

小红书蒲公英平台

汽车行业投放指南

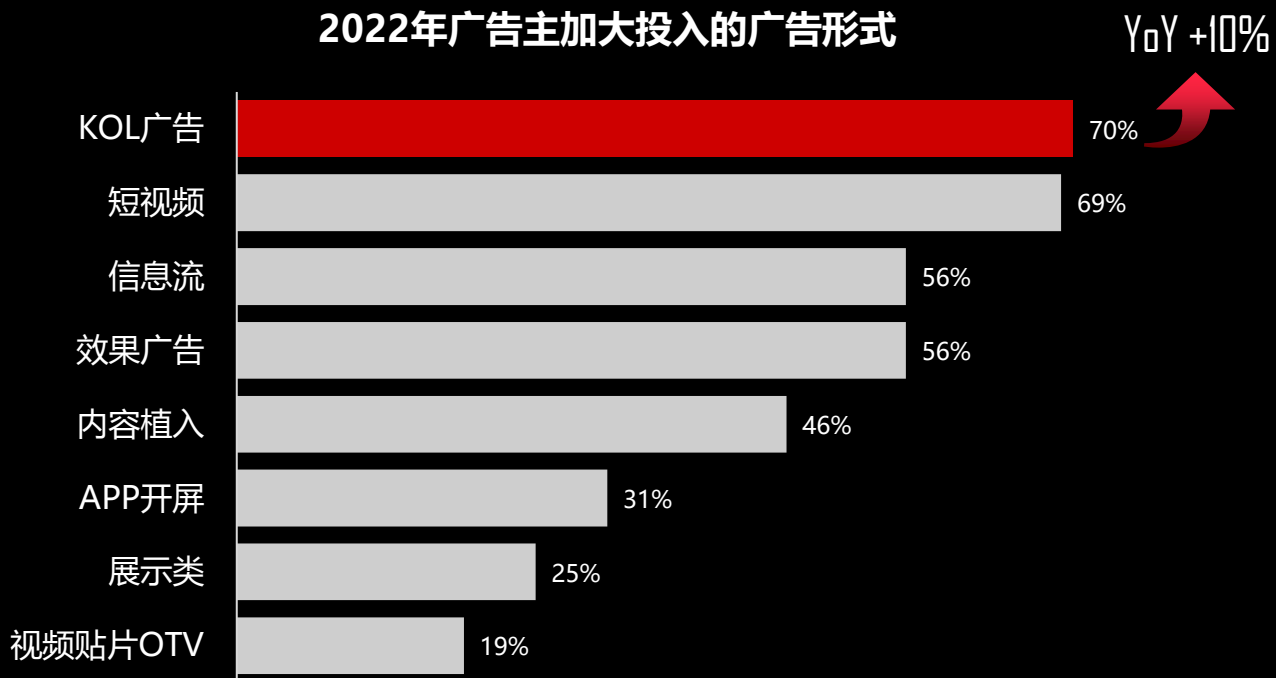
小红书

博主优质内容合作官方平台

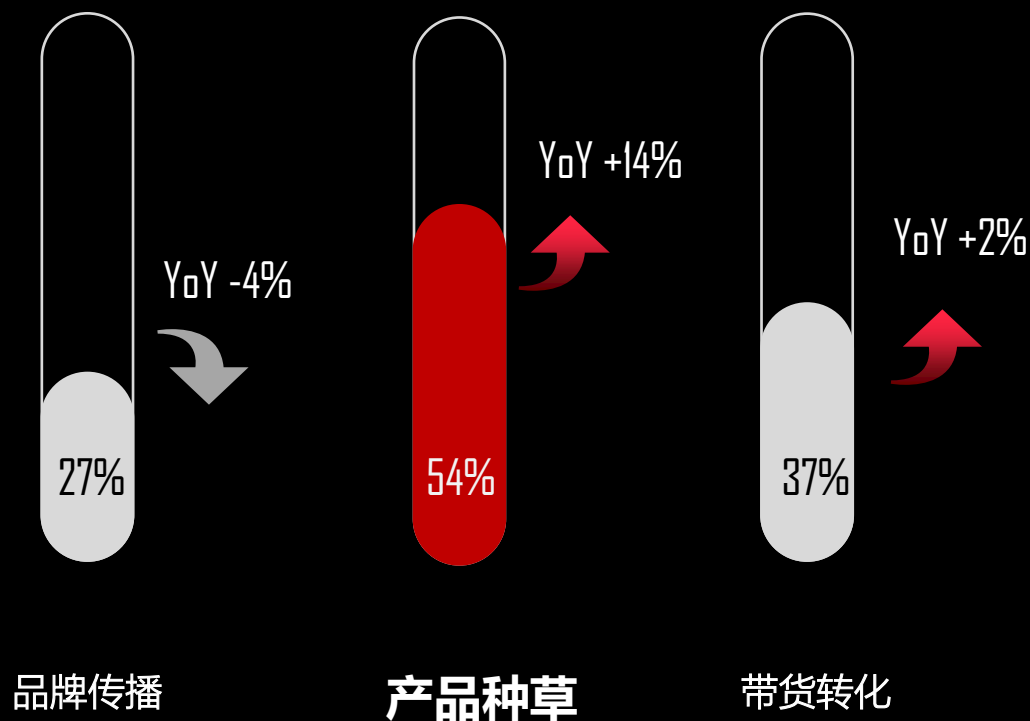
KOL营销是市场所趋，品牌种草诉求愈发明确

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》

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**

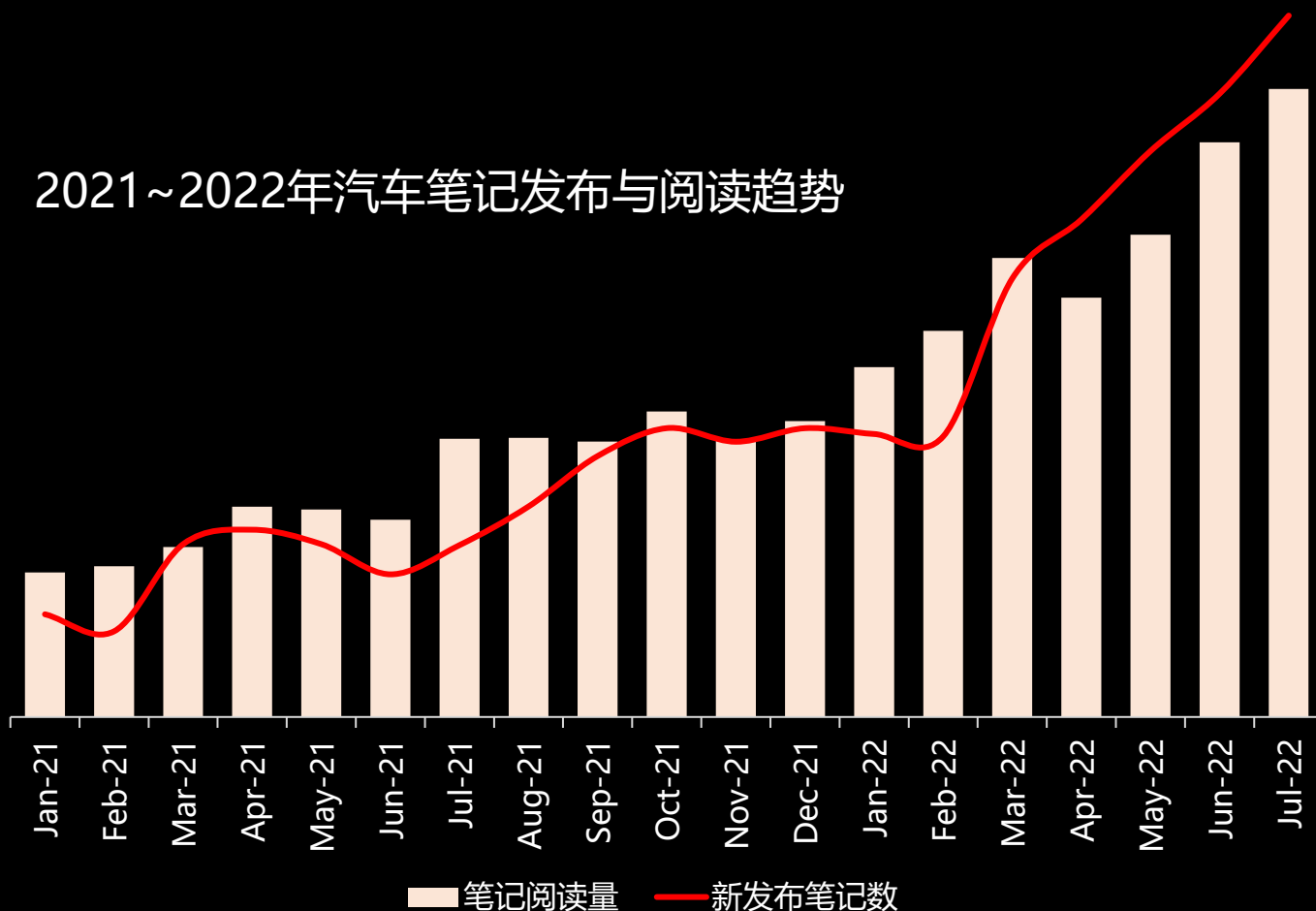
30%

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**

越来越多的用户来到小红书创作、消费汽车相关内容

2021~2022年汽车笔记发布与阅读趋势



每100篇新发笔记里就有2篇与汽车相关

+147%

22年H1同比
笔记阅读量

+212%

22年H1同比
新增笔记数

她力量崛起

女性驾驶人数增长

148M

2020年

162M

2021年

女性购车消费比例超男性

22.28%

女性

22%

男性

女性购车决策占比提升 63%

预计2022年，两性在汽车消费中的决策占比将逐步趋于相近



女性汽车用户激增

+64%

2020年2月 v.s. 2020年10月

女性汽车用户年轻化

50%+ 35%

95、90后

80后

女性汽车用户大城市化

22% 65%

一线城市

一&新一&二线

汽车兴趣用户性别分布



27%

近1个月阅读或搜索过汽车内容的男性用户比例

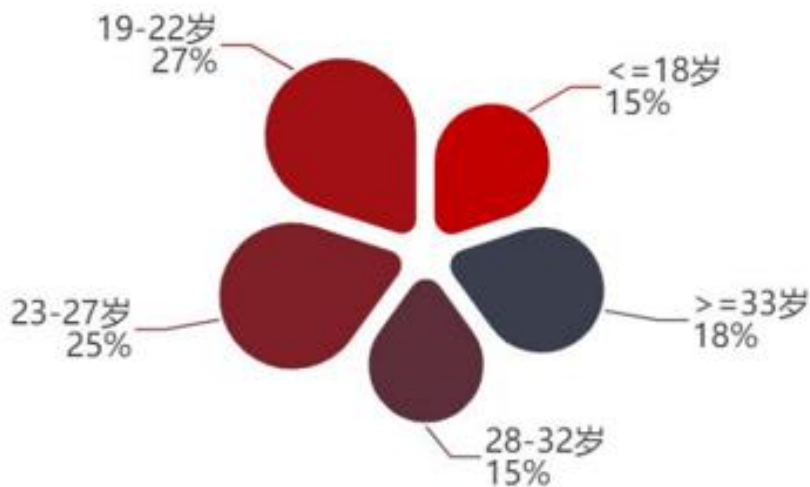


73%

