



2021Q1母婴行业 季度洞察报告

巨量算数 2021.06

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

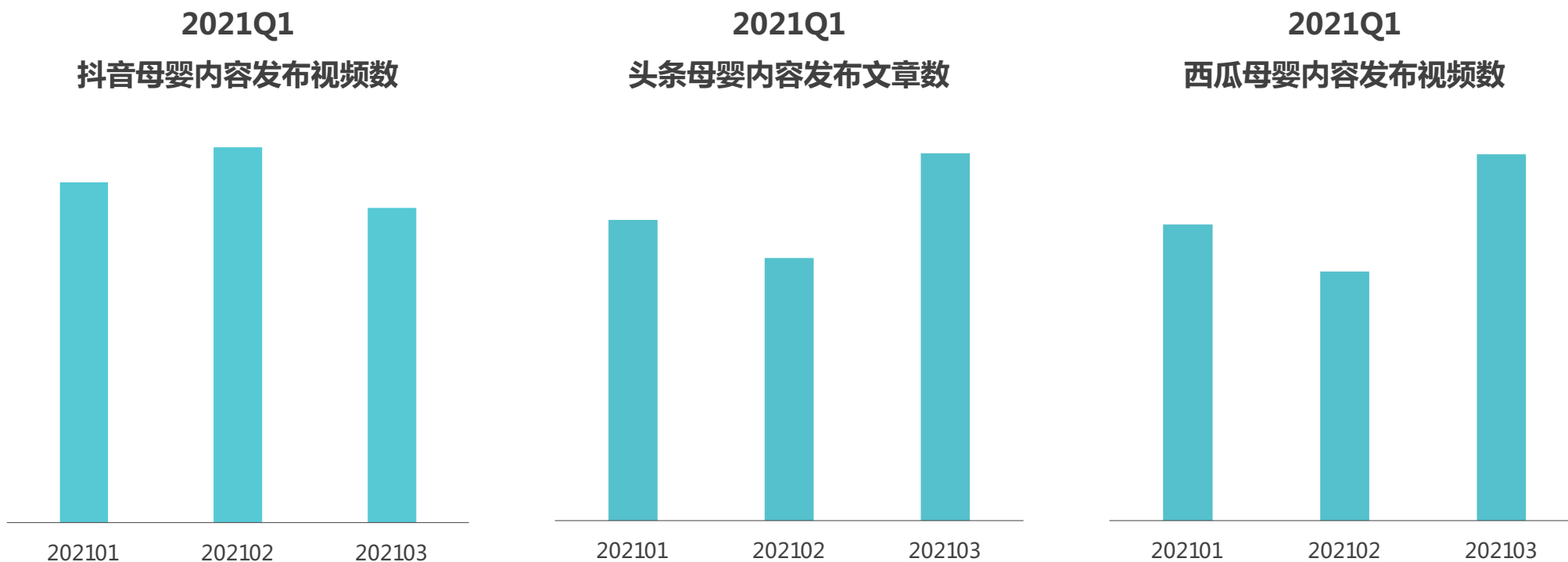


01

母婴内容概况

抖音、头条和西瓜母婴类内容供给基本稳定

2021年一季度，巨量引擎体系下的母婴内容供给基本稳定。在抖音端，母婴相关视频数量在2月份春节期间达到一个小高峰。头条端和西瓜视频端，母婴相关内容在三月份发布最多，较2月份有个小增长。



