



国产彩妆品牌 社媒营销案例研究



目录

01

品牌社媒营销玩法洞察

02

品牌社媒账号运营特点

03

品牌社媒合作特点分析



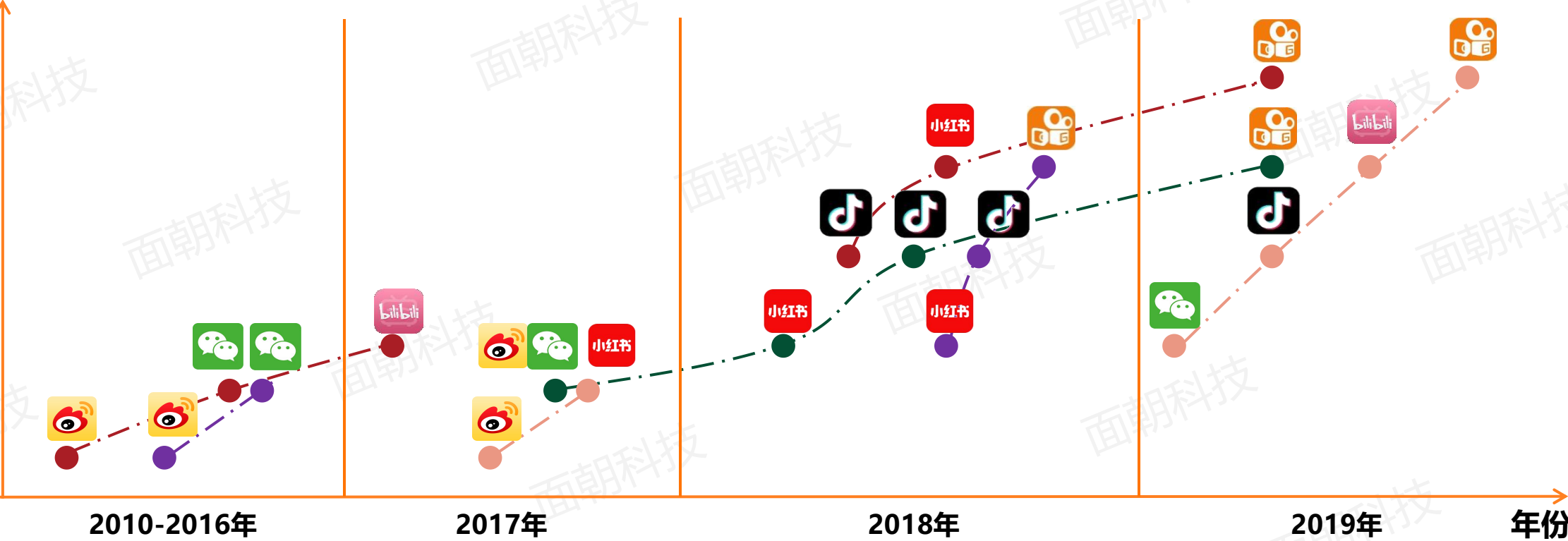
01

品牌社媒营销玩法洞察

抓取社媒流量风口，从图文到短视频，多平台布局成为常态

品牌官方账号数量

● 美康粉黛 ● ZEESEA滋色 ● 花西子 ● 橘朵



数据来源：各品牌官方渠道，仅统计微信、微博、小红书、抖音、快手、bilibili等6个平台的覆盖情况。

美康粉黛：淘品牌出身，个人IP+自制内容，加强用户互动，突破增长瓶颈

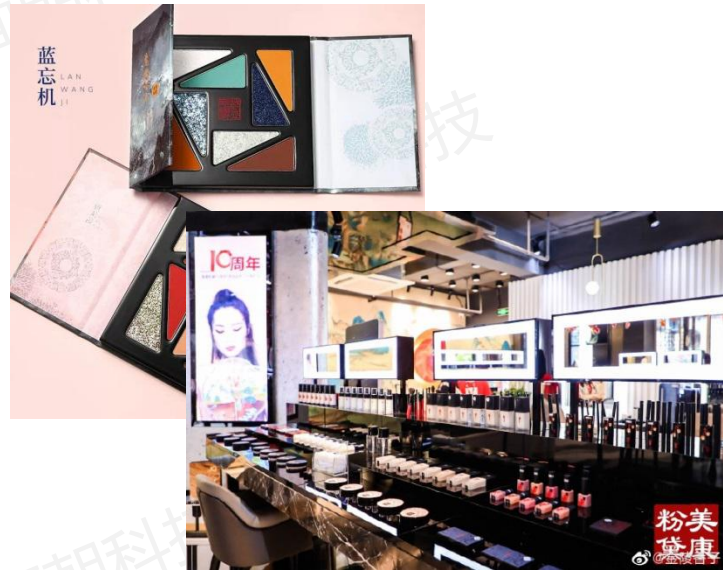
阶段一：品牌出“淘” 微博到微信，打造“美姐”IP，突破瓶颈



阶段二：品牌重塑 古装影视联名+古风仿妆，内容种草



阶段三：品牌升级 跨界联名+线下店展，引领国潮



- 微博：护肤知识+节日促销内容为主，以“美姐”口吻与粉丝进行交流；
- 微信：打造“美姐”IP，建立数百个人微信号进行粉丝运营，提升粉丝互动，突破增长瓶颈。

- 联名古装电影、电视剧推出定制彩妆，与试色达人合作，发布试色内容种草；
- 自建内容团队，在小红书、抖音等平台分发妆容教程、试色等内容，吸引用户。

- 与美妆博主、珠宝文创、园林景观、动画推出跨界联名彩妆产品；
- 南京国风体验店开业，参与豫园七夕展、巴黎展等天猫新文创线下活动，打造国潮品牌形象。

来源：品牌官方渠道，包括微信、微博、小红书、抖音、快手、bilibili等6个平台。

ZEESEA滋色：错过双微红利，抓住短视频、直播风口，提高品牌认知

阶段一：品牌试水 短视频内容互动，拉近用户距离



- 微博征集短视频产品使用内容，互动抽奖；
- 在秒拍、抖音等短视频平台试水拍摄剧情内容，并与红人广东夫妇（言真、郑建鹏）进行合作，创作优质内容发布于抖音，吸引用户关注。

