



品牌案例研究

——小红书“流量工业化”实战指南

素人矩阵号自然流

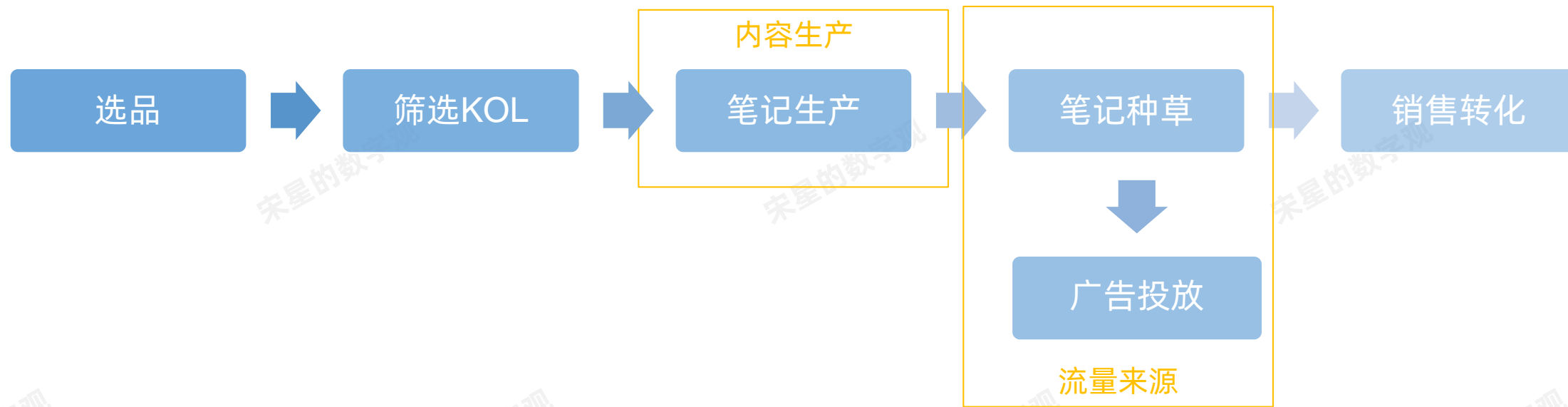
带货玩法拆解



品牌在小红书上的常规打法思路

常规打法：小红书的常规打法，是开有调性的品，找能产出优质内容的KOL，配合做广告投放。不少品牌证明该路径可行，但这种玩法的测试成本高，对品牌的要求也高

核心要点：解决内容生产和流量来源的问题



目前品牌在小红书的主要打法各有优缺点

基于产品特点、自身内容生产能力和流量来源，目前在小红书品牌的主要打法如下：

玩法类型	策略组合	适用品牌	优点	缺点
自然爆文玩法	达人内容+免费流量	低决策+产品自带流量	优质内容提升品牌口碑，无需投流	不确定性高，需要大量内容积累
精准卡搜索玩法	达人内容+免费流量	低决策+品类搜索需求高	优化关键词提升搜索曝光，精准触达	效果不稳定，操作难度高
KFS玩法（KOC）	达人内容+免费流量+付费流量	高毛利；高复购	内容形式多样，互动性强	需要付费，成本较高
KFS玩法（KOL）	达人内容+免费流量+付费流量	客单价高；心智建立；高毛利	扩大品牌曝光	成本高，kol评估难
自建矩阵号免费引流卖货	自制内容+免费流量	低决策+产品自带流量+用户信任度高	成本较低	内容制作和运营成本高，不确定性高
自建矩阵号付费挂车卖货	自制内容+免费流量+付费流量	高毛利；低决策	提升效率	考验团队协作，投流成本
全链路覆盖玩法	达人内容+自制内容+付费+免费流量	毛利高，产品与平台调性契合	吃掉小红书全部流量	投入资源大，成本高、操作复杂

