

小红书

好产品赢战 618。

INSPIRE
LIVES

2023 Xiaohongshu



「乘势生长」

——奢品行业节点营销指南

分享人：雨萱 小红书商业美奢洗护行业整合营销总监

小红书

美奢洗护业务部

2023.04



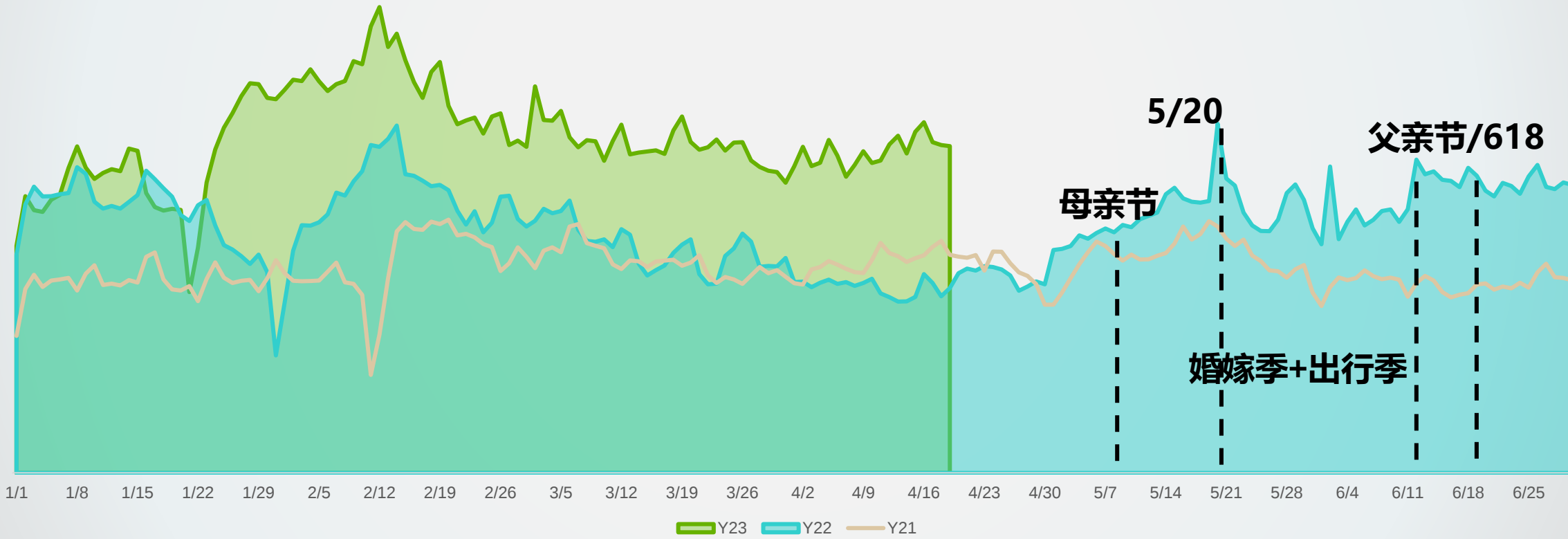
PRAT 1

了解小红书节点营销生态

节点流量

5-6月是重要流量高峰期，母亲节/520/父亲节迎来爆发

奢品2023年5-6月搜索量预计同比增长**51%**

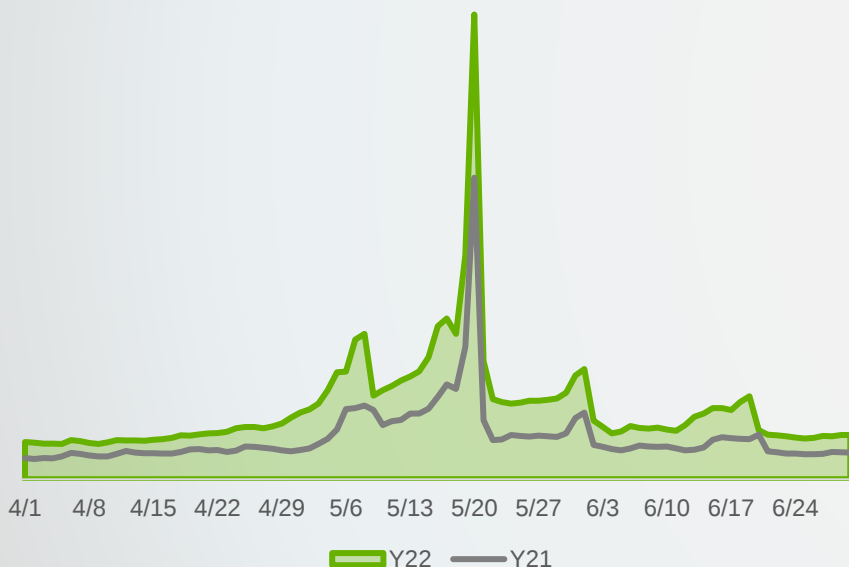


节点流量

2022年礼赠&婚嫁话题均在节点引爆，出行热度持续攀升

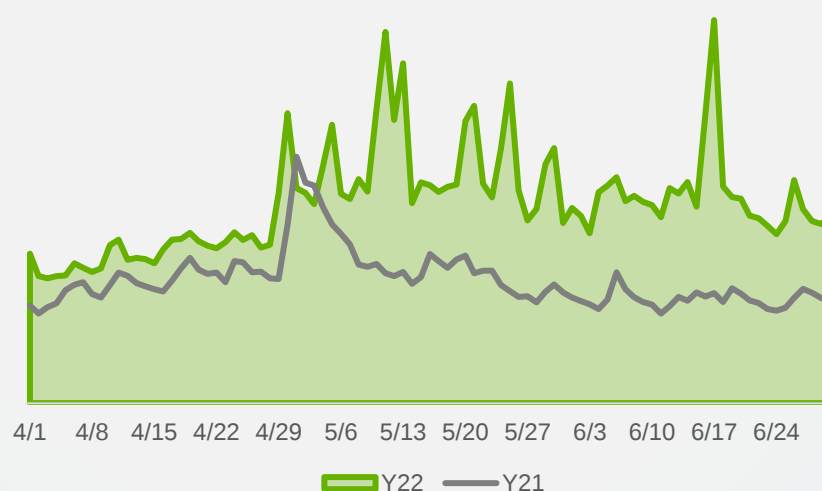
【礼赠】+70%

Y22同比Y21相关搜索量



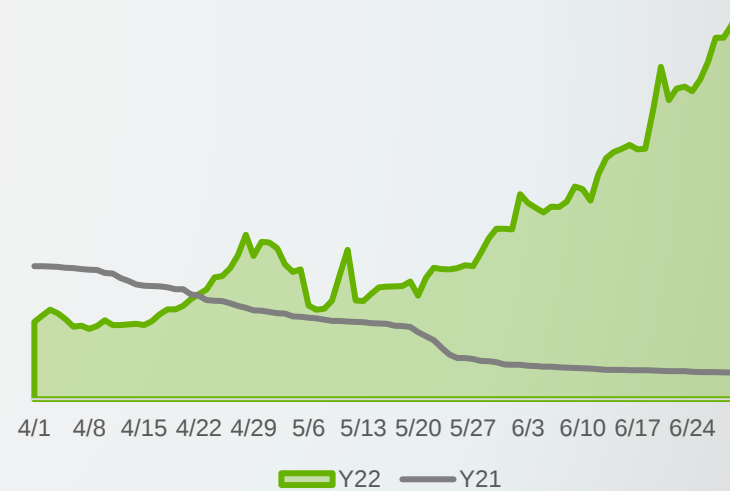
【婚嫁】+63%

Y22同比Y21相关搜索量



【出行】+130%

Y22同比Y21相关搜索量

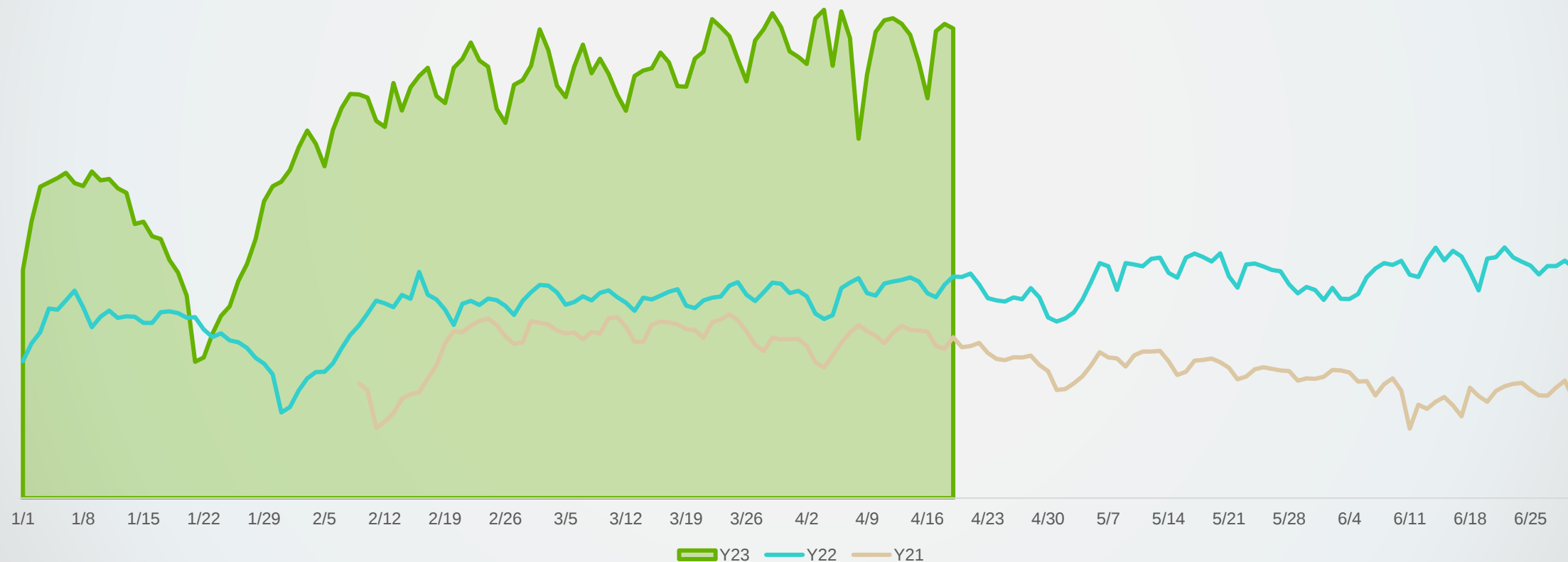


礼赠&婚嫁&出行2021年-2022年4-6月搜索趋势

内容趋势

用户分享热情空前高涨，Y23迎来奢品行业井喷式内容增长

奢品2023年1-4月笔记发布量同比增长**107%**



核心抓手

三大核心「节日礼赠」贯穿5-6月，「婚嫁」「出行」场景为重点抓手

婚嫁季 + 旅行季

May

Jun

【礼赠心智】

母亲节

520

父亲节

【出行场景】【婚嫁场景】

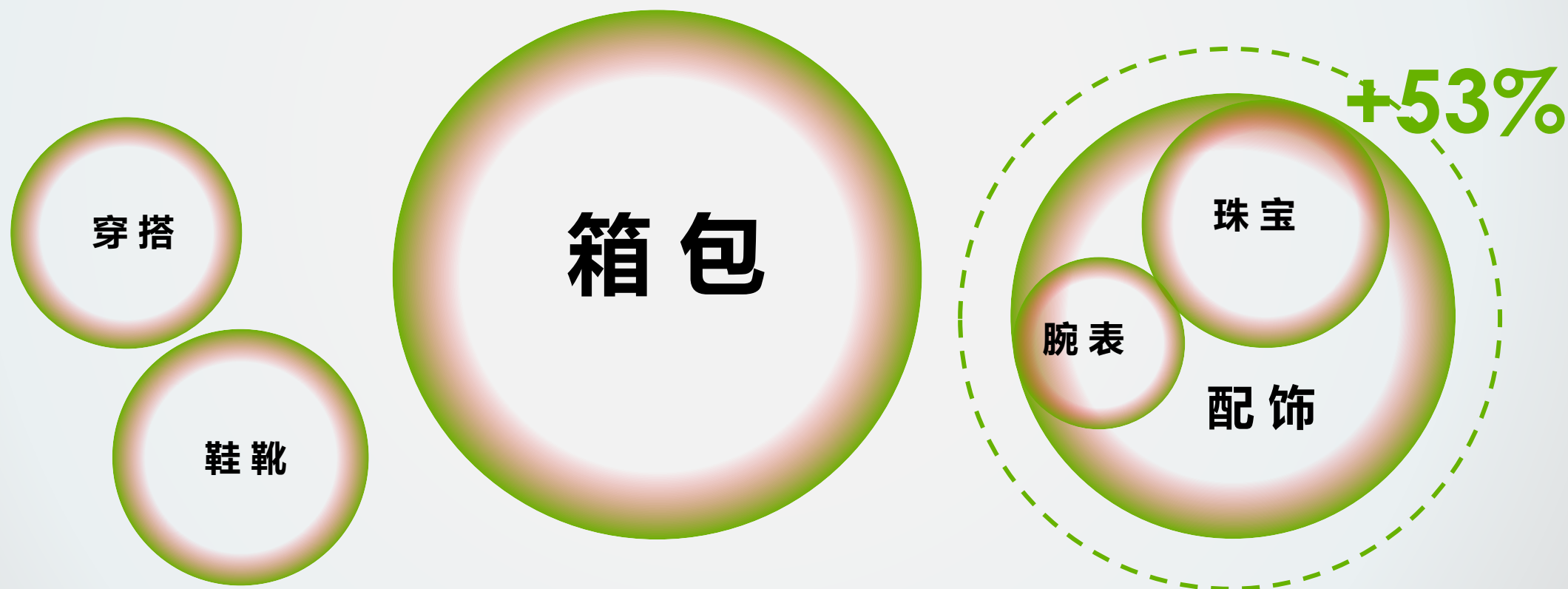


PRAT 2 找准品类节点营销机会

赛道机会

【奢品箱包】领跑节点营销，【配饰】Y22 4-6月同比+53%，潜力巨大

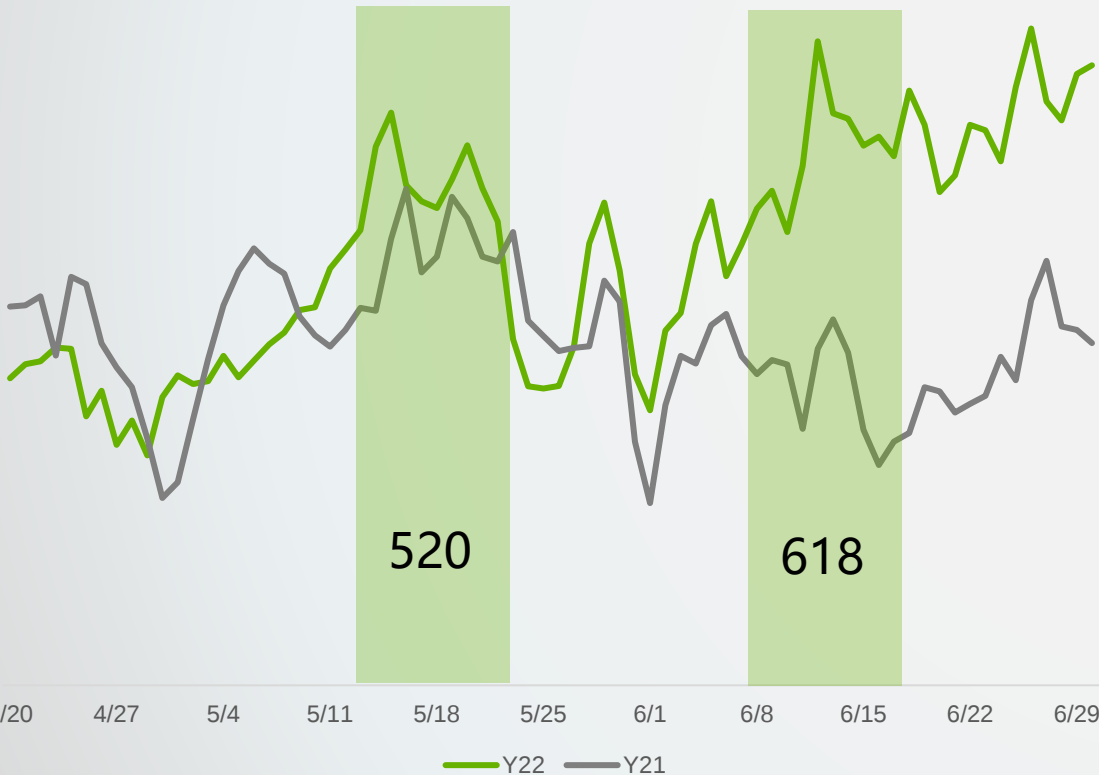
Y22【奢品】行业各品类细分搜索量



箱包赛道

流量峰值与节点强相关，「大包」热情高涨，「腋下包」异军突起

【奢品箱包】赛道Y21-Y22搜索趋势

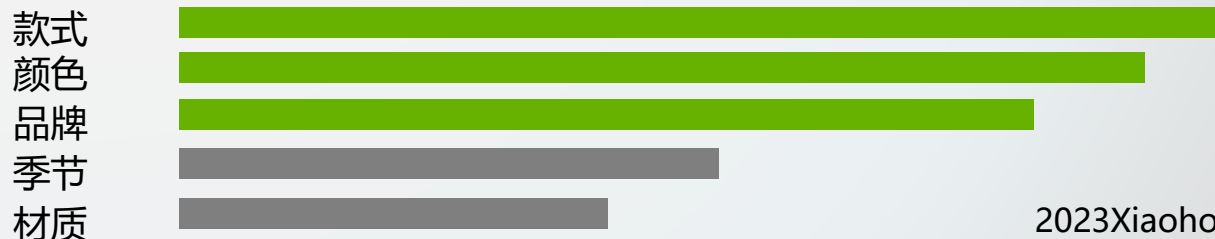


INSPIRE
LIVES



数据：2023年1-4月同比2022年

