

闭环转化种草直达 双轮驱动新食力

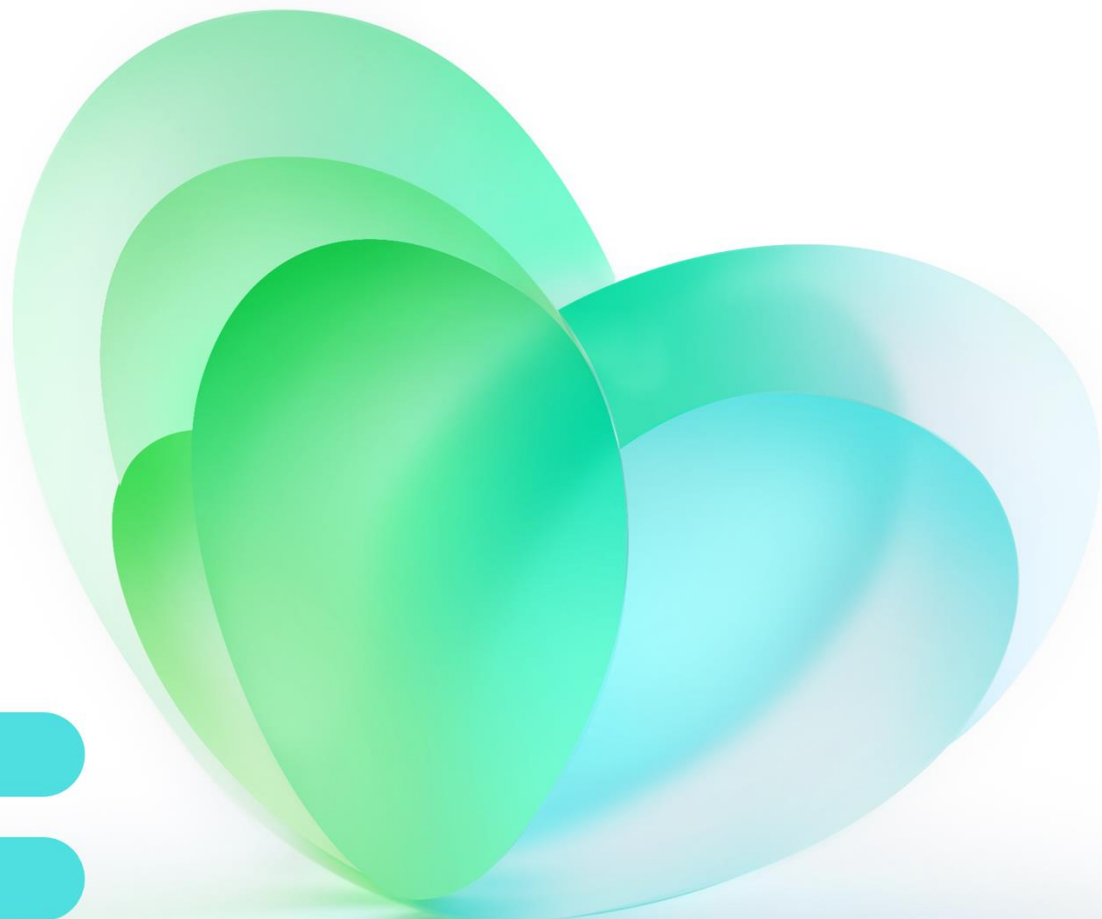
2025

莫纳

小红书商业食品行业 平台策划专家

阿走

小红书商业食品行业 平台运营专家



目录

CONTENTS

.01 「食」力种草，「滋」养增长

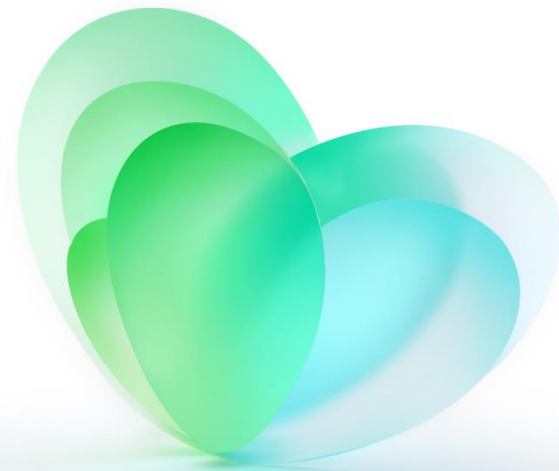
食品滋补行业双11趋势分享

.02 锁定双11，卡位「食」机赛道

食品滋补行业双11高潜力赛道洞察

.03 布局双11，把握「食」机打法

食品滋补行业双11电商打法前瞻

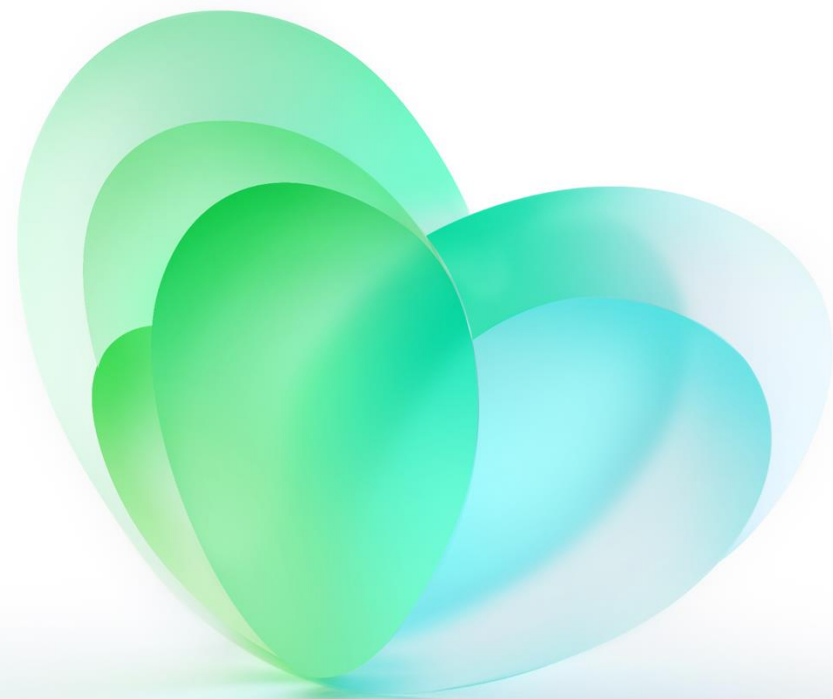


「食」力种草，「滋」养增长

食品滋补行业双11趋势分享

2025

01



食品 and 滋补行业在小红书向上生长



+81% **+31%**

25年YTD阅读同比 25年YTD搜索同比



+40%

25年8月美食滋补兴趣人群同比



+15%

25年YTD 投放SPU量同比

双11期间，小红书内容深度影响食品滋补用户大促心智

推荐让用户「心动」的产品



主动搜索筛选影响决策



双11内容最终影响用户购买心智



搜索月活用户占比

73%

主动搜索占比

90%

在小红书搜后外溢进店*

34%

母婴行业搜索分析

预热&第一波爆发期

提前学习，能赚会省

关注双11机制&玩法

🔍双11机制 环比+110x

🔍双11攻略 环比+570x

🔍双11玩法 环比+75x

第二波爆发期

积极囤货，重点出击

关注双11必囤推荐

🔍双11必囤速食 环比+500%

🔍双11必囤零食 环比+350%

🔍双11必囤好物 环比+160%

好内容塑造好口碑，持续驱动消费者双11决策

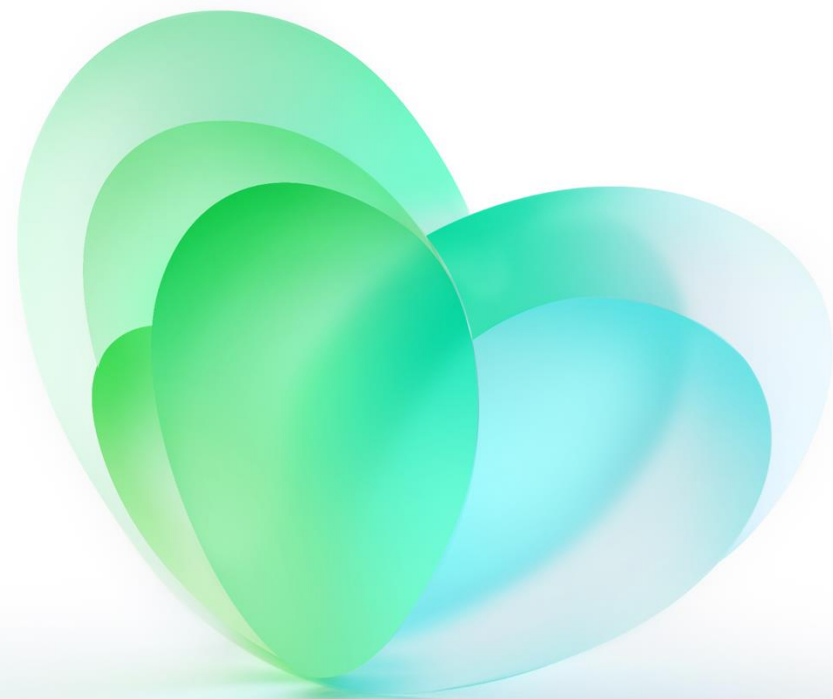


锁定双11，卡位「食」机赛道

食品滋补行业双11高潜力赛道洞察

2025

02



双11高潜力赛道：中式滋补，预制速食和休闲零食

01

中式滋补

双11搜索同比

↑ +60%

抓住润燥滋补旺季
紧握中秋礼赠节点

02

预制速食

双11搜索同比

↑ +42%

聚焦健康快手营养
击穿早餐高热场景

03

休闲零食

双11搜索同比

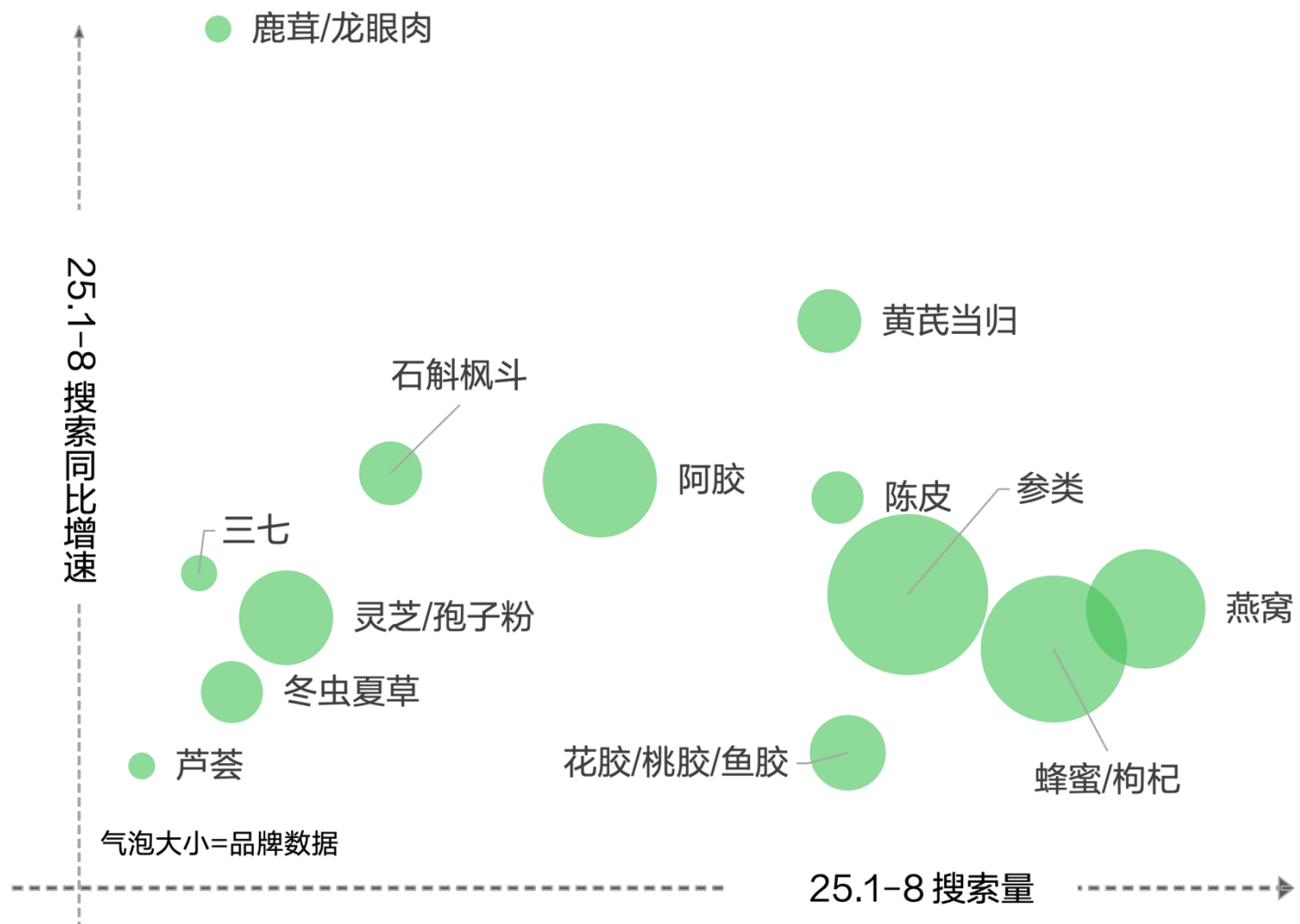
↑ +36%

主打节日情绪加码
强调好吃高质价比

燕窝热度不减，阿胶双11冲刺，黄芪当归成为滋补新宠

24年双11增速Top 8赛道

*按环比搜索增速排序



	环比	同比
阿胶	+72%	+24%
黄芪当归	+39%	+65%
花胶/桃胶/鱼胶	+36%	+32%
陈皮	+34%	+51%
参类	+33%	+56%
石斛枫斗	+28%	+62%
灵芝/孢子粉	+20%	+56%
