



2024小红书美妆行业 「七夕」营销通案

以礼传情 以美致爱

小红书商业美奢潮流服饰行业

01

爱意乘风而起

在小红书

用「心」表达无垠爱意 用「礼」勾勒具体形状

平台 | 爱意趋势

多元爱意表达在社区生长

24年1-6月关键词搜索同比增长



礼赠心智在节点爆发

Y24vsY23阅读量同比增长

214



520

520礼物
+26%

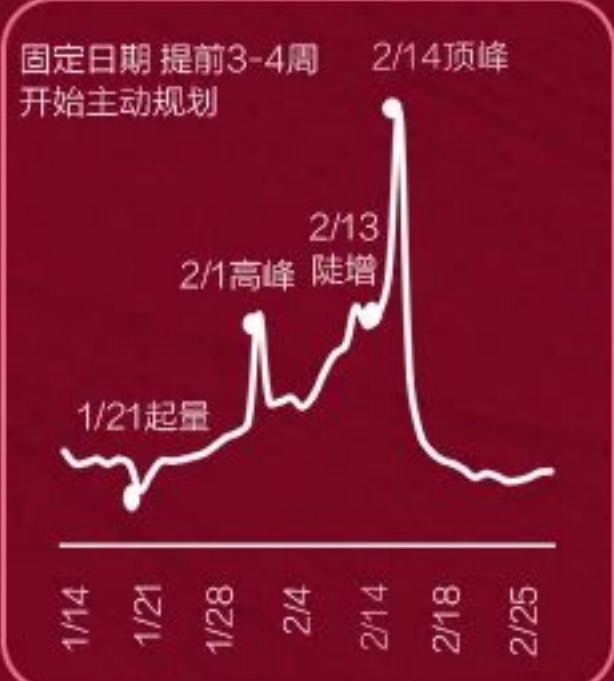
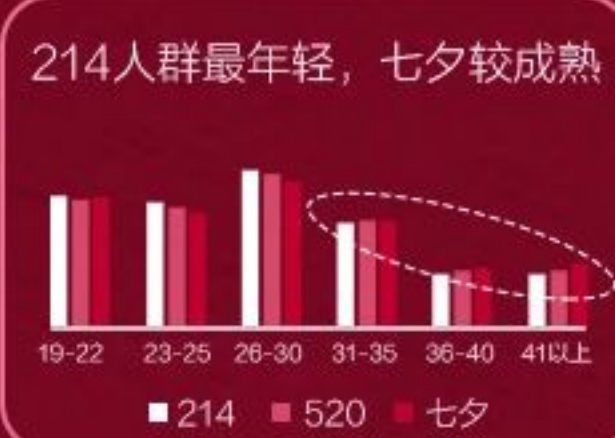
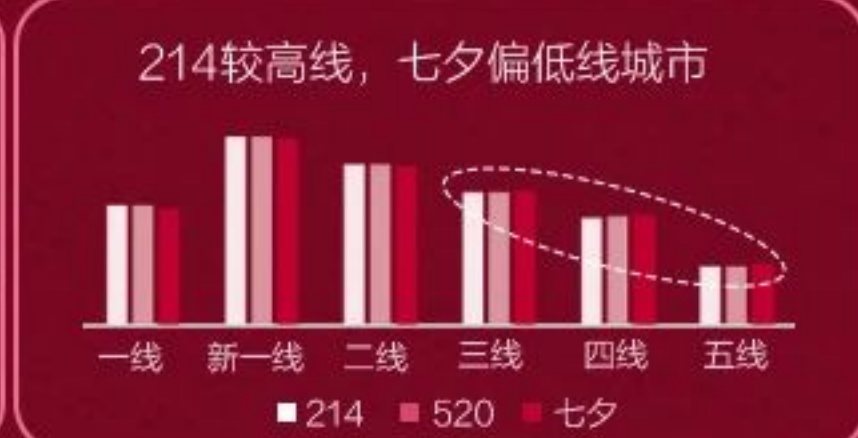
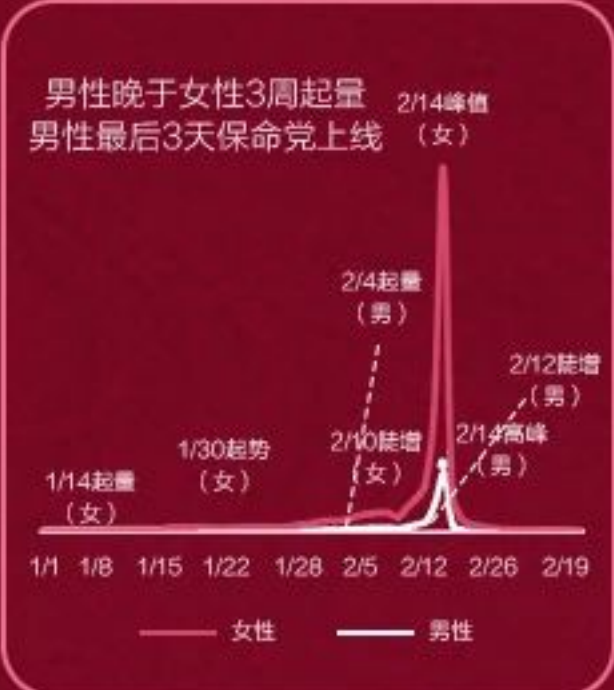
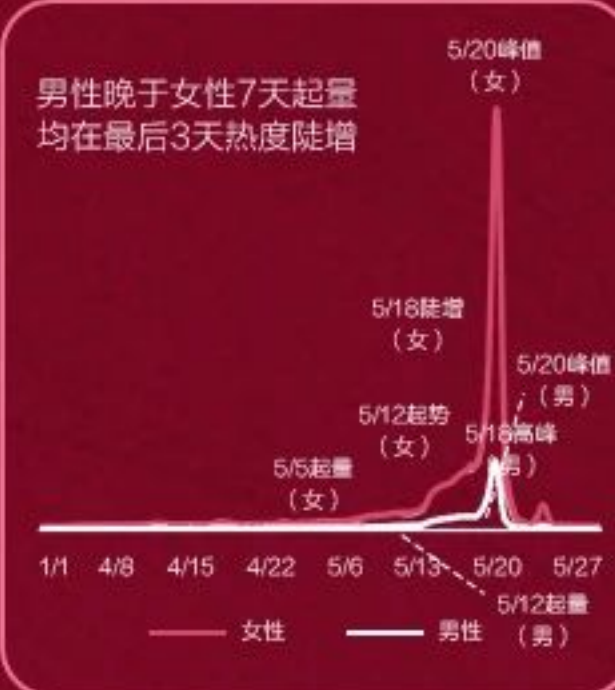
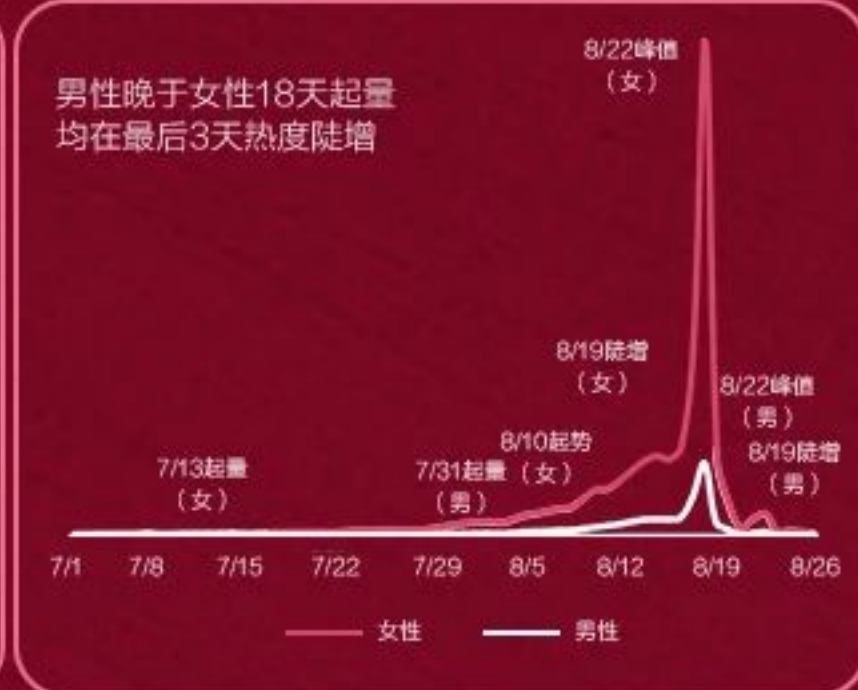


