**竞品分析报告**

**目录：**

一、背景

**二、竞品对象**

**三、竞品分析**

**3.1定位、功能和用户人群**

**3.2设计和技术**

**3.3运营及商业化**

**3.4相关数据**

**3.5策略**

**3.6优缺点和借鉴**

**四、总结**

**五、文章引用**

## 一、背景

目前考虑在大姨吗，这款关爱女性健康的移动产品上进行移动电商的开发计划，因此需要针对母婴类/女性移动电商这个领域进行市场调研、竞品分析。

## 二、竞品对象

蜜芽宝贝、小红书、聚美优品

## 三、竞品分析

### 3.1定位、功能和用户人群

**1.定位**

蜜芽宝贝：以进口母婴品牌限时特卖为定位

小红书：一个提供出境购物信息、分享购物需求和心得的平台，搜集各地达人心得，为出境购物爱好者提供详细的购买攻略。

聚美优品： 正品折扣化妆品垂直电商

**2.功能**

蜜芽宝贝：母婴类产品特卖及宝宝照片分享

小红书：商品购买、分享讨论商品购物心得

聚美优品：化妆品团购、限时限量抢购

**3.用户人群**

蜜芽宝贝：中高端母婴人群

小红书：出境购物爱好者

聚美优品：一切爱美的人（主要女性）

### 3.2设计和技术

**1.交互和体验**

蜜芽宝贝：操作简单、从浏览到点击查看到购买这整个流程体验都很流畅，两个核心功能特卖和蜜芽圈交互设计流畅统一、整个产品中的置顶按钮、我、购物车、分析等图标设计风格统一。

小红书：首次打开小红书时，每个操作流程，都会有功能引导，引导操作丝毫不复杂，并且交互设计简洁、自然， 交互细节处理的比较精巧，比如点击收藏图标时候，图标的动态变化。

