阿里妈妈 出品

联合冠名 | UWANT 友望 T-FLASH 同诗

618家享生活行业100策

VOL.38

AI提效人货场助力品牌精细化运营

阿里妈妈家享生活行业总经理 姚晴

当下家享生活市场存量博弈加剧，流量入口拓宽带动的新客人群涌入，已经成为行业增长的核心动力。过去一年，我们看到行业商家品效投入双提升，降本增效成效显著，投放结构也朝着更智能、更精准、更全面的方向迭代。

接下来，建议大家紧抓即时零售+ AI+淘宝88VIP大会员等平台新活力，加大投放进一步挖掘品牌经营机会，以精细化运营在存量市场跑出确定性增长。

阿里妈妈家享生活行业群总 师哲

在AI大幅提升营销推广效率，全面赋能生意经营的当下，今年家享生活行业商家的核心打法，可围绕“AI提效人货场助力品牌精细化运营”展开。

人群端，用达摩盘AI识人打破传统标签局限，帮助商家圈选外围人群拓增量，同时结合结合效果推广工具，主动出击抢下消费决策先机，实现品类需求人群即时转化；货品端，AI归因拆解大单品打爆路径、以更贴合消费场景/路径的关键词帮助商家个性化圈人，助力新品突围，中小商家也能靠AI识别潜力货盘，拿下第二梯队货品增量；场域端，利用AIGC能力帮助商家制作更符合电商属性的素材，保障后链路ROI，以优质内容拓展潜客，效果智能工具跟进转化。

一篇看懂

#行业趋势洞察
家享行业步入存量精耕时代，市场、平台、营销三大趋势清晰可循

#618指南
AI全域赋能人群、新品、全域、闪购四大场景，阿里妈妈提供一站式经营解决方案

#标杆案例
AI人货场策略落地，家享商家营销新打法

引言*

2026年618大促即将启幕，家享生活行业迈入存量精细化运营新阶段。家装存量博弈加剧、家电全屋智能渗透、消费需求分层细分，从线下到线上、从单一场景到全屋生态、从流量抢夺到精准运营，行业增长逻辑全面重构，传统粗放式运营已无法支撑生意突破。

在这场AI引领的行业迭代中，阿里妈妈重磅推出《618家享生活行业100策》，深度拆解行业趋势变革、AI全场景经营方案与营销实战策略，以「AI万相」提效人货场，为家享商家提供一套从看懂趋势→落地实操→锁定增长的完整指南，助力品牌实现精细化运营，稳赢618大促，挖掘生意长期增长新动能。

PART 01

家享行业焕新变革
AI重构存量增长新逻辑

家享生活行业市场告别野蛮生长，进入存量博弈与精耕细作的生意新阶段。市场端需求分层、家装智能化、家电套购化、需求场景化成为核心主线，平台端淘宝闪购与淘宝大会员双轮驱动释放增长势能，营销端阿里妈妈「AI万相」全面渗透提效，从洞察、产品到资源全线升级。

AI不再是辅助工具，而是支撑家享生意降本提效、精准破圈、穿越周期的确定性增长底座。三大趋势共振，为品牌指明618增长方向。

*市场趋势洞察

家享生活行业趋势洞察

市场趋势快速迭代，存量博弈加剧，抓住趋势增长赛道抢占增量先机。

趋势1 从野蛮生长到存量精细化博弈的生意2.0阶段

- 家装行业五年复合增长率2.9%
- 非新房改造占比自20年至25年提升12.29PT

趋势2 从线下传统销售到结构性增长驱动的新竞争业态

- 趋势渠道场景（整装、新零售）生意增长超20%
- 智能化深度达35%，相关品类arpu增长18%

家享人群趋势洞察

整个家享行业人群消费呈现出三个明显的趋势：需求细分化、情感化、轻量化。行业商家的增长机会就在场景化服务×情绪化满足×智能化工具这三个交集中。商家需要提前布局AI导购、明晰产品卖点、一站式解决方案输出，在618抓住这批“既要省心又要品质”的高营销价值消费人群。

趋势1 场景需求变迁

全屋定制相关内容曝光量已经突破60亿次，说明消费人群不再满足于买单品，而是追求“省心一体”的解决方案。“省心服务”相关需求增长非常快，比如整装、局改、适老改造。商家可以围绕“居住功能细分”和“情绪服务”来设计产品组合，比如“阳台改造包”“儿童房成长组套”。

趋势2 消费人群TA决策变化

正因为局改需求成为消费人群在家享行业成交的核心驱动力，所以消费人群更加广泛了，不再是属性特征的购买人群。TA不只是标签打成什么，更应该要理解每一个用户购买的底层需求是什么，因此，对于商家而言，也要更加明晰自己的货品定位，针对性卖点输出才能让消费人群买单。
比如：

- 家居消费人群中有88%刚需驱动背后有着69%的悦己动机正在觉醒，他们需要“功能底座+情绪价值”；
- 小家电消费人群期待有产品可以帮他们真正解决家务痛点，换回对时间的支配，把小家电从一个家务工具转化为“情绪/能量补给站”。

趋势3 技术驱动变革

消费人群对AI工具的接受度也非常高。数据显示，使用AI工具辅助消费决策的人群占比从27%提升到了37%，决策周期因此缩短了11天。这意味着，商家如果能提前用AI触达、用AIGC生成沉浸式设计方案，就能更快锁定目标客群，并加速决策转化。

家电行业趋势变化

全屋智能、组合购买趋势下，家享核心消费人群价值进一步凸显。

趋势1 家享生活全屋智能成为趋势 智能场景下货品成交高速增长

趋势2 装修套购人群 客单高，成交贡献更显著

*平台趋势洞察

「大消费时代」流量新红利+会员焕活力双轮驱动 挖掘品牌更多增长势能

淘宝闪购
即时零售与电商的深度融合，直接转化为淘宝闪购的成交增量

淘宝大会员
大会员体系展现出强大的商业驱动，成为品牌增长新引擎

*营销趋势洞察

2026年AI就在现在，为商家生意增速加码

阿里妈妈以LMA-3大模型+实时数据+全域场景，构建超级经营智能体引擎「AI万相」，由万相智识、万相智品、万相智造、万相智投四大Agent协同作业，助力商家实现从意图识别到交易转化的全链路智能。

