

2023年

线上膳食营养补充剂年度报告

膳食营养补充剂年度行业总览和消费趋势洞察

Early Data 市场研究

2024年2月

报告简介

研究背景

自2022起，Early Data每月都会从自研数据产品DSA中通过数据分析生成保健品行业月报，本次年报是对近6年的数据进行整合、分析和汇总，旨在提供一个更为全面的数据报告，以帮助您更加清晰地了解保健品行业动态。

数据说明

- 平台覆盖：淘宝、天猫、京东、拼多多、抖音、苏宁、考拉、亚马逊等十几个细分平台。
- 取数规则：按照Early Data的保健品层级取数，一级类目为营养保健；二级类目共有24个细分品类。
- 时间段：2018年1月-2023年12月

注意：所有数据为初步公开信息，未经审计，所得结果与实际情况可能存在差距，仅作参考、学习和交流用。如有出入，以个平台官方榜单为准。

服务商简介

Early Data是一家领先的数据情报提供商，通过顶尖的AI智能和机器学习能力提供及时、精准的商业数据洞察，将数据的价值最大化挖掘，辅助品牌升级。

我们的电商数据覆盖线上主流电商10几个平台，专注医药、保健品、膳食营养补充剂、传统滋补、蓝帽子和OTC领域。

声明

• 版权说明

本报告为Early Data制作，其版权归属Early Data，任何对本数据及报告的使用不得违反任何法律法规或侵犯任何第三方合法权益，任何场合下的转述或引述以及对报告的转载、引用、刊发均需征得Early Data方同意，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改，违者将追究其相关法律责任。

• 取数规则

根据电商平台公开页面的信息，通过我们科学家团队自研的算法模型来抓取数据，并综合考虑多个因素得出结果。我们参考的数据包括但不限于购买数量、评论数和商品详情页的信息。通过这些数据的分析和处理，我们能够提供客观准确的市场洞察和趋势分析。

• 数据字段

数据来源于Early Data自研数据产品DSA，所含字段信息如下：

1. 平台：淘宝、天猫、京东、拼多多、唯品会、苏宁易购、网易考拉海购、小红书（2022年11月之后）、抖音（2022年6月之后）
2. 时间范围：2018年至今；
3. 类目明细：共计118个营养保健品子类目，采用一对一逻辑，确保大盘数据不重复；
4. 成分/功效：功效标签90+，成分标签342+；按Item Name关键字重复统计，以获取全面的电商VDS的趋势，洞察单一和复合产品的走势；
5. 价格段：根据单个SKU的链接页面所显示的最小颗粒度的到手价和建议服用量，得到商品的最小日服成本和最大日服成本；
6. 国家：根据单个SKU的链接页面所显示的商品原产国或国家宣称进行数据匹配；
7. 人群：根据单个SKU的链接页面所显示的人群画像运营词或详情页适宜人群信息进行数据匹配，分别得出重复统计逻辑和一对一逻辑的适用人群；



执行概要

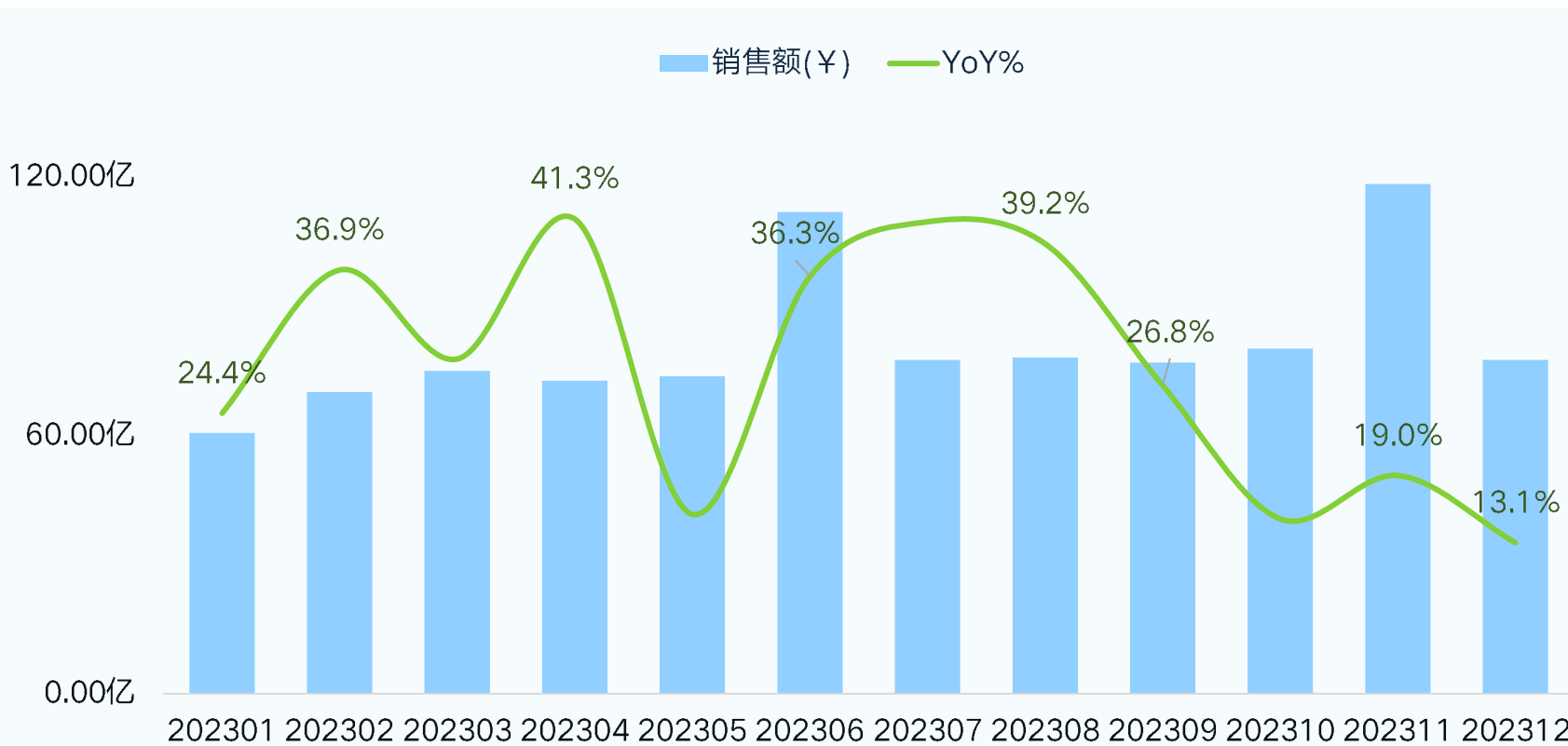
- 2023年中国营养保健电商市场呈现明显复苏迹象，**销售额达972亿，同比增长23%**。维生素市场占有率第一，但消费者的品牌忠诚度较低，新品牌仍有抢占市场的空间。在增长表现上，**10个类目两年增速均超过大盘**，其中肝脏健康及呼吸道健康增长表现尤为亮眼。
- 从渠道表现上来看，跨境渠道的头部品牌集中度CR10不断提高，头部品牌在年中和年末大促更注重跨境渠道发力，在国内渠道则造势于年货节及七夕。阿里占据营养保健市场近4成的销售额，与抖音呈现错位竞争态势，而京东保持稳定，2023年同比增速42%。
- 2023年TOP10品牌中五个女博士和INNE同比增速过百，中腰部品牌中国品牌江中以288%的同比增速领跑。**国内市场头部品牌格局更加稳定，新品牌层出但留存竞争激烈**。此外，中国大陆是销售额最大的来源地，占据31%的市场份额，美澳紧随其后。
- 在产品定价和日服成本方面，国内主打**低价和性价比**，而跨境渠道则走**中端和高品质路线**，呈现了明显的市场分化趋势。54%的产品为全家共享型商品，其中礼盒装和软糖型产品受到消费者欢迎。

01.

