



知行

战略咨询



DATA

SPECIALITY

REVIEW

BENCHMARKING

知行
战略咨询

知行数据观察

宝宝护肤品类

知行合一集团

经营使命

以数为据，不让企业走弯路

核心价值观

尊重专业，凡是彻底

企业精神

对标找差距，复盘取机会

经营理念

客户的生意就是知行人的命

01

行业宏观市场调研



宝宝护肤行业定义及分类

宝宝护肤产品是指适用于年龄在 12 岁以下（含 12 岁）儿童，具有清洁、保湿、爽身、防晒等功效的化妆品，依据《儿童化妆品监督管理规定》和《化妆品分类规则和分类目录》进行监管。

产品分类

清洁类

核心作用

温和清除宝宝皮肤、毛发表面的油脂、污渍与多余代谢物，配方低刺激、多为无泪设计，不伤娇嫩肌肤与眼周

代表产品

婴儿洗沐二合一、
婴幼儿洗发水、宝宝沐浴露

适用场景

日常洗澡全身清洁、
头皮头发清洁

保湿护肤类

补充肌肤水分，强化皮肤屏障，锁住水分，改善干燥、起皮、粗糙问题，滋养柔嫩肌肤

婴儿面霜、宝宝身体乳、
婴幼儿润肤油、保湿膏

全身及面部保湿护理、
秋冬防干裂、日常长效润肤

防护隔离类

隔离尿液、口水、紫外线、摩擦等外界刺激，预防泛红、过敏、晒伤等肌肤问题，针对性防护特殊部位

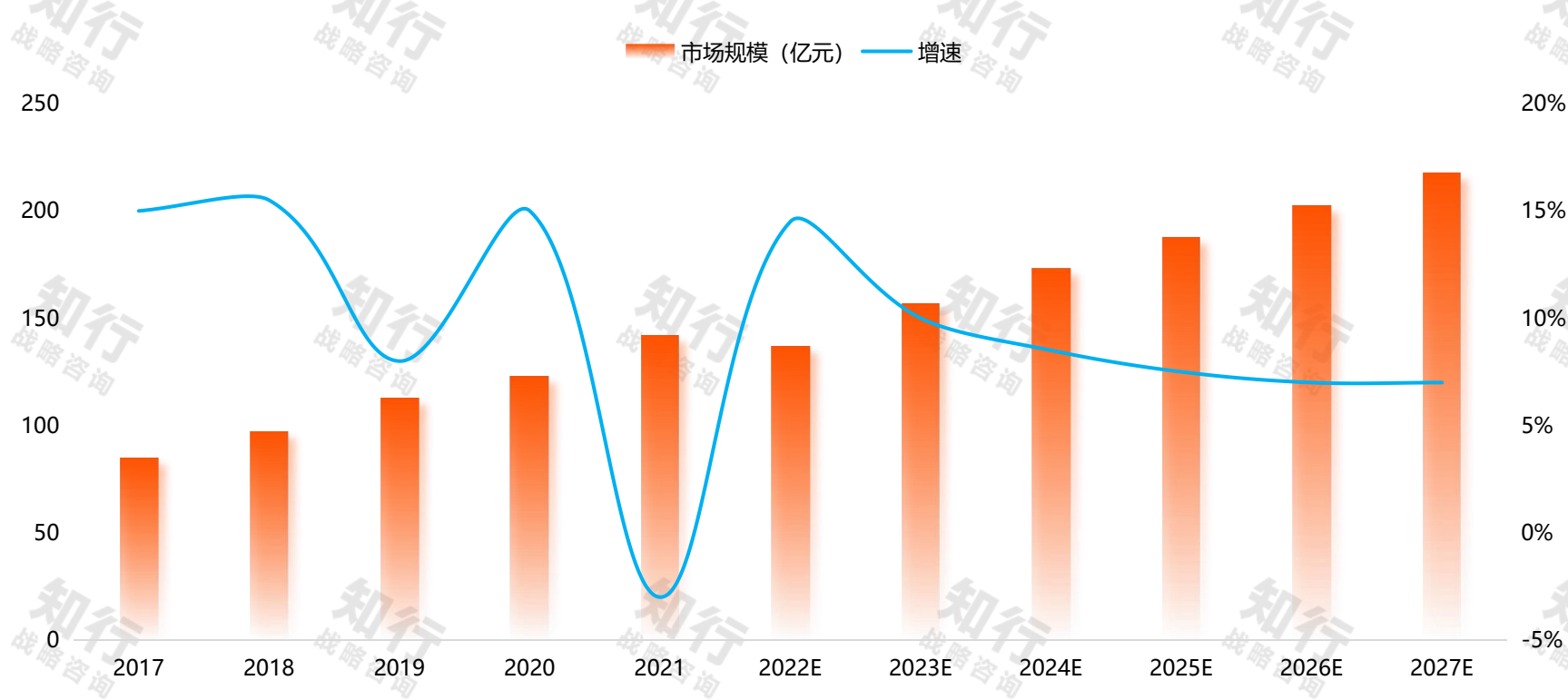
护臀膏、宝宝防晒霜、
护鼻膏、爽身粉

婴幼儿日常皮肤防护、
户外活动防晒

2026年规模突破 200 亿

中国宝宝护肤市场历经疫情冲击后快速复苏，已从高速成长期正式迈入稳健增长通道，预计2026年市场规模将持续扩容至 203 亿元，年复合增速稳定在 7%-8% 区间，婴童护肤消费的刚性与长期增长确定性凸显，赛道长期发展空间广阔。

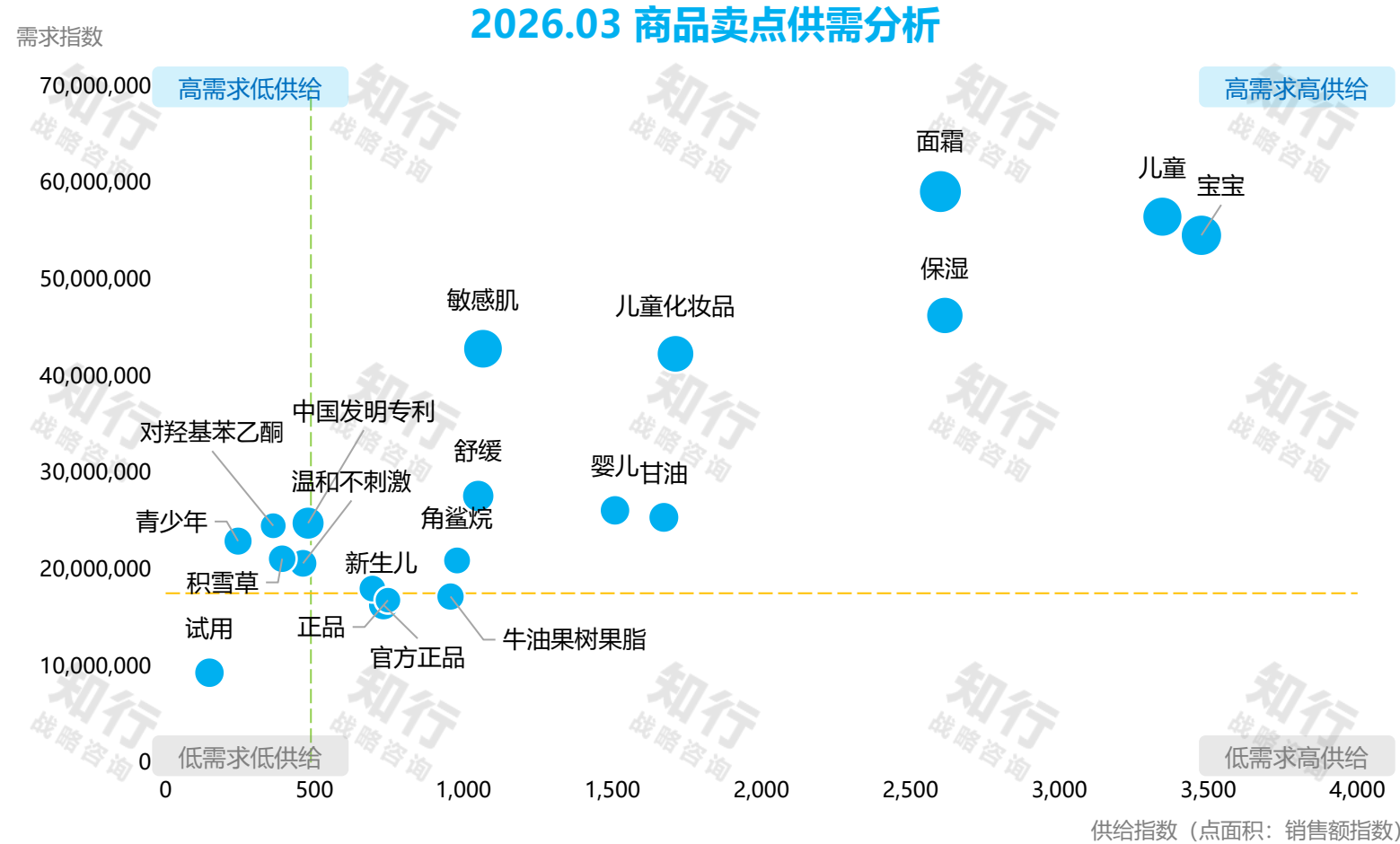
2017年-2027年中国宝宝护肤市场规模



蓝海赛道：细分功效 + 技术背书

红海核心赛道：宝宝 / 儿童 / 面霜 / 保湿等基础卖点需求超 4600 万，是当前市场核心，但供给端高度同质化，新品牌突围难度大。

蓝海增量机会：婴童护肤已从基础品类的红海厮杀，转向**细分功效、技术背书**的精细化、差异化竞争，赛道升级趋势明确。敏感肌、舒缓、中国发明专利等卖点需求旺盛，但供给严重不足，供需缺口显著，是差异化增长的核心机会。



