



行业投放指南

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。



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



小红书：「真诚」「利他」的天然种草型内容社区

TA们愿意在这里发现好物，产生信任，并自发反馈测评



2021小红书测评笔记阅读量
超过**90亿**次



**主动寻找
种草内容**

33%

用户在小红书平台
寻找灵感
等待被种草



**浏览激发
购买意向**

81%

小红书用户
曾在APP上浏览产品/服务后
产生购买欲望



**真诚分享
裂变传播**

30%

用户因接收
「真实利TA」
的分享笔记而进入浏览

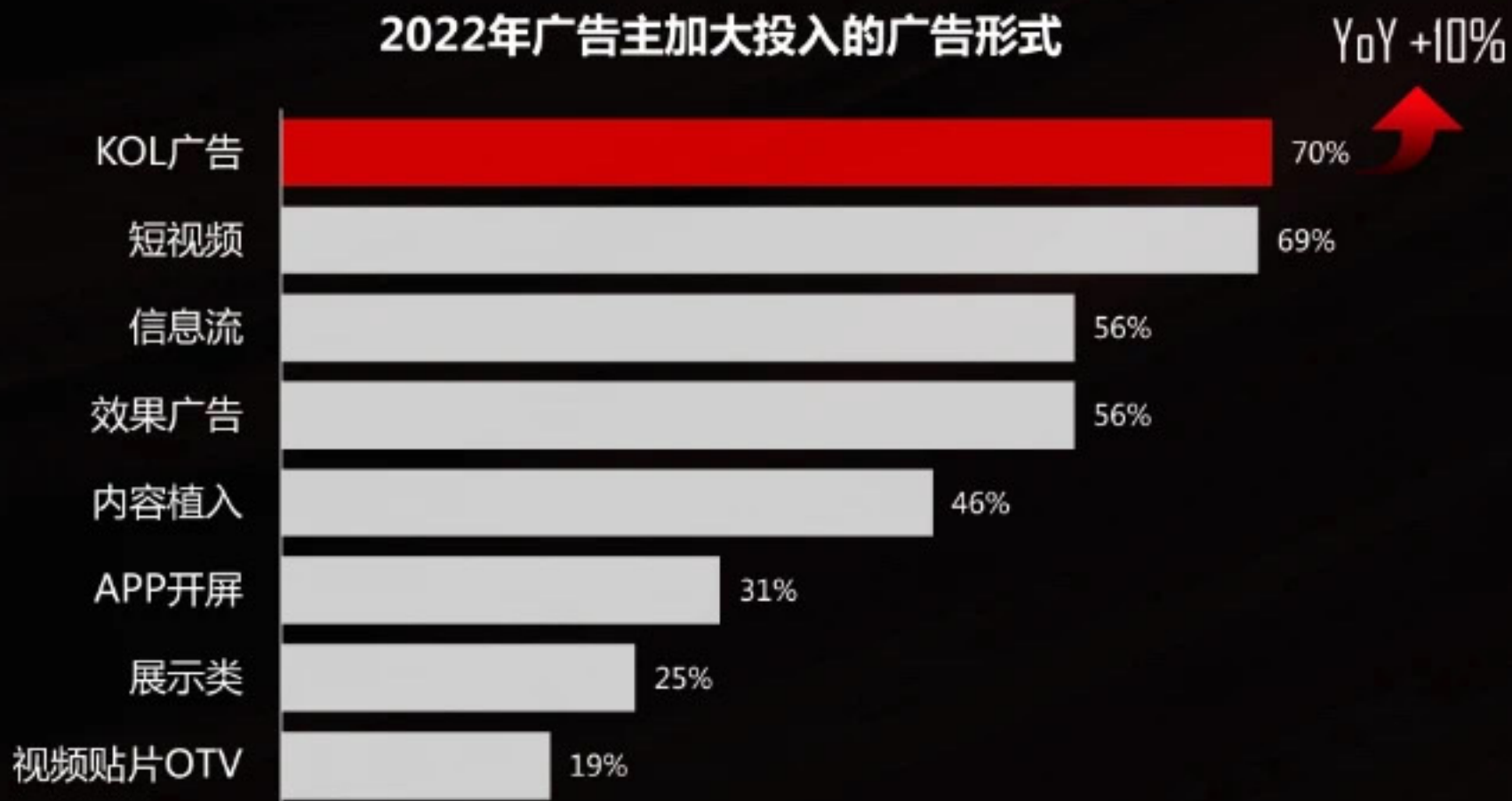


品牌**内容**持续**沉淀**
品牌**声量**持续**发酵**

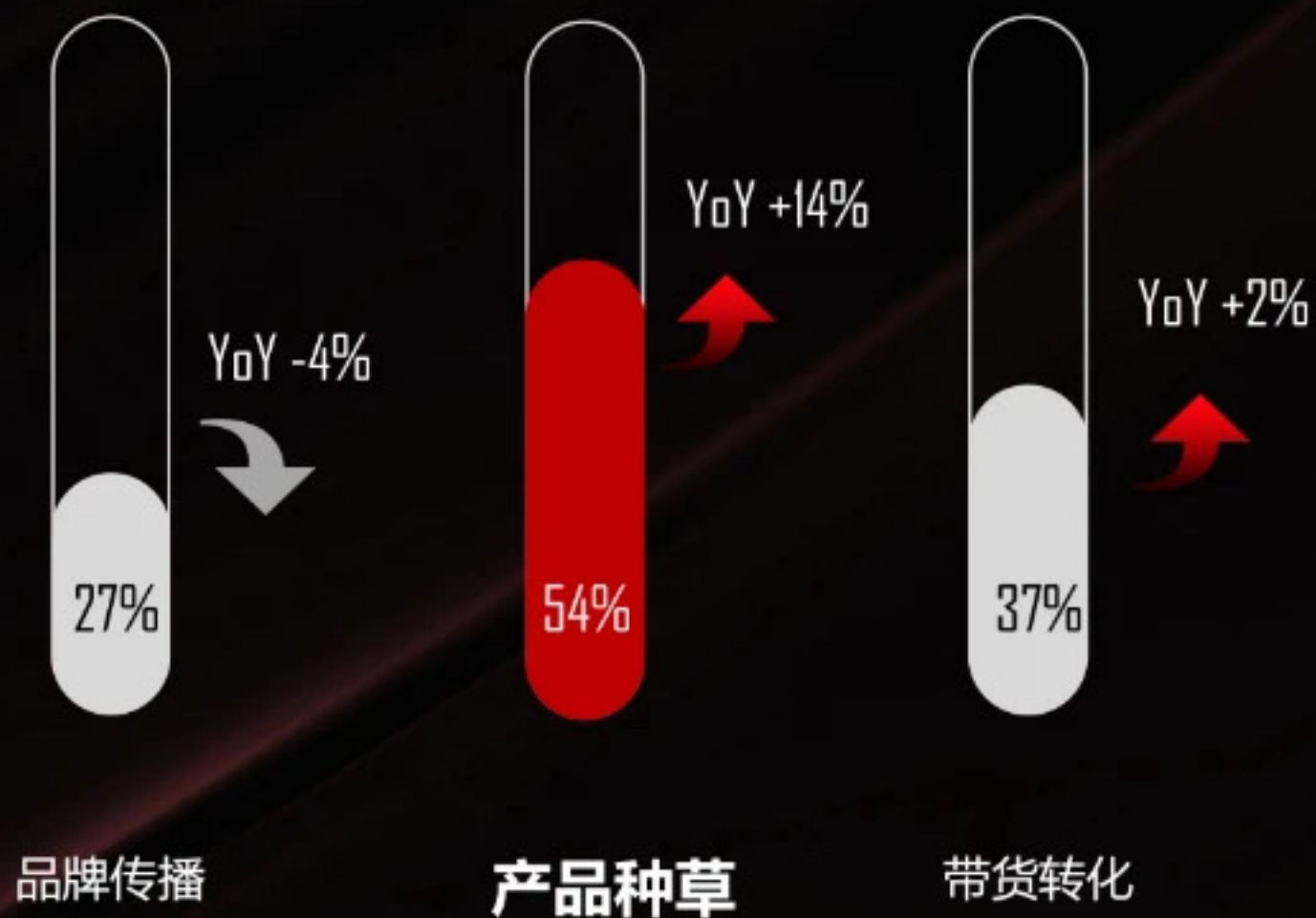
KOL营销是市场所趋，品牌种草诉求愈发明确

KOL广告是广告主偏向的广告形式

2022年广告主加大投入的广告形式



广告主越加明确KOL营销目标是种草



数据来源：《2022中国数字营销趋势报告》

蒲公英丰富的优质博主供给为品牌提供更多营销可能性

10W+优质博主资源

权威“博主榜单”体系

以全面的内容和数据考量，提供丰富的选号视角和参考。

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

头

影响力 权威性

热度覆盖
粉丝效应
提高调性

腰

种草力 专业性

垂直圈层影响
专业背书

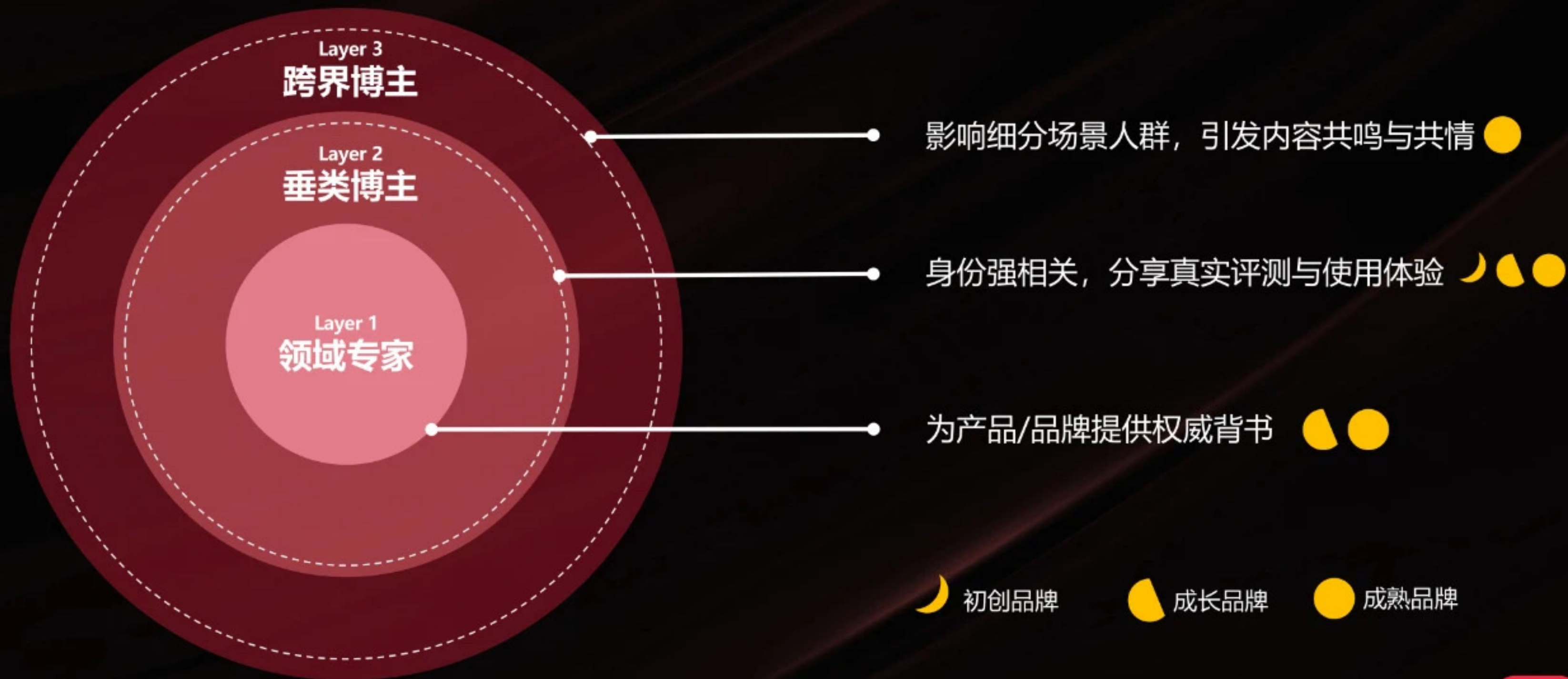
尾

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



矩阵布局

按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
主打人设特征，触达细分人群

尾部博主
真实体验，原生感分享，多内容有效铺量



*以母婴行业为例，2022.01~09

数据

信用等级：LV2及以上

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 $\geq 4\%$

成本评估：预估阅读单价

图文笔记： ≤ 1 元

视频笔记： ≤ 3 元

内容表现评估

视频完播率 $\geq 4\%$

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：

精华、面霜、面膜、水乳、洁面、防晒等

功效词：

保湿、抗老、修护、维稳、提亮、补水、控油等

成分词：

玻色因、A醇、烟酰胺、维C、氨基酸、蓝铜胜肽等

品牌词/产品词：

本品品牌/产品、竞品品牌/产品、别名（e.g. 小棕瓶等）

场景

根据产品推广场景筛选博主内容类目

垂类博主：美妆个护/时尚

人群覆盖：情感/母婴/运动健身/文化艺术/职场等

使用场景：美食/生活记录/户外出行/旅游等

产品演绎：情感/影视综/摄影/音乐等

基于推广产品的目标人群特征筛选适配博主

肤质特点：根据博主肤质筛选
e.g. 油皮/干皮/油痘肌/敏感肌

