

小红书蒲公英平台

食品饮料行业投放指南

蒲公英客户运营 2023年1月

小红书

博主优质内容合作官方平台

目录/CONTENT

1

食饮行业蒲公英投放概览

行业总览 | 零食 | 饮料冲饮 | 乳制品 | 保健食品

2

食饮行业蒲公英投放策略

科学选人 | 优创内容 | 精准提效



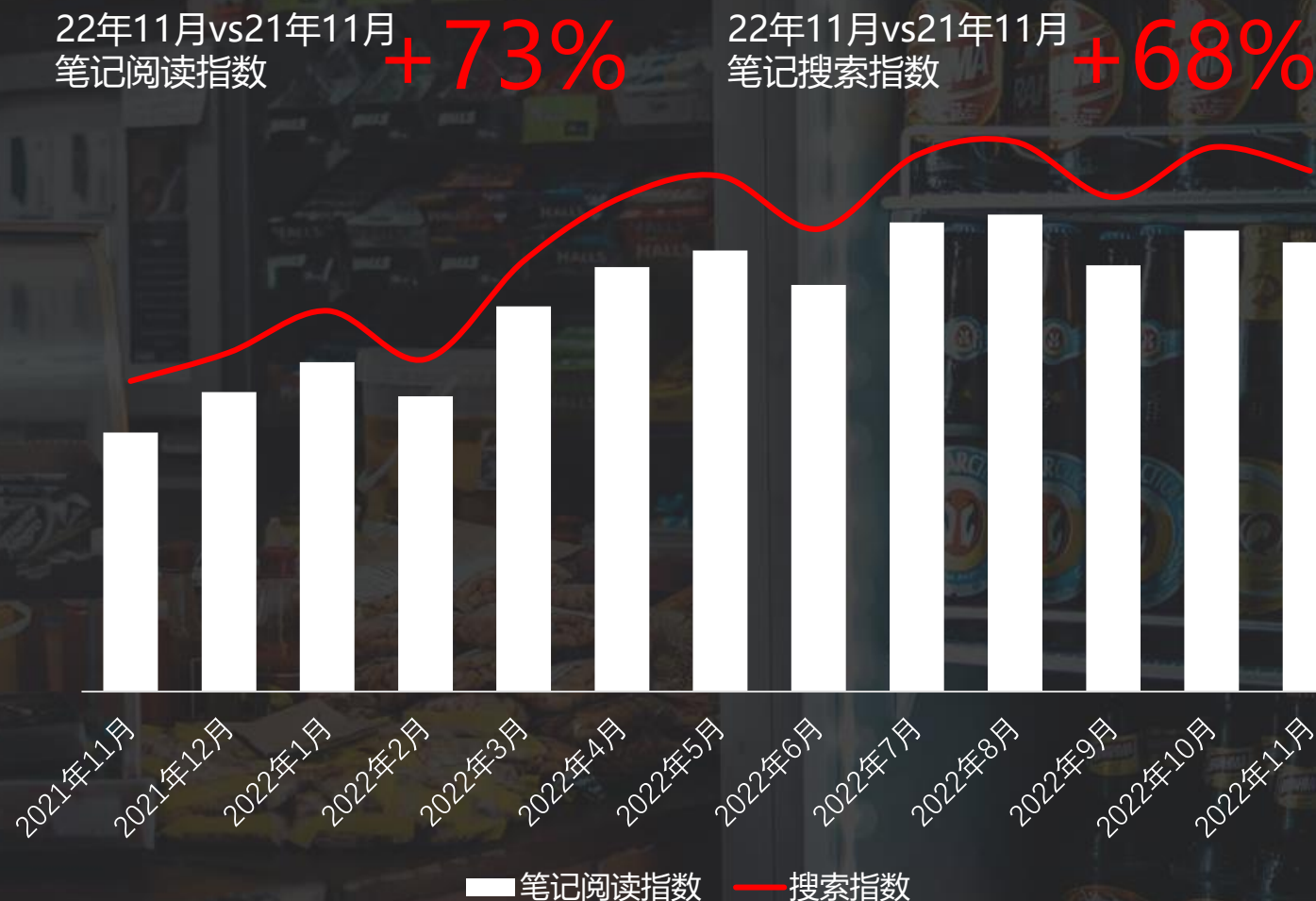
食品饮料行业投放概览

美食是小红书第二大热门内容，美食笔记阅读及搜索量逐月增长

近30天内站内笔记阅读指数TOP10



近1年美食相关笔记阅读与搜索趋势

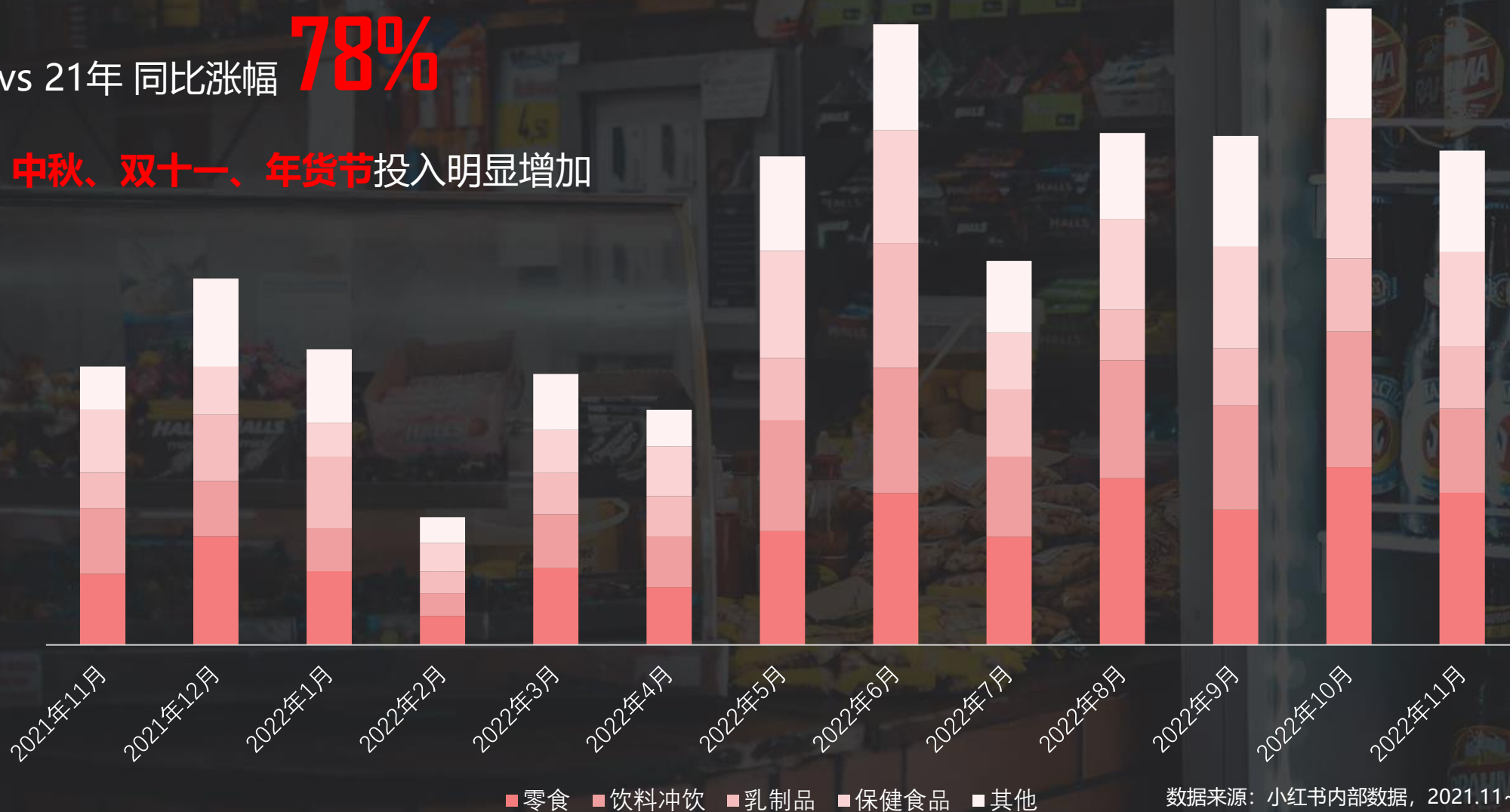


越来越多的食品饮料品牌入局内容种草，大促节点尤为突出

21-22年食品饮料行业蒲公英消耗趋势

22年 vs 21年 同比涨幅 **78%**

618、中秋、双十一、年货节投入明显增加

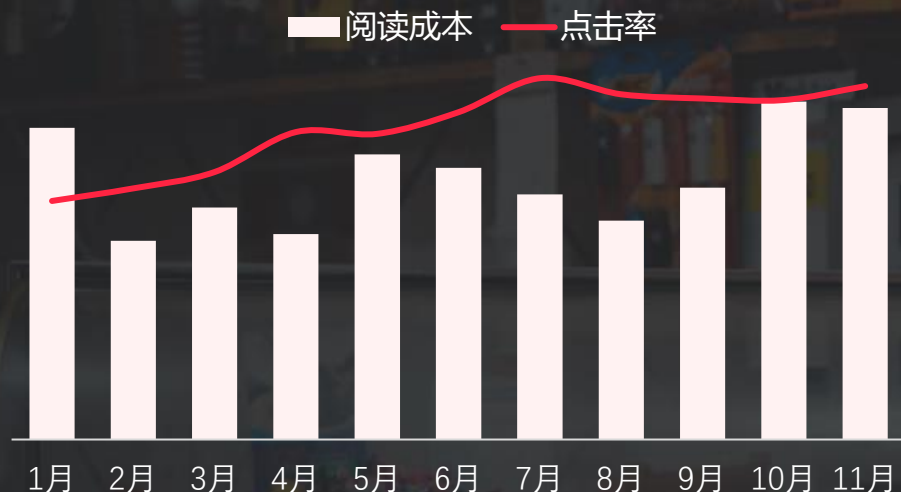


数据来源：小红书内部数据，2021.11~2022.11

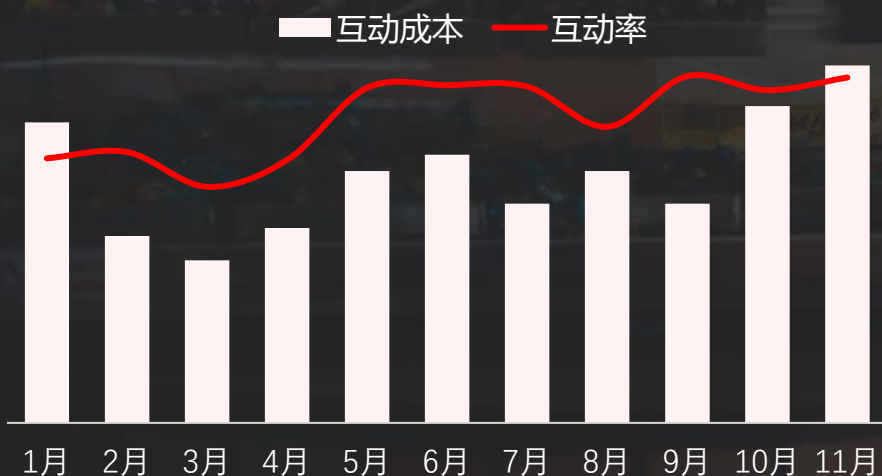


22年零食行业的投放表现

