

New Blue

蓝色光标

(股票代码: 300058)

The image shows the exterior of a modern building with a large, three-dimensional blue logo mounted on its facade. The logo consists of the words "Blue Focus" in a stylized, italicized font, with a small blue arrow pointing upwards and to the right, positioned between the words. Below "Blue Focus" is the large, bold, blue number "C9". The building is white, and the sky in the background is blue with scattered white clouds.

Blue Focus
C9

¥ 686亿

2025年度总营收
Annual Revenue

59个

全球业务网络
Worldwide Network

2300人

公司员工
Employees

3000+

服务客户
Clients

37亿

AI驱动的收入
AI-driven revenue

30岁

员工平均年龄
The average age of employees

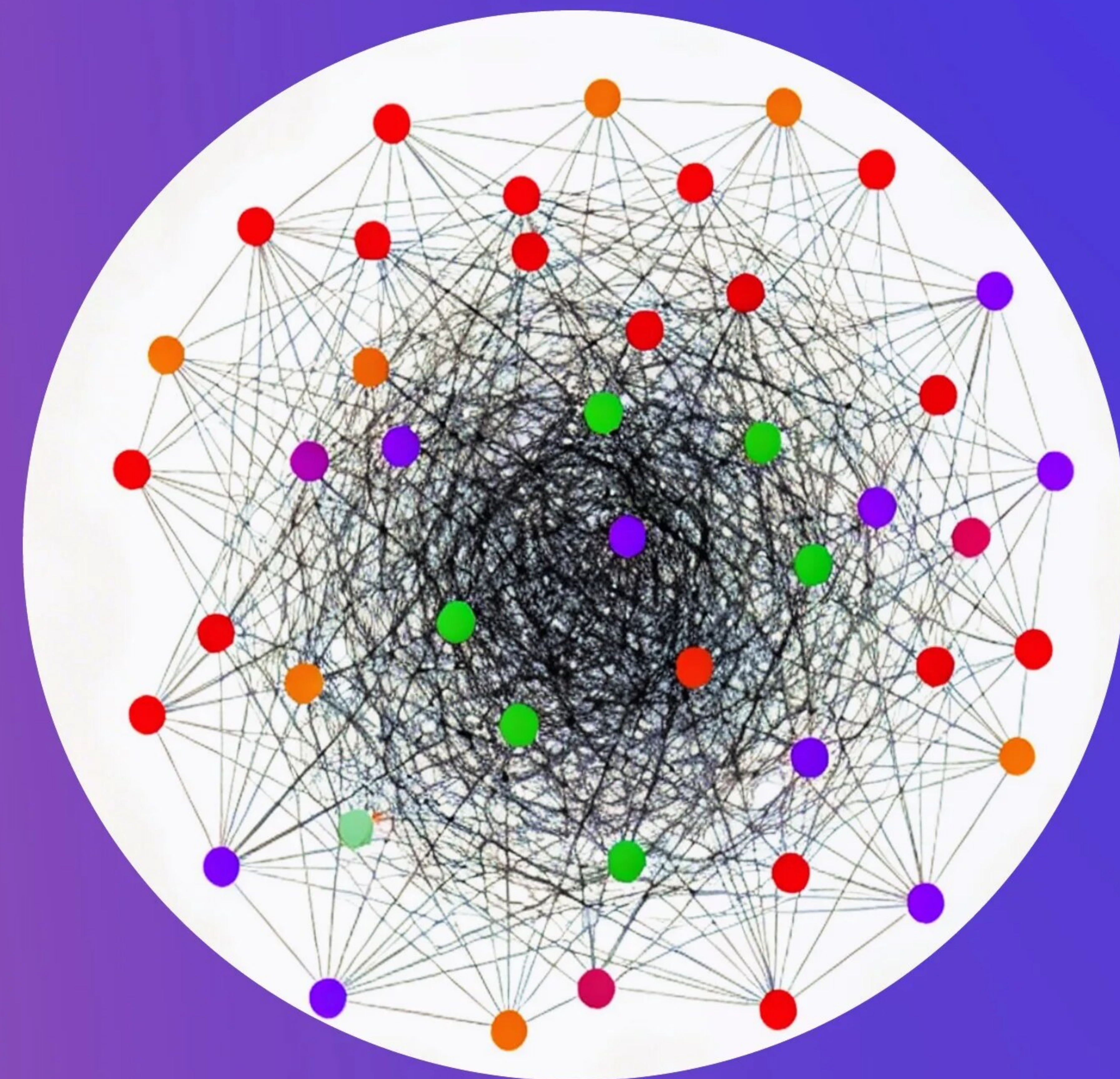
从营销漏斗到营销概率云

微决策数量级翻倍

消费者决策路径碎片化

人类团队无法确保底线决策合格

数据孤岛效应加剧



Opinion Scope | 舆情分析

不止停留在正负面表层褒贬。而是**基于AI级语义理解，通过NLP语义聚类深挖评论锚点**。识别用户心智

Media Pilot | 媒介助手

不只是看投放报表，而是**打通户外、互联网、CTR数据**，数据可回溯至2020，支持行业、平台、媒介形式灵活对比。可洞察行业和竞品在不同媒介渠道的投放趋势，**推动预算从拍脑袋到基于ROI的科学配置**。

Trend Jet | 热点分析

Trend Jet通过深度语义模型进行热点拆解与趋势预判，识别底层关注人群，并基于内容与人群行为，预测生成具网感的策略选题。可自动拆解人设、视频形式、理性感性卖点及节奏要素，精准判断不同话题下不同人群的内容偏好，直接指导内容落地



人群工厂 | Persona Forge

通过**行为&兴趣数据建模**，划分出策略消费者族群，补足品牌对人群真实场景的理解盲区，**实现从“谁在买”到“他们为什么买”的策略落地**

内容大师 | Content Maestro

不止能看到行业内容的场景分布，更能**基于本竞品心智占位判断红海/蓝海内容区间**，帮助品牌找到既能爆又有创意质感的表达方式

电商助手 | Commerce Boost

不只是看电商流水，而是**拆解人群对不同品类与平台的偏好变化**。

整合人群、内容、舆情、热点、电商、媒介六大引擎，基于实时/定期数据抓取和洞察，驱动品牌整合营销提效

品牌大脑框架

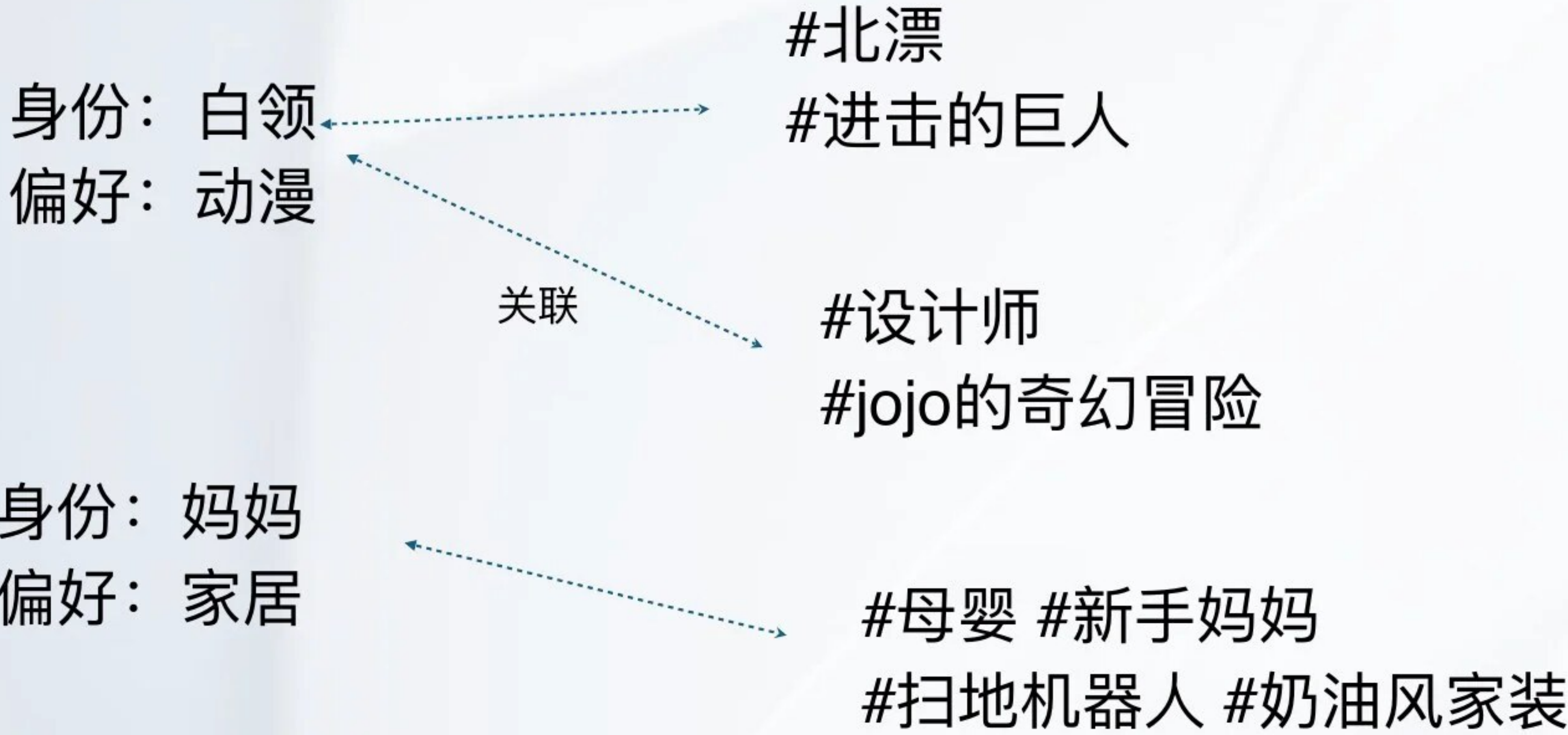
感知不是报告，是可执行的决策指令。六感交叉验证，产出比单一维度更精确的行动方案。



