

小红书

# 小红书美食滋补行业 卖货说明书

XIAOHONGSHU  
ALL RIGHTS RESERVED.

# 漂亮水的卖货说明书 (饮料/果汁)

## 要...vs.不要...

- 多款口味要通过颜色对比突出商品重点, 不要让商品“消失”在背景中
- 养生饮要多多展示新鲜健康原料, 不要仅仅放一个普通实拍图
- 冲泡饮要让消费者看见真实冲泡效果, 不要只拍一个商品外包装



### [做得好的]

- 背景底色干净整洁
- 商品重点突出, 多而不乱
- 通过颜色对比突出不同商品特点

### [模范商家]

- 植物燃料
- AvopCOS
- 农夫山泉生活馆



### [做得好的]

- 商品图展示原料成分, 强化“健康饮”认知
- 光影对比, 商品实拍有质感
- 画面元素丰富不单调

### [模范商家]

- 柠檬共和国 LEMON REPUBLIC
- 植物燃料
- 超级早晨



### [做得好的]

- 展示真实冲泡效果
- 注明商品名, 以及商品核心卖点, 一目了然
- 展示商品内外包装, 让消费者明确规格放心购

### [模范商家]

- AvopCOS
- 乐品乐茶 LeTea
- 元气拾味集

# 手作冰淇淋/gelato的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款

- 1、原料要新鲜、要时令。比如，荔枝、杨梅口味
- 2、多色彩、饭盒装。多口味拼配，颜色好看，一盒尝到多种口味，拍照还出片
- 3、拍Vlog。和用户分享从原料到成品的全过程，包括清洗、剥皮等处理环节



天然的水果冰淇淋，什么都好，可惜季节太短！

研麻所 Pepper... 105



九宫格上线 | 随心选九种爱的口味

研麻所 Pepper... 2.2万



挑战一口气吃四种抹茶浓度

研麻所 Pepper... 196



## 趋势热款 (市场需要什么品)

抹茶冰淇淋意式GELATO:  
600g/盒、109r/盒  
0添加减糖无负担/买赠挖勺



山竹雪芭GELATO家庭装:  
500g/盒、198r/盒  
低脂低糖新鲜健康/买赠叉勺



春夏清新不腻GELATO:  
500g/盒、218r/盒  
多巴胺色调/设计感双层包装



## 成功案例-研麻所Pepper Gelato

- **新鲜、时令**：原材料以荔枝、杨梅、山竹等水果为主，紧跟时令，原料不好宁愿缺货也不用
- **多色彩、饭盒装**：饭盒装，一次尝遍6-9种口味，颜色好看，精心挑选和设计包装
- **拍Vlog**：热门山竹雪芭口味，从山竹清洗、剥皮环节开始，展现从原料到成品过程，加深对“新鲜现做”认知

# 手作冰淇淋/gelato的卖货说明书

## 要...vs.不要...

- 要多巴胺色调、要明亮“轻盈”，不要颜色暗沉厚重
- 要单球“忍着”直拍，不要只拍外包装
- 要摆盘布置精美，符合“匠人冰淇淋”人设，不要随手打开一拍

| 推荐                                                                                | Vs. 对比                                                                            | 推荐                                                                                | Vs. 对比                                                                             | 推荐                                                                                  | Vs. 对比                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |  |
|                                                                                   | *图源：淘宝                                                                            |                                                                                   | *图源：淘宝                                                                             |                                                                                     | *图源：淘宝                                                                              |

### [做得好的]

- 多巴胺色调“吸睛”，拍照够出片
- 调色明亮，“轻盈感”强
- 多拼但摆盘整洁

### [模范商家]

- 研麻所
- IFF Gelato
- La perla

### [做得好的]

- 完美“单球”形状直拍
- 摆盘美观，整体色调统一，突出“品质感”

### [模范商家]

- La perla
- 昆都QUINTO JY Gelato

### [做得好的]

- 盒装要打开“忍着”拍
- 放大商品主体，让冰淇淋本身占据视觉焦点
- 通过“挖球”演示增强动感，激发食欲

### [模范商家]

- 初透抹茶
- 凯瑞莉gelato冰淇淋
- 慢顿顿冰激淋

# 手作小馄饨的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款 (商家能看懂能跟着做成的)

- 1、创业打工日记Vlog。展示多样口味原料+生产过程为主，画面治愈有代入感
- 2、原料热门有食欲。用料突破传统，包括咸蛋黄、皮蛋、蟹籽、小龙虾等热门口味
- 3、价格比点外卖和去店里吃划算。折合一顿的价格要低于常规外卖和门店价格，体现性价比



开店vlog | 真的很良心在做馄饨  
59r入股不亏



96阿姨  
05-22

1249



96年馄饨厂长  
开馄饨工厂的备货日常

已售17w套的馄饨 | 开馄饨工厂的备货日常

卖馄饨的小红薯

101



8:23AM  
小龙虾馄饨

感谢小红书卖了18.3w单的小馄饨  
好好吃

卖馄饨的小红薯

8



## 趋势热款 (市场需要什么品)

舟山弄堂薄皮泡泡馄饨:  
40只/盒、35r/盒  
老底子/薄如蝉翼/送礼包



薄皮纯手工小馄饨四拼:  
15只/盒、66r/4盒  
口味四拼套餐/送礼包



口味自选薄皮小馄饨套餐:  
15只/盒、99r/5盒  
全场爆款口味任选/送礼包



## 成功案例-96阿姨

- **Vlog拍摄:** 以96年女生人设为主，重点分享开店营收、心路历程，同时分享制作馅料和包小馄饨过程
- **精选原料:** 主打鲜猪肉、皮蛋、蟹籽青虾仁等新鲜食材，展示原料处理和制作过程
- **高性价比:** 12元左右一盒(15颗)，非常适合早餐或者夜宵，高性价比无负担

# 手作小馄饨的卖货说明书

## 要...vs.不要...

- 要展示馅料饱满、皮薄馅大，不要只拍一堆看不清细节的成品
- 要呈现热气腾腾的食用场景，营造氛围感；不要画面清冷，缺乏食欲
- 要突出手工制作过程或多口味，体现“手作”价值；不要画面单一，像工业化流水线产物