父亲节



三大礼赠节点洞察

谈情说爱 心智故事各不同

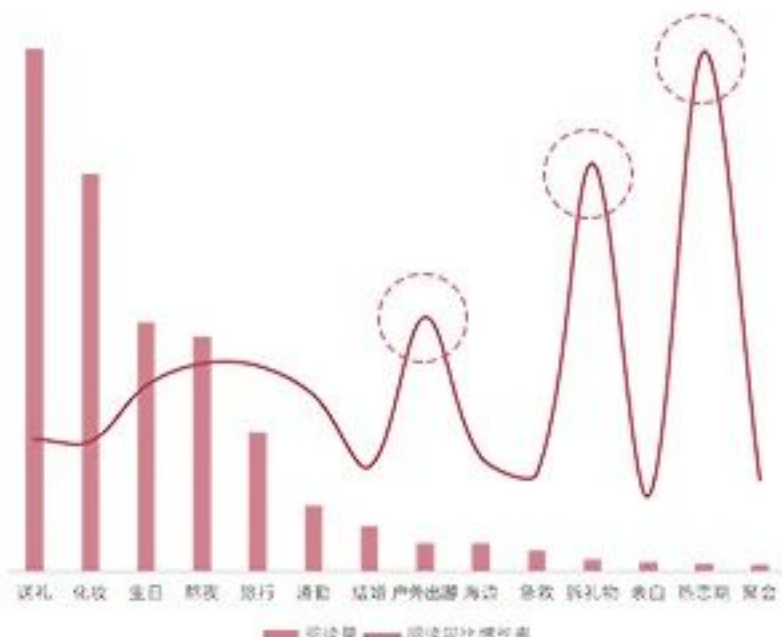
	214	520	七夕
站内热度 七夕综合 热度最高	 阅读8.2亿+	 阅读8.3亿+	 阅读12.3亿+
由来定位	国际化知名 人群泛化	谐音梗 源于Z世代 告白与承诺	传统节日 宿命感 神秘浪漫色彩
礼赠对象	CP为主	多元对象：CP告白 闺蜜，亲人，师长	CP为主
搜索趋势	 固定日期 提前3-4周 开始主动规划 1/21起量 2/1高峰 2/13陡增 2/14顶峰	 固定日期 提前3周 开始主动规划 5/3起量 5/13陡增 5/16小高峰 5/20顶峰	 日期不固定 用户无固定意识 品牌唤醒为主 4-5周开始规划 7/13起量 8/12陡增 8/16小高峰 8/22顶峰
关注人群 标签	 男生更借520大声示爱 女 男 ■ 214 ■ 520 ■ 七夕	 214人群最年轻，七夕较成熟 19-22 23-25 26-30 31-35 36-40 41以上 ■ 214 ■ 520 ■ 七夕	 214较高线，七夕偏低线城市 一线 新一线 二线 三线 四线 五线 ■ 214 ■ 520 ■ 七夕
男女搜索 趋势	 男性晚于女性3周起量 男性最后3天救命党上线 1/14起量(女) 1/30起势(女) 2/4起量(男) 2/10陡增(女) 2/12陡增(男) 2/14峰值(女) 2/19高峰(男)	 男性晚于女性7天起量 均在最后3天热度陡增 5/5起量(女) 5/12起势(女) 5/16陡增(女) 5/18高峰(男) 5/20峰值(女) 5/27起量(男)	 男性晚于女性18天起量 均在最后3天热度陡增 7/13起量(女) 7/31起量(女) 8/10起势(男) 8/19陡增(女) 8/22峰值(女) 8/19陡增(男)

