

# 从小红书教培趋势 看IP增长新玩法

周盼 | 小红书亲子教育买手负责人

► Part 01 小红书平台介绍及教育行业趋势

Part 02 从社区内容看平台差异化经营

Part 03 小红书教育IP如何做高客单闭环成交

PART 01

# 小红书平台介绍及教育行业趋势



# | 爱生活爱分享的他们，都在小红书

3.5亿

月活用户

50%

95后用户

35%

00后用户

50%

一二线城市用户

90%

用户UGC内容

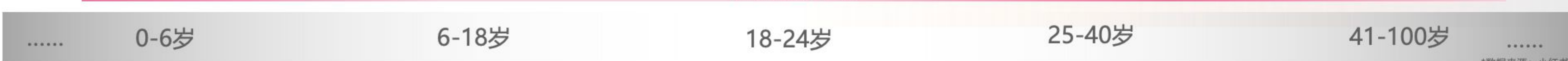
1亿

分享者

数据来源：小红书平台介绍，数据截止2025年6月

数据来源：小红书平台介绍，数据截止2025年6月

..... 家生活 孕育学习 人文探索 成长进阶 养身健体 .....



自4年4505-自7年3505 1/2年：熊米城溪\*

PART 02

# 从社区内容看平台差异化经营

# 小红书好内容的 特点是什么

## 显性特征

产品形态：双卡feed流+单列沉浸式



## 隐形特征

播放量的最大变量不是节奏，是封面标题



# 我从其他平台来， 小红书笔记应该怎么做？

同一个内容，b站封面标题VS小红书封面标题



# 小红书好内容的核心要素

创作关键词1

人感



人感=真人出境  
=真实处境/真实感受/现实生活

创作关键词2

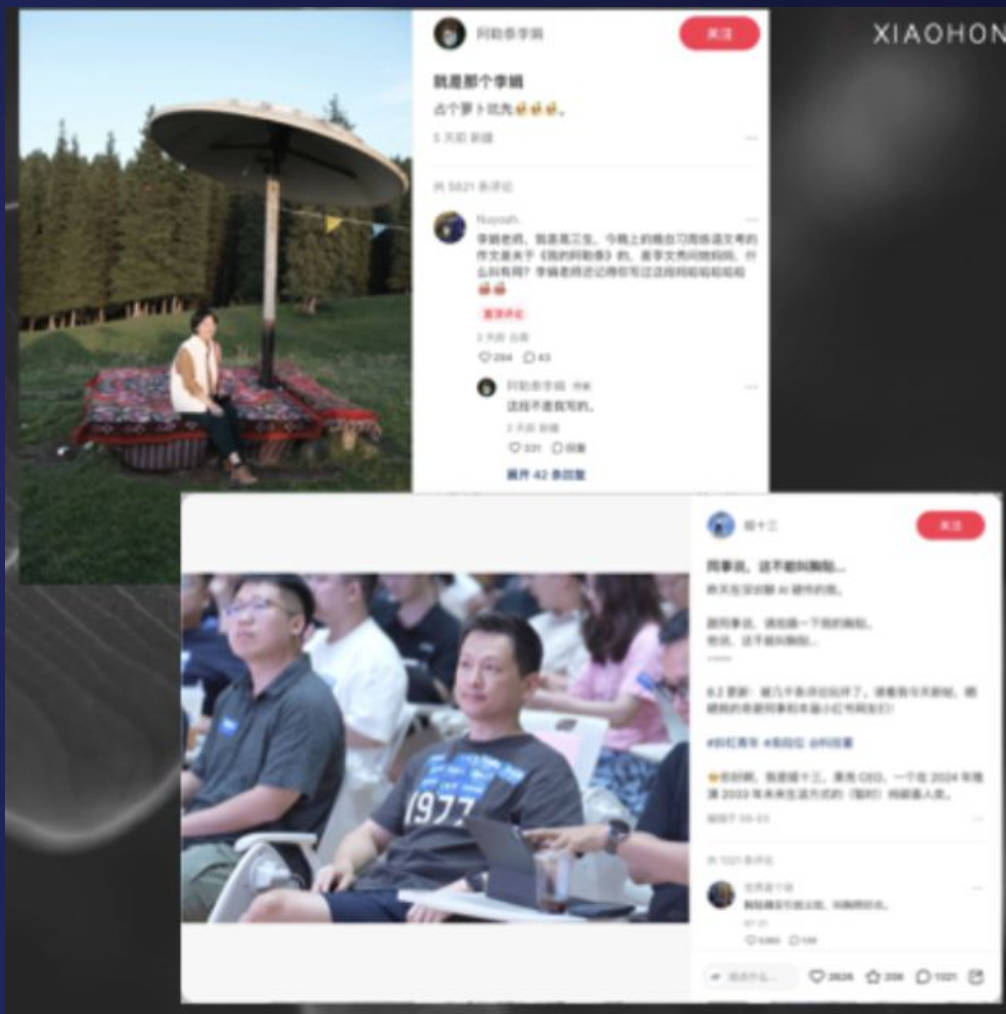
美感



美感=视觉美  
=干净、重点突出、信息直接、不冗余

创作关键词3

平视



创作关键词4

利他



利他=有用、信息/认知/经验/方法增益

数据不好，可能是因为什么

# 三个 Facts

Fact 1：作者高投入的内容 ≠ 用户喜欢的内容

Fact 2：只有和用户有关联的内容，才会被点击、消费

兴趣

有用

好奇

情绪价值

