

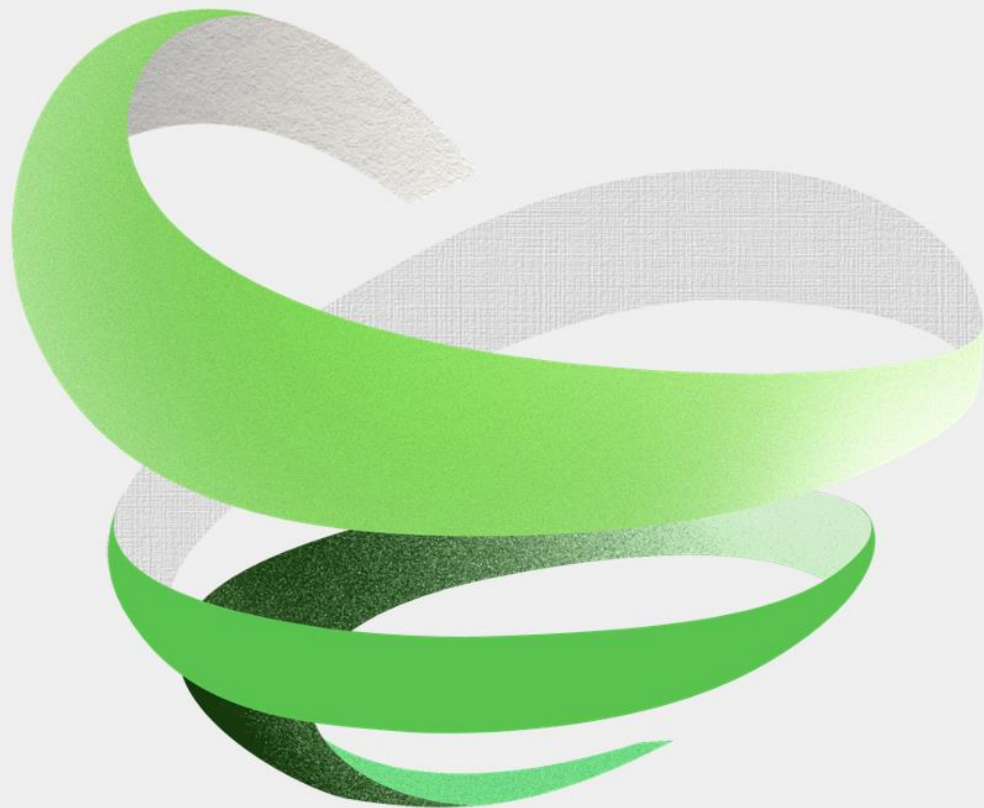
品效双赢： 国际美妆双11营销 解码全指南

苏茜

小红书国际美妆行业整合营销专家

冬天

小红书国际美妆行业运营专家



CONTENTS / 目录

01 **趋势前瞻** 看方向 · 节点用户「新需求」

02 **赛道洞察** 跟热点 · 美妆品类「新趋势」

03 **策略布局** 稳经营 · 国际美妆「新玩法」

01

趋势前瞻

看方向 · 节点用户「新需求」

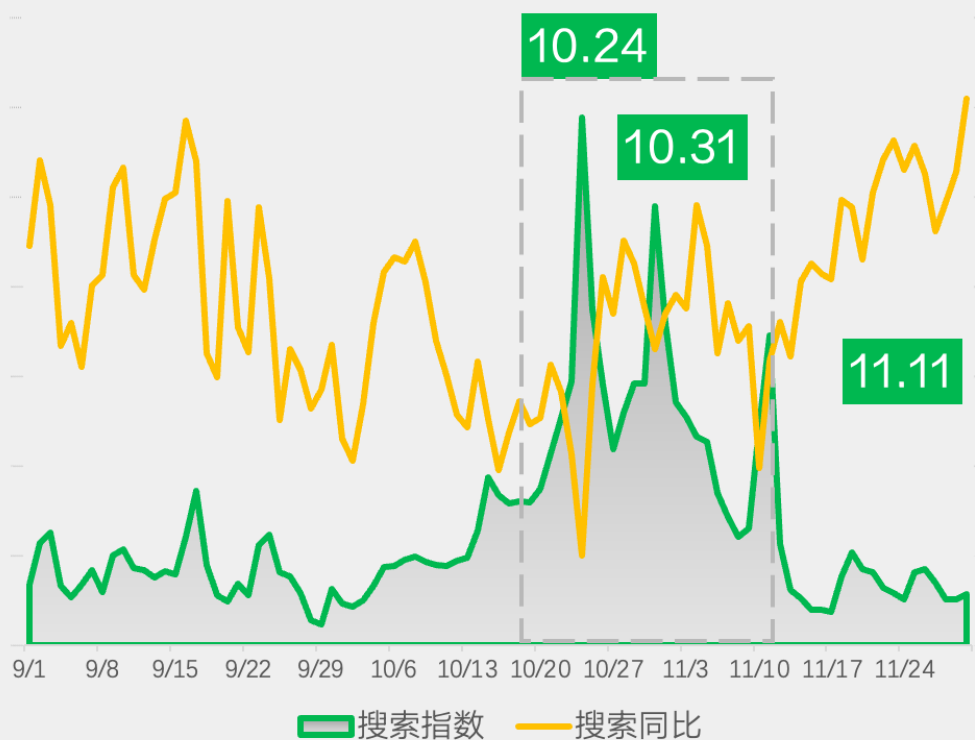
PART 01

大促前后热度起

美护双11流量回顾

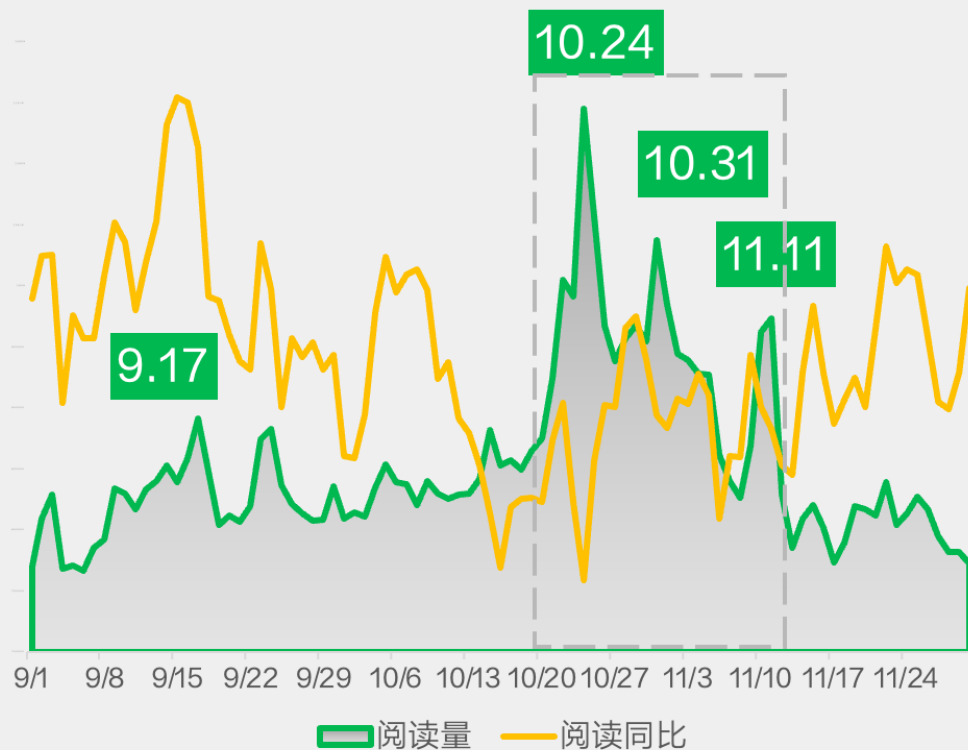
01 搜索

高点三波爆发
Vs.22年 大促前后用户更爱搜了



02 内容

热度持续，蓄水前置
Vs.22年 大促前用户看的更多



国际美妆心智占优，爆发更前置

国际美妆 vs. 大盘

/01 用户心智更高

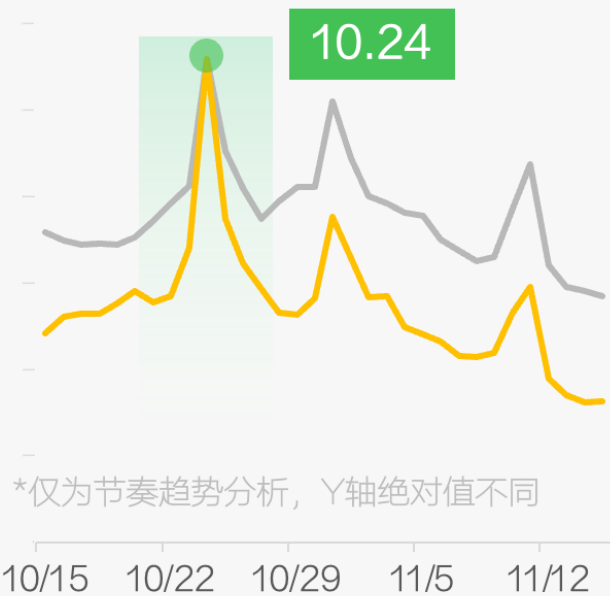
双11美妆行业搜索TOP50
国际品牌&国际SPU占比

74% 80%

国际品牌 国际SPU

/02 首波爆发更高

— 美妆大盘 — 国际美妆

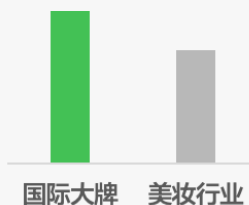


/03 用户消费力更高



23-35岁
高于大盘 9pt

高消费力人群
高于大盘 10pt



高线城市
高于大盘 4pt

分阶段用户需求侧重不同

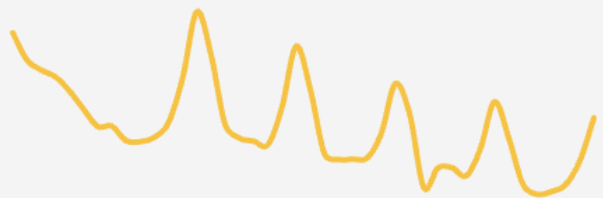
美护双11用户搜索行为洞察

搜索更前置

泛搜需求词

9.1-10.14占比更高

美白 韩系妆容 早c晚a
化妆初学者淡妆 眼线怎么画

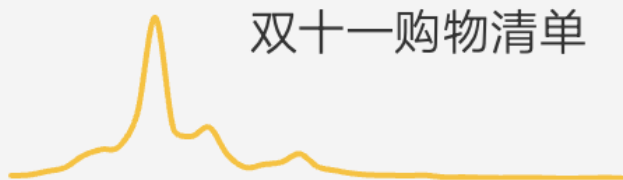


蓄水期起量

电商属性词

主播词10.15起量
其它词第一波占比更高

李*双十一2023 章小蕙
美妆券哪里领取
双十一购物清单



爆发在高峰

品牌产品词

10.15-11.11占比更高

Into*必买色号 3c*眼影盘
白*色提因精华 N*超方瓶
珀*双抗精华



品类词

占比全周期保持TOP1

洗发水 口红 身体乳
面霜 粉底液 护手霜



双11美护热搜词TOP300

品类词占比 **40%**

把握用户阶段需求，科学布局全周期内容

9.1-9.30

10.1-10.19

10.20-11.3

11.4-11.30

阶段	蓄水期	预热期	爆发期	延续期
需求拆解	让更多人 喜欢我	让更多人 想要买	让更多人 跟着买/还要买	让更多人 抓紧买/晒出来
	产品种草	提醒加购	攻略破圈/提醒补购	最后冲刺/晒单分享
内容推荐	<p>品类必囤/趋势热点...</p>	<p>达人借势/offer攻略...</p>	<p>空瓶回购/抄作业...</p>	<p>开箱收货/末班车...</p>
人群	品类/行业、场景人群	大促人群、竞品人群、本品人群、智能定向		本品资产人群/retargeting人群