行业认知的AI化：将专家经验性描述变为「Tag anything」



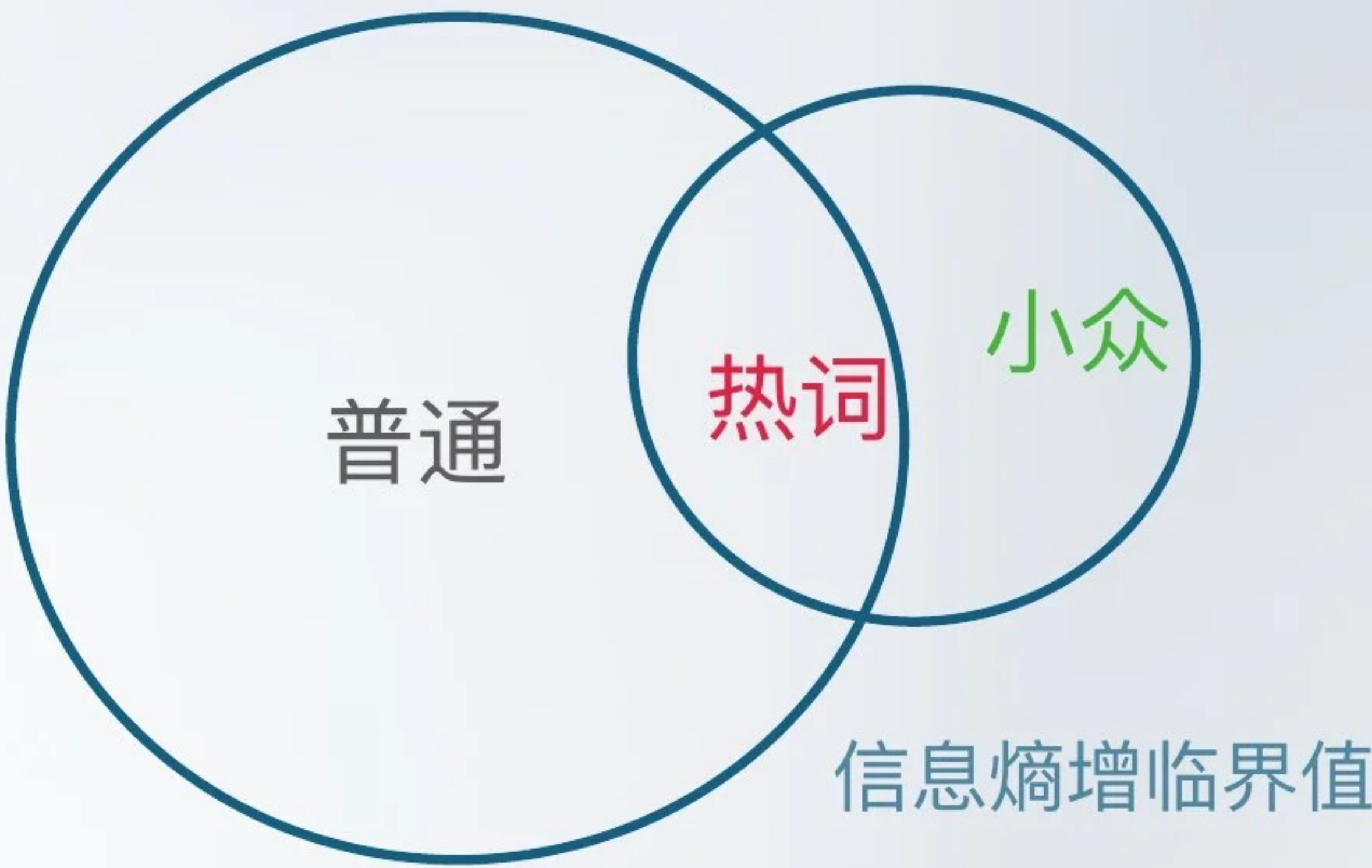
人群标签精准识别



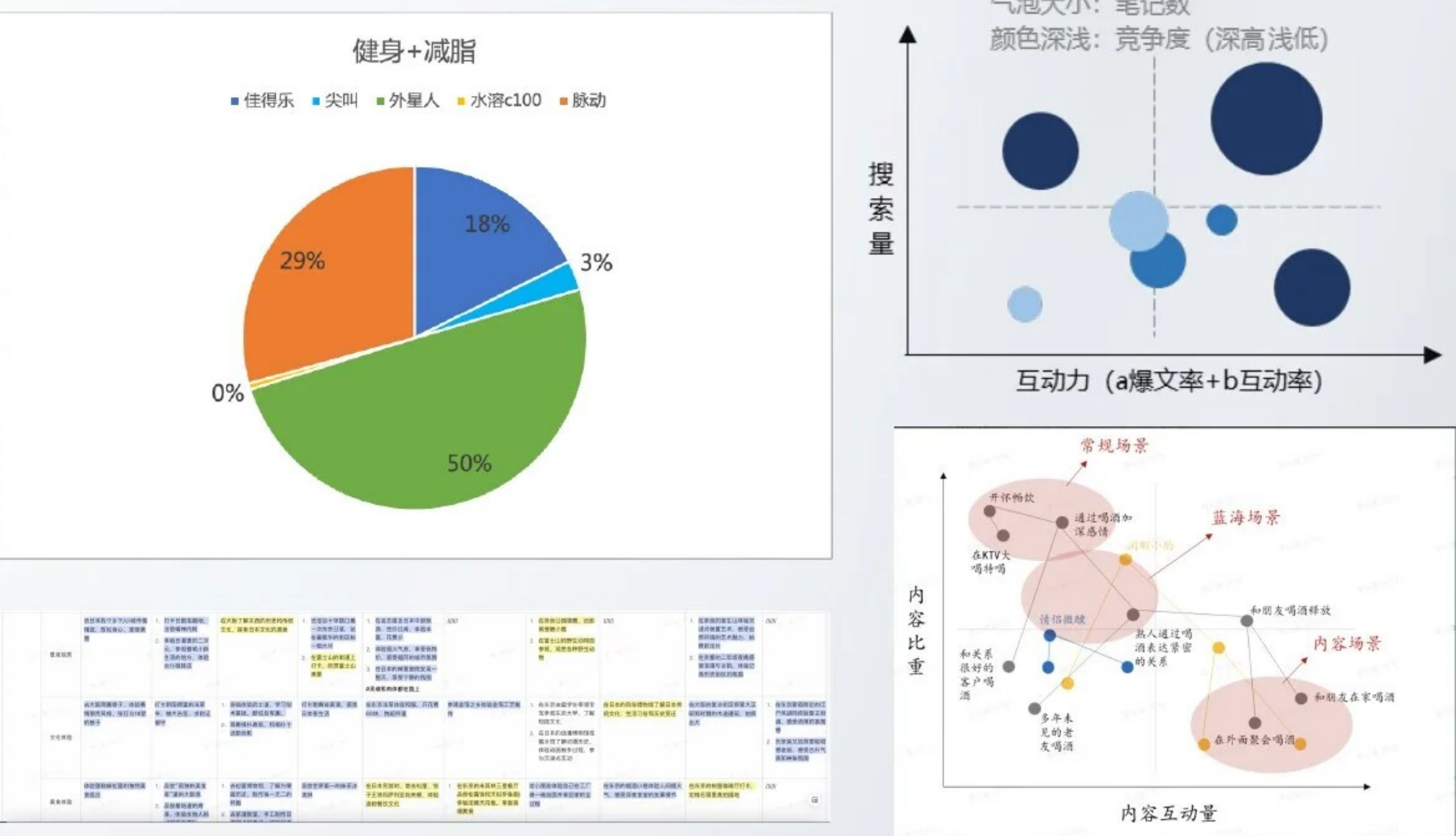
聚类洞察蓝海场景



新词预测



下钻竞争浓度、识别资源传播效率



案例-欧莱雅发型趋势研究

量化审美趣味， 对齐产品研发与营销话语体系

多模态打标体系的设定 (以发型发色为例)

字段分类	字段定义	数据示例
品牌	品牌=消费者识别与选择的品牌主体 (统一标准名称)	兰蔻 / 雅诗兰黛 / 修丽可
品类	品类=产品在商品体系中的最小可对比属性单元, 不再区分一级类目	精华 / 面霜 / 粉底液 / 洗发水 / 香水
发型长度	发型长度=头发在自然下垂状态下的整体长度区间, 用于区分短中长发与具体位置	超短/短发/中长发/长发; 齐下巴/及肩/锁骨/胸口
卷度	卷度=头发整体或局部的弯曲强度与形态 (直至微卷)	直发/微卷/大波浪/羊毛卷
刘海	刘海=前额头发的修剪与造型方式, 影响脸型修饰与风格	无刘海/空气刘海/法式刘海/齐刘海/八字刘海
整体形态	整体形态=发型从远观呈现的轮廓与量感结构 (体积、层次、走向)	贴头/蓬松/高颅顶/层次分明/外扩
对称性	对称性=发型左右分布的轮廓平衡程度与分缝方式	中分/偏分 (左/右); 对称/不对称
发色色系	发色色系=发色在色彩体系中的主色归类 (自然/冷感/流行染色)	自然黑/棕色系/冷灰系/红色系/金色系
发色饱和度	发色饱和度=发色的鲜艳与显色程度, 与黑度深度相关	低饱和/中饱和/高饱和
发色分布	发色分布=颜色在头发中的空间分布方式 (是否渐变、挑染、分缝)	全头统一/发尾渐变/挑染/内层染/发根深发尾浅
使用场景	使用场景=产品被使用或被推荐使用的具体情境 (时间/环境/行为)	通勤妆 / 夜用修护 / 运动后 / 换季期
适用肤质/发质	适用肤质/发质=产品明确或隐含匹配的肌肤或发质类型	干皮 / 油皮 / 混油皮 / 敏感肌; 细软发 / 油性头皮
用户痛点	用户痛点=用户在内容中表达的未被满足的需求或不满意状态	干燥起皮 / 卡粉 / 易出油 / 掉发
产品功效	产品功效=品牌或用户明确标注的期望达成结果 (解决什么、变成什么)	保湿修护 / 控油蓬松 / 持妆12h / 提亮肤色
产品成分	产品成分=被用来支撑功效可信度的关键成分或技术点	玻尿酸 / 神经酰胺 / 烟酰胺 / 咖啡因

