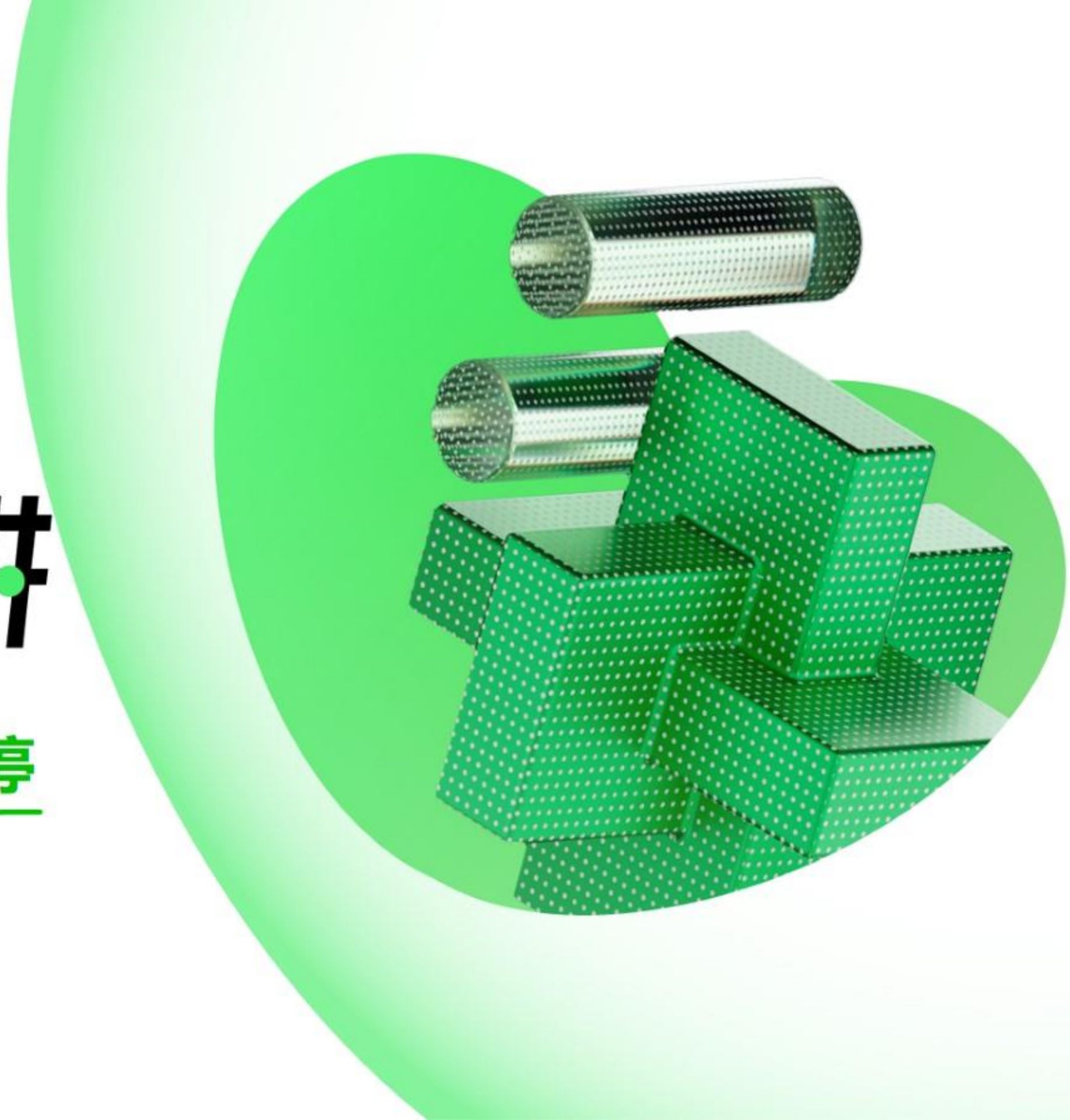


小红书 种草学

种草学习季 双11高能开讲

十大主题专场，双周直播不停

小红书种草，种出好生意



目录

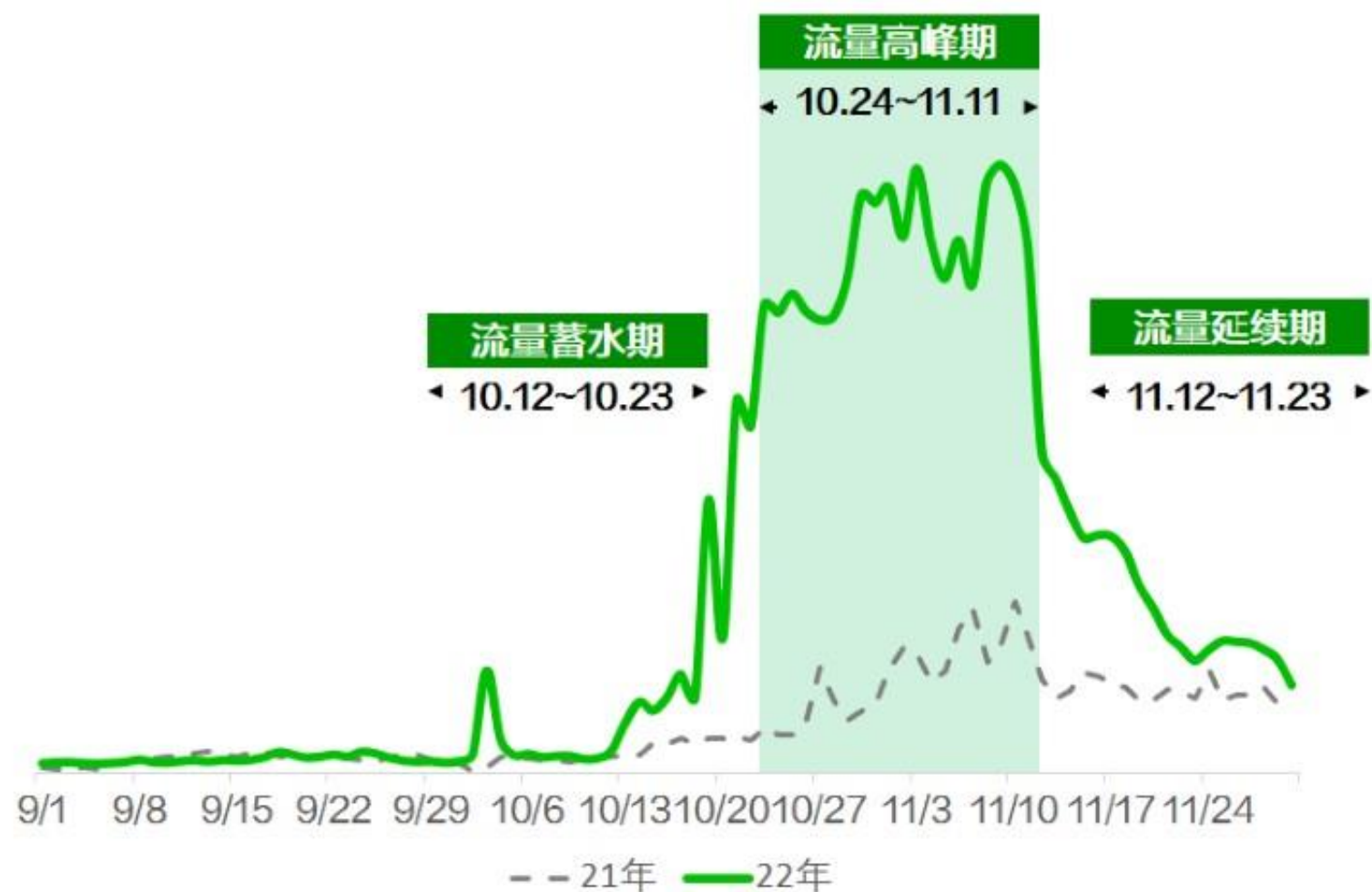
- 01 饮料冲调双11大盘概览
- 02 饮料冲调双11内容趋势
- 03 饮料行业双11投放指南

