

# 不息

不息  
B U X I

- 微信公众号：不息BUXI
- 参选类别：年度数字营销新锐公司





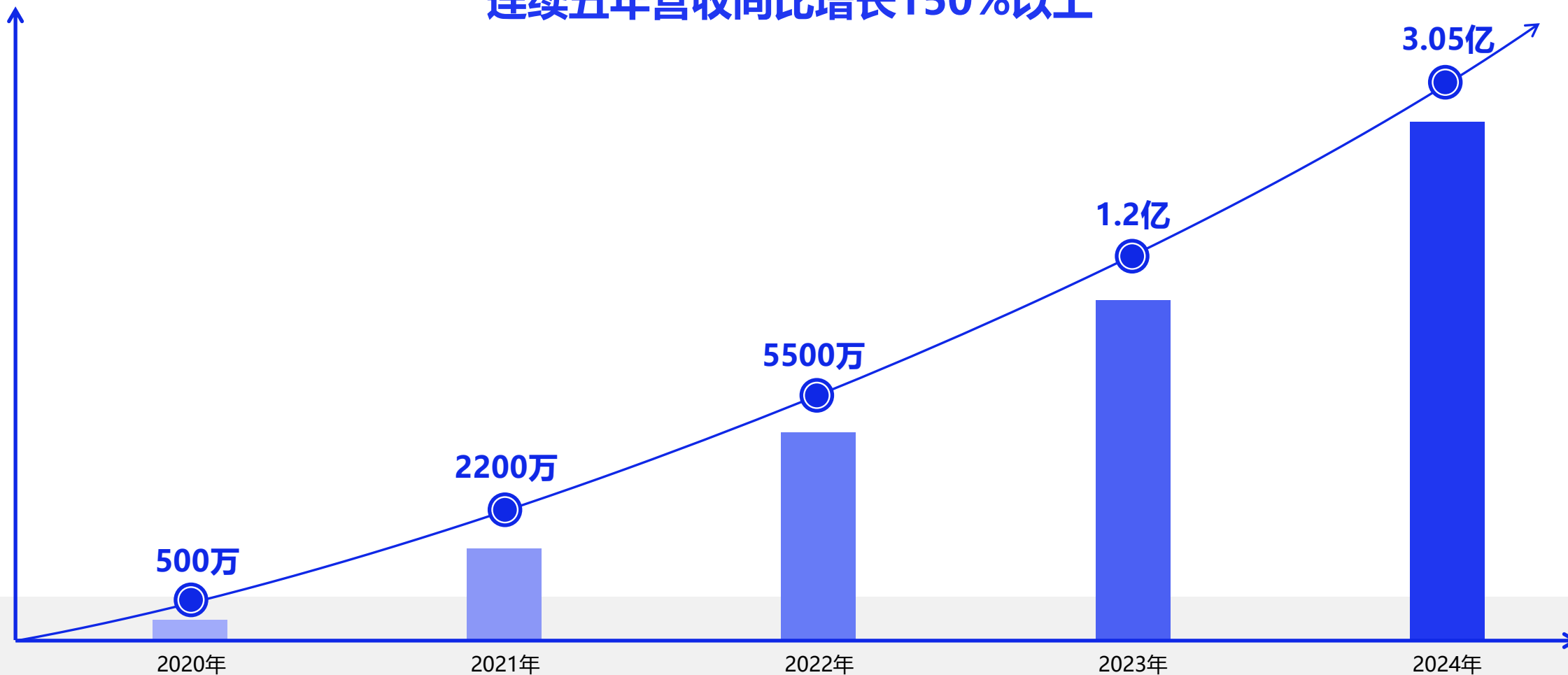
# 新一代数字化广告公司 小红书整合营销创领者

Base杭州 **180+**同学

核心团队来自顶级咨询公司、4A广告公司、  
知名美妆品牌方和知名媒体主编

- ✓ 小红书官方整合营销代理商
- ✓ 小红书蒲公英代理商
- ✓ 阿里妈妈·淘宝联盟小红星优选服务商
- ✓ 京东联盟小红盟优秀服务商
- ✓ 小红书年度种草力合作伙伴

