



知行
战略咨询



DATA

SPECIALITY

REVIEW

BENCHMARKING

知行
战略咨询

知行数据观察

T区护理品类

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



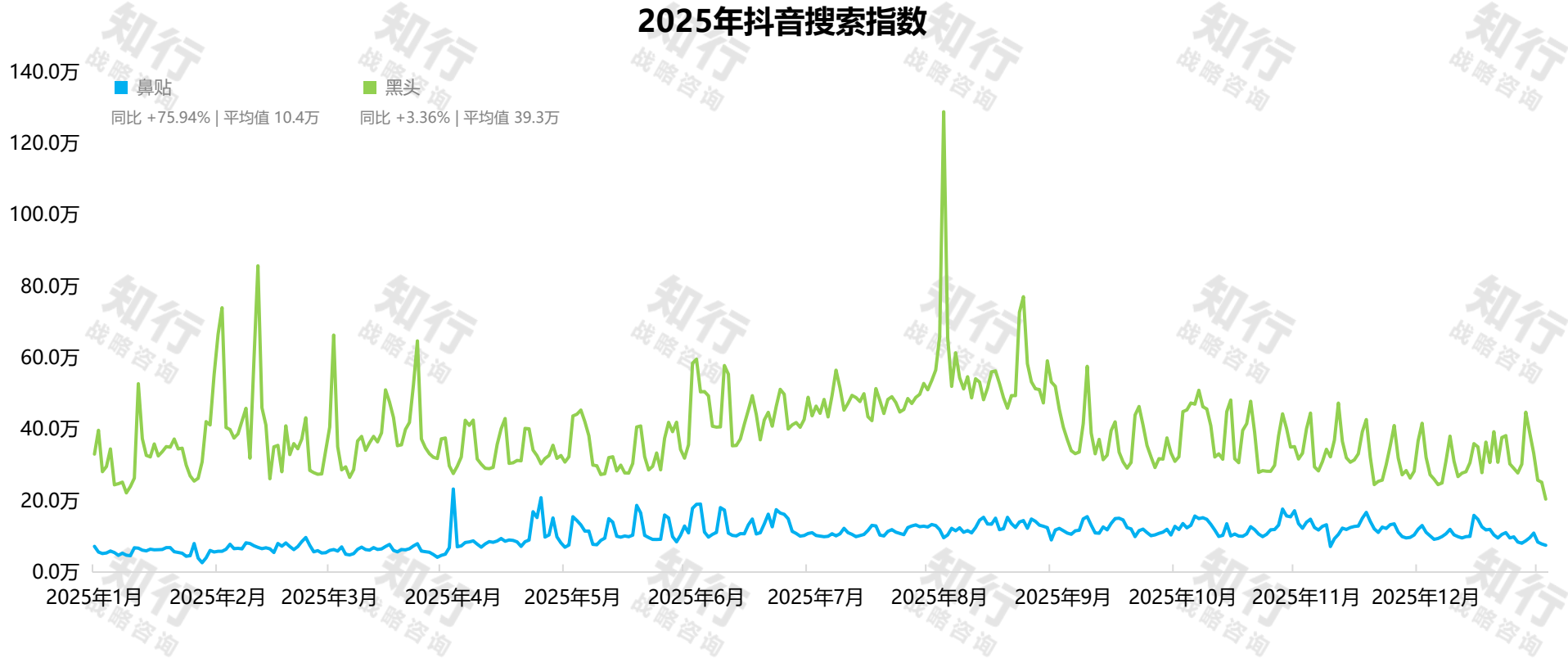
T区护理行业定义及分类

T区护理产品是专门针对面部T区（额头、鼻梁、鼻翼及下巴）研发的护肤品类。T区皮脂腺密集、出油多，易出现出油、毛孔粗大、黑头、粉刺、闭口、暗沉等问题。这类产品以**控油、清洁、收敛、疏通毛孔、去角质、抑痘**为核心功效，质地多清爽、无油，适配T区肤质需求。

类别	清洁类	控油收敛类	去角质类	祛痘抑痘类
产品特点	深层清洁油脂、污垢、彩妆残留，吸附毛孔脏东西，预防堵塞	调节水油平衡，减少出油量，收敛毛孔，持久哑光，改善油光满面	软化剥脱老废角质，疏通毛孔，改善黑头、闭口、粗糙，提升后续吸收	消炎抑菌，改善红肿痘、粉刺，预防痘痘反复，多为局部点涂
核心成分	氨基酸表活、温和皂基、高岭土、膨润土、活性炭	金缕梅、PCA 锌、烟酰胺、茶树精油、控油粉体	水杨酸、果酸、乳糖酸、酵素、温和磨砂颗粒	水杨酸、壬二酸、过氧化苯甲酰、茶树、积雪草
代表产品	控油洁面乳、清洁泥膜、鼻膜、鼻贴	控油爽肤水、控油精华、控油凝露、吸油纸、散粉	酸类棉片、去角质凝胶、黑头导出液、磨砂膏	祛痘凝胶、点痘精华、祛痘面膜
适用人群	油皮、混油皮、T区出油、有黑头、日常化妆人群	大油皮、夏季易泛油、毛孔粗大	角质层厚、黑头闭口多、毛孔堵塞、肤质粗糙人群	T区易长痘、粉刺闭口反复、油痘肌

抖音关联词搜索指数分析

全年“黑头”搜索指数显著高于“鼻贴”，黑头日均搜索量为**39.3万**，峰值接近 130 万；鼻贴日均搜索量为**10.4万**，但同比增长**+75.94%**。“黑头”搜索在夏季（6-8 月）出现集中爆发，8 月达到全年峰值，与夏季皮脂腺分泌旺盛、黑头问题加重的季节规律高度吻合；而“鼻贴”搜索未呈现明显季节性，说明产品端未有效承接痛点的季节性需求，反映出用户需求未被有效转化为产品购买意向。品牌需强化“**鼻贴解决黑头**”的内容营销，尤其在夏季需求高峰期，提升产品与痛点的关联度。

