



社交媒体营销智能内容生成的 三元协同架构设计

——以小红书平台与HBN品牌为例的「品牌产品×KOL×消费者」实时匹配系统



- 01** 选题背景与意义
- 02** 研究框架
- 03** 研究内容
- 04** 收获与反思



Part 01 研究背景与意义

计算技术并不具备为数字广告提供内容生产的可能，在计算技术可供下，数字广告一直存在严重的内容生产缺失，其所投放给用户的广告，往往都是事先制作好了的，所采用的依然是传统广告“一对多”的投放模式，根本谈不上“广告与用户”的匹配。

——曾琼. 跨世纪的追问：人工智能技术可供下数字广告演进的“终极”形态 [J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2024

内容端

品牌产品内容与消费者未匹配，无法个性化沟通
社交媒体种草未发挥KOL潜力，内容缺少“活人感”



投放端

圈选人群千篇一律，没有增量解法

种草内容数据显著差于日常内容

不同KOL发布的不同笔记，内容极为相似，广告性质明显

内容并没有人群针对性

某美妆产品在投笔记与人群包均以触达垂类行业人群为主

其他场景人群有增量潜力但无对标内容

人群包名称	消费	展现量	点击量	点击率	平均点击成本
眼部精华AIPS	128257.53	3026421	162663	5.37%	0.79
眼部类目眼油阅读互动搜索行为	117522.48	2401121	154002	6.41%	0.76
以油养肤关键词 搜3阅5	115789.35	2466456	156475	6.34%	0.74
眼油搜3阅5	115036.67	2396742	152371	6.36%	0.75
眼部护理类目下搜3阅5人群	72837.63	1633012	142143	6.45%	0.74
身心观察师【运动换活】	39304.98	724003	5058	6.99%	0.78
进阶抗衰人群	37783.97	771855	5522	7.25%	0.76
医美-抗老提拉需求人群	28071.65	602749	4459	7.44%	0.76
干皮人群	27994.72	514065	4143	9.37%	0.78
滋养人群	25095.78	510017	5348	7.03%	0.78
抗老奢养人群	23061.96	503691	3776	7.18%	0.75
眼油阅读人群	22940.95	454349	3450	7.56%	0.75
眼部护理类目下搜3阅5人群	20134.23	363293	3662	10.08%	0.55
以油养肤眼油人群	18451.67	364947	23831	6.53%	0.77
眼油词包搜1阅2	15865.55	320794	22329	6.96%	0.71
美护下大孩宝妈	13616.57	241945	25175	10.41%	0.54
熟龄悦己中年【养身初体】	13139.87	264058	18160	6.88%	0.72
熟龄抗老人群	12703.65	305840	13115	4.29%	0.97
医美功效-抗衰提升人群	12032.17	231546	23413	10.11%	0.51
眼部护理下以油养肤/以油养眼搜1阅3人群	11491.68	229413	17601	7.67%	0.65
高消费内服外养人群	10530.08	218585	16182	7.40%	0.65

社交媒体营销智能内容生成的三元协同架构设计

——以小红书平台与HBN品牌为例的「品牌×KOL×消费者」实时匹配系统

?是什么

一个能生成更高质量营销种草内容的智能系统。

?做什么

将品牌×KOL×消费者三者有机结合，生成更个性化、更真实、更受消费者喜欢的内容，从而达到提升广告CTR、CVR的效果。

?给谁用

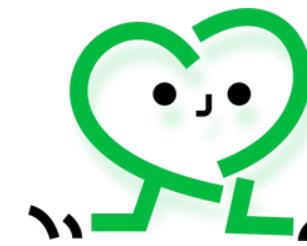
有社交媒体种草需求的品牌/代理商。

?怎么做

- 通过语料基建拆解品牌产品、消费者与KOL对内容创作的影响
- 三者如何在内容创作中协同作用
- 生成投放级的笔记参考

• 影响特征标签化

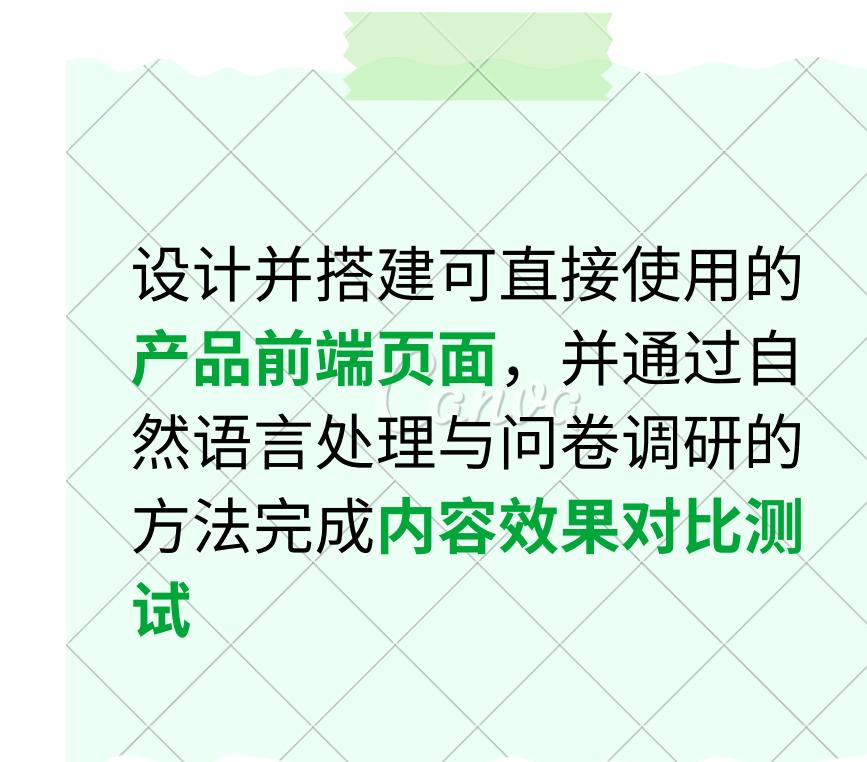
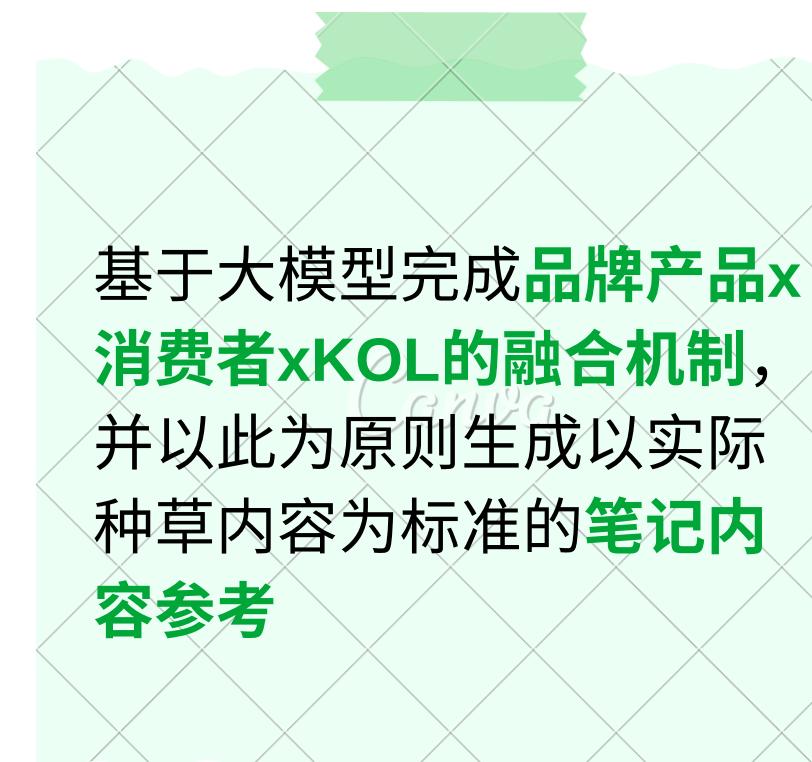
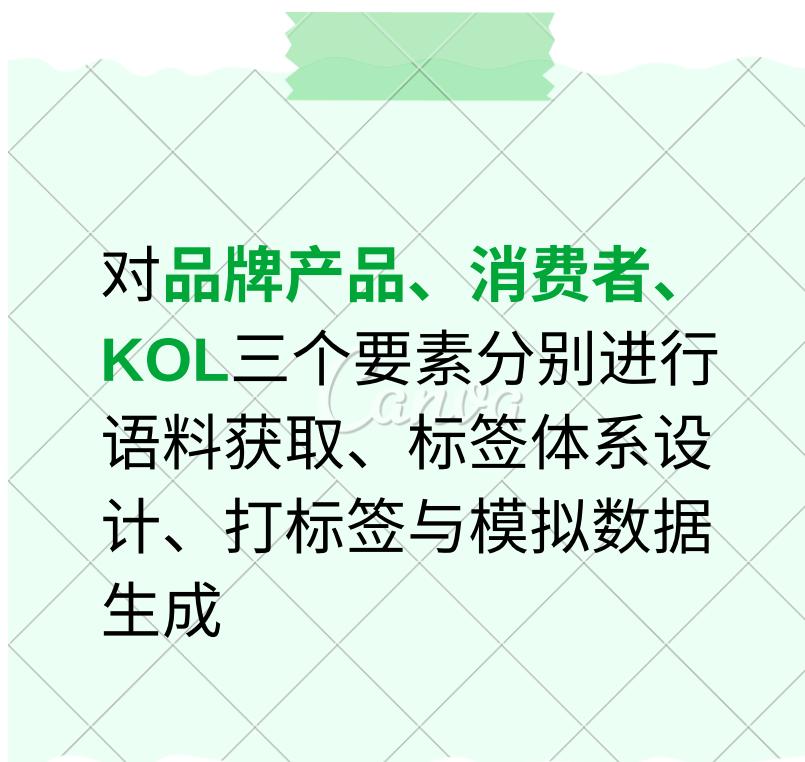
- >>>
- 三元动态匹配机制设计
 - 内容生成方案设计