玩法进化：素人矩阵号自然流带货玩法

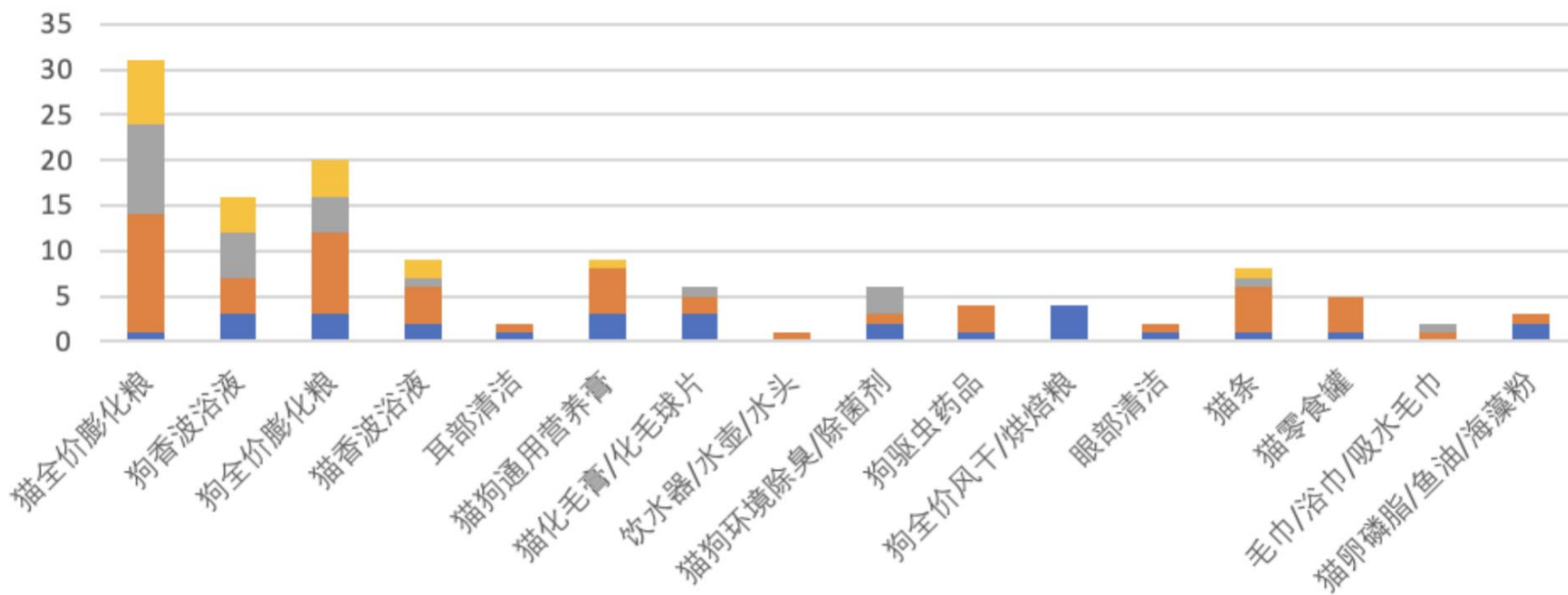
通过极致的人效，将内容生产工业化，通过生产大量60分的笔记内容来获取免费的流量，用数量对抗不确定性

玩法类型	策略组合	适用品牌	优点	缺点
自然爆文玩法	达人内容+免费流量	低决策+产品自带流量	优质内容提升品牌口碑，无需投流	不确定性高，需要大量内容积累
精准卡搜索玩法	达人内容+免费流量	低决策+品类搜索需求高	优化关键词提升搜索曝光，精准触达	效果不稳定，操作难度高
KFS玩法（KOC）	达人内容+免费流量+付费流量	高毛利；高复购	内容形式多样，互动性强	需要付费，成本较高
KFS玩法（KOL）	达人内容+免费流量+付费流量	客单价高；心智建立；高毛利	扩大品牌曝光	成本高，KOL评估难
自建矩阵号免费引流卖货	自制内容+免费流量	低决策+产品自带流量+用户信任度高	成本较低	内容制作和运营成本高，不确定性高
自建矩阵号付费挂车卖货	自制内容+免费流量+付费流量	高毛利；低决策	提升效率	考验团队协助，投流成本
全链路覆盖玩法	达人内容+自制内容+付费+免费流量	毛利高，产品与平台调性契合	吃掉小红书全部流量	投入资源大，成本高、操作复杂

目前已经有不好品牌通过这一套玩法实现GMV增长

某宠物品牌，在22年8月开始运营，品牌在上线第3个月就销售额破了百万，之后是陆续上线运营其他3个宠物品牌，截止到24年9月初，这4个品牌的天猫店累积销售额预估突破8000w+，贡献最低的品牌也已经累积销售接近300w

