

应急管理大学  
UNIVERSITY OF EMERGENCY MANAGEMENT



# 海科智能太阳能商务背包

——创业产品营销方案策划与实施

经济管理学院

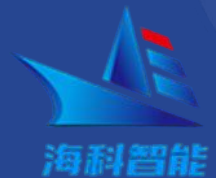
电商B21-2

答辩学生

第五组

指导老师

黄建莲 张媛媛



YLYSÜN  
优利阳

学院：经济管理学院

人员：杜彦龙（202） 李宝敬（218） 卞亚楠（123） 王鑫（215）

许文昊（225） 杜承远（228） 安彦东（207）



# 目录

Contents

## 一、商务背包市场调研分析

Looking back on the past year

01

## 二、用户认知度营销现状调查

Welcome to my classmates

02

## 三、产品网络营销策划方案

Introduction of Campus

03

## 四、产品推广策划与实施

Leaders receive awards  
summary

04

## 五、产品分析总结与感悟

Looking back on the past year

05

## 六、总结与展望

Welcome to my classmates

06



Introduction



# 一、商务背包市场调研分析

## SECTION ONE



市场背景及容量



产品消费需求分析



产品五维模型



产品消费舆情分析



## 商务背包市场调研分析

用户认知度营销现状调研

产品网络营销策划方案

产品推广策划与实施

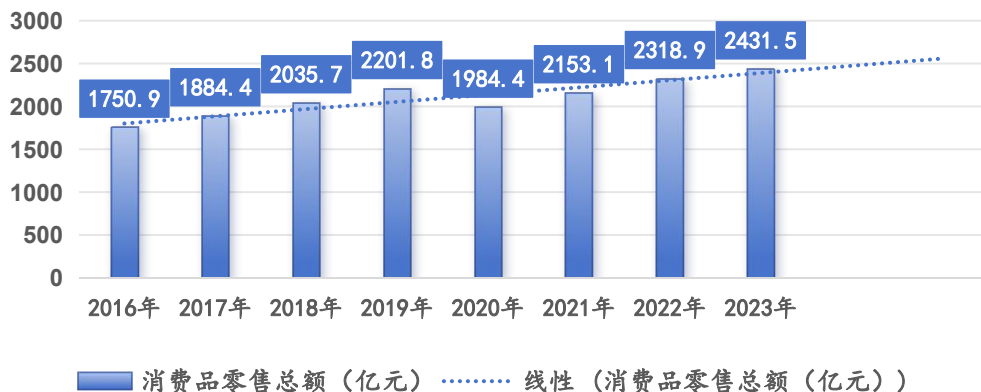
产品分析结果与感悟

总结与展望

近年来，在全球经济发展和市场需求的推动下，我国的箱包产业得到快速发展。到目前我国不仅是全球箱包行业的制造中心，也是全球最大消费市场。**2021**年我国箱包消费品零售总额达**2153.1亿元**，同比增长**8.50%**。预计到**2023**年我国箱包消费品零售总额将在**2431.5亿元**。随着国内出行数量的增长仍保持增长态势。中国的旅行箱市场规模较大，需求随着地区性经济发展水平不同而更加多样化。

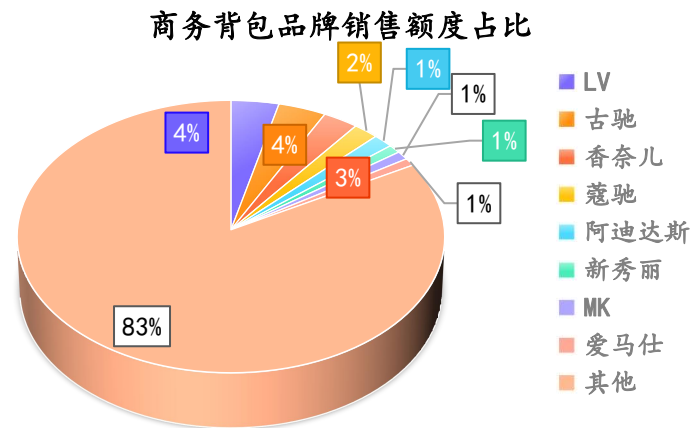
## 商务背包2016-2022年消费品零售总额

商务背包消费品零售总额（亿元）



数据来源：中国箱包行业现状深度调研与发展战略预测报告（2023-2030年）

## 商务背包品牌销售额占比



数据来源：淘宝、京东、小组数据处理自行总结

## 商务背包市场容量计算

我们小组采用抽样分析法分析商务背包的市场容量，使用问卷星进行问卷调查，一共**241**人填写，其中**143**人表示愿意购买商务背包，假设每个商务背包平均150元，则**商务背包的市场容量=143/241\*150\*14=1246.14亿元**。





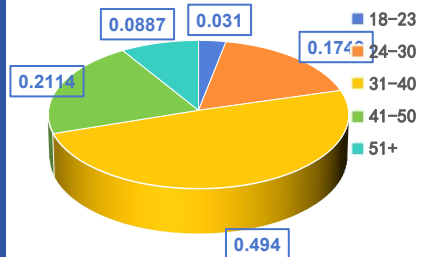


### 商务背主要消费群体分析

2023年箱包零售行业的消费者群体将更加多样化，将有高端消费者、中档消费者和普通消费者相继加入。从消费年龄看，少年、青年、中年、老年等群体的消费需求将越来越多，从性别看，男性和女性消费需求也将加大。此外，随着教育程度和收入等指标的提高，消费者会**更加注重品质和品牌**，而不仅仅关注价格。从消费趋势看，箱包消费者呈现年轻化、潮流化、高时尚、高端化，**18-34岁的都市青年白领女性、小镇中青年是核心消费者**。其中，值得关注的新消费人群有两类：中档消费者和男性消费者。

### 商务背包品牌销售额占比

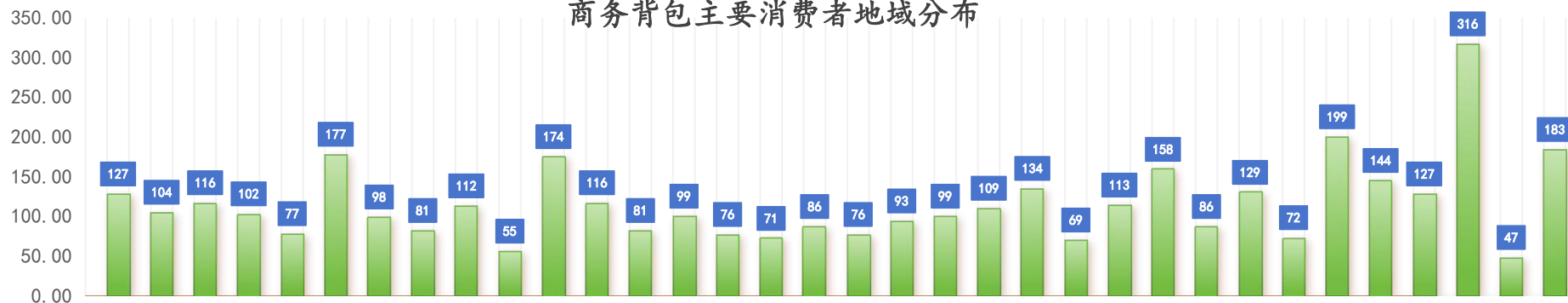
商务背包购买者年龄分布



数据来源：淘宝、京东、小组数据处理自行总结

### 商务背主要消费者地域分布

商务背包主要消费者地域分布



数据来源：抖音巨量算术 | 百度指数









## 消费者舆情分析

本次关于商务背包的舆情分析主要以**2023年11月27日至2023年11月20日**为统计周期，主要通过京东、淘宝以及1688三个平台对于商务背包为主要类目，太阳能商务背包为次要类目对整个时间段内的产品消费者舆情情况进行综合分析。**数据来源主要为各平台商品的评论数据**，其次是**各大站的指数搜索引擎得出的部分数据**，处理数据主要使用爬虫工具进行数据的预处理，其中文本情感分析工具为ROST、爬虫工具为集搜客和八爪鱼以及Python脚本进行分词、清洗等预处理。

