



万物生·新消费时代商品力创新

刘煜宇 Tim Liu

美团闪购品牌业务部总经理





NOW



美团 美团外卖

上美团外卖
踏青出游自在

35%+
近3年GMV CAGR

美团外卖

闪耀门店

知行合一
Digital Route-to-Market

数字化赋能全域渠道分销效率提升

46个
闪耀门店品牌数量

375个
RTB精准营销

闪耀街区
14个品牌

美团加入618
路很宽
一起跑

618
超1亿用户

全生态
用户体验创新

品效合一 进化NOW

数据来源：美团闪购

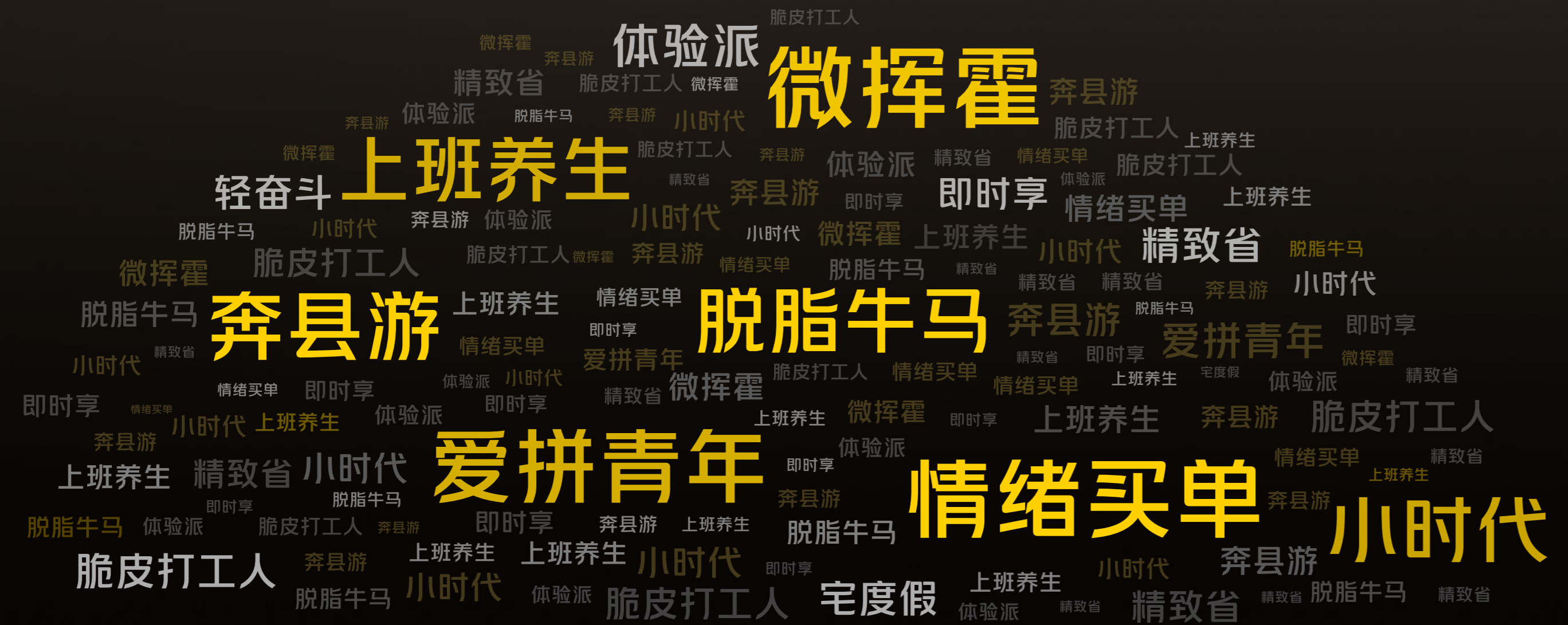


50%

七夕单量超

为每一份美好生活 分钟级送达

少点繁琐 多点期待



用户，正以自己的方式
书写消费需求的新剧本



胖改

自有商品

仓改

渠道变化之快
正颠覆我们以往的经验认知



商品力



是什么限制了商品创新的想象力?

