

贺欣荣 郝灵儿 姚思涵
王琪珞 沈雅卉 涂天歌

藻油脑力 *DHA*软糖 产品开发初步方案

藻油脑力DHA软糖

目录

CONTENT

- 一.产品名称
- 二.产品定位
- 三.主打人群
- 四.定价区间
- 五.包装设计方向
- 六.营销构想
- 七.复盘

WONDERLAB

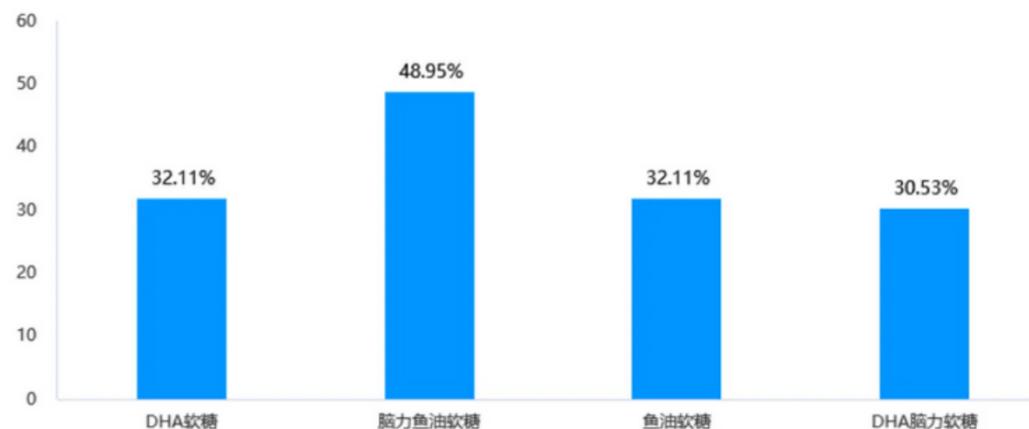
一.产品名称

产品名称

根据问卷调查，→
消费者接受度最高的名称是
「脑力鱼油软糖」

您认为以下哪个产品名最吸引您 [多选题]

选项	小计	比例
DHA 软糖	61	32.11%
脑力鱼油软糖	93	48.95%
鱼油软糖	61	32.11%
DHA 脑力软糖	58	30.53%
本题有效填写人次	190	



⚠️名称存在问题：

1. 现有高DHA含量提取物是海藻提取物而非深海鱼油，严格意义上来说应该叫“藻油”；
2. 知名度考虑：但DHA和藻油用户知晓率相对较低，现有高DHA保健品也倾向于叫“鱼油”，从鱼油软糖的角度来会直接叫“DHA软糖”等。

! 提示：本内容仅作参考，不能代替面诊，如有不适请尽快线下就医

藻油和鱼油的区别？

问题描述：我现在怀孕有2个月了，想给肚子里面的宝宝补充下营养，去药店的时候，她们给我推荐了藻油跟鱼油，我分不清，藻油和鱼油的区别有哪些？



陈艳 主任医师 中医妇产科

北京中医药大学东直门医院 三甲

去咨询

病情分析：鱼油和藻油的主要区别是dha含量，藻油的含量是鱼油的3-10倍。鱼油适合于成年人、老年人使用。藻油适用人群，特别适用于胎儿、婴幼儿。鱼油的来源是动物来源：主要来自深海鱼类。藻油的来源？是纯植物来源：微藻类。鱼油捕捞抽提过程易氧化，腥味重，藻油先进抗氧化配方，生产工艺全程隔氧隔光，运输过程全冷链，不易出腥味。

2019-04-24

有帮助

产品名称

综合考虑产品名称为

「藻油脑力DHA软糖」

谐音：藻油（早有）脑力

所属系列

Wonderlab软糖系列



WONDERLAB

二.产品定位

1.成分

黑色为有效成分，
辅料成分主要参考wonderlab功能零食系列生产线的辅料来源

成分名称 (按照含量 从高到低排 布)	麦芽 糖醇 液	麦芽 糖醇	明 胶	赤藓 糖醇	甘 油	果 胶	DHA	卵磷脂	脑磷脂	VE	VB族	蓝莓提取 物	蓝莓浓 缩汁
成分功效	低卡 甜味 剂	低卡 甜味 剂	天然 食用蛋 白	0卡 甜味 剂	细 胞养 分	天 然增 稠剂	【脑细胞 建筑，护 眼】大脑 发育与视 网膜发 育，有助 于提升记 忆力，改 善眼部疲 劳	【脑细 胞建 筑】细 胞主要 成分之 一，增 强细胞 功能， 细胞代 谢。	【脑细胞 建筑】天 然活性 剂，活化 神经细 胞，提高 细胞间信 息传递速 度与准确 性，适合 强工作时 长的年轻 群体。	【保护 大脑】 去除由 于工作 强度过 大产生 的自由 基，保 护大脑	【激发 大脑】 中枢神 经中谷 氨酸转 化的必 需品， 细胞增 殖必需 品	【护眼】	蓝莓口 味

● 竞争优势

- 天然
- 藻类成本<鱼类成本
- 易达到高纯度要求
- 更好的口感
- 更高的吸收率
- 蓝海市场

S

● 竞争劣势

- 藻油DHA软糖的知名度较低→消费者认知度不足，购买意愿低
- 相对较高的生产成本→售价较高
- 消费者的风险意识：认知度低导致抵制
- 新味道、新口感→消费者不习惯

W

● 外部机会

- 鱼油保健功效有充分证明
- 我国消费者对保健食品需求不断上升，市场呈稳定增长态势
- 我国鱼油发展产业仍处于发展初期，具有较大发展潜力
- 快节奏生活的需求

O

● 外部威胁

- 竞争对手的压力
- 鱼油市场的价格波动
- 深海鱼油的重金属污染风险带来舆论和安全风险
- 鱼油市场的监管松散
- 生产成本上涨

T

竞品名称	竞品属性	价格	主打成分	产品定位	卖点	竞品体验路径（链接）
Vitafusion 浓缩Omega-3鱼油营养软糖	直接竞品	¥129/120粒	Omega-3 100mg (DHA/EPA 50mg)、维生素A 150mcgRAE	成人营养软糖	口感上无鱼腥味，Q弹美味；功能上缓解眼睛干涩疲劳、提高记忆力、维稳损伤的机体组织器官；成分上天然萃取，安全可靠	https://m.tb.cn/h.UvRZr88?tk=5ALUdnPgvae
佳思敏Nature's Way鱼油软糖	直接竞品	¥101/60粒	自然鱼油234.8mg、DHA60mg、EPA 11mg	儿童鱼油DHA软糖	锻炼咀嚼能力，促进眼脑发育，提高睡眠质量，提高思考力	https://m.tb.cn/h.UuxzKWq?tk=VA32dnP6K4C
金凯撒Omegor鱼油	间接竞品	¥249/30粒 (高档)	Omega-3 1080mg (DHA450mg、EPA550mg)	成人膳食补充剂	关注健康、有补充营养素需求的成人，具体有上班族、熬夜党、健身族等	https://m.tb.cn/h.UEgQhqa?tk=shH2dnkzXPC
WHC小千金	间接竞品	¥439/60粒 (高档)	Omega-3 1200mg (DHA460mg、EPA675mg)	成人膳食补充剂	注重健康、有高品质要求、有购买力的人群，有一定经济实力的中高端消费者	https://m.tb.cn/h.UFJXbo6?tk=QHCRdnPctCB
GNC铂金四倍	间接竞品	¥179/60粒 (中档)	DHA400mg、EPA800mg、其他Omega-3 128mg	成人膳食补充剂	注重健康、特别是关注大脑和眼睛健康的人群，包括中老年人、学生、白领等	https://m.tb.cn/h.UFJWfhg?tk=nbTxdnPWaeL
Viva naturals	间接竞品	¥399/180粒 (中档)	Omega-3 1000mg (DHA240mg、EPA700mg)	成人膳食补充剂	需要大脑营养的学生，身体消耗大的打工人，以及需要营养补充的长辈等	https://m.tb.cn/h.UFJ4jV8?tk=k5zRdnPVCsq