市场总览

营养保健电商市场2023年度销售额达972亿，同比增长23%

营养保健电商市场月度销售额及其YoY%，2023



2023年1-12月总销售额及其YoY%

¥972 亿 +23%

2023年11月销售额及其YoY%

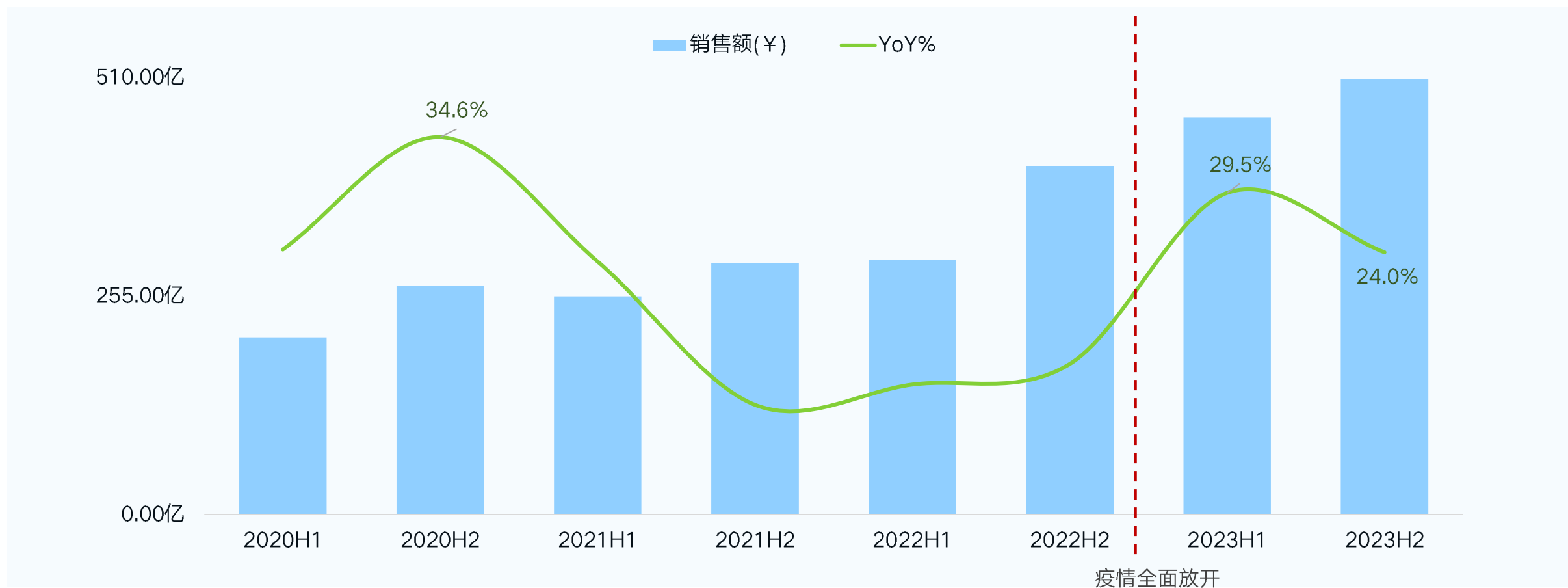
¥118 亿 +19%

2023年6月销售额及其YoY%

¥112 亿 +36%

营养保健市场线上销售连年增长，2023年增速回升呈复苏态势

营养保健电商市场销售额趋势按半年划分及其YoY%，2020-2023

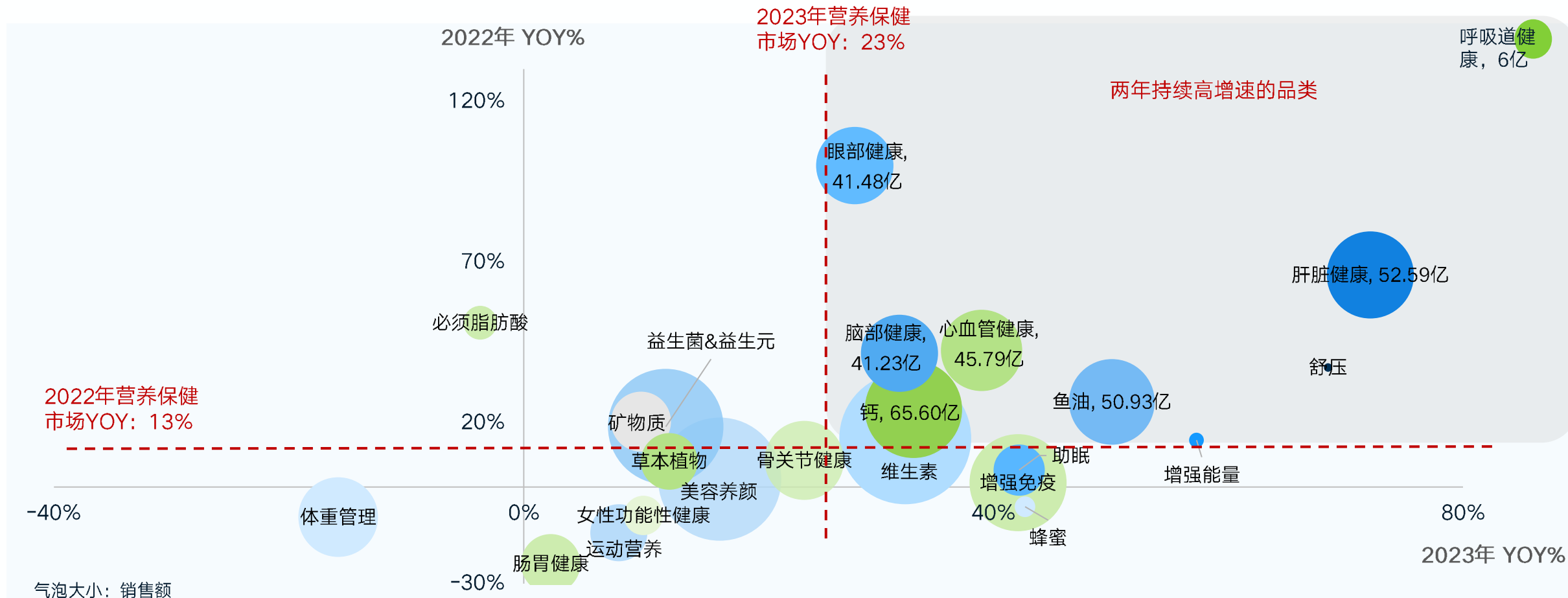


02.