*人群：仅为阶段性推荐示例

02

赛道洞察

跟热点·美妆品类 「新趋势」

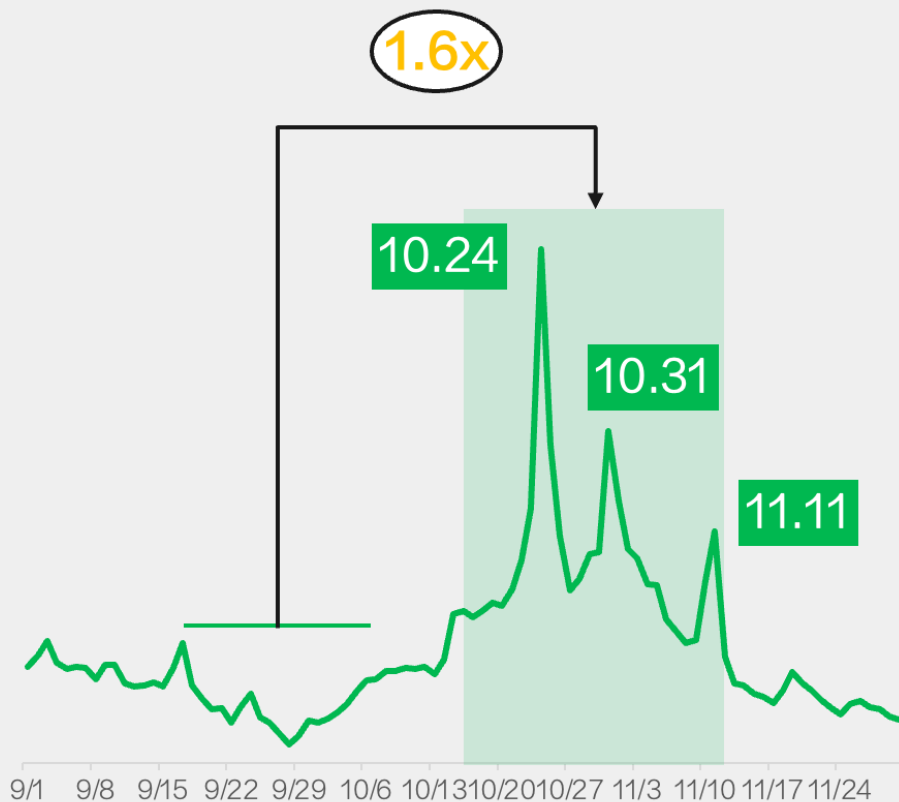
PART 02

护肤爆发系数更强，彩妆多波脉冲走高

双11分赛道搜索回顾

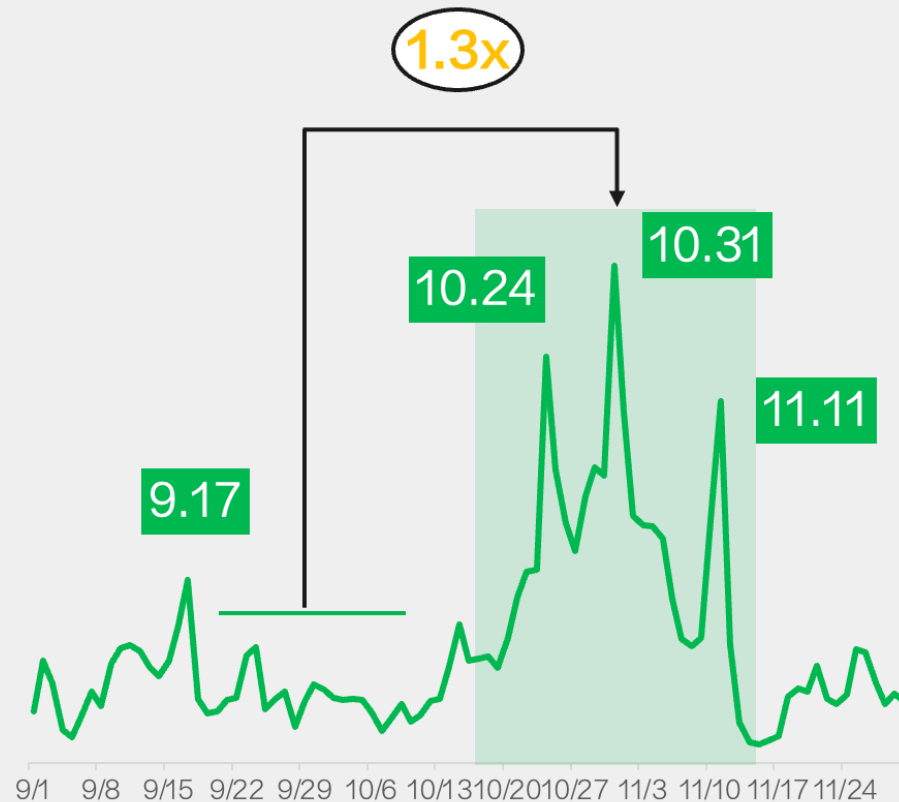
01 护肤

节点爆发更强
重点关注**第一波**（预售）



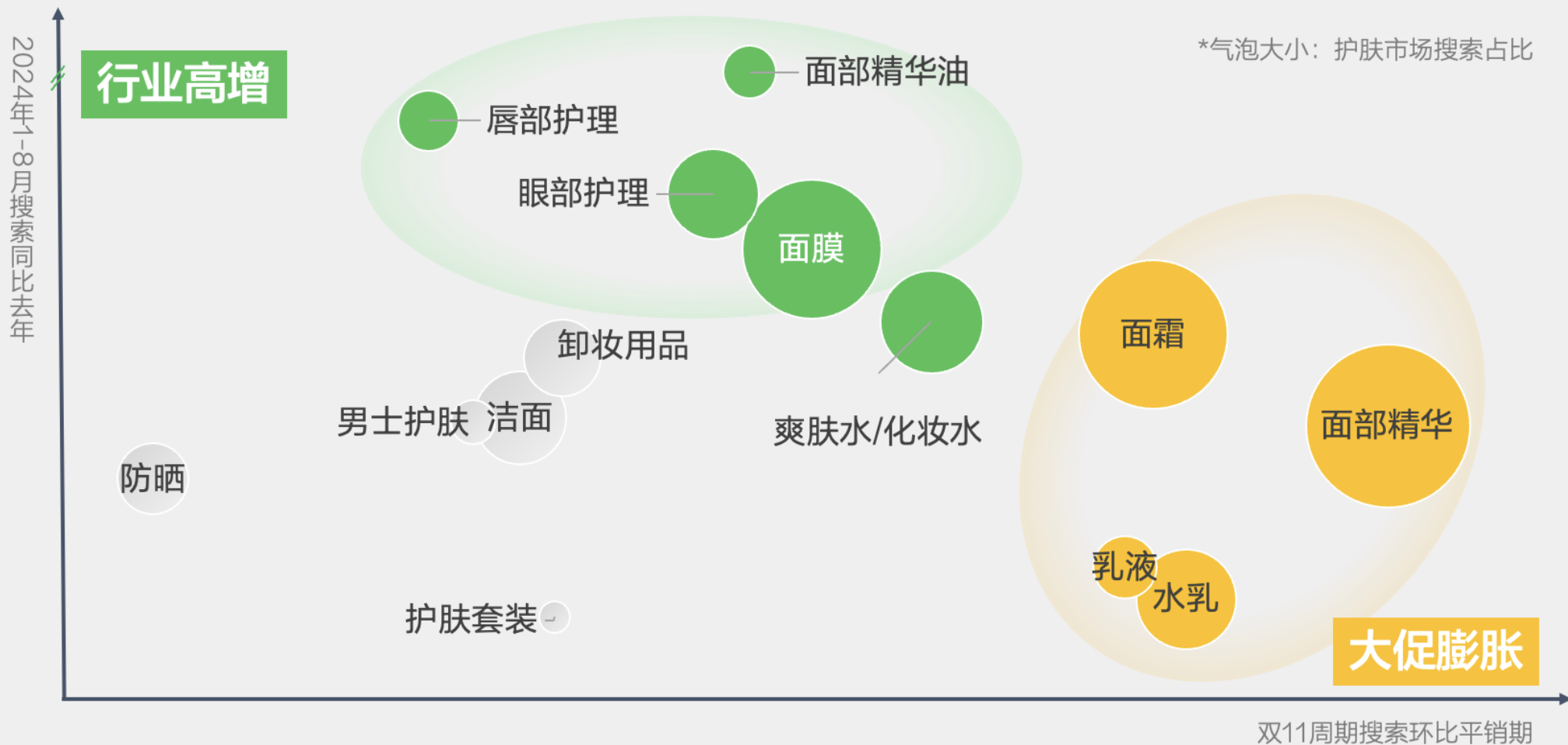
02 彩妆

三波节点小爆发
万圣夜达到顶峰



精华/水乳/面霜膨胀高，面膜&细分赛道增速高

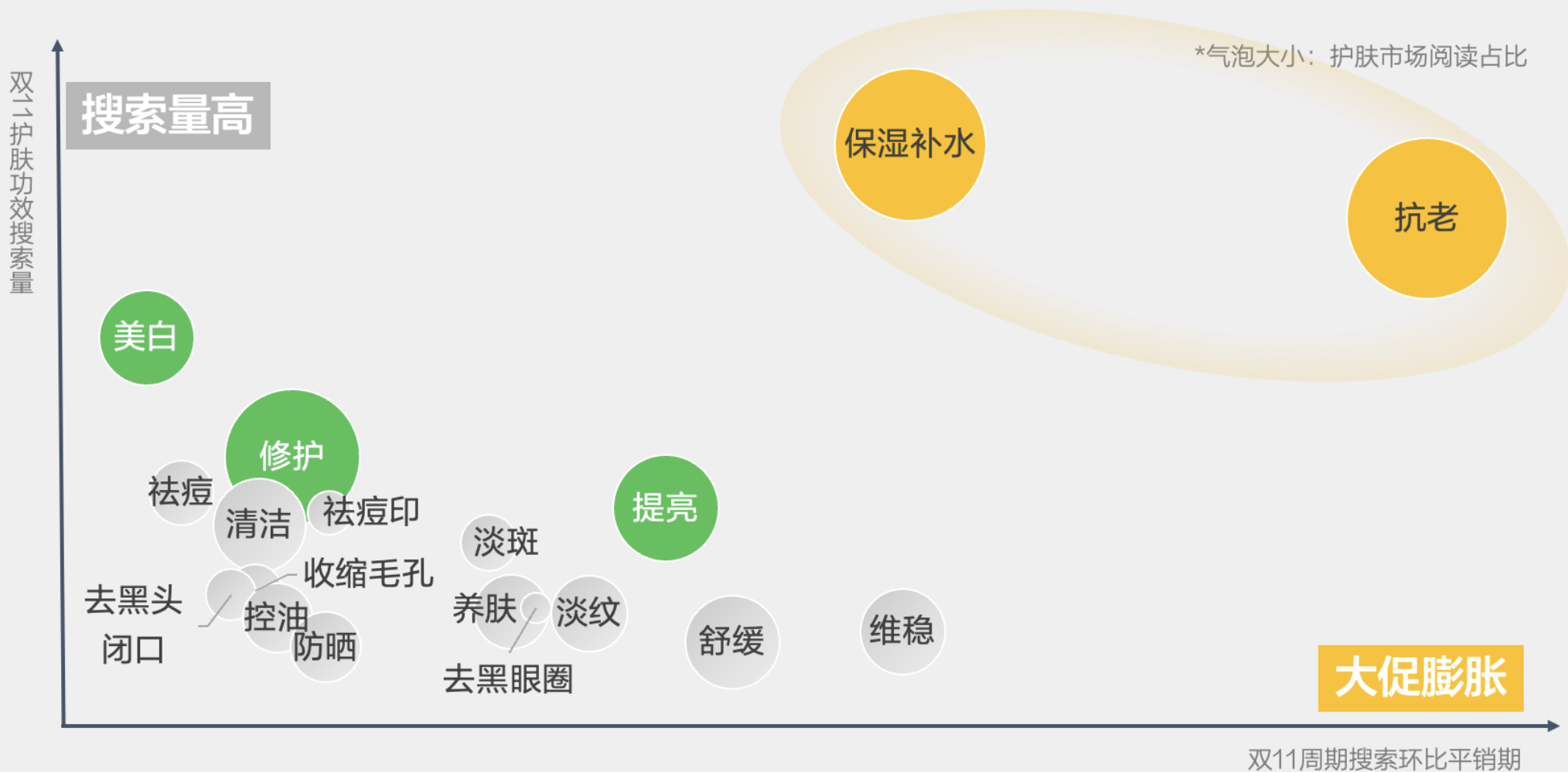
护肤双11品类搜索格局



数据来源：小红书数据中台（取数周期：2023年10.15-11.11-横轴环比，2024.1-8月-纵轴同比）

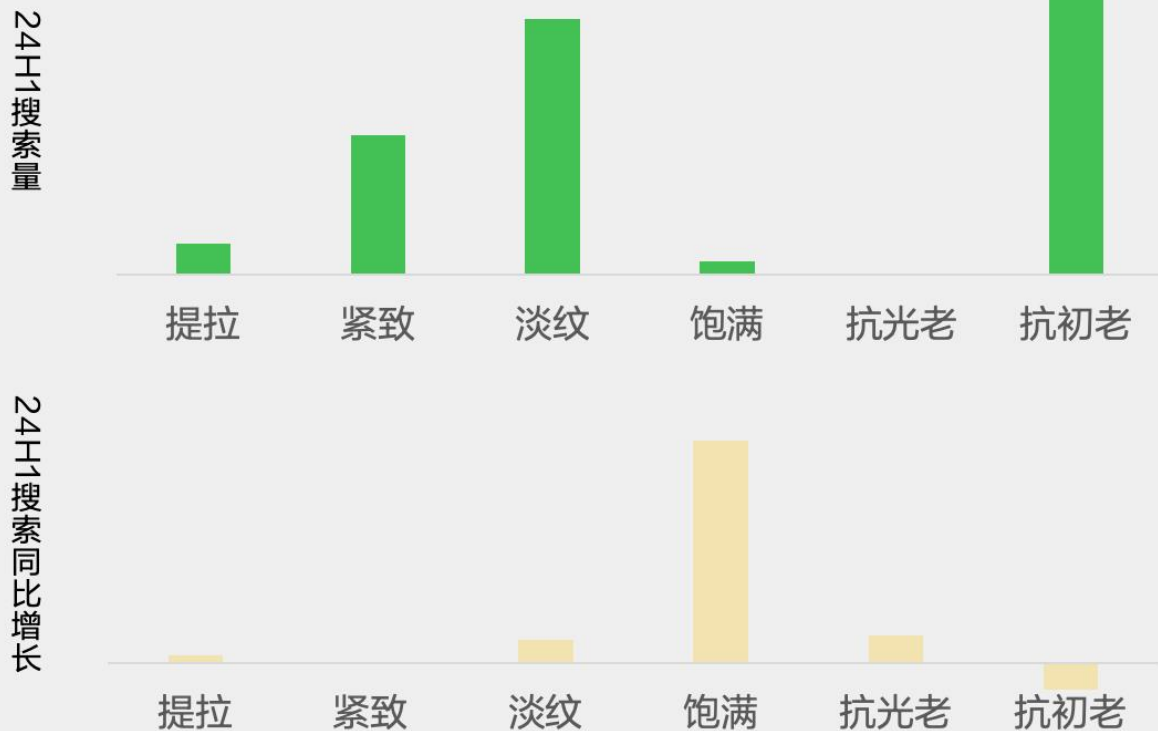
「抗老」「保湿补水」热度领先

护肤双11功效格局



抗衰老诉求进阶：痛点细分，解法升级

01 淡纹驱动增长，饱满诉求显著



02 抗衰老诉求局部下探，痛点具象化



以油养肤秋冬高热，美白细分需求增长

01 保湿补水：基础迭代



🔍 以油养肤

秋冬心智涨



👁️ 湿敷

功效热门场景

02 美白：细分诉求和场景涌现

人群新诉求

敏肌美白

美白脸部去黄



搜索同比 +114% 搜索同比 124x



场景新趋势

医美反黑

内调美白



阅读同比 109x



阅读总量 1.3亿

敏感肌/养屏障、医美诉求驱动修护进一步增长

01 多元人群场景增长，带动修护高增

8000w+

敏感 人群

#皮肤屏障受损
3.6亿阅读

#拯救敏感肌
13.7亿阅读

7000w+

医美 人群

#黄金微针
搜索同比+133%

#点阵激光
搜索同比+66%

#光子嫩肤
搜索同比++47%

修护Top场景

#晒后

军训
户外
海滩
学车

#术后

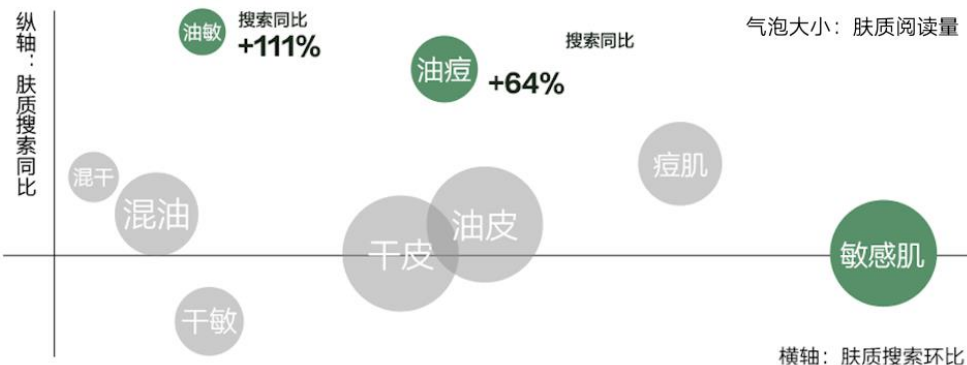
水光
刷酸
嗨体
光子嫩肤

#换季

空调房
春夏抗敏
油/痘问题

02 修护因肤定制，油敏/油痘增速高

修护功效肤质格局图



肤质搜索Top

搜索增速Top



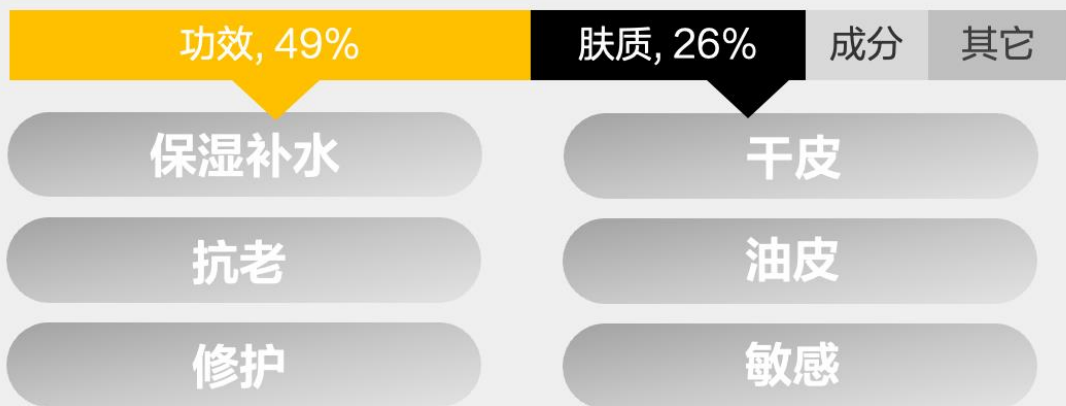
面霜

/01 应季叠加大促，全年必争

面霜需求秋冬旺
双11全年高峰



双11期间面霜品类搜索属性



/02 趋势和大促内容两手抓