洞察升级

- AI识人理解每次消费决策
- 趋势赛道挖掘及突围
- 货品全生命周期跨跃
- 货品购买决策根因分析

营销增长计划 → 客户&场域全面拓宽

产品升级

- 货品全站推广-AI效果智达
- 关键词推广-AI选词省90%手动操作
- 达摩盘-AI圈人/语义圈人
- 万相营造-AIGC创意策略及生成

核心BP激励 → 随单+年度多重返哺

资源升级

- 新增ND页-确定性人群转化
- 新增闪购链路资源位
- 淘外种草淘内搜索联动
- 淘外资源

大促品牌广告激励 → 拓展全年激励

AI智能经营提效生意成长

阿里妈妈万相台AI无界全链路场景经营布局，AI成为“超级经营合伙人”

万相台AI无界
助力商家在“人、货、词、内容”四大核心场景全面爆发，投放的货品同比增长超双位数

AI发券
AI‘智惠引擎’试点发券使转化率提升15%，实现更精准补贴

AI工具
AIGC助力商家节省成本超35亿，AI小万助力商家ROI增长超40%

AI导购应用
AI万能搜、AI帮我挑、拍立淘、AI清单、AI试衣、AI Summary

家享生活行业经营优化，激活生意增长动能

1. 人货场全面迭代，关注趋势变化挖掘生意机会

人：高营销价值人群贡献持续增长人群竞争越发激烈

货：持续孵化家享大单品趋势加码货品快速打爆

场：多场域综合运营成为趋势全面经营挖掘增长

2. 新机会，新趋势，紧跟平台方向，挖掘生意增长动能

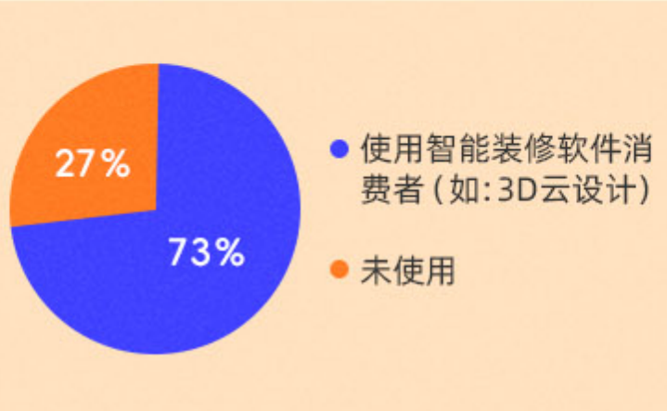
- 2026家享核心方向10大场景空间，焕新/养育/生活方式空间场景消费成趋势

沉浸式客厅	疗愈型卧室	智能卫浴	
生态阳台	科技餐厨	人宠共居	世代共聚
极致收纳	居家办公	新中式设计	

- AI×家享：从决策到落地全方位渗透提效

智能工具赋能装修提效

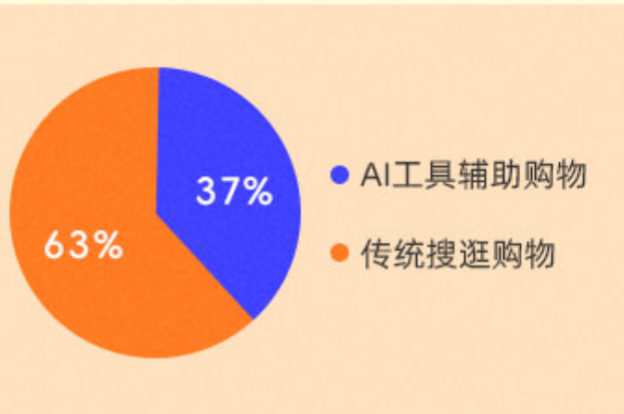
装修智能化软件渗透情况变化趋势



AI引导消费摇摆决策点成为关键流量增长机会

AI工具介入消费决策趋势变化

- 装修场景生成式AI问答入口市场：占比＞5*%
- 装修相关传统搜索引擎预估下降：YOY下降2*%
- 家电货品相关决策链路AI渗透率：占比约60%



家享行业618政策

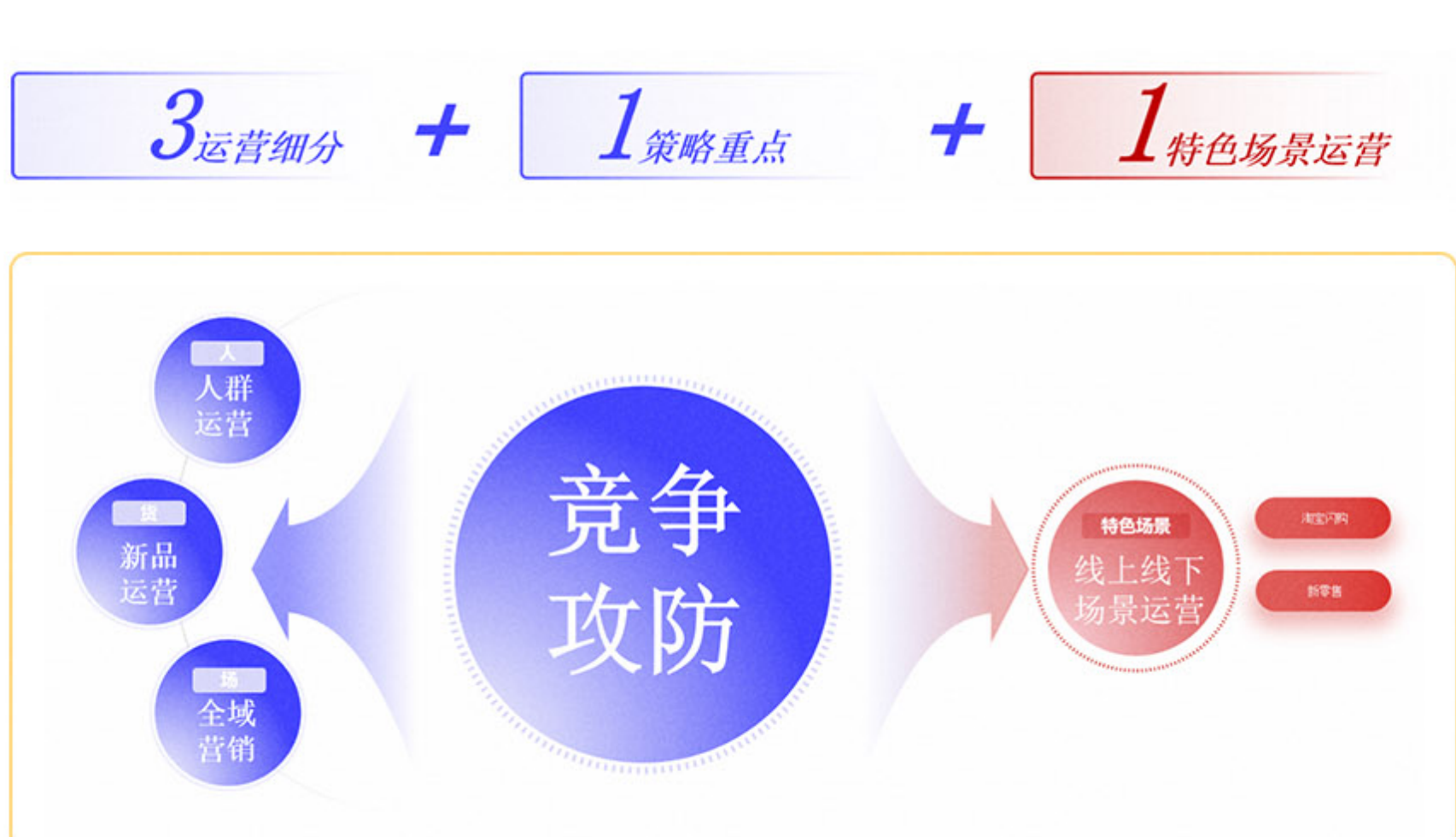
今年是史无前例的多重扶持政策层层加码，阿里妈妈务必让家享行业商家朋友们越投越划算，每一分投入都带来超值回报！

