

不息

不息
B U X I

- 微信公众号：不息BUXI
- 参选类别：年度数字营销杰出服务商



小红书整合营销创领者 新一代数字化+AI广告公司

KFS-always on投放+BIG campaign整合
助力品牌品效协同增长

- ✓ 阿里妈妈·淘宝联盟小红书优选服务商
- ✓ 阿里妈妈·UD效果超新星营销伙伴
- ✓ 天猫·3大行业生态认证

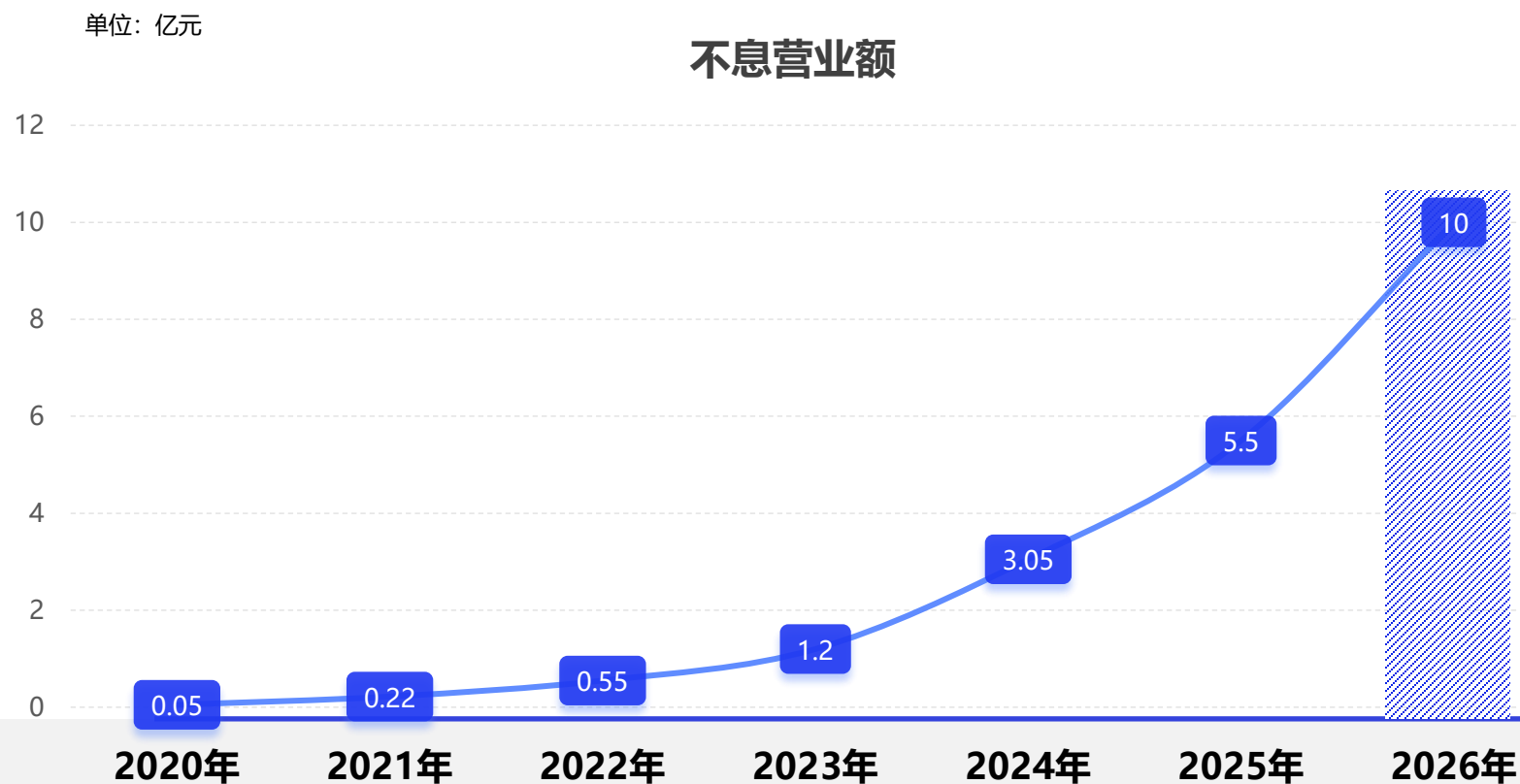
- ✓ 小红书官方整合营销代理商
- ✓ 小红书蒲公英代理商
- ✓ 小红书年度种草力合作伙伴
- ✓ 小红书商业化优质服务合作伙伴

