

小红书 种草学

2025

搜见先机：

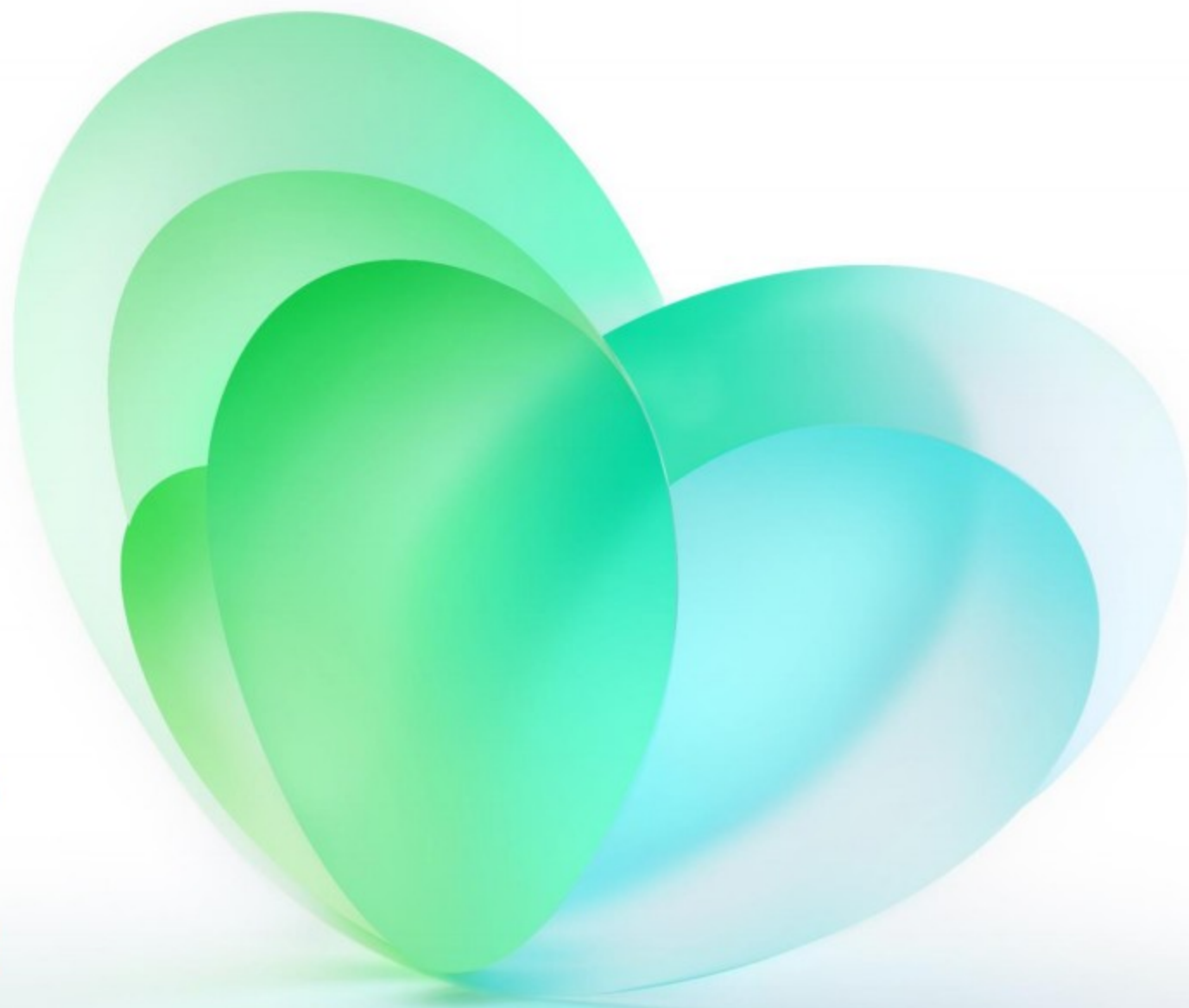
搜索推广最新产品介绍
及双11营销指南

馆陶

小红书搜索广告产品运营专家

玥瑶

小红书搜索广告产品运营专家



目录

CONTENTS



01 搜索双11流量趋势洞察

流量趋势早知道，提前布局

02 搜索营销价值解读

搜索是好生意的「捷径」

03 产品工具与投放策略

产品能力升级，打出组合拳

04 大促活动预告

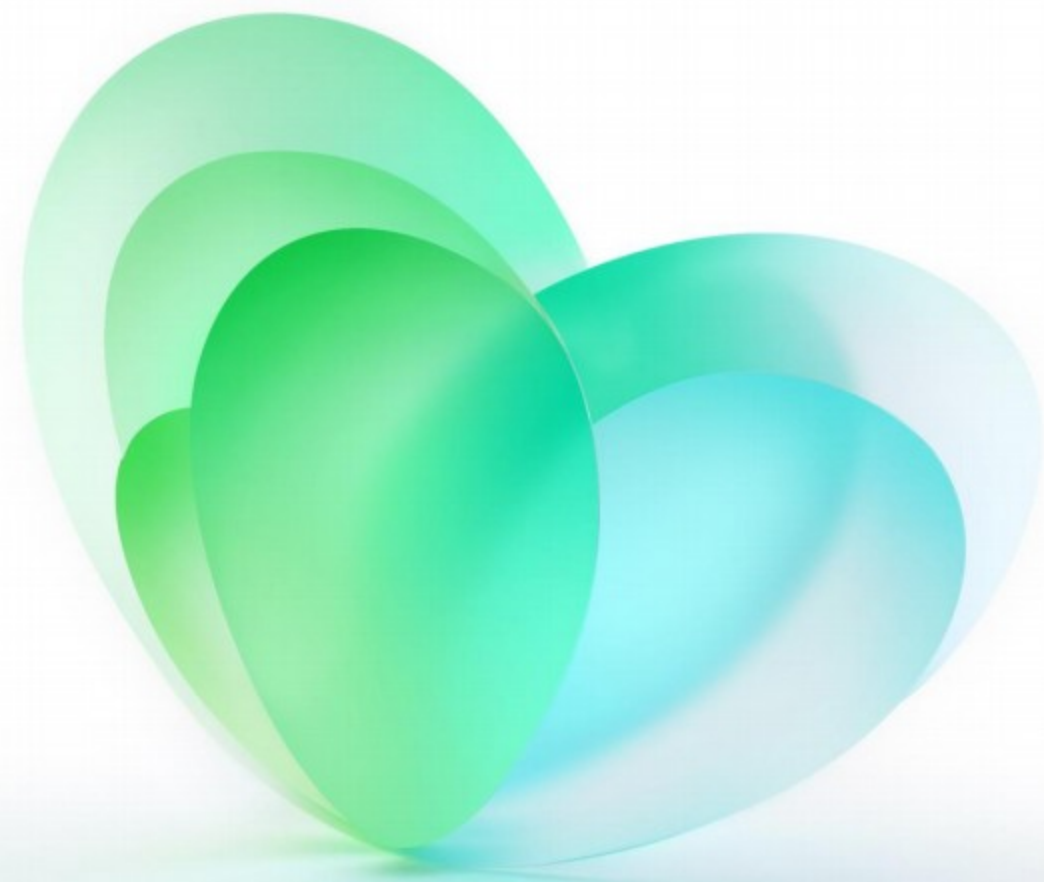
大促词包、搜索激励

搜索双11流量趋势洞察

流量趋势早知道，提前布局

2025

01



双11预估五次搜索流量高峰，建议国庆后抢跑

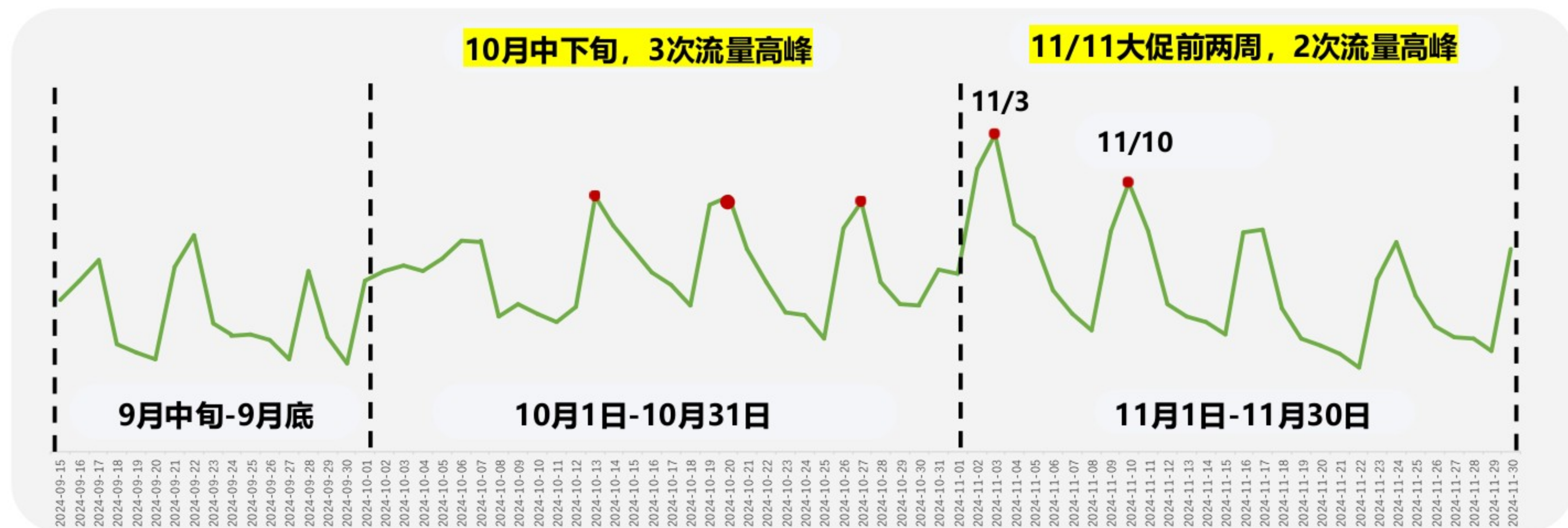
趋势：9月流量稳步上升，国庆后到大促前，多个流量高峰，需要提前抢夺用户心智。

