



**知行**  
战略咨询



DATA

SPECIALITY

REVIEW

BENCHMARKING

知行  
战略咨询

# 知行数据观察

面膜品类

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



录

CONTENTS

## 1 行业宏观市场调研

- 1.行业定义分类
- 2.行业市场规模
- 3.政策法规趋势
- 4.消费渠道趋势

## 2 线上行业趋势总览

- 1.电商平台整体趋势
- 2.各品类机会&增长点
- 3.TOP品牌规模占比
- 4.细分品类TOP品牌

## 3 头部品牌抖音拆解

- 1.品牌趋势
- 2.产品矩阵
- 3.营销布局
- 4.人群画像
- 5.内容营销策略

01

# 行业宏观市场调研



# 面膜行业定义及分类

**面膜**是敷于面部的护肤品，通过短暂覆盖形成密闭/半密闭环境，促进皮肤吸收营养成分，实现保湿、美白、抗衰等护肤功效。

## 贴片式面膜

含精华液的膜布载体（如无纺布、蚕丝），即取即用，方便快捷

## 涂抹式面膜

需手动涂抹于面部，包括膏状、泥状、凝胶状、乳霜状等

## 撕拉式面膜

质地多为胶状，干燥后形成薄膜，可撕除并带走部分角质和污垢

## 冻膜

凝胶状质地，冷藏后使用体验更佳，主打补水舒缓，部分可免洗

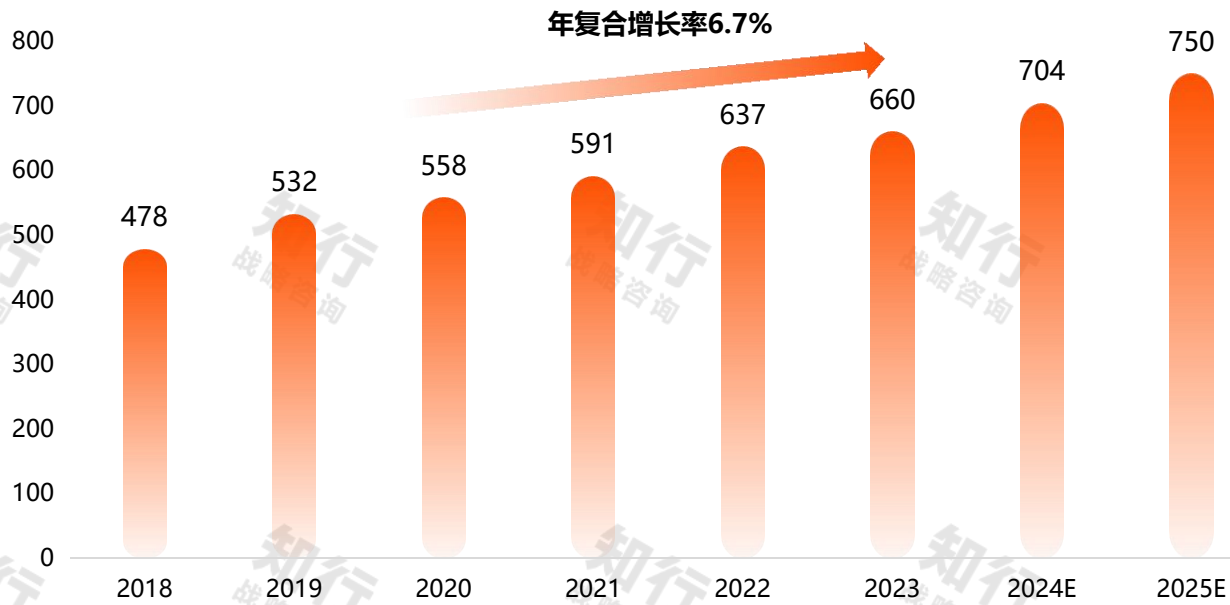
面膜

# 市场持续扩容，贴片面膜仍是主流

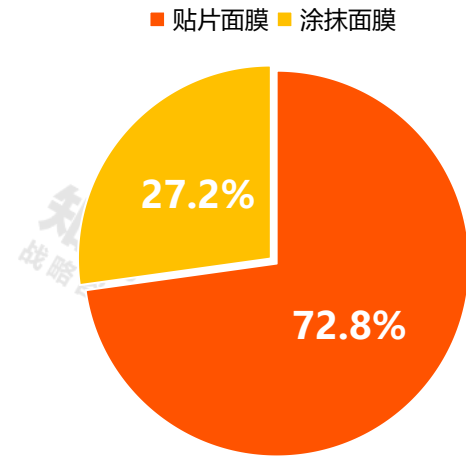
随着护肤需求从基础保湿进阶至功效型护理，面膜以其便捷性成为高频高效的护肤载体。胶原灌注、以酶焕肤等新技术持续推动产品创新，带动市场持续扩容。2018至2025年间，中国面膜市场规模预计从478亿元增至750亿元，年复合增长率达6.7%。

在品类结构上，贴片面膜占据72.8%的主流份额，优势在于即时与便捷；而涂抹面膜（27.2%）则凭借仪式感与多维养护特性，展现出更高的增长潜力。

### 2018-2025年中国面膜行业市场交易规模（亿元）



### 2025年中国面膜市场份额占比

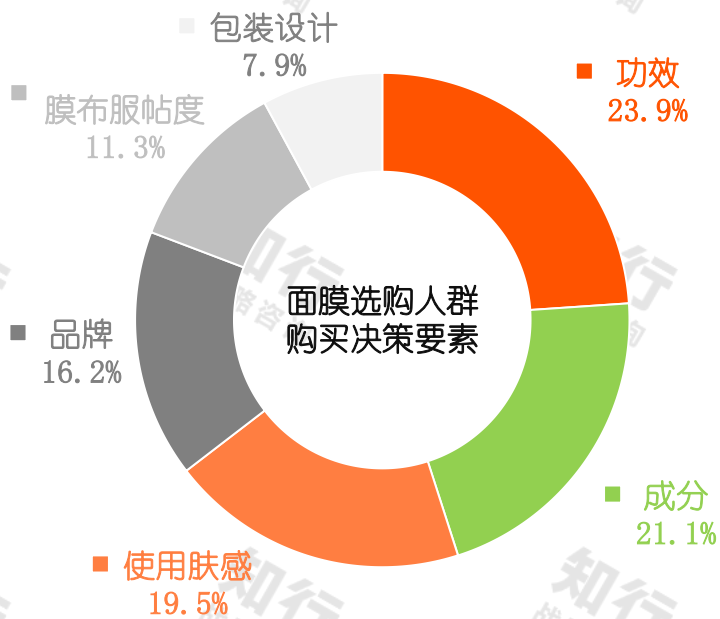


年份	政策法规/行业大事件	发布/发生主体	核心内容及行业影响
2020	《化妆品监督管理条例》正式实施	国务院	作为化妆品行业的顶层法规，面膜作为普通化妆品被纳入严格监管体系，明确了注册备案流程、生产经营规范及法律责任，为面膜行业的全链条监管奠定法律基础，推动行业告别野蛮生长。
2021	发布《化妆品标签管理办法》	国家药监局	规定2022年5月1日起新注册备案的面膜需符合标签要求，2023年5月1日前完成存量产品标签更新。要求面膜标签需全面、真实披露成分、功效等信息，杜绝虚假标注。
2022	调整“医用面膜”管理类别	国家药监局	将此前按一类医疗器械管理的“医用面膜”（液体敷料类）调整为二类医疗器械管理。要求2023年4月1日后，此类产品需取得医疗器械注册证方可生产销售。
2023	发布《化妆品网络经营监督管理办法》	国家药监局	要求电商平台及平台内面膜经营者需披露与备案一致的标签、功效宣称等信息。针对面膜线上销售乱象，规范了电商渠道的经营行为，减少线上虚假宣传、假货流通等问题，保障线上面膜消费安全。
2024	发布贯彻实施《国家标准化发展纲要》行动计划（2024—2025年）	市场监管总局等部门	提出完善化妆品等商品过度包装标准。进一步细化面膜包装的监管要求，推动面膜企业优化包装设计，兼顾环保与实用性，契合行业可持续发展趋势。
2025	实施《纯净面膜技术规范》团体标准	广东省化妆品质量管理协会	作为国内聚焦“纯净面膜”的专项标准，明确要求纯净面膜以5种以上植物水为核心原料，零添加香精、色素等成分，采用食品级包装，且需通过实证具备3项以上明确功效。
2025	《化妆品安全风险监测与评价管理办法》	国家药监局	构建了化妆品安全风险监测与评价体系，标志着监管从“事后处置”向“事前预防”转变，为消费者用妆安全提供更坚实的保障。

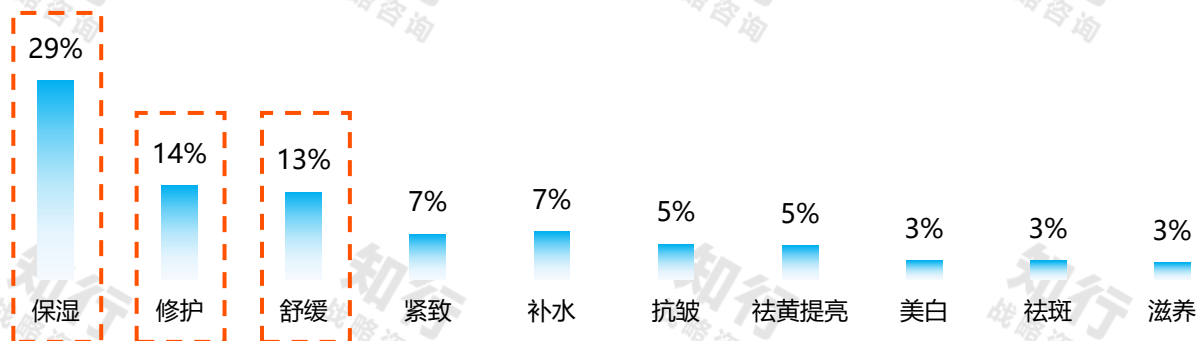
# 面膜选购以功效为主，贴片/涂抹面膜功效细分

面膜选购人群的核心决策要素为**功效**（23.9%）、**成分**（21.1%）与**使用肤感**（19.5%），反映消费者对产品实际效果、安全性与体验的高度关注。

