

小红书

小红书

2025平台营销通案



XIAOHONGSHU
ALL RIGHTS RESERVED.



PART

01

小红书种草

当下营销环境中的更优解

新一代消费者，变了

趋势一 »

消费者的觉醒

从被动接受者到主动的美好生活追求者

79%

购物为了悦己追求

77%

购物时关注大众口碑

趋势二 »

需求从大共识到小共识

需求细分的背后是生活方式的分化



趋势三 »

普通人被看见

从被动的消费者变成企业价值的主动创造者

61%

关注普通消费者的使用体验

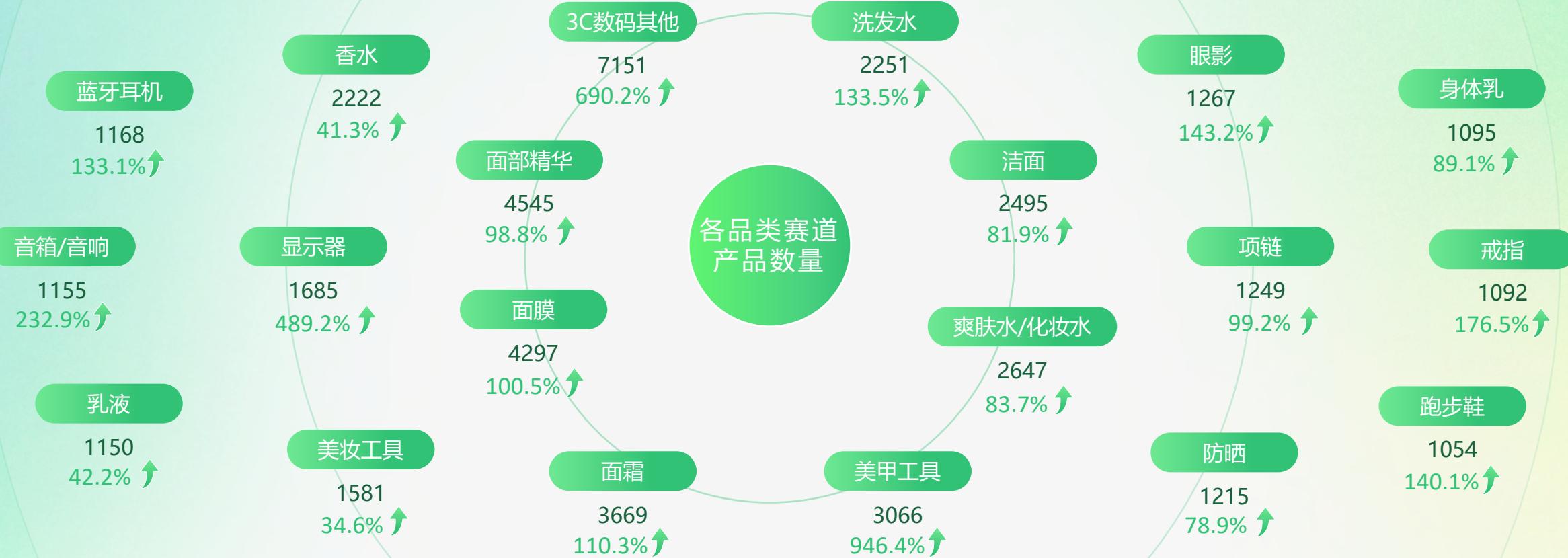
58%

乐于分享自己的使用体验

影响消费决策的因素，更多元了

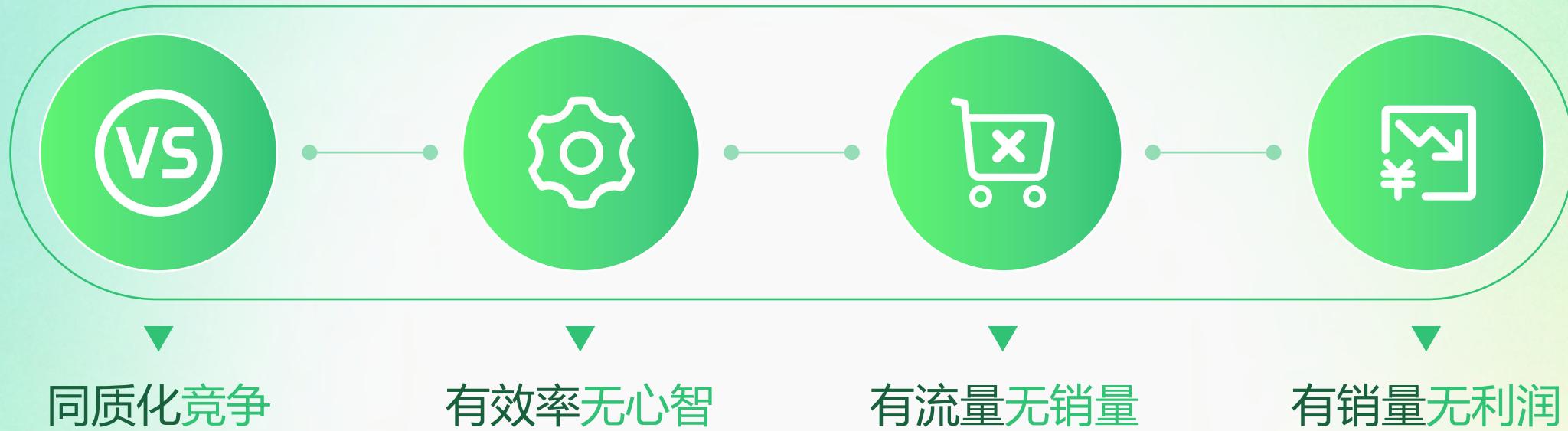


行业竞争，更激烈了



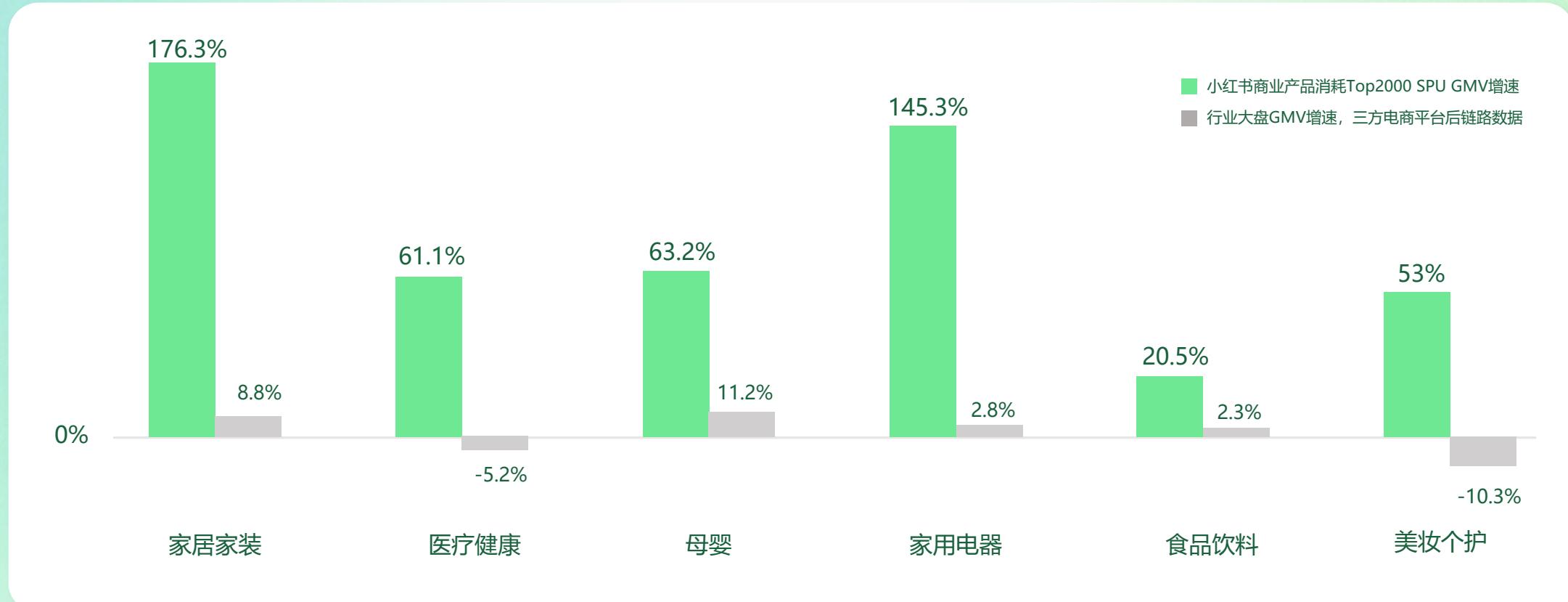
数据来源:小红书数据平台SPU数量；同比时间:2024. 9-2023.9

传统营销范式，失效了



小红书种草，逆势增长的密码

小红书 Top2000 SPU，增速全面超过大盘



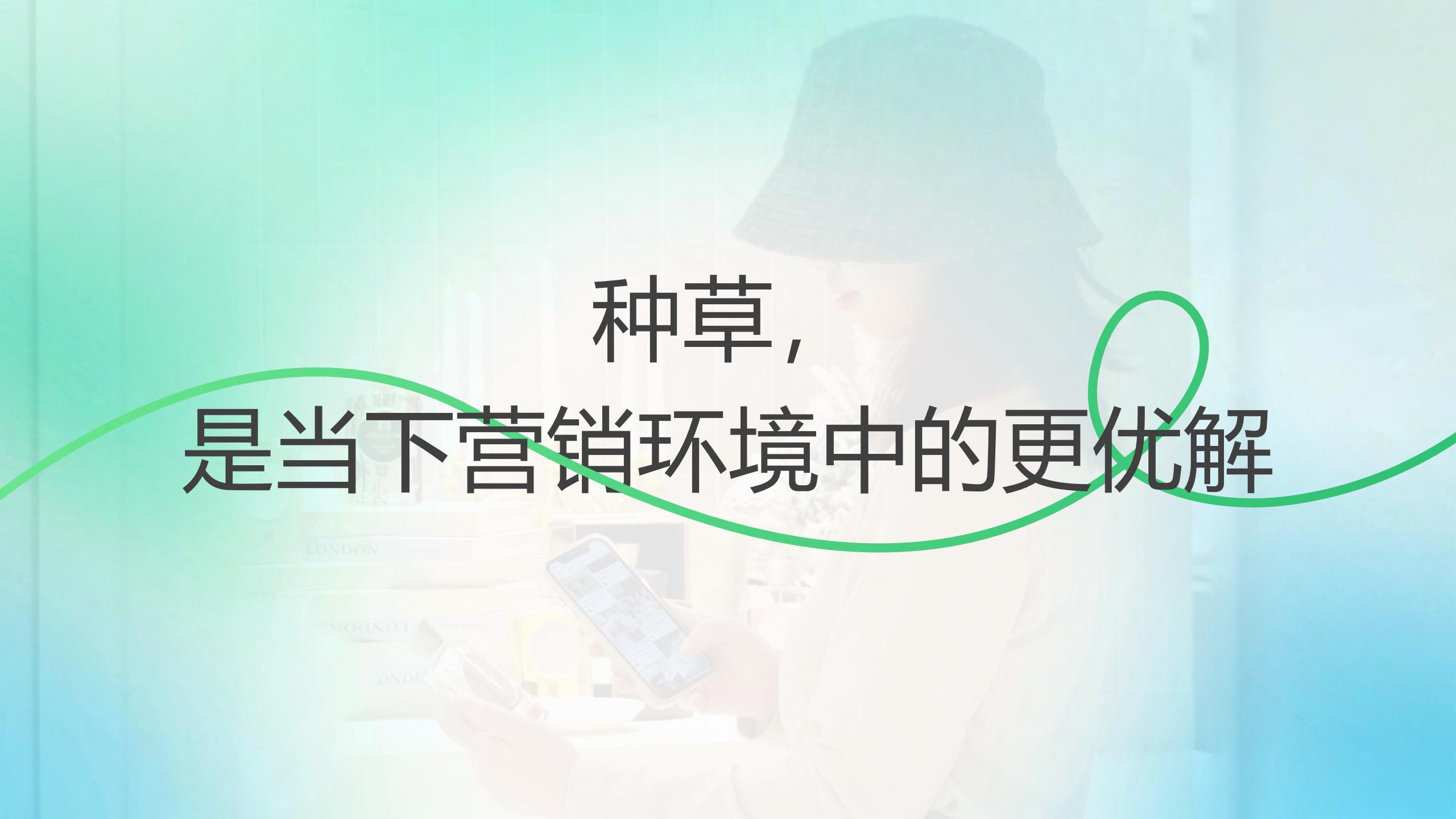
小红书种草，对生意的影响更长周期

对比其他平台，小红书内容曝光到后链路行为的转化效率更高



*数据来源于意略明旗下Ghwawar数据平台对2.5万样本的移动端完整链路行为追踪，数据在用户知情的前提下合法采集

**行业均值考虑了主流媒体平台的总曝光；电商转化数据涵盖了主流电商平台的商品搜索、浏览、加购、订单等行为

A person wearing a bucket hat and holding a smartphone, standing in front of a bookshelf.