Part 02

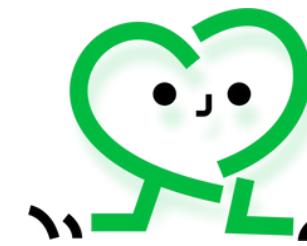
研究框架

研究框架



技术路线





Part 03

研究内容

语料处理需求明确：为融合与生成做准备，需要做什么

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

让每一「元」都能被大模型认识与理解



品牌产品

足够多能被知识库检索与召回的品牌产品信息

全网收集
官网/电商/社交媒体/行业报告

消费者

支持大模型识别与聚类的
消费者个人信息

设计适用小红书内容场景的标签体系
并生成带标签的消费者记录

KOL

支持大模型匹配与模仿的
KOL个人信息与内容

设计标签体系并生成带标签的KOL记录
KOL笔记数据入库

基于大语言模型与工作流进行的三元融合与内容生成

消费者语料：生成支持大模型识别与聚类的消费者个人信息

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

标签体系设计：灵犀平台标签体系 || → 根据内容需求化用 || → 标签体系

用户属性

用户属性	
用户行为	基础特征
预测性别	用户属性
预测年龄	内容关键词
行业优选	搜索关键词
用户职业	行业优选
品牌用户	电商行为
	直播行为
基础属性	
是否学生	兴趣爱好
婚姻状态	内容兴趣
母婴阶段	搜索兴趣
地域属性	蒲公英博主
常驻城市	博主内容
城市等级	博主电商
商圈POI	博主直播
	博主粉丝

用户行为-内容兴趣

选用内容兴趣全量标签树

一级类目	二级类目	三级类目	标签路径
时尚	穿搭	整体造型	时尚/穿搭/整体造型
时尚	穿搭	内衣	时尚/穿搭/内衣
时尚	穿搭	泳装	时尚/穿搭/泳装
时尚	穿搭	穿搭其他	时尚/穿搭/穿搭其他
时尚	穿搭	上衣	时尚/穿搭/上衣
时尚	穿搭	裤子	时尚/穿搭/裤子
时尚	穿搭	裙子	时尚/穿搭/裙子
时尚	鞋靴	拖鞋	时尚/鞋靴/拖鞋
时尚	鞋靴	凉鞋	时尚/鞋靴/凉鞋
时尚	鞋靴	单鞋	时尚/鞋靴/单鞋
时尚	鞋靴	靴子	时尚/鞋靴/靴子
时尚	鞋靴	鞋靴其他	时尚/鞋靴/鞋靴其他

基于灵犀平台的消费者内容兴趣标签体系

标签维度	描述
用户ID	唯一标识用户的编号
性别	用户的性别信息
年龄	用户的年龄范围或具体年
职业	用户的职业类型
婚恋状态	用户的婚姻或恋爱状况
母婴阶段	针对有母婴相关需求的用
常驻地区	用户长期居住的地理位置
城市等级	根据经济、人口等因素划
消费水平	反映用户消费能力的指标
一级类目1	用户感兴趣的第一种内容大类
二级类目1	在第一种一级类目基础上细分的内容中类
三级类目1	更进一步细分的第一种用户兴趣点
一级类目2	用户感兴趣的第二种内容大类
二级类目2	在第二种一级类目基础上细分的内容中类
三级类目2	更进一步细分的第二种用户兴趣点
一级类目3	用户感兴趣的第三种内容大类
二级类目3	在第三种一级类目基础上细分的内容中类
三级类目3	更进一步细分的第三种用户兴趣点

分析小红书DMP平台灵犀已有消费者标签

内容生成更关注兴趣标签
因地制宜化用

标签体系展示

消费者语料：生成支持大模型识别与聚类的消费者个人信息

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

01 问卷调研：真人样本收集

* 01 性别
 男
 女

* 02 年龄
 18岁以下
 19-22岁
 23-25岁

* 03 职业
 学生（大学生）
 学生（非大学生）
 公司职员
 事业单位

* 11 选择你在小红书最常关注的内容
 搜索
 一级类目
 时尚
 行业/专业
 家居家装
 法律行业
 美食

共获得94份真人样本

数据集处理：大量级数据按标签体系映射

京东消费者分析数据

ID	Category	Action	Type	Age_Range	Gender	Customer_ID	City	Level	Shop_ID	Category	Product_Avg_Rating	Avg_Rating	Count	Score	Label	
0001	323360	2018-3-20	347529	PageView	45	女	2007/6/17	6	2 LulFolk	2999 Bracelets	2017/9/5	0.422	1159	363696	2017/7/4	Jewelry
0002	351462	2018-4-13	353533	PageView	45	女	2008/3/21	6	3 111oms	4200 Milk Pow.	2013/6/12	3063	2411	650981	2013/5/8	Mother
0003	3592	2018-4-13	353533	PageView	45	女	2005/12/13	1	4 Li-Ning	4000 Bedding	2013/6/12	1437	213619	307380	2013/5/23	Outdoor
0004	4350	2018-4-28	351462	PageView	45	女	2008/9/15	7	4 5-Order	4004 Cookin	2013/11/26	355	8290	85397	2014/10/10	Food
0005	339564	2018-2-19	2771014	PageView	55	女	2005/4/28	7	4 HP	4420 Notebook	2017/12/21	3066	0	0 NULL	Electron	
0006	314292	2018-7-17	2190553	PageView	55	女	2007/10/24	1	2 Preve	3099 Foundation	2017-3/24	25	11556	20937	2016/12/28	Mother
0007	361132	2018-9-22	5380445	PageView	55	女	2011/10/23	6	3 111oms	4200 Milk Pow.	2016/9/20	2561	7119	206111	2016/9/20	Jewelry
0008	265088	2018-7-30	1001002	PageView	55	女	2009/9/15	7	4 5-Order	4004 Cookin	2013/11/26	355	8290	85397	2014/10/10	Food
0009	351462	2018-10-10	3179614	PageView	55	女	2008/10/23	7	4 HP	4420 Notebook	2017/12/21	3066	0	0 NULL	Electron	
0010	305337	2018-2-9	1000953	PageView	55	女	2005/10/3	1	2 Preve	3099 Foundation	2017-3/24	25	11556	20937	2016/12/28	Mother
0011	265160	2018-7-19	1001002	PageView	55	女	2007/10/24	7	3 House	1197 Phone	2011/11/27	3066	0	0 NULL	Electron	
0012	4469	2018-2-3	1300142	PageView	65	女	2007/10/24	1	1 Other	747 Cost	2016/5/26	8032	180702	82068	2016/5/19	Clothe
0013	305337	2018-2-9	1000953	PageView	65	女	2005/10/3	1	1 Other	747 Cost	2016/5/26	8032	180702	82068	2016/5/19	Clothe
0014	7328	2018-10-23	1999900	PageView	55	女	2011/10/23	6	3 Lipstick	8888 Tech	2017/9/27	5946	4913	8669	2018/4/8	Food
0015	223440	2018-7-30	1004033	PageView	55	女	2011/10/23	6	3 Scent	7141 Digital C	2008/12/27	3066	0	0 NULL	Electron	
0016	350146	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2011/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0017	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	6	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0018	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0019	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0020	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0021	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0022	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0023	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0024	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0025	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0026	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0027	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0028	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0029	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0030	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0031	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0032	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0033	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0034	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0035	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0036	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0037	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0038	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0039	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0040	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0041	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278	3813	8669	2018/4/8	Food
0042	300054	2018-7-29	1004022	PageView	55	女	2007/10/23	7	3 Lipstick	9925 Tech	2017/12/27	7278</td				