蜂蜜/枸杞	+16%	+45%

数据来源：小红书数据平台，搜索量25.1-8，同比2024.9-11VS 2023.9-11，环比2024.9-11VS2024.6-8

高线女白领和孕产人群为核心用户，关注长期轻滋补食材

双11 中式滋补人群



基础属性

84%

女性
TGI>110

60%

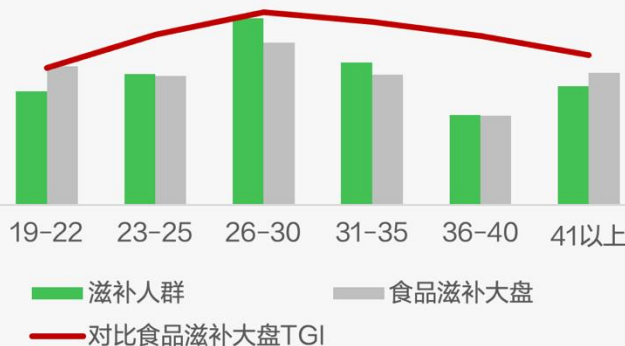
一二线城市
TGI>107

• 滋补人群「集中化」

70%+
23-40

TGI>110
26-35岁

• 中式滋补人群年龄分布



兴趣偏好

脱口秀综艺
TGI>240

养生减肥
TGI>215

母婴备孕
TGI>210

双11期间热门搜索

• 热门搜索词以及环比增速
(搜索量>30w, 环比排序)

麦冬的功效与作用 ↑1030%

陈皮搭配什么泡水 ↑690%

银耳雪梨汤怎么做 ↑680%

石斛功效和作用 ↑260%

阿胶糕制作方法 ↑220%

藏红花有什么作用 ↑170%

传统滋补单品秋冬走强，泛养生趋势单品借势增长

经典滋补品

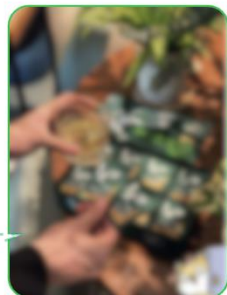
XX红参燕窝饮

搜索环比
+400x



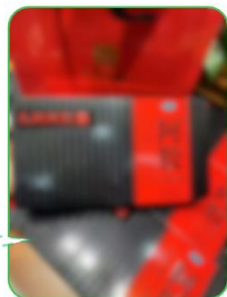
XX花旗参茶

搜索环比
+364x



XX阿胶

搜索环比
+201x



趋势养生品

XX黄芪口服液

搜索环比
+280x



XX花胶粥

搜索环比
+70x



XX伏湿膏

搜索环比
+5x



轻养生饮

XX红石榴桑葚

搜索环比
+500x



XX苦瓜饮

搜索环比
+440x



XX枸杞原浆

搜索环比
+11x



时令养生结合货品趋势，打造双11热卖潜力货品池



数据来源：小红书数据平台，寒露24.10.8-25.10.22，霜降24.10.23-24.11.6，立冬24.11.7-24.11.21，小雪24.11.22-25.12.5；GMV为各节气环比增幅，搜索为各节气年同比增幅

24年双11内容相关飙升词词云

中秋节快乐 半小时 养生汤 掉头发 5分钟 补铁片
 止血 梨子 太极 枇杷 防风 芝麻
 酸软 九蒸九晒 帕梅拉 脾胃虚 职场 李准诗 枸杞水
 秋天 暖胃 白萝卜 橘皮 太极 防脱 提升免疫力 缺铁 止痒 明目
 玉米须 红参 龙眼 雪梨 红枣汤 四肢乏力 15分钟 止痛 煎茶 石榴 黄冰糖 川贝 滋阴润肺 抗氧 煲汤 润燥 鸡肉 益母草 宁夏 阿胶膏
 冬天 开胃 腹痛 气血双补 黄褐斑 本草银耳 改善睡眠 桑叶 煲汤 润燥 鸡肉 益母草 宁夏 阿胶膏
 红参 虫草花 羽衣甘蓝 老年人 甘蔗 煮水 元气瓶 沙参 枇杷 五谷杂粮 立秋 上火 辽参 护发 参 经期
 鲜炖 免洗 滋阴火旺 苹果红 长期 黄芪精