Base杭州 **300+** 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

三年持续增长，2026年营业预计突破10亿+ 未来成为中国新一代数字化广告集团

发展规模



10亿+
2026年预计营收

以客户成功结果为导向，形成不息生意增长飞轮
连续4年小红书全代理营收增速TOP3，KFS整合代理体量TOP3

业务规模

TOP10

FS采买量
全代理

TOP10

蒲公英采买量
全代理

TOP3

营收体量
KFS整合服务商

100%

连续4年实现增长

100%

70%项目
3年内续单率

发展历程

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



以策略为先导，不息成为阿里妈妈&小红书双平台唯一多行业认证TOP代理

从营销引流到成交提效，全链路支持品牌生意

资质认证

策略力 03

由不息创始人兼CEO栗晨阳、新能力咨询创始人&畅销书《种草》作者于冬琪探讨策略团队构建与赋能，打造策略型团队，实现从岗位赋能到组织沉淀

小红书《合作伙伴经营白皮书》
官方特邀参与“策略力”章节共创

小红书商业化【美妆个护、3C及电器、母婴、食品饮料、日用百货】5大行业 & 【种草直达】类目
「多行业官方优质合作伙伴」

天猫生态2026年度【快消】、[运动户外]、【3c数码】3大行业
「多行业生态认证」

专业能力

和平台紧密共建合作
让平台新工具、新产品
助力品牌夺得先机

洞察工具
共建合作伙伴 **灵犀**

一方数据 跳出传统家纺品类，进入睡眠市场枕头品类TOP1

蒲公英 | 内容广场
内容广场共建合作伙伴

数据银行
共建合作伙伴 **小红书** 聚光平台

红猫计划 - 种草直达CID & UD效果

小红书 & 阿里妈妈优选服务商

不息 × **立白**

口碑素材&双平台智投，
实现天猫洗衣液榜单大满贯

不息 × **CHANDO**
自然堂

分时段分场景投放，自然堂
实现长效ROI增长

阿里妈妈UD效果
超新星营销伙伴

小红书跨平台
CID共建服务商

淘宝联盟

不息 × **AromeManpo**
馥郁满铺

**天猫小红星数据
共建合作**

从存量市场中挖掘增量小红星
CPUV优于大盘48+%

小红星年度
最优TOP
合作伙伴

IP、BK代投

不息 × **SEAFOOD**
海产

强识别度的小IP也能达成大效果，实现品效合一，
让更多人认识宝藏产地与食材

京东联盟

不息 × **Bear** 小熊

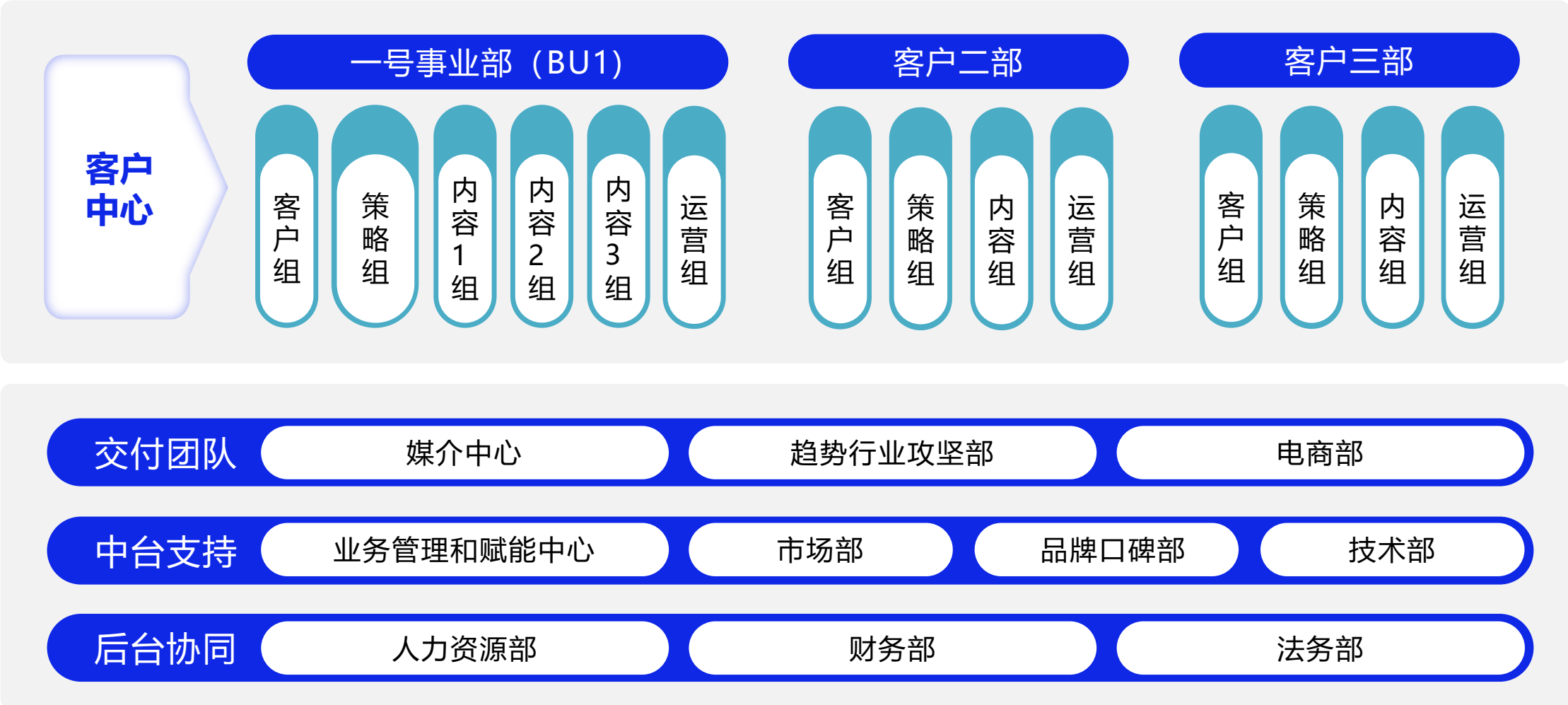
小红书 京东小红盟数据共建合作

