

优质商家 爆款笔记拆解

讲师：大晴



小红书热门类目

美妆护肤



热门品类

护肤：面膜、精华、面霜、防晒
彩妆：口红、牌

时尚穿搭



热门品类

女装：连衣裙、牛仔裤、外套
鞋包：运动鞋、高跟鞋、包
配饰：项链、耳环、帽子、腰带

母婴用品



热门品类

婴儿护理：纸尿裤、湿巾、洗护母
婴服饰：婴儿连体衣、孕妇装
玩具：益智玩具、早教

健康与健身



热门品类

保健：维生素、胶原蛋白、益生菌
健身：瑜伽垫、运动服、器材
零食：低卡零食、蛋白棒、坚果

家居与生活用品



热门品类

家居装饰：香薰、摆件、灯具
厨房用品：高颜值餐具、小家电收
纳工具：收纳盒、衣柜分隔件

食品与饮品



热门品类

进口零食：巧克力、饼干、糖果
健康食品：有机食品、低糖饮料
网红食品：地方特色小吃、网红餐
厅同款

旅行与户外



热门品类

旅行用品：行李箱、收纳袋、旅行枕
户外装备：帐篷、登山包、防晒衣
旅行体验：酒店、民宿、景点门票

数码与科技



热门品类

智能家居：扫地机器人、智能音箱
数码配件：手机壳、耳机、充电宝
摄影设备：相机、镜头、拍摄配件

宠物用品



热门品类

宠物食品：猫粮、狗粮、零食
宠物护理：洗护用品、驱虫药
宠物玩具：猫抓板、狗咬胶