同一品类产品覆盖的品牌情况



1.0

—

玩法特点

素人矩阵号自然流带货玩法路径

通过工业流程化的内容生产模式，批量产出笔记，通过自由矩阵账号/素人账号/小KOL账号发布，占据搜索流量，并通过评论区引导到淘系电商内成交。

01

产出海量内容

大量编辑岗位，标准化产出大量及格笔记

02

寻找账号代发

通过找寻达人及素人账号代发笔记内容

03

布局引导购买

在笔记或者评论区引导搜索品牌词

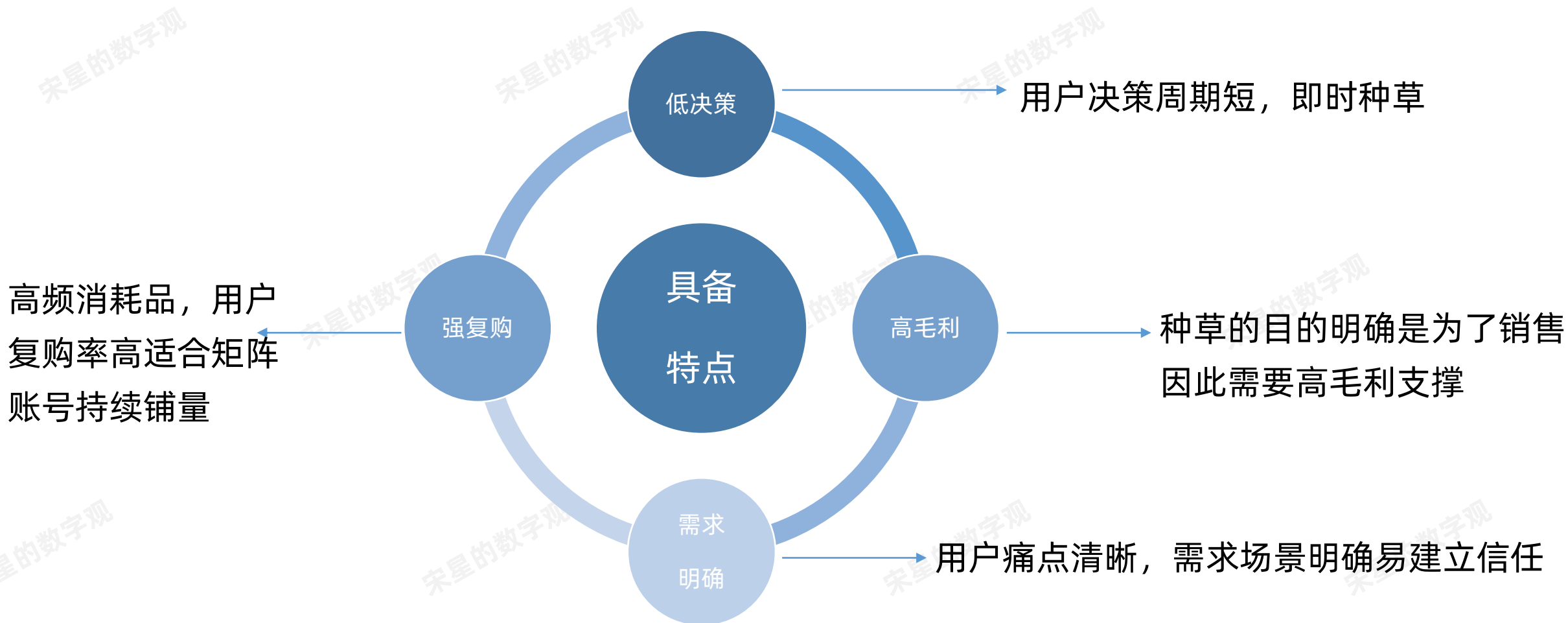
04

一类电商成交

通过淘宝天猫实现成交购买为主

哪些行业适合这一套的玩法？

适合低决策、高毛利、需求场景明确的行业如：宠物用品 美妆个护，食品保健，日用百货，医疗健康，3c数码等



2.0

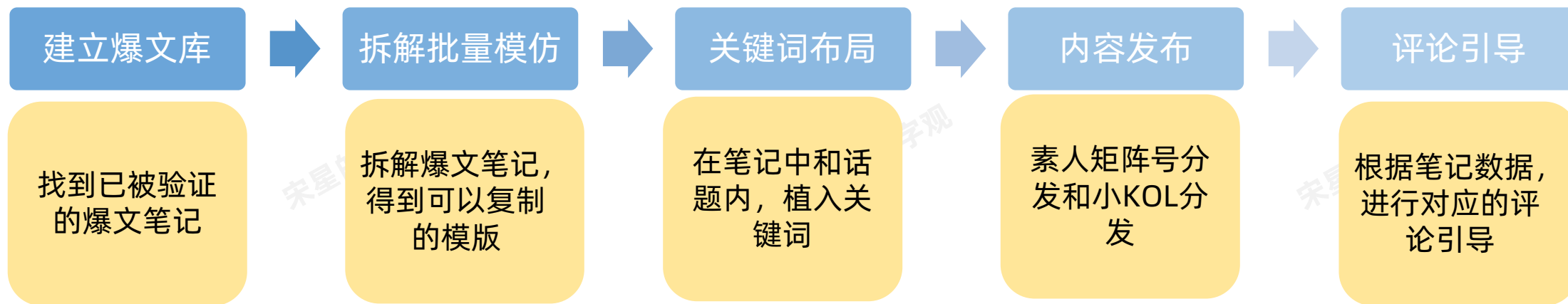
—

如何实现内容“流量工业化”

内容流量工业化生产流程

核心原则：把60分的内容做到足够多

流程：如何大量生产60分的内容



如何搭建爆文笔记库

- 专人负责：有专人转岗，分品类，寻找小红书上的高互动笔记，并且按品类分类存储
- 爆文标准：内容有生命周期，一般寻找最近一个月内，粉丝数<1000且笔记点赞>1000的笔记（具体数据标准根据不同行业调整）