PART 01

饮料冲调双11大盘概览

双11搜索、内容10月中开始蓄水，高峰周期为12天

22年双11期间饮料冲调【双11】关键词搜索趋势

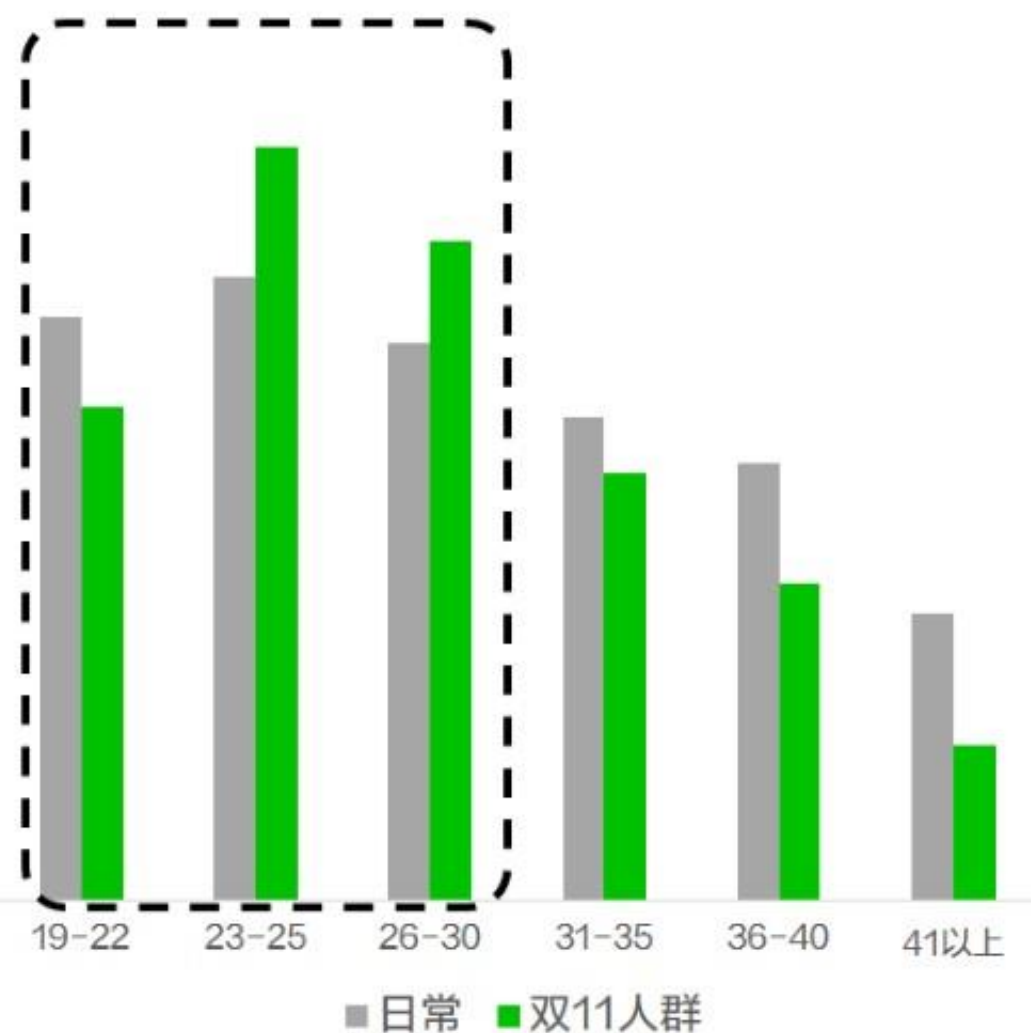


22年双11期间饮料冲调【双11】关键词笔记趋势



双11饮料冲调人群：更高线、白领精致女性为主

22年双11期间饮料人群年龄分布



22年双11期间饮料人群画像

男女比例



TGI

132

26

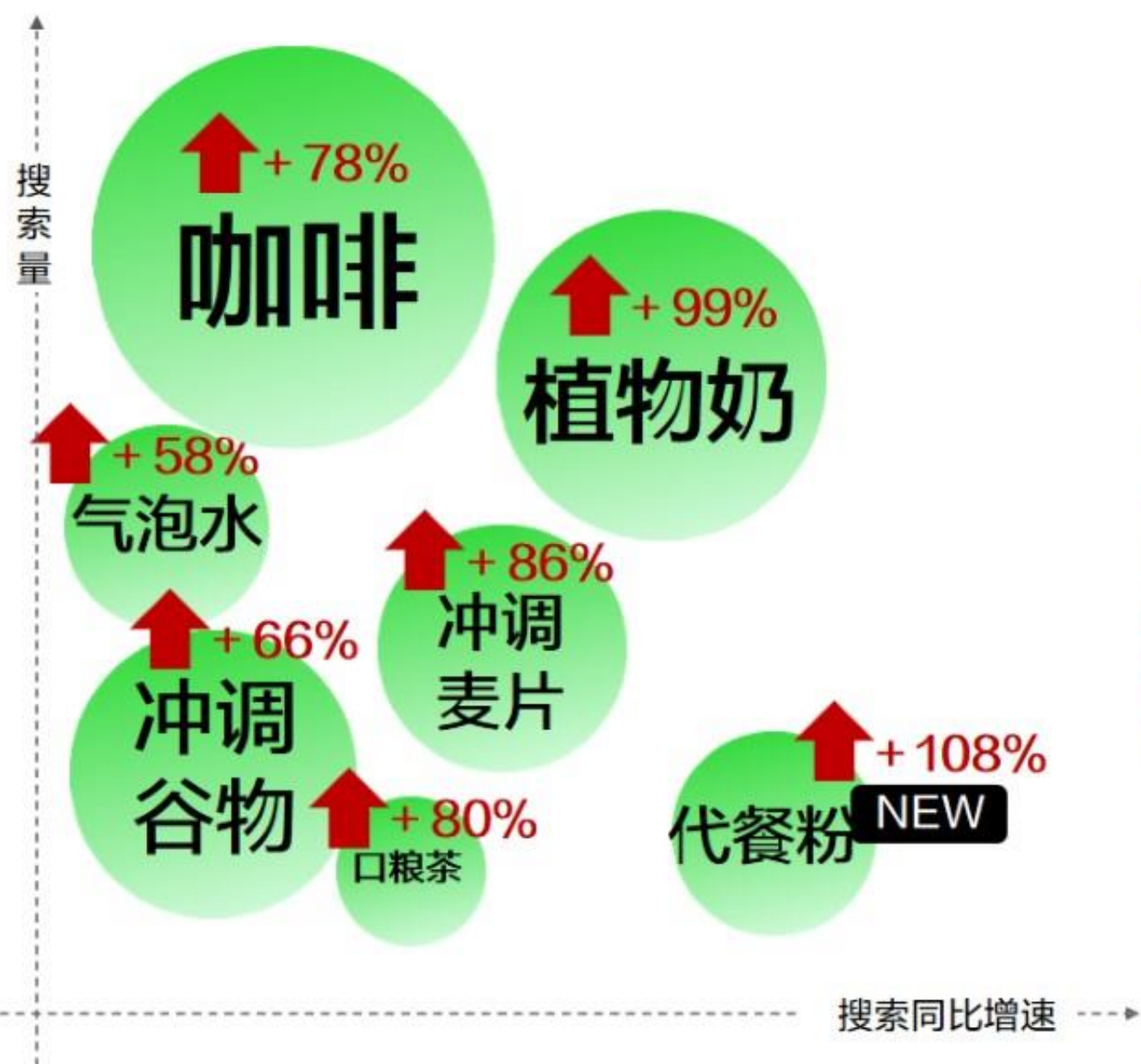
22年双11期间饮料人群城市分布



PART 02

饮料冲调双11内容趋势

囤货刚需趋势：周期性复购，需求量大，囤货心智强



早餐



Winnie文

15.4w

提神



宿舍咖啡角大公开！双十一囤货必看！

也琳琳琳

1.7w

代餐



平价减脂代餐 减肥必备狂吃不胖!! 超美味

小仙女汁

2.5w

口欲



老一輩常喝平价口粮茶~完全可以替代饮料!

