



618年中大促来袭

电商/社媒全景玩法抢先洞察篇

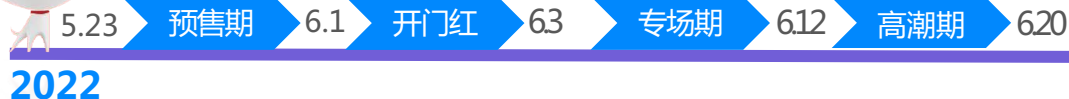
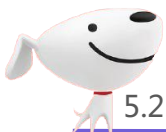
- 电商与社媒平台都是怎样的玩法？品牌主如何弄清政策玩法，打响618大促品牌营销第一枪？

微播易 | 营销智库

2022年5月

2022⁶¹⁸ 年中大促

主流电商平台618大促全景内容、核心玩法、个性化主题总结



京东平台

深化晚8心智，打造23天不间断的“京质生活好物”

6.2超品日；6.3 商家狂欢日；8日为plus day等差异化玩法。

差异化品牌/品类在618全周期生态中触达消费者

鲜花品类围绕5.20表白节打响首战，61儿童节及暑期预热，在5.26布局乐园日，联动王者荣耀IP，5.31图书品类日心智，6.20父亲节延续用户送礼心智。

东联计划等系列产品 携手合作伙伴共创好物狂欢

全新货品“领航计划”，对尖货给予流量激励。打造新品趋势和内容营销品类特色，在内容营销上主攻视频+直播打造出“好货好内容”。



淘宝直播

5.21-5.25会买CP花式种草/5.26蓄水大事件

每日专场生成主播行家预售种草清单，小二&主播&明星互动内容二次发酵出圈。

5.27【超级预售盛典】开启大促预售

小二行家现场评测，发放货品福利；易烱千玺虚拟形象空降，为官方行家团造势；品牌行家帮帮团集聚盛典，助力大促预售开卖。

618品类日·每日发现主题

每天1头部主播+N个特色行家，新趋势品类、高潜力品类、爆发品类细分化内容阵地，每日主推新超官1+N形式+店播主打品类。






京东布局品类预售、晚八心智、重要节点、差异化品类营销布局618全景生态

预售期									开门红			专场期										高潮期								
重点活动	晚八								晚八	超秒日	超品日	POP闪购		绿色营销		金榜	PLUS DAY								晚八					
日期	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
重点节奏	全品类爆发		家电主推	王者荣耀	大商超	健康	生服全球购	时尚	全品类爆发	秒杀	超品	POP	大商超、时尚群	大商超、健康	大商超	时尚群主推	Plus day	3C手机	3C家电	3C电脑	3C电脑、生服	时尚群全球购	时尚群大商超	全品类爆发			返场			
时尚品类	儿童节跨品类母婴																													

美妆护肤品类 “美丽价到，就这样Young美” 主题内容营销与套装计划助力BIGDAY收割

内容种草蓄水预热玩法

 品牌&品类KOL种草带话题	 专业种草趋势曝光资源	 美妆科普趣味榜单
618期间京东针对话题做千万级KOL投放及推流热榜投入，品牌参与话题享亿级话题曝光流量加持 <ul style="list-style-type: none">#总能选到中意的美妆#美丽价到 就这Young美	小红书全方位测评结合产品特点全方位测评种草结合专业美妆护肤和妆容教程场景，与美妆垂类和变妆类KOL合作，专业解读	联动微博KOL发起#美丽价到 就这Young美话题讨论，通过原创达人输出打造京东美妆“专业”与“超值”的品牌心智

百万流量视频PK政策下可助力品牌抢占首页10倍流量

货品赛道直播PK助力转化爆发

组套计划助力BIGDAY	直播活动安排促进集中收割	
组套计划与细分赛道榜单	A：店铺排位赛	B：单品排位赛
<p>“促销类”组套与榜单：</p> <p>买三免一/买2件享8折/大牌买3送公仔/买5送E卡...</p> <p>“姐妹分享”：</p> <p>母女同款/姐妹分享装/大牌必囤榜/系列送闺蜜</p> <p>“超值套装购”：</p> <p>水乳霜三部曲/奶油肌五件套/熬夜搭档/最佳CP...</p> <p>“场景”组套：</p> <p>7天换肤/玻尿酸自有/科学护肤套装/护肤黄金搭档</p>	<p>——参与门槛</p> <p>5.1-5.14期间超过两个场次，累计开播时长超过两小时的品牌</p> <p>——赛道划分</p> <p>美妆自营——护肤与彩妆、美妆的POP店铺</p> <p>——侧重因子</p> <p>直播间的订单量、GMV/UV等、火力值每天清零</p>	<p>——参与门槛</p> <p>5.1-5.14期间超过两个场次，累计开播时长超过两小时的品牌</p> <p>——赛道划分</p> <p>套装礼盒榜/卸妆洁面榜/乳液面霜榜/面膜榜/精华榜/眼霜唇膜榜/彩妆香水榜/护肤水榜/男士护肤榜/防晒榜</p> <p>——侧重因子</p> <p>单品订单成交金额、成交订单数量、单品UV、单品加购人数</p>