↑ 720%

秋冬煲汤

↑ 890%

秋季润肺汤

↑ 24000%

🔍 秋冬推荐女生泡水喝

● 搜后热门内容



↑ 60%

🔍 黄芪和什么搭配

↑ 220%

🔍五红汤真的好吗

 **50%**

红参怎么吃最好

● 搜后热门内容



↑ 50%

🔍 阿胶块最简单吃法

↑ 80%

🔍 银耳怎么快速出胶


15%

🔍 办公室泡水喝推荐

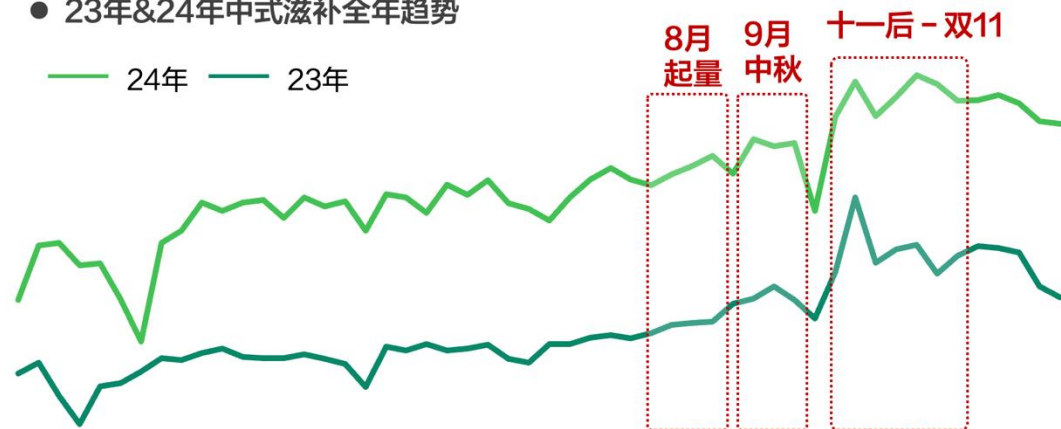
● 搜后热门内容



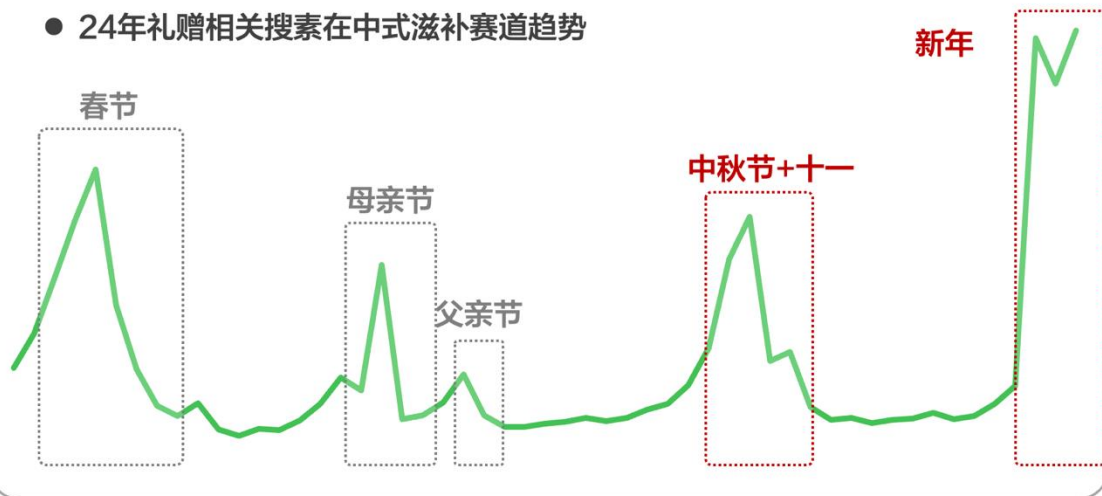
商家增长关键节点，抓住中秋礼赠和双11峰值

23年&24年中式滋补全年趋势

— 24年 — 23年



24年礼赠相关搜索在中式滋补赛道趋势



中秋礼赠季

见家长礼物

↑104%

内容阅读25.1-8同比增长



长辈送礼

↑91%

内容阅读25.1-8同比增长



双11囤货季

打工人必囤

↑430%

内容阅读25.1-8同比增长



女生囤货清单

↑134%

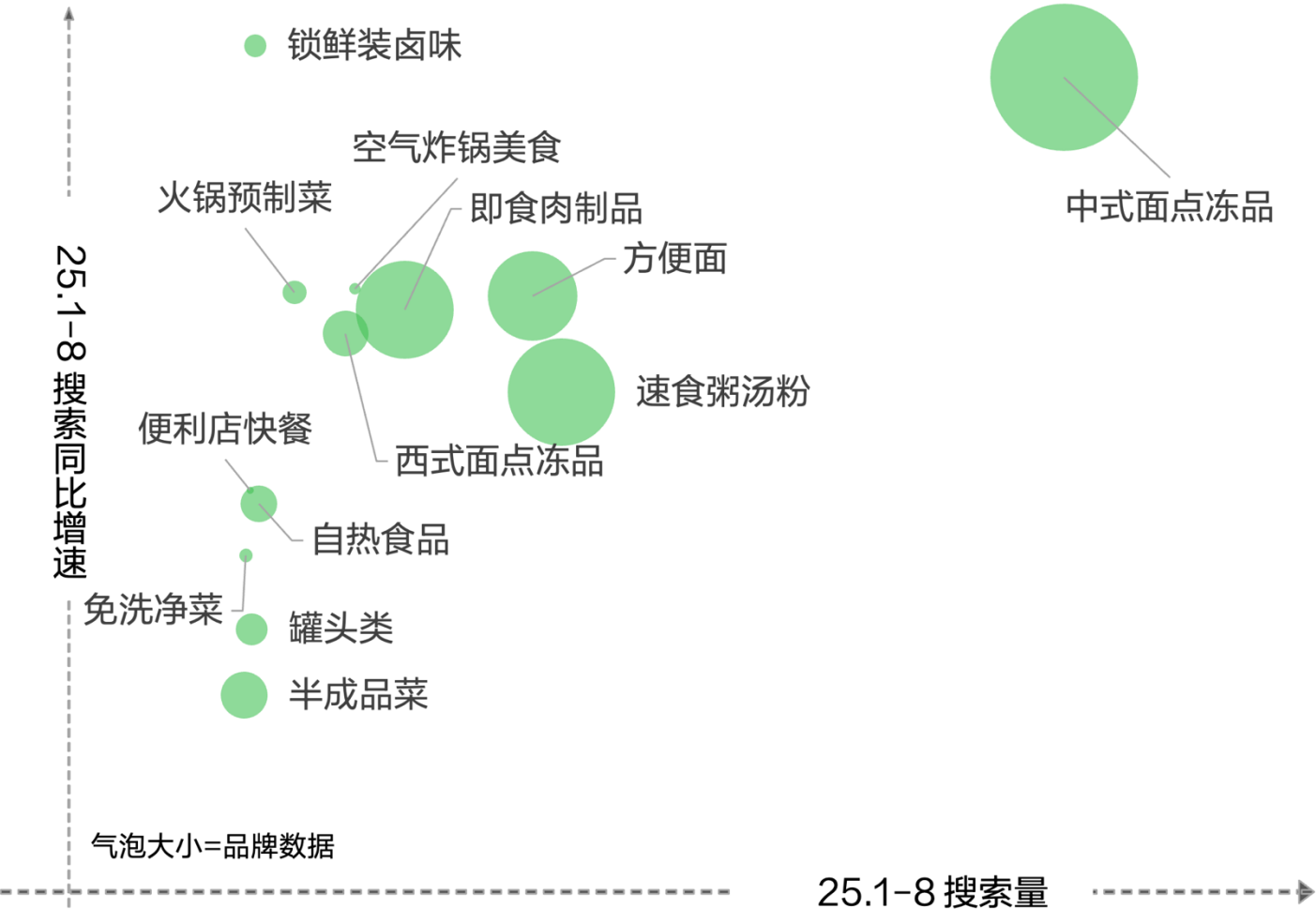
内容阅读25.1-8同比增长



中式面点领跑，即配食品持续增长，火锅预制菜与空气炸锅美食爆发

24年双11增速Top 8赛道

*按环比搜索增速排序



	环比	同比
免洗净菜	+165%	+198%
火锅预制菜	+30%	+36%
空气炸锅美食	+26%	+20%
西式面点	+11%	+49%
即食肉制品	+6%	+38%
自热食品	+5%	+31%
半成品菜	+5%	+20%
中式面点冻品	+4%	+55%

数据来源：小红书数据平台，搜索量25.1-8，同比2024.9-11VS 2023.9-11，环比2024.9-11VS2024.6-8

集中年轻人群聚焦早餐场景，空气炸锅美食成趋势

双11 预制速食人群



基础属性

80%

女性

TGI>104

74%

一到三线城市

TGI>101

• 预制速食人群「年轻化」

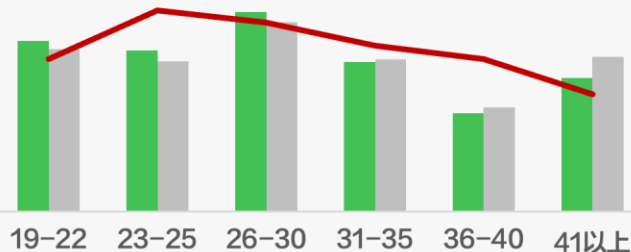
72%

19-35

TGI>130

23-30岁

• 预制速食人群年龄分布



速食冻品人群

食品滋补大盘

对比食品滋补大盘TGI

兴趣偏好

早餐

TGI>158

减肥减脂

TGI>130

演唱会

TGI>120

双11期间热门搜索

- 热门搜索词以及环比增速
(搜索量>30w, 环比排序)

