

## 建模背景

在电子商务运营中，理解广告投入对销售额的影响是制定营销策略的关键环节。为了量化这一关系，构建了一个确定性模型，用于预测在不同广告投入水平下，商品的预期销售额。该模型可用于预算规划、广告效果评估以及ROI分析等业务场景。

## 建模公式

$$\text{Sales} = \text{Base Sales} + (\text{Ad Spend}) \times \text{Conversion Rate}$$

该公式表达了销售额与广告投入之间的线性关系。其中，基础销售额代表在无广告情况下的自然销量，转化率则表示单位广告投入所带来的额外销售额增量。通过设定固定的参数值，可以对不同广告策略下的销售表现进行定量预测。