备注：以典型品类为例，其他细分品类详见京东官方平台玩法安排



京东时尚类品牌内容矩阵短、直、前置，双节、爆品与品牌共布局种草蓄水，提效引流

京东时尚品类重点营销动作玩法	注重双节	儿童节 跨品类联合与陪伴主战场	爆品线	京东平台618项目计划 新百货超级爆款/百亿补贴与秒杀爆款 品类爆款/万单计划	品牌线	京东平台618措施与活动 清仓&晚8&全域直播	
		父亲节 主题会场承接与“礼”在京东融合					
	1 短视频铺量		2 种草秀铺量		2 直播蓄水蓄客		
	内容类型	内容类型短视频+主图短视频		内容类型短视频+主图短视频		直播	
	品牌目的	抢占流量红利，提升商品转化		优质评价晒单，提升商详转化		享店播扶持，达播助力	
	实现效果	首推视频流量 商详页下单与转化率提升		种草秀内容公私域流转，优质评价晒单提升商详转化，同时获取公私域流量		蓄水到爆发的多场景与链路销售突破	
	理想效果	SKU覆盖率提升到50%（主图类型） 前50%动销SKU视频覆盖率80%（内容型）		主推商品种草秀100%		开播场次大于20次/店铺 直播时长大于4小时/天/店	

• 备注：以典型品类为例，其他细分品类详见京东官方平台玩法安排

淘宝直播618预售种草大会与品类日相互承接，细分场景聚焦618盛典

生态玩法	618预售种草	预售期	开门红	品类日	预热期	狂欢期
	5.21-5.25	5.26-5.31	5.31-6.3	6.4-6.13	6.14-6.15	6.15-6.20
	618预售种草大会 □ 十年小二+主播，专业省心PK □ 6位会买官与明星帮帮团	直播预售会买清单 □ 超级单品清单锁定购物需，预告召回 预售会买官 □ 联动功夫108将，锁定预售坑位		行家天团 □ 垂类主播与宝藏掌柜 新潮官 □ 垂类主播联动主题品类击穿		爆品会买榜 □ 提升购买可能 宠爱官
	5.21-5.25会买CP花式种菜& 5.26蓄水大事件【明星种草团】			5.27【超级预售盛典】开启大促预售		
主播直播间会买CP花式种草小专场		618预售“官方会买天团”两项官方直播间				
主播直播间 □ 自身小二行家做客主播直播间预热618 □ 种草预售清单货品发放百万红包福利		官方直播间 □ 易烊千玺虚拟形象 □ 行家帮帮团连线OK	主播直播间 □ 超级预售专场带货 □ 单人大额红包			
5.26会买大事件 □ 明星种草团集中做客主播直播间 □ 发放5.27专属红包蓄水预售		商家直播间 □ 明星/总裁出席福利加码				
每日专场生成主播行家预售种草清单 小二、主播、明星互动内容二次发酵出圈		小二行家现场评测、发放货品福利 品牌行家帮帮团助力大促预售开卖				
6.4-6.6 会生活 6.7-6.9 风尚日 610-612 智家日 6.13 进口日						
智能养宠等爆发品类 时令生鲜等高潜品类 新中式养生等趋势品类		智能健身等爆发品类 珠宝/服饰等高潜品类 户外露营等趋势品类		厨房产品等爆发品类 智能出行等高潜品类 全屋智能等趋势品类		全球潮玩尖货 地道风味
直播特色人设：每天一个头部新潮官品类专场+n个特色行业专家						
育儿专家		化妆师		时尚博主		绿植猎人
都市农人		成分测评师		砍价师		买手

主流社交媒体平台618大促全景内容、核心玩法、个性化主题总结



优质直播间和视频内容 抖音电商专属特色与互动玩法

- ◆ “破圈预热期”、“蓄水种草期”、“大促转化期”、“持续增长期”等不同阶段，从策略、核心手段+进阶手段、指标为品牌提供了不同的营销策略。
- ◆ 巨量多样化IP为品牌提供差异化内容服务。