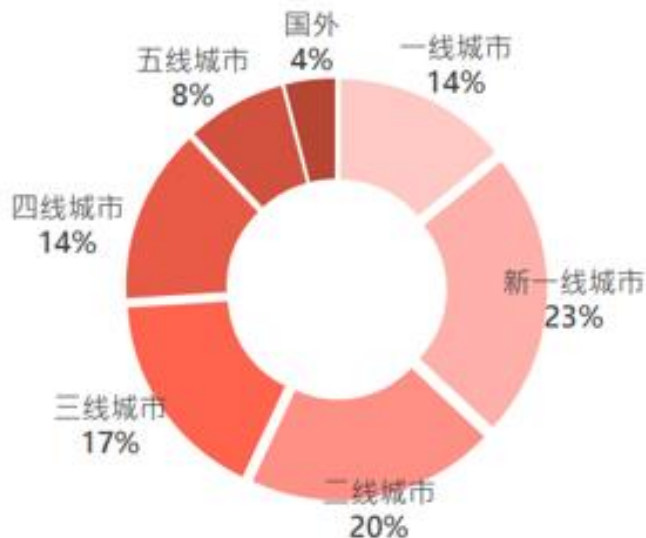
近1个月阅读或搜索过汽车内容的女性用户比例

数据来源：小红书内部数据

汽车兴趣用户年龄分布



汽车兴趣用户地域分布



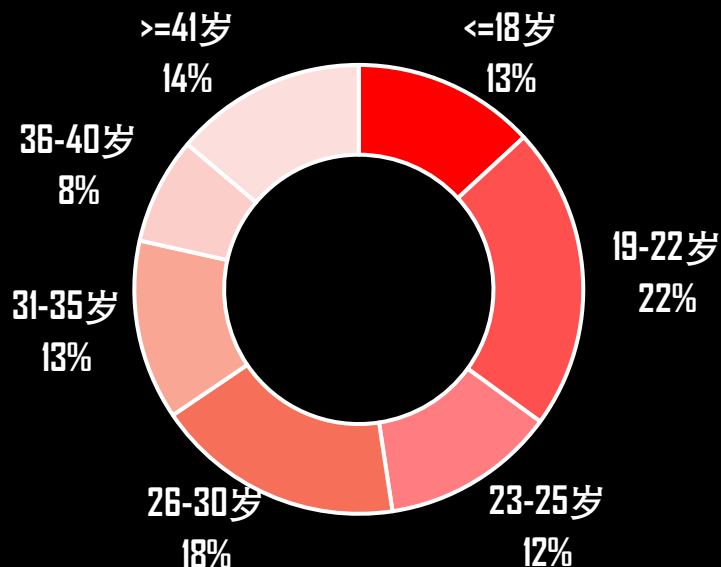
越来越多的男性用户开始在小红书搜索/阅读汽车相关内容

男性
汽车兴趣用户
激增

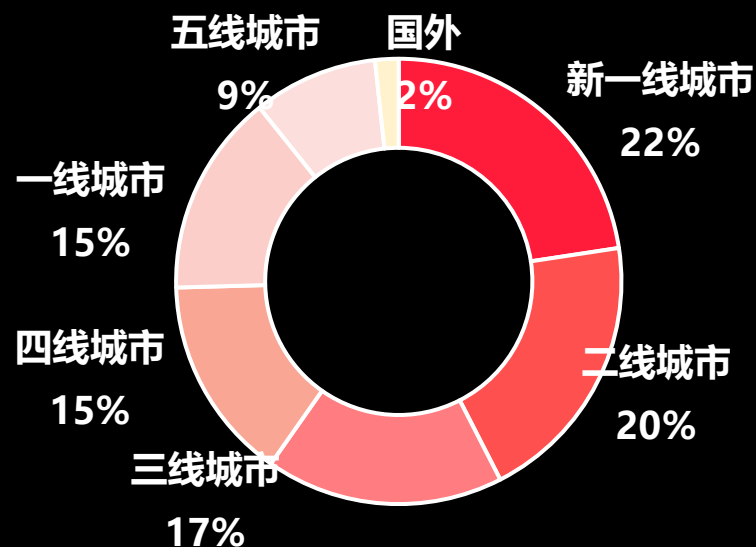
+82%

2022年1月 v.s. 2022年8月

00后、90后为主



分布在新一线、二线、三线城市



越来越多的汽车品牌选择小红书作为社交营销的宣传阵地

+118% 22年H1同比
蒲公英消耗



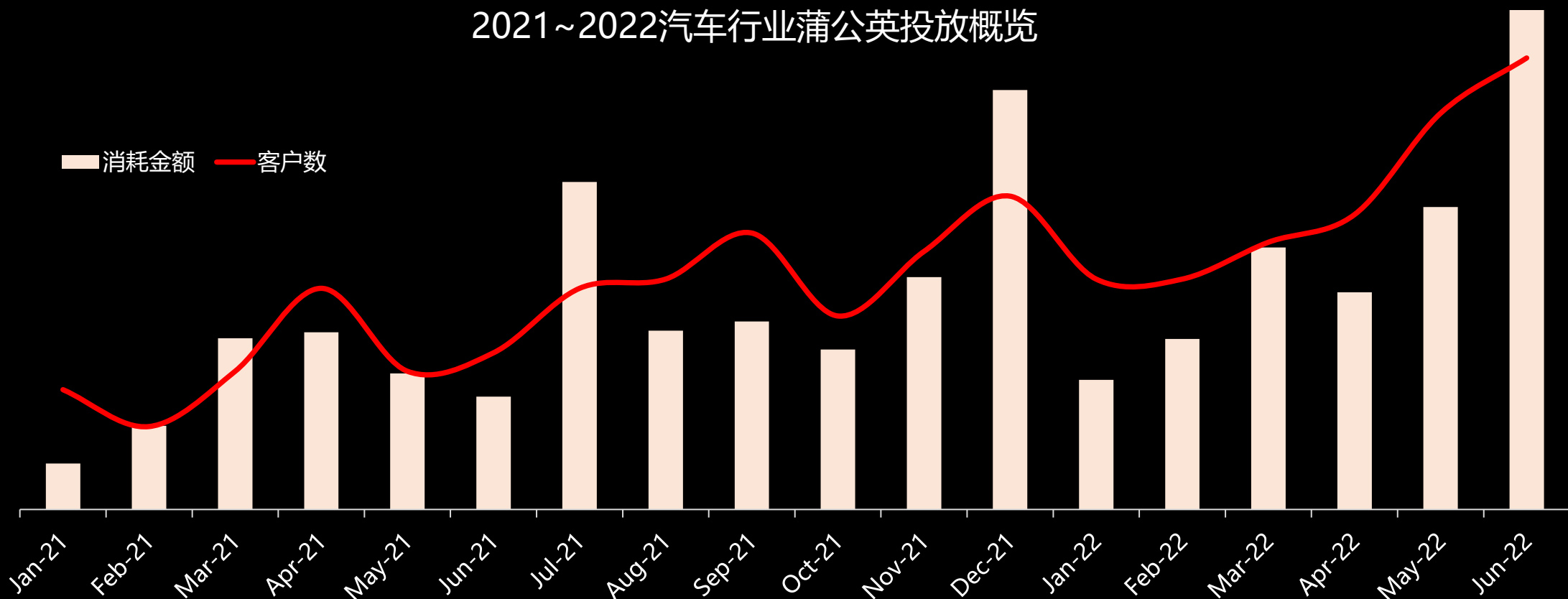
+135% 22年H1同比
投放CTR



-74% 22年H1同比
投放CPC



2021~2022汽车行业蒲公英投放概览

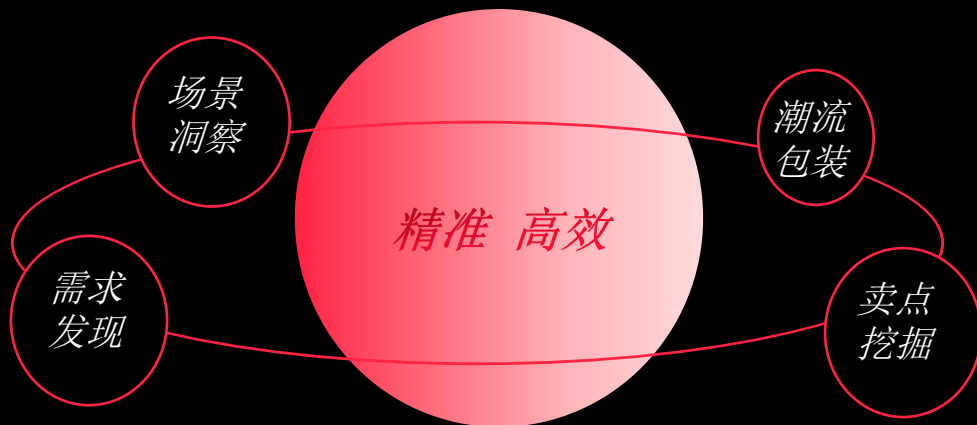


“博主”是小红书内容营销的关键角色

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



蒲公英丰富的优质博主供给为汽车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

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

汽车博主激增 博主构成更加多样，满足选人需求

188%

汽车博主增速

1%

头部

25%

腰部

74%

尾部

五大核心价值

打造优质、高效、安全的内容交易平台

01

优质的博主供给

权威榜单&30+垂类
