



知行
战略咨询



DATA

SPECIALITY

REVIEW

BENCHMARKING

知行
战略咨询

知行数据观察

儿童服饰品类

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



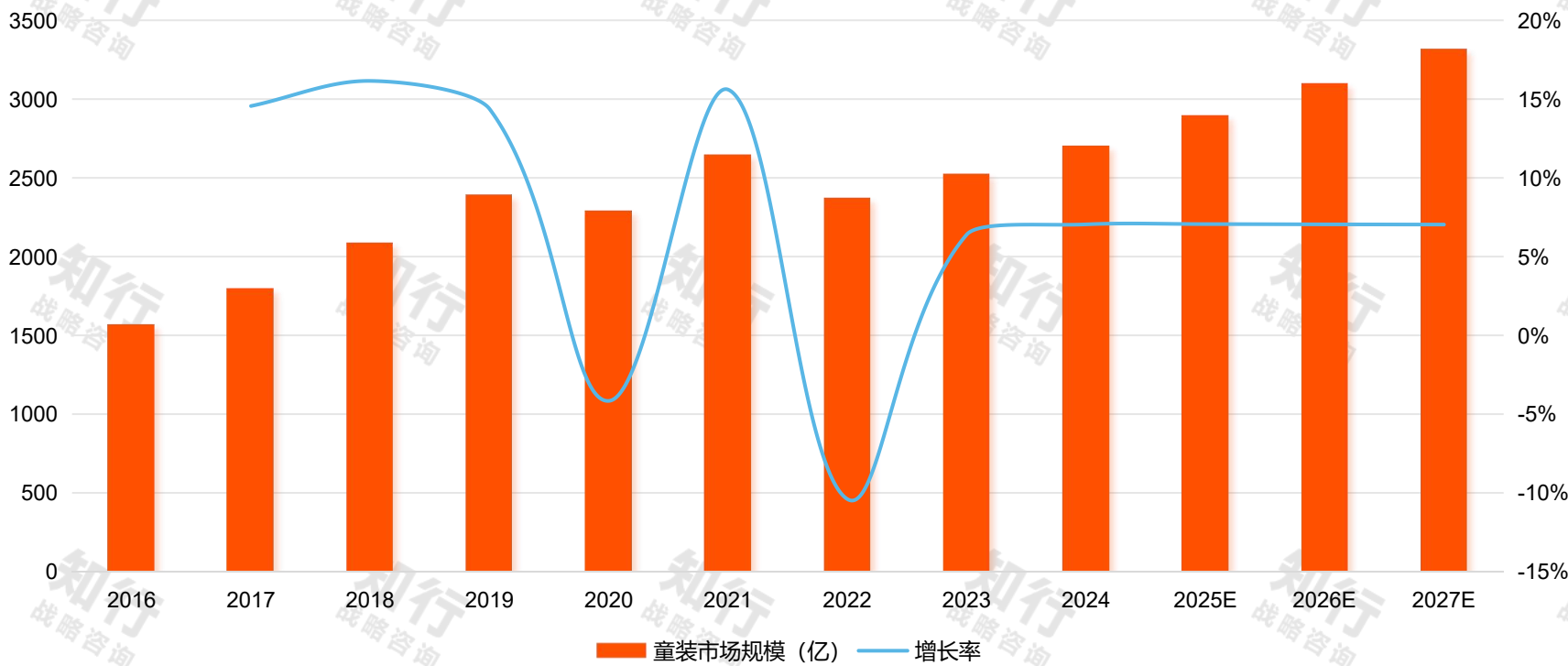
儿童服饰行业定义及分类

儿童服饰（简称童装）是指专为满足婴幼儿及儿童身心特点而设计、生产、销售的各类服装及纺织产品，适用于0-14岁儿童穿着或使用。

	新生儿服饰	婴幼儿服饰	小童服饰	中童服饰	大童服饰
年龄段					
年龄范围	0~1个月	1~36个月（0~3岁）	3~6岁（学龄前）	7~12岁（小学阶段）	13~14岁（少年期）
别称	初生装、月子服	婴儿装、爬服、宝宝装	幼儿装、学龄前童装	学龄童装、中童装	大童装、少年装
核心特点	面料极致柔软亲肤、无骨缝制不磨皮肤；版型宽松不束缚；穿脱便捷，适配新生儿娇嫩身体；安全等级严格为A类	方便更换纸尿裤，多为开档/暗扣设计；注重防抓伤、防勒脖；面料透气吸汗，全部执行A类安全标准	从连体为主过渡到分体为主；色彩鲜艳、卡通图案多	更强调功能性与耐穿性；兼顾校园场景与日常休闲	款式风格趋近成人服饰；尺码接近小码成人
常见类别	和尚服、系带连体衣、襁褓巾	连体衣、包屁衣、家居连体睡衣、学步鞋	幼儿园园服、卡通套装	校服、运动套装	休闲外套、卫衣、牛仔裤

我国童装行业市场规模有望保持稳健增长，展现出极高市场潜力与成长性。数据显示，2016 - 2024 年市场规模复合增长率（CAGR）达 7%，整体呈高景气度，仅 2020 - 2022 年受疫情冲击出现明显波动。尽管面临出生率下滑挑战，我国童装市场仍是稀缺的潜力赛道——人均消费提升持续驱动市场扩容，行业正实现从“人口红利”到“消费红利”的切换，孩子身上的消费投入不断增加，品质化、个性化需求加速爆发。

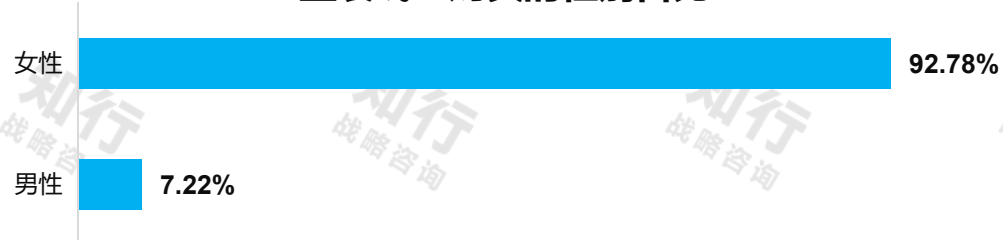
2016-2027年中国童装行业市场规模及增长情况预测



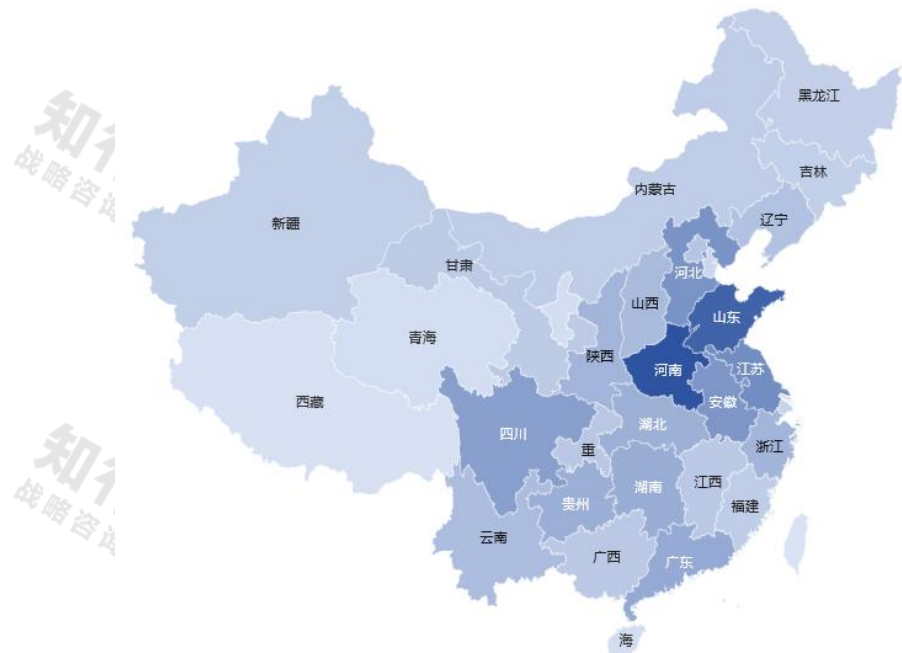
抖音童装线上消费人群全景画像

童装消费女性以 92.78% 绝对主导，印证童装消费“妈妈经济”属性，年龄31-40岁占比达 51.47%居首，对应“孩子 3-12 岁学龄期”的高频购衣阶段（成长快、场景多），三线城市购买占比 27.45% 最高，凸显下沉市场（三线及以下）仍是增长引擎。地域分布集中在华东、华北、中原人口大省为主。

