

Nint 任拓

标签科学： AI落地营销的真抓手

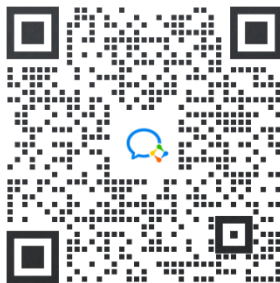
Nint任拓集团CMO 曹力

免责声明:

1. 本资料来源于网络公开渠道，版权归属版权方；
2. 本资料仅限会员学习使用，如他用请联系版权方；
3. 会员费用作为信息收集整理及运营之必须费用；
4. 如侵犯您的合法权益，请联系客服微信将及时删除。



行业报告资源群



微信扫码 长期有效

1. 进群福利：进群即领万份行业研究、管理方案及其他学习资源，直接打包下载
2. 每日分享：6+份行研精选、3个行业主题
3. 报告查找：群里直接咨询，免费协助查找
4. 严禁广告：仅限行业报告交流，禁止一切无关信息



微信扫码 行研无忧

知识星球 行业与管理资源

专业知识社群：每月分享8000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；已成为投资、产业研究、企业运营、价值传播等工作助手。

中国消费市场大变天

Nint 任拓

平替：刚需消费

某主流货架电商**冲锋衣**2024年销售数据：

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+	4800+
销量	16N	2.3N	N
销额增速	+310%	+110%	+63%

优替：更高阶的需求

某主流货架电商**衣物鞋包清洗剂**2024年销售额数据：

以某家清品牌Z某为例：**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+3%

某家清洗液品牌Z家：
2024销额同比+95%
远高于行业

青春替：既要又要

某主流货架电商**奢侈品**2024年销售数据：

以某奢品集团旗下两大品牌为例，**青春线突围而出**



VS



线上销额增速：
2024青春线比高端线同比增速高近50%

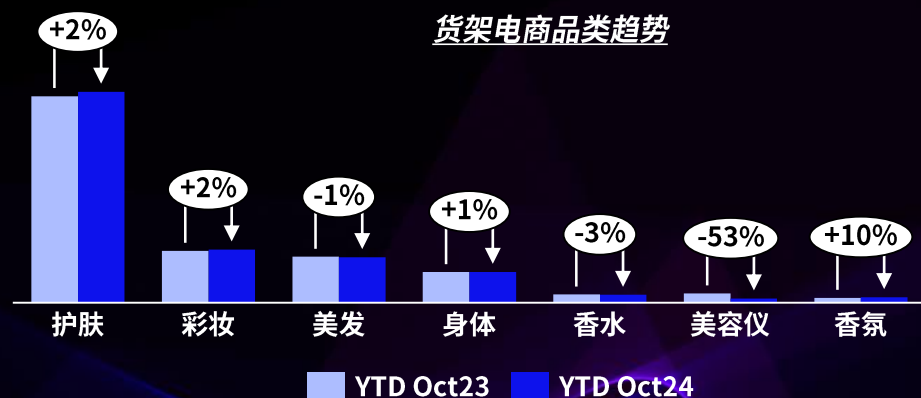
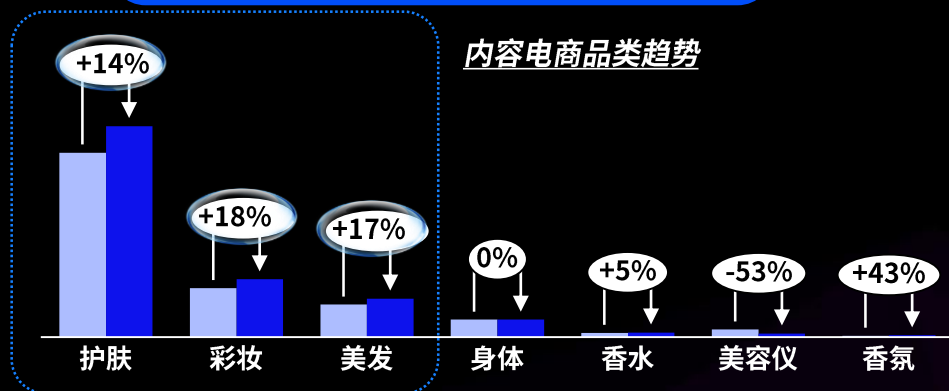
	高端线	青春线
2024财报数据	4%	93%

美妆：内容场是增长驱动力，国货品牌增速领跑

Nint 任拓

美容护肤稳步上涨，**护肤**、**彩妆**和**美发**在内容电商平台呈现双位数的增长率

美容护肤线上市场表现

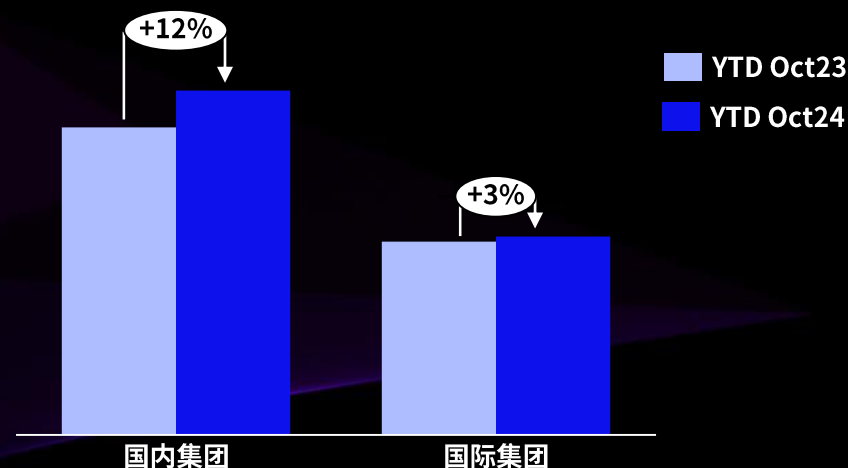


国内集团增速明显高于国际品牌

YTD 2024年10月

+12% vs +3%

国内集团 vs. 国际集团销售额增长率



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AI建模技术进行推算而得出的结果
平台：主流货架电商&主流内容电商；时间：2023/24.01-10
MAT：是指过去12个月加总（moving annual total），通常用于看长期趋势

男颜经济崛起，男士大众护肤线增速+24%

Nint任拓

男士面护、眼护、护肤套装价格及销量均有所增长，某头部国货品牌美妆男士护肤增长+2446%

男士护肤品线上市场表现

适用人群	大众线	高端线	药妆线
男士	+24%	-10%	-31%
通用	+7%	+10%	+8%

发展男士护肤增长点 某头部国货美妆集团打造【护肤】主战场

某头部国货美妆集团

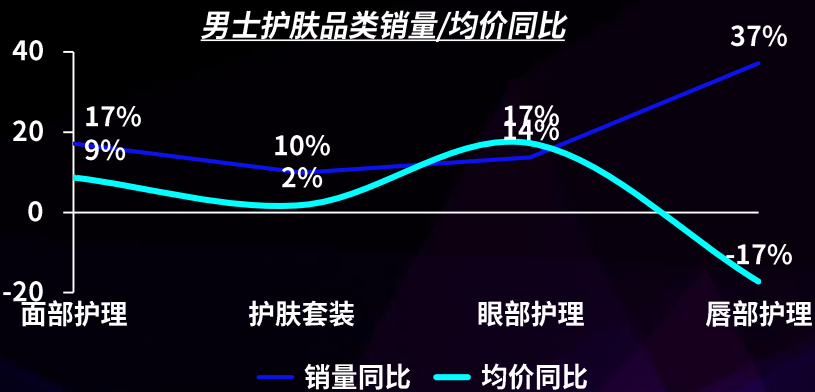
护肤品牌占比

集团其它品牌

某头部国货美妆集团2

95%

其中男士护肤增长
2446%



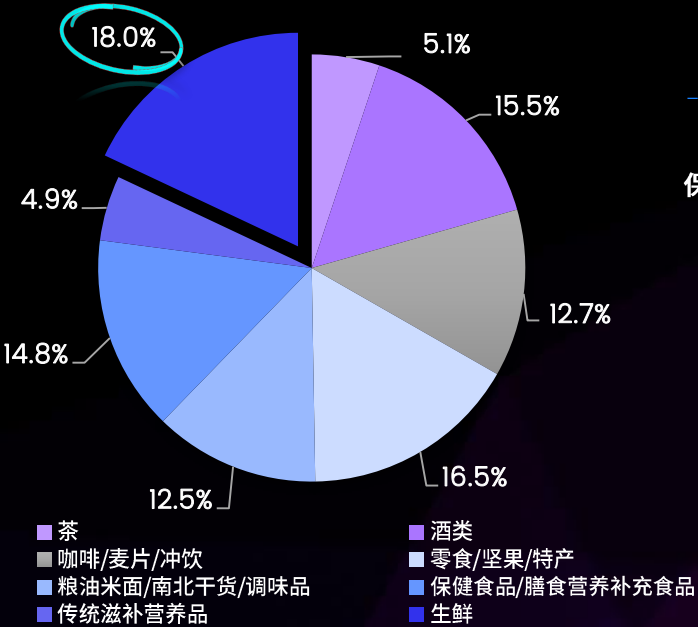
数据来源：Nint任拓，本文所载的数据是通过运用公开数据资源并借助AI建模技术进行推算而得出的结果
平台：主流货架电商&主流内容电商；时间：2023/24.01-10
MAT：是指过去12个月加总（moving annual total），通常用于看长期趋势

