



开怀畅“饮”，探索酒饮618新机遇

「小红书种草，种出好生意」

谢允 | 小红书酒水行业平台专家
胖达 | 小红书饮料行业平台专家



目录

PART 01 618酒&饮品牌必选小红书

PART 02 掌握酒&饮行业618流量密码

PART 03 探索酒&饮行业618投放指南



PART 01

618酒&饮品牌必选小红书

这里有流量、有人群也有场景

爱酒饮人士都喜欢在小红书发现与分享

小红书 | 酒行业垂类人群

| 截止到2024年2月

8000万

+27%
酒曝光23年同比

+90%
酒搜索23年同比



小红书 | 全行业饮料兴趣人群

| 截止到2024年2月

1.2亿+

+74%
饮曝光23年同比

+41%
饮搜索23年同比



小红书聚集了独具魅力的酒水行业趋势

跳脱出淡旺季的**限定框架**
月月都有被「酒」激发的



不再局限于传统**场合与理由**
「酒与精神远方」催生



大小情绪都需要**催化剂**
酒 = 自带**玄学魔力**的



颜值即是正义
种草买单的理由是



小红书也拥有相当特色的饮料行业趋势

小红书人均成分党
对配料表关注度极高



通过吃喝满足
自己对美丽的追求



新品尝鲜喝出花样
给年轻人的生活增添乐趣



新中式养生成为年轻人
独特的养生观念



618酒饮品牌布局小红书，具有极大种草契机

流量有爆发

预测24年618酒饮处于高需求增速，是品牌入局好时机

兴趣人群有诉求

过往618期间聚集了4100~7100万深度兴趣品类人群，可刺激品牌强种草

内容场景多元

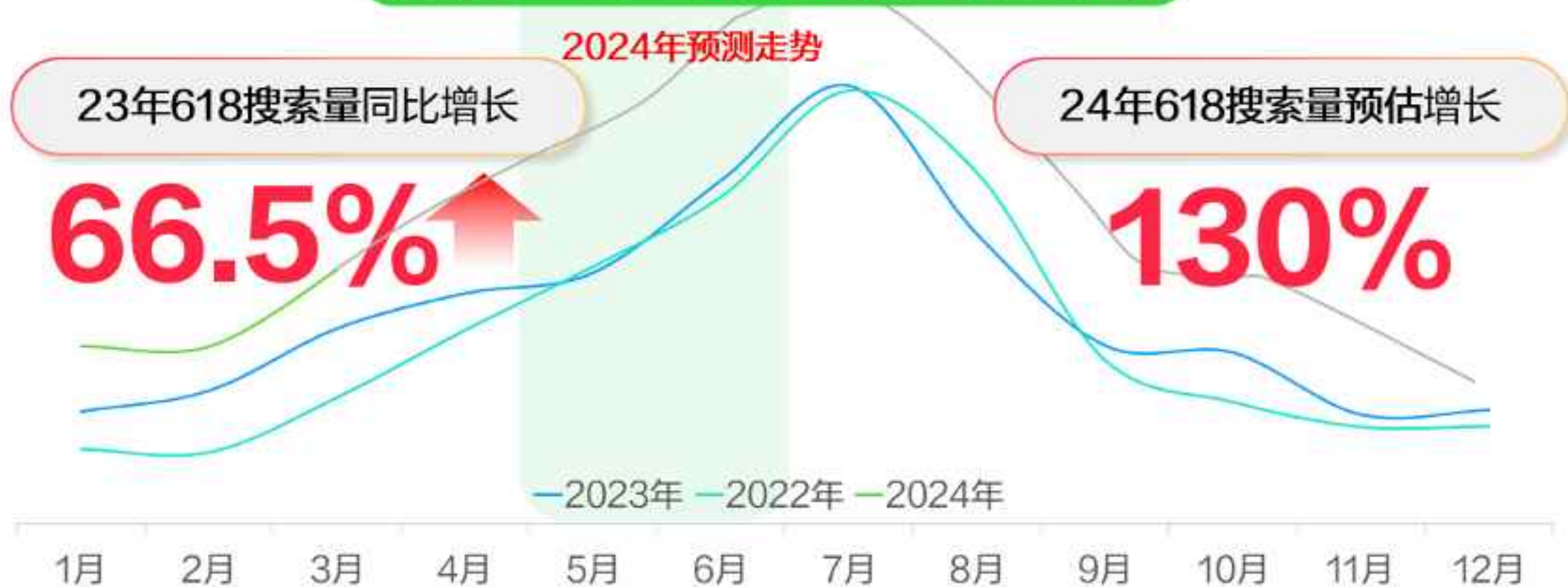
618在酒与饮料行业呈现囤货、礼赠、功效饮等多诉求态势，拥有品牌布局契机

品牌诉求可满足

从曝光到种草再到刺激转化，品牌的不同需求在平台618期间皆可实现满足

饮料行业：饮料在6月具有明显高峰，预测是行业大旺季

酒水2022年&2023年&2024年搜索量走势



酒水行业618预测：关注情绪场景与囤货，需前置布局囤货心智

① 关注情绪&场景

小红书 [聚会喝酒]

小红书 [Citydrink]



② 关注囤货与买酒攻略

小红书 [618必囤酒单]

小红书 [白酒推荐]



