

Sofea

霞飞抖音推广策略方案

Launch strategy scheme



Brief Recap

OBJECTIVE

- ✓ 转战抖音，进行内容种草，打响霞飞品牌产品声量

KEY POINT

- ✓ 抢占抖音品类流量，合理规划选品
- ✓ 强化品牌背书，进行爆款概念垂直渗透

目录 content

part 01 前期洞察 & 选品建议



part 02 传播策略 & 投放规划



part 03 效果预估 & 案例分享



01

前期洞察落地到平台选品

品类分析
竞品分析
选品规划

report

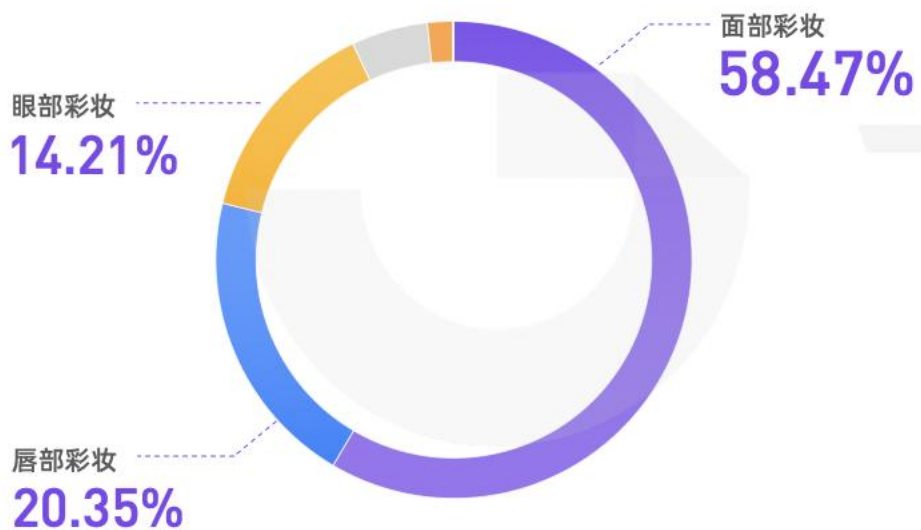