## 京东商务淘宝商务背包搜索关键词热度及指数

- ▶ 0: ["商务背包男双肩", "16262.211764705882"]
- ▶ 1: ["商务背包女", "16151.403726708075"]
- ▶ 2: ["商务背包男", "29875.715789473685"]
- ▶ 3: ["商务背包男 高端", "4586.137931034483"]
- ▶ 4: ["商务背包大容量", "19734.0"]
- ▶ 5: ["商务背包男双肩包", "24525.333333333332"]
- ▶ 6: ["商务背包男双肩真皮", "959.0"]
- ▶ 7: ["商务背包定制", "10"]
- ▶ 8: ["商务背包定制logo", "3445.235294117647"]
- ▶ 9: ["商务背包 皮", "11483.272727272728"]

- ▶ 0: {key: "商务背包男"}
- ▶ 1: {key: "商务背包男高端"}
- ▶ 2: {key: "商务背包男 京东自营"}
- ▶ 3: {key: "商务背包女"}
- ▶ 4: {key: "商务背包双肩包"}
- ▶ 5: {key: "商务背包男高端 轻奢"}
- ▶ 6: {key: "商务背包男高端大容量"}
- ▶ 7: {key: "商务背包大容量"}
- ▶ 8: {key: "商务背包lexon"}
- ▶ 9: {key: "商务背包 皮 男"}
- ▶ 10: {key: "商务背包男士"}
- ▶ 11: {key: "商务背包安踏"}
- ▶ 12: {key: "商务背包男 京东自营 高端"}

### 评价因素

### 具体内容

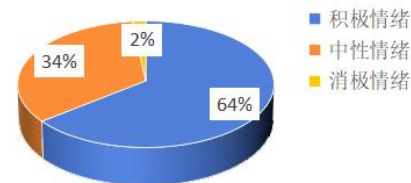
质量和性能	产品的耐久性、可靠性、使用效果等
外观设计	吸引人的外观设计
价格	与性能和质量相匹配的合理价格
服务质量	及时的客户支持、问题解决和售后服务
物流和配送	及时、安全地送达产品
用户体验	易于使用、清晰的说明书、友好的界面
社交因素	参考其他用户的评价和意见
品牌声誉	知名品牌的信誉影响评价
可持续性	环保、社会责任等方面的考虑

情绪级别	条数	百分比
一般 (-10—0)	251	1.66%
中度 (-20—-10)	21	0.14%
高度 (-20 以下)	0	0.00%

积极情绪级别	条数	百分比
一般 (0—10)	4752	31.52%
中度 (10—20)	2338	15.51%
高度 (20 以上)	2609	17.31%

积极情绪	9699	64.33%
中性情绪	5105	33.86%

消费者情感倾向占比图



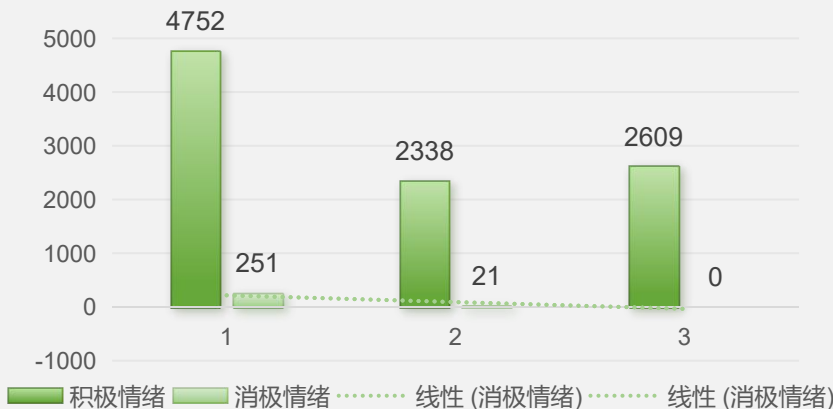


## 消费者舆情分析结果

通过淘宝问答和京东问答，本次报告调研了80多条客户问答记录，通过分析可以得出以下结论：消费者比较看重商务背包的容量以及质量还有外形方面的要求，因此之后的产品优化商务背包的用户关注的各项指标，以达到适配用户需求的目的。

## 京东淘宝平台消费者情感分段倾向分析占比

京东淘宝平台消费者情感分段倾向分析占比



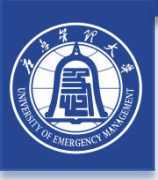
数据来源：通过ROST及八爪鱼工具数据清洗得出

## 京东淘宝平台消费者宝贝评价因素汇总

评价因素	通过数据分析得出商务背包顾客评价结果
质量和性能	质量不错，性能良好
外观设计	外观设计吸引人
价格	118-176为最佳产品匹配区间
服务质量	问题解决和售后服务较为及时
物流和配送	能够及时、安全地送达产品
用户体验	背包体验感较好，背包容量大
社交因素	参考其他用户的评价和意见
品牌声誉	大部分用户更看重产品自身的价格
可持续性	产品材料比较好，但可持续性低

## 京东淘宝平台消费者宝贝咨询问题

客户咨询的问题	产品痛点
觉得买大的好，还是小的点好？	容量要求
包有多少个袋？	容量适配
这个是正品吗？	品牌是否为正品
放了15.6寸的暗影精灵4pro还能放104的键盘吗？	容量适配问题
包的质量怎么样？	包自身质量要求
这包的气味重吗？	是否有异味
这包适合女生吗？	包装要求



Introduction



## 二、用户认知度营销现状调研

SECTION TWO



问卷调研结果分析



海科智能营销矩阵平台分析







商务背包市场调研分析

用户认知度营销现状调研

产品网络营销策划方案

产品推广策划与实施

产品分析结果与感悟

总结与展望

## 实际问卷调研消费者基本信息分布

问卷调查基本信息			
类别	选项	人数	百分比
性别	男	125	51.87%
	女	116	48.13%
年龄	18岁以下	26	10.79%
	18-30岁	125	51.87%
	31-50岁	58	24.07%
	50岁以上	32	13.28%
从事职业	学生	60	24.90%
	个体经营者	30	12.45%
	企业管理者	13	5.38%
	律师/法务	18	7.47%
	技术开发/工程师	13	5.39%
	农林牧渔劳动者	2	7.47%
	工人劳动者	1	0.83%
	全职家庭主妇/夫	2	0.41%
	自由职业	16	6.64%
	退休/离休	0	0%
	老师	19	7.88%
	医护人员	13	5.39%
	科研人员	17	7.05%
	党政机关人员	11	4.56%
	其他	8	3.32%