三.产品定位

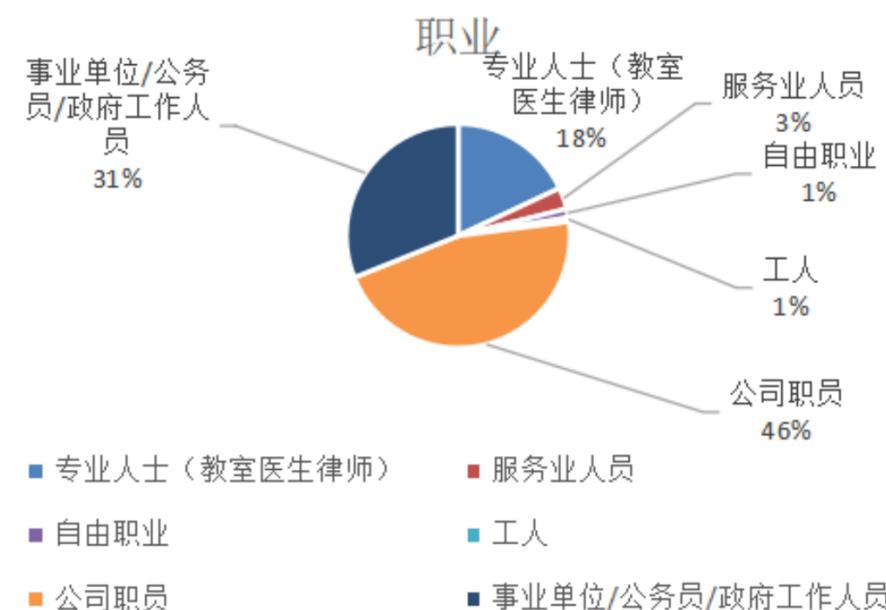
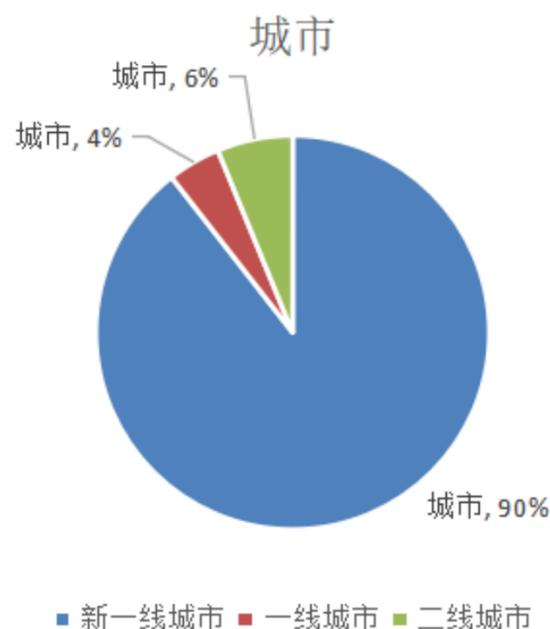
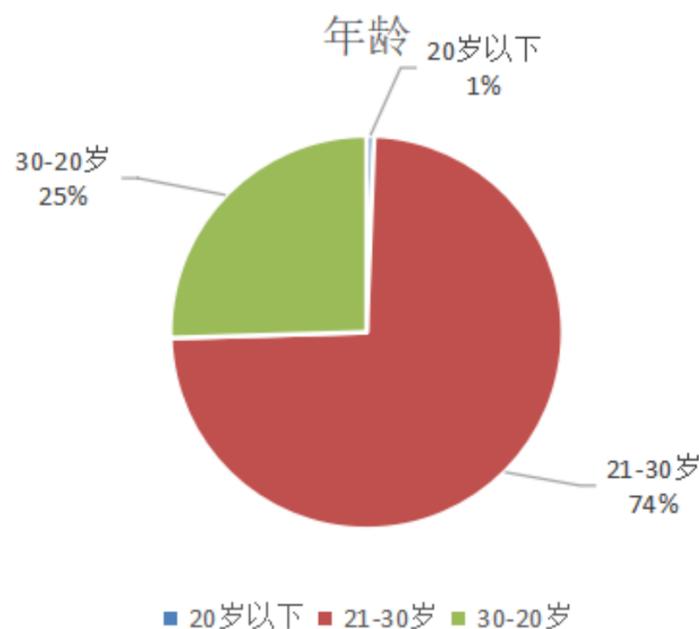
3. 主打人群

