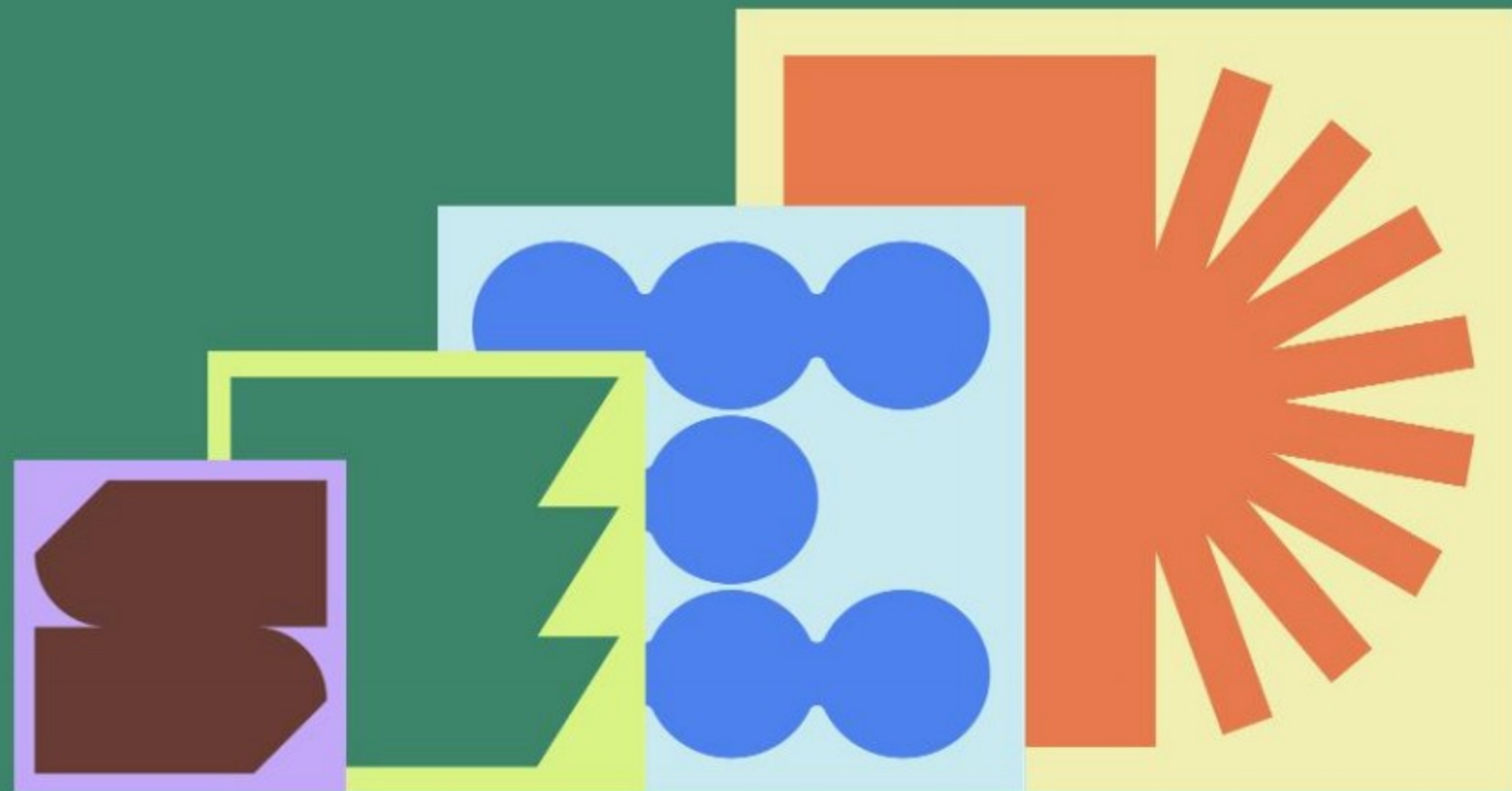


小红书 种草直达产品手册



目录 CONTEXT

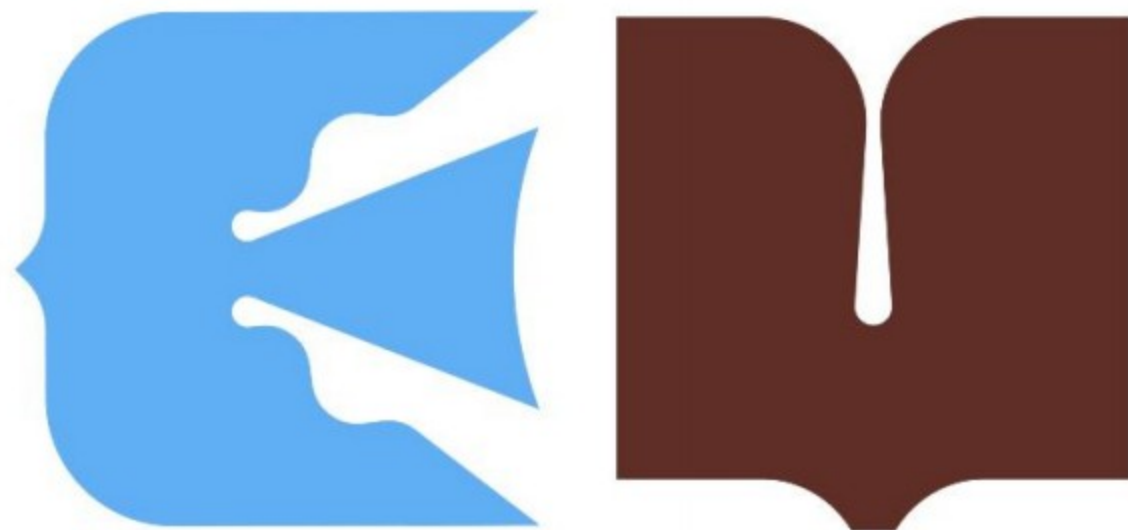
01 产品简介

02 投放功能

03 跑量建议

04 账户诊断建议

05 SHOWCASE





产品介绍

01

产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

准入要求

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技

小红书 种草学

小红书

种草直达

正式上线

让每一份种草都直达转化

全域流量解锁

三域齐开
跑量规模无压力

猜你想搜

小红书热点

1

2

3

搜索

关注 发现 上海

信息流

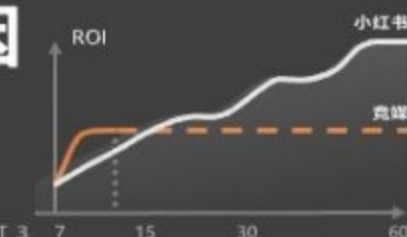
视频流

长效科学归因

与灵犀系统打通

15-30 天长效归因

让每一分投入都清晰可溯



转化再提速

实时回传+短链路转化
种草效率UPUP

智能投放升级

定向更精准
笔记类型全兼容
策略更智能

官方级保障

小红书&交易平台深度合作
链路稳定, 投放更可靠

产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

准入要求

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技

产品简介 - 种草直达

笔记类型	蒲公英合作笔记 专业号笔记 员工笔记 (KOS) 广告素材 主副企业笔记 合作码笔记	
推广目标	店铺访问 店铺成单	
出价模式	自动出价 访问成本出价 成单成本出价	
流量场域	搜索 视频流 信息流 全站智投	
招商模式	商家直投 (小红书招商)	电商平台模式 (电商平台招商)
合作链路	红猫计划 红京计划	