Step1

摸清趋势 捕捉热门品类

摸清彩妆赛道趋势，找准品类

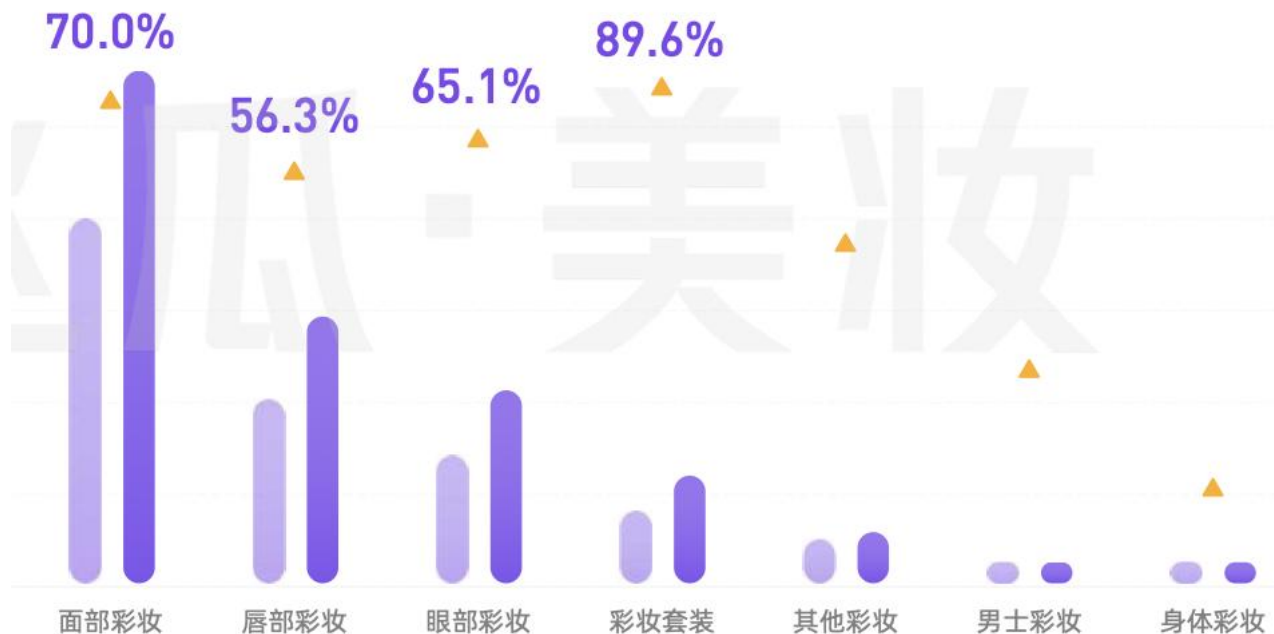
✓ 面部、唇部彩妆占据彩妆市场半壁江山

抖音2022年彩妆大类销售占比



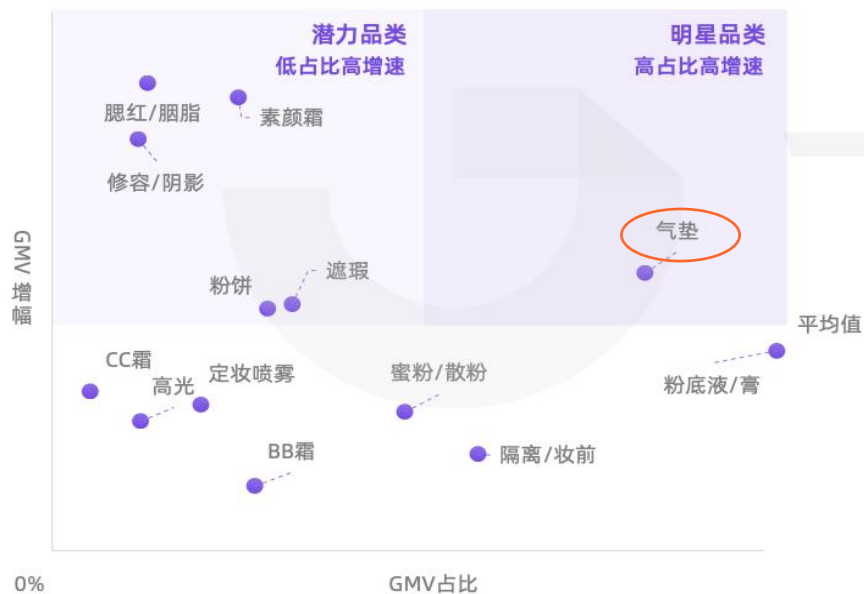
✓ 彩妆套装增速居品类top1，机会潜力大

抖音彩妆细分类目销售热度对比及增幅（2021vs2022）



✓ 面部彩妆中，气垫产品增速领先，热度走高

抖音面部彩妆细分类目GMV占比及增幅



✓ 气垫产品5月/8月热度高，狠攻成分进行突围

抖音气垫品类分析

2022年度气垫品类关键数据

