

小红书 种草学

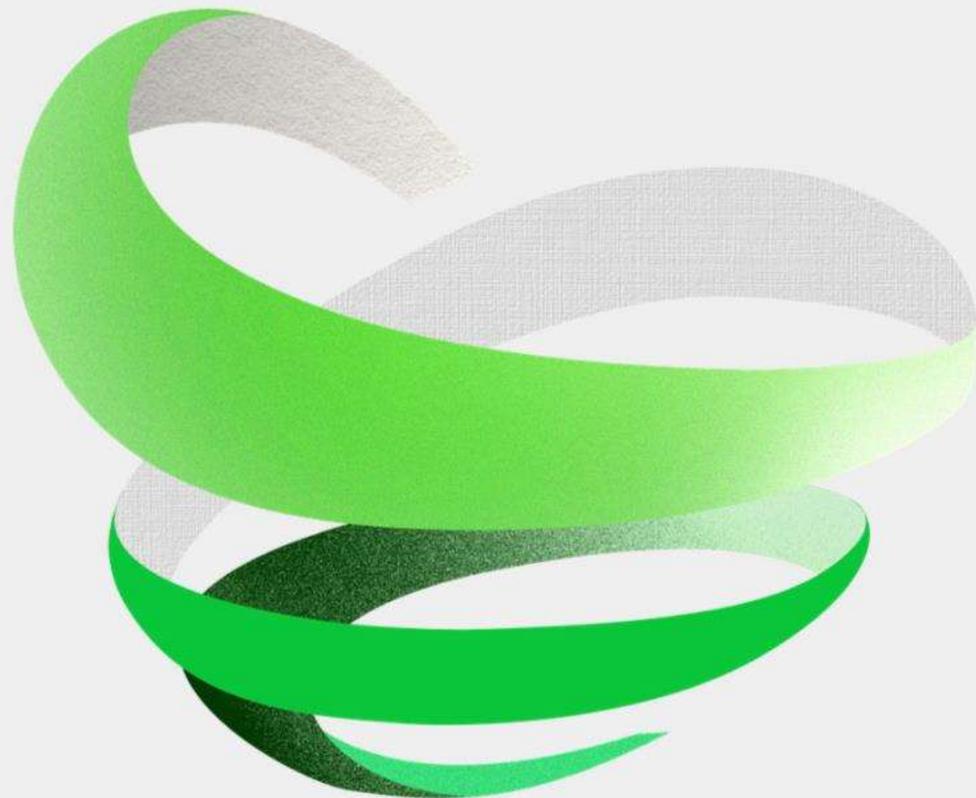
东风聚势： 中国美妆双11营销 解码全指南

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

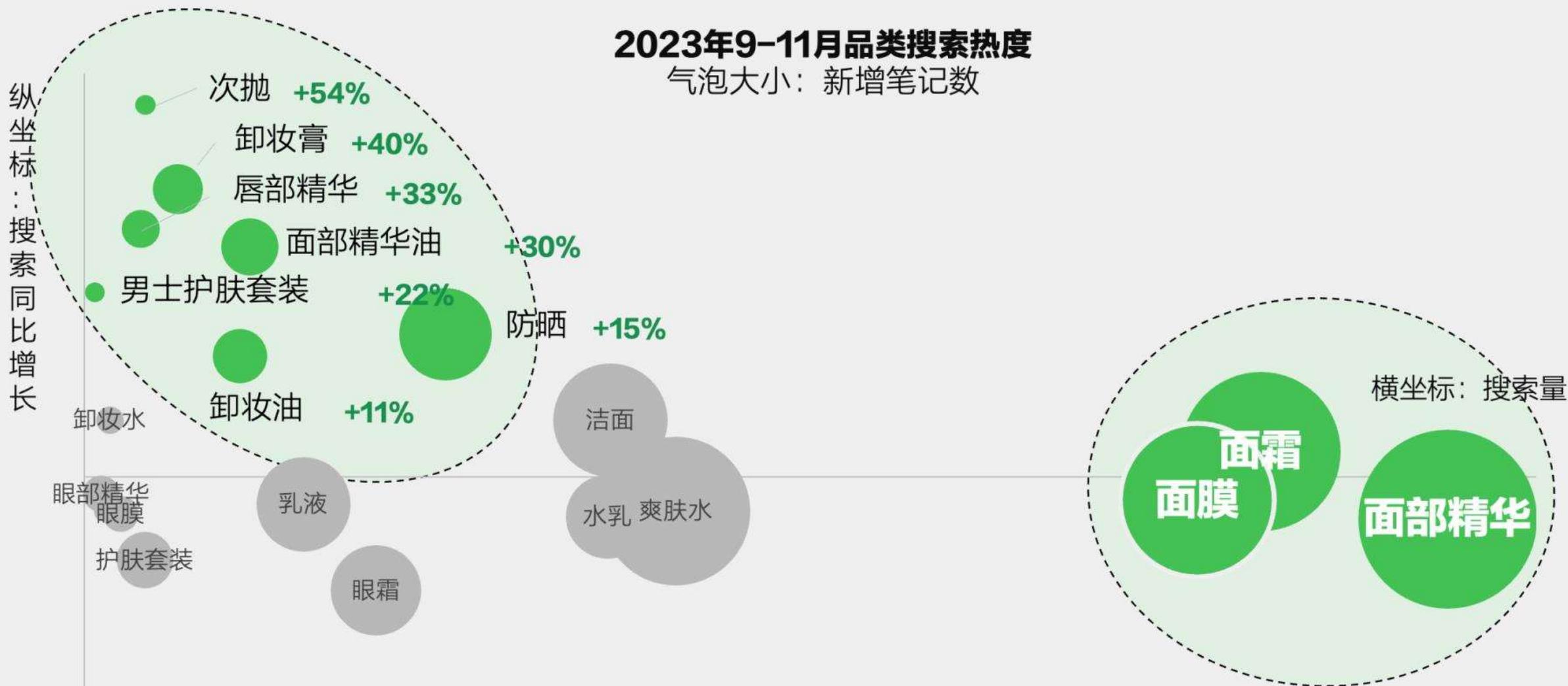


TOP100中国货彩妆品牌数
2023年9-11月

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



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

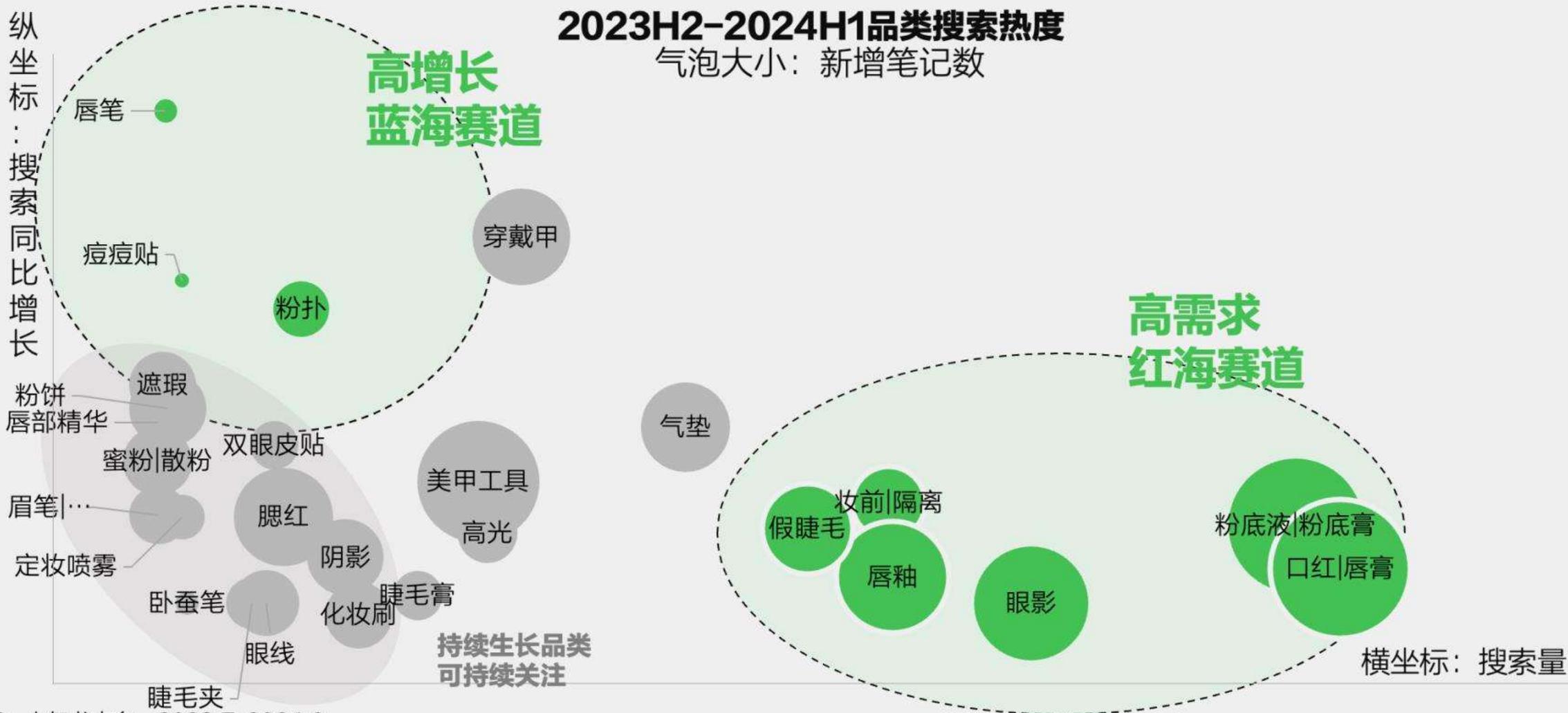
73%
