

A modern kitchen with white cabinetry, a marble countertop, and a built-in oven. A large red semi-transparent rectangle is overlaid on the image, serving as a background for the text.

美的厨热 小红书营销方案

目录

项目背景



前策分析

营销策略



执行计划

资源LIST



公司介绍

目录

项目背景



前策分析

营销策略

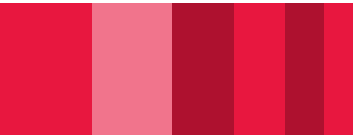


执行计划

资源LIST



公司介绍



BRIEF REVIEW

品牌定位



在内容营销前如何深入洞察
怎么找到自身在小红书的位置

卖点传递



核心卖点，如何表达更吸引用户？
核心心智，如何借力达人共创挖掘？

深度共创



新产品如何造浪，让更多用户记住？
厨热产品如何破圈，焕新品牌形象？

流量助推



如何利用商业流量
为好内容插上翅膀？

解题思路

本方案将梳理美的厨热全品类的生态架构，并以洗物机品类提供完善解决方案示例

解题思路——以内容+场景解决两个重要问题：

WHY

- 以内容为抓手，告诉消费者为什么要买美的洗物机

HOW

- 以场景塑造为展现形式，展示美的洗物机的应用场景及空间场景

最终通过投放+运营，在小红书打造智慧生活方式，洗物力MAX

目录

项目背景



前策分析

营销策略



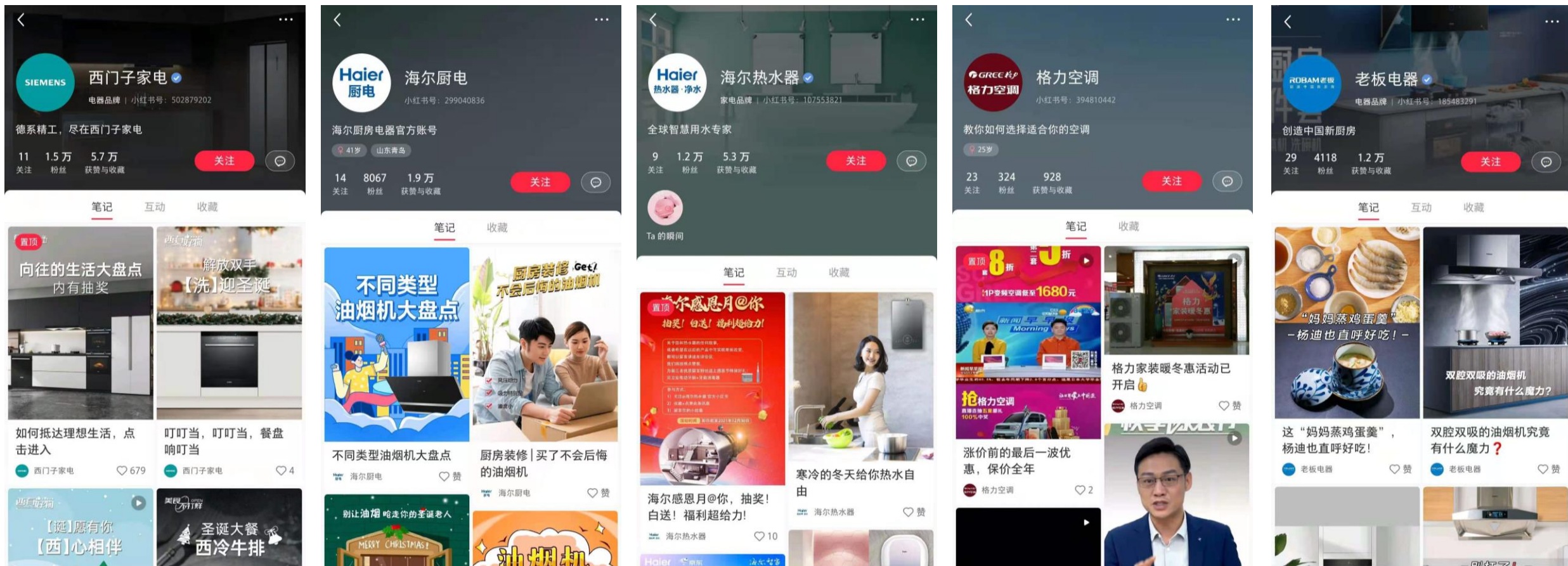
执行计划

资源LIST



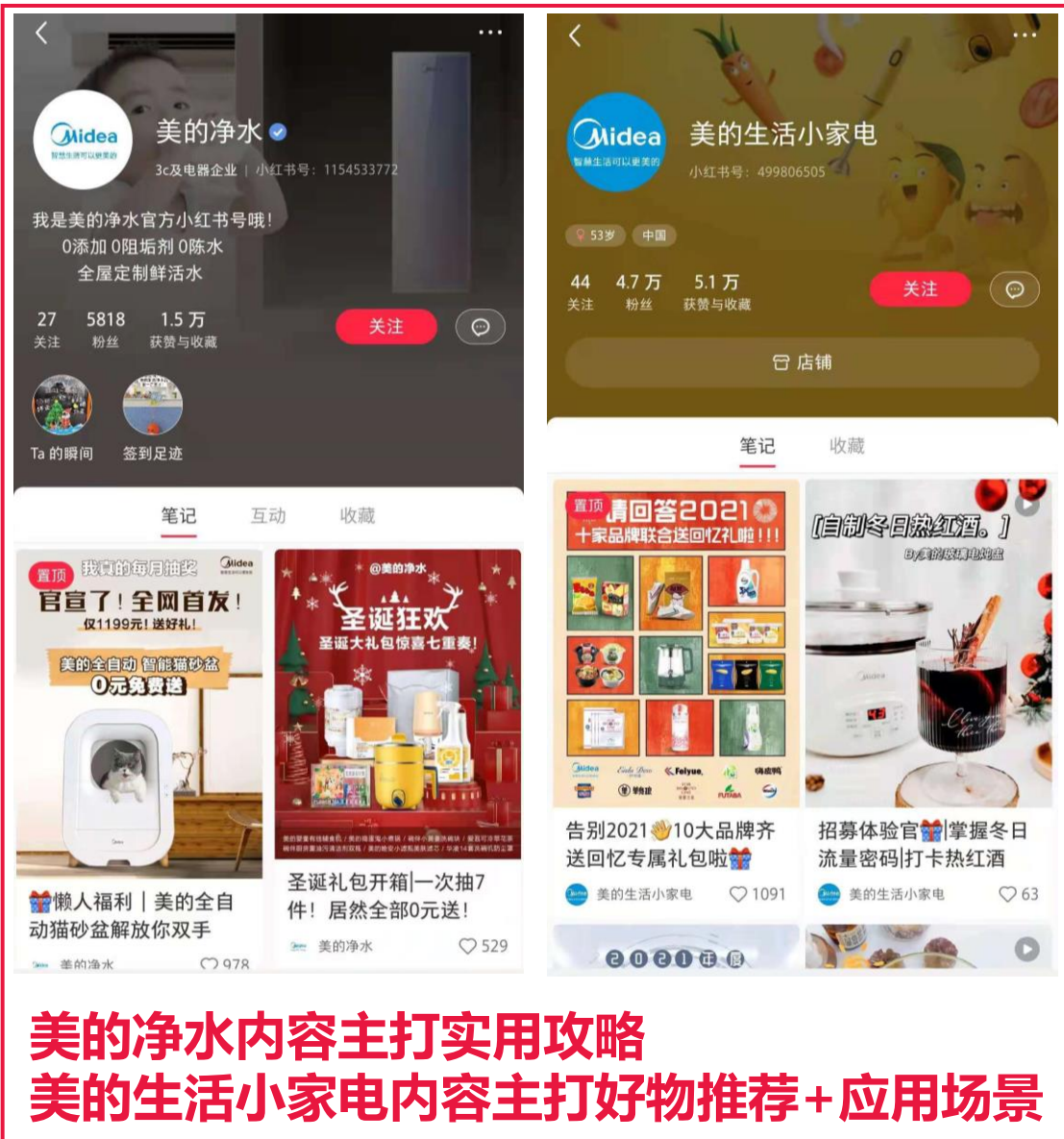
公司介绍

家电行业X小红书



家电行业在小红书，把账号当官网，把账号当卖场——画风不搭

美的X小红书



THINKING

01

为什么生活小家电在品类中异军突起？我们认为小家电繁多的品类和功能真正满足了小红书用户尝鲜、潮流、品质的需求

02

美的净水的内容如何优化？指导性强，有实用意义但画风不足，品类本身也不潮



在小红书，产品本身就代表一种潮流和画风
具备时尚潮流元素的产品本身就是最好的宣传

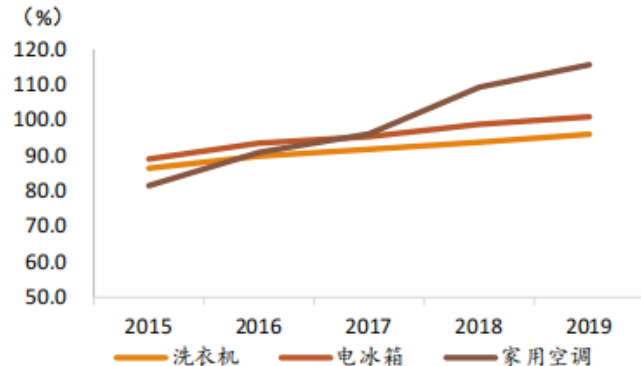
家电行业趋势——影响换新与新新人群

图表2：大家电销量增长低迷



来源：万得，中泰国际研究部

