

全链路数智驱动

助力海信洗烘新品冲顶类目TOP1

- ◆ 品牌名称：海信洗衣机
- ◆ 所属行业：家电类
- ◆ 执行时间：2025.03-08
- ◆ 参选类别：新品创新





背景&目标

项目背景

行业头部集中，用户需求向洗护/洗烘升级，行业向高价位迁移。海信要突破竞品封锁，以新品破局推品牌升维，实现市占额与GMV双增长。

洞察策略

洞察市场、竞品与品牌特性，分析新品切入口；顺应行业趋势锁定高端市场，锚定核心竞品，付费营销一体化发力转化目标人群；

投放与优化

打通站内外联动，构建流量闭环；深挖人群圈层价值，实现意向用户精准触达；动态监控本品与竞品关键词效率及时调优。

目标达成

新品首发当日目标达成率**110%**，迅速登顶行业套装类目**TOP1**，创下品牌新品首日销售历史新高。

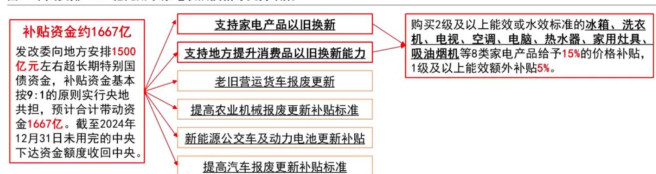
项目背景：市场需求多样性，用户需求升级

用户对于洗衣机的需求，正在经历“从洗到洗护/洗烘”的过程升级，更智能、更健康、品质化、高颜值的产品需求正在攀升。

以旧换新政策驱动洗衣机消费

- 以旧换新政策密集出台，加大补贴力度
- 各大企业开展以旧换新促销活动，双11期间更是大力宣传，并设以旧换新活动专区等。

图1：中央安排1500亿元用于家电以旧换新等支持政策



资料来源：《关于加力支持大规模设备更新和消费品以旧换新的若干措施》，国信证券经济研究所整理

表1：预计本轮家电以旧换新有望拉动家电销售额增速10%-24%

	悲观情况	中性情况	乐观情况
总补贴资金（亿元）		1500/0.9=1667	
资金分配家电以旧换新的比例	10.0%	13.3%	16.7%
家电以旧换新补贴金额（亿元）	166.7	222.2	277.8
以旧换新补贴标准		15%-20%	
预计拉动家电销售额（亿元）	833-1111	1111-1481	1389-1852
2023年家电内销额（亿元）		7736	
预计对家电内销额的拉动比例	11%-14%	14%-19%	18%-24%

