

投后结案 策略洞察报告

精准策略洞察，助力营销提效

目录

01

研究
背景

01

02

营销效果
趋势洞察

08

03

触点效能
洞察

14

04

消费者
转化路径洞察

25



01

研究背景



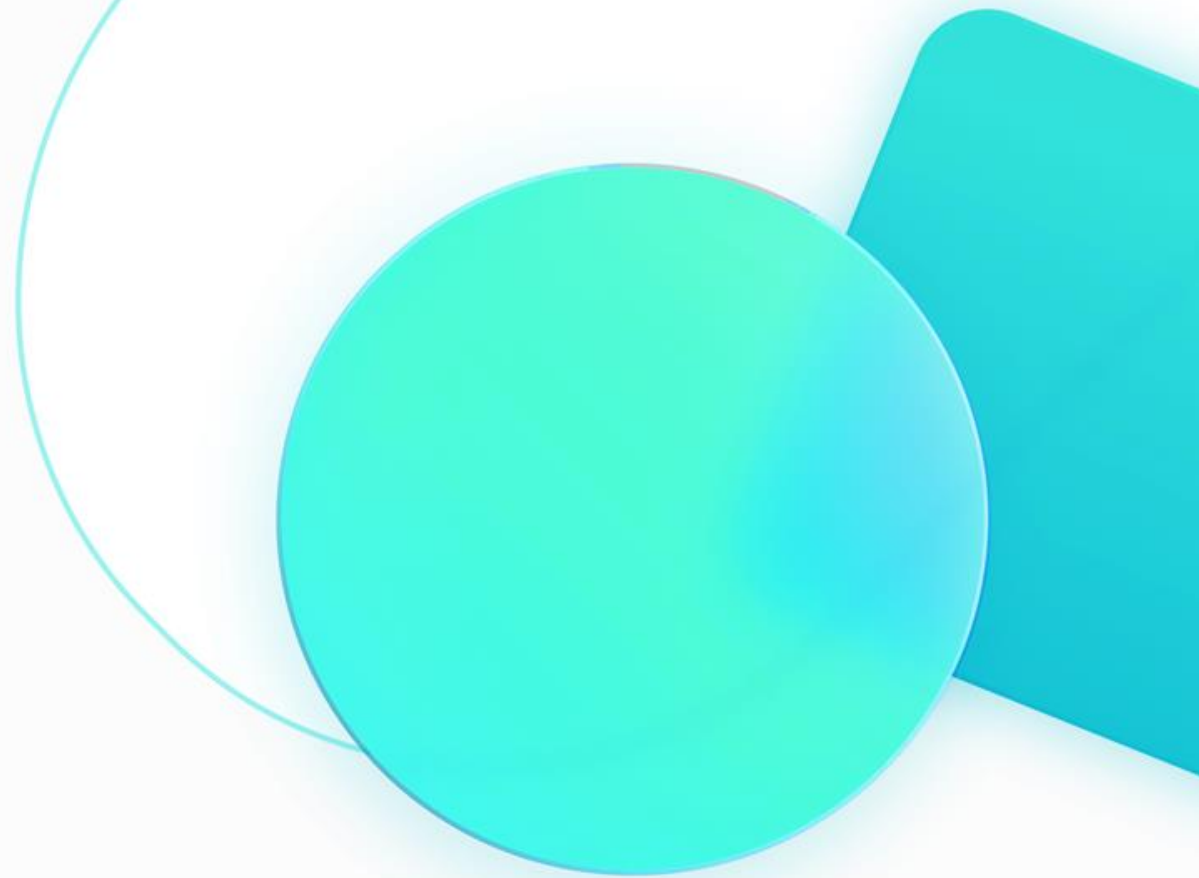
章节目录

1.1 本次报告目的

1.2 投后结案产品介绍

1.3 投后结案产品使用现状

1.4 全行业复盘趋势



1.1 本次报告目的

巨量云图品牌版投后结案模块上线至今，能力建设基本成熟，提供了全面的结构化复盘指标，已覆盖巨量引擎域内主流营销资源（**品牌广告、竞价广告、巨量千川、巨量星图达人、直播、挑战赛、GDA**），大批用户已形成稳定使用的习惯，为各个品牌沉淀了自己海量的营销数据资产。

为充分挖掘和发挥各品牌营销数据资产价值，助力品牌方营销提效，本次报告基于**美妆、食品饮料、个护清洁（日化）、服饰鞋帽箱包、家用电器、母婴、3C数码、汽车8个行业**千家品牌的营销活动复盘数据。结合新模块[历史活动洞察]产品化能力和数据分析师的分析，对全行业及各行业的**营销效果趋势、品心效核心指标表现、触点效能对比、消费者转化前触达路径**等课题进行分析和洞察，提供**大盘视角观察结论**，为广大品牌和用户的营销工作提供启发。

1.2 投后结案产品介绍

投后结案是整合营销一站式复盘与洞察工具。广告主圈选在巨量引擎投放的项目资源后，一键产出投后结案报告，全面评估营销价值。从浅层触达到深层转化效果、从即时效果到长效效果(触达覆盖、人群流转、品牌力提升、长效转化等)，并支持人群、内容、触点和频次等关键元素的下钻分析，帮助广告主进行策略洞察优化。

2022年6月，产品上线[历史活动洞察]新功能，目前已形成「**高效复盘**」和「**白盒化策略洞察**」双核心能力。历史活动洞察在原有[结案报告]单次报告基础上，充分利用品牌沉淀的历史营销活动复盘数据，提供投放资源分布、长期活动表期趋势和高效策略洞察，为品牌提供更长期的观测视角和更深入的营销策略洞察。

1.3 投后结案产品使用现状

- 目前，产品已经持续为26个行业、巨量云图75%+的活跃品牌，提供复盘和洞察支持
- 广告主平均每月创建报告5次以上，平均每月使用4小时以上



26个

行业覆盖



75%+

月活品牌覆盖



7次+

平均月报告频次



7h

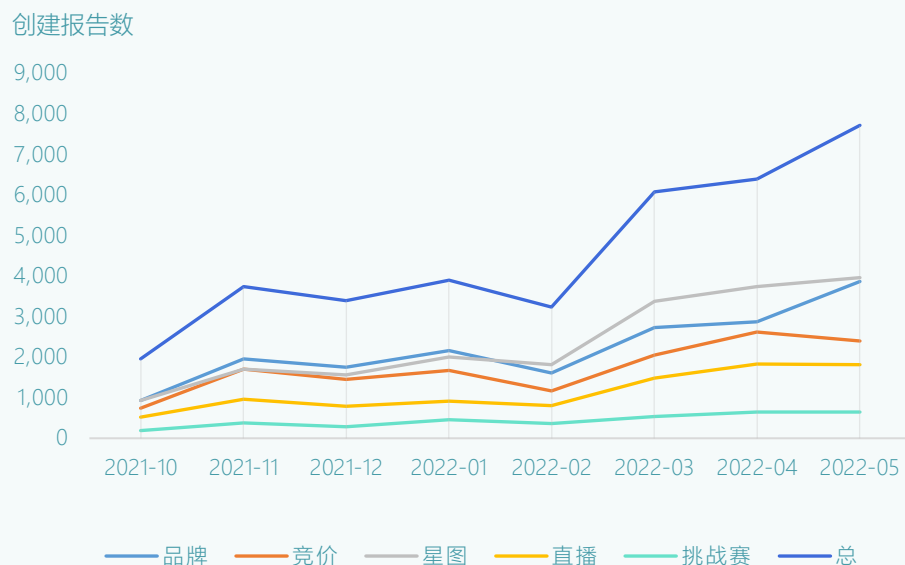
平均月使用时长

注：数据来源：巨量巨量云图活跃数据 统计周期：2022年8月

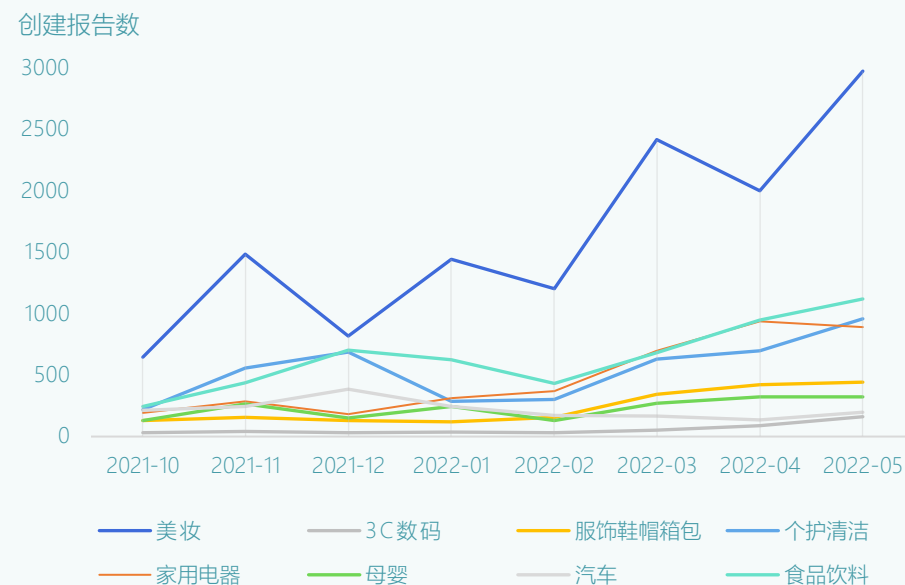
1.4 全行业复盘趋势

- 全行业对营销活动投后度量关注度持续快速攀升，已形成常态化复盘模式。大部分行业复盘增速翻倍以上，其中家电、母婴、美妆、食饮增速最快。

全行业-分推广类型创建报告数趋势



各行业创建报告数趋势

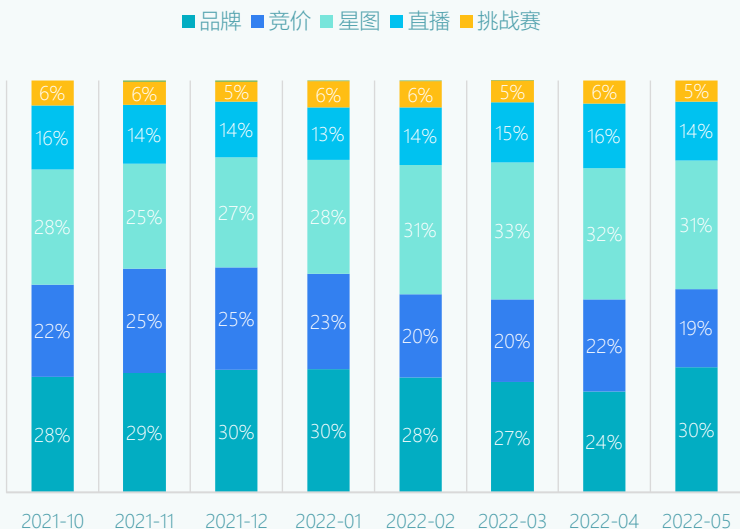


1.4 全行业复盘趋势

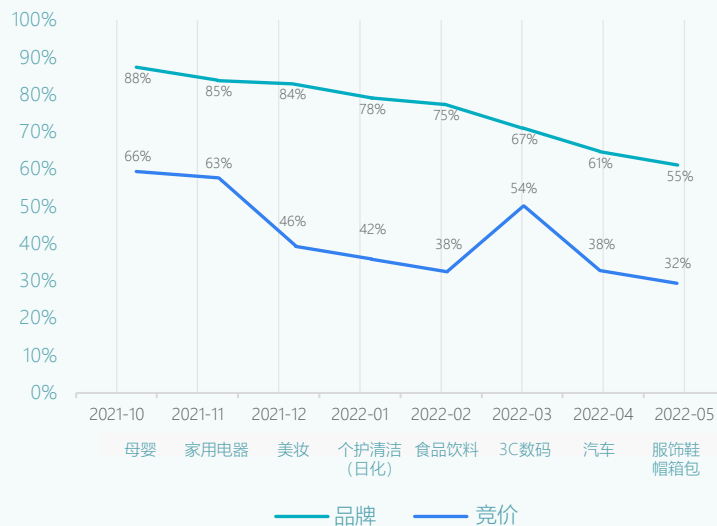
- 从复盘资源上看，各行业在品牌、巨量星图、竞价三类资源复盘热度最高，其中母婴和汽车行业更关注品牌及挑战赛资源。