酒水行业618预测：关注重要节点送礼，需前置布局礼赠心智

③ 关注节庆送礼

小红书 搜索「父亲节送爸爸什么酒适合」

↑ **+111.05%**
父亲节送礼同比搜索增速

↑ **+230.79%**
端午送礼同比搜索增速



④ 关注科普教育

小红书 搜索「品类知识」 小红书 搜索「品牌知识」

白啤酒和普通啤酒有何区别

黑啤和白啤区别

白啤黄啤黑啤

白啤好喝吗

白啤黄啤黑啤有什么区别

小红书「白啤」搜索特点

62%
重搜品牌
品牌心智强势

18%
精搜知识
品类认知较弱

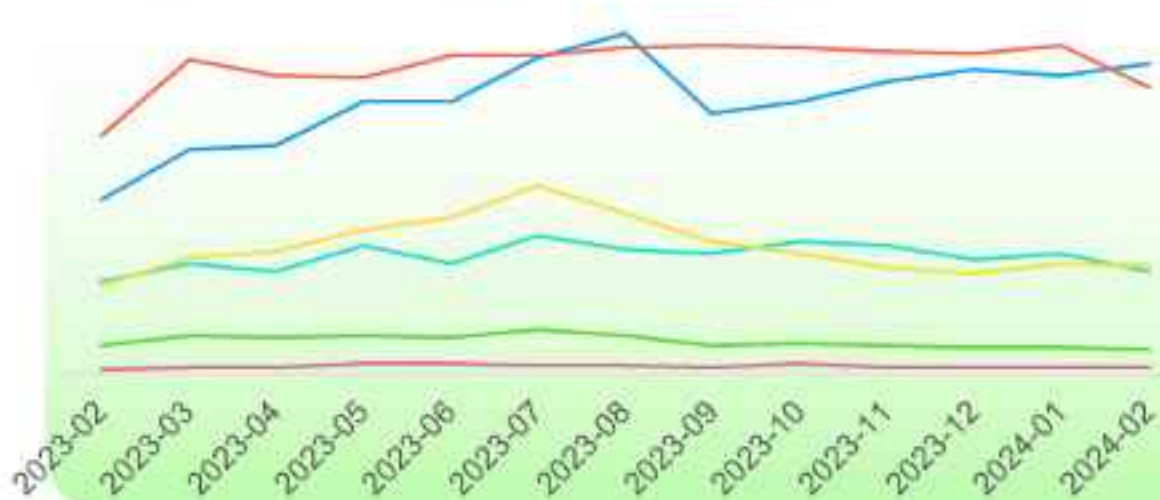
10%
泛搜品类
品类兴趣满满

饮料行业618预测：品类齐进发，借势社交热点可进行差异化种草

1 关注多品类趋势

+66.5%
23年618搜索量同比增长

茶饮料 袋泡茶/茶粉 固体饮料
果蔬汁 即饮咖啡 能量饮料/运动饮料



2 关注实时热点

小红书 搜索 「妈见打冰箱」

饮料冲调618搜索飙升词

荔枝吃法 舟山旅游攻略 618零食 荔枝的神仙吃法
李佳琦零食节6月 好紧张
父亲节花束 三得利一起逛吃吧 东方树叶啤酒
东极岛 舟山 粉粉生咖 生咖
父亲节 元气森林可乐自由的夏天 星巴克粉粉生咖
父亲节礼物 斜杠好茶养成记 上班的人
星巴克坐满不上班的人 一起逛吃吧



60s沉浸式冰箱收纳 | 被数万人围观的冰箱!

齐刷刷 348

饮料行业618预测：健康养生，满足用户诉求产品可打差异化

3 关注健康养生

小红书 [低卡饮品]

小红书 [养生冲饮]

23年1月-7月低卡饮品搜索



4 关注新品推荐

小红书 [饮料新品]

小红书 [饮料联名]

饮料联名
23VS22
+712%



酒水&饮料618场景诉求预测：覆盖全方位年轻人Lifestyle日常



酒水 + 饮料行业均关注夏季趋势场景



那么流量下品类兴趣人群，也有TA们的关注点

酒水人群



饮料人群



酒水 + 饮料 行业均关注 夏季趋势场景

618期间爱酒兴趣用户： 拥有消费力的精致白领，拥有一定情绪诉求

4176万



*2023年618周期与酒水内容搜索及相关互动超过>3次的兴趣人群

高消费品质女性

热衷分享多元酒类，拥有情绪诉求

女性
78.33%

高消费
TGI=124

23-30岁
45.24%

品牌偏好

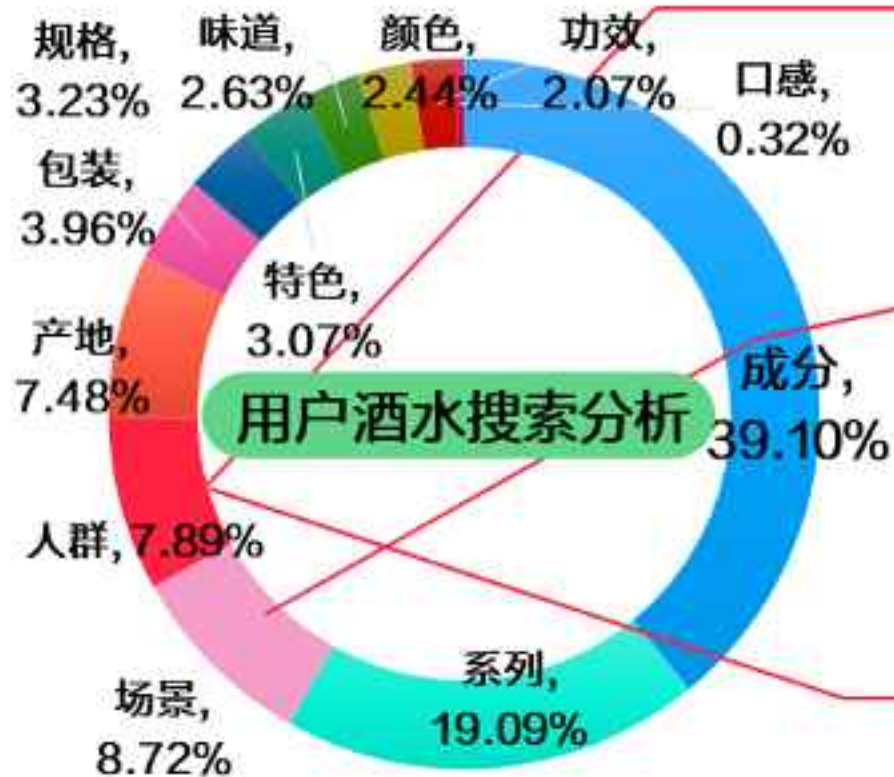
霸王茶姬 瑞幸咖啡
Hermes 星巴克 麦当劳
Lululemon 山姆会员商店
顺丰 万象城 茶百道
肯德基 Balenciaga 喜茶
农夫山泉 优衣库
中国工商银行 中国建设银行 娃哈哈
宜家 君乐宝

白桃 一杯日常 清新
葡萄酒 中国 葡萄 0糖 顺滑
微醺酒 0脂 清爽 果啤
姐妹朋友 女生 喝酒 调酒
啤酒 果酒 茉莉 聚会
白桃味 气泡水 百加得
低卡 果香 清香 冰箱 朗姆酒