产品培训

- 产品全景
- 合作链路
- 红猫计划
- 红京计划

跑量建议

- 大促投放
- 快速冷启
- 账户基建
- 优质笔记要求

账户诊断建议

Showcase

- Ulike
- SDX
- 极萌
- DearMom
- 小奥汀
- 石头科技

小红书 种草学

红猫计划

「种草直达」产品培训手册



合作链路 - 红猫计划

合作平台	淘宝天猫			
产品升级	阅读归因-15~30天			
合作门槛	有淘宝/天猫店铺 (淘宝：综合体验分≥4.5天猫：综合体验星级≥4.5/三项评分均≥4.5)			
行业准入	「美妆个护」	「运动户外」	「服装配饰」	「文化用品」
	「母婴用品」	「医疗健康」	「零售」	「教育培训」
	「家居百货」	「跨境滋补食品」	「宠物生活」	「出行游玩」
技术服务商	需要技术服务商		不需要技术服务商	
招商模式	商家直投（小红书招商）		电商平台模式（电商平台招商）	
链路	CID-流量通pro		UD	

● 产品培训

● 产品全景

▶ 合作链路

● 红猫计划

● 红京计划

● 准入要求

● 投放功能

● 支持笔记类型

● 基础投放能力

● 人群定向能力

● 跑量建议

● 大促投放

● 快速冷启

● 账户基建

● 优质笔记要求

● 账户诊断建议

● Showcase

● Ulike

● SDX

● 极萌

● DearMom

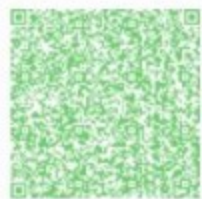
● 小奥汀

● 石头科技

小红书 种草学

合作链路 - 红京计划

红京计划
「种草直达」产品培训手册



合作平台	京东	
产品升级	阅读归因-15~30天	
合作门槛	有京东店铺 (店铺星级 ≥ 4.5 , 自营旗舰店豁免该要求)	
行业准入	全行业	
技术服务商	不需要技术服务商	
招商模式	商家直投(小红书招商)	电商平台模式(电商平台招商)
链路	CID	JDSmart



投放功能

02

产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技

种草直达支持投放多种笔记类型

笔记类型	蒲公英合作笔记	专业号笔记	员工笔记	广告素材	企业主副笔记	合作码笔记
说明	蒲公英笔记 博主内容合作	企业专业号	KOS合作	笔记与专业号解耦	挂接了副企业 关联的账号笔记	素人笔记
笔记样式						
操作指引	蒲公英平台 产品升级手册 	【专业号-企业认证】 产品手册 	【专业号-企业认证】 产品手册 	聚光广告素材 产品手册 	【专业号-企业认证】 产品手册 	聚光笔记合作码 产品手册 

近期新开放广告素材和合作码笔记

广告素材工具 - 功能介绍

功能介绍:「广告素材」只在广告流量下展示，在专业号主页隐藏

产品优势:可直接在聚光平台高效发布和管理「广告素材」，无需依赖专业号笔记，大幅提升内容生产效率和储备、轻松实现广货拿量和效果双优，同时不影响主页的品牌人设打造。

如何使用:聚光平台->工具->创意工具->广告素材



某彩妆商家

客户痛点:大量营销素材不在专业号显示，避免引起用户对大量同质化内容疲劳

客户反馈:专业号主页营销内容隐藏，有利于专业号形象维持，用户体验上升

推广效果:

+16%

计划ROI

+76%

单计划拿量

数据来源: 内部数据 统计周期: 2025.2.22-2025.3.23

合作码工具 - 功能介绍

功能介绍:

客户可在拿到笔记作者提供的「合作码」后，在聚光平台进行专业投流设置。

产品优势:

- ① 增加新的投流内容供给，增加品牌相关的站内真实原生内容。
- ② 提升品牌投放效果：从多元的用户视角阐述品牌服务/卖点，帮助商家提升品牌声量和生意价值。

合作码笔记要求:

- ① 账号完成实名认证
- ② 笔记作者年龄 ≥ 18 岁
- ③ 仅适用于1000粉丝以下的创作者（当笔记作者粉丝量 ≥ 1000 时，该功能将自动关闭）



如何使用:聚光平台->创编->添加笔记->输入合作码添加

算法上「保浅优深」「托管」能力：实时调控，动态优化

保浅优深-功能介绍（内测中）

产品介绍：

投放配置上支持出价在浅层「访问」、模型优化深层「成单」，适合冷启动&大促蓄水

如何使用「种草直达」上的保浅优深：

推广目标=「店铺成单」
成本控制方式=「店铺访问」

什么时候使用：

- 在账户冷启动时使用，可以在支持进店成本的情况下优化成交，又优化进店成本为后续全切为成单做好蓄力。
- 针对严格考核进店指标同时观测成单的客户，能在进店成本达标的基础上，交付成单转化。
- 大促蓄水期和预热期，账户冷启动期

如何使用：支持「全站」

「搜索」「信息流」场域；投放模式选择「手动投放」

投放位置：全站、搜索推广、信息流推广、视频流推广

投放模式：自动投放、手动投放

优化目标：店铺访问、店铺成交

深度优化目标：店铺成交

托管-功能介绍

产品介绍：

托管计划的系统会自动创建多个影子单元、关停效果不达标的单元等。一条托管计划，能达到多条手动计划的跑量效果。

产品优势：

- ROI稳定情况下，可拿更多流量：由于托管计划底层不断复制新建单元、暂停劣质单元的能力，大大提升托管的拿量效果；测试样本同质计划对比，托管vs非托管，拿量提升20%；
- 系统自动调优，提高盯盘效率：托管系统会自动调优底层的影子单元，提高投手盯盘效率，可节省精力用来优化笔记素材、直播间调控等方面。

