

小红书 种草学

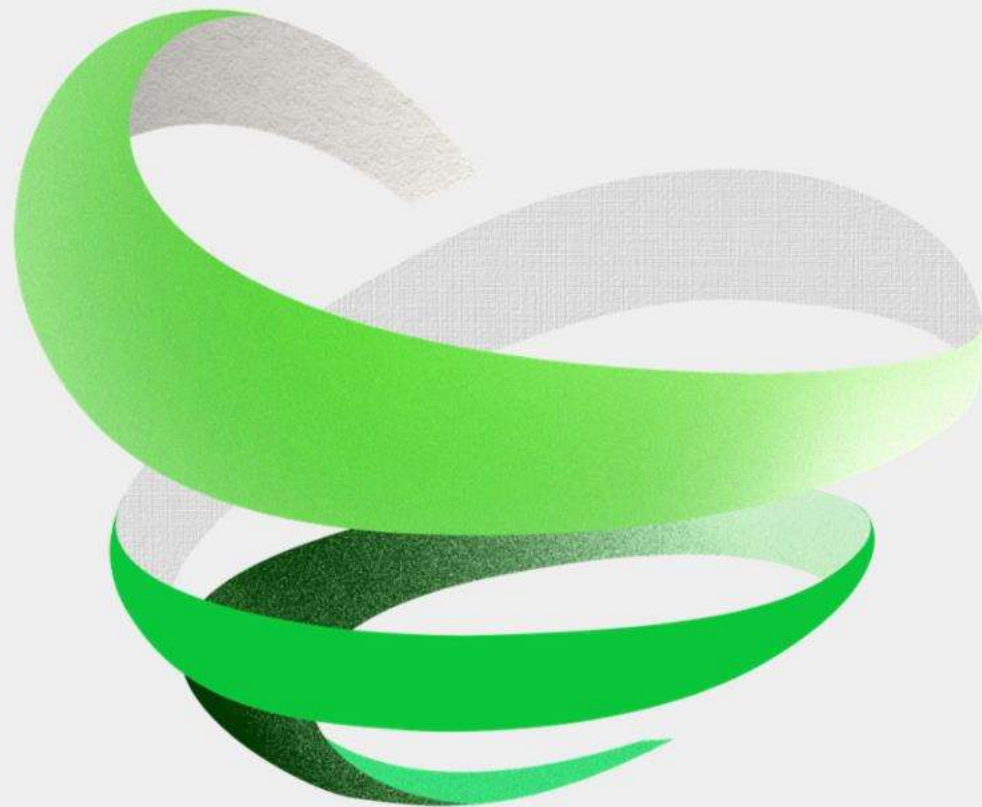
# 东风聚势： 中国美妆双11营销 解码全指南

宗宸

小红书中国美妆行业整合营销专家

鲍文

小红书中国美妆行业运营专家



# CONTENTS / 目录

**01 洞见** 赛道趋势「新风向」

**02 乘风** 营销策略「新玩法」

# 01 洞见 赛道趋势「新风向」

PART 01

# 美妆流量提前起势，9月中旬流量全面上升

大促战线前置拉长，关注节点蓄水和脉冲

### 2024年美妆赛道9-11月搜索趋势预估



# 9-11月，用户对国货「搜得更多」

国货在大促迅猛生长，国货护肤、彩妆持续提升影响力

热搜TOP100品牌中

小红书 国货护肤

+82%

TOP100中  
国货护肤搜索同比

33个



TOP100中国货护肤品牌数  
2022年9-11月

42个



TOP100中国货护肤品牌数  
2023年9-11月

热搜TOP100品牌中

小红书 国货彩妆

+59%

TOP100中  
国货彩妆搜索同比

28个



TOP100中国货彩妆品牌数  
2022年9-11月

35个



TOP100中国货彩妆品牌数  
2023年9-11月

洞见·赛道趋势「新风向」

# 护肤赛道洞察

# 精华领衔大促需求，次抛等细分品类强势增长

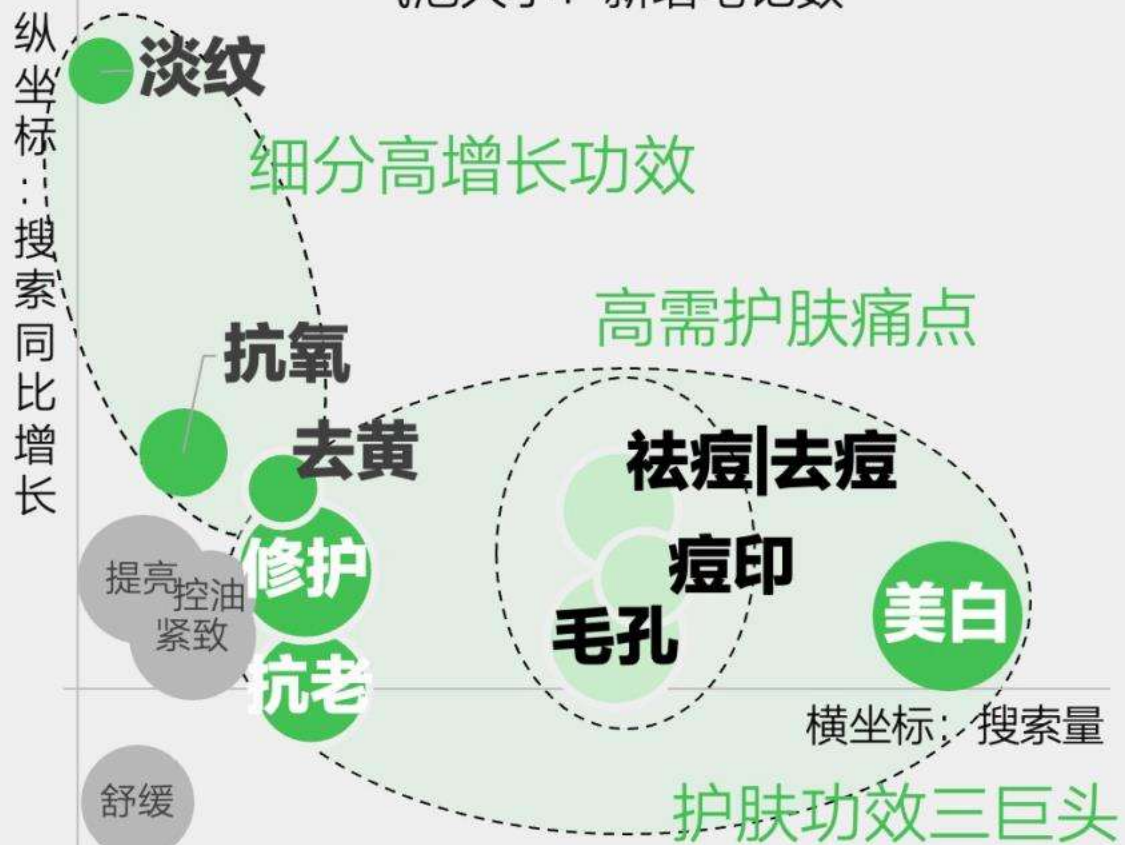


# 功效公式派

护肤功效细分出击，叠加需求迅猛生长

护肤功效/痛点搜索热度

气泡大小：新增笔记数



## 功效“配伍”出击 需求精细生长



**+39%**  
搜索同比  
美白+修护



**+44%**  
搜索同比  
美白+紧致



**+99%**  
搜索同比  
修护+去黄



**+43%**  
搜索同比  
抗老+淡斑



**+31%**  
搜索同比  
抗老+去黄



**+41%**  
搜索同比  
修护+去痘印



# 肤质入日常

肤质话题持续升温，细分肤质渗透多元生活场景

\*基于某特定肤质，该肤质人群高度渗透的场景人群

## +35%

### 「肤质」分享

护肤类目新发笔记数

### 萌生更多 细分肤质讨论

**干敏**

新发笔记数  
+35%

**油敏**

新发笔记数  
+25%

TOP1

**敏感肌肤**  
新发笔记数  
+32%

TOP2

**油性肌肤**  
新发笔记数  
+22%

TOP3

**干性肌肤**  
新发笔记数  
+28%

旅行  
探险家

洁癖  
养猫

备婚人群

控糖  
零食

宵夜  
人群

抗氧  
抗糖

保健  
胶原蛋白

焦虑内卷  
女白领

天鹅颈  
修炼派

# 繁简两极党

精致分区vs精简减负，加持多元护肤理念成长

## 精致分区

分区分肤质  
不同产品“靶向”护理

小红书 **分区**

