

Nint 任拓

AI驱动洞见 3T标签科学，2位数提效新品/内容回报

Nint任拓集团CMO 曹力



侦探



数据分析师



代理



AI洞察操作系统的3层构架

Nint 任拓



数据安全及合规

生意的底层逻辑：供需关系

Nint 任拓

供对货

完成生意转化

供对内容

达成用户种草/转化

平台已经成为品牌生意的核心生态位

Nint 任拓

内容平台



月活用户数：10亿+
渗透率：80%+
人均时长：超200分钟

电商平台

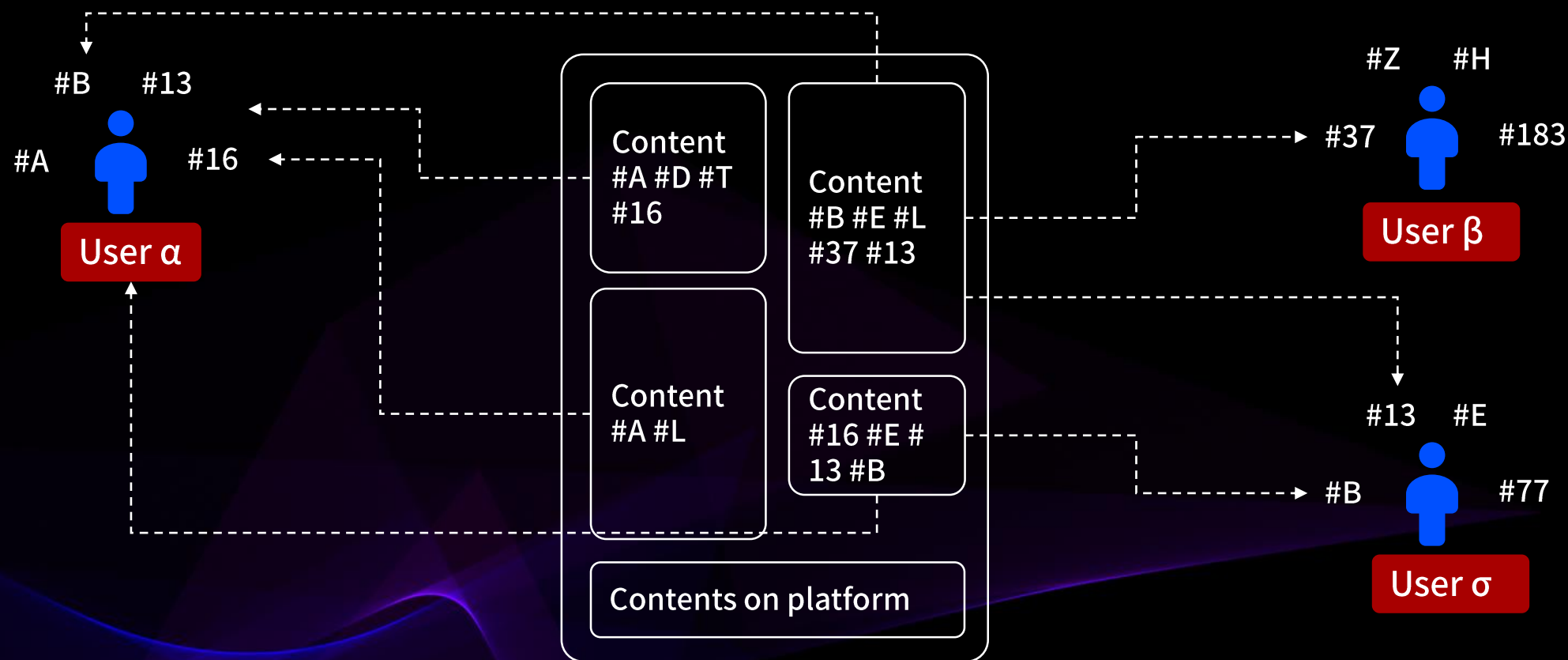


月活用户数：10亿+
生意体量：15万亿+
主流消费品零售总额占比：50%

平台通过标签来供对货，供对内容

Nint 任拓

平台通过匹配TA及内容标签，实现内容与TA的精准对接



企业运营离不开标签

Nint 任拓



4P行为离不开标签



不同数据库只能用标签打通



标签是具有行动力的洞察



未来的生意校准是基于3T标签进行的

Nint 任拓



原有标签

人群标签

精致妈妈

内容标签

痛点：衰老、皱纹……
卖点：补充水分、胶原蛋白……
场景：熬夜、办公室……

货品标签

功能：保湿、补水、美白
包装：旅行装
价格：促销价

标签校准

校准后标签

人群标签

精致妈妈 → 小镇贵妇

内容标签

痛点：衰老、皱纹 → 可保留
卖点：补充水分、胶原蛋白 → 增加“全脸抗衰”
场景：熬夜、办公室 → 闺蜜聚会

货品标签

功能：保湿、补水、美白 → 可保留
包装：旅行装 → 正品+小样
价格：促销价
……

产品A
销量增长提升
20%

AI+标签如何在生意场景中落地?

