

# 安唯伊：不止种草新品，更Inspire冬日亲子生活

- **品牌名称：**安唯伊
- **所属行业：**母婴类
- **执行时间：**2024.10-11月
- **参选类别：**场景营销类

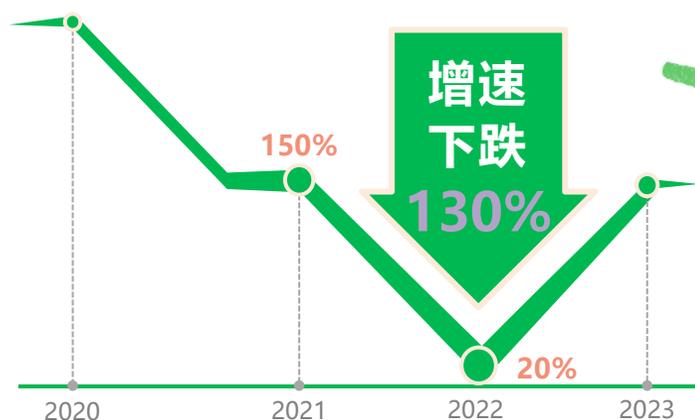
# 线上/跨境/高客单的安唯伊 小红书成为其新品孵化的唯一阵地

evereden

跨境电商 红利消失

后疫情时代

平价国货 崛起冲击



小红书

22年底 小红书投入占比

> 90%



# 新品前身已有种草尝试 打成分/打功效均效果不佳 如何突破？



胎脂面霜 - 厚重质地

成分背书

胎脂成分 认知不足

主打修护

高保湿功效 红海竞争



大咖背书?  
做了!



人群精细?  
做了!



以爆带新?  
做了!

黏糊糊  
无功无过  
黑脸  
拔草  
不太好  
不易吸收  
有点严重  
搓泥  
不好推开  
有点油  
很厚重  
肤感厚重  
不推荐  
塑料味臭臭的  
不会回购

负面评价：众多

站内消耗：超额

笔记CTR：低效

# 24年婴童面霜卷上加卷 同质化下竞品客单更低 扎堆秋冬发力

NEW



主打功效：保湿修护  
核心成分：胎脂营养

单价：¥ 299



兔头妈妈  
儿童胎脂面霜  
¥ 79

艾惟诺宝贝  
Aveeno  
baby

松达

戴可思

Giving  
启初

Mustela  
妙思乐

BODORME  
贝德美

Ellabébé

大牌面霜 ¥ 50~150

24年在投面霜SPU: 100+

商业化流水破10W: 25+

卷!