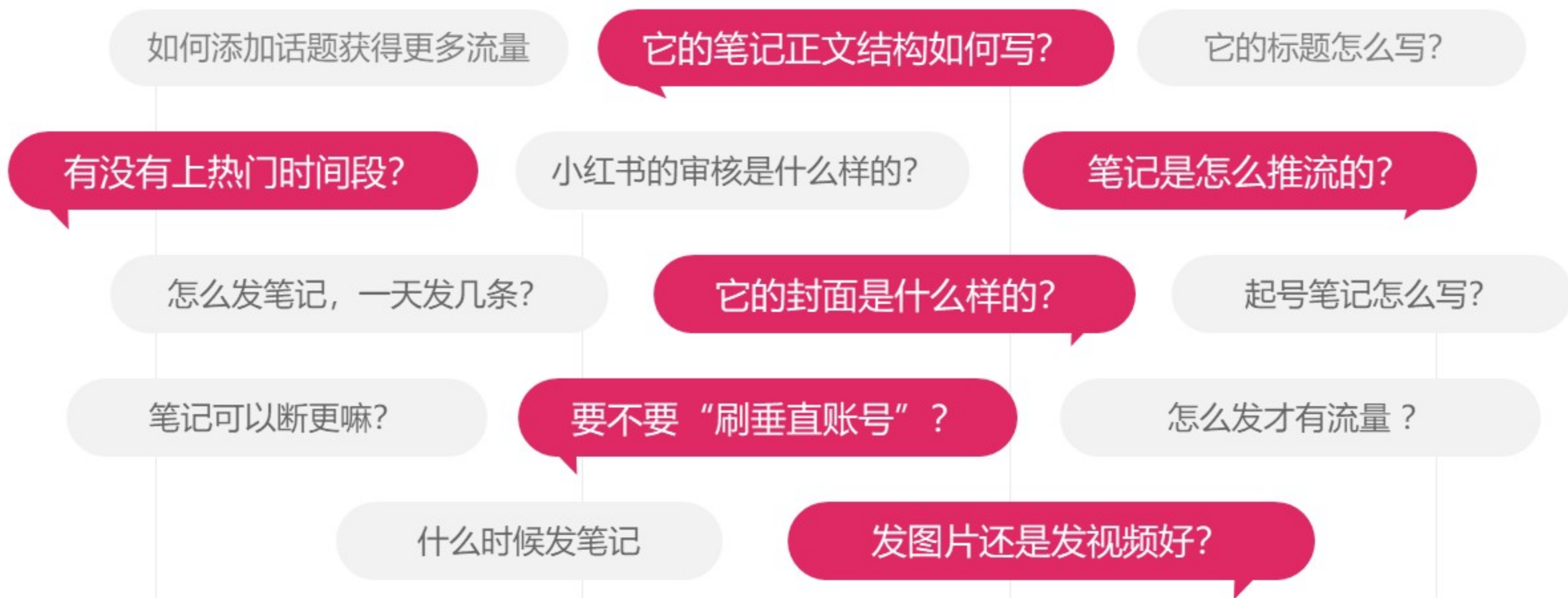
小众与手工产 品



热门品类

手工饰品：手工项链、耳环。
定制产品：定制手机壳、定制画作
文创产品：手账本、贴纸、文具

➤ 新手做账号的问题





三步解锁小红书生意密码

账号定位

重「货感」
高质好价 | 时髦好价

重「人感」
主理人

选好产品

细分人群需求洞察

质价比商品

精品高货

内容搭建

真实利他
是唯一定律

去掉刻板
回归生活

高价值的用户关系沉淀

目录

PART 01 小红书内容运营

PART 02 小红书笔记运营

PART 03 常见违规答疑

小红书主要流量来源



视频笔记



图文笔记

流量入口

1. 发现页
2. 关注页
3. 个人主页
4. 搜索页
5. 其他来源

影响因素

1. 被平台推荐到首页发现页
2. 粉丝量与粘性
3. 爆款笔记进主页-观看其他笔记
4. 关键词布局
5. 转发、流量加热

爆款笔记的核心指标



笔记的流量分发逻辑



普通笔记

商品笔记

泛流量

流量

精准流量

互动数据

考核指标

互动数据及交易数据

笔记生态审核

笔记审核

笔记生态审核及交易规则审核

商品笔记的流量分发逻辑有两方面

互动价值和交易价值

◎ 互动价值

