

饮领新趋势： 开启全域增长 新引擎

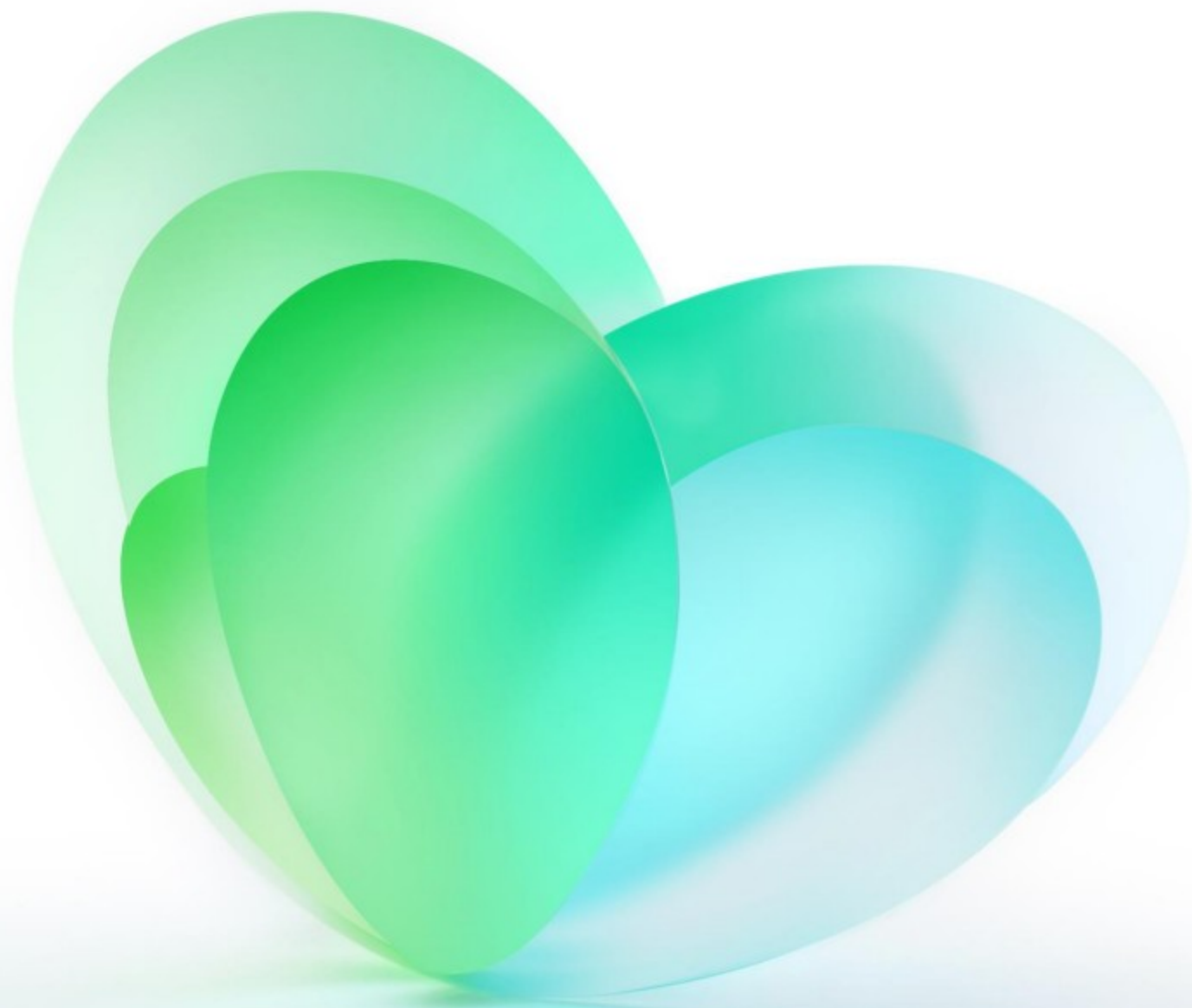
2025

绯鞠

小红书商业酒饮行业平台策划专家

津末

小红书商业酒饮行业平台运营专家



目录

CONTENTS



.01 茶咖趋势前瞻

.02 双11热门品类预测

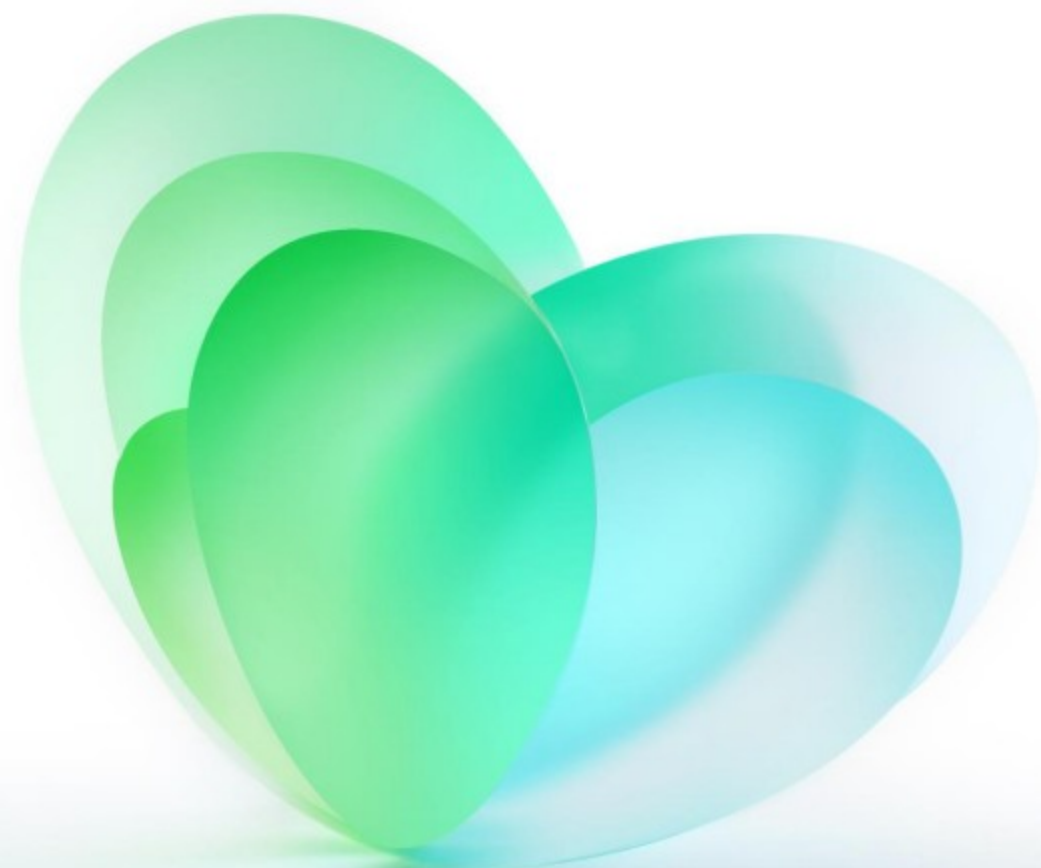
.03 茶咖高效种草

.04 直链交易全域促转

茶咖趋势前瞻

2025

01



小红书成为当代食品饮料品牌的用户指南

从趋势洞察到新品认知，再到品质选择，小红书已成为用户获得高感知内容的核心平台

趋势策源地

小红书是我获取

饮食生活新趋势**最多**的平台

(总能看到最潮流的饮食与生活灵感，走在流行前面)



小红书 29%

V.S. 其他平台均值21%

双11潮流种草

热点发酵场

小红书是我了解热门

品牌话题和产品风向的**第一站**

(无论是火出圈还是口碑翻车，在小红书总是第一个能看到大家怎么说)



小红书 28%

V.S. 其他平台均值21%

双11热卖榜单

新品营销新阵地

小红书是我发现

食饮新品**最早**的平台

(从包装设计到试吃体验，很多新品都在小红书第一时间被种草)



小红书 27%

V.S. 其他平台均值20%

双11尝新尝鲜

高品质品叙事首选阵地

小红书是我寻找

高质感生活和美学灵感的**来源**

(想买点提升生活品质、有格调的产品，我会优先来小红书)