用户分享关键词

618期间爱酒兴趣用户诉求： 节庆亲人送礼心智强，需紧捉目标人群节庆送礼

关注酒饮人群与场景



父亲

#父亲节送爸爸什么酒适
#父亲节送爸爸的礼物酒
#和父亲喝酒



节假日

#父亲节啤酒花束
#端午节雄黄酒
#端午节送什么酒



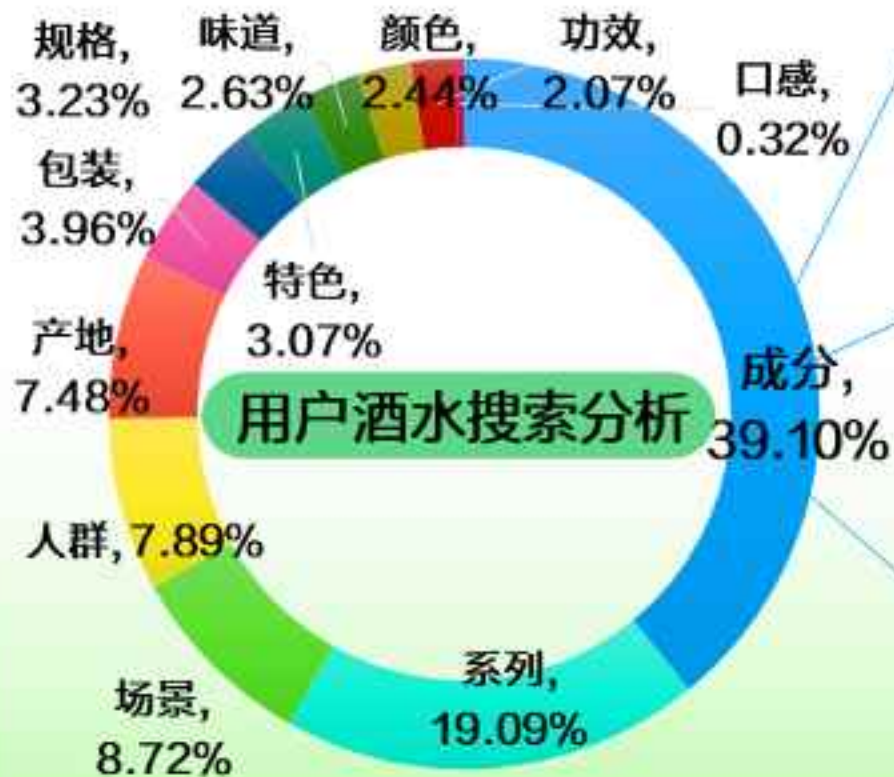
调酒与品酒

#调酒
#封酒仪式
#父亲节酒
#品酒



618期间爱酒兴趣用户诉求： 关注口味选择、佐餐场景与功效酒

关注酒饮成分与版本



水果

#来一杯椰子伏特加
#菠萝汁鸡尾酒
#桃子果酒
#红石榴糖浆鸡尾酒



生鲜

#小龙虾配啤酒
#海鲜啤酒
#白葡萄酒蛤蜊



中药材

#蜂蜜米酒
#香草甜酒
#鹿茸血酒



618期间饮料兴趣用户： 拥有消费力的精致白领，关注出行场景类目



年轻具有消费活力

关注美食、出行、旅游与户外

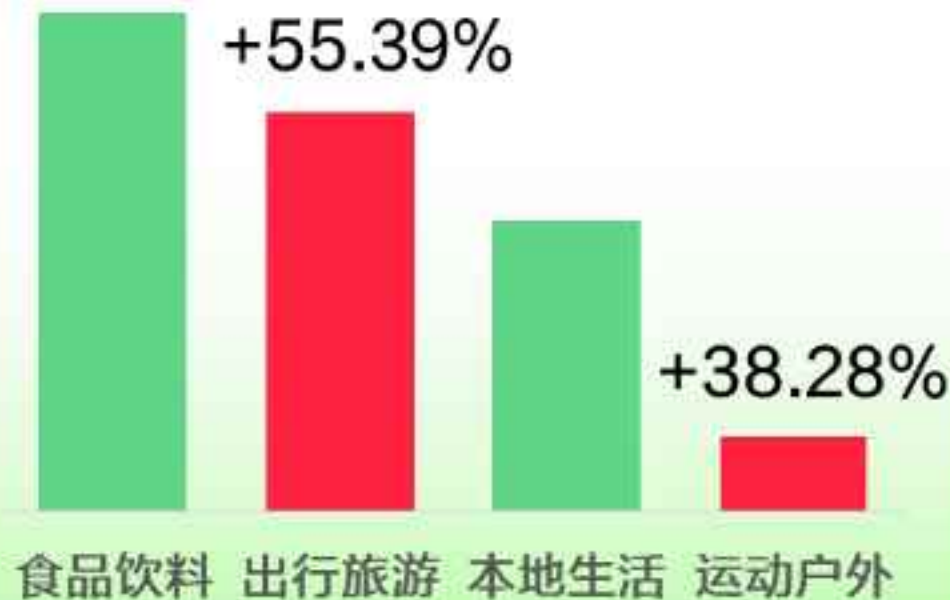
618饮料用户搜索类目

82.78%
女性

41.6%
19-25岁

高消费
TGI=115

时尚穿搭
TGI=160



618期间饮料兴趣用户： 在成分诉求下，更关注减脂控糖与夏季养生

关注饮料成分与场景



减脂控糖

#无糖饮料
#无糖豆浆
#无糖可乐
#低糖饮料



不多喝点觉得对不起夏...



三得利家出女团水了??...

中草药

#竹蔗茅根雪梨茶
#蜂蜜柠檬水
#刺梨原浆
#菊花决明子茶



不愧是广东人最爱喝的...