资料来源：发改委官网，全国家用电器工业信息中心，国信证券经济研究所整理和预测

洗衣机大容量销售占比加大

- 10KG占据市场主流后，继续向11、12KG升级。
- 大容量洗衣机销售额份额已超75%，洗衣机对小容量取代趋势在加速。



洗烘套装规模的持续大幅提升

- 国补的普惠性对冲流量聚焦，多数企业产品集中度下降，新品占比有所提升
- 洗烘套装结构需求性规划持续提升

24W01-W46线上洗衣机不同产品销量结构（%）



双十一期间线上冰洗新品销量占比变化



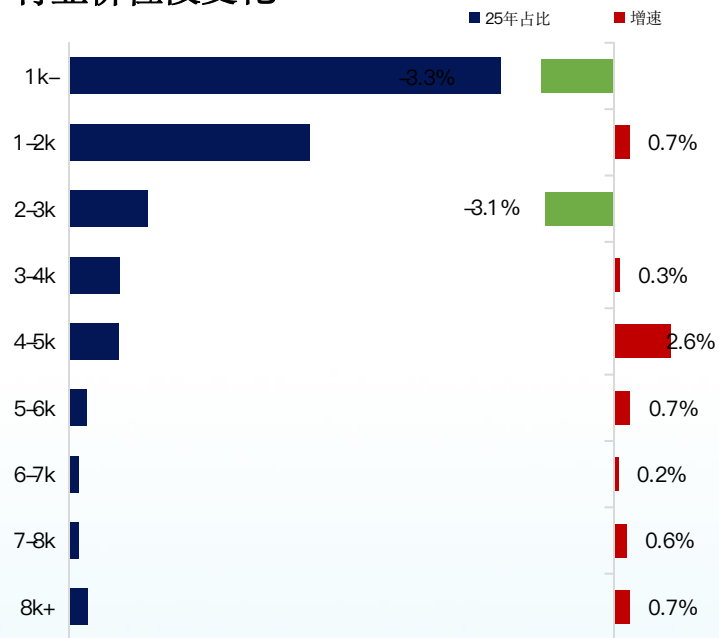
信息来源：奥维云网

市场洞察：行业价格段趋势不一，竞对瓜分明显

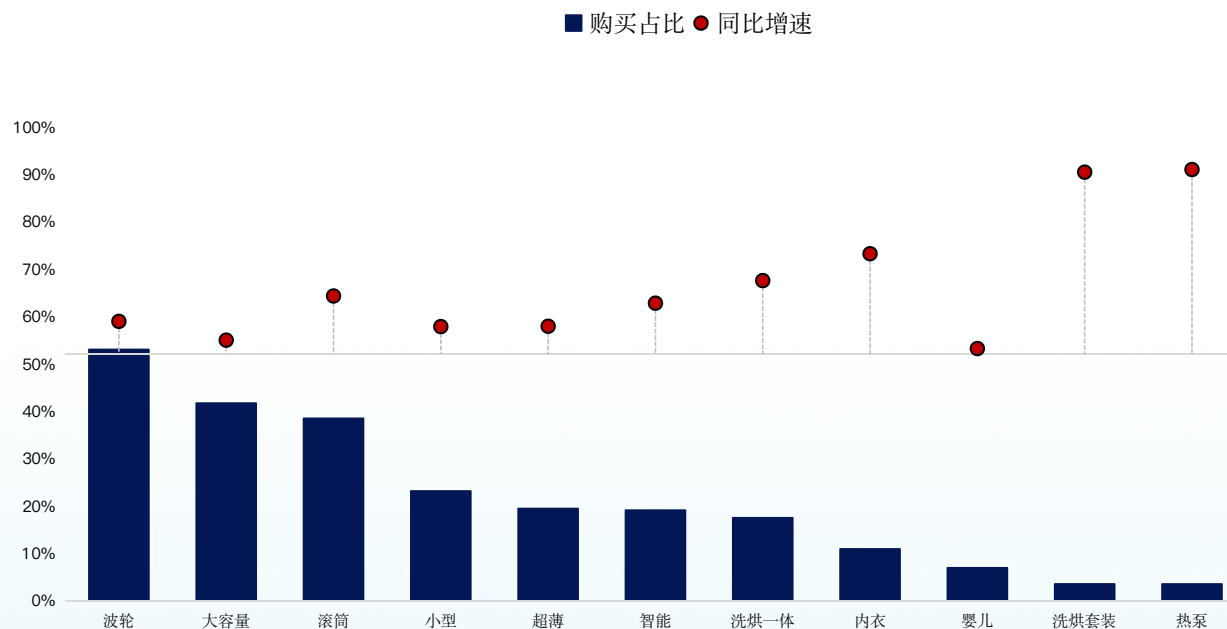
低端以下占洗衣机市场占比**50%+**，增速最高为中、高价位段，整体有向高价位段迁移趋势

1. 市场上仍以低价位段为主，占50%+，从内占比的增速来看，中端以下价位段占比降幅较大，中高以上占比均在增长，行业整体有向高价位的迁移趋势；热泵、洗烘套装拉动行业高客单增长；
2. 低价位以下核心为波轮洗衣机，由竞对品牌占据；低中市场多为滚筒洗衣机，洗烘一体开始出现，市场多被竞对品牌刮分；**中高市场开始出现洗烘套装**，以洗烘一体、洗烘套为主，海信棉花糖洗烘套在中高市场有一定份额；**高端市场以竞品为主战场**

行业价位段变化



各属性表现与占比



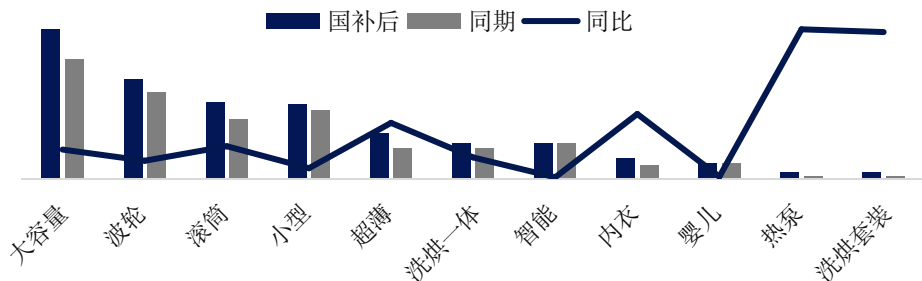
来源：京东数坊，货品偏好；时间周期：当期：25年3.1-6.16，24年同期：24年3.1-6.16；
 注释：以上数据为购买人数，其中下单后第二天退单仍纳入统计