碎片化用户需求

低效的渠道效率

品效难协同归因

不断攀升的成本

用户调研 1-3个月

产品研发 3-6个月

产渠道策划 3个月

上市铺货 6-9个月

广告/促销 6-12个月

复盘

数字化赋能提升效率

STEP 1

渠道

分销效率

STEP 2

营销

品效效率

STEP 3

商品+

商品创新效率

万千时刻 万种想象

FAST 2.0+ 万物生 新时代的商品力革新

更精准 更细分 更智能



F 买得到

全面加速品牌数智化分销赋能

张天童 Timon Zhang

美团闪购品牌部食品品类负责人



数据赋能46个品牌商 实现生意高效增长

累计覆盖门店

81.1_w

同比新增可售商品数

621.5_w

赋能品牌业务人数

7.4_w

贡献GMV增长

16.9%

供给提升贡献品类生意增量预测上限+49.4%



道阻且长 分销覆盖并非易事



美团闪购数智化分销赋能 2.0+

以用户需求为导向，颠覆性优化品牌RTM管理逻辑



美团 美团闪购

深夜好食光

追剧小零食, 满15减3元



深夜超食惠

每晚8点领券满15减3元

深化探索D-RTM模式加速品效合一

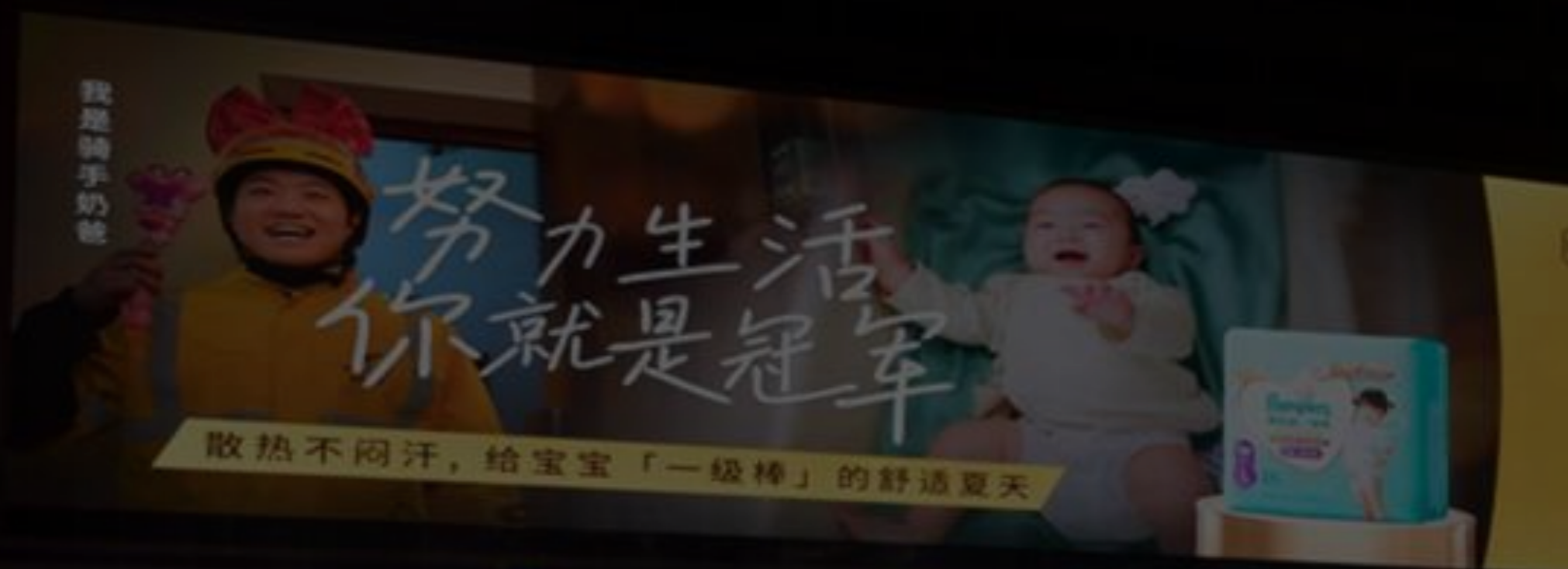


新生攻略盲盒

完成学生认证 开启福利盲盒



美团生活集市





百事食品D-RTM实战案例分享

苏晟玮 Zale Su

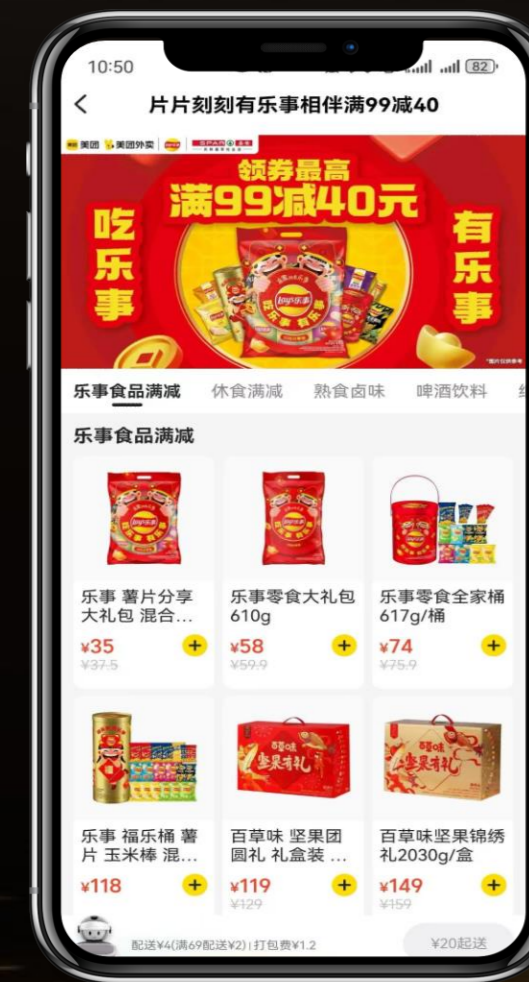
百事食品O2O负责人



D-RTM (Digital Route-To-Market) 场景运营

是基于闪购独有的十六大场景为切入点，高效串联FAST各环节的全链路运营计划





百事食品 CNY GMV 同比增长 47.2%



场景定位

春节是全年最大的送礼季

1-2月百事食品生意占比20%+
休食品类全年最大的爆发节点

场景洞察

本地欢聚轻礼赠

年轻用户对欢聚零食礼包
和轻礼赠的商品需求

多口味的零食大礼包
满足更多场景需求

异地送礼

异地工作给亲朋好友的礼赠需求

中大规格的礼盒传递亲人之间的关怀

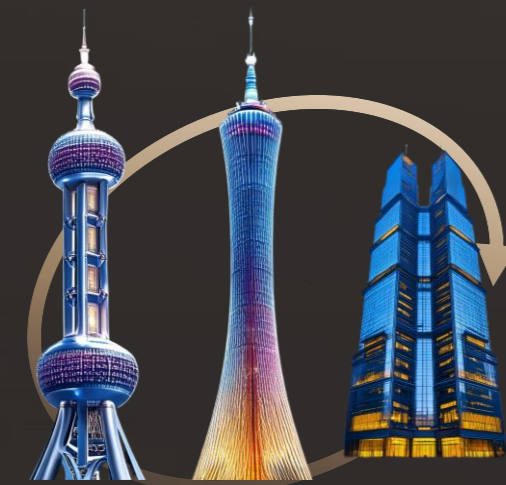
商品共创



中大规格的零食礼包、坚果礼盒、冲调礼盒

1. 智慧分销 找到礼盒高需门店

礼盒高需门店数量集中，
1W家门店贡献80% CNY生意



2. 闪耀门店 赋能直接分销门店

礼盒门店覆盖率同比提升 **38%**
店均礼盒同比新增 **0.9个**
新上翻商品GMV贡献 **12.3%**



3. 闪店通 聚焦间接分销门店

上翻SKU **13.8w个**
单门店新增SKU **2个**



CNY礼盒礼包GMV同比
+78.1%

本地欢聚轻礼赠场景

场景选品



跨品类关联度top1



亲朋好友棋牌麻将局，
一键下单休闲零食和饮料



站内霸屏曝光 刺激转化

异地送礼场景

场景选品



异地工作无法回家
想给亲人送礼



春节高铁站
硬广投放种心智



站内CNY礼赠
会场承接流量



促销优化

- ① 神价流量提升商品曝光
- ② 跨类目连带促销
- ③ 礼盒礼包运费券，刺激转化



一键到家免自提
异地送礼真方便
随时下单即刻送达

乐事裸米饼



重点投放城市

销量环比增长 **113%**

米饼需求渗透率涨 **4-6倍**

智慧分销 聚焦高需门店



品牌联投 品效合一



线下派样 站内精准收割

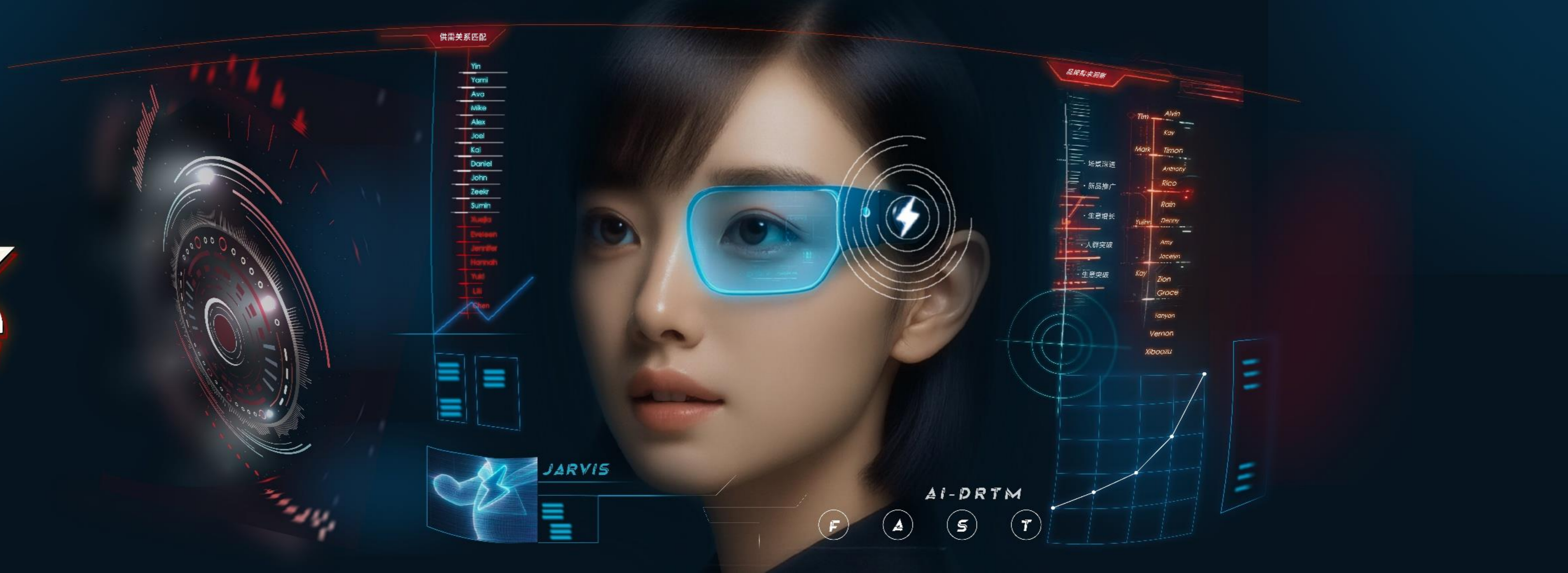


行而不辍 未来可期

D-RTM 智能策略中心

H.I.J.A.R.V.I.S

AI 数字化赋能全域渠道分销效率提升



供需关系匹配

- Yin
- Yanni
- Ava
- Mike
- Alex
- Joel
- Kai
- Daniel
- John
- Zeekr
- Sumin
- Xuejia
- Shawen
- Jennifer
- Hannah
- Yuli
- Lili
- Chen

品牌需求洞察

- Tim
- Alvin
- Kay
- Timon
- Mark
- Anthony
- Rico
- Rath
- Derwy
- Maver
- Amy
- Jacelyn
- Kay
- Zion
- Grace
- Ianyan
- Vernon
- Xiboosu

JARVIS

AI-DRTM

F A S T

D-RTM AI 每个人都是决策专家

效果分析 (场景渗透-某品牌-膨化油炸)

统计周期 2025-08-01 - 2025-08-30

对比周期 2025-07-01 - 2025-07-30

重置 查询

数据更新时间: 2025-08-08

导出全部数据

AI智能解读

本内容由AI生成, 仅供参考

从生意看: 活动期间品牌全量销售额环比提升 6%, 其中夜间场景销售额增长领先品牌大盘 19pp, 夜间销售额占比同比增长 37pp。

从市占看: 品牌占品类的需求渗透率环比提升 12pp。

从用户看: 曝光成交转化率环比增长 7pp, 交易用户数环比增长 13%。

全天生意

场景生意

场景销售额

129,623.87 元

较对比周期 ↑ 3.3%

占比

78.98 %

较对比周期 ↑ 0.03pp

场景订单量

129,621 ↑

较对比周期 ↑ 3.3%

占比

78.98 %

较对比周期 ↑ 0.03pp

场景

12 >

较对

■ 销售额 ■ 订单量

D-RTM AI 每个人都是决策专家

DRTM 智能策略方案

基本信息/已采纳商品/已采纳门店/已采纳人群/已采纳券机制/策略执行工具

导出为图片

场景渗透-某品牌-膨化食品 方案ID: 1012 | 创建时间: 2025.3.12 11:13

生意目标
场景渗透

目标场景
夜宵解馋

目标商品
某品牌商品

目标城市
北京、天津、上海

活动节奏
20250903-20251003

品类需求洞察

已采纳了48个必分销商品

覆盖高销品、高潜品、高需品3种类型，助力精准经营

某品牌商品A
UPC码: 6906907909054

某品牌商品B
UPC码: 6906907909054

某品牌商品C
UPC码: 6906907909054

某品牌商品
UPC码: 6906907909054

闪店通

完整方案详情见DRTM智能策略首页

供需关系匹配

已采纳了以下必分销门店

覆盖江苏省、安徽省、浙江省等品类高需门店，分销空间广大

北京
高优

推荐铺货门店数
2322

品类需求量
2222

高需门店铺货率
72.3%

品牌需求渗透率
58.2%

闪店通

完整方案详情见DRTM智能策略首页

用户需求激发

已采纳了2个人群

覆盖品牌核心场景，有望带来增长新势能

都市中产消费潜力大

品牌核心场景人群
552.6万

都市中产消费潜力大

品类核心场景人群
720.0万

广告投放

完整方案详情见DRTM智能策略首页

用户需求转化

已采纳了以下券机制

精准优惠券投放，激发新转化

满15元 减3元

满19元 减4元

满39元 减8元

满49元 减12元

精准发券

完整方案详情见DRTM智能策略首页

D-RTM AI 每个人都是决策专家

促销机制策略

本内容由AI生成，仅供参考

策略解读

基于历史设置的券机制，深度分析在夜间场景的成交情况，推荐优先推广“满15减3”券机制，其高券活动订单数（30,827）显著提升用户转化，订单与GMV表现稳健。该机制门槛适中，易于落地执行，能快速驱动销量增长并优化营销成本，建议作为核心策略规模化应用，最大化客户收益。

活动机制	活动订单数	活动商品销量	活动单均销量	活动GMV	单均价	活动补贴金额	费比
满15元 减3元	30,827	46,897	1.52	521,529.24	16.92	27,886	5.74%
满19元 减4元	5,153	11,508	2.23	129,969.97	25.22	14,481.08	11.14%
满39元 减8元	3,970	12,807	3.23	140,918.81	42.3	22,068.02	15.66%
满49元 减12元	2,609	4,706	1.8	37,746.37	53.7	5,056.41	13.4%
满99元 减33元	8,976	17,967	1.69	175,870.22	104.8	27,886	15.86%

D-RTM AI 每个人都是决策专家

人群圈选策略

本内容由AI生成，仅供参考

策略解读

基于夜间场景膨化油炸历史购买人群、闪购业态主力人群以及夜间场景用户高偏好食物：烧烤、油炸、啤酒等，精选3个高意向购买人群。品牌场景核心人群为购买力强且在夜间场景有购买习惯的用户，品类场景核心人群为夜间有同品类购买习惯的用户，跨生态高潜力人群为有关联品类购买偏好的高意向人群。

品牌场景核心人群

预估：114.7万人

品类场景核心人群

预估：1556.5万人

跨生态高潜力人群

预估：3693.7万人

取消采纳

推荐理由：都市中产消费潜力大

人群量级太小？放宽人群限定条件 >

人群洞察解读

这是一群以都市中产为主(占比60.8%)、性别均衡(男51.2%，女45.1%)、年轻化(20-35岁占比63.2%)且具有高消费能力的闪购用户群体。该群体经济实力突出(精致度L5占比60.9%，购买力L5占比51.6%)，且会员等级较高(黑金+铂金会员合展开全部

人群画像

实名认证性别

女 男

预测年龄

12%

9%

已采纳的策略

品牌场景核心人群 (预估：114.7万人) ×

品类场景核心人群 (预估：1556.5万人) ×

跨生态高潜力人群 (预估：3693.7万人) ×

在哪查看推送？

推送至广告平台

D-RTM AI 每个人都是决策专家

分销铺货策略

本内容由AI生成，仅供参考

策略解读

基于品牌近1个月热卖商品以及夜间场景用户高需趋势品，从某品牌全部897个商品中推荐出96个必分销品，覆盖商品A、商品B等。同时推荐膨化油炸类目的用户高需求门店共计57901家，同时对比城市品牌商品覆盖水平，识别高供/低供/零供门店，低供门店共32301家，可优先卖进。

必分销品 必分销门店

北京 上海 广州

商品名称及UPC码	商品类型	操作
 某品牌薯片美国经典原味 135克/1袋 UPC码: 6906907909054	高销品	取消采纳
 某品牌薯片组合包 70克*3包/袋混合口味 UPC码: 6906907909054	高需品	取消采纳
 某品牌薯片墨西哥鸡汁番茄味 70g/袋 UPC码: 6906907909054	高需品	取消采纳
 某品牌薯片意大利香浓红烩味 70g/袋 UPC码: 6906907909054	高潜品	取消采纳

已采纳的策略

商品	门店
北京 (56件商品)	展开
上海 (34件商品)	展开
广州 (87件商品)	展开

在哪查看推送?