买了刺梨原浆的大冤种

水果

#桃子饮品
#白桃乌龙茶
#椰子饮品

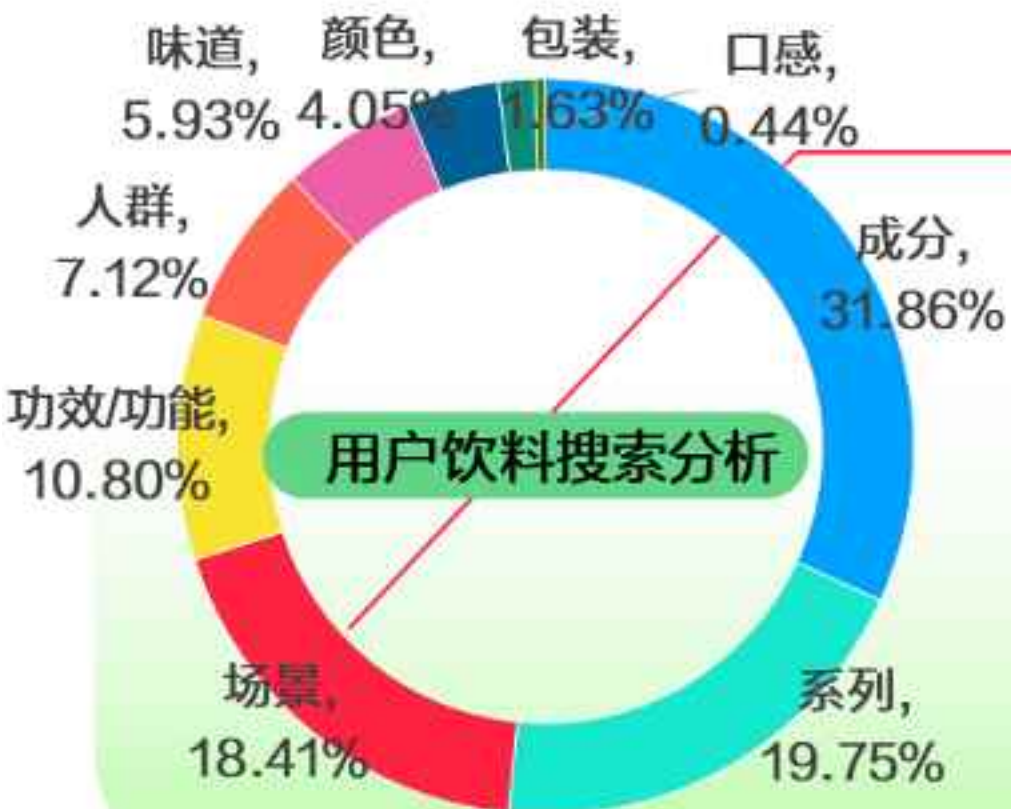


我妈尝了一口...让我原地...



618期间饮料兴趣用户： 夏日季节、健身也是TA们强诉求场景

关注饮料成分与场景



- 减肥
- 夏天
- 季节
- 节假日
- 办公室零食
- 健身
- 纪念日
- 聚会
- 宴会
- 宿舍零食
- 宅家必备/宅家



“减肥黑咖啡”



私藏!黑咖啡怎么选?几乎...

“夏天自制饮品”
“夏天养生茶”



低至30卡自制饮品🍵我...