搜索同比+101%

### 痛点分区

### 肤质分区

### 功效分区

TU分区  
阅读同比  
**+78%**

痘肌 +62%  
混干 +20%  
痘油 +16%

分区抗老

分区修护

分区清洁

## 精简一波

在功效上做加法  
在步骤上做减法

小红书 **精简**

搜索同比+86%

修护 +10%

抗老

+15%

毛孔

舒缓

提亮

去黄

+31%

精简护肤笔记  
高频功效阅读量

熬夜人群

瘦身减脂

女士维生素

养宠人群

淡妆人群

# 护肤内行人

成分内行、搭配内行蓬勃生长，更懂护肤的用户在小红书

## 进击的成分



### 科技自研

274亿  
#成分 阅读突破

### 天然植萃

177%  
#中国成分 阅读增长

## 护肤内行人

小红书

循环护肤

小红书

三段式护肤

小红书

以酶养肤

### 养护新公式

220%  
#循环护肤 搜索增长

### 专研更安心

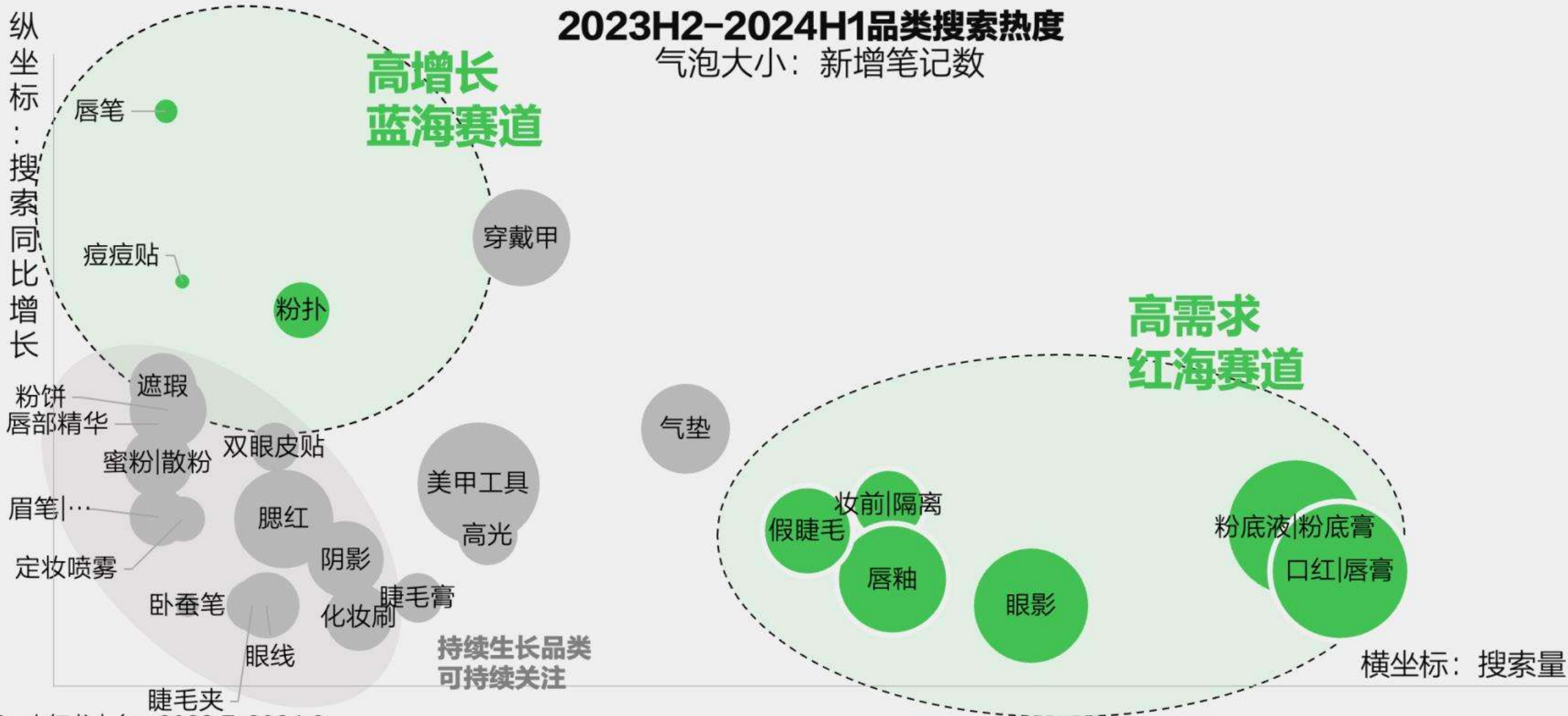
73%  
#专研成分 搜索增长

洞见·赛道趋势「新风向」

# 彩妆赛道洞察

# 彩妆品类格局呈精细化持续成长

更多细分彩妆崭露头角，底妆产品持续发力



数据来源：小红书中台，2023.7-2024.6

# 东西方碰撞

东西方文化交融并存，加持彩妆美学新潮

**亚洲美学** 喜净与简，妆容表达纯净活力与气韵高级

## 新中式

搜索同比+197%

彩妆类目下  
亚洲美学TOP风格

清冷贵气  
千金感



贵气中式  
阅读同比  
+378%

国风美学  
新中式



新中式国风  
阅读同比  
x79倍

## 韩女系

搜索同比+401%

彩妆类目下  
亚洲美学TOP风格

吉赛尔仿妆



韩系仿妆  
阅读同比  
+869%

水嫩清新  
无暇轻氧



韩系氧气妆  
阅读同比  
x97倍

**欧美潮流** 多元各异，欧式古典优雅美式情感混血

美式妆就是氛围感的神

美式亚裔妆  
美式甜心妆

自然透气  
亚裔妆



美式韩妆  
阅读同比  
+278%

意式玫瑰妆  
意式风情妆

明艳风  
伦勃朗美学



意式美人妆  
阅读同比  
+208%

复古油画/法式宫廷  
法式慵懒妆

古典浪漫  
主义



法式美人妆  
阅读同比  
+38%

# LIVE原生美

旺盛生命力与妆面灵感碰撞，追求气血感呈现良性趋势

## 不止要白，更要健康感

24H1 “美白” 新增笔记

阅读同比  
+178%

亮白 美白 透白 嫩白 健康白



#古铜色

24H1搜索同比  
+39%



#健康白

24H1搜索同比  
+129%



#黄黑皮

24H1搜索同比  
+65%

## 由内而外的气血充盈红润透亮

小红书 气血感美人

24H1搜索同比  
+1946%



[气血感淡妆]