卖点	供给	需求	销售额
面霜	2,600	59,074,828	786,888
宝宝	3,476	54,551,118	729,607
儿童	3,345	56,476,315	686,650
敏感肌	1,065	42,811,782	674,106
儿童化妆品	1,711	42,285,702	606,921
保湿	2,615	46,256,595	598,194
中国发明专利	478	24,766,419	468,184
舒缓	1,049	27,579,723	449,729
官方正品	731	16,310,346	411,040
甘油	1,672	25,365,309	408,851

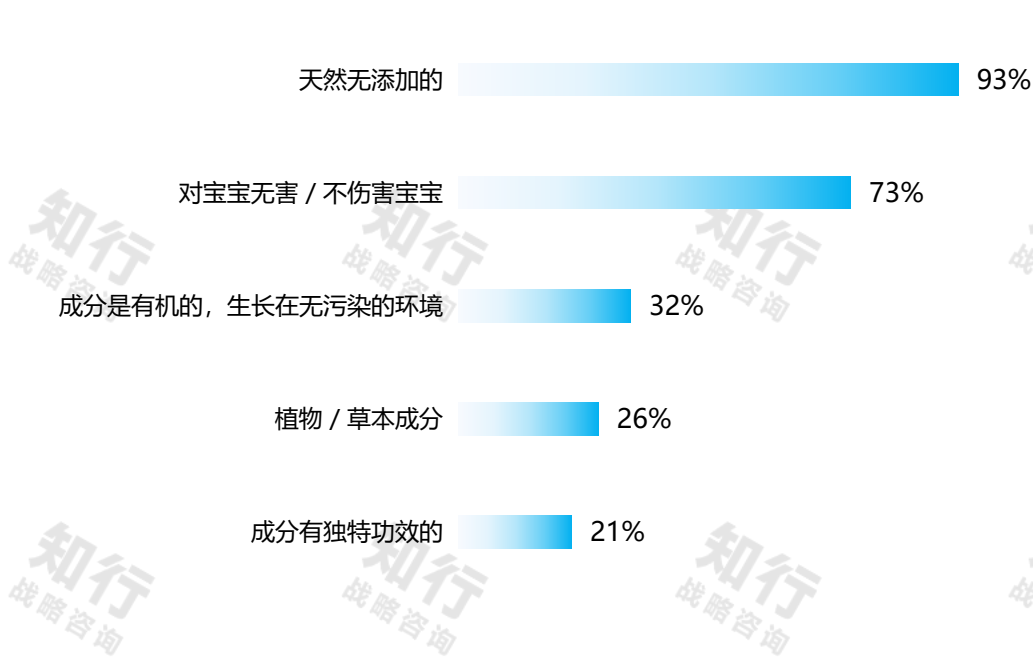
数据来源：抖音巨量云图，近30天数据，2026.03.02~2026.03.31

安全是绝对准入门槛：消费者对“天然无添加”的关注度高达 93%，“安全性”以 84% 占比登顶购买决策因素，安全不仅是产品卖点，更是婴童护肤的基础生存线。

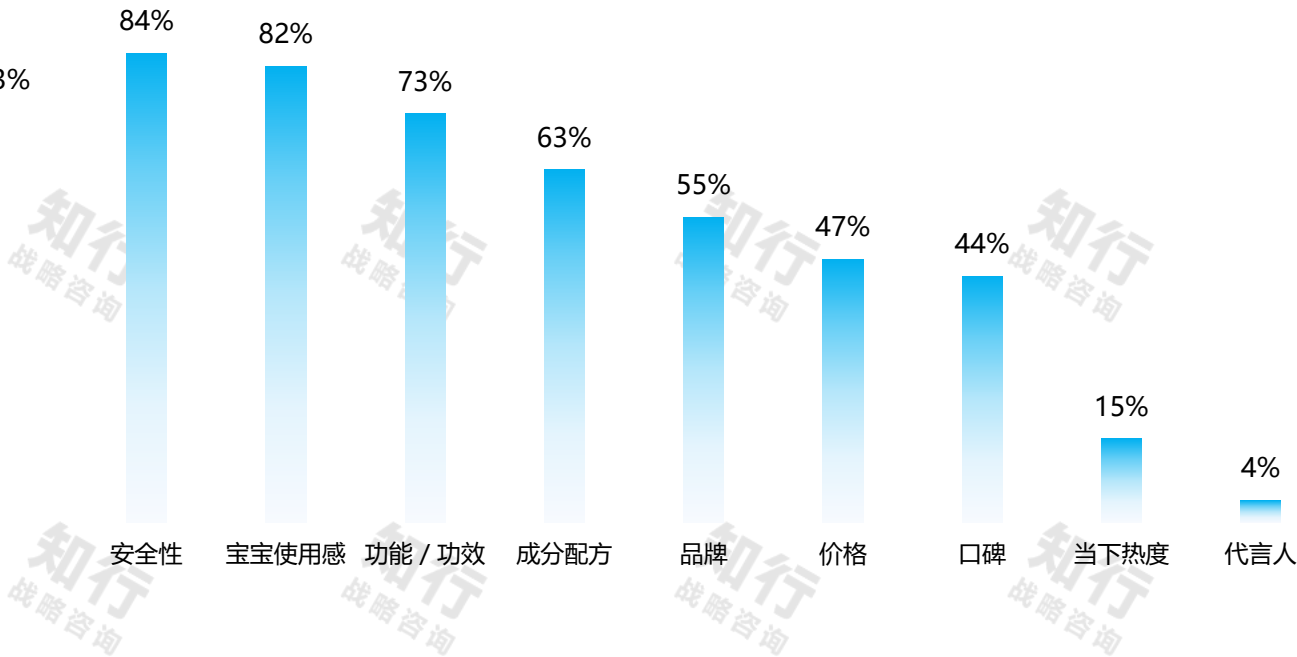
使用感与功效是增长双引擎：“宝宝使用感”（82%）与“功能 / 功效”（73%）并列第二，证明产品在保障安全的基础上，需通过优异肤感与实效功效，提升用户复购与品牌口碑。

理性消费拒绝流量绑架：代言人（4%）与热度（15%）影响力极弱，家长决策极度理性，成分、配方、品牌等硬实力才是转化的核心筹码，流量红利在此赛道效果有限。

婴童护肤品消费者关注的成分信息



婴童护肤品的购买决策因素



02

线上行业趋势总览

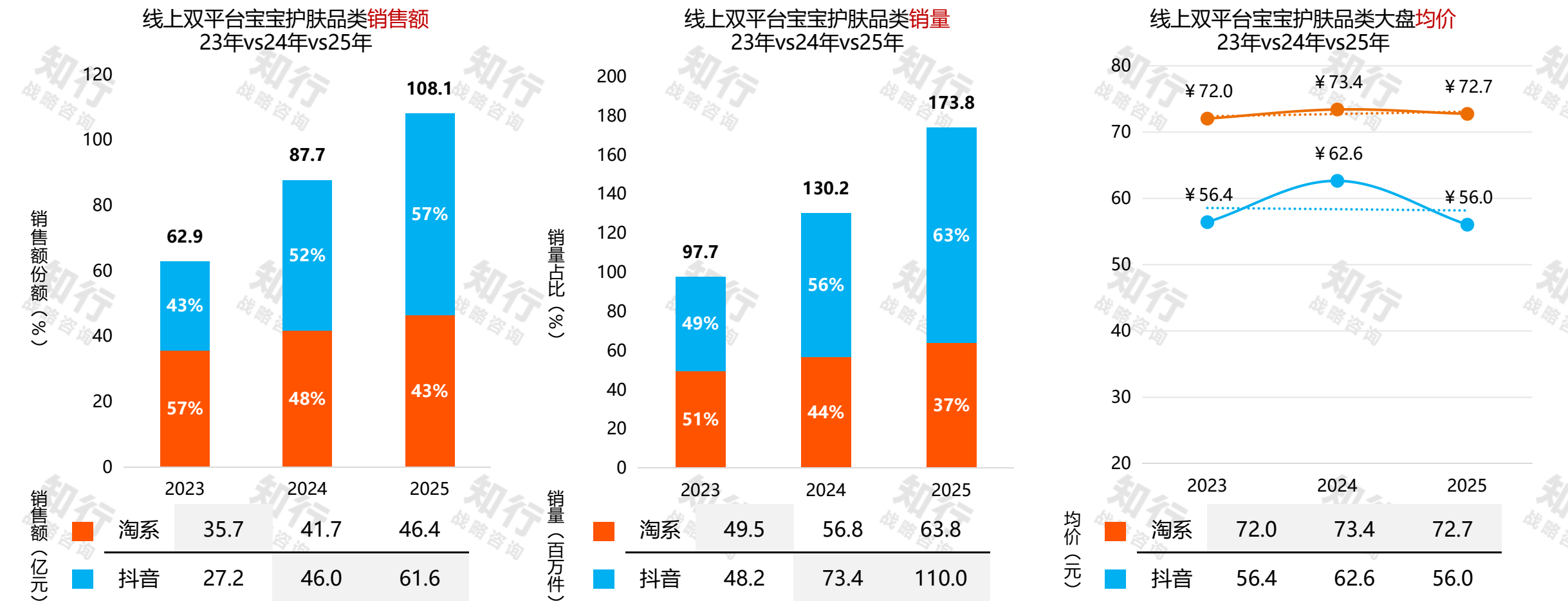


行业稳健扩容，增长势能提升

2023-2025 年，我国线上宝宝护肤品类销售额、销量连续三年高增，2025 年双平台销售额破百亿，2024、2025 年同比增幅分别达 39.5%、23.2%；销量连续两年保持 33% 以上高增速，赛道消费需求旺盛。