酒水品牌：曝光+场景营销多布局，不同诉求进行有策略的种草

节庆营销

端午大曝光
限定包装官宣品牌

开屏直链品牌笔记，曝光+增粉



场景营销

季节场景营销
打造品牌心智差异化

针对果啤、啤酒品类人群持续渗透



刺激转化

人群拉新
精细化人群沟通

父亲节、爱酒囤货等细分人群种草



饮料品牌：趋势x人群强融合，突出品牌差异化亮点

趋势营销

趋势内容融合
打造品牌心智差异化

一起逛吃吧，夏日citywalk融合



人群渗透

夏日场景营销
打造品牌心智差异化

潮流人群渗透，线下吃冰事件打造



刺激转化

618打工人必囤
打造品牌心智差异化

618囤货以及季节新品种草



618酒饮行业聚焦机会点

酒

聚焦礼赠与微醺场景，加大品类教育

人

礼赠党

囤货党

微醺党

品

礼赠酒

微醺酒

高端酒

场

节庆送礼

聚会派对

Citydrink

饮

结合趋势热点，打造品类差异化

人

减脂党

养生党

零食爱好者

品

健康饮

养生冲饮

口味新品

场

减脂控糖

户外出游

职场充能

PART 02

掌握酒&饮行业618流量密码

这里有心智、有氛围



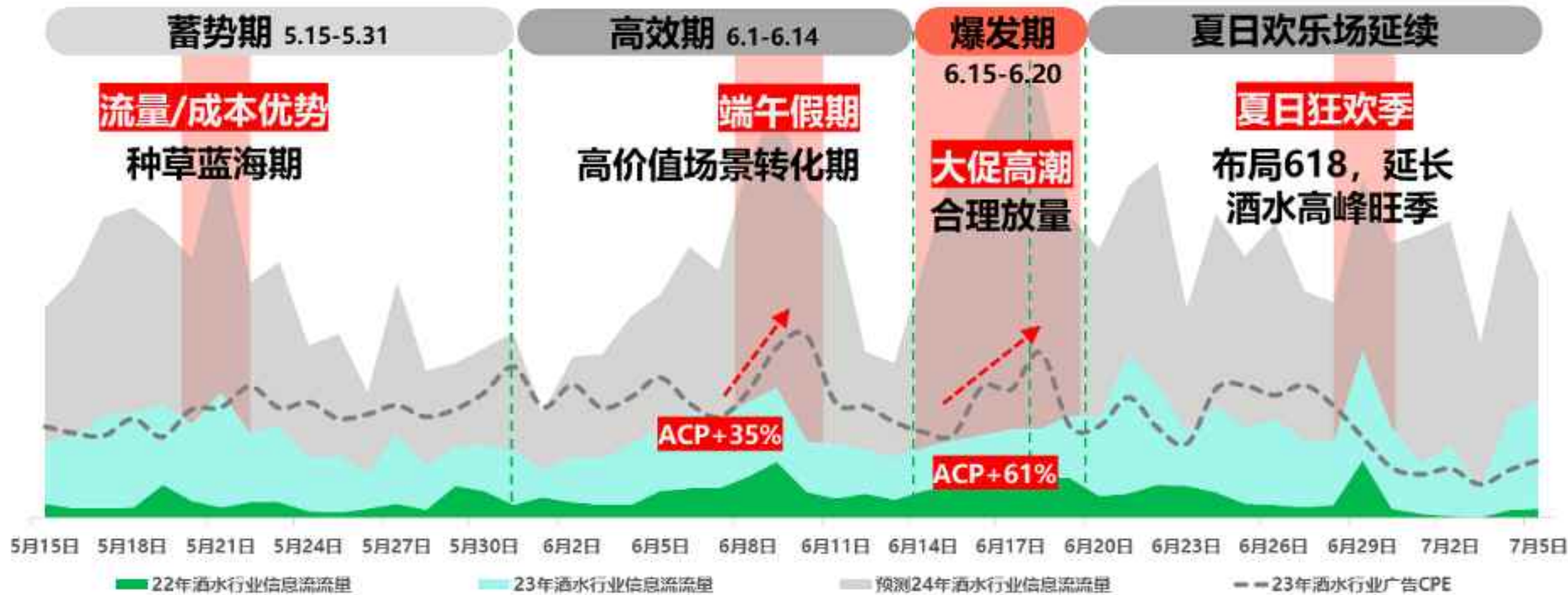
酒水



饮料



酒水赛道内容场广告流量预估 +195%



数据说明: 2023年酒水赛道618流量同比 (5.20~6.20) +142%

酒水赛道搜索场广告流量预估 +149%

蓄势期 5.15-5.31

高效期 6.1-6.14

爆发期 6.15-6.20

夏日欢乐场延续

流量/成本优势

T-1周为搜索布局蓝海期

搜索心智爆发点1

端午送礼场景

爆发点2

大促场景

搜索心智延续

CPM +38%

5月15日 5月18日 5月21日 5月24日 5月27日 5月30日 6月2日 6月5日 6月8日 6月11日 6月14日 6月17日 6月20日 6月23日 6月26日 6月29日 7月2日 7月5日

■ 22年酒水行业搜索流量

■ 23年酒水行业搜索流量

■ 预测24年酒水行业搜索流量

- - 23年酒水行业广告CPM

数据说明: 2023年酒水赛道618流量同比 (5.20~6.20) +88%

稳定账户活跃度，大促期精准提价稳定拿量

	日销期	蓄力期 (T-2周)	大促期 (5.31-6.18)	返场期 (6.19-6.20)
账户基建 (日均计划数)	蓄力期、大促期需提升账户在线计划数，日均保持新建，确保账户活跃度			
	N	1.8 x N	2.5 x N	1.2 x N
信息流出价	信息流竞争前置化，蓄水期开始需要提高出价提升品牌竞争力			
	N	1.5 x N	1.8 x N	1.2 x N
搜索出价	大促期搜索竞争激烈，高出价才能突破重围，返场期也需重视品牌防守			
	N	1.3 x N	1.4 x N	1.5 x N

