

引言

双十一数据报告来了，如果用一句话概括海量数据呈现了什么趋势：

创意素材，将会越来越重要。

这个趋势已经非常明确了：过去的信息流算法是一个拍卖场，你可以竞价买下广告位，获得和顾客联系的机会；随着人工智能发展，拍卖场成为了社交广场，你的内容与卖点，将决定你能匹配上怎样的顾客。

当一个品牌建立内容叙事，算法就能找到喜欢这个叙事的消费者，“内容即定向”，实现确定性的增长。

在刚刚过去的抖音双十一，各行业头部品牌的最大共性，就是其创意素材带有非常强烈的叙事性，在诠释品牌的同时，也切中不同消费者的买点。

举个例子，草本初色是怎么卖女装内衣的？

如果你是功能实用主义者，它说：

“加入玻尿酸和姜丝精华，防静电，轻薄保暖”

如果你关注生活舒适度，它则说：

“无痕裸感，像你的第二层肌肤一样”

如果你关注时尚美感，它的创意素材将用这句黄金三秒：

“超模奚梦瑶都在穿的肌底衣”

一句话，让草本初色登上有米有数 · 抖音双十一内衣裤袜榜第一名。

因此，今年我们不仅呈现整个市场竞争格局，也整理了各个行业中，头部品牌的叙事与广告内容策略，并邀请了各行业的头部专家与操盘手，为大家带来精彩解读。

希望能为营销人员带来一些助力，感谢您的阅读。

——有米云数据内容团队



报告覆盖7大垂类行业



彩妆护肤

P7-13

彩妆、护肤



服饰鞋包

P15-30

男装、女装、内衣裤袜、
鞋靴箱包、运动户外



个护家清

P32-38

个护美体、日用百货



数码家电

P40-46

家用电器、3C 数码



食品饮料

P48-57

休闲食品&粮油速食、
饮料&冲饮、保健食品



母婴儿童

P59-62



宠物食品与用品

P64-67

INS

RE

彩妆护肤

Makeup and Skincare

彩妆双11概览

尽管国际大牌圣罗兰登顶彩妆类目榜首，但国货品牌跻身榜单的共有15个。与往年双11相比，毛戈平、Funnyelves 方里、彩棠等新锐彩妆品牌排名上升明显，销售额超5000万，与部分国际大牌旗鼓相当，甚至部分国牌在销售额上超越了国际品牌。

对于国货品牌而言，通过产品美学的升级，它们正在打破“大牌平替”的固有思维，塑造出品牌独特的“人设”。比如花西子，其在产品融入雕花、浮雕等国风元素，树立了“贵妇级御养气垫”形象。

此外，彩妆行业的营销打法不再局限于功效堆砌，而是转向“功效+体验+场景”的组合拳。例如恋火，“持妆9小时+牢牢焊脸上+游泳健身都不怕”。

彩妆品牌热销榜

排名	品牌	销售额	排名浮动
1	YSL/圣罗兰	1亿+	个
2	毛戈平	7500万-1亿	个
3	花西子	7500万-1亿	
4	Funnyelves方里	5000万-7500万	个
5	CPB/肌肤之钥	5000万-7500万	个
6	阿玛尼	5000万-7500万	个
7	彩棠	5000万-7500万	
8	柏瑞美	5000万-7500万	
9	橘朵	2500万-5000万	个
10	花知晓	2500万-5000万	个
11	修可芙	2500万-5000万	个
12	AEKYUNG/爱敬	2500万-5000万	个
13	卡姿兰	2500万-5000万	
14	雅诗兰黛	2500万-5000万	个
15	三资堂	2500万-5000万	个
16	完美日记	2500万-5000万	个
17	珂拉琪	2500万-5000万	个
18	AKF	2500万-5000万	
19	PUCO	2500万-5000万	
20	恋火	2500万-5000万	