### [做得好的]

- 文字展示创业打工日记，营造“爆单”的热卖氛围，利用从众心理刺激下单
- 馄饨排列整齐，画面干净有食欲

### [模范商家]

- 卖馄饨的小红薯
- 96阿姨

### [做得好的]

- 用勺子捞起，动态展示馄饨的Q弹和饱满
- 突出单个馄饨的特写镜头，清晰展现“皮薄馅大”
- 汤色清亮，营造鲜美可口的氛围

### [模范商家]

- 三兔船长
- 笨笨家馄饨
- 亿碗情深馄饨铺

### [做得好的]

- 展现“包制”过程，突出“手作”价值感和新鲜度
- 平铺展示多种馅料，直观体现“真材实料”和口味丰富

### [模范商家]

- 卖馄饨的小红薯
- 真香手工馄饨
- 大姨馄饨（海鲜馅是特色）

# 手作馒头的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款 (商家能看懂能跟着做成的)

- 1、要养生馒头。配料表要干净，添加芝麻、山药、茯苓等养生好物，是健康的碳水
- 2、不要做的太大。“小鸟胃友好”，适合一次吃不了太多的女生
- 3、可以“擦边”面包。不管是外形还是配料，比如法芙娜馒头或者是番茄罗勒馒头



香甜南瓜馒头！加入满满黑加仑和红枸杞！

左右吾家

赞



长得像土豆只是土豆馒头的基操



馒头超人supermantou

456



运动er的天选碳水循环套餐上线啦

Hey-Man馒头

3



## 趋势热款 (市场需要什么品)

现磨食材五行膳食馒头：  
20个/套、54.9r/套  
科学配比古法养生



法芙娜可可馒头：  
80g/只、3-8r/只  
只做老面/自制黑巧风味



酒酿桂花牛奶馒头：  
90g/只、5r/只  
健康碳水/自制面种汤种



## 成功案例-左右吾家

- 养生馒头：添加了山药茯苓、五红五黑等养生元素，做成配料干净的膳食馒头，吃馒头也能养生
- 小重量：单个馒头克重仅40g，方便取拿，适合小鸟胃，不会浪费
- 创意口味：玫瑰蔓越莓、法芙娜脏脏馒头等创意口味

# 手作馒头的卖货说明书

## 要...vs.不要...

- 要精心设计美观的掰开切面，体现真材实料，不要随意一掰缺乏美感
- 要不同口味搭配出现，提供“膳食养生”解决方案，不要数量众多但都是同一款，太过单调
- 要营造干净/有美感的场景，营造“健康生活”质感，不要背景杂乱，光线昏暗，降低商品档次

| 推荐                                                                               | Vs. 对比                                                                            | 推荐                                                                                | Vs. 对比                                                                             | 推荐                                                                                  | Vs. 对比                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |  |

### [做得好的]

- 背景纯净，排版简约，突出手作食品的价值感
- 对半切开，直观展示内部馅料结构
- 色泽鲜亮，激发食欲

### [模范商家]

- 馒头超人
- 阿几米
- 胡子叔的餐盘

### [做得好的]

- 多口味搭配，组合呈现，展示“膳食养生”解决方案
- 利用木质餐具和背景，营造温暖质朴的“家”的氛围感
- 摆盘精致，构图和谐，提升整体质感

### [模范商家]

- 左右吾家
- 米店商店旗舰店
- 二十四谷

### [做得好的]

- 掰开展示，特写突出“千层”层次感，视觉冲击力强
- 清晰展现面团紧实柔韧，突出“口感劲道”的核心卖点
- 背景麦穗点缀，暗示原料天然健康、零添加

### [模范商家]

- 御燕郎
- 一间轻食店

# 干噎酸奶的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款

- 1、平铺怼拍。同一口味整齐排布，怼着拍照，实况live图最好
- 2、色彩亮丽，多口味拼配（双拼/三拼）。颜色越多彩多好，提供多种口味供用户选择，丰富度要高
- 3、越噎越有话题。结合饱腹感，“吃一口脖子噎出二里地”等年轻人喜欢的话术，增加内容讨论度



本人晚饭只吃了干噎酸奶 第二天瘦了1.2斤

乐舞源冷萃希腊厚酸奶



### 冷萃酸奶回归啦!

WLAB食研室  
04-01

1052



希腊酸奶 | 5倍浓到空口啃奶酪! 这杯太狠了

mooouho降来了

18



## 趋势热款（市场需要什么品）

新疆特产原味希腊厚酸奶：  
100g/盒、105r/5盒  
轻负担奶酪级/买赠不锈钢勺



双拼高饱腹冷萃厚酸奶：  
300g/罐、32r/罐  
纯手工/双拼自选可代餐



口味自选冷萃酸奶：  
200g/罐、35r/罐  
0蔗糖/益生菌/低脂高蛋白



## 成功案例-乐舞源冷萃希腊厚酸奶的店

- 平铺怼拍：采用圆柱形、透明罐装，把所有圆形排布平铺画面，拍摄后展示树莓桑葚、玫瑰开心果等爆款口味
- 色彩亮丽：提供杨枝甘露等二十几种爆款口味可供用户选择，除了单一口味外，提供双拼方案供选择
- 有讨论度：有人非常喜欢，有人非常讨厌，也因为名字里带“犇”，被用户赠与爱称“乐三牛”

# 干噎酸奶的卖货说明书

## 要...vs.不要...

- 要打开盖子平铺怼拍，利用多拼口味、铺陈拍摄提升丰富度，不要只单单拍一个的外观
- 要颜色多彩亮丽，不要布光昏暗，缺乏食欲
- 摆盘要搭配缤纷配料（水果/谷物），营造健康丰盛感；不要内容单调，显得无趣