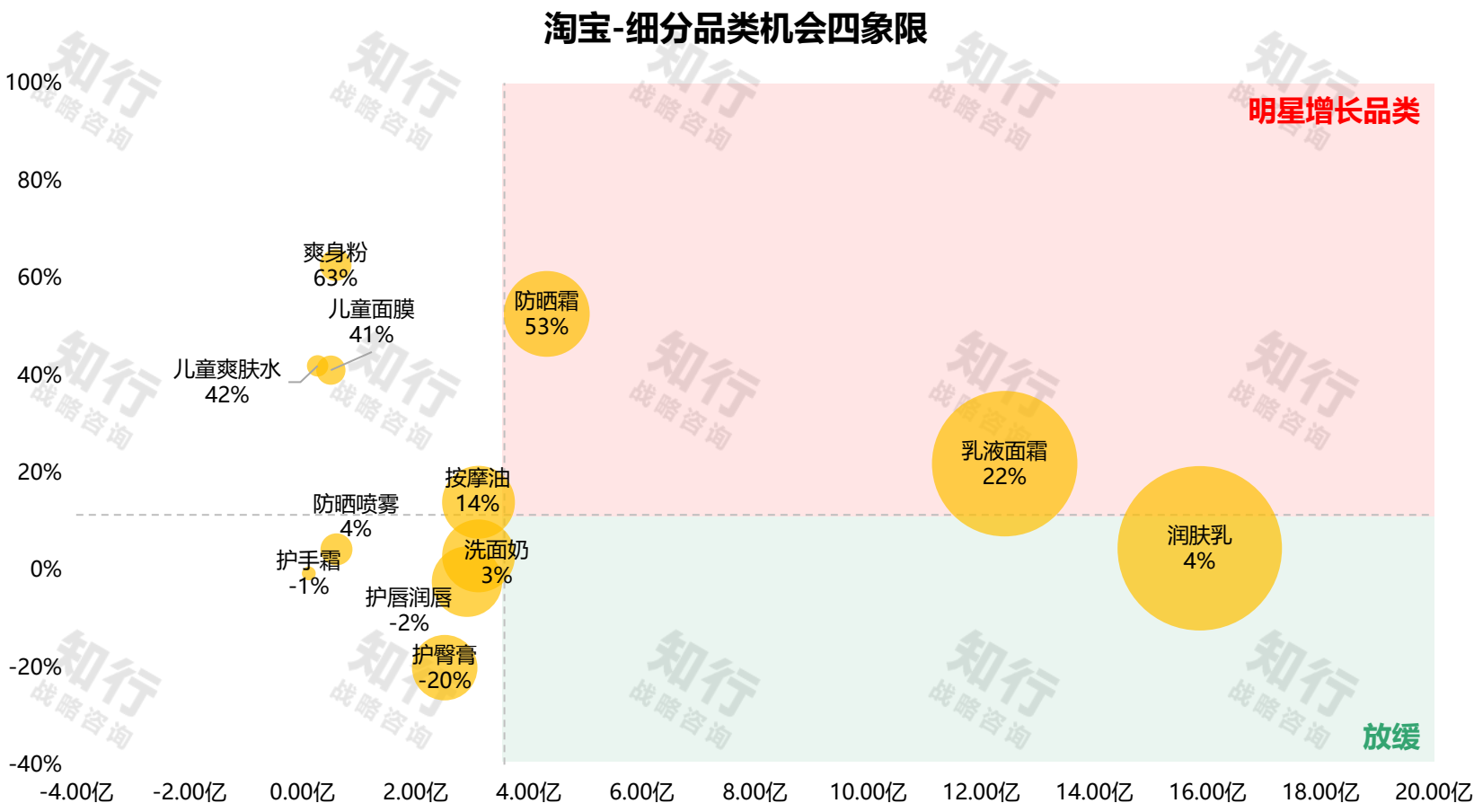
		销售额（亿元）			销量（百万件）			均价（元）		
		2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025
总体	表现	62.9	87.7	108.1	97.7	130.2	173.8			
	增幅		▲ 39.5%	▲ 23.2%		▲ 33.3%	▲ 33.5%			
渠道表现	天猫	35.7	41.7	46.4	49.5	56.8	63.8	72.0	73.4	72.7
	抖音	27.2	46.0	61.6	48.2	73.4	110.0	56.4	62.6	56.0
渠道占比	天猫	57%	48%	43%	51%	44%	37%			
	抖音	43%	52%	57%	49%	56%	63%			
同比增幅	天猫		▲ 16.9%	▲ 11.3%		▲ 14.7%	▲ 12.3%	▲ 2%	▼ -1%	
	抖音		▲ 69.1%	▲ 34.0%		▲ 52.3%	▲ 49.9%	▲ 11%	▼ -11%	

渠道格局发生根本性反转，**抖音全面反超淘系，成为品类核心增长引擎**。抖音占比自2024年起超越淘系，且销售额、销量增速持续大幅领先淘系，2024 年销售额增速 69.1%（淘系 16.9%），2025 年销量增速 49.9%（淘系 12.3%），是大盘增长的核心贡献者。均价层面，淘系维持 72-73 元的稳定中高端定价，客单价优势显著；抖音均价先升后降，2025 年回落至 56 元，以高性价比走量为核心策略，进一步巩固量增优势。



数据来源：知行数据库，2023年-2025年1-12月数据

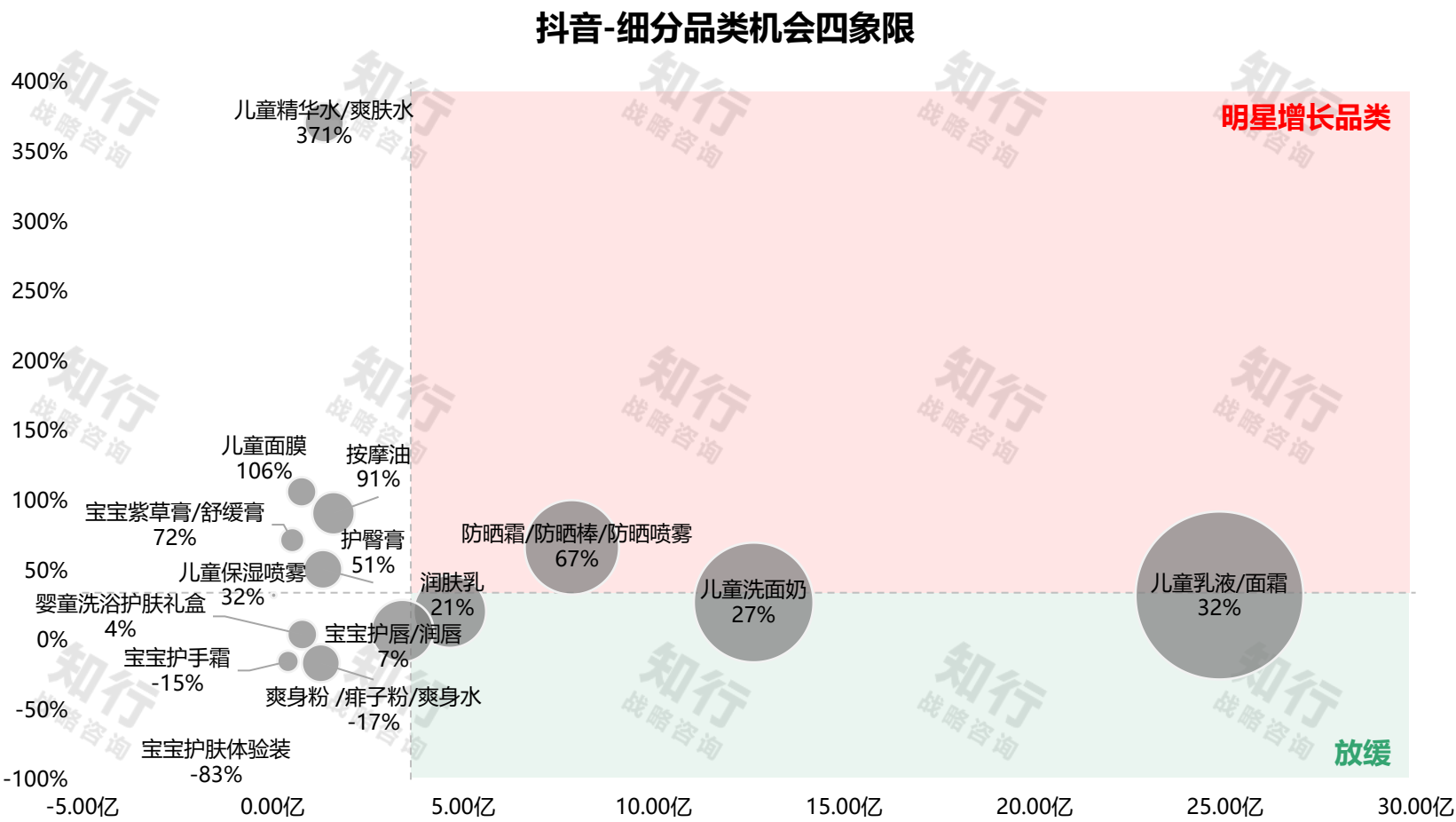
宝宝护肤品类2025年1-12月淘宝渠道整体**增长11.3%**，润肤乳品类销售额领先但增速仅4%，已进入增长放缓期；乳液面霜（12.41亿，22%）为核心明星增长品类，兼具高销售额与稳健增速；防晒霜（4.32亿，53%）增速亮眼，成长潜力突出。爽身粉、儿童爽肤水、儿童面膜等小体量品类增速超40%，属于高增长蓝海赛道，具备爆发空间。护臀膏、护唇润唇等品类出现负增长，市场需求持续萎缩，为衰退品类。



三级品类	销售额	增长率
润肤乳	15.86亿	4%
乳液面霜	12.41亿	22%
防晒霜	4.32亿	53%
洗面奶	3.11亿	3%
按摩油	3.11亿	14%
护唇润唇	2.91亿	-2%
护臀膏	2.51亿	-20%
防晒喷雾	0.60亿	4%
爽身粉	0.59亿	63%
儿童面膜	0.50亿	41%
儿童爽肤水	0.27亿	42%
护手霜	0.11亿	-1%
其他防晒	0.10亿	1370%

数据来源：知行数据库，2025年1-12月数据

宝宝护肤品类2025年1-12月抖音渠道整体**增长34.0%**，儿童乳液 / 面霜（24.85 亿，32%）为绝对明星增长品类，是市场核心基本盘；防晒霜 / 防晒喷雾（7.85 亿，67%）、儿童洗面奶（12.62 亿，27%）增速亮眼，为核心增长引擎。儿童精华水 / 爽肤水（371%）、护鼻膏（1227%）、儿童面膜（106%）等小体量品类翻倍增长，属于高增长蓝海赛道，爆发潜力突出。