大促期vs平销期，转化率明显提升，务必抓紧上车

	CPM	CPC	CTR	点击互动率
# 信息流	+47%	+15%	+28%	+42%
# 搜索	-4%	-15%	+12%	+36%



酒水



饮料



饮料赛道内容场广告流量预估 +150%

蓄势期 5.15-5.31

高效期 6.1-6.14

爆发期
6.15-6.20

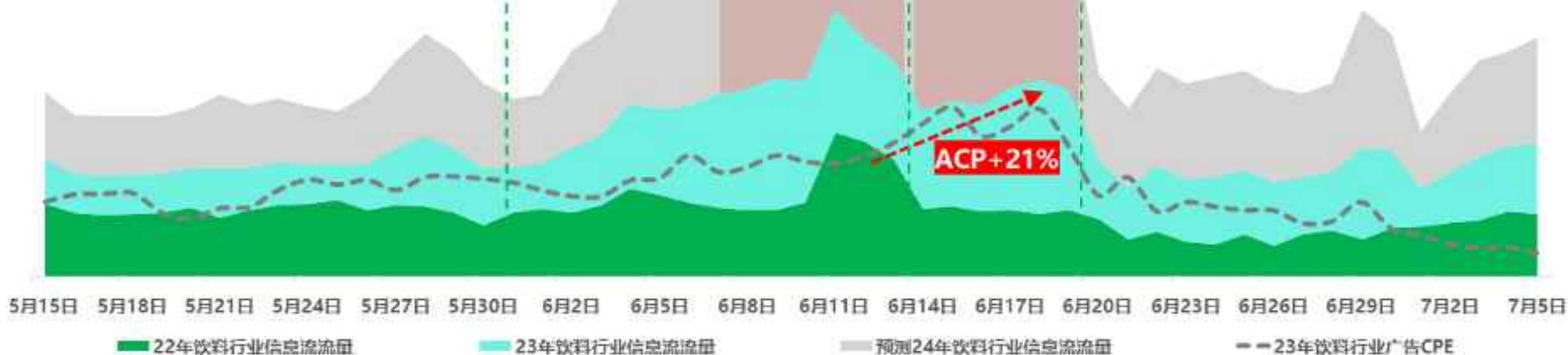
延续期

成本优势
种草蓝海期

流量优势
合理放量

大促高潮
关注成本

夏日冰饮季
新一轮蓝海期



数据说明: 2023年饮料赛道618流量同比 (5.20~6.20) +108%

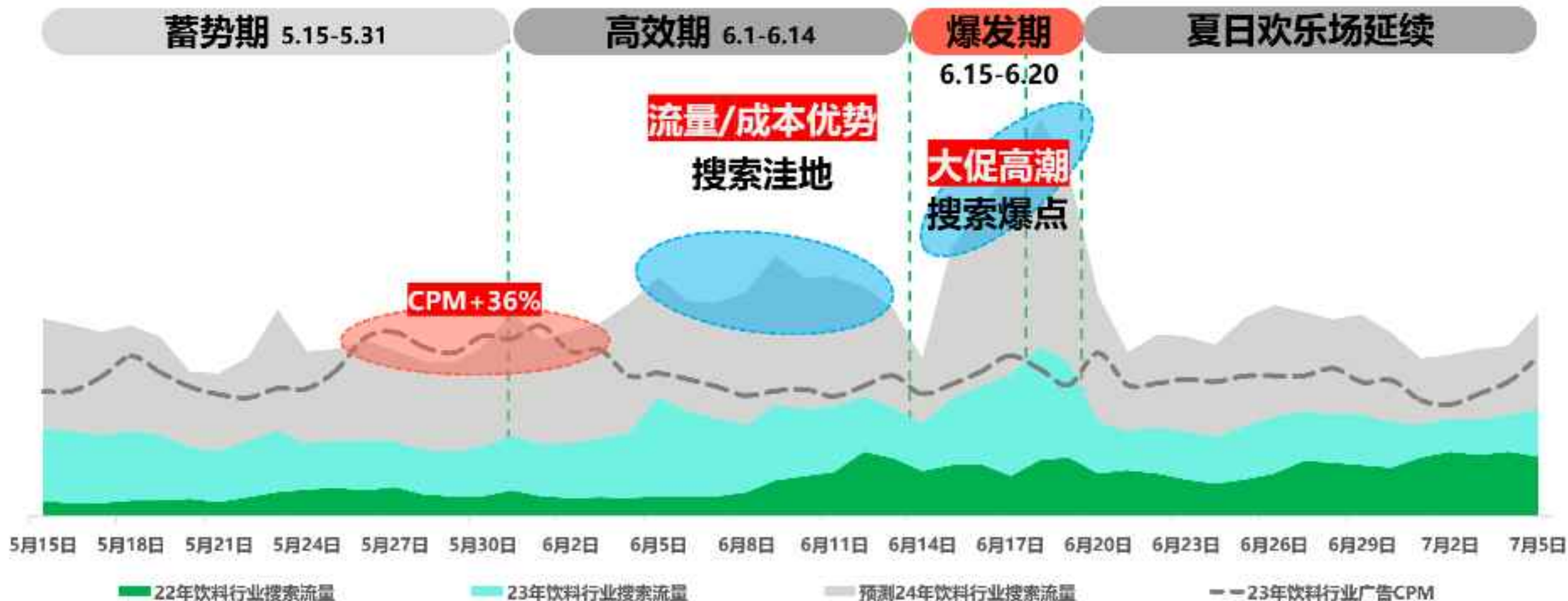
饮料赛道搜索场广告流量预估 +89%

蓄势期 5.15-5.31

高效期 6.1-6.14

爆发期 6.15-6.20

夏日欢乐场延续



数据说明: 2023年饮料赛道618流量同比 (5.20~6.20) +98%

蓄力期种草多多益善，大促期精准提价稳定拿量

	日销期	蓄力期 (T-2周)	大促期 (5.31-6.18)	返场期 (6.19-6.20)
账户基建 (日均计划数)	蓄力期、大促期需提升账户在线计划数，日均保持新建，确保账户活跃度			
	N	2.2 x N	2.8 x N	1.5 x N
信息流出价	信息流竞争前置化，蓄水期开始需要提高出价提升品牌竞争力			
	N	1.7 x N	1.3 x N	1.3 x N
搜索出价	大促期搜索竞争激烈，高出价才能突破重围，返场期也需重视品牌防守			
	N	1.3 x N	1.5 x N	1.2 x N

种草期vs平销期, **大盘成本竞争激烈**, 提前多储备优秀笔记

	CPM	CPC	CTR	点击互动率
# 信息流	+44%	+85%	-22%	+28%
# 搜索	+33%	+32%	+1%	-17%

PART 03

探索酒&饮行业618投放指南

这里有解法、有产品

大促投放4大解法

618种草效能最大化



今年618活动节奏：适逢端午假期，预测2个波峰



01 - 笔记内容场景沟通策略

酒水

蓄力期：围绕聚会/微醺/社交等场景强化心智；
大促期：主攻囤酒攻略+节日礼赠；
延续期：搜索场承接知识科普

小红书 种草学



饮料

蓄力期：围绕减脂/养生/出游等全面抢占用户需求时刻；

小红书 种草学

大促期：主攻冰箱必囤攻略；

延续期：拉满夏日冰饮期待值



02 - 锁定618行业高潜人群

酒水

小红书酒水行业10大特色人群近期上线 从核心品类到高价值场景，助力品牌全方位种草

啤酒兴趣人群

3000w+

近30天+23年618期间
啤酒互动用户

洋酒兴趣人群

1000w+

近30天+23年618期间
洋酒互动用户

红酒兴趣人群

1300w+

近30天+23年618期间
红酒互动用户

白酒兴趣人群

1500w+

近30天+23年618期间
白酒互动用户

甜酒兴趣人群

1000w+

近30天+23年618期间
小甜酒互动用户

露营户外场景

5500w+

近30天露营/野餐/户外/
郊游等兴趣人群

微醺氛围场景

4300w+

近30天微醺关键词
兴趣人群

佐餐时刻人群

2800w+

近30天烧烤/小龙虾
等兴趣人群

酒鬼社交悍匪

2600w+

近30天酒搭子/酒蒙子/
下班喝酒等人群

科普知识人群

1000w+

近30天关注酒类知识的互
动用户

饮料

锚定饮料5大人群，助力618目标TA圈层渗透

促期人群

- 大促意向人群和节庆需求人群
(618大促人群: 8000W+)



成分人群

- 关注饮料成分诉求人群
(减脂瘦身人群: 7000W+)



囤货人群

- 宿舍或办公室场景囤货意向人群
(囤货人群: 2000W+)



品类人群

- 饮料细分单品类人群做精准触达



特色人群

- 平台真实互动及电商意向人群



NEW! 热门场景人群包:

宿舍囤货

年货礼赠

618大促

节庆意向

.....