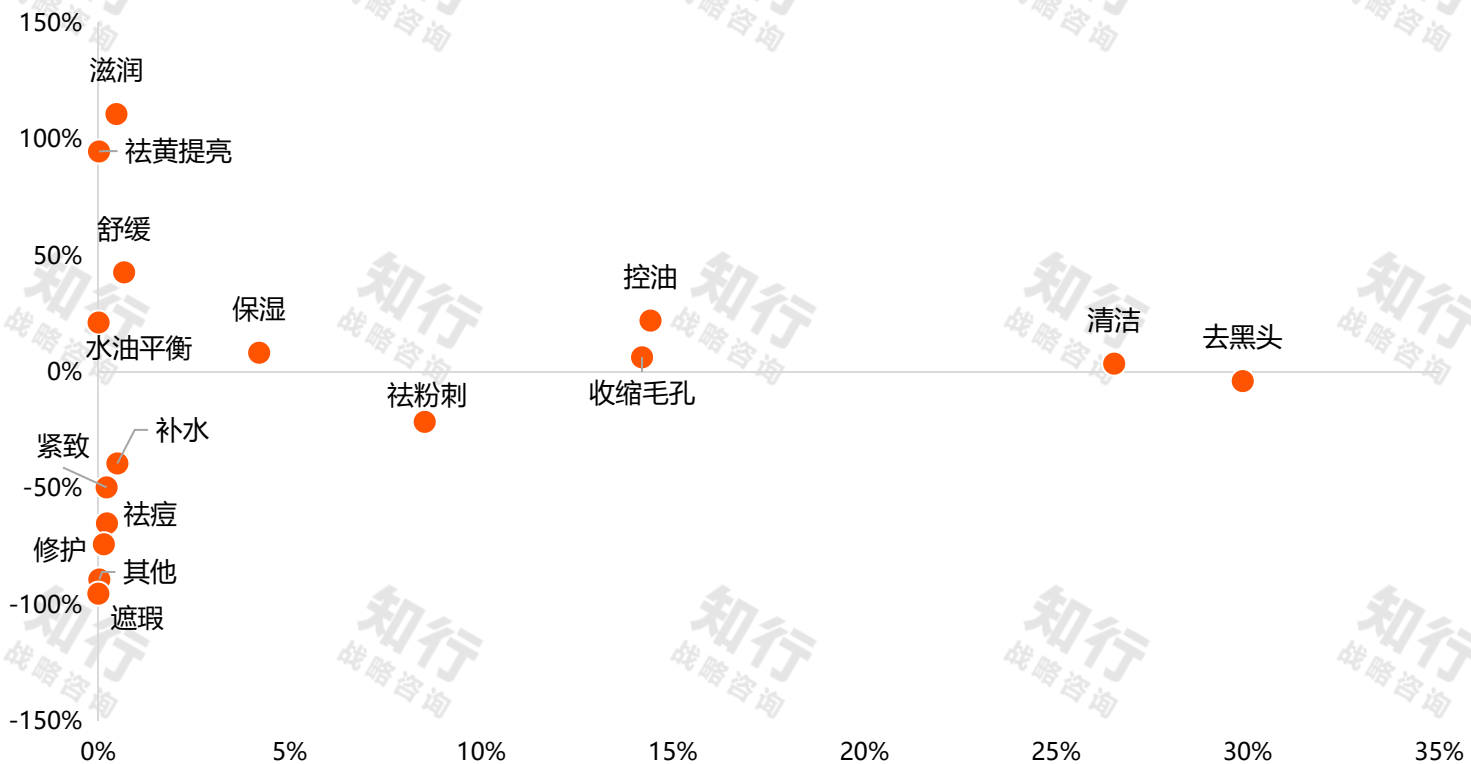


去黑头、清洁为核心赛道

去黑头、清洁两大功效合计占据近六成市场份额，是 T 区护理的绝对核心赛道，但增速疲软，均价偏低，说明赛道成熟、竞争激烈，品牌需通过差异化创新破局。

控油 (+22%)、收缩毛孔 (+6%) 占比稳定且增速可观，契合 T 区核心需求；舒缓 (+43%)、滋润 (+111%) 虽占比极低，但增速远超行业均值，成为品牌布局的新蓝海，且舒缓功效均价 62 元，具备一定溢价空间。

2026.01 T区护理品类功效占比及增速

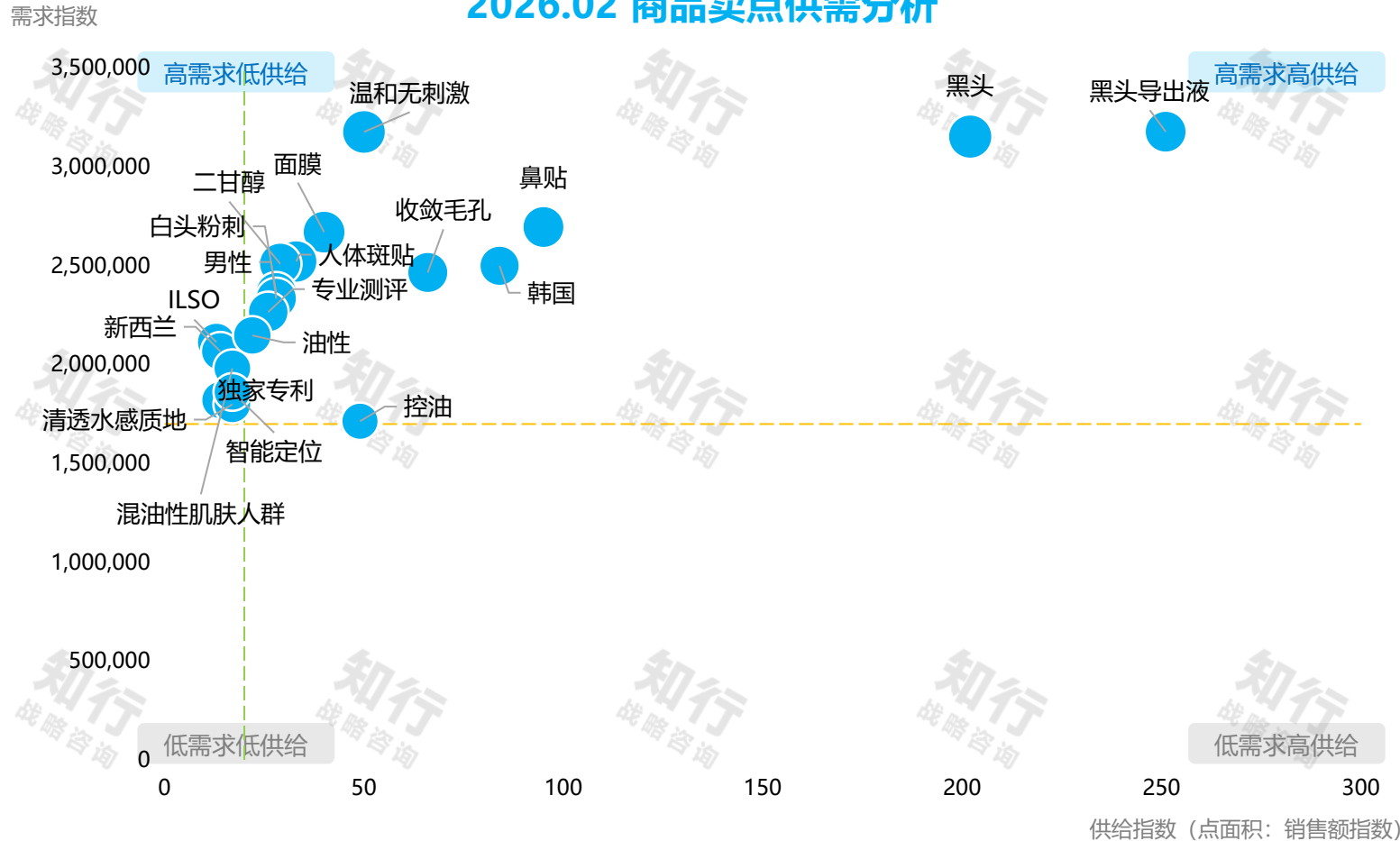


功效	占比	增长	均价
去黑头	30%	-4%	51
清洁	27%	4%	49
控油	14%	22%	47
收缩毛孔	14%	6%	48
祛粉刺	9%	-21%	74
保湿	4%	8%	52
舒缓	1%	43%	62
补水	0%	-39%	44
滋润	0%	111%	45
祛痘	0%	-65%	32

温和无刺激、收敛毛孔等卖点增量

黑头、黑头导出液处于高需求高供给象限，销售额位列前二，是市场基本盘，但赛道拥挤，品牌需通过差异化创新巩固优势。
温和无刺激、面膜、人体斑贴、二甘醇、鼻贴、白头粉刺、男性、收敛毛孔等卖点处于高需求低供给象限，说明用户核心需求未被充分满足，是品牌布局的核心增量机会。

2026.02 商品卖点供需分析



卖点	供给	需求	销售额
黑头	202	3,151,659	159,639
温和无刺激	50	3,175,123	156,007
面膜	40	2,668,616	149,423
人体斑贴	33	2,520,037	146,875
二甘醇	29	2,508,386	146,096
鼻贴	95	2,694,405	143,287
黑头导出液	251	3,176,478	142,875
白头粉刺	28	2,361,922	140,032
男性	28	2,333,288	139,493
收敛毛孔	66	2,464,577	137,444

数据来源: 抖音巨量云图, 近30天数据, 2026.02.03~2026.03.04

02

线上行业趋势总览



抖音强势主导，天猫持续承压

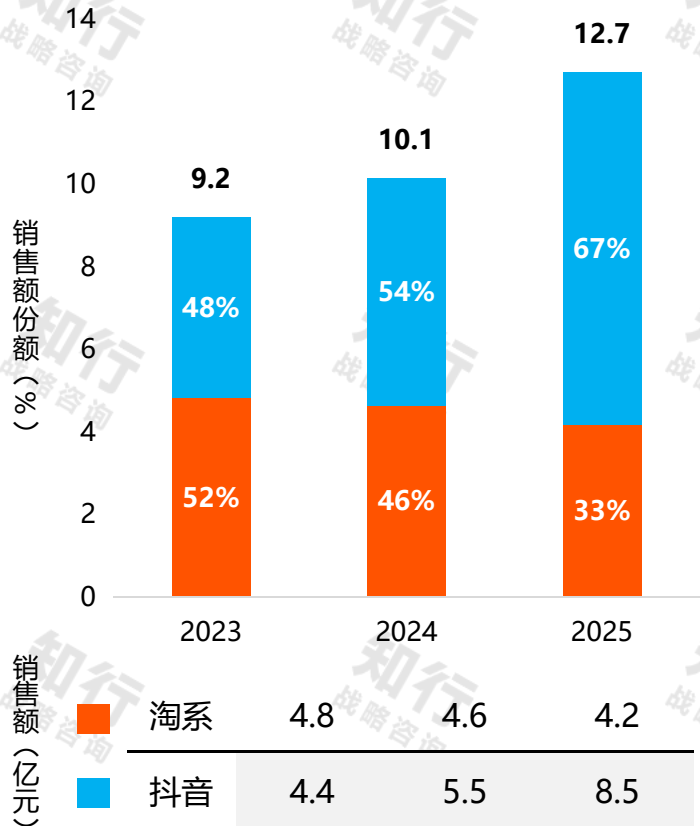
抖音强势主导，天猫持续承压，整体量增价降。T区护理双平台品类销售额从 9.2 亿元增至 12.7 亿元，销量从 14.2 百万件增至 27.2 百万件，2024-2025 年销售额增速（25.3%）、销量增速（36.0%）均显著提升，显示市场规模持续扩张；但双平台均价均呈下行趋势，反映出消费者对高性价比产品的偏好增强。