博主人设：根据博主身份信息筛选
e.g. 学生党/模特/护肤成分党

内容

评估博主内容创作能力

看阅读/互动最高笔记：了解博主擅长的内容类型和风格

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. 美妆护肤

内容特征：通过内容风格、形式等匹配brief
e.g. 内容风格选择韩系、校园风；形式选择合集、成分解析

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

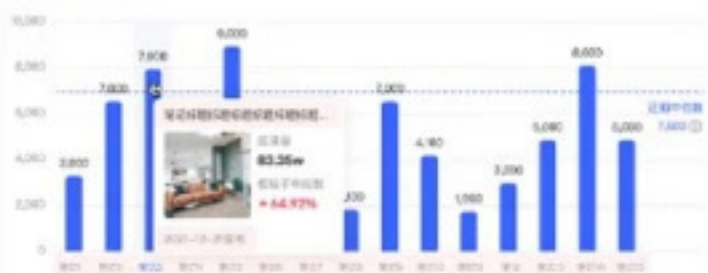
近期传播表现



- 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30天)

阅读量



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」！

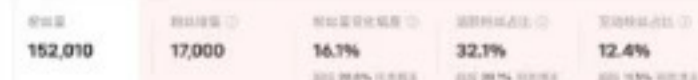
活跃度定位有效传播 涨粉力定位流量红利！

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



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

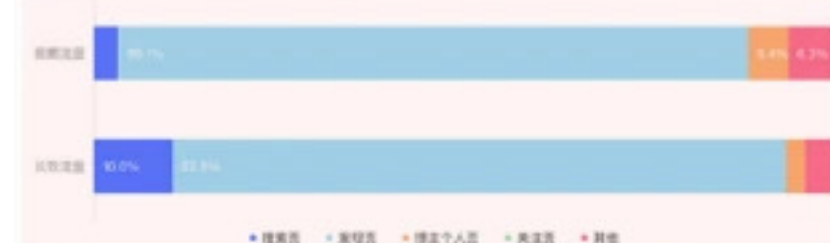
长效流量表现

日常笔记

长效流量表现 什么是前期流量、长效流量？



各阶段的流量渠道分布 了解流量渠道入口



New

小红书

榜单选人

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

气蕴：新品初次投放，定制化内容强关联产品真实使用场景



合作背景

- ✓ 小众国货美妆品牌首次与蒲公英合作

合作目标

- ✓ 通过日常妆效分享，体现唇部打底膏的核心卖点
- ✓ 不限类目寻找优质博主，利用“好内容”培养用户种草心智



优质博主打造真实内容

- ✓ 双向选择，挑选契合产品风格的博主，内容调性更贴合。
- ✓ 品牌与博主前置沟通，定制化内容强关联产品真实使用场景实现合作目标



计划招募数

50

已报名博主数

124

已通过博主数

52

已下单博主数

16



博主通过率**42%**，意向达成率**104%**

招募案例

ACSENSE：品牌与博主的时尚双选



实际CPV
0.02元/阅读



目标博主合作意愿强

博主自愿设置优惠价，以900元价格合作到广场报价1500元的博主



高品质内容种草

双向选择下，品牌风格和博主调性更加契合，博主能够发挥自身长处真实种草，产出优质内容，达到1+1>2的宣传效果



招募案例

UWANT：38节点助力品牌“多、快、好、省”找到优质博主



UWANT x 小红书

发布招募

博主主动表达，赋能产品场景内核

自我介绍

合作构思

合作优势

✓ 合作背景

UWANT品牌平日主要依托自有pr团队筛选博主

✓ 合作目标

本次3月8日营销节点需要扩量，希望通过招募批量进行博主补充

✓ 主要卖点

针对布艺产品的清洁机，对有宠物的家庭友好



品牌反选博主

我的招募列表 > 项目详情

UWANT布艺清洗机

[项目详情 >](#)

