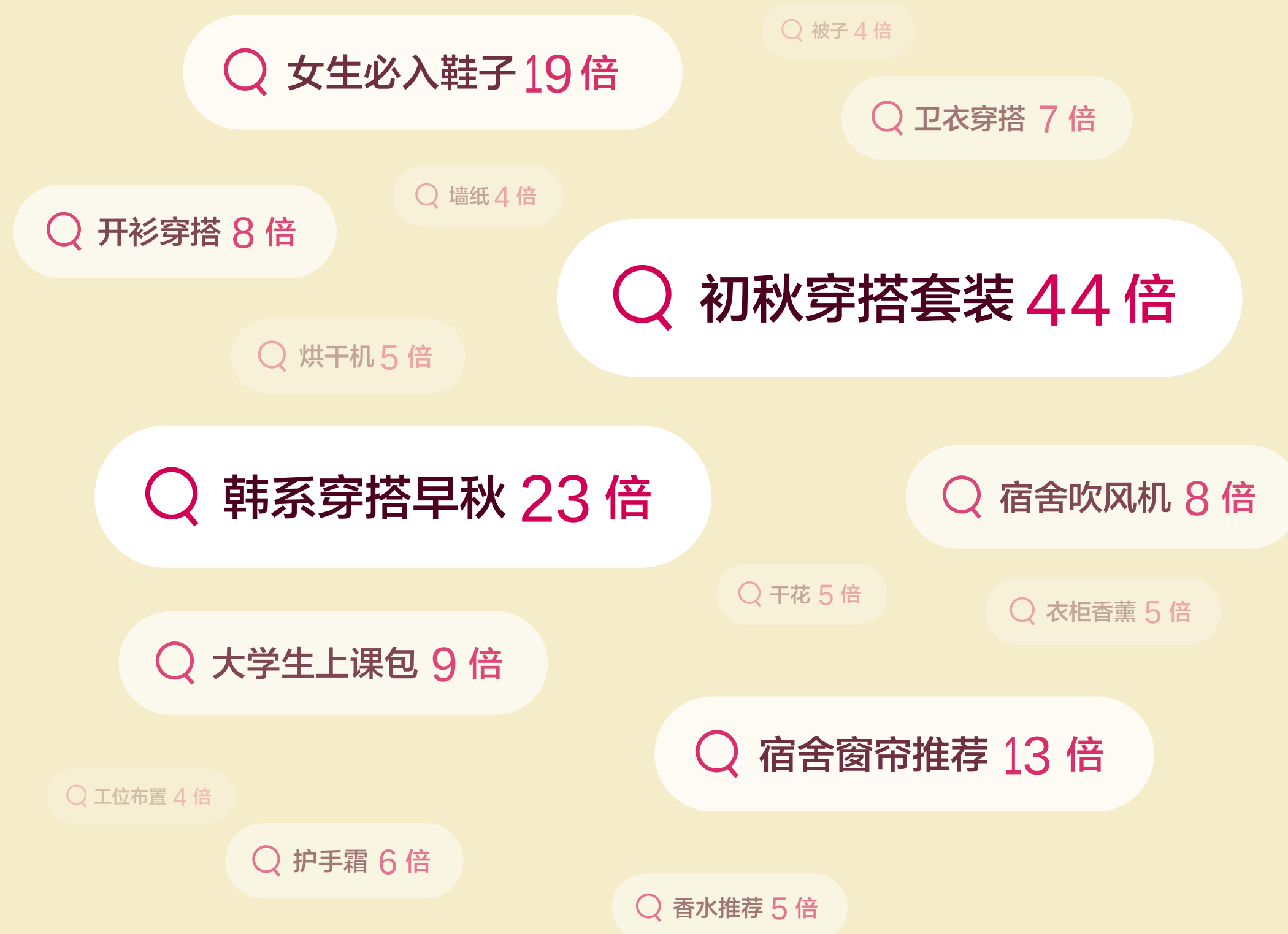


DESIGNED BY XIAOHONGSHU.
XINGIN INFORMATION TECHNOLOGY(SHANGHAI)CO.,LTD.
ALL RIGHTS RESERVED

——站式 08.17-09.08
 Shopping Festival
备战指南

用户需求集中爆发 抢先锁定生意增量

用户高频搜索词汇



用户追求更多生活方式

秋游出片指南 发布涨幅 7x

大学新人设 发布涨幅 7x

文玩串搭灵感 发布涨幅 5x

Sportychic 发布涨幅 4x

松弛感老钱风 发布涨幅 6x

入秋食补养生 发布涨幅 4x

细分场景下 消费需求快速增长

品质家具、早秋穿搭类商品求购 用户数环比 8x

重点品类购买 用户数环比 4x

*数据来源于小红书数据中台

6大新玩法 助推新爆发

营销工具 新模式

直播专享价
加速用户转化

平台补贴 新机制

多单折上折
促进复购爆单

引领交易 新方向

场景趋势消费
激活成交潜能

店播共创 新场景

重磅资源加码
撬动生意增长

买手激励 新高度

资源层层加码
引爆趋势好物

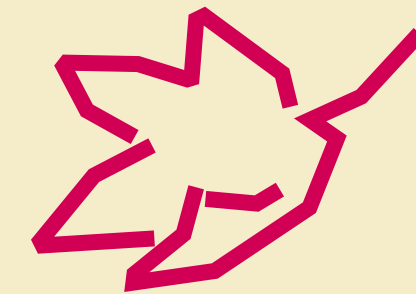
主理人发展 新机遇

宝藏主理人计划
引领店铺跃迁

DESIGNED BY XIAOHONGSHU.
XINGIN INFORMATION TECHNOLOGY(SHANGHAI)CO.,LTD.
ALL RIGHTS RESERVED



大促玩法及节奏概览



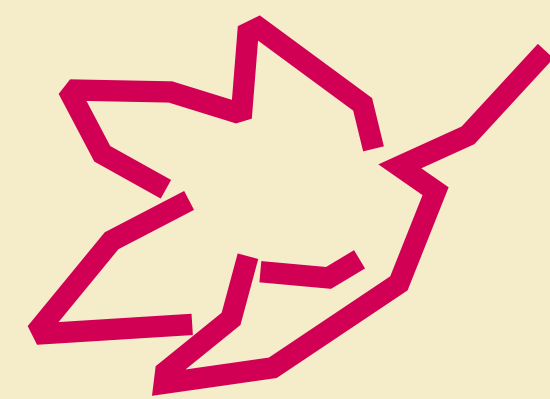
大促激励政策解读



大促商家经营宝典

DESIGNED BY XIAOHONGSHU.
XINGIN INFORMATION TECHNOLOGY(SHANGHAI)CO.,LTD.
ALL RIGHTS RESERVED

大促玩法



及节奏概览

📍 一张大图 看懂活动玩法及节奏



📍 全新生活方式切入 构建场景指引生意新方向

| 玩法概括

活动期间，平台将结合用户在搜索、求购等需求，携手商家、买手**每周打造 5 大生活方式**，通过活动曝光及直播间激励扶持，让更多优质“生活方式”直播间被消费者看到，提升用户购物体验及转化