KOL语料：生成支持大模型匹配的KOL个人信息，获取支持大模型模仿的KOL笔记内容

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

标签体系设计：新红+灵犀平台 → 处理映射已有信息 → 标签体系

粉丝维度

粉丝性别 粉丝年龄 粉丝兴趣

基于新红数据

博主维度

博主性别 博主地域 博主人设

基于新红数据

基于小红书灵犀数据

内容维度

博主内容

基于小红书笔记数据

处理 [博主地域] [博主性别]

国内保留省份 海外保留国家

博主主页	博主名字	性别	地域
https://www.xiaohongshu.co...	Jeon-B	1	中国 浙江 杭州
https://www.xiaohongshu.co...	柏林君在减肥	0	中国 浙江 杭州
https://www.xiaohongshu.co...	莓莓芝士三分甜	1	中国 上海 上海
https://www.xiaohongshu.co...	一只学土木的鸵	0	中国 重庆 重庆
https://www.xiaohongshu.co...	小粒贝卡	1	中国 广东 广州
https://www.xiaohongshu.co...	Kairis-4	1	中国 广东 广州
https://www.xiaohongshu.co...	沉默小猴子	0	中国 湖南 长沙
https://www.xiaohongshu.co...	神仙藤井树	1	中国 云南 昆明

处理前

博主名称	博主地域	博主性别
Jeon-B	浙江	女
柏林君在减肥	浙江	男
莓莓芝士三分甜	上海	女
一只学土木的鸵	重庆	女
小粒贝卡	广州	女
Kairis-4	广州	女
沉默小猴子	长沙	男
神仙藤井树	昆明	女

处理后

处理 [粉丝性别] [粉丝年龄] [粉丝兴趣]

粉丝性别：
男性粉丝居多→男粉多
女性粉丝居多,占比96.77% (高于65%的其他博主)→女粉多
女性粉丝居多,占比99.88%/96.77% (30%-65%)→男女粉均衡
女性粉丝居多,占比<99.88% (低于30%的其他博主)→男粉多

粉丝年龄：
18岁-58岁 → 粉丝年轻
18-24岁 200 → 粉丝中等
25-34岁 123 → 粉丝成熟
35-44岁 3 → 粉丝成熟
44岁 1 → 粉丝成熟

部分处理规则

博主名称	粉丝性别	粉丝年龄	粉丝兴趣
Jeon-B	女性粉丝居多,占比97.41%	18-24岁,占比71.42%	娱乐 生活记录 美食 时尚 影视 教育 美妆
柏林君在减肥	女性粉丝居多,占比93.92%	25-34岁,占比50.70%	娱乐 生活记录 时尚 美妆 美食 影视 情感
莓莓芝士三分甜	女性粉丝居多,占比93.51%	25-34岁,占比37.25%	美妆 时尚 美食 娱乐 生活记录 影视 情感
小粒贝卡	女性粉丝居多,占比97.64%	18-24岁,占比62.22%	娱乐 时尚 生活记录 美食 影视 美妆 教育
一只学土木的鸵	女性粉丝居多,占比98.21%	18-24岁,占比45.72%	娱乐 生活记录 时尚 美食 美妆 教育 影视
Kairis-4	女性粉丝居多,占比95.65%	18-24岁,占比42.22%	时尚 娱乐 生活记录 美食 美妆 影视 情感
沉默小猴子	女性粉丝居多,占比98.65%	18-24岁,占比45.72%	美妆 娱乐 时尚 美食 生活记录 影视 情感
神仙藤井树	女性粉丝居多,占比98.93%	18-24岁,占比55.64%	时尚 娱乐 生活记录 美妆 美食 影视 情感

处理前

博主名称	粉丝性别	粉丝年龄	粉丝兴趣
Jeon-B	女粉多	粉丝中等	生活记录
柏林君在减肥	男女粉均衡	粉丝成熟	生活记录
莓莓芝士三分甜	粉丝成熟	粉丝中等	美妆
小粒贝卡	粉丝中等	粉丝中等	时尚
一只学土木的鸵	女粉多	粉丝成熟	时尚
Kairis-4	男女粉均衡	粉丝成熟	美妆
沉默小猴子	女粉多	粉丝中等	美妆
神仙藤井树	女粉多	粉丝中等	时尚

