阿里妈妈 出品

联合冠名：yuwell 鱼跃 汤臣倍健

行业100策 VOL.36

618健康行业AI领航加速新品打爆

阿里妈妈服饰健康行业总经理：元标

健康行业正走向AI驱动的全域经营新趋势。借助AI，商家可实现趋势洞察、智能投放与素材量产，把握长周期消费决策机会，实现精准触达与高效转化。智能化品类快速崛起，如血糖仪和呼吸机的爆发，说明AI在新品推荐、场景化套购及用户洞察上的巨大潜力。未来，健康商家需依托AI工具，把内容种草、场景化营销与全域数据打通，实现品牌心智占领与效果转化的双向增长。

阿里妈妈健康行业群总　晋呈

2026年618健康行业的大促已不再是单日冲刺，而是一场长周期的接力赛。AI万相的能力目前正全面发展，商家可借助AI识人、AI识货、AIGC造素材、媒介拓展等能力完善生意经营，做到“早蓄水、重场景、全域打通、AI提效”——用内容建立信任，用场景精准触达，用数据驱动决策，把618做成最好的一次健康大促！

阿里妈妈健康行业营销顾问　亦崎

就具体打法而言，健康商家务必聚焦三大核心：一是长周期蓄水，5月即启动人群资产积累，将618视为5-6月的接力赛而非单日冲刺；二是深耕场景化套购，打爆大单品带动关联销售，提升客单价与笔单件；三是全域品效协同，品牌心智占领+效果精准转化双线并行，借力AI实现趋势洞察、智能投放与素材量产。同时，平台提供的多产品激励政策更能帮助商家获得更多确定流量。

一篇看懂

#行业趋势
618大促多波次营销提效行业经营

#AI策略
AI重构人货场经营链路

#营销资源
多重激励放大618确定性增长

引言*

今年健康行业正在从节点爆发走向长周期蓄水，从单品成交走向场景化组合，从经验投放走向AI驱动的精细化经营。

伴随AI万相的升级优化，在阿里妈妈客户营销部品牌私享会上，收到许多商家的经营问题，阿里妈妈在618大促前发布**《健康行业100策》**，以行业趋势为起点，以AI策略为引擎，以营销资源为助推，帮助商家看清增长机会、找准经营重点。同时，平台也在618周期释放多重红利：早鸟激励、阶梯反哺、增量返、新客激励、多产品联投权益、站内外媒介资源与营销IP矩阵全面加码，为健康商家提供从流量引爆、品牌建设到人群资产沉淀的资源支撑。

读懂趋势者，抢占先机；善用AI者，提升效率；承接资源者，放大增长。

PART 01

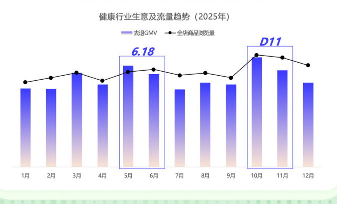
大促、人群、货品、营销四线并进 解码健康行业增长新趋势

618是健康行业的强势的增长节点。阿里妈妈以“大促”为主线，从**平台节奏、人群迁移、货品演进与营销升级**等多重角度来解码健康行业的生意增长趋势：从双峰大促贡献全年生意与流量的38%，到全周期多波段蓄力成为新常态；从Gen Z、银发族及闪购新场域人群持续涌入，到智能化新品、大单品护盘与场景化套购共同驱动成交，健康商家正迎来一场全域长效经营的增长跃迁。

行业生意

大促贡献健康行业生意的38% 商家应借势做好全店引流及新客的引入

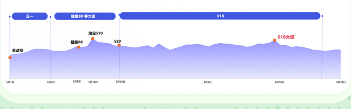
双峰大促贡献全年生意及流量的38%
仍是商家全年最重要的生意节点



平台节奏

618大促全周期包含多波次营销活动 商家需长周期多波段循环蓄力

大促从“集中抢量”转向“全周期流量均衡承接 引爆品牌新增长”