种草，
是当下营销环境中的更优解

PART

02

小红书

万物皆可种草

买得更好 ↗

精品海淘攻略，迈出第一步



变得更美 ↗

美妆、时尚等内容聚拢首批种子用户
聚焦中国高价值女性用户群体



活得更好 ↗

内容品类扩散至多元生活场景
陪伴一代人找到想要的生活



2013.06
小红书在上海创立

2013.12
小红书推出海外购物分享社区

2017.06
苹果商店购物类
下载排名第1
用户破5000万

2020.06
小红书月活用户
过亿

2021.10
小红书月活用户
破2亿

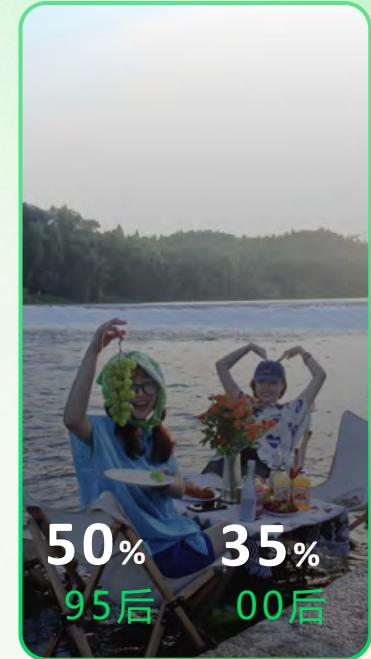
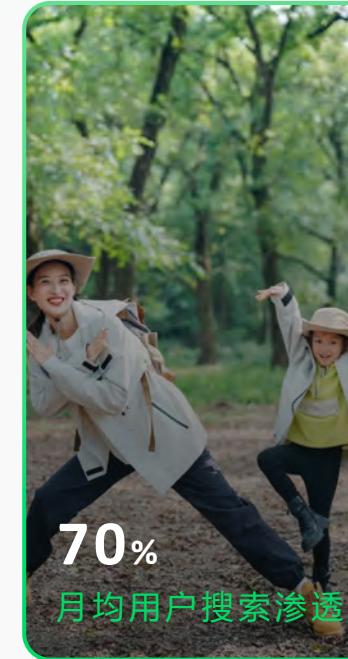
2024.03
小红书月活用户
破3亿

NOW
探索永不止步
精彩仍在继续



年轻有活力的用户都在小红书

小红书已经成为用户的多元生活方式聚集地，跨代际人群的生活百科全书



用户带着被种草的心态，期待有用的产品信息



种草新产品
品牌的途径

45 %



认识新产品
品牌的途径

43 %



每月寻求购买
建议用户数

1.7

+4亿% ↑

灵感熠熠的内容，点亮生活全场景

衣/食/住/行/学习/工作/社交/休闲/娱乐.....

一级内容类目

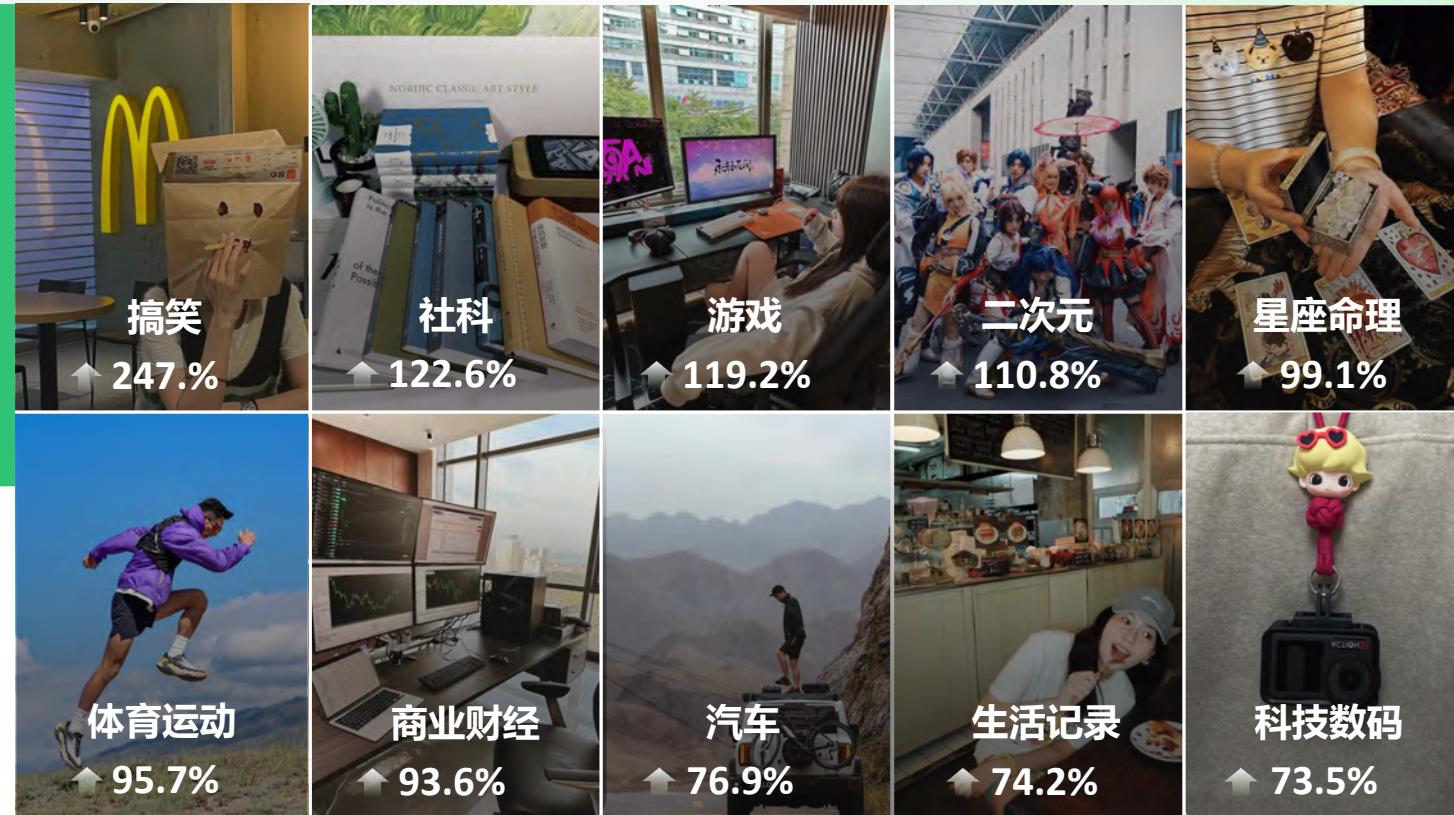
37 个

二级内容类目

200

+

专业、有趣、有用、
有效的内容，为用户
提供生活方式参考



内容生态蓬勃生长，供给持续丰富

每日新增

600万+篇笔记



每日新增

6000万+篇评论



刷视频、蹲直播、沉浸式体验，从种草一步到转化

短视频用户渗透

94 %



沉浸浏览 品效合一

视频种草、视频带货
实现品效合一



单月直播场次同比增长

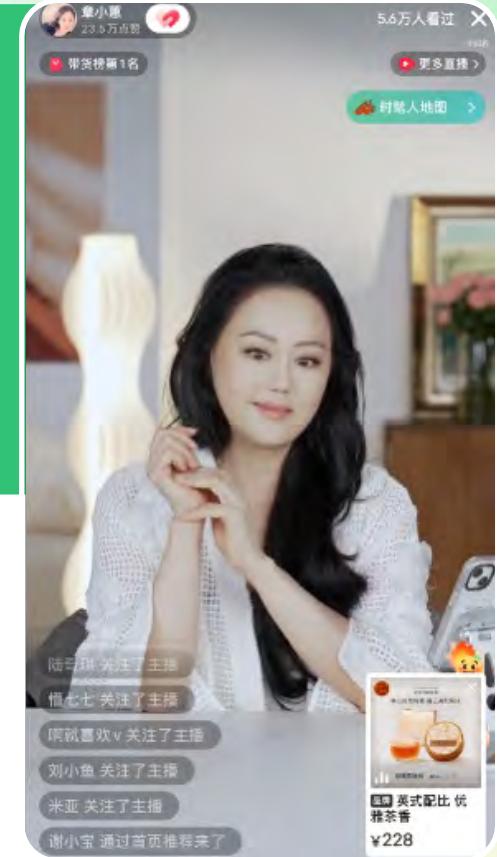
+147%

直播观看量同比增长

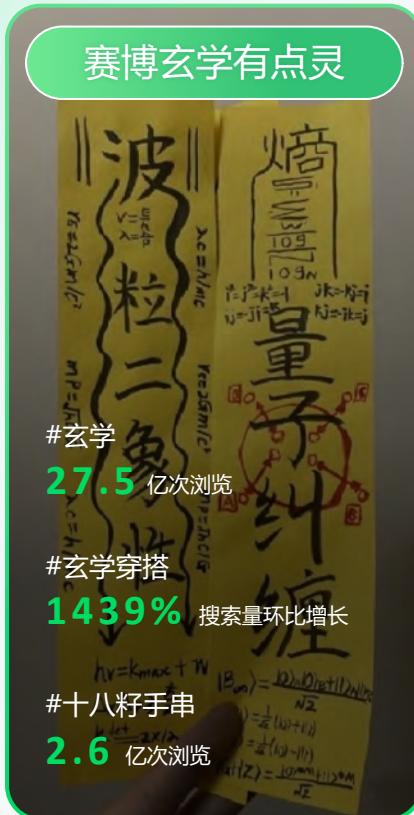
+173%

聚集流量 生意爆发

品牌直播、买手直播
种草即转化



趋势在这里诞生



场景在这里放大



需求在这里激发

成功圈粉

270 w



New Balance “一脚遛”

成CITYWALK

关注度最高品牌产品



月均搜索

+315 %



法式复古风

掀起家装
新一轮风尚



消费决策在这里完成

小红书已经成为地地道道的“国民生活指南”

