

# SPOT

# 阿里妈妈节促趋势发现

ALIMAMA BUSINESS TREND DISCOVERY

「二月刊」  
春上新&38



# 序言 *Preface*



树羊

阿里妈妈商业化运营中心总经理

“一年之计在于春”，开春上新是商家不可错过的生意节点。春日经济蓬勃向上，生意新机也在淘系平台持续涌现。可以说，打响春季“开门红”不仅能够加速全年生意增长，更能提振一整年的经营信心。

2025阿里妈妈以“AI赢新，高质增长”打响开年经营第一站，以先进AI生产力破局经营新增量，全方位助力商家高质增长，夺得开春生意“好彩头”！



渊穆

阿里妈妈产品中心总经理

春天，是新一年的开始，寓意万象更新。阿里妈妈在2025年，将持续迭新技术与产品能力，用更智能的推广投放、更简单的经营体验，领航新一年生意增长！

阿里妈妈将更深入地把AI融入全链路经营场景，通过更智能的数据产品、营销产品助力经营提效，帮助商家取得确定性的经营增长。



虎豹

阿里妈妈市场部&品牌业务总经理

过去一年，消费市场新趋品类依然持续涌现，越来越多的品牌在经营中开始关注短期的转化和长期心智建设，品牌力的强化成为破局关键。2025开年阿里妈妈重磅推出「品牌新力-WIN IN NEW」，全新打造全场域品牌心智增长引擎，以AI技术为核心驱动力，助推品牌“赢领”更多新增量市场。

「品牌新力」将为商家打造一站式品牌心智交付能力，有路径、有指标、持续提升品牌主动搜索、品牌新客和复购规模，最终实现从曝光到复购的全场域品牌心智增长。

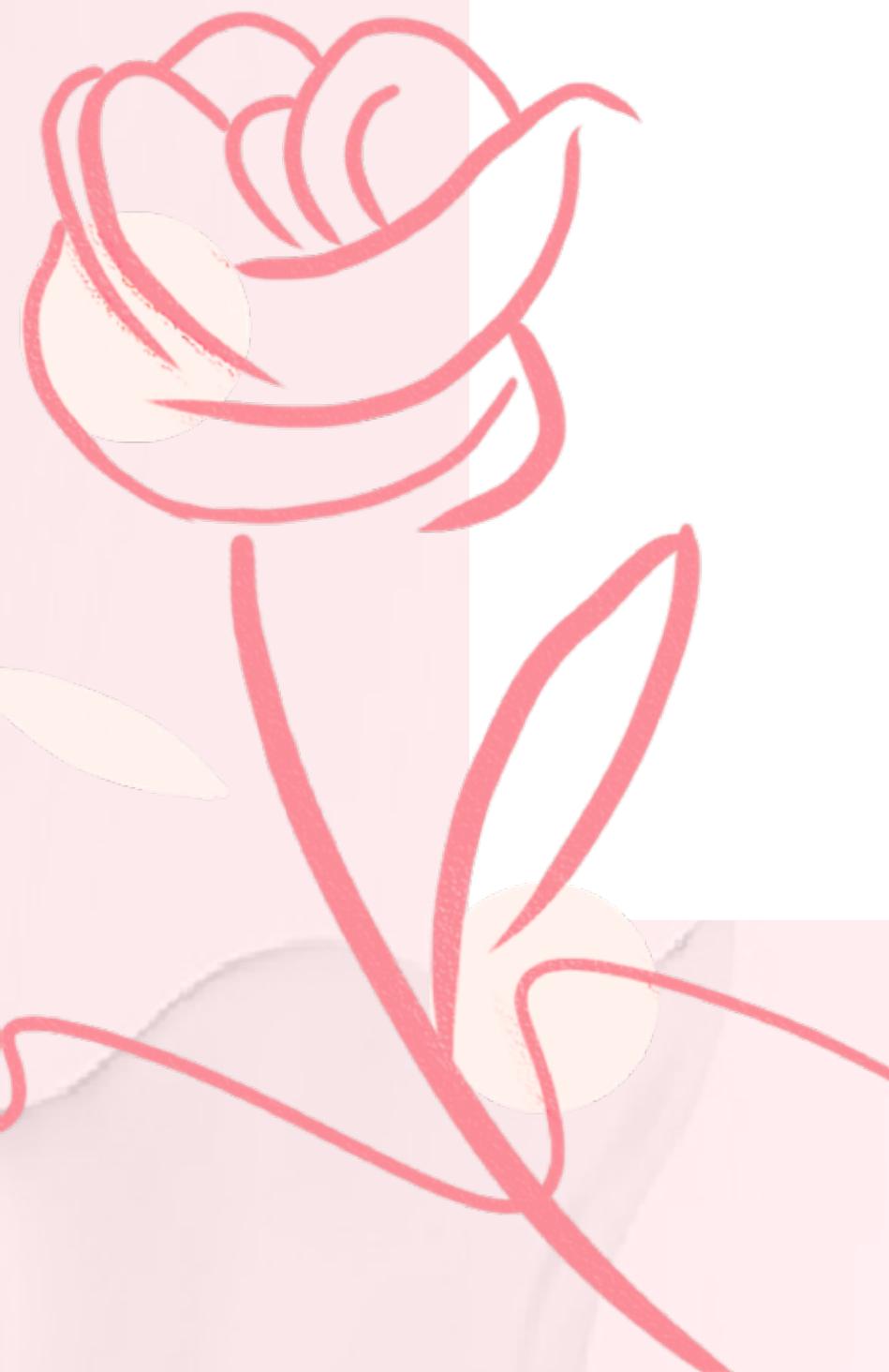
# 目录

<b>01</b>	<b>解锁新机：2025增长新驱动全解析</b>	
	内需引擎持续加码	P5
	驱动力1：政策发力，多品类消费升温	P6
	驱动力2：消费变迁，新机遇正当时	P7
	驱动力3：AI智驱，阿里妈妈开年机遇来袭	P8
<b>02</b>	<b>领势先行：淘天集团开年趋势洞察</b>	
	开年王炸局，38大促抢跑攻略：2025首战打响	P10
	她经济心跳加速，淘宝天猫TOP品类承包女性生活圈	P11
	摩登春装焕新，穿爆春天指南：2025春装C位穿搭全解析	P12
	-解码新世代衣橱：四大潮流派系与TA们的精神图腾	
	轻户外革命，踏青装备「减负」新哲学	P15
	-健康生活图鉴：三大户外圈层正在「占领」朋友圈	
	春日焕新颜，快消赛道拉开新年悦己养护第一篇	P18
	-消费人格多元分化，解码美妆母婴四大派系	
	宅家质享生活，健康化、智能化、美学化居家体验重构	P22
	-家的N次方：四大生活主张重构「宅经济」版图	
<b>03</b>	<b>投放秘籍：38春上新行业投放玩法揭秘</b>	
	服饰时尚行业：一键开启精准推新，抢位心智	P28
	运动户外行业：货品焕新“神布局”，起量增速	P30
	快消行业：多元拓客超绝指南，种草引流	P31
	家享生活行业：精准投放大招上阵，拉新提效	P35
<b>04</b>	<b>全力出击：开年破局路径首发</b>	
	开年活动全景曝光	P38

# 解锁新机： 2025增长新驱动全解析

New opportunities

PART 01



## 解锁新机

# 内需引擎持续加码

2025年，“释放内需潜力”仍是国家经济增长的核心动力，政策端对促进消费作出了全面指示

2024年底的中央经济工作会议将大力提振消费放在了首位



会议确定，明年要抓好以下重点任务：

一是大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求。实施提振消费专项行动，推动中低收入群体增收减负，提升消费能力、意愿和层级。



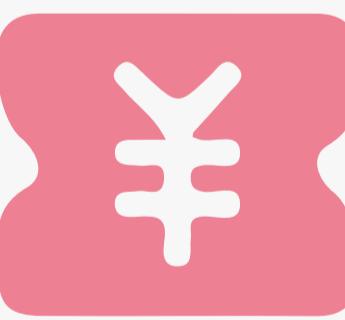
## 2025年消费相关的政策总结

S U M M A R Y



### “加力扩围”实施消费补贴、以旧换新

- 2025年1月，商务部颁布了《手机、平板、智能手表（手环）购新补贴实施方案》；
- 2025年家电以旧换新由原来的8大类家电扩围至12大类；
- ...



### 绿色转型，长期经济发展的核心主轴

- 2024年的国家家电补贴政策下，一级能效产品的销售额占比超过了90%；
- 中央政治局会议再次强调协同推进降碳减污扩绿增长，加紧经济社会发展全面绿色转型；
- ...



### 科技创新，引领新质生产力

- 2025年1月，商务部强调2025年推动“人工智能+消费”，发展数字消费、绿色消费、健康消费；
- 多个省份加强对绿色智能家电的科研补贴，强化科技研发、构建智能家居生态体系；
- ...

数据来源：公开资料整理

## 解锁新机

# 驱动力1：政策发力，多品类消费升温

2024年政策端的消费刺激初见成效，2025年政策加力扩围，进一步激活多品类的消费潜力，家装、服饰、体育运动等品类消费热度高涨。

## 2025年提振消费，品类范围持续扩大

- 2025年1月27日，商务部等6部门办公厅发布《关于做好2025年家装厨卫“焕新”工作的通知》，通过补贴的形式鼓励消费者开展旧房装修、厨卫等局部改造；
- 2025年2月，上海市静安区发放运动潮流消费券、美妆个护消费券，满1000元减300元、满300元减100；
- 2025年上海市推出“你运动，我补贴”体育消费专属优惠券；
- 2025年春节期间各地大力推广电影消费券，助力2025年春节档创造票房与观影人次新纪录；
- ...

