

小红书美妆行业-KFS行业策略

小红书营销宝典-KFS行业集锦

美妆行业KFS打法

小红书的种草价值

在小红书：超过81%的用户曾在小红书被种草

小红书用户的TOP5使用场景多围绕着 “种草” 展开
是一部浓缩的种草进化史
从熟人到陌生人，从线下到线上
从实体到虚拟，再到全方位的渗透融合

40%

主动搜索
自己感兴趣的
产品或话题

40%

对某种产品产生兴趣
查看网友的
使用评价

36%

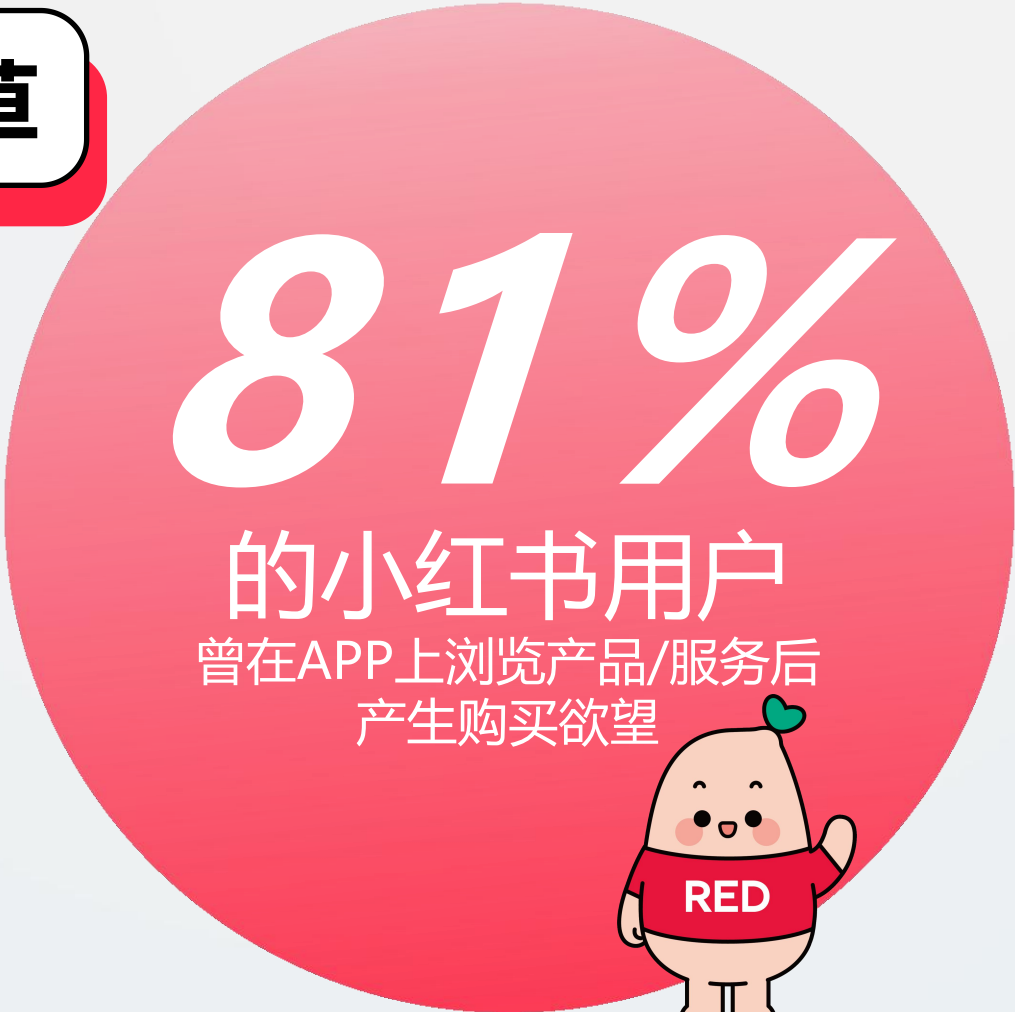
了解潮流趋势

33%

寻找灵感
等待被种草

30%

因他人分享了
小红书笔记
而进入小红书浏览



美妆行业KFS打法

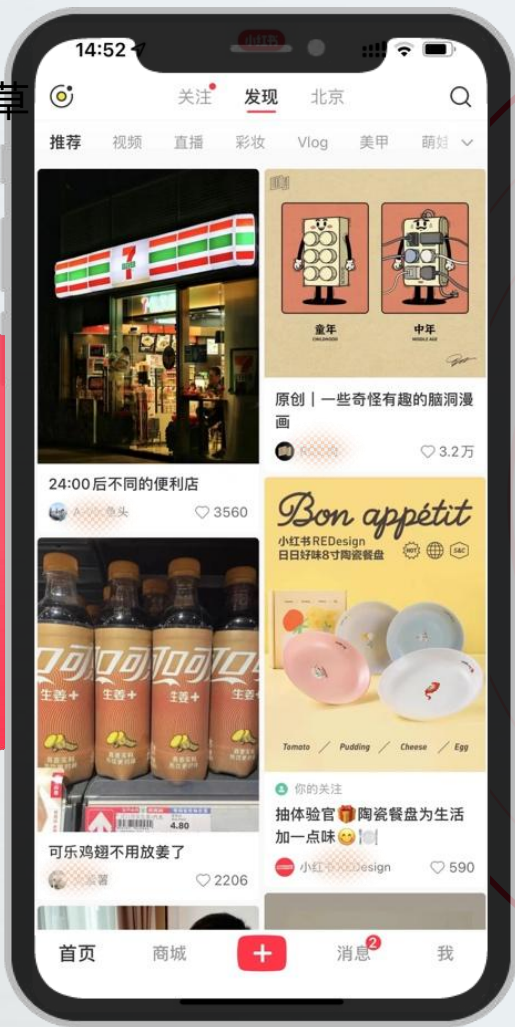
从浏览到搜索，用户真实选择，深度影响决策

55%

从的用户更清晰在信息流浏览种草

沉浸浏览

双列呈现
用户主动选择
每个点击更有价值



从浏览到搜索的流转
符合真实消费路径

45%

从的用户更喜欢通过搜索辅助决策

深度搜索

搜索收敛
用户心智集中
每个搜索更加高效



美妆行业KFS打法

如何 高效种草？