### [做得好的]

- 调色鲜艳，采用暖色调增强食欲
- 对比度高，商品突出
- 多口味拼盘集合，画面丰富度高

### [模范商家]

- WLAB食研室
- 自由奶岛希腊冷萃厚酸奶
- 小冻要疯狂掉秤



### [做得好的]

- “怼脸”平铺拍摄，放大视觉冲击力
- 摆盘干净，背景简洁，商品突出
- 色彩搭配清新治愈，健康感

### [模范商家]

- 乐靠源冷萃希腊厚酸奶
- 太牛的奶冷萃希腊酸奶
- 云创创希腊酸奶



### [做得好的]

- 搭配丰富配料，打造“健康代餐”丰盛感
- 摆盘干净有质感，富有食欲
- 通过“挖取”的动态瞬间，增强代入感

### [模范商家]

- mooouho嗨来了
- 麸味冷萃希腊酸奶
- OK甄选芋泥酸奶

# 糕点点心/西式糕点) 的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款

- 1、产品选择：跟着“奶茶风味”做创新；
- 2、发笔记：单品打爆策略，集中输出爆款素材，日更5篇以上；
  - 1) 素材关键词：
    - A.封面（博眼球，突出主体，聚焦产品本身展示）
    - B.标题（找人群，产品特点+人群+场景+语气）
  - 2)素材选题：
    - A. 产品分享类型：[29.8 🍷 任选8个！光和碱水球\(福利版\)](#)
    - B. 创业故事类型：[面包创业vlog 🍷 好喜欢为自己打工的感觉！！](#)
    - C. 呈现制作过程：[一起烘焙 | 沉浸式打包朗姆酒提子曲奇](#)
- 3、做店播：笔直联动，提升效率
  - 1) 核心成交影响因素：
    - A. 流量来源：呼吸灯（笔记引流）+MF直播卡（效率引流）PS：单篇笔记点赞30个以上，才能达到50人以上引流；
    - B. 重点做功：日更普笔3篇以上，时长不低于6小时；
  4. 达人直播带货：超头推广效应（10）+腰尾扩量（100）；



## 趋势热款（用户需要什么品）

白脱饼干：

规格：250g+、价格：110-150、包装形式：铁盒、设计感

乳酪千层蛋糕：

规格：600g-800g、价格：110-130、包装形式：盒装、时令口味

夹心欧包：

规格：80-100g、价格：6-10、包装形式：袋装、满满的馅料



## 成功案例-主要商家

- **Zest make**：定位源起日本东京的排队王伴手礼，首推艾许黄油饼干，集中输出笔记，单月200篇以上，同时利用高客单优势抓住MF直播卡推流，带动店播增长；
- **桃喜品质千层**：红薯回购超高的人气千层店铺，将时令水果融入千层产品研发中，陆续推出丹东草莓千层，美早大樱桃千层等等，持续爆款+爆文产出，单月笔记更新百篇以上；
- **恬栗手作**：人气款夹心贝果，利用超绝饱满的馅料视觉冲击力，打造单品多口味爆款，单月笔记更新200篇以上；

# 低温甜品的卖货说明书

## 要...vs.不要...

- 原材料一定要优质，比如艾许黄油等等
- 基于客单搞的属性，内容素材图一定要有调性，不能失去画质了，或者素人分享；



### [做得好的]

- 根据时令上新风味
- 突出食物本身而非包装的视觉冲击力

### [模范商家]

- 六颗种子
- Zest make
- 白房子咖啡

### [做得好的]

- 食物的色彩美学
- 挖一口的真实人感

### [模范商家]

- Crepes cake
- 桃喜品质千层
- 久沫

### [做得好的]

- 食物的摄影美学
- 制作过程的完美呈现

### [模范商家]

- 野春食记马卡龙
- Beta seven
- 甜端烘焙

# 面包的卖货说明书

## 要...vs.不要...

- 卖包邮套餐，不要卖单个商品
- 突出“满满的馅料”或者“干净配料表”



### [做得好的]

- 食物口味丰富性表达
- 价格利益点的引导

### [模范商家]

- 光和手感
- 禾木烘焙

### [做得好的]

- 饱满馅料的强冲击力
- 价格利益点引导

### [模范商家]

- 恬栗手作

### [做得好的]

- 从原料入手呈现设计的高级感;
- 首发权益

### [模范商家]

- 卡卡业

# 糕点点心/中式点心) 的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款

1、选品是核心竞争力：跟随时令OR跟随年轻人，不要标品；

Eg: 嘉华 山楂鲜花饼；知味观 抹茶龙井酥饼

2、内容生产能力：日更5篇以上；

1) 封面：足够诱人（产品内陷的呈现放大化）；

2) 标题利益点：独家，首发

3) 素材选题：

A. 产品分享类型：嘉华的山楂玫瑰饼终于回归啦！

B. 手艺人视频：不愧是老祖宗留下来的！原来比蛋糕还好吃的中草药做法真的有👍

2、做店播：

A. 流量逻辑：呼吸灯引流占比70%以上（爆文决定店播流量，笔记数量+质量必须跟上）；

B. 重点做功：日更普笔3篇以上，时长不低于6小时；



## 趋势热款（用户需要什么品）

茯苓糕：

规格200g、价格 16.8、简约包装

现烤鲜花饼：

规格 400g、价格 39.9、中式国风包装



## 成功案例-xxx商家（一定要直白易懂）

- 嘉华：云南老字号品牌在小红书利用独家单品山楂鲜花饼带动老字号新生命力，获取年轻用户喜欢，月更笔记100篇+，日播店播8小时；
- 陶大公子：懂中医的陶厂长，仅凭一款大单品茯苓糕，定位年轻的养生人群，通过多种形式的产品功效内容触达，常年霸榜养生糕点榜top1，月更笔记100篇+，日播店播8小时；