Nint 任拓

1

新品提效

2

产品内容提效

AI for insight

新品提效

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



新品提效心智上游五步法

Nint 任拓

场景标签
Occasion Tag

+

痛点标签
Pain Point Tag

+

卖点标签
Selling Point Tag

Step 5
获得高潜创新机会

痛点标签
Pain Point Tag

Step 4
本品类挖需求



Step 3
洞察场景与痛点

Step 1
定心智上游

心智上游图谱
Mind-Upstream Map

Step 2
心智上游找卖点

卖点标签
Selling Point Tag

场景标签
Occasion Tag

痛点标签
Pain Point Tag

某牙膏案例 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



某牙膏案例 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

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

某牙膏案例

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

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

某牙膏案例

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

输入

本品类
牙膏品类数据

种草数据

- 内容标签声量
- 内容标签互动量

评价数据

- 评价标签热度
- 评价标签差评率

输出

本品类未满足的需求点
or
有待升级的需求点



- 维护口腔健康
- 保持长久口气清新
- 12小时保护智能缓释抗敏
 - 消除牙菌斑
 - 去渍
 - 美白

某牙膏案例

Step5: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

输入层

隐藏层

输出层

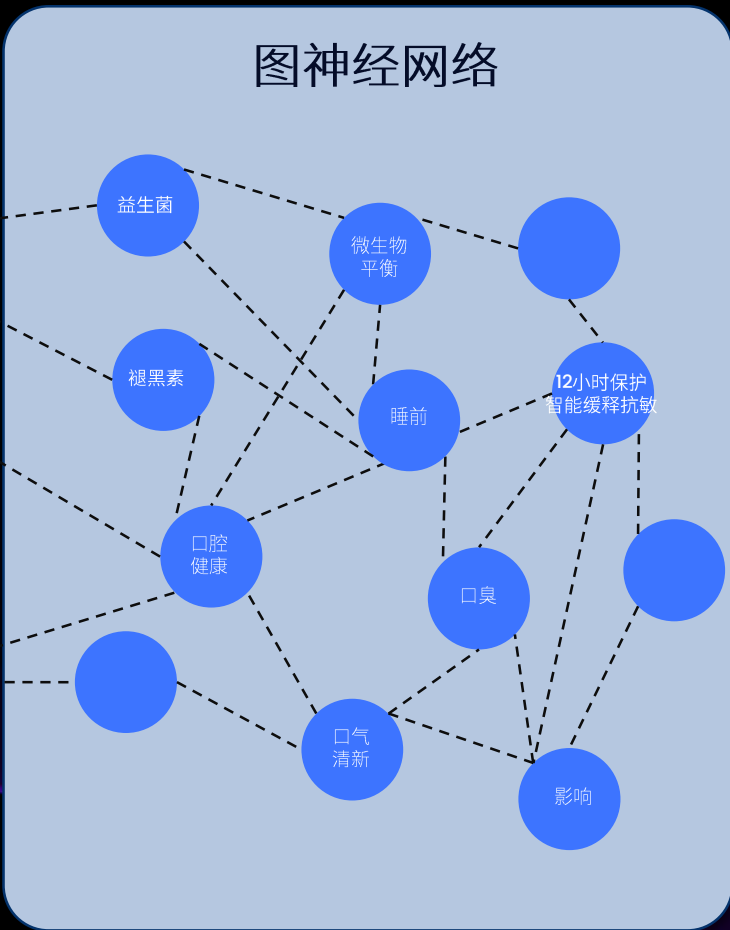
心智上游标签组合

场景	痛点	卖点	优先级
长途旅行	睡眠浅	褪黑素	1
清晨	早醒	褪黑素	2
睡前	入睡困难	褪黑素	3
饭后	肠胃不适	益生菌	4
起床	口臭	益生菌	5
聚餐	没食欲	益生菌	6