空气炸锅糖葫芦

↑ 29000%

空气炸锅板栗

↑ 4300%

熏鸡好吃吗

↑ 2000%

年糕做法大全

↑ 730%

泡面推荐

↑ 352%

宿舍速食

↑ 220%

趋势带动关注，要方便也要吃饱吃好，主食荤菜中式甜点热度走高

网络热门粉面

XX酸辣粉

搜索环比
+300x



XX螺蛳粉

搜索环比
+71x



XX乌冬面

搜索环比
+60x



充能饱腹肉食

XX熏鸡

搜索环比
+179x



XX炸鸡腿

搜索环比
+27x



XX广式腊肠

搜索环比
+19x



香甜快手面点

XX紫薯奶黄包

搜索环比
+73x



XX奶香馒头

搜索环比
+39x



XX豆沙小圆子

搜索环比
+15x



方便快手也不妥协营养健康，重点关注早餐场景和宿舍美食

24年双11内容相关飙升词词云

*关键词大小为环比增速



健康营养

- 热门搜索词以及环比增速

↑ 690%

🔍 火锅食材

↑ 600%

🔍 儿童营养餐

↑ 420%

🔍 配料表干净的螺蛳粉

- 搜后热门内容



快手早餐

- 热门搜索词以及环比增速

↑ 633%

🔍 手抓饼做法

↑ 220%

🔍 早餐培根

↑ 190%

🔍 亲子早餐

- 搜后热门内容



宿舍便捷

- 热门搜索词以及环比增速

↑ 1370%

🔍 大学生泡面推荐

↑ 450%

🔍 宿舍米饭推荐

↑ 340%

🔍 宿舍无锅减脂餐

- 搜后热门内容



迎合双11期间场景趋势，结合核心买点打造热卖货品

趋势场景

+138%
交易规模增长
早餐

+70%
交易规模增长
代餐

NEW
+132%
交易规模增长
小吃

核心买点

**营养
饱腹**

低脂

养生
速食

膳食
平衡

健康
粗粮

**重口
解馋**

奶油
芝士

火鸡
面味

椒麻
味

泡菜
味

**品质
优选**

纯手
工

非遗

匠人

主理
人

趋势货品



早餐场景成为必争之地，做好细分人群渗透和内容深耕

趋势一



制作减法营养加法



亲子人群

早八人群

🔍早餐吃什么营养又健康 环比 +11000%

🔍健康早餐速食推荐 环比 +4400%

🔍儿童早餐速食 环比 +400%

趋势二



身材管理从早餐开始



减脂人群

健身人群

🔍减肥早上可以吃包子吗 环比 +6100%

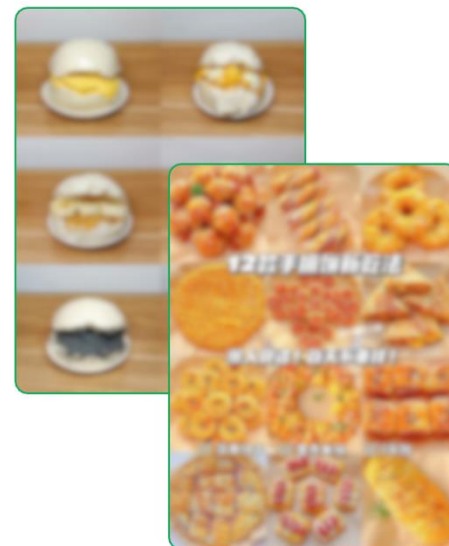
🔍减脂早餐推荐 环比 +1900%

🔍健身早餐 环比 +460%

趋势三



核心单品花式专精



美食达人

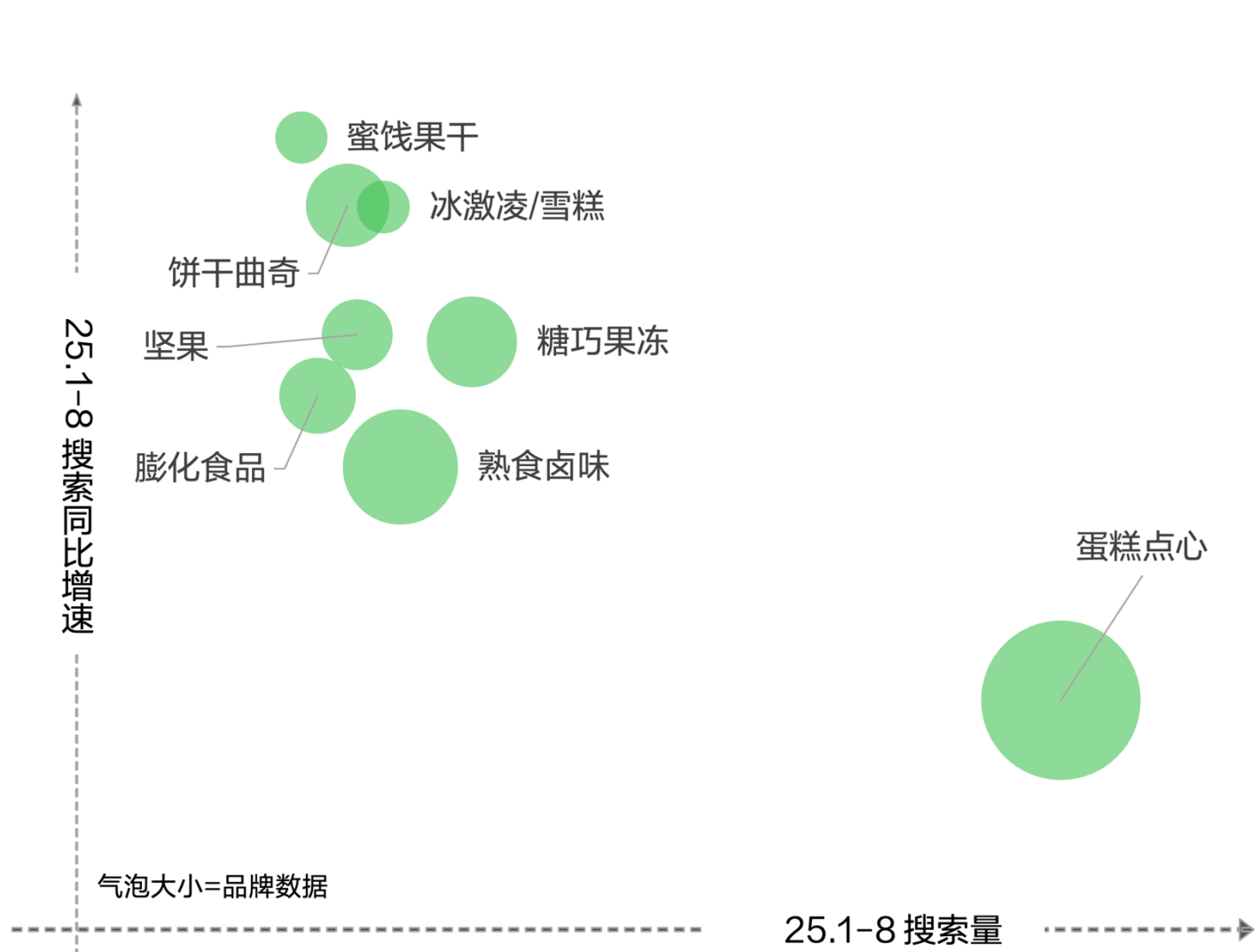
亲子人群

🔍早餐馒头花样吃法 环比 +3200%

🔍早餐饼食谱大全 环比 +1500%

🔍手抓饼做法大全 环比 +320%

蛋糕点心持续领跑，膨化卤味饼干曲奇双11走高



24年双11增速Top 8赛道

*按环比搜索增速排序

	环比	同比
膨化食品	+23%	+26%
熟食卤味	+22%	+23%
饼干曲奇	+17%	+33%
糖巧果冻	+14%	+28%
蜜饯果干	+13%	+36%

数据来源：小红书数据平台，搜索量25.1-8，同比2024.9-11VS 2023.9-11，环比2024.9-11VS2024.6-8

休闲零食人群广泛，追求美味与身材管理平衡之道

双11 休闲零食人群



基础属性

81%

女性

TGI>105

76%

一到三线城市

TGI>100

休闲零食人群「广泛化」

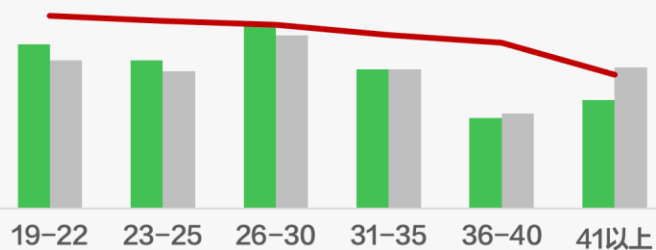
76%

19-35

TGI>100

19-35岁

休闲零食人群年龄分布



休闲零食人群

食品滋补大盘

对比食品滋补大盘TGI

兴趣偏好

美食探店

TGI>157

减肥减脂

TGI>151

休闲娱乐

TGI>150

双11期间热门搜索

- 热门搜索词以及环比增速
(搜索量>30w, 环比排序)