每月寻求购买
建议用户数

1.7亿

搜索月活用户占比

73%

主动搜索占比

90%

短羽绒服

防晒霜

宝宝洗澡哭闹

高瘦男生春季怎么穿

内嵌水龙头

洱海民宿推荐

手机密码忘了

小红书 搜索



百元预算妈妈的礼物

猫挑食

格子西装

什么表值得买

清明去哪里

补水保湿

南山雪季到什么时候

小户型装修



需求多样
精准表达

长词搜索（字数>8）
增速高于搜索大盘



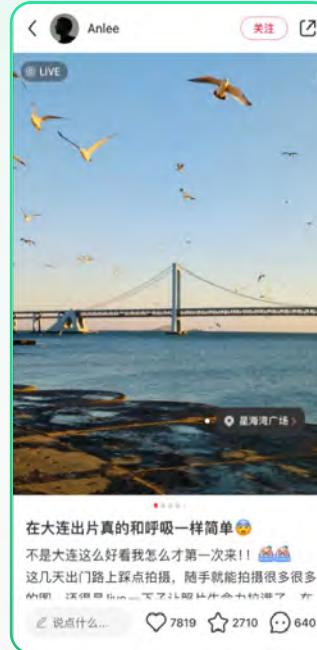
海量用户主动的非结构化表达

主动选择



双列信息流
看见用户的隐藏需求

真诚分享



UGC生态
打开了需求场景天花板

友好互动



利他氛围
评论区找到同好、互相帮助

高频搜索



「百科全书」
通过搜索还原了用户的决策路径

结构化的数据，清晰刻画人与产品之间的需求关系

以内容为桥梁连接用户和产品关系

用户标签



用户画像

内容偏好



品类兴趣

消费偏好

品牌偏好

用户行为

内容理解



属性词

56 万

情感词

900 万

昵称词

800 万

架构化的SPU数据



20 万

SPU在被搜索、讨论

从浏览到搜索，在用户消费决策路径上种草更有效



推荐的产品正合我意



搜索之后下定决心

沿着搜索行为校准，天鹅到家线索量增长700%

选品校准

在小红书重点做三嫂业务
(月嫂、育儿嫂、保姆)



人群校准

月嫂服务

“城市精致妈妈”
“年轻孕期准妈”

怎么找月嫂 泛搜入门

保姆人群

“有娃中产家庭”
“城市富产中年”