数据来源：小红书数据中台，214 & 520 Y24 VS Y23, 七夕 Y23 VS Y22

七夕场景洞察

场景细分且趋势明显：拥抱户外与甜蜜反馈

送礼&化妆依旧为TOP关注
户外出游、拆礼物、热恋期热度高涨



外出场景热门笔记内容



海边防晒 露营香气 旅行护肤 约会妆容

拆礼物场景热门笔记内容



柜姐开箱 拆礼vlog 收礼反馈 开箱试色

热恋期场景热门笔记内容



爱意表达 热恋vlog 心动瞬间 长久陪伴

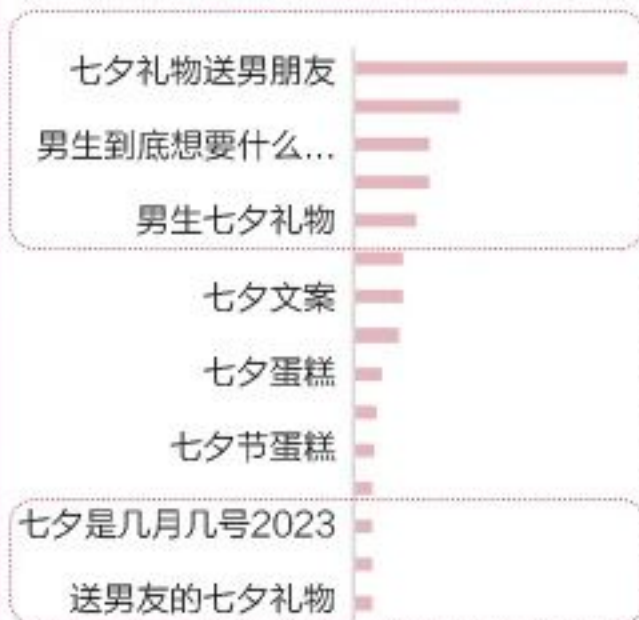
数据来源：小红书数据中台，Y23 VS Y22 “七夕相关”