 好内容 +  好流量 = 高效种草

好内容是爆文的基石，更是流量产品的弹药

爆文笔记意味着 高曝光+持续不断的 增益流量

继而提升品牌相关 搜索热度 和 种草转化

小红书KFS：内容X投流营销矩阵

KOL

蒲公英平台
达人合作笔记



丰富达人标签

10w+ 优质达人

FEEDS

信息流发现页
6 | 16 | 26



原生笔记

小程序

SEARCH

搜索页
3 | 13 | 23



小红书商城

留资/活动H5

原生落地页

私信

美妆行业KFS打法

KFS营销矩阵解决内容营销三大卡点

成本优化

合作头部博主
互动率更高，但成本贵



确定性

笔记自然生命周期有限
且自然流量难以把控



精准TA

如何准确触达有效TA



美妆行业KFS打法



商业流量帮助延长笔记生命周期，增加流量确定性

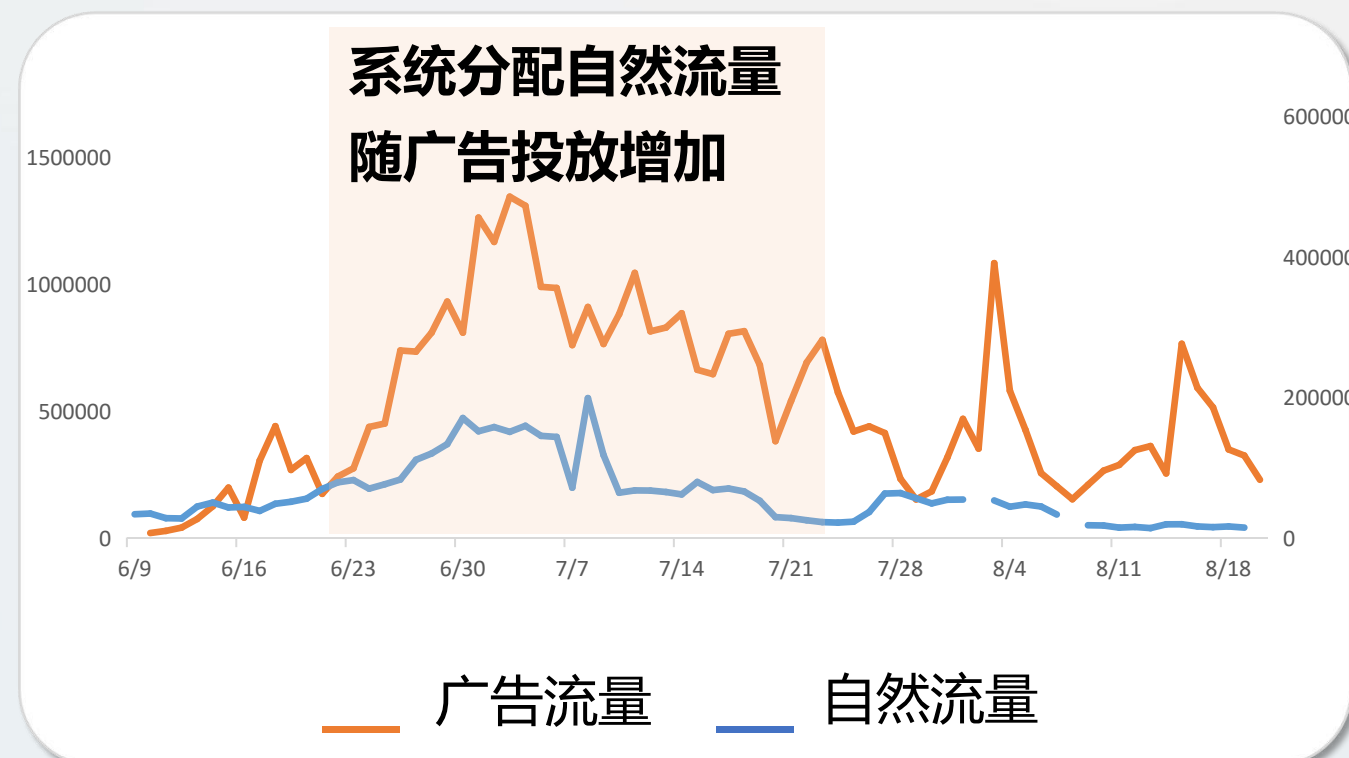
自然笔记的生命周期

上线7天后流量**下降明显**，30天后信息流侧**不再出现**，
仅在搜索侧被动触发展现；



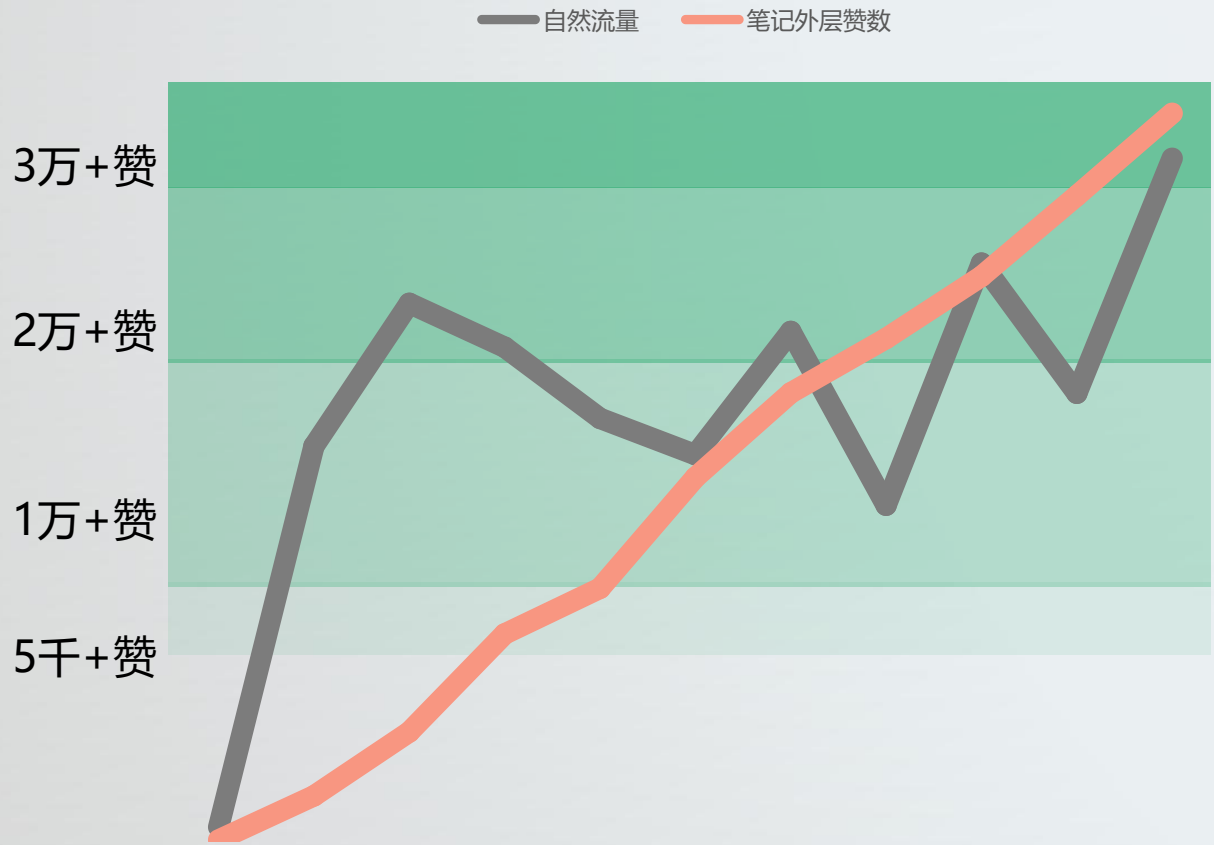