## 实际问卷调研消费者基本信息分布

根据调查问卷数显示,从已填写问卷的人员中看出,男性占比为51.87%,女性占比约48.13%,从受调查,人员的年龄来看,18岁以下未成年的占10.79%,18-30岁的人员占比为51.87%,31-50岁,的人员占比为24.07%,50岁以上老人的占比为13.28%,从职业分布来看,学生占比为24.9%,个体经营者占比为12.45%,企业管理者占比为5.38%,律师或法务的占比为7.47%,技术开发工程师的占比为5.39%,农林牧渔劳动者占比为7.47%,工人劳动者占比为0.83%,全职家庭主妇占比为0.41%,自由职业占比为6.64%,退休或离休的工作者为零,老师占比为7.88%,医护人员占比为5.39%,科研人员占比为7.05%,党政机关人员占比为4.56%,其他职业人员占比为3.32%。



长按图片扫码

超星问卷调查





商务背包市场调研分析

用户认知度营销现状调研

产品网络营销策划方案

产品推广策划与实施

产品分析结果与感悟

总结与展望

## 消费者购买背包要求及意向

消费者购买背包要求及意愿			
类别	选项	人数	百分比
考虑主要因素	价格	99	41.08%
	品牌	119	49.38%
	耐用性	117	48.55%
	外观造型	134	55.60%
	多功能性	151	62.66%
喜欢的质地	其他	2	0.83%
	毛绒性	115	47.72%
	人造制皮	121	50.21%
	麻布类	122	50.62%
	帆布类	70	29.05%
喜欢的风格	真皮	95	39.42%
	编制	69	28.63%
	其他	7	2.90%
	款式好看	94	39%
	防水较好	156	64.73%
有哪些不足	非常耐用	96	39.83%
	时尚潮流	89	39.93%
	设计独特	111	46.06%
	价格合理	92	38.17%
	其他	8	0.83%
期待的特点	功能不够	148	61.47%
	不新颖	178	73.86%
	携带不方便	112	46.74%
	其他	10	4.15%
	给电子设备充电	117	48.55%
	质量较轻	106	43.98%
	较好的防水特性	136	56.43%
	尺寸适中	159	65.98%
	其他	3	1.24%
			1.24%

## 实际问卷调研消费者基本信息分布

人们购买背包的要求，主要考虑的因素是品牌，耐用性，多功能性，外观造型以及价格，其中多功能性，考虑人员最多，从人们**喜欢的质地**来看，选择麻布类背包的人员占比最高；从**喜欢的风格**来看，选择防水较好的人员最多；其次是设计独特，占比为46.06%，然后是非常耐用和时尚潮流性，两者各占比为40%左右，最后是款式好看和价格合理；现在**背包的特点**，主要是不新颖，选择人数占比为73.86%，其次就是功能不够，选择人数占比为61.47%，最后是携带不方便，选择人数占比为46.74%，从人们对背包期待的特点来看，人们更加期待背包尺寸适中，占比为65.98%，其次是有较好的防水性，占比为56.43%，然后是能给电子设备充电，占比为48.55%，最后是质量较轻，占比为43.98%。



长按图片扫码

超星问卷调查





商务背包市场调研分析

用户认知度营销现状调研

产品网络营销策划方案

产品推广策划与实施

产品分析结果与感悟

总结与展望

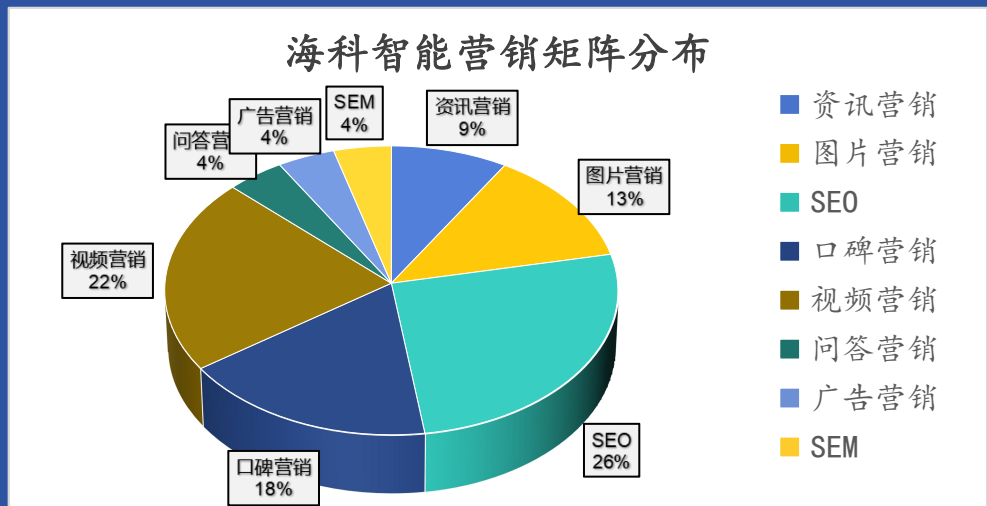
排名	平台	公司网址	营销方式	备注
1	百度竞价		资讯营销	事件营销
2	谷歌	无	无	无
3	百度新闻	无	无	无
4	百度贴吧	无	无	无
5	百度知道	无	无	无
6	百度图片		图片营销	无
7	YANDEX		SEO	搜索引擎营销
8	bing		SEO	搜索引擎营销
9	搜狗		SEO	搜索引擎营销
10	Google	无	无	无
11	360搜索		SEO	搜索引擎营销
12	神马	无	无	无
13	Ecosia		SEO	搜索引擎营销
14	Yahoo!	无	无	无
15	Naver	无	无	无
16	iconfinder	无	无	无
17	Other	无	无	无
18	百度		资讯营销	事件营销
19	口碑网	无	无	无
20	口碑网	无	无	无
21	天猫		口碑营销	推广营销
22	淘宝		口碑营销	推广营销
23	京东		口碑营销	推广营销
24	阿里巴巴		口碑营销	推广营销
25	神马搜索		广告营销	推广营销
26	无追搜索		SEM	付费营销
27	头条搜索		SEO	搜索引擎营销
28	小红书		图文营销	广告营销
29	腾讯视频		视频营销	广告营销
30	优酷视频		视频营销	广告营销

略

## 消费者舆情分析

海科智能的营销主要是**SEO营销**占总营销方式的**26%**，其次是**视频营销**占总营销方式的**22%**，然后是**口碑营销**占总营销方式的**18%**，然后是图片营销占总营销方式的13%，然后是咨询营销占总营销方式的9%，最后是问答营销，广告营销和SEM，各占总营销方式的4%。

## 海科智能营销矩阵分布



数据来源：通过网络现有的平台数据汇总得出



Introduction



## 三、产品网络营销策划方案

SECTION THREE



海科智能企业网络  
营销目标



产品定位及痛点分析



海科智能商务背包  
品牌策划



组合营销策略规划





## 海科智能企业网络产品定位

- **目标市场定位：**太阳能商务背包的目标定位为学生党，商业精英，旅行人员，消费水平较高，这部分受众对产品的质量与外观有很大要求。
- **产品需求定位：**太阳能商务背包适用于登山、露营、旅游、出差等生活场景，只要有阳光，就会提供电力支持，适用于商业精英，背包客等。
- **差异化价值点定位：**对比其他背包公司，太阳能商务背包整体结构设计具有防水、防摔、防尘、耐磨等特性；消费者大多为白领，旅游人员等商务人员；产品适用于大部分生活场景。