三级品类	销售额	增长率
儿童乳液/面霜	24.85亿	32%
儿童洗面奶	12.62亿	27%
防晒霜/防晒棒/防晒喷雾	7.85亿	67%
润肤乳	4.65亿	21%
宝宝护唇/润唇	3.41亿	7%
按摩油	1.60亿	91%
儿童精华水/爽肤水	1.36亿	371%
护臀膏	1.32亿	51%
爽身粉 /痱子粉/爽身水	1.26亿	-17%
婴童洗浴护肤礼盒	0.78亿	4%
儿童面膜	0.76亿	106%
宝宝紫草膏/舒缓膏	0.51亿	72%
宝宝护手霜	0.40亿	-15%
护鼻膏	0.23亿	1227%
儿童保湿喷雾	0.03亿	32%
宝宝护肤体验装	0.00亿	-83%

数据来源：知行数据库，2025年1-12月数据

袋鼠妈妈市占18.2%，为绝对龙头

抖音头部垄断，淘宝分散竞争：抖音 CR5 达 55.1%，**袋鼠妈妈以 11.20 亿元、18.2% 市占率成为绝对龙头**，流量向头部高度集中；淘宝 CR5 仅 31.1%，无垄断品牌，中小品牌仍有突围空间。

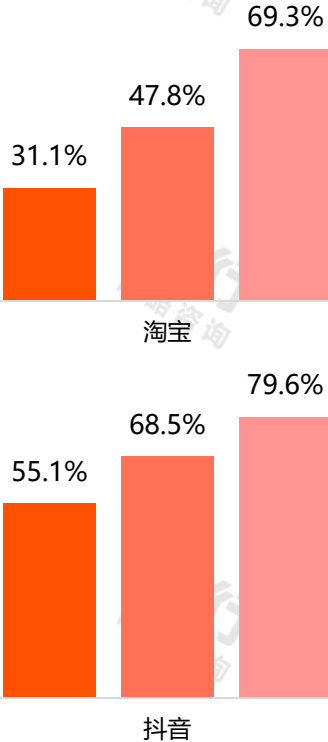
国货新锐驱动增长：一页、袋鼠妈妈等国货品牌双渠道增速超 90%，是赛道核心增长引擎，传统外资品牌增长动能持续弱化。

排名	淘宝TOP品牌名	销售额	市占	增长
1	海龟爸爸 Hipapa	3.98亿	8.6%	22.2%
2	一页 Newpage	3.17亿	6.8%	117.3%
3	戴可思 Dexter	2.84亿	6.1%	17.7%
4	Evereden	2.44亿	5.3%	110.3%
5	袋鼠妈妈	2.03亿	4.4%	139.4%
6	贝德美 Bodcrme	1.74亿	3.7%	27.8%
7	润本	1.66亿	3.6%	5.7%
8	纽强 New Child	1.53亿	3.3%	45.8%
9	松达	1.47亿	3.2%	5.2%
10	艾惟诺 Aveeno	1.34亿	2.9%	-16.2%
11	贝乐欣 Bepanthen	1.17亿	2.5%	-19.0%
12	贝亲 Pigeon	1.17亿	2.5%	41.0%
13	郁美净	1.14亿	2.4%	29.2%
14	薇诺娜宝贝 Winona Baby	1.13亿	2.4%	6.7%
15	顺峰宝宝	1.06亿	2.3%	37.2%
16	兔头妈妈	1.02亿	2.2%	-13.2%
17	启初 Giving	0.88亿	1.9%	-10.0%
18	强生婴儿 Johnson's Baby	0.86亿	1.9%	10.9%
19	朋博湾 Bonpoint	0.79亿	1.7%	17.2%
20	英氏 Yeehoo	0.76亿	1.6%	-11.4%

排名	抖音TOP品牌名	销售额	市占	增长
1	袋鼠妈妈	11.20亿	18.2%	91.2%
2	Hi!papa/海龟爸爸	8.98亿	14.6%	33.4%
3	一页	5.05亿	8.2%	169.0%
4	bodcrme/贝德美	4.60亿	7.5%	-4.3%
5	RUNBEN/润本	4.16亿	6.7%	2.0%
6	DEXTER/戴可思	3.33亿	5.4%	12.0%
7	YeeHoO/英氏	1.84亿	3.0%	-28.2%
8	兔头妈妈	1.11亿	1.8%	-28.7%
9	澳兰黛	0.99亿	1.6%	-1.4%
10	悦哺	0.94亿	1.5%	15.8%
11	薇诺娜宝贝	0.94亿	1.5%	141.3%
12	FROGPRINCE/青蛙王子	0.94亿	1.5%	17.2%
13	小浣熊/Coati	0.93亿	1.5%	68.2%
14	百草妈咪	0.63亿	1.0%	76.1%
15	郁美净	0.62亿	1.0%	28.6%
16	Bepanthen/贝乐欣	0.60亿	1.0%	233.8%
17	袋鼠杰克	0.59亿	1.0%	807.3%
18	Evereden	0.58亿	0.9%	197.1%
19	松达	0.56亿	0.9%	-43.7%
20	Plants Mom/植物妈妈	0.49亿	0.8%	-26.8%

头部品牌集中度

CR5 CR10 CR20



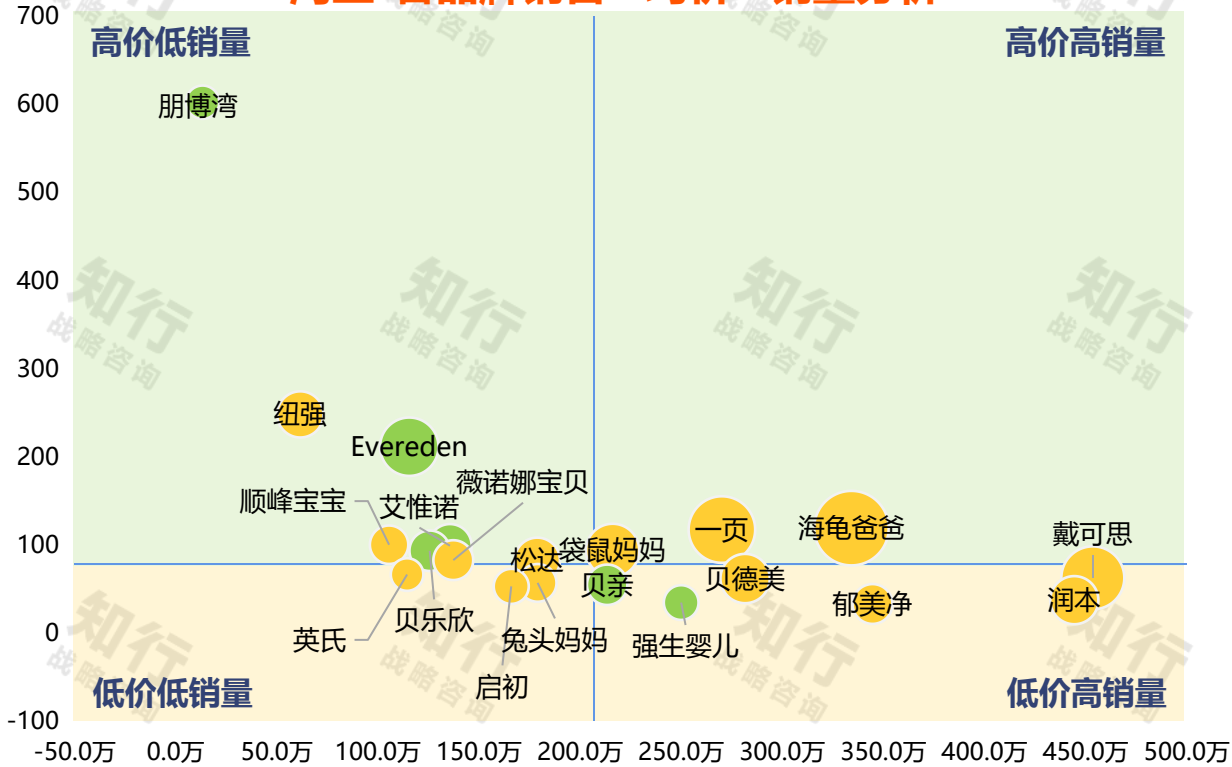
数据维度：2025年1-12月

国货主导双平台，外资边缘化

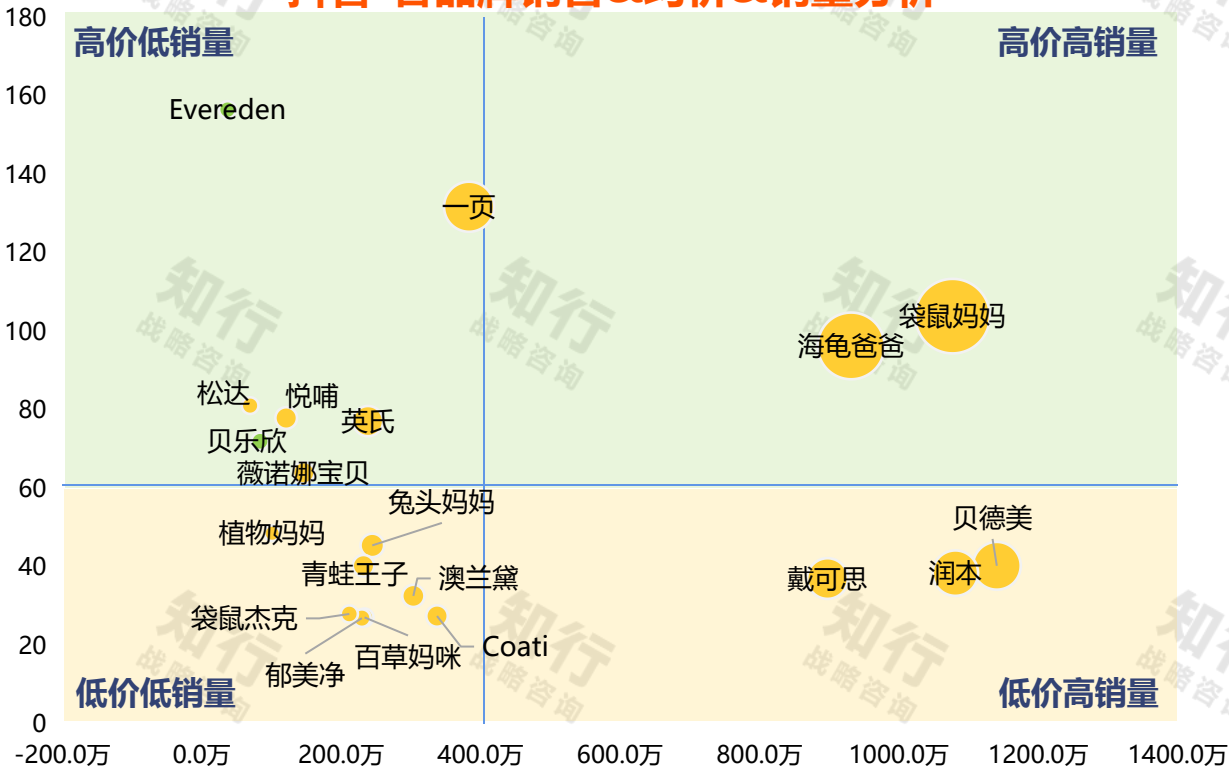
国货全面主导双平台，外资彻底边缘化：双渠道 TOP 品牌中国产品牌占比超 80%，国货龙头占据核心份额，覆盖全价格带，占据两大平台核心成交象限；外资仅存于小众高端市场，抖音端几乎退出主流赛道。