趋势占领



大促攻防



水乳

/O1 肤质主导：干皮/熟龄肌膨胀高

/O2 用户求推荐心智强，品牌渗透空间高

双11期间水乳品类搜索属性

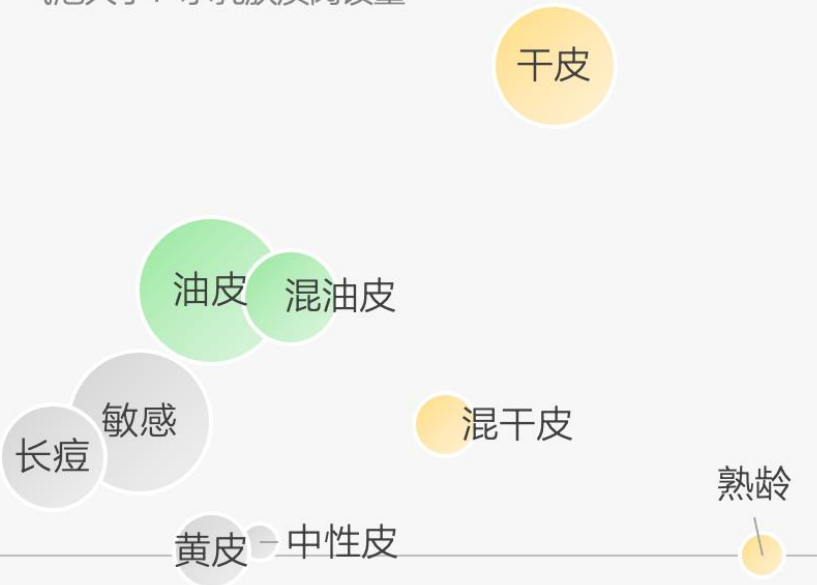
肤质, 47%

功效, 37%

其它属性

双11周期搜索量

气泡大小：水乳肤质阅读量



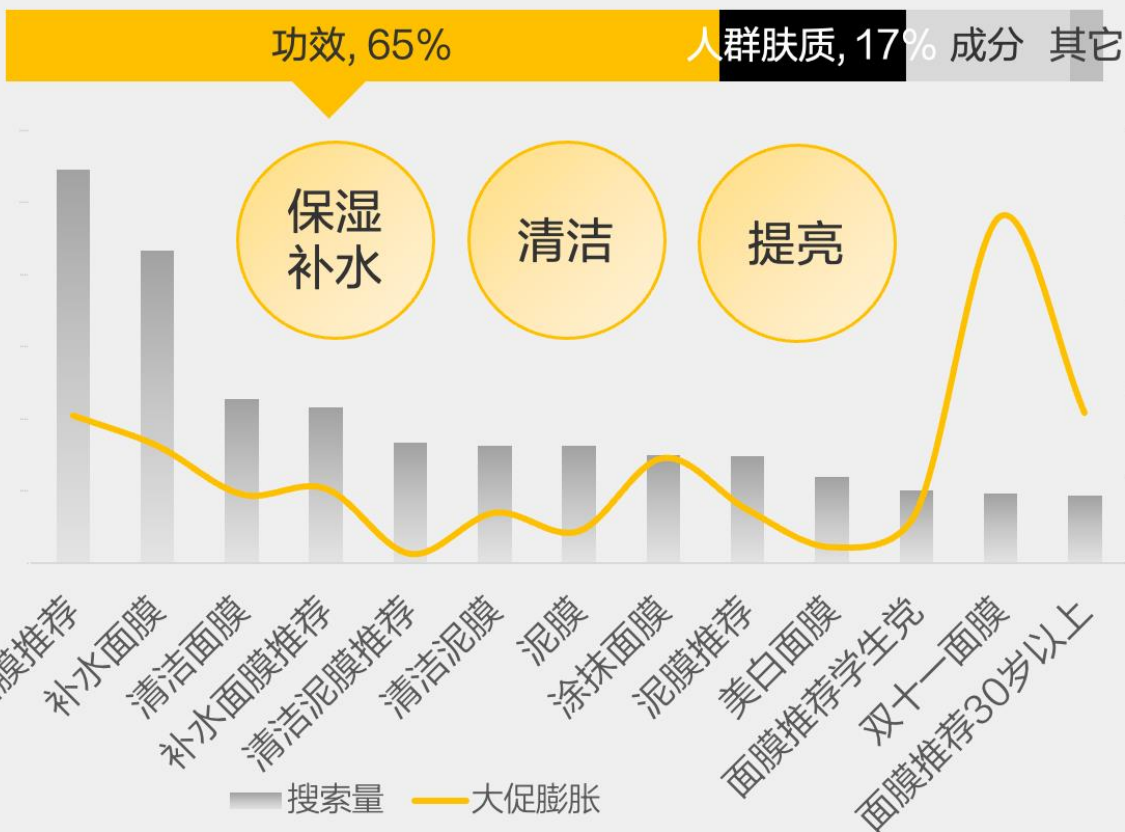
双11周期搜索环比平销期



面膜

/01 功效主导：保湿补水仍是核心诉求

双11期间面膜品类搜索属性



/02 囤货心智强，敏肌秋冬修护需求高

双11【高端面膜】阅读量TOP4属性洞察

人群	成分	场景	功效
敏感肌	胶原蛋白	直播	修护
油皮	烟酰胺	熬夜	补水
熬夜党	维生素C	换季	保湿

双11【高端面膜】内容形式

双11必囤

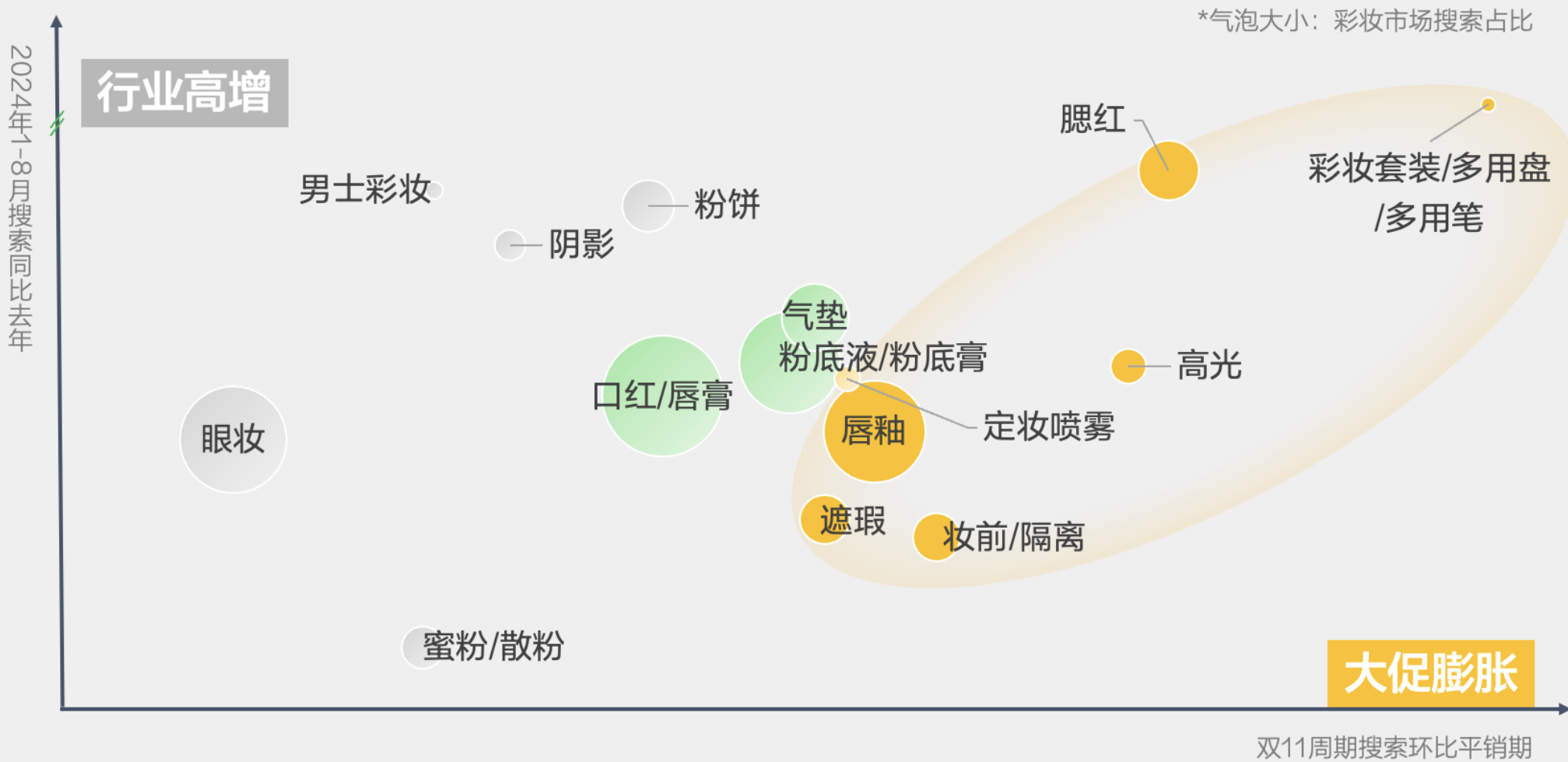
敏感肌X换季

熬夜X韩女

修护X直播

唇妆/底妆搜索体量大，套装/腮红/高光膨胀高

彩妆双11品类搜索格局



数据来源：小红书数据中台（取数周期：2023年10.15-11.11-横轴环比，2024.1-8月-纵轴同比）

24年彩妆新风

Live原生美

气血感美人



搜索同比
+1946%

#伪素颜

[气血感] #原生感

#运动少女气色妆

以妆养肤



#水光肌

搜索同比
+202%


#养肤粉底

#养肤气垫

妆养两双全

妆研尖子生

彩妆跟练风



搜索同比
+235%

阅读同比
+382%

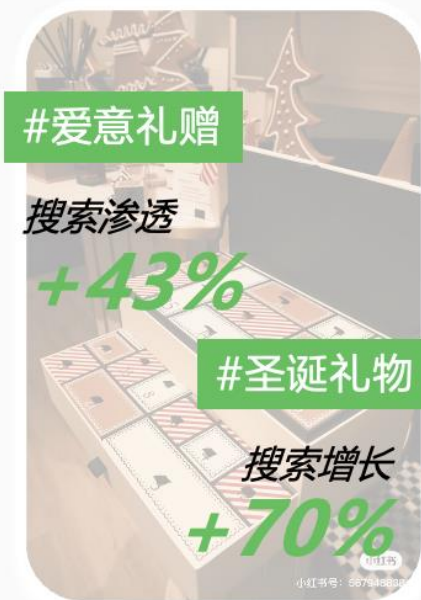
围感韩妆跟练版

皮相淡骨

#新手

#早八妆

妆点态度



#爱意礼赠

搜索渗透
+43%

#圣诞礼物

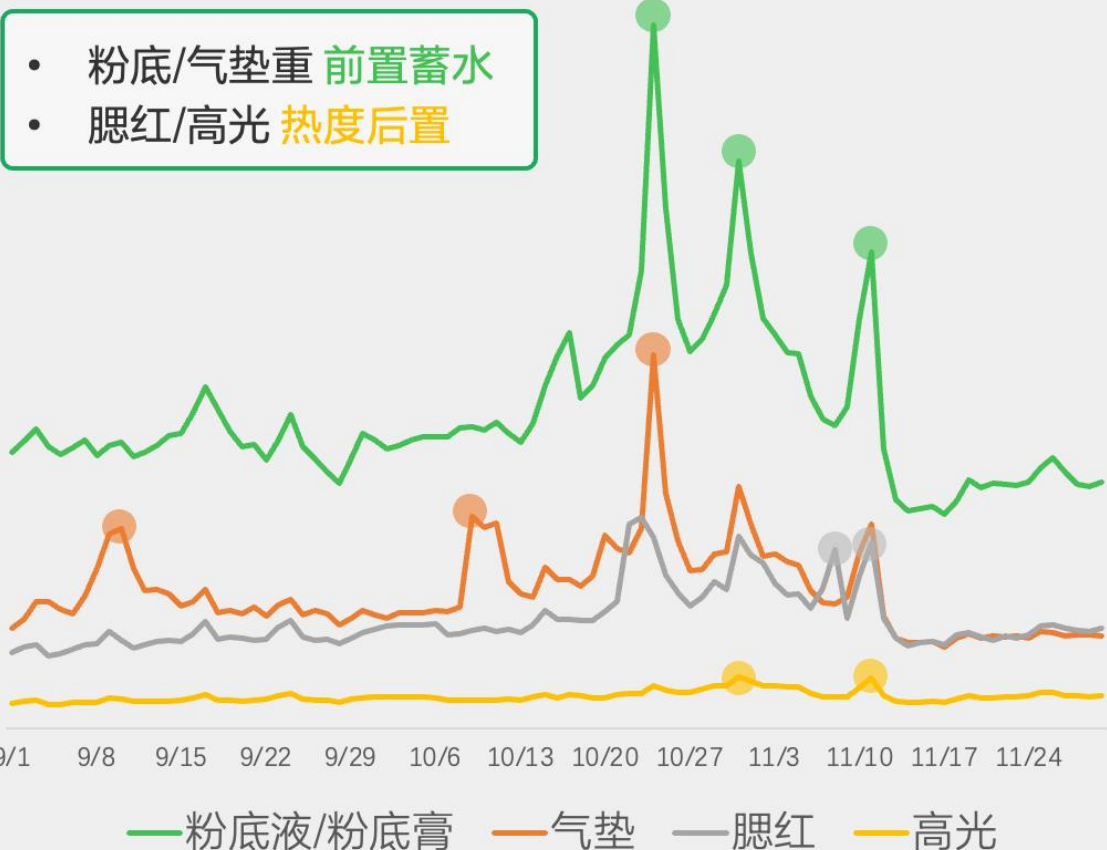
搜索增长
+70%

小红书号: 687948899

限礼仪式感

底妆

/01 细分赛道双11节奏差异大



/02 干皮需求高，关注节日&约会场景

双11【底妆】阅读量TOP4属性洞察

人群&肤质	场景	功效	颜色
干皮	日常/通勤	遮瑕疵	粉色系
油皮	节日/万圣节	持妆	棕色系
黄皮	约会	控油	黄色系

双11【底妆】热门内容形式

干皮怎么选

干皮粉底怎么选？看看谁最懂干皮！

干皮选粉底液是真的好看，基本的滋润度要足够，但又不能过于厚重，还不能卡粉，一蹭就掉。~ 气粉底液一刷就下事。

日常x美拉德

