

爱他美人群精细种草战略：兵分三路三生万物

- **品牌名称：**爱他美
- **所属行业：**母婴类
- **执行时间：**2024.01-03
- **参选类别：**种草营销类

新生儿越少，奶粉营销越难做？

不仅是消费升级，更是消费者升级！

小红书

消费者：主动&专业

大环境

新生儿数量

少

出生率下降
少子化趋势

行业：奶粉发展走进前所未有的红海时期

高
高端化

高端和超高端奶粉成为中国婴配奶粉市场规模上升的主要动力。高端奶粉约占中国婴配奶粉市场约 53% 的份额

精
精细化

在整体奶粉市场销售额下滑的背景下，羊奶粉、A2奶粉、水解奶粉等针对个性化需求的细分品类仍保持高速增长

尖

做好选购功课 小红书妈妈
都被逼成一个个奶粉尖子生

掌握信息的主动权

在小红书主动做奶粉功课
购买决策前，反复搜索对比

专业且挑剔

对奶粉配方成分了如指掌
不盲目跟风，根据自身需求选择

行业巨头在求变应战，小红书母婴为爱他美实现种草精细化升级

从一个爆品到一堆爆品 种草细化多点开花



×

小红书

承高端与细分趋势
调性地位的再攀升

品牌端

深度挖掘需求细分
对的产品对的人

产品端

刷新用户视界
实现口碑逆转

公关端

过去 — 做大一个



【卓萃】
经典单品
生意主力



【奇迹系列】
跨境高端线
有机&水解&HMO

产品
结构
升级

现在 — 同时做爆一堆！



【领熠】
顶配定位
天花板力



【卓傲】
主力单品
经典焕新力



【卓伴】
羊奶粉新品
主打好吸收



【奇迹系列】
跨境高端线
有机&水解&HMO



【白金系列】
老牌网红
DHA&HMO&剖宝

核心策略：兵分三路 三生万物

种草模式新探索：告别多品赛马/一牌重砸——而是多主角，不抢戏，各有受众，共同富裕

以牌带品



不如

以品带牌

【领熠】

【卓傲】

【卓徉】



传统整合营销 — 资源易浪费

小红书种草 — 精细化聚焦

小红书

种草新手段：IP+内容种草+搜索拦截 组合拳聚合势能攻占芳心

提升曝光覆盖
积累浅层兴趣人群

IP营销脉冲
聚拢人群视野

创意主题

王牌曝光

视觉冲击

多元触点

加强人群教育
浅层兴趣→深度兴趣

内容深度种草
人群多次触达

对的内容找对的人

人群精准定向

强化产品背书
加速购买决策

搜索精准拦截
决策前临门一脚

搜索页品牌呈现

搜索词渗透策略



灵犀 小红书大数据平台支持3品线对应创意与内容差异化制定

行为见人心：在小红书 虽然都是奶粉 但并不都是同一群妈妈在关注

灵犀Ti人群洞察开视野：通过人群属性、搜索偏好、内容偏好等找到3大SPU对应的机会人群

小红书灵犀平台洞察：3款产品深度兴趣人群（主动搜索人群）画像



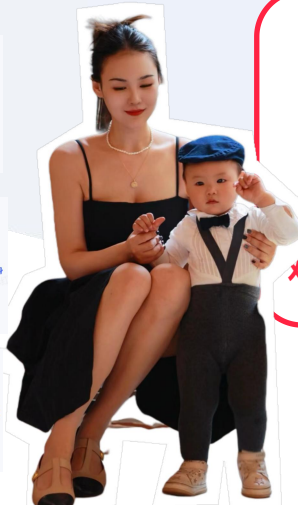
顶配定位 天花板

关键判定数据

一线 & 一线占比高

高消费
占比高

对奢牌高兴趣



新手妈妈