推送至闪店通

D-RTM AI 每个人都是决策专家

| 生意目标



场景渗透

提升单一场景生意增长

| 目标场景

闪购十六大场景

自定义场景 (文字描述)

闪购场景

请选择

| 目标商品

品牌x类目

品牌

请选择

类目

请选择

D-RTM AI 每个人都是决策专家

DRTM 智能策略

AI驱动的FAST定制化解决方案，花小钱办大事！

提出生意诉求



STEP 01

提出生意诉求

描述经营需求，基于您的业务目标，AI将深度分析市场机会

请按以下内容帮我生成策略方案

生意目标

您的生意诉求已收到

目标场景

STEP 02

AI生成策略

多维度精准制定策略组合，覆盖分销、营销、促销

DRTM策略概览

您的策略已生成，请查收

促销机制策略

STEP 03

查看并采纳策略

根据AI生成的策略将需要采纳的商品、人群等推送下游系统，需自主决策是否创建对应任务/计划/活动

分销铺货策略

收到，祝您生意增长

促销机制策略

采纳策略，推送到闪店通、广告投放

人群圈选策略

STEP 04

跟踪效果回收

全链路数据追踪，监控做功效果，智能生成效果分析报告

效果分析报告

方案效果怎么样？

您的策略效果已回收

量子通道

SPEED TO MARKET

别让过去限制未来

数字化赋能全域渠道分销效率提升

Kay
Bill
Fly
Tristan
Yola
Anthony
Grace
Fiona
Ariel

Tim
Alvin
Emily
Timon
Lazyboy Chen
Charles Chibang
Heng

重塑即时零售速度与规模的新范式



用户需求为核心 商品力重构与市场通路革新双突破

美团闪电仓

豹捷

全品类供应

聚蜂惠采

卓钧电商

ZHUOJUN.EC

时间力量

杭州时间力量品牌管理有限公司

托盘服务商

5家

量子通道参与品牌

36个

贡献GMV增长

2000W+

MANSHANCHAN
满山饽

上行斋

馋小乖
CHAN XIAO GUAI

益海嘉里

MARS WRIGLEY
玛氏箭牌

英贝健
INEYAN

LUCKYWANG
王小卤
虎!皮!凤!爪!

Joyoung 九阳

鲨鱼菲特
SharkFit

脱骨侠
BONELESS MAN

Schick 舒适

酸掌柜
SUAN ZHANG GUI

泓一

HandsIn 瀚思

百草味

懒吃侠
LANG CHIXIA

参半
Canban

福
有家 就有福临门

洽洽

luckin coffee

从渠道赋能到全产业链赋能



万千时刻 万种想象

FAST 2.0+ 万物生 新时代的商品力革新

更精准 更细分 更智能

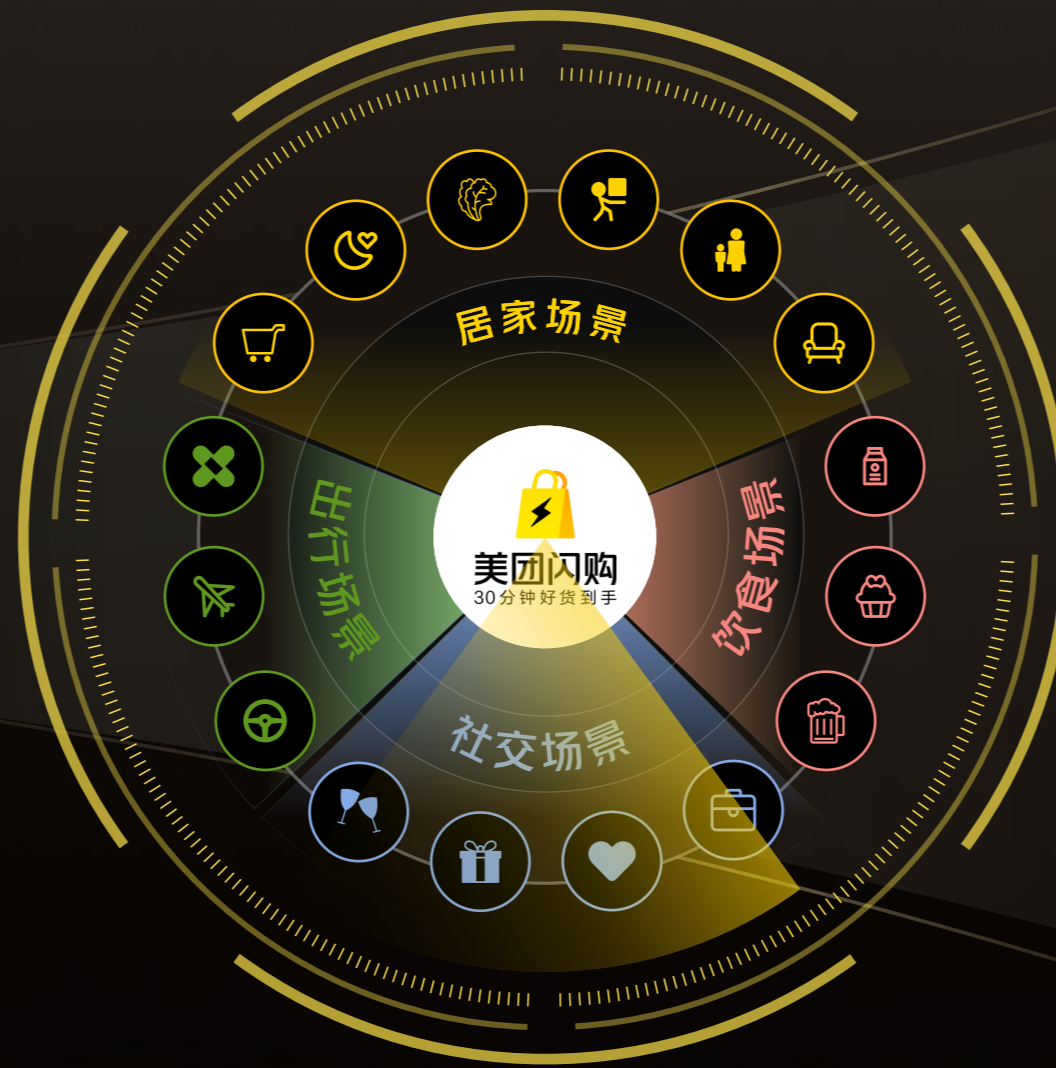
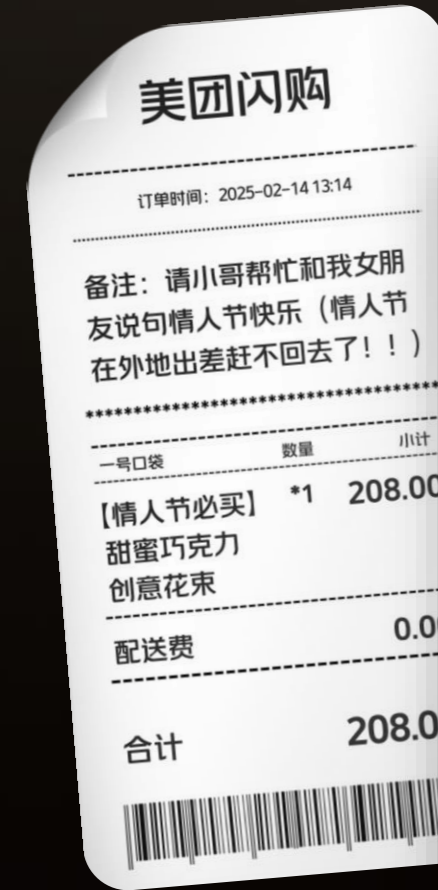