#专研成分 搜索增长

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



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



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%



X妆容风格

#伪素颜
#早八妆



X妆效

#水光肌
#原生感



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

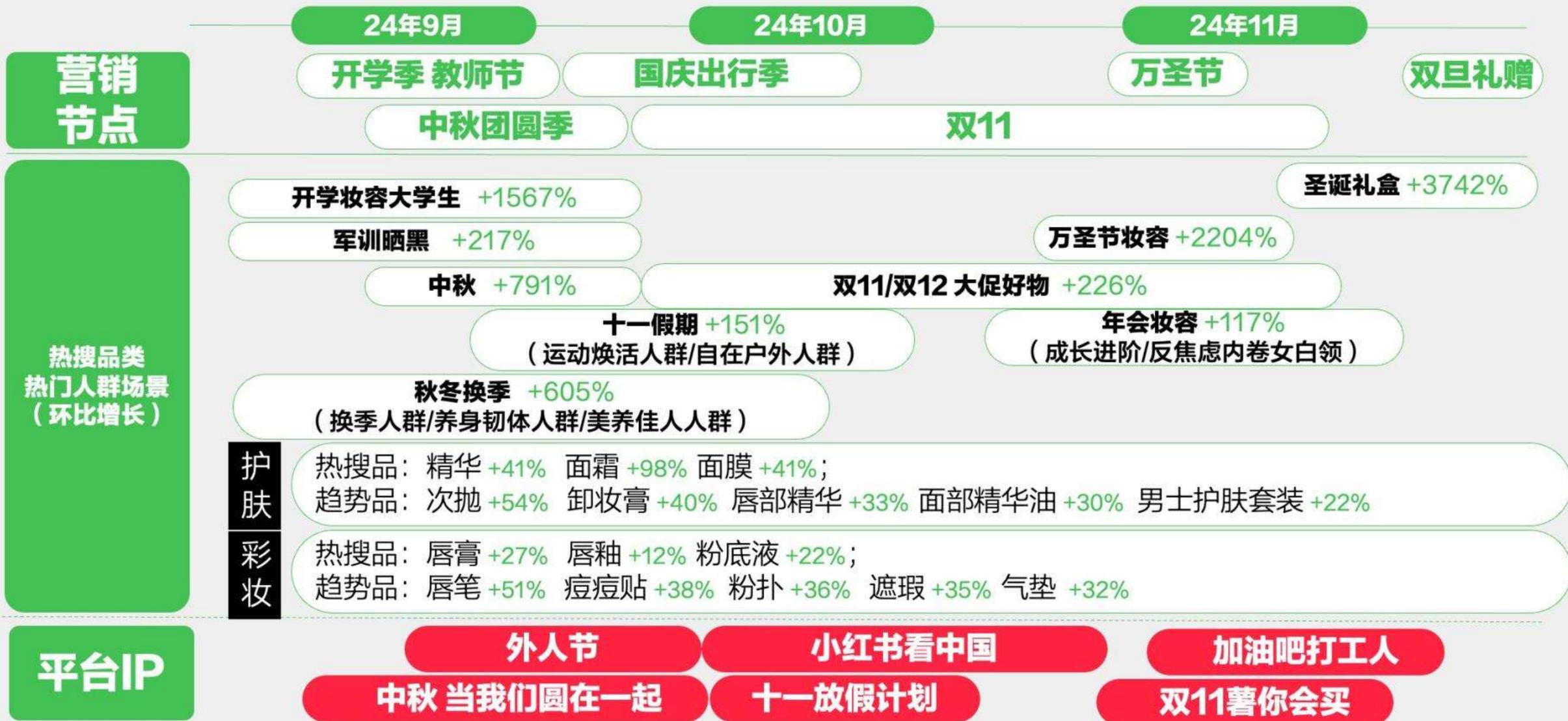
「一物妆全面」

一物多用、功能复合

「限礼仪式感」

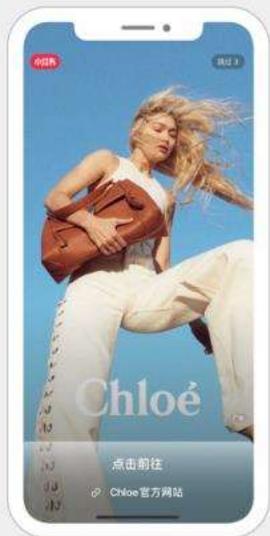
