

Nint 任拓

Nint
Content X
任拓内容力

懂生意的内容标签 洞察新品内容趋势

www.nint.com

2023年的增长困局：

不通！

- 人群画像
- Device ID
- 内容转化
- 场域边界

消费模式转变刺激内容营销迭代

Nint 任拓

Nint
Content
任拓内容力

内容承接了社媒营销和电商转化的双重目标

内容营销

内容营销+电商营销

流量模式

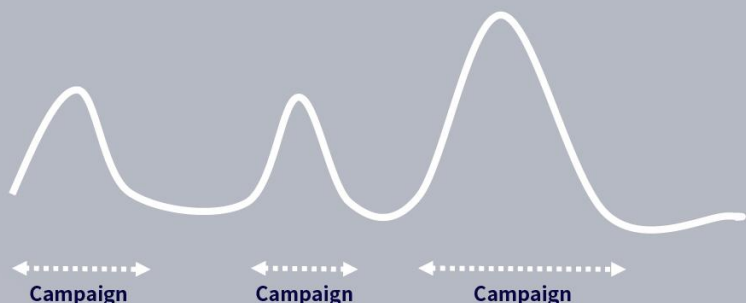
多平台曝光投放

品牌主导

单一维度结果指标

难以形成转化闭环

ROI难以衡量



内容电商

兴趣电商&全域闭环转化

流量只是工具,内容效果是核心

内容通过人-货-场,直接引导转化

消费模式转变,内容需要量化

增加电商运营承接社媒转化

SOE > SOM

增加社媒运营提升SOE

SOE < SOM

*Share of Engagement (SOE)

Share of Market (SOM)

食品饮料行业市场空间广阔但增速逐渐放缓

新品迭代成为品效合一的新战场

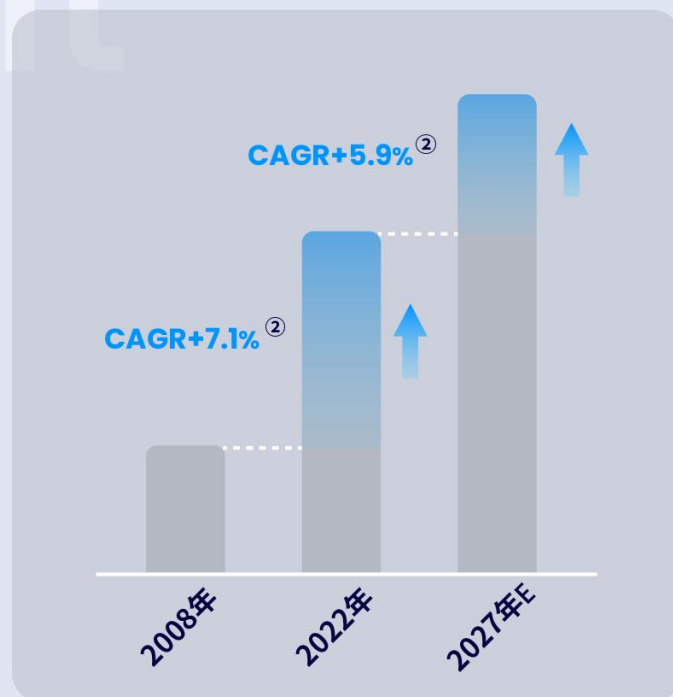
Nint 任拓

Nint Content X
任拓内容力

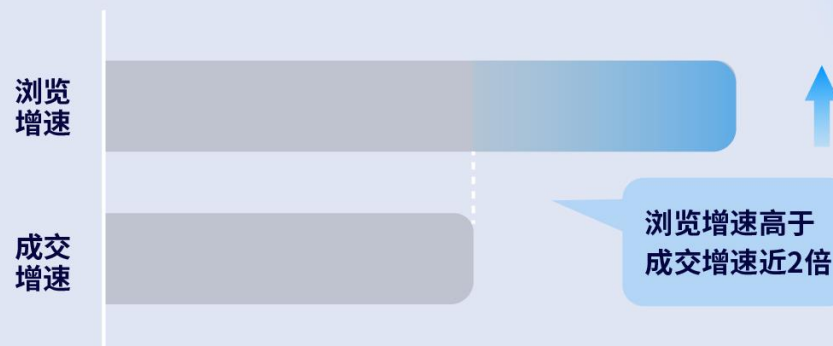
2022年中国食品饮料行业
商品零售额



中国休闲零食行业规模
同比增速及未来预测



电商浏览和成交人群
同比增速^③



“2021-2022

休闲零食新品数量减少11.8%

但单只新品效率提升26%^④”