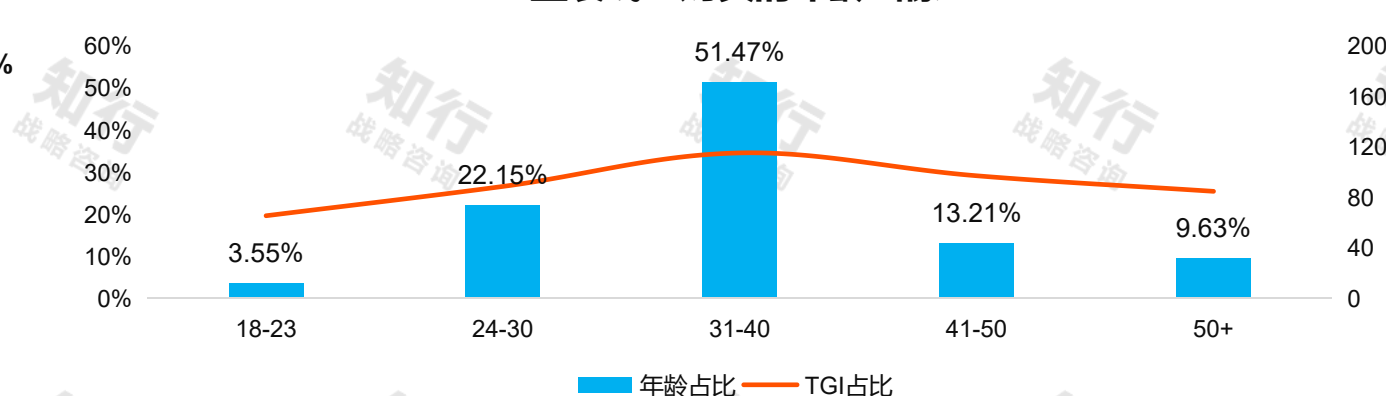
童装线上购买的性别占比



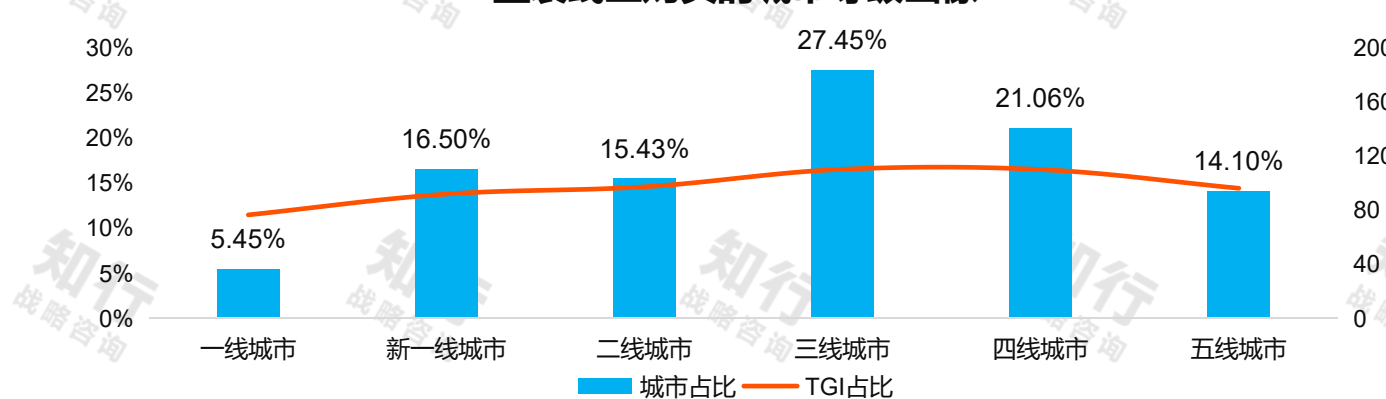
童装购买重点区域省份



童装线上购买的年龄画像

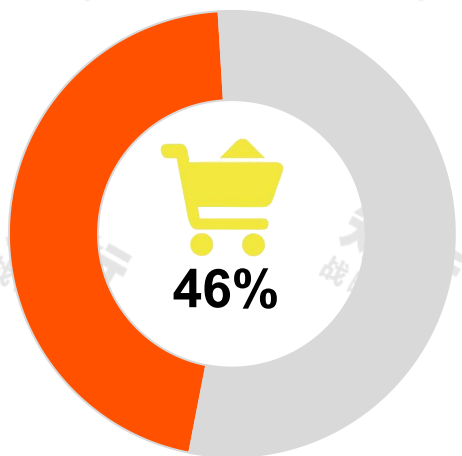


童装线上购买的城市等级画像



消费者购买决策—注重场景和颜值

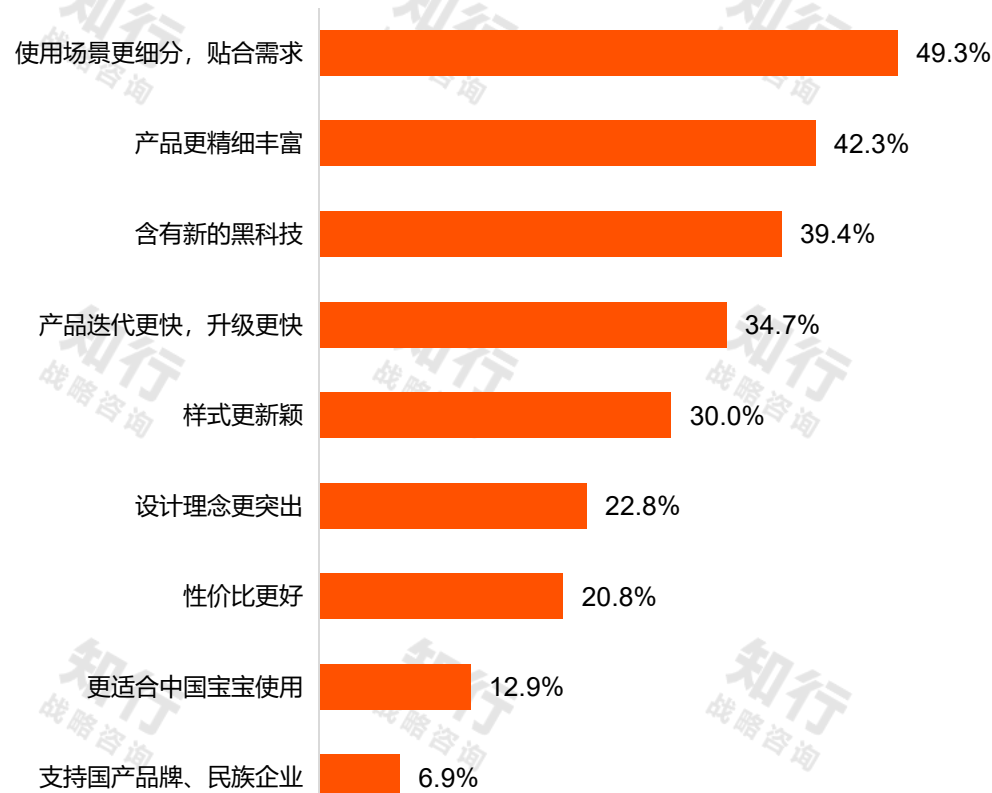
Z世代父母消费以“**精攻功能+高颜值设计**”为核心，30%重视**款式新颖**，46%的父母愿意为宝宝为孩子造型形象额外投入，反映晒娃外社交场景下设计力的关键作用。相较之下，传统优势如性价比和国货情怀影响力显得有限。