站在数字化广告和消费品营销的双股大潮上  
连续五年营收同比增长150%以上





# 我们深刻理解平台流量结构变迁 掌握平台全要素工具，助力品牌抢占平台红利



## 公司简介及核心优势

# 中国顶级广告大奖中 最年轻的广告公司

TopDigital  
金奖

小红书  
首届种草大赏  
全场大奖

金投赏  
铜奖

TBI  
杰出品牌创新奖  
金奖



亚朵星球  
2TOUR PLANET

助力亚朵深睡枕  
斩获品牌专场NO.1

创新行业2024年Q1



网易严选

食品饮料&互联网行业  
银奖

RED CASE 2023Q1



亚朵星球  
2TOUR PLANET

助力亚朵深睡枕  
登顶天猫枕头TOP1

创新行业2022年Q4



miboi 米博

创新解决方案  
行业银奖

家清行业2023年Q2



网易严选

产品共创  
营销大奖TOP1

RED CASE 2023Q1



Ronshen  
容声

助力容声冰箱  
小红书声量登顶

3C家电行业2022年Q4



MEDREPAIR  
美露尔

助力蓝绷带面膜  
登顶涂抹面膜全网TOP1

美妆个护行业2022年Q3



素肌良品

助力果冻挺内衣  
登顶天猫内衣TOP1

时尚服饰行业2022年Q1



新客进店超90%  
进入洗洁精第一阵营

日用家居行业2022年Q2



朝日  
唯品

全线产品种草塑造  
小而美品牌环保心智

食品饮料行业2022年Q3



邦先生

反漏斗式营销  
行业金奖

家装行业2023年Q2

8大行业 11项  
REDCASE大满贯



亚朵星球

双品类断层式领先  
突破品类传统生意天花板  
蝉联11.11多榜单**TOP1**

科沃斯扫地机器人

新品首销**GMV1.3亿**  
新品成为2024年  
Q1行业热搜SPU **TOP1**

高露洁牙膏

11.11电商增长**400%**  
小红书进店UV $\leq 10$

自然堂小白钻

人群规模暴增**260%**  
月搜指数上涨27倍

网易严选女神椅

高端工学椅**TOP3**  
11.11期间天猫ROI大于5

家安餐具净

进店新客超过**90%**  
全年20%以上增长

# 只服务于品牌增长

## 一站式助力超百个品牌登顶

不只是甲乙双方，更是增长伙伴  
与客户深度协同，共同进化

雅萌美容仪

双11登顶  
品类**TOP1**

养生堂

24年单月闭环  
**GMV2000W**  
闭环ROI排名**TOP3**  
小红书rise100品牌

萃乐活超红膜

天猫大快消  
