

网易有道 数智赋能全链路营销

- ◆ 品牌名称：网易有道
- ◆ 所属行业：教育硬件
- ◆ 执行时间：2024.12.29-2025.01.29
- ◆ 参选类别：新品创新



有道词典笔品类开创者 行业领先者

有道品牌—连续5年全国市场份额第一

- 19年英语翻译专家：网易有道深耕AI智能翻译19年**，做出有道词典APP等国民度级别的英语学习产品，已为全球超过**12亿用户**提供语言学习服务，积累众多良好口碑，深受用户信赖
- 语言学习国家队**：与教育部深度合作建设国家语言资源平台，并成为博鳌亚洲论坛、首届国际基础科学大会等多个国家级重要活动的指定智能翻译词典笔

有道词典笔A7 Pro-专为刚接触双语的学习者设计的**双语词典笔**

更多：4200万权威词库，全年龄词汇量全覆盖；跟权威词典学释义、分年龄段学考点、AI精讲学应用；

更快：0秒开机，提笔即扫；0.3秒马上出结果；**不**打断孩子学习的连贯性，保持专注力；

更好：新增新课标配套功能，一笔搞定学习问题；**新课标同步学**，紧跟新课标能力升级功能 **帮助孩子适应新标准，数学同步学**；

更准：翻译精准：离线场景质量第一、发音精准：高考听力朗读专家录制发音；

幼儿启蒙 趣味图解、自然拼读



小初阶段 课本发音、教材例句



中学阶段 中高考真题、考频分析



4英寸 高清护眼大屏
同价位顶配

护眼认证
● 德国莱茵低蓝光护眼认证

面积增大38%
● 一屏尽享，不用来回翻页

视网膜清晰度
● 高分辨率显示屏
● 精度堪比苹果Macbook笔记本



4200w 权威词库
全年龄词汇量全覆盖



0秒 开机 提笔即扫

有道词典笔
不用等开机
提笔就能扫

0.3秒 超快查词

传统查词方式	智能手机查词
	9-30秒
	纸质词典查词
	15秒-2分钟

课前预习 课文提前学一遍

- ✓ 课文原声跟读
- ✓ 单词一键精讲
- ✓ 带着问题听课

课后自测 记忆更牢固

- ✓ 重点单词听背纠音
- ✓ 自主听写自测
- ✓ 词汇语法练习

口语运用 大胆开口说

- ✓ 新课标单元主题口语训练
- ✓ 灵活运用所学知识练习表达
- ✓ 无限次对话畅聊



背景&目标

有道词典笔A7Pro 产品定位

产品定位	有道词典笔A7系列 更多 更快 更好 更准			
目标人群	【决策者】价格敏感型，注重性价比，对孩子辅导和政策变化感到焦虑的低线下沉市场用户为主 【使用者】刚接触双语的学习者，聚焦基础的查词翻译和校内辅导需求，以5-12岁小学低年级群体为主			
基础竞争力	【更多】4200万超大词库；【更快】0秒开机，提笔即扫；【更好】新课标教材同步学；【更准】有道19年翻译大品牌			
差异化竞争力	新课标学习方法 / 全国主流版权教材 / 4英寸莱茵护眼屏 / AI单词精讲 / 分学段查词 / 6万分钟听力资源 / AI老师百科问答			
核心卖点	<p style="text-align: center;">多：4200万权威词库 万元学习资源</p> <p>·词库多：4200万+超大词库，牛津高阶、现代汉语等权威词典+分学段查词+AI新课标精讲，学习更深高效</p> <p>·资源多：内置6万分钟优质中英文听力资源，价值万元；2万条全科知识点，够孩子从小学用到高考</p>	<p style="text-align: center;">快：0秒开机提笔即扫 同价位顶配硬件</p> <p>·更快：性能全新升级，无需开机提笔即扫，0.3秒超快点查，保持孩子学习专注力</p> <p>·更大：4英寸莱茵护眼大屏幕，32G超大内存，1TB免费扩展云盘自主导入</p> <p>·更安心：Rohs安全材料认证，严苛质检标准（8千次跌落100万次扫查）</p>	<p style="text-align: center;">好：新课标教材同步学 语数英提分神器</p> <p>·正版教材内容&发音：全国主流新课标教材原声，双语字幕跟读纠音；专为新课标要求设计的学习方法(课文听读-单词听背-口语对话)</p> <p>·学英语：海量听力资源、AI口语对话、AI语法分析、AI作文批改，听说读写全包揽</p> <p>·学语文：字、词、古诗文、歇后语，AI语文作文润色批改</p> <p>·学数学：视频讲解知识点，搭配项练习题，轻松搞定数学难题</p>	<p style="text-align: center;">准：有道19年 翻译大品牌</p> <p>- 有道19年翻译技术保障，全球12亿学习者共同验证</p> <p>- 自研YNMT神经网络翻译引擎，离线翻译质量堪比专业八级</p>