搜索相关话题



寻找相关爆文



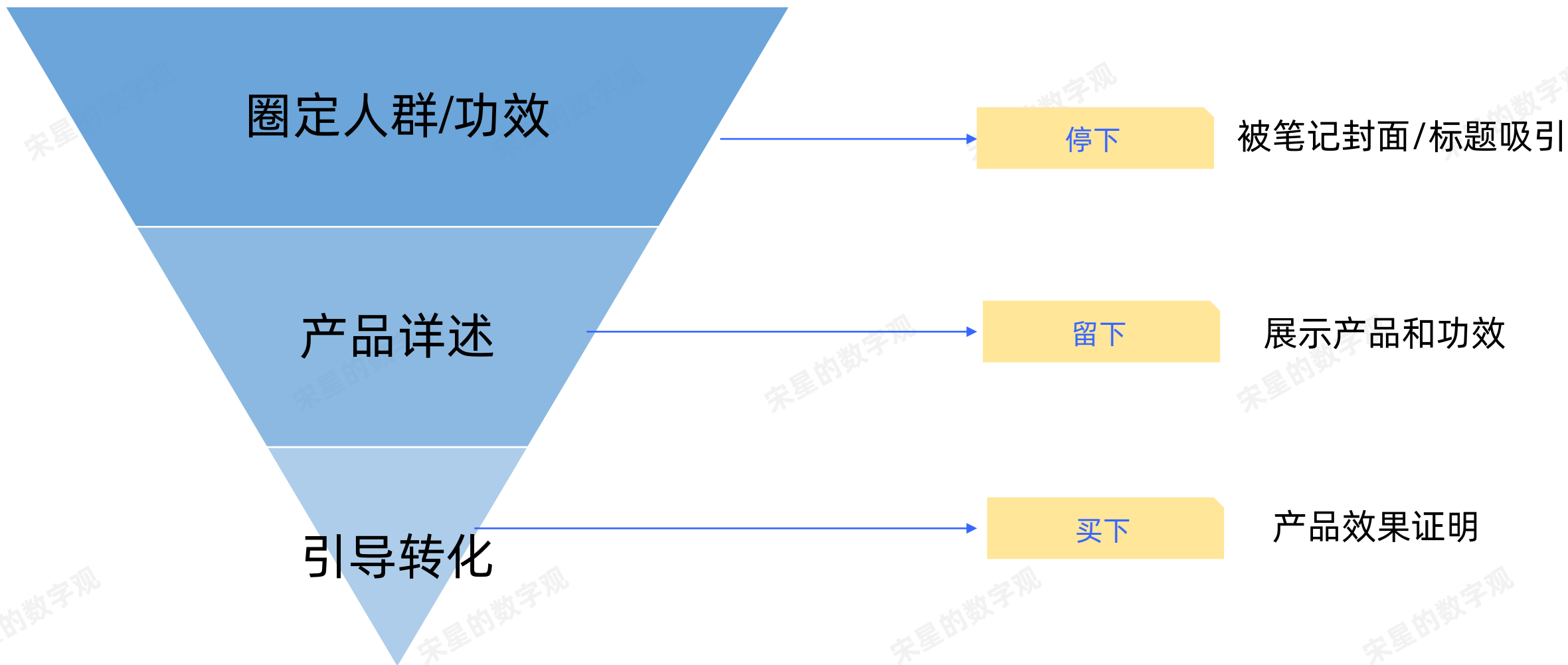
确认时间是否满足条件



点击主页查看粉丝量

第三方工具+手工。实操上看手动刷比工具查找更高效

爆款笔记的内容特点



拆解批量模仿爆款笔记-生产内容就是生产流量

图文笔记是主要内容形式：图文内容是所有内容里生产难度最低的

主要生产三类笔记类型：种草笔记/测评笔记/钓鱼笔记，其中测评笔记是重点内容



种草笔记



测评笔记 (重点)



钓鱼笔记

三大经典笔记形式：种草笔记



天哪！！挖到宝了！！所有女生都去入介个！！

有跟我一样爱喝果蔬汁的姐妹吗！！
但之前用的原汁机榨出来的果汁🥤
膳食纤维都被滤网分离了 营养成分保留不住
关键糖分还很高！！一点都不敢多喝🥲
还好让我挖到了JVC 纤维原汁机！！
我尊嘟用一次夸一次！！

-

简约高级的白色外观吼吼看🥰
还配了个500ml的接汁杯
旋钮操作超简单，点动+二档调速
各种硬蔬菜🥕硬水果🥑都能轻松搞定！！
平时用它来做超模同款果蔬汁就很方便！！
蔬菜水果扔进去，一键启动，15秒快速出汁！
不用加一滴水💧！！
就能出来一杯原汁原味 超好喝的果蔬汁🥰

-

它这个离心榨汁技术跟普通原汁机不一样
它是通过高速旋转的刀网➕离心力
让果汁和果肉快速分离🥰
可以保留更多的纤维还不容易氧化🥰
244组刀刺组成不锈钢精钢刀网筋
搭载600瓦大功率，每分钟 17000 转的高速运转
榨出来的果汁肉眼可见的浓稠 喝起来也没有渣感
而且果渣能榨得很干！出汁率超高的👍
配件都是可拆洗的，清洗就很方便
用完用水一冲就干干净净了~懒人狂喜
自从有了JVC纤维原汁机！！
宅家就能实现果蔬汁自由！还喝啥奶茶啊！
PS：当薅羊毛利器 与产品无关

登录后评论 10+ 10+ 3

种草笔记的要点

1. 自产或博主寄拍常用笔记类型，要用心，爆文有难度
2. 内容生产效率高（建议1-2条/天）
3. 带货转化效率一般

三大经典笔记形式：钓鱼笔记



有谁吃减肥
产品瘦的，
求推荐



钓鱼笔记的要点

1. 一般用便签纸、手机备忘录或自带AI文生图功能，以求助名义把需求写出来
2. 内容生产效率极高（10-20条/天）
3. 互动数据好
4. 带货转化效率一般
5. 基本全靠评论区引导，关键动作要让自己家测评出现在评论区首位