**TOP3**新品牌  
11.11成交超**2000W**

认养一头牛

儿童牛奶  
天猫双11**TOP1**  
进店UV $\leq 5$

米蓓尔蓝绷带

涂抹面膜  
全网**TOP1**

东方树叶

黑乌龙上新  
小红书搜索**TOP1**

内茵

天猫保暖内衣**TOP3**  
内衣行业新品牌**TOP1**



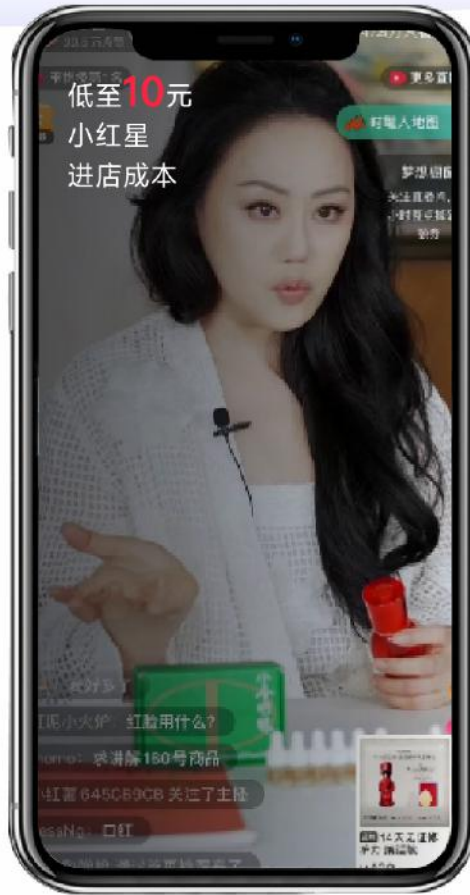
## 我们的业务



## 明星资源生命周期管理和延长

种草笔记合作

直播带货合作



# 我们通过充分洞察小红书渠道机会 助推客户实现小红书闭环电商GMV超5千万

## 渠道洞察

一盘棋统筹小红书六大渠道实现多场共振

### 明星直播

渠道价值：明星合作对C端和K端都有种草价值和生意价值  
TO C-口碑背书，为品牌/产品聚集关注  
TO K-撬动买手合作，并作为价格锚点为头部买手直播抗价  
关键指标：AIPS人群资产增长、直播GMV

### 商销

渠道价值：①销售价值  
②验证内容效率  
③拉新(店铺转化)  
关键指标：竞价CTR、笔记7日ROI

### 买手专场

渠道价值：①内容的深度渗透  
②生意的深度分销  
③复购  
关键指标：直播投流ROI、直播GMV

### 买手混场

渠道价值：①销售额补量  
②拓圈  
关键指标：种草笔记互动数  
直播GMV

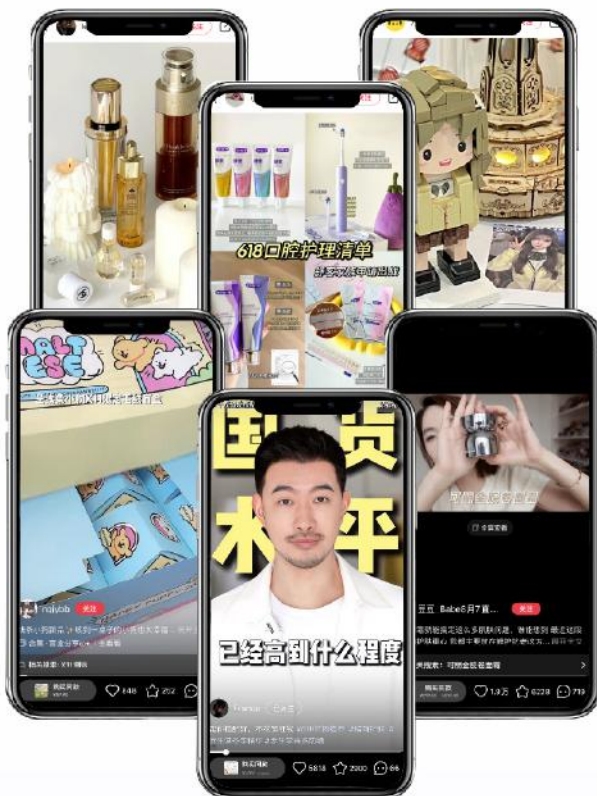
### 自播

渠道价值：承接外溢的K播流量和种草流量，将效率最大化  
关键指标：自播投流ROI

### 店铺货架

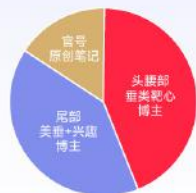
底层价格锚点  
非主要售卖渠道  
核心价值为比价坐标系  
突出其他渠道价格优势

## 内容制作



## 投放转化

### 如何拿量



#### 素材支撑

头部KOL背书/分享型视频笔记>40%  
尾部KOL测评/推荐型图文笔记>40%  
官方原创笔记>10%

#### 新计划出价

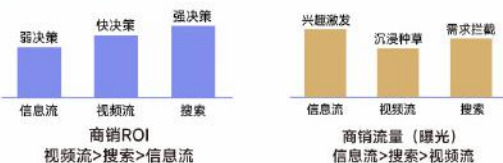
非推荐出价，根据过往ROI表现出

#### 新计划周期

3-7日学习期

### 如何提效

根据点位销量调整素材



### 如何优化



# 进店成本降至5以下

## 百雀羚帧颜霜精准切入抗老面霜市场

百雀羚

### 投放目标

- 心智积累：树立新品口碑，抢占抗老赛道，塑造品牌心智
- 生意增长：深度种草，实现爆品突围，打造国货面霜标杆
- 资产沉淀：沉淀内容，拉动线上平台产品搜索量及声量

