

华信人咨询 · 洞察2025

HXR Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

2025年一~三季度海狗海豹油市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – Q1-Q3 2025 Seal Oil Category Market Insights

2025年11月

华信人咨询
HXR CONSULTING

华信人咨询作为中国领先的市场研究机构，自2016年成立以来，始终深耕市场研究领域，并成为市场地位背书权威部门推荐单位，累计完成各类专业咨询项目600+逾项，以深厚积淀持续赋能企业战略决策。

9年来，依托对超过15,000个消费品类的长期监测及千万级线上商家的动态追踪，结合对海量消费者样本需求特征与偏好的深刻洞察，华信人咨询持续在各类细分赛道构建专业、精准的市场研究体系。在消费需求持续迭代、市场竞争日益复杂的背景下，洞悉品类趋势成为企业制胜未来的关键。

2025年上半年，面对中国市场的新格局与消费趋势的变化，华信人咨询发布《洞察2025：消费趋势系列报告》。旨在通过专业的市场扫描与前瞻分析，揭示各品类的核心发展趋势、竞争态势及消费者行为变迁，为行业参与者提供权威的数据支撑与明晰的战略指引，助力把握2025年市场先机。

CONTENTS

目录

1

核心发现

2

品类洞察

3

消费洞察

核心发现1：中青年女性主导海狗海豹油消费市场



36-45岁和46-55岁中青年群体占比近60%，是核心消费者



女性消费者略多占53%，收入集中在8-12万和5-8万



一线和新一线城市占比60%，经济发达地区需求较强

启示

✓ 聚焦中青年女性市场

针对36-55岁女性群体开发产品和营销策略，强化个人健康和家庭健康管理场景的沟通，提升市场渗透率。

✓ 深耕高线城市渠道

加强一线和新一线城市的市场布局，利用电商平台和线下药店双渠道，满足中高收入群体的便捷购买需求。

核心发现2：健康功效和成分纯度主导消费偏好



健康功效是首要吸引因素占35%，远超品牌信誉和价格合理



高纯度EPA/DHA偏好占25%，天然来源和无添加剂合计33%



预防心血管疾病和改善关节疼痛是主要消费原因，合计50%

启示

✓ 强化产品功效沟通

在营销中突出产品对心血管、关节和认知健康的实证功效，通过专业背书和用户案例增强信任度。

✓ 提升成分透明度和纯度

强调高纯度EPA/DHA和天然无添加成分，采用第三方认证和清晰标识，满足消费者对健康纯净的需求。

核心发现3：口碑和电商渠道驱动购买决策



亲友推荐是主要了解渠道占28%，远超医生建议和社交媒体



电商平台购买占比60%，天猫/淘宝和京东是主流选择



消费者对医学专家和营养师信任度高，分别占35%和28%

启示

✓ 加强社区口碑营销

鼓励用户分享真实体验，通过微信朋友圈和亲友群聊扩大传播，利用熟人信任提升品牌认知和转化。

✓ 优化电商平台体验

聚焦天猫、京东等主流电商，提供个性化推荐、智能客服和便捷支付，提升线上购物满意度和复购率。

核心逻辑：聚焦中青年健康需求，强化产品功效与口碑传播



1、产品端

- ✓ 开发高纯度EPA/DHA产品
- ✓ 优化中规格包装提升便捷性



2、营销端

- ✓ 强化亲友推荐与口碑营销
- ✓ 利用电商平台精准触达用户



3、服务端

- ✓ 优化退货与客服流程体验
- ✓ 提供个性化智能推荐服务

CONTENTS

目录

1

核心发现

2

品类洞察

3

消费洞察

2.1 研究说明

2.2 市场规模

2.3 品牌榜单

2.4 价格洞察

2.5 品类热词

1、研究内容

Research Contents

- 剖析 2025年一～三季度各月天猫、京东、抖音的市场情况；
- 评估 整体及各平台 CR10 市场集中度；
- 洞察 海狗海豹油线上市场不同价位产品销量与销售额占比，品牌布局；
- 分析 热词词云，洞察市场趋势与消费者需求。

2、研究对象

Research Object

- 研究对象为天猫、京东、抖音三大线上平台上销售海狗海豹油品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对海狗海豹油的购买行为；
- 海狗海豹油市场的整体线上销售趋势。

3、研究方法

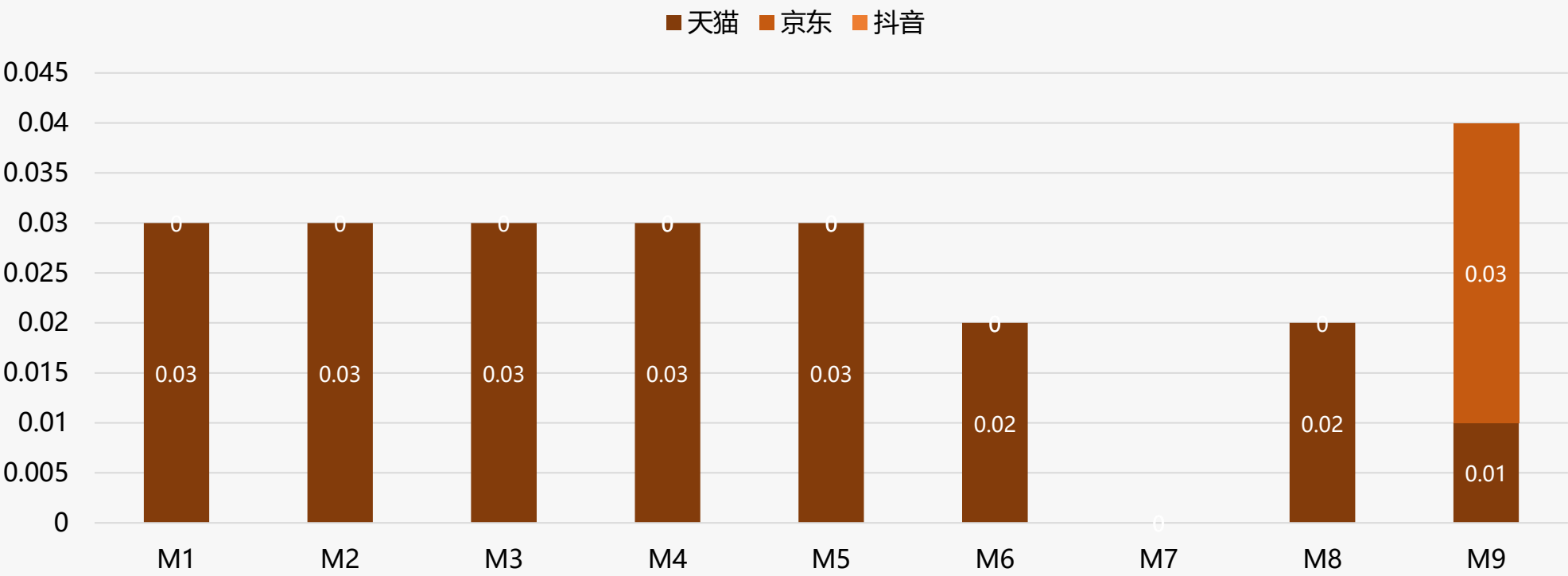
Research Method

- 数据分析法：收集并整理天猫、京东、抖音线上销售数据，运用数据分析工具与技术，计算海狗海豹油品类销售额、销售占比、CR10 等关键指标，量化分析市场规模、品牌竞争与价格情况
- 对比分析法：对比不同月份、不同平台海狗海豹油品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

海狗油天猫下滑抖音增长渠道多元

- ◆从渠道结构看，天猫是海狗海豹油品类的主要销售平台，1-9月累计销售额约21.7万元，占比超90%；京东销售额仅0.13万元，抖音自4月上线后增长显著，9月单月达3.42万元，显示渠道多元化趋势。从时间趋势看，品类销售额呈波动下行，1月峰值3.44万元后逐月下滑，9月因抖音爆发回升至4.27万元；同比抖音4-9月累计3.87万元，占同期总销售额35%，反映新渠道对增长贡献突出。
- ◆从平台效率看，天猫月均销售额2.41万元但持续萎缩，抖音月均0.65万元且增速快，ROI潜力更高；建议优化天猫库存周转率，加大抖音投入以提升整体市场份额。

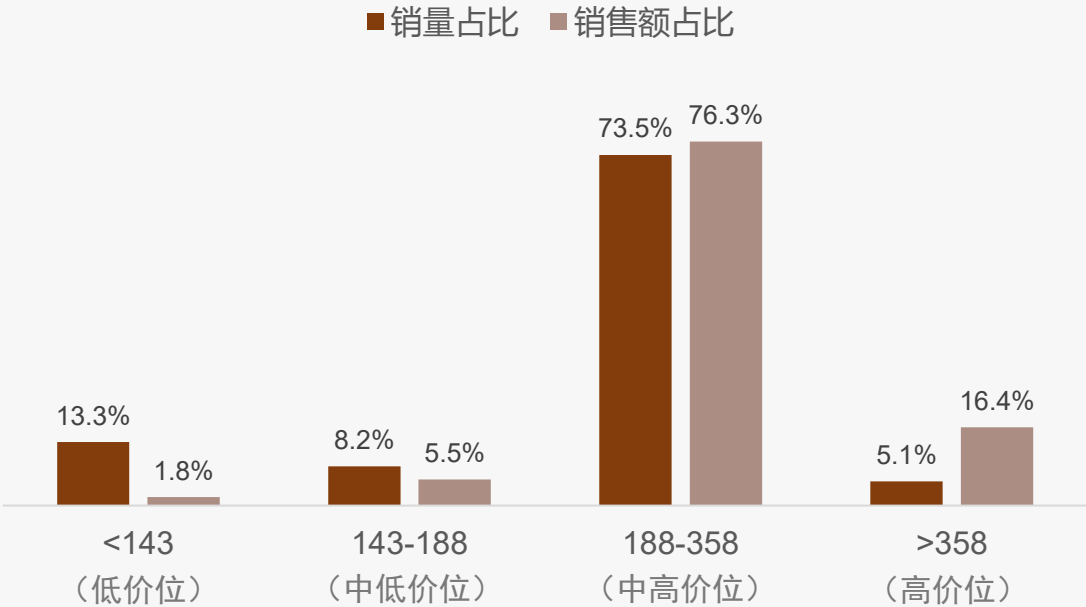
2025年一～三季度海狗海豹油品类线上销售规模（百万元）



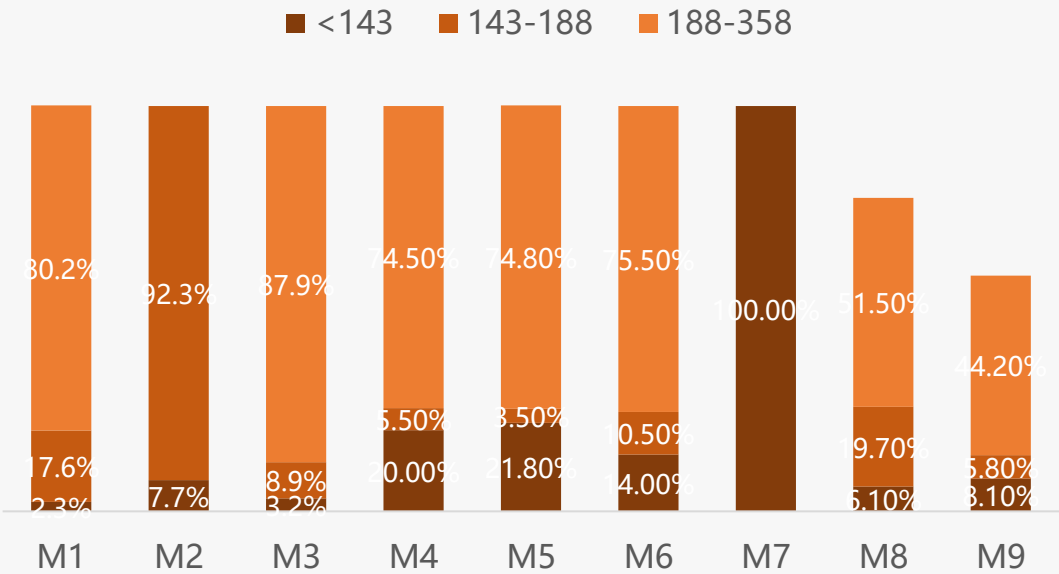
中高端主导市场 高单价利润突出

- ◆ 从价格区间结构看，188-358元区间贡献了73.5%的销量和76.3%的销售额，是核心价格带，表明消费者偏好中高端产品。而>358元高价位销量仅占5.1%，但销售额占比达16.4%，显示高单价产品对利润贡献显著，建议优化产品组合以提升整体ROI。
- ◆ 月度销量分布显示，M7月全部销量集中于<143元低价区间，可能受促销活动影响，导致价格结构异常。M8和M9月>358元区间销量占比分别达22.7%和41.9%，显示高端市场在季度末增长，需关注季节性因素对周转率的影响。整体销售额占比与销量占比不匹配，<143元区间销量占比13.3%但销售额仅1.8%，反映低价产品拉低平均售价，建议加强高端产品营销以改善同比利润增长。