主力单品 经典焕新

关键判定数据

孕期/
0-6月占比高

25岁以下
占比高

偏好新生儿 内容



成分党妈妈



**羊奶新品
主打好吸收**

关键判定数据

生病词靠前

中消费占比高

35 + 占比高



从人出发定文本：基于技术赋能为3个典型人群定制3个走心创意

奢养
妈妈

讲“顶配喂养”
迎合消费观念

打开遛娃新方式
顶配之选，赢在起跑线



触达
2,400万人

新手
妈妈

讲“松弛育儿”
缓解新手焦虑

一键收藏养娃清单
不做温室花朵，育儿大胆放手



触达
3,700万人

成分党
妈妈

讲“娇嫩宝宝”
切中喂养痛点

宝贝成长补给站
低敏喂养 娇嫩宝宝也说好



触达
3,400万人

搜索中震撼心智：一个搜索动作 遇见3大明星爆品

全平台首个【品牌空间×三大产品×三大IP项目】模式合作，集体上线，震撼视觉惊艳品牌搜索人群

点击跳转



对的内容找对的人：对奢养妈妈 领熠讲尖端育儿理念和产品顶配实力

种草
— TA —
奢养妈妈



【领熠】
顶配定位
天花板



内容角度
顶配奶粉推荐/天花板奶粉推荐



搜索广告拦截
拦截断奶期宝妈

让爱他美领熠
成为接力母乳的顶配之选

断奶
场景词

断奶不喝奶粉怎么办

断奶怎么让宝宝喝奶粉

断奶的正确方法

断奶

断奶不喝奶粉的宝宝怎么办

对的内容找对的人：对新手妈妈 卓傲讲松弛育儿故事 提供科普及情绪价值

种草
— TA —
新手妈妈



【卓傲】
主力单品
经典焕新



内容角度
松弛育儿 / 新生儿奶粉推荐



搜索广告拦截
拦截新生儿宝妈心智

爱他美卓傲
成为新生儿的第一口奶

新生儿
关键词

奶粉推荐新生儿

新生儿奶粉

新生儿奶粉推荐一段排名

转奶

一段奶粉排行榜

对的内容找对的人：对成分党妈妈 卓徉用理性测评&口碑打动人心

种草
— TA —
成分党妈妈



【卓徉】
羊奶新品
主打好吸收



内容角度
羊奶粉测评/乳铁蛋白科普



搜索广告拦截
拦截成分党宝妈心智

爱他美卓徉
成为玻璃胃宝宝的天选口粮

痛点/成分
相关词

乳铁蛋白
小分子好吸收奶粉
羊奶粉推荐
牛奶粉过敏可以喝羊奶粉吗
乳铁蛋白含量高的奶粉
乳铁蛋白哪个牌子好
羊奶粉推荐婴儿
益生菌

品线热度大涨：三大单品共同收获兴趣提升 成为热搜爆品

IP吹响号角

KFS攻城拔寨

收获人心

IP触达人群打包
KFS精细运营

KOL内容角度

Sem核心买词

高质量育儿 顶配奶粉图鉴 遛娃场景



90后育儿观 奶爸带娃 新生儿喂养



横向测评 肠胃痛点 选奶攻略



场景词

断奶不喝奶粉怎么办
断奶怎么让宝宝喝奶粉
转奶的正确方法
断奶的正确方法
断奶
断奶不喝奶粉的宝宝怎么办
转奶
2段奶粉

早阶词

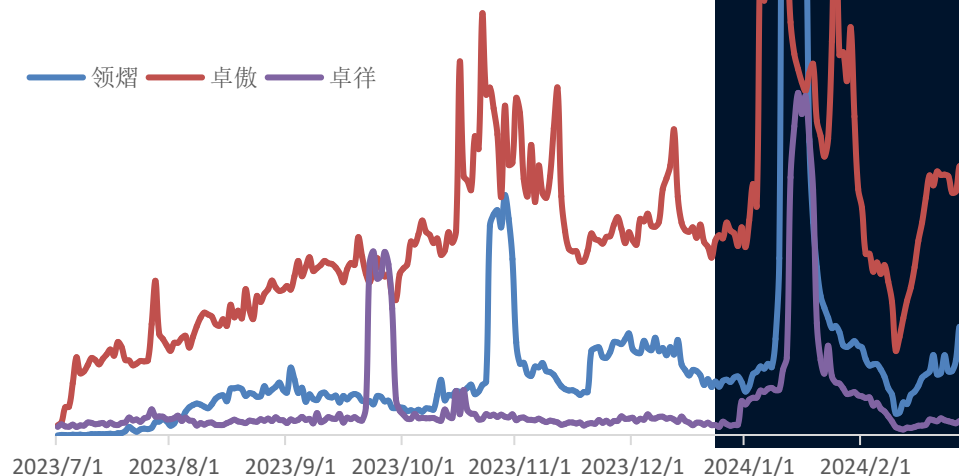
奶粉推荐新生儿
新生儿奶粉
自护力奶粉
自护力
新生儿奶粉推荐一段排名
转奶
一段奶粉排行榜

