

全棉时代走入全胜时代，从拯救妈妈的熊猫眼开始

- **品牌名称：**全棉时代
- **所属行业：**快消行业
- **执行时间：**2023.01-06
- **参选类别：**种草营销类

登高山后望低谷，三大难题需攻克

全棉时代

研发出史上第一款棉柔巾，开创棉柔巾品类，作为品牌首款大爆品，售出棉柔巾超过315亿张，市占率排名第一

形象需扭转

重渠道轻品牌 卖场属性强



新品需破圈

高客单新品类纱布被0认知



人群需拉新

局限母婴人群需扩大受众规模



我们希望通过 **小红书** 种草的力量

帮助全棉时代实现 **「新」** 破局

品牌焕新

摆脱固有卖场形象
塑造高端生活方式品牌

品线拓新

在小红书挖掘个护/用品/服
装/家纺等多个高潜品类

人群拉新

拓宽人群圈层
抢占高净值中产消费者



【社区妈妈笔记 - 小红书搜索页】

母婴人群中，独立睡觉孩子有睡眠问题普遍存在
比如：深夜冒汗 / 踢被 / 哭闹 / 找妈妈



洞察用户痛点——
无法睡整觉的宝宝
无法睡好觉的妈妈

关键词	笔记数量	笔记内容	笔记标题	笔记图片
宝宝, 睡觉	3,477万	商业笔记2,000	提及品牌数: 2,349	点赞总数: 345,18万
宝宝, 睡眠	2,267万	商业笔记2,688	提及品牌数: 1,817	点赞总数: 203,76万

【干瓜 / 蒲公英后台数据查询关联孩子睡觉的关键词内容】

找到核心用户的真实诉求，确认新品纱布被「超级C位场景」

拯救「熊猫眼妈妈」

通过一款透气亲肤、舒适轻盈的被子，帮助宝宝安心睡眠，也让妈妈们好好休息，告别熊猫眼



STEP 1:

从妈妈视角切入种草传递全棉呵护心智，打开纱布被认知度



CTR 18%
互动量 3000+

骗养娃系列



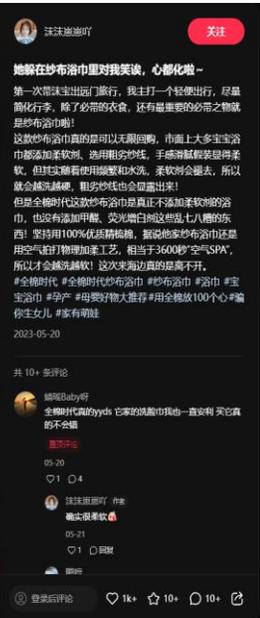
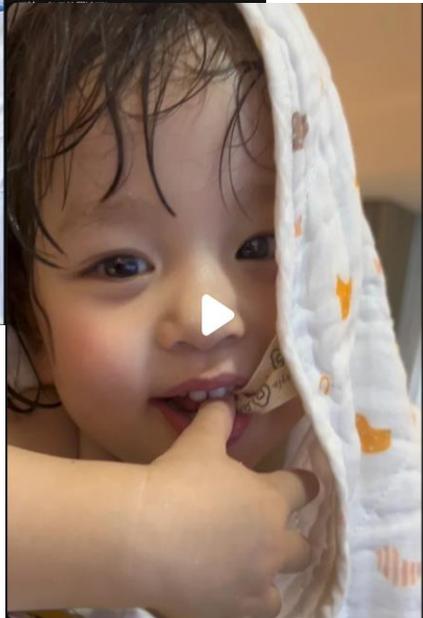
CTR 19%
互动量 6000+