## 海科智能企业网络营销目标

### 短期营销目标

- 实现百度收录量翻倍 ↗ **50%**
- 产品销售业绩 ↗ **20%**
- 提升关键词排名 ↗ **50名**

### 中期营销目标

- 品牌知名度及影响力拓展
- 产品更迭换代
- 数字化营销转型

### 长期营销目标

- 市场领导地位确立
- 生态系统构建与合作伙伴关系强化

企业网络  
营销目标







## 海科智能商务背包消费者受众分析

海科智能太阳能商务背包的受众是学生党，商业精英，旅行人员，消费水平较高，对产品的质量与外观有很大要求。并且大众对于该产品的要求主要是希望整体结构设计具有防水、防摔、防尘、耐磨等特性，适用于登山、露营、旅游、出差等生活场景，只要有阳光，就会给您提供电力支持，为手机、平板、GPS、LED灯等设备充电，在不需要给设备充电的时候，将太阳能发的电储存到移动电源中方便晚上使用。并且，带有充电过充保护，快充和涓流充电模式来增加手机电池的使用寿命。

## 商务背包消费者画像

20~42岁

占比51.87%

中高收入群体

职场白领  
程序员  
销售人士

关注点

产品体验感  
产品的多功能性和外观造型  
在关注品牌声誉的同时关注产品价格

71.8%的群体

对太阳能商务背包认可度较高  
对太阳能商务背包具有购买意愿



## 海科智能商务背包品牌策划

- 根据我们小组现有的调查发现，当前海科智能的品牌推广渠道主要包括web网站，公众号，抖音等平台，其中京东、1688为该产品出售平台。在品牌宣传推广层面主要有左图痛点：

## 海科智能商务背包品牌要素



数据来源：通过网络数据汇总得出

## 海科智能当前主要营销渠道内容及营销痛点

公众号	主要囊括了一些企业资讯和一些常见爱国教育的宣传工作，产品发布工作以及节日信息	大部分类目并不具备定义品牌及产品的特色，可以添加一些具体的产品的前沿科技发展资讯或者产品的具体推广宣传引流信息
Web网站	企业官网	官网同同类型企业相比，官网所展示的产品体系和结构不完善，首页内容和样式需要优化，整体美观程度还有很大上升空间。
抖音	部分产品测试、宣传视频	视频质量参差不齐，大部分视频质量低，清晰度和基本的产品痛点和特色并没有展示出来，建议公司加强此方面的运营，同时视频更新频次低，视频运营的点也极为模糊，同时并未有投放广告的趋势
快手	部分产品测试、宣传	
京东	部分产品售卖信息	产品关键词需要优化
淘宝	无	
1688	部分产品售卖信息	
腾讯	海科智能（北京）有限公司参加2021年北京国际防灾减灾应急安全产业博览会智慧海洋黑科技亮相2018青岛海科展	可以弱化此方面的宣传，重点可以在抖音，哔站，快手这种年轻群体占比大的平台
优酷	部分产品测试推广信息	

数据来源：小组通过网络数据汇总得出





## 同类型官方网站SEO关键词

- 阳光电源：阳光电源，SUNGROW，SUNGROW中国，SUNGROW中文，阳光电源官网，阳光电源中文官网，阳光电源股份有限公司，阳光电源怎么样；描述：阳光电源股份有限公司（股票代码：300274）是一家专注于太阳能、风能、储能、氢能、电动汽车等新能源电源设备的研发、生产、销售和服务的国家重点高新技术企业。主要产品有光伏逆变器、风电变流器、储能系统、新能源汽车驱动系统、水面光伏设备、可再生能源制氢系统、智慧能源运维服务等，并致力于提供全球一流的清洁能源全生命周期解决方案。
- 宁德时代：catl，宁德，宁德时代，新能源，电池；描述：宁德时代新能源科技股份有限公司是全球领先的新能源创新科技公司，致力于为全球新能源应用提供一流解决方案和服务。
- 海科智能：海科智能（北京）科技有限公司，太阳能便携电源，应急电源，户外电源，储能电源，多功能储能箱；
- 描述：太阳能便携电源 应急电源 户外电源 储能电源 多功能储能箱

数据来源：该数据通过各官方网站后台检索得出

## 同类型官网核心关键词词条

```
<meta http-equiv="X-UA-Compatible" content="IE=edge,chrome=1">
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8">
<meta name="format-detection" content="telephone=no">
<meta http-equiv="Cache-Control" content="no-transform">
<meta http-equiv="Cache-Control" content="no-siteapp">
<title>海科智能（北京）科技有限公司 海科智能设备制造有限公司</title>
<meta name="keywords" content="海科智能（北京）科技有限公司,太阳能便携电源,应急电源,户外电源,储能电源,多功能储能箱">
<meta name="description" content="太阳能便携电源 应急电源 户外电源 储能电源 多功能储能箱">
```

图：海科智能官网核心关键词和官网描述

```
<meta name="keywords" content="阳光电源，SUNGROW，SUNGROW中文，阳光电源官网，阳光电源中文官网，阳光电源股份有限公司，阳光电源怎么样">
<meta name="description" content="阳光电源股份有限公司（股票代码：300274）是一家专注于太阳能、风能、储能、氢能、电动汽车等新能源电源设备的研发、生产、销售和服务的国家重点高新技术企业。主要产品有光伏逆变器、风电变流器、储能系统、新能源汽车驱动系统、水面光伏设备、可再生能源制氢系统、智慧能源运维服务等，并致力于提供全球一流的清洁能源全生命周期解决方案。">
<meta name="viewport" content="width=device-width">
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0, maximum-scale=1.0, user-scalable=no">
<meta name="baidu-site-verification" content="code-0r36t2M8">
<meta http-equiv="Content-Security-Policy" content="upgrade-insecure-requests">
<title>SUNGROW · 阳光电源 · 让人人掌握绿色电力</title>
```

图：阳光电源官网核心关键词和官网描述

数据来源：通过网络数据汇总得出

```
<meta name="author" content="上海雍熙信息技术有限公司提供技术支持,http://www.yongxi.com">
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0, maximum-scale=1.0, user-scalable=no">
<meta name="format-detection" content="telephone=no, email=no">
<meta name="renderer" content="webkit">
<meta name="description" content="宁德时代新能源科技股份有限公司是全球领先的新能源创新科技公司，致力于为全球新能源应用提供一流解决方案和服务。">
<meta name="keywords" content="catl,宁德,宁德时代,新能源,电池">
```

图：宁德时代官网核心关键词和官网描述







## 组合营销策略规划

- 产品：本产品最根本的定位为商务背包，在外观设计上满足日常需要，外观时尚、颜值在线、容量大，在商务背包的基础上添加了太阳能充电功能，满足在日常出行所需的手机充电或者是户外出差应急充电。
- 价格：目前本产品的市场占有率不高，所以打算采取渗透定价的方式，吸引消费者，能够尽快的提高市场占有率。
- 渠道：消费者了解本产品的渠道为淘宝、1688、京东、抖音、微信公众号。
- 促销：我们开设了淘宝店铺，抖音开通的橱窗。以这种方式可以确保产品的销售速度，产品形象完整。