- **第一重：** 各个推广的单产品政策，括随单返+增量返+早鸟返+新客政策等，单资源最高返达55%；
- **第二重：** 产品组合政策(品牌新力WIN)，拥有”一搜即现“、”竞争击穿“两大稀缺产品合作资格优选、WIN人群策略使用权益；
- **第三重：** 针对超级品牌专区商家，可叠加超级品牌专区加码返政策，投放达到增量目标，即可返无界红包，详情可咨询相应的顾问小二；
- **第四重：** 一本账营销增长计划，商家报名并充值本季度的一本账预算目标，立即获得最高6%的效果红包；
- **第五重：** 家享行业加码政策激励，包括系列挑战赛加码权益、分行业会场及超单坑位、搭配购资格、趋势品认证、平台加补券等。

PART 02

AI全域场景破局
人货场一体化激活家享增长势能

针对家享行业商家“人群精准运营、新品长效突围、全域流量拓新、闪购增量挖掘”的核心需求，阿里妈妈以“AI万相，智赢618”为核心，打造全场景营销解决方案，以白盒人群运营、新品竞争打法、全域种收协同、闪购场景加码，打通从种草到成交、淘外到淘内、拉新到复购的经营闭环，助力家享品牌精准提效、全域增长。


3运营细分 + 1策略重点 + 1特色场景运营
人 人群运营
货 新品运营
场 全域营销
竞争攻防
特色场景 线上线下场景运营

*人-家享生活人群运营

点击展开 >

【白盒人群】高效经营

全域投放组合配合优质人群长周期运营，提升经营效率与确定性

如何定义"高效经营"？

找正确的人	找更多的人	找优质的人
营销投放触达画像与已购人群不偏离	商家可以触达更多的品牌兴趣新客人群	针对88VIP、家享策略人群持续渗透
品牌新客人群TA浓度	无界新客人群消耗金额	高营销价值TA渗透率

白盒人群运营策略及效果

（以家装-床上用品某头部品牌为例）

策略

白盒定点：品牌广告白盒圈人精准触达

（关注指标：人群标签重合度）

- 除品牌人群外，品牌会根据类目特点圈定「装修人群、礼赠人群、学生党」等潜客。
- 确保白盒人包人群画像精准度，即L4-L5人群占65%+，核心策略人群占60%+。

算法放量：品效联投打开新客人群投放瓶

（关注指标：品牌流量助推-Uplift）

- 多合约资源协同+AI智能投放，实现新客人群渗透、搜索卡位、效果转化三位一体。
- 确保合约投放占比不低于10%，合约推广触达人群与效果推广人群重合度控制在40%左右。

追加频次：长周期高频蓄水触达促转

（关注指标：序列化人群CVR）

- 加强日销投放，合约推广在更多节点及品类覆盖，以双11为例，8-9月日销蓄水，大促强势转化，12月针对大促期未转化人群再营销。

效果

类目&高营销价值TA强渗透

1.X倍	+1Xpt
品牌类目人群渗透率vs同行业品牌	品牌88VIP人群渗透率同比

用更低成本获取更多新客人群

5.X%	+5X%
D11首波无界投放成本降低	25年下半年无界新客人群消耗同比

实现推广-生意增长闭环

近3成	TOP1
投放蓄水对大促生意贡献	所在类目生意排名

【白盒人群】增量探索

一"纵"一"横"，共同构成品牌在存量时代稳增长、拓边界的双引擎

纵向深耕：如何让单客"买更好"

（高营销价值人群）

- 以"88VIP人群、家享H3-H5策略人群"为锚点，聚焦平台已验证的高LTV用户。

横向破圈：如何让"更多人"购买

（品牌破圈人群）

- 根据"品牌人群兴趣迁移"为锚点，从"买什么"到"喜欢什么"

纵向深耕：如何实现高营销价值人群渗透

88VIP

25年3C家享行业88VIP人群成交金额贡献近50%，同时，88VIP人群对3C家享生活各行业的成交贡献仍在提升。

家享策略H3-H5人群

区别于基于全行业通用的L消费力分层，家享策略H3-H5人群更符合家享消费人群的消费观，能帮助商家找到变局中的确定性。

在高营销价值人群渗透过程中，商家需注意：

- 在相对固定的人群上，更多商家出价展示，导致高营销价值用户的品牌展示被大幅分摊。
- 行业商家面对的不仅是家享生活品类的人群竞争，而包括更多如快消、运动等行业，因此在大促周期里若仅以效果推广去触达并转化高营销价值用户，整体投放效率反而将下滑。因为效果推广以成交引导为目标，在距离更远的高营销价值用户会减少放量，在高意向人群中引导进店，进店量有提升但ppc成本相对行业处于较高水位，看后链路引导成交金额或ROI也同步受限。
- 行业商家想实现确定性获客需要拓展营销周期，全年长周期运营，配合外投与淘内如品牌特秀等确定性的资源提效。除此之外，商家也需要结合AI识人洞察用户消费驱动因，在货品侧针对性的做卖点及权益匹配，这样才能实现高营销价值人群的渗透与转化。
- 在整个运营过程中，商家需持续关注高营销价值人群点击率、收加率，判断是否需要调整素材内容，通过品牌对高营销价值人群渗透率的变化、高营销价值人群成交金额增速等判断运营效率。

横向破圈：如何助力品牌人群破圈"