用户 | 小红书er的2023七夕漫游

提前3-4周-礼赠搜索趋势

男女搜索均重点关注礼赠

女生热搜词



男生热搜词



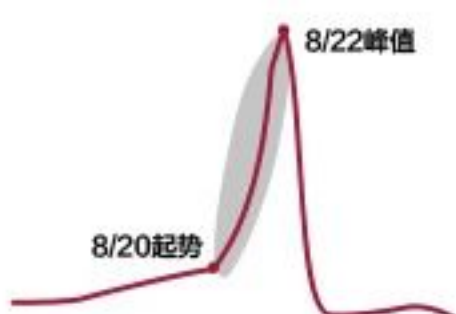
前2天-男/女搜索

女性“七夕妆容”心智逐渐上涨
七夕送礼仍为重点
男性关注七夕“惊喜感”打造

女性搜索



#约会妆容#



男性搜索



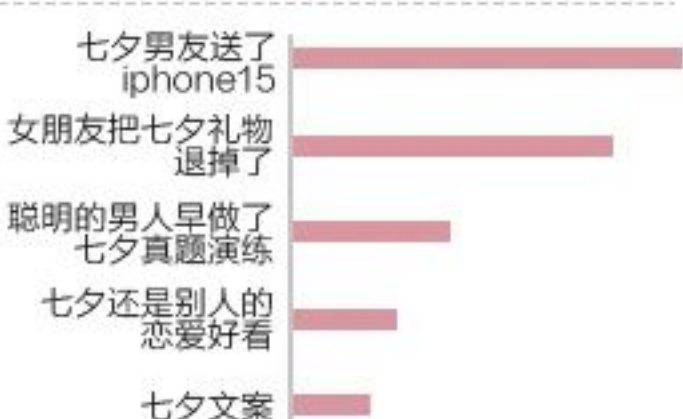
七夕后-热点内容

男女均参与礼物红黑榜讨论
关注礼物实用性

女性搜索



男性搜索



七夕当天-热门笔记/热门搜索

女性七夕当天关注晒单&自我疗愈
男性当天寻求七夕真题速成

女性热门笔记



#礼物晒单



#爱自己

男性热门搜索



聪明的男人早做了七夕真题演练

02

美妆以礼致爱

七夕大盘节奏洞察

Y23七夕供需均显著增长 男女七夕搜索心智区隔明显

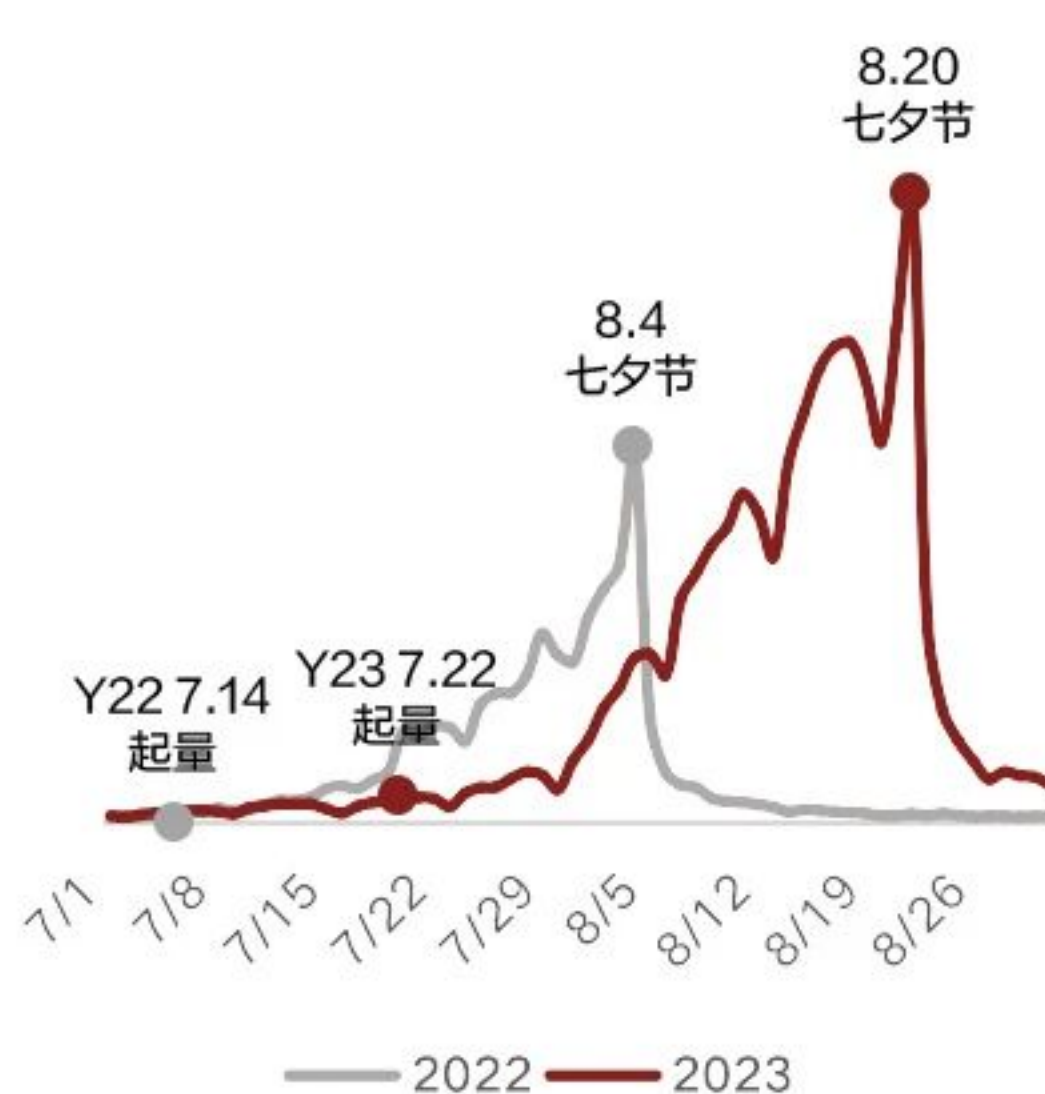
搜索量（需）：Y23比Y22更提前一周开始起量，蓄势战线拉长
Y23蓄势期平稳增长，倒计时一周陡增
而Y22在前期就呈现多点高峰脉冲，心智爆发强烈

笔记量（供）：Y23&Y22内容布局均晚于搜索起量时间约10天
为流量蓝海，亟待内容承接搜索需求

七夕关键词搜索趋势



七夕关键词新增笔记趋势



七夕男女搜索心智分化明显，从礼赠对象诉求看
男性更单一明确，女性更多元（自用&送礼）

搜索热门词（男）

口红推荐送女友
香水推荐送女友
sk*七夕礼盒
七夕礼盒
护肤品送女朋友
2023七夕礼盒
化妆品送女朋友
唇釉推荐送女友
七夕口红
七夕香水
阿*尼七夕礼盒
阿*尼七夕限定
送女朋友香水
送女朋友口红
华**奴七夕限定...
电动牙刷送女友
口红色号推荐送...
海**谜七夕礼盒
y*I七夕礼盒
兰*七夕礼盒

礼赠对象单一：送女生/女友

品类诉求突出：礼盒/口红/香水

品牌选择明确：大牌美妆主导

搜索热门词（女）

剃须刀送男友
七夕礼盒
刮胡刀推荐男友
七夕限定
七夕妆容
电动牙刷送男友
兰*七夕口红
兰*七夕礼盒
t*七夕限定
七夕口红
阿*尼七夕礼盒
兰*七夕蝶吻唇膏
阿*尼七夕限定
y*I七夕礼盒
香水送闺蜜
剃须刀推荐男朋友
七夕约会妆容
口红送闺蜜
剃须刀哪个牌子好...
护肤品送男朋友

