# 打造镜头下独一无二的甜蜜

一一基于评论文本的婚摄市场细分

狗熊会 | 精品案例



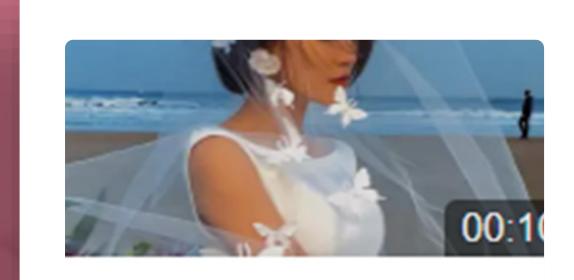
三、数据描述

四、模型构建

五、启示

## 一、背景介绍

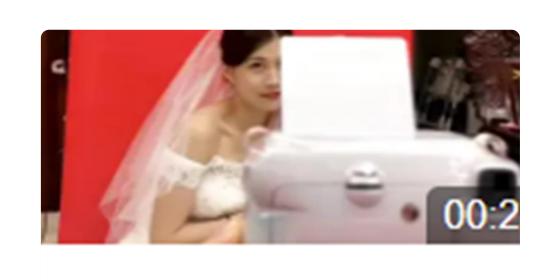
在 B 站时尚区里, 最热门的婚纱拍 摄视频有高达 264.8 万的播放量。 同区的热门视频里,还有"一个人的 婚纱照"、"和妈妈一起拍婚纱照" 等主题的视频。



