



2023 小红书服饰行业 电商直播广告营销指南

小红书

美奢潮流服饰行业 X 效能中台 2023.10

电商直播新趋势 小红书平台直播生态



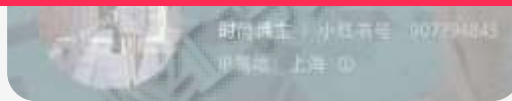
电商直播：店播/K播双模式助力直播高效转化

店铺
直播

平销期店播联动，持续聚拢品牌
声量牵引品牌力长效健康发展

明星
/K播

大促期海量星主播，贩卖“品味”与“生活”
用「温度直播」孵化好产品



平台优势 - 更丰富的入口，更开放的流量，更完整的工具

更开放的流量政策



+130%

直播间流量相比年初增长

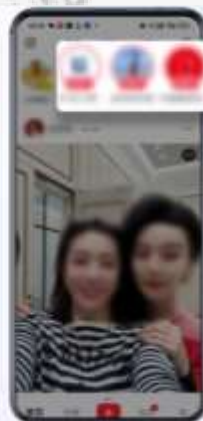
发现页直播TAB



信息流



关注页



直播间上下滑



更丰富的直播间入口

更完整的直播工具

商品玩法

- 福袋
- 大额优惠券
- 秒杀
- 满额立减
- 满减特价

直播间玩法

- 直播间抽奖
- 直播间连麦
- 直播间布置
- 直播卡片弹窗

电商直播新入局 如何做好一场直播？



品牌店播第一步：什么是小红书式的店播？

轻松分享，语速放慢

生活化布景，用心互动

每小时福利玩法

差异化的货盘

用户停留时长更重要

直播间互动率/粉丝转化率

抽奖发券定点拉新/召回

主题型/上新型/清仓型/活动型



品牌店播第二步：节奏、频次、时段、数据

时间段在什么时候更好？

周一到周五的

8: 00-12: 00

16: 00-20: 00

18: 00-24: 00

周末的全时间段*

时长多少正合适？

单场不要少于**4小时**

一周播几次更合适？

月上新**2次及以上**的品牌

建议一周店播**2次及以上**

单场多少算不错？

时尚类商家单场**2-4万**

场观多少重要吗？

要更关注

预告笔记进店人数

转粉人数

交易新客

复盘核心看什么？

人：转粉人数、粉丝转化、新老客转化

货：爆款、引流款、搭配款、福利款效率

流量：笔记、店播间免付费流量效率

品牌店播第三步：四段进阶-单场、频次、场效、投放

**单场
成交**

流量：**预告笔记、直播回放**
货盘：**主题、备货**
玩法：**基础玩法**

**场次
提频**

货盘：**增加爆款现货占比**
玩法：**进阶玩法（抽奖）**

**场效
提升**

货盘：**爆款、引流款、搭
配款、福利款占比**
玩法：**进阶玩法（秒杀）**

**投流
放量**

直播前：**直播预告**
直播中：**定向人群进播**
直播后：**商销**

双十一激励活动

启航计划 新手冷启期

商家类型：面向**纯新开播**的商家、或**近180天无有效电商开播**的回流商家

具体政策：首次开播商家通过完成不同任务可获得30000曝光流量扶持

提报形式：无需提报，开播即自动开始覆盖

行业百万 店播计划

商家类型：面向有直播经验的，店播**月销可冲百万**的商家

具体政策：周一到周五直播，统计销售数据，店播销售排名**前40**的品牌周末发放大额流量包

提报形式：AM定向邀约，烦请联系对应电商运营AM

双11 大促加码

商家类型：近30天店铺累计成交金额≥1元且已开通广告账号的商家

具体政策：收到消返券的商家进行“直播营销”后，可享受**50%**推广费用的返还，累计金额可达**50000**元

提报形式：全量商家均可操作，无需提报，但是仅双十一期间

电商直播新入局 如何规划好投放策略？



流量获取 - 直播间流量获取路径（自然+付费）

笔记 笔直联动

- ◎ 直播预告笔记
提前预热，锁定人群
- ◎ 其他内容笔记
直播历史笔记也会被重新分发，反哺直播间流量

公域

营销活动 活动资源位

- ◎ 开屏
- ◎ 海景房
- ◎ wowcard
- ◎ 排期位
- ◎ 官号笔记宣推

公域

直播间 分发逻辑

- ◎ 直播间销量
- ◎ GMV
- ◎ GPM（千次曝光成交）
可以在选品上增加适合承接公域的平均百搭基础款，应季品
- ◎ 封面点击率
- ◎ 人均停留时长
直播背景：美观的直播场景、可以提升人均停留时长
直播氛围：积极互动，提升人气，可以提升人均停留时长