雪吻巧克力

↑ 14000%

山楂雪球

↑ 13000%

万圣节蛋糕

↑ 6600%

糖葫芦怎么熬糖

↑ 3800%

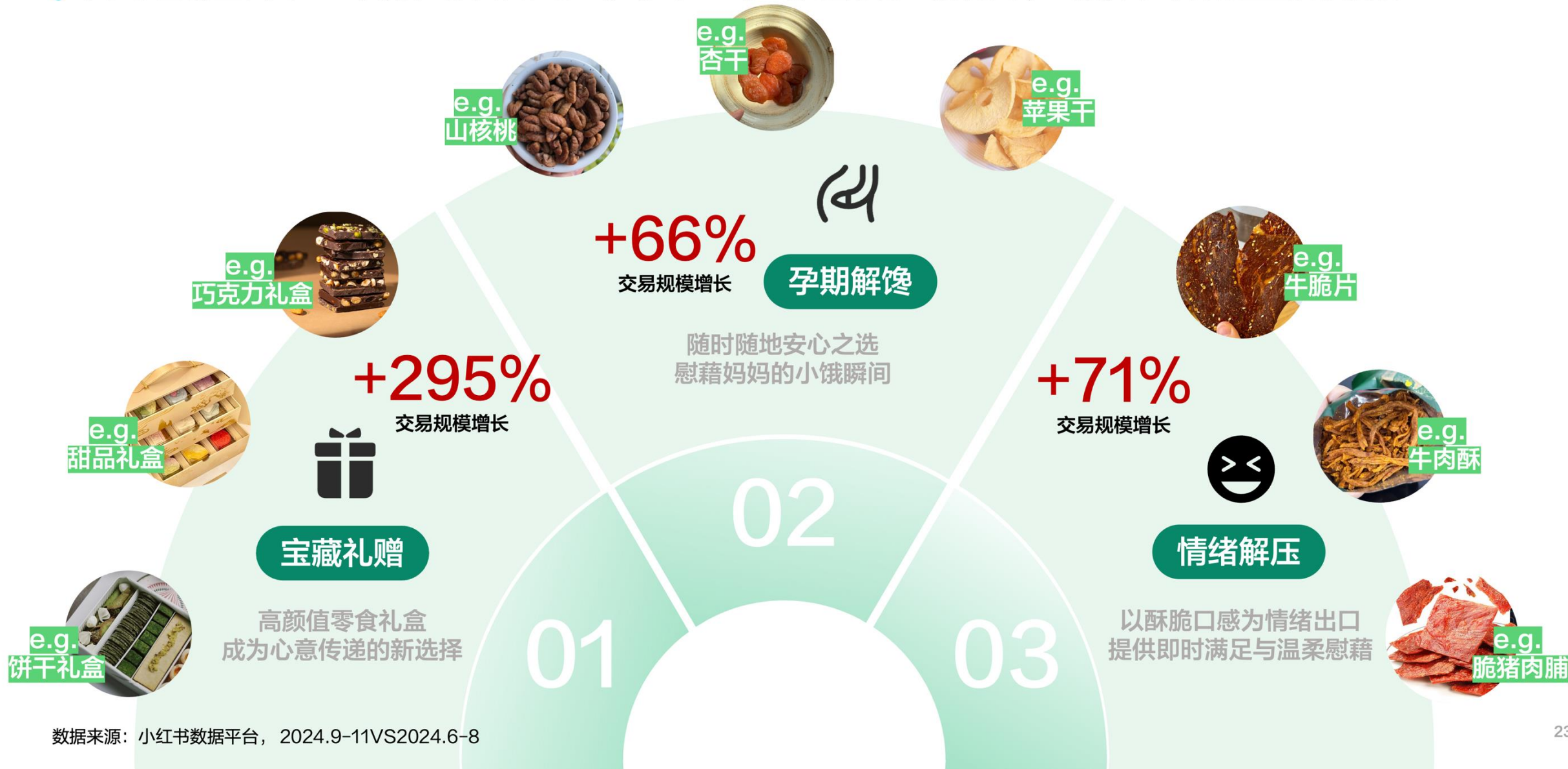
流心月饼推荐

↑ 690%

面包节

↑ 258%

把握双11期间休闲零食三大趋势场景，激发销量爆点



休零成为过节搭子，美味和高质价比成为用户讨论关键

24年双11内容相关飙升词词云

*关键词大小为环比增速



逢节必过

- 热门搜索词以及环比增速

↑ 660%

🔍 万圣节糖果

↑ 260%

🔍 中秋月饼礼盒

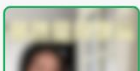
↑ 160%

🔍 万圣节曲奇

- 搜后热门内容



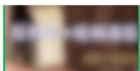
节日糖果



联名礼盒



快手节日饼干



消费去魅

- 热门搜索词以及环比增速

↑ 1600%

🔍 迪拜巧克力平替

↑ 1300%

🔍 流心奶黄月饼平替

↑ 140%

🔍 半熟芝士测评

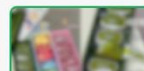
- 搜后热门内容



难买平替



贵价平替



多产品测评



美味崇拜

- 热门搜索词以及环比增速

↑ 1400%

🔍 生巧风味

↑ 290%

🔍 辣味零食

↑ 170%

🔍 糯叽叽

- 搜后热门内容



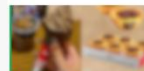
风味脑袋



解馋零食



零食清单



食品 and 滋补行业双11三大高潜力赛道机会汇总

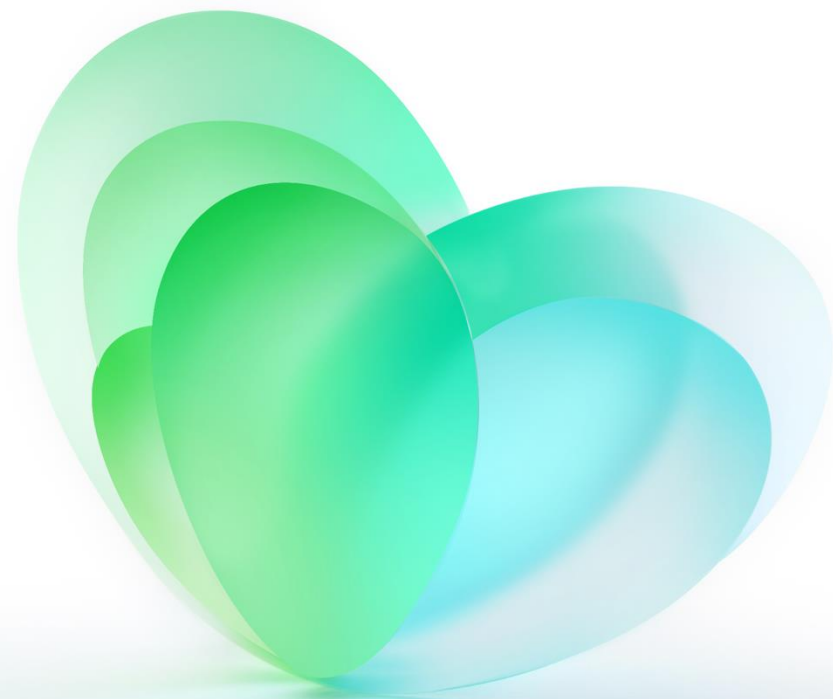
	01 中式滋补	02 预制速食	03 休闲零食
人群	 高线女白领 孕产属性高	 年轻人群 聚焦早餐场景	 受众广泛 追求趋势美食
货品	 经典品搭配趋势品 紧跟秋冬时令养生 - 经典滋补品 - 趋势养生品 - 轻养生饮	 吃饱吃好营养便捷 首选粉面肉食甜点 - 网络热门粉面 - 充能饱腹肉食 - 香甜快手面点	 礼赠解馋又解压 多场景激发消费 - 宝藏礼赠 - 孕期解馋 - 情绪解压
趋势	中秋礼赠季 见家长礼物/长辈送礼 双11国货季 打工必囤/女生囤货清单 中秋滋补礼赠 秋冬养生高峰 	制作减法营养加法 亲子人群/早八人群 身材管理从早餐开始 减脂人群/健身人群 核心单品花式专精 美食达人/亲子人群 便捷营养健康 早餐场景细分 	逢节必过 消费去魅 美味崇拜 节日聚会搭子必选 买单美味高质价比 