用户买包考虑因素 TOP 5

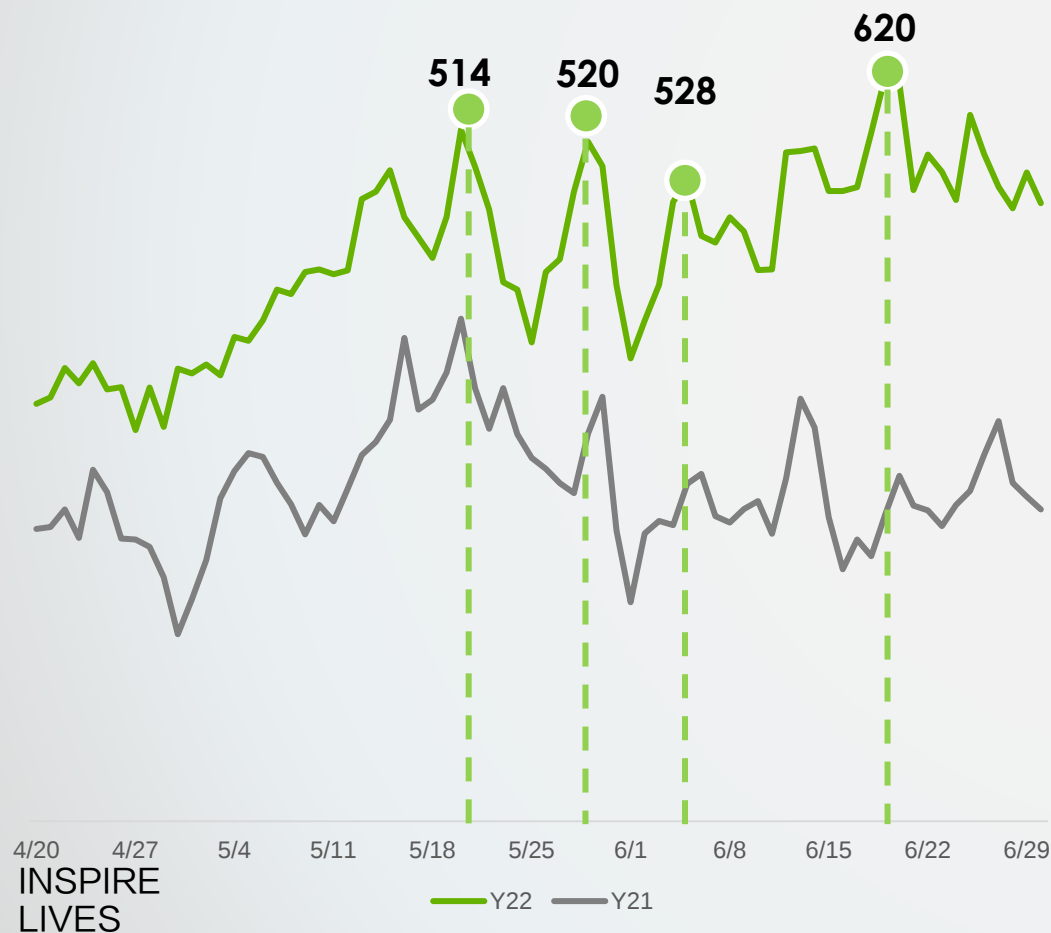


数据：2022年1-6月

腕表赛道

父亲节搜索峰值最高，大牌送礼心智强，520送男友，机械表为热门品类

【奢品腕表】赛道Y21-Y22搜索趋势



男性用户热搜点

劳力士

欧米伽

品牌排行

机械表

月相

男表推荐

520送男友手表

机械表

女性用户热搜点

女表推荐

卡地亚

劳力士

蓝气球

女表怎么选

大牌

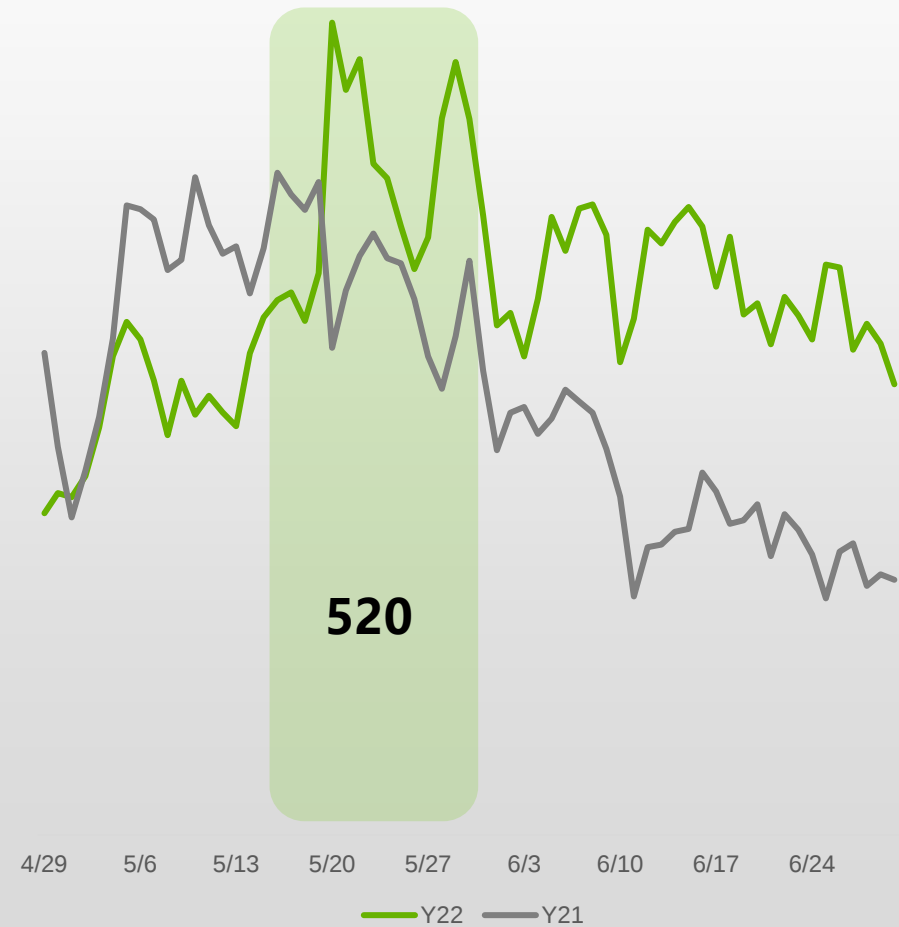
父亲节送爸爸手表

大牌

穿搭赛道

五月初正式进入流量峰值，用户紧跟站内流行趋势，联名合作款受追捧

【奢品穿搭】赛道Y21-Y22搜索趋势

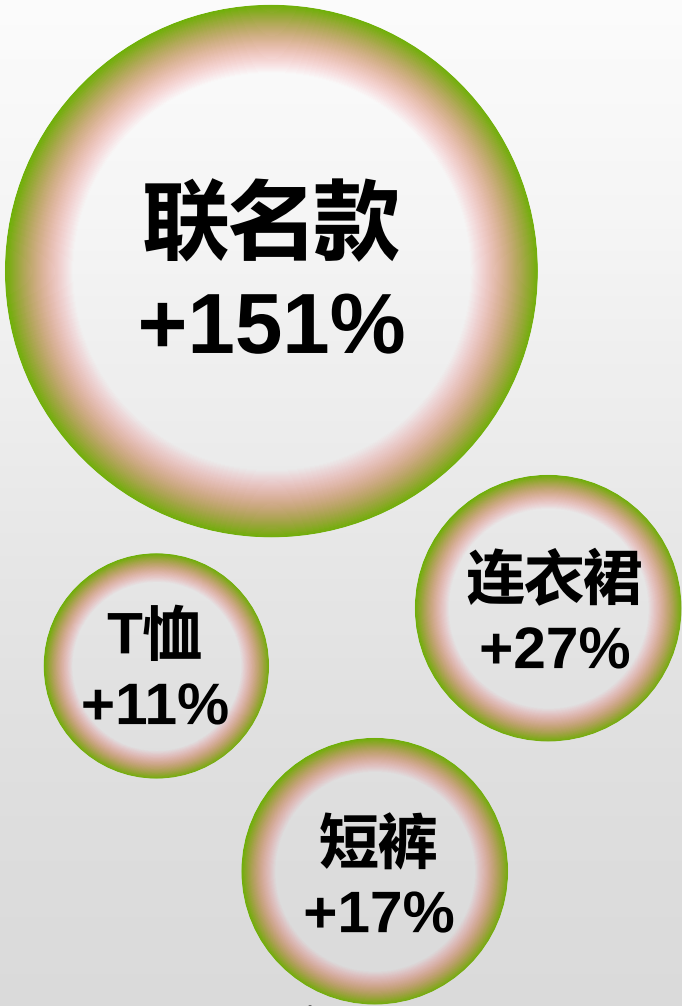


当红风格

度假风 环比+1,230%
小香风 环比+342%

芭蕾风 环比+490%
复古港风 环比+38%

数据：2022/10-2023/3



数据：2022/4-2022/5环比

鞋靴赛道

与婚嫁&出行场景强相关， Q2预计搜索增长35%+

【奢品鞋靴】赛道Y21-Y22搜索趋势



INSPIRE LIVES — 23 — 22

【奢品鞋靴】4-6月词云



高跟鞋
+56%

21&22年4-6月
平均环比搜索

玛丽珍鞋
+140%

21&22年4-6月
平均环比搜索



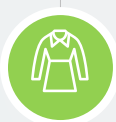
箱包赛道

抢占节点，建议从5月初开始布局



腕表赛道

【520】送男友，机械表是热门 【父亲节】送爸爸，大牌是首选



穿搭赛道

联名款占领【520】礼赠心智



鞋靴赛道

婚嫁和复古玛丽珍成为大热品类

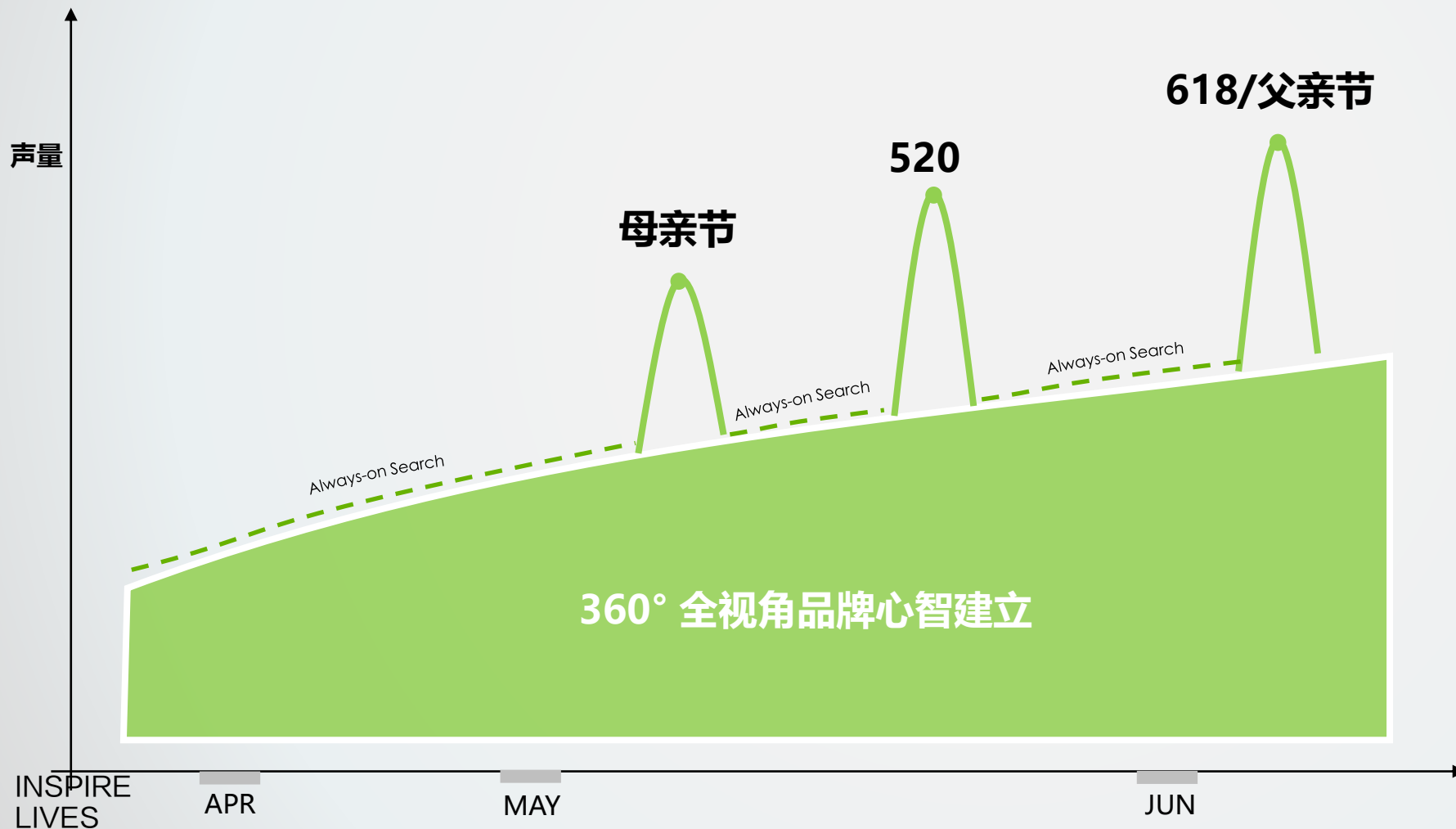


PRAT 3

奢侈品如何玩转节点营销

| 奢品打法

“点-线-面” 营销组合拳，助力奢品节点营销增长



点 Campaign
品牌广告+IP引爆节日节点

线 Search
SEARCH长线抢占搜索心智

面 Branding
FEEDS持续沟通品牌故事

节点营销策略与投放节奏

节点时间	婚嫁季 + 旅行季		
	Apr	May	Jun
		母亲节	520