图表3：全国大家电渗透率接近饱和



来源：万得，中泰国际研究部

- 大家电增长率饱和
- 小家电异军突起



家电行业4大目标客群

换新

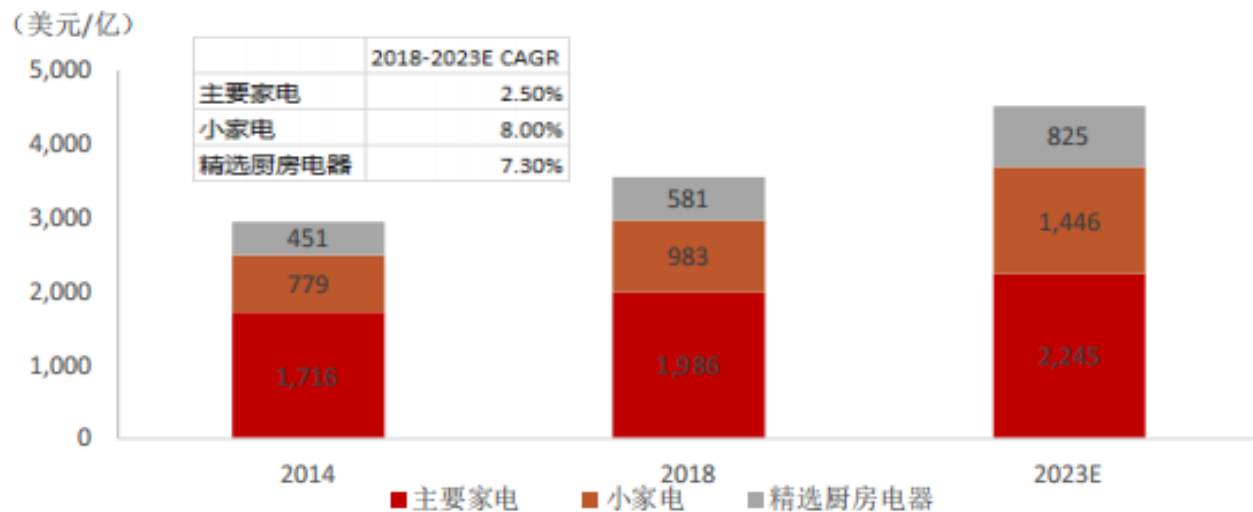
家装

体验到转化

新新

套装

图表5：全球家电市场按类别划分的零售额



换新新新人群由单品尝鲜逐渐转变为套/家用户
我们需要抓住\新新人群的产品体验升级需求

那么她们在小红书上做什么？

小红书TA-1

2020 女性品质生活趋势洞察报告

创作我所欲：女性创作领域五花八门，更爱发图文和直播

女性创作者创作领域多元，涉及到生活的方方面面。她们既关注情感、美食等话题，也关注财经、历史等领域。从2019年头条创作者体裁偏好来看，相较于男性，女性创作者更偏好图文和直播，尤其是直播，仅过去一年，创作内容数量增幅近900%。

2019年头条女性创作者创作领域TOP10

排名	领域
1	情感
2	美食
3	时尚
4	生活
5	育儿
6	娱乐
7	财经
8	教育
9	旅游
10	历史

数据来源：今日头条，数据截至2019年12月31日，偏好程度不同创作者创作内容数量增幅对比得出

大数据·全洞察

35



2020 女性品质生活趋势洞察报告

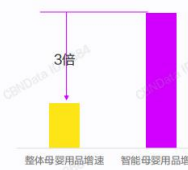
智能母婴用品解放双手，受新生代妈妈青睐

面对“带娃”难题，近九成新生代妈妈希望借助工具提升效率和舒适度。满足这一需求的智能母婴用品快速发展，其中智能调奶器、智能吸奶器、智能暖奶器等近一年消费潜力释放，增速位列前三。



数据来源：京东大数据研究院《2019年中国新生代妈妈母婴用品消费趋势报告》

MAT2019线上智能母婴用品消费增速



数据来源：CBNData《互联网母婴生态大数据报告》

MAT2019线上智能母婴用品消费增量Top 3



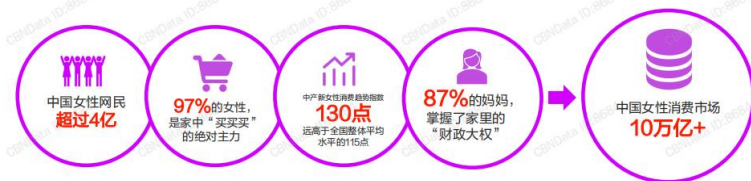
数据来源：CBNData《互联网母婴生态大数据报告》

35

2020 女性品质生活趋势洞察报告

强势袭来的“她经济”，你了解多少？

新时代女性独立自主，社会、经济地位不断提升，消费需求蓬勃发展，现如今“她”经济的力量已不容小觑。



数据来源：中国女性网民数量、女性消费市场数据来自百度《Z世代消费力白皮书》、艾媒《95后时尚消费报告》，中产女性消费意愿指数来自尼尔森，女性家中财政决策地位数据来自2020-CBNData女性品质生活洞察报告