X妆容风格

#伪素颜  
#早八妆



气血感水光肌

X妆效

#水光肌  
#原生感



温泉气血妆容

X场景变化

#运动少女气色妆

# 一物妆全面

彩妆「劳模」应运而生，材质进阶更多样，小身躯涵盖多功效

**一物多用** 材质更进阶

**功能集大成** 多用领域更广阔

彩妆“长期主义”“精简用品”等消费诉求高增长，用户更注重化妆用品的“使用比”，满足快速上妆、出行便携的使用场景

**小红书 彩妆多用**

24H1搜索同比  
+81%

相关笔记阅读量3亿+



**#多用液**  
24H1搜索同比+158225%

**#多用霜**  
24H1搜索同比+18958%



**#多用泥**  
24H1搜索同比+2453%

**#多用膏**  
24H1搜索同比+85%



**#轮廓修容**

24H1搜索同比  
+64%



底妆膏修盘=  
粉膏+遮瑕  
+修容+高光

**#全脸成妆**

24H1搜索同比  
+77%



综合盘=  
修容+定妆+眼影+腮红

**#唇颊一体**

24H1搜索同比  
+130940%



多用棒=  
腮红+水光棒+口红



# 限礼仪式感

彩妆礼赠是仪式态度生活的具象表达，送礼节点常态高增长

小红书 限定款

+555%

2023年关键词同比增长

龙年限定 搜索增长 x1630倍

明星限定 搜索增长 x39倍

周年限定 搜索增长 x9倍

小红书 美妆联名

+103%

2023年关键词同比增长

博物馆联名 搜索增长 +78%

文旅跨界联名 搜索增长 +1040%

非遗跨界 搜索增长 +82%

体育赛事联名 搜索增长 +616%

2023 站内趋势场景&热点

站内科技向内容高热度，小红书美护用户更内行

#七夕礼盒

+137%

#年会送礼

+198%

#离职礼物

+59%

#闺蜜脱单礼物

+41%

## 洞见 · 赛道趋势「新风向」

美妆流量9月中旬  
「提前起势」

9-11月用户对国货  
「搜得更多」

「功效公式派」

功效细分、叠加需求

「肤质入日常」

话题升温、多元场景

「繁简两极党」

精致分区、精简减负

「护肤内行人」

成分内行、搭配内行

「东西方碰妆」

亚洲美学、欧美潮流

「LIVE原生美」

生命力、气血感

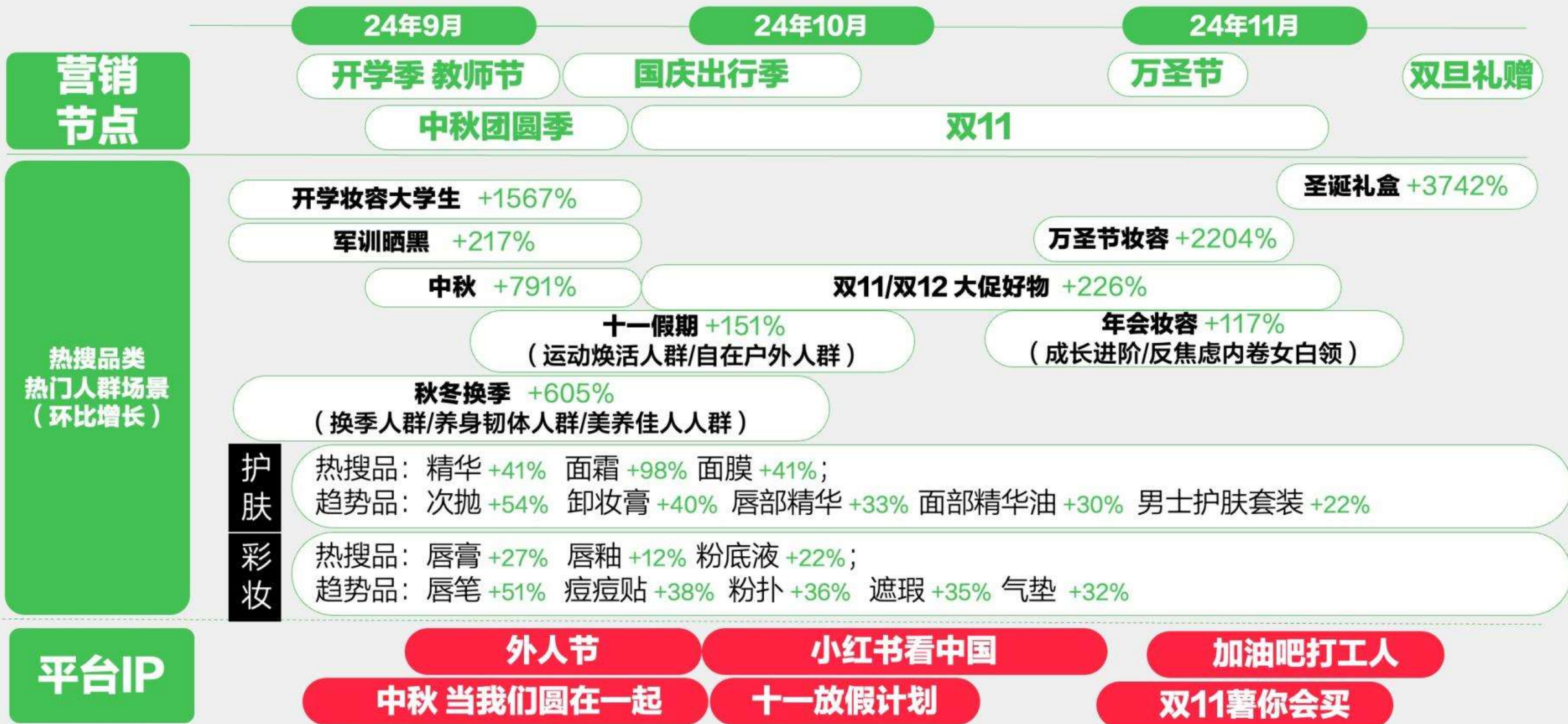
「一物妆全面」

一物多用、功能复合

「限礼仪式感」

限定款式、送礼常态

# 中国美妆赛道营销日历



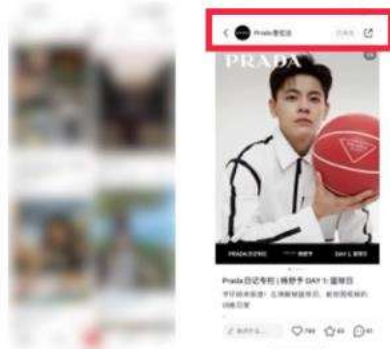
# 品牌推广资源渗透用户触点，助力大事件引爆

## Link 1: 开屏



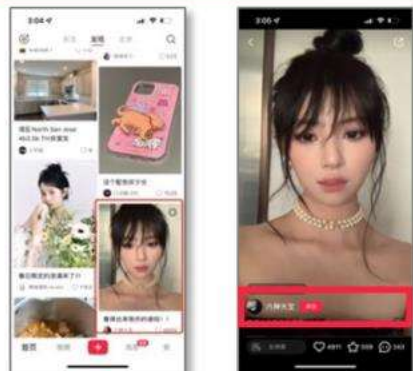
发现场

## Link 2: 信息流



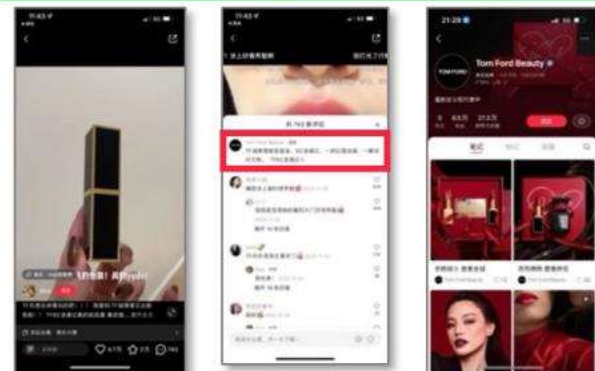
点击信息流 → 进入笔记  
关注账号

## Link 3: 视频流



上下滑动  
视频流 → 进入视频笔记  
关注账号

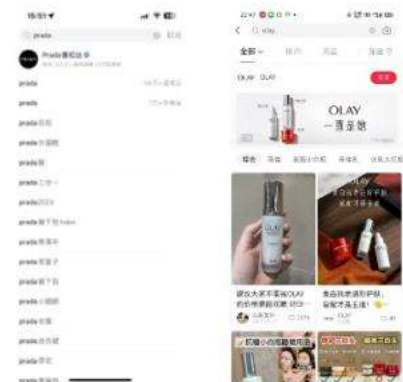
## Link 4: 评论区



点击  
KOL笔记 → 进入  
评论区 → 访问品牌  
主页并关注

搜索场

## Link 5: 搜索流



搜索品牌  
相关关键词 → 品牌内容  
承接

## Link 6: 品牌专区



通过品牌专区  
关注

## Link 7: 惊喜盒子



搜索品牌  
相关关键词 → 惊喜盒子  
掉落 → 进入主页  
并关注

# 小红书 11.11 薯你会买

## 以小红书选品势能强化品牌效能，锁定大促爆款出圈席位，交易闭环丝滑嵌入

圈人群 | 精准人群抢占

### 人群赛道抢先own

为每一个好产品  
精准拦截特色人群

定制品牌专属  
目标人群分会场

双11商业  
主会场



搜索场、浏览场、互动场  
全面人群拦截、人群定向开屏、  
圈层真实种草

促种草 | uac促产蓄水

### 体验团激励抢流量

好眼光挑战赛  
优质笔记前置促产

明星/主理人领衔  
人群赛道主理人

赛道kol多角度认证  
犀利评审认证

蒲公英测评团铺量  
百人测评开箱

泛用户UGC百万流量扶持  
品牌话题nns组件刺激号召用户  
反向赋能话题声量



划重点 | 优选心智夯实

### 好眼光指南多重背书

趋势品指南  
为每一个好产品找到细分种草场景

超强背书

必买清单

明星陪审



抢关注 | 高点事件点燃

### 高点事件强刺激

线下体验  
线上转化达成闭环



商广+交易资源+垂  
类买手撮合  
丝滑助力转化闭环



线下市集品牌产品  
派样体验  
真实体验感内容强  
化信任



# 薯你会买



# ★ 李佳琦

# 直播间 LIVE SHOW

# #所有女生的红薯清单#

小红书 种草学

## 强势形成大促消费决策最强闭环，提升李佳琦直播间好物影响力

### 红薯挑战赛火热招募

#### 小红书x李佳琦直播间联合发布 好物招募打榜活动

#### 薯薯值：

小红书相关话题热度与口碑指数

#### 琦琦值：

佳琦直播间前台商品详情指数

@李佳琦Austin  
笔记首发发布活动信息  
席卷商家参与挑战