背景&目标

有道词典笔A7Pro 竟对优势 (同价位 好更多)

	有道词典笔A7Pro	某 D1Pro
屏幕 更大	<input checked="" type="checkbox"/> 4英寸护眼大屏	<input checked="" type="checkbox"/> 3.48英寸护眼屏
词库 更多	4200万权威词库 <input checked="" type="checkbox"/> 覆盖英汉、汉英、汉字、古文等语言学习必备词典 <input checked="" type="checkbox"/> 分年龄段推荐查词结果, 内置新课标词典、中高考考频词点 <input checked="" type="checkbox"/> AI单词精讲单词考点 海量名著语篇辅助理解	“82本词典” <input checked="" type="checkbox"/> 大部分为大学学科、文史内容, 仅1本英文词典 <input checked="" type="checkbox"/> 无新课标内容、中高考考频内容 <input checked="" type="checkbox"/> 仅查词结果, 无精讲
资源 更好	<input checked="" type="checkbox"/> 新课标正版教材资源和音频 <input checked="" type="checkbox"/> 新课标预复习方法 <input checked="" type="checkbox"/> 六万分钟双语听力资源	<input checked="" type="checkbox"/> 无正版教材资源和音频 <input checked="" type="checkbox"/> 仅教材背单词, 无新课标内容 <input checked="" type="checkbox"/> 140个情景对话专题
查词 更准	<input checked="" type="checkbox"/> 高考朗读专家录制 <input checked="" type="checkbox"/> 离线翻译扫描材料、版本不限	<input checked="" type="checkbox"/> TTS发音 <input checked="" type="checkbox"/> 仅教材内容人工翻译标注



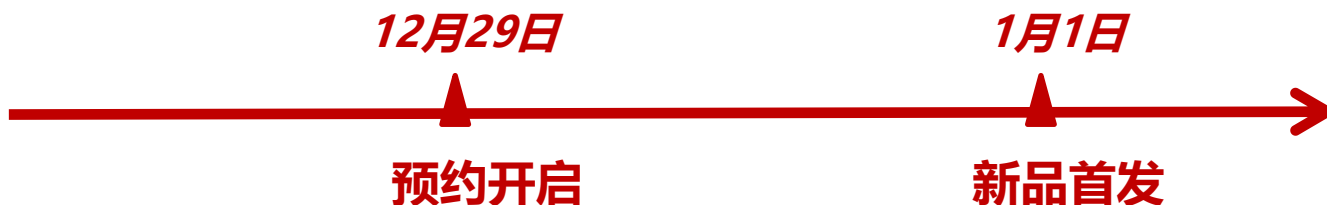
背景&目标

我们的销售目标——10000台!!! (冲单品第一)