公域

粉丝粘性



群聊/粉丝团



互动直播

私域

商业化推流

流量助推

X

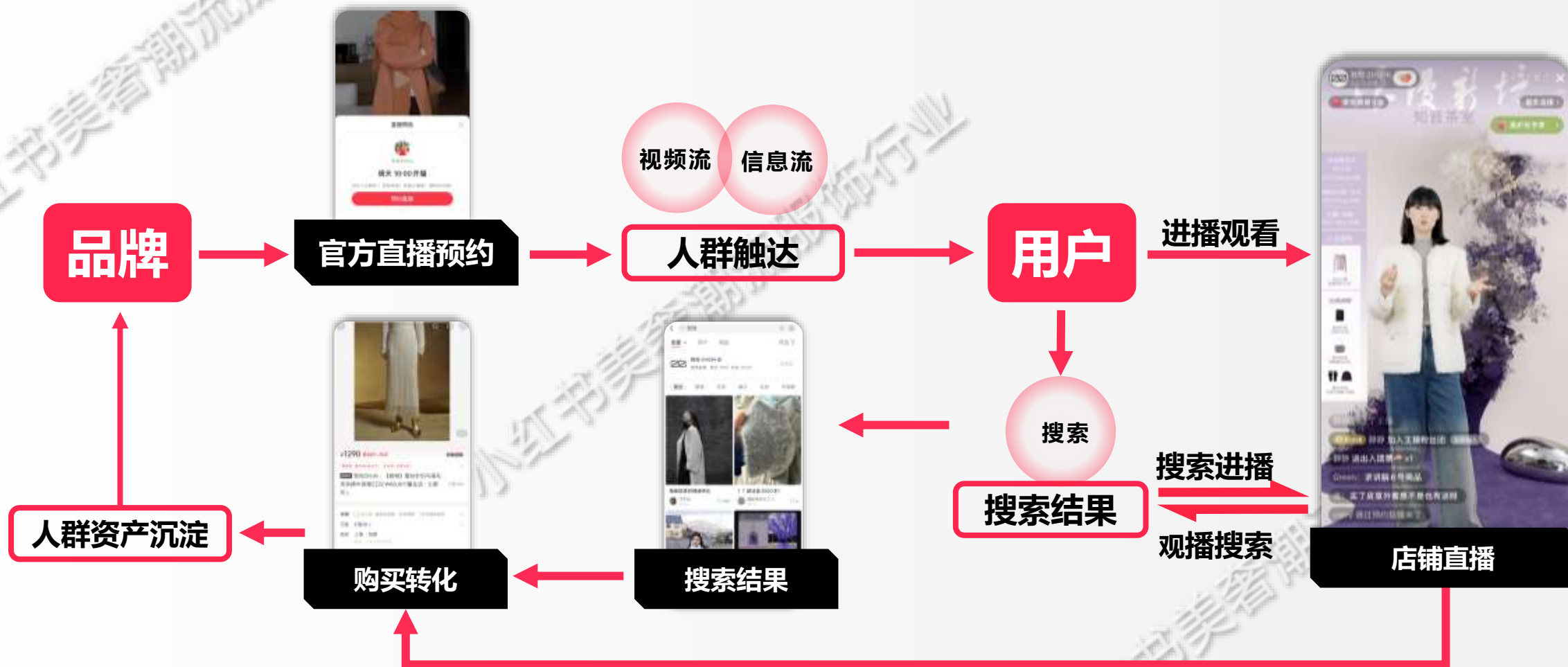
投放工具

X

精准人群

商业化

店播链路：预约+进播+转化，店播直播完整闭环

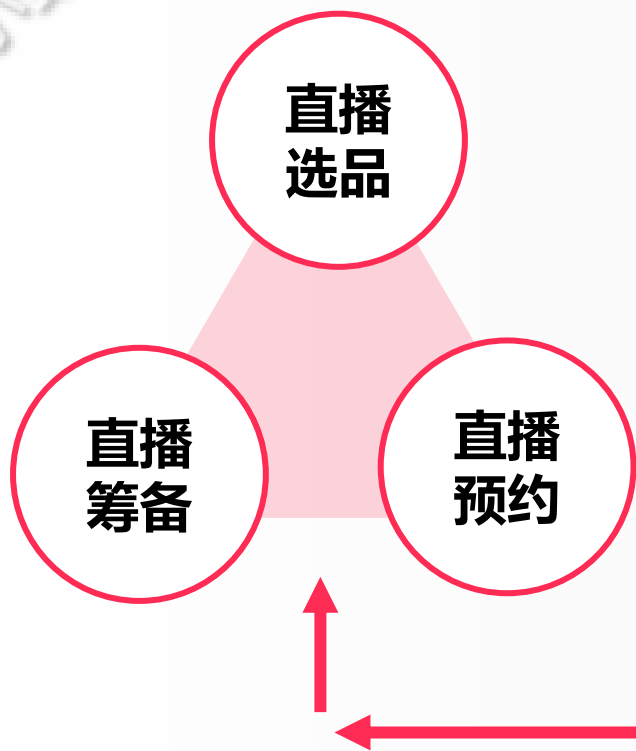


如何做好一场店播？

直播前

明确直播日历，做好直播准备

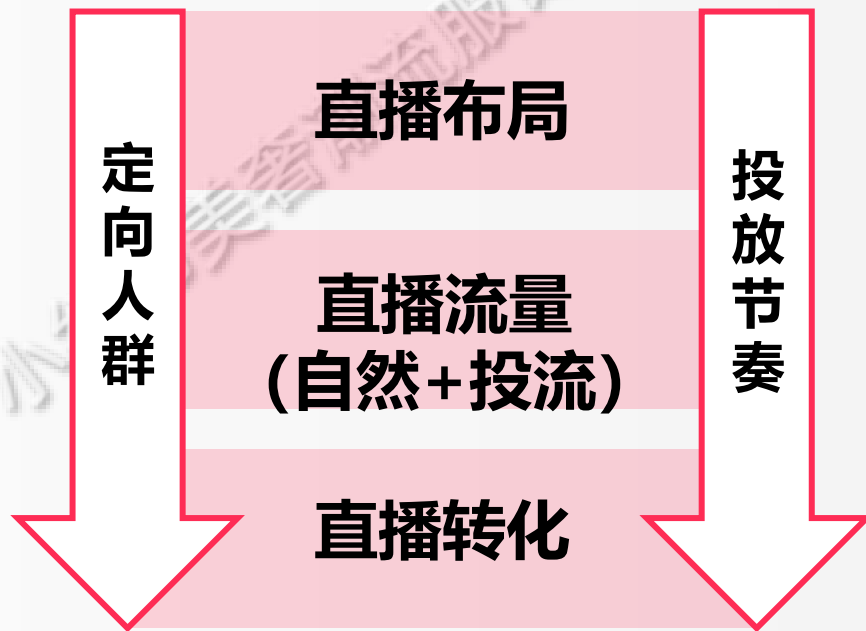
围绕**选品、筹备、预约**三方面展开



直播中

完善直播布局，承接流量转化

围绕**直播、流量、转化**三方面展开



直播后

直播二次触达，持续发酵

围绕**触达、转化、预告**三方面展开



直播前——选品、筹备、预约三步走，不打无准备之仗

已有种草心智商品



应季热销商品



直播的**人**

- 形象气质
- 镜头表现
- 带货能力
- 达人合作

直播的**货**

- 价格全网统一
- 突出品线优势
- 优惠券

直播
选品

凸显商品性价比



搭配成套OOTD



直播
筹备

直播的**场**

- 风格
- 布置
- 脚本
- 引流素材
- 直播封面

直播的**利**

- 整点秒杀
- 满减活动
- 免单活动
- 抽奖活动等



笔记挂接预约组件

直播
预约

A用户笔记关联B
用户预告组件



直播前——观播、转化、流量测算，不算不清楚之账

直播间GMV = 直播间观播人数 * 支付转化率 * 客单价

||

自然观播人数
+

直播间广告投入预算 = 广告引入观播人数 * 平均进播成本

直播前——直播间预热，提高预约笔记互动蓄水

前置预告笔记 有效带动直播预热量

预热笔记
(本人)