笔记的点击率、点赞、收藏、分享、评论、转粉等，视频笔记还考核视频的播放时长，互动价值与自然笔记的逻辑一致，互动价值越高，笔记的流量权重越高

◎ 交易价值

商品点击率、加购、购买；

低客单价、消耗品

更适合挂商品笔记
提升转化

高客单价、成交周期长

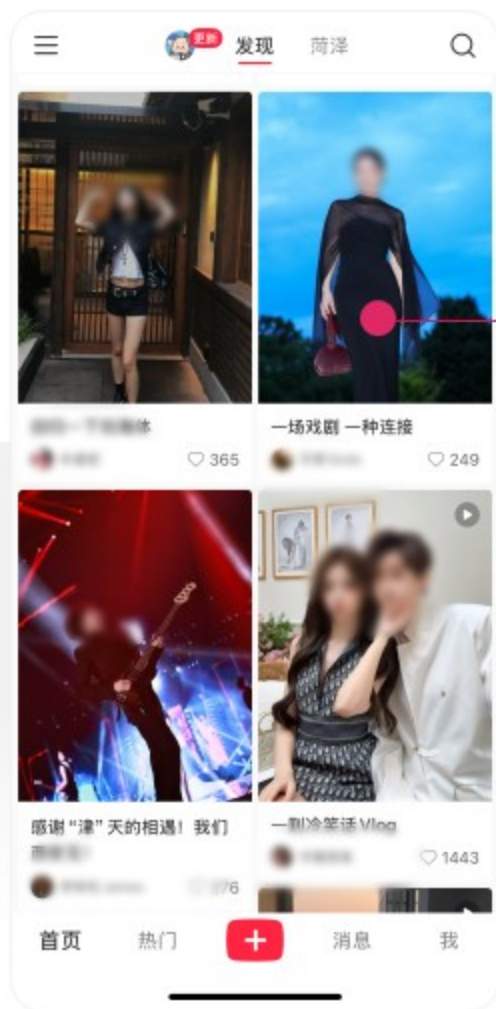
适合笔记与直播搭配
笔记种草，直播间转化

如何提升用户点击率

爆款封面和标题



小红书平台流量与其他平台区别



小红书

- 首页推荐
- 双列瀑布流
- 封面、标题点赞、账号
- 第一眼决定是否点击



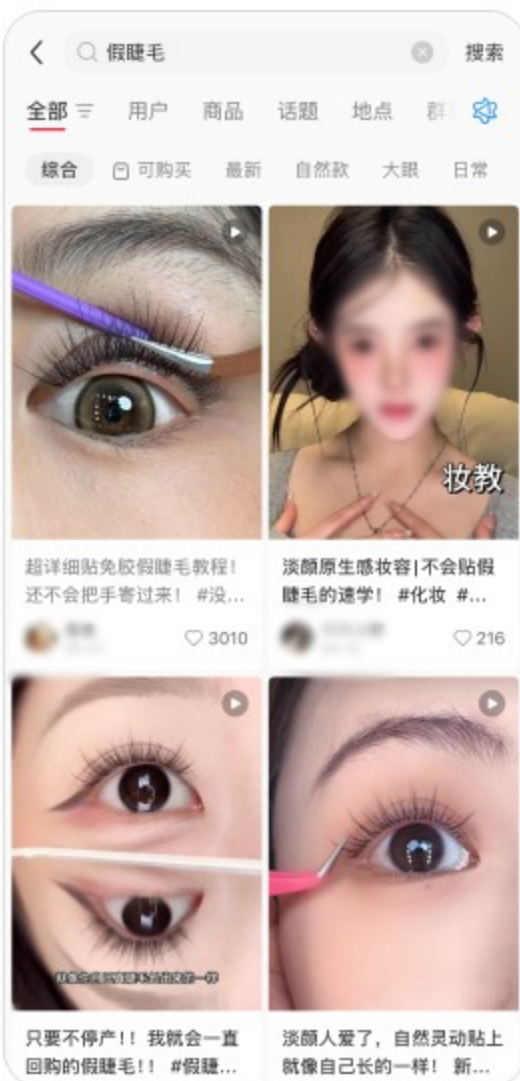
其他平台

- 首页推荐:
- 单列信息流
- 标题、开头
- 前三秒决定是否观看下去

小红书常见爆款笔记封面类型



对比图



局部/颜值放大



新奇特封面

小红书常见爆款笔记封面类型



合集拼图型



人物+标题型



科普文字型

🔍 小红书爆款封面类型 | 高颜值



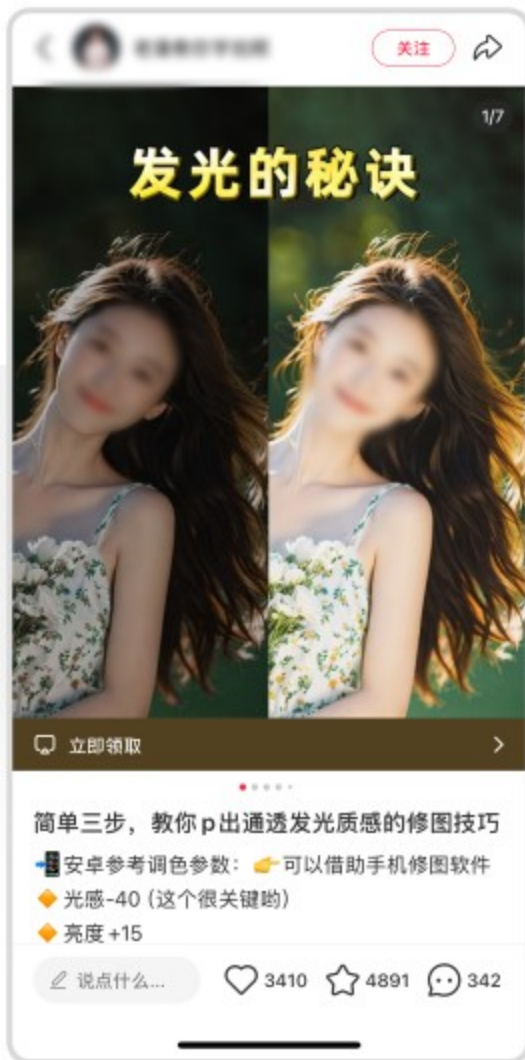
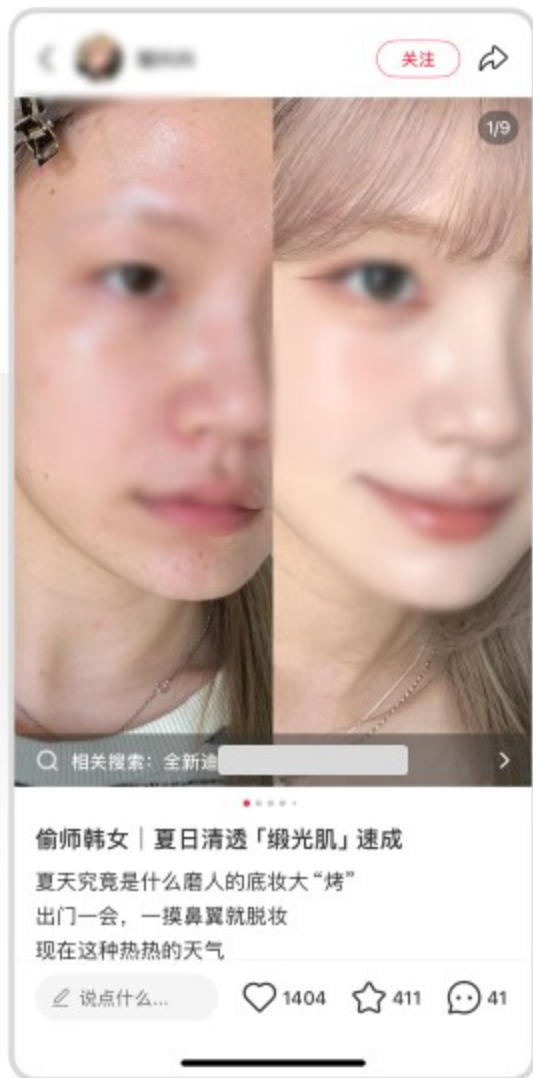
突出商品主题