		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	9.2	10.1	12.7	14.2	20.0	27.2			
	增幅		▲ 10.2%	▲ 25.3%		▲ 40.8%	▲ 36.0%			
渠道表现	天猫	4.8	4.6	4.2	5.1	8.9	8.9	94.6	52.0	46.7
	抖音	4.4	5.5	8.5	9.1	11.1	18.3	48.0	49.6	46.7
渠道占比	天猫	52%	46%	33%	36%	45%	33%			
	抖音	48%	54%	67%	64%	56%	67%			
同比增幅	天猫		▼ -4.0%	▼ -10.2%		▲ 74.5%	▲ 0.0%		▼ -45%	▼ -10%
	抖音		▲ 25.9%	▲ 55.1%		▲ 22.0%	▲ 64.9%		▲ 3%	▼ -6%

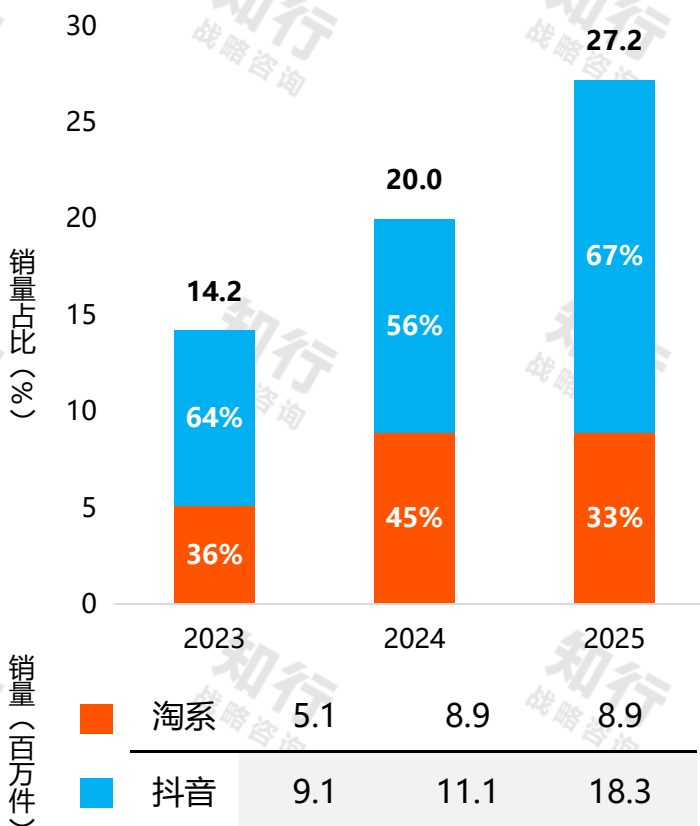
抖音强势主导，天猫持续承压

抖音2024-2025年增速达55.1%，销售额从4.4亿元增至8.5亿元，销量增速64.9%，销售额与销量占比均提升至67%，成为绝对核心渠道；而天猫销售额连续三年负增长（-4.0%、-10.2%），销量2025年零增长，市场份额从52%降至33%，渠道话语权持续弱化。

