

玫有文化

- **参选类别：**年度数字营销创新力代理公司



ABOUT MYWH

玫有文化成立于2019年，一家专注以内容营销为核心的整合营销专家。

业务涉及内容整合营销传播的各个领域，致力于为客户定制化品牌内容策略与传播组合模型。以数据化的方式和用户视角，结合不同平台的内容及审美需求定制化输出内容，配合流量辅助实现人货场全面渗透、品效合一，帮助品牌及产品拓宽用户认知，有效传递品牌及产品价值。

小红书优质服务商 抖音优秀代理商

首批小红书专业广告营销方案提供商；官方认证并推荐的RBP；第一批拥有小红书牌照的官方机构

全渠道战略化合作

社交平台战略营销咨询、品牌咨询、全媒介渠道KOL采买、新媒体运营

强大专属资源支持

直属小红书S级MCN支持，具有300+签约博主，粉丝数超过5亿+

打通品牌、博主、消费者的数字化营销新思路，真正实现从消费者和内容逻辑进行种草传播。告别传统单一的从产品、到内容、到生态的固定思维模式。

擅长反向以用户需求角度结合内容热度，配合博主本身个人内容创作能力与适配性进行定制化内容创作。

通过数字化营销的方式，配合用户审美及内容热点，从兴趣、人群、圈层等角度进行传播思路定制化、传播内容定制化、传播周期可视化的方式进行数字化内容营销。

结合自有数据后台，通过对于全网全平台的数字化信息抓取及博主筛选，更有效得提升内容营销效果。通过短周期、高效、精准标签等方式，为客户一站式定制内容策略，提升投放效率及内容种草率，从而真正实现以内容为载体打造高质量爆款产品的营销思路。



玫有数据系统-数据化思维解决营销问题

内容 → 博主群体

TRADITIONAL

传统选号方法，从既定内容出发，选择目标博主



VS

NEW

博主群体A 博主群体B

玫有新角度

内容A 内容B

打通『内容』与『博主』的深度链接

通过品牌关联的博主群体
发掘新博主&新内容

优势:

- 跳出既定框架，发掘更多匹配博主，精准触达TA
- 识别关键词或话题，挖掘更细分的垂类流量机会
- 推荐词与品牌强关联，关键词更精准



keyword	sim	noteCount	userCount
lululemon	0.999798	2751	1357
align	0.987900	333	233
active	0.985899	794	553
lululemon 瑜伽	0.983856	236	120
leggings	0.984804	536	351
lululemon	0.982450	826	418

玫有文化专属数据系统-PowerBi

提供全方位一站式数据化营销解决方案

更优质的KOL选号体系

- 智能选号系统
- 有效量化指标
- 多维度精准筛选

定制化品牌追踪系统

- 追踪覆盖全时间段
- 不限品牌对比数量

AI智能关键词库

- 实时更新词库
- 联结更多话题
- 多角度匹配关键词

高效

精准

智能

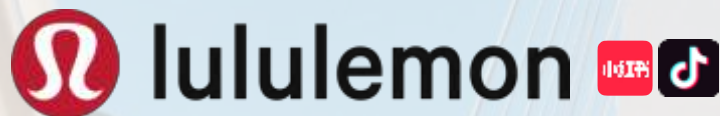


公司资质与荣誉

- 2021金榜奖年度内容营销案例-美食及餐饮服务类银奖
- 2022金鼠标-数字营销最具影响力品牌-丝芙兰
- 2023Topdigital创新营销奖-国货营销年度专项奖-零跑小红书平台年度运营
- 2023TMA十周年——移动营销杰出人物-创始人夏玥
- 2023TMA全链路营销类 银奖-零跑汽车入局小红书，掀起小车新浪潮
- 2023TMA数智营销类 银奖-Kappa-小红书爆款计划品效合一
- 2023lululemon 小红书will营销奖年度种草力大奖



Y23 优质案例分享



2023 全年度

lululemon 小红书品牌营销

STRATEGY:

官方自媒体+品牌campaign+达人投放，组合拳传递“好状态生活方式”

帮助品牌打破瑜伽标签，融入用户生活，拓展使用场景，增强情感链接。拓展破圈人群，高互动玩法吸引更多潜在消费者，刻画“女性力量”“时尚”“投入生活”等标签

What we do——

- 高定式品牌自媒体内容营销，3+2模式为lululemon打造专属「好状态日志」，结合3+2模式（多场景多风格快节奏多维快速覆盖用户+定制化互动痛点聚焦加深用户粘性）打破单一「瑜伽」标签，深化品牌在消费者心中的高阶运动品牌形象
- 多圈层全方位社交话题campaign 品牌层面沟通“一起好状态”生活方式，通过明星、头部达人共创、平台资源联动，多平台组合拳的方式，最大化放大event传播效应
- always on投放持续提升产品力，通过以穿搭为核心，生活、运动、居家、母婴等达人组合策略，放大产品的种草效应