14w+优质达人池

02

多维度匹配能力

一对一精准匹配
一对多高效撮合

03

丰富的合作模式

三大交易模式
三大营销工具加持

04

全面的数据体系

覆盖投前/中/后全链路
助力客户科学投放

05

安全的交易体系

资金托管和异常
赔付全流程权益保障

完善的产品功能体系，满足品牌多元的营销诉求

多种博主合作模式，打造优质内容

精搜、泛搜
博主标签体系



定制合作

精准定制内容
定位品牌价值

平台智能匹配



招募合作

博主自荐报名
探索内容阵地

平台智能打包



共创合作

铺量真实反馈
打造内容规模

精选优质内容

多元营销工具，放大营销价值

流量加持

80%

优效模式

组件加持



评论区组件



笔记营销组件

全链路数据支持笔记数据详解/用户基础画像/投后数据追踪/来源追踪分析...

B侧信用分 & 权益体系

K侧信用等级 & 成长体系

优效模式

流量加持

「优效模式」是蒲公英基于品牌进行一口价博主合作的流量保障模式，通过优质流量助推，帮助笔记达成确定的曝光量级。



流量有保障，效果更确定

至少高于该博主近期发布的80%笔记



爆文几率和互动提升

系统优选精准用户，提升互动浏览



一站式购买

在下单过程中可直接操作，无需额外购买

合作案例：某汽车客户

博主合作笔记加持优效模式
帮助品牌保曝光、降CPE



30%

千赞爆文比例

53% ↓

相比行业CPE

64% ↓

相比行业CPM

小红书

评论区组件

组件加持

「评论区组件」是蒲公英笔记的一种原生营销工具，它以品牌跳转按钮的形式，固定展示在合作笔记评论区首位，支持跳转搜索结果页/商品详情页，打造从浏览到成功种草的完整营销链路，有效提升种草效率。此外，该功能无需额外付费，在下单时可以直接进行勾选完成配置。