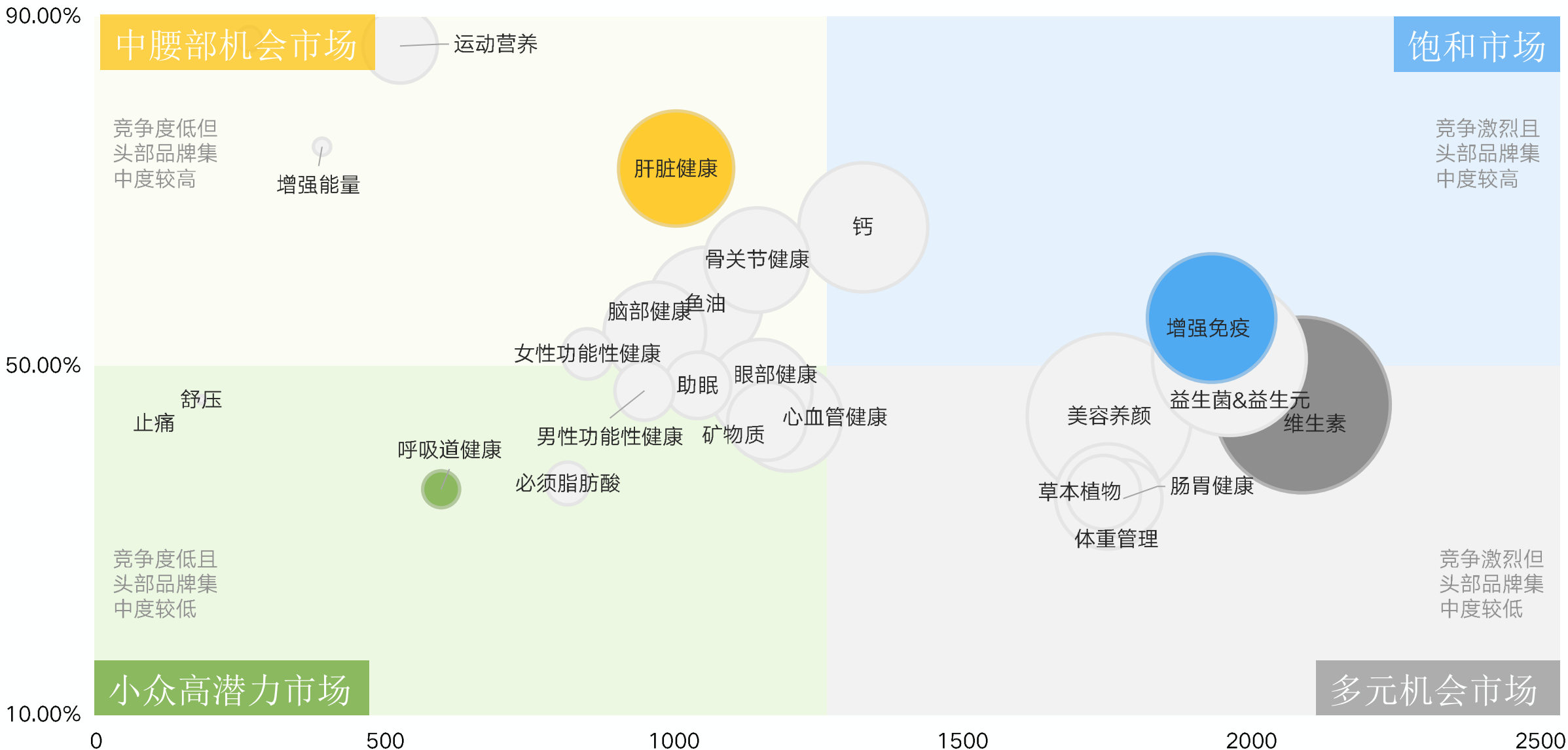
细分类目

10个品类两年增速跑赢大盘，呼吸道和肝脏健康增速持续提升

营养保健市场二级细分类目的销售额及其两年的YOY%

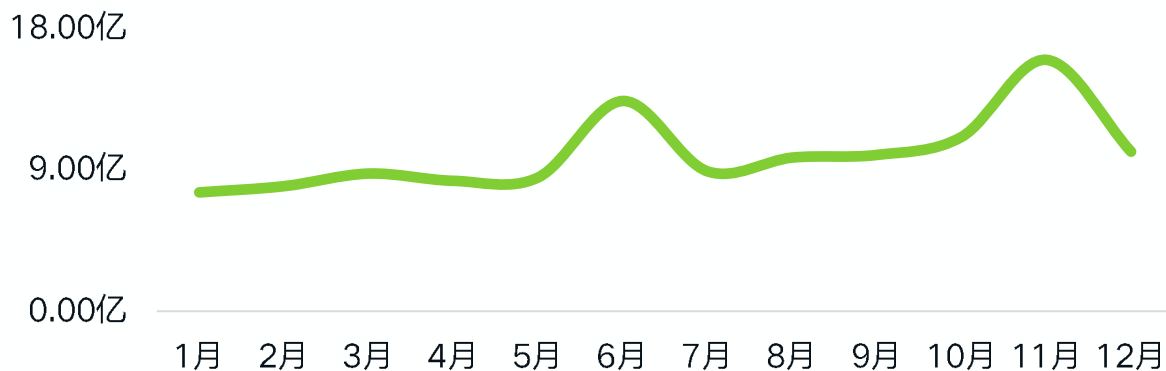


品牌集中度CR10



子类目TOP1：维生素

子类目销售额趋势,2023



维生素品类Top功效的YOY%及其核心成分

功效	YOY%	核心成分
孕期健康	42.1%	维生素B9、复合维生素
抗老	40.1%	烟酰胺、维生素C、B族维生素
美白祛黄	29.8%	维生素C、维生素E

Top1: 斯维诗男士复合维生素

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
天猫国际	120片	228.-	1.90	7.60

实惠 **成分全面**
 脸色好多了
皮肤变好 口感好
 有劲 不贵 淡淡的
有改善 精气神好了一点
精力充沛 不难吞咽

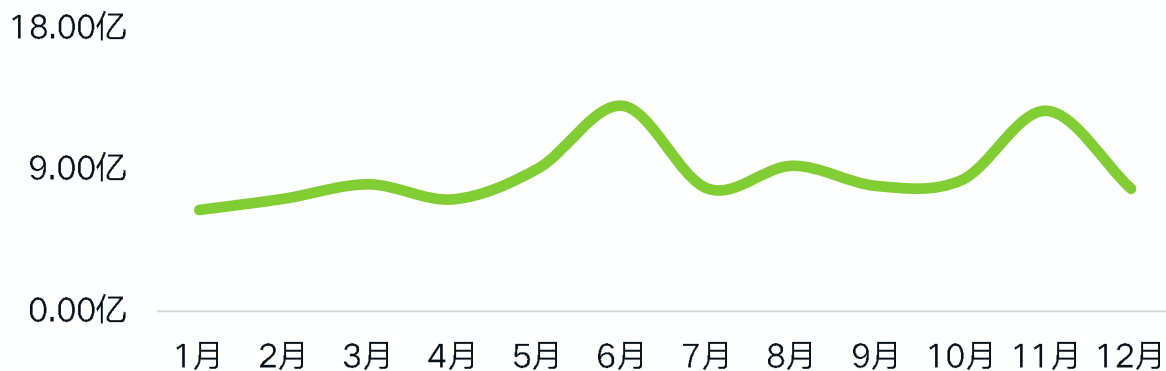
Top2: 诺特兰德维生素C+E+烟酰胺咀嚼片

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
抖音	60片	99.-	1.65	1.65

减少纹路 **补充维C**
 太甜了 性价比高
显白 皮肤好 减少痘痘
 美容养颜 减脂 调理
划算 美白
烟酰胺 保养

子类目TOP2：美容养颜

子类目销售额趋势,2023



美容养颜品类Top功效的YOY%及其核心成分

功效	YOY%	核心成分
抗老	22.9%	烟酰胺、胶原蛋白
美白祛黄	12.7%	烟酰胺、NMN
抗氧化	37.9%	葡萄籽、花青素、虾青素

Top1: HECH赫熙爱丽珂胶原蛋白肽饮品

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
抖音全球购	12支	880.-	73.33	73.33

皮肤紧致 胶原蛋白
 不够吃
 饱满 抗衰 保养
 口感粘稠 丰回
 价格不菲 好盈 购
 睡眠质量 吃 饱满脸部

Top2: 五个女博士胶原蛋白肽维C饮低聚肽

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
抖音	30瓶	279.-	9.30	9.30

开盖难 暴力物流
 口感香甜 睡眠改善
 显白 皮肤改善
 酸酸甜甜 长痘痘
 有效果 脸色好 保养
 性价比高

子类目TOP3：益生菌&益生元

子类目销售额趋势,2023



益生菌&益生元品类Top功效的YOY%及其核心成分

肠胃健康	13.7%	双歧杆菌、乳杆菌、维生素B12
排毒	12.0%	乳杆菌、纤维
女性健康	-18.5%	蔓越莓、硒

Top1: 万益蓝数字管理即食优质b420益生菌

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
抖音	88瓶	699.-	7.94	23.83

便秘 调理肠胃
 不发胖 减肥 抑制食欲
 正常排便 减脂 菌群
 肠道 减少纹路 食欲
 效果不错 价格高

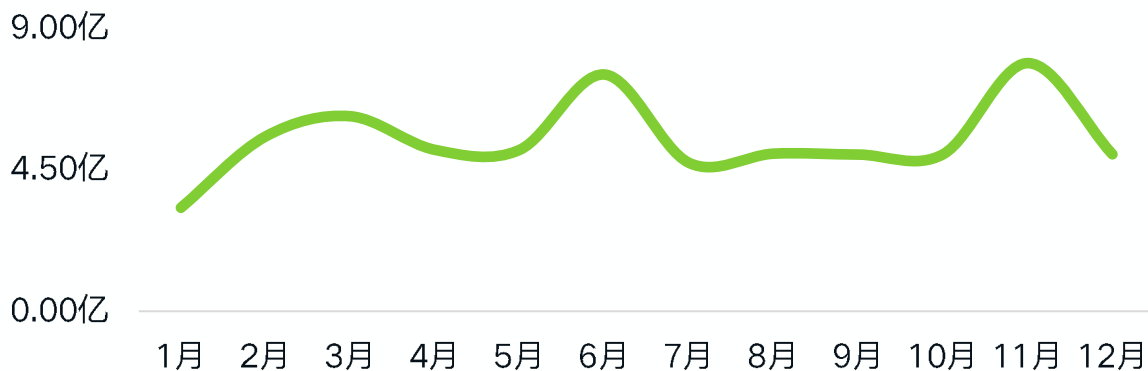
Top2: life space b421数字管理益生菌胶囊

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
抖音全球购	180片	1074.-	5.96	11.92

顺畅 排便规律 便秘
 肠道轻松 味道淡
 胀气 消化系统
 体重减轻 味道好
 无怪味 抑制食欲 宿便

子类目TOP4：钙

子类目销售额趋势,2023



钙品类Top功效的YOY%及其核心成分

骨骼健康	38.3%	复合矿、钙镁、锌
孕期健康	15.7%	维D、柠檬酸钙
增加骨密度	34.5%	维D3、碳酸钙

Top1: 斯维诗钙+维生素D片

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
天猫国际	150片	139.-	0.92	5.52

抵抗力 哺乳期

中老年人 缓解抽筋
抽筋 好吃 不便秘
颗粒太大 吸收好
好吸收 补钙 性价比高

Top2: 佰澳朗德婴幼儿童牛乳提取液体乳钙

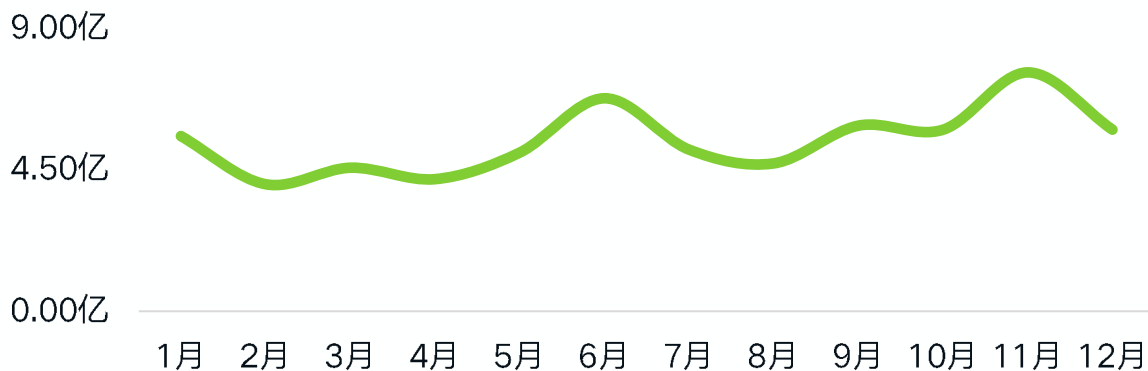
平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
京东全球购	90片	89.-	0.99	3.96