处理后

根据新红平台、灵犀平台已有KOL
标签，设计、划分新体系维度

处理博主维度KOL信息

处理粉丝维度KOL信息

KOL语料：生成支持大模型匹配的KOL个人信息，获取支持大模型模仿的KOL笔记内容

研究內容

标签/语料处理

內容融合

内容生成

前端设计

效果测试



使用八爪鱼工具，爬取 120位博主共获得2494篇笔记

搭建Dify工作流，让大模型读取标签体系与KOL语料，进行
人设与内容类型打标

KOL标签记录展示

KOL语料入库：KOL标签内容存入数据库+KOL笔记内容存入知识库

研究内容

标签/语料处理

内容融合

KOL标签

前端设计

效果测试

博主名称	标题	正文内容	发布时间	点赞	收藏	评论	正文	标签
Jeon-B	高能量VLOG 私教体能课，俺又带着vlog来啦！！！！ #vlog	2天前 浙江	3481	276	1217	俺又带着vlog来啦！！！！	#vlog 我的一天 #我 vlog #Vlog 我的日常 #Vlog 我的一天 #我 vlog #Vlog 我的一 生活里的快乐瞬间 #vlog #生活 vlog #vlog #自律 #vlog #我的日常 vlog #沉	
Jeon-B	高能量VLOG 这样过周末真俺又带着vlog来啦！！！！ #vlog	5天前 浙江	3844	300	1454	俺又带着vlog来啦！！！！	#vlog 我的一天 #我 vlog #Vlog 我的一 生活里的快乐瞬间 #vlog #生活 vlog #vlog #自律 #vlog #我的日常 vlog #沉	
Jeon-B	高能量VLOG 晨间学习量能俺又带着vlog来了 #vlog #自律	7天前 浙江	3822	382	1644	俺又带着vlog来了	#vlog 我的一天 #我 vlog #Vlog 我的一 生活里的快乐瞬间 #vlog #生活 vlog #vlog #自律 #vlog #我的日常 vlog #沉	
Jeon-B	电子榨菜，买到满足！	发现每次好物分享都很难避免得就是发现每次好物分享都很难避免得就是	1644	1644	1644	发现每次好物分享都很难避免得就是	#vlog 我的一天 #我 vlog #Vlog 我的一 生活里的快乐瞬间 #vlog #生活 vlog #vlog #自律 #vlog #我的日常 vlog #沉	
Jeon-B	买到满足！完美，没有和之前那个一样，太牛了姐姐哈哈哈哈哈哈	递里找出一些还不错的！完美，没有和之前那个一样，太牛了姐姐哈哈哈哈哈哈	1644	1644	1644	递里找出一些还不错的！完美，没有和之前那个一样，太牛了姐姐哈哈哈哈哈哈	#vlog 我的一天 #我 vlog #Vlog 我的一 生活里的快乐瞬间 #vlog #生活 vlog #vlog #自律 #vlog #我的日常 vlog #沉	
Jeon-B	早起VLOG 今日份体能训练halo大家俺又来了，怎么给我推的03-11	浙江	3911	293	1672	halo大家俺又来了，怎么给我推的03-11	#vlog 我的一天 #我 vlog #Vlog 我的一 生活里的快乐瞬间 #vlog #生活 vlog #vlog #自律 #vlog #我的日常 vlog #沉	
Jeon-B	高能量VLOG 焦虑就动起来俺又带着vlog来啦！！ #高能量	10天前 浙江	1050	1593	俺又带着vlog来啦！！	#vlog 我的一天 #我 vlog #Vlog 我的一 生活里的快乐瞬间 #vlog #生活 vlog #vlog #自律 #vlog #我的日常 vlog #沉		
Jeon-B	高能量VLOG 打破早起焦虑俺又带着vlog来啦，今天想打破	03-07 浙江	3839	256	1248	俺又带着vlog来啦，今天想打破	#vlog 我的一天 #我 vlog #Vlog 我的一 生活里的快乐瞬间 #vlog #生活 vlog #vlog #自律 #vlog #我的日常 vlog #沉	
Jeon-B	活力早起VLOG 人充实的俺又带着vlog来啦，给朋友过生日去了，计划也完成了大半，可喜可贺，努力变J，我求求了，姐姐生活能不能自理一些，未来规划能不能再多一些，走一步看一步	03-05 浙江	4197	311	1778	俺又带着vlog来啦，给朋友过生日去了，计划也完成了大半，可喜可贺，努力变J，我求求了，姐姐生活能不能自理一些，未来规划能不能再多一些，走一步看一步	#vlog 我的一天 #我 vlog #Vlog 我的一 生活里的快乐瞬间 #vlog #生活 vlog #vlog #自律 #vlog #我的日常 vlog #沉	
Jeon-B	活力早起VLOG 人充实的俺又带着vlog来啦，给朋友过生日去了，计划也完成了大半，可喜可贺，努力变J，我求求了，姐姐生活能不能自理一些，未来规划能不能再多一些，走一步看一步	03-05 浙江	4197	311	1778	俺又带着vlog来啦，给朋友过生日去了，计划也完成了大半，可喜可贺，努力变J，我求求了，姐姐生活能不能自理一些，未来规划能不能再多一些，走一步看一步	#vlog 我的一天 #我 vlog #Vlog 我的一 生活里的快乐瞬间 #vlog #生活 vlog #vlog #自律 #vlog #我的日常 vlog #沉	

数据处理：markdown文档

知识库构建：上传至扣子，以单个博主为
单位自定义分段

博主与其笔记是一对多关系，
以此构建知识库可提高检索效率。



品牌产品 ✓
文本



博主笔记2 ✓
文本



kol ✓
kol信息



consumertype ✓
for saving reading notes

知识库

数据库

根据数据特点，将品牌产品信息及结构复较为杂的博主笔记数据构建为知识库，与内容融合阶段生成的数据库协同作用，为后续工作流的搭建提供高效的检索与查询支持。

利用大模型推理能力模拟人脑内容策划思维

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试



coze工作流



01 品牌产品-消费者匹配
对什么人说什么话

- ①基于产品-消费者连接点分类消费者
- ②补充发掘消费者其他可沟通属性

02 品牌产品-消费者-KOL匹配
对什么人通过什么KOL说什么话

消费者-产品连接痛点+消费者其他可沟通属性

01 「品牌产品卖点x 目标人群」匹配

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

读取并分析品牌产品信息，寻找产品-消费者连接点



技能 1: 提炼产品核心竞争力
1. 仔细分析给定的品牌与产品信息[[brand]], 其中包含品牌信息和产品信息。
2. 剖析产品具备竞争力的特点，挖掘能吸引不同消费者群体的因素，将每条结果归类为品牌理念与价值、产品定位与设计、产品专利与功效三方面中最相符的分类，准确地提炼HBN熊果苷精粹水产品竞争力，注意需要依据[[brand]]内容，不得随意创造。

技能 2: 推理产品核心竞争力和消费者价值观及使用场景的联系
1. 针对品牌理念与价值类，充分发挥创意，从产品竞争力大胆联想推理对应的消费者价值观，不局限于产品直接相关信息。
2. 针对产品定位与设计、产品专利与功效，充分发挥创意，从产品竞争力大胆联想推理对应的消费者使用场景，不局限于产品直接相关信息。

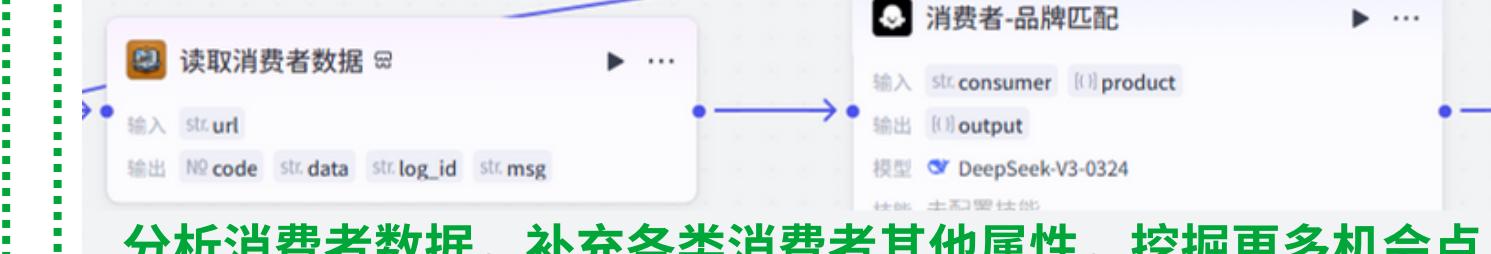
技能 3: 输出产品核心竞争力
1. 按照示例格式，依据品牌产品信息[[brand]]尽可能全面且多样化地完整输出20组HBN熊果苷精粹水产品竞争力提炼结果。
2. 每条结果之间需要有明显差异，表达不同意义。
3. 可参考输出示例角度并在其基础上补充，但避免直接使用输出示例数据。
4. 特别注意孕妇及哺乳期妇女为禁忌人群，不能含有此类人群。

deepseek R1

产品竞争力: "福布斯中国新锐品牌TOP100等国际荣誉"
消费者价值观: "青睐具有国际视野的新锐国货"
产品竞争力: "旅行装30ml航空便携规格"
消费者使用场景: "跨时差飞行中的机舱护肤"
产品竞争力: "乙基己基甘油增强皮肤屏障"
消费者使用场景: "医美项目后的脆弱期护理"

产品-消费者连接点

读取并分析消费者数据，基于产品-消费者连接点归类消费者



分析消费者数据，补充各类消费者其他属性，挖掘更多机会点

技能 1: 构建初始人群 - 产品框架
1. 基于传入的产品 - 消费者连接思路[[product]], 在真实消费者数据[[consumer]]中筛选符合连接思路的消费者。
2. 分析这类消费者的突出特点，补充产品沟通消息，创建初始人群 - 产品框架，得出类别命名typename、核心痛点pain_point、核心信息定位information、产品匹配点product_match四个字段内容。
- typename类别命名需准确反映消费者最突出的特点。若分类原因与大学生身份有关，命名应含有大学。