Z世代妈妈的精致育儿心态

46%的Z世代妈妈表示
愿意付出更多的时间和金钱把宝宝打扮的更时尚

吸引Z世代妈妈购买母婴产品的决定因素



02

线上行业趋势总览



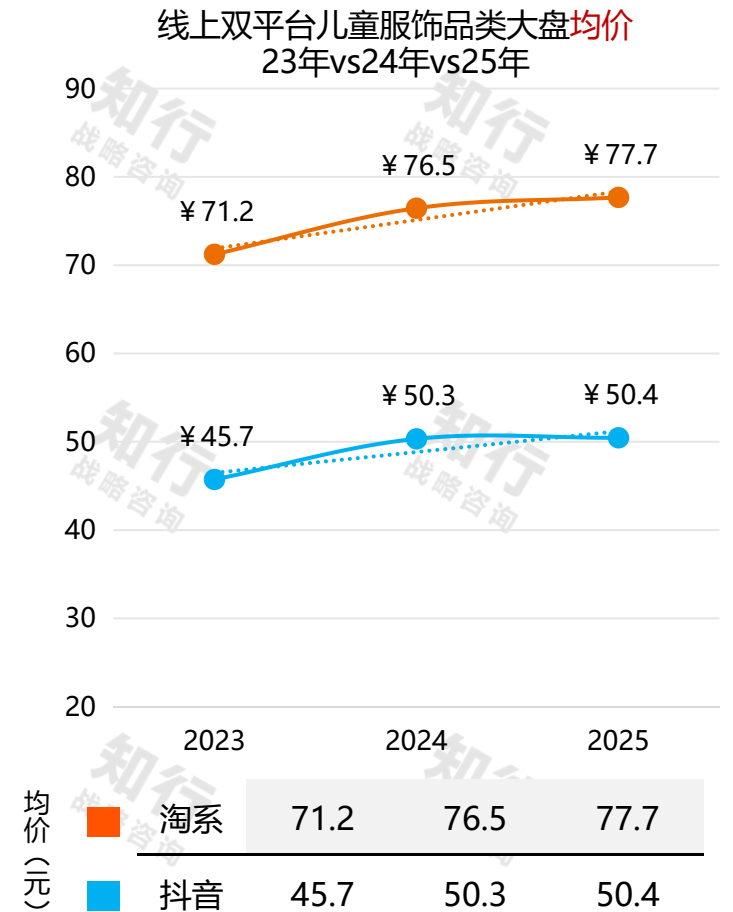
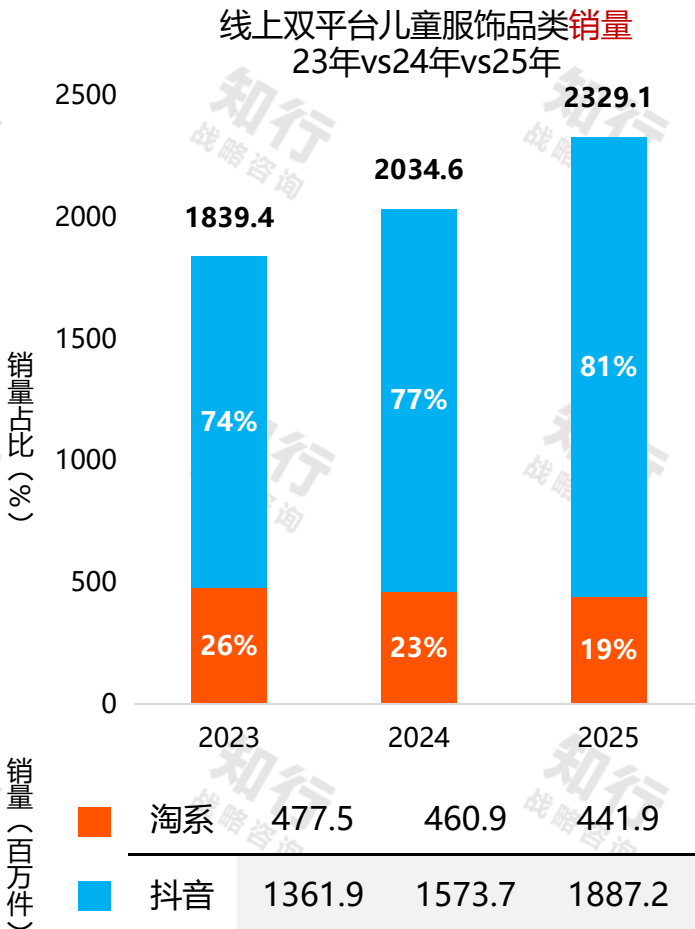
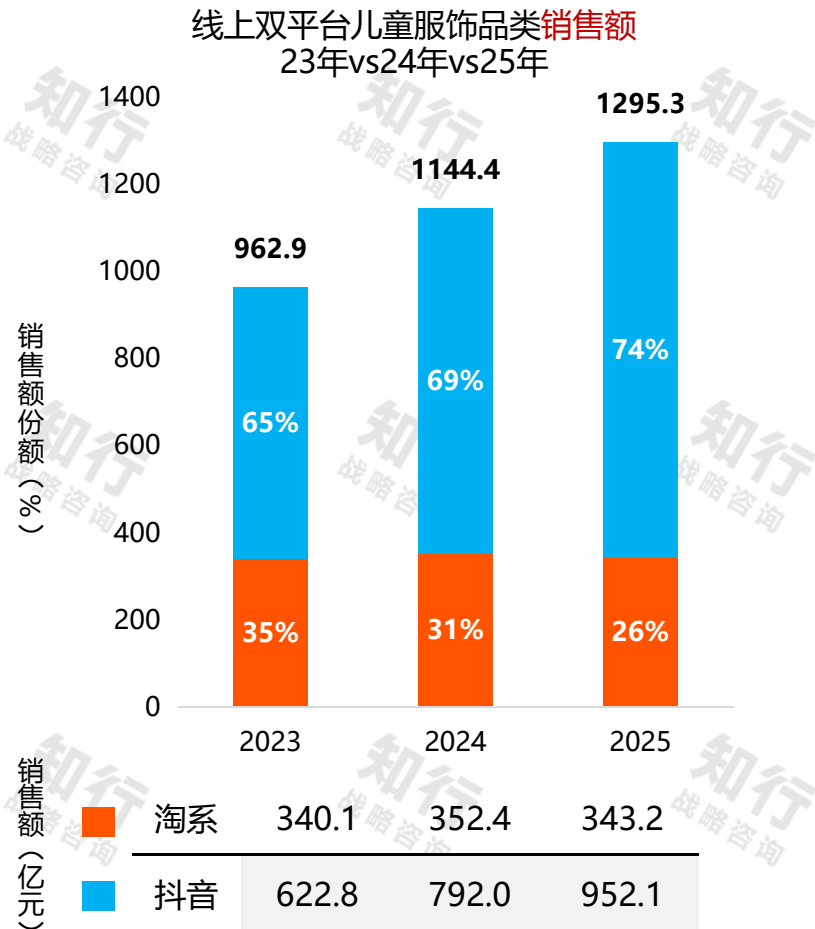
大盘稳健增长，量价双轮驱动

2023-2025 年国内线上天猫&抖音双平台儿童服饰品类大盘保持稳健增长，三年销售额从 962.9 亿元攀升至 1295.3 亿元，累计增长 34.5%，年复合增速约 15.9%；销量同步从 18.4 亿件增长至 23.3 亿件，年复合增速 12.4%，量价齐升驱动品类持续扩容。

		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	962.9	1144.4	1295.3	1839.4	2034.6	2329.1			
	增幅		▲ 18.8%	▲ 13.2%		▲ 10.6%	▲ 14.5%			
渠道表现	天猫	340.1	352.4	343.2	477.5	460.9	441.9	71.2	76.5	77.7
	抖音	622.8	792.0	952.1	1361.9	1573.7	1887.2	45.7	50.3	50.4
渠道占比	天猫	35%	31%	26%	26%	23%	19%			
	抖音	65%	69%	74%	74%	77%	81%			
同比增幅	天猫		▲ 3.6%	▼ -2.6%		▼ -3.5%	▼ -4.1%		▲ 7%	▲ 2%
	抖音		▲ 27.2%	▲ 20.2%		▲ 15.6%	▲ 19.9%		▲ 10%	▲ 0%