礼赠对象多元：送男友/送闺蜜

品类选择多样：礼盒/个护/护肤彩妆

除送礼还重个人诉求：约会妆容

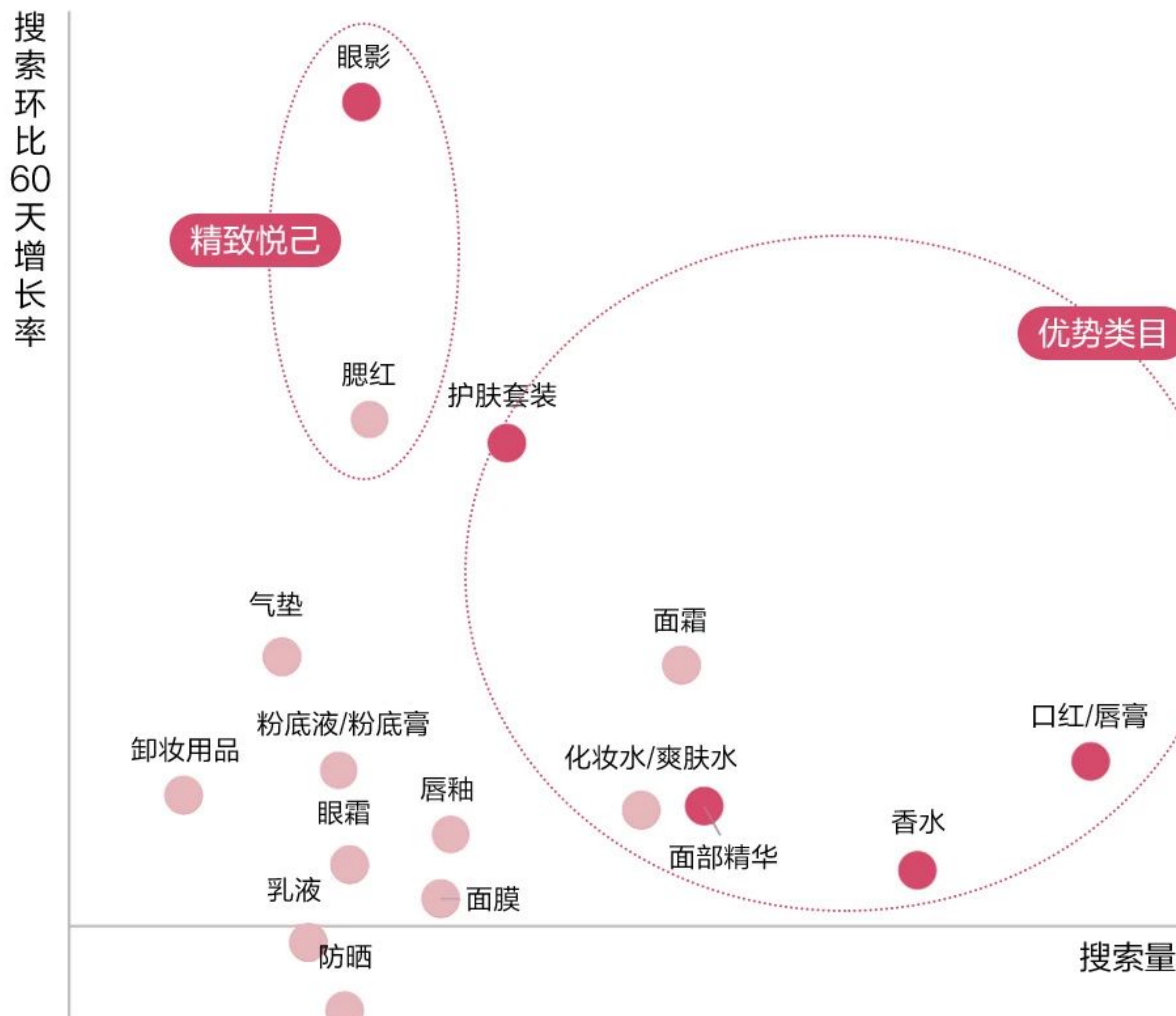
*时间周期：2023年7/1-8/31

七夕美妆品类洞察总览

口红/唇膏、香水、面部精华等为热门大类目
眼影、腮红为高增量品类

七夕期间「美妆送礼」品类热度气泡图

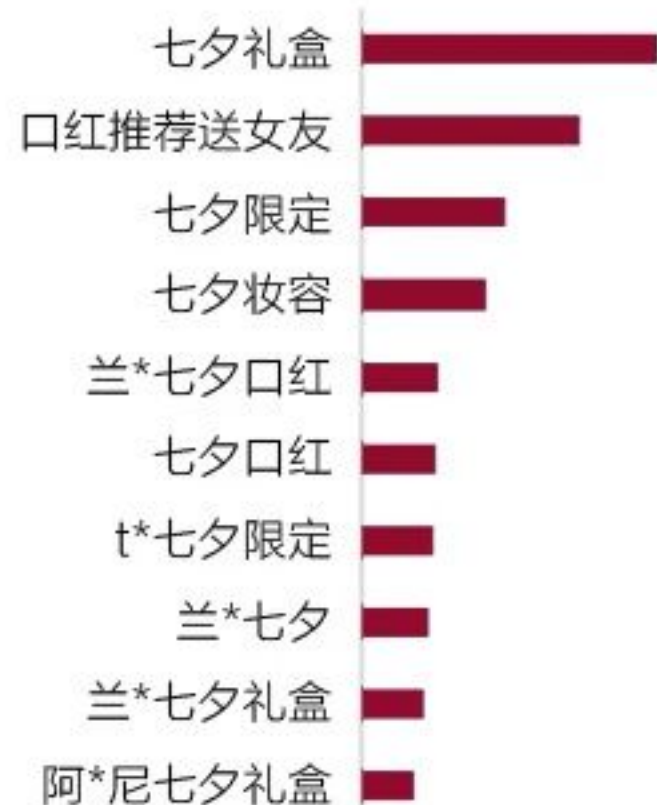
常规大类目（口红/唇膏、香水、精华、面霜、护肤套装等）占据送礼主心智
同时悦己单品（眼影、腮红等）高增长体现过节仪式感