布局双11，把握「食」机打法

食品滋补行业双11电商打法前瞻

2025

03



从种草到转化助力品牌抢赢双11，驱动全域生意增长

外溢电商平台

小红星小红盟

14天进店追踪，验证种草外溢价值

小红星→淘宝

小红盟→京东

人群资产沉淀 持续运营转化

小红书

打通营销前后链

淘

京东

识别优质内容 科学流量放大

站内即时转化

电商闭环

以ROI为目标，笔记联动促进人群直接转化



笔记

公域+工具引流

从笔记到直播间
引流

直播+工具吸引用户



直播

直达电商平台

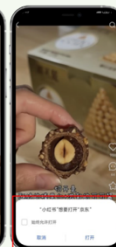
种草直达

商品成单量为目标，全链路打通高效转化

【图文笔记】
【视频笔记】

点击笔记**底端文字链**
弹窗提示即将离开小红书，前往站外

进入其他APP完成
浏览、下单等行为



支持跳转：

天猫/淘宝

京东

拼多多

从种草到转化助力品牌抢赢双11，驱动全域生意增长

外溢电商平台

小红星小红盟

14天进店追踪，验证种草外溢价值

小红星→淘宝

小红盟→京东

人群资产沉淀 持续运营转化

小红书

打通营销前后链

淘

京东

识别优质内容 科学流量放大

站内即时转化

电商闭环

以ROI为目标，笔记直联动促进人群直接转化



笔记

公域+工具引流

从笔记到直播间
引流

直播+工具吸引用户



直播

直达电商平台

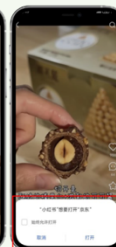
种草直达

商品成单量为目标，全链路打通高效转化

【图文笔记】
【视频笔记】

点击笔记**底端文字链**
弹窗提示即将离开小红书，前往站外

进入其他APP完成
浏览、下单等行为



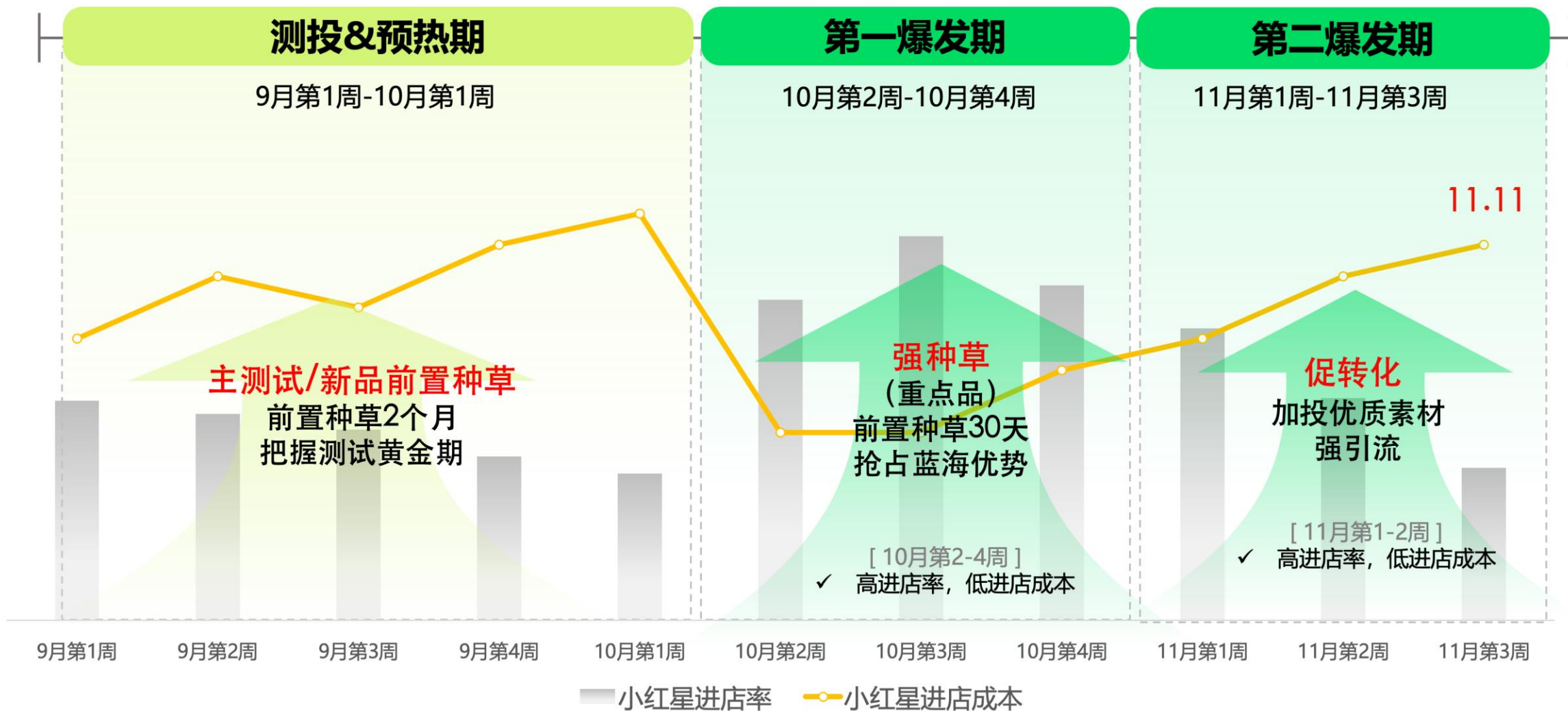
支持跳转：

天猫/淘宝

京东

拼多多

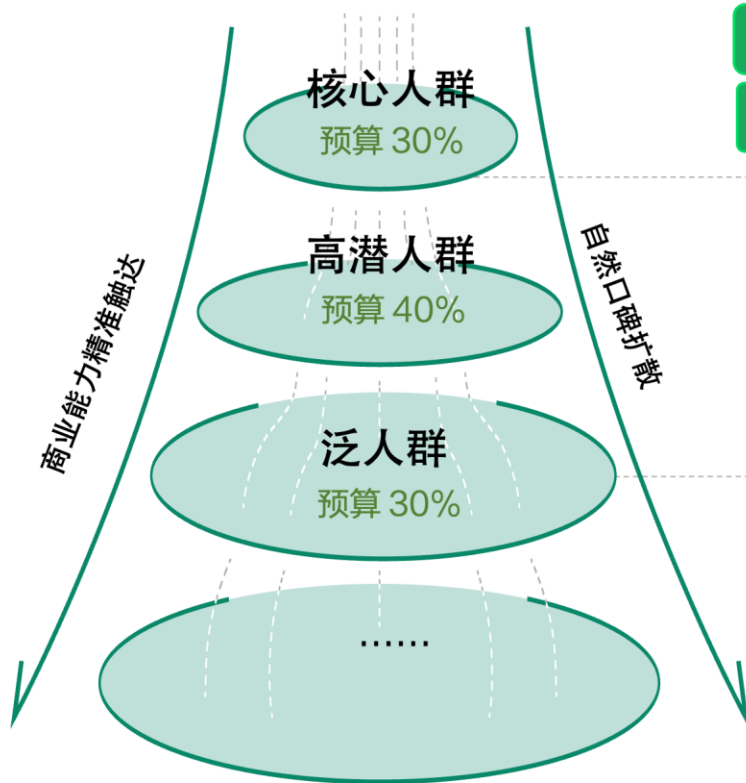
决策前置，提前5周入局，把握小红星进店投产好时机



数据来源小红书中台：20240901-20241130

重点把握大促人群包，制定SPUx人群x内容策略

人群反漏斗模型



推荐人群

必投 节促/品牌人群

双11购物人群

价敏囤货人群

品牌人群

品牌+TI人群

NEW

食品滋补行业大促人群包

高潜人群

品类人群

零食场景人群

低卡零食 | 养生小零食
薯条兴趣人群 | 麦片兴趣人群...

办公室零食 | 宿舍零食 | ...

泛人群/品牌差异化人群

食品特色人群

泛场景人群

鱼与熊掌党 | 美食研究僧 | ...

减脂人群 | 养生人群 | ...

小红星进店人群-系统推荐相似人群

内容形式

爆品推荐

囤货优惠

大促攻略

必买清单

爆品推荐

必买清单

零食合集

日常vlog

减脂食谱

时令养生

新品推荐

小红星小红盟大促内容指南，优选内容撬动外溢生意

测投&预热期

9月W1-10月W1

第一爆发期

10月W2-10月W4

第二爆发期

11月W1-11月W3

长尾期

11月W4-11月W5

目标

素材测试&蓄水预热
为优质笔记累积数据首发爆发
为爆发期持续累积进店人群持续放大
优质笔记及人群口碑维护
关注售后舆情管理

预算建议

预算占比 20%

预算占比 35%

预算占比 40%

预算占比 5%

K:FS=40%:60%

K:FS=30%:70%

K:FS=20%:80%

K:FS=20%:80%

内容策略

产品推荐/零食测评



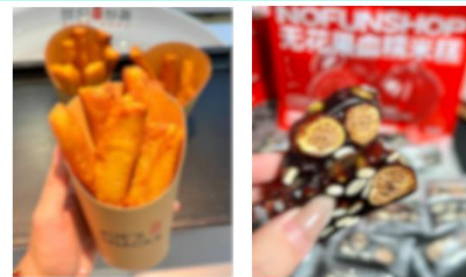
必买清单/爆品推荐



囤货优惠/大促攻略



食用反馈/好评推荐



投流策略

重点关注CTR、CPC
定向场景/行业关键词人群重点关注CTR、进店率及CPUV
加投搜索，加大大促词布局深度 (I+TI) 人群持续触达
优质笔记维持放量优质笔记口碑通加热
小红星&小红盟人群电商重复触达