TYPE.1 跳店铺or跳商品



直观展示产品详情



减少二次搜索流失



强化消费者购物意向

TYPE.2 跳搜索结果页



缩短用户搜索路径



链接相关优质内容



1+N的内容种草效果

向上生长 共生未来

小红书



汽车行业投放指南

PART.1

科学选人

PART.2

优创内容

PART.3

精准提效

在这里生长

小红书

四维标准选定高商业价值的适配博主

数据

信用等级：LV2及以上

成长性：近30天涨粉正向

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30%

互动评估：互动率 $\geq 1\%$
or CPE ≤ 80

成本评估：预估阅读单价
 ≤ 4 元

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：

轿车、SUV、新能源等

车型词：

新车：竞品车型词

非新车：本品车型词、
竞品车型词

品牌词：

本品品牌、竞品品牌

场景

根据产品使用场景&车型卖
点筛选博主内容类目。

汽车介绍：汽车垂类博主

颜值突出：时尚/摄影/美妆

艺术美学：人文艺术/摄影

家庭用车：母婴/宠物/萌娃

通勤商务：职场/商务

户外出游：出行/运动/摄影

日常用车：生活记录/情感

探店/探展需求：筛选博主
地域 or 内容形式为探店

内容

内容特征：通过内容风
格、形式等匹配brief

*e.g. 内容风格选择欧美风、高级
感来满足高调性需求*

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
的商单合作行业和利益
植入方式

数据

信用等级：LV2及以上

成长性：近30天涨粉正向

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30%

互动评估：互动率 $\geq 1\%$
or CPE ≤ 80 成本评估：预估阅读单价
 ≤ 4 元

合作信息

报价 ▾

近期合作行业 ⓘ ▾

其他筛选

粉丝画像 ▾

☒ 近30日粉丝数上升 ⓘ

☐ 新锐 新锐博主 ⓘ

博主信息

痞幼 Lv3

北京

汽车 ootd

阅读量中位数 ⓘ

748,663

超越 88.8% 同类博主 ⓘ

互动率 ⓘ

2.4%

超越 11.1% 同类博主

中位点赞量

14,824

中位收藏量

913

中位评论量

411

视频完播率 ⓘ

22.1%

超越 77.7% 同类博主

视频阅读中位数 ⓘ

748,663

视频互动中位数 ⓘ

16,148

预估阅读单价(视频) ⓘ

1.61元/阅读

登录蒲公英—博主广场—其他筛选

登录蒲公英—博主广场—博主列表

登录蒲公英—博主广场—博主列表
—点击博主头像—笔记数据

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：
轿车、SUV、新能源等

车型词：
新车：竞品车型词
非新车：本品车型词、
竞品车型词

品牌词：
本品品牌、竞品品牌

笔记关键词 ① 博主昵称

SUV

搜博主

试试搜：我是机灵姐 旅 唇 小元儿 西瓜新吃 毕业季

登录蒲公英—博主
广场—笔记关键词



是公子陈呀 Lv2

上海

时尚

ootd

5+ >



近期有2篇笔记有关'SUV'

场景

根据产品使用场景&车型卖点筛选博主内容类目。

汽车介绍：汽车垂类博主
颜值突出：时尚/摄影/美妆
艺术美学：人文艺术/摄影
家庭用车：母婴/宠物/萌娃
通勤商务：职场/商务
户外出游：出行/运动/摄影
日常用车：生活记录/情感

探店/探展需求：筛选博主地域 or 内容形式为探店

登录蒲公英—博主广场—内容类目

内容类目

全部

美妆个护

时尚

母婴

美食

家居家装

生活记录

出行

健康养生

运动健身

萌娃

教育

摄影

婚嫁

文化艺术

兴趣爱好

科技数码

影视综

动物

情感

搞笑

娱乐资讯

汽车

商业财经

游戏

民生资讯

体育赛事

知识

音乐

职场

登录蒲公英—博主广场—内容特征（形式）/博主信息（博主地域）

☐ 不限

☐ vlog

☒ 探店

☐ 测评

☐ ootd

☐ 合集

☐ plog

☐ 开箱

☐ 教程

☐ 成分解析

☐ 彩妆试色

☐ 仿妆

内容特征 ⓘ

形式 ▾

风格 ▾

生活方式 ▾

肤质肤色 ▾

皮肤养护 ▾

博主信息

粉丝数 ▾

博主笔记类型 ▾

博主性别 ▾

博主地域 ▾

内容

内容特征：通过内容风格、形式等匹配brief
e.g. 内容风格选择欧美风、高级感来满足高调性需求

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和利益植入方式

登录蒲公英—博主广场—内容特征—风格

内容特征 ① 形式 风格 生活方式 肤质肤色 皮肤养护

博主信息 粉丝数

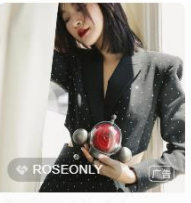
☐ 不限 ☐ 韩系 ☐ 日系 ☒ 欧美风 ☐ 氛围感 ☐ 纯欲 ☐ 甜酷 ☐ 复古 ☒ 高级感 ☐ 校园风 ☐ 中性风

笔记案例 ① ☒ 仅展示自然流量

按笔记类型 按内容特征

最新发布 阅读最多 互动最多

全部 合作笔记 图文 视频

			
滴滴，来坐姐姐的副驾吗？	小白鞋穿搭AB面 近期爱的就是这双了	凉鞋和草地是夏天标配呐	为爱奔赴 爱与自由
阅读 30,705	阅读 27,840	阅读 27,318	阅读 24,164
点赞 520	点赞 786	点赞 674	点赞 503
收藏 113	收藏 200	收藏 176	收藏 133
发布时间 2022-07-20	发布时间 2022-07-21	发布时间 2022-05-30	发布时间 2022-07-27

登录蒲公英—博主广场—博主列表
—点击博主头像—笔记案例

*勾选右上角“仅展示自然流量”