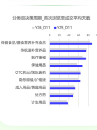


人群趋势

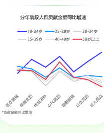
消费人群来源更广泛、决策周期更长 商家需前置蓄水并拓展媒介场域

健康各类目消费人群成交人群画像均呈现年龄两级化、高消扩张化；其中传统刚需类目在银发族中的机会更大，养生类目更受年轻人青睐。

趋势一
消费决策周期拉长



趋势二
Gen Z及银发崛起



趋势三
新场域人群涌入

- 健康行业新客成交订单量+17%
- 闪购场域人群为健康行业全年成交人群贡献8000万＋

货品趋势

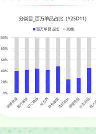
智能化上新、大单品护盘、多件组合成交 商家可在618借势实现新品打爆

健康智能化品类增长迅速；
同时爆款单品在健康行业仍是核心驱动因素；
用户在行业买的件数更多，可尝试发力场景化套购策略。

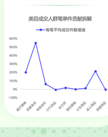
趋势一
智能化新品涌现

- 动态血糖仪双11生意增速+9X%
- 便携呼吸机双11生意增速+7X%

趋势二
大单品支撑生意增长



趋势三
多品类成交件数增长



营销趋势

全域品效投资、品牌力建设及数智共建 助力健康商家实现全域经营提效

健康行业内部，全域品效投资助力更多商家经营提效，
品牌力建设被越来越多商家重视，
成为影响全盘生意的重要因素。

趋势一
品效投资加码经营提效

- 健康行业付费流量IPV商业化流量提升+10%
- 健康行业付费引导成交商业化引导成交+51%
- 健康行业商家投资更积极，健康行业一本帐消耗双位数增长

趋势二
品牌力建设重要性凸显

- 数智共建助力更多商家增长，合作商家数量约200
- 更多商家应用品牌广告产品，品牌广告应用商家增速+33%
- 商家更重视确定性流量供给，品牌广告投资量级增长+58%

趋势三
全域营销降本提效

- 健康行业推广投放效率提升，行业整体效果ROI同比+13%
- 健康行业整体引流成本下降，行业整体品效平均PPC同比降低8.4%
- 健康商家站外引流积极性提升，站外信息流投资量级同比+1%

PART 02

AI权益贯穿识人、识货、拓媒介 健康行业数智策略全面升级

健康行业AI策略全面进阶，为商家618大促打开高质量增长新空间。 阿里妈妈围绕**AI识人、AI识货、AIGC造素材、媒介拓展**四大链路，推动AI能力深度融入健康商家经营全流程。

在人群侧，以AI Persona和AI调研洞察真实消费反馈，挖掘品牌潜客、场景潜客与高营销价值人群；**在货品侧**，以AI识货拆解单品旅程、品牌竞争力、价格力及流失成因，提升货品经营判断效率；**在内容侧**，通过AIGC定制生成品效素材策略，强化不同投放场景下的沟通适配；**在媒介侧**，借助站内外新土地拓展，实现全域拉新、蓄水与转化承接。健康商家可以借助充分资源在618期间实现智能协同增长。