| 活动权益

权益 01

主题店播日 – 面向**单场次 GMV 目标 30 万 +** 且有对应营销计划的商家，商家可选择 5 大生活方式其一进行定向筹备，可获得平台**专项流量扶持**

权益 02

笔记激励 – 带话题 **# 小红书生活焕新计划 + 任意焕新主题子话题**发布笔记，即有机会分**亿级活动流量**



📍01 全新生活方式切入 店播主题日—资源新高

玩法概括

大促期间，通过平台资源聚合与商家直播间专属资源投入的方式，助力商家冲刺交易目标

活动权益

面向**单场次 GMV 目标 30 万 +** 且有对应营销计划的商家，商家可选择 5 大生活方式其一进行定向筹备，发布优质直播预告笔记、特色货盘机制、营销生活方式直播间，可获得平台**专项流量扶持**

门槛要求

商家需报名秋日焕新直播专享价

报名路径

向行业运营定向提报

需商家筹备内容

专属营销事件

主理人、明星、买手进直播间制造热点话题

特色货盘机制

独家 / 首发货品，直播间宠粉价格机制

流量及传播资源

一定额度店播投放及品牌传播资源

玩法时间

8.17-8.18 Week1	8.19-8.25 Week2	8.26-9.01 Week3	9.02-9.08 Week4
大学新人设(女装、美护)	通勤小时髦(女装、美护)	让我心动的家(家居)	超好睡的卧室(家居家纺)
入秋显眼包(包包)	秋游出片指南(女装、鞋包、美护)	东方三绿色(女装)	设计师的衣橱(女装)
穿靴去刷街(鞋靴)	一件封神配饰(服配、珠宝、文玩)	松弛感老钱风(女装)	潮流新鲜速递(潮流、运动)
sportychic(潮流、运动)	勃肯鞋谁不爱(鞋靴)	翡翠血脉觉醒(文玩、珠宝)	文玩串搭灵感(文玩、珠宝)
成长百宝箱(家居、母婴)	烟火气的厨房(家居、美食)	入秋食补养生(美食滋补)	敏肌入秋必备(美护)



信息流推广



直播间实时投流



重磅宣发资源



专属海景房

以上仅为示意，以实际上线为准

📍02 全新生活方式切入 笔记激励—激活消费潜能

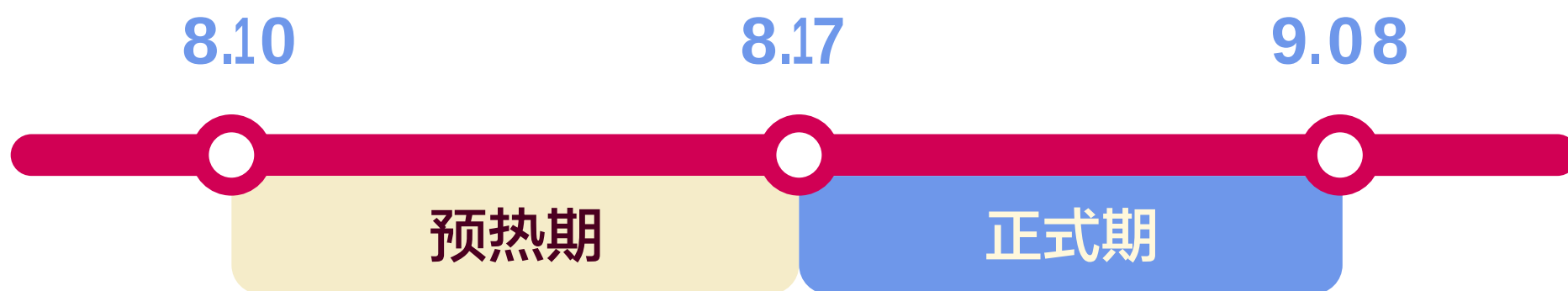
玩法概括

大促期间，商家根据活动主题进行笔记的创作，同时带主话题与子话题进行发布，所有参加活动的笔记**均有专属流量池激励**，更有机会瓜分平台**亿级流量**

门槛要求

商家需报名秋日焕新直播专享价 & 单品直降

玩法时间



报名方式

PC 端 — 营销 — 活动报名 — 秋日焕新活动 — 直播专享价 / 单品直降报名

活动权益

权益 01

商品报名秋日焕新活动，带话题 **# 小红书秋日焕新** + 任意焕新主题子话题 发布笔记即有机会分亿级活动流量

官方推荐 焕新主题	01	#大学新人设 适用行业 / 类目：女装、美护	02	#入秋显眼包 适用行业 / 类目：包包	03	#穿靴去刷街 适用行业 / 类目：鞋靴	04	#sportychic 适用行业 / 类目：潮流、运动	05	#成长百宝箱 适用行业 / 类目：家居、母婴
	06	#通勤小时髦 适用行业 / 类目：女装、美护	07	#秋游出片指南 适用行业 / 类目：女装、鞋包、美护	08	#一件封神配饰 适用行业 / 类目：服配、珠宝、文玩	09	#勃肯鞋谁不爱 适用行业 / 类目：鞋靴	10	#烟火气的厨房 适用行业 / 类目：家居、美食
	11	#让我心动的家 适用行业 / 类目：家居	12	#东方三缘色 适用行业 / 类目：女装	13	#松弛感老钱风 适用行业 / 类目：女装	14	#翡翠血脉觉醒 适用行业 / 类目：文玩、珠宝	15	#让我心动的家 适用行业 / 类目：美食滋补
	16	#超好睡的卧室 适用行业 / 类目：家居家纺	17	#设计师的衣橱 适用行业 / 类目：女装	18	#潮流新鲜速递 适用行业 / 类目：潮流、运动	19	#文玩串搭灵感 适用行业 / 类目：文玩、珠宝	20	#敏肌入秋必备 适用行业 / 类目：美护