行业状态： 拉动行业高客单产品主要为洗烘套装产品， 顺应趋势

国补后主要市场在， 大容量， 波轮， 滚筒等； 增速市场为洗烘套装， 带热泵， 内衣， 超薄

洗衣机类目词下各属性表现

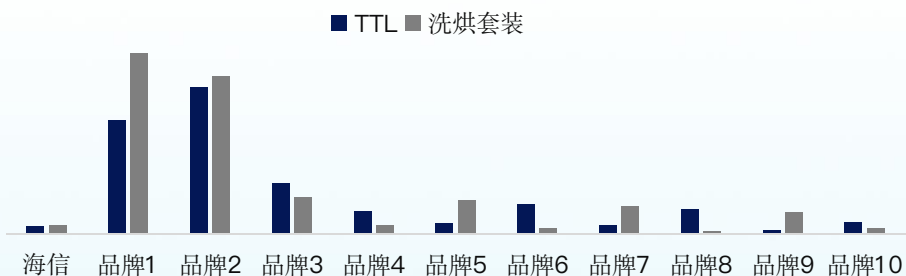


各属性价格段内占比

	TTL	小型	波轮	滚筒	洗烘一体	洗烘套装	内衣	婴儿	超薄	智能	大容量	热泵
1k-	4x%	9x%	7x%	3x%	2x%	0x%	4x%	7x%	5x%	4x%	3x%	0x%
1k-2k	2x%	7x%	2x%	3x%	2x%	0x%	4x%	1x%	4x%	1x%	3x%	0x%
2k-3k	1x%	1x%	3x%	2x%	2x%	1x%	1x%	5x%	2x%	1x%	1x%	1x%
3k-4k	6x%	0x%	1x%	1x%	1x%	1x%	4x%	2x%	1x%	7x%	6x%	1x%
4k-5k	4x%	0x%	0x%	1x%	8x%	1x%	2x%	0x%	8x%	4x%	4x%	1x%
5k-6k	2x%	0x%	0x%	4x%	3x%	7x%	0x%	0x%	3x%	2x%	2x%	7x%
6k-7k	1x%	0x%	0x%	2x%	1x%	1x%	0x%	0x%	1x%	1x%	1x%	1x%
7k-8k	1x%	0x%	0x%	1x%	0x%	1x%	0x%	0x%	1x%	1x%	1x%	1x%
8k-9k	1x%	0x%	0x%	1x%	0x%	1x%	0x%	0x%	0x%	0x%	1x%	1x%
9k-10k	1x%	0x%	0x%	2x%	0x%	2x%	0x%	0x%	1x%	0x%	1x%	2x%
10k+	1x%	0x%	0x%	1x%	0x%	1x%	0x%	0x%	0x%	0x%	1x%	1x%

海信洗烘套装对比竞品有较大差距， 市场主要被竞品占据

各品牌洗衣机与洗烘套装市占对比



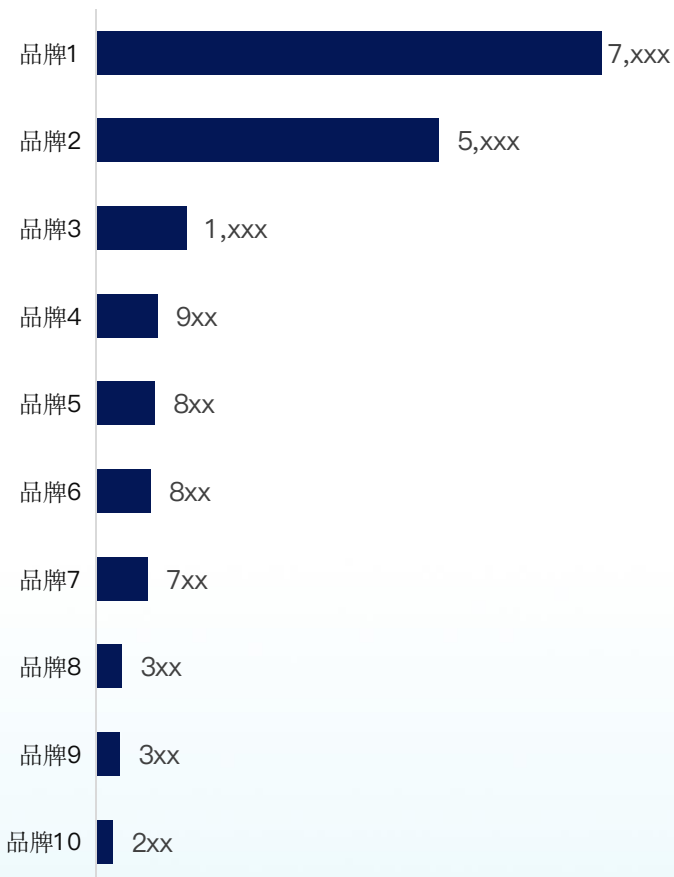
各属性价格段渗透率

	小型	波轮	滚筒	洗烘一体	洗烘套装	内衣	婴儿	超薄	智能	大容量	热泵
TTL	3x%	5x%	4x%	1x%	3x%	1x%	8x%	2x%	1x%	7x%	3x%
1k-	7x%	8x%	2x%	1x%	0x%	1x%	1x%	2x%	2x%	6x%	0x%
1k-2k	9x%	4x%	5x%	1x%	0x%	1x%	4x%	4x%	1x%	9x%	0x%
2k-3k	4x%	1x%	8x%	4x%	0x%	9x%	3x%	4x%	2x%	9x%	0x%
3k-4k	3x%	5x%	8x%	3x%	1x%	7x%	2x%	5x%	2x%	8x%	1x%
4k-5k	0x%	1x%	8x%	3x%	9x%	4x%	1x%	4x%	1x%	6x%	9x%
5k-6k	0x%	1x%	8x%	3x%	1x%	1x%	2x%	3x%	2x%	6x%	1x%
6k-7k	0x%	0x%	7x%	2x%	3x%	2x%	2x%	1x%	2x%	6x%	3x%
7k-8k	0x%	0x%	7x%	1x%	5x%	1x%	2x%	2x%	1x%	6x%	5x%
8k-9k	0x%	0x%	8x%	6x%	8x%	0x%	1x%	1x%	1x%	8x%	8x%
9k-10k	0x%	0x%	9x%	2x%	8x%	0x%	0x%	2x%	3x%	8x%	9x%
10k+	0x%	0x%	8x%	5x%	8x%	0x%	0x%	1x%	4x%	8x%	8x%