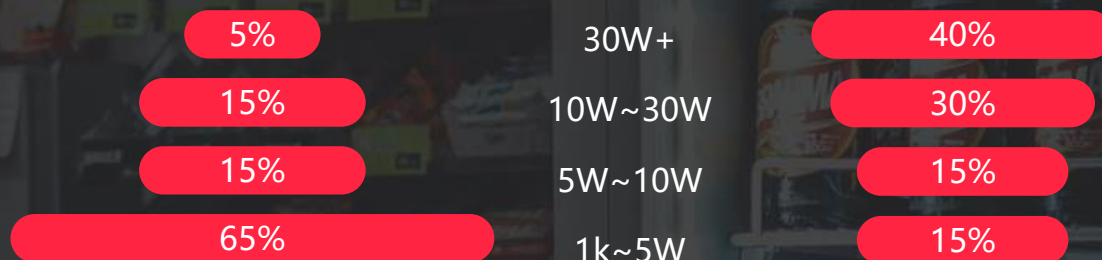
单次阅读成本波动较小，点击率稳步提升



大促期间互动成本略有上涨，互动率呈上升趋势



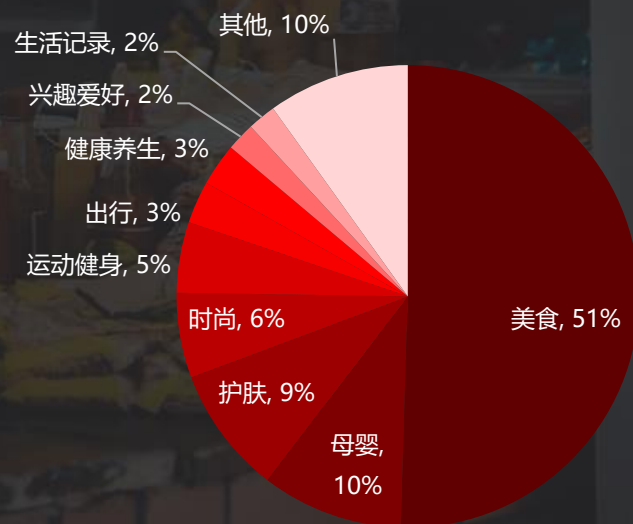
不同粉丝量级的博主投放分布



博主个数占比

博主粉丝量级

博主预算分布



不同类别的博主个数占比

零食赛道仍以美食类博主为主，但随着健康低糖零食需求的增长，品牌同样会合作母婴、护肤、时尚、运动健身类博主。



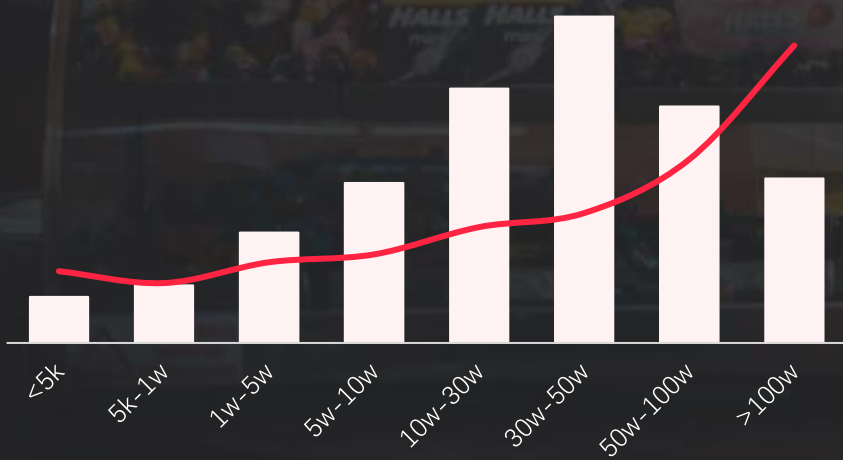
22年零食行业的投放表现

腰尾部博主流量性价比更高



阅读成本 点击率

尾部博主互动性价比高，头部博主互动率高

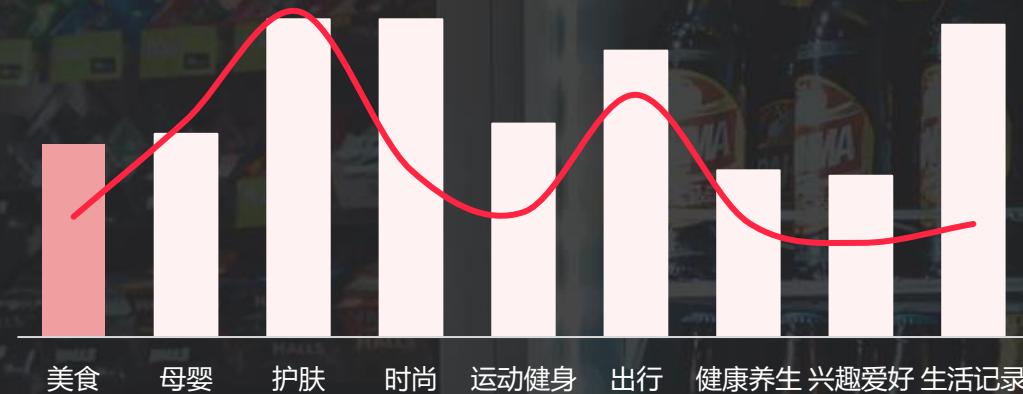


互动成本 互动率

按粉丝量级

按博主类别

垂类博主流量表现处于均值水平，健身、健康、兴趣博主性价比优



阅读成本 点击率

垂类博主互动表现普遍优于跨界博主，兴趣类博主互动表现突出



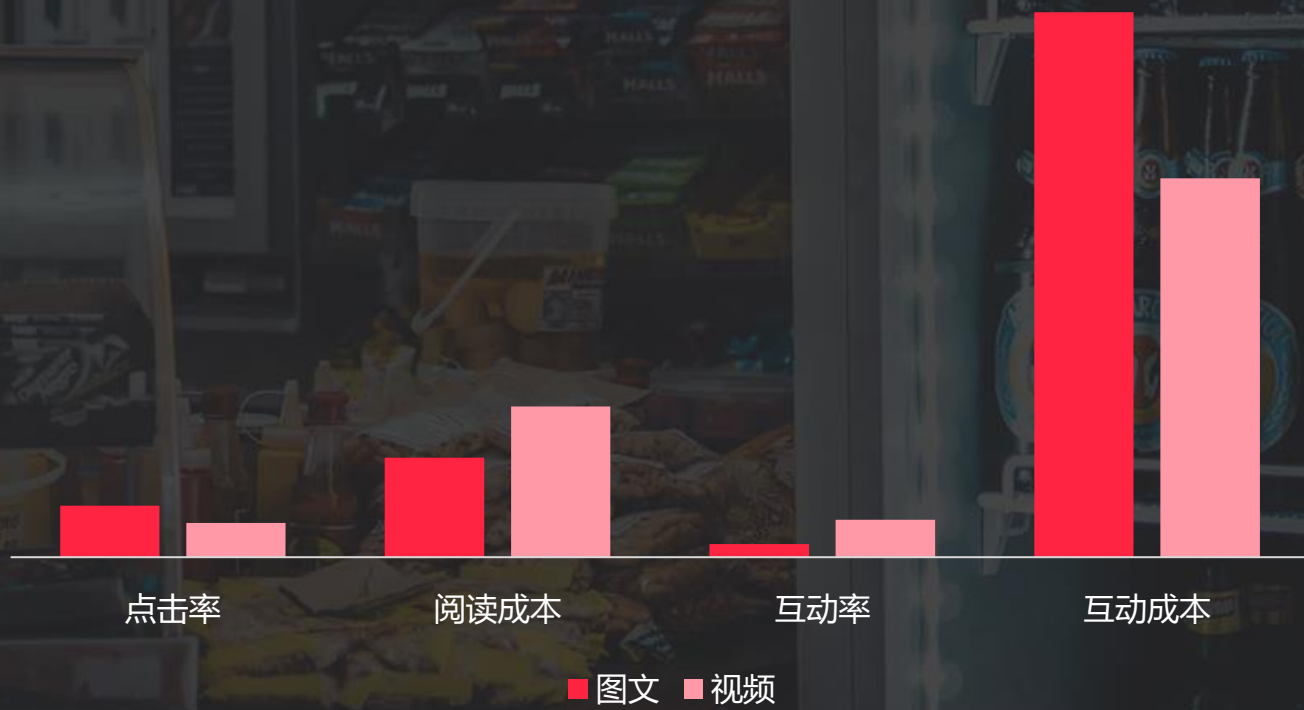
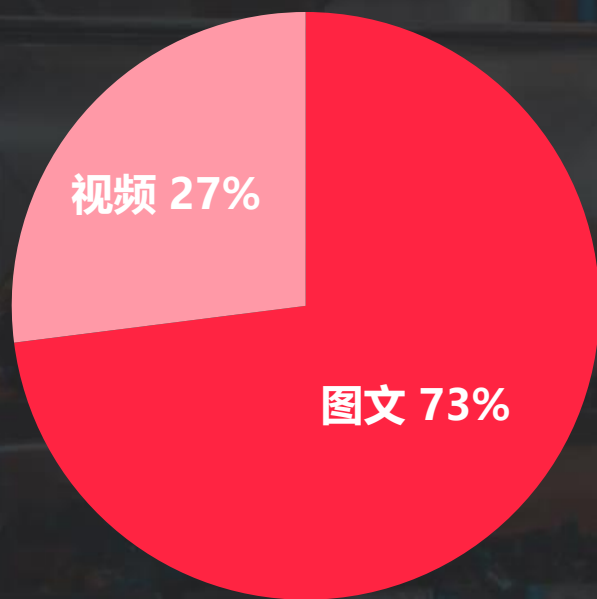
互动成本 互动率



