏维稳

价格 **¥68.00**

运费 云南昆明 至 黄石 快递: 0.00

月销量 **8.5万+**

累计评价 **292806**

送天猫积分 **34**

化妆品净含量 **15g**

数量 件 库存91484件

[立即购买](#)

[加入购物车](#)

服务承诺 过敏包退 正品保证 极速退款 赠运费险 支付方式 ▼
七天无理由退换





薇诺娜明星单品-特护霜整体情况

日期	交易金额	访客人数	搜索人数	收藏人数	加购人数	支付转化率	支付人数	支付件数	客单价	uv价值	搜索占比	收藏率	加购率
2020年2月	3,178,230	865,564	226,521	56,632	164,106	4.60%	39,816	47,247	79.82	3.67	26.17%	6.54%	18.96%
2020年1月	2,842,870	689,789	153,482	31,566	110,856	5.06%	34,903	43,418	81.45	4.12	22.25%	4.58%	16.07%
2019年12月	3,726,979	927,340	198,664	39,490	133,629	5.08%	47,109	56,992	79.11	4.02	21.42%	4.26%	14.41%
2019年11月	14,534,929	2,047,069	336,026	106,552	516,178	12.16%	248,924	441,098	58.39	7.1	16.41%	5.21%	25.22%
2019年10月	3,666,405	1,236,297	232,416	84,115	213,055	3.94%	48,710	54,456	75.27	2.97	18.80%	6.80%	17.23%
2019年9月	4,249,076	1,024,211	139,359	35,536	124,105	5.11%	52,337	65,480	81.19	4.15	13.61%	3.47%	12.12%
2019年8月	2,696,863	558,757	119,463	28,906	88,718	6.02%	33,637	40,111	80.18	4.83	21.38%	5.17%	15.88%
2019年7月	4,360,187	604,119	107,239	33,328	113,795	7.41%	44,765	75,400	97.4	7.22	17.75%	5.52%	18.84%
2019年6月	8,598,161	994,842	153,810	38,660	181,429	9.19%	91,426	137,033	94.05	8.64	15.46%	3.89%	18.24%
2019年5月	4,635,018	761,290	160,057	37,764	145,558	7.18%	54,661	69,043	84.8	6.09	21.02%	4.96%	19.12%
2019年4月	4,668,064	673,177	151,458	36,879	120,296	8.99%	60,519	71,153	77.13	6.93	22.50%	5.48%	17.87%
2019年3月	5,597,155	771,183	174,791	38,710	148,256	8.55%	65,936	86,686	84.89	7.26	22.67%	5.02%	19.22%
2019年2月	1,929,554	412,376	99,464	21,329	72,060	5.85%	24,124	28,532	79.98	4.68	24.12%	5.17%	17.47%

薇诺娜明星单品-特护霜近两个月流量渠道



2月							1月						
流量来源	交易金额	访客人数	支付转化率	支付人数	客单价	uv价值	流量来源	交易金额	访客人数	支付转化率	支付人数	客单价	uv价值
手淘搜索	624,318	222,990	3.76%	8,377	74.53	2.8	品销宝- 品牌专区	616,975	166,424	4.75%	7,906	78.04	3.71
品销宝- 品牌专区	829,729	203,834	5.22%	10,649	77.92	4.07	手淘搜索	491,736	150,430	4.30%	6,471	75.99	3.27
直通车	153,966	110,500	1.87%	2,073	74.27	1.39	淘内免费其他	374,955	99,656	4.54%	4,524	82.88	3.76
流量宝	272	99,630	0.01%	4	68	0	直通车	133,695	99,202	1.83%	1,818	73.54	1.35
购物车	1,180,618	95,123	15.64%	14,879	79.35	12.41	购物车	1,068,849	83,763	15.45%	12,945	82.57	12.76
我的淘宝	559,276	89,535	7.55%	6,761	82.72	6.25	我的淘宝	506,078	73,107	8.08%	5,907	85.67	6.92
手淘其他店铺商品详情	499,581	87,619	7.65%	6,701	74.55	5.7	手淘首页	24,722	49,257	0.64%	317	77.99	0.5
淘内免费其他	443,186	68,545	8.10%	5,550	79.85	6.47	手淘其他店铺商品详情	252,660	46,448	7.29%	3,388	74.57	5.44
淘宝客	468,257	50,641	12.50%	6,329	73.99	9.25	超级推荐	34,717	45,042	1%	450	77.15	0.77
智钻	36,854	38,650	1.18%	455	81	0.95	智钻	26,629	30,975	1%	310	85.9	0.86
手淘首页	19,141	37,422	0.66%	249	76.87	0.51	淘宝客	298,221	29,668	12.84%	3,810	78.27	10.05
超级推荐	25,153	23,642	1.44%	341	73.76	1.06	手淘微淘	64,023	16,901	4.49%	759	84.35	3.79
手淘微淘	71,202	20,652	4.24%	875	81.37	3.45	手淘问大家	61,457	12,436	6.59%	819	75.04	4.94
手淘问大家	87,538	19,098	6.23%	1,189	73.62	4.58	手淘旺信	114,192	9,560	14.86%	1,421	80.36	11.94
手淘旺信	159,368	12,242	16.39%	2,007	79.41	13.02	手淘淘宝直播	47,625	9,070	6.46%	586	81.27	5.25