月嫂要求怎么提 精搜细节

搜索链路校准

天鹅到家怎么样 详搜细节

关键结果

692%

保姆业务线索量环比

694%

月嫂业务线索量环比

47%

全域ROI增长

用好小红书私域群聊，种草到闭环转化更有效

群聊用户复购率vs大盘

2.5倍

私域用户的转化效率是非私域用户

300倍

数据周期：2024年4月
数据对象：小红书开店企业专业号

群聊拉新

群聊促活

群聊转化



服饰品牌「LINHUXUAN」

联动直播和私域「群聊」
群聊贡献整体店铺GMV

19%



初创一年品牌「世大家」

通过「群聊」，带动全网
销量**破亿**
小红书月销

100W+



小众瓷器品牌「拙手素心」

其小红书「群聊」的7日复购率

34%

远高于「群聊」用户



美妆工具品牌「尔木萄」

群聊用户转化率是直播间用户

3倍



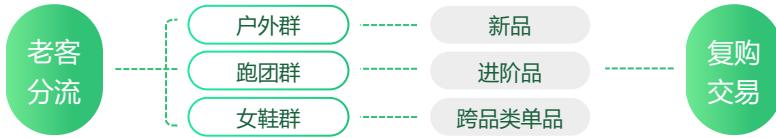
「KOS」激活门店销售，种草引流到线下更有效

安踏KOS种草，新品上线极速售罄

人群分流，引入相关群聊，沉淀人群资产
基于人群兴趣差异，进行差异化产品种草



基于购买单品推荐相关群聊
促进复购的同时，推动客单价提升与跨品类购买



关键结果

68 %

投放一周后日均GMV依然增长

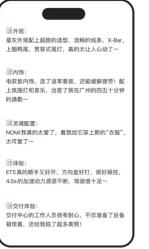
50 w

新品上线10hGMV突破

蔚来汽车KOS种草，线索成本下降过半

完整的账号矩阵搭建

官号企业号



KOB区域号

限时宠粉福利

限时购车政策

产品种草深化

小红书专属福利活动

KOS员工号

Style 审美要求

Sale 购车需求

Special 利益诉求

关键结果

85 %

线索成本降低

超4.5 亿

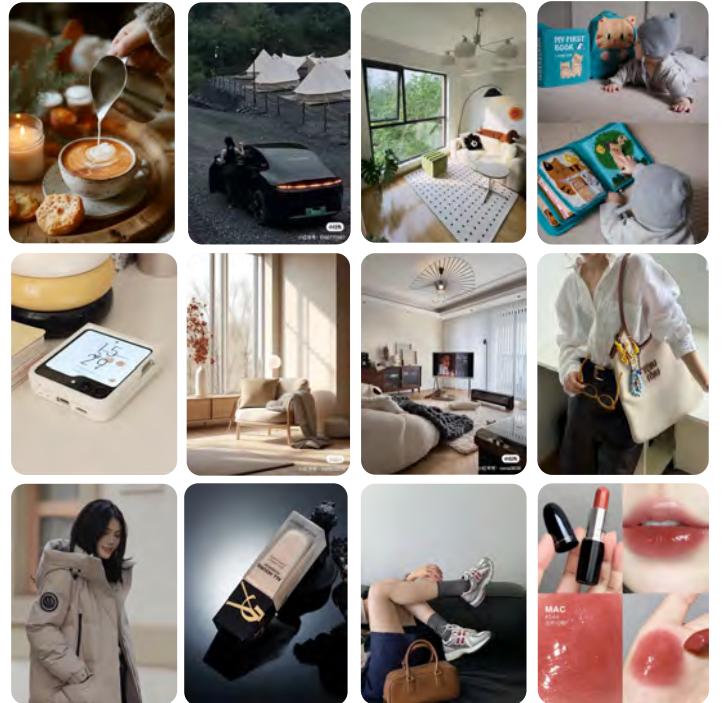
营收

1000+ 台

累计卖出

在小红书，万物皆可种草

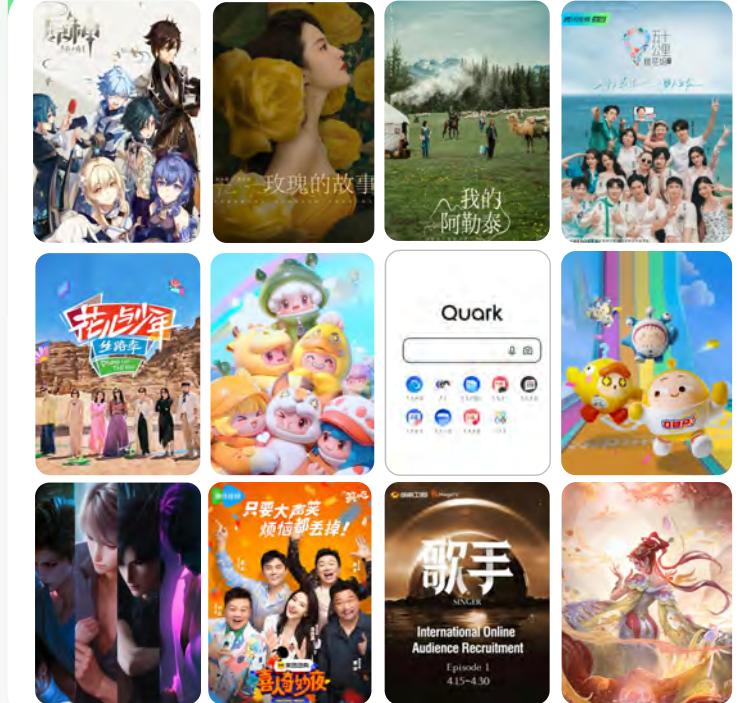
消费品



生活服务



内容服务



种草+商品，「笔直群」成就好产品的好生意



小红书买手，成就个体，更成就生意



@吴昕



@亚克力枪枪



@ melody



@伊能静



@吴建豪

6.7x

过去一年半增长
买手规模

@查老师的
咖啡宇宙

@董洁



@章小蕙



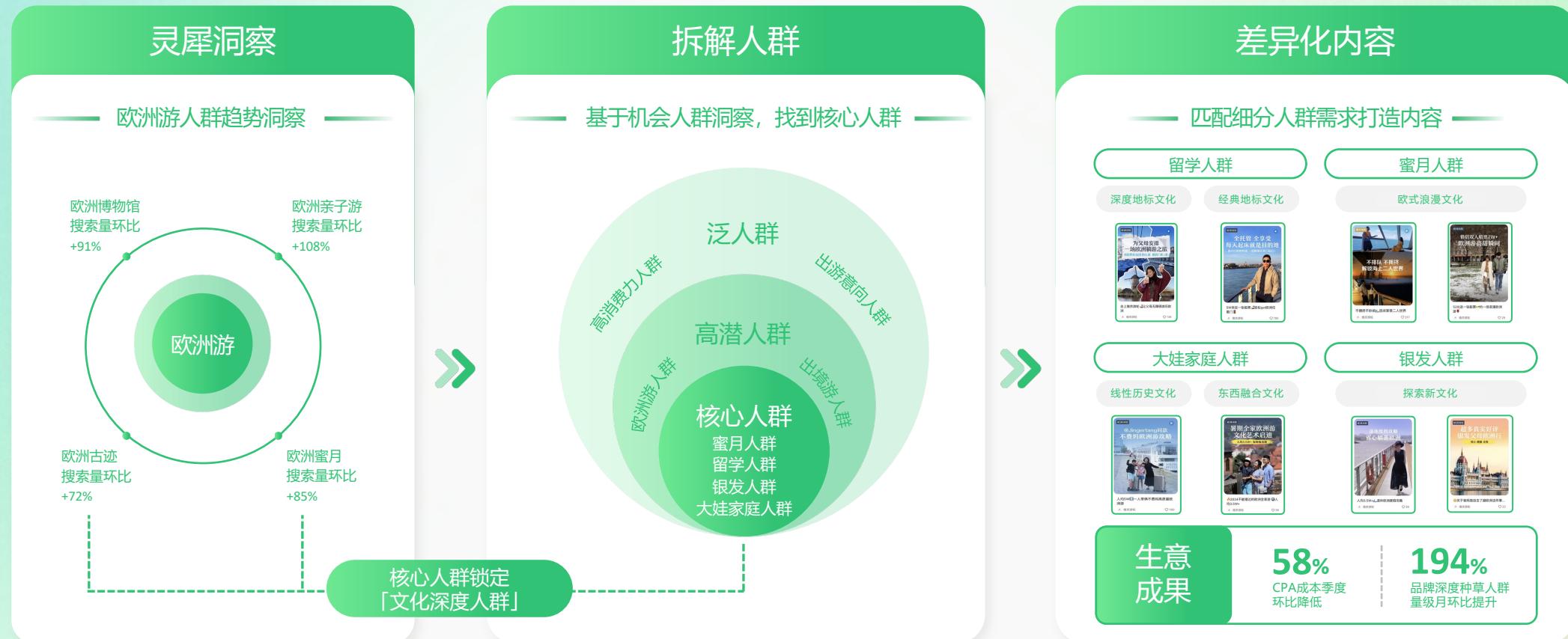
@姗胖胖Joyce

9.8x

过去一年半增长买手
直播间下单用户数量

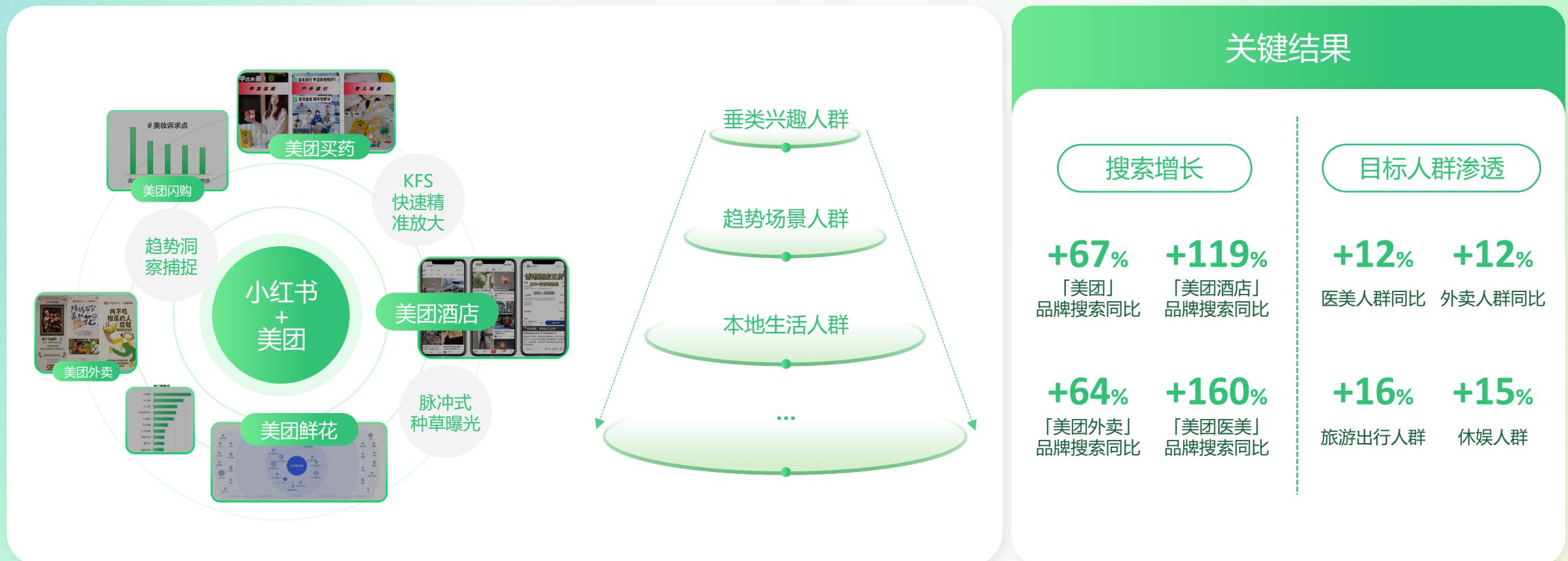
种草+生活服务，带来线索场景的高效转化

洞察欧洲游用户的差异化诉求，维京游轮CPA下降58%



种草+内容服务，实现线上场景的生意突破

美团多业务通过深耕小红书种草拓展新人群





GRADO

COMPASS

BOB RI BROW

小红书

小红书，适配不同阶段不同规模品牌的营销阵地

品牌种草主阵地

35w个品牌正在小红书种草

新品牌也能长大

增长远超大盘的TOP1000 SPU中

160个SPU来自成长型品牌

种对草获得高确定性增长

首届小红书种草大赏收到**300+**品牌

提案案例，其中超过**120**个品牌种草后

关键销售指标平均增幅超 **400%**

PART

03

SPU x 买点 x 人群

种对草的关键策略



种草是真诚地帮助人
为向往的生活找到解决方案

「SPU x 买点 x 人群」精准+精细匹配 把预算投在更优解上

营销回归第一性 STP

市场细分
Segmentation

找到产品适合的细分市场

市场更细分

目标市场选择
Targeting

在市场细分的基础上，找到目标人群，瞄准目标人群精准触达

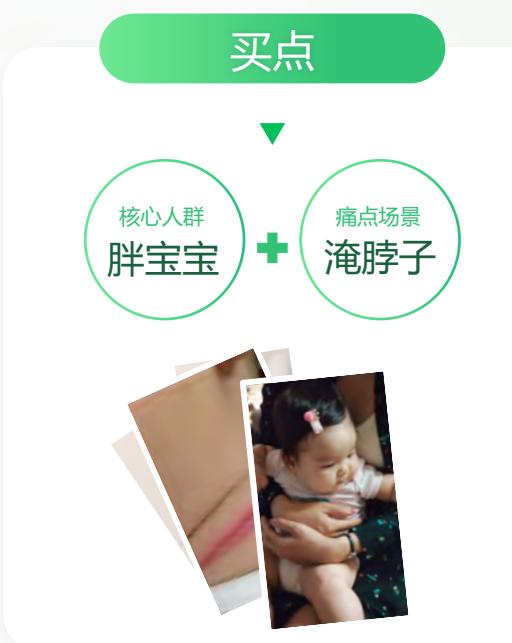
人群更精准

市场定位
Positioning

用好内容向目标人群传达产品的差异化定位

产品买点级定位

案例1 SPU x 买点 x 人群 帮助新品类产品四个月跑出千万销量



目标人群渗透率
爽身露 TOP1

同比去年
销量 **2倍+**

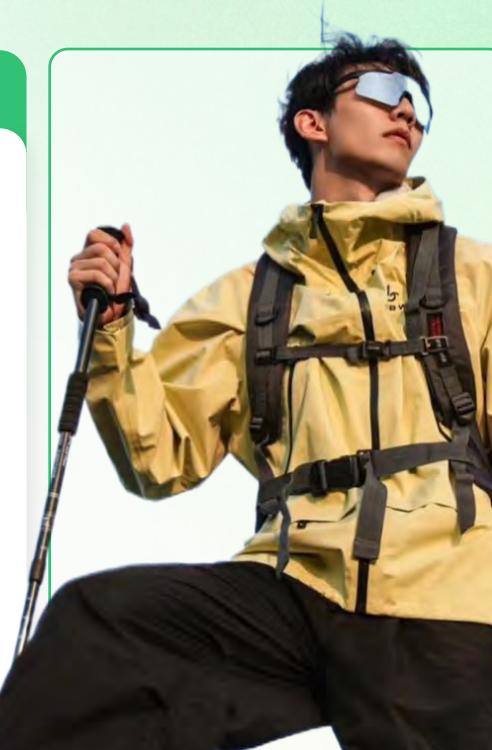
电商平台618
GMV 2300万

案例2

基于不同人群偏好，户外品牌锚定新品买点



买点	需求	登山人群
防风/轻便/透气	夜爬能御风 白天气温升高好携带	泰山
防风/防雪/可拆卸	风雪都能扛 方便穿脱加减衣	四姑娘山
防寒/防晒/防水	御寒是基本功 但还要能扛紫外线	玉龙雪山
防风/防雪/穿搭	帮我抵挡风雪 又可以美美出片	新疆禾木



+274 % 品类词
站内搜索YOY

TOP3 登山偏好人群
渗透率

9 % + 笔记CTR

从生活方式深度理解人

标签聚类分析+人类学研究方法论=生活方式人群描摹

聚类分析

1400+

内容偏好

人生阶段

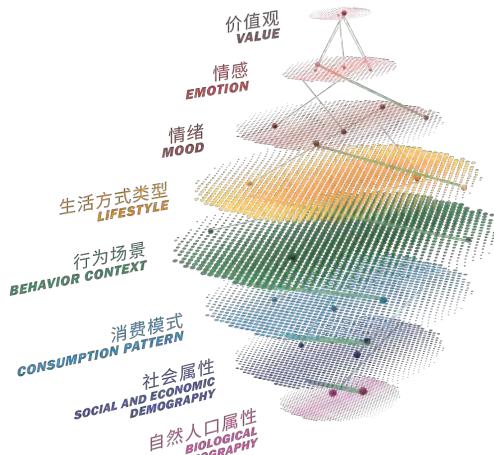
消费水平

电商偏好

行为特征

兴趣爱好

千机塔方法论



人群刻画 7大维度 21个指标

价值观

生活方式类型

行为场景

消费模式

社会属性

自然人口属性

小红书平台行为

登陆频率

单次登陆时长

内容浏览偏好

内容发布偏好

高兴趣下单品类

主动搜索偏好

5W1H人群描摹

WHO

谁

WHEN

什么时候

WHY

基于怎样的需求

WHERE

在怎样的情况下

WHAT

需要怎样的解决方案

HOW

如何寻找

小红书生活方式人群

人文探索

规律钻研党 美学鉴赏家 世界狂想家 热门玩家 情绪捕手

数智未来

品质感观控 未来原住民 灵感创想客 数码时髦精 效能领航员

家有萌宠

爱宠观赏派 宠溺“爸妈” 同行伙伴 流浪动物保护党 自然“动物学家”

