



2021Q3母婴行业 季度洞察报告

巨量算数 2021.10

目录

CONTENTS



01 母婴内容概况

02 母婴用户洞察

03 母婴创作者生态

04 母婴直播案例



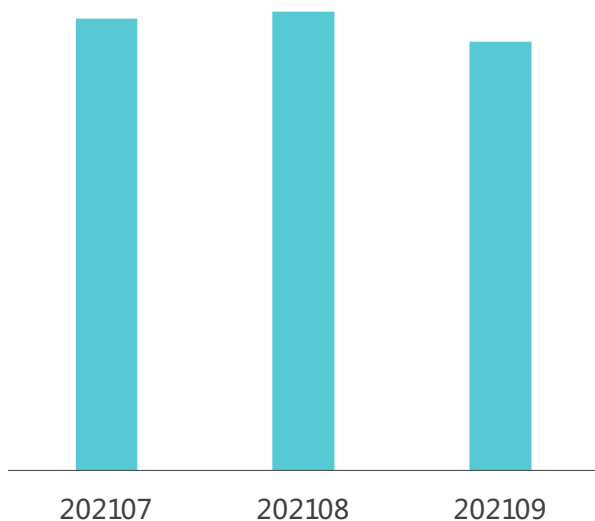
01

母婴内容概况

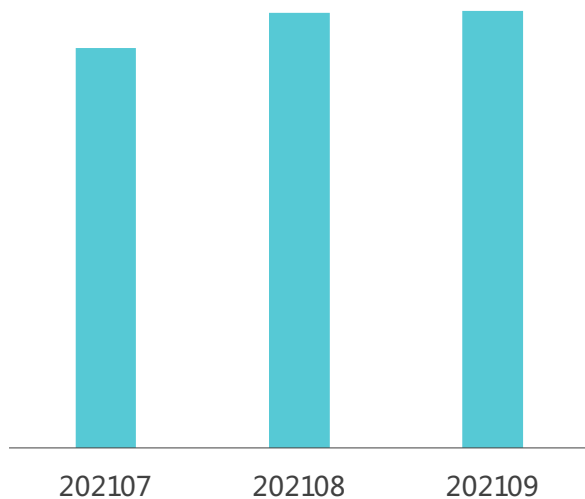
“抖音818新潮好物节”带动抖音母婴内容发布数量

2021年三季度，巨量引擎体系下的母婴内容供给量在稳定中增长。在抖音端，受到“抖音818新潮好物节”活动的影响，母婴相关视频数量在8月份达到一个小高峰。在今日头条端和西瓜视频端，母婴相关内容稳步增长。

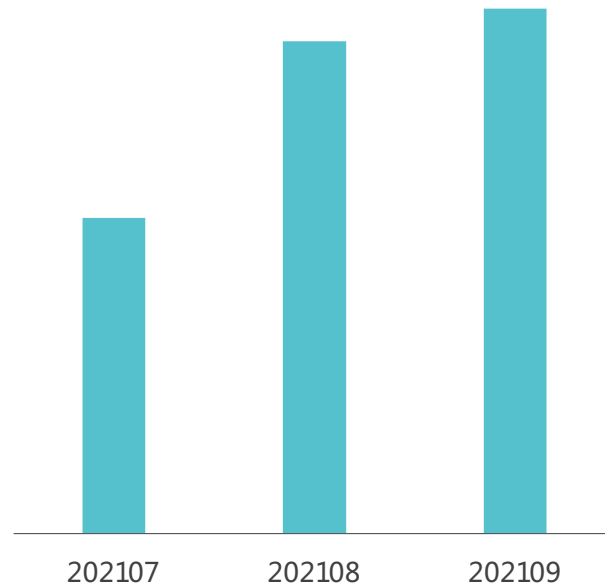
2021Q3
抖音母婴内容发布视频数



2021Q3
头条母婴内容发布文章数



2021Q3
西瓜母婴内容发布视频数



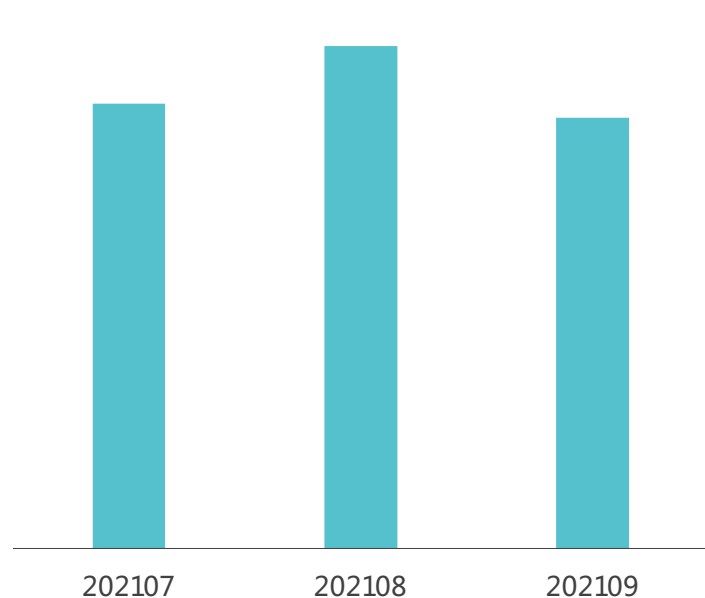
母婴内容：抖音为包含母婴标签视频，头条西瓜为标题或内容包含母婴相关关键词的内容

数据来源：巨量算数，2021Q3

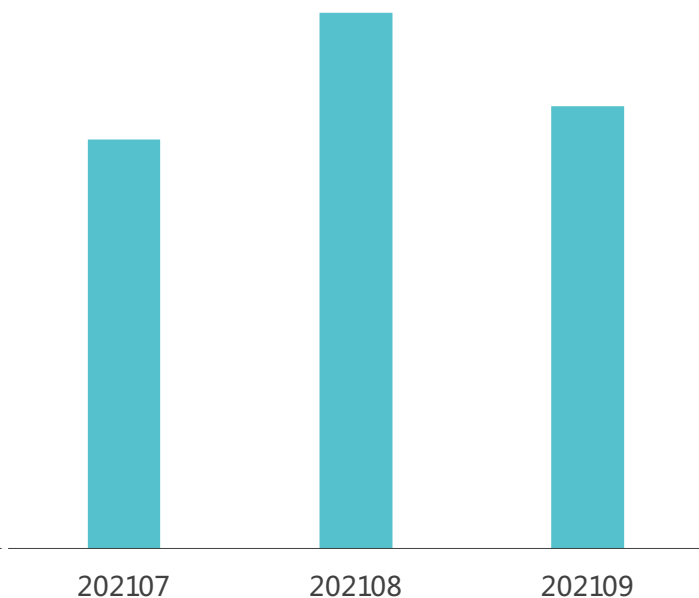
母婴内容视频播放量、文章阅读数在8月达到峰值

在抖音端，稳定的内容供给的增长为内容的传播提供了保证，母婴内容播放量在8月份达到小高峰；在今日头条端和西瓜视频端，母婴相关内容播放量、文章阅读数在9月份有所回落。

