

UNOVE柔诺伊：引爆小红书，流量与种草人群双增长

- **品牌名称：**UNOVE柔诺伊
- **所属行业：**日化/个护类
- **执行时间：**2025.01.01-11.30
- **参选类别：**种草营销类

韩国TOP洗护品牌「UNOVE柔诺伊」期待在从小红书打开中国市场



发膜、洗发水、护发精油、喷雾等

韩国超高人气洗护品牌

Olive Young 连续5年护发第一

深耕高端香氛头发护理横扫多个行业大奖



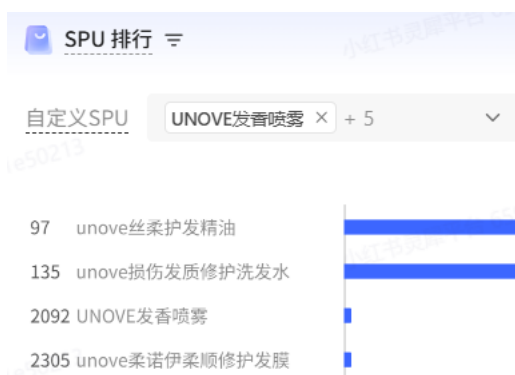
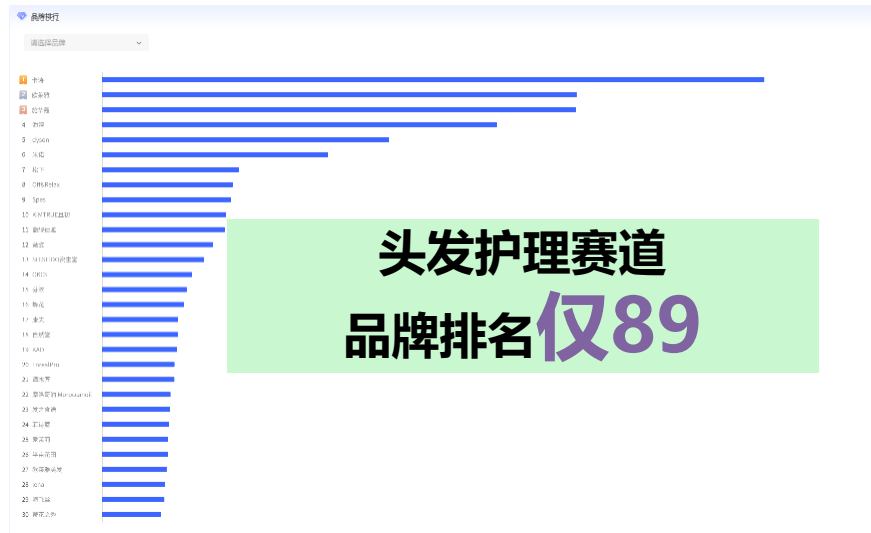
韩国几乎家喻户晓，但在中国市场消费者心智中仍是小众品牌

新产品

新用户

新认知

「UNOVE柔诺伊」在中国市场品牌认知度几乎为零,亟需在中国市场建立品牌心智, 实现从0到1的破冰



王牌产品
在小红书, SPU排名却靠后



排名2305

UNOVE修护发膜



排名97

unove护发精油



排名135

UNOVE发香喷雾

头发洗护赛道非常卷，新人「UNOVE柔诺伊」急需突围



✓适合掉发严重的宝们

高阅读，低搜索

新锐品牌各出奇招抢占洗发护发人群



所选品牌均值

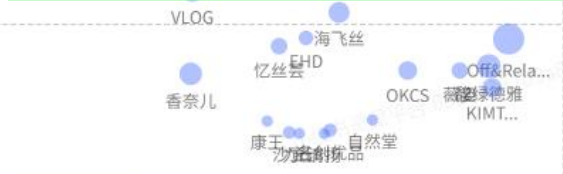


头部品牌深植入用户心智



高阅读，高搜索

成长型新人品牌，层出不穷



低阅读，低搜索

洗发护发市场品牌竞争激烈，多个头部品牌占领心智，如卡诗、潘婷、欧莱雅等



低阅读，高搜索

客户很迷茫想做好又不知如何做，想做小红书却又顾虑重重

很想做，但怕做不好



市场陌生，突围信心不足

全新市场 全新平台
前有头部品牌堵截，后有新锐品牌追兵



“虽然在韩国是家喻户晓的TOP品牌，但在中国消费者心智中仍是“小众新面孔””