精选高质量、极具美感的图片

要求有视觉冲突力，展示商品细节，放大局部吸引用户点击

一般行业均适合，例美妆工具、美食、穿搭等

🔍 小红书爆款封面类型 | 对比图



两张图展示对比效果，营造前后对比，**注意这个差异化一定要明显**
 适合效果类产品，可视化产品，做对比笔记
 比如美妆/内衣/功能性产品等
 吸引用户点击了解该笔记背后故事和产品细节，为什么会有这种明显的变化

🔗 小红书爆款封面类型 | 拼接图



通过图片拼接，可做产品的横向对比
适合种草 测评合集笔记
展示不同的场景、产品的特色，可让整个封面信息更全面多元化

优化双标题

封面标题与正文标题





强吸睛封面标题怎么写



吸引用户点击
调动情绪
激发用户点击欲望
人群+痛点
人群+场景+爽点



系统识别
系统推荐
卡关键词, 语句通顺
三要素: 数字、表情、
情绪词

爆款笔记要素- 吸睛标题模板

	操作要点	案例参考
数字法则 (反直觉)	标题里加数字，一般用在金钱、数量、时间上面，这个数字最好是意料之外的数额。	- 穿9.9块的鞋VS穿3000块的鞋 18.6R五颗！凤梨控狂喜！ - 一秒教你如何分辨菠萝与凤梨！
反常识 (矛盾)	标题中事件反常识，出乎意料，突破认知、引发好奇心吸引点击	- 吃水果减肥，当心越吃越胖！ - 住手！！！别给你的水晶乱消磁了！ - 为啥会化了妆反而没有素颜好看？
情绪化 (共鸣)	引起用户情感共鸣，语气词+疑问+善用情绪符号等	- 这玩意谁发明的啊....真的巨好吃！ - 这几杯真的没对手啊....巨好喝！ - 我不允许谁还没有吃到过9.9R的XX