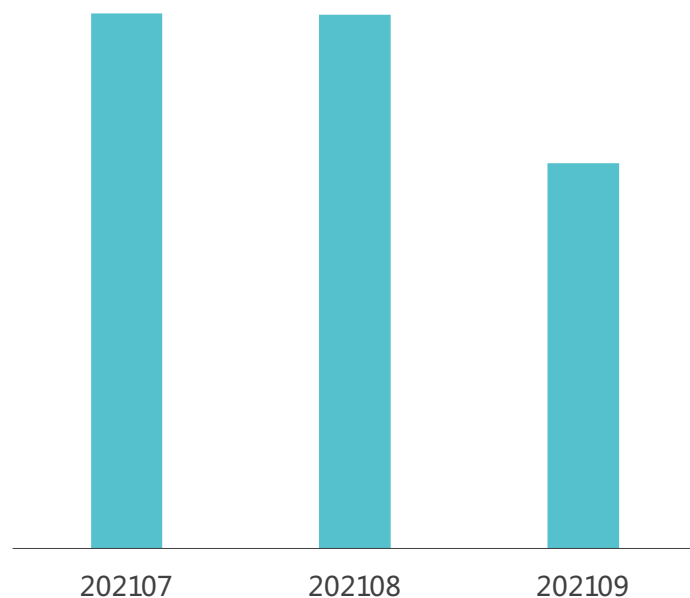
2021Q3抖音母婴内容视频播放量



2021Q3头条母婴内容文章阅读数



2021Q3西瓜母婴内容视频播放量



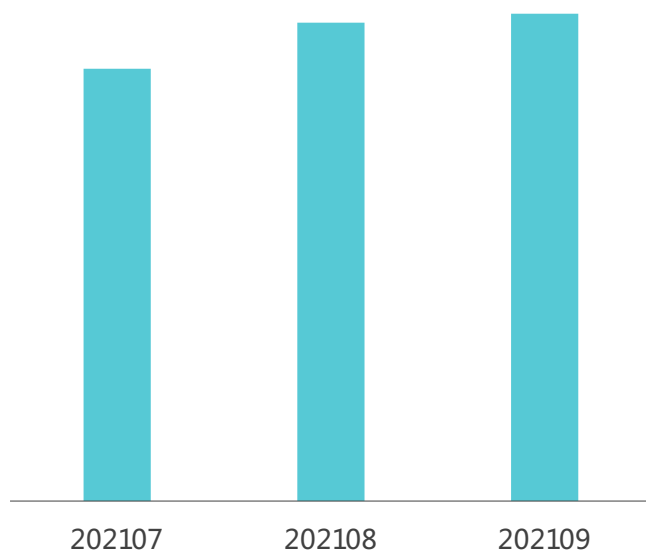
母婴内容：抖音为包含母婴标签视频，头条西瓜为标题或内容包含母婴相关关键词的内容

数据来源：巨量算数，2021Q3

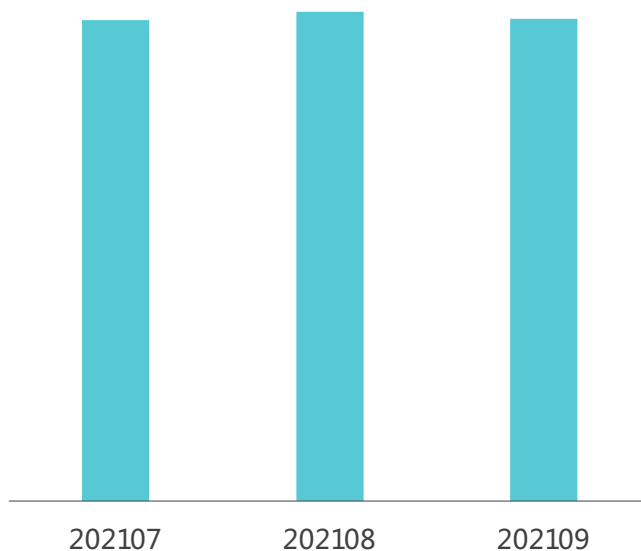
母婴用户主动搜索行为相对稳定

在抖音端，母婴用户的搜索行为在8月同样迎来小高峰。今日头条用户搜索母婴内容的行为相对稳定。西瓜视频端，母婴内容搜索量在9月有所回落。

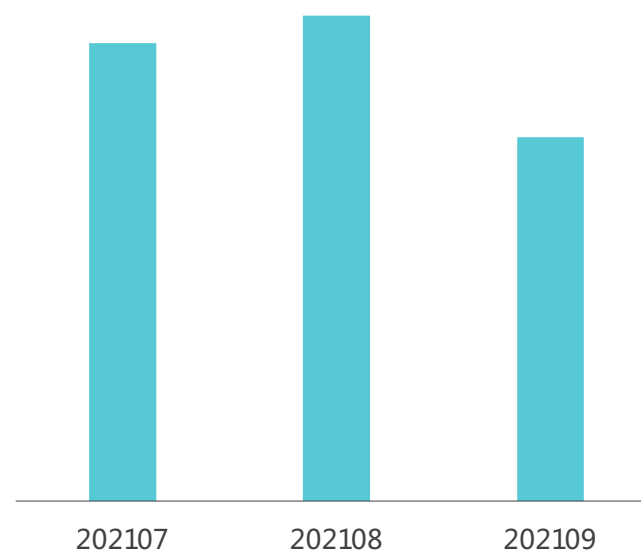
2021Q3抖音母婴内容搜索情况



2021Q3头条母婴内容搜索情况



2021Q3西瓜母婴内容搜索情况



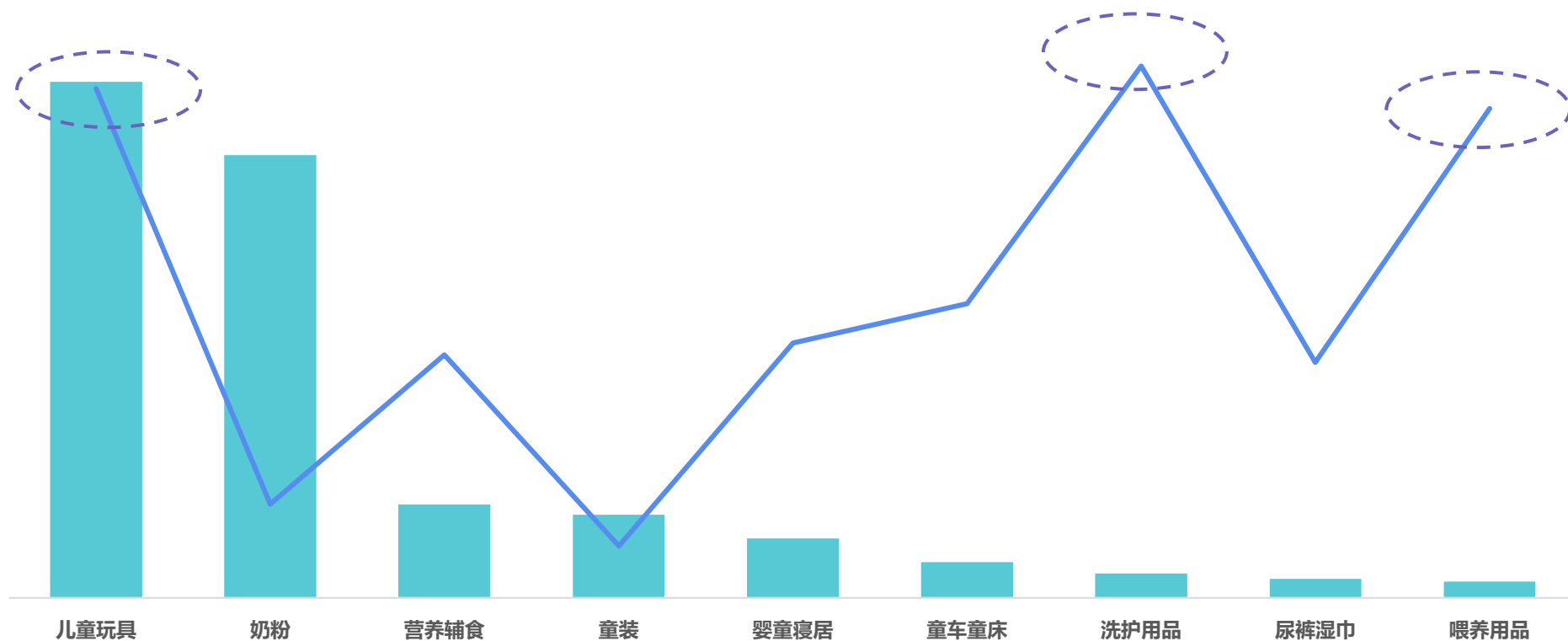
母婴内容：抖音为包含母婴标签视频，头条西瓜为标题或内容包含母婴相关关键词的内容

数据来源：巨量算数，2021Q3

儿童玩具和奶粉相关内容播放量最高

2021年三季度，在抖音端，儿童玩具和奶粉的内容关注度最高，其次是营养辅食、童装、婴童寝居。童鞋、洗护用品和喂养用品的播放量增长率排名前三，当前婴童市场的消费群体主要以80、90后的新一代父母组成，他们对于儿童玩具、洗护用品、喂养用品等方面的关注度越来越高。

2021Q3抖音母婴类视频播放量及增长率

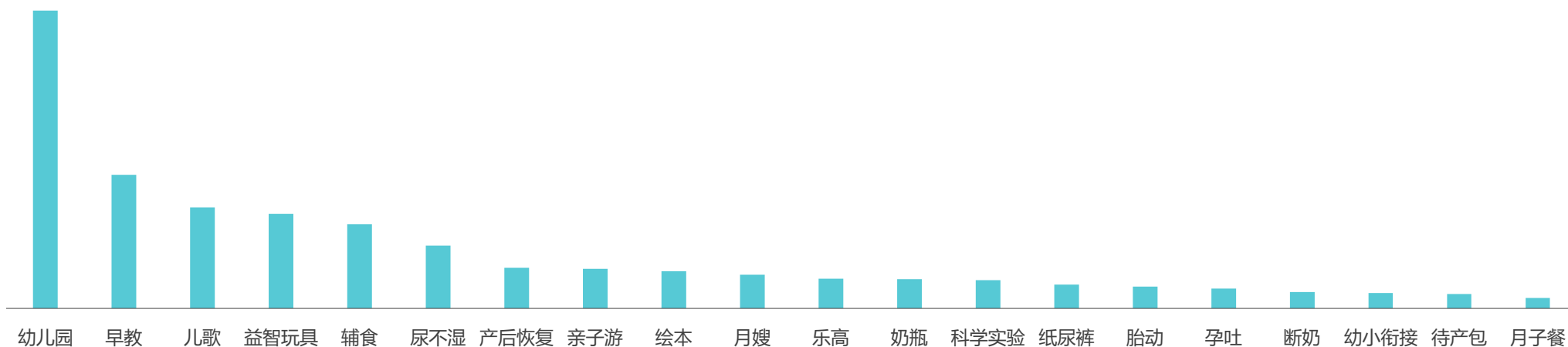


数据来源：巨量算数，2021Q3，播放量增长率为2021Q3 vs 2020Q3

幼儿教育和经验科普类内容在抖音平台更受用户欢迎

2021年三季度，包含母婴各类目关键词的视频中，幼儿园、早教、儿歌等教育娱乐类视频播放量位列前三，包含益智玩具、辅食、绘本、乐高等幼教相关关键词的视频播放量同样排在前列，说明早教经验方面的母婴内容很受欢迎。