如何使用：托管功能适合所有客户，可长期使用；

计划名称：种草笔记_计划_20250718_31822

计划类型：产品种草

投放位置：全站、搜索推广、信息流推广、视频流推广

投放模式：自动投放、手动投放

*注意：目前托管模式下仅支持「搜索」「通投」场域。「信息流」和「视频内流」，暂时不支持。

投放功能：「种草SPU」 & 「Universal link」

绑定种草SPU

功能介绍：

在投商品绑定种草SPU可以帮助算法学习SPU或者商品所在类目的数据，帮助模型过冷启动和放量，积累 AIPS人群。

特别说明：

- 该链接仅作算法优化，不影响在投品
- 种草SPU不局限本品牌店铺内
- 若未找到相似商品，取该类目相关的行为做算法优化

操作入口：聚光-资产-行业商品中心

绑定指南：

- 在列表中选择同款商品，支持多选，取相关联的笔记
- 若未找到相似商品，勾选「未找到相似商品」，选择商品类目

添加行业商品

行业商品 1

行业商品平台 ☒ 淘宝 ☐ 京东 ☐ 拼多多

行业商品名称 请自定义行业商品的名称

行业商品价格 请填写行业商品价格 元

关联种草spu 请选择同款或相似商品

跳转链接 ☒ 直达链接 ☐ 一跳转地页

DeepLink 请填写行业商品的跳转链接（必填）

Universal link 请填写行业商品的跳转链接（选填）

兜底链接（选填） 请填写商品的H5链接

绑定Universal link

功能介绍：

Universal link可以屏蔽ios弹窗，历史数据显示大约提升20%的链路效率



链接来源：

「CID」- 技术服务商提供；
「红京计划」- 京东后台；「UD」- 阿里妈妈后台

如何绑定/编辑Universal link?

- 进入聚光-资产-行业商品中心
- 编辑/添加行业商品-跳转链接-Universal link

添加行业商品

行业商品 1

行业商品平台 ☒ 淘宝 ☐ 京东 ☐ 拼多多

行业商品名称 请自定义行业商品的名称

行业商品价格 请填写行业商品价格 元

关联种草spu 请选择同款或相似商品

跳转链接 ☒ 直达链接 ☐ 一跳转地页

DeepLink 请填写行业商品的跳转链接（必填）

Universal link 请填写行业商品的跳转链接（选填）

兜底链接（选填） 请填写商品的H5链接

产品培训

- 产品全景
- 合作链路
- 红猫计划
- 红京计划

投放功能

- 支持笔记类型
- 基础投放能力
- 人群定向能力

跑量建议

- 大促投放
- 快速冷启
- 账户基建
- 优质笔记要求

账户诊断建议

Showcase

- Ulike
- SDX
- 极萌
- DearMom
- 小奥汀
- 石头科技

种草直达定向能力：以品定人群，爆品扩人群加预算

定向类型		产品介绍			适用商家和场景	
智能定向		行业	产品属性	投放目标	账户冷启期：人群积累处于初始阶段的商家 (新号粉丝量 < 5k或者账户的转化数少于30个)	
高级定向	平台精选人群	场景人群 (20大生活方式人群)		节促人群 (618人群等)	非冷启期账户 推荐使用高级定向	适用商家：种草、种草直达双经营的商家 使用场景：用spu种草人群，引导种草人群购买转化；
	内容行为人群	品牌行为人群 曝光→阅读→点击→进店→成交		SPU		适用商家：所有商家 使用场景： 1-以品定人群，爆品扩人群加预算 • 可定向到本品的兴趣人群 • 定向同品类、相似商家的人群 2-人群破圈，高转人群做放大 • 拉新客 • 老客召回
	行为兴趣人群	行业类目	人群特点	兴趣趋势		定向类型 ☐ 智能定向 ☒ 高级定向 系统将根据您的行业/产品属性和投放目标等在全站智能拓展精准人群
	关键词人群	关键词下搜索/互动人群				
	DMP人群包	行业标签	用户属性	私域数据		适用商家：对人群精细化运营的头部商家 使用场景：想定向特色人群、需手动圈包
	智能扩量	系统智能lookalike相似人群 (不会突破地域、性别、年龄限制)				建议使用高级定向时必选。高级定向+智能扩量的计划，冷启通过率提升 > 50%，计划拿量提升 > 80%
定向拓展		推荐开启，主要是能对搜索场景下性别和年龄定向设置为不限，扩大放量能力。				

人群优投

功能介绍

在信息流、视频流、搜索、全站场域推广定向设置时，支持对DMP人群包进行提高出价，人群包内用户命中该推广内容时，出价=单元基础出价×溢价系数，使目标人群更容易被推广内容所曝光触达，从而提高目标人群渗透率和转化率。



适用范围

- 1、营销目标：种草直达
- 2、推广目标：访问、成单
- 3、场域：全场域
- 4、溢价的出价类型：手动出价、自动出价

使用场景

投放目标人群较为精准时，可能因为人群较少导致账户放量困难，可以搭配使用智能定向+定向拓展，对定向拓展人群进行溢价优投。

操作入口

聚光-创编-单元-定向，支持新建和编辑



产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技



跑量建议

03

大促期间如何投放？

推广阶段	蓄水期	预热期	爆发期	返场期
阶段目标&动作	测试品/笔记/定向/关键词 提前储备起量计划 累积账户数据	持续拓词/拓品/拓人群/笔记 累积转化人群	高转化笔记增加投放力度冲高GMV 多种出价模式，提升拿量能力 根据计划表现提价， 较平时投放提升30%~50%	针对品牌活动 引导复购
投放产品/工具	保浅优深	广告素材		
	内容洞察	智能定向	高级定向	
关注的数据指标	CTR、行业商品点击率、商品访问成本			
	GMV、ROI、订单转化成本			
优化目标 ×成本控制	优化目标：行业商品访问/成单 × 成本控制：访问成本控制	优化目标：行业商品成单 × 成本控制：成单成本控制/自动控制 (账户维度累积20个以上成单可切换为成单成本控制，出价参考账户实际成单成本)		
选词方向	品牌词、品类词、需求痛点词、场景词			
	大促攻略词、直播推荐词、品牌品类舆论词、使用攻略词、人群词			
定向方向	智能定向+定向拓展			
	高级定向+智能拓量+定向拓展			

数据来源：小红书数据中台，2025.3-2025.5内测期

产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技

如何快速冷启动？

		01 测试期 (至少积累20个访问进入调整期-3天)	02 调整期 (至少积累20个成单进入放量期-3天)	03 放量期
投放策略	测品	- 选利润空间 > 30%的商品； - 选销量高的TOP商品； - 选站内种草人群高的商品；	调优账户ROI	稳定账户
	测笔记	选与挂接商品有相关性的笔记内容	根据测试期的测试结果，对账户调优，核心是让账户能够按照最优的投放方法稳定出量和稳定ROI	按周期更新素材和计划，根据计划实际ROI来筛选留下的旧计划，也要有一定的新计划
	测定向	控制变量原则	观察计划投放的周期	长期拓展新的方向
	测计划	测转化目标、场景、出价； 单一变量原则	观察素材/计划在投放多少天后开始衰减	尝试不同的品和sku的搭配 尝试不同类型的素材
	全站/信息流	智能定向	智能定向和高级定向+智能拓量组合使用	持续做人群破圈
计划类型	搜索计划	单计划买词≥100；开启智能拓词；笔记正文字数 > 100字；图文笔记优先		持续拓词
	计划底线	- 搜索/全站智投*访问/成单各2个，共8个 - 访问计划：需要是保浅优深计划 - 成单成本控制&访问成本控制	- 如果访问无成单，访问计划暂停，如果有成单增加笔记 - 新建至少4个全站智投的成单计划 - 单计划笔记数≥5，单笔记重复投放的计划数 < 3	- 在投：50篇笔记，10条计划 - 日上新：5篇笔记，1条计划
	关键指标	CTR、行业商品点击率商品访问成本	GMV、ROI、订单转化成本	账户整体ROI与放量