小熊新品上市3周，向京东多榜单TOP1，并持续霸榜至双11

小红书工具共建合作

多平台赋能工具共建合作

不息能力版图 以项目组制，串联BU+矩阵型组织



我们是一支身经百战的实战军团 全程陪跑服务品牌

领导团队



栗晨阳 / 创始人&CEO

武汉大学哲学系
曾担任权威商业财经媒体《化妆品观察》主笔
推动“策略主导型数字化营销”成为行业新标准
CAAC数字营销实战专家



张玉虎 / 创始人&COO

一线带队，保证业务调动公司资源&落地
业务负责人，负责整体公司业务的增长
虎啸奖年度新锐人物、CAAC数字营销实战专家



行秋 / BU1客户总经理

陪跑亚朵星球、东边野兽等品牌
获小红书种草大赏全场大奖、金投赏、
Red Case等奖项



Vicky / BU1策略总经理

陪跑亚朵星球、东边野兽等品牌
获小红书种草大赏全场大奖、金投赏、
Red Case等奖项



清歌 / 媒介总监

中南财经政法大学新闻系
拓展小红书明星艺人、头部账号、直播达人资源
每年采购超2亿元的KOL



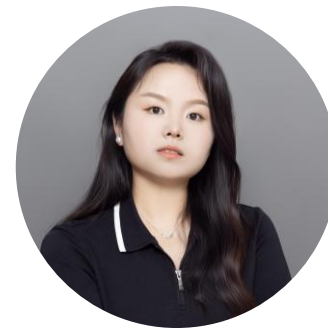
曼因 / 电商部总监

陪跑养生堂项目从1-100，实现转化
GMV超亿元



Macy / 趋势行业攻坚部总监

深钻母婴行业，陪跑袋鼠妈妈、望远鲸、
SKG等品牌，实现行业登顶
获得虎啸奖金奖



初一 / 业务管理和赋能中心总监

拥有丰富的集团型品牌服务经验，曾陪跑金纺、高
露洁、自然堂、科沃斯等集团型品牌



沐易 / BU1运营赋能总监

陪跑合生元、汤臣倍健、雅萌、绽媵姬
等品牌，双11大促纷纷创新高

深谙小红书种草之道，业务涵盖小红书所有商业板块

业务模块



融合策略与数据双引擎，构筑精准流量池
优质内容放大 x 精准流量共振
助力品牌生意长效增长



通过小红书事件营销沉淀品牌资产



与主流小红书艺人，明星BD+整合传播让艺人效能最大

明星资源生命周期管理和延长
最大化实现明星效应，赋能品牌增长



以独立小红书闭环电商团队
实现超2亿GMV的实战经验



从被动防御升级为主动战略工具
以口碑公关强化品牌心智



官方阵地深度运营
将流量转化为品牌自有资产

策略Leading 全链路赋能KFS always on投放 一站式助力品牌生意增长

服务能力

策略leading-行业首创

策略不止是策略还是项目PM

快速响应，高效落地
全生命周期管理，高质量交付



内容创意

每年合作超过20000条笔记

深耕内容策略，基于用户行为预判
打造高辨识度&强记忆点内容
直达用户情绪触点



口碑优化

24小时扭转舆情

品牌生态健康度管家
动态追踪舆情信息
构筑品牌信任护城河



精细化运营