限定款式、送礼常态

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



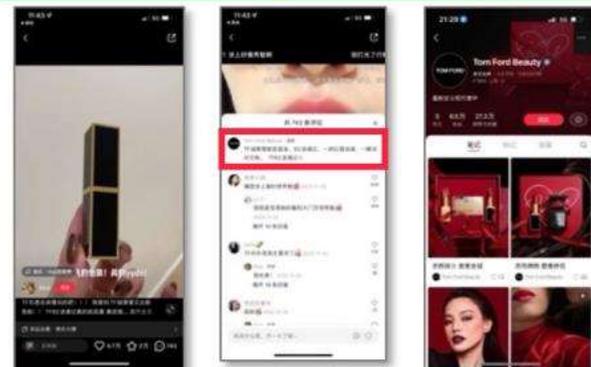
点击信息流 → 进入笔记
关注账号

Link 3: 视频流



上下滑动
视频流 → 进入视频笔记
关注账号

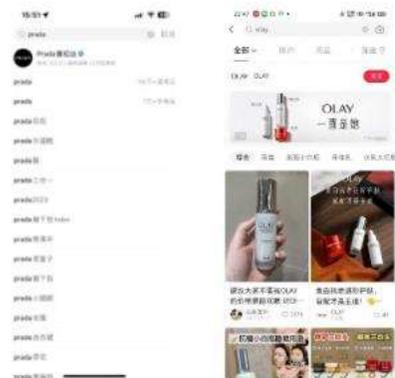
Link 4: 评论区



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，锁定大促爆品出圈席位，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