新车上市

20%

50W+

20%

30W~50W

40%

10W~30W

15%

5W~10W

5%

1k~5W

博主个数占比

博主粉丝量级

日常口碑/促销

10%

10%

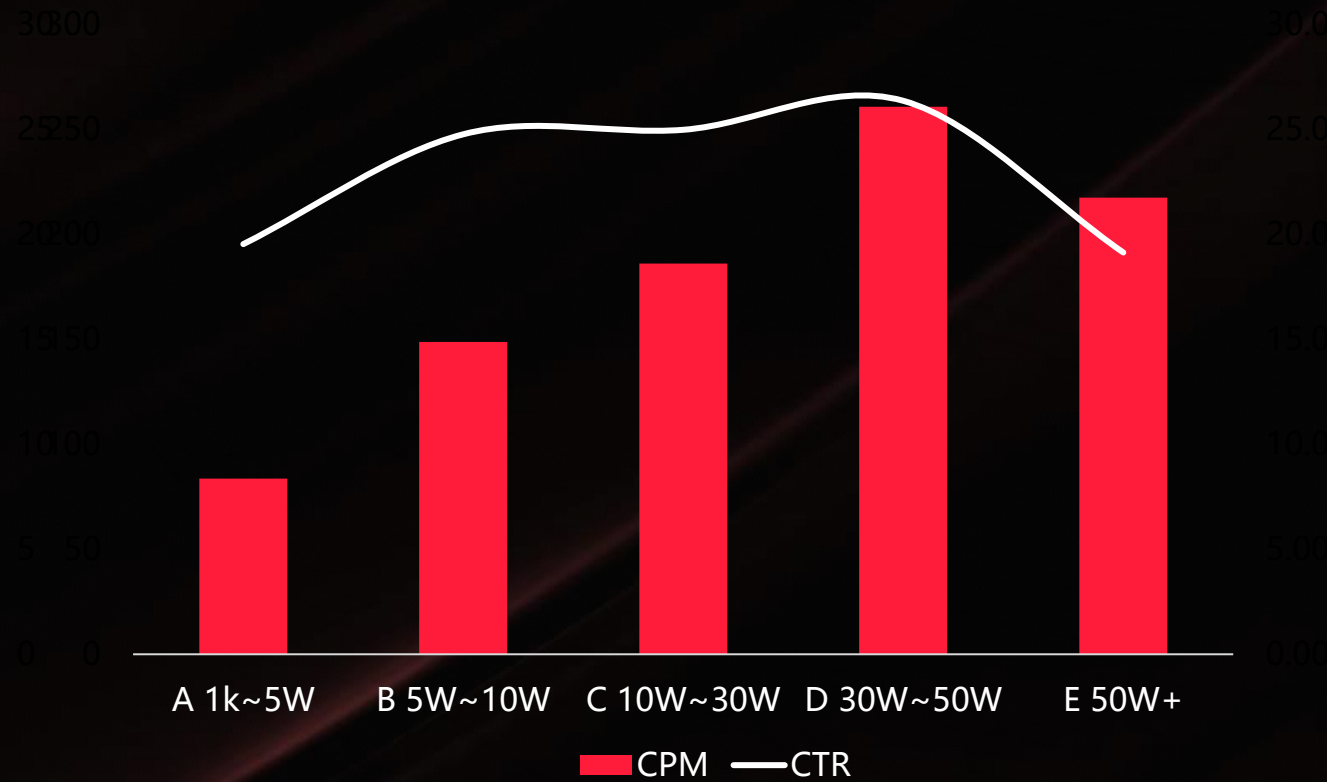
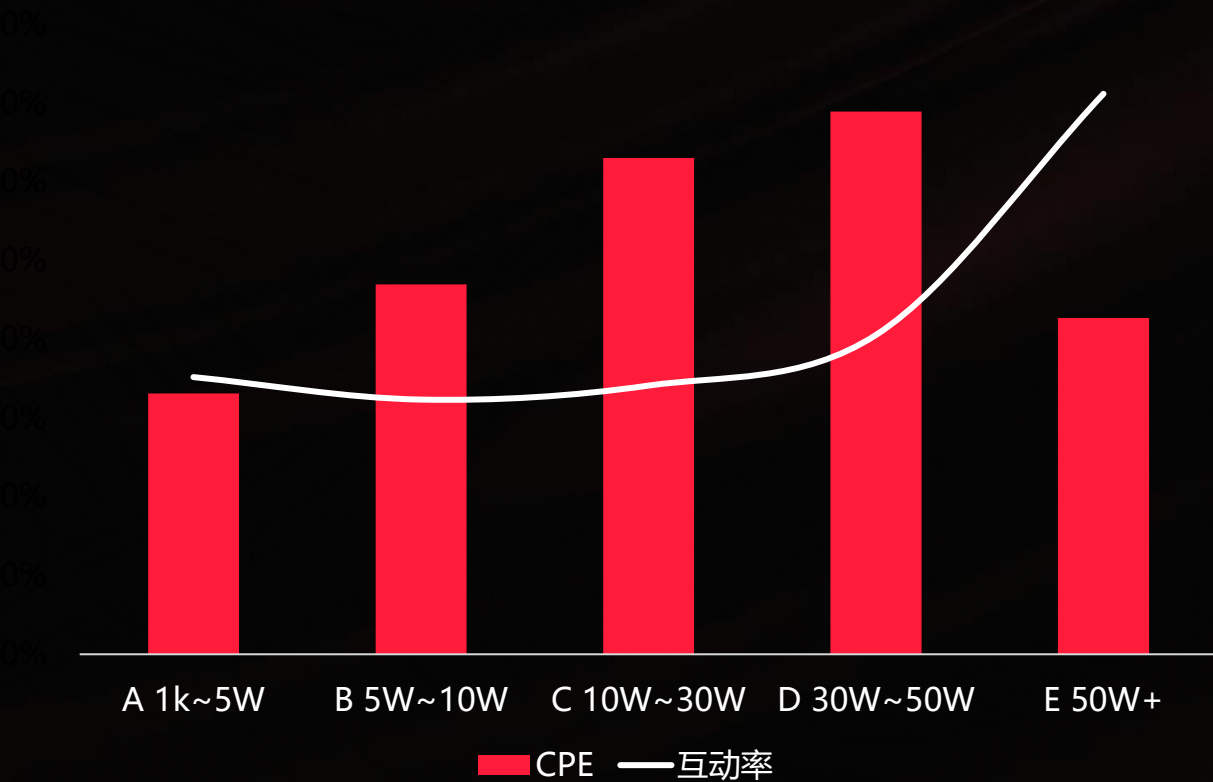
40%

20%

20%

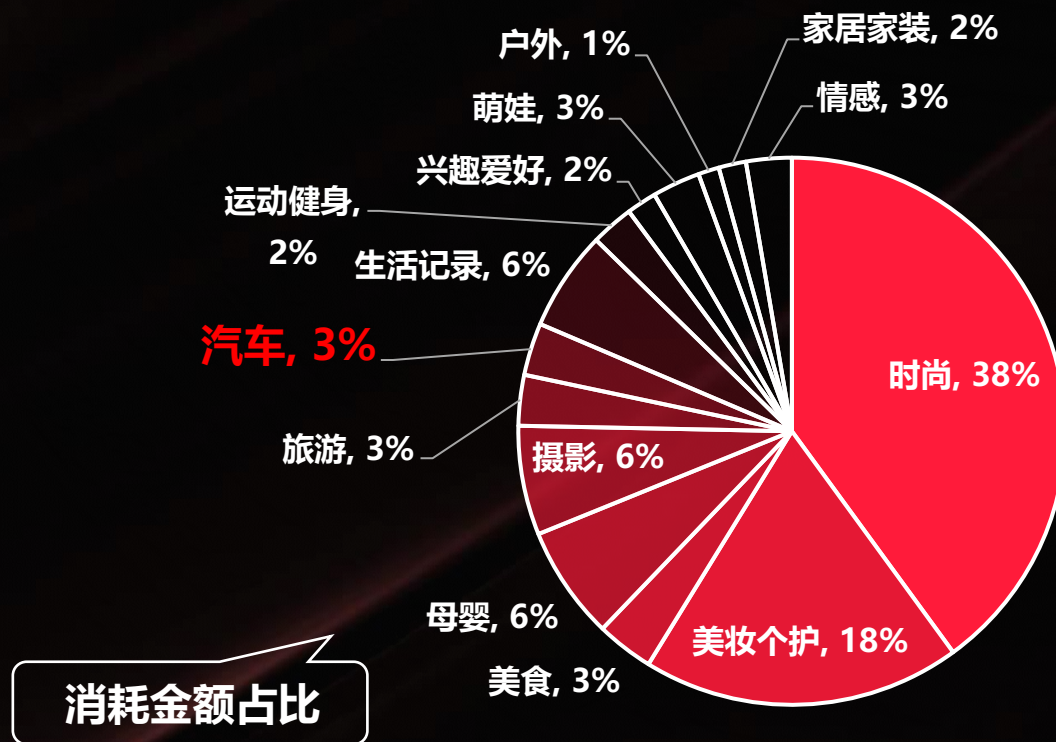
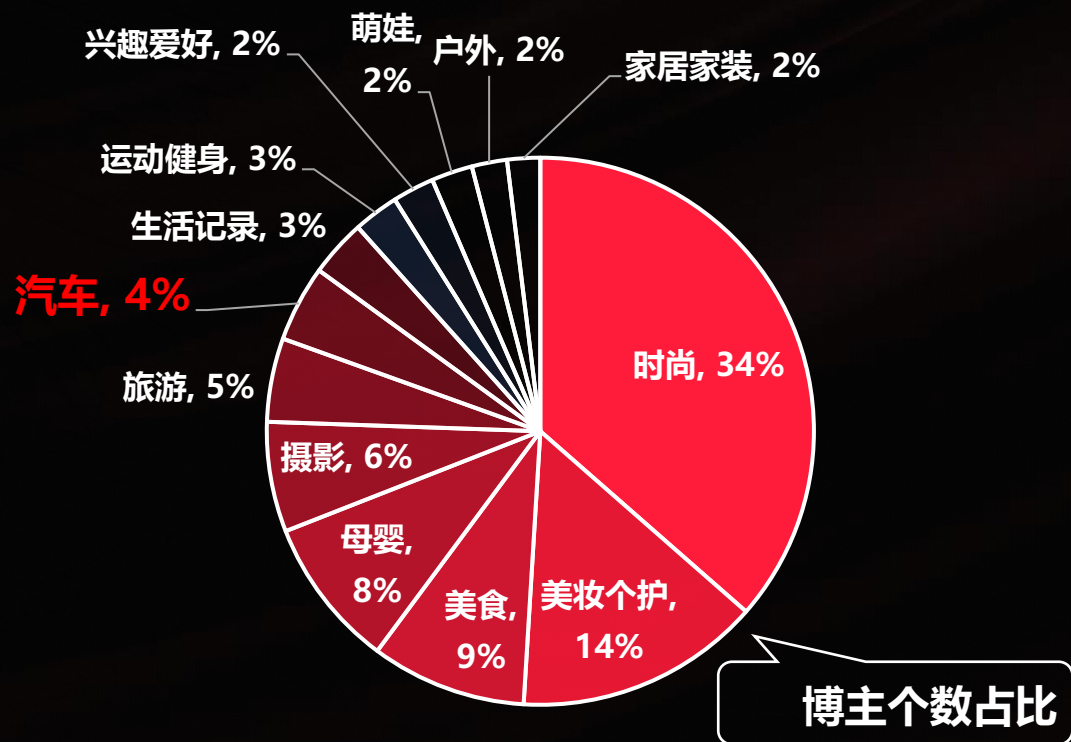
博主个数占比