成分词
功效词

乳铁蛋白
小分子好吸收奶粉
羊奶粉推荐
牛奶粉过敏可以喝羊奶粉吗
乳铁蛋白含量高的奶粉
乳铁蛋白哪个牌子好
羊奶粉推荐婴儿
益生菌

3大单品搜索热度
大幅飙升

— 领熠 — 卓傲 — 卓祥



本次项目
周期

人群触达与破圈：三大单品内容被看到的效率提升 深度兴趣用户增加

Ti规模提升至
奶粉单品**Top13**



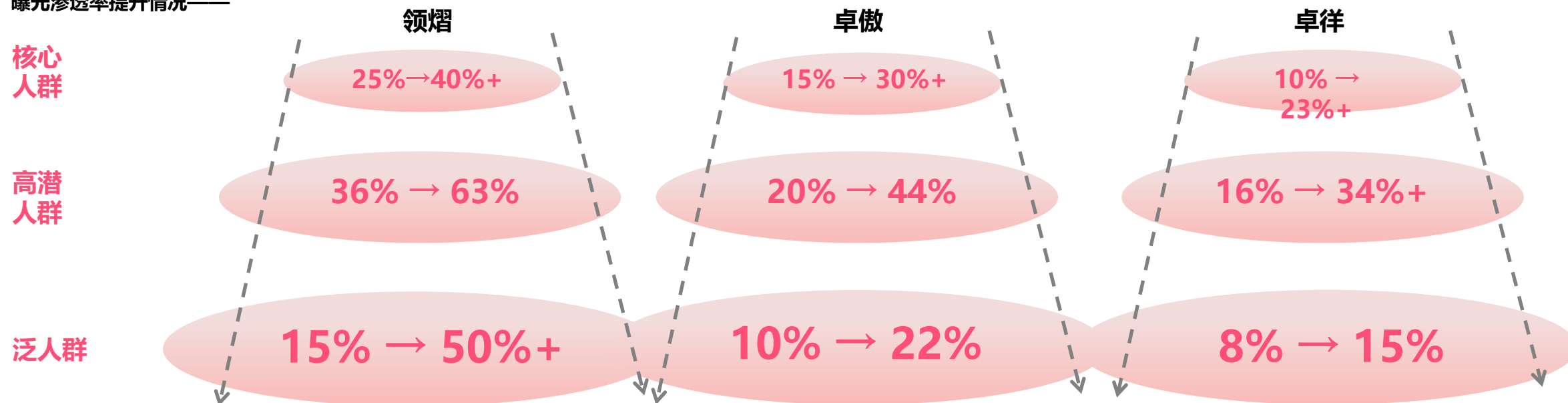
Ti规模提升至
奶粉单品**Top2**



Ti规模提升至
奶粉单品**Top7**



曝光渗透率提升情况——



激发品牌口碑逆转：UGC爆发式提升 用户自发讨论 口碑正向增长

整体品牌收获

22.5万篇UGC!