2021Q3抖音母婴相关关键词视频播放量TOP20



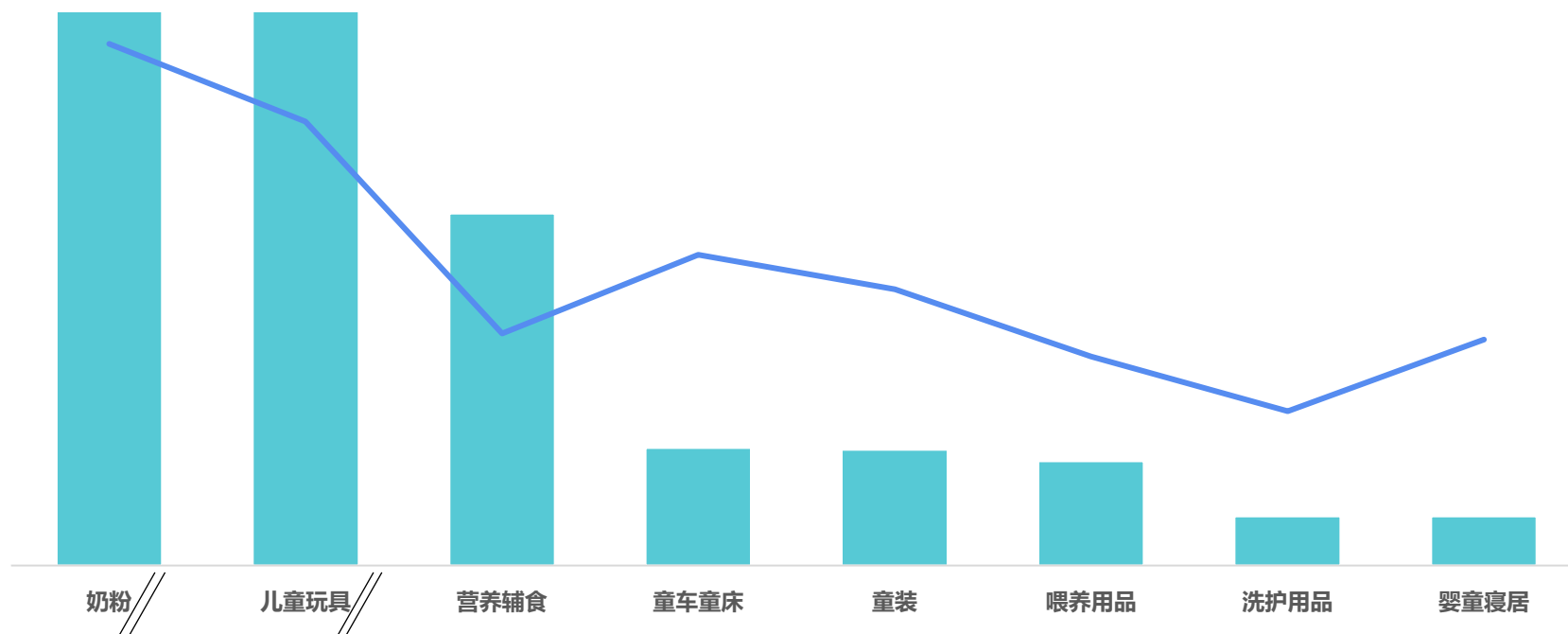
母婴内容：抖音为包含母婴标签视频

数据来源：巨量算数，2021Q3

头条端用户对于儿童玩具和奶粉内容更感兴趣

2021年三季度，在头条端，奶粉、儿童玩具和营养辅食相关内容阅读量较多，童车童床、童鞋的增长率较高，说明该类内容质量较高且受欢迎，能够打动阅读者。

2021Q3头条母婴类内容阅读量及点赞率



//代表数据做缩放处理

数据来源：巨量算数，2021Q3

儿歌、幼儿园为用户最关注搜索词

80后、90后的父母更加关注儿歌、幼儿园、早教、乐高、辅食，相关词条搜索量在抖音和头条端热度很高。在抖音或今日头条端观看儿歌、学习早教内容、搭配辅食已经渐渐成为许多新生代家长们的习惯。

2021Q3抖音母婴类关键词搜索量

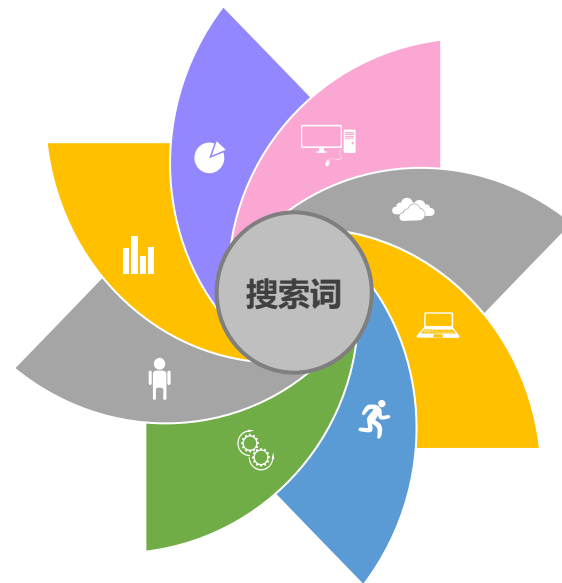
- ✓ TOP1
儿歌
- ✓ TOP2
幼儿园
- ✓ TOP3
早教
- ✓ TOP4
辅食



- TOP5
乐高
- TOP6
益智玩具
- TOP7
奶瓶
- TOP8
绘本

2021Q3头条母婴类关键词搜索量

- ✓ TOP1
幼儿园
- ✓ TOP2
儿歌
- ✓ TOP3
乐高
- ✓ TOP4
早教



- TOP5
辅食
- TOP6
月嫂
- TOP7
绘本
- TOP8
胎动

母婴行业优秀【内容】案例

通过结合儿歌与儿童启蒙知识的方式，将枯燥的五官知识转化为通俗易懂的儿歌，这样的儿歌动画为家长们提供了优秀的育儿素材；辅食品类一直深受宝爸宝妈们的关注，营养均衡且简单易学的辅食教程收获了更多点赞；积极正能量、能够传达正确价值观的早教素材往往更受欢迎。

儿歌



点赞量：
18万

推广亮点：

“互动性强” “好听好记”

“寓教于乐” “朗朗上口”

营养辅食



点赞量：
23万

“营养均衡” “适合新手妈妈”

“鲜甜好吃” “简单易学”

早教



点赞量：
36万

“画风可爱” “寓教于乐”

“让宝宝学会大胆表达自己”

母婴行业优秀【内容】案例

互动性强、能够凸显个性的亲子装受到宝爸宝妈们的青睐，不同风格亲子店铺的“种草”视频吸引了家长们的关注；宝宝牙齿健康一直是家长们关注的重点，专业儿科医生的知识分享能够在指导宝爸宝妈们正确选择牙膏的同时，为带货营造良好的知识铺垫；新手妈妈们对于育儿经验有着极强的学习欲望，待产包等孕期刚需物品及使用经验获得了大量宝妈们的点赞。

亲子装



点赞量：
4万

推广亮点：
“宝藏店铺分享” “全家一起穿”
“亲子装推荐” “个性童装”

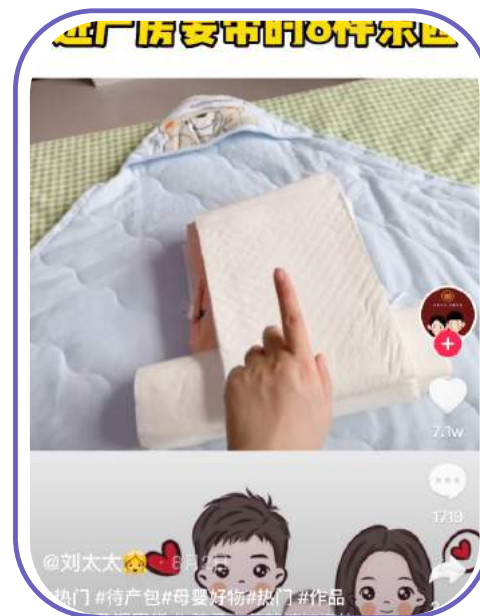
儿童口腔



点赞量：
2万

“好物推荐” “健康知识科普”
“儿科医生专业答疑” “宝妈关注”