渠道格局重构，抖音全面主导

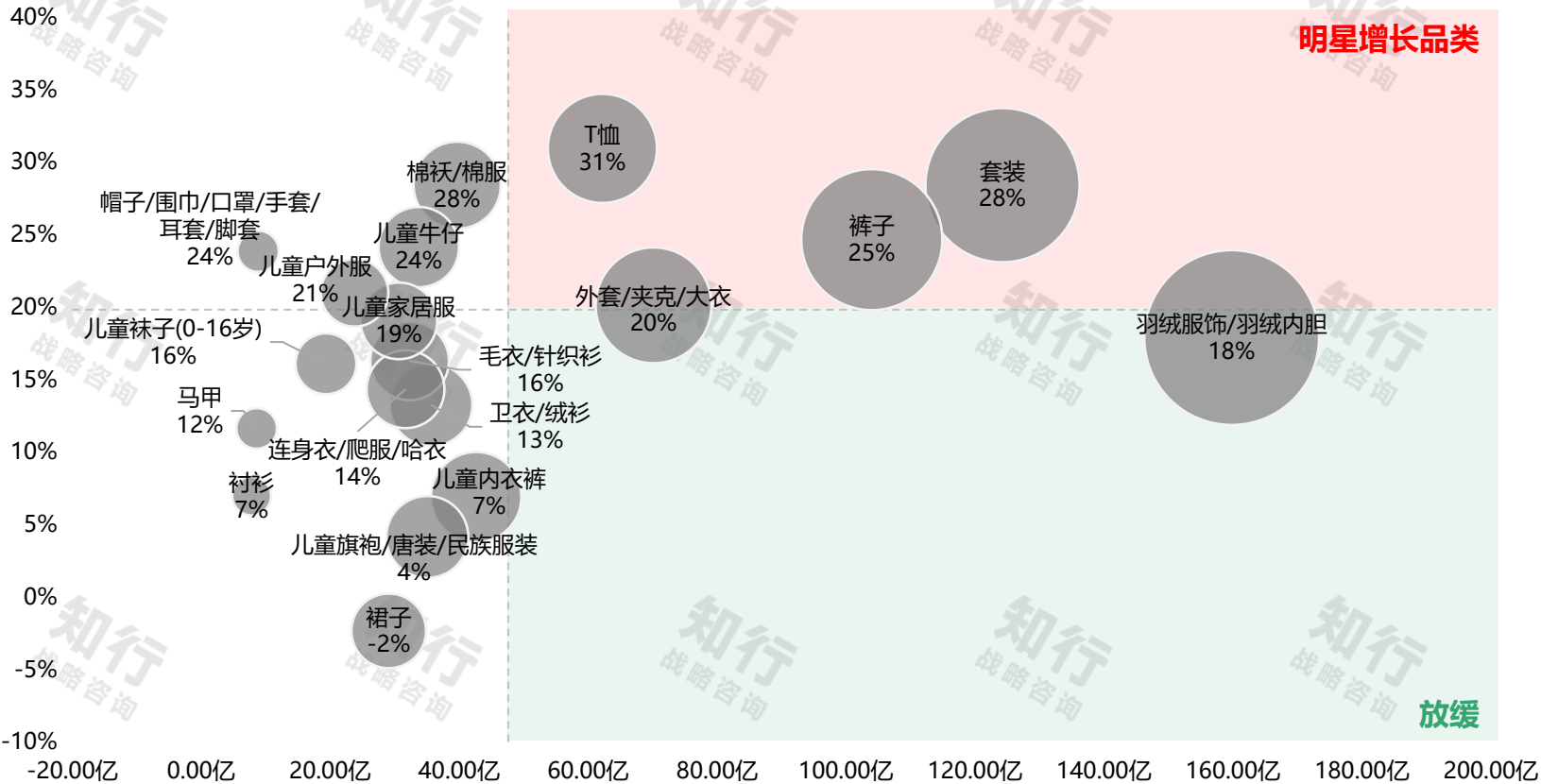
抖音渠道销售额占比从 65% 持续提升至 74%，销量占比从 74% 升至 81%，2025 年销售额、销量同比仍保持 20.2%、19.9% 的双位数高增长，成为品类增长核心引擎；而淘系渠道份额持续萎缩，2025 年销售额、销量同比分别下滑 2.6%、4.1%，销售额、销量占比已降至 26%、19%，传统阵地加速失守。价格端，淘系均价持续显著高于抖音，但两者均价增速均逐年放缓，抖音 2025 年均价几乎持平，反映低价带竞争加剧，淘系靠提价维持份额的增长逻辑逐步弱化。



抖音：各品类机会和增长点

儿童服饰品类2025年1-12月抖音渠道整体**增长20.2%**，羽绒服饰/羽绒内胆（159.78亿，18%）、套装（124.25亿，28%）、裤子（103.98亿，25%）三大品类以绝对体量支撑大盘，并且保持双位数高增。儿童配饰（49%）、儿童演出服（102%）、反穿衣/罩衣（37%）、包包（56%）等小众细分品类虽体量较小但具备极强增长潜力。

抖音-细分品类机会四象限



三级品类	销售额	增长率
羽绒服饰/羽绒内胆	159.78亿	18%
套装	124.25亿	28%
裤子	103.98亿	25%
外套/夹克/大衣	70.14亿	20%
T恤	62.21亿	31%
儿童内衣裤	42.64亿	7%
棉袄/棉服	39.69亿	28%
卫衣/绒衫	35.65亿	13%
儿童旗袍/唐装/民族服装	35.06亿	4%
儿童牛仔	33.74亿	24%
毛衣/针织衫	32.32亿	16%
连身衣/爬服/哈衣	31.68亿	14%
儿童家居服	30.65亿	19%
裙子	29.08亿	-2%
儿童户外服	23.78亿	21%
儿童袜子(0-16岁)	19.35亿	16%
帽子/围巾/口罩/手套/耳套/脚套	8.84亿	24%
马甲	8.60亿	12%
衬衫	7.82亿	7%
亲子装/亲子时装	7.45亿	4%
背心吊带	7.44亿	37%
儿童配饰	7.39亿	49%
其它	6.01亿	361%
儿童防晒服	5.90亿	-13%
包包	3.53亿	56%
校服/校服定制	2.77亿	81%
儿童POLO衫	2.58亿	48%
抹胸/儿童文胸	2.37亿	103%
儿童礼服	1.55亿	43%
反穿衣/罩衣	1.51亿	37%
儿童泳装	1.51亿	14%
婴儿礼盒	0.98亿	29%
肚兜/肚围/护脐带	0.73亿	65%
儿童演出服	0.60亿	102%
披风/斗篷	0.36亿	14%
羊毛衫	0.04亿	-
羽丝服装	0.03亿	-
儿童和服	0.02亿	3%
羊绒衫	0.01亿	-

数据来源：知行数据库，2025年1-12月数据

巴拉巴拉双渠道领跑，为绝对龙头

巴拉巴拉为双渠道绝对龙头，淘宝销售额 21.40 亿 (+7.7%)，抖音 27.65 亿 (+13.1%)，在两大渠道均保持领先且增速跑赢大盘。

淘宝本土品牌主导、份额分散：TOP20 品牌市占合计仅 6.7%，CR5 仅 12.5%，头部集中度极低；增长依赖本土品牌，英氏 (+50.3%)、保姆麦克菲 (+48.4%)、全棉时代 (+49.5%) 等细分品牌增速亮眼，但整体份额难起规模效应。

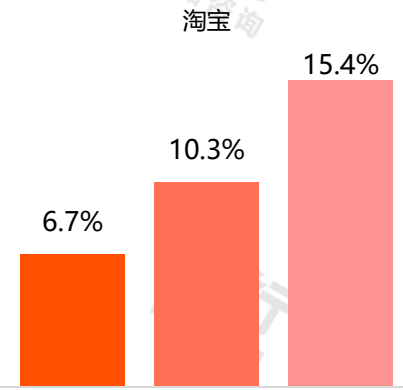
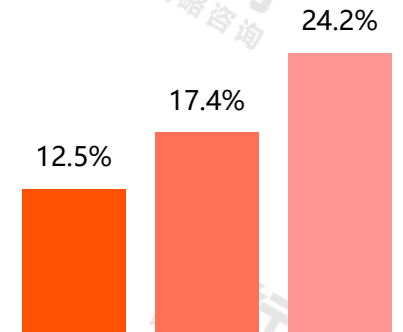
抖音头部集中 + 外资 / 运动品牌爆发：CR20 市占达 15.4%，CR5 达 6.7%，品牌资源向头部汇聚；安踏儿童 (+41.7%)、波司登 (+103.1%)、安德玛 (+134.8%)、骆驼 (+1180.7%) 等品牌高增，凸显抖音对运动、高端及跨界品牌的流量吸纳力。

排名	淘宝TOP品牌名	销售额	市占	增长
1	巴拉巴拉 Balabala	21.40亿	6.2%	7.7%
2	戴维贝拉 Dave&bella	6.77亿	2.0%	2.8%
3	左西 Zosee	5.71亿	1.7%	43.0%
4	优衣库 Uniqlo	5.08亿	1.5%	17.3%
5	英氏 Yeehoo	4.08亿	1.2%	50.3%
6	安踏儿童 Anta Kids	4.07亿	1.2%	17.7%
7	保姆麦克菲 Nanny	3.31亿	1.0%	48.4%
8	迷你巴拉 Mini Balabala	3.20亿	0.9%	18.9%
9	波司登 Bosideng	3.17亿	0.9%	17.3%
10	棉奇熊	3.03亿	0.9%	8.0%
11	斐乐儿童 Fila Kids	2.99亿	0.9%	49.5%
12	鸭鸭 Yaya	2.86亿	0.8%	0.0%
13	猫人 Miiow	2.86亿	0.8%	39.2%
14	太平鸟儿童 Minipeace	2.47亿	0.7%	-10.4%
15	童泰 Tongtai	2.15亿	0.6%	15.9%
16	娃爱的蓓蓓 Babylove	2.13亿	0.6%	166.8%
17	幼岚 Allblu	2.05亿	0.6%	51.7%
18	全棉时代 Purcotton	1.98亿	0.6%	49.5%
19	维尼熊 Teenie Weenie	1.96亿	0.6%	-10.6%
20	尼多熊	1.90亿	0.6%	-3.5%