A 想得到 场景营销2.0

吕颖 Emma Lv

美团闪购品牌部数字化营销负责人





趋势一

各个场景品类丰富度持续提升，满足用户多样化的生活需求

居家场景

+40%

订单量 YOY

出行场景

+35%

订单量 YOY

饮食场景

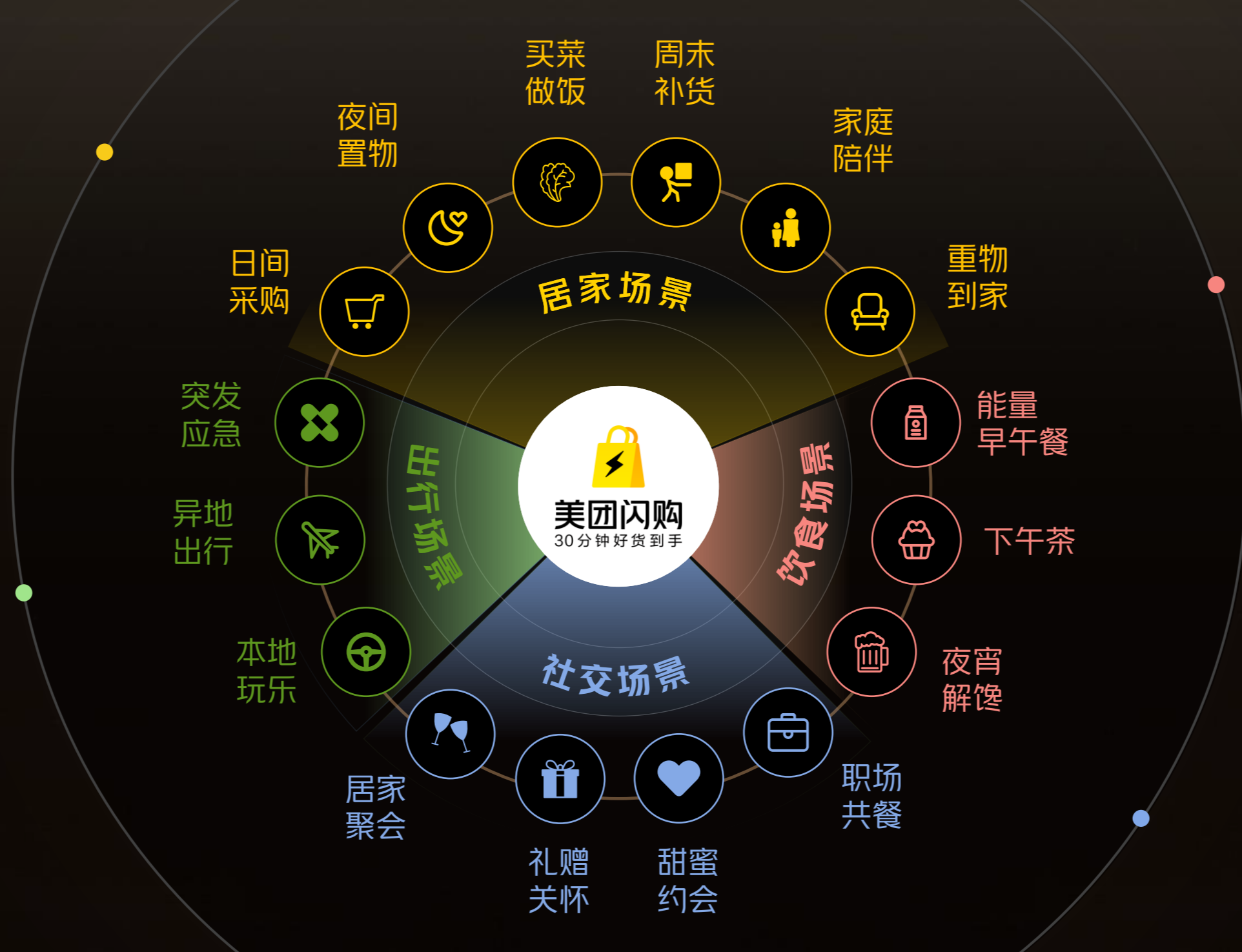
+35%

订单量 YOY

社交场景

+23%

订单量 YOY



小到书皮，大到家电，用户五花八门的消费需求，美团闪购都能30分钟送到家

居家场景

+40%

订单量 YOY

- TOP1 家庭陪伴 +59%
- TOP2 夜间置物 +49%
- TOP3 重物到家 +42%
- TOP3 日间采购 +40%
- TOP5 周末补货 +38%
- TOP6 买菜做饭 +26%

大家电、教辅、中小学幼儿园教材
运动护具、组合调味、洋酒

学生开学 家长冲刺

一年季度 包书皮大赛

+69%[↑]

学习用品 订单量 YOY



职场命缩力 居家猛健身

打工人开始居家健身焕活身体

+73%[↑]

运动装备 订单量 YOY
*哑铃/壶铃/跳绳/瑜伽垫



重构大家电 的物流体系

闪购大家电，最快1.5h上门安装

+1044%[↑]

空调 订单量 YOY
夏日送出：20万台风扇/5万台空调

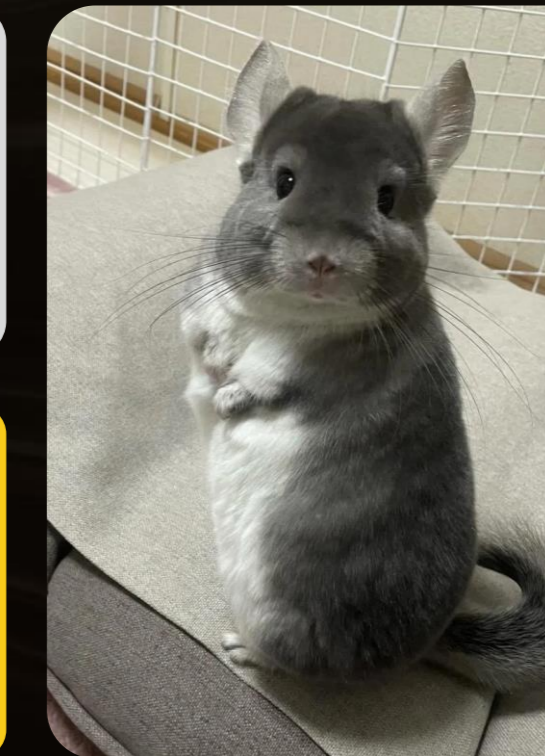


入坑异宠 闪电投喂

30分钟补给宠物食品/用品

+389%[↑]

异宠宠物食品 订单量 YOY
*鸟/鼠/爬宠/兔宠及小宠



热点城市订单增长迅猛，美团闪购即时响应用户的热点场景消费

出行场景

+35%

订单量 YOY

TOP1 异地出行 +42%

TOP2 突发应急 +37%

TOP3 本地玩乐 +28%

摄影摄像、骑行用品、户外装备
运动护具、垂钓用品、宠物玩具

北京亮马河 西瓜送上船

划船也能吃上冰镇西瓜

+105%[↑]

25.5.1-7.31 vs 去年同期
北京亮马河西瓜 订单量 YOY



高原不再 被“高价”

游客用闪购提前采买吸氧设备

+136%[↑]

丽江吸氧设备 订单量 YOY
*吸氧呼吸机/氧气呼吸机



苏超恩怨局 输赢都碰杯

美团闪购为江苏人民送美酒

+66%[↑]

25.6.15-7.15 vs 去年同期
江苏 啤酒+白酒 订单量 YOY



洛阳之美 闪购非遗

闪购将传统文化打包送至游客

+137%[↑]

洛阳城市 非遗相关 订单量 YOY
*文创盲盒/唐三彩/牡丹团扇等



邪修之风席卷一日三餐，成功带动品牌产品创新，年轻人在饮食中治愈、取悦自己

饮食场景

+35%

订单量 YOY

TOP1 夜宵解馋 +44%

TOP2 下午茶 +30%

TOP3 能量早午餐 +30%

组合调味、洋酒、散装食品
茶具/咖啡具、散装/组合装酒类、营养保健

邪修美食 就是快

年轻人寻求简单、高效烹饪方式

+65%[↑]

思念品牌面点 订单量 YOY
晨间面点 订单量 YOY +20%



散装零食 宝藏口粮

散装零食成为用户零食“新贵”

+79%[↑]

散装食品品类 订单量 YOY



午夜年轻人 百毒不侵

TA们勇于尝遍新奇口味零食

+1238%[↑]

新奇口味零食 订单量 YOY
*折耳根方便面/黑蒜/苦瓜汁等



阳台耕种 治愈自己

用户开始尝试自己种瓜、种花

+224%[↑]

种子/种球 订单量 YOY



用户用美团闪购送出高价值礼物，众多细分领域涌现的新趋势，为品牌带来新的蓝海

社交场景
+35%
订单量 YOY

- TOP1 甜蜜约会 +75%
- TOP2 礼赠关怀 +23%
- TOP3 职场共餐 +20%
- TOP4 居家聚会 +15%

智能设备、营养保健、情趣内衣
润滑/延时、谷物冲调、烘焙材料

闪购送礼
快人一步

更多用户使用美团闪购当日送礼

+119%[↑]

送女朋友
七夕当日 护肤礼盒 订单量 YOY

+112%[↑]

送对象
七夕当日 手机品类 订单量 YOY

+93%[↑]

送孩子
六一当日 乐高 订单量 YOY



甜蜜约会
微醺加buff

劲酒成情侣局必备调饮神器

+138%[↑]

劲酒 订单量 YOY



职场共餐
分享DIY

冰淇淋开始走向小规格、零食化

+199%[↑]

冰淇淋 订单量 YOY
冰杯 订单量 YOY +110%



趋势二

下沉市场的人群成为增长主力军
“该省省、该花花”的消费特征也更加鲜明

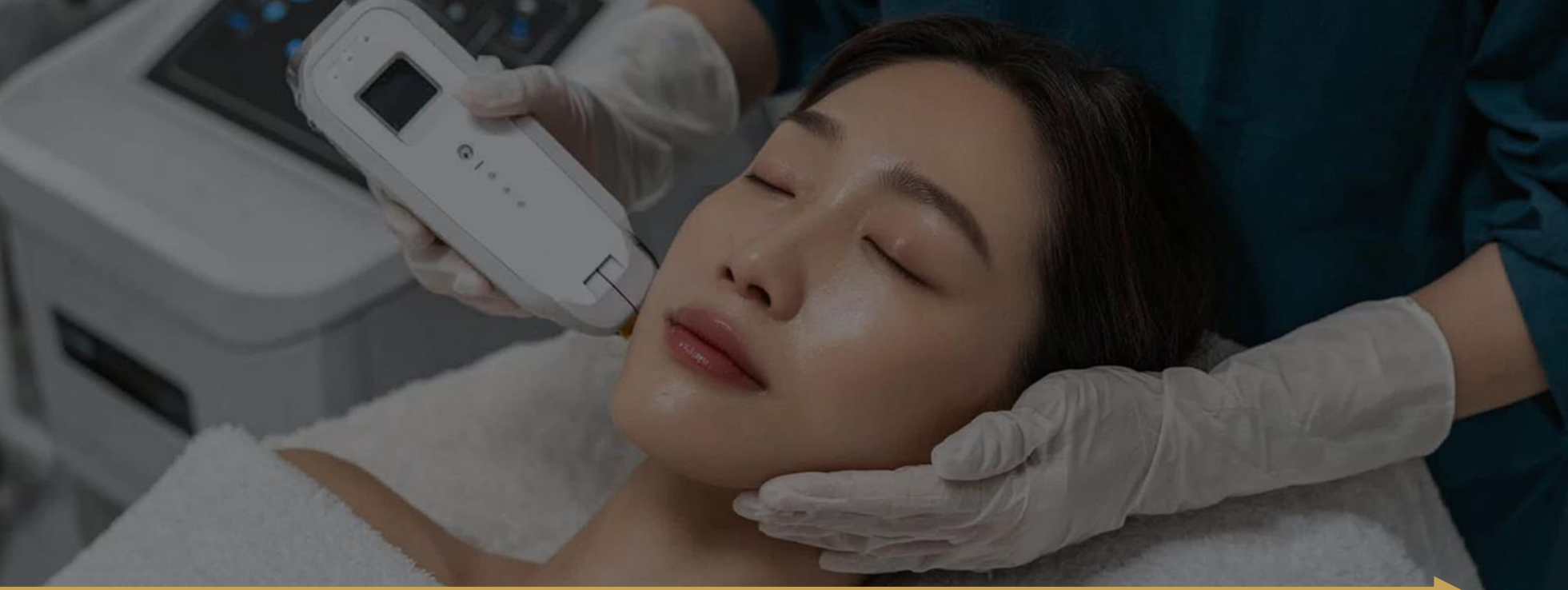
美团 美团闪购



L5 酒店



L2 医美



L1 外卖



L4 闪购



L5 酒店

L2 医美

真正的消费潜力藏在场景的“缝隙里”