			父亲节/618
节点种草	浏览场（Feed） - 品牌内容教育+达人演绎，打透品类赛道，360 °讲述品牌故事		
	搜索场（Search） - 搜索广告持续投放，精准触达用户搜索心智		
流量抢占	B	开屏+信息流+点赞特效+搜索彩蛋+火焰话题+惊喜盒子，打造品牌Big Day	
	IP	人群IP	场景IP
			兴趣IP

Session

01

抢占节点印象

全新亮眼的品牌广告筑守活动核心阵地

开屏广告

多样化「开屏」形式助力品牌抢占节日氛围感初印象

抢占节日第一心智

激发用户互动

原生品牌内容发酵

高效释放品牌内容力



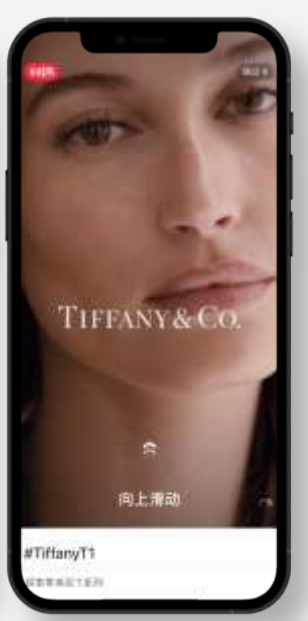
开屏首刷



互动开屏



上滑



原生话题开屏



原生笔记开屏



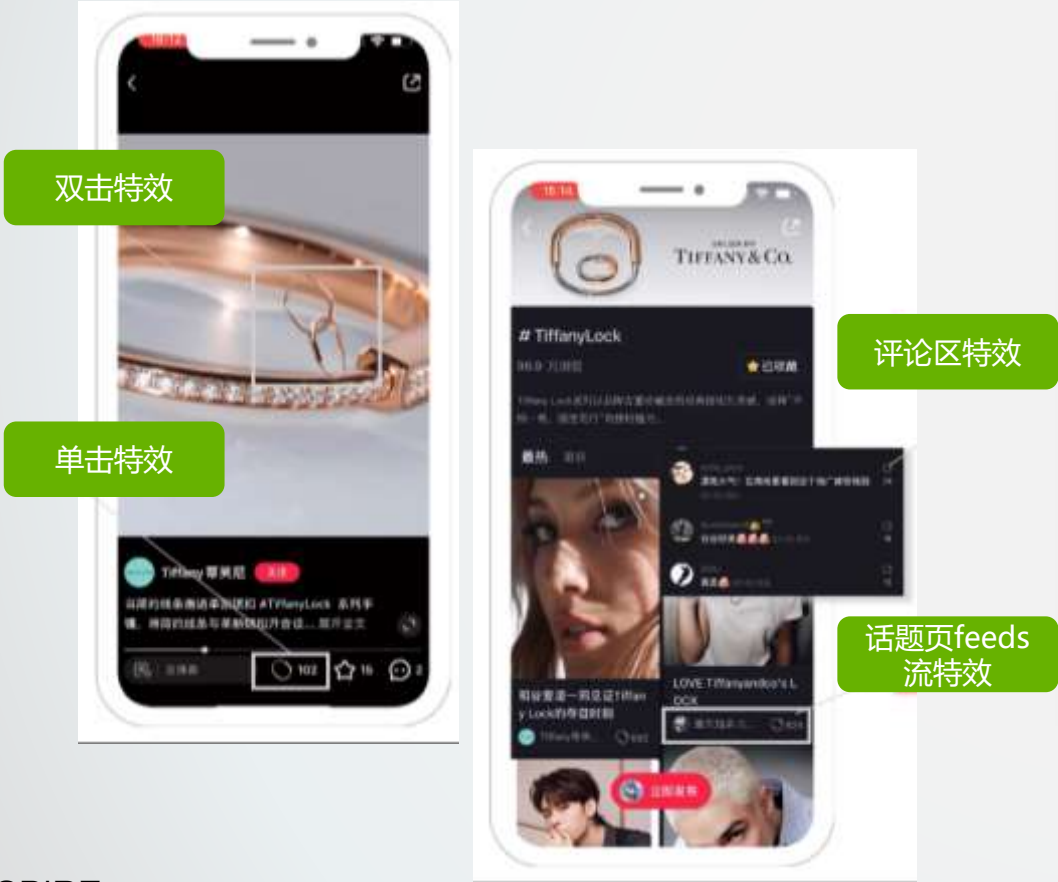
静态小红书屏



动态小红书屏

浏览场域

品牌定制「点赞特效」，强化节日氛围，高效提升笔记互动率



搜索场域

动态「品牌专区」重磅上线，强化产品矩阵，抢占用户搜索心智

沉浸式互动

动态品牌专区，吸引用户目光

承接搜索内容



火焰话题

搜索第三位

Session **02**

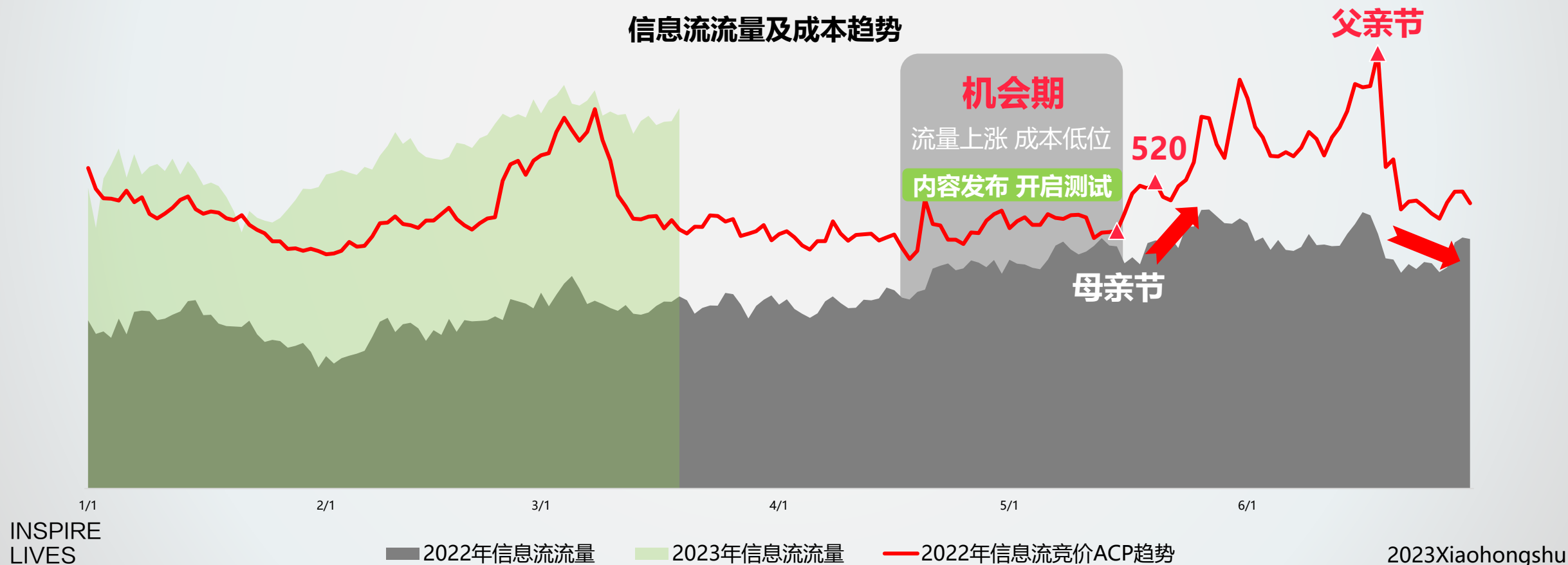
内容精准种草

全域软覆盖，F+S自然且精准地触达用户

信息流流量

4月中起，节日节点流量上涨，建议前置布局，投流放大优质内容

预估2023年5、6月节日节点期间流量同比 **+150%**

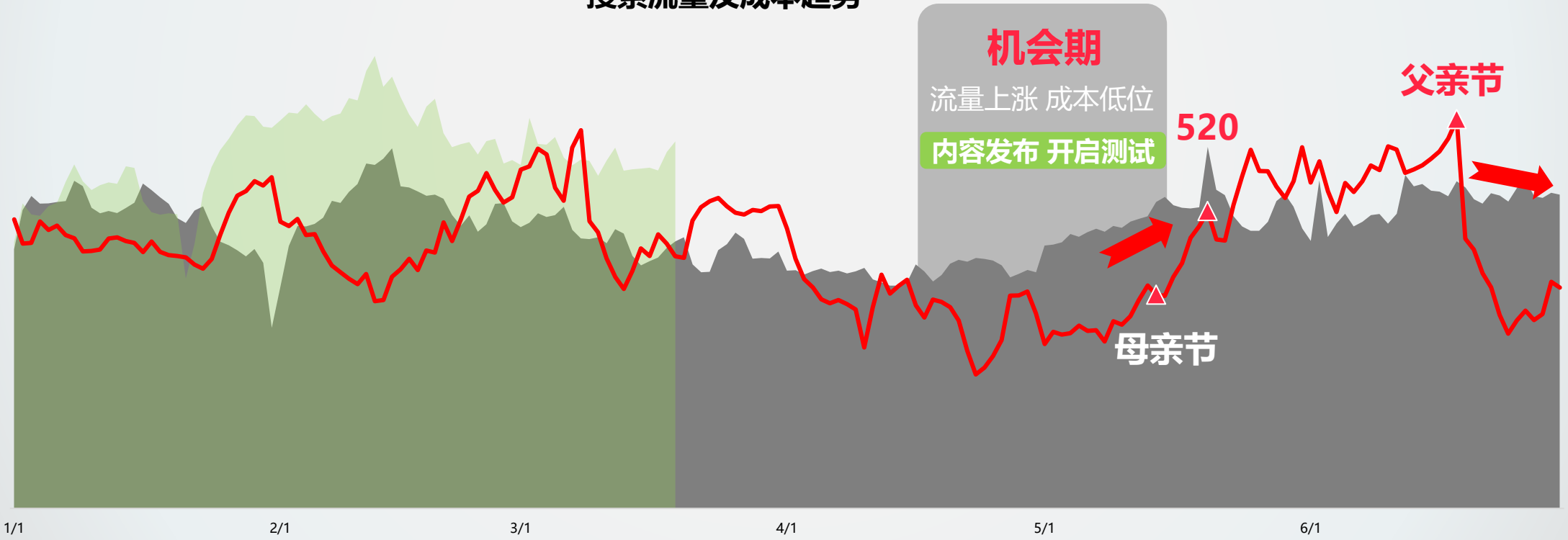


搜索流量

4月底至5月上，搜索流量上涨但成本较低，利用蓝海流量抢占用户搜索心智

预估2023年5、6月节日节点期间流量同比 +51%

搜索流量及成本趋势



内容方向

结合产品优势，紧跟节日热点打造爆款内容，高效种草



人群定向

锁定奢品行业节日节点五大人群，精准触达TA

- 品牌历史搜索与互动过的人群
 - 品牌账号粉丝人群
- 行业阅读/购物兴趣人群
 - 时尚穿搭、美妆个护、酒店旅游、婚嫁服务等
- 代言人明星账号粉丝
 - 搜索过代言人、明星关键词等人群
- HOT!

 - 综合衣食住行以及兴趣爱好圈选高端人群
 - 高消费人群/奢侈品兴趣人群
- NEW!