聚美优品：体验较流畅，一些细节处理的不错，比如网络不佳下、购物车空下：设计的并不死板。不过商品的推荐词冗长意义不大，没有做个性化推荐，不够智能化。

**2.视觉和风格**

蜜芽宝贝：界面简约、色调柔和、风格统一、细节视觉比如购物车的图标设计不够细腻，略显粗糙。

小红书：整体设计风格和谐统一、视觉简约设计大气，当用户无限下滑屏幕时首页的tab页签切换会变成透明的，不但没有浪费空间，反而丝毫没有影响商品的展示。

聚美优品：单独功能模块下设计较为统一，但是以整个导航栏5个tab来看，各个模块间的设计风格上不太和谐，一些icon设计不够细腻。

**3.亮点功能和核心技术**

蜜芽宝贝：特卖场商品特卖和简洁的商品购物流程

小红书：每日专场，每当有新订单就会提醒用户，每浏览商品详情页都提醒用户有多收位用户正在浏览该商品，激励用户下单。

聚美优品：品牌化妆品正品折扣售卖。

### 3.3运营及商业化

**1.运营模式**

蜜芽宝贝：境外供应链整合+移动端+社会化

小红书：代购

聚美优品：化妆品团购

**2.盈利模式**

蜜芽宝贝：以消费者需求为导向的“C2B”经营模式、向品牌方、总代理直接采购，再折扣限时限量抢购

小红书：境外旅游者撰写购物攻略、针对境外商品进行代购、限时抢购。

聚美优品：经销+代销 （经销商品部分以佣金为营收手段）

**3.市场推广**

蜜芽宝贝：定位为国内第一家进口母婴限时特卖的电商平台，全职妈妈创立母婴跨境移动电商。

小红书：专人撰写购物攻略、网上推广、推出小红书购物笔记、积累用户。

聚美优品：娱乐营销（陈欧作为代言人拍摄广告、上电视参加招聘节目）为品牌知名度造势、高价购买百度“化妆品”关键词。

### 3.4相关数据

**1.用户量**

蜜芽宝贝：上线8个月，拥有百万级用户

小红书：上线一年，用户量达几百万

聚美优品：2013年新增用户820万

**2.活跃度**

蜜芽宝贝：

小红书：

聚美优品：

**3.销售额**

蜜芽宝贝：上线第一个月销售额过千万

小红书：

聚美优品：2011年为2178.8万美元、2012年为2.33亿美元、2013年为4.83亿美元

**4.订单量**

蜜芽宝贝：每天订单量3000单以上

小红书：

聚美优品：2013年总订单量为3600万笔

**5.转化率**

蜜芽宝贝：月重复购买率 44%。

小红书：

聚美优品：2011年年复购率为53.8%、2012年年复购率为56.3%、2013年年复购率为62%。

**6.在线时长**

蜜芽宝贝：

小红书：

聚美优品：

**7.地域差异**

蜜芽宝贝：境外商品、中国消费者居多

小红书：境外商品、中国消费者居多

聚美优品：国内外商品、中国消费者居多

### 3.5策略

**1.版本更新**

蜜芽宝贝：

IOS版最新版：

软件大小: 11.67MB

更新时间：2014-10-9

版本号：IOS版 v2.1.0

软件语言: 简体中文

Android版最新版：

软件大小：5.7M

更新时间：2014-12-2

版本号：v2.2.1

软件语言：简体

平台：Android 2.3.1以上

小红书：

IOS版最新版：

软件大小：13.8 MB

更新时间：2014-02-06

软件语言：简体中文, 英语

版本号：1.3

运行环境：需要 iOS 6.0 或更高版本。与 iPhone、iPad、iPod touch 兼容。 此 App 已针对 iPhone 5 优化。

Android版最新版：

**软件大小**： 10.7MB

**更新时间**： 2014-12-19 9:29:54

**软件语言**： 简体中文

版本号：v2.2.1安卓版

聚美优品：

聚美优品IOS版：

**软件大小**：26MB

**更新时间**：2014-8-29 9:52:37

**软件语言**：简体中文

版本号： v2.680

聚美优品Android版：

**软件大小**：8.02MB

**更新时间**：2014-12-9 16:32:00

**软件语言**：简体中文

版本号： v2.504

**2.版本演变：**

**小红书android版演变：**

v2.2.1更新日志(2014-12-19)  
1. 小红书新手指引功能上线啦，新加入的 小红薯们轻松上手，玩转最大的全球购物社区  
2. 新增圣诞、国家等数套主题贴纸，女生们的最爱  
3. 在所有品类页，点击顶部，即可选择精选品和全部发帖的切换  
4. 闪屏页全新改版，打开小红书即可看到最新活动信息  
5. 登录页UI升级改版  
6. 增加薯队长代金券功能

v1.4.0更新日志(2014-09-22)  
1. 为安卓用户定制的“随便逛逛”功能，让您不登陆就能查看社区内容，解除您绑定账户登录前的疑虑。  
2. 小红薯有专属表情啦，快用新表情表达心情吧，还有新增的专属贴纸哦，让您尽享晒单乐趣。  
3. 搜索页面特别优化，结果不再是一个列表，而是分成用户、品牌、内容三个板块，显示更清晰明了。  
4. 可以关注您钟爱的品牌啦，相关品牌发帖会在首页展示，不同选择就会有不同的首页精选内容，千人千面，更贴心实用。  
5. 可以在浏览页直接和贴住进行回复交流，是不是很兴奋？  
6. 浏览模式下，增加双击回到顶部功能。  
7. 增加自己笔记下删除留言功能。

v1.3.1更新日志(2014-09-12)  
1、新增【豌豆荚专属攻略】，十一出境游，小红书教你如何低价买到心头爱！  
2、用布拉

格、巴黎等城市命名的滤镜文艺清新，搭配原创萌宠和标语的贴纸。姐买的不是商品，而是时尚！  
3、全新个人页面，你的笔记、心愿单、赞过的帖 、喜欢的品牌，一目了然，还能更方便吗？  
4、UI优化，修复几个bug。

**蜜芽宝贝：——**

**聚美优品Android版演变：**

V2.504更新日志(2014-12-8)  
1、现金券过期前主动提醒，让您消费更实惠；   
2、查看名品服饰尺码信息更便捷；   
3、优化筛选排序功能；   
4、适配Intel X86芯片设备；   
5、其他细节优化。

V2.491更新日志(2014-11-7)  
1、为了保证您的利益，我们增加了开发票功能；   
2、为了让您更快找到商品，我们在搜索时想办法猜你喜欢；   
3、为了更清晰的展示，我们优化了导航；   
4、我们还优化了很多，就是为了让您使用更舒心。

v2.463更新日志(2014-09-04)  
1、促销体验更完善,优惠尽收眼底  
2、红包华丽升级了,可合并使用哦  
v2.454更新日志(2014-07-29)  
1.4.5周年庆来啦!给你做梦都想不到的惊喜,801与你不见不散!  
2.活动专场全新升级，更多活动形式，超多爆款商品，有趣体验停不了  
3.话费充值上线啦,微信支付省钱又便捷~