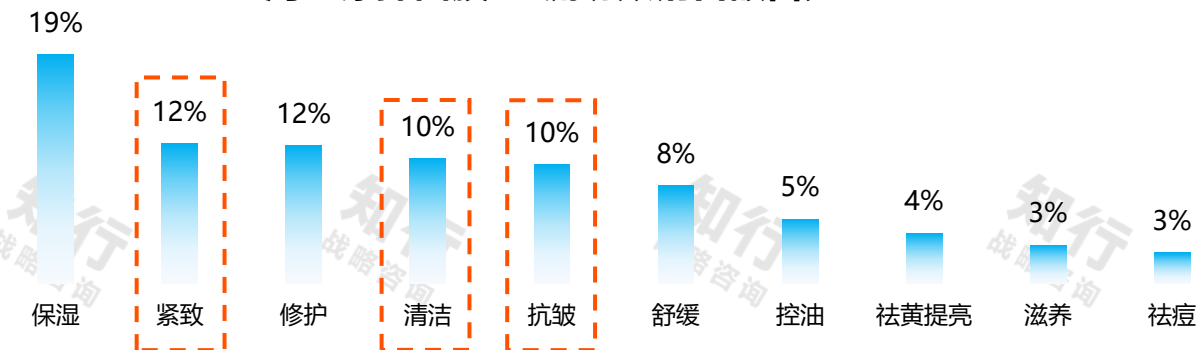
在淘宝平台，**贴片面膜**以**保湿、修护、舒缓**为主，侧重即时补水与屏障养护，满足快节奏护肤需求；而**涂抹面膜**在保湿之外，更强调**紧致、清洁与抗皱**等深层功效，定位偏向多维护理与深度管理。两类面膜的功效差异，体现出市场在便捷高效与深度养护之间的品类细分，呼应消费者日益精细的护肤场景需求。



淘宝贴片面膜-主流功效销售额占比TOP10



淘宝涂抹面膜-主流功效销售额占比TOP10



02

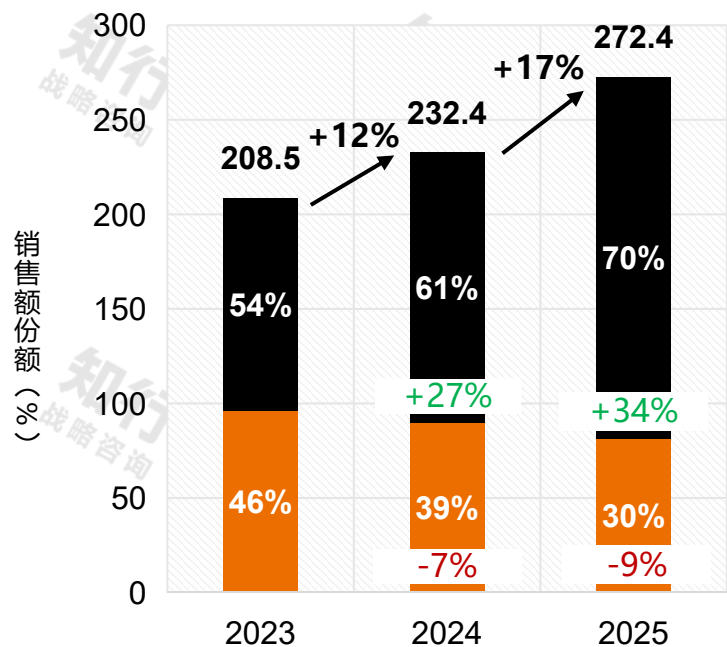
# 线上行业趋势总览



# 抖音均价上升，走向中高端；淘宝增长乏力

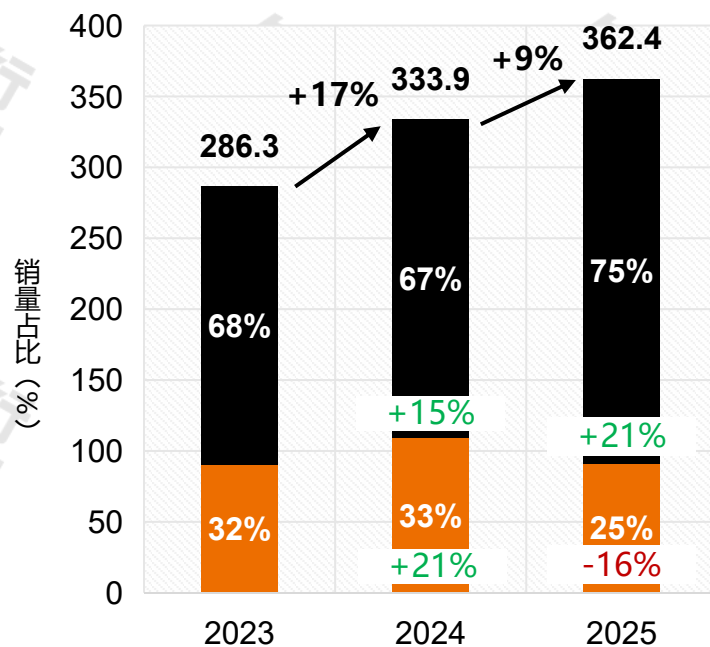
2023-2025年，线上面膜市场规模持续增长，从2023年208.5亿增至2025年272.4亿。抖音销售额从112.6亿升至191.0亿，销量占比达75%，销售额和销量均实现大幅增长，均价也稳步提升。淘系则增长乏力，销售额占比降至30%，销售额下滑、销量增长停滞，均价与抖音的价差缩小。

线上双平台面膜销售额  
23年YTDvs24年YTDvs25年YTD



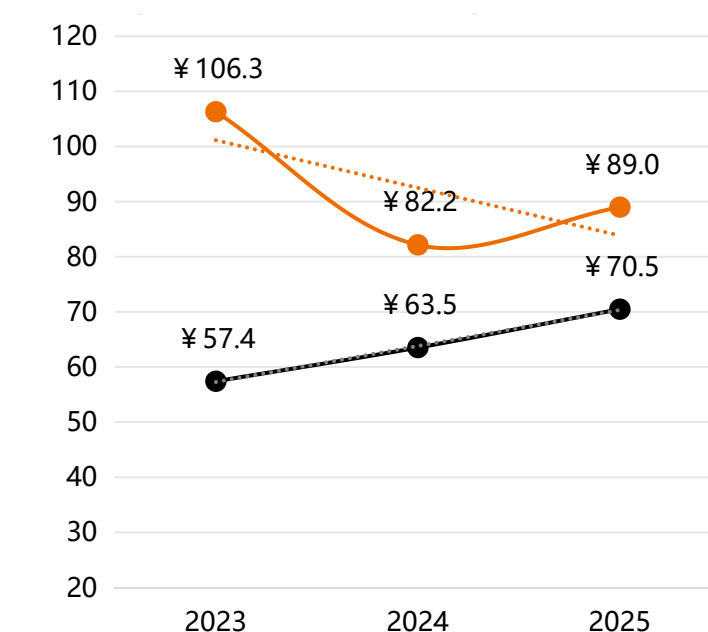
年份	2023	2024	2025
淘系 (亿元)	95.9	89.6	81.4
抖音 (亿元)	112.6	142.8	191.0