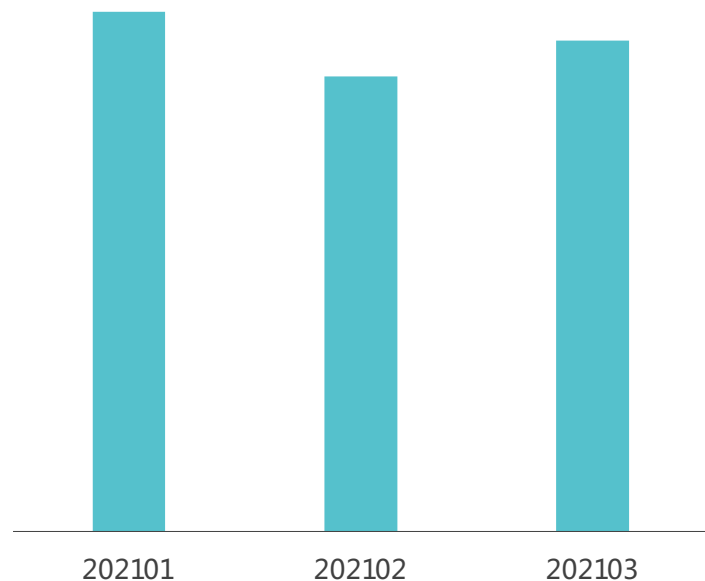
母婴内容：抖音为包含母婴标签视频，头条西瓜为标题或内容包含母婴相关关键词的内容

数据来源：巨量算数，2021Q1

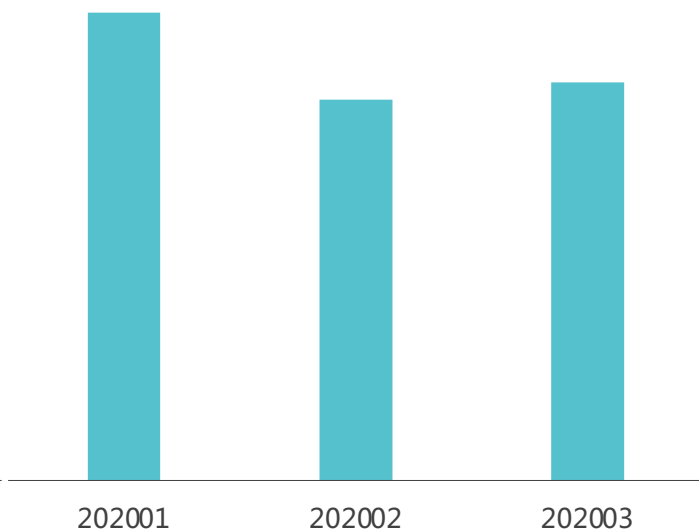
稳定的内容供给，为内容传播提供了强有力的保证

在抖音端，母婴类视频播放量在2月份经历短暂下滑后继续增长；头条端母婴类内容文章阅读量基本保持稳定；西瓜视频端母婴类内容视频播放量在3月份微微下降。

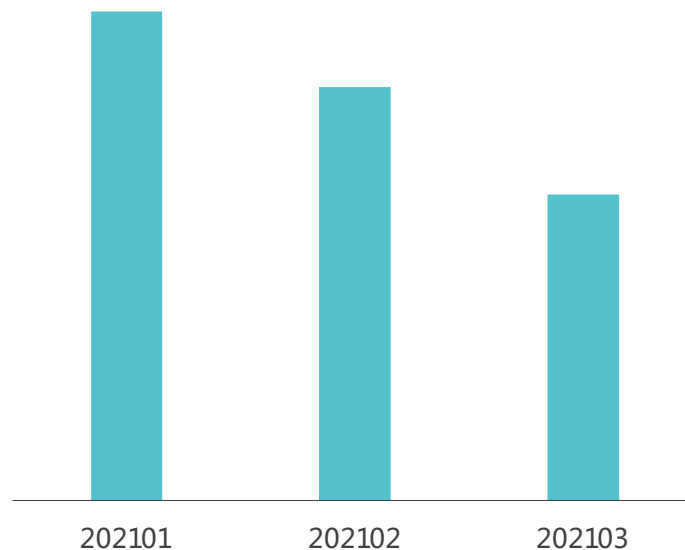
2021Q1抖音母婴内容视频播放量



2021Q1头条母婴内容文章阅读数



2021Q1西瓜母婴内容视频播放量



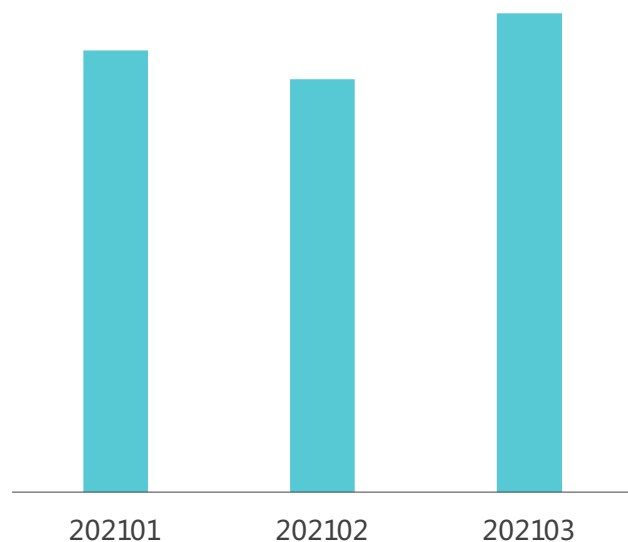
母婴内容：抖音为包含母婴标签视频，头条西瓜为标题或内容包含母婴相关关键词的内容

数据来源：巨量算数，2021Q1

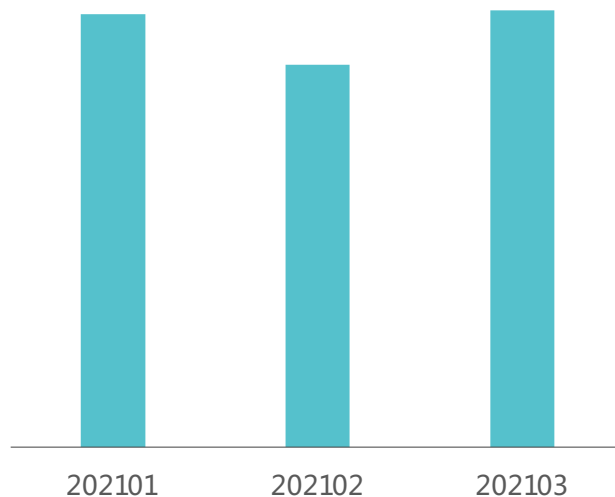
母婴用户主动搜索行为增强

用户获取母婴内容的方式逐渐从被动获取到主动搜索。在抖音端，母婴用户的搜索内容次数持续增加。在西瓜端，用户搜索母婴内容的次数相对稳定。

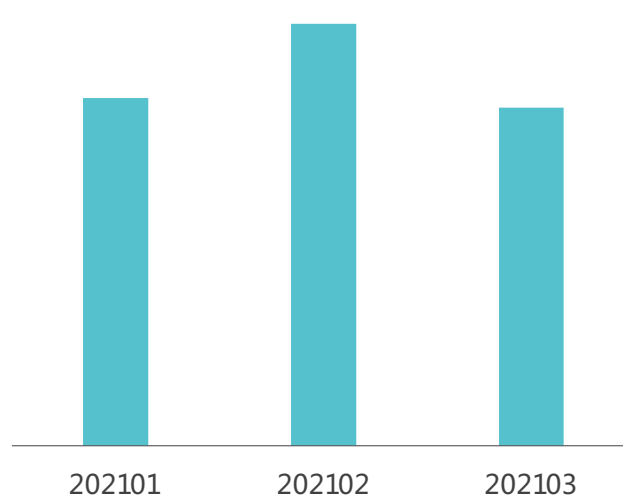
2021Q1抖音母婴内容搜索情况



2021Q1头条母婴内容搜索情况



2021Q1西瓜母婴内容搜索情况



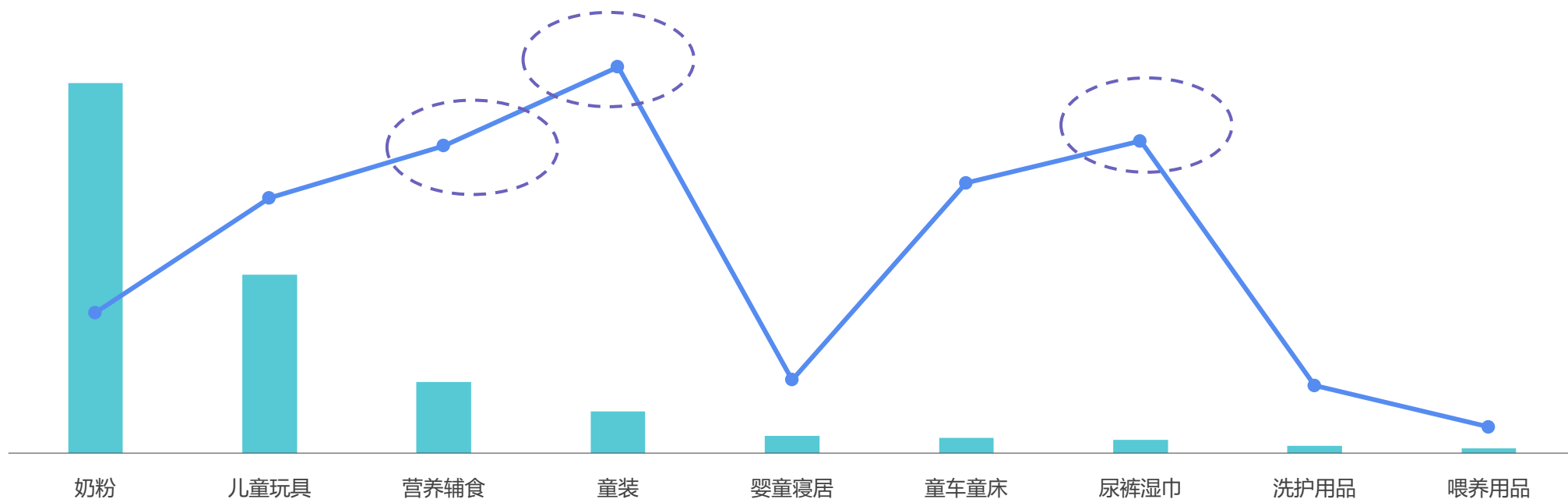
母婴内容：抖音为包含母婴标签视频，头条西瓜为标题或内容包含母婴相关关键词的内容

数据来源：巨量算数，2021Q1

奶粉和儿童玩具相关内容播放量最高

2021年一季度，在抖音端，奶粉的内容关注度最高，其次是儿童玩具和营养辅食。童装、尿裤湿巾和营养辅食的播放量增长率排名前三，说明家长们对于儿童吃、穿、用度相关品类的视频内容更为关注和感兴趣。

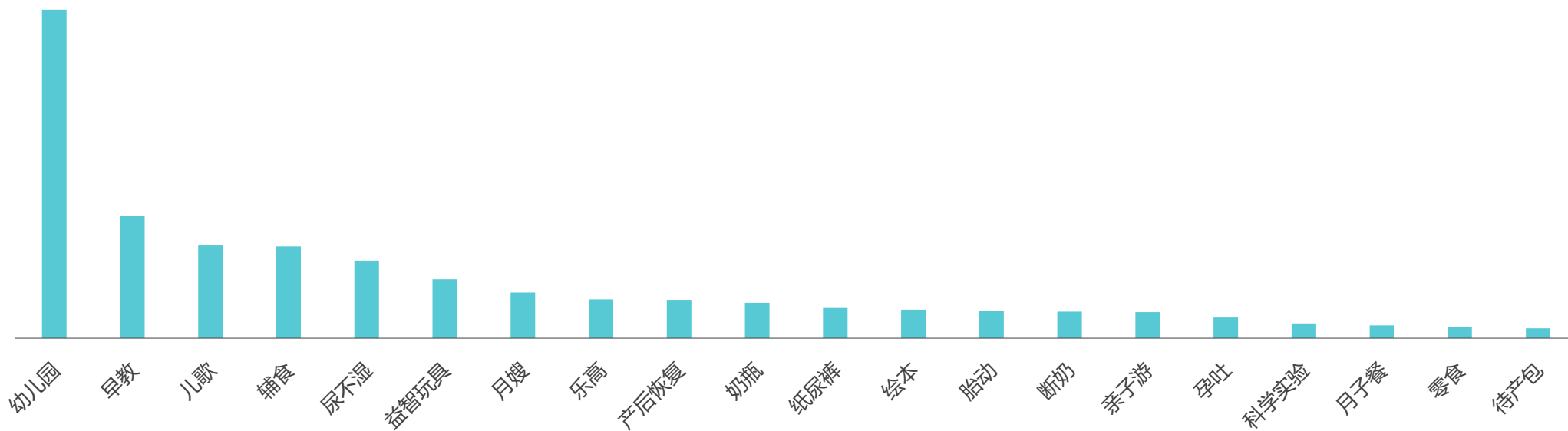
2021Q1抖音母婴类视频播放量及增长率



幼儿教育和娱乐类内容在抖音平台更受用户欢迎

2021年一季度，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最高，包含益智玩具和乐高相关关键词的视频播放量同样排在前列，说明大家对于儿童在智力开发、逻辑思维锻炼上的内容需求很高，早教和亲子方面的母婴内容很受重视。