超10亿GMV背后的种草外溢投流实操

融合策略与数据双引擎，构筑精准流量池
优质内容放大×精准流量共振
助力品牌生意长效增长



媒介执行

超2亿元的KOL选号经验

明星短代，小红书整合传播，让艺人效能最大化
精选高潜账号，赋能内容提效
让KFS投放赢在起点

我们充分洞察小红书渠道机会 以独立小红书闭环电商团队实现超2亿GMV的实战经验

① 闭环电商

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
关键指标：店铺转化率、客单价

买手BD



@董洁



@章小蕙



@吴昕



@伊能静



@全嘻嘻



@lingling



@当然是当

一站式服务

素材制作

达人笔记

原创图文

混剪视频



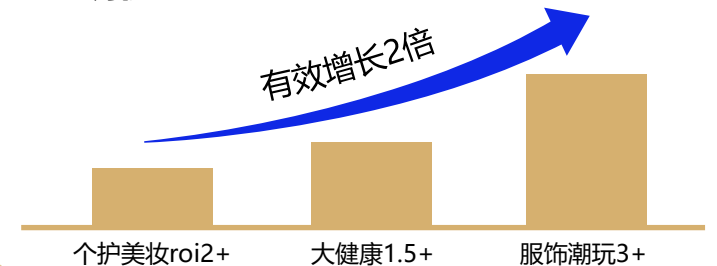
多版位投流

店播

K播

商销

ROI调优



我们科学整合IP资源投放，实现曝光和生意双增长

开屏广告



1215亿+
曝光量



品牌专区



8400W+
品牌人群资产新增



IP话题页



13%
平均CTR



官方笔记话题



8600+
笔记促产量



火焰话题



31W+(环比↑26%)
搜索量



惊喜盒子



51%
CPUV环比下降



③外溢转化

小红书&阿里妈妈双平台TOP代理 从营销引流到成交提效，全链路支持品牌生意

双妹 双妹基于对大促节奏的深刻理解，实现ROI超5，远超行业均值

核心策略：

基于对大促节奏的深刻理解，精准引导用户决策

>5

CID ROI
国货TOP20品牌平均ROI 1-3

TOP1

天猫500元以上
精华油热销榜

TOP1

天猫淡化细纹
精华油热销榜



立白 618红猫计划加持，抢占星流量密码，霸榜天猫榜单TOP1



4+ TOP1 TOP1 TOP1

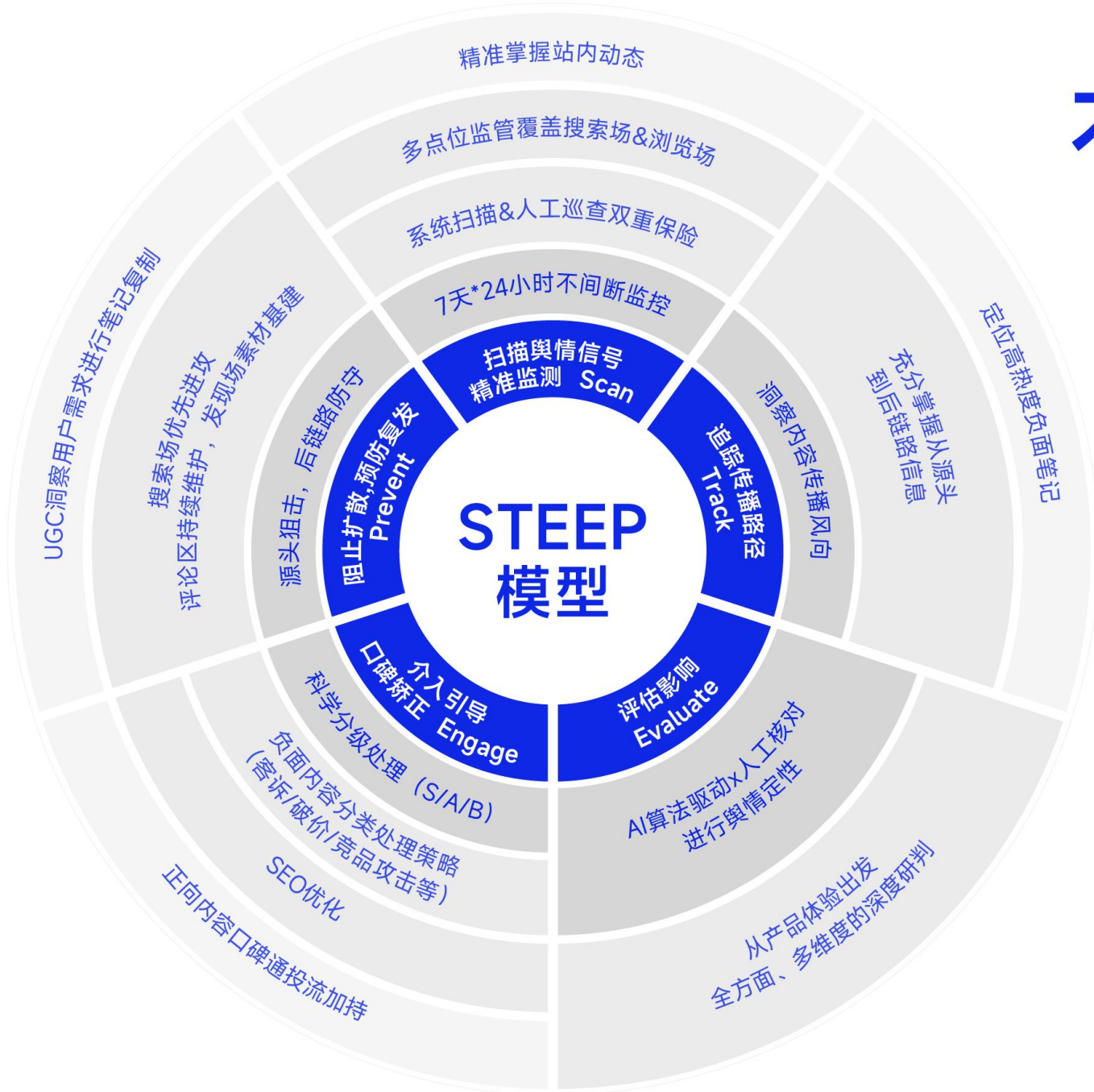
成交ROI
15天归因

洗衣液
热卖榜

洗衣液
回购榜

洗衣液
好评榜

不息数字化品牌口碑 公关模型 STEEP



扫描舆情信号，精准监测 Scan

追踪传播路径 Track

评估影响 Evaluate

介入引导，口碑矫正 Engage

阻止扩散，预防复发 Prevent

200+ 行业top级内容媒采执行团队专向服务

⑤ 达人采买

200+ 明星

明星名单:

- @董洁 @伊能静 @章小惠 @吴昕 @沈梦辰 @李若彤 @吴千语 @张柏芝 @奚梦瑶 @陈乔恩
- @姜妍 @管乐 @张小婉 @陈昊宇 @王菲菲 @何超莲 @贾静雯 @梅婷 @张予曦 @哈妮克孜