阶段二：品牌发力 跨界联名+明星直播间，提高用户认知



- 联合英国国家美术馆、大英博物馆发布定制产品，提高用户认知；
- 尝试在淘宝明星直播间推荐产品，提高用户购买意愿。

阶段三：品牌塑造 明星代言+趣味贴纸，破圈吸粉



- 小鬼王琳凯成为唇妆代言人，并推出同款新品小星钻口红；
- 与手机拍照软件激萌合作趣味妆容贴纸，破圈吸粉。

来源：品牌官方渠道，包括微信、微博、小红书、抖音、快手、bilibili等6个平台。

花西子：用户共创+全渠道种草，匠心打磨产品，口碑圈粉，占领用户心智

阶段一：品牌初创 体验官招募+线下体验会，用户共创



- 微博+微信，公开招募体验官，免费试用彩妆新品并发表反馈，后续进行改进或研发；
- 杭州、上海、北京、南京等地举办线下体验会，近距离与用户互动，进行产品共创。

阶段二：品牌扩张 图文+短视频+直播，全渠道种草



- 明星+美妆大V+素人晒图推荐，在微博、小红书、抖音进行短视频、图文种草；
- 口红、眼影等新品在李佳琦淘宝直播间首发开售，快速种草。

阶段三：品牌塑造 明星推荐+跨界联名，传递东方美学

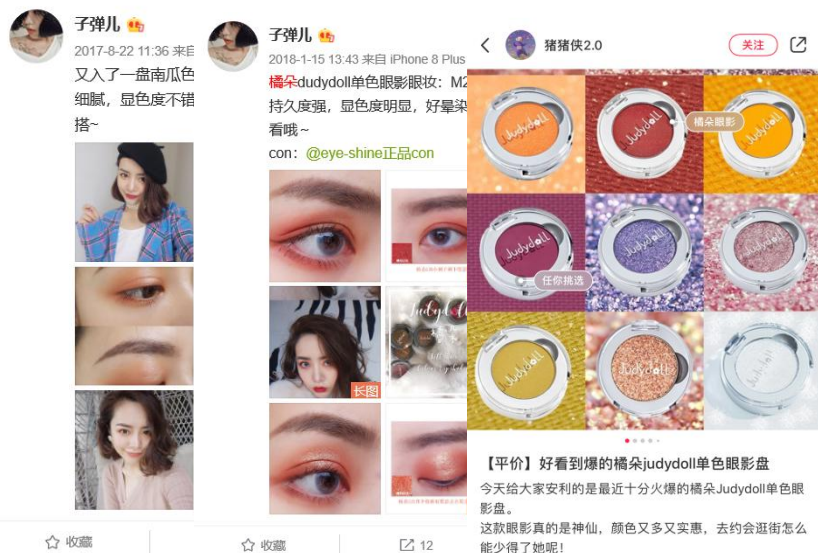


- 鞠婧祎为首位代言人，邀请演员、国际超模体验产品，传播品牌理念；
- 跨界古老名酒、原创汉服、旅游景观等推出联名彩妆，传递东方美学。

来源：品牌官方渠道，包括微信、微博、小红书、抖音、快手、bilibili等6个平台。

橘朵：微博、小红书种草+短视频分发+快闪店互动，快速圈粉，强势突围

阶段一：品牌蓄势 微博、小红书，博主图文试色种草



阶段二：品牌成长 联名+快闪店，趣味玩法吸引关注



阶段三：品牌塑造 联合创作，塑造“大胆玩色”形象



- 批量合作中小KOL、KOC，在微博、小红书大量生产分发内容，吸引用户
- 上新预告，产品以单色、四色眼影为主，低单价俘获化妆小白、学生党等群体；
- 产品上新率高，上新周期一版是5-10天。

- 跨界博主、动画、电影、服饰、手机推出限定联名款，提高关注
- 上海、杭州、长沙、武汉等地打造主题快闪店，邀请博主打卡造势，增加热度；
- 在抖音、B站等平台分发妆容教程、产品试色等内容，吸引用户。