2025年一～三季度海狗海豹油线上不同价格区间销售趋势



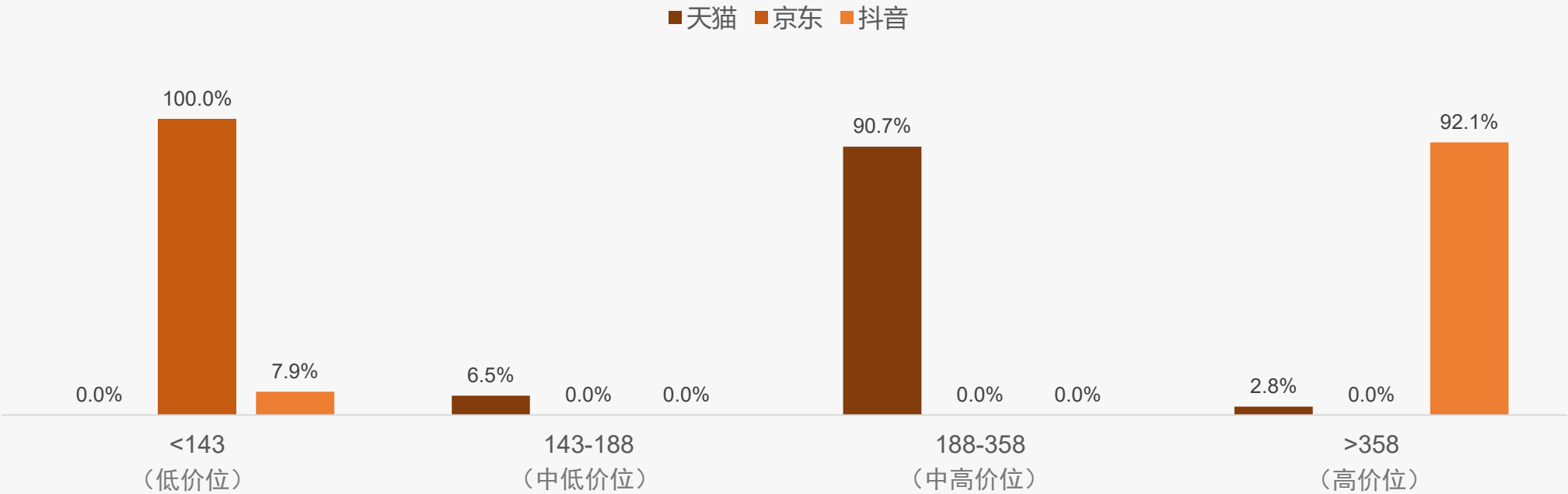
海狗海豹油线上价格区间-销量分布



平台价格分化 中高为主 高端崛起

- ◆从价格区间分布看，天猫平台以188-358元价格带为主力（90.7%），显示中高端市场集中度极高；京东则完全聚焦于143元以下低价位（100%），表明其市场定位偏向价格敏感型消费者。建议天猫优化中高端产品组合以提升ROI，京东需警惕低价导致的利润压缩风险，抖音可加强高端市场渗透以巩固优势。
- ◆市场细分洞察：天猫中高端区间（188-358元）占比超九成，暗示品类主流消费力集中于此；京东低价独占反映价格战激烈；抖音高端主导（>358元）揭示新兴渠道对高价值产品的强转化力。

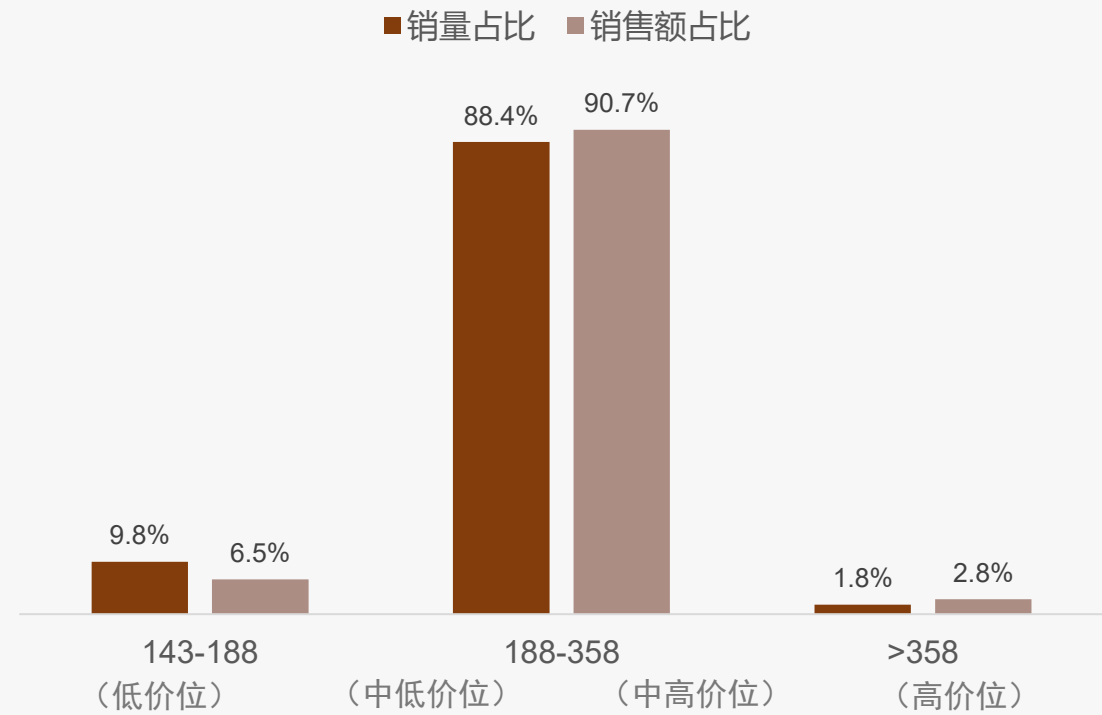
2025年一～三季度各平台海狗海豹油不同价格区间销售趋势



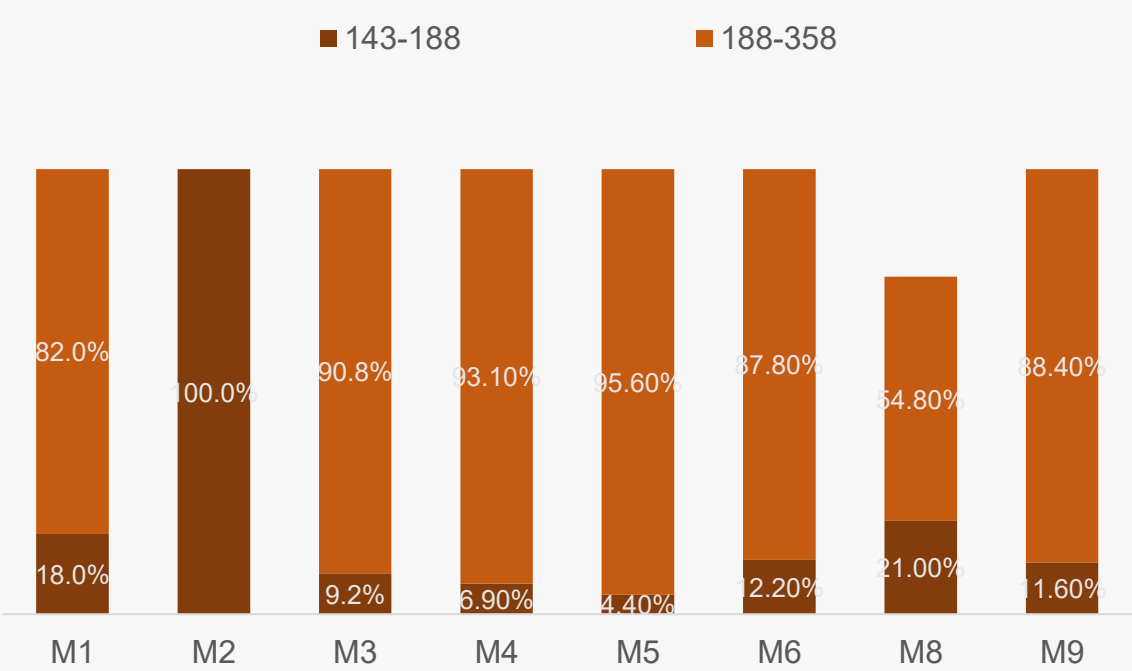
核心价格带主导 高端市场潜力显现

- ◆ 从价格区间结构看，188-358元区间贡献了88.4%销量和90.7%销售额，是绝对核心价格带，产品结构高度集中。143-188元区间销量占比9.8%但销售额仅占6.5%，显示该区间客单价偏低，需关注其盈利贡献。
- ◆ 月度销量分布显示，M2-M6期间188-358元区间占比稳定在82%-95.6%，但M8出现异常波动，该区间占比骤降至54.8%，同时>358元高端产品占比达24.2%，表明8月可能受促销或新品上市影响，产品结构发生显著变化。

2025年一~三季度天猫平台海狗海豹油不同价格区间销售趋势

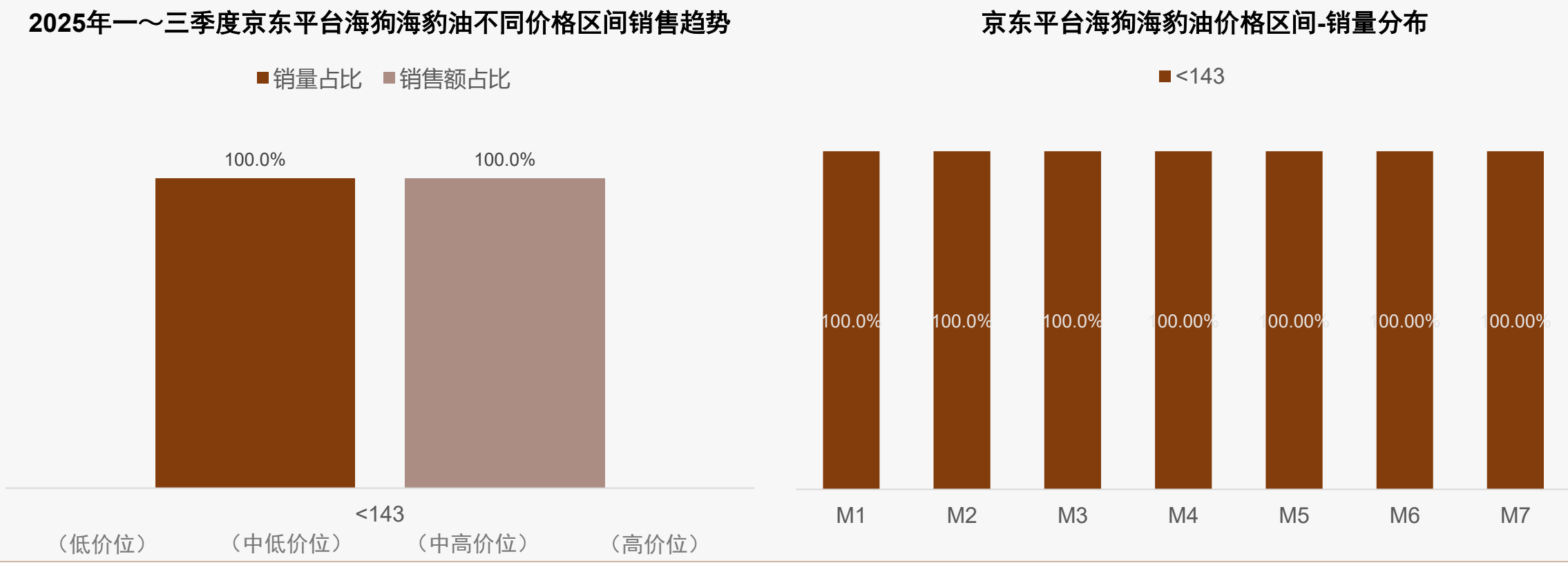


天猫平台海狗海豹油价格区间-销量分布



低价主导销售 结构固化需创新

- ◆从价格区间分布看，京东平台海狗海豹油品类在2025年1-7月销量和销售额100%集中于<143元低价区间，表明该品类高度依赖低价策略驱动销售，缺乏价格带多元化，可能面临利润率压力和品牌溢价不足的风险。从销售趋势稳定性分析，各月销量占比数据完全一致，显示品类销售结构极度固化，无季节性波动或消费升级迹象，反映出市场创新乏力，需警惕长期增长动力缺失。
- ◆从平台竞争角度，数据仅覆盖京东单一渠道，缺乏天猫、抖音等多平台对比，难以评估全渠道表现。建议补充跨平台数据以分析渠道协同效应和市场份额变化，优化资源分配。