解数 用数据洞悉电商

DATA INSIDER CONSULTING

薇诺娜明星单品-特护霜七天搜索词访客量结构



日期	关键词总数量	品牌词数量	品牌词占比	品类词数量	品类词占比
3月16日	27	18	66.67%	9	33.33%
3月15日	25	16	64.00%	9	36.00%
3月14日	26	19	73.08%	7	26.92%
3月13日	25	18	72.00%	7	28.00%
3月12日	25	19	76.00%	6	24.00%
3月11日	26	19	73.08%	7	26.92%
3月10日	25	18	72.00%	7	28.00%
合计	179	127	70.95%	52	29.05%

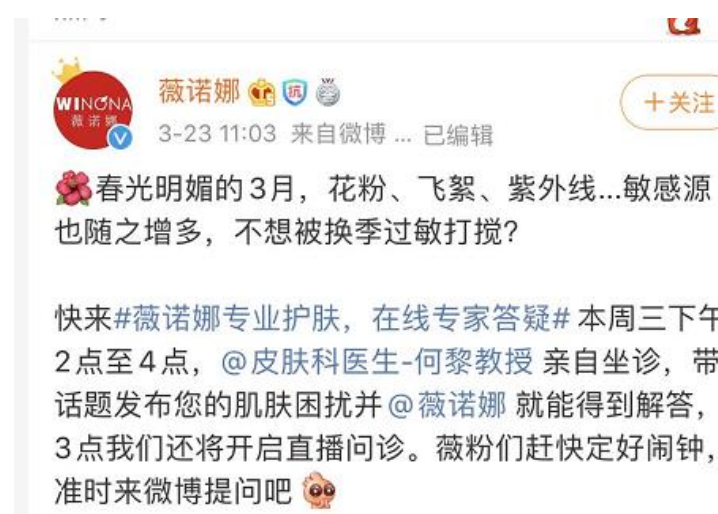
薇诺娜明星单品-特护霜各个有代表性的流量情况



		手淘搜索			品销宝			直通车			我的淘宝		
日期	总访客人数	访客人数	占比	支付转化率	访客人数	占比	支付转化率	访客人数	占比	支付转化率	访客人数	占比	支付转化率
2020年2月	865,564	222,990	25.76%	3.76%	203,834	23.55%	5.23%	110,500	12.77%	1.88%	89,535	10.34%	7.55%
2020年1月	689,789	150,430	21.81%	4.30%	166,424	24.13%	4.75%	99,202	14.38%	1.83%	73,107	10.60%	8.08%
2019年12月	927,340	192,934	20.81%	4.17%	213,704	23.04%	4.10%	147,977	15.96%	1.80%	116,827	12.60%	6.14%
2019年11月	2,047,069	324,346	15.84%	4.75%	406,336	19.85%	3.85%	266,227	13.01%	2.97%	334,632	16.35%	8.20%
2019年10月	1,236,297	225,181	18.21%	4.03%	257,712	20.85%	4.58%	132,563	10.72%	2.52%	122,298	9.89%	7.03%
2019年9月	1,024,211	134,883	13.17%	5.69%	175,100	17.10%	5.53%	152,387	14.88%	2.70%	89,771	8.76%	9.91%
2019年8月	558,757	115,456	20.66%	5.12%	147,730	26.44%	5.92%	101,512	18.17%	2.29%	66,837	11.96%	9.85%
2019年7月	604,119	103,185	17.08%	5.65%	122,160	20.22%	6.34%	106,448	17.62%	2.70%	72,410	11.99%	12.21%
2019年6月	994,842	149,347	15.01%	5.68%	193,830	19.48%	5.79%	191,207	19.22%	3.36%	128,155	12.88%	11.47%
2019年5月	761,290	156,050	20.50%	6.04%	206,188	27.08%	6.70%	148,692	19.53%	2.99%	97,132	12.76%	10.78%
2019年4月	673,177	148,080	22.00%	6.90%	184,785	27.45%	6.90%	126,419	18.78%	4.41%	83,758	12.44%	11.92%
2019年3月	771,183	169,891	22.03%	6.21%	204,609	26.53%	5.74%	177,330	22.99%	3.90%	97,254	12.61%	11.01%



薇诺娜明星单品-特护霜站外推广亮点



薇诺娜 WINONA 薇诺娜 3-23 11:03 来自微博 ... 已编辑

春光明媚的3月，花粉、飞絮、紫外线...敏感源也随之增多，不想被换季过敏打搅?