22年零食行业的投放表现

笔记类型以图文为主

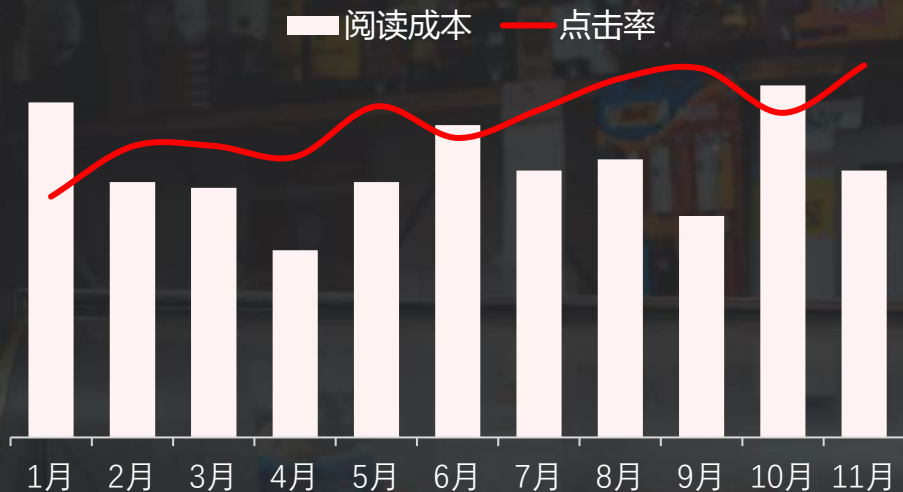
图文笔记在流量表现上更有优势，视频笔记在互动表现上更具优势





22年饮料冲饮行业的投放表现

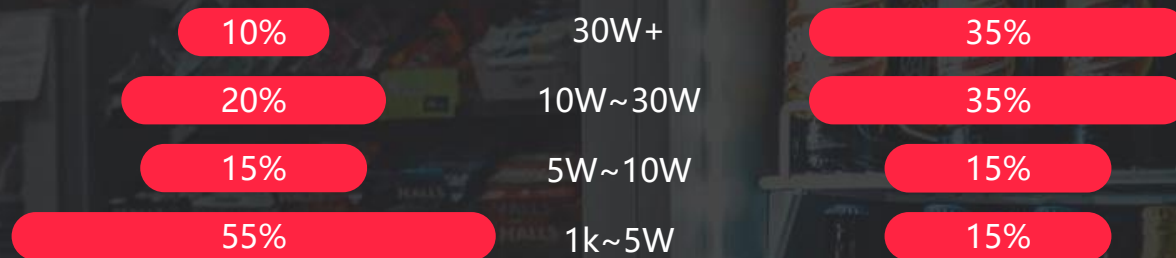
大促期间阅读成本略有上涨，点击率逐月提升



日常种草期互动成本较低，互动率略有上涨趋势



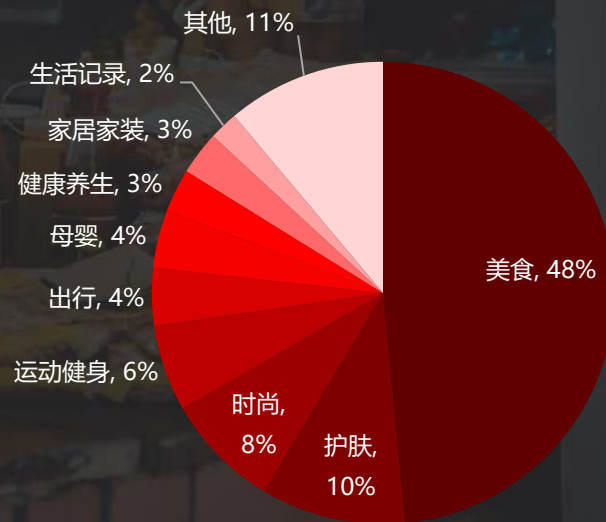
不同粉丝量级的博主投放分布



博主个数占比

博主粉丝量级

博主预算分布



不同类别的博主个数占比

饮料冲饮行业以美食博主合作为主，但随着“0糖低卡”、“功能型饮品”的兴起，护肤、时尚、运动类博主也为品牌所青睐。



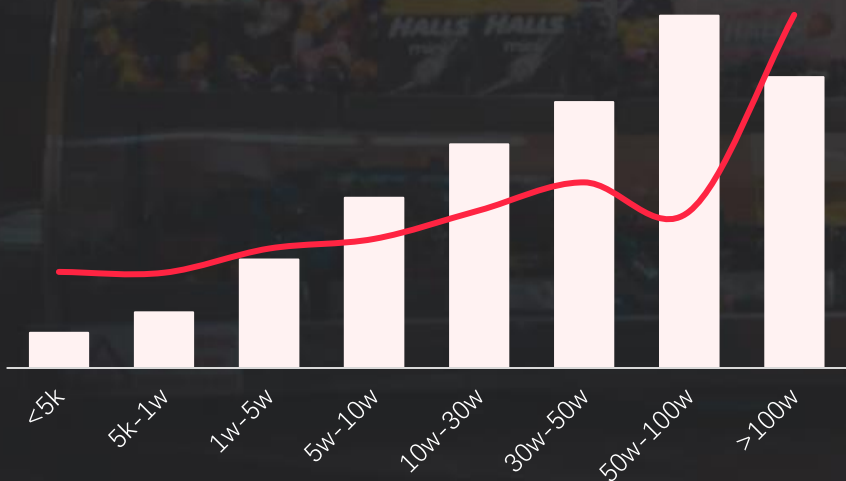
22年饮料冲饮行业的投放表现

腰尾部博主流量性价比更高



阅读成本 点击率

尾部博主互动性价比高，头部博主互动率高

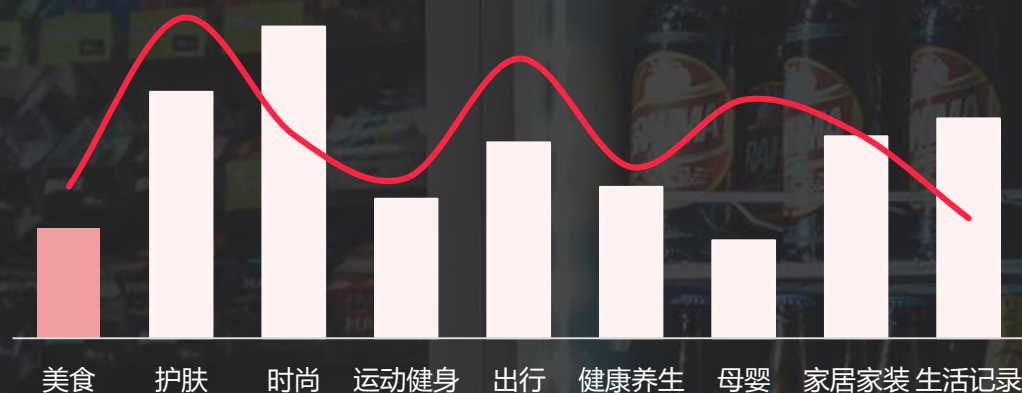


互动成本 互动率

按粉丝量级

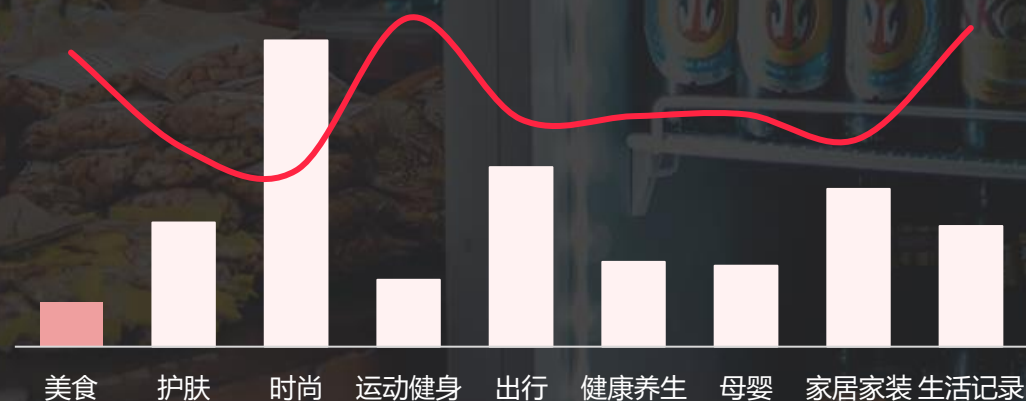
按博主类别

垂类博主的流量表现优，健身、母婴博主可深耕



阅读成本 点击率

垂类博主互动表现更优，运动、养生、母婴类博主值得关注



互动成本 互动率

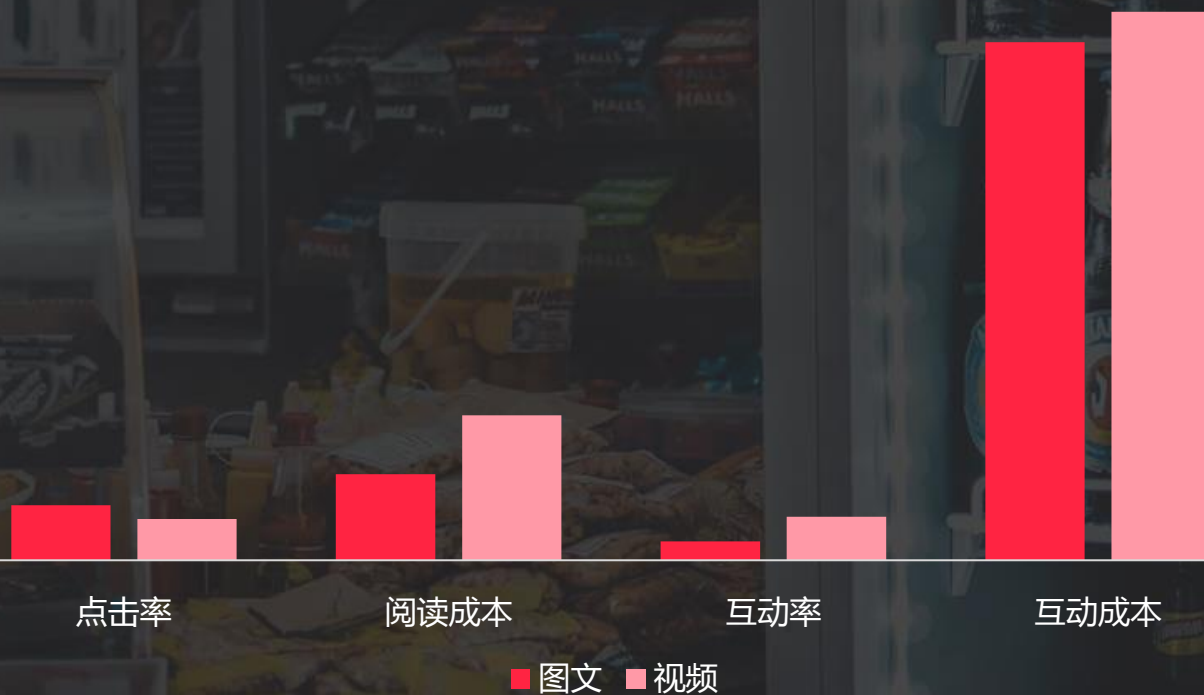
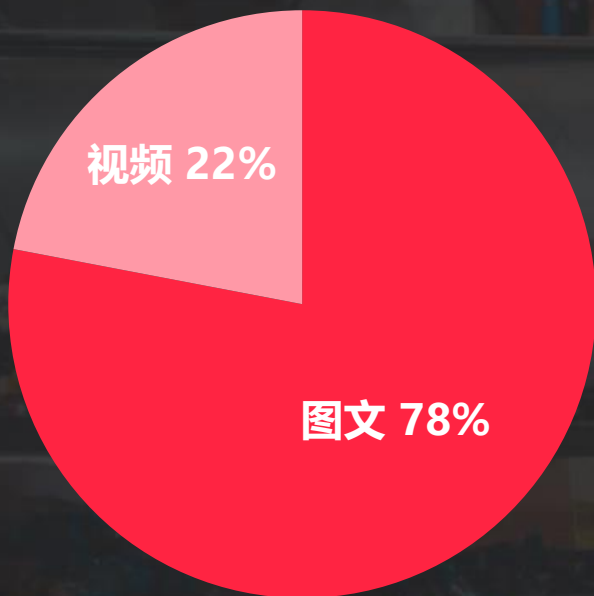
数据来源：小红书内部数据，2022.01~2022.11