三大经典笔记形式：测评笔记



测评笔记的要点

1. 新手入门必须笔记类型
2. 内容生产效率低 (4-6条/天)
3. 互动数据差
4. 但带货转化效率高
5. 测评笔记类型, 可以进一步细分为抠图测评笔记 (经典排位)、人设测评 (医学生、宝妈、老师、打工人、律师等)

测评笔记常用文案结构 · 三段式



关注

被问爆的洗发水合集！轻松让我养出贵价发质

养发多年，发现真正对头发好的产品并不是贵的才是好的！！
作为一个常年油头+细软塌+熬夜脱发三合一的卑微打工人
在洗发水上踩过的雷比掉的头发还多...
所以最重要的还是要根据自己的发质以及存在问题选择最适合自己的那个！
今天我得来总结一下这么多年用下来4瓶让我空瓶回购的宝藏洗发水
每一款都是适合不同发质类型的洗发水
大家可以根据自己目前的需求直接抄作业哦~

/
spes诗裴丝多肽蓬蓬瓶——发根油发尾干/细软塌
欧莱雅PRO云朵瓶——出油较多/易贴头皮
薇姿绿标洗发水——头痒有头屑/大油头
MY.ORGANICS活力洗发水——掉发多/稀疏脆弱
#洗发水分享 #控油 #蓬松 #细软塌 #控油洗发水 #洗发水推荐 #spes多肽精华洗发水 #spes多肽蓬蓬瓶 #头发护理分享 #洗发水测评 #护发好物 #护发心得分享 #控油蓬松我来评 #天猫小黑盒 #天猫小黑盒超级新品日 #欧莱雅PRO云朵瓶 #MYORGANICS活力洗发水 #薇姿绿标洗发水

04-09 广东

登录后评论 10+ 10+ 9

- 第一部分：以帮助大家挑选产品的角度切入，分享自己选择产品的经历、感受和心得，最大化的放大大家的痛点和购买需求（说出大家的心声，用户嘴替）；
- 第二部分：各家产品的优势展现，重点放大、强化自家产品的核心卖点及优势；
- 第三部分：收尾总结，可以在文案中暗戳戳的再带一下自家产品的购买节奏。

优秀文案的三种状态

在套用爆款笔记模版的时候，要注意的文案要求

走心

站在用户视角去思考用户在选购产品的时候：
关心什么：
在意什么：
想要什么：
要能足够的懂你的用户

专业

尤其是测评笔记，一定要做相对完整的展现，不能知识品牌名的简单罗列；
不能一两句草草带过：
多想用户关心的点

有趣

以出其不意的方式，呈现产品的笔记形式

在笔记中植入关键词

通过关键词吃到小红书的搜索页流量。关键词的查找方式：

5118.com 首页 流量词库 ^[HOT] 行业词库 SEO排名 引流 AI工具 ^[HOT] 智能改写 ^[HOT] 私信获客宝 ^[HOT] API商城 会员 功能搜索 登录/注册

相关小红书长尾词共找到319,740条记录

下拉词深度挖掘 全网下拉词挖掘 全网长尾词挖掘 新增词趋势 新增词对比 过滤提取 导出数据

快捷过滤: 所有词 所有流量词 5118移动流量指数 5118PC流量指数 筛选: 请选择入库时间

关键词	5118移动流量指数	5118PC流量指数	笔记数	全网长尾词
防晒霜	134306	87	520000	3631772
防晒霜推荐	3617	26	520000	295667
隔离防晒霜	1919	-	60000	100391
美白防晒霜	1556	-	70000	63658
男士防晒霜	805	-	10000	40505

植入

店铺标题关键词

笔记标题

笔记正文

笔记话题

通过第三方或官方工具进行挖掘热门关键词

常常被忽略的话题添加方法

00:28



关注



还会冲泡一杯五红粉

红枣、红米、红豆、红皮花生、枸杞、红糖
五红搭配，以红养红，喝着胃里暖暖的很舒服

是真正适合女孩子吃的补气血早餐

坚持喝 面色一整个红润起来~

3 运动也是必不可少的

每天坚持 30 分钟的有氧运动

然后是八段锦、金刚功、拍八虚轮流练

老祖宗流传下来的智慧，动作缓慢简单，做完不
会太费精神，坚持一段时间身体感觉越来越轻

盈，皮肤也越来越透亮了

4 其他：多出门少宅家，多去从大自然汲取能

量，我经常会和朋友家人散步爬山旅游徒步

坚持了养生半年，现在的我

皮肤状态自己好到爆，黑眼圈也变淡了

很开心的是头发也不会大把大把地掉了

整个人精神饱满，活力四射

姐妹们女生气血好后气质真的不一样

养生虽然不能短时间看到变化

但只要坚持，就一定能看到改变

赶紧行动起来吧!