+185%

商品浏览量

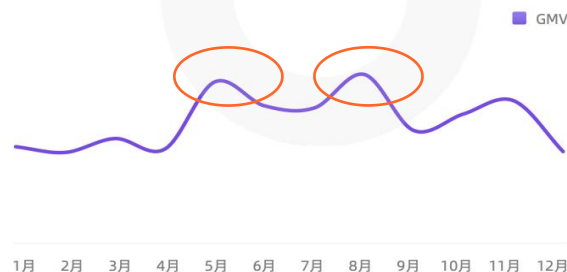
+101%

品类GMV

+10%

平均客单价

气垫品类月销售趋势



成分搜索热度：

2021年

+344%

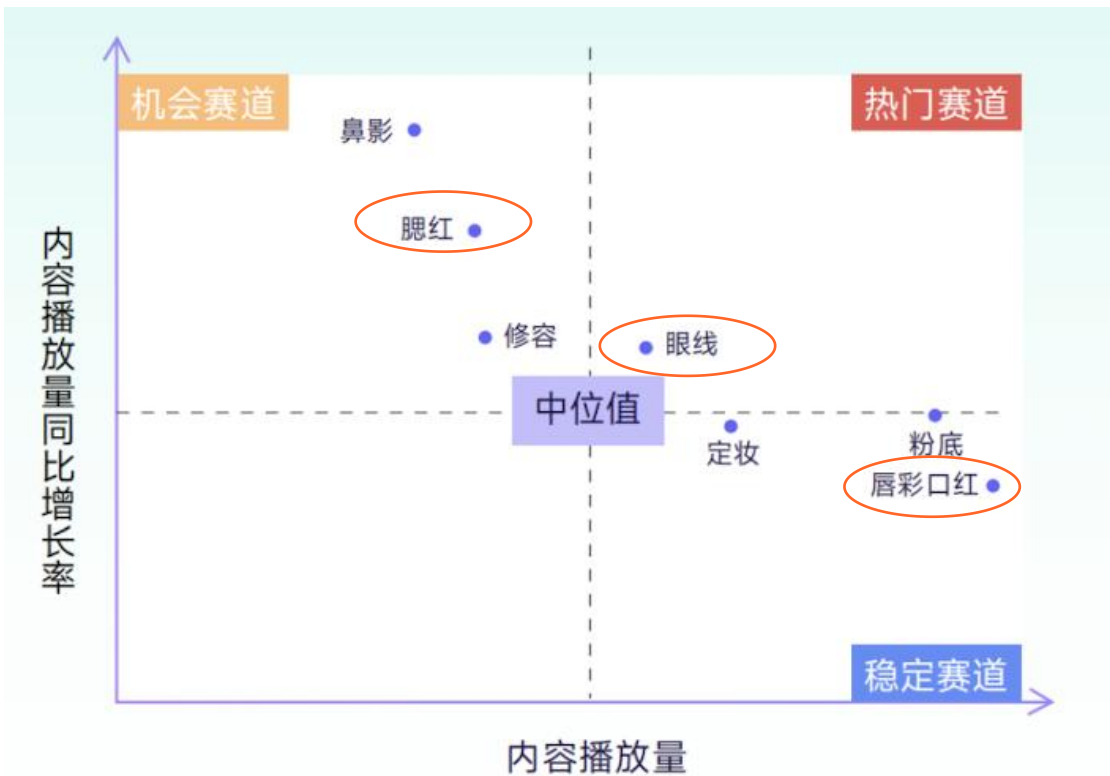
2022年

(*巨量指数)

气垫产品热门宣传成分



- ✓ 口红仍是第一热门梯队但增速放缓，立体妆容类产品&眼线更有增长潜力
- ✓ 眼线产品主打新手人群、主攻功能妆感



所属板块
彩妆

核心震源：功能

关键词：新手、防水、不晕染

预测方向

“初学者防水/汗眼线”