22年饮料冲饮行业的投放表现

笔记类型以图文为主

图文笔记在流量表现、互动成本上更有优势，视频笔记在互动率上更有优势





22年乳制品行业的投放表现

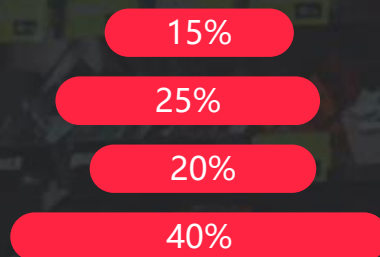
阅读成本波动不大，点击率略有上涨趋势



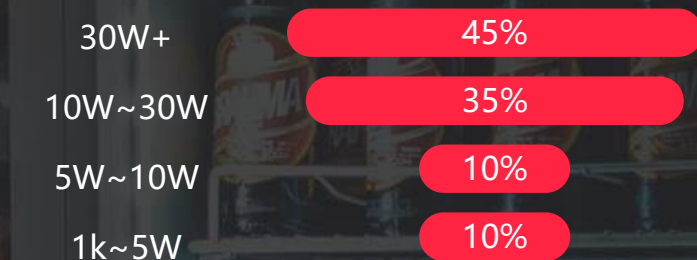
大促期间互动成本上涨，互动率有下降趋势



不同粉丝量级的博主投放分布

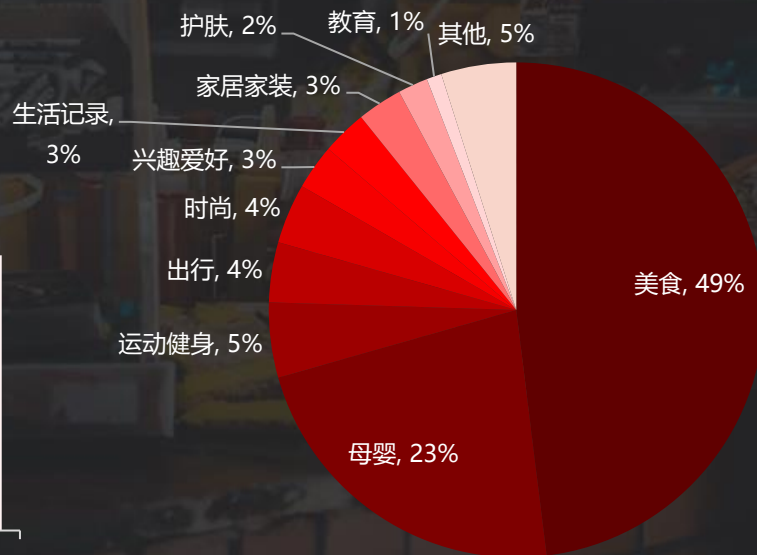


博主个数占比



博主粉丝量级

博主预算分布



不同类别的博主个数占比

乳制品行业客户多合作美食类博主，但也会聚焦孕妈宝宝、健身人群等，选择母婴、运动健身、出行类博主进行合作。



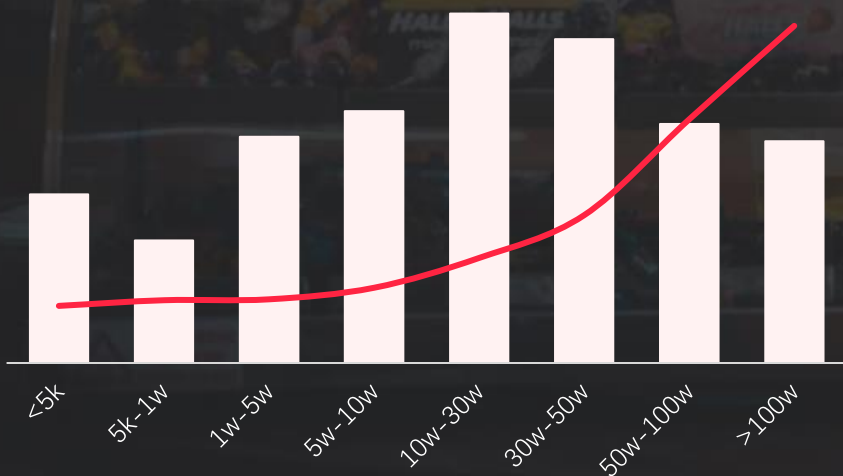
22年乳制品行业的投放表现

腰尾部博主流量性价比更高



阅读成本 点击率

尾部博主互动性价比高，头部博主互动率高

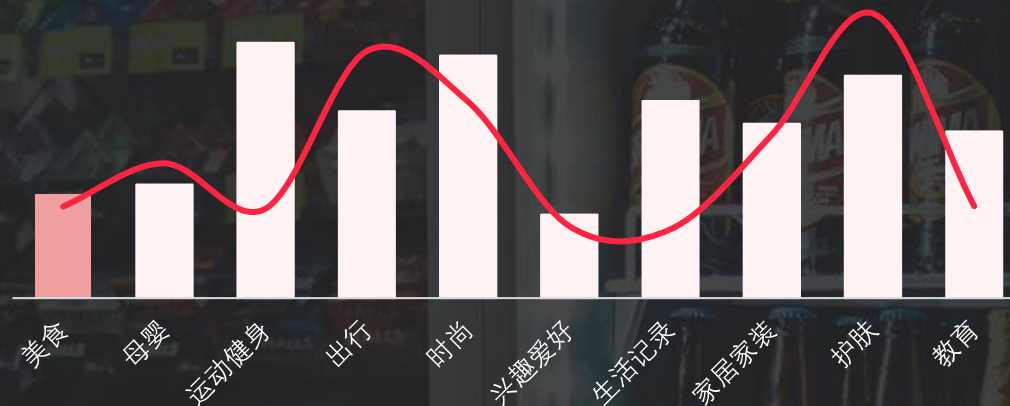


互动成本 互动率

按粉丝量级

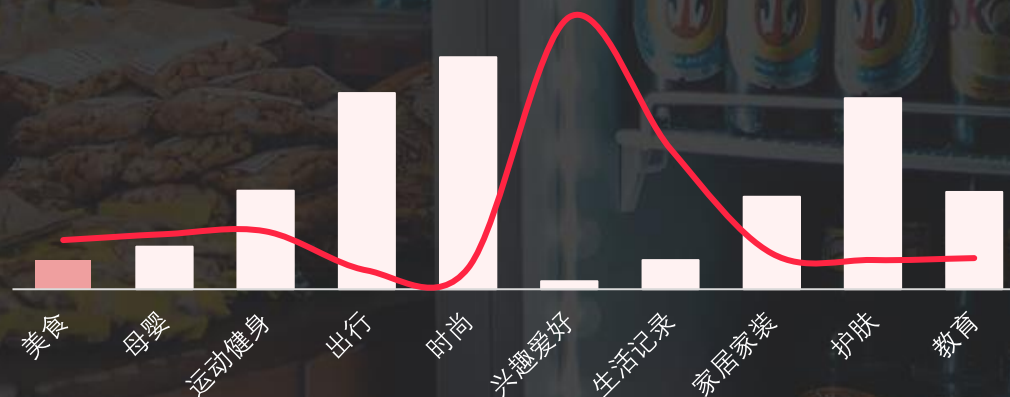
按博主类别

垂类博主的流量表现优，母婴、兴趣类博主可深耕



阅读成本 点击率

垂类博主互动表现较好，母婴、兴趣、生活记录博主值得关注



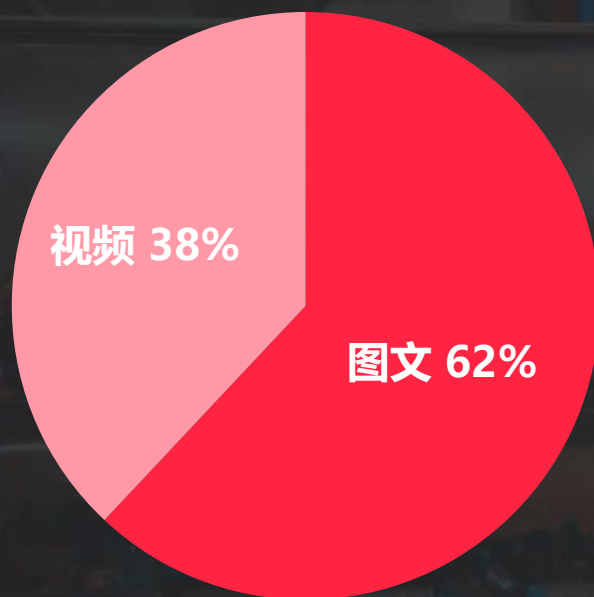
互动成本 互动率

数据来源：小红书内部数据，2022.01~2022.11

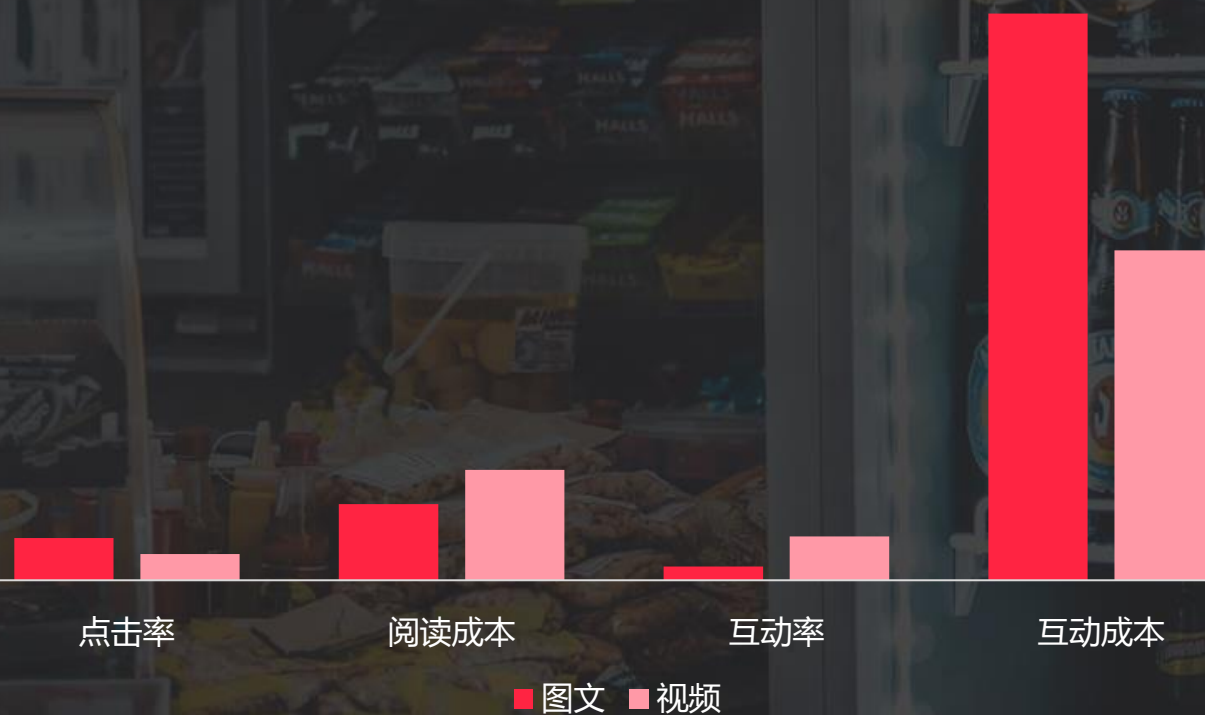


22年乳制品行业的投放表现

笔记类型占比



图文笔记在流量表现上更有优势，视频笔记在互动表现上更有优势





22年保健食品行业的投放表现

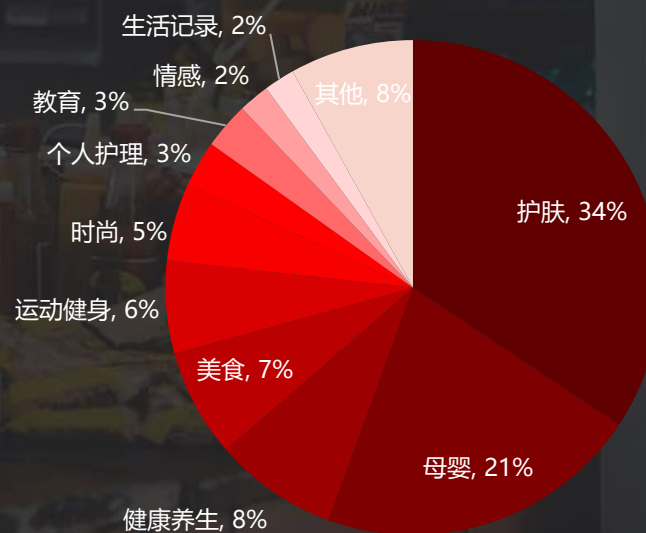
阅读成本持续下降，点击率稳步提升



大促期间互动成本略有上涨，互动率逐月提升



不同粉丝量级的博主投放分布



不同类别的博主个数占比

保健食品行业合作博主较为多样，针对不同功效合作不同类博主，以护肤、母婴、健康养身、美食、运动健身类博主为主。



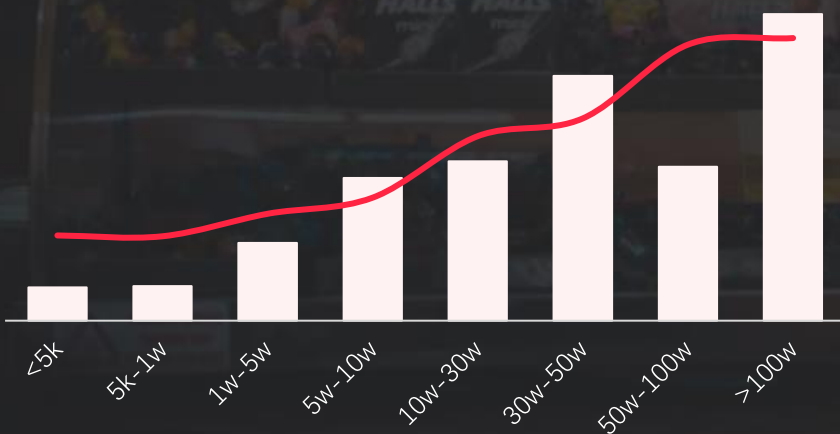
22年保健食品行业的投放表现

腰尾部博主流量性价比更高



阅读成本 点击率

尾部博主互动性价比高，头部博主互动率高

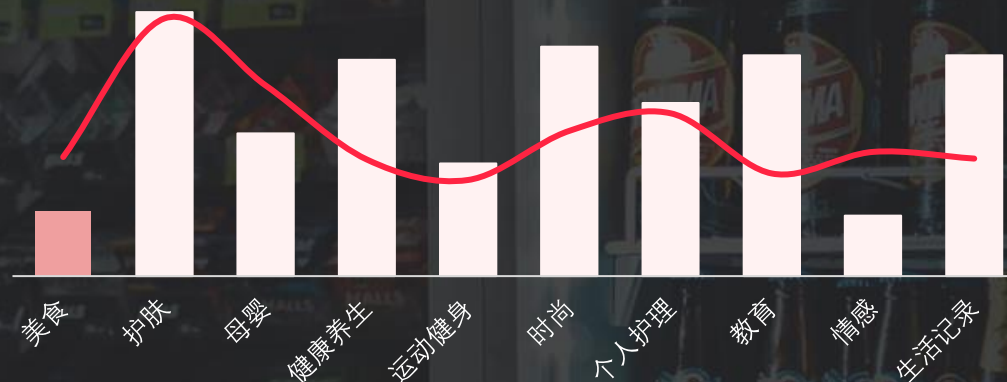


互动成本 互动率

按粉丝量级

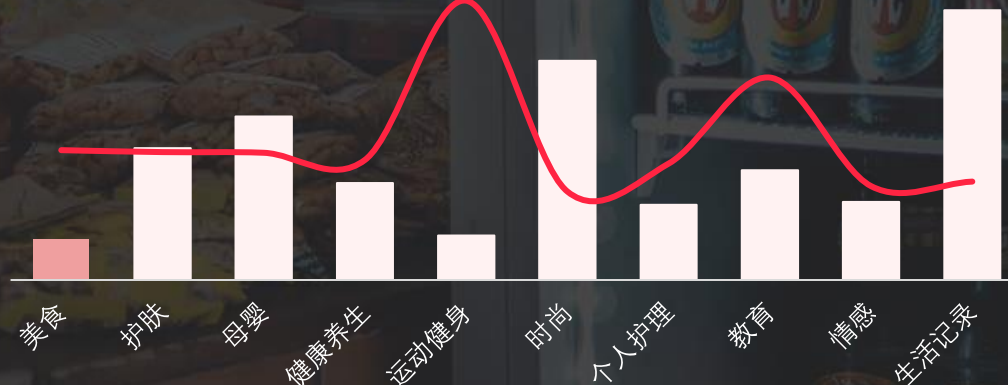
按博主类别

垂类博主的流量表现优，情感、健身类博主可深耕



阅读成本 点击率

垂类博主互动表现更优，运动、个护、教育、情感类博主值得关注



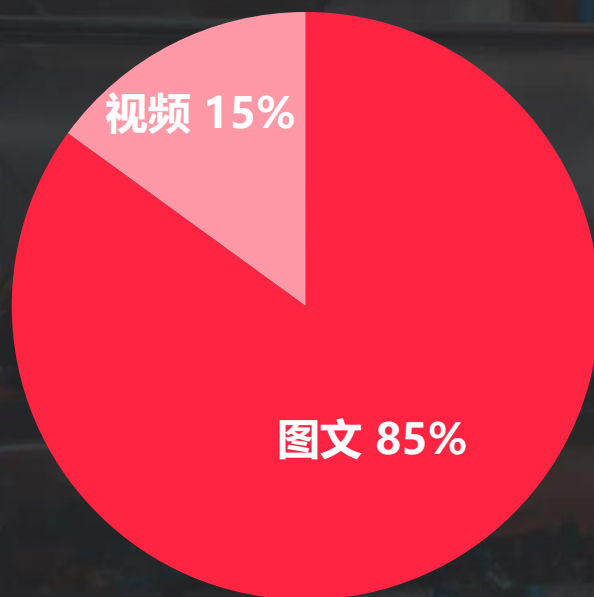
互动成本 互动率

数据来源：小红书内部数据，2022.01~2022.11

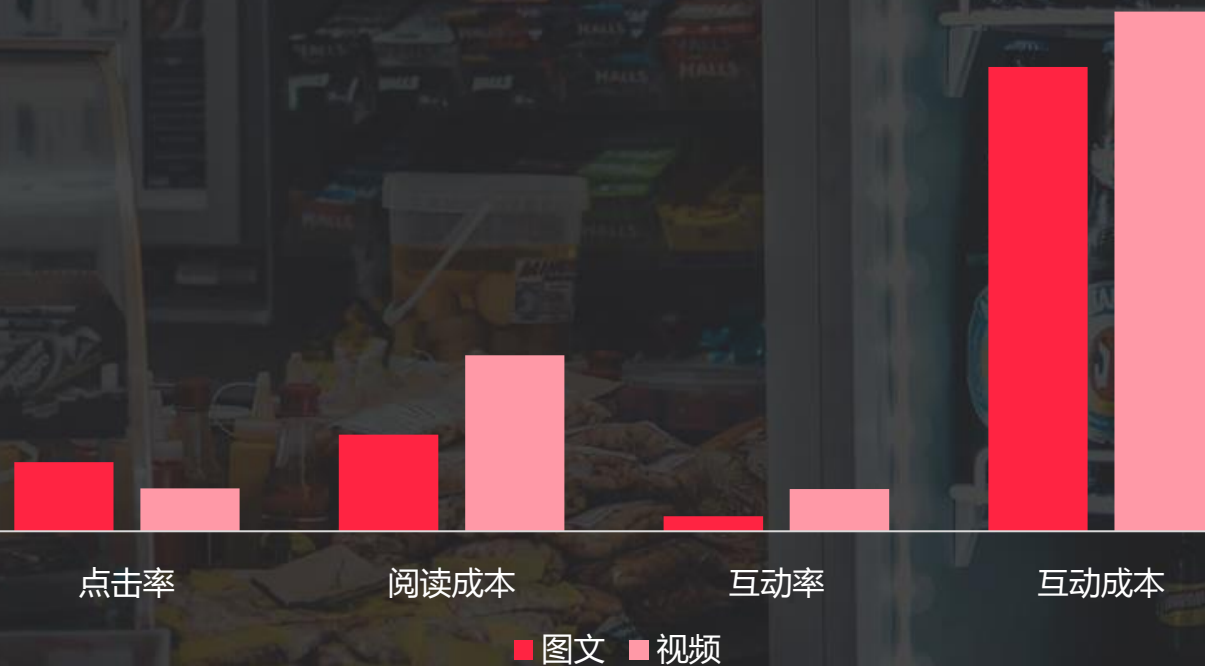


22年保健食品行业的投放表现

笔记类型占比



图文笔记在流量表现、互动成本上更有优势，视频笔记互动率更有优势





食品饮料行业投放策略

PART.1

科学选人

PART.2

优创内容

PART.3

精准提效

博主生产的内容深度影响餐饮用户的消费决策

博主既是洞察消费场景提出经营建议的“营销顾问”，也是塑造消费者心智的“形象大使”

营销顾问