权益 02

激励加码，助力打开店播流量新增量

冲百计划 奖励	单篇笔记点赞数过100，直接奖励1w流量	1.每周一统计上一周笔记数据，统计完成后发放奖励 2.奖励发放限前10000篇完成点赞数任务的笔记，发完即止
	单篇笔记预约数过100，直接奖励3w流量	1.笔记挂载预约的直播时间需在8.17—9.8期间 2.每周一统计上一周笔记数据，统计完成后发放奖励 3.奖励发放限前5000篇完成预约数任务的笔记，发完即止
	单篇笔记成交件数过100，直接奖励5w流量	1.每周一统计上一周笔记数据，统计完成后发放奖励 2.奖励发放限前5000篇完成成交件数任务的笔记，发完即止

权益 03

每个自然周，每个焕新场景下新发笔记中点赞数排名 TOP100 的符合要求的笔记，**一次性奖励 10w 流量**，单篇笔记每周至多享受 1 次奖励

📍平台补贴新机制 多单折上折—促进复购爆单

| 玩法概括

大促全新推出**千万级平台补贴机制**，用户在直播间完成指定单数订单后，可获得相应平台补贴。通过**多买多得的奖励体系**，鼓励用户在指定周期内下多单，提升用户下单频次及订单量；商家可以将更多直播专享价的商品关联至直播间，加速用户转化