2021Q1抖音母婴相关关键词视频播放量TOP20



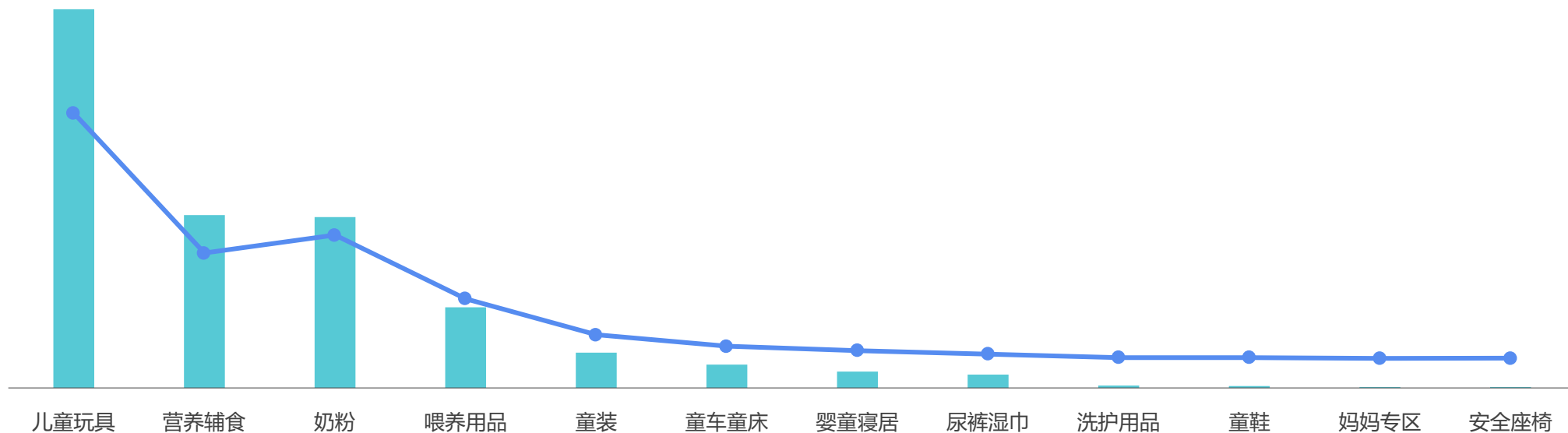
母婴内容：抖音为包含母婴标签视频，头条西瓜为标题或内容包含母婴相关关键词的内容

数据来源：巨量算数，2021Q1

头条端用户对于儿童玩具和营养辅食的内容更感兴趣

2021年一季度，在头条端，儿童玩具、营养辅食和奶粉相关文章内容阅读量较多，且相关内容有较高的点赞率，说明该类内容质量较高且受欢迎，能够打动阅读者。

2021Q1头条母婴类内容阅读量及点赞率



儿歌、幼儿园、早教和乐高为用户最关注搜索词

2021年一季度，抖音和头条端的母婴用户对于儿歌、幼儿园、早教和乐高的内容主动搜索行为更多，家长在音乐、早教方面的教育和引导意识逐渐加强，而儿歌很适合启蒙，好的儿歌帮助儿童心灵成长，孩子喜欢听，也很容易跟着视频或者父母学习。

2021Q1抖音母婴类关键词搜索量

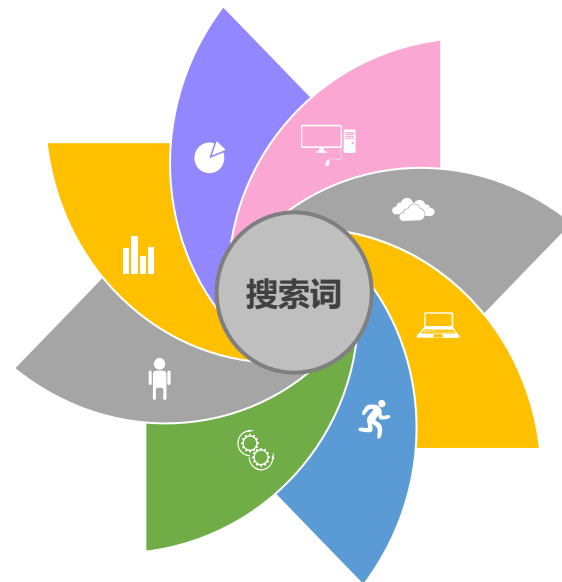
- ✓ TOP1
儿歌
- ✓ TOP2
幼儿园
- ✓ TOP3
早教
- ✓ TOP4
辅食



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

2021Q1头条母婴类关键词搜索量

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



- TOP5 ✓
辅食
- TOP6 ✓
月嫂
- TOP7 ✓
绘本
- TOP8 ✓
母乳喂养

母婴行业优秀【内容】案例

精准的定位是母婴内容获得成功必不可少的因素，随着家长们越来越重视孩子的教育，以开发智力、激发学习兴趣为推广点的益智玩具很能引起家长们的关注；每位家长应该都会有这样的疑虑，什么时候添加辅食、如何制作辅食，在抖音辅食类相关视频很受欢迎，DIY营养健康的辅食很吸引家长们观看学习；童装在抖音视频的播放量很高，通过提升童装的设计感，采用舒适、耐磨这样的服装布料，定能够吸引消费者的注意。

益智玩具



👍 点赞量：
5万

推广亮点：

“开发智力” “激发学习兴趣”

“动手操作简单” “宝宝早教”

营养辅食



👍 点赞量：
10万

“营养丰富” “看着好有食欲”

“荤素搭配” “宝宝很喜欢”

童装



👍 点赞量：
3万

“童装搭配” “纯棉质地”

“耐脏耐磨” “上身效果好”

母婴行业优秀【内容】案例

孕妇是很特殊的群体，哪些零食既可以满足孕妈们的味蕾又有利于宝宝发育成为她们关注的热点；当婴儿会爬之后，使用床围栏有效防止宝宝从床上跌落，但床围栏选款不慎或者安装不合格，会有更大的安全隐患，此类内容测评可教会父母掌握正确的使用方法并选购到安全的床围栏；尿裤湿巾类商品，凭借其主打的透气概念，塑造出高品质的品牌形象，赢得家长们的大量点赞收藏。

妈妈专区



👍 点赞量：
6万

推广亮点：

“准妈妈必备”

“好吃又健康”

简单易制作”

“营养丰富”

婴童寝具



👍 点赞量：
2万

“实用亲测”

“家有宝宝必备”

“安全性高”

“高颜值”

尿裤湿巾



👍 点赞量：
2万

“透气性好”

“价格优惠”

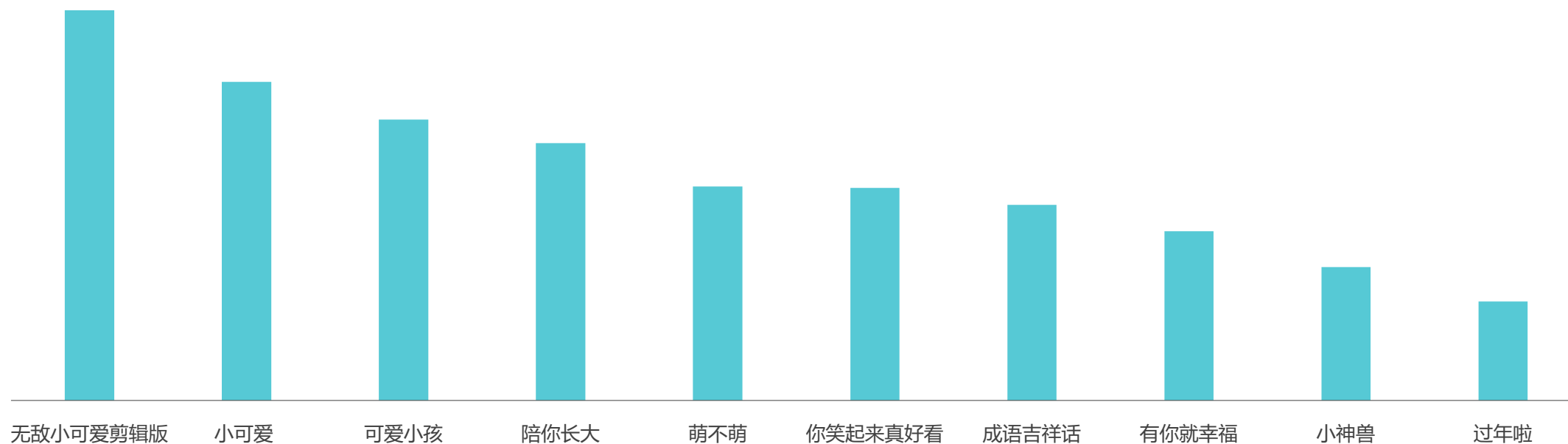
“纯棉质地”