- 目前有67%的品牌广告和32%的竞价广告投放后，会使用巨量云图投后结案工具进行效果评估。其中各行业品牌广告复盘的渗透率均在55%以上，在部分行业（如母婴、家电、3C）竞价资源也有54%以上均通过投后结案进行复盘。

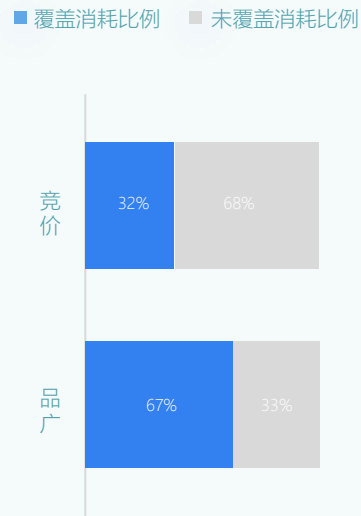
全行业-分推广类型创建报告数占比



通过投后结案进行价值评估的资源消耗渗透



投后结案覆盖消耗占比



02

营销效果趋势洞察

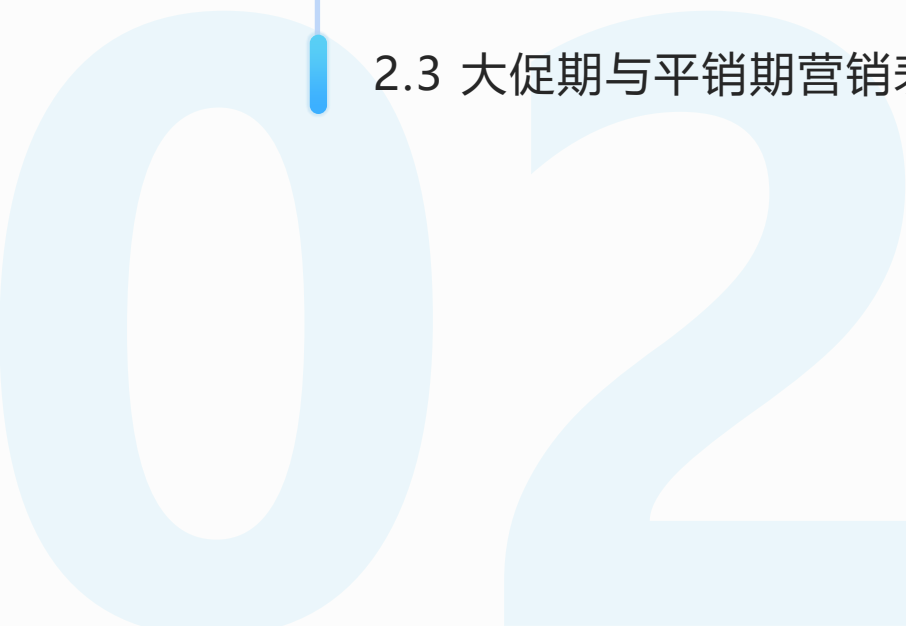


章节目录

2.1 大盘品心效全链路营销表现趋势

2.2 各行业营销表现趋势洞察

2.3 大促期与平销期营销表现对比



2.1 大盘品心效全链路营销表现趋势

- 行业共性：**提升品牌人群资产规模是各行业的共性策略，尤其是A3人群；同时营销活动对于心智提升效果较好，投放对于搜索率提升均在79%以上；
- 行业特性：**泛人群行业（餐饮、服饰、个护）转化效率更高，新客贡献相对较多；偏垂类行业（母婴、美妆、3C）更难成交转化，老客贡献更多交易订单。

行业	品牌触达	品牌心智				品牌成交转化 (曝光归因30天窗口期)	
	曝光量	A3增长率	粉丝增长率	搜索提升率	NPS	转化率	新客占比
美妆							
母婴							
食品饮料							
服饰鞋帽箱包							
家用电器							
个护清洁							
汽车							
3C数码							

