

薯条产品介绍



目录

CONTENT

01 | 产品介绍

02 | 客户案例

03 | 操作说明

04 | 常见问题

01 产品介绍

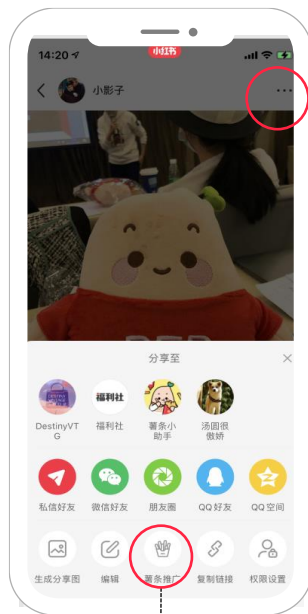
薯条 是小红书为内容创作者及企业商家，提供的自助式投放产品，手机端可直接操作，分为内容加热和营销推广两个版本。

内容加热

面向平台的个人创作者，支持投放非营销属性的优质内容，助力账号成长。

营销推广

服务平台的企业商家及个人，支持投放商品笔记等营销属性内容，助力生意成长。



薯条入口：
在想要推广的笔记右上角点击【分享】按钮

在弹出的浮层中点击【薯条推广】



内容加热

营销推广

服务对象

有推广优质内容诉求的创作者

有营销诉求的中小商家或个人

专业号-个人身份**专业号-企业身份&个人经营者**

1) 进行专业号企业身份认证的用户; 2) 入驻蒲公英平台的用户; 3) 开通直播选品权限的用户; 4) 开薯店的用户; 5) 开设专栏的用户

账号要求

- 1) 粉丝数量 ≥ 500
- 2) 近28天发布笔记数量 ≥ 2
- 3) 账号符合社区规范

具备齐全的广告法要求的资质
无粉丝门槛, 笔记数量等要求

内容要求

- 1) 内容不含营销属性, 符合社区规范
- 2) 需要为近90天内发布的笔记

符合广告法规定, 支持投放营销内容
历史笔记均可投放

是否打广告标

不打标

赞助标

推广目标

笔记阅读量/视频播放量
点赞收藏量、粉丝关注量

笔记阅读量/视频播放量
点赞收藏量、粉丝关注量、商品访问量

营销组件

无

支持私信组件&商品卡片



主要服务平台的内容创作者，助力账号成长



内容创作能力强



有账号成长诉求



具有付费加热内容的需求



注重私域用户价值



缺乏专业的广告投放能力



01 投放时间灵活选择

手机APP直接操作
支持多档位推广时长

02 提供多样投放目标

优化目标一键确认
满足不同投放诉求

03 支持两种定向能力

提供智能优选
和自定义模式

04 实时更新多维度数据

及时了解投放效果
调整投放策略

小红书

内容加热 | 手机便捷设置投放时间灵活



面临的问题

投放太复杂了，自己也没专业投放经验



解决方案

APP端直接操作，自助订单式投放

自助订单式投放
手机端简单完成
投放设置

小额订单，最低
75元起投

开启时间灵活
配置，投放时
长支持
6/12/24小时



在提升笔记曝光量的同时，将根据您的目标设置，优化数据表现



视频播放量/笔记阅读量

以视频播放量 / 笔记阅读量为转化目标，在提供一定曝光量的同时，尽可能的提升点击率，拿到播放量 / 阅读量。



粉丝关注量

以粉丝关注量为转化目标，在提供一定曝光量的同时，尽可能的提升加粉效率，帮助拿到更多粉丝量。



点赞收藏量

以点赞收藏量为转化目标，在提供一定曝光量的同时，尽可能的提升点赞收藏率，帮助拿到更多点赞收藏。

内容加热 | 两种人群定向方式

智能优选
定向

系统根据曝光人数、投放目标等设置，智能优选人群

自定义
定向

性别

年龄

地域：全国省市维度

兴趣：涵盖美妆、家具、时尚等多个兴趣标签

取消

设置推广人群

确定

智能优选(推荐使用)

自定义

推广人群

自定义 >

性别(单选)

不限

男

女

年龄(多选)

不限

18-22岁

23-27岁

28-32岁

大于32岁

地域(多选)

全国

省市 >

兴趣(多选)