### 策略执行

Step1 洞察赛道与人群切入点，制定人群反漏斗策略

Step2 针对成分党，进行核心抗老成分的科学传播

Step3 以快速淡纹为核心沟通点进行情绪营销，并借力王一博破圈

Step4 制定竞品狙击策略，精细化KFS抢夺温和和敏肌人群和贵奢人群

成分党人群

平价抗老人群

敏感肌人群

贵奢人群

### 成果交付

|              |          |
|--------------|----------|
| 面霜品类AIPS排名   | ↑16      |
| 国货面霜品类AIPS排名 | ↑8       |
| 进店成本         | 优于大盘80%+ |
| 新客率          | >60%     |



月薪 3k 和月薪 5w 交换干饭

蜡笔小希 1.5万



用一个小彩灯就在寝室拍到了极光!?

辣条董事长 4860



王一博五奢顶流合作最久的国货! ❤️

Ruby张丹的... 5206



1500万的房子，我竟然没那么想住？

提款 4260



晚间护肤，肌肤也要充电

梅婷 1893



王一博这脸蛋太令人迷糊

Lam Fashion... 3735



「用完5瓶才敢说」国货面霜圈该洗牌了

叶琛 Adam 3558



假期爱用小总结 通勤恩恩的通勤搭子~

狄小姐 1882

# 养生堂：种销一体突围高端人群，单日成就“双霜百万单品”

YOSSEIDO



## 商销

### 强内容 背书加码



代言人二创

腰部背书

口碑好评

### 测人群 精准渗透

爆款产品 冬孕精华  
+  
人群测试

核心：奢美、熬夜、护肤、双11人群  
拓展：养生、医美、急救修护x抗老人群

### 细运营 智能放量

通投+智能定向  
完成规模化转化

双11第一波  
ROI ≥ 2

## BK代投

### 直播「前中后」精细化运营 加码机会人群促转化

#### 直播前 重预约打头炮



#### 直播中 精运营助转化



### 精细运营，乘风放量助力

高效引流

买手笔记二跳  
+  
直播卡一跳

精准定向

智能投放  
x  
高级定向+智能拓量

乘风助力

托管计划  
+  
手动计划

[品牌/电商行为人群]

[博主粉丝人群]

[护肤尝新党/疗愈尝鲜党/悦己美容家/精致生活家]

[医美人群/熬夜人群/奢美人群]

投流贡献GMV

15%

投流整体ROI

> 4

#### 直播后 恒种草走长线

明星直播切片



明星直播切片投流ROI > 1

店铺16H经营



# 百年口腔巨头高露洁 如何为多SPU量品定制种草策略

Colgate

品牌拍档  
创新实践  
案例银奖

**背景** 百年口腔巨头品牌，开启小红书系统投放元年

## 目标

- 为不同品线，找到不同目标人群
- 找到不同品线所处的生命周期阶段以及阶段渗透路线
- 量品定制差异化的种草策略

## 策略

- 为不同品线，找到不同目标人群
- 找到不同品线所处的生命周期阶段以及阶段渗透路线

## 成果

### 人群资产

品牌人群资产规模 **↑ 224%**  
深度种草人群规模 **↑ 567%**  
品类人群资产排名 **TOP1**

### 小红书搜索热度

品牌整体 **↑ 504%**  
口腔护理行业排名 **TOP 2**  
牙膏&漱口水行业排名 **TOP 1**



# 舒客官宣肖战代言

协同KFS投放“一鱼三吃”，将明星效能最大化

官宣前中后协同，借助肖战官宣高势能，  
强化美白心智，转化收割需求人群

5.1

5.10

5.18

种草测试预热期

肖战爆发收割期

长尾收割&618  
预热期

明星/头K  
官宣前  
蓄水预热

官宣时  
建立产品心智/  
收割粉丝人群

官宣后  
持续收割粉丝  
人群，撬动自  
然流量转化泛  
人群



高级品专

牙贴商销



牙刷CID



肖战同款! 白牙这事儿  
他也太有发言权了!

金金 zinc 3989



还得是肖战，你笑起来真  
的很好看!