1. 美妆、母婴、餐饮行业单次活动触达人群规模更大，同时A3增长速度更高；

2. 美妆、个护行业在投后搜索提升上表现出优势，这一结果与关联搜索等创新营销策略可能存在关联；

3. 母婴、服饰行业的活动NPS净情感值表现更优，与该行业对于口碑建设的高关注度有关；

注1：汽车行业闭环店铺售卖商品一般为优惠券或配件，成交转化指标上不进行分析

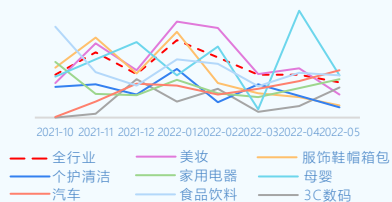
注2：分值：> > >

2.2 各行业营销表现趋势洞察-1

- 品牌触达、人群规模和转化成本指标受大促节点影响波动较大。

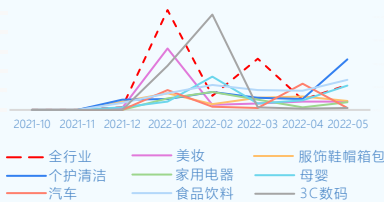
品牌触达

各行业单次活动平均曝光量

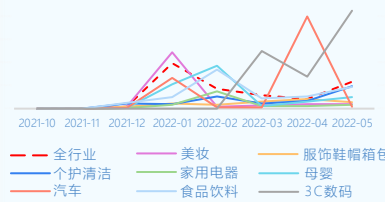


人群增长

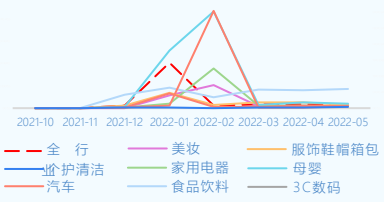
各行业A1增长率



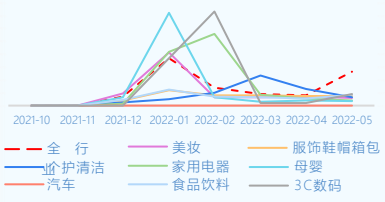
各行业A2增长率



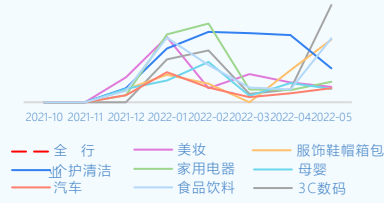
各行业A3增长率



各行业A4增长率

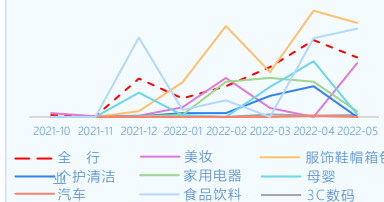


各行业A5增长率

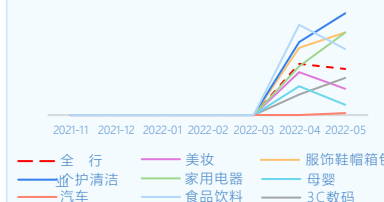


转化效率

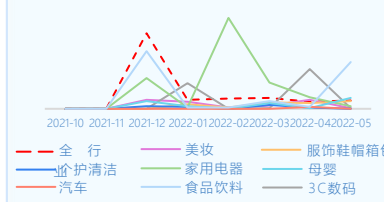
各行业转化率



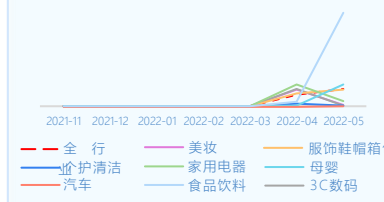
各行业新客占比



各行业获客成本



各行业拉新成本



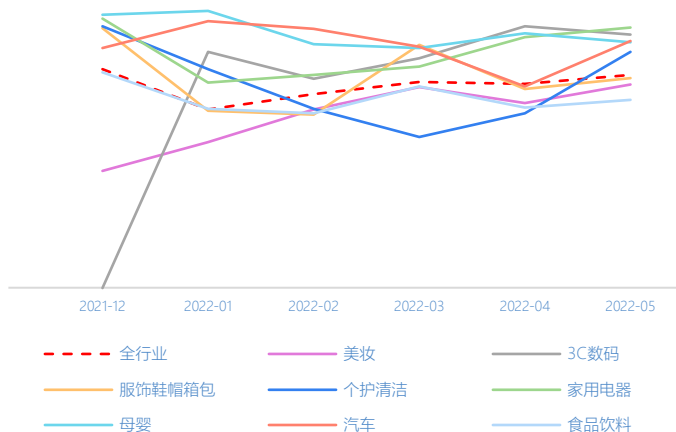
注：新客占比、拉新成本为2022年2月新指标

2.2 各行业营销表现趋势洞察-2

- 各行业心智指标趋势相对平稳，受大促影响波动较小。

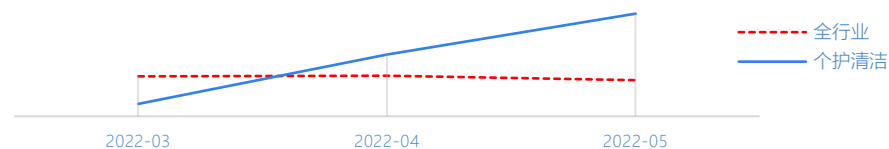
留存率指标母婴行业保持高水位，3C美妆快速增长。

各行业留存率

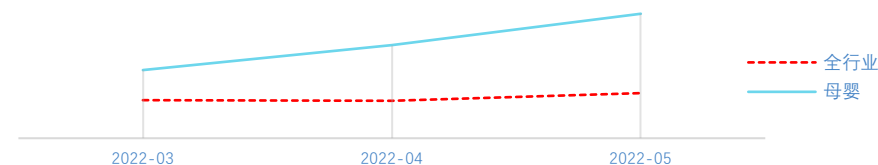


从2022年3月起，个护行业搜索率直线提升、母婴行业NPS直线提升，可能和采用创新搜索形式与口碑改善策略有关。

活动搜索提升率趋势



活动NPS趋势

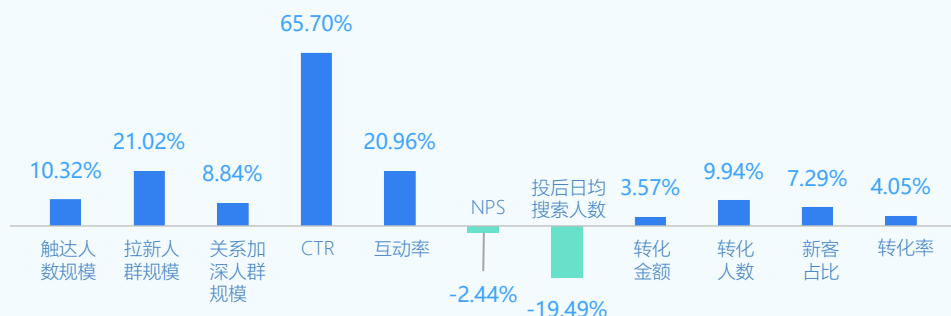


注：留存率评估的是曝光人群的5A状态，从投后到期末最后一天的维持/不流失情况

2.3 大促期与平销期营销表现对比

- 大促期在前链路品牌曝光和后链路效果转化表现上更强势，但在中间层心智指标上呈现劣势，需关注大促期口碑避免过度下滑。

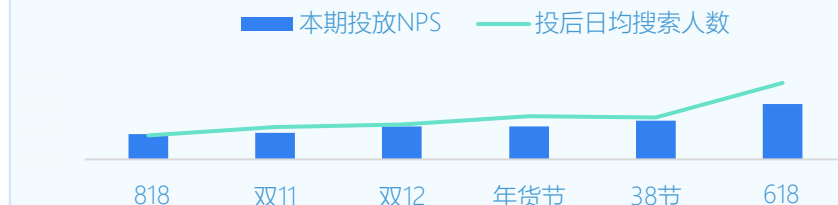
大促vs平销 关键指标对比



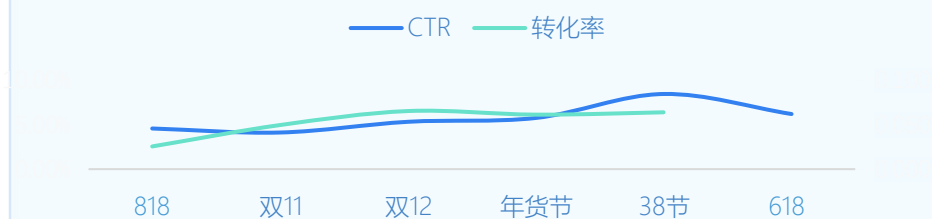
- 统计周期：2021.7-2022.6
- 基于历史活动洞察八大行业top25%均值，维度：全部&大促
- 覆盖行业：美妆、个护清洁、服饰鞋帽箱包、食品饮料、母婴、家用电器、3C数码和汽车
- 全部时间段月平均值：各行业月度取均值后再按行业取均值；非大促时间段月平均值：各行业不包含大促数据归因月的月度均值后再按行业取均值；大促：按行业取均值指标（均值）：
- 曝光、CTR、互动
- 拉新人群规模、关系加深人群规模、本期投放NPS、投后日均搜索人数
- 新客占比、转化率

- 从趋势上看，大促期心智指标呈现增长趋势，在今年618大促中表现已优于平销期。此外，CTR和转化率同样呈现持续增长趋势。

大促vs平销期 心智提升表现

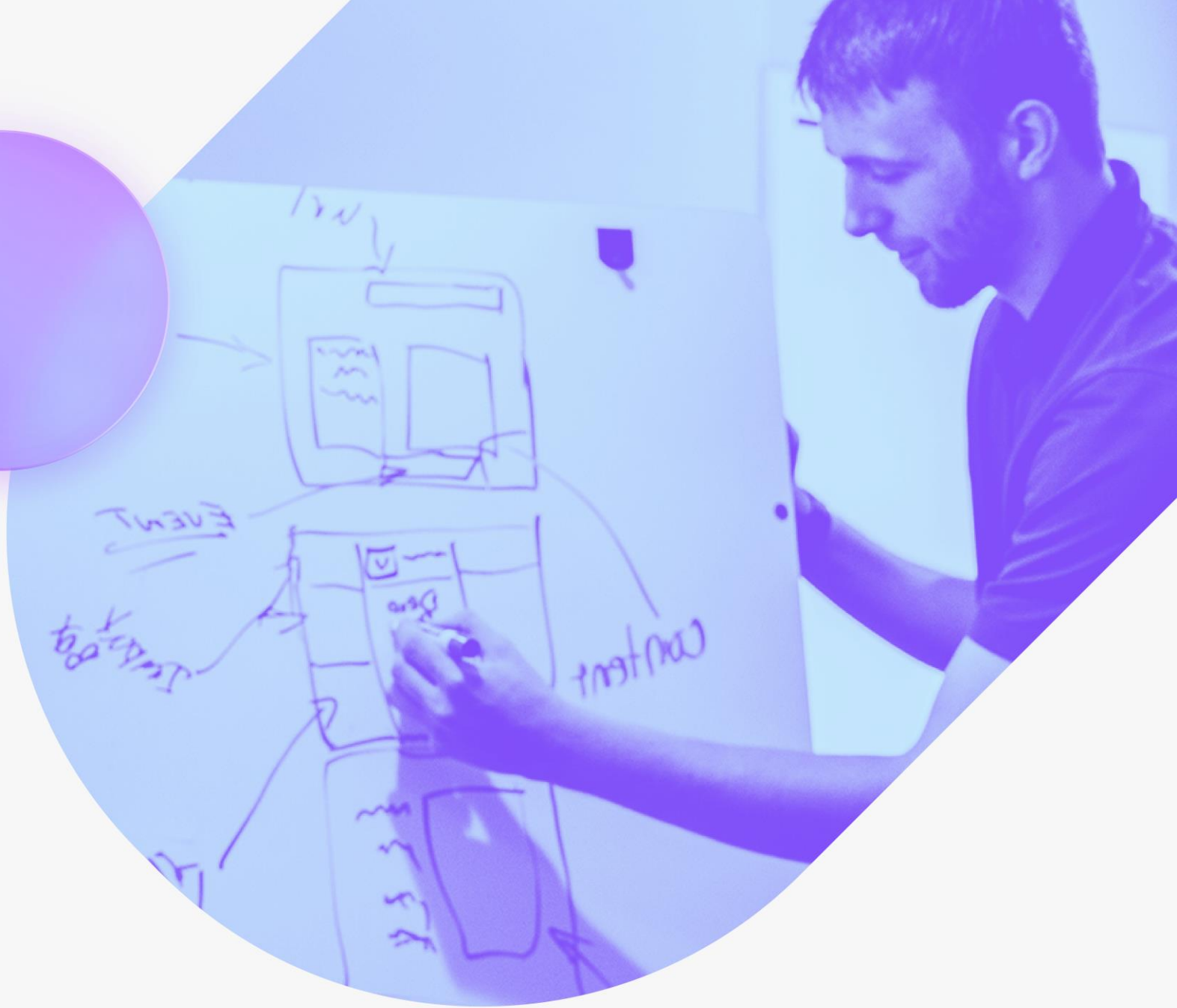


大促vs平销期 CTR&转化率表现



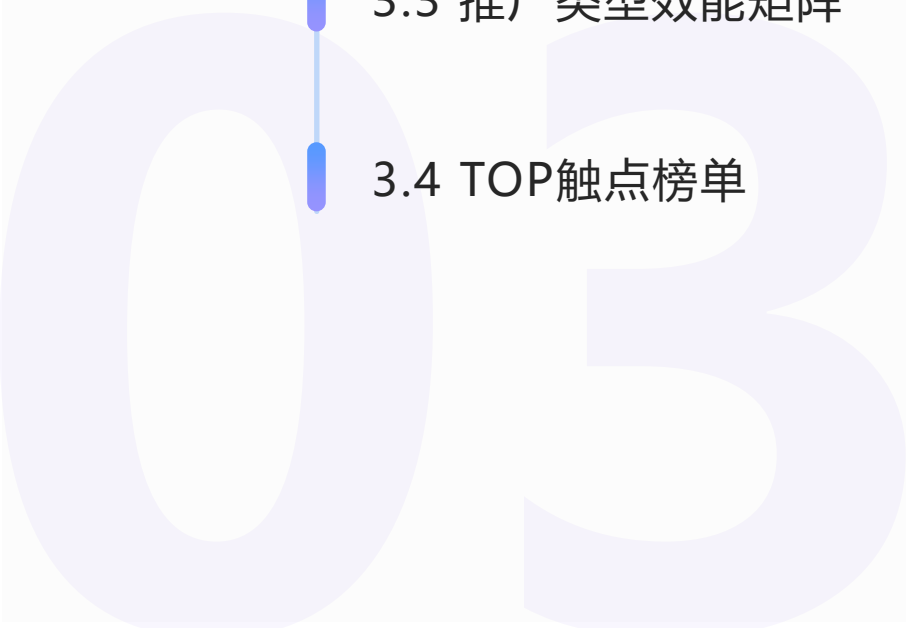
03

触点效能洞察



章节目录

- 3.1 触点效能的研究价值
- 3.2 巨量云图触点一览
- 3.3 推广类型效能矩阵
- 3.4 TOP触点榜单



3.1 触点效能的研究价值

长期品牌经营视角

- 品牌可以根据触点效能进行资源组合，从而在整合营销活动中，实现品心效全面提效；

短期营销视角

- 可以帮助品牌基于不同的营销目标，侧重优势资源投入，提升营销效率。

3.2 巨量云图触点-1

一级触点	二级触点	三级触点
 头条	常规广告	开屏、炫屏、信息流、详情页、其他
	内容营销	话题推广、号外推广、巨量星图文章推广
	品牌搜索	
	品牌阵地	
	自然内容	
	直播	达人推广直播、账号自发直播、常规广告引流直播
	电商	
 西瓜视频	常规广告	开屏、信息流、FreshView一镜到底、贴片、其他
	内容营销	综艺项目、西瓜热推、巨量星图视频推广
	品牌搜索	
	品牌阵地	
	自然内容	
	直播	达人推广直播、账号自发直播、常规广告引流直播
	电商	
 抖音	常规广告	开屏、TopView、信息流、TopLive、FeedsLive、其他
	内容营销	挑战赛、全民任务
	品牌搜索	内容服务、DOU+、巨量星图推广视频、内容热推
	品牌阵地	
	自然内容	
	直播	达人推广直播、账号自发直播、常规广告引流直播
	电商	

灰色文字代表触点接入中

3.2 巨量云图触点-2

一级触点	二级触点	三级触点
 抖音火山版	内容营销	挑战赛、快上热门、巨量星图视频推广
	品牌搜索	
	直播	达人推广直播、账号自发直播
	常规广告	HotView火力全开、开屏、信息流、其他
	品牌阵地	
	自然内容	
	电商	
 懂车帝	常规广告	开屏、信息流、其他
	品牌搜索	
	自然内容	
 FaceU激萌	常规广告	开屏、其他
 轻颜相机	常规广告	开屏、其他
 皮皮虾	常规广告	开屏、信息流、其他
 番茄小说	常规广告	开屏、信息流、贴片、详情页、其他
 住小帮	常规广告	开屏、首页弹窗
 图虫	常规广告	开屏、信息流
 穿山甲	常规广告	开屏
跨端	常规广告	联屏、通投、GDA、搜索广告、信息流全域通、开屏全域通
	巨量千川	短视频/图文带货、直播带货、FeedsLive

灰色文字代表触点接入中

3.3 推广类型效能矩阵

- 五大类资源在触达-心智-长效转化上具备差异化效能优势。挑战赛在人群触达规模和心智提升上具有强优势；品牌广告在人群触达破圈和心智提升上具有同等的优势；巨量星图在心智建设上具有强优势，可以帮助品牌进行深度种草和提升心智；巨量千川在触达效率和种草上具有优势；直播则在深度种草、成交转化上具有强优势。