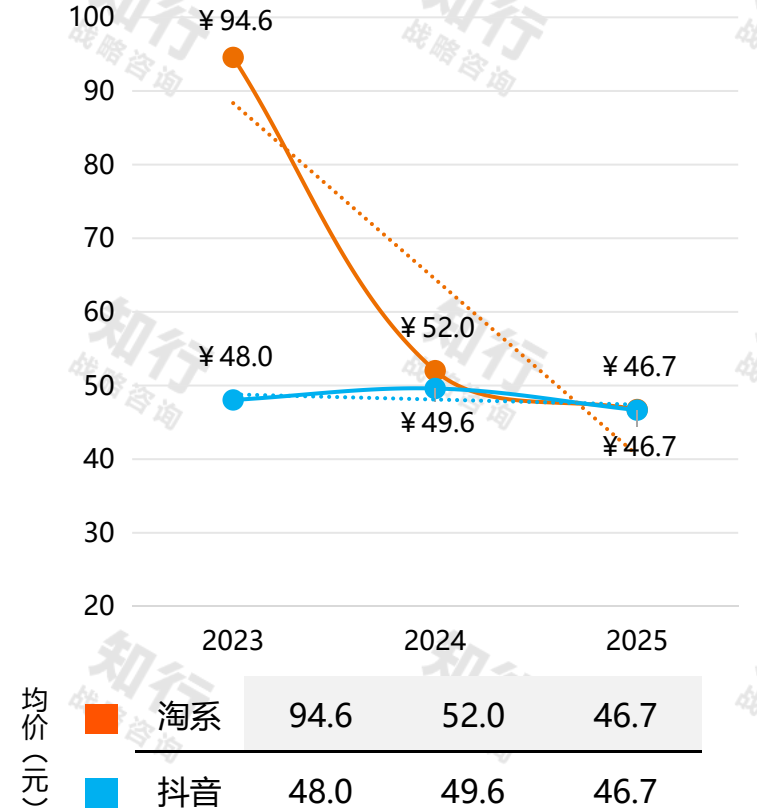
线上双平台T区护理品类销售额
23年vs24年vs25年



线上双平台T区护理品类销量
23年vs24年vs25年



线上双平台T区护理品类大盘均价
23年vs24年vs25年

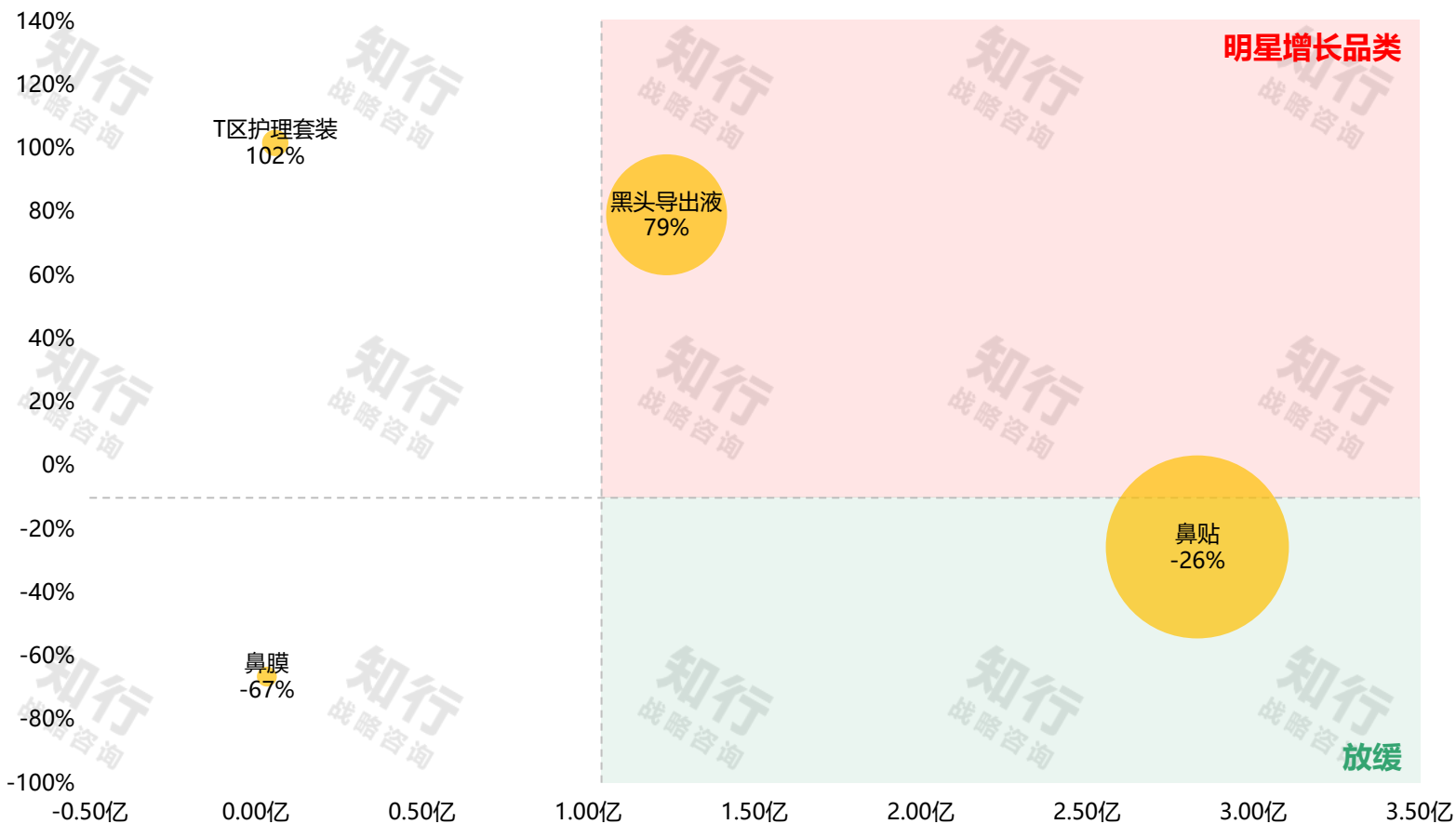


数据来源：知行数据库，2023年-2025年1-12月数据

淘宝：各品类机会和增长点

T区护理2025年1-12月淘宝渠道整体下滑-10.2%，鼻贴以 2.83 亿元占据最高销售额，但增速为 -26%，陷入“高销低增”的放缓象限。
黑头导出液（1.24 亿元，+79%）与 T 区护理套装（0.06 亿元，+102%）处于高增长象限，其中 T 区护理套装增速超 100%，虽基数较小但爆发力极强；黑头导出液兼具中等规模与高增速，是兼具规模与增长的核心机会点，适合品牌重点布局。

淘宝-细分品类机会四象限

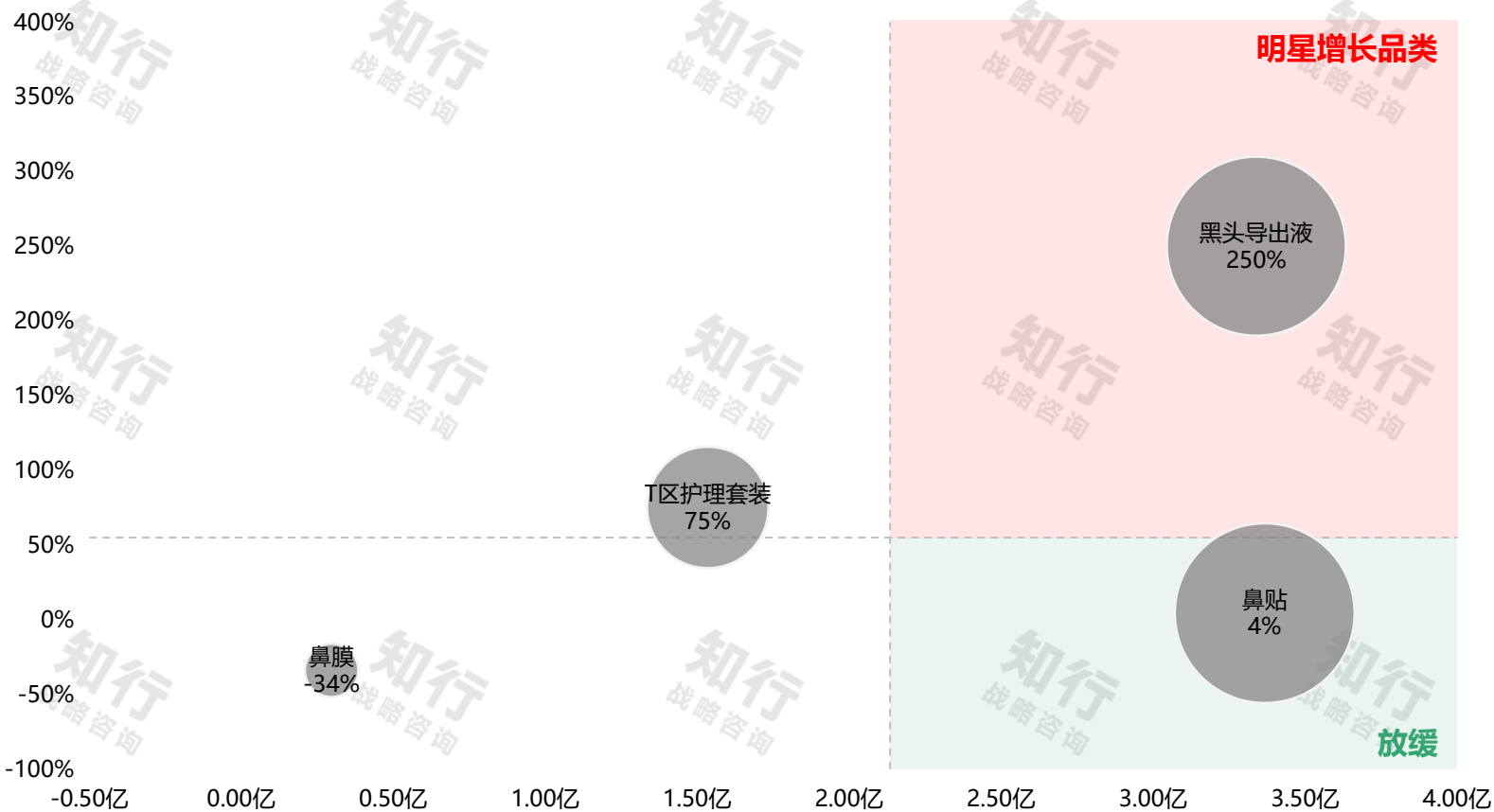


三级品类	2025销售额	增长率
鼻贴	2.83亿	-26%
黑头导出液	1.24亿	79%
T区护理套装	0.06亿	102%
鼻膜	0.03亿	-67%

抖音：各品类机会和增长点

T区护理2025年1-12月抖音渠道整体**增长55.1%**，**鼻贴**以 3.37 亿元成为销售额最高的品类，但增速仅 4%，陷入“高销低增”的放缓象限；**黑头导出液**以 3.34 亿元销售额、250% 的增速占据明星增长象限，规模与增速双高，成为抖音 T 区护理的绝对核心增长引擎，反映出用户对黑头解决方案的需求从传统物理撕拉向更温和、专业的化学溶解升级；**T 区护理套装**销售额 1.53 亿元，增速 75%，处于中规模高增长区间，增速亮眼。

抖音-细分品类机会四象限



三级品类	2025销售额	增长率
鼻贴	3.37亿	4%
黑头导出液	3.34亿	250%
T区护理套装	1.53亿	75%
鼻膜	0.30亿	-34%

头部高度集中，ilso和RNW双强角逐榜首

T 区护理品牌竞争呈现**头部高度集中**的态势，TOP3 品牌市占率已超 **50%**，双平台格局分化明显：

淘宝头部固化，新锐突围：rnw以 1.10 亿元销售额、26.5% 市占稳居榜首，但增速 - 18.2%，增长承压；ilso凭借 196.5% 的增速跃居第二，华美科 (+312.0%)、garysoon (+107.3%) 等新锐品牌增速亮眼，正逐步打破头部固化格局；