数据来源：公开资料整理

## 2025年1月消费品类社媒讨论声量

智能家电  
冲锋衣  
数码产品  
护肤品  
新能源汽车  
国货  
户外运动  
运动鞋  
微波炉  
家装  
油烟机  
滑雪服  
家具  
家电  
保健  
穿搭  
家装  
油烟机  
滑雪服

## 四大行业销售额热销期增速明显

服饰  
2024年双11服饰饰品  
同比增长  
21.4%

户外运动  
2024年双11运动户外品类  
同比增长  
18.6%

快消  
2024年双11个护美妆类  
快消同比增长  
22.5%

家享  
2024年双11家用电器  
同比增长  
26.5%

数据来源：DataStory，数据涵盖主流社媒、种草、短视频平台，  
数据时间段为2025.01.01~2025.01.31

数据来源：公开资料整理，2024年11月

## 解锁新机

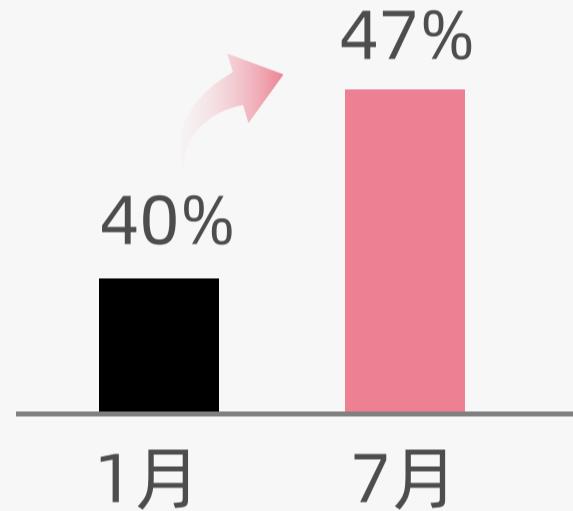
# 驱动力2：消费变迁，新机遇正当时

在宏观经济环境的变化之下，消费者的购物决策更具有目的性，高质产品是驱动消费的关键因素，人工智能的参与也将改变人们的决策路径。另外，在人口结构的变化之下，银发经济成为新的消费增长点。

### 消费心态：谨慎高质

消费态度趋于谨慎，但同时又追求高质产品

2024年认同“我只买我知道会用的东西，以避免浪费”的消费者占比变化



#### 高质性价比

65%的消费者会转而购买更多大包装/捆绑装的产品

#### 高质量

83%的消费者更愿意购买成分和制作流程清晰的产品

#### 高质创新

71%的消费者愿意购买物超所值的创新产品

### 决策方式：AI参与

越来越多的消费者接受购物决策中有人工智能的参与



65%

■ 中国消费者表示：会利用人工智能自动加速我的日常购物决策



58%

■ 中国消费者表示：接受自己的人工智能助手推荐的产品

### 消费结构：银发经济

中国60岁以上群体首次破3亿，银发经济焕发新活力



2024年进入“银发经济元年”，国家鼓励推动快消品企业针对老年消费者提供更适合的产品和服务，以满足银发一族核心消费需求：日常刚需、健康、享乐悦己。

## 解锁新机

# 驱动力3：AI智驱，阿里妈妈开年机遇来袭

## 【AI赢新·高质增长】

阿里妈妈先进AI产品力，破局经营新增量，优化经营生态，助力生意高品质增长

### 2025 阿里妈妈「AI赢新，高质增长」机会点

#### 科技向好

##### ■ 机会前瞻 破局增长

- AI趋势预测
- AI经营策略
- AI圈人、AI选词

##### ■ 极简经营 省时省力

- AI小万经营诊断
- AIGC创意生成

##### ■ 投放体效 拿量更强

- 全站推广效果直达
- AIGB自动出价

#### 品牌向新

##### ■ 全域新人群击穿

- 淘内外实时追投
- 推荐-搜索全域追击
- 节点-日销市场持续占有

##### ■ 全域新资产链接

- 内容场域拉新
- 种草人群追投

##### ■ 全域市占新动态

- 新类目/新场景
- 趋势人群/趋势词
- 跨类目品牌竞争
- 品牌枢纽经营

#### 经营向优

##### ■ 妈妈能力助优

- 高退款人群屏蔽
- 净成交出价
- 降低退款率
- 效果智达
- 全站推ROI优化

##### ■ 新品新商助力

- 新商新品破零能力
- 推广投放+商品打折+消费者互动
- 新品成交加速
- 推广+免费双重流量扶持
- 新品冷启加速
- 缩短新品冷启时间

##### ■ 惠商政策升级

- 异常秒退订单返款政策
- “秒退款”等异常订单，自动返还推广费

# 领势先行： 淘宝天猫行业开年趋势洞察

New trends

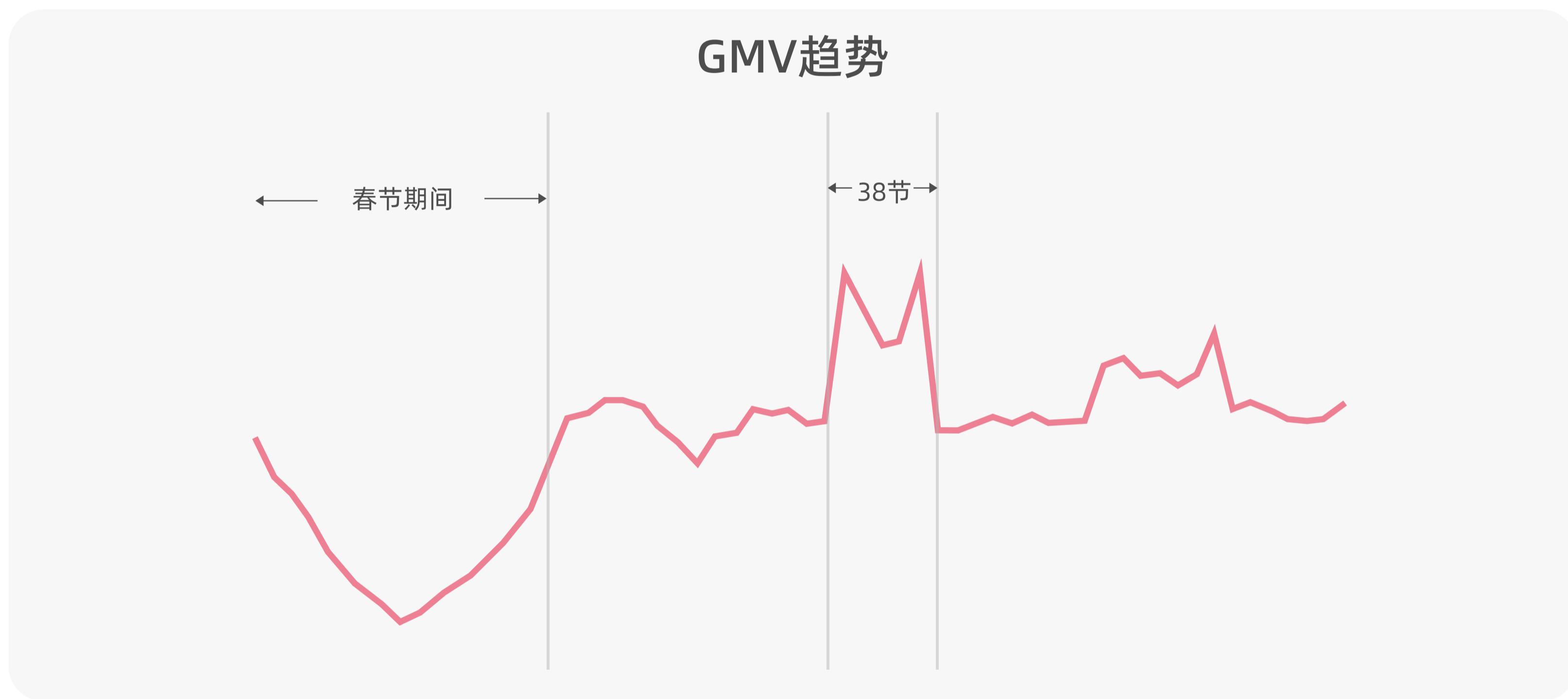
PART 02



## 领势先行

# 开年王炸局，38大促抢跑攻略：2025首战打响！

38节作为春节过后开年的第一个大促节点，为全年生意基调奠定基础。以24年38节为例，38节蓄水用户中有90%会在618发生购买；618的购买用户中75%来源于38节的访客。因此抓住38节对消费者进行重点投放触达十分必要，做好人群资产的蓄水，保障生意更多确定性。



**110W+** 店铺在38期间通过阿里妈妈带来生意增量



贡献超 **20%** 的生意占比



手淘38节已购用户中有 **90%** 会在618购买



618购买用户中有 **75%** 的用户会在38期间来访

## 领势先行

# 她经济心跳加速！淘宝天猫TOP品类承包女性生活圈

38节作为女性专属节日，期间手淘购买用户同样以女性为主（女性用户占比60%，高于其他大促）。需求聚焦在服饰、黄金首饰、运动、个护美妆、母婴等与女性消费者强相关的各品类。



服饰时尚



运动户外



快消

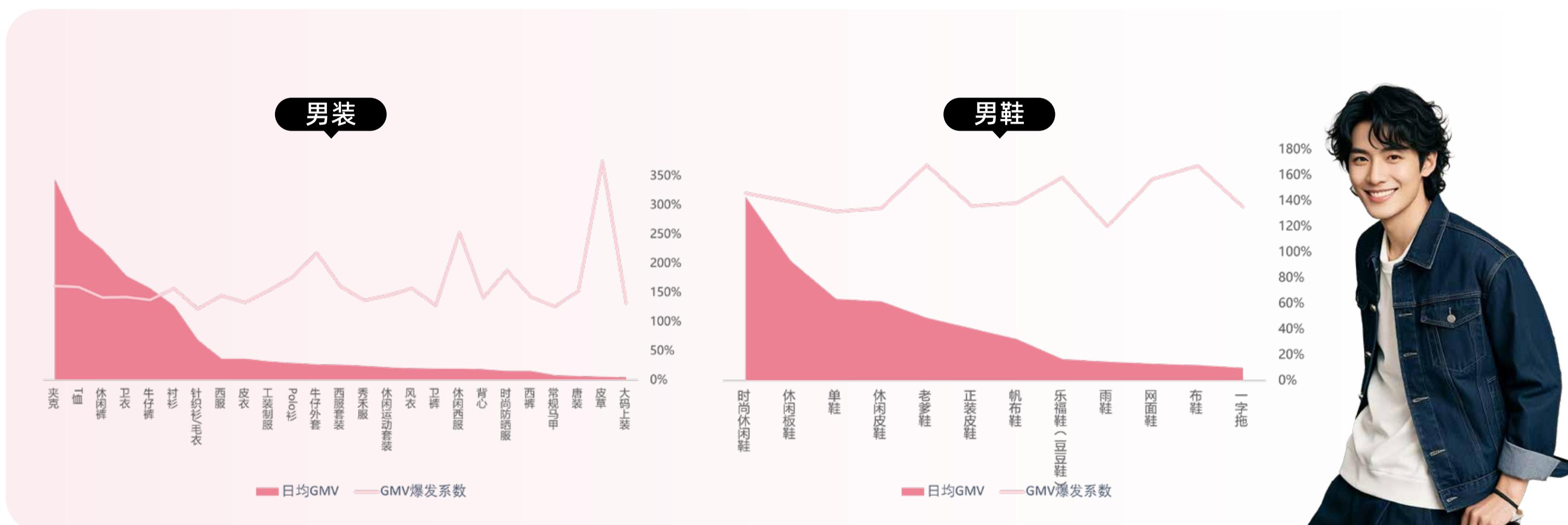
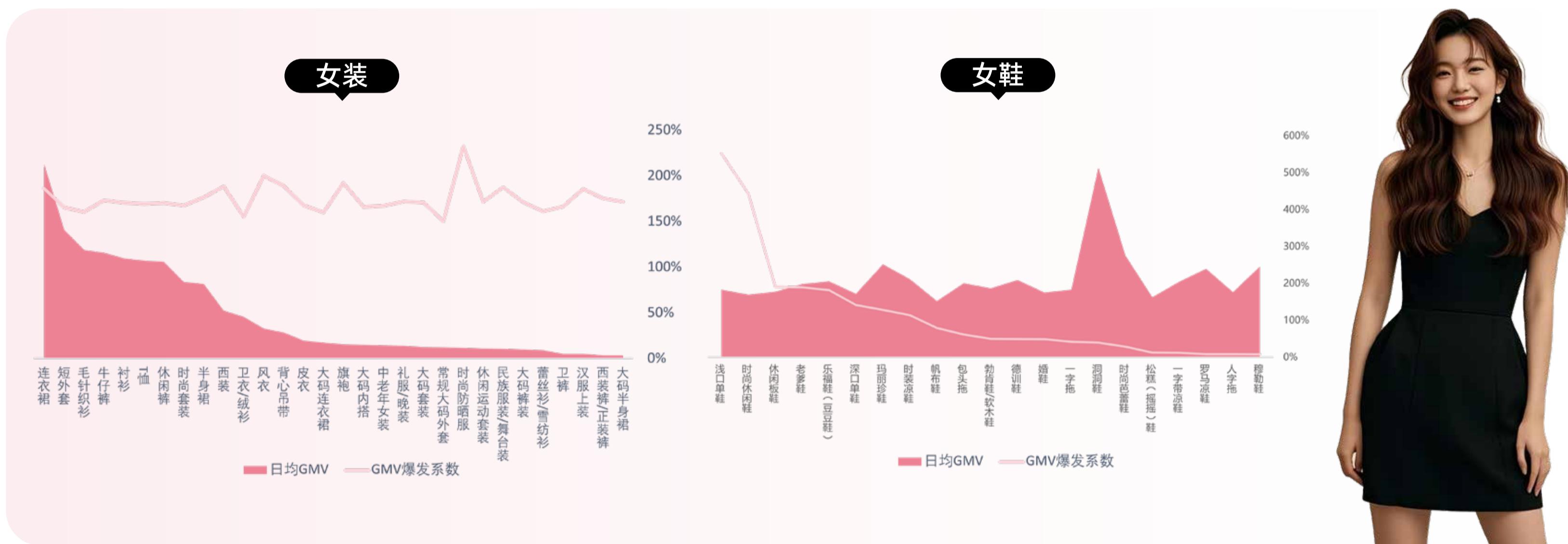