做不好

不敢大投入，怕打水漂



预算严格，ROI焦虑突出

财务评估上
存在显著的短期转化压力与投资风险顾虑



“小红的成本评估，一定要严格”

要求高

不会从0到1高效启动



缺乏经验，破局路径不清

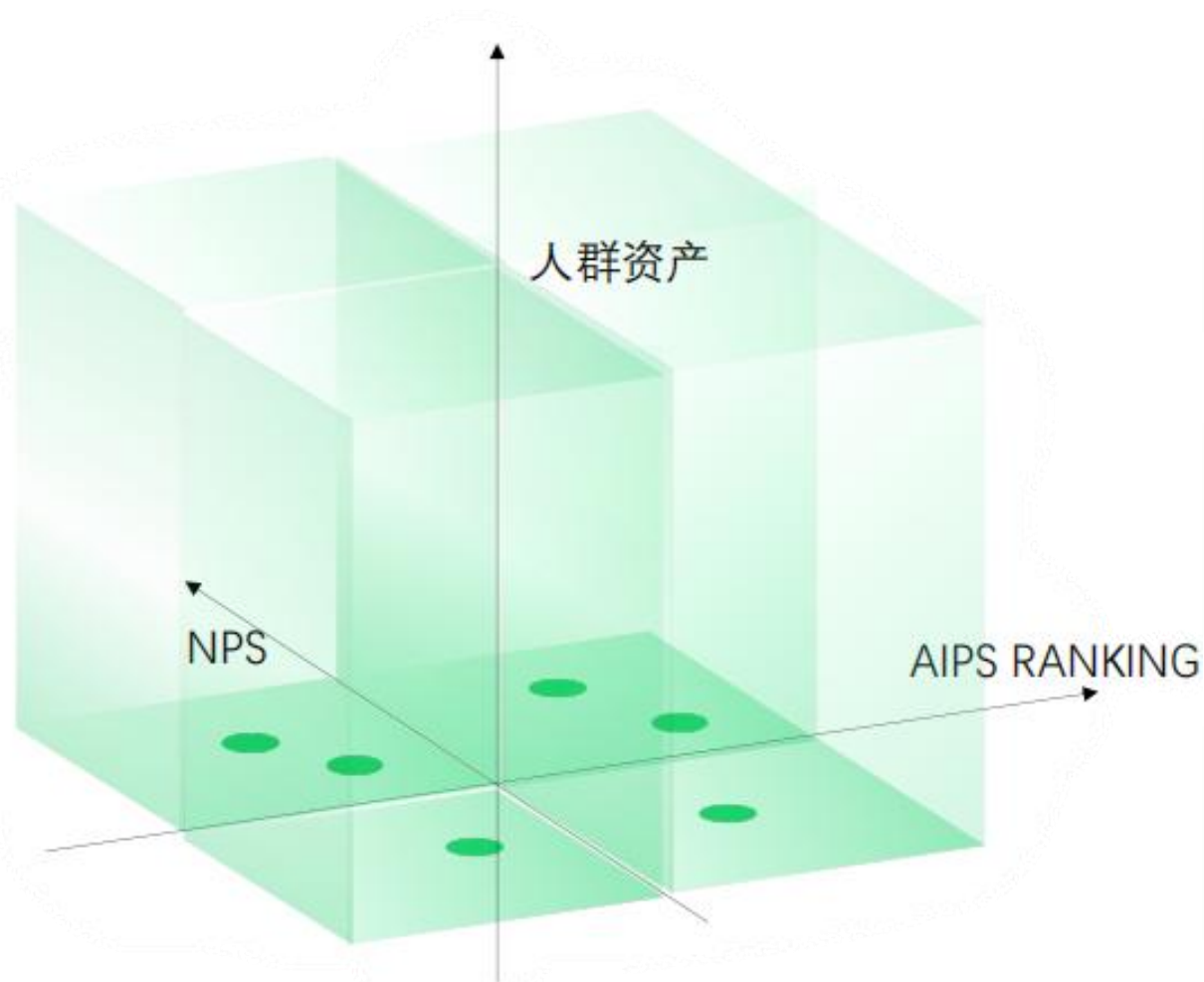
如何在预算有限的前提下
高效组合内容、达人、投流等资源？



“小红书种草太难了，没人知道怎么做”