预热笔记
(他人)



直播间介绍
绑定预告



直播间
预告推送



个人主
页预约



粉丝群
预热



精细人群、笔记预约提前蓄水造势

投放节奏

店播提前**3天**预热

人群定向

直播间活跃/流失/相似人群

博主粉丝/偏好人群

品牌/品类兴趣人群

奢美/中产/尝新等特色人群

电商/囤货购物人群

笔记方向

强调直播时间/福利

前置产品种草信息

引导预约加粉



直播中——直播间推广助力，为观播、转化保驾护航

直播推广样式

直播推广能力

样式1：笔记二跳引流直播间

样式2：一跳引流直播间

多样性推广目标

信息流

视频流

场域推广样式

场域推广样式



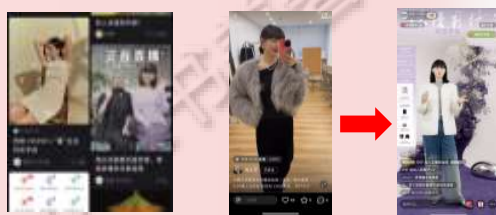
用户刷到笔记封面/视频笔记，点进查看笔记详情，由直播组件（二跳bar）/呼吸灯进入直播间

信息流

视频流

场域推广样式

场域推广样式



wifi：用户刷到直播实况，点击进入直播间
非wifi：用户刷到笔记封面，点击进入直播间

广告类型

推广目标

推广标的

信息流

点击量

直播间

进播成本可控

视频流

有效观看量

直播间

放量空间大

全站智投

直播间成交

笔记+直播间

直播转化最佳

直播间ROI

直播中——优化有效观播量、直播间成交、ROI

精准定向+算法 带动直播间进播及转化

1 多重目标 高效引流

· 优化直播间点击量

短期提升直播间热度

· 优化5s有效观看量

持续稳定直播间人数

· 优化直播间成交

高效优化直播间下单转化

2 多维定向 精准覆盖

电商购物人群

品牌/行业种草

博主粉丝/兴趣人群

直播间活跃/流失人群

历史观播人群

品牌/行业种草人群

直播间活跃人群 NEW

博主人群 NEW

DMP人群

已预约/加粉人群

.....