待产包



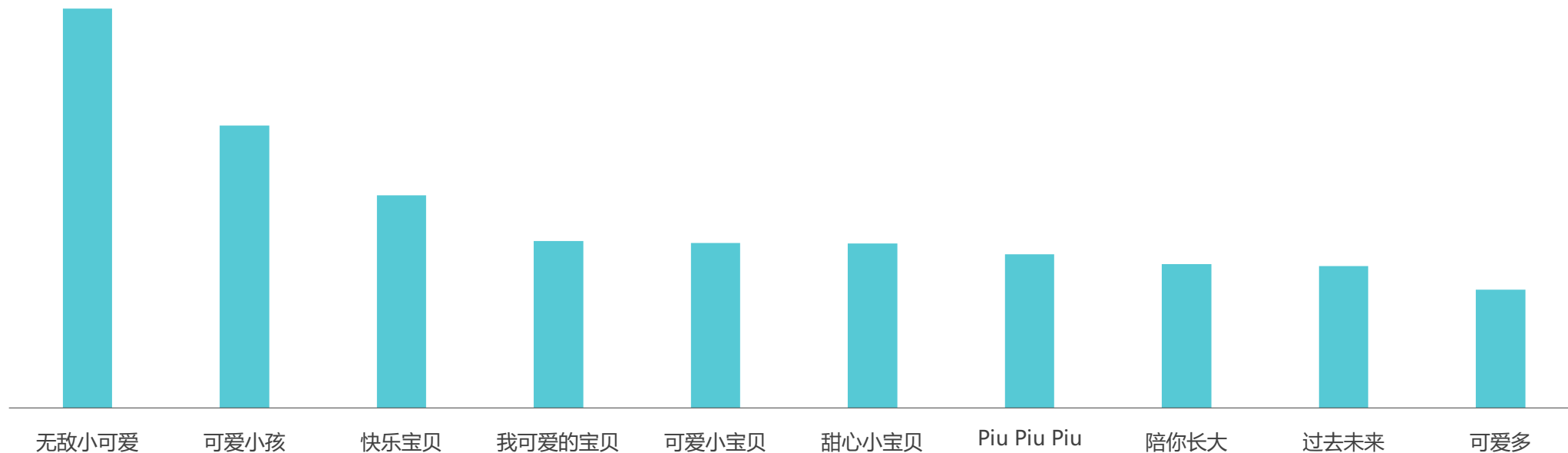
点赞量：
7万

“育儿经验” “孕期囤货”
“母婴好物” “待产包内容分享”

可爱风BGM最受母婴人群的喜爱

2021年三季度，抖音创作者们在选择视频BGM时，“无敌小可爱”、“可爱小孩”、“快乐宝贝”、“我可爱的宝贝”、“可爱小宝贝”等可爱风歌曲深受欢迎，成为母婴人群投稿视频时使用的热门音乐。