- @卢靖姗 @张静初 @秦海璐 @林允 @杨天真 @曾黎 @宋妍霏 @朱丹
- @王玉雯 @徐志胜 @何广智 @金靖 @李诞 @张雨绮 @徐艺洋 @蓝盈莹 @倪虹洁 @胡杏儿

300+ 头部KOL

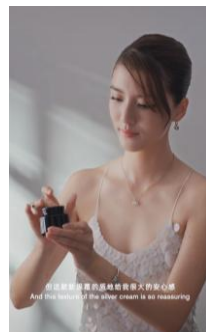
头部KOL名单:

- @papi酱 @易梦玲 @深夜徐老师 @李嫣嫣 @阿里北杯 @拉宏 @玲子Reiko
- @Winnie文 @氧化菊 @白昼小熊 @老爸评测 @张踩铃 @垫底辣孩 @豆豆 Babe
- @孟羽童Morita @AriaAndBrandon @皮皮在蓝色星球 @阿文就是Aya @王七叶
- @刘逗逗不怎么逗 @丑穷女孩陈浪浪 @爱美丽的狗甜儿 @是小鱼耶 @小粽子Selina @钳钳妈阿曼达呀 @科技阿光

30+ 明星合作 案例



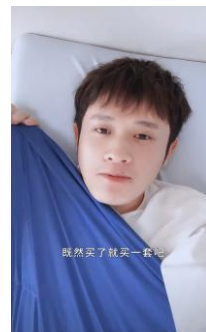
维达×孙颖莎



欧臻廷×吴千语



亚朵星球×伊能静



亚朵星球×王勉



张小婉×The Laundress



姜妍×小熊叠叠锅



易梦玲×贝德玛



不息智能选K助理&审稿智能体

快速匹配&拆选优质账号，自动审核笔记合规性、真实度

⑥自研AI系统

海量筛选达人

不息选K助理

可复提点产

推荐等级分布

等级	数量	标准
S级强烈推荐	9个	阅读+互动均达30%，数据表现优秀
A级推荐	23个	单篇前30%规格合规表现良好
B级可选	6个	数据稳定，可配合S/A级使用
C级备选	13个	新兴达人或数据积累中，性价比高

与高保湿面霜的匹配逻辑

根据知识库中的选号方法论，这些高普达人适合推广高价高保湿面霜的核心逻辑是：

- 场景契合：户外运动场景下皮肤极度缺水，保湿护肤需求天然强烈
- 客单匹配：运动爱好者消费能力强，对高价产品接受度高
- 人设一致：户外运动达人护肤品类不饱和，有“真实需求”背书

本次会话生成的资源列表

表格：滑雪运动KOL达人筛选列表

产能升级

组建
AIGC 内容团队
+
兼职外包
+
素人直发库

5000+^篇
月产高质量素材

质量把控

不息审稿智能体 (全量开发)

内置
三品一械
&
本地生活行业
Know-how



自动审核

合规性

真实度

GEO 结构完整性

人机协同 SOP

AI 出初稿/大纲

真人注入灵魂/实拍

智能体二审

分发

达人深度报告

胖胖冰 达人深度分析报告

小红书号: 110982448 | IP属地: 上海 | 报告日期: 2026年3月7日

时尚博主 | 母婴博主 | 生活记录 | 健身从业者 | 30+ 国家旅行

数据来源: 小红书蒲公英后台 + 小红书网页爬虫 (2026-03-07采集)