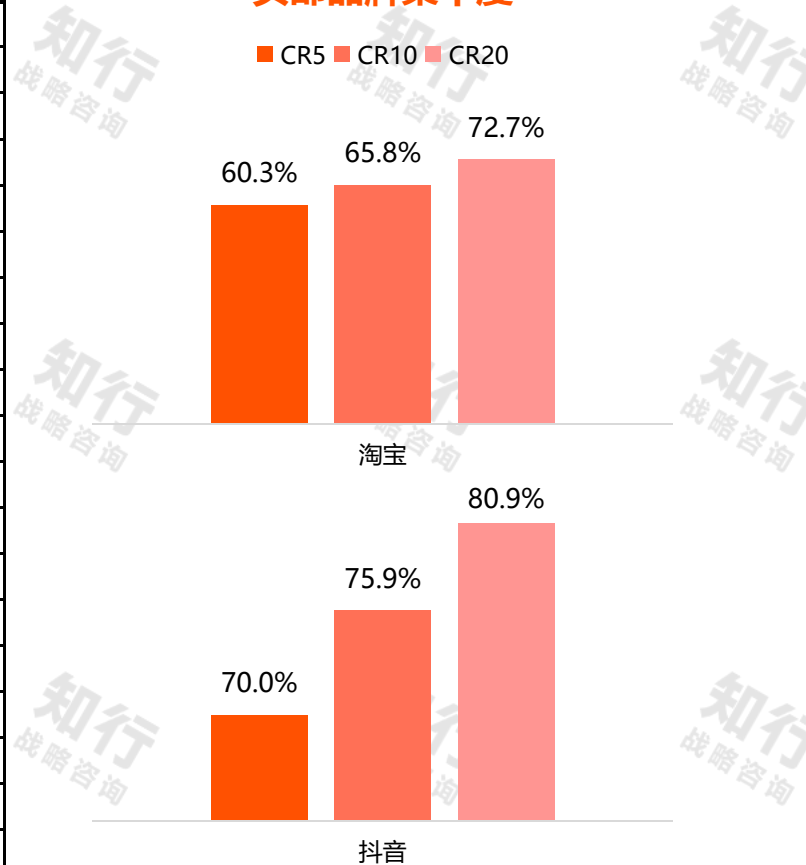
抖音头部更集中，新势力爆发：抖音市场集中度高于淘宝，ilso 以 2.84 亿元销售额、33.2% 市占实现绝对主导，增速达 224.7%；Garysoon 以 2116.8% 的惊人增速跻身前三，童颜纪 (+844.2%)、Tondio (+494.2%) 等品牌表现突出，而 RNW、丑东西等传统品牌增长乏力。

排名	淘宝TOP品牌名	销售额	市占	增长
1	rnw/如薇	1.10亿	26.5%	-18.2%
2	ilso/一苏	0.71亿	17.0%	196.5%
3	cnp/希恩派	0.42亿	10.2%	-33.1%
4	儒意	0.17亿	4.1%	-11.6%
5	homefacialpro	0.11亿	2.6%	-19.1%
6	bytree' s/柏翠丝	0.05亿	1.2%	-46.3%
7	garysoon	0.05亿	1.1%	107.3%
8	dpu/简初	0.05亿	1.1%	-32.1%
9	nicor	0.04亿	1.0%	-
10	biore/碧柔	0.04亿	1.0%	14.0%
11	hurmevkor/华美科	0.03亿	0.8%	312.0%
12	five cereal's/韩方五谷	0.03亿	0.8%	105.5%
13	insong/英尚	0.03亿	0.7%	37.2%
14	白云山	0.03亿	0.7%	-
15	peach's secret/半桃	0.03亿	0.7%	-
16	white	0.03亿	0.7%	4.6%
17	doctor li/李医生	0.03亿	0.7%	-25.1%
18	algn/爱兰歌娜	0.03亿	0.6%	-57.0%
19	medi-peel/美蒂菲	0.03亿	0.6%	59.3%
20	eiio/奕沃	0.02亿	0.6%	-35.4%

排名	抖音TOP品牌名	销售额	市占	增长
1	ilso	2.84亿	33.2%	224.7%
2	RNW/如薇	2.34亿	27.4%	-7.2%
3	Garysoon	0.37亿	4.3%	2116.8%
4	英尚/INSONG	0.29亿	3.3%	89.8%
5	泉兮	0.15亿	1.7%	320.1%
6	丑东西	0.12亿	1.4%	-73.8%
7	人仁和匠心	0.11亿	1.3%	134.4%
8	英尚	0.10亿	1.1%	-76.1%
9	KNIYEA/金妮雅	0.09亿	1.1%	-39.7%
10	帅楠	0.08亿	1.0%	-38.1%
11	童颜纪	0.08亿	1.0%	844.2%
12	Tondio/同调	0.06亿	0.7%	494.2%
13	lezff	0.04亿	0.5%	284.2%
14	芳诗蔻/fangshikou	0.04亿	0.5%	-
15	护妍天使/DERMA ANGEL	0.04亿	0.4%	232.5%
16	热力袋鼠	0.04亿	0.4%	-
17	简初	0.03亿	0.4%	-74.9%
18	心动密语	0.03亿	0.4%	87.7%
19	卡梵琳	0.03亿	0.4%	-
20	isntree	0.03亿	0.3%	-

头部品牌集中度

■ CR5 ■ CR10 ■ CR20



数据维度：2025年1-12月

淘宝-T区护理-细分品类品牌排名

鼻贴

排名	品牌名	销售额	市占
1	rnw/如薇	10814.5万	38.2%
2	cnp/希恩派	4167.9万	14.7%
3	儒意	1543.0万	5.4%
4	homefacialpro	1063.4万	3.8%
5	ilso/一苏	562.0万	2.0%
6	dpu/简初	468.6万	1.7%
7	bytree' s/柏翠丝	438.1万	1.5%
8	biore/碧柔	399.1万	1.4%
9	garysoon	333.7万	1.2%
10	hurmevkor/华美科	330.2万	1.2%
11	five cereal's/韩方五谷	318.1万	1.1%
12	peach's secret/半桃	292.7万	1.0%
13	white	283.2万	1.0%
14	insong/英尚	282.3万	1.0%
15	白云山	278.8万	1.0%
16	algn/爱兰歌娜	259.8万	0.9%
17	eiio/奕沃	243.6万	0.9%
18	丽普司肽	190.9万	0.7%
19	透真	188.3万	0.7%
20	doctor li/李医生	163.3万	0.5%

黑头导出液

排名	品牌名	销售额	市占
1	ilso/一苏	6492.9万	52.5%
2	nicor	427.8万	3.5%
3	medi-peel/美蒂菲	255.4万	2.1%
4	兰都	238.0万	1.9%
5	br:lab	216.1万	1.7%
6	super extractor	198.4万	1.6%
7	儒意	163.2万	1.3%
8	臻羞	133.6万	1.1%
9	久冈制薬	132.1万	1.1%
10	rnw/如薇	115.4万	0.9%
11	萱漂	111.3万	0.9%
12	others	97.9万	0.8%
13	doctor li/李医生	96.6万	0.8%
14	ilso (美妆)	96.2万	0.8%
15	orginese	91.7万	0.7%
16	garysoon	88.8万	0.7%
17	orayrai/欧伶莱	84.1万	0.7%
18	sinfi	77.6万	0.6%
19	佰花郎蔻	62.5万	0.5%
20	orginese/欧橘	56.4万	0.5%

T区护理套装

排名	品牌名	销售额	市占
1	amiko/艾米蔻	117.5万	20.0%
2	rnw/如薇	86.4万	14.7%
3	garysoon	54.8万	9.3%
4	deeom	30.6万	5.2%
5	insong/英尚	26.0万	4.4%
6	b·liv/信·美肌	15.5万	2.6%
7	kao/花王	14.8万	2.5%
8	bytree' s/柏翠丝	14.7万	2.5%
9	doctor li/李医生	12.3万	2.1%
10	others	11.4万	1.9%
11	ilso/一苏	10.9万	1.9%
12	贝玲美	8.9万	1.5%
13	玛可安迪	8.3万	1.4%
14	dr. plant/植物医生	7.7万	1.3%
15	水桥保寿堂制药	5.8万	1.0%
16	春凌肌	5.6万	1.0%
17	hyqing/花月情	4.9万	0.8%
18	cnp/希恩派	4.5万	0.8%
19	zcare/哲科	4.4万	0.7%
20	anu/阿奴	3.2万	0.5%

抖音-T区护理-细分品类品牌排名

鼻贴

排名	品牌名	销售额	市占
1	RNW/如薇	21917.8万	65.1%
2	Garysoon	2862.6万	8.5%
3	丑东西	1210.2万	3.6%
4	KNIYEA/金妮雅	897.7万	2.7%
5	lezzf	357.3万	1.1%
6	心动密语	316.6万	0.9%
7	简初	316.2万	0.9%
8	荟悉	127.5万	0.4%
9	IRY	121.1万	0.4%
10	爱兰歌娜	86.6万	0.3%
11	CNP/希恩派	80.2万	0.2%
12	EIIO/奕沃	71.1万	0.2%
13	绿毛怪怪	59.5万	0.2%
14	亘娜雅	58.2万	0.2%
15	auou/艾遇	49.0万	0.1%
16	英尚	48.0万	0.1%
17	lipostides/丽普司肽	47.6万	0.1%
18	柏翠丝	42.3万	0.1%
19	海洋主义	38.9万	0.1%
20	KPC	38.8万	0.1%