方面脸无法拒绝低饱和美拉德妆！糯糯润润~ 就是一个很日常 很有氛围感的妆效~ 整个提亮效果 真的几乎满分！拍照很有质感，随便一拍就像德皇了（看p8的效~！）

遮瑕二合一

谁懂这种遮瑕力啊！！ 我珂那伪素颜丝绒粉饼 不是没理由的！ 谁能拒绝chua chua 两下就把油光吸走，还遮瑕遮皮的 饼子？！甚至不用打湿粉扑那么麻烦，直接就是把~ 底和散粉的活儿一起干了！

约会x千金妆

贵气千金氛围的小心机，过目难忘的富养感~ 特别是我这种干皮起皮脸上加厚的状态~ 迎着省光的底妆自带精心保养的富养感~ 一入秋，就安排上了我心目中的贵妇底妆天花板 雅诗兰黛白金粉底液，~ 妆容加倍精致贵气。

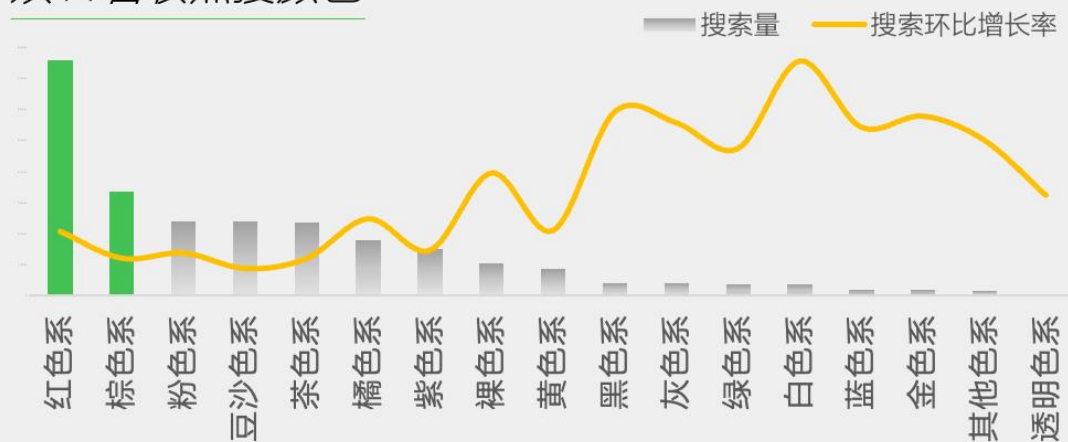
唇妆

/01 搜索爆发后置，秋冬红棕回潮

双11唇妆搜索趋势



双11唇妆热搜颜色



/02 试色是不变的主旋律，用户也爱上新



双11唇妆
笔记热词

氛围
颜色
质地
人群
.....

明星色清单

这几只我可以涂一辈子！！YSL明星色合集！！
这几只真的能遮过整的存在
适配各种肤色 场合 妆容！
现在双十一入股划算！会送一个迷你口红跟三只Q香 很值得冲！

头K&机制

不愧是口红一哥...3秒种草一个唇釉！！美疯了！！
不得不说了看了老李头的offer
这mistine新品唇釉双十一的机制真的吓呆我
两支109 4支179诶！
两杯奶茶钱就能get到

换季痛点

关于换季干燥唇上精油型唇蜜这件事
先说这个唇膏很舒服的一点是不会黏腻糊嘴
而且这个大头刷涂着很舒服
味道是甜甜的茶香气，很好闻
最重要的是唇蜜速速黏住嘴角

秋冬新品

美神！！老钱千金的华伦天奴双唇新皮肤！
我服了！！
华伦天奴今年圣诞暴击一个挂一个啊
之前的白皮唇气垫已经美到我失语
这次是直接拿捏老钱千金风的白雪老钱口红！！

SUMMARY

—— 护肤 ——

—— 彩妆 ——

节奏

- 节点爆发更强，重点关注**第一波/预售**
- 各品类**全年高点**，**精华/面霜/水乳**膨胀高

- 三波节点小爆发，**万圣夜**达到顶峰
- 底妆节奏各异，唇妆后置爆发

趋势

- 护肤功效的需求细分，场景多元
- **抗老/保湿补水** 功效秋冬高热，膨胀显著
- **美白/提亮/修护** 功效也是热门必争

- **Live原生美**，以妆养肤正当红
- 新手/早八党带**火彩妆跟练风**
- **Gifting**心智升温，年末必争

品类

- 精华：**TOP红海**赛道，需精细化布局
- 面霜：应季叠加大促，**全年必争**
- 水乳：肤质主导，**品牌渗透空间强**
- 面膜：**囤货心智强**，关注保湿修复