合作品牌 UWANT

产品名称 布艺清洗机

项目发起时间 2022-02-18

项目ID 625aac4b3f803a0001dced40

计划招募数

15

已报名博主数

523

已通过博主数

暂无数据

已下单博主数

暂无数据



创建招募



招募博主



品牌筛选



招募结束/开始下单

1 博主报名中 已报名15人 剩余报名时间 NaN分: NaN分

博主正在踊跃报名中，报名结束后品牌即可开始筛选

[取消项目](#)

招募案例

UWANT : 38节点助力品牌“多、快、好、省”找到优质博主

多

864个优质博主报名



快

4天报名，2天内建联完成并下单



报名结束后，品牌快速拿到了经过平台初筛选的博主信息，确定合作后马上获得联系方式，主动报名的博主沟通时间、内容和权益等也更快速。

好

创意内容互动好

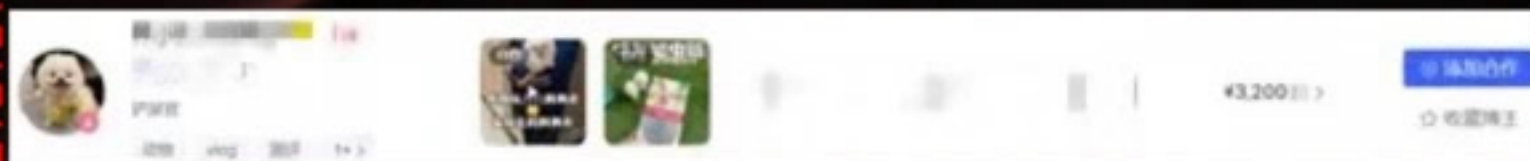
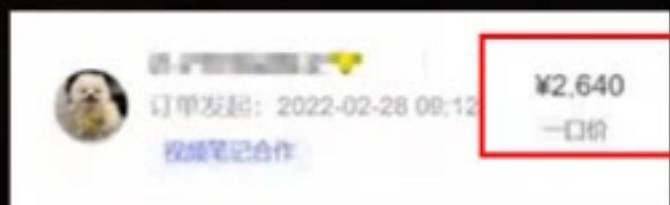
基于博主的前置自我表达，更贴合博主人设风格内容创作，既展现了产品的核心卖点，也自然的引发了评论区对于产品的关注和讨论



省

可优惠议价性价比高

对比品牌自找博主下单，主动报名的博主更愿意让利，性价比更高



小红书



美妆个护 X 共创合作

✓ 合作背景

LG集团旗下护肤品牌苏秘采用共创合作模式，**希望成本可控，省心省力**

✓ 产品价值

1. 按效果结算，不会爆成本，但有可能赚取长尾流量；
2. 平台智能优选博主，解决“不会选人”问题
3. 批量合作，平台交付内容，释放品牌人力

✓ 案例特色

1. 两款产品目标阅读量均为4.8w，截至目前，交付分别为25.3w和10.4w，实现高价值杠杆；
2. 多篇原生爆文产出，为品牌优选广告素材；
3. 博主背后精准的TA流量，可结合广告渗透；
4. 博主多元内容，为品牌洞察内容赛道



苏秘水漾沁润系列水乳 X 效果数据

预算：4.3万，共获得20篇笔记，单篇笔记约2150元

- 目标阅读：4.78万 实际阅读量：**↑429%**
- 实际阅读：**25.3万**

- CPV出价：0.9元/阅读 实际CPV：**↓81%**
- 实际CPV：**0.17元/阅读**



苏秘鎏金溯茫系列水乳 X 效果数据

预算：4.3万，共获得20篇笔记，单篇笔记约2150元

- 目标阅读：4.78万 实际阅读量：**↑118%**
- 实际阅读：**10.4万**

- CPV出价：0.9元/阅读 实际CPV：**↓54%**
- 实际CPV：**0.41元/阅读**

共创案例

苏秘：高效回收爆款笔记，目标完成率高达529%



苏秘水漾沁润系列水乳优质案例



➤ 合作博主类别：美妆个护、时尚

➤ 粉丝量级：9.5w

➤ 创意方向：**护肤 x 户外出行场景**

- 水乳与露营场景相结合，融合当下热门场景
- 自然环境、敏感肌肤质与水乳主打自然发酵相呼应

➤ 效果数据：

• 曝光量：36.2w

• 阅读量：**8.3w**

• 单篇笔记CPV：**0.03**

实际CPV：**↓97%**

共创案例

苏秘：高效回收爆款笔记，目标完成率高达529%



苏秘鎏金溯茫系列水乳优质案例



➤ 合作博主类别：美妆个护

➤ 粉丝量级：4w

➤ 创意方向：护肤 x 美妆个护垂类

• 水乳功效与抗初老热门话题相结合

• 产品推荐加入自身使用分享，增加可信度

➤ 效果数据：

• 曝光量：19.7w

• 阅读量：2.5w

• 单篇笔记CPV：0.09

实际CPV：↓90%



母婴用品 X 共创合作

✓ 合作背景

618节点铺量营销，强化用户记忆

✓ 合作目标

低成本收获批量博主合作，品牌日常营销投放

✓ 案例特点

1. 低成本获得多篇笔记，聚焦生活场景，传递真实诉求
2. 评论区组件新功能使用，提升转化效率



效果数据

预算：5000，共获得10篇笔记，笔记均价500

目标阅读：1万

实际阅读：5.7万

出价CPV：0.7元/阅读

实际CPV：0.09元/阅读

实际CPV

实际阅读量

-87%

+470%

对比品牌自己
出价CPV

对比目标
阅读量



“低预算收获多篇笔记，发布时间可控，平台把控内容底线”

品牌自行设置期望笔记发布时间，平台把控内容，高效完成合作

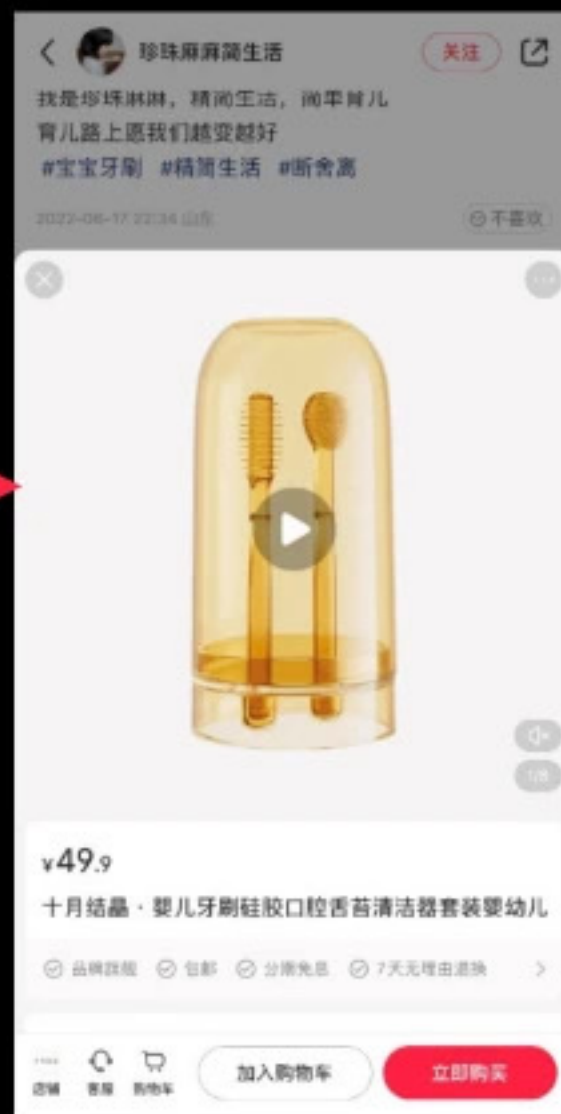
内容方向建议

- 1、好物种草：如婴儿口腔清洁推荐，宝宝乳牙护理好物
- 2、干货/科普：宝宝牙齿护理、宝宝口腔清洁经验分享等
- 3、单品测评：可从材质、柔软、设计等角度，突出材质安全、柔软温和、清洁到位、无惧高温等亮点；
- 4、建议宝宝出境
- 5、单推不合集，不可透出其他品牌
- 6、十月结晶小月龄口腔清洁器，产品全称需出现