内外联动 所有女生红薯清单发布

上榜好物多维体验 专属颁奖

小红书x李佳琦直播间联合发布 好物招募打榜活动

「发布场」「搜索场」「浏览场」 三大场域围观发布

集体炒作业，福利刺激转化 创意颁奖完结

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

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



集体炒作业，福利刺激转化
创意颁奖完结

《会买的人来领路
发现好物超顺路》

汤臣倍健
EPA鱼油
(鱼油也有起来了)

5月31号

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

品牌官号引流

跳转品牌许愿直播



02 乘风 营销策略「新玩法」

PART 01

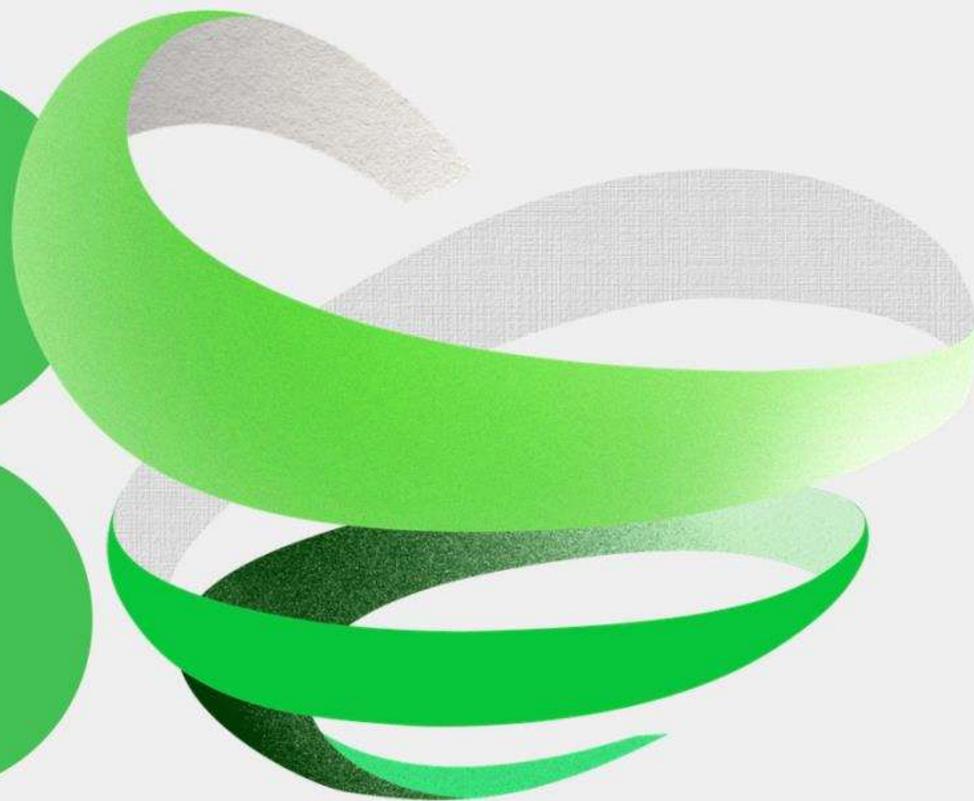
双11营销解码，投放策略新玩法

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

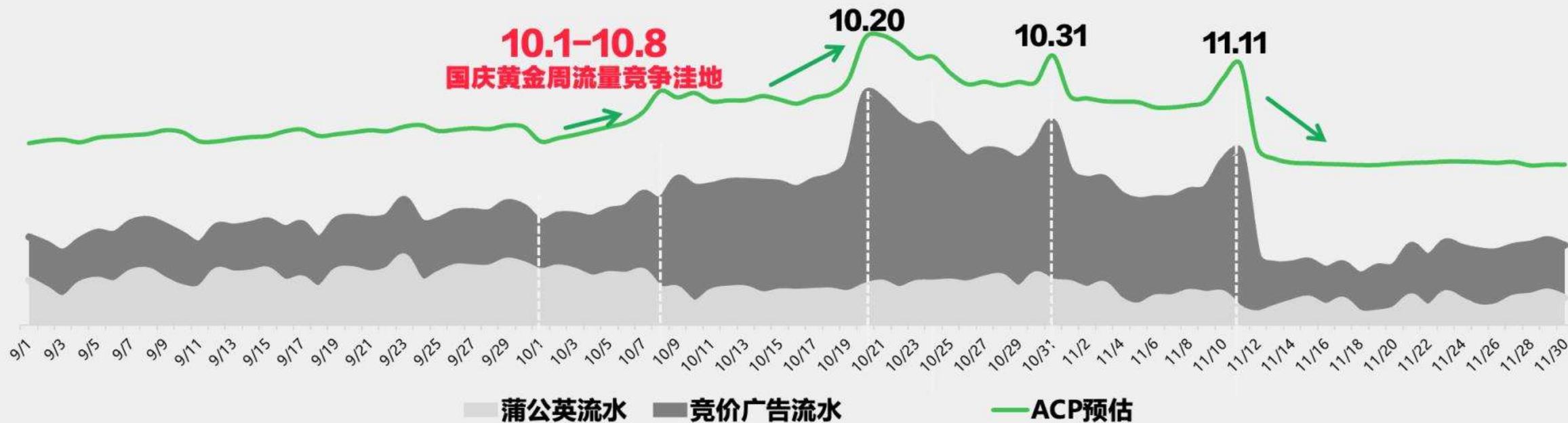
- 小红书前置测试大促攻略向内容
- 内容测品，蓝海期品类心智前置渗透
- 一方/小红书人群分层运营

