

刀然年国品 日会

刀法  
Digipont

内容营销看运气？

[标签科学]如何助品牌拿下确定性ROI

曹力Charles

Nint任拓集团CMO

# CO 三录

01 1趋势篇

02 | 方法篇

03 案例篇

Nint

任拓

刀  
法

Digipont

# 01 趋势篇

# 消费者行为大变天：3“替”成消费主流



平替



优替



青春替

### 3 “替” 代表品类销额、销量明显上涨

平替：刚需消费

某主流货架电商冲锋衣品牌2024年1-10月销售数据:

以三家品牌销售/价格对比为例: 消费者购买决策, 从平替到平替的平替

|    |         |         |        |
|----|---------|---------|--------|
|    | T家      | K家      | A家     |
| 价格 | 400+    | <2500+  | <4900+ |
|    | 16N     | >2.3N   | >N     |
| 销量 | +500% > | +100% > | +70%   |

优替：更高阶的需求

某主流货架电商衣物鞋包清洗剂2024年1-10月销售额数据:

以某家清洗剂品牌Z家为例, 主打香氛化的Z家提供更优消费体验



衣物鞋包清洗剂品牌:

2024销额同比+4%

某家清洗衣液品牌Z家:

2024销额同比+94%

远高于行业



Nint任拓

Digipont

青春替：既要又要

某主流货架电商奢侈品品类2024年1-10月销售数据：

以某奢品集团旗下两大品牌为例，青春线突围而出

数据来源：Nint任拓，本文所载的数据是通过运用公开数据资源并借助A建模技术进行推算而得出的结果；公开财报数据

平台：某主流货架电商

时间：2024/1/1-2024/11/1



2024青春线比高端线销额同比增速高近50%

附 旗下高端线品牌旗下青春线品牌

2024Q3 +2% +105%  
(财报数据)

# 美妆：内容场市占稳步上升，护肤渗透+销额快速增长

Digipont



以上内容仅为本文  
档的试下载部分，  
为可阅读页数的一  
半内容。如要下载  
或阅读全文，请访  
问：

<https://d.book118.com/276214150214011011>