高进店率、低进店成本笔记及人群重点放大

投放目标及关键指标动态调优，最大程度提升进店效率

测投&预热期

第一爆发期

第二爆发期

长尾期

站外转化量 40%

点击量 40%

互动量 20%

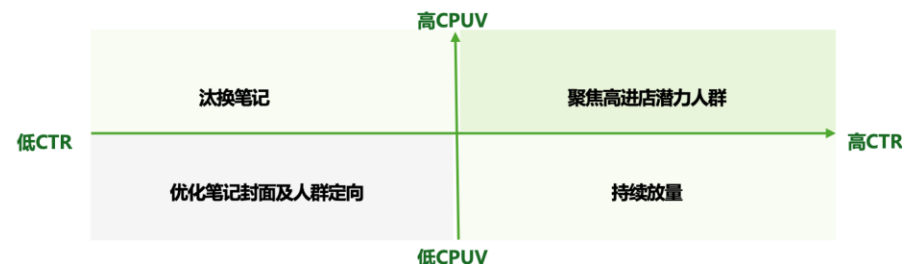
站外转化量 50%

点击量 30%

互动量 20%

3天

站外活跃成本持续下降

成本考核标准
目标成本 x 3倍内容赛马
笔记优选

7天

成本考核标准
目标成本 x 1.5倍优质笔记
迅速放量

15天

成本考核标准
目标成本达成人群拓展
计划维稳

- 拓展新进店高潜人群
- 提升「站外转化量」目标计划数及预算

某滋补品牌小红星案例

深度挖掘赛道特性，从细分TA阶段性核心诉求入手针对性放大新品买点，360°触达用户，持续放大优质内容长线价值，助力新品上市大促生意爆发

进店拉新率：80%+

CPUV成本优化：50%+

外溢ROI：4.X

赛道特性年龄-需求洞察挖掘
找准TA

精细化人群360度内容种草
触达TA

放大内容价值提升转化效率
转化TA

阶段性核心诉求1

孕产阶段

对标
花胶品类品牌 「产后妈妈保持少女感」

人群热搜词

聚焦孕中/晚期人群

关注孕期营养、
产后修复等内容

30岁+

「高阶内服保养局」

对标
燕窝/阿胶品类品牌

聚焦熟龄抗老人群

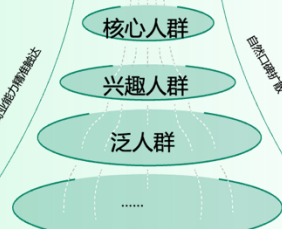
人群热搜词

关注抗衰、保养、
显年龄等内容

阶段性核心诉求2

SPU X人群，测试人群100+

(促前预测试)
人群反漏斗模型



核心测试人群

品牌AIPS人群

花胶/鱼胶品类人群

兴趣方向人群

熟龄抗老人群

孕中/晚期人群

益气补血需求人群

618大促人群

行业品类泛人群

胶原蛋白意向人群

精致中产/都市白领

SPU X人群X内容，360触达TA

孕期营养



抗衰老



618优惠

明星种草分享

优质内容挖掘长线价值不断拉新



测试：
· 美养佳人
· 抗老人群
· 熟龄抗老人群
· 白富美养生小姐姐
·

3X%

小红书进店率



测试：
· 胶原蛋白意向人群
· 燕窝人群
· 花胶行业人群
· 花胶/鱼胶/桃胶AIPS
·

2X%

小红书进店率



测试：
· 质感女士
· 都市白领
· 精致中产
· 滋养人群
·

1X%

小红书进店率

KFS产品种草组合投放方式
配合助力新品拉新转化

内容触达 + 竞价多次触达 → 外溢转化



从种草到转化助力品牌抢赢双11，驱动全域生意增长

外溢电商平台

小红星小红盟

14天进店追踪，验证种草外溢价值

小红星→淘宝

小红盟→京东

人群资产沉淀 持续运营转化

小红书

打通营销前后链

淘

京东

识别优质内容 科学流量放大

站内即时转化

电商闭环

以ROI为目标，笔记联动促进人群直接转化



笔记

公域+工具引流

从笔记到直播间
引流

直播+工具吸引用户



直播

直达电商平台

种草直达

商品成单量为目标，全链路打通高效转化

【图文笔记】
【视频笔记】

点击笔记**底端文字链**
弹窗提示即将离开小红书，前往站外

进入其他APP完成
浏览、下单等行为



支持跳转：

天猫/淘宝

京东

拼多多

小红书食品电商价值

小红书食品电商为品牌持续带来全域新客和更长效的转化模式

新客价值



更可持续的经营



边种边收

商品笔记

清晰买点展示
促进即时转化
直播场域引流



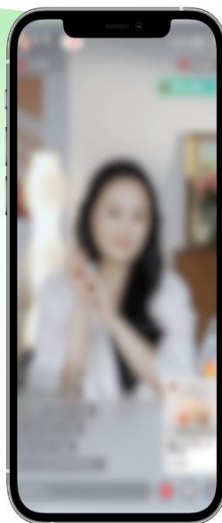
店铺直播

真诚实时交互
买点深度展示
品牌粉丝沉淀



明星/买手

广泛曝光触达
明星背书种草
高效即时转化



商业化流量 & 洞察助力各经营阶段商家生意增长

快速冷启

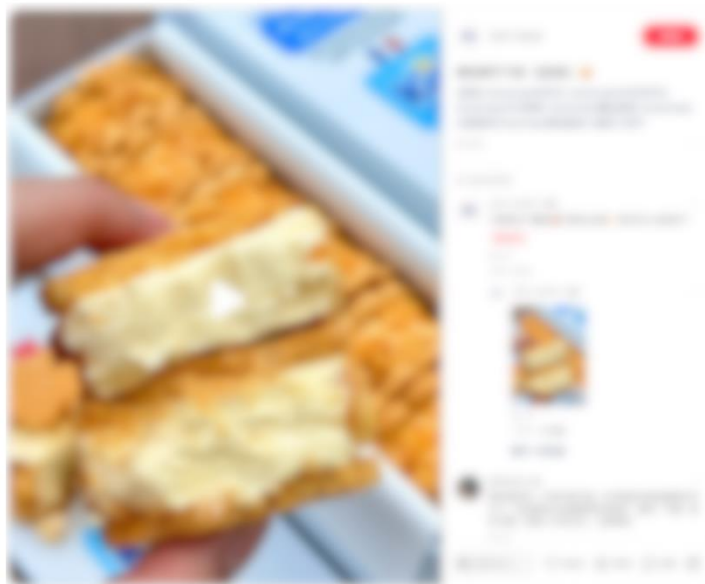
加速起量

高效跃迁

选品&素材工具	一键起量	新客转化
智能托管	高级定向	投放素材
直播快投	搜索直投	BK代投

掌握优质笔记公式，打造双11电商素材矩阵

产品特写，美食暴击



标题 重情绪表达，突出美味

首图 产品特写，高饱和色，激发食欲

公式 精美包装+食用场景+口感+食用反馈

必买清单，大促攻略



标题 直击场景及产品买点

首图 九宫格拼图+核心买点花字

公式 产品特写+产品买点+产品口感+食用反馈

直播预告，囤货狂欢



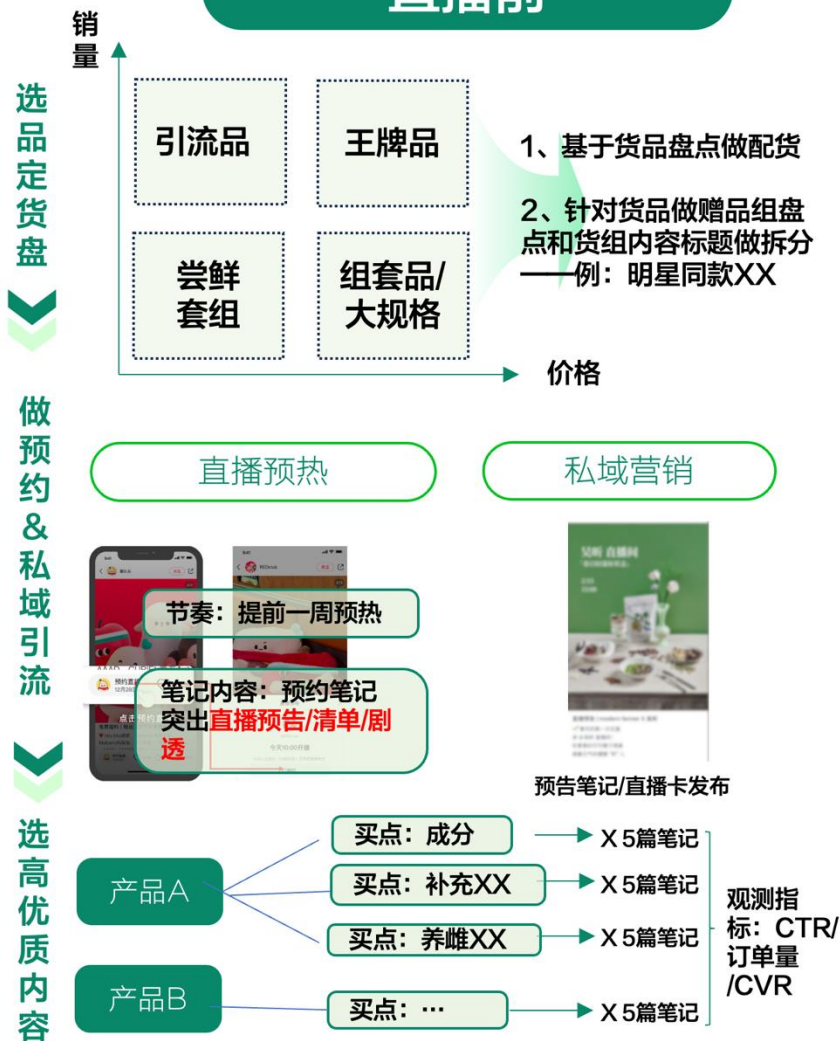
标题 突出大促氛围，直击囤货心智

首图 产品特写+爆品吸睛+突出利益点

公式 直播预告+利益点直给+爆品买点介绍+食后反馈

增强大场店播引流，配合双11货组引爆

直播前



直播中

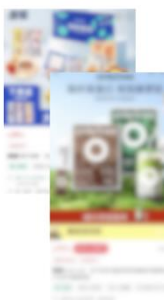
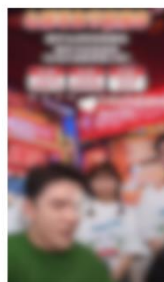
提热度



稳场观，促转化



提转化



- 搭配**观播计划**开场引人气
- 封面/笔记体现直播间利益点
- 直播间标题增加利益点透传

- 增加核心期直播时长，提前调整高ROI计划预算（增加或者不限）
一加大放量
- 直播机制页面体现详尽，下单任意链接参加抽奖
- 定时抽奖/福袋，提停留时长
- 弹幕引导加关注，主播人感强，有情绪向互动

- 特色货组/特色周边
- 买赠机制

直播后

直播内容二次剪辑
商品笔记投放

观播未购人群
重定向，牵引转化



直播间观看/互动人群

商品浏览/加购人群

品牌行业种草人群

...

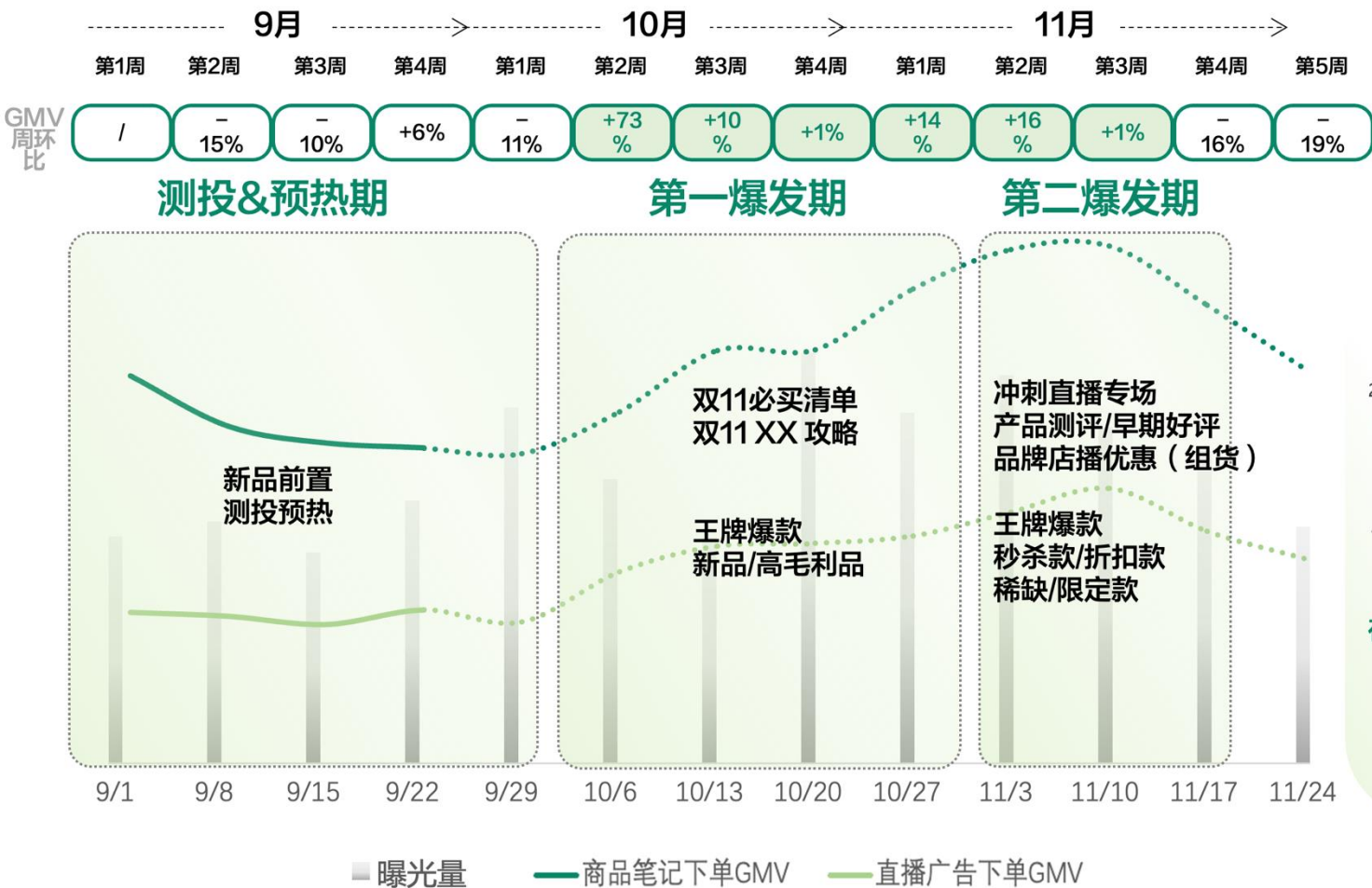
私域做日搭配分享，促发UGC口碑讨论



今日早餐灵感，一样热可可+巧克力力的
美，一整天都会很稳定哦

今天的早餐，来杯暖暖的燕麦奶吧

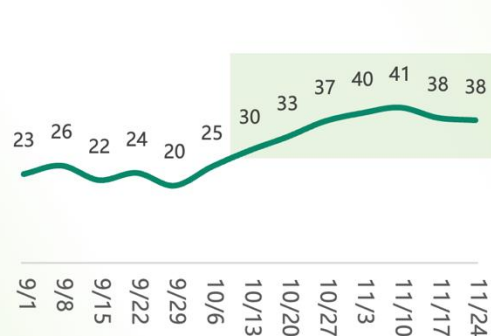
把握核心爆发期，前置重点提基建，确保账户拿量能力



“稳计划”