“品牌0干预，内容真实，评论区组件直达商品”

品牌三次复投，0干预博主体验创作，生活化场景内容真实输出，评论区组件新功能尝试，直达商品。



共创案例

匠铸：新品发布，多元风格博主优质笔记收获人群破圈



服装配饰 X 共创合作

✓ 合作背景

新品发布，初试蒲公英平台营销投放

✓ 合作目标

寻求优质博主传递产品涉及理念，批量传播

✓ 案例特点

1. 内容质量高，多图得到品牌方高度赞许
2. 多元风格博主，跨类目传播
3. 爆文孵化，多篇爆文为品牌积累投流素材

效果数据

预算：1万，共获得9篇笔记

目标阅读：1.6万

实际阅读：3.8万



出价CPV：0.6元/阅读

实际CPV：0.26元/阅读



多元风格



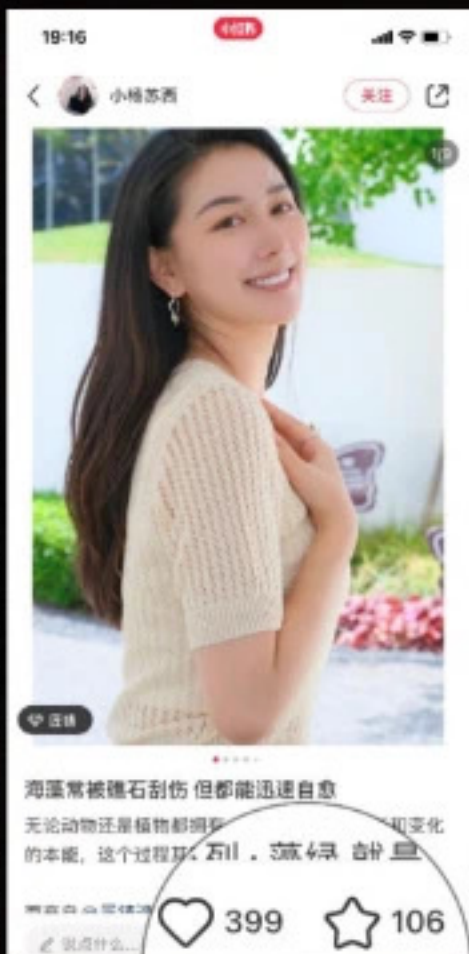
精品笔记

共创案例

匠铸：新品发布，多元风格博主优质笔记收获人群破圈

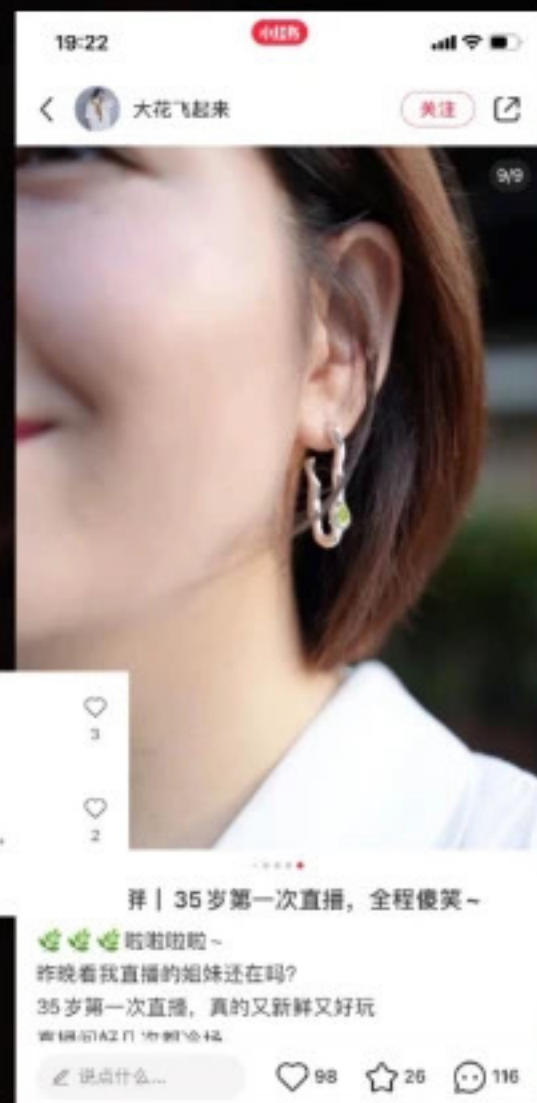
“素人博主风格多样化，完整传达产品设计理念”

素人博主多种标签多元风格，多图创作，打造产品故事性，展示产品细节



“博主多图展示产品细节，驱动评论区真实需求”

9篇笔记中，共计6篇互动量破百小爆文，爆文率高达67%，评论区原生种草。





3C X 共创合作

✓ 合作背景

品牌新品发布，寻找达人合作契机

✓ 合作目标

控制成本达成合作，批量合作优质博主

✓ 案例特点

1. 高效批量找博主，链路透明清晰得到品牌青睐
2. 真实产品需求真诚分享，爆文产出多
3. 效果化结算，平台保证成本可控

效果数据

预算：4万，共获得23篇笔记

目标阅读：8万



实际阅读：7.7万

平台保障成本：0.5元/阅读

共创合作效果化结算优势：**未达目标阅读量按比例退还**，合作结束时完成97%的阅读量，按平台保障成本计算，退还约5300元。



共创案例

UGREEN绿联：高性价比省心链路，助力拓展多元创意内容



“明确给达人规划交稿日期，
流程清晰又省心”

品牌自行设置期望笔记发布时间，避免催稿
脱稿问题，平台链路把控，省心省力。

期望发布笔记时间

2022-05-07~2022-05-13



“创意这块比较惊喜，很多笔记制作很精美，运镜拍摄剪辑都很用心”





行业投放指南

PART.1

科学选人

PART.2

优创内容

PART.3

精准提效

热门场景：出游、通勤、摄影、探店、带娃、提车

不同垂类汽车优质笔记示例



试驾测评、购车指南提供专业决策信息

- 《高颜值+高智商·小鹏P7“黑科技”体验》
- 《被辣妹闺蜜约出去试驾是种什么体验？》
- 《7座家用的最终归宿是MPV吗》

将汽车塑造成潮人必备时尚单品

- 《兜风一圈 被十个人问了这是什么车》
- 《2022的跨年礼物·送给自己的粉色dream car！》
- 《潮智生活 当代年轻模特工作的一天vlog》

将产品打造位颜值控党最佳选择

- 《颜值党福音 | 神仙SUV也太仙了吧！》
- 《我车库里颜值担当·可爱到冒泡的粉色SUV来啦》
- 《夏日野餐 | 一起开着心爱的小车车去郊游叭》

切入自驾出游场景，进行场景种草

- 《与极星2 共赴一场为期三天的双城约会》
- 《夕阳下的江边野餐 | 广州周边小众自驾》
- 《换了辆智能SUV，希望今后带着我们去各地旅行》

主打家庭用车场景，触达母婴人群

- 《一家出游乐滋滋|敲高颜值的理想ONE》
- 《真香警告 | 超适合二胎家庭的奶爸神车》
- 《戳中萌点了！这台车带娃出行好拉风》

全面覆盖日常生活出行场景

- 《愿不愿意坐我的副驾驶去春游》
- 《春日拍照 | 和姐妹一起驱车春游啦》
- 《如果要送你回家 那东西南北我都顺路》

TOP 热搜精华产品



- 1 最常提及的**人群词**：学生党、熬夜党、新手、孕妇、懒人、男士
- 2 最受关注的**功效词**：保湿、修护、补水、美白、舒缓、紧致、抗老
- 3 热门关注的**肤质词**：敏感肌、干皮、油皮、混油皮、油痘肌、痘痘肌