商业流量延长笔记生命周期，带动自然流量分发

商业流量在笔记发布48H加持，与自然流量**加乘**，
能大幅度提升笔记曝光量，大大**延长笔记生命周期**

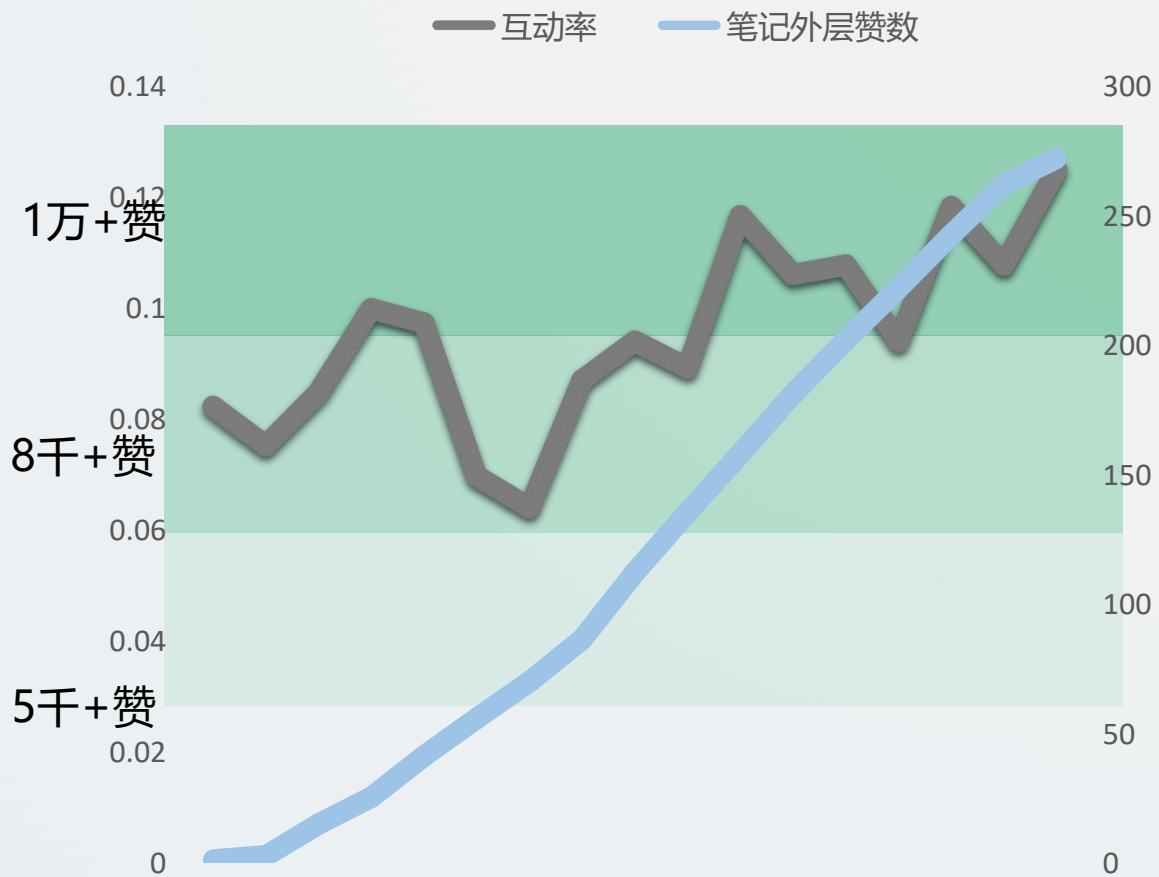


爆文带动站内自然流量分发以及后续互动率

爆文带动自然流量分发



爆文带动笔记互动率



商业流量实现精准定向触达准确TA

	竞价信息流定向维度	投放优势	适合场景
行业兴趣定向	根据小红书用户的 阅读和购物行为 来挖掘的人群，可直接选择各类行业一级标签。 • 行业阅读兴趣：用户笔记阅读兴趣偏好行为 • 行业购物兴趣：根据用户在小红书的商城行为	直观选择定向行业，且定向量级较大	有明确的行业属性，且兼顾跑量诉求
关键词兴趣定向	支持定向最近时间内（3天/7天/15天/30天） 搜索或互动过 自定义关键词的用户	自定义赛道人群更灵活，信息流精准定向做二次触达更高效	不适合以搜索关键词投放直接影响的潜在人群在信息流定向触达
人群包DMP	四大标签属性： 行业标签、用户属性、内容偏好、私域数据	灵活度高，可根据平台标签进行更加细分的人群挖掘	精细化运营需求