一个人婚纱照

▶ 1.2万

2021-05-09



我和妈妈的婚纱照

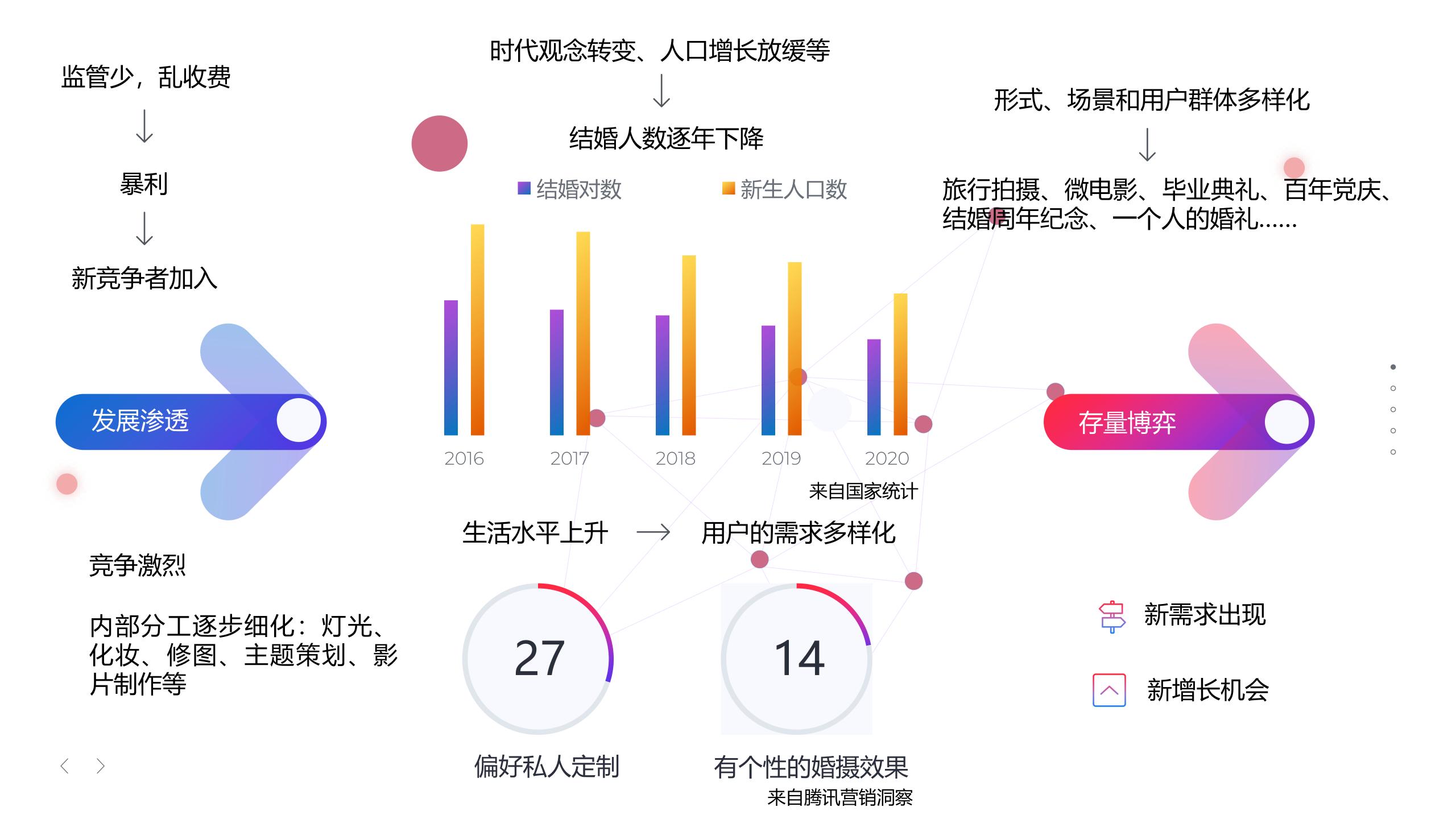
▶ 1.1万 ● 2020-12-27



带爷爷奶奶拍婚纱照啦~



每个女孩儿的心中都有一个婚纱梦, 穿上婚纱就是迪士尼的公主。





同质化产品

竞争内卷 元素糅杂 无区分度



瞄准层出不穷的新需 求开辟出新的市场



市场定位不足

素材宽泛 没有重点 爆点空白



资源投入不均

目光局限 忽略体验 服务不佳



注重风格多样的用户:

为专业的摄影和精修服务多付费

更倾向于包含多种特色服饰的产品

注重消费体验的用户:

注重婚摄成品的用户:

愿意牺牲一些专业性来换取轻松的过程



定位目标群体以提供突出 个性、强调特色的产品



针对不同的需求市场 定制产品和服务

脱离价格战, 差异化定价以提高利润; 找准市场切入点,减少冷启动的资源浪费; 转向创造性、个性化的竞争,获得更高用户 消费意愿;