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**

关键词精准承接用户双11搜索需求

攻守兼备，精准高效影响用户决策

节点&场景词 重点布局

双11词包一键添加
场景词重点抢占

双11词包示例

双11购物清单
双11满减攻略
双11囤货清单
美妆必买清单



场景词示例

中秋节送礼
国庆旅游推荐
国庆出游穿搭
秋冬护肤
圣诞妆容

扩大买词范围长尾词必买

品类/功效/场景流量
最大化承接 SOV TOP3

推荐词包

自定义词包

以词推词

行业推词

上下游拓词

搜索快投

智能拓词

SEM+品专100%承接

品牌词7*24H覆盖
品牌专区吸睛承接



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
高点击词	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 针对同类整体出价 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 > 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
...

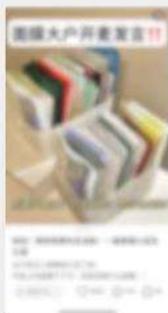
套装/礼赠词

护肤套装推荐
送妈妈礼物
护肤礼盒
...

品牌直出



产品安利



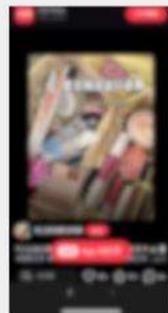
功效直击



痛点问题



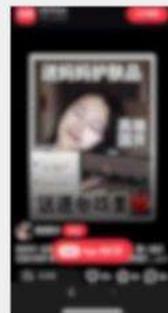
场景沟通



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

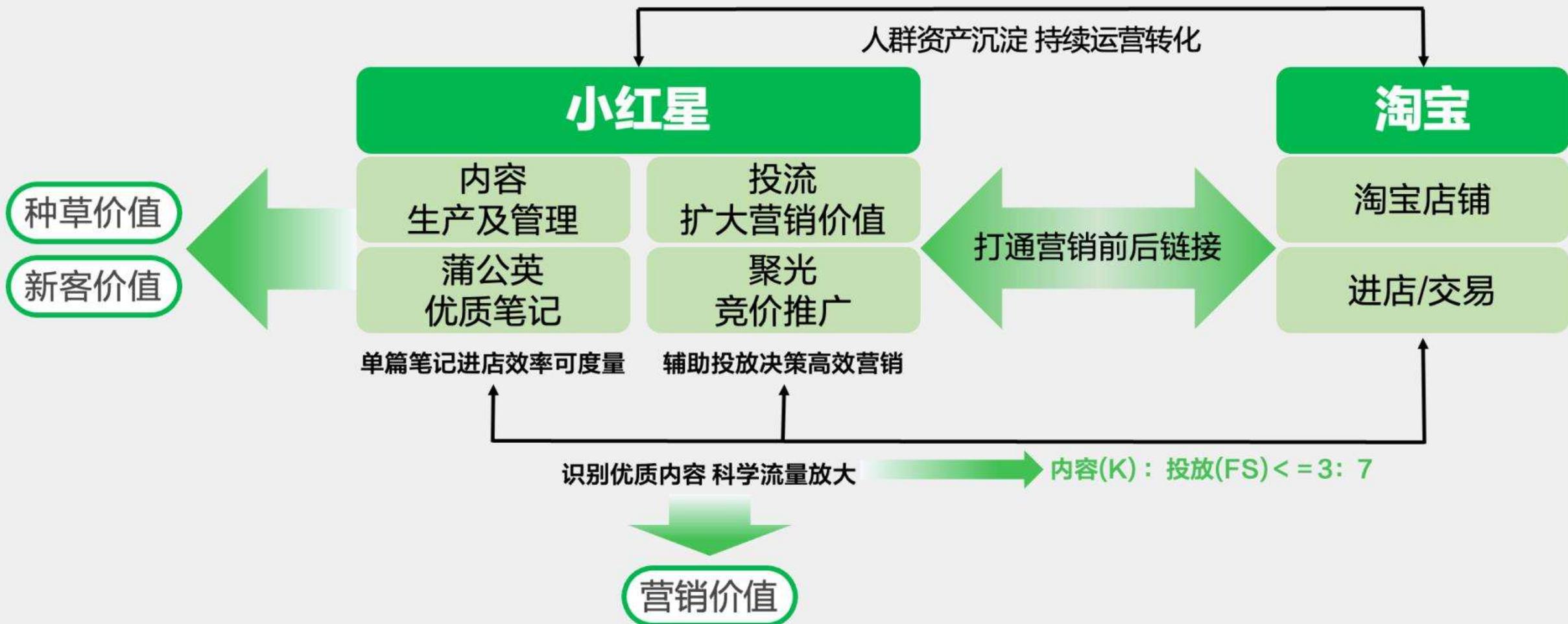
上新周期引爆全站生意



【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

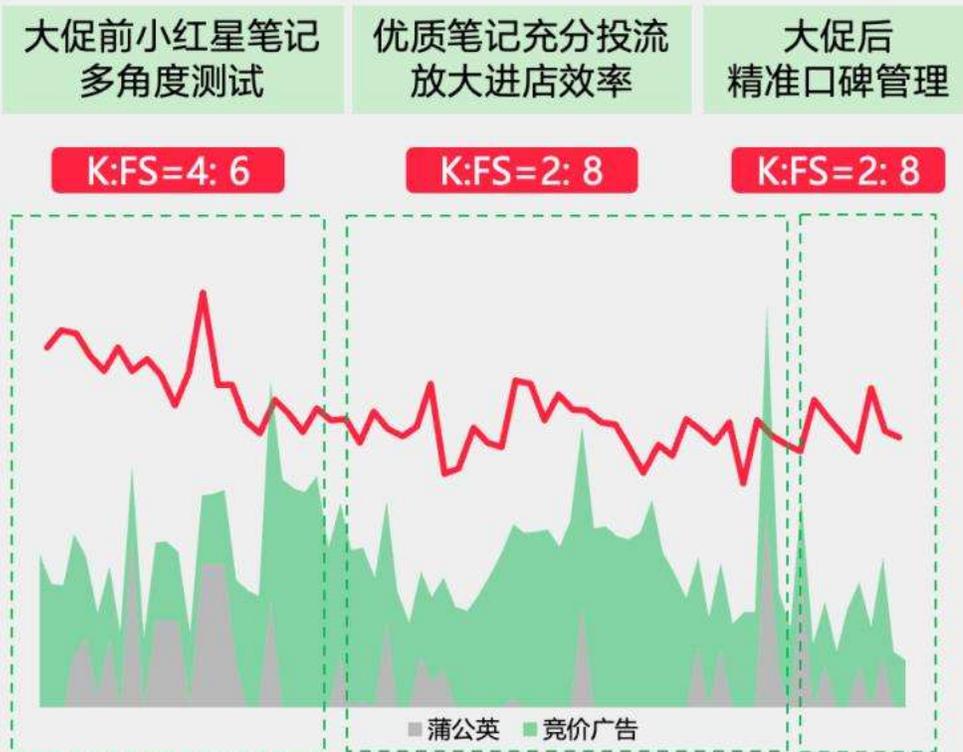
内容赛马 探索高进店笔记

➢ 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

👍 小红星进店成本优于大盘

-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

目标人群 AIPS人群

目标人群ID 444444 (中心ID: 100000) x 1/5

渗透目标 16.89~49.0%

运行人群

运行目标达成率	98.11%
养身初体人群	渗透目标达成率 93.4%
转化率	10.01%
渗透规模	1,452,249
7日转化率	1.24%
	+70.42%
	+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

