保險人的小红书獲客攻略

寫出爆款筆記，漲到百萬粉的流量密碼

爆款筆記 | 變現模式 | 品牌種草 | 廣告投放



完全精通平台玩法！



一本書助你快速打入中國市場

適用 素人 | 品牌 | 自媒體

目錄：

SMM source

PART 1

帳號基礎與運營入門

《如何使用這本起號手冊》 ...P.03

新手起號一定要學會打賬號標籤 ...P.05

開號後7天起號流程 ...P.07

打造差異化人設 ...P.11

小紅書運營的6個關鍵步驟 ...P.12

怎麼發筆記才有流量？ ...P.18

善用「筆記靈感」 ...P.19

黃金發佈時間 ...P.21

用戶時間習慣分析 ...P.22

小紅書流量池機制 ...P.25

小紅書帳號的10大降權行為 ...P.26

作者簡介





大家好，我是寶兒。

作為一個土生土長的廣東人，我從小就在內地生活、創業，毫不誇張地說，我對內地的社交媒體生態瞭如指掌。在加入SMM 這家公司之前，我曾成功運營過20多家連鎖茶飲店，經營過抖音100萬+粉絲的品牌IP，對內地消費者的心理和需求有著深刻的理解。

2023年，我正式移居香港。我來到香港後發現一個巨大的市場缺口：許多優質的港澳品牌和商家，仍在用傳統的Facebook、Google尋找客源，完全錯過了內地龐大的市場機遇。這讓我意識到，我的經驗和資源或許能夠幫助這些保險人打開新的市場。
事實證明這個決定是對的。短短一年內，我們幫助超過200個港澳企業成功打入內地市場，為客戶創造了超過2億人民幣的營收。從香港的美容院到澳門的特色餐廳，很多商家通過我們的「小紅書港澳變現系統」(RMP)，都實現了驚人的增長。

這本《小紅書起號手冊》，正是我將過去在內地的創業經驗，結合近一年來專門幫助保險人的實戰心得，整理而成的完整攻略。書中的每一個案例、每一個方法論，都是經過反覆驗證的實戰經驗。
作為一個橫跨兩地的營銷人，我比任何人都更了解保險人進入內地市場時會遇到的挑戰與機遇。這本手冊不僅告訴你「該怎麼做」，更重要的是幫你理解「為什麼要這樣做」。我相信，通過這本手冊，你也能快速掌握小紅書營運的精髓，在內地市場收穫屬於自己的成功！
——寶兒

PART 2

內容創作與優化

提升小眼睛的9大技巧 ...P.27

小紅書8種爆款封面 ...P.28

小紅書筆記類型 ...P.36

筆記創作框架 ...P.39

爆款筆記標題公式 ...P.40

爆款筆記結構公式 ...P.41

筆記發出後的平台推流過程 ...P.46

PART 3

變現與進階運營

4個官方投流方式 ...P.47

小紅書變現模式 ...P.49

小紅書帳號類型完整指南 ...P.51

平台系統運營機制 ...P.53

轉化客戶方法：一鍵複製微信名片 ...P.57

小紅書廣告投放規則 ...P.60

異地登錄風險 ...P.62

聯絡我們，立足灣區，連接中國市場 ...P.63

《如何使用這本起號手冊》

身為保險人，我們都知道中國大陸市場的誘人潛力。但在這個競爭激烈的市場中，要脫穎而出並不容易。小紅書作為目前最具影響力的社群平台之一，正是我們打開大陸市場的最佳切入點。
在過去四年，SMM親眼見證了無數港澳台品牌在小紅書上的成功與失敗。最關鍵的差異在於：是否真正理解了平台的運作邏輯。

要在小紅書獲得持續成長，你需要做到以下三點：

第一個核心標準：你必須是「明確垂類+內容持續」的專家或強人格賬號！

系統要知道你到底是誰：你是搞家裝？做母嬰？美容博主？穿搭達人？不是你說你是就算，要靠內容說話。
只有當你在首兩個月持續在同一賽道輸出超過20條筆記以上，系統才會嘗試給你貼標籤，再觀察你的互動情況。
如果你的點贊比、收藏比、評論比遠高於平台平均水平，系統會自動認定你是「創作能力超群」的那一批！特別是評論區活躍，一條筆記幾十個真實評論，甚至有人追著問你細節和下單，那這個標籤就妥了。

第二個標準：內容密度高 + 穩定產出！

優質創作者是要「卷」的，不是你隨手拍個圖就行。一周至少要發6條以上，多則12條更佳（但也要保證質量）。你要讓系統知道：你不是偶爾路過，而是認認真真地在做內容生態貢獻者。平台才願意給你分更多的蛋糕！

《如何使用這本起號手冊》

第三個關鍵點：在內容中體現「專業感+人格感」！

你得讓人知道你不是搬運工，也不是念稿機。比如你講的是裝修，你要能講出對比、邏輯、選材建議，還要配合你的日常觀察。不要總是「10個裝修避坑」這種泛濫標題，要讓用戶記住你是「有主張、有案例、有性格」的那一個。
系統會自動識別：你不是來發水文，是來搞事業的！
記住：小紅書不只是一個銷售平台，更是一個社群。想要真正成功，你得讓用戶愛你、系統信你、同行抄你！
這本手冊將帶你從零開始，透過系統化的方法，一步步打造屬於你的小紅書品牌矩陣。無論你是剛要進入大陸市場的新手，還是想要突破成長瓶頸的老手，都能在這裡找到實用的策略和方法。

讓我們一起，用最聰明的方式，征服這個充滿機遇的市場！

SMM是什麼？

SMM Source - 香港18年經驗廣告公司於2022年在中國內地推出的品牌，旨在助港企開拓內地市場。母公司團隊擁有18年經驗，並由2018年1月開始，正式成為香港廣告商會 HK4As 認可的公司，亦即是坊間常說的 4As 廣告公司。我們從2008年起曾服務過騰訊等過千家大大小小的企業。

現時我們透過廣州總部與珠海營銷團隊的「雙城聯動」，提供中國內地社群媒體營銷、品牌定位、本地化內容創作等服務，助香港及澳門企業轉型，以最佳成本效益打入中國市場，持續為粵港澳大灣區企業提供專業本土化營銷方案。



SMM source

小红书

新手起號一定要學會 打賬號標籤

新手一定要學會給賬號打標籤，這樣你的粉絲畫像才精準，才不會推送給不喜歡看你內容的人。

打標籤的好處：

· 平台可以根據你的內容，匹配給最感興趣的用戶
· 這些用戶裡會存在你的潛在粉絲
· 你的內容就很容易起數據
· 不缺點讚、收藏、評論和關注

操作步驟：

1. 點擊個人主頁右上角三條槓
2. 進入創作者中心
3. 點擊「全部服務」
4. 選擇「賬號升級」
5. 填寫個人信息
6. 選擇適合的賽道標籤

關鍵詞布局策略

布局位置： 封面 | 標題 | 正文內容 | 話題標籤

如何驗證標籤是否正確？

檢查路徑：

打開創作中心 → 數據中心 → 粉絲數據 → 粉絲畫像

SMM source

小红书

賬號標籤 + 內容垂直 = 流量提升

1.點擊“三條槓”



2.點擊創作中心



3.點擊全部服務



4.點擊開通專業號



5.點擊帳號升級



6.選完點擊“完成✅”



填寫個人資料後選擇賽道

開號後7天起號流程

新開小紅書號的創作者總有個疑問：
「為什麼我的內容看起來不錯，但就是沒什麼流量？」
其實，小紅書系統會對新號有一個「考察期」。這7天，就是你向系統證明自己是「認真創作者」的關鍵窗口。不少賬號卡在這個階段，走不出困境，最後放棄創作。
但只要你按照正確的節奏和方法來做，這7天完全可以打好基礎，順利「破殼」。