商家可结合平台NEXUS方法论、AI圈人/识人能力等，帮助品牌挖掘破圈方向，并产出定制化人包（方法论合作详情可咨询相应的顾问小二）。

STEP1：品牌人群兴趣挖掘

- 关联购买洞察
- 类目摇摆洞察
- 场景需求洞察

STEP2：散点人群再聚类

- 场景需求人群
- 跨类目人群3
- 跨类目人群2
- 跨类目人群1
- 类目延伸人群

STEP3：长周期序列运营

- 日销种草，大促转化
- 持续回流再营销：
  UD内容→
  UD品牌→
  万相台AI无界→
  淘内品牌广告

家享行业定制人群

海量白盒人群标签赋能商家多场景自主营销

垂直场景人群

套购人群

- 前装阶段套购人群
- 后装阶段套购人群

国补人群

- 国补资格人群
- 国补易感人群

睡眠人群

- 青春潮睡客
- 舒适宅家族
- 星野梦旅师
- 暖心护眠者
- 品质美梦人
- 办公躺平家
- 智睡生活迷

智能AI人群

- 智能AI尝鲜极客
- 全屋智能博学创客
- 卫浴智能当家主母
- 清洁智能都会雅仕
- 居家智能自在安宅
- 智能厨房风尚食家

家享生活策略人群

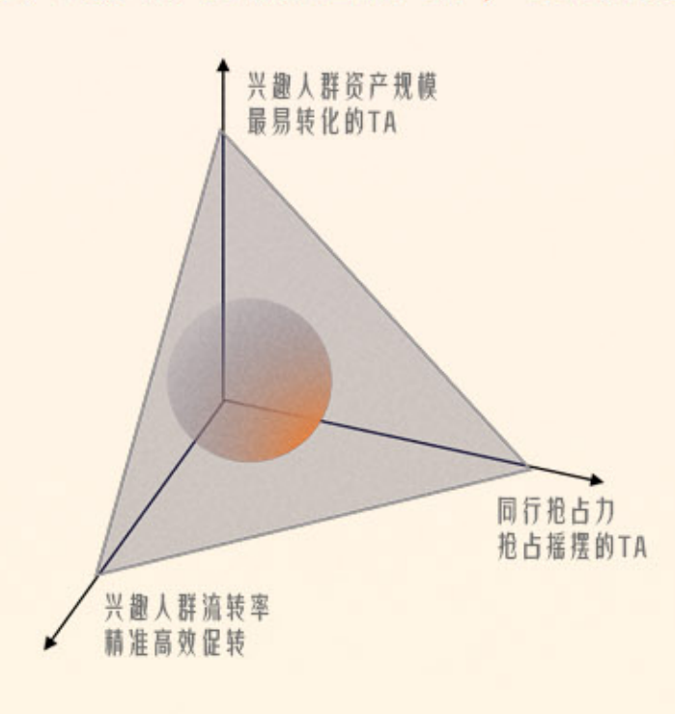
基于"H消费力x人生阶段"，发布全新策略人群

新手简居	小镇乐活	都市悦己	小家初建
家有萌娃	家有学生	熟年松弛	安享银龄

货-家享生活新品运营

点击展开＞

动态竞争格局+消费人群购前旅程解析，帮助品牌清晰做好攻防投资策略



即时转化+人货交易 → 运营短期指标：GMV/E2P资产增长/竞争胜率提升

即时转化+人货交易 → 运营方向：以新品成交为目标，找人、抢占、提升流转

- **找到最易转化的TA：**精准找到摇摆资产→围绕用户动线，通过海量精准的人群标签锁定最易转化的TA，让TA可洞察、可触达，TA数据可沉淀。
- **抢占购前摇摆人群：**快速抢占摇摆TA→动态竞争监测锁定真实同行业品牌，通过决策卡位、场域抢占、卖点强化全方位抢占摇摆TA，高效转化。
- **促进兴趣人群向下流转：**高效刺激全链路转化→精准使用促转投放产品，从素材制作、计划放量、ROI优化全链路进行提效优化，最大化刺激转化。