| 权益介绍

参与大促的活动商品均可享受平台出资的补贴

*优惠叠加互斥规则：平台出资券，可用于直降等平台级促销玩法；不可叠加秒杀玩法

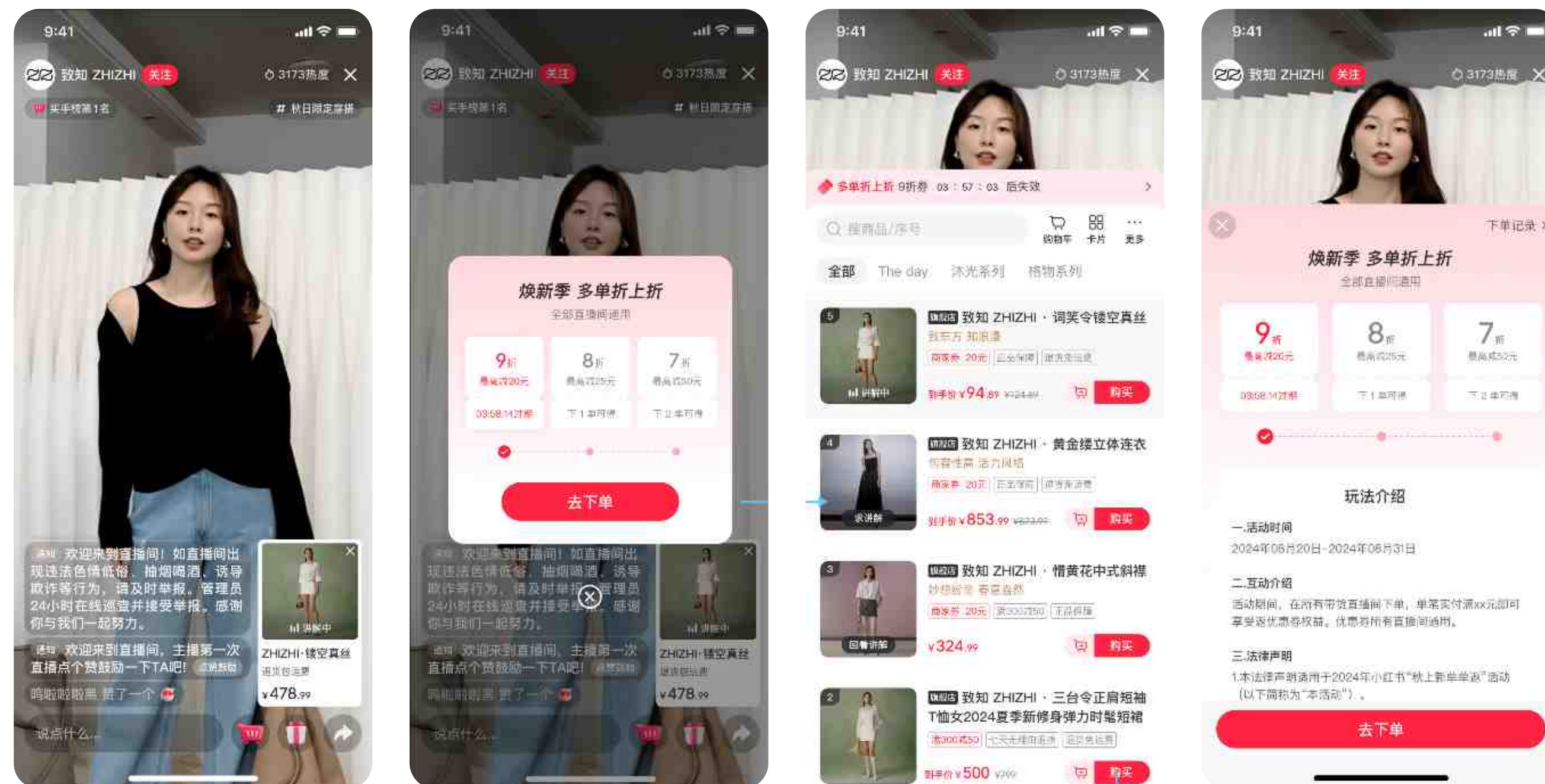
| 玩法时间

8.17
00:00

9.08
23:59

活动期间

| 示意图



*以上路径仅为示意 以实际上线为准

| 报名方式

千帆 PC 端 – 营销 – 活动报名 – 秋日焕新活动 – 直播专享价 / 单品直降报名

DESIGNED BY XIAOHONGSHU.
XINGIN INFORMATION TECHNOLOGY(SHANGHAI)CO.,LTD.
ALL RIGHTS RESERVED

大促激励

Shopping Festival 政策解读

📍店播共创新场景 重磅资源加码—撬动生意增长

店播排位赛

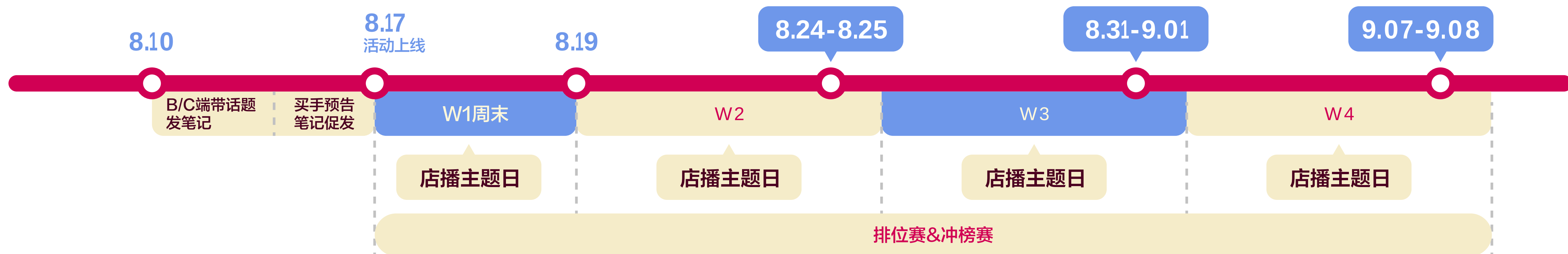
成交越多
激励越多

店播冲榜赛

扶持加码
冲刺加速

店播主题日

资源新高
成交新高



报名方式

千帆 PC 端 - 营销 - 活动报名 - 秋日焕新活动 - 直播专享价 / 单品直降报名
店播主题日需向行业运营定向提报

*玩法仅供建议参考，商家可自行判断是否参加各项玩法

📍店播排位赛 成交越多 — 激励越多

| 玩法概括

大促期间，商家不断提升开播时长及频次，提高直播质量，达成指定 GMV 任务可获得流量激励

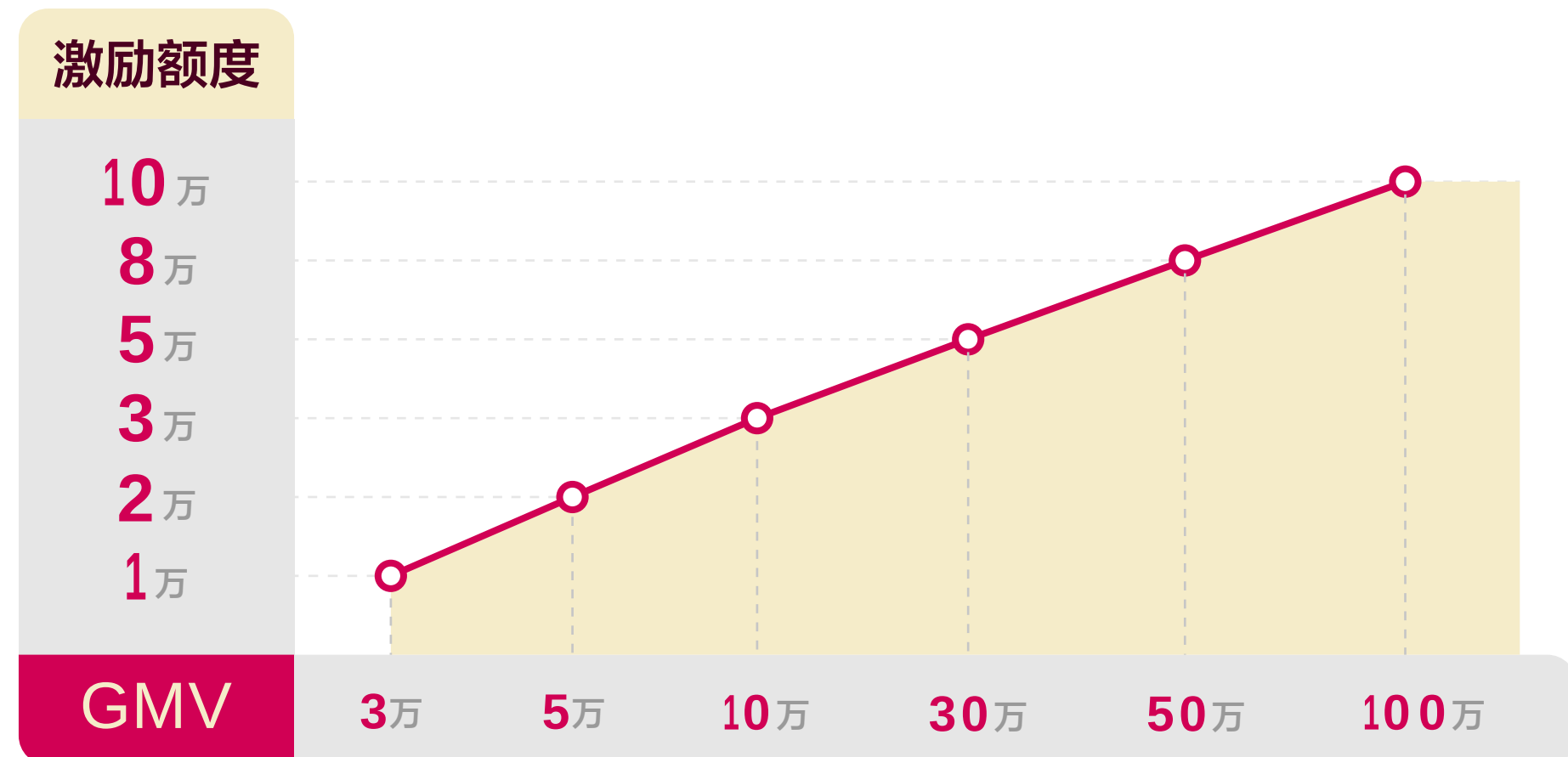
| 活动权益

权益 01 冲刺资源包

面向店播 10 万 + 商家，报名直播专享价开启直播，即可获得基础流量包(以 8 月 17 日近 30 天店播成交额为准)