😄第一天準備工作

①註冊賬號

一機一號一個賬號，使用流量正常註冊都不會有問題

②瞭解規則

包括流量池機制、筆記權重、筆記收錄、社區規則等

③提前養號

賬號註冊好之後，在這7天內，刷推薦頁，模擬正常用戶行為進行筆記點贊收藏關注以及其他互動

😋第二天明確定位

①對標賬號

尋找對標帳號要盡量做到深與細，透過推薦或搜索，找10-20個帳號，最好是6個月內起來的帳號，追蹤粉絲10萬以內的

②筆記拆解

從筆記人設、內容、形式、選題、資料、使用者、變現等各方面進行拆解

③筆記形式

根據已做好的定位，確定之後要做的賽道(最好選擇可變現的賽道)以及內容形式(圖文還是視頻)

開號後7天起號流程

🥰第三天賬號搭建

①暱稱公式

暱稱是傳遞有效信息的一個很好的途徑，通過暱稱可以讓用戶知道你能做什麼，能給用戶提供什麼樣的需!求價值;

暱稱公式=常見暱稱+內容細分領域

②頭像風格

頭像代表的是賬號形象頭像的風格調性要與賬號定位統一，合適的頭像能讓用戶產生親切感，提升賬號價值，創造記憶點，頭像特點=真實+好看

③簡介作用

簡介是賬號的一個展示框，要能夠通過簡短的幾句話!濃縮賬號的定位和內容，同時讓用戶產生興趣;簡介=高級文案+共情話術

④背景圖

背景圖最好選擇的是本身業務相關的場景圖;主背景圖的長寬比為5:4

😋第四天建選題庫

做小红书账号，最好还是建立一个专属自己的选题库，并且时常更新，建立选题库的方法有:

①營銷熱點選題法　②痛點選題法　③關鍵詞選題法

④思維導圖選題法　⑤跨界平台選題法　⑥套用常用的選題模板

⑦筆記靈感選題法　⑧數據網站選題法　⑨對標選題法

⑩隨刷隨記法　⑩搜索發現選題法　⑫源於生活選題法

開號後 7 天起號流程

🤩第五天正式发布

①发布时间

初期不確定什麼時間發佈的話，可以選擇在晚上18-21點高峰期發佈;後期根據筆記各個時間段的數據表現，選擇更合適的發佈時間

②發佈之後

1、是否申核通過→2、是否被收錄→3、確定筆記在關!鍵詞搜索頁面位置→4、視筆記狀態確定是否需要小號評論引導→5、起量之後及時查看評論區是否有競品導;流以及負面評論，發佈及時刪除拉黑

③問題處理

若是長時間處於審核狀態，第一時間可進行申訴或者選擇刪掉然後換時間再發;若是未被收錄則可根據申訴!結果修改編輯筆記或者刪掉之後修改重發

🧐第六天數據記錄

①曝光量

點【我】,左上角三條橫線,【創作中心】,【賬號概覽】

②新增關注

點【我】,左上角三條橫線,【創作中心】,【近7日數據】

③新增關注

將筆記以及當天整個賬號的點贊數/收藏數/評論數據進行匯總

開號後7天起號流程

第七天筆記優化

①數據解讀

查看賬號整體以及筆記的觀看、互動、轉化的整體趨勢

②賬號診斷

通過各項數據對比，分析與同類優質賬號/筆記的優/劣

③內容優化

通過分析，進一步優化賬號整體內容方向以及相應的運營策略



打造差異化人設



很多創作者一開始都在模仿爆款賬號：看人家怎麼說話、怎麼拍照、怎麼寫文案，就照搬過來。結果呢？跟著大家一起卷，卻總是不溫不火。

其實，小紅書最不缺的就是「千人一面」的賬號。用戶為什麼要關注你？因為你「不一樣」。

看看那些真正做起來的賬號：「高冷港姐式」的美妝博主、「理工男」風格的數碼達人、「毒舌」的穿搭博主...他們的共同點就是：不是要討好所有人，而是讓「我的人」一眼就認出我。

