

为爱重新设计， Babycare解放凌晨四点的妈妈

- ◆ 品牌名称: Babycare
- ◆ 所属行业: 母婴类
- ◆ 执行时间: 2022.08.01-12.01
- ◆ 参选类别: 场景营销类



入局即开启**Hard模式**的奶瓶新品

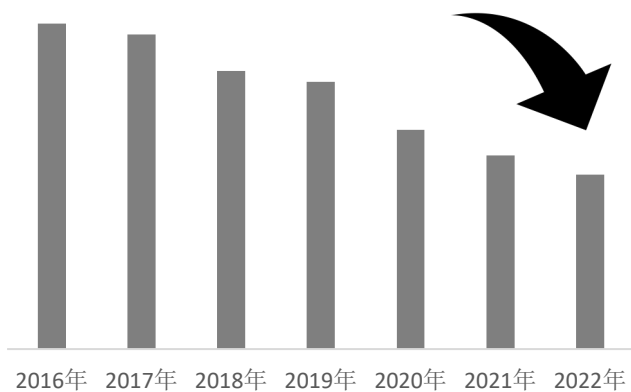
人群增长瓶颈

品类竞争激烈

新生儿出生率连年下跌
 新人群增长是所有母婴品牌都面临的难题

奶瓶竞争激烈，国际大牌心智强
 且大多数奶瓶高度同质化

2016-2022年新生儿人口（万人）

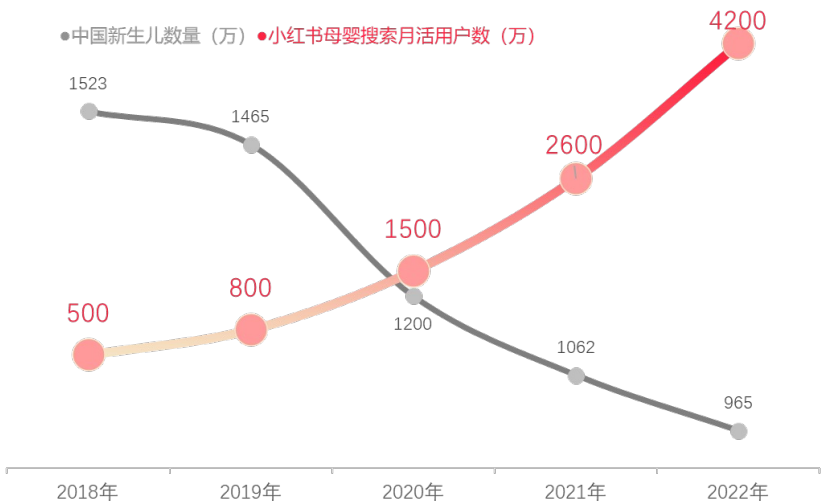


数据来源，中国统计局，小红书大数据中台，数据截止2022年12月

小红书 逐渐成长为当代妈妈的**育儿百科全书**

发挥虹吸效应，用户逆势增长

小红书母婴用户规模不断增长
逐渐成长为妈妈们学习育儿知识的首选



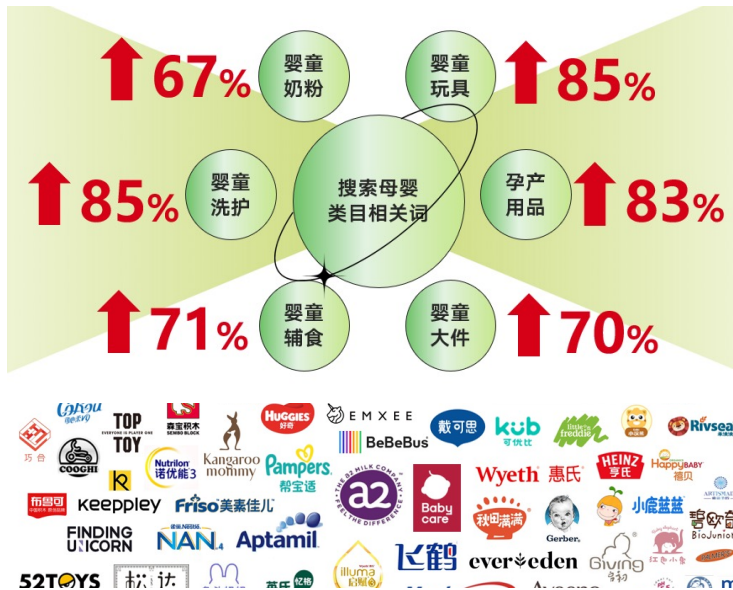
宝妈们的交流场域

妈妈们在小红书寻找到理想的带娃方式
同时也交流着不同的养育干货与吐露心声



母婴品牌的成长沃土

不断升温的母婴品类热度
越来越多的母婴品牌对小红书投以重视



数据来源，中国统计局，小红书大数据中台，数据截止2022年12月

握手平台，乘风而上



母婴百亿超级品牌的新品战役



大体量多SPU的Baby care面对高难度心智品类
需要寻找破局良方



当代妈妈都爱用的生活方式平台

站内全面多样化的内容矩阵

- 美食 Food
- 时尚 Style