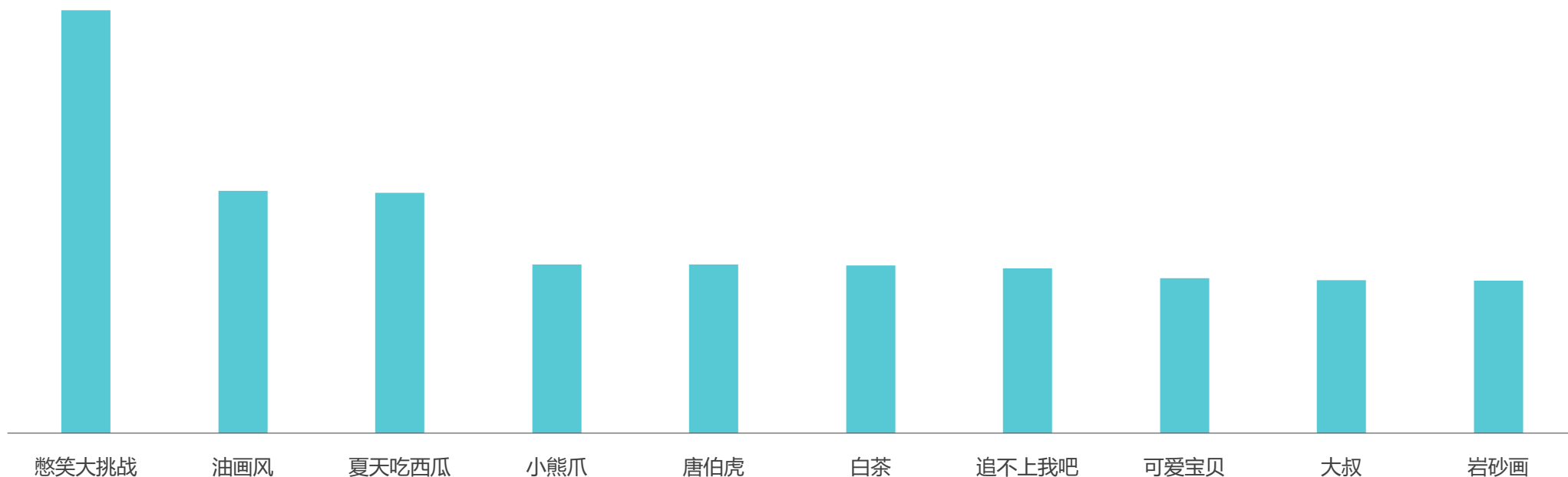
2021Q3抖音母婴内容音乐(PGC)使用次数TOP10



憋笑大挑战成为最受母婴人群欢迎的贴纸

2021年三季度，抖音母婴人群拍摄短视频时最喜欢使用的贴纸为憋笑大挑战。油画风、夏天吃西瓜和小熊爪等抖音流行贴纸也同样深受母婴人群的喜爱。

2021Q3抖音母婴内容贴纸使用次数TOP10



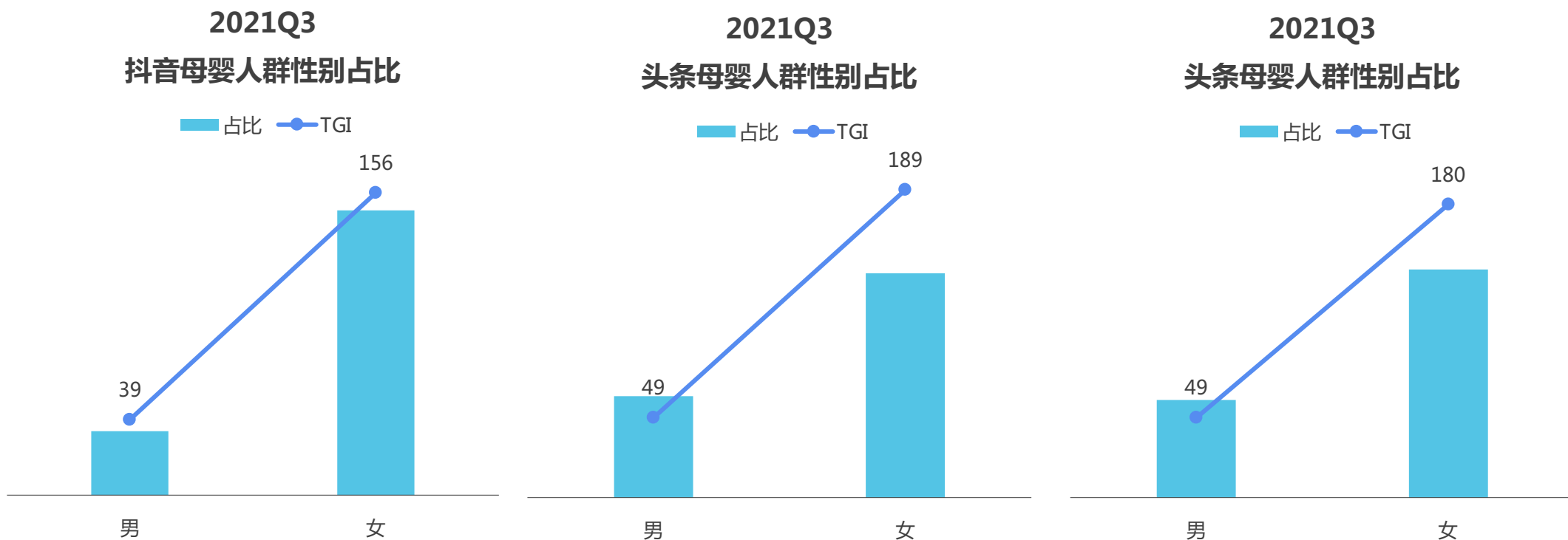


02

母婴用户洞察

女性对母婴内容的关注度明显高于男性

2021年三季度，三端均呈现出女性用户占比远高于男性用户且女性用户对母婴相关视频表现出更高的关注度。



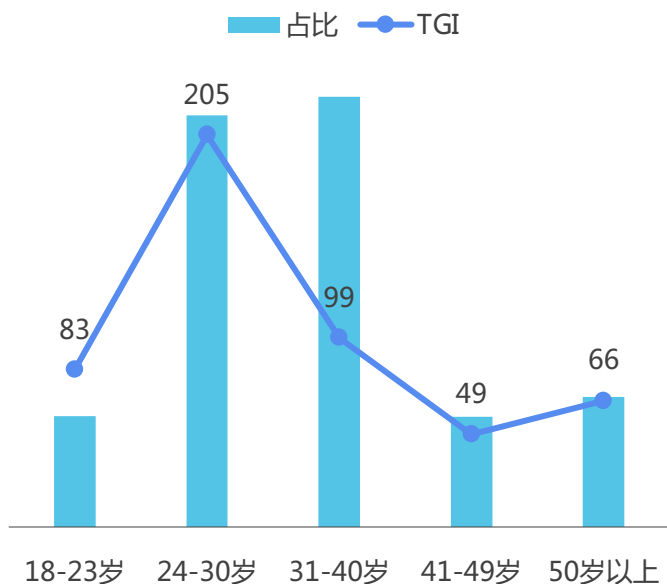
TGI：样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高，TGI=样本占比/总体占比*100

数据来源：巨量算数，2021Q3

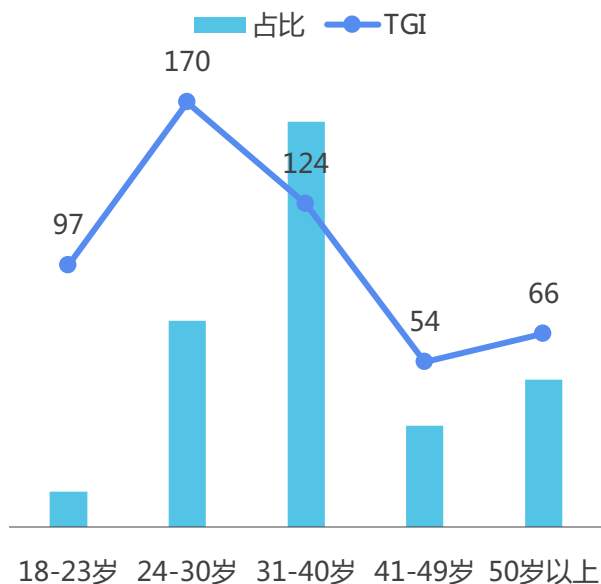
80后、90后是母婴人群的主力军

在三端，80后在母婴人群中的占比均超过30%，在抖音端，随着90后逐渐成为宝妈群体的主流，24-30岁人群的占比和对于母婴内容的关注度越来越高。而50岁以上长辈更愿意通过在今日头条端和西瓜视频端了解母婴相关资讯。

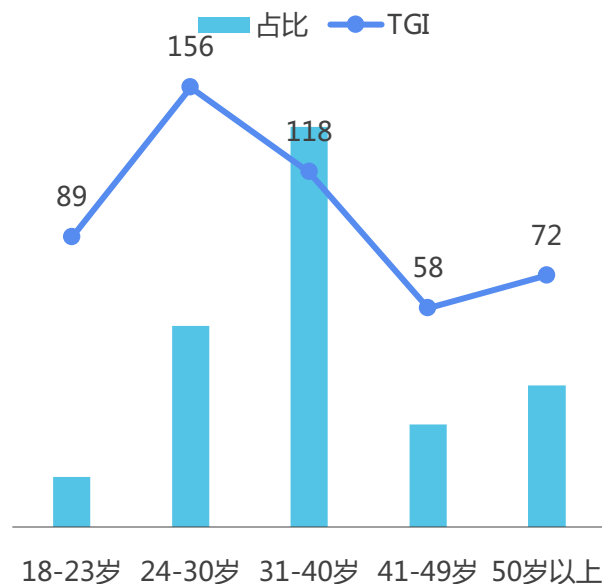
2021Q3
抖音母婴人群各年龄占比



2021Q3
今日头条母婴人群各年龄占比



2021Q3
西瓜母婴人群各年龄占比

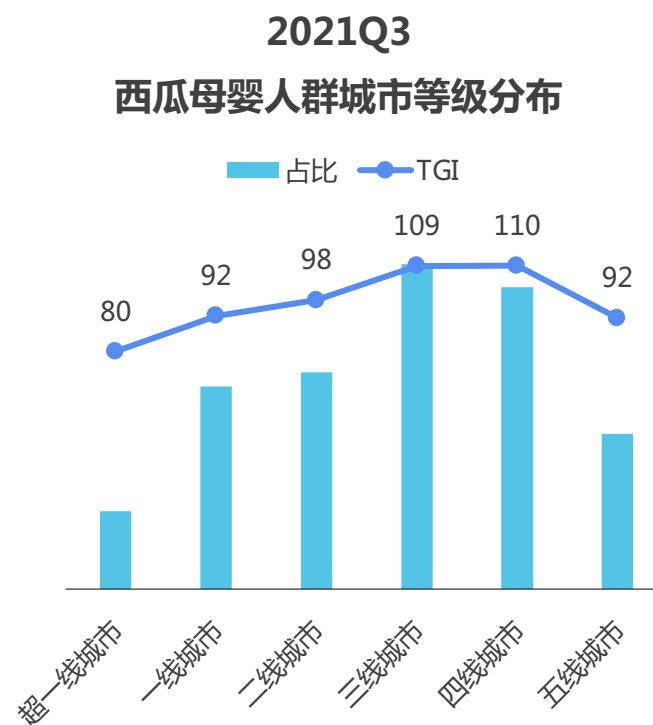
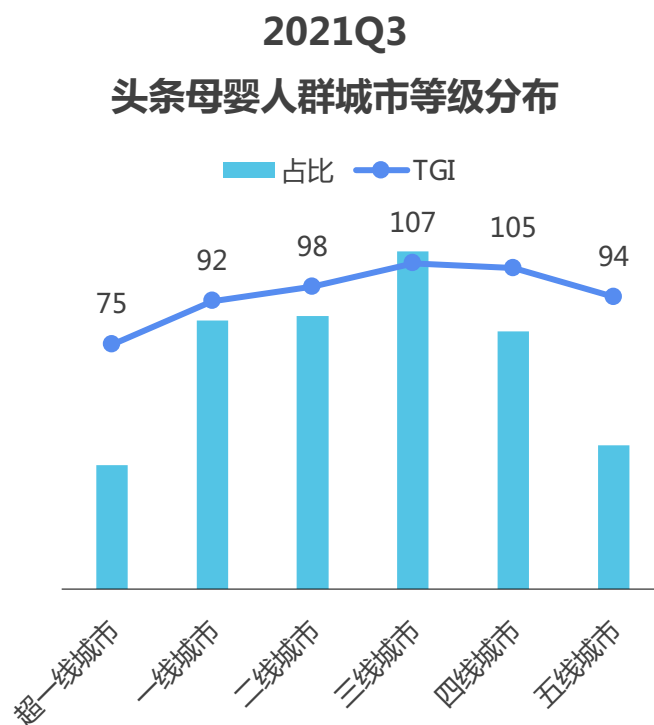
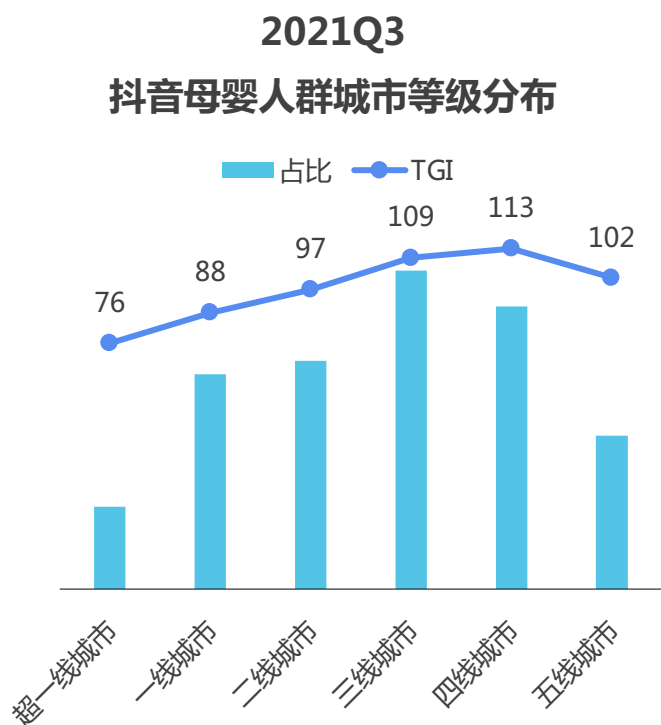