触达破圈 心智建设/种草 成交转化 (曝光归因30天窗口期)						
推广类型	资源定位	触达规模	触达独占	深层人群增长	心智提升	转化效率
挑战赛	爆发覆盖+强心智	强优势	一般	一般	强优势	一般
品牌广告	触达+心智提升	优势	优势	一般	优势	一般
巨量星图	深种草+强心智	一般	优势	强优势	强优势	优势
巨量千川	种草	一般	优势	优势	一般	一般
直播	深种草+强转化	一般	一般	一般	强优势	强优势

1.巨量千川包含巨量千川品牌和巨量千川竞价

2.本期不含AD竞价资源效能评估，数据局限，暂无法评估转化效能

3. 深层人群增长=A3增长率；心智提升=投后搜索提升率

4. 触达独占=某渠道曝光人群中仅被该渠道单独曝光的人群占比

3.4.1 头条/抖音/跨端TOP触点矩阵

触达破圈 心智建设/种草 成交转化 (曝光归因30天窗口期)					
单次活动曝光		曝光独占人群比例	深层人群增长	心智提升	转化效率
TOP1	抖音-内容营销-挑战赛	头条-常规广告-开屏	抖音-内容营销-巨量星图视频推广	抖音-常规广告-Topview	抖音-直播-账号自发直播
TOP2	抖音-常规广告-Topview	头条-内容营销-号外推广	抖音-常规广告-信息流	抖音-内容营销-巨量星图视频推广	跨端-常规广告-搜索广告
TOP3	头条-常规广告-信息流	抖音-内容营销-巨量星图视频推广	头条-常规广告-开屏	抖音-直播-账号自发直播	跨端-巨量千川-短视频/图文带货
TOP4	抖音-内容营销-巨量星图视频推广	跨端-巨量千川-直播带货	头条-内容营销-号外推广	跨端-巨量千川-短视频/图文带货	抖音-内容营销-巨量星图视频推广
TOP5	跨端-常规广告-通投	头条-常规广告-信息流	头条-常规广告-炫屏	跨端-常规广告-通投	跨端-巨量千川-Feedslive

注：深层人群增长=A3增长率；心智提升=投后搜索提升率

3.4.2 头条端TOP触点矩阵



触达破圈



心智建设/种草



成交转化

(曝光归因30天窗口期)

	单次活动曝光	曝光独占人群比例	深层人群增长	心智提升	转化效率
TOP1	头条-常规广告-信息流	头条-常规广告-开屏	头条-常规广告-开屏	头条-常规广告-详情页	头条-常规广告-信息流
TOP2	头条-常规广告-开屏	头条-内容营销-号外推广	头条-内容营销-号外推广	头条-常规广告-信息流	头条-常规广告-开屏
TOP3	头条-常规广告-详情页	头条-常规广告-信息流	头条-常规广告-炫屏	头条-常规广告-炫屏	头条-常规广告-详情页

注：深层人群增长=A3增长率；心智提升=投后搜索提升率

3.4.3 抖音端TOP触点矩阵

触达破圈

心智建设/种草

成交转化

(曝光归因30天窗口期)

单次活动曝光		曝光独占人群比例	深层人群增长	心智提升	转化效率
TOP1	抖音-内容营销-挑战赛	抖音-内容营销-巨量星图视频推广	抖音-内容营销-巨量星图视频推广	抖音-常规广告-TopView	抖音-直播-账号自发直播
TOP2	抖音-常规广告-TopView	抖音-常规广告-信息流	抖音-常规广告-信息流	抖音-内容营销-巨量星图视频推广	抖音-内容营销-巨量星图视频推广
TOP3	抖音-内容营销-巨量星图视频推广	抖音-常规广告-开屏	抖音-常规广告-TopView	抖音-直播-账号自发直播	抖音-内容营销-挑战赛
TOP4	抖音-常规广告-信息流	抖音-内容营销-DOU+	抖音-常规广告-开屏	抖音-直播-达人推广直播	抖音-常规广告-信息流
TOP5	抖音-内容营销-DOU+	抖音-内容营销-挑战赛	抖音-内容营销-挑战赛	抖音-常规广告-TopLive	抖音-常规广告-FeedsLive

注：深层人群增长=A3增长率；心智提升=投后搜索提升率

3.4.4 美妆、食饮、个护、母婴行业TOP触点

触达破圈 心智建设/种草 成交转化 (30天曝光归因)								
行业	单次活动曝光	A1增长率	A2增长率	A3增长率	A4增长率	A5增长率	投后搜索提升率	转化效率
美妆	开屏	详情页	开屏	号外推广	内容服务	搜索广告	巨量星图视频推广	账号自发直播
	挑战赛	开屏	炫屏	炫屏	达人推广直播	通投	账号自发直播	搜索广告
	TopView	炫屏	TopView	信息流	短视频/图文带货	搜索	通投	巨量星图视频推广
食品饮料	挑战赛	开屏	号外推广	号外推广	内容热推	内容服务	TopView	账号自发直播
	开屏	号外推广	开屏	开屏	搜索广告	信息流	账号自发直播	搜索广告
	巨量星图视频推广	详情页	DOU+	内容热推	内容服务	直播带货	炫屏	短视频/图文带货
个护清洁（日化）	挑战赛	贴片	贴片	巨量星图视频推广	搜索广告	搜索广告	TopView	账号自发直播
	直播带货	开屏	开屏	信息流	账号自发直播	账号自发直播	挑战赛	搜索广告
	开屏	信息流	TopView	TopView	贴片	开屏	巨量星图视频推广	短视频/图文带货
母婴	挑战赛	号外推广	号外推广	号外推广	搜索广告	搜索广告	TopView	账号自发直播
	开屏	开屏	TopView	TopView	TopLive	TopView	内容服务	搜索广告
	TopView	信息流	信息流	TopLive	达人推广直播	DOU+	账号自发直播	短视频/图文带货

3.4.5 服饰、3C数码、家用电器、汽车行业TOP触点

触达破圈 心智建设/种草 成交转化 (30天曝光归因)								
行业	单次活动曝光	A1增长率	A2增长率	A3增长率	A4增长率	A5增长率	投后搜索提升率	转化效率
服饰鞋帽箱包	挑战赛	详情页	开屏	信息流	搜索广告	挑战赛	通投	短视频/图文带货
	通投	开屏	详情页	详情页	账号自发直播	直播带货	短视频/图文带货	搜索广告
	巨量星图视频推广	号外推广	TopView	开屏	TopView	信息流	挑战赛	账号自发直播
3C数码	挑战赛	信息流	巨量星图视频推广	巨量星图视频推广	搜索广告	搜索广告	巨量星图视频推广	搜索广告
	直播带货	巨量星图视频推广	短视频/图文带货	账号自发直播	账号自发直播	达人推广直播	TopView	账号自发直播
	TopView	短视频/图文带货	直播带货	信息流	挑战赛	挑战赛	账号自发直播	巨量星图视频推广
家用电器	挑战赛	开屏	TopView	TopView	账号自发直播	通投	达人推广直播	账号自发直播
	巨量星图视频推广	详情页	TopLive	巨量星图视频推广	短视频/图文带货	TopView	短视频/图文带货	短视频/图文带货
	信息流	号外推广	开屏	炫屏	搜索广告	搜索广告	账号自发直播	搜索广告
汽车	挑战赛	详情页	号外推广	TopView	-	TopLive	搜索广告	搜索广告
	信息流	号外推广	详情页	TopLive	-	FeedsLive	详情页	账号自发直播
	号外推广	开屏	挑战赛	挑战赛	-	巨量星图视频推广	内容热推	信息流