专业垂类内容加强品牌种草 话题与挑战赛为品牌加码曝光

- ◆ 微博618全景玩法好物节不断进化，八大内容亮点玩法高效解决品牌618营销诉求。
- ◆ 专业垂类加强种草力度，话题与挑战赛同频为品牌曝光加码。



宠粉节与品类日 排位赛与好货曝光增加流量

- ◆ 打造实在主播宠粉日，平台提供流量资源。
- ◆ 打造行业专属品类日，帮助品牌爆款好物得到更多定向专属曝光。
- ◆ 实在好货排位赛，发布挂车短视频、发现短视频实在好货，共享日均千万级流量曝光。



优质直播间和视频内容 抖音电商专属特色与互动玩法

- ◆ 好物种草与好物带货为两种主题玩法，好物种草包括【热议榜】、【主会场展示】、【种草天团】；好物带货包括【热卖榜】、【带货天团】。
- ◆ 主打榜单类玩法，以热议、热卖、热搜、推荐为核心玩法打爆618。



打造品牌爆款内容与笔记 结合小红书社区话题增加品牌玩法

- ◆ 小红书平台提前布局品牌与达人内容，通过打造爆款笔记与爆款内容为品牌加强用户心智。
- ◆ 配合618期间小红书平台的官方玩法和社区话题，进行品牌的定制玩法。



公私域联动完成品牌转化承接

- ◆ 微信视频号直播好物节公私域联动，多样化直播间玩法促品牌成单转化。



主流社媒平台618大促全景营销——抖音

巨量引擎全景营销促618品牌生意增长

	 破圈预热期	 蓄水种草期	 大促转化期	 持续增长期
时间周期	4月	5月	6/1-6/18	6/19-6/30
传播策略	品牌发声 破圈传播	内容营销 心智种草	持续拉新 高效转化	人群重复触达 提升复购
巨量资源	品牌广告 达人营销 内容热推等	竞价引流 巨量千川 内容热推/达人营销	竞价引流 巨量千川 直播	竞价引流 巨量千川