不限

更多 >

小红书

内容加热 | 实时推广数据展示

投中场景-实时数据展示



推广过程中, 订单详情页展示实时推广数据, 方便推广者了解笔记情况。

投后场景-多维度数据复盘



推广结束后, 数据中心提供多维度数据展示, 包括总数据、单篇笔记数据等。

主要服务平台的中小商家及个人，助力生意经营



笔记营销属性强
商品笔记/直播预告/品牌宣传



希望在小红书做
如电商带货，线索留资



有付费购买流量
的推广诉求



广告投放经验不足



单次推广预算低

小红书

营销推广 | 三大差异功能服务营销诉求客户



低门槛投放营销内容

通过广告审核即可投放营销内容

新增私信组件

提供私信组件能力，提升营销效率

支持商品访问量目标

可选商品访问量优化目标，助力开店经营

小红书

营销推广 | 无粉丝门槛支持投放营销内容



投放门槛低

没有账号粉丝门槛限制
历史笔记均支持投放



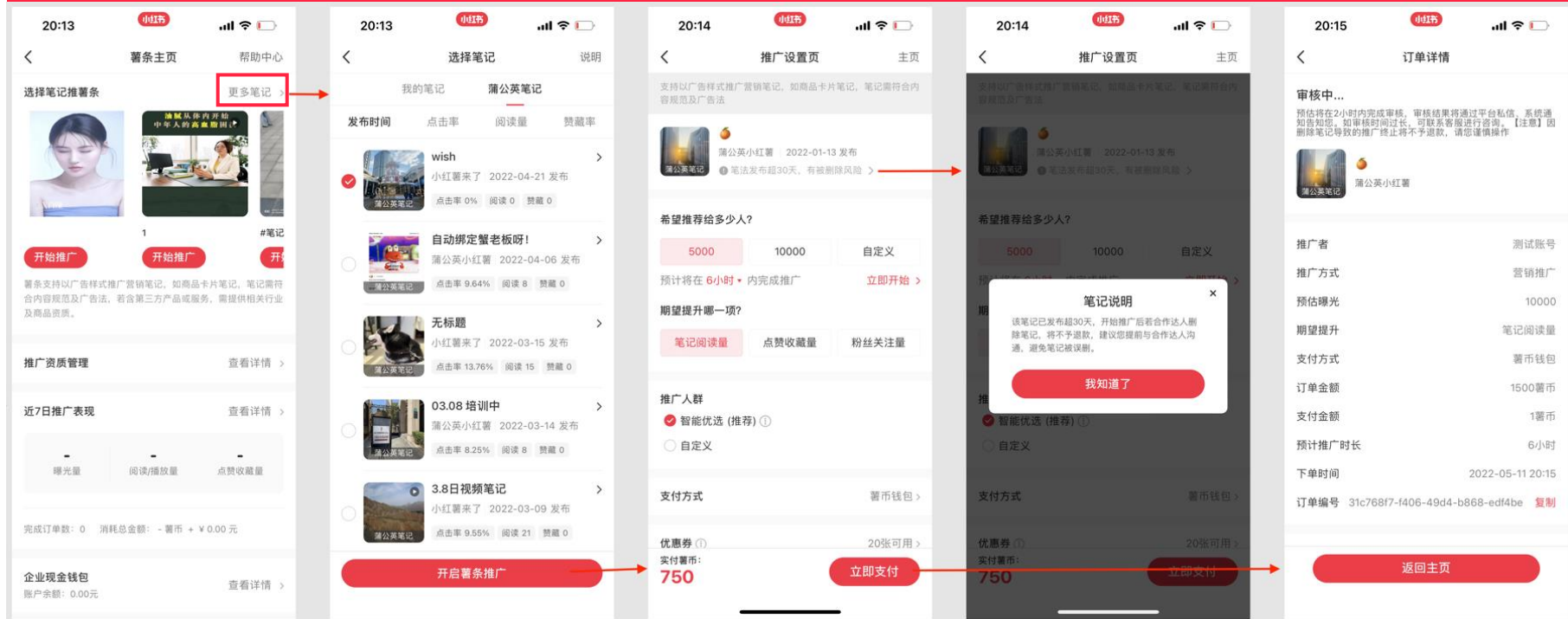
支持投放营销内容

可投放如商品笔记，直播预告等营销属性
内容（暂不支持抽奖笔记）

小红书

营销推广 | 支持企业客户投放蒲公英合作笔记

薯条新增「企业专业号投放蒲公英合作笔记」产品能力，企业客户通过蒲公英平台下单的合作笔记，可以在手机快捷投放。



点击“薯条主页-更多笔记”，进入蒲公英笔记列表页，选择任意一篇蒲公英合作笔记即可可在下单页开启投放。



新增私信组件能力

选择使用私信组件，笔记上将展示快捷私信入口，用户点击笔记详情页的【立即咨询】即可跳转至私信窗口，以达到快捷营销的效果，非常适合婚摄等线索留资行业客户。





•**薯条商品访问量**：薯条营销推广版的优化目标之一，可在提供一定曝光量的同时，尽可能的提升笔记关联商品的访问效率，帮助商家获取更多的商品页面访问量。

•**适用客户**：入驻小红书商城店铺的商家

•**适用笔记**：商品笔记

优化种草转化链路，「加量」到「购买」只需三步

•**第一步**：选择商品笔记，投放薯条加量

•**第二步**：点击商品卡片，进入商品页面

•**第三步**：点击立即购买，完成商品成交



02 客户案例

小红书

婚摄客户 | 多目标组合投放，巧用组件助力留资转化



客户名称

苏州慕摄影

经营方式

专业号日常发布摄影图文笔记，吸引用户私信留资转化

投放方法

笔记阅读&赞藏转化目标组合投放，搭配用私信组件

投放效果

使用薯条投放婚摄图文笔记，**打造多篇千赞爆文**，展示私信组件咨询量提升10%。

小红书

美瞳客户 | 接入有赞小程序，积累赞藏带动销量



客户名称

RebekahCon (美瞳客户)