国货高端化突破显著：袋鼠妈妈、一页、海龟爸爸等国货成功打入高价高销量象限，实现价格带与品牌力的双重升级。

淘宝-各品牌销售&均价&销量分析



抖音-各品牌销售&均价&销量分析



淘宝-宝宝护肤-细分品类品牌排名

宝宝润肤乳				宝宝乳液面霜				宝宝防晒霜			
排名	品牌名	销售额	市占	排名	品牌名	销售额	市占	排名	品牌名	销售额	市占
1	纽强 New Child	15213.5万	9.6%	1	一页 Newpage	18736.1万	15.1%	1	海龟爸爸 Hipapa	18915.8万	43.8%
2	戴可思 Dexter	13997.3万	8.8%	2	Evereden	10784.1万	8.7%	2	润本	2537.3万	5.9%
3	顺峰宝宝	10270.6万	6.5%	3	贝德美 Bodcrme	8618.8万	6.9%	3	贝德美 Bodcrme	2362.7万	5.5%
4	郁美净	8656.0万	5.5%	4	海龟爸爸 Hipapa	8477.8万	6.8%	4	薇诺娜宝贝 Winona Baby	2059.9万	4.8%
5	艾惟诺 Aveeno	7651.8万	4.8%	5	松达	5967.2万	4.8%	5	Evereden	1899.2万	4.4%
6	一页 Newpage	7104.9万	4.5%	6	艾惟诺 Aveeno	5307.6万	4.3%	6	一页 Newpage	1042.6万	2.4%
7	英氏 Yeehoo	6160.3万	3.9%	7	朋博湾 Bonpoint	5238.1万	4.2%	7	妈妈宝贝 Mama & Kids	951.0万	2.2%
8	润本	5703.2万	3.6%	8	暖乐蓓贝 Ellabebe	4567.5万	3.7%	8	宫中秘策 Goong Be	930.9万	2.2%
9	薇诺娜宝贝 Winona Baby	5639.9万	3.6%	9	启初 Giving	4494.4万	3.6%	9	兔头妈妈	930.0万	2.2%
10	松达	5634.8万	3.6%	10	戴可思 Dexter	4414.0万	3.6%	10	Masata	885.3万	2.0%
11	兔头妈妈	4484.6万	2.8%	11	薇诺娜宝贝 Winona Baby	2900.0万	2.3%	11	袋鼠妈妈	765.5万	1.8%
12	启初 Giving	3724.9万	2.3%	12	润本	2723.1万	2.2%	12	贝臣 Bubchen	728.8万	1.7%
13	丝塔芙 Cetaphil	3639.6万	2.3%	13	袋鼠妈妈	2687.8万	2.2%	13	贝亲 Pigeon	679.0万	1.6%
14	Evereden	3099.2万	2.0%	14	青蛙王子 Frogprince	2391.2万	1.9%	14	戴可思 Dexter	672.8万	1.6%
15	悦哺	2538.2万	1.6%	15	贝亲 Pigeon	2236.5万	1.8%	15	启初 Giving	442.0万	1.0%
16	妈妈宝贝 Mama & Kids	2511.6万	1.6%	16	兔头妈妈	2126.6万	1.7%	16	辛克宝贝 Thinkbaby	439.4万	1.0%
17	强生婴儿 Johnson's Baby	2412.6万	1.5%	17	妈妈宝贝 Mama & Kids	2058.5万	1.7%	17	怡思丁 Isdin	407.8万	0.9%
18	朋博湾 Bonpoint	2378.0万	1.5%	18	郁美净	1954.3万	1.6%	18	babycare	345.4万	0.8%
19	袋鼠妈妈	2153.4万	1.4%	19	加州宝宝 California Baby	1912.0万	1.5%	19	帕达诺	254.7万	0.6%
20	华西珐玛 Phm	2014.3万	0.5%	20	红色小象 Baby Elephant	1648.7万	1.3%	20	雅漾 Avene	235.6万	0.5%

抖音-宝宝护肤-细分品类品牌排名

儿童乳液/面霜			
排名	品牌名	销售额	市占
1	一页	30652.8万	12.3%
2	bodcrme/贝德美	28875.3万	11.6%
3	RUNBEN/润本	20703.0万	8.3%
4	袋鼠妈妈	20302.6万	8.2%
5	Hi!papa/海龟爸爸	20293.7万	8.2%
6	DEXTER/戴可思	16498.2万	6.6%
7	YeeHoO/英氏	9765.8万	3.9%
8	兔头妈妈	7669.4万	3.1%
9	FROGPRINCE/青蛙王子	7174.6万	2.9%
10	小浣熊/Coati	6614.8万	2.7%
11	郁美净	5654.2万	2.3%
12	Giving/启初	4198.3万	1.7%
13	Panapopo	4164.9万	1.7%
14	悦哺	4134.6万	1.7%
15	棘宝	3559.0万	1.4%
16	NEWPAGE1218	2892.7万	1.2%
17	松达	2577.3万	1.0%
18	首儿药业(北京)有限公司	2522.9万	1.0%
19	飞虎牌	2484.6万	1.0%
20	WINONA BABY/薇诺娜宝贝	2410.0万	1.0%

儿童洗面奶			
排名	品牌名	销售额	市占
1	袋鼠妈妈	79353.3万	62.9%
2	Hi!papa/海龟爸爸	29833.3万	23.6%
3	澳兰黛	3941.0万	3.1%
4	Plants Mom/植物妈妈	3594.6万	2.8%
5	bodcrme/贝德美	1738.8万	1.4%
6	兔头妈妈	920.3万	0.7%
7	松达	749.8万	0.6%
8	DEXTER/戴可思	519.1万	0.4%
9	袋鼠杰克	510.6万	0.4%
10	RUNBEN/润本	466.8万	0.4%
11	Evereden	415.7万	0.3%
12	舒比兔	254.5万	0.2%
13	爱兰歌娜	211.6万	0.2%
14	RNW/如薇	201.5万	0.2%
15	NEWPAGE1218	201.0万	0.2%
16	郁美净	195.1万	0.2%
17	一页	177.7万	0.1%
18	CHUMMATE/初蔓	165.9万	0.1%
19	DDMOMMY/袋鼠妈妈	160.2万	0.1%
20	飞哦	136.3万	0.1%

防晒霜/防晒棒/防晒喷雾			
排名	品牌名	销售额	市占
1	Hi!papa/海龟爸爸	33132.2万	42.2%
2	bodcrme/贝德美	10177.2万	13.0%
3	RUNBEN/润本	9839.1万	12.5%
4	袋鼠妈妈	5353.6万	6.8%
5	WINONA BABY/薇诺娜宝贝	2679.3万	3.4%
6	海洋主义	1989.3万	2.5%
7	Evereden	1913.2万	2.4%
8	澳兰黛	1762.8万	2.2%
9	一页	1543.5万	2.0%
10	DEXTER/戴可思	1096.6万	1.4%
11	小浣熊/Coati	1036.6万	1.3%
12	麦瑞佳	645.8万	0.8%
13	飞虎牌	436.5万	0.6%
14	flyo kidz	350.9万	0.4%
15	Giving/启初	270.4万	0.3%
16	韩植皙	258.6万	0.3%
17	爱兰歌娜	247.1万	0.3%
18	YeeHoO/英氏	210.3万	0.3%
19	纽乐葆	200.4万	0.3%
20	PADANO/帕达诺	192.6万	0.2%

03

头部品牌抖音拆解





袋鼠妈妈

自信登陆
守护TOP好状态





左航
TOP登陆少年组合

朱志鑫
TOP登陆少年组合

苏新皓
TOP登陆少年组合

张泽禹
TOP登陆少年组合

张极
TOP登陆少年组合

袋鼠妈妈青少年洗护系列全球代言人
TOP登陆少年组合

注：图示三款产品备案名称分别为袋鼠妈妈安肌清透雪泥洁面乳、袋鼠妈妈青少年去屑控油洗发水（清新白茶）、袋鼠妈妈祛痘净澈沐浴露，青少年专研系列指为超过12岁的人群研发的洗护产品。

袋鼠妈妈创立于2012年，总部位于广州。品牌专注妈妈婴童青少年肌肤护理领域，涵盖护肤、洗护、彩妆、口腔等产品线，集研发、生产、销售、培训、服务为一体，定位“全成长期护理专家”。