直播间精细化配合投放

1~2h

1

直播前期，关注直播间热度

✓ 需要先把直播热度炒上去，带动自然流量增加，搭建直播点击和直播观看计划搭配一跳，以放量为观测目标

2~3h

2

直播中期，关注直播间GMV成交情况

✓ 增加直播间成交和直播间ROI计划，主投二跳，为直播间引入更精准的人群，同时控制点击和观看的计划跑量速度

3~4h

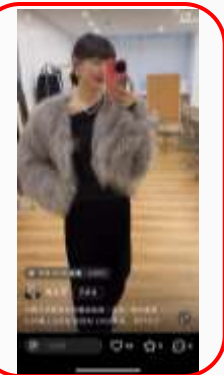
3

直播后期，停掉点击和观看、成交

✓ 只跑直播间成交和直播间ROI计划，拉高直播间GMV和广告ROI

直播后——店播切片视频和笔记挂车，二次发酵促进转化

持续直播内容影响力，通过笔记场景承接下单



直播切片视频的笔记

商品笔记

商品

笔记精细化运营

高互动笔记转化力更优



无差评且正向引导

负向评论正向回应

用户疑问及时解答

购买方式引导

直播后玩法：直播人群触达，破圈投放，声誉管理

1 二次发酵

直播精彩内容二次剪辑

直播间商品+达人/商家笔记

用户购买开箱视频

2 核心人群
+人群破圈

直播间观看/互动人群

商品浏览/加购人群

品牌行业种草人群

行业特色人群

广告浏览人群

品牌/博主粉丝人群

3 搜索卡位



搜索栏搜索，点击搜索广告的商品笔记



进入商品笔记
点击左下角互动栏胶囊



商品浏览/加购/下单

SUMMARY-直播推广组合投流策略

直播间动作

直播预热

直播开场互动

推秒杀、福利品

推利润品

推广设置

推广目标

直播预热量

内测功能，仅邀约客户可用

投放内容

直播预告笔记

投放设置

1. 时间：开播前**2-3天**开始预热
2. 计划预算：每天预算 > **3000元**
3. 定向：圈选人群数量较少，精准定向

推广目标

直播间点击

投放方式

直接推广直播间

投放设置

1. 创意：准备3-5张直播卡
2. 计划预算：**3000元**
3. 定向：圈选人群数量较少，精准定向
4. 出价：需手动出价，参考账户平均点击成本出价

推广目标

有效观看量

投放方式

笔记推广直播间

投放设置

1. 创意：准备4-5篇笔记
2. 计划预算：大于5000元
3. 定向：圈选人群数量较少，精准定向
4. 出价：可让系统智能出价，或自己手动出价

推广目标

直播间成交

直播间ROI

投放方式

直接推广直播间
笔记推广直播间

投放设置