技能 2: 精准筛选对应消费者基础属性数据，补充生命阶段lifestage和行为特点behavior
1. 依据typename类别消费者的属性，在真实消费者数据[[consumer]]中全面、细致地精准筛选、寻找能够对应类别特点的多个个体消费者的属性。
2. 深入剖析一类消费者的多个个体消费者的属性数据，补充生命阶段lifestage和行为特点behavior字段内容，发掘与新的特殊的沟通机会点：
- 生命阶段lifestage需综合[[consumer]]的性别、年龄、行业/专业、职业、婚姻状态、母婴阶段等信息确定。对于职员可关注行业，对于学生可关注职业。
- 行为特点behavior需基于[[consumer]]的最常关注、第二关注、第三关注、消费水平、地理位置等信息提炼。

性别 年龄 职业 行业/专业
婚姻状态 母婴阶段 → 生命阶段

最常关注 第二关注 第三关注
地理位置 消费水平 → 行为特点

deepseek V3

typename: "性价比追求者"
pain_point: "平价产品效果差"
information: "百元价位专柜品质：大牌同源成分"
product_match: "60亿销售验证，大牌代工厂同源"

typename: "干燥环境困扰者"
pain_point: "空调房干燥/起皮"
information: "72小时保湿系统：建立水循环"
product_match: "3D保湿网络，增强皮肤锁水"

多类有不同痛点的消费者

typeid: "8"
typename: "熬夜急救需求者"
lifestage: "22-30岁都市夜班族"
behavior: "关注娱乐/社交，中消费水平，作息不规律"
pain_point: "熬夜暗沉/毛孔粗大"
information: "熬夜救星套装：即时焕亮+长效修护"
product_match: "湿敷专用设计，清爽质地快速吸收"
communication: "凌晨三点急救：5分钟告别倦容"

消费者人群多方面信息

01 「品牌产品卖点x 目标人群」匹配

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

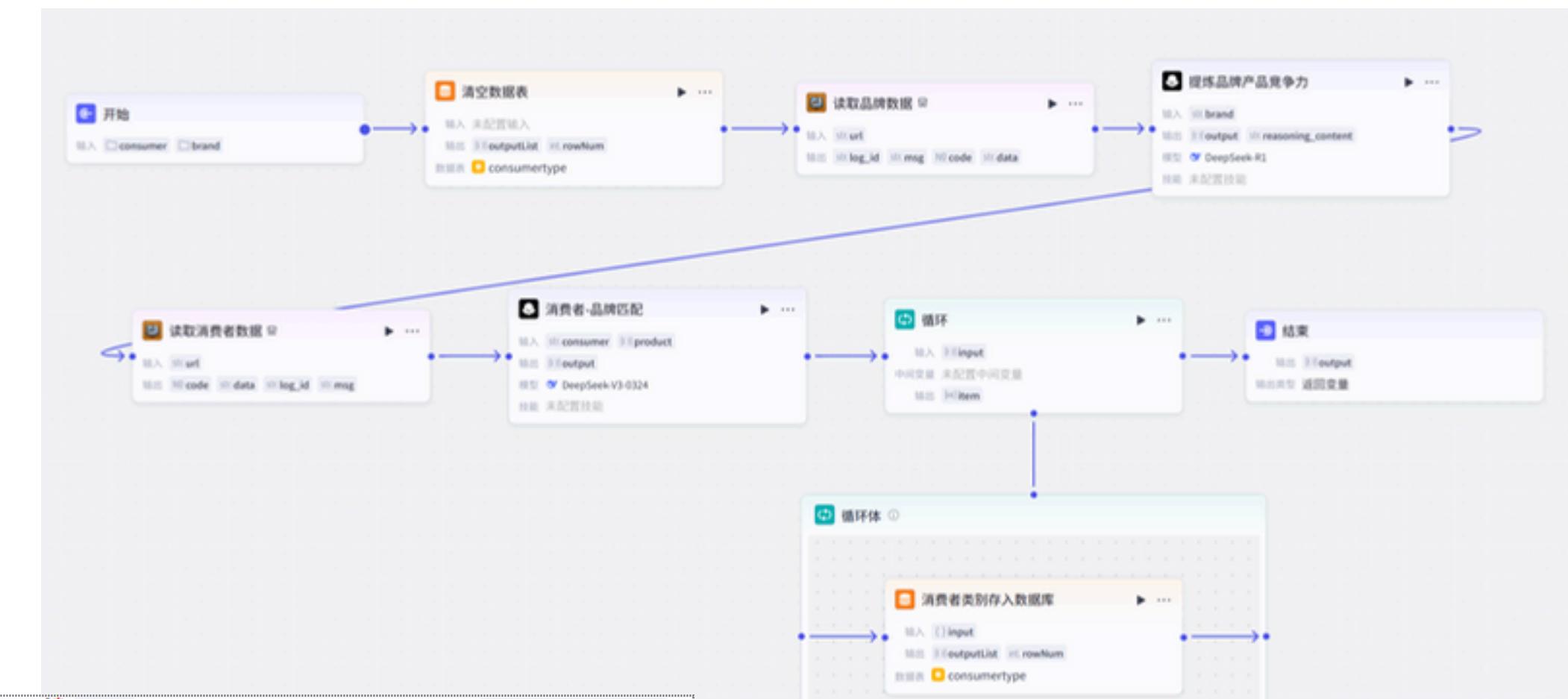
前端设计

效果测试

工作流1

消费者类别循环存入
consumertype数据库

每次自动清除表内数据



brand* Doc

上传 **15.16KB**

HBN品牌与熊果苷精粹水.docx

consumer* Excel

上传 **48.51KB**

consumer1-600.xlsx

用户上传消费者及品牌数据

typename* String	lifestage* String	behavior* String	pain_point* String	information* String	product_match* String	communication* String
男性基础护肤者	20-28岁职场男性	关注理容/科技，中消费水平，...	嫌麻烦/拒绝香味	男士极简套装：清洁+保湿...	无香配方，按压泵头设计	剃须后护理：三步解决男性护肤
油痘肌困扰者	16-25岁青春期群体	关注祛痘/控油，中低消费水平...	反复长痘/毛孔堵塞	痘痘肌专研系列：控油+抑...	微小分子渗透技术，无效痘...	战痘28天周期：科学改善痘肌
敏感肌安心党	18-25岁敏感肌群体	关注医疗/健康，中消费水平，...	产品刺激/反复过敏	三甲医院临床验证：降低5...	pH5.5弱酸性，无效敏成分	换季生存指南：建立肌肤耐受
熟龄肌抗衰党	35-45岁成熟女性	关注抗衰/美容仪，高消费水平...	动态纹/胶原流失	专利抗皱组合：表情纹专...	促进胶原蛋白合成，提升皮...	逆龄挑战：四周见证轮廓提升
旅行达人便携护肤	23-30岁旅行爱好者	关注旅游/户外，中高消费水平...	旅行装容量不足/多...	航空规格旅行套装：全肤...	30ml便携装，3年超长保质期	跨时差飞行：肌肤保湿秘籍；...
成分过敏记录者	20-40岁过敏体质	关注医疗/检测，高消费水平，...	未知成分过敏风险	过敏源筛查套装：个性化...	单一成分系列，过敏源明确...	安心之选：专业级成分透明化
性价比追求者	18-22岁学生党	关注折扣/测评，低消费水平，...	平价产品效果差	百元价位专柜品质：大牌...	60亿销售验证，大牌代工厂...	学生党必入：百元get千元体验