接下來，我們就來一些例子，如何打造一個獨特又吸睛的人設

家居博主

- 中古風家居收藏家
- 租房黨空間優化
- 家居避坑指南針
- 清潔收納強迫症
- DIY手工家居達人
- 貓狗雙全的家

母嬰博主

- 科學育兒的佛系媽
- 輔食不翻車小當家
- 帶娃旅行冒險家多
- 胎家庭歡樂多在家
- 早教不焦慮母嬰薄
- 羊毛小能手

養生博主

- 辦公室養生刺客
- 中Y小白入門指南
- 女生養生閨蜜
- 輕運動養生達人
- 穴位按摩百寶箱
- 養生避坑小貼士

穿搭博主

- 微胖穿搭優化師
- 小個子膠囊衣櫥
- 平價穿搭天花板
- 通勤穿搭靈感庫
- 跟著博主學穿搭
- 旅行穿搭規劃師

讀書博主

- 治癒系書單小站
- 經典文學帶讀員
- 讀書博主工具包
- 二手書店淘書記
- 讀書博主坦白局
- 電子書/聽書資源俠

職場博主

- 職場新人避坑指南
- 職場情緒管理教練
- 向上管理小心機
- 職場技能自學派
- 遠程工作攻略
- 職場穿搭&禮儀

美妝博主

- 瑕疵皮救星本星
- 手殘黨美妝教練
- 平價彩妝天花板
- 通勤快手妝教主
- 過期美妝改造家
- 無效 vs 有效化妝

旅遊博主

- 周末特种兵旅行家
- 带娃旅行规划师
- 旅行好物装备控
- 本地人带你玩
- 旅行省钱羊毛党
- 旅行安全小课堂

宠物博主

- 养宠新手村村长
- 宠物行为翻译官
- 宠物摄影大师班
- 科学养宠科普员
- 流浪动物救助驿站
- 宠物训练小课堂

小紅書運營的6個關鍵步驟

一、精準定位：別當「四不像」博主

1. 確立身份定位

- 思考自身定位

  美妝達人？
  職場導師？
  家居愛好者？

- 建議：越垂直越好
- 避免：內容過於雜亂，導致用戶難以記住

2. 尋找標杆賬號

- 找出10個不同量級優質賬號
- 重點分析：

  主頁風格
  內容方向
  人設特點

- 注意：不要只關注頂流賬號

3. 打造個人門面

- 核心要素：

  頭像
  暱稱
  個人簡介
  背景圖

- 重點：風格要統一
- 明確傳達：「你是做什麼的」
- 提示：做職場乾貨的，簡介不要寫「愛旅行愛美食」

4. 養號策略

- 初期操作：

  瀏覽內容
  點讚互動
  收藏目標領域內容

- 目的：讓系統識別你的興趣領域

二、建立選題庫：擺脫「今天發什麼」的困擾

1. 爆款選題方法

- 每天花10分鐘刷同賽道爆文
- 記錄高點讚收藏的選題
- 建立個人專屬選題庫

2. 關鍵詞收集

- 在搜索欄輸入領域詞（如「減脂餐」）
- 注意下拉菜單的熱門長尾詞
- 例如：「減脂餐 上班族」
- 這些都反映真實用戶需求

3. 持續更新迭代

- 每週往選題庫添加新內容
- 建立選題庫後創作更有方向感
- 避免內容枯竭

三、封面為王：3秒抓住眼球

1. 風格統一基礎

- 固定風格選擇：

  簡約風
  復古風
  可愛風等

- 貫穿所有筆記
- 目的：形成視覺記憶點
- 避免：今天ins風明天土味風

2. 信息呈現

- 封面大字標題必須：

  直擊痛點
  突出價值

- 示例對比：

  好標題：「手殘黨5分鐘收納」
  差標題：「今日收納分享」
  效果差異：前者效果強100倍

3. 視覺效果

- 優質素材+對比效果
- 高清圖片是底線
- 善用前後對比圖
- 使用效果展示圖
- 追求視覺衝擊力MAX
- 例如：

  護膚前後對比
  房間改造對比

四、文案走心：乾貨+溫度=爆款密碼

1. 內容溫度

- 不要只列清單
- 在乾貨基礎上加入：

  真實體驗
  踩坑教訓
  小技巧

- 讓內容有「人味」

2. 關鍵詞佈局

- 重點位置：

  標題
  開頭
  結尾
  標籤

- 自然融入核心關鍵詞
- 目的：提高搜索曝光

3. 互動技巧

- 結尾別冷場
- 設置問題引導評論
- 例如：「你最想解決哪個穿搭難題？」
- 標籤使用技巧：

  選擇1-2個核心大流量詞
  配合3-4個精準長尾詞
  避免堆砌過多標籤

五、數據說話：用結果倒推優化

1. 發布時間選擇

- 參考「創作者中心-數據中心」
- 分析粉絲活躍時段：

  早上7-9點
  中午12-14點
  晚上19-22點最常見

- 測試找出最佳發布時間

2. 數據分析

- 每週花半小時分析：

  閱讀量
  點讚率
  收藏率
  漲粉數

- 分析表現好的筆記：

  封面效果如何
  選題是否精準
  文案是否吸引

- 數據不理想時分析：

  封面問題？
  標題問題？
  內容質量問題？

- 持續優化標題和封面是關鍵

六、複盤迭代：48小時黃金期

1. 數據監控

- 發布後緊盯數據
- 重點關注前2小時表現
- 如果漲粉慢，立即檢查：

  標題關鍵詞精準度
  封面吸引力

- 考慮修改後重新推送

2. 熱點運用

- 定期查看：

  「發現頁」
  「熱搜榜」

- 將相關熱點納入選題庫
- 借勢提升exposure

3. 內容矩陣

- 發現高搜索流量的關鍵詞
- 圍繞該詞持續輸出
- 創作多篇深度內容
- 形成話題矩陣

怎麼發筆記才有流量？

更新頻率：更新頻率越高，賬號越活躍，被系統推送的頻率越高，你出現在粉絲關注欄的次數就更多，最好是保證每周更新3-5條

結合話題

發佈筆記的時候不要直接點"+"，可以到「筆記」靈感裡面，結合官方的一些熱門話題進行發佈，蹭一波流量

日簽打卡

在打卡的日簽界面，發佈日簽、打卡等內容，這樣會更容易被用戶看到

添加定位

發佈筆記的時候帶位置，能夠帶來一些同城流量，增加曝光，可以是你所在地區的地標性建築，流量更大

標題引流

確保標題清晰地傳達出文章的主題，並用誘人的詞彙引起讀者的興趣

內容質量

提供有價值的信息、觀點和見解，並確保文章結構清晰、邏輯性強。增加獨特和深度的洞察力將使你的文章在浩如煙海的內容中脫穎而出。

視覺內容

插入高質量、相關性強的圖片、圖表或視頻能夠增加文章的可讀性

交互內容

積極回應讀者在文章評論或社交媒體上的問題和意見。建立良好的互動關係鼓勵讀者參與討論

優化關鍵詞

瞭解目標受眾所使用的搜索關鍵詞，並在文章中合理使用這些關鍵詞將幫助你的文章在搜索引擎中排名更高，從而增加閱讀量。

善用「筆記靈感」

小紅書筆記靈感是平台為創作者提供的選題工具和熱點話題庫，旨在幫助用戶快速找到熱門、高流量的創作方向，提升筆記成為爆款的可能性。

筆記靈感的功能定位

官方熱點聚合

小紅書通過算法篩選出當前平台內討論度高、用戶互動活躍的話題，集中展示在“筆記靈感”板塊，創作者可直接參考這些話題進行內容創作

流量扶持機會

部分官方活動或話題會標注“流量扶持”，參與這類選題的筆記可能獲得額外曝光推薦

入口路徑

小紅書APP的創作中心或發佈頁面，通常有“筆記靈感”或“靈感話題”的專門入口

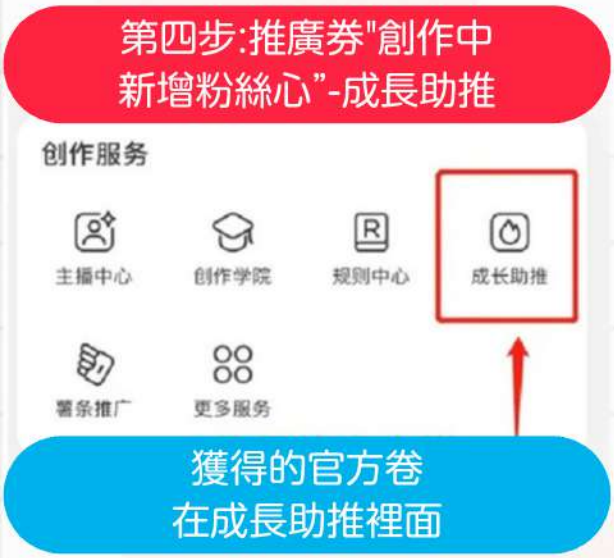
搜索框下方的“大家都在看”或“搜索發現”欄目，也會推薦實時熱門關鍵詞