扬长避短,建立持久护城河。



### 二、数据说明

研究用户购买行为的群体化特征 > 识别细分市场、加强产品定位



产品信息 + 用户评论信息

现有产品状况

提取群体性需求特征



数据来源

一站式婚庆平台婚礼纪



样本选择

391 个城市的 1.4w 个商家的 5.18w 件产品 抽取其中的 1w 件产品爬取200w评论



评论内容

( ) 评论时间



价格

价格、花呗月供



造型

新郎、新娘服装数量



场景

拍摄场景类型、内景数量、外景数量



拍摄

拍摄天数、拍摄张数、精修张数、入册张数



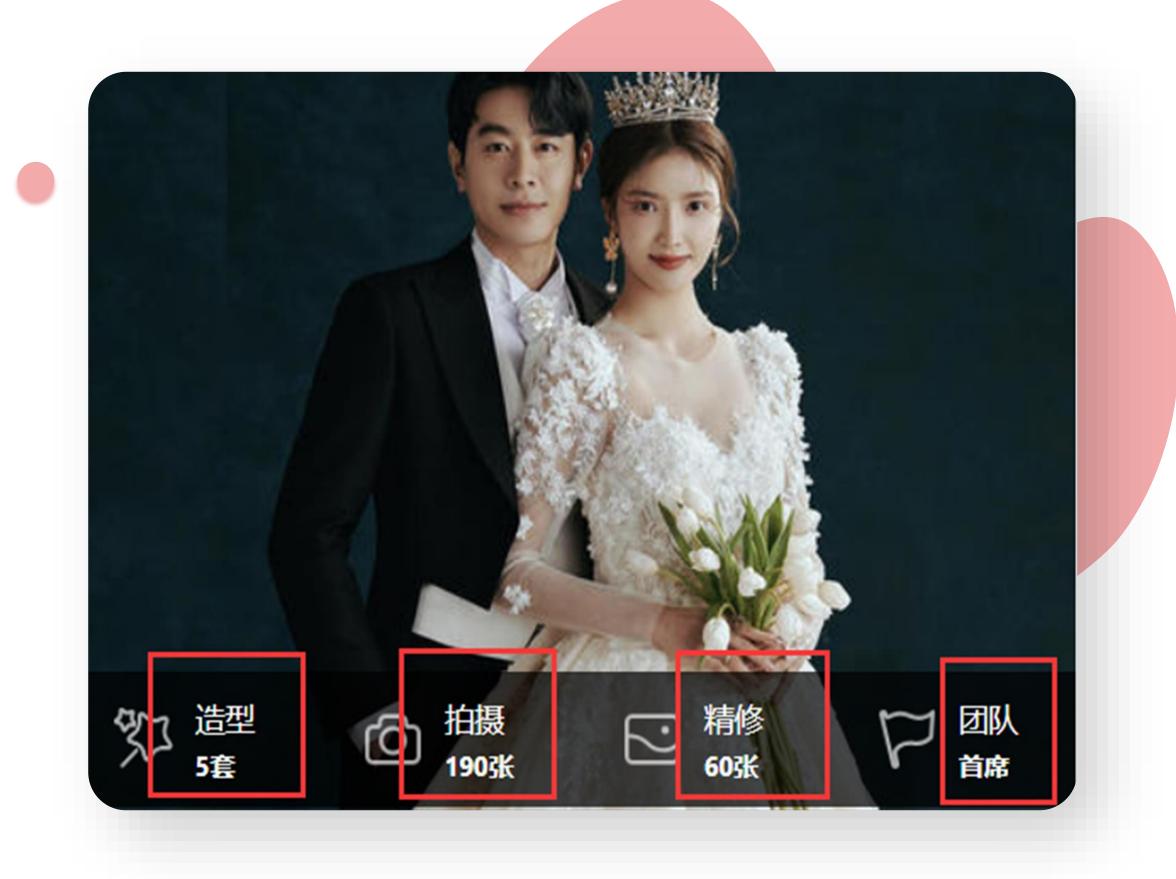
成品

相册、相框数量



团队

摄影师级别、化妆师级别、是否配备灯光师、是否配备化妆助理、 是否提供微电影拍摄服务



产品参数体现了现有产品的特征: 素材广度、专业性、价格区间......

三、数据描述

🙄 用户评论(1568 🙄 用户评论(246 😂 用户评论(490

商品评论体现了用户的购买理念:

衣服、妆面、性价比、服务.....