不会做

「品→人→话」三步走，做厚点线面人群资产



认识品→选对品 *Step 1*

摸底UNOVE柔诺伊，重点布局哪些细分赛道？

认识TA→找对人 *Step 2*

SPU的潜在TA是谁？如何找到这群人

认识动机→说对话 *Step 3*

购买动机是什么？TA喜欢产品的哪个买点



认识品→选对品

Step 1

摸底UNOVE柔诺伊，重点布局哪些细分赛道？

认识品→选对品 UNOVE在大赛道排名靠后，但细分市场却**大有机会**

看市场 「UNOVE柔诺伊」在护发精油/精华、发膜赛道存在明显心智占领

护发精油/精华品牌排名



洗发水品牌排名



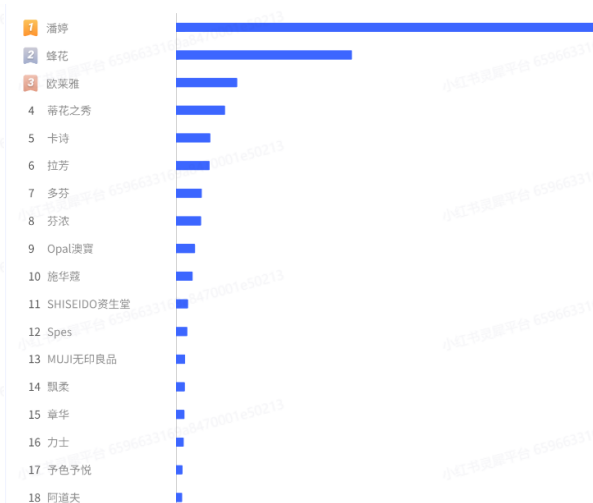
赛道前TOP3品牌：欧莱雅、潘婷、施华蔻；柔诺伊未上榜前30

发膜品牌排名



赛道前TOP3品牌：潘婷、芬浓、欧莱雅；柔诺伊排名TOP17

护发素品牌排名



赛道前TOP3品牌：潘婷、蜂花、欧莱雅；柔诺伊未上榜前30

认识品→选对品 产品矩阵洞察：找到用户关注和场景的差异化定位

看自己 发膜→心智TOP 洗发水→留香 精油→关联发膜 护发喷雾→市场空间大



3年蝉联 OLIVE YOUNG 护发No.1

¥ 98

修护柔顺

发膜

王牌产品

- ✓ 站内**头部品牌**相对较多，蒂花之秀、fino、潘婷用户心智强
- ✓ **修护、柔顺**相关场景热
- ✓ 用户关注：**头发干枯毛躁改善、使用方法、产品推荐**等



¥ 148

留香

洗发水

- ✓ 站内**头部品牌**众多，市场竞争激烈
- ✓ 和**护发素、护发精油**等品类关联度高
- ✓ 用户关注功效：**留香持久、去屑止痒、蓬松控油**等



¥ 108

发质改善

护发精油

- ✓ 和**发膜护发素**关联度高
- ✓ 多结合热门IP/场景将**功效可视化**展现
- ✓ 用户关注：产品推荐、**用法、平价产品、干枯毛躁发质改善**等



¥ 148

市场空白

护发喷雾

- ✓ 头部品牌相对少**unove**存在明显用户心智占领
- ✓ **情绪赋能、居家护理、发型打造**等场景热
- ✓ 用户关注：产品推荐和使用方法，**持久留香性和护发精油产品对比**等

于是，我们选中了发膜作为主推爆品

为什么是TA?

看市场

能避开竞争激烈的赛道
TA在细分市场潜力大

看需求

其他功效头部品牌已占领
TA在柔顺需求上具有天然优势

看自己

品牌王牌产品，过往销量佳
已经占领某些心智



中国市场消费者最关注TA什么?