大数据·全洞察

5

2020 女性品质生活趋势洞察报告

“强大”的优雅：新时代女性做自己的品质生活引领者

新时代女性追求自在舒适的生活态度，她们在工作之余远离城市喧嚣度假远足，闲暇时亦会变身优雅文青看电影逛展听听音乐会。我的品质生活由我来体验和定义，我有我的坚持。



数据来源：尼尔森《中国消费趋势报告》

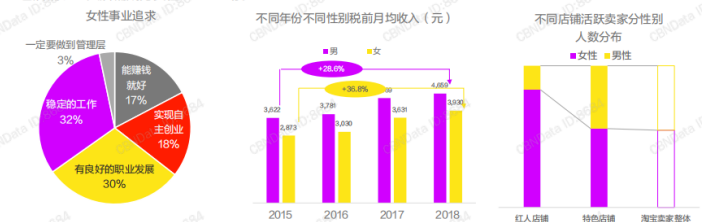
大数据·全洞察

7

2020 女性品质生活趋势洞察报告

正在崛起的女子力：职场也是生活秀场

稳定的工作和良好的职业发展成为很多现代女性的追求。从长期时间来看，女性工资涨幅快，男女收入差距逐渐减少。对于很多要强女性而言，职场也是生活秀场的另一大舞台。以淘宝为例，女性卖家在淘宝占据主要阵地，特色店铺、红人店铺成为女性SHOW场。



数据来源：智联招聘《2019年中国“升级版”女性消费洞察报告》

数据来源：智联招聘《女性力量——从内消费看“她经济”》
数据来源：以上数据时间为2018年

数据来源：CBNData《淘宝卖家性别洞察报告》

6

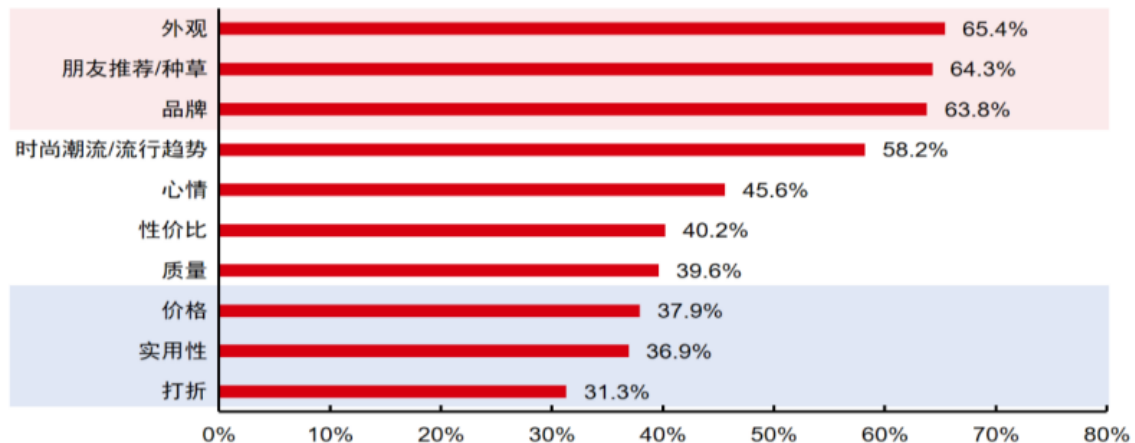
换新/家装/套装人群—25-35岁女性

KEY WORD：自我追求、潮流品牌、品质生活、悦己消费，实用与品质兼顾，爱图文和直播

小红书TA-2

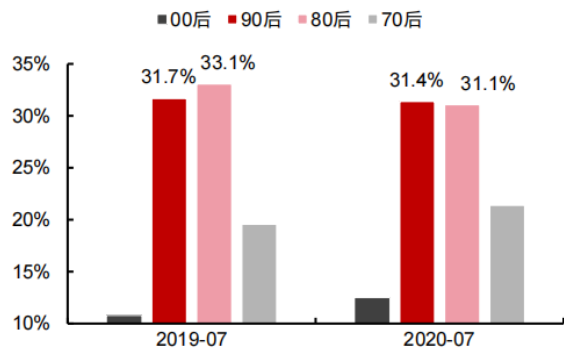
图 9: Z 世代购物时更看重外观与品牌, 对价格与实用性不敏感

Z世代购物考虑因素



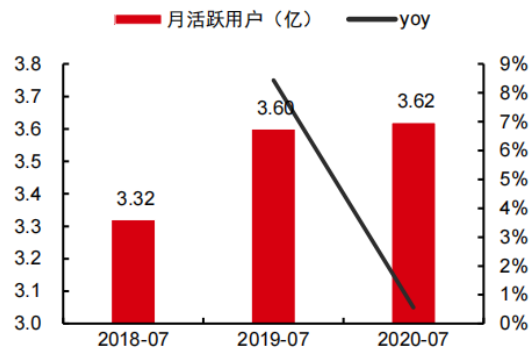
资料来源: 库润数据, 中信证券研究部

图 7: 90 后已经成为移动互联网用户中占比最高的年龄群体



资料来源: QuestMobile, 中信证券研究部

图 8: 90 后网民数量持续增长



资料来源: QuestMobile, 中信证券研究部



新新人群——Z世代, 20-25岁
品牌、外观、时尚、潮流、种草推荐



新新人群是社交传播重要抓手
也是需要提前TRAINING的潜在价值用户

TA共同点

1

20-25, 年轻的TA



- ✓ 冲动+理性
- ✓ 追逐潮流, 尝试爆品
- ✓ 粉某些品牌
- ✓ 热爱社交媒体分享
- ✓ 尝试不同的LIFESTYLE
- ✓ 关注口碑, 易种草, 爱拔草, 为爱买买买
- ✓ 以潮流新品突出生活品质的类型 (比如潮牌)

2

25-35, 轻熟的TA



- ✓ 理性但悦己
- ✓ 关注潮流, 关注爆品
- ✓ 粉生活方式
- ✓ 喜欢实用, 关注图文直播
- ✓ 追求品质LIFESTYLE
- ✓ 关注口碑理性消费, 但价值观长久固定
- ✓ 以品质爆品突出生活品质的类型 (比如戴森)