品牌营销进阶

人群破圈增声量

- 优质达人内容种草
- 创作型全民任务

+

突出重围抢流量

- 曝光、搜索
- 热榜、品专

+

助力转化引增长

- 直播间引流，收获长效ROI

超额投放福利会场

百亿流量会场

直播激励大赏

直播排位赛

新客千元大礼包

瓜分百万奖池

投放闯关赛

金币玩法

全民互动意好礼

抢千万流量

大曝光资源IP

强种草IP

明星官宣计划

唱游巴士

抖音星接力

爆款买手

头条BIGDAY

健康新知派

科技上新

星yue十二志

强转化IP

618主播请就位

抖抖幸运盒 盒盒dou有礼

618星选好物剧场



抖音618好物节重点、品牌、主题三类型直播间促转化，挑战赛TAG话题全面促互动

重点直播间

自播商家平台流量助力，全行业多场次、各品类参与

品牌直播间

品牌正品好货与巨量引擎/巨量千川打造品牌自播Showcase

机构服务商

通过机构服务商排位赛与排行榜玩法，整合榜单奖励，流量奖励等权益，促进机构服务商活跃、激励机构服务商成长

主题直播间

结合4大节日主题，特色货品助力品类爆发

童心未泯

快乐一夏

悦享端午

全民狂欢

短视频挑战赛

拍摄创意短视频按照购物车GMV排序
内容可偏向种草、618好物合集等
使用#抖音618好物节+挂小黄车参与话题挑战



微博618全景玩法好物节不断进化，八大内容亮点高效解决品牌618营销诉求

预热期：5.23-6.1

传播期：6.2-6.21

长尾期:6.22-6.25

1 大促前夕，高效圈定目标人群

- 话题：#不试不知道#
- 互动：来测、大V来测
- 阵地：主会场入口
- 内容：测评战队、测评内容

2 主打好物内容种草

- 话题：#好物进化论 #微博好物节
- 互动：红包星选任务、互动游戏、榜单挑战、来逛
- 内容：KOL/KOC种草内容

3 增强618直播前预热蓄力

- 阵地：品牌直播
- 互动：预约、品牌红包、品牌星选任务

4 预热亚运会热点

- 话题：#超未来精彩倒计时
- 内容：垂类联运、趋势打赏

5 品牌社交热点发酵

- 话题：#微博热推大赛#
- 主题：超热爱计划
- 互动：品牌星选任务，挑战榜单
- 内容：热点衍生挑战榜单，垂类联动

6 大促打造品牌强势宠粉福利

- 话题：#大牌宠粉日
- 内容：寻找大牌锦鲤，粉丝联动，宠粉官福利

7 联动垂类专业内容背书

- 话题：垂类热议话题，衍生热点话题
- 内容：各品类达人专业的内容

8 大促专业细分内容种草

- 内容：垂类联动，品类专业618购物指南、解读专业领域囤货内容，细分内容种草



主流社媒平台618大促全景营销——微博

微博携手联动专业垂类加强种草力度，话题与挑战赛同频为品牌曝光加码

专业领域内容种草

五大垂类618种草话题内容
主会场优质内容及话题入口提升内容的曝光力度



携手联动专业垂类

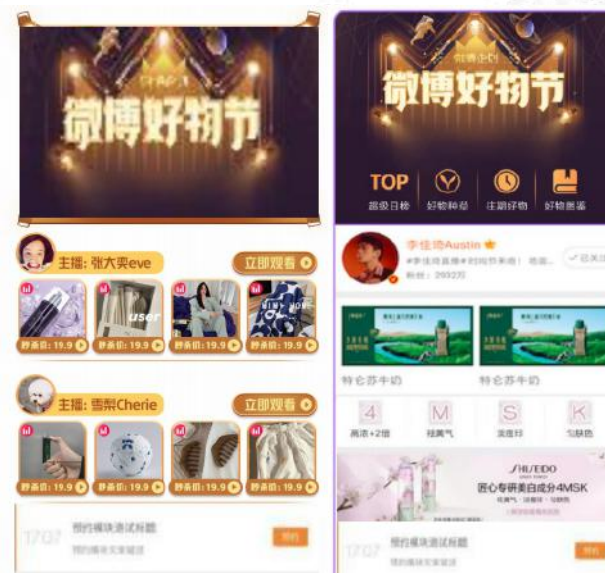
挑战赛增强互动

垂类话题升级挑战赛引导品牌参与



品牌直播预热场景

微博渠道直播预热，品牌单独定制页面





主流社媒平台618大促全景营销——快手

快手主打616实在购物节，推出品类日、宠粉日、排位赛等主题玩法

	520-524	527-529	6.1-6.5	6.6-6.8	610-611	616-618
专属 品类日	520宠你日	清凉一夏	全品类开门红&童心童趣	信任日	夏日生活	年中嗨购不打烊
主播 玩法	实在主播 宠粉日	520-524	528-529	6.4-6.5	611-612	616-68
	平台帮你 宠粉	520-524				616-68
平台 玩法	排位赛	实在好物主播排位赛，短视频实在好货排位赛				
	货架玩法	精选联盟推好货				
	服务商玩 法	服务商排位赛				