产品属性

柔顺

烫染/毛躁/受损修护

质地

用户体验

味道好闻

发质改善

感觉好用

消费相关

oliveyoung必买

韩女同款

性价比高



认识TA→找对人

Step 2

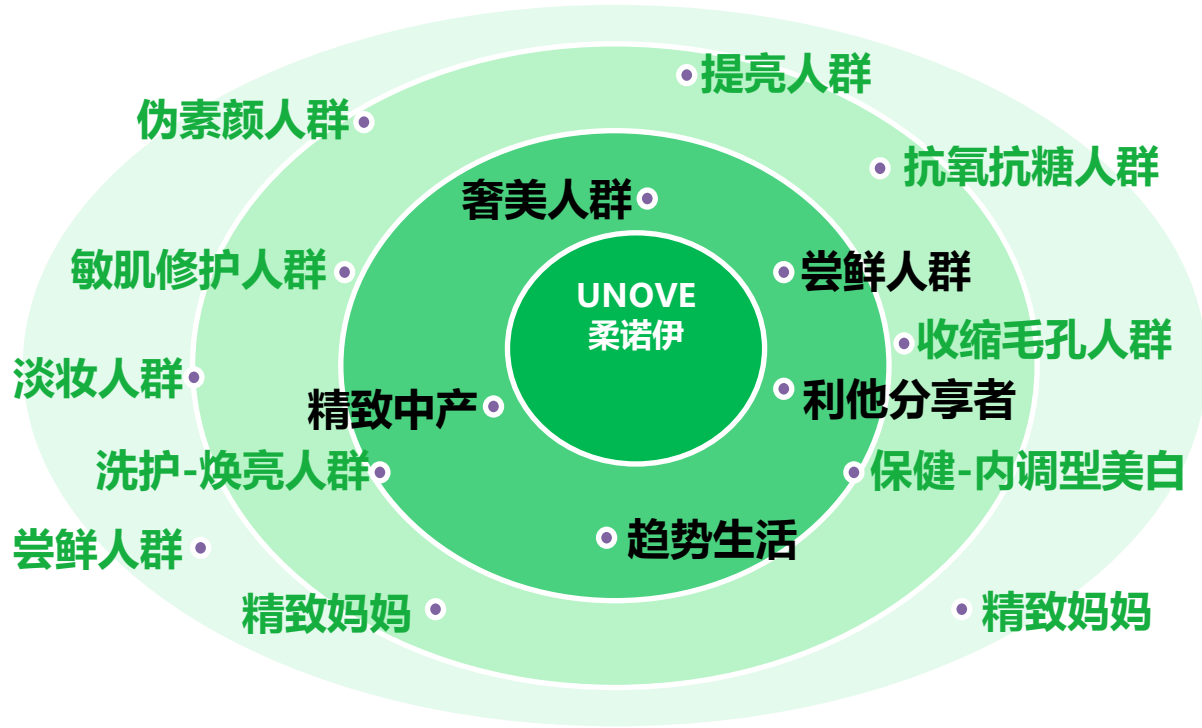
SPU的潜在TA是谁？如何找到这群人

认识TA→找对人

人群画像：以核心人群向外拓展，圈定目标人群

人群画像描述

对生活品质有要求、热衷尝试新事物
乐于分享的一二线城市精致中产



认识TA→找对人

笔记赛马：达人分类投放，高效筛选最优笔记

N

全量提测

韩系卷发教程、护发好物、留学vlog等类型多条达人笔记

20-50

优胜劣汰

按照拿量能力、CTR、CPC、CPM、CPE等维度表现，留下优质笔记

5-14

优中择优

按照展现量、消费、点击量、互动量，保留最好的

#韩系卷发教程



人气担当

CTR > 10%
CPE < 7.2

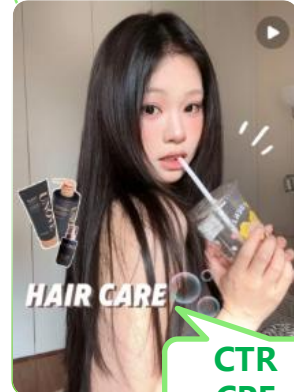
#citywalk



点击担当

CTR > 14%
CPE < 3.4

#护发技巧



CTR > 8%
CPE < 7.1

#留学vlog



CTR > 5%
CPE < 8.5

认识TA → 找对人

场景渗透：围绕场景进行内容构建，精准连接产品与用户生活

种草贡献TOP笔记

重点推广

韩女头发管理秘籍、宅家/留学vlog、韩系卷发教程、晚间洗护等场景种草效果优

搜索贡献TOP笔记

重点布局

好物合集分享、护发好物、柔顺护发指南等场景热



韩女卷发

韩国造型室同款！2min搞定韩女水光卷发



Share | 层次发打理发教程



25+女孩精致晚间洗护日常



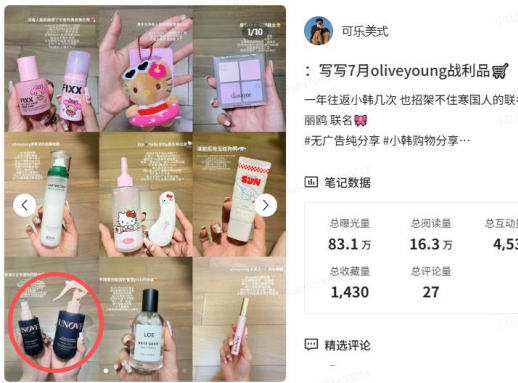
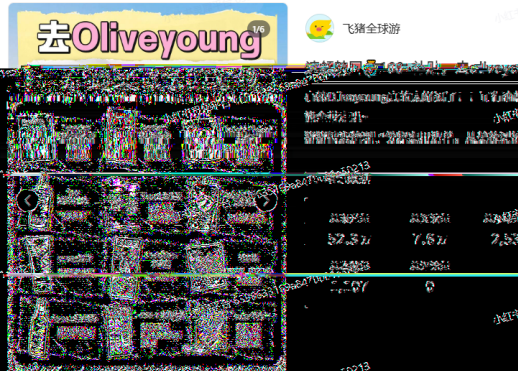
头发带来的改变

