

2017 第二届中国电商讲师大赛（华南赛区）暨第三届中国电商好讲师大赛

2017 第二届中国电商讲师大赛（华南赛区）暨第三届中国电商好讲师大赛

参赛项目：珠宝电商的社交推广之路

讲师姓名：唐凤娇

讲师介绍 About Instructor

唐凤娇

- 擅长项目**
现为深圳市一名中学教师，主要教授网店运营与管理、网络营销、电商创业课程。擅长指导学生创业，多次指导学生获奖。
- 个人荣誉**
电子商务师（三级），优秀教师。

课程说明 Course Description

深圳市博伦职业技术学校（又名深圳市珠宝学校）

课程背景
本校的珠宝为王牌专业，珠宝部的学生大多自己制作珠宝饰品。但是珠宝部学生的饰品销量不大，故产生帮其销售的想法。我们电商专业的学生拥有较好的电商知识储备和运营推广能力，可以利用小红书平台帮助珠宝部学生进行珠宝首饰的推广销售。

课程收益
前期：一方面，珠宝部学生的珠宝饰品销量增多，另一方面，电商专业的学生学以致用，加强了技能。
后期：电商专业的学生也可以帮助其他珠宝自有品牌在各大合适的平台上进行珠宝首饰的推广，扩大珠宝行业在互联网各大平台上的市场规模，帮助其品牌的宣传和产品的销售。

课程说明 Course Description

三、课程内容

珠宝电商

现状：国外、国内

定位：品牌、产品、消费者、价格

小红书平台定位：介绍、口碑、数据化选品、个性化推荐

SWOT分析

具体分析

小红书平台推广：图文推广、视频推广、日常常规推广、官方活动推广

小红书平台：珠宝部学生自制首饰、所有自有品牌首饰、各大合适的平台

目录 Contents

- 1 珠宝电商现状
- 2 珠宝电商定位
- 3 小红书平台分析
- 4 小红书平台推广



珠宝电商现状



2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

国外 珠宝电商

1984年全球第一个珠宝电子商务平台建立
自此以后,许多国外珠宝公司纷纷投入到珠宝电子商务领域中。珠宝电子商务在全球已开展了将近**33年**的历史。

珠宝产品的在线销售取缔了中间商和租金昂贵的店面费用以降低经营成本,便可以大幅度以降价销售,从而导致网上钻石的价格只有传统珠宝店铺的**50%-70%**,在线钻石销售就这样以其价格低廉吸引了众多珠宝消费者。

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

国内 珠宝电商

相对于国外发展较早且较为成熟的珠宝电子商务体系,国内的珠宝电子商务起步较晚、基础薄弱。

我们真正开展珠宝电子商务也只有**5-8年**的时间,虽然经过这些年的发展,国内珠宝电子商务取得了一些成就,但仍然有消费者习惯尚未适应以及买卖信任等诸多问题需要解决。

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

珠宝电商现状



2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

自有品牌

品牌: 产品: 粉晶、天河石、摩根石、海南宝石等中低端宝石的饰品

消费者: 中国新中产阶级、大众消费者、学生群体

价格: 50-300元

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

国际知名品牌 VS 自有品牌

品牌价值高	款式新颖
价格高	价格低
高端消费人群	中低端消费群体



2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

产品

珠宝的种类成千上万种类繁多,可佩带的珠宝也是名目繁多。目前估计得知,数量较多的主要有: 蓝宝石、碧玺、珍珠、石榴石、翡翠、青金、蜜蜡等。本次主要的产品选择为以下四种中低端宝石: 粉晶、天河石、摩根石、海南宝石。

粉晶

又称蔷薇水晶、芙蓉晶、芙蓉石、玫瑰水晶。是石英石的一种,是著名的爱情宝石。

天河石 (亚马逊石)

天河石是微斜长石的亮绿色至蓝绿色的变种,蓝色和蓝绿色,半透明至微透明,与翡翠相似。

海蓝宝石

佩带海蓝宝石能够使人具有先见之明,同时,它还具有催眠和驱邪的力量以及神奇的药用价值。用海蓝宝石浸过的水可以治眼疾和打靶。

摩根石

由于产量稀少且颜色娇艳动人,这种独特的洋红色宝石价值很高,优质者价格更在普通品质的祖母绿之上。

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

消费人群定位

新中产阶级
大众消费者
学生群体

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

价格优势

圣诞节快到了, 我想买个礼物...
某尼新款很好看耶!
真的耶! 好想买! 多少钱?
Tiffany T系列18K玫瑰金镶钻中有框手镯 - 大码 \$3,000

But!