定位核心竞品：洗烘套装下产品市场主要被竞品占据，根据购买指数选出核心竞品

购买人群(指数)



品牌	货品名称	SKU	购买(指数)	占比
品牌1	10KG滚筒洗衣机+变频热泵烘干机【小乌梅2.0】	100097530200	9xx	5.x%
	10KG滚筒洗衣机+变频热泵烘干机【小乌梅2.0高奢版】	100131915618	6xx	3.x%
	10KG滚筒洗衣机+变频热泵烘干机【小乌梅2.0奶油白】	100114940040	5xx	3.x%
	水魔方洗烘套装10KG滚筒洗衣机+热泵烘干机	100077018565	5xx	3.x%
	10KG滚筒洗衣机+变频热泵烘干机【小乌梅MAX高奢版】	100104146366	4xx	3.x%
	10KG滚筒洗衣机全自动+热泵烘干机	100075824845	4xx	2.x%
	水魔方10KG滚筒洗衣机+变频热泵烘干机【小乌梅MAX轻奢版】	100086580398	4xx	2.x%
	水魔方洗烘套装 10KG滚筒洗衣机全自动+热泵烘干机	100109054420	3xx	2.x%
	10KG滚筒洗衣机+热泵烘干机 蓝氧2.0 全变频【小蓝鲸2.0】	100100624670	3xx	2.x%
	10KG滚筒洗衣机全自动+变频热泵烘干机蓝氧	100138492228	3xx	2.x%
	10KG滚筒洗衣机+热泵烘干机 蓝氧2.0全变频【小蓝鲸2.0】	100131915630	3xx	2.x%
	10KG滚筒洗衣机全自动+变频热泵烘干机	100138492226	3xx	2.x%
	10KG全自动滚筒洗衣机水魔方热泵烘干升级全面屏款	100139102268	3xx	2.x%
	10KG滚筒洗衣机全自动+热泵烘干机 1.1洗净比	100139217582	3xx	2.x%
品牌2	云溪冠军版376洗烘套装	100058460563	9xx	5.x%
	云溪冠军版376白洗烘套装	100067776071	9xx	5.x%
	10KG滚筒洗衣机+热泵烘干机家用	100077693619	4xx	3.x%
	云溪冠军版386白洗烘套装	100085349734	4xx	2.x%
	云溪精英版583洗烘套装	100112652225	4xx	2.x%
【山茶花系列】云溪洗烘套装	100102757462	3xx	2.x%	
品牌3	iQ300洗烘套装	100065616007	4xx	2.x%
	iQ300曜石黑系列	100065616005	3xx	2.x%
	iQ300 10+10kg洗烘套装	100088421044	3xx	2.x%
品牌4	10公斤滚筒洗衣机+热泵烘干机【清风明月】	100085313029	3xx	2.x%
	10KG滚筒洗衣机+变频热泵烘干机	100130936348	3xx	2.x%
品牌5	玉兔2.0pro洗烘套装	100112741391	6xx	3.x%
品牌6	白月光4.0 洗烘套装 纯平全嵌	100137629936	4xx	3.x%
	白月光3.0PP 洗烘套装	100112741377	3xx	2.x%
品牌7	揽光W2洗烘套装	100067811571	5xx	3.x%
品牌8	【云朵白2.0主推】	100047596750	3xx	2.x%
品牌9	洗烘套装10KG智投滚筒洗衣机全自动	100144036020	3xx	2.x%
品牌10	棉花糖轻奢版MAX 12KG滚筒洗衣机+双擎大容量热泵烘干机	100133319728	2xx	1.x%