发现附近

城郊出走族 “速联”社交狂 举家“撒欢”党 圈层专研人 市井“街溜子” 社区玩咖 下楼享受派

养身韧体

活力夕阳红 高消耗中年 熟龄悦己中年 娇宠彼得潘 探索人生的中年玩家 高能青年 爆肝青年 稳定守成中年

超级食客

“专味”信徒 “怪味”猪手 “乐养”零食客 围粮“小馋猫” 生活“增味”家 逐渐尝新党 好味饕客 拓圈商务客 精算稳妥人 吃喝欢聚派

看世界

圣地巡礼者 同心群游党 远地“探险家” 轻松舒心派 深旅漫游客 山水“避世”客 热门追踪党 追爱忠粉

运动焕活

好动局内人 寻乐运动派 线条雕塑家 轻松健体派 身心觉察师 自我超越者

娱乐放松

真爱忠粉 沉浸式“戏”迷 娱乐交友派 放松乐子人

孕育学习

“科研”育儿党 积进式父母 友伴式父母 松弛爸妈 稳“孕”选手 好“孕”预备役

自由畅行

都市漫游家 移动筑巢家 智驾先锋 机械信徒 出行精算师 静奢新贵党 爆改浓人

自在户外

心灵远行客 短逃离自愈派 野趣探索家 挑战极限者 户外欢聚团 户外显眼包

美力加成

变美练习生 精养奢美族 气场精英 风格日抛党 美研尖子生 美养佳人

浪漫囍事

盛大“童话”拥趸 亲密私享派 “豪门”排场派 个性“策”婚人 循规蹈矩主流派

时尚态度

“新·趣”体验派 “街头”潮客 质感男士 IP狂人 三坑玩家 气场大女主 时髦先锋 社会新鲜人

成长进阶

尽责陪练员 因材施教师 “社会人”教练 争渡“上岸”人 资格证“卷王” 职场闯关人 进阶专业精英

虚拟人生

“游”文化信徒 沉浸式畅“游”人 联结小“玩伴” 高能“偷闲”客 通关小机灵 审美收藏控 竞技大神

悦享奢华

静奢知识分子 潮奢风格家 悅己摘星人 奢交体面人 奢派生活家 奢品入门人

心灵奇旅

野生玄学家 实用信徒 恋爱修炼家 亲密学习父母 精进修心客

家生活

居家策展人 全能生活家 筑巢青年 游牧青年

小红书的四级种草力

产品组合战略

根据行业趋势、竞争生态和公司资源，制定高利润产品组合战略



细分人群精准渗透

以人群渗透为目标的反漏斗破圈策略，让单品高确定性地增长



投放打法-KFS

优质内容价值精准、快速、长线、低门槛释放，建立心智卡位



自然内容分发

KOL/KOC/KOS/UGC等社区流量的自然分发



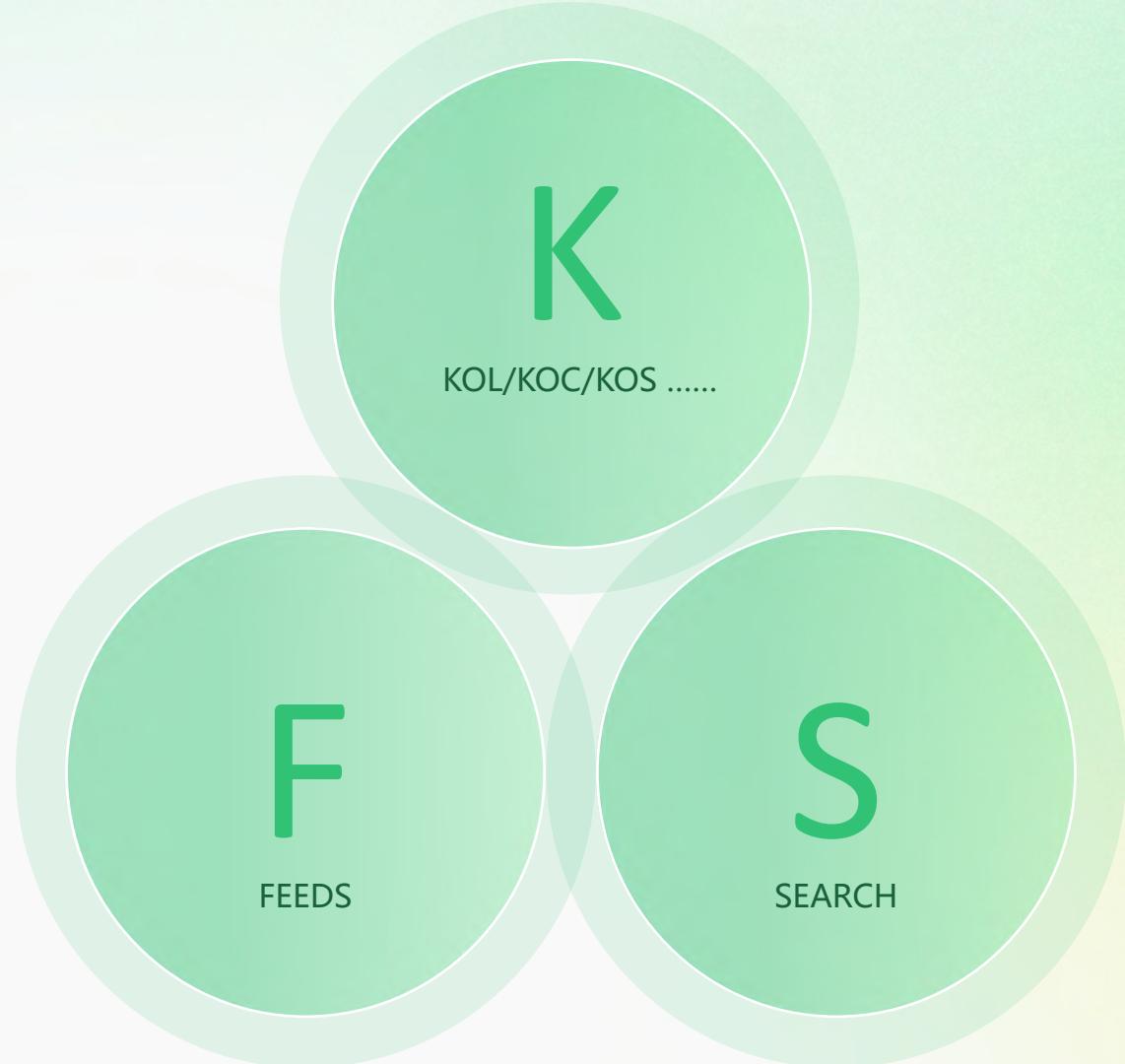
小红书的独特逻辑

人群反漏斗破圈



KFS产品种草 组合投放方式

好内容 + 确定性流量



一方数据回传，赋能企业全链路策略优化

投前洞察

投中优化

投后度量

人群拓展

一方作为种子人群，人群推荐更准更广

新品共创

洞察老品一方，深度探索用户偏好

渗透追踪

投中回传，监测人群渗透情况和转化潜力

精细化投放

投中验证，实时调整人群x博主x笔记x触点投放策略

价值验证

验证小红书外溢价值与资产贡献，看清即时与长效GMV/ROI

决策归因

深挖用户决策路径，下钻分析转化周期/频次/内容/触点等完整链路

一方数据回传，种草从玄学变科学



营销IP：Always on之外，脉冲式种草



听见「她」声音，小美说帮助NIKE链接女性群体

小红书 小美说



6.7w+

话题下笔记数目

+6.9%

NIKE品牌
目标渗透率增长

+17999.9%

NIKE Zenvy
相关笔记环比增长

+14001 %

NIKE Zenvy
相关搜索环比增长



品牌建设

人群资产



产品种草

内容阅读互动



生意转化

ROI (t+x)、LTV

种草的北极星指标



种草结果看

ROI (t+x)



种草过程看

人群资产

ROI (t+x) 长周期价值归因 辅助科学决策

多维度价值归因分析



ROI价值

新客占比

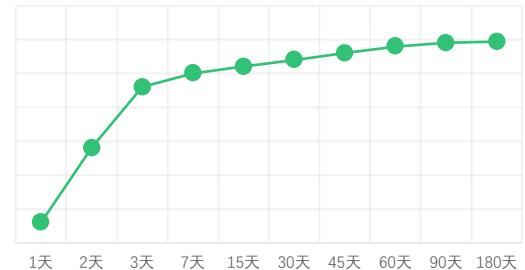
GMV趋势

高客单占比

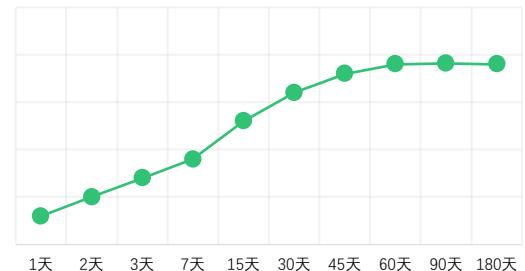
不同决策周期的产品，
ROI趋势一目了然



某品牌防晒霜
ROI变化趋势



某品牌洗碗机
ROI变化趋势



PART

04

商业产品

种好草的高效工具

种草的三种形式



长线型种草

种草产品解决方案



爆发型种草

品牌推广

营销IP



口碑型种草

口碑通

种草产品解决方案

细分人群精准渗透

STEP

01 人群推荐



输入种子人群
拓展潜力人群

受众分析



STEP

02 买点匹配



多组人群×内容测投
优选组合打透

需求洞察

品牌&SPU口碑

笔记赛马

人群包报表



STEP

03 人群渗透



科学预算建议
策略&投放联动

SPU种草-渗透追踪

策略制定



STEP

04 度量优化



度量人群组合贡献，还原用户
决策路径&触点，发现新机会

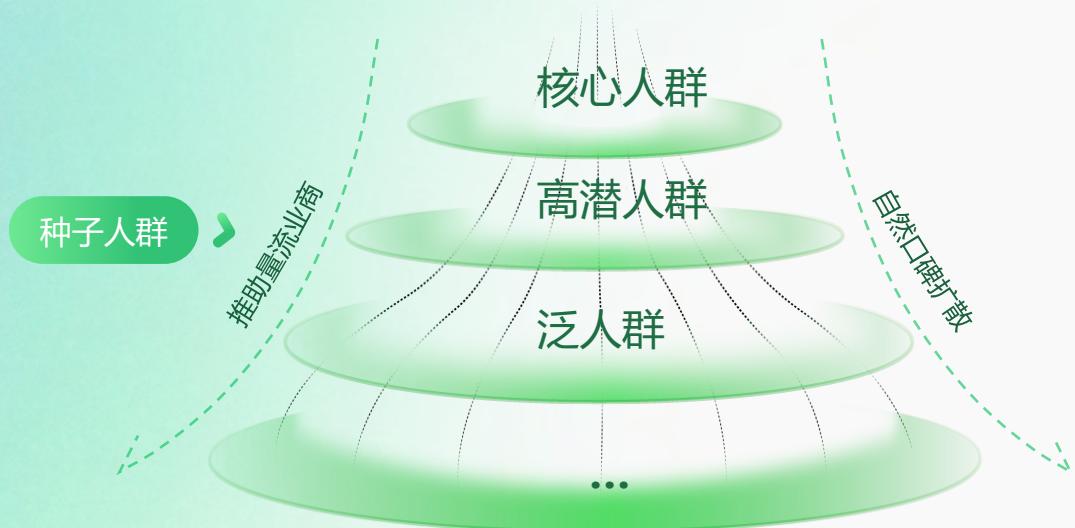
全域度量

三方数据验证



人群推荐

输入种子人群，精准找到目标用户的第一步



01 »

自定义人群

- 手动圈选
- 行业兴趣
- 平台特色人群

02 »

后链路人群

- 一方已购
- 三方进店

03 »

站内种草人群

- SPU
- 品牌积累的人群资产

人群推荐

多种算法模型，让人群拓展更准更广

1.0 拓展逻辑



基于与种子人群的重合度，系统对灵犀全部机会人群池做重合度从高到低的计算



以top20%为SPU核心人群、top20-60%为高潜人群、top60%-100%为泛人群

2.0 拓展逻辑



计算种子人群的向量相似度，系统基于小红书全站用户行为，按照相似度降序推荐相似人群



看到推荐人群与种子人群最为相似的标签特征

买点匹配

理解人、理解买点，就有破圈机会

900万情感词

20万个SPU

92个属性类型

56万属性词



买点理解



解构
内容



关联到人

300个行业特色人群

20种生活方式人群

细分赛道以及营销属性人群...

买点匹配

多平台打通，策投一体助力投放提效

灵犀、蒲公英、聚光一站式联动



渗透分析

人群策略集



内容策略



内容关键词

目标人群内容偏好关键词



博主

目标人群与博主人群的重合度



投放策略



商业素材

存量产品相关笔记

搜索词

目标人群搜索词阅读数据

赛马工具助力优质笔记胜出

公平

给每篇笔记等量的分配预算

内容赛马

 参加

参加内容赛马后，系统会为每篇笔记保障预算，进行笔记质量的智能探索

 不参加

充分

给到人群笔记的最优探索空间

图片

描述

创建时间

作者

描述链接描述链接描述链接描述...
链接描述链接描述链接描述...
优胜2021-07-09
17:25

雅诗X

描述链接描述链接描述链接描述...
链接描述链接描述链接描述...
优胜2021-07-09
17:25

雅诗X

科学

系统根据跑量和成本判定优胜笔记

人群渗透

预算拆分有依据，投放追踪实时调优

一键预算建议+触点分配



渗透追踪

定目标

根据自定义产品集、行业benchmark制定渗透目标

自定义「产品集」
自定义配置-新增对比对象-产品集

选择「行业benchmark」

默认提供SPU所在最深类目
Top5 / 20 / 50 的对比对象

拆预算

总预算 + 各触点预算分配



Shapley value 算法

本SPU
历史投放数据

同类品
历史投放数据



Shapley value 算法



筛选触点



渗透目标

渗透规模、效率实时可见优化

人群报表
工具

投放效率

支持“人群包”
粒度数据效果，
T+1了解人群
投放效率

人群包	计划	单元	创意	笔记	SPU	营销诉求	请选择	人群包	请选择	分日	自定义列	下载表格
日期	人群包名称	人群包ID	消费	展现量	点击量	点击率	平均干次成本	平均干次展示费用	点赞	评论	收藏	
合计43条记录	人群包1		21784.85	416633	33743	8.1	0.65	52.29	854	15	1191	
2024-08-01			1393.13	30355	2238	7.37	0.62	45.89	47	0	67	

渗透
追踪

渗透效率

多维渗透数据
看板，了解周
期内目标人群
渗透效率

人群名称	新增渗透人数	渗透率	流转率	曝光人数	点击人数	操作
趋势生活	15,664	较产品集 -0.96% 较产品集 -0.89%	41	19	置顶 详情 智能诊断 策略制定	
奢美人群	14,584	较产品集 -0.13% 较产品集 -0.22%	34	18	置顶 详情 智能诊断 策略制定	