- 底妆**干皮**需求高，关注**节日&约会**场景
- 唇妆秋冬**红棕**回潮，关注**试色&上新**

03 策略布局

稳经营 · 国际美妆「新玩法」

PART 03

双11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，**击穿细分人群**

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**

如何在双11真正做到小红书种草 全网转化？

心智
占领

高效
种草

全域
转化

如何在双11真正做到小红书种草 全网转化？

心智
占领

高效
种草

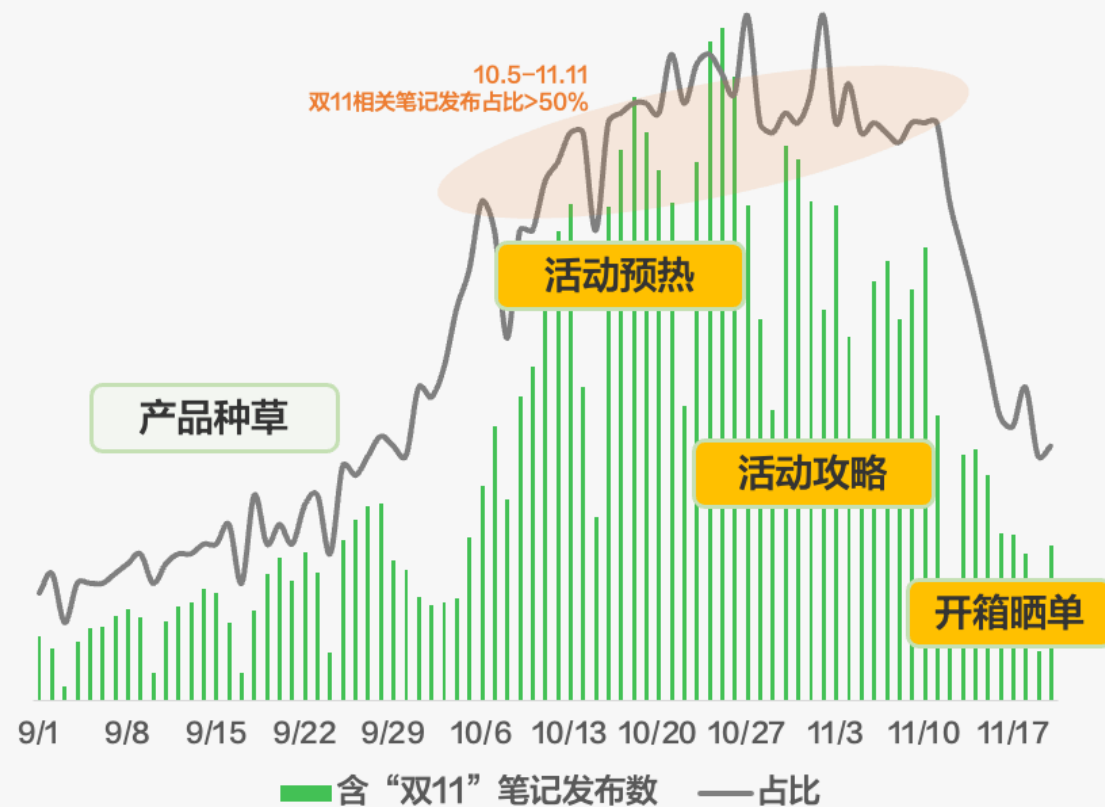
全域
转化

双11内容节奏策略

分阶段调整博主和内容类型，最大化提升内容效率

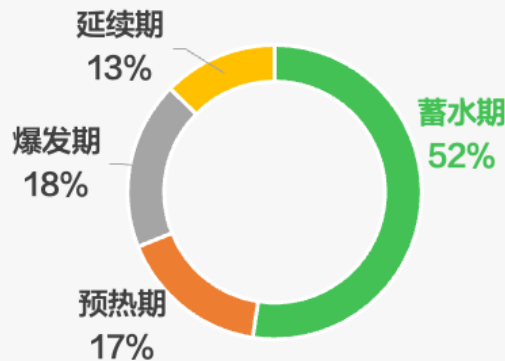
双11相关笔记在国庆后起量明显

美妆包含“双11”关键词笔记发布节奏

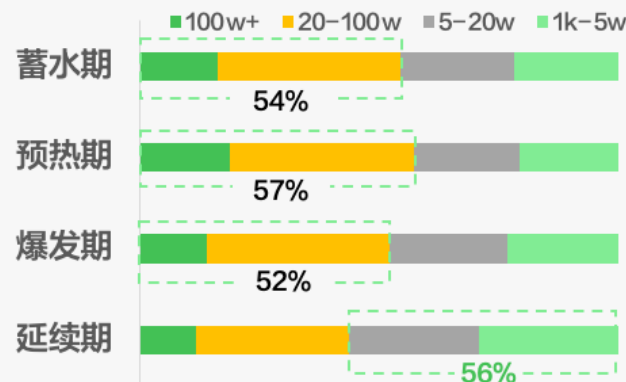


蓄水期消耗过半，延续期尾部非垂铺量

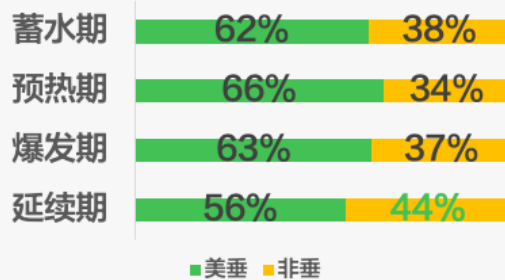
各阶段蒲公英消耗占比



分阶段蒲公英by粉段消耗占比



各阶段博主类型消耗占比



非美垂博主类型消耗占比Top5



蒲公英重磅推出双11选K攻略



双11蒲公英玩法升级 从「4大场景」助力品牌生意up

行业优选

筛选与行业强相关的垂类博主，解决不同行业选K标准不一致痛点

外溢种草

圈选历史中小红星、小红盟项目好数据博主，助力客户在大促期种草提效

笔直双开

历史30天内，站内带货数据与直播数据双优选手

原生种草

1k-5w粉丝量级的超高性价比博主
好物推荐、开箱测评...让种草内容更原生

上蒲公英，下单名单内博主

带话题#蒲公英SparkGala

有机会获得官方流量助推

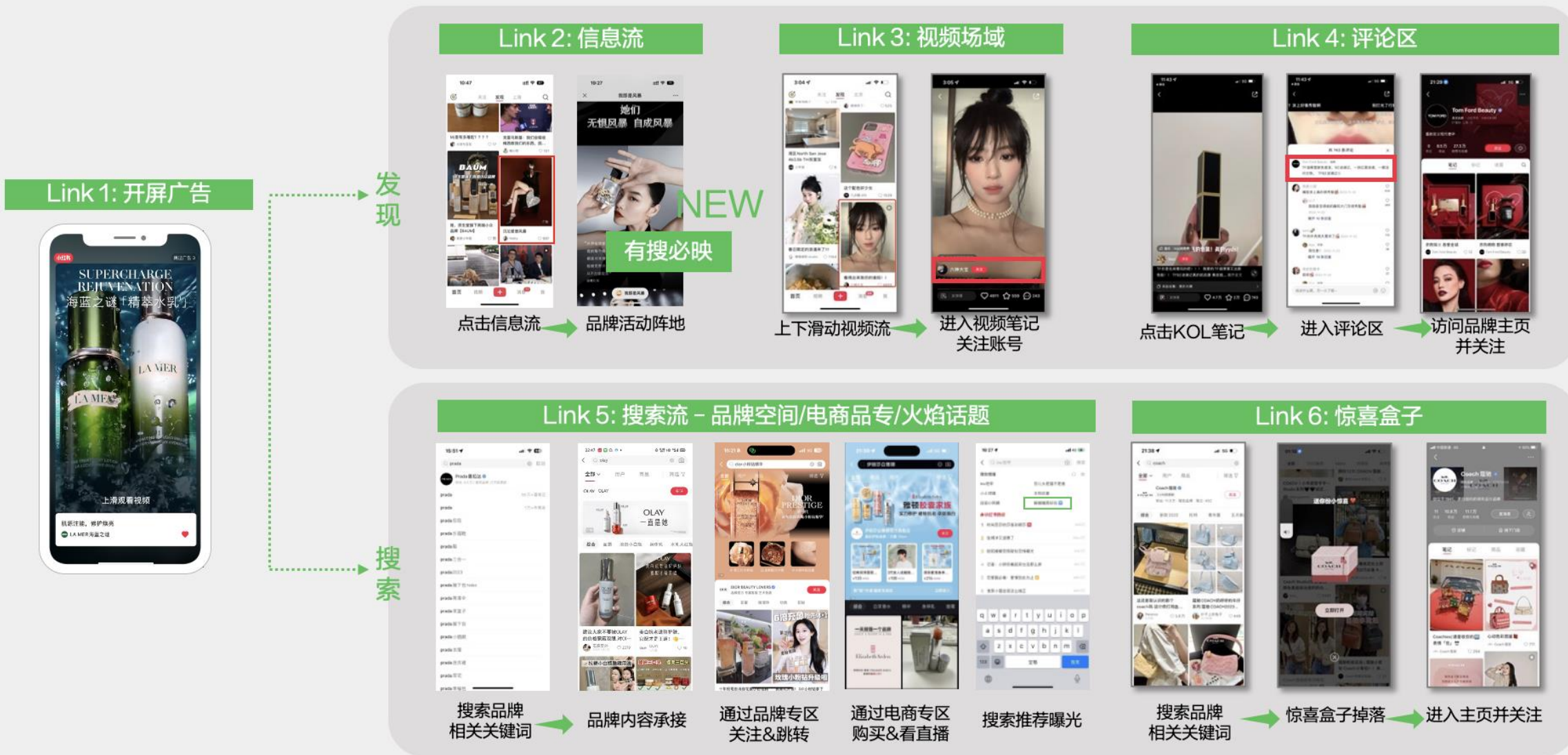
定期更新博主名单

不用担心好博主，会没档期啦



Maximum Reach: 渗透用户站内全路径

品牌力是消费决策的护城河，强化用户渗透，加速购买决策全链路



在更多目标人群心里，打造有意义的差异化

营销IP × 品牌：为“向往的生活”找到解决方案

01 蓄水期

夯实产品，破圈人群



宝藏新品



小红书课堂

02 爆发期

踩准节奏，助推转化



双11薯你会买



红薯买手集

03 延续期

口碑激发，资产沉淀



护肤内行人



集美我来评

营销大事件

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

体验天团层层曝光

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

双11款款指南多重背书

趋势品指南，为每一个好产品找到细分种草场景

超强背书

多维度数据挖掘背书

必买清单

PICK真正小红书爱用
好物

明星陪审

最有品的资深陪审团，
票选TOP级好物



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

*注：以上仅为规划示意，实际执行以下单资源包与具体执行确认为准

所有女生的红薯清单



薯你会买



李佳琦

直播间 LIVE SHOW

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

为所有女生推荐 双11真正尖货



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

会买的人来领路
发现好物超顺路

跳 转
品牌许愿直播



汤臣倍健
EPA鱼油
(鱼油也卷起来了)

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



益倍适
lifespace
小蓝益生菌
(快乐从菌开始)



*注：以上仅为规划示意，实际执行以下单资源包与具体执行确认为准

如何在双11真正做到小红书种草 全网转化?

心智
占领

高效
种草

全域
转化

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

大盘流量及成本趋势预估

蓄水期
9.1-10.14

- ✓ 内容测品，**蓝海期**品类心智前置击穿，提高人群渗透
- ✓ 小红星前置测试**大促攻略**向内容
- ✓ 一方人群**分层运营**

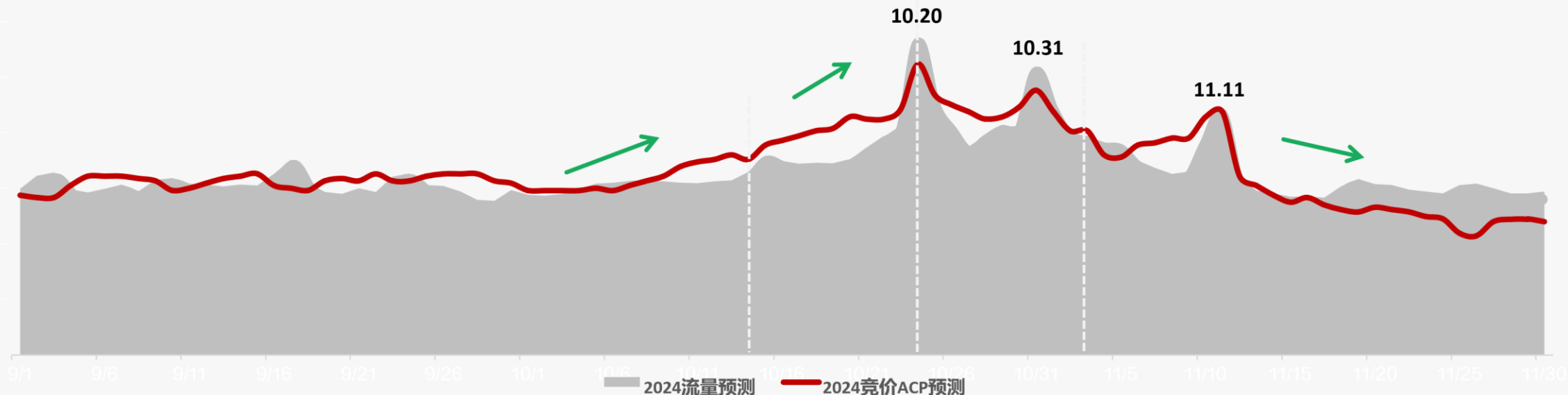
预热期
10.15-10.19

- ✓ 用户心智**强势占领**，搜索高效拦截
- ✓ 小红星筛选笔记，优质大促攻略向内容**持续放大**

爆发期
10.20-11.3

- ✓ 声誉**维护**
- ✓ 一方人群**后验优化**
- ✓ 优质内容**持续发酵**

延续期
11.4-11.30



数据来源: 小红书数据中台

国际美妆双11运营战略地图

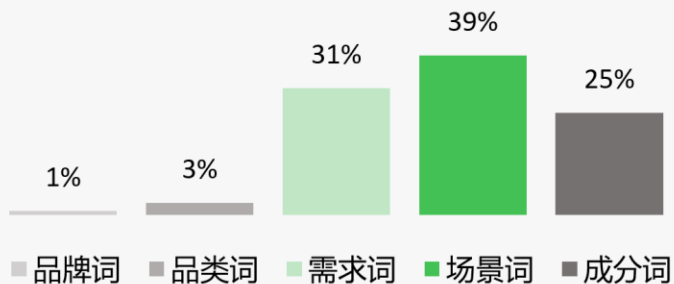
时间		蓄水期 9.1-10.14	预热期 10.15-10.19	爆发期 10.20-11.3	延续期 11.4-11.30
策略		内容先行, 夯实基础	优质内容, 投流放大	搜索转化, 把握心智	声誉管理, 正面维护
预算建议	内容: 投流	40% / 60%	30% / 70%	20% / 80%	20% / 80%
	信息流比重	60%	50%	40%	60%
	搜索比重	40%	50%	60%	40%
内容	KOL	产品种草笔记/场景类笔记	提醒加购/Offer机制	最后冲刺	晒单笔记/用法教育
	KOS	种草笔记/预告笔记	Offer机制	提醒购买	
信息流		智能定向/美妆个护/场景人群(熬夜、时尚、旅游出行、精致妈妈)/品类人群 大促人群/竞品人群/本品人群			本品资产人群/Retargeting人群 D11一方人群/小红书进店
搜索		需求词/场景词/品类词 本品词/品牌词			多场景/功效笔记细分人群重复触达 竞品词/大促词
小红书		小红书前置测试大促攻略向内容	小红书筛选笔记, 优质大促攻略向内容持续放大		再触达小红书进店人群
群聊		新品派样/测评选品/实时答疑	直播预告	群促转化	打卡互动/群内晒单
目标&指标		资产人群/人群渗透/CTR/CPC	大促词、品类词 SOV/SOC占位		NPS 一方验证人群渗透/资产贡献

搜索

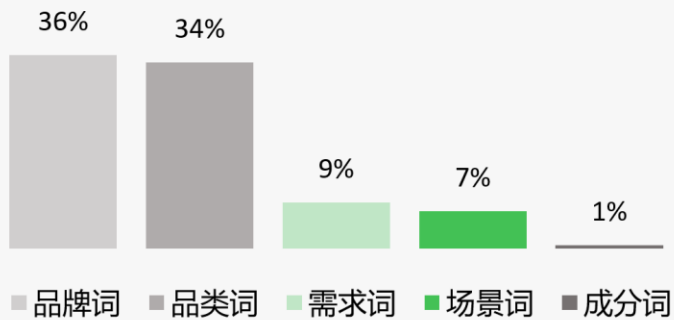
需求、场景词领涨搜索大盘，占到大盘搜索量近两成

需求词/场景词增速上涨明显，且占到大盘搜索量16%

分词性YOY

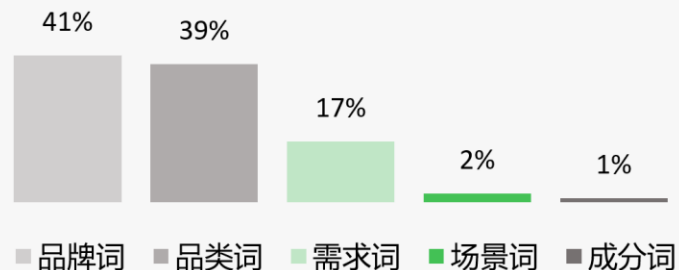


分词性有效搜索量分布

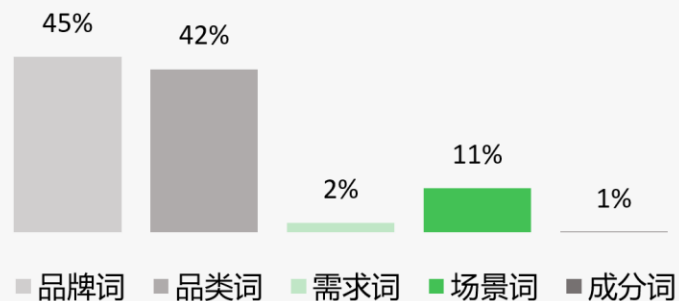


护肤偏好需求词搜索，彩妆更重场景词

护肤类目下分词性有效搜索量分布



彩妆类目下分词性有效搜索量分布



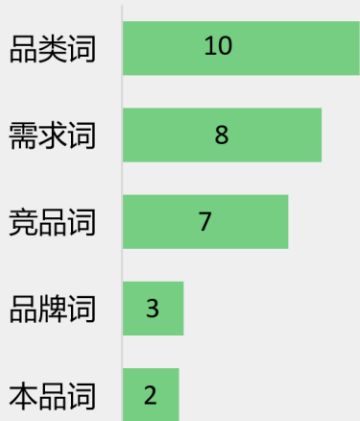
搜索

精搜单品词前，消费者的品类相关词搜索行为多元化

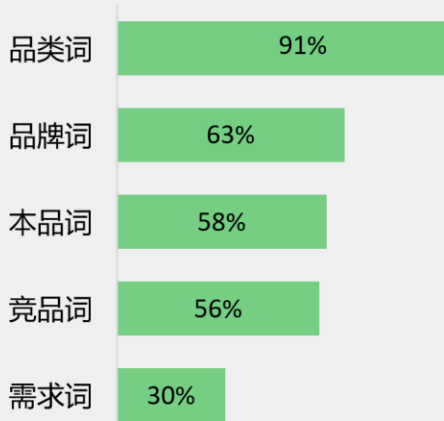
18次

单品精搜前品类平均搜索次数

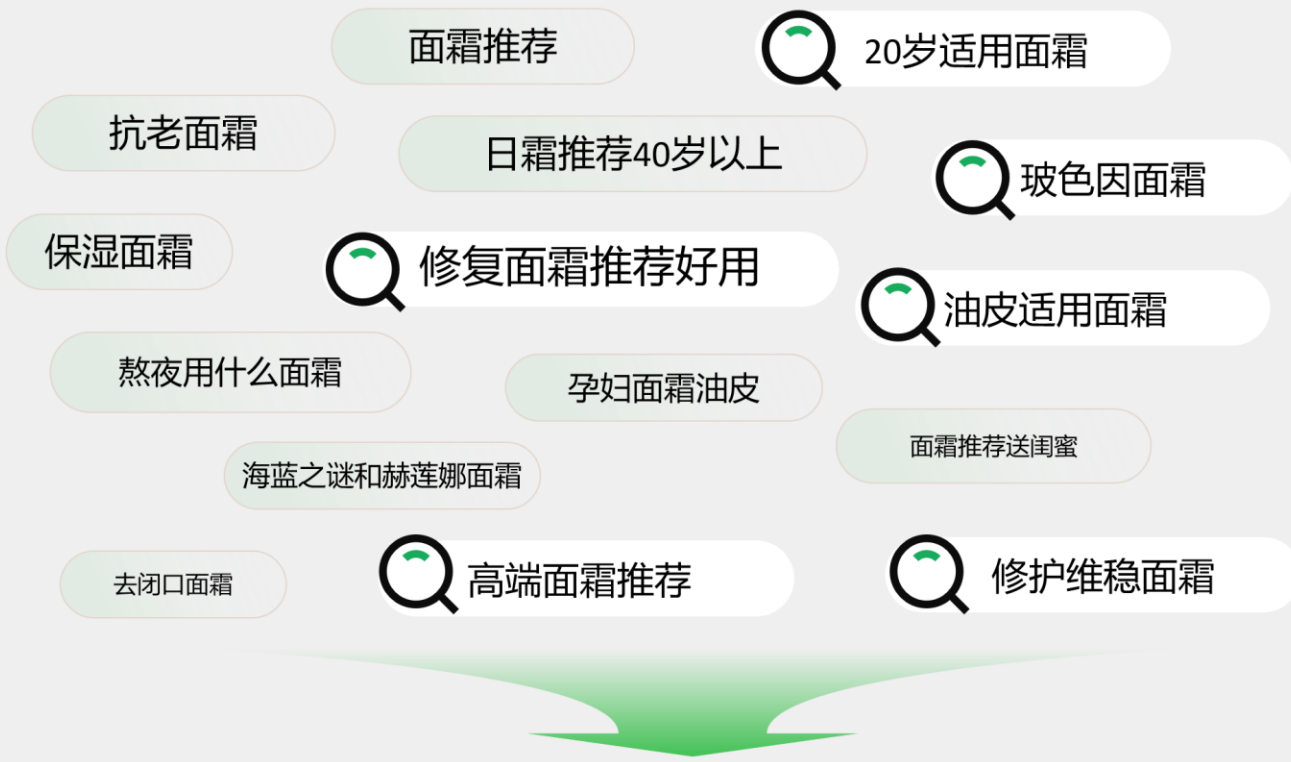
精搜前词性搜索次数分布 (次)