爆款笔记要素 | 提高笔记CTR



1.选品：姑娘果地域差异性强，很多南方人没吃过，激发了用户的好奇心与尝鲜欲；结合时令，正好当季大量上市，具备天然的热度。

2.封面：大量堆叠的水果视觉冲击强烈，量大即显得新鲜、便宜；画面很“接地气”，像是水果市场，增强真实感；近景拍摄手在挑选果子和称重场景，暗示真实购买+热卖氛围。

3.标题：情绪词+价格

如何提升用户互动率

点赞、收藏、评论、转化



好内容：真实利他是唯一定律



有获得感
有用，干货满满
收藏欲强



精致好看
场景感、氛围感
提供情绪价值



真诚分享
去营销感、真诚听
劝求建议

爆款笔记要素- 巧做选题

1、选题决定流量

- 好的选题大大提升爆款笔记的概率
- 选题决定人群的多少和用户感兴趣的程度
- 流量是由选题和内容标签决定的

商家思维

产品卖点
自我为中心

VS

用户思维

平台特征
用户思维



🔍 爆款笔记要素- 如何查找高流量的爆款选题

🔍 社区热搜词

小红书干帆-
社区热搜-
热搜词

🔍 首页关联词

首页搜索栏-
输类目|产品词-
关联词

🔍 行业热词

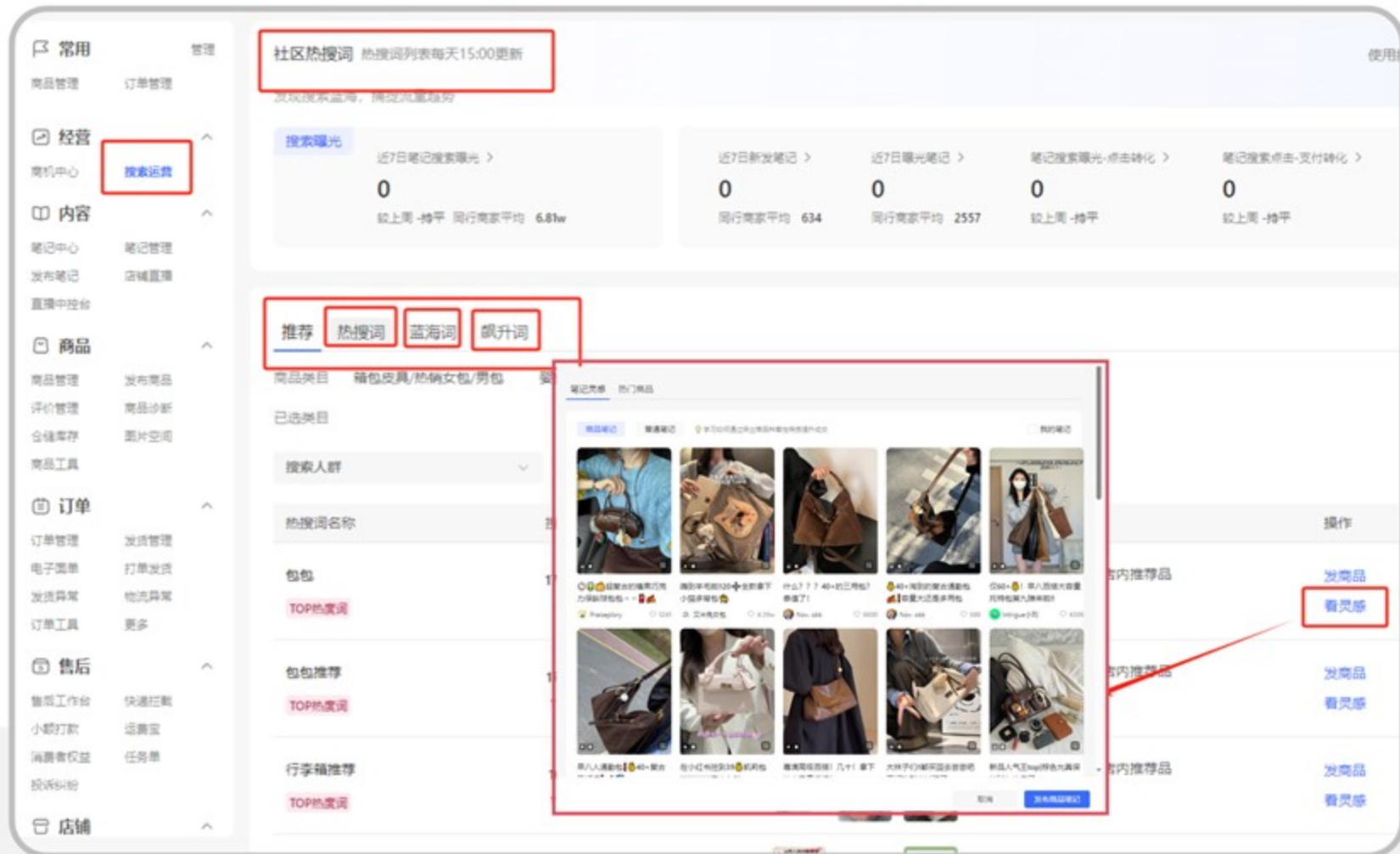
行业官方薯-
热门榜单|
笔记榜单

爆款笔记要素- 如何查找高流量的爆款选题

千帆-社区热搜词



千帆-社区热搜词PC端



爆款笔记要素- 如何查找高流量的爆款选题

Q 拆解对标账号

低粉高销量|3-5
个对标|拆片

Q 热点选题法

