

智胜 618 AI 深链营销 - 引领伊利大促逆势破局

- ◆ 品牌名称：伊利
- ◆ 所属行业：食品饮料
- ◆ 执行时间：2025.05.13-06.30
- ◆ 参选类别：AI提效

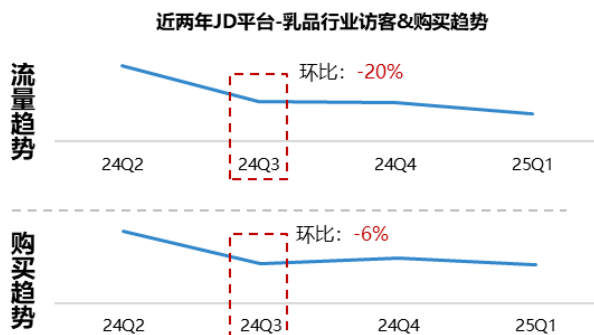


背景&目标

液奶行业整体竞争加剧，伊利需从流量/货品/新客三方破局

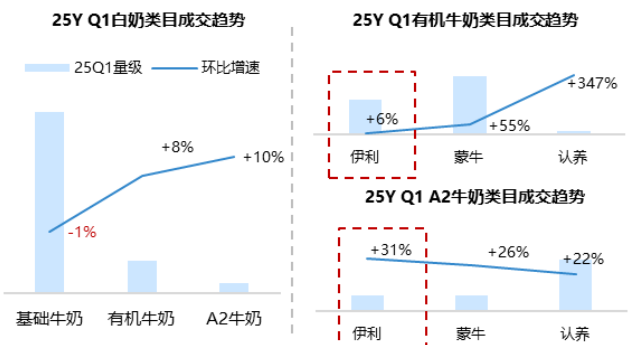
01

乳品行业增长遇瓶颈 用户呈下滑趋势



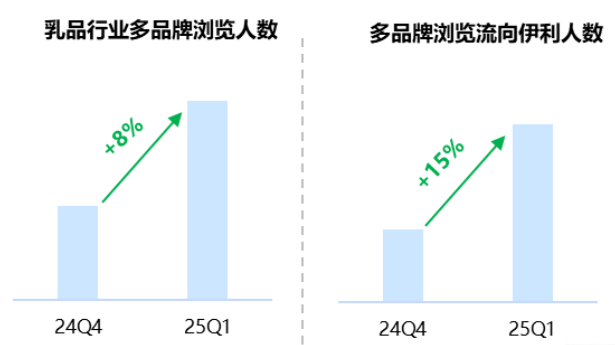
02

有机/A2牛奶为后续机会赛道 伊利量级&增速不及竞品



03

行业多品牌横跳人群增加 摇摆用户需重点争夺



目标01

增流量！拓展渠道补充新用户

新客人数提升10%

目标02

搭主流！增长赛道新品打爆

新品销售位列大促新品榜TOP3

目标03

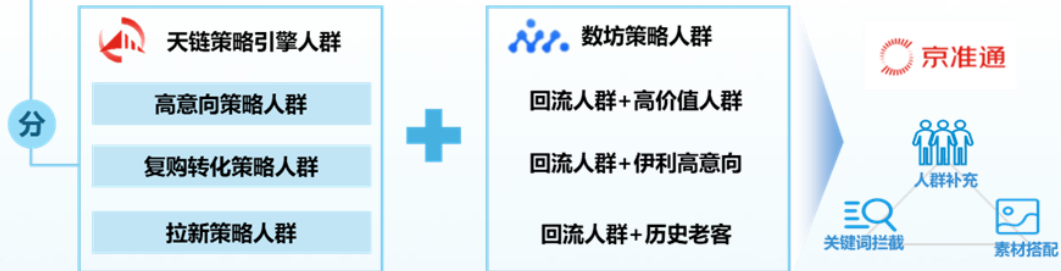
智升级！模型加速撬动摇摆人群

竞品用户数增长10%



流量破局-综艺IP&外卖热点加持，提前扩充大促前流量池

4月份《乘风破浪的姐姐》综艺IP站内精筛再利用



5月份《京东外卖》东哥热点红利蹭流量



618 品牌流量池储备数据

维度	4月综艺IP	5月外卖热点	累计
新增人群	320万	450万	770万
货品关连	2万单	4万单	6万单
价值人群	10%	15%	14%

公域转私域

价值老客 > 伊利会员

跨场景货品延伸



货品破局- AI智能场景校准, 重构大促新品新打法

新品-原定位场景

运动后就喝金典高蛋白

25-45 一线女性 # 运动搭子 # 减脂



效果表现-差

直接ROI

2.53

(金典新品-200*24直接ROI可达14.03)