数据来源：小红书数据中台，2025.3-2025.5内测期

产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技

账户基建要求

账户日耗量级	活跃在投计划建议	笔记数建议	日上新笔记数建议	搜索覆盖词数
3K- 5K	≥15条	20-30篇	≥8篇	≥100个
5K- 1W	≥50条	≥60篇	≥10篇	≥1000个
1W- 3W	≥110条	≥130篇	≥15篇	≥2000个
3W- 10W	≥180条	≥500篇	≥25篇	≥5000个
10W- 20W	≥300条	≥900篇	≥40篇	≥10000个
20W+	≥500条	≥1500篇	≥80篇	≥20000个

产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技

优质笔记核心要素：内容质量+商品竞争力

共性要求					图文笔记要求	视频笔记要求	
封面	标题	正文	话题	评论区	图片数量	时长	5s完播率
好看 + 场景化 + 有利益点	15-20字 + 吸睛 + 有利益点	≥300字 + 产品卖点 用户痛点	多带话题 多拿流量	福利露出 + 避免露出 负面评论	≥5张 建议拼图/live 图/图片压字	40-80s	≥50%
优质案例							
负面案例							

产品培训

- 产品全景
- 合作链路
- 红猫计划
- 红京计划

投放功能

- 支持笔记类型
- 基础投放能力
- 人群定向能力

跑量建议

- 大促投放
- 快速冷启

账户基建

优质笔记要求

账户诊断建议

Showcase

- Ulike
- SDX
- 极萌
- DearMom
- 小奥汀
- 石头科技

内容生产建议

小红书 种草学

重点一：重视视频笔记

重视视频笔记，
视频流下**5S**完播**>50%**的笔记，
时长**40S~80S**有扶持，
尤其是**服饰、3C**家电视频笔记的跑量
和转化显著比图文笔记好。

图文笔记稳定供给，视频笔记探索更大转化空间

图文笔记 50%

视频笔记 50%

图文笔记

视频笔记

跑量

转化

重点二：重视笔记数量增长

除了买蒲公英笔记之外，
也建议做**企业号**笔记。

搬运小红星退休笔记，单独生产企业号笔记

蒲公英笔记 83%

企业号笔记 12%

蒲公英笔记

企业号笔记

跑量

转化

产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技

内容生产建议

小红书 种草学

产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技

内容公式

YES

氛围设计：大促信息，明星/主播信息铺垫

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

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

视频笔记生产建议

★ 5s
完播率
>50%

时长
40s
-80s

产生兴趣

网络热梗

痛点具象化

爆点前置

制造悬念

氛围铺垫

信息输入/强化

核心卖点

制造悬念

明星背书

问题解决

产品展示

完成转化

优惠力度

限时活动

评论互动

强化记忆

特色鲜明

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



选购指南

产品罗列
+
差异化产品解
法匹配痛点需
求
+
植入本品卖点



单品推荐

自用分享/原
声推荐
+
产品科普/卖
点直出，
+
明确产品功效
和资质背书



专业背书

专业问题引出
用户需求痛点
+
通过专业讲解
/科普，引出
产品功能卖点



怎么看优质笔记样式&内容趋势？

在哪看

【聚光】平台-【数据】-【笔记内容灵感】

看什么

趋势内容类型+跑量笔记样式

根据**营销诉求**添加筛选项：

【行业】【时段】【营销目的：种草直达】

笔记
题材

从行业和同类单品趋势维度，看高热笔记类型和样式

笔记题材

行业使用最多 基础数据 内容趋势 行业数据 小红书平台笔记使用最多 基础数据

题材分析

笔记内容类型 笔记内容形式

热门
素材

题材（eg.测评/合集/单品推荐）&属性（eg.功效/人群/价格）
从笔记内容维度，看热搜词和热门标题样式

热门素材

热词 词云 关联词 关联词

笔记风格排行

高点击 高曝光 高互动

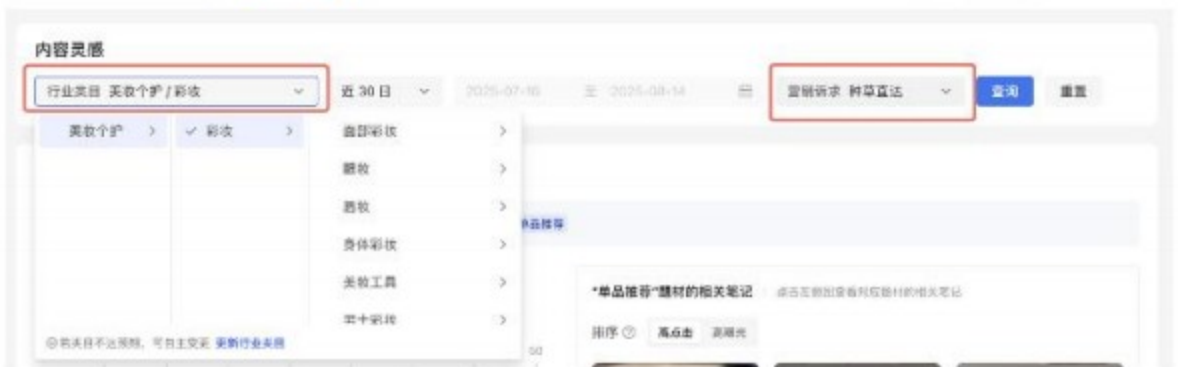
核心
笔记

账户「高曝光&高点击」「高互动」笔记样式&效果数据

核心笔记

类别 高曝光、高点击 高阅读、高互动

使用最多题材 单品推荐 经验教程 好物合集 使用最多形式 图文 使用最多笔记关键词 宝宝 妈妈 新生儿



产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

分行业选品建议

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技

分行业选品建议

美护行业

- 美护经典品类需求量大，保持高搜索量级，如口红、底妆、面部精华、夏季防晒；
- 成分、院线护理、精准护理关注度高，搜索增速快，如家用美容仪、颈部/足部护理产品、防脱产品；
- 种草直达投放可关注科技护理热点、夏季美护需求和基础护理用品，转化相对较好。

