

# 谷雨：国货护肤新贵的品效破圈公式

- ◆ 品牌名称：谷雨
- ◆ 所属行业：美妆行业
- ◆ 执行时间：2021.03-12
- ◆ 参选类别：新消费品牌营销类



## 谷雨背景

- 【行业维度】**国货破圈难，品牌力亟待弯道超车**

随国货护肤产品市场规模不断扩大，品牌间竞争激烈，作为新锐国货品牌，谷雨在竞争红海中需要弯道超车；其次，在高端护肤市场爆发式增长趋势下，如何展现谷雨品牌力并逐步实现产品溢价，同样是品牌营销的痛点。

- 【品牌维度】**立足美白功效，打通品牌-产品-用户**

谷雨品牌的营销核心新品围绕美白展开，但美白赛道长期被一线国际大牌占据用户心智，谷雨如何通过美白产品立住品牌，赢得用户，卖好产品，是其营销传播过程中的三大命题。

- 【用户维度】**做用户心中新的“白月光”**

美白常年处于护肤诉求NO.1，但用户在选择美白产品时往往首选国际大牌，谷雨不仅需要打破困局，同时需要增加用户忠诚度，快速上升为消费者心目中的白月光品牌。

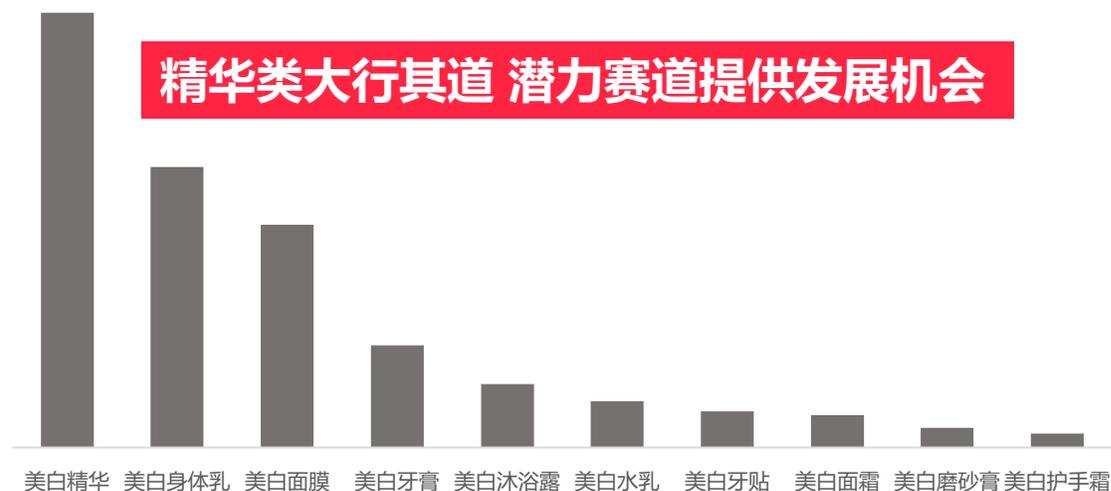
## 小红书 平台背景

2020年美白护肤赛道竞争激烈  
小红书为2021年谷雨品牌成长提供广阔蓝海

20年4个季度美白类目热搜品牌产品热搜TOP10



20年全年美白产品种类热搜TOP10



## 玩透小红书品效合一 打开国货新格局 向新国货护肤标杆品牌全力成长

### 新格局

打破现有竞争格局  
提升新品市场占有率

### 新高度

品牌声量到达新高度  
建立更高的品牌调性

### 新人群

新人群不断拓宽  
撬动高消费人群关注

品效破圈公式：可借鉴 可增长 可循环 可复制

## 2021年成为谷雨爆发式成长的关键之年 小红书助谷雨实现国货白月光的成长破圈

爆品塑造 = 赛道空缺+人群需求+爆文策略

+

品宣升级 = 平台力+达人力+节点力

+

站内闭环 = 官号+商城+自播

||

# 生意增长 有效种草

精准切入造爆品

平台赋能新捷径

品效协同促成长

爆品塑造 = 赛道空缺+人群需求+爆文策略

+

品宣升级 = 平台力+达人力+节点力

+

站内闭环 = 官号+商城+自播

||

**生意增长 有效种草**



小红书

谷雨的种草成长策略——

**3/3新国货护肤品效合一成长公式**

**助力谷雨实现从站内到站外的全面爆发**

## 公式1 爆品塑造 = 赛道空缺+人群需求+爆文策略

选品：打破主推产品的单一性，全新选品：满足需求+品牌升级+人群拓展

### 赛道机会-美白面霜站内存在空缺

热搜面霜几乎与美白功效绝缘，但仍有需求潜力，谷雨可填补市场空白，发挥美白基因特点

2020年2月-4月 面霜类目热搜词

面霜热搜TOP10  
