

# 克奥妮斯卷动闭环飓风：眼膜小透明6个月突破千万

- **品牌名称：**克奥妮斯
- **所属行业：**美妆
- **执行时间：**2025.02.01-11.11
- **参选类别：**效果营销类

# 品牌电商生意越来越难做，不做是错，做也是错？



有销量无利润

流量成本居高不下

消费者热情下降

退货率越来越高



从狂欢到理性:15年来为何遭遇“史上最冷”双11?

6天前 2009年那个寒冷的冬夜，淘宝商城用5200万GMV点燃了双11的星星之

2025年双11被称为“史上最冷”，消费者热情大幅下降，平台促销套路化导致信任危机

最冷清的“双11”诞生,一个时代落幕了!



2天前 商家沉迷技巧，消费者远离节日，这是这届“双11”最冷的底层逻辑 数据在涨，心跳在降 把时间拨回起点 2009年，阿里巴巴内部由张勇提出把11月11日定为大促节点，“双11”由此诞生 2014年，阿里在美国上市，马云随即成为...

不关灯の灵异君

史上最冷清的双十一,为啥被人抛弃...@管冬梅的动态

5天前 史上最冷清的双十一,为啥被人抛弃?今年的双十一几乎是在一片死寂中静悄悄落幕了,没有一丝水花,完全没有了往年的关注度和热闹景象。街头巷尾,连个讨论促销的闲聊都听不到,手机里刷到的也只是零星...