Fact 3：一个平台，有一个平台的内容语言



大字报，从头开整，拆解分析，娓娓道来，图表模型动效，主打一个卷，看完就觉得牛X



黄金3s，短平快，抓人眼球 jump to conclusion



美的，像身边人的，有温度，节奏像正常呼吸正常说话



PART 03

# 小红书教育行业经营术

# 当我们谈做小红书，是在讨论什么

品牌  
种草

线索  
获客

买手  
带货

店播  
自营

# 小红书教育行业细分赛道涨势

## 重点类目：

|            |       |       |
|------------|-------|-------|
| +87%       | +235% | +130% |
| 家庭教育/中小学教育 | 语言培训  | 兴趣班   |
| +140%      | +273% | +930% |
| 学历资格考试     | 游学    | 电子资料包 |

| @全知识    | @海豚知道     | @毛长绘画   | @四海公考      | @新东方文旅  | @参考阅览室         |
|---------|-----------|---------|------------|---------|----------------|
| @伴鱼英语   | @一笑而过吧    | @小李不吃   | @社工考试甄easy | @夏山     | @读闯俱乐部         |
| @胡晓群    | @云海螺      | @誉旭盈说营销 | @管综数学看朱曦   | @非遗季    | @OneCup精神      |
| @拾伍数学   | @吴彦祖教英语   | @丹姐智慧   | @你们的田老师    | @oneday | @Better Living |
| @学而思大阅读 | @Albert英语 | @香蕉社    | @一腾老师      | @迷你营    | @Pitch.拓点      |