线上双平台面膜销量  
23年YTDvs24年YTDvs25年YTD



年份	2023	2024	2025
淘系 (百万件)	90.2	109.1	91.4
抖音 (百万件)	196.1	224.8	271.0

线上双平台面膜大盘均价  
23年YTDvs24年YTDvs25年YTD

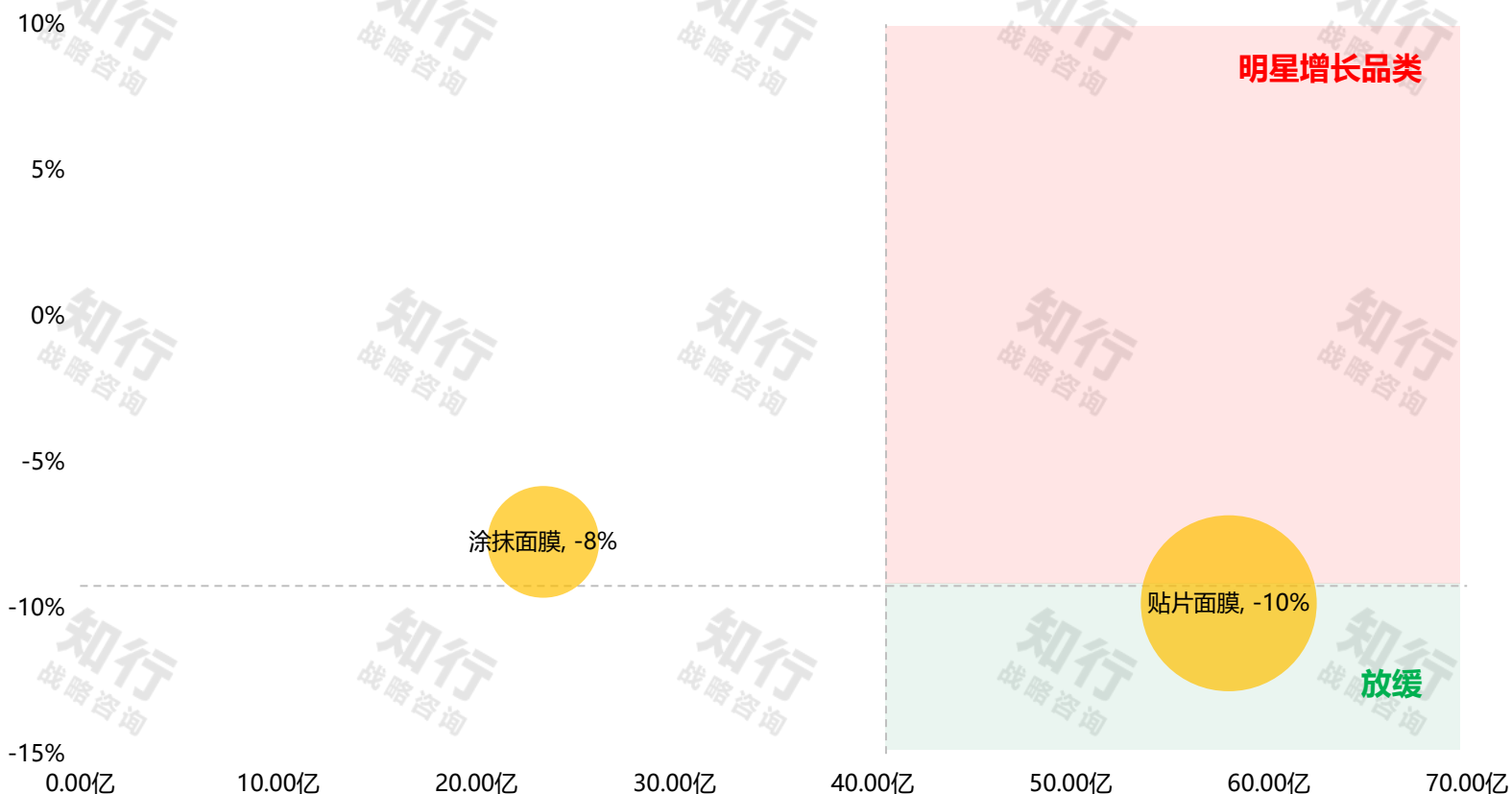


年份	2023	2024	2025
淘系 (元)	106.3	82.2	89.0
抖音 (元)	57.4	63.5	70.5

# 淘宝：各品类机会和增长点

面膜2025年1-9月淘宝渠道整体下滑-9.2%，贴片面膜销售额达57.97亿，但同比增长为-10%，处于增长放缓阶段，说明其市场规模大但增长动力不足；涂抹面膜销售额23.38亿，增长率-8%，跌幅小于贴片面膜。

### 淘宝-细分品类机会四象限

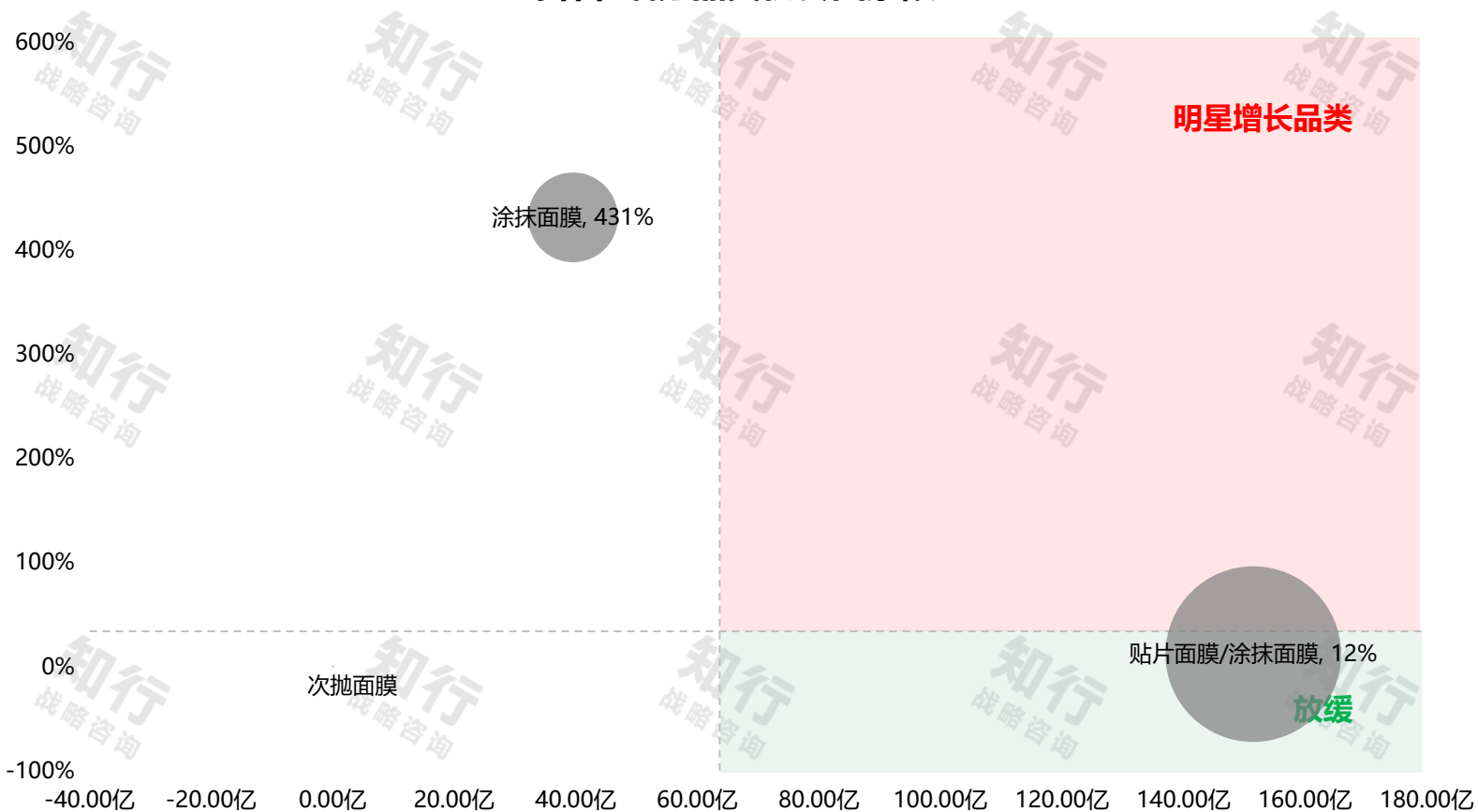


三级品类	2025销售额	增长率
贴片面膜	57.97亿	-10%
涂抹面膜	23.38亿	-8%

# 抖音：各品类机会和增长点

面膜2025年1-9月抖音渠道整体**增长+23.3%**，涂抹面膜销售额达39.55亿，增长率高达431%，属于明星增长品类；贴片面膜/涂抹面膜整体销售额151.46亿，增长率12%。次抛面膜为新增品类，尚未形成规模。

### 抖音-细分品类机会四象限



三级品类	2025销售额	增长率
贴片面膜/涂抹面膜	151.46亿	12%
涂抹面膜	39.55亿	431%
次抛面膜	0.01亿	-

抖音在24年4月增加涂抹面膜品类，在25年5月增加次抛面膜品类，在此之前面膜无细分品类，均归属于贴片面膜/涂抹面膜品类。

# 淘宝头部稳固，抖音超半数品牌超200%增长

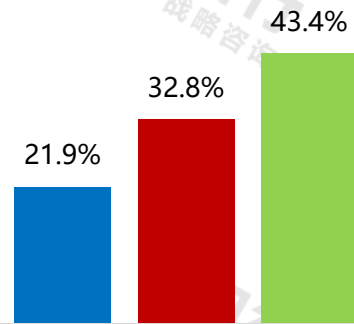
淘宝TOP品牌中，**珀莱雅、欧莱雅、理肤泉**居TOP3，但半数品牌增长下滑，薇诺娜（45%）、百雀羚（117.5%）等实现快速增长；抖音TOP品牌则由EIIO、造物者、原生密码领跑，C咖、达肤妍等新锐品牌增长迅猛，**半数品牌实现超200%增长**。淘宝头部品牌集中度更高，且TOP3品牌市占与其它品牌拉开差距，**珀莱雅与欧莱雅起到分庭抗礼之势**。