以提高人群渗透为目标 科学衡量种草效率

03 - 搜索助力大促全阶段

针对品类增加场景词拓展，精准触达并拦截高潜人群

品牌、品类、同品类人群全覆盖

品牌词

品牌名



品牌：XX
产品：XX茶包
攻略：XX好喝吗

品类词

品类推荐



品类：梅子酒、啤酒
攻略：洋酒入门
人群：啤酒推荐女生

同品类词

同品类对比



同品类品牌对比：
XX和XX哪个好喝

重点场景人群精准拦截

囤货词

茶包囤货



冰箱囤货指南
618XX礼包
囤货清单

礼赠词

适合送礼的



送父亲礼物精选
端午节礼物

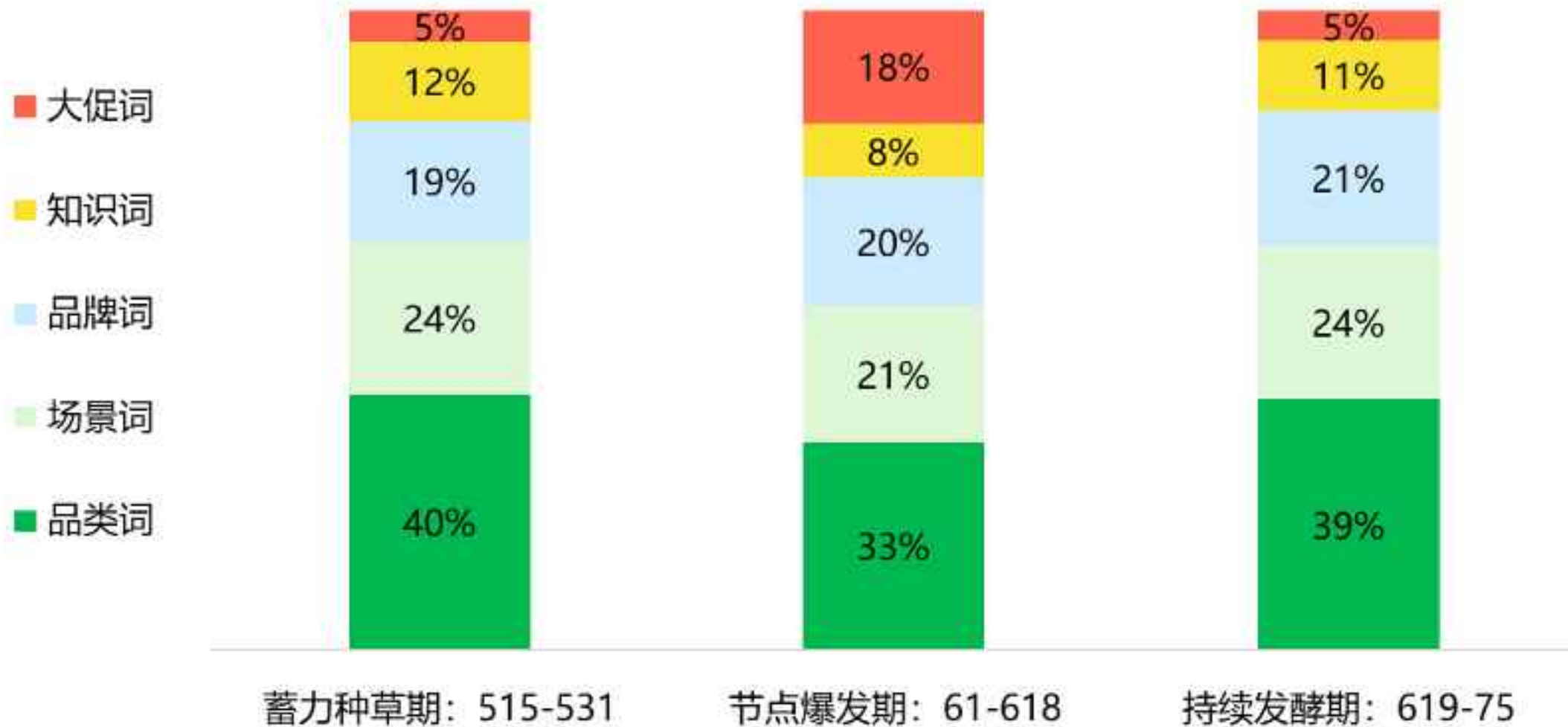
大促词

双11饮料



618优惠
618饮品
618必买清单

蓄力期加强品类、场景种草，大促期提升囤货SOV



聚光-拓词工具高效挖掘精准关键词，拓展大促量级

攻略向

带问询，有明显辅助决策意味的词
茶包/咖啡/饮料推荐、618买什么

建议方式一：产品+推荐

推荐/测评/安利/种草/礼物/好物/必买/囤货/小
众

例如：饮料推荐、打工人必买咖啡

品类向

按照SPU所属细分品类的词
啤酒/洋酒/小甜酒/红酒/白酒
茶包/咖啡/饮料/果蔬汁

建议方式二：产品+方式

在哪买/哪个平台/哪里便宜/怎么选/怎么买
例如：速溶咖啡哪里买便宜、618饮料怎么选

智能拓词

行业推词

以词推词

关键词包

行业词包支持：618酒&饮行业特色词包将于近期上线

小红书 种草学

1-啤酒品类词

2-洋酒品类词

3-红酒品类词

4-白酒品类词

5-果酒品类词



6-微醺场景词

7-聚会派对词

8-佐餐场景词

9-居家场景词

10-礼赠场景词

产品能力支持：搜索产品升级，更智能、更高效协同跑量

小红书 种草学

流量参谋

为广告主提供提供「流量」及「搜索」的数据分析产品。包括行业流量表现、行业竞争格局、扩展所搜关键词等。

- ✓ 全面数据赋能
- ✓ 智能推荐选词
- ✓ 热词一键推送

搜索快投

实现单条推广同时投放在信息流和搜索场域中，方便客户快速试投搜索推广，提升拿量能力。适合有扩量诉求的客户。

- ✓ 同时投放信息流和搜索场域，提高计划拿量能力

智能拓词

智能拓词基于投放标的与手选词为客户拓展更多相关且优质的关键词，帮助计划跑量，有扩量诉求不知道如何买词的客户。

- ✓ 更智能的流量获取
- ✓ 灵活调整拿量方向

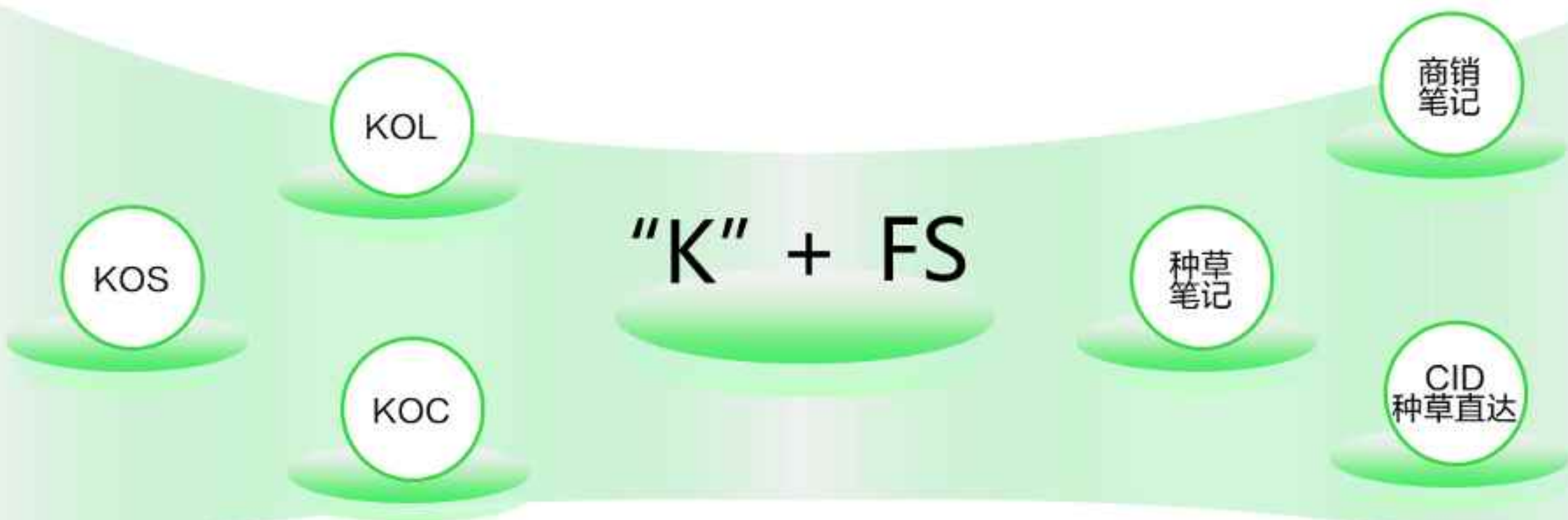
智能创意

聚光平台的创意优选工具，包括标题优选、封面优选和标题智能生成。助力提升推广效率、优化创意效果。

- ✓ 算法优选，提升效率
- ✓ 算法匹配，千人千面

04 - 阶段产品组合策略

KFS前置长线投流，花式种草蓄水



节点高光IP，放大品牌声量

IP

&

B

品牌直播

&

买手直播

双模式助力高效转化

618薯你会买

- 好眼光指南
- 民间买手体验团
- 不乱花市集

超级品牌计划

- 营销IP专场
- 买手直播带爆品
- Redlive店播赋能



开屏 | 品专 | GD | 惊喜盒子

向上滑动
立即查看F1入门手册



信息流/视频流
笔记二跳、直跳
为直播间引流



直播前预约/加粉
直播中引流
直播后人群及
内容运营Z

IP营销：助力人群破圈增长

优质IP能触达更广泛人群，破圈受众规模，放大品牌影响力

强沟通：刺激高净值人群

【618薯你会买】

《618好眼光指南》

50个趋势选品 官方权威认证

强转化：大促强刺激购买

【618超级品牌计划】



好眼光民间买手联盟征集，红薯地最会买的人都在这里