食饮大健康：生鲜成第一大市场，销额超1200亿

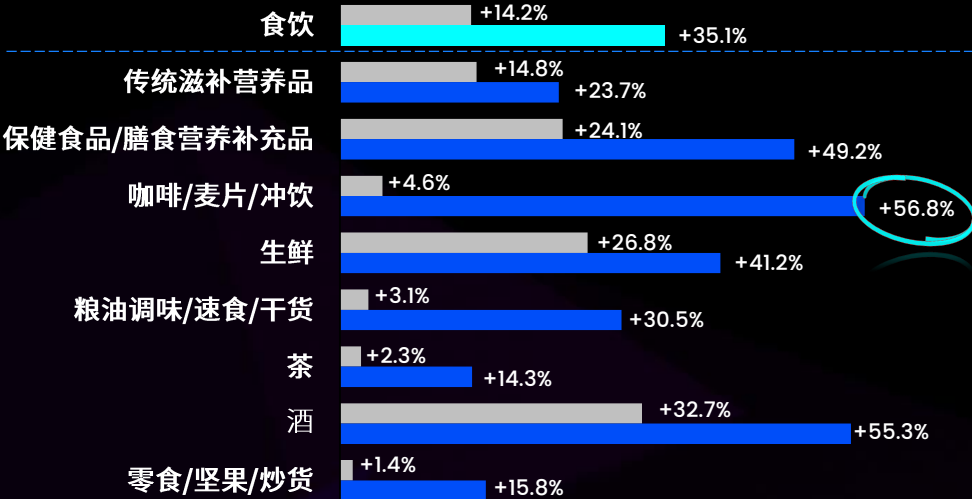
Nint任拓

生鲜内容场份额遥遥领先，达72%+；咖啡/麦片/冲饮凭内容场抢占用户心智，销额同比去年涨56%+

2024主流电商平台食饮大健康品类市场份额



主流电商平台MAT2024销售额同比增长率
主流内容平台MAT2024销售额同比增长率



主流内容电商市占率

	2023	2024	市占率 提升
食饮	45.2%	53.6%	+8.4%
传统滋补营养品	42.5%	45.8%	+3.3%
保健食品/膳食营养补充品	35.1%	42.2%	+7.1%
咖啡/麦片/冲饮	31.7%	47.5%	+15.8%
生鲜	65.2%	72.6%	+7.4%
粮油调味/速食/干货	43.8%	55.5%	+11.7%
茶	64.2%	71.7%	+7.5%
酒	31.9%	37.3%	+5.4%
零食/坚果/炒货	50.8%	58.1%	+7.3%

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AI建模技术进行推算而得出的结果
平台：主流货架电商及主流内容电商平台
时间：MAT2024
MAT：是指过去12个月加总（moving annual total），通常用于看长期趋势

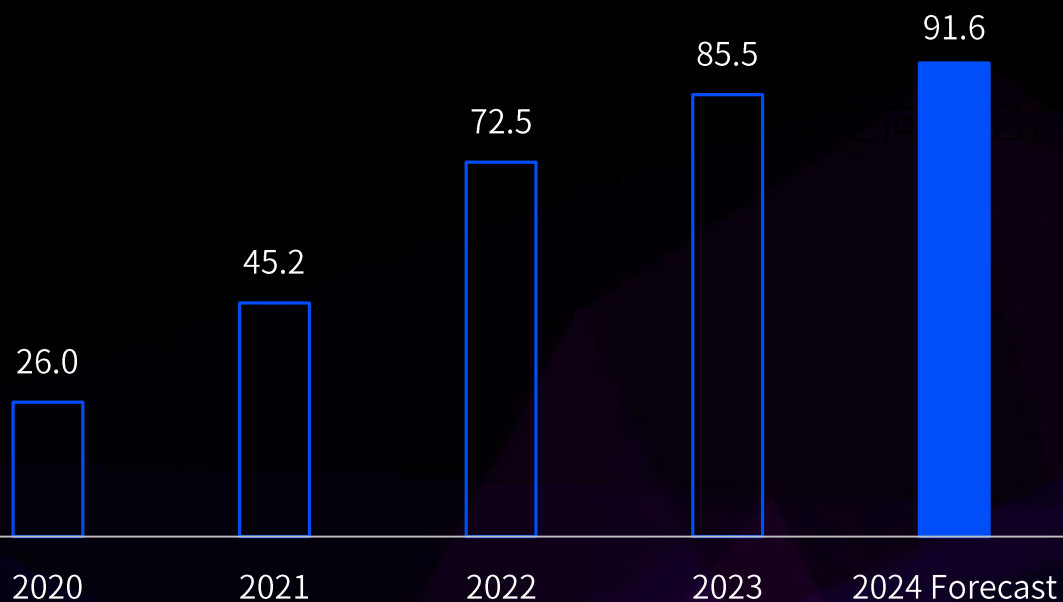
益生菌品类走向百亿，连续五年高增

Nint 任拓

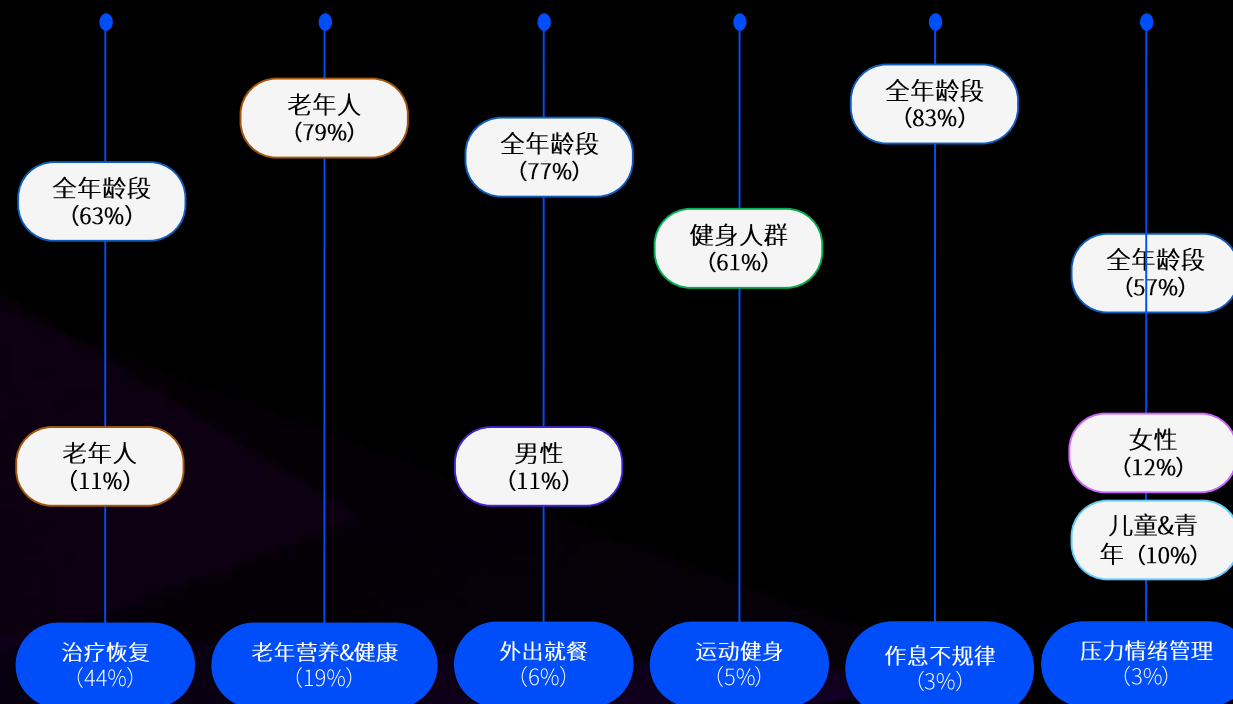
益生菌日常需求全面爆发，全民肠道健康焦虑催生6大生活细分场景消费潮

益生菌线上市场规模趋势

市场规模  3.5倍 复合增长率  37%



肠胃问题X使用场景X适用人群



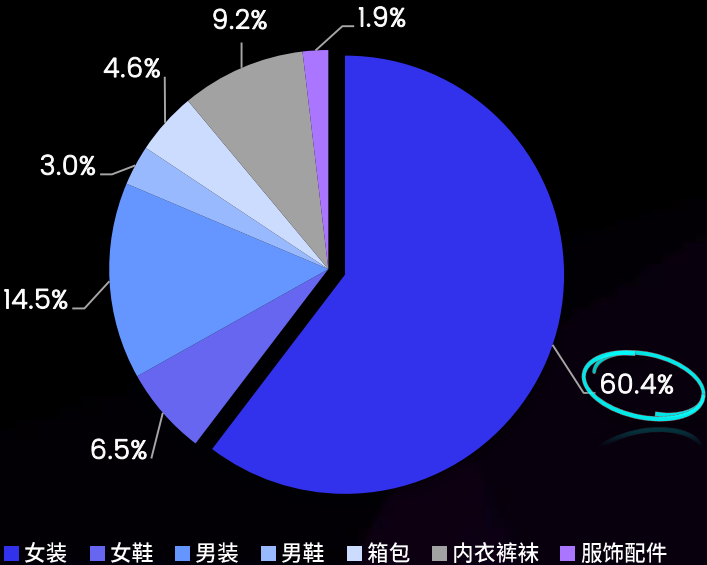
数据来源：Nint任拓，本文所载的数据是通过运用公开数据资源并借助AI建模技术进行推算而得出的结果
平台：主流货架电商及主流内容电商平台
时间：2020-2024 Forecast MAT：是指过去12个月加总（moving annual total），通常用于看长期趋势