姐妹们！一直被问的韩女头发管理秘籍来啦！



接发护发干货

Hair routine三个月护理干货分享



笔记数据

总曝光量	总阅读量	总互动量	总点赞量
19.0万	1.5万	656	376
总收藏量	总评论量		
145	51		

笔记数据

总曝光量	总阅读量	总互动量	总点赞量
4.0万	4,193	270	176
总收藏量	总评论量		
56	2		



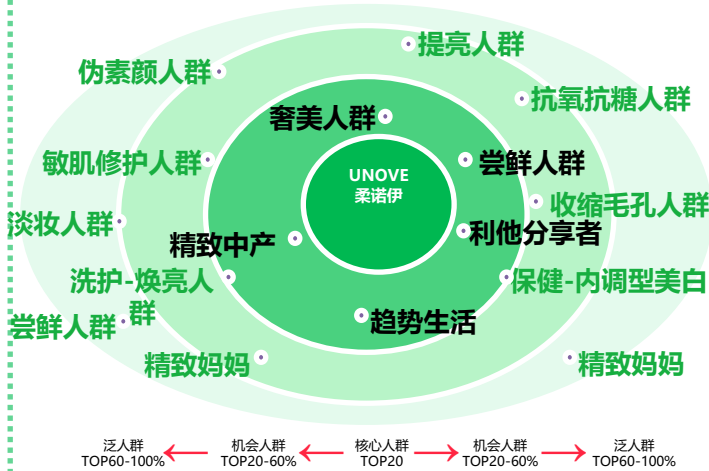
认识动机→说对话 **Step3**

购买动机是什么？TA喜欢产品的哪个买点

认识动机→说对话 基于高潜人群，拓圈渗透带动种草流量放大

锚定潜在机会人群

向量相似-机会人群洞察



高相关潜力机会人群挖掘：
奢美人群、利他分享者、趋势生活、精致中产等

精准内容巧妙沟通

人群x内容x买点匹配
小预算多组人群X内容测投

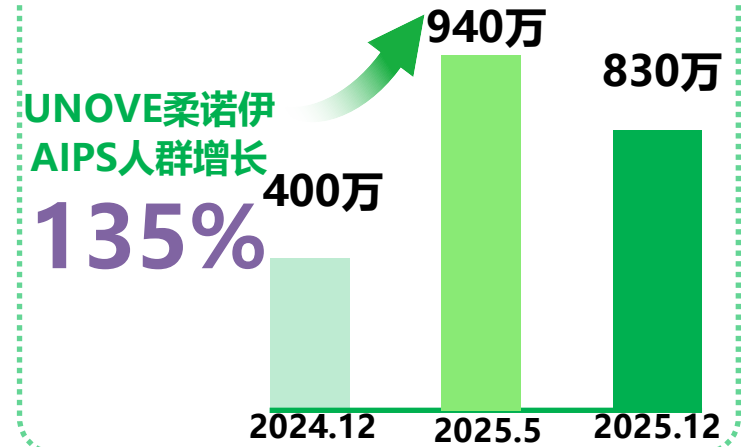
<p>利他分享人群 韩国好物分享</p> <p>柔顺护发</p> <p>新的一年 从头开始 宇彬与我 209</p> <p>人群渗透率 2.9%→4.9%</p>	<p>精致中产人群 晚间头发洗护</p> <p>发质改善</p> <p>烫染党救星！韩系洗护 洗出绸缎发 缪斯大人 94</p> <p>人群渗透率 1.9%→3.39%</p>	<p>趋势生活人群 韩国必买</p> <p>韩国TOP洗护</p> <p>枯草头逆袭韩女水光 发！！真的不是我夸... Hello不Kitty 11-19 473</p> <p>人群渗透率 2.5%→4.3%</p>
--	---	---

平均CTR > 8.3%
爆文点击率高于行业均值

流量破圈放大

流量定向 放大最优人群x内容组合

<p>优质笔记</p> <p>拿量担当 CTR > 3.3% 曝光量TOP1</p>	<p>优质人群</p> <p>CTR > 13% 点击率TOP1</p> <p>美妆个护 奢美人群 时尚态度 精致中产 生活方式人群 行业洞察兴趣 美发 发膜 潮流女生 关键词行为 人群包 头发洗护 修护人群</p>
--	--