热门问题|营销日
历|常规热点|突发
热点

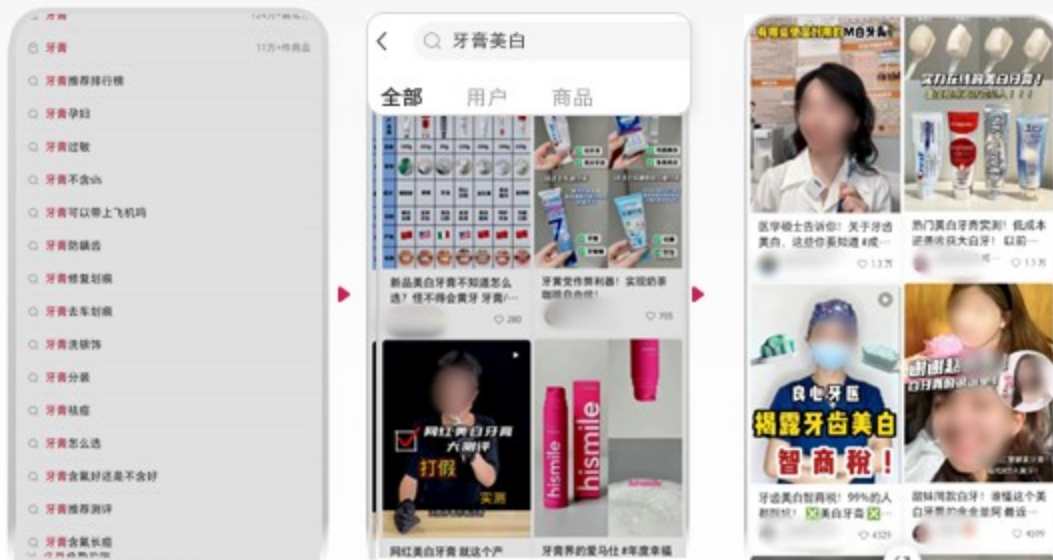
Q 跨平台参考

行业公众号|
抖音|微博-
热门榜单|知乎

如何查找高流量的爆款选题 | 找对标账号

搜索查找法

在首页搜索框输入品类关键词，点击下滑关键词，查看数据最好、和自己的货品最贴切的账号直接学习



首页搜索款
输入「牙膏」

选取方向
「美白牙膏」

结合自己货品
选择高赞笔记学习

首页养成法

在首页刷到可对标学习的优质内容后进行互动（点赞、收藏等），持续“养成”首页内容，让算法为你推荐源源不断更多同类的优质笔记，从而帮助我们找到更多优秀的小红书账号



通过首页找到至少5篇
目标内容，点赞、收藏

刷新首页，看第一屏的4篇内容
新出现的优质内容

爆款笔记要素 | 拆解爆款脚本



1.选题：会理软籽石榴这个品类本身自带认知度，具有“知名产区+稀缺性”两大特点，能激发用户兴趣；同时强调“一年就这短短一个月”的果季，增强稀缺性和紧迫感，自然催单。

2.封面：主理人出镜 朴实的形象 在果园里面展示果子更有真实场景，提高信任度
实拍果肉剥开画面，红润饱满的籽粒，一只手抓不下视觉冲击力强。

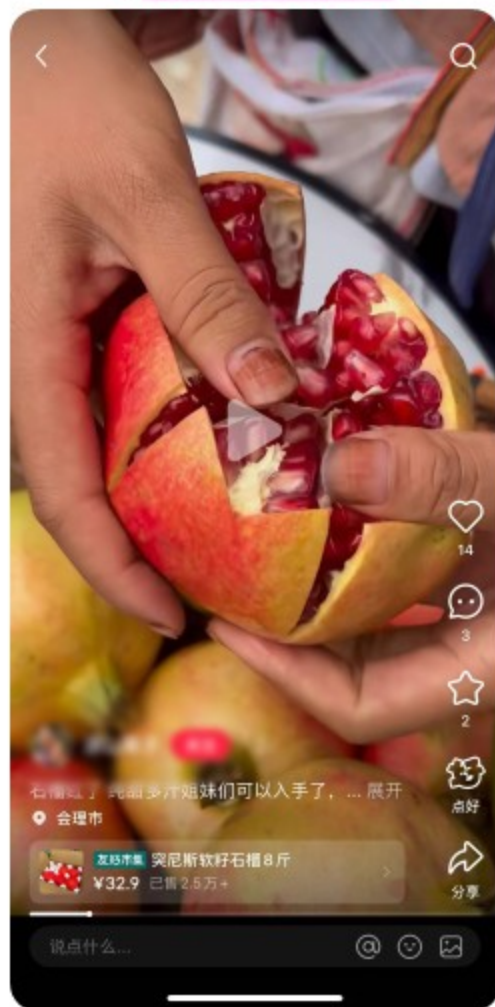
3.内容：前半段介绍“石榴=水果界雅诗兰黛”，给产品赋予高级感，同时跨界联想更具有传播记忆点；
中间点出“一年就一个月”，营造时间短；
结尾追加“喜欢的赶紧下单，快来尝鲜吧”，自然吸引购买。