排名	淘宝TOP品牌名	销售额	市占	增长
1	proya/珀莱雅	5.01亿	6.2%	-11.7%
2	l'oreal/欧莱雅	4.93亿	6.1%	-14.0%
3	larocheposay/理肤泉	3.29亿	4.0%	19.8%
4	winona/薇诺娜	2.37亿	2.9%	45.1%
5	fanbeautydiary	2.26亿	2.8%	38.5%
6	kiehl's/科颜氏	2.02亿	2.5%	-17.0%
7	毛戈平	1.97亿	2.4%	35.4%
8	chando/自然堂	1.96亿	2.4%	-10.3%
9	dr.alva/瑗尔博士	1.45亿	1.8%	-38.5%
10	可复美	1.41亿	1.7%	-4.1%
11	儒意	1.38亿	1.7%	14.6%
12	dr.jart+/蒂佳婷	1.18亿	1.4%	26.5%
13	pechoin/百雀羚	0.88亿	1.1%	117.5%
14	osm/欧诗漫	0.87亿	1.1%	-27.4%
15	达肤妍	0.79亿	1.0%	71.4%
16	伊菲丹	0.78亿	1.0%	23.5%
17	造物者	0.76亿	0.9%	-0.1%
18	可丽金	0.71亿	0.9%	23.7%
19	谷雨	0.69亿	0.8%	53.6%
20	fresh/馥蕾诗	0.62亿	0.8%	-22.9%

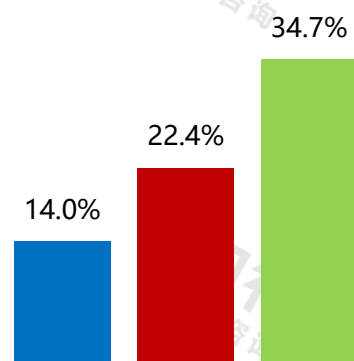
排名	抖音TOP品牌名	销售额	市占	增长
1	EIIO/奕沃	6.37亿	3.3%	234.9%
2	造物者	6.16亿	3.2%	37.1%
3	原生密码	5.55亿	2.9%	2.4%
4	丽菲欧/lefilleo	4.41亿	2.3%	437.8%
5	C咖	4.24亿	2.2%	409.0%
6	达肤妍	3.63亿	1.9%	69.1%
7	GiK	3.21亿	1.7%	-17.6%
8	KANS/韩束	3.12亿	1.6%	4.6%
9	禾信礼品/HEXIN	3.11亿	1.6%	1857.7%
10	OSM/欧诗漫	2.94亿	1.5%	-36.7%
11	MAOGEPING/毛戈平	2.87亿	1.5%	63.5%
12	白云山	2.55亿	1.3%	265.6%
13	FanBeautyDiary	2.52亿	1.3%	-0.4%
14	HERBMODA	2.45亿	1.3%	208.5%
15	COLLGENE/可丽金	2.29亿	1.2%	234.5%
16	敷尔佳	2.26亿	1.2%	-7.2%
17	eLL	2.23亿	1.2%	4004.4%
18	SKINLANK/肌侣	2.20亿	1.1%	1017.9%
19	Galénic/科兰黎	2.11亿	1.1%	438.6%
20	爱和纯/AHC	2.09亿	1.1%	-4.3%

头部品牌集中度

■ CR5 ■ CR10 ■ CR20



淘宝



抖音

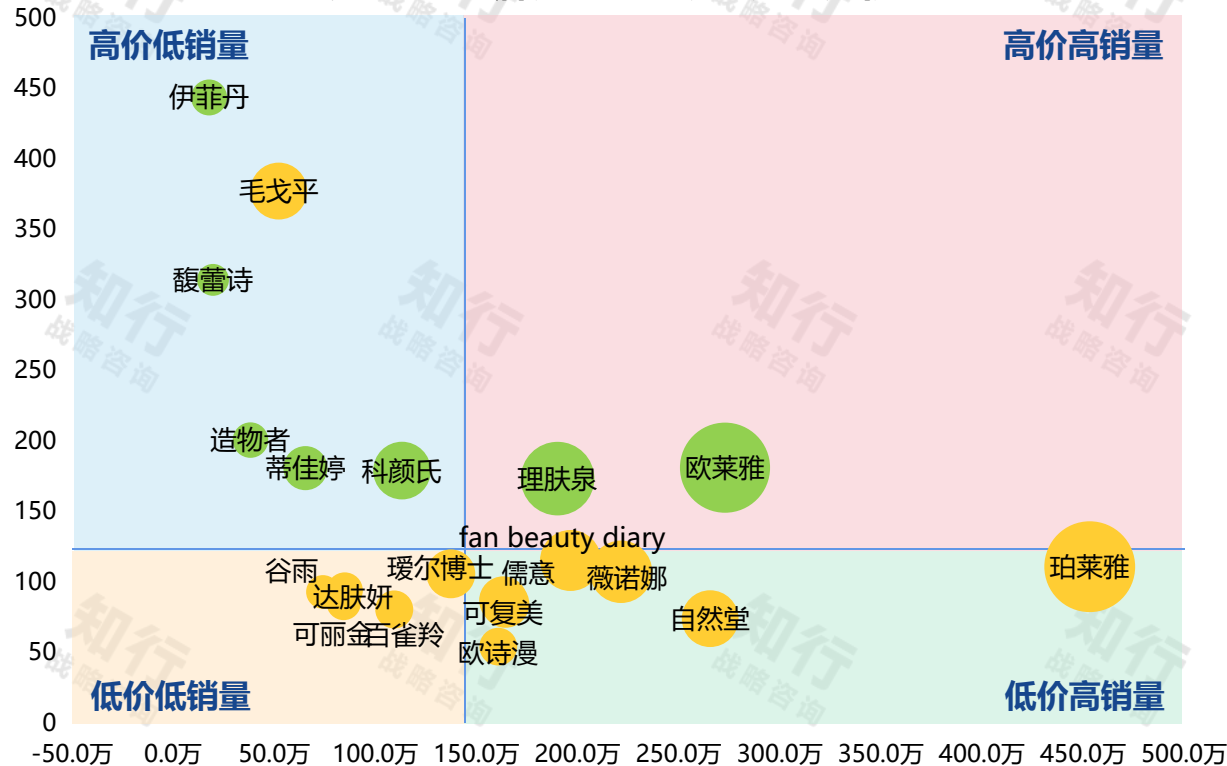
数据维度：2025年1-9月

# 淘系价格带分层，国外高端溢价； 抖音“低价高销量+内容营销”成增长主力

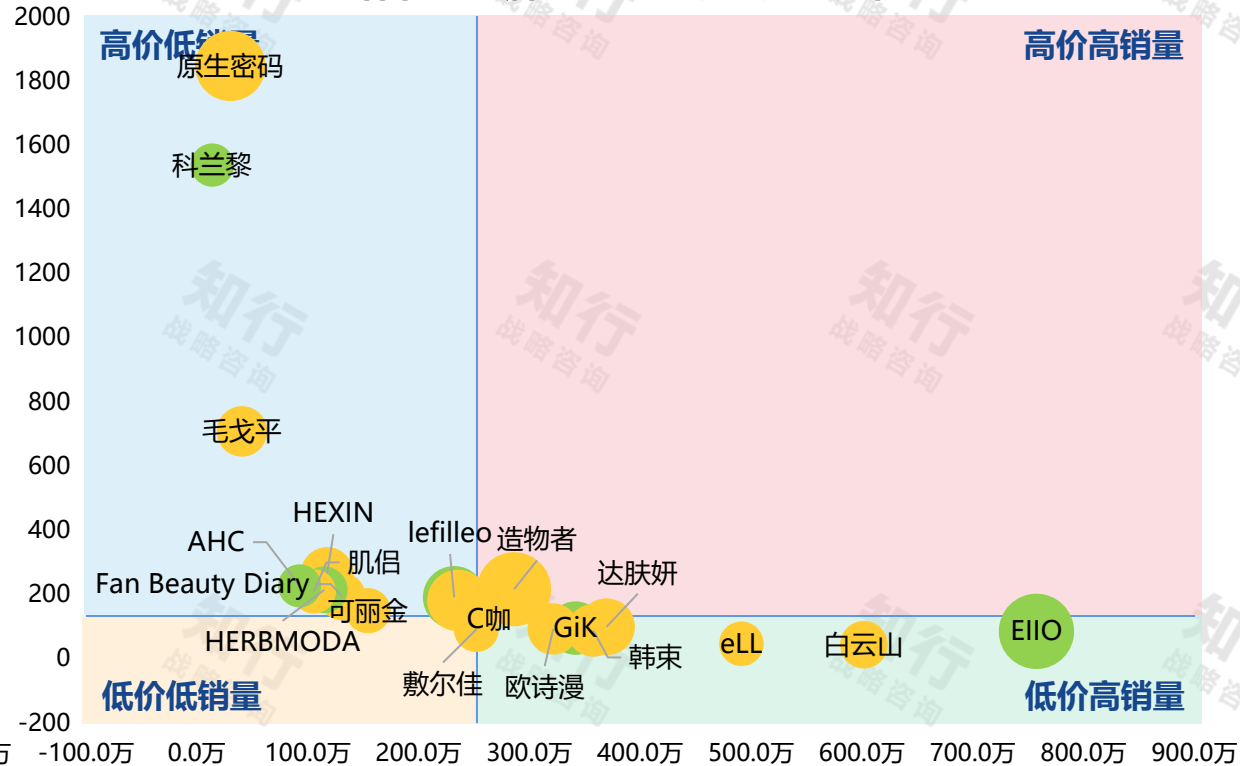
**淘宝**平台国外品牌（欧莱雅、理肤泉等）均处于“高价”象限，靠品牌溢价占据市场；国货珀莱雅、自然堂以“低价高销量”突围，伊菲丹、毛戈平等高端品牌则处于“高价低销量”，格局相对稳定。