家享生活

## 领势先行：服饰时尚行业

# 摩登春装焕新：穿爆春天指南，2025春装C位穿搭全解析

38节期间，服饰行业迎来了销售热潮。女装市场十分火爆，防晒服、风衣、连衣裙等不同款式的服装销量大幅增长，满足了女性在各种场景下对时尚和实用性的需求。男装方面，牛仔外套、Polo衫等品类也受到了消费者的青睐，彰显出男性对品质与风格的追求。女鞋市场同样热闹，洞洞鞋、玛丽珍鞋等款式销量飙升。男鞋中的老爹鞋、乐福鞋销量也有明显增长。



## 领势先行：服饰时尚行业

# 解码新世代衣橱：四大潮流派系与TA们的精神图腾

### •「奢雅简韵」•

消费力强，追高品质，重品牌、品质与颜值，爱低调奢华风，彰显品味气场，愿为高品质服饰买单，品牌忠诚度高。

### •「逸趣闲章」•

购买实力强，倾向品牌消费，爱舒适时尚兼具款，借其展现个人风格、提升生活品质，消费决策看品牌、质量与时尚度。

### •「幻彩潮范」•

追求时尚个性，购买力中等，对潮流单品接受度高、乐于尝新，钟情夸张设计、亮色系与个性单品，青睐新兴设计师品牌和知名潮流品牌。

### •「适体新尚」•

关注个性化尺码，如“小个子”“微胖”“大码”，挑服饰重性价比、颜值与品牌实力，对合身度和舒适性要求高，习惯精准选衣。



### 高知奢尚品鉴者

#### 年龄：

30 ~ 40，一二线城市的精英阶层和小镇贵妇群体

#### 生活方式：

(跨类目偏好)

健身塑型：运动户外

精奢生活：珠宝首饰、包袋鞋靴

悦己护理：身体护理、个人洗护



### 都市舒享运动族

#### 年龄：

35 ~ 49岁，二线及以上城市

#### 生活方式：

(跨类目偏好)

出门旅行：旅游订票

精致生活：家装家居

文艺养生：书籍影音、保健养生

## 领势先行：服饰时尚行业

# 解码新世代衣橱：四大潮流派系与TA们的精神图腾



### 青春潮趣辣妹团

#### 年龄：

18-29岁 校园人群和初入职场女性

#### 生活方式：

(跨类目偏好)

时尚达人：潮流服饰、包袋鞋靴

潮流数码：3C产品、电竞游戏



### 精准尺码觅衣人

#### 年龄：

不限

#### 生活方式：

娇小个子精致女生、微胖

身材精致女生、宽松男装

偏好人群

## 投放建议

### 👑 服饰行业Queen

她们月均在淘内消费超 20 次，购买力与品牌忠诚度极高。主要分布在二线及以上城市，年龄在 25 - 39 岁，正处于人生关键阶段，重视自我提升与生活品质。她们紧跟时尚潮流，对服饰品质与搭配十分讲究，热衷于尝试职场精英、休闲时尚等多元风格。作为品质生活引领者和消费趋势风向标，愿意为优质产品付费，且能通过口碑影响更多潜在消费者。

### 👑 服饰行业King

他们月均在淘内消费 5 - 15 次，消费能力强劲，购物活跃。主要分布在二线及以上城市，年龄涵盖 18 - 35 岁，从职场新人到事业有成的成熟男士。热衷高品质、设计感强的服饰，追求时尚与舒适兼具。注重穿搭实用与个性，对品牌忠诚度高，愿为优质产品买单。作为服饰行业核心消费者，他们既是品牌忠实顾客，也是口碑传播的重要力量，能以自身消费体验影响更多潜在消费者。

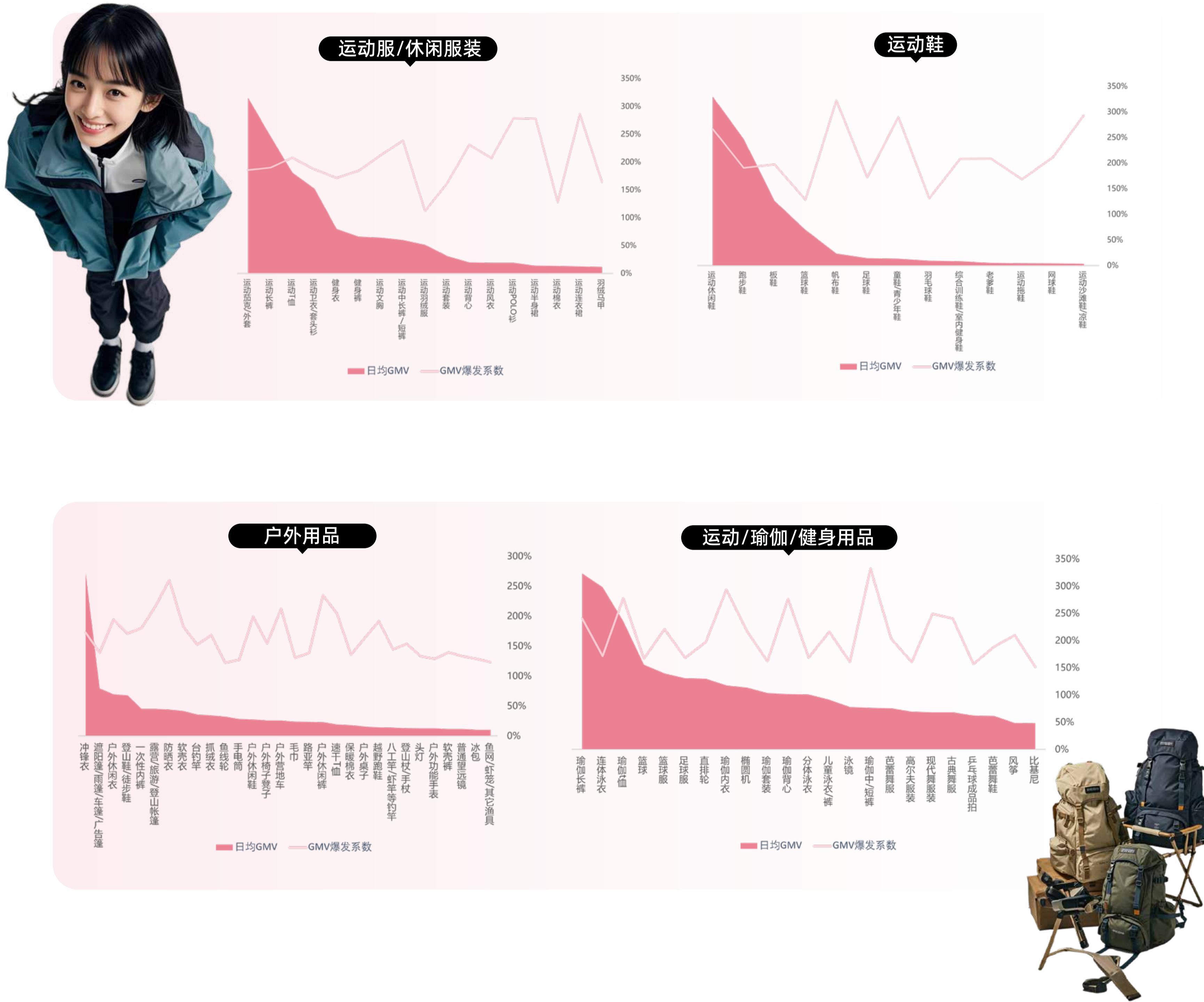
### 📍 投放路径：

阿里妈妈达摩盘->标签市场->38焕新周->淘天行业年度Queen消费者/淘天行业年度King消费者

## 领势先行：运动户外行业

# 轻户外革命！踏青装备「减负」新哲学

38节期间运动户外行业消费热度高涨，在全民运动的风潮下各品类销售显著增长。运动服装与休闲服饰凭借舒适透气、功能多样且兼具时尚设计，满足不同场景穿搭需求。运动背心、运动半身裙、运动风衣、运动 / 瑜伽健身服等适配多样生活场景的品类实现高增长，满足消费者对健身塑形和身心平衡的追求。此外，户外用品市场火爆，露营/登山帐篷、一次性内裤、登山杖、户外营地车也增长显著。



## 领势先行：运动户外行业

# 健康生活图鉴：三大户外圈层正在「占领」朋友圈

### •「奢享野趣」•

活力充沛，热衷户外。爱徒步、露营，也挑战攀岩、滑翔。处于事业生活黄金期，追自由、健康、高品质生活，对户外装备服饰要求高，愿为优质性能与设计付费。



### 活力中产探险家

#### 年龄：

25 ~ 45岁 一二线城市中产

#### 生活方式：

(跨类目偏好)

出门旅游：旅游订票

精致生活：珠宝首饰、包袋鞋靴

悦己护理：身体护理、个人洗护

### •「智享科技」•

热衷科技与运动融合，用智能穿戴设备提升运动表现、记录数据、优化生活。愿为高品质科技运动产品付费，追求高效精准运动体验，重健康与效率，追科技感运动生活。



### 智能运动先锋者

#### 年龄：

25 ~ 35岁 一线城市青年

#### 生活方式：

(跨类目偏好)