头部博主互动表现更优，腰尾博主性价比更高

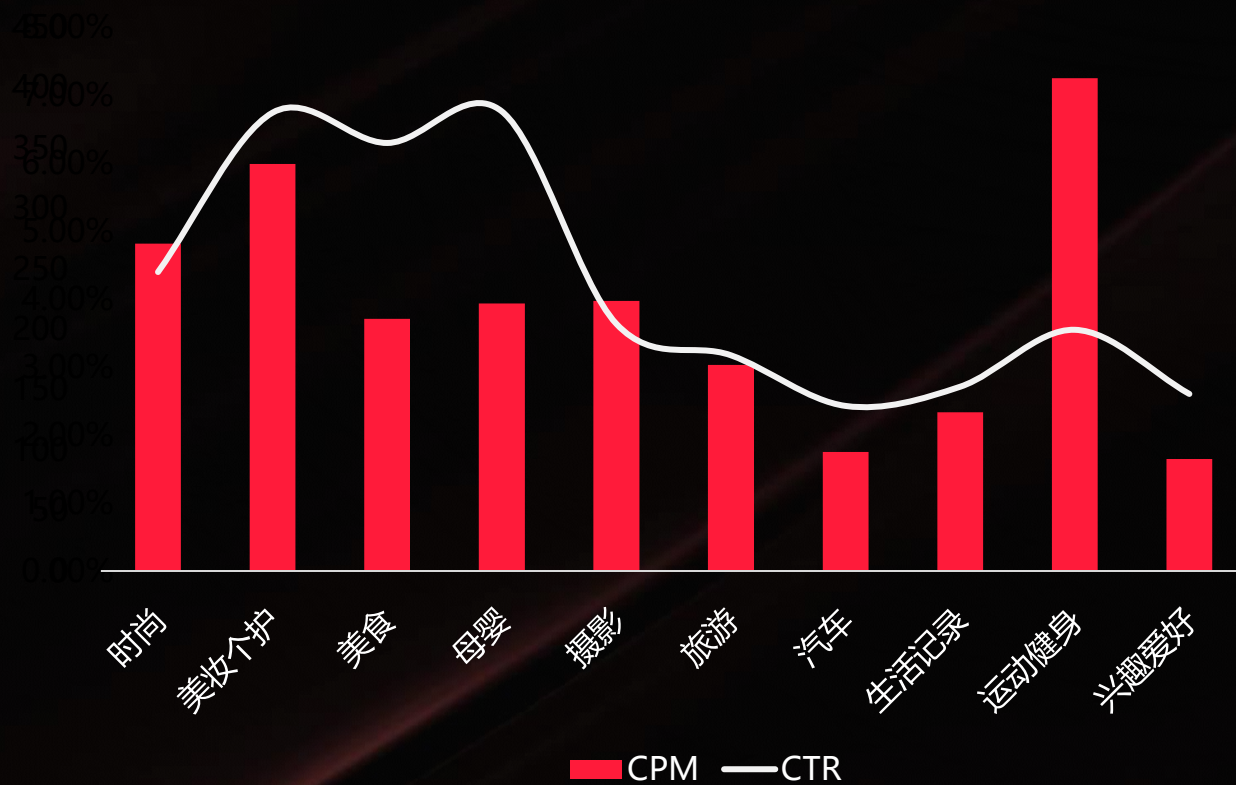
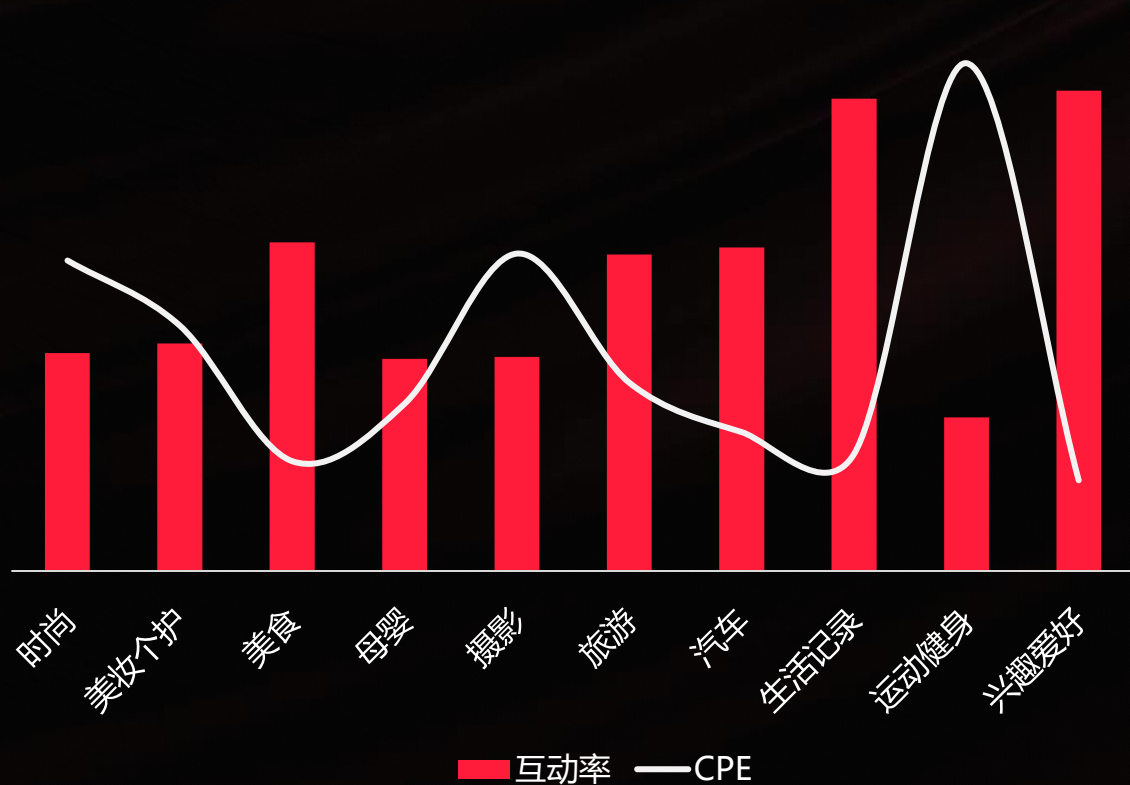


合理矩阵组合，蓄势种草

跨界博主真实透传用车场景、展示汽车美学，实现共情种草



女性汽车用户感兴趣的时尚、美妆、美食、母婴等领域点击表现更佳



向上生长 共生未来

小红书



汽车行业投放指南

PART.1

科学选人

PART.2

优创内容

PART.3

精准提效

在这里生长

小红书

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》

将产品打造位颜控党最佳选择

- 《颜控党福音 | 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

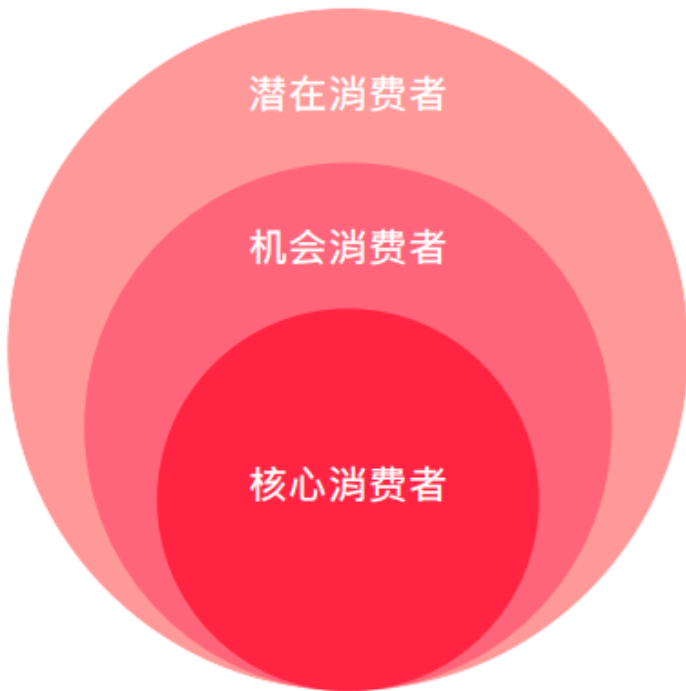
- 《与极星2 共赴一场为期三天的双城约会》
- 《夕阳下的江边野餐 | 广州周边小众自驾》
- 《换了辆智能SUV，希望今后带着我们去各地旅行》