指数总得分

84.09

内容热度

81.11

用户兴趣度

79.61

市场消费潜力

83.29

✓ 眼影增速位居top3，妆容重心向眼妆转移

✓ Z世代爱玩色，对亮色眼影青睐有加

中国彩妆市场各细分品类规模及增速表现



数据来源：巨量算数，算数报告《万象潮涌-2022巨量引擎美妆白皮书》



66%年轻人在疫情后更看重眼妆

使用频率高达3.3次/周

玩色经济



71%用户常用棕色眼影

Z世代偏爱橘金、粉色

数据来源：巨量算数，算数报告《2023新锐品牌发展报告》

彩妆套装

彩妆套装品类抖音月销售趋势



品类抖音站内种草关键词



- ✓ 具备明显的节日送礼心智
- ✓ 仪式感是品类种草关键因子

卖点分析

关注品类卖点，定向用户需求

抖音站内近90天品类宣传卖点

气垫

锁妆 亮肤色 控油清透
持妆 妆养合一 养肤
隔离 控油 遮瑕 卸妆
亮肤 遮盖 保湿 贴肤
定妆 水光 水润 白皙
双效补水

品类均价¥94.16

眼线

细致 快速成膜
不易脱妆 放大 卸妆 不晕染
耐水 持色 极细 顺滑 显色
定妆 提亮 根根分明
持妆 速干 成膜 立体

品类均价¥34.08

眼影

不易脱妆 卸妆 显色 精致妆容
顺滑 立体 丝绒 层次感
水光感 清透 提亮 消肿 贴肤
修容 放大 水光 美妆
细致 哑光 高光

品类均价¥64.86

Step2

对标竞品 指导投放思路

竞品扫描

针对性竞品横向对比

品牌名称	 PERFECT DIARY/完美日记	 Florasis/花西子	 Flower Knows/花知晓
年龄TOP3	24-3038.46% 31-4027.64% 18-2320.95%	31-4037.78% 24-3031.69% 18-2315.75%	24-3040.66% 18-2329.14% 31-4015.96%
成交画像	新一线城市 三线城市 二线城市	三线城市 新一线城市 二线城市	新一线城市 二线城市 三线城市
城市级别TOP3			
平均客单价	¥68.12	¥148.61	¥99.8
商品好评率	93.93%	94.6%	93.75%
热卖品类TOP3	美妆>彩妆/香水/美妆工具>唇部彩妆 美妆>彩妆/香水/美妆工具>眼部彩妆 美妆>彩妆/香水/美妆工具>面部彩妆	美妆>彩妆/香水/美妆工具>面部彩妆 美妆>美容护肤>防晒 美妆>彩妆/香水/美妆工具>彩妆套装	美妆>彩妆/香水/美妆工具>面部彩妆 美妆>彩妆/香水/美妆工具>彩妆套装 美妆>彩妆/香水/美妆工具>唇部彩妆
达人类型占比Top3	品牌自播号 潜力主播 腰部达人	品牌自播号 肩部达人 头部红人	品牌自播号 肩部达人 潜力主播
达人行业占比Top3	美妆 种草 时尚	美妆 种草 生活	美妆 网红美女 生活

主攻客群对比

- ✓ 花知晓主攻95后/00后等年轻群体；
- ✓ 完美日记则以95/90后为主；
- ✓ 花西子更偏90后成熟女性

竞品扫描

针对性竞品横向对比

品牌名称		 PERFECT DIARY/完美日记	 Florasis/花西子	 Flower Knows/花知晓
成交画像	年龄TOP3	24-30 38.46%	31-40 37.78%	24-30 40.66%
		31-40 27.64%	24-30 31.69%	18-23 29.14%
		18-23 20.95%	18-23 15.75%	31-40 15.96%
	城市级别TOP3	新一线城市 三线城市 二线城市	三线城市 新一线城市 二线城市	新一线城市 二线城市 三线城市
平均客单价		¥68.12	¥148.61	¥99.8
商品好评率		93.93%	94.6%	93.75%
热卖品类TOP3		美妆>彩妆/香水/美妆工具>唇部彩妆	美妆>彩妆/香水/美妆工具>面部彩妆	美妆>彩妆/香水/美妆工具>面部彩妆
		美妆>彩妆/香水/美妆工具>眼部彩妆	美妆>美容护肤/防晒	美妆>彩妆/香水/美妆工具>彩妆套装
		美妆>彩妆/香水/美妆工具>面部彩妆	美妆>彩妆/香水/美妆工具>彩妆套装	美妆>彩妆/香水/美妆工具>唇部彩妆
达人类型占比Top3		品牌自播号 潜力主播 腰部达人	品牌自播号 肩部达人 头部红人	品牌自播号 肩部达人 潜力主播
达人行业占比Top3		美妆 种草 时尚	美妆 种草 生活	美妆 网红美女 生活