黑头导出液

排名	品牌名	销售额	市占
1	ilso	28252.7万	84.6%
2	RNW/如薇	445.1万	1.3%
3	芳诗蔻/fangshikou	394.4万	1.2%
4	热力袋鼠	343.3万	1.0%
5	卡梵琳	298.4万	0.9%
6	童颜纪	260.9万	0.8%
7	香妃曲/XIANGGEIQU	232.3万	0.7%
8	世希	116.5万	0.3%
9	果酵密	72.6万	0.2%
10	美美的天空	52.6万	0.2%
11	海洋主义	43.9万	0.1%
12	Nicor	42.2万	0.1%
13	怀音	28.4万	0.1%
14	倍膳健/BEISHANJIAN	27.8万	0.1%
15	雪贝卡	24.4万	0.1%
16	欧米薇	22.8万	0.1%
17	砚玺	20.2万	0.1%
18	泉兮	19.5万	0.1%
19	Maigoole	19.4万	0.1%
20	美蒂菲	18.1万	0.1%

T区护理套装

排名	品牌名	销售额	市占
1	英尚/INSONG	2474.5万	16.1%
2	泉兮	1430.1万	9.3%
3	人仁和匠心	1138.6万	7.4%
4	英尚	833.5万	5.4%
5	帅楠	831.9万	5.4%
6	Garysoon	706.0万	4.6%
7	童颜纪	553.7万	3.6%
8	护妍天使/DERMA ANGEL	360.4万	2.3%
9	isntree	295.8万	1.9%
10	羽素	171.0万	1.1%
11	Dr.Yu/玉泽	159.0万	1.0%
12	柏翠丝	78.5万	0.5%
13	護妍天使	47.0万	0.3%
14	珞优	29.7万	0.2%
15	Mentholatum/曼秀雷敦	28.8万	0.2%
16	RNW/如薇	28.6万	0.2%
17	木子言	23.3万	0.2%
18	薇诺娜	23.0万	0.2%
19	短云	21.9万	0.1%
20	MAGIC STRIPS/魔贴世家	21.2万	0.1%

03

头部品牌抖音拆解



ilso

ilso/一苏是韩国曼蒂斯 (MANDY'S KOREA) 集团旗下的功效护肤品牌，专注于解决毛孔、黑头、粉刺等肌肤问题。品牌名称寓意“万物因一而始，美由此衍生无限可能”。它倡导通过科学、精准的配方，为不同肤质的用户提供简单、高效、温和的护肤方案。

品牌定位：亚洲专业功效护肤品牌

ilso

Slogan：我是谁，就妆作谁

品牌使命：通过精密、科学的配方，为肌肤提供有效、安心、稳定的护肤方案，帮助消费者建立正确的清洁与护肤理念，由内而外呵护皮肤健康

品牌愿景：成为能够为不同性别、肤质和文化背景的用户提供无局限、更自由的护肤体验的品牌，让每个人都能通过科学的护肤方式，找到让自己舒适、自信的状态

品牌主打产品：ilso清颜舒缓鼻贴、超级融化皮脂软化剂 / 黑头导出液

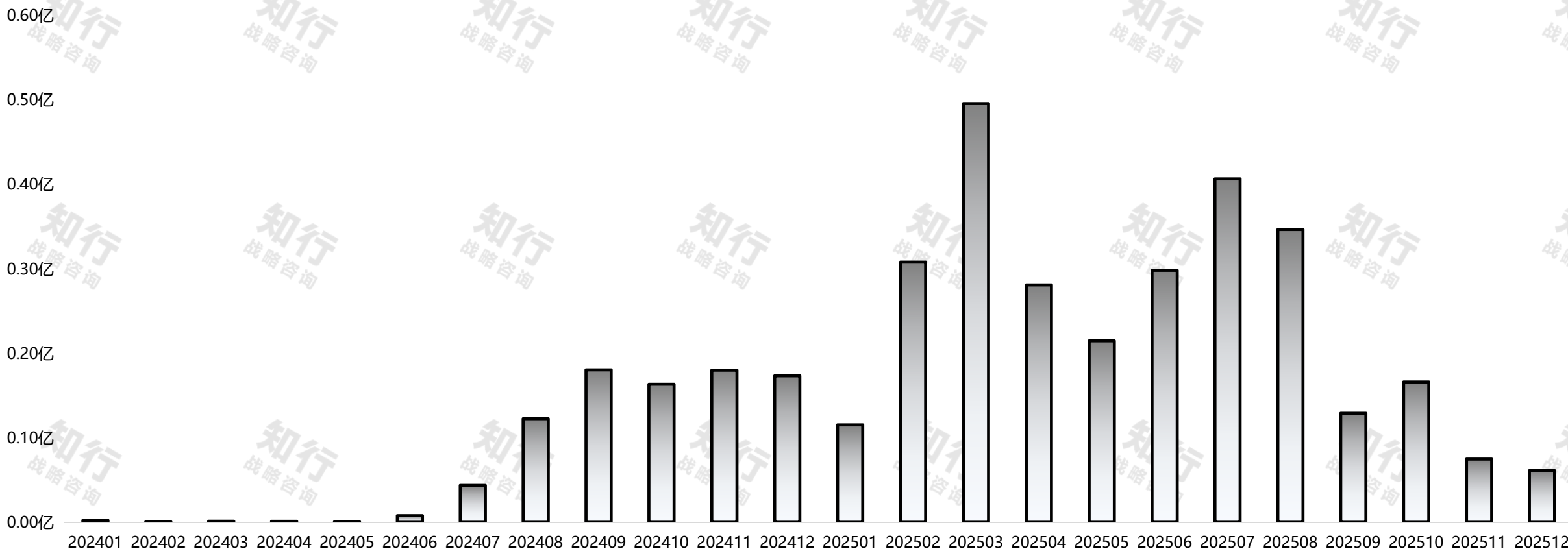


24-25年品牌抖音销售趋势

2024 年为市场培育期，6 月起逐步起量，8-12 月稳定在 0.1-0.2 亿区间，完成从 0 到 1 的市场突破；2025 年进入高速增长期，全年销售规模显著高于 2024 年，整体维持在 0.1-0.5 亿的高位区间，实现量级跃升。

2025 年 3 月销售额达 0.5 亿，为全周期峰值；7 月、8 月销售接近 0.4 亿，显示出持续的市场热度；而 1 月、9 月、11 月、12 月出现阶段性回落，反映出销售对营销节点的高度依赖。