TA们都

关注
口碑

热爱
潮流

在意
品质

乐于
分享

我们的思考

在大家电市场渗透率接近饱和的情况下，品牌依赖小家电独特的售卖观点影响受众
小红书的受众，天生会被爆品潮流生活情景吸引眼球，而电器品牌普遍缺少这种粉丝号召力

通过小棕瓶粉SKII，通过红腰子粉资生堂，通过什么粉美的？



我们的方法——

依靠爆品策略打开小红书运营局面，换一个思路呈现品牌/产品印记

美的小红书账号矩阵思考



以爆品策略打造账号矩阵，我们要解决以下问题：



找对产品

我们需要一款能打的产品作为爆品宣传的主力，去展示美的的潮流品质生活方式



找对沟通渠道

我们需要找到受众关注的KOL，以KOL为渠道锁定目标受众



找对画风

您我们需要打造美的专属场景，以受众喜欢的品质、种草、实用笔记、潮流生活方式打造内容

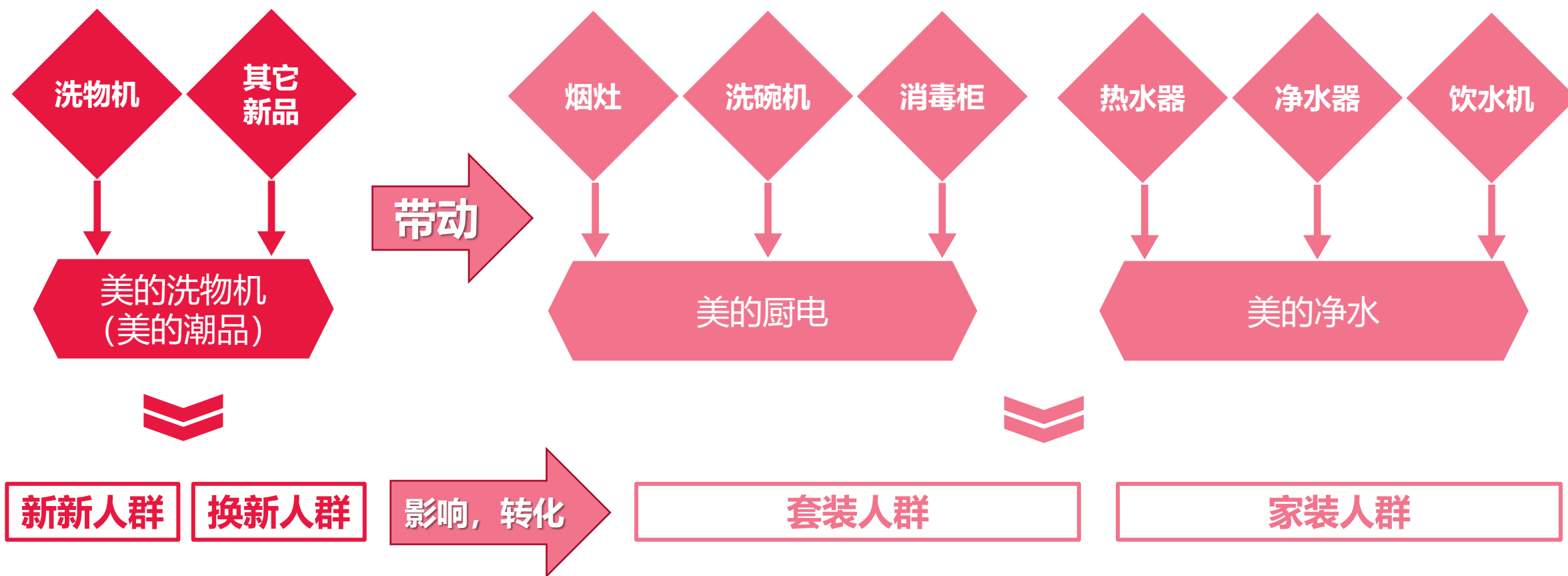


找对营销链路

我们需要打造适宜爆品带品牌的账号矩阵，更好的打造营销闭环

美的小红书账号矩阵逻辑

- 以洗物机为核心打造美的潮品集合账号，同时根据套装，家装打造品类套装账号
- 以潮品新品打爆品营销，带动品牌关注度，引导了解更多套装
- 以潮品覆盖新新人群与换新人群，逐步进行人群扩大与人群转化



为什么是洗衣机？

为什么选择洗衣机？提升生活品质新物种，符合爆品逻辑，符合小红书调性
劣势是需要用户认知的建立过程

新物种的先发优势 S

在小红书与搜索引擎，美的洗衣机这一独特物种填补了市场空白，目前没有竞争对手

新物种的阵地机会 O

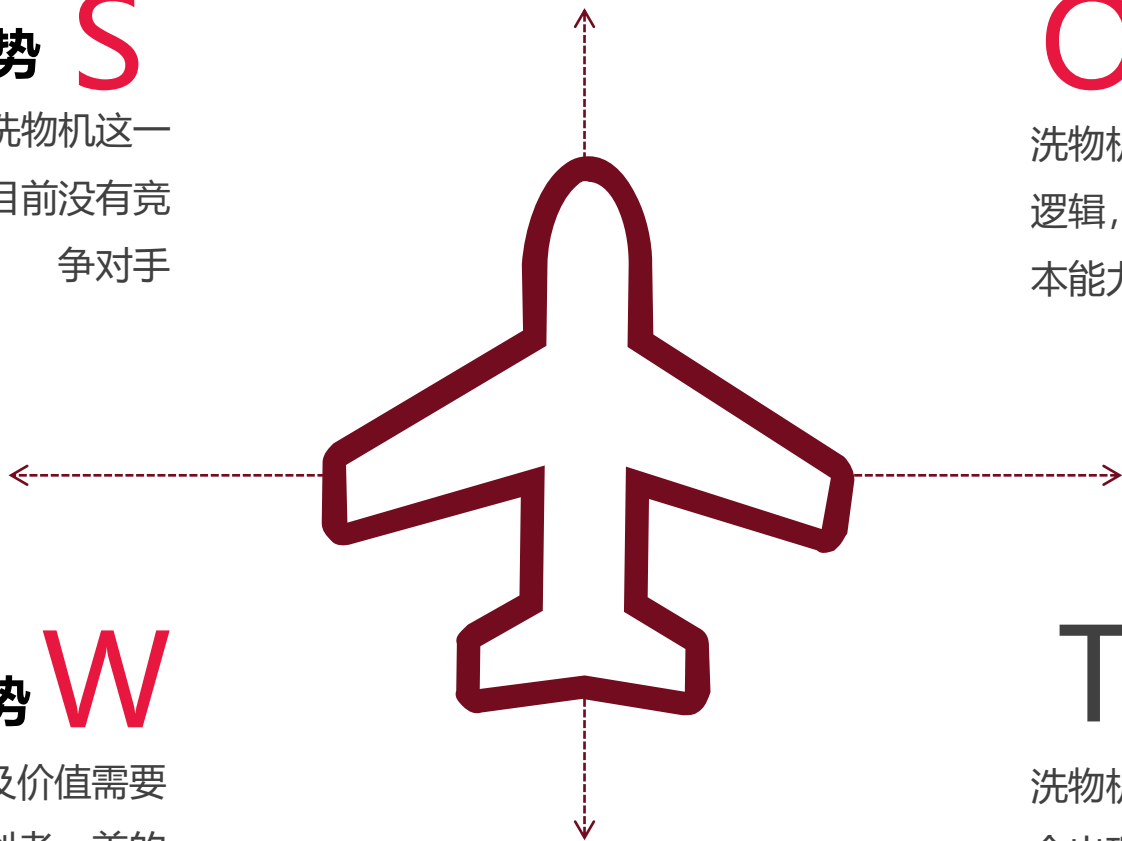
洗衣机本身符合小红书品质生活的爆品逻辑，具备吸引小红书用户注意力的基本能力

洗衣机认知劣势 W

洗衣机作为新物种，其性能及价值需要一个认知过程，作为品类开创者，美的需要承担市场教育的工作

T 被效仿，被山寨的威胁

洗衣机的技术壁垒并不高，在市场教育完成后会出现大量模仿者，我们要对核心USP进行重新梳理，树立品牌形象，影响受众心智



SUMMARY

Goal

➤ 品效合一营销闭环

➤ 通过运营与数据分析优化
流量投放，提升倒流效

➤ 以品质内容锁用户，影响心智

➤ 以爆品带品牌
打造账号矩阵

➤ 以KOL圈人群促分享

目录

项目背景



前策分析

营销策略



执行计划

资源LIST



公司介绍

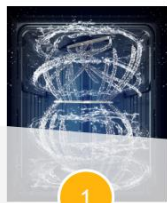


美的洗衣机-#洗物潮流#

- 我们以美的洗衣机（潮品）账号为例
- 展示全年的规划策略与一月的运营计划

产品USP&TA

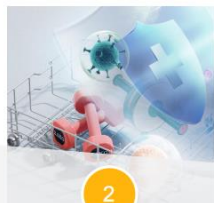
1.1 产品核心卖点-健康守护



1 高压喷淋去污

- 720°沉浸式喷淋
- 35kgpa高压喷淋
- 6000次反复冲刷

全新升级沉浸式喷淋，同时水流将变成无数微小水珠，相当于在清洗物品每平方米上面0.35KG的压力，利用清洗物自身的折射进行水击分离，可连续进行多次冲刷，冲刷6000次反复冲刷，不管是在洗衣机内部还是外部，洗的超级干净！