心愿单
第一步：點擊“我”
设置
帮助与客服
扫一扫
我


第二步:
左上角點擊
圖標“創作
中心”
创作中心
我的草稿
浏览记录
钱包
订单
在创造中心进行
发布可以获得官
方流量扶持


第三步:選擇下面的熱門話
題參與發佈
笔记灵感
更多灵感
活动
推荐
户外
职场
日常碎片PLOG
433.5万人发布
去发布

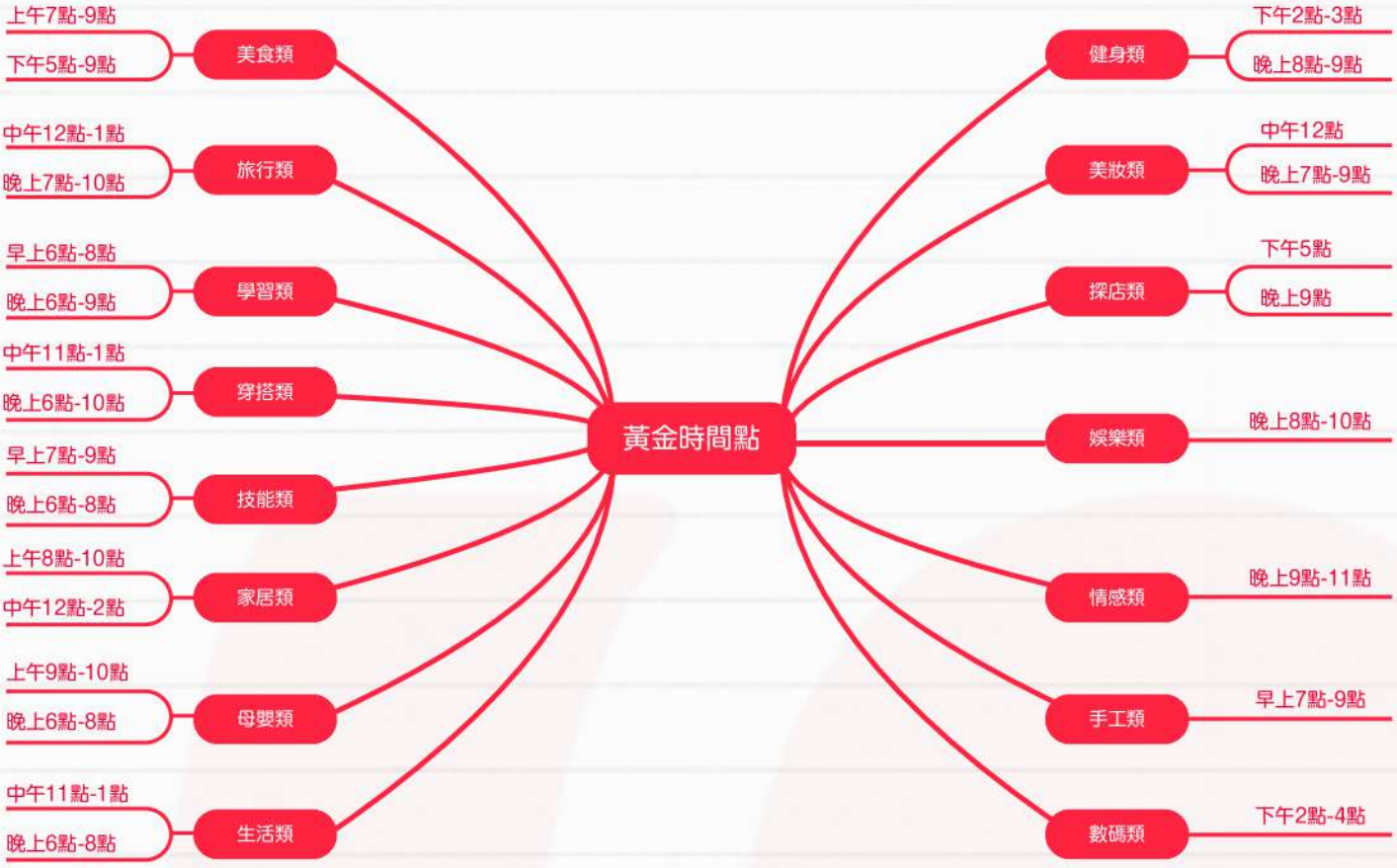

官方給的推廣卷可以適用
04-29
恭喜获得新的官方奖励，笔记推广券+200
因近期订阅笔记灵感，特奖励你「创作者专享笔记推广券」，你可前往【创作中心】-【成长助推】页面使用，助你的笔记上热门。
>>持续参与笔记灵感创作，有机会获得更多成长助推，再接再励！
小红书成长助手


第四步:推廣券"創作中
新增粉絲心”-成長助推
创作服务
主播中心
创作学院
规则中心
成长助推
薯条推广
更多服务
獲得的官方卷
在成長助推裡面


第五步:
点击去使用就能获流量啦
+430
曝光
官方奖励
未用完部分·创作者专属激励
有效期 07.05-07.19 01:21
去使用
+500
曝光
官方奖励
创作者专属激励
有效期 07.03-07.17 16:58
去使用
特别注意不要错
过有效期
+1150
曝光

黃金發佈時間

黃金時間點是指用戶活躍度高、閱讀興趣強、行動概率大的時間。比如通勤、午休、睡前等。不同的筆記內容和目標用戶群體有不同的活躍時間，根據用戶畫像和領域選擇時間點，可以讓更多的用戶看到你的筆記並產生興趣。



用戶時間習慣分析

用戶在一天中的不同時間段所做的習慣動作是不同的，熟悉用戶在不同時間段的習慣動作，對於我們瞭解用戶屬性、發佈合適的筆記內容有很大的幫助。

時間:5:00-7:00(部分賽道可發,局限性較大)

用戶習慣行為:早起用戶的起床時間

建議發佈內容:學習思考類內容

時間:8:00-9:00(碎片化流量較多)

用戶習慣行為:用戶吃早餐或在出行的路上，有碎片時間

建議發佈內容:資訊類、娛樂類內容

時間:12:00-14:00(閒暇時間關注熱點)

用戶習慣行為:一般是用餐和午休的時間

建議發佈內容:購物、美食、輕鬆娛樂的內容

時間:16:00-18:00(碎片化流量較多)

用戶習慣行為:工作一天後的休息時間以及下班途中

建議發佈內容:輕鬆娛樂的內容

用戶時間習慣分析

用戶在一天中的不同時間段所做的習慣動作是不同的，熟悉用戶在不同時間段的習慣動作，對於我們瞭解用戶屬性、發佈合適的筆記內容有很大的幫助。

時間:18:00-21:00 (黃金時間段，用戶活躍度高，流量高峰期) 用戶習慣

行為:大部分用戶的休閒時間

建議發佈內容:娛樂、影視、學習、購物等

時間:21:00-23:00(部分賽道可發，局限性較大)

用戶習慣行為:進入夜晚，情緒主導時間

建議發佈內容:情感類內容

小紅書流量池機制

流量池層級（從低到高）

1. 初始流量池

- 0-100小眼睛：筆記被限流，需改進違規內容
- 200-500小眼睛：標題添加搜索詞，提高被搜索機會

2. 中級流量池

- 3000-5000小眼睛：千人流量池，通過個人觀點和情感表達引發共鳴
- 1W-2W小眼睛：萬人流量池，進入人工審核階段

3. 高級流量池

- 10W-20W小眼睛：小熱門前流量池，可嘗試創新元素
- 100W-300W小眼睛：中熱門流量池，屬大熱門筆記
- 500W-1200W小眼睛：大熱門流量池，可引起廣泛傳播

4. 頂級流量池

- 3000W+小眼睛：全站流量池

热度极高
持续获得长尾流量
积极参与社群互动
影响力最大

小紅書帳號的10大降權行為

很多港澳創作者剛接觸小紅書時，常常感嘆：「這平台怎麼這麼多規則？」
我們習慣了Facebook、Instagram的自由度，想發什麼就發什麼，想說什麼就說什麼，很少會觸及敏感話題。但在小紅書，情況完全不同。
一個不小心用了某個關鍵詞，或是發了某個看似普通的內容，賬號就可能被降權。這種「如履薄冰」的感覺，對港澳創作者來說特別不習慣。
為了避免你的心血白費，我整理了最常見的10大降權行為。這些都是我們港澳創作者最容易忽視，卻必須要特別注意的點...

1. 數據監控

- 新號不養號就發布筆記

  易被判定為「營銷號」
  容易被限流

2. 更新頻率

- 避免長期斷更
- 建議：

  最佳：日更
  最低：每週3更
  保證內容品質

3. 引流規範

禁止在以下位置發布引流信息：

- 筆記正文
- 評論區
- 私信
- 頭像
- 個人簡介
- 背景圖

小紅書帳號的10大降權行為

4. 內容原創

- 禁止直接搬運他人筆記
- 需要原創或二次創作
- 批量搬運會被限流

5. 評論互動

- 避免重複相同話術
- 不要頻繁發布相同評論
- 注意互動頻率

6. 筆記編輯

- 避免頻繁修改筆記
- 違規處理：

  明確違規點可修改重發
  不明確則隱藏處理

7. 私信管理

- 謹慎回復私信
- 避免含外部信息的內容

8. 數據運營

- 發布後避免頻繁刷新
- 讓內容自然傳播
- 過度刷新易觸發審核

9. 帳號使用

- 一機一卡一號原則
- 同設備避免頻繁切換帳號
- 同網絡下相似內容帳號≤2個

10. 內容審核

- 發布前檢查：

  敏感詞檢查
  文案合規性

- 內容審核工具：

  1. 零克查詞
  2. 句易網（支持圖片檢查）
  3. 詞爪



SMM source

小红书

提升小眼睛的9大技巧

1. 更新頻率

- 保持賬號活躍度
- 每周更新3-5條內容
- 提高系統推送頻率
- 增加粉絲關注欄曝光機會

2. 結合話題

- 避免直接點"+"添加話題
- 在筆記靈感處自然植入
- 搭配熱門話題發佈
- 借助話題流量池

3. 日簽打卡

- 在打卡簽到界面發佈內容
- 提高用戶可見度
- 增加互動機會

4. 添加定位

- 發佈時添加地理位置
- 獲取地域性流量
- 提升本地化建築效果
- 擴大受眾範圍

5. 標題引流

- 清晰傳達文章主題
- 用詞簡潔明瞭
- 引起讀者興趣
- 突出核心價值

6. 內容質量

- 提供有價值信息
- 分享獨特觀點
- 保持文章結構清晰
- 注重邏輯性
- 深度洞察助力脫穎而出

7. 視覺內容

- 插入高质量图片
- 添加相关性强的图表
- 适当使用视频
- 提升内容可读性

8. 互動內容

- 積極回應讀者評論
- 參與社交媒體討論
- 建立良好互動關係
- 鼓勵讀者參與討論

9. 優化關鍵詞

- 插入高质量图片
- 添加相关性强的图表
- 适当使用视频
- 提升内容可读性



小紅書
8種
爆款封面





01文字干貨法

纯文字或极简设计，突出重点信息，让用户一眼看到核心内容



02上下排列法

画面上半部分放标题，底部展示核心图片或信息，简洁清晰。
例如:新加坡2天1夜超全攻略(上面标题)+行程图片(下面)