CVR

3.93%

心智关键词

消耗占比0.08%

资产效率

A1-A2: 0.5%

Vs金典全品: 1.8%

AI消费者智能体调研, 重构金典高蛋白「饱腹感」场景概念

WPP中国消费者 智能体



挑选AI智能体

AI智能体自我访谈



Step1 新品问卷AI用户答题



金典 & 京东
高蛋白新品共创研究报告

67 问卷题目

1000 AI智能体

Step2 问卷结果对比分析

差异内容界定	差异识别与验证	差异场景与应用
为什么有这个差异?	差异人群/问题确定	83%一致性比例

Step3 真实场景校正还原

25-45 一线都市运动女性

过度聚焦运动场景 < 早餐场景78.8%

精致妈妈



职场上班



温和补充



Step4 明确场景-AI用户投票

[饱腹感] X [健康管理]

[2大亮点角度 X 竞品差异] 找到关键转化切口

场景交叉	精致妈妈	职场上班	温和补充
饱腹扛饿	放学	身材管理	消化不良
健康管理	早餐	能量补充	蛋白维持

AI新场景概念创意




+

AI全域营销流量助推

- 扩声量: 借助全站营销积累流量
- 校准模型: 实时监测搜索流量/CPC/ROI各项指标, 校准黑盒模型算法

巧用AI实现从「新」流量到「心」流量, 提升自然搜索, 迅速打爆!

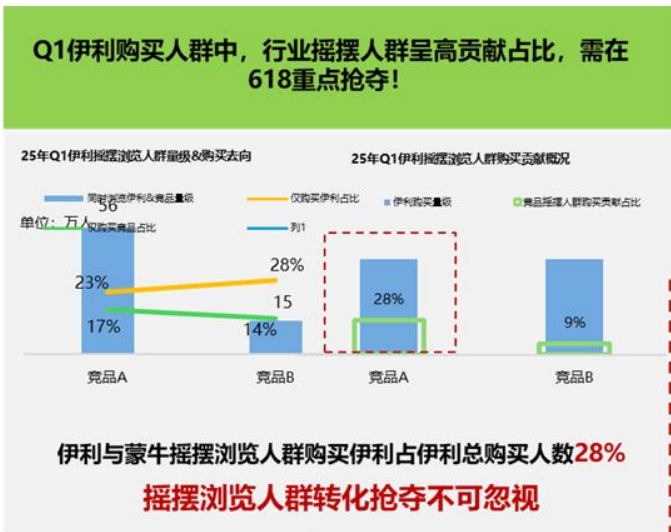
AI 校准后效果表现

维度	原数据	新数据	增幅
ROI	2.53	3.87	52.9%
人群资产	0 (健康管理/职场补充)	120万	NA
流转效率	0.5%	1.2%	140%



人群破局-2.0倒戈模型再升级，快速收割大促行业摇摆用户

投前洞察



BEFORE

- DMP竞品行为标签交并差处理；
- 简单粗暴拉取投放；
- 成本高/转化差；

NOW

通过数坊Datalab数据模型配置，挖掘并动态输出竞品摇摆高意向人群，赋能投放

- 1. 样本选择**
近30天同时浏览伊利&蒙牛人群
+
近30天同时浏览伊利&认养人群
- 2. 筛选特征**
画像标签：| 年龄 | 购买力 | 靶群 | 常用收货省份
行为标签：最近登录时长/最近一次下单时长
✓ 近30天频次浏览伊利
✓ 近30天搜索伊利
- 3. 模型配置**
模型选择：> Logistic Regression
> Random Forest
- 4. 模型预测**
预测购买伊利概率分层人群
0.3-0.4 0.4-0.5 0.5-0.6 0.6-0.7 0.7-0.8
筛选购买概率≥0.5人群生成
- 5. 过程调优**
结合第一阶段（预热期+开门红）人群效果进行模型调优
BEFORE：近30天频次浏览伊利
AFTER：近30天加购伊利商品
人群筛选：购买概率≥0.5 → 人群筛选：购买概率≥0.7

群邑2.0版动态倒戈模型解法

结合本竞品活动节点，动态调优倒戈模型

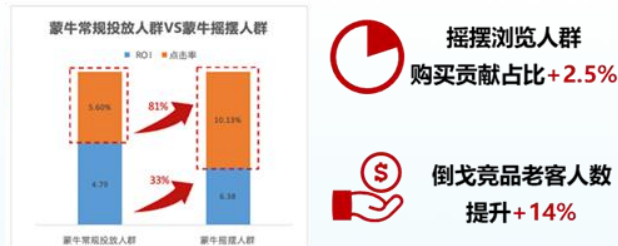
6.1-6.6蒙牛巅峰盛典周 6.6-6.8 高考搭子活动

流量同比: +15% 成交同比: -23% 搜索关键词: 热度飙升幅度 +8120% 蒙牛巅峰百补日: 1元抢蒙牛爆款 +7643%

人群	标签
蒙牛巅峰未购人群 相关词搜索人群	增加高考搜索行为 增加类目频次浏览标签

动态调优 查缺补漏

摇摆人群贡献占比&竞品倒戈效率双提升





618数智营销地图：紧跟平台节奏&热点场景，[热点.平台.AI.投放] 四维一体 实现大促媒介效果最大化





效果达成: AI拓展大促生意场景 实现逆势翻盘



用户资产&生意份额提升

• 用户体量增长, 实现新客增量:

- ✓ 成交人数同比24Y 618增长**8%**;
- ✓ 新客同比提升**15%**;

• 精准倒戈, 扩大摇摆人群渗透:

- ✓ 倒戈竞品老客环比大促前增加**1X万+**, 提升**14%**

生意份额扩大: 本次618销售额达**3亿+**, 市场份额同比提升**4%**



媒介降本提效, 促新品打爆

• 总体营销效果: 平台多节奏竞争中, 紧抓小的爆发节点, 成功实现付费媒介降本增效

- ✓ **CPC**同比**降低36%**;
- ✓ **拉新成本**同比**降低3%**;
- ✓ **ROI**同比**提升4%**;



• 新品打爆: 新品登顶箱装纯牛奶新品榜**TOP1**;618期间带动金典品线**销售GMV破亿!**



EC AI Intelligence

大规模AI用户行为研究 构建真人智能体 理解消费决策

AI大语言模型

13年调研访谈

历史广告数据

历史电商数据

社交平台数据

舆情评论数据

100K

AI用户画像创建-智能体

+1M

六线城市访谈/行为数据

<45m

每次用时访谈数据



EC AI 智能体：为伊利提供一站式洞察落地服务

适合部门单位= 品牌电商市场部 / 电商部部长 / 部门主管

P规划-数坊/灵犀/云图等

透过AI用户画像了解偏好与优先级，创建研究框架，指导输出后人X货X场规划



1. 快速判断产品转化机会
2. 识别可能购买人群画像
3. 按照画像，匹配高购买转化场景
4. 按照场景输出「电商广告创意」



核心发现摘要



研究方法论

基于语言模型的“主观世界建模”方法

本研究采用Aryica AI团队开发的智能体模拟方法，通过构建真实用户画像的智能体代理，模拟深度沟通过程。这种方法能够有效捕捉在群体中的决策机制和偏好因素，为产品营销策略提供深度洞察。

研究流程

- 1. 构建个性化用户画像
- 2. 构建真实的营销环境和流量逻辑
- 3. 深入挖掘用户需求和需求动机
- 4. 识别高转化的购买决策场景

I洞察-GPT+DS+AI copilot

透过访谈代表目标受众的AI数智人，了解行为模式与背后动机



【饱腹感】X【健康管理】

[2大亮点角度 X 竞品差异] 找到关键转化切口

场景交叉	精致妈妈	职场上班	温和补充
饱腹扛饿	放学	身材管理	消化不良
健康管理	早餐	能量补充	蛋白维持

C创意-豆包+即梦+可灵+JM

透与AI用户画像头脑风暴和共创，产生创新想法并验证创意概念



T测试-京调研/站外直投/CID

访谈AI用户画像，测试产品概念和广告创意，获得真实反馈，与访谈校准



目标调研地区用户在调研产品的总体喜欢程度与好评的

	整体		人群		女性		特仑苏		舒化奶		金典		卫仕	
	(A)	(B)	(A)	(B)	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)	(J)
BASE	1249	1094	155	594	254	77	128	150	46					
非常喜欢	42.6%	42.7%	41.9%	42.9%	42.2%	42.0%	29.9%	35.9%	47.3%	37.0%				
比较喜欢	42.8%	47.7%	46.4%	46.6%	46.5%	51.9%	57.0%	42.4%	44.0%	47.2%				
一般	8.2%	8.2%	8.4%	8.4%	8.4%	5.9%	14.3%	6.3%	8.0%	15.2%				
不太喜欢	0.7%	0.7%	0.6%	0.6%	0.6%	1.3%	0.8%	0.7%	0.8%	0.7%				
完全不喜欢	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.4%	2.6%	-	-	-				
均值	1.4%	1.4%	1.3%	1.3%	1.3%	0.4%	3.9%	0.8%	0.7%	-				
128	90.4%	90.4%	90.3%	89.7%	93.7%	91.8%	93.0%	91.3%	91.3%	94.8%				
Mean	4.31	4.31	4.30	4.30	4.40	4.40	4.05	4.28	4.18	4.22				
Std	.707	.707	.706	.706	.706	.688	.857	.814	.662	.696				



多场景素材CTR测试