TGI：样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高，TGI=样本占比/总体占比*100

数据来源：巨量算数，2021Q3

母婴人群主要分布在一线、二线和三线城市

母婴人群在三线占比最高。在三端，母婴人群在高线城市对于母婴的关注度低于低线城市。



TGI：样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高， $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} * 100$

数据来源：巨量算数，2021Q3

母婴人群多在经济发达的高线城市

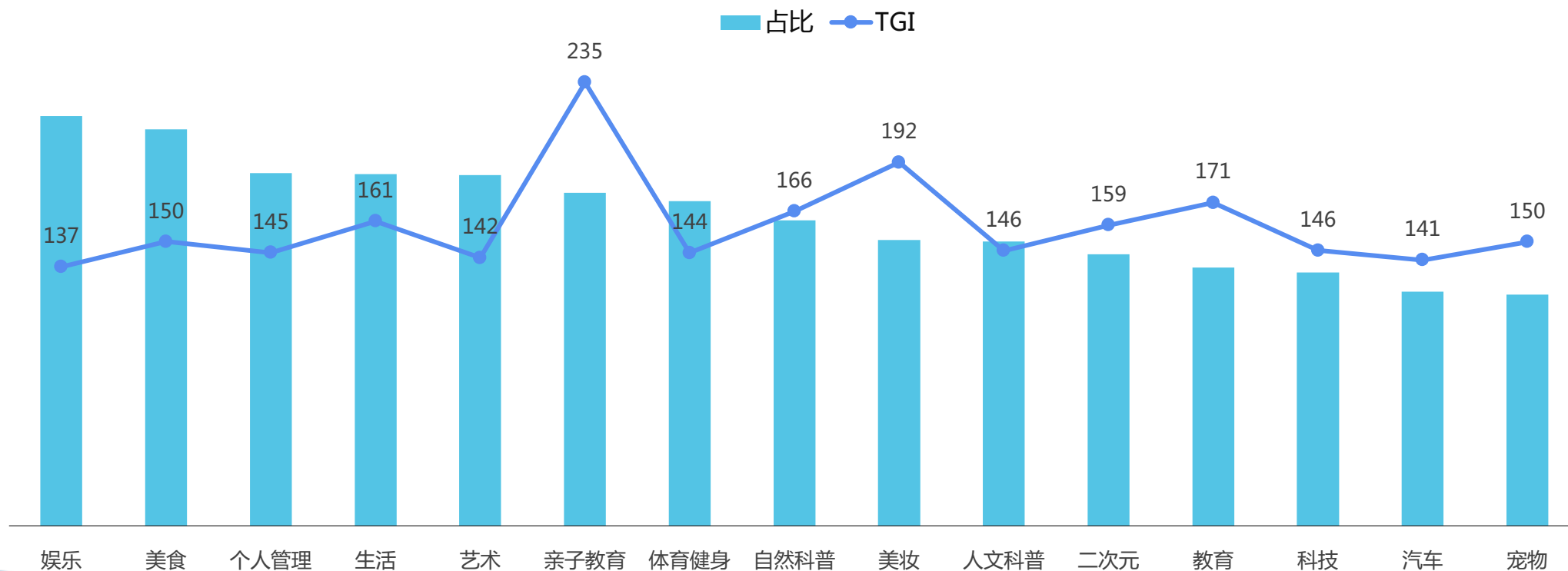
在抖音端母婴人群中，重庆、上海、北京和成都四座城市分布最多；在头条端母婴人群中，北京、上海、广州和成都的母婴人群分布最多；在西瓜端母婴人群中，重庆、北京、上海、和成都的母婴人群占比最多。

| 2021Q3 抖音母婴人群城市分布TOP10 | 2021Q3 头条母婴人群城市分布TOP10 | 2021Q3 西瓜母婴人群城市分布TOP10 |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 重庆 | 北京 | 重庆 |
| 上海 | 上海 | 北京 |
| 北京 | 广州 | 上海 |
| 成都 | 成都 | 成都 |
| 广州 | 西安 | 郑州 |
| 西安 | 深圳 | 广州 |
| 郑州 | 郑州 | 深圳 |
| 深圳 | 重庆 | 东莞 |
| 苏州 | 武汉 | 苏州 |
| 杭州 | 东莞 | 西安 |

娱乐、美食、个人管理、生活、艺术类达人是主要关注类型

在抖音端，母婴核心人群主要关注娱乐、美食、个人管理和生活类型的达人，对于亲子教育、美妆、教育类达人较其他人群展现出了更高的关注度。在关注孩子教育的同时对于个人美容护理也有着极高的兴趣，展现了新生代家长们不同的生活态度。

2021Q3抖音母婴人群关注达人类型分布



TGI：样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高， $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} * 100$

数据来源：巨量算数，2021Q3



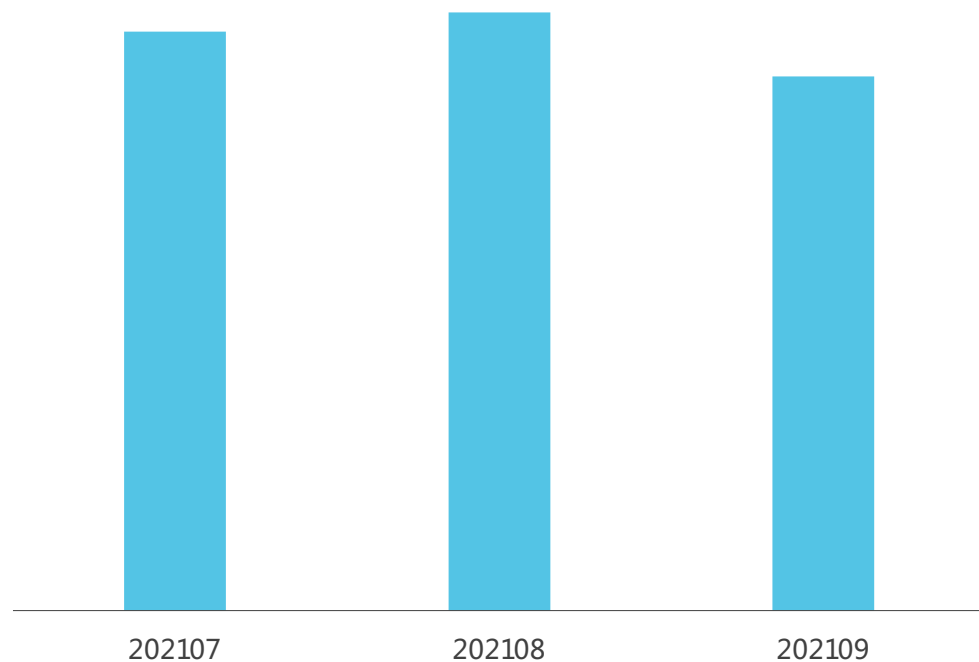
03

母婴创作者生态

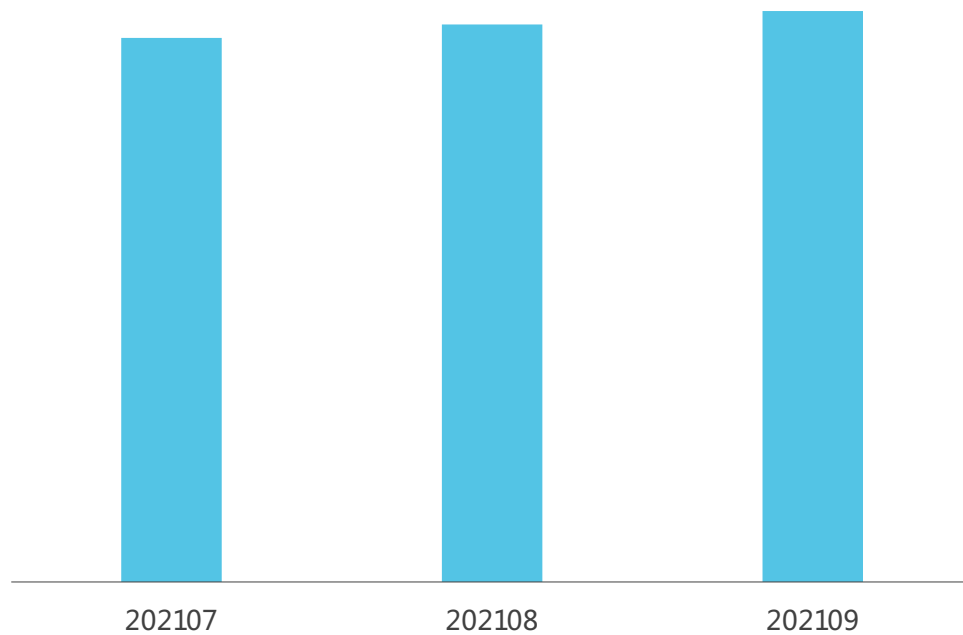
创作者生态保持健康、稳定生长

母婴创作者是母婴内容质量和数量的重要保证。2021年三季度，在抖音端，受到“抖音818新潮好物节”活动的影响，母婴内容投稿作者数量在8月份达到一个小高峰。头条的母婴作者数呈增长态势。