睡眠踏实 胃口打开

好吸收 孩子爱吃
食欲增加 价格稍高
提高免疫 物美价廉 好吃
大品牌 补钙 食欲好

子类目TOP5：增强免疫

子类目销售额趋势,2023



增强免疫品类Top功效的YOY%及其核心成分

提高免疫	36.2%	动物蛋白、植物蛋白、乳铁蛋白
肠胃健康	11.7%	益生元、纤维
孕期营养	35.0%	植物蛋白、阿胶

Top1: 汤臣倍健蛋白粉礼盒

平台	规格	到手价(¥)	最小单位价格	最大日服成本
天猫	450克	355.-	0.78	7.80

实惠 粉质细腻 安全
 增强体质 送老人
 无添加 味道好
 加强营养 口感不错 满意
 清香 包装精美 送老人

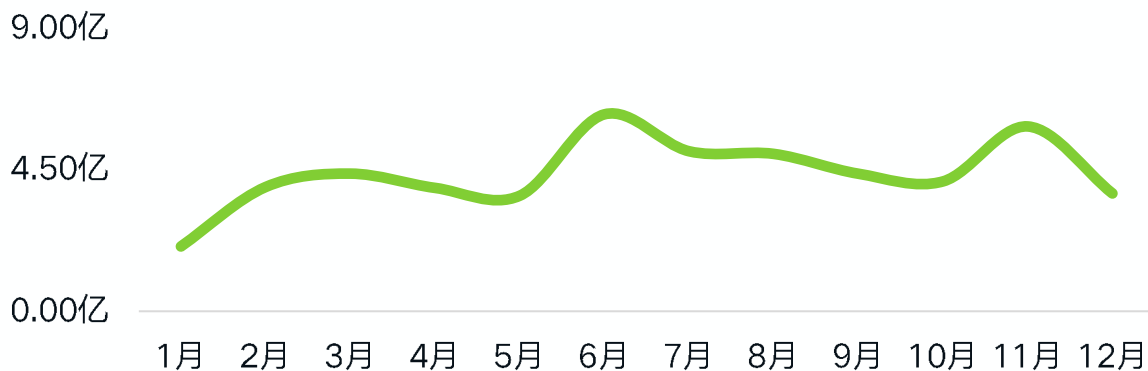
Top2: 斯维诗乳清蛋白粉

平台	规格	到手价(¥)	最小单位价格	最大日服成本
京东	900克	335.-	0.37	3.70

增强体质 送父母
 口感纯正 送老人 物美价廉
 大品牌 易溶解 恢复期
 性价比高 抵抗力 有营养
 划算 提高免疫

子类目TOP6：肝脏健康

子类目销售额趋势,2023



肝脏健康品类Top功效的YOY%及其核心成分

肝脏保养	72.7%	奶蓟草、葛根、磷脂
解酒	60.2%	奶蓟草、姜黄素、肌醇
提高免疫	170.4%	葛根、当归、黄芪

Top1: 斯维诗奶蓟草护肝片

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
天猫国际	120片	149.-	1.24	2.48

感觉不错 方便
 喝酒 肝脏排毒 原材料有保障
有作用
 正品 外观精美
 精神好些
 服务好 口感不错 适合加班熬夜
熬夜必备

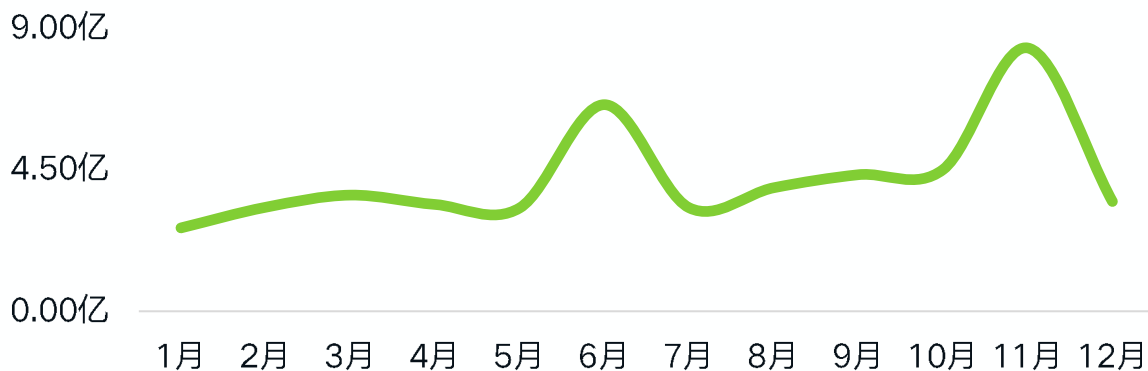
Top2: BYHEALTH奶蓟草护肝片

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
抖音全球购	120片	219.-	1.82	3.64

指标降低 没怪味
 熬夜 大便通畅 好看
气色好 出油少
 睡眠好 缓解疼痛 奶香味
 睡眠好 性价比高 **好吞咽**
嘴不苦 抽烟喝酒 有效果

子类目TOP7：鱼油

子类目销售额趋势,2023



鱼油品类Top功效的YOY%及其核心成分

心脑血管健康	45.3%	磷虾油、欧米伽3、辅酶Q10
健脑益智	35.5%	鱼油、DHA、藻油
提高记忆	42.3%	鱼油、藻油、牛磺酸、锌

Top1: 斯维诗深海鱼油软胶囊

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
天猫国际	400粒	146.-	0.36	1.44

超大一瓶 皮肤变好
 高档 价格划算
 带一丝甜 味道好
 没有腥臭味
 有缓解 颗粒大 睡眠变好 分量足
 香香的 缓解眼部疲劳

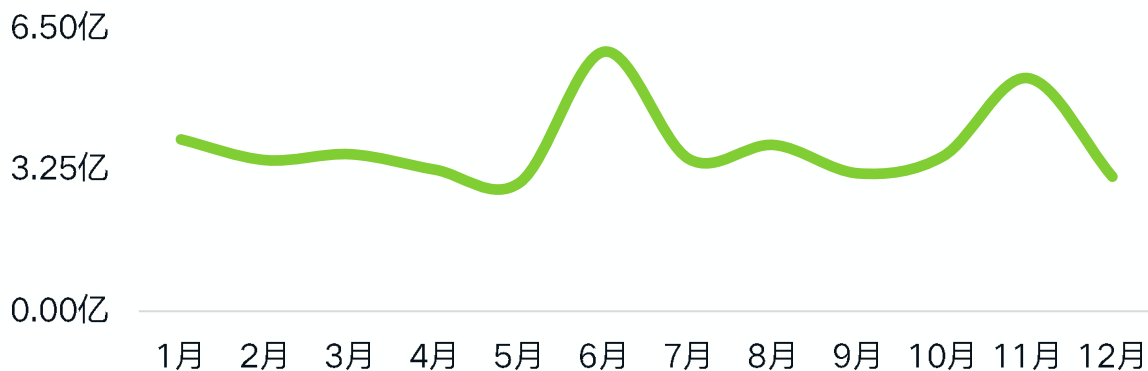
Top2: 澳佳宝无腥味深海鱼油

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
天猫国际	800粒	300.-	0.37	1.11

简陋 不好吞咽
 香香甜甜 质量很好
 包装结实 大颗
 效果挺好 一点鱼腥味没有
 大分量 鱼油含量低
 性价比高 不腥 划算

子类目TOP8：心血管健康

子类目销售额趋势,2023



心血管健康品类Top功效的YOY%及其核心成分

心脑血管健康	44.5%	纳豆激酶、辅酶Q10、磷虾油
心脏健康	64.9%	辅酶Q10、泛醇、卵磷脂
抗老	0.4%	辅酶Q10、磷虾油、虾青素

Top1: 普丽普莱辅酶Q10软胶囊

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
京东全球购	240粒	289.-	1.20	2.40

正品 **质量好**
 心脏舒服多了 **有作用**
 包装精美 **有作用**
 满意 **吸收速度快** 成分含量高
口感好 有明显效果
 高档 **性价比高** 缓解