03對比突顯法

通过前后对比、效果对比等方式，让视觉更具冲击力吸引用户点击



04拼圖法

采用多张图片拼接，展示多个产品、步骤或场景，让信息更丰富



05人物聚焦法

以人物(博主/模特)作为封面主体，突出面部或特定动作增强亲和力和吸引力。适用于穿搭、美妆、探店等内容。



06雙行法

标题分为两行，通常上方是引人好奇的短句
下面是更详细的说明



07思維導圖法



08備忘錄法



小紅書筆記類型

一：合集類筆記

適用人群

全品類，適合探店、好物或知識IP

特點

數量多而全面，內容忠實，用戶感興趣

首圖優勢

多商品一起拍攝，標題使用數字吸引點擊

二：科普類筆記

適用人群

全品類通用，好物帶貨IP需注重單推薦

特點

輕量直觀，一眼獲取核心知識點

首圖優勢

用圖解總結知識點，或製作知識點清單

三：測評類筆記

適用人群

全品類通用
特別適合遊戲種草、科技、商品等測評
類似合集但更注重完整測評流程
通常包含TOP榜單或評分

特點

為用戶提供產品排水，突出價值點

首圖優勢

使用紅黑榜對比或標識區分不同產品評分

小紅書筆記類型

四：避坑類筆記

適用人群

適用所有類目
適合好物帶貨和知識博主
可用純文字或圖文結合

內容結構

點出問題+解決方案

特點

快速解決問題，抓住用戶痛點

首圖優勢

可用純色圖/實拍圖/網圖/邏輯框架圖，添加標題花字

五：教程類筆記

適用人群

全部類目都適用
可在教程中植入推廣
核心是展示"步驟"
可用文字或視頻形式

特點

流程清晰，節省時間，提供價值

首圖優勢

展示完整教程步驟或部分步驟圖

小紅書筆記類型

六：攻略類筆記

適用人群

適合所有類目
可加入推廣或服務，需要多維度詳細總結
內容要求全面深入

特點

流程清晰，節省用戶時間

首圖優勢

展示部分攻略信息，使用標題標記維度

常用標籤

建議收藏、最強攻略、最全攻略、必看攻略

筆記創作框架

Step1 開頭

痛點引入+情景描述+人設+方法介紹+點贊誘導

案例:

很多職場人花了1個小時去寫方案，但總是寫不出來，而且越寫越焦志(痛點引入)。明明自己很想把方案做好，但資料多得像海洋一樣，翻來翻去還是毫無頭緒(場景描述引起共鳴)。作為多年研究工作方法的職場專家(人設輔助)，今天就和大家分享 xxx方法，超級實用有效(方法介紹)，建議直接點贊加收藏，方便後續反復查閱(引導點贊)

Step2 中段

分點邏輯

① 分點輸出主要內容，簡潔明瞭
② 講知識點，以1-5個點來闡述主要內容，邏輯清晰。

強調重點

① 有1個重點需要著重講述，增強效果

Step3 結尾

總結引導

結尾強調人設，告訴讀者你是誰，引導關注。

粉絲互動

如果內容是系列，可以引導粉絲去主頁查看更多。

強化標籤

不要忘記給筆記打上熱門標籤。

Step4 發佈

小紅書發佈SOP

/	項目	關鍵點
創作前	選題	選題的三大板塊方法，包括日常選題、行業熱文、全域熱文。
	初篩	核心是選題是否選對、有料、有貨，包括視頻是否有核心吸睛點等。
創作中	拍攝	背景干净、语速均匀，场景自然，镜头不晃动
	剪輯	包括剪辑步骤、素材拼接等操作
發佈前(封面)	自檢	有無人群痛點、有無解決方案等
	剪輯	標題要有吸引力，滿足標題萬能公式等
	地點	確定是否添加地點
發佈後	評論	置頂引導領取資料等
	數據	一周後查看閱讀、互動、點贊和數據來源等

爆款筆記標題公式

巧用數字公式：

圈定人群+數字+解決方案

舉例：「34歲男堅持6個習慣輕鬆保持少年感」

情緒化公式：

情緒+八卦獵奇

舉例：「勸退！！家用美容儀真的可靠嗎」

疑問式公式：

反問+細分人群

舉例：「二胎寶媽都是怎麼帶娃的？」

攻略/清單公式：

圈定人群+抄作業

舉例：「職場人常用的辦公室軟件，跟著下載就齊活兒了」

爆款筆記結構公式

結構一

懸念開場 + 細節描繪 + 實例呈現 + 要點概括

案例解析：

1. 如何在三個月內讓自己的寫作能力得到顯著提升？

懸念：拋出一個引人入勝的問題

2. 良好的寫作能力無論是對於學業、職場還是個人表達都至關重要。然而，很多人覺得寫作能力很難在短期內得到提高。

描述：對問題相關的情況進行闡述

3. 小張作為職場新人，通過三個月有步驟的訓練提升寫作能力。第一月閱讀分析，第二月模仿寫作並尋求意見，第三月實踐應用，最終能力得到很大提升且獲得認可。

案例：給出實際案例

4. 有計劃地進行閱讀分析、模仿練習和實踐應用可在三個月內提升寫作能力。

總結：總結解決問題的關鍵

結構二

挑戰導向 + 趣味情節線 + 價值傳遞

案例解析：

如何在一個月內學會一門新語言？

挑戰主題：確定具有挑戰性的方向

2. 通過一些有趣的情節來展現挑戰過程，比如在學習語言過程中發生的文化碰撞趣事，或者自己鬧的語言笑話等。

趣的情節：使讀者產生興趣

. 通過每天堅持聽說讀寫練習，結合文化背景學習，一個月內可以初步掌握一門新語言。

輸出價值：總結出有價值的學習方法或經驗

爆款筆記結構公式

結構三

核心主張 + 負面危害 + 支撐依據 + 總結歸納

案例解析：

1. 採用新的營銷策略能提升銷售額

觀點：是整個文案的核心，起到引領方向的作用

2. 如果不採用新營銷策略，可能會被競爭對手搶佔市場份額，導致銷售額下滑。

危害：闡述不採取觀點所提及內容的負面後果

3. 列舉一些採用新營銷策略後銷售額大幅提升的企業案例。

論據：通過數據、實例、專家言論等方式來支撐觀點

4. 因此，企業應積極採用新的營銷策略來保障銷售額的增長。

結論：總結前文，強化觀點

結構四

引發問題 + 概念植入 + 概念剖析

案例解析：

1. 如何在竞争激烈的职场中脱颖而出？

提问：提出一个引人深思的问题

2. 职业核心竞争力。

设概念：提出一个与问题相关的概念，吊起读者胃口

3. 职业核心竞争力是指个人在职场中区别于他人，能够持续创造价值的能力，包括专业技能、沟通能力、创新能力等。

解释概念：详细解释概念（是什么？为什么？怎么做？）

結構五

情境 + 衝突 + 問題 + 答案

案例解析：

1. 很多年轻人想要装修自己的第一套房子，但预算有限

场景铺垫：设置一个情景

2. 市场上的装修材料价格高，且风格难以统一

矛盾凸显：在情境中制造矛盾

3. 如何在有限预算内装修出理想的房子？

疑问提出：提出某个明确的问题/痛点

4. 可以选择性价比高的材料，自己参与设计，以达到理想效果。

给出解决方案

爆款筆記結構公式

結構六

理想目標設定 + 目標達成要素

設定原則：

首先闡述一個你渴望卻難以實現的目標，接著直接表明要達成該目標必須進行的事項，或者暗示該事項是達成目標的必要條件，使這二者形成強邏輯關聯。

案例解析：

案例①

條件

每天堅持背50個英語單詞

目標

在三個月內通過雅思詞彙考試

要點

通過設定每天背單詞這個可執行的條件，與通過雅思詞彙考試這個目標緊密聯繫起來

案例②

條件

每周至少進行三次有氧運動，每次30分鐘以上

目標

在半年內成功減重10斤

要點

這裡將定期的有氧運動作為條件，與減重目標相互關聯

爆款筆記結構公式

結構六

理想目標設定 + 目標達成要素

兩個具體方法：

1. 目標是具體化的，那麼條件應該是抽象表達

例如：

"想要在期末考試中每門功課都達到90分以上的同學，平時要注重知識的積累、學習方法的改進和良好學習習慣的養成。"