宝宝成长



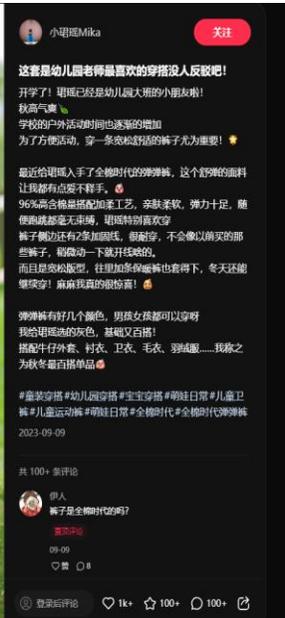
宝宝睡姿大赏

CTR 23%
互动量 4000+



安睡畅眠场景

CTR 27%
互动量 7000+



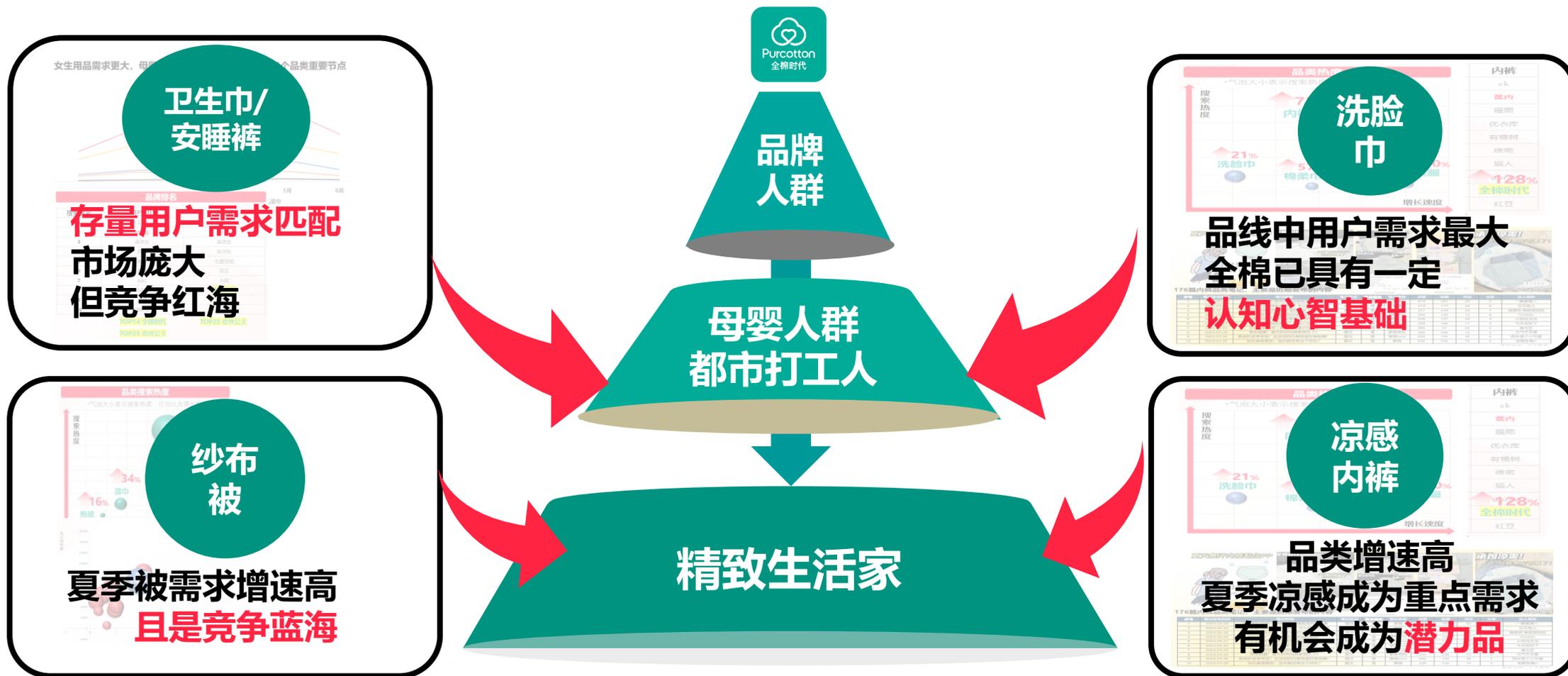
STEP2:

积攒口碑后迅速延伸至新人群与新场景，成为夏季宝藏爆品

<p>人群策略</p>	<p>核心人群 熊猫眼妈妈</p>	<p>潜在人群 都市打工人</p>	<p>泛人群 精致生活家</p>
<p>内容场景</p>	<p>母婴健康生活</p>	<p>精致睡眠家的日常</p>	<p>所有夏季购买家纺的人群</p>
<p>需求洞察</p>	<p>熬妈幼崽深夜热踢被子，不盖又怕崽着凉 有了纱布被，不怕长痱痱</p>	<p>职场打工人的亚健康缺觉日常 有了纱布被，到点我就睡</p>	<p>闺蜜生崽我消费，婆婆失眠我送被 有了纱布被，送礼我都会</p>
<p>方向要点</p>	<p>更适合母婴/准妈妈夏季使用的被子</p>	<p>助眠黑科技/提升睡眠幸福感的好物</p>	<p>这是充满“爱”的一被子</p>
<p>目标人群</p>	<p>母婴人群、纱布品类人群</p>	<p>精致白领/职场人士</p>	<p>追求实用/价值感送礼仪式</p>
<p>内容类型</p>	<p>宝宝睡醒满头满身汗，捂出痱子了要</p>	<p>想要睡得好，纱布被儿不能少！</p>	<p>给父母/闺蜜安排的实用好物</p>
<p>内容占比</p>	<p>40%</p>	<p>35%</p>	<p>25%</p>
<p>达人类型</p>	<p>高品质母婴&育儿&职场分享类博主</p>	<p>精致家居好物&职场分享类博主</p>	<p>好物分享博主/家居好物博主</p>
<p>沟通目标</p>	<p>传递纱布被【轻盈0负担，透气深睡眠】差异化卖点，扩大人群圈层</p>		

STEP3:

从单一作战到多边形战士，迅速增加品线匹配高净值目标人群



全棉时代种草品线全面丰收，步入全胜时代

市场表现亮眼，生意**逆势增长**

京东618销售额
同比增长

天猫618婴童用品销售额**TOP2**
日用巾赛道/床品赛道冲至

135%

TOP1