 - 小红书精选的特色人群
 - 奢美人群/精致中产人群/潮流趋势人群/礼赠人群/出行人群/婚嫁人群



关键词建议

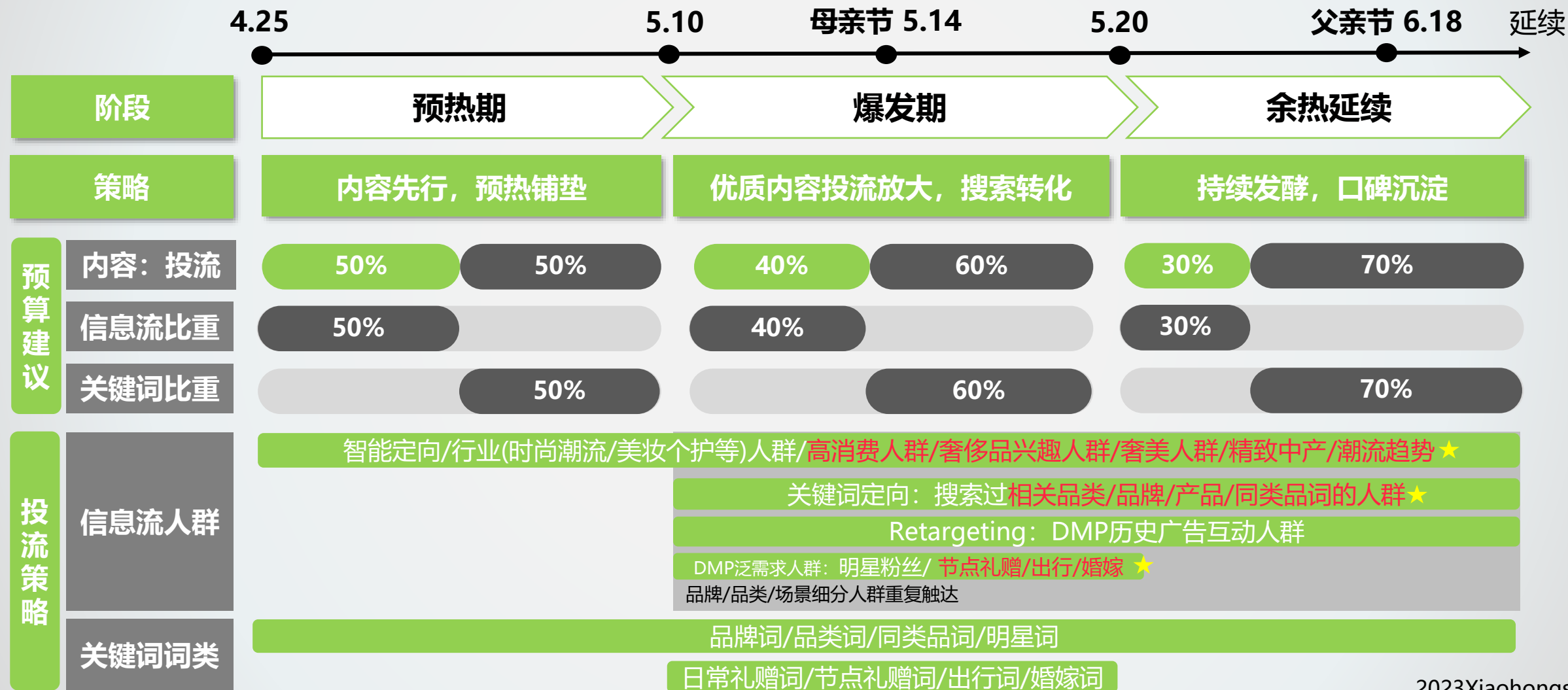
节点搜索词建议：日常投放词类&词量扩充，礼赠/婚嫁/出行相关词加投

竞价搜索词类	关键词举例	告白礼物	备婚清单	五一出行
礼赠词 520/母亲节/父亲节	520礼物 送妈妈礼物 父亲节礼物			
婚嫁词	备婚好物推荐 婚礼准备 备婚必买清单			
出行词	五一小众旅游 三天两夜旅游推荐 xx购物攻略			
品类词/需求词	奢侈品包包 一万左右包包 入门级大牌包			
同类品词	XX最值得买的包 XX腋下包 XX2023新款			
品牌词	XX包包 XX手袋 XX单肩包			



投放策略

从蓄水期到延续期，分阶段匹配KFS策略，实现高效种草

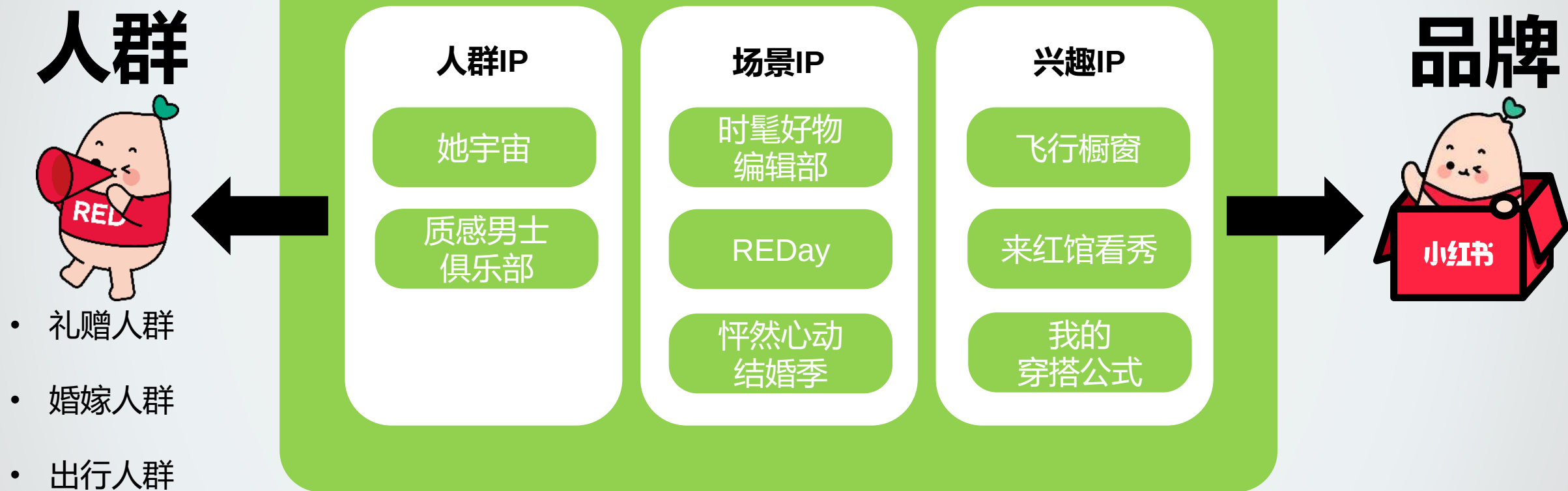


Session **03**

引爆节点声量

IP项目定制，双向绑定受众&品牌人设

IP项目入局，助力奢侈品行业节点营销破圈



双向奔赴

小红书奢品营销新趋势

小红书



大秀



观展



大事件

INSPIRE
LIVES

2023Xiaohongshu

案例分享

香奈儿腕表游乐场【人-品-势】三重奏，迈向奢品展览营销2.0

精细化人群策略圈定核心TA





「聚势而增」 ——助力珠宝品牌节点营销

分享人：白水 小红书商业珠宝行业负责人

小红书

美奢洗护业务部

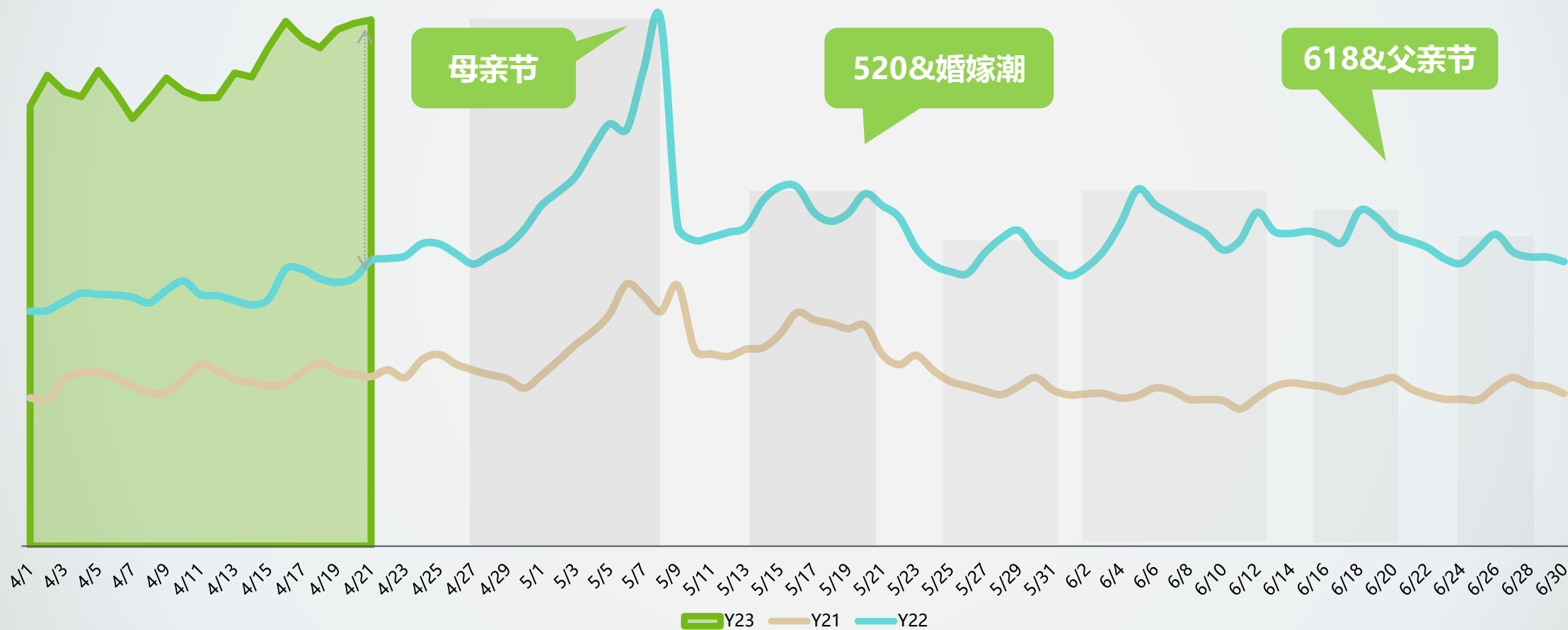
2023.04



PRAT 1

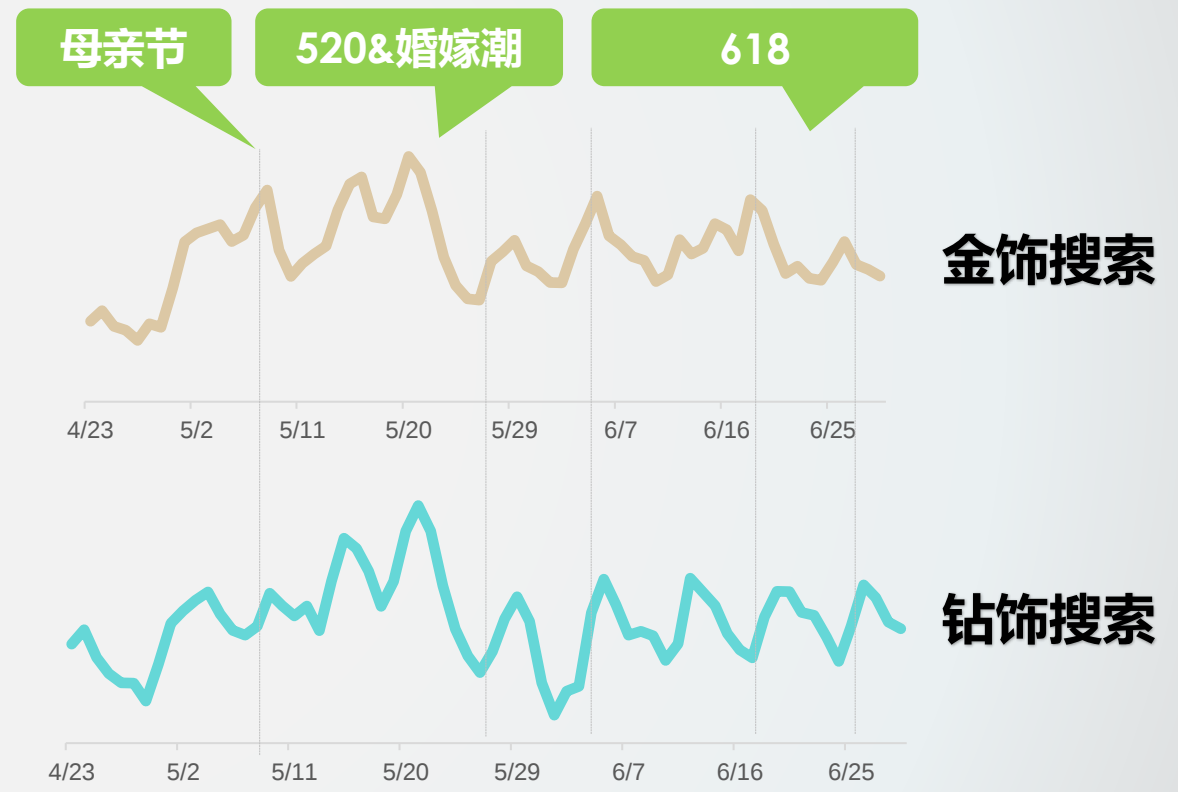
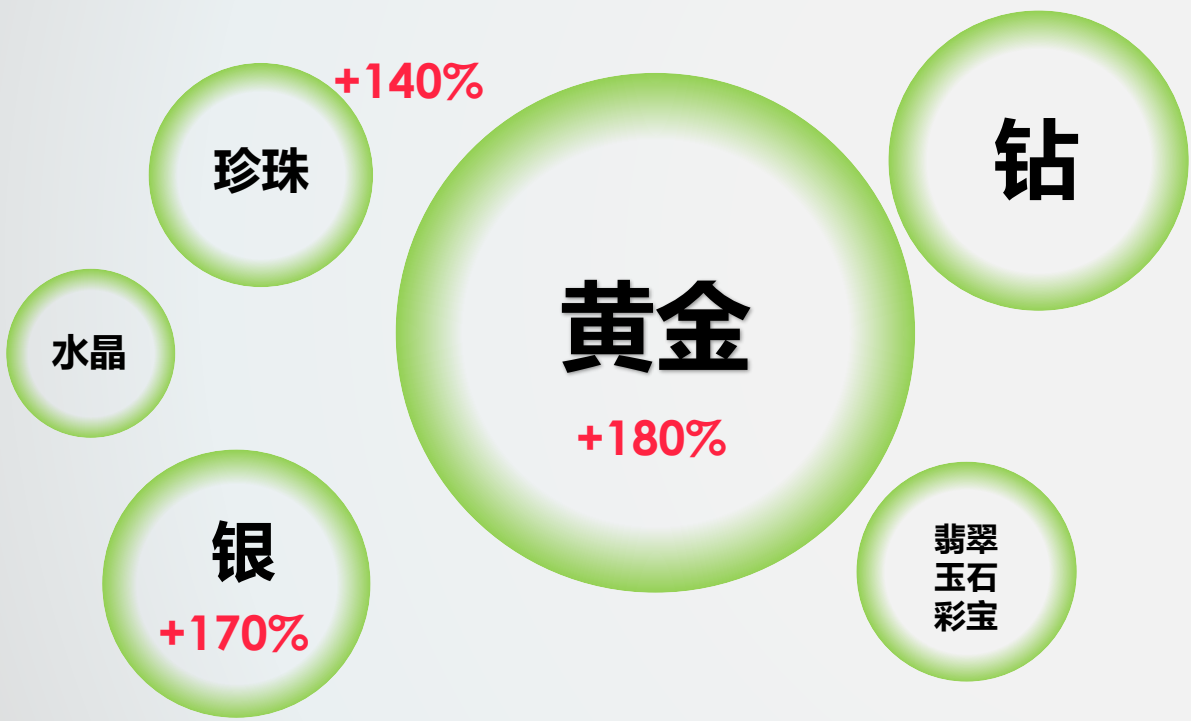
迎风借力 珠宝行业节点洞察