强场景：借势趋势扩量

【趋势场景融合IP】



横向破圈内容玩法，纵向深耕受众关注

小红书背书 | 贴合最新鲜生活趋势和人群喜好 场景化内容 | 从真实场景渗透品牌及服务品质 大K齐助阵 | 出圈话题强势助力内容共创热潮

小红书 **薯你会买** 把握大促科学经营节奏，小红书提供系统化一站式促销解决方案

划重点 | 优选心智券券

好眼光指南

趋势品指南，
为每一个好产品找到细分种草场景

超强背书

1. 趋势品指南：精准定位细分场景，提升种草效率
2. 趋势品指南：精准定位细分场景，提升种草效率
3. 趋势品指南：精准定位细分场景，提升种草效率
4. 趋势品指南：精准定位细分场景，提升种草效率



人感标准



明星陪审



促种草 | ugc促产蓄水

民间买手体验团

好眼光民间买手团上线，
优质笔记前置促产



抢先试，促活消费
民间买手团 火热试用

体验测评内容输出，多角度种草
真实体验感内容强化信任

站内重磅曝光，用户看得见
优质笔记加速流通传播

圈人群 | 精准人群抢占

6大人群抢先own

为每一个好产品精准拦截特色人群

搜索场、浏览场、互动场全面人群拦截



精致妈妈

美妆大大



人群定向开屏

垂类买手撮合

社区活动引流

圈层真实种草

抢关注 | 高点事件点燃

不乱花市集

618只会有一种花——不乱花

六大趋势 | 不乱花铺，共创品牌不乱花体验



最会花心思的年轻人，在不乱花市集精选品牌好物



内容直播事件：买手探店，炒热话题

plus专项：618内循环战略合作

限定10席！商业+交易强势联手，助力品牌618「跑赢」站内好生意。

618薯你会买-内循环专项-超级品牌计划

小红书 薯你会买

助力品牌打破内循环「信息差」，618「跑通」好生意

营销IP种草 口碑引爆

买手直播 爆品测试

REDLIVE店播赋能

电商主会场流量引爆

商业化营销IP专家1v1定制
品牌产品

搜索场

互动场

浏览场

IP主阵地
全面人群
精准拦截

行跟光民间买手联盟征集，红薯地最会买的人都在这

民间买手团 火热试用

真实体验感内容强化信任

预告种草心智 买手带货测试
投流人群沉淀

Step1
卖点梳理

Step2
买手转译

Step3
直播触达

Step4
切片投流

专属运营支持，品牌内容优化



笔记精细运营

增强用户信任度

提升转化率

专属海景房资源位引爆
品牌直播大事件

品牌店播bigday直播运营建议



618电商主会场品牌馆独家资源位



电商生意扶持 专属流量激励
商品笔记/直播预告笔记推流/活动主会场

618内循环战略合作限定10席!

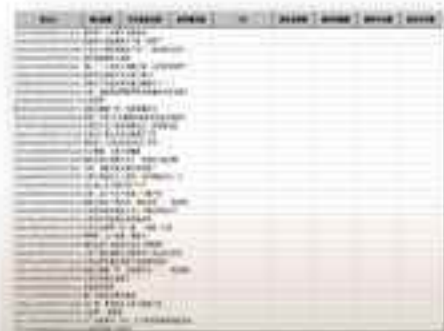
联动「商业营销中心x买手中心x电商交易」3方强势赋能

口碑营销新产品，抓住用户好评

BFS=我说自己好

KFS=名人说我好

UGC=全网说我好



批量找到优质UGC

筛选符合要求笔记

回传系统批量投放

数据监控复盘

2024小红书酒&饮行业618营销地图

小红书 种草学

时间

阶段

预算建议

内容vs投流

信息流配比

搜索配比

内容/场景

人群

产品

流量

5.15-5.31
内容x场景赛马，充分种草

6.1-6.18
抢占行业高潜人群

6.19-7.5
口碑发酵，延续种草

蓄力种草期

节点爆发期

返场延续期



测内容、抢场景，蓄水期强力储备优选笔记

1.酒饮特色人群保基本盘；2.反漏斗破圈助酒饮品牌拉新

内容场&搜索场&IP，差异化承接用户需求

K、F、S投入入局节奏拆解，找准时机，抢占资源场域

T H A N K S
期 待 共 赢