精华笔记TOP热词



结合小红书热门场景与用户兴趣偏好，打造好内容

唇妆内容要找准细分赛道，精准回应用户需求

✓ 按肤色唇色：黄皮、橄榄皮、深唇等

- 《橄榄皮必看！显白口红怎么挑》
- 《好看到想告诉全世界！黄皮深唇都给我冲这支！》
- 《原相机试色 | 黄黑皮真爱口红》
- 《温柔玫瑰豆沙 | 黄皮秋冬爱用口红合集》

✓ 按妆容：纯欲妆容、白开水妆容等

- 《纯欲微醺妆/韩系yyds》
- 《白开水妆容 | 打造温柔伪素颜 7支国货口红》
- 《伪素颜必备的口红唇釉合集！自然提气色！》
- 《早八伪素颜五件套 | 是甜妹的妈生感校花妆~》

✓ 按场景：春日、秋冬、七夕等

- 《春日甜妹伪素颜粉唇get！奶桃无花果嫩哭我！》
- 《这就是秋冬百搭王！好看到无法呼吸！》
- 《藏在碎钻中的绯红盛夏》
- 《七夕限定 | 少女心爆棚的粉色系彩妆》

✓ 按人群：学生党、贫民窟女孩、新手等

- 《00后通勤快速出门妆 | 坚持带妆上班??》
- 《一张图就能学会的化妆教程！太适合新手了吧》
- 《学生党低至??3米秋季全套护肤!!换季不烂脸》
- 《谁说生活费1000的贫民窟女孩不能拥有大牌！》