认识动机→说对话 筛选高CTR低互动成本内容，锚准SPU关键卖点



CTR > 6%

CPE < 5



用户评论

👍 洗完很柔顺

👍 太柔顺了吧，种草了

👍 头发太柔顺了可以嫁入豪门了哈哈哈

比我以前用的好太多！搭配发膜头发不打结不毛躁，柔顺很多！很喜欢！



UNOVE柔诺伊
韩国TOP护发
柔顺修护



不止种草转化

品牌还期待，将种草沉淀为

更深的情感链接
更久的消费信任



认识动机→说对话

日常持续渗透，节点集中引爆，实现品效与成本的最优解

节点



强势占位

520情人节

品牌专区

小红书品牌专区强势占位，强化官方形象，配合明星合作提升影响力

38妇女节

借38女神节噱头种草人群

680万+
当月AIPS人群规模

AIPS人群增长
38%

940万+
当月AIPS人群规模

618电商节

品牌专区

延续上波明星流量承接电商转化流量

900万+
当月AIPS人群规模

品牌种草

9月快闪骑行

线下骑行活动

延将柔顺、香氛的高级品牌形象延申至线下，结合线上话题发酵、KOL现场打卡打造整合营销事件

8倍+

当月搜索词热度涨幅超



双11

双11种草

承接双11电商流量

830万+
当月AIPS人群规模

数据来源小红书灵犀平台 2024.12—2024.12

日常

以低成本追求稳定爆文产出，持续积累AIPS人群资产，优化成本，维持品牌热度

认识动机→说对话 9月快闪骑行活动，结合线上话题发酵，强化品牌高级形象。

精细内容种草

人群×买点×场景笔记赛马



头发护理 × 细软塌发质人群



穿搭灵感 × 时尚爱美人群



活动/产品宣传 × 品牌/品类人群

爆文笔记内容公式

公式1：163痛点场景化



公式2：532真实体验公式



前期抢占心智

F:S = 7:3

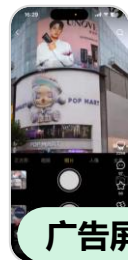
明星代言品牌专区



品专 承接搜索流量

搜索关键词布局
品牌/品类/活动词等

线下活动爆文笔记



广告屏



宣传片



门店

9.11 9.23

中期活动爆发

F:S = 6:4

口碑内容种草



使用反馈/产品种草
×
洗护人群/学生党



信息流定向人群拓展

平台推荐-奢侈品牌表兴起人群	10360.97	平台推荐-养生人群	3654.07
平台推荐-熬夜人群	7575.89	关键词行为-发膜	2563.39
平台推荐-都市白领	5068.5	平台推荐-悦享奢华【生活方式人群】	2360.48
平台推荐-潮流女生	4727.77	平台推荐-时尚态度【生活方式人群】	2109.37