02 「品牌产品卖点 x 目标人群 x KOL」匹配

研究內容

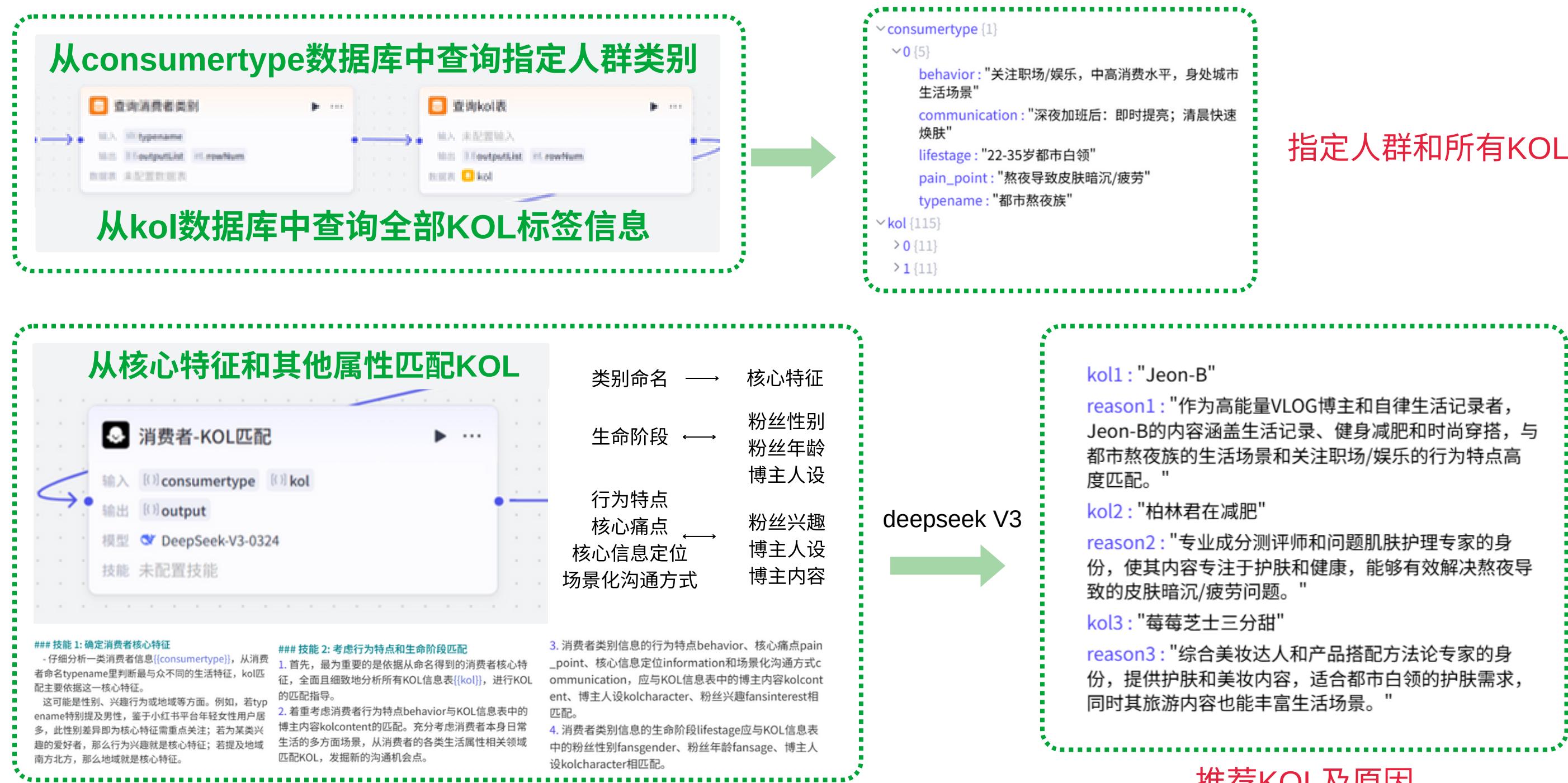
标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试



02 「品牌产品卖点 x 目标人群 x KOL」匹配

工作流2

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试



01 工作流节点设计：变量查询与处理

研究内容

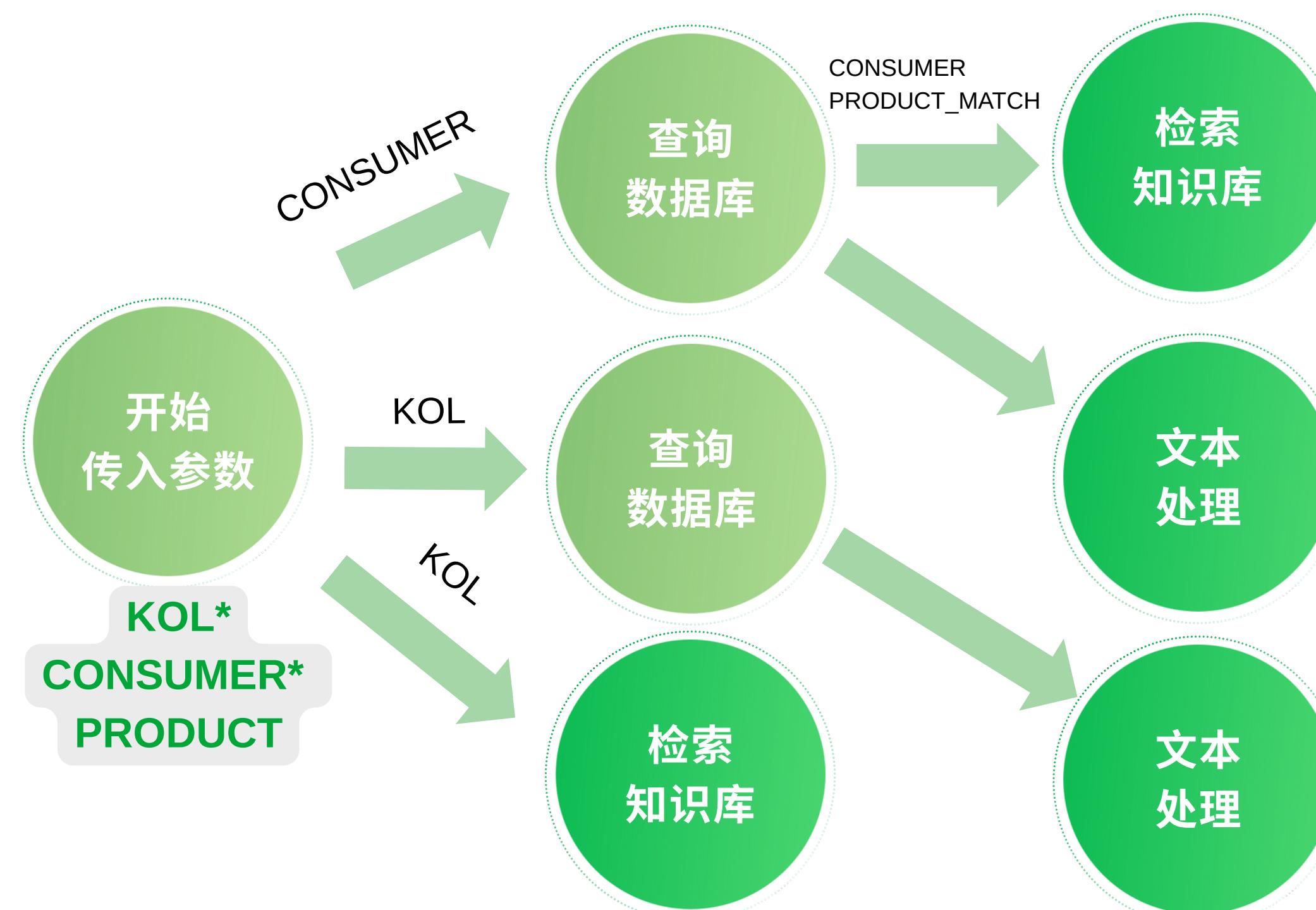
标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试



变量

检索知识库：

- 产品卖点
- KOL历史文案
- String

文本处理：

- 消费者类描述
- KOL描述
- Array → String

基础变量：

- KOL
- CONSUMER

KOL*
CONSUMER*
PRODUCT

02 大模型思维链：构建CoT学习多特征

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

输入变量

CONSUMER:

- 消费者类名称
- 消费者类_info
- String

KOL:

- KOL名称
- KOL_INFO
- KOL人设
- KOL典型文案
- String

产品:

- 产品相关检索
- String

DeepSeek R1



提示词

系统提示词:

- 角色设定 + 任务 + 格式要求

角色设定:

你是一个美妆护肤领域的小红书文案生成专家。

你的任务是根据传入内容，按固定的思维链思考问题，生成小红书文案。

{

品牌产品: HBN发光水

"消费者信息": "{{CONSUMER}}

"品牌产品信息": "{{PRODUCT}}

"KOL名称": "{{KOL}}"