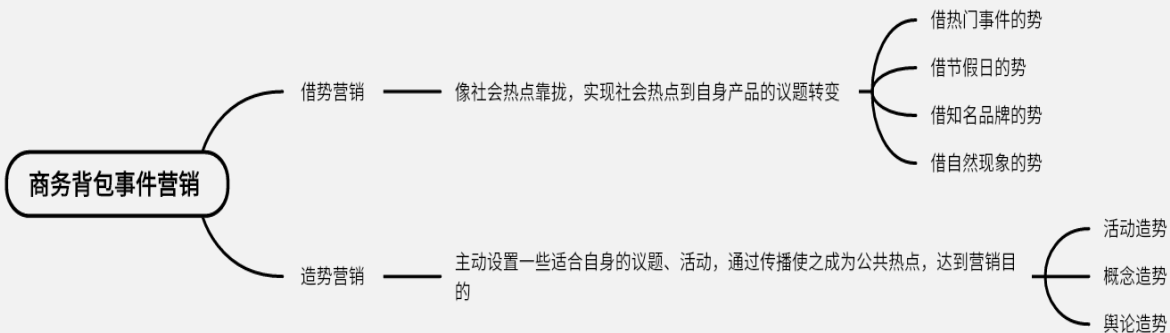
## 海科智能4P组合营销策略



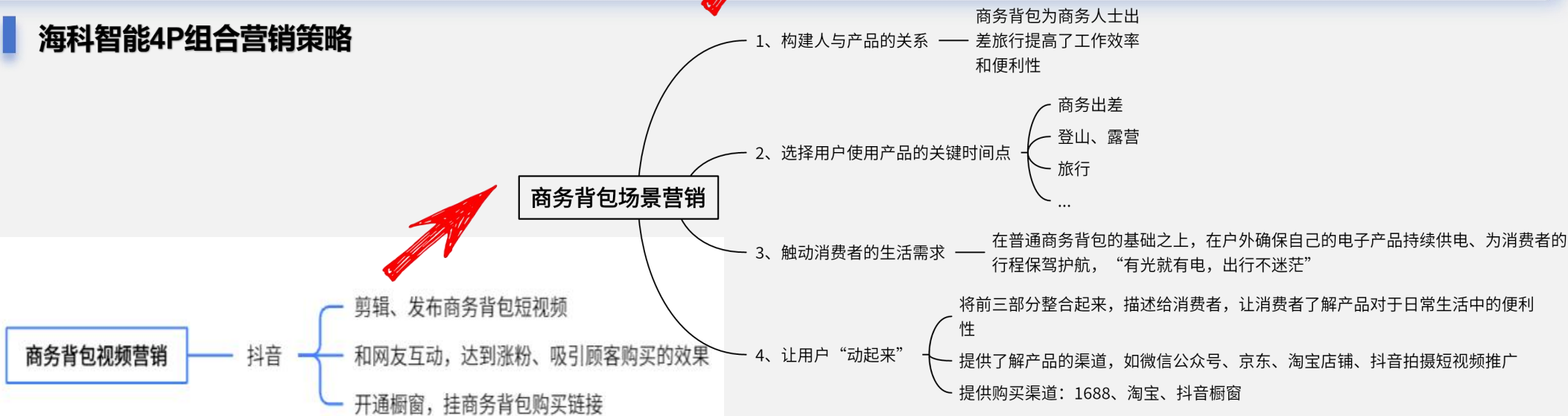


## 商务背包场景营销

- **场景营销**可以更好地展示太阳能商务背包的功能和特点，吸引商务人士的关注并提高产品的知名度和销售量。
- **事件营销**是通过把握新闻的规律，制造具有新闻价值的事件，并通过具体的操作让新闻事件得以传播，从而达到广告的效果。
- **视频营销**可以生动的展示本产品的特点、塑造品牌形象、提升用户参与度、扩大传播范围，提高购买转化率。



## 海科智能4P组合营销策略





Introduction



## 四、产品推广策划与实施

SECTION FOUR



各平台营销特点分布



运营账号定位分析



运营账号数据分析



其他营销方式汇总



商务背包市场调研分析

用户认知度营销现状调研

产品网络营销策划方案

产品推广策划与实施

产品分析结果与感悟

总结与展望

## 海科智能商务背包品牌策划

- **知乎**：知乎，是一个中文互联网高质量问答社区和创作者聚集的原创内容平台。知乎凭借认真、专业、友善的社区氛围、独特的产品机制以及结构化和易获得的优质内容，聚集了中文互联网科技、商业、影视、时尚、文化领域最具创造力的人群，已成为综合性、全品类、在诸多领域具有关键影响力的知识分享社区和创作者聚集的原创内容平台，建立起了以社区驱动的内容变现商业模式。
- **抖音**：抖音具有广阔的用户人群，充满了多样化的内容，用户之间可以互动与社交，平台还具有强大的算法，可以找到用户的喜好，推荐适合的视频。
- **公众号**：可移动性强，操作上更占优势；用户群体不限，关注率高，即发即到：覆盖面广、传播速度快、可积累口碑；营销方式灵活，过程多元化：线上服务方便，广告成本低；效果持续时间长，人力成本低；互动性更强，销售额及利润增加：
- **视频号**：对个人来说：门槛低；统一起跑线，对所有人机会均等。易变现；内容机制完善，变现渠道多。对企业来说：机会多；存在未被满足的需求，未被抖音快手覆盖的人群。上限高：微信生态潜力足，天花板极高。

## 中国社会化媒体生态概览





## 知乎网络营销分析

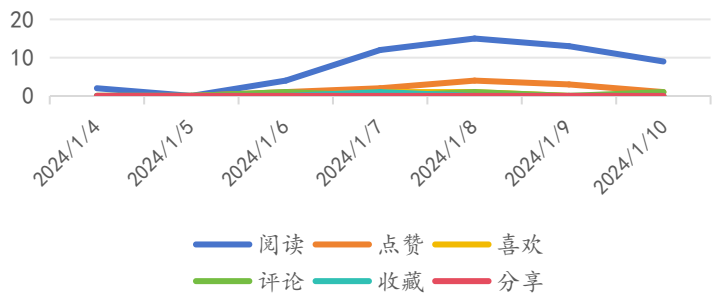
通过比对同类型企业，同类型平台，同类型产品的推广模式，择取现有平台中营销数据较好的几家公司和同类型产品。通过调研他们发布的内容，择取较为优质的部分进行分析，通过收录该部分内容中具有代表性的题目，对该数据进行汇总，下述数据分别从上述三个层面进行分析，具体包括：标题，点赞数，评论量以及标题类型。

## 知乎关于商务背包热度问题汇总

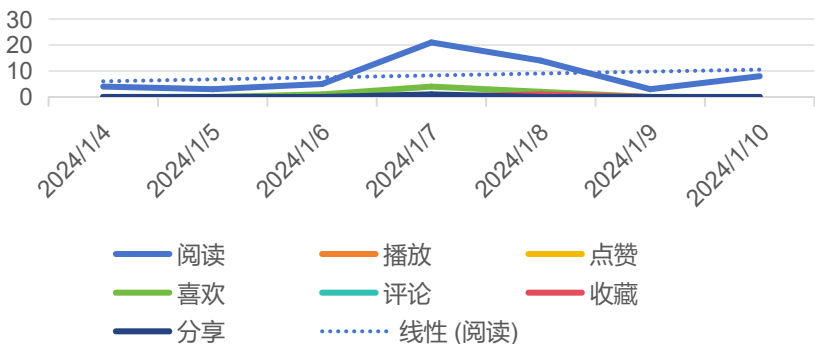
标题	点赞数	评论量
商务背包品牌排行榜前十，背包推荐	12	0
最优轻通勤双肩背包选购指南	197	70
「双肩包推荐」2023年高性价比双肩包\背包\书包男女品牌推荐	4733	90
男士用的商务一些的双肩包品牌有哪些？求介绍。。？	48	0
2023年【好看+实用】双肩包选购指南	410	62