数据来源于25年7月

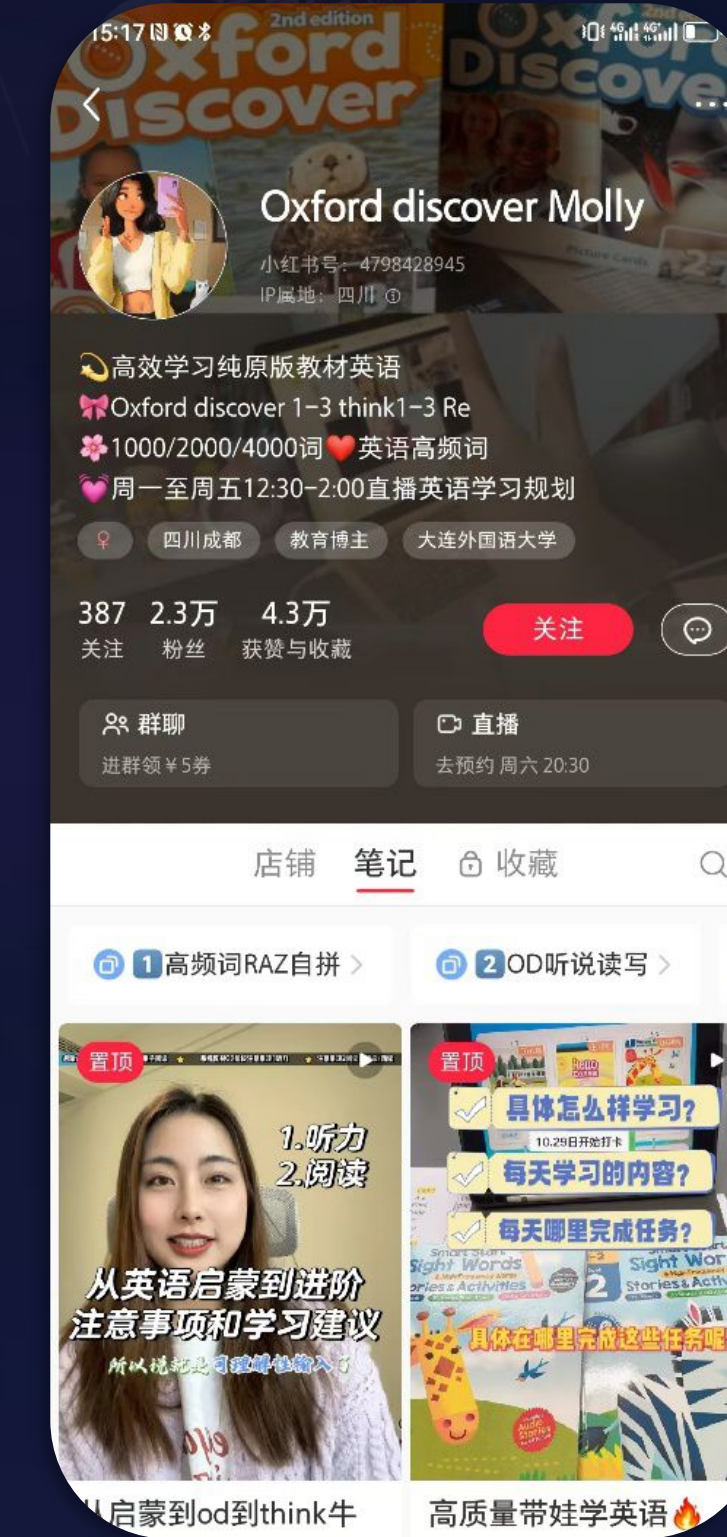
# 小红书成交场景丰富



建账号 发笔记  
落地好种草和预热



当买手 做直播  
买手与用户互动



开店播 稳经营  
多场域做经营布局

# 小红书单篇笔记成交case

01

「建账号 发笔记」  
笔记关键效果 成交+种草



# 小红书教育闭环电商IP

02

「开店播 稳经营」

商家自播自销，积累私域粉丝，  
触发更高效转化



## Case1-成人知识付费

低粉高变现，个人IP在直播间完成  
“高客单x低退单”闭环成交

GMV

=

转化率

x

博主直播间  
观看人数

封面标题

话术

开播时长

主播状态

# 谁会来直播间？ 人群到底对不对

你的产品面对的用户会点进去什么样的封面？

封面上的字有没有说明痛点？

封面

标题最好直接圈选你的人群

标题有没有直击痛点/引起共鸣？

标题

主播和产品的关系

主播和受众的关系

用户是冲着谁下单的

和用户的共鸣&互动 | 节奏&话术

直播间话术