目標很具體：期末考試每門90分以上

條件相對抽象：知識積累、方法改進和習慣養成

2. 目標是抽象化的，那麼條件應該是具體化

例如：

"想要擁有健康生活的人，每天要保證八小時睡眠，攝入足夠的蔬菜和水果，並且每周至少有五天進行適度的運動。"

目標很抽象：擁有健康生活

條件很具體：保證睡眠、合理飲食和定期運動

爆款筆記結構公式

結構七

拋出多層疑問 + 實例答疑 + 復合式收尾

原理說明：

通過疑問句來引發用戶思考，但有時單一疑問效果欠佳。可以嘗試遞進式的語句對用戶進行深度追問，一個問題可能讓用戶覺得無關痛癢，但多個問題層層遞進就能觸動用戶內心。

案例解析：

1. 提出多重疑問

· 為什麼你每天努力工作，卻總是得不到晉升？
· 同樣是朝九晚五，為什麼別人能夠輕鬆平衡工作和生活，你卻疲憊不堪？
· 你在工作中明明提出了很多好的想法，為什麼總是得不到領導的重視？

2.解釋疑問

从工作态度、工作方法、职场沟通等多个维度帮你把职场发展不顺的原因重新梳理了一遍。这套分析方法可以运用到各种职场场景中。

3.綜合收尾/解答

在職場中，我們都在尋找成功的秘訣。雖然沒有一種方法能保證讓你立刻平步青雲，但通過不斷反思和改進自己的工作方式，你一定能離成功更近一步。

文案技巧：

1. 避免過早或提問後直接給出答案

因為這不符合"啓發思考定律"。若直接給出解決方案，用戶離開的可能性非常大。盡量將知識置於案例中，這樣可以留給觀眾思考的空間，吸引他們繼續閱讀以尋找答案。

2. 增加段落間過渡

合理地在段落之間添加過渡段"塑造期待"，即繼續"賣關子"將用戶的期待值加大，增加用戶停留時長。就像一個個"懸念"，不斷吊起讀者的胃口，使文案的節奏更加緊湊，邏輯更加連貫。

筆記發出後的平台推流過程

時間段	推薦階段	運營動作建議
0-3小時	冷啓動	點贊首評、 評論引導互動
3-12小時	小推薦/爬池中	回評維護 增加話題熱度
12-24小時	大推薦 (爆發前兆)	加熱評論區 引導二次轉發
24-48小時	是否進入熱 門池	注意評論區言論 操作不要過於頻繁
3-7天後	進入長尾推 薦池	持續更新、維護評論

4個官方投流方式

「投多少錢？」「選什麼形式？」「找哪些達人？」每個準備在小紅書投放的人，都在糾結這些問題。
很多人一開始就只用一種投放形式，預算花了，效果卻不盡如人意。其實，小紅書的廣告體系經過多次迭代，已經發展出四種成熟的投放方式：薯條、聚光、蒲公英和千帆。
每種投放方式都像是一把不同的鑰匙，能打開不同的流量大門。選對工具，預算才能花在刀刃上。
接下來，我們就來深入解析這四種投放方式的特點，幫你找到最適合的投放策略