主打品类对比

- ✓ 花知晓主打腮红这一面部彩妆产品，其次是彩妆套装
- ✓ 花西子稳打气垫，另推彩妆礼盒套装
- ✓ 完美日记瞄准唇釉口红，其次稳推眼影

竞品扫描

针对性竞品横向对比

品牌名称		 PERFECT DIARY/完美日记	 Florasis/花西子	 Flower Knows/花知晓
成交画像	年龄TOP3	24-30 38.46%	31-40 37.78%	24-30 40.66%
		31-40 27.64%	24-30 31.69%	18-23 29.14%
		18-23 20.95%	18-23 15.75%	31-40 15.96%
	城市级别TOP3	新一线城市 三线城市 二线城市	三线城市 新一线城市 二线城市	新一线城市 二线城市 三线城市
平均客单价		¥68.12	¥148.61	¥99.8
商品好评率		93.93%	94.6%	93.75%
热卖品类TOP3		美妆>彩妆/香水/美妆工具>唇部彩妆 美妆>彩妆/香水/美妆工具>眼部彩妆 美妆>彩妆/香水/美妆工具>面部彩妆	美妆>彩妆/香水/美妆工具>面部彩妆 美妆>美容护肤/防晒 美妆>彩妆/香水/美妆工具>彩妆套装	美妆>彩妆/香水/美妆工具>面部彩妆 美妆>彩妆/香水/美妆工具>彩妆套装 美妆>彩妆/香水/美妆工具>唇部彩妆
达人类型占比Top3		品牌自播号 潜力主播 腰部达人	品牌自播号 肩部达人 头部红人	品牌自播号 肩部达人 潜力主播
达人行业占比Top3		美妆 种草 时尚	美妆 种草 生活	美妆 网红美女 生活

达人铺排对比

- ✓ 完美日记集中铺腰部达人；
- ✓ 花西子借助肩部达人和头部达人声量
- ✓ 花知晓以肩部达人为主
- ✓ 除了美妆垂类达人，完美日记偏向时尚类，花西子偏生活类，花知晓偏网红美女+生活类