# 下单的关键点在哪里

**直播内容配比：**50%讲痛点，引共鸣 + 30%聊天互动 + 10%讲过往案例 + 10%话术

- 1、下单之后立马有人拉群对接 - 当场交付初级服务
- 2、和“人”产生链接是用户不退款的第二道防线
- 3、到底能不能把交付服务做的无懈可击

## Case2-儿童教育

个人IP教科书，3个月达成月千万商家  
的系统方法论

高客单不是卖产品，是卖持续信任

## 成交核心

持续信任

=

多层次

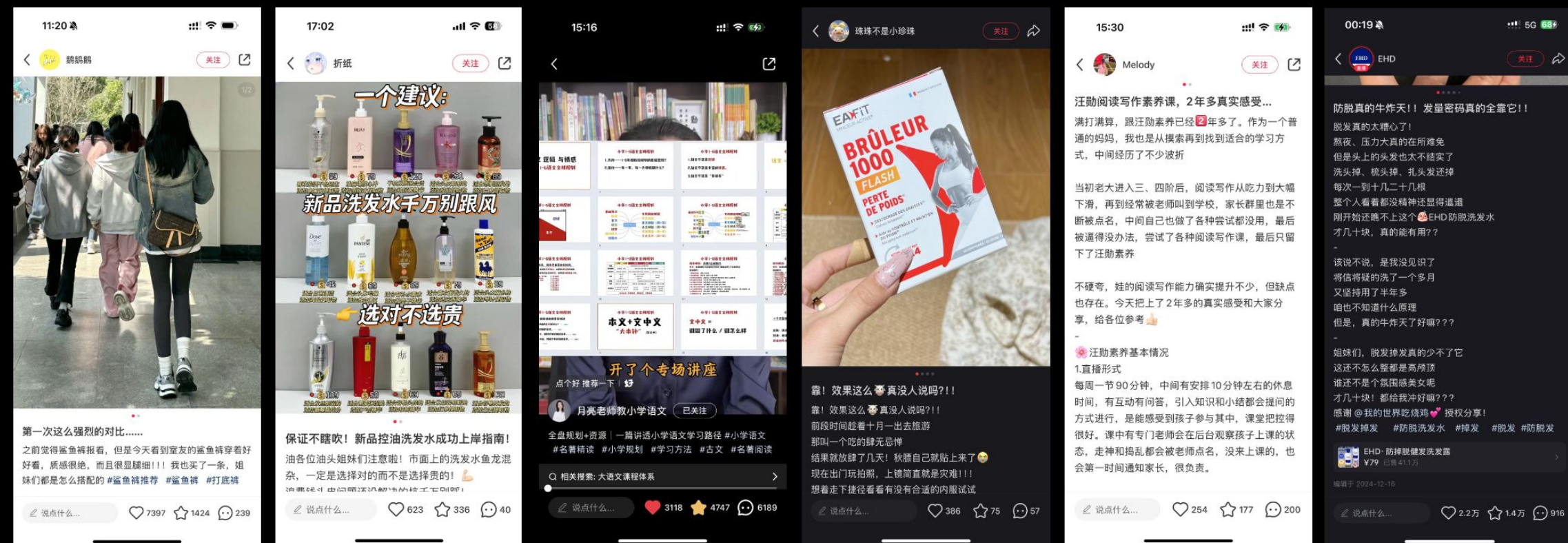
×

多视角

×

多频次

## 高客单价的信任逻辑 — 多层次



发现页-大曝光

带着需求-测评

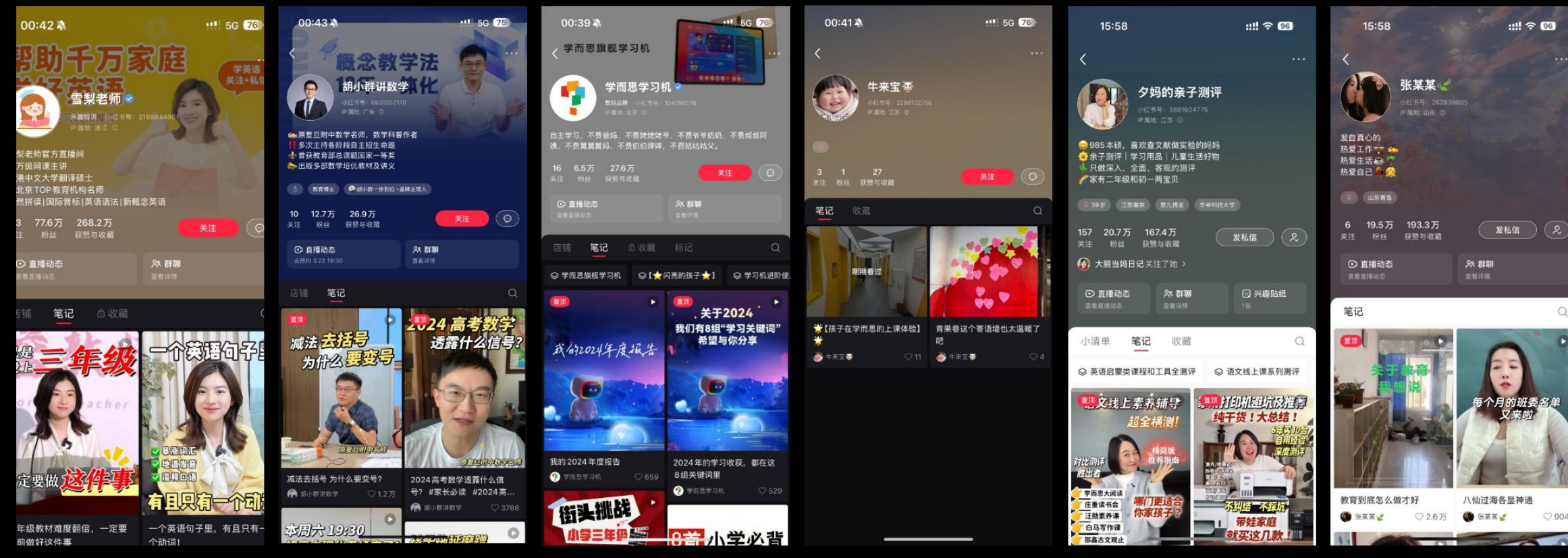
专业输出

案例好评

第三方推荐

商销

## 高客单价的信任逻辑 — 多角度



IP-信任建立

副IP-交付信任

店铺-介绍产品

家长-真实体验

KOL-测评

专业老师-安利

## 高客单价的信任逻辑 — 高频率

✔ 打开小红书，即可见到主理人



每日直播5小时

每周二-家长课堂

商销24小时投放

群聊高频互动

聚光-课程体验