基于博主对市场动向/行业潮流/用户喜好的深入了解，帮助品牌更高效的洞察新消费场景，强化营销策略。

场景
洞察

潮流
包装

精准 高效

需求
发现

卖点
挖掘

形象大使

基于博主丰富的内容创造力/独特的人设风格和个人影响力，帮助品牌拉近与用户之间的距离，更好地传递营销信息，建立品牌心智

创意
结合



人设
风格



蒲公英丰富的优质博主供给为食品饮料品牌提供更多营销可能性

15W+ 优质博主资源

头
腰
尾

影响力 权威性

热度覆盖
粉丝效应
提高调性

种草力 专业性

垂直圈层影响
专业背书

口碑力 真实性

真实体验分享
口碑沉淀

30+ 垂类生活场景

民生资讯
生活记录
商业财经
科技数码
汽车
教育
母婴
职场
人文
兴趣爱好
游戏
萌娃
搞笑
时尚
文化艺术
体育运动
家居家装
出行
美食
知识
影视综
娱乐资讯
情感
美妆个护
摄影
健康养生
运动健身

权威“博主榜单”体系

涨粉潜力榜
粉丝互动榜
超值优选榜

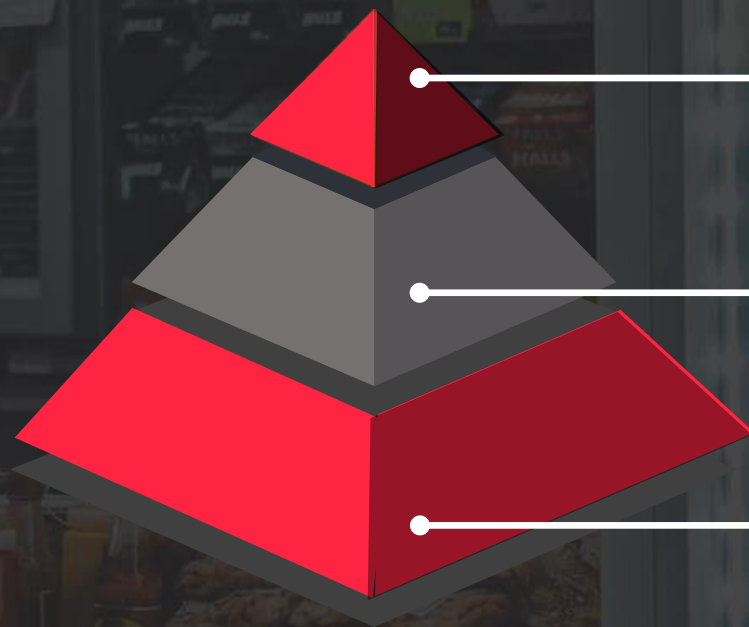
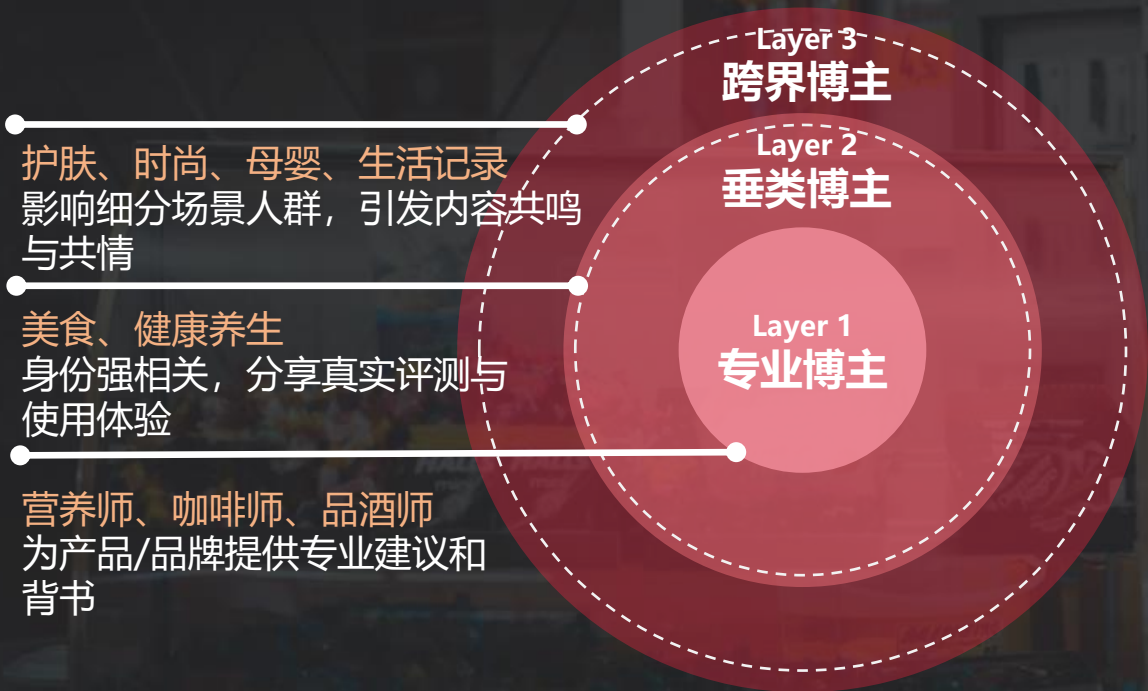
三大维度

六大行业

彩妆 护肤
母婴 服装配饰
食品饮料 3C及电器

矩阵布局

按不同圈层、不同粉丝量级布局博主矩阵



头部博主

强势种草，带动声量、引发跟随效应

腰部博主

结合自身内容特征，输出更具共鸣感的详尽产品介绍

素人博主

真实使用体验，原生感分享，提升产品信任度

精准选人

四维模型选定高商业价值的适配博主

数据

健康等级：优秀

成长性：近30天涨粉正向

粉丝数：支持筛选最低**1k粉**

流量评估：阅读中位数

* 建议合作笔记的阅读中位数
不低于日常笔记的50%

互动评估

图文笔记：互动率 $\geq 3\%$

视频笔记：互动率 $\geq 8\%$

成本评估：预估阅读单价

图文笔记： ≤ 0.8 元

视频笔记： ≤ 1.0 元

内容表现评估

视频完播率 $\geq 9\%$

产品

按产品属性在博主广场进行关键词搜索找到相关性高的博主

品类词：

零食、蛋糕、牛奶、咖啡、芝士、巧克力、速食等

场景词：

减脂餐、空气炸锅、一人食、家庭火锅

博主特征：

营养师、咖啡师、调酒师、宝妈、健身教练等

品牌词/产品词：

本品品牌/产品、竞品品牌/产品

场景

根据产品推广场景筛选博主内容类目。

专业背书：美食/运动健身/健康养生

人群覆盖：运动健身/健康养生/美妆个护/时尚/母婴等

使用场景：生活记录/家居/出行/婚嫁/兴趣爱好等

线下探店：美食/时尚/出行/生活记录等

近期合作行业：快速定位某一赛道品牌合作过的博主

e.g. 合作过厨房小家电的博主，可以合作食品饮料产品

线下引流需求：筛选博主地域 or 内容形式为探店

内容

评估内容创作能力

看阅读/互动最高笔记：了解博主擅长的内容类型和风格
e.g. 擅长美食教程/专业测评/vlog拍摄

看最新笔记：判断博主的内容类型和风格是否有持续性；

看合作笔记：了解博主的商单合作行业/品牌/产品和利益植入方式，判断适配度

看内容类目：判断博主的内容擅长垂类
e.g. 甜点烘焙

产品功能入口：登录蒲公英—博主广场

精准选人

详尽博主主页数据，帮助科学评估博主商业价值

NO.1 博主传播力，就看「传播表现」分析！

深度洞察近期表现，看博主传播爆发力及稳定性！

平台综合监测了博主近期传播表现的重要数据指标：

- 提供阅读中位数、互动中位数、互动率及完播率，帮助品牌全方位评估传播表现。
- 提供千赞&百赞笔记率，帮助品牌衡量博主内容潜力。

传播表现

近期传播表现



- 提供近期笔记波动，帮助品牌直观地评估博主传播稳定性

近期笔记波动 (近15篇)