思考

SoFea

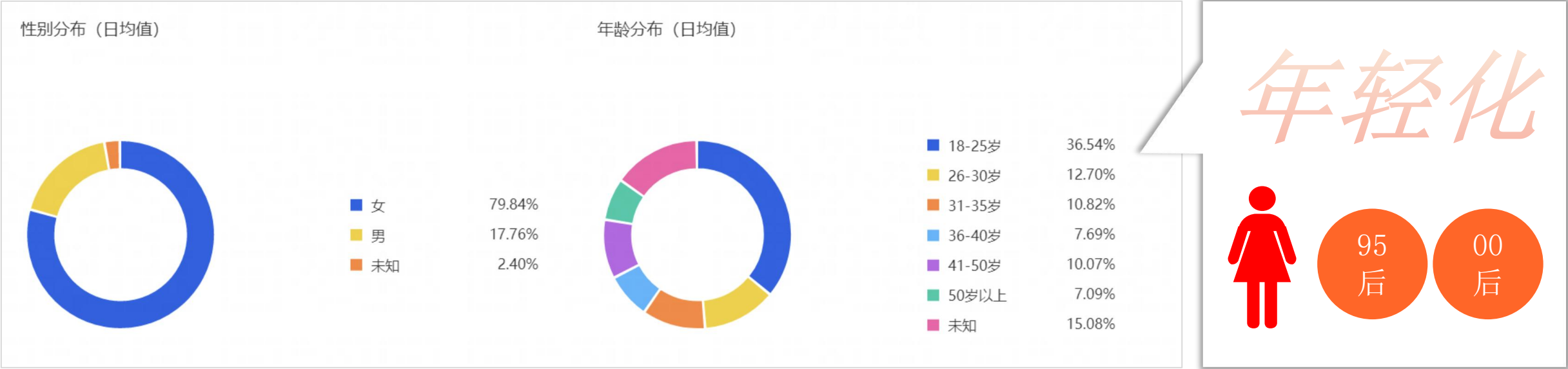
霞飞在抖音的
产品落脚点在哪？

霞飞产品线对标拆解

		品牌产品	价格	一句话宣称	风格	成分/科技	功效	竞争优势
气垫	V	霞飞小奶饼(干皮)	¥119	奶感清透肌 从内透出高光	都市丽人	植物角鲨烷 维生素e	水润不油 遮瑕磨皮效果	
	S	花西子玉容气垫(干皮)	¥139	水润妆清透 自然匀肤色	东方美学 国风气韵	透明纸酸钠 白芨、莲花、山茶花	妆养合一 自然透亮 水光肌	
眼影	V	霞飞六色眼影盘	¥119	半夏逐光 暖色入眼	橘色落日氛围感	/	粉质细腻易延展 一盘多用	
	S	完美日记九色眼影盘	¥119	妆上暖意 蓬蓬入冬	石纹外观 高级有质感	氨基酸包裹技术	细腻融肤 10小时持色服帖	
眼线	V	霞飞精准眼线笔	¥49	一笔精准 无惧晕染	手残党	0.1mm笔尖 日本进口饮水芯 滚珠防凝设计 3秒速干成膜因子	遇油不晕 遇水不脱 顺滑成型	
	S	小奥汀眼线液笔	¥49	一笔成型不NG	Z世代 拽妹酷girl	0.1mm笔尖 日本进口刷毛	防水持妆不晕染 速干成膜 自动收尖	

霞飞目标人群分析

霞飞淘宝站内进店人群特征



品牌目标人群与花知晓主打人群最为一致，因此可借鉴花知晓头肩部+美女红人标签打法

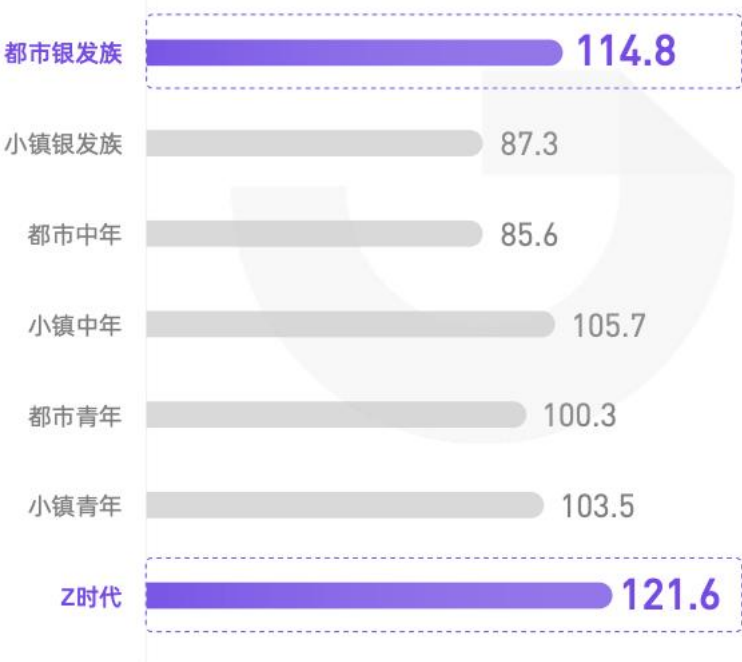
数据来源：霞飞电商后台数据

美妆目标人群分析

✓ Z世代引领市场，正在成为美妆消费的中坚力量

✓ 眼线上榜TA偏好品类，功效诉求围绕精致妆容展开

各代际美妆消费者TGI分布



Z世代消费偏好

排序	热卖品类	关注功效
1	唇釉	控油
2	假睫毛	保湿
3	彩色隐形眼镜	持久
4	眼线	遮瑕
5	面部护肤套装	防水
6	洁面产品	补水
7	粉饼	修护
8	粉底液/膏	清洁
9	面膜	舒缓
10	乳液/面霜	温和

霞飞抖音选品规划_人货精准匹配

主推爆品



精准眼线笔

节点爆品



520逐光礼盒

季节爆品



小奶饼气垫

5月

8月



目标人群

Z世代/学生党

送礼需求人群

职场小白

需求匹配

顺滑成型
不晕不脱 持久显色

仪式感拉满

成分养肤
遮瑕有效 水润不油

品牌内核

?