时间周期：2023/7/1-2023/8/31

彩妆热搜词

「礼盒主导、追求限定、定制妆容」



明星开箱



唇妆秘诀

香水热搜词

「多元对象送礼、限定款、大牌主流」



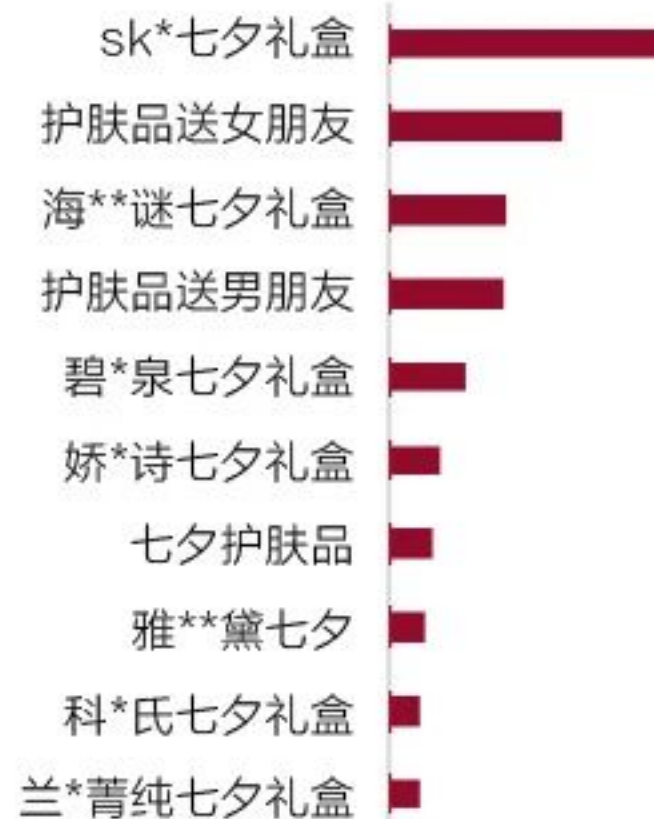
横测推荐



香氛上新

护肤热搜词

「礼盒为主、男士护肤兴起」



Vlog种草



氛围美图

时间周期：2023/8/1-8/23

彩妆品类总览

口红/唇膏依旧位列TOP1热度送礼品类

红色/豆沙色等为热门色系（区别于H1日常裸色当道）
底妆待机/七夕约会妆起量明显

Y23七夕「彩妆送礼」品类热度气泡图



七夕口红热门内容



钓系纯欲



超长待机
胶水底妆
底妆诉求



七夕妆容



创意妆容

时间周期：2023/7/1-8/31

香水/香氛品类趋势

「香水/香氛礼赠」搜索热度持续升高
小众连带品类心智飙升

22&23年7-8月【香水/香氛送礼】搜索趋势



23年7-8月【小众香氛品类送礼】搜索趋势



礼赠获客拉新是关键*

——仍有接近40%的消费者是因为收到了礼物体验到自己的第一支香水

小红书X凯度《2024知人寻香-香水香氛趋势白皮书》，N=800

时间周期：2022&23/7/1-8/31

护肤品类格局

七夕礼盒心智依旧高涨，国际贵价品牌受关注



护肤套装/精华/面霜为综合热度TOP3品类
其中套装多为女送男礼盒



唇妆篇

建议布局「视觉降温」&「唇部健康」需求

香水篇

自用需求高段位喷香创意飙升，小众香调诉求霸榜

时间周期：2023/7/1-8/31

精华篇

送礼场景中以国际大牌精华礼盒为核心诉求，关注限定版与七夕活动
自用需求聚焦约会前急救提亮/去黄/美白与修护维稳
「备婚」养出好肌肤热度提升

送礼场景

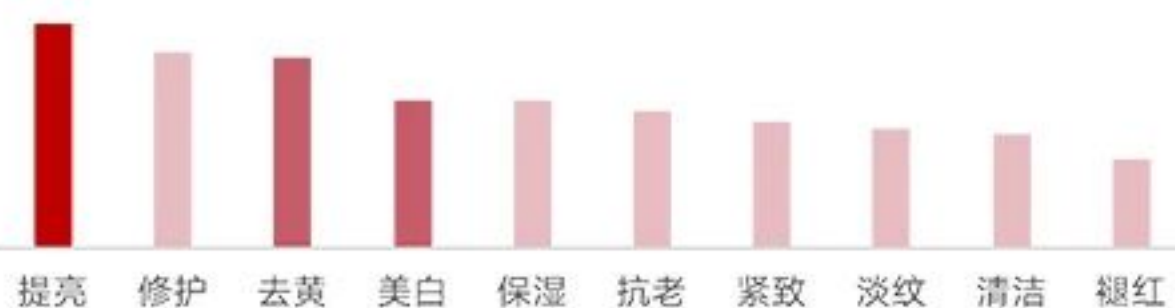
23年7-8月【香水/香氛送礼相关】
热搜趋势

23年7-8月【精华送礼相关】
笔记热词



自用场景

23年7-8月【精华功效相关】搜索趋势



时间周期: 2023/7/1-8/31

*更多细节可参考完整版《2024小红书美妆七夕营销通案》

03

美妆洗护品牌营销三部曲

高效长线
种草

品牌体验
升级

全域
转化

战略地图

美妆洗护 七夕投放策略地图

!新节奏

时间

7/10

蓄水期 7.10-7.29

7/30

爆发期 7.30-8.10

七夕

8/10

延续期 8.10-8.20

阶段目标

长线种草

高点脉冲

口碑建设

策略

前置开启多内容多场景测试
笔记赛马

放大优质内容
品牌广告打造声量高点
重点布局搜索影响决策心智

监控NPS，品专承接+竞价重定向
维护声誉

预算建议

K

F

S

K

B

F

S

K

B

F

S

40%

35%

25%

20%

25%

25%

30%

30%

10%

30%

25%

!新人群

信息流

品牌人群/品类人群/同类品人群/美妆行业人群/美力加成人群^{/NEW}

七夕送礼人群/户外人群
约会人群/护肤急救人群...

口碑建设人群

Retargeting已触达人群

!新人群

关键词

品牌词/品类词/需求词/同品类词

七夕送礼词/约会急救
护肤急救/七夕旅行等场景词

声誉词



新人群：七夕专属场景人群包
一键触达核心TA

品牌人群

品牌粉丝人群
品牌搜索人群
品牌重定向人群
一方人群
(站外转化人群上传)

品类人群

品类搜索人群
同类品搜索人群
美妆行业人群
.....