热门品类 (搜索量大)	潜力品类 (搜索增速快)	种草直达 高ROI品类
1. 香水	1. 美容仪	1. 美容仪器
2. 口红/唇膏/唇釉	2. 颈膜	2. 粉饼
3. 粉底液/粉底膏	3. 香皂	3. 面部精华
4. 面部精华	4. 足膜	4. 头皮护理
5. 眼影	5. 电动牙刷	5. 面膜
6. 面膜	6. 漂染剂	6. 眼部护理
7. 防晒	7. 阴影	7. 粉底液/粉底膏
8. 漂染剂	8. 睫毛增长液	8. 爽肤水/化妆水
9. 爽肤水/化妆水	9. 防脱精华	9. 面霜
10. 面霜	10. 散粉	10. 防晒

服饰&户外行业

- 用户对基本款女装、女包和季节服配长期需求量大，如连衣裙、通用女包、凉鞋；
- 暑期到来，运动户外、旅游场景相关品类高需求高转化，如玩水装备、旅行包、运动服装；
- 种草直达投放可关注细分场景运动装备、鞋和男女用包，当前转化较好。

热门品类 (搜索量大)	潜力品类 (搜索增速快)	种草直达 高ROI品类
1. 连衣裙	1. 帽子	1. 运动户外装备
2. 女装裤子	2. 特色服装	2. 低帮女鞋
3. 运动户外装备	3. 家居服/睡衣	3. 靴子
4. 通用款女包	4. 卡包	4. 休闲鞋
5. 内衣	5. 儿童靴子	5. 运动服装
6. 服饰配件	6. 冲浪/滑水装备	6. 双肩背包
7. 女装T恤	7. 低帮鞋	7. 运动鞋
8. 凉鞋/拖鞋	8. 背心吊带	8. 连衣裙
9. 运动鞋	9. 乳贴/胸贴	9. 男包
10. 半身裙	10. 旅行包	10. 内衣

产品培训

- 产品全景
- 合作链路
- 红猫计划
- 红京计划
- 投放功能
- 支持笔记类型
- 基础投放能力
- 人群定向能力

跑量建议

- 大促投放
- 快速冷启
- 账户基建
- 优质笔记要求

分行业选品建议

账户诊断建议

Showcase

- Ulike
- SDX
- 极萌
- DearMom
- 小奥汀
- 石头科技

分行业选品建议

家具家居行业

- 基础刚需类家具、家居布艺品、居家小物长期需求量大，如柜子、床、窗帘、收纳用品；
- 智能、健康产品搜索增速快，转化高，如智能门锁、人体工学椅等。
- 用户对季节功能型产品和提升睡眠舒适度的产品有需求，如凉席、蚊帐、床垫、枕头。

热门品类 (搜索量大)	潜力品类 (搜索增速快)	种草直达 高ROI品类
1. 入户门	1. 凉席	1. 床垫
2. 普通柜子	2. 剃须刀	2. 智能门锁/电子门锁
3. 床	3. 除甲醛用品	3. 家装灯饰
4. 窗帘门帘	4. 蚊帐	4. 晾衣架/晾衣杆
5. 瓷砖	5. 人体工学椅	5. 人体工学椅
6. 沙发	6. 防尘罩	6. 锅
7. 收纳用品	7. 床垫	7. 居家布艺
8. 衣柜	8. 枕头/枕芯	8. 餐具
9. 置物架	9. 浴盆/足浴盆	9. 书桌
10. 椅子	10. 智能门锁/电子门锁	10. 枕头/枕芯

3C家电行业

- 用户对移动设备及其配件长期有需求，搜索量大，如手机、相机、手机壳、蓝牙耳机；
- 夏季到来，用户细分季节性需求多，如纳凉大小家电、除湿机；
- 种草直达推荐关注健康个护品类和品质生活小家电，如电动剃须刀、咖啡机、按摩仪。

热门品类 (搜索量大)	潜力品类 (搜索增速快)	种草直达 高ROI品类
1. 手机	1. 风扇	1. 摄像头
2. 数码相机	2. 空调	2. 咖啡机
3. 智能手表/手环	3. 电动剃须刀	3. 投影仪
4. 平板电脑	4. 除湿机	4. 电动剃须刀
5. 空调	5. 养生器械	5. 挂烫机
6. 手机壳/保护套	6. 散热器	6. 移动硬盘/U盘
7. 蓝牙耳机	7. 电动牙刷	7. 电烤箱
8. 笔记本	8. 电子教育相关	8. 净水器
9. 冰箱/冰柜	9. 洗地机	9. 按摩仪
10. 鼠标/键盘	10. 智能手表	10. 多功能锅

产品培训

- 产品全景
- 合作链路
- 红猫计划
- 红京计划

投放功能

- 支持笔记类型
- 基础投放能力
- 人群定向能力

跑量建议

- 大促投放
- 快速冷启
- 账户基建
- 优质笔记要求
- 分行业选品建议

账户诊断建议

Showcase

- Ulike
- SDX
- 极萌
- DearMom
- 小奥汀
- 石头科技

分行业选品建议

宠物行业

- 基础刚需食品和用品搜索量稳定居高位，如主粮、宠物厕所、玩具、驱虫药；
- 宠物智能用品、护理用品、保健食品搜索增长快、回报高，如烘干箱、洗耳液、鱼油、钙片。
- 种草直达投放推荐关注宠物玩具和健康保健品，转化较好，如猫爬架、软骨素、牙刷；

热门品类 (搜索量大)	潜力品类 (搜索增速快)	种草直达 高ROI品类
1. 玩具	1. 烘干箱	1. 玩具
2. 猫粮	2. 狗咬胶	2. 沐浴露
3. 窝/笼子/围栏	3. 猫砂盆/猫厕所	3. 钙片
4. 驱虫药	4. 储粮桶	4. 猫爬架/抓板
5. 鱼油	5. 罐头湿粮	5. 软骨素
6. 猫砂	6. 洗耳液	6. 窝/笼子/围栏
7. 狗粮	7. 漱口水	7. 猫砂盆/猫厕所
8. 主食罐头/湿粮	8. 猫抓板	8. 鱼油
9. 穿搭装饰	9. 驱虫药	9. 牙刷
10. 冻干	10. 智能玩具	10. 饮水机

食品饮料行业

- 生鲜、主食和方便食品需求量大，如果蔬、中式面点、即饮咖啡、包装点心；
- 夏季到来，清凉食品饮料和网红零食搜索增速快，如山药片、奶酪杯、冰棒、低温酸奶。
- 种草直达投放可以关注怀旧零食和功能性食品，转化较好，如果冻布丁、硬糖、罐头、蛋白棒；