问卷调查法

为了获取目标人群【精致丽人（女性，年轻群体，收入较高，居住在新一线城市）】对DHA脑力鱼油零食的购买意愿、购买潜能挖掘、购买信息、购买渠道等信息。

人群信息可视化

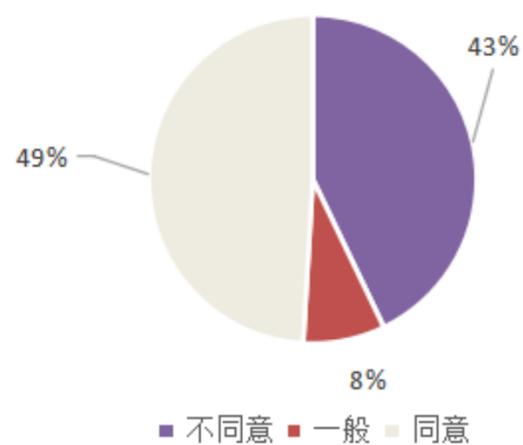
目标人群【精致丽人（女性，年轻群体，收入较高，居住在新一线城市）】



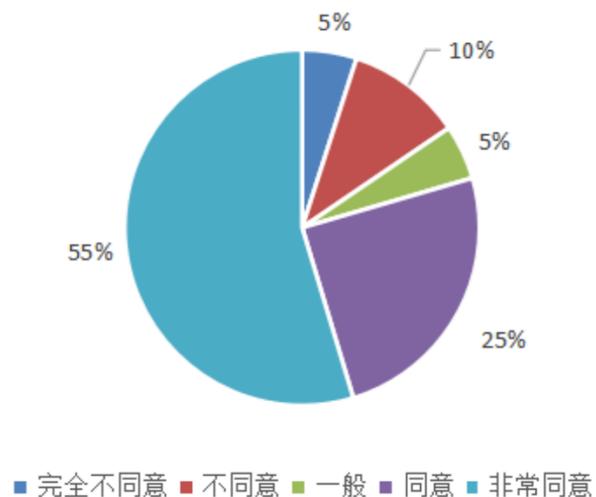
3. 主打人群

3.1.5 人群洞察

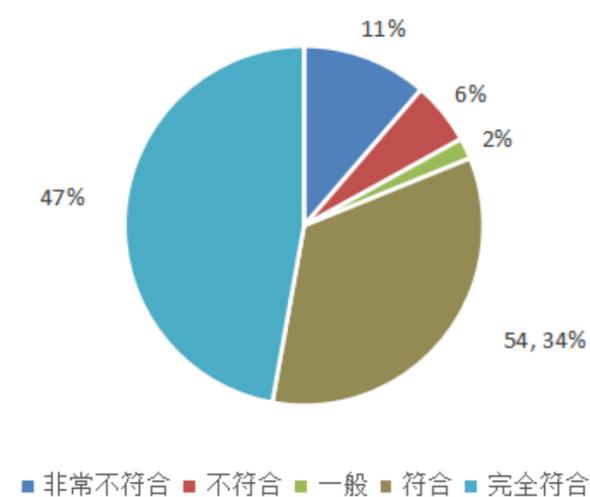
事物认知能力下降



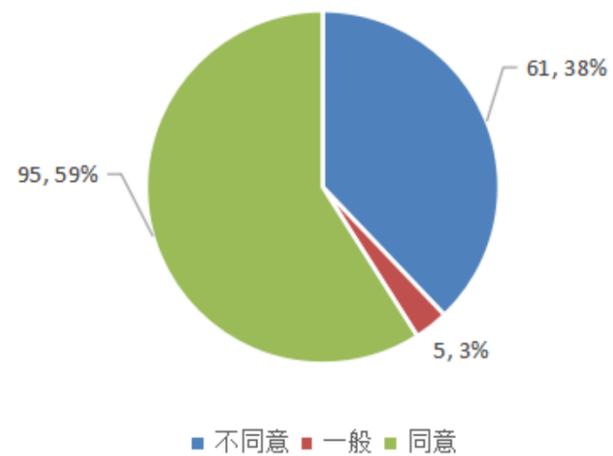
用眼疲劳



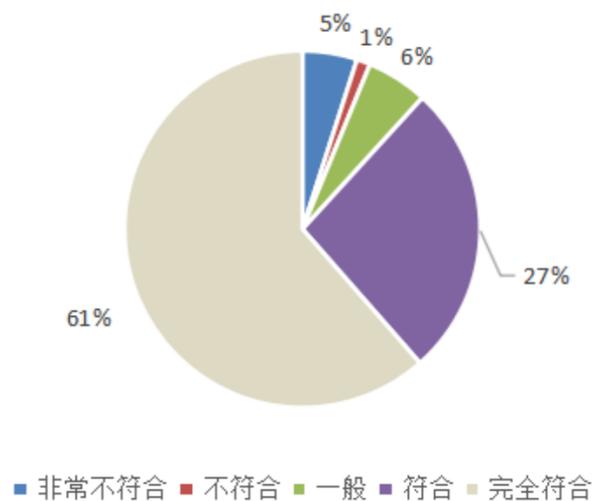
您身边的人普遍存在脑力问题焦虑



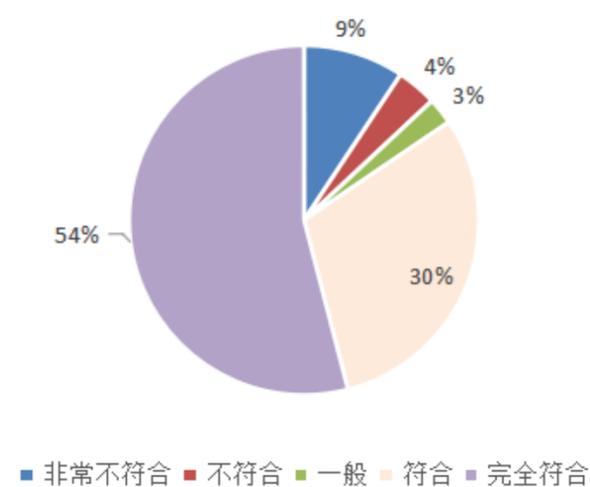
记忆力下降



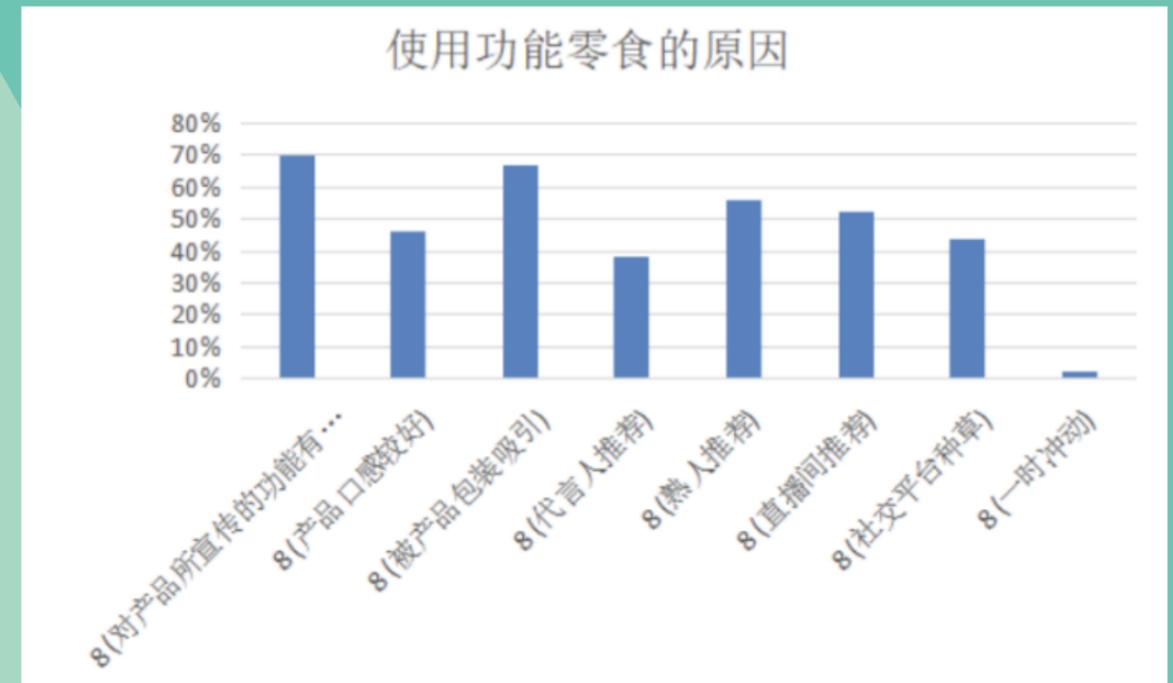
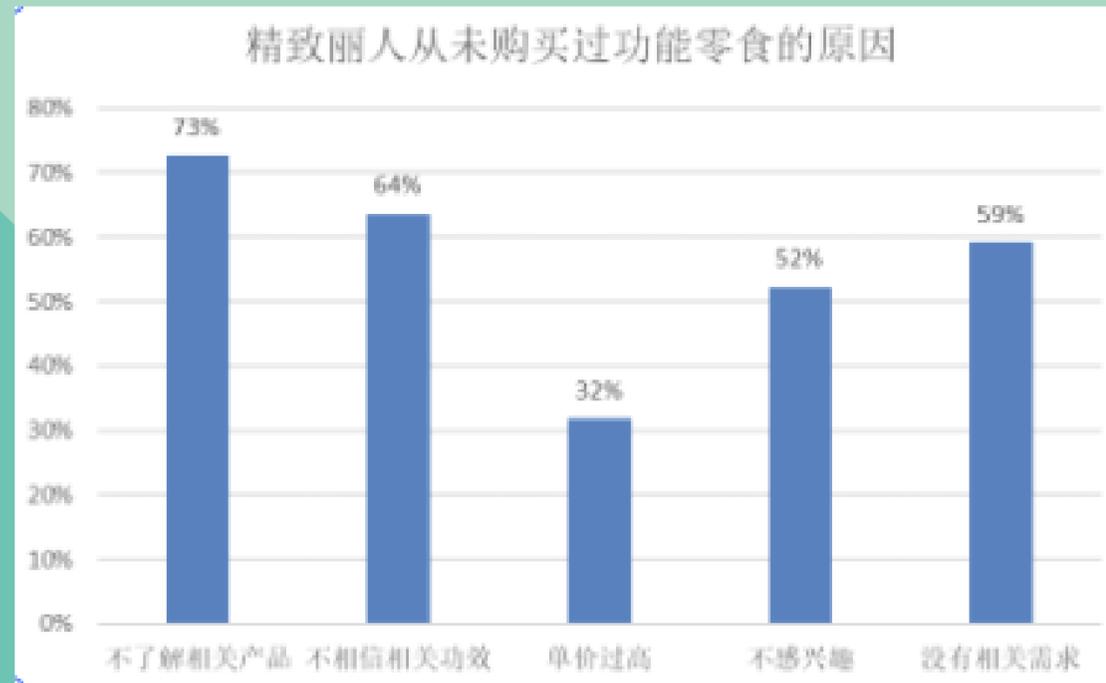
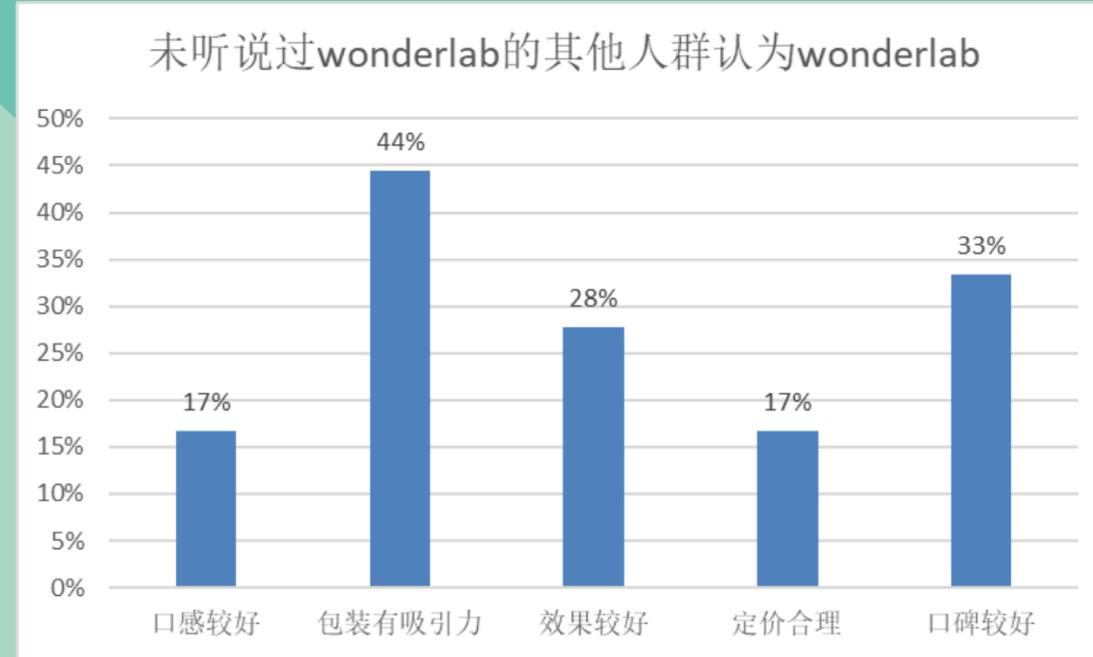
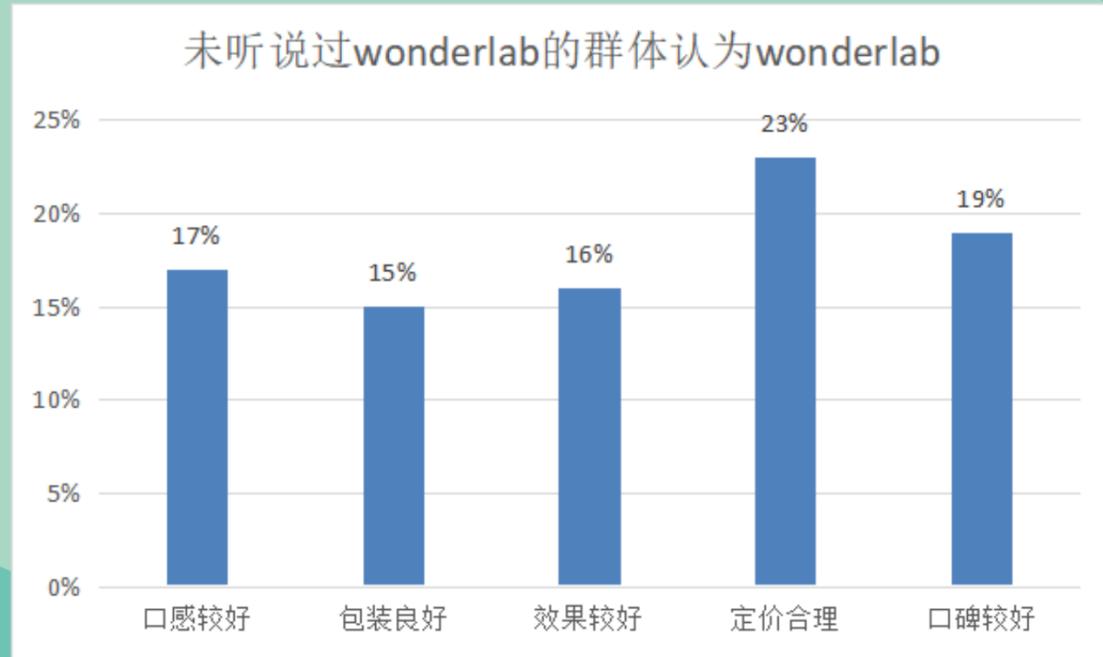
您的工作需要耗费脑力