04

消费者转化路径洞察



章节目录

4.1 什么是转化路径

4.2 转化路径的研究价值

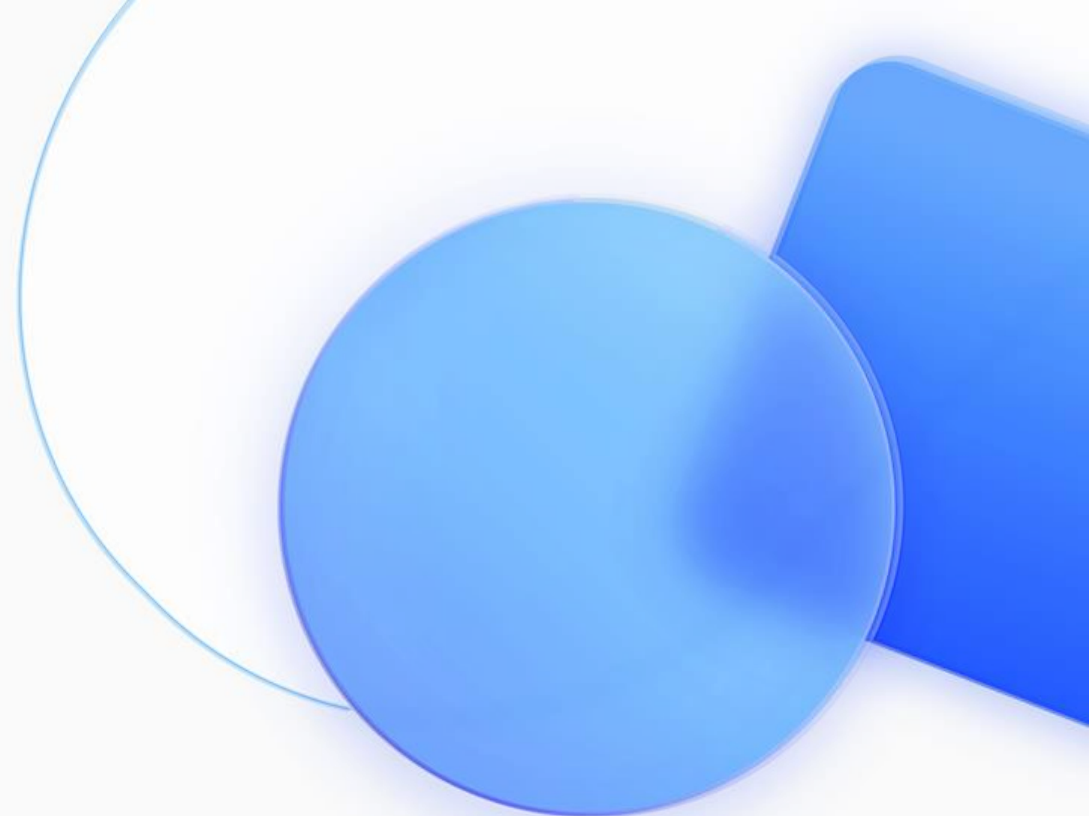
4.3 转化路径类型

4.4 转化路径洞察

4.5 优质转化路径特点及榜单

4.6 八大人群转化路径榜单

4.7 六大行业转化路径榜单



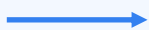
4.1 什么是转化路径

- 消费者发生转化行为前被触达的全部过程，包含触达触点、触达频次和先后顺序。

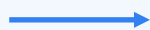
例如某条转化路径：



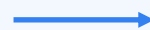
观看直播



观看巨量星图视频



观看品牌广告



观看直播（成交转化）

统计周期：2022.3.1-2022.4.30曝光；2022.3.1-2022.5.30转化；

归因逻辑：30日曝光归因

因路径较多，筛选转化uv不小于100的路径

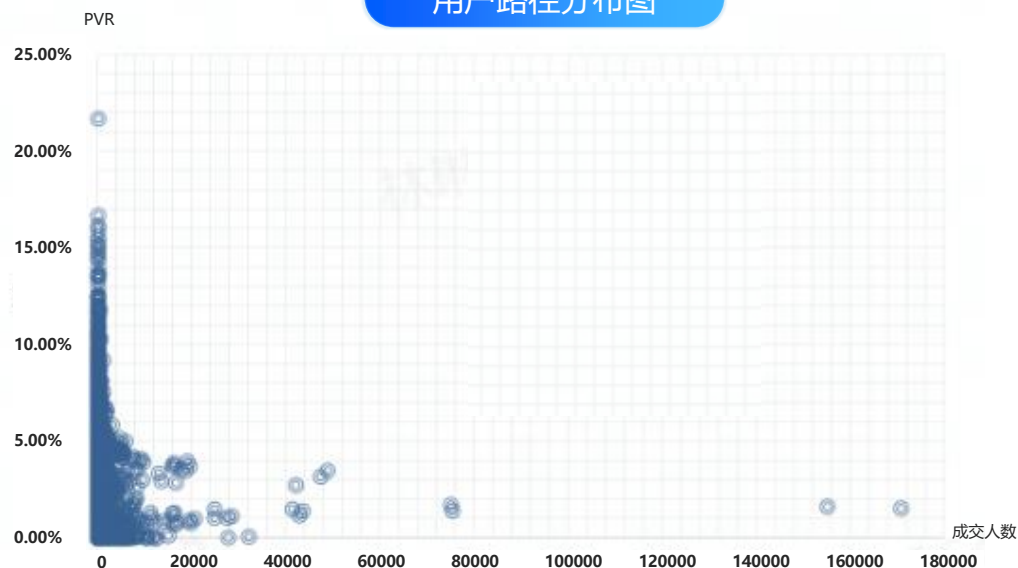
4.2 转化路径的研究价值

- 除了触点组合，触达顺序和频次对驱动转化同样具有重要影响，效率差距可达 **4-23 倍**

我们以600多个品牌3-4月投放覆盖人群为观察对象，采用30天曝光归因作为归因规则，还原真实消费者交易前触达路径，截断长尾路径(转化人数小于100人)，共提取到1.5w条路径。通过对比发现，在相同触点组合下，不同投放顺序和频次的转化率相差很大：

1. 相同触点和频次下，不同触达顺序路径的PVR平均相差差异**4.78 倍**
2. 相同触点和顺序下（仅观察2个触点的路径类型），不同频次路径的PVR平均相差差异**23.36 倍**

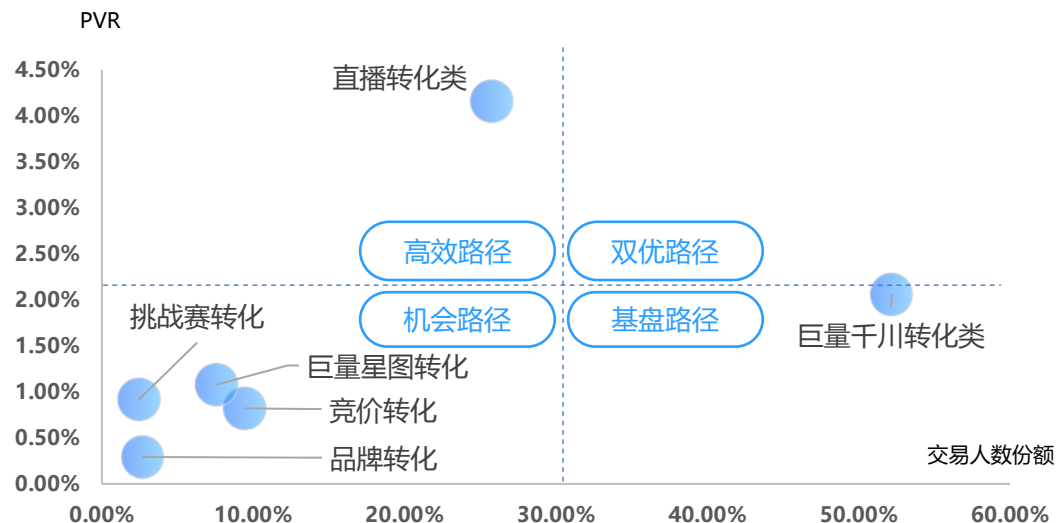
用户路径分布图



4.3 转化路径类型

- 以转化规模和效率为核心指标，并结合实际业务场景，可以发现主要有三类路径-直播转化类、巨量千川转化类、种草转化类。

路径类型矩阵



基盘路径：

巨量千川转化路径，转化份额最高，PVR较优

高效路径：

直播转化路径，PVR最优，转化份额其次

机会路径：

种草后直接转化路径，PVR均值水平不高，但值得注意的，转化规模份额达22%，如何通过增加转化触点触达进行提效、或挖掘其中最具规模路径进行拓量，是成交增长的潜在机会点

4.4 转化路径洞察

- 直播和巨量千川的转化中，多数来自直播/巨量千川、巨量星图、挑战赛种草，这说明直播和千川不仅具备转化属性，同时也具备不可忽视的种草属性，有近50%的转化前被直播和近40%的转化前被巨量千川触达种草过

路径分类	种草触点	转化触点	转化UV份额	平均PVR (PV)	解读
巨量千川转化类	汇总	直播带货	51.42%	2.15%	基盘路径： 规模最大&效率较优
	「账号自发直播」	-	37.35%	3.18%	
	「巨量星图视频推广」	-	3.85%	0.21%	
	「巨量星图视频推广，账号自发直播」	-	2.60%	2.47%	
	「挑战赛」	-	1.72%	0.29%	
	「账号自发直播，挑战赛」	-	1.11%	2.41%	
	「信息流」	-	0.92%	0.06%	
	「账号自发直播，信息流」	-	0.77%	1.28%	
	「短视频/图文带货」	-	0.73%	0.13%	
	其他	-	2.37%	0.78%	
	汇总	短视频/图文带货	1.37%	0.78%	
	「直播带货」	-	0.84%	0.28%	
	其他	-	0.53%	1.03%	
直播转化类	汇总	账号自发直播	28.17%	4.26%	高效路径：效率最优
	「直播带货」	-	20.39%	5.16%	
	「挑战赛」	-	2.60%	4.49%	
	「巨量星图视频推广」	-	1.89%	3.25%	
	「巨量星图视频推广，直播带货」	-	0.97%	3.40%	
	「挑战赛，直播带货」	-	0.74%	3.41%	
	其他	-	1.57%	1.46%	
种草直接转化类	汇总	汇总	19.04%	0.83%	机会路径： 具备一定规模但效率待提升
	「直播带货」	巨量星图视频推广	2.86%	0.14%	
	「账号自发直播，直播带货」	-	1.44%	1.95%	
	「账号自发直播」	-	1.42%	2.06%	
	「账号自发直播，直播带货」	信息流	0.68%	1.37%	
	「直播带货」	-	0.58%	0.03%	
	「账号自发直播」	挑战赛	2.36%	3.22%	
	「直播带货」	-	1.32%	0.35%	
	「账号自发直播，直播带货」	-	0.84%	2.19%	
	「搜索广告」	-	0.82%	0.05%	
	「巨量星图视频推广」	-	0.57%	0.02%	
	其他	其他	6.17%	0.23%	

路径分类	种草触点	转化触点	转化UV份额	平均PVR (PV)	解读
巨量千川转化类	汇总	汇总	52.15%	2.06%	基盘路径： 规模最高&效率较优
	「直播」	巨量千川	34.45%	3.34%	
	「巨量星图」	巨量千川	4.80%	0.26%	
	「直播, 巨量星图」	巨量千川	3.21%	2.61%	
	「挑战赛」	巨量千川	1.68%	0.42%	
	「巨量星图, 品牌」	巨量千川	1.29%	0.17%	
	「竞价」	巨量千川	1.27%	0.09%	
	「直播, 挑战赛」	巨量千川	1.26%	2.71%	
	「直播, 竞价」	巨量千川	1.25%	1.54%	
	其他	巨量千川	2.94%	0.71%	
直播转化类	汇总	汇总	25.75%	4.16%	高效路径：效率最优
	「巨量千川」	直播	17.86%	5.04%	
	「挑战赛」	直播	2.33%	5.03%	
	「巨量星图」	直播	1.63%	3.64%	
	「巨量千川, 巨量星图」	直播	1.08%	3.82%	
	其他	直播	2.85%	1.77%	
种草直接转化类	汇总	汇总	22.10%	0.78%	机会路径： 具备一定规模但效率待提升
	「巨量千川」	巨量星图	3.23%	0.18%	
	「直播, 巨量千川」	巨量星图	1.55%	2.35%	
	「直播」	巨量星图	1.23%	2.29%	
	「品牌」	巨量星图	1.14%	0.02%	
	其他	巨量星图	2.25%	0.53%	
	「直播」	挑战赛	2.13%	3.14%	
	「品牌」	挑战赛	1.94%	0.04%	
	「巨量千川」	挑战赛	1.34%	0.46%	
	其他	挑战赛	2.14%	0.37%	
	其他	品牌	2.7%	0.29%	
	其他	竞价	2.5%	0.92%	

按推广类型分

4.5 优质路径特点

高规模路径特征

通常长度较短(2-10次触达)、触点类型较少(2-3种)，该类路径占据转化规模的86%。

低规模路径特征

竞价/巨量千川在触达规模上小、三类纯种草触点触达、路径过长。

路径规模分布图

转化人数		触点种类			
		2	3	4	5
路径长度	2				
	3				
	4				
	5				
	6				
	7				
	8				
	9				
	10				
	11				
	12				
	13				
	14				
	15				
	16				
	17				
	18				
	19				
	20				

注：分值 > > >

4.5 优质路径特点

高效率路径特征

通常长度中等(6-14次触达)、触点类型较少(2-3种)、或路径中有直播高频触达，该类路径的转化效率相比其余路径高1.86倍。

低效率路径特征

只种草不转化、先转化后种草、高频种草低频转化。

路径转化率分布图

转化率		触点种类			
		2	3	4	5
路径长度	2				
	3				
	4				
	5				
	6				
	7				
	8				
	9				
	10				
	11				
	12				
	13				
	14				
	15				
	16				
	17				
	18				
	19				
	20				

注：分值 > > >

4.5.1 全行业优质路径-1

- 挑战赛、巨量星图、巨量千川、直播四类资源两两组合的路径，通过顺序和频次的调整，将获得具备显著规模或效率优势的路径；
- 种草直接转化类同样存在优势路径：高规模路径(例如：巨量千川 → 巨量星图)和高效路径(例如直播高频种草 → 挑战赛)。

高规模路径 (转化UV ≥ 2W)

路径均值：PVR=1.52%，转化UV=54,611

直播转化类

巨量千川 → 直播(低频触达2-6次)

巨量千川转化类

直播 → 巨量千川(低频触达2-6次)

种草直接转化类

巨量千川 → 巨量星图

次高规模路径 (转化UV ≥ 1k)

直播转化类

巨量千川 → 直播 (中低频2-10)

巨量千川转化类

直播 → 巨量千川 (低种+高收)

巨量千川转化类

直播 → 巨量千川 (中低频2-10,低种+高收)

直播转化类

挑战赛/巨量星图/巨量千川/品牌/竞价(1-2类) → 直播 (低频2-6)

种草直接转化类

巨量千川/直播/巨量星图/挑战赛/品牌/竞价(1-2类) → 巨量星图/挑战赛/品牌/竞价(低频2-6)