“不闷疹子”

无敌小可爱成母婴类视频网络热曲

2021年一季度，抖音创作者们在选择视频BGM时，“无敌小可爱”“小可爱”“可爱小孩”“陪你长大”等甜萌可爱的曲风深受欢迎，成为母婴人群投稿视频时使用的热门音乐。

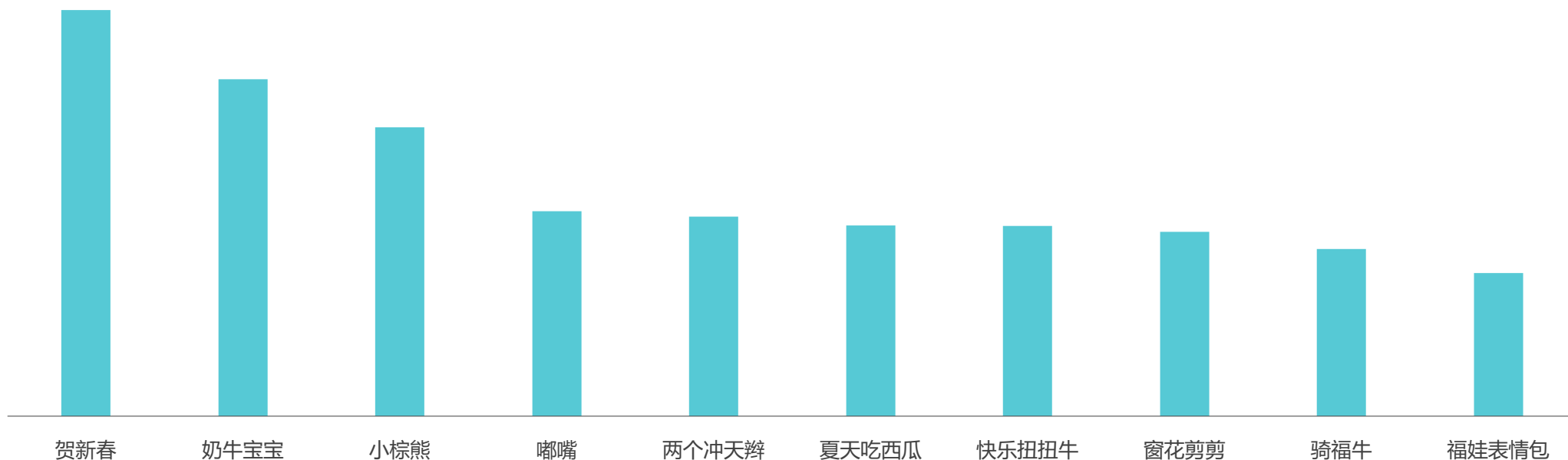
2021Q1抖音母婴内容音乐(PGC)使用次数TOP10



恰逢春节，贺新春成为最受母婴人群欢迎的贴纸

2021年一季度，抖音母婴人群拍摄短视频时最喜欢使用的贴纸为贺新春，可爱、逗趣的奶牛宝宝和小棕熊同样使用率最高；带有儿童特征的嘟嘴和冲天辫也深受大家欢迎。

2021Q1抖音母婴内容贴纸使用次数TOP10



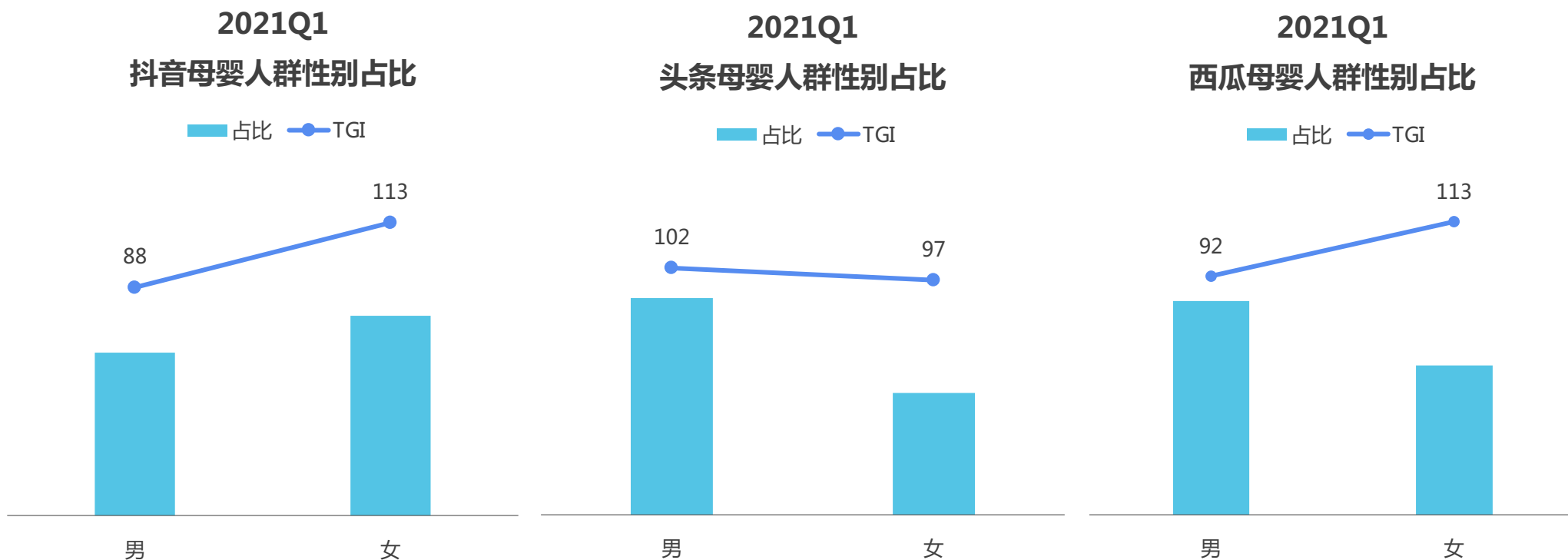


02

母婴用户洞察

女性对母婴内容的关注度明显高于男性

2021年一季度，抖音母婴人群中女性占比过半，且对母婴相关视频表现出更高的关注度；在头条，母婴用户中男性用户占比和关注度都高于女性，新生代奶爸更加关注孩子成长，有意愿学习更多的母婴育儿知识，父亲在家庭孕育中的角色担当逐步提升；在西瓜视频，母婴用户中男性用户占比高于女性，但对母婴视频内容的关注度明显低于女性。