BlueFocus

发型聚类分布

BlueFocus

TOP500达人打标learning | 内容标签解读

"氛围感"是情绪化消费时代的最大公约数

57.4%达人使用“氛围感”，品牌投放从“功能卖点”转向“情绪卖点”

内容创作公式：光影+色调+场景 > 产品特写，微卷+棕系是最佳载体

光影
色调
场景
氛围感
内容创作公式

韩系审美占据绝对主导地位

韩系33.7% vs 日系4.7% vs 欧美风3.4%，是日系的7倍、欧美风的10倍

八字刘海+棕色系+温柔穿搭是韩系审美的核心符号，品牌必须适配这套视觉语言

八字刘海
棕色系
温柔穿搭
韩系 日系 欧美风

BlueFocus

构建数据标签和社交标签的映射

卷度

长度

#少年感鲑鱼头

风格=少年感
长度=短发
卷度=鲑鱼头
整体形态: 层次分明
对称性=偏分
刘海=斜刘海

#亚麻金低饱和锁骨发

色系=亚麻金
长度=锁骨
饱和度=低饱和
整体形态=贴头皮
刘海=无刘海
对称性=中分

#漫画刘海中长发

色系=亚洲黑
长度=中长
整体形态=高颅顶
刘海=齐刘海
对称性=对称

#灰棕可露丽芭比卷

色系=灰棕可露丽
长度=长发
卷度=芭比卷
刘海=无刘海
整体形态=蓬松
对称性=中分

#八字刘海大波浪

风格=韩系
长度=长发
卷度=大波浪
刘海=八字刘海
整体形态=蓬松
对称性=偏分
发色分布=挑染

#韩系栗色挑染

维度映射: 【1】X轴: 头发长度 【2】y轴: 头发卷度 【3】bubble size: 整体形态, 越大代表发型越蓬松越高 【4】内圈形态: 刘海形状 【5】外圈颜色: 发色 【6】外圈形态: 发色分布

BlueFocus

案例-阿里趋势营销

Agent自主生成标签
发现平台推荐以外的机会场景

运动户外类目趋势洞察

BlueAI-FPEC模型 | Step2 Performance: 趋势力指标

组合和公式化四大重要趋势力指标：搜索量、互动力（互动率&爆文率）、内容规模、内容竞争；

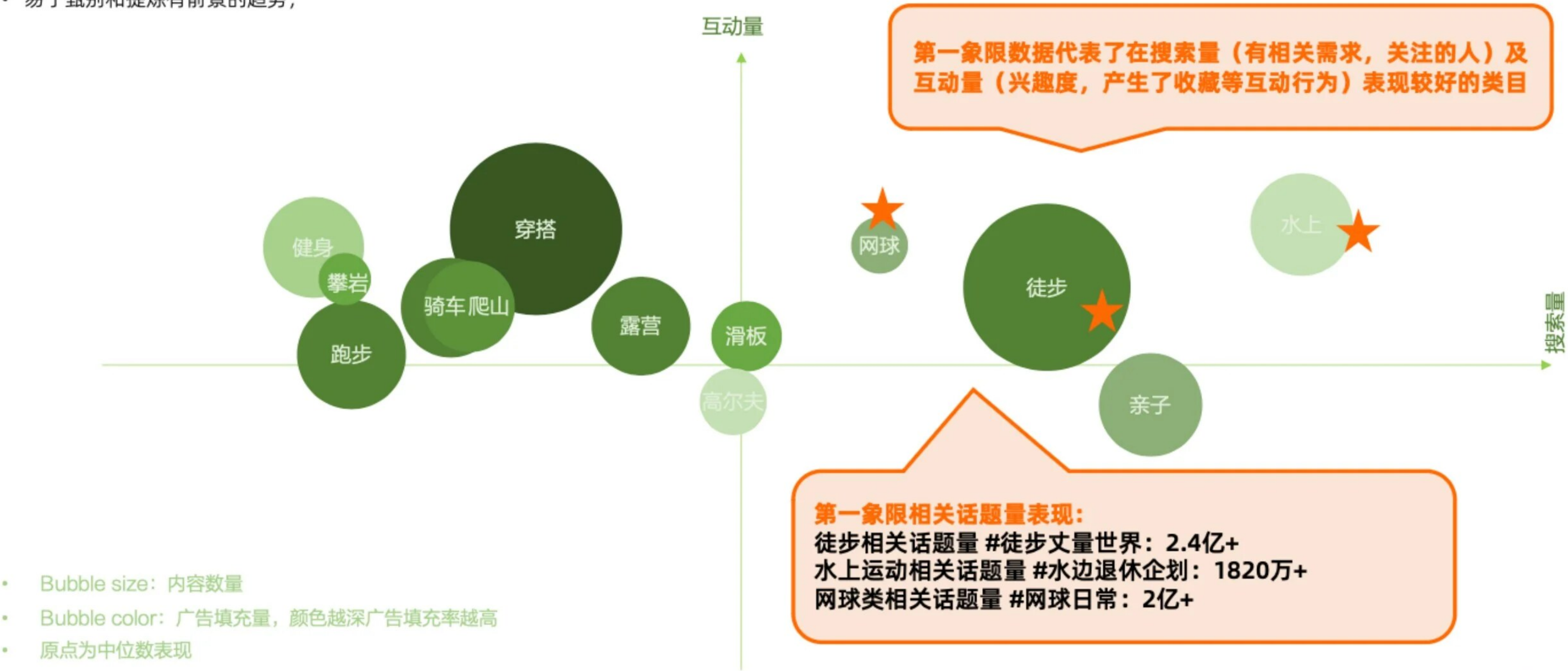
对每类内容的四大指标分别进行计算；

场景名称-二级	场景权重	相关笔记数	阅读数	互动量	互动率	爆文率	品牌相关笔记占比	搜索趋势	品牌权重（按种草）
各方面指数 运营优先									
穿搭	14%	35,500	46,902,700	2,037,800	4.35%	0.54%	54.33%	84900	
旅行	10%	20,400	33,166,900	1,148,400	3.46%	0.55%	25.35%	617200	
跑步	9%	14,200	27,959,500	873,500	3.12%	0.52%	38.38%	26000	搜索趋势 较低
亲子	8%	12,800	25,289,100	663,900	2.63%	0.34%	28.40%	278000	
健身	7%	12,200	24,046,300	1,003,300	4.17%	0.64%	29.49%	14884	搜索趋势 较低
骑车	7%	11,000	22,413,300	802,700	3.58%	0.46%	37.61%	58000	
爬山	6%	9,975	18,066,600	648,200	3.59%	0.64%	26.77%	63800	
露营	5%	11,700	15,632,400	522,200	3.40%	0.34%	35.85%	117800	
滑板	3%	5,931	10,145,800	334,400	3.30%	0.46%	22.90%	151000	
高尔夫	1%	5,389	4,099,400	150,100	3.66%	0.32%	24.71%	156800	
网球	1%	3,846	3,777,700	158,400	4.19%	0.23%	28.55%	102800	互动率、搜索趋势 均低
攀岩	1%	3,259	4,016,000	155,100	3.86%	0.31%	28.66%	24700	
		12,692	38,779,800	1,928,000	4.39%	0.75%	19.43%	325995	