流量高点：10月中下旬，3次流量高峰，双11大促前两周达到流量顶峰。

种草蓄水期:9月

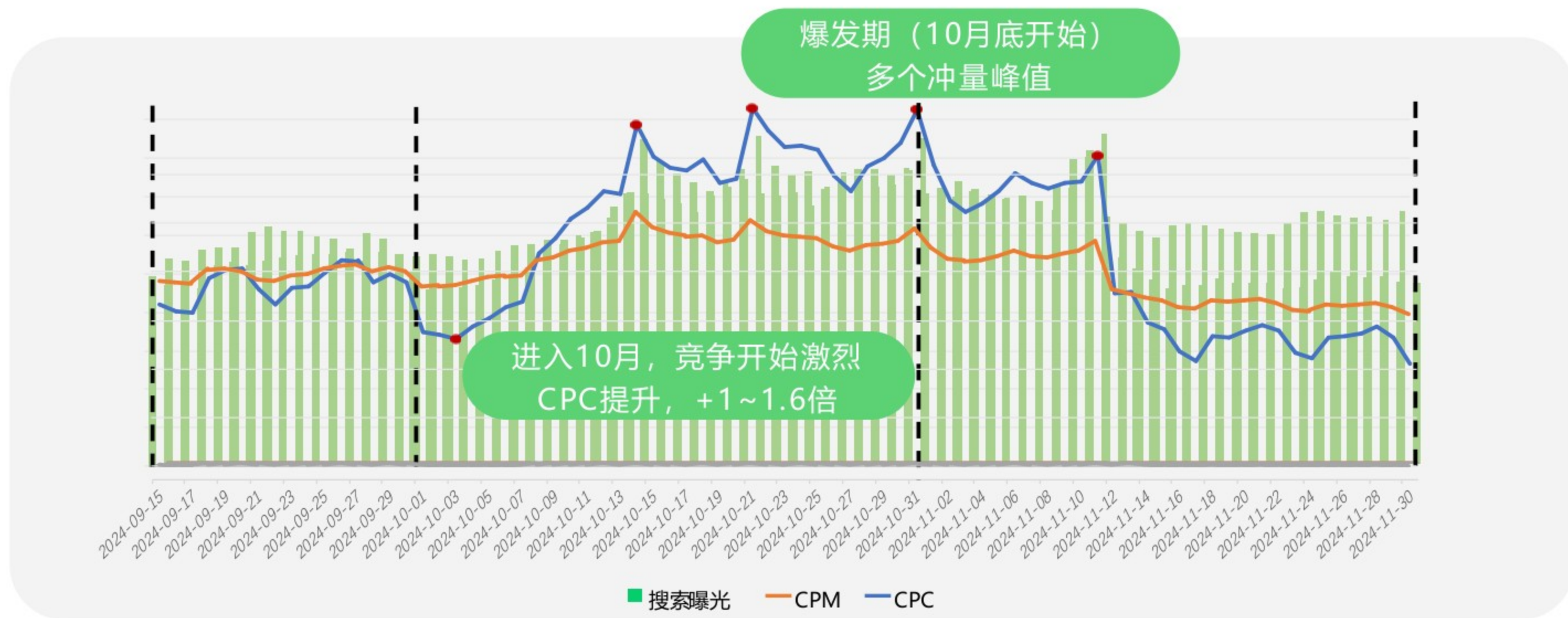
正式爆发期：10月中下旬-双11大促前

流量回落期：大促后



国庆后即进入流量抢夺阶段，流量竞争激烈

国庆后，CPM/CPC开始升高，商家开始抢跑，10月中下旬-双11大促前流量竞争激烈，需要提价抢量



分行业流量：搜索流量存在差异化，各有侧重

美妆

10月中下旬-明显流量高峰



服饰

大促前后波段高峰



母婴

流量持续高位



3C数码

大促前后持续高位



分行业流量：搜索流量存在差异化，各有侧重

出行旅游

9月底10月初国庆流量高峰



家用电器

国庆前后、双十一前后多个流量峰值



教育培训

国庆前后流量上升明显，大促期间流量稳定



婚恋摄影

国庆前后流量高峰，大促期间流量稳定