经营方式

在小红书接入有赞小程序开店经营，发布商品笔记，引流至店铺成交。

投放方法

使用薯条投放商品笔记，选择赞藏优化目标。

投放效果

笔记赞藏成本下降**15.8%**，营业额增长约**6%**，带动站内成交。

小红书

美妆客户 | 薯条投放合作笔记，快捷放大种草价值



客户名称

妖制（美妆行业客户）

经营方式

在小红书开店经营粉扑等美妆商品，蒲公英平台采买博主合作笔记站内种草。

投放方法

在手机端使用薯条，推广10余个合作达人的蒲公英笔记。

投放效果

测试期间笔记阅读量提升**30%以上**，有效触达目标用户，扩大优质合作内容的种草价值。

小红书

食品客户 | 使用商品访问目标，拉动店铺流量及成交



客户名称

玩铁猩猩（运动健身食品行业）

投放效果

带来1483商品访问量

商品访问成本0.35元

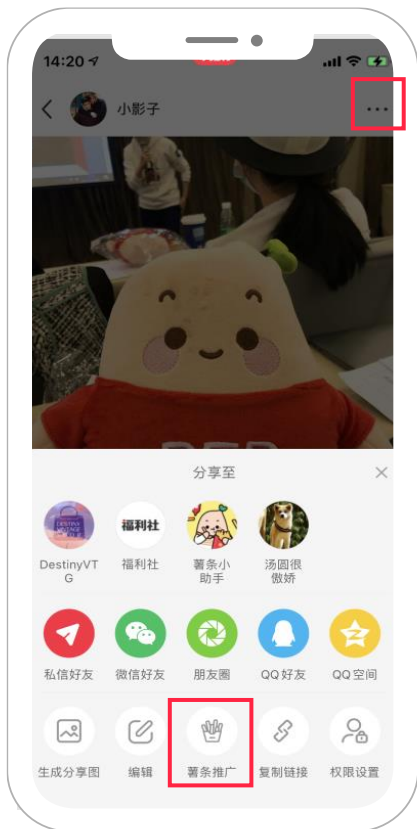
客户感受

商品访问量有了非常明显的提升，同时也带来了直接的转化，店铺的GMV大概是平时的6到7倍。

03 操作说明

小红书

操作说明-推广入口



入口一

笔记详情页

在笔记右上角点击
【分享】按钮

在弹出的浮层中点
击【薯条推广】



入口二

专业号中心

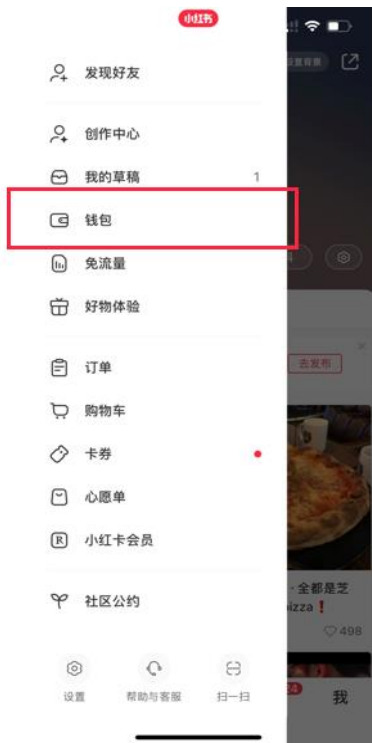
点击【薯条推广】
进入【薯条推广主页】
选择笔记开启推广



投放设置核心流程

- **推荐人数：**代表预计曝光的人数，默认5000曝光，具体人数可自定义选择
 - **推广时长：**默认展示6小时推广时长，自定义时长支持6、12、24小时
 - **期望提升目标：**
 - **笔记阅读量/视频播放量：**系统将重点提升阅读量/播放量数据
 - **点赞收藏量：**系统将重点提升点赞、收藏量数据
 - **粉丝关注度：**系统将重点提升粉丝关注量数据
- 建议重点关注所选目标的数据表现**
- **人群定向：**支持系统智能优选和自定义定向两种模式（自定义人群支持性别、年龄、地域和兴趣标签）