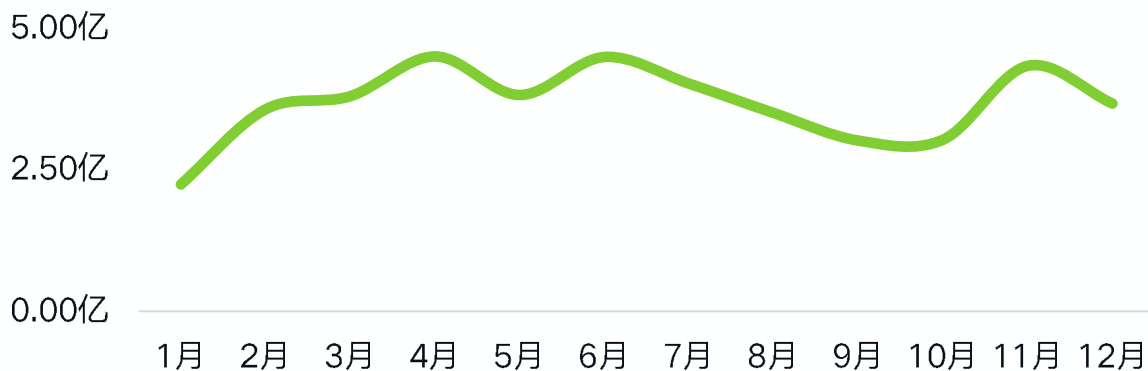
Top2: 双心辅酶Q10软胶囊

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
抖音全球购	30粒	119.-	3.96	3.96

有好转 赠送小礼物
 正 **皮肤好些** 舒服多了
 品 **明显改善** 复购
保养 **包装好**
 惊艳 **性价比高** **心不慌**
感觉有效

子类目TOP9：体重管理

子类目销售额趋势,2023



体重管理品类Top功效的YOY%及其核心成分

阻隔碳水	-14.1%	白芸豆、左旋肉碱、纤维
减脂	-16.4%	左旋肉碱、白芸豆、酵素、茶多酚
肠胃健康	-23.9%	膳食纤维、酵素、白芸豆

Top1: 诺特兰德左旋肉碱健身运动饮料

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
抖音	100包	199.-	1.99	1.99

消耗明显 没有不适

暴汗 口感不错
方便携带 有效果

利于燃脂 瘦了两斤

管用 心率提高 没有那么累
大汗淋漓 酸酸甜甜

Top2: 万益蓝白芸豆膳食双层压片糖果咀嚼片

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
抖音	100粒	199.-	1.99	11.94

体重没涨 口感不错

份量充实 没有不良反应
脆 管用 包装卫生 味道还可以

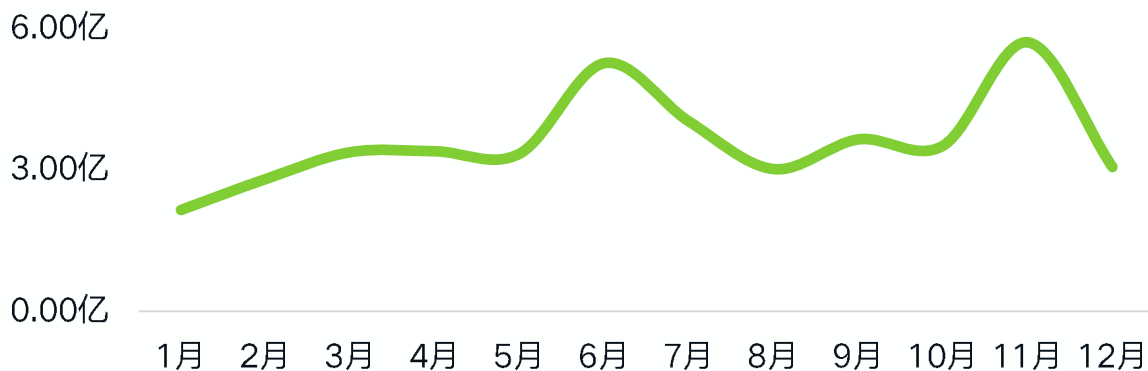
酸酸甜甜 控糖效果好

排便顺畅 不涨秤

围度有变化 方便携带
抑制食欲

子类目TOP10：骨关节健康

子类目销售额趋势,2023



骨关节健康品类Top功效的YOY%及其核心成分

骨骼健康	22.7%	软骨素、氨糖、钙、赖氨酸
关节健康	11.4%	西芹籽、氨糖、软骨素
增加骨密度	9.7%	骨胶原蛋白、软骨素、钙

Top1: 益节氨糖软骨素钙片

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
京东全球购	200粒	390.-	1.95	3.90

减少疼痛 正品
成分含量有效 口感还行
腰不酸腿不疼
有缓解 外观精美
没作用 性价比高 抽筋有改善
质量好 颗粒太大 精细

Top2: 健力多氨糖软骨素钙片

平台	规格	到手价 (¥)	最小单位价格	最大日服成本
京东	240片	209.-	0.87	3.48

有效果 吞咽不费劲
补钙 没有不适感 性价比高
缓解疼痛
口感好 不抽筋
服用方便
不错 膝关节不疼 走路灵活
方便携带

03.

成分功效

2023营养保健电商市场产品成分图谱

主流

过去3年销售额排名前10成分

钙	胶原蛋白
益生菌	复合维生素
维生素C	鱼油
DHA	动物蛋白
蛋白粉	B族维生素

次主流

过去3年销售额排名11-30成分

叶黄素	辅酶Q10
锌	维生素D
藻油	欧米伽3
酵素	维生素E
烟酰胺	复合矿物质
软骨素	纤维
氨糖	NAD
益生元	NMN
奶蓟草	牡蛎
蓝莓	铁

上升

过去2年增长排名前20成分

可乐果	紫苏籽
牡丹番茄	茶黄素
苹果多酚	超氧化歧化酶
水解蛋黄粉	NMN
枇杷叶	S-腺苷甲硫氨酸
维生素P	香蜂草
槲皮素	钒
麦角硫因	石衫碱甲
穿心莲	PQQ
鹅肌肽	烟酸

新兴

过去1年增长排名前20成分

麦角硫因	菠萝蛋白酶
酸枣仁	苏糖酸镁
苹果多酚	γ-氨基丁酸
牡丹番茄	瓜拉纳
S-腺苷甲硫氨酸	匙羹藤
NAD	啤酒花
南非醉茄	初入碱性蛋白
益智仁	PQQ
脾氨肽	磷酸氢钙
醋酸钙	接骨木莓

2023营养保健电商市场产品功效图谱

主流

过去3年销售额排名前10功效

肠胃健康	美白祛黄
提高免疫	肝脏保养
骨骼健康	孕期营养
抗老	心脑血管健康
排毒	护眼

次主流

过去3年销售额排名11-30功效

男性健康	提高记忆
增肌	补水保湿
心脏健康	健脑益智
关节健康	血液循环/补气
阻隔碳水	卵巢保养
减脂	调节内分泌
抗氧化	补肾健体
女性健康	解酒
助眠	缓解疲劳
抗糖化	增加骨密度

上升

过去2年增长排名前20功效

止咳	注意力增强
润肺	肝脏保养
化痰	心脏健康
缓解耳鸣目眩	调节血压
降低胆固醇	缓解胃痛
神经修复	头发护理
心血管健康	护眼
新陈代谢	提高记忆
清咽润喉	减少皱纹
缓解视疲劳	情绪健康

新兴

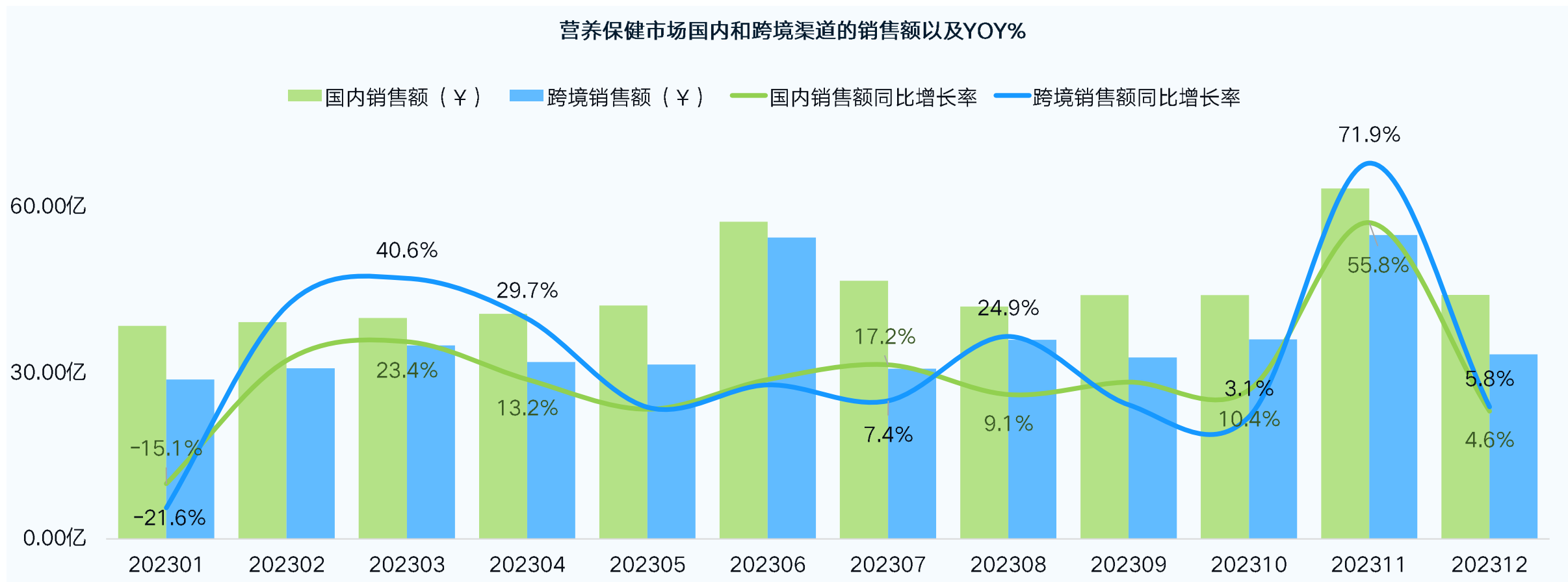
过去1年增长排名前20功效

止咳	防流感
润肺	调节血压
情绪健康	新陈代谢
化痰	止泻
缓解耳鸣目眩	放松大脑
预防感冒	减压
防御痴呆	注意力增强
助眠	神经修复
助消化	舒鼻
清咽润喉	改善肤质

04.