2 高温消杀除菌

- 70度以上50分钟高温煮洗
- 除菌率99.99%

70度50分钟高温煮洗，大多数细菌和病毒都不耐高温，长时间的持续高温能除菌消毒，常见手足口、诺如病毒肠炎等，经中国家用电器研究院认证，可有效消灭细菌、大肠杆菌、金黄色葡萄球菌/寄生细菌、金黄色葡萄球菌，有效消灭尘螨虫卵！



3 热风烘干抑菌

- 热风烘干循环系统，长效干爽更抑菌

物品清洗结束后，利用热对流干燥原理，配合70度高温，清洗后的物体余热，将清洗物品快速烘干，长效干爽抑菌！
第一款不带热风，是自动开门，没有专业材质清洗，其余相同。

1.2.1 产品核心卖点-专业守护



美的洗衣机T3

- 01 蒸汽烘1+3+1，尘菌统统消失！**
 - 第一层：溶解重油污、干污渍！
 - 第二层：洗烘，70度高温蒸汽+720度三层立体喷淋+35kgpa高压喷淋+6000次反复冲刷，清洗超乎想象！
 - 第三层：42度水温，低压仿手洗，轻柔不变形，呵护衣物！
- 02 智能温度清洁曲线，拿捏各类污渍！**
 - 定制专属清洗方案，外加精准控温，灰尘、厨房重油，全家污渍一机全hold，大写的拿捏！
- 03 多种时序自选+app材质定制洗，新手轻松上手！**
 - 配备除尘洗、轻柔洗、预清洗、自清洁时序，无论是如金属的金属，还是易碎如瓷器，不同物品分类匹配清洗时序，净洗挑战轻松应对！
 - 同时APP连接后，设有玻璃洗、硅胶洗、塑料洗、瓷器洗、金属板清洗，多材质清洗小能手！（15页有具体时序的介绍）

1.3.2 核心卖点-贴心守护

洗衣机的更多亮点在这里



1.6 人群分析

新时代TA追求自在舒适的生活态度，坚持生活要有极致体验和自我定义

独居996

z世代独立女性，享受智能电器为生活带来的便捷，让忙碌的工作之余尽情享受生活小热烈，一杯小酒、一场电影、一次邂逅。

全能妈妈

有宝宝的家庭，洁净安全，宝宝健康成长是理想生活基本标准，看不见的尘菌时刻让妈妈们担心，妈妈这个超人也可以呼唤金剛侠的帮助。

爱宠一族

享受轻松愉快的宅家时光，审美在线，有自己溺爱如家人的宠物，只享受治愈陪伴时光，拒绝猫砂盆、狗饭碗等物件的恼人清洗。

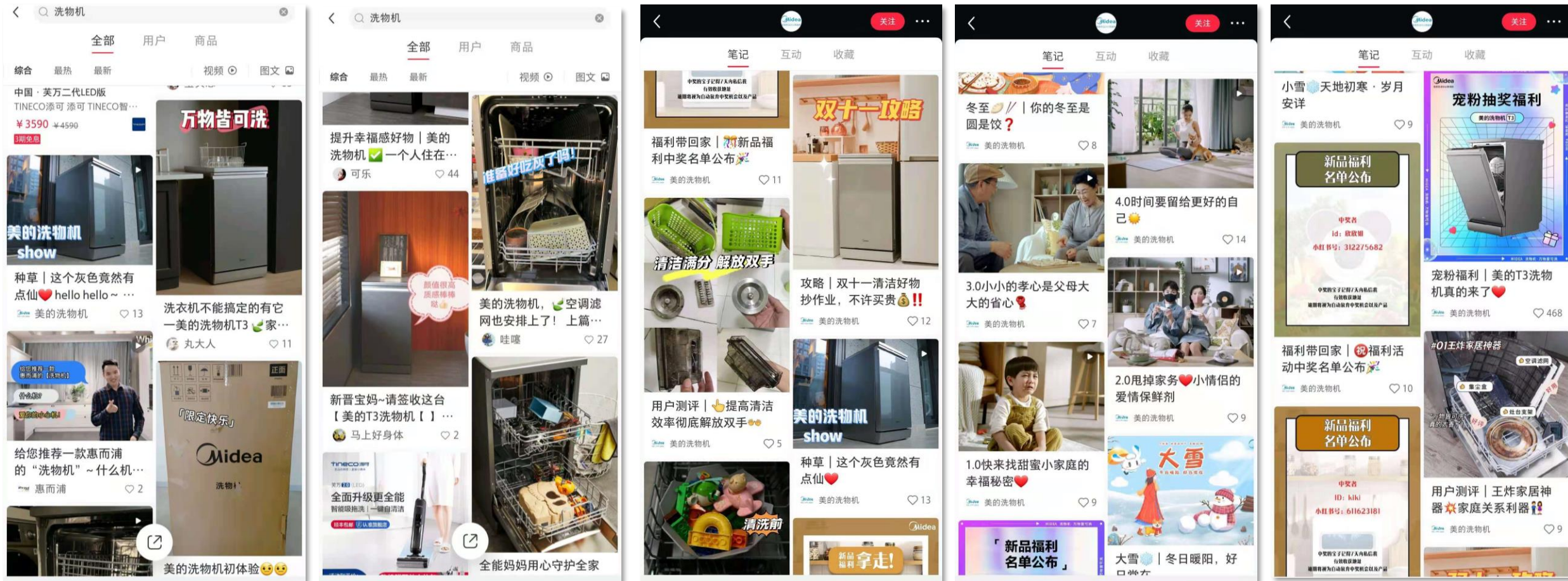
居家一族 & 银发

几世同堂的温馨和传承，总有人要承担守护全家健康的责任，不错过每一个假期的欢聚，不缺席每一次全家总动员，把清洗的劳累交出去。

QUESTION

什么内容能展示美的洗衣机核心优势
抓住用户痛点痒点
成就小红书爆品营销

洗衣机小红书现状



内容现状-美的洗衣机作为美的独有品类相关内容繁多，但内容良莠不齐，无统一规划与统一印象
非优质内容难以出圈

小红书内容&运营策略

爆品定位及生活方式
(印记价值观重塑)

场景优化 (质感提升)

KOL优化 (从类别到效果)

内容优化 (LIFESTYLE)

运营优化 (投放运营数据沉淀)

以爆品营销策略圈粉，全面优化从售卖商品到售卖生活方式

小红书内容&运营策略 - 拆解

小透明



潮品大咖

机会赛道 → 重新定义产品 → 营销组合拳引爆 → 运营投放闭环促转化

潜力产品

美的洗物机-新物种

印记重塑

星空灰 静谧灰
星空魔方

价值观重塑

洗物革命
洗物潮流
洗物之魂

内容、场景、KOL、投放

以内容、场景、KOL诠释“洗物潮流”生活方式
本质是更多场景的解放
洗物提升生活品质
美的提升洗物效率

引流

完善品效合一闭环，量价齐升

沉淀

内容策略

以洗物潮流 解放更多场景

- 以星空魔方为核心印记，打开场景解放到自由生活方式的逐渐认知
- 借助不同TA的用户痛点引导“自由向往”，借助KOL生活方式塑造用户痒点，让美的洗物潮流与“自由生活方式新标准”产生强关联



美的洗物机
洗物革命



小红书账号

#洗物潮流#

更多场景的劳动解放
重新定义家庭清洁
品质生活、效率生活、自由生活



星空魔方

重新定义家庭清洁

生活方式-洗物魂

USP灌输

自由生活新标准

不断深化

场景 - 样板场景



➤ 以独栋别墅打造潮流样板，装入包括洗衣机在内的美的新潮品，供官方内容场景及KOL打卡使用

(公司自有独栋别墅可供样板间使用)