无美白功效产品

2020年2月-4月【美白】热搜词

美白精华

美白面霜需求  
未被唤起

美白洗面奶

### 质感调性升级-低单价印象的品牌联想

性价比产品长期占据谷雨TOP搜索，学生党人群稳定，而品牌提升溢价能力的需求强

性价比水乳系列产品  
学生人群属性始终稳固  
长效视角难以建立品牌调性  
从而较难完成品牌升级



爆品种子选手确定

## 谷雨美白奶罐

产品为品牌拉动新人群  
品牌焕新升级做基础准备



## 公式1 爆品塑造 = 赛道空缺+人群需求+爆文策略

内容：针对新旧人群的需求差异，精细化种草，有的放矢，全攻全守

品牌调性内容



养成白皮！真正能美白的精华都在这里！  
美白真的是所有女孩子的毕生追求  
需要长期内在的饮食习惯  
搭配外在的涂抹美白精华和防晒等  
这就要看自身计划中不可缺少的

网感沟通方式



美白请按这个标准卷！黄黑皮快卷！  
以前的我，不注意防晒，不注意美白  
活生生把自己弄成小黑人！  
后来天天为怎么美白操碎了心  
幸好，抗老没有绝对的努力，越早白成功的~  
这就要看自身计划中不可缺少的

早C晚A搭配



谁用谁嫩！性价比早C晚A！再不上车就晚  
啦！！  
天天熬夜的我，在不知不觉中慢慢变得  
肤色也越来越暗沉  
这就要看自身计划中不可缺少的

全线产品搭配



谷雨爆品不露雷搭配！一套组合美白全脸！  
谷雨在美白方面，  
一向都是备受认可的  
他的产品我自己也有一整套  
全套和精华之角

## 攻坚新人群 拓宽影响力

一个被市场需要的产品-击中用户需求痛点

沟通黄黑皮——快速拉近用户距离 且击中痛点

质感调性内容——吸引高消费高质量生活群体

全线产品盘点——科普产品达到拉新作用



全肤质平价水乳



均价100+！全肤质平价水乳不露雷！学生党  
！  
谷雨家可以说是平价好用的国货了！  
他的水乳我基本都用过，而且使用感很不错  
会买时记得看清楚成分表什么值得买！

美白抗老



你懂什么是早C晚A的快乐！美白抗老一步到  
位  
熬夜不可取姐妹们！！  
虽然到休息早平早起到早

学生党护肤套装



300+搞定一套基础护肤！学生党全肤质通用！  
618快到了！  
总结了再套适合油皮和干皮的护肤搭配  
300+就能搞定一套套



谷雨的光感精华去痘印真的太绝了！  
混油皮的我夏天一不小心就会爆痘 实在太难过了  
前段时间留下的痘印还没消  
新的痘又长出来了 处理不好还会留下痘坑  
朋友都看不下去 赶紧给我安利谷雨家的光感精华

高调性内容  
稳守  
学生党人群

干皮/敏感肌沟通 > 全肤质覆盖  
(撬动油皮用户关注)  
美白细分化内容 > 熬夜去黄提亮 淡痘印  
(场景内容触达更多潜在用户)