自有品牌珠宝首饰
大众消费者的福音
平均定价50-300元
快来给自己更多的爱吧!

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

小红书平台分析

小红书

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

小红书 全球最大的社区电商平台

小红书创办于2013年。
集合网络社区+跨境电商+共享平台+口碑库。

截至2017年5月, 小红书覆盖200多个国家和地区, 用户突破5000万人, 每天新增约20万用户, 成长为全球最大的社区电商平台, 跨境电商额已接近百亿元。

- 口碑营销**
小红书有一个真实用户口碑分享的社区, 整个社区就是一个巨大的用户口碑库。
- 结构化数据下的选品**
用户的浏览、点赞和收藏等行为, 会产生大量数据, 通过大数据分析, 小红书可以精准地分析出用户的需求, 保证采购的商品是深受用户推荐的。
- 个性化推荐**
社区中的内容会匹配对它感兴趣的, 实现了数据的高效分发, 也使小红书变得越来越“好逛”。截至2017年6月, 小红书每天产生的笔记达到10亿+。

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

利用小红书推广的SWOT分析

S 消费群体大
口碑好
结构化选品
个性化推荐
用户体验好
小红书上面的珠宝品牌不多, 只有7个, 共900+件商品

W 消费者购买珠宝的惯性
信任度问题
物流配送问题
支付安全问题

O 年轻消费者好质价比
珠宝饰品的消费需求增加
共享经济的兴起增强了消费者之间的信任

T 可能会受到
品牌珠宝商家的打压

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

利用小红书推广的SWOT分析

7个品牌商家
900+件商品

最佳品牌商家:
DWM 记忆珠宝
拥有 1435 粉丝数

20000 珠宝的关注度

5796 关于“粉晶”的笔记
≈ 600 其中一篇的关注度

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

小红书平台推广

AD

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

小红书平台推广 图文类



标签
添加品牌、购买地址、价格等标签，利用小红书“购物分享平台”进行推广

高清图
使用高清图，完美体现商品特点，高清图照片，往往让人产生购物欲望

文案
根据受众人群的心理特征，进行别处心裁的文案编辑

互动
社群的一个重要的因素就是分享，只有良好的互动才能增加人气，提升自身的品牌热度和增加产品的购买量

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

小红书平台推广 视频类



立体展示
多角度展示商品，更立体的展现商品的特色和细节

走秀
利用会展、舞台、模特，更好的展示产品，精彩的走秀能带来绝佳的反响

展示
多场景、多人群，多产品的全面展示

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

小红书平台推广 软文推广



软文推广，不同于传统的硬性商业推广；软文往往以第一者或第三者的角度去发表文章，从而达到商业推广目的。

软文能给消费者一种“别人家正在用”的感觉，刺激了攀比心及消费欲，也增加了产品“很多人都在用”的感觉。自然而然就跟随“大趋势”进行跟风购买。

注意事项：

1. 要坚持不懈，每日一篇
2. 内容以科普、使用感受为主
3. 避免硬性广告，要在不经意间说出品牌和产品，一直发广告会让消费者产生疲劳。

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

小红书平台推广 网站活动



小红书的网站活动有3个：

- 小红书周年庆 红色星期五 全球大奖**

自主品牌也可以借助小红书的网站活动做推广：

- 小红书周年庆：**感恩回馈，有礼相送，全场8折。
- 红色星期五：**每周五推出一款9.9元秒杀产品。
- 全球大奖：**活动商品都是爆款，我们自主品牌也可以将其关联，加上#全球大奖#的标签蹭热度，增人气，从而增加销售量

小红书主要是海外品牌直采+海关监管保税仓，保证产品的正品和质量，活动也主要针对国外合作品牌

2017 第二届 中国电商讲师大赛 (华南赛区) 暨第三届 中国电商好讲师大赛

拓展

前期

由电商学生团队，为珠宝部学生进行自制珠宝首饰小红书平台，并做日常维护及推广。

后期

电商学生团队，为所有有需要的珠宝自有品牌，帮助其在各小红书及各大电商平台进行推广。