排名	抖音TOP品牌名	销售额	市占	增长
1	balabala/巴拉巴拉	27.65亿	2.9%	13.1%
2	Disney/迪士尼	10.05亿	1.1%	-46.4%
3	anta kids/安踏儿童	9.13亿	1.0%	41.7%
4	玛米玛卡	9.04亿	0.9%	68.8%
5	BOSIDENG/波司登	7.87亿	0.8%	103.1%
6	UNDER ARMOUR/安德玛	7.87亿	0.8%	134.8%
7	SNOOPY/史努比	7.41亿	0.8%	-11.6%
8	辰辰妈	6.84亿	0.7%	-46.6%
9	SNOWFLYING/雪中飞	6.27亿	0.7%	56.8%
10	嘟嘟家	6.25亿	0.7%	84.1%
11	笛莎	5.76亿	0.6%	17.1%
12	GOLDFARM/高梵	5.39亿	0.6%	5.2%
13	ZOSEE/左西	5.13亿	0.5%	104.8%
14	X kids/特步儿童	4.85亿	0.5%	14.6%
15	酷娃米	4.83亿	0.5%	-13.5%
16	FILAKIDS	4.72亿	0.5%	43.3%
17	CAMEL/骆驼	4.70亿	0.5%	1180.7%
18	DAVE&BELLA/戴维贝拉	4.44亿	0.5%	-3.6%
19	Miiow/猫人	4.40亿	0.5%	70.1%
20	YAYA/鸭鸭	4.37亿	0.5%	10.3%

头部品牌集中度

■ CR5 ■ CR10 ■ CR20

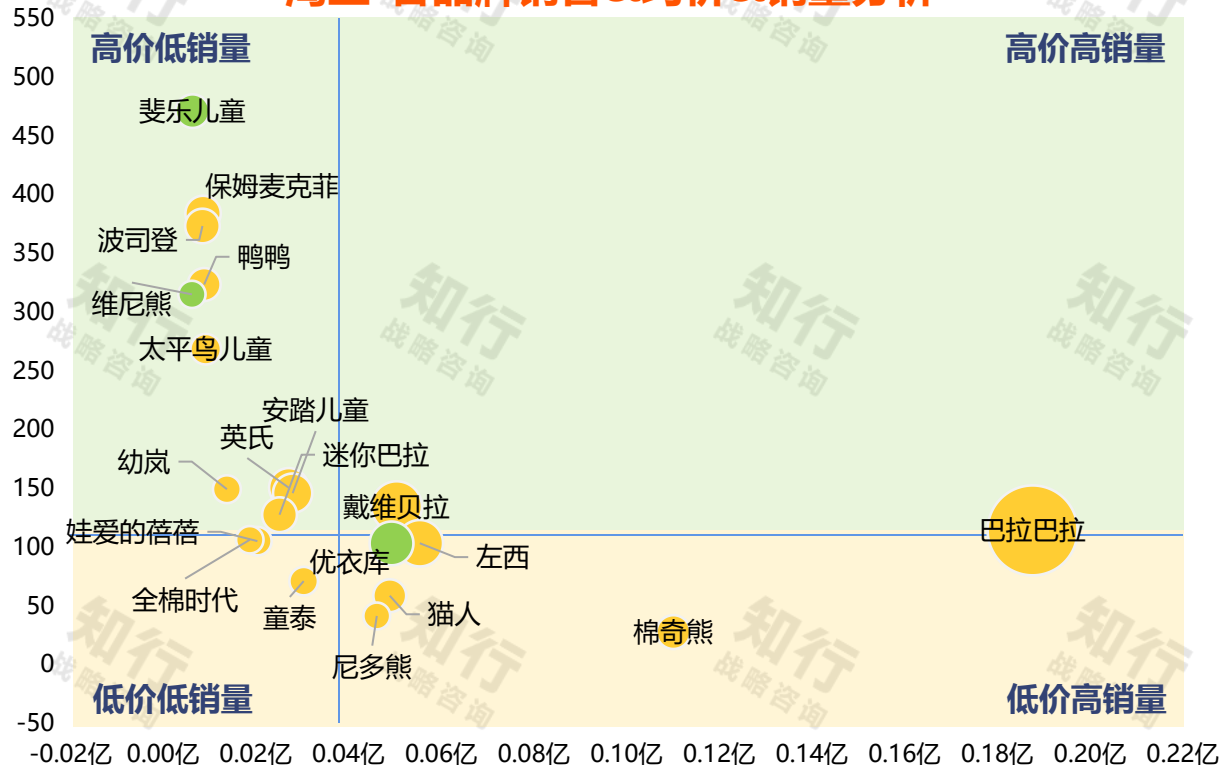


数据维度：2025年1-12月

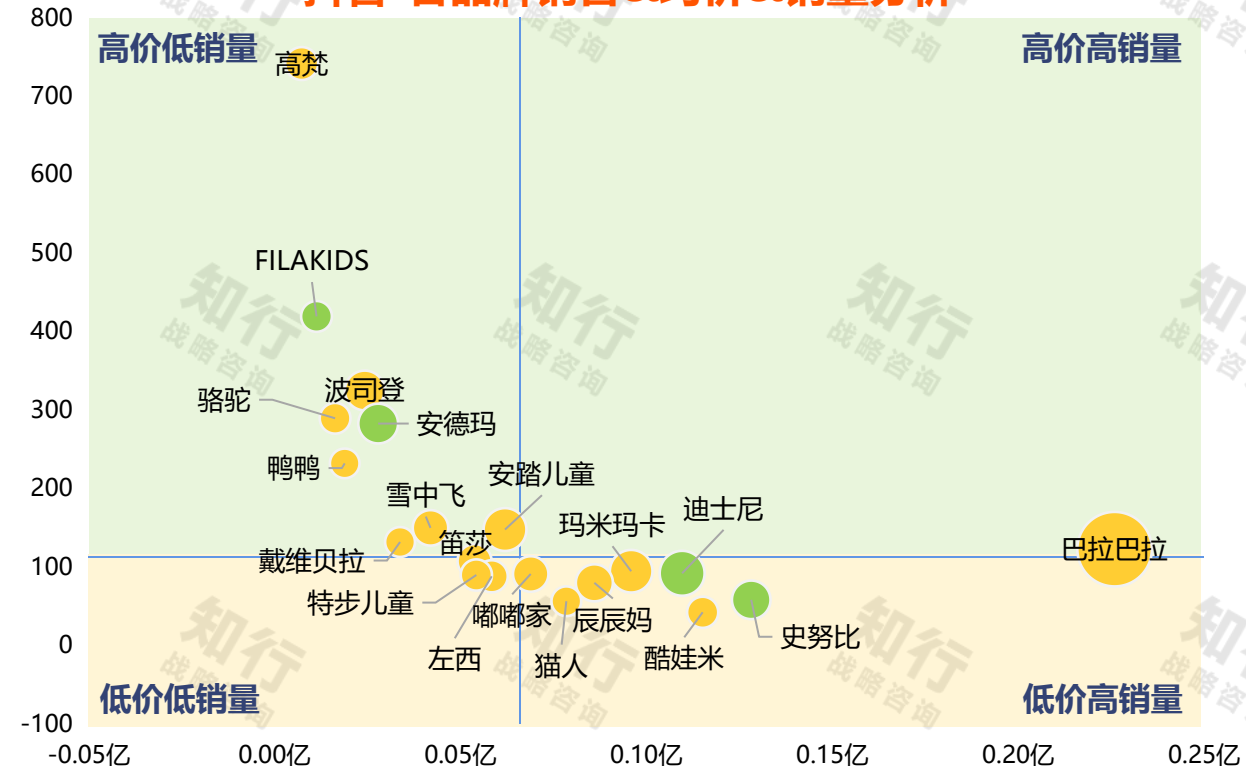
巴拉巴拉低价高量战略通吃

巴拉巴拉以绝对体量占据“低价高销量”象限，是唯一的规模型爆款品牌；
淘宝国货品牌占据绝对主导，价格带分层清晰；抖音渠道外资品牌（安德玛、FILA 等）在中高价带强势突围，形成多元竞争格局。