综合评估结论

A 数据健康度 互动率4.0%，无不良互动，数据真实可信	A 内容质量 高互动率，人文关怀，精准切入细分领域	B+ 品牌合作价值 精准人设，性价比高，适合中高端品牌种草投放
---	--	--

综合评估: 博主为第一梯队年轻博主，人设清晰，内容质量高的腰部达人，私域流量丰富+话题讨论+30+国家旅行达人设商业化程度，也拥有母婴/美妆博主中稀缺的时尚博主，内容以图文为主，真实性强，爆款内容产出稳定(500赞以上)，经分析博主内容互动数据，博主账号运营策略: [种草博主] 内容 [内容种草]，累计426,000赞文，综合数据健康，中端种草型，轻奢路线，品牌生文方式多元品牌种草投放。

不息自研AI系统【不息神机】实现量化投放

⑥自研AI系统

从“人工经验”升级为“量化决策”

图1: CTR & CPC 趋势图 (1月至T-2, 双Y轴)

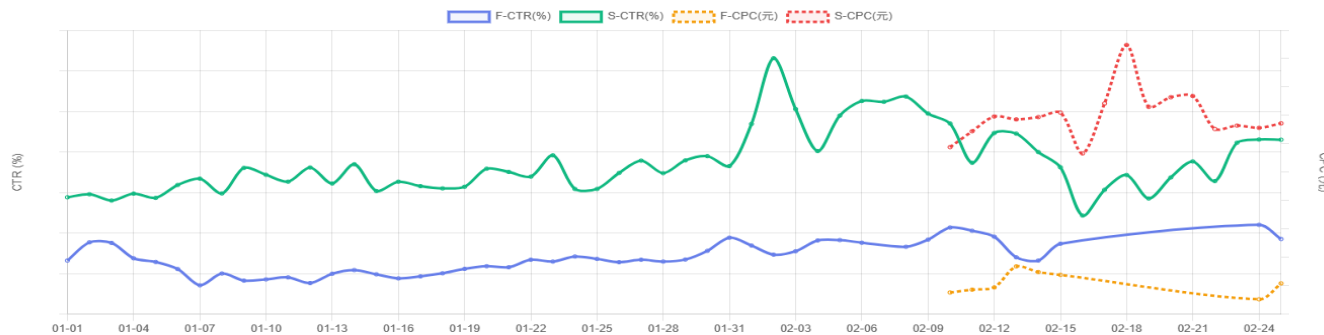
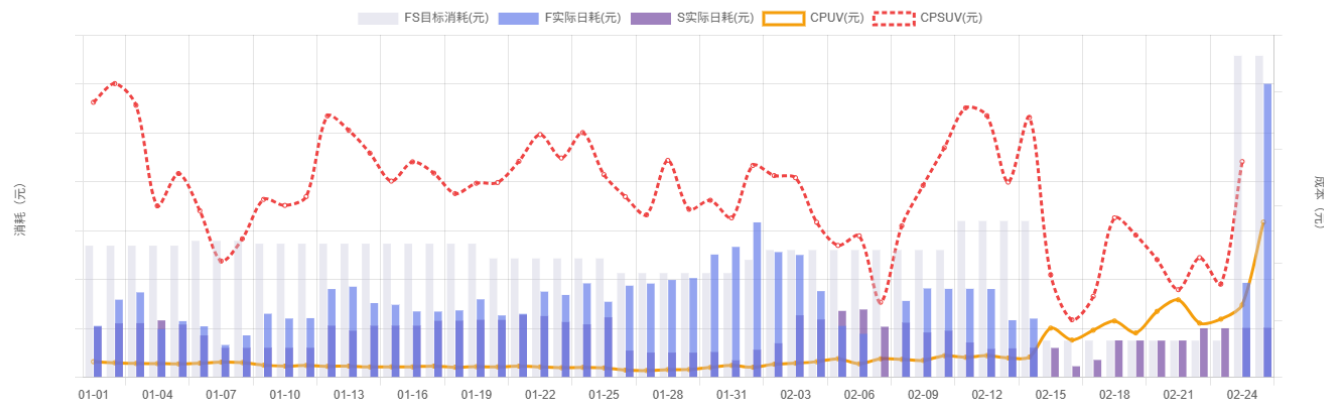


图2: 搜索UV & 消耗进度趋势图 (1月至T-2, 堆积柱+折线)