潮流数码：3C产品、电竞游戏

智能家居：全屋智能、生活家电

### •「时尚出圈」•

运动户外与时尚界限模糊，“装备党”借运动户外展现魅力。运动户外美学风受都市时尚女性青睐，工作精致，下班后秒切换健身、街头户外场景，运动服成时尚单品。

## 领势先行：运动户外行业

# 健康生活图鉴：三大户外圈层正在「占领」朋友圈



### 都市美学潮人

#### 年龄：

18 ~ 29岁 新一线城市学生、白领

#### 生活方式：

(跨类目偏好)

时尚达人：潮流服饰、包袋鞋靴

朋克养生：膳食保健

精致生活：家装家居

### 投放建议

#### 运动户外行业Queen

她们月均在淘内消费超 20 次，消费活跃、能力强。主要分布在二线及以上城市，年龄处于 25 - 49 岁事业与生活的黄金阶段。这类女性消费力突出，注重时尚与品质，热衷追求高品质运动装备和服饰，兼顾健康生活与时尚搭配。作为运动行业核心消费者，她们对品牌忠诚度高，愿为优质产品买单，是 38 大促期间商家不可忽视的高价值用户。

#### 运动户外行业King

他们月均在淘内消费 5 - 15 次，消费能力强、购物活跃。主要分布在二线及以上城市，年龄涵盖各阶段男性，从年轻职场新人到中年成功男士都有。他们热衷运动，注重品质与时尚融合，追求高品质运动装备和服饰，以满足健康生活与提升运动表现的需求。作为运动行业核心消费者，他们对品牌忠诚度高，愿为优质产品买单，也是品牌口碑传播的关键力量。

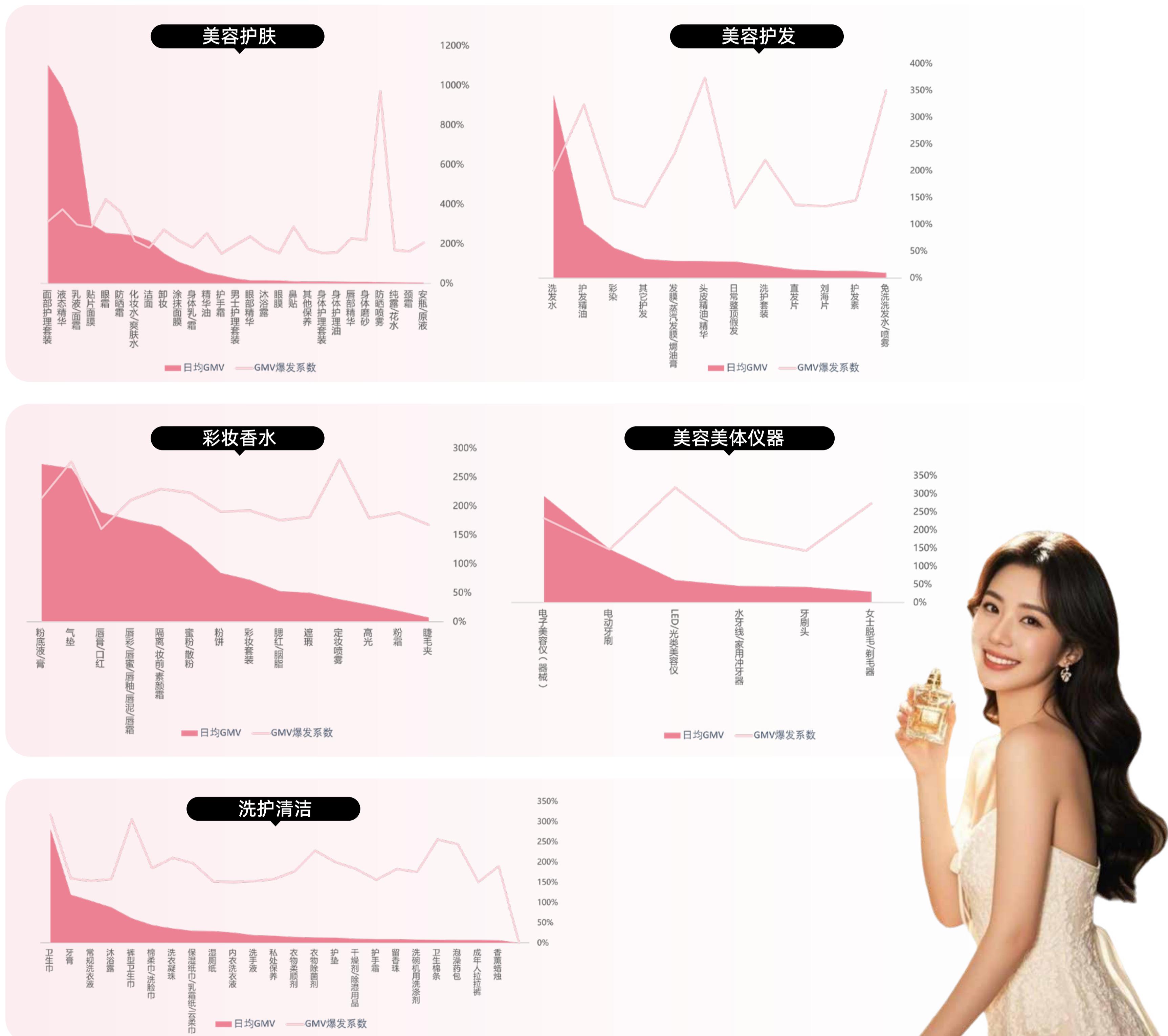
#### 投放路径：

阿里妈妈达摩盘 -> 标签市场 -> 38焕新周 -> 淘天行业年度 Queen 消费者 / 淘天行业年度 King 消费者

## 领势先行：快消行业

# 春日焕新颜，快消赛道拉开新年悦己养护第一篇

38节期间，快消行业下，个护美妆相关品类表现强劲，在“送礼”与“悦己”需求之下，面部护理套装、精华、面霜眼霜、防晒、美容仪、彩妆粉底等品类显著爆发。此外，除头发清洁外消费者对头发/头皮护理表现出较大兴趣。卫生巾/裤型卫生巾依旧是38节期间重点囤货型商品。



## 领势先行：快消行业

# 宝妈悦己新主张：母婴赛道惊现「美丽投资人」

38节期间母婴相关品类同样有明显爆发，除奶粉、尿裤常规用品的囤货需求外，伴随着换季出游等场景，消费者对童装、婴童用品（推车、汽车座椅、婴童防晒）等品类需求显著增强。



## 领势先行：快消行业

# 消费人格多元化，解码美妆母婴四大派系

### •「从心出发」• 美妆行业

个人情绪与心理需求成消费主流，消费品是生活、精神交汇点和个性表达载体，人们借妆容、色彩、香味展现内心世界。

### •「倍镜悦己」• 个护行业

追求自我完善与高品质生活，自我养护需求渗透精细场景，关注精致生活，追科学护肤方案，愿为专业产品买单。

### •「爱慧同行」• 母婴行业

Z 世代父母秉持悦己育儿，重情感需求，求轻松育儿，通过圈层交流、育儿工具解难题，践行躺平式育儿。

### •「精致懒宅」• 家清行业

Z 世代父母秉持悦己育儿，重情感需求，求轻松育儿，通过圈层交流、育儿工具解难题，践行躺平式育儿。



个性玩妆C位咖

年龄：

18 ~ 28岁 一二线城市女性

生活方式：

(跨类目偏好)

时尚达人：潮流服饰、包袋鞋靴

出门旅游：旅游订票



护肤调理达人

年龄：

25 ~ 35岁 一线城市青年

生活方式：

(跨类目偏好)

精致生活：珠宝首饰、包袋鞋靴

健身塑型：运动户外

朋克养生：膳食保健

## 领势先行：快消行业

# 消费人格多元化，解码美妆母婴四大派系



### 新式“躺平”父母

**年龄：**  
Z世代新手父母

**生活方式：**  
(跨类目偏好)  
户外野趣：露营装备、运动鞋服  
精致生活：家装家居

### 智能懒宅小当家

**年龄：**  
00后“全能型懒人”向90、80后延伸

**生活方式：**  
(跨类目偏好)  
潮流数码：3C产品、电竞游戏  
智能家居：全屋智能、生活家电  
趣味玩咖：潮流手办、盲盒



## 投放建议

### 👑 快消行业Queen

生活在二线及以上城市、年龄在 25 - 49 岁，月均在淘内消费超 20 次，购买力强且品牌忠诚度高，注重自我提升与生活品质。相关产品的重度消费者，追求高品质、个性化、多样化产品体验，热衷尝试新潮流和高端品牌，愿为优质产品买单并通过口碑影响潜在消费者。

### 👑 快消行业King

生活在二线及以上城市、年龄 18 - 29 岁，月均在淘内消费 5 - 15 次，消费能力强劲、购物活跃。作为行业核心消费者，他们是相关产品的重度使用者，追求高品质、个性化、多样化产品体验，热衷尝试新潮流和高端品牌，注重穿搭实用与个性，对品牌忠诚度高，愿为优质产品买单，并凭借消费体验影响更多潜在消费者。