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



国货品牌



国外品牌

淘宝-儿童服饰-细分品类品牌排名

裤子

排名	品牌名	销售额	市占
1	巴拉巴拉 Balabala	2.97亿	6.2%
2	左西 Zosee	1.67亿	3.5%
3	戴维贝拉 Dave&bella	1.33亿	2.8%
4	安踏儿童 Anta Kids	1.17亿	2.4%
5	优衣库 Uniqlo	1.01亿	2.1%
6	迷你巴拉 Mini Balabala	0.79亿	1.6%
7	特步儿童 Xtepkids	0.73亿	1.5%
8	幼岚 Allblu	0.69亿	1.4%
9	Moody Tiger	0.65亿	1.3%
10	太平鸟儿童 Minipeace	0.60亿	1.2%
11	斐乐儿童 Fila Kids	0.57亿	1.2%
12	齐齐熊 Ciciibear	0.54亿	1.1%
13	真维斯 Jeanswest	0.50亿	1.0%
14	小象汉姆	0.45亿	0.9%
15	嘟嘟家	0.41亿	0.8%
16	INSbobo	0.40亿	0.8%
17	维尼熊 Teenie Weenie	0.38亿	0.8%
18	Onmygame	0.36亿	0.7%
19	班喜迪	0.36亿	0.7%
20	英氏 Yeehoo	0.35亿	0.5%

羽绒服饰

排名	品牌名	销售额	市占
1	巴拉巴拉 Balabala	6.35亿	13.9%
2	保姆麦克菲 Nanny	3.31亿	7.3%
3	波司登 Bosideng	2.97亿	6.5%
4	鸭鸭 Yaya	2.80亿	6.1%
5	斐乐儿童 Fila Kids	1.22亿	2.7%
6	戴维贝拉 Dave&bella	1.14亿	2.5%
7	高梵 Goldfarm	1.05亿	2.3%
8	雪中飞 Snow Flying	1.05亿	2.3%
9	安踏儿童 Anta Kids	1.03亿	2.3%
10	左西 Zosee	0.99亿	2.2%
11	笛莎 Deesha	0.84亿	1.8%
12	迷你巴拉 Mini Balabala	0.78亿	1.7%
13	太平鸟儿童 Minipeace	0.69亿	1.5%
14	雅鹿 Yaloo	0.65亿	1.4%
15	齐齐熊 Ciciibear	0.56亿	1.2%
16	Jnby By Jnby	0.52亿	1.1%
17	雅鹿童装 Yaloo Kids	0.51亿	1.1%
18	维尼熊 Teenie Weenie	0.51亿	1.1%
19	帕西爷爷 Grandpapacy	0.47亿	1.0%
20	优衣库 Uniqlo	0.46亿	1.0%

儿童内衣裤

排名	品牌名	销售额	市占
1	佳尔优优	2622.3万	15.3%
2	世喜	1953.3万	11.4%
3	科巢	1477.2万	8.6%
4	MATCHSTICK MONKEY	1340.4万	7.8%
5	爱贝迪拉	600.6万	3.5%
6	蓓兜	557.8万	3.3%
7	BABYCARE	544.7万	3.2%
8	宝贝故事	422.0万	2.5%
9	爱咔威	369.7万	2.2%
10	YEEHOO KIDS	359.1万	2.1%
11	HAAKAA	355.2万	2.1%
12	新安怡	233.9万	1.4%
13	妈贝乐	222.8万	1.3%
14	WINSLEO	216.4万	1.3%
15	新安代	184.4万	1.1%
16	蒂乐	182.5万	1.1%
17	嫚熙	177.4万	1.0%
18	美露宝	151.5万	0.9%
19	英氏	149.9万	0.9%
20	努比	146.1万	0.9%

抖音-儿童服饰-细分品类品牌排名

羽绒服/羽绒内胆				套装				牙胶			
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	balabala/巴拉巴拉	15.85亿	9.9%	1	嘟嘟家	2.15亿	1.7%	1	balabala/巴拉巴拉	2.33亿	2.2%
2	BOSIDENG/波司登	7.78亿	4.9%	2	X kids/特步儿童	1.34亿	1.1%	2	anta kids/安踏儿童	1.36亿	1.3%
3	SNOWFLYING/雪中飞	5.43亿	3.4%	3	玛米玛卡	1.32亿	1.1%	3	辰辰妈	1.05亿	1.0%
4	GOLDFARM/高梵	5.38亿	3.4%	4	贵人鸟	1.24亿	1.0%	4	ZOSEE/左西	1.05亿	1.0%
5	Disney/迪士尼	5.29亿	3.3%	5	朵贝奇/DURBEYQI	0.98亿	0.8%	5	云朵小葵	0.81亿	0.8%
6	UNDER ARMOUR/安德玛	4.61亿	2.9%	6	SNOOPY/史努比	0.93亿	0.8%	6	X kids/特步儿童	0.78亿	0.7%
7	YAYA/鸭鸭	4.25亿	2.7%	7	NIKE/耐克	0.82亿	0.7%	7	多多家	0.77亿	0.7%
8	anta kids/安踏儿童	3.79亿	2.4%	8	贵人鸟体育	0.82亿	0.7%	8	HSTP/郝叔童品	0.75亿	0.7%
9	V/雅鹿	3.30亿	2.1%	9	anta kids/安踏儿童	0.81亿	0.6%	9	酷娃米	0.70亿	0.7%
10	保姆鹅	3.21亿	2.0%	10	Lenakids	0.76亿	0.6%	10	依儿蜜拉	0.70亿	0.7%
11	CAMEL/骆驼	3.12亿	2.0%	11	巴布豆卡乐	0.74亿	0.6%	11	徐米奇	0.69亿	0.7%
12	笛莎	3.00亿	1.9%	12	La Chapelle/拉夏贝尔	0.73亿	0.6%	12	檬贝仔	0.67亿	0.6%
13	FILAKIDS	2.25亿	1.4%	13	Disney/迪士尼	0.54亿	0.4%	13	半度闲	0.65亿	0.6%
14	帕西爷爷	1.88亿	1.2%	14	婴悦家	0.53亿	0.4%	14	丸子十	0.65亿	0.6%
15	DAVE&BELLA/戴维贝拉	1.86亿	1.2%	15	balabala/巴拉巴拉	0.49亿	0.4%	15	玛米玛卡	0.64亿	0.6%
16	WALNUT DUCK	1.74亿	1.1%	16	辰辰妈	0.47亿	0.4%	16	悠悠童话	0.62亿	0.6%
17	ZOSEE/左西	1.33亿	0.8%	17	悠悠童话	0.47亿	0.4%	17	笛莎	0.61亿	0.6%
18	BoBDoG/巴布豆	1.32亿	0.8%	18	BCA	0.45亿	0.4%	18	巴布豆卡乐	0.59亿	0.6%
19	齐齐熊	1.28亿	0.8%	19	小秘诀	0.41亿	0.3%	19	moodytiger	0.55亿	0.5%
20	辰辰妈	1.17亿	0.7%	20	西麦贝贝	0.40亿	0.3%	20	ZOZO&MOMMY	0.52亿	0.5%

03

头部品牌抖音拆解



品牌分析——巴拉巴拉

知行
战略咨询



知行
战略咨询

知行
战略咨询

知行
战略咨询

知行
战略咨询

知行
战略咨询

知行
战略咨询

巴拉巴拉 (Balabala) 是中国森马集团2002年创建的童装品牌，产品全面覆盖0-14岁儿童的服装、鞋品、生活家居、出行等品类，以一站式购物体验，满足孩子成长中的多元需求。