- 联合艺术家、花店、甜品店、美术馆等品牌进行色彩创作，推出限定合作款；
- 通过联合创作，塑造橘朵对色彩的极致追求与探索的品牌形象。

来源：品牌官方渠道，包括微信、微博、小红书、抖音、快手、bilibili等6个平台。

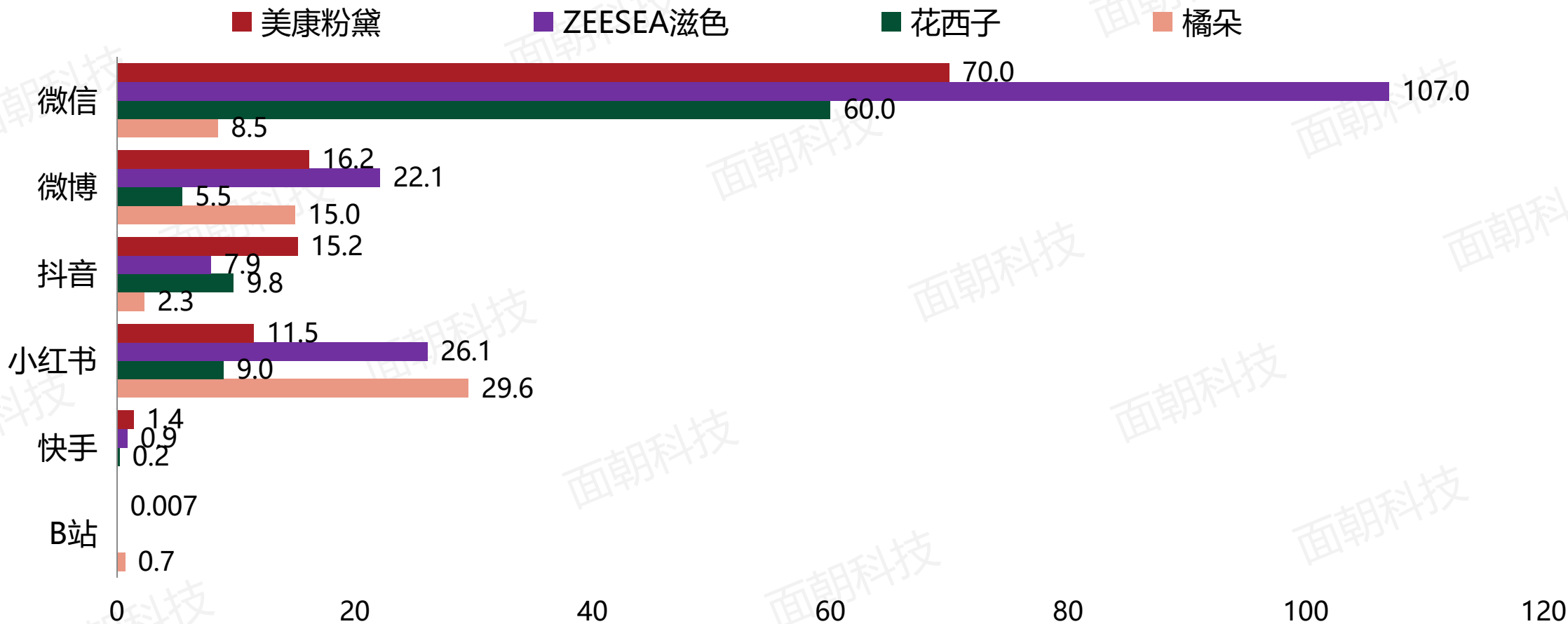


02

品牌社媒账号运营特点

美康粉黛、滋色、花西子 在微信端沉淀粉丝，橘朵在小红书上圈粉力突出

品牌官方账号粉丝数量分布（单位：万）



来源：品牌官方渠道，包括微信、微博、小红书、抖音、快手、bilibili等6个平台，统计时间：2019年12月26日，其中微信官方账号粉丝数为西瓜数据预估活跃粉丝数。

内容运营：促销+抽奖+试色/测评+教程为标配，个性化特色内容吸引用户

品牌	美康粉黛	ZEESEA滋色	花西子	橘朵
生产 分发	团队自制+达人合作， 美妆达人 为主	团队自制+达人合作，合作 美妆/抖音达人、直播播主	团队自制+达人合作，合作 明星、达人、直播播主	团队自制+达人合作， 美妆达人 为主
微博	品宣渠道，内容全覆盖			
微信	互动抽奖			
	促销优惠、美妆知识、新品推荐	促销优惠	体验官招募、东方古代故事、新品推荐、妆容教程	妆容教程、新品推荐、 线下快闪预告
抖音	产品试色、妆容教程			
	搞笑短片、剧情故事	搞笑短片、剧情故事	知音故事、新品宣传片、剧情故事、明星推荐	新品宣传片