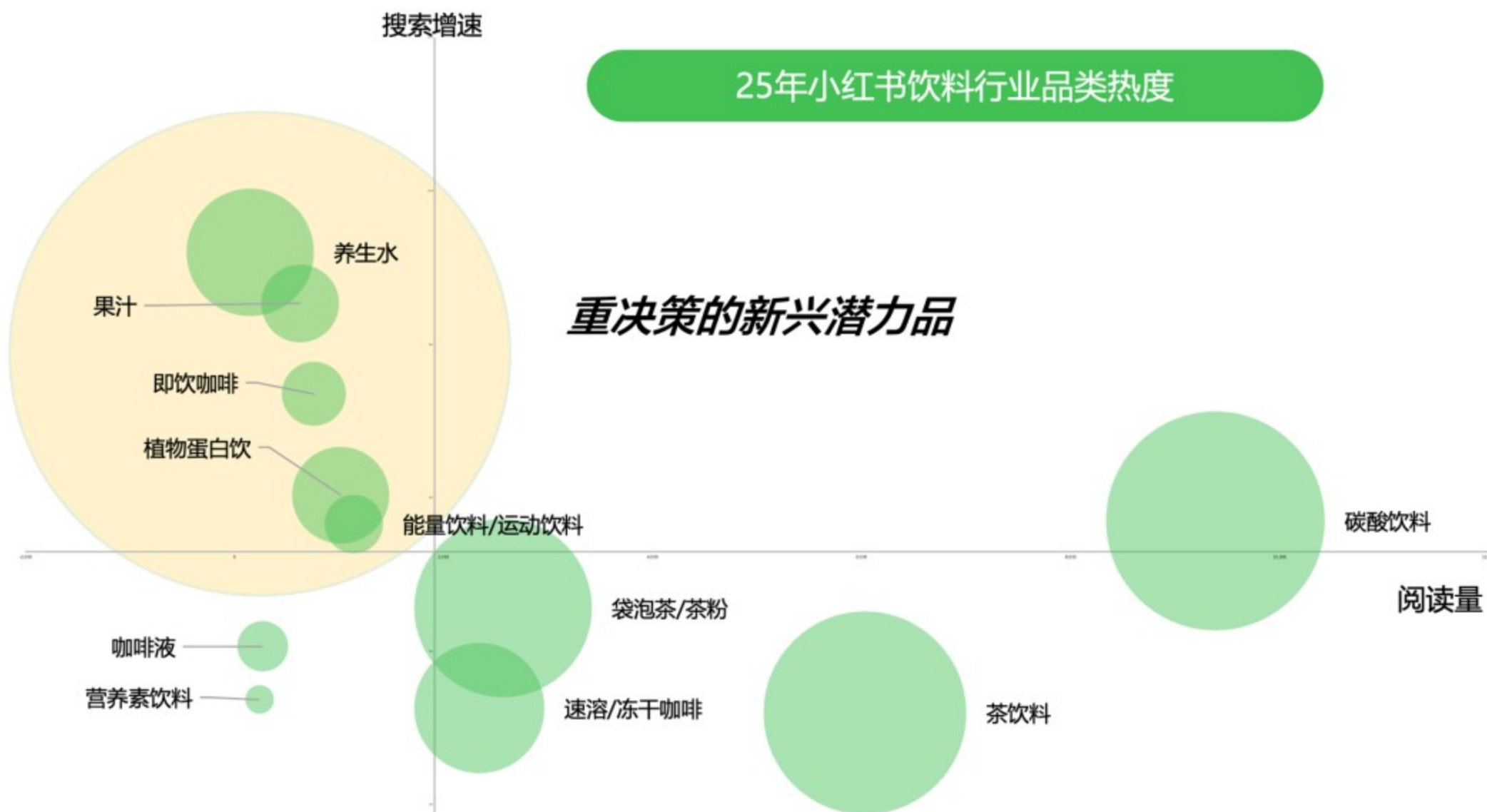


小红书 27%

V.S. 其他平台均值18%

双11高品质品囤货

25年双11茶咖等拥有决策力的产品将有更广阔的种草空间



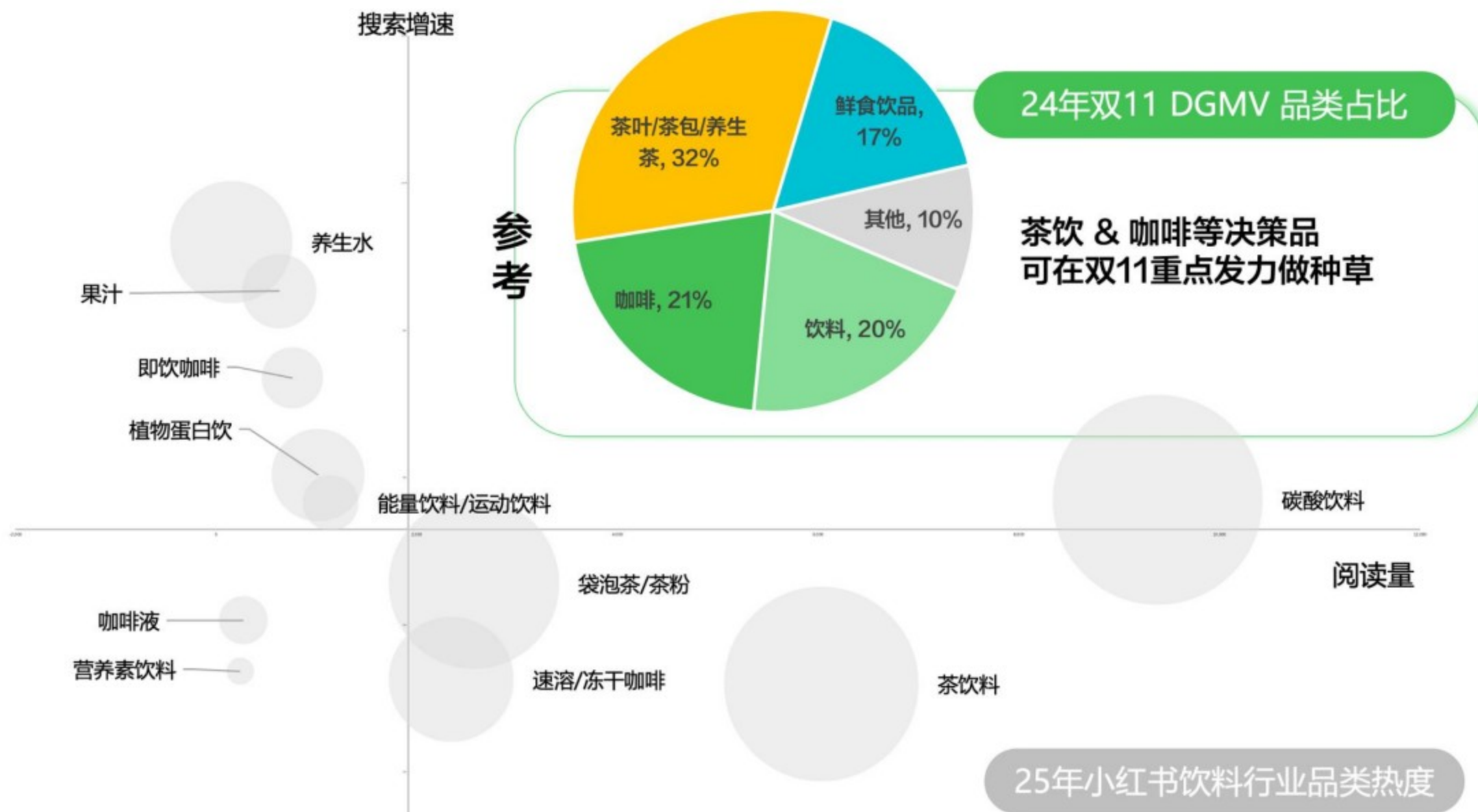
茶饮爱好者

1.7亿+

咖啡爱好者

1.3亿+

25年双11茶咖等拥有决策力的产品将有更广阔的种草空间



茶饮爱好者

1.7亿+

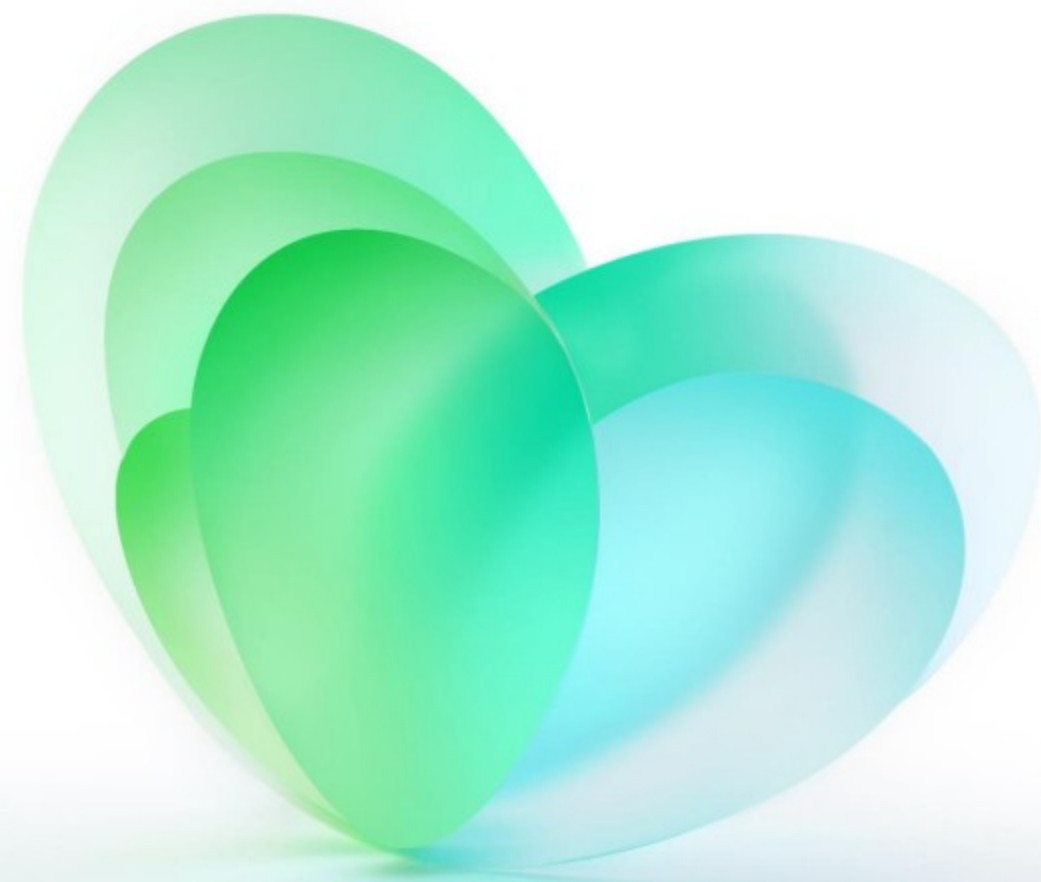
咖啡爱好者

1.3亿+

25年 双11茶咖 热门品类及买点预测

2025

0