- 美妆 Skincare & Makeup
- 出行 Travel

母婴内容

小红书特色母婴内容生态

- 自己动手做辅食：好吃好看有营养
- 孕妇照记录当妈时刻；宝宝是用来打扮的
- 专门给孕妇以及宝宝的护肤品、个护产品
- 带宝宝安全又快乐地，看万千世界

独一无二的母婴内容生态与海量的用户数据
帮助Baby care找到突围机遇



Babycare奶瓶：尽管**脚踏泥泞**，也要**仰望星空**——



打造一款
改变奶瓶心智的产品

爆品



扭转品牌
在奶瓶类目下的弱势地位

口碑



生意增长
实现人群的持续拉新

拉新

从用户出发看品牌的机遇，小红书看见妈妈**喂养的心声**——



吐奶 选奶瓶很复杂 宝宝不吃奶瓶怎么办 胀气
宝宝不吃奶瓶怎么办 胀气
 宝宝抗拒奶瓶 选奶瓶很复杂
喂奶机器
 胀气 半夜喂奶 胀气 喂奶机器 奶水不够 宝宝哭闹 奶水不够
 宝宝哭闹 宝宝抗拒奶瓶 吐奶 胀气
 吐奶 半夜喂奶 喂奶机器 胀气

哺乳焦虑

喂奶机器

洞察一：一方面，宝宝不吃奶瓶、吐奶、胀气等喂养难点让妈妈们持续焦虑。

洞察二：另一方面，当全世界都在关心妈妈的奶水问题，妈妈们却仿佛丧失自我，成为没有感情的“喂奶机器”

数据来源，小红书大数据中台，数据截止2022年12月



为爱重新设计，拯救每一位因喂奶而焦虑的妈妈

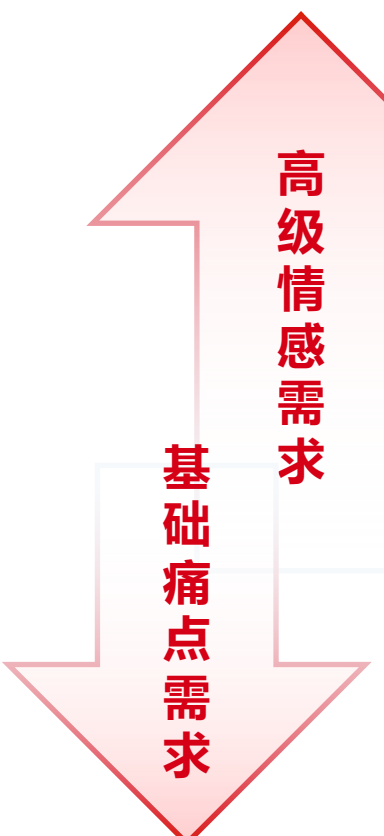
当其他竞品都在卷材质卷外观时，我们选择让奶瓶更像妈妈，从根本解决焦虑
让爸爸或其他家庭成员更轻松的分担喂养责任，把妈妈从喂养的固有身份中解救出来，让她重新成为自己