权益 02 爬坡挑战赛

面向全量报名活动的商家，活动期间内，完成指定 GMV 任务即可获得对应流量激励



权益 03 加码激励赛

活动周期内，直播专享价的商品数 ≥ 5 个，且店铺直播间报名直播专享价的商品数 $\geq 30\%$ ，可获得额外流量激励

店铺直播间30%商品报名直播专享价	GMV	流量额度
30%	5万	1万
	10万	3万
	30万	5万

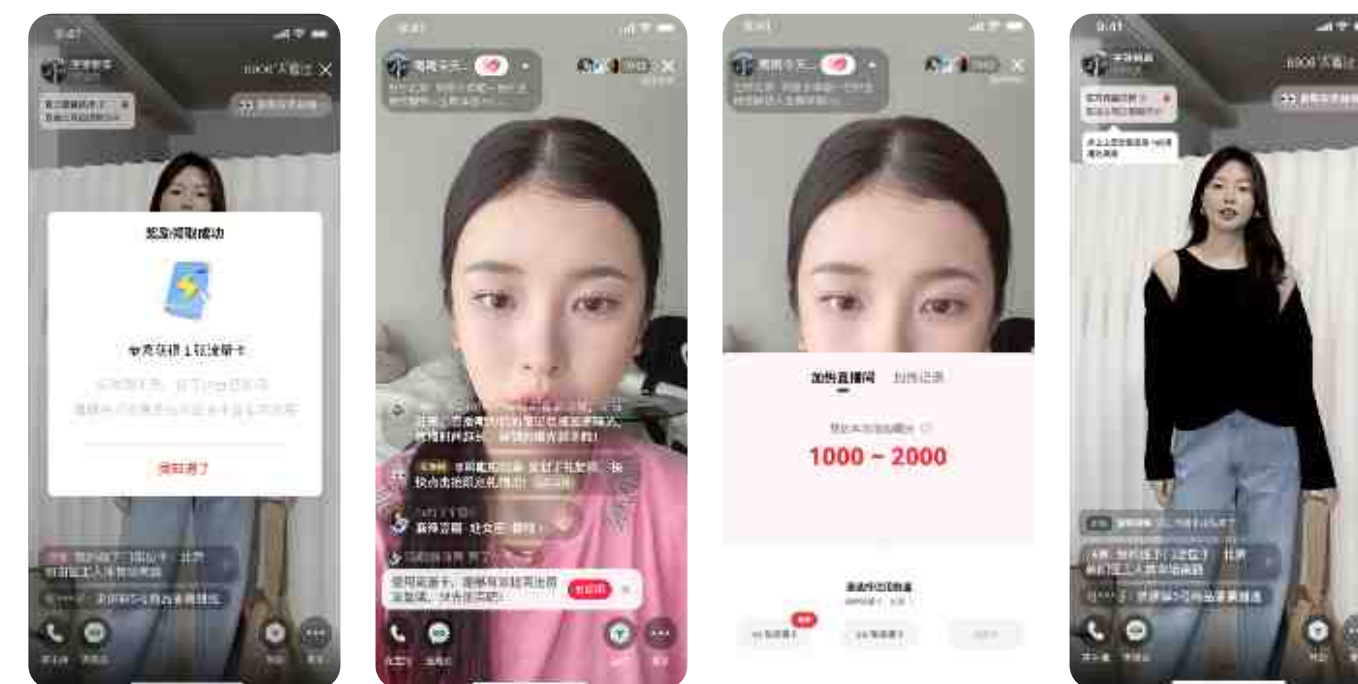
| 门槛要求

商家需报名秋日焕新直播专享价 & 单品直降

| 报名路径

千帆 PC 端 — 营销 — 活动报名 — 秋日焕新活动 — 直播专享价报名

| 流量卡使用路径



*以上仅为示意，以实际上线效果为准

📍店播冲榜赛 扶持加码—冲刺加速

| 玩法概括

大促期间，平台推出榜单激励的玩法，为上榜商家提供专属资源，助推成交新纪录

| 门槛要求

商家需报名秋日焕新直播专享价 & 单品直降

| 活动权益

巅峰榜分为日榜和总榜激励，围绕**品牌、主理人、店铺 3 大赛道**，将根据直播热度值进行排名，商家需提升直播质量，注重用户互动，**单日 Top10 可享专属权益**