快手	产品试色、妆容教程、搞笑短片、剧情故事	产品测评	知音故事、新品宣传片、剧情故事、明星推荐	妆容教程、新品宣传片
小红书	产品试色、妆容教程			
	古风美人仿妆、美妆知识	促销优惠、互动抽奖	知音故事、互动抽奖、新品短片、剧情故事、明星推荐	探店打卡、晒单抽奖、促销优惠、新品宣传片
B站	基本无运营	无	无	妆容教程、新品短片

来源：品牌官方渠道，包括微信、微博、小红书、抖音、快手、bilibili等6个平台。

用户运营：体验测评、晒单抽奖、趣味互动等，助力品牌拉近与用户距离

品牌	美康粉黛	ZEESEA滋色	花西子	橘朵
用户连接	通过微博、微信等渠道，选择 互动活跃的种子用户 ，围绕 用户需求 进行产品研发	通过微博、小红书等平台，发起 用户晒单等抽奖活动 ， 实力宠粉	微信小程序“花西子体验官”，邀请 已购产品用户参与产品体验	通过微博、小红书等渠道宣传，线下新品发布会、快闪店等 吸引用户打卡
用户共创	微信、微博、淘宝等渠道筛选 忠诚度高的用户 → 用户测评 → 收集用户反馈 → 产品生产、上架	无	小程序筛选 → 免费寄送样品 → 跟进使用反馈 → 完成新品开发/产品迭代	无
产品上新	产品上新需要 15天左右 ，共有9大系列，105款产品	产品上新速度 较慢 ，共有8个系列，71款产品	产品上新速度 较慢 ，共有7大系列，45款产品	产品上新 速度快 ，共有8大系列，97款产品