都市白领

精致女生

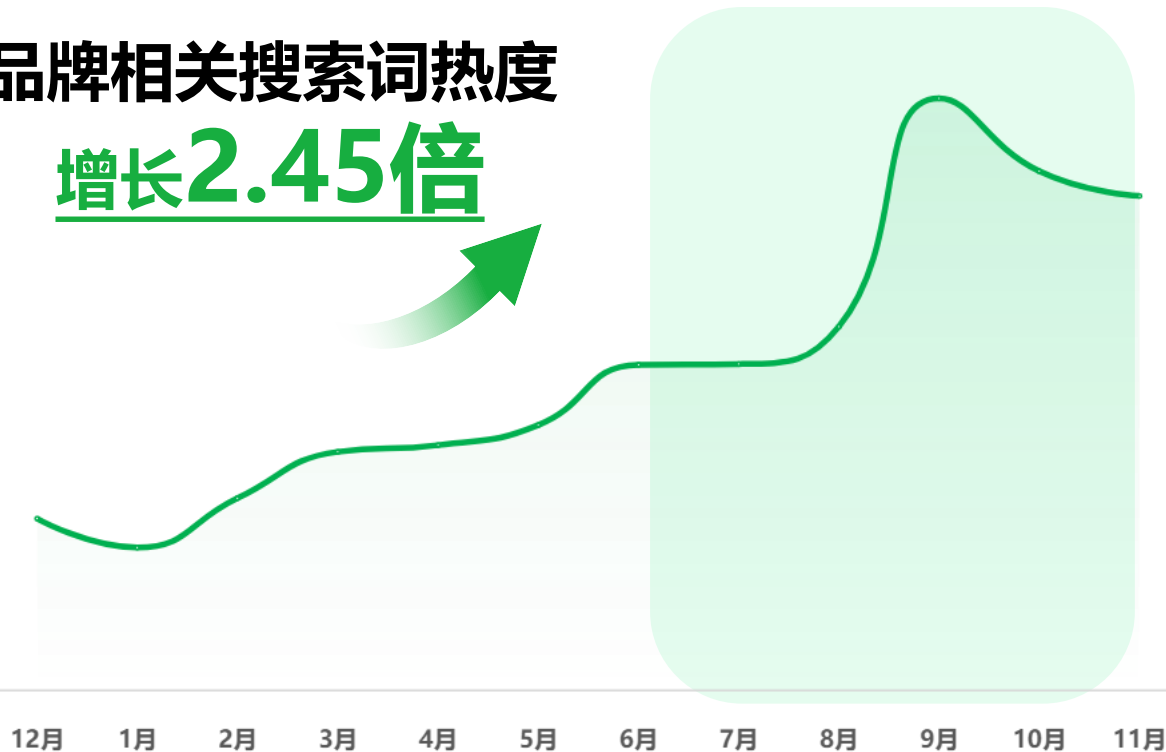
熬夜人群

后期持续渗透

F:S = 7:3

品牌热度显著增长

品牌相关搜索词热度
增长2.45倍



品牌占有率TOP1

10月个护清洁行业占有率

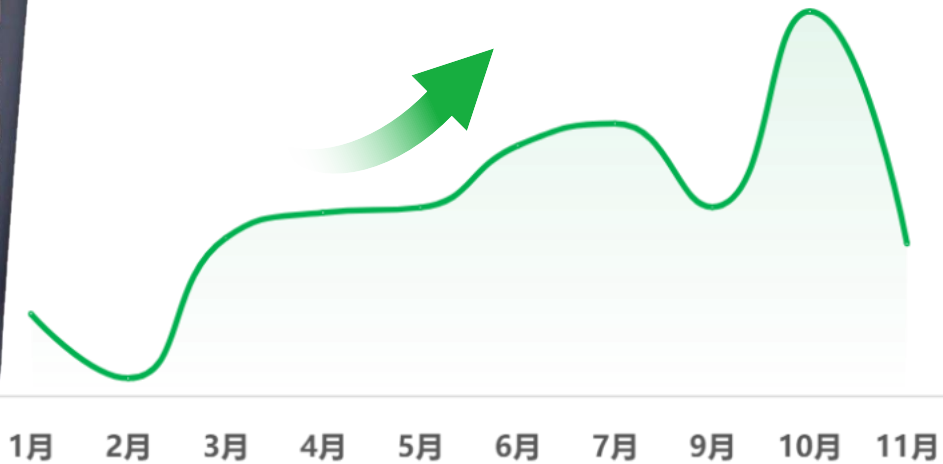
TOP1

排行	品牌	笔记数	互动量	曝光率
1	UNOVE UNOVE	279	1.92万	1.43%
2	蜂花	237	1.88万	0.84%
3	舒蕾			
4	思得宜			
5	克洛特			

发膜爆品热度更热



UNOVE发膜 月搜索热度涨幅超21倍+



销量卖爆



UNOVE发膜 淘宝月销超10000+ 入选超级立减修护发膜热销榜