数据来源：小组成员知乎汇总处理结果

海科智能商务背包知乎文章阅读量分布



知乎平台回答数据



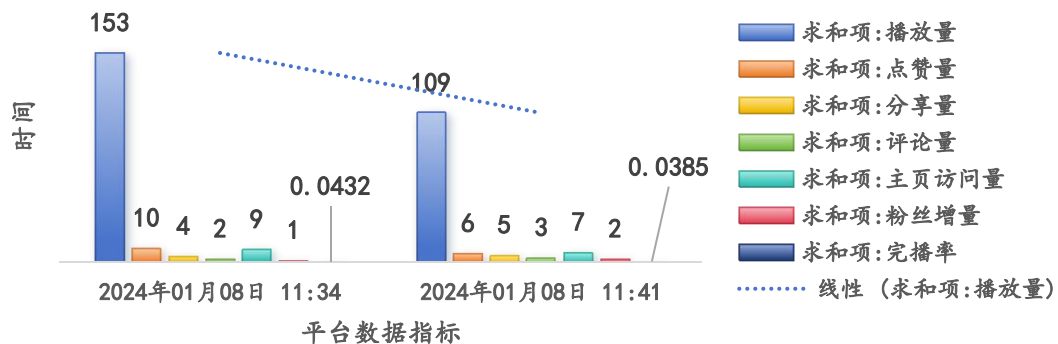


## 抖音平台营销分析

在抖音平台进行营销，对比其他高热度的企业，相同产品的营销，选择平台前五粉丝量的同类型账号，对他们进行分析，将他们优质的内容剥离出来，运用到本营销中，进行关键词强化，进行要素分析，寻找他们共同特点，并加以运用。

## 抖音视频数据汇总及模型评估分析

抖音视频数据汇总及模型评估分析



数据来源：小组组员抖音汇总处理结果

## 海科智能抖音搜索热度关键词

海科智能

海科智能科技有限公司

海科智能

海科智能装备制造有限公司

海科智能锂电池

海科智能装备

海科智能科技

海科智能制造研究

海科智能装备制造有限公司怎么样

海科智能太阳能背包

海科智能讲台

数据来源：小组组员抖音海科智能搜索热度关键词



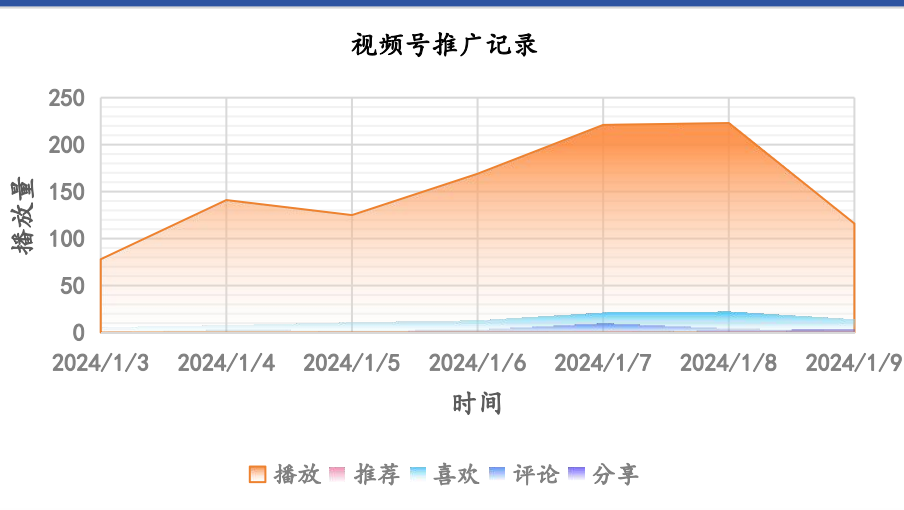




## 视频号平台营销分析

通过对比微信视频号上与本产品同类型账号的产品推广形式，选取该账号点赞量，评论量排名靠前的视频，调研其文案，关键词，评论以及视频内容等，选取可参考的部分，将关键词提取，分析关键词的元素类型。

## 视频号关于商务背包推广数据



数据来源：小组组员视频号汇总处理结果

## 海科智能抖音搜索热度关键词

Q 商务背包

- Q 商务背包男出差必备
- Q 商务背包男士
- Q 商务背包男
- Q 商务背包
- Q 商务背包女
- Q 商务背包男品牌
- Q 商务背包品牌排行
- Q 商务背包直播
- Q 商务背包女款
- Q 商务背包品牌

数据来源：小组组员视频号海科智能搜索热度关键词







## 微信公众号营销分析

在进行微信公众号营销的过程中，通过创建公众号，设置公众号菜单结构，将公司介绍和产品介绍以及每日更新的推文分开，让用户能够更加直观的在公众号内了解自己想要了解的内容。在推文的设置上，首先要具有一个吸引人的标题，标题是推文的第一印象，要简洁明了、吸引读者的兴趣。图文并茂，结合图片、视频等多媒体元素、丰富内容、增加用户阅读体验。

## 微信公众号营销数据展示

2023-12-12 至 2024-01-10 ▼														下载报告		?				
◀ 2023-12							2024-1 ▶							菜单点击次数		菜单点击人数		人均点击次数		
日	一	二	三	四	五	六	日	一	二	三	四	五	六							
26	27	28	29	30	1	2	31	1	2	3	4	5	6	2	2	1.00				
3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13	3	2	1.50				
10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20	1	1	1.00				
17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27	1	1	1.00				
24	25	26	27	28	29	30	28	29	30	31	1	2	3	2	2	1.00				
31	1	2	3	4	5	6								2	2	1.00				
														8	1	8.00				
20240110.06版														了解产品	-	8	1	8.00		
														了解我们	公司官网	1	1	1.00		

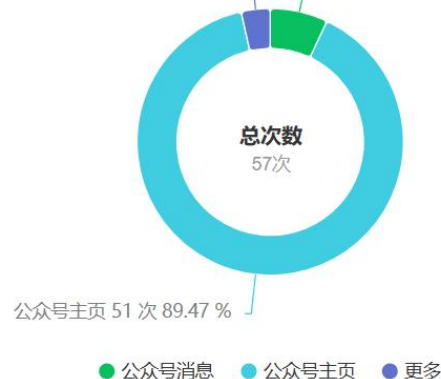
数据来源：小组组员微信公众号汇总处理结果

## 微信公众号阅读和粉丝增长数据



数据统计时间: 1月10日 00:00 - 24:00, 数据对比时间: 前日

更多 (点击展开详情) 2次 3.51 % 公众号消息 4次 7.02 %



数据来源：小组组员微信公众号后台数据



## 平台账号分析成果展示

- 账号名称：海科智能太阳能背包
- 账号定位：海科智能太阳能背包官方账号，是专注于推广和分享太阳能商务背包创新科技的平台。我们致力于向广大消费者展示如何将环保理念、智能化设计与现代商务生活完美结合，通过提供高效能、便捷使用的太阳能充电解决方案，引领绿色出行新风尚。