品牌定位：全成长期护理专家

Slogan：心存美好，让爱延续

品牌使命：专注安全母婴产品，创造美丽健康生活

品牌愿景：成为全球消费者信赖的母婴品牌

品牌主打产品：青少年护肤系列、小麦胚芽水润倍护系列、婴童护理系列



Kangaroo
mommy

2020年11月

1

与德国知名原料供应商德之馨签署战略合作协议，并共建母婴护肤品联合实验室，强化产品研发实力

2021年8月

2

官宣“亚洲飞人”苏炳添为品牌实力见证官，借助其专业形象和爱妻人设提升品牌信任度

2022年4月

3

携手宝宝树发布《中国孕妈护肤白皮书》，为甘肃疫情地区捐赠价值100万元的护理用品

联合中国关工委教育中心、新华网发起青春美校园公益行项目，普及青少年科学护肤知识

在抖音平台的月GMV突破亿元大关，并连续6个月拿下抖音“母婴用品”大品类TOP1

推出青少年安肌系列产品，正式进军青少年护肤赛道

2025年3月

6

2024年5月

5

2023年12月

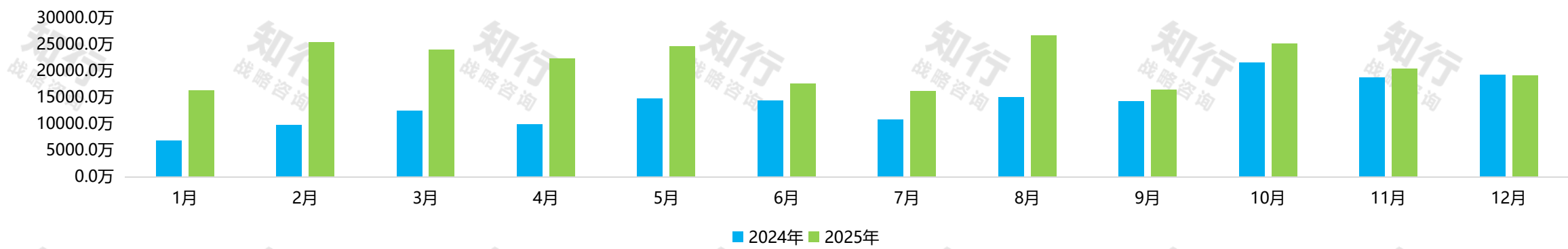
4

规模持续高增：2025 年 1-11 月销售额全面超越 2024 年同期，全年销售额同比大幅提升，品牌市场规模与用户渗透力显著增强。

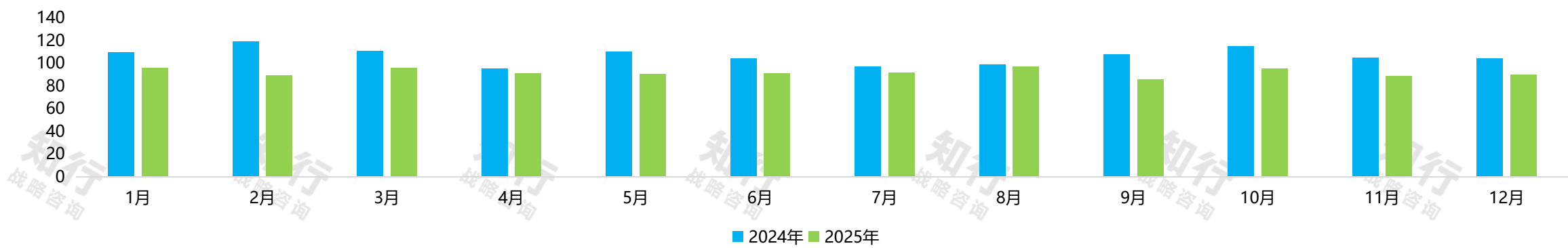
以价换量为核心：2025 年全月客单价均低于 2024 年，增长完全依赖销量扩张，通过高性价比策略拉动规模，属于典型的规模型增长。

销售节奏全面优化：销售峰值从 2024 年 Q4 集中爆发，转向 2025 年 2、5、8、10月多节点发力，非大促月销售爆发力大幅提升。

2024-2025年1-12月品牌销售额



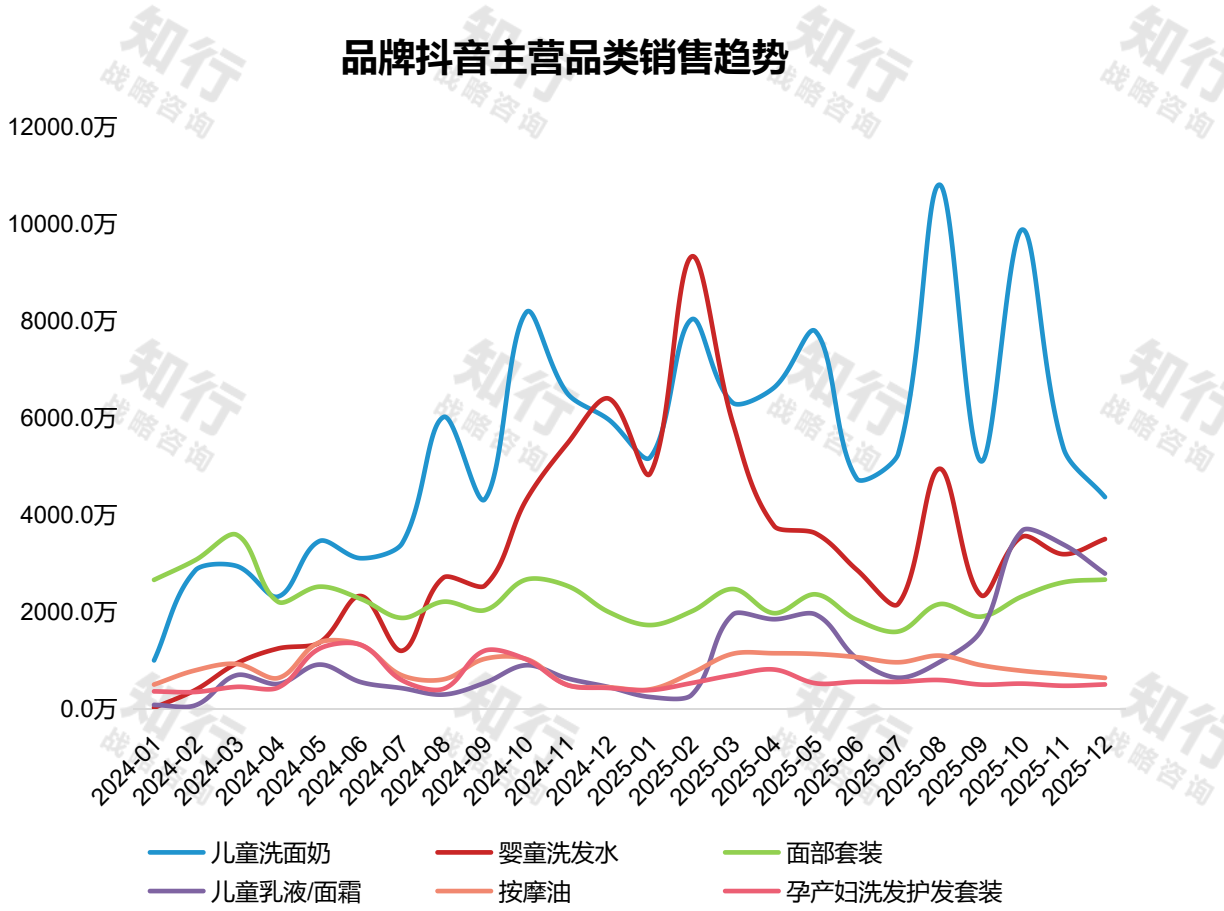
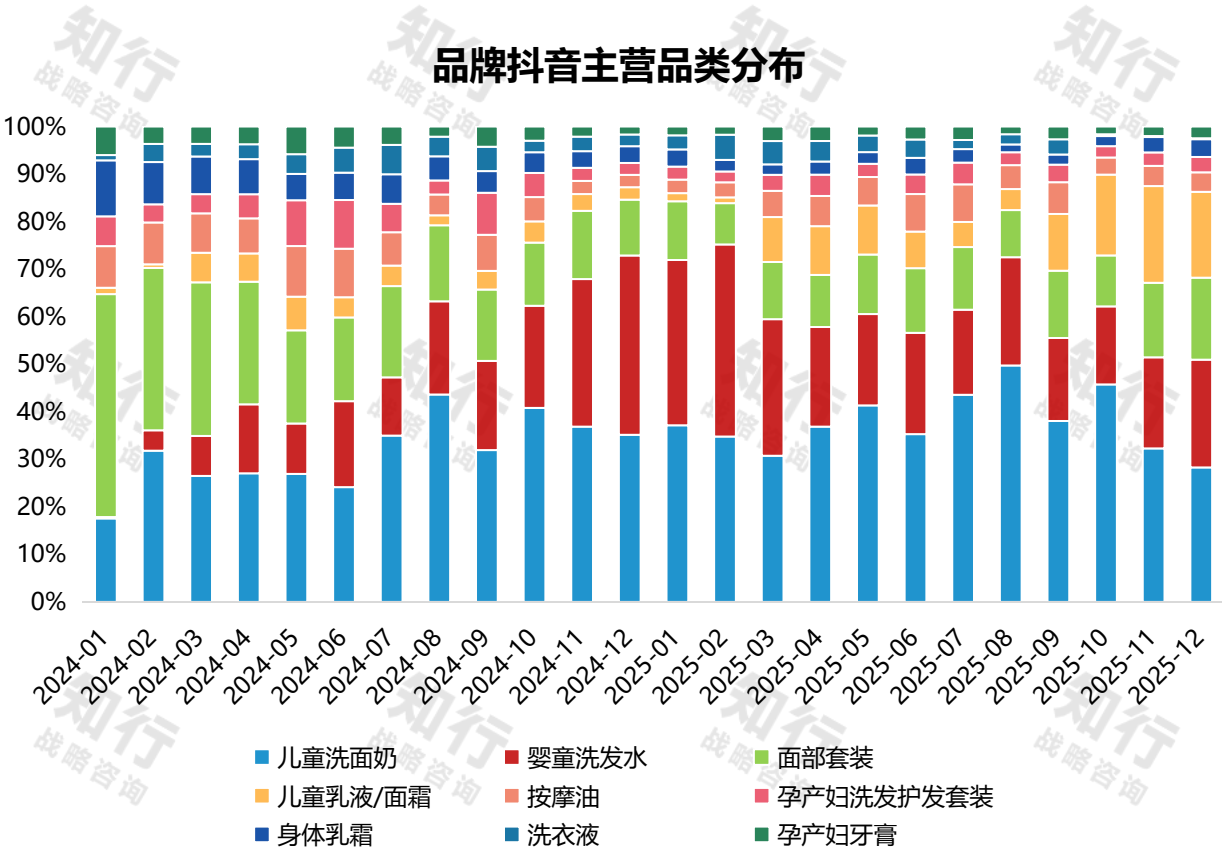
2024-2025年1-12月品牌客单价