02

明确传播策略及内容规划

传播策略
达人矩阵
内容铺排

DOJO

霞飞品牌内核挖掘



品牌源自上海最**嗲**的一条马路——霞飞路（现淮海中路）

霞飞天生就具备差异化品牌优势

上海的**嗲**，在于它的**精致**感

而上海女人也是精致的代名词

不止是外在**妆容的精致**

更是一种生活方式的精致

“走进霞飞，走进精致嗲系的日常”

霞飞传播核心提炼

霞飞=“精致嗲系妆”

成分能打

遮瑕到位

润而不油

底妆要精致



眼妆更精致

精细笔尖

实力技术

持久不晕

嗲得嘞~~~

抖音大促期间KOL投放模式

更具有战略性的组合KOL投放模式，以在不同节点产生不同的品牌影响力、产品种草力和商业转化力



打造属于霞飞的「精致嗲系妆」

在不同节点塑造不同的影响力、种草力和商业转化力「分圈转化」



测试期—多角度切入，测试种草，认知打底

多元化KOC包围式矩阵种草，快速沉淀平台内容，进行投放测试留资的同时，留下产品印象





虞书欣嗲妹代表
借势头部影响力
美女博主纷纷上线
仿造虞书欣式嗲妹妆

*可换成同样具有上海嗲妹标签头部达人

仿妆三元素

旗袍

妆面

霞飞路
地标

执行方式

博主使用霞飞产品精致上妆，变幻妆造后身穿旗袍，线下打卡霞飞路（现淮海中路），梦回老上海

种草期--痛点敲打+场景渗透，全面夯实产品力

SoFeed

内容一

肤质定位

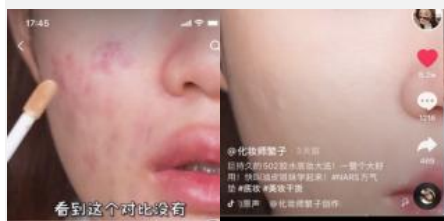
现身说法

干皮/瑕疵皮博主集合
为产品证言

内容维度：

--入夏脱水皮，重点针对
角鲨烷成分保湿不卡粉

--脱妆瑕疵皮，重点上脸
前后对比遮瑕力



内容二

原生测评

眼见为实

内容直接卖点强化
让用户直观感受产品作用

测评维度：

气垫：进行成分扒皮，
重点测评遮瑕力+水润度
眼线：横向测评顺滑度，
持妆时间



内容三

公式教程

手残包会

怼眼画法展示
精致嗲系眼妆教学

内容维度：

一笔勾勒眼线，轻松掌
握嗲系日常眼妆



内容四

人群需求

击穿痛点

针对职场白领、新手小白诉
求简单易上手的妆容

内容维度：

打工人如何高效化妆
新手小白也能妆精致老手
精致嗲妹妆，约会必备



活动期--节日氛围烘托，全线剁手收割

SoFeed

520男友送礼心机
收获一个精致嗲妹

头部博主/优质视频
二次混剪 offer导流

KOL纷纷上阵
教你拿捏精致毕业妆

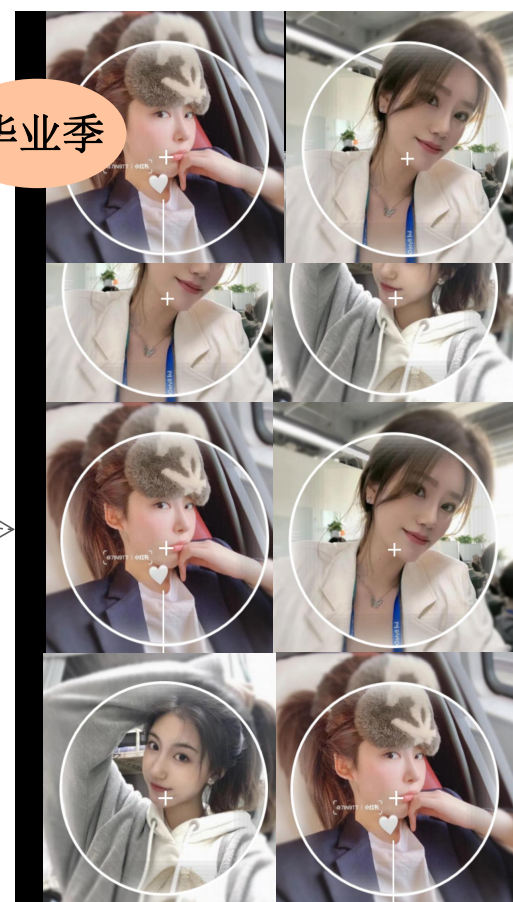
520



618



毕业季



Sofea

Thanks for your time
期待合作！