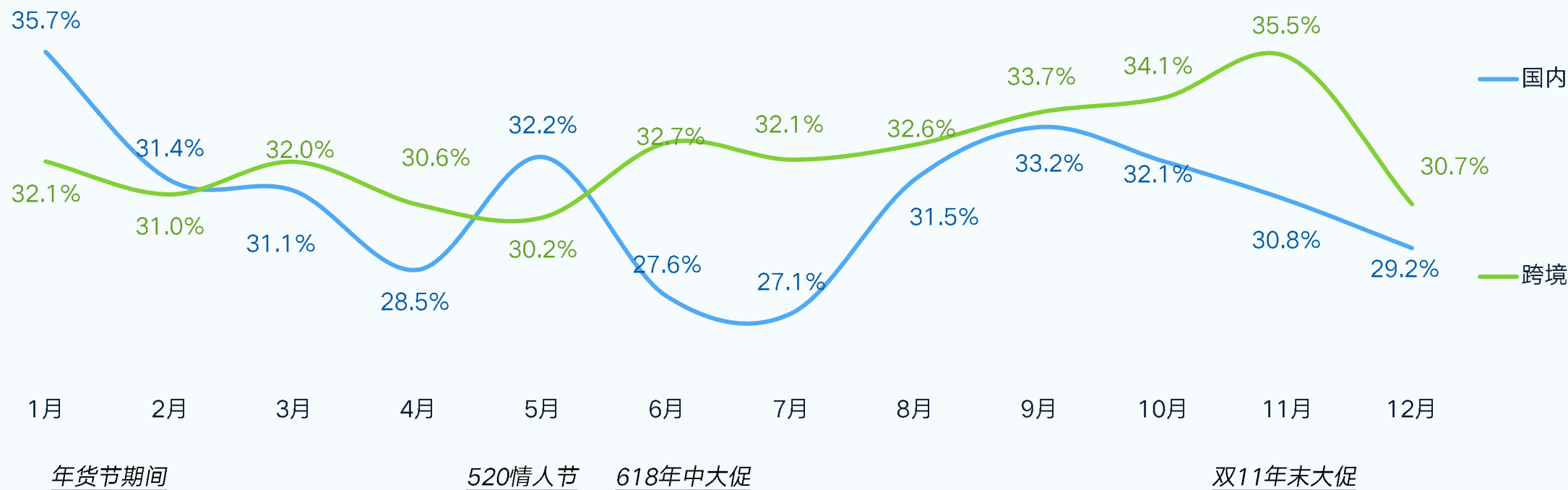
渠道竞争

大促节点跨境增速高于国内，跨境品牌在大促月份参与度更高

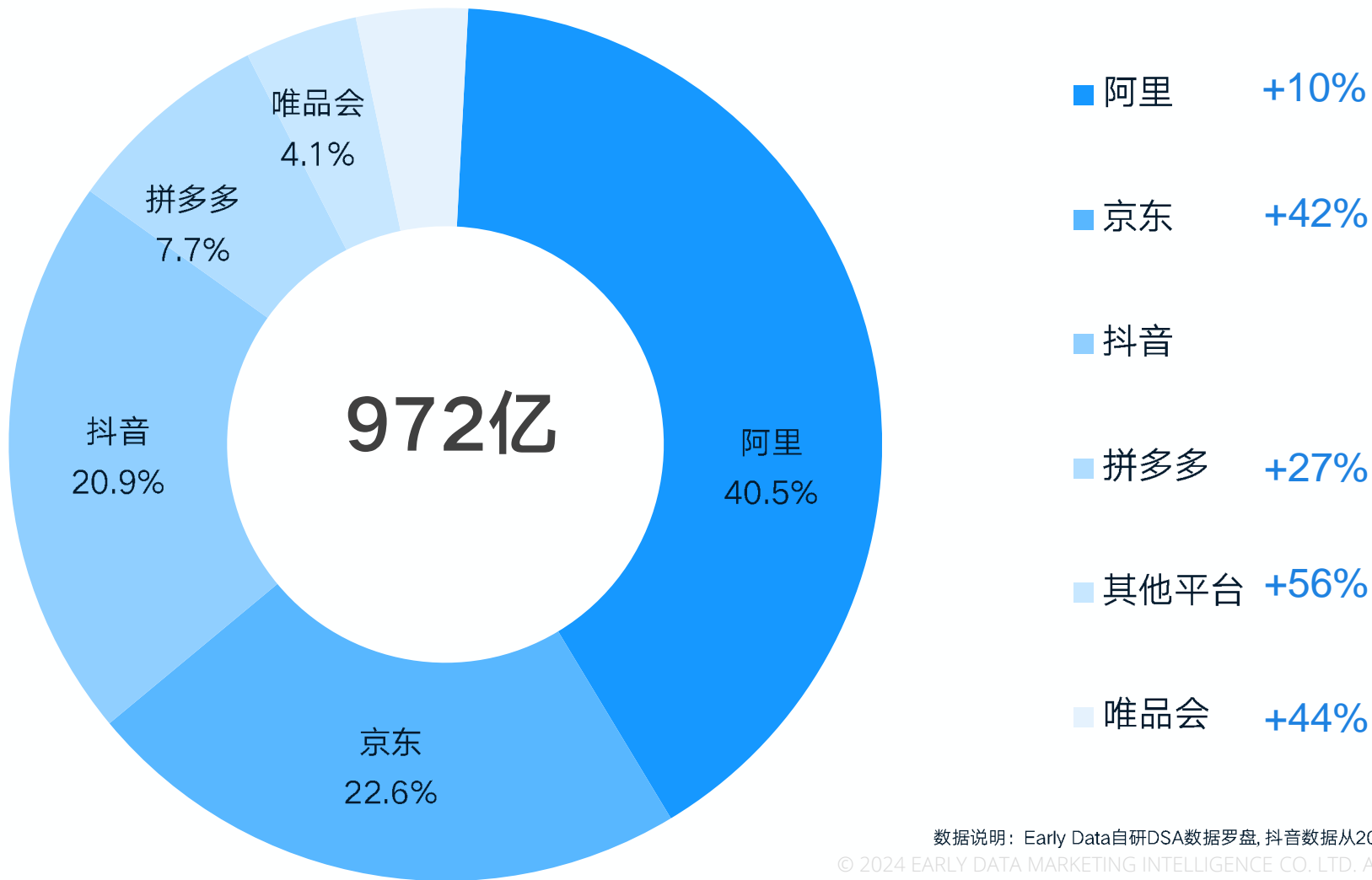


年货节和情人节品牌造势集中国内渠道，年中年末大促主攻跨境

核心渠道营养补充剂市场月度头部品牌集中度CR10, 2023

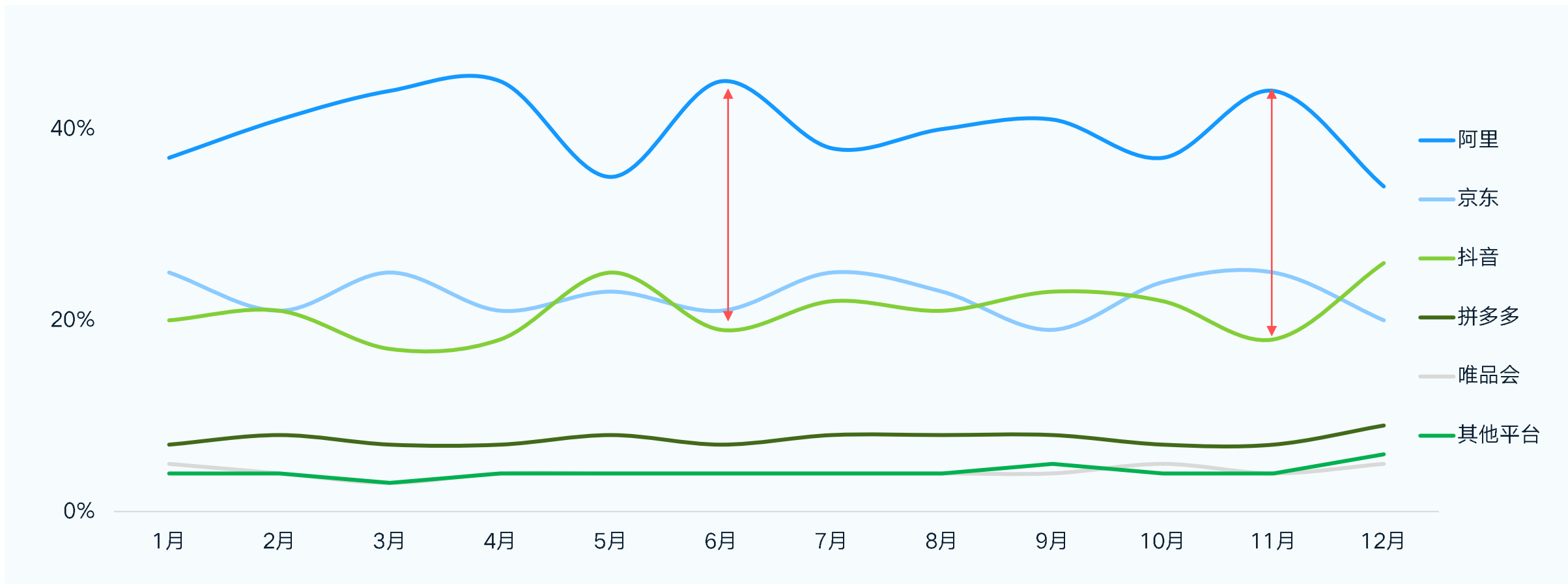


阿里占据营养保健市场四成份额，抖音份额直逼京东增速待观察



阿里抖音份额错位互补，大促月阿里表现强势，京东相对稳定

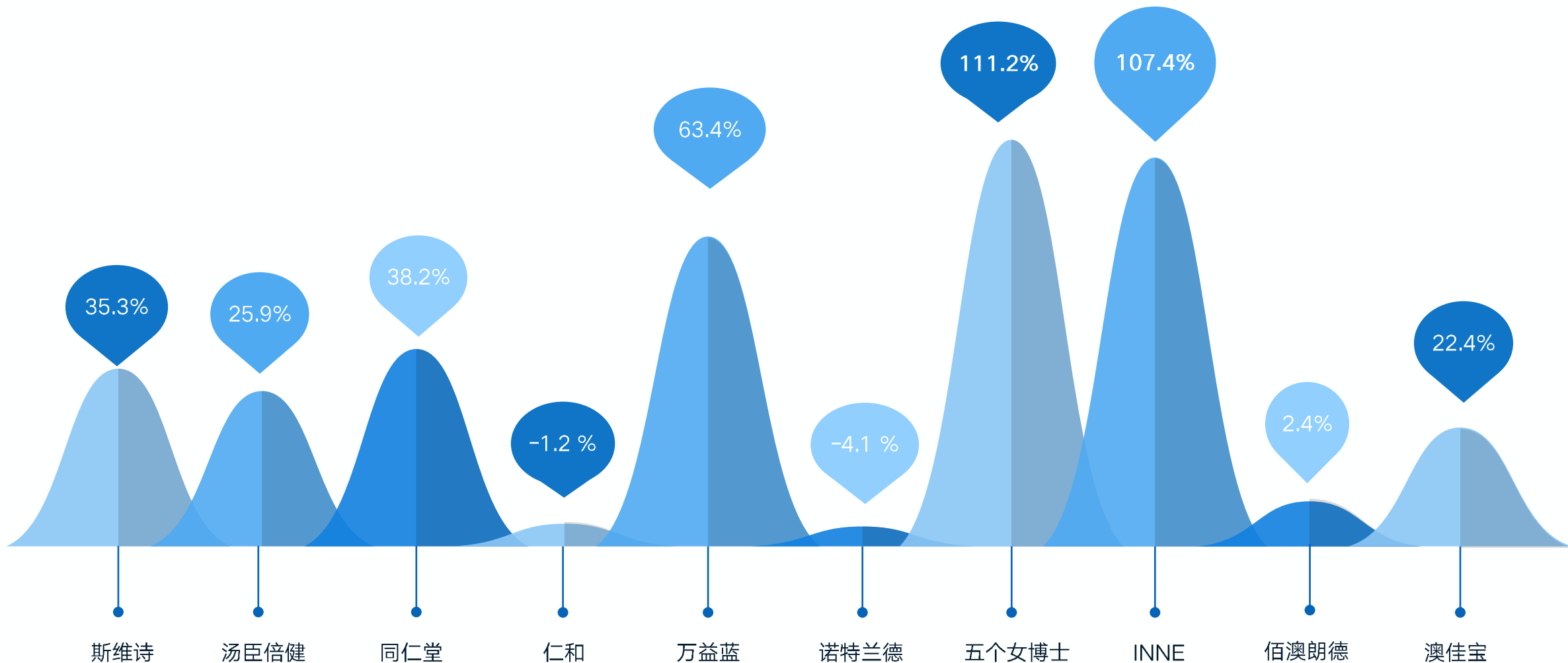
营养保健各渠道市场份额月度变化趋势, 2023



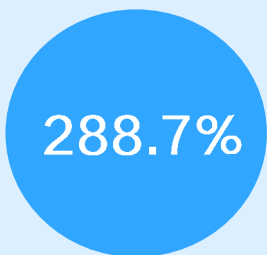
05.

品牌格局

TOP10品牌：8个积极增长，五个女博士和INNE三位数高增长



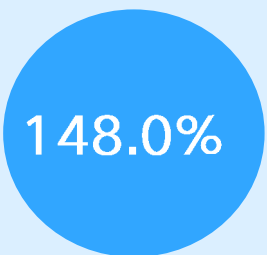
中部崛起品牌：6个品牌增速过百，国产品牌江中YOY+288%



江中



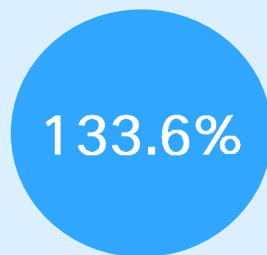
NY-O3



健安喜



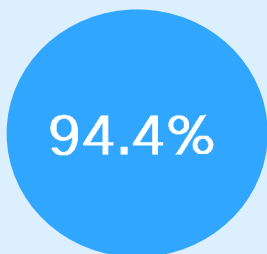