# 头部品牌云集的眼部护理赛道下，「小透明」有机会异军突围吗？

## 小透明品牌 VS 「眼部护理」红海赛道



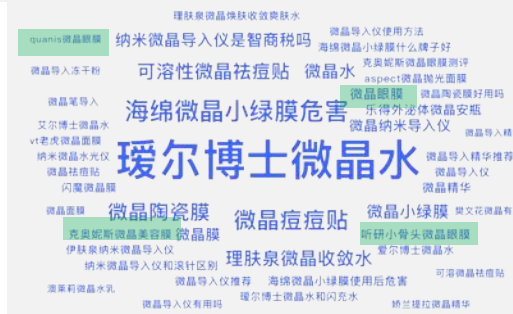
眼部护理赛道下 **29000+** 品牌



## 从产品卖点出发验证用户需求机会

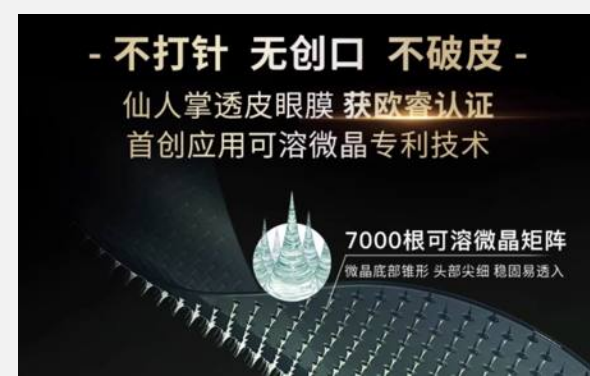
「微晶」站内热度环比增+300%


微晶热搜词下初见「眼膜」需求



### 产品卖点 x 站内热度高匹配

克奥妮斯仙人掌眼膜  
7000根可溶微晶专利技术



客户给我们提出的诉求  
在  实现健康的生意第二增长曲线



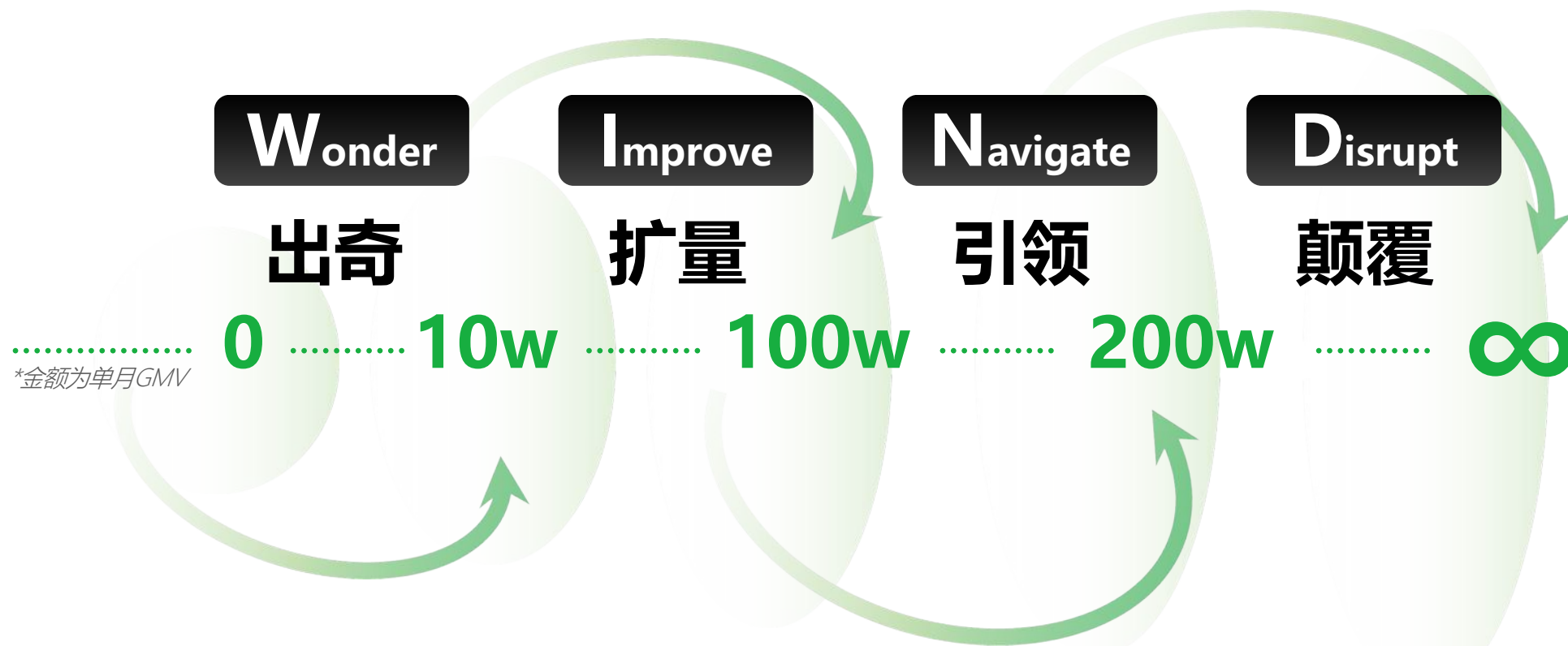
我们的挑战是

红海赛道的小透明怎么被看见？

怎么样在小红书长出可持续的生意？

“蝴蝶煽动翅膀就能引发飓风” 一对小小的眼膜如何掀起小红书闭环生意的「大飓风」

## WIND风力破局模型：小透明也可以自成风潮



# Wonder

## 0—>10W

### 在洞察中「出奇制胜」，在红海品类里捕捉到用户「没有被解决」的细分需求和场景

#### 眼膜用户对医美“又爱又恨” 在品类赛道中锚定「家用轻医美」

【眼膜】人群灵犀内容偏好



【眼部医美】笔记评论区



露草  
手打我感觉我忍不了 **巨疼**

旺财  
我填过一次，怎么说呢，差点给我印第安纹打出来了，**吓得不敢打第二次**

玛卡巴卡  
我也打了，**不到两周感觉就没效果了 难受**

#### 洞察「未被解决」的用户需求 和微晶眼膜产品卖点强匹配

眼膜用户的核心痛点下钻，找到「没有被解决」的诉求



【黑眼圈】可以化妆遮瑕

【眼袋】首选医美切除

【细纹】眼霜+按摩改善

唯独

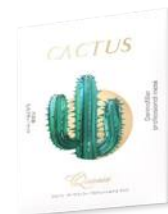


# 泪沟

- 化妆无法**遮盖**
- 眼霜不能**改善**
- 医美害怕**馒化**

#### 目标人群博主偏好分析 合作高契合度明星

980元/对的超高客单眼膜谁能带得动



基于成交人群  
「40+奢美人群∩泪沟医美摇摆人群」

从人群画像-博主偏好捕捉到  
伊能静TGI**高达3000**



买手反向筛选四维度

调性契合度

粉丝重合度

明星带货力

相关经验匹配

Wonder

0—>10W

1头部买手+N商销闭环打法快速起盘，细分内容类型赛马战术锚定主攻买点

1个核心痛点场景+N种内容素材，赛马机制跑出高转化笔记

投放策略精准匹配促转化，聚焦40+贵妇

明星同款去泪沟

ROI: 4.1+

医美去泪沟劝退

ROI: 3.5+

居家变美跟练

ROI: 2.6+



快速去泪沟方法

ROI: 3.3+

泪沟漏财运

ROI: 2.5+

素颜少女感无压力

ROI: 3.1+



结合品牌AIPS人群反漏斗锚定「医美」和「奢美」人群