特色人群

奢美人群
20大生活方式人群
(美力加成/优享享法/...)
.....

节日人群

七夕送礼人群

场景人群

约会人群
护肤急救人群
户外人群
.....

新需求：长尾搜索需求及多元场景兴起
使用相关内容承接提升决策心智

品牌防守

品类词

需求词

送礼词

场景词

示例

品牌名称
产品昵称
七夕限定
...

急救面膜
海边防晒
露营香水
...

提亮
抗老
毛孔粗大
晒伤了怎么快速修复
...

遮瑕
持妆
补妆
...

七夕礼盒
七夕限定
口红礼盒
护肤礼盒
...

七夕送什么
送女朋友礼物
七夕礼物
七夕礼物送女朋友口红
...

约会妆
七夕妆容
七夕惊喜
七夕旅行
...

约会护肤
急救护肤
妆前护肤
...

素材

品牌礼盒直出

限定单品安利

产品安利

功效突出

约会补妆

送礼指南

礼盒推荐

约会准备
约会妆容

急救场景

七夕礼盒直出

七夕限定单品安利

七夕产品安利

七夕功效突出

七夕约会补妆

七夕送礼指南

七夕礼盒推荐

七夕约会准备

七夕急救场景

*标黄为长尾词及新兴场景词举例

定制品牌空间

营销投放，让好产品与用户更多相遇

开屏

开屏推广引起用户
关注和兴趣



搜索场

搜索推广承接
用户深度阅读后
增加了对品牌的
偏好权重



用户深度浏览
互动行为
影响信息流内容分发

浏览场

品牌相关内容在
信息流场域自然分发



信息流推广投放
打造高互动笔记

在用户决策链路中多次重复触达
加深用户品牌意向深度，影响用户决策

全新品牌专区，覆盖搜索场景 种草与转化更紧密

— 品专让品牌成为搜索第一话语官 —

「品牌发布」



品牌阵地
一目了然

品牌大事件
实时互动

「品牌橱窗」



品牌大片
理念透传

单品橱窗
种草直达

「品牌直播」



直播预约
共同见证

品牌

种草

转化

礼遇营销IP

「爱的N种形态」

— 将爱意珍藏，爱情中的每件心意好物便成了爱的藏品 —

2024小红书七夕节点IP

种草 | 发起爱情藏品征集

站内号召打造热门话题大事件 情感拉满

上线时间
2024年7-8月

STEP1 爱意启示录

官薯号召掀开七夕爱情藏品投稿帷幕



爱的形态征集通告物料
海报线上释出



线下全国网红街区同步发放
融入生活场景



明星大K访谈vlog
讲述爱意「藏品」
系列TVC全网发布

转化 | 共创爱情藏品

KOL齐聚 多角度演绎爱的n种形态 线上展厅聚合爱意藏品

STEP2 恋恋笔记本