Result——

- 全年品牌话题总浏览量达5亿+，#lululemon穿搭 话题浏览量实现500%增长
- 荣获小红书WILL大会年度种草力大奖
- 品牌官方粉丝量增长50%，Genz用户数增长230%



Y23 优质案例分享



2023 大白霜新品上市 campaign
#NARS妆前大白霜

STRATEGY:

以妆养合一为产品入局机会，美妆护肤达人双管齐下，BUILD吸妆磁铁的产品印象，放大大白霜作为妆前面霜的妆容妆效实力。深度结合用户痛点进行产品卖点打造。

What we do——

- 妆前眼下细纹、光泽感妆效、0手法上妆等精细痛点的干货科普，直击TA的妆前需求，加深种草心智，辅助妆前精简护肤的趋势，放大大白霜的产品卖点
- 贴近达人自身风格，以更自由更软性更真实的内容输出，有效提升种草数据，吸引消费者互动

Result——

- 投放期间，大白霜站内搜索上升134%



Y23优质案例分享



2023 欧舒丹 白薰系列新品上市 campaign
#南法假日入梦

STRATEGY:

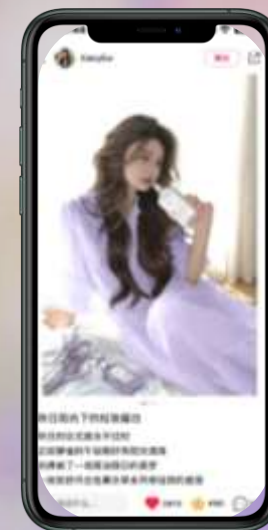
配合新品上市，打造专属南法度假氛围感视觉，可视化传递产品疗愈松弛的香氛意境，通过意境的方式传递产品卖点，结合目标受众审美热度进行种草，同时配合站内流量工具全面放大声量。

What we do——

- 白色薰衣草系列新品上市，通过氛围感博主诠释「身心留白 假日入梦」的意境，打造南法假日松弛感
- 在小红书平台发布大量视觉艺术类型内容吸引消费者关注，打造沉浸式南法假日身临其境，加深情感共鸣，提升产品知名度

Result——

- 投放期间，「欧舒丹身体乳排名NO.1」持续引领行业搜索增长



Y23 优质案例分享



LEAPMOTOR



2022-2023年零跑 全年小红书推广

#零跑漂亮生活

STRATEGY:

聚焦女性日常用车痛点需求，多元构建T03「零跑漂亮生活」标签

以生活态度和生活方式为传播核心，构建零跑T03「高精致」女孩标签。节日女性日常用车关于“空间”“泊车”“颜值”“智能化”“轻巧”等一系列痛点，以及日常用车场景，从女性视角为切入，通过多元达人类型作为传播纽带，辐射更广的人群，以此完成用户触达帮助线下进行销售转化。