## 公式2 品宣升级 = 平台力+达人力+节点力

全年联动小红书平台官方项目深度合作，谷雨收获平台和KOL的背书效应，带动人群&品牌破圈

浅试水

3月|潮流季盛事  
为谷雨注入时尚基因



深合作

6月|国货节  
夯实谷雨国货地位

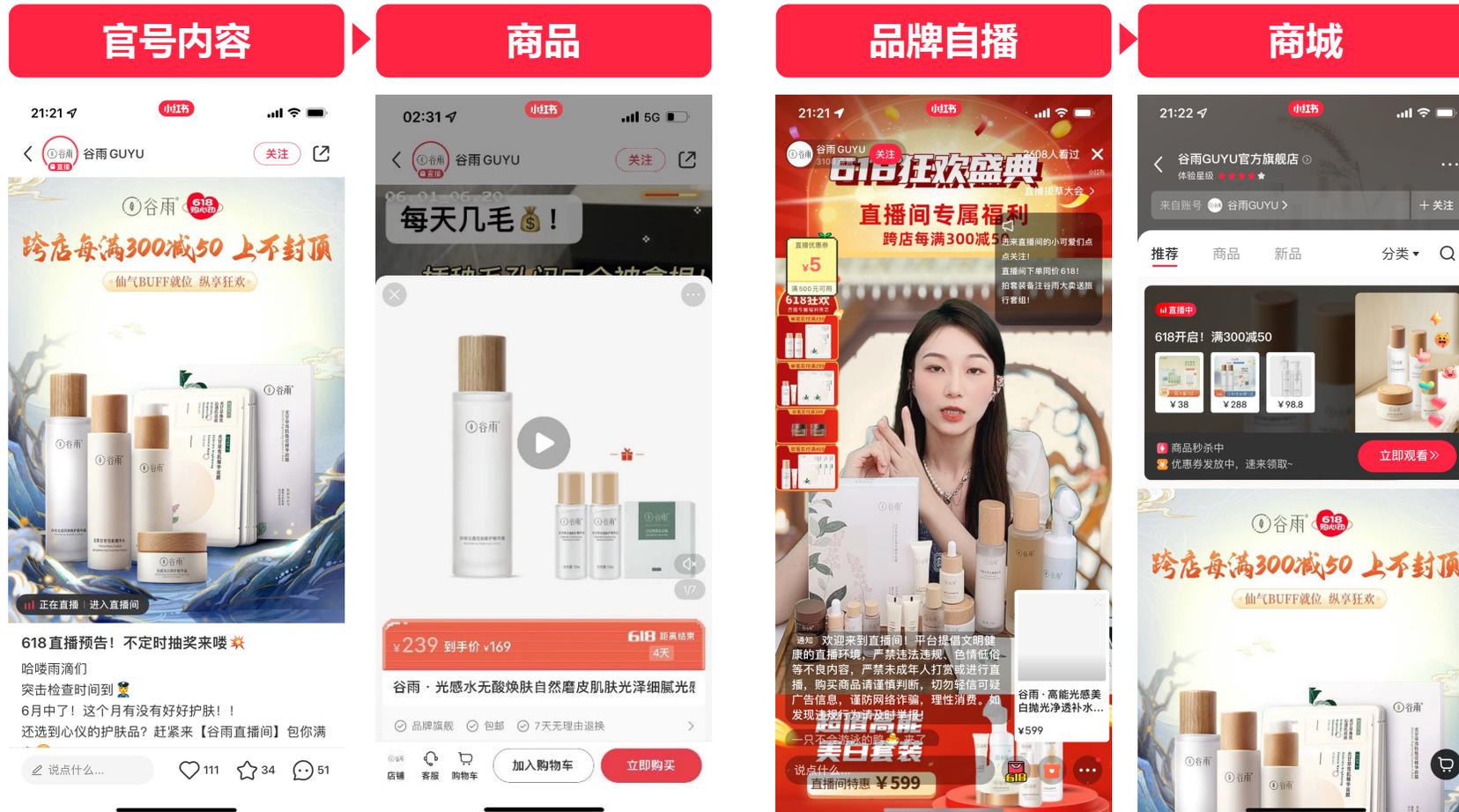


扩影响

12月|惊喜双旦  
品牌&产品力双收



## 公式3 站内闭环 = 官号+商城+自播



长期精细化自运营  