# 中式点心的卖货说明书

## 要...vs.不要...

- 时令的限定款一定要和产品元素结合，比如山楂，抹茶，樱花等等
- 内容要有冲击力，也可以做素人真实分享类型



### [做得好的]

- 时令创新口味研发
- 食物和原料本身结合在一起的视觉冲击力

### [模范商家]

- 嘉华
- 知味观

### [做得好的]

- 素人感真实分享
- LIVE图

### [模范商家]

- 鲍师傅
- 潮饼迹

### [做得好的]

- 视频卖点痛点讲述突出

### [模范商家]

- 陶大公子
- 每日乔安

---

茶酒咖

---

# 茶叶的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款 (商家能看懂能跟着做成的)

- 1、要有品鉴装/试饮装。让用户可以用相对低的价格，先从5g/包开始尝试，而不是上来就要买50g，负担太重
- 2、要有好看的包装。不管是内袋还是外包装，都要做的好看，材质要显高级，颜值即正义
- 3、要卖女生爱喝的茶叶。香气足，口味偏甜的，比如乌龙茶、红茶、白茶等



开盖就是浓浓的糯米香！哪个糯米脑袋能拒绝

皮应滴的宝藏茶

32



凛冽的花香满杯红女王，谁能错过云南梅占红啊

南旗



好喝到心坎上的糯香普洱！浓郁米汤感绝了！

酸酸来喝茶

493



## 趋势热款 (市场需要什么品)

甜甜糯米香普洱熟茶：  
12颗/盒、58r/盒  
野生糯米香叶/手工熟茶



兰花香大红袍乌龙茶：  
8.3g\*6/盒、25r/盒  
粉苹果包装/新手无需称重



2024云南大叶种月光白茶：  
35g/罐、99r/罐  
复合花香/雅香清甜



## 成功案例-皮皮滴的宝藏茶

- **专项拉新：**以店铺商笔高频推出新研商品及更新包装，单粒包装、小量便携，刺激年轻新客尝新下单
- **包装好看：**商品包装有审美，充满野趣的包装风格独树一帜，结合卡皮巴拉等卡通形象做吸引年轻人的创意包装
- **女生心头好：**店铺货盘主营“有趣好喝的森林茶”，大部分茶种口味偏甜香，吸引女性消费者

# 葡萄酒的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款

### 1、围绕产品本身：强化产品的核心卖点和优势（价格、风味等）

角度：口感、风味、香气、价格、酒标、喝法、原料、酿造技术、度数、产地、品牌故事等要点：利用口语化表达，写明产品具体优势，生动形象；注重产品的差异化（特点不同处）

### 2、数据化表达：带有数字，突出利益点；专业性强，可信度高

数字化表达可强调价格优势、或是突出产品规格，提升可信度，或借助空瓶、回购数等突出酒本身好喝，销量/复购率高

### 3、基于场景打开需求，突出消费或使用场景，精准圈定目标人群

针对特殊的时间节点、节日场合和对象，根据时令季节和节日，关联产品和具体精准的场景和人群，如：独居、聚会、婚礼、打工入、学生党、野餐、夏日等，凸显有品质的生活方式



### 趋势热款（用户需要什么品）

意大利斯巴琳娜加维干白 欧洲年度酒庄

规格750ml、价格208、酒精度数12.5%、其他要素：花果香充沛，喝完可以当花瓶插花

塔伦家 西班牙橘子起泡酒 橘香四溢可爱春夏酒

规格750ml、价格118、酒精度数7%、其他要素：整果压榨 橘子爆汁

意大利 LA GIOIOSA Prosecco•黄吨吨起泡酒 百元香槟超平替

规格750ml、价格169，酒精度数11%，其他要素：清新果香



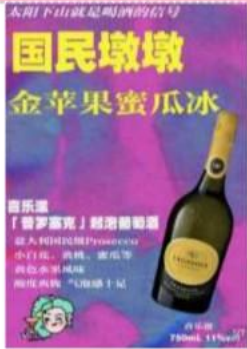
### 成功案例-漩涡嘴里



# 【夏日清爽起泡酒】的卖货说明书

## 要...vs.不要...

- 要单瓶或三瓶不同款组合卖，不要整箱卖
- 要描述口感，风味，喝法，不要只说专业术语
- 要有氛围场景图，不要纯白底

| 推荐                                                                                | Vs. 对比                                                                            | 推荐                                                                                | Vs. 对比                                                                             | 推荐                                                                                  | Vs. 对比                                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |  |

### [做得好的]

- 组合形式可一次喝到不同酒款
- 赠送周边增加价值感

### [有待改进的]

- 单款多支装缺少吸引力
- 常规酒杯赠品不足以打动用户

### [做得好的]

- 对香气风味描述明确，给用户清晰感知
- 增加易于记忆的产品锚点

### [有待改进的]

- 大部分用户对于酒庄，葡萄品种不了解，需要转化成他们可以理解的语言体系

### [做得好的]

- 有场景氛围感，易于用户带入

### [有待改进的]

- 只有白底图，缺乏吸引力

# | Xxx (二级/三级类目) 的卖货说明书

提炼本二级/三级类目的“共性”经营方法论，要具体到运营细节，商家可快速上手。E.g. 拍什么图，链接挂1个还是多个，直播间怎么布置

**跟着赚钱-简单3招打出爆款** (商家能看懂能跟着做成的)

1、xxx (exp, 打开包装怒拍实物, 发图文笔记live图等, 可附图)

2、xxx

3、xxx



**趋势热款** (用户需要什么品)

Xxx (具象单品):

规格xx、价格xxx、包装形式xxx、其他要素xxx

Xxx (具象单品):

规格xx、价格xxx、包装形式xxx、其他要素xxx

Xxx (具象单品):

规格xx、价格xxx、包装形式xxx、其他要素xxx



**成功案例-xxx商家** (一定要直白易懂)

- xxx: xxx
- xxx: xxx
- xxx: xxx

## 1 Xxx (大单品) 的卖货说明书

## 要...vs.不要...

- 三文鱼要鱼切切，不要整条卖
- XXX
- XXX

提炼单品维度的“个性”经营方法论，要具体到在小红书卖得好的特色（品的特色+内容的特色），每个品不一样。

- 品的特色: e.g. 榴莲要5房, 蓝莓要L25, 桃要脆桃
- 内容的特色: e.g. 路人测评好, 好在内容真实, 素人测评, 没有营销感

| 推荐                                                                                                         | Vs. 对比                                                                                                     | 推荐                                                                                                         | Vs. 对比                                                                                                     | 推荐                                                                                                         | Vs. 对比                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                            |                                                                                                            |                                                                                                            |                                                                                                            |                                                                                                            |                                                                                                            |
| <p><i>[做得好的]</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• XXX</li> <li>• XXX</li> <li>• XXX</li> </ul> | <p><i>[模范商家]</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• XXX</li> <li>• XXX</li> <li>• XXX</li> </ul> | <p><i>[做得好的]</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• XXX</li> <li>• XXX</li> <li>• XXX</li> </ul> | <p><i>[模范商家]</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• XXX</li> <li>• XXX</li> <li>• XXX</li> </ul> | <p><i>[做得好的]</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• XXX</li> <li>• XXX</li> <li>• XXX</li> </ul> | <p><i>[模范商家]</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• XXX</li> <li>• XXX</li> <li>• XXX</li> </ul> |