赛马胜出好内容加量投放  
明星背书+泪沟效果前后对比内容强沟通

医美人群  
ROI: 13.9

奢美人群  
ROI: 8.22

数据来源：聚光、灵犀后台，数据截止时间2025.03

Improve

10W—>100W

前置牵引同时布局K播+店播两条腿走路，种下闭环「健康生意」好种子

K播

### 种草式买手矩阵

人群反漏斗闭环应用，反哺买手矩阵逐层破圈

明星化妆师/护肤专家  
高知女高管/白领精英  
熟龄&高品位女明星



找对人说对话，人感商品推广

富养妈妈家庭烦恼    精致事业大女主    40+冻龄大姐姐



婆媳情感链接



便携泪沟橡皮擦



明星同款少女眼

小红书闭环风向把脉

美妆个护行业TOP100商家中  
商销+K播+店播皆布局的占比近80%

### 投流策略

人群包∩小红书直播间购买习惯人群  
精准狙击

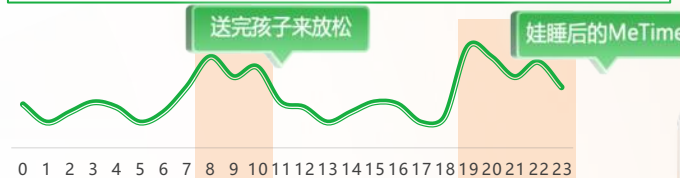
直播运营夯实信心

复购率30%、退货率10%

(\*抖音/天猫的 1/3)

### 人感式直播高效促转化

细拆成交时段，人群洞察反哺开播节点



验证买点+“傲娇”定位+交谈式话术=高转化

- 人群聚焦** “20岁的小姑娘来我直播间问我能不能用，我直接给他回绝了，我说你30岁之后再买”
- 痛点共鸣** “眼部是非常容易出现皱纹的，女人的第一条皱纹就是从眼睛开始”
- 反向安利** “产品不建议天天用每天用，因为它真的太猛了”
- 傲娇背书** “咱家都是有两百多项专利证书的，所以说我们有足够的自信”

店播



# Navigate

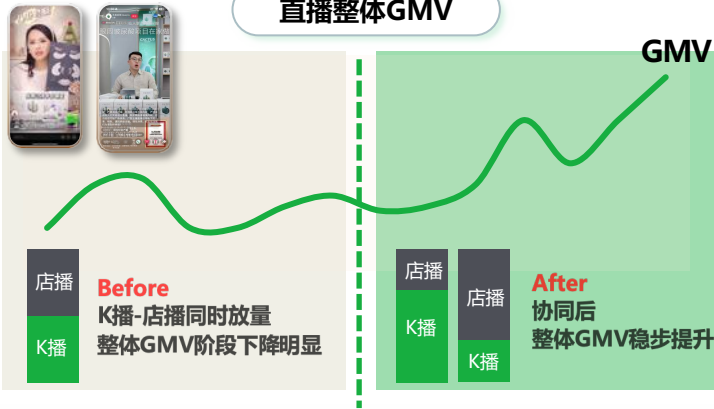
## 100W—>200W

### 三大差异化「店播运营打法」，夯实闭环生意持续性的同时，引领行业突破创新

#### 双播协同

K播-店播双向协同  
日常/大促分时段组合搭配，匹配消费者购买链路

直播整体GMV



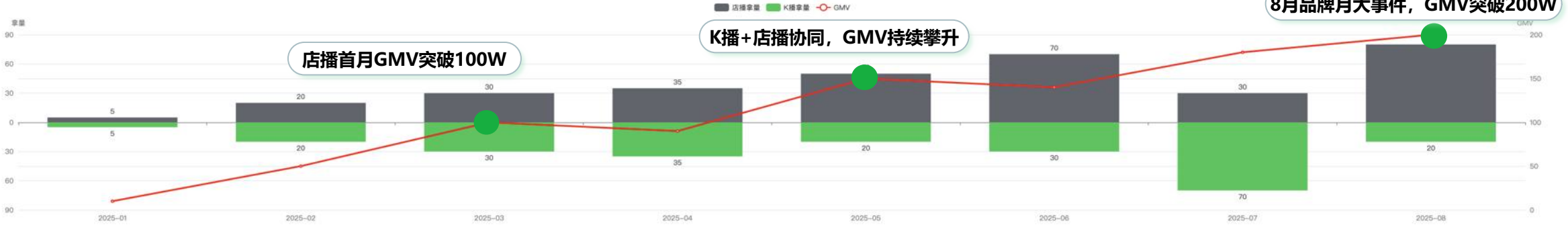
#### 逆势造节

消费疲软期主动打造品牌月直播大事件  
搭配专场满赠机制洗刷复购人群



#### 定制专场

响应用户需求定制周末专场  
差异化场景激活用户精准诉求





1		克奥妮斯 Quanis 热卖   仙人掌保湿紧致眼膜	12万
---	--	-------------------------------	-----

2		FanBeauty 热卖   白泥清肌面膜小杯	11.2万
3		奈小白 NYE WHITE 热卖   奈小白一步到位免胶睫毛	11.2万
4		毛戈平美妆 热卖   小金扇粉饼套装粉底液	10万
5		M&V 热卖   舒缓保湿面霜	9.5万
6		韩国大姐姐 热卖   韩国人气榜! fixx定妆喷雾	9.2万
1		克奥妮斯 Quanis 领先第二名 7999	