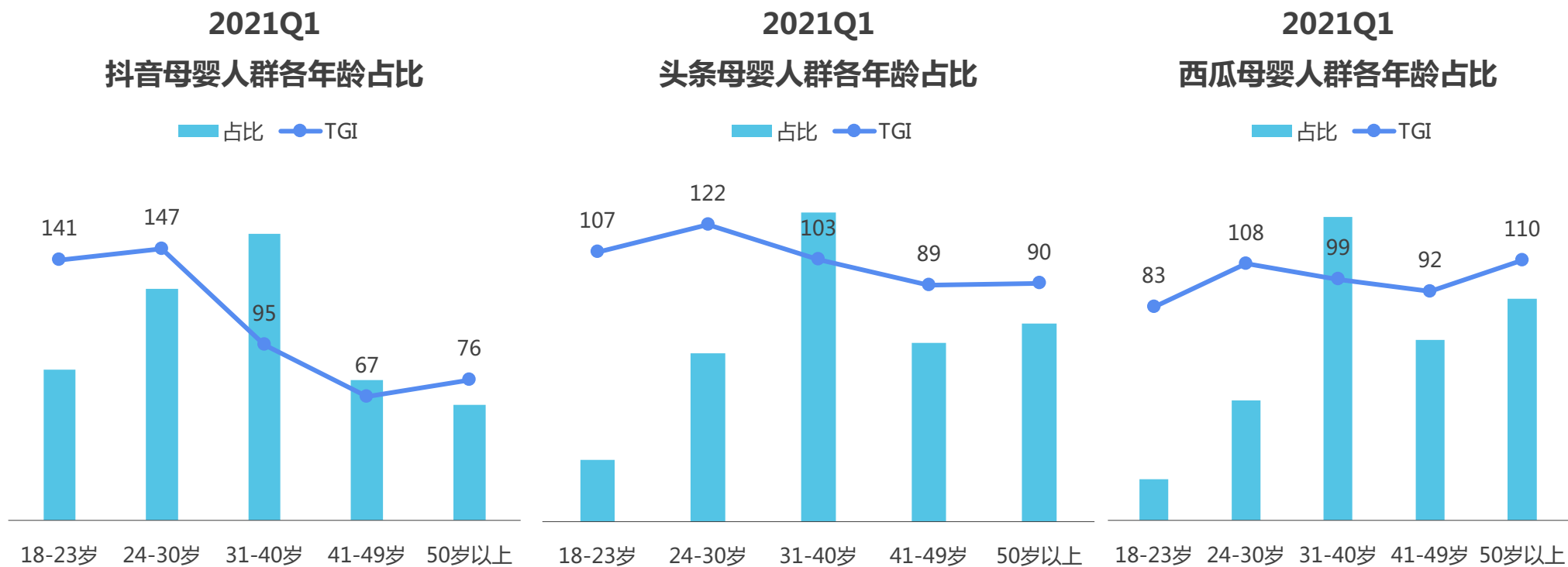
TGI：样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高， $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} * 100$

数据来源：巨量算数，2021Q1

80后、90后是母婴人群的主力军

80后、90后已进入生育高峰期，在母婴人群中的占比超过50%，同时，随着90、95后开始步入婚姻，24-30岁人群对于母婴的关注度越来越高。

90后妈妈更加乐于通过短视频获取育儿技巧、亲子教育及医疗保健咨询等日常母婴讯息。

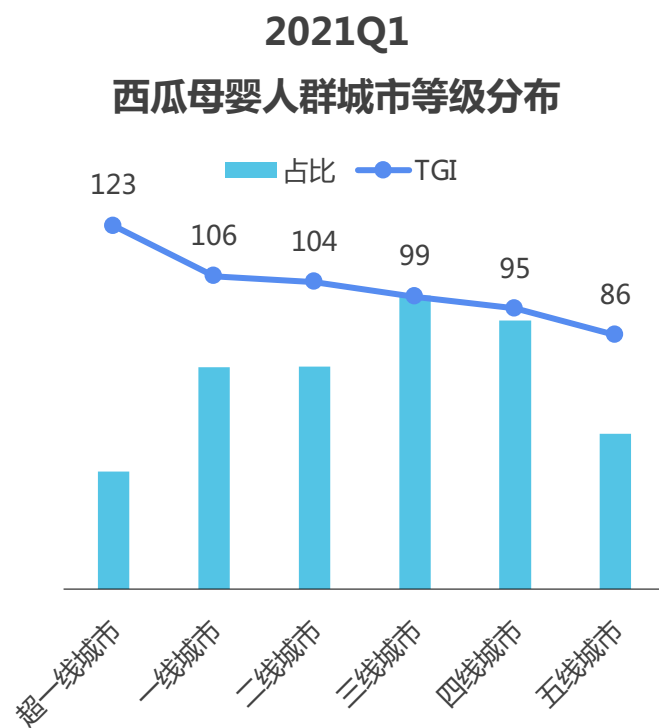
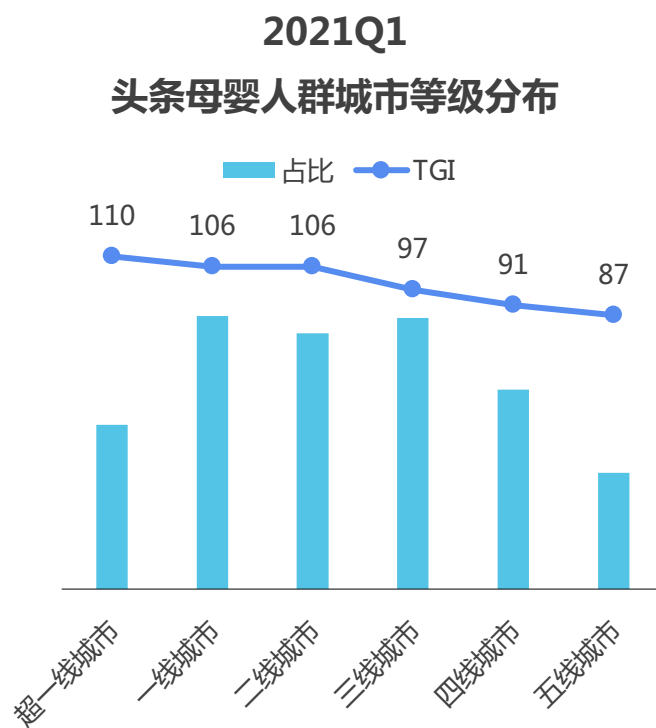
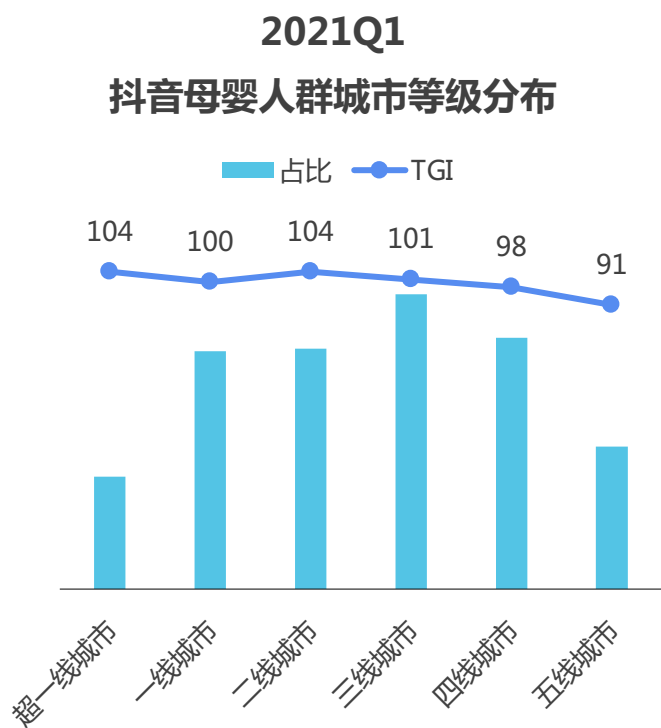


TGI：样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高， $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} * 100$

数据来源：巨量算数，2021Q1

母婴人群主要分布在一线、二线和三线城市

母婴人群在三线及以下城市的占比与一、二线城市相近。在抖音，母婴人群在高线城市占比超过4成，中线城市占比超过4成，但高线城市对于母婴的关注度明显高于低线城市；在头条，母婴人群在高线城市的占比略低于中线城市，但对母婴内容的关注度却明显高于其他城市用户；在西瓜视频，超一线城市人群虽然在母婴人群中占比最低，但对于母婴视频的关注度最高。