L1 外卖

L4 闪购

趋势三

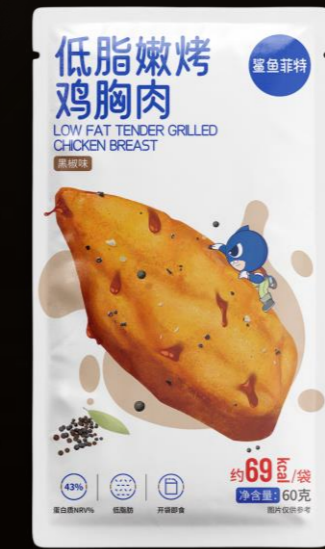
围绕多元场景，商品在悄悄进化
品牌锚定细分场景创新撬动新增量

益海嘉里 一人食小规格



系列新品上线小柴购后，大受用户欢迎
25年6月单店GMV环比超800%

鲨鱼菲特 健康低脂需求



一年内，品牌通过美团闪购快速铺货近万家闪电仓
24年在美团闪购销售累计破亿，YOY超100%

卫龙 跃入用户的新奇食谱



卫龙辣条成为年轻人买菜做饭场景的“心头爱”
一年内，品牌跃升至买菜做饭场景TOP5

*美团闪购2024年·场景营销品牌榜单-人气排行榜

场景下的商品创新

功能升级，应景便捷

用户买的是“效率”，一出手就能解决场景问题

脉动 创新出游场景限定品 青草味脉动



突破传统果味矩阵，创新口味，借势夏季出行启动热点营销
新品上市首周即引爆，25年5-6月美团闪购GMV破百万

青岛啤酒 跨界老佛爷 推出夜猫子联名款



聚焦年轻人轻量低度的饮酒需求，打造夜间潮流社交货币夜猫子
在美团以新品首发+直播种草，打造边看发布会边下单新体验

场景下的商品创新

功能隐身，情绪显形

用户买的是“情绪”，一亮相就表达自我态度

细分场景虽好，但品牌自主洞察的时效性不足

洞察不灵活

无法支持灵活定义下的场景洞察

数据受局限

仅提供场景的交易数据

分析不全面

分析维度不全面，缺乏行业视角

生态不闭环

看不到品牌在美团生态增长潜力

场景营销2.0 三大升级

更智能的洞察 * 更细分的场景&人群 * 更丰富的生态触点

升级一

AI赋能场景解读

细分场景的品牌排名 品类场景/人群空间

美团闪购·品牌通

品牌: 乐事 | 对比行业: 膨化/油炸 | 区域: 全部 | 渠道: 全部

统计周期: 日 | 月 | 节假日 | 开始时间: | 结束时间: | 对比周期: 开始时间: | 结束时间: | 重置 | 查询

场景概览 | 场景下探

竞争格局分析

选择指标: 订单量 | 销售额 | 交易用户数

智能解读 切换核心解读

夜宵解馋 场景交易规模大, 增速优于米类膨化行业整体水平, 需关注该场景的品牌渗透榜, 保持领先优势。

本地玩乐 场景增速快, 该场景下的用户需求增长显著。

异地出行 场景是品牌的优势场景, 但竞争优势在减弱, 需要通过场景营销挖掘品牌的增量空间。

场景榜 规模榜 行业渗透飙升榜

排名	场景名称	排名变化
1	周末补货	+2名
2	能量早餐	+1名
3	礼赠关怀	持平
4	异地出行	持平
5	甜蜜约会	持平

该场景品牌榜Top10

排名	品牌名称	排名变化
14	乐事	↓2名
1	好友趣	↑1名
2	可比克	↑2名
3	盼盼	持平
4	品客	持平

数据总览 一键创建人群

注: 可点击图例进行隐藏和展示, 最多展示两个纵坐标单位

意向人群分析

选择场景: 夜宵解馋 | 对比行业范围: 行业Top5均值 | 行业整体

转化漏斗 创建场景品牌交易人群包 创建场景品类交易人群包 不导出全部场景

品牌/品类	曝光用户数	环比	互动用户数	环比	交易用户数	环比
乐事	38,000	+7.8%	28,000	+8.7%	9,000	+0.7%
膨化/油炸行业Top5均值	39,000	+15.7%	20,000	+12.6%	19,000	+0.8%

竞争格局分析

选择指标: 订单量 | 销售额 | 交易用户数

智能解读

夜宵解馋 场景交易规模大, 增速优于米类膨化行业整体水平, 需关注该场景的品牌渗透榜, 保持领先优势。

本地玩乐 场景增速快, 该场景下的用户需求增长显著。

异地出行 场景是品牌的优势场景, 但竞争优势在减弱, 需要通过场景营销挖掘品牌的增量空间。

场景榜

注: 点击具体场景可与右侧榜单联动

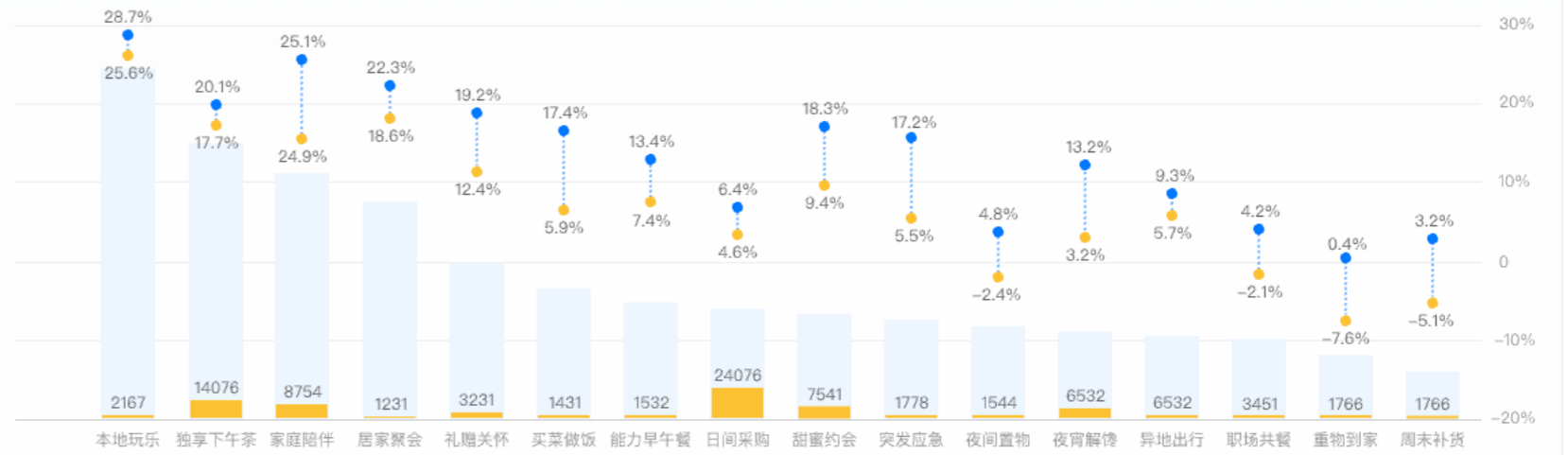
排名	场景名称	排名变化
1	周末补货	+2名
2	能量早餐	+1名
3	礼赠关怀	持平
4	异地出行	持平
5	甜蜜约会	持平

该场景品牌榜Top10

排名	品牌名称	排名变化
14	乐事	↓2名
1	好友趣	↑1名
2	可比克	↑2名
3	盼盼	持平
4	品客	持平

数据总览

一键创建人群



意向人群分析

选择场景: 夜宵解馋 | 对比行业范围: 行业Top5均值 | 行业整体

转化漏斗



*注: 本页demo仅为示意, 不代表品牌在平台的实际表现情况

场景 X 商品/人群/城市 交叉分析

美团订购·品牌通

品牌: 乐事 | 对比行业: 膨化/油炸 | 区域: 省份 | 全部 | 渠道: 全部

统计周期: 日 | 月 | 节假日 | 开始时间: - 结束时间: | 对比周期: 开始时间: - 结束时间: | 重置 | 查询

场景概览 | 场景下探

商品分析 | 人群分析 | 位置分析 | 选择场景: 夜宵解馋

商品分析

品牌商品销量榜

排名	商品名称	销量占比	TGI指数
1	百事食品乐事薯片美国经... UPC码: 697114558814	10.8%	128
2	乐事 薯片组合包 70克*3... UPC码: 697114558814	10.8%	112
3	乐事 薯片墨西哥鸡汁番茄... UPC码: 697114558814	10.8%	110
4	乐事薯片意大利香浓红烩... UPC码: 697114558814	10.8%	56
5	百事食品乐事大波浪薯片... UPC码: 697114558814	10.8%	99

行业商品流量涨幅榜

涨幅排名	商品名称	近31日流量趋势
1	旺旺 仙贝 52g/袋	
2	纳宝帝丽芝士雅嘉奶酪味玉米棒(膨化食品) 160g	
3	德芙丝滑牛奶巧克力碗装252g	
4	旺仔小馒头特浓牛奶味60克/袋	
5	徐福记咸香芝士味米格玛果卷袋装 90g/袋	

连带购买分析

商品连带 | 类目连带 | 品牌连带 | 百事食品乐...

全平台商品 | 仅本品牌商品 | 不含本品牌商品

解读建议

- 解读: 洽洽 五香味怪味蚕豆 80g/袋 与 【麻辣王子】 下用户组合购买的偏好更突出。
- 建议: 可通过精准广告“推荐搭配”、“清单助手”、“基...