垂类KOL纷纷投稿爱意藏品，花式种草



STEP3 线上云看展

STEP4 爱意从天降



线上H5展厅聚合品牌藏品与UGC投稿



惊喜盒子派发
爱意周边

H5 惊喜盒子
同步引流线下



线下全城好玩装置打卡 UGC打卡投稿藏品示爱

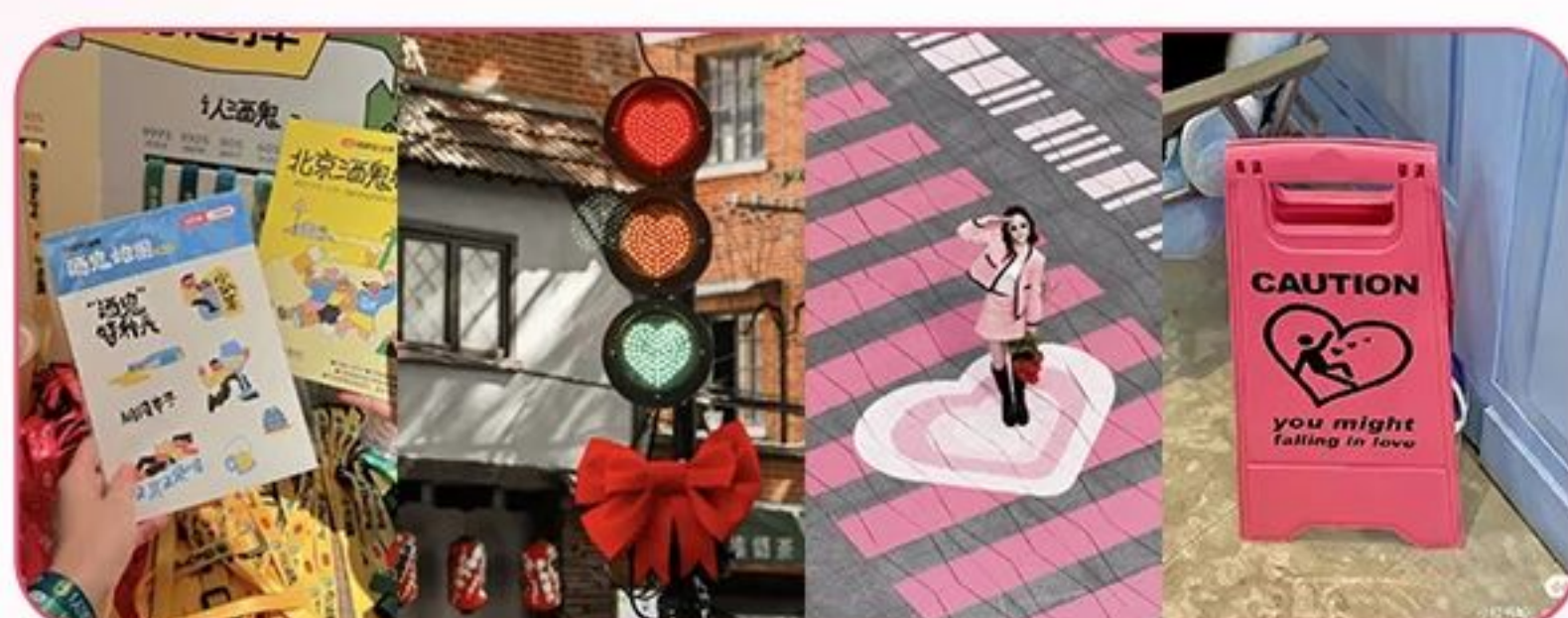
垂类KOL纷纷投稿爱意藏品，花式种草



1座恋爱中的城市+
1场线下爱情藏品主题展+
100个甜爱路等网红街区氛围小店

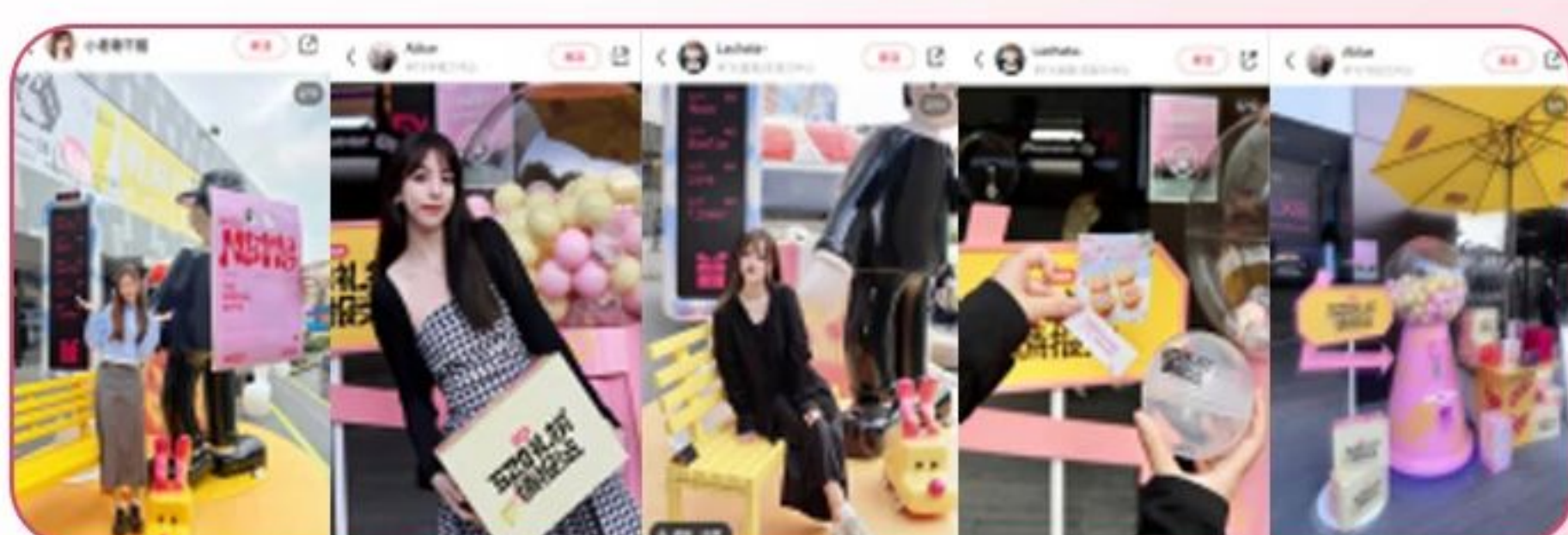


上海新天地
爱的N种形态主题展



甜爱路爱情指引地图
「回到我们初次见面的地方」发现品牌宝藏

小红薯参与活动打卡花式晒礼物



激发用户拍照回传笔记

KOS线下引流

KOS多场景多链路引流到柜，提效转化

1. 线下转化

七夕专属机制沟通, 礼盒连带购买

2.七夕活动打卡

沟通活动信息及礼遇吸引到柜



3. 试妆/派样

方式一

私信中配置「套餐内容/最新活动/服务介绍/了解更多」组件
设置跳转页面为表单落地页

方式二

跳转落地页留资/预约



七夕电商经营：商品转化 | 经营三步法

笔记差异化

商品笔记

- ✓ 多角度差异化内容
- ✓ 聚焦产品功效，强化卖点
- ✓ offer传递引导购买
- ✗ 纯品牌类型素材
- ✗ 产品埋藏太深，露出较晚

测试选品

优势选品

结合口碑/人群资产
锚定 潜力品和新品

前置测试

多品前置笔记挂车
筛选放大

素材充足

在投笔记数

日新增笔记

电商广告日耗
>3w

>191篇

>8篇

电商广告日耗
1w-3w

>119篇

>4篇

电商广告日耗
3k-1w

>31篇

>2篇

电商广告日耗
<3k

>8篇

>1篇

七夕电商经营：直播投放 | 运营推广策略

直播前

(至少提前1周)

预热投流 前置蓄水



- ✓ 提升预约人次
- ✓ 助力加粉
- ✓ 渗透破圈人群
- ✓ 蓄力高点势能

直播中

品牌投放引流直播间，提升直播效率，放大GMV规模

信息流

人群召回 引入直播间



搜索广告

促进用户决策



直播间优化

优化留存和转化



用户阅读预热笔记后，直播时算法将提高对该用户的自然分发概率

直播后

直播高点片段二剪
长线转化闭环承接



商品笔记

笔记承接非直播期间用户购买需求

小红书

美奢潮流服饰行业

以美致爱 不「七」而遇 生生不「夕」

*SOURCE FROM 小红书数据平台