雅培



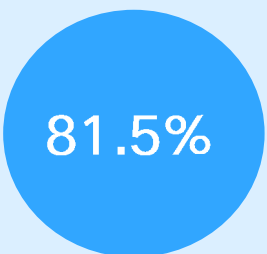
迪巧



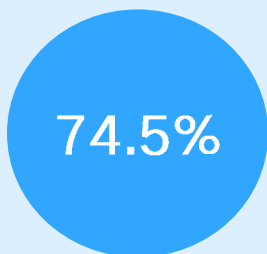
哈药



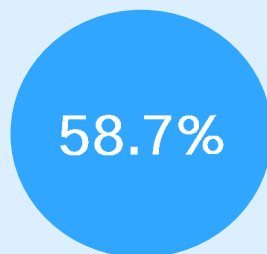
康麦斯



普丽普菜



健敏思



白云山

国内头部品牌格局稳定；跨境竞争更激烈，INNE/健安喜高增长

2023跨境Top10品牌

品牌	排名变化	份额 %	份额变化
斯维诗	-	11.7%	0.8%
INNE	+4	3.0%	1.3%
佰澳朗德	-1	2.9%	-0.7%
澳佳宝	-	2.7%	-0.1%
益节	-2	2.6%	-0.7%
健安喜	New	2.5%	1.2%
益倍适	-2	1.8%	-0.2%
汤臣倍健	New	1.7%	0.2%
双心	-	1.5%	0.04%
普丽普莱	New	1.4%	0.6%

-1.0%

2023国内Top10品牌

品牌	排名变化	份额 %	份额变化
汤臣倍健	-	7.4%	0.1%
同仁堂	-	4.2%	0.5%
仁和	-	3.3%	-0.8%
诺特兰德	-	3.2%	-0.3%
万益蓝	-	3.0%	0.2%
斯维诗	-	2.5%	0.6%
五个女博士	New	2.4%	0.3%
YEP	-1	1.6%	-0.2%
江中	New	1.6%	1.3%
康恩贝	-2	1.2%	-0.5%