*①数据来源:国家统计局, 2021-2022年

② 数据来源:Euromonitor (含预测), 中信证券研究部; CAGR: 复合年均增长率

③数据来源:2020年阿里妈妈 M insight

④ 数据来源:2022年, 尼尔森IQ

消费者需求呈极致精细化趋势

Nint 任拓

Nint
Content X
任拓内容力

味蕾体验和成分选择是引导消费者购买新品的关键因素

零食行业消费者购买决策影响因素

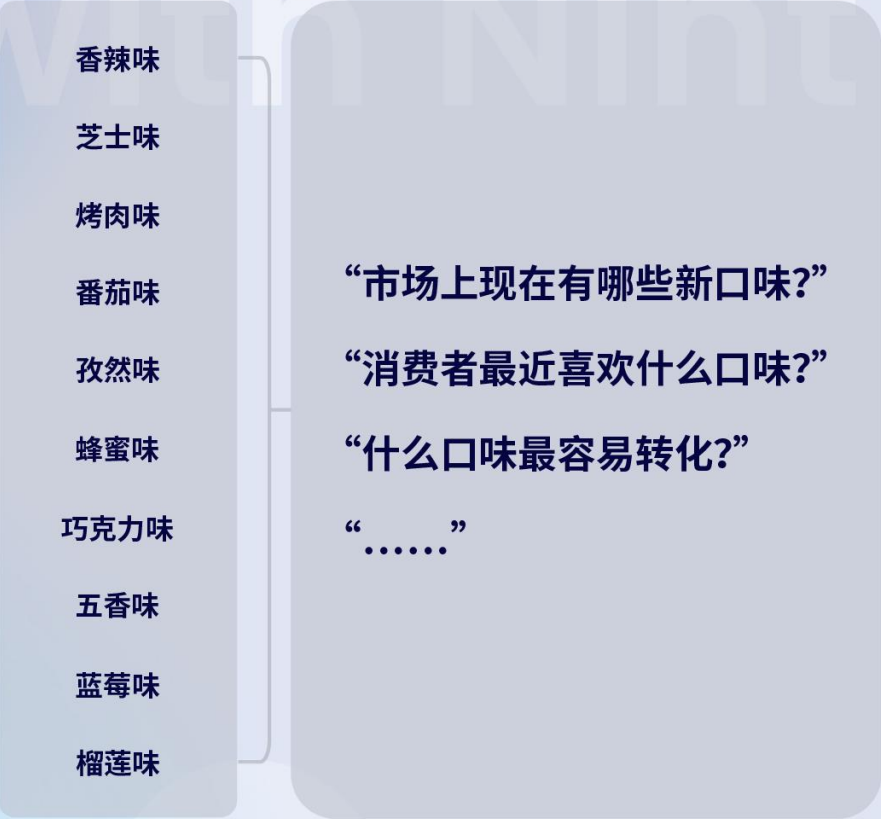


*数据来源:小红书调研数据, Q:购买零食时, 您会主要考虑以下哪些因素?, 2022.12

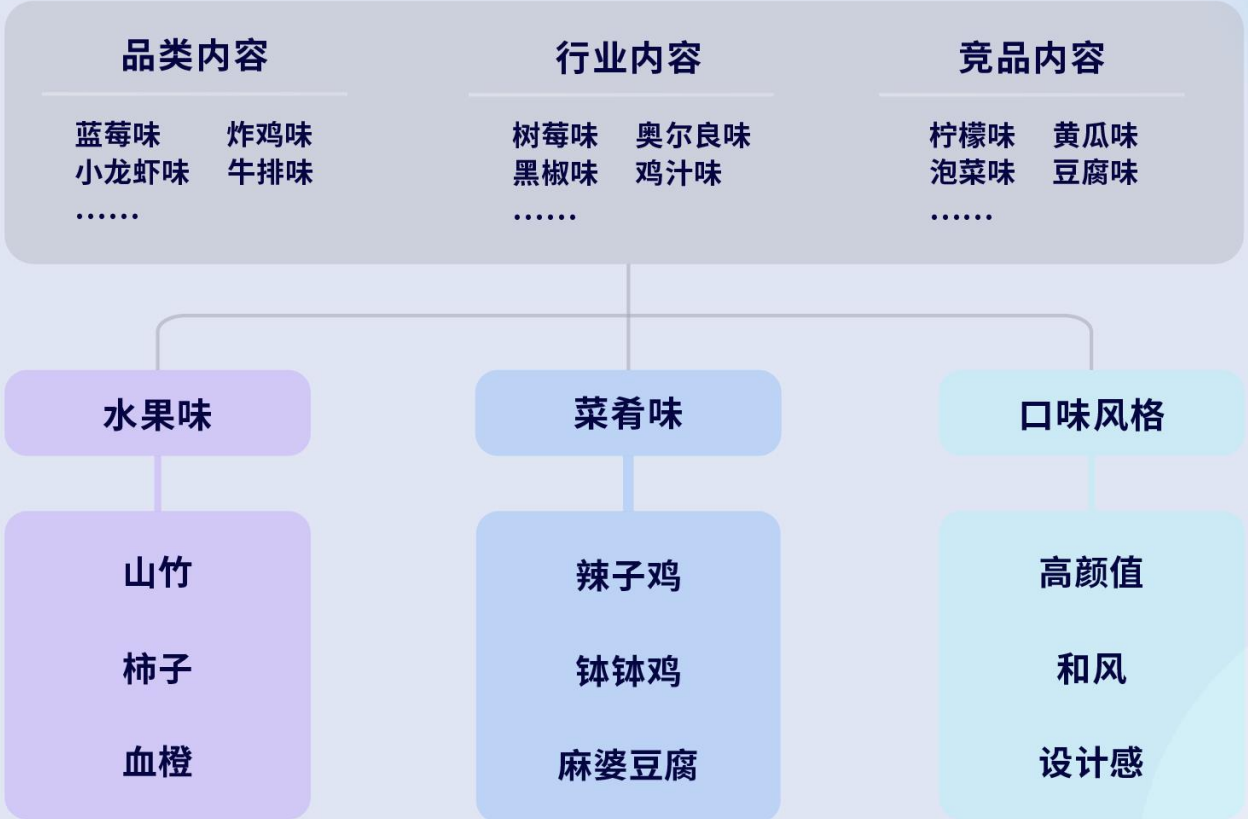
如何把握消费趋势有效在存量市场破局？

——依托品类大数据, 找准营销扩圈内容突破口

扩大口味存量市场



依托AI技术&大数据, 洞察潜力口味趋势, 挖掘破圈密码



标签打通社交营销与电商数据

找到消费趋势的转化关键

Nint 任拓

Nint
Content X
任拓内容力

Nint
Content X
任拓内容力

数据

社交内容数据

电商数据

人群数据

标签

内容标签

商品标签

人群标签

高潜转化趋势

从内容到货品

一套标签打通全域种草到转化

Nint 任拓

Nint
Content X
任拓内容力

内容种草 引导转化



复合AI模型, 标签输出实时、有效

Nint 任拓

Nint
Content X
任拓内容力

NINT内容&电商融合型NLP算法框架

源数据+预处理

内容:标题/OCR/ASR等处理

商品:标题/属性等处理

过滤:杂音去除

标签管理+新词发现

专家输入:标签树建立

聚类模型:发现新词/新概念

人工审核:完善标签树

NLP模型算法

人工标注

人工对品牌累计占比达80%
互动量的内容进行标签级标注

模型训练

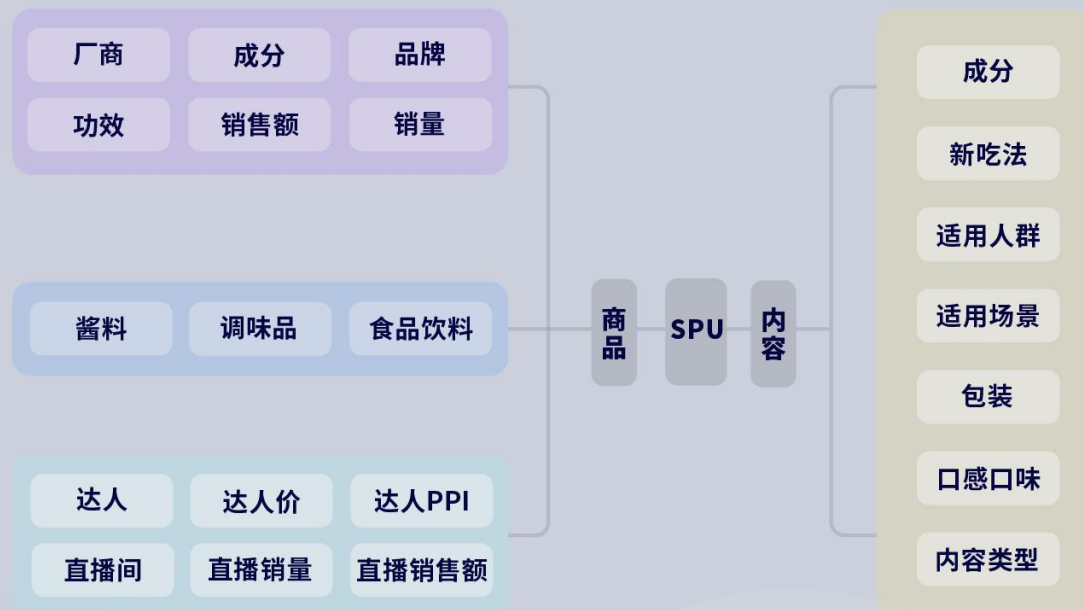
NLP模型结合人工标注
和机洗结果进行深度训练