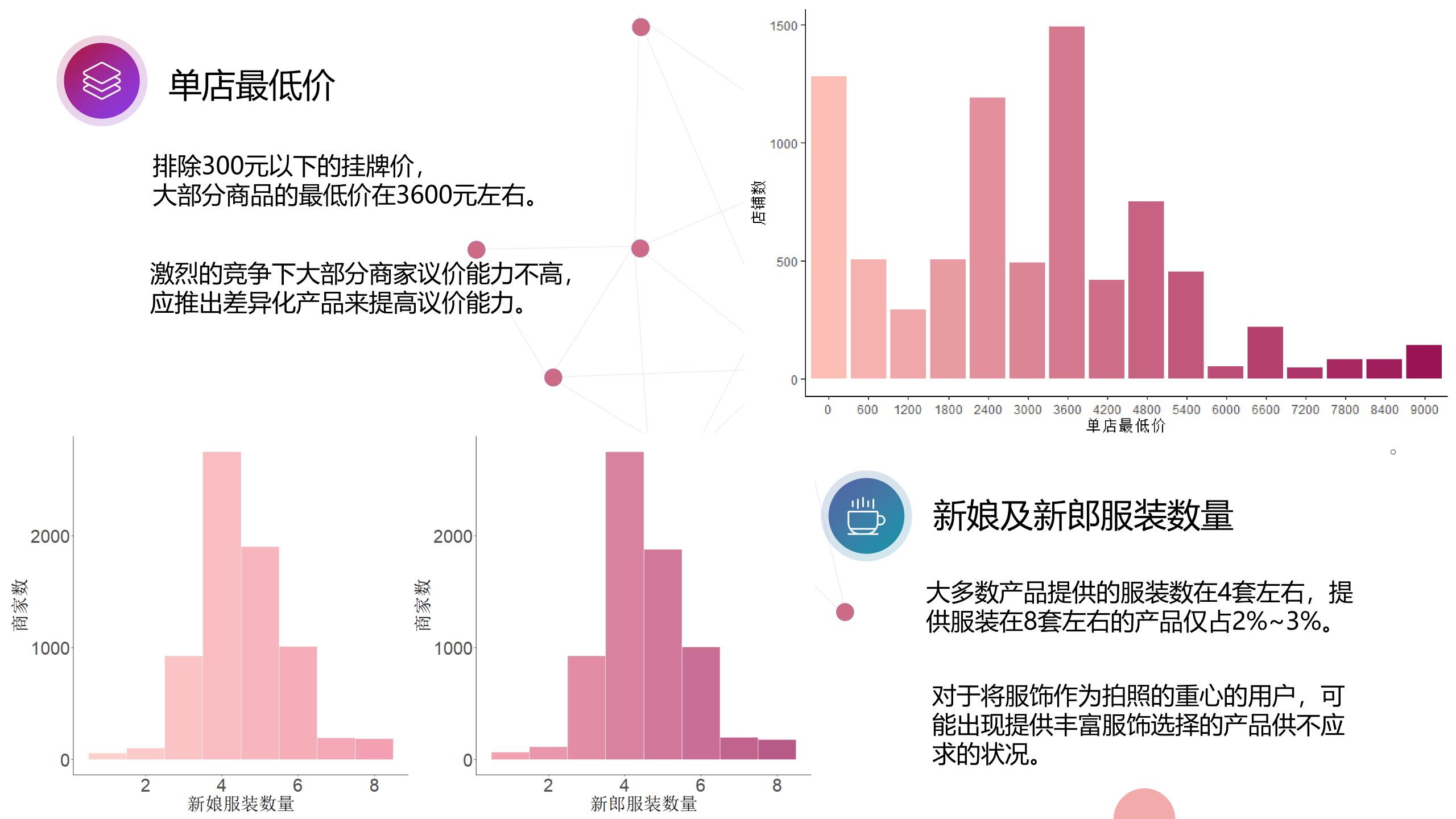
全部1586 有图1351 全部248 有图170 全部493 有图478

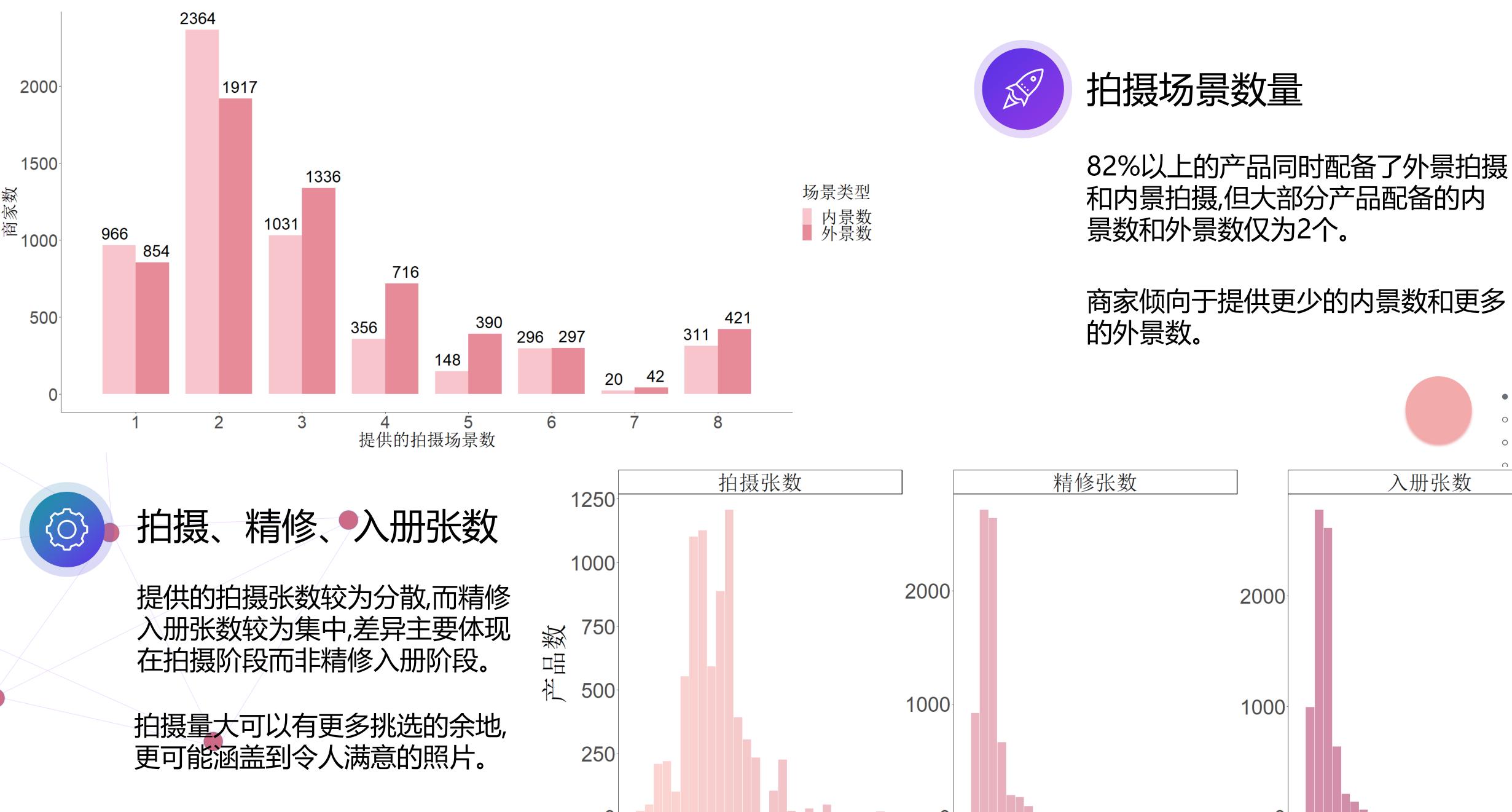
全程助理126 衣服好补 效果自然50

自然50 全程助理

性价比高52

妆面干净



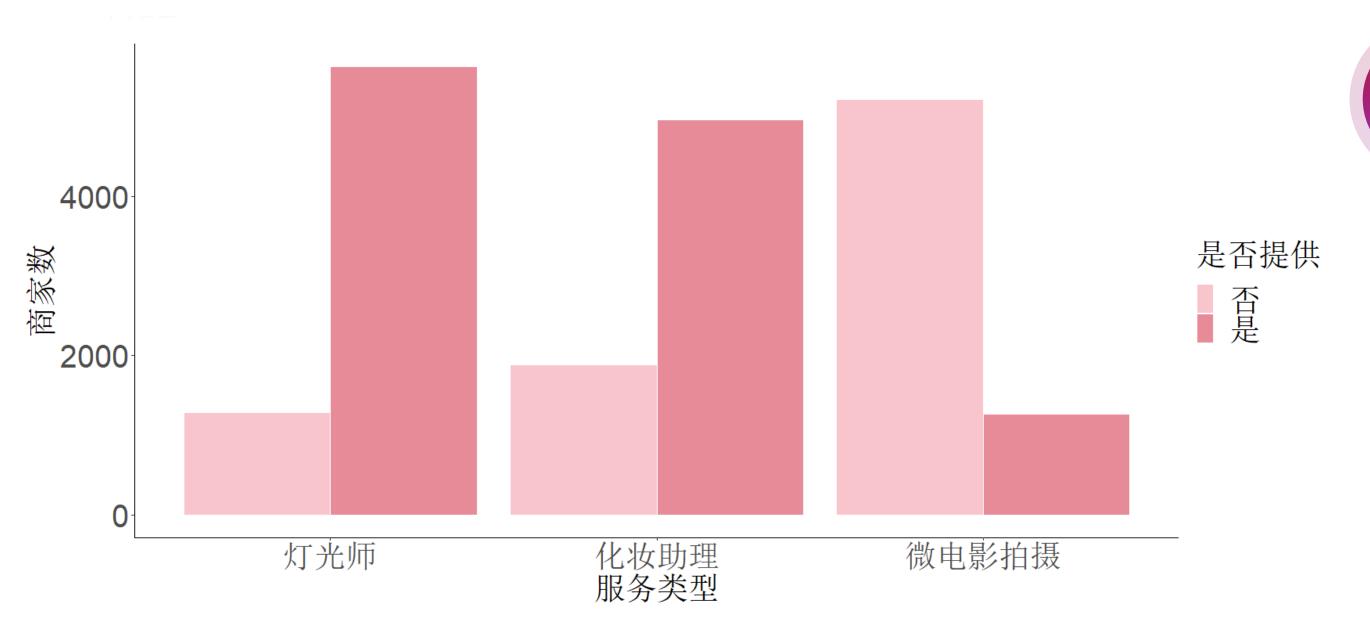


100 200 300 400 500

200 300 400 500

张数

100 200 300 400 500



## 配备灯光师、化妆助理和微电影拍摄的情况

配备专业灯光师、化妆师以成为常态,但带有微电影拍摄服务的婚摄产品占据所有产品的五分之一不到。