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，2021Q1

母婴人群多在经济发达和消费习惯领先的地区

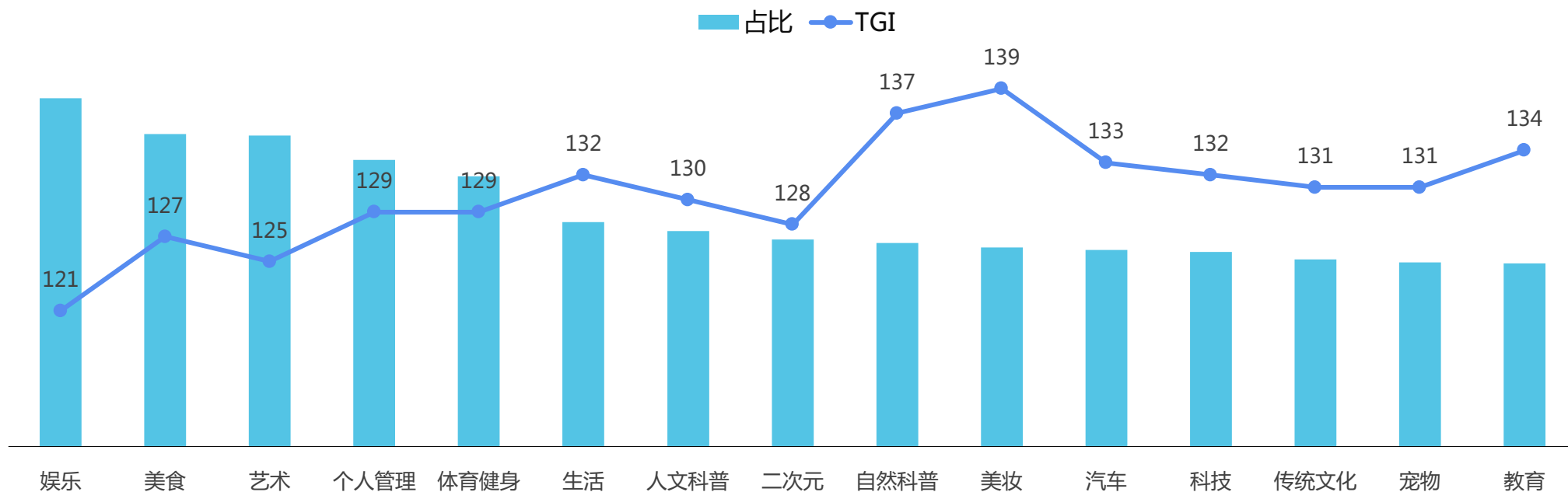
在抖音母婴人群中，上海、重庆、北京和深圳四座城市分布最多；在头条，北京、上海、深圳和广州的母婴人群分布最多；在西瓜，北京、上海、重庆和深圳的母婴人群占比最多，他们更关注权威科学的母婴育儿知识学习、母婴产品种草，而像武汉、西安、佛山、东莞这样的二线城市也蕴含着巨大的商业潜力，未来母婴类内容的渗透率向一线看齐。

2021Q1 抖音母婴人群城市分布TOP10	2021Q1 头条母婴人群城市分布TOP10	2021Q1 西瓜母婴人群城市分布TOP10
上海	北京	北京
重庆	上海	上海
北京	深圳	重庆
深圳	广州	深圳
成都	成都	成都
广州	重庆	广州
西安	武汉	东莞
苏州	天津	武汉
郑州	西安	天津
东莞	佛山	佛山

美妆、自然科普、教育类达人是主要关注类型

抖音母婴人群对美妆、自然科普、教育、汽车和科技类达人有明显的关注度，看来妈妈们在关注母婴资讯的同时对于也不忘爱美爱自己，从照顾家庭到取悦自己两不误。自然科普和教育类达人可以帮助家长更好的带领孩子认识自然、了解自然，而教育类达人可以解答父母最关心的亲子话题，树立良好的教育观念。

2021Q1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，2021Q1



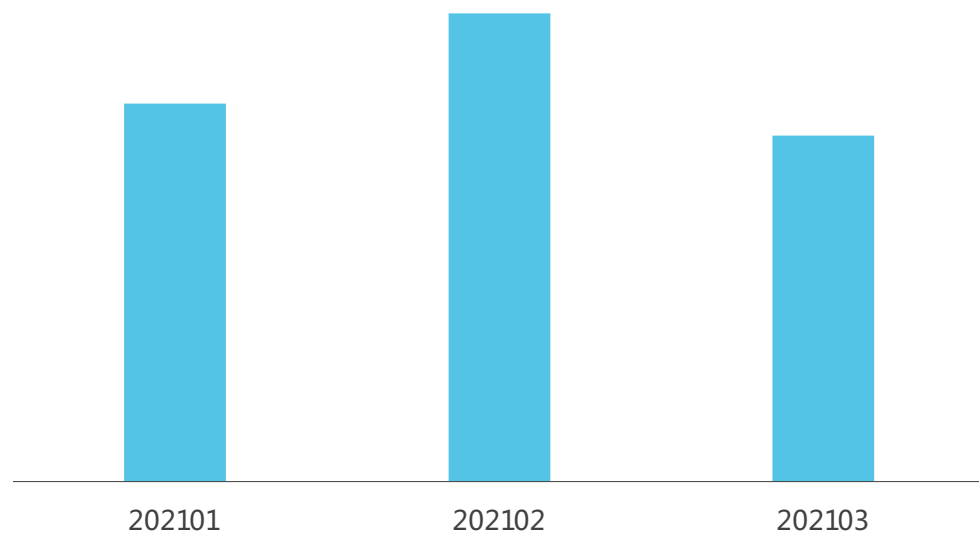
03

母婴创作者生态

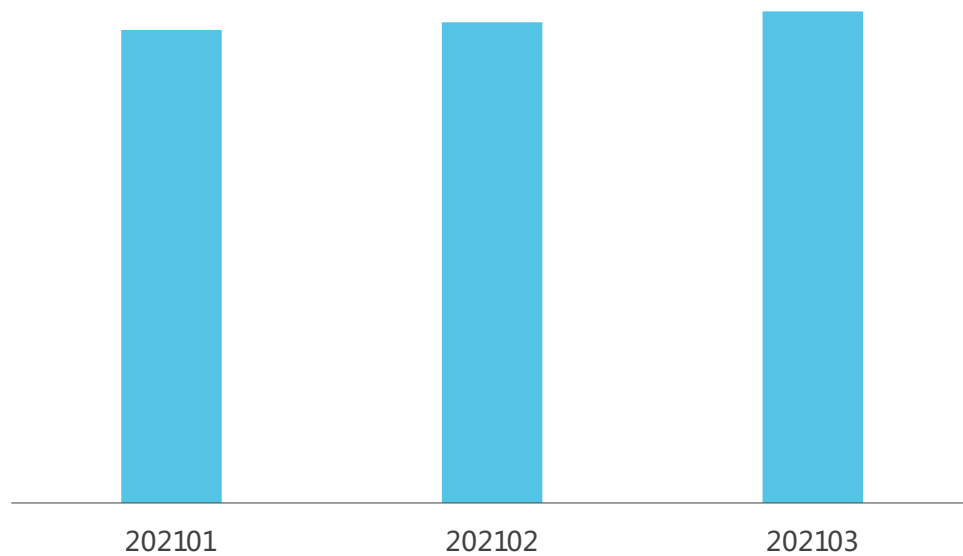
母婴内容投稿作者数量稳定增加

母婴创作者是母婴内容质量和数量的重要保证。2021年一季度，抖音母婴创作者数量基本稳定，头条的母婴作者数呈增长态势，很多人开始在头条分享与育儿、胎教、怀孕分娩、喂养、保健、亲子和早教等内容，进一步推动了头条母婴内容生态的繁荣和丰富。