度量优化

一方/三方数据融合，赋能营销全链路

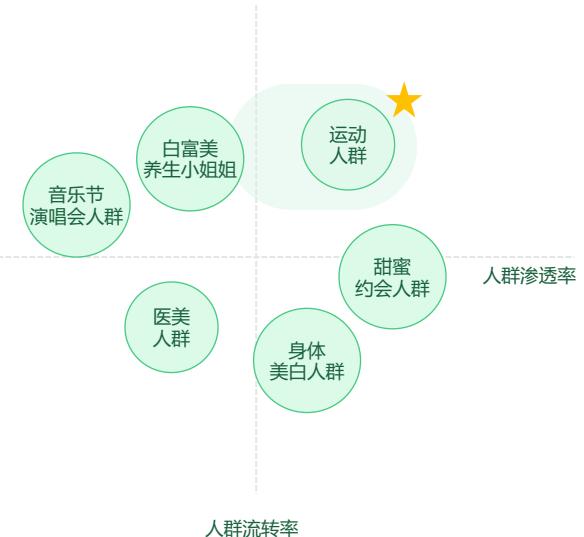
投前：锚方向



老品/本品一方
三方进店人群

人群拓展更精准

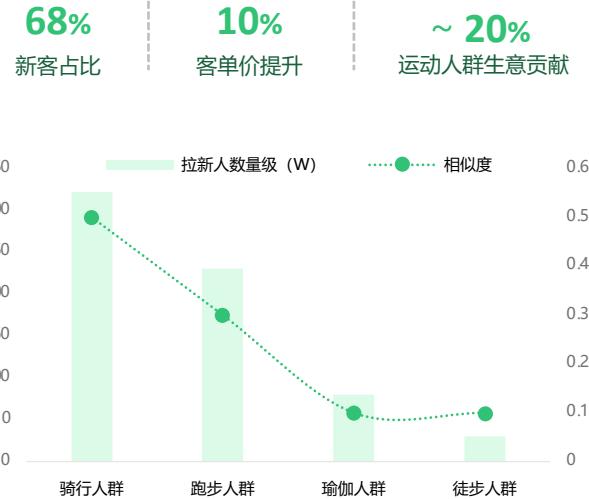
投中：提效率



本品一方
三方进店人群

投放过程实时纠偏

投后：看结果



本品一方
三方进店人群

全域度量
细分场景拓展

度量优化

一方数据融合，看清人群资产和决策路径

人群资产度量

数据概览

390,166
人群包匹配人数

XXXX	触达人数	XXX	转化人数	10.98%	转化率
XXX	商业触达人数	XXXX	商业触达且转化人数	60.55%	商业转化率

触点效率度量

触点名称	转化人数	转化GMV	转化率	转化贡献占比	客单价
>信息流广告	XXXX	XXXXXX	XX.X%	XX.X%	XXX
搜索广告	-	XXXXXX	XX.X%	-	-
开屏	XXXX	XXXXXX	XX.X%	XX.X%	XXX
蒲公英笔记	XXXX	XXXXXX	XX.X%	XX.X%	XXX

人群效率度量

人群类型	点击率	点击价格	互动价格	转化人数
>特色人群	XX%	XXXX	XXXX	XX.X%
运动人群	XX%	XXXX	XXXX	XX.X%
GMV	XX.X%	转化率	客单价	
XX.X%	XXX	XXX	XXX	

决策特征分析

决策周期分析

决策时间	人数	占比
1-7天决策	XXX	XXX%
7-15天决策	XXX	XXX%

决策频次分析

平均阅读篇数	平均搜索次数	平均互动次数
XXX	XXX	XXX%
XXX	XXX	XXX%

典型人群路径还原

人群路径

种草

×年/×月/×日 —— ×年/×月/×日
用户阅读类目相关笔记××篇
其中品牌相关笔记××篇

密集决策

×年/×月/×日 —— ×年/×月/×日
用户阅读类目相关笔记××篇
其中品牌相关笔记××篇

转化

×年/×月/×日 —— ×年/×月/×日
用户阅读类目相关笔记××篇
其中品牌相关笔记××篇

内容解析

内容特征

内容买点



内容情感

内容形式

小红书种草解决方案升级全景图

投前

投中

投后

精准的洞察工具

人群洞察

选对人，定位&拓展目标人群

种子人群导入

一方/三方数据上传
手动圈选人群包

机会人群扩展

相似人群推荐
通过人群反漏斗模型，基于与种子用户的重合度，将核心人群、高潜人群和泛人群计算和排序

向量相似

基于种子用户的小红书行为数据表征，计算全站用户的相似度，降序推荐优质人群

灵犀

内容洞察

找准买点，SPUx人群x买点精准匹配

人群x内容匹配

笔记分析 NEW
支持人群维度进行笔记筛查，分析需求场景和用户买点

用户口碑洞察

SPU口碑洞察 NEW
笔记NPS挖掘，可按SPU颗粒度进行正文情感识别

内容创作灵感

内容广场 NEW
支持SPU关键词，推荐内容创意，提供更精细的热门内容灵感

蒲公英

低门槛的测投工具

目标制定

产品集对比，参考行业均值
明确渗透数值

行业benchmark

可支持查看SPU所在类目，人群资产总数排名TOP 5/20/50的SPU在各细分人群的渗透和流转均值情况

自定义产品集

可自定义添加多个同类SPU作为产品集，对比本品与产品集均值的细分人群渗透和流转情况

渗透策略建议

可根据本品和同类产品集的历史数据，提供目标人群下的内容+博主+搜索词的策略建议

灵犀

策略制定

算对钱，预算x人x触点的最优匹配

钱x触点x人分配

预算建议 NEW
根据渗透率目标，新增渗透人数计算投放金额

预算分配

根据本品和同类产品集的历史投放数据，提供各触点的最佳预算分配建议

渗透策略

NEW

科学的预算工具

投放提效

策投打通，渗透策略及时优化

一站式策投

灵犀策略集 * 蒲公英选博 NEW
结合SPUxTA的内容结构化数据分析，获取内容灵感、并优选博主生产内容
灵犀策略集 * 聚光创编链 NEW
灵犀渗透策略集一键推送和运用到聚光投放链路

灵犀x蒲公英

灵犀x聚光

内容+人群策略优化

产品种草支持 笔记赛马功能 NEW
不同买点的内容笔记跑量赛马

聚光

高效的度量工具

度量优化

人群资产分析，提出后续投放优化建议

一方人群验证

数据融合 一方数据x平台用户mapping，验证人群价值

一方光谱分析

资产贡献分析 NEW 基于一方数据，分析A人群/I人群/TI人群到P人群的流转效率

用户决策归因

用户路径 NEW 基于一方数据，分析P人群在小红书的行为路径和决策因素

灵犀

三方数据回传

小红星/小红盟

人群渗透全链路覆盖

投放效果监测

人群包报表 NEW
基于人群包粒度，及时复盘投放效果，监测CTR/CPC等前链路指标

聚光

人群渗透追踪

渗透追踪 NEW
投中智能诊断，投中投后追踪渗透结果

灵犀

代表案例「凡士林」

低门槛测投，锁定生意核心人群



01 找对人 人群定位和拓展



02 找准买点 SPUx买点x人群精准匹配

细分需求场景
连接产品与人群

定制/匹配
笔记内容

运动人群 围绕运动晒后修复展开



03 小预算测投 人群x买点组合测试

CTR CPC 一方转化率

+10% 0.3 No.1 🤩

+9% 0.4 No.2

+7% 0.4 No.3

+7% 0.6 No.4

+7% 0.7 No.5

+6% 0.6 No.6

代表案例「凡士林」

做对内容，选对博主，精细投放

笔记

运动场景下钻细分



骑行场景

#骑行装备清单

跑步场景

#户外护肤
#运动后皮肤管理

站内进店拉新率TOP2

数据统计周期：2024.3-10

博主

博主

站外进店流转率

XXX

No.1



XXX

No.2



XXX

No.3



XXX

No.4



XXX

No.5



搜索词

品类词SOV TOP5

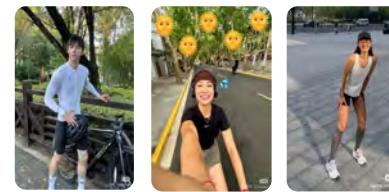
(室外运动晒后修复好物)



核心品类词&晒后修护身体乳泛词

功效词SOV TOP5

(夏季全身提亮秘籍)