来源：产品数量以品牌天猫旗舰店为统计依据，截止时间：2020年1月7日。其中，美康粉黛除彩妆外，还包括护理系列产品。

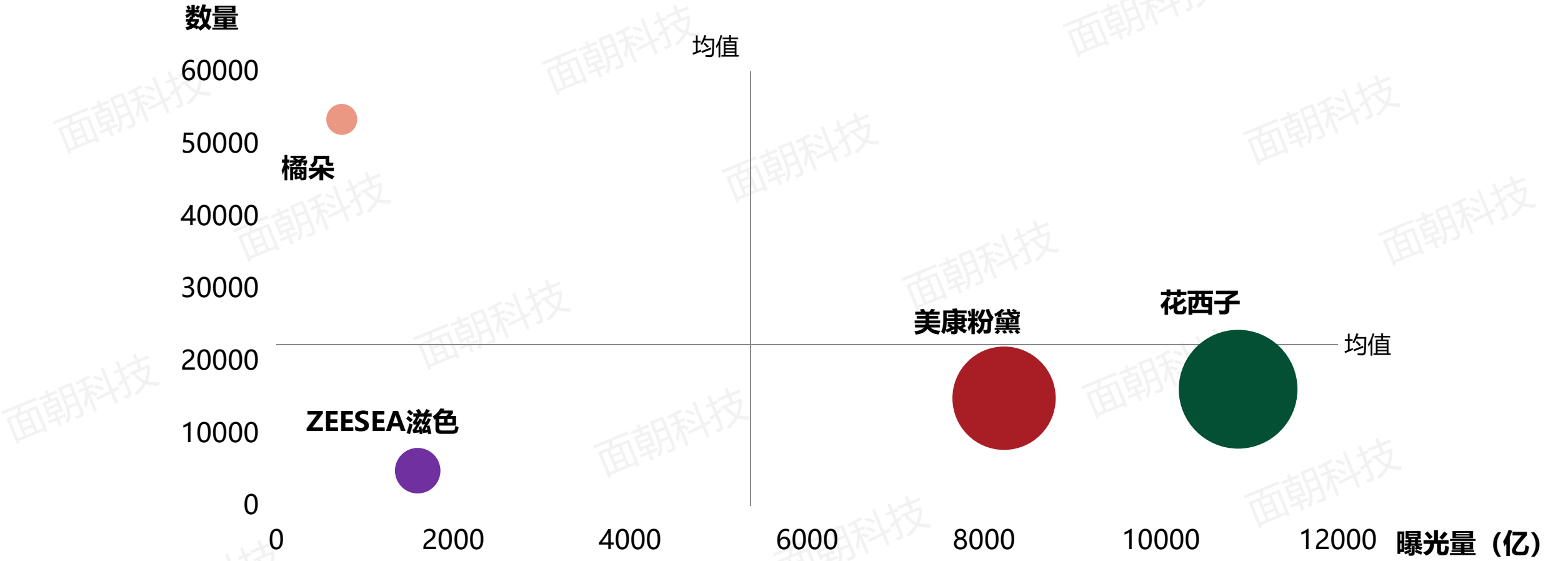


03

品牌社媒合作特点

社媒声量：橘朵社媒提及数量最多，花西子、美康粉黛社媒曝光量较大

品牌社媒平台声量分布



数据来源：西瓜数据、飞瓜数据、千瓜数据，统计2019年1月1日-12月31日，彩妆品牌在微信、微博、抖音、快手、小红书5个平台被提及的内容数量及曝光量。

社媒合作：明星代言+KOL合作成常规玩法，销售渠道布局差异化显著

品牌	美康粉黛	ZEESEA滋色	花西子	橘朵
明星代言	张新成	小鬼王琳凯	鞠婧祎	无
KOL合作	头部KOL跨界联名，大量中腰部KOL试色、测评、种草，较早尝试淘宝直播推广 合作KOL/明星： 认真少女颜九 李佳琦	与短视频红人合作创意内容，淘宝头部播主+批量底部播主合作常规化 合作KOL/明星： 广东夫妇（言真&郑建鹏）、李佳琦、峥正大王、饭小慢、Big鳗鳗、马锐	明星推荐、头部KOL测评推荐，深度绑定淘宝头部直播主播 合作KOL/明星： 李佳琦、骆王宇、吉克隽逸、大脸妹张张、林允、张嘉倪、郑合惠子	与美妆达人合作拍摄品牌大片，推出联名款，大量合作腰尾部KOL合作 合作KOL： 球球你了-、Eevan、刘人语
电商渠道	深度绑定天猫平台，多次参与平台策划的线下活动，新品以天猫首发为主	多平台入驻，参与京东、天猫、唯品会等平台节日促销活动，淘宝直播合作常规化	天猫淘宝、小红书渠道为主，深度绑定李佳琦淘宝直播间	以小红书渠道为主，新品发售、节日促销活动多