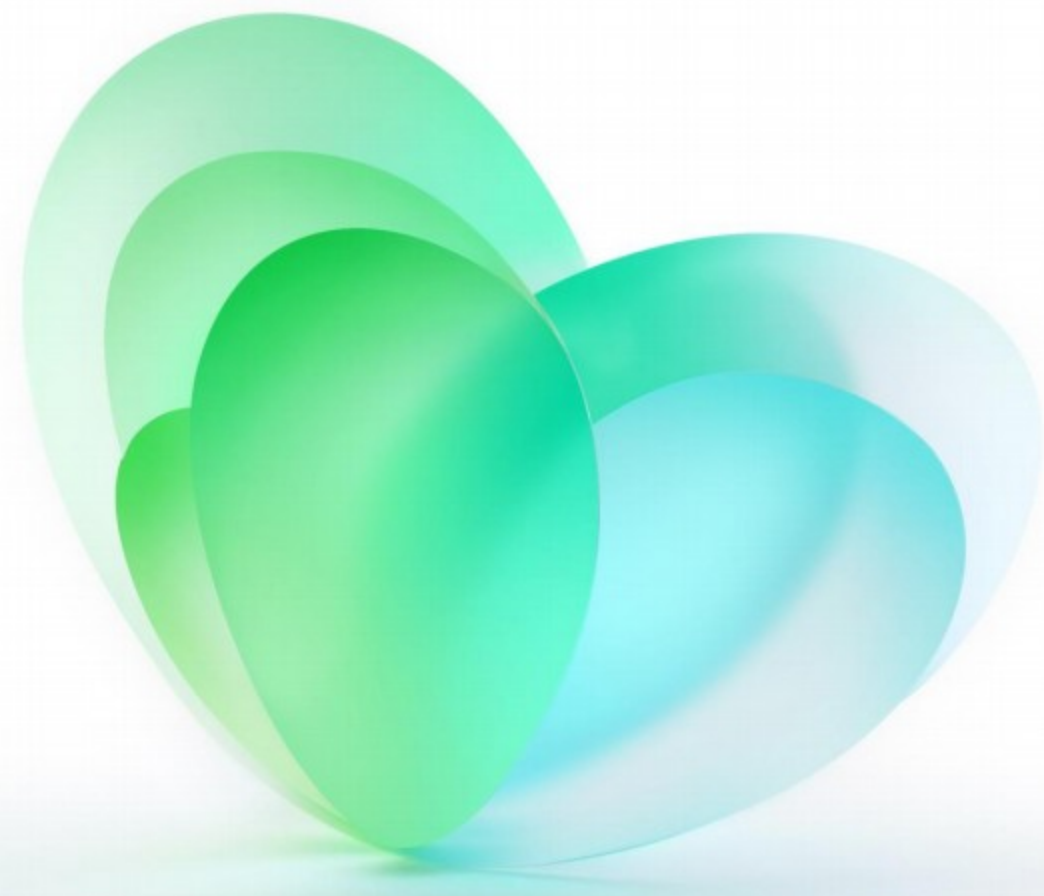


搜索营销价值解读

搜索是好生意的「捷径」

2025

02



搜索是好生意的「捷径」

01

生活消费的决策场

- **生活消费决策场的核心入口**，内容即答案，用户心智明确
- 高信任度的社区生态、匹配用户更“**主动+高意图**”的搜索行为，带来了更强的转化力

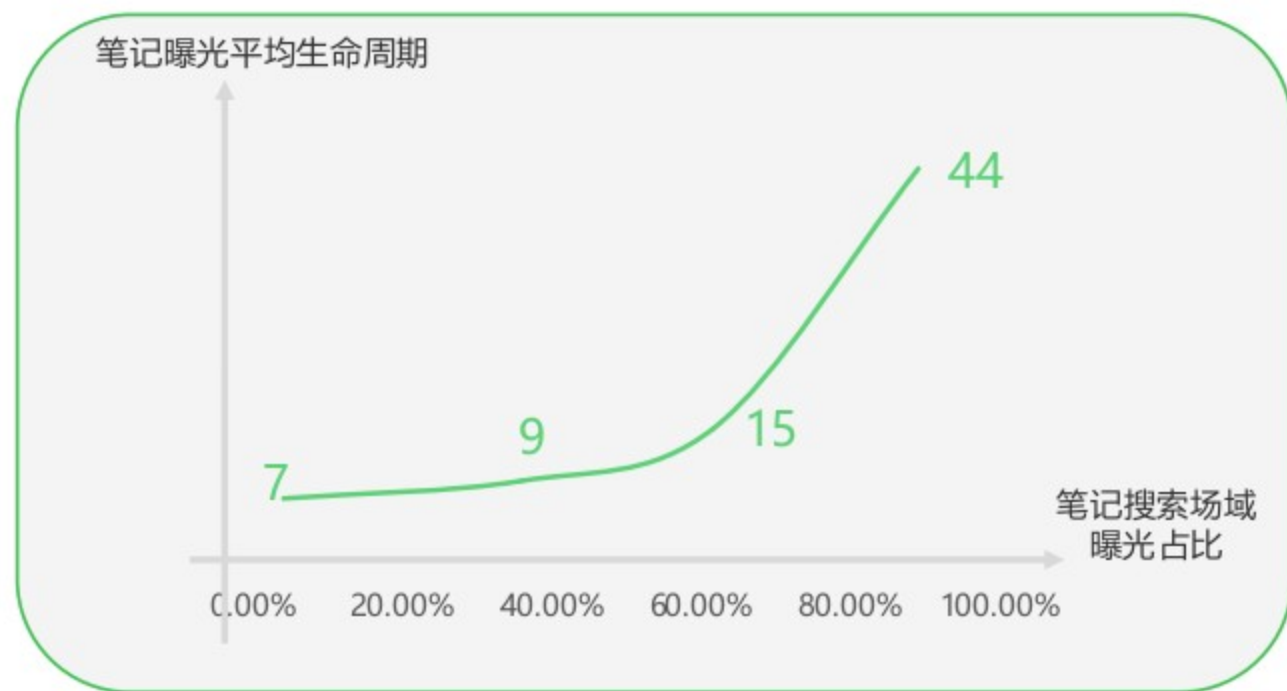
02

前后端转化率高

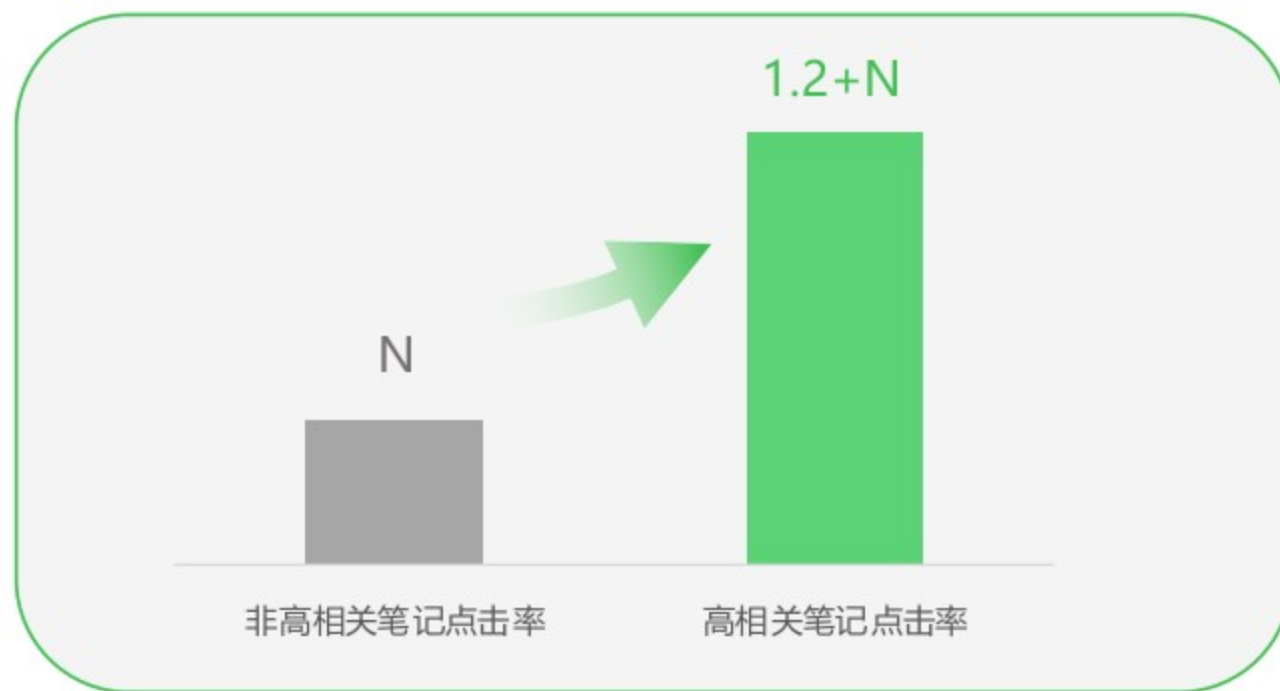
- **种草广告**搜索场CVR更具优势，且大部分行业的CPA更低，同时从一方数据合作看搜索场域的后端转化更好
- **线索/闭环电商/开环电商/游戏**搜索CTR、CVR大幅优于信息流

搜索是好生意的「捷径」

03 搜索场适配度好内容留存时间更长，有“复利”