全身提亮/晒后修护/防晒泛词

关键生意结果

运动人群渗透率提升25%



凡士林水润焕亮
身体精华



68%
新客占比

10%
客单价提升

站外电商平台热销榜TOP1

品牌推广

强势曝光，推搜联动，激发UGC深度互动

浏览场

强势曝光 植入品牌形象

首屏

开屏

BrandMax | 常规开屏 | 小红屏

首页双列浏览场

信息流

固定位 | 动态位 | 有搜必映

搜索场

拦截触达 抢占心智

搜索首位大曝光

橱窗品专 | 电商品专
直播品专 | 笔记品专

搜索引流

火焰话题

创新互动

惊喜盒子

UGC声量互动

打造内容生态

UGC内容生产

商业话题

活动H5

样式 基础/特型样式

样式 基础/特型样式

组件 高级组件/NNS组件

组件 高级组件/NNS组件

贴纸

UGC互动

点赞特效 | RedLive

新品宣发

笔记/话题预热 → 吸睛大曝光宣发 → 持续发酵转化

活动预热



视频笔记+NNS组件



图文笔记+NNS组件

商业话题+NNS组件
聚合笔记，激励笔记生产



全线宣发Bigday



开机首屏
开屏3D出



推荐流双列
信息流-笔记点赞特效

搜索结果随机掉落
惊喜盒子



搜索场域
常驻品牌橱窗



长尾期发酵



搜索场域
品牌橱窗/电商品专长效引流转化



商业话题
商业话题长效聚合活动期笔记内容，持续发酵

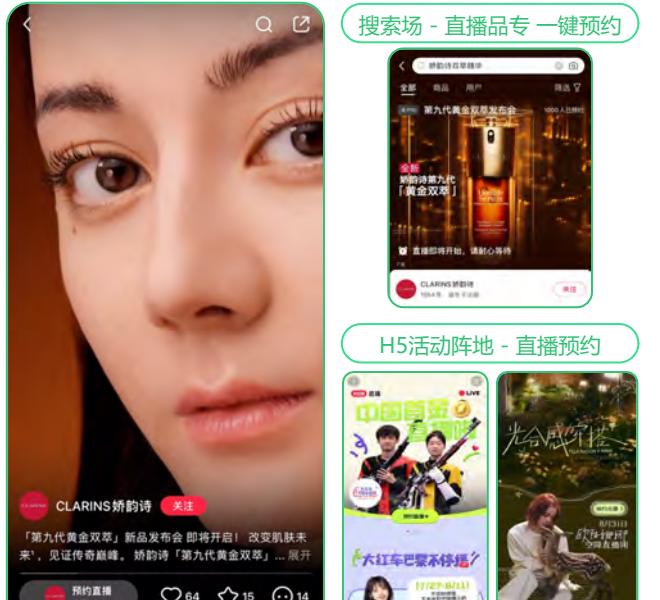


品宣直播

「直播前」强势引流 → 「直播中」高效互动转化 → 「直播后」长效发酵传播

直播前

— 全场域预热 覆盖促预约 —



直播中一键进入

— 强势资源引流 -> 直播间内互动转化 —



直播后

— 挖掘传播价值 发酵扩散 —

内容阵地 - NNS话题流量激励
促UGC扩散



搜索场域经营

搜前蓄水 → 搜中转化 → 搜后推搜联动

搜前蓄水

— 搜中引流 — — 活动引流 —



引流搜索结果页，提升品牌/品牌活动词搜索行为及曝光

搜索场进行活动/生意转化

— 搜索主地-搜索首位品专承接 —



引流话题/h5站内活动阵地

引流账号主要/笔记/小程序

引流直播间/店铺/商品卡成交

浏览场浏览追投

— 浏览场-有搜必映追投 —

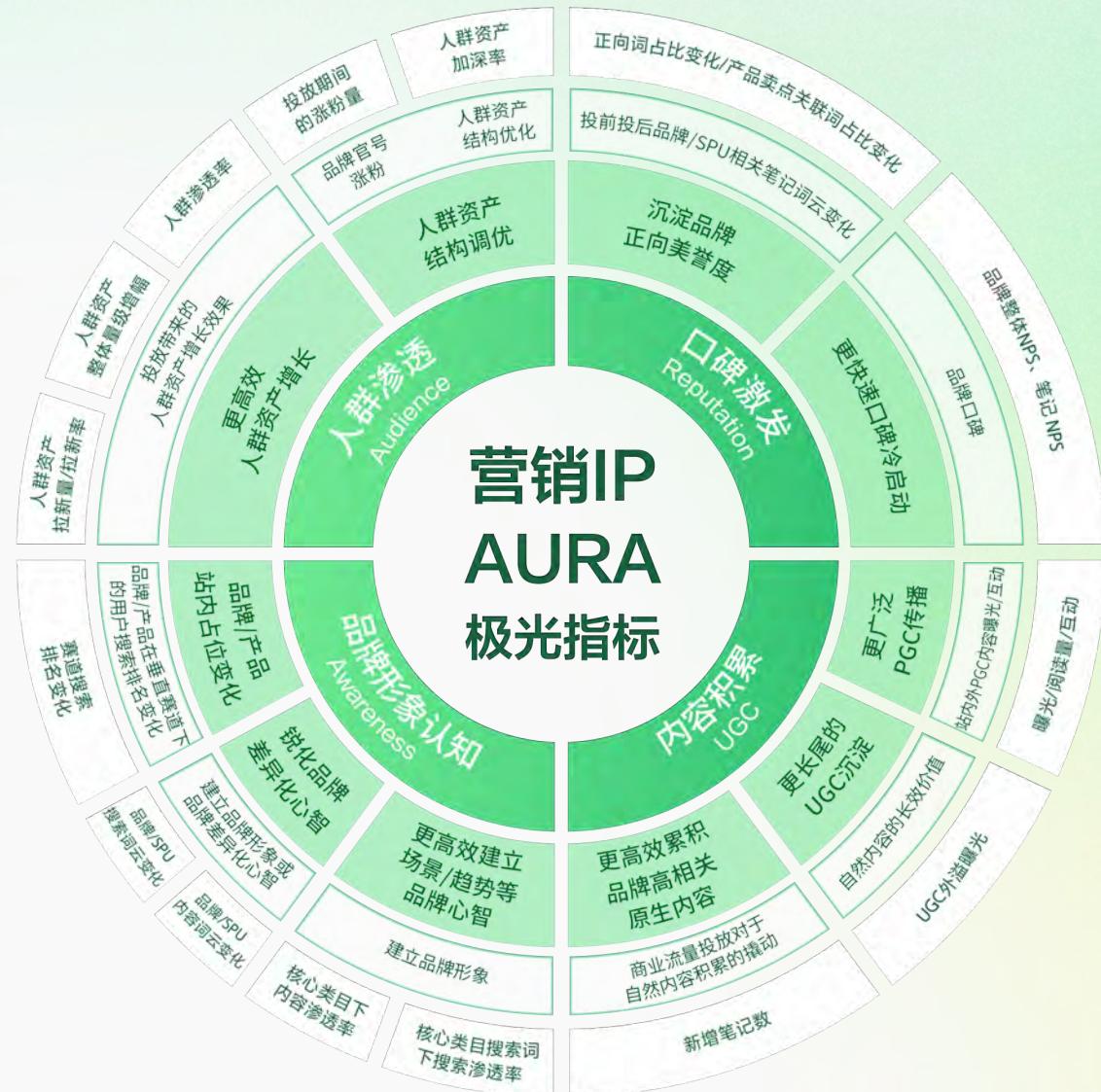


Aura极光指标 ▶

独创价值模型，有效度量IP价值

「AURA极光指标」是小红书营销中心及商业市场携手kantar共同发布的小红书营销IP价值模型。

AURA的四项核心指标维度为:人群(Audience)、原生内容(UGC)、口碑(Reputation)及品牌形象认知(Awareness)，旨在更科学、更理性地讲清楚IP的玩法所带来的可度量收益



