

# 小米小折叠新品上市ROI飙升，小折从此旗舰

- **品牌名称：**小米手机
- **所属行业：**3C数码
- **执行时间：**2024.08.15-09.30
- **参选类别：**种草营销类

## 行业营销现状：3C数码类目在小红书平台的种草内卷严重

截止2024年7月，  
小红书数码行业资产人群浓度累计**1.8亿**

小红书站内数码行业相关搜索热度同比增长**59.3%**  
笔记数同比增长**59.1%**

小红书上主动种草的品牌同比去年增长**25%**  
SPU数量则同比增长**64%**



在小红书平台讲数码，  
就要围绕小红书本身的‘时尚感’

潮流  
but  
数码版

数码 + 小红书 =  
「潮·数码」

顺应小红书数码行业趋势  
打出更适合小折叠品类的种草内容  
把手机变成一种‘潮流生活方式’

高颜值外观 | 时尚穿搭单品/拍照搭子  
数码全家桶 | 紫色系穿搭

# 营销困境及挑战：小米手机「小折叠」上市前，小折叠品类评价不算友好

## 解题的核心在于「发现品类痛点」

### 小红书站内“小折叠”品类痛点明显

#### 避雷贴



最好别买小折叠手机，除非外屏足够大，优化适配足够...  
张张群 06-08 255

#### 劝退帖



怒到半夜也要起来发小折叠的劝退贴 买的时候拿到它有多...  
酸酸 04-29 689

#### 吐槽帖



能救一个是一个好哇，折叠屏真的太香了 花8999买的折...  
Mini Boss 03-07 728

#### ‘折痕明显’

青璇 qing xuan  
华为折痕到后面会越来越大，其他的我就不知道了，最好别买折叠手机，屏幕用久了痕会很大很大  
06-11 回复

#### ‘美丽废物’

牵着蜗牛去散步  
不要买，除了好看其他一无是处

小红书用户小折叠认可度不高

### 电商平台差评多

#### 手机卡顿

#### 续航不行

#### 品控垃圾

#### 发烫

#### 折痕明显

已购 冰玫瑰; 5G全网通; 中国大陆; 套餐五[展示... 12月16日  
拍照一般 运行一般 续航一般  
99新，瑕疵大概有3处，去年7月份激活的，**电池续航能力不行**，整体来说，性价比还可以，当个备用机凑合用

已购 雅黑 12GB+1TB  
刚用了10多天屏幕中间出现了一道裂痕。



已购 香槟粉; 中国大陆; 官方标配; 12GB+256GB 11月5日  
**手机发热卡顿严重**，刚刚用了几天屏幕上就有明显的折痕，感觉质量非常差，而且刚买几天其它平台就降价了400块钱，找客服说是没办法解决，退货说是过了七天了退不了，真心奉劝各位不要购买！

严重降低观望用户购买欲望

## 预期目标：实现上市即爆品，品效合一

需要宣传功能，更要为功能找到一个用武之地  
 避开旗舰机正面竞争的「主干」战场，而是在消费者生活中寻找或创造消费该产品的场景  
 小折叠不是全能型抗打款，却可通过小细节俘获用户芳心  
 如同探寻大树的枝叶，从「细节」切入，围绕生活场景展示产品  
 最终解决他们生活中的问题和痛点，击中他们内心的焦虑和渴望