➡ 搜索场曝光多的笔记整体生命周期更长



➡ 高相关内容点击率更高，可以获取的累计曝光更高，转化率更高

搜索是好生意的「捷径」

04 搜索是客户内容布局、选品策略、新品开发的指南针

Columbia

通过搜索洞察发现，很多户外人群对各种昆虫植物的兴趣浓厚，如「兰花螳螂」、「望天树」、「含羞草」等。于是，品牌将防晒衣与自然探索场景绑定，实现生意破局

反哺内容布局

潮宏基

基于热词分析及搜索流量动态，精准捕捉消费者需求趋势。聚焦黄金饰品分析搜索热度、搜索增速、找到潜力SPU。实现生意增长

反哺选品策略

每日乔安

通过用户搜索趋势与站内关联品类GMV增速做交叉判断，从用户需求角度持续推新品，石斛原浆、养雌粉、姜黄饮等陆续上新

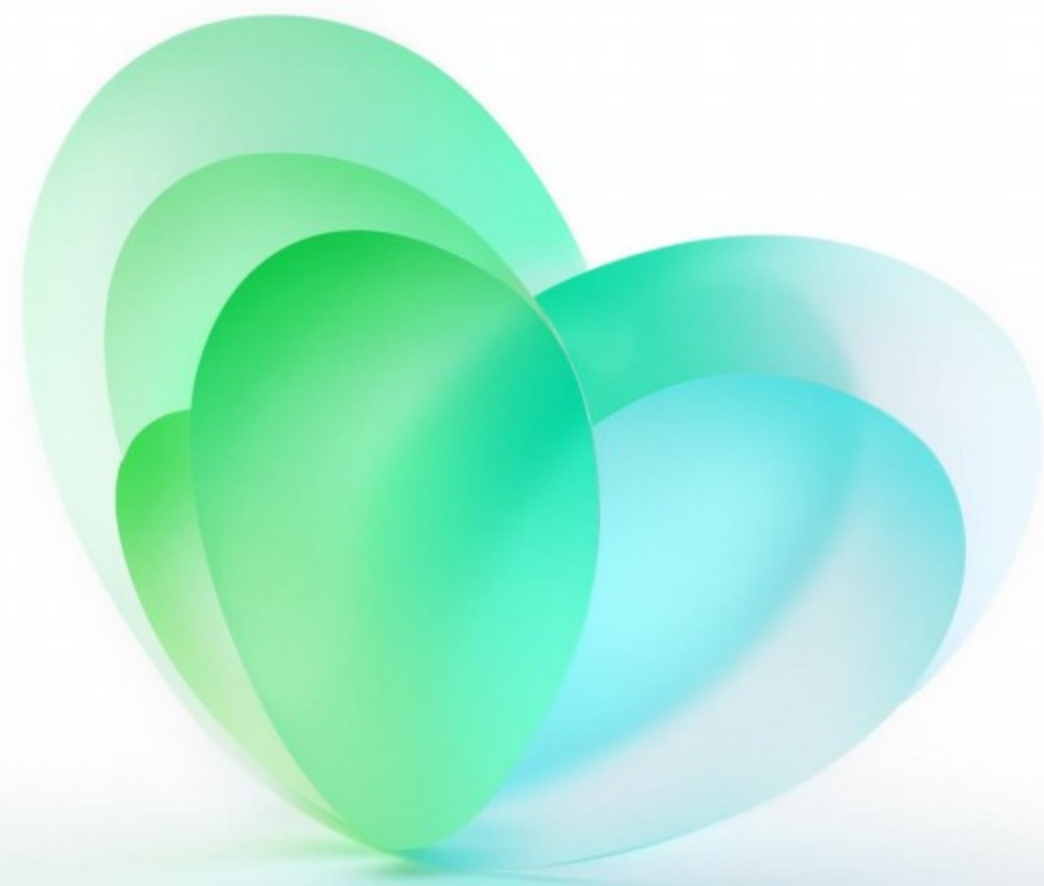
反哺新品策略

产品工具与投放策略

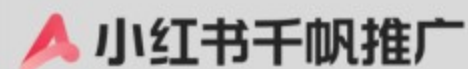
产品能力升级，打出组合拳

2025

03



小红书搜索推广：产品全景图



🌱 产品种草

👤 客资收集

📁 应用推广

🌱 种草直达

🛒 闭环电商

围绕“人”，打开搜索路径

用户路径拓词

9月已全量

围绕供需，找机会流量

高潜词包

关键词工具AI化

AI词包整理

预计10月上线

人x词的精细化

人群优投

支持所有客户主动表达搜索流量，系统根据笔记/spu等智能拓展

全站/快投计划：支持白盒买词

智能拓词

全站/快投计划：
支持白盒买词

用户路径拓词
8月上线

做高相关性内容，提首屏填充

投前

投中

投后

相关性预检

8月已全量

相关性诊断

8月已全量

首屏机会词洞察

7月已全量

搜索 x AIGC

AIGC*素材改写

8月已上线

智能创意

笔记拓展
AIGC笔记

词洞察+投后相关性披露 (规划中)

抢占首屏/前三屏

点击份额 (soc)

高价值人群、场域的溢价

人群优投 (溢价)

全站-搜索溢价

全站-搜索溢价

一键起量

买词拓展

内容提效

效果放大

2025

搜索买词工具升级



找到关键词，覆盖更多有效流

推荐词包

★ 笔记词包

基础词包

蓝海词包

黑马词包

高点击词包

自定义词包

根据所选笔记，
系统推荐关键词

根据所选笔记绑
定的SPU，系统
推荐关键词

有较高搜索量但
竞争不激烈的搜
索词

流量呈显著上升
趋势的搜索词

点击率相对较高的
搜索词

平台/自建/灵犀
词包

✅ 广告创编-搜索主题-添加关键词

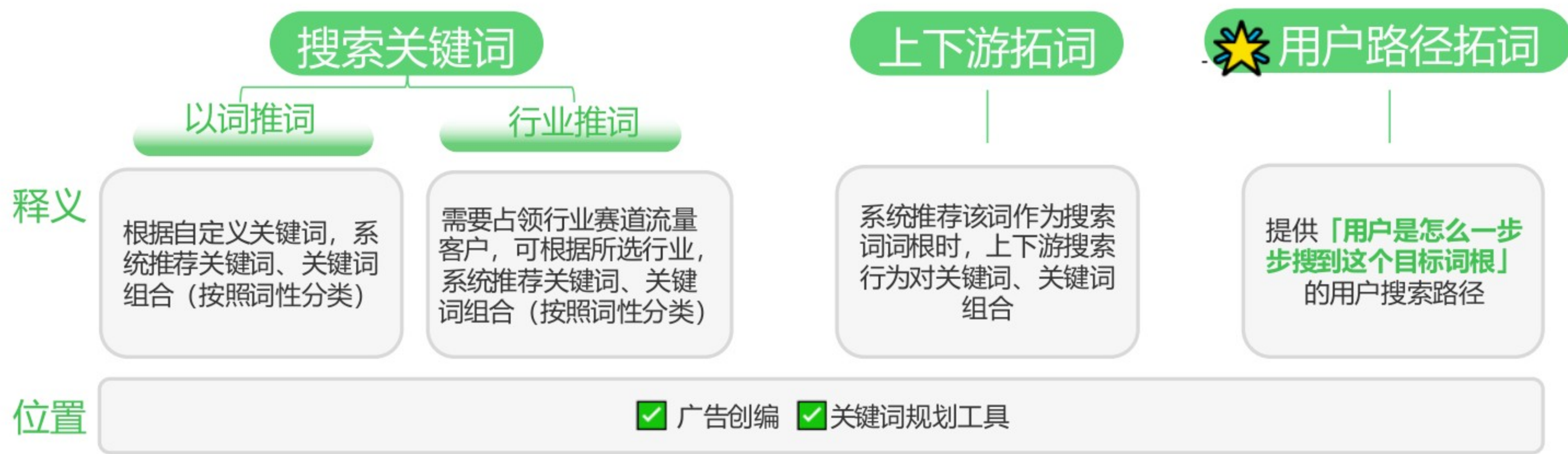
✅ 广告创编
✅ 关键词规划工
具

释义
位置

示例



找到关键词，覆盖更多有效流量



示例

关键词规划

推广计划: 开学季数码装备 | 推广时间: 9月1日 - 9月10日 | 推广预算: 10000元

关键词	搜索量	竞争度	相关性	出价	排名
手机壳	100	2.0/5.0	高	1.0	10
平板电脑	101	3.0/5.0	高	1.0	10
蓝牙耳机	92	4.0/5.0	高	1.0	10
智能手表	81	3.0/5.0	高	1.0	10
无线充电器	79	2.0/5.0	高	1.0	10
降噪耳机	87	2.0/5.0	高	1.0	10
智能音箱	81	2.0/5.0	高	1.0	10

关键词规划

推广计划: 开学季数码装备 | 推广时间: 9月1日 - 9月10日 | 推广预算: 10000元

关键词: 手机壳

用户路径拓词

路径名称: 开学季数码装备

路径描述: 新生群体从开学准备延伸至数码装备, '宿舍好物'与'床垫'构建生活场景, '手机壳'与'平板'形成学习工具链, '手机推荐'直接关联消费主体, 体现校园场景中的设备采购逻辑

用户路径拓词

AI还原用户搜索路径，启发内容创作、助力搜索买词

关键词规划工具

1 点击跳转【数据-流量参谋】进行更多搜索行业&关键词分析 立即前往

关键词词包 搜索关键词 上下游拓词 用户路径拓词

输入框输入「目标词根」

路径1 路径2 路径3 路径4 路径5 路径6 路径7 路径8

路径：减脂饮食场景下的... ①

关键词 推荐理由 竞争指数 月

词包/用户占比

餐前阻断测评 12%

阻隔碳水片推荐 4%

阻断热量的药 6%

减肥药测评真... 15%

控糖阻断片推荐 9%

阻断片推荐 100%

减脂餐 同行买词 高点击 高 7,04

减脂餐食谱 同行买词 高点击 高 94

减脂餐一日三餐 同行买词 高点击 高 70

鸡胸肉减脂餐做法 同行买词 高点击 高 48

减脂餐一日三餐 同行买词 高点击 高 36

减脂餐晚餐 同行买词 高点击 高 31

空气炸锅减脂餐 同行买词 高点击 高 26

选择一条「路径」，展现具体的路径（默认展现「路径1」）

具体的路径展现

暂无关键词

请从左列表添加关键词

请输入新的关键词进行添加，多关键词可折行或用；间隔

另存为词包 保存到单元

- 「路径」：1-10条核心路径，为系统大模型根据用户全部真实的搜索行为拟合出的搜索链路
- 路径「关键词」：是用户搜「目标词根」之前真实搜索的词，系统也会根据该关键词，以词推词，输出更多相关词
- 各关键词「用户占比」：用来判断，在这条路径上，搜索词搜索量分布，即更爱搜什么

关键词编辑

推荐词包 搜索关键词 上下游拓词 自定义词包 用户路径拓词

路径1 路径2 路径3 路径4 路径5 路径6 路径7 路径8

路径名称 减脂饮食场景下的热量阻断路径

路径描述 用户从减脂饮食场景切入，通过大餐后控糖方案逐步聚焦到减脂晚餐需求，继而探索餐前阻断解决方案，最终形成从饮食管理到阻断产品选择的完整路径，体现饮食控制与产品辅助的双重减脂逻辑

词包/用户占比

减脂餐 20%

大餐后控糖 3%

减脂晚餐 17%

控糖丸 13%

餐前阻断测评 12%

阻隔碳水片推荐 4%

阻断热量的药 6%

减肥药测评真... 15%

控糖阻断片推荐 9%

阻断片推荐 100%

减脂餐食谱 同行买词 高点击 高

减脂餐一日三餐一周食谱 同行买词 高点击 高

减脂餐一日三餐 同行买词 高点击 高

鸡胸肉减脂餐做法 同行买词 高点击 高

减脂晚餐 同行买词 高点击 高

空气炸锅减脂餐 同行买词 高点击 高

豆腐减脂餐 同行买词 高点击 高

减脂午餐 同行买词 高点击 高

减脂餐简单做法 同行买词 高点击 高

鸡胸肉减脂餐的做法 同行买词 高点击 高

选择节点词

餐前阻断测评 12%

餐前碳水 同行买词 高点击 高 33

万益蓝餐前控糖片 同行买词 高点击 高 23

减脂晚餐吃什么 同行买词 高点击 高 16

餐前血糖多少正常 同行买词 高点击 高 13

餐前碳水真的有用 同行买词 高点击 高 12

展现节点词对应的关键词「词包」及相关关键词指数

另存为词包 保存到单元

用户路径拓词案例-凡士林

打开买词思路前置影响决策，低成本撬动生意新增量

TA们从 什么? 搜到 “美白身体乳”