基于AI算法的精准投放能力
在大促前
更合理、稳定地释放预算

■ 流速监测

实时捕捉 AI 摘要变化及消耗流速。

■ 价格预测

基于 AI 算法预测流量成本波动，实现更低成本抢量。

■ 计划调优

自动化出价与创意替换，反应速度提升至分钟级。

【不息神机】为战略项目调教专项优化智能体

⑥自研AI系统

合生元大灌篮·聚光投放日报

数据截止日期: T-2 = 2026-02-25 | 生成时间: 2026-02-27 | 2月累计区间: 2026-02-01 ~ 2026-02-25

T-2: 2026-02-25

<p>2月累计FS总消耗</p> <p>¥XXXXXX</p> <p>T-2当日: ¥XXXX</p>	<p>F端累计消耗</p> <p>¥XXXXXX</p> <p>占比 59.5%</p>	<p>S端累计消耗</p> <p>¥XXXXXX</p> <p>占比 40.5%</p>	<p>2月累计进店UV</p> <p>XXXXXX</p> <p>综合CPUV: ¥X</p>
<p>淘联-搜索UV (累计)</p> <p>XXXX</p> <p>数据来源: 小红星任务组</p>	<p>淘联-CP搜索UV (累计)</p> <p>X</p> <p>KPI参考: ≤38</p>	<p>T-2 淘联搜索UV</p> <p>XXXX</p> <p>⚠ 数据延迟, 待更新</p>	<p>异常笔记 (CPSUV>38)</p> <p>0 条</p> <p>无需紧急处理</p>

运营建议

整体投放情况

2月累计FS总消耗 ¥XXXXXX, F端占59.5%, S端占40.5%, 综合CPUV ¥X, 高于F端KPI (4元), T-2当日FS消耗 ¥XXXX, F端占比提升至85.6%, 主要由F端大幅放量导致。

S端重点关注: 竞品词 (QQ星+爱他美+蒙牛) 词包

T-2当日消耗 ¥XXXX, 消耗占比41.68%, CPOUV ¥X (严重超出KPI=10), 建议: 核查该词包出价, 若近30日CPOUV仍持续偏高, 建议暂停或大幅降低出价; CTR %表现较好, 可考虑优化定向缩小范围提升转化质量。

F端重点关注: T-2当日CPUV整体偏高

F端T-2当日CPUV普遍高于月累计, 主要原因是T-2当日UV数据尚未完整回传 (延迟约2-3天), 建议以月累计CPUV为核心决策指标。月累计维度: 长高痛点人群 CPOUV ¥X vs KPI ¥X, 仍存在1.47元差距, 建议优化出价策略。

S端建议: 词包出价优化

- 品类词 (新词包): CPOUV ¥X, 超KPI, CTR %良好 → 建议检查UV回传, 若持续无改善则降低出价
- 竞品词 (旺玥): CPOUV ¥X, CTR % 低于KPI → 建议暂停或缩量
- 竞品词 (旺玥+蒙牛): CPOUV ¥X, CTR % → 月累计表现优秀, 可继续放量, 出价+0.3
- 竞品词 (QQ星+爱他美): CPOUV ¥X, T-2消耗低 → 建议出价+0.3, 预算+500

F端建议: 大规模放量需监控效率

- 长高痛点人群 月累计CPOUV ¥X, CTR % 均接近KPI → 保持预算, 观察UV回传后CPUV变化
- 竞品人群、生长发育人群: 消耗低, CPOUV优质 (¥X), CTR正常 → 建议量投200元或出价+0.3
- 长高营养品人群: CTR % 低于KPI % → 建议暂停或优化内容素材

识别快

量化和科学地优化内容x人群, 快速识别爆款笔记、优质人群

分析快

横向对比笔记 / 达人 / 渠道 / 计划, 纵向对比日 / 周 / 月趋势
清晰看出投放策略优劣, 分析总结时间减少90%。

产出快

自动生成可视化图表+结论建议, 解放运营人员时间, 专注内容优化、达人合作、策略制定等高价值工作, 节省项目团队70%精力

我们擅长大消费品全行业，助力客户从增长到登顶

美妆护肤

CHANDO 自然堂	MAC	Dr.Jart+ 蒂佳婷
百雀羚	WINONA 薇诺娜	BIODERMA 法国贝德玛
YAMAN 雅萌	養生堂 YOSEHO	雙妹 VIVE
NIVEA 妮维雅	Cetaphil 丝塔芙	KANS 韩束
MAOGEPIN 美妆	Jumiya 绽媵娅	AFU 阿芙
欧臻廷 ARGENTUM	hfp™	AromeManpo 馥郁满铺
可丽金® COLLGENE	CARSLAN 卡姿兰	东边野兽®
美迪惠尔 MEDIHEAL	Voolga 敷尔佳	ERNO LASHZ 奥伦纳素
Peninsula 半岛®	弹动	MAREAR D.L.G. 玛丽黛佳
RELLET 顾莲	同频 CO-SIGNAL	frei 福来

个护家清

高露洁 Colgate	OMO 圆妙
Dettol 滴露	舒客+ SHEKHE
立白	云南白药 YUNNAN BAIYAO
Comfort 金纺	Schwarzkopf 施华蔻
Vinda	Tempo 得宝
Deeyeo 德佑	七度空间
惊时 Awaken Seeds	薇尔 Viresse
cumlaude 珂蔓朵 lab:	三生花 SANSEN
Alpecin 欧倍青	HamaAigui
finish 亮碟	THE LAUNDRESS NEW YORK