知行
战略咨询

孕产护肤→婴童/青少年洗护 战略转型成效显著

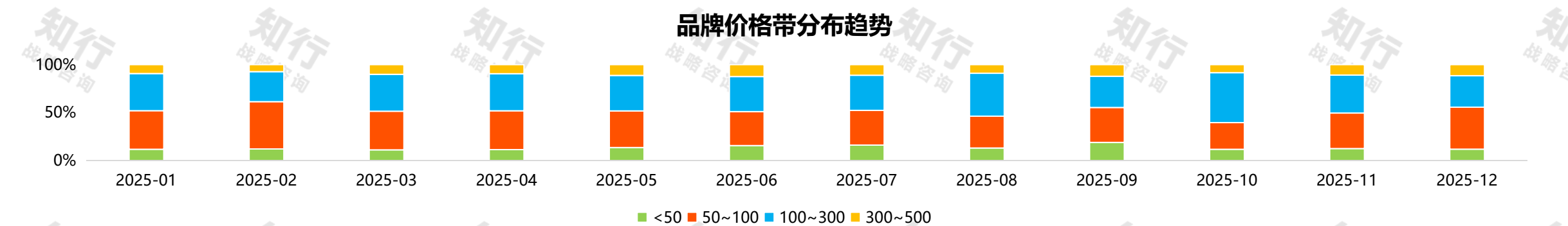
品牌已完成从孕产护肤向婴童/青少年洗护的全面转型，儿童洗面奶从 2024 年初的小众品类，销售额呈指数级攀升，2025 年峰值突破 1 亿元，快速成长为占比超 40% 的第一大核心品类；婴童洗发水稳居第二大品类，两者合计贡献超 60% 销售额，成为增长绝对主力；原核心品类面部套装（孕产相关）占比持续大幅下滑，完成品类迭代。



数据来源：知行数据库，2024年1月-2025年12月

全年价格带结构高度稳定，100-300 元为核心价格带，贡献最高销售额占比，是品牌规模与利润的双重支撑；50-100 元为第二大价格带，是用户渗透的核心走量引擎；<50 元、300-500 元为补充品类，占比极低且全年波动极小，定价策略清晰、执行连贯。

50-100 元带的青少年洗发水（销量320w+）、宝宝小冰霜（销量150w+）为超级走量爆品，快速拉新渗透；100-300 元带的青少年水乳（销量230w+）为规模 + 利润双核心爆品，筑牢主力价格带基本盘；300-500 元带的高端礼盒（小麦、燕窝系列）销量偏低，高端化渗透不足。



青少年水乳护肤系列
售价：199/套
销量：230w+

青少年洗发水
售价：59/瓶
销量：320w+

宝宝小冰霜水凝霜
售价：69/瓶
销量：150w+

小麦礼盒套装
售价：358/套
销量：40w+

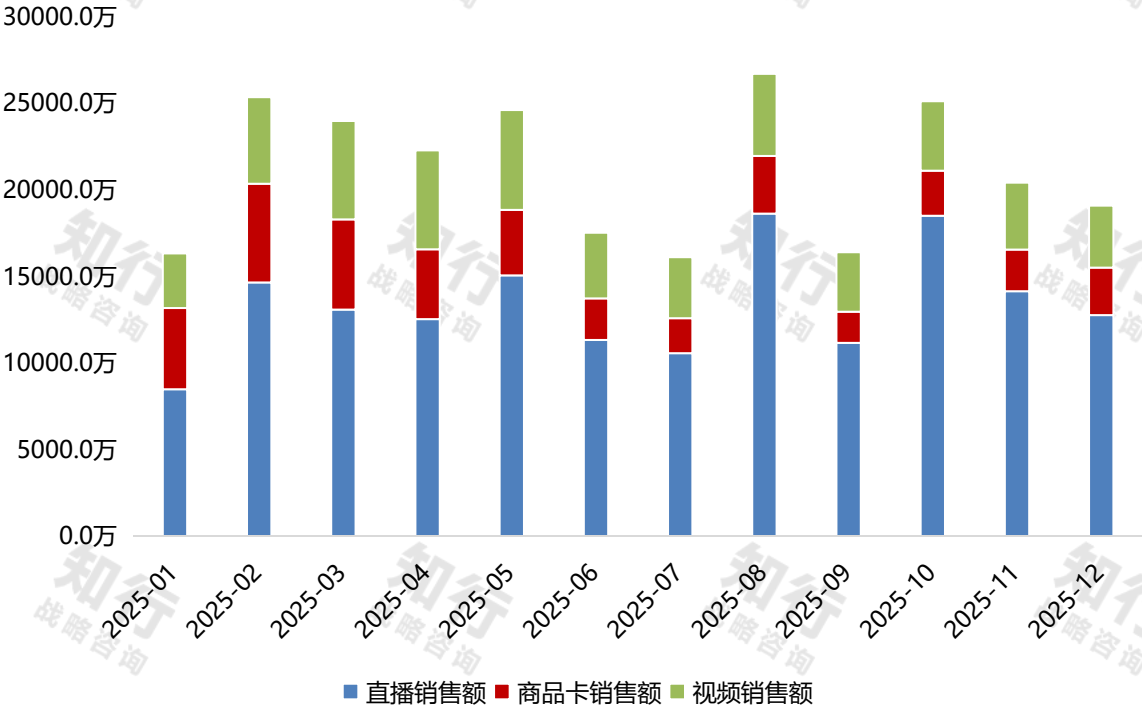
舒纹双萃小金瓶
售价：298/瓶
销量：10w+

燕窝抗皱水乳套装
售价：399/套
销量：10w+

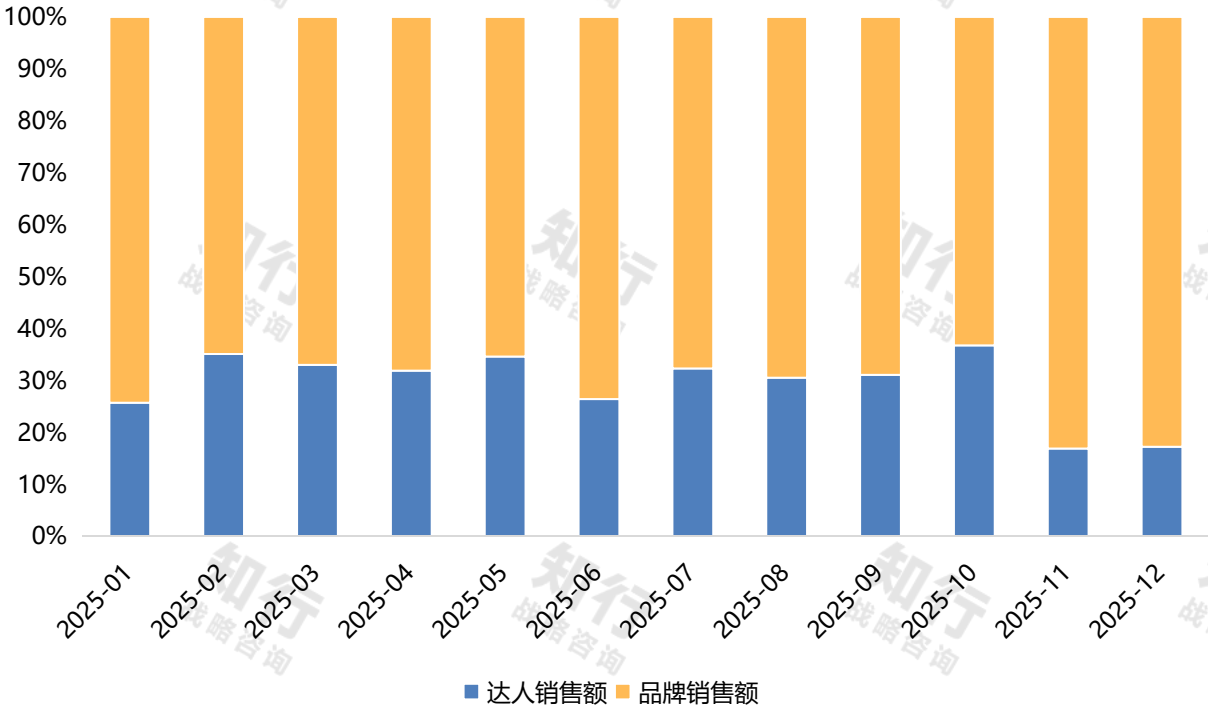
品牌自播绝对主导，渠道结构健康可控：抖音渠道以品牌自播为核心，全年占比超 70%，直播为核心销售载体，商品卡、短视频、达人分销为有效补充，品牌牢牢掌握渠道主动权。