路径1 「防晒与美白的关联」

夏日防晒
全身亮白

防晒霜
黑色素沉淀

关节黑

路径2 「婚庆现场肌肤准备」

婚礼当天
状态管理

新娘妆造
婚纱照风格

美白舱

路径3 「旅游消费情绪引导」

更美好的
旅行体验

某地美食
某地旅行攻略

出片穿搭

美白身体乳

100个

新增场景需求
词稳定投放

33%

用户路径拓出的关键
词带来的成交贡献

48%

场景词CTR环
比提升



人群需求匹配内容卡位

关键词

关节黑

美白舱原理和作用

出片穿搭

实际需求

肤色不均解决方案

身体美白

拍照更好看

对应内容

关节美白×强功效

美白×替代方案

露肤美照×全身无色差

一方合作
验证

23%进店率
16%

16%进店率
12%

10%CTR
11%

站外电商成交转化率

开启关键产品能力，进一步拓展流量

产品能力

智能拓词

- 基于投放标的&已选词，为客户拓展更多相关关键词
- 根据计划投放表现日维度更新拓词内容，及时基于投放效果调整拿量方向

精准包含

- 基于关键词匹配方式选择「精准匹配」的客户，开启「包含」可获取更多相对精确的流量
- 关键词字数小于8，增益效果更明显

短语匹配

- 用户搜索内容与投放内容（笔记内容、已购关键词）相关即可获得流量
- 如：添加关键词“面霜”，用户搜索“抗老面霜推荐”、“紧致抗衰”也可匹配

操作示例



人群优投，锁住核心人群

产品能力：在聚光平台创建「搜索推广」计划后，圈选DMP人群包，对目标人群进行「加价抢位」提升在目标人群下的曝光机会，同时以配合新增蓝海词，**实现精准人群和流量规模的双赢**

优投人群：提高出价设置溢价抢量，增加曝光/触达机会

其他人群：正常出价保障计划跑量持续触达潜在机会人群

CTR提升
20%

进店率提升
100%

投放策略（一）

叠加目标人群，拓展蓝海流量

- **买词方向：**建议客户可以进行同类目、跨类目词的拓展，或系统推荐词包
- **人群选择：**核心目标人群，如同类品人群、品牌认知-兴趣-深度兴趣-购买人群
- **出价策略：**低出价、高溢价，溢价系数建议1.5-2.5
- **预算分配：**建议20%左右的预算用于测试蓝海词计划

投放策略（二）

目标人群*关键词*内容的高效匹配

- **买词方向：**品类词、大流量词
- **人群选择：**精细化人群，将人群进行分类和场景化，并根据人群偏好，选择差异化笔记内容进行投放
- **出价建议：**溢价系数建议1.1-2，初期可阶梯尝试

人群优投案例-天然百利

猫粮特点

长决策周期，用户路径复杂

品类区隔度不高，精准词都很贵

百利痛点

泛流量词，能跑量但影响转化效率

精准词，点击成本高且跑量困难

百利解法

聚焦目标人群定向，三场域同时开跑

短语+精准包含+用户路径拓词，挖掘搜索高潜流量



Step1 使用用户路径拓词，找到前序机会词&根据路径做笔记

电商路径：淘宝宠物-京东宠物-拼多多宠物-宠物粮优惠券-**百利高蛋白猫粮**

场景路径：餐边柜-梳妆台-宠物屋-猫爬架-宠物餐具-**百利无谷鸡猫粮**

Step2 差异化匹配策略，提高拓词效率

精准包含：采买**核心词**，用合理的价格，保障核心词的买入量

短语匹配：采买**低商高搜词**，渗透潜力转化人群

Step3 巧用人群优投在搜索场域触达高转化人群

信息流：定向高转化人群，持续触达

搜索推广：**针对用户路径词（词∩人群）**，设置溢价系数，提高转化率

人群优投
VS
非人群优投

CTR	CPC	进店率	CPUV
+30%	+20%	+68%	-20%

搜索词工具升级预告

词管理

推词

分析

内容引导

素材制作

形成词包&管理词包
(平台/自建/灵犀)

推词能力：以词推词、
笔记推词、行业推词、
用户路径拓词...