| 报名路径

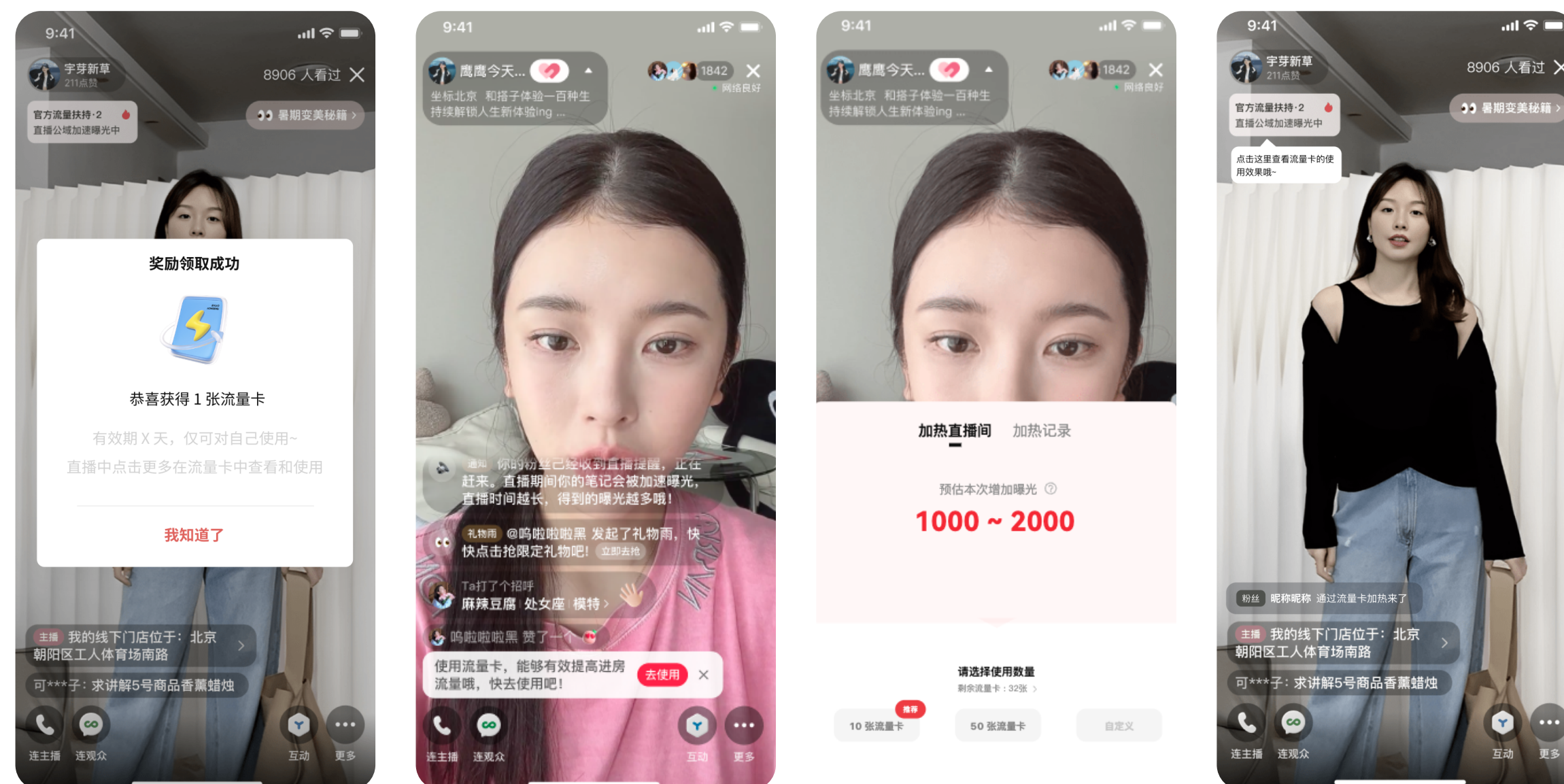
千帆 PC 端 — 营销 — 活动报名 — 秋日焕新活动 — 直播专享价报名

| 权益规则

单商家每周至多可领 3 次，遇重复上榜，则发放顺延至后一位商家

权益类型	排名	额度
直播卡	1-3	2万/家
	4-10	1万/家

| 流量卡使用路径



*以上仅为示意，以实际上线效果为准

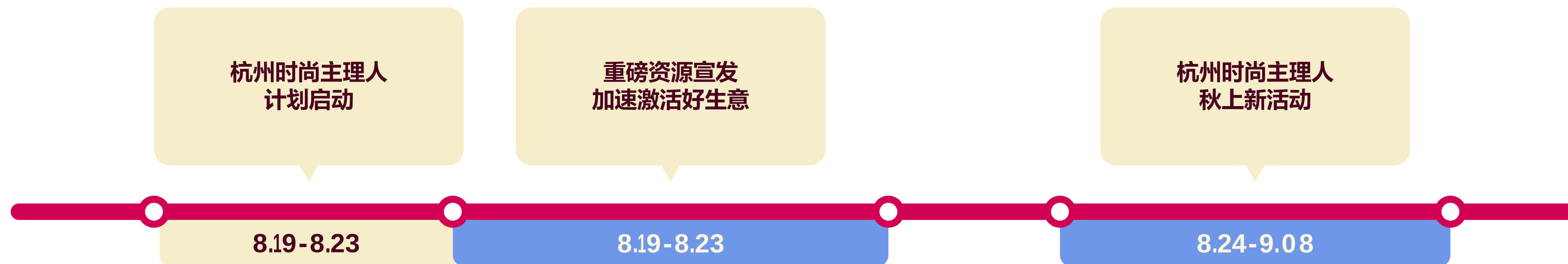
📍主理人发展新机遇 引领店铺跃迁

| 玩法概括

宝藏主理人计划通过重点地区线下选品及行业线上营销的活动机制，为新锐主理人商家提供**百亿级流量扶持**，达成月销层级的跃迁

| 门槛要求

7 月 DGMV>5 万；店铺分 >4.2；活动期间开启店播



| 主理人权益

专属曝光资源：16 席时尚主理人专属会场海景房
千万笔记流量激励：带活动话题发布笔记，瓜分千万流量
百亿店播专项扶持：单商家至高 6W 冷启扶持

| 报名路径

商家需报名秋日焕新直播专享价 & 单品直降，并向行业运营定向提报

📍买手激励新高度 资源层层加码—引爆趋势好物

| 玩法概括

大促期间，为指定层级买手提供**阶梯式流量扶持**，助力买手成交节节高

| 门槛要求

需开通买手权限

| 闪光买手

针对月销 10w- 的潜力买手,近 90 天有开播,粉丝数 >3000

官方身份认证	亿级流量扶持
直播间惊喜券	优质货品资源
专属社群解惑	线下选品邀约

| 冲刺加码权益

10w-50w 层级买手,提升开播场次可获得额外场次激励

月开播次数	笔记/新增场	直播卡/新增场
15场(原12场以下)	150,000	20,000
12场(原8场以下)	100,000	15,000
8场(原4场以下)	80,000	10,000
4场(原1-2场以下)	50,000	5,000

| 直播专享价权益

活动周期内，买手直播间内直播专享价的商品数 ≥ 10 个，达到指定 DGMV 门槛可获得对应流量激励

活动周期内， 买手直播间内 直播专享价的 商品数 ≥ 10 个	开播前扶持规则	开播后流量卡返还
	单场DGMV	直播预告笔记
	10万-50万	3w/篇,至少5篇
	50万-100万	5w/篇,至少5篇
100万+	8w/篇,至少5篇	2万

| 跃迁激励权益

活动周期内，运营和买手对赌认领目标定激励总额，通过优选直播货盘、提高直播质量、拉高直播频次等方式达成整体成交层级跃迁，即可获得平台直播 & 笔记专属流量扶持

月GMV分层	保级商家		跃迁商家	
	笔记月总	直播卡月总	笔记月总	直播卡月总
2000w+	450万	150万	875万	350万
1800-2000w	375万	125万	750万	300万
1500-1800w	330万	110万	625万	250万
1000-1500w	300万	100万	500万	200万
800-1000w	150万	50万	300万	120万
500-800w	120万	40万	250万	100万
300-500w	45万	15万	125万	50万
200-300w	30万	10万	75万	30万
100-200w	22.5万	7.5万	50万	20万
50w-100w	1.5万	5万	25万	10万