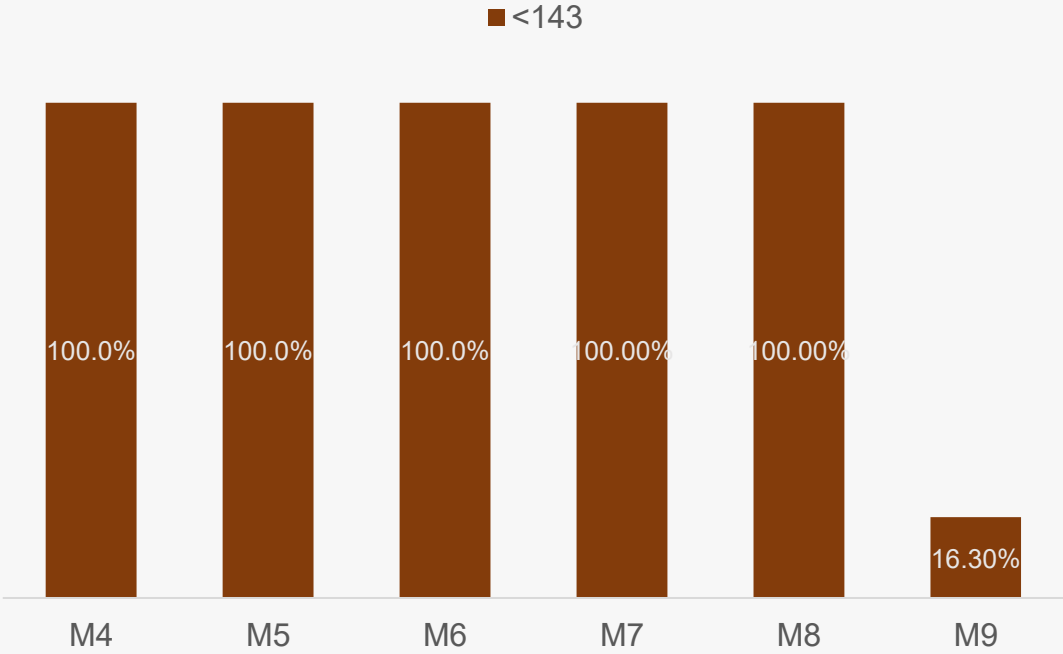
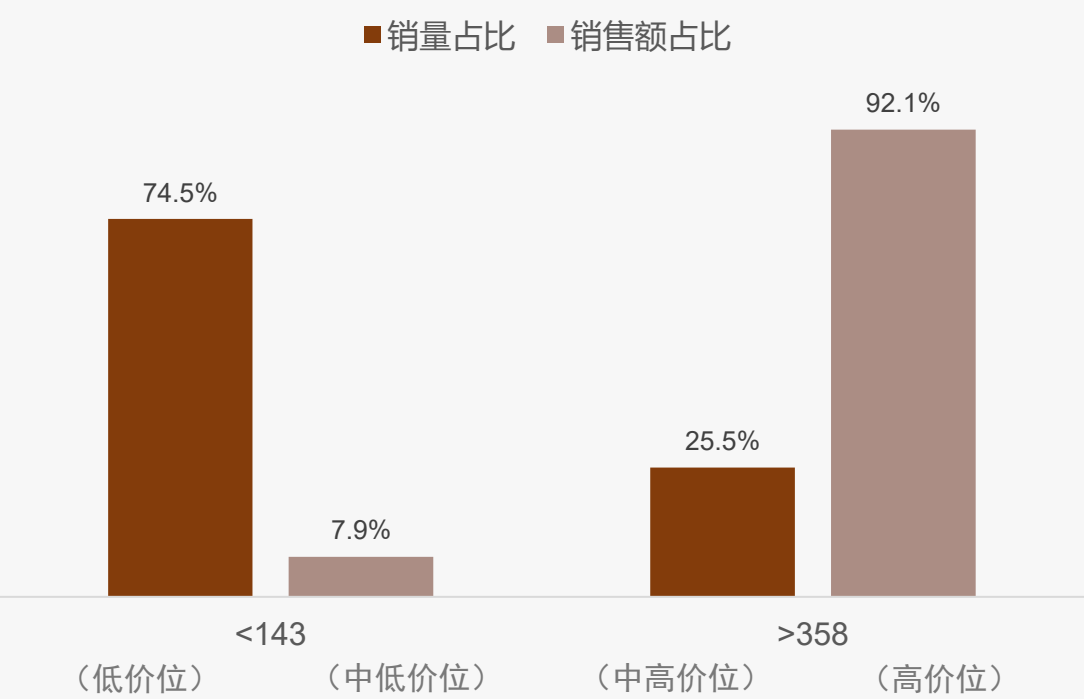


抖音高价主导销售 低价量大贡献低

- ◆从价格结构看，抖音平台呈现明显两极分化：低价区间（<143元）销量占比74.5%但销售额仅占7.9%，而高价区间（>358元）以25.5%销量贡献92.1%销售额，显示高价产品是核心利润来源。从月度趋势看，M4-M8月销量完全集中于低价区间，M9月高价产品销量占比跃升至83.7%，表明三季度末市场转向高端化，可能受季节性营销或新品推出驱动，建议加强高端产品库存周转率管理。
- ◆从渠道策略看，抖音平台高价产品销售额占比超九成，但销量基础薄弱，存在依赖少数高客单价订单的风险；需平衡销量与单价，通过促销或捆绑销售提升低价产品转化率，实现销售额可持续增长。

2025年一～三季度抖音平台海狗海豹油不同价格区间销售趋势

抖音平台海狗海豹油价格区间-销量分布



CONTENTS

目录

1

核心发现

2

品类洞察

3

消费洞察

- 3.1 研究说明
- 3.2 基础画像及地域差异
- 3.3 消费者行为与场景模式
- 3.4 产品偏好与使用反馈
- 3.5 价格敏感度与支付意愿
- 3.6 品牌忠诚度与竞争者行为
- 3.7 社交传播与内容影响力
- 3.8 家庭决策与场景营销
- 3.9 数字化体验与未来需求

1、研究内容

Research Contents

- 洞察 海狗海豹油消费行为、消费场景、消费模式；
- 剖析 消费者产品偏好、使用反馈，价格敏感度、支付意愿；
- 对比 主要品牌忠诚度、品牌竞争行为、竞争烈度；
- 挖掘 消费者营销潜力。

2、研究对象

Research Object

- 最近1年内购买过海狗海豹油的消费者；
- 性别、所在城市（一线、新一线、二线、三线）平均分布；
- 聚焦家庭月收入中等水平（3-8万元）人群；
- 聚焦家庭日常采购主要决策者。

3、研究方法

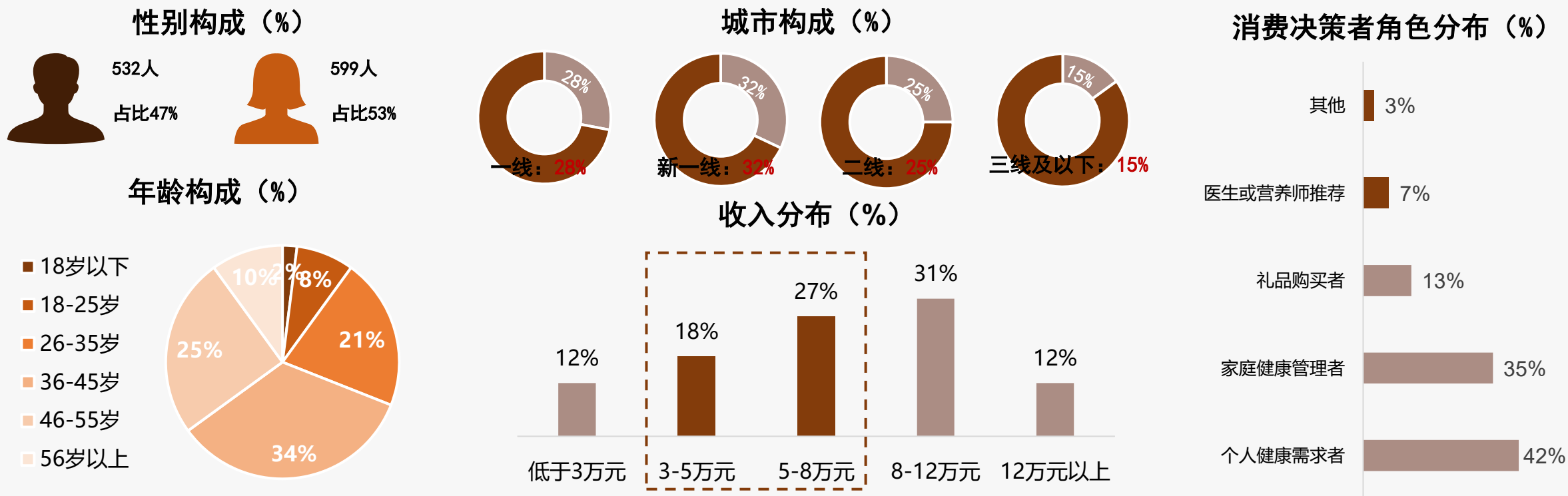
Research Method

投放形式	在线定量调研
投放区域	中国大陆（不含港澳台），充分覆盖主要城市
投放时间	2025年9月
样本数量	N=1131

中青年主导海狗海豹油消费市场

- ◆调查显示，海狗海豹油消费者以36-45岁（34%）和46-55岁（25%）中青年为主，女性略多（53%），收入集中在8-12万元（31%）和5-8万元（27%）。
- ◆消费决策主要由个人健康需求者（42%）和家庭健康管理者（35%）驱动，新一线（32%）和一线（28%）城市是主要消费区域，礼品购买者（13%）占比有限。

2025年中国海狗海豹油消费者画像

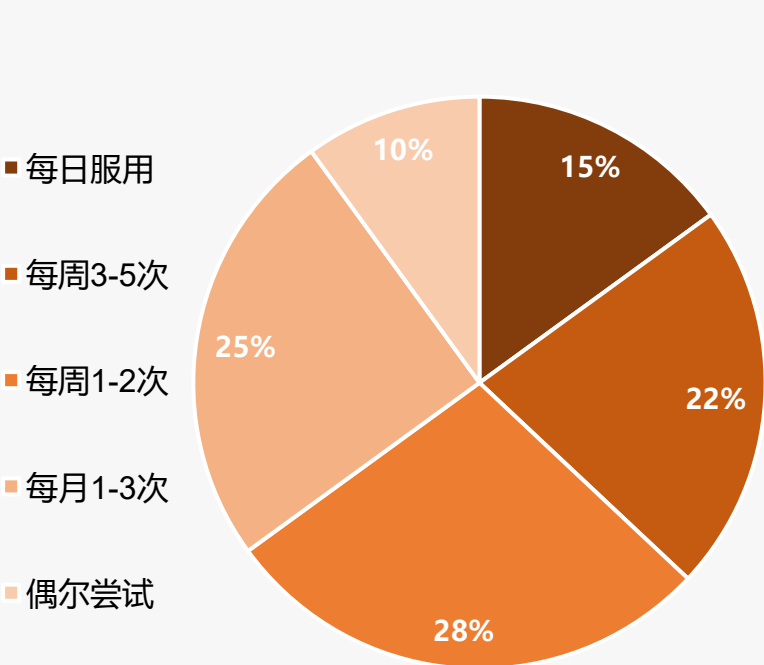


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

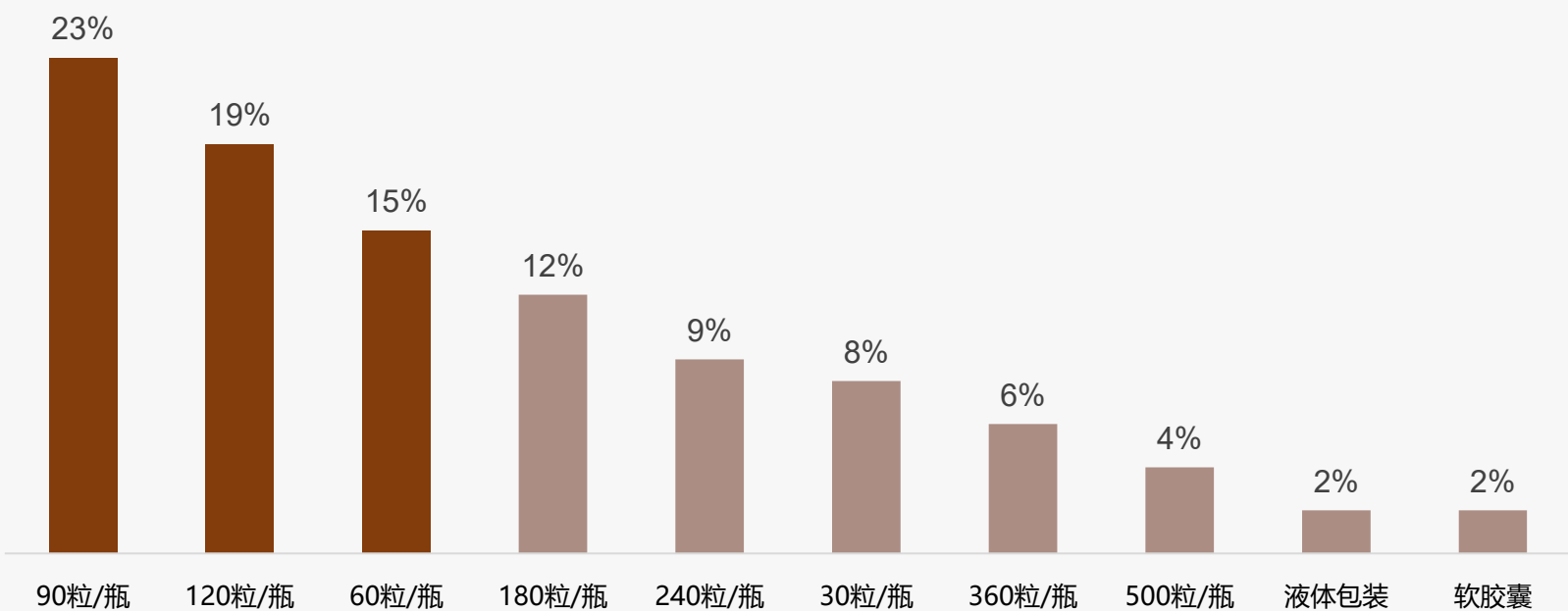
半数规律服用 中等规格主导

- ◆消费频率显示，每周1-2次占比28%，每周3-5次占比22%，合计50%的消费者有规律服用习惯，每日服用仅15%表明高频群体有限。
- ◆产品规格中，90粒/瓶占比23%，120粒/瓶占比19%，两者合计42%主导市场，大规格和创新剂型如液体包装各占2%渗透率低。

2025年中国海狗海豹油消费频率分布



2025年中国海狗海豹油产品规格分布

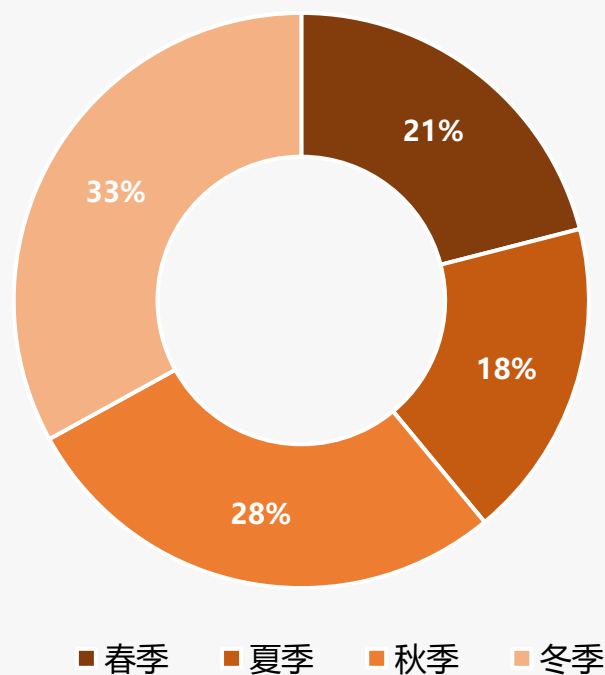


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

中低端消费主导 冬季需求旺盛

- ◆ 单次消费以100-300元为主，占比42%，显示中低端消费占主导；冬季消费占比33%，显著高于其他季节，可能与健康需求增加有关。
- ◆ 包装类型中塑料瓶占比最高，达35%，反映消费者偏好便捷和经济性；礼盒装占15%，暗示礼品市场有一定潜力。