2025年茶咖赛道趋势预测

健康主义再升级的同时，消费者的选择越来越取决于当下的情绪需求

咖啡爱好者与咖啡产品互相卷动，带来多样化选择

情绪 & 健康上升为茶饮核心决策驱动

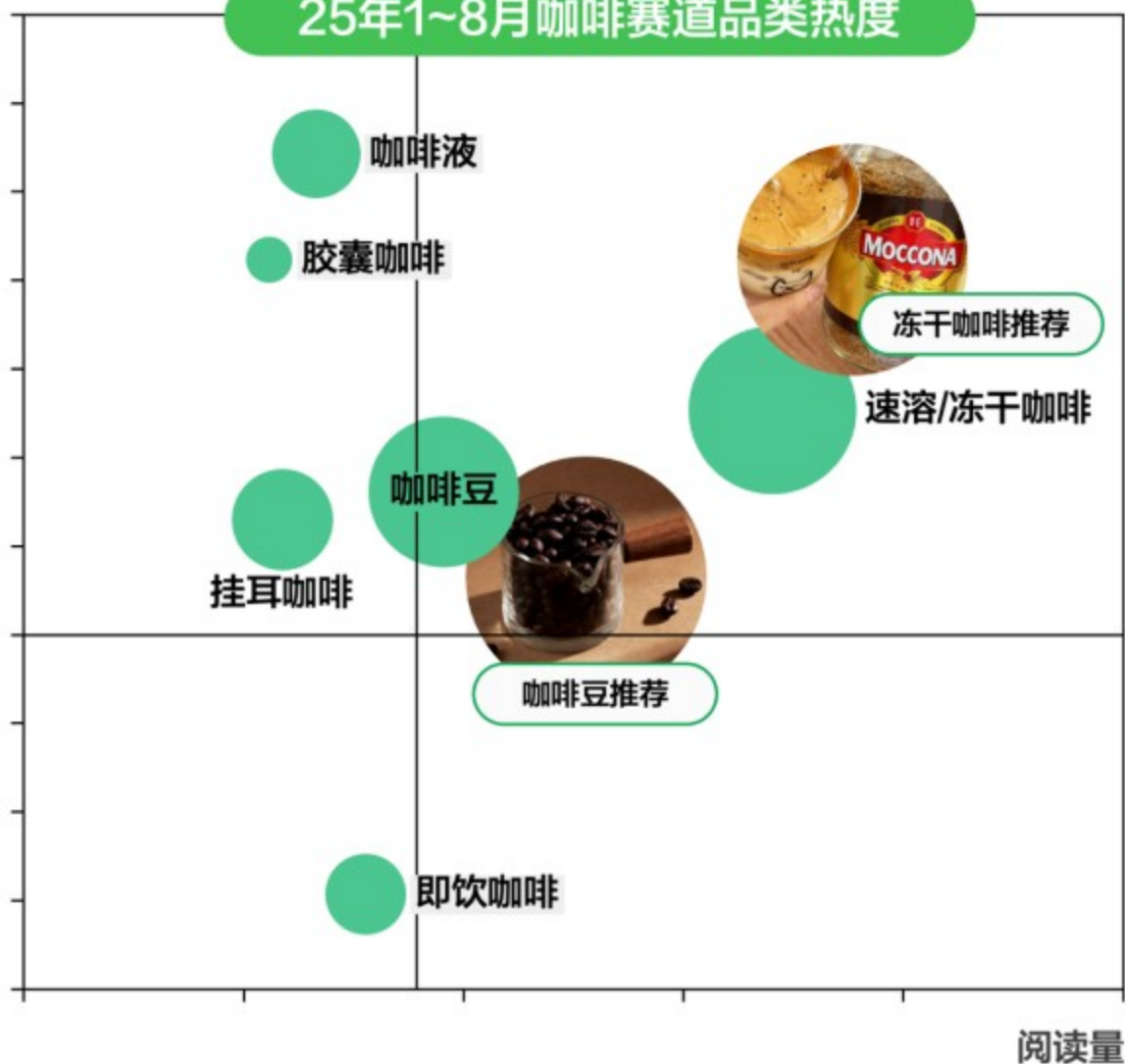


25年茶咖品类热度预测

25年冻干咖啡的热度持续上涨，成为消费决策热门品类；场景 X 买点共同卷动产品种草

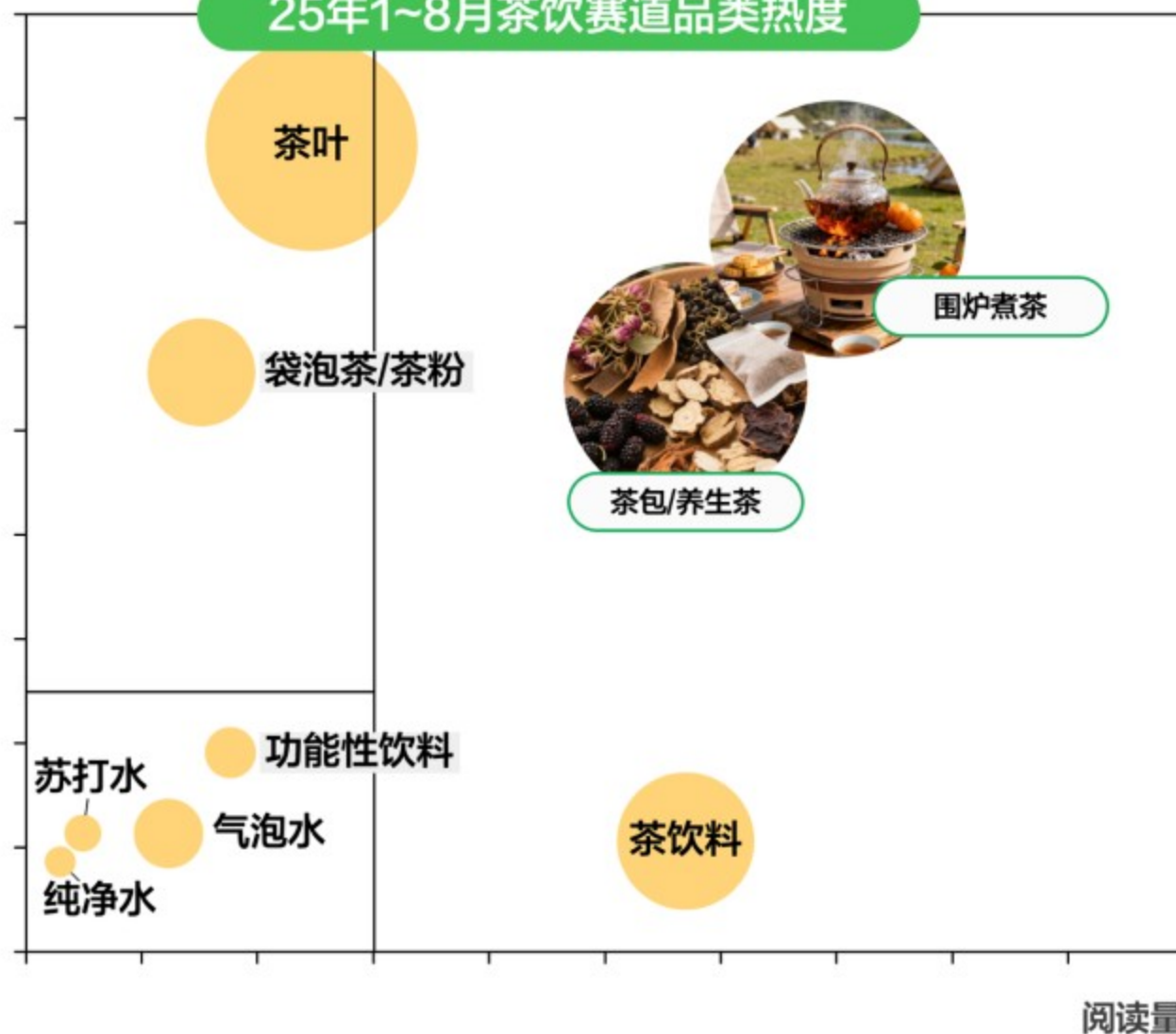
阅读环比增长率

25年1~8月咖啡赛道品类热度



阅读环比增长率

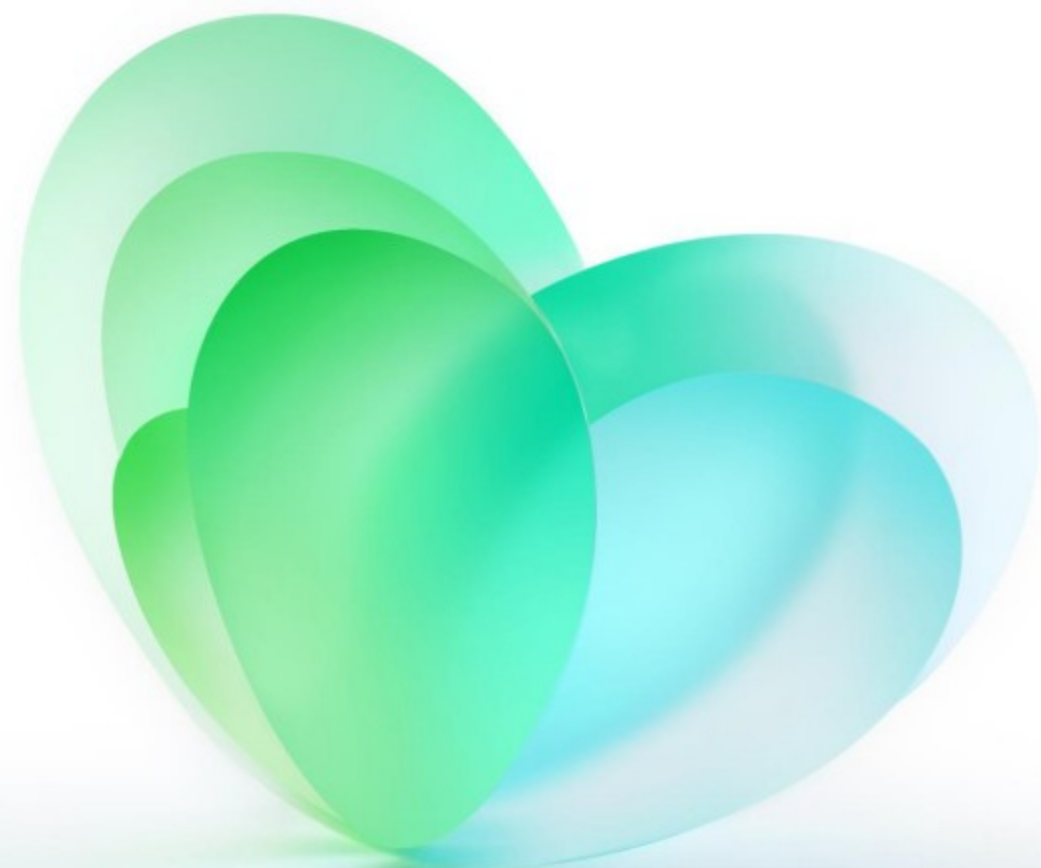
25年1~8月茶饮赛道品类热度