算法输出

利用模型对更大范围的内容
进行标注并不断减少人工标注量

NINT内容&电商知识图谱

NINT自研的知识图谱模型, 目前已在餐饮、美妆、大健康等类目应用,
内容和电商结合准确度更高, 词语更丰富



智能解构社交内容, 帮助品牌客户构建

Nint 任拓

Nint Content X
任拓内容力

超细颗粒度内容标签体系, 全面覆盖人、货、场, 内容创意



1

OCR
字幕识别

2

ASR
语音识别

3

图像识别

4

NLP
语义文本分析

智能解构创意内容

标签知识图谱

Nint 任拓

Nint Content X
任拓内容力

NINT 标签知识图谱示例



NLP 标签提取示例



“我就想问一下这个诺梵品牌方你是来赚钱的吗?我严重怀疑你是来收获女孩子的心啊,哪个女孩子能禁得住在圣诞节收到一个装满巧克力的圣诞帽的诱惑,而且你居然还把一年只卖一季的松露巧克力装进这么呆萌的小麋鹿礼盒里。我原本以为你只是装了几颗,没想到你装了100个啊,你这也太实在了吧。而且还是太妃、经典原味、榛子、卡布奇诺4种我最喜欢的口味。外面是一层厚厚的可可粉,一口下去的细腻丝滑,入口即化,微甜微苦,浓浓的巧克力味,关键是你居然还不含反式脂肪酸,搞得我又多买了好几盒送给我家小朋友,这个圣诞嘛她肯定会喜欢。”

品牌	诺梵	卖点-成分	可可粉	不含反式脂肪酸
品类	巧克力	适用人群	女孩子	小朋友
SPU	松露巧克力	适用场景	圣诞节	送礼
卖点-口味	太妃	拍摄人物	男性/单人	
	榛子味	拍摄场景	居家室内	
	微甜微苦	视频类型	产品种草	
卖点-口感	细腻丝滑			
卖点-包装	入口即化			
	麋鹿礼盒			
	含量实惠			

用标签打通平台数据壁垒

连结社交内容数据与电商数据, 让增长有迹可循

Nint 任拓

Nint
Content X
任拓内容力



标签聚合属性

内容力标签基于我们对内容和商品的深入理解, 聚合平台属性

标签连结数据

内容力标签打通了内容数据, 商品及人群渠道数据的壁垒, 使得社交营销数据可以跟电商数据相结合

内容趋势转化方法论:

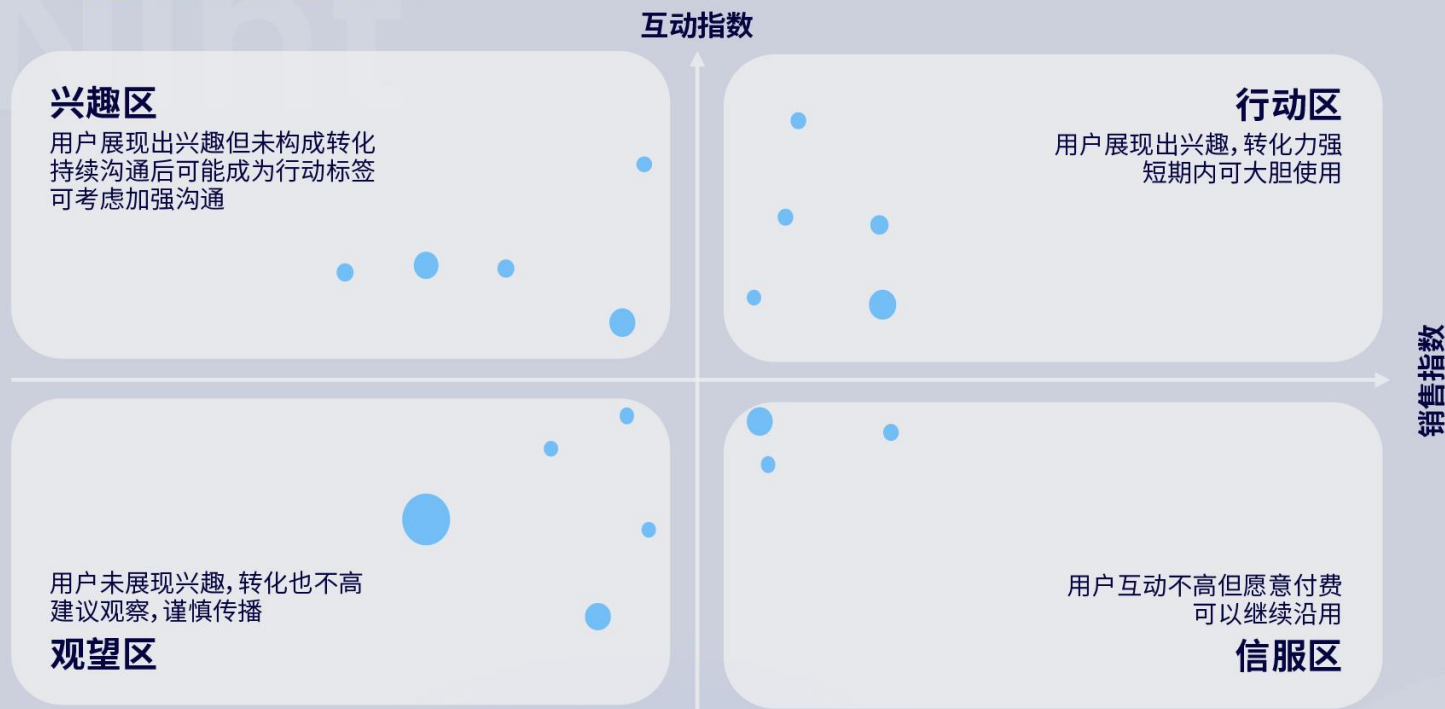
社交内容解构与全域数据拉通, 大数据建模归因分析

海量内容中科学精准探寻内容热点与流量转化的关键

Nint 任拓

Nint
Content X
任拓内容力

内容标签矩阵介绍

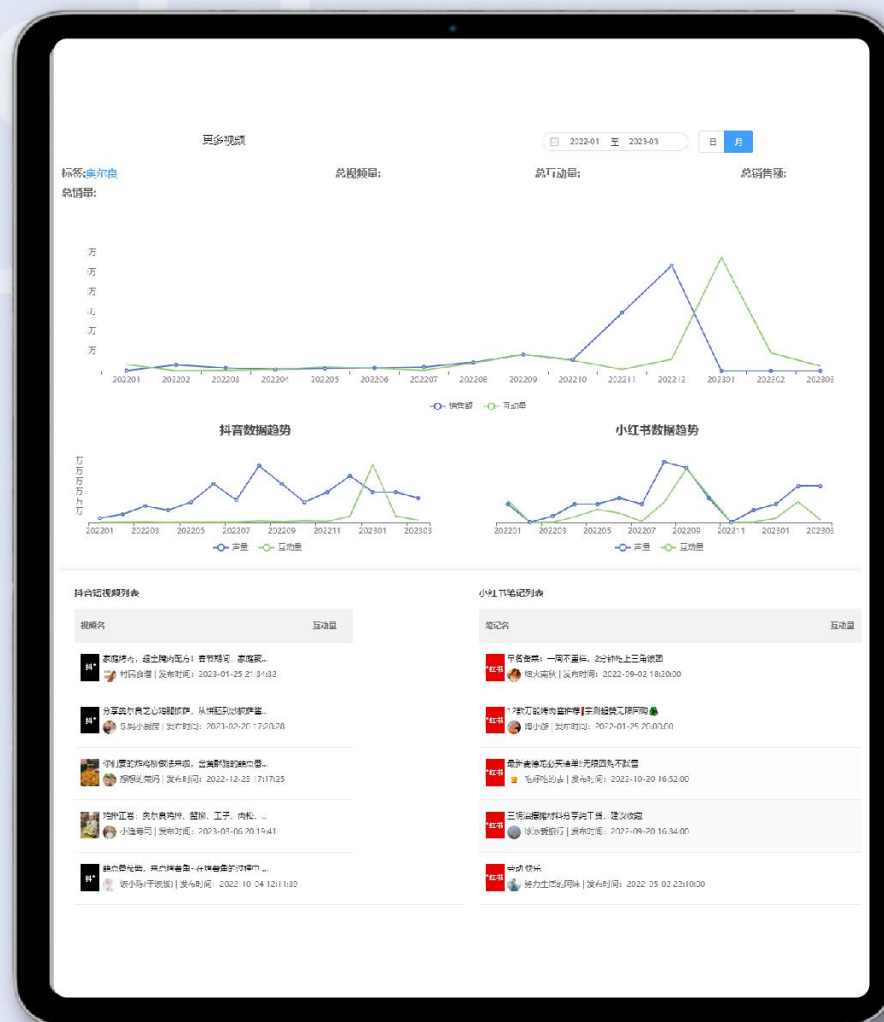


*互动指数: 根据标签对应视频的互动率(转评赞)指数化处理后的指标