场景 - IP植入

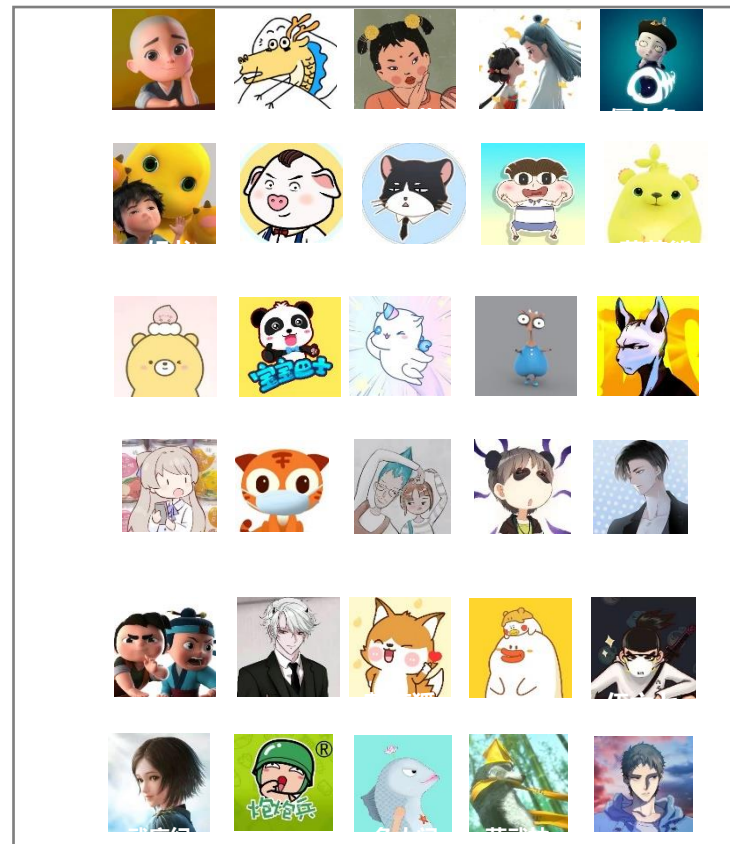
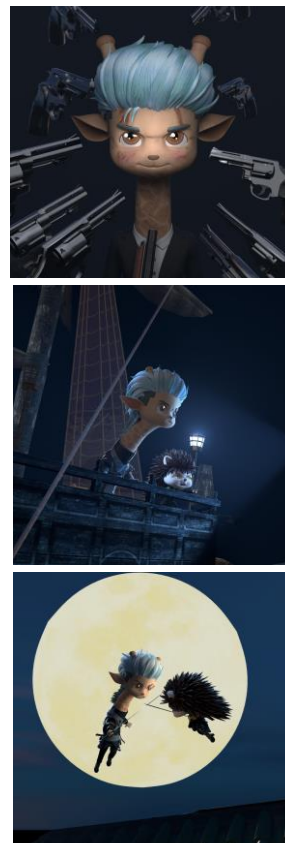
IP资源优势+自孵化IP优势；便于利用IP赋能产品/场景，提供品牌溢价及用户抓手



- 水养精灵洛洛 -
美的定制虚拟IP，品销合一赋能



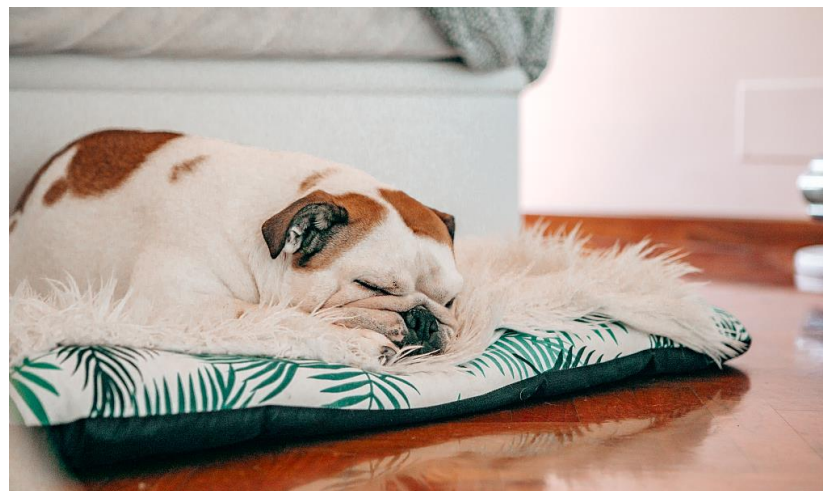
- 没有意义的动物园 -
微镜头自孵化虚拟IP



- 更多头部IP资源 -
知名IP独家合作赋能场景

场景 - TA场景

以互动活动与寻访覆盖更多痛点场景，展现产品USP



示例：

独居青年关爱计划
(KOL与为社畜搞清洁)

征集最难洗的宠物用品
(互动活动展示生活方式与产品卖点)

全能主妇PK赛
(如何解决家庭物品洗涤问题)

四世同堂家务采访
(口播展示“自由生活”新标准)

更多场景 - KOL场景

多样方式覆盖KOL体验场景



KOL店面体验

+

KOL打卡样板别墅



KOL年框寄送安装

+

KOL口播

KOL策略

非唯粉丝论，我们根据小红书的流量趋势及KOL近期笔记数据，筛选易产生爆款笔记的KOL



投流&运营优化

借力薯条打造爆文，以爆文带爆品（注：小红书拒绝商业推广，投流笔记以软性为主）

1.笔记撰写

- 标题
- 封面
- 内容
- 标签

2.薯条测试内容转化

- 6小时集中监测
- 调整投流及内容

3. 刺激分发 薯条加温

- 加分&阅读全面刺激

4.及时补量

- 监测&及时补量

➤ 评估逻辑：不单纯看粉丝及曝光量，更多阅读率及互动率

营销闭环



小红书账号

笔记生产+投流 (官微+KOL)
薯条BENCHMARK建立

效果优化
优惠券+KOL社群沉淀用户

KOL双微+抖快B站
同频+电商链接

完善营销闭环

社媒同频倒流电商，造品效闭环；投放运营优化沉淀粉丝，提升营销效率

目录

项目背景



前策分析

营销策略



执行计划

资源LIST



公司介绍

洗物潮流爆款计划--

爆品点燃“洗物魂”

