

项目产品分析简报

阜宁大糕：

结论先行：阜宁大糕购买人群以江苏本地，文化水平较一般但经济实力较强的个体经营户女性为主。兼顾部分工薪阶层，整体人群相对下沉。

一、 产品地域分析

数据采集：芮鲜生店铺 1 年内销售数据。

分析对象：销量第一的阜宁大糕

1.核心市场分布

主要客群集中在江苏（40.6%）和上海（17.79%），其中 70%的客户为江苏本地或外地江苏人，说明产品（阜宁大糕）具有强烈的地域认同感，尤其受盐城、淮安、扬州等地消费者青睐。

上海市场占比高（17.79%），可能由于上海有较多江苏籍人口，或产品在该地区有较好的推广/口碑传播。

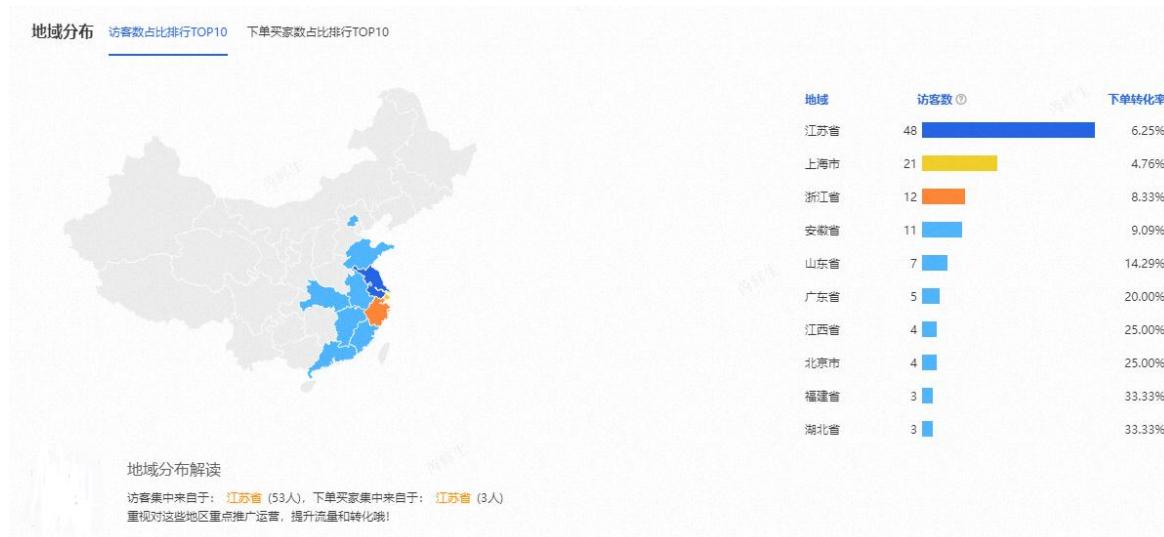
2. 地域特性分析

强地域性：阜宁大糕在江苏（尤其是苏北地区）认知度高，但可能在外省市场接受度有限。强时效性：可能受节日（如春节、中秋）或特定消费场景（如送礼、传统糕点需求）影响较大，需关注季节性销售波动。