词性搜索占比



单品精搜词前搜索涵盖成分、功效、肤质、品牌定位的品类相关词



小红书 搜索 某品牌面霜

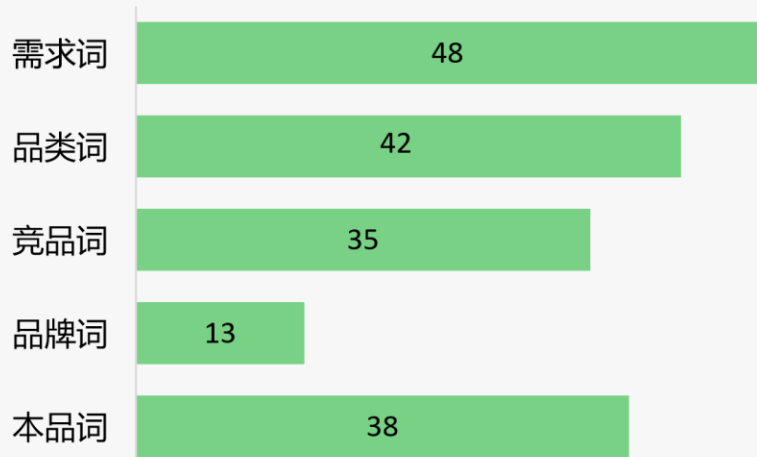
搜索

前置卡位搜索场域下品类及需求心智，激发品牌词精准搜索

48天

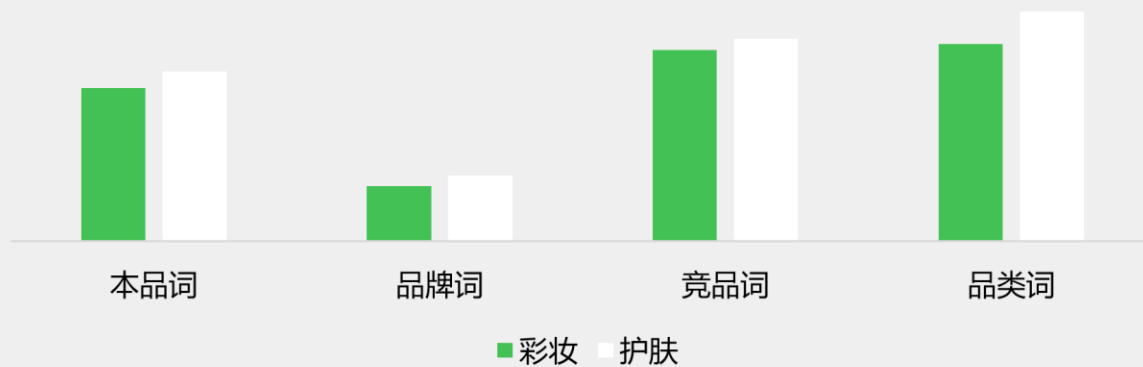
精搜词前平均最早搜索前置时间

精搜前词性搜索天数分布 (天)



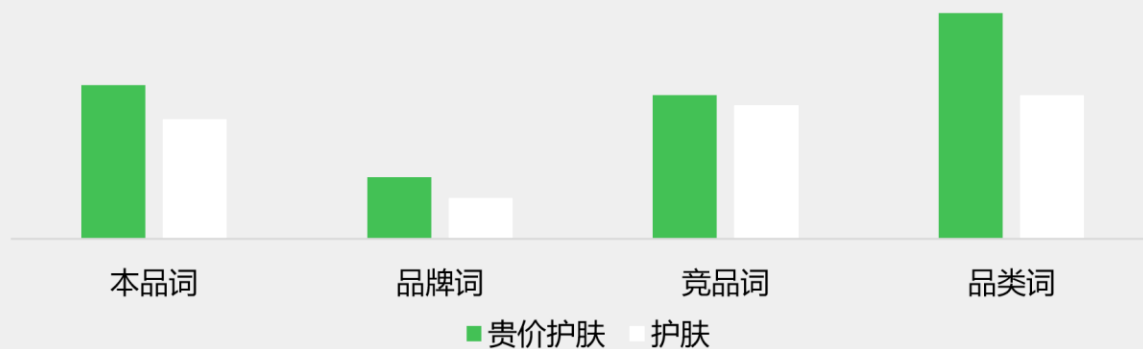
彩妆 vs 护肤搜索前置时间

护肤在各个词性搜索前置 vs 彩妆 +12%，各词性整体更前置



贵价护肤 vs 护肤搜索前置时间

贵价护肤在搜索前置 vs 护肤大盘 +16%，其中品类词前置 +27%



全域资产

全域资产引入，提效品牌全域再营销



投放应用

人群潜力放大

目标人群偏好

示例：品牌潜客/新客/老客分别为xxx

不同类型一方人群画像洞察

潜客

基础画像标签差异

老客

搜索偏好差异

新客

内容偏好差异

博主偏好差异

人群x内容 精细化投放

示例：潜客全spu测试投放/老客looklike

潜客/流失客资产全SPU测试投放

14282019	一方拓展圈层人数200	1,879,677	可用	已测试		
14282017	一方拓展圈层人数100	945,505	可用	已测试		
14282014	一方拓展圈层人数200	1,577,470	可用	已测试		
14282013	一方拓展圈层人数100	800,299	可用	已测试		
14282009	一方拓展圈层人数200	1,129,988	可用	已测试		
14282004	一方拓展圈层人数100	577,774	可用	已测试		

基于已购客洞察拓圈人群利用定制化内容进行投放



投后进行验证和调优

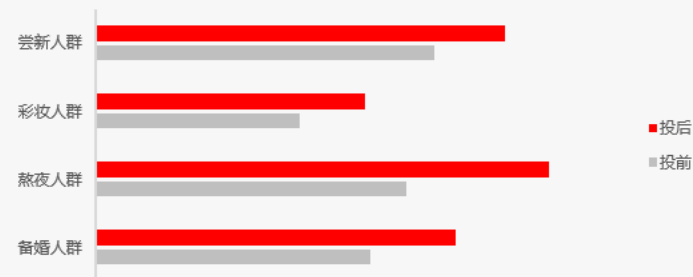
示例：潜客转化率xxx%，拓圈彩妆人群表现优异，后续可持续投放

再次回传已购人群

AITI人群贡献拆分

流转链路	流转人数	转化率	洞察
A→P	XXX	2%	A人群对购买贡献最大的人群量级，后续可考虑增加A人群的蓄水
I→P	XXX	3%	I人群的贡献和转化均一般，暂不考虑深度运营
TI→P	XXX	10%	TI人群的转化效率最高，重点运营发力

人群转化效率复盘总结



全域资产

一方已购人群精准洞察，明确目标优化投资

人群mapping

人群画像

精准洞察已购客在小红书内的画像特征，从性别/消费力/热搜词/笔记偏好/博主偏好等维度进行360全面分析。

资产重合分析

重合占比

已购客中，拆解A/I/TI各层资产对生意的贡献占比，帮助客户看清生意贡献的原因

资产→P流转分析

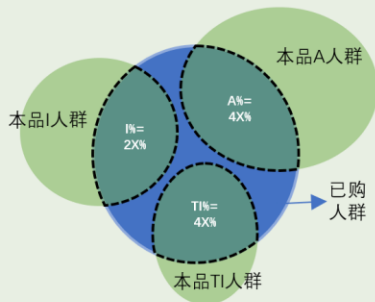
流转效率

以实际下单时间反推用户下单前资产状态，综合流转率、流转成本合理进行目标人群、投放策略调整。

广告触点效率

投资优化

以P人群倒推，利用sharply算法模型对触点贡献进行科学分析，优化投资结构。



周期内最深资产状态	资产重合占比
A%	4x%
I%	2x%
TI%	4x%

资产分层级流转	周期内流转人数占比	流转率
A-P	3x%	0.06%
I-P	2x%	0.2%
TI-P	4x%	0.6%

深层浅层人群对购买均有贡献

1.0 根据历史投资结构推算

K	开屏	GD	F	S
39%	-	12%	29%	20%

2.0 Sharply实现综合效能优化

K	开屏	GD	F	S
23%	12%	8%	31%	26%

如何在双11真正做到小红书种草 全网转化?