线下渠道	南京体验门店	入驻美妆集合店： THE COLORIST调色师	无门店	杭州、武汉线下限时快闪店，入驻全国19个城市商场屈臣氏门店

来源：品牌官方渠道收集整理。

跨界合作：联名定制，借力古风影视漫，美康粉黛打造东方快时尚彩妆形象

美康粉黛X电影《三生》
联名定制礼盒



美康粉黛X电视剧《知否》
联合定制眼影盘



美康粉黛X颜九
联名定制胶囊口红



美康粉黛X颐和仙境
晶玺口红



美康粉黛X《魔道祖师》动画
系列彩妆



来源：品牌官方微博。电影《三生三世十里桃花》简称为电影《三生》，电视剧《知否知否应是绿肥红瘦》简称为电视剧《知否》。

跨界合作：“艺术”联名，高颜值吸睛，强化ZEESEA原创艺术彩妆形象

滋色 X 英国国家美术馆
梵高限量版彩妆



滋色 X 大英博物馆
神秘埃及系列



滋色 X 大英博物馆
爱神丘比特系列



滋色 X 毕加索
限定联名礼盒



跨界合作：花西子采用汉服、西湖、京剧等元素，塑造国风彩妆品牌形象

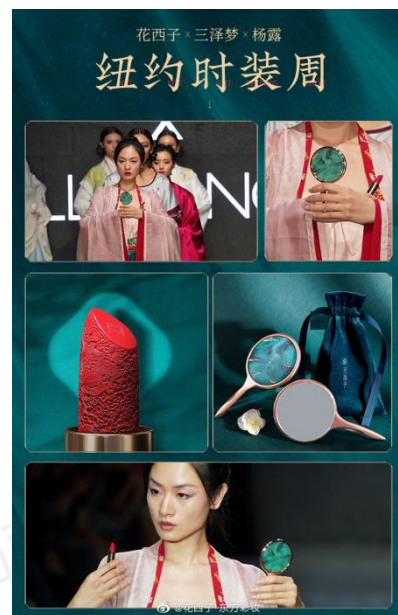
花西子X泸州老窖
联名定制礼盒



花西子X《新生日记》
彩妆指定产品



花西子X三泽梦X杨露
联名汉服亮相时装周



花西子X西湖印记
定制礼盒



花西子X天猫
鼠年定制知音礼盒



跨界合作：玩转色彩，突破边界，橘朵打造活力四射、创意十足的彩妆形象

橘朵 X 博主eevan
联名款眼影《饭盘》



橘朵 X 美少女战士
限定礼盒



橘朵 X 乐町
跨界联名礼盒



橘朵 X OPPO Reno
“橙人之美” 限定彩妆礼盒



橘朵 X 愤怒的小鸟
限定礼盒