入选超级立减修护发膜热销榜

爆文量显著增长

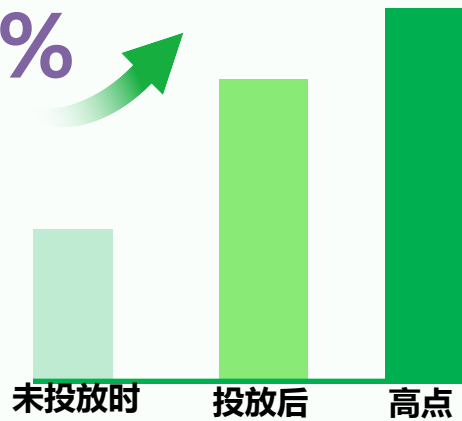


核心种草指标爆发性增长 品牌进入快速上升期

品牌综合位势 稳步提升

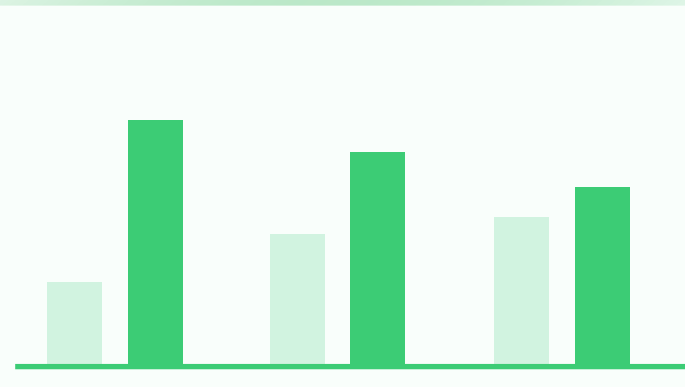
AIPS人群增长

135%



心智占比增长
+38.89%

种草渗透势能 内容破圈



笔记阅读量 搜索总量 搜后曝光渗透率
(环比+87.07%) (环比+53.4%) (环比+11.54%)

显著提升了用户主动搜索意愿

竞争格局分析 增长潜力强

搜索场广告曝光
+34.21%

搜索场广告点击
+27.87%

竞争激烈市场下，竞品认知度明显高于柔诺伊
虽有差距 但增长速度很快 未来可期