茶咖高效种草

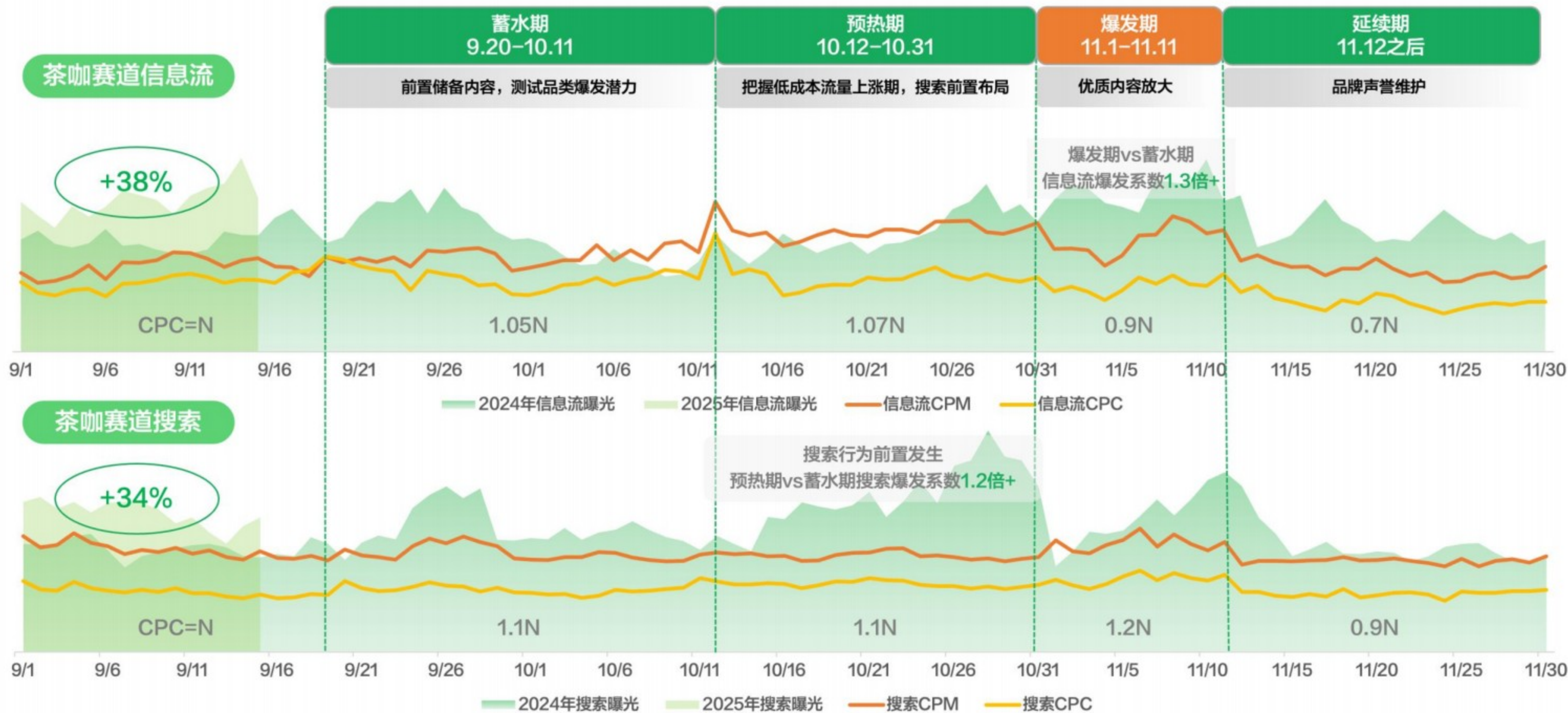
2025

0



流量趋势：茶咖赛道25年增长明显，结合流量趋势储备放大好内容

小红书种草学

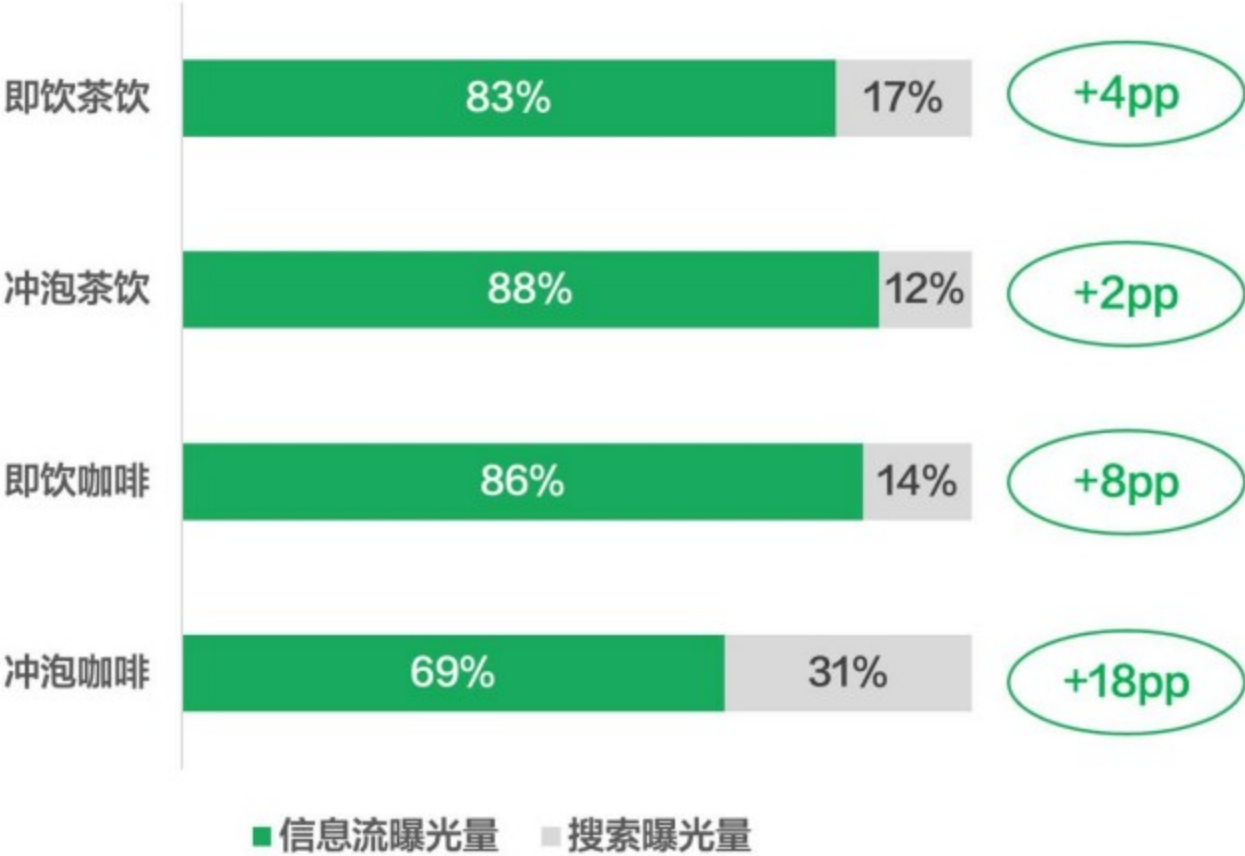


场域布局：大促期搜索心智提升，信息流主场外需加强搜索需求承接

小红书种草学

大促期搜索心智提升明显

双11茶咖赛道信息流&搜索流量分布（vs平销期）



数据说明：小红书内部数据；双11为10.12-11.11，平销期为非双11平均值

种草/囤货需求强，搜后关注攻略/测评/清单笔记



茶咖赛道24年双11头部搜索词及搜后高点击笔记示例