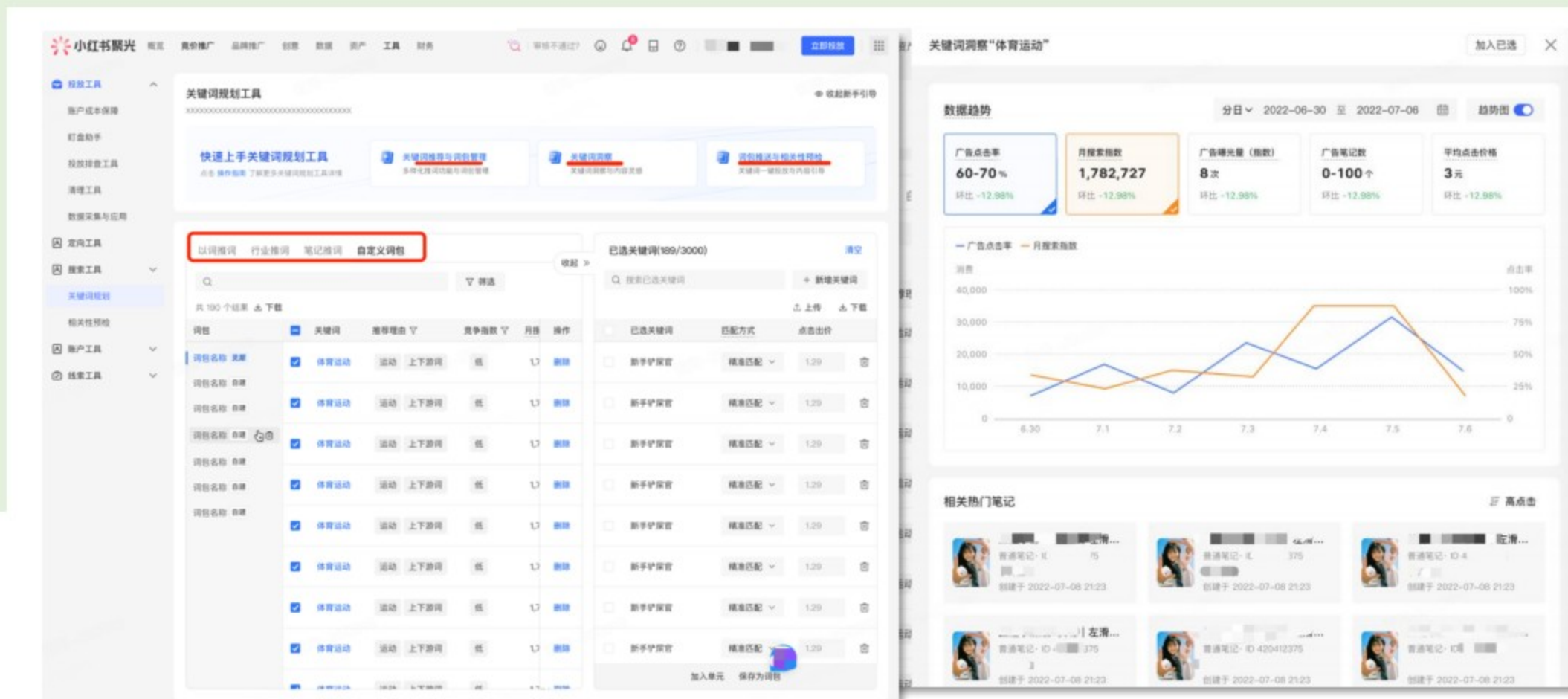
关键词洞察
相关性预检：词和笔记
的相关性检测

强相关的全站内容推
荐

素材创建与采纳

已选关键词

应用在广告单元层级



2025

内容新机会 做高相关内容，抢占首屏流量



搜索笔记内容：不仅要做得好，还要做对

用什么衡量笔记是否做对了：「相关性」是衡量搜索流量（用户搜索词）和笔记内容匹配度的核心指标；

重要性：相关性=「好」的笔记才有机会参与首屏广告流量竞争，是获得首屏曝光的入场券！

「首屏流量」4大价值

黄金曝光占位

搜索首屏= “第一眼经济” =心智占位

更好的点击率

首屏CTR是后置坑位的2倍以上

更好的转化率

首屏VS 后置坑位，表单和私信CVR 高1~1.5倍

更多流量机会

有且仅有高相关笔记内容，**才可以**参与首屏流量的竞争

首屏广告坑位

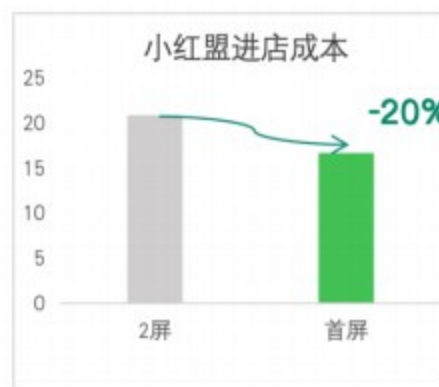


搜索笔记内容：做对内容抢到首屏，成本降低

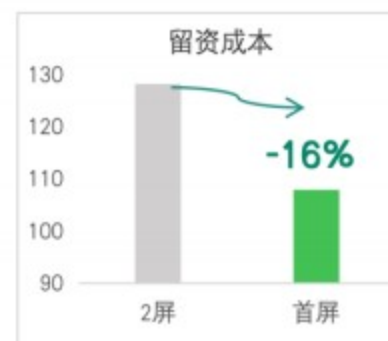
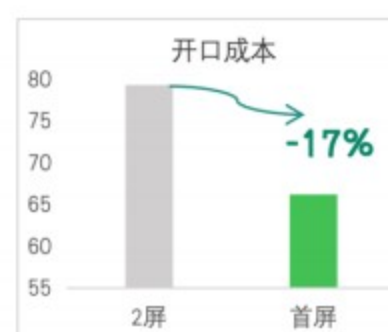
各营销目标下，都可以看到首屏优质流量在点击率、转化成本上的优势

笔记种草

客资收集



每1000次曝光，
首屏可多拿43个点击
2个小红盟进店



抢到首屏流量，
1个开口成本省13元
1个留资成本省20元

以点击份额（soc）为目标的客户也要做好相关性

在「产品种草」营销目标下，点击份额（SOC）产品是满足客户抢占位置的营销诉求的**推广目标**

产品能力

- 抢更靠前的位置提升曝光/点击份额，占领消费者心智
- 手动出价，可以对单元中选择的关键词分别出价

示意



操作路径

小红书聚光后台
>>新建广告
>>产品种草
>>搜索推广
>>推广目标-**点击份 (SOC)**

使用场景&适配客户

- 【抢首位&前三位】有一定品牌影响力，对流量有强诉求的客户新生品牌，积累了良好笔记数据的客户
- 品牌词下建议高出价抢占首位，保证首屏可见度，品类词/场景词可抢占前三位，增强心智

2025

如何才能提高搜索相关性



提高相关性：前中后三阶段闭环，做对内容抢首屏

投前校准：第一步就做对

从源头规避“词 - 笔记”不匹配风险，确保投放内容初始就达到“好”档相关性标准，为进入首屏流量池竞争打下基础；

投后反哺：挖掘新机会

根据投放数据和用户真实搜索需求，发现品牌“高需求 - 首屏低覆盖”的首屏机会流量缺口，反哺内容创作

投中诊断：实时诊断提效率

实时修正投放过程中的“相关性偏差”，及时新增笔记，避免流量浪费，确保计划中“词 - 笔记”组合保持高匹配度；



提高相关性：前中后三阶段闭环，做对内容抢首屏

投前、投中产品于25年8月在聚光全量上线；投后相关性在非种草客户上线

投前-相关性预检

支持在搭建搜索推广计划之前，预检目标词与笔记的相关性情况，确保词和笔记高相关



聚光：数据>>搜索>>搜索相关性预检

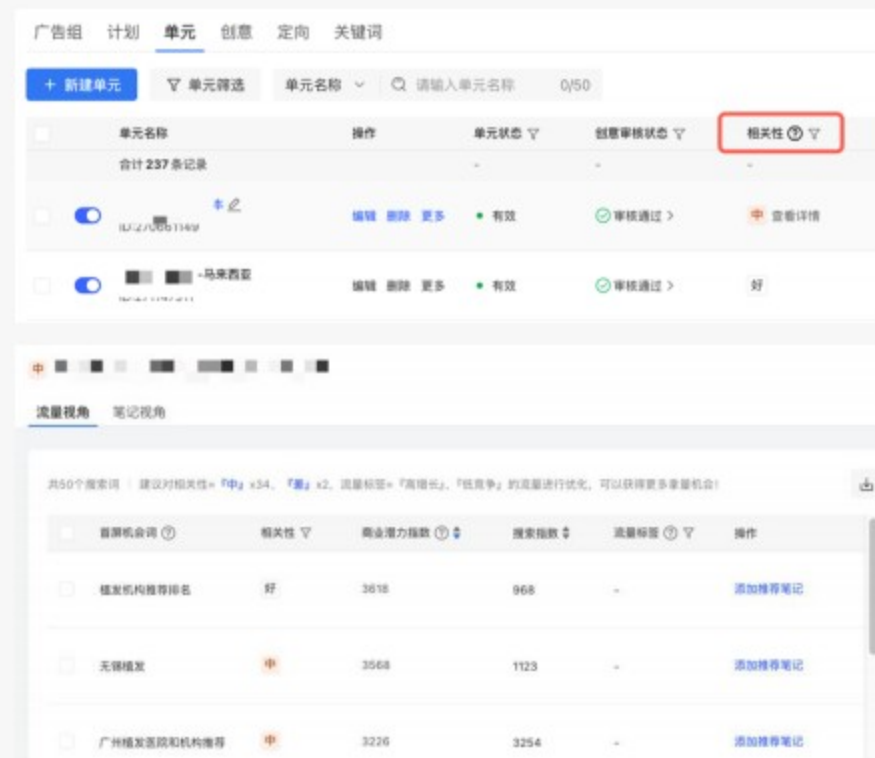
投中-相关性诊断

搭建计划过程中，针对已选词和笔记，系统进行相关性诊断，并推荐高相关笔记



投后-相关性首屏机会词优化

披露单元在搜索场可覆盖的流量和账户竞争情况，优化首屏机会词的相关性



投前-相关性预检：用高相关内容去投放

产品于25年8月在聚光全量上线

01 上传目标关键词/关键词表格，选择已发布的笔记

聚光：数据>>搜索>>搜索相关性预检



注：需要选择已经发布的笔记，暂不支持广告素材预检

相关性预检结果

相关性档位：中

打分原因

搜索词主需为「**会计基础知识点**」，创意内容为CPA全科备考方案，主需不匹配但存在学科关联性，因此相关性为“中”

优化建议

增加会计基础知识点的专项讲解模块，例如将会计科目拆解为“基础会计+财务会计”两部分，并在标题中突出“会计基础”关键词

投中-相关性诊断：及时补充高相关笔记

产品于25年8月在聚光全量上线

搭建计划时，可以诊断相关性吗？

已选创意 (2)

素材相关性评价

您所选择的笔记素材中缺少跟搜索主题top词相关的内容，素材越相关，越能在搜索流量下获得更好的转化 美妆 精致都市丽人 下载更多词包

查看推荐笔记 (10)

创意 1 × 创意 1 × + 添加笔记

推广笔记



创意名称

推广创意

24/50

封面 & 标题

Step1.诊断素材相关性

搭建计划时自动诊断素材相关性：

- 您所选择的笔记素材中缺少跟搜索主题top词相关的内容，素材越相关，越能在搜索流量下获得更好的转化

Step2.下载高相关词包

点击「下载更多词包」：

- 优化流量：获取与笔记高相关，但未在计划中选择的关键词

Step3.添加推荐笔记

点击「查看推荐笔记」：

- 优化笔记：添加与投放词高相关的笔记

备注：该产品在聚光新创编流程中上线，故不包含API客户和UD客户

投后相关性：首屏机会词持续优化，拿增量

口诀：1-看空间找机会、2-加笔记、3-制作新笔记

01 有搜索曝光计划



02 锁定单元



03 锁定流量

投后相关性披露，涉及到三类计划：

- ① 搜索直投
- ② 全站智投
- ③ 搜索快投

只要是在搜索场域有曝光的计划，
都可以看到单元相关性、首屏机会词的相关性。

- ① 档位：设置好、中、差三个档位。
- ② 含义：每个单元下首屏机会词与单元在投笔记的相关性加权分数。
- ③ 优化：可针对于相关性=「中」「差」的单元优先优化。相关性=「好」的单元，可以选重点词优化

单元名称	操作	单元状态	创意审核状态	相关性
合计 908 条记录				
	编辑 删除 更多	有效	审核通过	中
	编辑 删除 更多	有效	审核通过	暂无数据
	编辑 删除 更多	有效	审核通过	好

- ① 单元相关性，点击「查看详情」
- ② 创意相关性，点击「查看详情」
- ③ 下钻至具体的首屏机会词

单元名称	操作	单元状态	创意审核状态	相关性
合计 516 条记录				
	编辑 删除 更多	有效	审核通过	好
	编辑 删除 更多	已被计划暂停	审核通过	中 查看详情
	编辑 删除 更多	有效	审核通过	好