2024.01-2025.12-抖音线上渠道销售趋势

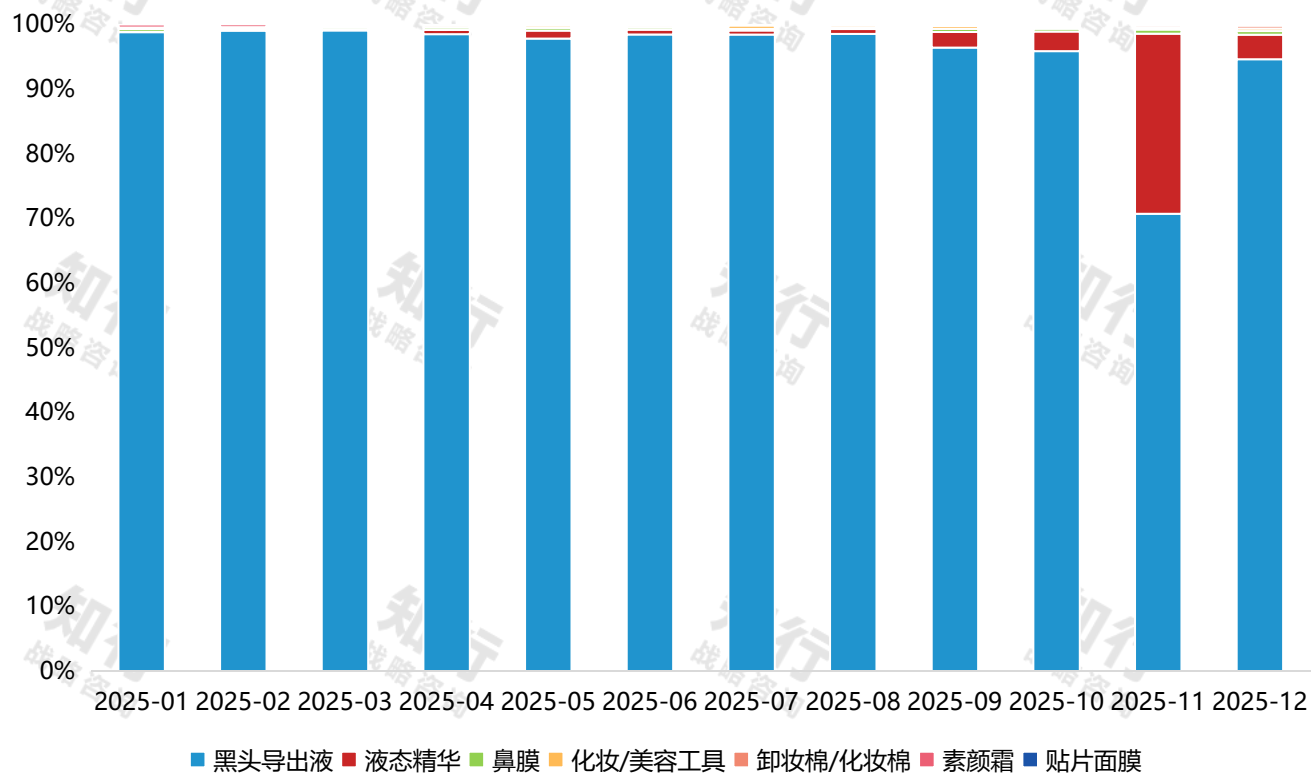


黑头导出液为绝对核心品类

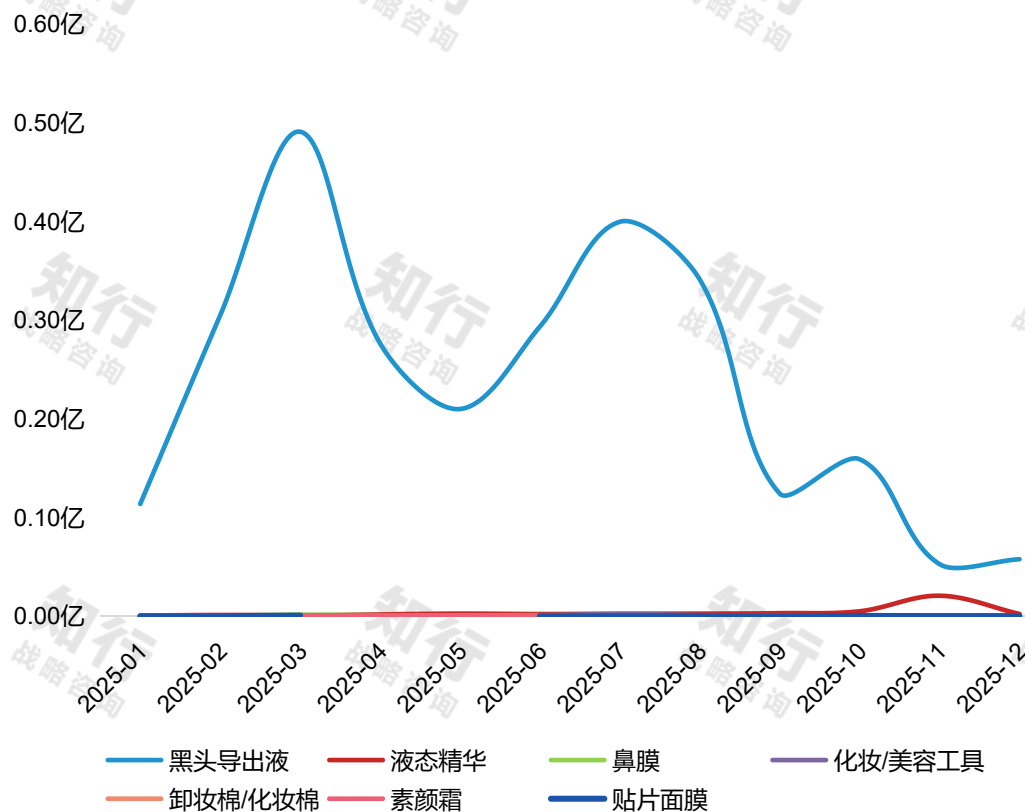
黑头导出液是抖音渠道的绝对核心品类，1-10月占比接近100%，12月再次主导销售，仅11月液态精华短暂崛起（占比约30%），鼻膜、卸妆棉等其他品类贡献可忽略，品类结构单一，过度依赖单一爆品。

黑头导出液的销售呈现明显的营销节点驱动特征，2025年3月（约0.5亿）、7月（约0.4亿）形成双峰值；液态精华仅在双11有短暂销售波动，12月迅速回落，说明新品推广效果缺乏持续性，用户心智仍集中在黑头导出液上。

品牌抖音主营品类分布



品牌抖音主营品类销售趋势

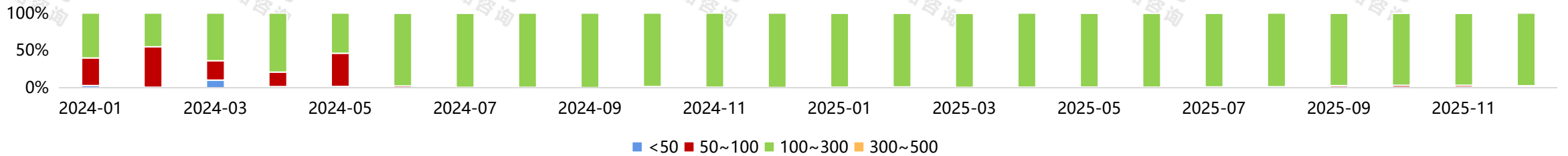


品牌价格定位清晰，聚焦100-300价格带

2024年1-5月，<50元、50-100元低价带仍有一定占比；2024年6月后，100-300元价格带成为绝对主导，占比接近100%，**品牌价格定位实现清晰聚焦与升级。**

100-300元区间的黑头导出液（123元，50w+销量）是绝对增长引擎，联名款（159元）、闭口组合装（258元）进一步拉升客单价，与价格带分布形成强匹配，验证该区间的市场适配性。

品牌价格带分布趋势



黑头导出液
售价：123/瓶
销量：50w+



黑头导出液+闭口水组合
售价：258/套
销量：20w+



黑头导出液联名款
售价：159/套
销量：10w+



毛孔清肌闭口水
售价：99/瓶
销量：5k+



清颜舒缓鼻贴
售价：33/盒
销量：8k+



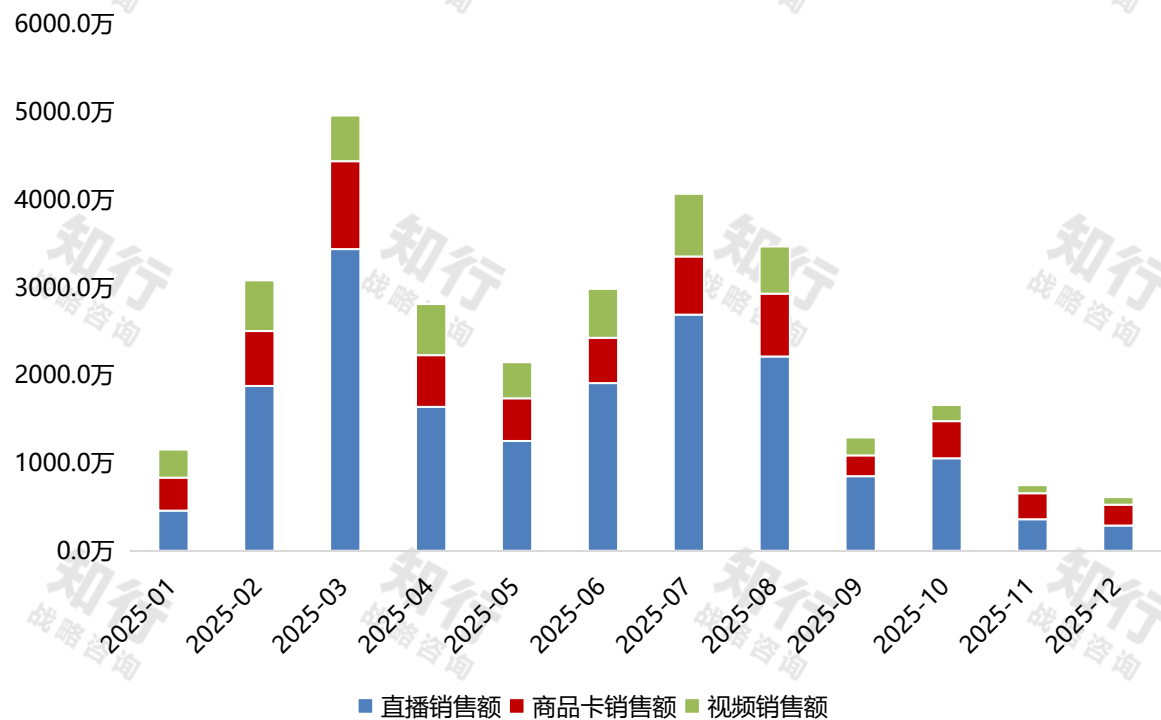
辣木籽精华液
售价：126/瓶
销量：3k+

从“达人驱动”转向“品牌自主”