种草直接转化类

挑战赛/直播/竞价/品牌/巨量星图(1-2类) → 挑战赛(低种+高收)

4.5.1 全行业优质路径-2

高效率路径 (PVR ≥ 10%)

路径均值: PVR=12.14%, 转化UV=128

直播转化类路径

巨量千川 → 直播(高频)(中高频触达6-14次)

直播转化类路径

挑战赛 → 直播(高频)(中高频触达9-10次)

直播转化类路径

巨量星图 → 直播(中频触达7-11次)

巨量千川转化类路径

直播 → 巨量千川(中频触达8-12次)

种草直接转化类

直播(高频) → 挑战赛(中高频触达11-16次)

次高效路径 (PVR ≥ 4.16%)

直播转化类路径

巨量千川/巨量星图/挑战赛/品牌/竞价(1-2类) → 直播 (中频5-11)

直播转化类路径

直播(高频) → 巨量千川/巨量星图/挑战赛(1-2类) → 直播(中高频5-20)

巨量千川/种草转化类

直播(高频) → 巨量星图/挑战赛/巨量千川(中高频5-20)

种草直接转化类

直播 → 巨量千川/挑战赛/巨量星图/品牌(1-3类) → 巨量星图/挑战赛/品牌/竞价

巨量千川转化类

直播 → 巨量星图/挑战赛/品牌/竞价(1-3类) → 巨量千川(中低频5-9)

4.5.1 全行业优质路径-3

次双优路径 ($PVR \geq 4.16\%$ 且 转化UV ≥ 1000)

巨量千川转化类

直播 → 巨量千川 (中低频5-10)

直播转化类

巨量千川 → 直播 (中低频5-10)

直播转化类

挑战赛 → 直播 (中低频5-10)

种草直接转化类

直播 → 挑战赛 (中低频5-10)

注：本次报告双优路径暂无

4.5.2 全行业高转化规模路径详细榜单

高转化规模路径 TOP20

- 1 直播带货 → 账号自发直播
- 2 直播带货 → 巨量星图视频推广
- 3 账号自发直播 → 巨量星图视频推广
- 4 账号自发直播 → 挑战赛
- 5 直播带货 → 挑战赛
6. 账号自发直播 → 直播带货 → 巨量星图视频推广
7. 巨量星图视频推广 → 挑战赛
8. 账号自发直播 → 信息流
9. 直播带货 → 信息流
10. 直播带货 → 短视频/图文带货
11. 巨量星图视频推广 → 内容服务
12. 巨量星图视频推广 → 短视频/图文带货
13. 巨量星图视频推广 → 信息流
14. 账号自发直播 → 直播带货 → 挑战赛
15. 账号自发直播 → 直播带货 → 信息流
16. 账号自发直播 → 搜索广告
17. 账号自发直播 → FeedsLive
18. 巨量星图视频推广 → 内容热推
19. 直播带货 → 搜索广告
20. 信息流 → 挑战赛

4.5.2 全行业高转化效率路径详细榜单

高转化效率路径 TOP20

- 1 账号自发直播(4) → 直播带货(2) → 账号自发直播(6)
- 2 账号自发直播(2) → 挑战赛 → 挑战赛账号自发直播(5)
- 3 巨量星图视频推广(2) → 账号自发直播(3) → 直播带货
- 4 账号自发直播(2) → 巨量星图视频推广(2) → 账号自发直播(2)
- 5 账号自发直播(4) → 挑战赛 → 账号自发直播 → 直播带货

6. 短视频/图文带货 → 直播带货 → 账号自发直播 → 短视频/图文带货
7. 账号自发直播 → 短视频/图文带货 → 账号自发直播
8. 巨量星图视频推广 → 短视频/图文带货 → 账号自发直播 → 直播带货
9. 账号自发直播 → 搜索广告 → 直播带货 → 账号自发直播
10. 账号自发直播 → 信息流 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
11. 短视频/图文带货 → 巨量星图视频推广 → 账号自发直播
12. 信息流(2) → 账号自发直播(4)
13. 开屏 → 账号自发直播(26)
14. 账号自发直播 → 搜索广告 → 账号自发直播 → 账号自发直播
15. 内容服务 → 巨量星图视频推广 → 账号自发直播 → 直播带货(2)
16. 开屏 → 直播带货 → 账号自发直播(2)
17. 巨量星图视频推广 → 账号自发直播 → 信息流 → 账号自发直播
18. 其他 → 账号自发直播 → 直播带货
19. 挑战赛 → 巨量星图视频推广 → 账号自发直播 → 直播带货(3)
20. 巨量星图视频推广 → 搜索广告 → 账号自发直播 → 直播带货

括号中数字为最佳触达频次

4.6 八大人群转化路径榜单

- 八大人群中，精致妈妈、小镇青年、都市蓝领消费人群规模相对较大，与此同时，转化路径更多样化。从转化效率上看，精致妈妈和资产中产消费能力强更易发生转化行为，而GenZ和都市蓝领最难转化。各个人群类别均存在较大效率提升空间，高效路径和低效路径效率相差巨大，尤其是小镇中老年、 GenZ 、小镇青年、都市蓝领。

八大人群	路径数量	转化人群规模 (脱敏后)	平均值:PVR(PV)	最大值: PVR(PV)	最小值: PVR(PV)	PVR差距倍数
精致妈妈	1082	1.75	2.80%	11.25%	0.007%	1,699
小镇青年	1045	1.68	1.80%	8.49%	0.002%	4,159
都市蓝领	742	1.22	1.64%	7.19%	0.002%	3,624
GenZ	689	1.09	1.43%	7.85%	0.002%	4,971
资深中产	557	0.89	2.85%	13.10%	0.004%	2,915
新锐白领	429	0.67	1.93%	6.18%	0.002%	2,608
小镇中老年	402	0.57	1.86%	6.82%	0.001%	8,800
都市银发	109	0.13	1.87%	6.65%	0.008%	836

4.6.1 八大人群转化路径榜单-精致妈妈

高转化效率路径 TOP20

1 直播带货 → 账号自发直播

2 账号自发直播 → 直播带货

3 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货

4 账号自发直播 → 直播带货(2)

5 直播带货 → 账号自发直播(2)

6. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

7. 直播带货(2) → 账号自发直播

8. 直播带货(2) → 直播带货

9. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)

10. 账号自发直播 → 直播带货(3)

11. 巨量星图视频推广 → 直播带货

12. 巨量星图视频推广 → 账号自发直播

13. 直播带货 → 巨量星图视频推广

14. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(3)

15. 直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货

16. 账号自发直播 → 巨量星图视频推广

17. 账号自发直播 → 直播带货(4)

18. 直播带货(3) → 账号自发直播

19. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播(2)

20. 账号自发直播 → 挑战赛

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.6.1 八大人群转化路径榜单-精致妈妈

高转化规模路径 TOP20

- 1 直播带货(6) → 账号自发直播
- 2 直播带货(7) → 账号自发直播
- 3 直播带货(6) → 账号自发直播
- 4 挑战赛 → 挑战赛 → 直播带货(3) → 账号自发直播
- 5 直播带货(6) → 账号自发直播
6. 直播带货 → 账号自发直播 → 短视频/图文带货
7. 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
8. 直播带货(8) → 账号自发直播
9. 直播带货(6) → 直播带货
10. 直播带货(8) → 账号自发直播(2)
11. 直播带货(7) → 账号自发直播
12. 直播带货(5) → 直播带货
13. 巨量星图视频推广(2)- → 直播带货(2)- → 账号自发直播
14. 账号自发直播 → 直播带货 → 短视频/图文带货
15. 直播带货(8) → 直播带货
16. 短视频/图文带货 → 直播带货 → 账号自发直播
17. 直播带货(4) → 账号自发直播(2)
18. 直播带货(4) → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
19. 短视频/图文带货 → 账号自发直播 → 直播带货
20. 直播带货(6) → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.6.2 八大人群转化路径榜单-小镇青年

高转化规模路径 TOP20

- 1 账号自发直播 → 直播带货
- 2 直播带货 → 账号自发直播
- 3 账号自发直播 → 直播带货(2)
- 4 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
- 5 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

6. 直播带货 → 账号自发直播(2)
7. 直播带货(2) → 直播带货
8. 账号自发直播 → 直播带货(3)
9. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)
10. 直播带货(2) → 账号自发直播
11. 巨量星图视频推广 → 直播带货
12. 直播带货 → 巨量星图视频推广
13. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(3)

14. 巨量星图视频推广 → 账号自发直播
15. 账号自发直播 → 直播带货(4)
16. 直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货
17. 挑战赛 → 账号自发直播
18. 账号自发直播 → 巨量星图视频推广
19. 账号自发直播 → 挑战赛
20. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(4)

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.6.2 八大人群转化路径榜单-小镇青年

高转化效率路径 TOP20

1 直播带货(7) → 账号自发直播

2 直播带货(8) → 账号自发直播

3 直播带货(6) → 直播带货(4) → 账号自发直播

4 直播带货(6) → 直播带货

5 直播带货(6) → 账号自发直播

6. 直播带货(6) → 直播带货(4) → 直播带货

7. 直播带货(6) → 账号自发直播

8. 直播带货(6) → 直播带货(5) → 直播带货

9. 直播带货(5) → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货

10. 直播带货(6) → 账号自发直播 → 直播带货(2)

11. 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

12. 直播带货(6) → 直播带货

13. 直播带货(6) → 账号自发直播

14. 直播带货(7) → 账号自发直播

15. 直播带货(6) → 直播带货(4)

16. 直播带货(4) → 直播带货 → 账号自发直播(2)

17. 直播带货(8) → 直播带货 → 账号自发直播

18. 直播带货(6) → 直播带货

19. 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货- → 账号自发直播

20. 直播带货(6) → 账号自发直播

括号中数字为最佳触达频次

4.6.3 八大人群转化路径榜单-都市蓝领

高转化规模路径 TOP20

- 1 账号自发直播 → 直播带货
- 2 直播带货 → 账号自发直播
- 3 账号自发直播 → 直播带货(2)
- 4 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
- 5 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

6. 直播带货 → 账号自发直播(2)
7. 直播带货(2) → 直播带货
8. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)
9. 账号自发直播 → 直播带货(3)
10. 直播带货(2) → 账号自发直播
11. 账号自发直播 → 直播带货(4)
12. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(3)
13. 直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货

14. 巨量星图视频推广 → 直播带货
15. 挑战赛 → 账号自发直播
16. 直播带货(3) → 账号自发直播
17. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
18. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(4)
19. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播(2)
20. 账号自发直播 → 挑战赛

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.6.3 八大人群转化路径榜单-都市蓝领

高转化效率路径 TOP20

- 1 直播带货(6) → 账号自发直播
- 2 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
- 3 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(4) → 账号自发直播
- 4 直播带货(7) → 账号自发直播
- 5 直播带货(6) → 账号自发直播
6. 直播带货(5) → 挑战赛 → 挑战赛
7. 挑战赛 → 挑战赛 → 直播带货(3) → 账号自发直播
8. 直播带货(5) → 直播带货
9. 直播带货(4) → 账号自发直播(2)
10. 直播带货(4) → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
11. 直播带货(6) → 直播带货
12. 直播带货(6) → 直播带货(2)
13. 直播带货(6) → 账号自发直播
14. 直播带货(5) → 直播带货(2) → 账号自发直播
15. 直播带货(8) → 直播带货
16. 直播带货(6) → 直播带货 → 账号自发直播(2)
17. 账号自发直播 → 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货
18. 直播带货(6) → 账号自发直播 → 挑战赛
19. 直播带货(5) → 直播带货 → 账号自发直播(2)
20. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.6.4 八大人群转化路径榜单- Gen Z