前瞻锚定新品竞争打法，一站式解决洞察-投放

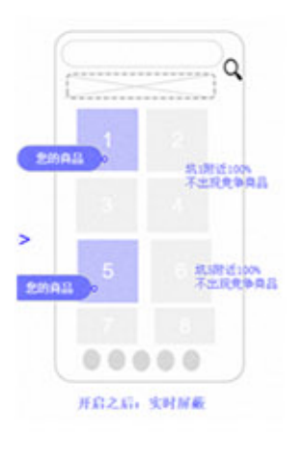
MAP全景敏捷竞争

Session消费人群购前旅程

竞争制胜产品矩阵，助攻新品上市快速突围

一搜即现

品牌特秀-竞争突围



NEW！竞争击穿

万相台AI无界

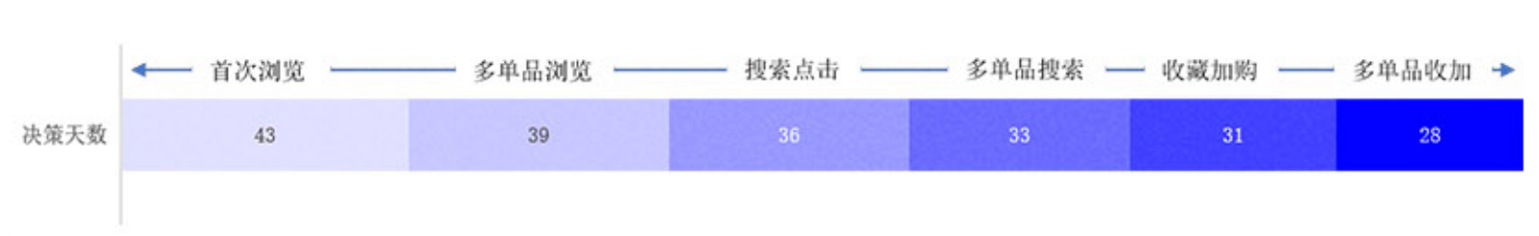
相似品跟投

竞店人群拉新

节奏路径-43天超长决策，Session真实还原决策旅程，为上新做好人×场配合

手机决策周期长&50%以上时间在比较

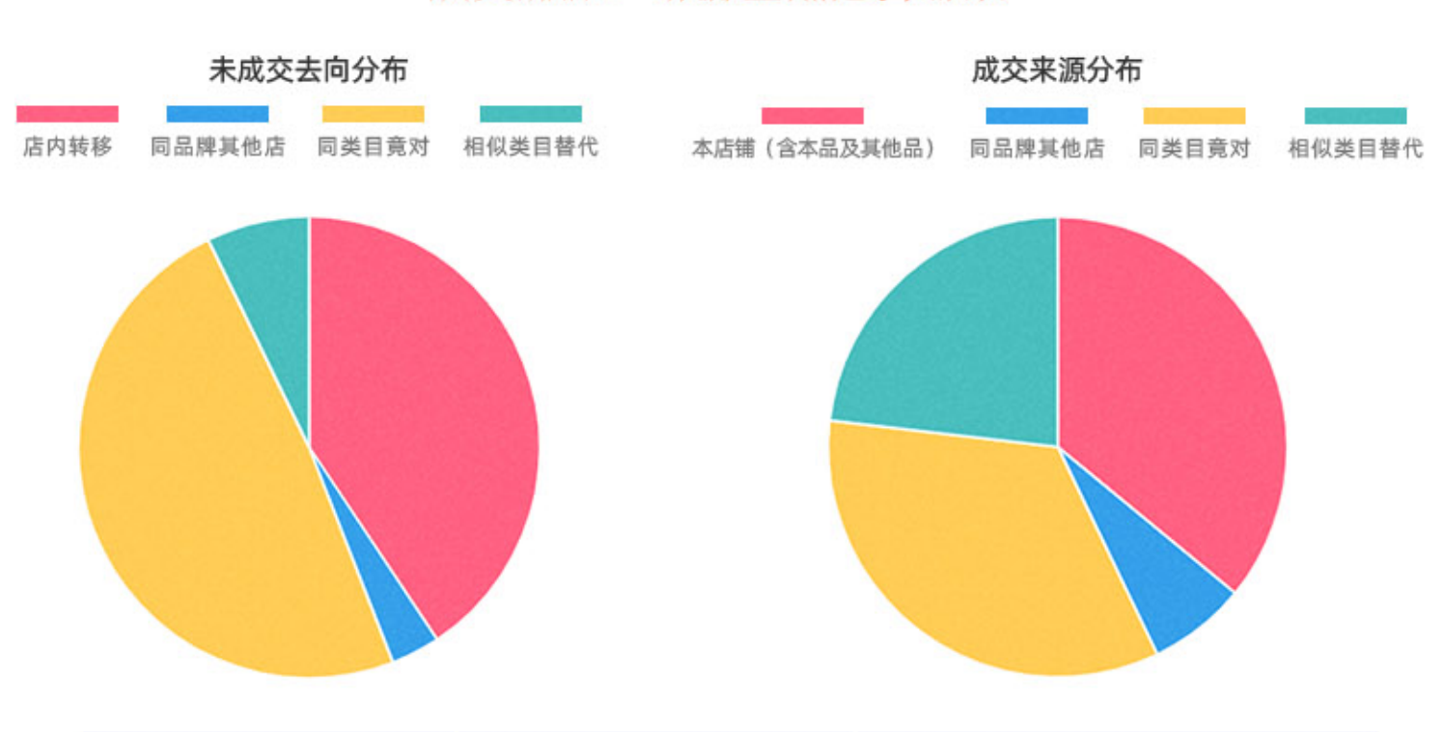
「前置起跑」+「科学布局」至关重要

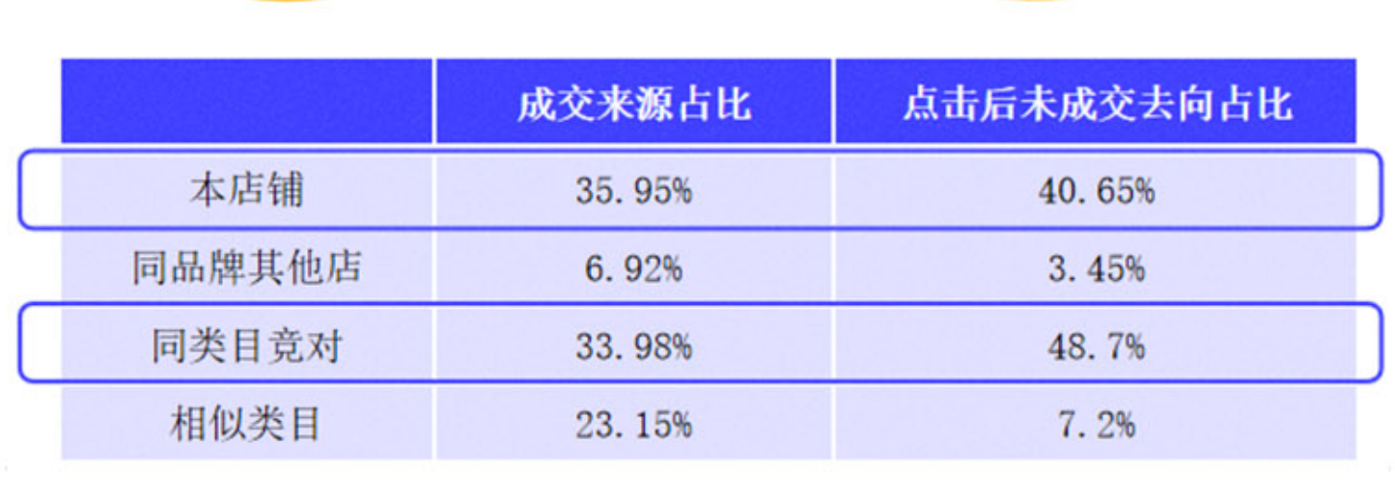


Session购前决策渠道导向

真实还原消费人群决策期旅程，为上新做好人群×资源组合建议

成交溯源：明确重点运营场景





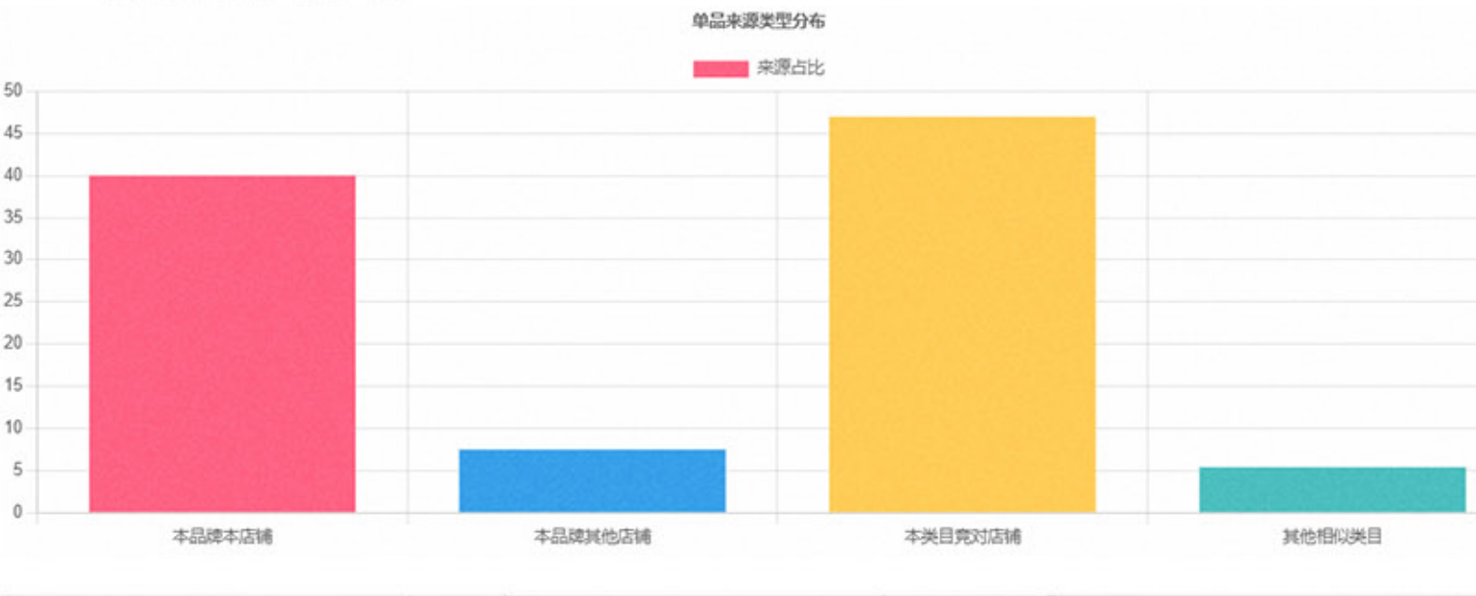
	成交来源占比	点击后未成交去向占比
本店铺	35.95%	40.65%
同品牌其他店	6.92%	3.45%
同类目竞对	33.98%	48.7%
相似类目	23.15%	7.2%

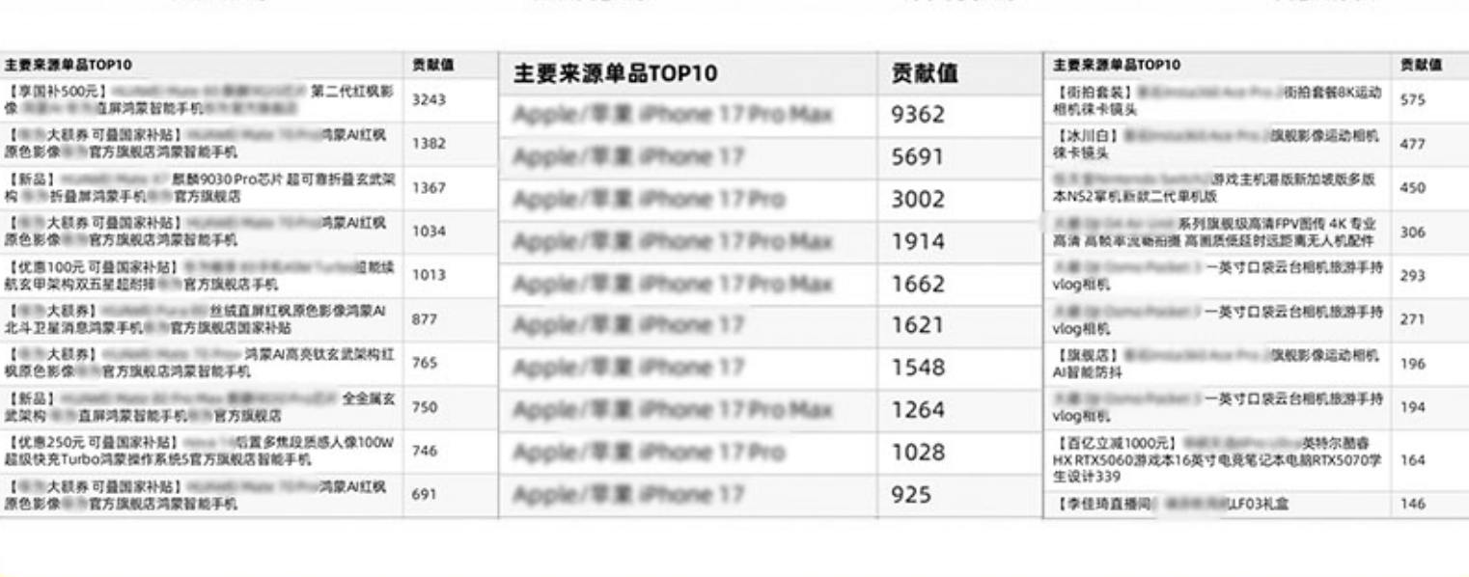
场景×渠道：明确渠道组合策略

- **渠道×来源定位：**明确不同来源下各个渠道的贡献，针对性定制「本店流转」/「同行抢占」。
- **渠道角色价值定位：**明确不同渠道在成交链路中的定位，帮助品牌更好排兵布阵。

场景×单品：明确竞争拉新机会