每个洗护品牌 都在主推面霜

安唯伊 客单是竞品2倍以上

面霜品类 秋冬投放预算 > 70%



最卷时刻  
选择入局

7月

8月

9月

10月

11月

**难!**

**渠道集中**

90%预算在小红书

**难!**

**心智薄弱**

打成分/功效效果不佳

**难!**

**竞争红海**

低客单竞品集中秋冬



**安唯伊新品面霜怎么破局?**

# 一直拥抱小红书的安唯伊 也最懂小红书的亿万消费者

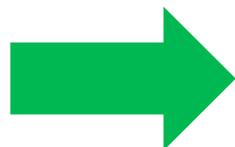
小红书用户在消费上已进入Next Level

# 消费

consumption

被动

为满足自己的产品需要而购买



# 创费

consummatory

主动

为充实自己的理想生活而购买

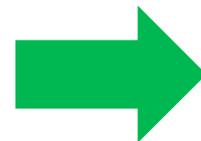
# 小红书人群资产画像 帮助品牌发现形象&用户偏差 及时调优

安唯伊前期洞察  
用户画像



VS

安唯伊实际兴趣人群  
用户画像



品牌形象不够高端  
难以支撑高客单

品牌用户不够高端  
购买力有限难转化

## 贴合种草3.0趋势 安唯伊新品面霜种草全面升级

Step 1



人群  
升级

Step 2



产品  
升级

Step 3



内容  
升级

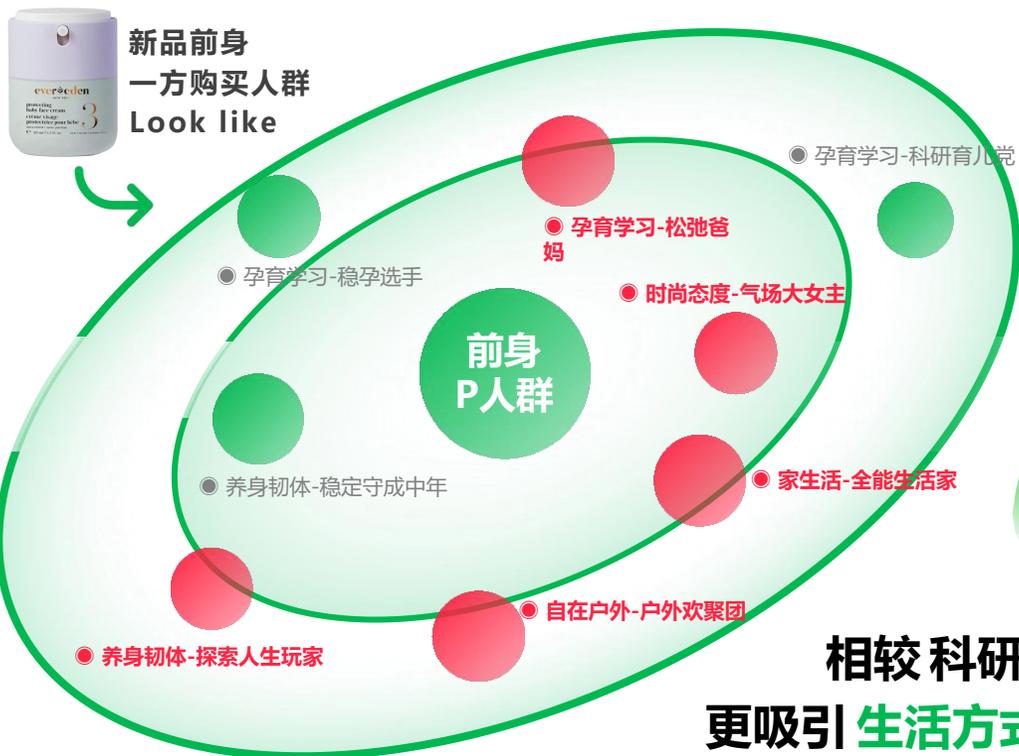
Step 4



触点  
升级

# 人群升级：借力一方回传 P人群向量相似 找到高机会高端人群

## 一方P人群向量相似



## 筛选高端人群

松弛爸妈

气场大女主

户外欢聚团

探索人生玩家

全能生活家

## 具象化目标人群



# 产品升级：货品 + 概念双双升级 将刚需产品变为生活方式

## 货品升级

### 包装升级



### 礼赠升级

毛毛包  
+  
绒绒镜



### SPU升级



产品套组  
一站式解决肌肤问题

## 概念升级

### 名称升级

胎脂修护面霜

极寒绒绒系列

### 功效升级

高保湿

超保湿

### 生活方式升级



冬季怕冻脸  
居家少出门



实现极寒出行自由  
尽情享受冬日亲子时光

# 内容升级：将「冬日」营造为小红书爸妈理想的亲子生活场景

发现场激发痒点



在安唯伊笔记下，冬日不再是“宝宝冻得通红的小脸”  
而是**亲子一起享受冬日氛围的「旷野人生」**



冬日是**勇敢**  
是三五岁的年纪  
也敢在冰雪极寒中驰骋  
不必担心冻红小脸...

玩雪撒野亲子



冬日是**自由**  
是爱旅行的妈妈  
不需要停下看世界的脚步  
和娃一起探索雪国...

寒冬旅游家庭



冬日是**时尚**  
是在冰天雪地的洁白中  
定格下亲子最幸福的笑靥  
让肌肤在阳光下照亮...

暖冬时尚辣妈



冬日是**温馨**  
是回到壁炉火光的家中  
给娃来次沉浸式护肤spa  
让柔软的小脸暖到心里...