@小红书商业官方薯  
矩阵传播活动信息  
综合双平台表现



### 内外联动 所有女生红薯清单发布

#### 「发布场」「搜索场」「浏览场」 三大场域围观发布

#### 关键词拦截 ← 流量全方位

#### 吸引泛人群 ← 活动主阵地

#### 吸引品牌TA ← 品牌独享阵地

#### 页面互动，再打call

#### 薯薯值 PK 琦琦值

#### 站内核心黄金流量 活动声量大供给



### 上榜好物多维体验 专属颁奖

#### 集体炒作业，福利刺激转化 创意颁奖完结



#### 跳 转 品牌 许愿 直播

#### 品牌 官号 引流

#### 跳转品牌精选笔记 深度再种草

#### 线上超级省钱体验站 惊喜盒子



# 02 乘风 营销策略「新玩法」

PART 01

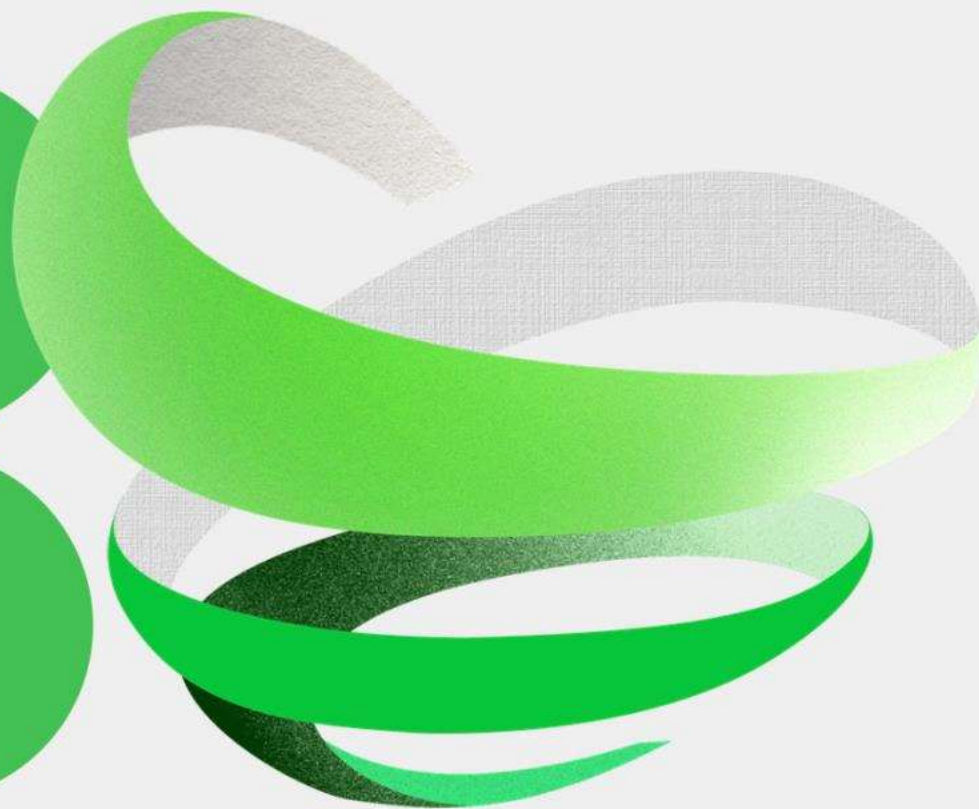
# 双11营销解码，投放策略新玩法

## 高效种草

种草投放策略·高效度量工具  
激发品牌向新力

## 链接交易

种草+转化一体策略  
助力品牌生意增长





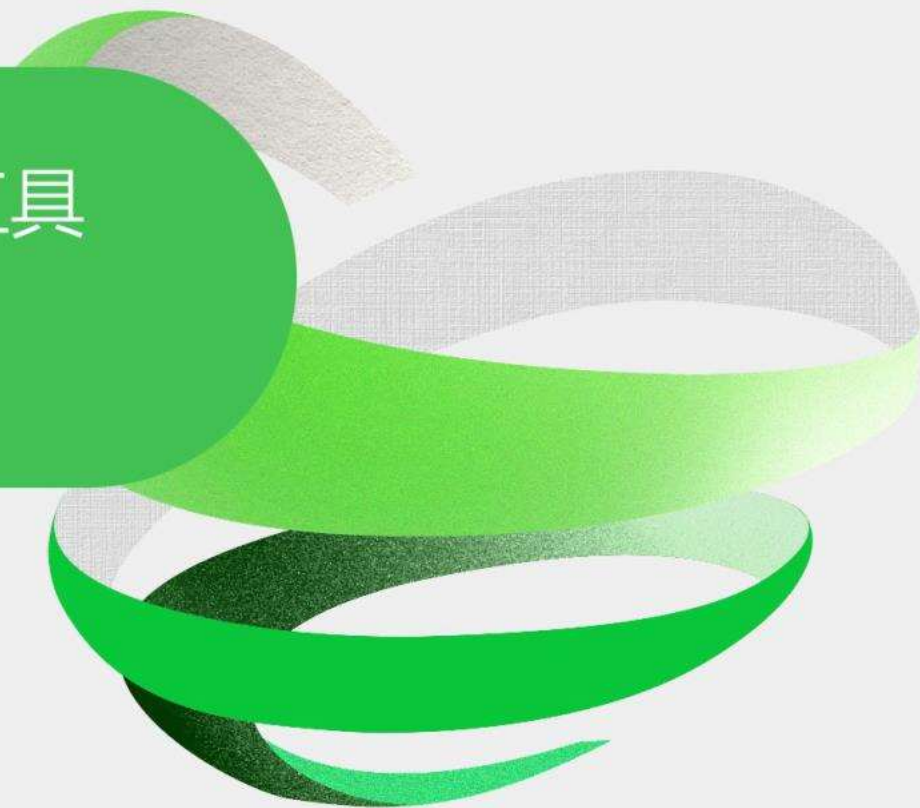
# 双11营销解码，投放策略新玩法

## 高效种草

种草投放策略·高效度量工具  
激发品牌向新力

## 链接交易

种草+转化一体策略  
助力品牌生意增长



# 双11大盘趋势前瞻

## 9月中流量上涨，前置蓄水内容测试把握蓝海期流量

蓄水期  
NOW-10.19

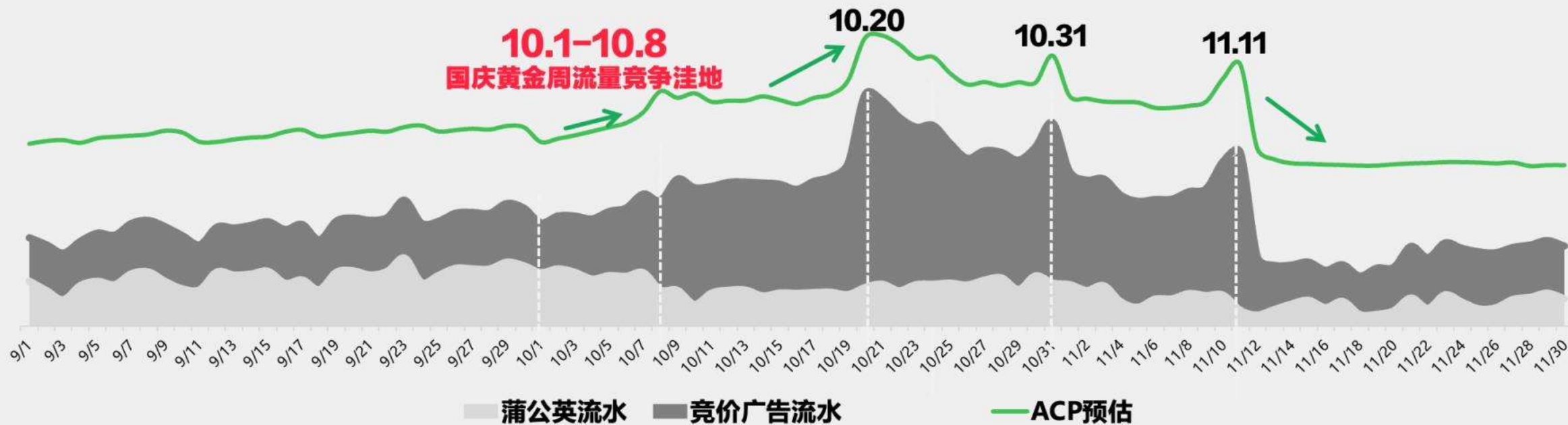
- 小红书前置测试大促攻略向内容
- 内容测品，蓝海期品类心智前置渗透
- 一方/小红星人群分层运营

爆发期  
10.20-11.11

- 小红书筛选笔记，优质大促攻略向内容持续放大
- 用户心智强势占领，提高人群渗透

延续期  
11.12之后

- 声誉维护
- 一方人群后验优化
- 优质内容持续发酵



# 中国美妆9-11月营销布局总览

## 产品/机制分层矩阵

双11机制/offer  
Promotion

双11限定or新品  
New launch

常规大单品/爆品  
Always-on

高点大场直播  
品牌根据规划充分预热

## 内容/用户沟通点匹配

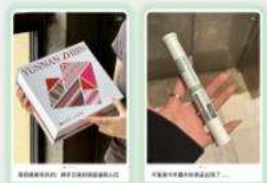
用户关心：怎么买合算？

机制剧透  
省钱攻略  
.....



用户关心：专门买什么？

限定礼盒  
新品首发  
.....



用户关心：大促囤什么？

品类内容  
场景功效  
.....



直播预告  
选品vlog  
.....



## 营销动作&节奏

蓄水期 NOW-10.19    爆发期 10.20-10.11    延续期 11.12-11.30

10月上旬开始透传大促  
offer/机制，促进转化

前置打透产品  
渗透细分人群

铺排正向口碑内容，  
延续热度

长线持续种草，大促投放加码

大促预热→  
人群拉新

声誉管理→  
老客召回

精准定向**博主/直播间粉丝&行为人群**  
拦截**博主/直播相关搜索词**



# 搜索工具助力搜索效能势如破竹

精确匹配高出价抢首位，精准包含拓展精准流量，短语匹配低出价扫流

## 高效挖掘机会词

### 聚光-关键词规划工具

关键词	搜索量	竞争度	出价
大促词	高	低	高
蓝海词	高	低	低
黑马词	中	中	中
同行买词	中	高	中
高点击	中	中	高



- ✓ 大促词：大促心智强烈全覆盖
- ✓ 蓝海词：流量大、竞争不激烈
- ✓ 黑马词：流量显著上升
- ✓ 同行买词：同行高覆盖
- ✓ 高点击：点击率相对高

## 卡位占领心智高低

### 聚光-抢排位工具

- ✓ 首位/前三位/不限位置

目标和出价方式

推广目标  点击量  互动量  点击份额 (SOC)  站外转化量

出价方式  自动出价 针对同类竞争出价  手动出价 针对同类中的关键词分别手动出价

成本控制方式  点击成本控制

- ✓ 新增【目标点击成本-建议出价】

目标点击成本 0.56 元

更多筛选条件

建议出价 ①

您当前的出价竞争力一般，建议您提高至0.59元，帮您可超过80%的竞争对手

0.5元 0.59元

平台  不限  android  ios

## 精准包含降本增效

### 聚光-精准包含工具

- ✓ 精准匹配搭配精准包含提升效率

NEW

CPC降低80%  
拿量能力提高100%

精准包含  「精准匹配」拿量能力弱，建议打开「精准包含」

关键词	匹配方式	点击出价
美容仪	精准匹配	4.53
美容仪推荐	精准匹配	5.33
美容仪排行榜	精准匹配	6.14
提拉紧致美容仪	精准匹配	5.04
家用美容仪	精准匹配	4.86
美容仪排行榜	精准匹配	4.16
美容仪推荐性价比	精准匹配	4.13

# 素材差异化承接不同搜索需求，智能创意必开启

分词性拆分单元，1个单元≥50个关键词搭配5+篇笔记，开启智能创意提升推广效率

品牌防守

赛道进攻

痛点/问题

场景/妆容

大促/囤货

套装/礼赠

策略

首位SOV &gt; 70%

SOV排名第一

SOV排名前三

精确匹配高出价抢首位+ 短语匹配低出价扫流

热搜词

品牌词

xx精华  
xx口红  
Xx洗发水  
...