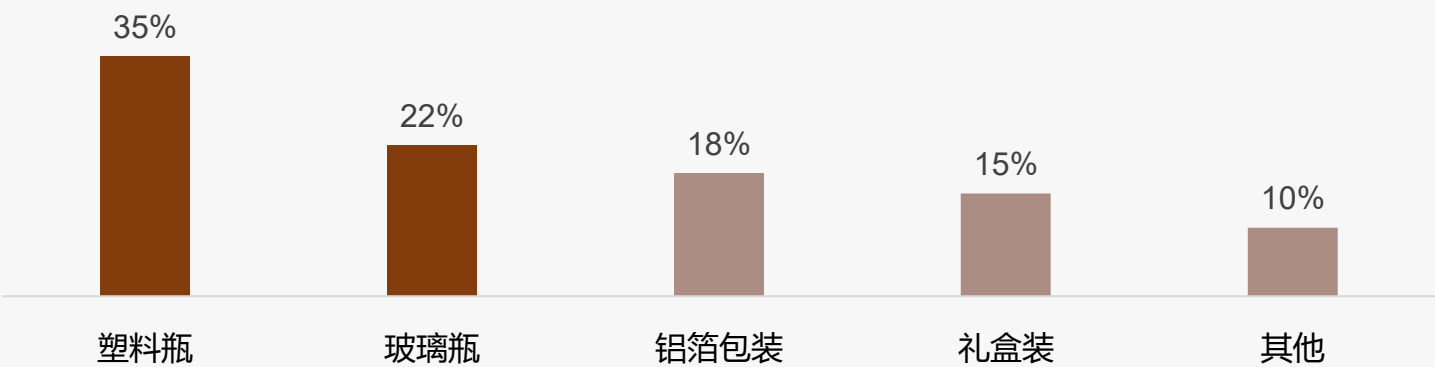
2025年中国海狗海豹油消费季节分布



2025年中国海狗海豹油单次支出分布



2025年中国海狗海豹油包装类型分布

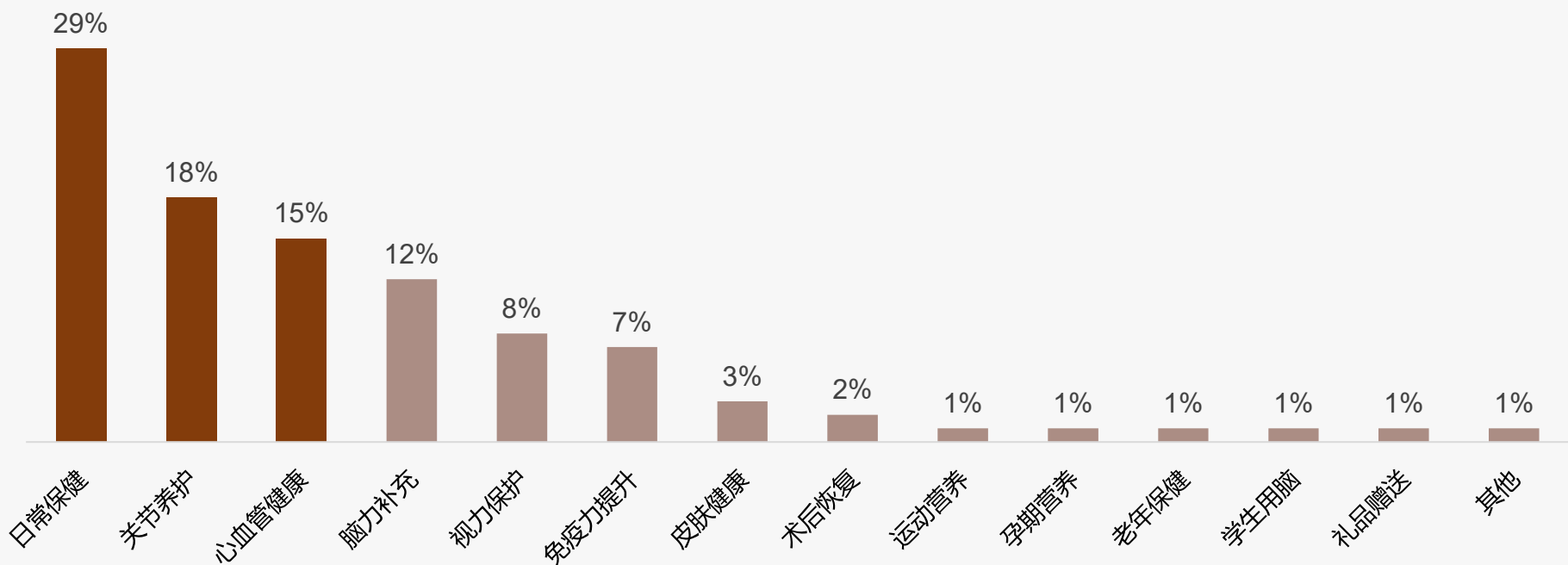


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

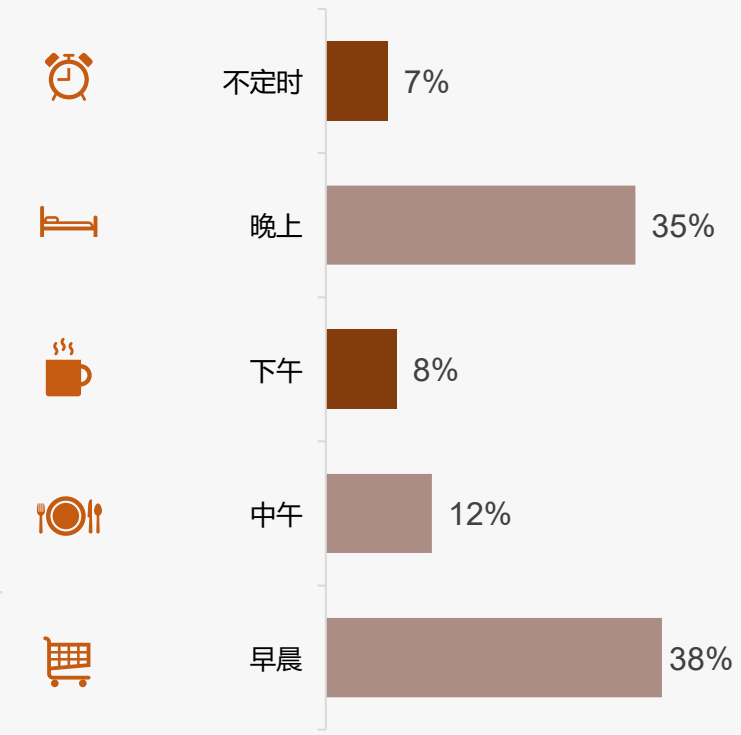
海狗油消费早晚高峰 日常保健为主

- ◆消费场景中日常保健占比32%，关节养护18%，心血管健康15%，显示用户主要将产品用于常规健康维护和特定健康问题。
- ◆消费时段早晨和晚上各占38%和35%，合计73%，突显用户倾向于早晚固定时间服用，可能与日常习惯相关。

2025年中国海狗海豹油消费场景分布



2025年中国海狗海豹油消费时段分布

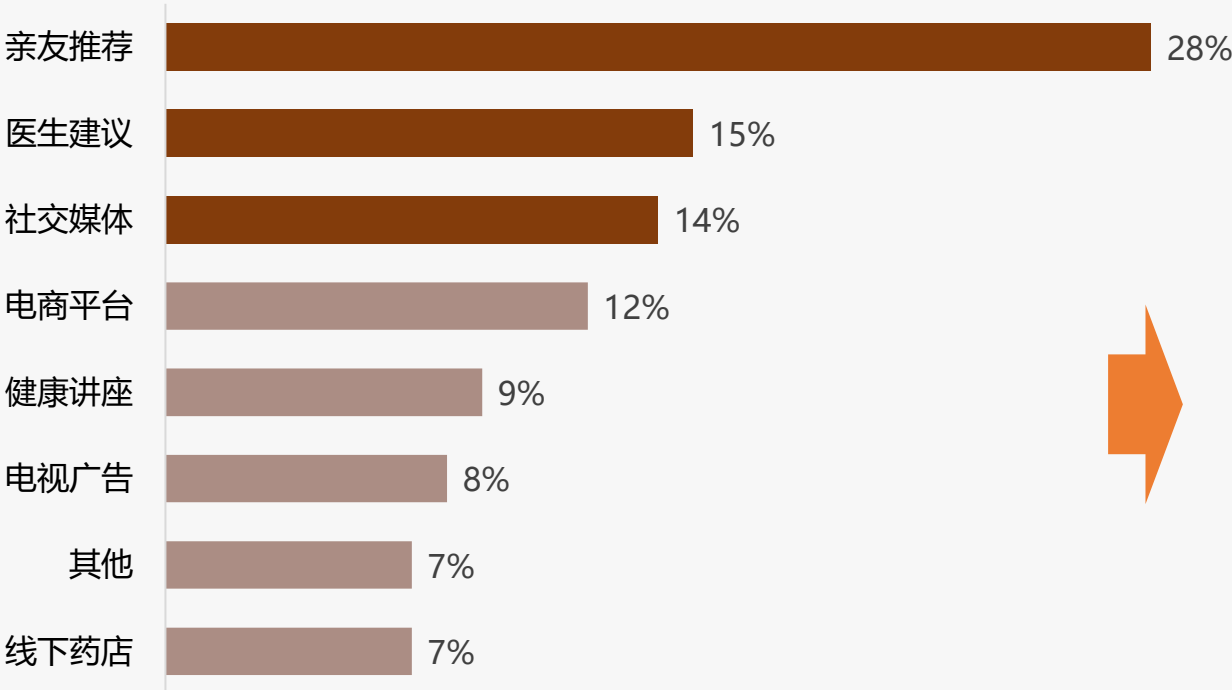


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

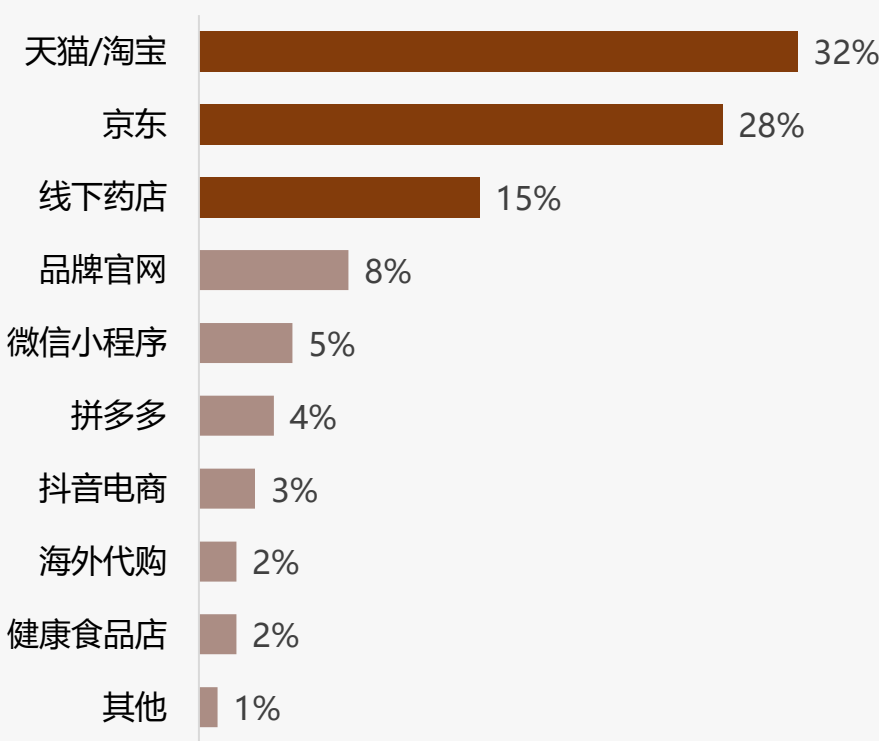
口碑主导认知 电商驱动购买

- ◆消费者了解海狗海豹油产品的主要渠道是亲友推荐（28%），远超医生建议（15%）和社交媒体（14%），显示口碑传播在认知阶段占据核心地位。
- ◆购买渠道高度集中于电商平台，天猫/淘宝（32%）和京东（28%）合计占比60%，而线下药店（15%）相对次要，表明线上购物是主流选择。