**抖音**平台国外品牌（Iefilleo、HERBMODA等）走**高端小众**路线；EiIO、达肤妍等品牌以**低价高销量+内容营销**策略快速增长，成为平台增长主力；原生密码、科兰黎等品牌走“高价低销量”高端路线。

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



# 天猫-面膜-细分品类品牌排名

## 贴片面膜

排名	品牌名	2025年销售额	市占
1	l'oreal/欧莱雅	4.92亿	8.5%
2	proya/珀莱雅	4.88亿	8.4%
3	larocheposay/理肤泉	3.28亿	5.7%
4	winona/薇诺娜	2.35亿	4.1%
5	fanbeautydiary	2.04亿	3.5%
6	chando/自然堂	1.80亿	3.1%
7	dr.alva/瑗尔博士	1.43亿	2.5%
8	儒意	1.23亿	2.1%
9	dr.jart+/蒂佳婷	1.18亿	2.0%
10	可复美	1.03亿	1.8%
11	osm/欧诗漫	0.82亿	1.4%
12	达肤妍	0.79亿	1.4%
13	谷雨	0.67亿	1.1%
14	mediheal/美迪惠尔	0.59亿	1.0%
15	pechoin/百雀羚	0.56亿	1.0%
16	润百颜	0.54亿	0.9%
17	olay/玉兰油	0.47亿	0.8%
18	skii	0.47亿	0.8%
19	wis	0.46亿	0.8%
20	jmsolution	0.41亿	0.7%
21	cogi/高姿	0.40亿	0.7%
22	torriden	0.40亿	0.7%
23	兰	0.36亿	0.6%
24	juyou/绽妍	0.35亿	0.6%
25	膜法世家·1908	0.35亿	0.6%
26	阿芙	0.33亿	0.6%
27	ahc/爱和纯	0.33亿	0.6%
28	溪木源	0.32亿	0.6%
29	eiio/奕沃	0.31亿	0.5%
30	kans/韩束	0.30亿	0.5%

## 涂抹面膜

排名	品牌名	2025年销售额	市占
1	kiehl's/科颜氏	1.93亿	8.2%
2	毛戈平	1.92亿	8.2%
3	造物者	0.76亿	3.3%
4	evidensdebeaute/伊菲丹	0.69亿	3.0%
5	可丽金	0.65亿	2.8%
6	fresh/馥蕾诗	0.58亿	2.5%
7	c咖	0.54亿	2.3%
8	ernolaszlo/奥伦纳素	0.54亿	2.3%
9	broda/博乐达	0.48亿	2.1%
10	可复美	0.38亿	1.6%
11	bblaboratories/苾莱宝	0.35亿	1.5%
12	pierage/佩尔赫乔	0.34亿	1.4%
13	pechoin/百雀羚	0.31亿	1.3%
14	dermalogica/德美乐嘉	0.30亿	1.3%
15	hapsode/悦芙媞	0.28亿	1.2%
16	eiio/奕沃	0.28亿	1.2%
17	galenic/科兰黎	0.25亿	1.1%
18	herborist/佰草集	0.25亿	1.1%
19	valmont/法儿曼	0.24亿	1.0%
20	fanbeautydiary	0.22亿	0.9%
21	medrepair/米蓓尔	0.22亿	0.9%
22	白云山	0.19亿	0.8%
23	skinceuticals/修丽可	0.19亿	0.8%
24	珀芙研	0.17亿	0.7%
25	laneige/兰芝	0.16亿	0.7%
26	chando/自然堂	0.15亿	0.6%
27	儒意	0.15亿	0.6%
28	filorga/菲洛嘉	0.14亿	0.6%
29	proya/珀莱雅	0.13亿	0.5%
30	marubi/丸美	0.12亿	0.5%

# 抖音-面膜-细分品类品牌排名

## 贴片面膜/涂抹面膜

排名	品牌名	2025年销售额	市占
1	EIIO/奕沃	6.35亿	4.2%
2	原生密码	5.55亿	3.7%
3	丽菲欧/lefilleo	3.78亿	2.5%
4	达肤妍	3.63亿	2.4%
5	GiK	3.21亿	2.1%
6	KANS/韩束	3.11亿	2.1%
7	禾信礼品/HEXIN	3.11亿	2.1%
8	OSM/欧诗漫	2.91亿	1.9%
9	白云山	2.54亿	1.7%
10	FanBeautyDiary	2.52亿	1.7%
11	HERBMODA	2.41亿	1.6%
12	敷尔佳	2.25亿	1.5%
13	COLLGENE/可丽金	2.25亿	1.5%
14	SKINLANK/肌侣	2.20亿	1.4%
15	爱和纯/AHC	2.09亿	1.4%
16	HERBORIST/佰草集	2.01亿	1.3%
17	RNW/如薇	1.92亿	1.3%
18	WIS/微希	1.87亿	1.2%
19	黛兰卡/DARANCA	1.85亿	1.2%
20	L'OREALPARIS/巴黎欧莱雅	1.80亿	1.2%
21	Dr.Alva/瑗尔博士	1.65亿	1.1%
22	PROYA/珀莱雅	1.53亿	1.0%
23	艺星	1.48亿	1.0%
24	COGI/高姿	1.47亿	1.0%
25	莱尔	1.38亿	0.9%
26	膜法世家	1.34亿	0.9%
27	可复美	1.22亿	0.8%
28	LAROCHE-POSAY/理肤泉	1.08亿	0.7%
29	薇诺娜	1.06亿	0.7%
30	PECHOIN/百雀羚	1.03亿	0.7%

## 涂抹面膜

排名	品牌名	2025年销售额	市占
1	造物者	6.11亿	15.5%
2	C咖	3.35亿	8.5%
3	eLL	2.22亿	5.6%
4	Galénic/科兰黎	2.00亿	5.1%
5	MAOGEPING/毛戈平	1.91亿	4.8%
6	OUDILIAN/欧蒂莲	1.32亿	3.3%
7	ERNOLASZLO/奥伦纳素	1.05亿	2.6%
8	MARUBI/丸美	1.01亿	2.6%
9	DERMABELL/德玛贝尔	0.79亿	2.0%
10	丽菲欧/lefilleo	0.63亿	1.6%
11	DR.DASR	0.61亿	1.5%
12	海蓝朵	0.38亿	1.0%
13	DMCK	0.37亿	0.9%
14	德美乐嘉	0.28亿	0.7%
15	珂莱妮	0.26亿	0.7%
16	COCOELIANA	0.26亿	0.7%
17	美诗	0.24亿	0.6%
18	珂尼娜	0.20亿	0.5%
19	BIOLAB/听研	0.20亿	0.5%
20	膜法世家	0.18亿	0.5%
21	FHN	0.18亿	0.4%
22	芮度/RUIDU	0.16亿	0.4%
23	黛安蒂	0.15亿	0.4%
24	GLOWSIS/光言	0.15亿	0.4%
25	DNLNXIR/黛莱皙	0.13亿	0.3%
26	植物大师	0.13亿	0.3%
27	纽生制颜室	0.13亿	0.3%
28	CTPERTTY	0.13亿	0.3%
29	Rellet/颐莲	0.12亿	0.3%
30	CANDORLOV	0.12亿	0.3%

03

# 头部品牌抖音拆解



OSM 欧诗漫

美 如 珍 珠

欧诗漫，是一家始创于1967年的中国化妆品品牌，欧诗漫源自中国浙江德清，隶属于欧诗漫控股集团有限公司，以珍珠科技为核心，集珍珠养殖、研发、生产、销售于一体的综合性美妆企业。2025年9月，据沙利文认证，欧诗漫已成为“**国货美白护肤品第一**”。

OSM  
欧诗漫

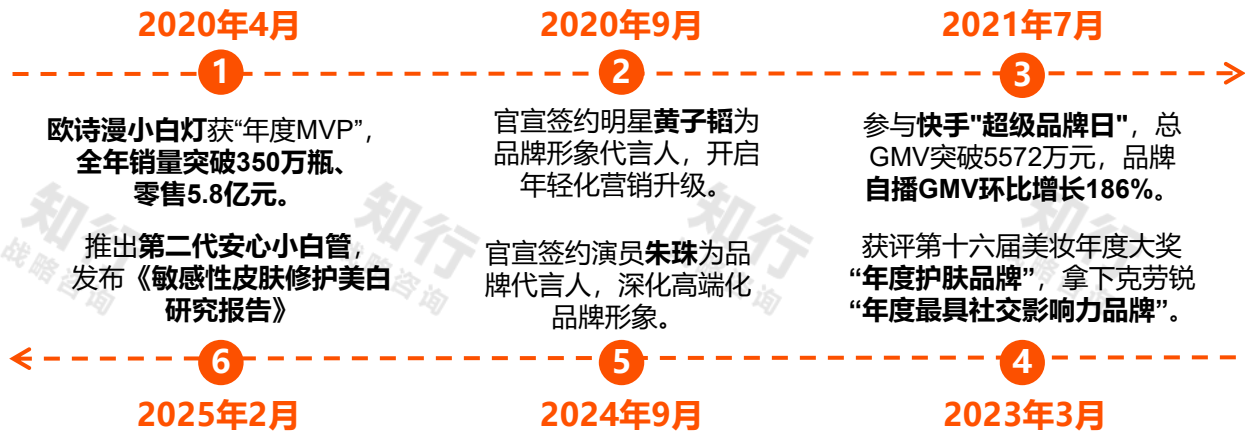
**品牌定位：**专注珍珠护肤的中高端品牌，以珍珠成分结合现代科技，为消费者提供温和、高效的美肤方案，主打“光透亮白”珍珠肌护理。