品类词

防晒霜推荐  
粉底液测评  
护发精油排行榜  
...

功效词

美白精华  
遮瑕粉底液  
控油蓬松洗发水  
...

痛点/问题词

法令纹怎么改善  
鼻翼两侧泛红  
卡粉怎么解决  
...

场景/妆容词

军训必备好物  
出差行李清单  
旅行必备好物  
...

大促词

双11面膜  
双11直播  
双11购物清单  
...

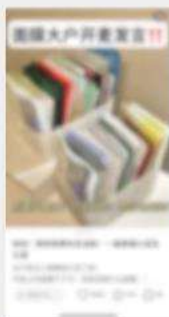
套装/礼赠词

护肤套装推荐  
送妈妈礼物  
护肤礼盒  
...

品牌直出



产品安利



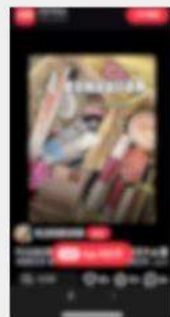
功效直击



痛点问题



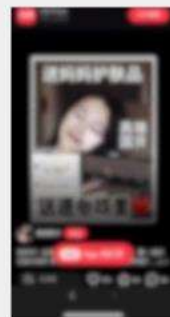
场景沟通



大促攻略



送礼指南



承接素材

# 备战双11品牌如何有效进行人群破圈

前置制定人群渗透目标，双11大促/场景人群包必投

必投

## 大促/场景人群包

双11大促人群

价敏囤货人群

电商直播人群

国庆出游人群

中秋送礼人群

秋冬护肤人群

...

聚光-创建单元-高级定向

## 小红书20大人群包

小红书20大  
生活方式人群



灵犀-受众分析-人群市场

## 品牌差异化人群包圈选

SPU维度小红书进店人群  
系统推荐相似人群包

NEW



灵犀-受众分析-个性推荐

# 全域资产引入，提效品牌全域再营销

品牌全域消费者数据

人群对接

人群功能

一方启用

**品牌一方人群上传**

DMP

全域验证

价值验证

线下种草价值验证

线上电商平台归因验证

提生命周期

新品类延展/产品迭代

品牌内连带/品类拉新

**数据库对接回传**

API接口

洞察放大

精准拉新

行业兴趣标签

人群属性标签

价值拓展

已购客look like

特色人群定向渗透

可包含线上线下以及不同  
平台数据融合



# 一方人群应用案例

## 爆品升级上新，专研力量夯实助力生意声量双爆发

### 锚方向

#### 老品一方锚人群策略&种草

锚定高潜人群，敏肌人群高渗透同时，  
匹配场景种草



### 提效率

#### 本品一方纠偏人群方向

专家进播，结合皮肤解决方案  
夯实品牌力，人群破圈



#### 出游人群

人群渗透率  
6%→13.7%

#### 敏感肌人群

人群渗透率  
21.1%→29.3%

#### 美研尖子生

人群渗透率  
4.5%→13.5%

#### 泛宠物人群

人群渗透率  
1.3%→6.4%

### 扩规模增生意

#### 全域转化生意爆发

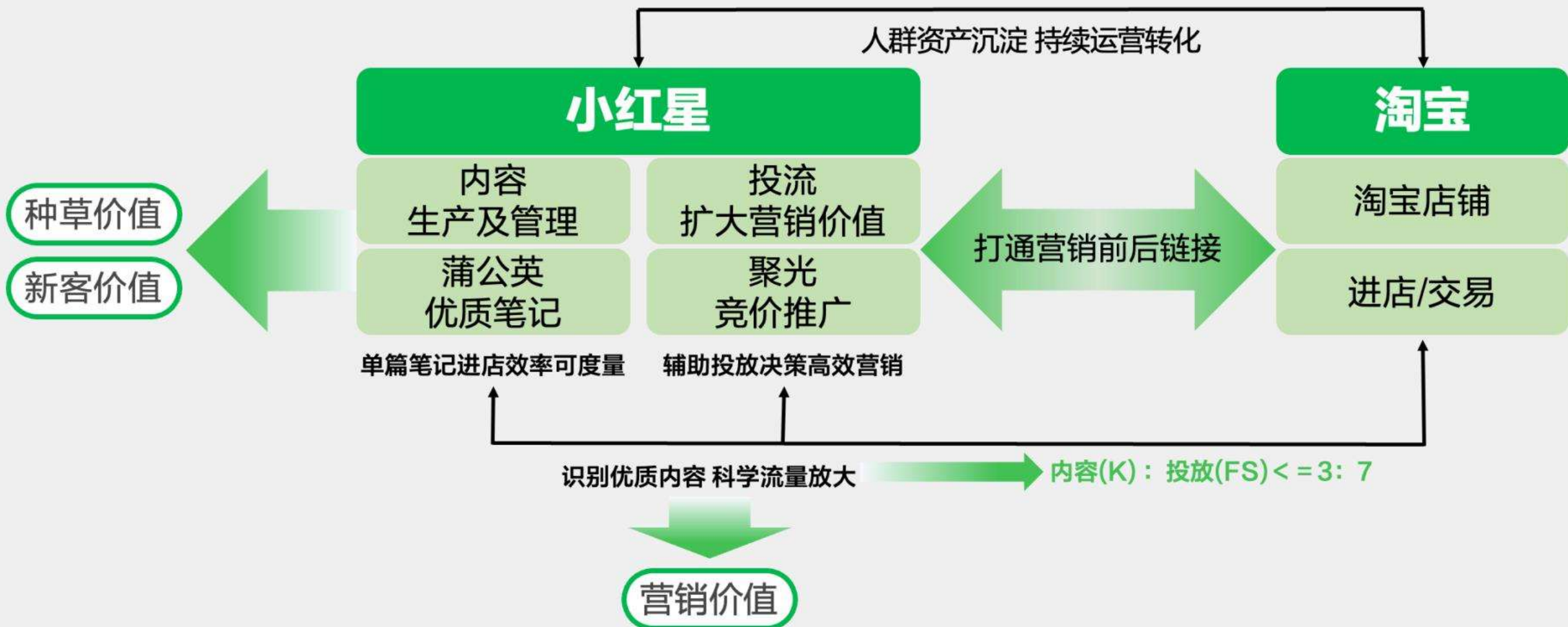
上新周期引爆全站生意



# 【小红星】：“小红书”与“淘宝”合作项目

助力商家实现营销链路分析，完善种草效果评估体系

小红星同时期有效在线任务组上限从10个提升至**30**个！



# 【小红盟】：“小红书”与“京东联盟”合作项目

小红盟同时期有效在线任务组上限从10个提升至**30个**!