基础属性	性别、年龄、地域、手机系统	可与其他定向方式叠加	明确TA属性定向需求

美妆行业KFS打法

DMP数据管理平台：

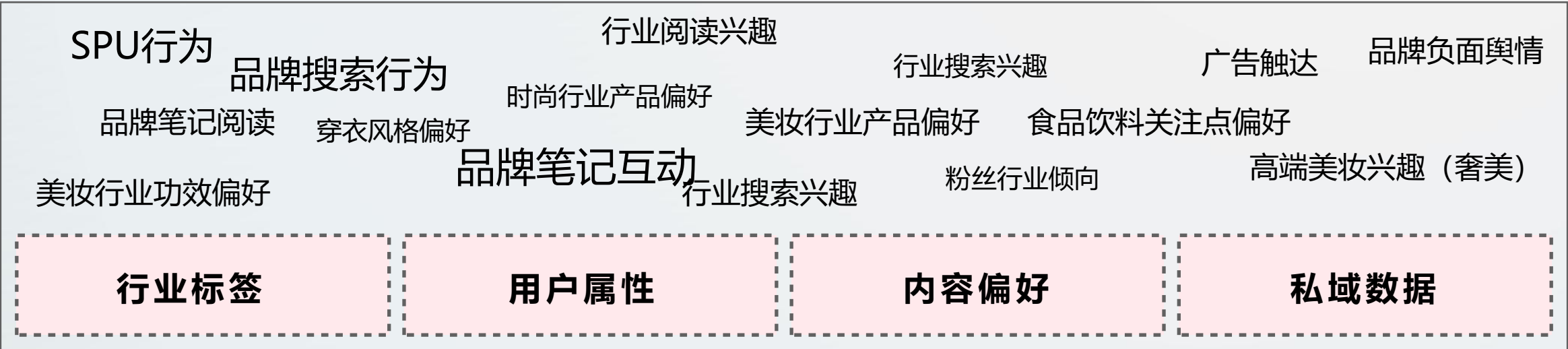
构建特色人群体系，实现规模化更精准

人群灵活组合&拓展
提升投放效率

人群包交集/并集/差集
DMP运算池可讲人群维度进行「交集」、「并集」、「排除」运算 满足广告主个性化人群包诉求

人群相似拓展 (lookalike)
多维度分析种子人群，定位人群共性特点自动匹配相似人群。定向挖掘 更多潜在用户

四大维度
小红书特色人群体系



丰富多维数据源



美妆行业KFS打法

『 KFS 』 内容X投流科学营销动作拆解

内容策略

K

搭建内容体系核心

• 卡调性

圈定符合品牌调性的
KOL池

• 筛数据

挑选到生态健康，性价比高，符合量级需求的KOL

内容方向

- 产品卖点与目标搜索词、站内热点相合
- 平台数据能力洞察产品机会

投放策略

F

科学测试
爆文打造

S

抢占赛道
影响心智

基于投放目的拆解投放动作

Feeds：

快速低成本爆文打造

➤ 人群定向

兴趣标签
搜索/互动行为定向
DMP人群定向...