2021Q3抖音母婴作者数



2021Q3头条母婴作者数



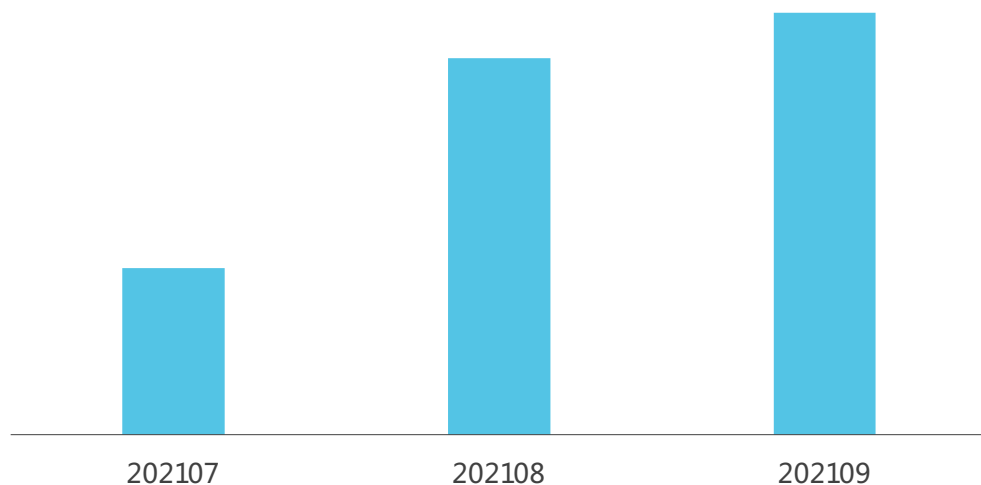
母婴作者：创作并提交1次及以上母婴内容的创作者（非达人）

数据来源：巨量算数，2021Q3

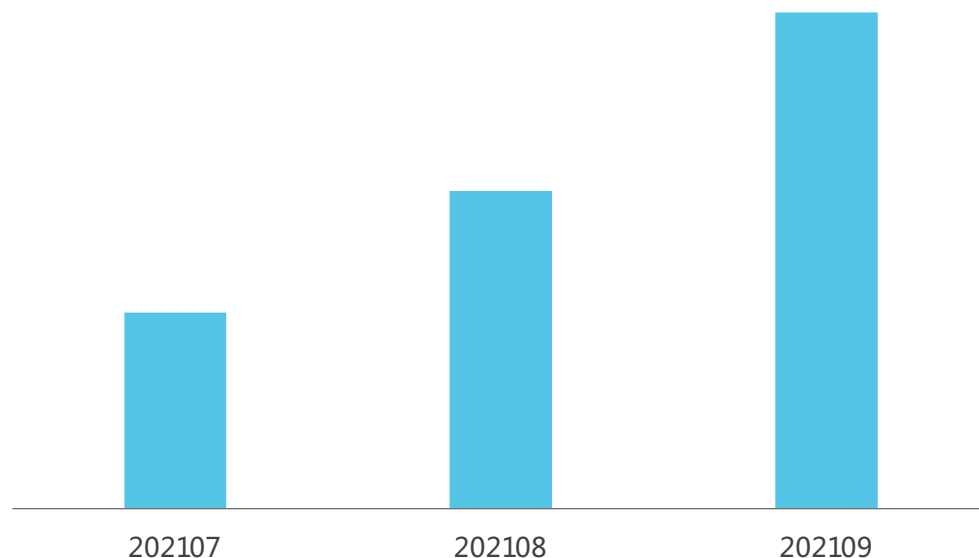
抖音和头条的母婴创作者持续活跃

2021年三季度，抖音端母婴达人数持续增加，达人是优质内容的输出主体，持续稳定增长的达人加入是为用户提供优秀精品内容的保证。母婴行业达人们作为优秀的内容创作者，保持着活跃的创作力且规模不断扩大。

2021Q3抖音母婴达人数



2021Q3头条母婴达人数



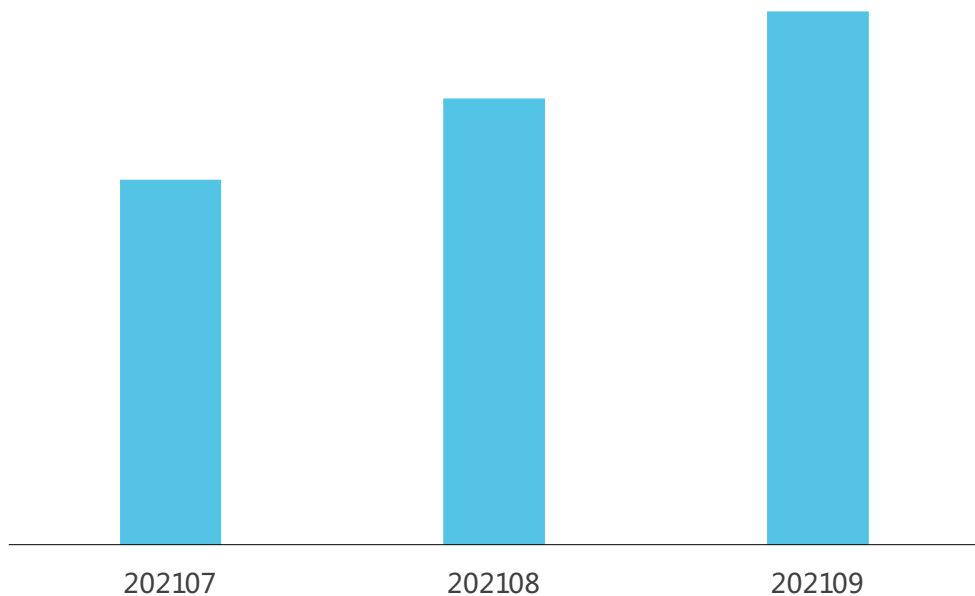
母婴达人：用户签名或简介中包含母婴相关关键词或含有母婴标签的用户，同时，其粉丝量超过1万

数据来源：巨量算数，2021Q3

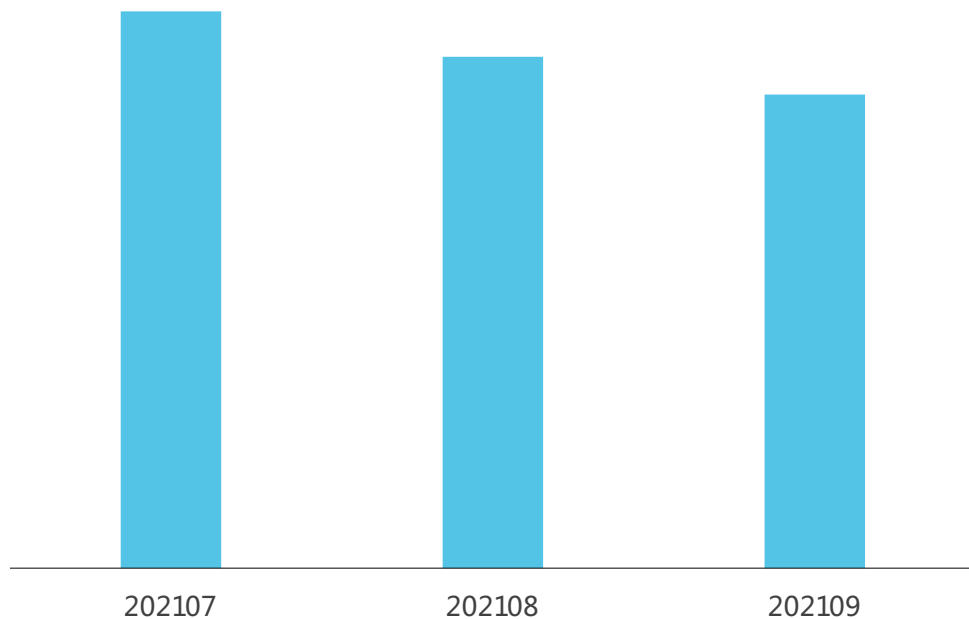
越来越多的母婴品牌入驻抖音和头条

2021年三季度，在抖音端，受到“抖音818新潮好物节”活动的影响，越来越多的商家选择通过短视频带货的新玩法，更多的母婴品牌选择了线上营销的方式，企业号数量逐渐上升。