快来#薇诺娜专业护肤，在线专家答疑# 本周三下午2点至4点，@皮肤科医生-何黎教授 亲自坐诊，带话题发布您的肌肤困扰并@薇诺娜 就能得到解答，3点我们还将开启直播问诊。薇粉们赶快定好闹钟，准时来微博提问吧

左：专业医师坐诊解决皮肤问题

右：小鲜肉罗云熙代言

中：抗疫期间结合社会热点推广了云问诊。



思想聚焦 3-7 09:00 来自微博 weibo.com

他们就是强大的守护盾! 作为医生，他们一直把自己挡在问题面前，把我们护在身后! 不管是疫情，还是口罩脸的困扰! 3.8期间，全国皮肤科权威将携手@薇诺娜，发起#口罩脸抗敏接力# 网页链接坐阵直播间，分享口罩脸修护干货，再也不用为去不了医院而干着急了! 必须给薇家的“云问诊”服务点赞!



薇诺娜 WINONA 薇诺娜 1-1 08:00 来自微博 ... 已编辑

#2020#新年快乐! 这么重要的日子当然少不了@罗云熙Leo的祝福~

新的一年，继续做薇诺娜女孩呀，护肤路上无惧敏感，#敏感守护官罗云熙#陪你一直美下去! 罗云熙超话 薇诺娜的微博视频 #薇诺娜特护霜#



5.7万次观看 2020新的一年我会继续陪伴你哦 0:14

分享到

微信 朋友圈 微博 收藏 下载

薇诺娜明星单品-特护霜打法拆解-解数



- 该链接起盘较久，销售金额爆发的月份在3、6、11月，这三个月有S级大促，12月虽然有双12，但是由于刚过完双11，消费者刚屯了一批产品，因此整体销售平平。整体下半年体量要高于上半年，由于下半年平台的促销活动比较频繁。由于是成熟链接，搜索占比较为稳定。双11客单价为全年最低，但转化率最高，可以看出此商家靠双11的大盘增量薅一波羊毛。从大促的客单价和转化率可以看出，此商家逢大促搞活动的节奏也能促进当月的销售提高，成为了销量爬层最关键的因素。
- 该店铺核心流量来源是：手搜、品销宝及直通车。特别是针对品销宝的投放，每个月能带来15-20万访客。不同于其他标品，品销宝的转化率甚至要高于手搜，仅次于我的淘宝（复购及收藏流量）。这和薇诺娜的品牌宣传有关，薇诺娜产品专注敏感肌肤护理，专业医师在线答疑，亲自坐诊，解决皮肤困扰。有针对性的解决一类细分人群的问题及提供专业医师服务，是的薇诺娜品牌一上线就受到很多有肌肤问题困扰的用户的青睐。从品牌词的搜索占比即可看出，品牌自带的引流效果相当好，能占到总搜索访客的70%以上。之所以花大力度砸推广费在品销宝，也是为了收割品牌站外宣传的流量来源。
- 从我的淘宝的成交占比（20%左右）可以看出，薇诺娜通过不断的市场渗透，再从复购获取回报的思路是有效的。精准的卖点和有效的功效为薇诺娜收割了不少回头客及粉丝。
- 但是站内推广的效果不好，一方面没有很好的收割到站内的用户，在单方面的给阿里带流量；另一方面，直通车投放的转化率太低，投产较差。



薇诺娜明星单品-特护霜机会与风险-解数

机会

- 产品针对细分人群“敏感肌”，属于药妆有卖点（据说经过临床测试），相较于同行同价位的转化率要高。
- 除了专业的产品加上专业的医师团队，更容易获得消费者的信赖，仅需要不断的做市场渗透即可。
- 产品的复购率较高，说明在品质上经得起市场的检验。

风险

- 站内免费流量获取较为有限，虽然手搜能稳定拉来访客，但是其中只有30%属于淘内流量，更多的属于品牌词流量。
- 付费推广（直通车）的转化率较低，产内付费投放较大，很容易造成推广费用的白白浪费。