➤ 声量覆盖度

点击率CTR
互动率
内容/人群渗透率

Search：

搜索卡位赛道抢占

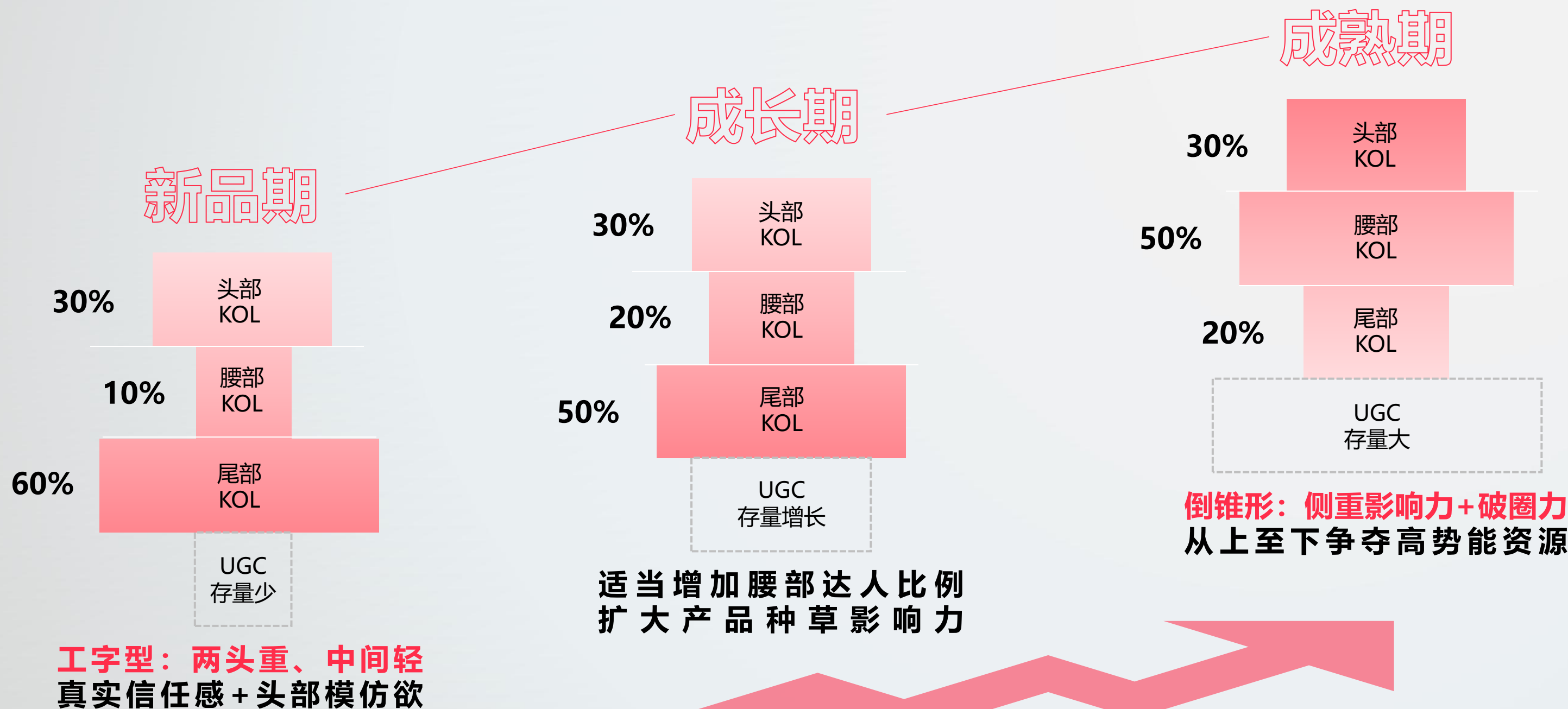
➤ 全面覆盖不同类型消费者

拆分消费者层级
拆分搜索行为
拆分搜索策略

➤ 影响用户决策心智

点击率CTR
重点词SOV
下游词排名

依据产品阶段，制定差异化布局达人矩阵



新品期营销侧重点：优质内容储备 爆文矩阵打造

新品期

成长期

成熟期

阶段问题

新产品整体市场声量低且站内的内容存量基础薄弱，需要快速获得优质曝光，提升消费者对产品的初印象

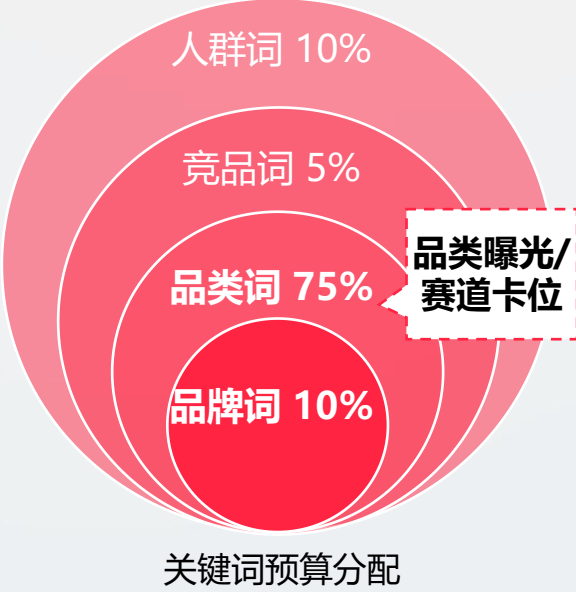
策略

多铺内容夯实基础
投流测试

预算侧重信息流广泛曝光

重品类词
提行业内可见度

KFS营销
打法建议



成长期营销侧重点：新客拓圈 热度维持

新品期

成长期

成熟期

美妆行业KFS打法

阶段问题

成长期爆品在站内外已有不错的声量积累，站内沉淀大量优质内容，需要加强爆品在站内的人群收割效率及热度的持续性

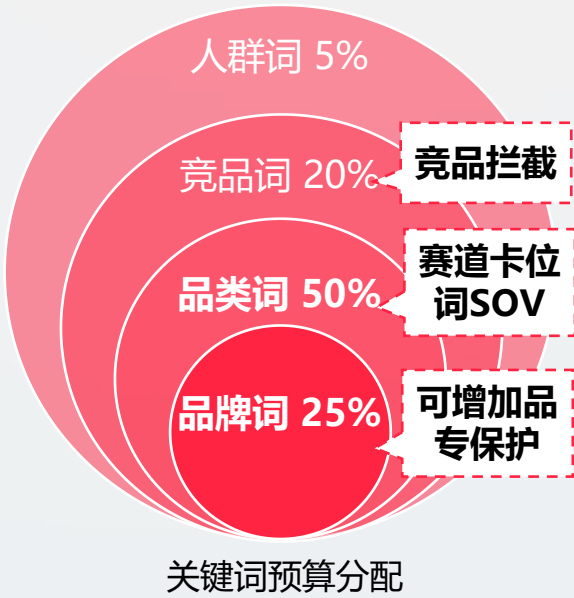
策略

筛选优质种子文章
重投流持续打造爆文

以信息流为主
搜索加强卡位

品牌流量守护
赛道SOV强占位

KFS营销打法建议



成熟期营销侧重点：产品焕新 人群破圈

新品期

成长期

成熟期

美妆行业KFS打法

阶段问题

拥有长时间消费者口碑沉淀，需要维持高曝光及高影响力并进行持续性的人群破圈尝试

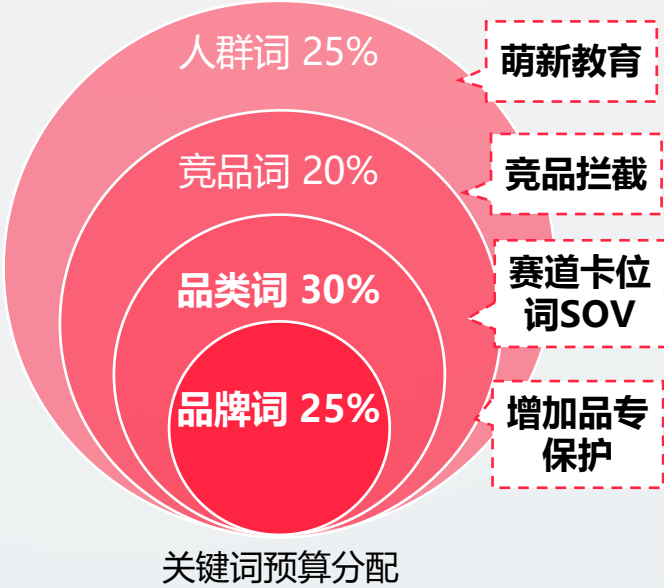