广告组	计划	单元	创意	定向	关键词
+ 新建创意					
Y 创意筛选 创意名称 请输入创意名称 0/50					
合计 498 条记录					
	编辑 删除 更多	2025-09-20 09:17:00	5507.03	好 查看详情	1099
	编辑 删除 更多	2025-09-11 10:44:23	4705.59	好	117038

投后相关性：首屏机会词持续优化，拿增量

口诀：1-看空间找机会、2-加笔记、3-制作新笔记

单元-相关性-查看详情（流量视角）

流量视角 笔记视角

共50个搜索词 | 建议对相关性=『中』x34、『差』x2，流量标签=『高增长』、『低竞争』的流量进行优化，可以获得更多增量机会！

☐	首屏机会词 ②	相关性 ▾	商业潜力指数 ②	搜索指数	流量标签 ② ▾	操作
☐	植发机构推荐排名	好	3618	968	-	添加推荐笔记
☐	无锡植发	中	3568	1123	-	添加推荐笔记
☐	广州植发医院和机构推荐	中	3226	3254	-	添加推荐笔记

首屏机会词

根据单元在搜索场域可覆盖的流量和账户竞争力，为您推荐商业潜力大的首屏机会词，每个单元目前最多展示50个

商业潜力指数

根据该流量的流量大小、行业竞争度、该客户竞胜概率等综合评估，商业指数越高，代表优化价值越大，应最先优化

搜索指数

搜索词在大盘中的搜索热度

流量标签

高增长：近一周流量呈明显上升趋势的搜索词分类
低竞争：有较高搜索量但竞争不激烈的搜索词分类

投后相关性：首屏机会词持续优化，拿增量

口诀：1-看空间找机会、2-加笔记、3-制作新笔记

先优化哪些首屏机会词？

共50个搜索词 | 建议对相关性=『中』x21、『差』x11，流量标签=『高增长』、『低竞争』的流量进行优化，

☐ 首屏机会词 ?	相关性 ▾	商业潜力指数 ?	搜索指数
☐ 关西国际机场到大阪	中	497	891
☐ 大阪名宿推荐	好	427	936
☐ 日本住宿价格	好	357	2933
☐ 西九条住宿	差	352	1261
☐ 日本旅游酒店怎么订	好	350	875

Step1

对相关性=「中」或「差」的流量进行优化

Step2

按照【商业指数】降序，商业指数代表潜力，从高到底依次优化

Step3

辅助指标：搜索指数，搜索指数代表搜索量的大小

投后相关性：首屏机会词持续优化，拿增量

口诀：1-看空间找机会、2-加笔记、3-制作新笔记

Step1：查看推荐笔记

点击添加推荐笔记

针对目标搜索词，点击【添加推荐笔记】，查看推荐笔记

👍 2025年8月底，支持对多个首屏机会词，批量添加推荐笔记

流量视角 笔记视角

共50个搜索词 | 建议对相关性=『中』x24、『差』x7，流量标签=『高增长』、『低竞争』的流量进行优化，可以获得更多增量机会！

批量添加推荐笔记

首屏机会词	相关性	商业潜力指数	搜索指数	流量标签	操作
☐ 首尔三人住宿	好	194	1037	-	添加推荐笔记
☒ 济州岛自驾	中	182	3235	-	添加推荐笔记
☒ 济州岛冬季旅游攻略	中	180	891	-	添加推荐笔记



Step2：采纳推荐笔记

采纳系统推荐的高相关笔记

根据勾选的词，推荐与这些词的高相关笔记，可全部采纳

👍 2025年8月底，支持笔记筛选（笔记id/笔记描述/SPU/创建时间）

优质笔记 已采纳：0/3

为您找到相关性高的笔记如下，同时您可以通过修改笔记内容来提高笔记相关性。 全部采纳

笔记ID	笔记信息	匹配的机会词	阅读数	互动数	操作
普通笔记 ID 6863640a00...	济州岛美... 创建于 2025-07-01 12:28	济州岛冬季旅游攻略	3019	109	采纳
普通笔记 ID 68249fe...	济州! 是住进了爱纯妈妈的... 创建于 2025-05-14 21:51	济州岛冬季旅游攻略	68834	4332	采纳

产品节奏：25年7月初，在以【客资收集/应用推广/种草直达】投放为主的Brand account id客户全部上线（新账户可周期性提报加白）

投后相关性：首屏机会词持续优化，拿增量

口诀：1-看空间找机会、2-加笔记、3-制作新笔记

2025年8月底，投后相关性*AIGC笔记改写上线！提高笔记制作效率

直接采纳AI改写笔记，改写笔记以广告素材形式存在

在推荐笔记处，自动生成AI改写笔记，改写标题/正文，新增头图

优质笔记 已采纳：0/21

为您找到11篇高相关笔记，同时基于模型能力为您自动优化了1篇笔记相关性，可直接采纳使用。 [全部采纳](#)

笔记ID
搜索笔记ID，多笔记用，间隔
筛选

笔记信息	匹配的机会词	阅读数	互动数	操作
 AI优化 别墅 创建于 2025-08-27 12:07				采纳 编辑/查看优化内容
 黑灰配色极简风 普通笔记 ID 慕奈格·慕一家之... 创建于 2025-08-02 15:14	入户门对楼梯	35	1	采纳
 原木风入户 普通笔记 ID	入户门对楼梯	15368	558	采纳

10条/页
共20条，2页

已新增 0 篇笔记，目前共 2 篇笔记

取消
下一步



可对AI改写的笔记再次编辑、修改

AI优化笔记内容

优化后图片 (可编辑9/18)






优化后内容 (可编辑)

送礼清单！男生舍不得买但想要的礼物合集！

20/20

生日七夕纪念日送礼清单！男生真的对这种“能提升爱好体验”的单品没有抵抗力！本期盘点6个男生喜欢！但舍不得买的礼物们！包送到心坎上的！
同款指路：
点击【左下角按钮】直达
或上得物👉【20732】低价get同款！现在下单最高返60👉新人还有520大礼包哦👉关键得物还有闪电发货，基本第二天就能收到！超方便的！想要的直接冲！