自闭环效果喜人

小红书商城  
护肤品牌  
销量TOP3

\*数据周期 2022年上半年

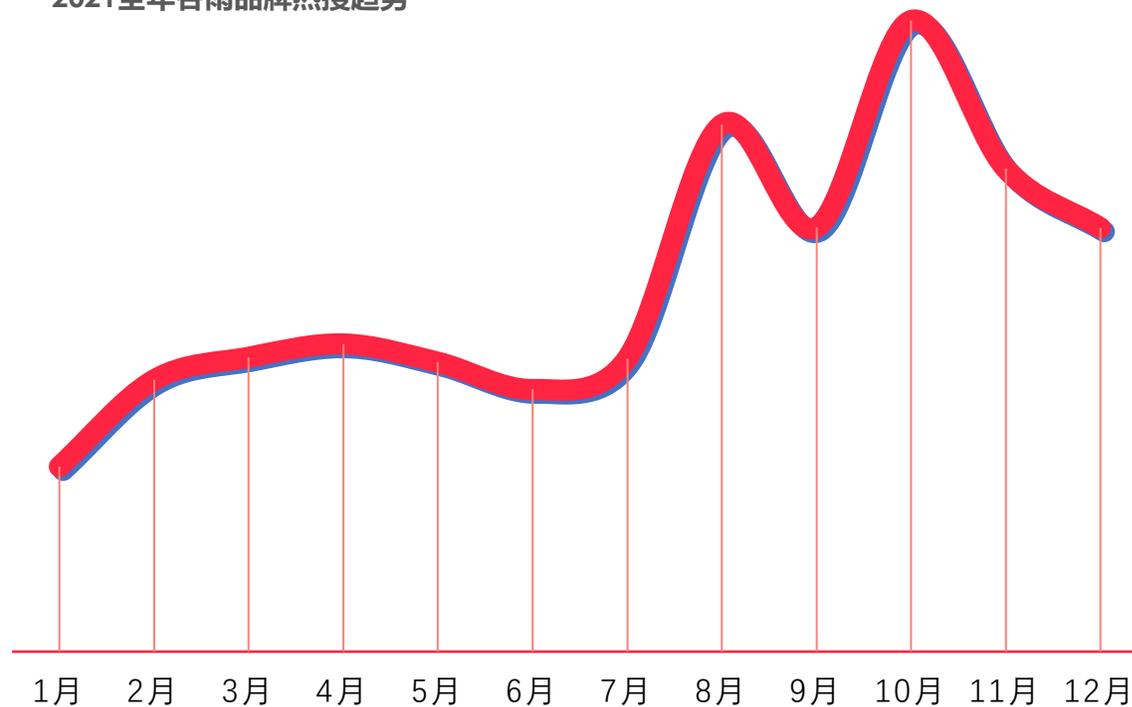
## 站内：爆品塑造成功 人群结构完善 品牌热度提升

小奶罐面对竞争激烈的护肤赛道  
品牌稳居美白面霜 **TOP1**



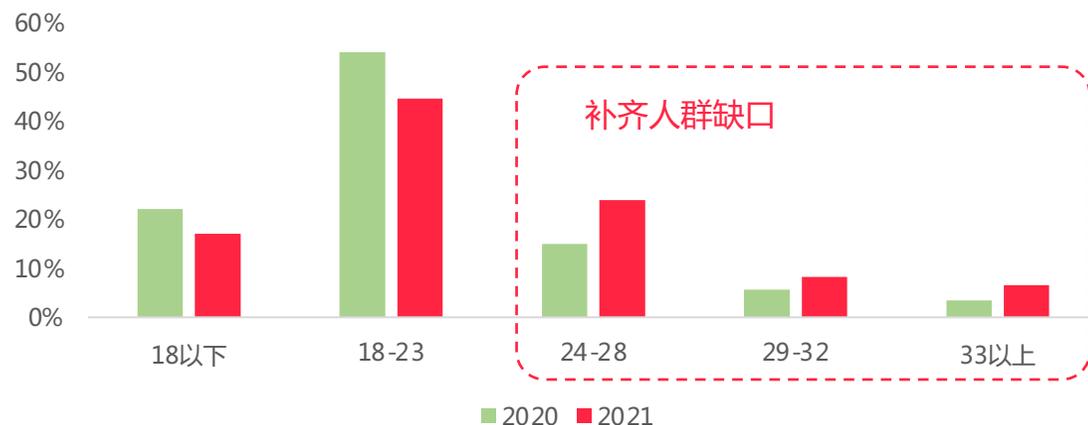
