## 小红书

2019年3月5日 星期二 下午6:49

总榜 (免费) 4 社交 (免费) 1

## 一、产品介绍

- 社区电商
- 消费经验 • 生活方式分享平台(起家) 壁垒 UGC分享社区 (用户原创内容 user generated content)

#### 二、市场环境:

- 1. 海淘: 跨境电商
- 2. 政策:

灰色地带-->透明化

16年正式实施跨境电子商务零售进口税收政策并两次延长监管过渡期,上层侧面引导 和支持了跨境电商发展

- 3. 政治形势:
- 近期中美贸易战中,中国对美国加收关税商品类与跨境电商进口商品品类无交叉
- 同时美国商品在进口国家商品占总比重较小
- 4. 电商行业的竞品越来越多, 国货的兴起--不利

### 三、产品定位

- 内容型产品+社交型产品-->电商型产品
- 内容型产品:

UGC --> 资讯价值,用户口碑库 大量底层数据 --> 精准分析需求

• 社交型产品:

社群 --> 用户粘性高

对比:

其他电商知道自己要买什么 停留时间少,只是交易行为的地方 花时间逛 小红书

• 电商型产品:

跨境电商

自营 (确保正品) --> 海外直采+自营保税仓

总结:

重社区 --> 首页为关注、发现、附近,为用户推荐笔记内容。 导购页面不在流量最大的页面

#### 四、用户画像

- 30-39岁,消费能力较高的女性
- 北上广,沿海经济发达的城市
- 从用户偏好来看,大部分下载了小红书APP的用户也下载了与网购、社交、通讯、金融 理财、影音等相关的应用

## 五、使用场景



# 六、需求与功能

טפנקב ינימו			
	需求	功能	目的
内容	浏览者: 海淘信息不对称,对资讯和交流的需求	笔记	积累资讯价值,形成用户口碑库
内容	浏览者: 无明确购买目标的用户,逛笔记社区, 探索不同的生活方式、优质商品	关注、发现、附近、热门搜索> 精准的推送	聚合优质内容吸引用户 增加用户粘性 提高转化率
内容	浏览者: 有明确购买目标的用户,根据其他用户 分析的笔记判断商品是否值得购买	普通笔记、视频笔记、评论区、相关笔记推荐> 方便对比	积累资讯价值,形成用户口碑库
内容	浏览者: 探索本地美食、景点、拍照胜地	附近	增加用户粘性积累资讯价值,形成用户口碑库
社交	分享者: 分享购物心得,晒货 表达品味、生活态度	简化的发布流程、自定义标签、非自定义标 签链接至品牌介绍	增加用户粘性
社交	浏览者&分享者: 好奇心,对热点问题、新鲜话题的关注 与讨论	话题功能、热门搜索	聚合优质内容吸引用户 增加用户粘性 引发消费潮流
社交	浏览者&分享者: 社交	用户等级、推荐关注、发现好友(微博、通讯录、微信)	提高用户参与度、提高社交性
社交	浏览者: 追星	明星入驻、投资偶像养成综艺	提高用户参与度、提高社交性
电商	浏览者: 跟风,尝试大热商品	浏览、点赞、收藏	可分析出用户需求>采购受推崇商品
电商	浏览者: 便利地购买种草的商品	笔记页中的相关商品推荐	快速跳转入购买页面,刺激冲动消费 提高转化率
电商	浏览者: 占便宜的心理	红色星期五、年末盛典	拉新、提升品牌形象

## 七、我喜欢的功能:

- 1. 发布笔记功能--尽可能简单易操作,降低发笔记的门槛,节约时间
  - 用户可以做简单的视频剪辑、拼接、添加片头
  - 贴纸自动生成日期时间贴纸、气温贴纸、用户名贴纸 • 标签按照地点、品牌(自带英文名)、商品、影视、用户进行搜
  - 索,不用手动输入--可以分享品牌名称,满足炫耀的心理 • 配乐按照热门、旅行、美食、健身、萌宠、时尚、生活进行推
  - 荐, 若找不到想要的歌曲, 还可以进行反馈提交
- 2. 心情打卡功能

区分于笔记功能,对用户生产的内容进行分类,提高笔记质量,帮助用户展示自己 3. 普通笔记/视频笔记筛选

写笔记时不用选择,系统自动分类,搜索并查看笔记时可以筛选

发布者 浏览者

	X ID D	N120 E			
普通笔记		便于对比,并从中挑选			
视频笔记	更轻松	1.更直观,避免角度问题造成误导 2.拉近距离			

- 4. 话题功能--营造社区氛围
- 官方指定
- 用户发布的相似主题积累而成

# <mark>八、改进</mark>

1. 专辑功能--除了内容的UGC,发现好内容的UGC也值得重视