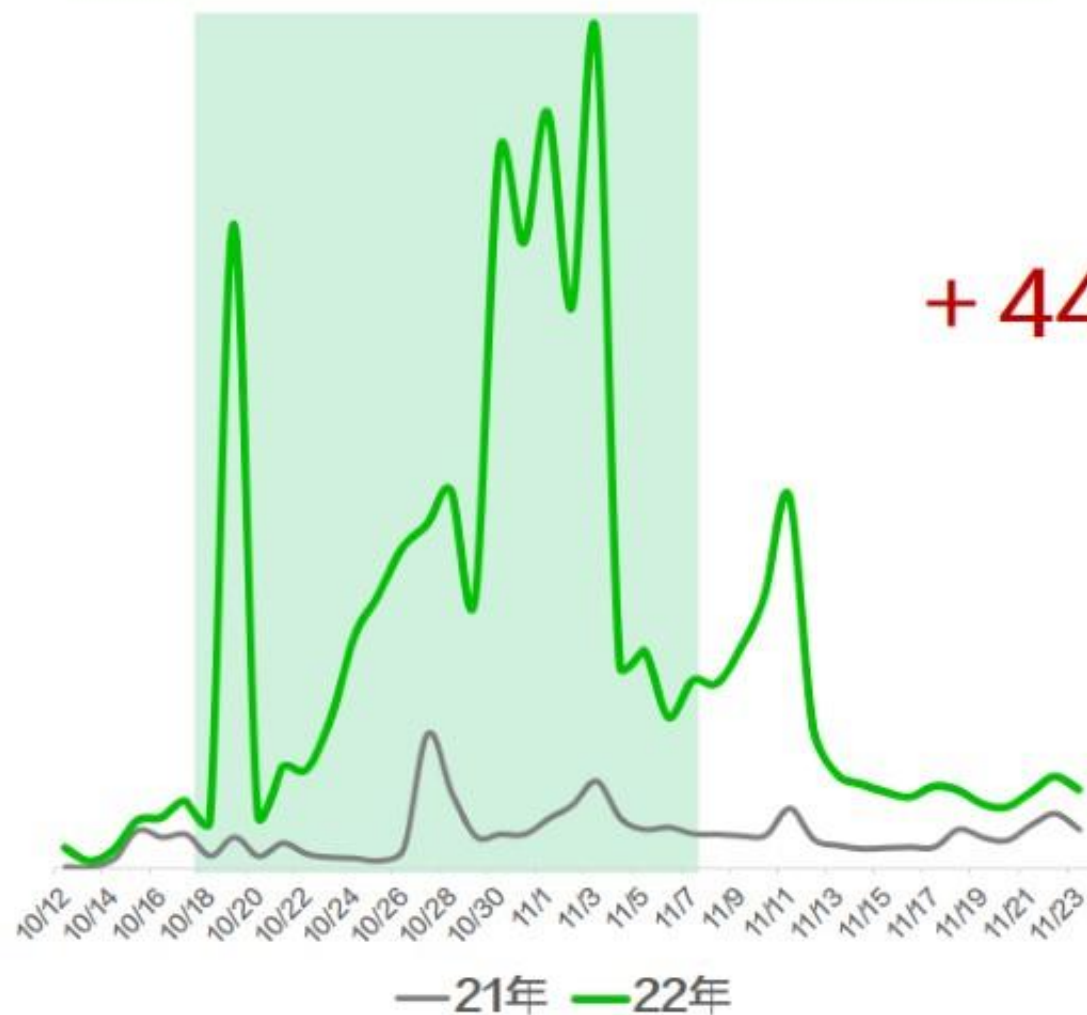
小鱼同学

20.7w

饮料冲调行业专场

流量前置，囤货清单心智强，Focus早餐、自制场景

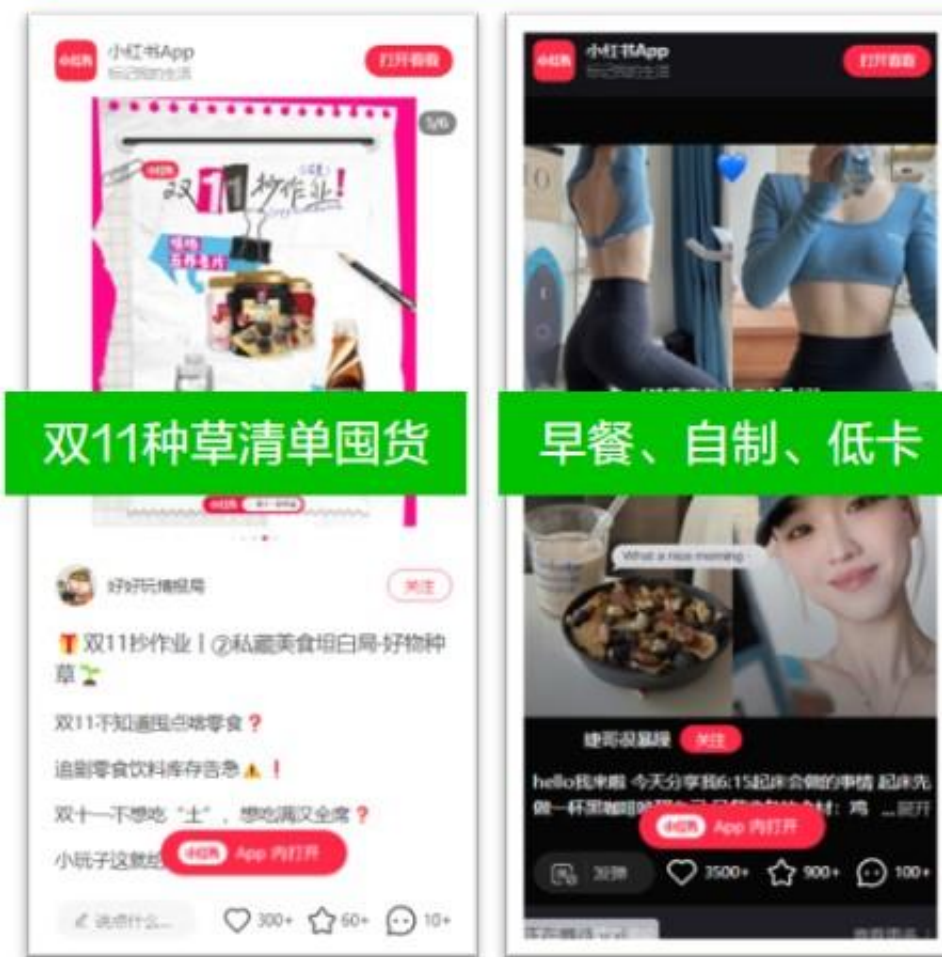
22年双11【植物蛋白饮】同比内容曝光趋势



#22年双11【植物蛋白饮】笔记词云



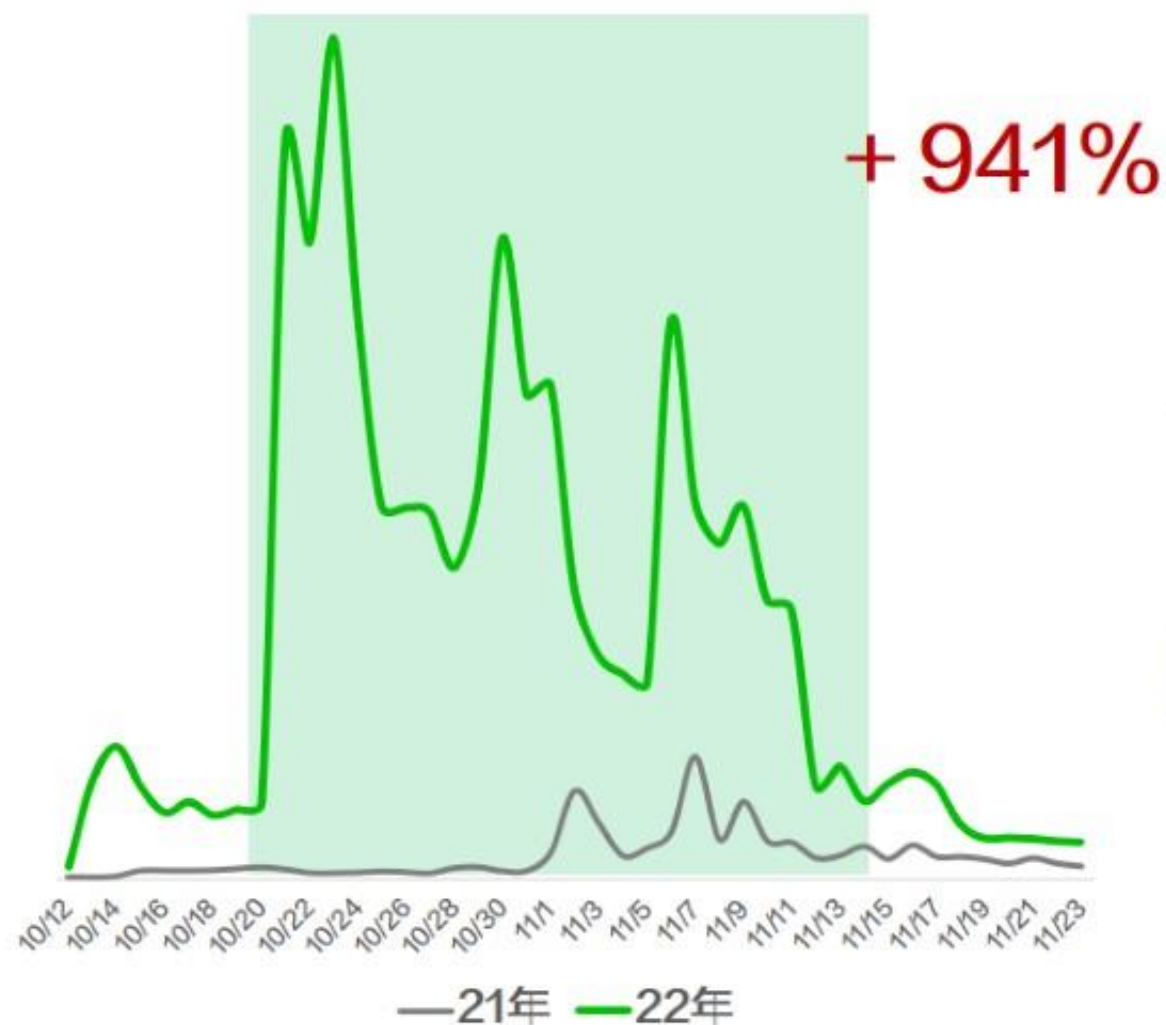
22年双11【植物蛋白饮】热门笔记内容



大促节点需求最旺盛，流量周期长，早餐&减脂心智强

22年双11【食补冲调】同比内容曝光趋势

22年双11【食补冲调】站内内容趋势总结



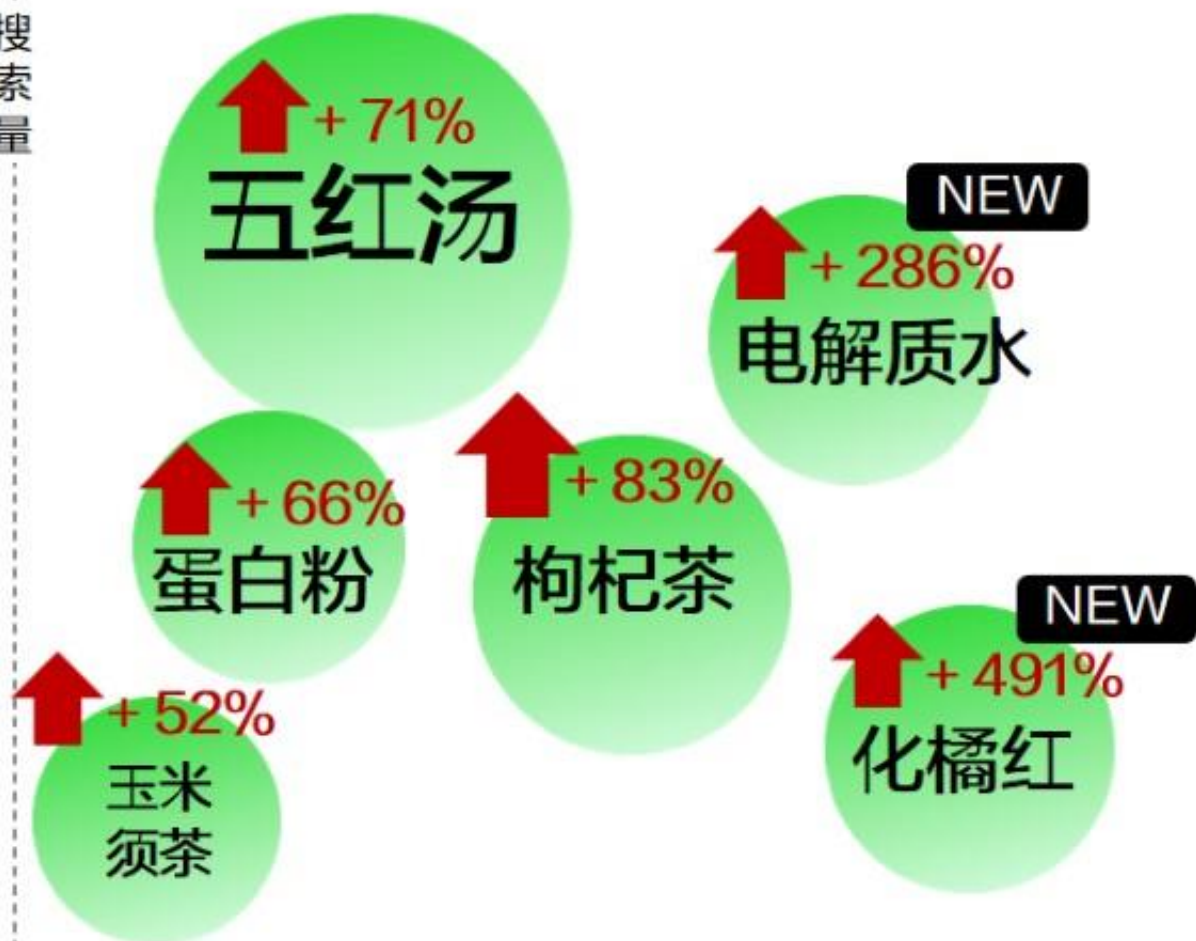