寒冬旅游家庭

# 内容升级：针对痛点需求 产品组合打法 全面解决冬日护肤担忧

搜索场解决痛点



以爆带新

单品带系列

场景产品组合

面霜  
家族



棒棒  
系列



唇膏  
合集



干敏泛红



缺水起皮



唇炎干裂

出门前  
预防

户外中  
补涂

回家后  
修护



品牌&品类人群

肌肤痛点人群

生活方式人群

品牌词 #安唯伊面霜  
品类词 #儿童面霜冬季  
爆品词 #TF玫瑰唇露

品类词 #儿童面霜敏感肌推荐  
痛点词 #冬季宝宝嘴唇干裂怎么办

场景词 #儿童滑雪 #东北旅游  
品类词 #冬季护肤必备清单  
需求词 #哈尔滨亲子游要准备什么

# 打造新品「高潜人群破圈路径」 内容+搜索词精细化布局触达

## 从刚需向生活方式延展

## 内容精细布局 发现场拉兴趣 搜索场解需求

## 搜索词组合 精准匹配

核心人群  
**品牌+痛点人群**

(安唯伊忠粉+敏感肌宝宝)

发现场  
品牌好物开箱



搜索场  
痛点解决好物



**品牌词** #安唯伊 #安唯伊面霜  
**痛点词** #敏感肌护肤 #冬季护肤

热门大词+低竞争下钻词 组合投放

高潜人群  
**高端生活方式人群**

(寒冬旅游家庭、玩雪撒野亲子、暖冬时尚辣妈...)

发现场  
冬季户外遛娃



搜索场  
冬季户外必备



**场景词** #儿童滑雪 #哈尔滨亲子游  
**需求词** #冬季亲子游必备好物

热门大词+低竞争下钻词 组合投放

机会人群  
**母婴&品类人群**

(富养妈妈、唇膏兴趣人群...)

发现场  
秋冬EDC翻包



搜索场  
冬日唇膏推荐



**品类词** #儿童面霜 #冬季唇膏推荐  
**大促词** #双十一必买清单

热门大词+低竞争下钻词 组合投放



# 触点升级：货品强Hook + 商销多触点 搭配电商IP强势卷动

## Step1 特色礼赠打造



## Step2 商笔买手铺量



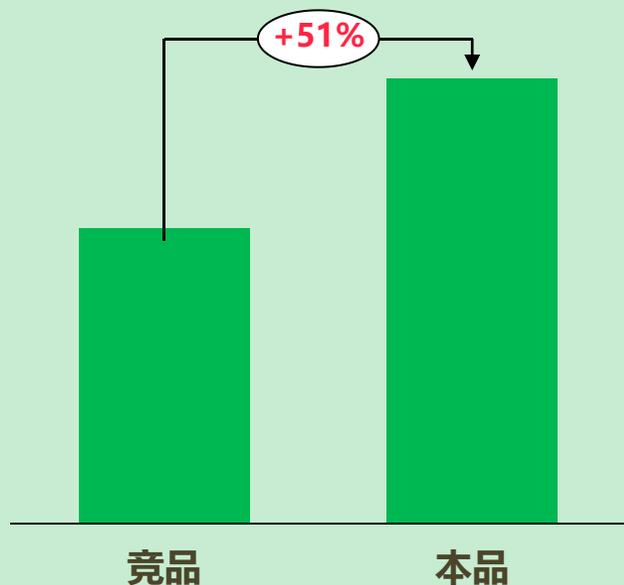
## Step3 IP商销资源推爆



# 站内种草表现突出：内容优质 人群精准 新品上市即打爆

## 效果优

笔记CTR + 51%



## 人群准

婴童护肤赛道TOP1



玩雪撒野党 65% TOP1

暖冬时尚派 57% TOP1

寒冬旅游家 65% TOP1

P人群

TA人群包

母婴生活方式人群  
∩极寒系列P人群

70%+

TA人群对P人群贡献率

## 新品爆

SPU搜索量 + 331%



# 品销合一全面突破：品牌形象高端升级 全域电商销量爆炸

## 品牌高端升级

### 品牌人群 高端升级!

更年轻

35岁以下  
人群占比 **↑13%**

更高线

高线城市  
人群占比 **↑7%**

更高质

中高消费  
人群占比 **↑6%**

### 品牌口碑 强势拉高!

品牌NPS

**73.9** +11.5%

新品NPS

**86.7** +6.9%



## 电商开创新高

### 天猫双11全球狂欢季 | 天猫榜单 天猫婴童护肤全周期 店铺成交榜

根据2024年天猫双11活动期间店铺累计GMV排名

- 戴可思旗舰店
- newpage一页旗舰店
- evereden海外旗舰店**
- 薇诺娜宝贝官方旗舰店
- 纽强母婴旗舰店
- aveeno官方旗舰店
- hipapa旗舰店
- 松达官方旗舰店
- 袋鼠妈妈婴童洗护旗舰店