- **单品来源分析：**明确成交用户来自于哪些单品，帮助品牌定向做好竞争策略。





主要来源单品TOP10	贡献值
【享国补500元】[redacted] 第二代红枫影像[redacted]直屏鸿蒙智能手机[redacted]	3243
【[redacted]大额券 可叠国家补贴】[redacted]鸿蒙AI红枫原色影像[redacted]官方旗舰店鸿蒙智能手机	1382
【新品】[redacted] 麒麟9030 Pro芯片 超可靠折叠玄武架构 [redacted]折叠屏鸿蒙手机[redacted]官方旗舰店	1367
【[redacted]大额券 可叠国家补贴】[redacted]鸿蒙AI红枫原色影像[redacted]官方旗舰店鸿蒙智能手机	1034
【优惠100元 可叠国家补贴】[redacted]超能续航玄甲架构双五星超耐摔[redacted]官方旗舰店手机	1013
【[redacted]大额券】[redacted]丝绒直屏红枫原色影像鸿蒙AI北斗卫星消息鸿蒙手机[redacted]官方旗舰店国家补贴	877
【[redacted]大额券】[redacted]鸿蒙AI高亮钛玄武架构红枫原色影像[redacted]官方旗舰店鸿蒙智能手机	765
【新品】[redacted] 全金属玄武架构[redacted]直屏鸿蒙智能手机[redacted]官方旗舰店	750
【优惠250元 可叠国家补贴】[redacted]后置多焦段质感人像100W超级快充Turbo鸿蒙操作系统5官方旗舰店智能手机	746
【[redacted]大额券 可叠国家补贴】[redacted]鸿蒙AI红枫原色影像[redacted]官方旗舰店鸿蒙智能手机	691