1. 创意：准备3-5张直播卡/笔记
2. 计划预算：大于客单价*1.5
3. 定向：圈选人群数量宽泛，给模型找人空间
4. 出价：账户平均点击成本

4. 出价：参考账户近7天平均ROI

如果商家没有专门的运营在直播期间操盘，可单独投「直播间成交、支付ROI」的计划，暂不组合投放

电商直播 优秀案例分享

商合种草+店播+K播种收正循环

C

某女装品牌

ASE

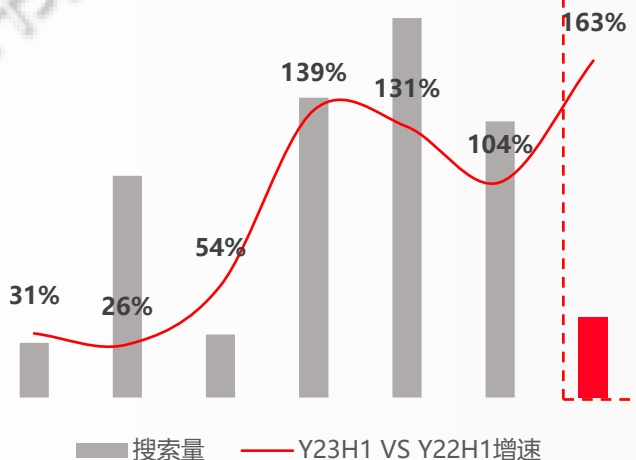
小红书美妆潮流服饰行业

小红书美妆潮流服饰行业

「小而美」品牌升级寻突破，循环种草+多重承接成解法

营销目标 | 成就「大而美」击穿服饰赛道

品牌站内增速迅猛，但总体量较小
如何突破拓圈？



营销动作 | 三重玩法叠加组合，正向循环高效承接

深度种草秋季穿搭
热门单品强势击穿



直播前 | 预告笔记导预约，预播测试锁定投流最优解

直播前2周

商销种草期

官号笔记



KOL笔记



预告品专



官方预告



主播预告



80W+
预热曝光

近千人
预约

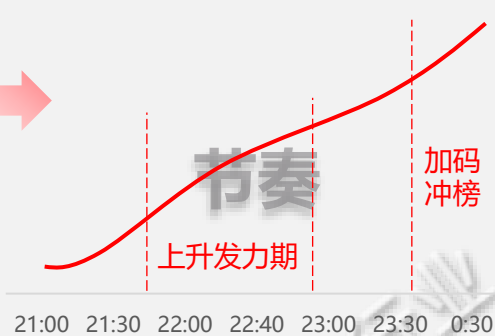
TEST



直播前一天

直播测试期

测观看数、互动、节奏



测素材、人群、出价

重测试笔记&人群&产品线&商销效果测试

ROI > 6

笔记筛选/笔记赛马/带货效果测试

重预约笔记的曝光和互动

CPE < 6

品牌种草人群品类种草&购物人群

过程指标 > 结果指标，注重过程指标，带笔记筛选&自然带货量&产品露出&评论区情况，做多维人群赛马

重点关注种草人群&商销测试情况，为直播转化期蓄水

调整出价&定向

果断放弃

调优
调整出价，观察场观
成本和消费

加大预算放量追投
高消耗场观成本即跑量大、
效果好

场观成本

消费

高

高

低

低

直播期| 分时段差异化策略，投出效果最大化

直播前

直播中

直播后

热度为先

全域引流

人群精准

保驾护航

转化导向

赛点冲刺

品牌专区



搜索



信息流



正在直播



发力期广告封面

正在抽奖



冲刺期广告封面

目标

追热度 (第一个小时)
直播间投流，增加直播间观看

追转化 (中间两小时)
直播间成交，保障直播间成交

保转化 (最后一小时)
直播间冲刺，配合节点统一收割

投放策略

放量
直播进播 (一跳点击&观看)

成交
直播成交 (直播间成交&ROI)

