

Shumei

小红书营销IP

新版图

XIAOHONGSHU

2024小红书商业化内容营销IP招商通案

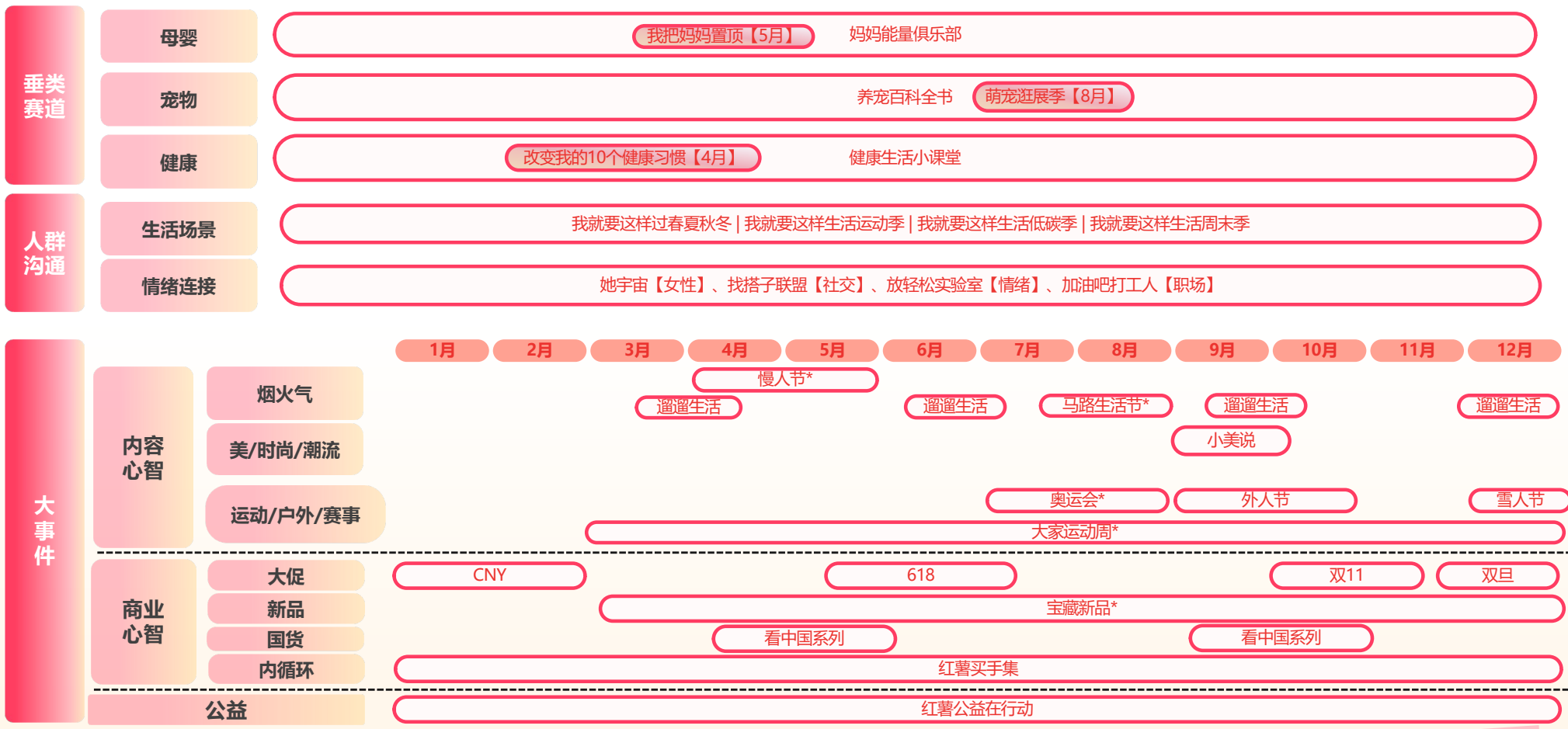
营销中心 出品

XIAOHONG
SHU

XIAOHONGSHU
新版图

XIAOHONGSHU

小红书营销中心2024母婴健康行业招商项目全景图



围绕宝宝肠胃问题，与品牌共创健康知识科普，以年轻化的表达方式，为小红书用户提供价值信息，树立品牌专业度

专家
博主

专业
背书

内容
运营

内容
种草

渠道
联动

闭环
转化

Biostime®合生元®

定位人群+场景，精准沟通
稳住益生菌NO.1大盘

行业教育

科普小课堂



专业背书

品牌公开课



Step1 平台造势



打响宝宝肠胃健康议题
关注肠道消化健康

Step2 线上开课答

品牌助教 专家教授 尖子生妈妈



品牌+专家+达人三重讲师
不同身份沟通不同知识

Step3 种草转化

h5外链导航条



天猫门店



h5外链引导
跳转天猫品牌旗舰店

化育儿难题为辅导班 打造学霸妈妈

宝贝成长补给站——针对HMO益生菌

结合线下母婴交流场景，深度教育皮肤过敏场景，将线上流量导流线下

上线时间
2024全年

全国百家孩子王门店联动，打造合生元敏宝货架

金牌
育儿顾问
专业背书

1场
妈妈交流会
喂养沙龙

100家
线下门店
好物货架



亲子家庭线下聚集地
更快更精准触达目标人群

在孩子王门店召开敏宝困扰线下交流会



多样互动形式结合品牌
建立用户对品牌好感度

*线下合作情况，以最终落地为准

夏日遛娃图鉴——针对鼻敏感新品上市

借助平台热点趋势，打造属于敏感宝宝的夏令营，深度教育鼻过敏场景，占领用户心智

新品上市助攻：借势小红书热点趋势生活，链接宝宝敏感场景讲好产品功能，让宝宝和父母都有拥有一场轻松畅快的夏日之旅

项目玩法

ONE

不敢出门的娃
问题征集

基于夏日出游
热点话题征集
宝妈痛点问
题，比如宝宝
鼻子很敏感，
不敢带宝宝出
门等问题

TWO

敏敏萌娃报道



KOL线上发起
活动，邀请敏
敏萌娃参与线
上话题互动，
抽取3对敏敏
娃参与夏令营
活动

THREE

畅快呼吸walk



结合露营、
游乐园等夏日
热点场景打造
citywalk地图，
让敏感宝宝放
心走出家门，
快乐玩耍

FOUR

敏敏萌娃福利



任务打卡，
兑换品牌
礼物、IP
周边，提
升活动话
题度与曝
光

核心亮点

一场由小红书及品牌携手发起的官方