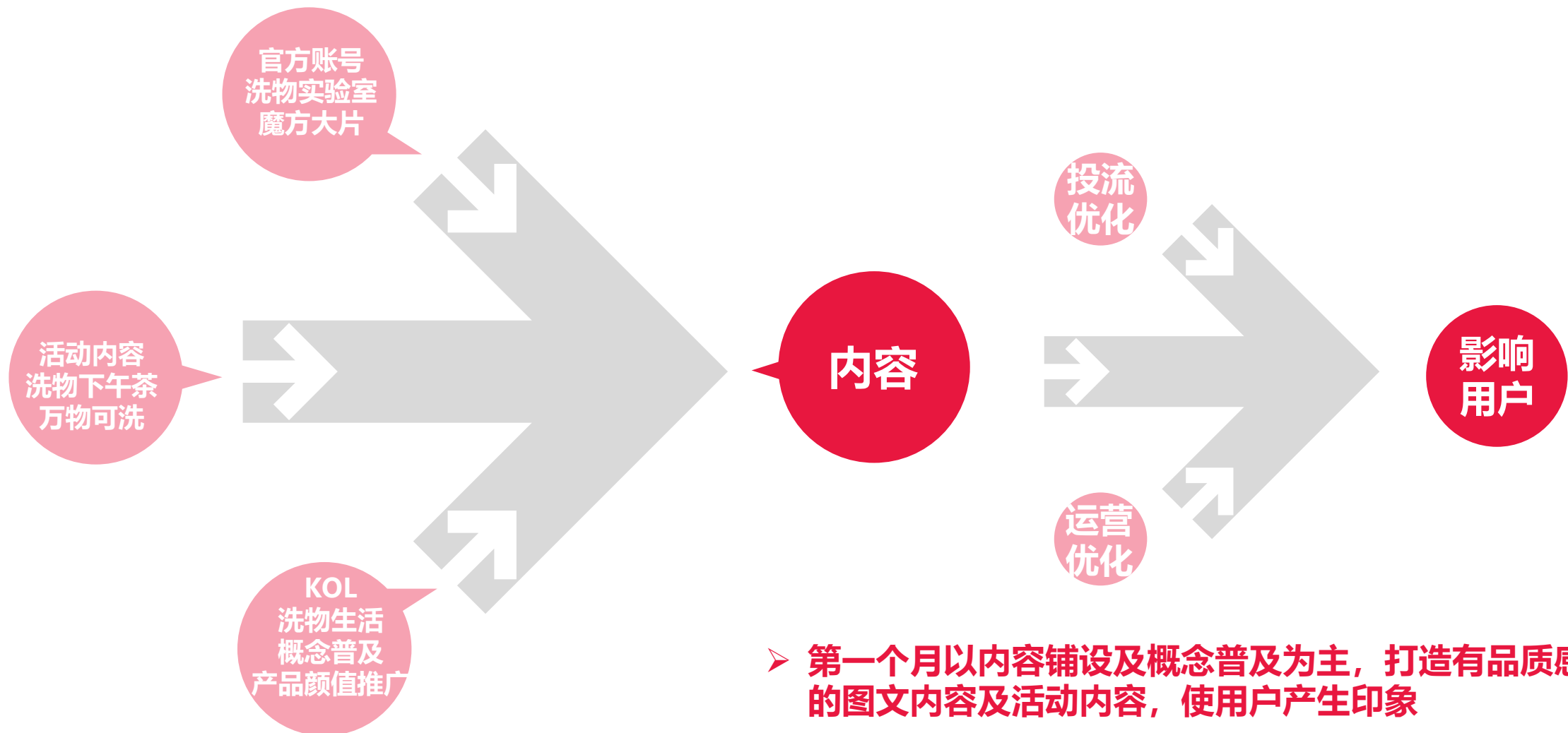


2022小红书内容运营规划-洗衣机

美的洗衣机小红书营销

年度主题	#洗物潮流#爆款计划——爆品点燃“洗物魂”			
主打产品	美的洗物机T3（星空魔方），其它洗物机，其它美的新品等			
周期规划	铺设期		种草期	
月份	2月——4月		6月——618——双11——元旦——2023.1	
常规内容	#洗物认知季# • 洗物实验室（视频） • 星空魔方大片（图文）		#洗物体验季# USP推广 行业标杆建设	
活动内容	日常互动活动 • 你说我洗，万物可洗（视频） KOL互动活动 • 洗物下午茶（图文/视频/直播）		主妇PK赛 独居青年关爱计划	
KOL内容	洗物魂概念普及 星空魔方外观与功能普及 以不同类型KOL角度撰写		洗物生活观 洗物魂爆发	
流量投放	日常粉丝运营与内容优化，重点笔记/节点薯条流量推广+BENCHMARK建立优化			
预期效果	全年预期笔记曝光：		全年预期互动量：	

单月执行规划



官方账号内容

洗物实验室



《洗物机焕新潮鞋》以潮品玩具为例，引发潮流注意力

《沉浸式洗物》以洗物前后对比录制短视频，沉浸式洗物为用户解压

主标签：#沉浸式洗物##潮玩焕新##星空魔方#

星空魔方大片



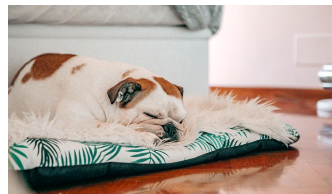
官方KV&网红拍摄KV&室内设计KV，展示产品颜值质感

主标签：#星空魔方##星空灰##洗物机#

互动活动

洗物下午茶

KOL/素人做客直播间，探讨洗物生活



- 没时间打理生活
- 为繁重家务头疼
- 宠物用品难清理

...
寻找目标KOL及素人做客直播间，畅聊洗物困境



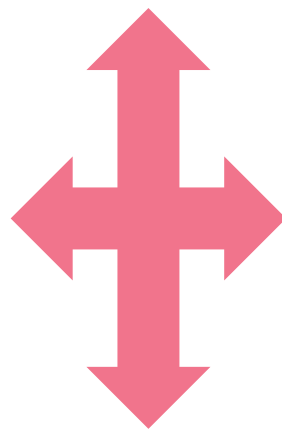
你说我洗 万物可洗

长期互动活动，征集大家想清理的物品并作洗物测试



- 厨卫居家
- 玩具健身器材
- 玻璃瓷器

...
与用户互动寻找场景，长期活动引发规模效应



共创#洗物潮流#，点燃用户#洗物魂#

KOL投放-洗物魂百人证言

KOL

概念普及
+
外观功能普及

- 以KOL对洗物概念进行普及，不断提及“洗物魂”这一抽象概念（类似于购物欲，整理癖，颜值控等），影响用户心智
- 同时对产品外观、功能关键词进行体积，重塑产品与品牌爆品印象



母婴KOL

#玩具清理之痛#
#婴儿用品卫生焦虑症#



设计师KOL

#2022流行色-星空灰#
#谁说家电不能融入家装设计#



潮流KOL

#潮牌配饰也能水洗? #
#如何优雅的洗鞋子#



生活类KOL

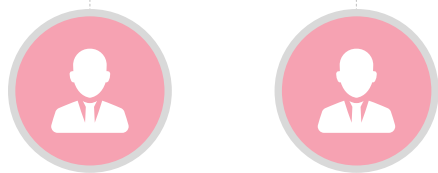
#毛绒玩具的螨虫灰尘之痛#
#喝杯咖啡，一键搞定难缠家务#

主标签：#洗物魂#、#星空魔方#、#星空灰#

团队

小红书运营团队

客户部



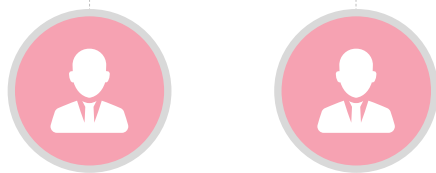
客户沟通与执行

项目经理 / 执行经理
(日常对接与报告)

策划部

策划工作
策划经理
(执行方案及内容策划)

创意部



创意制作

SCD/设计师/摄制组
(素材制作及活动创意)

运营部

日常运营
运营经理
(内容与运营优化)

媒介部



媒介采买与投放

媒介经理/ 媒介执行
(含KOL与薯条投流)