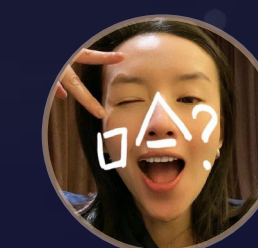


## 03「找买手 做直播」

买手在与用户持续的互动中，不断优化需求与供给匹配效率，并触发商家对自身价值的连续探索

## 多选型买手放大「经营声势」

找对契合的买手让买手的粉丝成为你忠实的用户



@董洁



@吴昕



@姜思达



@Nan Nan



@WindyXin



@短头花



@方落落



@只小萌



@Dorrrrcy



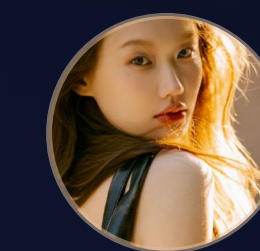
@当然是当



@Akiiko



@可妮周



@吕颖Ivy



@阿靖靖靖



@大F



@大妮是我呀



@赵陆儿



@lady9酒瓶盖



@小爱麻麻VV



@刘虞佳



@AKIKIYU



@笑笑同学啊



@maggienotes



@大果大果赵大果



@瓦妮妮莎



@隔壁老王



@符DANCY



@合合吨



@亚克力枪枪



@绒耳朵儿



@大大木和小小娜



@RoRo弱弱

小课屏 × Young妈

小课屏AI护眼学习机全系