洞察&创意

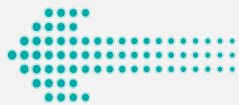
投放策略：数智渠道配合渗透

基于数据洞察，执行监测和投放指导来缩短产品冷启动周期

目的&作用

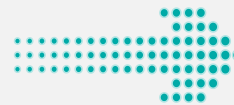
投放&天链

渠道引流效率&转化效率监控
人群匹配与动态调优，搜索流量机会点
外媒拓量，PV加深，人群再营销



数坊

上市前：行业分析，竞品确定，流量人群明确等
新品期：流量把控与搜索监测，渠道拆解与来源
成熟期：人群修正与拓量，流转链路监测



商智

流量结构优化与提效
产品流量承接布局
标题，素材，搜索等调整指导

动作

明确竞品&核心产品对标

——明确定位，市场，市占与竞品表现

搜索表现与拓量

——拉升搜索排名，寻找品类词机会点

已购人群来源

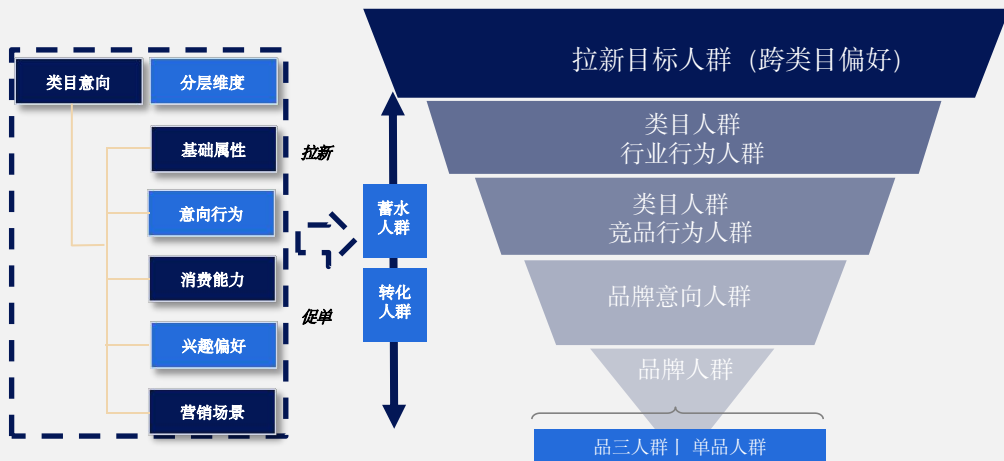
——明确人群偏好，周期，获取增量

人群漏斗&竞品得失

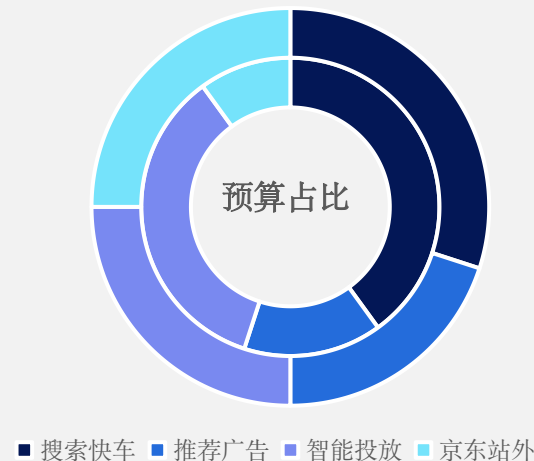
——漏斗监测流量转化率等，动态调优

付费执行策略

①基础人群分层运营

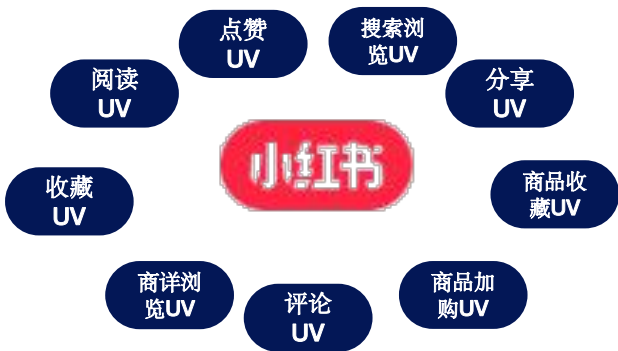


②分阶段消耗占比调整



投放策略：站内外一体化联动

站外精准种草与引流



人群精准触达

种草场

- 卖点一致性
- +
- 人群一致性
- +
- 内容一致性
- +
- 资源一致性

关键词布局

提升「海信棉花糖xx」认知

精细化种草

充分用户关注并深耕心智

场景化内容

种草一体助力品牌精准度量

种草

数据回流与打通

效果监测与优化

人群挖掘与触达

京准通渠道投放

转化

广告再营销促转化

小红盟站外人群站内复投效果相较于常规人群提升约**30%**，实现了站内外流量闭环精确人群有效转化!

人群名称	消耗	CPC	CTR	ROI	CVR
JMC-人群1	292xx	x.23	x.36%	xx.64	x.39%
JMC-人群2	228xx	x.24	x.12%	xx.33	x.19%
JMC-人群3	133xx	x.05	x.54%	xx.22	x.36%
JMC-人群4	109xx	x.01	x.20%	xx.97	x.77%
JMC-人群5	59xx	x.06	x.83%	xx.78	x.76%
JMC-人群6	36xx	x.01	x.79%	xx.87	x.49%
JMC-汇总	859xx	x.94	x.35%	xx.71	x.76%

人群名称	消耗	CPC	CTR	ROI	CVR
内容营销-人群1	xx92	2.58	x.96%	xx.10	x.70%
内容营销-人群2	xx41	2.00	x.34%	xx.01	x.67%
内容营销-人群3	xx20	2.06	x.24%	xx.88	x.22%
内容营销-人群4	xx28	2.19	x.34%	xx.29	x.21%
内容营销-人群5	x32	1.90	x.346%	xx,28	x.14%
内容营销-人群6	x28	2.22	x.95%	xx.52	x.87%
内容营销-汇总	xx643	2.20	x.22%	xx.47	x.23%

平台资源-闪电新品资源位

效果度量

心智度量

外媒先行

针对产品内容进行种草，结合4个一致性进行

京准通执行

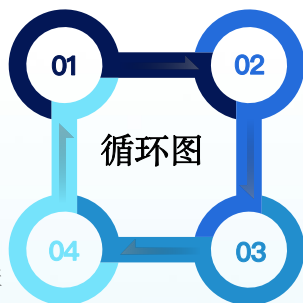
小红盟站外人群站内外联动减少找草转化漏斗流失；站内PV人群加深

天链中转

针对外媒回流人群进行圈包推送数坊和DMP；外媒包基础上进行拓量进行JMC人群

数坊洞察

针对外媒人群画像进行纠偏；洞察行业、竞品、本品画像提高人群精准度



循环图

人群分层触达：精细化运营

1. 框定TA标签，提升蓄水人群浓度

将投放人群包进行标签叠加筛选，贴合购买客画像进行高属性标签的叠加，抓取最精准的人群，提升投放效率。

高意向标签

- 圈选优势靶群，剔除无效流量，精准收割；都市中产、都市家庭、小镇中产、小镇家庭 \cap 主推类目浏览未购买人群
- 通过消费能力等精准定位高端人士，集中高客单人群快速收割
- 类目意向人群 \cap 高消费能力；大家电高端拉新人群；生活电器高端拉新用户