2025年中国海狗海豹油了解渠道分布



2025年中国海狗海豹油购买渠道分布

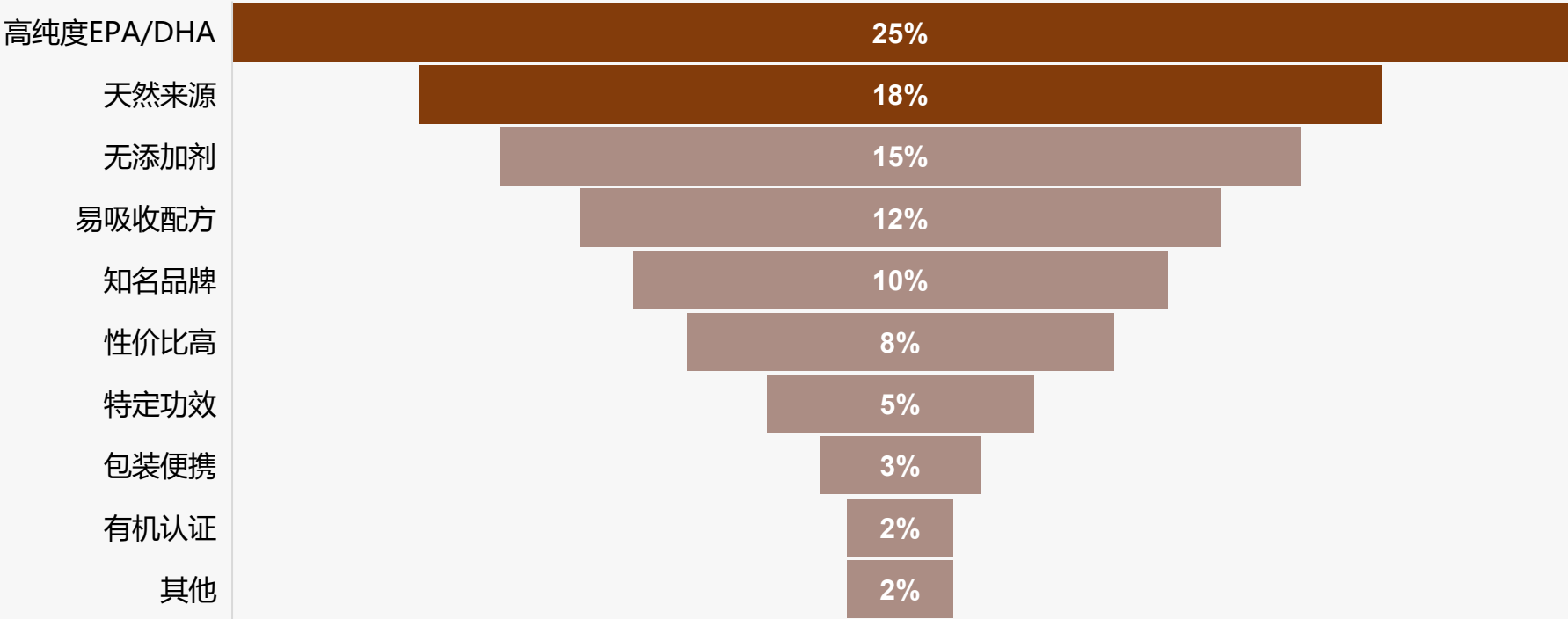


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

高纯度天然成分主导消费偏好

- ◆消费者偏好集中于高纯度EPA/DHA（25%）和天然来源（18%），合计43%，显示对核心成分和健康纯净属性的高度关注。
- ◆次要偏好如无添加剂（15%）、易吸收配方（12%）和知名品牌（10%）占比相对较低，反映市场更聚焦于产品基础品质。

2025年中国海狗海豹油偏好类型分布

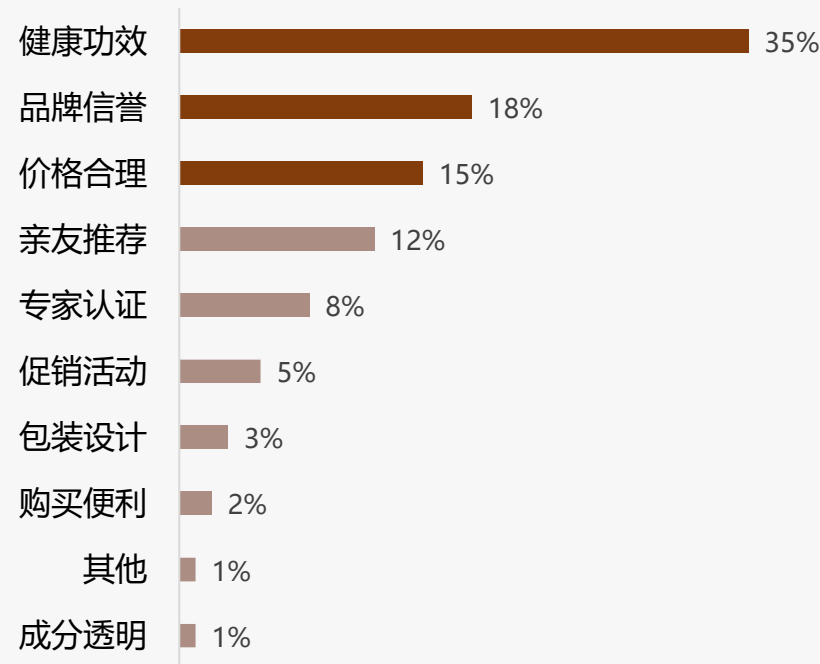


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

健康功效主导消费 心血管关节认知为主因

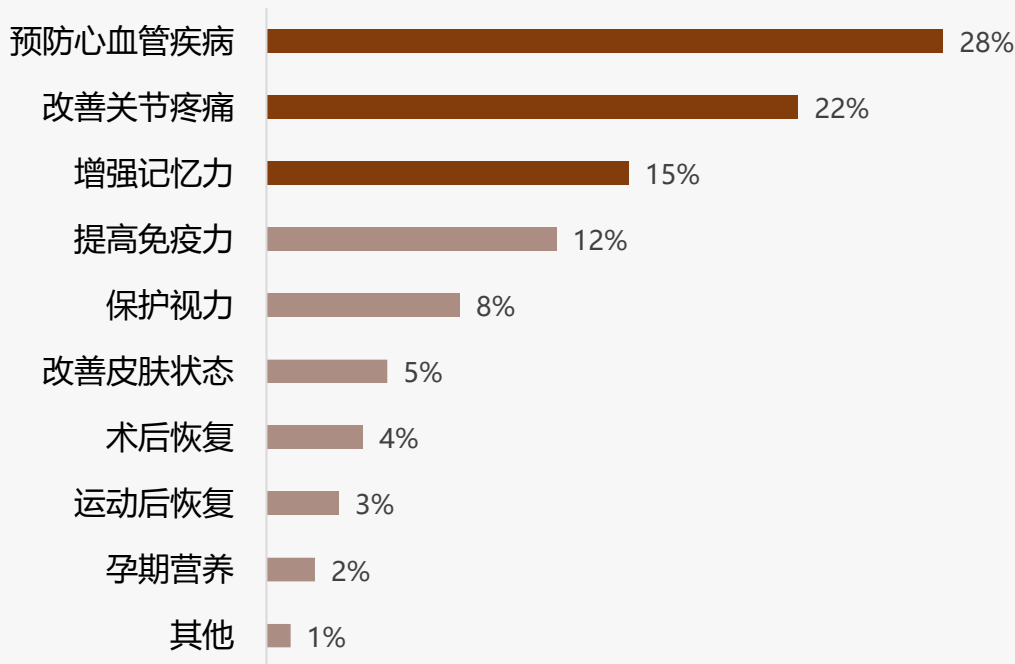
- ◆健康功效是吸引消费的首要因素，占比35%，远高于品牌信誉的18%和价格合理的15%，显示消费者对产品健康价值的高度关注。
- ◆消费主要原因为预防心血管疾病28%、改善关节疼痛22%和增强记忆力15%，三者合计65%，突出产品在核心健康领域的吸引力。

2025年中国海狗海豹油吸引因素分布



样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

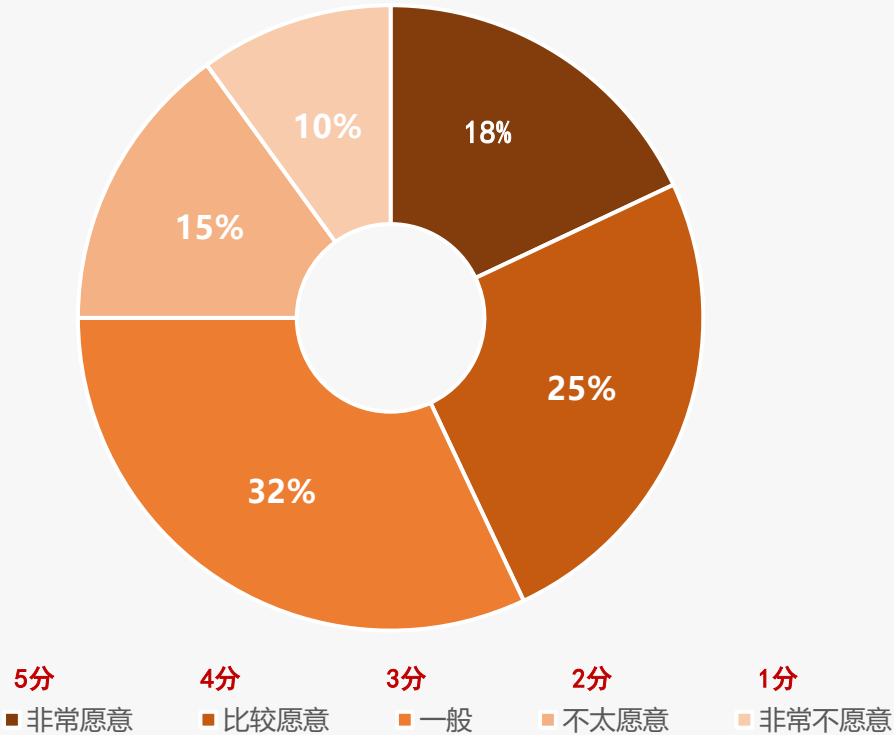
2025年中国海狗海豹油消费原因分布



海狗海豹油推荐意愿低 价格效果是主因

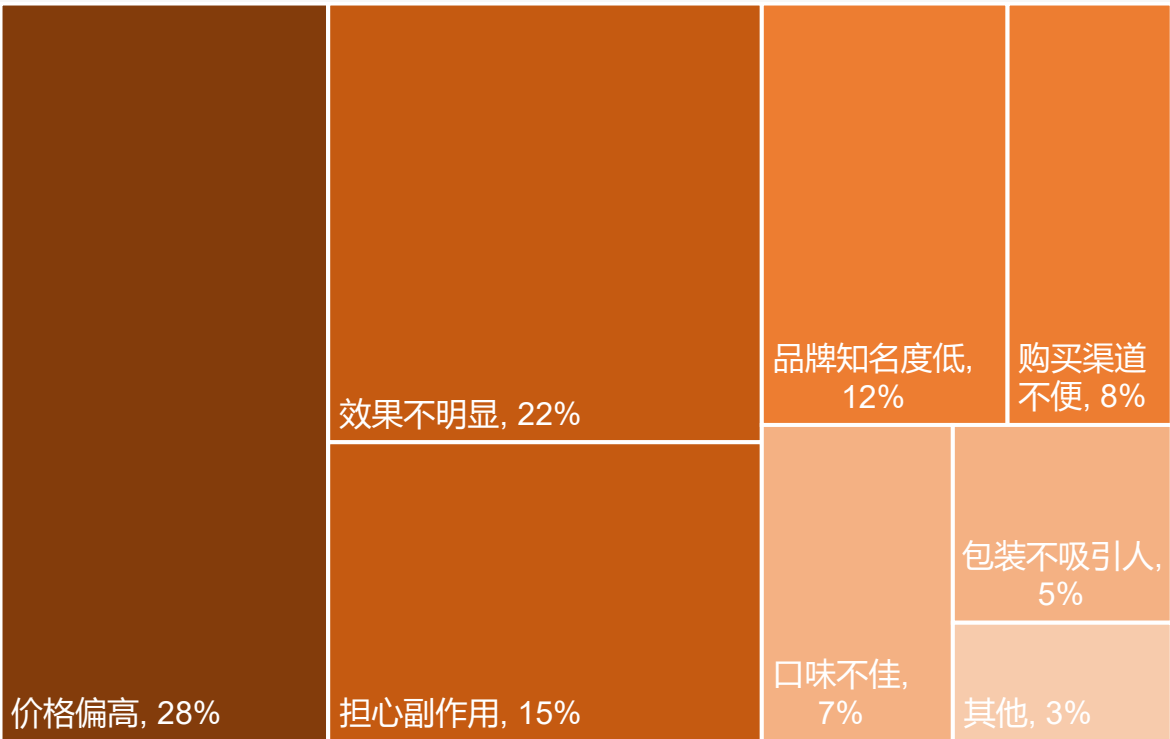
- ◆消费者推荐意愿较低，非常愿意和比较愿意合计43%，一般及不愿意合计57%，显示产品口碑传播动力不足。
- ◆不推荐主因是价格偏高28%和效果不明显22%，合计50%，品牌知名度和副作用担忧分别占12%和15%。

2025年中国海狗海豹油推荐意愿分布



样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

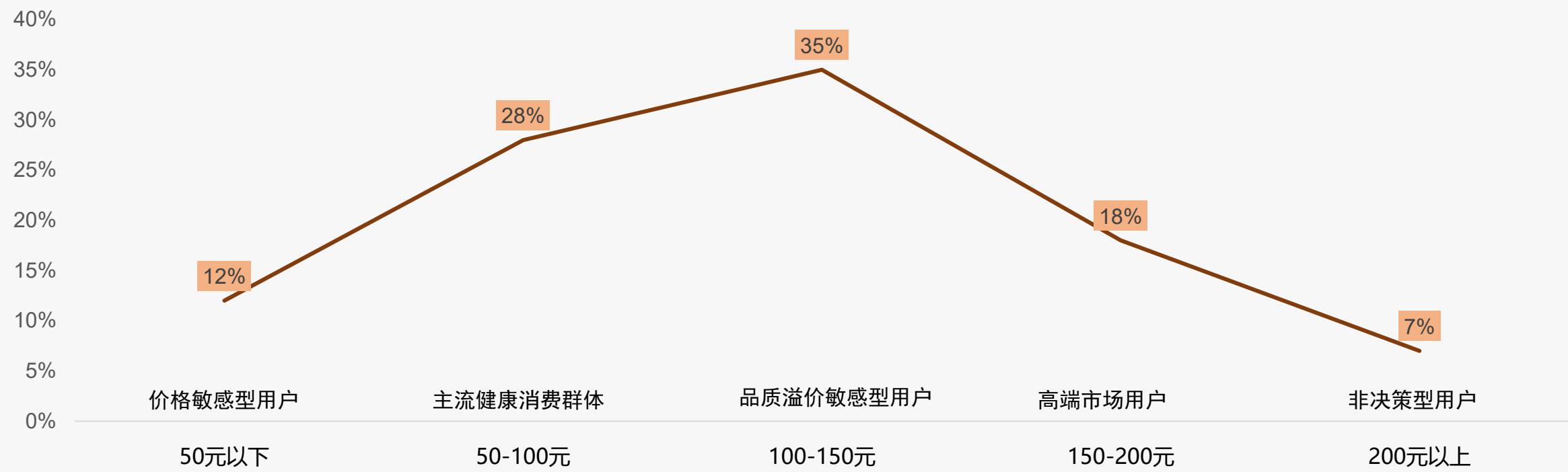
2025年中国海狗海豹油不愿推荐原因分布



中价位海狗海豹油最受青睐

- ◆调查显示，消费者对海狗海豹油的价格接受度集中在100-150元区间，占比达35%，表明中等价位产品最受市场青睐。
- ◆50-100元区间占比28%显示中低价位需求较强，而200元以上仅7%反映高端市场接受度有限，整体偏好清晰。