生鲜

# 蔬菜们的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款

### 1、增加笔记发布数、延长直播时长，多劳多得，勤奋致富

——蔬菜商家日均商笔发布数：5篇；蔬菜单商家日均店播开播时长：8小时。没到平均值？日更要坚持！

### 2、专业、亲切的主理人互动，与用户交朋友

——①主理人出境；②主理人画外音；③多多评论互动；④主理人/店铺故事分享。你分享走心，她下单放心！

### 3、种草四步走，让用户从“心动”到“下单”



#### 图片好看

色彩丰富  
背景整洁  
堆叠有层次

#### 形式有趣

多品种拼装  
盲盒形式  
主题礼盒装

#### 卖点展示

减脂、一人食场景  
时令、地域特色  
品种、种植优势

#### 信任建立

主理人故事  
分享用户好评  
积极互动



## 趋势热款

云南七彩鲜菌菇组合：

规格：1000g、价格：198、包装：组合装，一箱=一顿菌子大餐、  
核心卖点：组合装+烹饪教学，正宗云南人让你放心吃地道云南味

攀枝花爆汁水果小番茄：

规格：4斤、价格：42.9、包装：多品种拼装（彩色小番茄）、核心  
卖点：低卡控体必备

鸣门金时榴莲蜜薯：

规格：3斤装拇指小果、价格：39.9、核心卖点：一人食小糖豆



## 成功案例

- @彩云之珍的店：依靠极致新鲜的质量保障、亲切的主理人互动、组合装+烹饪教学的一站式服务成为小红书鲜菌菇品类NO.1，6月保持日均开播12h，带动DGMV环比增长30%
- @彩虹小番茄的店：主打彩色小番茄，通过优质的用户评价和高性价比的价格以笔记形式吸引用户，再以店播为辅助提高转化，近30日直播转化率达125%。
- @特冒头有机农场TomatoFarm的店：以高质量的堆叠感笔记图片宣传自家产品，结合日均14h店播超长待机，打造小番茄拼装、玛利亚特色品种番茄等多款品类爆款商品

# 番茄的卖货说明书

## 要...vs.不要...

- 番茄要内部果肉饱满多汁、果肩清晰的，不要货不对板、发白发硬、干瘪少汁
- 番茄内容要高清、干净、简约、清晰的，不要模糊不清、画面杂乱
- 番茄要独立包装“住单间”，盒子结实，抗震防压，不要简陋泡沫网随意发



[做得好的]

- 商品多汁形状饱满、圆润
- 构图精美

[标杆商家]

- 瑞典奶爸在大理
- 田野梦泽生鲜



[做得好的]

- 果实饱满有品种特色
- 弱化背景、画面清晰且干净

[标杆商家]

- 彩虹小番茄
- 芋膳房



[做得好的]

- 果皮结实有弹性
- 包装干净精美防破坏，运损包赔

[标杆商家]

- 特冒头有机农场TomatoFarm
- 果乐兜

# 番薯的卖货说明书

## 要...vs.不要...

- 番薯要软糯、香甜、无丝的薯，不要有筋、粗糙和水垮的薯
- 番薯内容要融入早餐轻食、健身代餐等生活场景，不要直接抠图拼接、背景杂乱
- 番薯要干净包装、无土无渣，不要带泥销售、土块入袋



[做得好的]

- 商品软糯、绵密、紧实细腻
- 放大拍摄突出质感

[标杆商家]

- 52度良作
- 美美的Diana



[做得好的]

- 果肉圆润橙黄色，色泽均匀
- 直接拍摄烤制后效果，内容突出有重点

[标杆商家]

- 田野梦泽生鲜
- 田与薯



[做得好的]

- 按照地区分别用不同包装，保证商品到手所见即所得

[标杆商家]

- 子禾高端水果精选
- 一号农场

# 玉米的卖货说明书

## 要...vs.不要...

- 要金银水果玉米、碱地白糯玉米等优质鲜食品种，不要品质不稳定的玉米
- 内容要主理人品牌形象的，不要贴图标榜品质的
- 要新鲜现摘、鲜甜爆汁的，不要冷库储存的“老玉米”



### [做得好的]

- 籽粒排列紧密饱满度高，整体颜色鲜亮无虫眼

### [标杆商家]

- 美美的Diana
- 小田不田



### [做得好的]

- 主理人形象时令鲜店铺，商品品质可靠，用户放心有保障

### [标杆商家]

- 李丹丹DDD
- 果乐兜



### [做得好的]

- 新鲜采摘水润、饱满、有光泽，汁液丰富皮薄溢汁

### [标杆商家]

- 特冒头有机农场TomatoFarm
- 52度良作

# 果鲜的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款 (商家能看懂能跟着做成的)

### 1、视觉冲击力强的实物拍摄(真实、真实、真实，不要过度滤镜)

- ✓ 拍什么图：打开包装怼拍水果特写(如桃子饱满圆润、芒果颜色)，搭配切开或剥开的动态图(Live图)。
- ✓ 直播间布置：背景用木质托盘或田园风格桌布或采摘场景，突出自然感；主播现场试吃，强调甜度/新鲜度，如“这个桃脆到咔嚓声都能听见！”
- ✓ 链接：挂1个主打单品链接(如“爆汁红梅水蜜桃5斤装大果”)，避免分散流量