### 洞察用户购买原因

最能吸引用户的点  
 是「小折叠身上的小差异点」



### 确定产品RTB

#### 核心卖点

外屏交互  
 徕卡折叠影像（悬停拍摄）  
 AI内外双屏实时翻译



#### 辅助卖点

时尚潮流外观  
 随身拍套装



### 超级小人群+超级小内容+超级小渗透

- ✓ 聚焦细分精准小群体
- ✓ 内容展现产品差异性与价值
- ✓ 长期+精准+自然逐步实现深度渗透

#### 人群策略



# 核心策略：「超级小组合」 超级小人群 + 超级小内容 + 超级小渗透构建矩阵

## 举例20组「超级小组合」 击穿小红书超级小圈层人群

### 时尚态度

#### 眼影盘演绎

对酷似“紫色系眼影盘”的产品外观进行创意演绎，打出眼影盘概念。



#### 穿搭OOTD

以紫色系穿搭为主题，结合幻影紫配色，打造时尚拍照搭子，以颜值吸引小红书目标用户。



#### 美甲

结合小红书热点风向标，设计美甲款式结合，突出产品外观颜值。



#### 创意人像摄影

创意拍摄电影感、层次感人像，安利小折叠拍摄的趣味性和便利性，突出徕卡影像「小折叠之最」。



### 家生活

#### 桌搭开箱

借用同色系桌搭背景、道具等呼应不同颜色小米小折叠，画面美观可观赏性高，外屏体验多维度全景展示，详述卖点深度种草产品。



### 看世界

#### 出国旅游翻译

借由博主出游记录，多场景演绎内外屏实时翻译功能，同时融融不打开外屏5个以上场景，震惊外国人！



#### 旅行vlog

以「带着小折叠去旅行」为内容切入点，强调「旅行中的复杂需求」一台小折叠即可全部解决。



#### 国外生活/留学

通过国外日常生活/工作场景演绎，突出小米小折叠内外屏实时翻译的便利性。



### 小折叠观望者

#### 全面功能测评

产品各种功能全面开箱测评，揭秘隐藏功能使用方式，种草「小折叠之最」的产品心智。



#### 悬停拍摄教程

挖掘小米小折叠特殊悬停结构在摄影中的趣味技巧，多场景展示技巧/场景/玩法，介绍小米小折叠影像配置。



#### 不打开外屏挑战

达人根据自身创作风格将外屏功能自然融入5个以上场景，加深“好用到一天都不用打开”的体验心智。



#### 隐藏功能攻略

开箱形式切入，视频中讲述小折叠手机「隐藏功能攻略」，详细展示小米小折叠的特有功能。



### 小米粉丝

#### 小米全家桶开箱

开箱同色系小米全家桶，吸引小米粉丝&更多用户关注，同样搭配同色系桌搭，增加可看性和点击率。



#### iPhone人像对比

小米小折叠与iPhone的拍照功能进行多角度的对比，突出小米小折叠的拍照性能强大，种草效果优异！



#### SU7搭子

通过职场通勤/日常开车记录等，将小米小折叠与SU7互联，展示车机互联场景使用，突出小米人车家全生态。



### 娱乐放松

#### 外屏刷视频

达人展示外屏刷视频功能时，利用碎片化时间享受娱乐内容，感受小折叠手机带来的轻松时刻。



### 自由畅行

#### 开车OOTD

车内穿搭博主记录，绑定小米小折叠通勤无限&畅行好搭子。



### 家有萌宠

#### 萌宠桌面

摄像头形态配合萌宠展示，体现外屏壁纸可玩性，同时加附壁纸制作方法和原图分享。



### 美力加成

#### 手工DIY手机壳

结合手机折叠形态和手机壳形状，设计专属小米mix flip的手机壳，收割手机周边衍生品关注用户。



#### 原创折叠壁纸

结合产品外屏摄像头结构和折叠形态，原创设计小折叠手机专属壁纸。



内容策略：造势/顺势/借势而为 激发需求 + 流量赋能-KFS + 口碑通影响决策

## 激发需求

### 造势：主动创造热点

美妆产品

电子萌宠桌面

#小米出眼影盘了 #电子萌宠本喵来咯



### 顺势：灵活顺应热点

玩转摄像头

全家桶

#雷军镜头镭射眼 #开箱小米全家桶



### 借势：巧妙依附热点

奥运热点

巴黎citywalk

#小折叠也有奥运紫配色? #小米在巴黎疯狂圈粉



## 影响决策



预算比例随素材反馈实时调整

Eg. 竞品拦截数据优，加大搜索场预算比例

新增A/I人群中核心竞品占比高

(荣耀magicV flip/华为pocket12)