如今vlog、短视频等逐步成为主流媒体平台上重要的内容形式,微电影拍摄的需求有较大的增长前景。



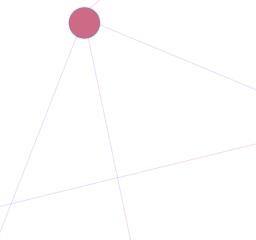
目前婚摄产品大部分处于大众化、平均化、传统化的状态



部分产品具有针对消费者个性化需要的特性,但提供不足



尚有许多新兴需求催生的市场 仍是空白





#### 君上语 选择君上语的消费者则 更加注重过程策划

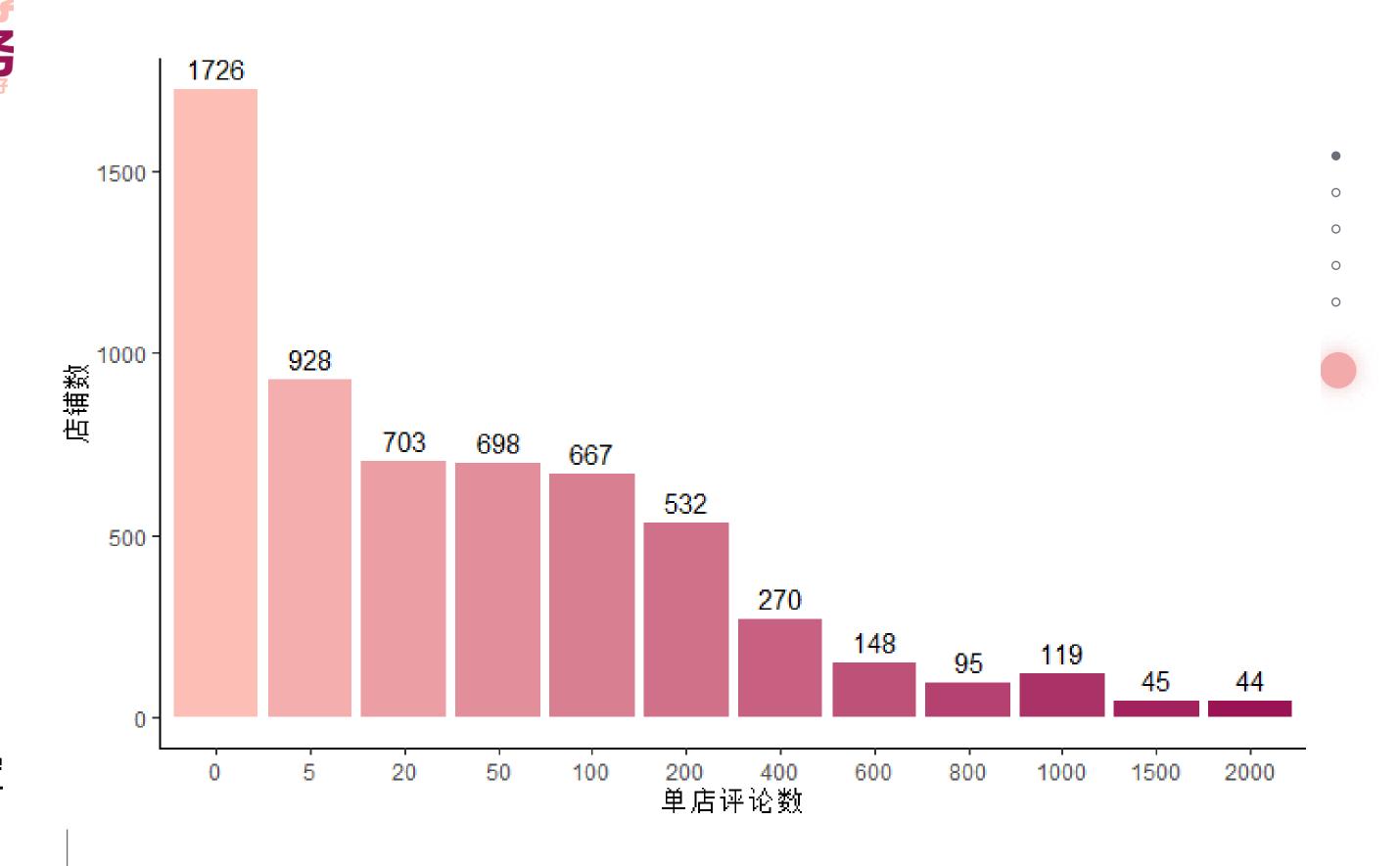


#### 金夫人

选择金夫人产品的消费者更多的关 注点在于拍摄成片

评论数分布集中在100条以内,少数评论数极高的商家可能存在刷评论行为,排除此部分样本以控制水军影响。

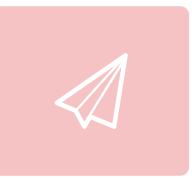
- 不同的用户群购买婚摄产品的偏好不同,所以不同婚摄产品的 主要消费者群体不同,这些消费者的评论会揭示其偏好的部分 信息。
- 不同消费观的用户在进行产品评价时,其考虑方向有着较为显著的不同。



## 四、模型构建







特征工程



评论聚类

2、分词清洗

#### 用户评论:

用户1: 这家的工作人员都很好很热情(略)放松下来,很不错,谢谢你们.....

用户2: 拍完心情很好呀(略)这次拍摄很愉快。 用户3: 片片收到啦,我们(略)都相当的满意

用户4: 拍摄完回来, 说说我的感受(略) 非常开心愉快哦!

用户5:由于拍摄日前几天一直下雨(略)顺顺利利

评论1: "热情" "服务" "化妆师" "亲切" "认真" "化妆" "技术" .....

评论2: "完" "心情" "服务" "化妆师" "美女" "技术" "不同" .....