运动户外类目趋势洞察

BlueAI-FPEC模型 | Step3 Evaluation: 趋势力评价矩阵

- 可视化趋势力评价标准，获得趋势力评价矩阵；
- 易于甄别和提炼有前景的趋势；



原子标签聚类，定位创意爆破点



案例-亿滋跨品类分场景心智监测

Mondelēz AI Demand Space Matrix

零食场景意图图谱 · v2 · 点击任意格子在新窗口打开「子场景深挖页」

10 需求场景

8 零食品类

80 战略单元

236 社交聚合子场景

总表 (All) 80

年轻流失市场 61

一二线城市 73

咸零食增长 11

烘焙增长 18

蓝海机会 竞品强势 常态占位 Young 年轻人主场 T1/T2 一二线主场 Salty 咸零食主场 Bakery 烘焙主场

单击格子 · 新窗口打开深挖页

场景 \ 品类	饼干	膨化食品	坚果炒货	肉类豆制品	面包	蛋糕	糖果巧克力	其他零食
1. Work/Study Uplift 6.5% Me	1. 深夜备考充能 Young 2. 办公室14点续命 T1/T2 3. 程序员代码伴侣 Young T1/T2	1. 考试间隙情绪释放 Young 2. 会议室偷吃解压 T1/T2 3. 游戏开黑不脏手 Young	1. 备考补脑神话 Young 2. 程序员深夜续命 Young T1/T2 3. 白领下午茶健康替 T1/T2	1. 减脂打工人类白餐 T1/T2 2. 备考蛋白补充 Young 3. 加班族夜宵平替 Young T1/T2	1. 通勤族快速早餐 T1/T2 2. 考研自习室早餐 Young 3. 全麦低卡工作日 T1/T2	1. 项目上线庆功 T1/T2 2. 备考通关自我犒劳 Young 3. 白领精致下午茶 T1/T2 Bakery	1. 考前临阵补糖 Young 2. 抗疲劳黑巧效能感 T1/T2 3. 会议提神糖果盒 T1/T2	1. 减脂代餐棒 T1/T2 2. 益生菌养生零食 T1/T2 3. 运动后功能补给 Young
2. Home Indulgence 10.9% Me	1. 独居追剧小确幸 Young T1/T2 2. 周末下午茶配茶 T1/T2 Bakery 3. 宅家减压无聊解馋 Young	1. 追剧经典伴侣 Young 2. 居家游戏开黑零食 Young 3. 周末慵懒沙发时光 T1/T2	1. 看纪录片慢嗑仪式 T1/T2 2. 居家健康悦己管理 T1/T2 3. 周末阳光慵懒午后 T1/T2	1. 追剧咸口伴侣 Young Salty 2. 宅家卤味解馋 Salty 3. 独居下午茶咸系 T1/T2 Salty	1. 周末Brunch仪式感 T1/T2 Bakery 2. 独居早午餐方案 Young T1/T2 3. 精致下午茶主角 T1/T2 Bakery	1. 独居治愈系甜点 Young 2. 居家下午茶甜品 T1/T2 Bakery 3. 周末宅家宠自己 Young T1/T2	1. 宅家情绪疗愈黑巧 Young T1/T2 2. 追剧黑巧精致感 T1/T2 3. 独居甜蜜宠自己 Young	1. 居家养生果干 T1/T2 2. 独居减脂零食 Young T1/T2 3. 宅家功能健康零食 T1/T2
3. OOH Energy Boost 4.9% Me	1. 特种兵旅游随身包 Young 2. 高铁出行必备礼 T1/T2 3. 通勤路上垫肚子 T1/T2	1. 旅途中随手吃 Young 2. 徒步轻量化补能 Young 3. 大巴旅行打发时间 Young T1/T2	1. 特种兵旅游能量包 Young 2. 商旅健康随身零食 T1/T2 3. 户外极限高热补给 Young	1. 户外蛋白质补给 Young Salty 2. 旅途出行饱腹首选 Salty 3. 出行必备咸口 Salty	1. 通勤族高铁早餐 T1/T2 2. 户外徒步干粮 Young 3. 旅途正餐替代 T1/T2	1. 高铁旅行甜点 T1/T2 Bakery 2. 旅游特产伴手礼 T1/T2 3. 长途出行减压甜食 Young	1. 旅途快速补糖 Young 2. 出行途中提神 T1/T2 3. 户外极限能量糖 Young	1. 出行代餐棒随身 T1/T2 2. 运动零食随身携带 Young 3. 出行功能轻补给 Young T1/T2
4. Evening Chill 10.2% Me	1. 宿舍熬夜开黑 Young 2. 打工人类深夜追剧 T1/T2 3. 睡前微甜解馋 Young 4. 深夜独居小确幸 T1/T2	1. 深夜宿舍撻串感 Young Salty 2. 追剧爽口高刺激 Young 3. 夜宵代替感满足 Young 4. 熬夜情绪减压出口 Young	1. 深夜慢嗑减压 Young T1/T2 2. 睡前健康零食 T1/T2 3. 追剧手嗑伴侣 Young	1. 深夜夜宵平替 Young Salty 2. 宿舍卤味分享局 Young Salty 3. 独居深夜解馋 Salty	1. 深夜饥饿填腹 Young 2. 深夜低负罪感 T1/T2 3. 睡前全麦减负 T1/T2	1. 深夜甜品奖励 Young T1/T2 Bakery 2. 打工人类解压治愈 T1/T2 Bakery 3. 睡前小蛋糕微甜 Young	1. 熬夜补糖续命 Young T1/T2 2. 深夜情绪安慰 Young 3. 控热量黑巧夜宵 T1/T2	1. 深夜代餐控卡 T1/T2 2. 深夜创意零食 Young

1. Work/Study Uplift × 饼干 蓝海机会

3 个 AI 意图聚类场景 · 涉及战区 Young T1/T2

战略洞察 · 蓝海机会

该场景在 AI 推荐生态中尚未被强势品牌锁定，是亿滋可主动建立差异化叙事的潜在战略机会区。建议在 Phase 2 GEO 干预阶段优先选取 1-2 个子场景试点，通过定向内容资产建设抢占心智锚点。

1 深夜备考充能

P0 Young

A · 场景画像

消费者动机 + 情景

高考/考研学生 · 高压备考需糖分维持专注

工作日清晨 7:45，独居出租屋，高考打开手机搜「备考深夜吃什么零食补脑」

场景热度

62 ↑

社交网感词

yyds

上座零食

小狗甜品

续命水

熬夜冠军

本品类高频品牌（饼干）

奥利奥 ★ 26%

好朋友派 18%

趣多多 14%

好吃点 11%

闲趣 9%

跨品类高频品牌

乐事 18%

三只松鼠 12%

德芙 10%

卫龙 8%

B · 社媒搜索意图

上下游意图分布

前置意图

加班到几点才能下班

深夜失眠睡不着怎么办

当前场景

深夜备考充能

后置意图

便利店哪里能买到

奥利奥 牌哪款最好吃

典型提问

“备考深夜吃什么零食补脑”

“深夜备考有什么推荐”

“高考吃什么不踩雷”

C · 奥利奥 当前场景表现

消费者认知关键词 / 锚点候选

可主导关键词

潜在战略词

锚点候选

上座零食

搭子文化

2 办公室14点续命

P0 T1/T2

A · 场景画像

消费者动机 + 情景

一二线25-35岁白领 · 血糖低谷期提振精神的仪式感

周三晚 23:00，通勤地铁，一二线25-35岁白领打开手机搜「上班下午茶配什么饼干不发胖」

场景热度

75 ↑

社交网感词

精致悦己

轻奢日常

氛围感

轻断食

本品类高频品牌（饼干）

奥利奥 ★ 26%

好朋友派 18%

趣多多 14%

好吃点 11%

闲趣 9%

跨品类高频品牌

乐事 18%

三只松鼠 12%

德芙 10%

卫龙 8%

B · 社媒搜索意图

上下游意图分布

前置意图

学习累了怎么调节

深夜失眠睡不着怎么办

当前场景

办公室14点续命

后置意图

奥利奥 多少钱一包

奥利奥 牌哪款最好吃

典型提问

“上班下午茶配什么饼干不发胖”

“办公室有什么推荐”

“一二线25-35岁白领吃什么顶饿”

C · 奥利奥 当前场景表现

消费者认知关键词 / 锚点候选

待占场景

潜在战略词

可主导关键词

仪式感

轻断食

案例-欧莱雅泛美妆情绪洞察Agent



灵感漫游

WANDER THROUGH INSPIRATION

做触动消费者的内容 从听见他们的心声开始

← ● 愉悦 PLEASURE

故事目录 · CONTENTS

- 记忆中的美好时刻 3
- 与赞美不期而遇 5
- 我让世界变好了一点 2
- 生活给的彩蛋 6

日常微光

愉悦不靠惊天动地——一杯茶、一句夸奖、一只小狗，都能点亮她的一天。

01 记忆中的美好时刻

从回忆中获得暖意与力量，短暂停驻再回到现实。

#苦中作乐 阅读 →

被风雨浸湿的宿舍，意外的开心

44岁 · 上海 · 刀具贸易质量监管
#苦中作乐 #开心 #意外之喜 #兴奋

#温暖 阅读 →

那一丝“焦香”的甜味藏着儿时的“暖味”

44岁 · 上海 · 刀具贸易质量监管
#温暖 #欣慰 #怀念 #幸福感

#怀旧 阅读 →

书卷墨香中的一瞬转场

35岁 · 上海 · 印刷行业客户经理
#怀旧 #微感伤感 #小感动 #恍惚感

那一丝“焦香”的甜味藏着儿时的“暖味”

愉悦 · PLEASURE FIELD NOTE #28 ☆ 收藏

“孩童时代，你像一个中心一样，大家围着你”

44岁
刀具贸易质量监管 · 上海

PORTRAIT · 受访者（化名）

44 · 上海 04

我是灵感漫游的 AI 向导
你可以尝试这样问我：

探索类问题

给我一个高端香水的灵感

特定类问题

帮我洞察一下都市中年女性的典型情绪

说说你现在的感受...