热门品类 (搜索量大)	潜力品类 (搜索增速快)	种草直达 高ROI品类
1. 蔬菜	1. 山药片	1. 功能性营养蛋白棒
2. 水果	2. 奶酪杯	2. 果冻布丁
3. 中式面点	3. 冰棒/碎碎冰	3. 棒棒糖
4. 五谷杂粮	4. 果酒	4. 硬糖
5. 即饮咖啡	5. 硬糖	5. 功能性饮料
6. 包装西式点心	6. 乳酸饮料	6. 曲奇饼干
7. 茶饮料	7. 低温酸奶	7. 罐头
8. 泡面/汤面	8. 半成品菜	8. 水果
9. 即食肉制品	9. 罐头类	9. 植物蛋白饮料
10. 酱料	10. 草本茶	10. 坚果

产品培训

- 产品全景
- 合作链路
- 红猫计划
- 红京计划
- 投放功能
- 支持笔记类型
- 基础投放能力
- 人群定向能力

跑量建议

- 大促投放
- 快速冷启
- 账户基建
- 优质笔记要求
- 分行业选品建议

账户诊断建议

Showcase

- Ulike
- SDX
- 极萌
- DearMom
- 小奥汀
- 石头科技

分行业选品建议

大健康行业

- 基础营养品和食补品类需求量大，如钙、益生菌、蜂蜜、燕窝；
- 精准功能补剂和传统养生品类热度上升，如磷虾油、维生素B、冬虫夏草、红景天。
- 种草直达投放推荐关注食补养生和居家养生/护理小物，转化较好，如艾灸拔罐用品、按摩用品。

热门品类 (搜索量大)	潜力品类 (搜索增速快)	种草直达 高ROI品类
1. 钙元素	1. 磷虾油	1. 隐形眼镜
2. 益生菌	2. 冬虫夏草	2. 母婴器械
3. 艾条艾柱艾灸	3. 红景天	3. 石斛枫斗
4. 维生素B	4. 维生素B	4. 牛磺酸
5. 足浴相关	5. 艾条艾柱艾灸	5. 补充能量类
6. 蜂蜜/枸杞	6. 私处护理	6. 烟酰胺
7. 燕窝	7. 番茄红素	7. 拔罐/艾灸仪器
8. 参类	8. 锌元素	8. 助行助听类
9. 黄芪当归	9. 鱼油	9. 按摩小物
10. 陈皮	10. 生发类	10. 滋补酒

母婴行业

- 婴童食品用品和玩具需求量大，如早教益智类玩具、通用奶粉、手推车；
- 夏季到来，季节需求性的产品搜索增速快，如雨衣、爽身粉；
- 种草直达投放推荐关注出行安全痛点和睡眠场景需求，转化较好，如汽车安全座椅、睡袋/防踢被。

热门品类 (搜索量大)	潜力品类 (搜索增速快)	种草直达 高ROI品类
1. 早教益智类玩具	1. 婴童抱被/抱毯	1. 汽车安全座椅
2. 通用奶粉	2. 雨衣	2. 手推车/学步车
3. 手推车	3. 爽身粉/痱子粉/爽身水	3. 婴儿健身器
4. 积木拼插	4. 婴童马桶盖	4. 睡袋/防踢被
5. 水杯/水壶	5. 儿童奶粉	5. 通用奶粉
6. 仿真/过家家玩具	6. 肉泥/肉肠	6. 母婴家具床上用品
7. 纸尿裤	7. 云柔巾	7. 口水巾/围嘴
8. 画板/画笔类	8. 浴盆	8. 吸奶器
9. 婴童枕头/枕芯	9. 扭扭车	9. 婴儿床
10. 婴儿车/婴儿推车	10. 积木	10. 婴儿内衣裤

- 产品培训
 - ◆ 产品全景
 - ◆ 合作链路
 - ◆ 红猫计划
 - ◆ 红京计划
- 投放功能
 - ◆ 支持笔记类型
 - ◆ 基础投放能力
 - ◆ 人群定向能力
- 跑量建议
 - ◆ 大促投放
 - ◆ 快速冷启
 - ◆ 账户基建
 - ◆ 优质笔记要求
 - ▶ 分行业选品建议
- 账户诊断建议
- Showcase
 - ◆ Ulike
 - ◆ SDX
 - ◆ 极萌
 - ◆ DearMom
 - ◆ 小奥汀
 - ◆ 石头科技

分行业选品建议

日百家清行业

- 用户对常见清洁日化用品的需求稳定，搜索量大，如纸巾、洗衣液、油污清洁、片状卫生巾；
- 季节性需求、通用清洁产品和精细女性护理品类搜索增速快，如干燥剂、多功能清洁剂、裤型卫生巾；
- 种草直达投放建议关注细分场景的清洁需求，转化较好，如干燥除霉剂、玻璃清洁工具、厨房湿巾、布艺用品清洁剂。

热门品类 (搜索量大)	潜力品类 (搜索增速快)	种草直达 高ROI品类
1. 纸巾 2. 防蚊/驱蚊用品 3. 鞋靴清洁剂 4. 桶/盆/杯/瓶 5. 洗衣液 6. 油污清洁剂 7. 祛渍剂 8. 清洁布 9. 片状卫生巾 10. 漂染剂	1. 清洁工具套装 2. 干燥剂 3. 多功能清洁剂 4. 驱鼠杀虫剂 5. 裤型卫生巾 6. 洗脸巾 7. 防蚊/驱蚊用品 8. 月经杯 9. 甲醛清除剂 10. 吸油/防油纸	1. 干燥除霉剂 2. 玻璃清洁工具 3. 清洁剂 4. 洗衣液 5. 卫生巾 6. 厨房湿巾 7. 衣物喷雾 8. 洗衣凝珠/片 9. 管道疏通剂 10. 布艺用品清洁剂



账户诊断建议

04

第一步：定位漏斗链路问题



a	投放设置 (定向、出价、买词、营销目标)	人群资产基础 (是否绑定种草SPU)	
b	笔记封面、标题	搜索买词	
c	产品卖点	笔记内容	组件价格
d	是否填写Universal link		
e	长效产品心智	电商平台站内展现	
f	产品页承接	价格促销机制	