一：薯條 - 筆記加熱小能手

誰用？ 人人可用（企業號/個人號都行）
用處？衝曝光、漲粉、要互動（點贊收藏評論）

場景 測封面圖哪張更吸睛、測筆記是否被限流、助推潛力筆記

特點 門檻超低，效果偏"廣撒網"，精准度一般

二：聚光平台 - 精准獲客大佬

誰用？要客資/線索/表單的企業/商家（需藍V認證）
用處？引流私信、收集客戶信息、表單預約、也要互動

場景 PC端操作，投信息流廣告、搜索廣告，用戶超精准！

特點 按點擊付費，效果導向強，但有投放門檻

三：千帆 - 商家自播帶貨神器

誰用？開了薯店的商家/個人
用處？推商品、促成交、提升直播/筆記帶貨ROI

場景 管理店鋪、商品推廣、直播加熱、筆記帶貨

特點 側重電商轉化，有保價機制（對素材要求高）

4個官方投流方式

四：蒲公英 - 品牌種草大本營

誰用？ 品牌主

用處？ 找達人寫筆記、做品牌宣傳、玩內容種草

場景 官方撮合平台，品牌發任務 ➡ 達人接單創作

特點 直接觸達用戶心智，種草力強，但成本較高（達人費用）

一句話總結：

想小推筆記/測數據？ ➡ 薯條

要精准客戶/留資？ ➡ 聚光

有店鋪要賣貨？ ➡ 千帆

搞品牌種草找達人？ ➡ 蒲公英

小紅書變現模式

很多人以為小紅書變現就是發產品賣貨，但其實限制自己做「小賣家」，錯過了更大的商業機會。

實戰下來，小紅書至少有這幾種成熟的變現路徑：

一、基礎變現方式

1. 賣東西模式

- **自有產品銷售**

  實體商品
  虛擬產品（課程/資料）

- **平台重點：**買手博主模式
- **准入門檻：**個人號/店鋪門檻降低

2. 賣時間模式

- **適合對象：**無商品但想增收的創作者
- **收入來源：**

  廣告推廣
  代銷產品

- **建議：**先累積流量再變現

二、賣時間模式

1. 引流變現

- **官方合作**

  付費獲取用戶信息
  投放效果廣告

- **限制：**個人/小商家機會較少
- **解決方案：** 引流至私域進行轉化

小紅書變現模式

2. 店鋪經營

商家店鋪

- **每營業執照可申請：**

3個專業號
3家店鋪

- **企業專業號可關聯實體店**

買手店鋪

- **從零積累粉絲**
- **內容營銷吸引用戶**
- **無貨源買手建議：**

使用1688一件代發
控制商品數量
預先商家合作

三、專業變現方向

1. 知識變現

- **適用領域：**

邏輯思維
育兒/健身
減脂/護膚
運營管理

- **變現方式：**

私域引流（主頁/1V1/群聊）
專欄（需1W+粉絲）
店鋪結合

2. 商品變現

- **代銷要求：**

佣金≥1000
無需專業認證

- **選品中心特點：**

多類目可選
明確佣金比例
可選自帶貨源

小紅書帳號類型完整指南

一、基礎帳號類型對比

1. 個人號

- **定位：**最基礎帳號類型
- **特點：**

無需實名認證 無需綁定身份證

- **適用：**普通用戶分享生活
- **限制：**商業活動受限
- **曝光量：**相對較低

2. 個專號（個人專業號）

- **認證要求：**

需綁定身份證 實名認證

- **功能特權：**

可開通商業工具 蒲公英功能 薯店功能 帶貨功能

- **適合人群：**

專業內容創作者 想做個人IP 追求內容變現

3.企業號（藍V號）

- **申請要求：**

營業執照 相關資質文件 600元認證費

- **功能權限：**

發布廣告 品牌宣傳 活動優惠

- **適用對象：**企業/團隊運營

4. KOS號

- **主要功能：**

品牌認證頁面 內容管理系統 廣告投放

數據分析 商品分銷權限

- **特色：**可發商業筆記關聯主帳號商品

小紅書帳號類型完整指南

二、選擇建議

1. 按目標選擇

- 分享個人經驗：個人號/個專號
- 品牌營銷推廣：企業號
- 商業變現為主：個專號
- 矩陣帳號管理：KOS號

2. 進階建議

- 新手建議從個人號起步
- 有專業內容創作需求轉個專號
- 企業品牌推廣選企業號
- 需要多帳號管理選KOS號

3. 轉換提醒

- 個人號→個專號：需要實名認證
- 個專號→企業號：需要相關資質
- 注意評估轉換成本和收益

一分鐘看懂賬號屬性



個人號

沒有營銷工具，主頁設置，沒有其他認證標識



藍v號

企業認證後的賬號具有藍V標識，一般體現在賬號名稱後面



個專號

個人身份的專業認證賬號，適用於專業性較強的個人



KOS號

帶有主賬號主體信息在名稱下面，點擊進去會是主體賬號的主頁

平台系統運營機制

一、筆記審核機制

1. 審核方法

機器審核+人工審核

2. 審核時長

一般在1小時內

3. 審核流程

筆記發佈後，首先進行機器審核，如果未檢測到違規，則發佈成功；如果檢測到疑似違規，則進行人工審核，如果仍然判定違規，則發佈失敗，若沒有則發佈成功

4. 自檢筆記

1) 對照官方社區公約："我"-創作中心-規則中心，找到社區公約

2) 違規詞查詢：零克查詞、句易網、紅薯編輯器等工具

二、流量來源分析

1. 站內流量

1) 粉絲關注：只要你發佈內容，你的粉絲就會在關注頁面看到你的內容

2) 發現頁面：小紅書會根據用戶日常瀏覽、搜索、關注等行為為其打上標籤，並主動推送相關優質筆記。因此你需要持續發佈垂直領域內容，讓系統識別你賬號的目標用戶，從而獲得推送

3) 同城推薦：在小紅書的首頁中，旁邊有個同城欄目，比如「成都」，小紅書會根據用戶定位為其推送同城博主的筆記，因此在發佈筆記時可加上位置信息以提高曝光量

4) 關鍵詞搜索：即用戶在首頁主動搜索關鍵詞來尋找筆記，而搜索結果頁排名靠前的筆記越容易得到用戶的點擊。因此，在發佈筆記時，一定不要忘了帶上關鍵詞、話題，並不斷優化標題、封面等，提升筆記在搜索結果頁面的排名

平台系統運營機制

2. 站外流量

1) 社交媒體：當你的筆記被分享到社群、微信朋友圈、微博等社交媒體，即獲得流量。

2) 搜索引擎：即用戶在搜索引擎中輸入關鍵詞，你的筆記在搜索結果頁被推薦。

三、流量分發機制

1. 推薦模式

· 階梯式推送

在無違規情況下，小紅書的流量呈"階梯式"推送。即筆記發佈成功後，會獲得一個初始曝光量，系統根據用戶的一系列交互行為（點贊、收藏、評論、轉發、關注、完播等）給筆記打上一個內部分數，如果評分高，就會推送給更多用戶，進入下一個流量池

· 評分體系：

點讚：1分

收藏：1分

評論：4分

轉發：4分

關注：8分

匹配分發策略

1) 內容標籤匹配：筆記發佈後，首先會被系統打上一系列標籤，會試推薦給對這些標籤感興趣的用戶，獲得初始曝光。

2) 用戶主動搜索，在搜索結果頁你的筆記被推送獲得的流量。

3) 粉絲關注流量：將筆記推送給你的粉絲。

平台系統運營機制

四：筆記收錄查詢

筆記發佈成功後，如果被收錄了，別人就會搜索到我們的筆記，如果沒有，則搜索不到。

1. 影響因素

1) 標題、正文關鍵詞等。

2) 添加的標籤應精准化，並不要總是更改，建議使用幾個與賬號筆記緊密相關的幾個固定標籤，也有利於系統識別你的賬號標籤。

3) 圖片和文案是否有存在違規或者是廣告推銷形式。

4) 賬號是否有違規行為。

2. 查詢方法

1) 首頁搜索關鍵詞或者筆記標題，如果搜索結果頁能看到你的筆記，說明被收錄了，如果沒有，則需要自檢調整筆記，再次發佈。

2) 在首頁輸入你的賬號ID，搜索結果頁上會顯示你所有被收錄的記，如果沒有則筆記未被收錄。

3. 掉收錄的情況

1) 筆記收錄是不穩定的，如果被收錄後，系統發現有明顯引流行為，或者被舉報，都可能會取消收錄。因此，如果被取消收錄，調整筆記等待再次審核即可。

2) 如果你筆記數據還可以，但是還是突然掉了收錄，自檢也沒有問題，建議不要隨便修改，過段時間會回來，否則一直盯著收錄情況非常影響創作熱情。

平台系統運營機制

五：筆記權重影響因素

關於權重，官方給出的說法是不存在賬號權重，但有筆記權重，而且不存在限流行為（除非違規）。那麼，影響筆記權重的因素有哪些呢？

1. 原創度

內容為王，原創為王，在任何平台都是適用的。

2. 垂直度

應盡量輸出垂直領域的專業內容，讓系統識別你的賬號專業性，將筆記推送給更多人。

3. 互動性

即在筆記發佈後，筆記的轉發、評論、收藏、點贊等用戶交互數據

權重關係為：轉發>評論>收藏>點贊

4. 關鍵詞

關鍵詞與整個筆記的相關性應盡可能大。如果關聯性比較小，系統可能識別為亂貼關鍵詞惡意引流，此部分的權重會被扣掉。所以盡量選擇與內容相關性大的關鍵詞。

轉化客戶方法：
一鍵複製微信名片

在社交媒體運營中，我們常見到Facebook和Instagram允許直接留下聯絡方式，但內地平台的規則卻有所不同。以小紅書為例，平台對於聯絡方式的分享有著嚴格的管理制度。

為了保護賬號安全，避免被封號風險，小紅書提供了官方認可的專業獲客渠道。平台特別開放了專業號後台功能，讓創作者可以通過自動回覆和獲客名片等專業工具欄來實現安全的連接。這是目前唯一一個官方認可的安全方式。