您的工作需要长时间使用电子设备

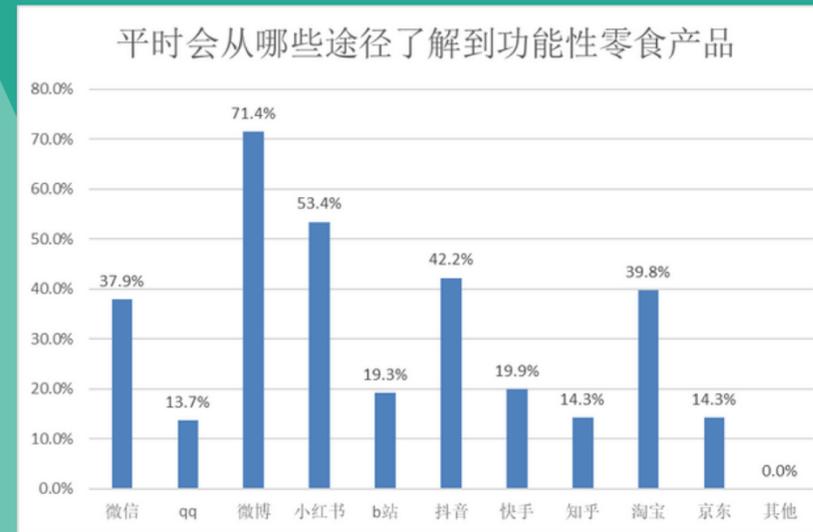
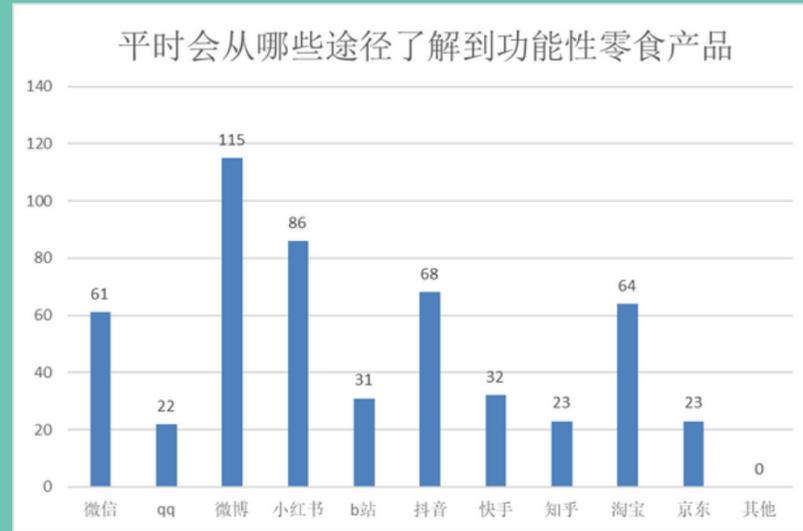


3.1.6 人群关于产品的信息了解



3.1.7功能零食了解途径

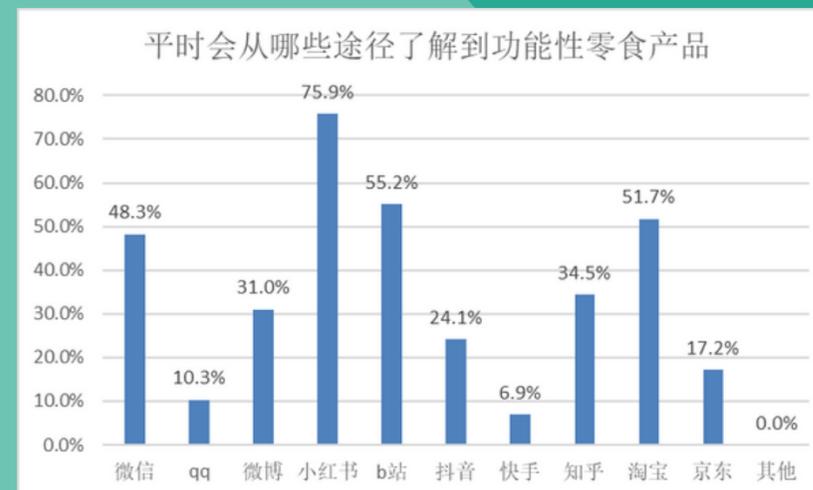
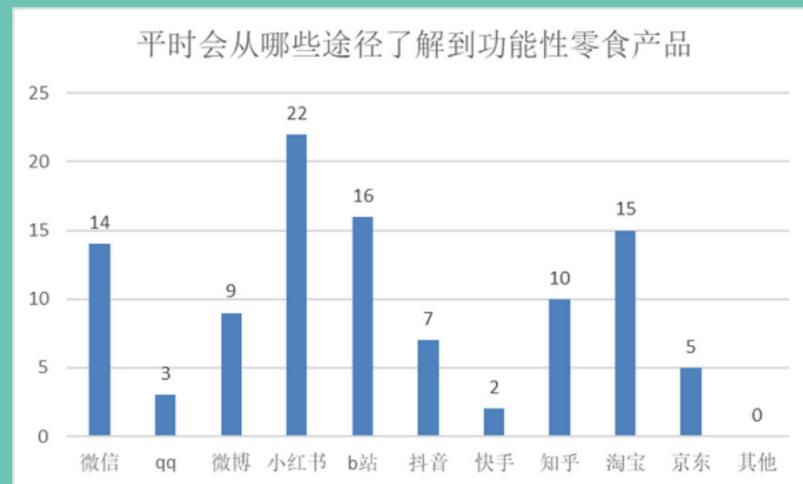
精致丽人



对比分析：

【精致丽人】在了解功能性零食产品的排名前五的途径中，从微博、抖音触达功能性零食产品的比例明显高于其他人群，小红书、淘宝和微信的占比略低于其他人群。

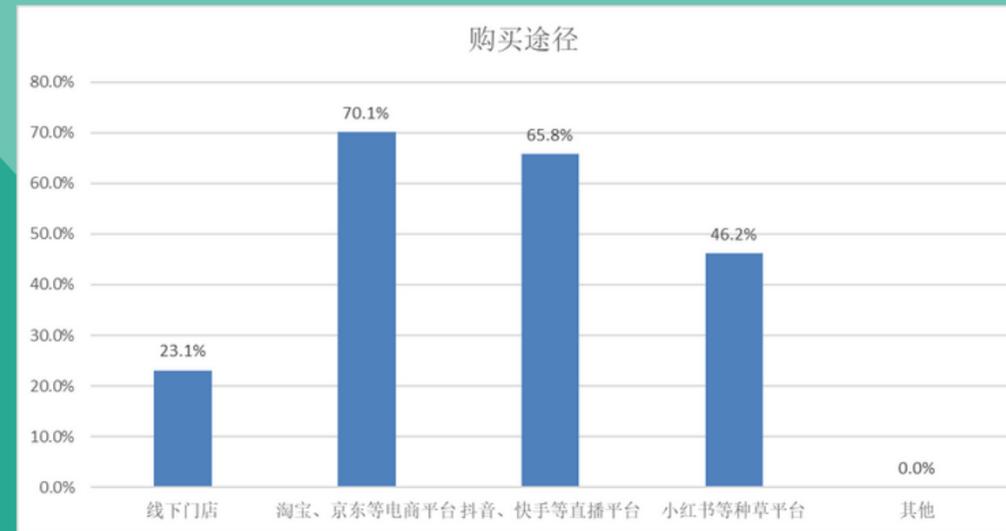
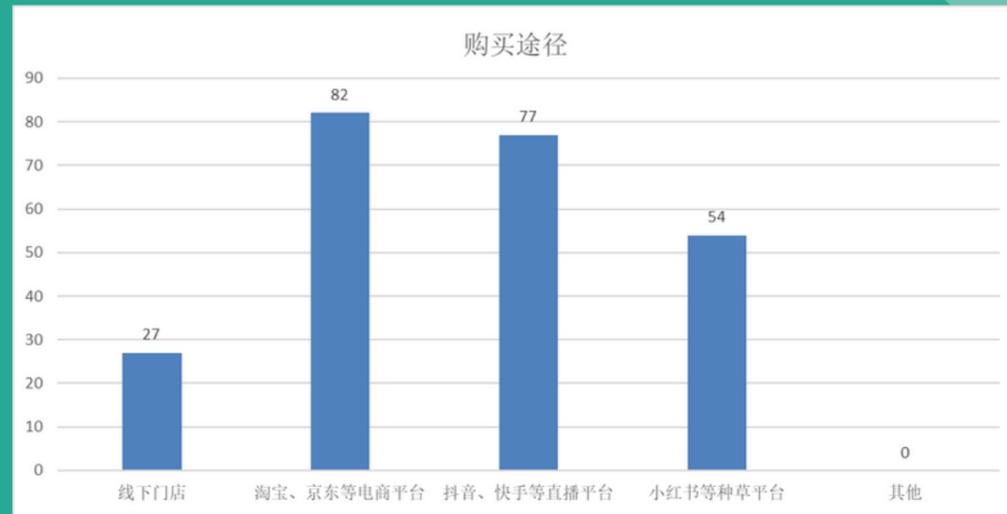
其他人群