# 小红星大促投放指南，优选内容撬动生意放大

**蓄水期**

9.1-10.19

**爆发期**

10.20-11.11

**大促后**

11.12之后

目标

**K: FS ▶ 40% : 60%**  
大促向素材测试 蓄水预热

**K: FS ▶ 20% : 80%**  
充分放大 抢占心智

**K: FS ▶ 30% : 70%**  
声誉关注 口碑维护

内容策略

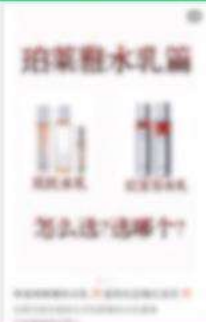
选购攻略

大促榜单

体验试用

大促机制/购物车/清单

使用反馈口碑背书



做好评论区维护→提高用户置信度 做好站外引导→提升外溢效率

投流策略

结合CTR/进店率优选笔记  
定向大促/场景等人群

大促词强势露出  
Re-targeting重复触达

一方回传精准触达  
\*小红星/小红盟电商行为人群  
已支持一键圈选

高进店率/低进店成本内容充分投流放大

# 优质内容充分投流，实现种草+转化双增长

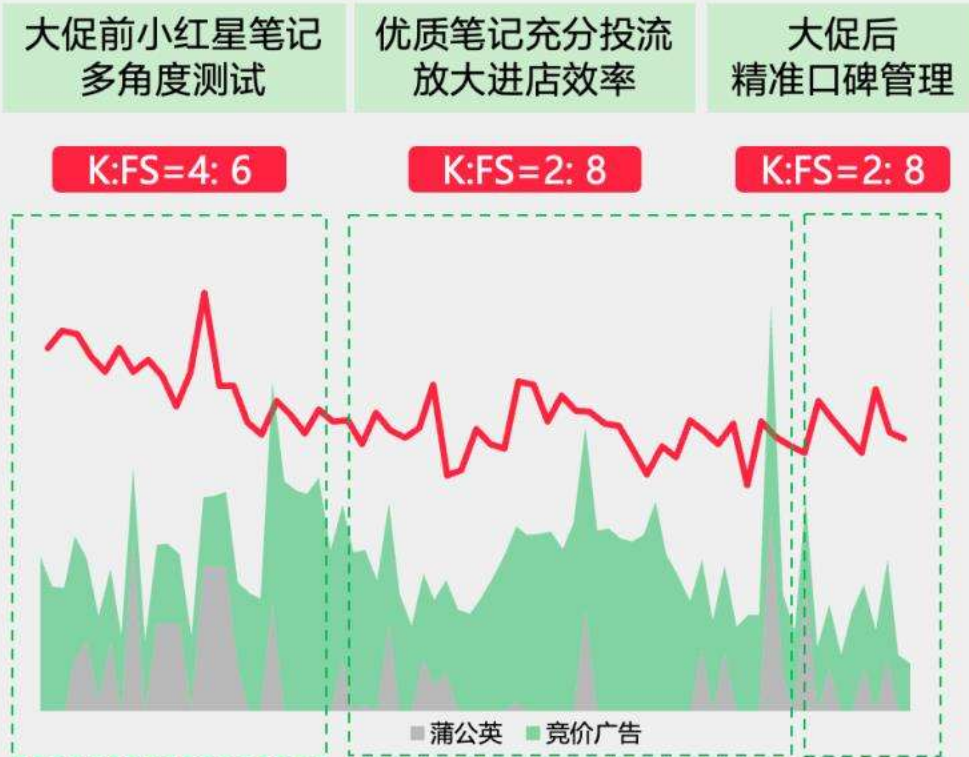
## 内容赛马 探索高进店笔记

➢ 四象限筛选高CTR高进店率笔记



## 配合节奏调整投流比例 提升投放效率

➢ 大促期小红书分阶段配合投流，最大化提升投放效率



## 种草+转化 成果双优

👍 小红书进店成本优于大盘

**-40%**

进店成本vs大盘

👍 目标人群渗透明显提升



人群渗透率投放前后对比

敏感肌人群 **+15%**

学生党人群 **+10%**

# 打通小红星+灵犀后链路分析，提升后链路数据

## 洞察人群

SPU小红星进店人群圈包

人群反漏斗模型洞察机会人群

灵犀-品牌全域人群-新建人群

新建人群 **9/13外开**

人群包名称+ 请输入人群包名称 0/20

行为场景+  小红星  小红盟  内循环

人群范围+  品牌  具体SPU

具体SPU+ 请选择SPU名称

灵犀-受众分析-个性推荐

**一键添加至人群列表**

产后逆袭宝妈 养身初体人群

学生党 全能生活家

## 确定内容

基于目标人群买点洞察

确定内容方向

灵犀-内容洞察-笔记分析

产后逆袭宝妈 养身初体人群

容貌焦虑 食疗食补

学生党 全能生活家

关注性价比 居家幸福感

## 渗透追踪

制定人群渗透目标

投放全程渗透追踪

灵犀-SPU种草-渗透分析

SPU 初露初闻用美素品牌奶粉

营销人群 AIPS人群

目标人群 品牌粉丝 (中心内人数) x 1/5

渗透目标 品牌粉丝 16.89~49.0%

指标	数值	7日趋势
渗透率	10.01%	1.24%
渗透规模	1,452,249	+70.42%
7日渗透率	12.68%	+164.79%

投放全程渗透追踪

## 投放调优

根据后链路指标

调优放大人群&内容

聚光-数据报表

点击率

评论区引导进店 放大预算

低进店高点击 高进店高点击

产后逆袭宝妈 养身初体人群

人群汰换 优化笔记点击率

低进店低点击 高进店低点击

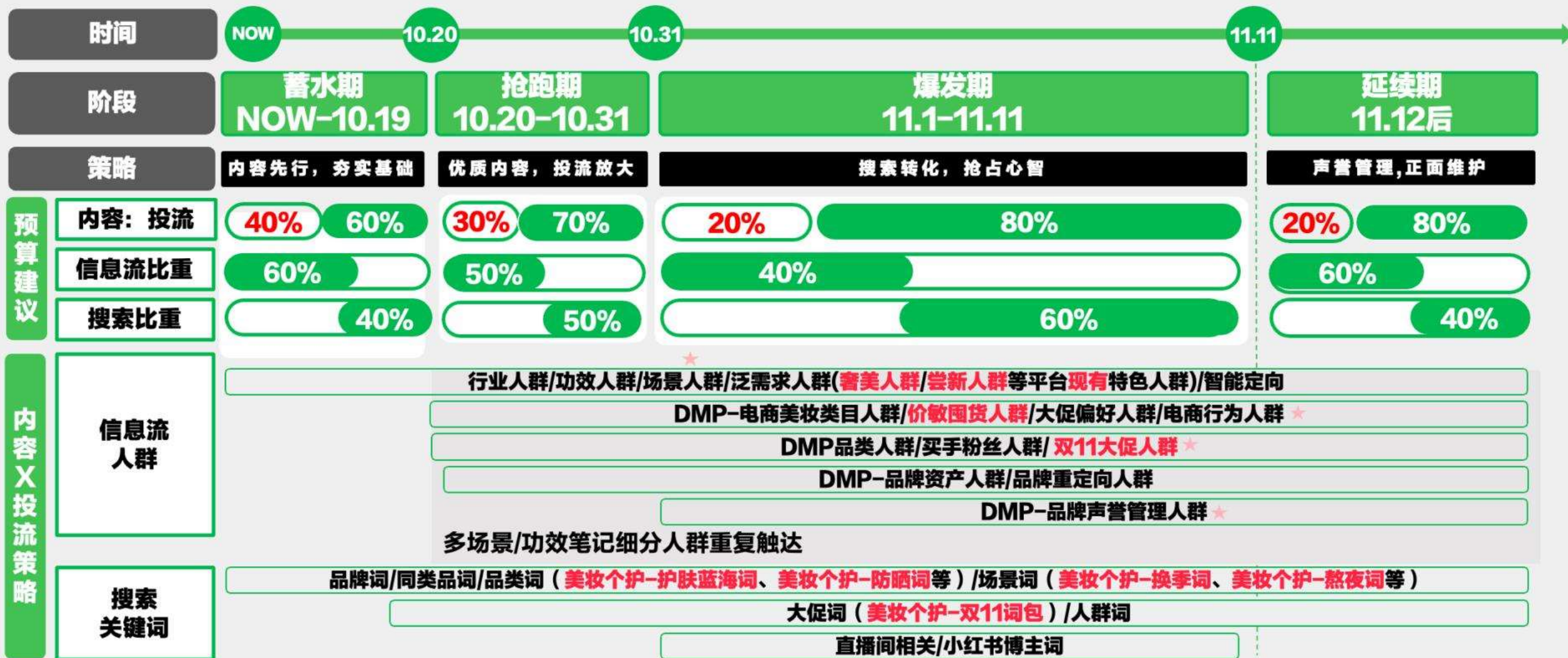
学生党 全能生活家

进店率

名称	品牌	人群	内容	投放策略	投放预算	投放周期
初露初闻用美素品牌奶粉	美素	AIPS人群	品牌粉丝	品牌粉丝	1,452,249	9/13-9/15
初露初闻用美素品牌奶粉	美素	AIPS人群	品牌粉丝	品牌粉丝	1,452,249	9/13-9/15
初露初闻用美素品牌奶粉	美素	AIPS人群	品牌粉丝	品牌粉丝	1,452,249	9/13-9/15
初露初闻用美素品牌奶粉	美素	AIPS人群	品牌粉丝	品牌粉丝	1,452,249	9/13-9/15
初露初闻用美素品牌奶粉	美素	AIPS人群	品牌粉丝	品牌粉丝	1,452,249	9/13-9/15
初露初闻用美素品牌奶粉	美素	AIPS人群	品牌粉丝	品牌粉丝	1,452,249	9/13-9/15
初露初闻用美素品牌奶粉	美素	AIPS人群	品牌粉丝	品牌粉丝	1,452,249	9/13-9/15
初露初闻用美素品牌奶粉	美素	AIPS人群	品牌粉丝	品牌粉丝	1,452,249	9/13-9/15
初露初闻用美素品牌奶粉	美素	AIPS人群	品牌粉丝	品牌粉丝	1,452,249	9/13-9/15
初露初闻用美素品牌奶粉	美素	AIPS人群	品牌粉丝	品牌粉丝	1,452,249	9/13-9/15

## 二次验证优化人群投放

# 中国美妆双11运营战略地图



\*相关词包、人群包均已在后台推送

# 高效种草CHECK LIST

## 投放节奏

- 至少 **前置30天** 测试内容，蓝海期品类心智前置渗透
- 增加大促攻略向笔记

## 搜索

- **大促词** 必买重点布局，**长尾词** 必买，品牌词100%承接
- **精确匹配** 抢位+**短语匹配** 扫流，精确匹配 **打开精准包含**，**预算充足** 不撞线
- 分词性拆分单元，1个单元 **≥50个关键词** 搭配 **5+篇笔记**，开启 **智能创意**

## 人群破圈

- **双11大促人群包** 必投，小红书20大人群破圈渗透
- 前置明确人群渗透目标，定期监控调优

## 小红星 小红盟

- 大促内容前置赛马，优选撬动生意放大，全周期 **K:FS比例参考3:7**
- 三方进店人群圈包，**人群反漏斗模型洞察人群拓圈** 方向，追踪渗透结合进店调优