鞋服箱包：内容场整体份额已超77%

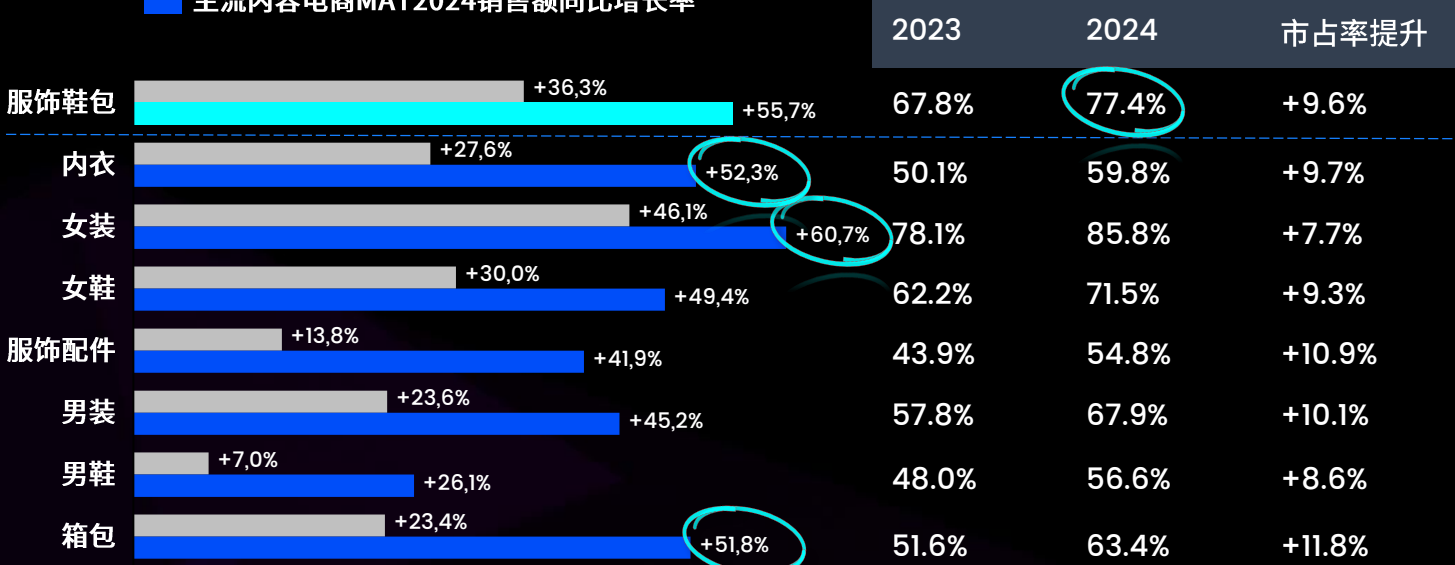
Nint任拓

女装占服饰鞋包市场半壁江山，份额超60%；女装、内衣、箱包品类增长较快，涨幅均超50%

2024主流电商平台服饰鞋包品类市场份额



主流电商平台MAT2024销售额同比增长率
主流内容电商MAT2024销售额同比增长率



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AI建模技术进行推算而得出的结果
平台：主流货架电商及主流内容电商平台
时间：MAT2024
MAT：是指过去12个月加总（moving annual total），通常用于看长期趋势

户外服饰热度飙升，增速+27%

冲锋衣裤双高领跑；轻出行带飞软壳增速；功能内衣裤成为小黑马

户外服饰线上市场规模

仅某主流货架电商平台
户外服装 [不含防晒服配]

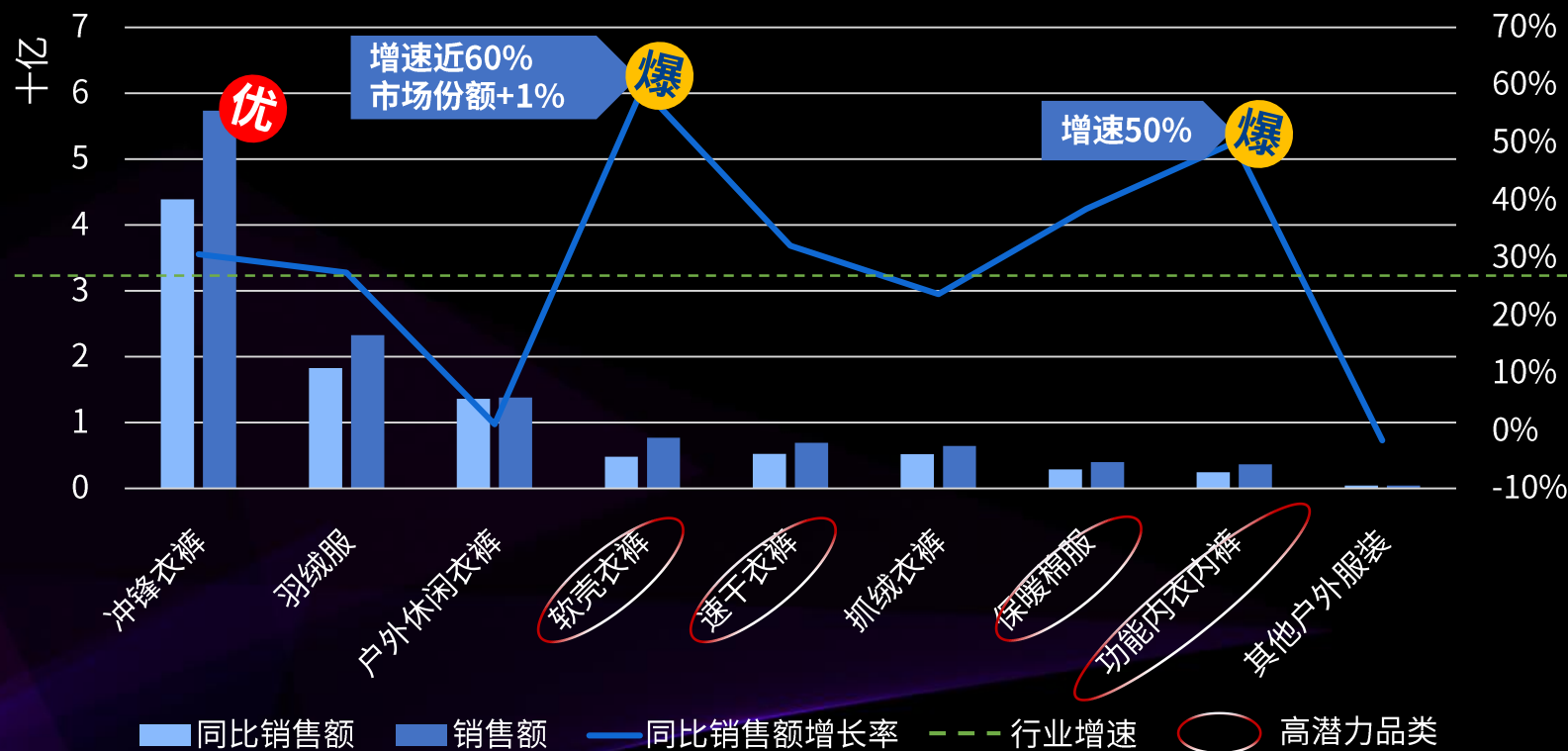
年销额 (元)

123 亿+

同比销售额增长率

27% +

户外服装分类目表现 [不含防晒服配]