投放储备：大促期保持充足基建，及时更新内容助力拿量能力提升

充足计划

账户在投计划数



在投计划
数建议

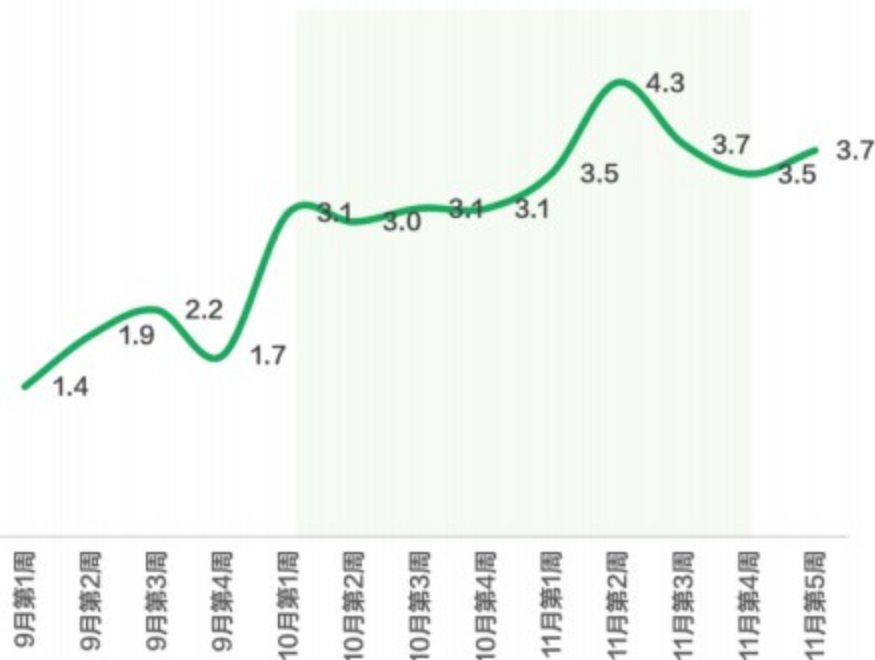
N



1.4N

保持汰换

账户日均新投计划数



日新投计
划数建议

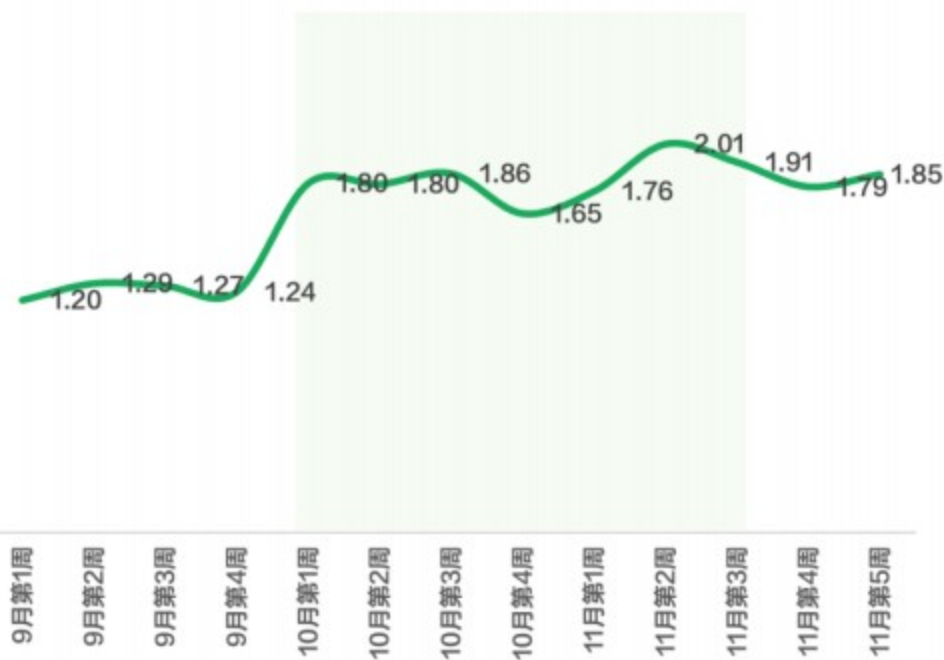
N



1.5N

更新内容

账户日均新投笔记数



日新投笔
记数建议

N



1.4N

内容布局：分阶段布局内容，实现从种草/促转/口碑的逐级递进

蓄水期

重点产品/功效/场景种草



预热期&爆发期

大促攻略/榜单/优惠/礼赠