#我的运动日常 #变美逆袭 #变美小技巧 #早睡
早起 #运动 #日常养生仪式感 #内调养生 #补气
血吃什么 #补气血最有效的方法女生 #五红粉

02-17

说点什么...

1708

982

50

笔记话题的添加思路：

- 热门词：#我的护肤日常、#少女体香养成记 #护肤就要小众品牌
- 人群词：#高中生 #学生党
- 需求词：#洗护推荐 #韩系护肤
- 品类词：#鱼油
- 时间词：#双十一必入
- 场景词：#内调保养 #健康养生
- 行为词：#内服

根据笔记不同的互动数据，进行对应的评论引导



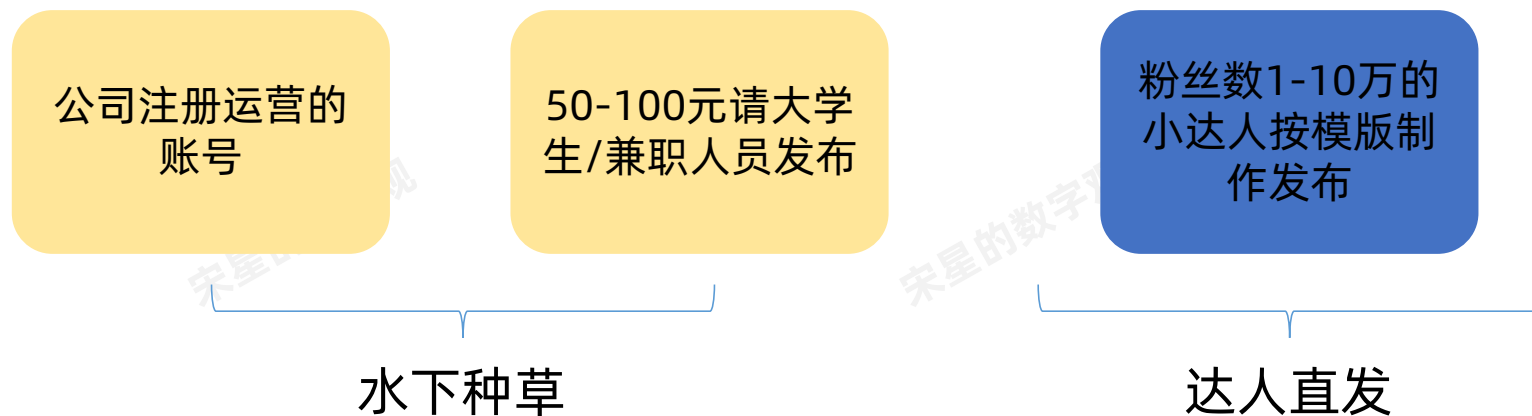
评论区互动

互动数据	对应评论数量	对应的其他运营动作
<10赞	≥3条	效果反馈类（必须用搜索词全称）+购买渠道
<50赞	≥5条	效果反馈类+购买渠道+专业人士科普
<100赞	≥10条	效果反馈类+购买渠道+痛点咨询+产品背书+痛点产品成品科普 +1条聊天形式
<500赞	≥15条	2条购买渠道+1条产品卖点+1条路人追捧+1条使用方法+1条图片问题链接+2条痛点产品成品科普 +1条产品功效解释
<1000赞	≥25条	2条购买渠道+2条产品卖点+2条路人追捧+1条使用方法+1条图片问题链接+2条痛点产品成品科普 +1条产品功效解释+1条专业人士科普

细致到评论几条、每一条评论类型是什么

笔记发布：素人水下种草和达人直发

同时运营大量的小红书账号，包括素人账号和小达人账号。素人账号主要用于铺量，这些账号可能粉丝数量在几百到几千不等。小达人账号（粉丝数在1万-10万）则用于重点产品的推广。



为什么选择水下种草的方式来铺量

每个平台的发展时期都有属于自己的流量红利，最大化抓取平台的免费流量

平台属性

小红书有很重的好物分享属性，素人发笔记是基本盘

流量充足

目前小红书流量是上涨趋势，有相对充足的免费流量

低成本

水下种草有平台违规处罚风险，但ROI很好，是常见打法

门槛增高

随着平台监管加剧，对商家的内容能力，要求越来越高

素人矩阵号自然流带货玩法特点总结

通过铺量吃免费流量注定单篇笔记带货效果是有限的，因此在笔记维度上通过多账号矩阵来最大化流量。在商品和店铺维度上也是一样的思路，多开店，多品牌，多产品铺开，吃到更多流量的同时分摊风险：