2025年中国海狗海豹油最大规格价格接受度



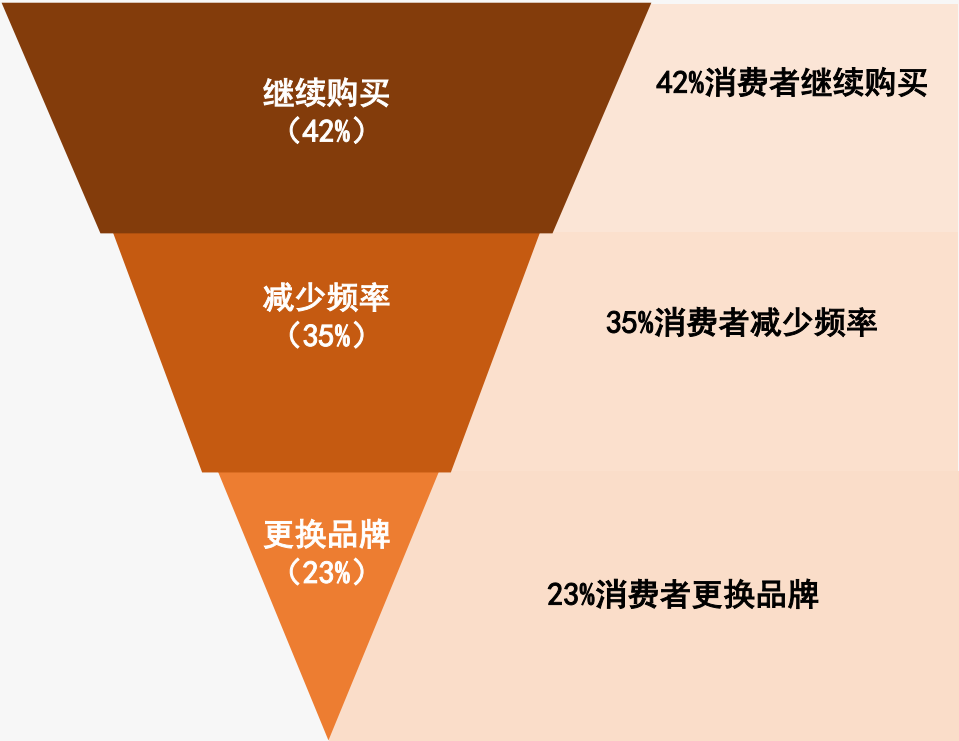
样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

注：以90粒/瓶规格海狗海豹油为标准核定价格区间

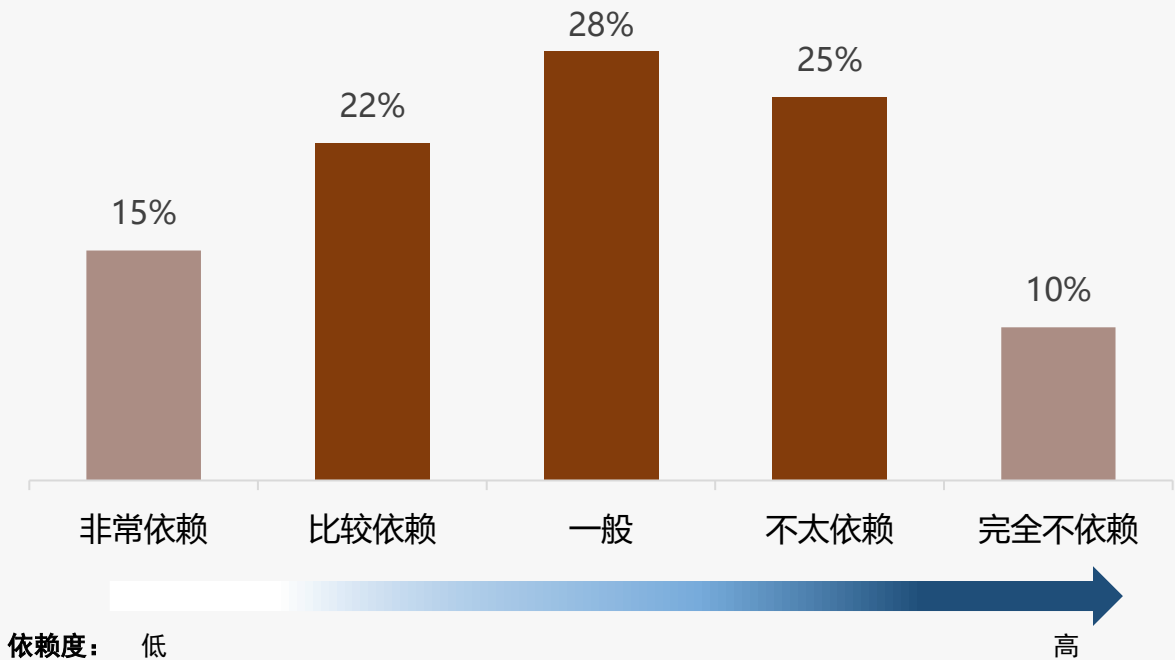
价格敏感度高 促销影响显著

- ◆价格上涨10%后，42%消费者继续购买，35%减少频率，23%更换品牌，显示价格敏感度较高但品牌忠诚度仍存。
- ◆促销依赖中，37%消费者非常或比较依赖，35%不太或完全不依赖，表明促销敏感度相对均衡但影响显著。

2025年中国海狗海豹油价格上涨10%购买行为分布



2025年中国海狗海豹油促销依赖程度分布

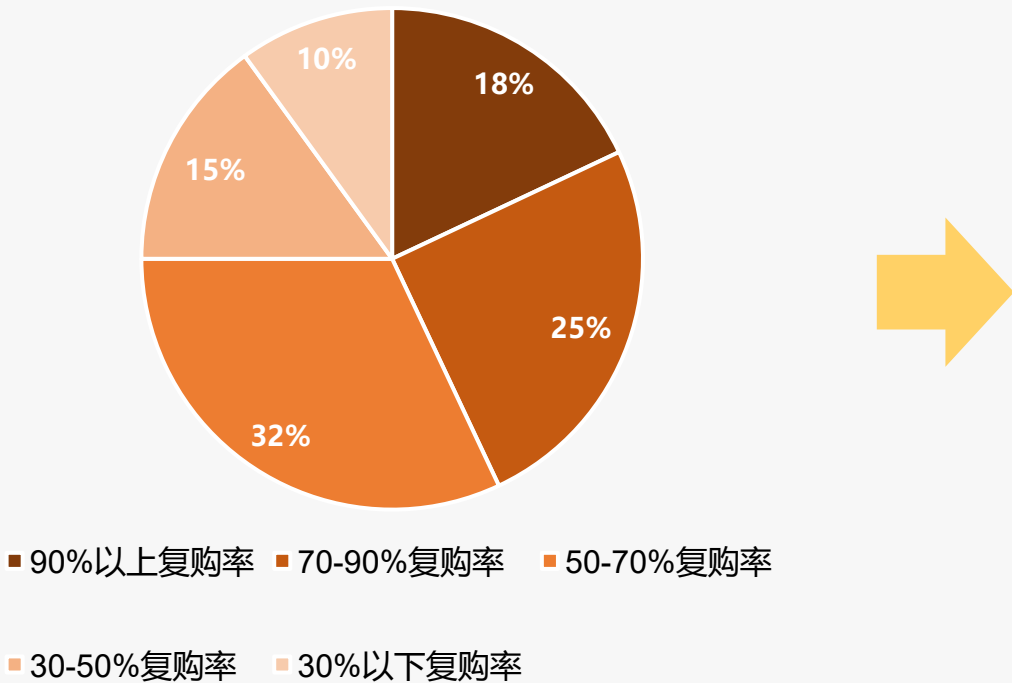


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

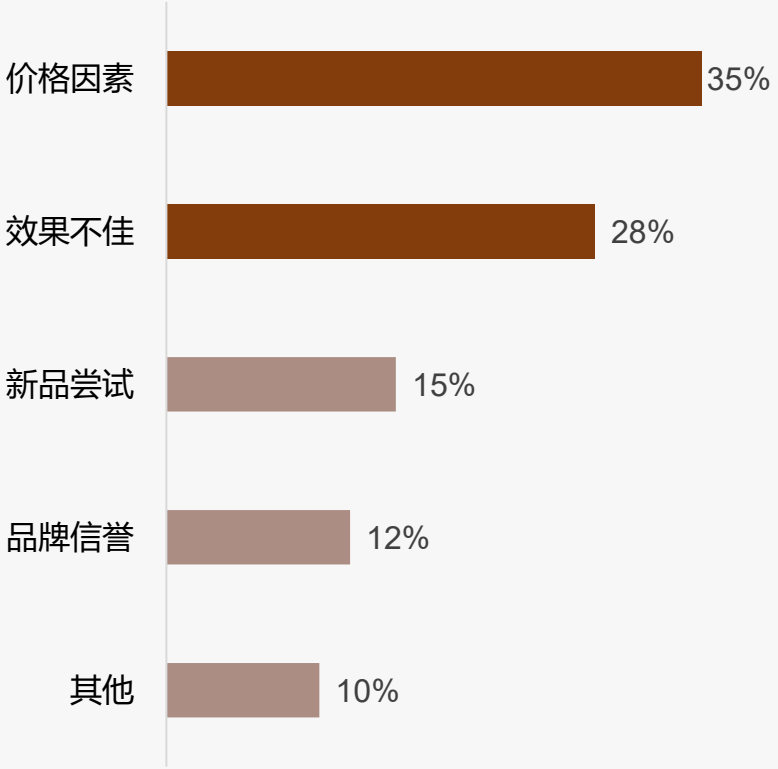
价格主导品牌更换 复购率波动较大

- ◆固定品牌复购率中，50-70%复购率占比最高，为32%，表明多数消费者对品牌有一定忠诚度，但仍有较大波动空间。90%以上高复购率仅占18%，显示核心忠实用户群体较小。
- ◆更换品牌原因中，价格因素占比最高，达35%，是主要驱动因素；效果不佳占28%，反映产品实际效果对消费者决策影响显著。品牌信誉仅占12%，提示品牌建设需加强。