What we do——

- 分阶段精细化运营，实时追踪市场效果
- 深耕场景化内容营销，通过UGC探店紧密结合线下，完成到店引流
- 效果广告持续推动，保证优质流量持续刷新

Result——

- 荣获TMA全链路营销类银奖，掀起红书小车新浪潮
- 互动及曝光成本领先同类竞品400%，小红书汽车品牌投放效率NO.1



Y23 优质案例分享



2023 全年度
MLB BEAUTY 小红书 OA 运维

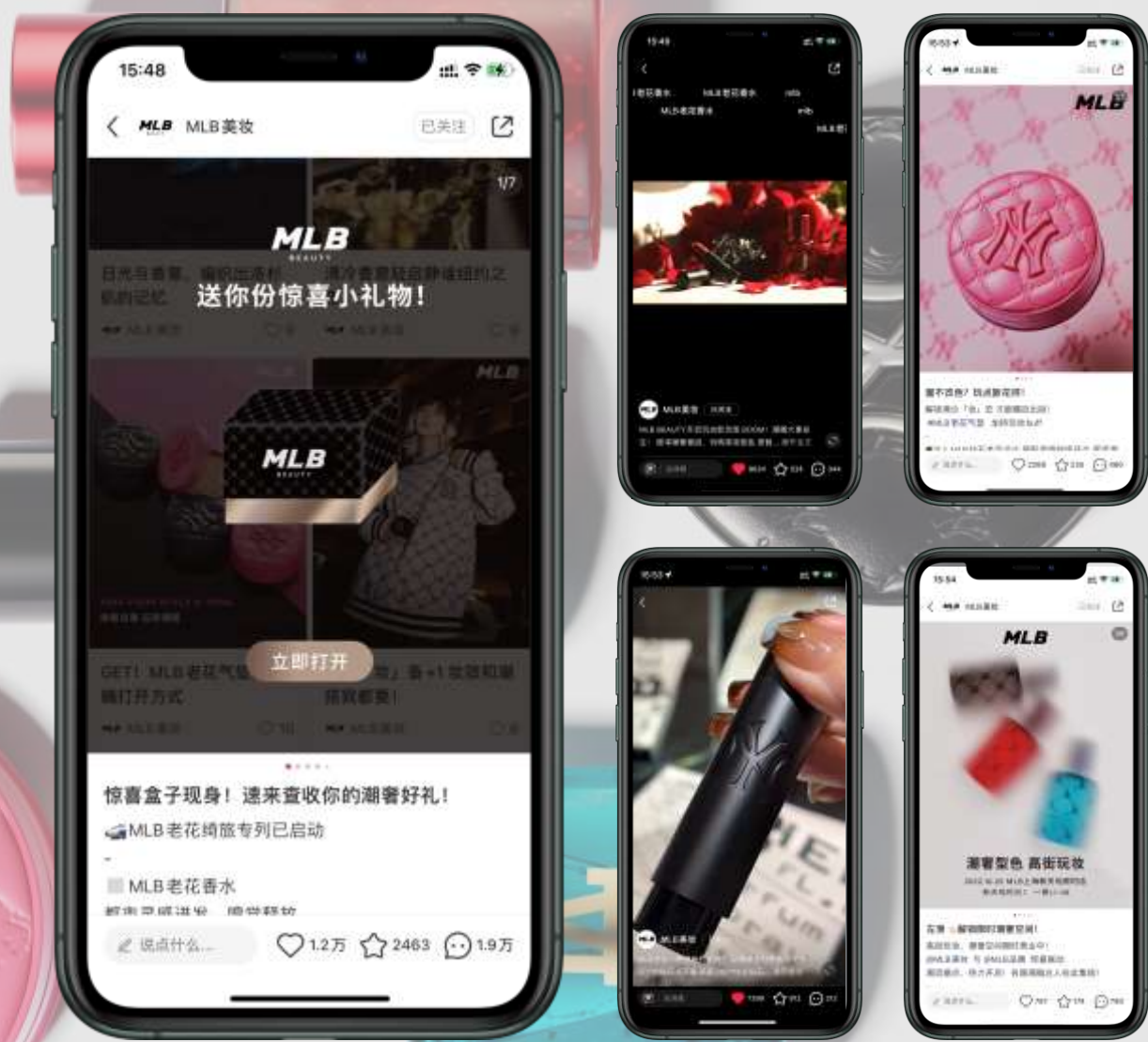
STRATEGY:
MLB 彩妆首次国内登陆，创意『高阶玩妆大师』官号形象
以街头时尚和潮流文化为元素，打造更完整、更多元、更有态度的潮流生活方式。明确 MLB 潮流高街玩妆的 social 定位，深入高街玩妆大师人设，体现潮奢视觉。

What we do——

- 从 0-1 搭建品牌账号，定制独家专栏引爆单品：气味自习室、MLB MOTD
- 结合「运动」、「时尚」、「文化」定制专属图文，强化品牌内容，深入 TA，与 MLB fashion 联手打造风靡亚洲的街头生活方式品牌

Result——

- 消费者对品牌兴趣攀升，年增粉量为同类品牌 3 倍



2023 年度重点服务品牌客户



CHANEL



NARS



MAKE UP
FOR EVER
PROFESSIONAL - PARIS



SHISEIDO



ESTÉE
LAUDER
COMPANIES



CHIVAS



Kilian
PERFUME AS AN ART



EDITIONS DE PARFUMS
FREDERIC MALLE



SEPHORA
丝芙兰



lululemon



唯品会
vip.com



FARFETCH



DARPHIN
PARIS



BANILA CO



Atelier Cologne
MAISON DE PARFUM
PARIS



M



WETCODE



MLB



MARTELL
COGNAC
FONDÉE EN 1715



PORTS



LACOSTE



TEENMIX



TIFFANY & Co.



KFC



Swisse



相宜本草
INOHERB



diptyque
paris



百雀羚
U'n



Glico
格力高



元气森林