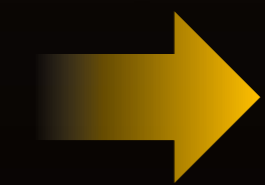
排名 | 商品名称

1	洽洽 五香味怪味蚕豆 80g/袋
2	【麻辣王子】 很麻很辣 地道辣条 18...
3	奥利奥夹心酥饼干194g

人群分析

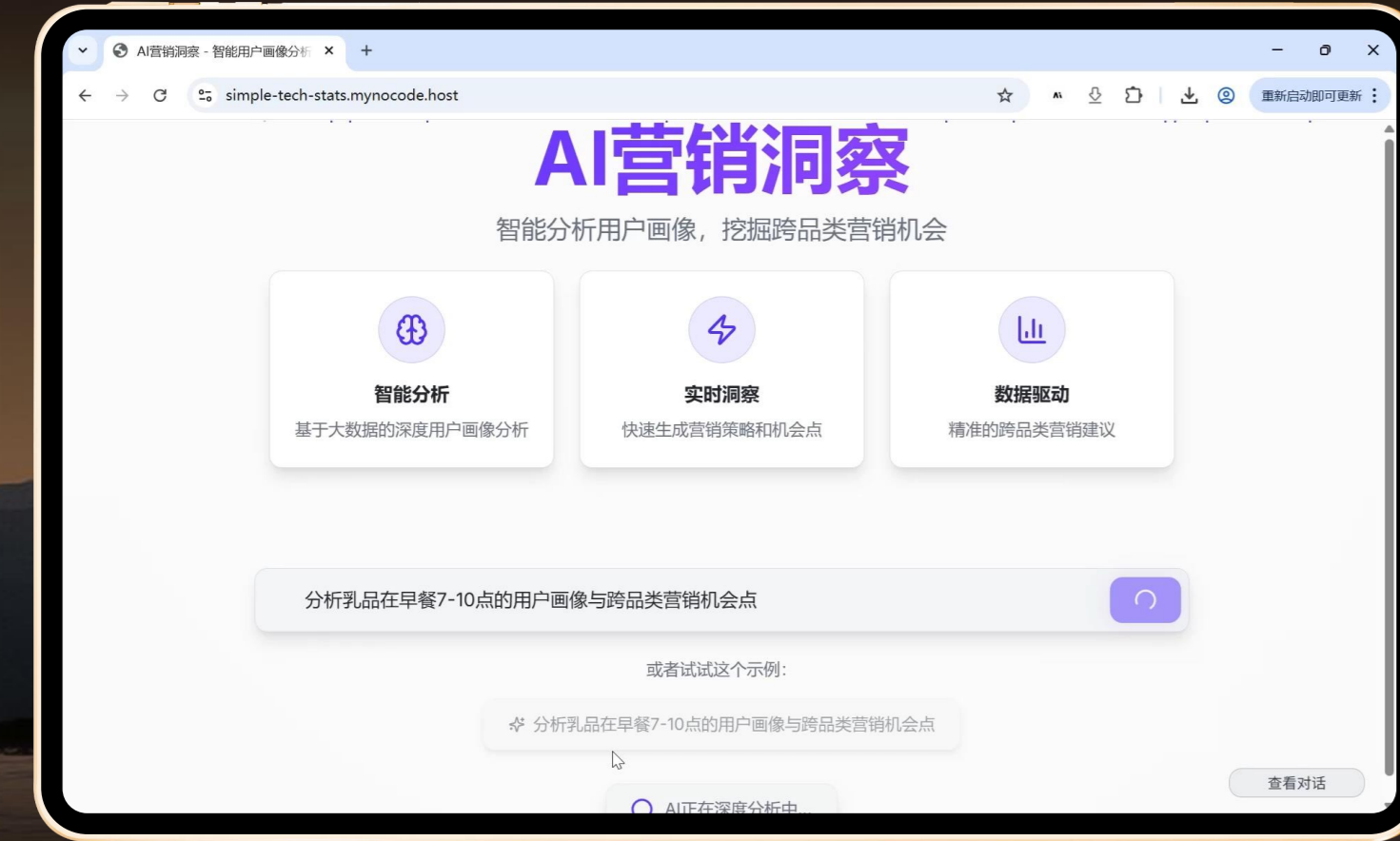
*注: 本页demo仅为示意, 不代表品牌在平台的实际表现情况

场景解码器 → 场景读心助手



分析乳品在早餐7-10点的用户画像与跨品类营销机会点

提问

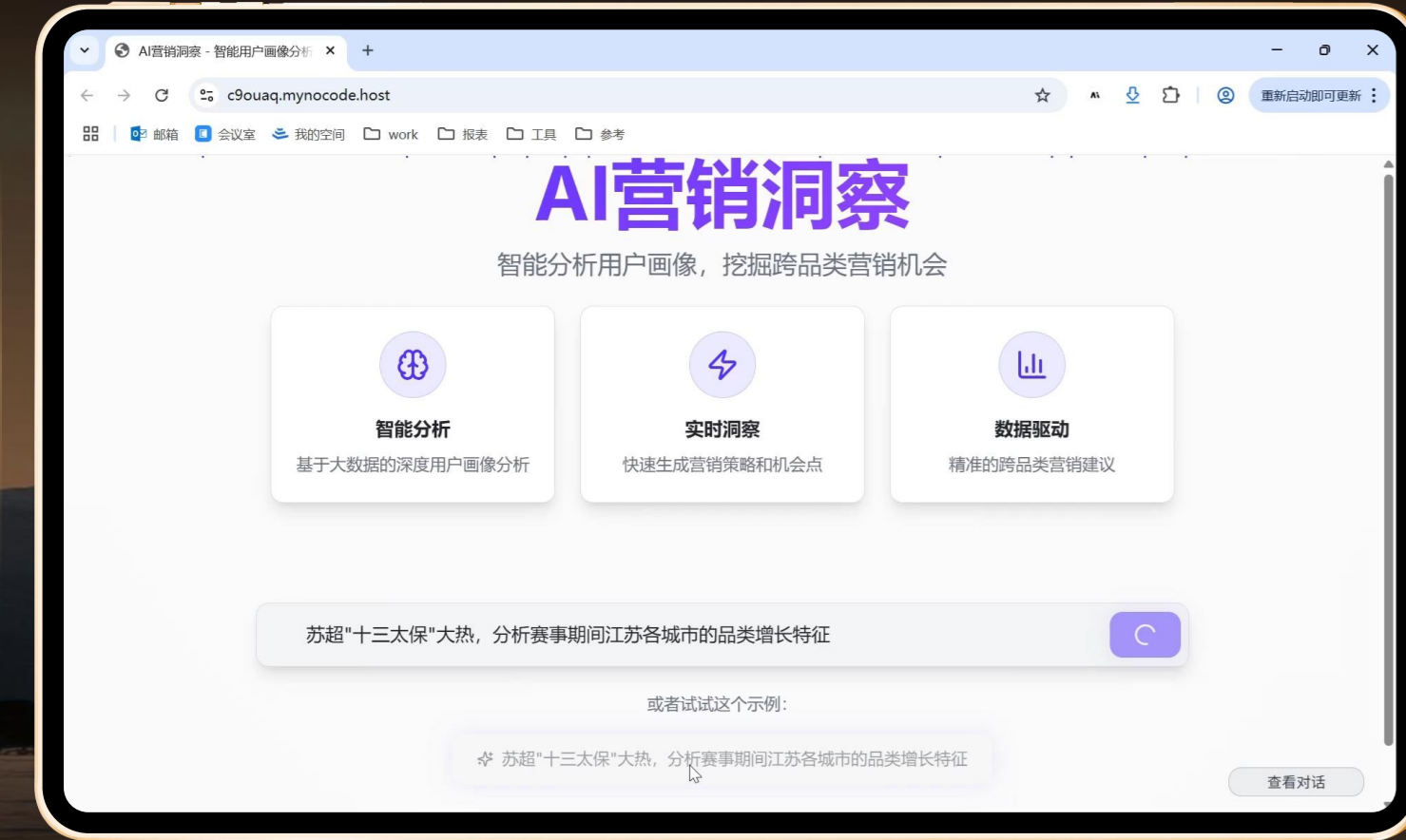


<p>快节奏通勤族</p> <ul style="list-style-type: none"> 牛奶+三明治/饭团组合套餐 全麦面包+黑咖啡+鸡胸肉健康套装 便携装早餐组合推广 	<p>家庭营养管理者</p> <ul style="list-style-type: none"> 儿童高钙奶+鸡蛋+谷物麦片家庭装 营养标识清晰的早餐套餐 亲子早餐DIY套装
<p>健康轻食人群</p> <ul style="list-style-type: none"> 低脂酸奶+奇亚籽+燕麦超级食物组合 益生菌酸奶+坚果+水果轻食套装 功能性乳品+健身餐搭配 	<p>银发养生族</p> <ul style="list-style-type: none"> 舒化奶+全麦馒头传统搭配 高钙低脂奶+养生粥品组合 易消化营养早餐套装

<p>午间 (11-14点)</p> <p>午餐备战</p> <p>乳品 + 方便面 + 生鲜食材 + 咖啡</p>	<p>核心业务关联: 外卖, 酒店, 住宿, 景点门票</p> <p>典型场景: 旅游度假</p> <p>高频出现在异地场景, 乳品购买与酒店预订、景点搜索、交通工具服务高度绑定。</p>
<p>下午 (15-18点)</p> <p>健康续航</p> <p>乳品 + 水果 + 咖啡 + 饼干 + 雪糕</p>	<p>核心业务关联: 外卖</p> <p>典型场景: 职场社交延伸</p> <p>工作日下午茶场景凸显, 同事同行购买乳品+轻食+咖啡组合。</p>
<p>晚上 (19-22点)</p> <p>放松式囤货</p> <p>乳品 + 辣条薯 + 啤酒可乐 + 卫生巾 + 洗衣液</p>	<p>核心业务关联: 打车, 电影票, 休闲娱乐</p> <p>餐饮团购</p> <p>典型场景: 社交聚会</p> <p>多人同行 (朋友/情侣), 在餐饮团购、休闲娱乐后购买乳品与酒类和零食深度绑定。</p>
<p>深夜凌晨 (23-6点)</p> <p>深夜急救</p> <p>乳品 + 关东煮 + 辣条 + 功能性饮料</p>	<p>核心业务关联: 骑行, 飞机, 火车</p> <p>典型场景: 出行补给</p> <p>少数异地用户因红眼航班/列车触发乳品采购, 用户在异地旅游迁徙后结合高铁移动场景, 同步购买乳品。</p>