**Slogan：**珍珠养肤世家

**品牌使命：**为大众提供温和、安全、高效能的珍珠美肤方案

**品牌愿景：**致力于成为消费者满意的全球美肤创领者

**品牌主打产品：**安心小白管、胶原小金管、珍珠美白面膜

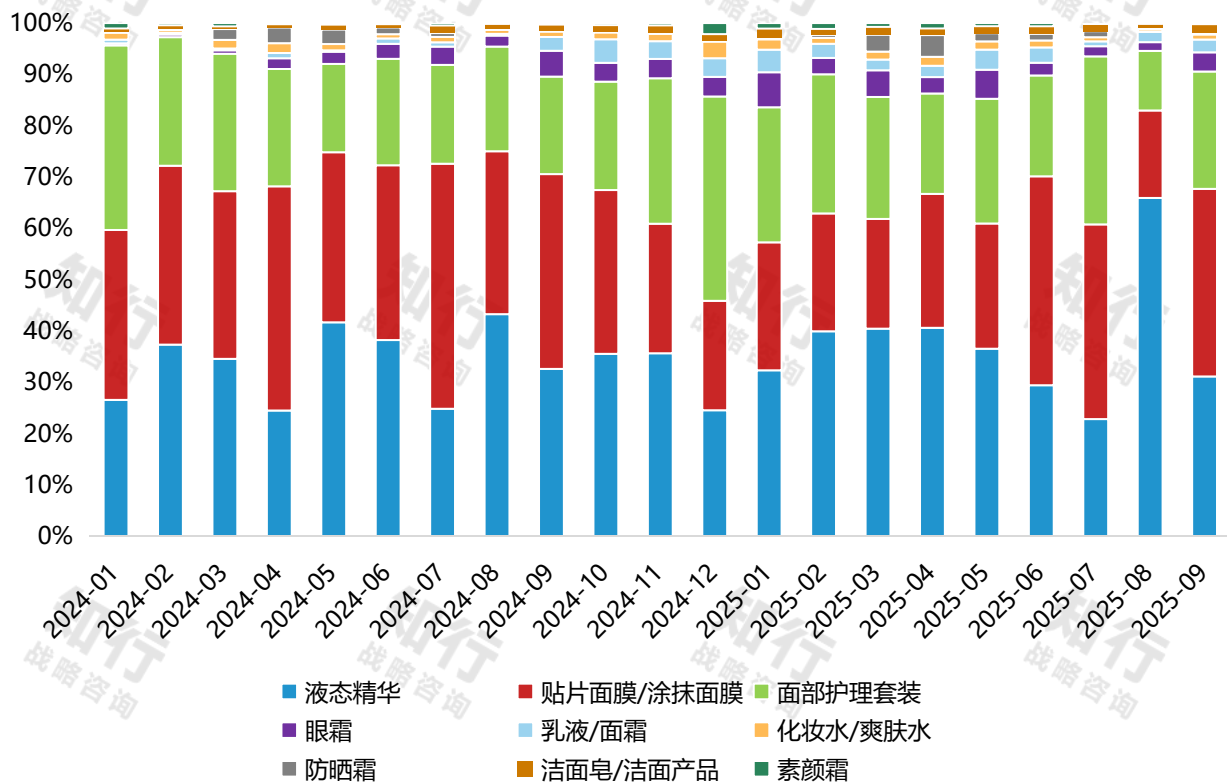




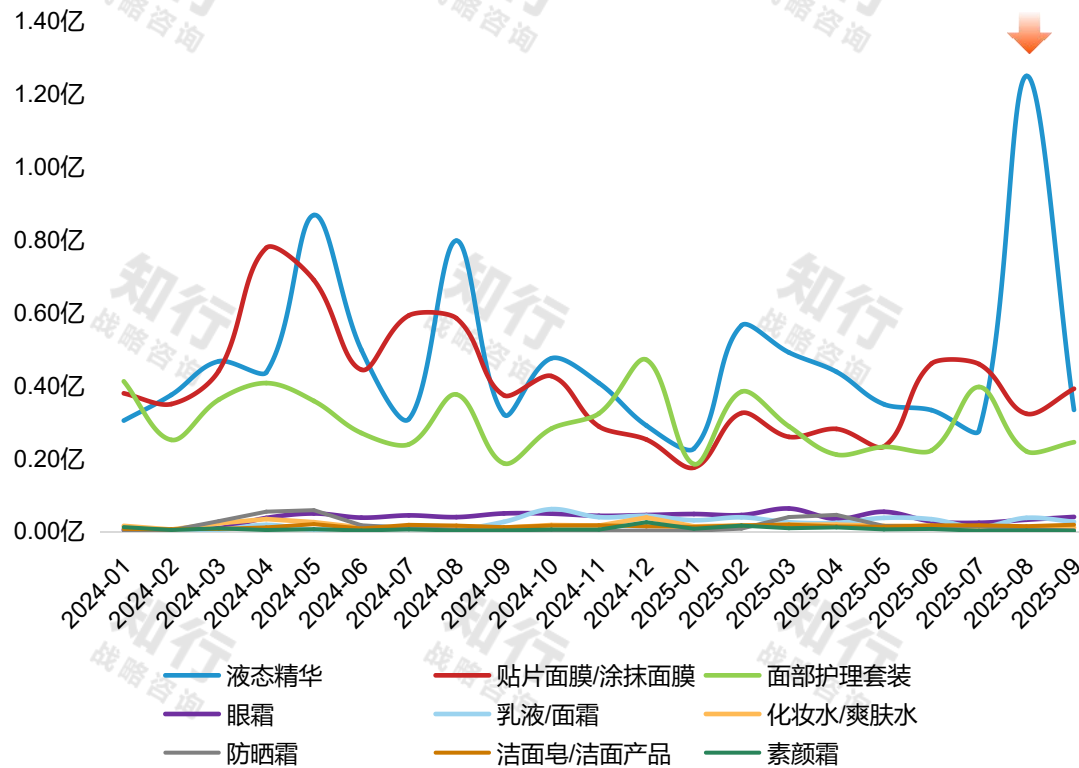
# 核心三大品类波动增长，液态精华单月冲2亿

品牌抖音主营品类集中于**液态精华**、**贴片面膜/涂抹面膜**、**面部护理套装**，构成核心销售矩阵。销售趋势上，液态精华与贴片面膜/涂抹面膜波动增长，其中**液态精华**在25年8月（头部达人溯源专场直播）迎来**爆发式增长**，**单月销售额近2亿**；面部护理套装增长相对平稳，其余品类贡献有限。整体而言，品牌抖音业务依赖液态精华、面膜类核心品类驱动，品类结构集中且核心品类增长势能强劲，支撑起品牌抖音渠道的销售表现。

### 品牌抖音主营品类分布



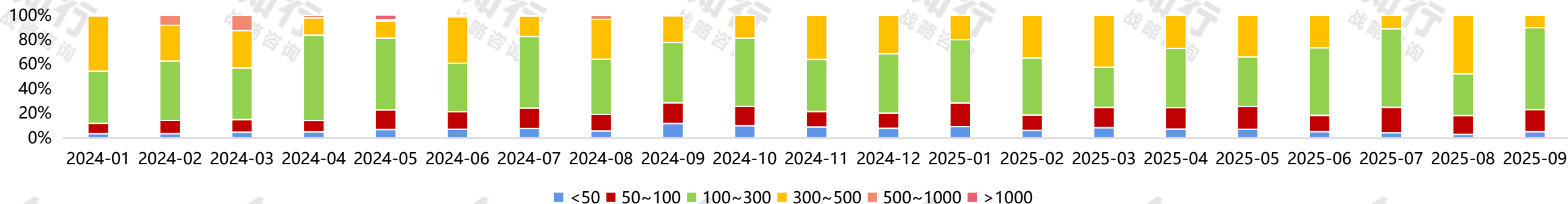
### 品牌抖音主营品类销售趋势



# 珍珠美白抗衰为核心，多价格带+多功效单品

欧诗漫品牌以**100-300元**为主力区间，同时布局平价（50-100元，如99元清洁泥膜）与高端（300-1000元，如439.9元胶原小金管），满足不同消费层级需求。产品矩阵围绕“**珍珠美白抗衰**”核心，涵盖精华、面膜、乳液面霜、泥膜、眼霜等，覆盖护肤全流程，形成“**美白为基、抗衰延伸**”的丰富布局，通过**多价格带+多功效单品**的组合，适配不同护肤场景与预算。