### 📍 投放路径：

阿里妈妈达摩盘 -> 标签市场 -> 38焕新周 -> 淘天行业年度Queen消费者 / 淘天行业年度King消费者

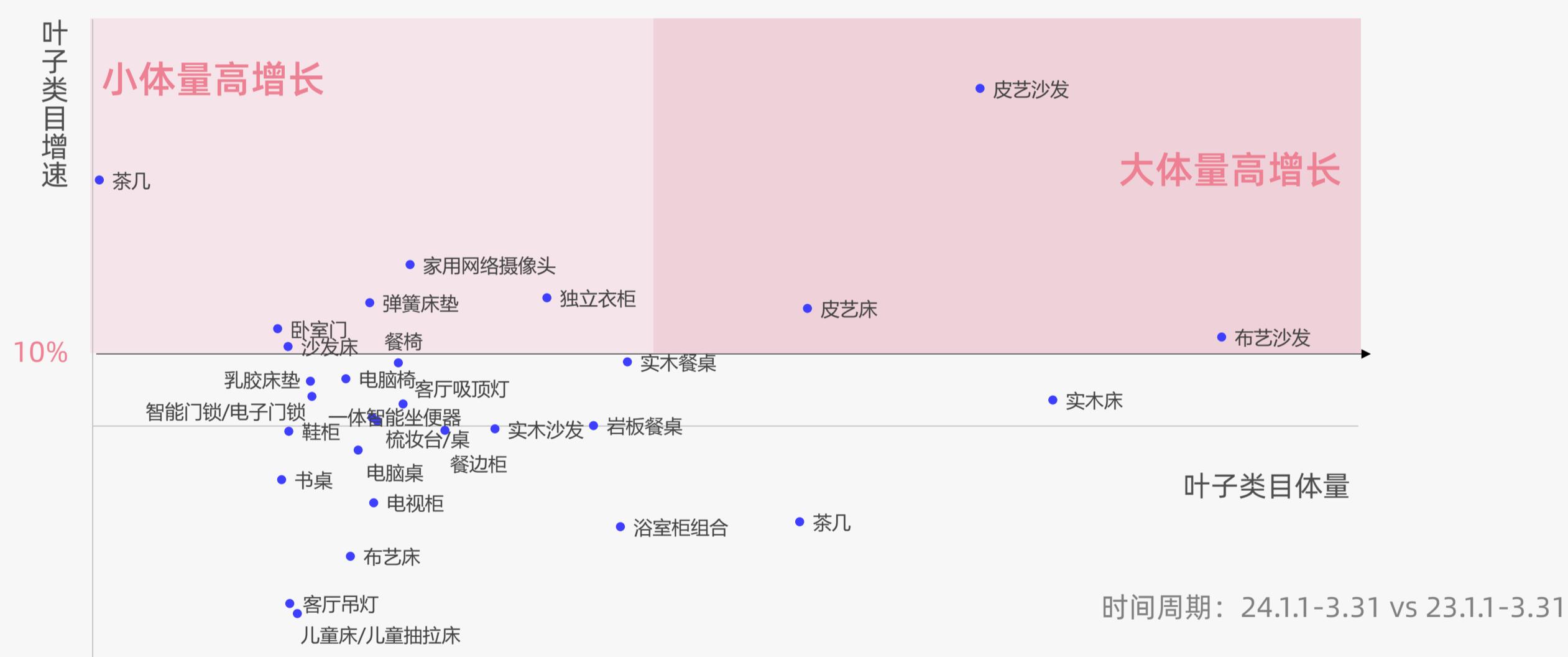
## 领势先行：家享生活行业

# 宅家质享生活，健康化、智能化、美学化居家体验重构

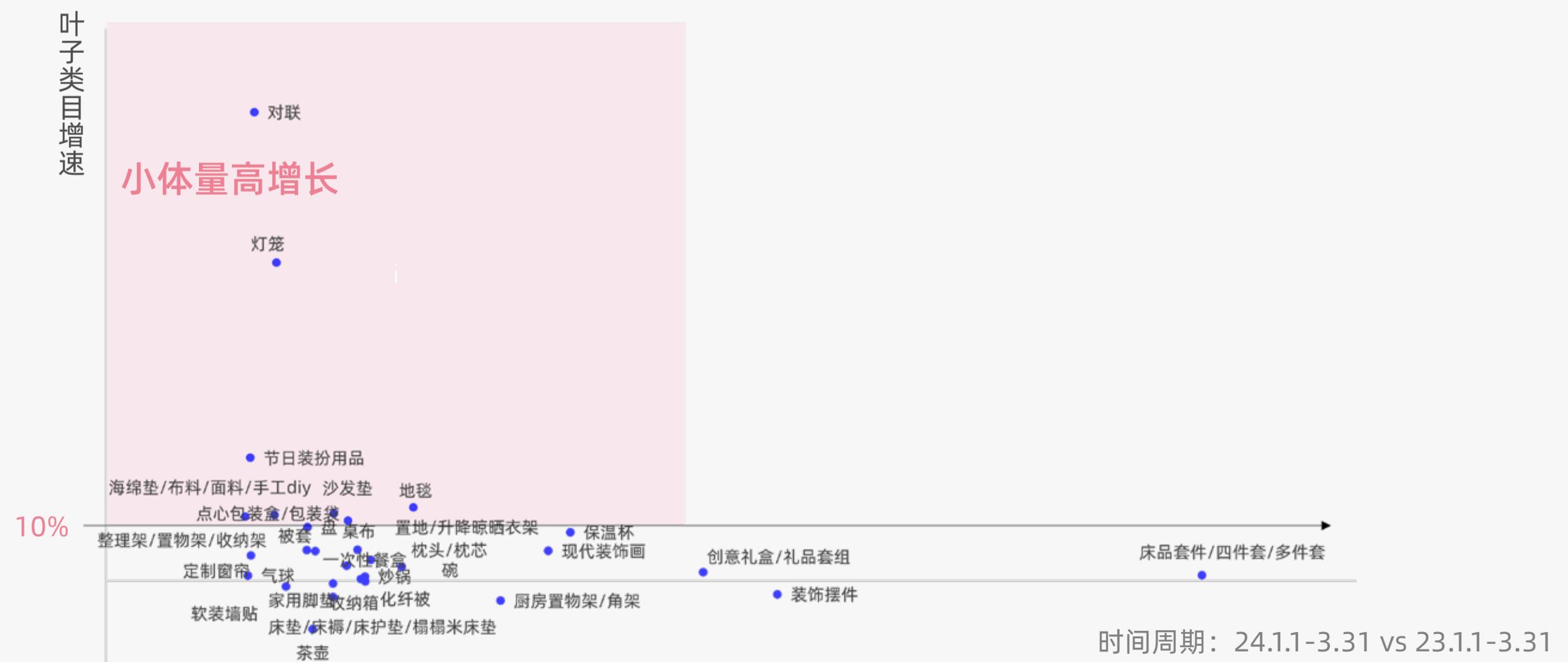
如今人们对生活品质愈发重视，家享生活行业也呈现出“功能迭代、场景细分、情感增值”三大核心趋势。消费者对居家生活的需求从基础功能满足向“悦己体验、健康升级、美学表达”跃迁。

家装与家居领域的高增长类目集中体现了消费者对“舒适感”与“美学价值”的双重追求。家装行业中，皮艺沙发、皮艺床等大体量高增长类目，印证了消费者对“沉浸式居家体验”的重视；独立衣柜、弹簧床垫等小体量高增速类目，则指向个性化收纳解决方案和睡眠经济的兴起。家居行业中，床品套件/四件套的大体量增长，反映了消费者对睡眠质量的精细化关注；现代装饰画、地毯等装饰类目增速显著，则凸显家居空间从“实用场景”向“情绪价值载体”的转型。

家装行业38周期分类目增长趋势



家居行业38周期分类目增长趋势



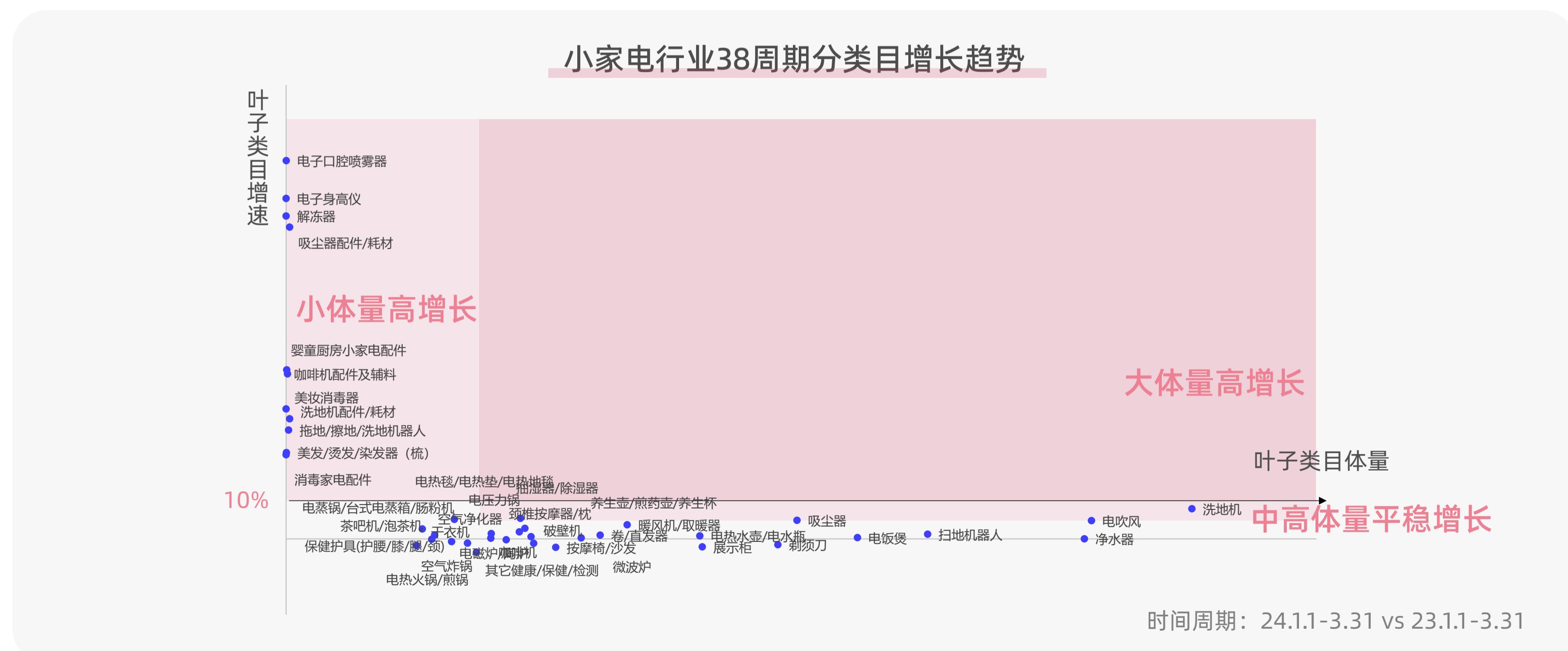
## 领势先行：家享生活行业

# 宅家质享生活，健康化、智能化、美学化居家体验重构

此外，大家电与小家电的品类分化，揭示了技术革新对消费需求的深刻影响。

大家电行业中，空调、平板电视、厨房冰箱等传统大品类通过智能化、场景适配化实现增长突破；洗烘套装、洗碗机等新兴品类则凭借解放双手、提升效率的卖点快速渗透，折射出都市人群对“时间价值”的重视。

小家电行业以清洁电器为增长引擎，洗地机、扫地机器人等产品通过技术迭代，持续解决痛点；厨房电器稳定增长背后是“轻烹饪”趋势与“健康管理”需求的叠加。



## 领势先行：家享生活行业

# 家的N次方：四大生活主张重构「宅经济」版图

### •「居家悦己」•

注重仪表、养生和生活环境。会为自己做咖啡、泡茶和装饰家里。

### •「智能养娃」•

已婚已育阶段，有一定经济基础，注重品质实惠，用更智能和健康的育儿，解放双手科学养娃。

### •「清洁养宠」•

爱毛孩子也爱干净，利用清洁智能处理宠物毛发，时刻关注宠物状态、关注宠物的健康和生活质量，愿意投入时间与金钱。

### •「氛围宅家」•

将居家清洁进阶为分场景氛围感宅家，会亲自下厨。消费力高，注重生活品质。装修新房、购置家具家电需求强烈，会仔细研究比对各类产品。



### 校园新人

#### 年龄：

<30岁的学生群体，女性占比近8成，准一线/二线城市

#### 生活方式：

(跨类目偏好)