### 2、突出“稀缺性”和“性价比”

- ✓ 标题示例：海南金煌芒，自家果园产量有限，产地直发！限时9.9元/2斤。
- ✓ 内容特色：手持水果的对比图(如拳头对比显大小)，配文案“核薄如纸，含肉率大于95%等”

### 3、绑定场景化需求，降低决策门槛

- ✓ 笔记内容：水果切盘/榨汁/水饮调配/水果入菜的教程视频，标签#办公室下午茶#、#宝宝辅食等
- 桃/李子：笔记标题“夏日冰镇脆桃，解暑神器！#办公室零食”
- 芒果：内容“芒果糯米饭教程，3分钟搞定泰国同款”。
- 苹果：绑定健康场景，如“每天一苹果，医生远离我”
- 不要：只写“新鲜好吃”，无具体场景



## 趋势热款 (用户需要什么品)

- 桃：红梅水蜜桃、蒙阴黄油桃、龙泉驿水蜜桃等  
单果150g-200g，5斤装/礼盒装，中大果最佳；包装：泡沫网套+防撞纸托(用户友好包装)，水果卡说明
- 芒果：海南金煌芒、贵妃芒、四川凯特芒、越南大青芒等  
3斤尝鲜装，小中大规格sku，水果卡说明，赠送芒果削皮器
- 李子：四川蜂糖李子，五月初阳等  
1-2斤尝鲜装，大果30mm+，透明塑料盒+拉菲草垫底



## 成功案例-商家 (一定要直白易懂)

- 朱一一水果铺：聚焦芒果的多种吃法教程，强调高品质+新鲜，抓住用户想尝鲜又怕麻烦心理，同时结合不同食用场景。
- 桃掌柜的店：主打沂蒙山产地，强调看得见的新鲜和产地溯源，覆盖多款桃子种类。



# 海鲜的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款 (商家能看懂能跟着做成的)

### 1、强调“鲜活直达”

- ✓ 拍什么图：直播中展示活海鲜（如蹦跳的基围虾、吐沙的蛤蜊），图文用泡沫箱+冰袋的打包过程。
- ✓ 直播间布置：背景贴“24小时顺丰直达”标语，主播戴手套现场称重。
- ✓ 链接：挂1个链接（如“渤海湾鲜活扇贝”），SKU区分规格。

### 2、用“烹饪效果”种草

- ✓ 内容特色：素人厨房实拍蒸螃蟹/蒜蓉粉丝虾视频，标题“10分钟搞定高端晚餐”。
- 不要：只发冷冻海鲜的包装图，避雷过度滤镜，反套路强化真实感

### 3、绑定节日/地域标签

- ✓ 笔记示例：“中秋家宴C位——帝王蟹3吃教程”，标签#舟山直发#、#海鲜自由。
- ✓ 玩地域反差：“在东北实现海鲜自由！南方直采XX虾，火锅/烧烤都绝”，用地域场景拉近距离。



## 趋势热款 (用户需要什么品)

### • 虾仁：

规格特大号200g，价格138元/5包，包装形式真空+冰鲜，要素“新鲜现剥低脂优蛋白”。

### • 三文鱼：

规格200g/包，价格59元，包装形式真空+冰鲜，要素“鱼切切即食”。

### • 阳澄湖大闸蟹：

规格4两/只，价格198元/8只，包装形式礼盒+蟹扣，要素“母蟹满黄”。



## 成功案例-商家 (一定要直白易懂)

- **海边原著海鲜的店：**主打做产品对比及科普，用通俗易懂的话语及图文对比，解答用户疑惑点。
- **不花心海鲜旗舰店：**通过高质量场景化菜谱视频教程向用户推荐高品质、性价比高的海鲜产品。



# 肉鲜的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款 (商家能看懂能跟着做成的)

### 1、突出“原切”和“安全”

- ✓ 拍什么图：拍摄肉品纹理特写（如雪花牛肉大理石纹），对比市面合成肉；包装贴检疫标。
- ✓ 直播间布置：背景挂“牧场直供”、产地检疫证书，主播用刀切肉展示厚度。
- ✓ 链接：挂1个高性价比款（如“谷饲牛排3片装”）。

### 2、绑定健身/家庭场景，方便烹饪

- ✓ 内容特色：针对特定人群不同痛点开展。健身人群煎牛排vlog，强调高蛋白低脂，增肌必备；宝妈人群强调营养丰富，高性价比；一人食群体强调量适中易保存，做法方便。
- ✓ 不要：只发冷冻肉块无解说，只说肉很新鲜很嫩，不能解决场景需求
- ✓ 笔记示例：“5分钟煎牛排秘诀！小白也能米其林”。

### 3、店播强调品质和高性价比

- ✓ 特写肉品色泽、纹理，直播现场切割，用视觉化直观呈现，科普新鲜度判断标准与部位特性；展示溯源证明与权威认证。



## 趋势热款 (用户需要什么品)

- 整禽/蛋如童子鸡，可生食鸡蛋等：

规格毛重2斤及以上，价格188/3只，包装形式真空+泡沫盒+冰袋，要素“送鲜鸡珍2盒+调料1袋”。

- 澳洲和牛M9厚切：

规格200g/盒，价格258/3盒，包装形式真空，冷链运输，要素“无筋膜不塞牙”

- 澳洲安格斯谷饲中式牛肉套餐：

规格牛肋条 500g\*2+牛仔骨 500g\*1，价格239元，包装形式真空+泡沫箱+干冰，要素“送黑椒酱”。



## 成功案例-商家 (一定要直白易懂)

- **肉鲜森**：以实用的牛肉烹饪知识和不同的美食吃法，满足用户的口味需求，从美食制作和文化遗产的角度增加产品吸引力。
- **203和牛旗舰店**：致力于提供高品质的食材，展示原切肉纹理，强调性价比。



---

## 中式食养

---

# 鱼胶/花胶 的卖货说明书



00后敢说大实话🔥之花胶不为人知的小秘密?

小杨杨Mikii

841



鱼胶怎样炖不上火

GT港泰鱼胶

111



答应我! 夏天没胃口的一定要试试这个!