2. 竞品拦截——分产品定位对标竞品人群

通过分品定位竞品意向人群，有效提升投放量级，实现定向转化，放置品牌流量流失。

- 海尔洗衣机竞品（类目、店铺、对标SKU）+摇摆人群
- 小天鹅洗衣机竞品（类目、店铺、对标SKU）+摇摆人群
- 东芝洗衣机竞品（类目、店铺、对标SKU）+摇摆人群

3. 品牌/行业人群——提升人群精度

这部分人拥有高意向，高消费能力，但涉及人群竞争激烈，通过对购买意向的圈选，确定到高精人群，从而提升投放效率

- 洗衣机三级类目有过浏览 \cap 未购买行为的意向人群
- 洗衣机三级类目有过加购 \cap 未购买行为的意向人群
- 品牌三级类目有过浏览 \cap 未购买行为的意向人群
- 品牌三级类目有过加购 \cap 未购买行为的意向人群
- 类目/品牌意向人群 \cap 高消费能力；

4. 沉默老客及流失客召回

对于品牌老客及品牌意向人群进行重复触达，再营销召回，促进流转，最终实现转化。

- 品牌关联类目已购 \cap 冰箱、空调类目未购人群；
- 沉默老客
- 历史购买SKU人群
- 数坊针对重点人群再回流，以靶群，消费能力，浏览点击次数进行重点分层；近30天点击过广告 \cap 未购买用户

人群2.0升级：圈层人群侧写分梯度投放

对所有已购人群进行地域，年龄，购买力，房产，职业等特征进行归类，同时对其在京东经常购买的类目进行归类，侧写出整体人群标签与特征，再通过数坊算出其量级与转化率，明确与竞品差距，通过投流拉升该类人群的增长

触达优先级	人群名称	核心特征	消费特征
第一优先 固盘人群	科技潮品学生族	21-30岁、消费能力L45、学生群体、初入职场新人、热衷于购买手机等数码产品、愿意尝新	科技产品消费：热衷于购买最新的手机通讯设备、高性能电脑以及智能家用电器，追求产品的先进性和科技含量； 品牌追求消费：倾向于购买知名品牌的产品，如苹果的蓝牙耳机和智能手表，注重品牌的影响力和产品设计；
	清洁健康生活追求者	21-35岁、一二线职场白领、消费能力L45家庭人群、高频消费家用清洁用品	家用电器消费：高频消费家用电器，注重产品品质、功能和智能化程度，追求高效便捷的家庭生活体验； 医疗保健消费：重视健康，购买保险和积极线上问诊； 家庭清洁用品消费：经常购买家庭清洁用品，对清洁产品的品质和环保性能要求严格，偏好天然、无添加、香味宜人的清洁用品；
第二优先 拓量人群	家居基建达人	21-50岁、二线、消费能力L45、男性、高、极高购买力、打工族或小个体户关注硬装建筑材料\电工电料\五金工具等	家居基建消费：关注硬装建筑材料、电工电料、五金工具等，注重产品的实用性和性价比； 个人护理消费：注重个人形象和健康，购买洗发护发等个人护理产品，偏好知名品牌和效果显著的产品；
第三优先 拓量人群	品质母婴健康守护者	31-40岁、有房、自由职业、消费能力L45、家有12岁内儿童、定期选购高品质母婴产品和婴童保健产品	母婴关爱消费：定期选购高品质母婴产品，关注产品安全性与舒适度； 健康守护消费：购买各类医疗保健产品，涵盖保健品（鱼油、蛋白粉等）、家用医疗器械（血压计、制氧机等），注重家人健康生活必需品消费：对粮油调味、家庭清洁等生活必需品注重品质；
	家装便捷务实族	26-35岁、消费能力L45、有房、未婚、农民、工人等体力劳动者、近期装修、喜欢从家装建材至厨房卫浴、家电、床上用品等一站式网购	家装家具消费：有家庭装修需求，喜欢网购从家装建材到厨房卫浴、大家电、小家电、家具、床上用品等；选购电器的品牌主要集中在海信、小米、美的、海尔等国产大品牌； 便捷饮食消费：购买水饮冲调产品等，注重产品的便捷性和实用性，满足日常饮食需求；
	数码健康达人	26-35岁、消费能力L45、有房、未婚、自由职业者、电子科技发烧友、经常购买除菌清洁产品、关注自身健康	休闲食品消费：注重口味和品质，乐于尝试各种零食，同时关注健康属性，如低糖、高纤维产品； 数码办公消费：追求高性能电脑及办公用品，关注科技趋势，以提升工作效率； 健康防护消费：购买医药及湿厕纸等健康用品，关注自身健康，注重个人卫生与舒适；
最低优先级	家居实用主义者	31-45岁、消费能力L34、有车有房、已婚、从事体力劳动者、关注耐用、实惠家居产品	家装升级消费：注重家装品质，定期购买高品质家装建材，追求实用与美观兼具的家居环境； 实用日用消费：购买生活日用品时，注重性价比，倾向于选择耐用、实惠的产品，满足家庭日常需求； 健康保障消费：关注家庭成员健康，购买医药保健品，注重产品的实用性和效果，以保障家人健康；
	家庭生活管家	31-45岁、一二线已婚家庭人群、消费能力L45、关注高品质家用电器和生活必需品精品消费	家电精品消费：购买高品质家用电器，注重产品的智能化、便捷性及能效表现，提升家居生活的舒适与便利； 生活必需品精品消费：对粮油调味等生活必需品有较高品质要求，确保饮食健康； 健康保障消费：购买保险产品，为个人和家庭提供经济保障；同时利用线上问诊平台获取专业医疗建议，节省时间和精力，高效管理个人健康；