产品价格：499

销售目标：10000台

产品利益点：下单送一年延保



日期	预售期			新品爬坡										年货节	TT
	12月29日	12月30日	12月31日	1月1日	1月2日	1月3日	1月4日	1月5日	1月6日	1月7日	1月8日	1月9日	1月10日		
新品销额占比	0%	0%	0%	29%	18%	20%	20%	23%	25%	25%	24%	25%	21%	24%	18%
总销额	0	0	0	700,000	450,000	500,000	650,000	650,000	600,000	700,000	700,000	700,000	700,000	13,330,000	1,968
总费用	35000	40000	45000	52000	43000	43000	50000	60000	58000	55000	43000	43000	43000	921,000	1531000
总费比	0%	0%	0%	7%	10%	9%	8%	9%	10%	8%	6%	6%	6%	7%	8%
新品销量	0	0	0	410	160	200	260	300	300	350	330	350	300	7040	10000
新品销额	0	0	0	204590	79840	99800	129740	149700	149700	174650	164670	174650	149700	3248490	4725530
新品费用 TT	14000	16000	18000	20800	17200	17200	20000	24000	23200	22000	17200	17200	17200	368,400	564400
新品费比 TT				10%	22%	17%	15%	16%	15%	13%	10%	10%	11%	12%	12%
新品ROI TT				3	5	6	6	6	6	8	10	10	9	58	8
费用-站内	8000	8000	10000	15800	12200	12200	15000	18000	18200	17000	12200	12200	12200	275,400	420400
费用-站外	6000	8000	8000	5000	5000	5000	5000	6000	5000	5000	5000	5000	5000	93,000	144000