小红书爆款笔记类型

图片+文字



视频+配音



口播



VLOG/PLOG





小红书热门笔记形式

基础版

把**货**拍好看就可吸引人

进阶版

代入穿搭场景、**用户**痛点、
互动解答信息全

高阶版

打造**个人IP**、建立情感连接

货品对拍型

内容
特征

货为主、看款式看材质细节

创作
目的

快速清晰展示、直观明了

选题
方向

单件多角度展示、同类对比



货品挂拍型

货为主，挂拍展示

快速展示多件产品细节

多件单品展示、同类对比



上身展示型

货为主，模特上身、代入场景

通过不同场景展示穿搭效果

上身对拍，多角度展示随拍



对镜拍摄型

货上身对镜拍摄展示穿搭效果

同一场景展示不同穿搭效果

搭配分享、穿搭灵感、对镜随拍



切片型

直播片段二次创作

快速创更多爆款笔记

爆款的直播高光切片



人设型

人出境、走心分享、够亲切

塑造有品味、懂货品、爱分享的主理人人设，收获粉丝、增加粘性，让粉丝跟着买



笔记发布运营 技巧

重视笔记的搜索流量

什么是搜索流量？

用户从小红书app主页搜索入口进入，
通过搜索xx（类目）关键词，
展示出来的综合搜索结果，
结合热度排序出的各类型笔记曝光，就是搜索流量。

搜索流量对店铺经营有什么用？

当用户搜索交易相关的关键词，
平台会针对性在搜索结果中适当展示商品笔记，
商家可围绕热搜关键词展开内容创作，
增加曝光及转化渠道。





如何查找小红书关键词

< 防晒霜 搜索

Q 防晒霜推荐

Q 防晒霜推荐男

Q 防晒霜怎么涂最正确步骤

防晒霜 5万+件商品

Q 防晒霜推荐女生

Q 防晒霜能带上飞机

Q 防晒霜怎么洗干净

Q 防晒霜要卸妆吗

Q 防晒霜弄到衣服上怎么洗

Q 防晒霜过期了还能用吗

Q 防晒霜日本

Q 防晒霜多久补一次

Q 防晒霜排名

Q 防晒霜排行榜第一名

Q 防晒霜开封多久不能用

Q 防晒霜排名前十

品牌、类目、产品词

< 防晒霜儿童 搜索

Q 防晒霜儿童推荐6-12岁

Q 防晒霜儿童推荐

Q 防晒霜儿童1-3

防晒霜儿童 1万+件商品

Q 防晒霜儿童大人推荐

Q 防晒霜儿童推荐6-12岁老爸测评

Q 防晒霜儿童日本

Q 防晒霜日本

Q 防晒霜儿童可用

Q 防晒霜贝德美

Q 防晒霜儿童军训

Q 防晒霜儿童海边

Q 防晒霜儿童防水

Q 防晒霜喷雾

Q 防晒霜儿童测评

Q 防晒霜推荐

产品+人群

< 防晒霜防晒 搜索

Q 防晒霜防晒方法

Q 防晒霜防晒衣服

Q 防晒霜防晒座椅方法

Q 防晒霜防晒到汽车

Q 防晒霜防晒衣领

Q 防晒霜防晒到衣领上吗

Q 防晒霜怎么防晒

Q 防汗防晒防晒霜

Q 物理防晒霜怎么防晒

Q 碧柔防晒霜防晒

Q 防晒霜怎么防晒掉色

Q 理肤天使防晒霜防晒吗

Q 物理防晒霜不防晒怎么办

Q 防水防汗防晒防晒霜

Q 平价防晒身体防晒霜

产品+痛点需求

< 防晒霜海边 搜索

Q 防晒霜海边必备推荐

Q 防晒霜海边用哪个

Q 防晒霜海边推荐

Q 防晒霜海边油皮

Q 防晒霜海边儿童

Q 防晒霜海边全身照

Q 防晒霜海边暴晒必备

Q 防晒霜海边身体防晒

Q 防晒霜海边对比图

Q 防晒霜海边潜水

Q 防晒霜海边新碧

Q 防晒霜海边日韩

Q 防晒霜海边碧柔

Q 防晒霜海边怡思丁

Q 防晒霜海边排版

产品+场景

笔记发布三要素

1. 文案不能有营销词汇
2. 加行业相关热词、关键词，分段结构
3. 排版清晰，结构式排版
4. #话题：行业、产品、官方流量扶持话题
品牌词，流量大，相关性高

创作中心--笔记灵感
首页行业搜索词-联想词
同行文案分析



爆款笔记运营要点

笔记内容

用户角度出发 | 真诚分享

「你有，而别人没有的」、「你知道，而别人不知道的」、「你想到，而别人没想到的」

总结提炼成一条主线，这就是账号的“骨骼”，起到统领和支撑笔记内容的作用。

话题标签

算法推荐 | 定位人群

在笔记中添加合适的话题标签，不仅可以提升笔记内容的结构感，还可以增加被检索的概率

例如：#羊绒大衣、#大衣怎么穿搭、#怎么清洗羊绒大衣、#双十二

发布时间

找准定位 | 风格统一 | 特色鲜明

要了解账号的粉丝画像，从而推断出他们日常的作息時間，这样可以更好的选择发布时间

宝妈们更喜欢工作日刷手机，周末为低谷期；年轻人喜欢通勤和回家以后刷手机....

评论运营

见好就赞 | 反复提问 | 热点追踪

重视评论区互动，做好数据

小红书的评论氛围向来不错，不少用户都有刷评论的习惯，利用这一优势，在笔记评论区和观众互动，可大幅增加粉丝的好感度。

笔记成交的6种方式

● 普通笔记转商笔成交

用笔记的形式分享自己的生活观念、生活方式，吸引用户，或者给大家种草心水的好物，不刻意让大家下单，但笔记挂了产品



● 笔记转群聊成交

群聊是商家维系核心用户关系的私域流量的重要手段，可以在笔记下面展示群聊入口，再在群里发送优惠券或者添加商品链接。

路径：群聊-添加商品-店内商品/合作商品

脆柿子现在千万不要买！脆柿子今年还没熟！
还有一个半月脆柿子就要熟了，但是现在才九月份，所以脆柿子我们陕西的还没有熟！
很多去年买过咱家脆柿子的朋友这两天都来问脆柿子，说其他人都开始卖了！所以说大家千万别着急，现在买脆柿子都是白扔钱！
咱们今年脆柿子肯定是要等到把园子果子养好，让成熟度够了再开始卖，都会比市面上推迟一个多星期，只有自然熟的果子才算是好吃！
所以脆柿子控的宝子先进群！！ #脆柿子 #阳丰脆柿