搜索策略：关键词选取与监控

选词逻辑

①品线 / 产品选择-高竞争力

—选择高竞争力品类大词侧重，通过单品竞争力抢夺行业流量，减少跳失，带动整体品类词效率提升

②结合商智自然流量、热词榜单

—参考阶段店铺自然流量，明确品类大词流量占比情况，同时挖掘出更多优质关键词

③行业大盘关键词分析

—行业大盘品类词分析，了解自身品类词竞争力以及行业关键词流量榜单，对自身投放进行查漏补缺

④搜索结果页、下拉框推荐

—根据搜索结果页面的条件进行分析，梳理用户购买产品注重的关键信息，品类词长尾词可重点在这里面寻找购买

⑤京速推搜索词效果总览

—查看京速推搜索词效果报表，对比快车品类词投放数据进行分析，并择优选择添加

⑥投放端阶段数据统计筛选

—推广端日常注重阶段性针对关键词数据进行整理，依据数据呈现筛选优质关键词

大盘流量飙升榜监测&付费投放榜单监测

大家在搜什么？是否有关键词机会点，那些热点流量词可追加

关键词	搜索指数	竞争力
洗衣机	xx92525	xx27522
洗衣机全自动国家补贴	xx6882	xx004
全自动洗衣机	xx5361	xx9319
国家补贴	xx3899	xx3190
洗衣机京东自营	xx3820	xx558
洗衣机小型	xx0750	xx843
滚筒洗衣机	xx3426	xx023
洗衣机全自动	xx4645	xx613
洗衣机滚筒	xx2885	xx917
内衣洗衣机	xx772	xx7108

热搜榜单

结合本品政策重点加投获量

近期大盘飙升是什么？抓取用户需求的同时关注竞品词动态

排名	关键词	搜索增长幅度	搜索人数
1	家电盛典8888		
2	洗衣机滚筒单洗		
3	洗衣机滚筒洗烘		
4	海尔洗衣机京...		
5	海尔洗衣机		

商智飙升榜

搜索现状分析&回搜指数监控

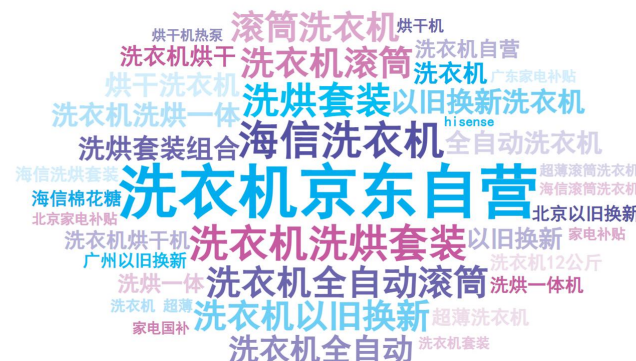
广告时段搜索指数趋势图

广告时段



投后15天搜索指数提升x5%

落地投后回搜关键词进行人群持续触达



监控调优：从消费者、渠道、词类等多方面把控

①消费者漏斗监控：本品与竞品pv+人群监控，关注流量动态

型号	指标	4月累计	5月累计	6月累计	7月累计	8月累计	趋势图 (8月)
棉花糖	总浏览用户						
	PV3+量级						
	PV8+量级						
	PV12+量级						
	加购用户						
	成交用户						
竞品1	总浏览用户						
	其PV3+人群量级						
	其PV8+人群量级						
	其PV12+人群量级						
	加购用户						
	成交用户						
竞品2	总浏览用户						
	其PV3+人群量级						
	其PV8+人群量级						
	其PV12+人群量级						
	加购用户						
	成交用户						
竞品3	总浏览用户						
	PV3+量级						
	PV8+量级						
	PV12+量级						
	加购用户						
	成交用户						