多笔记

有团队一个月做20万篇笔记，有团队靠阅读量低保卖货

多产品

单品上限较低，依靠多产品来支撑整体销售额增长

多品牌

将流量效率最大化，同产品多个品牌同时布局经营

多店铺

多产品多品牌延伸出的多店铺，分散后不容易被关注

—
极致人效是成功的关键

打法的核心：组织力

成功的关键是通过极致的人效实现：

人员招聘

需要足够多的人，考验快速招聘能力，HR多，HR销售化

流程完善

员工培训体系完善、内容生产标准化、部门协作流畅

晋升通道

从编辑到合伙人，晋升通道清晰，激发员工自驱力（用户薪资组成：底薪+业绩提成）

文化成熟

员工女生较多，工作相对枯燥，需要有良好的文化建设

内容电商核心组织构成

编辑团队

人员整体占比最高

主要职能：

- 生产优质笔记内容
- 日常数据运营
- 做好评论维护

中台团队

- PR：筛选博主笔记合作
- 行政：解决团队账号注册、账号管理等问题
- 产品：解决团队快速开品，快速上品需求

运营团队

常规配置

- 运营：店铺维护、数据整理
- 客服：店铺接待、售后处理
- 美工：店铺主页详情制作优化
- 仓储：产品发货、仓储管理

严格的管理制度保证执行动作不变形

从这两份组长和组员的每日工作要求，可以看出对执行的重视

组长工作清单：

每天，按要求完成每日笔记发布工作；

每天，严格把关审核“小红书每日数据登记表”组员前日发布笔记的内容和评论质量，10点之前审核完成；

每天，8:30-9:00 组织召开晨会，①复盘前一天笔记评论情况，看哪些笔记评论认知上，哪些笔记需要补评论；②过对标，组员逐一讲解自己今天找的对标笔记，文案、标签、评论分别好在哪里，为什么？

每天，9:00-10:00 参加运营周例会，复盘上周笔记数据及经验教训，本周工作计划及目标。

组员工作清单：

每天，整理前一天已发笔记，评论区互动内容；

每天，早会前整理好当天参考笔记，且点赞过百，早会上逐一讲解；

每天，10点之前，将前一天的“小红书每日数据登记表”，及时更新；

每天，撰写当天笔记，并逐一审核，组长审核后再发布；

每天，笔记发布后1小时内做上评论，禁止使用同一条评论；

每周，周一下午4:00-5:00 参加小组周例会。

4.0

—
如何复刻？直接照搬？

每一种玩法都存在红利期

我们与平台是处于实时博弈的过程

最新洞察：

1. 单一笔记类型及发布渠道+海量免费垃圾内容铺设，机会窗口正在关闭
2. 多元笔记类型及多元发布渠道+付费打法+精细化运营管理是必然趋势
3. 行业规则调整很正常，顺势而为就是对信息敏感



2025年4月，小红书官方打击低质量测评笔记内容

与平台的博弈决定，玩法需要不断改进

危机也是转机——平台的要求在变，用户的需求也在变，打法也在不断升级：

内容升级

- 建立素材处理中心
- 从图文转向图文+视频

账号策略升级

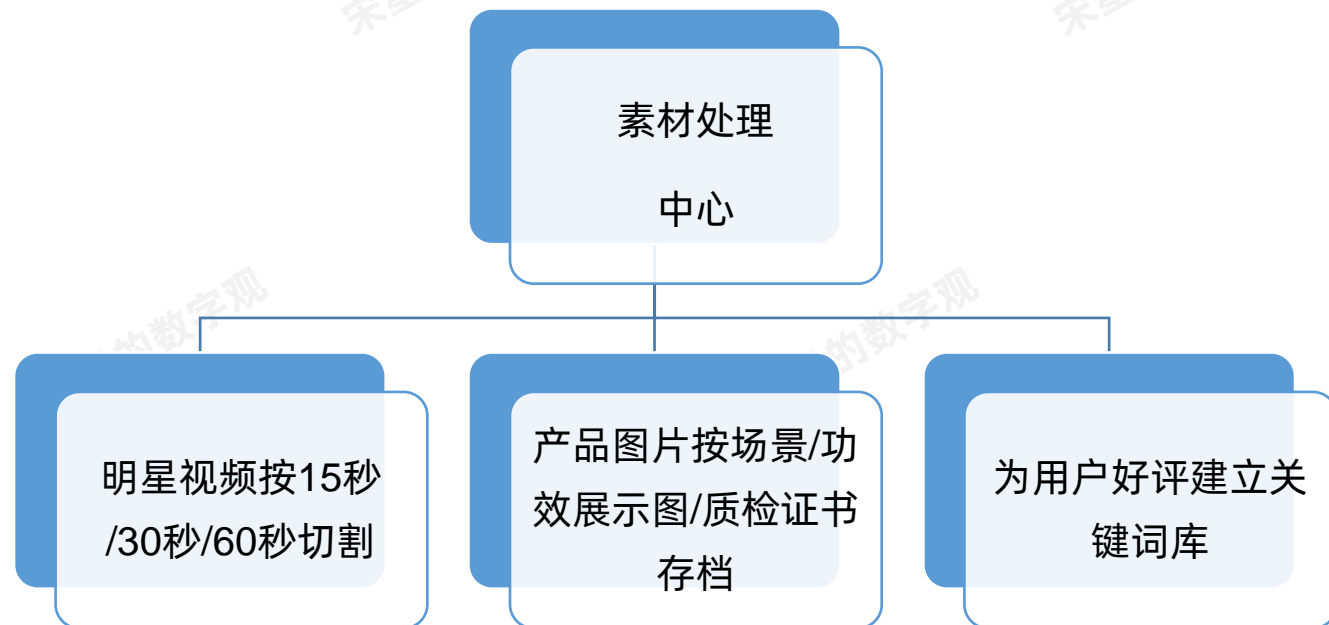
- 自建矩阵号分发策略升级，避免倍系统判定为营销账号
- 分层账号矩阵账号打击策略