场景
零食 / 早餐 / 酸奶碗 / 夏季冰品自制

诉求
膳食纤维 / 配料 / 减脂 / 口感 / 低卡

搭配
酸奶 / 水果 / 坚果 / 蛋糕 / 咖啡 / 牛奶 / 冰淇淋

“一年补透透，不如补霜降”，功效指引透传是核心

搜索量



搜索同比增速 ---->

养胃



一个不花钱的补药...脾胃好不好，看脸就知道。

是辰不是晨 24.3w

祛湿



中医教祛湿 每天几毛钱白瘦一身轻!!坚持

小仙女汁 17.9w

熬夜



我不允许还有人不知道这个熬夜水

曾黎 14.8w

宿醉

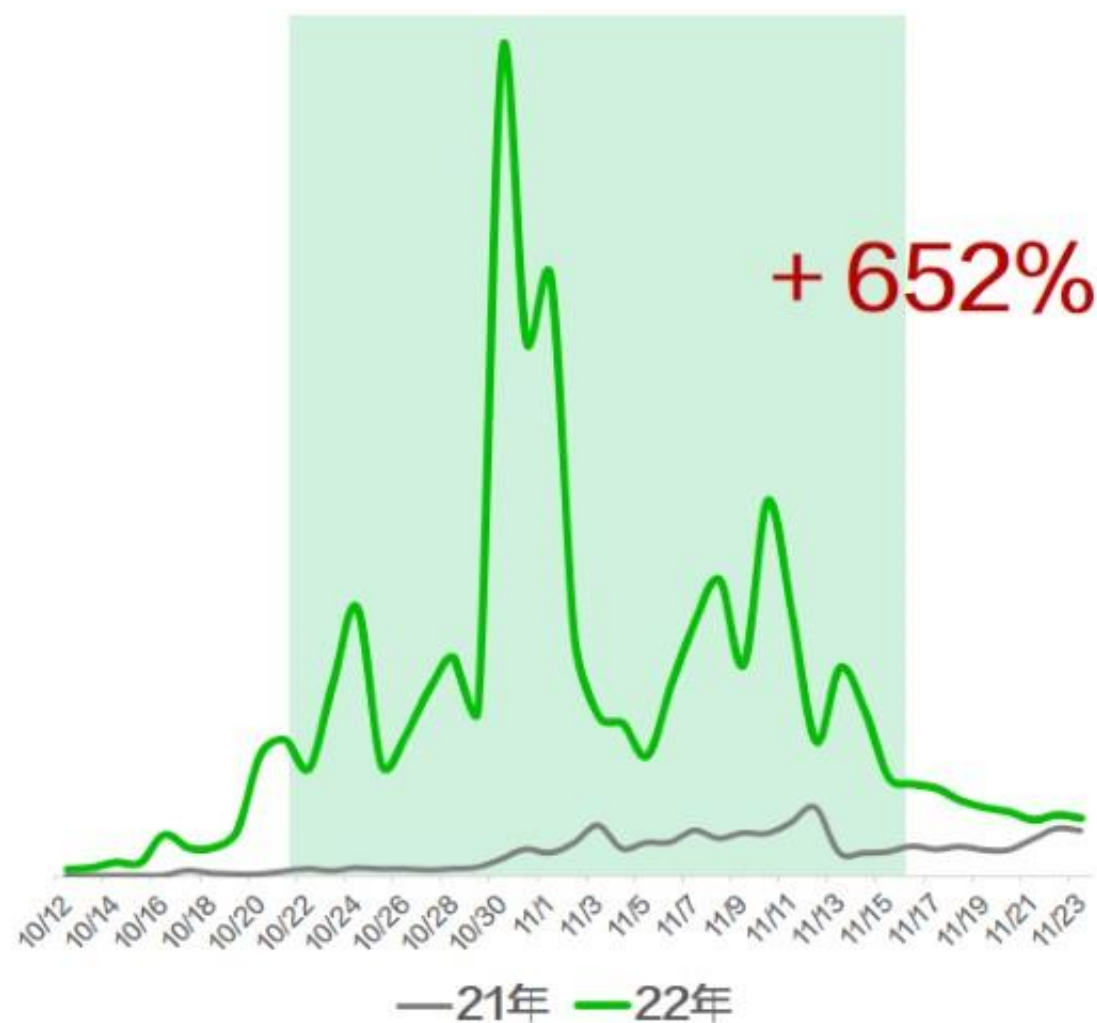


原来网上关于他的传闻都是真的.....