敏感宝宝夏令营一条官方活动vlog
品牌深度呈现一场夏令营线下聚会
融合产品卖点母婴人群线上线下触达
品牌产品露出kol发布亲子活动打卡
kol内容共创，引发更多UGC

品牌价值

品牌心智精准触达用户人群，引导用户分享日常美好生活，多样化场景营销提供客户投放新玩法

鼻过敏内容矩阵，为年轻父母提供科学全面的宝宝鼻敏感的科普

小红书母婴垂类IP，聚焦肠绞痛等育儿痛点，联动头部专家博主进行解答，用知识传递价值

精准赛道内容捆绑

Step1 聚焦肠绞痛痛点



收集宝宝肠绞痛的问题
让新手妈妈在官号评论区进行互动，
官号+品牌官号下场回答

精准人群多形式互动

妈咪线上问答



打造品牌专属落地页
通过问题交互的形式
深度了解宝妈心声和宝宝痛点

专家博主信任背书

Step3 母婴专家博主解答



黄金母婴联盟支招
专家博主多维分享缓解妙招

沉淀UGC品牌资产

Step4 UGC互动沉淀



站内双重互动送育儿好物
惊喜盒子&积分玩法

成分研究所

成分研究所

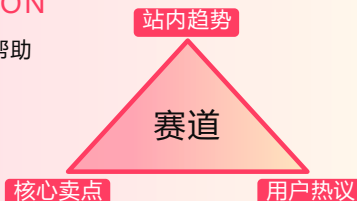
研究所创新「孵化」小红书式宝藏产品，带领品牌占领品类细分赛道，输出核心产品价值

上线时间
2024年全年

项目核心亮点

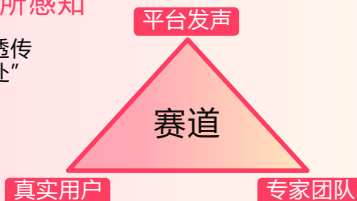
带领品牌攻占细分赛道
成为赛道ICON

三个核心维度帮助
产品建立赛道



让用户对于成分
严格定义有所感知

三个阵容组合透传
产品“宝藏之处”



具体玩法

不是所有产品，都是宝藏产品

从专业，到权威，再到真实的用户
步步筛选，让用户感知真正的国民宝藏产品

小红书成分研究所
专业选品，强平台背书

各行各业专业人士
权威测评，甄选宝藏

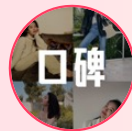
百人挖宝联盟真实体验
增加产品国民度

商业价值

宝藏产品力，助力品牌种草破圈
实现从人群拉新到影响品牌价值沉淀



战略品牌产品
占领赛道标签



百人挖宝联盟
带动真实口碑



明星/资源测传播
击穿用户心智

成分研究所×启初合作案例

研究所创新「孵化」小红书式宝藏产品，带领品牌占领品类细分赛道，输出核心产品价值

上线时间
2024年全年

核心策略

问题
共情牵动妈妈对于宝宝肌肤的
焦虑情绪，引发互动信任
建立借助官方IP背书
建立品牌与用户的情感链接专业
背书IP邀约专业博主
传递有效且安全的产品信任用户
链接不做单向成分教育，
让品牌和用户双向沟通