解数福利

2020年淘宝天猫官方促销活动日历

1月淘宝活动

家装新年惠

活动时间:2020年1月1日-1月8日

天猫年货节

活动时间:2020年1月13-1月17日

天猫母婴进口大赏节

活动时间:2020年1月11日-1月12日

2月淘宝活动

天猫过年不打烊

活动时间:2020年2月1日-2月14日

天猫情人节

活动时间:2020年2月12日-2月14日

托马斯总动员

活动时间:2020年2月20日-2月26日

开年总动员

活动时间:2020年2月20日-2月26日

油漆涂装节

活动时间:2020年2月22日-3月31日

3月淘宝活动

三八女王节

活动时间:2020年3月3日-3月8日

春季汽车节

活动时间:2020年3月3日-3月18日

互联网家装节

活动时间:2020年3月4日-3月18日

吃货节

活动时间:2020年3月15日-3月19日

春夏新风尚

活动时间:2020年3月22日-3月28日

玩具节

活动时间:2020年3月30日-4月1日

4月淘宝活动

愚人节活动

活动时间:2020年3月30日-4月1日

出游季

活动时间:2020年4月7日-4月12日

美甲节

活动时间:2020年4月5日-4月8日

天猫粉丝节

活动时间:2020年4月5日-4月8日

家装大促

活动时间:2020年4月8日-4月12日

天猫婚博会

活动时间:2020年4月9日-4月11日

天猫校园季

活动时间:2020年4月13日-4月22日

超级大牌狂欢

活动时间:2020年4月18日-4月20日

天猫男人节

活动时间:2020年4月22日-4月27日

5月淘宝活动

家装O2O活动

活动时间:2020年4月23日-5月3日

匠心手作节

活动时间:2020年4月25日-4月29日

天猫母亲节

活动时间:2020年5月3日-5月8日

家装5月行业大促

活动时间:2020年5月9日-5月13日

通信狂欢节

活动时间:2020年5月11日-5月17日

520表白节

活动时间:2020年5月13日-5月20日

6月淘宝活动

大六一旅行季

活动时间:2020年5月16日-6月1日

进口狂欢周

活动时间:2020年5月19日-5月25日

天猫父亲节

活动时间:2020年5月25日-6月30日

618年中大促

活动时间:2020年6月1日-6月19日

聚划算66大聚惠

活动时间:2020年6月2日-6月7日

天猫端午节

活动时间:2020年5月4日-6月9日

7月淘宝活动

造物节

活动时间: 2020年7月8日-12日

天猫啤酒节

活动时间:预期2020年7月, 具体日期待更新

天猫游泳节

活动时间:预期2020年7月, 具体日期待更新

722洗护节

活动时间:预期2020年7月, 具体日期待更新

天猫运动会

活动时间:预期2020年7月, 具体日期待更新

家装大促

活动时间:预期2020年7月, 具体日期待更新

8月淘宝活动

开学总动员

活动时间:预期2020年8月, 具体日期待更新

天猫中秋节

活动时间:预期2020年8月, 具体日期待更新

秋冬上新

活动时间:预期2020年8月, 具体日期待更新

七夕情人节七夕奇妙物语

活动时间:预期2020年8月, 具体日期待更新

天猫开学季

活动时间:预期2020年8月, 具体日期待更新

818暑促

活动时间:预期2020年8月, 具体日期待更新

阿里88汽车节

活动时间:预期2020年8月, 具体日期待更新

天猫88全球狂欢节

活动时间:预期2020年8月1日-10日

9月淘宝活动

开学季活动

活动时间:2020年9月

天猫99大促(99划算节)

活动时间:2020年9月9日

10月淘宝活动

淘宝中秋节

活动时间:(10月3日-5日)(可做店铺活动)

淘宝重阳节

活动时间:(10月27-29日)(可做店铺活动)

11月淘宝活动

火锅节

活动时间:预期2020年11月, 具体日期待更新

天猫感恩节

活动时间:预期2020年11月, 具体日期待更新

感恩节&伙拼周

活动时间:预期2020年11月, 具体日期待更新

12月淘宝活动

双12年度盛典

活动时间:2020年12月12日



高价值资源分享社群——清晰洞察世界

存有**20万份+**报告与资料

为您的创业、投资、职场、学习研究… **超强赋能**

【资源属性】

运营、产品、增长黑客、营销、数据分析、案例拆解、行业报告、趋势研究、白皮书、电子书…

【覆盖行业】

教育、电商、直播及短视频、内容产业、泛娱乐产业、保险及金融、投资、人工智能、智能硬件、AR/VR、零售、汽车、社交、社区、社群、母婴儿童、区块链、物联网及产业互联网、B端及企业服务、跨境海外、地产、婚恋美妆、运动体育、餐饮美食、工具类…

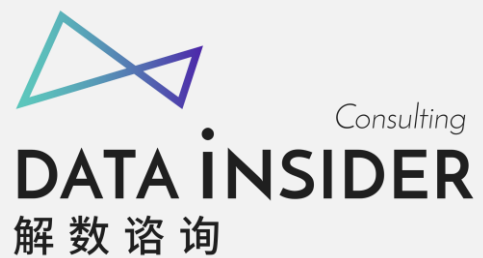


扫码关注公众号（或 添加微信：zifumeng001）

加入微信交流群 获取最新资料



万千资源合集的知识店铺



THANK YOU