高转化规模路径 TOP20

- 1 账号自发直播 → 直播带货
- 2 直播带货 → 账号自发直播
- 3 账号自发直- → 直播带货(2)
- 4 直播带货 → 账号自发直播- → 直播带货
- 5 巨量星图视频推广 → 直播带货

6. 巨量星图视频推广 → 账号自发直播

7. 直播带货 → 巨量星图视频推广

8. 账号自发直播 → 巨量星图视频推广

9. 账号自发直播 → 直播带货(3)

10. 直播带货(2) → 直播带货

11. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)

12. 账号自发直播 → 巨量星图视频推广

13. 直播带货 → 账号自发直播(2)

14. 直播带货(2) → 账号自发直播

15. 账号自发直播 → 直播带货(4)

16. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(3)

17. 直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货

18. 巨量星图视频推广 → 直播带货(2)

19. 账号自发直播 → 直播带货(4) → 直播带货

20. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(4)

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.6.4 八大人群转化路径榜单- Gen Z

高转化效率路径 TOP20

- 1 直播带货(6) → 直播带货
- 2 直播带货(4) → 直播带货- → 账号自发直播
- 3 直播带货(5) → 直播带货
- 4 直播带货(6) → 账号自发直播
- 5 直播带货(4) → 账号自发直播(2)

6. 直播带货(8) → 直播带货
7. 直播带货(5) → 账号自发直播
8. 直播带货(6) → 直播带货- → 账号自发直播
9. 直播带货(6) → 账号自发直播
10. 直播带货(4) → 账号自发直播
11. 直播带货(5) → 账号自发直播
12. 直播带货(5) → 直播带货(2)
13. 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货(2)

14. 直播带货(4) → 直播带货(2)
15. 账号自发直播 → 直播带货(4) → 直播带货
16. 直播带货(5) → 账号自发直播 → 直播带货
17. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播(2)
18. 直播带货(6) → 账号自发直播 → 直播带货
19. 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货
20. 直播带货(5) → 直播带货 → 账号自发直播

括号中数字为最佳触达频次

4.6.5 八大人群转化路径榜单-资深中产

高转化规模路径 TOP20

1 账号自发直播 → 直播带货

2 直播带货 → 账号自发直播

3 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货

4 账号自发直播 → 直播带货(2)

5 直播带货 → 账号自发直播(2)

6. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

7. 直播带货(2) → 账号自发直播

8. 直播带货(2) → 直播带货

9. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)

10. 账号自发直播 → 直播带货(3)

11. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(3)

12. 账号自发直播 → 直播带货(4)

13. 直播带货(3) → 账号自发直播

14. 直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货

15. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播(2)

16. 巨量星图视频推广 → 直播带货

17. 巨量星图视频推广 → 账号自发直播

18. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(4)

19. 直播带货(3) → 直播带货

20. 直播带货 → 巨量星图视频推广

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.6.5 八大人群转化路径榜单-资深中产

高转化效率路径 TOP20

- 1 直播带货(6) → 账号自发直播
- 2 直播带货(6) → 直播带货
- 3 直播带货(7) → 账号自发直播
- 4 直播带货(6) → 账号自发直播
- 5 直播带货(4) → 账号自发直播(2)

6. 直播带货(5) → 直播带货
7. 直播带货(6) → 账号自发直播
8. 直播带货(6) → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播(2)
9. 短视频/图文带货 → 直播带货 → 账号自发直播
10. 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货
11. 直播带货 → 账号自发直播 → 短视频/图文带货
12. 账号自发直播 → 直播带货(5) → 账号自发直播
13. 直播带货(5) → 账号自发直播

14. 直播带货(8) → 直播带货 → 账号自发直播
15. 直播带货(6) → 直播带货(4) → 直播带货
16. 直播带货(6) → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
17. 直播带货(6) → 账号自发直播
18. 巨量星图视频推广(2) → 直播带货(2) → 账号自发直播
19. 直播带货(4) → 直播带货 → 账号自发直播
20. 直播带货(4) → 挑战赛 → 账号自发直播

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.6.6 八大人群转化路径榜单-新锐白领

高转化规模路径 TOP20

- 1 账号自发直播 → 直播带货
- 2 直播带货 → 账号自发直播
- 3 带货 → 账号自发直播 → 直播带货
- 4 账号自发直播 → 直播带货(2)
- 5 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

6. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)
7. 账号自发直播 → 直播带货(3)
8. 直播带货 → 账号自发直播(2)
9. 直播带货(2) → 账号自发直播
- 10.直播带货(2) → 直播带货
- 11.直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(3)
- 12.账号自发直播 → 直播带货(4)
- 13.巨量星图视频推广 → 账号自发直播

- 14.直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货
- 15.巨量星图视频推广 → 直播带货
- 16.直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(4)
- 17.账号自发直播 → 巨量星图视频推广
- 18.账号自发直播 → 直播带货(4) → 直播带货
- 19.直播带货 → 巨量星图视频推广
- 20.直播带货(3) → 账号自发直播

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.6.6 八大人群转化路径榜单-新锐白领

高转化效率路径 TOP20

- 1 直播带货(6) → 账号自发直播
- 2 直播带货(4) → 直播带货 → 账号自发直播
- 3 直播带货(5) → 直播带货
- 4 直播带货(6) → 账号自发直播
- 5 直播带货(6) → 直播带货 → 账号自发直播
6. 账号自发直播 → 直播带货(4) → 账号自发直播
7. 直播带货(5) → 账号自发直播
8. 直播带货(5) → 直播带货(2)
9. 直播带货(8) → 直播带货
10. 直播带货(5) → 账号自发直播 → 直播带货
11. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
12. 直播带货(6) → 账号自发直播
13. 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货
14. 直播带货(4) → 账号自发直播(2)
15. 直播带货(7) → 账号自发直播
16. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(4)
17. 直播带货(5) → 账号自发直播
18. 直播带货(4) → 账号自发直播
19. 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货
20. 直播带货(6) → 账号自发直播 → 直播带货

括号中数字为最佳触达频次

4.6.7 八大人群转化路径榜单-都市银发

高转化规模路径 TOP20

- 1 账号自发直播 → 直播带货
- 2 直播带货 → 账号自发直播
- 3 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
- 4 账号自发直播 → 直播带货(2)
- 5 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

6. 直播带货 → 账号自发直播(2)
7. 直播带货(2) → 直播带货
8. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)
9. 账号自发直播 → 直播带货(3)
10. 直播带货(2) → 账号自发直播
11. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(3)
12. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播(2)
13. 账号自发直播 → 直播带货(4)
14. 直播带货(3) → 账号自发直播
15. 直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货
16. 直播带货(3) → 直播带货
17. 直播带货(2) → 直播带货 → 账号自发直播
18. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
19. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(4)
20. 直播带货(3) → 直播带货

括号中数字为最佳触达频次

4.6.7 八大人群转化路径榜单-都市银发

高转化效率路径 TOP20

1 账号自发直播 → 直播带货(5) → 账号自发直播

2 直播带货(4) → 账号自发直播

3 直播带货(4) → 账号自发直播

4 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播 →
直播带货 → 账号自发直播

5 直播带货(5) → 账号自发直播

6. 直播带货(5) → 直播带货

7. 账号自发直播 → 直播带货(4) → 账号自发直播

8. 直播带货(6) → 直播带货

9. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播(2)

10. 直播带货(4) → 账号自发直播

11. 账号自发直播 → 直播带货(3) → 账号自发直播

12. 直播带货(3) → 挑战赛

13. 直播带货(5) → 账号自发直播

14. 直播带货(5) → 账号自发直播

15. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播(2)

16. 直播带货(6) → 账号自发直播

17. 账号自发直播 → 直播带货(4)

18. 直播带货(4) → 账号自发直播

19. 直播带货(2) → 直播带货 → 账号自发直播(2)

20. 直播带货(4) → 直播带货

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.6.8 八大人群转化路径榜单-小镇中老年

高转化规模路径 TOP20

- 1 账号自发直播 → 直播带货
- 2 直播带货 → 账号自发直播
- 3 账号自发直播 → 直播带货(2)
- 4 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
- 5 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

6. 直播带货 → 账号自发直播(2)
7. 直播带货(2) → 直播带货
8. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)
9. 账号自发直播 → 直播带货(3)
10. 直播带货(2) → 账号自发直播
11. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(3)
12. 账号自发直播 → 直播带货(4)
13. 直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货

14. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(4)
15. 账号自发直播 → 直播带货(4) → 直播带货
16. 直播带货(3) → 账号自发直播
17. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
18. 直播带货(3) → 直播带货
19. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播(2)
20. 直播带货(2) → 直播带货(2)

括号中数字为最佳触达频次

4.6.8 八大人群转化路径榜单-小镇中老年

高转化效率路径 TOP20

1 直播带货(8) → 直播带货

2 直播带货(8) → 直播带货 → 账号自发直播

3 直播带货(6) → 直播带货 → 账号自发直播

4 直播带货(5) → 直播带货

5 直播带货(6) → 账号自发直播

6. 直播带货(4)- → 账号自发直播(2)

7. 直播带货(5)- → 直播带货- → 账号自发直播

8. 直播带货(6)- → 直播带货(2)

9. 直播带货(6)- → 账号自发直播- → 直播带货

10. 直播带货(6)- → 账号自发直播- → 直播带货- → 账号自发直播

11. 直播带货(6)- → 直播带货(4)

12. 直播带货(4)- → 账号自发直播

13. 直播带货(5)- → 直播带货- → 账号自发直播(2)

14. 直播带货(4) → 直播带货- → 账号自发直播

15. 直播带货(2) → 直播带货(2)(5) → 账号自发直播

16. 直播带货(7) → 账号自发直播

17. 直播带货(7) → 账号自发直播

18. 账号自发直播 → 直播带货(4) → 账号自发直播

19. 直播带货(3) → 直播带货(5) → 账号自发直播

20. 直播带货(2) → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
→ 账号自发直播

括号中数字为最佳触达频次

4.7 六大行业转化路径洞察

分行业来看，服饰行业的转化路径最多样；服饰、个护、食饮相对路径效率提升空间更大，高效路径和低效路径效率相差最大；相比不同人群间对比，各行业间优质路径差异化相对更大，各自具备更多行业特色优质路径：

- 美妆、食饮行业：相比其他行业，转化前巨量星图触达过的路径相对转化更优，达人种草对成交共助力明显；
- 母婴行业：转化前需更深度种草，巨量星图、挑战赛种草或搜索后进入直播间是优质成交路径。

六大行业	路径数量	转化人群规模 (脱敏后)	平均值:PVR(PV)	最大值:PVR(PV)	最小值:PVR(PV)	PVR差距倍数
服饰鞋帽箱包	3433	2.61	4.43%	23.45%	0.937%	24
美妆	1261	0.71	2.68%	10.73%	0.893%	11
个护清洁（日化）	1168	1.95	5.22%	29.91%	0.892%	33
家用电器	520	0.40	3.36%	13.17%	0.955%	13
食品饮料	461	0.32	5.41%	18.30%	0.917%	19
母婴	4	0.001	3.12%	5.63%	1.215%	4