曹范真范范  
2024-07-24

995

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款

- 内容侧:** 滋补专业人设 (档口2代)、笔记场域专业分享 (科普、鉴别、制作、食谱)、产品直拍 (展现优质食材)、原产地溯源 (展现制作工艺)
- 店播侧:** 主理人现身说法, 直播间交流吃胶日常, 现场直观展示胶质、颜色、大小等关键参数
- 用户侧:** 做年轻消费者第一份花胶的首选地, 推动花胶品类年轻化, 开发更多花胶产品形态, 引起花胶DIY吃法分享



## 趋势热款

赤嘴/白花/蜘蛛/北海 干花胶:

客单价2000-3000

鲜炖花胶:

月套餐, 风味 (牛奶、椰奶等), 客单价2000-3000

即食花胶粥:

礼赠/自用均可, 6-8罐盒装, 差异化口味 (椰乳、芒果等)



## 成功案例

- 小杨杨Mikii:** 00后新式养生花胶宣传者, 通过笔记科普和直播间推动花胶群体年轻化。
- GT港泰鱼胶:** 20年滋补档口老板娘, 每日直播间分享花胶知识, 和用户直播间谈养生和生活。
- 极盏:** 主理人品牌, 通过花胶粥、佛跳墙、玫瑰桃胶等创新产品推动滋补即食化、年轻化。

# 燕窝滋补品的卖货说明书



干燥秋冬，来碗润肺燕窝羹，一碗顶30张面膜

阿狸食养记  
2023-10-27

3947



燕窝功效多，会吃是关键！

Kiki (孕3胎)  
2024-08-27

2383



新手孕妈必看！快速判断燕窝有没有刷胶

燕燕春燕窝工厂

1068

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款

1、建立信任：账号通过发布进口码、源头工厂合作、溯源素材等佐证优质产源，降低消费者戒备。通过统一调性的产品直拍、产品实测等内容展现优质货品。主理人亲和有气血的出镜也会给账号加分。

2、笔记沉淀：通过高质量食谱推荐、成果展现、产品实拍等方式提供给消费者更加多样化燕窝周边信息，扩大站内消费者燕窝信息触达，教育消费者心智。

3、店播收割：直播间现场展示燕窝成色，通过主理人场景功效讲解促进转化，定期大场拉消费者复购。



## 趋势热款

燕窝干盏：

东南亚进口、燕盏、干挑、精品

即食燕窝粥：

礼赠/自用盒装、10-15/碗、燕窝谷物含量高

鲜炖燕窝：

东南亚进口、高唾液酸、风味（胶原蛋白、益生菌）



## 成功案例

- **燕鸣春**：20年燕窝行业从业者，主理人骄阳真诚有气血，直播间真情分享和讲解，通过高品质燕窝盏收货消费者高复购高好评。
- **燕春语**：年货节期间明星单品燕窝粥单月300万+，保持日更笔记30篇+，顺应节令打造不同季节滋补好物，帮你实现即时滋补需求。
- **燕之屋**：高频新品发布，海量达人种草扩大人群，笔直群联动完成站内自闭环。

# 参类滋补品的卖货说明书



终于出三拼口味了！选择困难户太友好了！

库雨雨的小铺  
08-13

1431



最近很火的人参水这样喝更好喝！

笑心  
2022-09-14

459



三十种人参的做法（三）补元气安神生津

燕燕爱美食  
2022-12-27

90

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款

- 1、功效讲清 做心智：做产品科普参类制品的功效和补气、恢复精力的使用场景。
- 2、产品食用方式简化：给到消费者直观展示怎么泡、怎么吃、怎么搭，降低消费者使用门槛。
- 3、做品牌/主理人IP：注重产品品质、通过稳定的品质、真诚的内容和服务、出新的口味/包装等提高消费者忠诚度。



## 趋势热款

人参蜜片：

密封小包装，外包装需定制化/ip化，避免原厂包装，货单价29-49

参切片(西洋参、人参)：

明确产地、安全有品质的外包装

参饮（红参饮）：

条装、货单价99-200，新科技小分子、精华等



## 成功案例

- 童涵春堂：百年老字号，在小红书做新式养生内容分发，通过垂类买手渗透，帮助品牌触达更多年轻人。
- 奔燕的滋补小铺：家族30年滋补传承，自有人参灵芝基地，精选红参片、人参蜜片打造爆款礼盒。
- 燕香御食养：滋补实体店店主，主理人亲选优质参片

# 干货/土特产/养生干料 的卖货说明书



一定要注意！有内热是前兆  
顺时男孩 1.6万



状态越喝越漂亮，香港太太推荐喝它  
真方心 | 芳心生活 60



一定要试试羊肚菌煲汤！！全家人都喜欢  
弟弟的菌菇合作社 19.31

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款

- 1、说清功效和场景：针对母婴、补精力、增强免疫力、长高等场景，要用内容讲清楚食补的方向，在做科普同时卖进商品
- 2、标清源产地：让源产地和配方出处为产品背书！增加消费者信任感
- 3、立人设：可以下单的出口千千万，为什么要在这个账号下单，因为内容场域的科普和信息输入，因为信任源产地/主理人，因为支持主理人的观念/事业



## 趋势热款

功效养生水：

小月子汤、黄芽汤、酸梅汤等需明确针对功效和场景，按疗程复配

港标汤膳包：

贵价滋补品（海参、参茸等）、有汤有料有功效货单价300-600

羊肚菌/银耳：

浙江、福建、云南等源产地、当年新货



## 成功案例

- **顺时男孩**：档口三代，爷孙两代出境给食养建议，一年增粉5万，爆款笔记专业户，通过笔记场域打造养生爆款汤膳。
- **真方心**：小红书原生达人小芳姐，专注优质汤膳食材选品，粉丝粘性强，单场带货超百万。
- **弟弟的菌菇合作社**：大学生返乡助农，通过高频内容生产展现源产地风貌和羊肚菌食谱，打造爆款单品，帮助农产品走出大山。