主要来源单品TOP10	贡献值
Apple/[redacted] iPhone 17 Pro Max	9362
Apple/[redacted] iPhone 17	5691
Apple/[redacted] iPhone 17 Pro	3002
Apple/[redacted] iPhone 17 Pro Max	1914
Apple/[redacted] iPhone 17 Pro Max	1662
Apple/[redacted] iPhone 17	1621
Apple/[redacted] iPhone 17	1548
Apple/[redacted] iPhone 17 Pro Max	1264
Apple/[redacted] iPhone 17 Pro	1028
Apple/[redacted] iPhone 17	925

主要来源单品TOP10	贡献值
【街拍套装】[redacted]街拍套餐8K运动相机徕卡镜头	575
【冰川白】[redacted]旗舰影像运动相机徕卡镜头	477
[redacted]游戏主机港版新加坡版多版本NS2掌机新款二代单机版	450
[redacted]系列旗舰级高清FPV图传 4K 专业高清 高帧率攻略拍摄 高画质低延时远距离无人机配件	306
[redacted]一英寸口袋云台相机旅游手持vlog相机	293
[redacted]一英寸口袋云台相机旅游手持vlog相机	271
【旗舰店】[redacted]旗舰影像运动相机AI智能防抖	196
[redacted]一英寸口袋云台相机旅游手持vlog相机	194
【百亿立减1000元】[redacted]英特尔酷睿HX RTX5060游戏本16英寸电竞笔记本电脑RTX5070学生设计339	164
【李佳琦直播间】[redacted]LF03礼盒	146