策略

KOL侧重头部
通过投流放大影响

破圈定向拓新
加强搜索人群收割

行业高潜人群教育
挖掘新客

KFS营销
打法建议



KFS内容搜推同投，精准高效种草影响用户决策

消费者层级

搜索

信息流

内容

在搜什么？

看过什么？

想看什么？

【Lifestyle】

医美、双十一大促、送礼、其他生活方式

【行业兴趣】其他行业

【关键词定向】搜索、互动行为

【DMP定向】其他行业搜索阅读兴趣、产品偏好、博主偏好

【O人群】

结合场景切入

【竞品词】

【关键词定向】搜索、互动行为

差异化卖点&优势

【功效词】

抗老、抗氧化

【品类词】

精华、面霜、美白精华

【行业兴趣】美妆个护行业

【关键词定向】搜索、互动行为

【DMP定向】美妆行业产品偏好、肤质偏好、功效偏好

【I-1~3人群】

细分功效
使用体验
使用方法

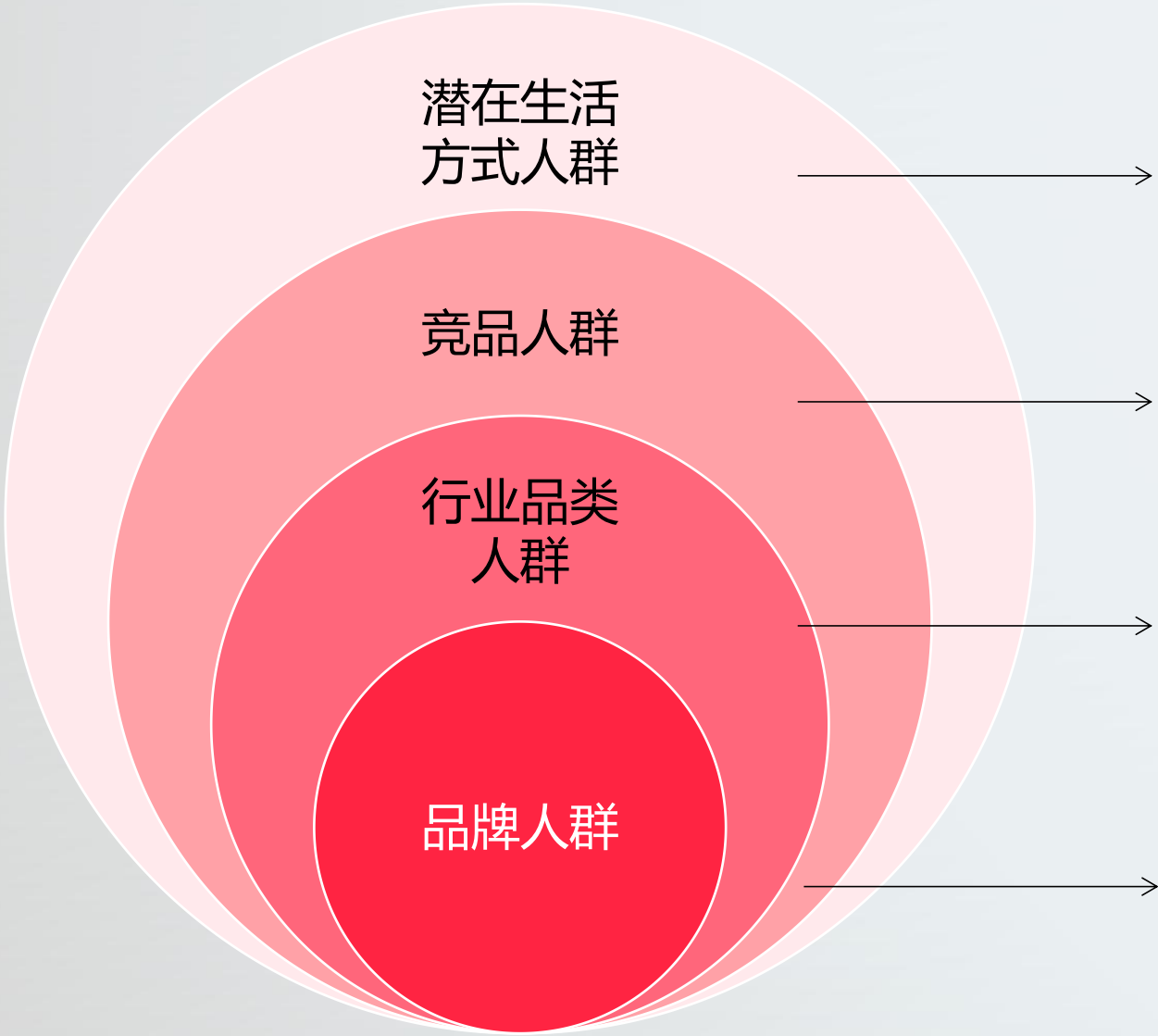
【品牌产品词】

【Retargeting】

品牌历史搜索、阅读互动、广告点击人群

【I-1人群】

产品直出，
突出核心卖点



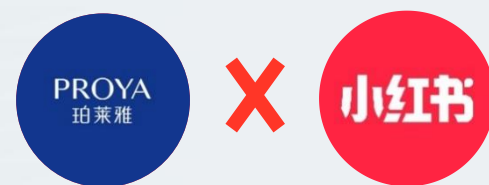
美妆行业KFS打法

KFS案例

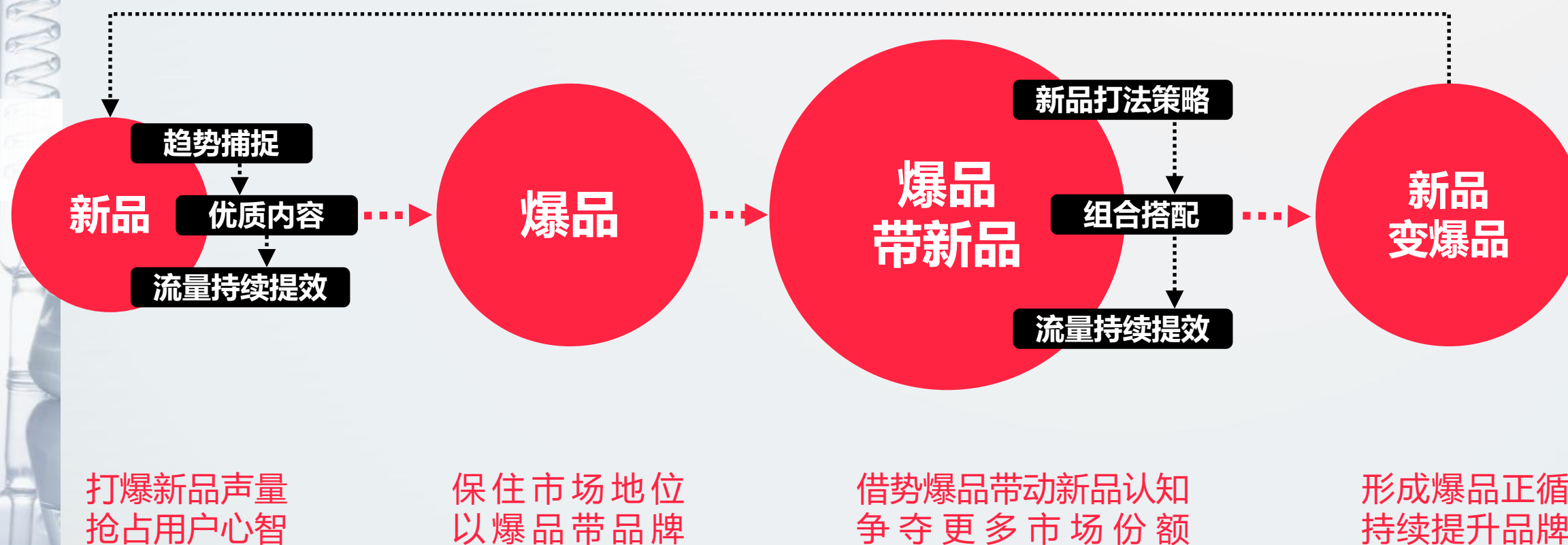
小红书

珀莱雅

正循环式KFS营销策略



以爆品带新品，再造年轻化护肤ABC公式



美妆行业KFS打法

Insight

Define

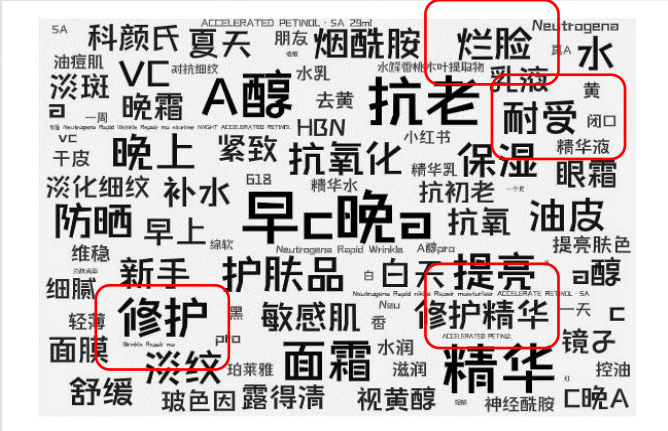