产品培训

- 产品全景
- 合作链路
- 红猫计划
- 红京计划

投放功能

- 支持笔记类型
- 基础投放能力
- 人群定向能力

跑量建议

- 大促投放
- 快速冷启
- 账户基建
- 优质笔记要求
- 分行业选品建议

账户诊断建议

Showcase

- Ulike
- SDX
- 极萌
- DearMom
- 小奥汀
- 石头科技

第二步：针对核心指标进行优化

指标	点位	数据字段-聚光平台	优化策略
笔记曝光量 =展现量			小红书 - 种草基础客户：优选行业人群、种草人群 - 无种草基础客户：适当放低出价，投放目标改为【进店】，进行冷启3-7天
笔记点击率 =点击量/展现量			小红书 - 封面、标题优化 - 检查关键词/人群定向是否和笔记内容，主题一致 - 检查是否绑定「种草spu」（聚光-资产-行业商品中心）
点击进店率 =行业商品进店量(15日) /点击量		请注意勾选“转化时间”下的指标 	小红书 - 优化笔记正文、卖点植入 - 做好评论区维护 - 检查笔记组件、商品设置 - 是否绑定Universal_link - 检查跳转链路是否通畅 - 检查落地页是否正确
进店成交转化率 =行业商品成交量(15日) /行业商品进店量(15日)		请注意勾选“转化时间”下的指标 	电商平台 价格机制竞争力（竞品、其他平台对比）、产品参数、包邮政策、客户回复时长等
客单价 =行业商品GMV(15日) /行业商品成交量(15日)			电商平台 - 设置产品套组 - 产品迭代，进入更高价格带

产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

分行业选品建议

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技

产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

分行业选品建议

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技

第三步：跟行业标准数据做对比

品类		客单价	指标	平销期		大促期	
				全站智投场域	搜索场域	全站智投场域	搜索场域
美护	美妆	221	笔记点击率 =点击量/展现量	10%-15%	8%-12%	10%-15%	8%-11%
			点击进店率 =行业商品进店量（15日）/点击量	2%-5%	4%-9%	2%-4%	3%-6%
			进店成交率 =订单数/进店数	10%-15%	12%-18%	19%-25%	28%-43%
	日化	152	笔记点击率 =点击量/展现量	9%-14%	9%-13%	8%-13%	8%-12%
			点击进店率 =行业商品进店量（15日）/点击量	2%-5%	1%-4%	2%-4%	2%-4%
			进店成交率 =订单数/进店数	13%-23%	40%-50%	24%-30%	35%-45%
大健康		195	笔记点击率 =点击量/展现量	6%-12%	10%-15%	7%-12%	9%-12%
			点击进店率 =行业商品进店量（15日）/点击量	3%-6%	2%-5%	2%-5%	3%-6%
			进店成交率 =订单数/进店数	8%-13%	16%-22%	11%-17%	20%-26%

第三步：跟行业标准数据做对比

品类	客单价	指标	平销期		大促期	
			全站智投场域	搜索场域	全站智投场域	搜索场域
服饰&户外	577	笔记点击率 =点击量/展现量	7%-13%	6%-9%	7%-12%	6%-9%
		点击进店率 =行业商品进店量(15日)/点击量	5%-13%	5%-10%	4%-8%	6%-9%
		进店成交率 =订单数/进店数	5%-10%	5%-10%	6%-12%	17%-21%
母婴用品	149	笔记点击率 =点击量/展现量	6%-10%	5%-9%	9%-13%	8%-11%
		点击进店率 =行业商品进店量(15日)/点击量	5%-9%	4%-7%	2%-5%	4%-7%
		进店成交率 =订单数/进店数	6%-9%	10%-15%	9%-14%	19%-24%

产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

分行业选品建议

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技

产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

分行业选品建议

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技

第三步：跟行业标准数据做对比

品类		客单价	指标	平销期		大促期	
				全站智投场域	搜索场域	全站智投场域	搜索场域
耐消	3C	3000	笔记点击率 =点击量/展现量	6%-10%	8%-13%	6%-10%	8%-13%
			点击进店率 =行业商品进店量（15日）/点击量	5%-9%	3%-7%	5%-9%	3%-7%
			进店成交率 =订单数/进店数	9%-15%	13%-18%	9%-15%	13%-18%
	家具家居	1549	笔记点击率 =点击量/展现量	6%-11%	5%-9%	6%-11%	5%-9%
			点击进店率 =行业商品进店量（15日）/点击量	6%-9%	2%-5%	6%-9%	2%-5%
			进店成交率 =订单数/进店数	5%-10%	5%-10%	5%-10%	5%-10%

第三步：跟行业标准数据做对比

品类	客单价	指标	平销期		大促期	
			全站智投场域	搜索场域	全站智投场域	搜索场域
宠物	143	笔记点击率 =点击量/展现量	13%-17%	6%-8%	13%-17%	6%-8%
		点击进店率 =行业商品进店量(15日)/点击量	1%-7%	1%-6%	1%-7%	1%-6%
		进店成交率 =订单数/进店数	5%-10%	5%-10%	5%-10%	5%-10%
食品饮料	316	笔记点击率 =点击量/展现量	9%-13%	9%-13%	7%-13%	6%-10%
		点击进店率 =行业商品进店量(15日)/点击量	1%-4%	1%-4%	2%-5%	3%-8%
		进店成交率 =订单数/进店数	8%-12%	8%-12%	8%-13%	10%-15%

产品培训

产品全景

合作链路

红猫计划

红京计划

投放功能

支持笔记类型

基础投放能力

人群定向能力

跑量建议

大促投放

快速冷启

账户基建

优质笔记要求

分行业选品建议

账户诊断建议

Showcase

Ulike

SDX

极萌

DearMom

小奥汀

石头科技



SHOWCASE

05

Ulike：种草直达是否可以和闭环电商&种草同时投放？ ——可以！人群不重叠

种草直达和产品种草、闭环电商：
投放人群重叠度低、不存在互相竞争关系

与种草直达 重合人群占比	产品 种草	闭环 电商
曝光 重合人群占比	26%	8%
点击 重合人群占比	10.3%	5.8%

计算口径：

- 曝光重合人群占比=种草直达中含产品种草（闭环电商）人群的曝光量/种草直达总曝光量
- 点击重合人群占比=种草直达中含产品种草（闭环电商）人群的点击量/种草直达总点击量

数据来源：小红书数据中台&三方电商平台，2025Q1-2

以Ulike为例——脱毛仪品类销量TOP 1

人群x投放精细化 x 内容匹配

种草直达帮助客户触达新人群
闭环vs种草直达的人群重合度仅27%

品牌
潜在人群

23~30岁女性

种草直达
转化人群

70%

VS

小红书
进店

52%

VS

小红书
闭环电商

57%

用户阅读非闭环广告后
「分享、评论区点赞和图片保存」
是非常强烈的购买信号

购买 / 未购买 TGI	分享	图片保存	评论区点赞
	161倍	95倍	136倍

TGI=（该行为的购买数/总购买数）/（该行为的未购买数/总未购买数）

投放精细化+内容匹配

种草直达转化人群	医疗医美人群	美妆个护人群	美容护肤人群
	 医美人设KOL-原理科普	 美容仪大户-品类测评	 美护人群-真实场景使用
闭环电商转化人群	美妆个护人群	互联网等其他人群	
	 瑕疵皮KOL-真人实测	 女性向KOL-用户心智养成	 直播间大促-促进用户决策