中国营销大变天：为什么传统营销开始失灵？

Nint 任拓

平台众多，全是算法

用户完全被惯坏



蓝海瞬间变红海

数据根本打不通

生意增长的关键在于：找到营销确定性

无标签，不营销：AI驱动内容营销进入新能源时代 Nint 任拓



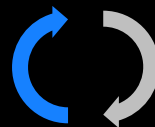
平台

用标签分发流量



标签

内容洞察的最精准单位

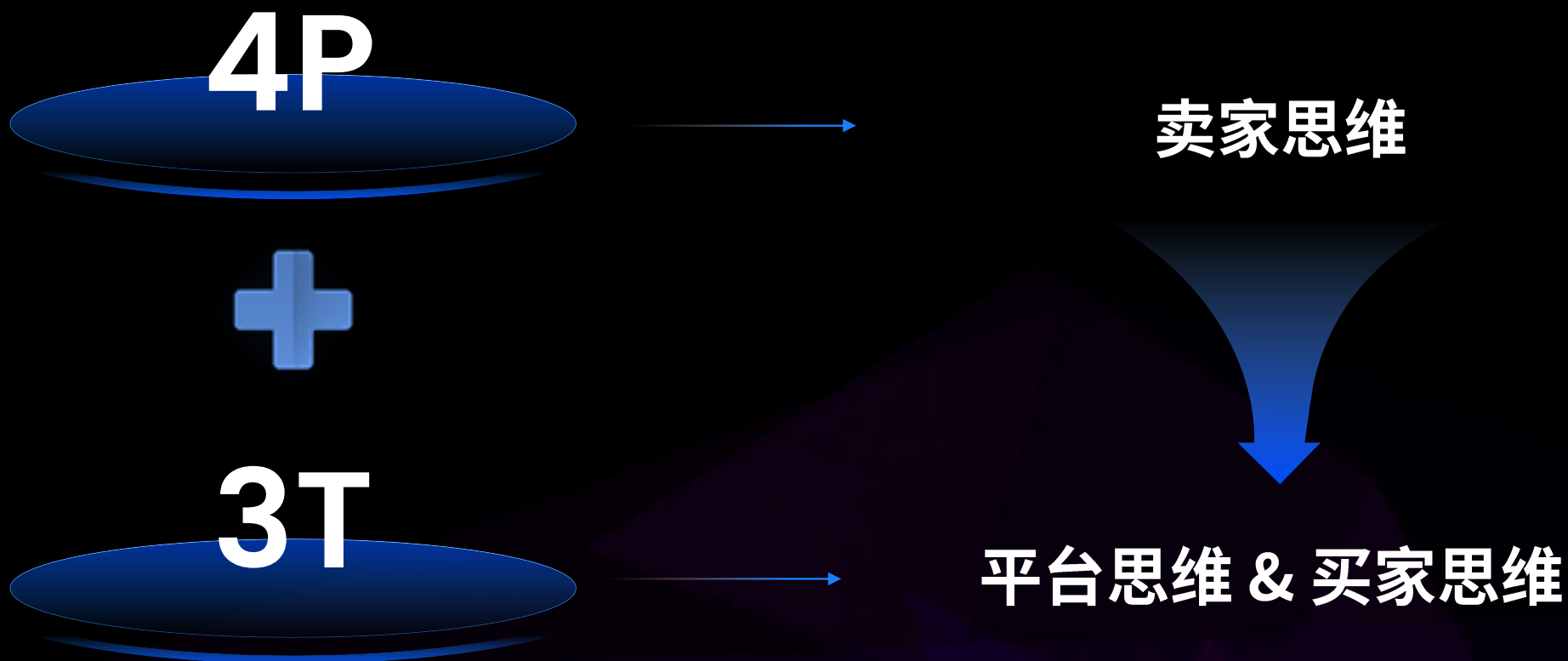


品牌

用标签推动业务流

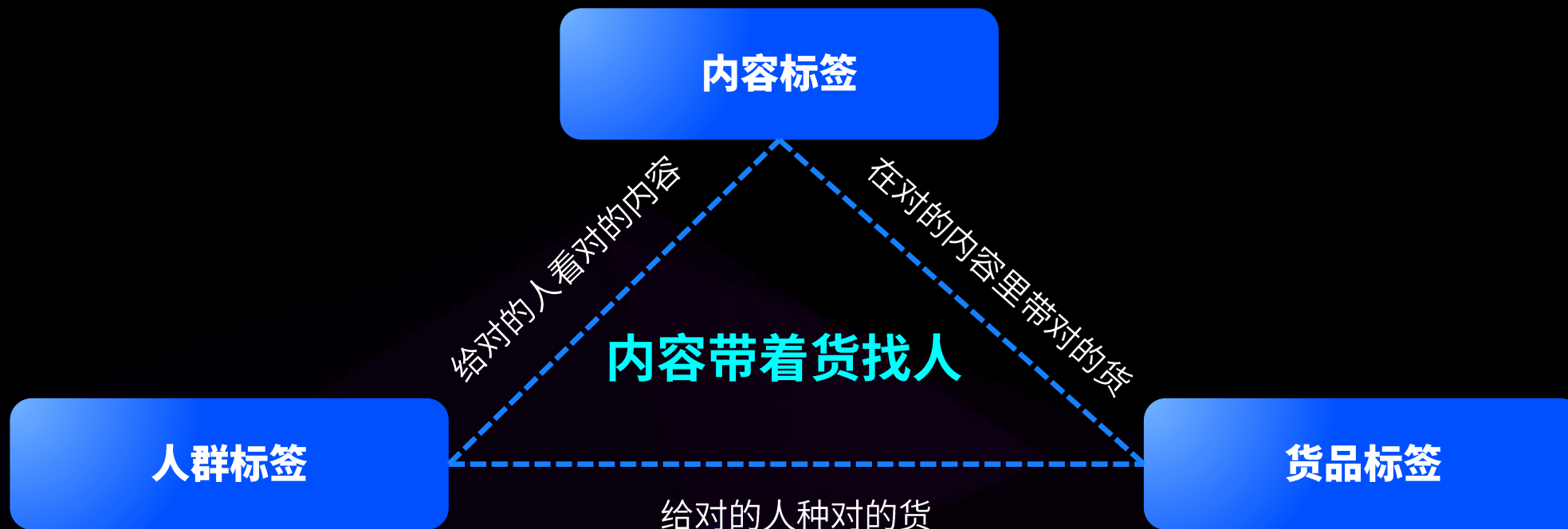
4P+3T: 打破品牌与用户的认知时差

Nint 任拓



3T运行规则：内容标签1T引领，TT协同

Nint 任拓



内容标签是内容的组成部分

Nint 任拓

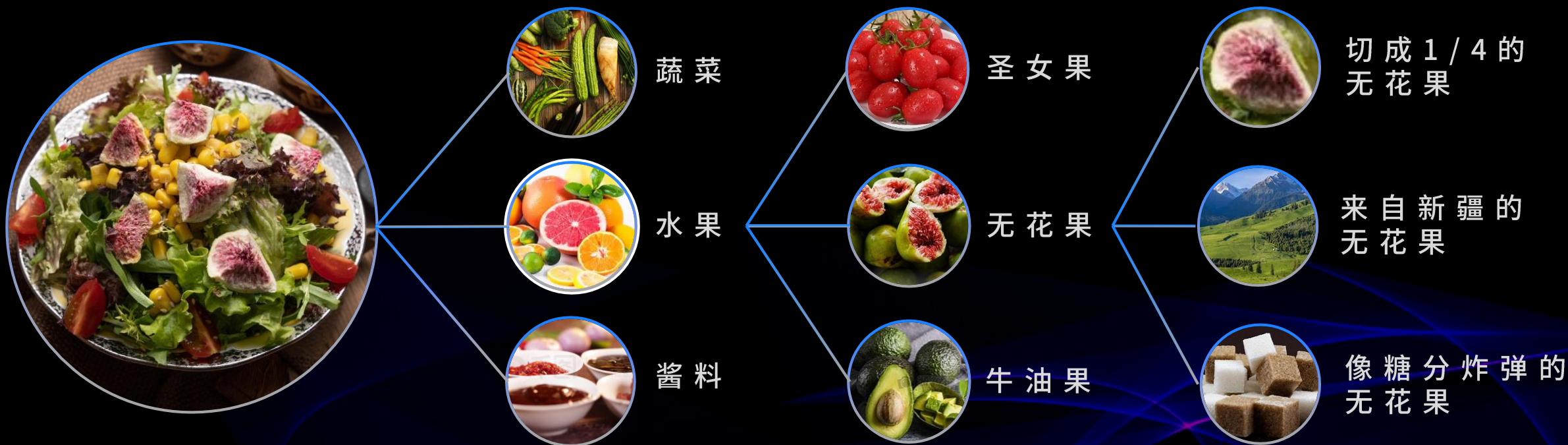
内容标签： 对内容进行**结构化分解**，形成内容**最小颗粒**的标记系统

内容 = 美味色拉

大类标签

细类标签

脚本级标签



内容标签的四大核心维度：人 痛 卖 场

Nint 任拓

内容标签

人

#人设标签

内容人物设定，大概率也是内容的针对人群。
如#精致妈妈，#小镇青年；或者是目标人群认同的人设，如#探店博主 #妆教博主

痛

#痛点标签

用户在场景中的“不爽”点，想解决的问题。
如熬夜追剧时没有#吃不胖的“美食”