叠加投放

- 不再依靠纯自然流量，上来就付费。先用薯条测出点击率 > 10% 的笔记，再砸专业版放大精准流量

建立素材处理中心，减少内容重复度

建立中央素材处理中心，对各个账号的素材进行重新归档，便于账号引用同时有效减少内容的重复度

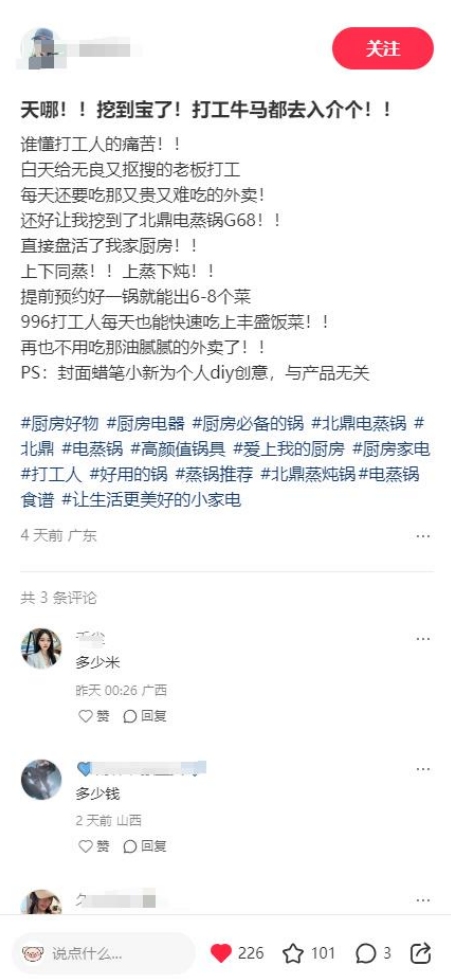


笔记从形式和内容上进行升级

内容升级从图文形式，向视频形式升级；同时，在真实场景中切入产品，避免产品的单一化展示。如在穿搭视频中推荐防晒口罩，在宠物互动视频中植入猫粮等；

视频形式

上班族带饭场景植入小蒸锅



天哪！！挖到宝了！打工牛马都去入个！！
谁懂打工人的痛苦！！
白天给无良又抠搜的老板打工
每天还要吃那又贵又难吃的外卖！
还好让我挖到了北鼎电蒸锅G68！！
直接盘活了我家厨房！！
上下同蒸！！上蒸下炖！！
提前预约好一锅就能出6-8个菜
996打工人每天也能快速吃上丰盛饭菜！！
再也不用吃那油腻腻的外卖了！！
PS：封面蜡笔小新为个人diy创意，与产品无关

#厨房好物 #厨房电器 #厨房必备的锅 #北鼎电蒸锅 #北鼎 #电蒸锅 #高颜值厨具 #爱上我的厨房 #厨房家电 #打工人 #好用的锅 #蒸锅推荐 #北鼎蒸炖锅 #电蒸锅 食谱 #让生活更美好的小家电

4天前 广东

共 3 条评论

千尘

多少钱

昨天 00:26 广西

👍 🗨️

多少钱

2天前 山西

👍 🗨️

说点什么...

👍 226

🌟 101

💬 3

🔗

分层账号矩阵账号打击策略

某个护品牌通过分层矩阵账号打击策略，3月总播放量翻10倍，评论区互动量暴涨3倍

头部账号

强化权威性

发布带专业检测报告的硬核评测

腰部账号

增强用户粘性

主打剧情类如7天美白挑战，增强用户粘性

尾部账号

覆盖长尾流量

用AI生成大量素人种草笔记

素人矩阵号自然流带货玩法的启示

避开头部达人

- 新团队一定要避开头部达人，阅读数据没有意义，绝大多数头部达人没有带货能力
- 平台存在大量数据作假，影响企业判断，达人直发是最好的入局方式

放下内容执念

- 相比制作精良的广告内容，用户更喜欢看到真实的分享笔记
- 绝大部分的真实用户，并不具备优质的内容创作能力，对笔记的要求不用太高，爆文是基数问题

提高产品毛利

- 主打外溢的，订单量并不出众，但转化极高，可以打高客单价利润产品
- 依托小红书站内商销打法的官方主推方向，中低客单价在当下更易获取流量，但不同品类入局区别很大

适度对抗平台

- 平台处于极速迭代过程，官方的引导并不一定是市场需求，存在阶段偏差
- 素人水下和违规申诉的出现，是平台快速发展过程流量bug，可以适当使用，完成基础积累

长期沉淀

- 模式和官方模式下，小红书都没有一蹴而就的路径，需要长期积累
- 团队适应小红书的节奏后，会进入非常稳定的阶段，有订单有利润，有品牌有沉淀



品牌案例研究

——小红书“流量工业化”实战指南

素人矩阵号自然流

带货玩法拆解