加大预算+拓展投放iPhone15/一加12

Eg. 出现UGC自发玩转外屏闪光灯，加投口碑通带动相关玩法产出



投后16W+赞

优质口碑内容点击率28% 收藏率9%

带动UGC花样玩机

## 创意亮点1：上市期间达成93%爆文率，产品词搜索指数飙升，多次出现搜索峰值

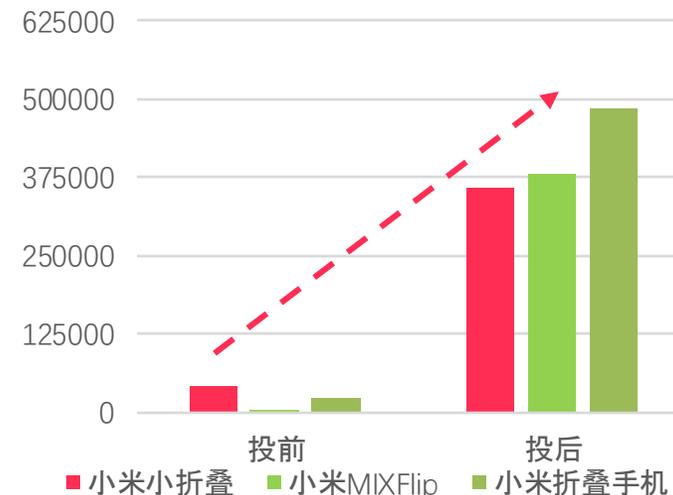
需求痛点+人群特点+内容爽点打出多个「爆点」

借势“巴黎紫”热点爆文、上市一周内“一天不开瓶挑战”爆款开箱展示  
借助外观制造小米“眼影盘”热点、徕卡影像拍照「小折叠之最」



“小米MIX Flip” 月搜索量同比增长

26,991%



## 创意亮点2：内容爆点公式不断捕捉UGC新焦点，打造口碑波峰

### 挖掘小折叠独有外屏的可玩性



KOC素人笔记  
雷总对不起了，但真的很好玩  
投前1w，投后16w+  
土拨鼠music的原声



小狗壁纸和小米小折叠也太适配了吧  
7崽吃饱了吗 1023



听说有人在找小米小折叠的壁纸？快拿去！  
元宝长不大 1072

衍生多种角度内容：名人、萌宠、影视剧等多样素材

### 借势小米SU7热度

#### # 小米SU7 出行好搭子

72.1万浏览



拿到小米小折叠，我才敢说解锁了SU7完全体！...

Raina 酱 6天前 1621



29岁车内OOTD | get折叠新手机

翼小九儿 1201

巧妙表达小米小折叠车机互联的特有卖点

不断挖掘产品本身的特点，同时观察互联网中可利用热点，  
打造专属的创意表达路径

## 执行过程：随时洞察用户关注点，随身拍再度引爆新品种草

### 迎合用户对手机壳和手机壁纸的



给小米小折叠捏了一个卡皮巴拉吐司手机壳  
小居巴巴 3175



粘土手工 | 给我的小折叠DIY新衣服了!  
一枚金币

蹲一个小米mixflip好看的手机壳 谢谢大家❤️

李雾雾  
能不能上点折叠壳哇，买不到😭

霜  
有壁纸可以分享一下吗，我给对象也买了这个手机

柴犬复兴  
这个手机好用不?? 就是因为这个壁纸功能种草了  
07-26 回复



小米MIX Flip壁纸分享  
粉破破 1034



超可爱的小米MIXFlip卡通壁纸分享来啦  
野原贵之助 1022

### 小米小折叠+随身拍，组合种草



没想到小米MIX Flip这这这这么好玩! 正式加入...

我是张mag... 2681  
08-09

卖断货的小米随身拍



出行带小米小折叠&随身拍已经next level!