苏超“十三太保”大热，分析赛事期间江苏各城市的品类增长特征

提问一



苏南：高消费力+品质导向
酒类、电脑数码引领增长



苏中：结构升级+体验导向
家居日用、服装鞋包贡献了一定增长



苏北：下沉市场+实用导向
手机通信、电脑数码引领增长



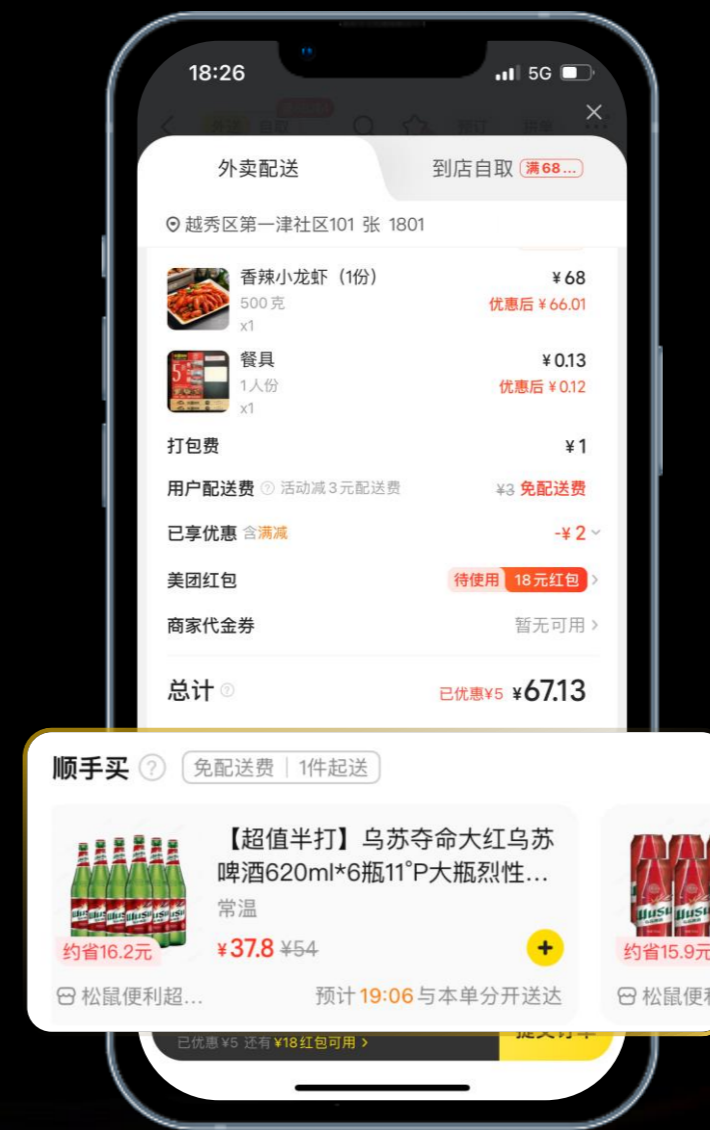
升级二

拓展更多细分的场景&人群，提供线上线下沉浸式一体解决方案

旅行人群 X 出游场景 开拓“文旅游体验式”消费新场景



外卖人群 X 佐餐场景
餐饮零售一起点，多快好省



小镇人群 X 下沉市场 短剧 & 线下多元触点影响用户



元气森林 X 休娱养生馆 “喝好自在 = 中式轻养生”

好自在™

联动“清华池与华夏良子”，好自在绑定养生按摩套餐，用户核销赠饮



联合利华 X 天鹅到家 “买产品 - 送家政 - 上门试用”



打造宅家不动手、洗护&清洁服务一体化的闭环体验



可口可乐 X 美团闪购 会员营销 “会员活动 - 交易履约 - 奖励反馈”



打通小程序与美团生态，助力可口可乐获取新客，提升老客复购



美团生态中的场景和人群

蕴含着更多的潜力和挖掘空间

冥想疗愈场景 X 疗愈人群 X 清洁用品/美妆产品

医疗美容场景 X 爱美人群 X 护肤品

户外运动场景 X 户外人群 X 防晒霜

酒店入住场景 X 商旅人群 X 一次性用品

美团会员 X 品牌

运动场馆场景 X 运动人群 X 功能性饮料

亲子乐园场景 X 亲子人群 X 乳品/婴童用品

宠物友好场景 X 养宠人群 X 宠物友好酒店/景区

婴幼儿护理场景 X 带娃人群 X 婴幼儿个护/清洁品

宠物场景 X 养宠人群 X 猫咖 X 宠物用品

家庭摄影场景 X 孕期妈妈 X 奶粉 X 孕期护理产品

.....

升级三

营销场景更闭环，种草成交全域一站式



美团闪购

美腾计划



即时零售 X 社交生态



即时零售 X 生活社区



即时零售 X 兴趣电商

联盟媒体

即时零售 X 全生态流量

腾讯 X 美团闪购

社交生态流量的独特内容，价值释放与增长红利（视频号、朋友圈等资源）



小红书 X 美团闪购

投流笔记一键丝滑跳转，美团闪购即刻转化



抖音 X 美团闪购

产品无痕植入原生信息流，精准捕捉用户的场景需求



联投曝光人群回流，结合美团闪购人群拓包

站内RTB再营销
有效提升转化效率



海天 X 一饭封神 & 脱口秀与TA的朋友们2

综艺营销带动用户搜索，搜索指数上涨200%

线上内容深度共建 x 线下生活场景渗透 x 社交裂变 x 闪购闭环承接



贴片广告 & 综艺植入



菜场开放麦



同款餐厅必吃榜



海天干饭节



打开美团App搜“一饭封神”



黑珍珠餐厅推荐



抽奖机会获得方式

+200%[↑]

美团站内海天相关
搜索指数同比增长

+70%[↑]

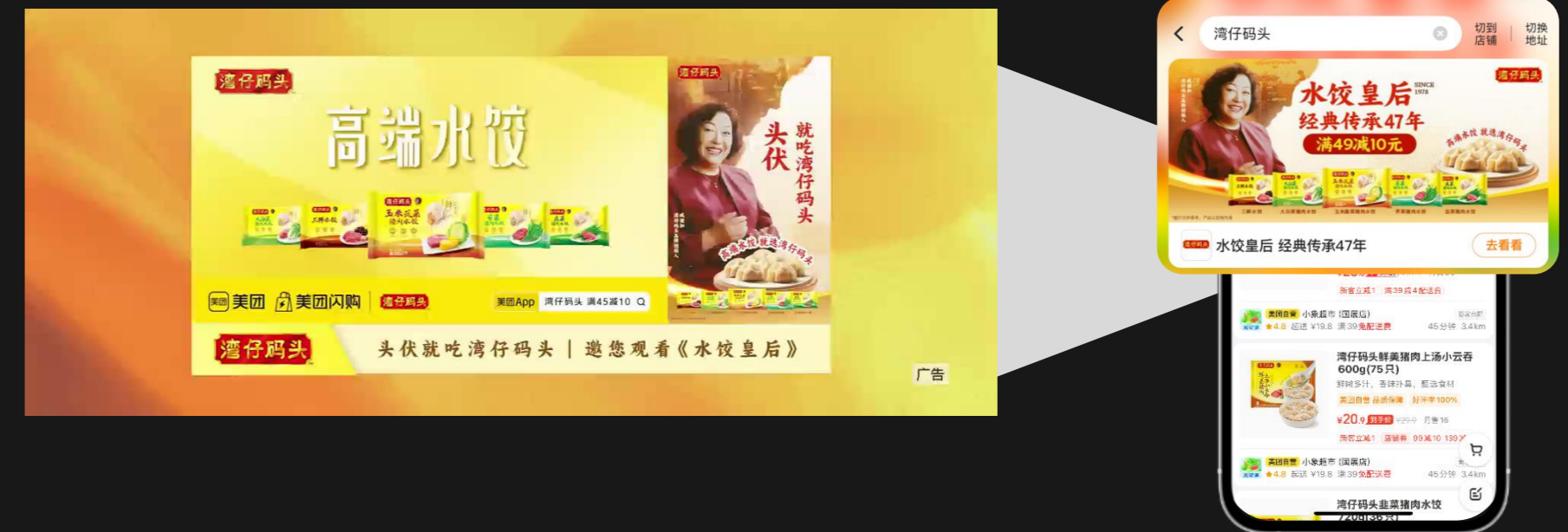
海天收获GMV 同比增长

湾仔码头

湾仔码头 X 腾讯视频 X 美团闪购 X 水饺皇后

借力电影承接用户心智转化，搜索指数上涨410%

美腾计划无缝导流，美团闪购域内承接转化



+410%¹

湾仔码头在美团生态内
搜索指数YOY

TOP1

湾仔码头在24年5-7月
连续获得品类销量冠军

MARS WRIGLEY
玛氏箭牌

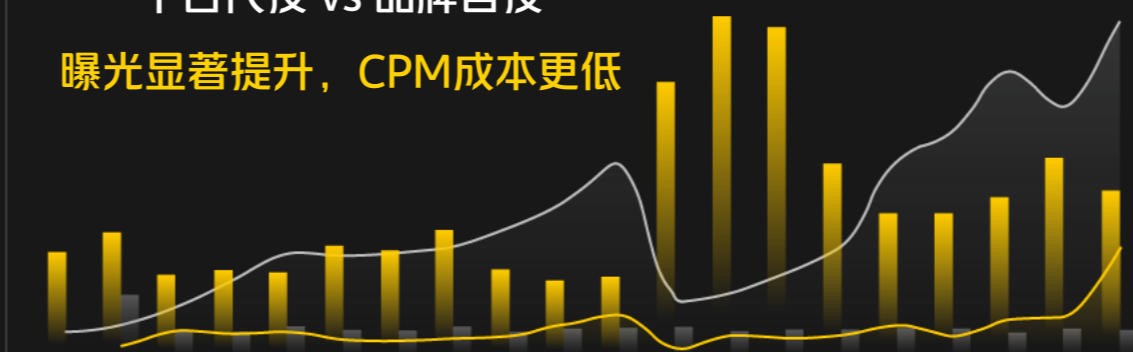
玛氏 X 美团闪购

站内外RTA联投增效，CPM成本降低50%

场景化RTA站外人群触达，实现“曝光即转化”增效闭环

■ 平台代投曝光 ■ 品牌自投曝光 — 平台代投CPM — 品牌自投CPM

平台代投 vs 品牌自投
曝光显著提升，CPM成本更低



-50%↓

投放期间
CPM成本降低

+15倍↑

投放期间
CTR效率提升

场景营销知行录2.0

Occasion-based Digital Marketing 2.0



场景营销知行录2.0发布

当算法与人间烟火同频

场景营销便从“精准”走向“预见”，从“满足”走向“创造”



S 心价比
智启未来 促销新篇章

郑秀梅 Sharon Zheng
美团闪购品牌部非食品类负责人



过去2年我们在做什么？

提供便捷的促销工具，让品牌自运营更灵活



0

自建活动占比



0

自建会场占比

运营更下沉，让品牌区域也能自运营



即时零售促销的终极难题



做个促销到底需要多少人才能做明白???

千店千品千面

化繁为简，从人工到智能

AI 智能促销

Smart Promotion

智能化算法决策赋能促销效率提升





产品已上线，能力更强大

01

品牌自投放
极简配置

02

预算智能调配
自动优化低效券

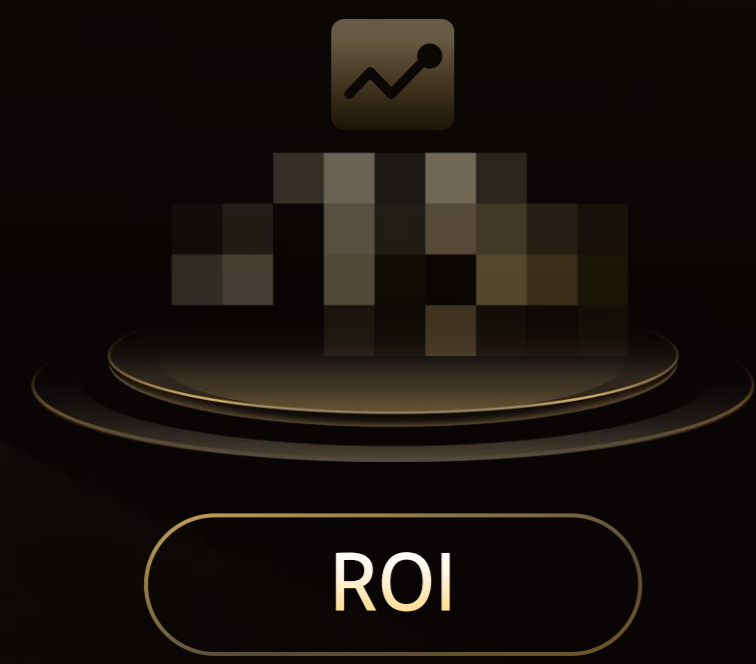
03

互联网级AB实验能力
促销更科学

04

全公司都能用
区域也能用

AI VS 人工



真高效 真增长 | 全品类都有效

- 休食
- 啤酒
- 个护
- 水饮

神价：过去VS未来

“

和现有促销叠加叠叠乐

破价导致价格形象大损伤!!!