2025年中国海狗海豹油固定品牌复购率分布



2025年中国海狗海豹油更换品牌原因分布

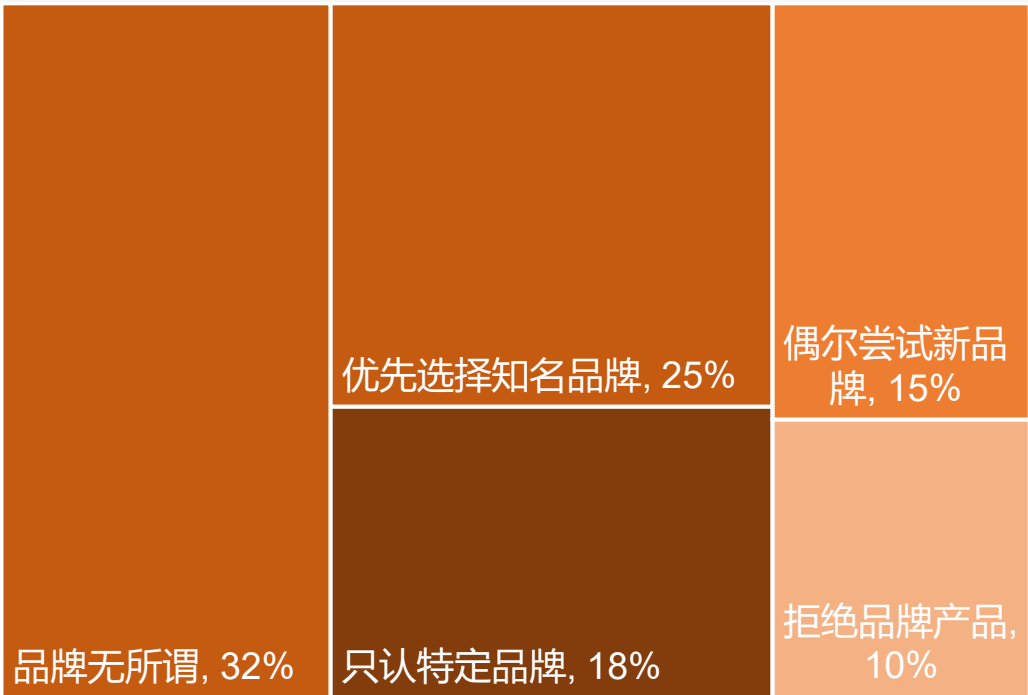


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

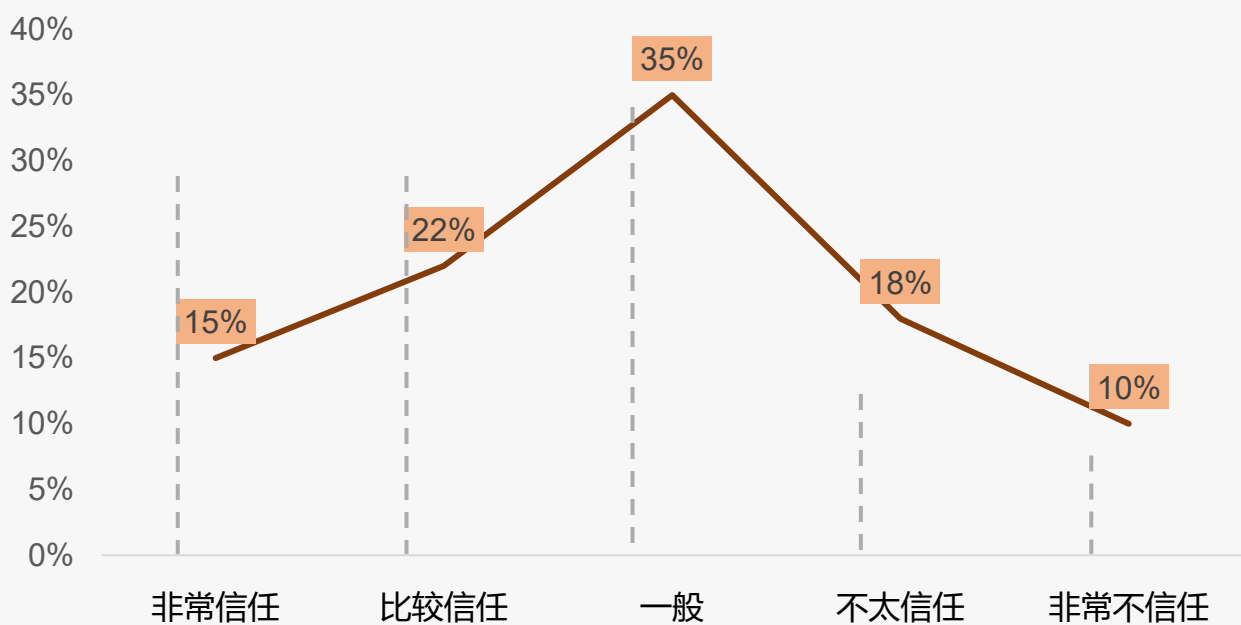
品牌态度中性 忠诚度有限

- ◆品牌选择意愿中，32%消费者对品牌持无所谓态度，25%优先选择知名品牌，18%只认特定品牌，显示品牌忠诚度有限但影响力仍存。
- ◆品牌态度分布中，35%消费者持一般信任，15%非常信任，10%非常不信任，表明整体信任度偏向中性，两极分化不明显。

2025年中国海狗海豹油品牌产品消费意愿分布



2025年中国海狗海豹油品牌产品态度分布

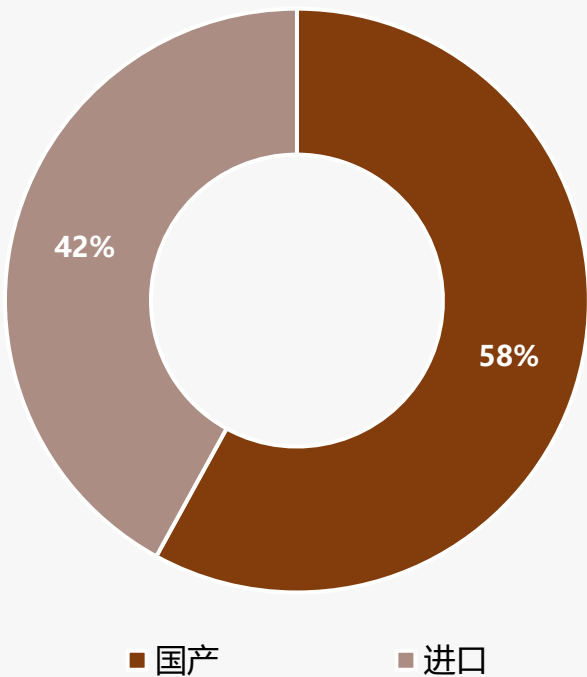


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

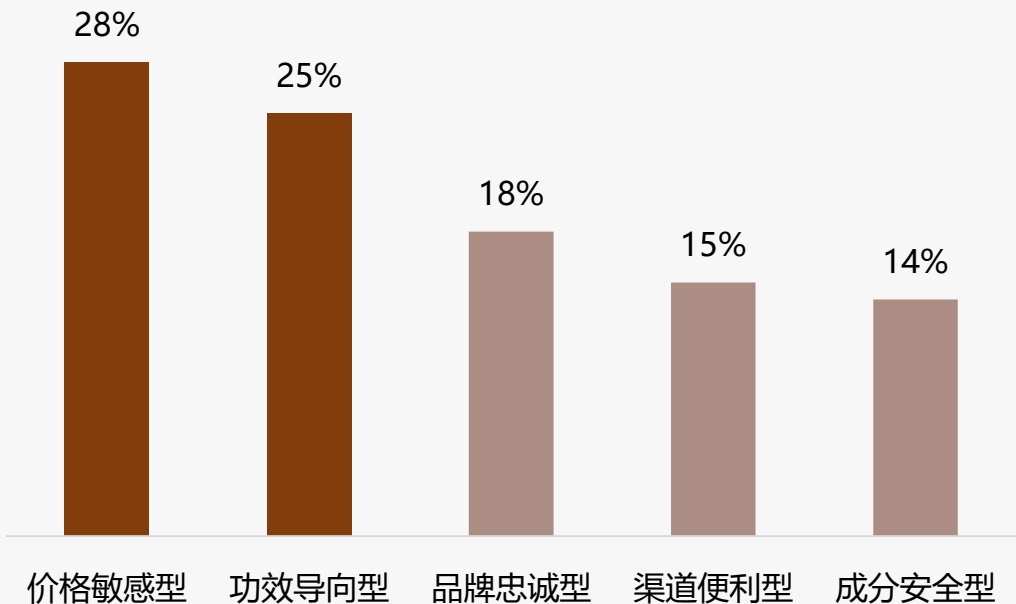
国产品牌主导 价格功效优先

- ◆国产品牌消费占比58%，高于进口品牌的42%，显示消费者对本土产品有较高偏好，市场主导地位稳固。
- ◆价格敏感型占28%，功效导向型占25%，合计超半数，消费者主要关注价格和实际效果，成分安全型仅占14%。

2025年中国海狗海豹油国产进口品牌消费分布



2025年中国海狗海豹油品牌偏好类型分布

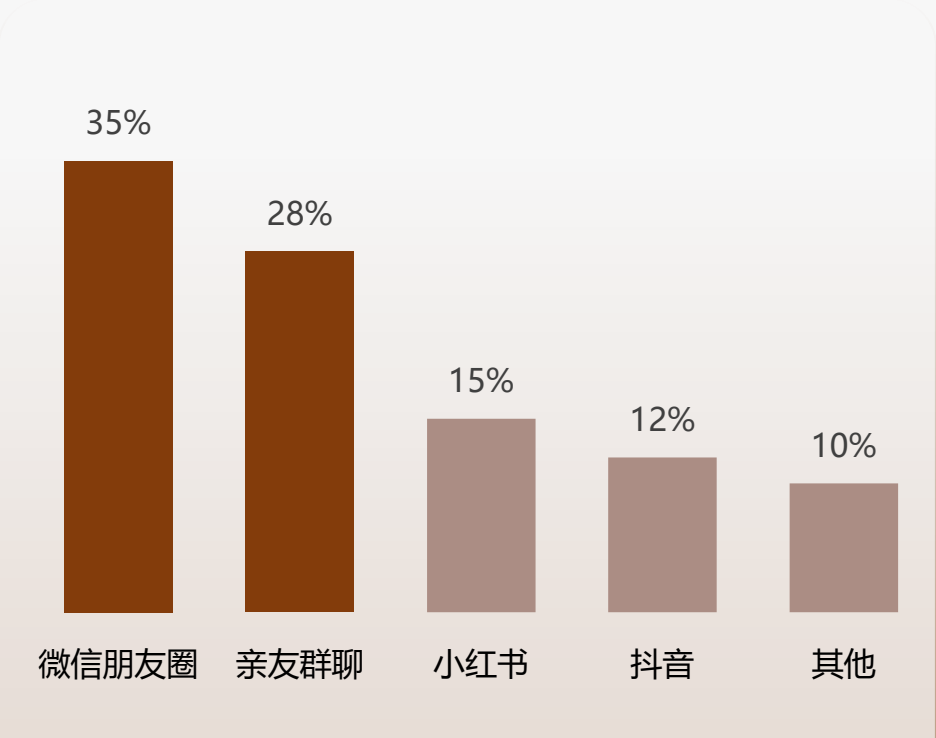


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

社交分享重熟人 内容偏好真实性

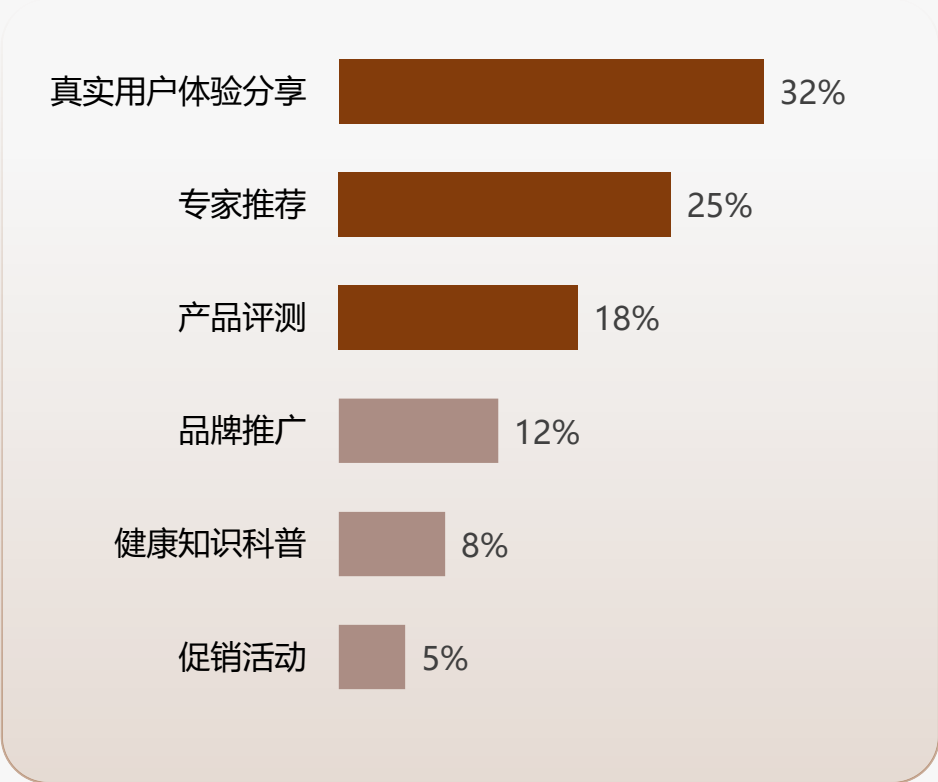
- ◆社交分享以微信朋友圈和亲友群聊为主，分别占35%和28%，显示消费者偏好熟人圈传播海狗海豹油信息。
- ◆内容类型中真实用户体验分享占32%，专家推荐占25%，强调用户重视产品真实性和专业推荐。

2025年中国海狗海豹油社交分享渠道分布



样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

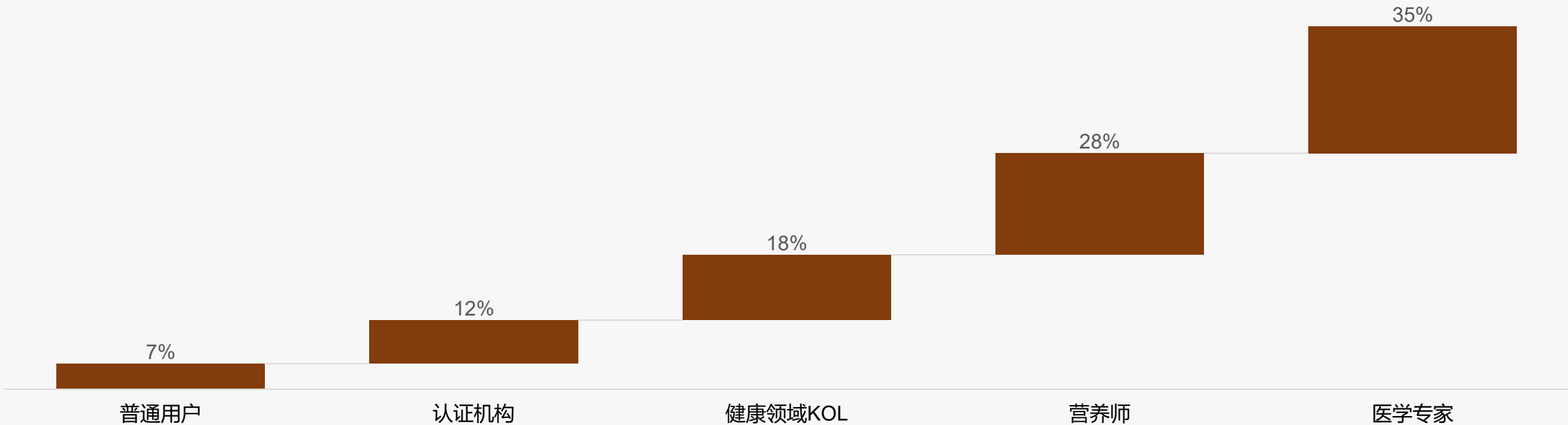
2025年中国海狗海豹油社交内容类型分布



专业权威主导健康产品信任

- ◆消费者对海狗海豹油内容最信任医学专家（35%）和营养师（28%），显示专业权威在健康产品决策中的主导地位。
- ◆健康KOL（18%）和认证机构（12%）信任度较低，普通用户仅7%，表明个人经验和官方认证影响有限。