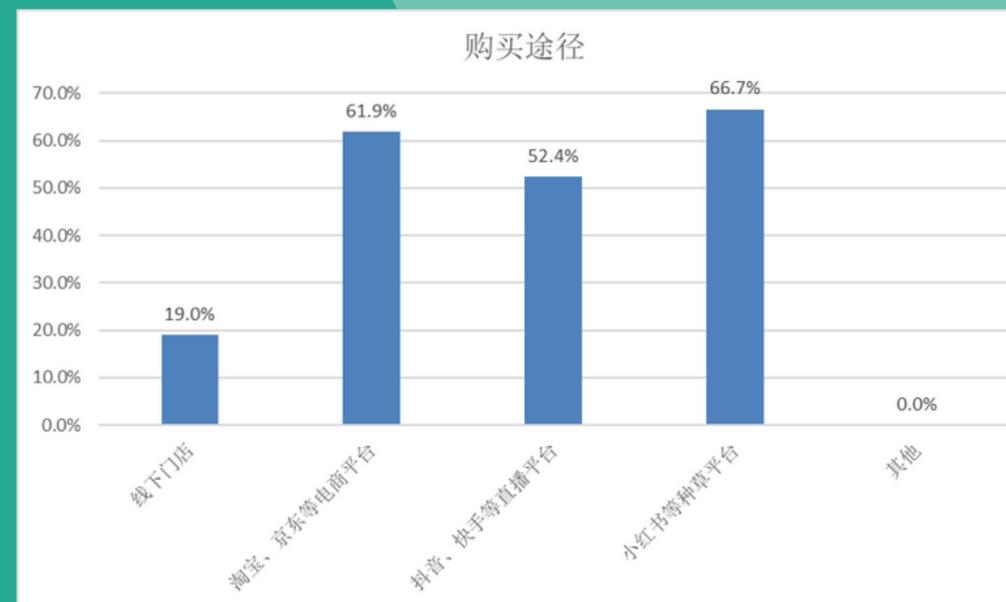
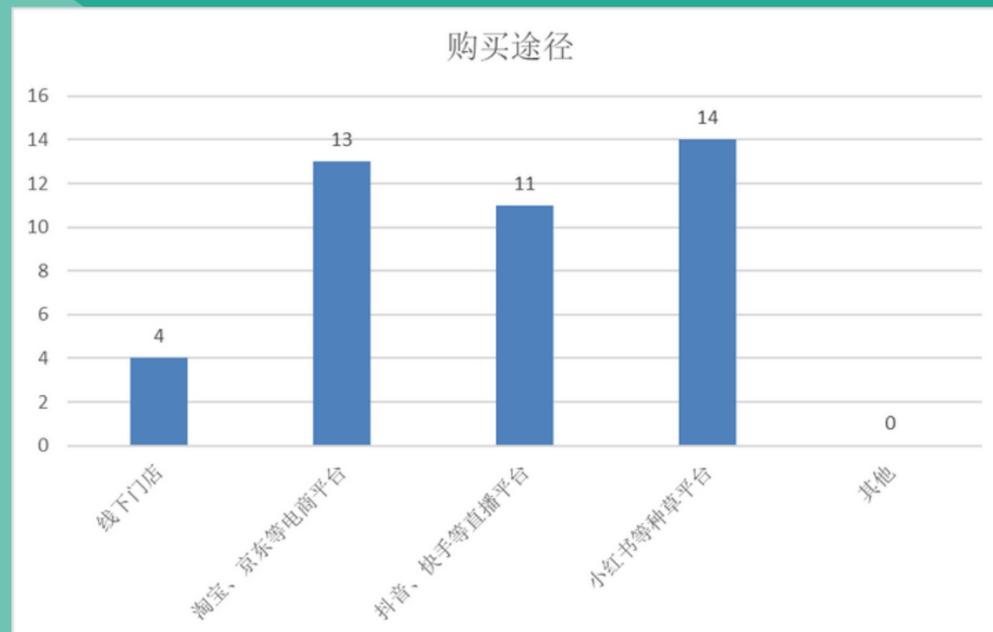
结论：应在功能零食产品触达比例较高的微博和抖音保持产品宣传力度，在触达比例相较其他人群较低的小红书等平台加大宣传力度。

3.1.8功能零食购买途径

精致丽人



其他人群



对比分析：精致丽人在购买途径上选择电商平台和直播平台的比例均大于其他人群，但在小红书等种草平台的购买比例低于其他人群。无论是哪个人群，选择线下门店的比例都很低，大约20%左右。

结论：因此产品营销活动的重心可以更多放在线上，以淘宝、京东等电商平台和抖音、快手等直播平台为主。

问卷调查结论

Wonderlab在精致丽人群体中的知晓率大于其他人群

未听说过wonderlab的都市丽人普遍对wonderlab的好感度不高。

购买过功能零食的都市丽人作出购买决策的时候一般是由于功能，产品包装，与熟人推荐。

听说过wonderlab在都市丽人群体中，认为wonderlab的口感，定价，与效果表示赞赏

不购买功能零食的都市丽人不购买原因主要为：不了解产品（最主要），不相信产品（次要），没有需求（其他）

都市丽人主要从微博，小红书，抖音了解功能零食。其中微博触达远超其他平台（7成人群触达），但购买决策主要在淘宝京东等电商平台购入为主，从快手抖音直播平台与小红书购入为辅

3.2 访谈法

访谈大纲

环境

你所处的环境“卷”么？“卷”环境给你带来的负面影响？

在职场or生活中，感受到脑力焦虑？具体的情景？带来的困惑？有想过如何解决么？

对于“美”的看法？你觉得展现自己的工作能力、学习能力是一种“美”么？

如果有能通过服用某种科学性能保证的产品来提升脑力，你会想要进一步了解么？

想法

是否听说过DHA（二十二碳六烯酸）？知道它的功效？

知道----询问：你觉得DHA的主要受众是？

不知道----介绍：是一种人体神经细胞生长维持的主要成分。介绍完毕后：你觉得DHA的主要受众是？

介绍：品牌wonderlab是一个新营养品牌，其内核是“以科学营养的方式帮助女性变美”。wonderlab准备推出一款新产品“DHA脑力软糖”功能零食，你认为和这个品牌理念的契合度？（从科学营养的角度+变美的角度询问是否契合）

产品相关

你对功能零食的印象？

如果有效成分为DHA功能零食出现，你对ta的第一印象？优缺点？适宜的人群？

你上一次吃功能零食的确切场景？心情？体验感受？

功能零食与保健品最大的区别？你对二者优缺点的评判？

三位受访者在工作中和生活中都有一定程度的脑力焦虑，但大部分受访者改善的方法仅为休息一下，很少有受访者会主动购买相关产品。

对于DHA的功效及作用，受访者虽然听过，但基本不了解DHA对人体的作用，受访者也均对DHA的科学性和有效性表示了质疑，担心这只是商家宣传营销的噱头，因此在产品发布前期需要加强关于DHA的相关宣传，让消费者了解DHA。

在对于功能零食与保健品的期望方面，受访者表示保健品应该功效比功能零食更强，但功能零食口感较好，可以当做安慰剂零食，也会对身体有潜移默化的影响，价格也相对较低。

四.定价区间

四.定价区间

定价区间

4.1 初步定价

每大袋：60颗10小袋 ¥118

4.2 DHA含量设定

单品总价=毫克DHA单价*含量*软糖颗数，得到 $0.0495*30*60=89.1$ 元

60mg/2粒(单次摄入两粒)
即30mg/粒

折中考虑，参考定价DHA单价
 $(0.043+0.056)/2=0.0495$ 元/mg

2. Nature's Way佳思敏鱼油软糖

$101/[(60/2)*60]=0.056$ 元/mg

产品图片



- 澳洲专业儿童营养品牌 ✓
- 非透明的避光瓶身设计更好保存营养 ✓
- 三种水果口味 ✓



每2粒软糖含:

自然鱼油	234.8mg
DHA	60mg
EPA	11mg



2颗软糖DHA含量



1条深海鲈鱼 DHA含量

资料来源:《鱼油基础与临床》P46-47
每100g深海鲈鱼约含0.5mg DHA, 每条深海鲈鱼约700g

1. Vitafusion 鱼油软糖

$129/[(50/2)*120]=0.043$ 元/mg



#营养成分表#

主要成分	每2粒含量
总OMEGA-3脂肪酸	100 mg
维生素A (视黄醇棕榈酸酯)	150 mcg RAE
EPA /DHA (来自纯净鱼油浓缩物)	50 mg
ALA (来自植物亚麻籽油)	50 mg
维生素 C	6 mg
维生素 D (维生素D3)	5 mcg (200 IU)
维生素 E (D-ALPHA-生育酚醋酸酯)	2 mg
钠	5 mg