收割
节点放量&重点人群放量

人群策略

泛人群破圈
直播兴趣人群
智能定向

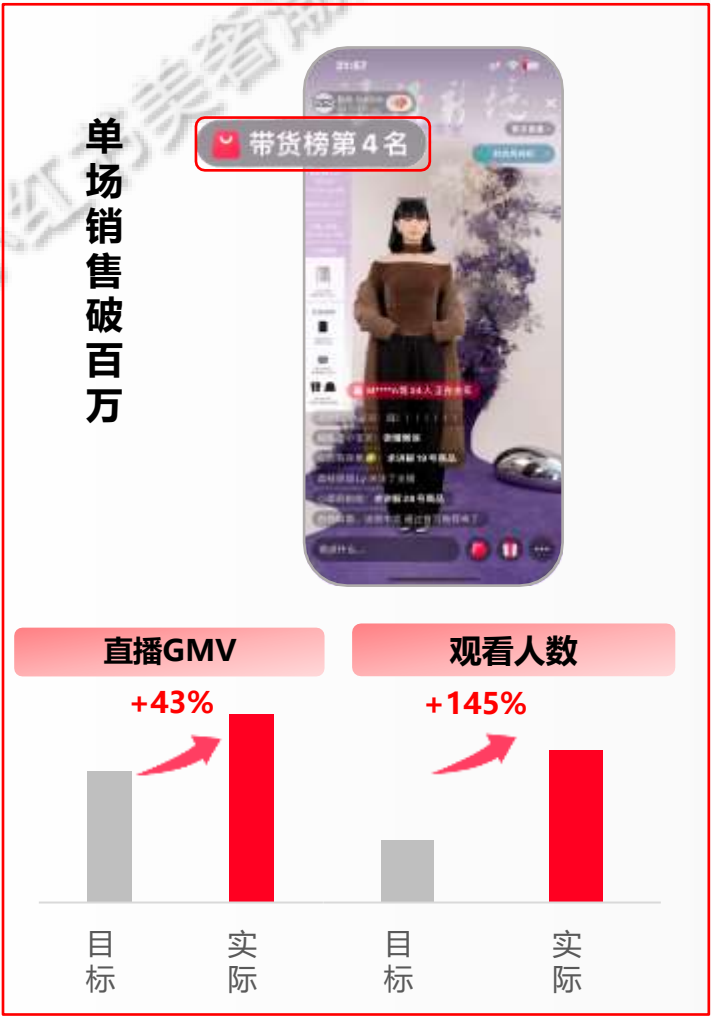
品类人群拓展
行业行为：行业种草/高潜
行业兴趣：时尚购物人群

品牌用户锚定
品牌人群：品牌粉丝人群
品牌种草：品牌已种草人群

明星人群定制
明星人群：董洁粉丝&董洁观播人群
达人人群：XX花近30天互动/浏览人群
相关达人：同类型达人互动/浏览人群

项目成果 | 店播首战告捷，重点品类热度激增

直播效果远超预期



秋冬重点品类热销



品牌声量攀登高峰



C

某配饰品牌

ASE

小红书美妆潮流服饰行业

小红书美妆潮流服饰行业

借势明星同款，内容营销+精细化投放打造全网爆款

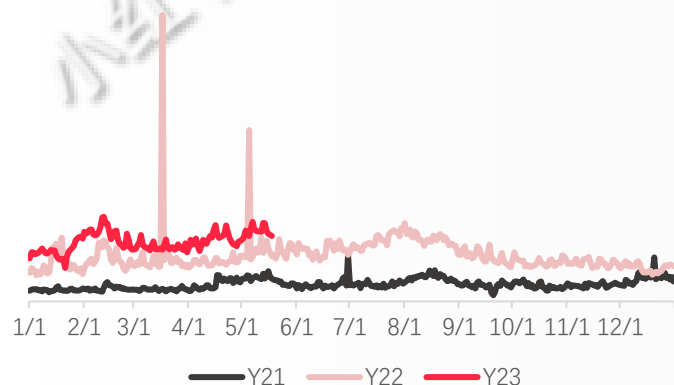
趋势洞察|明星同款成为站内热门话题

内容策略|颜值优势+明星同款沟通配饰人群

营销策略|种草+商销+店播三位一体

明星/影视同款心智大热

首饰类目下“同款”相关搜索趋势



热门影视/综艺带动同款首饰大爆

大嫂同款



饰品分享 | 一起来到大嫂同款首饰 | 姐妹们冲...

妍珍同款



妍珍啊，她的配饰好有质感啊！姐妹们冲...

浪姐同款



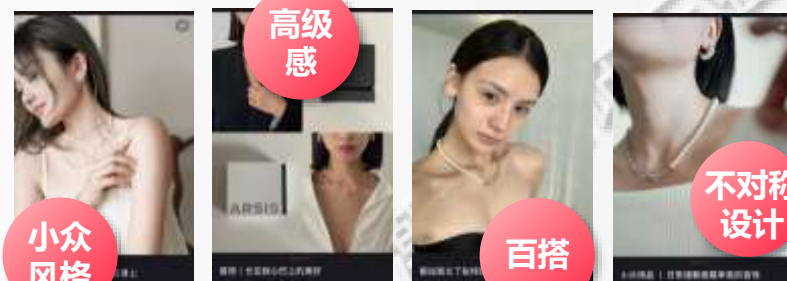
浪姐啊，她的配饰好有质感啊！姐妹们冲...

梁友安同款



梁友安啊，她的配饰好有质感啊！姐妹们冲...