产品功能入口：登录蒲公英—
博主广场—点击博主头像

NO.2 内容匹配度，就看「笔记案例」！

- 平台提供按「笔记类型」「内容特征」「内容类目」分类的笔记案例，为品牌提取博主不同维度的合作笔记，提供内容及数据参考。

笔记案例



NO.3 博主号召力，就看「粉丝分析」！

活跃度定位有效传播 涨粉力定位流量红利！

平台将博主近期粉丝情况进行深度解析

- 提供博主粉丝变化数据与趋势，帮助品牌找到近期热度高的博主，抓住博主成长的流量红利。
- 提供博主粉丝活跃度与互动率情况，帮助品牌评判合作内容有效传播情况。

粉丝分析

核心数据



New

新增长效流量表现，看博主持续传播力！

小红书内容传播除了具有即时性的传播效果，还存在长效传播特征。因此，评估博主传播力时，除了关注近期表现外，长效流量表现也是重要的关注指标。

平台推出长效流量监测功能

- 长效流量：内容发布后的第31-180天还能持续带来的流量数，直观呈现与前期流量的对比及与同类博主的对比。
- 洞察前期及长效流量的传播渠道，了解博主流量结构，帮助品牌衡量流量健康度，为品牌在广告投放时提供投放渠道和方式参考，能够借力自然流量，引爆好内容。

💡如果流量来源多来自搜索页，则可考虑用该博主笔记进行搜索广告投放

长效流量表现



榜单选人

餐饮行业博主榜单快速锁定优质博主

蒲公英博主榜单

以全面的内容和数据考量，提供丰富的选号视角和参考。点击[了解榜单规则](#)

涨粉潜力榜

粉丝互动榜

超值优选榜

彩妆 护肤 母婴 服装配饰 食品饮料 3c及电器

排名 博主信息 近期笔记 涨粉潜力值 粉丝量 月涨粉量 月涨粉率

涨粉潜力榜

粉丝互动榜

超值优选榜

彩妆 护肤 母婴 服装配饰 食品饮料 3c及电器

排名 博主信息 近期笔记 粉丝互动值 粉丝量 阅读中位数 互动中位数

涨粉潜力榜

粉丝互动榜

超值优选榜

彩妆 护肤 母婴 服装配饰 食品饮料 3c及电器

排名 博主信息 近期笔记 超值优选值 粉丝量 阅读中位数 预估阅读单价

涨粉潜力榜

高粉丝成长的优选潜力博主，核心考量博主的创作能力、涨粉量、涨粉率等表现

粉丝互动榜

具有高粉丝粘性的优选潜力博主，核心考量博主的创作能力、粉丝互动表现

超值优选榜

兼具性价比与传播效果的优选潜力博主，核心考量博主的创作能力、性价比、阅读中位数、互动中位数等表现

智能选人

一对多合作，平台智能派单，高效选定意向合作博主

不知道选什么样的博主合作？

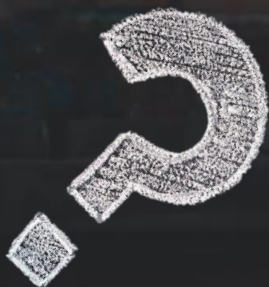
预算有限，选不了很多博主？

对笔记创意没想法，选人没把握？

选什么人能保证不超成本？

⚠️ 大促期间博主档期紧张，邀约难？

.....



招募合作

品牌表达合作需求(含笔记发布日期)



平台智能派单给适配博主



博主接到平台派单，自荐报名
提供报价、创意、合作优势等信息



品牌反选确认合作博主
按博主报名提供的报价，完成下单



品牌与博主1v1沟通
合作需求&笔记内容



博主发布笔记，品牌确认
合作结束

共创合作

品牌表达合作需求，**设置阅读单价**



平台智能派单给**10W粉以下**
的适配博主



博主接到平台派单，自主报名



品牌反选确认合作博主



博主按任务要求产出笔记
平台审核过审，**品牌确认**，笔记发布



平台按阅读单价与博主结算
合作结束

招募案例 秒食屋——新品牌首次入驻，助力高效批量找到优质性价比博主

智能匹配效率高



一人食"黑珍珠": 星级预制菜招募令

✓ 主要卖点

原汤工艺澳洲蓝龙虾，5分钟加热即食

✓ 招募需求

40位长尾KOL
10天后发布合作笔记

✓ 预算

3W左右



详细的说明性文字和示范案例，第一次使用蒲公英平台也能快速填写。如果博主粉丝量级跨度较大，可以**拆分发布**招募项目。



根据品牌的招募项目信息，平台智能匹配**9000+**位博主，5天内即有**900+**人报名

项目名称	项目id	品牌名	项目状态	已报名
一人食"黑珍...	17	秒食屋	已结束	62
一人食"黑珍...	16	秒食屋	已结束	593
一人食"黑珍...	14	秒食屋	已结束	304

建联合作效率高



反选后**即时**获取联系方式，提升博主建联率



博主实际发布笔记时间平均在招募创建后21天，品牌筛选后10.5天，下单后6天

招募案例 秒食屋——新品牌首次入驻，助力高效批量找到优质性价比博主



优选高性价比博主

预期招募**40位**博主，最终采纳**87人**，在预算不变的情况下，实现了溢出选择



沉淀优质博主长期合作



与博主沟通**定制化内容**，合作笔记有保障。结束后品牌拓量**再次参与**招募，沉淀优质博主二次下单，同时优选头部KOL探索新的内容阵地

CPV较同期大盘

-90%

CPE较同期大盘

-60%

与**目标博主**的
实际**意向达成**
率为**218%**



笔记案例1



笔记案例2

共创案例 伊利优酸乳：助力品牌低成本收获精准垂类内容



客户诉求：控制成本、精准投放

✓ 预算

2W+

✓ CPV出价

0.6元/阅读

✓ 目标阅读量

45,000

客户收获：收获27篇笔记，单篇低于1000元

✓ 合作情况

实际CPV

实际阅读量

实际CPV
0.05元/阅读

实际阅读

51W

↓ 92% ↑ 1130%

对比品牌
自己出价
CPV

对比目标
阅读量



还有这个爆爆珠牛奶



带了陈立农代言的伊利优酸乳樱花星球乳汽！！喝起来淡淡的樱花味超级清爽～农农的小粉丝们！！还有口口爆汁的粉色爆珠牛奶 粉粉的包装深得我心！！我个人

👤 说点什么...