立足早C晚A，洞察下一个新品机会点

护肤公式A+B+C,以爆带新打造「进阶版早C晚A」

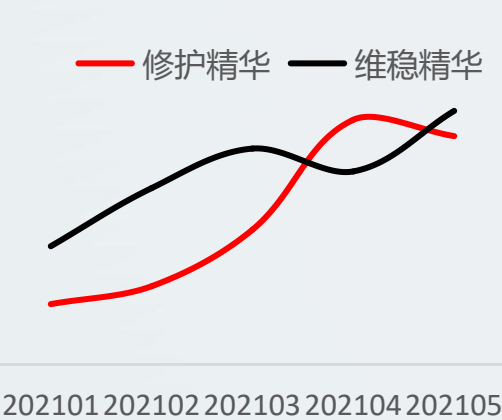
拆解命题

抢细分赛道

早c晚a on trend
伴随的烂脸耐受等问题急需解决



修护维稳伴随
换季期需求激增



珀莱雅-早C晚A
赛道品牌热度 NO.1



珀莱雅
双抗精华
「抗氧抗糖」



珀莱雅
红宝石精华
「抗皱淡纹」



珀莱雅
源力精华
「维稳修护」



核心内容体系：
借力早c晚a, 再造新CP



ABC=抗老美白修护铁三角
A+B=抗老修护, C+B=提亮维稳
C+A=抗老提亮

美妆行业KFS打法

Expand

KFS矩阵，前期内容强化，后期流量放大

搜推联动高效收割

新品期 造势

成长期 扩散

成熟期 稳定

4-6月
头部K背书
激发粉丝跟风和热度



内容背书
粉丝 400w+

内容预算：投流预算比重

40% 60%

信息流预算比重

85%

关键词预算比重

15%

7-10月
尾腰部发力花样组CP笔记
持续扩大影响力



护肤ABC
护肤BC
护肤AC

35% 65%

65%

35%

11月-至今
组合单飞独自美丽
单品地位持续强化



25% 75%

30%

70%

时间线

测试：粗定向
测内容

放大：多维圈定人群
笔记矩阵重复触达细分人群

收割：高效收割
重定向+搜索追投

信息流定向击穿

护肤行业人群

高端竞品人群

修护抗老功效
人群

潜在兴趣人群 (Lifestyle)