2021Q1抖音母婴作者数



2021Q1头条母婴作者数



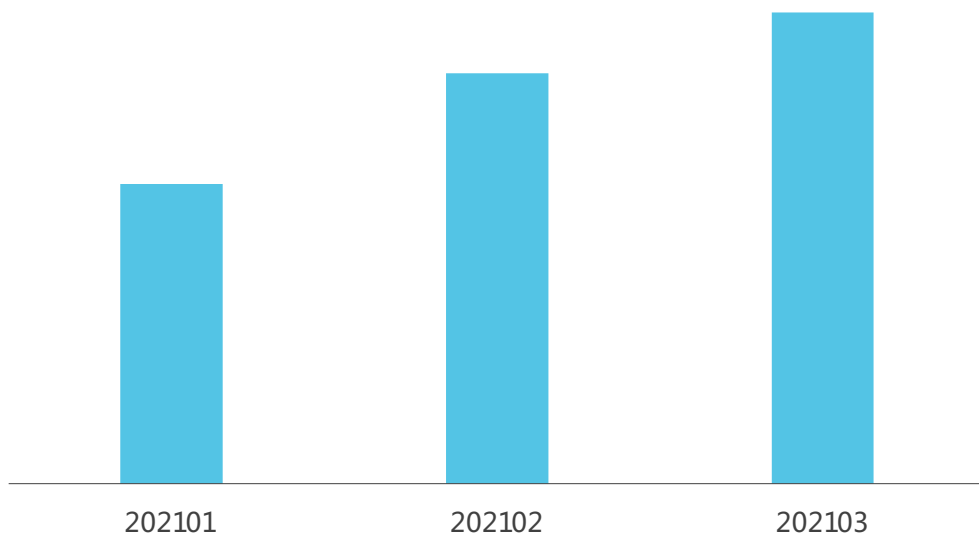
母婴作者：创作并提交1次及以上母婴内容的创作者（非达人）

数据来源：巨量算数，2021Q1

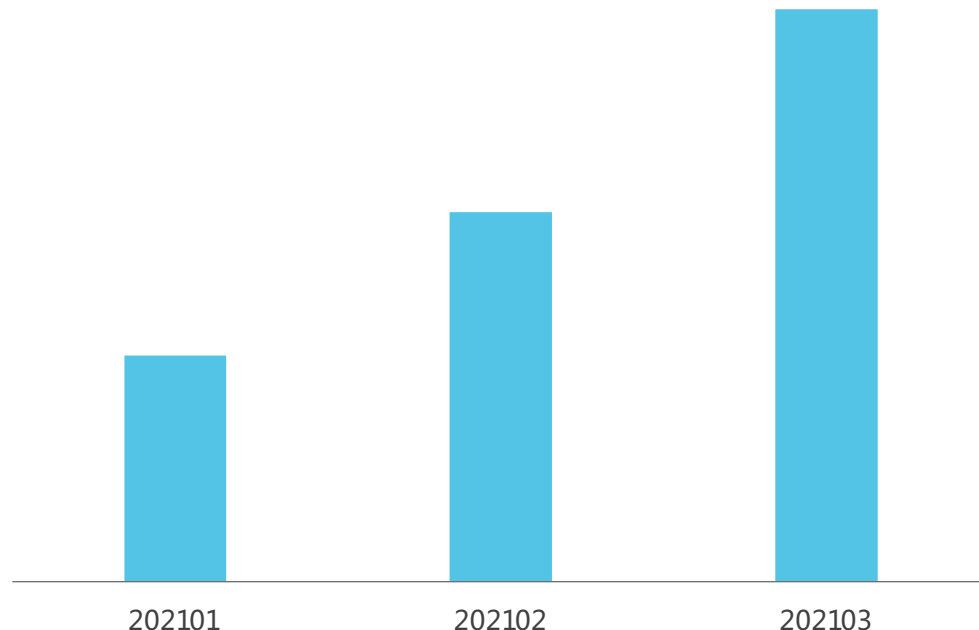
抖音和头条的母婴达人人数均稳步增长

2021年一季度，抖音和头条的母婴达人人数持续增加，更多达人的加入，为母婴用户提供了更专业的育儿知识、更公正的母婴商品测评、更全面的母婴内容分享。众多的母婴达人，在激烈的竞争中要脱颖而出就要求母婴内容要差异化、精准化。在内容话题、呈现形式、人设设定上要推陈出新，用高标准的内容质量，抓住用户的眼球。

2021Q1抖音母婴达人人数



2021Q1头条母婴达人人数



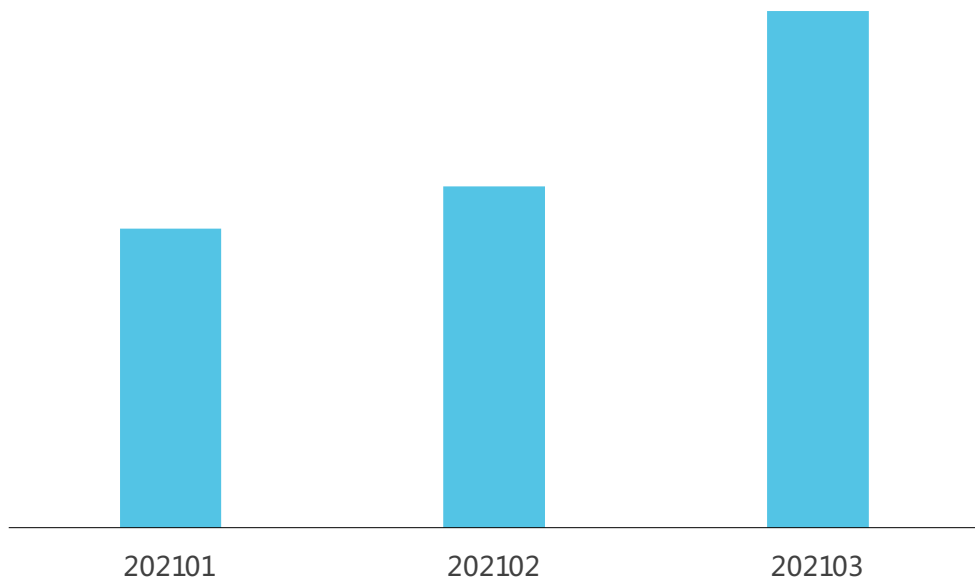
母婴达人：用户签名或简介中包含母婴相关关键词或含有母婴标签的用户，同时，其粉丝量超过1万

数据来源：巨量算数，2021Q1

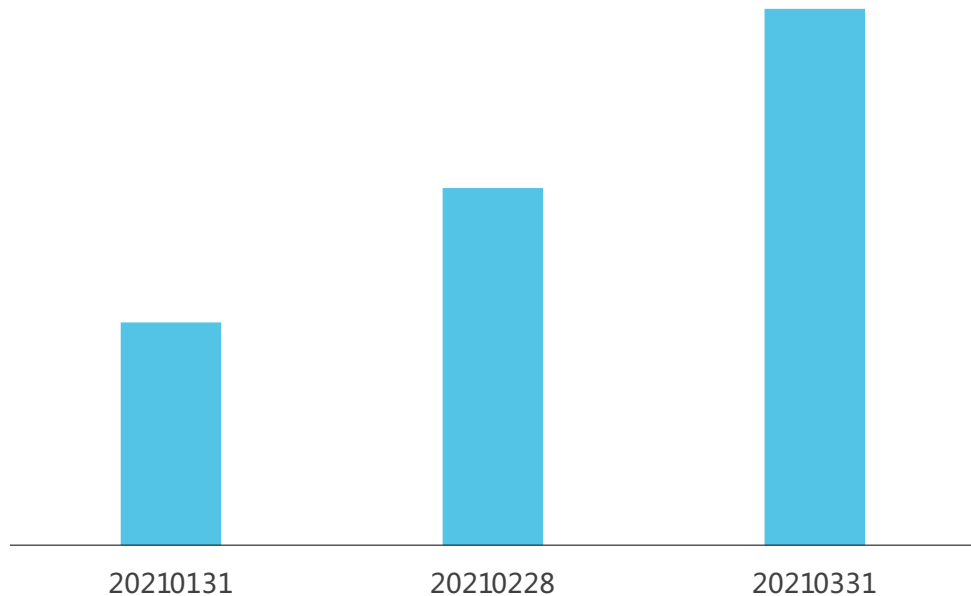
越来越多的母婴品牌入驻抖音和头条

国家生育政策的慢慢放开，催生了母婴企业的发展以及母婴品牌的全面崛起。线上社交媒体逐渐成为母婴人群获得育儿资讯的主要载体，短视频和直播的兴起丰富了线上母婴营销场景，越来越多的母婴广告主选择在线上进行营销，抖音和头条为母婴行业提供了更多的可能性。

2021Q1抖音母婴企业号



2021Q1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，2021Q1

母婴行业优秀达人

在抖音，涌现了很多优秀的母婴达人，达人类型也极其丰富，作为萌童出道的小橙子先生和SASA的丸子妹深受网友喜爱，透过他们的短视频，可爱萌宝让人欲罢不能，行动的表情包，“骗你生宝宝”系列；达人明明姐，用手机镜头记录婆媳带娃的美食日常，为有做辅食需求的观众提供了很多有用的美食教程，轻轻松松教你学会宝宝爱吃、家长易上手、健康营养的辅食。