# 引爆双11

Young妈口碑之选



22:30  
直播中

当日GMV超

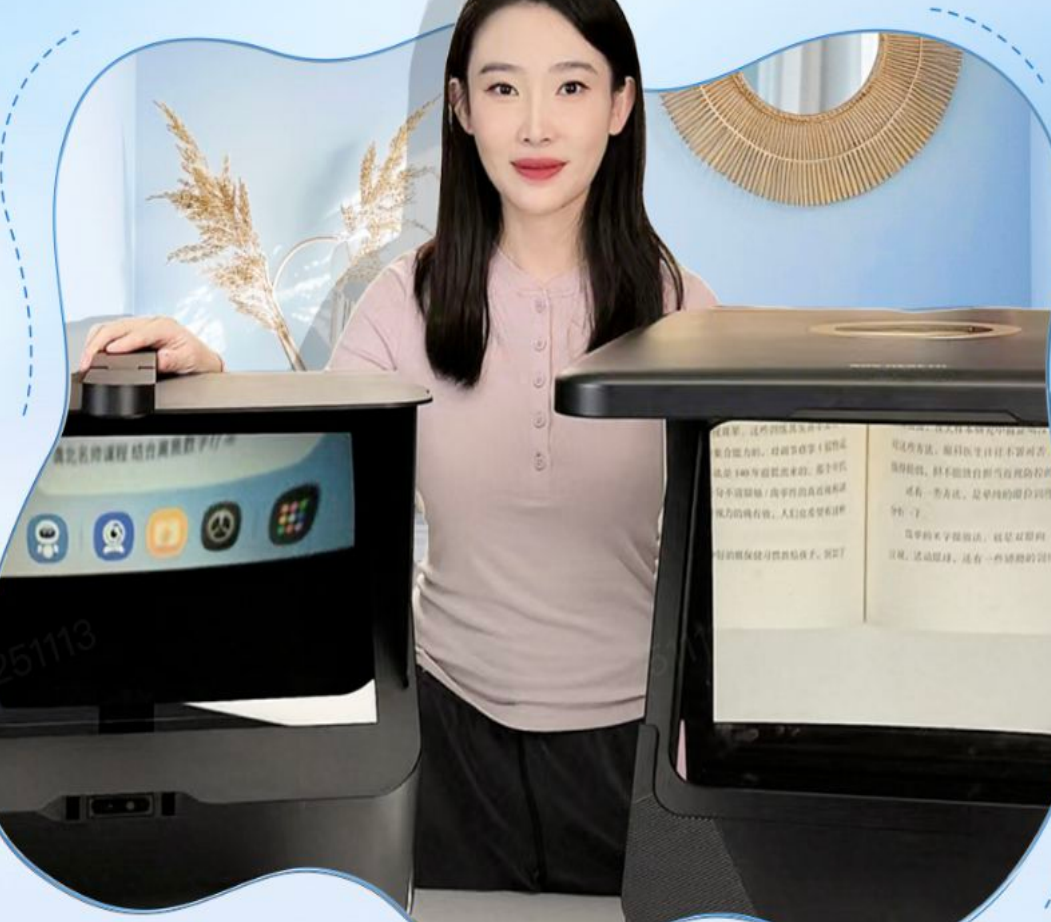
# 1000万

强势霸榜小红书教育买手榜TOP1

小红书

## 创作者说

CASE | NEWS | TRENDS



@安森妈妈 × 「1年1度」购物狂欢

case VOL.11

### 「种收人群联动+前置直播预约」

助力买手直播大场GMV突破1000万

此处下滑 解锁更多精彩内容

小红书



DATE(10.21)

## 飞猪旅行

### 亲子酒旅套餐首播

亲子买手  
@Yuri就是点点妈

单场直播成交金额

# 1000万+

直播预约人数

# 1.2万+

人均客单价

# 5000+

小红书市集 1年1度购物狂欢

## 千万的故事\*

10MILLION CLUB



@Young妈  
小红书直播

VOL.83

“给姐妹们包办‘省心’的教育好物”

小红书 1年1度购物狂欢

豆神教育 DouShen

10月23日 尚方舟®英语分级共读会  
小红书首发专场

七月小羊 [10.25豆神教育首发专场]