多场景/功效笔记细分
人群重复触达

DMP关键词定向，重
定向人群 & I-4

DMP关键词定向（侧重A红宝石精华/双抗精
华人群），博主粉丝人群

DMP阅读互动过相关精华产品人群

泛需求人群：护肤兴趣人群

高

人群重要性

低

美妆行业KFS打法

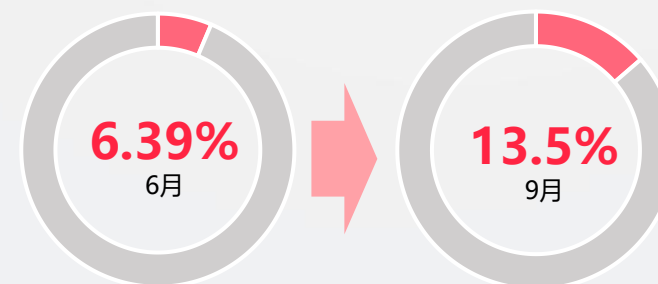
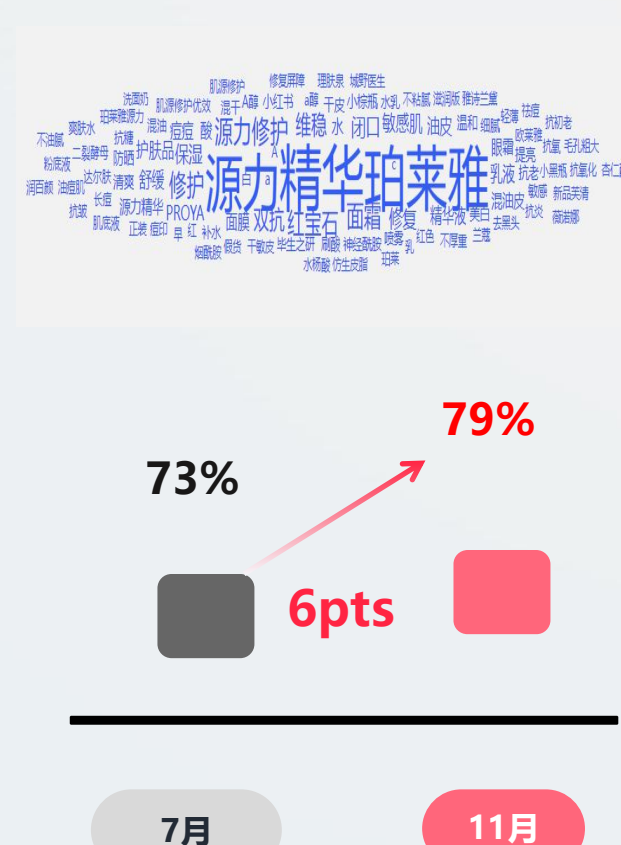
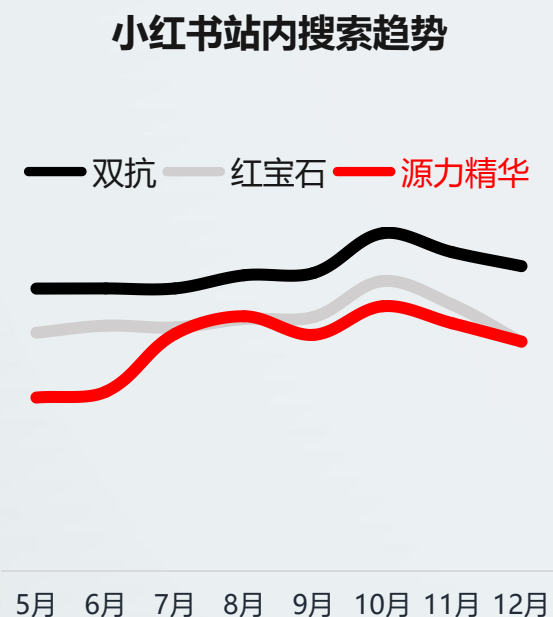
14人群包持续回滚，基于CP转化率持续优选

以品带牌，爆品模式正循环，有效带动品牌焕新

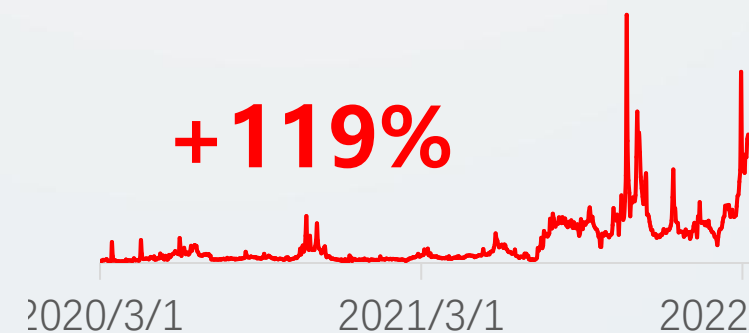
家族小透明
快速赶超明星单品

品牌情感NPS值正向提升

精华品类i1-i4人群渗透率提高



多品爆发，品牌整体声量冲高



美妆行业KFS打法

Thanks
感谢聆听