2022年5~6月珠宝行业搜索热度高涨，多个流量高峰期机不可失！



品类趋势

Y23金、银、珍珠搜索涨势大好，钻饰、金饰搜索波动受到节点影响大

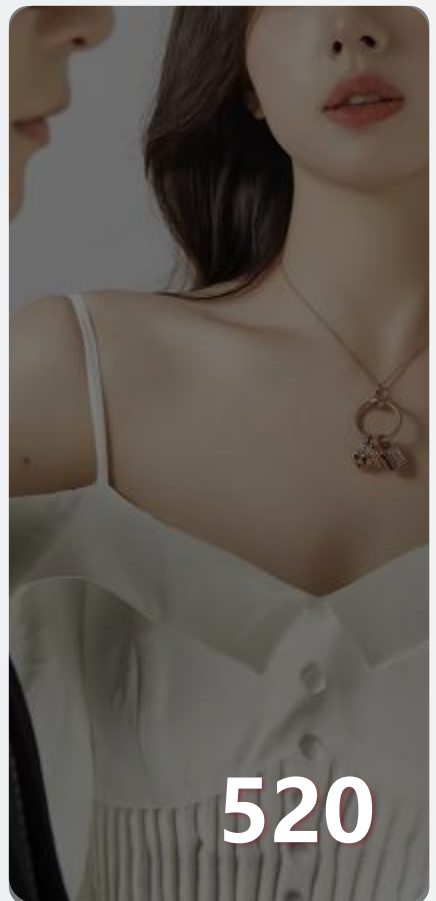


【珠宝】23年各材质搜索量与搜索同比涨势（左）；金饰/钻饰22年搜索趋势（右）

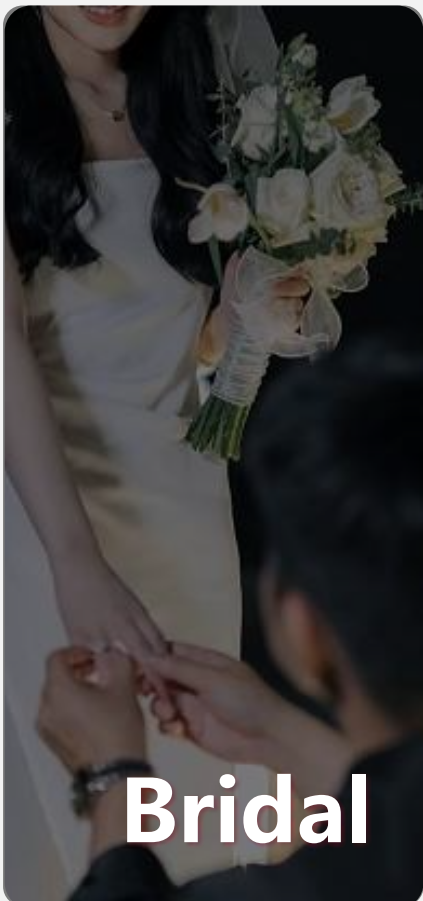
珠宝5~6月五大节点用户风潮



母亲节



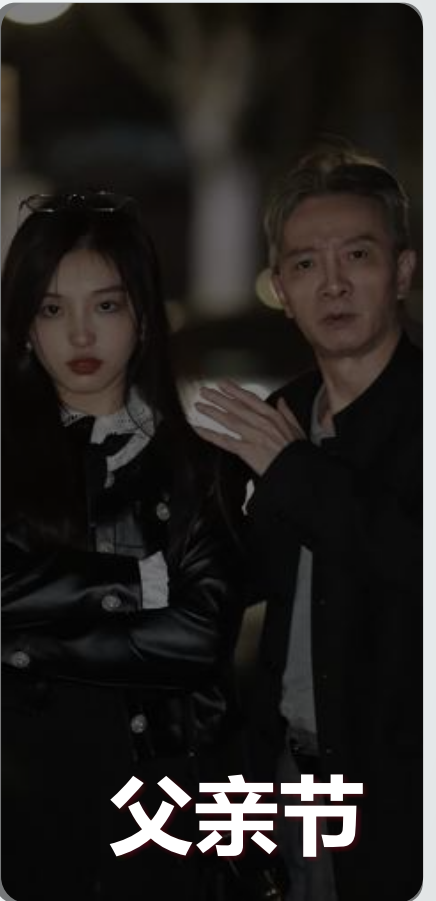
520



Bridal



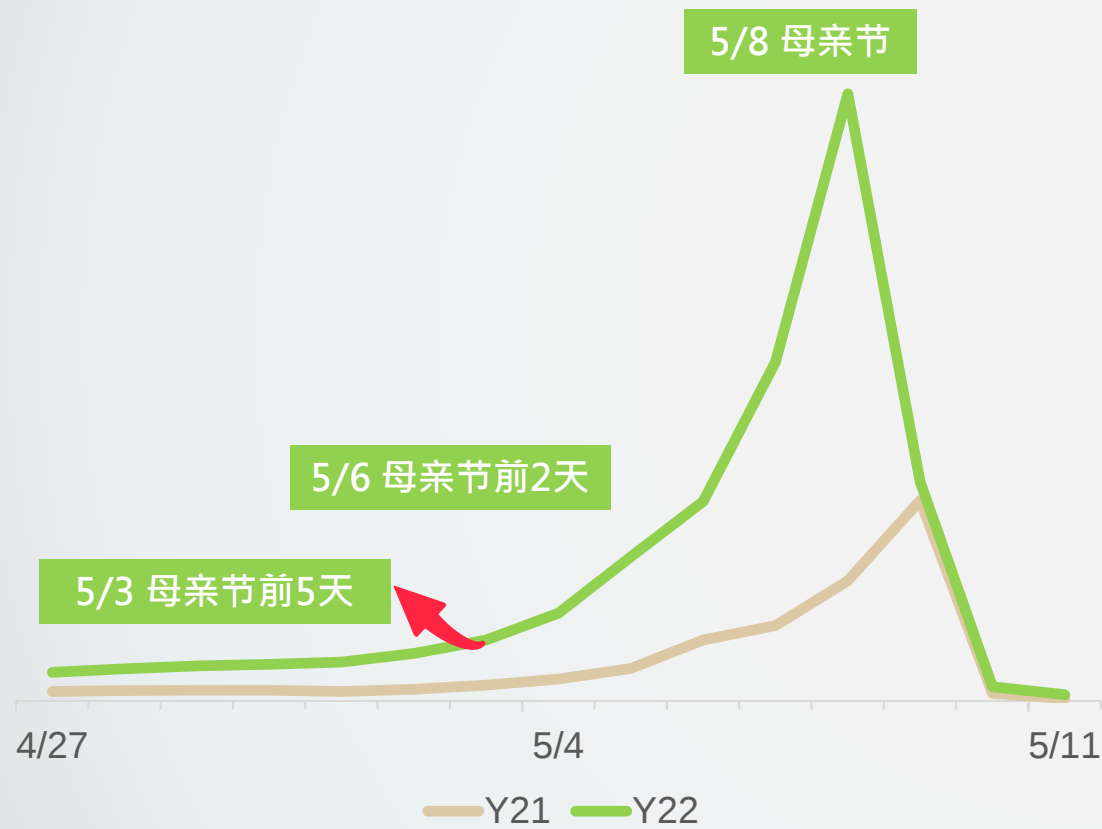
618



父亲节

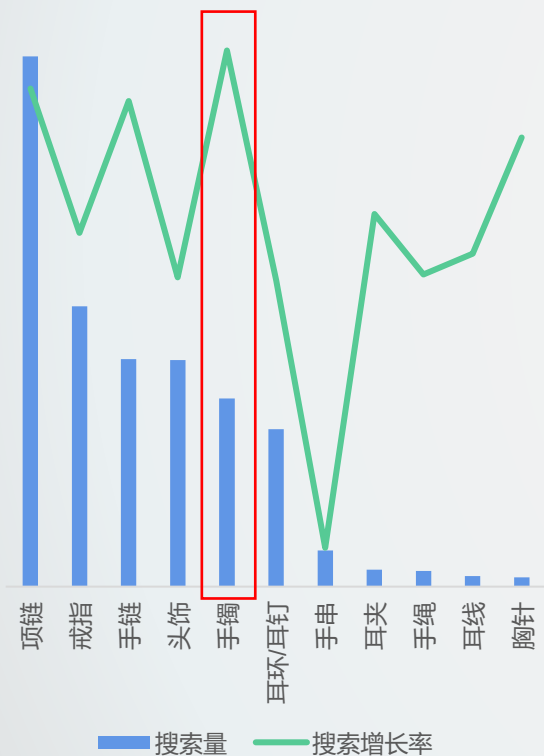
母亲节

2022年母亲节搜索流量大幅增长，节日礼物登热搜首位

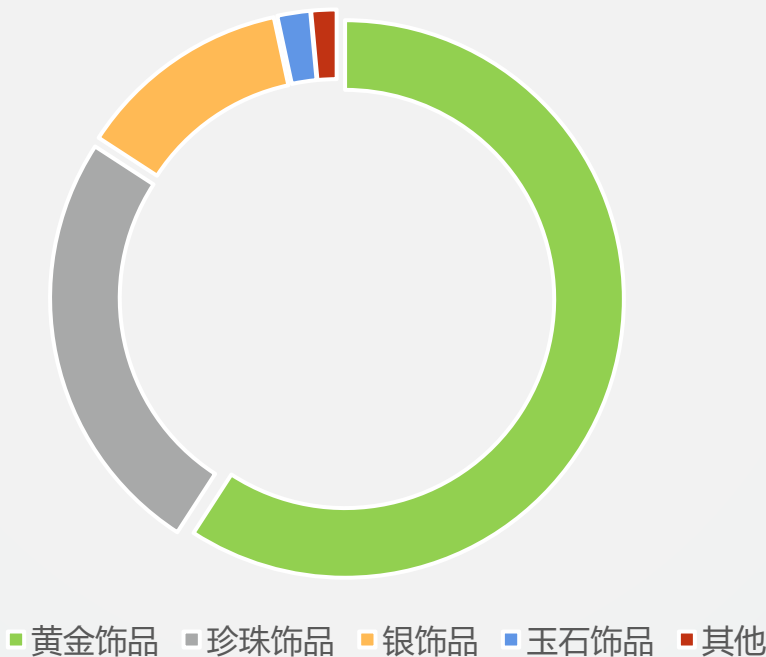


母亲节期间**手镯**品类需求飙升，**黄金、珍珠**搜索量与讨论度高

母亲节相关热搜珠宝品类



母亲节相关热搜珠宝材质