美妆个护

优质合作笔记

好物分享

封面花字“美白祛斑”直指产品功效
内容细化成分讲解，强调产品使用功效
突出产品在使用场景的表现
实现笔记内容精准触达



自然点击率 39%
笔记互动率 19%
CP转化率 6%

使用感受

婚礼照片展示护发后的效果，吸引粉丝注意，内容中通过博主洗发前后发质对比，使之更具说服力



自然点击率 16%
笔记互动率 23%
CP转化率 10%

新手教程

“单眼皮肿眼泡”定位目标人群
封面博主本人出镜，突出核心亮点
视频内容详细讲解
影响用户的消费决策行为



自然点击率 13%
笔记互动率 14%
CP转化率 15%

打卡测评

封面详细展示产品质地、外观以及上脸
标题强调博主自身使用感受
内容从博主测评、成分以及效果各个方面进行详细讲解，影响用户心智



自然点击率 25%
笔记互动率 17%
CP转化率 9%

母婴

优质合作笔记

产品测评

强产品说明，在封面及标题就提及到产品测评，用热门关键词吸引关注，内容上进行产品的全方位测评，精准满足诉求，影响消费决策



自然点击率 20%
笔记互动率 11%
CP转化率 25%

日常生活

萌娃出境使产品效果生动呈现，吸引用户关注并提高内容的可信度，将产品融入日常生活，实现软性产品植入，增强种草效果



自然点击率 28%
笔记互动率 20%
CP转化率 10%

经验分享

结合多数成为妈妈后女性的共有痛点，真诚分享自己的心得体会和产品使用感受，形式仍保持博主固有漫画风格，实现笔记内容精准触达



自然点击率 22%
笔记互动率 8%
CP转化率 11%

知识科普

封面关键词点明“宝妈”关注点，精准触达兴趣用户，视频中对“早教培养”进行经验分享，对“营养补充”部分进行产品介绍，影响用户消费决策



自然点击率 26%
笔记互动率 15%
CP转化率 6%

小红书

汽车

优质合作笔记

选车试驾

结合博主垂类内容，分享生活日常，标题和封面提及“买车”，内容上通过车型展示、销售介绍以及试驾等各方面进行汽车介绍，潜在影响用户种草



自然点击率 16%
笔记互动率 6%
CP转化率 14%

时尚搭配

封面以博主与汽车摄影美照吸引注意，标题以具有争议性的话题增强用户好奇，整体故事中穿插对车型及内饰的介绍，建立用户对本款汽车的印象



自然点击率 15%
笔记互动率 11%
CP转化率 13%

带娃出行

封面以萌娃形象展示，吸引用户兴趣，结合博主垂类，选择带娃出行场景，通过车型适配场景进行汽车介绍，影响用户的消费决策行为



自然点击率 17%
笔记互动率 16%
CP转化率 5%

车型展示

封面进行车型展示，通过“提车”主题进行车型介绍，并在内容中提及车型主打卖点“购置税优惠”，适配用户需求



自然点击率 36%
笔记互动率 5%
CP转化率 4%

食品饮料

优质合作笔记

搞笑日常

结合博主垂类内容创造搞笑片段，根据情景故事穿插产品介绍，零食融入自然生活场景，可以实现较为自然的软性种草



自然点击率 13%
笔记互动率 49%
CP转化率 26%

点单攻略

线下饮品店“点单攻略”推广最为常见，封面首图展示吸引关注，结合博主经验进行点单攻略分享，可以增加产品推广效果，提升收藏



自然点击率 22%
笔记互动率 11%
CP转化率 9%

美食分享

封面将巧克力外包装居中露出，身高体重等信息透露在封面增加用户好奇，将巧克力融入视频记录并进行展示介绍，潜移默化增加用户对巧克力的尝试心态



自然点击率 17%
笔记互动率 7%
CP转化率 16%

健身推荐

封面展示博主运动照片，加之热门话题“帕梅拉”，增加笔记热度，触达兴趣用户，运动开始前和结束后都对产品进行展示，产品自动适配健身场景



自然点击率 12%
笔记互动率 13%
CP转化率 14%



行业投放指南

PART.1

PART.2

PART.3

科学选人

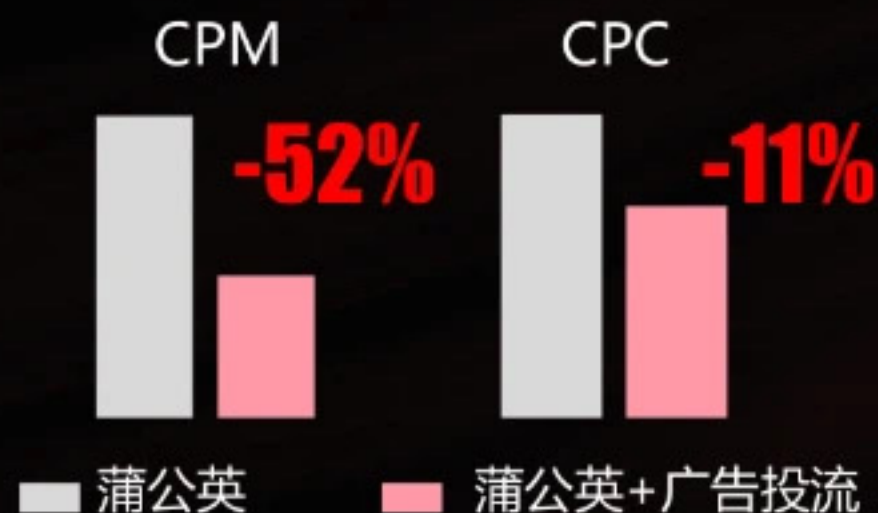
优创内容

精准提效

“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

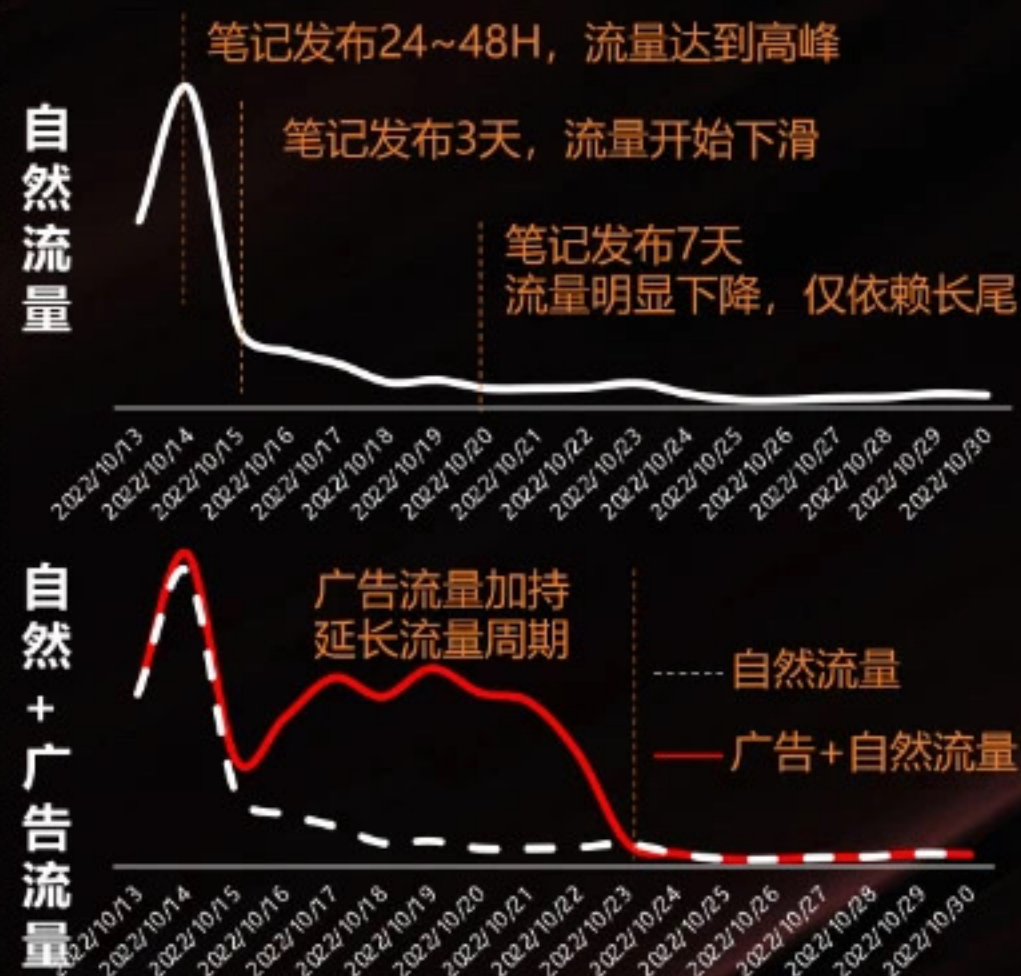
跑量能力 **+613%** CTR **+26%**

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



蒲公英可以帮助品牌高效拓新，更是广告投放的试金石

拓新破圈

蒲公英博主合作助力品牌蓄水浅层I1&I2人群
为I4人群转化发力

品牌合作博主笔记后I1&I2转化人群
占比可达70%~90%

4I人群资产

I1印象触达 我知道

I2互动兴趣 我好奇

I3深度搜询 我喜欢

I4消费意向 我想买

笔记优选

通过博主合作筛选出更受用户喜爱的笔记，为广告投放提供优质素材，同时指导品牌的营销方向



强大的小红书用户从产品的橘子气味发散
让「橘子霜」nickname “人传人”