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 那东南西北我都顺路》

消费者层级	关键词类型	笔记案例	笔记特点
	通用词、人群词、场景词	《二胎车 终于找到了二胎家庭用的MPV！》 《适合上班族开的小资车！奥迪超低月供无负担》 《美少女的车！整车粉粉少女心好看哭了！》 《出游必备·这台车有把我舒服到》	受众群体广 场景化触达潜在消费者
	品类词、诉求词、功效词	《我车库里颜值担当·可爱到冒泡的粉色SUV来啦》 《二胎家庭必备的MPV保姆车·全家满意才过关~》 《颜值控的福利·又young又cool的suv来了！》	精准人群获取 产品种草性强
	品牌词、产品词	《全新smart精灵#1 上线·波谱粉也太少女了！》 《豪门姐弟 和Simon来保时捷选车啦！》 《理想ONE 双胞胎家庭的幸福瞬间》	核心用户转化 强化产品心智

近郊出行“跑山”测评



关于闺蜜分手，我陪她开#ID3 跑山散心，最后她和好这件事。#上汽大众

博主类目：汽车

封面：花字标明出行场景—跑山，并露出车型照片

标题：再次强调场景“与闺蜜跑山”，说明该款车适合女生自驾出游；提及车型和品牌名，触达兴趣用户

正文：结合跑山场景，讲解车型卖点

- 小巧便捷，适合新手
- 纯电车，不用担心油价上涨问题
- 后置后驱，适合跑山
- AR-HUD信息清晰，驾车安全
- 转弯半径小，过弯顺畅

广告投流CTR

8%

亲子出行，妈妈驾车



宝妈选车一定要看看大众ID.3！太适合带娃了 (xiaohongshu.com)

博主类目：美妆个护/母婴

封面：萌娃出境，强调亲子出行场景，并露出车型照片

标题：强调车型适合人群“宝妈”、适合场景“带娃出行”；包含车型名称，锁定搜索场流量

正文：结合亲子出行场景和用车需求，引出车型特征

- 亲子出行：带娃自驾游、野餐、露营、商场、上学放学、兴趣班...
- 用车诉求：安全、舒适、好开、颜值
- 车型卖点：
 - 安全：“AR-HUD增强现实抬头显示”，不用频繁低头看导航；
 - 舒适：行驶颠簸路段很平稳，宝宝坐车不哭闹
 - 好开：转弯半径很小，转弯掉头轻轻松松
 - 颜值：微笑前脸、点阵尾翼，太萌太可爱

广告投流CTR

5%

女生通勤，悦己享受



博主类目：时尚

封面：美图吸睛，与标题呼应

标题：“喜提座驾”。锁定对女生座驾感兴趣的人群

正文：开篇说明该车型适合女生通勤场景，同时用美图详解车型卖点与高颜值外观

- 空间：满足工作要求，“大包小包”可以安放
- 好开：新手友好，“方向盘手感轻盈，转弯半径小”
- 颜值高：“宠萌可爱”

广告投流CTR

9%

Sharing my new car | 喜提新座驾啦! (xiaohongshu.com)

有娃家庭出行，安全、空间至上



博主类目：护肤/母婴/运动

封面：呼应标题，直指有娃家庭用车

标题：强调车型适合有娃家庭

正文：开篇指出有娃家庭用车诉求—足够的空间&环保安全

- 空间：足够放下宝宝和妈妈的用品
- 安全：无异味、内饰用材无毒无害无挥发
- 优惠：购车享新能源补贴、旧车置换补贴

广告投流CTR

9%

终于找到我的梦想情车，有娃家庭必入！(xiaohongshu.com)

优创内容

主打泛生活出行场景

情侣约会，城市出行



男友的叛逆心理开始萌发了..... (xiaohongshu.com)

博主类目：情感

封面：花字标明开车出去玩场景

标题：开放式开端叙事标题，吸引点击

正文：结合情侣约会场景，直击城市出行停车难、夏日车内温度高的痛点，展示一键泊车、远程操控的车型卖点。

同时博主少女、可爱的人设特征，与车型粉嫩、少女心的外观适配度高

视频完播率 广告投流CTR

25% 7.5%

小红书

户外郊游，舒适出行



博主类目：运动

封面&标题：相互呼应，锁定运动/户外/郊游人群

正文：结合运动和户外出游是很好的解压方式这个点，引出适合户外郊游的车型

- 新能源：省去长途出游所需的昂贵油费
- 律动内饰：匹配博主运动人设 “内饰是运动健身理念设计的，中控台是肌肉流线形的、出风口是哑铃片的设计、门把手是握力式的.....”
- 空间大： “车内空间比传统SUV要大上一圈”

广告投流CTR

6%

平衡身心 元力满满的秘诀！多出门勤锻炼 (xiaohongshu.com)

优创内容

价值升华，汽车美学也是一种生活方式



它的名字叫伦勃朗灰

智己L7 美得自成一派的艺术品~ (xiaohongshu.com)

指尖生花亦繁花锦簇的teamLab模式



汽车 X 时尚博主

美的定义从来不是千篇一律

智己L7 便是自成一派艺术品般的存在

得益于净味工坊 新车无异味亦清新自然

即使新车 也达到了静置180天后的散味效果

立体环绕的车内音响 带你聆听一场场音乐会

视频完播率
29%



小红书

优创内容

价值升华，生活态度决定出行方式

低配生活态度的践行者



博主类目：家居家装

封面：车型露出，表明内容与车相关；花字点题

标题：锁定TA人群在30+，低配表明生活态度；认同低配消费观的人会是这款车型的潜在消费者

正文：结合低配生活态度，道出车型性价比高、实用的卖点

- 价格4万+、外形小巧但空间宽敞、内饰好看、倒车影像清晰，是非常实用的代步工具

视频完播率

21%

广告投流CTR

12%

30岁以后，请过低配的生活 (xiaohongshu.com)