知乎四阶段围绕“热议、热卖、热搜、推荐”榜单类玩法打爆618

4月初：蓄水期

5月初：预热期

5月23日：冲刺期

5月下-6月18日：爆发期

好物种草

全面扶持品牌挑选好物，携手优质创作者发布种草内容蓄势铺垫

好物带货

知乎官方联合品牌发布【带货挑战赛】，召集创作者参与带货

好物之问

以【吾辈问答】引领专业、信赖、新奇的618主会场热议高潮

好物榜单

发布热议、热卖、热搜、推荐好物四榜，引爆上榜好物互动转化

好物种草

618【热议榜】

在618主活动期，生产优质种草内容，冲618【热议榜】，助力品牌提升信任力和转化力

618【种草天团】

综合创作能力和质量推出618【种草天团】提高匹配效率，助力品牌内容高概率获取社区丰厚流量扶持

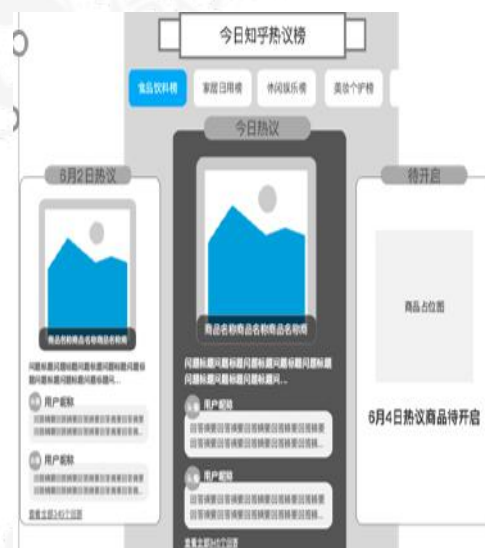
好物带货

618【热卖榜】

在618主活动期，联合官方发起带货挑战赛，冲618【热卖榜】，助力品牌提升信任和转化力

618【带货天团】

综合创作能力和质量推出618【带货天团】提高匹配效率，助力品牌内容高概率获取社区丰厚流量扶持



热议榜范例



热卖榜范例



小红书618可通过提前布局达人内容，打造爆款笔记为品牌加强用户心智

蓄水期：4月整月

冲刺期：5月-预售前夕

拔草期：预售-6.18

返场期：6.18-6.20

品牌
目标

- 测试内容质量
- 扩大种草受众

- 带动全网加购
- 抢占用户心智

- 抓取高转化周期流量
- 破圈/提升品牌价值

- 返场转化收割

营销
策略

从正向内容出发打造核心卖点

- 通过4月整个蓄水期的KOL测评反馈和正向评价反馈，提炼618的主打与核心卖点。

对负面舆情进行扭转打造核心卖点

- 通过站内对品牌的负向评论反馈，提炼有效策略。

主要问题解答打造核心卖点

- 通过站内对本品牌站内主要质疑问题进行提炼，有策略地铺设问答类内容。

打造品类赛道与品类心智

- 提炼细分品类TOP搜索词并结合为品牌、品类、功效、竞品关键词增加用户心智占领。

与小红书社区热点话题结合

- 结合618期间小红书平台热点进行内容的分发与流量的获取。

适度引导与转化

- 增加关于“囤好物”的内容引导，实现品效合一。

微信视频号直播好物节公私域联动，多样化直播间玩法促品牌成单转化

	预热期	开门红	正式期	高潮期
	5.25-5.31	6.1	6.2-6.15	6.16-6.18
流量策略	私域：私域触达，预约蓄能，账号加粉		公域：618主会场流量，公私域联动，转化爆发	
生态玩法	组件升级、优惠券、分享 员等能力对接	私域资源打通 线下场景、线上沉淀、社群公号	预约推广	直播间改造
	私域预热传播-公域裂变-直播转化爆发-社群沉淀私域			
多样化直播 间参与	头部热门直播间/品牌直播间/中腰部各品类直播间/优质直播间			

3+1社媒平台布局策略 x KOL+KOC双领袖红人种草策略 助推品牌蓄力618长线营销

KOL爆款团

三大主流 大促种草平台布局



微博话题引燃+抖音爆款破圈+小红书爆品塑造

600位 大促爆款红人 性价比种草

囊括头腰尾，20+内容属性，超低CPM/CPE，跨品类爆单种草能力，引燃全网大促热度！

KOC口碑团

入门包+热抢包 6重梯度特惠



多层梯度满足不同大促种草计划，多买多省！

6大人设x3大细分场景 保价保执行

3,600+真人高质量KOC红人团，省心批量合作，大促晒单+口碑扩散，助力品牌登顶销量榜！

知乎专家团

锚定蓄水预热期 强势背书立品牌

知

蓄水阶段必选玩法 行业专家强势背书

4重梯度打包套餐 种草种树两不误

10,000+行业专家随心选，助推大促节点，跨平台树立品牌公信力。

大促达人营销布全景局

预热蓄水期

5.21-5.25

KOL

达人布局：
40%泛娱乐达人+60%垂类达人
主推玩法：
520x母亲节 爱意主题营销
节礼x618必买清单 / 月度好物

KOC

主推达人团玩法：
爱用物推荐 / 复购必买好物
品牌新品预热 / 品牌优惠预热

知乎专家

前置背书x种草玩法：
品牌大促新品 / 拳头产品 成分背书+技术科普
夏日/换季/节日/人群定位 等话题方向 问答种草 产品软植+成分科普

首轮预售期

5.26-5.31

达人布局：
30%泛娱乐达人+70%垂类达人
主推玩法：
618品牌话题 热搜冲榜蓄力

618预售好物清单 / 直播间预售引流 / 618首轮购物开箱测评

开门红

5.31-6.3

达人布局：
15%泛娱乐达人+85%垂类达人
主推玩法：
品类专场优惠信息分享
细分圈层 618必买清单

主推达人团玩法：
首轮预售购物晒单种草
直播间引流 / 优惠信息分享

中期带货玩法：
618细分品类/细分人群购物推荐话题 问答种草
品牌话题冲榜营销

品类专场期

6.4-6.13

主推达人团玩法：
KOC细分受众团
持续口碑种草

次轮预售期

6.14-6.15

达人布局：
15%泛娱乐达人+85%垂类达人
主推玩法：
618首轮购物使用效果分享
618复购清单 / 品牌话题营销

主推达人团玩法：
新品使用半个月 效果反馈种草
二轮预售必买清单

爆发冲刺期

6.15-6.20

主推达人团玩法：
KOC细分受众团
持续口碑种草