本品类需求点

本品类未被满足需求	优先级
维护口腔健康	1
保持长久口气清新	2
12小时保护智能缓释抗敏	3
清除牙菌斑	4
去牙渍	5
美白	6

图神经网络



创新机会点	2028 预估规模	2023-2028 预估复合增长率
益生菌牙膏	25-30亿	+30-50%
褪黑素助眠牙膏	3-5亿	+50%
NMN抗老化牙膏	2-3亿	+55%
营养健身牙膏	5-8亿	+45%
维生素开胃牙膏	8-10亿	+40%

未有实际品类，数据仅为AI预测

某香水品牌案例 心智上游找产品创新机会点

Nint 任拓

Step1

找到心智上游类目

Step2

确定心智上游中有潜力卖点

Step3

确定心智上游中的场景与痛点

Step4

本品类未被满足需求

本品类：

香水

研发意图：

出一款针对年轻人的香水

心智品类圈选

- 户外 场景
- 设计/潮玩 场景
- 艺术品 信任
-

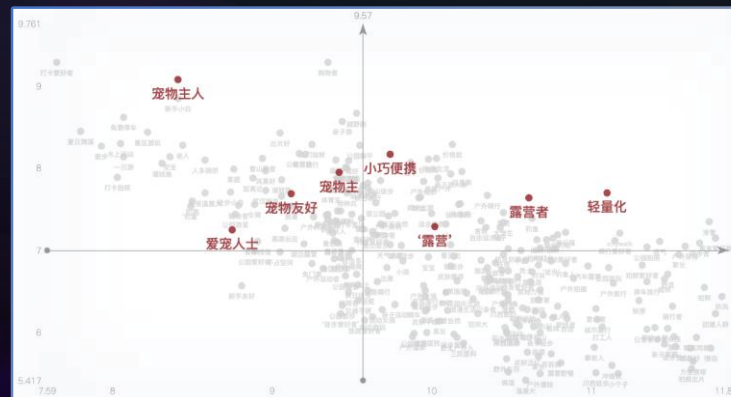
心智上游户外标签矩阵

便携性（核心卖点）

- 露营场景+携带不便
- 徒步场景+空间受限

宠物友好（核心卖点）

- 携宠露营+宠物过敏
- 人宠互动需求



潮流玩具、艺术品标签组合

- 非便携式
- 非宠物友好型
-

某香水品牌案例：

心智上游找产品创新机会点

Nint 任拓

Step5

找到高潜机会

产品创新机会点	心智上游品类	预估市场规模及复合增长率
便携式露营香水 (小尺寸，汗味中和功能)	户外	2028年规模预估：22-25亿 2023-2028CAGR：+25%左右
天然宠物友好香水 (天然香源+宠物低敏配方)	户外	2028年规模预估：20-30亿 2023-2028CAGR：+30%左右
IP联名：盲盒艺术香水 (精致瓶身设计+收藏价值)	设计/潮玩/艺术品	2028年规模预估：5-8亿 2023-2028CAGR：+20%左右

未有实际品类，数据仅为AI预测

.....