明天又是星期六 1w

秋冬抵抗力差，袋泡茶秋冬**强调功效**是核心

22年双11【袋泡茶】同比内容曝光趋势



22年双11【袋泡茶】相关热门内容

■ 「养生茶」相关热门提及



□ 热门提及需求

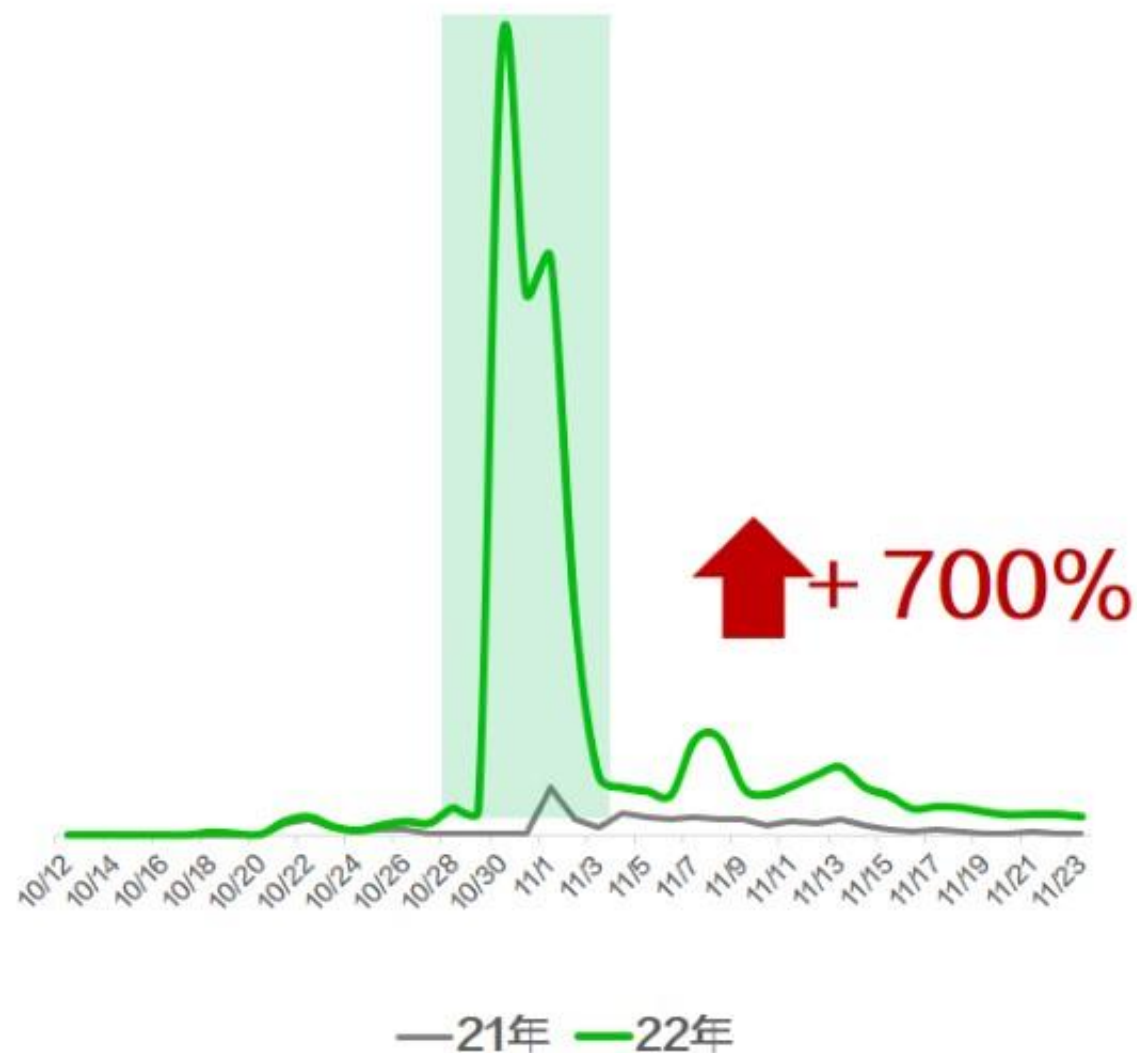
养颜
清热
补气
健脾
美容
美白
明目
祛湿
养肝
润肺

□ 热门提及食材

玫瑰
花茶
枸杞
红枣
柠檬
桑葚
菊花
陈皮
茯苓
山楂

囤货、功效性需求旺盛，运动、解酒场景是趋势场景

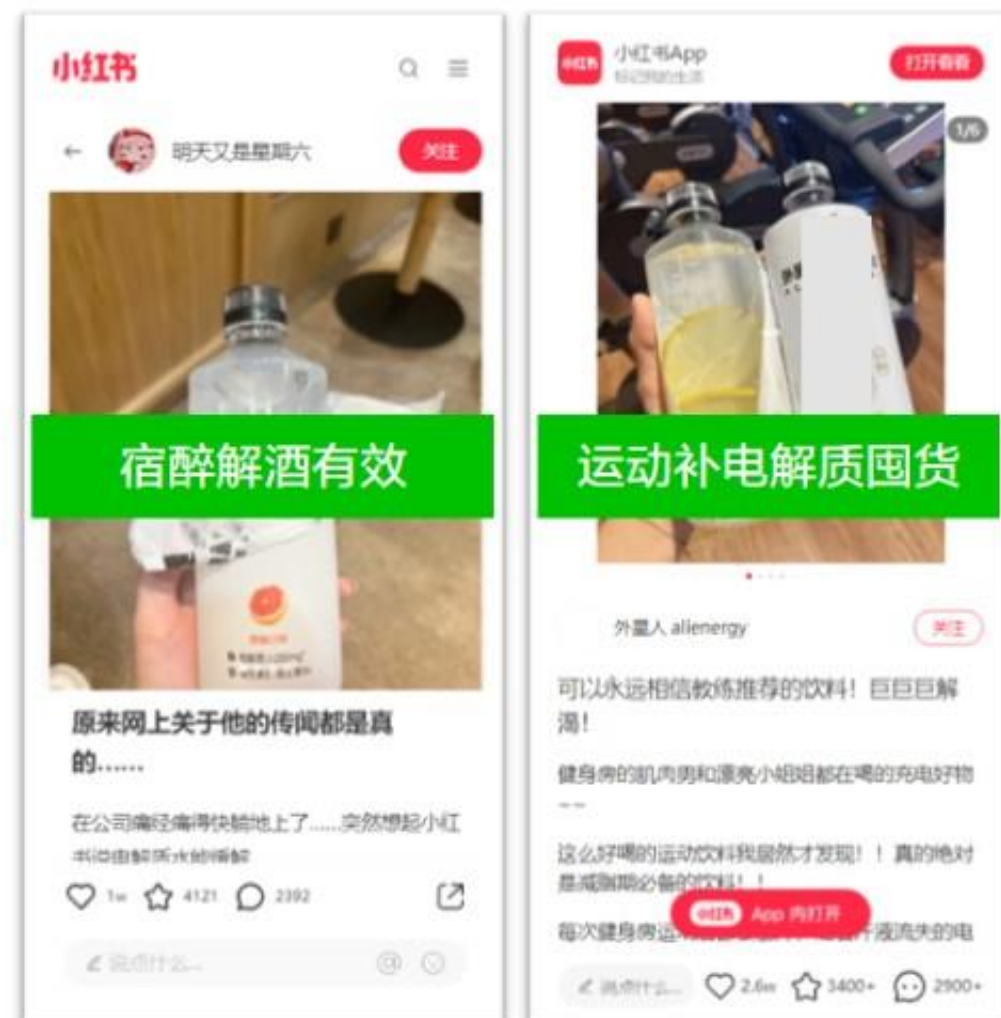
22年双11【功能饮料】同比内容曝光趋势



22年双11【功能饮料】笔记词云



22年双11【功能饮料】热门笔记内容



轻体美颜场景细分化，让自己变好是永远的课题

搜索量

↑ +78%
花果茶

↑ +102%
蔬果汁

↑ +69%
无糖茶

↑ +88%
奇亚籽

↑ +1,008%
NEW
超级食物

搜索同比增速

通便

瘦身

美白

抗氧化



拉屎自由 ✨ 彻底改变便秘全攻略！一