-4.0% -2.0% 0.0%

品牌留存率国内和跨境相当，国内市场新品牌层出但竞争更激烈

2022年新增品牌的留存率，国内 VS 跨境

2022年国内新增品牌数

483

2022年国内新品牌仍然活跃于2023年的品牌数

403

2022年国内新增品牌留存率

83%

2022年跨境新增品牌数

196

2022年跨境新品牌仍然活跃于2023年的品牌数

164

2022年跨境新增品牌留存率

84%

Top1

苏皇

Top SPU: 苏皇白芸豆魔芋纤维片

功效: 控制卡路里

成分: 白芸豆



到手价: ¥15.-

Top2

蜀总厂

Top SPU: 益生菌多维高钙驼奶蛋白质粉

功效: 降低胆固醇

成分: 大豆、驼奶、益生菌



到手价: ¥99.-

Top3

年龄的秘密

Top SPU: 透明质酸钠瓶装胶原蛋白肽饮品

功效: 补充胶原蛋白

成分: 透明质酸钠、胶原蛋白肽



到手价: ¥468.-

Top4

鸣咔实验室

Top SPU: 华大营养鸣咔实验室益生菌400亿

功效: 菌衡数字管理

成分: 益生菌



到手价: ¥99.-

Top5

严料坊

Top SPU: 严料坊羽衣甘蓝粉

功效: 补充膳食纤维

成分: 羽衣甘蓝



到手价: ¥29.-

Top6

芬缇妮

Top SPU: 芬缇妮烟酰胺胶原蛋白肽果汁饮料

功效: 补充胶原蛋白

成分: 鱼胶原蛋白、百香果浓缩汁、透明质酸钠

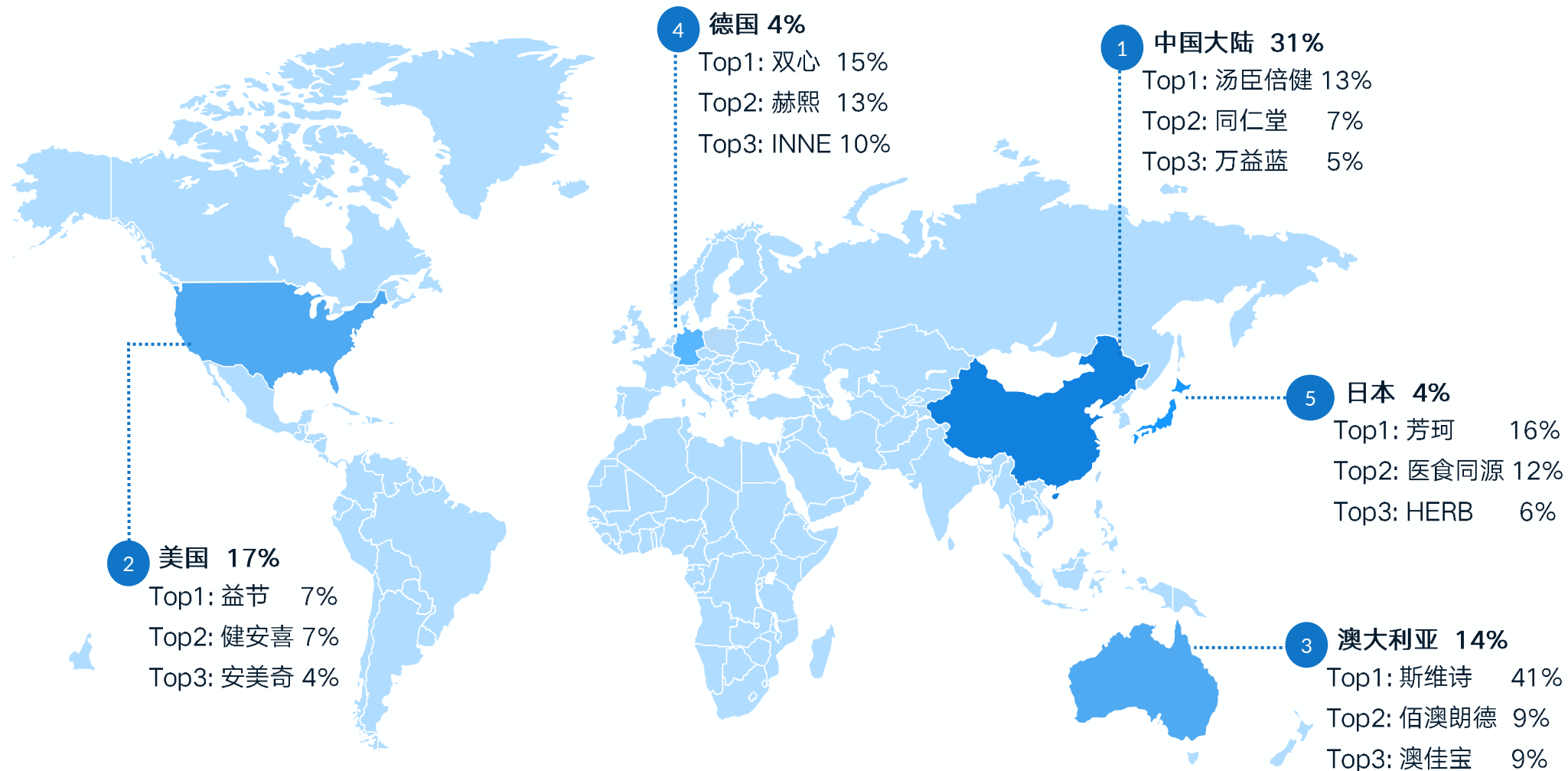


到手价: ¥299.-

06.

原产国 | 人群

营养保健市场国产品牌大放异彩，进口品牌主要来自美国澳洲



54%

的适用人群为
全家共享
侧重
性价比和口感

Top包装&剂型

礼盒装
+55%

口服液
+59%

多瓶装
+51%

软糖
+87%

9%

的适用人群为
银发一族
侧重
周期性和性价比

Top包装&剂型

混合装
+55%

粉剂
+98%

礼盒装
+45%

软胶囊
+49%

6%

的适用人群为
都市丽人
侧重
科学配比和体验

Top包装&剂型

盒装
+127%

口服液
+100%

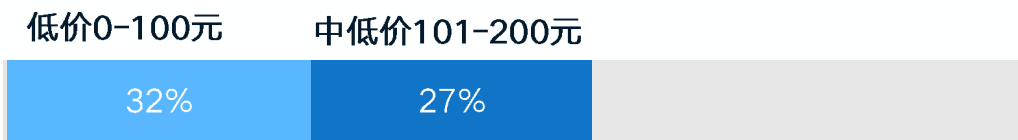
混合装
+113%

软糖
+251%

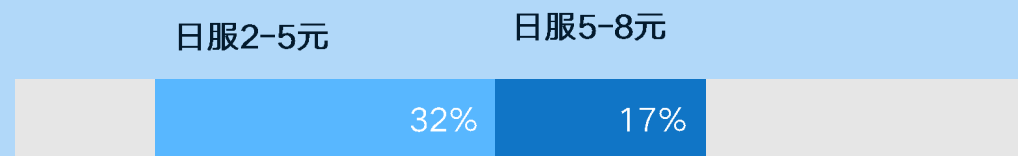
07.

价格段|日服成本

国内到手价
32%低价居多
日服成本相对低
34%为0-2元
主打低价性价比



跨境到手价
39%中高价居多
日服成本相对高
32%为2-5元
主打中端高品质



05.

市场洞察

报告小结

科学配比精准营养抢占用户心智：值得注意的是健安喜品牌快速增长，2023年同比增长148%，并进入跨境渠道的TOP10行列，其明星产品是以维生素为基础的复配营养包。品牌通过推出针对不同年龄和人群的系列产品，贯彻“all in one”的概念，满足消费者更加精准、便捷和高效的营养补充需求。

市场竞争催生研发创新：麦角硫因、NAD、NMN、酸枣仁等新兴功能性成分受到消费者关注，企业需要抓住这一趋势，灵活运用创新成分，满足消费者对于健康和功能性需求的期待。

情绪健康和脑部健康受到关注：新冠疫情的反复、经济下行与社会竞争压力的加大，不仅考验着我们的身体健康，大家的心理状况同样承受着冲击和压力。后疫情时代，缓解疲劳、减压、助眠和放松大脑等功效关注度不断提升，与之对应的南非醉茄、S-腺苷甲硫氨酸、酸枣仁和磷脂酰丝氨酸等成分快速崛起。



个性化营养健康潮流下，加强产品创新及品牌建设为制胜关键



Strengths

居民健康意识提升和健康中国战略的支持成为推动营养保健市场增长的双引擎。前沿技术创新应用使得产品更专业和个性化，更好地满足不同消费者的多样化健康需求。

Weakness

虚假宣传和低品质产品使消费者对营养保健行业信任降低，形成市场信任危机。同时，激烈的价格竞争可能导致企业陷入价格战，压缩利润空间。

Threats

行业监管严格，要求企业更高的风险应对能力。营养保健行业仰赖科研和创新，企业需投入大量资源，如何在科学研究和商业价值之间平衡成为挑战。

Opportunities

后疫情时代，银发一族融入网购主流，拓展了膳食营养补充剂销售渠道。电商和社交媒体成为消费者获取信息和购物的关键途径，同时个性化营养需求的兴起为行业带来发展机遇。

关于分析师

Suya WANG



她是一个探索者，不断地寻求着商业挑战的最佳答案，以及下一个要攀登的商业高峰。Suya来自武汉，在苏黎世大学获得了她的商业管理硕士学位。此后，Suya在瑞士先后任职于欧洲消费品牌的市场和产品部。2022年，她加入了Early Data团队搬到了上海；

Suya对数据分析和消费者洞察充满了热情，在医疗保健、快速消费品和食品饮料行业有丰富的经验。她充分利用着空闲时间享受着户外活动，至今已有在中国和欧洲超过2000英里的徒步旅行。

Carol XIAO



她一直深耕在医药电商领域从事数据分析工作，曾与阿斯利康、拜尔、赛诺菲等大型药企客户对接，积累了与业界领军企业合作的宝贵经验。

Carol对数据敏感，擅长从数据中发现问题，并提供有效的解决方案，热衷于医药电商行业的创新，期望在这个充满机遇的领域中发光发热。

Digital Shelf Analytics

Digital Shelf Analytics 是一款功能强大的全渠道电商数据分析平台，能够帮助用户敏锐洞悉并充分利用行业宏观和微观趋势，评估品牌和竞品市场表现，深入分析店铺绩效，发掘新品和高增长单品，全方位赋能品牌增长



申请试用



品类监控

品类表现如何？哪些品牌在引领品类增长？

在品牌、店铺和商品层面，追踪在线市场趋势、平台表现和竞争态势



价格和促销监控

竞品近期实施了哪些价格策略和促销活动？

针对本品或竞品，提供小时级价格变化和促销活动分析



舆情分析

希望聆听用户对产品、品牌和品类的真实反馈？

深入了解用户对品牌及其产品的反馈，挖掘新的需求点



电商咨询

针对企业当下面临的最复杂的数字化挑战提供咨询意见

针对业务难题和增长机遇提供关键洞察，为客户提供战略、营销和运营决策辅助

联系我们



总部

上海市静安区铜仁路258号九安广场裙楼4楼



网站

<https://www.earlydata.com/>



邮箱

info@earlydata.com

support@earlydata.com



电话

021-60761742

021-60761725

获取报告



咨询销售