卖

#卖点标签

卖点对应痛点，是用户的“灵丹妙药”。
如熬夜#低卡#吃不胖的零食

场

#场景标签

场景有场有景。“场”包括时间场和空间场；
“景”是有画面感的事件。
如#公司1人下午茶 #熬夜追剧

内容标签在品牌业务流中的应用

Nint 任拓

1

产品
创新

2

内容
策略

标签打通挖掘 **产品创新** 机会

发现未被满足需求

心智上游新品创新解决方案——破新品难题

Nint 任拓

心智上游：

对本游更具向往感的品类，能够利用心理优势，形成降维影响，实现跨品类价值迁移的机会

信任上游

更专业

上游
品类

医美原料

中医药

彩妆

护肤品

香水

咖啡店/
奶茶店

零食

下游
品类

护肤品

护肤品

隐形眼镜

纸巾

身体乳

即时饮品

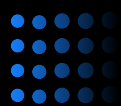
营养膳食

感官上游

视觉、嗅觉、触觉更享受

场景上游

消费场景更新鲜



“AI for Insight心智上游新品创新”的底层逻辑

Nint 任拓

AI for Insight:

视野更完整

跨品类多维度分析，
广域汲取创新灵感

创新更科学

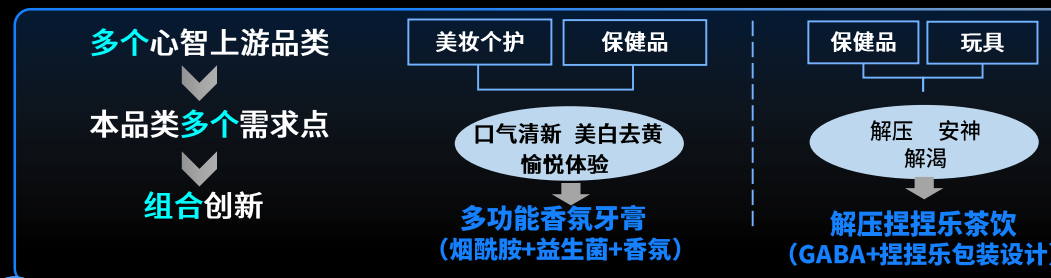
AI演算结合人工校准，
提升新品成功率

迭代更敏捷

上市表现全维度追踪，
支持动态迭代

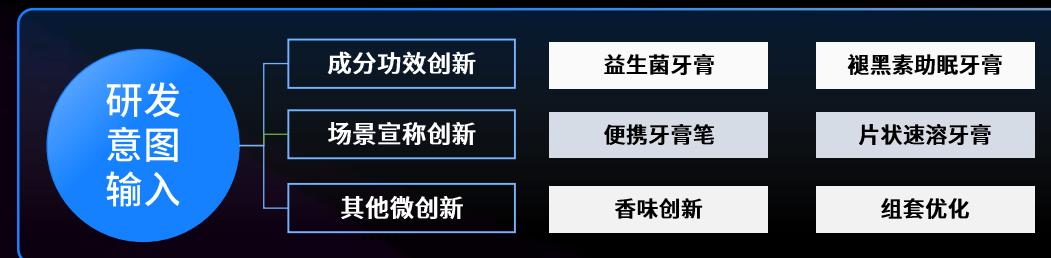
1

多对多启发式创新



2

创新方向灵活可调



3

AI快速处理&迭代



Step1: 定心智上游

Nint 任拓

基于任拓专属知识库，交叉多维数据发现心智上游品类，结合研发意图最终锚定

输入

1. 选定本品类
 - 牙膏
2. 研发意图
 - 功效创新，拉动新客
3. 心智上游图谱
 - 圈选食饮保健、美妆、母婴品类
 - *Nint知识库
4. 潜在上游品类数据
 - 内容数据
 - *书 抖*
 - 评价&销售数据
 - *猫 京* 抖*

关键指标计算



输出

心智上游品类
保健品



Step2: 卖点标签找心智上游卖点

Nint 任拓

通过卖点标签挖掘心智上游品类中的核心价值点

输入

心智上游品类
保健品品类数据

种草数据

- 卖点标签声量
- 卖点标签互动量

评价数据

- 评价标签提及率（卖点）

销售数据

- 商品卖点标签销售规模
- 宝描宣称卖点标签销售规模

关键指标计算

AI分词提炼卖点标签

抗氧化届的王牌选手NMN，直达细胞级抗老，帮助身体逆生长
益生菌大人女性儿童孕妇成人肠胃健康菌群调节官方旗舰店
冻干粉
蛋白粉礼盒增强免疫力中老年人营养品官方旗舰店
.....

计算

高价值卖点标签



输出

高价值卖点标签

卖点标签——功效

- 增强免疫力
- 助眠
- 调节菌群
- 抗氧化
- 护肝
-

卖点标签——成分

- 维生素
- 褪黑素
- 益生菌
- NMN
- 水飞蓟
-

其他卖点标签

Step3: 场景标签+痛点标签洞察上游场景与痛点

Nint 任拓

通过引入场景标签与痛点标签，将消费者购买决策延展化、立体化

输入

心智上游品类
保健品品类数据

种草数据

- 场景&痛点标签声量
- 场景&痛点标签互动量

评价数据

- 评价标签提及率-场景&痛点

销售数据

- 场景标签&痛点标签销售规模
- 宝描宣称场景标签&痛点标签销售规模

关键指标计算

高价值卖点



计算

场景标签&痛点标签

褪黑素-助眠

场景标签	痛点标签
• 长途旅行	• 睡眠浅
• 凌晨	• 早醒
• 睡前	• 入睡困难

益生菌-调节菌群

场景标签	痛点标签
• 饭后	• 肠胃不适
• 起床	• 口臭
• 聚餐	• 没食欲

.....