## 一方人群

- 前置回传一方人群，结合 **人群反漏斗模型** 挖掘潜力人群
- 分层运营一方人群，及时 **二次回传后验**，持续优化



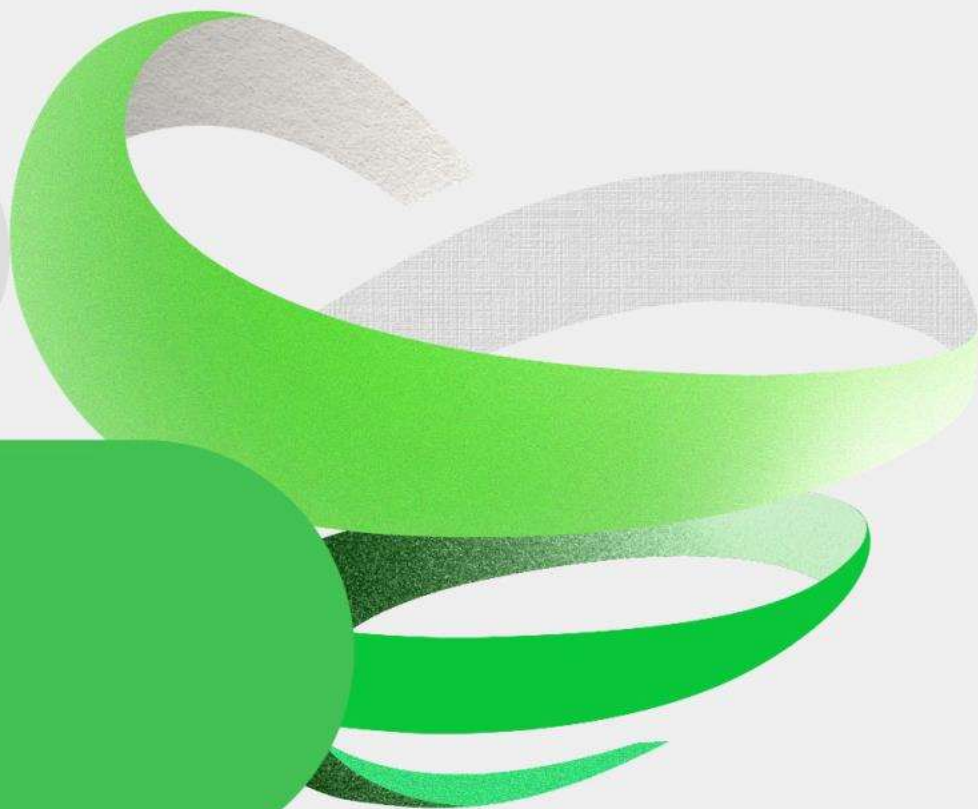
# 双11营销解码，投放策略新玩法

## 高效种草

种草投放策略·高效度量工具  
激发品牌向新力

## 链接交易

种草+转化一体策略  
助力品牌生意增长



# 站内电商 大势起

618直播间订单数

5.4 倍

开播直播间数量

4.3 倍

直播间购买用户数

5.2 倍

# 生活方式电商 场域多点触达



公域引流种草机



机会人群促转场



中心化运营阵地



私域运营放大器

# 乘风 电商一体化智能营销平台

## 营销场景

商品推广		直播推广	
笔记加热	日常销售	直播加热	日常销售
笔记点击量 笔记互动量	商品访客量 商品下单量 商品下单ROI	直播间观看 ★ 直播间30s观看 直播间预约	直播间ROI

## 营销产品

投放产品	创意产品	数据产品	定向产品
★ 托管投放 一键起量	★ 智能创意 ★ 直播静态封面 高光剪辑	人群洞察 商品洞察 直播大屏	★ 高级定向 智能定向

更多产品功能，敬请期待

## 流量场域

通投（信息流、视频流、搜索）	★ 搜索	流量协同 算法提效
----------------	------	--------------

# 9月产品快讯

## 小红书电商推广平台「乘风」9.10重磅开放 首发功能抢先看

**/01** 托管可叠加高级定向系统盯盘，稳ROI精准人群放量

**/02** 搜索直投直播精准拦截、叠加拿量

**/03** 30S观播提升人气促进正循环

**/04** 静态封面提升直播间封面CTR

一句话亮点

**通投+托管+高级定向可叠加**，叠加效果加倍。高级定向基于精准人群放量，托管利用系统自动复制好计划和下线坏计划，稳ROI并放量。

**精准拦截搜索场域高意向人群**；通投+搜索直投买词，双管齐下增加拿量。

**获取30S高质量观看人群**。

**静态直播封面**从展示10min变为直播**全程展示**（需要联系运营开白）。

使用建议

**Tips#1**：托管模式下，单条计划的预算、素材量、赛马时间建议为普通计划的3~5倍，ROI持平普通计划。

**强烈推荐**：博主人群。可圈选合作过的买手粉丝、与自身相似的商家/品牌/博主人群。

**Tips#1**：推荐购买品类词、兴趣词等，预算与通投2：8，ROI设为通投ROI的0.9倍。

**Tips#2**：笔记封面标题/关键字与所买词匹配。

**Tips#1**：主播话术引导互动、评论、点赞、收藏，提升互动量。

**Tips#2**：推荐在开播后授个小时使用，此时的互动量对于算法识别“好直播间”尤其重要。

**强烈推荐**：优化直播间封面。上传不同封面，控制变量赛马。信息丰富、颜值高、关键词突出的封面，通常可以提升直播间的进播率。

## 「30s观播+直播间ROI」组合引流，助力GMV+100%



店铺直播运营**12h\*7场/周**  
七夕礼遇直播间设计  
限定礼盒贴片展示



**+94%**  
直播推广  
计划日耗

**+29%**  
直播间支  
付ROI

对比口径：测试期内，乘风平台vs聚光平台

差异化礼赠货盘  
超50篇七夕笔记放大引流

群内活动预告、秒杀提醒、专属券发放  
群聊深度运营提升用户黏性和转化

30s观播+直播支付ROI协同投放  
保证直播间有人气、有互动，有利于成单



前置笔记投放引导加群  
分阶段群聊高效激活



30s观播投放策略

投放时机

- 开播前2h持续投，配合开场秒杀活动
- 直播期间人气下降时加投拉观播提热度

保证直播间同时在线 > 20人、保证直播间有互动，用互动带动其他用户互动

投放笔记

- 直播间机制、活动、福利介绍的笔记
- 直播片段二剪笔记

## 直播投流「进阶十条」

		保底线	争取线	
基建数量	日均有效计划数	≥40	≥80	素材/计划的丰富度 素材/计划的生命周期管理
	日均有效笔记数	≥20	≥40	
预算出价限制	计划预算设置	≥转化成本50倍		预算不撞线 出价要科学
	预算使用率	≤预算设置60%		
	ROI偏离度	≤系统建议20%		
经营累积	月累计直播时长	≥100h	≥400h	勤奋直播、坚持投广 量变带来质变
	人群累积	粉丝>5k 或 群友>1k		
内容质量	曝光进播率-笔记	≥1.5%	≥3%	专精研究内容 提升内容力
	曝光进播率-直播卡	≥1.5%	≥3%	
	直播间观播下单率	≥2%	≥4%	

# 直播笔记内容一突出直播间福利，核心拉动预约/进播

## 直播预约笔记

写明直播信息



强调直播机制



强化引导互动



核心关注效率指标

CTR / 预约率 / 预约成本

## 直播引流笔记

呼吸灯引导箭头



种草影响决策



直播专属福利



核心关注效率指标

CTR / 进播率 / 直播间内转化率



# 直播投放节奏建议

01

直播前3-7天

提热度 冲观播

02

直播中开场1H

提热度 冲观播

03

直播中冲刺

速优化 拉转化

04

直播后转化

再触达 深运营

投放策略

提前锁定高潜TA

冲高直播热度 快速度过冷启

计划赛马 充分放量推高GMV

直播二创笔记持续转化

推广目标  
考核指标

预约量目标

预约量、预约成本

有效观播目标

(5s/30s)<sup>NEW</sup>

观播量、观播成本

ROI目标

有效观播

(30s)<sup>NEW</sup>

直播GMV、ROI

ROI目标

ROI目标

下单目标

商品笔记GMV、ROI

人群触达

历史推广触达人群/已预约

粉丝人群、品牌搜索/阅读/互动人群/本品资产人群/DMP人群

电商行为人群/相似直播间人群/智能定向

搜索：品牌词/品类词/直播词/大促词，直播中实时检查调优（品牌词额外增加品牌专区承接）

操作TIPS

- 参考历史/行业预约成本出价，逐步下探
- 群聊前置预告

- 企业号笔记20+篇
- 博主笔记60+篇
- 计划数≥笔记数
- 提前2天搭建计划 确保过审
- 群聊促转化

- 实时高转化单品笔记预算倾斜
- 高ROI计划：预算消耗进度保持低于60%

- 遵循四大底线长线优化
- 群聊运营拉复购

# 「高级定向+智能拓量+托管功能」叠加，实现销量进阶



店铺直播运营  
12h\*7场/周

超百篇笔记放大引流  
基建数量多，内容质量好

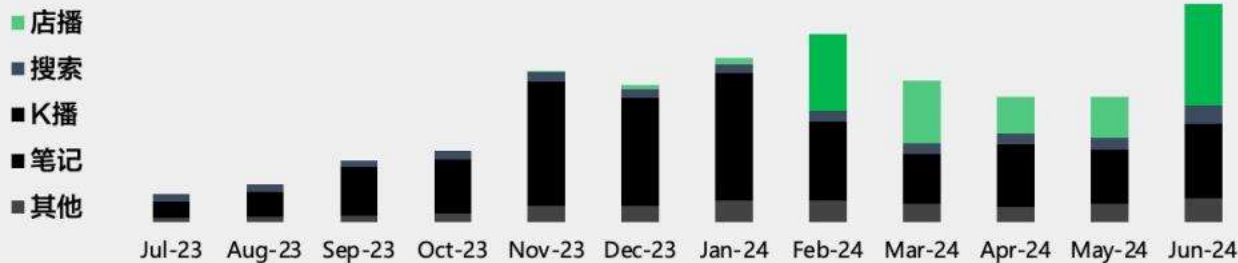
- 活跃笔记100+篇
- 活跃计划150+条
- 素材强调Offer
- 优质笔记储备转载