养养 1228

不断捕捉用户焦点，动态调整种草策略与内容呈现，  
形成种草与洞察的良性交互闭环

## 执行过程：及时加强对竞品关键词占位拦截和iphone人群阻击

### 竞品词-占位拦截

拦截竞品流量67w+、拦截iphone流量48w+

荣耀

华为

三星

iphone

### 品类词/品牌词-占领

确保核心品类词/品牌词SOV排名

内容垂直、受众  
精准，转化效率  
高

### 节点/场景词-引流

七夕

穿搭

人像

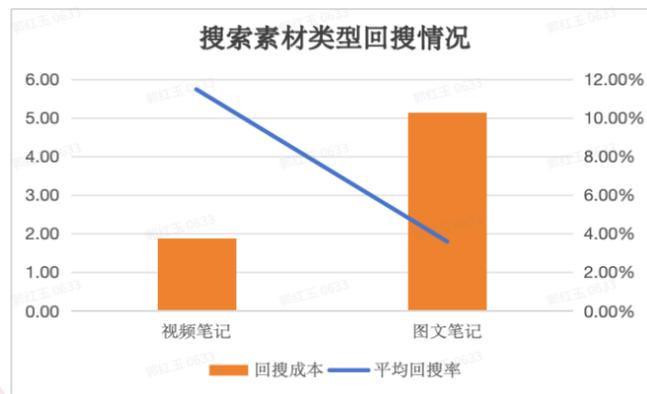
眼影盘

翻译

拍照教程



### S-搜索平均回搜率9.38%

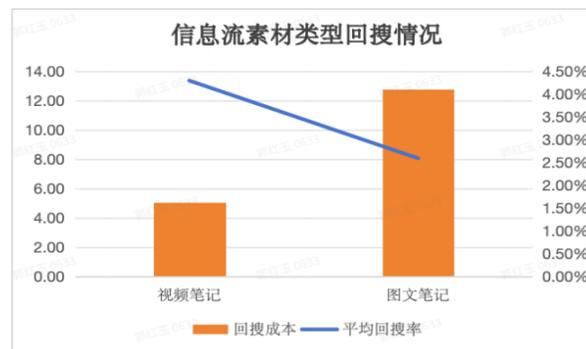


## 媒体表现：投流预算及时跟进调整，为站外销售赋能

笔记回搜高，整体平均回搜率7.1%，远高于行业大盘均值（0.35%）

- 优于大盘均值笔记共83篇，其中超10%笔记共8篇，回搜率最高达15%

### F-信息流平均回搜率3.85%



人群定向

笔记放量

笔记测试

- | 行业兴趣人群
- | 关键词定向
- | 平台精选特色人群
- | 灵犀3C数码特色人群

CTR CPE CPC优质内容放量

UV成本好的笔记放量



## 营销效果：数据呈现

投放周期内，品类赛道占位第一，收割用户心智

**GMV超1亿+ ROI高达50+**

(数码行业均值9.76)

**发布笔记：108篇**

**爆文率：94%**

**CPE < 8**

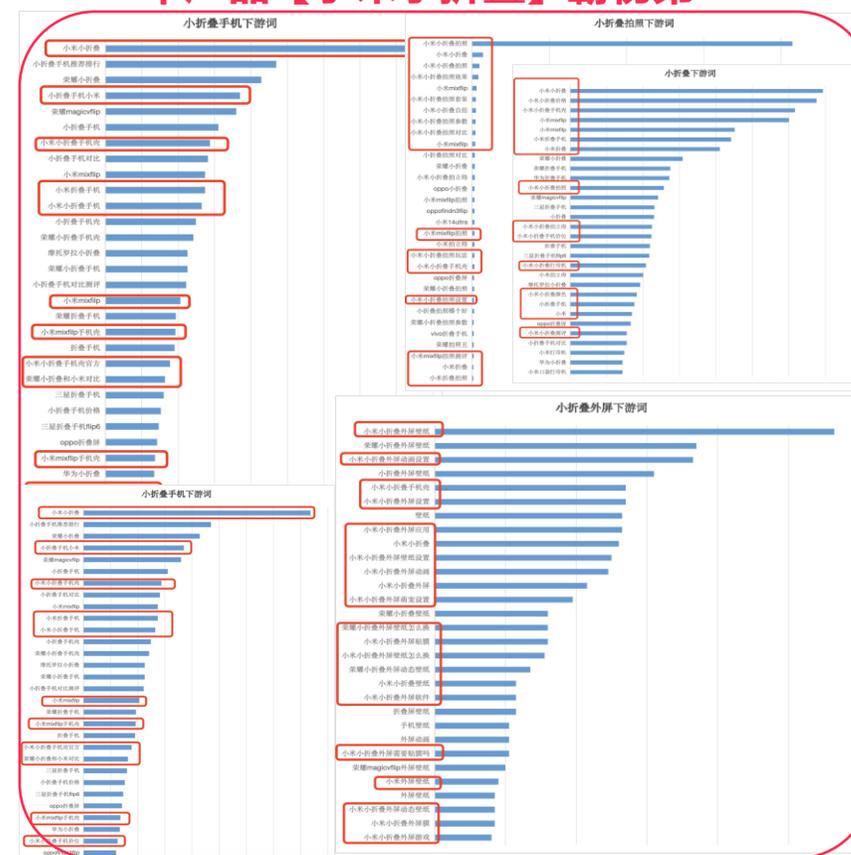
**CPM < 50**

**SPU排名小折叠品类第一**



“小折叠、小折叠手机、小折叠外屏、小折叠拍照”  
多个品类词下游词

**本产品【小米小折叠】霸榜第一**



## 广告主证言：



小米手机市场部  
韦宁

通过产品种草+口碑通加热组合拳，抢夺站内小折叠赛道；通过重打“好用到一天不用打开”场景、和深耕小米徕卡影像内容，建立“小米小折之最”站内用户心智。

这套打法，非常适合上市期产品种草，对于抢先拿到产品的用户开箱，通过口碑通加热，放大真实用户新品体验内容，加大站内种草真实感。除此外，及时洞察用户关注点，本次新品发布后，小折叠配件——随身拍大受关注，因此，我们及时调整种草场景策略，加大随身拍产品的曝光，再次引爆新品种草。

本次投放，做到了KOL明星场景引流+真实用户产品体验，真正的完成新品种草闭环。