| 商家x买手合作路径

蒲公英后台 > 买手中心 > 买手详情 > 直播计划 > 发送邀约

营销工具新模式 加速用户转化

直播专享价 / 全量商家

- 1.直播渠道新玩法，优惠引导加强
- 2.特殊权益标识，直播间链路优惠引导
- 3.核心会场资源位展示
- 4.专享价玩法扶持加码，直播流量节节攀升

单品直降 / 全量商家

- 1.专属活动标识，享平台大促氛围
- 2.活动商品搜索推荐加权
- 3.笔记流量新高，全域曝光层层加码
- 4.全新降价筛选按钮

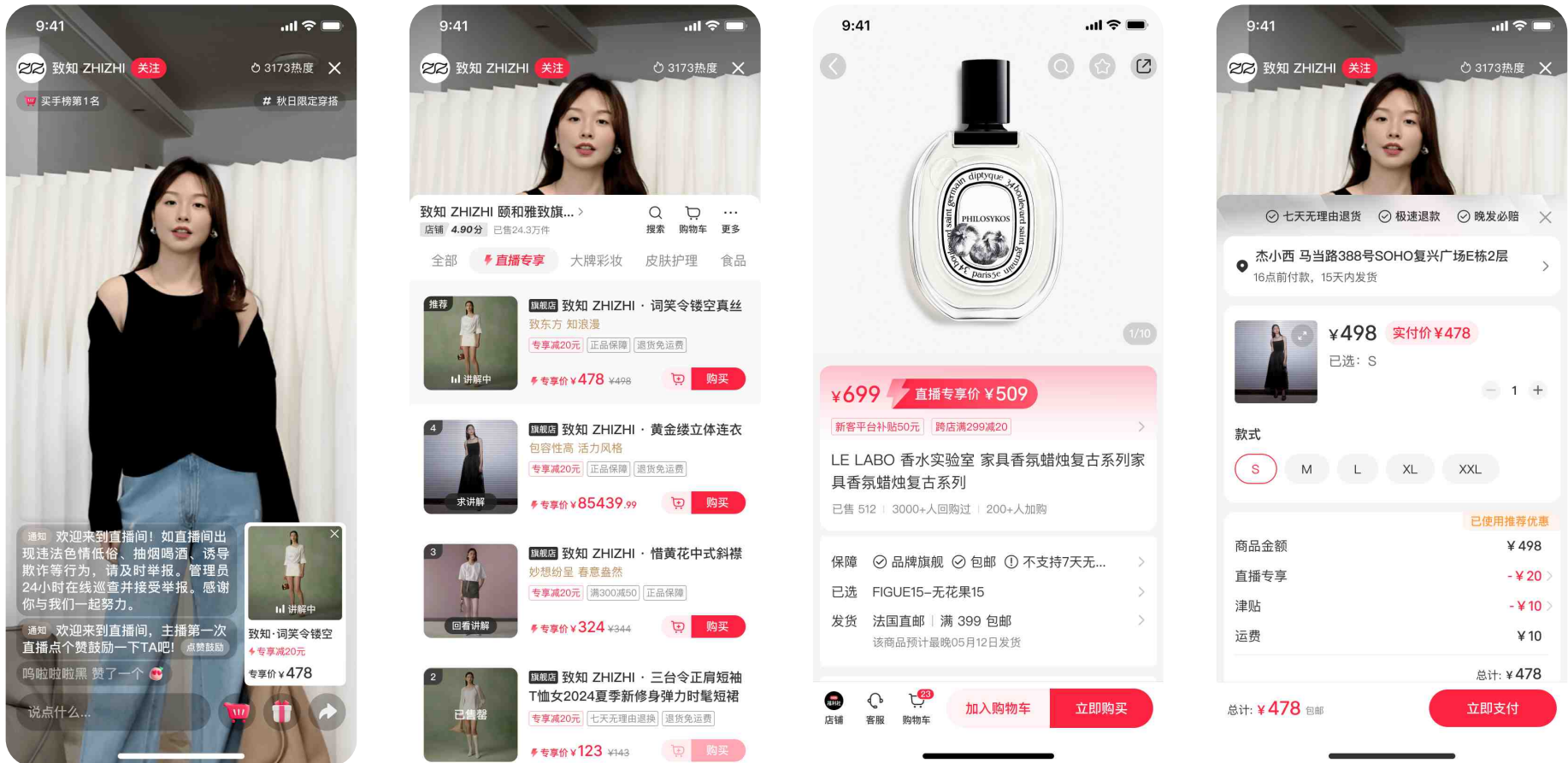
直播专享价 权益及链路介绍

玩法概括

本次大促全新推出的活动机制，**专享价仅在直播间渠道生效**。商家可围绕直播专享价创建直播营销计划、发布预热笔记助推直播成交爆发增长

活动商品专享权益

活动商品在直播间商品卡、购物袋、商品详情页有【**专享价**】的**特殊权益展示**
直播间内直播专享价活动商品 ≥ 5 个，购物袋会自动生成【**直播专享**】Tab，**资源位加强商品优惠引导**



*以上仅为示意，以实际上线效果为准

商家权益

活动周期内，店铺直播间报名直播专享价的商品数 $\geq 30\%$ 并完成对应的 GMV 任务，可获得**额外流量激励**

店铺直播间30%商品报名直播专享价	GMV	流量额度
30%	5 万	1 万
	10 万	3 万
	30 万	5 万

买手权益

活动周期内，买手单场直播，直播专享价商品数 ≥ 10 个，可获得**千万流量扶持**

活动周期内， 直播间直播专享价的 商品数量 ≥ 10 个	单场GMV	开播前扶持规则 直播预告笔记	流量额度 流量卡
	10 万 - 50 万	3w/ 篇,至少 5 篇	0.5 万
	50 万 - 100 万	5w/ 篇,至少 5 篇	1 万
	100 万 +	8w/ 篇,至少 5 篇	2 万

直播专享价 报名及规则介绍

规则说明

直播专享价，是本次大促**新推出**的一个活动机制，活动仅在直播间渠道生效。直播专属价通过报名及价格校验，保证用户买到质价比高的好产品，同时通过打标及流量支持提升转化，打造直播间专属价格的心智