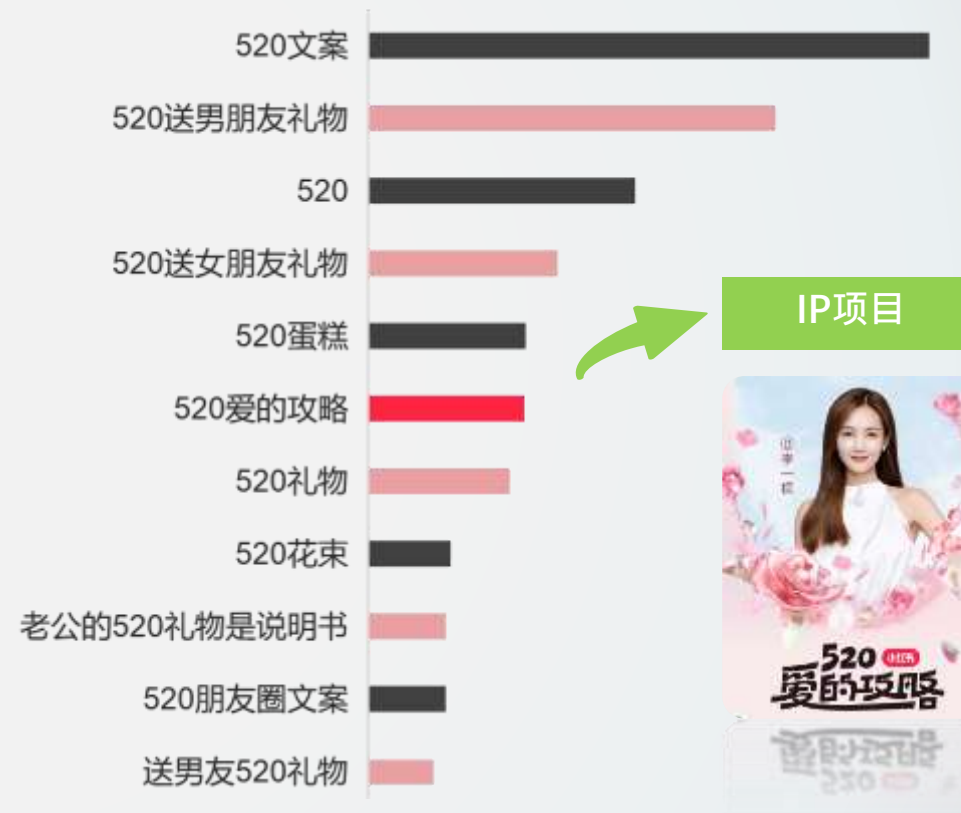
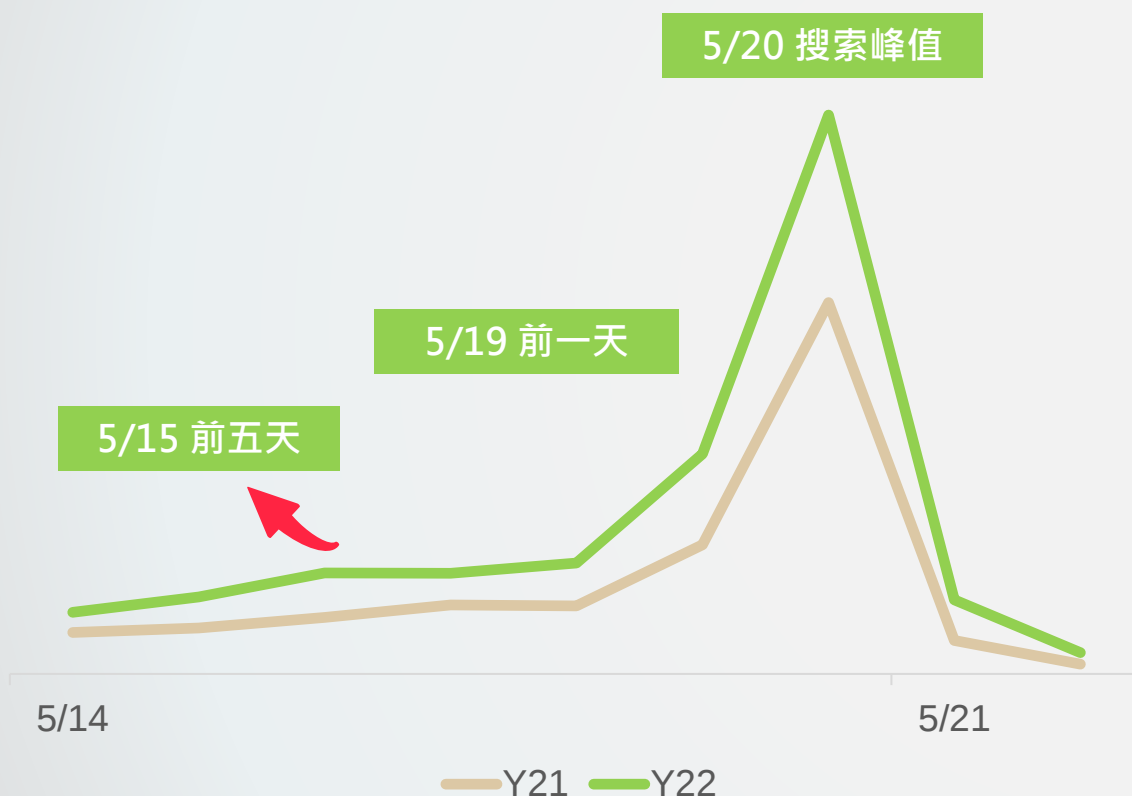


珠宝行业母亲节热门笔记关键词



520

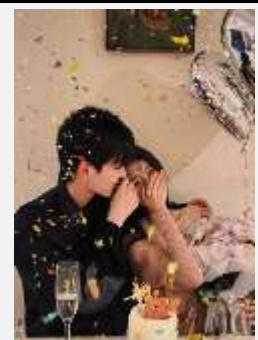
520关键词热度高涨，送礼仍是主旋律，平台级节日IP引爆搜索



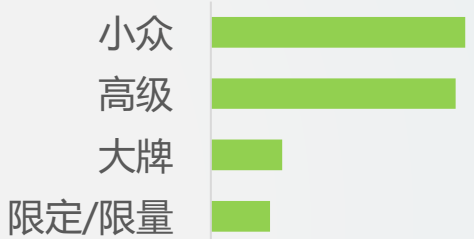
项链、戒指是520热搜品，礼物风格和送礼对象呈现“男女之别”



在520节点，男性希望珠宝能够独特又“有面儿”。



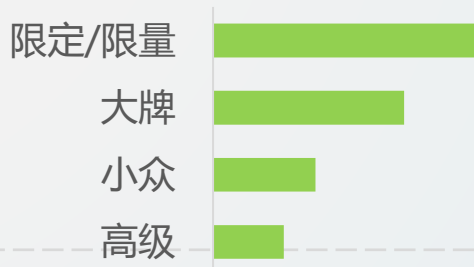
男性热搜风格属性词



在520节点，女性用户不仅用珠宝来表达爱情，也会用于表达友情和亲情。

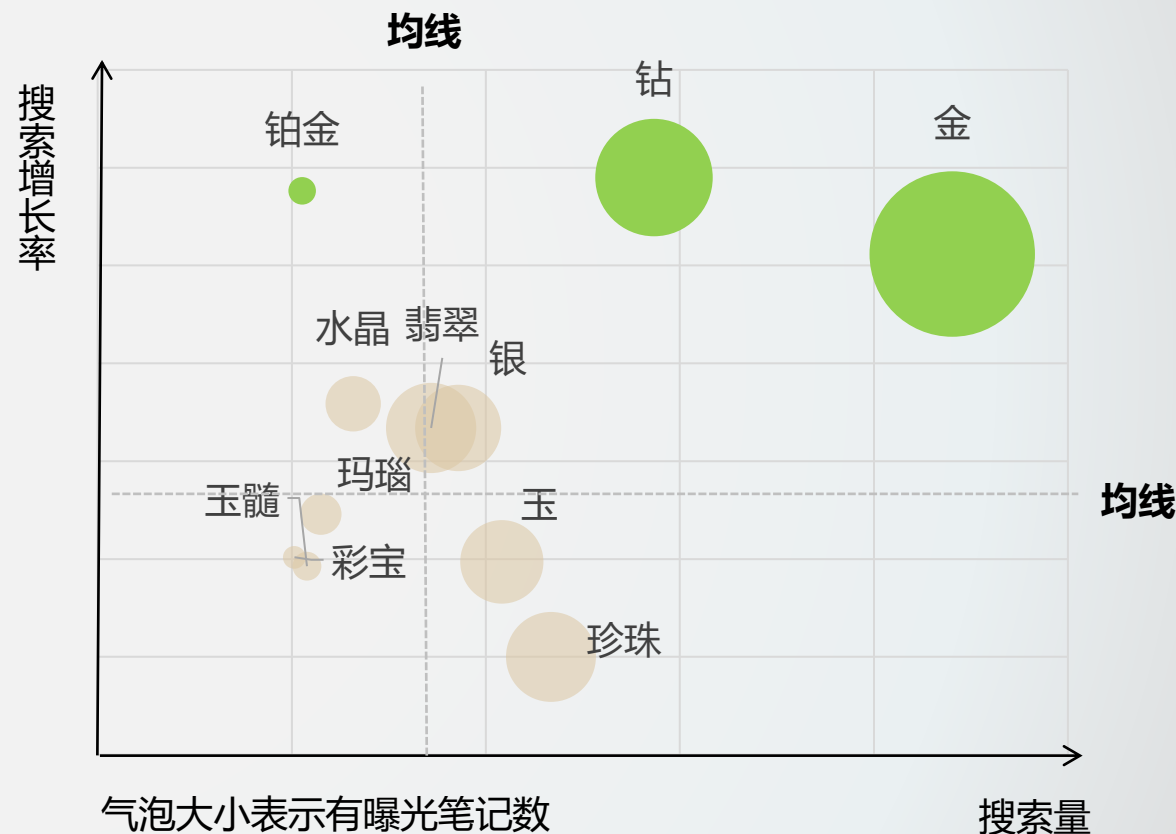
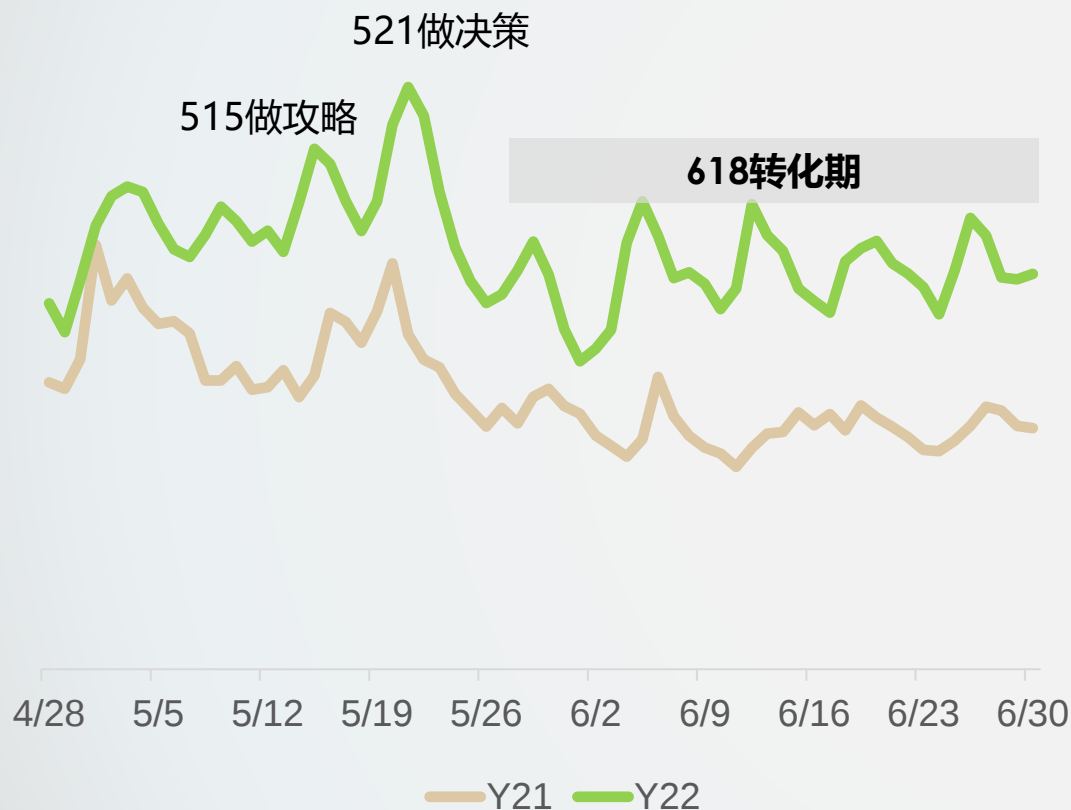


女性热搜风格属性词



22年 520珠宝行业相关搜索词 (左) ; 22年 5月「520」站内热搜词 (右)