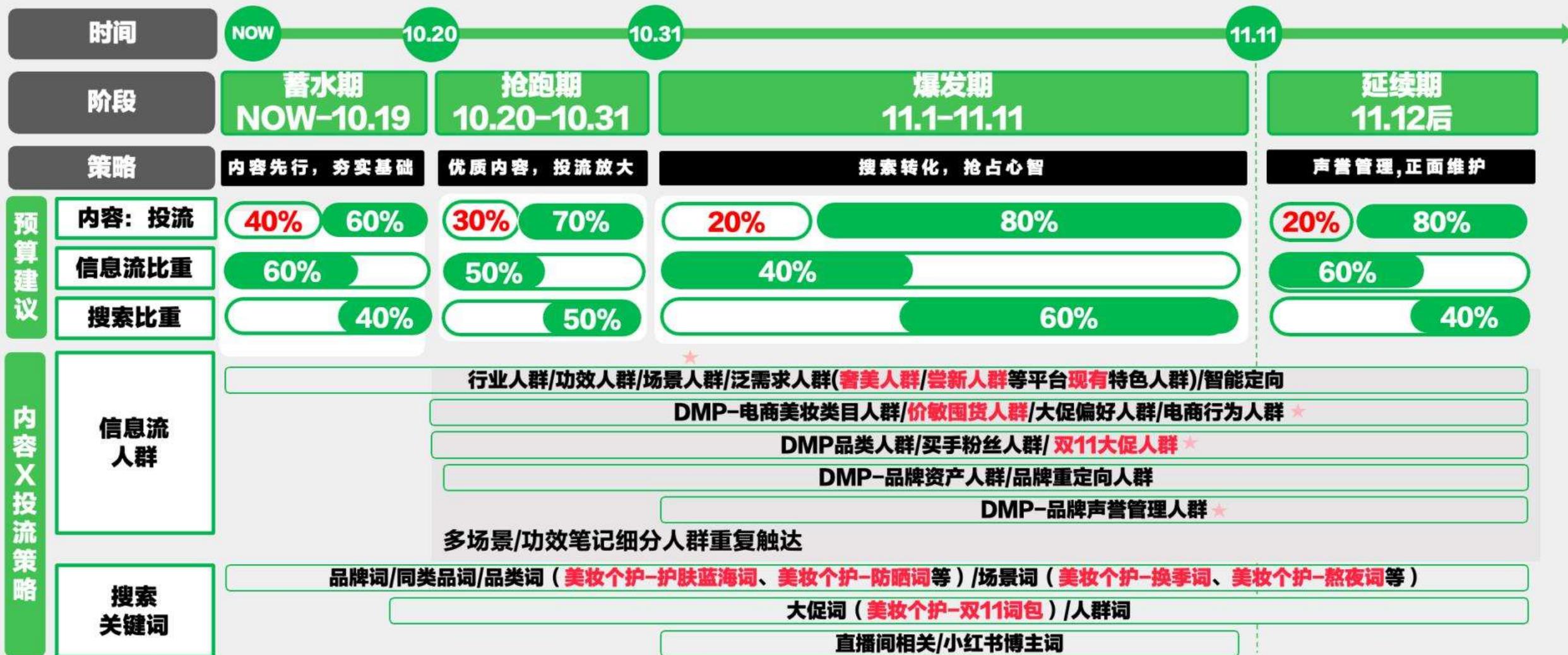
学生党 全能生活家

进店率

名称	品牌	受众	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	初露初闻用美素品牌奶粉	评论区引导进店	10000	9/13-9/15
初露初闻用美素品牌奶粉	美素	AIPS人群	初露初闻用美素品牌奶粉	放大预算	20000	9/13-9/15
初露初闻用美素品牌奶粉	美素	AIPS人群	初露初闻用美素品牌奶粉	人群汰换	10000	9/13-9/15
初露初闻用美素品牌奶粉	美素	AIPS人群	初露初闻用美素品牌奶粉	优化笔记点击率	10000	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

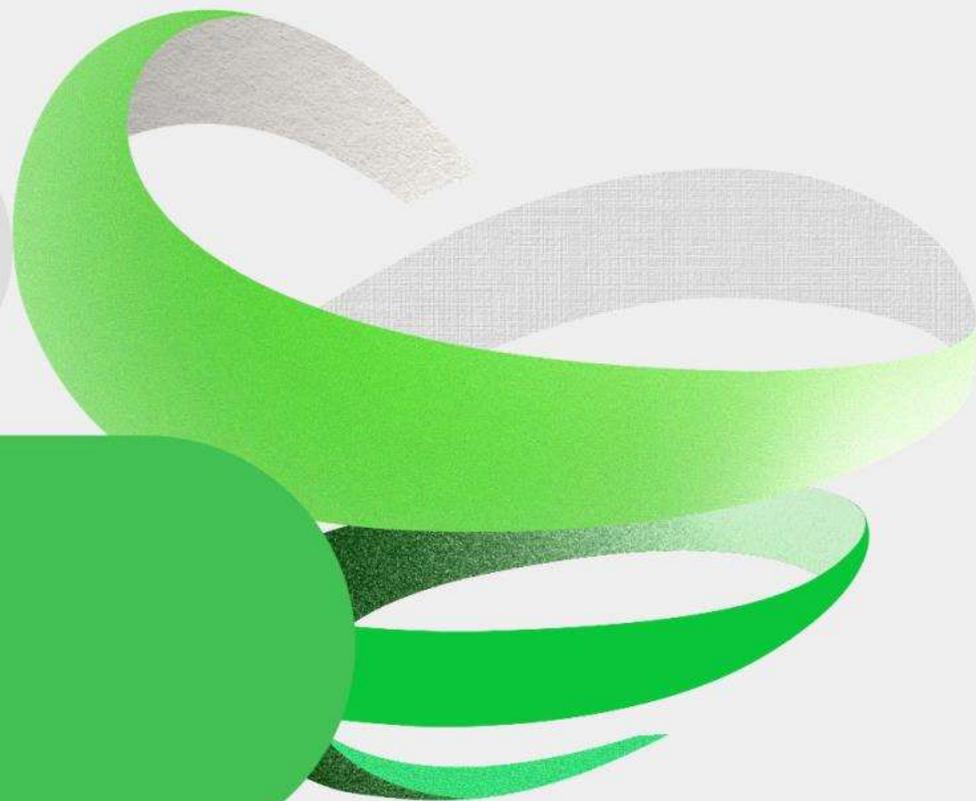
双11营销解码，投放策略新玩法