时尚达人：潮流服饰、包袋鞋靴  
零食脑袋：咖啡饮料、甜品糕点  
趣味玩咖：潮流手办、盲盒



### 职场新人

#### 年龄：

<34岁的刚步入职场或有1-5年经验的年轻职场人，女性占比超7成，一线/准一线城市

#### 生活方式：

(跨类目偏好)

时尚达人：潮流服饰、包袋鞋靴  
悦己护理：身体护理、个人洗护  
朋克养生：膳食保健

## 领势先行：家享生活行业

# 家的N次方：四大生活主张重构「宅经济」版图



### 新手父母

#### 年龄：

<40岁的准妈妈&孩子年龄<5岁的新手父母，女性超8成，一线/准一线城市

#### 生活方式：

(跨类目偏好)

母婴产品：童装童鞋、纸尿裤、出行工具

出门旅游：旅游订票

### 新晋宠主



#### 年龄：

刚养宠物的年轻宠主，25-34岁占比最高，女性超7成

#### 生活方式：

(跨类目偏好)

宠物用品：宠物粮、宠物护理



### 新婚夫妻

#### 年龄：

<34岁的刚步入婚姻还未生育的年轻夫妻，女性占比近8成

#### 生活方式：

(跨类目偏好)

出门旅游：旅游订票

时尚达人：潮流服饰、包包鞋靴

朋克养生：膳食保健

## 领势先行：家享生活行业

# 家的N次方：四大生活主张重构「宅经济」版图

## 家享生活新身份人群投放

家享生活行业结合淘系家享生活人群消费习惯和人生阶段，升级五大“新身份人群”：校园新人、职场新人、新婚夫妻、新晋宠主、新手父母。支持手淘站内外营销主流阵地投放。

### 投放路径：

小二针对不同品牌，进行1v1的品牌定制人群推送

## 行业年度消费人群投放

### 家享生活行业Queen

月均在淘内消费超20次，主要生活在二线以上城市的繁华之中，年龄在30-39岁之间，注重家庭生活的品质和舒适感。她们不仅是家庭生活领域产品的重度消费者，更追求个性化和智能化的家居体验，热衷于尝试各类家居饰品和个性家具。

### 家享生活行业King

月均在淘内消费5-15次，主要生活在二线以上城市的繁华之中，年龄在35-49岁之间，注重家庭生活的品质与舒适。这群King不仅是智能家居、建材灯饰、五金电工产品的重度消费者，更追求产品的高品质、智能化和耐用性，热衷于尝试最新科技和高端品牌。

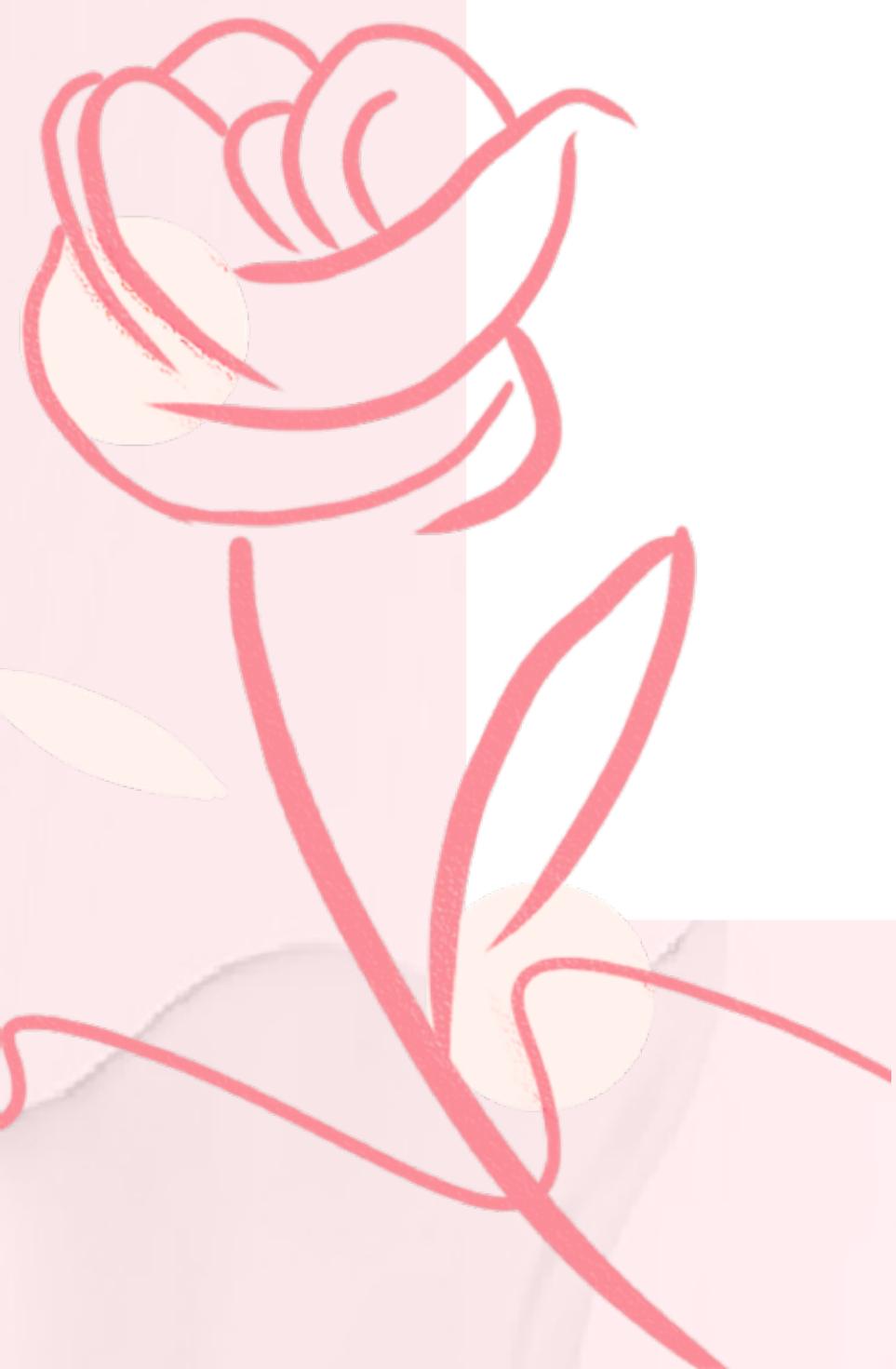
### 投放路径：

阿里妈妈达摩盘->标签市场->38焕新周->淘天行业年度Queen消费者/淘天行业年度King消费者

# 投放秘籍： 38春上新行业投放玩法揭秘

Marketing codes

PART 03



## 投放秘籍：服饰时尚行业

# 一键开启趋势智投，抢位品类高地

站外以趋势货品为核心，抢占品类关键词高地，结合淘宝星河多场景种草策略，高效引流站外目标人群。站内则通过精准投放确定性趋势人群包，锁定搜索流量入口，实现流量精准卡位与高效转化。

站外以趋势商品抢占品类  
心智，种草核心词

站内确定性趋势  
人群拉新

搜索词承接

搜推流量扩展

### 「淘宝星河」

多样种草场景，全链路数据支持



标题内容引导/视频引导/评论区引导等

核心牵引“nickname种草词”，商品/品类/品牌词等

「站外内容种草回流人群」

回流后可再定向

### 「品牌特秀」

100%TA白盒触达

①Nexus小众赛道人群拉新  
②品类人群



「ShowMax」  
指标交付能力 保CTR/保加购  
①全域追投模式  
②品类模式



### 「万相台无界版-关键词推广-搜索卡位」

可添加Nickname种草词，  
首位/前三卡位



### 「万相台无界版-店铺直达」

品牌词/品牌品类词，  
独有搜索置顶0坑



- ▶ 【文胸】趋势人群：功能趋势-科技软支撑、舒适松弛、显腰外扩、美背、轻运动 / 材质趋势 - 冰丝、莫代尔、蕾丝、蚕丝
- ▶ 【家居服】趋势人群：柔软舒适、凉感透气、法式奢感、天然抗敏
- ▶ 【太阳眼镜】趋势人群：时尚颜值/功能防护/近视专属
- ▶ 【女士包包】趋势人群：奢品/设计师/大众

\*Nexus为行业定制能力，需结合投放项目由营销小二推送

# 投放秘籍：服饰时尚行业

## 服饰品牌差异化预算组合建议

基于商家投放量级 明确核心策略 制定产品组合策略 助力商家生意增长

合约量级	高预算 300万+	中上预算 100-300万	中预算 50-100万	轻预算 50万以下
核心策略	声量与流量并举 品牌事件打造	全域种草拉新 目标群体渗透提升	品类心智强化 超单爆款养成	确定性流量加持 站内稳定获客
营销课题	全域曝光 助力高增	精细运营 人群增长	品类渗透 前置种草	核心渠道 稳定获客
产品组合	<div> <b>外投拉新</b>            UD品牌/天攻&amp;户外极速达            低成本触达站外新客  <b>30~40%</b> </div>	<div> <b>外投拉新</b>            UD品牌-超级全域通            100%TA低成本触达            新客  <b>30~40%</b> </div>	<div> <b>站外种草</b>            淘宝种草            一站式种草解决方案  <b>20~40%</b> </div>	<div> <b>站内曝光</b>            Topshow 淘内大曝光            开机首屏心智拦截  <b>30~40%</b> </div>
	<div> <b>站内提效</b>            特秀&amp;showmax            多元定向 多维交付  <b>NEW</b>一购即现            抢占上游高关联类目，            高效拉新  <b>NEW</b>一搜即现            搜索心智拦截，实时展示            促转化  <b>40~60%</b> </div>	<div> <b>站内提效</b>            特秀&amp;showmax            多元定向 多维交付  <b>NEW</b>一购即现            抢占上游高关联类目，高            效拉新  <b>NEW</b>一搜即现            搜索心智拦截，实时展示            促转化  <b>40~60%</b> </div>	<div> <b>站内提效</b>            特秀&amp;showmax            多元定向 多维交付  <b>NEW</b>一购即现            抢占上游高关联类目，高            效拉新  <b>NEW</b>一搜即现            搜索心智拦截，实时展示            促转化  <b>50~70%</b> </div>	<div> <b>站内提效</b>            特秀&amp;showmax            多元定向 多维交付  <b>NEW</b>一购即现            抢占上游高关联类目，高            效拉新  <b>NEW</b>一搜即现            搜索心智拦截，实时展示            促转化  <b>50~70%</b> </div>

# 投放秘籍：运动户外行业

## 货品焕新“神布局”，起量增速

### 1 把握核心爆发期

运动户外行业春季聚焦防晒服饰、运动鞋等核心品类上新，3~6月为核心成交爆发期，搜索需求在3月达到高峰，4-7月为成交核心爆发期，10-11月成交第二波小高峰，受双11大促影响10月成交表现好。