优惠及氛围生效规则

（1）优惠氛围生效规则：大促期间成功报名直播专享价的商品，将在直播间生效活动价，并**展示专属氛围标识和秋日焕新氛围**

（2）叠斥规则：与以下优惠类型均可叠加

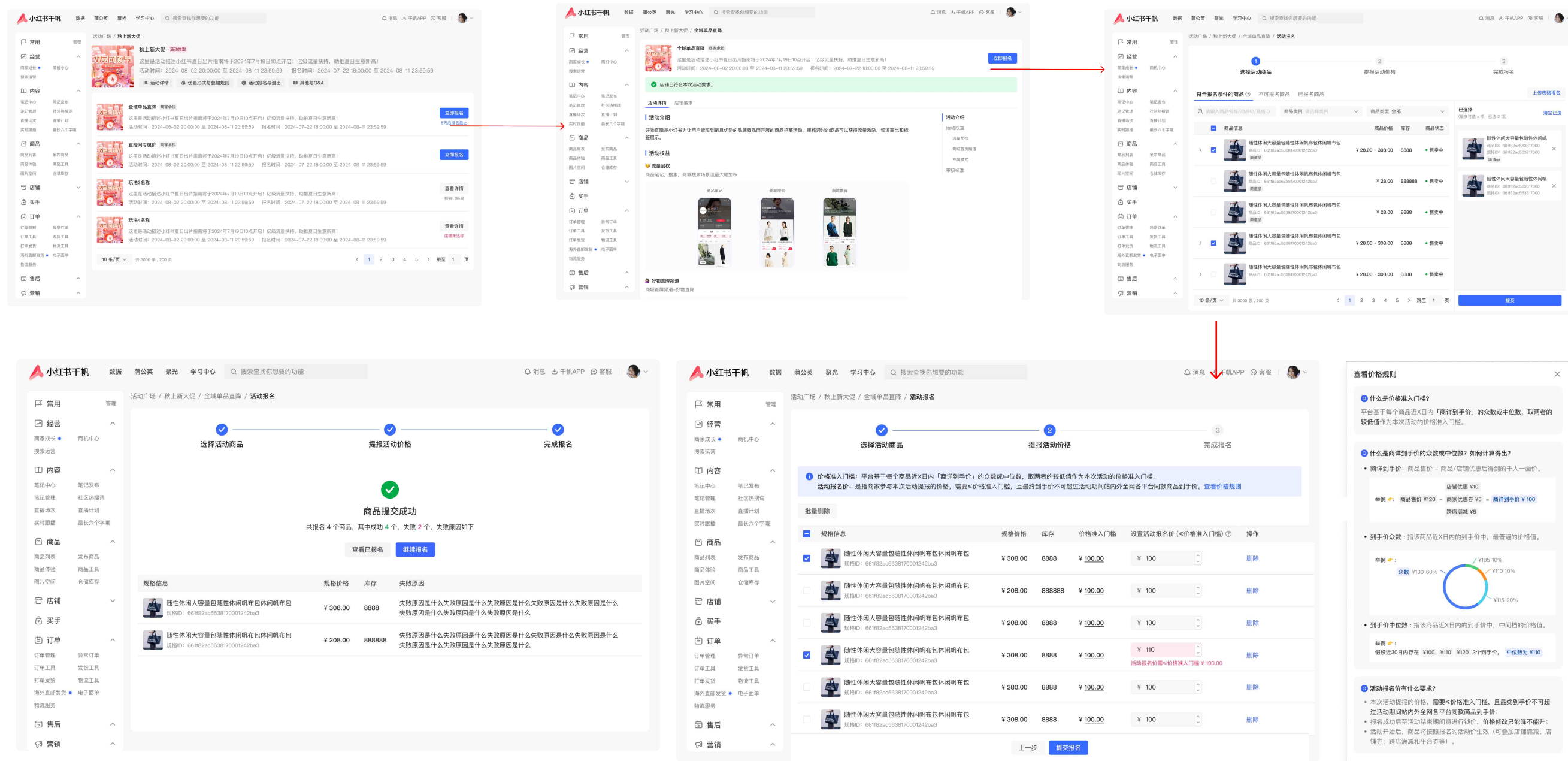
店铺促销	平台优惠
满额立减 / 满件打折 / 满件特价	平台券
店铺优惠券	/

*注：

（1）商家可选择店铺中符合大促要求的主商品和渠道商品进行报名，并根据页面要求填写提报活动价

（2）报名完成后可在活动报名管理中查看提报的记录，并对提报商品进行管理

商家侧报名链路



*以上仅为示意，以实际上线效果为准

报名路径

千帆 PC 端 – 营销 – 活动报名 – 秋日焕新活动 – 直播专享价报名

直播专享价 价格要求介绍

价格规则要求

报名价 ≤ 历史商详到手价

报名价 ≤ 单品直降价

锁价：价格只能降不能升

价格管控要求

保证活动价格准确性，不得乱标价、标高价或明显高出商品历史价格，禁止虚构原价、虚构优惠折扣

大促活动会定期进行价格巡检，商家提报的直播专享价需 ≤ 全网商详到手价

*注：直播间商详到手价为在原干人一面价基础上，增加店播优惠计算，包括店播优惠券、直播间单品特价、直播间秒杀

巡检清退

大促活动会定期进行价格巡检，巡检过程中若商品提报价格、商详到手价不符合大促要求，将会对活动商品进行清退，清退后将发送干帆站内信通知，**请留意站内信及商品活动状态**，可在活动报名管理中查看具体清退记录及详细原因，修改后可重新提报

价格校验期



价格示意

价格清退示意

*以上仅为示意，以实际上线效果为准

📍单品直降

| 玩法概括

面向全体商家进行招商，直降玩法特别适合笔记、直播等即时下单的场景，压缩用户的决策成本。报名后可享亿级流量扶持、专属场域曝光、场域玩法扶持等

| 玩法时间



| 商家筹备：

- 1. 优质的价格：**提供具有市场竞争力的价格以吸引和留住买家
- 2. 充足的货源：**确保在大促期间充足库存，避免断货影响销售和买家满意度
- 3. 积累商品评价：**鼓励买家留下正面评价，增加潜在买家的信任和购买意愿
- 4. 提升转化率的商品笔记：**围绕活动商品发布详细的商品笔记，突出特点和好评，以提高转化率

| 活动商品专享权益：

核心会场优先展示

活动商品搜推加权

秋日焕新专属标识

全新降价筛选按钮

商品笔记亿级流量爬坡

商城优惠引导加强

| 报名路径

PC端 - 营销 - 活动报名 - 秋日焕新活动 - 单品直降报名



以上仅为示意，以实际上线为准

DESIGNED BY XIAOHONGSHU.
XINGIN INFORMATION TECHNOLOGY(SHANGHAI)CO.,LTD.
ALL RIGHTS RESERVED

大促商家 经营宝典



📍大促商家经营宝典



查看路径：千帆商家后台 – 首页 – 电商学习中心