故事到这里，克奥妮斯登顶直播热榜 **TOP1**  
后续的增长要靠拓品还是拓人群？

**YES but NO**

在眼膜品类下，已有人群我们真的做透了吗？  
以「年龄」为切入点，尝试打开想象的边界



# Disrupt

## 200W—> ∞

### 颠覆「年龄」的数据限制，精细下钻打开小红书人群种草新方向

#### 灵犀里的年龄上限，不是品牌人群的年龄上限

< 购买人群 覆盖人群: 24,801  
基础画像 消费偏好 内容偏好

预测年龄 ? | 匹配到该标签人数占比94%



#### 年纪在小红书从不是限制，而是爱美的延续



“二旬老人围观九旬年” ——网友

“我们老年人也要打扮、也要漂亮，这些不是给谁看的，是做给自己的” ——北京大妈

6kw+

#老红书浏览量

22w+

#老红书讨论量

#岁月从不败美人

#活到老美到老

#优雅是一种力量

#优雅的老去

Disrupt

200W—> ∞

精细人群洞察反哺明星选择，60+ 博主种草开启万赞热度，分年龄段布局捕捉30+ 人群机会

闭环侧

针对40+ 目标人群画像洞察  
反哺品牌明星代言人甄选

明星代言  
直播间购买人群  
41+ 比例提升  
**16%**



54岁香港女演员/歌手——陈松伶  
“人老先老眼” 更大龄的效果更有说服力

种草侧

结合人群内容偏好  
通过「精细人群」x「情感唤起」x「产品植入」进行种草

《沉浸式体验60岁女孩花掉养老金的一天》



万赞爆文！单笔记引流人群资产150w!  
CTR: 13% CPE: 1



持续打造40+/50+/60+ 不同年龄段博主矩阵



意外之喜

大龄博主引来30+ 年轻粉丝  
打开人群拓展双通路模型



红海赛道的小透明怎么被看见？

# 从Nobody变成Somebody，克奥妮斯在红海赛道打出声量



眼膜赛道SPU  
搜索量排名提升



品牌人群资产  
拉新量级



品牌搜索量  
同比提升



仙人掌单品  
NPS表现



# 怎么样在小红书长出可持续的生意?

## 从0到1500W的生意GMV，成功搭建可持续的健康生意框架

### 3.2+

单品7天  
成交ROI峰值

### TOP1

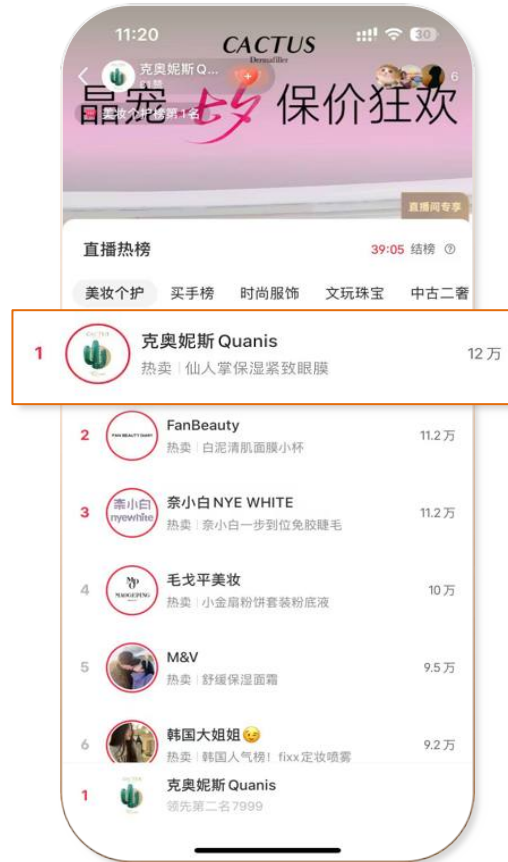
美妆个护  
站内直播热榜

### +230%

订单数环比

### 300w+

品牌电商活动  
全点GMV



今年双11荣登小红书护肤开门红单品热销榜  
开门红GMV 400w+