水果美食 2 群 20人在聊 >

5天前 陕西

共 21 条评论 >

● 子母账号，通过子账号直接卖货

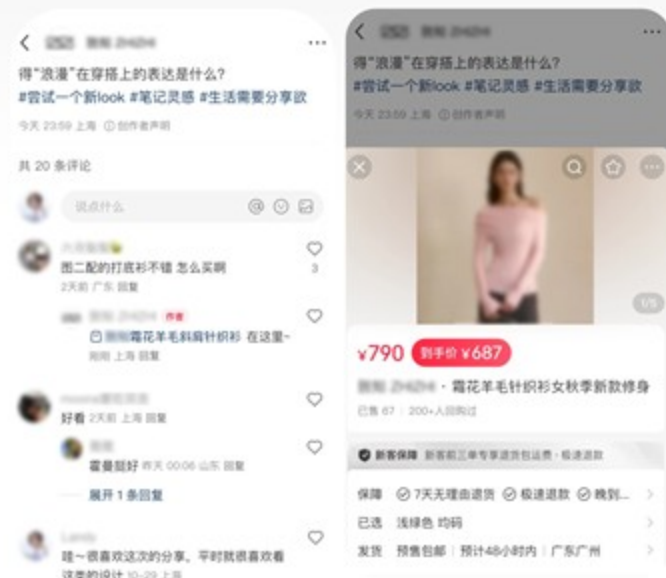
主账号以营销转化为主，场景化展示产品，通过福利活动吸引用户，引导用户进入直播间进行交易转化；子账号以品牌形象打造为主，围绕产品进行养生食谱分享，传递专注女性食补的品牌差异化定位



笔记成交的6种方式

● 评论区挂链

用户进行互动求链接，商家可直接添加店内商品，并且可以置顶链接，商品可直接转化。



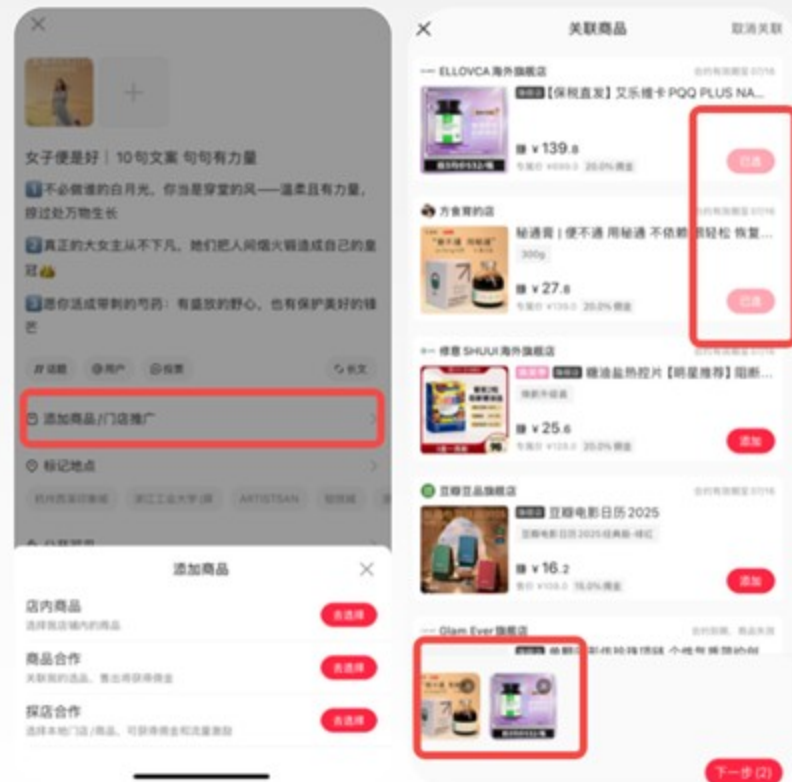
*评论区新增可以挂买过的商品链接功能，鼓励红薯们把自用过的觉得好的商品分享。

● 从笔记吸引到店铺成交

还没开店铺的账号笔记爆了，可以@主账号，吸引红薯们去主账号的店铺购买

● 商笔直接成交，可挂多个链接

笔记下面可以直接挂一个或多个商品：店内商品/合作商品/买过的品
注意：目前挂多个商品功能只在笔记下面，评论区暂时不支出挂多个商品。



笔记发布之后笔记运营

“ 活跃
账号 ”

“ 刷
同行 ”

“ 互关
互助 ”

常见违规答疑

让经营变得更简单！
回放在小红书电商学习中心查看！