销售指数: 根据标签对应视频的销售额指数化处理后的指标

predicto
with Nir

Nint
Content X
任拓内容力



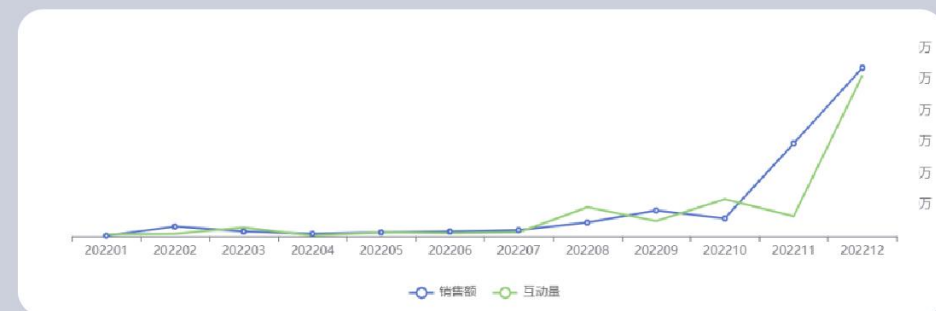
内容趋势转化方法论： 预测并复盘新品内容推广方向及市场前景

Nint 任拓

Nint
Content X
任拓内容力

内容标签矩阵案例 - 酱料口味

“奥尔良”口味销售&互动趋势



内容力标签矩阵:

- 发现行业强势口味
- 热门内容
- 近期主要营销品牌
- 营销转化效果

*互动指数:根据标签对应视频的互动率(转评赞)指数化处理后的指标

销售指数:根据标签对应视频的销售额指数化处理后的指标

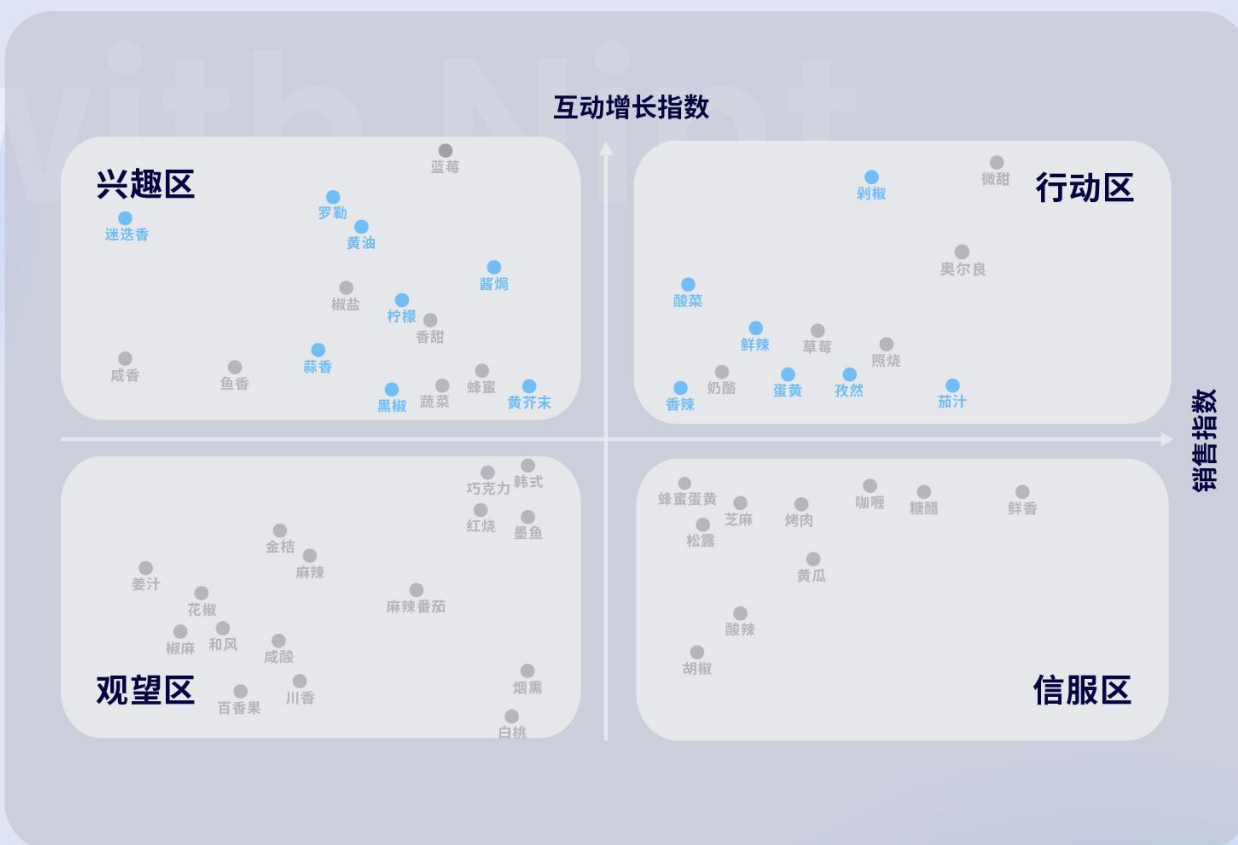
时间维度:2022H2

内容趋势转化方法论： 找到细分品类的关键赛道增长趋势

Nint 任拓

Nint Content X
任拓内容力

内容标签矩阵案例 - 酱料口味

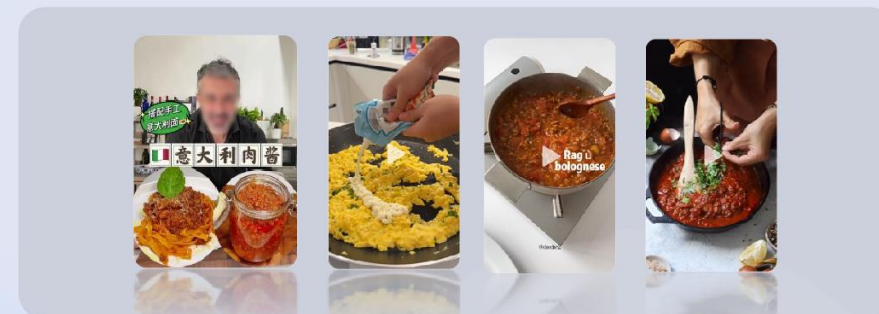


酱料口味趋势洞察：

- 中式传统口味 (酸菜、茄汁、蛋黄、孜然) 和各种辣味 (剁椒、鲜辣、香辣) 目前属于强势口味, 消费者心智强且转化效果好