3. 客户需求分析

C 端客户：以家庭为单位，平常家庭作为零食食用，节日及婚丧嫁娶办事使用。

B 端客户：以 4S 店、学校、工厂礼盒，为主要用户招待及礼品采购。



二、人群消费层级画像

字段说明：

淘气值：客户在淘宝平台的总消费水平。

老客户：3年内存在购买记录再次来访购买的客户。

消费层级：客户在平台的平均消费水平。

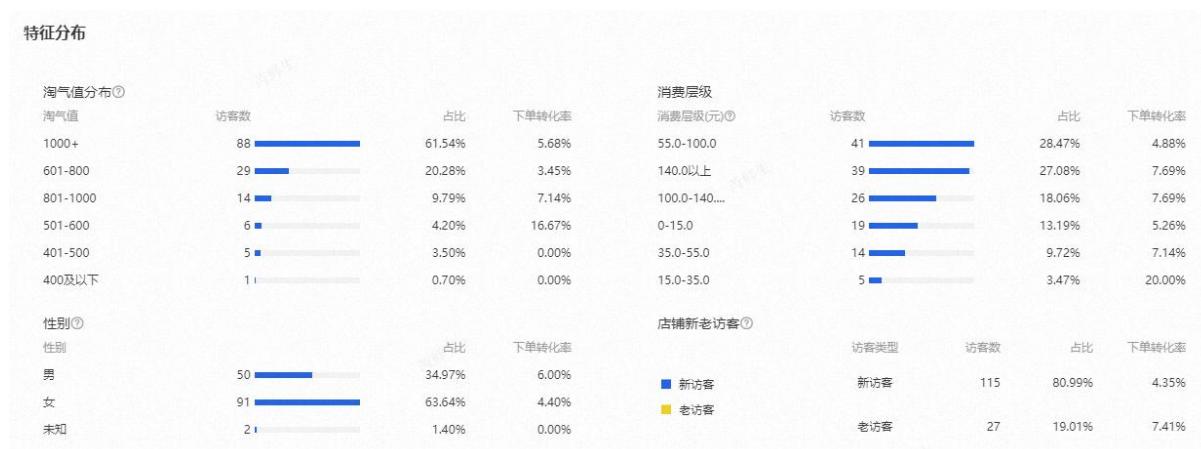
1. 数据分析

a、高消费群体占比高：本店 61.54% 的访客为高消费人群（这类人群指每月在淘宝平台总消费 800 元及以上的用户）。该人群约有 5.68% 用户在本店进行购买，每次购买消费 55 元以上（同行平均 20 元/次），说明本店铺对高净值客户有较强吸引力。