呵护眼脑 捍卫身体

科学配方效果升级
ALA+EPA+DHA:
精Omega-3及纯净鱼油, 发挥协同作用
VC+VE: 保护鱼油不被氧化



4.3.1 Wonderlab叶黄素酯软糖与其他叶黄素软糖产品比较

名称	Wonderlab叶黄素酯软糖	inne蓝光盾护眼软糖	Ddrops儿童越橘叶黄素软糖	澳洲佳思敏儿童专业叶黄素护眼软糖	维他瑞儿童护眼叶黄素软糖	健敏思婴幼儿叶黄素软糖	康萃乐护眼叶黄素多维软糖
粒数	60粒	30粒	60粒	50粒	30粒	60粒	60粒
每粒所含叶黄素(酯)	3mg	2.5mg	6mg	5mg	6mg	5mg	2.5mg
价格	120r	188r	141r	115r	107r	169r	144r
单位叶黄素(酯) 单价	0.667	2.506	0.392	0.46	0.594	0.563	0.96

结论： Wonderlab叶黄素软糖单位主要成分价格在同类竞品中为前42.86%，处于中等较高的价位。单品总价=毫克DHA单价*含量*软糖颗数，得到 $(0.043+0.056)*(1-0.4286)*30*60=101.8$ 元
 综合考虑DHA单价,Wonderlab产品在竞品中的定价比较，确定产品定价范围为89r-99r

参考：WonderLab软糖「Good」系列包装

1袋软糖≈66根胡萝卜*

补充叶黄素新选择，轻松化解宝宝不爱吃胡萝卜的难题

1袋叶黄素酯软糖含叶黄素酯和玉米黄质的含量相当于**66根胡萝卜**的叶黄素和玉米黄质的含量*



*参考文献：杨月欣. 中国食物成分表[M]. 第6版. 北京：北京大学医学出版社.

核心GABA 祝您好心情

goodnite

和心烦意乱说拜拜

- 1 专利GABA, KO磨人烦恼
- 2 3大自然萃取, 好轻松
- 3 嚼2颗, 美味无负担
- 4 爆汁Q弹, 一嚼倾心



参考：WonderLab软糖「Good」系列包装

具体设计：



DHA · Omega3 夹心软糖

WonderLab软糖系列参考图

线上电商渠道

场景一：科学保健含量卖点

1袋软糖≈66根胡萝卜*

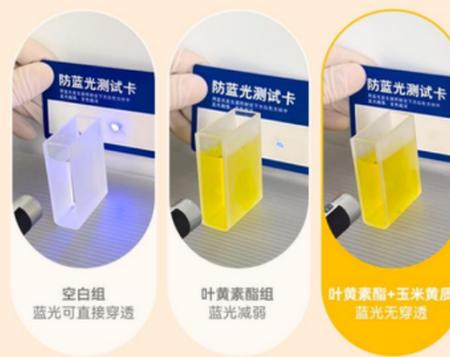
补充叶黄素新选择，轻松化解宝宝不爱吃胡萝卜的难题

1袋叶黄素酯软糖含叶黄素酯和玉米黄质的含量相当于**66根胡萝卜**的叶黄素和玉米黄质的含量*



*参考文献：杨月欣. 中国食物成分表[M]. 第6版. 北京: 北京大学医学出版社.

黄金5:1配方



空白组 蓝光可直接穿透
叶黄素酯组 蓝光减弱
叶黄素酯+玉米黄质 蓝光无穿透

蓝光照射测试实验 | 三组对比

*叶黄素酯能够阻隔低中波段有害蓝光(波长峰值400-445nm), 玉米黄质阻隔波段有害蓝光(波长峰值451nm), 两者协同更全面阻隔有害蓝光

特添加虾青素 清除漏网之光

虾青素具有优秀的抗自由基能力, 是原花青素(OPC)的60倍*, 即其能更好的消除疲劳因子, 舒缓蓝光带来的不适。



虾青素 消除致疲劳因子能力 > 60倍 原花青素 消除致疲劳因子能力

*Yoshiro Nishida, Eiji Yamashita and Wataru Miki. Quenching Activities of Common Hydrophilic and Lipophilic Antioxidants against Singlet Oxygen Using Chemiluminescence Detection System. Carotenoid Science, 2007, 11: 16-20.

多项专利叶黄素酯支持 安全稳定好吸收



*本产品使用叶黄素酯原料依照如下专利方法获得:
ZL201310076600.1 一种食品级高含量叶黄素酯及其制备方法
ZL201110305275.2 含叶黄素酯的组合物及其制备方法
ZL200910010491.7 高纯度叶黄素酯的制备、稳定化及其污染物去除方法

核心GABA 祝您好心情

和心烦意乱说拜拜



- 1 专利GABA, KO磨人烦恼
- 2 3大自然萃取, 好轻松
- 3 嚼2颗, 美味无负担
- 4 爆汁Q弹, 一嚼倾心

3大自然萃取 精选配比才安心 02

安全可靠 放心吃

- 绿茶茶氨酸 促进脑中多巴胺释放
- 西番莲 促进GABA吸收
- 香蜂草 抑制GABA分解

专利GABA 01

专利GABA (γ-氨基丁酸)
优选华熙生物Gabarelex™, 非转基因乳酸菌发酵
GABA是一种抑制性神经递质可以抑制神经元。



*葛林立, 孟和毕力格. γ-氨基丁酸的生理功能和研究进展[J]. 农产品加工(学术), 2007, 20(01): 23-11-14.

高品质好原料, 放心可靠

专利加持, 官方授权认证



源于中国知名γ-氨基酸企业 (华熙生物) 专利原料 高达98%GABA纯度*



新食品原料——γ-氨基丁酸(GABA)

场景二：消费使用场景

WONDERLAB 广告

专利“眼黄金” 学习不累眼

专利成分



叶黄素酯+玉米黄质 5:1

蓝光危机近在咫尺

伴随儿童长时间用眼场景不断增加，其受蓝光影响程度也逐渐加深，眼部健康问题频繁出现

- 经常阅读
- 网课不断
- 手机ipad 不离手
- 长时间用眼



宝宝爱吃 妈妈省心

- ☑️ 口感Q弹易吞服
- ☑️ 营养好吃不粘牙



独立便捷 卫生安全

便捷锁鲜易携带 随时随地来一颗
卫生便捷不脏手 隔绝细菌更安全



WONDERLAB 广告

卸下焦虑烦恼 嚼2颗 放轻松

γ-氨基丁酸夹心软糖

4g x 6颗 (1袋)



压力大 情绪烦 疲惫焦虑 睡不深

goodnite

- 易燃易爆炸
- 工作焦虑不安
- 负能量爬上头



不要贪嘴喔~

嚼2颗 轻松又快乐 04

1颗约13.6大卡
1颗GABA夹心软糖 ≈ 1/10个橙子*



*以橙子可食用部分300g/个计，100g橙子热量约含47kcal，1颗软糖热量13.6kcal (57kJ)，相当于1个橙子(可食部300g)热量的1/10。数据引自《中国食物成分表》第二版。

多汁Q弹，一嚼倾心 03

嚼出满足感 / 睡前酸甜好滋味



场景三：成分科普、产品信息、消费者评价等

WonderLab叶黄素酯软糖科普小课堂

1 WonderLab叶黄素酯软糖是如何全面防蓝光的?
有害蓝光波段在400-450nm之间，其影响了视网膜从而产生各种眼部不适。叶黄素酯可以抵御低中波段有害蓝光，其能覆盖的蓝光波段范围峰值是445nm；玉米黄质能覆盖更高的蓝光波段范围，峰值是451nm，两者协同阻拦有害蓝光，更全面呵护视觉核心区。

2 为什么一定需要补充“双黄”?
人体无法自身合成叶黄素酯和玉米黄质，需要通过额外的膳食补充。

3 这款产品3岁小宝宝可以食用吗?
3周岁以下儿童不建议服用噢~婴幼儿对叶黄素的吸收能力较差，且咀嚼能力和吞咽能力未完全锻炼好，这种情况下食用软糖容易卡喉，所以不建议服用哈~

4 吃叶黄素软糖会伤害牙齿吗?
不会的，我们的软糖是萃取天然成分调配而成，不会伤害牙齿~

产品信息

产品名称	产品规格
WonderLab™ 叶黄素酯夹心软糖	24g (4g*6)
食用方法	保质期
建议每日1次，每次2粒	18个月
不适宜人群	
婴幼儿（三岁及以下）	
贮藏方法	
密封，置阴凉干燥处，避免阳光直射，防潮、防挤压	
注意事项	
每粒添加：叶黄素酯油悬液 11 毫克（含叶黄素酯 3 毫克），(3R,3'R)-二羟基-β-胡萝卜素油悬液 4 毫克（含 (3R,3'R)-二羟基-β-胡萝卜素（玉米黄质）0.6 毫克），长时间放置可能出现轻微返砂，属正常现象，不影响食用。温度超过 36°C 将造成软糖融化。	

*本品偶有黑点，可能是由雨生红球藻造成，不影响食用

口碑认证 护眼更安心

眼干眼乏

“孩子老是眨眼说眼睛干巴巴的，滴了很多次眼药水也不是很管用，吃了一段时间软糖说眼睛好多啦，也不怎么频繁眨眼啦。”