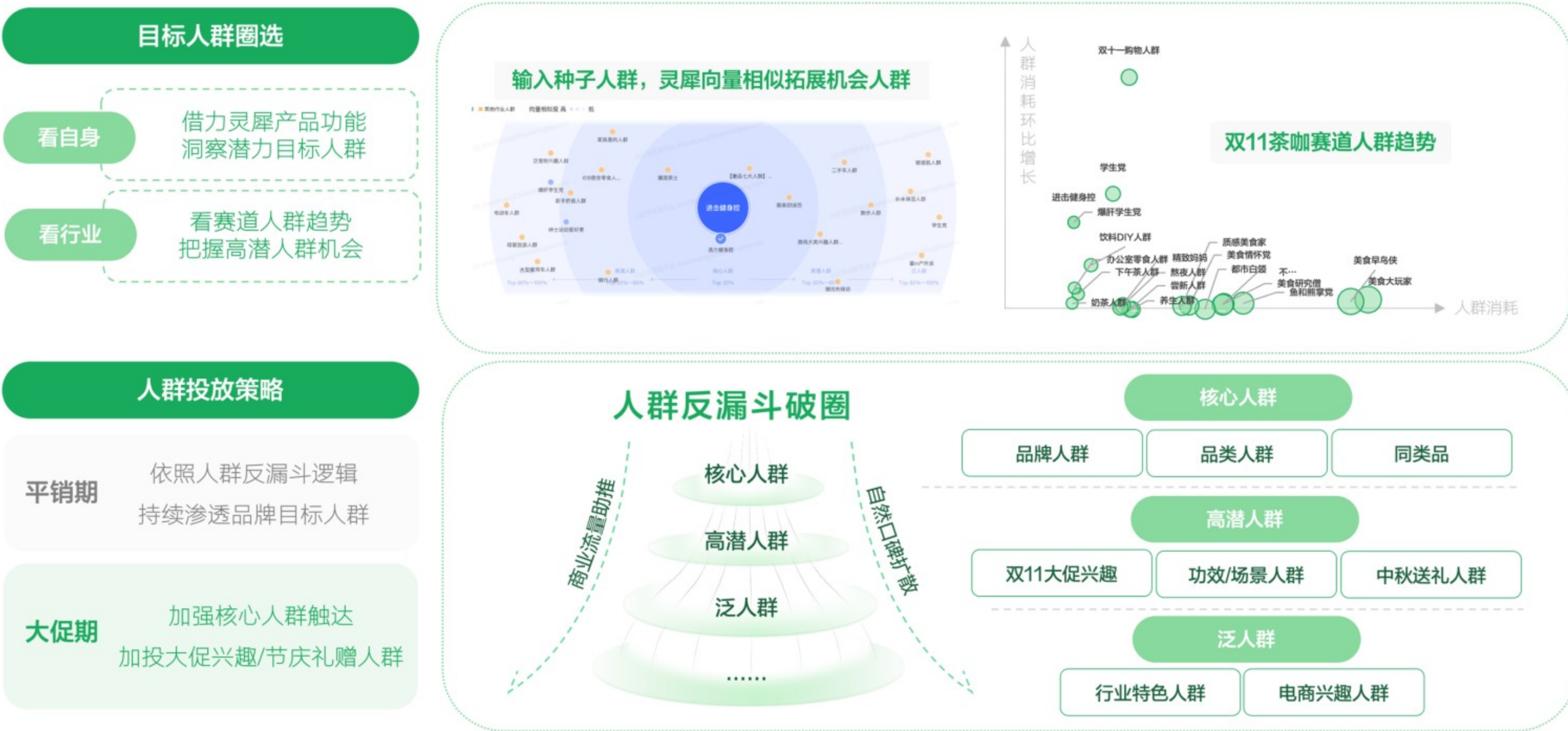
延续期

返场/开箱/购买分享



人群渗透：结合人群反漏斗打透核心人群，拓展大促兴趣/礼赠人群

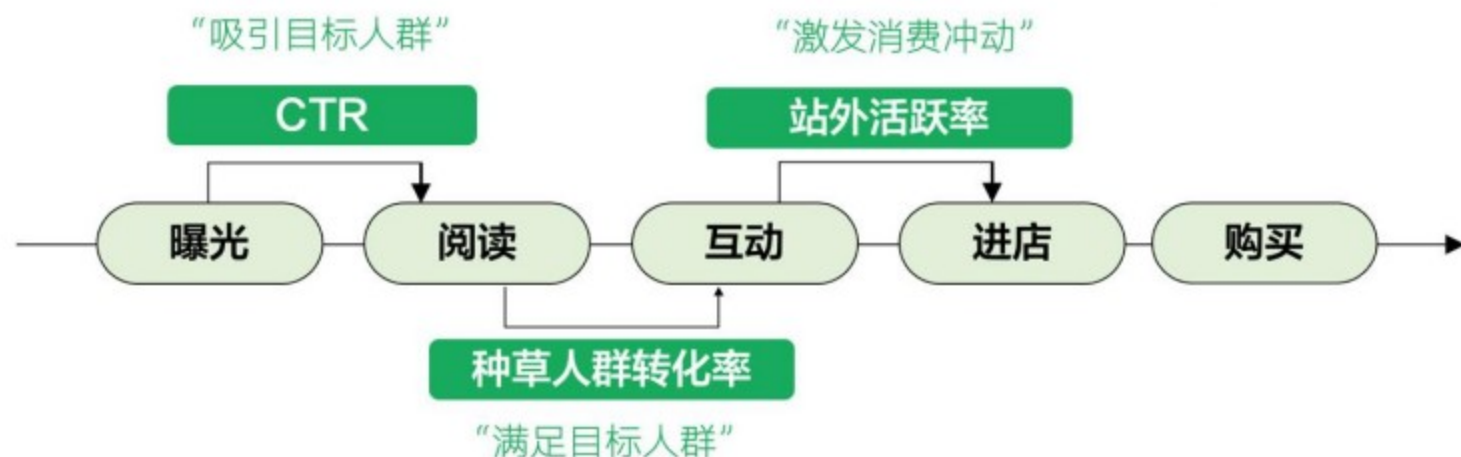
小红书种草学



种草提效：借力好策略指标优化种草投放，提升种草效率

小红书 种草学

优化好策略指标，实现高效种草



串联用户种草路径上的三个关键指标
形成对品牌种草落地判断的【好策略】标准



以信息流为例
判断投放是否为好策略需满足

CTR $\geq$ 11%

种草人群转化率 $\geq$ 2.5%

站外转化率 $\geq$ 3% (以小红书为例)