婚嫁饰品搜索5月集中爆发，「钻」「金」可重点发力Bridal场景



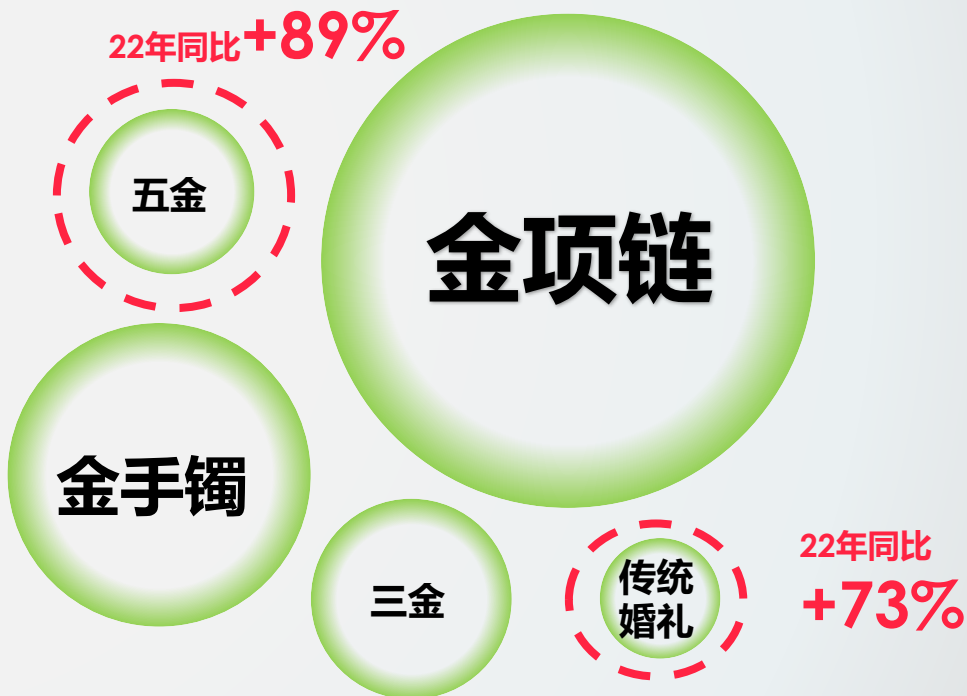
婚嫁潮

用户更重视「钻戒」仪式感，三金五金是传统婚礼必备

22年520期间[婚嫁&钻饰]相关笔记热词



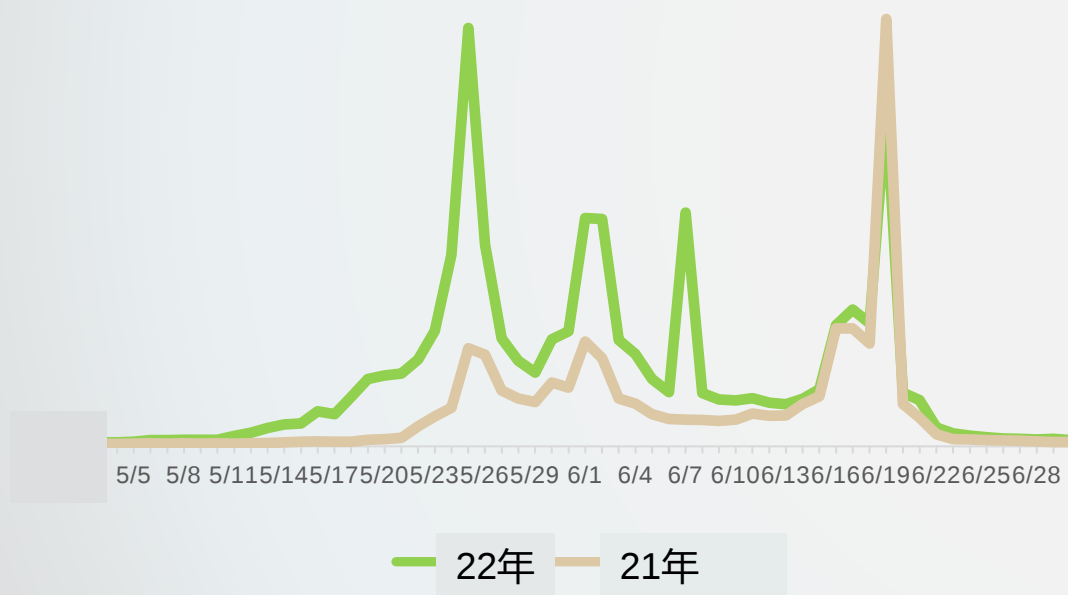
22年520期间[婚嫁&金饰]相关词搜索量与同比涨势



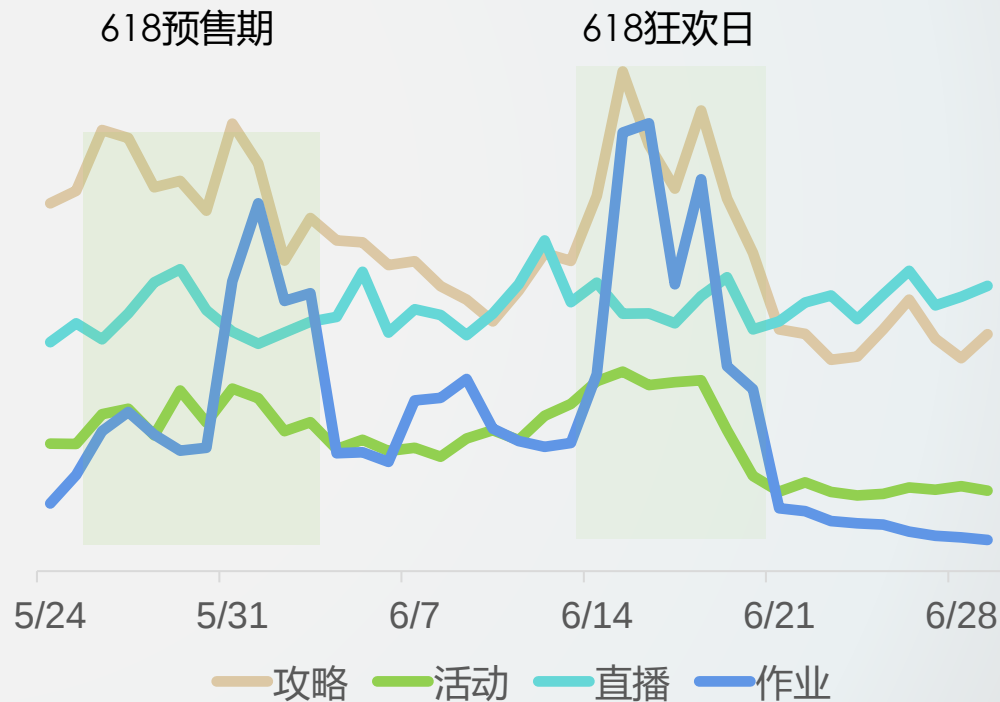
618用户搜索热情高涨，用小红书寻求**珠宝购买攻略**、**直播活动**相关内容

21年&22年站内618关键词搜索趋势

22年预售日搜索远超21年



22年珠宝行业618节点相关关键词搜索趋势

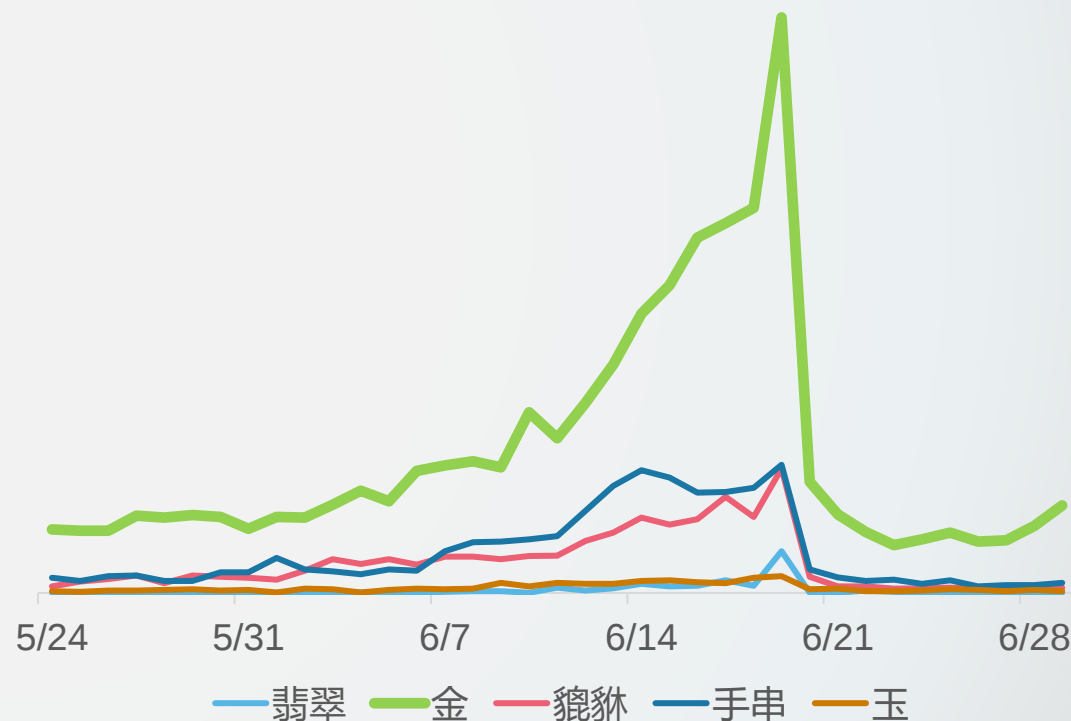


父亲节

父亲节前5天相关搜索流量开始上升，**礼物推荐**需求高涨



「黄金」「玉石翡翠」「文玩手串」在父亲节礼物中的关注度较高

INSPIRE
LIVES

Data Period: 2022-05-23~2022-06-30

2023Xiaohongshu

珠宝5~6月五大节点用户风潮

母亲节

珠光宝气送妈妈

高增速节点
珍珠、黄金需关注

520

礼物攻略抓人群

送礼是520主旋律，
种草有“男女之别”

Bridal

钻金抢占Bridal

「钻戒」主打仪式感，
三金五金涨势好

618

含金保量蹲攻略

买金攻略内容需关注
含金保量诉求增多

父亲节

文玩金饰送爸爸

「黄金」「玉石翡翠」
「文玩手串」涨势好



PRAT 2

营销解码

珠宝节点三板斧

小红书珠宝行业节点营销三板斧



节点种草

KOL+FEEDS+SEARCH



心智抢占

Brand advertising+IP



节点转化

留资/自闭环

节点营销策略与投放节奏

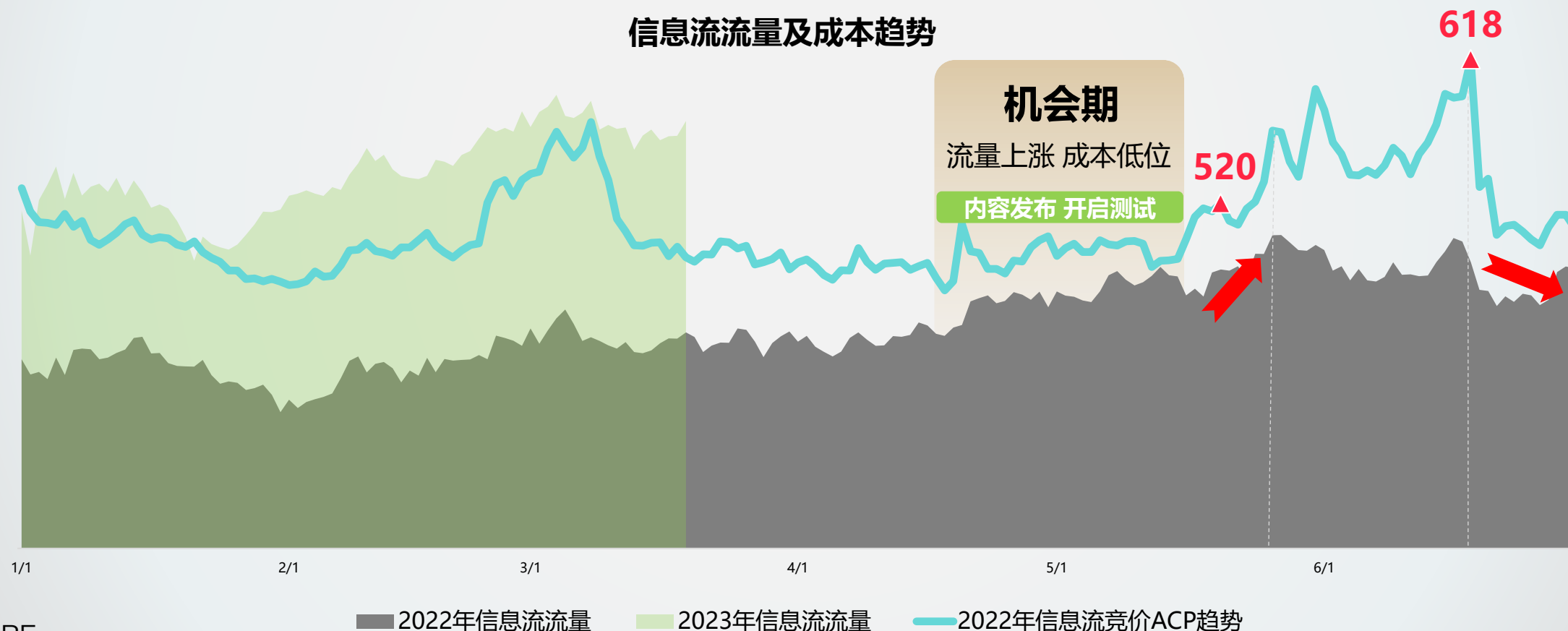
时间节奏		4月	5月	6月
		母亲节	520&婚嫁潮	618父亲节
节点种草	F	提升优质内容热度，精准触达TA		
	S	搜索场域关键词卡位卡量		
流量抢占	B	开屏/信息流/火焰话题/惊喜盒子/点赞特效 贯穿用户使用路径，帮助品牌打造big day		
	IP	人群IP：情感沟通，触达TA	婚嫁IP：求婚-订婚-备婚-结婚，抢占bridal场景	人群IP：情感沟通，触达TA
			520IP：选-买-送，一站式get礼物攻略	618IP：内容循环，助力618转化
节点转化		私信留资		
		自闭环		

Session 01 节点如何高效种草?

4月中起，节日节点流量上涨，建议前置布局，投流放大优质内容

预估2023年节日节点同比 +150%

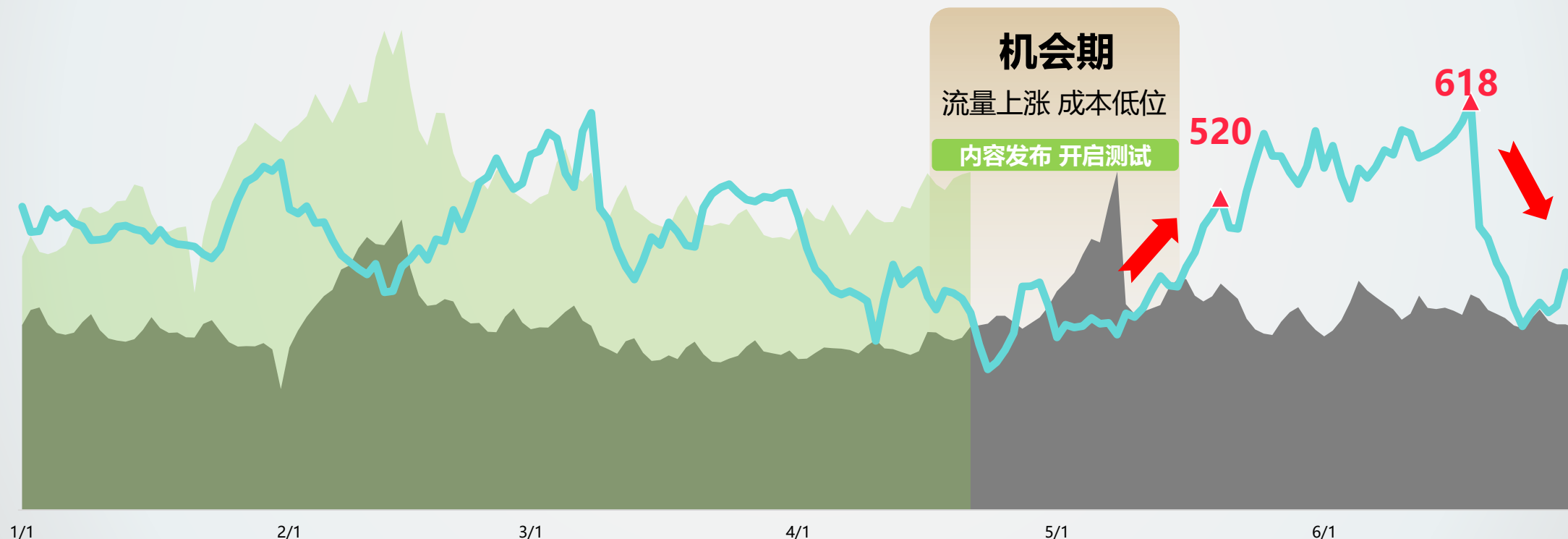
信息流流量及成本趋势



4月中至5月上旬，建议把握蓝海流量抢占用户搜索心智

预估2023年520期间同比 **+80%**

搜索流量及成本趋势



节点种草

KFS助力爆品打造



KOL



FEEDS



SEARCH



人群定向

信息流锁定珠宝行业六大人群，精准触达TA

品牌人群

- 品牌历史搜索/互动人群
- 品牌粉丝



行业人群

- 珠宝、时尚行业阅读/购物兴趣人群



婚嫁人群

- 定向圈选阅读/互动/搜索过婚嫁相关内容



特色人群

- 平台精选特色人群
- 如高消费/奢美人群



节促人群

- 大促/节日活跃人群
- 如送礼人群、直播人群、618人群



粉丝人群

- 品牌代言人账号粉丝或内容历史搜索人群



节点搜索词建议

日常投放词类&词量扩充，礼赠/婚嫁/出行相关词加投

竞价搜索词类	关键词举例
礼赠词 520/母亲节/父亲节	520礼物 送妈妈礼物
婚嫁词	备婚好物推荐 备婚必买清单
大促词	618大促/618黄金 直播预告/李佳琦
品类词	项链/项链小众高级 钻戒/钻戒推荐
同类品词	XX和XX哪个好 XX戒指
品牌词	XX项链 XX钻戒值得买吗