试就灵 🌟
小仙女汁 10.7w



全网的女团水!! 建议把奶茶换成
这个
小群今天吃什么 10.4w



去黄气 想白白 一定要喝!
大西米君 72w

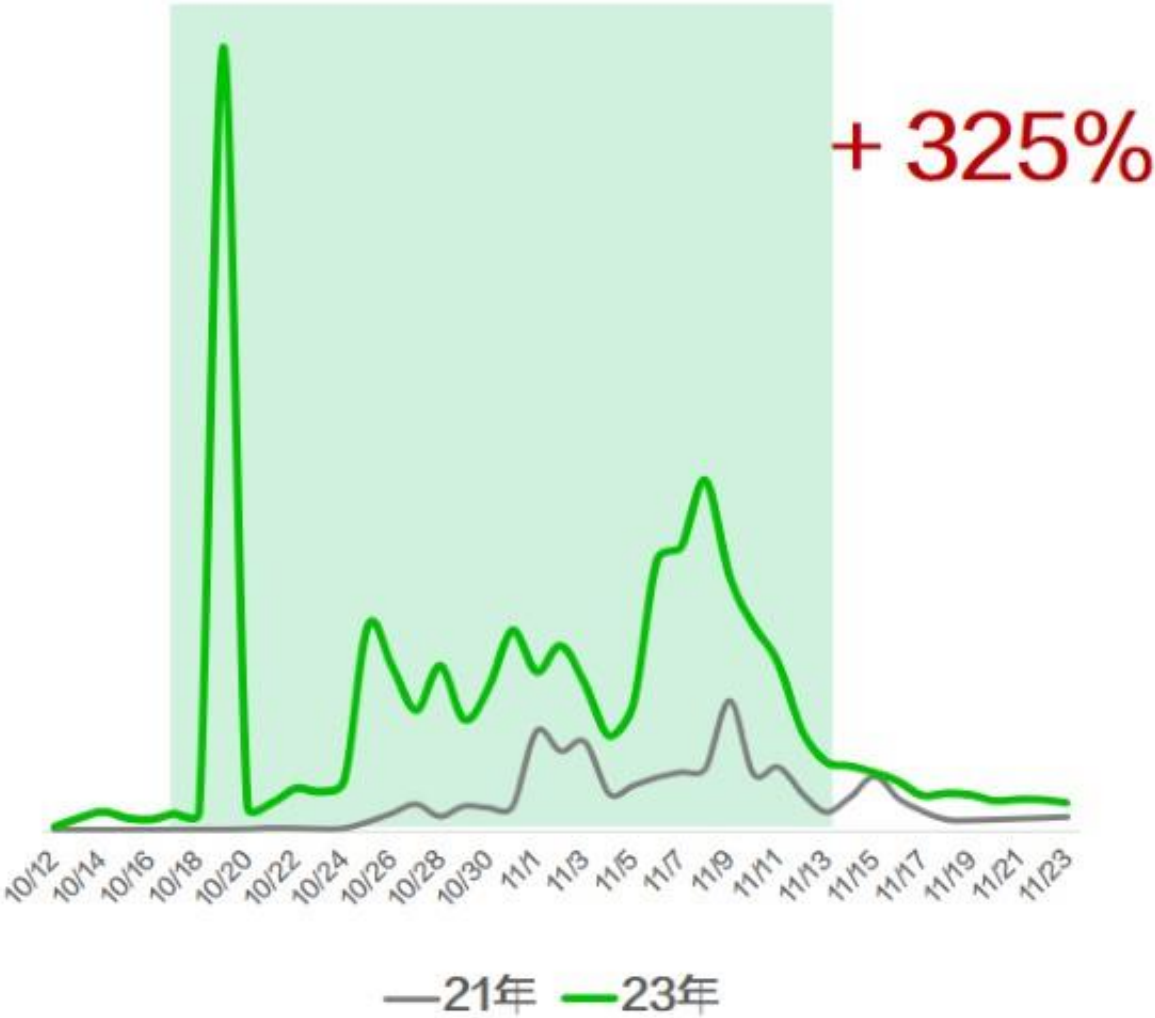


妍希测评 🌟 5种超火的超级食物应该
怎么吃
康妍希michelle 2.4w

饮料冲调行业专场

赛道内卷，无糖、美颜轻体在秋冬依然是主要趋势

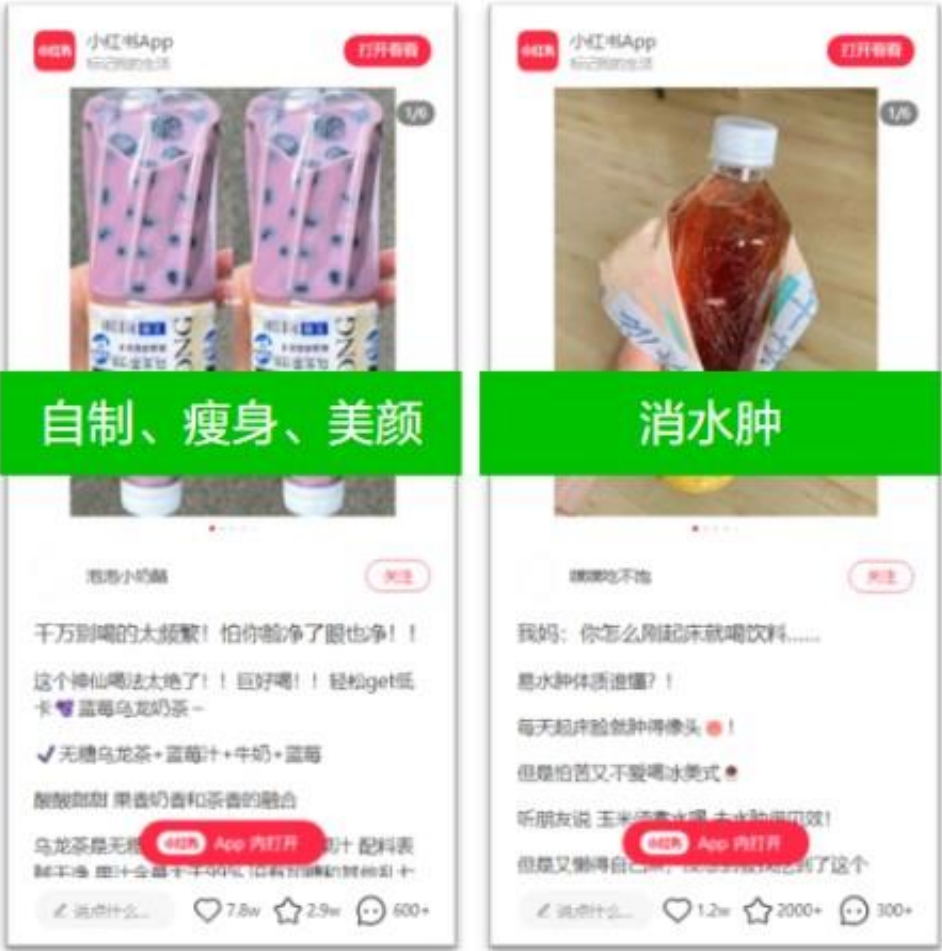
22年双11【即饮茶】同比内容曝光趋势



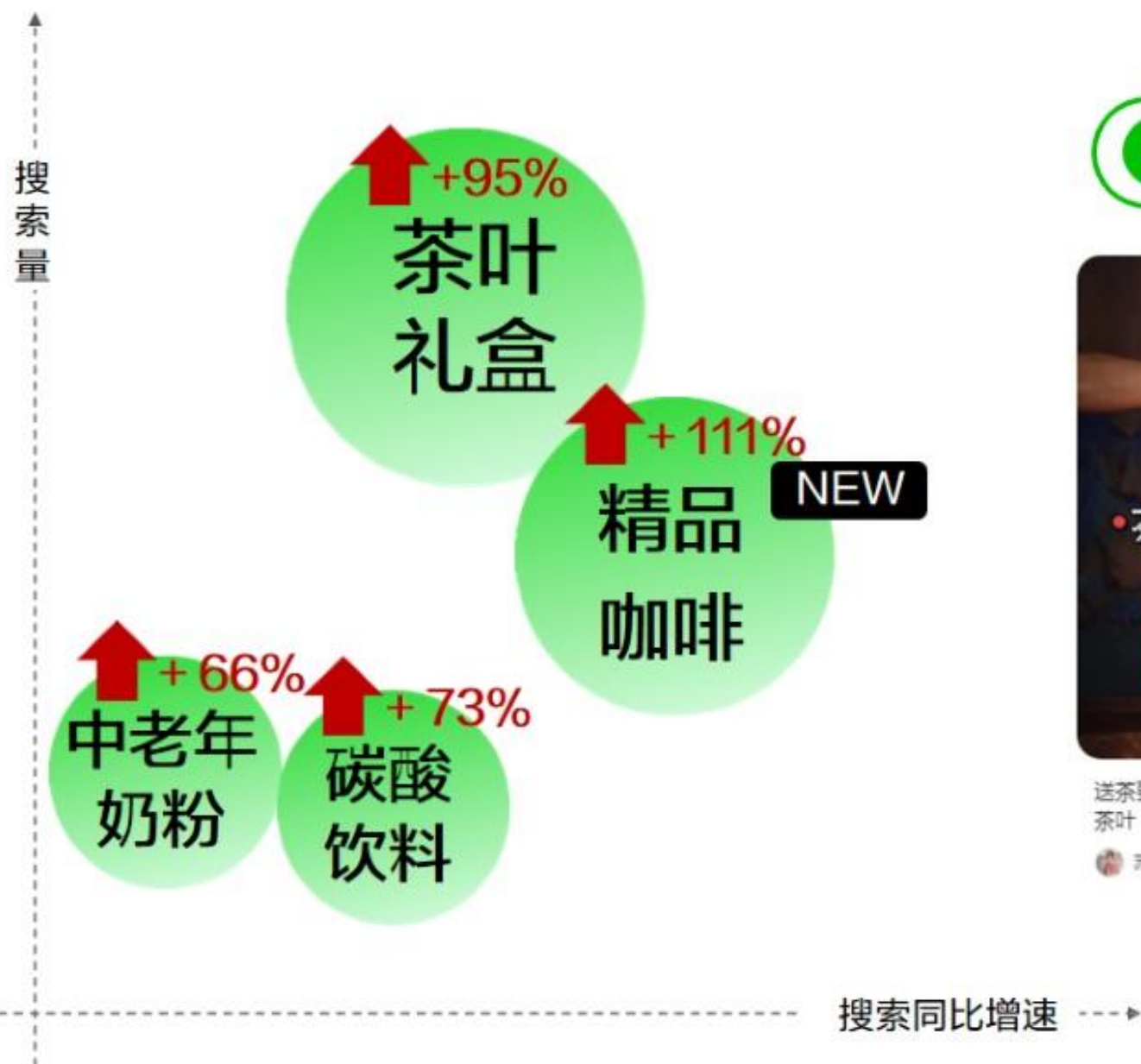
22年双11【即饮茶】笔记词云



22年双11【即饮茶】热门笔记内容



人情往来，送给谁、送什么？个中巧妙，暗藏玄机



送长辈



送茶要谨慎 懂茶的人都不会乱送茶叶

苏小苏家的茶

6853

送领导



奶奶的第三桶了...关于好喝我都已经说累了!

小枝是个抹茶控

4.8w

送朋友



咖啡控的礼物 送男朋友&闺蜜的礼物清单

沙粒儿今天喝什么?