眯眼揉眼

“现在孩子上网课经常需要看电脑刷IPAD，我看他长时间待机学习总是眯眼揉眼睛，这一直下去视力不得涨的快，上网搜护眼仪器也不太放心，决定还是给他吃点成分好的叶黄素软糖，从问题根源入手缓解这些症状，现在上一天课也不怎么揉眼睛啦，情况好转了很多。”

视力模糊

常见问题

1 γ-氨基丁酸夹心软糖有什么用?
WonderLab γ-氨基丁酸夹心软糖产品中添加GABA、茶叶茶氨酸、香蜂草、西番莲、樱桃等物质，自然萃取，放心可靠。

2 γ-氨基丁酸夹心软糖怎么吃?
*每粒添加γ-氨基丁酸50mg，一天食用量不超过2颗。建议在睡前30min食用2颗，可以在任意时间服用，但不要食用超过两颗。

3 γ-氨基丁酸夹心软糖有什么群体不宜食用吗?
婴幼儿不宜食用。

产品信息

产品名称	产品规格
WonderLab γ-氨基丁酸夹心软糖	24g (4g*6)
食用方法	保质期
建议每天2粒，咀嚼食用 请勿一口吞食	18个月
不适合人群	贮藏方法
3岁以下婴幼儿	密封，置阴凉(25°C以下)干燥处，避免阳光直射，防潮、防挤压。
注意事项	
*每粒添加γ-氨基丁酸50mg，一天食用量不超过2颗。 **长时间放置可能出现轻微返砂，属正常现象，不影响食用。温度超过36°C将造成糖内胶体融化。	

*本产品为一次性密封性食品，外包装一经拆封后，非产品质量问题，不支持退换货。

营养成分表

项目	每份(4g)	NRV%
能量	57kJ	1%
蛋白质	0.1g	0%
脂肪	0g	0%
碳水化合物	3.2g	1%
糖	0g	/
钠	2mg	0%

场景图



藻油DHA 祝您事业有成

good brain

和思维疲劳说拜拜

- 1 专利藻油DHA, KO磨人疲劳
- 2 3大自然萃取, 好轻松
- 3 嚼2颗, 蓝莓美味无负担
- 4 爆汁Q弹, 一嚼倾心



多汁Q弹, 一嚼倾心

03

嚼出满足感 / 酸甜好滋味



宣传图

多项专利 DHA支持 安全稳定好吸收



*本产品使用Omega-3原料依照以下专利方法获得:
ZL201310078600.1 一种食品级高含量藻油DHA及其制备方法
ZL201110305275.2 含DHA藻油的组合物及其制备方法
ZL200910010491.7 高纯度DHA藻油的制备、稳态化及其污染物脱除方法

六. 营销构想

传统的广告

一.背景

(一) 产品上市时间

2024年3月8月

(二) 产品卖点

1.采用天然海藻中提取的DHA，不含EPA，相比与鱼油受海洋污染影响小，稳定性好，易吸收，无腥味。

蓝莓口味，富含花青素，增强记忆力，保护视力。

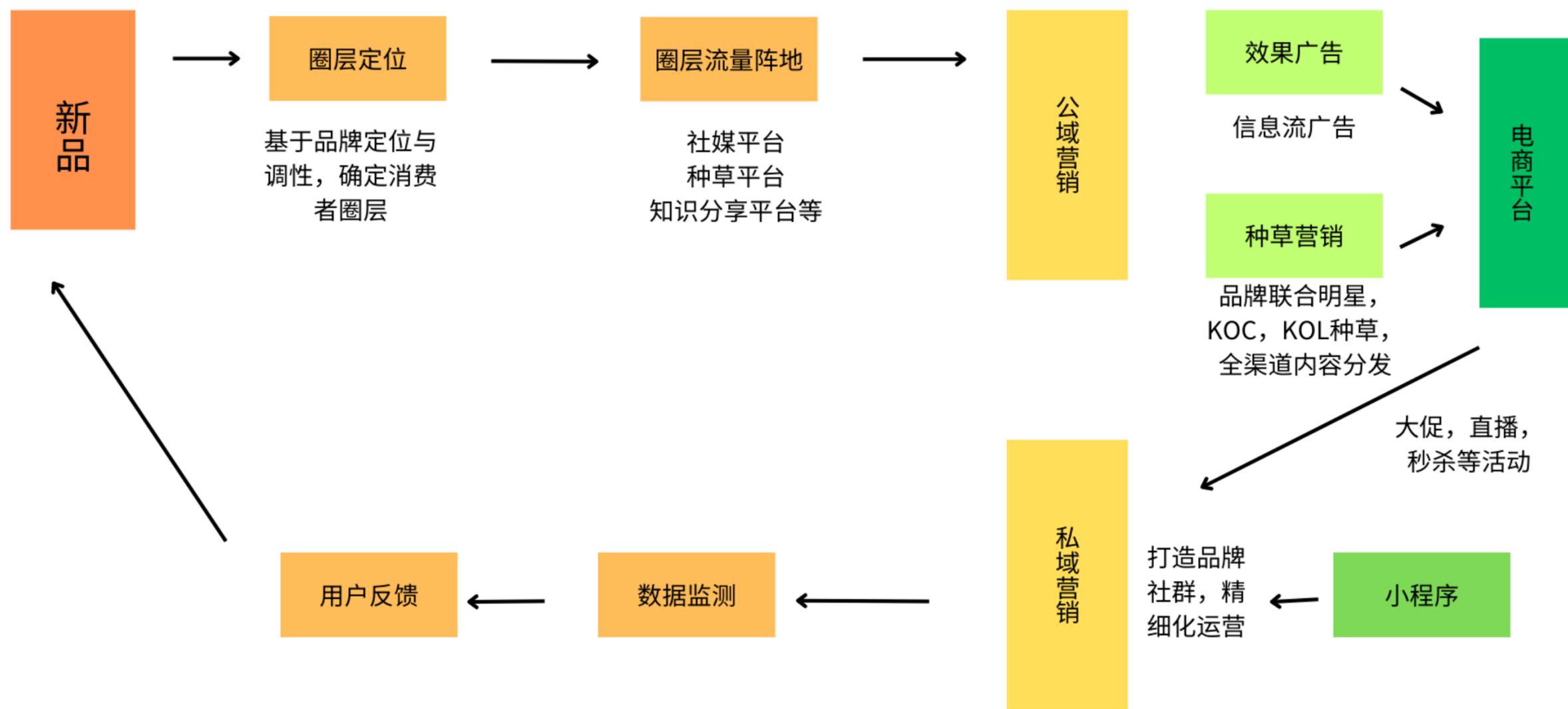
2.便携小包装，相比于传统瓶装胶囊，更加方便携带。

二.传播目标

前期通过官方平台科普，权威机构测评，KOC、KOL推广等打造产品形象，占领消费者心智，推广宣传品牌。中期通过广告投放，社交媒体营销，影视植入等扩大品牌曝光量，提升品牌热度，吸引用户共创。后期将用户引流至微信小程序、公众号、淘宝旗舰店等私域流量池，达成销售闭环，促进流量变现与转化。

三.营销传播矩阵

传播矩阵



(一) 产品认知

本产品的差异化定位

	鱼油	藻油	DHA
功效	<p>鱼油为从鲭科、鲱科食用鱼中提取的脂肪油，味甘、性温，具有降脂、调节血压、补脑健脑等功效。</p> <p>1、降脂：鱼油可以降低血液中低密度脂蛋白、胆固醇和甘油三酯的含量，提高对人体有益的高密度脂蛋白含量，促进体内饱和脂肪酸的代谢，防止脂肪垃圾在血管壁内堆积。</p> <p>2、调节血压：鱼油可以缓解血管紧张，防止血管痉挛，具有调节血压的作用。此外，鱼油还可以增强血管的弹性和韧性，抑制动脉粥样硬化的形成和发展。</p> <p>3、补脑健脑：鱼油具有补脑健脑的作用，可以促进脑细胞充分发育，防止智力下降、健忘、老年痴呆等。</p>	<p>海藻油一般有降血压、保护心脏和提高记忆力等功效与作用。</p> <p>1、降血压：因为海藻油中含有褐藻酸，具有较好的降血压作用。还有褐藻糖胶，具有肝素活性，可以阻止动物红细胞的凝血反应，所以可以防止血压升高。</p> <p>2、保护心脏：因为海藻油中含有多糖、脂肪酸和丰富的硒，可以预防心血管疾病。</p> <p>3、提高记忆力：经常食用海藻油，能有效滋养脑神经，提高记忆力，对儿童神经系统的发育有辅助治疗作用，降低患老年痴呆症的概率。</p>	<p>DHA具有健脑益智、明目抗癌、抗炎以及预防心血管疾病等功效，在生理学、医学等方面得到了广泛应用。DHA是多不饱和键脂肪酸，不仅有诸多生理功能特性，其也有着较强的抗氧化活性，能有效降低体内ROS（系列氧化活性簇）。研究表明，癌症、炎症以及心血管等疾病的发生与自由基的产生有关，DHA具有较强的抗氧化功效，DHA功能特性和抗氧化性之间的联系值得科研者思索和探究。</p>

为何要补充DHA：DHA是大脑成长发育的重要物质之一。DHA在神经组织中约占其脂肪含量的25%，其有助于大脑结构完整和功能发挥，是人成长发育期必不可少的健脑物质。