小橙子先生



点赞量：
3.3亿

粉丝数：
2296万

达人特点：

- 能说会道的大眼萌娃的搞笑生活日常
- 呆萌可爱的外表下也有自己小心思的小机灵鬼

SASA的丸子妹



点赞量：
1.1亿

粉丝数：
480万

达人特点：

- 能穿会搭的可爱萌宝，拥有丰富的面部表情和自成一体的时尚范
- 萌宝与妈妈的生活日常分享，温馨有趣

明明姐



点赞量：
2700万

粉丝数：
280万

达人特点：

- 专注居家版宝宝辅食的制作教程分享
- 教程过程详细且简单易上手



04

母婴直播案例

抖音母婴直播场次、时长和热度增长快速

2021年一季度抖音母婴行业直播表现亮眼，观看总时长增长率达156%，分享率增长164%，加入粉丝团的增长率达174%；抖音号为“博哥威武”的网红小达人，是两位来自黑龙江省黑河市的小兄弟，视频内容幽默风趣又带着暖暖亲情，2019年6月，因一条名为《哥,你爱我吗》的短视频火爆全网，被人民日报、央视新闻等官方媒体点赞转发，两个孩子之间纯真的对话萌化了网友的心。

2021Q1抖音母婴直播互动表现



观看总时长

+156%
增长率



分享

+164%
增长率



加入粉丝团

+174%
增长率

母婴典型直播达人

博哥威武



达人获赞量：**2.9亿**



达人粉丝数：**1828万**

直播观看次数: 1400w+

直播评论次数: 29w+

母婴行业优秀直播店铺

母婴企业积极探索直播路径，可以看到一季度巴拉巴拉通过举办巴拉年货节、巴拉出游季-女王节、春日上新礼等活动，带动粉丝量迅速增长。从渠道侧看，新生代妈妈们早已经养成了线上购物的习惯，而观看直播更容易“剁手”。

巴拉巴拉



粉丝数：
201万

点赞量：
111.9万

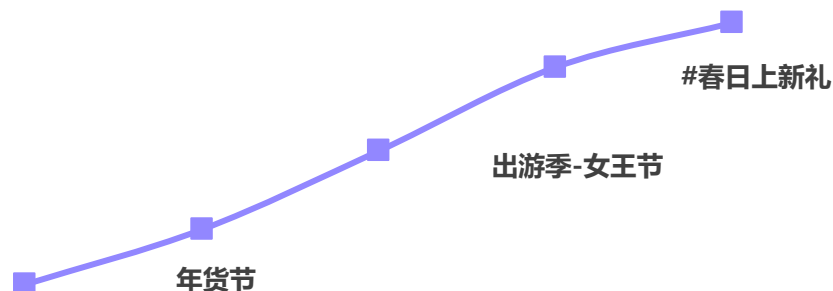
主播表现：

直播观看次数：7000w+

直播评论次数：200w+

直播关注次数：100w+

2021Q1巴拉巴拉粉丝量变化趋势



2021-01-01 2021-01-20 2021-02-19 2021-03-08 2021-03-31

数据说明

时间周期

- 2021年1-3月（除特别说明外）

名词解释

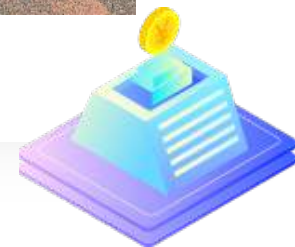
- TGI：样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该样本人群相较总体人群对该事物关注更高， $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} * 100$
- POI：point of interest，视频兴趣定位点
- 母婴内容：内容含有母婴标签以及标题或文章内容中包含母婴相关关键词的内容
- 母婴作者：创作并提交1次及以上母婴内容的创作者
- 母婴达人：用户签名或简介中包含母婴相关关键词或含有母婴标签的用户，同时，其粉丝量超过1万
- 母婴人群：分月观看母婴视频并且评论的用户
- 母婴企业号：用户签名或简介中包含母婴用品、母婴用品线下零售或母婴用品电商的企业号

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的用户群
- 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。

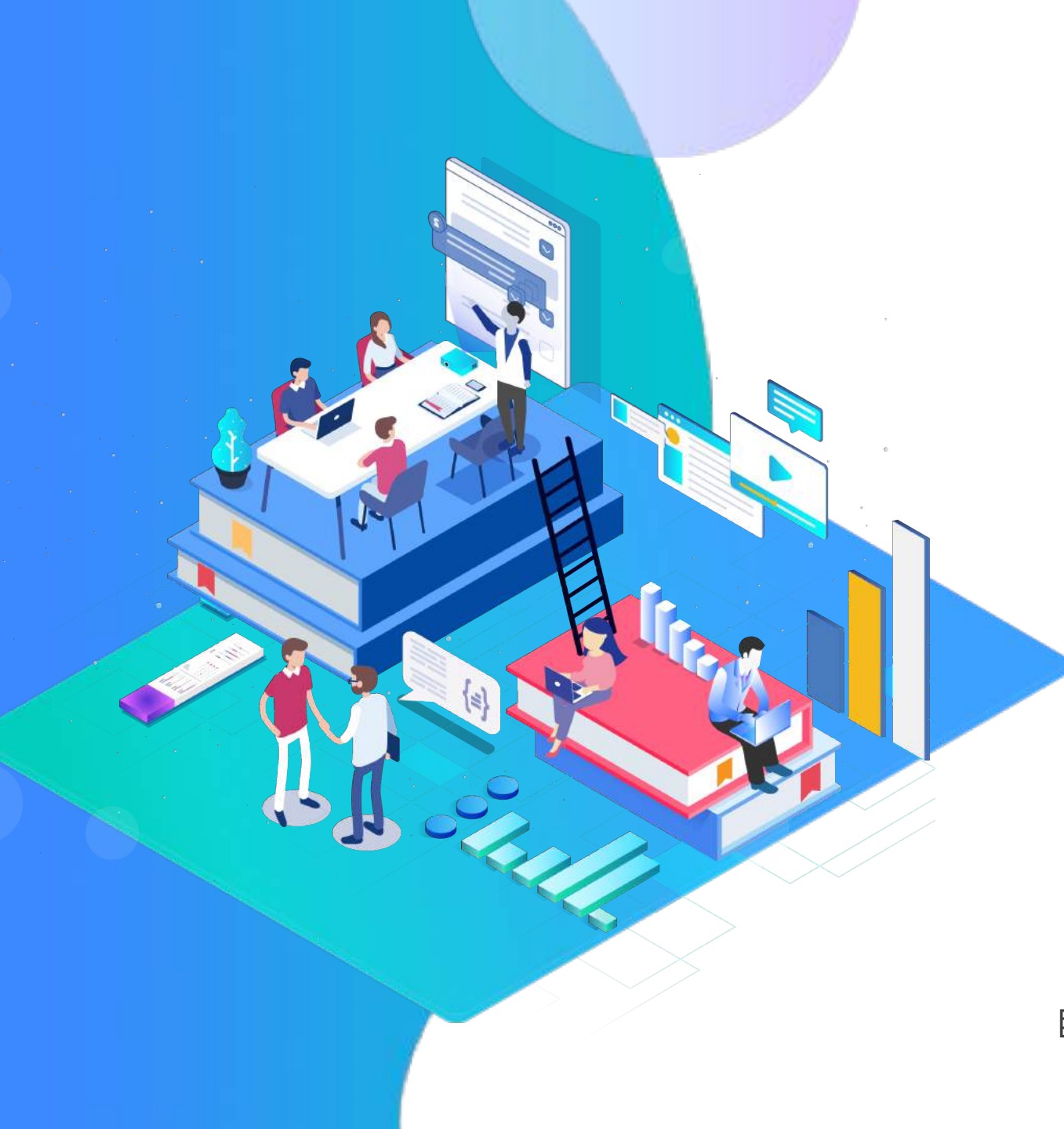
“巨量算数”是巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌。以今日头条、抖音、西瓜视频等内容消费场景为依托并承接巨量引擎先进的数据与技术优势，坚持客观严谨的理念，输出内容趋势、产业研究、广告策略等前沿的洞察与观点，同时，开放算数指数、算数榜单数据分析工具，满足企业、营销从业者、创作者等数据洞察需求。

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6月





THANK YOU!