心智
占领

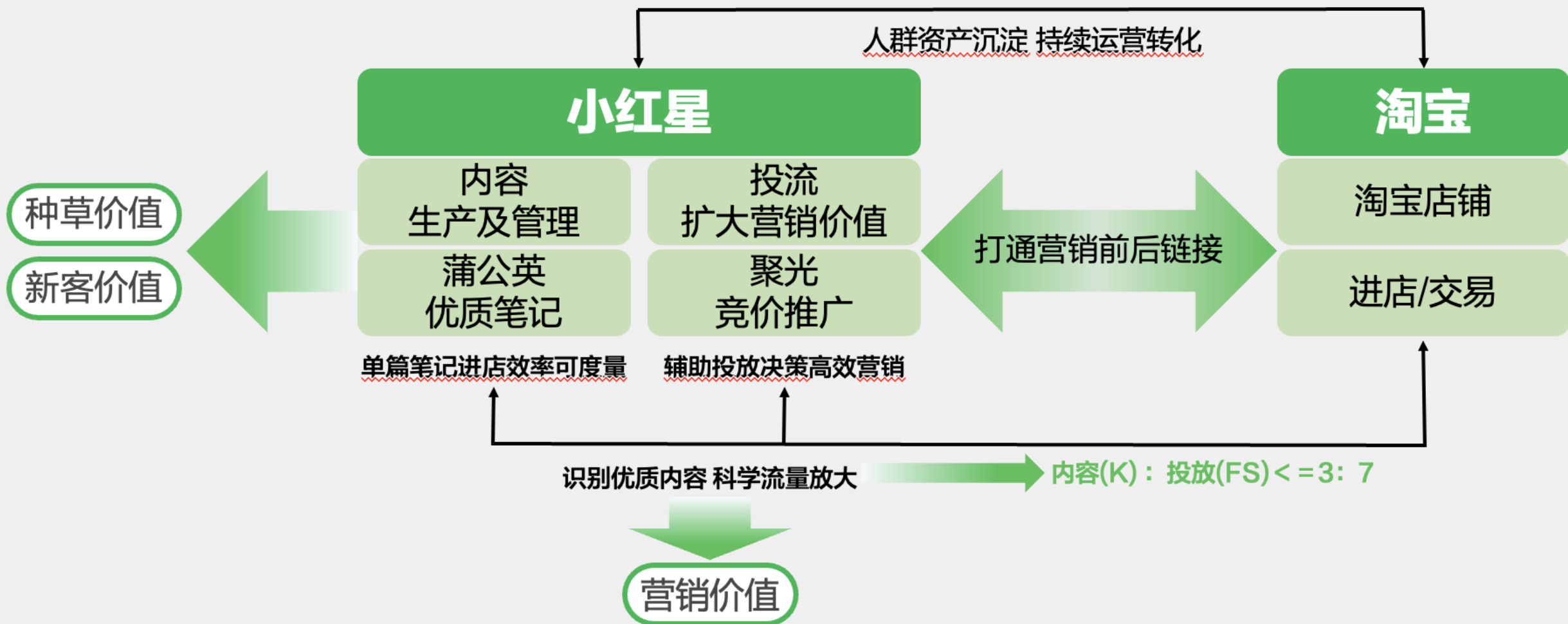
高效
种草

全域
转化

【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|小红盟

大促期识别优质内容充分放大

踩准节奏

蓄水期

广铺笔记
内容先行

预热期

扩大竞价投放
内容赛马

爆发期

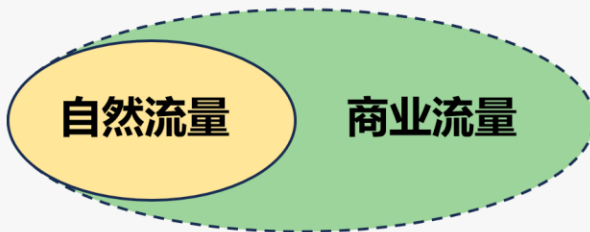
优质内容放量
抢占搜索入口

延续期

电商行为人群二次触达
带动日常进店

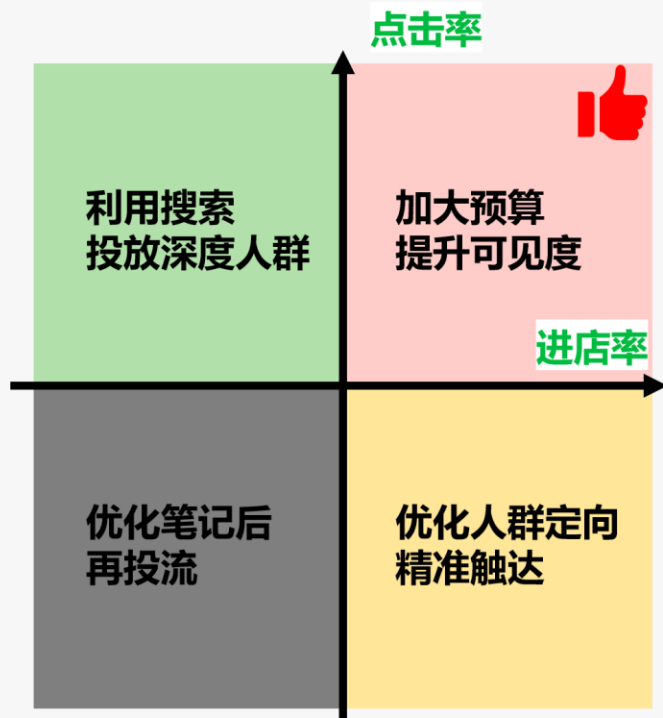
竞价广告放大

竞价广告放大笔记影响
成本优化



笔记优选

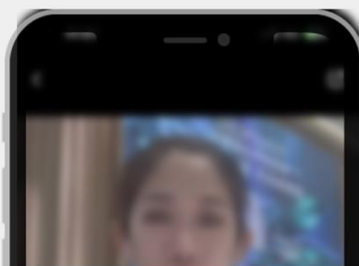
优质笔记赋能
提升进店效率



美妆KOS应用场景更多元，帮助品牌大促高效拉新

种草

转化



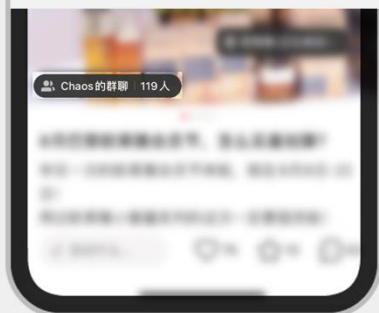
产品种草

效率指标: CPC/私信成本/CPE



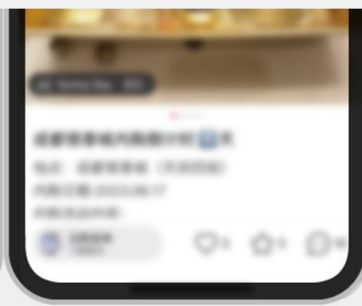
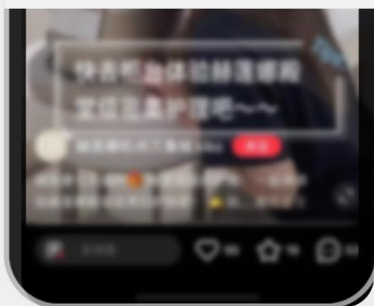
会员运营

效率指标: CPC/私信成本/CPA
效果指标: 加群人数



线下营销

效率指标: CPC/私信成本/CPA
效果指标: 到店人数/表单填写量



线上闭环

效率指标: CPC/商卡点击率
效果指标: SA绑商卡笔记GMV/ROI



私信链路助力私域沉淀，促进后续生意转化



私信咨询量 **4.6k+**

私信自动回复
引导领券

私信自动回复发券
引流线下核销

快捷菜单
配置

品牌资产人群重定向
提升流转效率

领券界面 线下核销

立即咨询
了解更多



私信咨询量 **2.3k+**

私信组件+群聊功能
沉淀私域

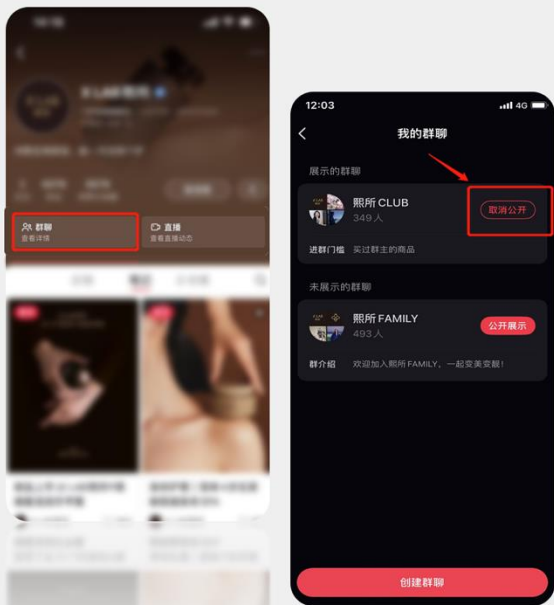
行业/大促人群提升放量
+品牌人群精准触达

立即咨询
了解更多

群聊带动品牌长期价值，沉淀品牌私域资产

企业号主页入群

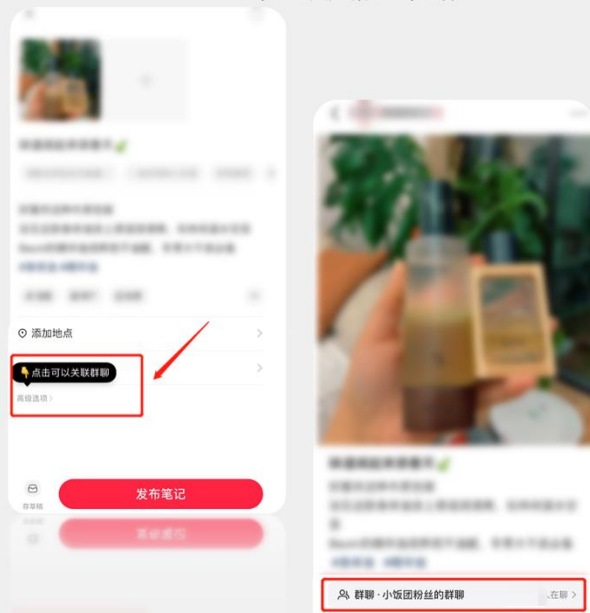
在【我的群聊】板块→设置【公开展示】



笔记入群

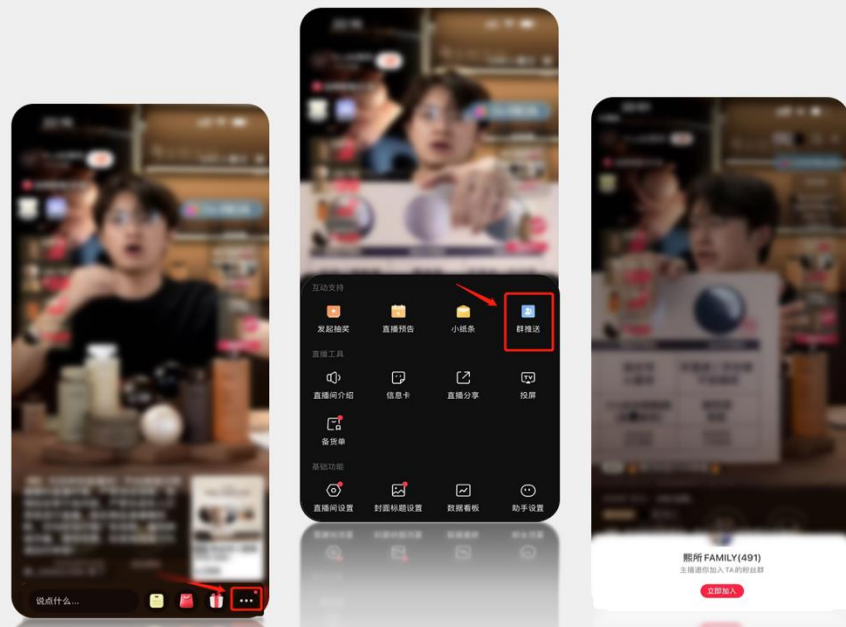
编辑时点击【高级选项】→选择对应群聊

一个笔记只能绑定一个组件



直播间入群

直播间右下角【...】→点击【群推送】→点击【推送】



注：数据来自小红书数据中台

国际美妆KOS大促三部曲

大促活动吸睛传递

OFFER强势传递
吸引用户线下体验购买



门店地址展示

优惠offer
全面露出

挂接群聊

私信链路引导沟通

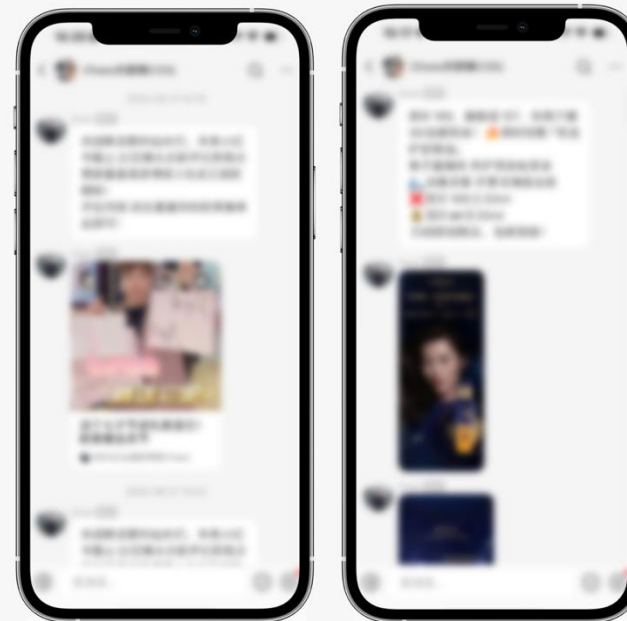
私信链路配合私信通
及时回复用户咨询



欢迎语+自动回复
优先接待客户

私域运维长线经营

挂接群聊，多元运维
长线建立客户关系



越来越多的品牌布局电商、买手进驻电商， 解锁新增生意渠道

• 月销500万商家增加

3.5 倍

• 入驻买手数

6.7 倍

• 直播间购买用户数

5.2 倍

*对比去年同期

L'ORÉAL
PARIS

MAYBELLINE
NEW YORK

LA ROCHE POSAY
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

VICHY
LABORATOIRES

ORVEDA

ESTD 2012
DRUNK ELEPHANT™

CeraVe
DEVELOPED WITH DERMATOLOGISTS

SKINCEUTICALS
ADVANCED PROFESSIONAL SKINCARE

HOURGLASS

living proof.

CLARINS

NYX
PROFESSIONAL MAKEUP

OLAY

ERNO
LASZLO

V
VALENTINO

LAURA MERCIER
PARIS | NEW YORK

Elizabeth Arden

Maison Margiela
PARIS

ELEMIS

AHC

Elizabeth Arden

RENE
FURTERER
PARIS

ISDIN

Cetaphil

开播供给规模迅速提升，涌现出破亿主理人 与越来越多的新百万+买手

买手矩阵新且多元进发

买手生态高速增长

多次破亿买手

以主理人身份 传递美好生活



@董洁



@章小蕙



@winnie 文



@crystal方老板



@豆豆本豆



@作家张萌



@曹米娅miya



@翰娜Hannah



@王冠



@魔女教主娜娜



@主持人亚亚



@芥末Jim

- 买手直播间下单用户数

9.8倍

- 与买手合作的品牌数

5.2倍

- 买手数量

6.7倍

新千万买手

有干货 也要有生活

要有主题和场景

更多买手，可从蒲公英后台榜单选择博主商单合作，种收一体更高效

*24年6月 vs. 23年1月

商家经营四步曲

乘风流量放大

电商广告持续
规模化放大电
商流量

选品

01

种草先行，心智选品

入局

02

低客单价 商品笔记

头头撮合 高点脉冲

04

放大经营

IP爆发拉动

03

持续经营

长线店铺直播

群聊+派样私域运营

专属小红书的差异选品价值

新产品

“亮点数据”



#洗出瀑布海藻发

新品类

“亮点数据”



新品牌

“亮点数据”



洞悉20大生活方式特色人群心智，匹配选品 卖点

小红书 种草学

单一功能性需求

功效人群/场景人群/风格人群/行业兴趣人群



整合多元需求

情绪、情感、社交、文化认同等.....