账户计划数充沛，稳定跑量能力

账户在投计划数



在投计划数建议

$N \rightarrow 1.7N$

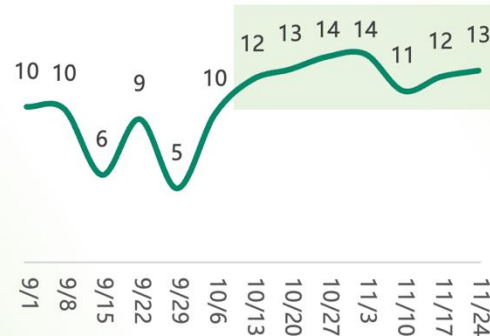
日销期

大促爆发期

“勤汰换”

计划日汰换频率提升，保证计划活跃度

账户日新增计划数



日新增计划数建议

$N \rightarrow 1.4N$

日销期

大促爆发期

食品行业电商自闭环双11方法论

测投&预热期
(9.1-10.10)

第一波爆发
(10.11-10.27)

第二波爆发
(10.28-11.11)

货品策略

爆款引流品：主力利润品：潜力趋势品：体验加码品 = 3 : 5 : 1 : 1

人群策略

电商行为人群

直播间人群：本直播间&相似直播间意向/新老客/流失人群
店铺人群：本店铺&相似店铺意向/新老客/流失人群

品牌行为人群

品牌行为：本品牌种草/深度种草/购买/分享人群
SPU行为：品牌SPU种草/深度种草/购买/分享人群

电商场景人群&行为兴趣人群

电商场景人群：精致妈妈/尝新人群/瘦身人群/养生人群等
行为兴趣人群：高相关关键词行为人群

测试期优质人群&大促人群

价敏囤货人群/双11购物人群等

内容建议

【常规种草型】

情绪/场景/成分等切入

【大促攻略型】

双11必买清单等

【行动转化型】

限时折扣/前N名送赠品/爆款售罄XX份等

投放计划

全站智投：信息流 = 8 : 2

日常推广：店铺拉新 = 9 : 1

图文笔记：视频笔记 = 4 : 6

场域策略

商笔80%

直播20%

商笔70%

直播30%

商笔80%

直播20%

核心指标

CTR、CVR、ROI

7日支付ROI/1日支付ROI/7日下单ROI

从种草到转化助力品牌抢赢双11，驱动全域生意增长

外溢电商平台

小红星小红盟

14天进店追踪，验证种草外溢价值

小红星→淘宝

小红盟→京东

人群资产沉淀 持续运营转化

小红书

打通营销前后链

淘

京东

识别优质内容 科学流量放大

站内即时转化

电商闭环

以ROI为目标，笔记直联动促进人群直接转化



笔记

公域+工具引流

从笔记到直播间
引流

直播+工具吸引用户



直播

直达电商平台

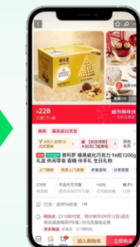
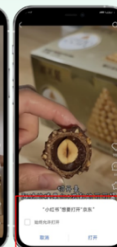
种草直达

商品成单量为目标，全链路打通高效转化

【图文笔记】
【视频笔记】

点击笔记**底端文字链**
弹窗提示即将离开小红书，前往站外

进入其他APP完成
浏览、下单等行为



支持跳转：

天猫/淘宝

京东

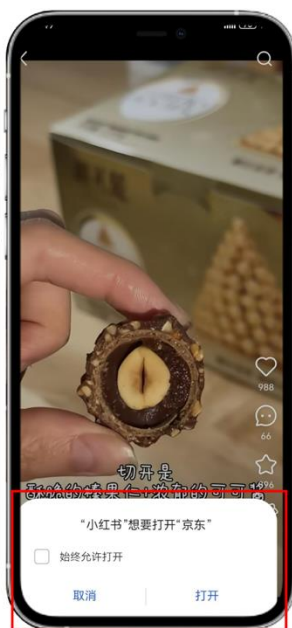
拼多多

种草直达高效转化，丝滑助力站外电商生意双11爆发

【图文笔记】
【视频笔记】

点击笔记**底端文字链**
弹窗提示即将离开小红书，前往站外

进入其他App
浏览、下单等行为



支持跳转：

天猫/淘宝

京东

拼多多

直达转化

共建合作产品，链路稳定，高效唤端

数据联通

曝光-阅读-点击-进店-成交，全链路数据打通

场域拓展

仅搜索场域 → 搜索/信息流/视频流

用户拉新

为品牌在大促期间补充高潜购买人群

转化升级

笔记类型全兼容，策略更智能，进店更高效

种草直达双11分阶段投放建议

大促预热期快速冷启，助力爆发期放量转化

	测试期 9月W1-10月W1	调整期 10月W2-10月W3	放量期 10月W4-11月W3
阶段策略	测品 选利润空间>30%单品 选站内种草人群高且站外大促的商品 测笔记/计划 选历史进店/点击表现优笔记 单一变量测试目标/定向/出价	ROI调优 基于测试，持续探索ROI最高的策略组合 计划迭代 重点关注素材/计划在多少天后开始衰退	优质策略放量 高ROI策略组合放量 新计划持续迭代 长期拓展 尝试新SPU/新笔记方向
重点指标	CTR、商品点击率、商品访问成本	GMV、ROI	
投放建议	全站智投+智能定向 优化目标：商品访问/成单 成本控制：访问成本控制	全站智投+智能定向/高级定向+智能拓量 优化目标：商品成单 成本控制：成单成本控制/自动控制	新人群定向探索
阶段跃迁标准	至少累积20个访问	至少累积20个成单	30天ROI表现稳定且达预期

种草直达优质笔记要素：历史优质内容+商品竞争力

笔记素材建议

封面	标题	正文	话题	评论区
历史高点击率封面 有场景 有利益点	15-20字 有场景/痛点关键词 有利益点/行动号召	≥200字 场景描述 产品买点+用户痛点	至少8个话题 借力话题热度	福利露出/行动号召 避免负向评论

YES 

		激发兴趣		信息输入&强化				促进转化	
		10%-20%		70%-80%				10%	
更偏转化向的内容类型	大促机制	更聚焦产品的内容公式	“中式滋补”	具象化痛点	“中式滋补”	痛点解决	核心买点	使用反馈	大促优惠
	单品推荐			大促氛围铺垫		吃法/禁忌	原料详解	专业背书	
	囤货攻略			高饱和美食特写		烹饪方式	产品买点	产品细节展示	
	体验反馈			囤货氛围铺垫		创意DIY吃法	食用场景	附加价值（情绪/社交）	
								限时活动	
								行动号召	

NO 

过于软性的新素材

纯品牌向内容，不聚焦产品

视频前5s未出现关键信息

无行动号召/无文字引导

某滋补品牌种草直达案例

品牌核心SPU借助CID监测效果，拓展人群维度，稳步提升ROI

1. 测试高效人群*内容方向

7.1-7.30

测试期（3周）+复盘期（1周）

日消耗1K-5K, ROI持续波动平均1+

- 多人群测试，聚焦产后恢复&产后送礼人群



- 新老内容测试，组合迭代优质内容

图文：

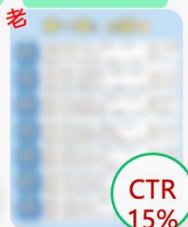
二胎月子经验分享

28天月子餐

视频：

新手爸妈带娃

坐月子禁忌



2. 拓展人群&搜索双维度

8.1-8.7

拓展期（1周）

日消耗3K左右, ROI稳定平均4.7

- 搜索拓展，天猫进店热搜词+平台「月子」热搜词

- 天猫进店Top热搜词

XXX月子汤

月子水材料

孕妇月子餐

小月子调理补品

ROI 4.2

- 「月子」Top热搜词

月子期注意事项

月子餐食谱大全

破腹产后月子餐

小月子吃什么恢复快

ROI 2.9

- 人群拓展，月子品类打开+受众周期放大



3. 提高放量，持续优化提升转化

8.8-9.4

放量优化期（4周）

日消耗5K-10K, ROI持续提升平均3+

- 持续调优放量，精细化基建和配比保证ROI

+70%
30日ROI

放量优化期VS测试期

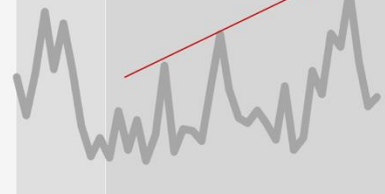
3+
30日ROI

品牌KPI>2

每日ROI趋势



测试期



拓展期

放量优化期

- 优化一：稳定基建
日常保证8-10条计划跑量，基于优质内容持续新增

- 优化二：配比调优
优化预算分配，80%全站+20%搜索
优化人群定向，50%智能定向+50%高级定向

2025

祝各位双11大卖!!!