场-家享生活全域营销

点击展开＞

家享行业内外全域营销成为趋势，流量与生意增量的下一个锚点

2025淘宝成为全域大消费平台

场景红利突出　淘宝流量升级

（机会）

平台人群崭新活力

高频消费激发生意增量　即时零售带动流量新供给

（趋势）

淘内+淘外全域营销

淘内外资源进一步开放融合，多渠道吸引流量，加速实现人群种草、拉新与转化

Uni Desk成为行业投资趋势

越来越多的家享行业商家选择外投渠道

+19X%	+9X%	+2X%
家享行业 （外投商家数增幅）	**大家电/家居行业** （Uni Desk消耗增长）	**家居行业** （UD效果消耗增长）

内外种草成为营销倾向

效果推广从"传统搜推"向"内容营销"倾斜并关联生意快速增长

+14X%	+4X%	+5X%
家享行业 （内容推广流量增长）	**家享行业内容渠道** （关联成交增速）	**家享商家** （淘宝种草消耗增长）

平台大力加持的行业反哺

阿里妈妈×行业资源加码，平台助推

新老客返货政策

素材补贴加码

创新产品激励

内外全域营销，为商家激发多元价值

营销价值

增长天花板突破

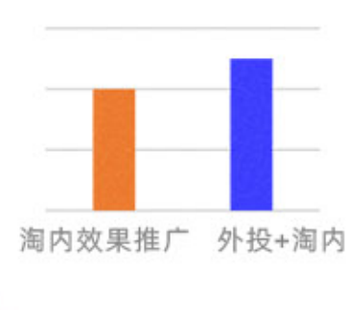
淘外全域流量拓新无边界

CPUV降低**1X%**
更低曝光成本

ROI+**2X%**
更高转化效果

人群资产增值

人群资产流转与复利再营销



种草人群沉淀数银
达摩盘支持复投
人群支持looklike

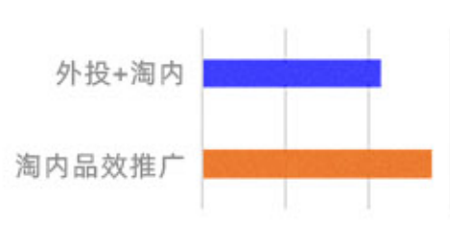
品牌营销价值放大

品牌声量快速打爆

ATV（平均交易价值）
长周期品牌心智
品牌竞争力

全链路提效降本

淘内外序列化投放提效



2X%
商家转化UV
成本降低

适配丰富营销场景

大促周期

大促蓄水丨流量突破丨同行业品牌突围

日常经营

外种内收丨长效拉新

货品营销

新品上新丨潜品打爆

品牌营销

品牌活动丨明星事件

闪购场景-开拓行业经营新增量商业化边界再拓宽

闪购人群价值

闪购咖啡人群×咖啡场景类目

老客覆盖**300万+**　精准潜客**4000万+**

米面粮油人群×厨房场景类目

老客覆盖**5000万+**　精准潜客**1.3亿+**

大促限量资源+服务抢占增量新渠道

商家TA：大促周期头部商家；目标借助闪购渠道挖掘增量生意和新人群机会

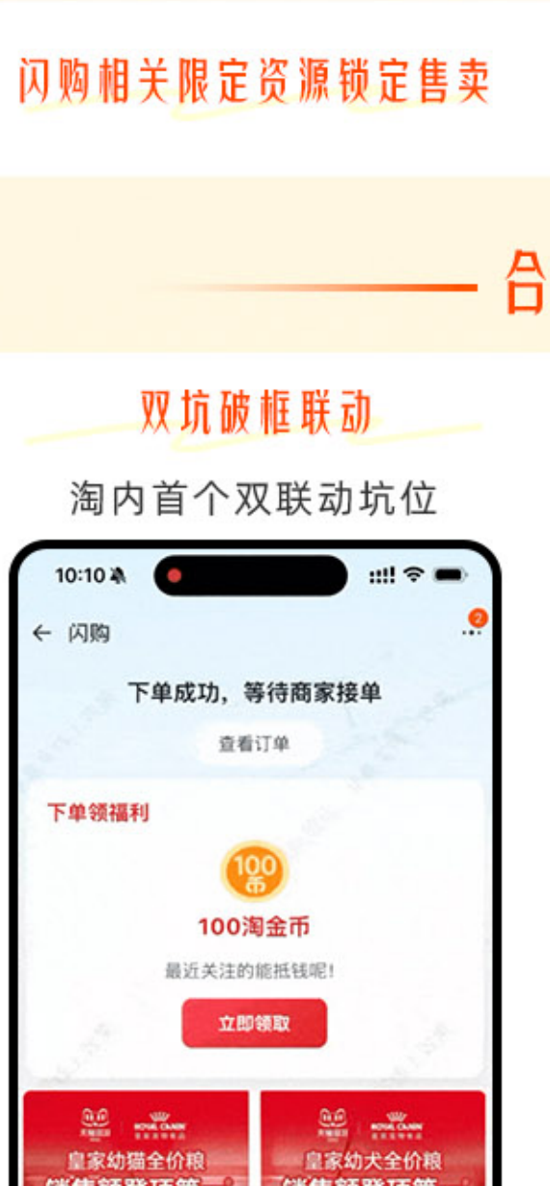
闪购相关限定资源锁定售卖

闪购相关人群限额服务

合作点位展示

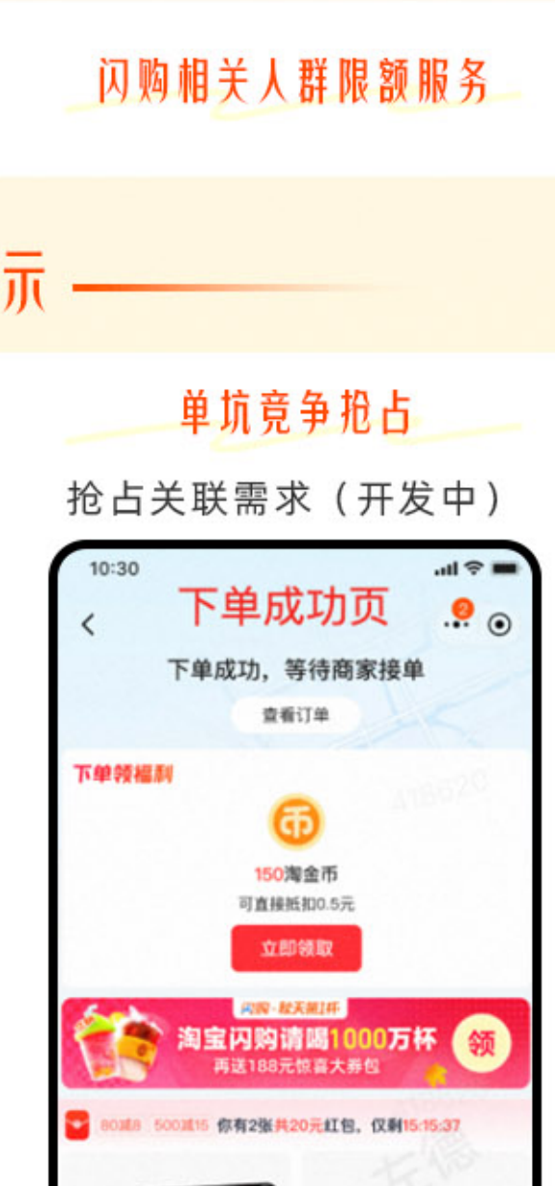
双坑破框联动

淘内首个双联动坑位



单坑竞争抢占

抢占关联需求（开发中）



分场景千万级精准新客人群

- 闪购场景人群服
- 一搜即现：即时兴趣人群捕捉
- TOP/品牌特秀：高营销价值人群渗透

PART 03

AI人货场策略落地
家享商家营销新打法

T-FLASH
同诗

AI驱动种草-转化全链路，高效拉新无忧投放

冲牙器单品月GMV	冲牙器店铺排名
350万元	TOP3

货品全站推广ROI
≥6.7

T-FLASH
同诗 | 早晚都在一起
99.99% UV 灭菌
同诗O5小太阳
便携杀菌冲牙器
T-FLASH O5 LITTLE SUN PORTABLE STERILIZATION ORAL IRRIGATOR
早晚都会在一起

投放背景

作为秉持“科技赋能生活”理念的新锐个护品牌，T-FLASH同诗在高速成长中面临人群营销不精准导致的资源浪费，以及种草与转化链路割裂的实操难题。为实现618“智赢增长”，品牌亟需借助阿里妈妈AI全域经营能力，打通从种草到转化的全链路，通过精细化人群运营实现精准高效的投放闭环。

高光打法

- **Step1：Uni Desk全域种草，内容场锁定高潜人群**
利用Uni Desk打通淘外内容场，结合视频与图文形式进行高密度种草，提前锁定个护高潜人群。
- **Step2：达摩盘AI识人追投，大幅提升转化效率**
摒弃传统盲投，利用达摩盘的搜索框选与“人群运营”场景，AI精准圈选意向人群进行追投，大幅提升拉新与转化效率。
- **Step3：万相台AI无界智能投放，最大化沉淀转化意向**
大促期间同步启用万相台AI无界的货品全站推广，最大程度沉淀转化意向，以智能化操作降低门槛，实现GMV与ROI的双重提升。

UWANT
友望

AI一键生成创意素材，精细化运营白盒人群

Q1季度业绩增长	除螨仪销售
50%	TOP1

投放背景

UWANT友望专注于清洁电器赛道，从成立到现在稳步发展，增长快速。 但存量市场竞争加剧，传统投放拉新效率低，人群精准度不够，全域资源分散导致品效协同性弱，人群蓄水与转化衔接断层。品牌希望携手阿里妈妈产品矩阵，通过全域数据统一管理与AI技术深度应用，实现拉新种草精准化、素材产出高效化，兼顾品牌曝光与GMV同步增长。

高光打法

- **Step1：AI全域圈人，分层精准运营**
依托达摩盘AI圈人工具，精准圈选高营销价值、高流失及宠物偏好等特定人群， 同步至万相台AI无界与Uni Desk投放。针对不同层级用户制定专属权益策略（如专属券、优先购），有效提升复购率增长30%，实现拉新效率最大化。
- **Step2：AIGC批量生材，全域内容破圈**
借助阿里妈妈AIGC一键生成图文、视频及脚本素材，统一支撑站内信息流与站外内容场投放。结合超级直播“短直联动”高效种草,大幅降低素材生产成本，实现内容破圈与GMV双增长。
- **Step3：品牌效果联动，抢占大促核心资源**
通过阿里妈妈百灵与一搜即现、Topview联动品牌特秀，抢占大促核心流量入口。针对500元价格带市场空缺，以特有集尘卖点切入，借助万相台AI无界进行多渠道蓄水与放量。结合百亿补贴新玩法进行价格调整与转化，快速打入市场TOP，成功弥补价格布局空缺。

结语*

数智赋能提效，精耕成就增长。618大促之际，家享生活行业依托阿里妈妈「AI万相」完成从存量博弈到精耕细作、从单一场景到全屋生态、从流量抢夺到心智运营、从线下传统到全域融合的关键跨越。

从家装家电的趋势迭代，到AI万相的全域赋能；从白盒人群的精准深耕，到新品竞争的高效突围；从全域场景的协同提效，到闪购新零售的增量开拓；从平台政策的强力加持，到大促节奏的科学布局——真正的增长，属于读懂趋势、善用AI、深耕精细化运营的家享品牌。以趋势为导向、以AI为引擎、以场景为抓手、以精细化运营为核心，家享生活品牌将在618实现生意爆发与长效增长，共筑家享生活数智经营新未来。