数据来源：小组成员各平台汇总处理结果





同类型抖音平台账号分析成果展示

用户名	抖音号	点赞量	粉丝量	简介	热门作品关键词	店铺类型
博牌BOPAI 官方旗舰店	25287330482	91.9万	79.1万	我是博牌的二代!BOPAI博牌主营27年皮具背包支持公司礼品定制,贴牌代工,出口于南美洲北美洲欧洲三大洲我们的产品销往40多个国家和地区给所有老板提供高品质的好产品	#高端品质 #背包 #兰博基尼#源头实力厂家	官方旗舰店
博牌男包	BOPAI_01	66.6万	59.8万	BOPAI博牌主营27年皮具背包支持公司礼品定制,贴牌代工,出口于南美洲北美洲欧洲三大洲我们的产品销往40多个国家和地区,给所有老板提供高品质的好产品	#男包	个人
艾奔Aspen Sport官方旗舰店	88225787849	24.9万	12.6万	电脑双肩包、商务背包专场 艾奔Aspensport 专业背包品牌源头实力工厂30年专注箱包设计研发生产正直诚信经营 不断自我超越矢志让国产品牌享誉世界	#商务双肩包 #男包 #电脑背包 #双肩包	官方旗舰店
木木林箱包	ANW131419	173.3万	192.1万	直播时间:每日7:00-23:30书包源头厂家,每天福利接不停!专注箱包行业生产30年~实力厂家,供商场专柜书包!书包款式应有尽有,高性价比!蓝V品牌认证质量有保障!	#学生包 #大容量书包 #减负书包 小学生 #学生 #家长	店铺
狄米特箱包旗舰店	love13811099646	202.4万	64.1万	宝藏级工厂老店,全部底价,所有包包小店都可找到或联系客服,直播时间:早11点~晚11点,单肩斜挎包,双肩包,胸包腰包,旅行包,加工合作联系+抖音号里手机号!	#包包控每天更新 #美包分享 #新款包包 #手提包 #出门必备 #大容量 #美包推荐	官方旗舰店

同类型微信视频号分析成果展示

用户名	简介	热门作品关键词	店铺类型
国瑞阳光户外太阳能板	Hi~我是国瑞阳光,英文名GLORYSOLAR,您的户外装备发电助手,带上我为热爱续航☀️ 户外露营,自驾出行💎💎💎徒步旅行 全球知名的便携式太阳能发电板专业制造商。	#新能源 #太阳能发电 #户外装备#户外背包	个人视频号
佐利袋鼠背包	品牌实力源头工厂,专注研发、设计、生产和销售长达20年。 专业做包20年,给亲们带来平价好物	背上超有面子! 只要一折! 只要两位数! 门店价, 清仓, 赶紧来抢	企业视频号
晨阳箱包	感谢视频号平台 你喜欢的包包都在橱窗里 ✨ 遇见相同品味的你! 就点个关注呗 ❤️ 每天更新新款包包 七天无理由! 安心下单	#双肩包 #源头工厂 #旅行背包 #品牌双肩包上新#高品质好包	个人视频号

商务背包市场调研分析

用户认知度营销现状调研

产品网络营销策划方案

产品推广策划与实施

产品分析结果与感悟

总结与展望





### 百度贴吧

在百度贴吧完善信息并发布问题，了解用户需求和兴趣点，提供具有吸引力的问题。

### 百度百科

➤ 在百度词条上发布词条可以知识共享、知名度提升、专业认可和搜索引擎优化。通过发表问题获取对特定话题的相关信息和知识。用户可以通过提问来解决疑问或获取所需的知识资料，并通过参与问题发布和回答来积极贡献自己的知识和经验，促进百科内容的完善和更新。

#### 背包



##### 背包吧

彩色の蜗牛壳



##### 背包客吧

所属目录：旅游 其他旅行相关



##### 大学生背包客联盟吧

那些沉浸于路上的梦想，寄托于青春的年华



##### 背包穷游客吧

背包、穷游、行走在路上

在贴吧中搜索更多与“背包”相关的吧

#### 海科智能优利阳太阳能商务背包

关键词：户外活动，设备充电

海科智能优利阳太阳能商务背包是一款具有防水、防摔、防尘耐磨等特性。适用于登山、露营、旅游、出差，为数码类电子产品设备充电的一款太阳能商务背包。



71/600

商务背包市场调研分析

用户认知度营销现状调研

产品网络营销策划方案

产品推广策划与实施

产品分析结果与感悟

总结与展望





Introduction



## 五、产品分析结果与感悟

SECTION FIVE



营销成果展示



营销过程反思与总结



01

# 营销成果展示 | 知乎



应急管理大学  
UNIVERSITY OF EMERGENCY MANAGEMENT



30

## 知乎平台账号分析成果展示

在知乎平台新建账号——海科智能，写下个性签名，并多次在平台提问，了解市场背景，并发布文章，介绍产品，发布相关视频，以此来扩大宣传力度。



数据来源：小组成员知乎汇总处理结果

厚德启智



扶危安国



01

# 营销成果展示 | 抖音/视频号



应急管理大学  
UNIVERSITY OF EMERGENCY MANAGEMENT



31

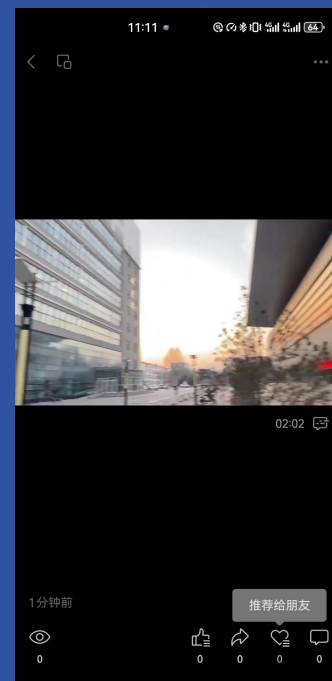
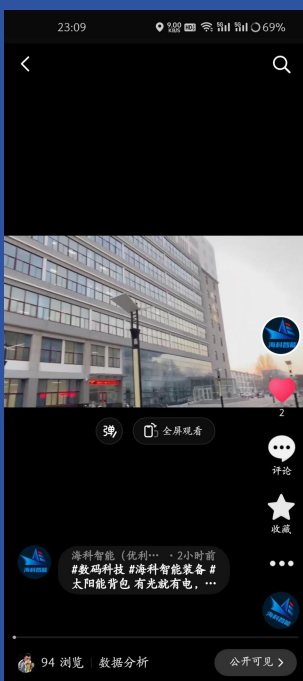
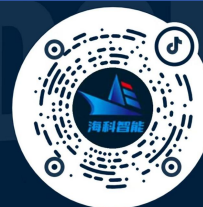
## 抖音/视频号平台账号分析成果展示

在微信视频号新建账号——海科智能优利阳，并发表视频，短短几天，播放量达到上千，并且有少量评论，视频号营销更利于宣传推广产品。

海科智能优利阳



扫描二维码，关注我的视频号



数据来源：小组组员抖音/视频号汇总处理结果

厚德启智



扶危安国



## 微信公众号平台账号分析成果展示

在微信视频号新建账号——海科智能优利阳，并发表视频，短短几天，播放量达到上千，并且有少量评论，视频号营销更利于宣传推广产品。



数据来源：小组组员微信公众号汇总处理结果







01

# 营销成果展示 | 视频/宣传物料



应急管理大学  
UNIVERSITY OF EMERGENCY MANAGEMENT



34

## 视频和宣传物料成果展示

有光就有电，出行不迷茫：网络营销课设第五组；优利阳YLYSUN太阳能商务背包；海科智能.....