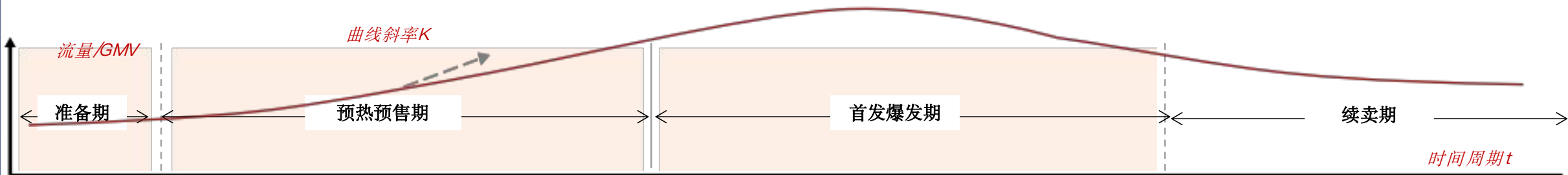
②渠道监控：本品与竞品渠道流量监控，关注异常点分析动作

某周	本品		竞品1		竞品2		竞品3	
	访客数	占比	访客数	占比	访客数	占比	访客数	占比
站内场域		100%		100%		100%		100%
内容		14%		0% ~ 5%		0% ~ 5%		0% ~ 5%
逛		13%		0% ~ 5%		0% ~ 5%		0% ~ 5%
京东直播		1%		0% ~ 5%		0% ~ 5%		0% ~ 5%
搜索		9%		15% ~ 20%		15% ~ 20%		30% ~ 35%
推荐		3%		0% ~ 5%		0% ~ 5%		0% ~ 5%
其他		12%		5% ~ 10%		15% ~ 20%		5% ~ 10%
直接流量		4%		0% ~ 5%		0% ~ 5%		5% ~ 10%
频道		27%		0% ~ 5%		10% ~ 15%		0% ~ 5%
商品		13%		0% ~ 5%		0% ~ 5%		0% ~ 5%
购物车		3%		5% ~ 10%		5% ~ 10%		5% ~ 10%
活动		21%		0% ~ 5%		5% ~ 10%		10% ~ 15%
站内功能		2%		0% ~ 5%		5% ~ 10%		5% ~ 10%
店铺		2%		0% ~ 5%		5% ~ 10%		5% ~ 10%
下单与支付		1%	1	0% ~ 5%		0% ~ 5%		0% ~ 5%
我的		3%		0% ~ 5%		10% ~ 15%		5% ~ 10%
首页		2%		0% ~ 5%		0% ~ 5%		0% ~ 5%
秒杀		4%		0% ~ 5%		0% ~ 5%		0% ~ 5%
游戏		0%		0% ~ 5%		0% ~ 5%		-

③词类监控：本品与竞品各类关键词占比监控，及时顺应趋势调整

分类	棉花糖	小乌梅2.0	控比	云溪冠军版	控比	东芝玉兔2.0	控比	棉花糖 (占比)	小乌梅2.0 (占比)	云溪冠军版 (占比)	东芝玉兔2.0 (占比)
行业词			2.8%		110.5%		116.7%	4%	11%	3%	9%
品牌词			7.5%		47.6%		197.1%	22%	22%	37%	30%
型号词			6.0%		87.2%		281.4%	41%	51%	37%	38%
竞品词			61.5%		-		713.3%	7%	1%	0%	3%
趋势词			25.0%		409.1%		1500.0%	3%	1%	1%	1%
功能词			6.6%		69.0%		206.1%	11%	12%	13%	14%
容量词			-		-		-	2%	0%	0%	1%
其他词			30.5%		76.6%		406.1%	9%	2%	9%	6%
总计			7.4%		79.1%		259.9%	100%	100%	100%	100%

行业价值：打造新品上市“五力”方法论



产品力 传播力 爆发力 持续力 美誉力

看趋势
洗烘套行业洞察
竞品产品分析
明定位
货品卖点拉齐
内外媒宣推一体化

种心智

媒介种草先行 → 数坊反哺站外画像纠正

棉花糖洗烘套及时调优后站外人群与新品购买人群GAP值有效降低

洗烘套&三筒基于不同预售条件开跑

小红盟复投 基于洞察针对pv1-3种草

对标9类圈层、标签人群投放

数坊反哺站内画像纠正、阶段洞察分析机会点

抢爆发

核心动作1——核心词抢排名
核心动作2——素材多元化

CTR:x.58% CTR:x.25% CTR:x.68% CTR:x.02%

核心动作3——PV3+用户收割
ROI达到2x+;

核心动作4——直播助力；直播投放ROI爆发达到1x+，较触点商品推广提升38%

★ **海信璀璨棉花糖洗烘套装**
新品日期间成为行业套装类目行业TOP1
付费曝光1xxxw+, 付费GMV9xx+

新品养爆持续成长

点击指数

3931 4833 7015 6470 5235 5805

1.投放期间流量不断增长带动站内搜索，“海信棉花糖”站内点击指数呈上升趋势

2.单品转化效率逐月呈现上升趋势，新品持续销售表现突出



效果&反馈

执行成果：品牌资产和投放效果双提升

A1

A2

A3

A4

效果呈现:

A1、A2向下流转度提升缩减
缩减无效流量的来源和占比
提高流转深度提升A3、A4占
比增加品牌人群资产

A1

A2

A3

A4

结果呈现:

新品首发期间

A3人群提升**30%+**

A4人群提升**10%+**

用户资产

PV+量级提升**45%**

洗烘套装转化率提升**20%**

经营转化

洗烘套装新品达成率**110%**

投放ROI达成率**125%**