回到 Intro

孩童时代，你像一个中心一样，大家围着你。这次买的香水有棉花糖的味道，我每次闻到它，就有一种爸爸带我第一次去游乐场，给我买了一个当时大型棉花糖的感觉。每次想起来，就有一种通体暖洋洋的感觉，妈妈抱着你，说这个好看，我又看到烟花鞭炮的感觉，当时的心情非常好，没有办法复刻。因为那个味道就跟我记忆里当时的场景给我的嗅觉的味道非常类似。

MFK的540，焦焦的棉花糖的味道。而且那个味道真的有点复刻，可能我小的时候棉花糖做的不是很好，有点焦掉的味道，但是就是那种焦糖焦香的味道，确实能闻到。现在常规的棉花糖没有了，都是做的花里胡哨的那种，它是原始味道的棉花糖，就感觉比较特别。

每次心情不好的时候，喷一下，感觉上你好像吃了一个，代替吃了一个甜食的感觉，就会平复心情，刚才的事算了，没关系。就像哄好自己的感觉。

美妆切入参考 · BEAUTY ANGLE INSPIRATION

香水 ENABLER · 赋能者 高

这支沙龙香不讨好任何人--它是我画出一道嗅觉边界线,让"我是谁"在对方开口之前就已被闻到。

香水 COMPANION · 陪伴者 中

独处时我把它喷在手腕上,不是给别人闻的--是我和自己确认"我不需要像任何人"的秘密仪式。

彩妆 ENABLER · 赋能者 低

出门前最后一步,我没选那支人手一瓶的粉底液。镜子里的肤色,是我递出去之前就决定好的答案--见过我的人,下次一眼就能认出我。

相似情绪推荐 · 3 个故事

同一情绪类别

"去年夏天有个晚上，等工人收工以后，我要做最后的检查"

愉悦 · 记忆中的美好时刻 · 44岁 · 上海 · 刀具贸易质量监管

同一情绪类别

"完全没想到最后自己真的收到了不少玫瑰花，还被请上了台。"

愉悦 · 与赞美不期而遇 · 47岁 · 上海 · 光纤制造业人事主管

同一情绪类别

"别人没有的，我提前拥有了，就算别人也有，我的颜色也比他们的更特别、更贵。"

愉悦 · 生活给的彩蛋 · 42岁 · 上海 · 金融业客户经理

构建完整的细分客户群图谱， 赋能营销全链路

将CRM的10个标签， 扩展为近百个标签

Part 05

抖音平台营销规划 | 理想L系列车型人群场景分析

理想

人群×内容=族群发现		族群A 新新家庭	族群B 沉稳小家	族群C 下沉中产	族群D 品质新贵
占比		27%	23%	19%	14%
适合车型		理想L6	理想L7	理想L8	理想L9
人群概述		多为新建家庭首购车，对车要求不高，满足日常需求即可。 多为年轻打工族。 对购车反而激进，因短期内没有换购预期，多有“一步到位”的倾向。 将车作为生活分水岭的人群。购后对私家车使用率极高	夫妻双方的职业、家庭结构都较为稳定，短期内不会有太大变化，对于汽车的需求和期待也比较稳定。 对汽车质量要求较高，选择更多低调而稳重的车型。 职业较为普通，结合他们的年龄，或许是他们最后一次购车。 对车的选择保守而谨慎。	下沉城市有稳定收入和社会地位的中产，较多为增购。 三四线城市资源掌控者群体，多已为父辈。 在他们的城市，其消费能力较高。选择新能源车多为体验驱动，为提升家庭和年长者体验。	“电车原生”家庭。 首购就买电车，对于新能源车的体验和理念有较高偏好和忠诚。 人群年收入较高，年龄跨度较大，对科技、体验有新能源汽车原生体验，易于沟通理念 将汽车视为品质生活的象征，倾向于以功能操作导向购车。
人群特征/基础属性	预测年龄	18-35岁	34-50+岁	30-35岁	30-45岁
	预测职业	职场白领、基础服务业	职场白领、IT通讯业、传统企业	基础服务业、公务员、教师	白领、个体户、互联网
	性别	男(女性占比提升)	男	男	男
	城市级别	一线到三线	二线到四线	新一线到三线城市	新一线到四线
	八大消费群体	新锐白领、都市蓝领、小镇青年	都市蓝领、新锐白领	资深中产、小镇中老年、都市银发	新锐白领、都市蓝领、小镇青年
	兴趣偏好	社会、汽车、娱乐、财经	金融、游戏、汽车	社会、国际、时政、军事	社会、娱乐、汽车、财经
兴趣&偏好/行业兴趣-汽车	价格兴趣偏好	8w-20w	30w-35w	35w-40w	40w-50w+
	短期换车/购车偏好	+++	+	++	+++
	新能源车偏好度	++	+	++	+++
场景偏好		情感，音乐，综艺，娱乐	文化教育/亲子教育	亲子/儿童才艺表演 农村/农村生产 军政法警/消防 农村/农村建筑	科技，军事，音乐， 财经，社会
核心内容偏好-示例		内容分布：散点式 内容类型：时尚类、生活记录、职场、旅行 关键词：情侣、实用、性价比、家庭首选	内容分布：散点式（抖音） 内容类型：国际类、社会类 关键词：测评、性价比、红黑榜	内容分布：散点式（抖音） 内容类型：科普类、社会类、财经类 关键词：家庭、一家四口	内容分布：垂类（抖音） 内容类型：测评类

BlueFocus

Part 05

抖音平台营销规划 | 理想L系列车型传播规划

理想

L6

L7

L8

L9

车型定位	家庭五座豪华SUV	家庭五座旗舰SUV	家庭六座豪华SUV	家庭六座旗舰SUV
人群标签	“新新家庭”	“沉稳小家”	“下沉中产”	“品质新贵”
高频场景	情侣出行/个人空间	遛娃/城市通勤/送孩子	家人出行/短途郊游/萌宠出行	通勤/家人出行/日常郊游
破圈偏好	情感/音乐/综艺/娱乐	文化教育/亲子教育/职场关注	亲子/儿童/宠物	科技/财经/社会
核心内容偏好	内容类型：时尚类、生活记录、职场、旅行 关键词：情侣、实用、性价比、家庭首选	内容类型：社会类 关键词：测评、性价比、红黑榜	内容类型：科普类、社会类、财经类 关键词：家庭、一家四口、安全体验	内容类型：测评类
内容标签	#首选出行搭子	#打工人的幸福感	#精致带娃的不二之选	#理想的远方