输出

场景标签+痛点标签组合

👍 褪黑素-助眠

- 长途旅行+睡眠浅
- 凌晨+早醒
- 重大考试+入睡困难

👍 益生菌-调节菌群

- 饭后+肠胃不适
- 起床+口臭
- 聚餐+没食欲

抗菌肽-美白

- 咖啡党+美白
- 约会+留下好印象
- 拍照+上镜不尴尬

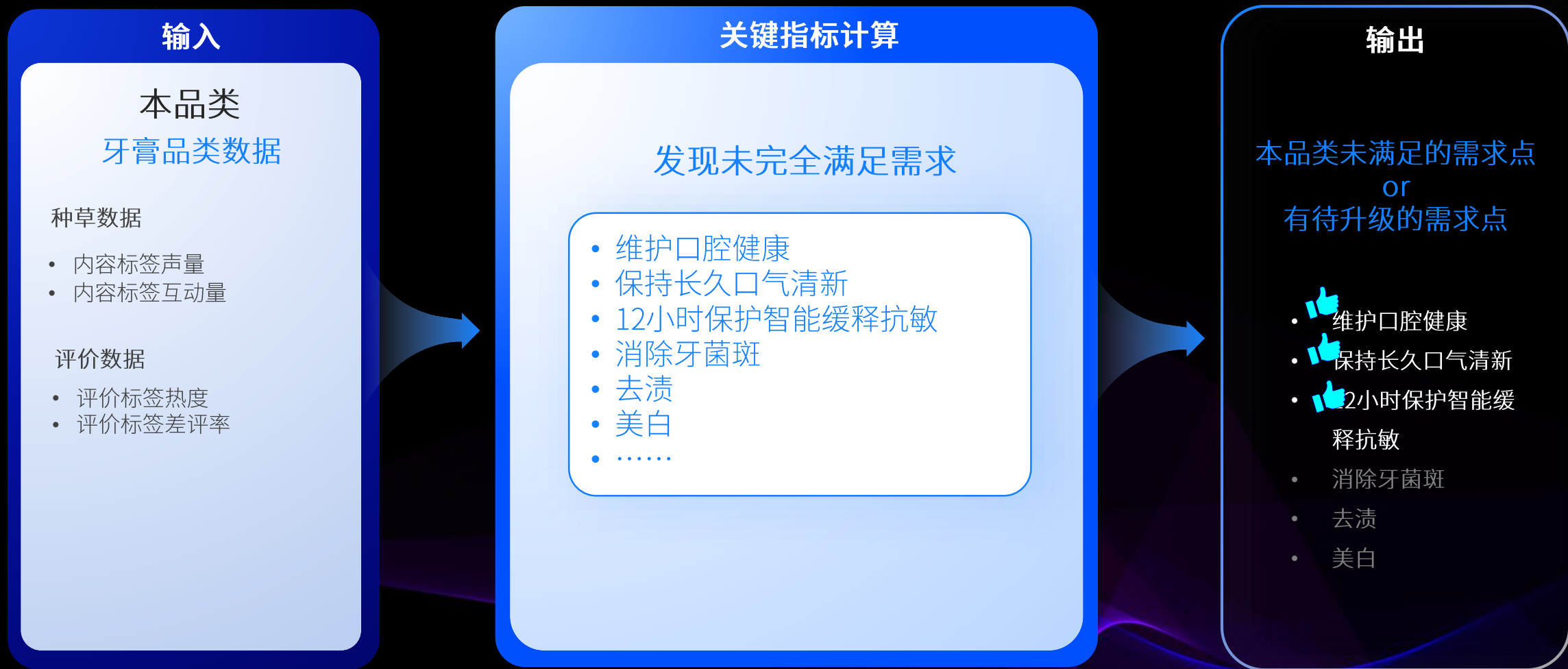
薄荷醇-防蛀牙

- 居家+爱吃甜食
- 睡前+不认真刷牙
- 熬夜+睡眠不足

Step4:本品类找未满足需求

Nint 任拓

在本品类中挖掘未被完全满足、有待更优解法的泛化需求



Step5:卖点/场景/痛点标签组合获得高潜创新机会 Nint任拓

利用心智上游卖点+场景+痛点组合，与本品类未满足的需求结合，形成潜在创新方向



标签组合指导 内容策略

科学提效内容确定性

标签是上等马的体检标准

标签科学之内容策略新七步法

Nint 任拓

Step1
找榜样

Step2
比榜样

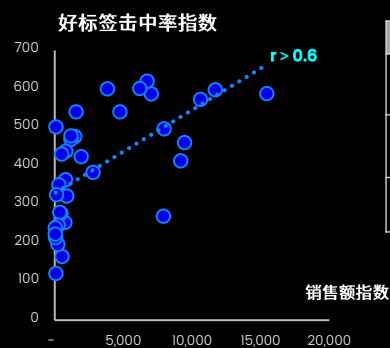
Step3
学标签

Step4
定组合

Step5
定选题

Step6
下Brief

Step7
复盘迭代



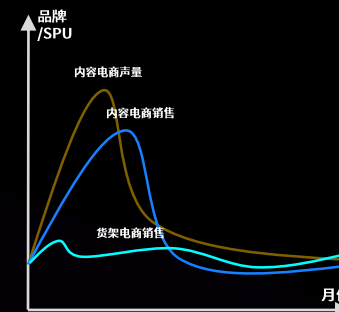
	人设	场景	痛点	卖点
行业标签投产比	163%	143%	133%	75%
本品标签投产比	93%	89%	101%	99%
竞品标签投产比	80%	121%	95%	110%

人设	场景	痛点	卖点
人设 -5%	场景 +8%	痛点 +33%	卖点 +56%
高冷 +33%	在家 +45%	爆痘 +34%	提拉紧致 +48%
热情 -2%	熬夜 +76%	干燥 +65%	丰盈饱满 +51%
可爱 +27%	运动前 +12%	不垮脸 +29%	高保湿 +21%
豪门千金 +55%	年会 -17%	皮肤松弛 +20%	钻光肌 -23%
艺术家 -10%	清晨 -3%	暗沉 -1%	自愈力 +17%
.....			

序号	人设	场景	痛点	卖点	评分
1	×	×	×	×	91.4
2	×	×	×	×	98.1
3	×	×	×	×	93.6
4	×	×	×	×	92.3
5	×	×	×	×	89.9
...	...	...	...	...	...

选题方向	沟通信息
婆婆腰疼三年舍不得治	*****
爬黄山膝盖报废?	*****
二胎妈妈崩溃实录	*****
70岁大爷每天爬6楼不喘气!	*****
"30岁白领查出腰椎间盘突出!"	*****
露背回来膝盖废了?	*****
跳操20年膝盖零损伤!	*****

Type	真人口播
Length	60-120秒
Character	色素饮料爱好者
Scene	日常
Pain Point	爱喝咖啡, 牙黄, 牙齿敏感
Function	口腔抗初老, 美白, 保护牙釉质, 想吃就吃
Ingredient/Technology	Fluoraction; 进口(欧美);黑科技
Experience	薄荷味, 清爽, 香味持久
Packaging	便携
Brand Image	大品牌
Guide for Conversion	值得信赖, 品质保证



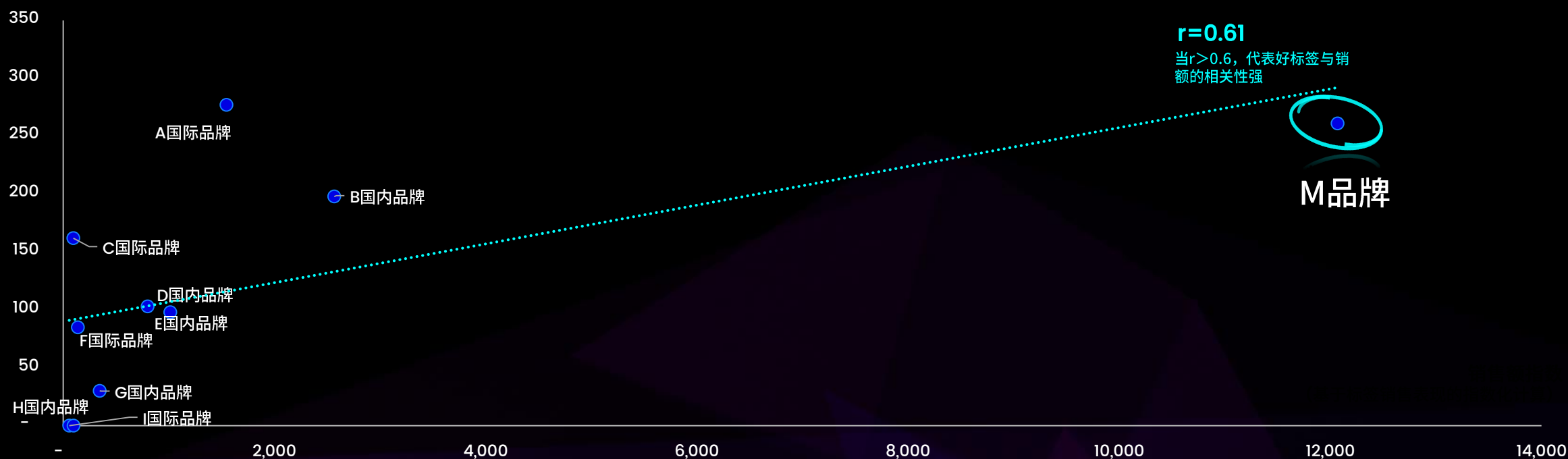
数据来源: Nint任拓内容力, 本文所载的数据是通过运用公开数据资源并借助AI建模技术进行推算而得出的结果
平台: 主流内容电商平台
相关系数r用于度量两个变量之间的线性关系强度和方向

Powered by Nint Prophet® AI

大健康氨糖品类案例

Step 1 找榜样：标签好，销额高

Nint 任拓



数据来源：Nint任拓内容力,本文所载的数据是通过运用公开数据资源并借助AI建模技术进行推算而得出的结果
平台：主流内容电商平台

Powered by Nint Prophet® AI

大健康氨糖品类案例 Step 2 比榜样：“人痛卖场” 好标签分布及投产比对比

	好标签分布	好标签互动贡献	投产比
人设	21.40%	28.89%	134.96%
卖点	38.13%	37.35%	97.96%
场景	32.78%	29.68%	90.54%
痛点	6.69%	3.47%	51.90%

人设/卖点/场景值得投资；品类痛点较集中

	好标签分布	好标签互动贡献	投产比
人设	21.31%	28.24%	132.52%
卖点	44.26%	45.10%	101.89%
场景	27.87%	26.75%	95.98%
痛点	5.74%	3.32%	57.91%

突出强卖点，提炼高精度场景，提升投产比

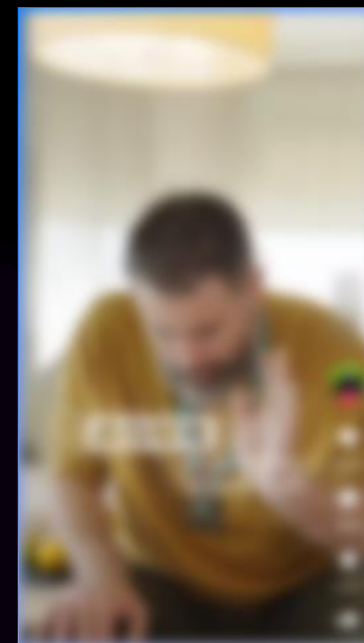
	好标签分布	好标签互动贡献	投产比
人设	15.72%	19.05%	121.18%
卖点	51.10%	46.94%	91.87%
场景	26.37%	21.27%	80.12%
痛点	3.40%	5.71%	167.94%

大健康氨糖品类案例

Step 3 学标签：调分布-加好的-去坏的-换优的

Nint 任拓

	好标签 分布目标	好标签列表					
		人设较为集中，可扩大渗透					
人设	22% +7%	养生专家	户外人	NEW! 徒步人	NEW! 婆媳	NEW! 宝妈	老年人
		卖点散，应择优收拢					
卖点	40% -11%	修复软骨	骨胶原	足量添加	MSM 舒缓因子	好吸收	修复软骨
		表现好，可继续择优					
场景	30% +4%	NEW! 山姆	爬山	爬楼梯	NEW! 跳操	乡村生活	NEW! 遛弯
痛点	3.5%	腰酸背痛	膝盖响	关节磨损	久坐	上楼费劲	半月板损伤