和现有促销叠加叠叠乐

商家提报不透明

坑位高不确定性

叠叠乐、价格形象大损伤

大家眼中的神价

破价导致价格形象大损伤!!!

和现有促销叠加叠叠乐

专注爆品生意结构不健康

商家提报不透明

商家提报不透明

”

每日神价

严选好物 · 商品爆发场

神价：极致质价比的单品爆发场域 每日神价

聚焦FMCG

水饮

个护

酒

休食

高质量用户

1亿+

更年轻

更高频

中高端商品

趋势品

品单价 > 20元

做年轻用户的商品严选场



做神价我们是认真的

流量加持

- 站内日曝光
- 站外曝光



闪购首页
神价专区



闪购搜索
神价专区



美团APP
战略通栏



美团
大促弹窗

真补贴

- 补贴
- 打造 个爆品



千人千面

- 千人千面推品
- 智能推荐语



神价 X 策略品引爆

某女护品牌卫生巾

流量涨幅

单品
GMV-YoY

品类排名

神价 X 组合商品提客单

某休食品牌卤辣食品

商品客单价

渠道GMV

智能促销新篇章
你准备好了吗



「体验佳
最好的体验是商品本身

高川 Claire Gao

美团闪购品牌部酒水饮料品类负责人



效率 体系化

渠道

分销效率机制化

营销

品效效率细致化

促销

增长效率智能化

商品力

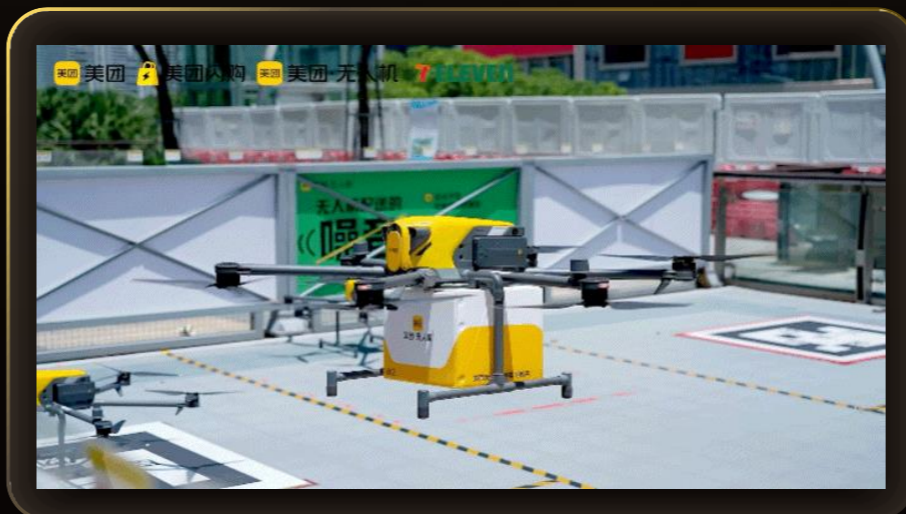
重构带来潜力 效率提升创新

一人愉恬



6万家 组套销售130万

宝藏 homebar



多人聚会

90%新客 10%PRO 15%复购



新品共创



GenZ



夜间



花果味



社交时段



花果香/苦度低

独特外观, 社交货币



8天极速上市



25城市

4千门店



一人仪式感

2.4亿

单身人口

1.5万亿

一人食

40%

独居家庭

65%

单人订单



小容量/便捷喷头设计



微波炉加热即食鲜米饭



火锅底料小分装

已经创造出来的东西比起**有待创造的东西**来说，是微不足道的。

What has been created is insignificant comparing with **what needs to be created**.


—Victor Hugo 维克多·雨果



传统货架

货架上的视觉角逐

Vision Storage Racks



冰镇

鲜打

0糖

短保

线上货架

基于搜索逻辑的货架

标签

热点

推荐

品牌

商品

用户

美团 创新口味形式 美团闪购
柠檬、百香果、咖啡

便携早C晚A
咖啡液 酒精

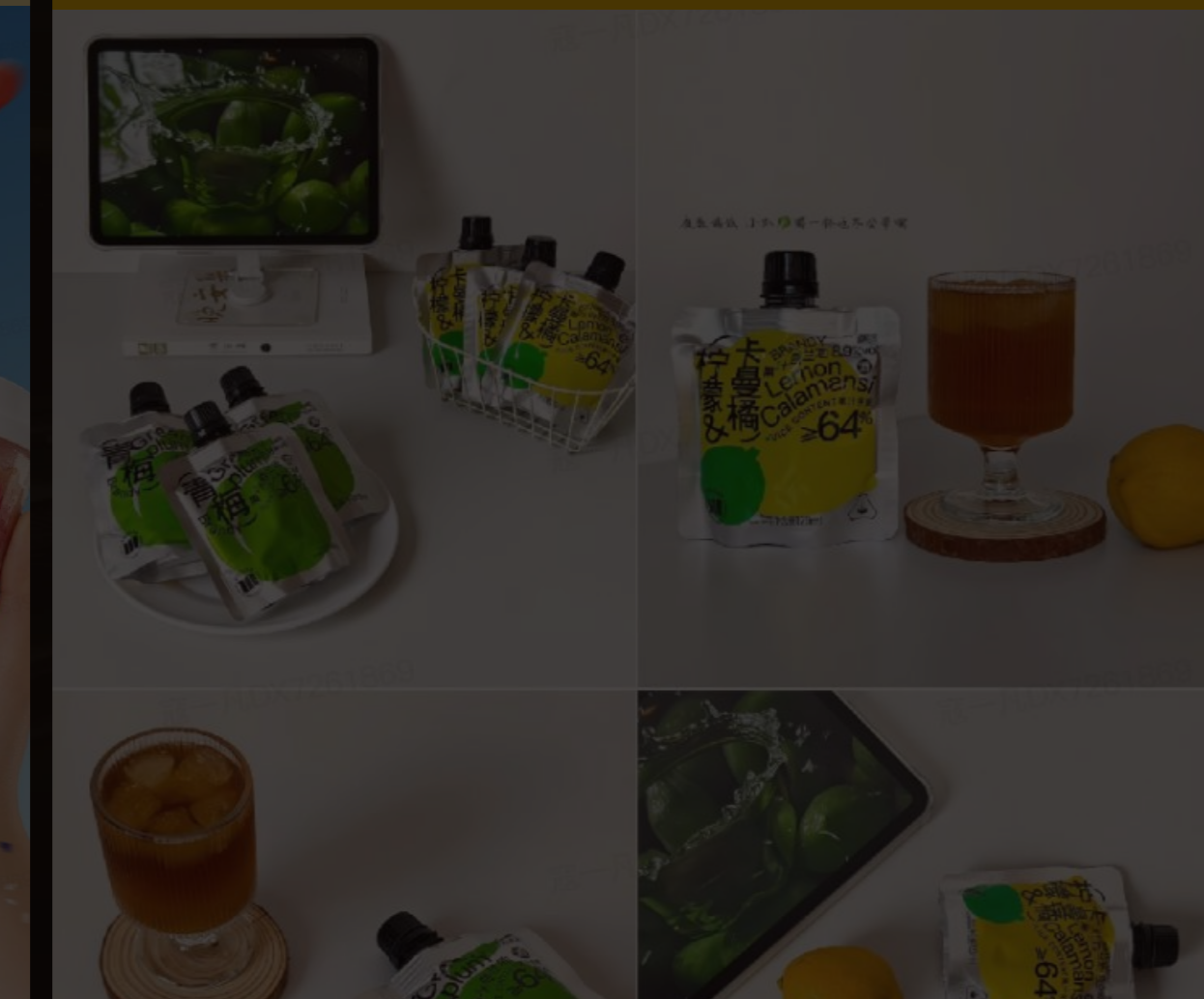
小瓶装 无负担

配料干净 肉眼可见
解馋无负担

极致一人食

丰富口味

对新体验 SAY
效率带来好的商品设计



产品创新

生态合作

供应链升级

嘉士伯

共创下一代饮酒新体验



精致餐饮



大众餐饮

量子通道

动销存全链路

我知道我的广告费有一半是浪费的，但我**不知道浪费的是哪一半。**

I know that half of what I spend on advertising is wasted, **but I do not know which half.**

—John Wanamaker 约翰·沃纳梅克



万物生 · 未来新纪元

刘煜宇 Tim Liu

美团闪购品牌业务部总经理



FAST 2.0+ 品牌经营模型产品全景图

买得到 Findability

-  智慧分销2.0
-  D-RTM智策中心
-  闪耀门店2.0
-  量子通道

想得到 Awareness

-  全域营销
-  全生态人群标签
-  品牌力指数
-  闪耀街区

心价比 Superior Value

-  AI智能促销
-  神价

体验佳 Tailored Experience

-  商品定制
-  餐零打通
-  校园MetaLab



One More Thing

HELLO, WORLD
I'M 闪闪
JARVIS



交朋友，不赚钱

9月10日 全面公测



L'ORÉAL
PARIS
巴黎欧莱雅



Carlsberg
China



亿滋
Mondelēz
INTERNATIONAL
SNACKING MADE RIGHT



Kimberly-Clark
金佰利



RIO



MARS WRIGLEY
玛氏箭牌



FAST 2.0+ 品牌经营模型产品全景图

买得到 Findability

- 智慧分销2.0
- D-RTM智策中心
- 闪耀门店2.0
- 量子通道

想得到 Awareness

- 全域营销
- 全生态人群标签
- 品牌力指数
- 闪耀街区

心价比 Superior Value

- AI智能促销
- 神价

体验佳 Tailored Experience

- 商品定制
- 餐零打通
- 校园MetaLab

闪闪JARVIS

Salute, 下个顶峰再见!

未来已来，将至已至

The future is HERE

The future is NOW

进化·万物生 | 新时代的商品力革新