AI识人

AI Persona看见数字背后的「真实」用户反馈

- 依托AI能力为淘内消费人群进行全方位消费人设建模，从真实数据中洞悉深层消费偏好、动机及习惯，帮助商家更深刻地理解消费人群、更精准地触达消费人群

AI调研问卷

趋势一
人群精准性
基于本品牌人群、同行业品牌人群及品类人群进行定向调研，精准反映不同人群的差异

趋势二
广度精准性
通过全国范围的随机抽样，有效避免区域样本偏差

趋势三
内容真实性
基于真实购买行为数据进行推演分析，弱化主观作答偏差

- 探索用户多维反馈：围绕品牌忠诚度、同行业品牌流转原因、新品机会点、沟通语言偏好、连带购买习惯及老客流失原因等多个维度，系统性还原用户心智与行为。

AI识人

AI赋能以需求为导向挖掘品牌及场景潜客全年击穿

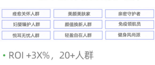
AI捕捉消费意图

用户购买：儿童水杯

AI意图挖掘
25-35岁妈妈
宝宝为5岁左右男孩
看过趣味水杯测评视频
近期看过摄水量文章

潜在需求
儿童趣味水杯
能促进喝水记录饮水量
价格200-300
倾向于专业儿童品牌

UPDATE：AI星趋场景策略人群



- ROI +3X%，20+人群
- 618周期上新：器械、保健、隐形多条趋势赛道策略人群套餐
- 618对投政策：品牌&效果投资享受行业一定比例货币化反哺！多投多得！

NEW：品牌高阶定制DNA人群

- AI人群调研引擎：基于品牌营销目标，AI可联动生成问卷，并通过AI抽样，精准锁定TA人群进行调研
- AI人群挖掘引擎：依托AI对用户行为与调研数据的深度分析，系统能够解码消费人群的底层心理动机，并基于调研结论，构建更具策略价值的人群模型
- AI重构投放链条：在投放环节，AI可基于策略人群进行智能匹配，锁定最佳投放时机与触点，实现从人群识别到投放执行的链路重构

AI识货

AI升级洞察并匹配产出更精准的营销及素材策略

Wise/Kano等方法论：更精准的单品旅程研究

校验品牌力价格力

- AI挖掘店铺成交来源和占比
- AI定位品牌竞争力vs同行业品牌
- AI定位单品价格力vs同行业品牌

货品价值定位

- AI挖掘消费人群本品复购率
- AI挖掘本店连带购买率
- AI挖掘用户标杆品牌流失率

素材沟通方向

- AI挖掘品类热议卖点
- AI挖掘品类趋势卖点
- AI比对品牌优势卖点

流失人群画像

- AI定位流失人群画像
- AI挖掘流失人群原因
- AI挖掘流失单品方向

AIGC：定制产出品效素材

品牌广告
AI产出素材策略建议，商家基于AI建议优化投放素材

效果推广
AI自动产出批量素材，商家基于各个渠道特性匹配投放

媒介拓展

站内外多样式新土地拓展品效联运 提效TA击穿

全域资产拉新

线下天攻智投
线下资产可视化

UD效果
视频号蓝海场域

超级全域通
100%TA可加频控

愿关节自在 韧行新一年

淘内兴趣加深

手淘开屏
一键加购引爆蓄水

品牌特秀
竞争突围排他

一搜即现
拟合赛道助力拓词

竞争击穿
ND新土地以品找人

不扎手指 持续测糖16天

PART 03

资源成阵、政策加码、IP联动 搭建健康商家618增长域

阿里妈妈围绕品牌增长与大促爆发，打通单产品政策、产品组合政策与年度经营政策，以**Topbrand、品牌特秀、闪购、赢搜通、竞争击穿、UD品牌、UD效果**等多类资源，为商家提供早鸟激励、阶梯反哺、增量返、新客激励与多产品联投权益，帮助商家在关键周期内更高效地获取确定性流量。