评论3: "片片" "收到" "全家" "效果" "滴好" "大气" "温馨" "店" "服务" .....

评论4: "完" "感受" "体会" "化妆师" "化" "妆面" "太漂亮" .....

评论5: "日前" "放晴" "出" "外景" "摄影团" .....

评论1: "热情" "服务" "化妆师""亲切" "认真" "化妆" .....

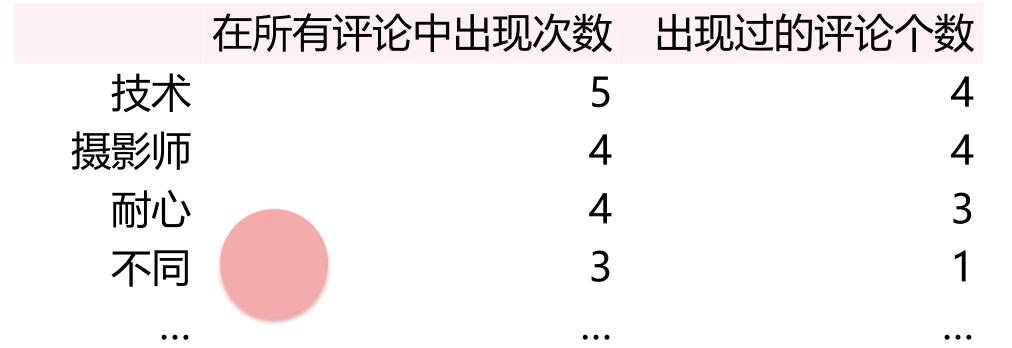
平论2: "心情" "服务" "化妆师" "美女" "技术" "不同" "衣服" .....

评论3: "片片" "收到" "全家" "效果" "滴好" "大气" "温馨" "服务" "热情 ".....

评论4: "感受" "体会" "化妆师" "妆面" "太漂亮" "换衣服" "补妆 ".....

评论5: "日前" "放晴" "外景" "摄影团" "出色" "化妆" .....

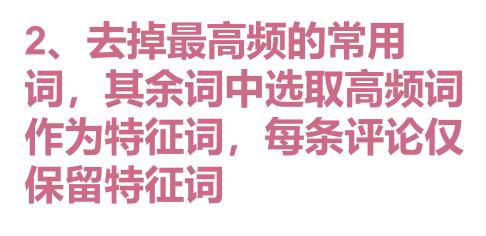
#### 1、计算词频



在所有评论中出现次数



#### 数据预处理





特征工程

#### 3、计算TF-IDF矩阵



评论聚类

如'耐心' 在评论1中出现了1次,评论1有5个特征词, TF是1/5=0.2。

TF=词条在评论 中出现频率 如'耐心'在3条评论中出现,总共有5条评论,IDF是In(6/3)=0.69。

耐心

服务

热情

心情

化妆师

IDF=In((1+评论数)/词条出现过的评论数)

如'耐心'在评论1的TF-IDF是0.2\*0.69=0.14。

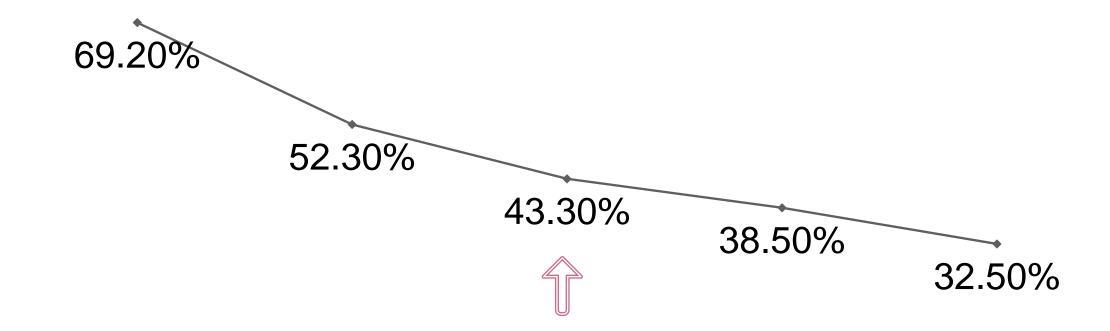
出现过的评论个数

TF-IDF=TF\*IDF

#### 组内距/总间距









0

#### 体验党



关键词:美好、感受、温馨、舒服等

注重拍摄过程中情感和互动,渴望轻松愉快的氛围。

#### 场景党



关键词:成都、三亚、景色、旅拍等

景别的选择是衡量产品质量 的关键之一,诸如三亚等拥 有天然优势的地点是首选。

#### 专业党



#### 造型党



关键词: 片子、修片、精修、原片等

了解关于摄影的专业名词, 希望获得高度专业的拍摄过 程和后期处理。 关键词:不同、大片、美丽、摆姿势等

喜爱独特的充满设计感和细节感的妆造,希望能拍出大片的意蕴。



服务关怀导向市场【体验党】





幽默感和亲和力(个)