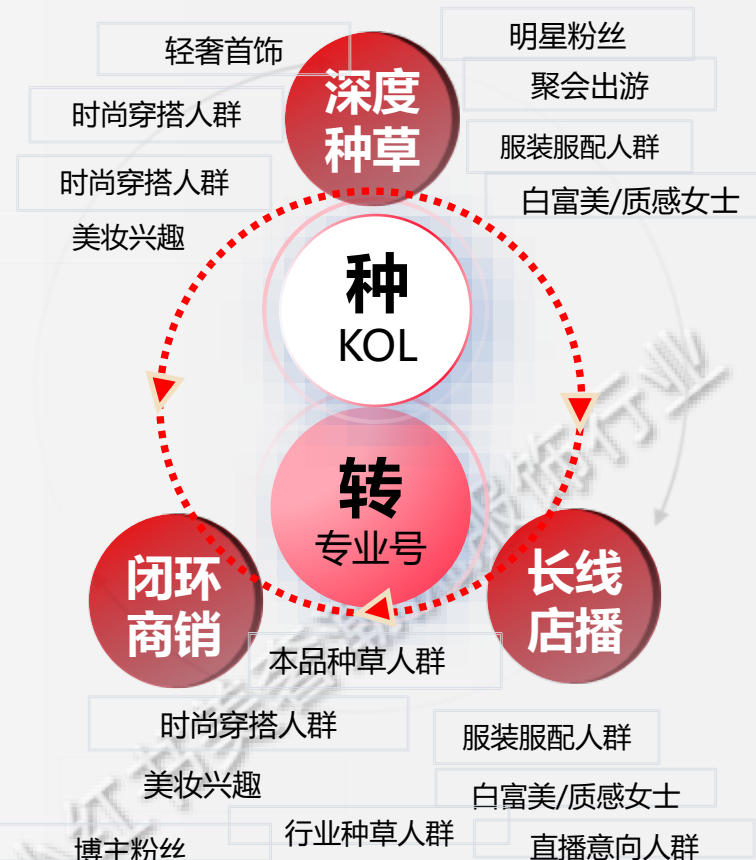
颜值即正义，稳抓产品本质



明星同款心智优势放大



KOL+专业号分工营销



长线店播，精细化组合投放，投流带入高质量转化用户

长线店播|每日双场，信息流+视频流多场域引流直播间

下午场: 13:00-18:00 晚上场: 19:00-23:00

二跳直播间



优质笔记引流
增加直播间人气

直跳直播间

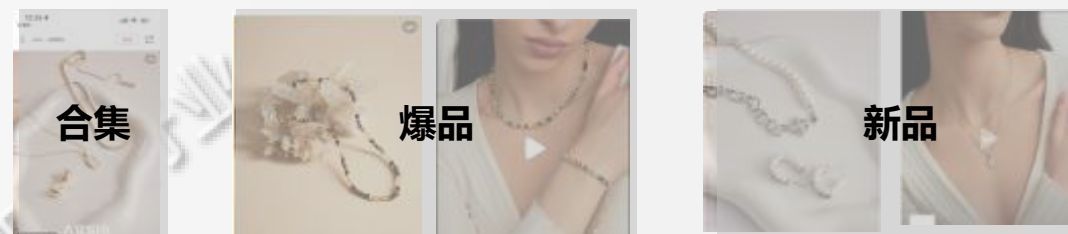


实况展示 原生真实

双主播风格测试
服装搭配当日主品



店播投放|直播精细化运营，人群+单品组合测试



多推广目标组合

10%

5s有效观看

50%

直播间成交

40%

直播间ROI

站内热度一路上升，整体销量逆势高涨

站内品牌声量上涨，赛道可见度提升

站内GMV上涨，直播贡献50%+

品牌检索量显著提升，渗透率一路高涨

同比增长 **+2倍**

爆品频出



Jan-22 Feb-22 Mar-22 Apr-22 May-22 Jun-22 Jul-22 Aug-22 Sep-22 Oct-22 Nov-22 Dec-22 Jan-23 Feb-23 Mar-23 Apr-23 May-23 Jun-23 Jul-23

配饰赛道内容渗透率

时尚穿搭人群渗透率

+80%

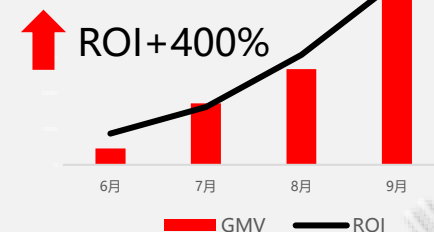
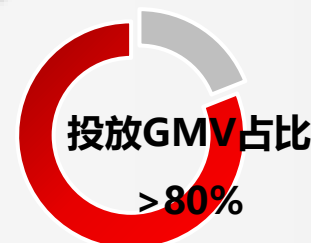
Before

After

站内外销量持续攀升

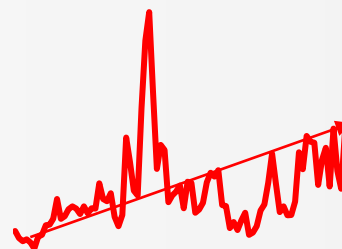
单月GMV **+22倍** 直播贡献比 **+50%**

电商直播效果趋势

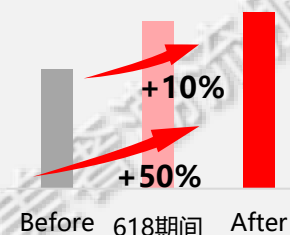


站外同步外溢，站外搜索大促后仍保持增长

站外电商网站搜索趋势



站外电商网站日均搜索量





THANKS

小红书 美奢潮流服饰行业 2023.10