场景

#爬楼 #跑跳 #蹲起

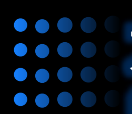
痛点

#膝盖承压是体重三倍

#酸痛

#咔吧咔吧响

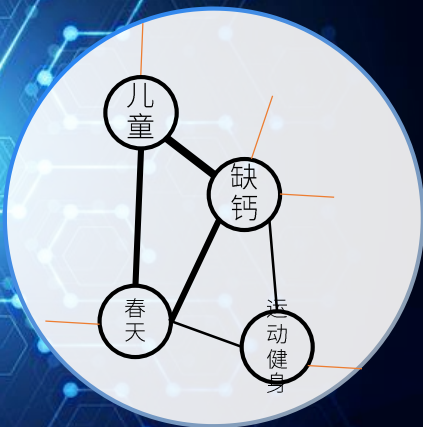
注：本案例数据运用公开数据资源并借助AI建模技术进行推算而得出的结果



大健康氨糖品类案例

Nint 任拓

Step 4 定组合：AI训练，优化标签组合



标签组合

基于图神经网络内容标签算法的组合评分

	人设	场景	痛点	卖点	Rank
组合1	婆媳、女婿	山姆、Costco	腰酸背痛、肩膀僵硬、四肢不灵活	大包装、高钙、专利、高纯度、骨胶原、进口	1
组合2	特种兵	爬山	关节损伤、关节肿胀、骨头痛	透明质酸润滑因子、msm舒缓因子、好吸收	2
组合3	夫妻	旅游度假	腰肢酸软、下肢酸软、四肢僵硬	修复软骨、支持骨骼健康、透明质酸润滑因子	3
组合4	宝妈	哄娃	久站、关节压力大	果糖硼酸钙、好吞咽、定量、专利	4
组合5	老年人	爬楼梯	扭伤、脚软、摔倒、上楼费劲	大包装、高纯度、骨胶原、进口、提高灵活性	5
组合6	养生专家	跳操	关节磨损、腿脚乏、关节弹响	维生素B、玻尿酸、msm舒缓因子、养护关节	6
组合7	爷爷奶奶	遛弯	四肢僵硬、腰肢酸软、膝盖疼	小分子、维生素B、高钙、骨胶原	7
组合8	退休人群	乡村生活	膝盖响、四肢不灵活	五合一配方、提高灵活性、促进新陈代谢	8
组合9	户外爱好者	露营	扭伤、骨折、半月骨损伤、骨韧度下降	定量、专利、高纯度、骨胶原、进口	9
组合10	徒步爱好者	户外徒步	骨折、关节劳损、膝盖疼痛	多重营养、高钙、修复软骨、舒缓关节疼痛	10

Step 5 定选题：交叉搜索及标签组合推荐选题方向

搜索

本品词、品类词、趋势词

标签
组合

人设标签、痛点标签、卖点标签、场景标签

选题推荐

大健康氨糖品类案例

Nint 任拓

人设	场景	痛点	卖点	选题方向	沟通信息
婆媳/女婿	山姆/Costco采购	腰酸背痛、肩膀僵硬、四肢不灵活	大包装、高钙、专利、骨胶原、进口	“婆婆腰疼三年舍不得治，女婿偷偷在Costco囤了这个‘关节救星’”	“妈，这瓶***五合一氨糖是美国中老年关节护理销量王！进口专利配方含骨胶原+高钙，软硬骨双修，每天2粒抵过10杯骨头汤，Costco店员都说‘关节问题认准这个蓝标’！”
特种兵旅行者	登山徒步	关节损伤、关节肿胀、骨头痛	透明质酸润滑因子、MSM舒缓因子、好吸收	“爬黄山膝盖报废？特种兵驴友的保命秘诀：出发前必吞2粒‘关节润滑剂’”	“德国实验室实测：爬山前吞2粒含透明质酸的氨糖，连续运动8小时关节磨损降低67%！MSM因子快速消肿，暴走318国道也能健步如飞！”
产后宝妈	哄娃/抱娃	久站、关节压力大、钙流失	果糖硼酸钙、小分子技术、定量服用	“二胎妈妈崩溃实录：每天抱娃8小时，膝盖疼到哭！骨科医生让我换掉钙片”	“产后钙流失是普通人3倍！***女性氨糖专为宝妈设计，果糖硼酸钙+小分子速透技术，抱娃时膝盖再也不会‘咔咔响’，买2盒送宝宝钙剂！”
退休老人	乡村遛弯/爬楼梯	膝盖响、四肢不灵活、摔倒风险	五合一配方、促进软骨再生、提高灵活性	“70岁大爷每天爬6楼不喘气！村里人追问才曝光他的‘关节回春术’”	“这瓶五合一氨糖含美国专利促软骨成分，您遛弯前吃1粒，上下楼腿脚比年轻人还利索！村里张叔吃完都能扛着煤气罐上五楼！”
健身达人	帕梅拉训练	运动损伤、膝盖僵硬	氨糖+透明质酸双重防护、降低损伤率	“帕梅拉女孩每天300个毁膝动作？健身教练逼我吞下‘关节保险’”	“跳绳/深蹲前吃2粒***，氨糖+透明质酸就像给关节上双重保险！运动损伤率直降82%，撸铁女孩的刚需清单必须有它！”
职场白领	办公室久坐	腰椎间盘突出、关节酸软	MSM舒缓因子、维生素B群、护腰技术	“30岁白领查出腰椎间盘突出！康复科主任：每天坐8小时比搬砖更毁关节”	“MSM因子专治办公室老寒腰！午休吃1粒缓解腰椎压力，搭配维生素B促进吸收，久坐党的‘腰椎修复弹’限时买1送1！”
户外露营党	野营徒步	半月板损伤、扭伤恢复慢	新西兰骨胶原、定量缓释技术、快速修复	“露营回来膝盖废了？户外老炮的背包暗格总藏着一瓶‘关节修复弹’”	“半月板救星！新西兰骨胶原+缓释技术，徒步时每4小时补1粒，扭伤恢复速度提升3倍！硬核玩家进山必备，晒装备照抽全年免费补给！”



大健康氨糖品类案例

Nint 任拓

Step 5 定选题：下钻宝妈人设，形成多种选题方向

序号	选题方向	场景	痛点	卖点	沟通信息
1	“产后抱娃三年膝盖报废！骨科医生怒斥：你以为补钙就够了？”	日常带娃/就医问诊	抱娃久站膝盖刺痛、钙流失加速	果糖硼酸钙+小分子速透技术	“闺蜜推荐的护膝神器！***女性氨糖含果糖硼酸钙，专攻产后钙流失，每天2粒抱娃腰不酸膝盖不响，儿科医生都夸聪明！”
2	“二胎妈妈深夜痛哭：喂奶哄睡后站不起来！营养师教我换掉钙片”	夜间哺乳/家庭育儿	夜间哺乳后关节僵直	夜间缓释配方+维生素D3	“喂夜奶妈妈必备！小分子氨糖+缓释技术，半夜起床关节不咔咔响，买2盒送助眠钙镁片！”
3	“婆婆说我娇气？每天抱娃8小时手抖腿软！康复科主任甩给我一瓶‘关节救星’”	家庭矛盾/带娃日常	抱娃手抖、下肢无力	骨胶原+氨基葡萄糖双效修复	“这瓶氨糖软骨素含美国进口骨胶原，专治抱娃手抖腿软！婆婆试了三天现在抢着带娃！”
4	“90后宝妈被娃嘲笑‘奶奶腿’！营养师：产后护关节比减肥更重要”	亲子互动/形象焦虑	关节老化显疲态	透明质酸润滑+五合一配方	“每天1粒=给关节打玻尿酸！产后松弛关节逆生长，现在娃都夸妈妈能追着滑板跑！”
5	“带娃旅游5天膝盖报废！儿科医生怒推‘遛娃神器’，全家抢着吃”	亲子旅行/暴走场景	出游暴走关节肿胀	速效修复配方+便携包装	“迪士尼暴走5万步不腿软！含MSM因子快速消肿，独立包装塞进妈咪包，全家老小抢着吃！”
6	“全职妈妈家务致残警告！拖地2小时腰突住院，康复师教我偷偷换药”	家务劳动/健康危机	家务劳损腰椎疼痛	腰椎靶向技术+维生素B群	“拖地前吞1粒，MSM因子直击腰椎间盘！搭配维生素B促进吸收，现在做全家晚餐腰都不带弯的！”
7	“闺蜜说我当妈后变矮了！骨科拍片真相扎心：不是驼背是关节塌了”	闺蜜社交/体态焦虑	体态变形显矮	软骨再生技术+骨密度增强	“每天2粒氨糖软骨素，3个月软骨厚度增加0.3mm！闺蜜惊呆：你带娃三年怎么还长高了？”
8	“带娃爬山被00后喊阿姨！营养师教我吃这个‘妈圈防腐剂’，逆袭少女腿”	户外运动/年龄焦虑	关节老化显年龄	抗衰关节配方+胶原蛋白	“这瓶氨糖含胶原蛋白肽，专治妈味关节！现在穿JK裙带娃爬山，大学生都找我组队！”
9	“一胎顺产二胎剖，我的骨盆快散了！产科医生开的‘关节紧致丸’全网爆火”	产后康复/医疗场景	产后骨盆松弛	骨盆靶向修复+小分子技术	“美国专利骨盆修复氨糖！生两娃还能穿回孕前牛仔裤，闺蜜追着问是不是做了天价康复！”
10	“娃终于睡了，我却疼得睡不着！偷偷吃老公的氨糖，第二天健步如飞”	夫妻关系/健康管理	全天带娃全身酸痛	速效止痛因子+复合营养	“抢老公的***氨糖被骂败家？结果他悄悄囤了10瓶！含MSM因子5分钟止痛，现在全家抢着吃！”
11	“带娃逛迪士尼不如上刑！宝妈圈疯传的‘暴走保膝丹’，让我成全场最飒妈妈”	主题乐园/高强度活动	暴走关节磨损	润滑缓震技术+运动防护	“暴走5万步的秘密！透明质酸润滑因子像给膝盖加弹簧，娃跑多快都追得上！”
12	“抱娃哄睡后手抖如帕金森！医生警告发展成腱鞘炎，给我开了瓶‘关节防抖片’	育儿日常/医疗预警	腱鞘炎前兆手部颤抖	靶向手关节修复+果糖硼酸钙	“每天2粒专攻手关节！抱娃3小时不发抖，婆婆看我哄睡利索终于闭嘴了！”
13	“产后减肥跳操致残？健身教练怒斥：先吃这个‘关节保险’再谈瘦身”	健身塑形/风险警示	运动减肥加重关节损伤	运动防护配方+燃脂辅助	“先护关节再减肥！***运动款含氨基葡萄糖+左旋肉碱，燃脂效率翻倍不伤膝！”
14	“娃的第一口辅食vs我的第一粒护骨丸！新手妈妈晒包被赞人间清醒”	母婴护理/自我关爱	育儿焦虑忽视自我健康	便捷服用+母婴场景绑定	“宝宝吃高铁米粉，妈妈吞护骨氨糖！独立包装塞进辅食包，带娃健康两不误！”
15	“闺蜜说我有‘妈妈味’，其实是关节垮了！每天2粒逆袭少女体态”	闺蜜社交/形象管理	体态老化显妈味	体态矫正配方+关节塑形	“这瓶氨糖含北欧深海胶原，3个月改善抱娃驼背！现在穿露背裙接娃放学被问是不是姐姐！”
16	“全职妈妈被诊出50岁关节！营养师甩给我‘时光倒流丸’，婆婆求链接”	医疗诊断/家庭互动	早衰型关节损伤	抗衰老配方+临床数据背书	“吃氨糖3个月关节年轻10岁！骨科报告显示软骨厚度回升，婆婆看完报告偷拿我药瓶！”