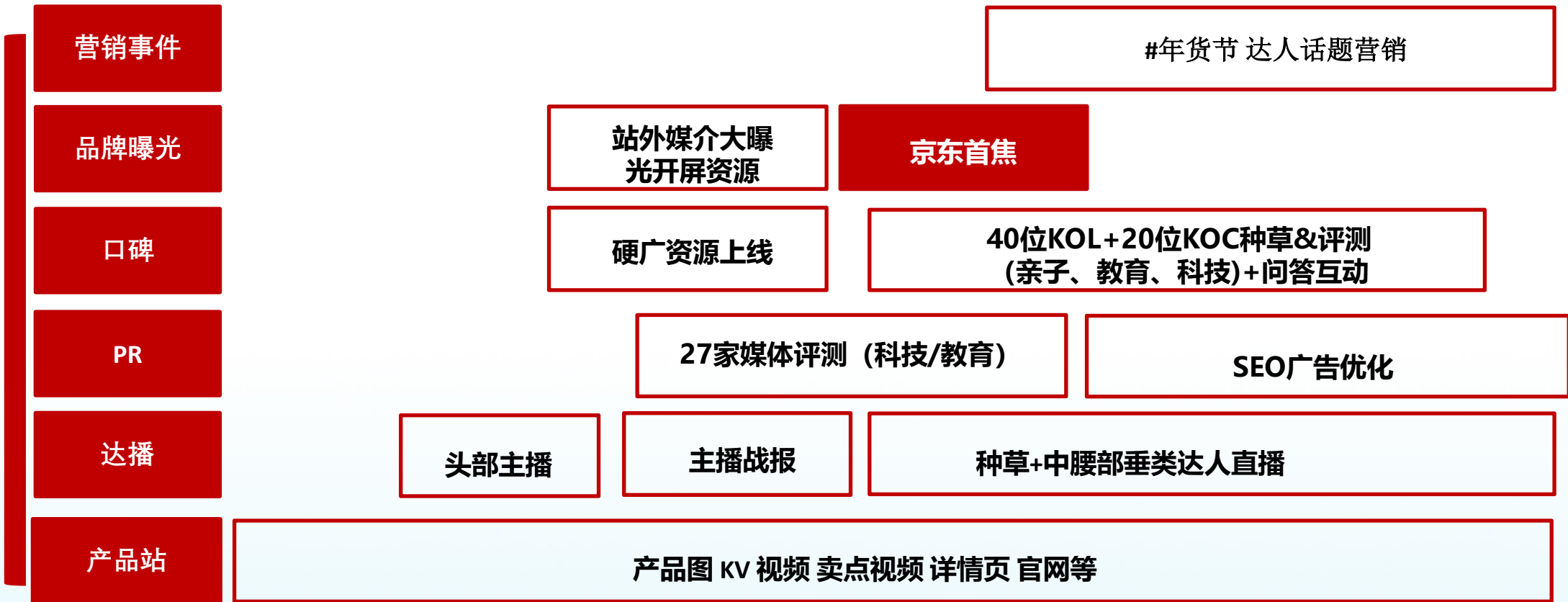
有道词典笔A7Pro 上市营销规划

投入 600W+

12月29日

1.1官方开卖

京东年货节



新品媒体发声 并在年货节期间销量逐步攀升

新品定位及盲测

借势A6Pro的用户认知，推出「更多 更快 更好 更准」新品定位，并进行产品卖点包装，上市前，经新品价格盲测验证，结果高于同价位竞品15%；制作交付商品主视觉、详情页、产品视频、产品手册、官网、卖点对比图、客服一张图等上市物料，并于上市前面向电商、客服、社群全渠道进行2轮新品培训；

1.盲测价格：A7Pro在全部产品盲测情况下，平均价格是496元，为5款产

2.购买意愿（无价格）：在无价格提示下，A7Pro的购买意愿平均分最高 A7Pro、D1Pro、S6Pro、X8、A6Pro，在购买意愿平均分和Top2占比上

3.购买意愿（不同价格区间）：A7Pro在449元、499元价格下的购买意愿

4.A7Pro卖点激发购买意愿排序：Top2分别是：4英寸护眼大屏 德国莱茵5款产品，A7Pro的屏幕最大（4英寸）其次是D1Pro（3.48英寸），且仅表现突出的重要原因

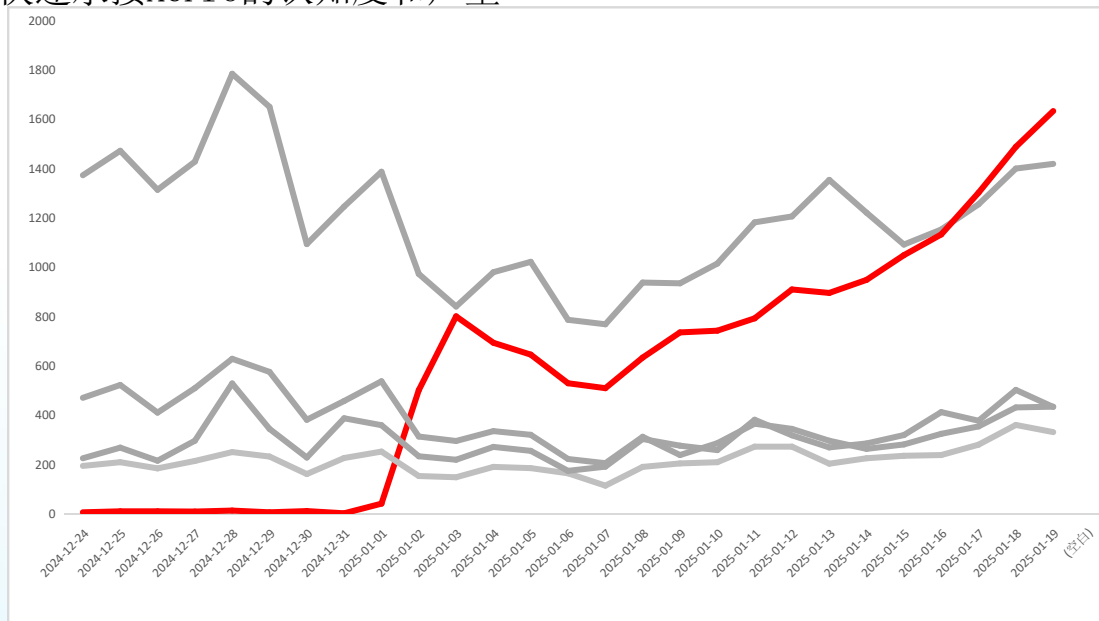
5.A7Pro和其他产品的对比：（本部分测试期间不向用户展示定价，仅展449、499、549 为按照对比实际产品价格推算出的A7Pro价格）