2021Q3抖音母婴企业号



2021Q3头条母婴企业号



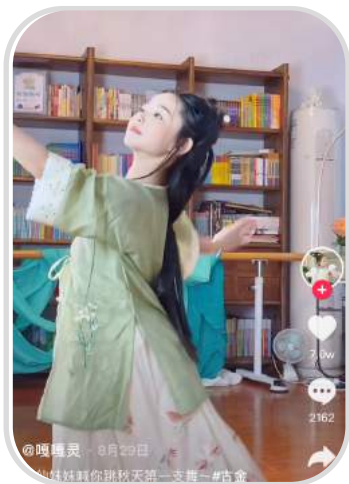
母婴企业号：用户签名或简介中包含母婴用品、母婴用品线下零售或母婴用品电商的企业号

数据来源：巨量算数，2021Q3

母婴行业优秀达人

平台涌现一批分享萌娃日常、育儿早教科普类的母婴达人。嘎嘎灵通过分享古典舞片段以及学舞过程中的日常吸引了大批粉丝；瀚霖弟弟采用第一视角的方式分享跟家人们的温馨日常，软萌的口音加上独特的视角，成功让粉丝们“参与”到萌娃的日常生活中；达人年糕妈妈通过分享育儿、宝妈的个人管理等知识，传播优秀的母婴知识的同时增强宝妈们对个人管理的重视。

嘎嘎灵



点赞量：
2100万

粉丝数：
205万

达人特点：

- 拥有古典舞特长的萌娃，灵动的舞姿和可爱的表情引人喜爱
- 分享宝贝学古典舞日常片段，吸引古典舞爱好者的关注

瀚霖弟弟



点赞量：
4742万

粉丝数：
272万

达人特点：

- 萌娃第一视角拍摄，视角独特
- 软萌可爱，分享宝贝与家人的温馨日常

年糕妈妈



点赞量：
5000万

粉丝数：
1022万

达人特点：

- 医学硕士背景，科普与种草交替进行
- 视频内容广泛，从宝妈的个人管理到宝宝的辅食制作都有涉及



04

母婴直播案例

抖音母婴直播场次、热度增长快速

2021年三季度抖音母婴行业直播表现依旧亮眼，关注增长率达798%，评论增长率达198%，分享增长率12%，加入粉丝团的增长率达207%；抖音号为“果果的妈妈”的网红达人，是一位记录自己宝宝生活的全职妈妈，视频主要分享小果果的可爱搞笑日常，网友们通过一个个让人忍俊不禁的视频陪伴着小果果的童年时光。

2021Q3抖音母婴直播互动表现



关注

+798%
增长率



评论

+198%
增长率



分享

+12%
增长率



加入粉丝团

+207%
增长率

母婴典型直播达人

果果的妈妈



达人获赞量：
1亿



达人粉丝数：
352万

直播观看次数: 900w+

直播评论次数: 350w+

数据说明

时间周期

- 2021年7-9月（除特别说明外）

名词解释

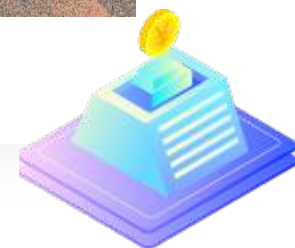
- TGI：样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高， $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} * 100$
- POI：point of interest，视频兴趣定位点
- 母婴内容：内容含有母婴标签以及标题或文章内容中包含母婴相关关键词的内容
- 母婴作者：创作并提交1次及以上母婴内容的创作者
- 母婴达人：用户签名或简介中包含母婴相关关键词或含有母婴标签的用户，同时，其粉丝量超过1万
- 母婴人群：分月观看母婴视频并且评论的用户
- 母婴企业号：用户签名或简介中包含母婴用品、母婴用品线下零售或母婴用品电商的企业号

人群说明

- 报告中所提及的所有人群，均为母婴人群或母婴人群的子人群
- 报告中所分析人群均为18岁以上成年人
- 母婴人群：评论过母婴相关内容视频的用户人群
- 搜索人群：搜索过母婴相关内容用户群
- 分性别人群：按照关注内容判定人群所属性别，划分为男性、女性两大母婴人群

数据来源

- 内容播放量、评论量、点赞等数据均取数于内部数据平台
- 用户属性数据取数于“MI画像平台”



声

明

本报告由“巨量算数”制作。报告中文字、数据等内容受中国知识产权相关法律法规保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。

“巨量算数”对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过addata@bytedance.com联系我们。

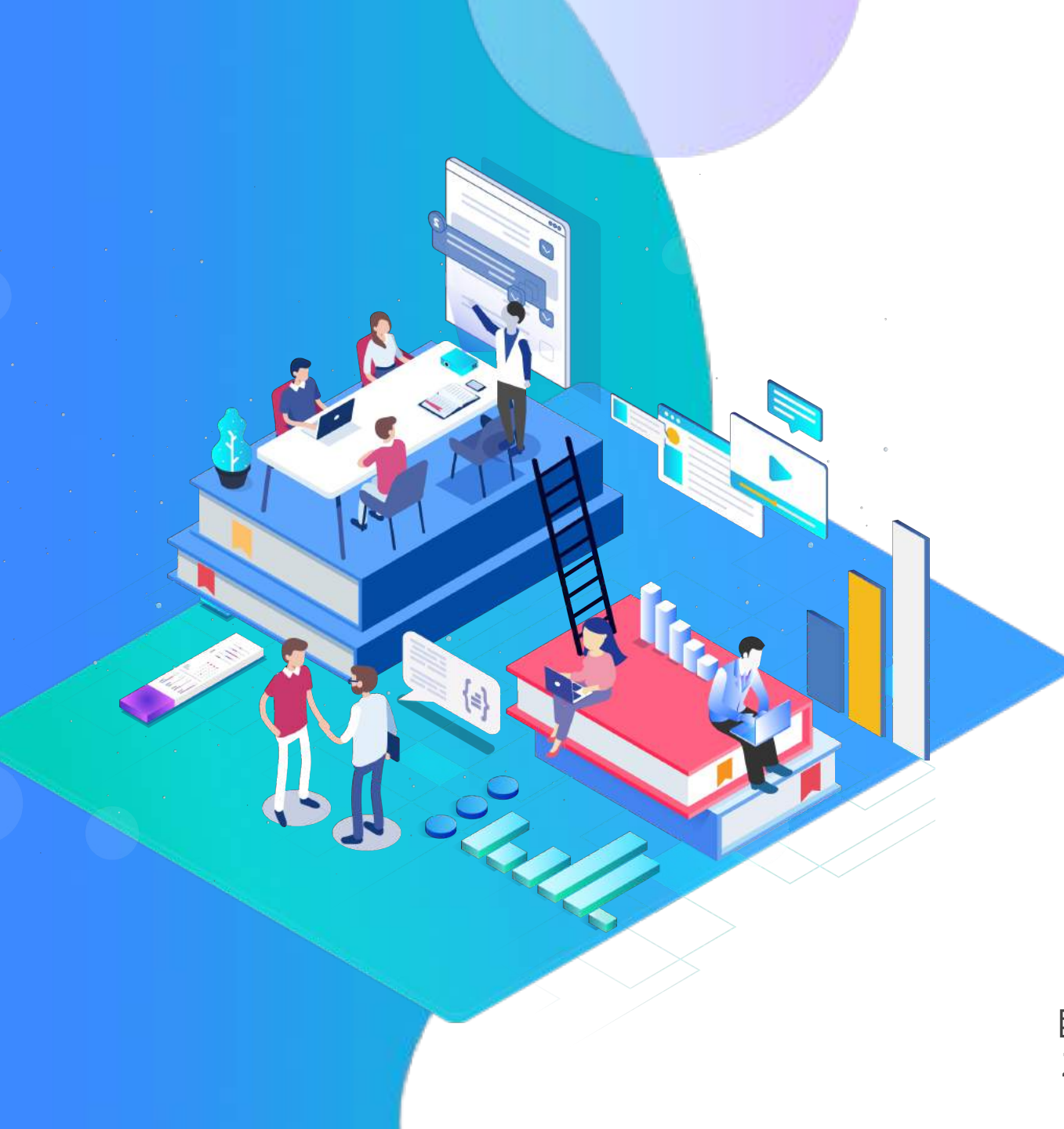
“巨量算数”是巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌。以今日头条、抖音、西瓜视频等内容消费场景为依托并承接巨量引擎先进的数据与技术优势，坚持客观严谨的理念，输出内容趋势、产业研究、广告策略等前沿的洞察与观点，同时，开放算数指数、算数榜单数据分析工具，满足企业、营销从业者、创作者等数据洞察需求。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处【巨量算数】。



巨量算数
2021年10月





THANK YOU!