向上生长 共生未来

小红书



汽车行业投放指南

PART.1

PART.2

PART.3

科学选人

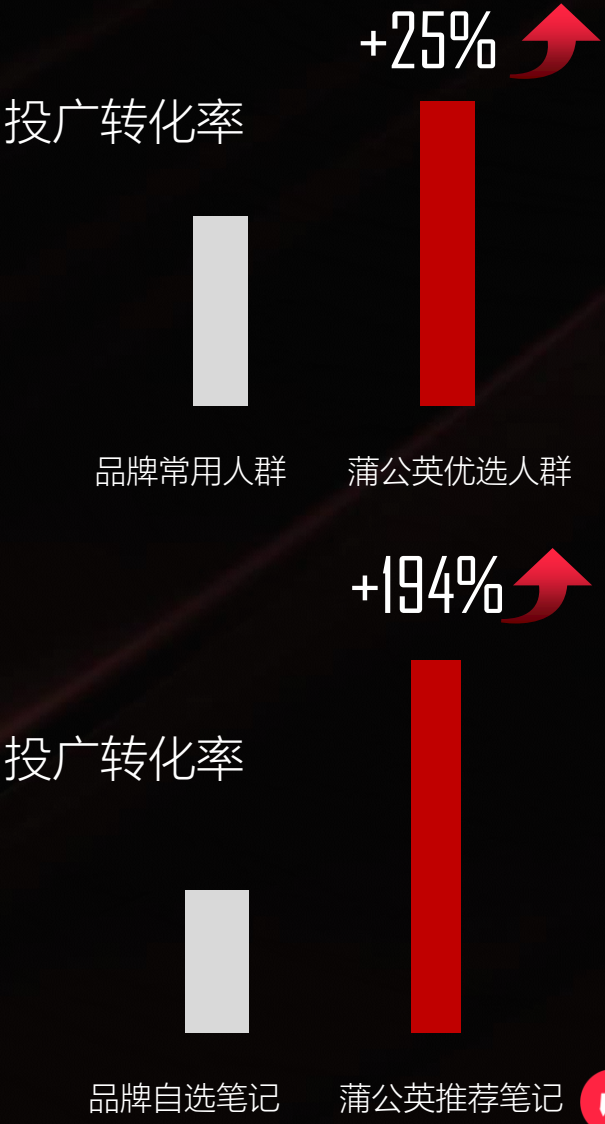
优创内容

精准提效

在这里生长

小红书

内容+广告联动投放 放大博主营销势能



笔记推荐

高潜笔记：笔记有潜力触达更多优质受众

优质笔记：笔记历史数据表现优于同类型笔记



关键词推荐

为品牌推荐笔记阅读人群的高频搜索词
以圈层拓展实现TA人群的广覆盖

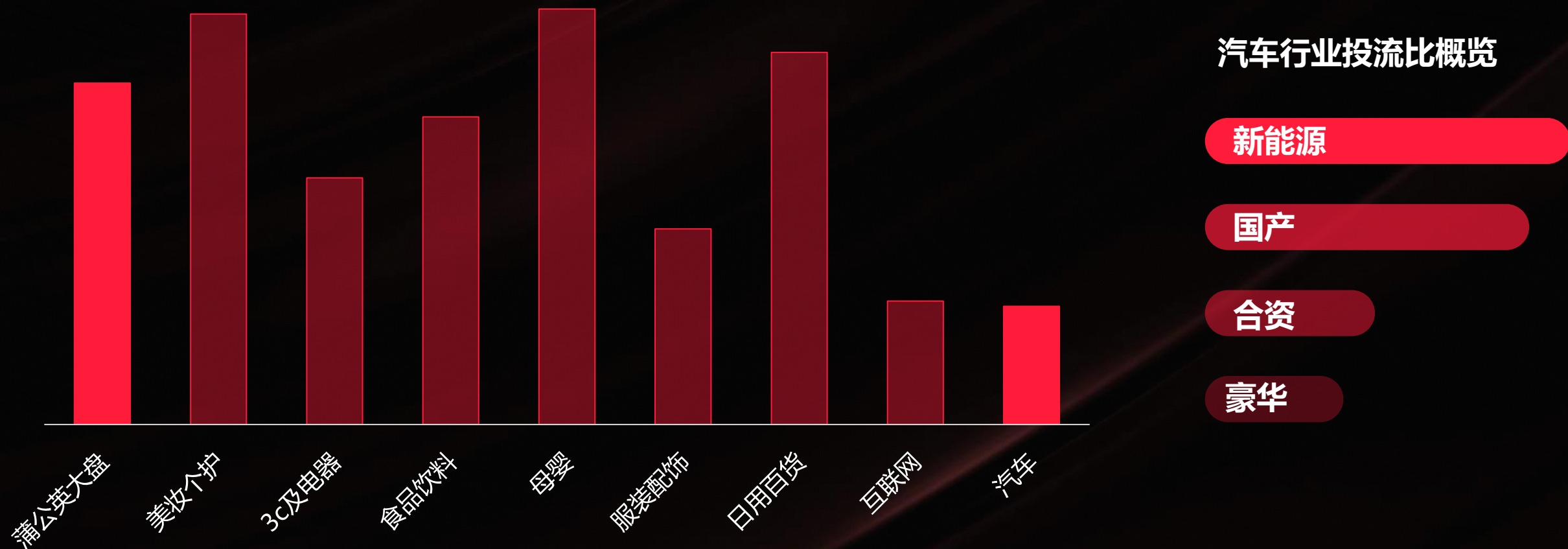


人群优选

对潜在TA人群（蒲公英笔记阅读人群）
再次进行定向精准触达，加深品牌心智



汽车行业投广比低于大盘，新能源车企整合投放意识崛起



某汽车客户内容+广告投放案例

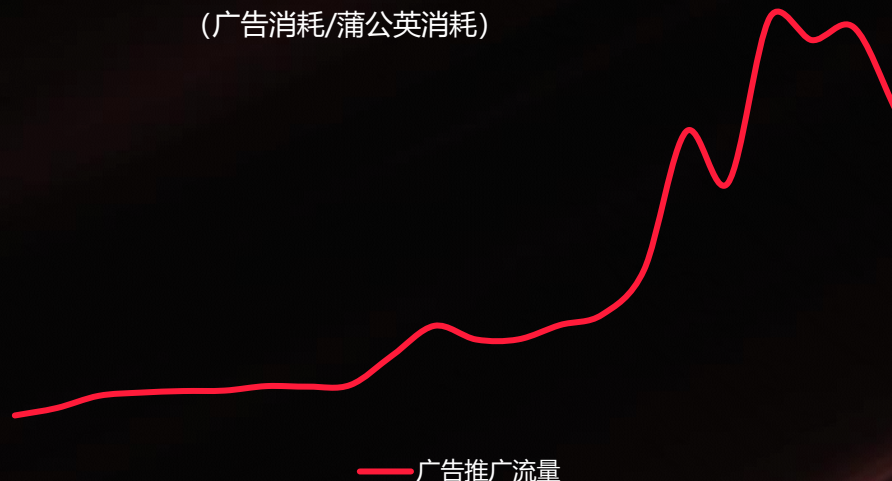
内容赛马，锁定优质笔记



高CTR 高互动
评论区留言与产品本身强相关

广告投流，放大种草效应

投流比 **34x**
(广告消耗/蒲公英消耗)



笔记发布3-7天后
优质笔记及时投流加推

广告点击率

+19%

平均互动成本

-77%

阅读笔记后
搜索品牌/车型
的人数占比

+51%

个护客户内容+广告投放案例

IS是否： 高效精准入局之路



- 合作背景：

在竞争激烈的个护赛道中，品牌将小红书作为入局首站。
初创品牌预算有限，**巧妙借力博主内容创作能力和背书效应，
结合广告投放**，带动品牌整体心智的增长

- 合作亮点：

TOP10

与头部品牌齐名
跻身赛道前列

1.8亿+

站内单篇笔记
曝光新高

+173%

电商搜索表现
环比增长

达人众测，积累真实口碑



招募「新品体验官」
能量告急 续命浴安排

IS REVIVE
BY THE WAY
YOURSELF?

珍珠奶盖沐浴露
1395人报名 · 已招募 · 随机抽10名

仪式进行时！来一次身体与情绪的双重续命
日间繁忙工作续命靠奶茶

1574 1940 322



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

关键词	排名
沐浴露	1
沐浴露推荐	2
沐浴露推荐夏天	3
沐浴露留香持久	4
美白沐浴露	5

沐浴露搜索热词

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）

以女性为主

一二线沿海城市

集中在18-34岁

喜好美妆外也关注知识

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**怀多肉蜜桃**

冲这**珍珠**我必冲阿

小**珍珠**挤的时候会跟出来吗？

讨论最多的是“**珍珠**”
→颜值党、少女心用户

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

投后数据报告

内容赛马，优质笔记投流

核心人群搜索关键词偏好



平台智能推荐适合投流的笔记

平台推荐核心人群搜索高频词，助力精准卡位

THANK YOU

期待更多的合作 | 小红书商业化

向上生长 共生未来