GMV 666万+

热卖单品 豆神全新玉著系列《小王子-2024升级直播版》

总销售额

# 638W

小红书直播战报

小红书 Q.香蕉妈妈

628W+

麦麦妈 X 全知识

### 天梯返场战报

高光数据

单日GMV

# 360W+

古希腊掌管课程的神

「热销课程」

Oxford Discover 科学探索 GMV 400W+

读书种子 & 麦麦妈 小红书首发

### 直播战报

2024年10月30日

读书种子 & 麦麦妈 单场销售额

# 300W+

小红书 Young妈年度好书场

@Young妈

GMV 570万+

TOP3 热卖品牌

340W+ 105W+ 61W+

小红书 Q. Young妈

小红书 1年1度购物狂欢

少年《少年新知》

2024年10月

GMV 500万+

小红书 Q. 麦麦妈

# 战报

500W+

超级爆品

品牌合作方共同助力

618 图书专场直播战报

单场累计销售额突破

# 450W

# 如何和小红书买手合作

买手为什么  
不理我？

PPT根本没打开

调性不符

太Low

不喜欢

信息太多  
看不过来

佣金  
问题

站内搜不到

太大众

客单太低

别人带过了

## 虚拟产品行业 大场次GMV公式

$$\text{信息专场GMV} = \text{客单价} * \text{直播预约人数} * 10\% \times 2$$

关键指标：

a：预约进房率：=预约进房/预约人数,影响因素：预约内容+直播互动提醒+私域提醒

b：预约支付率：=支付/预约人数,影响因素：讲解/机制/私域运营

c：影响因素：营销动作，客单价，客服跟进/私域运营

# 小红书达播的关键动作

## 预约+封面+直播sop

# 怎么做预约笔记

教育理念x1



学习成果x1



产品测评x1



品牌访谈  
(讲品) x1



互动直播预约



点击率20%



点击率40%



点击率13%



点击率15%



点击率16%

# 千万大场达成关键SOP（直播前中后）

## 直播前

### 笔记预约

预约笔记数量：10篇  
预约人数：2000+  
封面点击率：5%  
直播计划挂商品

### 直播互动预约

前一天直播互动预约  
过品彩排  
公域答疑

### 私域预热

意向粉丝群聊  
产品体验&客服答疑

## 直播中

### 直播间封面

直播前2小时测封面点击率6%  
准备20张封面图

### 直播内容

开播时长：10小时  
形式：品牌溯源  
助播嘉宾互动  
过品节奏  
直播工具、抽奖、秒杀、领券、等  
直播间许愿  
预告返场

### 私域互动

私域唤醒预约用户  
品牌销售私域答疑  
直播间晒单

## 直播后

### 私域互动

直播结束后客服24小时内联系提醒开课  
退款用户及时挽单

### 橱窗

直播后挂橱窗  
业绩占比20%

### 直播内容

切片分发 +20%  
笔记预告返场+40%

# 头部明星大场关键指标「完整版」

| 分类     | 包含指标项                                                                                                                                                                                      |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 成交结构   | 支付金额、DGMV、CPS DGMV、开播时长 / 时、单位时间成交效率 - CPS、成交商品件数、件单价、购买 UV、客单价                                                                                                                            |
| 粉丝成交结构 | 粉丝 CPS DGMV 占比、粉丝 CPS DGMV、粉丝购买 UV、粉丝客单价                                                                                                                                                   |
| 流量效率   | 入口曝光 PV、单小时曝光 PV、入口曝光 UV、单小时曝光 UV、入口曝光点击率 - UV、入口曝光点击率 - PV、观播 PV、观播 UV、观播购买转化率 - UV、ACU（直播间平均在线）、人均观播时长、5s 观播 UV、5s 观播 UV 占比、用户关注主播 UV、粉丝观播 UV、粉丝观播购买转化率 - UV、非粉观播购买转化率 - UV、粉丝人均观播时长、GPM |
| 预约成交结构 | 预约成功用户数、预约观播 UV、预约观播率、预约购买 UV、预约观播购买转化率 - UV、预约 DGMV、预约购买用户客单价                                                                                                                             |
| 新老客成交  | 主播新客、主播老客、主播新客 DGMV、主播老客 DGMV、主播新客 DGMV 占比、主播老客 DGMV 占比                                                                                                                                    |

# 小红书经营之道

基础运营——对方法论的精细化执行

高阶运营——对情绪的感同身受

THANKS

全域增长·新解 第十届  
运营人年终聚会  
暨 2 0 2 5 运 营 操 盘 手 大 会