 - **私信组件：**薯条营销推广版本可勾选私信组件展示

薯币钱包



企业现金钱包



充值方式:

- **薯币钱包:** 需在APP端先进行充值, 后用于投放薯条 (注: 此方式充值苹果端会收取30%手续费, 安卓端非谷歌市场下载的app无手续费, 谷歌市场下载的app同样收取30%手续费)
- **企业现金钱包:** 为满足企业类型的用户对公充值和企业发票申请, 薯条为企业类型用户提供企业现金钱包, 入口在薯条推广主页 (注: 企业钱包充值的到账时间预计在1-2天; 企业付款账户的公司主体务必与认证主体名称保持一致, 否则会导致充值无法到账, 另外请确认银行账号填写正确, 否则会被退回。)
- 微信内打开链接充值: www.xiaohongshu.com/recharge

企业现金钱包和薯币钱包的区别:

- 薯币钱包面向所有用户, 支持APP端线上充值薯币
- **企业现金钱包**仅面向**企业用户**, 支持企业线下充值人民币, 余额仅能用于薯条推广, 支持申请发票 (**客户企业号主体在境外, 无法使用企业现金钱包**)



笔记订单审核状态

审核通过: 通过后订单进入正常推广界面

审核不通过: 若笔记不符合小红书平台规则或广告法相关内容会被驳回无法推广, 可点击查看具体驳回理由, 推广者可按照提示修改笔记; 若对审核结果有异议, 可提起申诉

资质列表



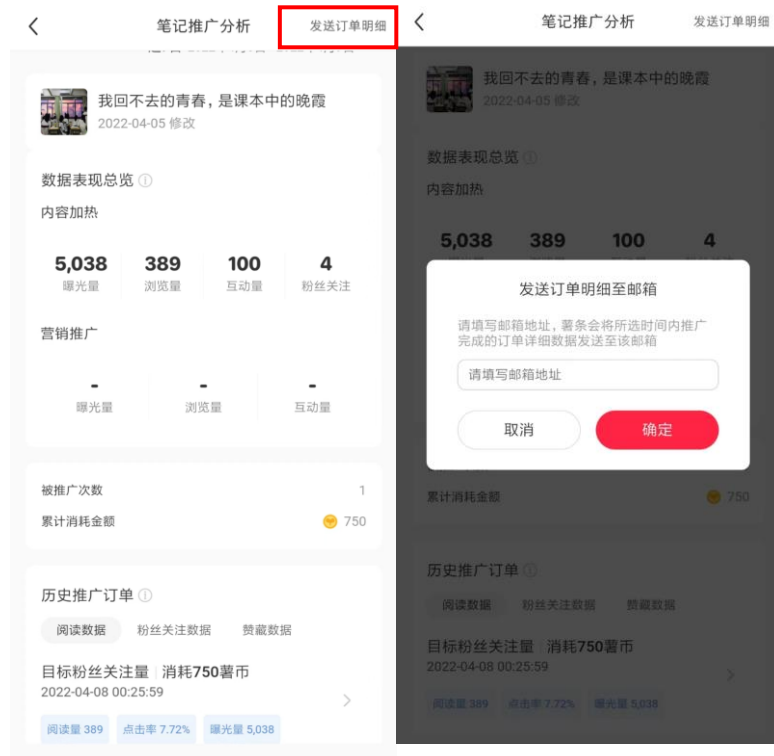
使用薯条营销推广时上传行业资质



审核通过: 通过后订单正常进入下一界面



审核不通过: 若资质不符合行业规范则会被退回无法推广, 可根据提示修改重新上传资质。



投放笔记数据分析

- **数据表现总览:** 单篇笔记在内容加热或营销推广投放的数据表现：包括曝光量、浏览量、互动量、粉丝关注。
- **推广数据:** 展示目前单篇笔记完成订单数和对应累计消耗薯币。
- **发送订单明细:** 在薯条数据中心右上角点击【发送订单明细】，根据系统提示填写指定邮箱，系统邮箱会将该时间段内的订单明细数据邮件发送至该邮箱，如5分钟内未收到邮件可以重新操作。