1324

1231

💬 63



全是零食

关注

国产饮料也太良心了吧！乳汽，... 展开全...
汽+爆爆珠 新品樱花

🗨️ | 发弹幕



4.7万



2.8万

65



甜豆豆

已关注

第二个 樱花星球限定饮料 🍷

春日樱花限定 承包了 优酸乳 ... 展开全文
零食日常 #春日樱花

🗨️ | 发弹幕



4458



2537

3



餐饮行业投放指南

PART.1

科学选人

PART.2

优创内容

PART.3

精准提效

好的内容从细分开始

明确需求人群、场景、特征，覆盖决策全周期

人群

内容表达要基于人群特征出发
健身人群/学生/孩子等

场景

产品表达要结合场景渗透
下午茶/聚餐/一人食/露营等

特征

细分产品特征，突出差异化卖点
减脂/0添加/高蛋白/饱腹等

形式

内容形式覆盖用户消费决策阶段
美食测评/美食教程/购买优惠等

内容洞察

小红书美食四大热门内容方向

家常菜yyds

家常菜食谱是小红书用户最关注的美食内容，美食TOP30热搜词中，**47%**为家常菜相关。

热门场景 **#早餐**

热门菜谱 **#红烧肉** **#可乐鸡翅**等

空气炸锅炸万物

空气炸锅是小红书最热门厨房家电，**#空气炸锅** 搜索量排名美食热搜词**第二**，仅次于家常菜。

热门菜谱 **#空气炸锅烤红薯** **#空气炸锅烤鸡翅**

减脂永远在路上

减脂是美食用户最大的需求场景，减脂餐食谱、减脂零食深受用户喜爱。

热门单品 **#鸡胸肉** **#减脂零食**

热门场景 **#减脂晚餐**

热门话题 **#减脂食谱** **#减脂家常菜**

氛围感美食

小红书用户不仅爱吃，更爱精致的氛围感美食。

近期热门场景 **#围炉煮茶**

近期热搜单品 **#热奶宝** **#生酪拿铁**

#草莓塔 **#热红酒**



内容洞察

零食、蛋糕、巧克力、酒为节点送礼四大热门单品

情人节、520、七夕、圣诞为全年四大送礼节点，节日前两周左右，站内“礼物”搜索指数达到高峰

百搭花样零食礼盒

零食大礼包为小红书用户最爱的美食礼物，零食花束、零食礼盒最受用户喜爱。

热门零食 #坚果 #饼干 #曲奇 #糖果
热门节点 #生日 #新年 #圣诞 #儿童节



仪式感必备蛋糕

蛋糕为第二大热门送礼单品，包装精美的“蛋糕盒子”更受用户喜爱。

热门款式 #草莓蛋糕 #纸杯蛋糕 #巧克力蛋糕
热门节点 #生日 #情人节 #七夕 #母亲节



经典不出错的巧克力礼盒

巧克力礼盒适配全年所有节点，经典不易出错。

热门单品 #黑巧克力 #生巧 #松露巧克力 #酒心巧克力
热门节点 #圣诞节 #生日 #新年 #情人节



氛围感微醺小酒

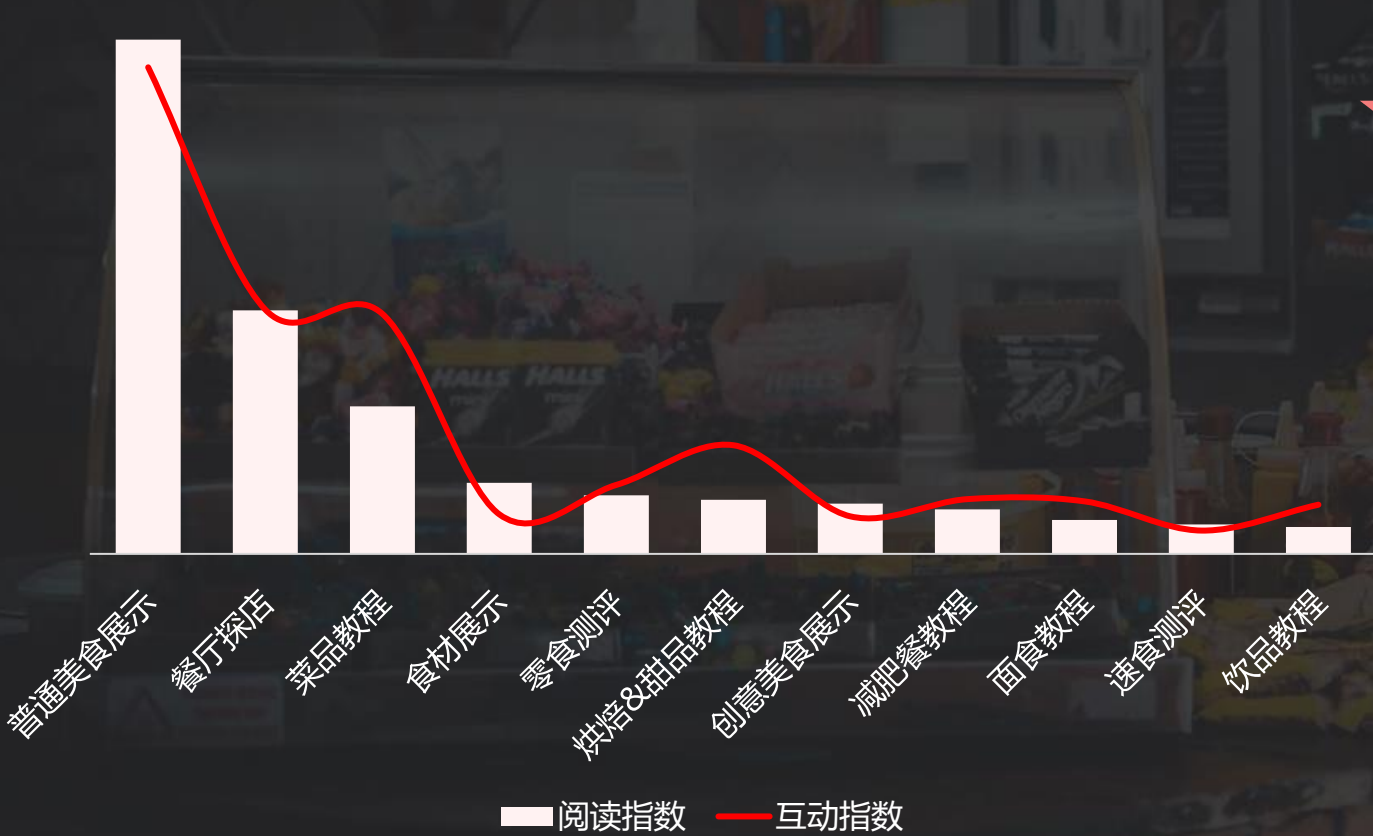
传统酒礼盒逐渐退出年轻人市场，低度数、高颜值的氛围感小酒更受用户喜爱。

热门品类 #果酒 #热红酒 #红酒 #啤酒 #白酒 #鸡尾酒
热门节点 #生日 #圣诞 #新年 #中秋



美食展示、探店、菜品教程相关内容更受喜爱；#空气炸锅美食 热度增速高

近90天美食相关笔记的阅读及互动指数



近90天美食热门话题（浏览量过亿）



数据来源：小红书内部数据，2022.09.16~2022.12.16

内容洞察

食品饮料行业笔记热门关键词

零食、蛋糕、甜品、牛奶更受用户关注；聚会、下午茶场景热度更高

最热门的产品词：

零食

蛋糕

甜品

牛奶

最常提及的场景词：

周末

冬天

下午茶

生日

最高频的需求点：

减脂

解腻

开胃

饱腹

最常见的人群词：

朋友

家人

小孩

同事



零食产品洞察

最受关注的零食产品：巧克力、辣条、欧包、糖果

TOP热搜零食



- 1 最受喜爱的**形容词**：好吃、糯叽叽、健康、解馋、平价、辣味
- 2 最热门的场景词：办公室、宿舍、过年、追剧
- 3 最受喜爱的**配料**：芝士、芋泥、抹茶、肉松、麻薯

零食笔记TOP热词

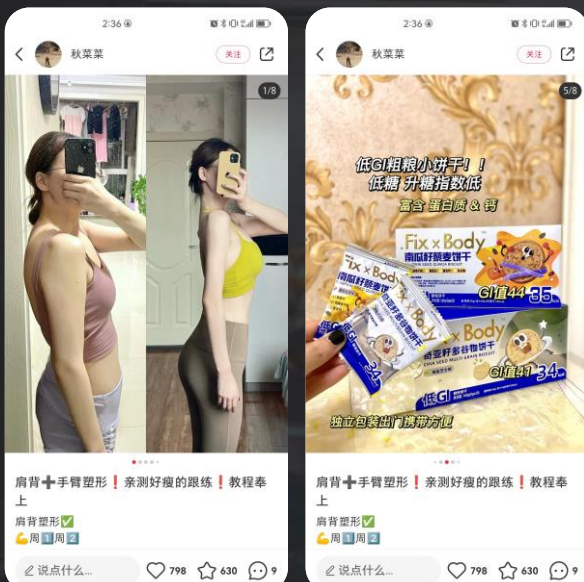


零食内容洞察

零食类目优质内容分析

场景推荐

针对产品低GI易饱腹的特点，锚定健身人群为品牌TA，合作健身博主，将产品植入健身教程中，精准触达品类TA，实现产品高效种草。



自然点击率 18%
笔记互动率 10%

合集测评

零食合集类测评，目标人群为零食偏好人群。以视频的形式突出产品卖点，配合美食博主的介绍，让产品更加深入人心，实现种草。



自然点击率 16%
笔记互动率 41%

美食分享

针对单一产品进行测评分享，针对职场女生熬夜久坐的场景，以产品补血养气为卖点切入，精准沟通潜在消费群体，实现产品种草。



自然点击率 19%
笔记互动率 10%

剧情演绎

剧情演绎类笔记受众范围广，不改变博主日常视频风格，单纯进行产品植入，能快速提升产品曝光，广泛触达潜在消费人群。



自然点击率 16%
笔记互动率 11%

最受关注的饮品产品：咖啡、奶茶、电解质水、冰糖雪梨

- 1 最受关注的**功效词**：解腻、减脂、提神、饱腹、抗氧化
- 2 最热门的**口味**：柠檬、红枣、草莓、石榴、抹茶、葡萄
- 3 最受喜爱的**配料**：燕麦、芋泥、蜂蜜、枸杞、红豆、珍珠、芋圆

[illegible]

饮品内容洞察

饮品冲饮类目优质内容分析

场景推荐

针对健身人群需要补充电解质的场景，合作健身类博主，将产品植入在健身教程笔记中，精准触达品类潜在TA，传达产品卖点，实现产品种草。



自然点击率 14%
笔记互动率 17%

饮品教程

利用推荐产品自制饮品，头图为高颜值自制饮品，引发用户向往；在制作过程中植入产品卖点介绍，吸引美食偏好用户点击互动，实现种草。



自然点击率 14%
笔记互动率 43%

饮品测评

针对产品进行深度介绍测评，笔记头图为产品实拍图，精准吸引咖啡意向用户点击。笔记正文中介绍了咖啡的不同喝法，引发用户兴趣，高效种草。



自然点击率 13%
笔记互动率 10%

剧情演绎

以产品富含铁元素为卖点切入，结合就医场景进行剧情演绎。剧情视频往往有更大曝光，可以快速提升品牌站内声量，抢占潜在消费者品牌心智。



自然点击率 14%
笔记互动率 26%

乳品产品洞察

最受关注的乳制品产品：牛奶、酸奶、奶酪、奶油

TOP热搜乳制品



最热门的液奶品类：

纯牛奶

燕麦奶

水牛奶

舒化奶

最热门的酸奶品类：

希腊酸奶

无糖酸奶

老酸奶

减脂酸奶

最受喜爱的牛奶口味：

香蕉

木瓜

燕麦

草莓

最受喜爱的酸奶制品：

酸奶蛋糕

酸奶碗

炒酸奶

酸奶麻花

乳品内容洞察

乳制品类目优质内容分析

美食测评

美食测评类博主，以“一口吃十张芝士片”为噱头，进行奶酪产品试吃和测评。测评从产品分量、质地、口感等多方面切入，吸引美食爱好者关注。



自然点击率 17%
笔记互动率 18%

美食教程

针对小红书用户对“糯叽叽”甜品的情，利用酸奶制作酸奶麻薯奶酪条，在美食制作过程中进行产品推荐。引发美食爱好者向往，实现产品种草。



自然点击率 15%
笔记互动率 14%

剧情演绎

通过有趣的剧情演绎，将产品推广植入在剧情中。剧情类笔记更容易获得大曝光，帮助品牌快速提升站内声量，快速积累人群资产。



自然点击率 11%
笔记互动率 18%

美食教程

剧情演绎结合美食教程，再在教程中增加产品测评及卖点介绍，重点介绍牛奶高蛋白、高钙、无添加的特点，精准对美食爱好者进行种草。



自然点击率 17%
笔记互动率 12%

TOP热搜保健食品



- 1 最受关注的**功效词**：抗糖、护眼、美白、补钙、抗氧化
- 2 最常提及的**人群词**：打工人、孕妇、熬夜党、儿童、妈妈
- 3 最受关注的**成分**：钙、锌、胶原蛋白肽、硒、烟酰胺、矿物质

保健食品笔记TOP热词



保健品内容洞察

保健食品类目优质内容分析

产品测评

针对熬夜党需要补充维生素的场景，首创“早C晚E”攻略，进行维生素产品测评，从产品配方、使用方法、适宜人群等进行介绍。精准吸引有同样熬夜痛点的职场女性，实现产品高效种草。