b、女性主导消费：女性用户是核心客群，需重点关注其消费偏好（如品牌调性、食品安全、包装设计、视觉营销等）。

c、短期复购率良好：以计算 7 天为统计周期，淡季的复购率为 20%（同行相关品类为 13%）较为明显地优于同行。

d、长期复购率极高且金额极大：以1年作为统计周期，旺季1月的当月复购率达40%以上，当月老客户销售金额占比为60%以上。



三、人群职业&学历画像

数据罗列：

- 职业分布:40.59%为个体工商户，17.09%为上班职员，15.63%为工人。
- 学历分布：26.31%本科及以上，73.69%为其他学历。

数据分析：

主要用户均以家庭式小作坊小生意为主业，其余客户人群画像与同行业相比相对一致，年龄群体较大。



四、 购买&周期趋势

数据分析：

1、旺季效应明显：

1-2月新年为全年热销旺季。约占全年销售额的60%。整体转化率为5-10%，直播+推广为行业的主要销售方式。

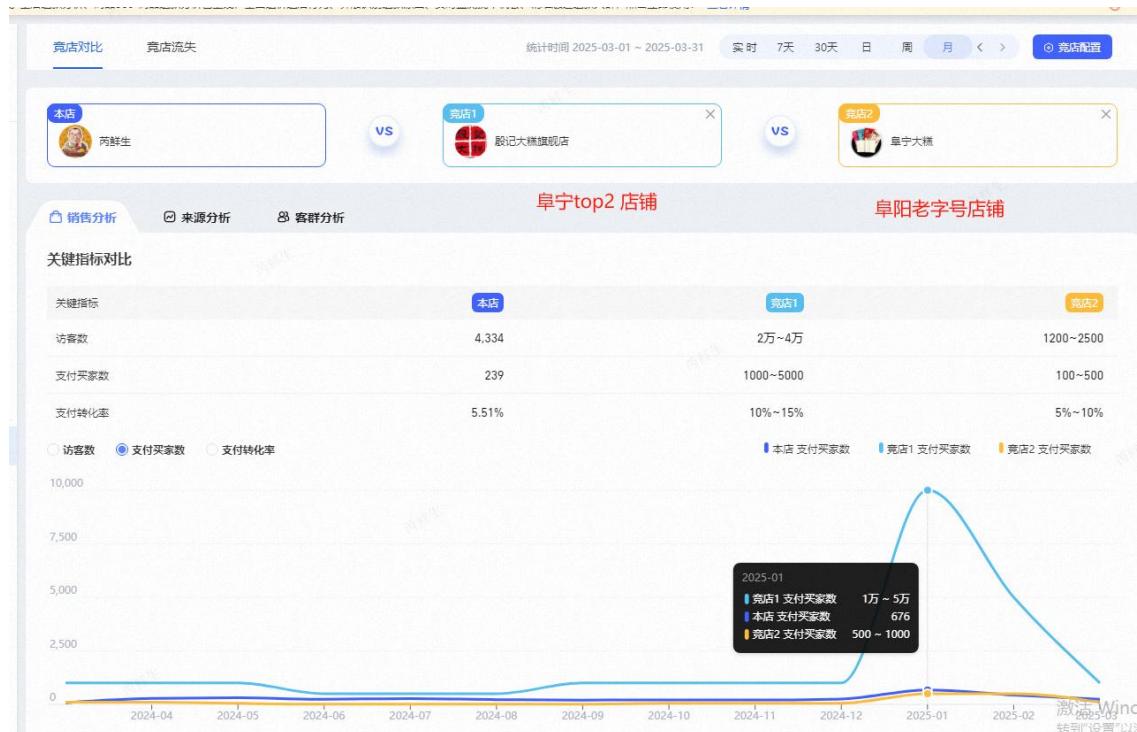
2、马太效应明显：

绝大多数消费者均流向头部企业—阜阳旗舰店及殷记旗舰店，其销售额远超第三名。

3、竞争导致推广成本波动较大：

1-2月旺季：推广成本均占总销售额的5%-10%，单个用户广告点击成本为0.5-1.1元。

3-12月淡季：推广成本约占总销售额的12-15%，单个用户广告点击成本为1.5-2元。



青海枸杞：

结论先行：整体销售以直播间销售为主占 90%，搜索购买用户仅为 10%。购买人群主要以 20-39 年青年为主，男性用户群体需求激增，主要以养生为主要需求。

一、渠道销售分析

传统搜索销售渠道疲软：。

抖音平台当日搜索“枸杞”关键词并下单，排名第一的店铺，其当日枸杞销售额仅为 1000-2500 元。

直播销售渠道为主要渠道：

抖音平台当日通过直播间销售枸杞，排名第一的店铺，其当日枸杞销售额为 2.5-5 万元

枸杞搜索渠道销售数据排行：

The screenshot shows the 'Douyin Product TOP200' search results for the keyword '枸杞'. The interface includes filters for industry category (生鲜/水果蔬菜), brand type (不限, 知名品牌, 非知名品牌), and price range (不限, 0-17, 17-26, 26-33, 33-45, 45以上). The results table lists products from various sellers, with the fourth item highlighted by a red border.