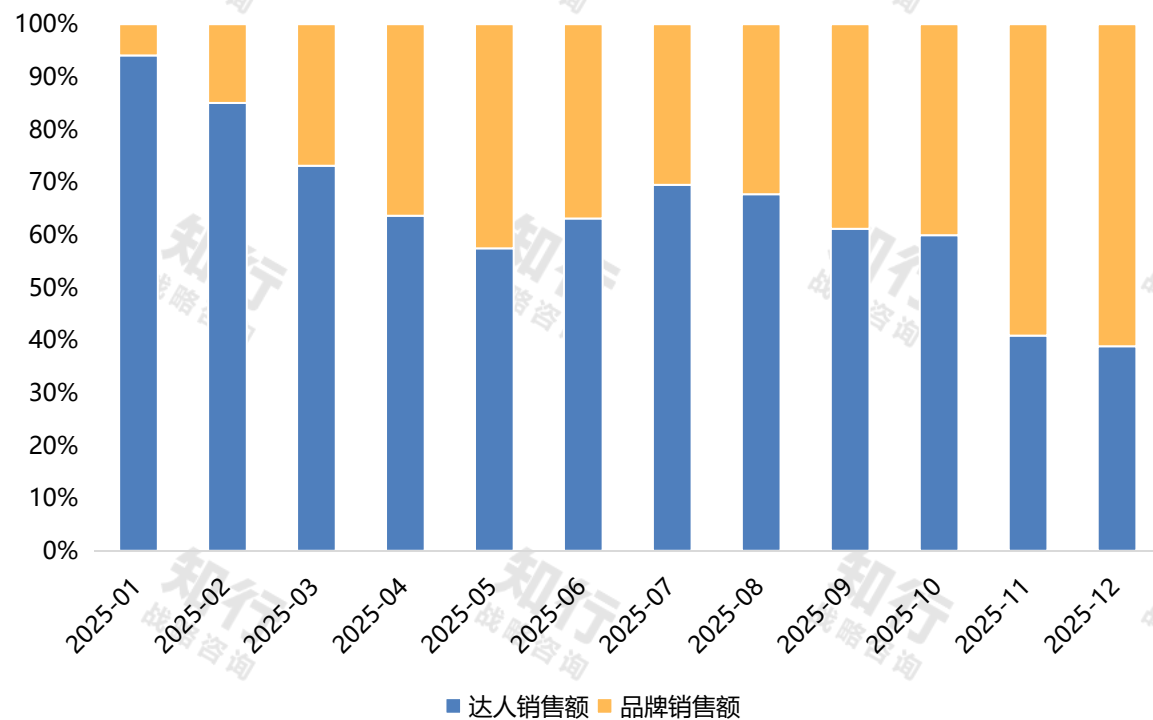
直播为核心转化场景，非直播渠道贡献下滑：直播销售额在3月、7月、8月形成峰值（超4000万），是抖音渠道的绝对增长引擎；商品卡与视频销售额在前期有一定辅助作用，但9月后整体回落至低位，非直播场景的转化效率有待提升。

销售主体从“达人驱动”转向“品牌自主”：1-6月达人销售占比主导（最高达85%），品牌依赖达人种草实现增长；7月后品牌自播占比持续提升，11-12月反超达人，品牌渠道自主性显著增强，自播体系逐步成熟。

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



“毛孔精细化护理” 定位精准

#ilso黑头导出液 以 1.19 亿播放量成为绝对核心话题，#ilso黑头水、#ilso 等基础话题次之；而联名款、闭口水、鼻贴、辣木籽精华等新品 / 衍生产品的话题播放量均未突破 2000 万，用户心智高度绑定黑头导出液，新品认知严重不足。关键词云显示，“黑头导出”“毛孔收敛”“温和去黑头”是核心关联点，与品牌“毛孔精细化护理”定位高度匹配；但“测评”类话题播放量仅 20.5w，用户对产品效果的验证需求未被充分满足，内容种草的深度与可信度有待提升。

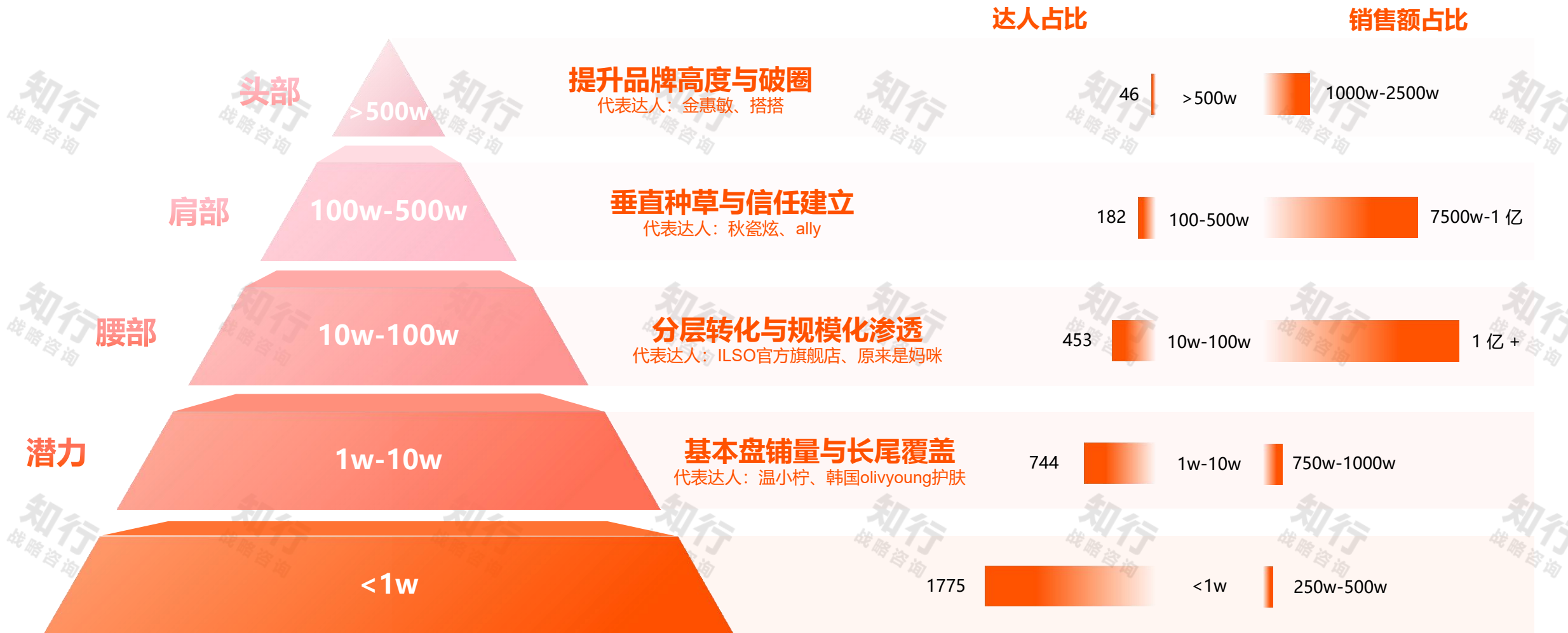
话题	参与人数	播放量
#ilso黑头导出液	2008	1.19亿
#ilso黑头水	3865	9809.6w
#ilso	3052	5260.2w
#ilso联名kitty	65	1774.8w
#ilso闭口水	156	1638.5w
#ilso鼻贴	366	1358.5w
#ilso泥膜	39	1115.6w
#ilso黑头导出精华	9	70.8w
#ilso一苏	82	61.7w
#ilso黑头	18	59.5w
#ilso辣木籽精华	14	24.5w
#ilso黑头导出液测评	21	20.5w
#ilso导出液测评	37	12.6w
#ilso一苏品牌挚友	6	10.1w
#ilso秦天宇	3	2.9w
#秦天宇ilso品牌挚友	3	2.9w
#ilso一苏黑头导出液	41	2.6w
#ilso土豆水洗面膜	11	2.5w
#ilso防伪验证	2	1.9w
#ilso黑头导出	2	1.8w

关键词：黑头导出、辣木籽、测评、毛孔收敛



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