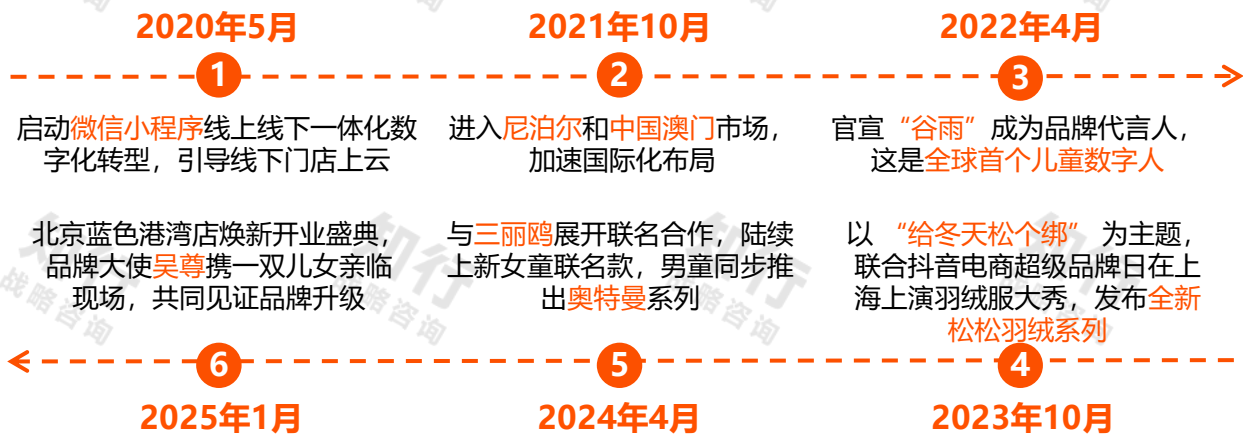
品牌定位：懂成长的儿童时尚品牌

Slogan：童年不同样

品牌使命：用爱的使命，让天下儿童拥有美好童年，与新生代家庭共成长

品牌愿景：为世界儿童和家庭带来更加美好的生活

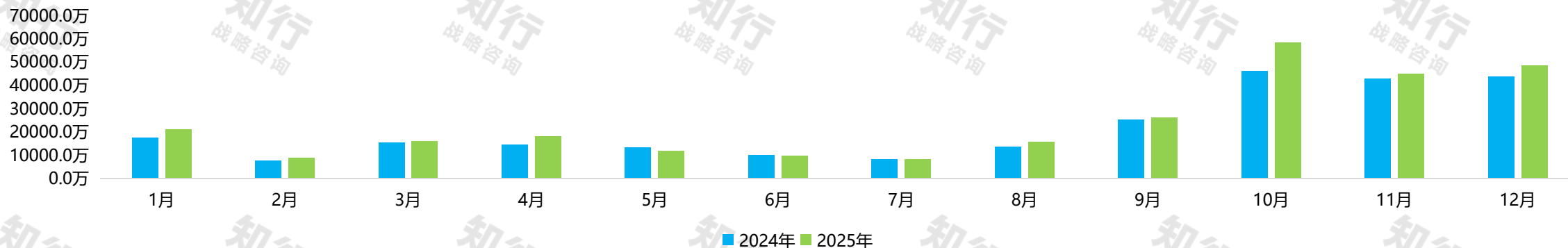
品牌主打产品：舒肤系列内衣、轻羽绒、冲锋衣、防晒服、三丽鸥、哈利波特、小猪佩奇等 IP 联名系列



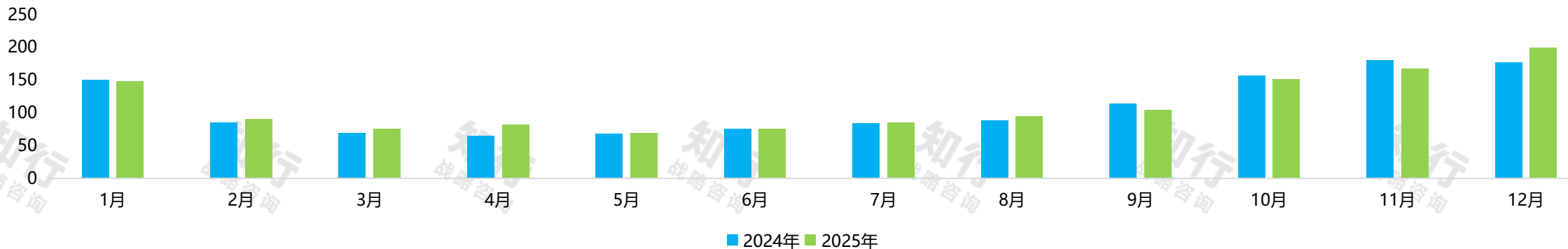
2025年业绩全面领跑，旺季增长爆发

品牌整体经营呈稳健增长态势，2025年业绩全面优于2024年，各月销售额均实现小幅同比提升，且淡旺季规律清晰：2月受春节影响为全年低谷，3-8月平稳增长，9月起进入销售旺季，10月达全年峰值（销售额近6亿元，同比增长26%），11-12月大促期持续高位，下半年增长幅度显著高于上半年，旺季运营、大促营销效果突出。

2024-2025年1-12月品牌销售额



2024-2025年1-12月品牌客单价

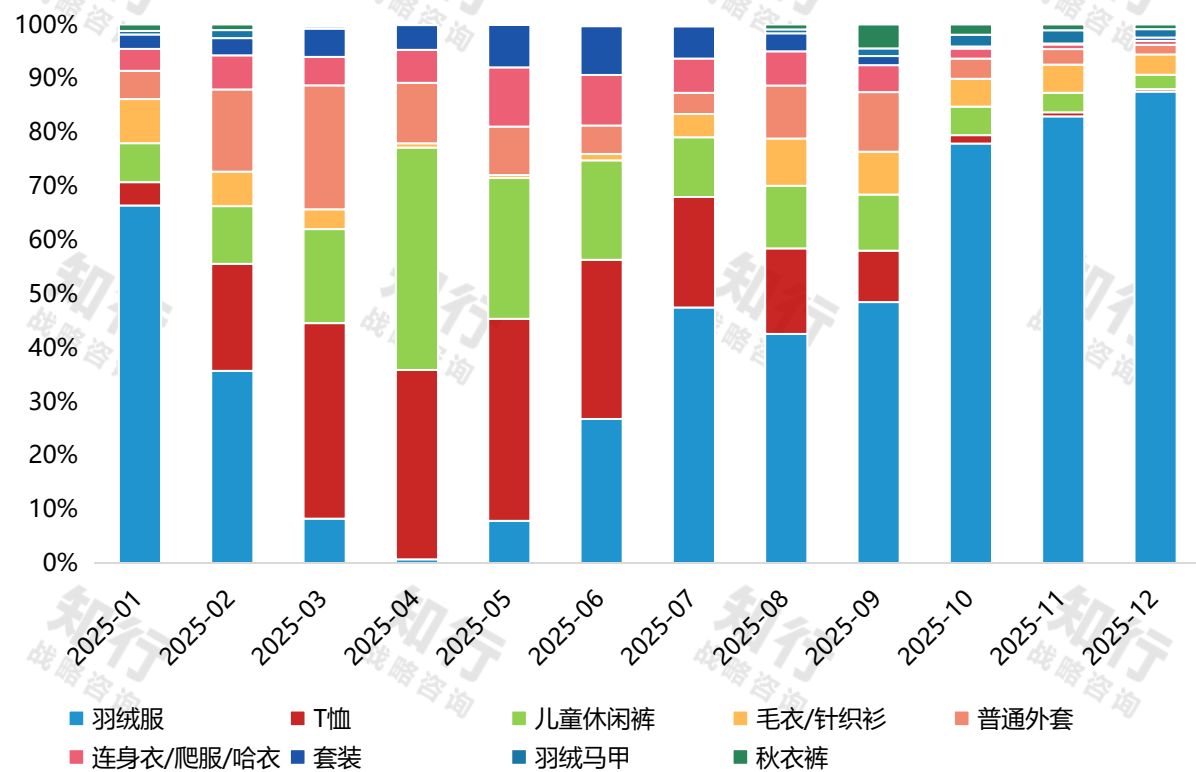


品类季节性分化显著，渠道波动剧烈

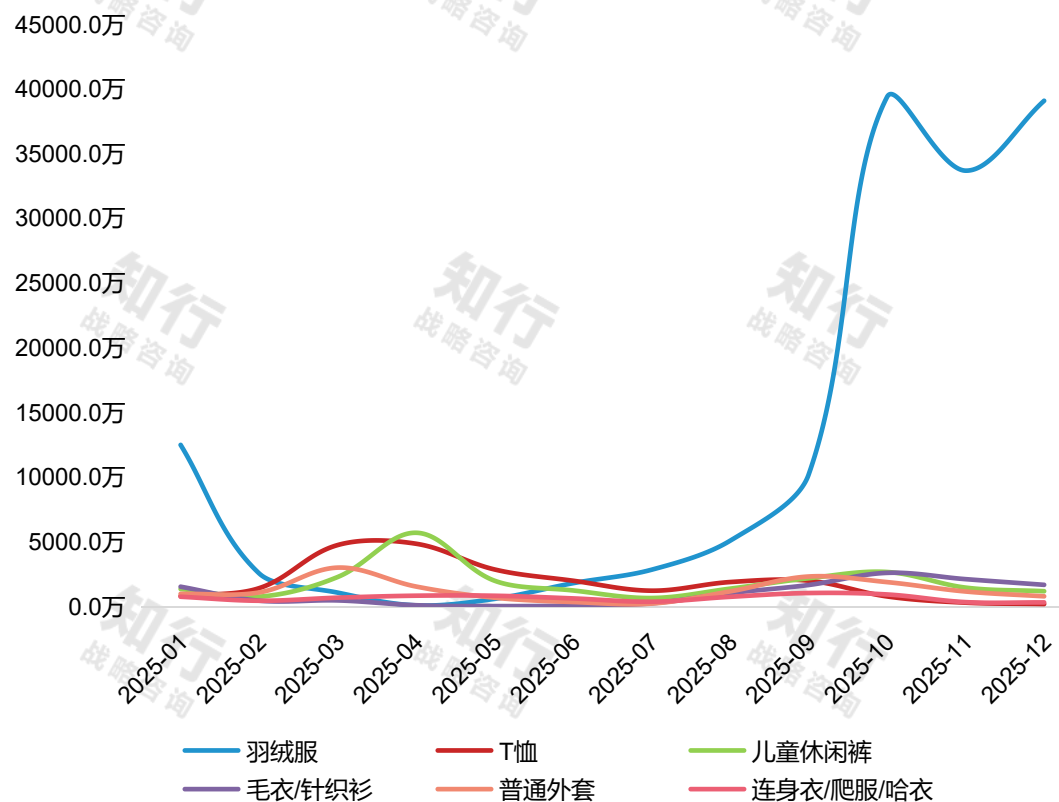
羽绒服为绝对核心品类，主导全年业绩：2025年羽绒服在抖音渠道旺季（10-12月）销售占比超80%，12月占比近90%，峰值销售额近4亿元，是品牌抖音业绩的核心支柱。