某电解质水品牌案例： 心智上游找产品创新机会点

Nint 任拓

Step1

找到心智上游类目

Step2

确定心智上游中有潜力卖点

Step3

确定心智上游中的场景与痛点

Step4

本品类未被满足需求

本品类：

电解质饮料

研发意图：

凭借功能心智拉高利润率

心智品类圈选

- 功能性食品 信任
- 保健品 信任
- 医美 信任
- 母婴 场景
-

心智上游保健品

——卖点、痛点、场景标签

高价值卖点：功效

- 调节肠道菌群
- 清新口气
- 美容
- 增强免疫力
- 抗糖抗衰
- 改善睡眠
- 提供能量

高价值卖点：成分

- 益生菌
- 胶原蛋白肽
- GABA (γ-氨基丁酸)
- 辅酶Q10
- 左旋肉碱
- 蓝莓提取物

👍 胶原蛋白肽-美容

👍 益生菌-内调外修

卖点标签

痛点+场景标签

- 熬夜加班+皮肤干燥暗沉
- 户外活动多+紫外线伤害
- 健身锻炼后+细纹增多

- 睡前放松+失眠多梦
- 高强度工作+神经紧绷
- 考试前焦虑+难以深度休息

- 👍 功能单一
- 👍 消费场景依赖性强
- 👍 含糖配方易引起口腔异味
- 社交货币属性开发不足
- 包装设计传统，缺乏互动体验

某电解质水品牌案例：

心智上游找产品创新机会点

Nint 任拓

Step5

找到高潜机会

产品创新机会点	心智上游品类	预估市场规模及复合增长率
益生菌清口电解质水 (清新口气，多场景适配)	保健品	2028年规模预估：20-30亿 2023-2028CAGR：+15%左右
胶原蛋白肽电解质水 (皮肤干燥修复)		2028年规模预估：15-20亿 2023-2028CAGR：+10%左右
左旋肉碱电解质水 (长时间运动高强度，提高代谢)		2028年规模预估：5-8亿 2023-2028CAGR：+25%左右
.....		

未有实际品类，数据仅为AI预测

AI for insight

产品内容提效

AI For Insight 产品内容提效四步法

Nint 任拓

Step 0

Brief及问题输入



Step 1

数据获取

商品属性
销量销额
购后评价
内容种草

Step 2

数据清洗
及推算

货品标签
内容标签
人群标签

Step 3

标签表现
归因分析

人设标签
痛点标签
卖点标签
场景标签

Step 4

产品内容推荐

产品宣称
内容脚本
电商主图

Step0: Brief&问题输入

Brief

"我想推出一款猫营养食品，请推荐产品宣称、内容脚本和电商主图"

Powered by Nint Prophet® AI

商品展示



某宠物食品案例

Step1: AI大数据检索调取

Nint 任拓

数据获取

“调取猫营养食品线上数据”

Powered by Nint Prophet® AI

数据检索：商品描述，商品图片，详情页，价格，促销活动，商品属性，视觉素材，销售数据和购后评价等

*猫

*东

抖*

【U先试用】 鸣全猫成猫粮试吃装60g*2

可开发票 超1万回头客 超1万人加购 多人评价“性价比很高”

券后¥7.5起 天猫U先¥7.9起·已售10万+

满1件加赠 购买得积分

活动 最多送100元，全店通用更划算

配送 预计5小时内发货，明天送达 快速：免运费 浙江金华 至 上海市 闵行区

保障 88VIP退货包运费 退货宝 假一赔四 极速退款 7天无理由退换

可选支付 信用卡支付

版本 【正装】Instinct猫粮合集 【试吃】Instinct猫粮试吃

食品口味	高蛋白猫粮试吃装*3	无谷鸡猫粮试吃装*3	无谷鸡猫粮试吃装*2	无谷幼猫粮试吃装*2
	高蛋白猫粮试吃装*2	高蛋白猫粮试吃装*5	无谷鸡猫粮试吃装*5	三文鱼猫粮试吃装*2

净含量 60g

数量 - 1 + 有货(限购2件)

用户评价

全部(7000+)

有图/视频(200+) 追评(58)

性价比很高 质量很好 包装完好 会回购 日期新鲜 物流配送很快 店家服务很好 日期临期

商家回复：风风雨雨，一路有你，陪伴才是最长情的告白，我们一定不会辜负您的期望，用更好的产品和服务回报您的喜爱，感谢您的支持~~

数据清洗及推算

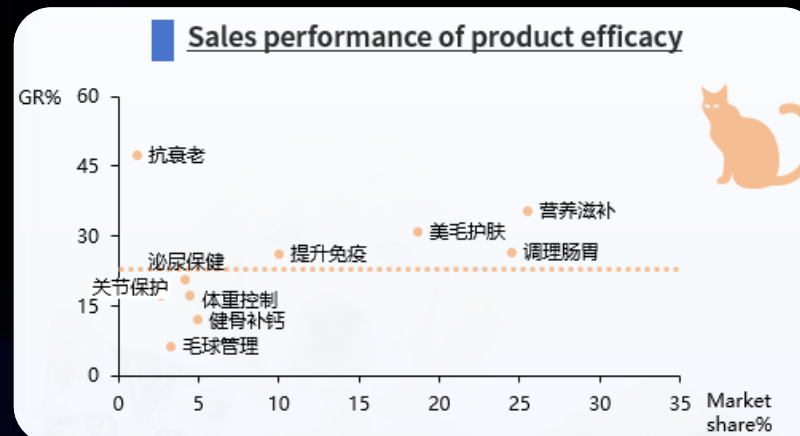
“猫营养食品社媒&电商数据
及标签表现”

Powered by Nint Prophet® AI

社媒内容数据清洗及推算



电商销售数据清洗及推算



销售增长数据

益生菌 +300%

乳铁蛋白 +120%

关节护理 +215%

肠胃健康 +179%

体重控制 +115%

某宠物食品案例 Step3: 人设/场景/痛点/卖点标签表现归因分析

Nint 任拓

定制化标签算法模型

“如何通过数据及标签挖掘猫
营养食品的机会”

Powered by Nint Prophet® AI

人设、场景、痛点、卖点标签表现



产品宣称

--优质蛋白, 鲜肉配方, 爱吃

一上午, 猫拒绝了18条鱼。

只因**鲜鸡肉**猫粮更好吃!