数据来源：有米有数，时间周期为双11正式期2024.10.18-11.11



优秀创意叙事-彩妆



恋火

- ✓ 软硬液三重成膜剂、胶水底妆，牢牢焊脸
- ✓ 九种保湿精华，不会卡粉斑驳
- ✓ 持妆九小时，游泳健身都不怕脱妆



滋色

- ✓ 黑科技、粉转膏技术、零粉感
- ✓ 妆前吸油妆后定妆、一膏多用
- ✓ 油皮姐妹、爱脱妆、手残党/新手



珂拉琪

- ✓ 蚕丝蛋白冻干雾粉
- ✓ 东方色彩、微醺感、老祖宗严选
- ✓ crush、氛围感美女、甜酒玫瑰



完美日记

- ✓ 仿生膜精华、石榴胜肽复合物
- ✓ 明星化妆师、明星热卖色
- ✓ 低调通勤、早秋约会、素颜聚会



花西子

- ✓ 贵妇级、御养气垫
- ✓ 补妆养肤、四效合一
- ✓ 从早到晚、上山下海都不脱妆

「恋火」广告策略概览



Passional Lover官方旗舰店 彩妆护肤
品牌抖店
绑定账号：Passional Lover官方旗舰店



直播引流
货广告
6.8%



引流
告



引流

内容策略总结

Passional Lover官方旗舰店在此期间一共投放了573 条素材，其中534条直播引流广告和39条带货广告。

直播引流广告主推的账号有9个，其中投放Top3 账号有：

- 1 Passional Lover官方旗舰店粉丝数：170.6万
受众人群是油痘肌，产品卖点是保湿精华，促销优惠是mini气垫仔，需求场景是夏天，明早达人显李梦，其他是直播问
- 2 Passional Lover定妆粉进粉丝数：26.5万
受众人群是游泳健身，产品卖点是阳不掉粉饼，促销优惠是拍一到手十一大件，需求场日只户外测评，明早达人显林曼，其他是PL
- 3 Passionallove1底液直播粉丝数：19.5万
受众人群是混油皮，产品卖点是遮瑕，促销优惠是限糊扑扑送一，需求场景是早上急着出门，明星达人足pay姐，其他显不喜欢都可以退

带货广告的商品有7个，投放 Top3 产品有：

- 1 【官方正品】PL腊不掉粉底液3.0看不见2.0干油皮秋冬水润服帖遮我
受众人群是珊瑚族女大学生，产品卖点是要斯质地，促销优惠是限时发货，需求场景是上课，明早达人是岸姐，其他是上妆
- 2 正【官方正品】PL看不见陪不掉粉饼混干油皮特久控油补妆自然定妆防水
受众人群是油皮，产品卖点是据不掉，促销优惠是四月份，需求场景是日出，明星达人只奇出，其他呆PL
- 3 【秋冬妆容好物】PL陪不掉香不见气垫88语干油皮油皮保湿特久不脱妆
受众人群是懒人，产品卖点是避透，需求场景是化完妆，其他是化个美美的妆

数据来源：有米有数至尊版「广告内容策略」

「恋火」广告策略报告

直播引流素材策略

数据概览

合右完眼光白播引流素材

素材数②
534



创意数②
1482



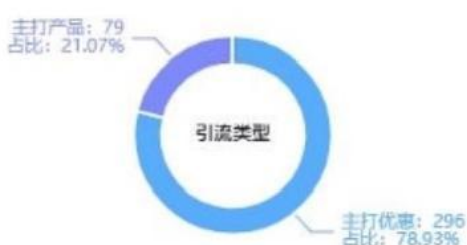
曝光数②
1612万



所选时段内直播引流的素材有534条，占总素材数93.2%；创意有1482条，占总创意数92.1%；曝光数是1612万，占全部的99.4%。

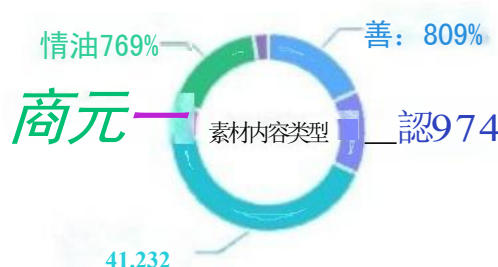
直播引流策略

素材内容类型



●主打优惠 ●主打产品

所选时段内直播引流素材内容的类型中，主打产品的素材占比21.07%；主打优惠的素材占比78.93%。因此判断，其直播引流去材主要通过主打优惠的素材吸引用户进直播间。



●单人口播。真人展示 ●商品口播。商品展示 ●剧情油绎。多人直播

所选时段内直播引流去材内容的类型中，商品口播类型的素材占比最高，为41.73%。因此判断，其直播引流素材主要使用商品口播的形式制作素材。

爆量账号内容分析



Passional Lover官方旗舰店
粉丝数: 170.6万



②素材数
416

②创意数
1156

②曝光数
1160万

受众人群

主推油痘肌

油、痘皮
干敏皮 妹妹 曲奇油皮
敏皮的姐妹们 女生 痘皮
网友 油痘肌 干皮
姐妹们 姐妹 夏天 公主们
化妆新手 化妆师 油豆皮
海底捞的粉丝 大千皮

产品卖点

主推保湿精华

软硬液三重成膜剂
胶底妆 蜜桃绒绒肌
牢牢焊在脸上 服帖 实力底妆
清透无瑕 防水防汗
轻薄服帖 保湿精华 水光感
九种保湿精华 不脱妆
奶嫩肌
清润养肤 试色卡 持妆效果 成膜
不会卡粉 斑驳 软硬液 三种成膜剂

促销优惠

主推PR气垫

送同款粉底液 保证正品
正装粉底液 厚粉扑 人气爆款
买PR 气垫 正装
大抵价开 气垫 粉底 厚粉扑
老贵了
送你粉底液 正装
送全色试色卡 粉底刷 厚粉扑

需求场景

主推夏天痘肌

大夏天 直播
夏季出门玩
综艺 夏天痘肌 暴汗
旅游上妆 夏天 晚上 夏日出门
运动 暴汗 游泳 出门 吃火锅
带出去 回家 运动
国庆 出门 游玩 早上 出门



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/958000041104007004>