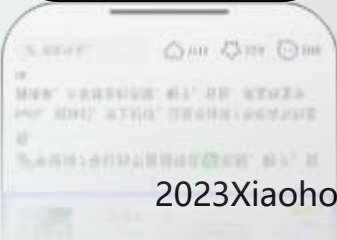
节日礼物



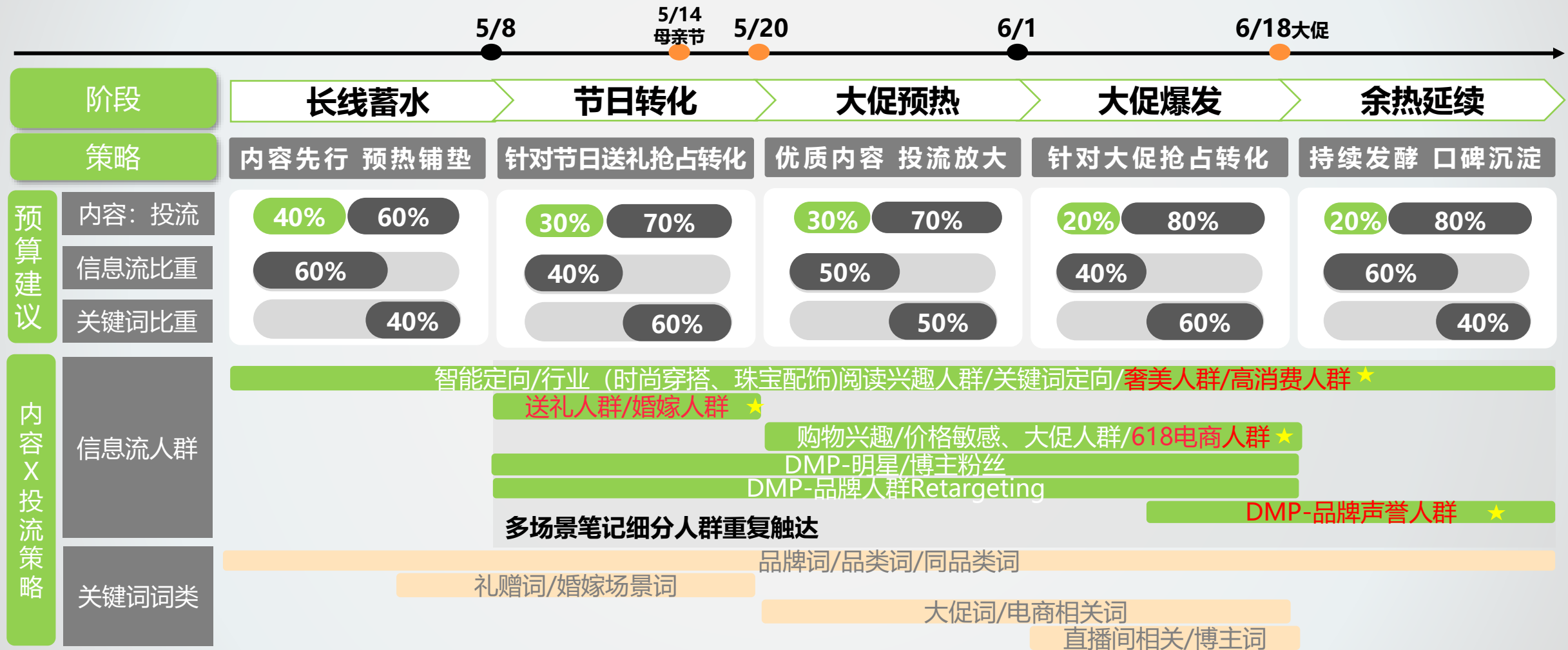
备婚清单



大促攻略



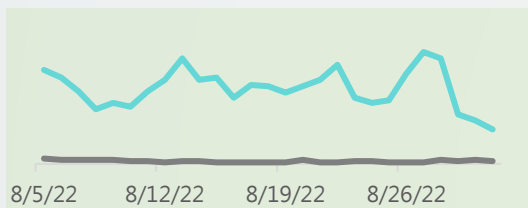
从蓄水期到延续期，分阶段匹配KFS策略，实现高效种草



潜力爆品挖掘，内容蓄水优质笔记打造，带动品牌声量持续增长

品牌现状|单品显露爆品趋势

该单品在小红书站内检索趋势



柜姐内容 好评不断

营销策略|内容充分蓄水 投流提升热度

人群策略



- ✓ Feeds人群定向
- ✓ SEM品牌词/同类品词/品类词



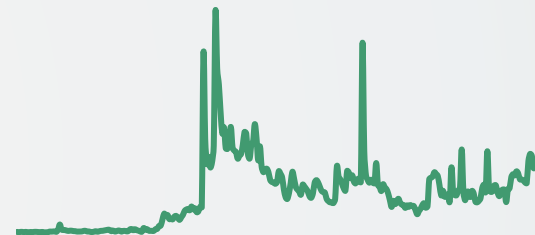
优质笔记沉淀



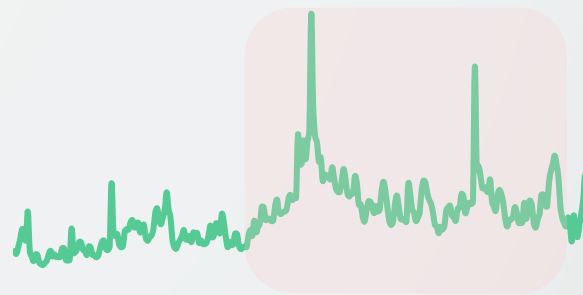
- ✓ 万赞笔记4篇
- ✓ 多篇5k赞
- ✓ CPE/ 点赞成本下降

品牌现状|热度持续提升，销量增长

- ✓ 站内热度攀升
- 2022H2 VS H1 单品搜索+69倍



- ✓ 打法复用其他单品，后续持续打造5+爆品
- ✓ 带动整理品牌声量同比+100%



Session 02 节点如何抢占心智?

心智抢占

品牌广告+IP多维组合，为品牌制造高声量



IP定制案例

通过IP讲述「钻石与爱情」，加深品牌和用户间的情感联结

由浅入深讲述钻石vs爱情
加强品牌与用户间的情感联结

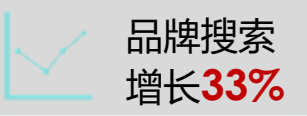
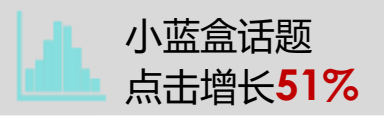
「讲述」品牌小蓝盒故事：
将品牌与钻石心智强绑定

弹幕实时互动
引导用户发布笔记

优质广告资源引流造势
覆盖用户全路径



data period: 2022.05



董洁小红书直播——「董」生活式的直播受到了大量用户的喜爱



观看人次**220万+**
连续**6小时**人气第一



还有很多新朋友
两场直播涨粉**50万+**

董店长的业绩还不错
GMV**3000万+**

好好分享，也会被好好倾听
人均观看时长**6分钟**

umawang
经典芭蕾舞鞋
4932元售罄



Ms MIN 开衫
5200元 售罄

被圈粉

相信眼光

坚持审美

有质感



节点重磅IP推荐

小红书多元IP加持，针对性辐射各大节日节点

520



选-买-送，一站式get520礼物攻略

送爸妈



情感沟通，触达TA

求婚-订婚-备婚-结婚，抢占bridal场景

婚嫁潮



内外循环，促进转化

618



618推荐清单 618买买节 李佳琦所有女生的618

Session

03

节点如何促进留资转化?

节点转化

踩准小红书用户种草和决策路径，搜推联动高效转化



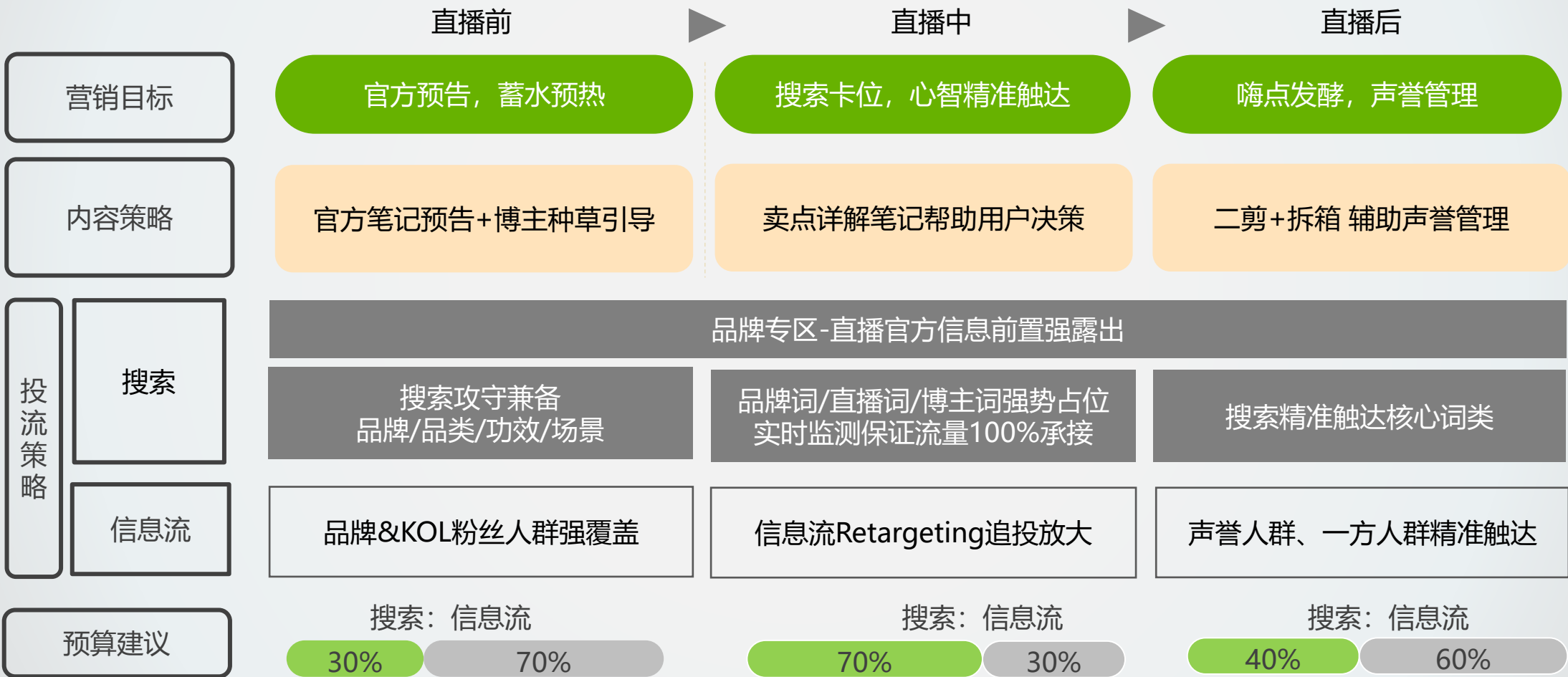
商销自闭环

平销期长线种草，大促期高效转化



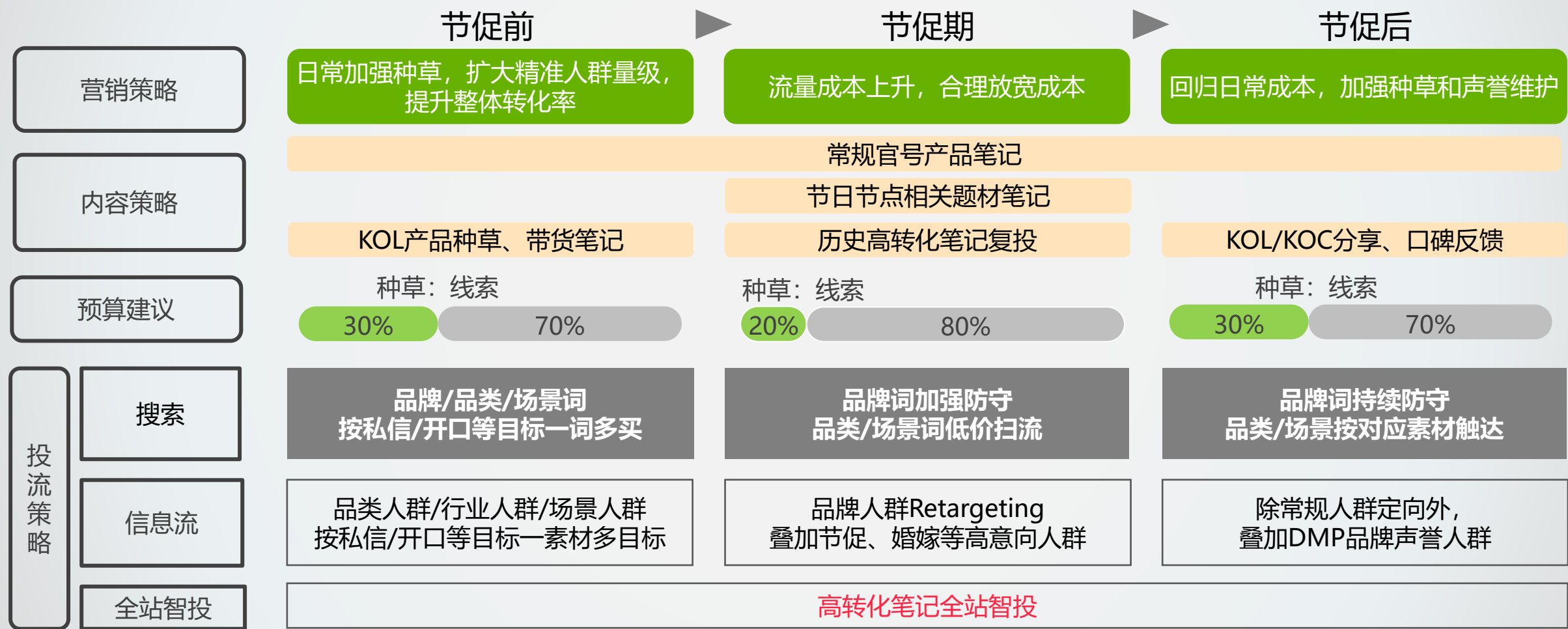
直播种草价值外溢

精准触达目标人群，百分百流量承接



线索收集

提前布局，加强转化率提升，合理放宽成本





THANKS

小红书奢品&珠宝行业

小红书

美奢洗护业务部

2023.04