## 站内品牌热搜 全年实现飞跃式成长

2021全年谷雨品牌热搜趋势



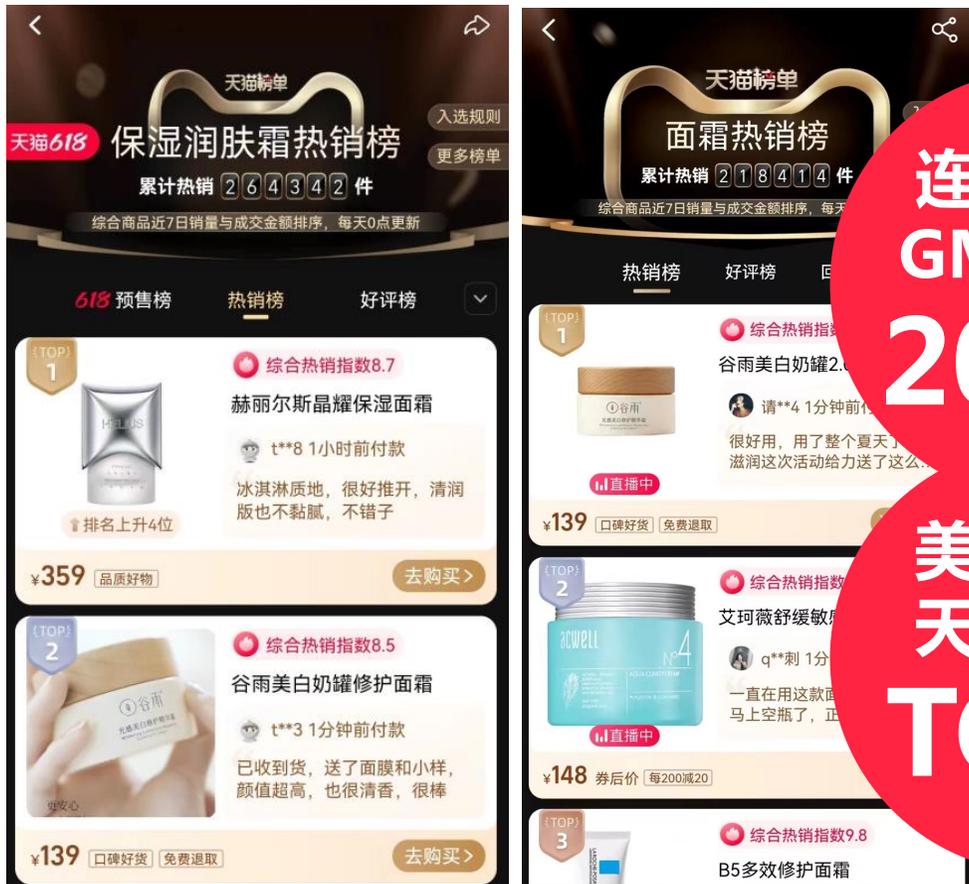
## 人群缺口得到填补 品牌知名度全面扩散

21年 VS 20年谷雨兴趣人群年龄对比



## 站外：生意持续增长 品牌力飞跃式提升 破圈公式验证有效

生意表现持续走高 破圈外溢价值明显



品牌喜好度提升 助攻长效表现



2022 Q1 品牌偏爱调研 上榜TOP5