*食品饮料行业好策略标准截止25年3月

投前策略制定+投中实时优化，提升好策略占比

投前策略制定

定制【SPUx人群x买点】种草策略

让用户看了就想读 读了就想买

SPU

品牌在投产品



人群

产品目标人群



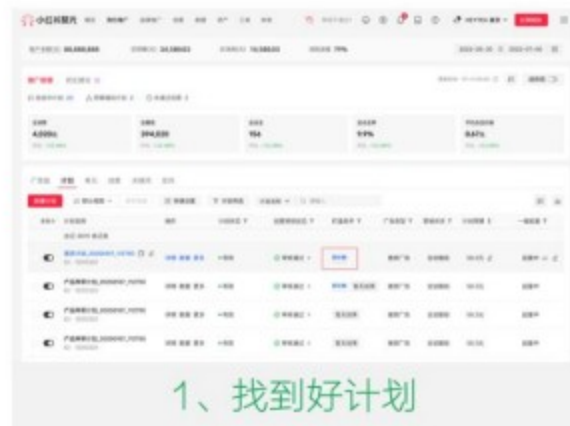
买点

用户心动的点



投中实时优化

借力聚光「盯盘工具」实现好策略实时调控



1、找到好计划



2、设置好计划盯盘规则

双11种草策略地图

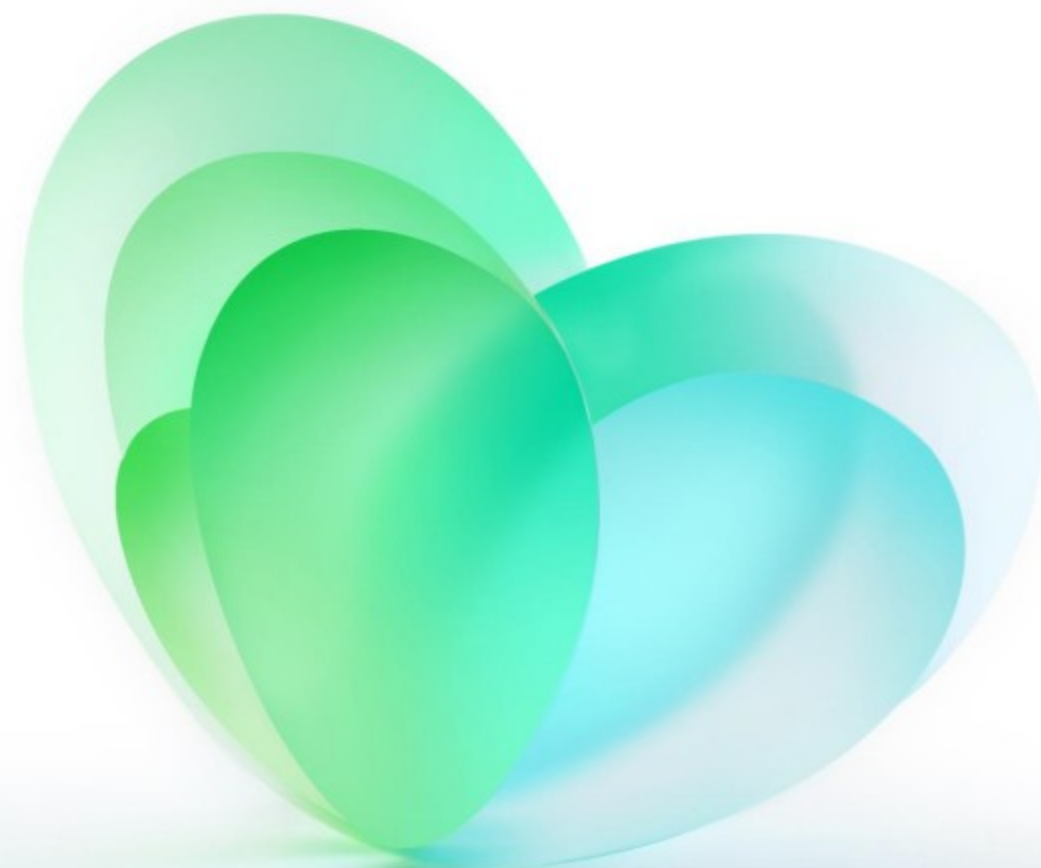
小红书 种草学

种草阶段	蓄水期（9.20-10.11）	预热期（10.12-10.31）	爆发期（11.1-11.11）
核心策略	储备优质内容，测试品类潜力	把握低成本机会，搜索前置布局	优质内容放大，大促转化冲刺
K:FS配比	50%：50%	30%：70%	20%：80%
信息流：搜索	90%：10%	80%：20%	70%：30%
人群定向	核心：品类/功效/场景人群 系统-智能定向 品类-行业兴趣 场景-关键词定向 泛人群-特色人群	核心：品类/大促人群 DMP-品牌人群 DMP-大促兴趣/礼赠人群 DMP-功能需求人群 DMP-品类偏好人群	核心：品牌/品类/大促人群 DMP-品牌人群 DMP-电商偏好 DMP-价格囤货人群 节促-价敏、电商直播人群
搜索关键词	品牌词/品类词/场景词	品牌词/品类词/场景词（大促）	品牌词/品类词/场景词（大促）
KPI	CTR、互动率	人群渗透、搜索SOV、种草转化率	人群渗透、搜索SOV、CPUV