3C数码

352	Bear 小熊
BUYDEEM 北鼎	PHILIPS 飞利浦
ECOVACS 科沃斯	MERACH 鹿鼎究
安吉尔 ANGEL	SHOKZ 韶音
Hisense 海信	

家居家装

亚朵星球 ZTOUR PLANET	双立人
BKT	LINSY 林氏家居
SIEMENS 西门子	FOTILE 方太
SUPOR 苏泊尔	DESMAN 德曼 厨电
Galanz 格兰仕	三棵树
Sealy 丝涟	9am

母婴潮玩

Biostrime® 合生元	LAZY GOOSE 懒鹅
GUANGHETANG 广承堂	望远郎
Kangaroo Mommy 袋鼠妈妈	Ellabébé 暖乐蓓贝
认养一头牛 ADOPT A COW	星鲨®
问童子	方仔照相馆 BRICK STUDIO

大健康 功能食品保健品

汤臣倍健	阿里健康大药房
FIVE DOCTORS 五个女博士	WRIGHT LIFE 莱特维健™
华熙生物 BIOSUNO BIOTECH	999® 澳诺®
Move Free 益寿素	寿仙谷®
海王金睛	阿依舍 AISHA.H.C
Nature's Bay 天然博士	SKG
WT 微泰医疗® MICROTECH MEDICAL	

时尚服饰

DIOR	ELLE
edition	Banana in 蕉内
SKECHERS 斯凯奇	羊织道 OVERYOD
NEIWAI	MO&Co.
NIKE	桑罗 SANGLUO
AMERICAN TOURISTER 美旅	HOPESHOW 红袖
NORTHLAND PROFESSIONAL 诺诗兰	

食品饮料

CHAGEE 霸王茶姬	Anchor® 安佳
东方树叶	SEAFOOD FRONTWAY 挪威海味
卫龙	朝日® 唯品
醉記 炒貨 匠心炒貨 歡喜與記	

我们和品牌深度协同，共同成长

助力经典品牌，触达年轻一代
10+ 世界500强品牌合作



众多国际集团品牌和上市公司
S级入库供应商

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合作
破解增长密码

提纯疲老情绪，破局抗老内卷 自然堂成熟品获新生，国货精华排名TOP1

CHANDO
HIMALAYA

背景

- 抗老红海各大品牌贴身肉搏，卷成分、卷数据、卷价格；功效相似，卖点雷同，用户选择迷失；
- 讲垮脸讲淡纹，功效相似卖点雷同，用户选择迷失

洞察

- 灵犀向量相似找到高关联人群：熬夜护肤人群
- 真实社区挖宝，寻找背后的巨大社会情绪
- 疲惫后的皮肤状态回春，才是TA真正的买点



165%

人群资产规模增长

TOP1

国货抗老面部精华中
人群资产规模排名

44%

+

抗老人群渗透率

2.9+

小红书ROI

3.5+

种草直达 CID ROI

<3.5

CPUV

22%

线上全域生意增长

80%

+

种草生意贡献率

策略

- 从抗老人群到熬夜打工人，锁定「抗疲老」卖点，布局AIPS人群流转内容



- 分时段投放策略：ROI验证3大「疲老」moment，分时段、分场景高效触达疲老人群

- ☀️ 10:00-11:00 早起疲老
- 🌇 16:00-17:00 日落前累丑疲老
- 🌃 00:00-1:00 熬夜代偿疲老



阿里健康：从人群出发分类定制 撬动跨平台生意飙升

核心策略

- 整合Y22-Y24全年症状list，总结季节性热门症状，前置发布内容，规避时效性问题
- 建立线上药品零售商店「人X货X场」的营销逻辑实践



脆皮体质家庭的小🍊箱！
有它们在更安心...

喜悦 xiyue 2520

气血不足的人
要多出门玩

(中医看来动则生阳，气血不足的人要多出门)



建议气血不足的人一定要
多出门玩

永远年轻养生计划 1万



当我吃同一家店无数次后

嗨嗨可乐 2091



给大家介绍一下，这就是
我敲厉害的妈妈！

你的玥酱 2637



从瘦变壮👊新手如何少走
弯路低成本增肌

迪士尼在逃狗蛋 4256



鼻炎最怕你做这4步，后
悔没早知道😭...

育婴师海清 2028

突破有限人群池，挖掘增量用户 推动合生元综合CPUV压至15以下

合生元乳铁蛋白

策略

- 面对品类人群体量窄，驱动人群池向外延展，实现规模增量与成本优化
- 建立三级人群反漏斗模型，逐层渗透、协同驱动增量：



合生元大灌篮

策略

攻

拓展长高人群赛道

打造春季食谱、长高运动等热词矩阵，实现人群破圈

防

挖掘差异化场景痛点

夯实芬兰进口奶源的国际背书，打造贵价感、配得感；深挖用户长高焦虑场景，与其他产品组cp，占领更多长高党心智