SDX：种草直达精准引爆核心单品，助力获取人群新增量

天猫榜单颈霜回购榜
TOP1

投放7日ROI提升
+138%



增量人群价值：种草直达vs闭环电商广告 | 点击人群重合度<17%

选品策略

通过小红书历史种草数据，锁定站内高热度单品，**优先选取**站内人群资产高的单品。

选品策略

优选600+篇小红星和闭环过往**高效笔记**，多场域充分放量。

投放策略

品牌防守战略：7X24守住品牌词促决策、覆盖产品相关定向，如SDX、SDX颈霜等；
核心品类渗透：针对核心品类人群，承接兴趣人群，如抬头纹人群、纹路人群；
场景破圈：渗透多场景，覆盖影响购买心智，如颈纹推荐、产后如何淡化颈纹等。

小红书 种草学

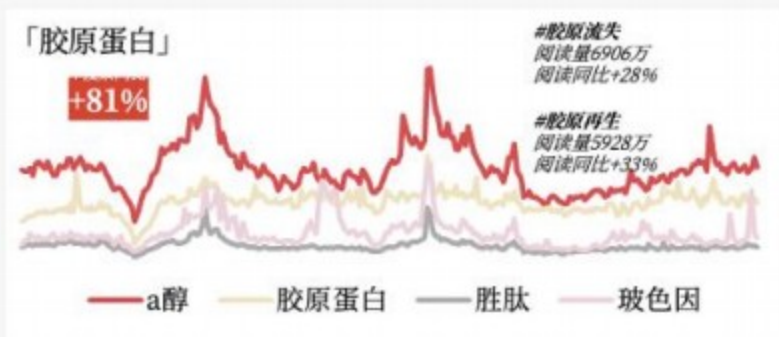
种草直达卡位高意向决策人群助力站外获取90%+新客

营销策略

胶原成分高增长站外选品契合

一 站内洞察：“胶原蛋白”在站内趋势整体向好

24年至今站内「抗老成分」相关搜索热度



选品：优先选取站外电商平台销售额TOP1单品

大排灯



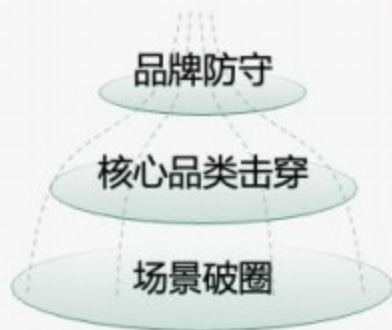
胶原炮



投放策略

锚定小红星和已购客人群搭配搜索拦截

一定向策略：定向已种草人群&小红星进店人群排除已购客



投放策略

7*24H守住品牌词
促决策

针对核心品类人群
拦截兴趣人群

渗透多场景
覆盖影响购买心智

投放定向&关键词

极萌
极萌胶原炮
已种草人群&小红星进店

美容仪
美容仪对比

美容仪提拉紧致哪个最好用
送妈妈什么生日礼物

内容策略：结合价格机制向和产品向内容转化兴趣人群

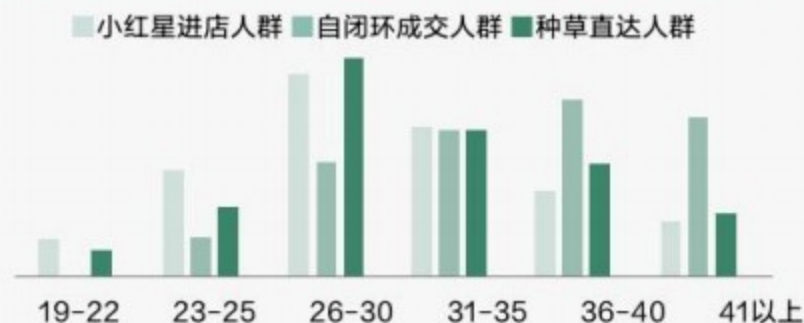
共投放笔记20篇+



营销成果

人群新增量 销量创新高

一 人群差异：种草直达成交人群集中26-40岁



种草直达成交人群美妆兴趣人群TGI高30%+



种草直达
广告ROI

5+

站外
新客占比

90%+

种草直达成交人群
VS竞媒重叠度

0%

种草直达助力DearMom登顶天猫

婴儿推车热销榜TOP1

两周GMV翻 | 7日转化ROI

15倍

9+

天猫618婴儿推车热销榜

TOP1

DearMom



快速
冷启

通过控制变量方式，测出高效投放组合：

全站智投X成本自动控制X成单归因，快速定位目标人群，积累模型数据

内容
调优

筛选小红书进店率>15%笔记内容，同时内容做差异化。

笔记内容集中在真实测评、选购建议，并结合类目高热买点。

快速
放量

快速完善投放基建，持续增加在投计划，且单计划平均笔记数>17篇；

搜索场域主攻品类词+大促词，触达深度目标用户，并通过短语匹配方式丰富词意，提升转化率。

小奥汀：多SPU低客单价彩妆品牌

全站智投滚动测品三步走 4天快速过账户冷启动ROI1+

种草ROI稳定
>1.5

种草直达
带来站外新客
90%

玩色多用棒
天猫热销榜多榜
TOP3

雕刻笔高光修容液
天猫店内销量
TOP1

投前选品策略

—— 用户心智 × 高频搜索确定用户基础和消费决策 ——



人群资产确定用户基础

高频搜索找寻机会决策品



精细投放策略

—— 全站智投+素材不可见快速冷启 ——

投放策略	投放人群	计划基建
冷启动期 4天	全站智投 快速积累单品转化数	每日新增2条 全站智投 × 成单计划
批量测试期 10天	素材不可见 快速拉升基建	笔记 >100篇

—— 4+15科学赛马，跑出优质素材公式 ——

人群痛点	触达高客单价 护肤人群	解决方案
泪沟垮脸显老		小奥汀专属徒手捏脸
	CTR 14.5%	
	7日ROI 1.5+	7日ROI 1.3+

石头科技：种草直达打开全场域流量

实现种收一体，助力大促登顶



— 京东 —

洗地机总榜

TOP1

销售额同比增长

1846%

— 天猫 —

洗地机热卖榜&好评榜

TOP1

销额同比增长

681%

沉淀人群资产

通过场景化人群种草，快速把家具人群、以旧换新人群等与家装类目高相关人群转化成品牌资产，同时用种草直达CID的转化人群，通过人群反漏斗模型，不断扩充相似的机会人群，持续积累品牌人群资产。

投放测试调优

不断测试内容模型，通过送父母、性价比等人感场景内容进行测试，以「店铺成单」为转化目标，充分新增计划不断积累模型学习，打开搜索、信息流、视频流全场域流量，快速辅助冷启动。

大促快速放量

抓住大促节奏，快速账户基建，账户近30天在投计划数100+，日均在投素材数提升到180+，乘势大促转化精准人群资产

小红书 种草学

xue.xiaohongshu.com

学种草 上种草学