品牌价格带分布趋势



安心小白管  
售价：199.9/盒  
销量：30w+



美白淡斑面膜  
售价：159.9/套  
销量：40w+



美白精华面霜  
售价：299/套  
销量：10w+



美白清洁泥膜  
售价：99/瓶  
销量：30w+



御纹眼霜  
售价：99/支  
销量：30w+

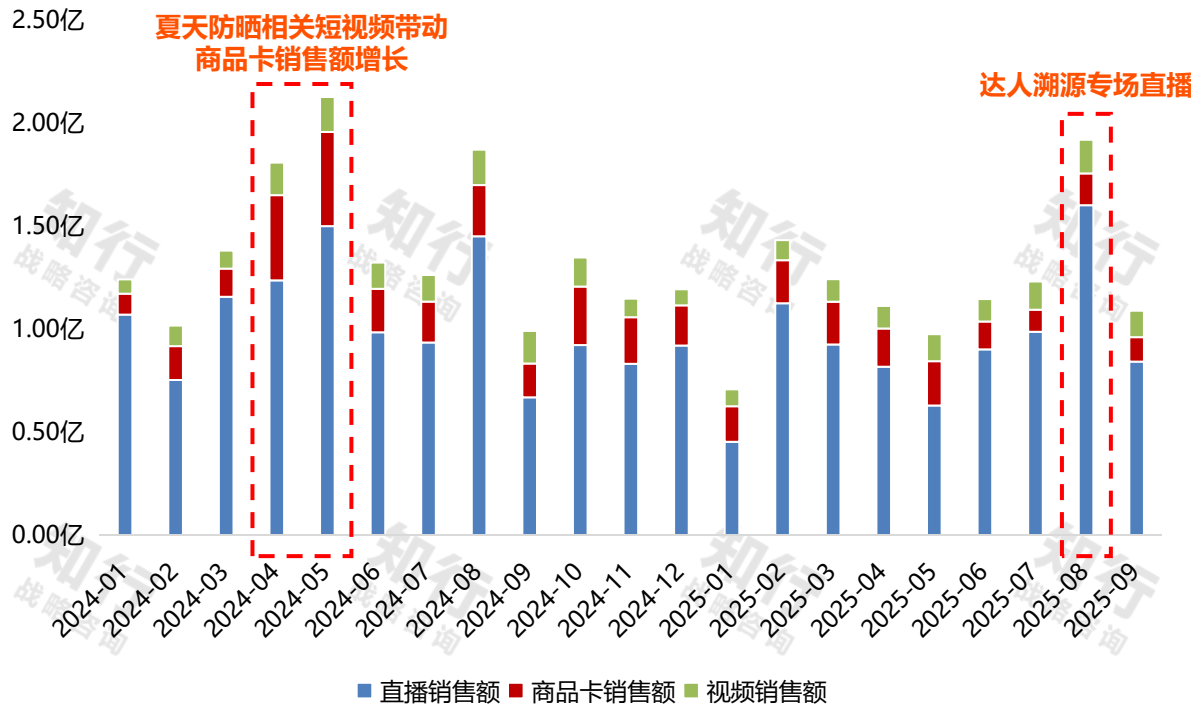


胶原小金管  
售价：439.9/套  
销量：2w+

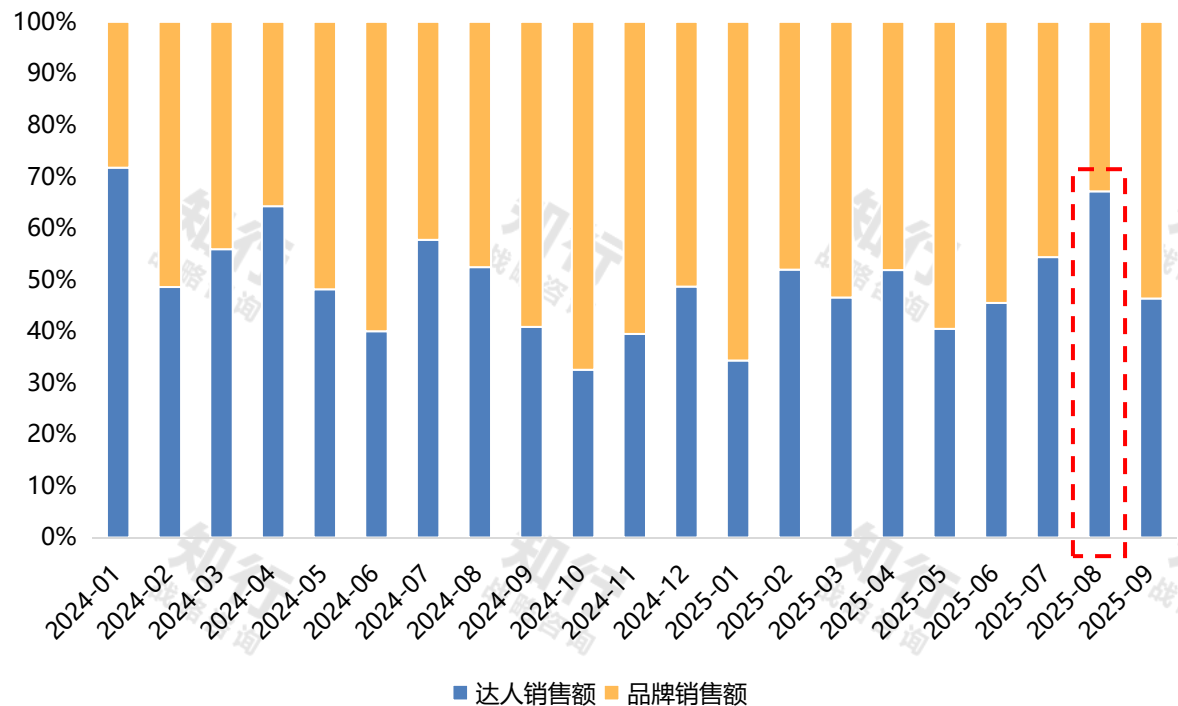
# 直播为核，达人引流+品牌自播转化

品牌在抖音渠道销售以直播为核心引擎，商品卡、视频渠道辅助，呈现明显周期性增长峰值。销售模式上，23年达人销售额占比约60%，24年开始品牌自播发力，与达人销售占比趋于均衡，形成“达人引流+品牌自播转化”的协同格局。整体通过直播、商品卡、视频的多元渠道组合，以及达人与品牌自播的配合，推动品类销售在抖音持续拓展，保障了销售的稳定性与增长性。

### 抖音直播&商品卡&视频-销售渠道分析

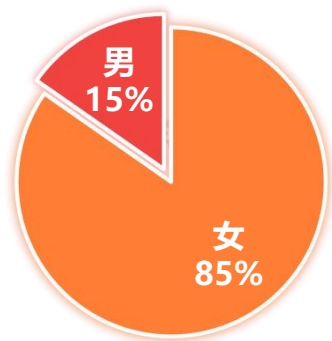


### 抖音品牌&达人-销售渠道分析

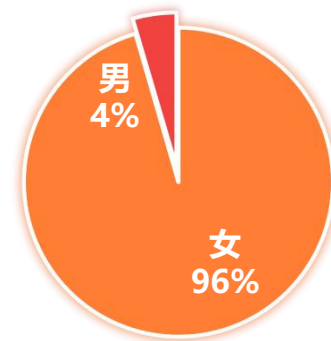
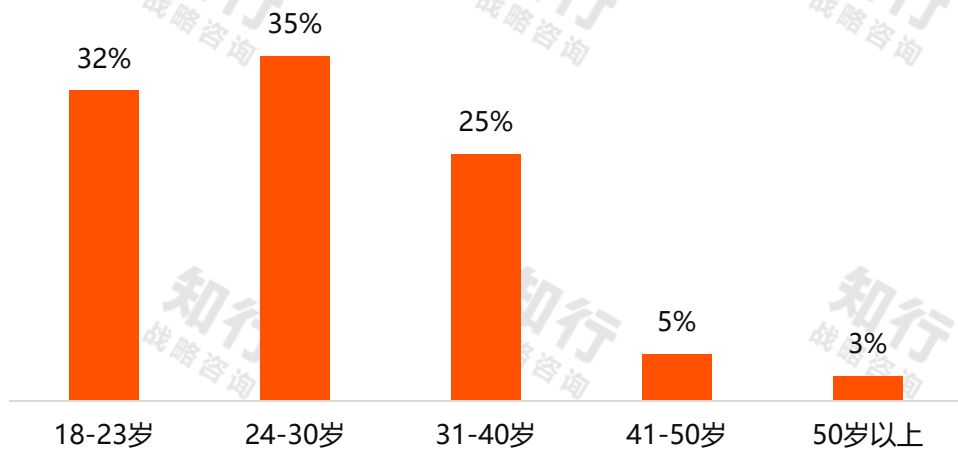


# 核心人群画像：18-30岁年轻女性

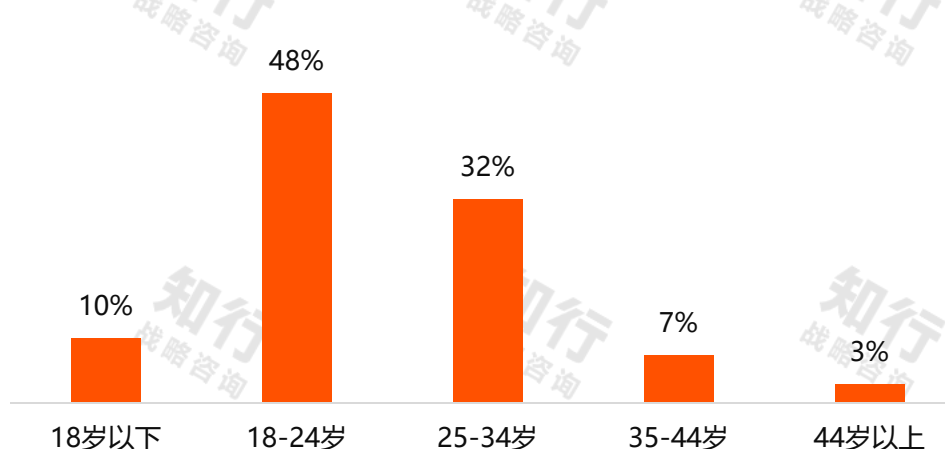
品牌用户以女性为绝对核心，消费者中女性占85%，小红书互动人群女性占比达96%，男性占比极低。年龄层面，消费者主力为18-30岁（67%）；小红书互动人群更年轻化，18-24岁占48%、25-34岁占32%。整体呈现“年轻女性主导，小红书互动人群更趋年轻化、女性化”的特征。