1835

送TA



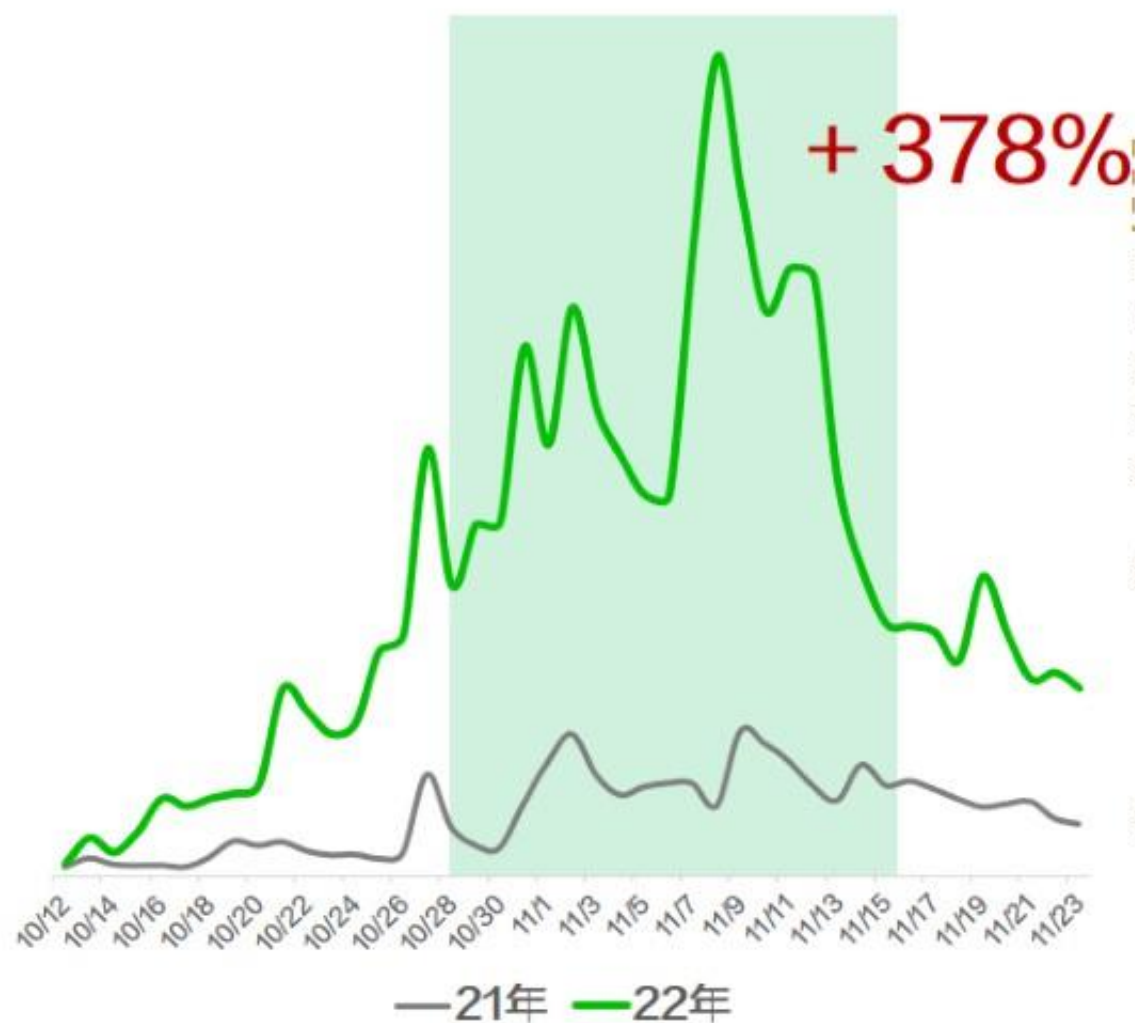
这一点就够了 过年宅家必囤平价年货

曾黎

1.1w

年底走亲访友，茶叶送礼长辈、领导心智达到顶峰

22年双11【茶叶】同比内容曝光趋势



22年双11【茶叶】热搜词TOP 20



22年双11【茶叶】热门笔记内容



PART 03

饮料行业双11投放指南

让种草更科学更高效

让好产品与用户，不止一次相遇

40%

的用户更倾向在信息流浏览种草

沉浸浏览
内容种草



浏览场触发搜索行为
搜索触发信息流推送

60%

的用户更喜欢通过搜索辅助决策

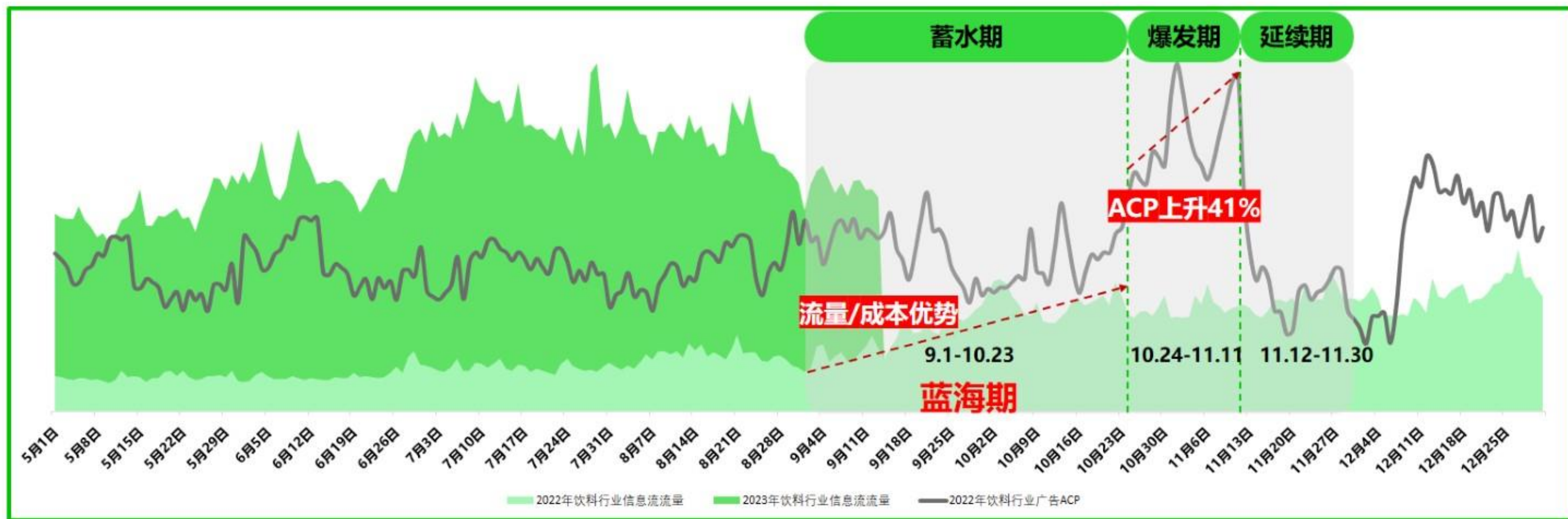
主动搜索
深度决策



饮料行业专场

9月初流量进入高速增长阶段，前置蓄水测试，抢占蓝海优势

预估2023年双11流量同比+372%



聚光信息流五大人群定向能力，帮助品牌实现反漏斗人群破圈

核心人群

品牌人群



DMP品牌人群



品类人群



高级定向-行业兴趣



兴趣人群

场景人群



高级定向-关键词



特色人群



高级定向-平台推荐



泛人群

节促人群



高级定向-节促人群



锚定饮品行业人群，强势抢占并逐层击穿，渗透为品牌TA

品牌人群

品牌粉丝
品牌内容/搜索行为
一方人群...

品牌资产

单计划覆盖人数**2000万+**，出价较日常**1.5倍**

品类人群

茶饮人群
功能饮料人群
碳酸饮人群
咖啡人群...

7000万+

场景人群

下午茶人群
减脂人群
运动人群
饮品DIY人群...

1.5亿+

单计划覆盖人数**3000万+**，出价较日常**1.4倍**

特色人群

都市白领
Z世代
养生人群
质感女性...

2亿+

人群渗透率Before/After

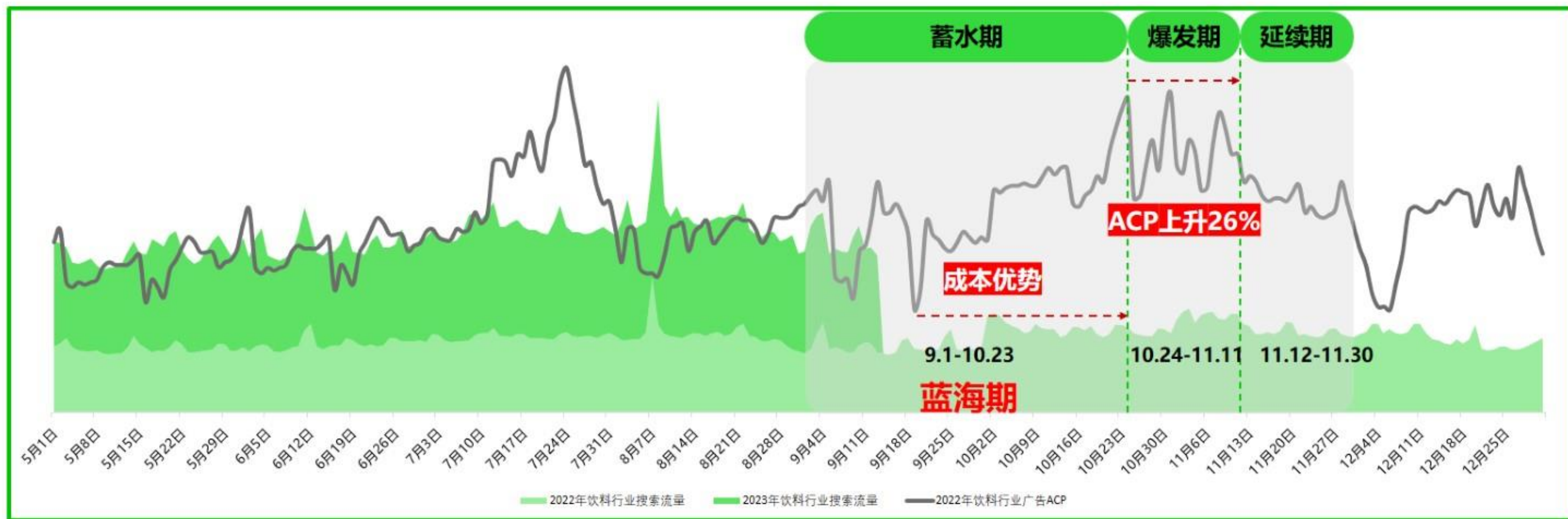
饮料行业专场

不同营销节点适配不同的内容，测试最优方向高效传播

	蓄水期	爆发期	延续期
	场景激发需求	爆款SPU内容打爆	新内容延展
内容方向	礼赠 囤货 减脂 养生	囤货 礼赠 (突出利益点)	佐餐 聚会 养生
测试节奏	第一步：腰尾博主，种子笔记测试-分SPU每种内容类型5篇以上测试 第二步：高潜内容挖掘-高CTR/高互动竞价信息流加大投放 第三步：优质笔记持续投放		

9月中下旬是成本较低的蓝海期，前置抢占用户搜索心智

预估2023年双11流量同比+57%



搜索

布局

小红书 种草学

合理分配关键词分布，品类/场景词加大投放进行拓量

词类	品牌词	品类词	场景词	同品类词
关键词	品牌词 品牌品类词 品牌产品词	茶饮、功能饮料 咖啡、碳酸饮料、果汁 (推荐/对比/人群)	囤货 礼赠 养生 大促	同品类品牌词 同品类对比词 同品类产品词
预算	20%	30%	40%	10%
SOV	> 90%	> 30% (TOP3)	25%~30% (TOP3)	10%左右
TIPS	笔记首图/标题/正文需与搜索词强相关			

饮料行业专场

搜索

关键词

小红书 种草学

针对品类心智增加场景词拓展，精准触达并拦截潜在人群

品牌、品类、同品类人群全覆盖

重点场景人群拦截

品牌词

品类词

同品类词

囤货词

礼赠词

大促词

品牌名



品牌：XX
产品：XX茶包
攻略：XX好喝吗

品类推荐



品类：茶包、咖啡...
攻略：XX推荐
人群：茶包推荐女生

同品类对比



同品类品牌：XX
对比：XX和XX哪个好喝

茶包囤货



XX囤货
双11XX礼包
囤货清单

适合送礼的



送朋友礼盒
节日礼物
送家人礼物

双11饮料



双11优惠
双11饮品
双11必买清单

饮料行业专场

搜索

拓词

小红书 种草学

通过聚光-拓词工具高效挖掘精准关键词，拓展量级

攻略向

带问询，有明显辅助决策意味的词

茶包/咖啡/饮料推荐、双11买什么

建议方式一：产品+推荐

推荐/测评/安利/种草/礼物/好物/必买/囤货/小众

例如：饮料推荐、打工人必买咖啡

智能拓词

行业推词

品类向

按照SPU所属细分品类的词

茶包/咖啡/饮料/果蔬汁

建议方式二：产品+方式

在哪买/哪个平台/哪里便宜/怎么选/怎么买

例如：速溶咖啡哪里买便宜、双11饮料怎么选

以词推词

NEW

关键词包

饮料行业专场

饮料品牌双11运营策略地图

阶段		蓄水期 (9.20-10.23)		爆发期 (10.24-11.11)		延续期 (11.12-11.30)	
策略		内容储备, 引发情感和场景共鸣		搜索转化, 抢占心智		持续渗透, 品牌声誉管理	
预算	内容: 投流	50%	50%	30%	70%	20%	80%
	信息流: 搜索	80%	20%	60%	40%	70%	30%
投放策略	信息流人群	系统-智能定向 品类-行业兴趣 场景-关键词定向 泛人群-特色人群		DMP-品牌人群 DMP-电商偏好 DMP-双11人群 节促-价敏、电商直播人群		DMP-品牌人群 DMP-历史广告触达人群 场景-关键词定向	
	搜索布局	品牌词/品类词/场景词/同品类词		品牌词/场景词 (大促) / (同) 品类词		品牌词/品类词/场景词	