自然点击率 17%
笔记互动率 6%

知识科普

针对桥本甲状腺炎患者需要补充硒元素的细分场景，进行硒元素知识科普，再引出产品介绍推荐，从产品配方、使用方法等多方面进行介绍，针对性种草。



自然点击率 18%
笔记互动率 6%

开箱测评

博主为美食类的吃播博主，将产品开箱测评植入日常vlog中。以“咖啡爱好者容易钙流失”为切入点引出产品，介绍钙片对人体益处，提升潜在用户对品牌认知。



自然点击率 21%
笔记互动率 6%

经验分享

笔记内容为博主经验分享，以“精致女孩要养成的习惯”为切入点，吸引有自我提升诉求的女性点击。笔记正文中通过女性要进行自我护理，植入产品介绍，吸引目标人群关注。



自然点击率 19%
笔记互动率 16%



餐饮行业投放指南

PART.1

科学选人

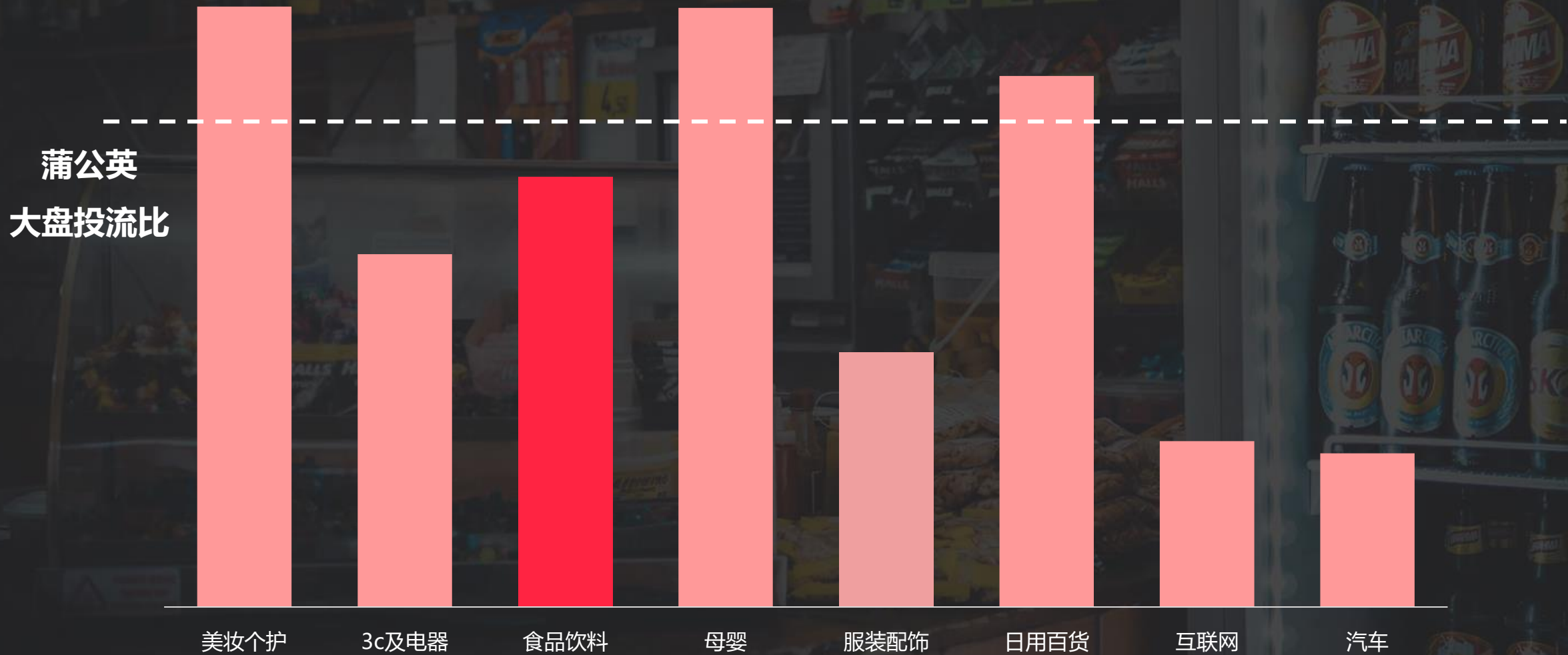
PART.2

优创内容

PART.3

精准提效

蒲公英各行业投流比概况

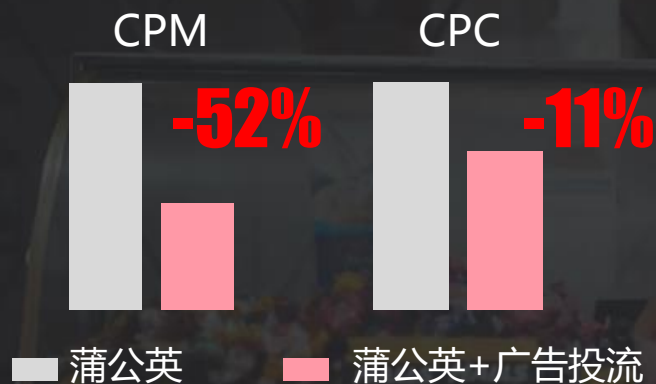


数据来源: 小红书内部数据, 2022.01~2022.10

“内容+广告”联动投放的三大优势

成本优化

广告投放帮助内容通过更低分发成本获得更大流量



蒲公英笔记投流 v.s. 品牌自产笔记投流

跑量能力 **+613%** CTR **+26%**

蒲公英笔记投流 v.s. 转载笔记投流

跑量能力 **+70%** CTR **+24%**

流量可控

笔记自然生命周期有限且自然流量难以把控



人群确定

笔记加投广告流量, 让好内容精准触达TA



利用“内容+广告”联动策略，抢占TA心智、助力收割

内容种草先行，输出优质投流素材

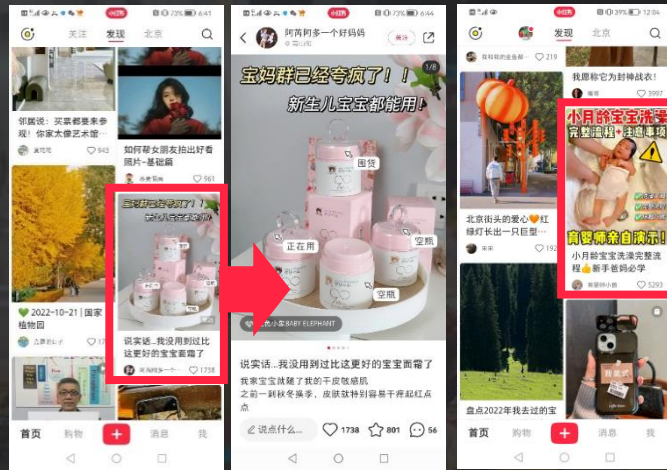
信息流广告触达潜在需求

搜索广告收割即时需求

通过自然流量/加热流量表现
筛选「可投放」潜力笔记

通过人群定向进行投流
快速扩充TA，测出「优质笔记」放量

通过搜索词拦截核心流量
获取「高转化价值」用户



高点击笔记

高互动笔记

高转化笔记

精细化人群定向与笔记内容结合，扩TA

分词类强势卡位，占领各决策阶段的用户心智

浏览场景

搜索场景

信息流广告

筛选各层级优质笔记，组合投放，实现TA人群广覆盖&垂直赛道深耕



搜索广告

综合笔记搜索价值，指导搜索素材筛选与买词策略，助力TA收割

笔记搜索价值

选择搜索页占比高的笔记进行投流

核心指标：笔记的搜索页流量占比
辅助指标：搜索页CTR

New

根据笔记对应搜索词制定买词策略

优先采买笔记对应的TOP关键词
结合笔记素材进行精准定向投放

被收录笔记带给品牌更多长尾流量 延续品牌热度

笔记发布60天后，搜索流量占比可达30%，90后可达50%

买词策略

人群词

孩子、孕妇、打工人、熬夜党等

竞品词

竞品A、竞品B、竞品C等

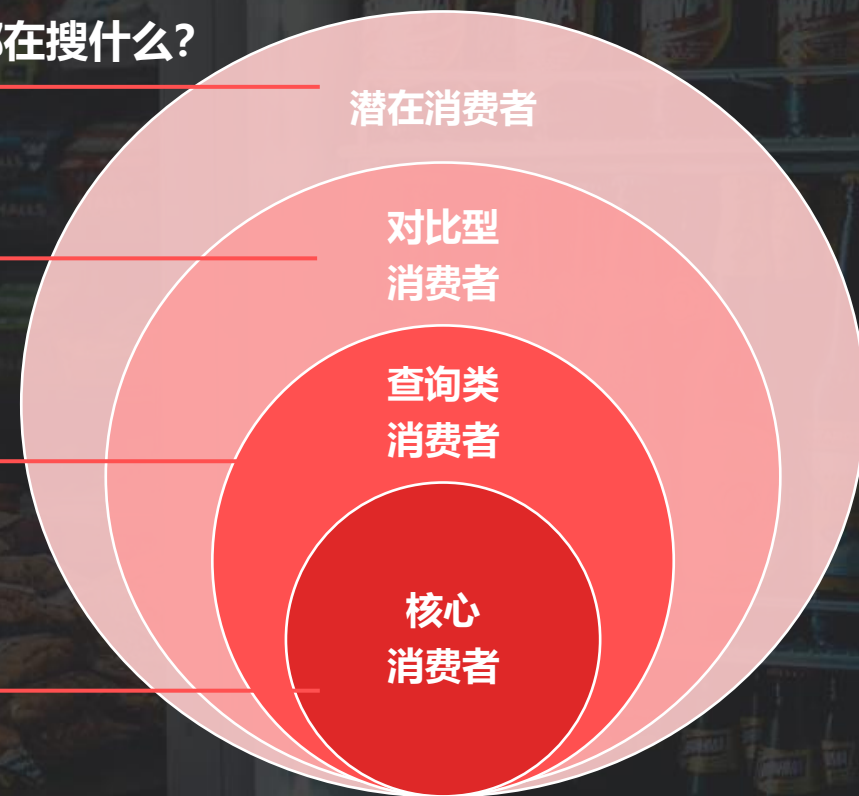
行业通用词

品类词、功能词、场景词等

品牌产品词

品牌A、产品A、产品B等

用户都在搜什么？



用户决策心智

全面覆盖不同类型消费者

案例分享

某零食品牌：青睐高粉博主做大曝光，广泛合作跨界博主，影响细分场景人群

休闲零食类目下，品牌搜索指数排名第五

1

青睐高粉博主，快速积累品牌曝光

1v1定制合作为主。10万粉以上博主占比超90%，10万-30万粉丝量级博主合作居多。

不同粉丝量级博主投放占比



博主个数占比

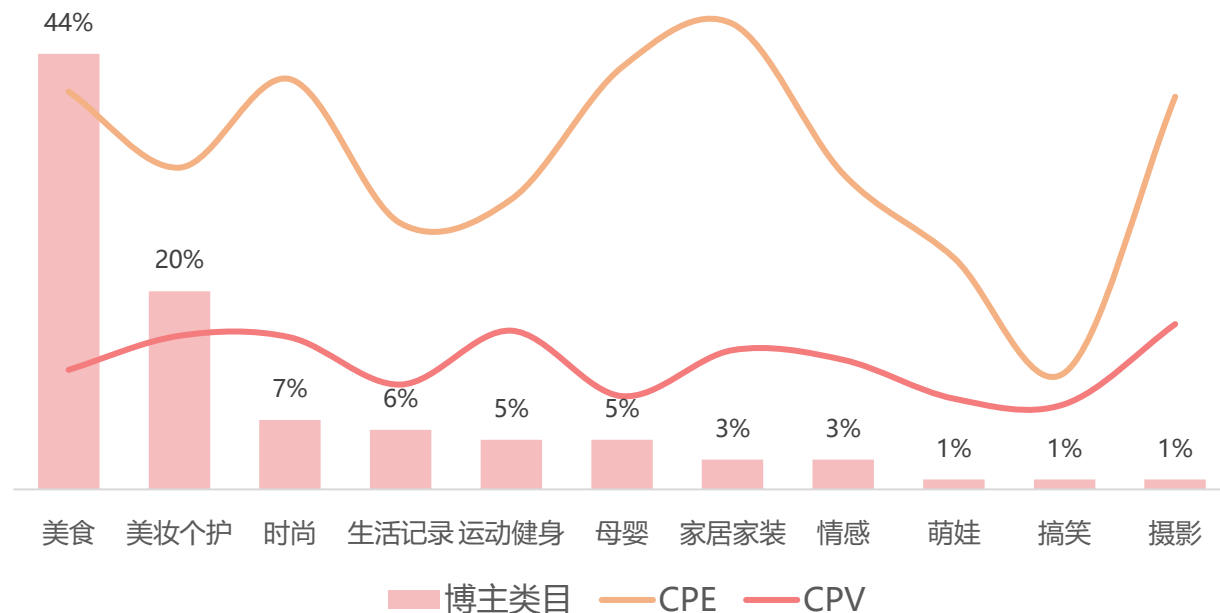
博主粉丝量级

博主预算分布

2

以美食为核心，结合产品目标人群，广泛合作美妆、时尚等跨界博主

结合不同博主擅长内容，传递不同产品卖点。eg母婴博主核心传递产品非油炸、无添加卖点。



案例分享

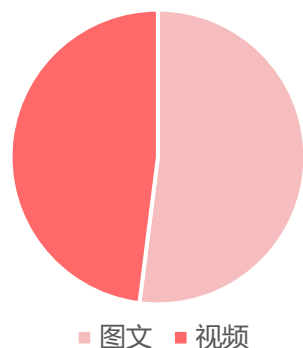
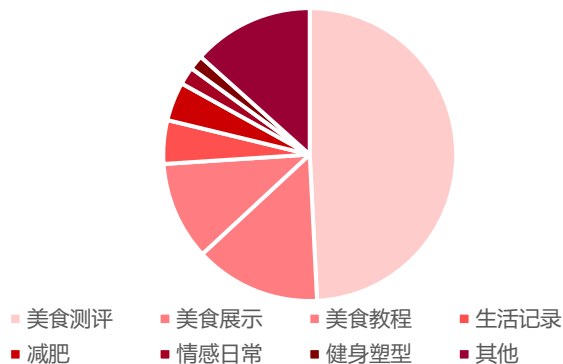
某零食品牌：不同内容类型，多角度传递产品卖点，优选笔记投流提升种草效率

3

多种内容类型，细分不同场景，传递产品卖点

美食测评笔记占比近50%

图文、视频笔记各占一半



美食教程



健身攻略

生活记录



零食测评

4

精选优质笔记，追投信息流、搜索广告

精选优质笔记内容，定向美食兴趣人群投放信息流广告，购买产品/品牌关键词拦截核心TA。

60%

投流选择

60%笔记进行广告追投

50%

40%

10%

预算分配

蒲公英：信息流：搜索=5:4:1



案例分享

某保健食品：腰尾部博主真实口碑铺量，优选笔记即刻投流，瞄准TA深度种草

保健食品类目下，品牌搜索指数排名第一

博主矩阵：结合TA画像，大量合作腰尾跨界博主

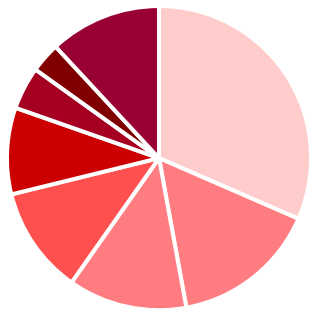
内容布局：招募+定制，高效获取优质笔记

广告投流：优选笔记放大种草效率



博主类目分布

- 美妆个护
- 母婴
- 时尚
- 运动健身
- 美食
- 生活记录
- 情感
- 其他



美食垂类博主合作少 (<10%)，根据产品功效及适配人群，选择大量跨界博主进行合作。

招募合作

千赞笔记占比20%，
笔记平均CPV低于大盘20%。

定制合作

与大量跨界博主定制产出多内容方向，优质博主持续复投。



自然CTR 互动率
16% 11%



自然CTR 互动率
9% 10%



自然CTR 互动率
11% 22%

60%

投流选择

60%笔记进行广告追投

60%

30% 10%

预算分配

蒲公英：信息流：搜索=5:4:1

信息流



广告CTR 广告互动率
9% 7%

搜索



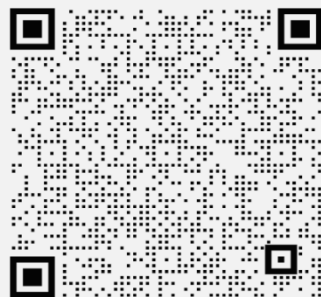
广告CTR 广告互动率
8% 4%

小红书



蒲公英行业投放指南

扫一扫二维码打开或分享给好友



扫码获取更多攻略

蒲公英行业投放指南

🌀 行业投放指南 投放分析 | 选人策略 | 内容落地 | 精准提效

📖 博主投放攻略 选适配博主 | 创作好内容 | 评估投放效果

👩 产品功能速递 产品更新 | 功能迭代 | 平台升级

THANK YOU