"KOL信息": "{{KOL_INFO}}"

"KOL人设": "{{kolcharacter}}"

"KOL历史笔记": "{{KOL_CONTENT}}"

生成内容格式:

1. 只含有标题和正文，语言主要使用简体中文；

2. 标题: 不多于18个字，风格与 {{KOL_CONTENT}} 历史风格一致，一定要结合KOL人设 {{kolcharacter}}；

3. 正文: 内容一定要仿写 {{KOL_CONTENT}} 历史内容主题，内容一定要结合KOL人设 {{kolcharacter}}；表情符号限制在5个以内。

4. 话题tag: 3~4个左右。

用户提示词:

- 思考过程

"消费者信息": "{{CONSUMER}}

"品牌产品信息": "{{PRODUCT}}

"KOL名称": "{{KOL}}"

"KOL信息": "{{KOL_INFO}}"

"KOL人设": "{{kolcharacter}}"

"KOL历史笔记": "{{KOL_CONTENT}}"

让我们根据以下步骤一步一步思考问题:

1. 首先，理解传入的消费者信息、品牌产品信息、KOL名称、KOL信息、KOL人设、KOL历史笔记

2. 然后，分析生成任务：“在小红书平台上，通过{{KOL}}向{{NAME}}进行关于产品的内容营销”；

3. 第一步：学习消费者的特征{{CONSUMER}}；

4. 第二步：学习品牌产品信息{{PRODUCT}}；

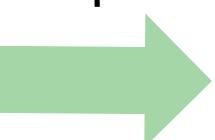
5. 第三步：重点学习KOL的人设{{kolcharacter}}与KOL信息{{KOL_INFO}}；

6. 第四步：学习KOL历史笔记{{KOL_CONTENT}}；

7. 第五步：生成小红书文案（同时与消费者特征{{CONSUMER}}、产品卖点{{PRODUCT}}、

KOL人设{{kolcharacter}}、KOL特征与{{KOL_INFO}}、KOL笔记{{KOL_CONTENT}}相符合）

文本
output



03 工作流成品展示：生成小红书文案

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试



研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试



用户视角

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

输入

【消费者文件】

【知识库文件】

聚类

选择

人群类别

匹配

KOL

基于系统KOL库

展示人群信息

介绍KOL人设

生成

文案内容

获得

ID	性别	年龄	职业	行业/专业	婚姻状态	母婴阶段
1 女	19-22岁	学生(大学)	教育行业	未婚	未考虑	
2 女	31-35岁	公司职员	法律行业	已婚	备孕	
3 女	23-25岁	学生(大学)	传媒行业	已婚	孕期	
4 女	18岁以下	学生(大学)	教育行业	未婚	未考虑	
5 女	31-35岁	公司职员	IT行业	已婚	7-12月	
6 女	23-25岁	学生(非大)	专业技术	未婚	未考虑	
7 女	19-22岁	学生(非大)	法律行业	未婚	未考虑	
8 女	31-35岁	公司职员	法律行业	未婚	未考虑	
9 女	19-22岁	学生(大学)	IT行业	未婚	未考虑	
10 女	19-22岁	学生(大学)	医护行业	未婚	未考虑	
	地理位置	消费水平	最常关注	第二关注	第三关注	
山东	低消费	婚嫁/婚礼	户外/骑行/搞笑/搞笑其他			
山东	中消费	素材/形象	i星座命理/城市出行/线下游戏/剧本杀			
香港	中消费	影视/电影	情感/情感/时尚/箱包/包包配饰			
海南	中消费	科技数码/1商业财经/宠物/旅行两栖/蛇				
广西	低消费	娱乐/综艺/社科/军事	城市出行/线下游戏/旅游			
江苏	低消费	美妆/美妆	时尚/配饰/萌娃/宝宝才艺			
浙江	中消费	户外/其他	户外/其他/情感/励志鸡汤			
湖南	高消费	职场/职场人文/写作	体育运动/综合体育			
安徽	中消费	美妆/美甲	二次元/动漫/时尚/发型			
广东	低消费	商业财经/人文/人文/汽车/二手车				

HBN 品牌与熊果苷精粹水知识库

目录:

1. [品牌概述](#品牌概述)
2. [品牌历史与发展](#品牌历史与发展)
3. [品牌理念与价值观](#品牌理念与价值观)
4. [科研实力](#科研实力)
5. [产品介绍](#产品介绍)
6. [HBN 熊果苷精粹水详解](#hbn_熊果苷精粹水详解)
 - [产品概述](#产品概述)
 - [核心成分分析](#核心成分分析)
 - [产品功效](#产品功效)
 - [使用方法](#使用方法)
 - [适用人群](#适用人群)
 - [用户评价](#用户评价)
7. [品牌荣誉与成就](#品牌荣誉与成就)
8. [社会责任与社会责任](#社会责任)
9. [常见问题解答](#常见问题解答)

开发视角

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

社交媒体营销智能内容生成系统

消费者 KOL 生成内容

↑ 上传文件

请上传【消费者】文件:

文件数量: 1

文件名: consumer-001.docx

请上传【品牌矩阵图】文件:

文件数量: 1

文件名: HUA品牌与消费者矩阵匹配矩阵图.docx

① 调用消费者-品牌匹配工作流
② 返回页面

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

开发视角

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

社交媒体营销智能内容生成系统

△ 上移头部

消费者

核心痛点：工作压力导致皮肤暗沉/缺乏专业护肤知识
需求定位：高效推荐方案：权威检测认证的快速护理效果
产品匹配点：微分子保湿技术提升吸收率，适配晨间快速护理流程
沟通场景：重要会议前急救护理；加班后快速恢复肌肤状态

生成内容

KOL

介绍：
为生成
介绍：
为生成
介绍：
为生成
介绍：
为生成
介绍：
为生成
介绍：
为生成

①记录消费者类型参数
②调用消费者-KOL匹配工作流

行为特点：关注骑行/户外运动/露营，中消费水平，偏好户外场景
核心痛点：紫外线伤害/户外环境导致的皮肤干燥
需求定位：全天候防护方案：抗UV同时深层保湿

△ 再次生成

开发视角

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

社交媒体营销智能内容生成系统

消费者

星晴歌

核心痛点：工作压力导致皮肤暗沉/缺乏专业护肤知识
需求定位：高效续航方案：权威检测认证的快速修护效果
产品匹配点：微分子保湿技术提升吸收率，搭配晨间快速护理流程
沟通场景：重要会议前急救护理；加班后快速恢复肌肤状态

生成AI

类型ID：3

人群类型：户外运动爱好者
人群阶段：19 - 22岁体育/户外兴趣女大学生
行为特点：关注骑行/户外运动/旅游，中消费水平，身处户外场景
核心痛点：紫外线伤害/户外环境导致的皮肤干燥

需求定位：全天候防护方案：抗UV同时深层保湿

KOL

莓莓芝士三分饱

介绍：作为综合美妆达人，她的内容涵盖护肤、彩妆等多个领域，特别适合职场新人护肤需求者，能够提供专业的护肤知识和急救护理建议。

AI 生成

三甲皮肤科田歌

介绍：医学护肤科普博主，专业性强，能够针对工作压力导致的皮肤问题提供科学解决方案，适合中高消费水平的职场女性。

AI 生成

Jeon-B

介绍：高能量VLOG博主，穿搭，符合职场新人关注生活方式的灵感。

①记录KOL参数

②调用内容生成工作流

是西西呀

介绍：时尚穿搭博主，专注于整体造型和职场通勤穿搭，适合金融/法律行业女性职员的日常形象管理需求。

AI 生成

生成内容

B 生成

开发视角

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

社交媒体营销智能内容生成系统

点 上榜发布

消费者

类型ID: 1

人群类型: 大学生美容新手

人群阶段: 19 - 22岁传媒/艺术等专业女学生

行为特点: 关注娱乐/二次元/影视, 中低消费水平, 身处校园场景

核心痛点: 初学化妆皮肤角质/平价产品选择困难

需求定位: 第一瓶有效平价发光水: 百元内完成基础护肤+肤色透亮

产品匹配点: 三重美白体系平价替代大牌精华, 增霜设计搭配宿舍快节奏生活

为遇场景: 军训后修护: 暑假泛红同时预防晒黑; 社团面试前快速提亮

生成OK

类型ID: 2

KOL

莓莓芝士三分钟

介绍: 作为综合美妆达人, 她的内容涵盖护肤、彩妆等多个领域, 特别适合职场新人护肤需求者, 能够提供专业的护肤知识和急救护理建议。

AI 生成

三甲皮肤科医生

介绍: 医学护肤科普博主, 专业性强, 能够针对工作压力导致的皮肤问题提供科学解决方案, 适合中高消费水平的职场女性。

AI 生成

Jean-0

介绍: 高颜值VLOG博主, 内容涵盖自律生活和时尚穿搭, 符合职场新人关注形象设计的需求, 同时提供生活方式的灵感。

AI 生成

墨西西吖

介绍: 时尚穿搭博主, 专注于整体造型和职场通勤穿搭, 适合金融/法律行业女性职员的日常形象管理需求。

AI 生成

生成内容

标题: 高颜值VLOG | 黑暗发光秘诀! 通勤党护肤教程

正文:

俺又带着vlog来啦!! 最近被金融圈闺蜜头安利的HBM发光水+ 维C精华身体保湿小气泡超治愈! 黑丝袜30秒拍上脸, 微分子技术维C钻透皮肤, 噗沉脸直接透亮两个度! 配我的维C精华就是早C王炸组合, 超地铁都能被同事问是不是打了水光针!

加班熬夜时直接湿敷5分钟急救。第二天照样素颜怼镜头拍vlog (自律博士皮肤管理中心) 办公室放分装瓶随时补喷, 空调房待整天的我还是水当当~

标签:

黑暗发光
高效护肤
爱丽物分享
自律生活

© 再次生成

根据消费者类型参数
和KOL参数重新生成

测试方案设计

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

测试目的

客观视角

主观视角

是否达成了项目设计的初衷：
发现并触达更多
机会增量人群

生成的种草内容
是否真正能获得
消费者的更佳反馈



测试方法

文本挖掘：命名实体识别

对于新红平台导出100篇HBN发光水实际投放过的笔记、使用本系统生成的100篇笔记进行命名实体识别，并作对比，关注其中「人物类」实体

问卷调研：内容量表打分

参考文献中对**小红书传播内容质量的评估模型**，分为UGC质量性/UGC真实性/感知价值/购买意愿四个维度，分别设计问题进行量表调研

测试方案1：命名实体识别

研究內容

标签/语料处理

内容融合

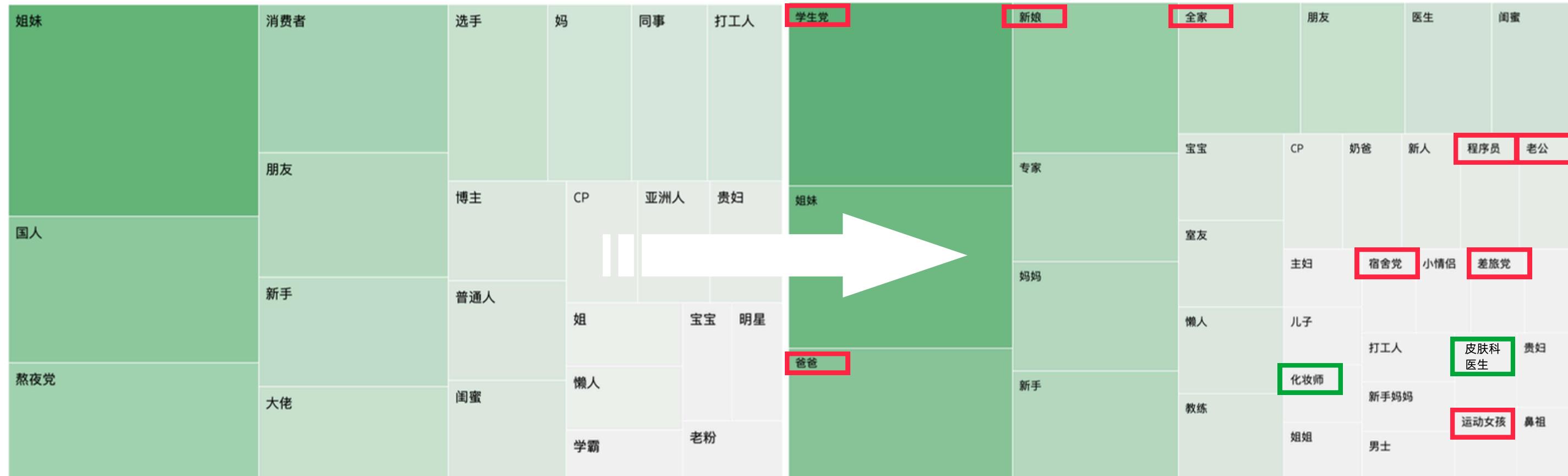
内容生成

前端设计

效果测试

投放笔记-人物类实体

生成笔记-人物类实



人物类实体丰富度、多样性显著增加

实现更多元的身份标签化



更广阔的场景化叙事，强化社交属性与互动潜力
在人群精准投放上，提高了算法友好性与传播效率

测试方案2: 问卷量表调研

研究内容

标签/语料处理

内容融合

内容生成

前端设计

效果测试

*03 对于以下HBN发光水记文案，请您回答以下问题：我认为获取的笔记和我的需求相关程度

收集三类人群、共计150+份问卷

旷野小羊

赶论文的夜用发光水续命成功🌙
是谁写开题报告到三点还在照镜子啊
这瓶在自习室被问链接的发光水💦
本学术女工的素颜安全感都是它给的！

我认为获取的笔记具有较强针对性

三重美白成分叠 buff 真的😊
α-熊果苷 + VC + 光果甘草
熬完夜喷两泵急救提亮

我认为获取的笔记中有用信息占比较高

使用3篇实际投放笔记、3篇生成笔记让消费者分别打分

左图是我写开题报告那周的死亡肤色，我在图书馆拍的！导看了都问是不是偷偷
#学生党好物分享 #熬夜救星 #平价护肤

我认为笔记中的产品信息是符合实际的

非常不认同	非常认同				
0	1	2	3	4	5

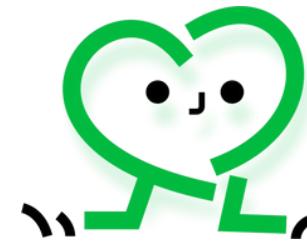
非常不认同	非常认同				
0	1	2	3	4	5

非常不认同	非常认同				
0	1	2	3	4	5

人群	总分	
	实际	生成
大学生美妆新手	71.5	79.1
家庭健康管理师	112.5	109.8
户外运动人群	90	99.9

在大学生美妆新手、户外运动人群中，生成内容得分显著高于已有投放内容

生成笔记能够针对人群需求痛点，优化沟通场景与方式，提升种草效率



Part 04

收获与反思

01 生成文案优化：结合测试结果进一步优化提示词

eg. 对于【家庭健康管理】（家庭主妇/宝妈人群），长内容更加容易打动她们，我们生成给出的三条示例内容虽然具有针对性，但是故事感有所欠缺。

- 考虑扩大测试数据量，收集更多测试反馈，对生成提示词进行优化

02 数据量优化：受限于扣子，单次消费者上传及聚类限制600条

- 在真实的使用场景中，消费者数量庞大，当前数量限制无法很好地满足实际需求，团队考虑后续可以用代码代替工作流实现消费者聚类，从而摆脱coze平台本身限制。

03 增加生成图片：尝试生成匹配文案的图片，更适应小红书平台

- 一方面，小红书作为以图文为主的平台，单文案欠缺视觉刺激，较难达到良好的种草效果；另一方面，在本组最开始的设想中，涵盖了生成匹配文案的图片，但是由于时间和调试难度未能实现，在系统后续优化中，本组希望能够尝试生成一些简单、提示性的图片，从而辅助品牌/代理商提高效率。



THANKS