通过内容投放表现，品牌重新定义产品昵称“橘子霜”，并且围绕“服帖”诉求初步确定卖点——
服帖王者、卡粉救星橘子霜

价值深挖

博主笔记流量分发带有随机性，流量表现不佳不代表笔记没有内容价值，可使用**蒲公英加热工具**提升笔记曝光，进行二次价值验证

笔记发布，自然流量即出现下滑趋势

自然阅读总量仅1000+

加热

加热CTR 25%
超行业均值

通过加热工具验证内容价值后，用于广告投放，跑量能力超账户76%的笔记

— 自然曝光量 — 加热曝光量

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、CP转化数

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天后可达50%

买词策略

人群词

职场白领、学生党、新手妈妈等

竞品词

竞品A、竞品B、竞品C等

行业通用词

配方词、品类词、功效词、成分词等

品牌产品词

品牌A、产品A、产品B等

用户决策心智

潜在消费者

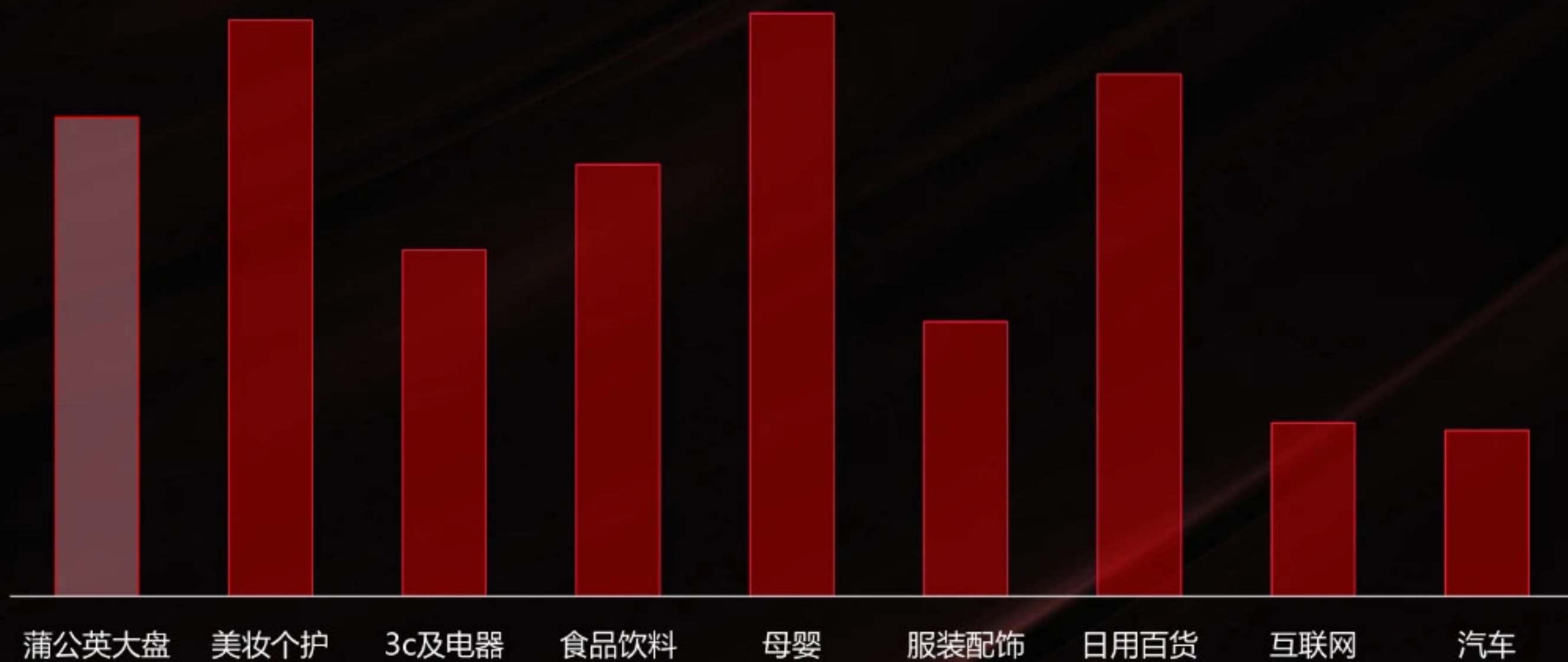
对比型
消费者

查询类
消费者

核心
消费者

全面覆盖不同类型消费者

蒲公英各行业投流比概况

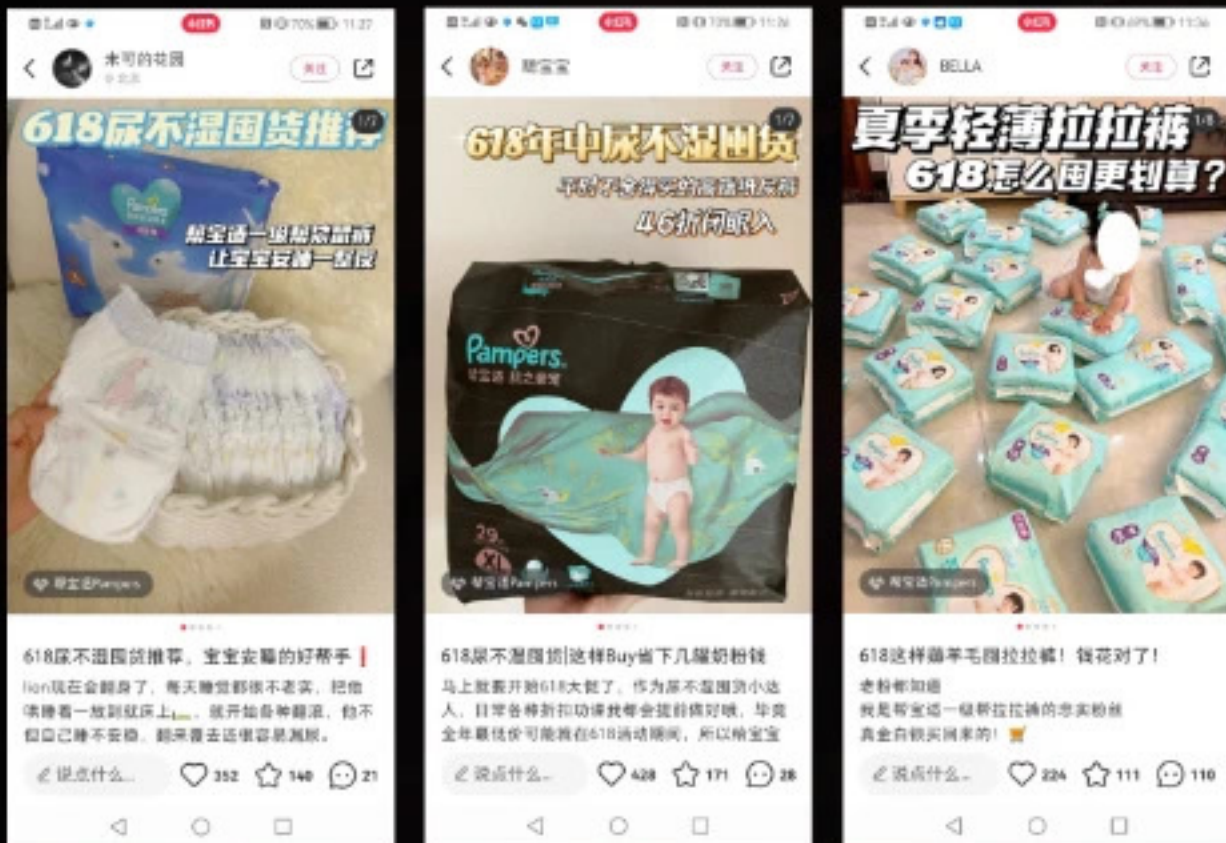


案例分享

帮宝适：从内容蓄水建立种草心智，到流量助推节点引爆，助攻618电商热销

招募合作：优质KOC铺量，打造真实口碑

1对多合作，高效招募数十位垂类KOC，发布618囤货攻略



招募博主粉丝量级：1k~5W

5天，百余位博主进行报名

定制合作：多场景多创意覆盖，提振声量

针对宝宝特征，从使用体验、测评、合集推荐、干货攻略等角度进行内容造势



粗腿胖宝宝利器

产品合集测评

CP囤货攻略

新生宝宝友好

*笔记截图所示互动数据截至到2022年9月27日

小红书

案例分享

帮宝适：从内容蓄水建立种草心智，到流量助推节点引爆，助攻618电商热销

广告合作：优质笔记助推出圈

信息流广告流量精准加推，粗腿宝宝神器出圈



广告CTR
6.13%

广告CTR
4.73%

广告CTR
5.45%

*投流比=笔记的关联广告消耗金额/笔记蒲公英消耗金额

创新资源组合助推



帮宝适站内品牌热搜
首次跻身
TOP3

618热销品牌
销量稳守
TOP3

*笔记截图所示互动数据截至到2022年9月27日

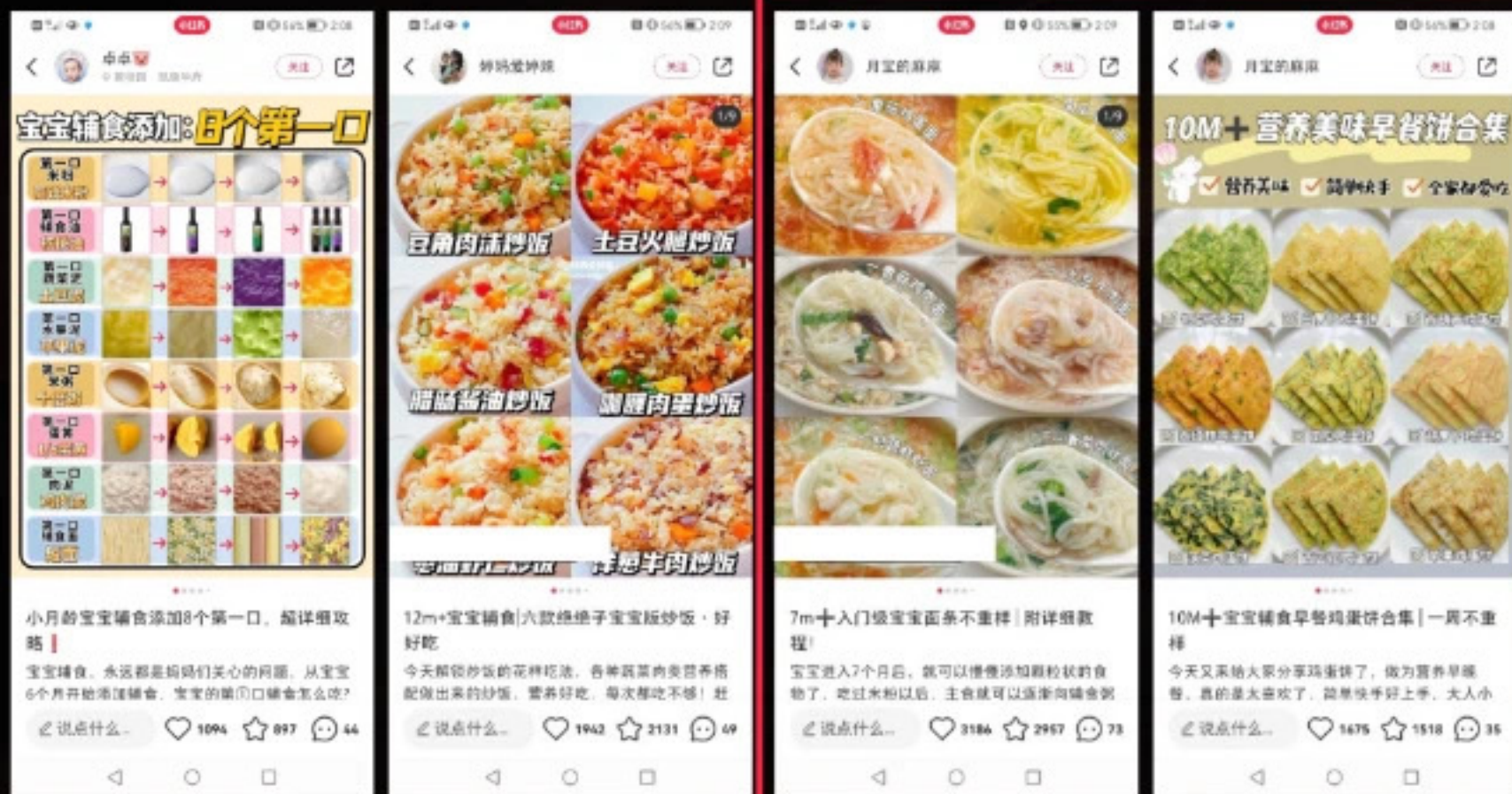
小红书

案例分享

某辅食品牌：固定“招募+定制+投流”合作模式，打造长效口碑、发掘优质创意与供给

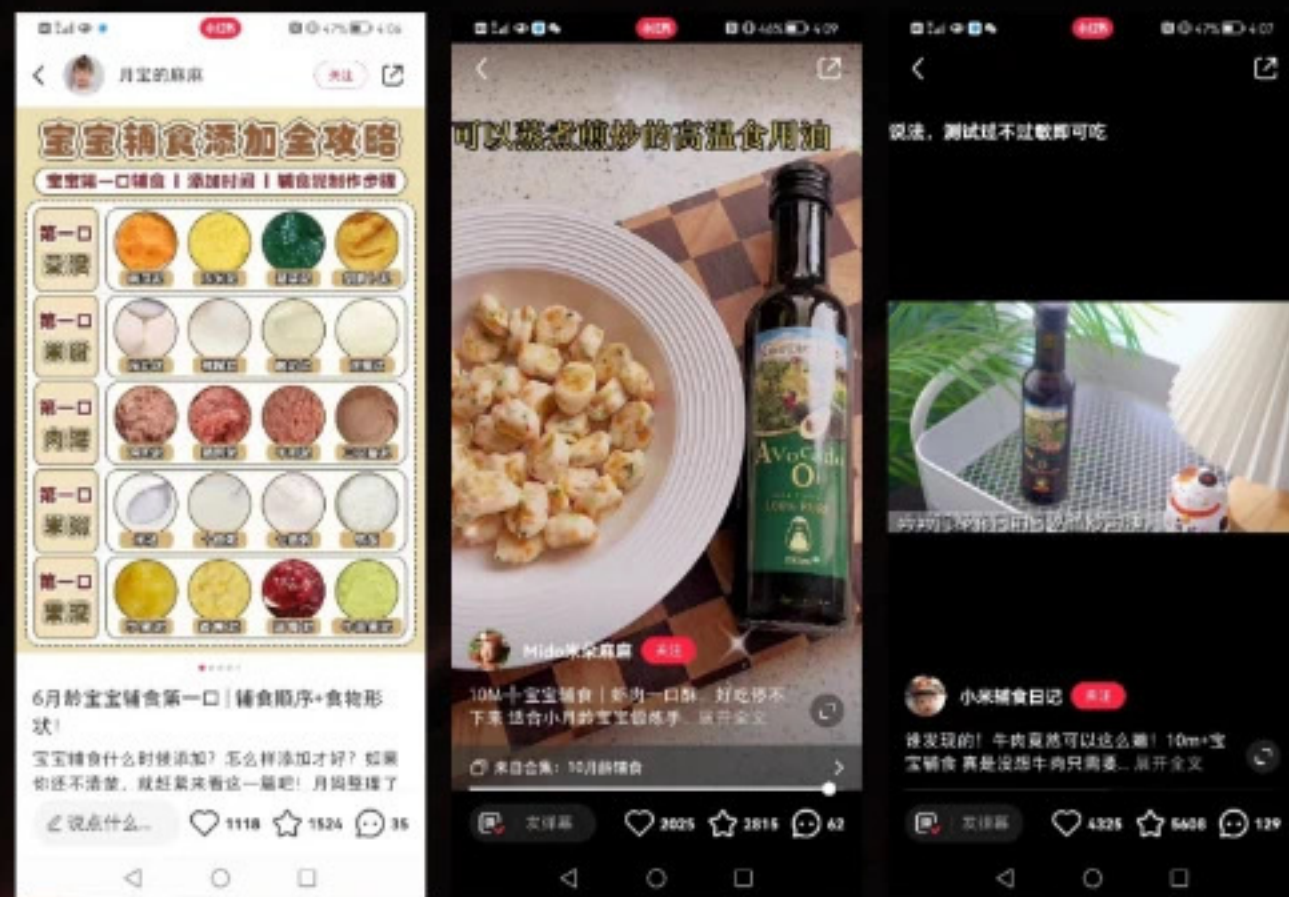
招募合作：批量发掘好供给产出好内容

博主自发报名投稿，基于月龄分层产出辅食攻略，植入产品



定制合作：优质博主复投、好的创意延续

与招募到的优质博主进行定制合作，内容创意延用月龄分层触达



千赞笔记占比**30%** CPV低至**0.16** CPE低于大盘**62%**