新品联合官宣，输出喂养新理念——

这一次，从「喂奶机器」做回自己



迎合情感诉求

让爸爸或其他成员更轻松地承担喂养责任，让妈妈从喂奶机器身份中解放出来



释放家庭价值

为更多家庭带来科学高效的喂哺体验，还原亲子时光的温馨和美好



奶瓶升级功效

高颜值、易清洗、仿母乳，解决母婴人群最基础的问题，打消顾虑



双11重磅新品 NEW 宝宝人生第一瓶来了!
每一个新手妈妈都想给宝宝最专业的奶瓶, 同时在使用感上也有友好的体验, 缓解初当妈妈的焦虑和不安。

围绕多元育儿场景，传递喂奶新理念，引起妈妈的共鸣

抱着奶瓶不肯撒手的人类幼崽

职场妈妈告别服妈役啦

和宝贝的樱花季春日出游

终于让爸爸来当喂奶机器

“离乳”像是经历一场失恋

很适合送礼的巨可爱奶瓶

奶爸带娃

晒出萌娃

离乳分享

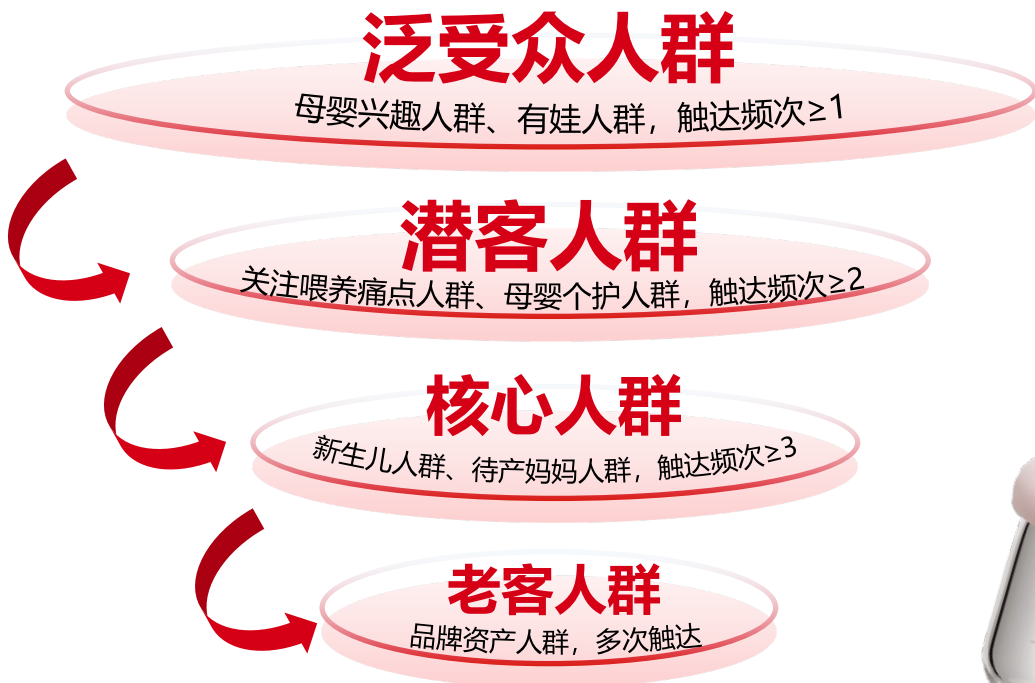
职场妈妈

亲子出游

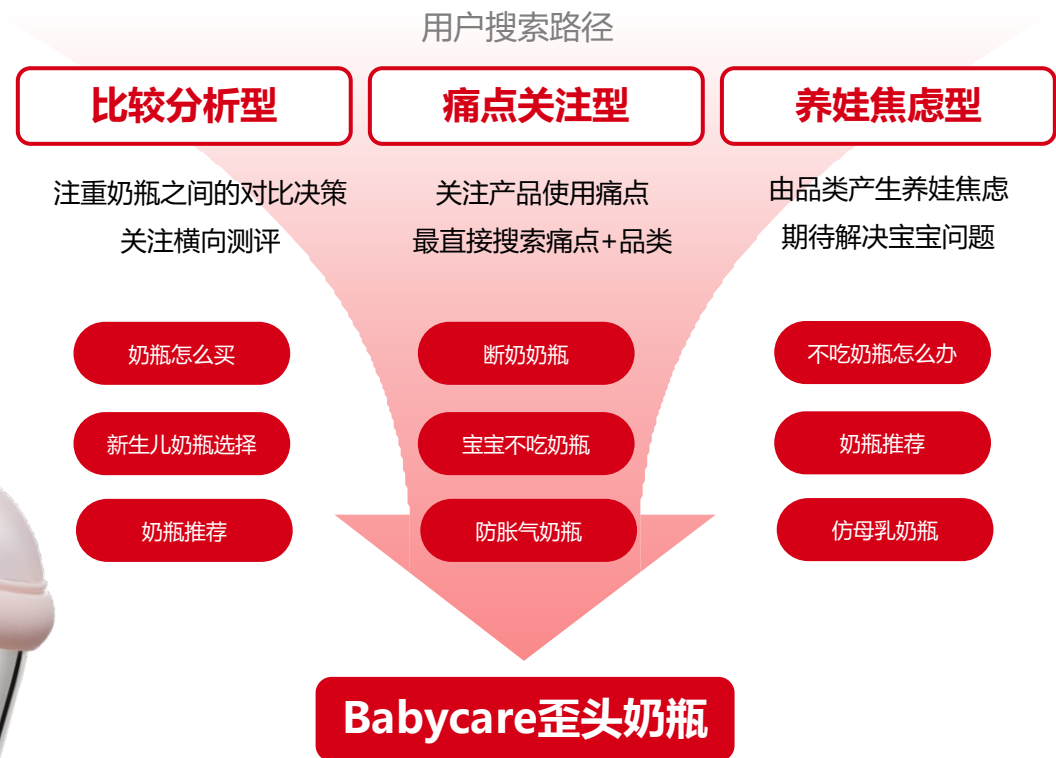
送礼场景

科学营销放大内容影响力，高效触达目标人群

Feed信息流-基于人群价值，控制触达频次高效转化



SEM搜索-多维触点追踪用户的搜索路径



新品即爆品：歪头奶瓶站内站外检索均爆发式增长

1200倍



季度实现
外溢增长

164倍

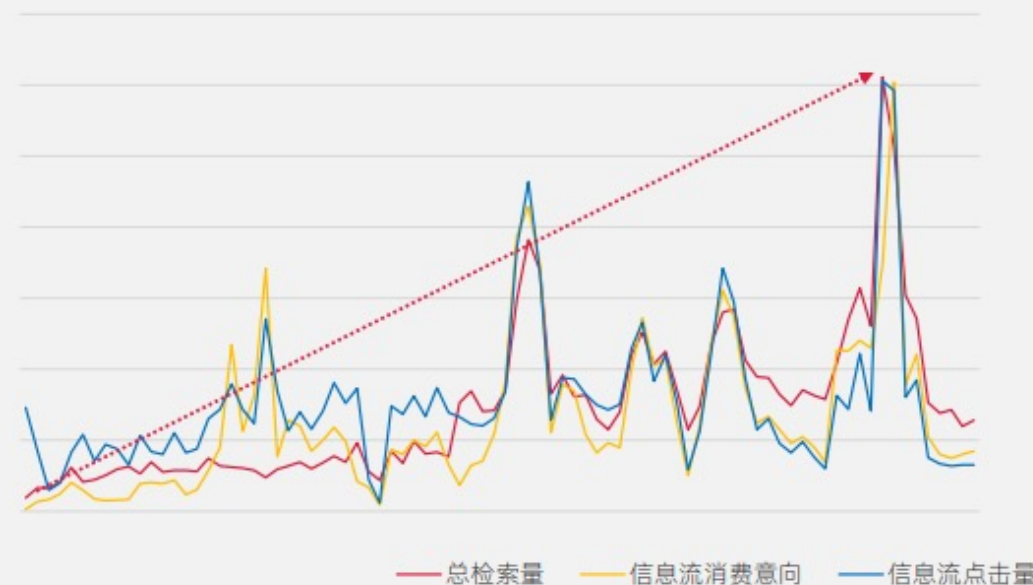


歪头奶瓶搜索
热度环比提升



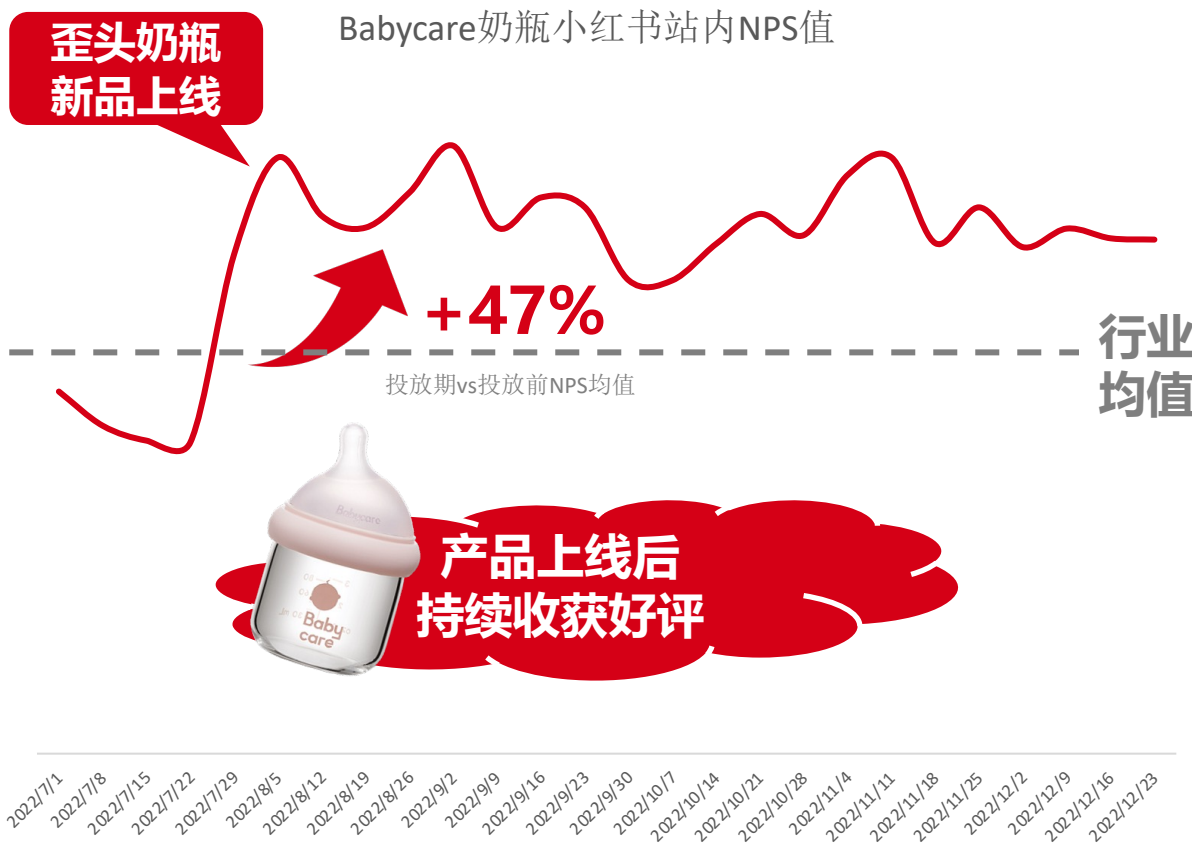
淘内搜索与小红书广告消耗趋势高度匹配

歪头奶瓶外溢增长趋势图



数据来源，阿里达摩盘，小红书大数据中台，数据截止2022年12月

口碑逆袭：babycare好评如潮，赢得来自真实用户的正向口碑



数据来源，小红书大数据中台，数据截止2022年12月

生意增长：带动品牌人群拓量提升，强势引爆销量

小红书

小红书品牌人群资产
投放期同比增量

800%



达摩盘&小红书数据银行校验分析
人群匹配度 72%+

300%



阿里AIPL人群
投放期同比增长

外溢全链路转化率及新客占比提升



一款超级爆品的背后记录着平台与品牌的双向奔赴 从洞察到共创，将母婴赛道未来消费的想象力天花板不断抬升

数据富矿 灵感之源

与小红书平台的深度合作
最具“人味”的数据富矿助力品牌
从当代妈妈聚集地汲取产品灵感

用户思维 设计升级

不仅看见痛点，更聆听用户心声
推翻旧有品类的产品惯性
让用户成为改变发生的起点

精细运维 步步为营

以精细运维进行内容传播
快速获得精准流量
打好产品的第一战