直链交易全域促转

2025

0



直链交易承接种草心智，种收一体实现全域促转

种草 + 站内闭环



种草 + 电商外溢



*注：以上链路为广告场域下

自闭环：大促期加强直播场域&视频笔记布局，提升转化效率

大促期闭环量效双增

茶咖赛道双11
自闭环GMV

+40%

茶咖赛道双11
自闭环7日下单ROI

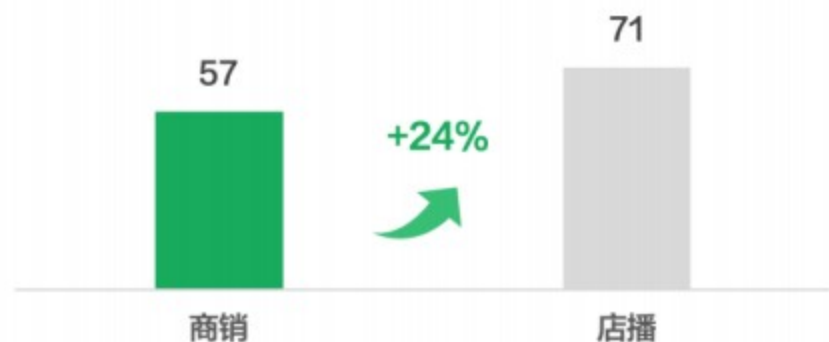
+51%

茶咖赛道双11
闭环7日下单ROI

>1.9

前置布局直播场域辅助拿量

平均客单价



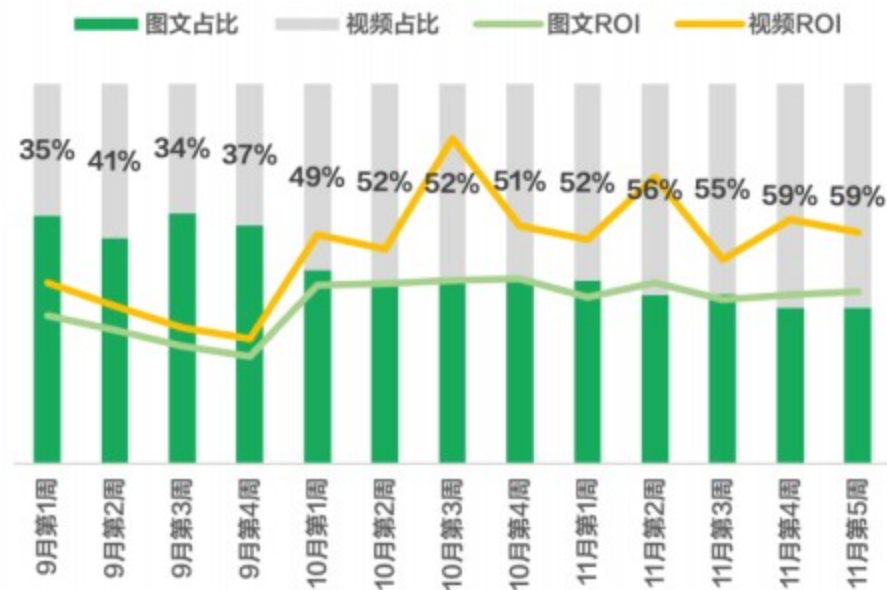
增加视频笔记占比强化效果

视频笔记重点关注指标

5s完播率 > 50%

CTR > 10%

视频时长 > 30s



小红星/小红盟：大促爆发前2-3周增加布局，前置蓄水站外进店人群

小红书 种草学

种草联盟能力全面升级

更科学

首次开放笔记颗粒度的全链路数据（原为任务维度）

小红星

小红书前链路数据

笔记的阅读 | 评论 | 点赞
收藏 | 分享 | 关注

淘宝天猫后链路数据

进店 | 搜索进店 | 新访客
加购 | 收藏 | 关注 | 成交

更高效

互动成本控制优化

- 算法侧保浅优深 店铺蓄水更高效
- 种草-站外转化量优化目标下，支持互动成本控制
- CPUV 成本对比互动优化目标预计下降20%

* 数据来源：种草联盟 数据周期：24年8月内测

更开放

商家合作门槛进一步开放

博主合作笔记订单
合作门槛下降

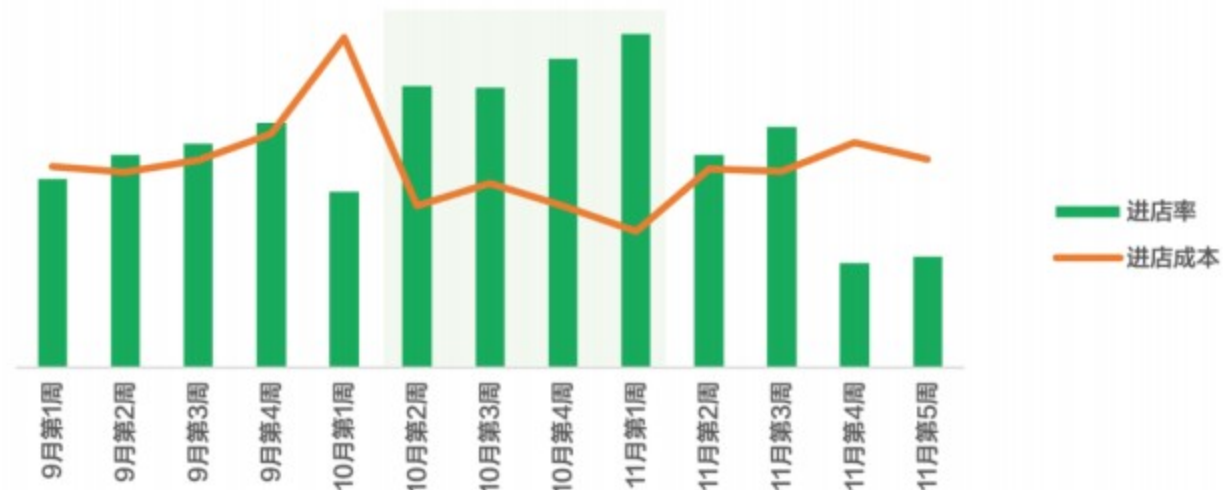
5万 → 取消

单客户-单代理
同时期在线任务数量quota

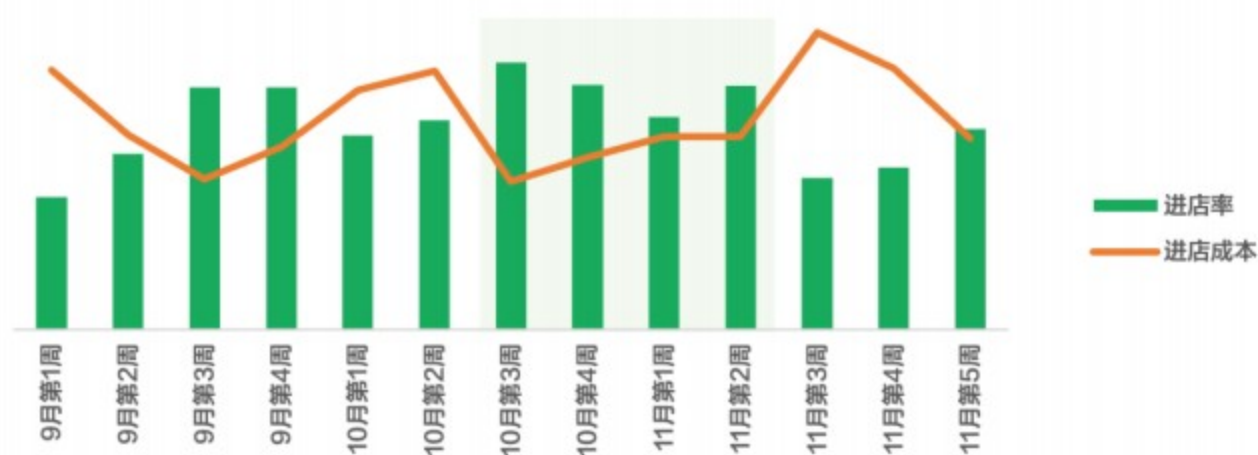
30 → 50

小红星/小红盟大促前置布局

茶饮赛道小红星/小红盟进店率&成本趋势



咖啡赛道小红星/小红盟进店率&成本趋势



种草直达：蓄水测试商品/内容/人群方向，大促期快速放大承接转化

小红书 种草学

蓄水期

测品、测笔记、测关键词、测人群

测品：站外规模大/站内种草多/销量高/大促

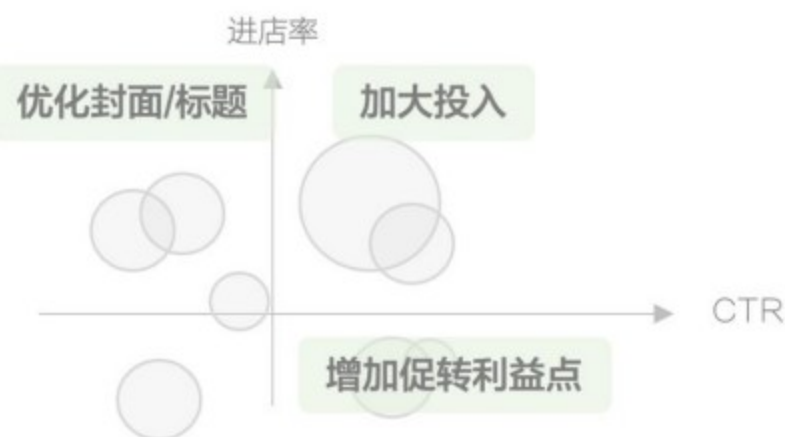
测笔记：多类型笔记测试，关注转化引导

测关键词：区分词性，有效买词

测人群：人群细分测试，优选高转化人群

小红星/小红盟优质高进店笔记优先测试

注：使用超90天退休笔记，可以避免GMV重复计算



预热期

全站智投辅助快速冷启动 智能定向+高级定向组合测试

定向 智能定向/高级定向+智能扩量

计划广告类型 优先全站智投辅助冷启动

计划底线 搜索/全站智投*访问/成单各2个

至少累积20成单进入放量期，新增全站智投成单计划
单计划笔记数 ≥ 5
单笔记重复投放的计划数 < 3

搜索计划 单计划买词 ≥ 100 , 开启智能拓词

关键指标优化

前期
CTR
行业商品点击率
商品访问成本

后期
GMV
ROI
订单转化成本

爆发期

加强基建，优质人群/内容放大

图文笔记稳定供给，视频笔记探索更大转化空间



搬运小红星退休笔记，单独生产企业号笔记



预算分层	账户数建议	创意数建议	覆盖词数
日耗0-1w	1	30-50+	2k+
日耗1w-5w	2	100-200+	6k+
日耗5w-10w	3	300-500+	1w+
日耗10w-50w	5	1500-2000+	3w+
日耗50w+	10	3000+	5w+

种草直达内容生产建议

内容公式	YES	氛围设计：大促信息，明星/主播信息铺垫	NO	需要注意区别种草内容 切忌过于软性 ， 无产品引导，无下一步引导
		品类痛点：抓住目标人群需求		
		产品利益点：自用分享&专业信息指导		
		下单钩子：价格机制&评论互动		



内容类型

大促机制

机制/明星主播
+
煽动性话术或
大促信息释放
+
转化钩子引导
用户购买

秋季滋补
中式养生系列



薏米水 石斛水 陈皮水 桂圆水 枸杞水

口味任选 官方发货 配料干净

预估到手: 19.9/4瓶 59.9/15瓶

好望水小红书官方店铺限时上架

选购指南

产品罗列
+
差异化产品解法匹
配痛点需求
+
植入本品买点



单品推荐

自用分享/原声
推荐
+
产品科普/买点
直出



感谢观看 祝双11大卖！