COACH蓝驰RACER28
JordanAirJordan1Mid“LightSmokeGrey”
CITY7FN西饼城经典曲奇

465 / 1000

#话题 @用户 表情

采纳后将默认发布广告素材，在广告素材管理中可见

取消 确认并采纳

AI智能优化建议

原笔记：送礼清单！男生舍不得买但想...
相关词：给男朋友惊喜

修改建议：
在倒数第二段添加了关于给男朋友惊喜的礼物描述，强调能带来高质量体验。

修改内容：
在倒数第二段添加了“给男朋友惊喜的绝佳选择！这些礼物不仅能让男生感受到被重视，还能让他们享受到高质量的用户体验。”，融合了“给男朋友惊喜”的关键词

产品节奏：25年8月底，产品上线，目前为内测阶段，可提报加白

投后相关性*AIGC改写笔记优秀案例

客户背景：某线索类中小客户，搜索日均消耗300-500,日均在投笔记8-9篇，希望可以借助AI工具提升笔记制作效率，提高跑量；

首屏机会词：猫丢了后还会自己回来吗

计划日均消耗+60%

标题：专业靠谱找猫团队



原笔记：
CTR 3.23%

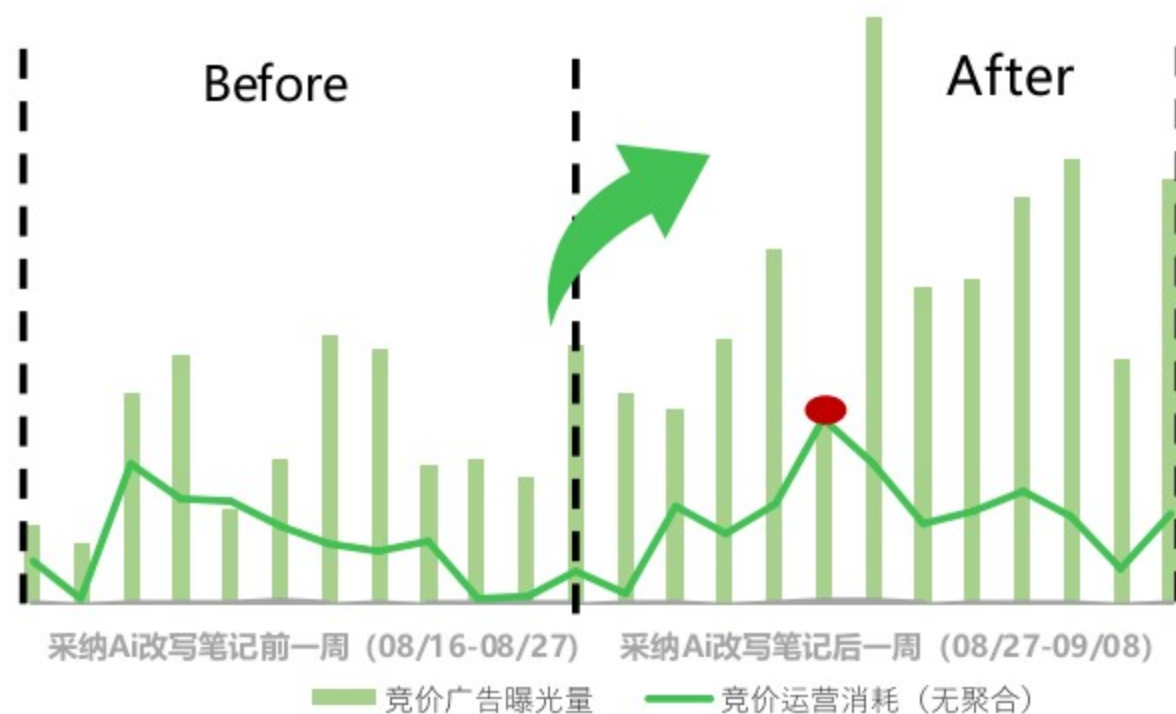
标题：专业靠谱找猫团队，
轻松找回你的宠物



AI改写笔记：
CTR 5.7%

76%
CTR提升
➡

采纳AI改写笔记计划前后跑量



同程：相关性优化，成本达成率+7.4%，跑量+43%

相关性优化「三部曲」

优化效果

暑期旺季
痛点问题

「放量」难！

「成本」高！

「CTR」低！

「首屏」展示低！



Step1—定位蓝海词

核心动作

找准高商业+搜索指数+低竞争词

一般为人群/场景 x 目的地 x 攻略 x 羊毛词组合

人群/场景词

海边城市
暑期亲子游
大学生毕业旅行

目的地词

青岛
北京
厦门

攻略词

酒店住宿攻略
三天两夜
景点排名

羊毛词

怎么买便宜
低价酒店推荐
经济连锁酒店

Step2—提高匹配率

核心动作

替换蓝海词所在单元的中、低相关笔记

先定位低相关词&筛选低相关笔记

以「青岛必去景点排名」蓝海词优化为例：

商品必去景点排名

再根据推荐替换高相关笔记

优质笔记：已采纳 10
为获取相关推荐笔记，同时您也可以根据笔记内容相关性进行替换。全部笔记

Before & After笔记对比

优化前：
客户自己选的笔记
搜索词：青岛必去景点排名
笔记：酒店内容为主，无景点展开



优化后：
推荐的高相关笔记
搜索词：青岛必去景点排名
笔记：标题、正文、头图匹配度



Step3—精准埋词优化

核心动作

产出新笔记，正文、标题、图片定制化埋词

无可推荐笔记时，需根据搜索词新增笔记

当前无可推荐笔记
进入【优质内容】查看热门笔记，获取内容灵感，制作高相关性笔记

笔记精准埋词优化3要素

以「厦门住宿攻略」蓝海词匹配笔记创作为例：

一、埋词顺序/位置

• 顺序：标题>正文（越早提越好）
• 位置：文字>头图>图片



二、正文撰写建议

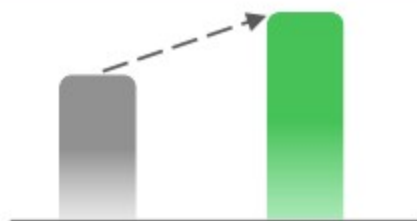
• 重点优化的主题
• 笔记中至少2-3行篇幅展开描述

三、买词与相关性结合更快冷启

• 建议线索商家手动买词 100 个以上
• 唤端/下载建议 300 个以上

43.8%

优化后笔记日耗消耗增幅



+7.4%

优化后成本达成率

74.1%

CTR优化率

Source: 2025.06.03-06.16

*数据来源：小红书商业中台 2025年6月

某美发客户：笔记相关性优化，搜索跑量+75%

美发行业项目背景

项目背景

KS COLOUR

美发赛道高潜客户，主营创意漂染+潮流造型，近期遇到搜索获客卡点问题

背景1：搜索场域占比高

背景2：搜索CPM增长

背景3：笔记点击率降低

商业指数x品牌业务，细分需求搜索词

优先选择「搜索指数较高/高增长/业务场景高匹配」搜索词

染发

染发发色推荐

染发

挑染

巴黎画染

挑染发色

漂染发

漂发

漂发发色推荐

漂发发色

浅发色漂染

漂染

烫发

烫发

短发烫发

中长发烫发

法式卷烫发

上海烫发

相关性“中/差”笔记优化动作

锁定相关性“中/差”单元，进行内容优化

优化前 - 笔记



Before

相关性差 关键词露出少

- 展开描述篇幅少
- 标题正文埋词不足
- 标签话题关联性低

优化后 - 笔记



After

高效埋词 提升相关性

- 封面图片中带「挑染」相关词
- 笔记标题中带「挑染」相关词
- 正文中增加「挑染」相关词

高相关性笔记 +56% 高相关性计划 +60%

搜索-留资成本

-51%

搜索-留资数量

+259%

搜索首屏曝光占比至

29%

搜索首屏点击占比至

43%

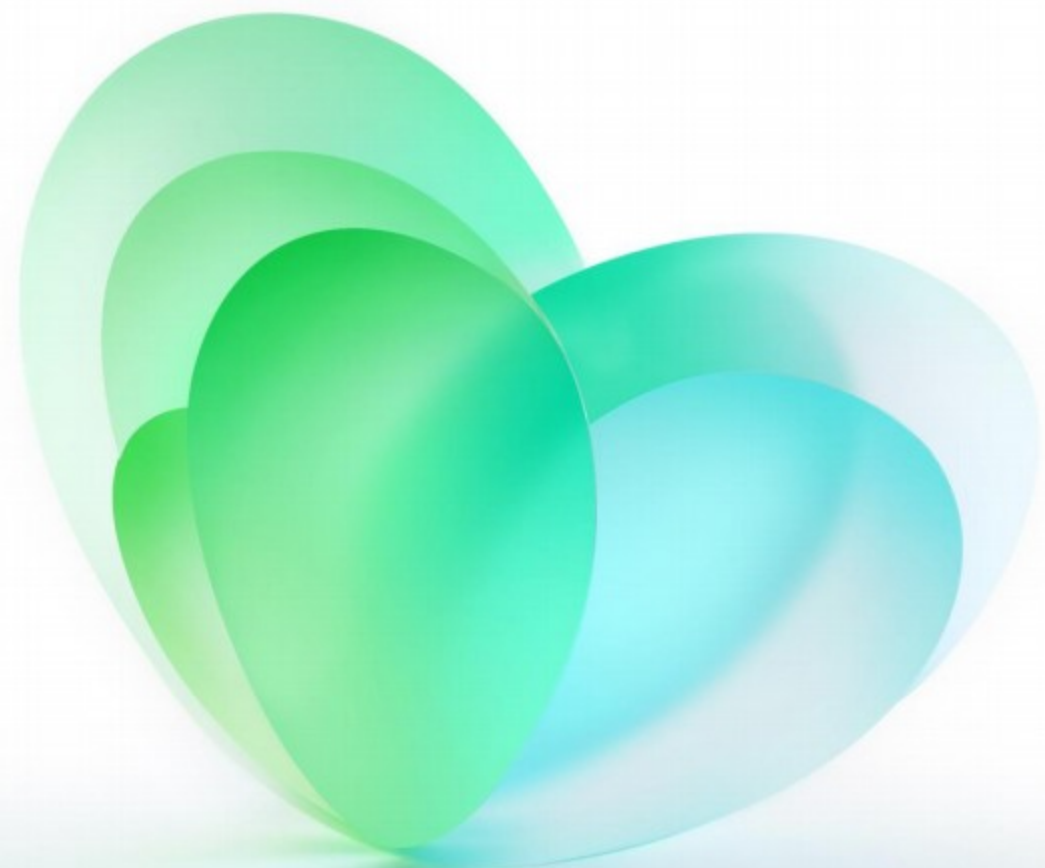
*数据来源：小红书商业中台 2025年6月

大促活动预告

大促词包，搜索激励

2025

04



小红书搜索推广：双11核心活动预告

大促词包

已上线聚光

行业词包

陆续上线中

搜索专项激励

待发布

小红书搜索推广：双11投放产品组合策略

略

9月中

10月初

11月11日

阶段

蓄水种草期

大促正式期

策略方向

找全流量

做好笔记

占领心智

拓词破圈

产品
工具
&
投放
策略

已经买的词-找全流量
精准包含/智能拓词

投前-中-后
相关性工具

点击份额 (soc)

大促词包 | 关键词包

未买的词-找机会
聚光 | 用户路径找词

AIGC笔记

人群优投

分行业大促词包

智能创意

双11大促搜索政策激励

转化承接：闭环电商搜索潜力商家/商品冲刺 | 客资收集持续 Always on 投放

预算分配

搜索：信息流=4:6

搜索：信息流=5:5

2025

祝各位商家双11大卖！