成分研究报告

专业医生解读

站内问题聚焦

产品报告白皮书

产品报告白皮书

上线时间
2024年
3月/6月/9月/12月

24.6 杭州

过夏天不过敏：切入易发鼻炎的户外场景



官方攒局 合力打造线下大事件

品牌阵地 线下深度沟通

大曝光

15亿

+
项目总曝光



高互动

70000

+
项目总投稿



广传播

1.4亿+

话题浏览量



高参与

3000

线下总人流



品牌海报

线下快闪



线上资源

王牌硬广全力加持品牌输出，占领心智



为什么夏天
是鼻炎发病的高峰期？

全量资源引爆

《奥运》——占领过敏细分场景心智，打造增量

运动大年，每双周更热门+潮流运动场景新鲜事，集结百大圈层俱乐部，在运动圈生活中种草

上线时间
2024年6月

「运动里有四季」



春夏秋冬主题运动场景

「运动日常SOTD」



健身/运动/潮流达人储备

全家出游运动必备好物

春日全家出游季，必备合生元肠绞痛滴剂



新品营销标杆IP，聚焦新品生命全周期的全方位解决方案，助力新品养成顶流爆品

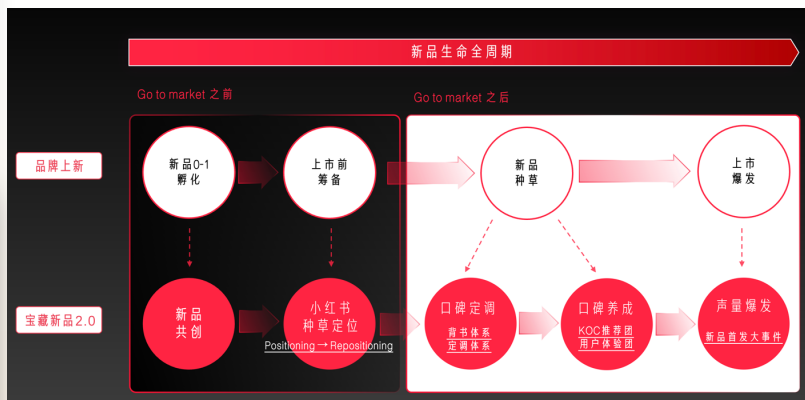
两大体系 为宝藏新品重磅背书

宝藏评审团体系+全新升级的视觉体系
打出宝藏新品重磅背书心智

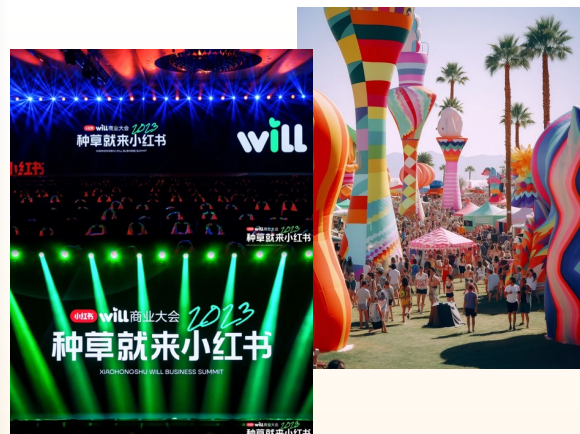
「新品生命全周期」解决方案 新品→爆品快速养成

解决新品从营销定位、口碑扩散、再到声量打爆的全周期痛点
让真正的好产品更快被用户看到，走入用户生活

孵化期→上市准备期→口碑定调期→爆品养成期→爆发期→长线种草期



平台级大事件 宝藏新品发声的大舞台

聚焦「人群+新品体验」的平台级破圈大事件
为宝藏新品提供一个更大影响力，深入人心的舞台

小红书买手时代已来，首个内循环专项IP，致力于帮助更多好产品收获应有的认可

买手匹配

内容优化

流量组合

长线阵地

种草蓄水

带货转化

专属定制

运营指导

社区资源

IP活动资源

活动
咨询

产品
体验

趋势
跟风

1 品牌

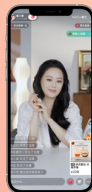
产品卖点梳理
✓ 新品上新
✓ 老品焕新

N 买手

买手“转译”
✓ 前沿审美
✓ 生活故事
✓ 使用体验
✓ 品类理念
✓ 专业背景

笔记买手

支持：金句笔记
明星笔记
KOL笔记
- 推荐商品



直播买手

直播前场的/后场
直播中引导促转化
直播后内容笔记带货

专属运营支持
内容优化助力品牌高效种草转化



笔记精细运维
增强用户信任有效提高转化效率



买手/官方笔记预告+种草



笔记种草+预约组件

* 确保选品、种草产品与
售卖产品一致

信息流二跳



明星/K/品牌/小红书官号

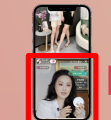


买手直播

信息流



视频内流



进入直播



首个内循环买手主阵地
三大板块助力用户买到心动好物

活动

体验

趋势

品牌活动信息
买手直播预告
品牌福利
用户专享

产品体验
用户专享

行业趋势
热点商品

用户

参与品牌活动
Follow买手买买买

用户

“不买冲动买心动”
先试后买

用户

围观流行趋势
跟风买买买

买手MBTI 买手试集 买手风向标