| 序号 | 商品信息 | 热搜词 | 店铺信息 | 商品曝光人数 | 搜素成交金额 | 操作 |
|----|--|---|----------|-------------|---------------|--|
| 1 | 正宗野生黑枸杞茶组合三角包... 价格带 ¥19.9-¥139.9 | 黑枸杞子 茶 泡水喝的方法 +2 | 九州万堂养生滋补 | 7,500-1万 | ¥2,500-¥5,000 | 查看详情 加入竞对 |
| 2 | 正宗沙苑子250g50g精选新货野生沙苑子沙... 价格带 ¥15.9-¥89.9 | 沙苑子正品 沙苑子 沙苑子的功效与作用 +2 | 润心田滋补养生 | 1万-2.5万 | ¥2,500-¥5,000 | 查看详情 加入竞对 |
| 3 | 云南农产正宗枸杞 (杞) 无硫熏泡水喝水果茶 价格带 ¥36 | 王二宝 王二宝抖音 王二宝抖音号 +2 | 阿公臻选 | 2,500-5,000 | ¥1,000-¥2,500 | 查看详情 加入竞对 |
| 4 | 【优选】红枸杞宁夏无硫无染150g罐装大果... 价格带 ¥4.9-¥39.9 | 枸杞 枸杞100%正品官方旗舰店 枸杞子宁夏正宗特级第一名 +2 | 右花乡饮品旗舰店 | 750-1,000 | ¥500-¥750 | 查看详情 加入竞对 |
| 5 | 【炒熟】韭菜籽精选韭菜籽干净无洗韭菜子播... 价格带 ¥14.9-¥42.9 | 韭菜籽 韭菜籽枸杞茶 韭菜籽和枸杞泡水喝的功效 +2 | 百汇堂滋补店 | 750-1,000 | ¥250-¥500 | 查看详情 加入竞对 |
| 6 | 红糖姜枣茶 桂圆枸杞红枣姜丝黑糖茶 右花乡 ... 价格带 ¥9.9-¥48.9 | 红糖姜茶大姨妈专用 茶包 花茶美容养颜补气血 +2 | 花悦茶个体店 | 250-500 | ¥250-¥500 | 查看详情 加入竞对 |

枸杞日直播渠道销售数据排行：

The screenshot shows the 'Douyin Product TOP 200' interface. The search bar contains '枸杞'. The date range is set from 2025/04/17 to 2025/04/23. The filter '直播榜' (Live Broadcast Ranking) is selected. The results table lists four products:

| 序号 | 商品 | 直播账号 | 店铺名称 | 直播间成交金额 | 直播间点击次数 | 操作 |
|----|---|------------------------------|--------|-----------|-------------|---|
| 1 | 【罐装头茬枸杞】宁夏头茬中宁枸杞品质头... 价格带 ¥7-¥14 | | 怡园东升店 | ¥2.5万-¥5万 | 1万-2.5万 | 查看详情 加入竞对 找货源 |
| 2 | 宁夏头茬中宁枸杞品质头茬红枸杞泡水泡茶... 价格带 ¥7-¥14 | 有限无界 抖音号: 1827035807 | 贡菜甄选之乡 | ¥2.5万-¥5万 | 1万-2.5万 | 查看详情 加入竞对 找货源 |
| 3 | 【买半斤送半斤】新货红枸杞生吃泡水煮粥... 价格带 ¥17-¥17 | +6 | 迪豪零食铺 | ¥1万-¥2.5万 | 1万-2.5万 | 查看详情 加入竞对 找货源 |
| 4 | 枸杞子宁夏【拍1送1到手2瓶】大颗粒正宗红... 价格带 ¥19-¥19 | 精实惠食品供应链 抖音号: 58443356204 | 正和农资 | ¥1万-¥2.5万 | 2,500-5,000 | 查看详情 加入竞对 找货源 |

二、人群画像需求

年龄分布：

20-39岁为主力，其中20-29岁关注便携养生，30-39岁注重健康调理。

性别分布：

男性占比约43%(尤其30-39岁)，女性占比约57%偏好即食类(原浆、冻干)。

男性虽有占比仍较低，但在滋补产品行业男性占比在逐年上升。

地域分布：

一二线城市(上海、北京、广州等)占比超50%，华东、华南市场活跃。

消费偏好：

-注重便捷性：独立小袋，即饮原浆。冻干产品热销。

-追求健康属性:低糖、有机认证、质检透明。

购买动机:

个人日常使用及节日礼盒装约占比总销售额的 20%

渠道优势:

社交平台(小红书、抖音)种草占比 60%，直播间转化率显著高于传统电商。

总结:

女性消费者仍是滋补品市场主力，但高端品牌男性群体占比高，其中中青年群体(20-39岁)已经取代银发群体成主力，男性消费者占比提升显著。

消费者年龄段分布呈两端缩减，中部提升趋势，31-40岁中青年消费者占比提升显著，逐渐取代 50 岁以上消费者成为成为滋补品消费中坚力量。