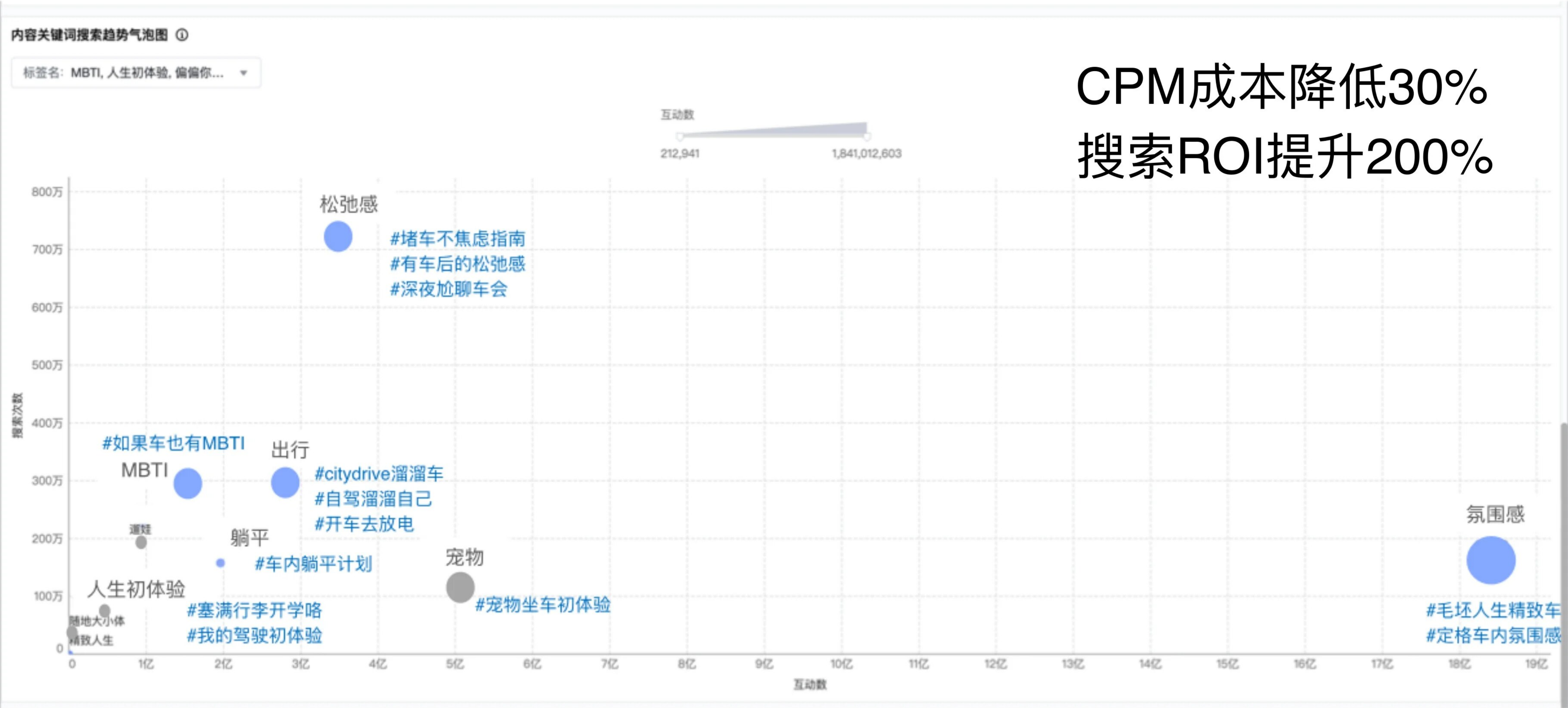
BlueFocus

Part 05

理想MEGA话题内容思考

理想

规模化内容运营，提升预算效率



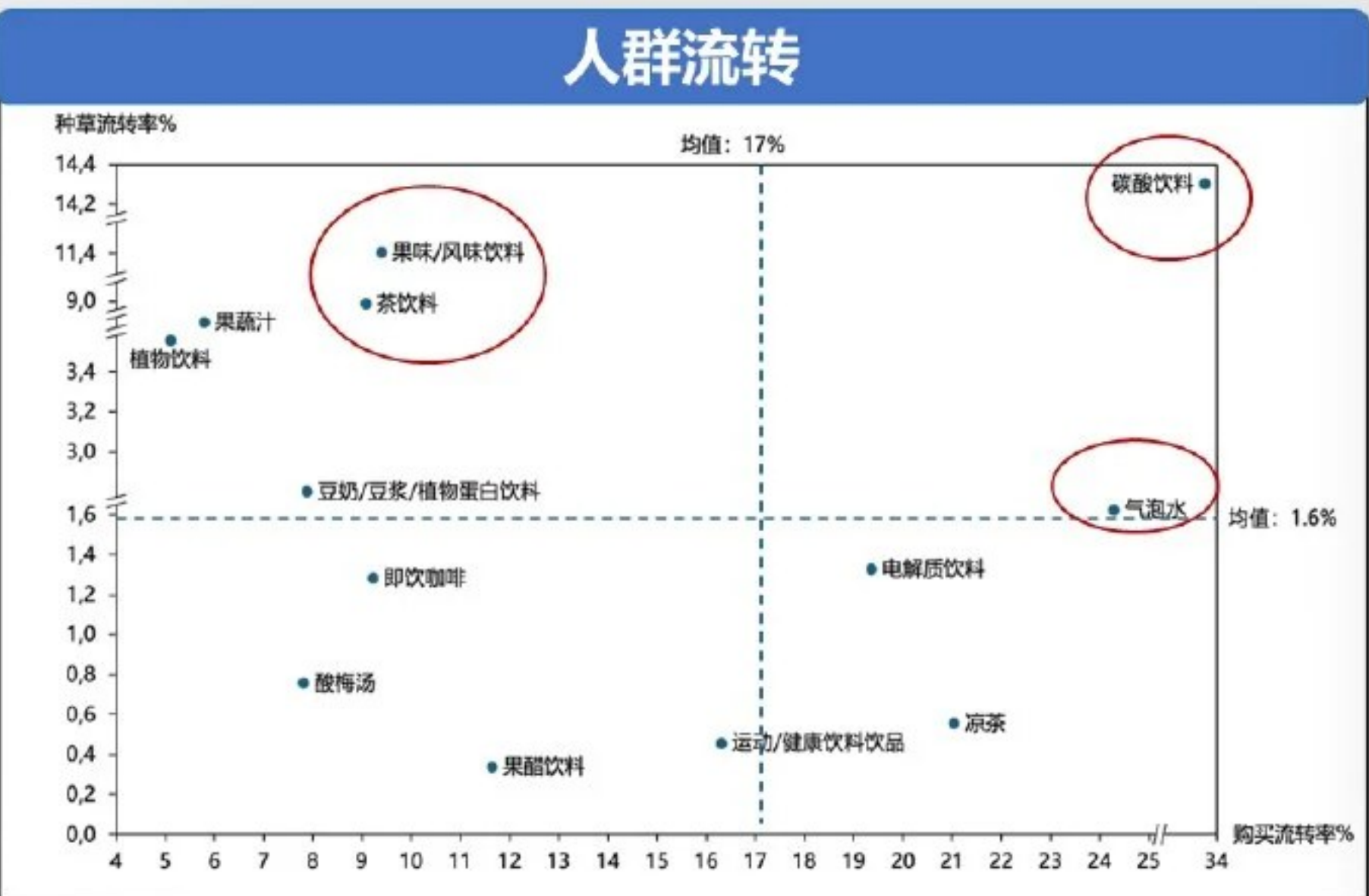
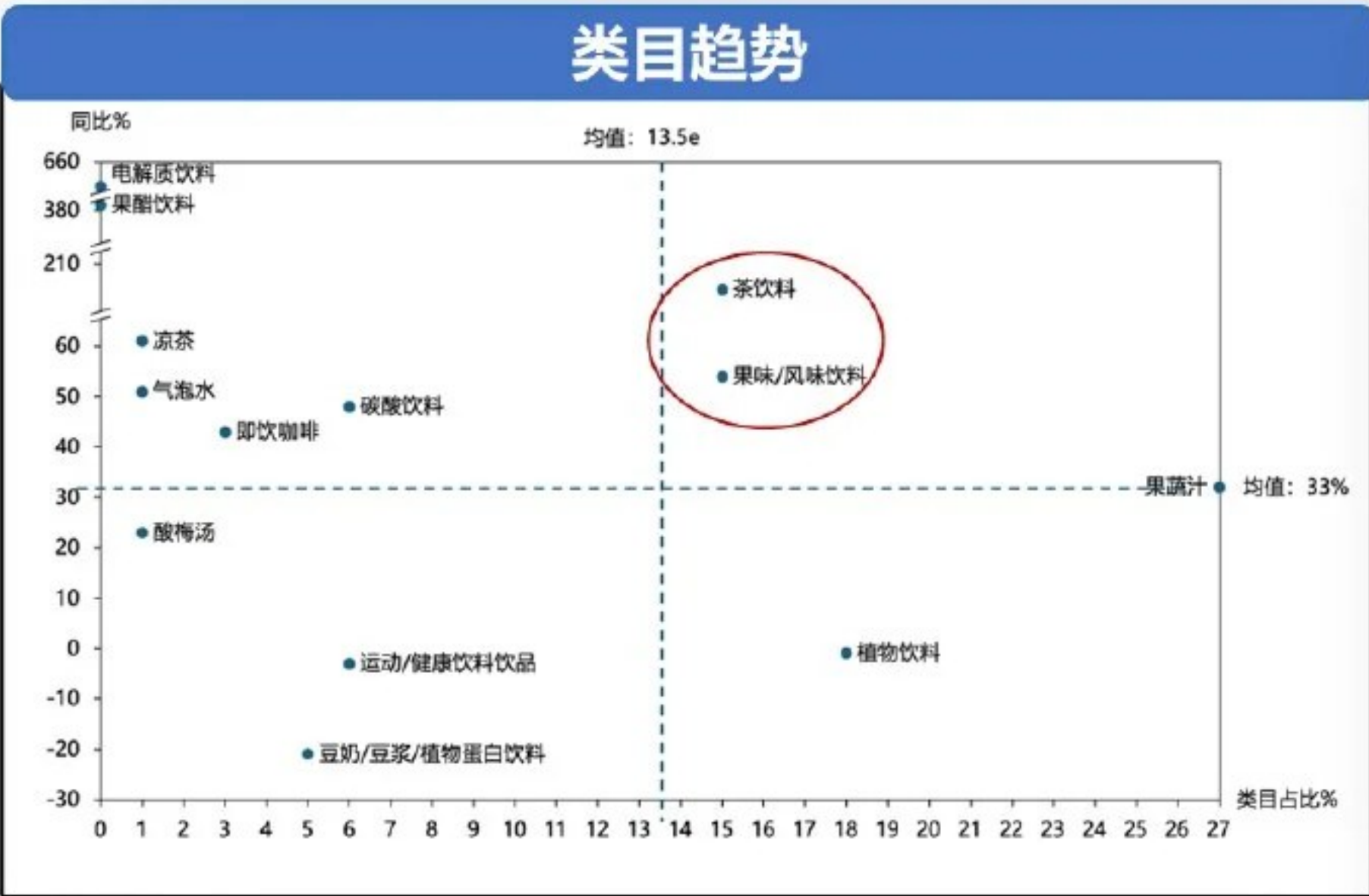
CPM成本降低30%
搜索ROI提升200%