- 1) vs D1P: A7Pro在449元、499元定价下，用户均明显偏好A7Pro（均
- 2) vs A6P: 用户在A6Pro、A7Pro之间的选择受价格影响较为显著，
- 3) vs S6P: 用户在S6Pro、A7Pro之间的选择受价格影响，但整体均



27家媒体发声

新品上市当天，产品视频、推文全面上线官方渠道；中国日报、环球网、消费日报网等27家媒体发布上市稿件；在搜索端对竞品稿件进行有效压制；发售首日即斩获京东、抖音平台词典笔行业单品销量销额双第一，首销战报社群朋友圈全员转发，提振内部信心；发售一周后，京东平台型号词搜索指数爬升至行业第二，仅次于旗舰型号X7Pro，快速承接A6Pro的认知度和声量



有道词典笔分型号销量 (红色为A7Pro)

京东京准通投放定位精准

投入 160w

投放数据： 整体投入160W，新品占比44%，曝光量2399万，引入点击76.8万，引入订单16098，引入GMV 1030万，ROI6.44

人群锁定： 精准定位潜在人群，锁定目标客群特征，多维度精准触达

人群类型	跨品类拉新人群	品类人群	品牌人群	竞品人群
目的	拉新蓄水，扩大品牌人群资产	品类人群触达获量，摇摆人群心智干预	品牌人群防守、收割	竞品人群流量拦截

落地执行： 人群分时段触达，高效引爆

时间节奏		12.29-1.1预售	1.1-1.2尾款开售	1.3-1.15日销	1.16-1.25寒假高点	1.26-1.31春节
产品线费用分配	站外	30%	10%	15%	20%	15%
	快车	50%	55%	55%	50%	45%
	触点	20%	25%	20%	20%	25%
	智能	0%	10%	10%	10%	15%
投放人群		跨品类人群、品类人群、品牌画像人群	品类人群、品牌人群、广告再营销人群	品类人群、品牌人群、竞品人群	跨品类人群、品类人群、品牌人群	品类人群、品牌人群、广告再营销人群

全渠道媒介资源覆盖-曝光1.2亿+

投入 200W+

曝光达
5000W+

京东战略资源

- 京东APP首焦资源 (1229)
- 京东PC首焦资源 (1229)
- 小魔方频道资源 (0115)



曝光达
5000W+

有道开屏资源

- 有道词典APP开屏 (0101-0103)
- 有道翻译官APP开屏 (0101-0105)
- 有道智慧学习APP开屏 (0101-0107)



曝光达
2000W+

其他APP资源

- 知乎APP启动图 (多天)
- 值得买APP启动图 (多天)
- 其他 (多天)



内容种草全网铺设-多达人热推

投放节奏

1月1日-1月5日 集中发布达人视频

1月4日-1月19日 种草视频热推(预算尽量前置, 具体爆发期根据平台big day调整)

投入 120w



头条/微博种草文



类别	内容		费用
抖音	达人合作 内容推广	剧情类达人 (亲子、演绎、短剧、三农)	4-5位, 52万
		口播类达人	2-3位, 8万
	抖+、「质爆」笔记热推投放	40万	
知乎 值得买	内容热推	图文推广52篇+资源	20万
TT			120万