双11打法

节奏

小红书 种草学

大促前

高效种草

01

大促中

种草+转化

02

大促后

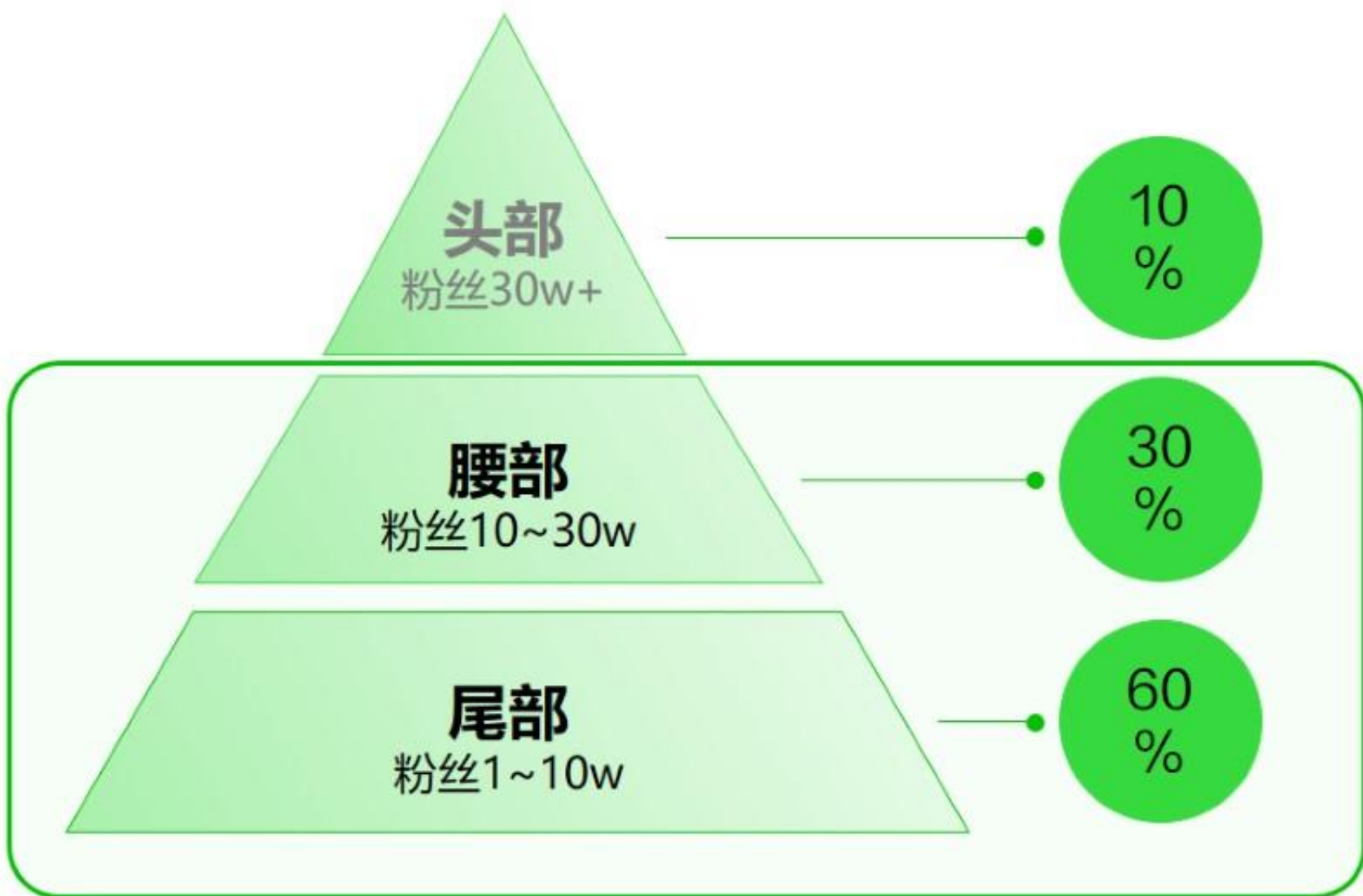
持续发酵

03

饮料行业专场

侧重高互动性博主积累优质内容，并高效触达品类/场景人群

蓄水期



互动粘性较高的腰尾部博主为主

种草型内容渗透场景及品类人群
同步测试促转化内容

内容

种草向 (80%)
营销转化向 (20%)

信息流

智能定向、场景人群、
品类人群、特色人群

搜索

品牌词场景词/品类词

饮料行业专场

智能化投放能力，有节奏有目标测试优质笔记，高效传播

聚光一站式投放

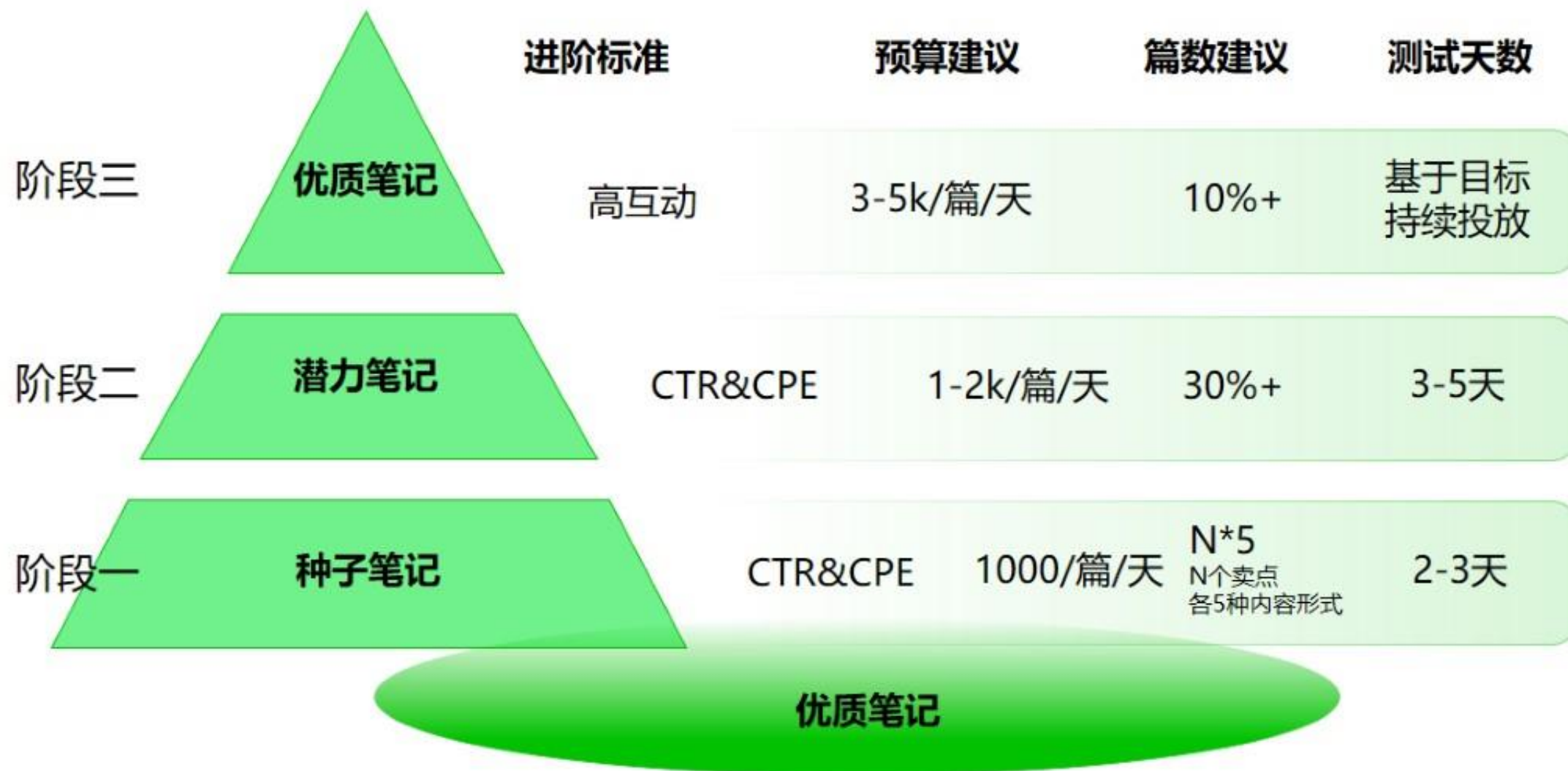
智能投放

营销诉求、投放能力

投放工具（诊断、赔付）

定向能力

通投、智能定向
高级定向（DMP）



双11打法

节奏

小红书 种草学

大促前

高效种草

01

大促中

种草+转化

02

大促后

持续发酵

03

饮料行业专场

小红书闭环电商生态

商品笔记

专业号笔记
蒲公英笔记
商品合作笔记
主理人笔记



品牌店播

信息流/视频流笔记二跳、直跳为直播间引流



明星K播

直播前预约/加粉
直播中引流
直播后人群及内容运营



闭环电商

商品笔记

小红书 种草学

丰富的流量入口高效引导转化，即种即买

丰富流量入口

高效引导转化

品牌店铺主页

搜索商品卡

信息流/搜索/视频内流

商品详情页



饮料行业专场

聚光-「商品销量」广告投放链路

STEP1: 设置推广计划

选流量

选标的

选目标

定方式

全站智投

笔记

商品访客
量手动成本
控制

信息流

商品

商品成单
量自动成本
控制

搜索

ROI

视频内流

笔记点击
量

STEP2: 设置推广单元

选笔记

选选定向

选定出价

蒲公英笔记

通投

目标成本

专业号笔记

智能定向

无

主理人笔记

高级定向

商品合作笔记

基础筛选

STEP3: 设置创意

设置创意

智能创意

商品组件

饮料行业专场

商品笔记推广运营策略地图

阶段		蓄水期 (9.20-10.24)			爆发期 (10.25-11.11)		延续期 (11.12-11.30)		
策略		内容储备, 引发情感和场景共鸣			搜索转化, 抢占心智		持续渗透, 品牌声誉管理		
种草: 商销		70%		30%	100%		20%	80%	
投放策略	推广目标	产品种草	商品访客	商品下单	商品下单	ROI	产品种草	商品下单	ROI
	预算占比	70%	10%	20%	60%	40%	20%	50%	20%
	信息流人群	特色/节促人群		智能定向	通投/智能定向 高级定向/DMP		通投/智能定向 高级定向/DMP		
	搜索布局	品牌词/品类词/场景词/同品类词			品牌词/场景词 (大促) / (同) 品类词		品牌词/品类词/场景词		

小红书直播：店播、明星/K播双模式助力高效转化



跑通小红书直播链路
人、货、场统筹运营能力



选好品
做好预热、做好直播后二次传播转化

饮料行业专场

前置跑通直播链路做好预热，优化直播间运营/投流能力

阶段		直播前（至少提前一周）		直播中	直播后（一周内）
目标		内容蓄水，直播预告		直播引流，搜索卡位	二次转化，声誉维护
信息流：搜索		70%	30%	50%	50%
投放策略	内容	专业号+博主账号 直播预告笔记+种草产品 (评论区做好直播预告)		历史高互动笔记 商品测评笔记 (辅助用户决策)	博主直播二次剪辑笔记 腰尾部博主开箱笔记
	信息流人群	品牌/博主粉丝	行业品类	直播前广告触达人群 直播预约人群	看播人群/博主粉丝 品牌广告触达人群
	搜索布局	品牌词/品类词/场景词/同品类词/博主词/直播词			

双11打法

节奏

小红书 种草学

大促前

高效种草

01

大促中

种草+转化

02

大促后

持续发酵

03

饮料行业专场

高效种草

大促后

小红书 种草学

大促后声量延续，秋冬/节庆节点迎来新机会

声量延续



秋冬佐餐



节庆礼赠 (限定款)



饮料行业专场

THANKYOU

饮料冲调行业专场