### 品牌天猫店铺双11

## 首次登顶Top3



新品销量  
强势破万

## 成就百万单品!

# 安唯伊 不止让极寒系列成功热销 更让更多父母 在冬天敢带娃外出 享受旷野人生

## 24年冬季外出热情上升



年同比  
**+45.6%**



2024-09

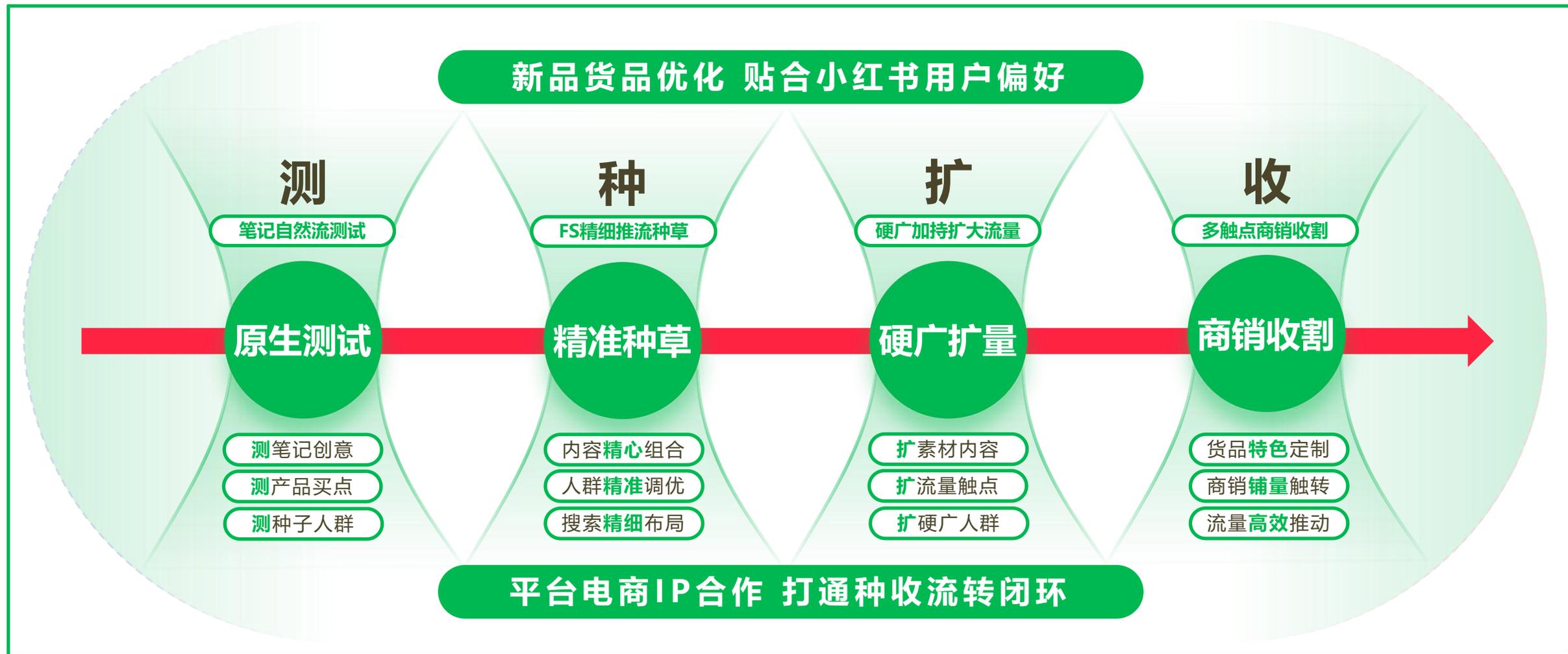
2024-10

2024-11

## 安唯伊新品成为她们的出行必备



# 安唯伊新品推广引擎：测-种-扩-收层层卷动 高效实现种收一体



# 小红书 不止让“好产品长出来” 更和好产品一起 Inspire Life

「生活方式新品」打造三部曲