3个IP互动形式
3个品话题运营
邀请用户分享
宝宝成长瞬间

声誉指数净增长

卓傲

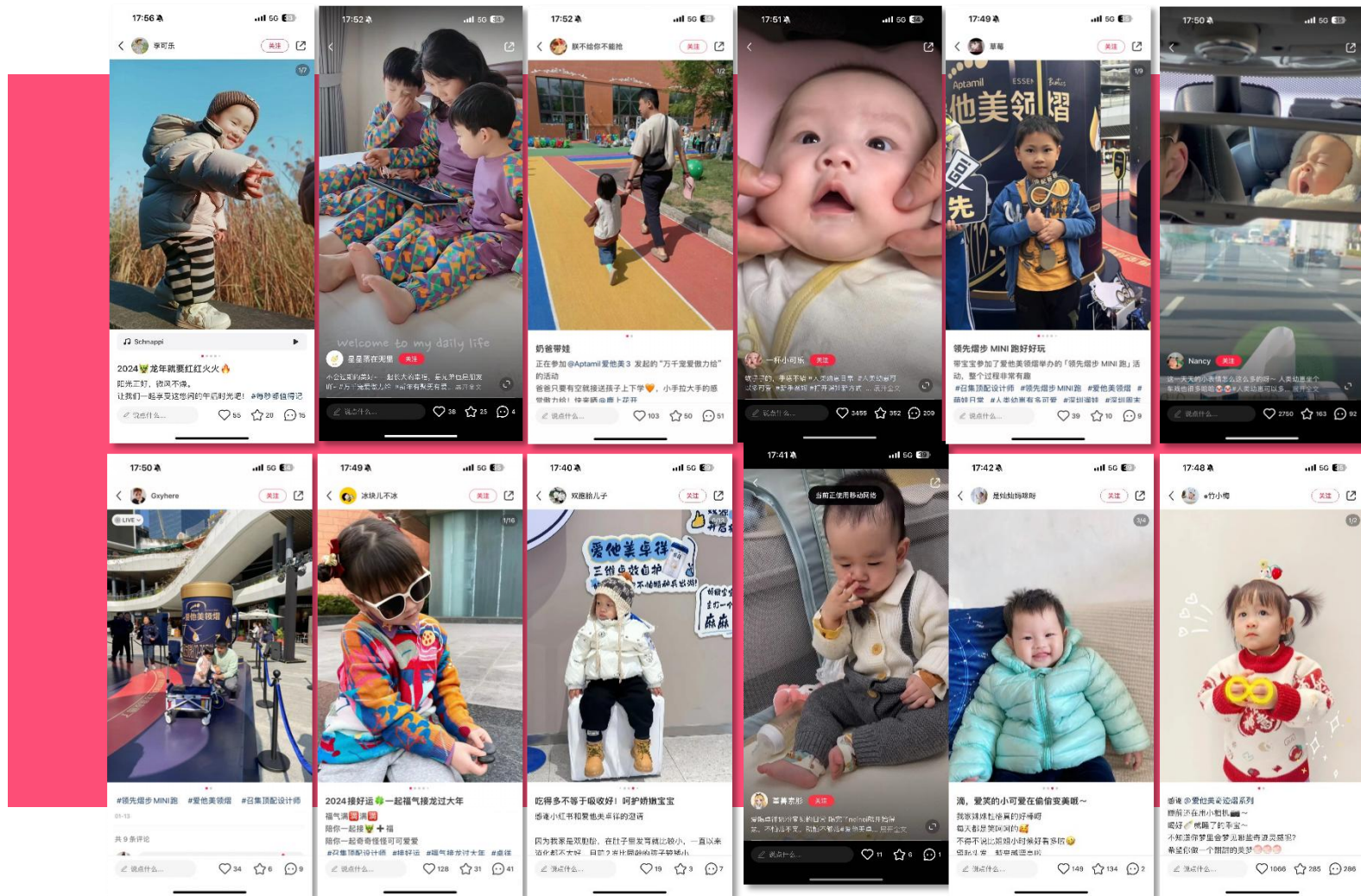
领熠

卓徉

+1.05

+6.99

0.51

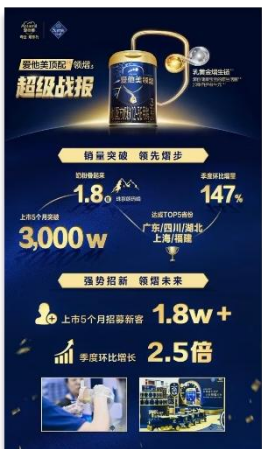


助力外溢生意：帮助3大品线提升市场生意表现

站外生意表现

爱他美婴儿配方奶粉录得了净销售额增长，在华市场份额有所上涨（爱他美24Q1财报）

【领熠】
24Q1山姆销量环比
147%



2024Q1 VS 2023Q4

【卓傲】
京东&天猫
排行榜Top



2024.02

【卓徉】
销量增长
34%



2024.01 VS 2023.11

站内外溢表现

- 下单成本：下降73%
- 进店成本：下降82%
- 加购率：翻4.5倍
- 下单率：翻3.6倍



案例总结

主推品线×3 人群洞察×3 传播策略×3
创意项目×3 内容主线×3 投放手段×3
热度腾飞×3 口碑逆转×3 生意提升×3

难点1：奶粉行业迈入高精尖时代，营销难度地狱级，品牌如何制胜？

产品矩阵 率先升级

从大单品，到多品开花
给到消费者更丰富的产品选择

难点2：多元化产品矩阵下，如何种草才更高效？

三辆马车 并驾齐驱

告别以往品线赛马模式
三大单品齐发力，找出真正TA妈妈

难点3：三大单品齐发力，如何体现差异化

以人为本 技术赋能

对的人，对的卖点，对的策略
对的内容，对的触点