目录

项目背景



前策分析

营销策略



执行计划

资源LIST



公司介绍

KOL示例

➤ 生活\家居\探店\母婴\护肤\好物推荐——2个月内不小于3篇爆款笔记



笔记 收藏



生活/家居



笔记 收藏



好物推荐/探店



笔记 收藏



生活



笔记 收藏



母婴



笔记 收藏



护肤

KOL示例

➤ 生活\家居\探店\母婴\护肤\好物推荐——2个月内不小于3篇爆款笔记



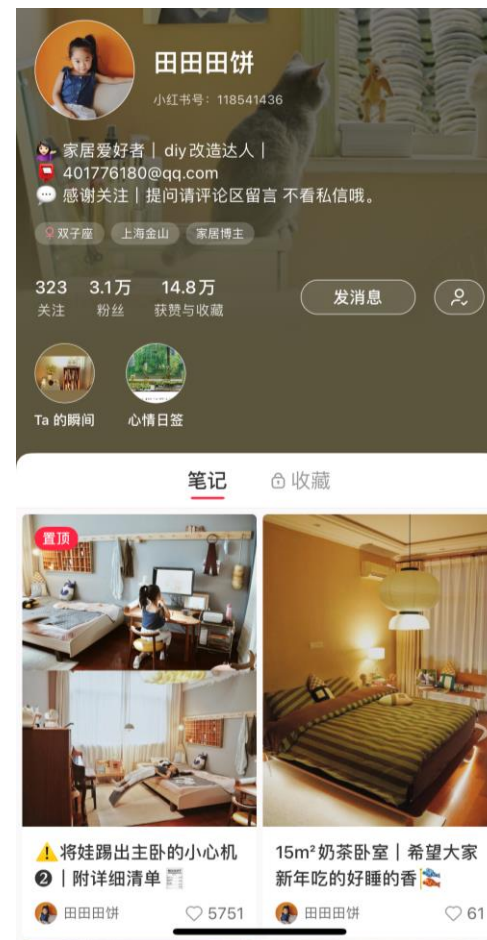
生活/护肤



生活/美食



母婴



家居/好物推荐

KOL示例

➤ 宠物、好物、护肤

小红书KOL

账号名称	类型	达人所在城市	小红书号	粉丝量(万)
夏天成长记 🐾	宠物	全国	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5e902caf000000000100bff5?xhsshare=CopyLink&appuid=5e902caf000000000100bff5&apptime=1595915259	12
糕糕子的成长日记	宠物	上海	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5bf56d8544363b4ab2176615	18
养乐多多多	宠物	郑州	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5b1f794e4eacab1958140aba?language=en-US	62
Sukey	好物	全国	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5315d392b4c4d657891de436?xhsshare=CopyLink&appuid=5b704676c9010a00015225b8&apptime=1629164397	24
Soleil家居	好物	成都	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5c8cef57000000000110237e1?xhsshare=CopyLink&appuid=5c8cef57000000000110237e1&apptime=1608172957	11
侯小猴儿 🐒	好物	上海	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/580fde6d50c4b47b44d7187c?xhsshare=CopyLink&appuid=5b704676c9010a00015225b8&apptime=1627009989	16
sweetnana	护肤	北京	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/548134a2d6e4a91ec7fb6e11?xhsshare=CopyLink&appuid=548134a2d6e4a91ec7fb6e11&apptime=1614141475	10
甜鹿-	护肤	杭州	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5d9575c500000000010187b4?xhsshare=CopyLink&appuid=5ba5fc0951e842000100049c&apptime=1637803412	16
Wenny	护肤	广州	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5f4c99c80000000000101fed0	15

KOL示例

➤ 母婴、生活、探店

小红书KOL

账号名称	类型	达人所在城市	小红书号	粉丝量(万)
是玟郡呀	母婴	北京	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5e1f33d20000000001007ff3?xhsshare=CopyLink&appuid=5e1f33d20000000001007ff3&apptime=1601104251&language=en/US	11
石榴小Baby	母婴	上海	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5f9237eb000000000101d1da?xhsshare=CopyLink&appuid=5e3bc9430000000001002632&apptime=1626742624	13
肉宝	母婴	北京	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/591830f15e87e71532d7b29a?xhsshare=CopyLink&appuid=591830f15e87e71532d7b29a&apptime=1550661557	10
乌龟小姐_V	生活	上海	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5f214f47000000000101d072?xhsshare=CopyLink&appuid=5575b2f567bc650dc09927c5&apptime=1604334389	12
zombie	生活	上海	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5ac0ad77e8ac2b28a5021733?xhsshare=CopyLink&appuid=5cab378d0000000001203d50d&apptime=1605233029	15
妮大侠Stella	生活	上海	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/54bdc136e779893f40d0f56d?xhsshare=CopyLink&appuid=5d3a566b0000000001600b8ce&apptime=1615512021	12
胖胖小虎牙	探店	广州	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/590252ef50c4b43baa182634?xhsshare=CopyLink&appuid=5b31e0d611be1071507828cf&apptime=1558926122	13
YUANYEYE	探店	上海	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/598c9cd982ec395ce0732634	14
默momo	探店	北京	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/569ee1bdaed758324cf39214?xhsshare=CopyLink&appuid=569ee1bdaed758324cf39214&apptime=1578452423	16

KOL示例

➤ 家装设计师

小红书KOL-家装设计

账号名称	达人所在城市	小红书号	粉丝量(万)
.未小清	济南	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/59a5896350c4b455bb0520ad?xhsshare=CopyLink&appuid=59a5896350c4b455bb0520ad&apptime=1615077519	10.1
自然卷july	南京	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/56eebad7aed75828cc8a69d5?xhsshare=CopyLink&appuid=56eebad7aed75828cc8a69d5&apptime=1638521144	4
龙井茶	深圳	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5bc0baca071a5600010df51a?xhsshare=CopyLink&appuid=5bc0baca071a5600010df51a&apptime=1638617075	21.4
椿野	中国	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5f75d0df00000000010094c2?xhsshare=CopyLink&appuid=5a4c64204eacab36b6bf719c&apptime=1634092792	9.5
七舟渔	北京	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5ed456140000000001003630?xhsshare=CopyLink&appuid=5ed456140000000001003630&apptime=1638521235	1.4
olivia	深圳	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/55601173c2bdeb31347e8592?xhsshare=CopyLink&appuid=55601173c2bdeb31347e8592&apptime=1638777178	23.2
锅姐姓郭	上海	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/54e5533ab4c4d674d1bf00f4?xhsshare=CopyLink&appuid=54e5533ab4c4d674d1bf00f4&apptime=1612331503	14.3
小鱼儿	中国	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/607be37e0000000001003858?xhsshare=CopyLink&appuid=60e8852f00000000010094fd&apptime=1638785671	0.8
Sun	江西九江	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5c7e45560000000001202c120?xhsshare=CopyLink&appuid=5c7e45560000000001202c120&apptime=1638837408	4.5
Monkey猴女士	北京	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/579ad3e182ec394e141ef16c?xhsshare=CopyLink&appuid=597ac82a82ec393c6088b552&apptime=1638842502	8.7
乔——	深圳	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/59cb606144363b3e36178db1?xhsshare=CopyLink&appuid=59cb606144363b3e36178db1&apptime=1638854511	2.8
Arin艺术-家	上海	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5c5ec0790000000001a00d610?xhsshare=CopyLink&appuid=5c5ec0790000000001a00d610&apptime=1638521974	11.6

KOL示例

➤ 家装设计师

小红书KOL-家装设计

账号名称	达人所在城市	小红书号	粉丝量(万)
设计师阿爽	广州	383826908	179.8
设计帮帮忙	广州	557750141	19.2
wuli设计姐	广州	389024662	53.2
设计好房子	广州	679800385	45.1
家装007	广州	939639603	24.2
装修白老师	广州	312702205	33.8
家居小思妹	广州	679268477	20.2
设计师亚哥	广州	679267136	20.2
设计挑剔姐	广州	153729699	10.8
求叔（装修不求人）	广州	893504339	37.2
设计师小仙	广州	293154454	19.8
设计师楠哥	广州	suofeiya006	31.8
阿星聊设计	广州	464677998	6.3
老潘话家装	广州	463813717	2.6

目录

项目背景



前策分析

营销策略



执行计划

资源LIST



公司介绍

THANK YOU