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



活跃笔记50+篇

素材强调七夕礼赠

内容引导直播间专属优惠

日常送男友就选它

前置笔记投放引导加群
分阶段群聊高效激活

直播前
活动预告

直播中
秒杀提醒

直播后
专属券
持续激活

「群友人群定向」
定向投放群友进播，提升转化效率

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)^{NEW}

观播量、观播成本

ROI目标

有效观播

(30s)^{NEW}

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

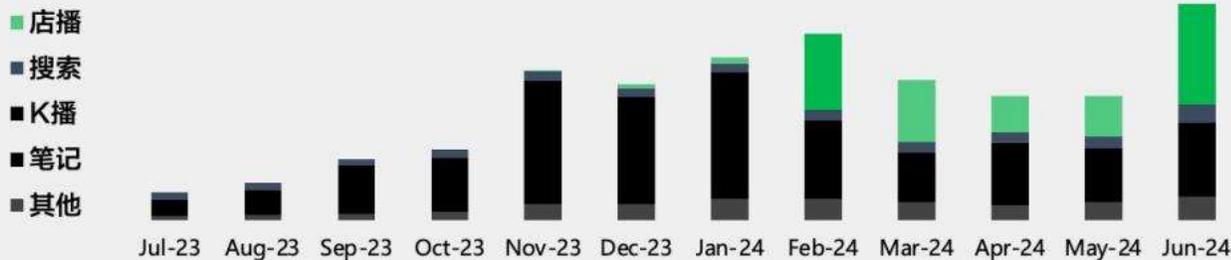
- 活跃笔记100+篇
- 活跃计划150+条
- 素材强调Offer
- 优质笔记储备转载