数据周期: 7-9月
更新周期: by周
Bubble size: 阅读量

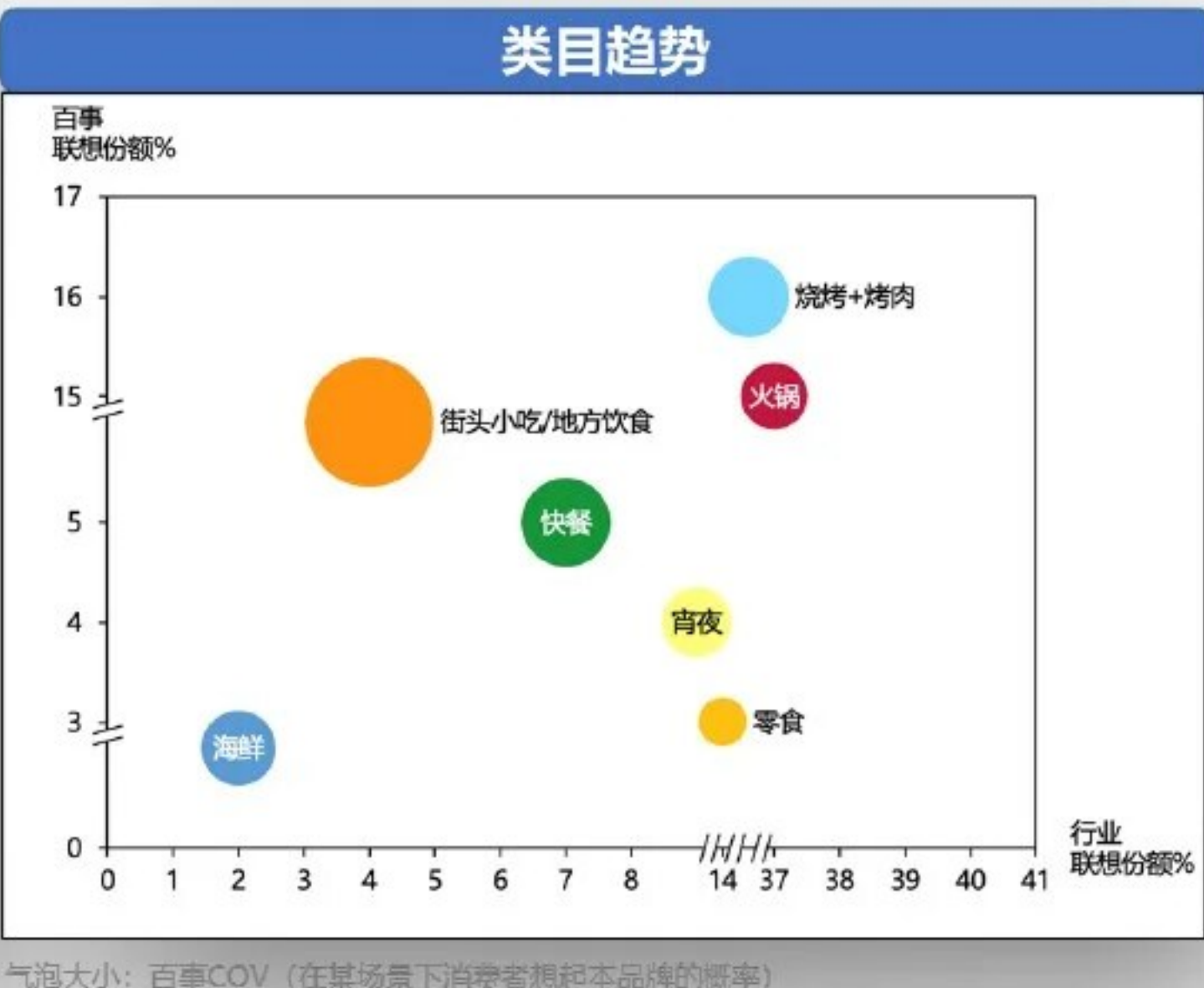
饮料品牌-AI营销洞察

定位销量流转背后的竞争场景

	Step1 市场价值判断	Step2 竞争压力分析	Step 3 核心驱动竞争地图	Step4 大类场景细分	Step5 细分场景机会探寻
步骤介绍	通过细分市场规模、细分市场增速、确定市场价值	通过竞争浓度、人群流转率确定碳酸饮料分流品类既而明确下钻品类	对每个品类对碳酸饮料几类核心驱动的抢夺程度、如何抢夺进行语义提取和内容聚类，评估威胁程度，形成驱动竞争地图	通过核心驱动下的大类场景研究，确定机会场景	大类场景下，进一步进行内容细分和聚类，发现机会场景



品类	碳酸饮料	果汁	茶饮料	凉茶	气泡水	即饮咖啡	运动/健康饮料	酸梅汤	豆浆/豆奶/植物蛋白饮料	植物饮料
品类描述	碳酸饮料	果汁	茶饮料	凉茶	气泡水	即饮咖啡	运动/健康饮料	酸梅汤	豆浆/豆奶/植物蛋白饮料	植物饮料
核心驱动	口味、品牌、价格	口味、品牌、价格	口味、品牌、价格	口味、品牌、价格	口味、品牌、价格	口味、品牌、价格	口味、品牌、价格	口味、品牌、价格	口味、品牌、价格	口味、品牌、价格
竞争地图	碳酸饮料	果汁	茶饮料	凉茶	气泡水	即饮咖啡	运动/健康饮料	酸梅汤	豆浆/豆奶/植物蛋白饮料	植物饮料



烧烤场景下钻：食几串“人间烟火”

从烧烤盛宴，到地道之旅，再到解馋猎奇体验，烧烤这个庞大的选择道系里很多人钟情于市井里弄的“人间烟火气”

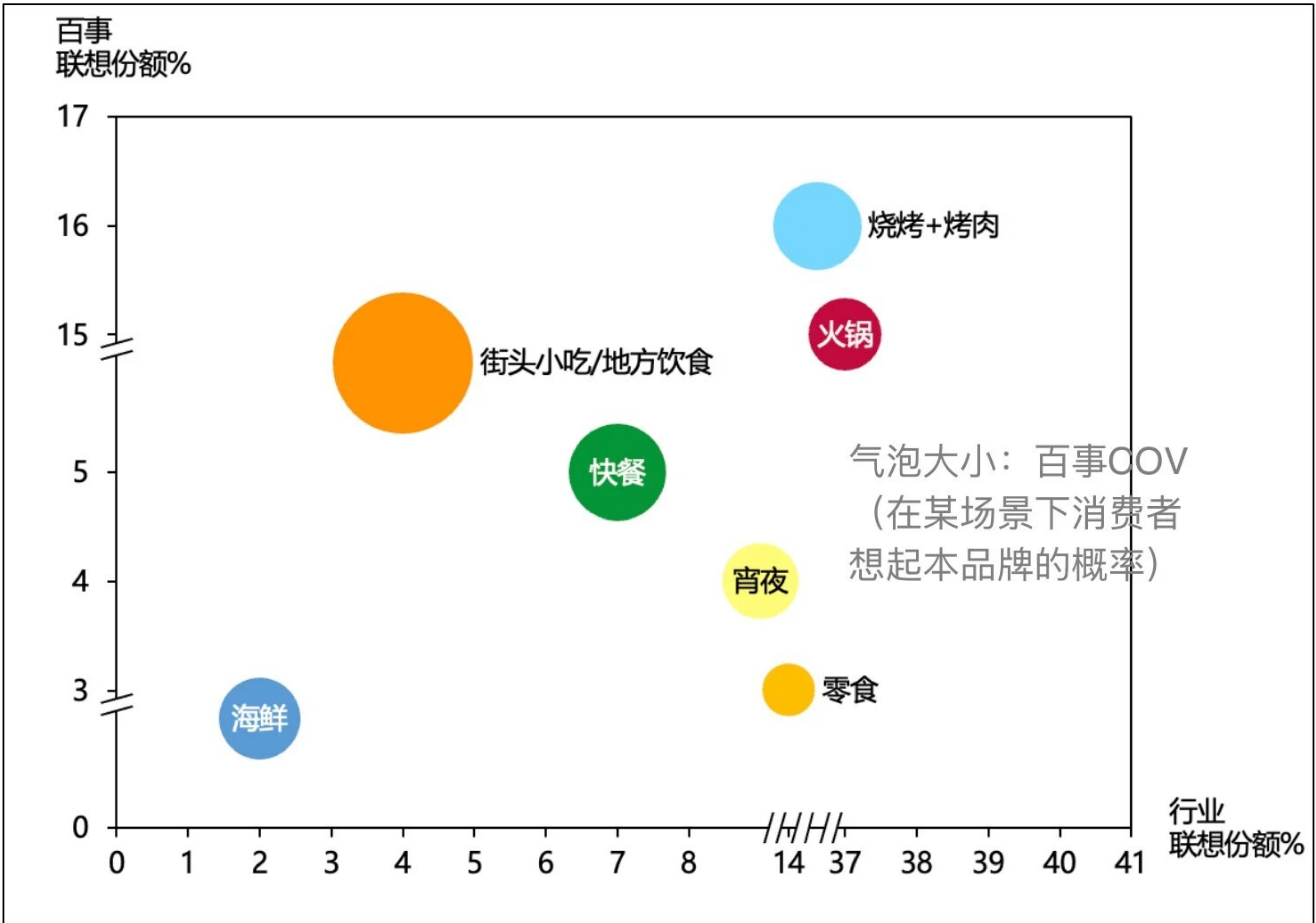
品牌	品类	品牌	品类	品牌	品类	品牌	品类	品牌	品类
品牌1	品类1	品牌2	品类2	品牌3	品类3	品牌4	品类4	品牌5	品类5
品牌6	品类6	品牌7	品类7	品牌8	品类8	品牌9	品类9	品牌10	品类10
品牌11	品类11	品牌12	品类12	品牌13	品类13	品牌14	品类14	品牌15	品类15
品牌16	品类16	品牌17	品类17	品牌18	品类18	品牌19	品类19	品牌20	品类20

饮料品牌-AI营销洞察

洞察传统场景中的新情绪价值

- 类目趋势：火锅和烧烤等辛辣重油场景是碳酸佐餐的关键增长点，烧烤场景具备显著联想潜力，为百事可乐的深度渗透提供新机会。
- 从烧烤盛宴，到地道之旅、再到解锁猎奇体验，烧烤这个庞大的选择谱系里很多人钟情于市井里弄的“人间烟火气”