4.7.1 美妆行业转化路径榜单

高转化规模路径 TOP20

- 1 账号自发直播 → 直播带货
- 2 直播带货 → 账号自发直播
- 3 账号自发直播 → 直播带货(2)
- 4 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
- 5 巨量星图视频推广 → 账号自发直播

6. 账号自发直播 → 巨量星图视频推广

7. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

8. 直播带货(2) → 直播带货

9. 巨量星图视频推广 → 账号自发直播 → 直播带货

10. 直播带货 → 账号自发直播(2)

11. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货

12. 巨量星图视频推广(2) → 账号自发直播

13. 巨量星图视频推广 → 直播带货 → 账号自发直播

14. 巨量星图视频推广 → 账号自发直播 → 巨量星图视频推广

15. 账号自发直播 → 直播带货 → 巨量星图视频推广

16. 直播带货(3) → 直播带货

17. 直播带货(2) → 直播带货(2)

18. 巨量星图视频推广 → 账号自发直播 → 直播带货(2)

19. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)

20. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.7.1 美妆行业转化路径榜单

高转化效率路径 TOP20

- 1 巨量星图视频推广(2) → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
- 2 直播带货(5) → 直播带货(4)
- 3 巨量星图视频推广 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播(2)
- 4 搜索广告 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
- 5 直播带货(6) → 直播带货

6. 账号自发直播→搜索广告→直播带货→账号自发直播
7. 直播带货→巨量星图视频推广→账号自发直播→直播带货→账号自发直播→直播带货
6. 账号自发直播→搜索广告→账号自发直播→直播带货
7. 巨量星图视频推广→直播带货→账号自发直播→直播带货→账号自发直播→直播带货
6. 巨量星图视频推广(2)→直播带货(3)→账号自发直播
7. 账号自发直播→巨量星图视频推广→直播带货→账号自发直播→直播带货(2)
8. 搜索广告→直播带货(2)→账号自发直播
13. 搜索广告→直播带货(3)
14. 巨量星图视频推广→账号自发直播→直播带货→账号自发直播→直播带货
13. 账号自发直播→搜索广告→账号自发直播
14. 巨量星图视频推广→直播带货(3)→巨量星图视频推广
15. 搜索广告→账号自发直播(2)
16. 巨量星图视频推广(2)→直播带货→账号自发直播(2)
17. 账号自发直播→短视频/图文带货→账号自发直播
18. 巨量星图视频推广(2)→直播带货(2)→账号自发直播

蓝色文字为提示非纯巨量干+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.7.2 个护清洁行业转化路径榜单

高转化规模路径 TOP20

- 1 直播带货 → 账号自发直播
- 2 账号自发直播 → 直播带货
- 3 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
- 4 账号自发直播 → 直播带货(2)
- 5 直播带货 → 账号自发直播(2)

6. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
7. 直播带货(2) → 账号自发直播
8. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)
9. 账号自发直播 → 直播带货(3)
10. 直播带货(2) → 直播带货
11. 直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货
12. 直播带货(3) → 账号自发直播
13. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(3)

14. 账号自发直播 → 直播带货(4)
15. 巨量星图视频推广 → 账号自发直播
16. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播(2)
17. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
18. 账号自发直播 → 巨量星图视频推广
19. 直播带货(3) → 账号自发直播
20. 直播带货(3) → 直播带货

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.7.2 个护清洁行业转化路径榜单

高转化效率路径 TOP20

- 1 直播带货(7) → 直播带货
- 2 直播带货(6) → 直播带货 → 账号自发直播
- 3 直播带货(7) → 账号自发直播
- 4 直播带货(6) → 账号自发直播
- 5 直播带货(8) → 账号自发直播

6. 账号自发直播 → 搜索广告 → 账号自发直播

7. 直播带货(7) → 直播带货

8. 直播带货(7) → 直播带货

9. 直播带货(6) → 账号自发直播(2)

10. 搜索广告 → 账号自发直播(2)

11. 直播带货(6) → 直播带货

12. 直播带货(8) → 账号自发直播

13. 直播带货(6) → 直播带货

14. 直播带货(7) → 账号自发直播

15. 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

16. 直播带货(5) → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

17. 直播带货(6) → 直播带货

18. 直播带货(6) → 账号自发直播 → 直播带货

19. 直播带货(6) → 账号自发直播

20. 直播带货(7) → 账号自发直播

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.7.3 食品饮料行业转化路径榜单

高转化规模路径 TOP20

- 1 账号自发直播 → 直播带货
- 2 直播带货 → 账号自发直播
- 3 账号自发直播 → 直播带货(2)
- 4 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
- 5 账号自发直播 → 直播带货(3)

6. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)

7. 巨量星图视频推广 → 账号自发直播

8. 直播带货(2) → 账号自发直播

9. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(3)

10. 账号自发直播 → 直播带货(4)

11. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

12. 直播带货(2) → 直播带货

13. 直播带货 → 账号自发直播(2)

14. 直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货

15. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(4)

16. 账号自发直播 → 直播带货(4) → 直播带货

17. 账号自发直播 → 巨量星图视频推广

18. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(4) → 直播带货

19. 直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货(2)

20. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.7.3 食品饮料行业转化路径榜单

高转化效率路径 TOP20

- 1 直播带货(4) → 账号自发直播(2)
- 2 直播带货(6) → 账号自发直播
- 3 直播带货(6) → 直播带货
- 4 直播带货(5) → 账号自发直播
- 5 巨量星图视频推广 → 账号自发直播 →
直播带货 → 账号自发直播

6. 账号自发直播 → 短视频/图文带货 → 账号自发直播
7. 直播带货(4) → 账号自发直播
8. 直播带货 → 短视频/图文带货 → 账号自发直播 → 直播带货
9. 直播带货(5) → 直播带货
10. 直播带货(5) → 账号自发直播
11. 巨量星图视频推广 → 直播带货(6) → 账号自发直播
12. 短视频/图文带货 → 账号自发直播(2)
13. 巨量星图视频推广(2) → 直播带货(2) → 账号自发直播

14. 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货
15. 短视频/图文带货 → 直播带货(2) → 账号自发直播直播带货
(2) → 账号自发直播(2)
16. 直播带货(4) → 账号自发直播
17. 直播带货 → 账号自发直播 → 短视频/图文带货
18. 直播带货 → 短视频/图文带货 → 账号自发直播
19. 直播带货(5) → 账号自发直播

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.7.4 服饰鞋帽箱包行业转化路径榜单

高转化规模路径 TOP20

- 1 账号自发直播 → 直播带货
- 2 直播带货 → 账号自发直播
- 3 直播带货(2) → 直播带货
- 4 账号自发直播 → 直播带货(2)
- 5 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

6. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货

7. 直播带货 → 账号自发直播(2)

8. 直播带货(3) → 直播带货

9. 直播带货(2) → 账号自发直播

10. 直播带货(2) → 直播带货 → 账号自发直播

11. 直播带货(2) → 直播带货(2)

12. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播(2)

13. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)

14. 直播带货(3) → 账号自发直播

15. 直播带货(2) → 挑战赛

16. 挑战赛 → 账号自发直播(2)

17. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货

18. 直播带货(4) → 直播带货

19. 直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货

20. 直播带货(4) → 账号自发直播

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.7.4 服饰鞋帽箱包行业转化路径榜单

高转化效率路径 TOP20

- 1 直播带货(13) → 账号自发直播
- 2 直播带货(8) → 账号自发直播(2)
- 3 直播带货(12) → 账号自发直播(2)
- 4 直播带货(2) → 挑战赛(2) → 直播带货(6) → 账号自发直播
- 5 直播带货(11) → 账号自发直播

6. 直播带货(12) → 账号自发直播
7. 直播带货(9) → 账号自发直播
8. 直播带货(15) → 账号自发直播
9. 直播带货(10) → 账号自发直播
10. 直播带货(9) → 直播带货
11. 直播带货(12) → 账号自发直播
12. 直播带货(12) → 账号自发直播
13. 直播带货(12) → 账号自发直播

14. 直播带货(15) → 挑战赛
15. 直播带货(12) → 账号自发直播
16. 直播带货(11) → 账号自发直播
17. 直播带货(10) → 账号自发直播(2)
18. 直播带货(4) → 挑战赛(2) → 直播带货(4) → 账号自发直播
19. 直播带货(14) → 账号自发直播
20. 挑战赛(6) → 直播带货(3) → 账号自发直播

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.7.5 母婴行业转化路径榜单

高转化规模路径 TOP20

- 1 巨量星图视频推广 → 账号自发直播
- 2 搜索广告 → 账号自发直播
- 3 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
- 4 账号自发直播 → 搜索广告

高转化效率路径 TOP20

- 1 搜索广告 → 账号自发直播
- 2 账号自发直播 → 搜索广告
- 3 巨量星图视频推广 → 账号自发直播
- 4 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.7.6 家用电器行业转化路径榜单

高转化规模路径 TOP20

- 1 账号自发直播 → 直播带货
- 2 账号自发直播 → 直播带货(2)
- 3 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
- 4 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)
- 5 账号自发直播 → 直播带货(3)

6. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(3)
7. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
8. 直播带货(2) → 直播带货
9. 直播带货(2) → 账号自发直播
10. 直播带货 → 账号自发直播(2)
11. 直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货
12. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货
13. 直播带货(2) → 账号自发直播 → 直播带货(2)

14. 巨量星图视频推广 → 账号自发直播 → 直播带货
15. 直播带货(3) → 直播带货
16. 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
17. 直播带货(2) → 直播带货(2)
18. 账号自发直播 → 直播带货(2) → 账号自发直播
19. 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(2)
20. 巨量星图视频推广 → 直播带货 → 账号自发直播

蓝色文字为提示非纯巨量千川+直播路径，值得关注
括号中数字为最佳触达频次

4.7.6 家用电器行业转化路径榜单

高转化效率路径 TOP20

- 1 直播带货(6) → 账号自发直播
- 2 直播带货(6) → 直播带货
- 3 直播带货(5) → 直播带货
- 4 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
- 5 直播带货(5) → 账号自发直播 → 直播带货(2)
- 6 直播带货(5) → 账号自发直播 → 直播带货
- 7 直播带货(5) → 账号自发直播
- 8 直播带货(6) → 账号自发直播
- 9 直播带货(4) → 账号自发直播(2)
- 10 直播带货(5) → 账号自发直播 → 直播带货(2)
- 11 直播带货(5) → 账号自发直播
- 12 直播带货(5) → 账号自发直播 → 直播带货
- 13 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货(4) → 直播带货
- 14 直播带货(4) → 账号自发直播
- 15 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
- 16 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货
- 17 直播带货(4) → 账号自发直播
- 18 直播带货 → 账号自发直播 → 直播带货 → 账号自发直播
→ 直播带货 → 账号自发直播(2)
- 19 直播带货(4) → 账号自发直播 → 直播带货(3)
- 20 直播带货(6) → 直播带货

括号中数字为最佳触达频次

附录：本次报告数据说明

营销效果趋势洞察和触点效能洞察：

- 统计周期：2021年10月-2022年5月
- 基于同期投后结案8290份复盘报告
- 覆盖行业：美妆、食饮、个护、服饰、家电、母婴、3C、汽车

消费者转化路径洞察：

- 统计周期：2022年3月1日-2022年4月30日的曝光数据
2022年3月1日-2022年5月30日的小店转化数据
- 归因逻辑：30日曝光归因
- 筛选部分投放资源丰富、开通巨量云图并绑定小店的品牌，共7个行业600+品牌
- 覆盖行业：美妆、食饮、个护、服饰、家电、母婴、3C