数据来源：阿里妈妈数工作台—北斗，2024.1.1-2024.12.31

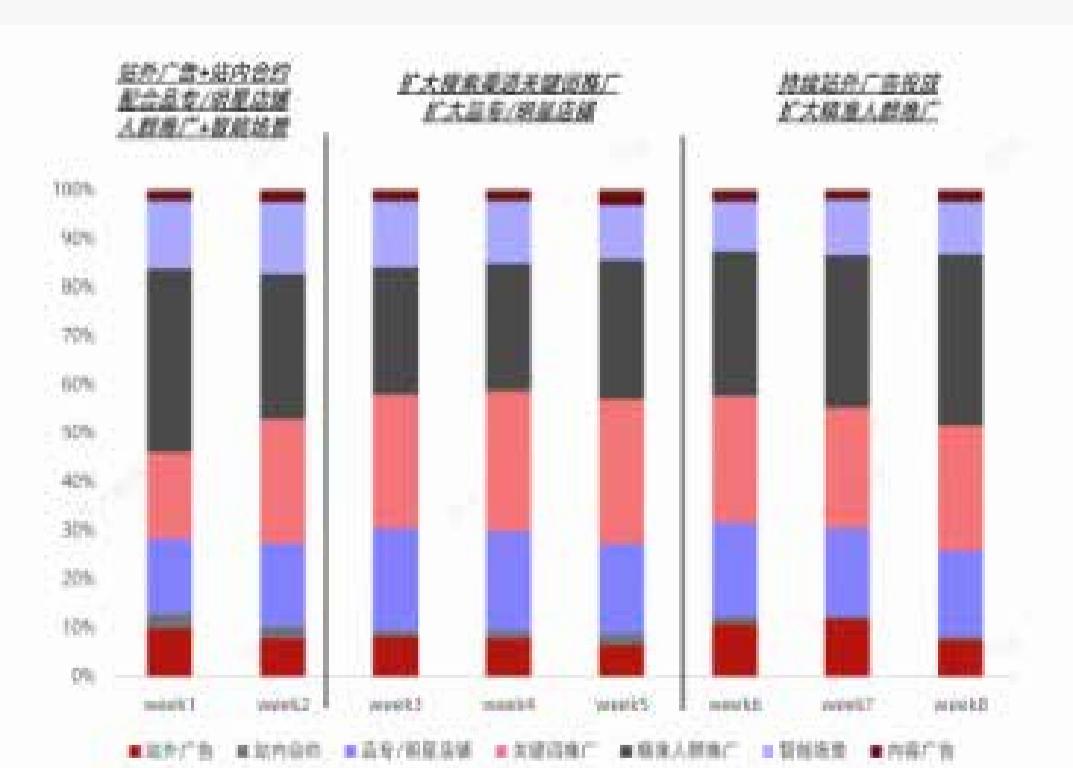
### 2 行业上新布局

**上新时间**  
3月为新品上新高峰期  
\*不同品类有所差异

**上新周期**  
快速打爆周期约为6-8周

#### 广告投放产品选择及比例分配建议：

- 前3周为核心种草关键期，主要依赖店铺新客，中后期依赖店铺新客和老客。
- 第2周广告流量激增至50%+，第5周后平稳维持在40-50%。



**新品上新组合策略建议：**  
针对店铺上新中的重磅和潜力货品，  
有不同比例的投放策略组合建议。



# 投放秘籍：快消行业

## 多元拓客超绝指南，种草引流

### 美妆行业

聚焦货架电商和日销增长，分类型商家多元化投资组合

#### 2025年美妆行业营销聚焦货架电商和日销，商业化驱动成交增长



#### 分层商家产品投放指引



# 投放秘籍：快消行业

## 多元拓客超绝指南，种草引流

### 个护行业

#### 聚焦品效联投，激发行业新势能

个护行业品效联投，有效提升ROI双位数增长。站外通过外投扩容，全域拉新促转化。淘内通过品类渗透、高效关键词、货品、人群产品流量承接，抢占流量红利，实现生意增长。

#### 阿里妈妈个护行业38营销策略——智联全域，激发个护行业新势能！

##### O2O全域联动



##### 全域霸屏O2O全场景联动

线下天攻智投-目标用户低成本大规模覆盖  
高铁屏 机场屏 户外商场屏 地铁屏

##### UD智汇投

引流 + 深转双模型  
实现核心TA高效捕捉

引流 + 深转双模型  
实现核心TA高效捕捉

引流 + 深转双模型  
实现核心TA高效捕捉

##### 淘外种草

平台造场 场景化内容种草

100%数据回流能力

平台高频反哺

站内核心会场 经营承接

##### 外投扩容 全域拉新体系

#### 「实时承接」 「序列化追投」



品效序列化  
--提高追投转化率

ShowMAX  
--提高追投覆盖率

##### 淘内品类渗透



##### 「Topshow」

第一眼开机即拦截

##### 「品牌特秀」

高潜人群渗透

关键词推广 类目竞争防守

人群推广 精准拉新

货品运营 分层货品强加速

超级短视频 淘内种草低成本引流

超级直播 店播低成本引流

全站推广 货品快速爆发

#### 「商业化驱动生意增长」

# 投放秘籍：快消行业

## 多元拓客超绝指南，种草引流

### 母婴行业

#### 聚焦全领域资源拉新

母婴行业站内新客获取竞争激烈，建议商家开启全域新客运营视角，站外利用全网优质媒体100%精准覆盖优质母婴人群扩充品牌人群资产；站内同时利用追投算法及优质位置高效转化目标潜客，助力效果广告放量及一本账投放提效。