高级定向+智能扩量，快速冷启  
托管，促转化放量



群聊深度运营  
促转化，加强用户黏性

618再创新高  
月销350万+



350w+ 店铺月销创新高

20w+ 单场直播GMV突破

1.5倍 人群资产持续增长

# 群聊 赋能经营

活跃群成员  
直播曝光提升

95%

群聊用户/大盘  
GMV转化效率

300%

群聊用户  
复购率提升

250%



彩妆联名上新  
群聊玩法首播即售罄

20%+ 3倍

群聊用户  
贡献直播间GMV  
群聊用户支付转化率  
为直播整场均值

70%+ 5倍

群聊用户  
进入直播间  
群聊用户停留时长  
为整场直播均值



群聊共建彩妆上新  
与品牌粉丝共描生意曲线

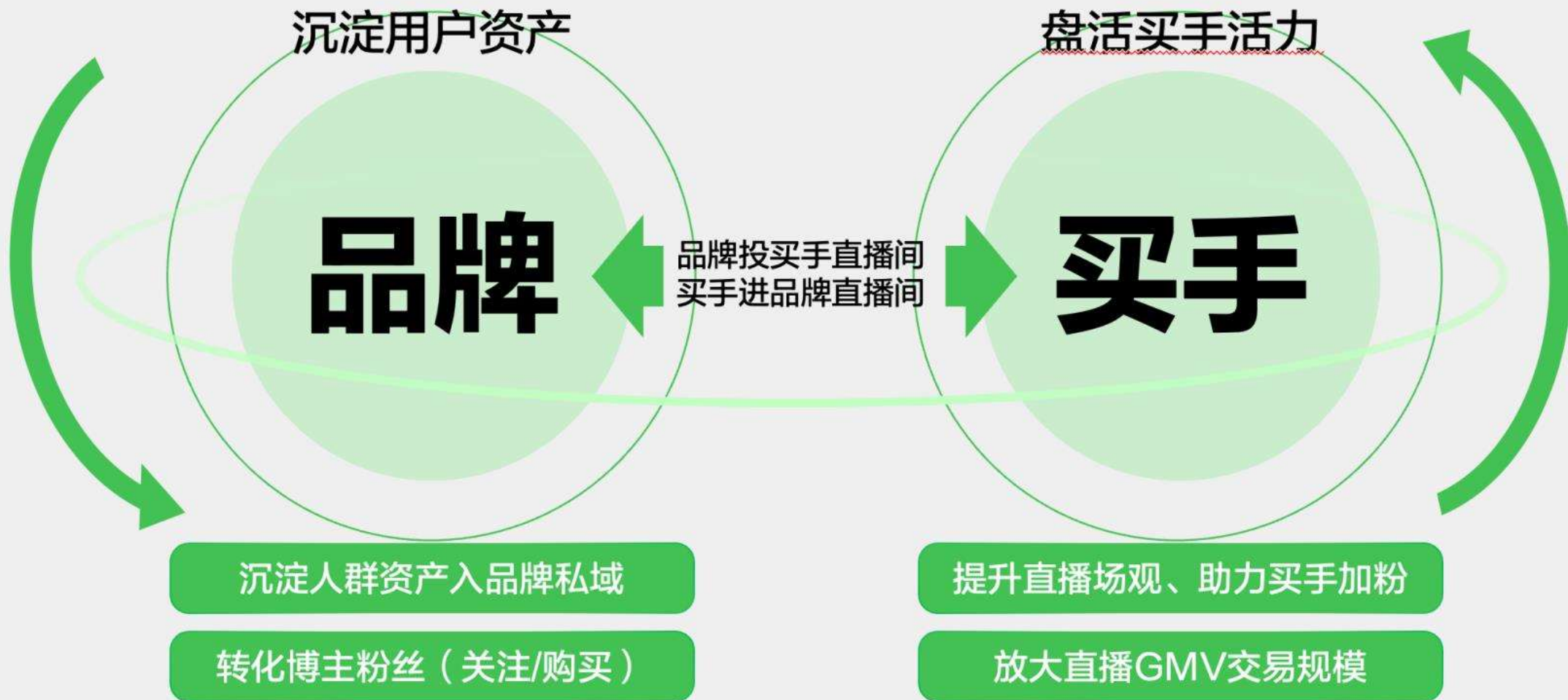
10+→90+

商家群聊  
新品共建SPU数

90%+

商家群聊  
带动新客占比

# 直播新场景 | 品牌买手代投模式实现品牌买手共振双赢



# 蚂蚁雄兵买手强布阵，助力新品首发单日GMV破百万



## 140万+

新品「首发单日」销售额

### 买手矩阵强势布局 近40位腰尾买手齐绽放



小红书 REDArrival  
新品 橱窗

**1位**高点买手造声势  
单场GMV破**74w**



**36位**腰尾买手打奇效  
累计GMV贡献**60%+**



**11位**首播买手赢关注  
种草博主转型开播

### BK代投提升效率

T-3充分预热  
引导直播预约

BK代投  
高效触达意向人群

沉淀品牌  
人群资产  
130万+



开箱试色 机制讲解



品类人群

妆容人群

买手粉丝人群

直播投流ROI  
4+

### S级货盘刺激转化



限定款  
先到先得



套组可备注限定款  
客单价**+140%**

# 商品笔记投放需遵循四大底线，提高投放效率

日均新增笔记  
> 5篇

日均在投笔记  
> 60篇

日均新增计划  
> 10条

日均在投计划  
> 120条

搭建原则：单计划对应**2~5**条笔记，1条笔记不要建超过相同**2个**计划

初始阶段 **【全站智投】** 为主，扩量需搭配搜索+信息流+视频内流

# 优质商品笔记创作TIPS

商品笔记内容角度参考，商品胶囊点击率>10%

评论区维护&站内购买引导

彩妆



新品推荐

开箱试色

护肤



成分详解

offer直给

高互动笔记  
无差评且有正向评论引导



负向评论正向回应

用户疑问及时解答

宝子 屏幕左下角就有哦

前两天刷到直接下单 拿到手了

购买方式引导

强调价格优势  
刺激转化



突出价格差对比  
商品价格全电商平台统一



质感优是前提：高级色调+多色拼图  
多元角度沟通：妆教干货/测评试用/场景代入/成分详解/痛点直击等  
手法教程：使用手法展示产品效果，新手党教程、五秒上手  
评论区晒单：“已买/刚到”素人互动



不建议直接搬运友商平台素材，如微短剧等

评论区引导站内直接购买

# 链接交易CHECK LIST

## 直播

- 日均在投计划数至少**40条**，在投笔记数至少**20篇**，投放遵循**进阶十条**
- 直播前做预告，加预约；直播前期提热度，冲观播；直播冲刺期**实时高转化单品笔记预算倾斜**
- 使用**乘风**新平台，**[30s观看]**提人气，**高级定向+智能拓量**

## 群聊

- 笔记挂接群聊组件、直播间口播、群推送工具引导入群
- 充分使用群工具，提升用户黏性

## 商品笔记

- **每天**新增投放至少**5篇**笔记，内容方向和种草笔记做区隔
- 投放遵循**四大底线**，搜索+全站智投+信息流+视频内流



# 美妆行业9-11月整合全景图

<b>时间阶段</b>	<b>蓄水期</b> NOW-10.19	<b>爆发期</b> 10.20-11.11	<b>延续期</b> 11.12之后
<b>重点关注营销节点</b>	开学季 教师节 中秋团圆季	国庆出行季	万圣节 双11 双旦礼赠
<b>种草投流</b>	<p>内容: 投流=4:6      内容: 投流=2:8      内容: 投流=3:7</p> <p>— 蒲公英流水    — 竞价广告流水    — ACP预估</p>		
<b>商品笔记直播</b>	直播: 遵循【进阶十条】, 乘风助力转化-托管叠加高级定向、搜索直投直播、30s观播、静态封面必用 商笔: 遵循【四大底线】, 充分激活潜力笔记, 结合胶囊点击率优选内容		
<b>资源配合</b>	<b>营销资源</b>	品牌推广资源渗透用户全触点 大促定制IP: 双11薯你会买 长线运营IP: 外人节、加油吧打工人、看中国、当我们圆在一起	
<b>电商资源</b>	电商品专 电商IP: 新品橱窗、品牌当红日		



**THANK YOU!**