品类季节性分化显著，渠道波动剧烈：羽绒服呈现“年初小高峰 - 年中低迷 - 年末爆发”的强周期特征，非羽绒品类仅在上半年形成小高峰，全年体量有限，导致渠道淡旺季业绩差距悬殊。

品牌抖音主营品类分布



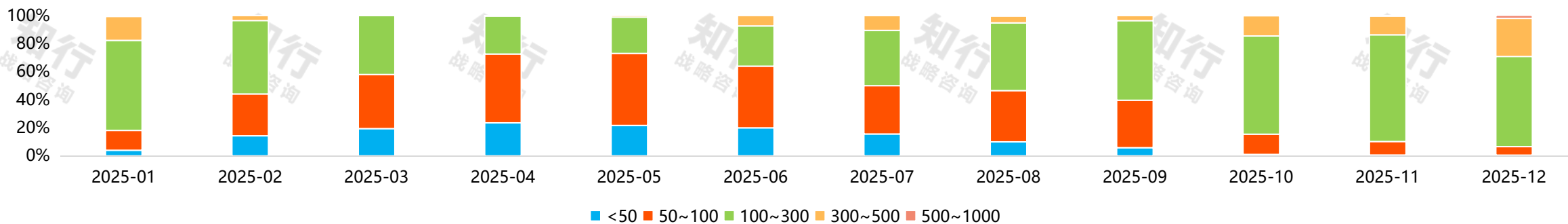
品牌抖音主营品类销售趋势



价格带结构随季节动态适配，高低互补覆盖全年

2025年品牌以**100-300元价格带为绝对核心**，**50-100元为季节性补充**，**300-500元为高端增量**，且与品类季节性高度匹配。100-300元价格带为业绩基本盘，尤其在秋冬（10-12月）占比超80%，对应亲子轻薄羽绒服、羽绒连体衣等爆款（销量40w+），支撑品牌核心营收；50-100元价格带在春夏（4-6月）占比显著提升，对应防蚊裤、速干T恤、防晒衣等刚需品，承担淡季流量承接、用户拉新与复购激活作用；300-500元价格带在冬季（1-2月、11-12月）占比回升，对应长款羽绒服等高客单产品，有效拉动客单价提升。

品牌价格带分布趋势



亲子装轻薄羽绒服
售价：199/件
销量：40w+



儿童长裤防蚊裤
售价：64/条
销量：3w+



长款羽绒服
售价：439/件
销量：10w+



羽绒服连体衣
售价：259/件
销量：7w+



儿童速干T恤
售价：76/件
销量：10w+



儿童防晒衣
售价：99/件
销量：7w+

主话题霸榜，UGC 话题激活用户参与

主话题 #巴拉巴拉 以 **34.42 亿播放量**、**47.4 万参与人数**，成为品牌声量绝对核心；#巴拉巴拉卖萌出发 以 47.7 万参与人数反超主话题，8.03 亿播放量，是 UGC 用户自发创作的核心阵地，有效放大品牌曝光。细分话题中，童装、春日穿搭、儿童羽绒服等垂直品类话题累计播放超 15 亿，#巴拉巴拉许个愿吧、#巴拉巴拉开启惊喜 等活动话题成为声量重要增量。

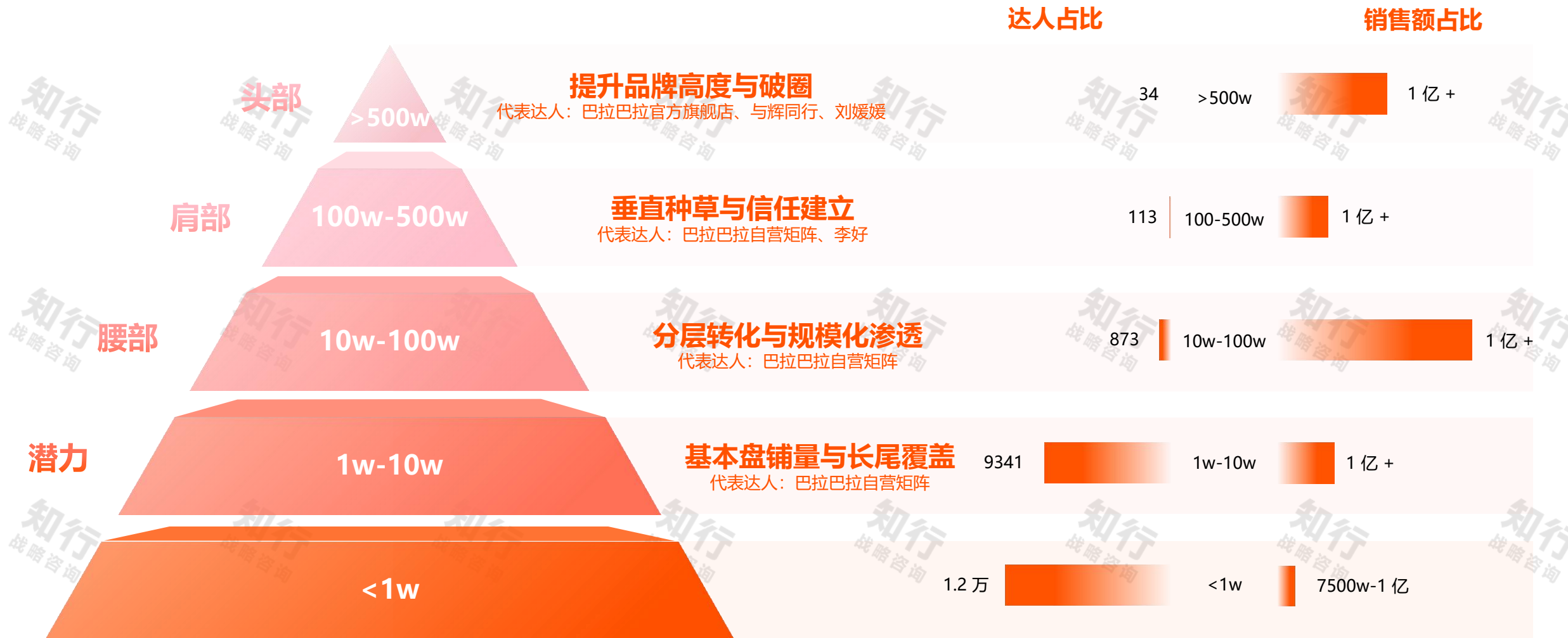
话题	参与人数	播放量
#巴拉巴拉	47.4w	34.42亿
#巴拉巴拉卖萌出发	47.7w	8.03亿
#巴拉巴拉童装	20.3w	6.22亿
#巴拉巴拉春日出游新穿法	3.2w	5.84亿
#巴拉巴拉许个愿吧	7912	3.44亿
#巴拉巴拉儿童羽绒服	2.5w	2.12亿
#巴拉巴拉童年不同样	8.0w	1.8亿
#巴拉巴拉羽绒服	1.0w	1.45亿
#巴拉巴拉开启惊喜	3014	5770.4w
#巴拉巴拉玩具羽绒	1569	3808.0w
#巴拉巴拉舞蹈挑战	785	3482.5w
#巴拉巴拉实体店	6185	2493.3w
#巴拉巴拉家有萌娃	837	1661.6w
#巴拉巴拉黑标鹅绒	312	1655.9w
#巴拉巴拉松松羽绒	118	1398.1w
#巴拉巴拉实体店直播	2019	1207.8w
#穿巴拉巴拉自信出马	2116	1105.4w
#巴拉巴拉23周年	244	998.1w
#巴拉巴拉东方宝藏计划	192	969.9w
#迷你巴拉巴拉	1736	939.6w

关键词：**羽绒服、男童、女童**



达人矩阵拆解

自营直播绝对主导，双轮驱动体系缺失：品牌自营直播贡献超 90% 总销售额，达人渠道仅为补充，未形成“自营 + 达人”协同增长的健康格局。



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