大健康氨糖品类案例

Step 6 下Brief: 圈定不同人群下发Brief

Nint 任拓



宝妈人群

人设	女性/宝妈
场景	- 工作、做家务、加班、出差 - 产后、哄娃、熬夜带娃、抱娃
痛点	年龄增长、膝盖疼、关节嘎嘎响、关节磨损、半月板损伤
卖点	- 内调外养、养生、养骨，全面提升身心健康 - 果糖硼酸钙+小分子速透技术
其他	品牌标签、时长、视频风格等



熟龄人群

人设	婆婆媳妇、丈人女婿、老公老婆之间
场景	- 特种兵旅行、讨论养老退休、户外徒步 - 海外生活、进口超市
痛点	- 膝盖疼痛、腰酸背痛、关节嘎嘎响、上楼费劲、脚软 - 现有问题可能恶化成更严重的摔倒、骨折、扭伤
卖点	- 高钙营养，环节钙流失；补充营养、保护关节 - 氨糖/骨胶原；专利；小分子、高纯度
其他	品牌标签、时长、视频风格等



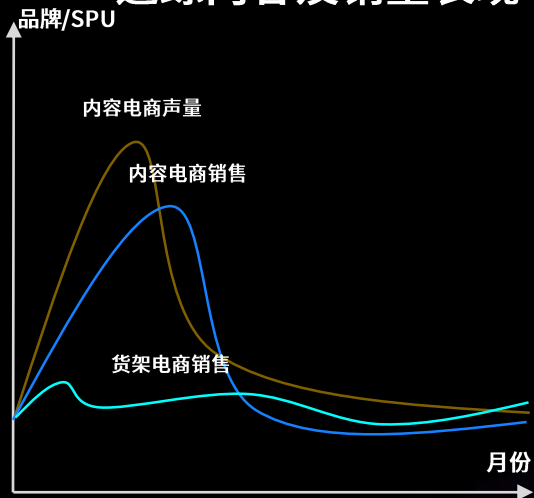
青年人群

人设	90后、00后、30岁等青年
场景	上班、蹦迪、办公室每天坐10小时
痛点	情绪差、熬夜、睡眠差、压力大
卖点	- 便捷服用、体态矫正配方 - 进口（欧美）；高纯度
其他	品牌标签、时长、视频风格等



运动健康关注人群

人设	外人及运动人群
场景	- 徒步、爬山、打球、滑雪等 - 帕梅拉、普拉提、减肥 - 马拉松
痛点	- 运动过量或日常缺乏运动导致关节损伤 - 相比深层次的氨糖/骨胶原流失，消费者更关注直观的关节问题，如膝盖疼/响、腰酸背痛、骨折、
卖点	- 控制饮食，摄取钙和蛋白质 - 氨糖/骨胶原 - 大包装 80多年历史、大品牌
其他	品牌标签、时长、视频风格等



a标签	新话术
产品-功效-养护关节	早早把关节养起来
产品-功效-保护关节	为你的关节注入新活力
品牌-品牌形象-靠谱	选择大品牌
产品-功效-改善关节不适	有效缓解关酸胀
产品-功效-修复关节损伤	6.5倍修复力
产品-成分-五合一配方	除了氨糖软骨素外，男款还添加了B族维生素

新标签	互动
产品-成分-适量成分	14308
卖点-成分优势	6796
转化-卖点-诺奖得主推荐	6740
产品-成分-高含量	1546
品牌-卖点-摩氨糖护关节	410
产品-卖点-适合年龄	340

4P+3T，提效增长精、准、快

Nint 任拓

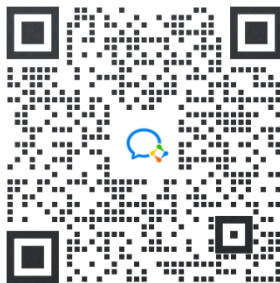


免责声明:

1. 本资料来源于网络公开渠道，版权归属版权方；
2. 本资料仅限会员学习使用，如他用请联系版权方；
3. 会员费用作为信息收集整理及运营之必须费用；
4. 如侵犯您的合法权益，请联系客服微信将及时删除。



行业报告资源群



微信扫码 长期有效

1. 进群福利：进群即领万份行业研究、管理方案及其他学习资源，直接打包下载
2. 每日分享：6+份行研精选、3个行业主题
3. 报告查找：群里直接咨询，免费协助查找
4. 严禁广告：仅限行业报告交流，禁止一切无关信息



微信扫码 行研无忧

知识星球 行业与管理资源

专业知识社群：每月分享8000+份行业研究报告、商业计划、市场研究、企业运营及咨询管理方案等，涵盖科技、金融、教育、互联网、房地产、生物制药、医疗健康等；已成为投资、产业研究、企业运营、价值传播等工作助手。

标签即赛道，标签即洞察

• You can enter subtitle here

THANKS

免责声明

1. 本文及其所载的数据信息及资料由Nint任拓作为中立第三方机构提供，请读者理性参考。在任何情况下，本文及其所载的数据信息及资料或表达的意见、案例等均不构成对任何人的商业建议、投资引导。

2. 请读者知悉本文所载的数据是通过运用公开数据资源并借助AI建模技术进行推算而得出的结果，所用类目结构分类及品牌合并规则基于Nint任拓定义分类。

3. 本文仅反映Nint任拓截至本文公开发布当日的观点，并随着各主流电商平台公布的最新公开变动情况，Nint任拓可能随时补充、更新和修订本文及其所载的数据信息及资料，您应当自行关注相关更新和修订。

4. 未经Nint任拓明确的书面许可及授权，读者请勿自行转载或引用本文及其所载的数据信息及资料，或以制作任何形式的拷贝、复印件或复制品、或拆分、离次分发给任何其他人，或以任何其他方式侵犯Nint任拓的知识产权（以上统称“侵权行为”）。

5. 如读者希望转载或引用本文及其所载的数据信息及资料的，请务必联系Nint任拓business@nint.com并征得明确的书面许可及授权，并需注明出处为Nint任拓，且不得对Nint任拓进行有悖原意的引用和删改。

6. 未经Nint任拓明确的书面许可及授权，读者擅自转载或引用本文及其所载的数据信息及资料或产生任何侵权行为，应当承担侵权行为所引起的一切后果及法律责任。Nint任拓并保留追究其法律责任的权利。

7. Nint任拓与第三方电商平台及其权属公司之间不存在任何代理、合作、合伙、合资或任何投资、关联关系，特此声明。

8. 如果读者对本文内容存在异议或认为本公司及相关权利人提供的内容或服务以任何方式对读者的权利造成了侵害，可通过发送邮件至：business@nint.com，联系Nint任拓，Nint任拓将根据相关法律法规认真处理投诉，并适时给予反馈。

9. 以上关于数据的定义，最终解释权归Nint任拓所有。