**3.公司战略**

蜜芽宝贝：供应链的建设和商品备货两方面。

小红书：品牌推广、完善商业模式，增加更多可购买的商品品类让用户看得到也买得到。

聚美优品：砍掉整个第三方奢侈品的业务线，先平台业务转型为自营。加大跨境电商的比例，通过海外直采“把免税店，直接搬到手机上。

### 3.6优缺点和借鉴

**1.优点**

**蜜芽宝贝：**简洁的商品购物环节，以消费者需求为导向的“C2B”经营模式，可以让商品更得到用户的认可，限时抢购的特点可以促进商品销售量并且解决库存问题。

**小红书：**重点解决了用户境外购物的难题，为出境旅游爱好者提供了当地的各种购物攻略，攻略都是由确实有过境外出游者撰写，每日的十点特卖场可以促进商品销售，减少库存。

**聚美优品：**超强的运营效率控制力、不错的品牌营销力、多种多样的营销、包装手段。

**2.缺点**

**蜜芽宝贝：**从经销商进货商品的真假存在一定的风险，商品备货。

**小红书：**品牌影响力不够。

**聚美优品：**半身交易额为代销第三方商品产生，增大了保直、保质的难度。并且代销化妆品的真假更难让用户信服。垂直电商流量的输入难度大。

**3.借鉴**

蜜芽宝贝：简洁的购物流程、用户为导向的商品品类选择、限时抢购的售卖特点。

小红书：鼓励用户说出自己的想法，自己对一些产品的亲身体验等，根据用户们对一些商品的体验经验可以为其他用户提供该商品。

聚美优品：多样化的营销、包装手段以增加用户复购率，一定的品牌营销力提高产品知名度。

## 四、总结

**蜜芽宝贝的卖点：**

1.海外产品引进，自建仓库物流

    解决痛点：海淘的繁琐，供应不足以及产品真假难以辨别。

2.根据妈妈们的投票来进货

解决痛点：受欢迎的母婴产品常常没有在国内承销，导致口碑产品买不到。

3.限时抢购

解决痛点：货物囤积；季节产品买不到或者不敢进货

**小红书的卖点：**

1.用户自发来撰写、分享旅游购物笔记，给旅游购物爱好者们一个互相分享、讨论的平台，提高用户黏度。

2.境外商品限时限量抢购。

**聚美优品的卖点：**

1.以CEO为品牌形象代言人，塑造品牌影响力。  
2.正品+折扣+品牌化妆品团购

## 五、文章引用

1. <http://hainan.ifeng.com/news/jujiao/detail_2014_12/15/3291019_0.shtml>（蜜芽宝贝）
2. <http://hainan.ifeng.com/news/jujiao/detail_2014_12/12/3281047_0.shtml>（蜜芽宝贝）
3. <http://capital.chinaventure.com.cn/11/39,172/1405908582.shtml>（蜜芽宝贝）
4. <http://news.chinaventure.com.cn/64/39/14186087217.shtml>（蜜芽宝贝）
5. <http://www.ebrun.com/20150104/120083.shtml>（蜜芽宝贝）
6. <http://ec.iresearch.cn/oec/20141030/240603.shtml>（蜜芽宝贝）
7. <http://www.traveldaily.cn/article/77692/999>（小红书）
8. <http://tech.sina.com.cn/i/2014-12-31/doc-icczmvun4562373.shtml>（小红书）
9. <http://tech.sina.com.cn/i/2014-06-13/15099435369.shtml>（小红书）
10. <http://itjuzi.com/overview/news/12360>（小红书）
11. <http://bbc.wm23.com/a/2592.html>（聚美优品）
12. <http://www.woshipm.com/pd/110595.html> pm
13. <http://www.huxiu.com/article/33967/1.html>（聚美优品）
14. <http://ec.iresearch.cn/shopping/20140509/230897.shtml>（聚美优品）
15. <http://finance.eastmoney.com/news/74832,20140512383871159.html>（聚美优品）