长线型种草

爆发型种草

口碑型种草

小红书

口碑通

站内口碑打造新方式

口碑通

智能便捷的口碑运营工具，帮助品牌发现优质内容、洞察口碑风向、放大正向口碑，实现口碑种草



口碑通产品简介

度量更明晰，反哺内容选择，优化新的开始

互动行为指标
曝光 | 点击 | 赞 | 藏 | 评

人群资产指标
新增I&TI人群

人群画像
已触达人群

一键追投
优质笔记

输出人群包
竞价投放可复用

批量加热，让好口碑的运营更便捷且确定性高

投放目标
赞藏 | 阅读 | 破圈 待上线

低门槛起投
100元起

基础定向
年龄 | 性别 | 城市地域 | 兴趣爱好

智能赛马

三方监测

By品牌维度，智能识别普通用户真实、真诚的优质UGC内容

诊断中心 待上线

TOP热词
支持关键词筛选笔记

黑马榜
近3天发布、增速最快

热榜
近90天高热笔记

①产品主要通过榜单维度进行内容推荐，智能识别站内品牌相关的UGC内容(发布者粉丝在1000以下)
②基础定向不支持DMP人群包

*产品目前属于推广阶段，可联系对接的小红书销售咨询开通

口碑通代表案例

古茗x恋与深空 声量波峰下实现人群精准种草

官号官宣 博主造势，引发圈层用户广泛讨论



搜索CTR高于大盘100%

整体CTR>11% CPE<3

种草人群获取成本 1元，
CTR 28%

古茗24年H1站内内容曝光量趋势图

古茗&恋与深空 H1声量波峰



33%

品牌种草人群资产提升

原神跨界加热原生内容 推动新客增长



154%

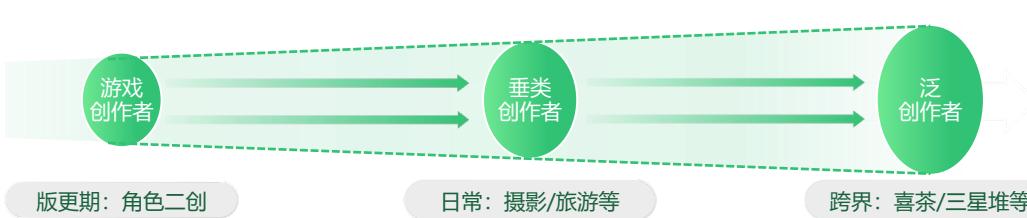
#原神#稿件发布23年11月VS24年1月

27%

内容互动新客占比

301%

#原神#稿件阅读23年11月VS24年1月



种草plus



种草+商品

电商营销
私域群聊



种草+生活服务

客资收集



种草+内容服务

应用下载

搜索直达

关键场域

电商营销

「乘风」：小红书一体化电商营销平台

营销场景

商品推广

笔记加热

日常销售

新客转化

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

商品访客量
商品下单量
商品下单ROI

直播推广

直播加热

日常销售

直播预告

直播间5s观看
直播间30s观看
直播间预约

直播间ROI

直播预约量

营销产品

笔记加热

托管投放

一键起量

创意产品

智能创意

直播静态封面

智能文案

数据产品

人群洞察

商品洞察

直播大屏

定向产品

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

电商营销

商品推广

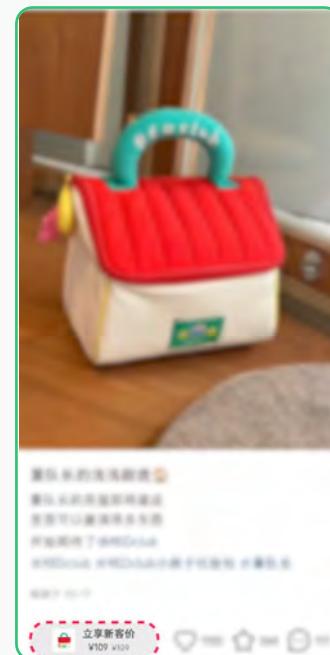
快速展示、直接购买、客户决策速度快，持续积累人群资产，促进站内直接转化



信息流



搜索



笔记内点击组件



商品详情页：成交场



视频流-视频内点击组件

电商营销

直播推广

01 笔记跳转



笔记详情页

直播间：成交场

商品详情页

02 直播卡跳转



信息流

直播间：成交场

电商营销代表案例



浴见 陪伴式店播x群聊双驱共振提流量

每周14h*7场
3个主播轮替

530w+
店铺月销创新高

24w+
单场直播GMV突破

80%+
推广GMV占比

数据统计周期：2024.7



阚清子 明星首播 GMV突破800w

项目成果

GMV 800w+
首播创新高

推广ROI 20+
高收益高转化

直播间预约人数 4w+
预约支付转化率2.9%

数据统计周期：2024.8

私域群聊

新锐商家在小红书快速成长的关键一步

Part 1:群聊拉新

常规组件展示群聊

主页



笔记



评论区

展示群聊组件
一键申请入群挂群聊组件,优质笔记
内容高效流入群挂群聊口令,添加
联动主专业号群聊

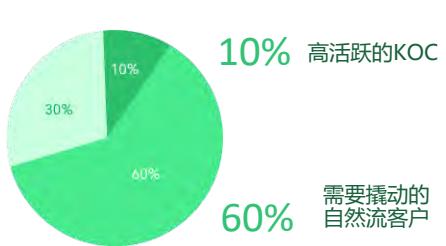
直播间引导入群

直播
主播口播引流直播间为群聊
引流群聊
进群领优惠券
进群

Part 2:群聊促活

361法则

30% 氛围组



10% 高活跃的KOC
60% 需要撬动的自然流客户

361解释:在一个群聊中,通过10%忠诚用户真实推荐,
叠加30%氛围组成员活跃气氛,撬动60%普通客户带来转化

策划群内活动

晒单得好礼

群投票

群内测品

生日送惊喜

群内抽奖

话题分享

群聊

Part 3:群聊转化

发布群内购

群投票

识别潜力爆款

设置

设置内购价、开售时间、时长

- 01 专属价
- 02 设置群内专属价
- 03 发布
- 04 点击开售, 分享至群聊

笔直群联动

笔记预热

发布直播
预热笔记

直播预告卡

群内转发
直播预告卡

转发直播间

群内转发
直播间

商品互动

群内直播间
商品互动

进入直播间

吸引群内用户
直播间下单

完成转化

完成笔直群
联动转化

客资收集

以私信和表单为核心链路，帮助用户与商家建联进行咨询交流

私信链路

搜索/信息流/视频内流 笔记引导私信 私信内咨询服务



表单链路

搜索/信息流/视频内流 路径1:原生落地页 路径2:聚光落地页



推广投放：智能投放精准触达，跑量获客全面提升

私信留资oCPX稳定获客成本

按照私信留资出价，更贴近品牌生意，投放效果更有保障

自动化投放提升跑量

更高的跑量水平，更稳定的投放体验，更少的人力投入

客资收集

私信通工具，帮助品牌提升服务效率



私信进线

欢迎语

自动回复

强提示音

账号分线



用户开口

话术库

笔记来源

私信回复意向评论

提高开口率



留资转化

自动抓取

客资标注

线索管理工具

提升留资率



快速响应



深度沟通

数据反哺投放，线索持续经营

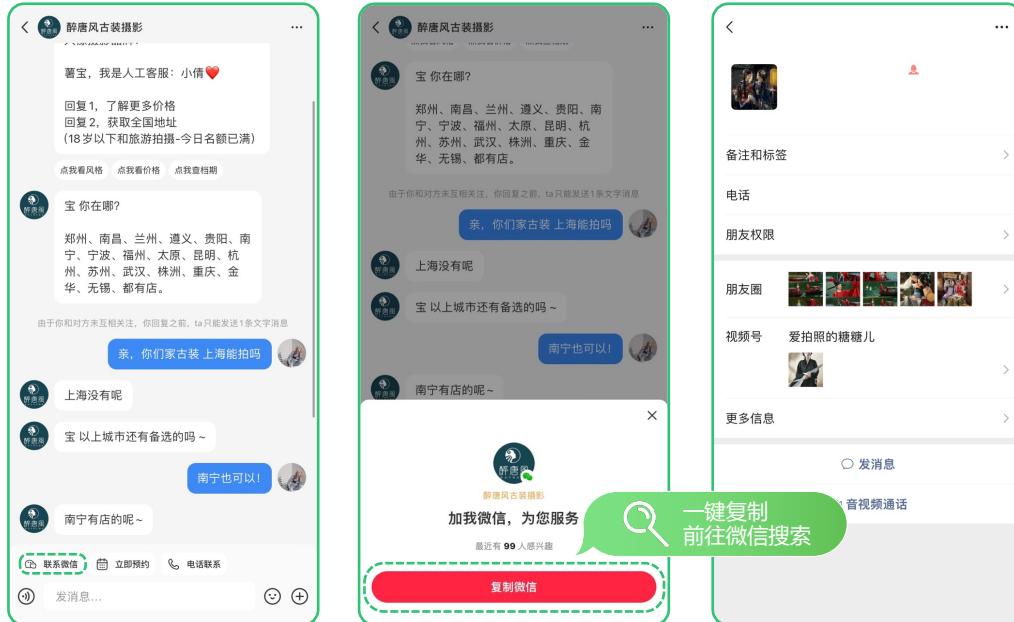
高效管理



客资收集

原生工具体验更佳，一键留资提高转化

个微链路



用户私信沟通商家

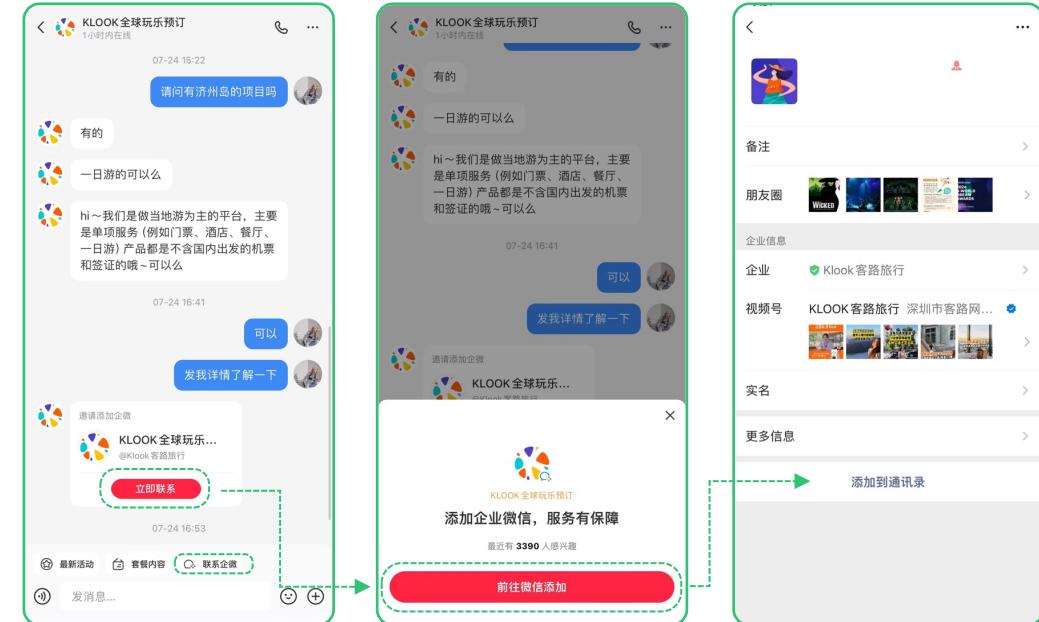


用户点击个微名片添加商家



用户去微信搜索添加商家

企微链路



用户私信沟通商家



用户点击企微名片添加商家



用户跳转微信添加商家

应用下载

用户便捷获取优质应用，商家优化转化成本

产品亮点

全站种草

投放覆盖双列信息流、搜索结果页、视频内流
三大流量场域

精准触达

竞价人群模型+聚光平台智能投放能力，高效触达
TA用户，支持高级定向和已转化人群过滤

深度转化

支持保激活成本，基于客户回传数据可优化
注册、付费等深度转化行为

适配客户

游戏、社交、生活工具、金融等行业

适配场景

app拉新、金融授信、游戏预约、新游首发、版本更新等营销场景

展示客户笔记封面



阅读笔记，左下
角展示引导下载
组件



点击弹出应用商
店九分屏，进入
下载



*产品目前属于测试阶段，当前仅支持ios端，可联系对接的小红书销售咨询开通

搜索直达

连接站内外生意场景，有效缩短转化路径

数据本月刷新



70 %

月活用户存在搜索行为

42 %

新用户到小红书第一天就
使用了搜索功能

*截止2023年底

小红书搜索直达全景图

核心价值

♥ 心智价值 | ✎ 深度种草价值 + 转化价值

营销场景

产品种草

客资收集

电商闭环

应用下载

产品能力

工具词包

关键词规划工具： 笔记词包 | 基础词包 | 蓝海/黑马词包 | 行业词包 | 上下游推词

自动化能力

搜索快投 | 全站智投 | 结构化投放/产品标签 | 智能拓词 | 智能创意

特色能力

点击份额 (soc)
精准包含
人群溢价

全站-搜索溢价
意图/实时定向

乘风平台托管

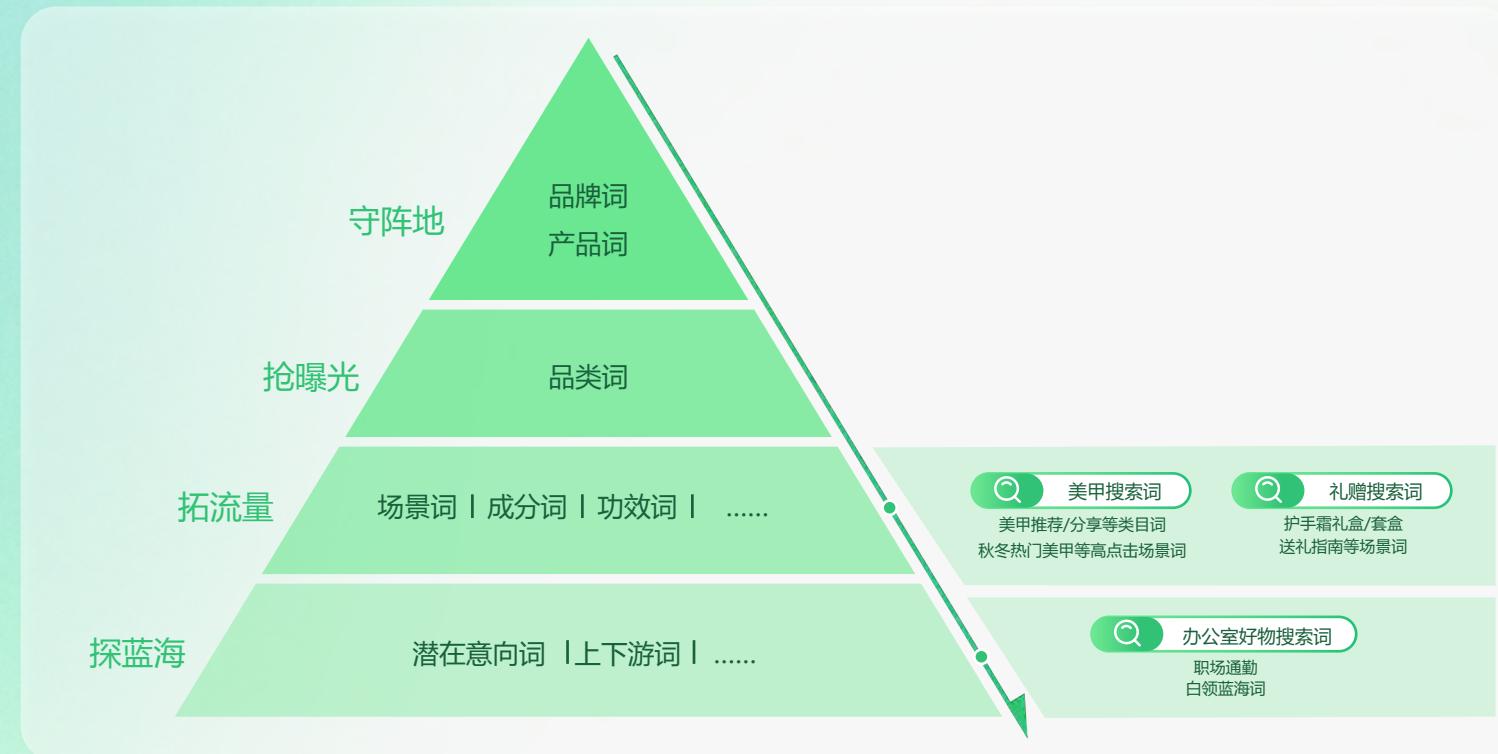
下载 | 唤端

底层能力

流量参谋 | 相关性优化工具 | 账户诊断 | 盯盘助手

欧舒丹：成熟品找到第二增长曲线

DEEP搜索投放策略助力场景破圈



*数据周期：2023年Q3

小红书商业产品全景图

⊕ 品牌建设

企业号

商家在小红书进行商业活动的入场券、身份表达和内容阵地

品牌推广

强势曝光，浏览场和搜索场全方位触达
建立品牌长期经营阵地，获取UGC深度互动

⊗ 产品种草

种草投放

针对产品卖点，通过优质内容对目标人群进行反漏斗精准渗透

种草联盟

通过外溢转化助力商家实现全营销链路分析，完善种草效果评估

口碑通

智能便捷的口碑运营工具，帮助品牌发现优质内容、洞察口碑风向、
放大正向口碑，实现口碑种草

⊗ 生意转化

客资收集

以私信和表单为核心链路，帮助用户与商家建联进行咨询交流

应用下载 BETA

助力用户便捷获取优质应用，
优化商家转化成本的营销工具

电商营销

连接站内电商生意，是站内电商
商家的经营助推器和放大器

搜索直达

连接站内外生意场景，自动投放和智能工具
提升投放效率，帮助客户有效缩短转化路径

⊗ 营销平台



小红书内容种草第一站，汇聚海量博主
多种合作模式产出优质内容，一站营销提效



小红书一站式营销投放平台，打通推搜场域
对营销投放智能提效，提供全链路数据追踪



小红书APP端自助投放平台，为新锐
品牌量身定制的快捷投放工具



小红书一体化电商营销平台，
专属小红书电商经营者的一站式营销平台，是
电商生意增长的助推器和放大器



服务平台创作者的所有原生内容，助力笔记
快速加热、直播观播起量和账号成长



小红书种草营销策略中心，在营销全链路上
提供围绕SPU为核心的洞察与度量能力



ZHANG

我加入了这个星球，邀你一起学习



HR 精进知识库

星主: ZHANG

290+
成员数量2000+
内容数量590
运营天数

这是一个HR 知识共享社群！内容涵盖：
HR、组织管理、招聘、薪酬、绩效、OD、
HRBP和麦肯锡工具文档2000份+。订阅送
电子书群，预计一年1000本，微信领取...

现价: ¥99

微信扫码加入星球



○ 知识星球



添加好友
回复:888
领取见面礼



PPT/Word/Excel教程 & 模版

星主: PPT狂人

374
内容数量343
运营天数

PPT模板/素材下载，海量模板，内容超多，
职场办公必备。幻灯片素材/PPT教程/海报/
手抄报模板；工作PPT/汇报PPT。加入星球
可进“3000本电子书分享群”(+微信:Fire...)

现价: ¥ 66

微信扫码加入星球



○ 知识星球



ZHANG

我加入了这个星球，邀你一起学习



领导者管理资料

合伙人: ZHANG

2000+
成员数量3200+
内容数量555
运营天数

2000+管理者交流社群；3000套管理/领
导力、团队建设/企业文化、人力资源、激
励与考核资料下载。加入星球可进“3000本
电子书分享群”(+微信:New-leaders), ...

现价: ¥169

微信扫码加入星球



○ 知识星球

企业产品力×小红书