权威机构测评，博主种草推广，占领用户心智。

1. 预热期

打造公关话题和品牌标签，KOL、素人账号发布日常生活中食用“藻油脑力DHA软糖”的照片或视频，铺垫基础声量。

2. 推广期

权威机构测评产品DHA含量以及DHA功效，头部KOL、KOC与用户进行DHA功效的科普，渗透认知。

3. 长尾期

持续优化产品相关的关键词，让用户搜索之后可以在前排看到产品笔记。

4. 引流期

广告投放、带货投放，让产品信息大规模覆盖用户；同时引爆精致丽人“脑力焦虑”，引导至产品，直击目标消费者内心。

(二) 产品推广阶段

(1) 社交媒体营销：微博，小红书，抖音，B站等平台，吸引用户互动

1.目标用户：有提升脑力需求的具备一定收入的精致丽人

2.品牌定位：为年轻世代人群，提供优质超值的营养产品和健康服务，让更多消费者生活更美好

2.产品策略：结合“科学营养”的属性，聚焦职场女性的脑力烦恼，彰显“智慧女性”的魅力。

3.传播话题：#成为有头脑的美人、#“早”“有”脑力企划

4.传播规划：以微博、小红书、抖音为社媒主要投放平台，新品上市造势，制造话题热度，宣传产品功效，打出品牌特点和产品差异，促进消费者购买。

-种草期：品牌从用户痛点出发，宣传产品DHA功效以及品牌文化，打造网红属性，头部达人造势，中腰部达人发力，KOL和KOC持续同步宣传种草，使消费者了解产品功效和内涵，促进消费。

-拔草期：结合工作生活中缺乏“脑力”的经历等创造话题，引爆话题热度，激发目标人群的兴趣。

(2) 广告投放

• 微博

1. 头部明星宣传安利，大V助力传播
2. 中腰部达人精准触达，辐射细分达人多场景种草
3. 新品造势，以海报、视频等精致视图形式呈现

• 小红书

- 1、测评达人围绕产品功能进行干货类种草，宣传产品功效
- 2、美女博主安利种草，精准触达注重自我提升的精致丽人，有效形成品牌心智
- 3、素人博主测评推荐，显现产品效果真实性

• 抖音

- 1、借助VLOG、教程测评等表现形式，围绕工作、学习、生活等搭建女性生活细分场景
- 2、短视频剧情中软性植入新品，提高可看性与产品表现力

(3) 综艺，影视植入等

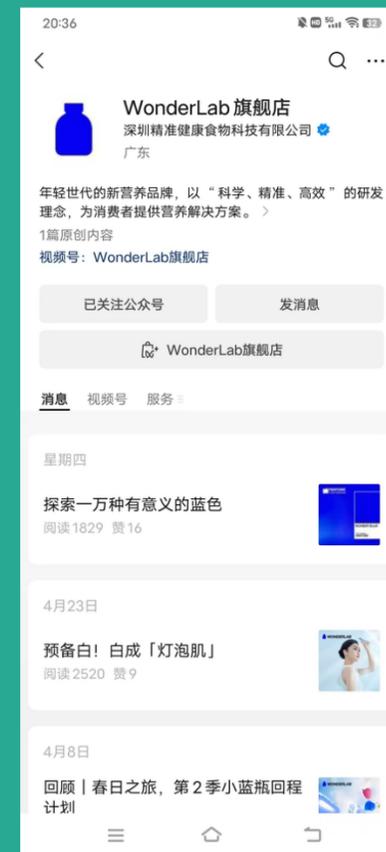
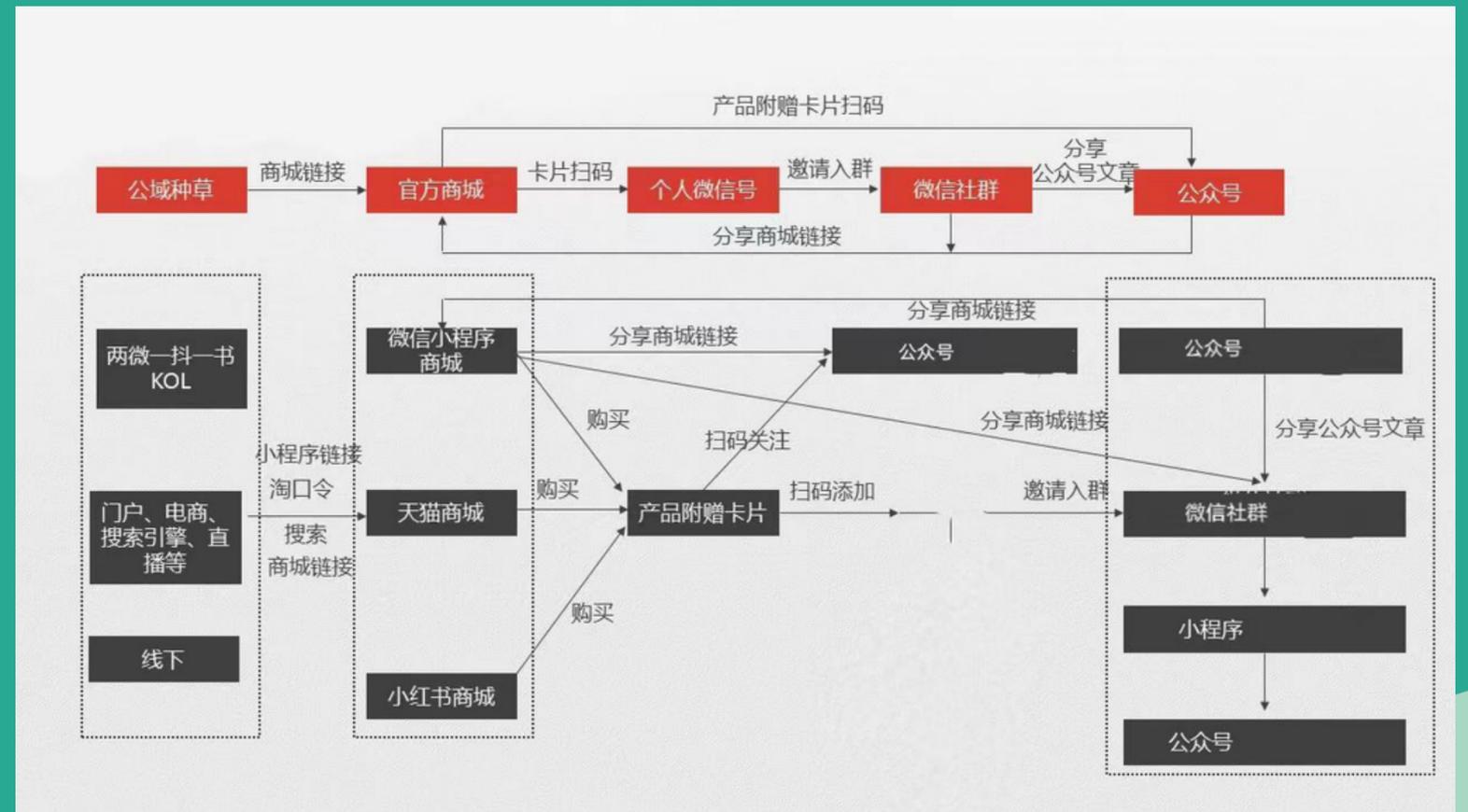
1. 综艺、影视节目的品牌赞助
2. 节目嘉宾的剧情向宣传
3. 插播相关广告

(三) 转化阶段

1.KOC、KOL化身种草达人，为消费者送上剁手指南，邀请消费者加入天猫旗舰店会员。通过一系列激励手段拉新（领取首次入会代金券，邀请好友组团获取优惠等），再通过直播、促销等促进变现转化。

2.搭建产品私域社群，将消费者引流，方便后续发布活动。以企业微信拟人化的形式（例如完美日记的“小完子”），在朋友圈分享生活，推广产品。

3.通过公众号推文直击用户痛点，引起用户共鸣，介绍产品，并且吸引用户在小程序内完成购买。



四、媒介排期

营销时期	内容	时间	持续时	媒介渠道
产品发布阶段	官方宣布科普视频, 产品预热	3.1-3.7	7天	微博
				小红书
				微信
				b站
				知乎
	产品正式发布	3.8	7天	微博
				小红书
				微信
				b站
				知乎
产品推广阶段	影视植入	2.23-3.7	14天	视频平台
				公关话题标签
	权威机构测评视频	3.1-3.7	7天	抖音
				小红书
				微博
				小红书
				微信
	KOL,KOC推广	3.1-3.12	12天	b站
				知乎
				微博
				抖音
				小红书
广告投放	3.1-3.12	12天	b站	
			微博	
			小红书	
			微信	
			抖音	
转化阶段	社交媒体营销	3.1-3.7	7天	微博
	淘宝直播间促销	3.6-3.12	7天	淘宝
	微信小程序活动	3.6-3.12	7天	微信

七.复盘

- 遇到的困难

1. 产品设计的目标消费人群是“精致丽人”，但是束缚于大学生狭隘的社交茧房，准确获取TA针对产品的看法与观点相对困难；
2. 问卷收集数据过程中，我们主要邀请了高收入精致丽人人群进行问卷的填写，导致其他人群样本量过少。
3. 鱼油软糖成分问题：wonderlab软糖产品线成分未知

- 解决的方法

1. 主要进行目标人群信息的纵向对比
2. 假装消费者询问淘宝客服获取产品线成分

Thank You!!!