04 常见问题

Q1：选择薯条不同推广目标会有哪些差异？可以选择多个目标吗？

【阅读播放量】模式，系统将重点提升阅读播放量数据，每笔订单仅支持选择一个目标。

【点赞收藏量】模式，系统将重点提升点赞收藏量数据，每笔订单仅支持选择一个目标。

【粉丝关注量】模式，系统将重点提升粉丝关注量数据，每笔订单仅支持选择一个目标。

投放Tips：如果想多维度提升笔记阅读+赞藏互动+关注，建议多种模式配合交替投放，避免只推广一种模式。

Q2：薯条订单在推广过程中是匀速曝光的吗？

薯条为帮助用户获取更多优质流量，实际推广速度会根据平台流量和笔记质量动态调整，系统会根据目标用户的活跃时间合理曝光。存在推广进度快于/慢于时间进度的情况，以实际推广进度为准。

Q3：笔记开始推广,可以撤回吗？推广中删除笔记是否退款？

薯条订单开始推广后将无法撤回或者终止，如果将推广中的笔记删除，未完成消耗的推广部分将不予退款，请谨慎操作。

Q4：推广中可以修改笔记吗？

可以修改，如果编辑了正在推广的笔记，该笔记将再次进入审核流程，如审核通过则按照该笔记的订单信息继续推广，如审核不通过则该订单推广的剩余款项将原路退回。

Q5：哪些笔记内容会审核不通过？审核不通过会退款吗？

使用薯条投放需要满足《薯条推广服务协议》，部分行业需提供资质。推广笔记审核未通过，订单金额将原路退回至小红书账户。当推广笔记提示：审核不通过。请在【审核不通过】页面点击【查看详情】获取问题信息并修改，再进行投放。

Q6：账号为什么资质审核不通过，笔记均不支持薯条推广？

账号进行薯条推广，需要账号主体资质—行业资质—物料资质符合《广告法》规则，方可使用薯条投放。审核流程：资质提交→后台审核→审核通过。操作详情：[资质管理流程](#)

Q7：如何申请开票？

- (1) 薯币钱包：路径：我-钱包-充值-右上角充值记录-筛选“充值薯币类型”-右上角申请开票
- (2) 企业现金钱包：路径：app里面我的-左上角详情内企业号中心-薯条推广-企业现金钱包-右上角申请开票

Q8: 优惠券使用规则是什么?

无门槛优惠券同类型可叠加使用，支持多选；满减优惠券不支持叠加，达到启用门槛后可以使用，一个订单只能使用1张；使用的优惠券总金额需 $\leq$ 订单金额，如超过则不可选；如优惠券金额=薯条订单金额，则需至少支付0.1元/1薯币。

Q9: 优惠券退款规则是什么?

(1) 无门槛优惠券：订单中现金和优惠券会按比例消耗，如订单未消耗完毕存在退款，薯条会退回未消耗现金/薯币和完全未使用的优惠券，优先退还活动有效&低面额&有效期更长的优惠券。

例1：200元薯条订单使用50元*1张优惠券+150元现金支付，实际消耗160元（消耗40元优惠券+120元现金），退还未消耗30元现金

例2：200元订单使用1张50元优惠券+10张5元优惠券+100元现金支付，如果实际消耗100元（消耗50元优惠券+50元现金）退50元现金+10张5元优惠券

(2) 满减优惠券：只有当订单未消耗的时候，整单退款，才会涉及满减优惠券退回；若订单已经开始消耗，则满减优惠券不退。

Q10: 薯条的充值方式是什么?

- 薯币钱包：需在APP端薯币钱包先进行充值，后用于投放薯条（注：此方式充值苹果端会收取30%手续费，安卓端非谷歌市场下载的app无手续费，谷歌市场下载的app同样收取30%手续费）
- 微信内打开链接充值：www.xiaohongshu.com/recharge

附件-资质相关介绍

《薯条营销推广版本资质管理介绍》：

<https://docs.qq.com/doc/DYWpwRVprcXlLVE9Q?u=5fe824a1c96a4ef49ef1c74559685136>

《广告资质模板参考》：

<https://fe-video-qc.xhscdn.com/fe-platform/e19155ca18d2a412241eb1533e06b3302697747c.pdf?attname=fe-platform/e19155ca18d2a412241eb1533e06b3302697747c.pdf>



THANKS