- 相对来讲, 中国消费者对于西式酱料和口味的兴趣较强, 如迷迭香、罗勒、黄油、黑椒等, 但仍旧停留在种草阶段, 可考虑抓住机会点, 加强转化



*互动指数: 根据标签对应视频的互动率 (转评赞) 指数化处理后的指标

销售指数: 根据标签对应视频的销售额指数化处理后的指标

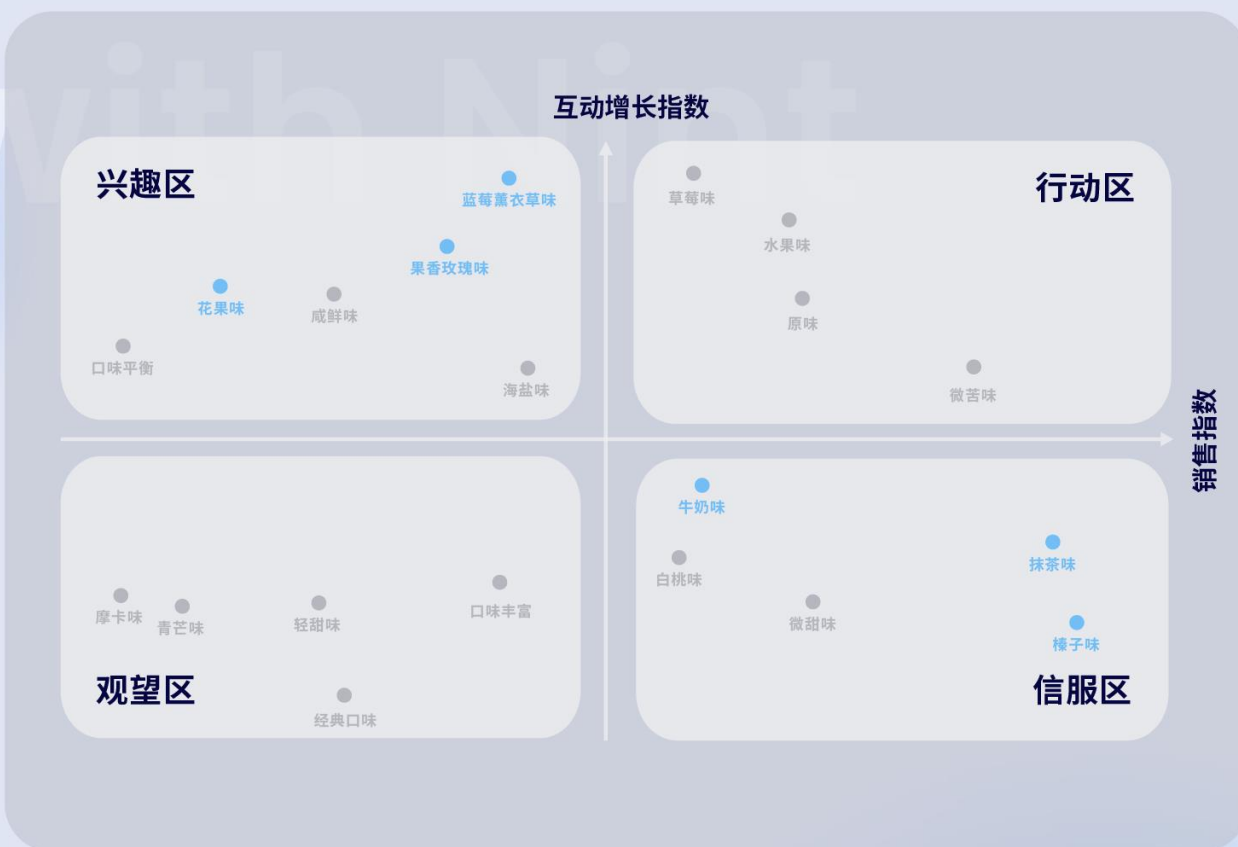
时间维度: 2022H2

内容趋势转化方法论： 为品牌在内容营销和转化中锚定关键增长点

Nint 任拓

Nint
Content X
任拓内容力

内容标签矩阵案例 - 巧克力口味



巧克力口味趋势洞察：

- 传统口味的巧克力（抹茶、牛奶、榛子）用户教育已十分成熟，销售转化效果稳定；