CP转化率**6%+**

案例分享

某辅食品牌：固定“招募+定制+投流”合作模式，打造长效口碑、发掘优质供给

广告合作：笔记投流常态化

品牌投流意识成熟，优质笔记及时进行广告投放，扩大种草效益



近3个月投流表现

68%

投流消耗占比

55%

投流笔记数占比

广告CTR 广告CP转化率
8.60% 7.63%



广告CTR 广告CP转化率
5.85% 6.25%

品牌持续复投招募合作，形成固定玩法

项目信息 招募名称 招募类型 优选招募 合作品牌 联系人 手机号 招募博主时间 2022-05-25 ~ 2022-05-29 筛选博主时间 2022-05-30 ~ 2022-06-08	项目信息 招募名称 招募类型 优选招募 合作品牌 联系人 手机号 招募博主时间 2022-08-06 ~ 2022-08-11 筛选博主时间 2022-08-12 ~ 2022-08-13
项目信息 招募名称 招募类型 优选招募 合作品牌 联系人 手机号 招募博主时间 2022-09-01 ~ 2022-09-08 筛选博主时间 2022-09-09 ~ 2022-09-10	项目信息 招募名称 招募类型 优选招募 合作品牌 联系人 手机号 招募博主时间 2022-09-27 ~ 2022-10-07 筛选博主时间 2022-10-08 ~ 2022-10-10

达人众测，积累真实口碑



验证选品
通过用户参与热度
验证产品爆款潜力

1395人
报名参与

1500+
点赞互动

参与新品体验活动，站内用户反馈火热
初步判断用户对产品有参与热情

共创合作

深度测评，提炼卖点

结合“沐浴露”相关的洞察

初步拟定**夏天、保湿、流量、亮肤**四个卖点

5月沐浴露搜索排名

沐浴露搜索热词

沐浴露
沐浴露推荐
沐浴露推荐夏天
沐浴露留香持久
美白沐浴露

夏天

保湿

留香

亮肤

从优质笔记首图
选择发现
80%以**珍珠**
展示为主



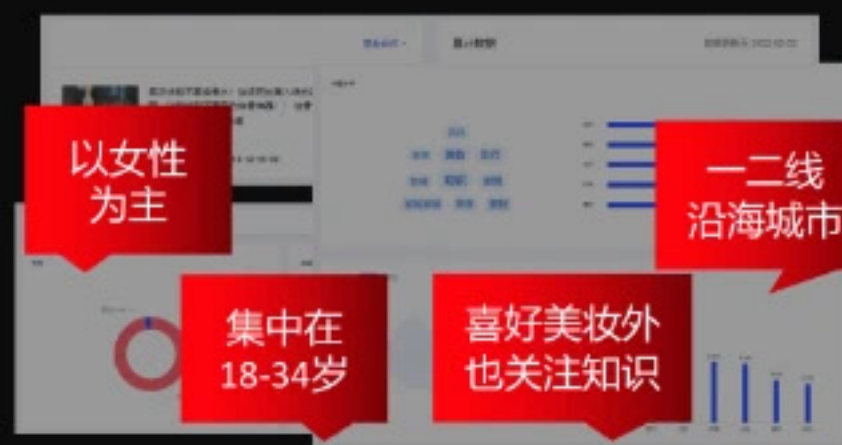
70%提及
“香味”
纯欲蜜桃
香、富家千金
金香

小范围达人自由合作选择卖点，共创内容
分析优质素材，抓住用户接受且喜爱的**关键卖点**

招募合作/定制合作

描绘核心种子人群画像

通过达人合作笔记“投后数据反馈-用户画像”
总结**基础**的用户特征（包括年龄、性别等）



结合前期卖点测试以及评论区用户反馈
进一步了解用户兴趣偏好

感觉自己是**怀多肉桃桃**

讨论最多的是“**珍珠**”
颜值党、少女心用户

冲这**珍珠**我必冲阿

其次对于味道讨论较多
香氛爱好者、注重
生活品质、悦己人群

小珍珠挤的时候会跟出来吗？

投后数据报告

案例分享

IS是否：初创品牌借力博主合作+广告投流，带动品牌整体心智增长

内容赛马，优质笔记投流

核心人群搜索关键词偏好



信息流广告人群定向



核心搜索词流量，精准卡位

THANK YOU

期待更多的合作 | 小红书商业化

向上生长 共生未来