Just because **fresh chicken** cat food **tastes better!**



内容脚本

--受众: 猫主人, 年轻人, 挑食群体

场景1: 开场 (厨房背景, 主人举着两个空碗对镜头挑眉)
🐱 (配音+字幕): “姐妹们! 今天要搞个大事咯——给家里这位挑食皇帝整一场《厨膳盲测》!”
(镜头切换到猫主子甩头甩爪, 翻白眼)
🐱 (画外音): “都说它挑食? 呵, 今天用同款餐具+隐藏法, 看看它到底是为颜值折腰... (举起自家猫粮) 还是被实力征服! (举起打码的竞品袋)”

场景2: 准备道具 (快节奏BGM+画面剪辑)
🐱 (特写两盘一模一样的樱花肉+镜头切换)
🐱 (旁白+字幕): “两已就绪! 气味清零! 现在请出参赛选手——”
(镜头切换: 自家粮用粉色碗, 竞品用同款粉色碗贴“猫皇老王”舌头贴纸)
🐱 (突然入镜抓碗): “被冷处理了! 字幕: ‘禁止偷窥!’”

场景3: 盲测开始 (分屏对比+悬疑BGM)
🐱 (左屏: 自家粮碗被端上3秒+镜头拉近)
🐱 (右屏: 竞品碗端上+镜头拉近+冷场音效)
🐱 (画外音尖叫): “被案了!!! 它甚至想用猫爪掀开碗底? (放大埋屎动作循环3遍+乌鸦叫音效)”

场景4: 强行投喂 (商品牌方背景音)
🐱 (举竞品碗凑近鼻子): “诶, 给个面子尝一口? 这可是身价三倍的进口...”
🐱 (一爪拍飞碗子+甩上冰桶盖, 配字: “离我老子!”)
(冰桶贴特写: 自家品牌LOGO+标语“90%鲜肉含量, 舔碗吸流感”)

场景5: 揭秘时刻 (烟花特效+热血BGM)
🐱 (撕掉竞品碗底露出自家LOGO): “说没吧! 你疯狂干饭的嘴才是本真! 舔碗的杀手啊——”
🐱 (埋头大吃定格+弹幕飘过: “爆粉! 是心动的感觉!” “真香迟但到!”)
(底部闪现大字: “XX猫粮——挑食皇帝都输不过的硬核实力!”)

Ending (猫主子叼着空碗超镜头)
🐱 (画外音): “别问我结果! 问就是评论区自取 (镜头) 你家主子是颜值控还是实力派? 速来晒图battle!”
(彩蛋: 猫咪打滚露出品牌LOGO气泡, 字幕: “嘿~这猫粮内通!”)

运营建议:
1. 发布时带话题#猫咪成精了 #吸猫日常 #猫粮推荐
2. 评论区置顶: “盲测同款碗/勺链接在橱窗, 猫主子试吃视频@我, 抽10位送试吃装!”
3. 埋梗点: 猫咪舔碗动作变成表情包, 可引导二创传播

电商主图

--鲜肉, 蛋白质, 全价宠物食品, 无谷物



脚本: “猫粮盲测对决”

时长: 3-4分钟

风格: 诙谐旁白+猫咪傲娇表情+梗图式字幕

场景1: 开场 (厨房背景, 主持人手持两个相同的碗)

🐱 主持人 (画外音+字幕): “铲屎官们! 今天的任务: 揭穿这位毛茸茸美食评论家的真实忠诚度!”

(切换镜头: 猫咪慵懒地躺在沙发上, 斜眼瞥向镜头)

🐱 主持人 (戏剧性低语): “他们说我家猫挑食? 哼, 让我们看看它到底是‘颜值控’... (举起品牌包装袋) 还是真正的‘风味鉴赏家’!” (晃了晃贴有“对手”emoji标签的神秘竞品包装)