羽哥 Fashion 5453



肖战谢谢你! 一招搞定大  
黄牙!

汽水味月亮 3920



攻防兼备，不惧远方，我  
们江湖再见

听雅 IRIS 1484

# 首次反传统广告大曝光，进店成本降低90%

奥妙快洗洗衣液以细分场景切入，构建产品立体形象



痛点直推

原来15分钟洗完衣服这么爽!!!

邹邹ink 402



护衣经验

15分钟洗干净?? 原来快洗模式要这么用!!!

冲啊女宝 487



快洗科普

别把衣服都白洗了! 一篇教你快洗模式怎么用

饭饭生活家 1202



双11节促

双十一一按斤囤! 奥妙把脏衣服承包了!!

茶茶有点甜 303



去味直推

绝鲨异味最好的单品 | 轻松get 香香公主!

娜娜学姐- 542



运动健身

健身完最讨厌的事! 洗衣服!!!

塌塌 426

## 策略执行

### 从特色人群画像与搜索关键词

通过小红书灵犀平台，洞察小红书快洗使用人群特征  
了解其阅读品类兴趣x关键词兴趣

认识人

### 从UGC笔记&评论

人工筛查小红书上300+用户真实快洗使用场景  
总结20+使用场景

理解人

### 找到真正吸引TA的内容切角

针对不同人群，定制16种细分场景沟通切角

吸引人

成果交付

↓90%+  
进店成本

30%  
新客进店

>1.5  
ROI

联合利华家清事业部最低进店成本品线 get

# 「深睡枕+夏凉被」双品均突破品类传统生意天花板 创造家纺行业现象级生意

小红书  
种草大赏  
全场大奖

TopDigital  
种草营销组  
金奖

2024年Q1  
RedCase

2022年Q4  
RedCase



睡得少睡不好，增肌减脂  
白搭！10分钟睡前拉伸

钳钳妈阿曼达呀 2.6万



学会正确休息也太爽了吧  
3步回血狂卷不累

大鹿鹿学姐 2.6万



雨天，窝在不被打扰的床  
车里，轻松深睡

查理布朗熊 4.9万



空降澳洲市场，会一会当  
地的生猛海鲜~

玲子 Reiko 2.3万



当下爆火的亚朵星球深睡  
枕Pro，到底好不好?

陈泥玛评测 2.3万



非它不嫁！！

陪嫁嫁妆没它！我不  
嫁！！

关耳朵橘子 1.9万

## 目标

- 打造「深睡」的品牌资产，以「深睡」概念为抓手，找到强相关的痛点人群，通过场景化表达，触达一二线中高端用户群体
- 形成品类登顶，进一步促成销售转化：在枕头这个非增量市场，持续拉新
- 「深睡」概念强渗透，打造系列产品线，形成品线延伸、升级

## 策略

- 跳出枕头品类限制，寻找更广阔的“睡眠失眠”人群
- 在实现换枕人群100%覆盖，新枕人群覆盖15%后，对新枕、潜在换枕人群进行重点突破&流量渗透
- 通过董洁、吴昕等养生人设女明星，有效强化亚朵星球的养生心智联系；并借助董洁首次直播热度，进一步放大亚朵深睡枕的平台声量

## 关键交付

3.7亿元

超百万个

17万条

TOP1

TOP1

3.6倍

618线上全渠道GMV

亚朵星球枕头全品618累计销售

亚朵星球深睡夏凉被618累计销售

天猫618枕头热卖榜

淘宝床上用品/枕头/被子行业单品

带动亚朵星球品牌词增长

# 突破狭小品类极限 小熊叠叠锅不到4周从0到品类登顶

Bear 小熊

## 项目挑战

- 常规垂直种草人群体量少
- 专业竞品常年称霸品类第一
- 预算难以支撑大规模KOL铺量

## 交付成果

### 生意经营



### 人群资产

#### 人群资产规模TOP1

AIPS 人群 规模行业排名 Top 50

| 排名 | 品牌    | 产品               |
|----|-------|------------------|
| 1  | 小熊    | 小熊N21P2多功能锅      |
| 2  | BRUNO | BRUNO BOE123多功能锅 |
| 3  | 摩飞    | 摩飞MR91多功能锅       |