类目趋势



行业联想量：能表征用户记住百事的一系列行为（例如发布视频、搜索、互动等），加权计算得出的指数

时间周期：2024.10-2024.12

场景地图

大类场景洞察	占比	二级类目	新词发现	人物要素	环境要素	事件要素	gap要素	标准化场景陈述	原文
烧烤盛宴节日狂欢	28%	音乐节 &livehouse&派对	#把快乐点燃在旷野 #新社交放肆嗨	喜欢团建活动的烧烤爱好者	露营烧烤、草坪音乐会	一边听音乐会一边享受烧烤，边吃边聊放松聚会	想要松弛感的团建聚会体验	在露天音乐会的氛围中，围着炭火烧烤享受美食，和朋友们放松聚会，十分惬意。	松弛感团建拿捏了，露营烧烤✕草坪音乐会🎵 一边听着落日音乐会，一边在夜幕下围炉而坐，炭火上的肉肉滋滋作响，香气四溢。自己动手，丰衣足食，🍷 搭配冰镇的饮料，边吃边聊。惬意，放松，可以说是一次难忘的团建聚会，聚会这样玩真的很nice落日音乐会✕露营烧烤🔥 狂欢嗨不停 落日余晖、露营烧烤、浪漫乐队、绚烂烟花...
		球赛	#周末啤酒足球赛 #风里有了夏天的味道 #吃货世界杯打开的方式 #球赛就该这么看 #看比赛的仪式感是观赏孩子给的	喜欢看球赛、热爱生活的烧烤爱好者	河畔草地	欧冠决赛夜看球，露营烧烤啤酒，有奖竞猜，踢足球，唱歌，狂欢	追求多元化的户外观赛体验	在河畔草地，朋友们围坐在一起看欧冠决赛，享受烧烤、啤酒，踢足球、唱歌，度过了一晚愉快的时光。	这才是户外足球观赛正确的打开方式 欧冠决赛夜，和一群热爱足球热爱生活的小伙伴，一起在河畔草地嗨玩了一整夜，不仅能看球，还可以钱露露，烧烤，啤酒，星空，有奖竞猜，踢足球，唱歌，在舒服的沙发上仰望星空，天气凉爽，畅快的观赛，一起呐喊，助威，狂欢。 也才是户外足球观赛最正确的打开方式🔥 欧洲杯燃爆夏日，球赛、撸串、冰啤三剑客，缺一不可！撸串喝啤酒看球赛🍷 夏日的松弛感在这找到了
		野营	#盛夏追风派对 #享受这悠闲时光 #人间烟火烧烤气	一起享受冬季露营、烧烤的好友	旷野篝火、露营地	一起露营，享受烧烤火锅，美酒和音乐相伴	寻找温暖的冬季户外体验	在寒冷冬季的露营地，好友们围坐在篝火旁，一边烧烤一边享受火锅和美酒，音乐让气氛更加温暖。	🔥 夏日野火剧 草坪音乐会🎵 燃爆夏日 我宣布🍷 周末挂除计划找到了天花板！抛开工作的繁杂 原来生活还可以这番模样。一起唱歌，一起跳舞，一起奔向快乐又清凉的夜晚~🍷 露营火锅 把快乐点燃在旷野🔥 露营火锅 把快乐点燃在旷野🔥 抓住冬日的温暖约上几个好友一起去露营一串烧烤一锅火锅一口美酒大家都围坐在篝火旁 音乐让此刻也更升了一个层次
风味纵横地道之旅	22%	地方美食探索	#小城里的老味道 #城市里的烟火气 #小滋味城市打造 #本地人才知道的好地方 #被低估的美食小城	喜爱家乡美食的烧烤爱好者	地方特色烧烤店	吃烧烤时，发现外地餐厅不同的酱料与调味料，味道与家乡不同	家乡与外地口味差异感受未能完全深入表达	走出家乡，烧烤的味道不同了	它家唯一的缺点就是淄博限定!! 徐州烧烤 活版印刷文画像石拓片明信片出了徐州就没见过这么吃的!!! 在外面吃烧烤真的就没有徐州这么吃的! !不过蘸醋也不是普普通通的醋，都是店里自己调的，所以每家店也有自己的味道 哈尔滨!! 中央大街地标级的烧烤大排档! 锦州烧烤 烤大枣你们南方人没见过吧盘锅火出圈的后厨大串确实有点东西🍢
		地方情感链接	#一群温暖的人汇聚成一座温暖的城 #城市中的烟火气我的家乡	烧烤食客	山东淄博烧烤摊	烧烤摊上把酒言欢	地域特色文化与交流	中国烧烤以山东淄博为代表，吸引着各地的人们聚集在烧烤摊上，共同享受烧烤的美味，彼此举杯畅饮，感受浓厚的烟火气息和人际互动。	淄博万人烧烤大合唱：#一群温暖的人汇聚成一座温暖的城 家乡的烧烤，烤的是温暖，串流的是幸福中国烧烤哪家强，山东淄博最响亮，你带我去他也去，只为人间烟火味。烧烤摊上把酒言欢的善男信女
热血烧烤兄弟情深	20%	聚会	#爱就是要一起吃饭 #爱很简单——餐一饭 #家宴吃什么 #拍拍身边烟火气	喜欢聚会的烧烤爱好者	烧烤摊	烧烤摊上和亲密的人分享生活故事、欢笑、酸甜苦辣	寻找与亲朋共度的温馨时光	在烧烤摊上，与亲朋好友共度一段时光，分享欢笑与故事，体验酸甜苦辣，珍惜彼此陪伴	一个人撸串，撸的是自在心情；两个人撸串，撸的是无间默契；三个人撸串，撸的是快意江湖；四个人撸串，撸的是大千世界大家都在烧烤摊上留下过太多的故事，酸甜苦辣，悲欢离合，见得到的，会随月对月，见不到的，珍重再相约，希望大家都能和对的人、舒服的人、在乎的人、爱的人一起烧烤。因为烧烤不仅仅是烧烤的滋味儿，更多的是烧烤摊上的那一份份人情世故。 PLOG 沾染一身烟火气，无所畏惧我们会在下雨天在院子里面烧烤🔥去姐姐之前同事家后面的院子烧烤猪肉是前一天刚杀的🍖 太香了叭（同事姐姐说她们的习俗是早上杀猪下午烤肉）晚上同事姐姐的妈妈做的饭围炉子真的有一种小时候过年的感觉🍷
		兄弟情/友情	#夏天怎么能少的了撸串 #撸串儿约起来 #青春不散场	多年好友	冬季、烧烤摊	在寒冬与好友一起吃烧烤，喝酒，享受吃烤汤	寻求冬日温暖与美味体验	寒冬里，三五好友围坐在烧烤摊，享受烤串、喝酒，最后以一碗温暖的吃烤汤结束，感受温暖与满足。	深夜觅食 就得来一顿烧烤啤酒🍺 深夜又是老友相聚的好时光，一顿香迷糊的烧烤，完全是宵夜的zui佳打卡方式🍷 来串门儿吧 三五好友，撸串喝酒🍷 寒冬来袭，来串门儿吧去吃点烧烤烤串儿，最后来碗吃烤汤🍷 暖胃。 朋克养生局🍷 快带着你的朋友来开方子🍷 夏日少不了的啤酒和撸串儿一起来这里吧🍷 享受夏夜的晚风 带着我的小菜朋友来进 店就被一大面出方墙吸引🍷 这么又菜又爱喝的状况就是我们啦🍷 赶紧合影一张，专治靓女易醉
烧烤寻宝私藏美味	17%	探店打卡	#性价比之选 #一口热乎乎开启冬至 #走街串巷找美食 #我是美食活地图	喜欢探店的烧烤食客	社区烧烤店	发现并带闺蜜探店享受烧烤	想找私藏小店与闺蜜分享	喜欢探店的烧烤食客每次发现宝藏小店，就会带上闺蜜第一时间去品尝和分享	重庆最nb的烧烤，我超的本地人超爱去的私藏烧烤店🍷🍷 太香啦本人私藏！只会带闺蜜去的社区烧烤店 牛市口附近的一家社区烧烤！虽然店面不大，但是每次吃烧烤第一个就想到他家！只要闺蜜说想吃烧烤，我马上带她直奔这里！🍷
怀旧滋味独享放松	9%	怀旧	#那些年记忆烧烤 #寻找小时候的味道	喜欢怀旧的食客	路边的煤炭烤炉	享受小时候记忆中的羊肉串，回味旧时美味	寻找儿时的美好回忆	在路边的煤炭烤炉旁，品尝铁丝网上的羊肉串，回忆儿时那份独特的香味和口感。	那句：“对待loser最温柔的地方”很真实，遭受过社会的毒打，回到熟悉的地方，老味道给予我们的慰藉 温情，踏实，有力量。哇突然到竟然有羊肉！出来快两年了老娘家里的脆皮肥瘦了，必须加糖才更好吃！想吃东北菜了 年轻的吃烧烤，一串一串，满嘴都是青春的味道：长大后吃烧烤，一口一口，满眼都是记忆的味道。小时候的味道记忆——路边煤炭烤炉上的羊肉串，小时候吃的铁丝网的羊肉串，那真是一种难以忘怀的美味。那种独特的香味和口感，仿佛能带我们回到那个纯真无邪的年代。终于是在吃上芝麻超尔了！还是高中那个味！
		解压	#疲惫生活的乌托邦 #有酒有肉解压好去处	疲惫的都市人	新开烧烤店	发现烧烤店，享受放松悠闲的时光	寻找都市中的放松空间	在新开的烧烤店中，都市人放松身心，享受放松自在的聚会氛围，体验都市的“乌托邦”。	找到了!! 都市人疲惫生活的乌托邦🍷!! 亚运公园新开的🍷真的好chill!! 人生就像烤鸭，低头去尾，经过油烟火烤，在别人的嘴里咸淡
烧烤探险猎奇解锁	4%	猎奇	#万物皆可烤 #黑暗料理 #吃货的迷惑行为 #我超勇的 #天生反骨	喜欢重口味、敢于尝试的烧烤爱好者	烧烤摊	品尝极具挑战性的重口味烧烤，吃猎奇等奇特美味	探索重口味的烧烤冒险	在烧烤摊上，尝试猎奇的重口味美食，如猎奇等，挑战味蕾，体验独特的烧烤冒险。	杭州必吃1米长羊肉串配去棒🍷 朋友圈晒100次！太酷了！一米长羊肉串拿上来隔壁几点都说我也要！真材实料大块烤羊肉，大块大颗太爽了！猎奇烧烤🍷 猎奇挑战在昆明见识了！这烧烤也太超前了猎奇重口味烧烤，一颗颗眼睛嘴嘴张！呵呵，成型的烧烤已经猎奇成这样了？ 我还是第一次吃“棒头发” 挑战吃🍷 羊胆🍷 啊啊啊拼了 一口下去羊眼Q弹爆汁！意外的好吃。有点爱上了🍷。他们家的白串儿。现串现烤有羊肉的奶香味儿，不加任何佐料超好吃。

时间周期：2024.1-2024.12、覆盖平台：抖音、小红书（两个平台加权数据）

数据来源：蓝标内部quantum mind团队数据库