然而，需要特別注意的是，即使在後台私信位置，也嚴禁直接提供聯絡方式。這條規則必須嚴格遵守，因為任何違規行為都可能導致賬號被封禁。

通過正確使用這些官方提供的工具，創作者既能夠安全地進行私域轉化，又能確保賬號的長期穩定運營。在小紅書的運營中，遵守平台規則永遠是第一要務。

【操作步驟】

Step1 登入專業號後台

Step2 點擊營銷工具-獲客工具-商家名片



Step3 點擊新建名片-選擇企微/個微，然後針對性地篩選點擊確認即可



這三步設置好了以後，就可以在私信界面直接把你的名片推送出去。別人就可以直接複製，然後貼上，就能找到你了

私信自動回覆不能留微信了，那麼如何第一時間讓用戶看到你的信息？也是在專業號後台設置就可以：

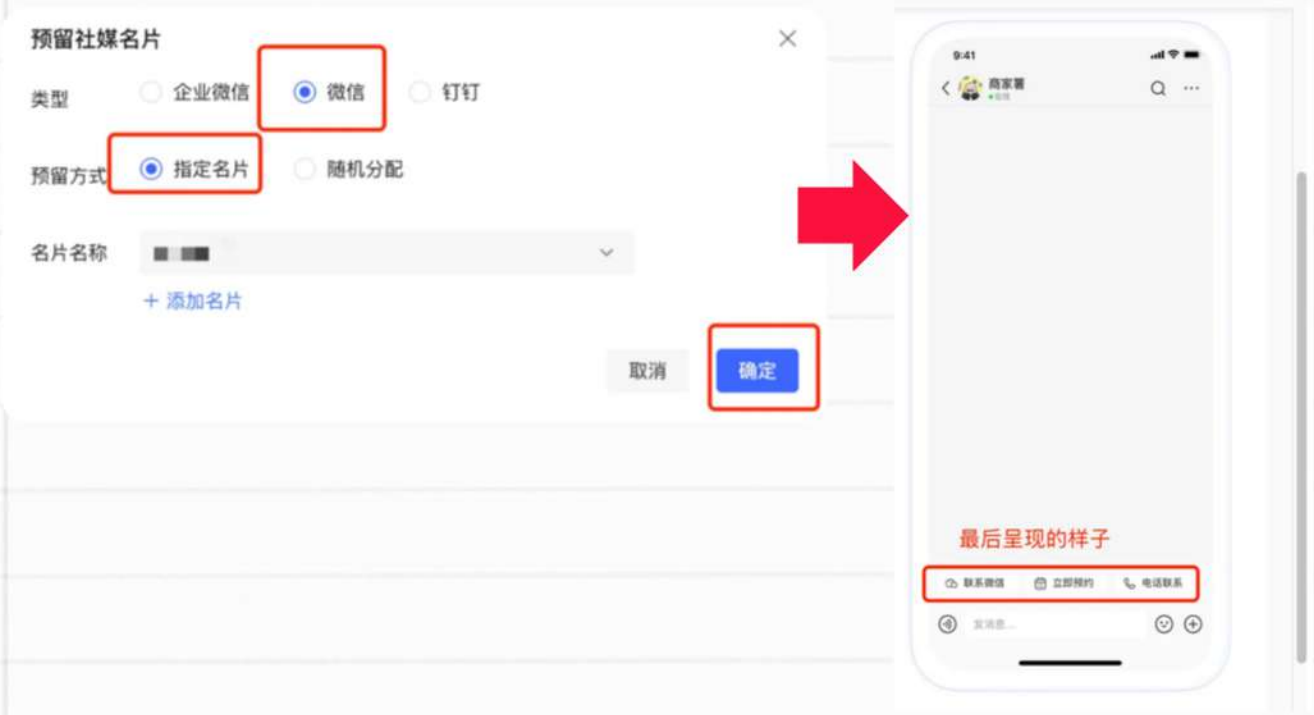
【操作步驟】

Step1 登入專業號後台

Step2 點擊內容管理-私信服務組件-快捷選單



Step3 社媒名片-聯繫-設置-個微-指定名片-選擇即可完成



小紅書廣告投放規則

一、聚光的優勢

① 小紅書聚光投放僅限於企業號

② 小紅書聚光投放，每天最低投放 300 元，聚光賬戶充值 5000 元，才能起投。

③ 只要一個月內投放金額>1000 元，即可光明正大地導流，並且享有私信功能。

④ 後台投放方式主要分為:1)信息流、2)搜索、3)全站智投

信息流:

首頁的流量，流量比較大，投放的成本也會更低，位置在第6，16，26位

搜索:

搜索端的流量，流量相對小一些，但流量準確;位置是在3、13、23位

全站智投:

主要是覆蓋了搜索、信息流一體的，屬於系統智能投放

二、聚光投放側重點

① 投放前創作筆記，可以在「筆記靈感」裡面去找一些熱門的活動及方向，因為有流量的扶持，也能夠確定投流的方向

② 搜索關鍵詞，可以看到下拉框裡面的熱詞，在投放搜索的時候可以選用這些詞語

③ 出價設置，一般建議出價別太高，逐步往上加,直到跑量穩定，成本穩定，後續可根據情況調整!

④ 搭建計劃優先信息流、搜索位置，最後使用全站，因為相互之間不衝突

三、聚光投放誤區，注意!

① 消耗跑不動，主要是因為沒人點擊，需要分析是否標題、封面等不夠吸引人。

② 如果消耗一直沒有提升，可以檢查範圍設置是否太窄、出價設置過低，覆蓋人群是否過少

③ 切勿短時間內多次調整計劃，這樣會導致後台算法崩潰，流量分發不準確。

④ 在單個計劃內，不建議頻繁修改多個單元的創意，否則會影響其他流量的分發。從而會發現成本上升而沒有咨詢和開口的情況發生。

小紅書廣告投放規則

四、收集同行投流的爆款筆記

① 搜索行業相關的關鍵詞，找到右下角有【贊助】的筆記，可以作為參考

② 最少收集10條，分析這10條裡面什麼類型多，封面標題內容都有什麼樣的共性。

③ 將你收集到的信息整合到一條筆記中，做3~5條去做測試投放。

④ 只要筆記的內容質量好，客人留咨成本一定不會太高



異地登錄風險

在香港和澳門經營小紅書賬號時，異地登錄問題成為了許多運營者的一大挑戰。這個問題源於小紅書平台對賬號安全的嚴格把控，特別是針對跨境登錄的監管。

平台會持續監測用戶的登錄行為，包括IP地址、地理位置等關鍵信息。當系統發現賬號在短時間內出現地理位置跨度較大的登錄行為時，往往會觸發安全機制。例如，如果一個賬號上午在香港登錄，下午卻在深圳登錄，系統可能會將其識別為異常行為，從而限制賬號登錄或要求進行額外的身份驗證。

這種情況在使用公共WiFi、代理服務器或VPN時尤為明顯。當IP地址從香港突然切換到內地時，更容易觸發平台的安全警報。此外，頻繁切換設備登錄，或使用非官方工具操作賬號，都可能導致賬號被限制甚至封禁。

針對這個問題，我們建議採用一個最有效的解決方案：在內地申請一張當地電話卡，配合一部專門用於小紅書運營的新手機。這種方式能夠為賬號提供穩定的登錄環境，大大降低觸發平台安全機制的風險。使用內地手機卡不僅可以確保網絡環境的穩定性，還能與平台的區域要求完美匹配。

這個方案雖然需要額外投入，但從長遠來看是最穩妥的選擇。它能確保賬號的穩定運營，避免因異地登錄而產生的各種問題，讓港澳運營者能夠專注於內容創作和用戶運營，而不必擔心技術層面的登錄困擾。

對於專業運營者來說，這筆投資是十分值得的。畢竟，相比賬號被限制或封禁帶來的損失，購置一部新手機和辦理內地電話卡的成本可以說是微不足道的。這也是目前最安全、最可靠的運營方式。

聯絡我們・立足灣區・連接中國市場

這本《小紅書起號手冊》凝聚了我們SMM Source團隊多年來深耕內地社交媒體的專業經驗。從香港到大灣區，從初創企業到知名品牌，我們見證了無數港企成功打入內地市場的精彩故事。

在這個數位化轉型的關鍵時期，小紅書已然成為連接品牌與內地消費者的重要橋樑。本書不僅是一本技術指南，更是一把打開內地市場的金鑰匙。通過對平台機制的深入解析和實操策略的詳細剖析，我們希望能為每一個懷抱夢想的港企指明方向。

作為粵港澳大灣區新媒體營銷的領航者，SMM Source將持續以專業、創新的服務理念，協助更多企業在內地市場乘風破浪。我們相信，只要掌握正確的方法，每個品牌都能在小紅書這片沃土上綻放異彩。

讓我們攜手同行，在數位營銷的浪潮中，共同譜寫屬於大灣區的璀璨篇章！

SMM Source團隊

我們Whatsapp 傾傾！

SMM source
你的全球市場推廣伙伴

保險人小红书的獲客攻略



寫出爆款筆記，
漲到百萬粉的流量密碼

© SMM Source -- All rights reserved. 請不要私下對外分享，複製，售賣任何此材料，除非你已擁有SMM Source的書面同意
版權所有，翻印必究。