#### 全域新客：助力品牌建立母婴人群三维时空经营体系

全域拉新 + 算法心智承接，实现兼顾效率与高质量TA持续运营

##### 站外：100%TA持续渗透 高效拉新

持续占位核心客群心智，提高品牌核心TA浓度



UD效果配合：基于算法为品牌即时引流及转化  
\*非100%TA

##### 站内：扩充人群资产，并助力站内投放

联动人群+货品，实现更强的品牌拉新

新增妈妈深A成本  
**0.1\***

UD品牌 △ UD效果  
**1\*%**

\*优秀商家数据

##### ✓ 放量&人群调优：高质人群补充

**+11\*%**

\*优秀商家数据

TOPSHOW-手淘入口  
品牌特秀-高扭转  
SHOWMAX-一搜即现

##### ✓ 提效：内外联投，提升效果表现

**+5\*%**

\*优秀商家数据

增效成交转化率

品牌->效果 vs 效果

#### 线下天攻：全面融入母婴家庭真实生活圈提效

通过阿里系生态投放，可追踪&回得来&可持续运营

拉齐拉新标准：回流数银 + 达摩盘，考核AIPL中“兴趣”人群的转化效率及获取成本

# 投放秘籍：快消行业

## 多元拓客超绝指南，种草引流

### 家清行业

聚焦推广商品扩量，释放AI效力提升成交转化

#### 商品营销重点：

- 1) 提高商品推广数量、增强新品营销
- 2) 对于24年推广的新品，进一步提高成交规模与效率、打造爆品

#### 商家提效关键：

释放AI效力、在促成交的主要目标之上，增加促点击、新客首购、会员转化等优化目标的投放



点击率

2023年上半年 2023年下半年 2024年上半年 2024年下半年



促新客首购-ROI

2023年上半年 2023年下半年 2024年上半年 2024年下半年



促进会员转化-CVR

2023年上半年 2023年下半年 2024年上半年 2024年下半年

# 投放秘籍：家享生活行业

## 品类人群精准投放，拉新提效

### 1、投放使用建议

家享生活行业新身份人群2.0

**重点转化人群：**

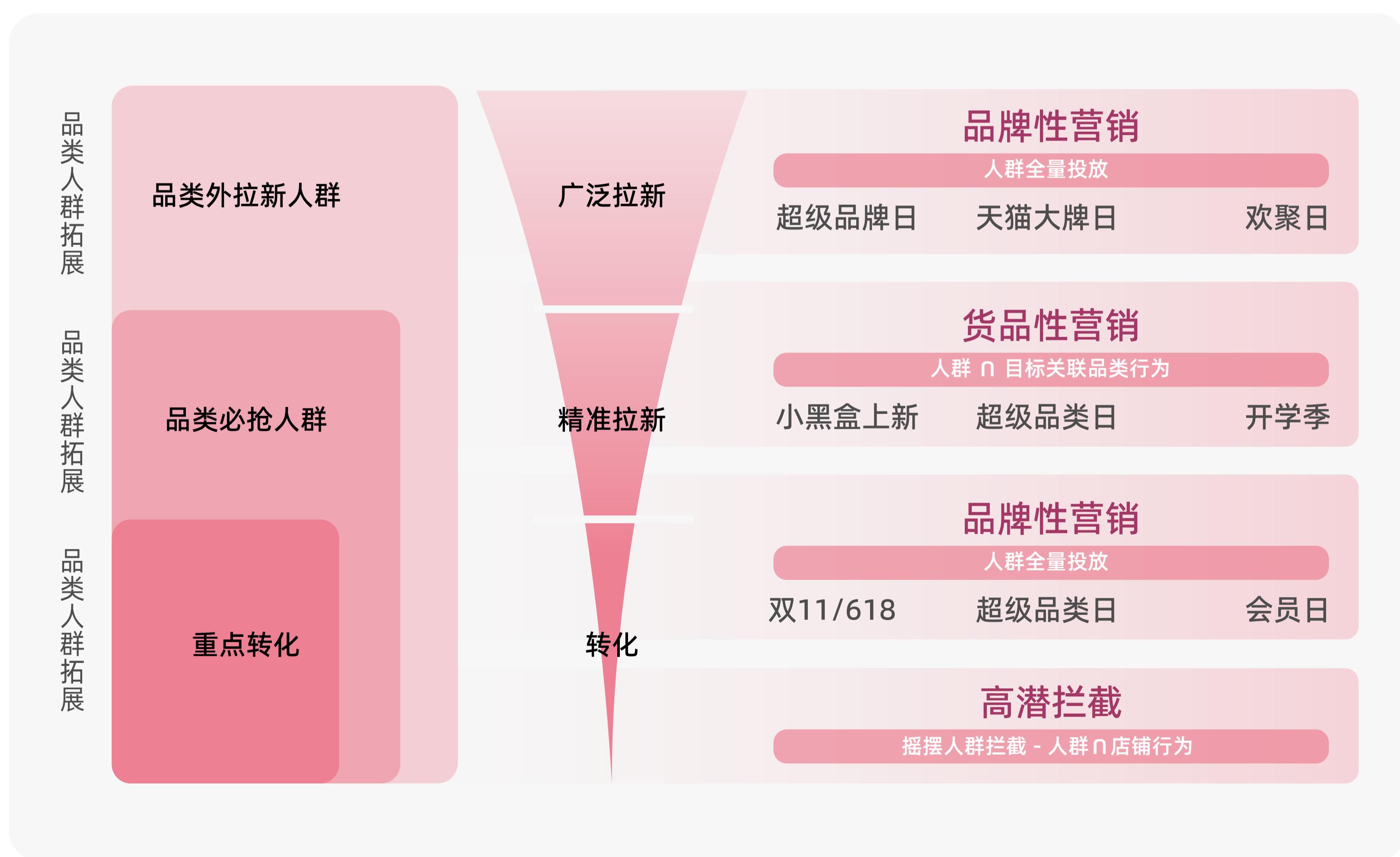
指品牌目标人群、核心策略人群等

**品类必抢人群：**

指类目/行业/竞争人群等

**品类外拉新人群：**

指借势时事热点或新品特点，对特定场景人群作触达



## 投放秘籍：家享生活行业

# 品类人群精准投放，拉新提效

## 2、淘内锚定

三大核心场域，精准人群高效转化

### 「淘天集团商业化矩阵」 (手淘站内营销阵地一览)

#### 做拉新

##### 推荐域 【货&内容】找【人】

平台：首页兴趣推荐

商家：私域前置公域，首屏信息流全面获取新客流

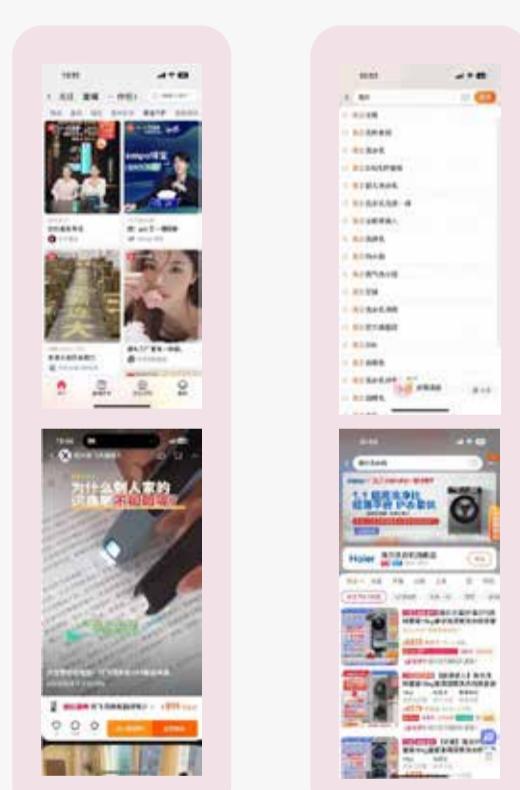


#### 做互动

##### 内容域 【体验和交互】 中【种草】

平台：内容引得深度互动&兴趣成交

商家：丰富内容素材供给，提升直播互动效率



#### 做拦截

##### 搜索域 【人】找 【货&内容】

平台：关键词兴趣导购

商家：核心关键词/主营品类卡位，拦截主动兴趣人群



## 3、淘外聚焦

重点营销场域，流量加码强势品牌破圈

### 户外推广 线下媒体确定性曝光

#### O2O人群上翻

平台：LBS+目标人群圈人+猫头联动强化心智

商家：天猫大事件营销氛围感打造+线下人群上翻



### 开屏信息 线上媒介确定性曝光

#### 泛精准人群引流

平台：站外精准人群曝光引流站内

商家：通过UD回流站外触达人群，低成本拉新



### 内容种草 内容渠道达人x内容投流

#### 内容人群引流

平台：内容种草引流站内+平台对投反哺

商家：通过UD回流站外种草数据，监测站内后链路表现



# 全力出击： 开年破局路径首发

---

Breakthrough

PART 04



## 全力出击

# 开年活动全景曝光

百亿投入再加码！阿里妈妈开年赢新计划重磅发布，阿里妈妈万相台无界版和全站推广、直播及短视频场景均推出了超亿级激励政策。



### 开年赢新「消耗返」计划

活动覆盖开门红+38节促两大节点，多投多返，返点比例至高4.5%，单账户最高可得50万元。



### 开年赢新「全站推广货品速爆」计划

在阿里妈妈全站推广首次投放的平台推荐产品，单商家最高可得300元补贴。投放商品越多返的越多。



### 开年赢新「直播增长」计划

面向有直播需求的商家，推出2025开年赢新「直播增长」计划，涵盖「新客权益包」、「直播全站推广」新客活动、「直播间拉新增粉」投放活动、「商品打爆」投放奖励等活动，在活动周期内成功参与的商家可获得【新客1元试投】、【首单无成交保障】等对应权益。



### 开年赢新「短视频增长」计划

面向短视频投放需求商家，推出2025开年赢新「短视频增长」计划，新客、38期间行业活跃商家、内容潜商、内容型商家、全量客户等不同类型商家均享有专属活动政策，参与活动后，便可获得【至高40万流量补贴】、【解锁分时投放高阶能力】、【视频制作投放一体化套餐包】等不同激励补贴。

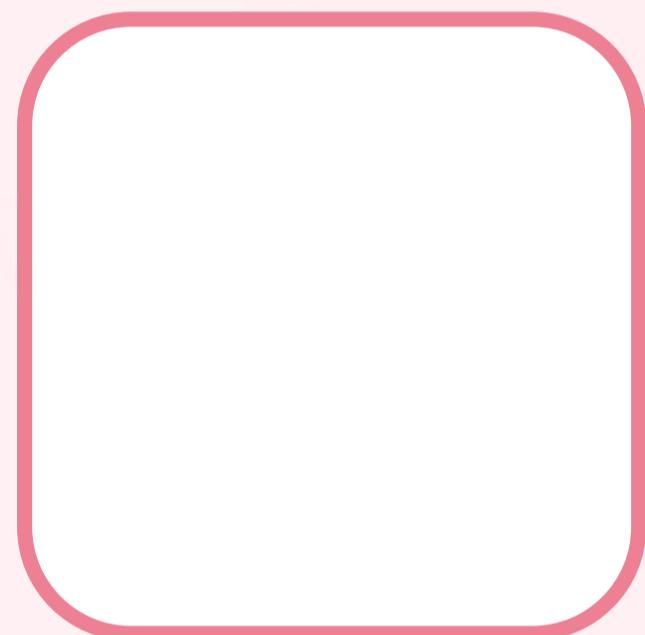
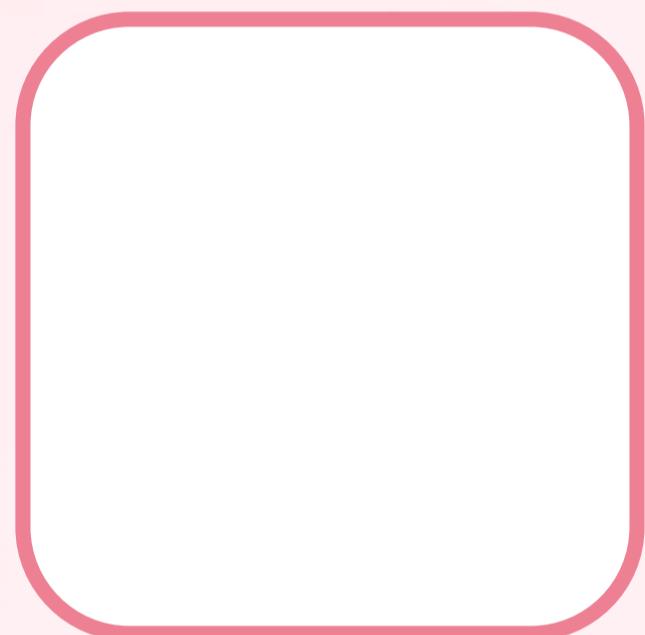
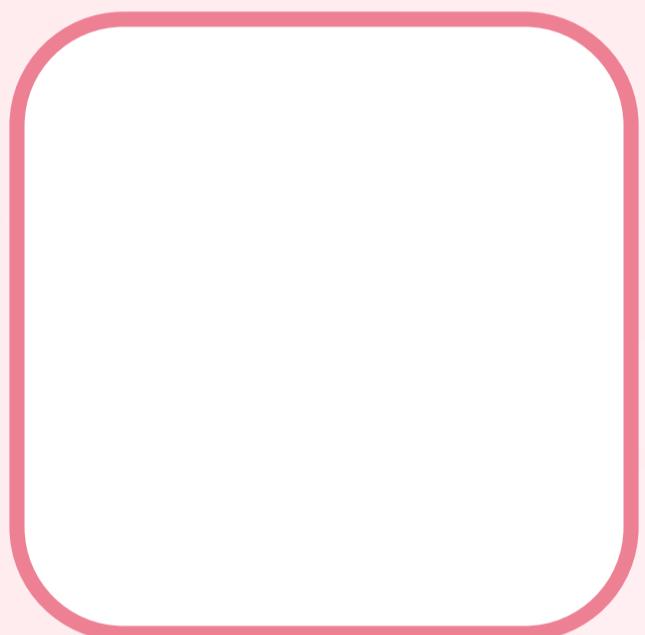
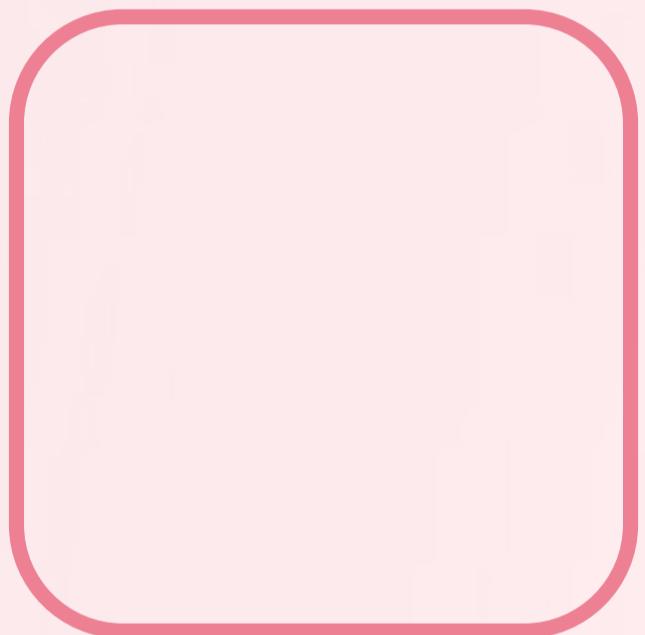
2025红火开年  
阿里妈妈xCBNDATA祝各位商家朋友

财源广进，生意兴隆

更多生意增长机会可关注

阿里妈妈官方账号

或钉钉扫码入群了解



## 关于CBNDATA

第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心 (CBNDATA) 是国内领先的消费产业研究机构与媒体型智库，致力于洞察消费行业前瞻性趋势，寻找行业新锐赛道，助力品牌影响力的可持续增长及企业决策效率的提升。CBNDATA立足多元的跨领域数据库，围绕新消费、新圈层、新方法三大研究方向，面向品牌企业输出行业研究、数据沉淀、信息聚合、营销传播及商业公关等产品及服务，多维助力品牌影响力的搭建、透传及破圈。

CBNDATA所属母公司应帆科技是国内领先的数字增长服务集团，隶属于上海广播电视台 (SMG)，是第一财经旗下数字增长服务与产业创新阵地。

联系我们 [Data@cbndata.com](mailto>Data@cbndata.com)

商务合作 [BD@cbndata.com](mailto:BD@cbndata.com)

加入我们 [JOB@cbndata.com](mailto:JOB@cbndata.com)