品牌消费者画像



品牌小红书互动人群画像

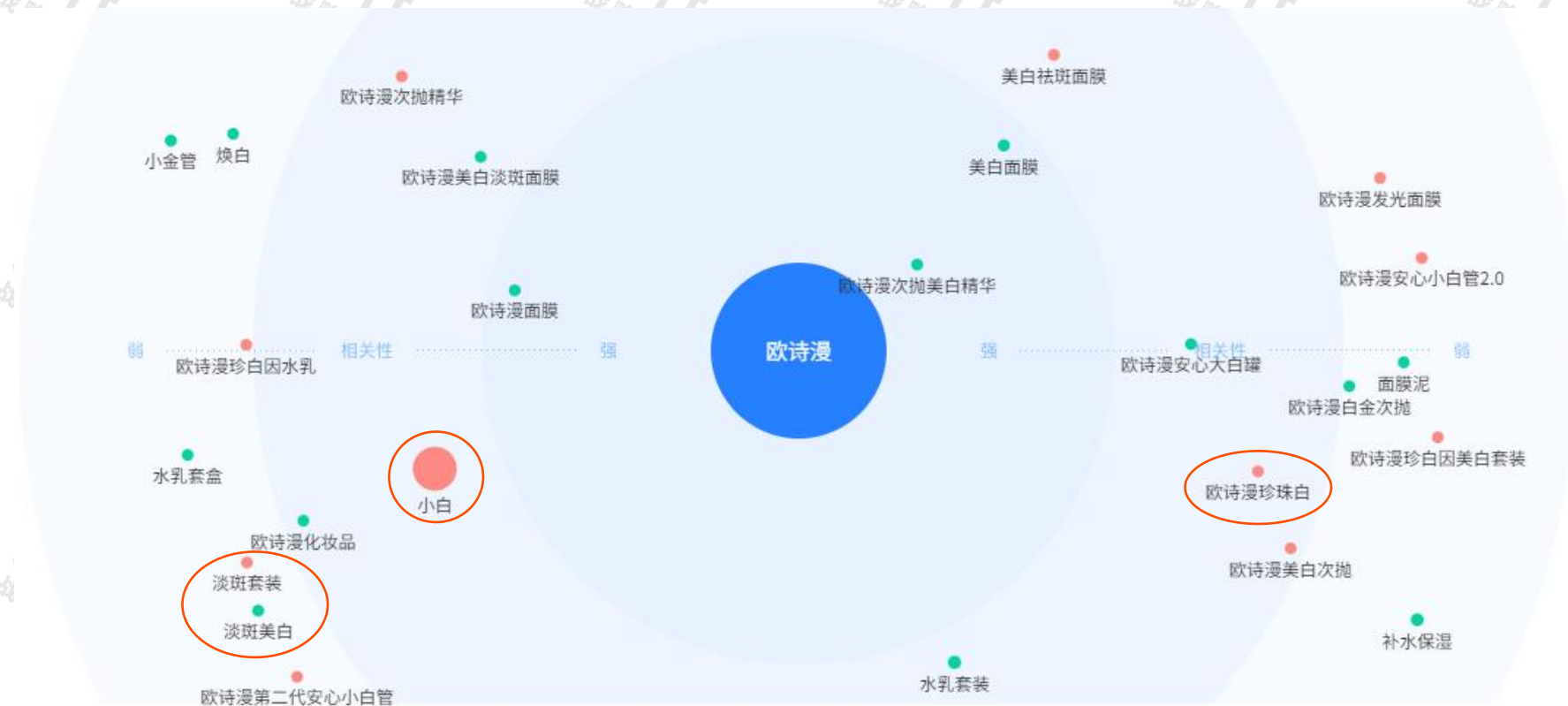


# 锚定“珍珠美白”定位，强化品牌心智

欧诗漫品牌话题营销聚焦“**珍珠美白**”核心定位，以明星产品为核心打造爆款话题，如#欧诗漫安心小白管（播放量**22.5亿**）、#欧诗漫珍珠白因美白套装（播放**15.82亿**），直接带动产品出圈。同时锚定“**淡斑美白**”等关键词，构建强关联话题网络，强化品类心智。采用分层布局策略，官方发起专业话题树立形象，达人、用户参与UGC话题扩大传播，形成“官方引领+用户共创”的生态。最终成功**打造“珍珠美白专家”认知**，实现产品销售与品牌声量双重增长。

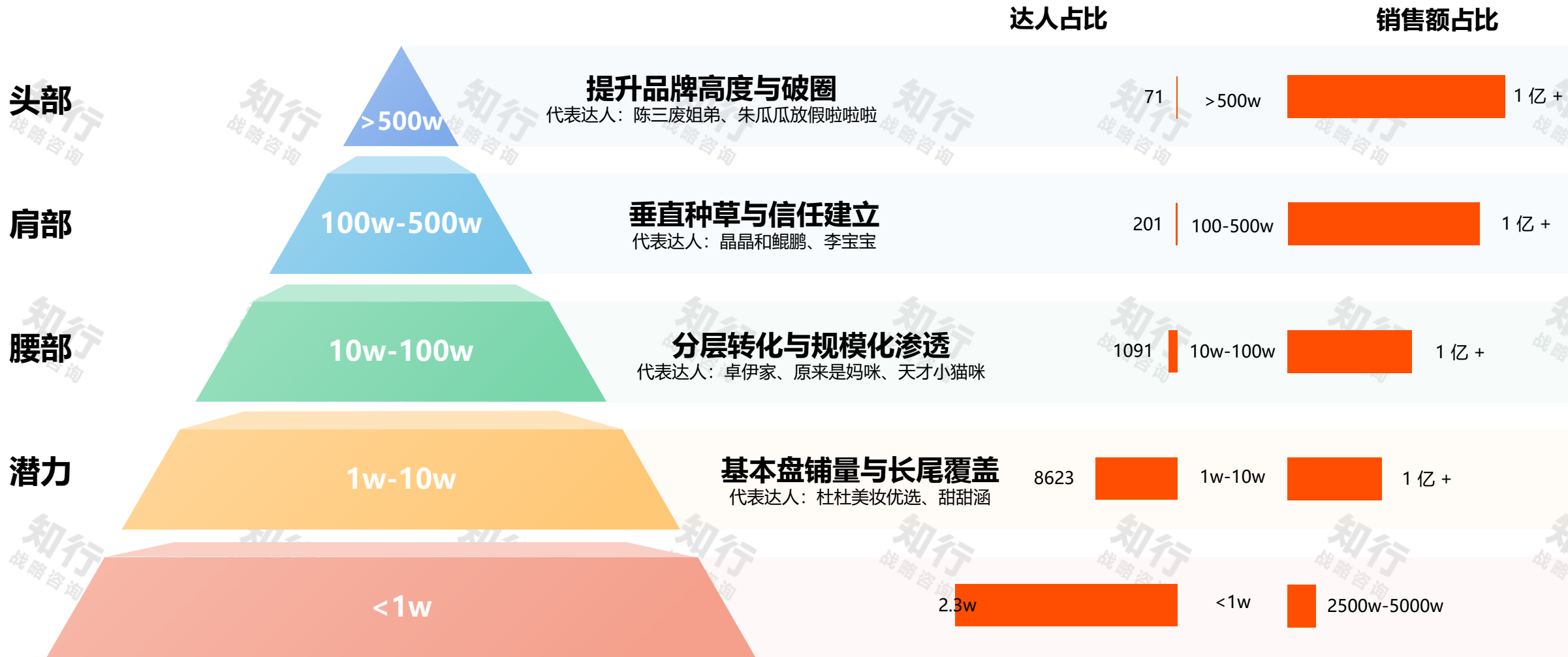
话题	参与人数	播放量
#欧诗漫安心小白管	1.5w	<b>22.5亿</b>
#欧诗漫珍珠白因美白套装	3299	<b>15.82亿</b>
#欧诗漫	<b>8.2w</b>	10.1亿
#osm欧诗漫	2.3w	9.91亿
#欧诗漫美白淡斑面膜	3.7w	9.26亿
#欧诗漫珍珠白因精华	<b>5533</b>	<b>9.03亿</b>
#欧诗漫发光面膜	2.3w	6.75亿
#欧诗漫精准养白	7.6w	6.34亿
#第二代欧诗漫安心小白管	<b>943</b>	<b>4.87亿</b>
#欧诗漫修抗小金管	1535	3.43亿
#欧诗漫珍珠白因水乳	<b>2204</b>	<b>2.62亿</b>
#欧诗漫胶原小金管	743	2.46亿
#欧诗漫珍珠白因美白精华	<b>524</b>	<b>1.66亿</b>
#欧诗漫白金cp	161	1.32亿
#欧诗漫珍珠白因美白水乳	<b>1264</b>	<b>1.21亿</b>
#欧诗漫安心白	4.0w	1.15亿
#欧诗漫电动按摩眼霜	6269	1.06亿
#欧诗漫面膜	9611	1.04亿
#欧诗漫小白灯	3655	8641.2w
#欧诗漫小白管	<b>326</b>	<b>8460.4w</b>

关键词：**小白管、珍珠白、淡斑、美白**



# 金字塔型达人矩阵，层级分工明确

欧诗漫构建了**金字塔型达人矩阵**，各层级分工明确、协同发力：底部达人数量庞大，承担基础覆盖与铺量；顶部达人数量稀缺，却贡献了核心销售额，实现“数量换广度、少而精换深度”的协同效应。



关于知行

知行  
战略咨询

# 科学洞察 商业赋能

## 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

# 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