大促驱动增长，节奏清晰可复制：全年销售额呈波动上行，2/5/8/10 月大促节点为销售峰值，主辅渠道协同发力，形成可复制的增长节奏。

抖音直播&商品卡&视频-销售渠道分析



抖音品牌&达人-销售渠道分析



青少年赛道成声量第二增长曲线

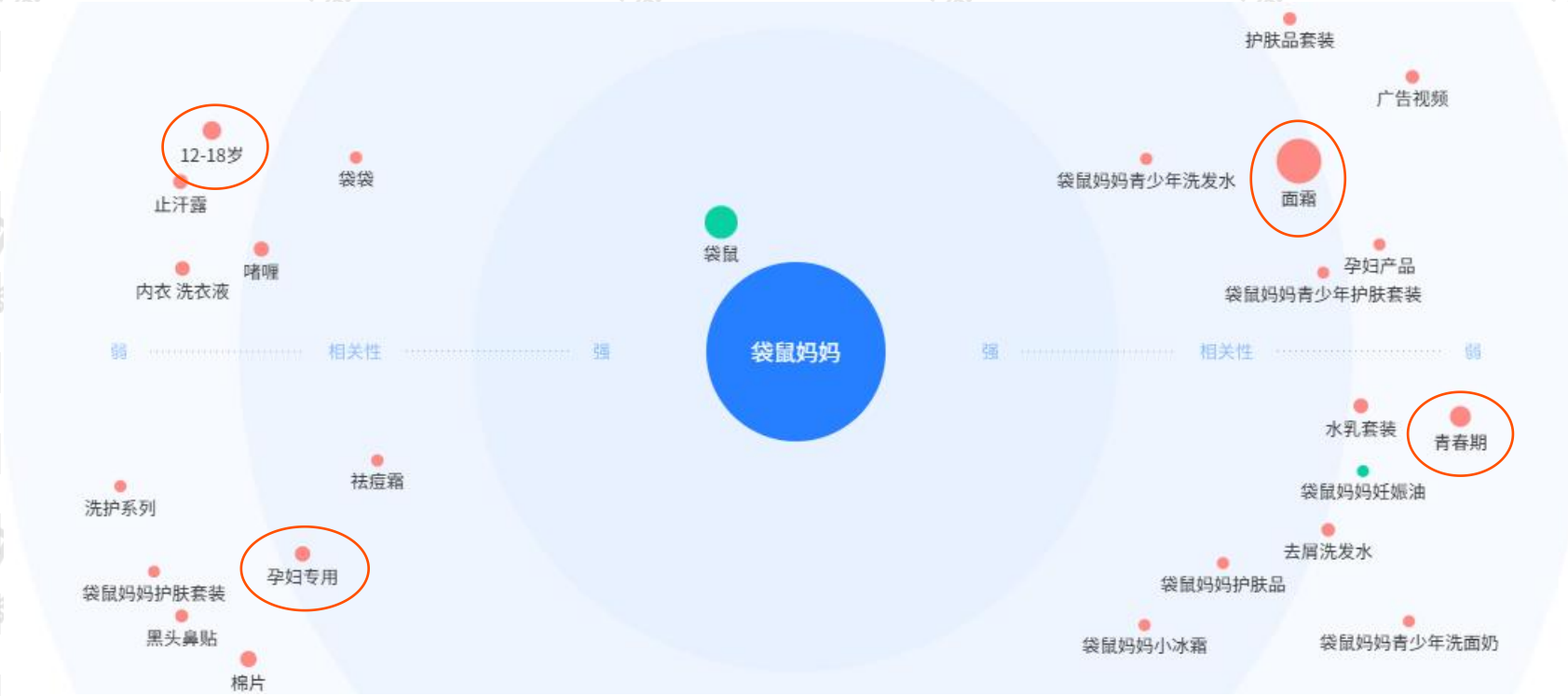
知行
战略咨询

主话题 #袋鼠妈妈 以 54.41 亿播放、48.1w 参与人数为绝对核心，筑牢品牌声量基本盘；青少年品类成为声量核心增量，#袋鼠妈妈青少年护肤套装（17.3 亿播放）、#袋鼠妈妈青少年洗发水（12.71 亿播放）播放量远超传统孕产话题，是第二增长曲线；孕产相关话题（如 #袋鼠妈妈孕妇护肤品、#袋鼠妈妈妊娠油）维持稳定声量，守住传统基本盘。

关键词图谱显示，“青少年系列、孕妇专用、青春期”为核心关联词，12-18 岁青少年人群、青少年面霜等爆品成为高关联热点，印证品牌向青少年赛道的转型已深度渗透用户心智，人群覆盖从孕妈延伸至青少年，社媒声量与品牌战略高度同频。

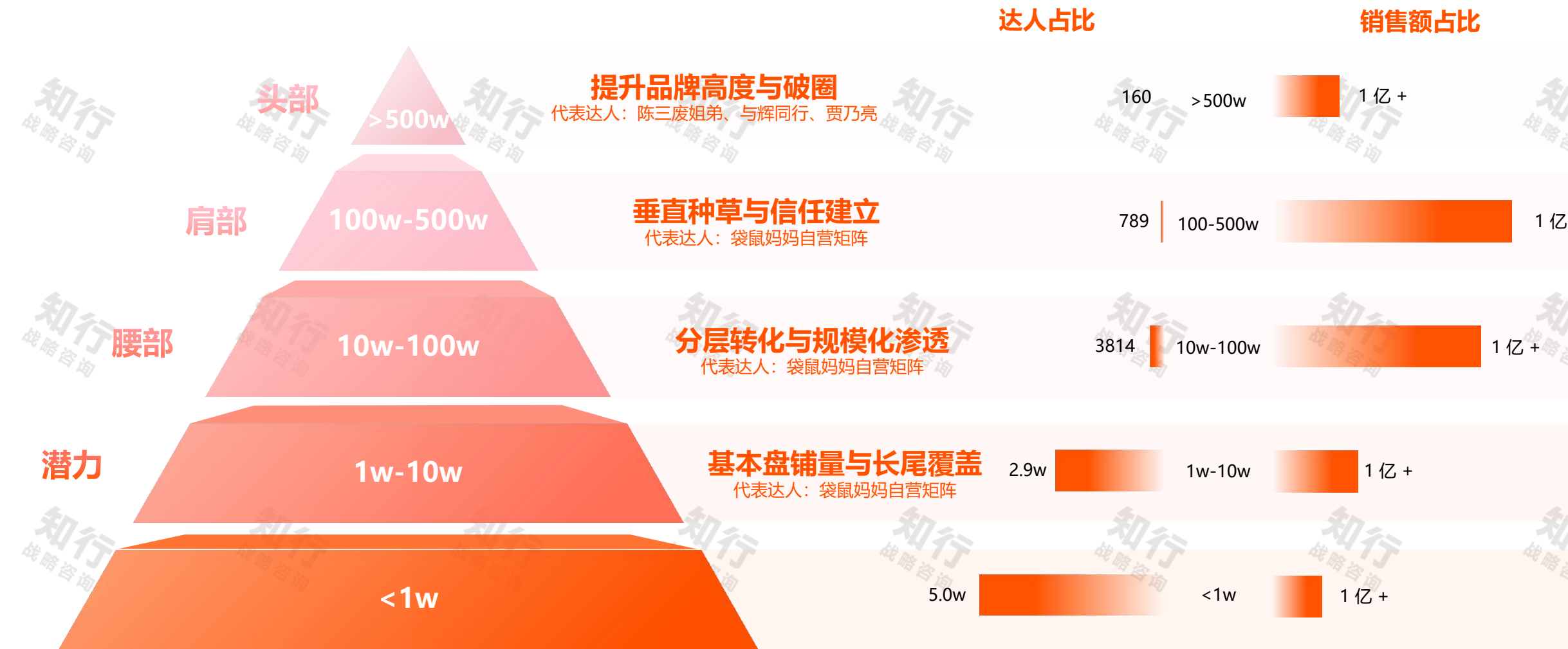
话题	参与人数	播放量
#袋鼠妈妈	48.1w	54.41亿
#袋鼠妈妈青少年护肤套装	3.7w	17.3亿
#袋鼠妈妈青少年洗发水	4.2w	12.71亿
#袋鼠妈妈小冰霜	2.1w	5.16亿
#袋鼠妈妈孕妇护肤品	1.9w	4.87亿
#袋鼠妈妈妊娠油	1.4w	4.65亿
#袋鼠妈妈为爱加油	6.9w	3.77亿
#袋鼠妈妈双萃小金瓶	461	3.43亿
#袋鼠妈妈青少年祛痘霜	378	2.24亿
#袋鼠妈妈发光水乳	751	2.23亿
#袋鼠妈妈小暖霜	7311	2.08亿
#袋鼠妈妈青少年洗面奶	1.8w	2.04亿
#袋鼠妈妈小麦补水套装	157	1.65亿
#袋鼠妈妈燕窝水乳	72	1.41亿
#袋鼠妈妈情绪产房	7993	1.33亿
#袋鼠妈妈青少年祛痘沐浴露	333	1.08亿
#袋鼠妈妈内衣洗衣液	1.8w	1.01亿
#袋鼠妈妈什么值得买	5436	8830.0w
#袋鼠妈妈青少年牙膏	7539	7838.1w
#和袋鼠妈妈快乐一夏	1425	6291.2w

关键词：青少年系列、孕妇专用、青春期



达人分层，精准赋能品牌增长

品牌构建了“**头部破圈、肩部种草、腰部转化、潜力铺量**”的金字塔式达人矩阵。头部达人以高影响力实现品牌破圈；肩部与腰部达人负责垂直种草与分层转化，是连接品牌与用户的核心枢纽；潜力达人则覆盖长尾流量，保障基本盘销量。



关于知行

知行
战略咨询

科学洞察 商业赋能

知行咨询——数智研究院

行业研究

美妆个护、母婴、食品行业品类深度研究报告

用户洞察

脑神经营销+科学洞察

口碑认证

以数为据，助力品牌发展

知行合一咨询服务集团

知行咨询是一家专注于科学营销的咨询服务集团，以大数据为核心能力，神经营销学为决策依据，驱动**经营战略、品牌战略、营销战略**三位一体协同发展，帮助企业实现科学增长。通过数据刻画企业业务、数据指导企业业务、脑神经科学指导企业营销，以行为经济学、竞争战略、认知心理学为坚实理论基础，融合战略管理体系和战略执行体系。



知行数智公众号
100+品类洞察免费看



知行小助手
掌握更多电商行业趋势

VALUE

经营使命

以数有据
不让企业走弯路

核心价值观

尊重专业
凡是彻底

企业精神

对标找差距
复盘取机会

经营理念

客户的生意
就是知行人的命

合作企业



服务行业与客户 50+
SERVICE INDUSTRY AND BRAND



以数为据不让企业走弯路