2025年中国海狗海豹油社交信任博主类型分布

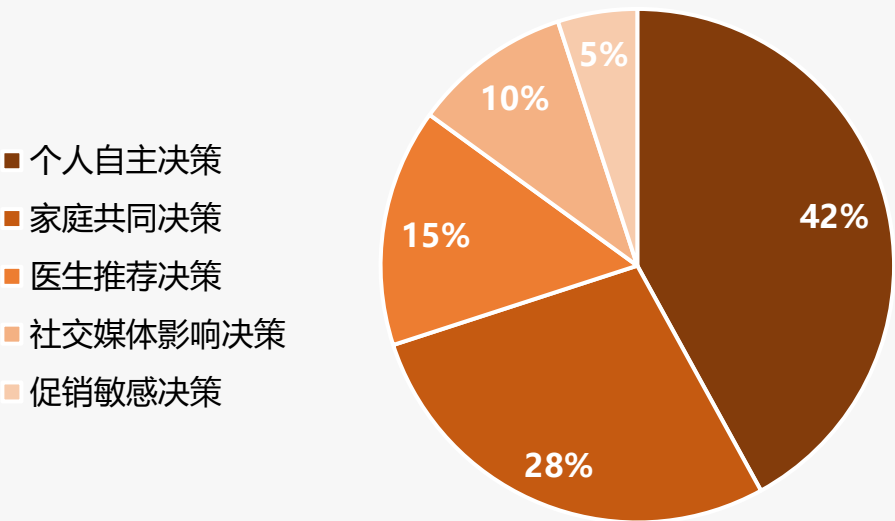


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

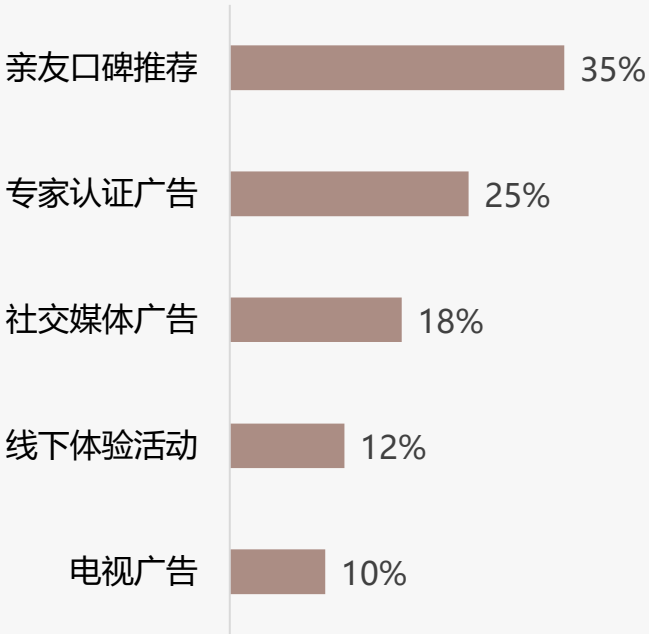
口碑推荐主导 专业背书重要 传统广告式微

- ◆ 亲友口碑推荐占比最高，达35%，显示消费者对熟人推荐高度信任，这可能与产品健康属性相关。专家认证广告占25%，表明专业背书对购买决策有显著影响。
- ◆ 社交媒体广告占18%，反映年轻消费者群体对数字渠道的偏好。线下体验活动和电视广告分别占12%和10%，相对较低，说明传统广告形式效果有限。

2025年中国海狗海豹油消费决策者类型分布



2025年中国海狗海豹油家庭广告偏好分布

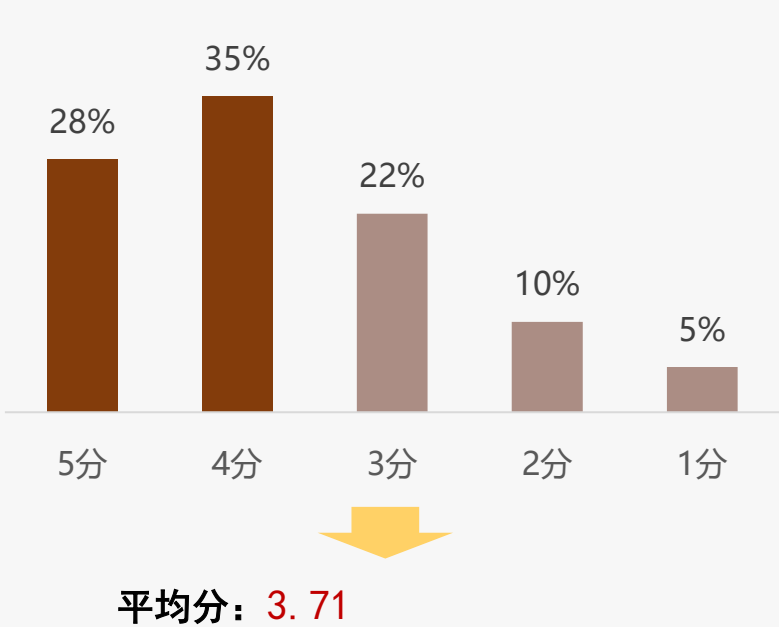


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

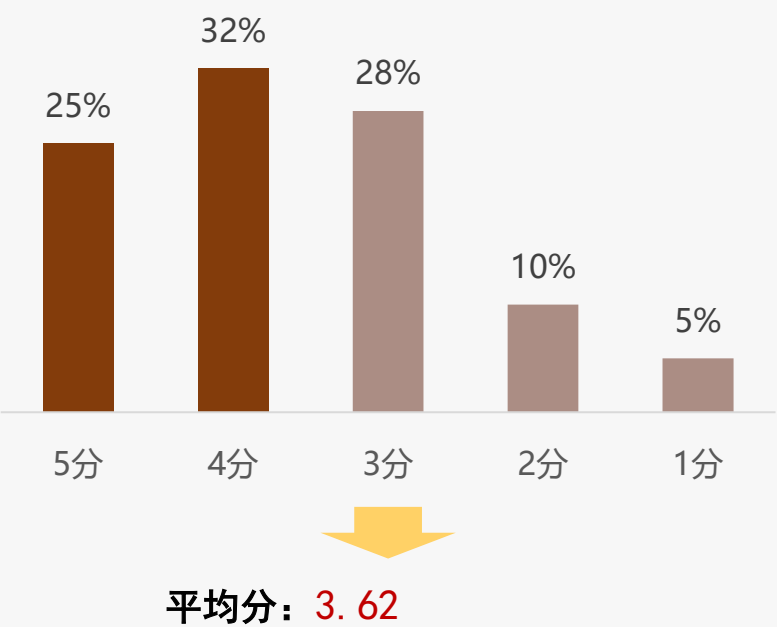
退货客服满意度低需优化

- ◆线上消费流程满意度较高，4-5分占比63%，但退货和客服环节满意度较低，4-5分均仅57%，客服5分占比22%为最低，提示服务需优化。
- ◆退货体验3分占比28%较高，客服5分占比22%突出不足，整体满意度消费流程领先，退货和客服环节为重点改进领域。

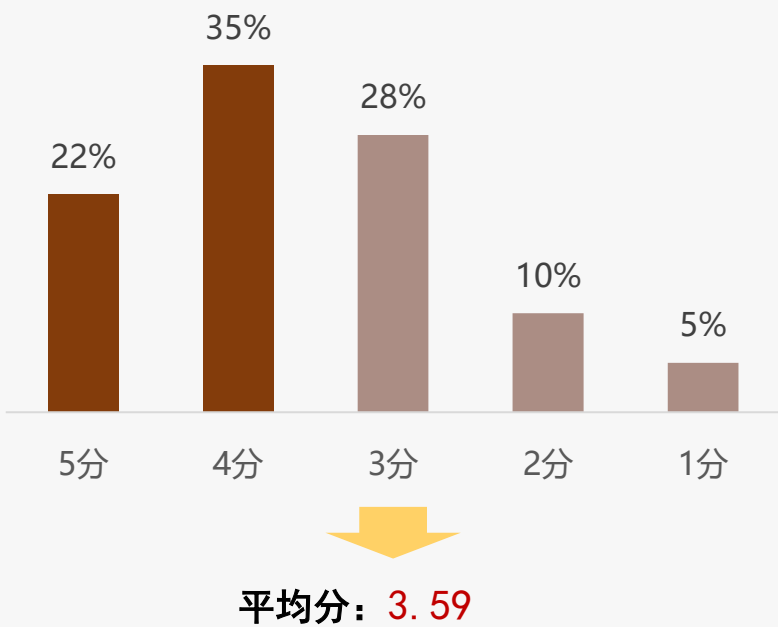
2025年中国海狗海豹油线上消费流程满意度分布（满分5分）



2025年中国海狗海豹油退货体验满意度分布（满分5分）



2025年中国海狗海豹油线上客服满意度分布（满分5分）

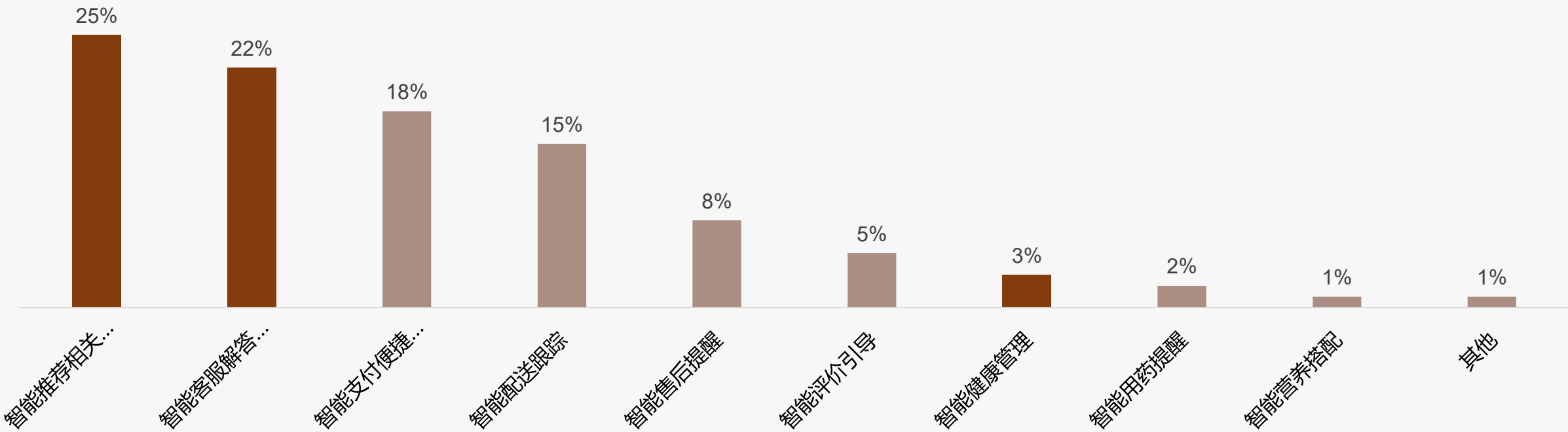


样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

智能推荐客服支付主导健康服务需求低

- ◆智能推荐相关产品占比25%，智能客服解答疑问占比22%，智能支付便捷安全占比18%，显示消费者对个性化推荐、问题解决和支付安全需求突出。
- ◆智能配送跟踪占比15%，其他服务如健康管理、用药提醒等占比均低于10%，表明消费者对物流透明度关注较高，但健康相关服务需求相对有限。

2025年中国海狗海豹油智能服务体验分布



样本：海狗海豹油行业市场调研样本量N=1131，于2025年9月通过华信人咨询调研获得

2016年，华信人（北京）信息咨询有限公司作为中国领先的市场研究机构成立，通过建立经济、企业、专家和进出口等自有数据库，覆盖全球市场调研范围。获评2017年度中国十佳管理咨询诚信服务机构，2019年荣获“值得信赖的中国管理咨询机构”，被评选为全国企业管理咨询机构推荐名录，2021年度入选科技部中小科技企业库。成立九年以来，华信人已累计服务企业上万家，致力于为企业战略决策提供专业的解决方案。

成立以来，华信人咨询成功帮助一批国企、民企转型改制，在战略转型、文化改革、领导力提升与员工行为改善方面积累了丰富的经验和案例，累计完成各类咨询项目600余项。



4001812629



<http://www.hxrcon.com>



北京市海淀区西三环北路89号2层

版权声明

本报告由华信人咨询制作，其版权归属于华信人咨询。未经华信人咨询书面许可，任何组织和个人均不得以任何形式复制、传播或输出至中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告进行的相关商业行为，都将构成对《中华人民共和国著作权法》以及其他相关法律法规和国际公约的违反。

免责条款

本报告所呈现的行业数据、行业动态及市场趋势预测，源自华信人咨询专业团队综合运用多种研究手段，如深度桌面研究、精准行业访谈、全面市场调研等精心分析所得。同时，部分素材汲取自公开渠道，并融合华信人独家监测数据，经由华信人咨询先进统计预测模型运算生成；企业相关数据大多通过实地访谈采集。华信人咨询在信息处理过程中，竭尽全力确保信息的精确性、全面性与可信度，但受限于研究环境的复杂多变，难以做到万无一失，故不作绝对保证。

在此郑重声明，本报告中所含信息及观点，均不具备指导性建议的性质。本报告中所展示的调研数据，基于样本调研方式获取。鉴于调研样本的局限性、调研方法的特定性以及调查资料收集范围的约束，该数据仅能呈现特定调研时段及样本群体的概况，仅针对本次调研目标提供基础参考，助力市场与客户把握基本态势。受制于研究方法和数据资源的边界，本报告仅作为用户了解市场动态的辅助资料，华信人咨询对报告内的数据及观点，不承担任何法律责任。



华信人咨询
HXN CONSULTING

感谢观看

洞察市场快人一步