更深层的沟通

沟通前理解人消费背后的深层动机

更宽的破圈机会

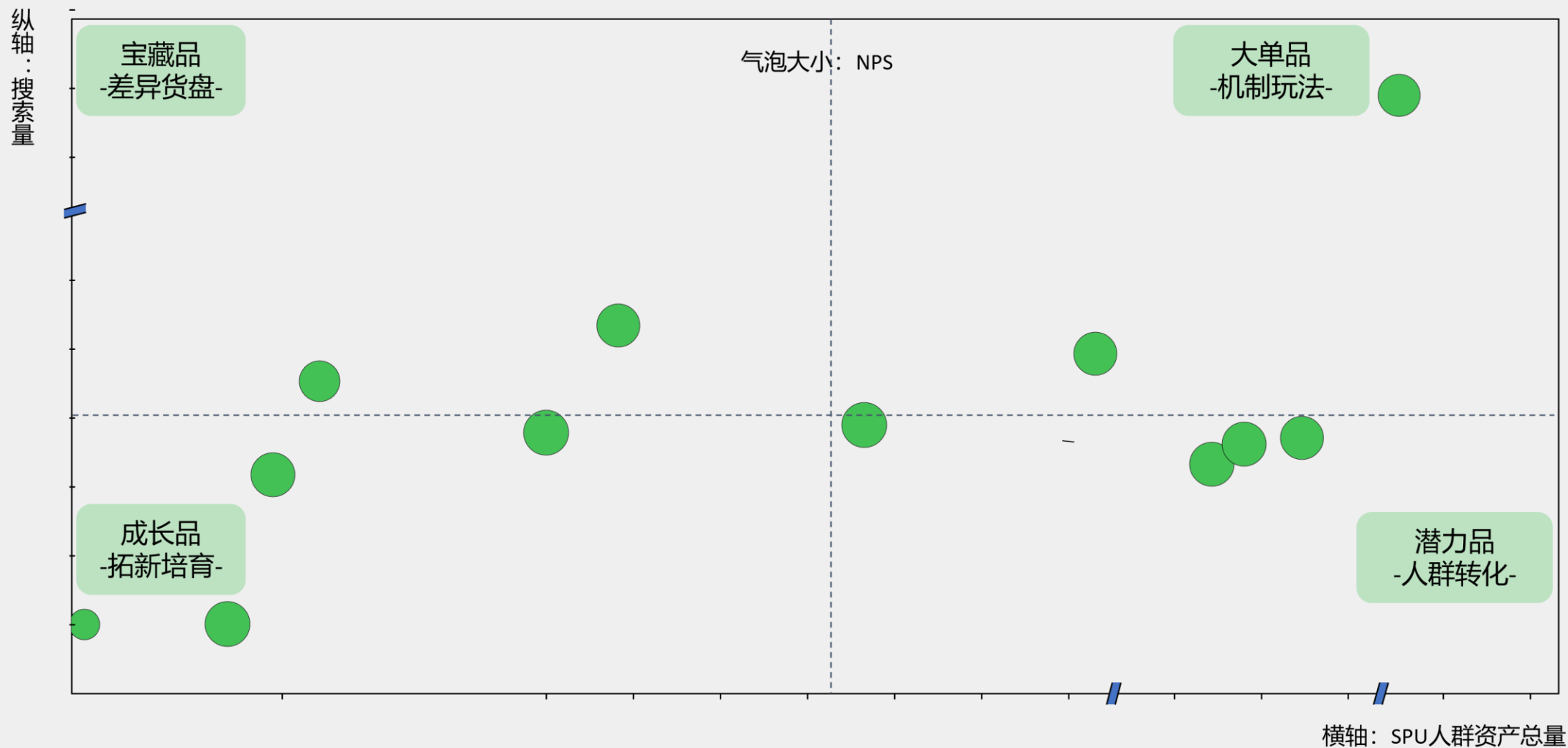
品类在其他生活方式人群中的破圈机会

重塑产品价值

赋能产品开发，更符合真实需求



以人群资产为指标帮助品牌定位潜力品象限



商品笔记运营方式

立足站内优质商业化资源与组件功能，实现种草-商销的基本盘转化

多种笔记形式挂接 实现商销合作

蒲公英笔记搜索组件支持多链路跳转 进店转化



企业号



蒲公英



商品合作笔记



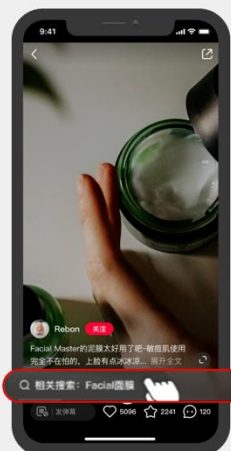
企业号/蒲公英/商品合作笔记-均可进行商品挂接

-评论区-
搜索组件

-正文区-
搜索组件

组件位置

落地页位置



跳小程序

跳搜索

明星/买手直播商销运营链路

品牌BigDay/大促期借力买手直播提单点爆发，最大化实现品牌声销双增长



差异化选品配合买手直播，打响宝藏潜力单品生意

小红书 种草学



娇韵诗

法国天然护肤品牌

品牌2024年
站内GMV单月突破

3XX万

头部买手合作
配合差异化选品，带动转化爆发

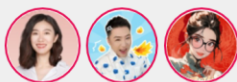
起量阶段

腰部买手矩阵初步试水

• 店铺单月GMV

3X万+

腰部买手矩阵



8次 单月直播场次

- 买手直播
- 店铺直播
- 商品笔记
- 其他

买手直播 9X%+

商品笔记

其他

起量阶段月均



• 宝藏单品防晒GMV贡献

9X%+

5XX元+ 店铺客单价

爆发阶段

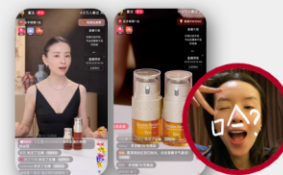
差异化选品+高点买手直播打造高峰

• 店铺单月GMV

3XX万+

高点买手直播

大促节点差异化货盘 重推潜力单品



买手直播 9X%+

商品笔记

其他

爆发阶段月均



• 潜力爆品眼霜GMV贡献

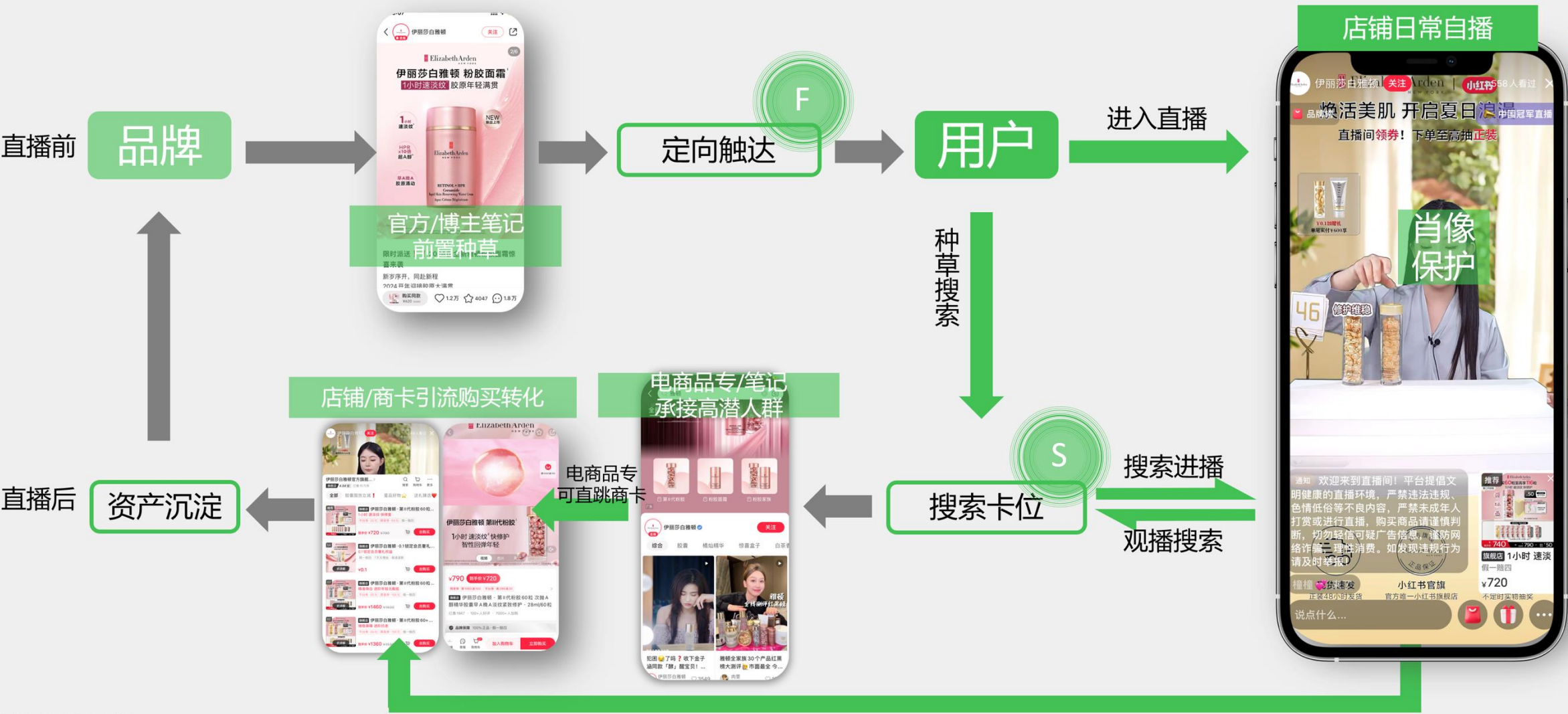
5X%+

8X%+ 店铺客单价提升

店铺商销运营链路

平销期店播经营，持续运维品牌/人群/销量资产，实现长线品效合一

直播中



优秀案例：

店播长线运营，销量1-10持续进阶



店播运营
12h*7场/周

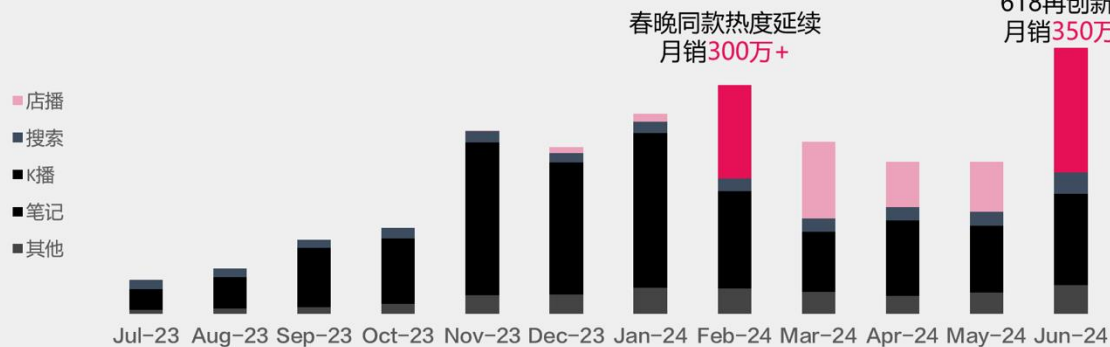
超百篇笔记放大引流
基建数量多，内容质量好



精准人群破圈，触达高潜
高级定向+智能扩量，快速度过冷启
托管，促转化放量



群聊深度运营
接长尾流量、促转化、加强用户黏性



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

私域群聊：助力品牌实现多样化诉求



直播
预告

新品
派样

测品
选品

打卡
互动

实时
答疑

群聊 赋能生意经营

群促
转化

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

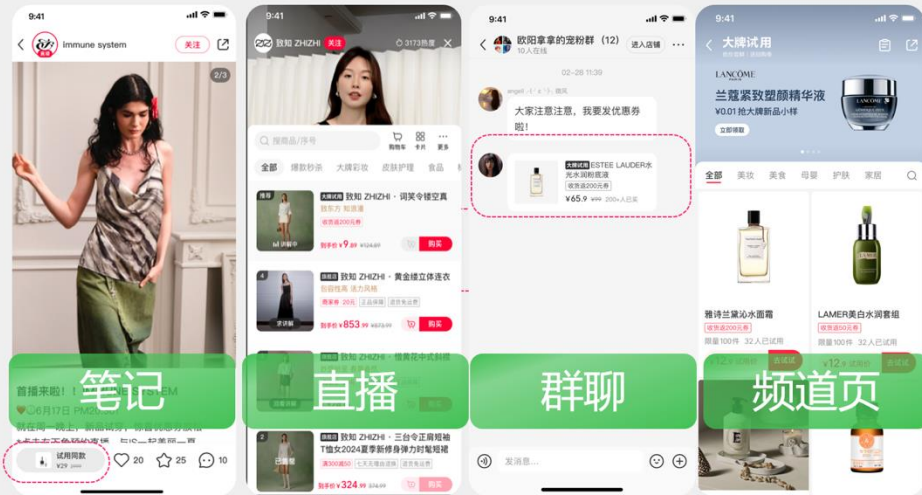
250%

全域派样 全域召回 — 优先试用

全域派样

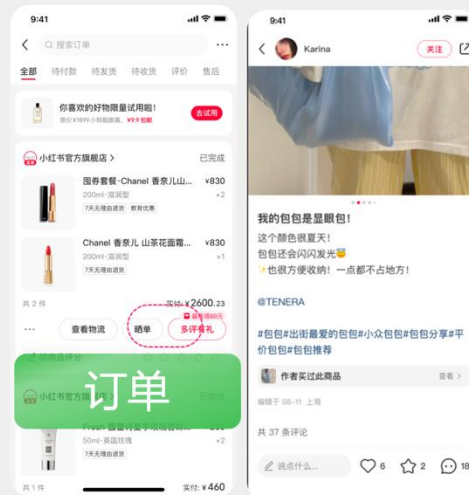
笔记 / 直播 / 群聊 / 频道页

平台流量热推助力广泛用户渗透
潜客低门槛尝鲜引导后续复购



互动分享

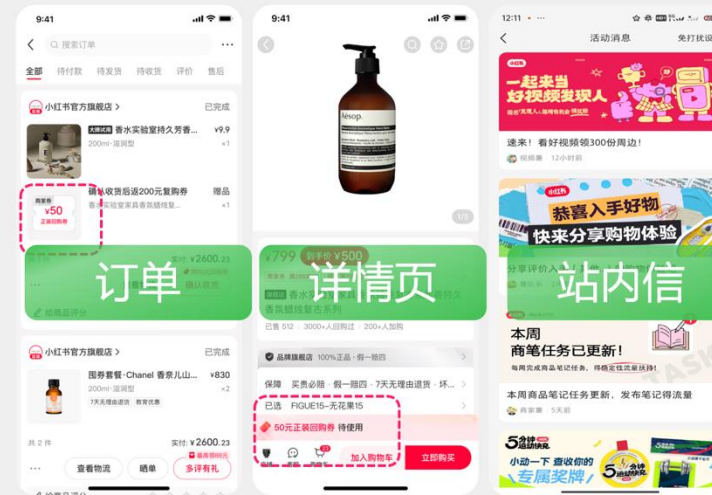
晒单有礼/UGC种草



公域流量加持

搜索/商城/频道页

关键场域行业专家提供精准触达用户方案



*图片为示意图，非真实商品详情页，仅供参考

IP爆发 - 平台重磅资源助推新品爆发

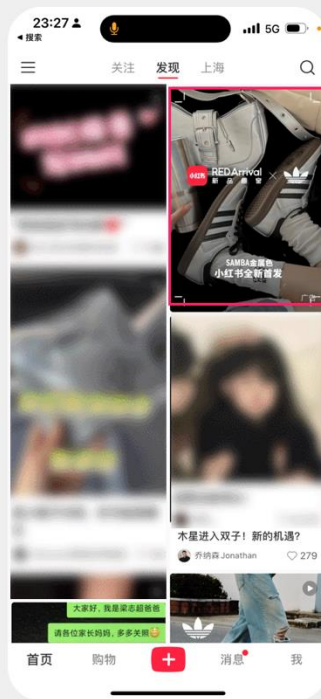
小红书 REDArrival

平台S级重磅资源，千万级曝光，助推品牌新品爆发

开屏



推荐页wowcard



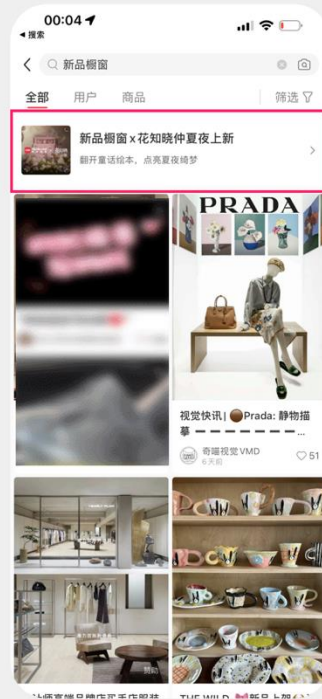
商城feeds banner



直播间banner



搜索onebox



商搜火焰词



「品牌当红日」 小红书首个交易电商品牌日IP

IP重磅资源
助推品牌直播爆发

小红书特色专案营销
带动品牌强势出圈

品牌直播间营销加持
助力品牌长期经营



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	商品访客量	直播间观看	直播间ROI
笔记互动量	商品下单量	★ 直播间30s观看	
	商品下单ROI	直播间预约	

营销产品

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

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

小红书电商广告平台「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扩量，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/达人人群。

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。



THANK YOU!