- 在未来，可着重考虑符合花果口味上的教育与推广，将花香和果香相结合，持续吸引受众兴趣，加强转化



*互动指数：根据标签对应视频的互动率（转评赞）指数化处理后的指标

销售指数：根据标签对应视频的销售额指数化处理后的指标

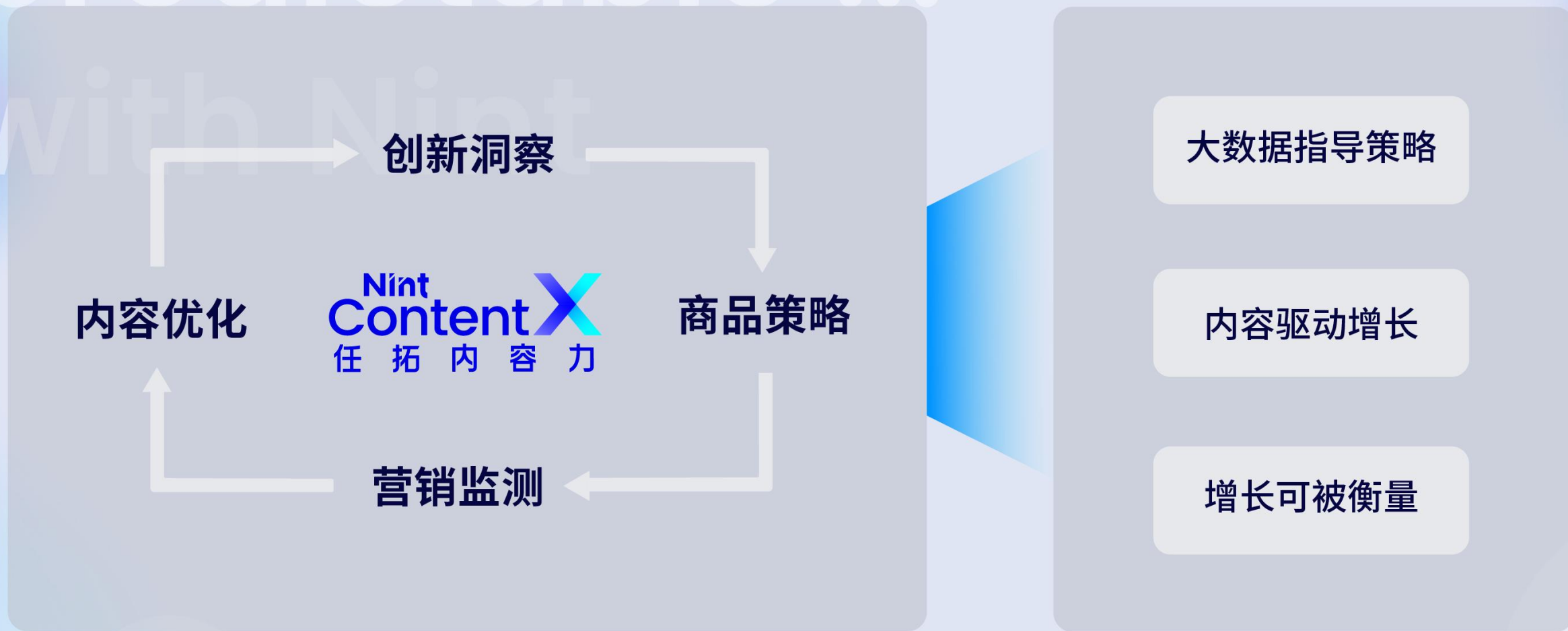
时间维度：2022年

任拓内容力用内容+商品大数据助力品牌验证创新价值

Nint 任拓

Nint
Content X
任拓内容力

优化营销体验, 找准增长赛道



全域种草到增长, 难吗?



任拓小助手二维码

感谢您对任拓的关注!

如果您对任拓内容力感兴趣,

请扫描屏幕左侧二维码, 添加Nint任拓官方小助手服务, 加入群聊, 获取更多行业一手资讯。