情绪价值



团队氛围

摄影师可以通过游戏、聚会等方式引导消费者做动作,消除消费者在拍摄中的紧张和不安,自然轻松地完成拍摄。

参考海底捞的客户关怀精神,根据消费者的心情提供额外的服务,如送小礼物、唱歌等。









柴达木沙漠







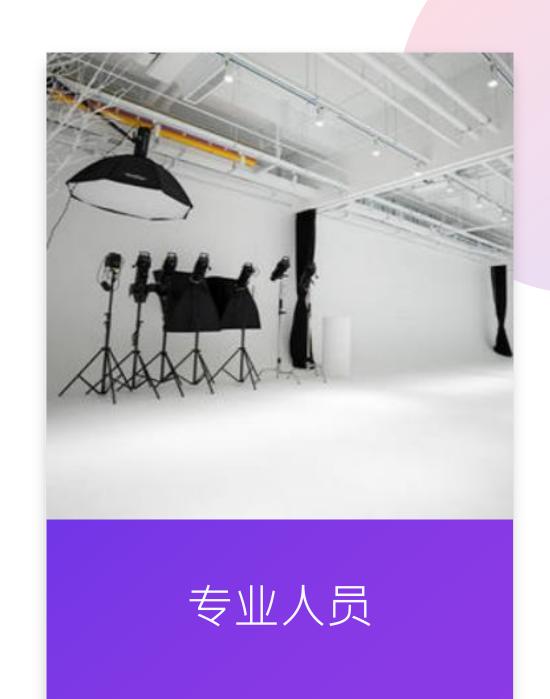


地理风景导向市场【场景党】

拥有天然风格优势的外景比内景更胜一筹。

将产品的重心放在选景上,优先选择三亚、大理等具有浪漫属性的拍摄点。

和旅行团等非竟对企业进行合作,降低成本。







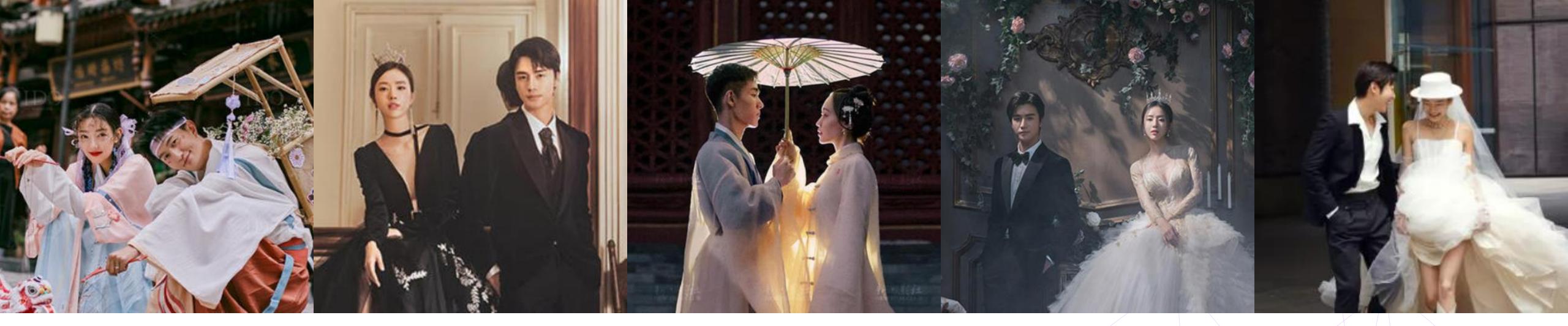
专业人员导向市场【专业党】

**一**大型婚摄机构

邀请具有一定名气的业内摄影相关人员参与服务,推出高端系列的婚摄产品。

小型工作室

推出干净利落、富有高级感的设计风格产品,或是搭配多对一的精心服务。





### 造型设计导向市场 【造型党】

和有名的IP进行联名,推出特别的形象设计,或是和明星合作推出同款,打造时尚的风格潮流。

聘请有名气的造型师、化妆师等参与,设计明星系列产品。

重点打造一些特色服装爆款,如汉服造型、民国造型等。借助浪漫的故事进行主题拍摄,如钱钟书和杨绛等名人故事,小王子和玫瑰等童话故事。

## 谢谢观赏

狗熊会 | 精品案例



扫描二维码,关注狗熊会 获取更多案例资源