年货节-话题营销-整体播放量800W+

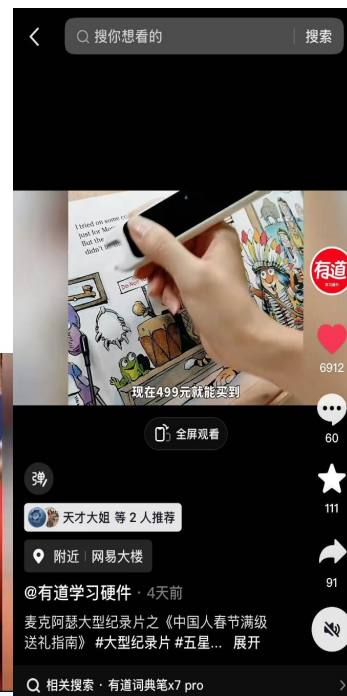
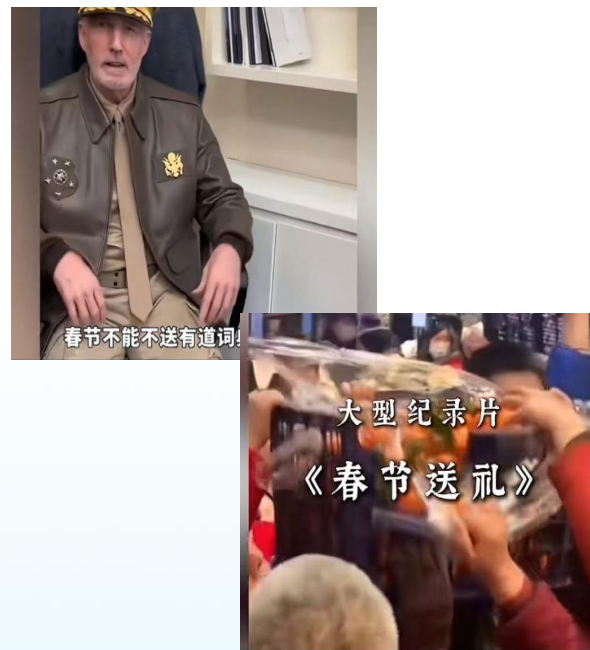
投入 100w

#刘强东回宿迁光明村发钱#成为热点话题，年货清单中露出词典笔。迅速借势流量，**关联多个热搜**，借助热点提升品牌热度。

- 全网累计播放量超过600W，共关联3个抖音热榜
- PR强绑定**刘强东的选择**，占位刘强东、有道词典笔的资讯头条。
- 京东抖音百度搜索指数均在传播期达到峰值。京东提升33%、抖音提升123%、百度提升提升13%

麦克阿瑟体在抖音热度较高，借此热点，在年货节期间于社交平台展开词典笔的宣传。通呈现春节送礼的趣味场景，传递**送孩子红包不如送好成绩**的理念。

- 视频总播放量207.6w+，互动量6.2w+；达到近30天官号点赞量峰值。
- 抖音传播视频播放量109w+，互动量5.4w+，新增A3人群3.5w，引流关键词搜索900+次
- 传播当天（1月10日）有道词典笔抖音、百度、微信三平台指数均出现搜索峰值，且远高于竞品





春节营销-微信蓝包推广

春节礼品赠送需求旺盛。微信官方对蓝包的推广为品牌提供了的营销契机，有道词典笔借此机会融入新增礼潮流，向用户传递过年就给孩子送有道词典笔，以微信为主阵地的朋友圈广告、私域等推广办法，实现品效合一的春节营销

投入 20w



推爆单品及达成

目标达成：经过全链路营销 多渠道推广营销，有道词典笔A7P截至1月29日，114%达成销售目标；
 榜单冲刺：并连续成为电子教育词典笔 新品榜单TOP1，以及中小学生电子词典榜TOP1；
 消费者反馈：多平台好评无数，已经成为双语学习教辅必备单品之一；

A7Pro上市访客及销量情况