### 视频|宣传物料



数据来源：小组成员剪辑制作结果



厚德启智



扶危安国



01

# 营销成果展示 | 1688千牛



应急管理大学  
UNIVERSITY OF EMERGENCY MANAGEMENT



34

1688千牛店铺推广营销

有光就有电，出行不迷茫：



手机淘宝扫一扫打开店铺

直接打开网页端店铺

淘宝|商品橱窗展示



数据来源：小组成员千牛平台汇总处理结果

厚德启智



扶危安国



## 团队挑战和解决方案

### ➤ 创业初期

- 挑战：团队对于市场需求把控不到位，
- 困难：对于数据来源和处理方式方法不清晰；
- 解决方案：将市场常用的商业调研平台进行汇总分析

### ➤ 创业中期

- 挑战：团队对于产品认知不到位，对于用户痛点和产品定位并没有清晰的认知
- 困难：企业提供资源数据少，调研方案和过程并不能及时捋清楚思路
- 解决方案：学习相关运营产品的知识和分析解决办法，逐层给企业调研和产品运营思路捋清楚

### ➤ 创业末期：

- 挑战：运营方式模糊，发现运营过程当中有些技术是缺乏的，比如视频剪辑、图片处理等
- 向相关专业求助



商务背包市场调研分析

用户认知度营销现状调研

产品网络营销策划方案

产品推广策划与实施

产品分析结果与感悟

总结与展望





Introduction



## 六、总结和展望

SECTION SIX



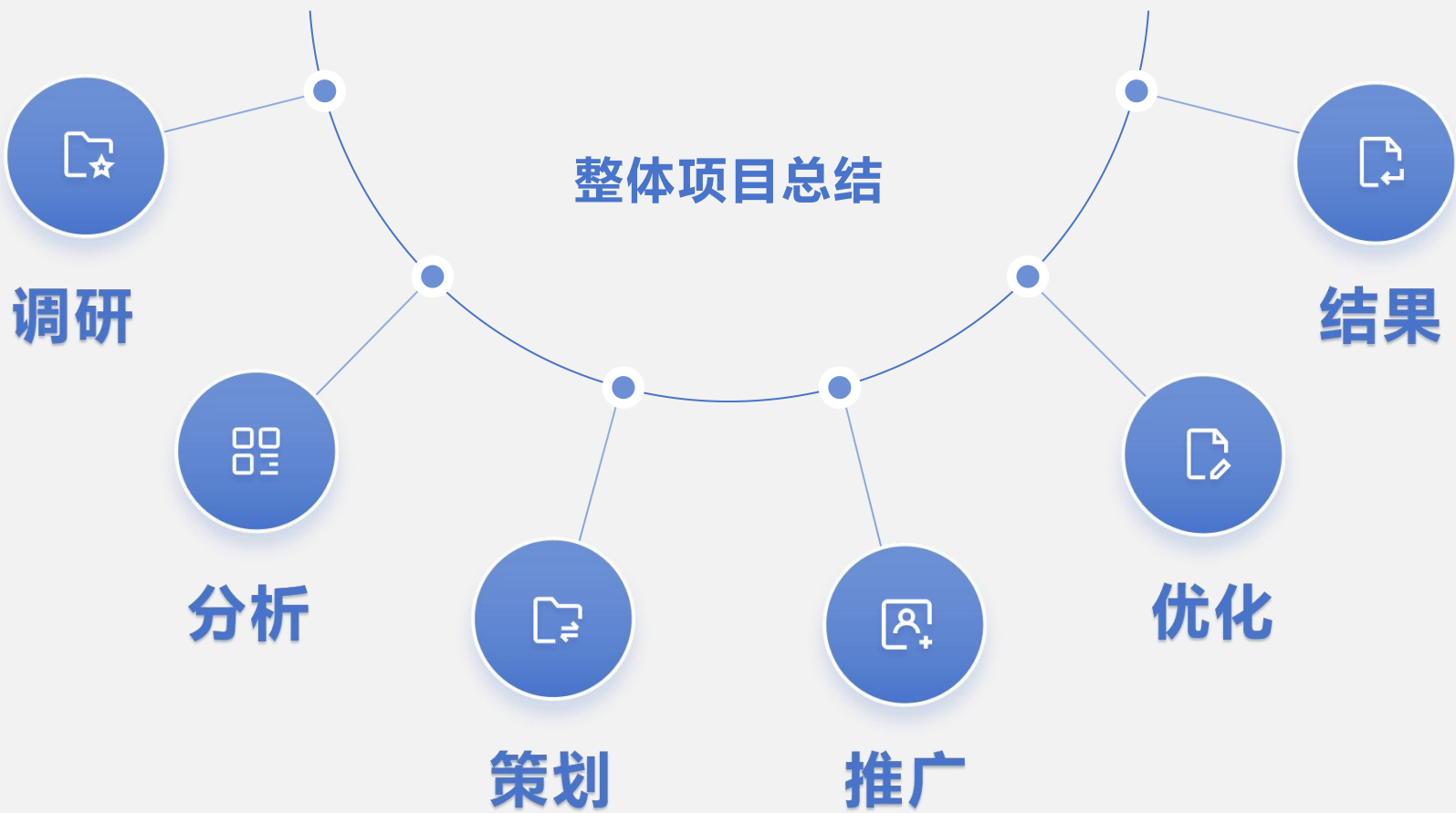
整体项目总结



参考文献







商务背包市场调研分析

用户认知度营销现状调研

产品网络营销策划方案

产品推广策划与实施

产品分析结果与感悟

总结与展望





- ✓ 电子商务该如何做数据分析？如何数据分析入门（从各项指标表象进入）
- ✓ 想做业务数据分析，需要学习些什么？
- ✓ 数据分析 | 数据分析师的商业分析能力
- ✓ 数据分析：教你 4 招，轻松搞定产品数据分析
- ✓ 商业数据分析怎么做？
- ✓ 商务数据分析
- ✓ 市场分析的 5 个步骤
- ✓ 市场调研中如何做数据分析？
- ✓ 如何进行市场分析？全面解析产品经理市场分析方法论
- ✓ 如何进行市场细分并初步绘制用户画像？
- ✓ 市场分析：洞悉客户决策过程
- ✓ 产品定位与产品价值
- ✓ 3个技巧，掌握新产品定位的黄金法则
- ✓ 基础 | 如何做产品定位分析
- ✓ 产品定位“三叉戟”
- ✓ 探讨营销4P | 产品篇（2.0版）
- ✓ 营销技能：营销4P之外，还有这些经典理论
- ✓ 4P营销新理论
- ✓ 利用“4P和4C”矩阵，重新理解市场营销
- ✓ 高阶运营：如何用4P理论做增长？



商务背包市场调研分析

用户认知度营销现状调研

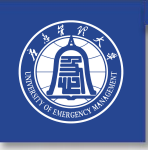
产品网络营销策划方案

产品推广策划与实施

产品分析结果与感悟

总结与展望





# THANK YOU

感谢您的聆听 多谢指正