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

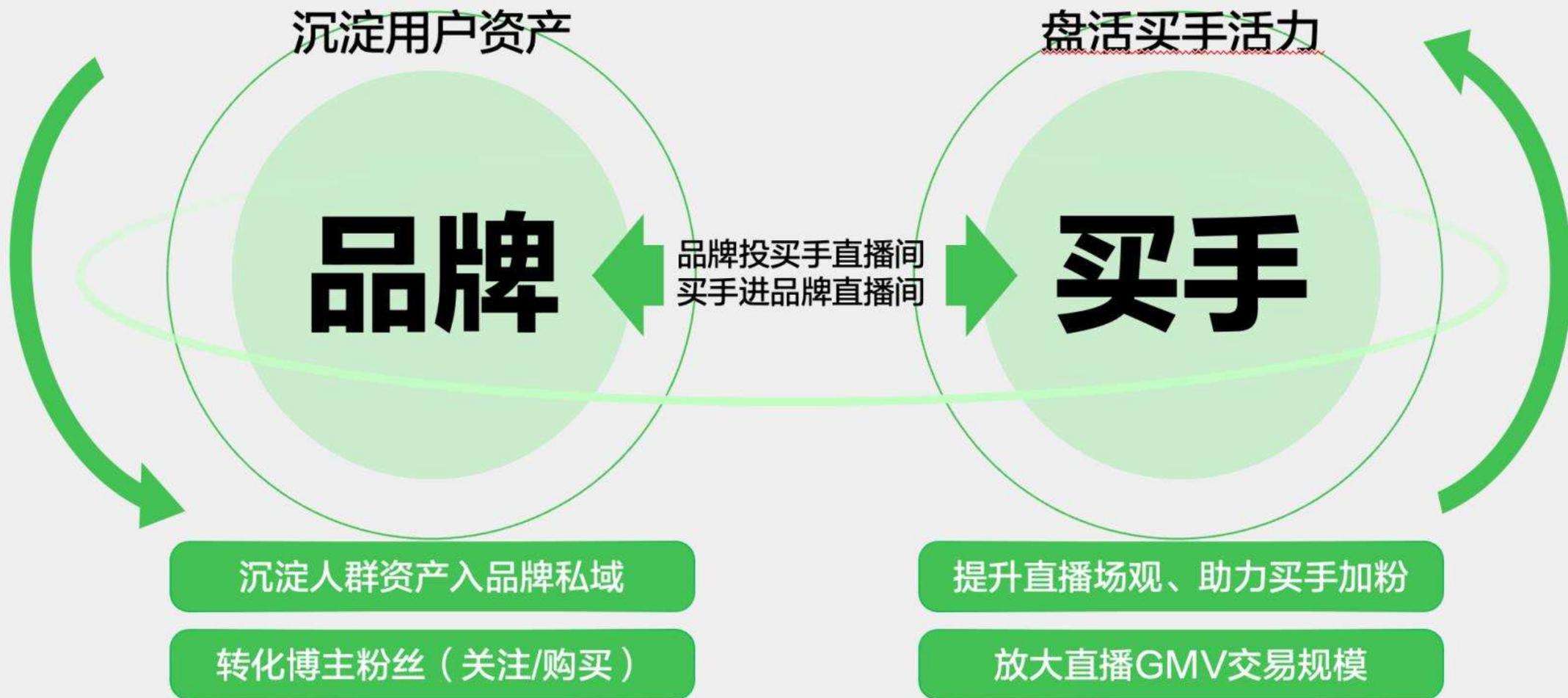
10+→90+

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



开箱试色 机制讲解



品类人群

妆容人群

买手粉丝人群

沉淀品牌
人群资产
130万+

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

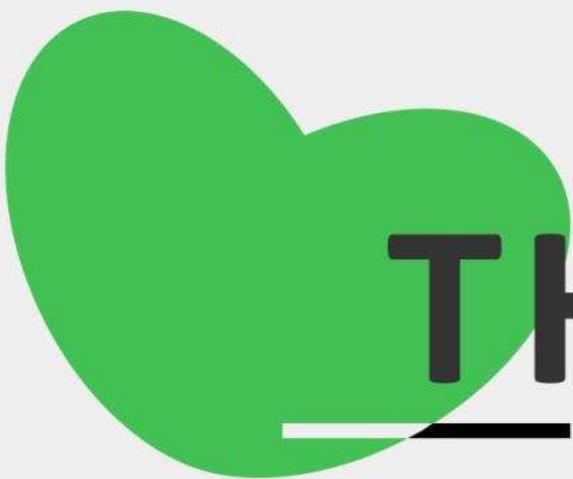
- 笔记挂接群聊组件、直播间口播、群推送工具引导入群
- 充分使用群工具，提升用户黏性

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

时间阶段	蓄水期 NOW-10.19	爆发期 10.20-11.11	延续期 11.12之后
重点关注营销节点	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
种草投流	<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>		
商品笔记直播	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		
资源配合	营销资源	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	
电商资源	电商品专 电商IP: 新品橱窗、品牌当红日		



THANK YOU!