配合直播场、货品场、事件场、内容种草四大营销IP矩阵升级，健康商家可在618实现从流量引爆、货品承接到声量扩散、内容种草的全周期经营跃迁。

政策重磅加码打造流量巅峰 深度协同助力品牌增长

单产品政策

Topbrand
- 支持随单阶梯返与早鸟返，最高可享55%无界红包返利

特秀系列产品
- 支持随单阶梯返，最高可享11%资源反哺

闪购
- 支持随单阶梯返，最高可享20%灰盒流量资源返利

产品组合政策

赢搜通
- 支持随单阶梯返，最高可享20%特秀流量返利

竞争击穿
- 支持随单阶梯返，最高可享20%混坑资源返利

UD品牌
- 涵盖618早鸟激励、阶梯激励、增量返、新客激励及多产品激励，综合最高可享80%资源反哺

年度经营政策

UD效果
- 涵盖新媒体消耗返、腾讯/字节媒体消耗返及天猫新客返，综合最高可享13%消耗反哺

超级品牌专区
- 7天支持新客折扣与模版权益，最高可享95折优惠+7天Mini Plus模板权益

全域品牌新力经营包

- 品牌广告产品范围：必选产品特秀系列（品牌特秀、ShowMAX），可选产品：手淘开屏、活动品专，品牌闪购、赢搜通、人群击穿、UD品牌（不含天攻、代销）
- 稀缺产品购买权益：对于必选&可选产品整体下单消耗满100万及以上的商家，具体资源细节请联系您的阿里妈妈顾问了解
- WIN人群策略使用权益：必选&可选产品整体下单消耗满100万/200万/300万/600万，且同时使用WIN人群投入门槛不低于10万/20万/30万/60万的商家，享受品专plus 1/3/5/8天数权益激励

营销IP矩阵重磅升级 四大场域协同助力品牌全周期经营

直播场

天猫官方直播间
88VIP直播大场
淘宝直播-品牌专场
新咖联合营销

货品场

新品
爆品
补贴
天猫新品内容
天猫U先超级派
天猫宝藏新品牌
天猫超级新品&小黑盒奇袭计划
超级品类周
爆款盛典
天猫榜单
手猫镇店之宝
芭芭农场全案营销

事件场

节促
声量
互动
618超级乐园
618小黑盒开新季
618天猫超级发布
天猫超级国补日
她在淘宝
88VIP内购会
天猫品牌营销IP-超级大客计划
惊喜盒子
淘宝VisionPro
淘宝生日礼/密码
抓猫猫赢红包

内容种草

淘宝短剧
种草bigday
88VIP体验官

618健康行业标杆案例 AI数智助推新品快速打爆

优秀案例

yuwell 鱼跃

AI驱动种搜一体，打爆动态血糖仪新品增长

yuwell 鱼跃
准度升级 动态血糖仪
16天
yuwell 鱼跃
一拧一按 血糖实时掌握
yuwell 鱼跃
持续监测血糖16天
Anytime 5Pro

亮眼数据

199%+	25%
CGM品类GMV同比提升	CGM站内推广ROI同比提升

投放背景

作为深耕医疗器械领域的国民健康品牌，鱼跃医疗在动态血糖仪新品上市阶段，面临医疗器械决策链路长、人群精准触达难、新品心智待建立及同行业品牌抢占压力强等多重挑战。鱼跃选择以阿里妈妈为核心经营阵地，让新品从上市初期即锁定高潜人群，并在大促周期中达成品效爆发。

高光打法

Step1：智识先行，AI圈定高潜人群
在新品冷启动阶段，借助达摩盘AI意图识别能力，围绕高潜人群、场景人群与存量人群进行分层挖掘，突破传统标签圈人局限，基于趋势速递锁定动态血糖管理需求蓝海人群，为新品种草和后续转化建立精准人群池。

Step2：智品智造，AI重构商品卖点
在货品成长阶段，通过万相智品、万相智造等，提炼不同TA人群关注的商品卖点与沟通方向，生成更适配新品推广的投放建议，帮助动态血糖仪建立清晰品类认知。

Step3：智投放大，全域种草带动回搜
在爆发期，以货品全站推广的最大化拿量和控投产实现智能放量与实时追投，在保证ROI的基础上挖掘成交增量。

Step4：种搜沉淀，AI疏通全局引流
通过UD效果导入淘外高潜流量，叠加手淘开屏、品牌特秀等品牌广告资源提升淘内精准曝光，全域媒体协同引流，打通站外种草到站内转化闭环，数据沉淀持续反哺圈人。