#### 阅读量&阅读渗透率双TOP1 品牌&SPU双TOP1

| 排名 | 品牌    | 产品               |
|----|-------|------------------|
| 1  | 小熊    | 小熊N21P2多功能锅      |
| 2  | BRUNO | BRUNO BOE123多功能锅 |
| 3  | 摩飞    | 摩飞MR91多功能锅       |

## 策略执行

### step 1

- 洞察热门趋势和竞品打法
- 找到核心 聚会场景

### step 2

- 拆解目标人群画像
- 特色人群定向渗透

都市中产

新锐白领

精致妈妈

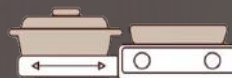
### step 3

- 聚餐场景渗透种草
- 破圈触达目标人群



### step 4

- KFS精细化运营
- 强势助力品牌曝光



# 组织亚朵星球线下发布会，邀请明星、达人云南“面基”

## 前期：线上概念发布



品牌先导片播放量 **4800W+**



产品TVC播放量 **9400W+**



活动预热蓄水

## 中期：线下活动举办



媒体报道量 **66**



直播观看人次 **41W+**

## 后期：线上二次传播



KOL内容点击率 **10.88%**



23年10.11-11.11 V.S. 24年10.11-11.11 品牌UGC词云

品牌理念词↑，折扣大促词↓  
带动酒店服务UGC讨论贴**↑17%**

**高度** 认同睡眠领域领导品牌的地位，**深度** 认可“自然深睡”的品牌主张

品牌新增人群资产 **8400W+**

品牌词搜索 **23W+** (环比↑7%)

产品词搜索 **31W+** (环比↑26%)

# 以IP带品牌，以品牌带单品

小熊电器「轻松生活有感而发」IP主推品实现T1人群资产登顶

Bear 小熊

# 吴磊直播 #



# IP轻松生活有感而发 #



品牌声量



TOP5

品牌搜索量  
行业排名



TOP3

品牌阅读渗透率  
行业排名



品牌总搜索量 125W+

话题总曝光数 2.48亿

人群资产



品牌人群规模

↑1700W+



全能生活家

渗透率 ↑11.3%



主推品叠叠锅与小气泡养生壶深度种草人群资产登顶

# 线上线下载动，深度融入明星代言势能

## 助力安吉尔品牌关键词心智增强且聚焦



### 全屋净水新风向



开屏画面强势吸睛



惊喜盒子激发搜索



火焰话题引发点击



橱窗品专直接种草



话题页承接UGC分享

### 成果

2.3亿+  
完成率  
230%+

项目总曝光

1.2亿+  
完成率  
171%+

话题总曝光

1399万+  
完成率  
139%+

活动话题浏览量

2.2万+  
完成率  
314%+

话题笔记发布量

线上

事件

线下

策略

KOL领衔趋势卷动净水好生活UGC

以星粉互动为核心，破圈种草明星同款

树立全屋净水站内家居设计标杆

举办净水生活家提案大赛

明星代言

小红书设计周大事件

吸引粉丝进店打卡，沉淀站内海量种草资产

举办快闪活动，净水互动玩法科普兼具传播性

# 我们擅长大消费品全行业，助力客户从增长到登顶

## 美妆个护



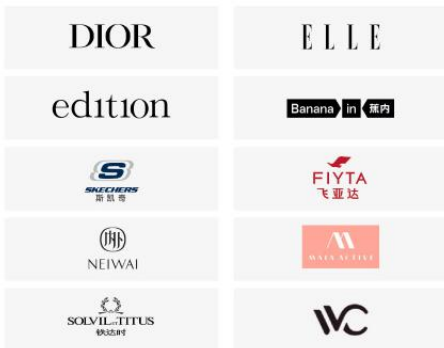
## 3C数码



## 食品饮料家清日用



## 时尚服饰



## 家居家装



## 功能食品保健品/大健康



## 母婴宠物&潮玩&其他



# 我们和品牌深度协同，共同成长

作品填写说明

## ■ 助力经典品牌，触达年轻一代



## ■ 陪伴新一代品牌，跨越鸿沟，成为经典



众多新消费头部品牌深度战略合作  
破解增长密码