# 重滋补（大单品）的卖货说明书

## 要...vs.不要...

- 滋补零食要定制包装，不要出厂包装（塑料、低质）
- 内容图片要色调场景匹配设计，不要无设计无场景直拍
- 汤膳干货要卖多产品可组合，不要单品只出（低客单、品单一）

| 推荐                                                                                                                            | Vs. 对比                                                                                                          | 推荐                                                                                                                         | Vs. 对比                                                                                                      | 推荐                                                                                                                             | Vs. 对比                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                              |                                |                                           |                           |                                             |                            |
| <p><b>[做得好的]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 定制外包装（客制、IP）</li> <li>• 塑封小包装（安全、方便0</li> <li>• 附赠周边</li> </ul> | <p><b>[模范商家]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 奔燕的滋补小铺</li> <li>• 小羊森林</li> <li>• 玉黍生</li> </ul> | <p><b>[做得好的]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 图片暖色调，女性友好</li> <li>• 产品装盘、拆箱</li> <li>• 搭配目标人群场景</li> </ul> | <p><b>[模范商家]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 燕春语</li> <li>• 林间盏</li> <li>• 至言良食</li> </ul> | <p><b>[做得好的]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 根据应季需求，复配汤膳</li> <li>• 原材料也要保证质量</li> <li>• 养生陪伴，复购率高</li> </ul> | <p><b>[模范商家]</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 真方心</li> <li>• 顺时男孩</li> <li>• 铭哥聊食养</li> </ul> |

---

饮乳食休

---

# 方便速食的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款 (商家能看懂能跟着做成的)

- 1、要有地方特色。比如宁波水磨年糕、遂昌黄米粿、东北麻辣烫、温州热卤、潮汕腐乳鸡翅等
- 2、食物怼拍，展现好吃和食欲。可以体现内料丰富和用料扎实
- 3、配料表要干净。热量不要太高，吃完没有太多负担。比如粽子也要是减糖版乌米豆沙粽



风味年糕脆脆，好好吃！

乡下头·金二狗

37



亲们，油焖笋好吃和不好吃差距很大！

乡下头·金二狗

5



比线下还好吃的东北老式黏糊麻辣烫

小乔爱吃

41



## 趋势热款 (市场需要什么品)

奉化土灶油焖笋：  
275g/瓶、68r/瓶  
高山鲜笋/柴火土灶焖烤



宁波现制水磨年糕：  
350g/包、18r/包  
直供星级饭店/Q弹细腻



正宗东北传统过桥米线：  
450g/包、26.8r/2包  
手工炒料/纯米制作



## 成功案例-乡下头·金二狗

- **地方特色：**专注宁波口味，包括专供米其林年糕、奉化油焖笋、香葱年糕片、特色香糟鸡、艾草麻糍等
- **食物怼拍：**通过近景镜头，展现年糕的拉丝、油焖笋的油润感，引发食欲和下单冲动
- **选品要求高：**主理人对口味、时令要求非常高，比如油焖笋一定要新笋上市后，才会愿意上架；针对年糕等传统食物做口味创新，如抹茶年糕等

# 奶酪的卖货说明书

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款 (商家能看懂能跟着做成的)

- 1、要有混拼装。一次能够吃遍全球多个经典口味，做成奶酪小盘，新手友好
- 2、要把奶酪切开。不要只是一整块展示，要切成小三角、长方体等，展示内部纹理和多彩的颜色
- 3、要跟食用场景结合。比如说配酒、下午茶等。同时要做内容科普，如奶酪霉菌等专业知识



20款10国超全奶酪组合!! 奶酪脑袋速来

奶酪猴子Cheese Monk... 79



年中奶酪囤货季! 小红书专属! 超划算!

起司邦 Cheese Bond 4



「奶酪全家桶」保姆级教程! 奶酪全家桶最好的吃法

奶酪猴子Cheese Mon... 154



## 趋势热款 (市场需要什么品)

全球奶酪自选套装:  
100g/盒、99r/盒  
全球经典风味5拼/送小铲



德国进口金文+布里干酪:  
125g\*2/套、69r/套  
传统工艺/国人口感



马苏里拉原制拉丝奶酪:  
200g\*2/套、69.9r/套  
低热量/甜咸永动机



## 成功案例-奶酪猴子

- **混拼装:** 设置了99元任选5种, 20种奶酪·新手试吃装, 20种奶酪·新手试吃装等多个爆款
- **切开呈现:** 搭配好看的餐具 (砧板/盘子等), 将奶酪切成小块, 展示, 展示奶酪的孔洞和纹理
- **场景衍生:** 搭配聚会喝酒等场景, 手把手教用户烤布里、20种奶酪吃法清单, 给用户更多灵感

# 漂亮水的卖货说明书（饮料/果汁）

## 跟着赚钱-简单3招打出爆款

1. 起名字。想个好听又能说清楚卖点的名字，举例：“体重跳楼机”、“晚安奶”
2. 喝了有点用。喝了能帮助减肥、祛湿、降低皮质醇等，而且配料表干净，举例：24小时轻断食计划
3. 送赠品，尤其是年轻小姑娘会喜欢的、可爱的赠品。也可根据季节和场景（如露营），提供搭配的赠品



## 趋势热款（市场需要什么品）

陈皮乌梅山楂饮：  
25ml\*7袋/盒、20r/盒  
小火慢熬48h古法熬制浓浆



经典1-3日轻断食代餐蔬果汁：  
350ml\*6瓶/箱、265r/箱  
冷压专利技术/顺丰冷链包邮



陈皮白茶：  
500ml\*4瓶/套、25r/套  
100%原叶提取/开盖有奖



## 成功案例-AvoPCOS爱沃健康

- 起名字：藻蓝蛋白丝绒拿铁=“晚安奶”，通俗易懂，还强调了商品的卖点
- 喝了有点用：晚安奶=喝出好睡眠+拯救「破碎睡眠」，配料只有全脂乳粉×椰浆粉×酸枣仁粉×藻蓝蛋白粉
- 送赠品：每月都有新赠品，如小猫/小狗擦手巾；多彩杯子等，搭配新品上市