优秀案例

汤臣倍健

AI科学上新模型，跑通营养品新品增长节奏

亮眼数据

TOP1	TOP1	TOP1
超级88女性维生素热卖榜	天猫保健食品618新品	618蛋白质粉好评榜

投放背景

作为1995年创立的膳食营养补充剂品牌，汤臣倍健长期坚持“科学营养”战略，围绕专利原料、功能产品研发与前瞻性基础研究构建品牌壁垒。品牌推出鱼油、蛋白粉、多维三大年度战略新品，如何找准人群、把握节奏、放大新品心智，成为大促前后的重要命题。汤臣倍健希望借助阿里妈妈产品矩阵优化消费人群运营策略，打通品效全链路。

高光打法

Step1：冷启蓄水，内容种草激活搜索兴趣
在新品冷启期，通过淘宝星河·小红星等内容场域进行前置蓄水种草，围绕营养补充、基础免疫等核心场景建立消费认知，快速提升新品搜索量和收藏加购数。

Step2：爆发承接，品牌曝光叠加搜索抢占
在成长至爆发期，借助百灵一搜即现、手淘开屏等产品提升品牌强曝光和搜索抢占，加快首购转化。同时通过万相台AI无界与货品全站推广最大化出价，集中放大新品成交势能。

Step3：平销续航，AI控本延长爆品生命周期
在平销期汤臣倍健侧重拉新及用户运营，通过一搜即现精准词包持续锁定类目搜索人群，并强化首页触达；同时结合货品全站推广控成本出价，优化流量成本、提升UV价值，在持续挖掘类目新客的同时，帮助新品从大促爆发延伸为长期爆品经营。

优秀案例

JISSBON 杰士邦

AI识别高意图人群，打透仿生皮新品赛道心智

JISSBON 杰士邦
杰士邦仿生皮
新一代安全套
仿生PI+玻尿酸
Hyaluronic Acid
创新专利材质 NEW
杰士邦仿生皮
皮肤般柔软舒适　还原真实无套感

亮眼数据

100万+	TOP1
新品爆发期单日GMV突破	26年38大促期间 新品单日登顶避孕套类目

投放背景

杰士邦作为中国两性健康领导品牌，长期深耕天猫平台，并持续与阿里妈妈展开战略合作。作为强隐私、强搜索、强意图的计生健康品类，品牌面临“泛曝光效率低、精准触达难”等挑战。当前新品「仿生皮PI玻尿酸」避孕套的推广极度依赖用户的主动搜索，品牌希望借助阿里妈妈AI驱动的精准营销能力，把握破局关键。

高光打法

Step1：AI转译卖点，重构新品沟通语言
新品上市初期，在沟通层面，杰士邦借助万相智品将专业材质参数转化为“真人皮肤触感”、“弱酸女性友好”等更易理解、更具感知度的消费语言，触达体验导向型人群。

Step2：AI识别人群，锁定6大高潜用户
在人群运营层面，依托万相智识构建6大WIN人群矩阵，聚焦搜索意图人群、兴趣沉淀人群、同行业活跃人群，实现高意向到潜客的全链路覆盖，提升触达精准度。

Step3：核心场景承接，强化站内心智曝光
在大促节点，杰士邦持续运用品牌特秀、一搜即现等站内核心产品，持续触达高意向人群。最终品牌WIN指数全面提升，成功建立细分赛道心智高地，达成销量与品牌认知双增长。

结语

健康消费正进入更细分、更长链路、更高确定性的增长周期，商家要抢的不只是618的流量峰值，还有消费需求变化背后的长期机会。

阿里妈妈以面向大促经营的增长策略帮助商家从行业趋势看清方向，以AI读懂人货，借资源放大声量。商家要把每一次大促经验沉淀为人群资产、品牌资产与经营能力，才能走过竞争热潮，赢得健康行业的增长周期。